

様式第2号（第8条・第9条関係）

令和2年 2月20日

白老町議会
議長 松田 謙吾 様

白老町議会議員 森 哲也 印

派遣結果報告書

日時(期間)	自 令和 2年 1月30日(木) 至 令和 2年 2月 1日(土) (2泊3日)
目的地	京都市・奈良市
調査事項	国立博物館の集客と市民ボランティア活動について
視察の成果 (具体的に)	別紙参照

※ 必要の都度、写真その他を添付すること。

京都府南山城村 道の駅みなみやましる村

1. 道の駅設立の経緯

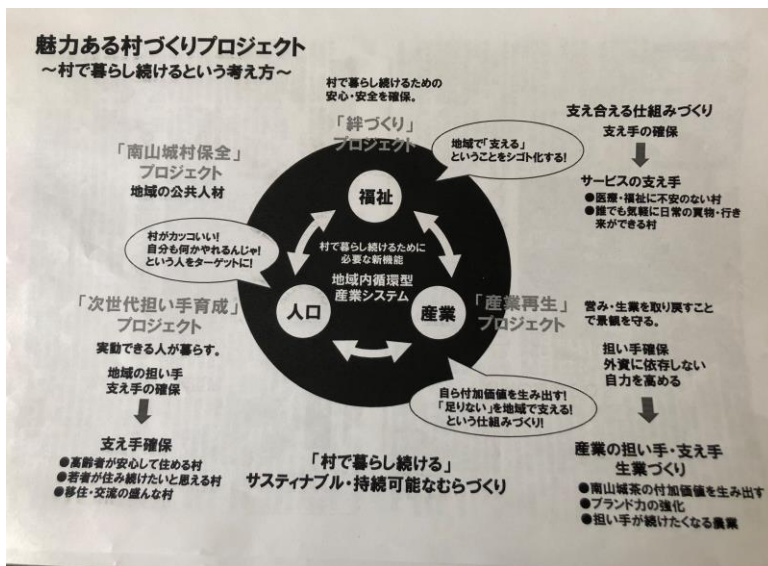
南山城村は京都府の南東部に位置し、滋賀、三重、奈良の3県に隣接する、京都府唯一の村である。京阪神と中部圏を結ぶ国道163号線が木津川沿いを走っており、村は交通の要衝である。大阪や京都への通勤圏で、1970年代の住宅開発もあり、人口が拡大した時期もあったが、1996年をピークに減少に転じ、現在の村民は約2,800人で、高齢化率は約4割と全国平均を上回る。

日本創生会議が発表した「消滅可能性都市」では17番目とランキングされ、村の存続が大きな政策上の課題であり、行政・村民・民間の垣根を超え、「村で暮らし続ける」ために必要な仕掛けづくりに着手すべく、道の駅整備等に取り組んだ。

2. 道の駅整備

村が抱える課題は多岐にわたるが、潜在的な強みもある。そのため、村で暮らし続けるために必要な「仕掛け」さえあれば、村の課題は解決に向けて動き出すと考えられ、道の駅整備に関する基本計画の策定段階で「絆づくり」プロジェクト、「産業再生」プロジェクト、「南山城村保全」プロジェクト、「次世代担い手育成」プロジェクトと、4つのプロジェクトが計画された。

道の駅は単なる休憩施設ではなく、これらのプロジェクトを実践する場として整備された。



出典:配布資料より抜粋

3. 道の駅運営

南山城村の主要産業は茶であるが、これまで「宇治茶」として近隣自治体産の茶として一まとめに流通されており、南山城の名前が表に出ることが少なかった（宇治茶の約3割は南山城産）。そこで、村で作った茶を「村茶」としてオリジナルブランド化をし、茶だけではなく関連加工品としてソフトクリーム、プリン、パウンドケーキ等を販売することにした。

運営主体の株式会社南山城は「地域商社」を目指し、経営方針は「村で採れる産物を原料に商品化し、村で売る」である。他にも「村民百貨店」と名づけた日用品販売部門も設け、買い物における高齢者等の生活支援が具体化されている。また、AIを活用した「御用聞き」、宅配、見守り支援等、様々な地域福祉の拠点となっている。



道の駅の外観



オリジナルブランドの商品

4. 視察を通じての感想

南山城道の駅は、総事業費5億6,935万9,800円であるが、村の当初予算は約23億円であり、大型事業に当たり建設前は多くの村民、議会の建設に反対する声があり、住民検討会では反対派から不満が噴出し、大手コンサルに委託せよとの意見が多数ある状況であった。その状況化で建設までこぎつけたのは、当時役場職員であった森本社長が役場を退職し、株式会社南山城を立ち上げ、背水の陣で道の駅建設に取り組んだ姿勢が村民や議会に認められたからだと感じた。

森本社長の原動力の背景には『本気なら、腹くくれ』と役場職員時代に視察先で言われた言葉があり、それが現在に至る全ての始まりだった。腹をくくって行動することが何よりの説得力になり、まちづくりにおける重要な視点だと感じた。

奈良国立博物館

1. 奈良国立博物館の役割とは

- ① 国民共有の貴重な財産である文化財を良好な状態で後世に伝え、文化の継承を行うこと
- ② 文化財を広く国民に紹介し、文化の向上・発展に努めること。

これらの博物館の使命を果たすために奈良国立博物館における取り組みは以下のとおりである。

- ① 展示：年3回の特別展の実施。名品展ではなら仏像館で彫刻、西新館で絵画、書跡、工芸、考古を展示
- ② 教育普及：サンデートーク、公開講座、県内外の小中学生を対象とした世界遺産学習会を実施
- ③ 来館者サービス：コンサート等の開催、弾力的な会館時間の運用
- ④ 国際交流：学術協定により中国・韓国から研究員を受入れ
- ⑤ 地域連携：なら燈花会への協力、周辺文化施設・社寺等との連携
- ⑥ 調査・研究：法隆寺、春日大社等南都諸社寺に関する調査研究

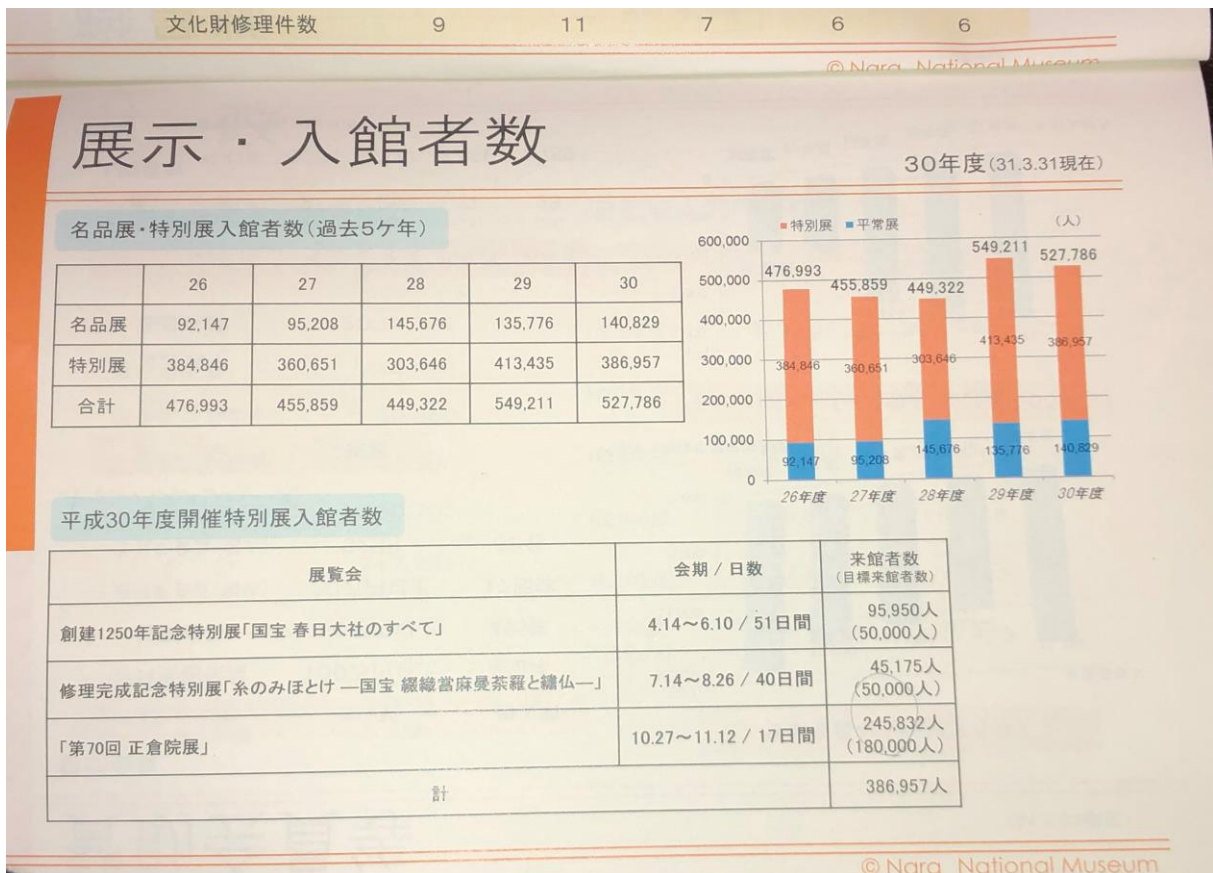


奈良国立博物館内の展示物

2. 観覧環境の向上のための取り組み

- ① 多言語化
 - ・施設案内リーフレットを7言語(日、英、中、韓、独、仏、西)で作成
 - ・特別展の案内チラシを4言語(日、英、中、韓)で作成
 - ・総合案内に外国語(英、中)対応可能なスタッフを配置
- ② 快適な観覧環境
 - ・金曜、土曜の開館時間を午後8時まで延長
 - ・第70回正倉院展会期中に託児所を設置

3. 入館者数



奈良国立博物館の平成 26～30 年の入館者数の推移 ※出典:配布資料より抜粋

毎年 50 万人前後で推移をし、特別展による入館者数が年間の入館者の多くを占めている傾向がある。特に、平成 30 年度に行われた第 70 回正倉院展は会期が 17 日間にもかかわらず、24 万 5,832 人の来館者があり、この年における約半数の入館者数となっている。

4. 視察を通じての感想

奈良国立博物館は国立博物館として唯一、館内の全ての写真撮影が可能である。SNS による発信が何よりの広報となり、博物館の来館者数の増加、サービス向上につながるの考えからである。来館者数の増加は財政の好転にもつながる。来年度より奈良国立博物館は入館料が値上げになり、今後の来館者数にどのような影響が出るかは現時点では未知数である。

奈良国立博物館の入館者の推移から、ウポポイの 100 万人という来館目標者数を達成するために、様々な取り組みをしていく必要があると考えさせられた。

京都国立博物館

1. 京都国立博物館の役割

京都国立博物館は明治 30 年に帝国博物館として開設。京都市の東方、東山地域に位置しており、三十三間堂、豊国神社等の神社旧跡に隣接する。この地域は古くから陶磁器の生産が盛んで、毎夏には五条坂で陶器市も開催されていた。

重要文化財である明治古都館(本館)、平成 26 年開館の平成知新館などの展示施設のほか、文化財保全修理所といった建物が敷地内にあり、京都文化を中心とした文化財の収集、保全、公開に努めている。



重要文化財でもある本館、現在は特別展時のみ開館

2. 入館者数



※出典：配布資料より抜粋

① 考察

入館者数の推移状況は年度により大きく異なり、平成 25 年は、平成知新館の開館前であり、特別展のみで来館者数が約 14 万人と最も少ない。一方で、平成 29 年には来館者数が約 94 万人と最も来館者数が多いが、この年は開館 120 周年記念特別展覧会国宝が行われていたことが大きな要因となっており、入館者数の増加において特別展覧会が重要な役割を果たすことが考えられる。

② 来館者増加への取り組み

京都国立博物館では来館者増加への取り組みとして、SNS による発信に力を入れている。京都国立博物館 PR 大使としてオリジナルのキャラクターを使い、情報発信をしている。また、博物館としての機能だけでなく落語・芸舞妓を行い、普段は博物館に来館しない人も気軽に足を運べるようなイベントを実施している。



京都国立博物館のキャラクター トラりん

※出典：配布資料より抜粋

3. 視察を通じての感想

博物館の来館者数は特別展覧会やイベントで大きく異なると感じた。また、京都国立博物館では平成 26 年に平成知新館が開設しているが、来館者数は約 53 万人であることには興味深いものがある。

平成 30 年度の国立博物館来館者数は、東京国立博物館が約 200 万人で、次に九州国立博物館が約 70 万人である。100 万人という数字の大きさを改めて感じた。この目標値を達成するためには、国・道・町・財団の力だけではなく、町民が一丸となった取り組みも重要であると考えている。