

## 第IV章 「北海道開拓の村」の活性化に向けた実証事業

### 1 イベントの開催

#### コスプレイベントの開催

「日本再興戦略 2016」では、マンガ・アニメを含む「文化芸術資源を活用した経済活性化」が位置づけられており、文化財を活用したイベントについては「文化財活用・理解促進戦略プログラム」において、「文化財をユニークベニュー<sup>49</sup>として活用した文化イベントを積極的に実施する」とされています。

また、北海道の「新・北海道ビジョン推進方針」では、「まんが・アニメ王国ほっかいどう」の発信と関連産業の育成を記しています。

こうした背景を受けて、今回、コスプレに注目しました。コスプレとは、マンガ・アニメ、ゲームなどの登場人物やキャラクターに扮する行為を指します。

コスプレイベントについては、8月に実施した大学生によるワークショップにおいて「若年層への訴求力が高いため、実施した方が良い」との意見があったほか、道内で複数のコスプレイベント開催実績がある民間団体（一般社団法人新文化経済機構）から、「開拓の村が、コスプレ開催地として潜在的な可能性がある」として企画が持ち込まれる等、開催に向けた気運の高まりがありました。

こうした意見や提案などを踏まえ、国や道の施策の推進に寄与することや、若年層の一定の集客が期待できることから、開拓の村でコスプレイベントを開催することとし、今後の事業としての可能性や課題を探るため、実証事業として位置づけました。

#### コラム (7)

## コスプレとは？

コスプレはコスチューム・プレイを語源とする和製英語とされていますが、世界のどこでも通用する言葉であり（大辞泉第2版）、英語表記のcosplayは、イギリスの辞書に載っている英単語です（Concise Oxford English Dictionary 2008年版）。

近年では意味が拡大して、特定の職業で採用されている制服や特定の着衣を好む方が、その衣装を真似て作った服もしくは本物を着て、自らの意志でそのキャラクターになりきることもコスプレと呼ぶことがあり、コスプレを行う人をコスプレイヤー（cosplayer）と呼びます。

日本では、江戸時代に流行した集団参詣や民衆踊りの際に仮装を伴うものが多く見られたそうで、コスプレは日本人にとってなじみのある文化と言えます。



11/20 コスプレ撮影会

<執筆：原口>

<sup>49</sup>歴史的建造物や公的空間等、会議・レセプション・イベント等を開催する際に特別感や地域特性を演出できる会場

○ 事業内容

- ・ 事業名：コスプレセッション in 開拓の村～歴史ロマンかほる装いの異空間～
- ・ 実施者（運営者）
  - 主催：（一社）新文化経済振興機構
  - 共催：北海道（※歴史文化施設交流促進ファンドレイジング政策形成チーム）
  - 協力：（一財）北海道歴史文化財団
- ・ 日時等
  - 平成 28 年 11 月 20 日（日）
  - 9:30～ 受付、更衣室解放
  - 10:30 開会式
  - 10:40～16:30 自由参加
- ・ 天候：雨のち曇り
- ・ 気温：最高 11.7℃／最低 0.2℃
- ・ 場所：北海道開拓の村（札幌市厚別区）
  - 村内での自由撮影と専用更衣室・荷物置場の設置。
  - 立入範囲や展示品の観覧は、一般入館者と同じ。
- ・ 参加費：2,000 円（※入館料、専用更衣室・荷物置き場使用）
- ・ 告知手法：実施者側のHP・フェイスブック、プレスリリース



**開拓の村 20日コスプレイベント**

北海道開拓の村（札幌市厚別区）で20日、アニメやゲームのキャラクターに扮した人が集る「コスプレイベント」が開かれる。ポップカルチャーを利用した活性化策として、一般社団法人「新文化経済振興機構」（札幌市）が主催。道も全面協力し、成功すれば恒例行事化も検討する。

開拓の村は、北海道開拓期の住宅や旅館、商店、屯田兵屋など52棟を移築・再現した野外博物館。人気マンガやドラマに登場した建物もあり、それを目当てに訪れるファンもいるという。「北海道」命名から150年目となる2018年に向け、道は開拓の村を新旧の文化の交流拠点にしたい考えで、今回のイベントで手応えを探る。

参加費は2千円（入場料込み）。どのような扮装をするかは自由だが、担当者は「江戸・明治期の建物が多い空間に合ったコスチュームを期待します」と話している。問い合わせは道環境生活部総務課（011・204・5183）へ。

（花野雄太）

**札幌の社団法人「活性化狙う」**

平成 28 年 11 月 10 日(木) 朝日新聞

**ごだま**

▽札幌市厚別区の北海道開拓の村を舞台に20日、コスプレイベントが開催された。写真：アニメやマンガなどの登場人物の衣装を着た参加者が、撮影イベントの開催場所の確保に苦労する様子。参加者たちも、この日は屋内外で自由に撮影できるとあって生き生きとした様子だった。

▽明治から昭和初期の建物が集まった異空間に、参加者の独特の衣装がマッチして華やかな雰囲気。コスプレヤーの「聖地」として開拓される日も遠くないかも。

に身を包んだコスプレヤーら約50人が撮影を楽しんだ。

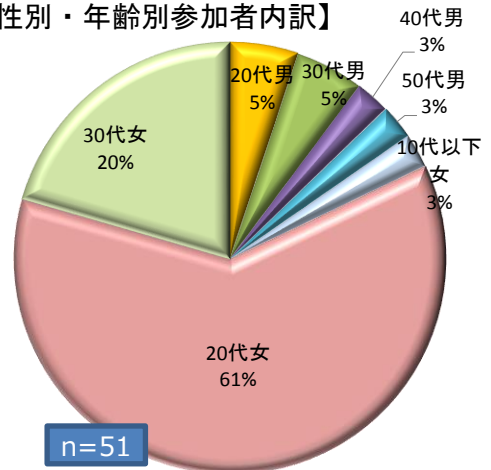
▽若手の道職員らが施設の魅力を発信しようと、試行的な事業として企画。撮影イベントの開催場所の確保に苦労する様子。参加者たちも、この日は屋内外で自由に撮影できるとあって生き生きとした様子だった。

平成 28 年 11 月 21 日(月) 北海道新聞

○ 実施結果

- ・ 参加者：51 人
  - 〈参考〉当日入場者：289 人（コスプレイベント参加者を含む）
  - ※ 1 日あたりの入場者数平均 150.6 名（平成 28 年 11 月）
- ・ 参加形態等
  - ◇ 「1 グループ 2～3 人、カメラマン帯同」が多かったが、一人で機材を使用し撮影している参加者も複数存在。
  - ◇ コスチュームはほぼ全員がアニメ、ゲーム関係（「刀剣乱舞」、「名探偵コナン」等）。
- ・ 北海道歴史文化財団基金への協力：707 円

【性別・年齢別参加者内訳】



○ 感想・意見等

- ・参加者 ※アンケート用紙手交。回収数 39 名（回収率約 76%）。
  - ◇ 最多回答層は「20 代・女性」
  - ◇ また実施してほしい（ロケーションが良い、画像アップロードの手続きが簡素で良い、刀剣の持込みが可能で良い等）
  - ◇ 暖かい時期に実施してほしい（複数回答）
  - ◇ 運営が良かった（親切、ストーブ・お茶・いももちの提供等）
- ・主催者（※（一社）新文化経済振興機構代表堀口氏に聴取り）
  - ◇ 「開拓の村」はロケーションの良さから、コスプレイヤーの反応が良かった。継続的に実施したい。
  - ◇ 参加者が参加料（入場料以上）を払うメリットは、概ね次のとおり。
    - 気兼ねなく撮影できる（「スタッフの巡回がある。」「一般参加者等にイベントと告知されている。」など）。
    - 小道具（武器・刀剣の模造品等）の持ち込みが可能。
    - 更衣室やメイク室が確保できる。
  - ◇ 画像の SNS へのアップロードに係る手続きや制限を無くしてほしい。

○ 課題・考察

今回の撮影会は、参加者から概ね好評を博し、運営上のトラブルも見られなかったが、その要因としては、概ね次のことが考えられます。

- ・ 一般入場者が比較的少なかったこと
- ・ 参加者の時間帯が分散していたこと
- ・ 参加者のマナーが良かったこと
- ・ 運営者側の密な連携が確保できていたこと など

次回以降、イベントを開催する際には、次の観点から事業内容や運営方法について、改めて検討・整理する必要があると考えます。

◇ 開拓の村の設置目的等との整合

**北海道開拓の村基本計画書（昭和49年）「建設の目的」抜粋**

北海道開拓の過程の中で、明治・大正時代を中心に生活と産業、経済、文化の歴史を示す建造物等を移設、復元、再現して保存するとともに、当時の情景や生活用具のほか、各種資料を再現展示、開拓の歴史を体験的に学び、野幌森林公園の恵まれた自然に親しみながら、開拓の歴史が楽しく学べ、未来への発展の心を養う場とする。

◇ 「北海道立総合博物館条例」（平成 26 年 10 月 14 日条例第 91 号）に規定する「設置目的」「事業」との整合を確保することが必要と考えます。

**北海道立総合博物館条例（平成26年10月14日 条例第91号） 抜粋**

第 1 条 北海道の歴史、文化、自然等に関する資料を総合的に収集し、保管し、展示し、並びにこれらに関する調査研究及びその成果の普及を行うことにより、道民の教養の向上及び文化の発展に寄与するため、北海道立総合博物館（以下「総合博物館」という。）を設置する。

第 4 条 総合博物館は、次の表の左欄に掲げる施設の区分に応じ、同表の当該右欄に定める事業を行う。

2 開拓の村	ア 北海道の開拓の歴史を示す建造物等を保管し、及び展示すること。 イ 北海道の開拓過程における生活様式、年中行事等に係る催しを開催し、及び他のものが行うこれらの催しに協力すること。 ウ 開拓の村の展示物に関し、案内書、解説書等の作成及び配布並びに必要な説明、助言等を行うこと。
--------	--

2 総合博物館は、前項の事業のほか、その設置の目的を達成するために必要な事業を行う。

◇ 目的、コンセプト等の明確化

「閑散期の集客増」、「新しい利用者層の発掘」など、目的の明確化とそれに応じたターゲットの設定、ニーズの把握等が必要と考えます。

◇ 開催後の目標の明確化

集客層と集客数、開催に当たっての運営側の想定と実際の隔たり、イベント開催後の情報の拡散など、各ステージにおける目標の明確化とそれに応じた広報戦略、運営の改善等が必要と考えます。

◇ 関係者等との調整

・ 一般入場者

来場時にイベントを把握した場合、来場目的を果たせないおそれ（想像しているイメージとの違い、建物の占拠などによる見学の妨げなど）があるため、周知方法の検討が必要と考えます。

・ 参加者

ルールの遵守、禁止事項を徹底する方法の検討が必要と考えます。

・ ボランティアスタッフ

開拓の村に長く関わり、村の雰囲気や方針にこだわりを持っている方も多いため、新ジャンルのイベントに対して拒絶感を持たれないよう、事前の丁寧な説明などにより、理解・協力体制を確保することが必要と考えます。

・ 施設寄贈者

必要に応じて、寄贈者へ説明することが必要と考えます。

◇ 集客確保に向けた内容の整理

適正な価格設定、告知・周知方法の工夫、アクセスの確保等について、整理する必要があると考えます。

○ まとめ

開拓の村の建造物や、スタッフ・ボランティアがこれまで工夫し尽力してきた様々な体験事業等は、来場者を惹きつけてきましたが、村の入場数は長期的に減少傾向にあることから、新たな客層の開拓を目指す事業を導入することは、意義があります。

内閣府の調査によると 18～29 歳では「芸術文化の直接鑑賞体験がある」と回答した割合は 74.1%と高い一方、「歴史的な建物や遺跡などの文化財」の鑑賞経験割合は 18.8%にとどまっています。

このため、これまでの来場者とは異なる客層を惹きつけるような、また、開拓の村の雰囲気を求めるようなイベントの開催は、新たな客層を呼び込むきっかけとして効果的と考えられるため、課題を克服しながら、新たなジャンルのイベントについても引き続き実施していくことが必要と考えます。

## 【文化計術の直接鑑賞経験】

	該当者数 (人)	鑑賞した ことがある (%)	映画（ア ニメを除 く） (%)	音 楽 (%)	美 術 (%)	歴史的な 建物や遺 跡などの 文化財 (%)	アニメ映画、 コンピュータや 映像を活 用したア ート (%)	演劇（現 代演劇、 人形劇、 ミュージ カルな ど） (%)
18～29歳	170	74.1	53.5	25.3	21.2	18.8	28.8	8.8
30～39歳	229	67.2	39.7	23.1	15.3	21.0	21.0	9.0
40～49歳	326	63.8	37.7	26.1	21.2	18.7	9.2	10.5
50～59歳	273	65.9	39.9	25.6	27.5	22.0	5.1	8.0
60～69歳	366	55.7	26.0	24.6	27.3	20.2	3.6	11.7
70歳以上	467	45.4	12.8	24.2	20.8	13.1	1.3	6.6

(内閣府「平成28年9月実施の文化に関する世論調査」より、必要部分を抜粋)

## 2 情報発信

### (1) SNSによる情報発信

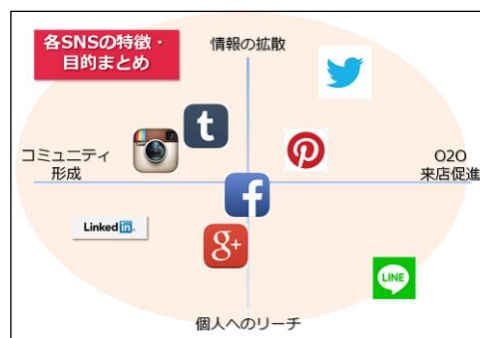
#### ○ 背景

開拓の村に関する情報について、大学生とのワークショップや道職員アンケートなどでも、道民をはじめ観光客に行き届いていない可能性が指摘されたことから、SNSを使った情報発信を行うことで、どの程度、開拓の村の情報が発信できるのか可能性や課題を探るため、実証事業として実施することとしました。

#### ○ 方法

SNSにはTwitter、Instagram、Lineやmixiなど様々な手法がありますが、業務でも使用している人が多いこと、幅広い年齢層が使用していること、実名での投稿が多く、写真とコメントの両方を掲載できること、双方向でのやりとりが可能であること、拡散力が高いこと、ファンの情報も集められることなどのメリットがあることから、Facebookを選択しました。

Facebookは、11月20日に開催するコスプレイベントを告知するため、直前の11月11日に開設し、本検討の提案者である若手メンバー（YUTORIダイバシティ〜ず）が一日一投稿以上を目標として、開拓の村でのイベントや建造物などに関連する情報について、写真を添付して投稿しました。



#### ○ 結果

2月末時点で、投稿数83件、ページへの「いいね!」33件、投稿が配信された方の合計（リーチ数）は14,728人でした。

投稿は、11月20日のコスプレイベントに関する記事が7件、パネル展示会期間中に突撃インタビューと題して関係者にインタビューを行った動画投稿は、リーチ数が特に多く、6投稿で2,563人、1投稿平均427人に配信されました。

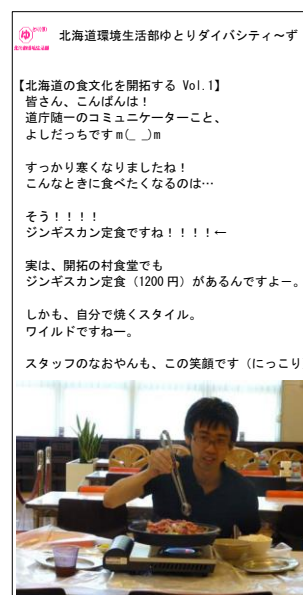
この他、開拓の村の建造物やイベント、豆知識を交えた投稿が70件でした。



ユーザーが投稿に対して反応を示した割合を示すエンゲージメントを比較すると、最もエンゲージメント率が高かった投稿は、「北海道の食文化を開拓する」として、ジンギスカン定食を食べているメンバーを紹介した投稿でした（写真）。リーチ数は73人でしたが、59人が反応し、エンゲージメント率は80.8%となりました。

また、リーチ数は100人程度でしたが、コスプレイベントに関する投稿が平均39.8%（17.5～54.8%）と高く、次にリーチ数とともに開拓の村の突撃インタビューシリーズの投稿が平均11.4%（7.2～16.3%）と高く、イベントと併せた投稿については、ユーザーの興味が特に高いことが分かりました。

参考として、Facebook を開設した11月から2月末までの開拓の村の入場者数について、本年度と過去5年間を比較してみました。



	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度
11月	4,593	3,367	5,758	5,128	5,448	3,917
12月	2,763	3,804	3,851	3,341	3,913	3,413
1月	4,380	2,924	3,249	3,087	4,112	3,236
2月	3,120	3,227	3,298	3,574	3,519	3,896
合計	14,856	13,322	16,156	15,130	16,992	14,462

平成28年度の入場者数は、過去5年度の入場者数と比較すると、平成24年度に次いで少ないことが分かりました。

## ○ 考察

実際の来場者がSNSで発信される情報を元にしたかどうかを確認していなかったため、Facebook と入場者数の間にどのような相関があるのかは判断できませんでした。特に入場者数だけで比較すると、その年の天候や気温などにも左右されるため、単純な比較ができず、Facebook での情報発信がどの程度宣伝効果があるのか判断できないところが課題として残りました。

一方、始めたばかりのSNSですが、約15,000人にリーチし、特にコスプレやパネル展示会などのイベントと併せて情報発信すると、相乗効果が高いことが分かりました。

さらに、開拓の村の歴史や自然、開拓期を舞台にした本の紹介などの投稿はリーチ数とともにエンゲージメント率も高かったことから、投稿者の顔が見える、親近感のある投稿に対してユーザーの反応が敏感だったことが分かりました。

今後は、開拓の村でのイベント来場者にアンケート調査等を行い、情報の拡散効果について検証し、情報発信の質と量を高めていく必要があります。

道職員アンケート調査では、開拓の村に行ったことのない方も一定数いたことから、道職員のネットワークなどの活用により、開拓の村での取組を広く周知できる可能性が十分にあると考えられます。

余談ですが、こうした投稿を通じて、今まで気がつかなかった、あるいは深く考えなかったことなどについても事実関係を調べることで知見が深まり、投稿者にとっても意義のある取組となりました。

## (2) パネル展の開催

### ○ 背景

開拓の村は、大学生とのワークショップや有識者ヒアリングなどでも道民に存在が知られておらず、情報が乏しいことなどが課題としてあげられていたことから、道職員をはじめとする道民に身近な存在であり、楽しい場所であることを改めて周知する必要があると考え、パネル展を実施することとしました。



### ○ 目的

開拓の村には、北海道の歴史・文化を物語る建造物が多く残されており、建造物の価値を保存し、後世に継承していくことは大変意義深いことから、開拓の村にある建造物の価値を再認識してもらい、誘客を促進することを目的に実施しました。



### ○ 開催概要

- ・ 日 時：平成 29 年 2 月 13 日(月)～17 日(金) 9：00～16：30
- ・ 場 所：道庁本庁舎 1 階 道政広報コーナー特設展示場 A
- ・ 展示物：次のとおり

展示物	展示目的	展 示 内 容
パネル 22 枚	来場者の興味・関心の喚起	開拓の村紹介 3 枚、建造物の紹介 8 枚※、建造物の老朽化と保存の取り組み紹介 3 枚、本事業の紹介 8 枚 ※道庁各部代表者が紹介（建造物：紹介者） 旧開拓使札幌本庁舎： 笠置隆範・総務部長 旧ノグショマハツ駅通舎： ユキちゃん・総合政策部代表 旧 広 瀬 写 真 館： 小玉俊宏・環境生活部長 旧三マス河本そば屋： うっさん・保健福祉部代表 旧 本 庄 鉄 工 所： 阿部啓二・経済部長 旧武井商店酒造部： 土屋俊亮・農政部長 旧青山家漁家住宅： 小野寺勝広・水産林務部長 旧開拓使工業局庁舎： 名取哲哉・建設部長
動画放映 (50 分)	和やかな雰囲気演出	タイトルは「YUTORI ダイバシティ～ずがゆく！ ぶらり旅 in 北海道開拓の村」
イベント グッズの 展示	昔遊び、生活 等の体験	建造物の模型 3 個、石炭ストーブ、かんじき、木製スコップ、マント、角巻き、深靴、木製そり、竹スキー、剣玉、こま、おはじき、お手玉、宮島沼から刈り取ったヨシ
文化財保 存基金	ファンドレイジ ングの実践	募金箱の設置、募金の案内
未来ボー ド	来場者から の意見募集	テーマは「現在の課題を克服した 50 年後、賑わっている開拓の村の『セールスポイント』は何？」



○ 開催結果

- ・ 来場者数：延べ1,574人
- ・ 総募金額：計10,442円
- ・ 未来ボードへの意見：合計28件。（主な意見は次のとおり）

カテゴリー	内 容
新たな施設の開設	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 他の文化施設を誘致・集積により誘客力アップ</li> <li>・ アイヌエリアを作って、そのエリアはアイヌ語オンリー</li> <li>・ 釣り堀を作る</li> <li>・ 恋愛成就系のスポットを作る</li> <li>・ 2,000棟移築！</li> </ul>
ハードの活用	宿泊 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「市内にあるのに市内じゃない」自然の中で過ごす歴史情緒あふれる宿泊施設</li> <li>・ 開拓期の宿泊体験（市内の小中学校は全て実施）</li> </ul>
	村民による活動 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 本物の村のように昼も朝も夜も大勢の人であふれている</li> <li>・ 市街地の一部を閉鎖し、本当に人が住む。病院や商店、床屋も開業し、街並みを再現</li> <li>・ 建物を利用した商業が可能な施設？</li> <li>・ 山本理髪店で髪切りサービス</li> <li>・ 村民を作る（本当に住んでもらう。）</li> <li>・ アーチストインレジデンスを設置</li> </ul>
ソフトの活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 北海道の歴史を振り返るプロジェクションマッピング</li> <li>・ 開拓期のレシピで作ったフルコース（予約でいっぱい）</li> <li>・ 老若男女が楽しめるオリジナルスポーツを開発。村で大会を開く</li> <li>・ 村の中でゆるキャラ大運動会！</li> <li>・ 百年記念塔からバンジージャンプ!!</li> <li>・ 気球を飛ばす。札幌・江別が一望できる</li> <li>・ 夏休み期間中屋台の出店をOKにする</li> <li>・ PMFやジャズフェスと連携。村内で演奏</li> <li>・ 村も雪祭り会場に</li> <li>・ 冬はスノーモービル、犬ぞり体験</li> <li>・ 当時のものを触って体験できる場所が増えてほしい</li> </ul>
インフラ整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地下鉄東西線延伸</li> <li>・ 市電に乗って開拓の村へ行きたい</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 海外からの観光客人気No.1の施設に選定！</li> <li>・ 開拓の村と宇宙のコラボ！！</li> </ul>

施設を活用したイベントの実施に関する意見が多く、それ以外では、インフラ整備に関する意見なども寄せられました

○ 考察

今回のパネル展は、道庁本庁舎の広報スペースを会場とし、主な対象を道職員としていたことから、道職員を集客する仕掛けを3点考えました。

1点目は、建造物のパネルに足を止めてもらう仕掛けとして、各部の部長等が建造物を紹介するパネルを作成しました。本庁舎各部（8部）の部長に顔出しを依頼したところ、5部長から写真撮影の許可を、1部長からご自身の似顔絵をそれぞれいただき、2部長については、時間の都合などでご本人の出演はかかないませんでした。部所管のゆるキャラを貸していただきました。その結果、パネルの内容を確認するために、会場に足を運んでいただいた



方が大勢いました。

2点目は、会場が静かだと立ち寄り難いため、楽しい空気感の演出を意識しました。本検討の提案者であるYUTORIダイバシティ〜が事前に開拓の村に出向き、村のコンテンツを紹介するというシナリオで動画を撮影しました。動画の放映により、来場者をより多く集め、会場の雰囲気を盛り上げることができました。

3点目は、開拓の村に協力いただき、実際の構造を細密に再現した模型や手にとって遊びたくするような小道具を展示しました。昔の生活を思い出すような道具など開拓の村でのイベントで使われているものを用意し、その他にも剣玉やお手玉など、単にパネルを眺めるだけでなく手に触れて体験できる物も用意しました。



北海道庁庁舎（旧庁舎）

開拓使の初期洋風建築を代表する建物、  
旧 開拓使札幌本庁舎



「無限の可能性が  
あなたを待っています。」

常任 降鏡

北海道庁庁舎（旧庁舎）

故きをたずね新しきを知る、  
旧 ソークシュオマベツ駅遺所



「未だ、新幹線が  
夢も技術もなかった頃のお話」



ウキちゃん

北海道庁庁舎（旧庁舎）

陽のヒカリが降り、和洋が織り交す撮影空間、  
旧 広瀬写真館



「この場所には、  
良い情景があります。」

小玉 俊宏

北海道庁庁舎（旧庁舎）

開拓時代の道民に愛された食堂  
旧 三マス河本そば屋



「愛された  
ソバ屋の思い出」



うっさん

北海道庁庁舎（旧庁舎）

カーン、カーンと鉄の音が鳴り響く  
旧 本庄鉄工所



「一次産業を支える  
鉄鋼道具。」

銅部 啓

北海道庁庁舎（旧庁舎）

北海道の「ウマイ！」を伝えた、  
旧 武井商店酒造部



「北海道には  
ウマイ酒が沢山あります。」



土屋 俊亮

北海道庁庁舎（旧庁舎）

当時の北海道経済を支えたニシン漁の面影、  
旧 青山家漁家住宅



「北海道漁業には  
夢がある。」

小野寺 勝広

北海道庁庁舎（旧庁舎）

建設で北海道新時代を切り拓く、  
旧 開拓使工業局庁舎



「この場所では  
北海道が建設された。」



名取 哲哉



このように、目で見て立ち止まり、会場の雰囲気を楽しみ、実際に手で触れることができる展示を意識し、さらに、検討チームメンバーが知り合いに声をかける積極的な誘客や庁内掲示板、庁内放送による周知など、様々な媒体を活用し情報発信したことも集客に繋がったのではないかと考えています。

また、副次的な効果として、実証事業で開催したコスプレイベントのパネルは、一般の若者にも興味を示していただき、それ以外のパネルなども見学する姿が印象的でした。

今回のパネル展をきっかけとして、道職員をはじめとするより多くの方々が開拓の村へ足を運んでいただくことを切に期待しています。



### 3 協力者のマッチング

#### やっかいもの「ヨシ」の活用

##### ○ 背景

##### ・ 美唄市宮島沼のヨシ

北海道美唄市大富の宮島沼は、日本国内で最北かつ最大のマガンの寄留地であり、世界でも有数のマガンの飛来地として知られています。この他、ヒシクイやコハクチョウ等の水鳥も飛来することから、国指定宮島沼鳥獣保護区（集団渡来地）に指定されています（面積 41 haの全域が特別保護地区）。また、日本で 13 番目のラムサール条約登録湿地でもあります。

宮島沼では、ヨシの朽ちたものがそのまま腐って沼底に貯まって沼が浅くなり、水鳥の飛来に影響が出ています。美唄市が管理・運営している宮島沼水鳥・湿地センターでは、群生しているヨシを、ヨシ紙の作成体験などに使用していますが、それだけでは足りず、刈り取って処分しなければならない状況です。しかし、ヨシを刈り取るには人手や費用が必要となるため、「やっかいもの」となっていました。

#### コラム (8)

## ヨシって何？

ヨシは、イネ科ヨシ属の多年草で、茎は 2～6 mの高さになり、暑い夏ほどよく生長します。主に河川の下流域から汽水域上部、あるいは干潟の陸側に広大な茂み（ヨシ原）を作ります。水流の少ないところに育ち、多数の茎が水中に並び立つことから、その根本は泥が溜まりやすい場所となっています。また、その茎は多くの動物の住みかや隠れ場となることから、野生動物と環境保護に重要な植物群落であると言えます。まっすぐに伸びる茎は木化するため、材として古くから様々な形で利用されてきました。特にヨシの茎で作ったすだれは葺簀(よしず)と呼ばれ、屋根材としても最適で茅葺民家の葺き替えに現在でも使われています。



2/14 パネル展示会

<執筆：名畑>