

様式第2号（第8条・第9条関係）

令和2年 2月18日

白老町議会
議長 松田 謙吾 様

白老町議会議員 貳又 聖規 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。

視察レポート

日時	2020年1月30日 11時30分～
視察先 住所	道の駅みなみやましろ 京都府相楽郡南山城村大字北大河原小字殿田102
概要	<p>◎南山城村</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人口2,427人（2019年10月1日現在） ・京都府唯一の村。京都府では最東端、かつ、最南端の自治体。 ・お茶の産地であり、その多くは近隣の宇治に出荷され、宇治茶として全国各地で販売されている。京都府内のお茶の4分の1の生産量を占める一大産地。 ・村の産業として、野菜やキノコ類の栽培も手掛けている。 ・日本創成会議では「全国で17番目、京都で最初に消滅する可能性のある自治体」とされた。 ・この村で「暮らし続ける」ための挑戦として、村が出資して第三セクター株式会社南山城が設立され、道の駅が地域再生の切り札となった。 <p>◎株式会社 南山城</p> <ul style="list-style-type: none"> ○設立：2015年（平成27年）11月27日 ○資本金：3,000万円 ○主な事業内容 <ul style="list-style-type: none"> ・道の駅「お茶の京都 みなみやましろ村」運営（委託業務） ・南山城村ふるさと納税業務（委託業務） ○従業員数：44人 ○コンセプト：村で暮らし続けることを実現する。
対応者	株式会社南山城 代表取締役 森本健次氏
視察者	松田議長、前田議員、西田議員、森議員、及川議員、佐藤議員、貳又（報告者）
<p><説明者：森本代表取締役></p> <p>○はじめに</p> <p>・地元のことは地元でやっていかなければならない、そのようなことをお話ししたい。まず、はじめにオープン前の半年前から朝日放送さんが取り組みを追っていただいている、何を行ってきたのかがわかるビデオを観ていただきます。</p> <p>[以下、ビデオ放映の内容]</p> <p>○オープン日を迎えるまで</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人口2,800人の村。高齢化率が40パーセントを超え、お茶の収入を上げる、ただ土産を置くというよりも、村にその仕組みをいかにつくるか、僕らが、村の者がその仕組みづくりを行うことに意味がある。 ・放っておけば、高齢化が進むばかり。村の経済を豊かにし、コミュニティを守り続ける。 	

村の再生を担ったのが「道の駅」だった。

- ・まず、地元の農産物をブランド化し、新たな販路となる道の駅で売り出したいと考えた。その利益を生産者に還元し、農業の底上げを目指した。
- ・担当者は自ら農家に足を運んだ。売り物にならない小さなシイタケを道の駅のレストランで活用するために安く提供してくれないかと相談した。
- ・農家もこれまで捨てられていたものがお金に変わることにより意義を感じた。
- ・88歳のおばあさんを訪ねた。おばあさんの家庭に伝わる郷土料理をメニュー化した。来訪者には、集落に伝わる味を堪能してほしいと考えた。
- ・お茶は、お茶として飲むだけでなく、ジャム等への加工にも取り組んだ。
- ・そして、オープンの日を迎えた。あふれんばかりのお客が来た。野菜が飛ぶように売れ、店内ではお茶の手もみ実演で好評を得た。レストランで提供される郷土料理も用意した。お客さまからは、素朴で優しい味と評価を得て、限定200食も完売するほどだ。
- ・村が一丸となって作り上げた道の駅には、初日に5,000人の来場があり大盛況となった。
- ・農業を支え村の経済を自ら守る、ムラの宝探しのステージが幕を開けた。

[ここまでで、ビデオ放映終了]

<説明者：森本代表取締役>

○行政が本来担うべきことは何か

- ・いま観ていただいたビデオは3年前のものですが、この取り組みには、高知県の四万十川の中流域に立つ道の駅「四万十とおわ」（*1）の協力をいただいています。
- ・私は、2016年3月に役場を退職しましたが、ものをつくったこともない高卒の役場職員で、資格といっても自動車運転免許しかありません。道の駅の取り組みは、昨年退任した町長と二人で作り上げたものです。
- ・私の職員時代には、村人がこの地に暮らし続けるために、必要なサポートをするのが基礎自治体における行政の役割として捉えていましたが、行政が一般に求められる公平性や効率性の中で、本当に担うべきこと、これからの村にとって真に必要なことに、肝心なところでかかわることができていないという焦りがありました。
- ・私の役場在職当時は、茶髪でロン毛といういでたちでしたが、良く仕事ができる職員でした（笑）。
- ・役所は「構想はつくるが、実行が出来ない」。私は役所の立場から株式会社をつくり、自ら退路を断ち、「村のことを、村の必要なことに取り組む」決心をしました。
- ・役所は総合戦略とか構想をつくるが、その先の実行がなかなか出来なかった。
- ・しかし、私は道の駅の準備室にいましたので、ノウハウ移転とか、どういう体制で運営をするのか、商品開発するのかなどを実践してきており、役所の立場から株式会社をつくってきました。

○消滅すると言われた自治体が再生に向かう—それを変えたのは「村で生きる覚悟」—

- ・京都で最初に消滅する自治体と言われていましたが、地方創生で南山城の取り組みをP H P 研究所（*2）が取り上げ、社会的に貢献しているということで評価を受けました。
- ・南山城村が道の駅構想を立ち上げたのは 2010 年で、京都産のお茶の 4 割を生産し「宇治茶ブランド」を支える主要地の一つです。ただ、世間に抹茶ブームが来ても村にはそのリターンはほとんどありません。南山城村でつくっても消費者に認識されるのは「宇治」の名前であって、「みなみやましろ」の名は売れません。
- ・先にも触れましたが、詳細を述べます。当時、役所で道の駅計画の担当でした。2012 年、視察先の一つとして訪れたのが「道の駅四万十とおわ」です。「とおわ」を運営する「四万十ドラマ」の社長の畦地履正（あぜちりしょう）さんから「行政が見に来て何ができる。生産者を連れて来い！本気ならまずお前が腹をくくれ！」と言われました。
- ・そこで改めて私は、「腹をくくり役所を辞めますので、教えてください」と頼み込みました。
- ・「とおわ」を指南役として選んだ一つの理由が、同じ中山間地で茶や栗を生産、加工しながら年間 2 億円以上の売り上げを上げていることでした。
- ・この取り組みには手仲圓容（てなかかずよし）（*3）村長の英断がありました。村長は、若い世代ができる農業振興に取り組み、高齢者の生活支援の道の駅にしようという考えがありました。
- ・手仲村長が地域再生に向けて取り組んだものが「道の駅構想」。予算規模が年間 23 億円ほどで、村が総事業費約 13 億円を投じる一大事業でした。しかし、当時の村の計画は、運営主体も決まらず明確なビジョンもない「建設ありき」のものでした。
- ・畦地さんも、J A を辞めて「四万十ドラマ」に飛び込んだ経験を持っています。四万十ドラマからは運営方法を学んだだけではなく、『村で暮らし、村で死ぬ』村民としての覚悟を教えていただきました。

○地域課題を克服するための「地域商社」

- ・宇治茶は有名ですが、京都産のお茶は全国シェアの 4 %なのに大きい。京都はお茶製造のブランド力が高い。昔は鹿児島や九州のお茶を宇治茶としていた。そのうちの 4 分の 1 が南山城村、そして白老とも交流がある和束町で 4 割から 5 割がつくられています。二つの地域で京都産の 8 割から 9 割をつくっている状況です。
- ・南山城のお茶は、京都の品評会では優秀ですが、なかなか南山城が知られてきません。宇治茶の産地は南山城村ということのをどのように認知してもらうのが課題でした。
- ・ここ 20 年の間に、どんどんお茶農家も減っていきました。
- ・お茶のスイーツには、原料の悪いものを取り引きされており、農家数が減り生産額も減っています。
- ・お茶の生産面積を増やすことが重要であるため、辞めた方から借りたり買ったりして、生産面積を増やす努力をしています。現状は戸当たりの生産面積は増えていますが、価格をあげることが課題です。

・最初に取り組んだのが「紅茶プロジェクト」でした。生産者をつくることは上手に行う、でもそれ以外はなかなかできない。そこで役所として、インターネットによる販売サイトをつくるなどの販売営業活動を行いました。農業振興と考えた時に「出口をどうしたら良いか」ということに気づきました。そのようなことから地域商社を設立しました。

・取り組みも毎日新聞等のメディアで取り上げられて、徐々に知られていきました。

・買い物弱者対策の役割も担っています。この道の駅を核として、高齢化に対応した物流をつくる対策をし基盤づくりを行っています。買い物もできるし、弁当もつくっている。生協と連携もしています。

・村内の配達サービスも行っています。南山城村の行政面積が 64 平方キロメートルで高低差があり、交通アクセスの効率が悪いので、本日も交通局の方やバス事業者と協議をしています。

○商品開発 「なにもない」からの発想の転換

・ソフトクリーム为例でいうと、お茶の一点突破です。今までは「お茶しかない、売れない」という概念を「お茶があるじゃないか」ということで、とても尖った商品をつくり出しました。

・ソフトクリームを一日 1,500 本、1 個 400 円ですから、単純に道の駅の売り場だけで 60 万円売り上げます。全商品ですと最大で一日 430 万円売り上げたこともあります。

・相手の顔が見える商品づくりをしています。このお茶は誰々のお茶とか直接お話をさせていただいているので、それを売りに商品づくりを進めてきました。抹茶を活用したソフトクリームは、売れる時で一日 1,000 本を売るヒット商品になりました。良い材料が沢山あるので、春摘みで良質の抹茶を生かして商品開発を進めており、茶所だからこそできる商品展開をしています。

・抹茶のソフトクリームは、じゃらんが主催する「西日本スイーツ総選挙」で九州を差し置いてナンバーワンとなりました。本当に色々と話題になっています。

・通常は 3 ランク目のお茶を使っていますが、正月のハレの日には、一番良い抹茶を使用し、プレミアム抹茶ソフトとして 1 本 820 円で販売しています。あんこを乗せたものは 980 円ですが、30 本限定で午前中には完売するほどの人気商品です。

・プリンも人気で一日 600 個売れます。店内でつくり店内で売っていますが、ゆっくり低温でつくり時間がかかるものですが、コープや百貨店のパンフレットに載っていて、そこでの販売も好調です。

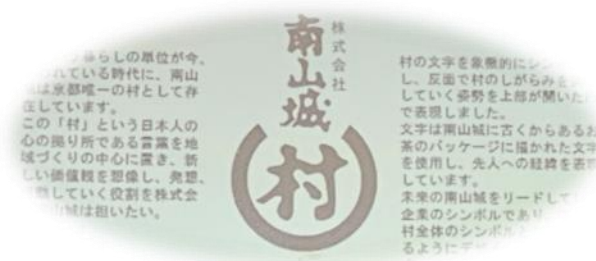
・この道の駅から見渡せる目の前の茶畑は、ここ南山城の普段の風景です。少し山の方に入ると家が隣接していて、昔々、自家用のお茶があり、戦後、お茶の産業革命で山を切り開いていった歴史が一番よくわかる風景で、日本遺産に登録されています。

・我々はその風景や営みをどう受け継ぐか、お茶をどのように仕掛けていくのが未来にとって重要と考えます。

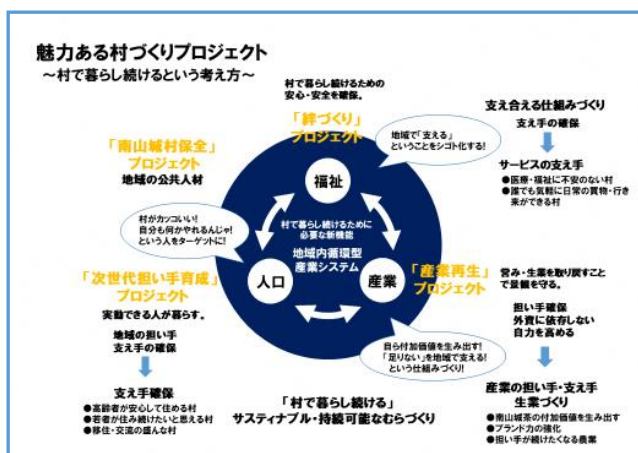
・南山城へのアクセスは京都・大阪から 1 時間、名古屋・神戸からは 2 時間であり、お客様はわざわざここに来るためにお越しいただいています。

○「村で暮らし続ける」ことを実現する企業

- ・これは我々のロゴマークですが、古い農家がお茶を販売するのに手書きで書いていた文字をデザインに採用しました。村をおこしたい。村は助け合って生きてきたり、支え合ったり、「村」という日本の拠り所の言葉を中心において、新しい価値観をつかっていこうという考えです。
- ・しがらみも悪いことだけではなく、しがらみを突破する意味で円があり、円は未来を拓くデザインです。
- ・株式会社南山城は「村で暮らし続ける」ことを実現する企業です。



南山城のロゴマーク



南山城のプロジェクトの考え方

- ・組織構成については、村が資本金 100%、3,000 万円で行っています。2017 年度は約 4 億円の売り上げで、初年度の売り上げには創業支援等も入れています。道の駅の売り上げは 3 億 8,000 万円。昨年度は、2017 年度のオープン特需から少し落ちました。今年度は 8% 増の見込みで推移しています。
- ・商品開発も自分たちで行い、加工場も設計から関わっている。村のブランディングも行い、お茶のブランディングも行っています。おかんの料理とか、先ほどの放映でもありましたが、小鉢に入って、使いやすいものと使いにくいものがありますが、お茶を中心にしてきた食文化など暮らしの中で出来ているものを商品化しております。
- ・OEM（納品先のブランド名を使って製造する手法）もありますが、できるだけ店内で販売しています。

- ・周辺地域、経済圏、生活エリアの市町村の商品も扱っています。出展可能なエリアでもあります。
- ・生産者は170名で、うち6割は村の方、あと残りがその周辺の方々です。
- ・雇用機会を創出することで、パートを含めて50名雇用しておりますが、正社員14名、その正社員の平均年齢が35.6歳で、この地域でいうとかなり若い会社です。

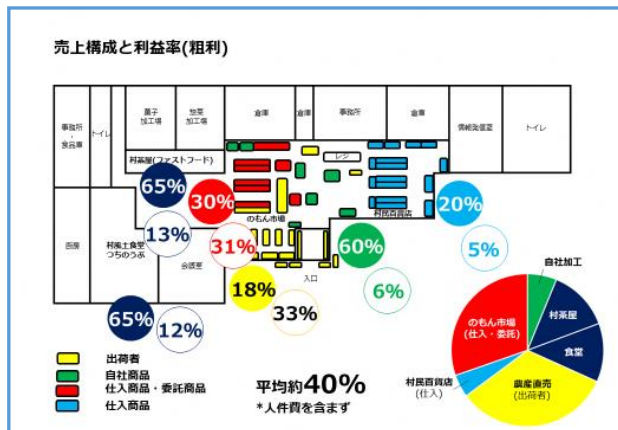
○地域内の調達率を上げ、地域内が潤う仕組みづくりに挑戦、利益率は34%

- ・年間80万人の集客がありますが、土曜日は2倍、日曜日は3倍になります。天気が悪ければ、あれっというくらい人が来ませんが、京都や大阪から多くのお客様が訪れています。
- ・大阪阪急梅田本店での催事も少しずつ行っています。
- ・統計的なデータですが、利益率は34%です。自分たちの商品を持つことで利益率を上げたい、そのような形で行っています。野菜などは15%くらいですので34%は高いです。
- ・売上総額4億円の3分の1の1億2,000万円が地元生産者によるものです。もともとあった直売所では2,000万円くらいでしたので、地元への貢献度も高いです。
- ・組織内では課を超えた連携をしています。例えば、レストラン部門のスタッフが消費開発部門や加工部門を手伝うことをしています。
- ・原料もつくり売っています。裏では、お母さんたちが弁当をつくっています。スイーツなど2つの加工があります。メニュー開発が大変で皆さんの口に合ったかわかりませんが、手をかけています。
- ・雇用については、人を遣いすぎと言われますが、地域に貢献する自負があつてのことです。

○戦略的経営—日々の実績の積み上げに基づいた統計データの活用—

- ・去年の9月に2年5ヶ月で、レジ通過100万人を達成しました。観光入込客数は88万人です。
- ・初年度は4月15日にオープンしましたが、オープン特需で5月・6月・7月夏休み前までは本当に多くの来場がありました。そこからだんだん失速しますが、2年目は、少しずつですがオープン時を上回っています。さらに、今年度は上回り、最終的には4億2,000万円くらいになる見込みです。
- ・週ごとの売り上げも統計しており、去年の今日はだいたい同じになります。
- ・台風が来るとかなり減少します。一昨年度は、土日ごとに台風が来て売り上げが落ちました。
- ・今年は天気が良かったです。何よりも年末年始の取り組みに効果がありました。初年度は年末年始をお休みしましたが、2年目から正月は9時から16時まで時短営業を行いました。最終日の1月3日は15時まで人が引く気配がなく、急遽17時まで延長しました。本年は、年末年始も通常営業として行ったところ、かなり売り上げが伸びて、9日間で1,800万円、一日平均200万円の売上げを記録しました。
- ・ちょうどこの1月中旬から2月上旬の大寒が一番底になりますが、頑張っております。

南山城の売上構成



○南山城に受け継がれた文化を大切にする。

- ・道の駅店内で流れている曲は「南山城音頭」という曲です。この曲の中に「シイタケはおらがの“つちのうぶ”」というフレーズがあり、こちらをコンセプトに採用しました。
- ・“つち（土）のうぶ（産）”とは土から生まれると書き、村から生まれた食文化、人の営みを大事にしています。
- ・催事販売も東京や京都を中心に行っています。催事に来ていただいた方が、次はこの道の駅に来ていただけます。リピーターにもなっています。
- ・観光業も少しずつですが始めてきました。お茶をつくってきた営みをキーワードとした体験などにより、京都から補助金いただき着手しています。
- ・柑橘類とお茶は非常に相性が良いことから、京都府内で十数軒のレモン栽培農家がいらして、南山城の10年ものの耕作放棄地を活用しています。次の商品開発につなげる努力をしています。
- ・パウンドケーキは私たちのクラシックモデルで、抹茶をぜいたくに使い、本当に色鮮やかなもので、お土産で渡すと非常に反響があります。
- ・お茶のペットボトルは、香港、サンフランシスコ、シンガポールにも輸出しています。

(以上)

<質疑応答>

質問者：貳又

(問) 自治体が運営する道の駅などのトップ人材について。全国的な事例からみると外から招聘する事例が多いが、トップ人材についてはどのようにお考えか。

(答) この周辺でも道の駅ができており、そちらでは外食系の企業から招聘している。自分たちのことは自分たちでしていかなければいけない。外から来た人が農家の方に話しをしてもなかなか信頼関係を構築できない。仮に役場の職員だとしても「あなたは結局3年したら異動となる」となります。四万十ドラマが行ってきたノウハウを僕たちが習いながら自分たちの仕組みをつくってきました。私をトップに据えたのは大博打でしたが、「地元のためにやるという『想い』」そこが肝心だと思います。

(問) 現在は、村から完全出資の会社ですが、これからの方向性についてのお考えについて。

(答) 最初から2分の1を地元出資としたかったが、それが難しかった。それゆえ、まずは成功例をつくって進むしかないということで、村出資100%で出発した。少しずつ理解をいただいて、次は住民出資という形で3,000万円を配分するのか増資するのかを決めていないが、徐々に「村のヒトの会社」というイメージにしたい。

(問) 雇用について。売上実績に伴い、正社員へのインセンティブ（成功報酬）があるか。

(答) 去年、初めて昇給を行いました。初年度はどうか分からないため、夏のボーナスはありませんでした。最終的には利益が出ましたので、年度末に賞与を出しました。パートさんの最低賃金は上がっていきませんが、正社員は上げられなかったため、階級の見直しなどによるベースアップを行いました。

(問) 村の職員よりも給与水準は低いのか。

(答) 低いです。料理長でも23万から28万円です。役場の職員であれば40歳ならこれよりも高いです。民間感覚で対応しています。一番高い方で基本給が30万円で部長手当をつけて手取りが30万円ほどになります。パートさんは909円です。結構厳しい状況です。

(問) 地域おこし協力隊の活用はどのようになっているのか。

(答) 協力隊は1名おり、駅長として現在も在職している。4、5名途中で辞めてしまいました。うちの村は小さな村で、奇跡的に色々な技術を持った方が、たまたま集まってくれました。それもオープン前に取材を受けて新聞などに掲載され、このようなプロジェクトに共感してもらって、ここに入りたいという人が来てくれました。

*1 株式会社四万十ドラマ。高知県四万十にて展開する地域商社。「道の駅四万十とおわ」の運営を行う。四万十ドラマと経験をもとに他地域を支援するノウハウ移転も行っている。

*2 株式会社PHP研究所は、パナソニックの創業者である松下幸之助によって創設され、出版事業を主体に行っている出版社。2010年、政策シンクタンクを標榜する株式会社PHP総合研究所を吸収合併。

*3 南山城村手仲圓容村長。現在80歳、村長を昨年の6月の引退まで3期務めた。

視察の
成果

本町においては、2020年4月にナショナルセンター「ウポポイ」及び、町観光商業ゾーンの「観光インフォメーションセンター」が開設されます。

南山城村の道の駅の事例は、ウポポイを起爆剤とした地域活性化を目指す本町にとって、消滅自治体の危機にありながらも村を活性化させる、そのまちづくりの哲学と地域再生手法には学ぶべきものが多くありました。

本町の活性化につなげるために、観光拠点となる「観光インフォメーションセンター」並びにその指定管理を受ける一般社団法人白老観光協会（日本版DMO候補法人）のあるべき姿として、次のとおり提案いたします。

(1) 観光インフォメーションセンター

① 機能について

・観光情報発信機能にとどまらず、物販機能の充実に努め、地域に経済波及効果を生む地域商社機能の発揮が求められる。

② 物販スペース（商品ラインナップ）について

・インフォメーションセンター内の物販スペースにおける地域産品の取り扱い割合を予定値の4割を6割以上に引き上げる努力が求められる。

・独自に白老の地域性のある商品開発を進めるとともに、漁業者や農家に寄り添った販売展開が求められる。

・計画を先行するよりも、まずは小さな実践から進め、成功事例を作ることを優先する。

③ 飲食メニューの開発について

・どこにでもあるようなメニューではなく、本町の食文化が表現されるメニューが求められる。

・例えば、農家に伝わる家庭料理、漁師めし、アイヌの伝統料理でも普段の家庭料理に活用されているもの、おふくろの味など。

(2) DMOを目指す一般社団法人白老観光協会

① トップ人材について

・経営部門のトップには、外部招聘ではなく、経営の有無を問わず、地域に誇りと再生に向けた情熱ある町内の人材を登用し、配置すべきである。地域住民といかに共に汗を流せるか、共感を得られるか、そのような人材像が重要であると考え。

・経営経験が豊富な人材を配置する場合は、アドバイザーとしての位置づけが良いと考える。

② 意識改革

・株式会社南山城のように、「自らの給料は自ら稼ぐ」という意識を持つべきであり、民間的発想による稼ぐ組織体制が求められる。

・補助金体質からの脱却が、地域再生への道しるべとなると考える。

視察レポート

日時	令和2年1月30日（木）14時30分から
場所	奈良国立博物館（奈良県奈良市登大路町50番地）
対応者	奈良国立博物館 総務課長 臣守常勝氏、総務課課長補佐 田邊英一氏
視察者	松田議長、前田議員、西田議員、森議員、及川議員、佐藤議員、貳又（報告者）
内容	<p>1. 奈良国立博物館について</p> <p>（1）概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・立地環境は他と違い観光客が少ない。 ・博物館にいかに来てもらえるかが課題 ・中国人は弾丸ツアーが多く、奈良公園は滞在が1時間と短い。東大寺の大仏、興福寺と行き先はほとんど決まっている。 ・特別展は年3回。名品展も実施。 ・教育普及は土曜日と日曜日に解説をしている。 ・世界遺産教育は小学5年生を対象として行っている。 ・奈良公園は夕方5時になるとほとんど人がいない。奈良といえば夜遊ぶところがない。宿泊施設の数も国内最低レベルで宿泊されるお客さんもない。 ・国際交流は、中国・韓国と行っている。 <p>（2）沿革</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成13年に独立行政法人となった。 ・平成19年には国立文化財機構となった。 ・文化財保存修理所は、すべての国立博物館にある。 <p>（3）配置図</p> <ul style="list-style-type: none"> ・奈良国立博物館の敷地 ・奈良国立博物館の特色は、フリー（公園と行き来できる）であること。他は敷地に入るところから入館料が必要。 <p>（4）組織図・職員数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ボランティア室がある。 ・ボランティアの数は他の国立よりも一番多く、充実している。 <p>（5）収蔵品等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・収蔵品は奈良の所有は1,908点 ・いわゆる借り物の寄託品は1,974点 ・文化財修理は平成30年度で6件 <p>（6）展示・入館者数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・名品展（いわゆる常設展）は平成30年度で140,829人 ・特別展は平成30年度で386,957人 <p>人気があるものは受けが良いが、マニアックなものはなかなか成果が出ない。正蔵院展が人気で、奈良国立博物館はこの役割が大きい。</p>

(7) 賛助会員等

- ・賛助会員をいかに増やしていくかが課題。大きな企業がなかなか無いのがネック。
- ・キャンパスメンバーズは、大学の教職員と学生は無料となる。38校で7,700人が利用している。

(8) 財政

- ・予算は7億8,000万円
- ・自己収入は3億1,000万円。半分が国からの運営費交付金で半分が自己収入となっている。国の運営交付金は年々、右肩下がりとなっており、自己収入をあげることが求められている。国が進める文化財の観光資源推進にかかる運営費交付金の削減の影響がある。
- ・入館料を今年の4月から現行の520円を700円に値上げする。

(9) 施設概要

- ・建設費は当時の金額として、平成26年～平成28年で約16.9億円
- ・エントランス広場が非常に狭くて、一般のお客様が見られないのが課題。空調施設の老朽化の維持に莫大な費用がかかっている。奈良は文化財を維持することに力を入れており、24時間空調をしている。そのため莫大な電気料金がかかっている。
- ・バリアフリー化をしていきたい。

(10) なら仏像館

- ・重要文化財に指定

(11) 新館・茶室

- ・茶室はもともと興福寺にあったものが寄贈されたもの。

(12) 仏教美術資料研究センター

- ・夜間にはライトアップしている。図書の見覧室を設けている。

(13) ショップ・レストラン

- ・無料ゾーンとして入ることができる。
- ・第三者がミュージアムショップを運営している。
- ・レストランも外部が運営している。

2. 奈良国立博物館の取り組み

(1) 多言語化の推進

- ・音声ガイドの多言語化も進めている。私立でも公立でも実施しているのところが少ない。
- ・総合案内所に外国語（英語・中国語）対応可能なスタッフを配置

(2) 快適な観覧環境

- ・国は例えば、仏教とは何ぞやというストーリーを伝えることに重点を置い

	<p>ている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アソシエイトフェローを採用している。外国語対応なスタッフが常駐しており翻訳を進めている。 ・夜間の開館。託児所の設置。 ・来館者サービスで写真撮影を可能としている。SNSは最大の広報ツールと捉えている。 <p>(3) 教育活動の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特別展においては体験型プログラムがとても好評。オリジナルうちわづくり等、家族向けのプログラムが人気。ただし、課題としてはスペースが狭いということがある。 ・ボランティア活動は世界遺産グループ、解説グループ、サポートグループの3つに分けている。 <p>(4) 教育活動・博物館支援者の増加への取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・プレミアムカード会員対象の特別鑑賞会の実施 ・伊勢丹と連携しコラボレーションギフトを作成・販売 <p>3. ボランティア活動について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・世界遺産グループ 52名、解説グループ 56名、サポートグループ 51名、合計 159名が活動している。 ・世界遺産学習として 26校 1,791人受け入れしている。 ・解説グループ「なら仏像館定時ツアー解説」417回実施
<p>視察の 成果</p>	<p>京都国立博物館視察レポート視察の成果とあわせて記載</p>

視察レポート

日時	令和2年1月31日（金）13時30分から16時30分まで
場所	京都国立博物館（京都府京都市東山区茶屋町527）
対応者	館長 佐々木丞平氏、副館長 栗原裕司氏、総務課課長補佐 飛田清隆氏
視察者	松田議長、前田議員、西田議員、森議員、及川議員、佐藤議員、貳又（報告者）
内容	<p>（1）博物館の見学 13時30分から14時45分まで</p> <p>○総務課担当職員より館内の耐震化など機能の説明を受けた後、館内を見学。</p> <p>（2）京都博物館について 15時から16時30分まで</p> <p>○説明者：栗原副館長</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2001年に独立行政法人になった。といっても運営費交付金で賄っている・東京国立博物館は入館料620円を1,000円に、京都国立博物館は700円に値上げする。私立博物館の入館料は軒並み1,000円である。 ・白老の入館料については高いイメージがある。いかにリピーターを獲得するのが課題だと思う。 ・京都奈良に関する文化財を預かっている。京都の文化財を守る使命を担う。 ・当館は寄託品がほとんどで、レプリカをつくり展示する。 ・通常は常設展示という言葉を用いた博物館が多いが、当館の場合は平常展示としている。 ・特別展は人が来て当たり前、いかに平常展示で集客を図るかが課題である。 ・イベントを組み合わせるなどして自己収入を獲得し、稼ぐことに工夫をしている。 ・文化庁は、「稼ぐ文化財」を推進しており、当館においてもユニークベニュー（特別会場）として、貸し会場としての収益を得ている。国際会議のレセプション会場とかファッションショーなどを取り入れて努力をしている。 ・当館の場合は、入館者数は最大限の努力でも100万人が限度。実績として、平成29年は100万人を達成した。 ・京都は見所が多いため来訪者は分散してしまう。道路向かいに立地する三十三間堂の方が入館者が多い。なかなか導線が繋がらず苦勞している。 ・白老の場合は、アイヌと伊達藩との連携に可能性があると思う。 ・奈良は正倉院展という強みがあるので、ある一定の入場者数が見込める。 ・私たち（研究者等）の信念は、学術的に意味のある展示会を行うことにある。しかし、学術面を重視してもお客が来るとは限らないのが悩みである。 <p><質疑応答></p> <p>○質問者：貳又</p> <p>（問）MICEやエクスカージョンにて京都市との連携はどのようになっている</p>

	<p>るか。</p> <p>(答) 国際コンベンションセンターとの連携をしている。</p> <p>(問) 文化庁は稼ぐ文化財を掲げているが、観光を意識した連携はあるか。</p> <p>(答) J Rや航空会社、郵政との連携をしている。主に訴求力の強い媒体から京都博物館のPRをしていただいている。</p>
<p>視察の 成果</p>	<p>奈良国立博物館並びに京都国立博物館調査を経て、次のとおり提案いたします。</p> <p>(1) 国立アイヌ民族博物館開館に係るまちづくり活性化について</p> <p>① 回遊性を向上させる取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ウポポイと仙台藩白老元陣屋資料館の「共通パスポート」の商品化 ・ウポポイと町内飲食店の「スタンプラリー」の実施 <p>② 町内機運醸成の取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ウポポイにおいても賛助会員制度が設けられると考えられることから、個人や企業会員の応援ネットワークの構築を図る。 ・京都博物館のように日本郵便株式会社との連携によるオリジナル切手の販売 <p>③ 夜間の連携策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ウポポイにて夜間プログラムが実施される予定であることから、駅北観光商業ゾーンにおいて導線を意識したイベント等を展開する。 <p>④ その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ・登別温泉からの送客が実績を得るチャンスとなることから、虎杖浜温泉・ウポポイを結ぶシャトルバスにノベルティ（乗車者への記念品）等の価値をつける。 <p>(2) 町民ボランティア活動について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・町が養成した観光ボランティアガイドがウポポイで活躍できる場を確保する。 ・ボランティアガイドの窓口には、DMOを担う一般社団法人白老観光協会が望ましいと考える。