

「佐原まちぐるみ博物館」

—佐原おかみさん会 彼女たちの200日—

椎名 喜予

千葉県 佐原市商工観光課班長

1 はじめに

佐原は江戸時代から昭和初期にかけて利根川の舟運で栄えた水郷の商都である。利根川の支川である小野川沿いにはたおやかに揺れる柳が水面に映り、関東ではじめて重要伝統的建造物群保存地区に選定された歴史的町並みが軒を連ね、訪れる人々をそれぞれの心に残る懐かしい時代へと誘っている。

2 課題

佐原のまちづくりが市民主体でいろいろな組織の連携により官民一体で推進されていることが地域の特性であり、近年では日本の原風景が残るまちとしても少しずつ認知されてきたように感じている。佐原を訪れる観光客は除々に増加しつつあり「観光」を切り口に地域振興に取組もうとしている地域住民にとっては地域の明日を確実なものとしていく要因となっている。しかし来街者に対する既往の意向調査によると佐原観光における滞在時間は短く、かつ回遊範囲も比較的限られた範囲にとどまっている。

観光による地域振興を行うためには、この状況からの脱却が地域の課題である。つまり滞在時間の延長と回遊範囲の拡大にいかに取り組むかという

ことである。

3 90分を超えたい

どのように滞在時間の延長を実現するか。一般的に人は90分を超えると消費活動を開始すると言われている。延長させるには、楽しいと感じたり、心に触れたり、響いたりする五感に訴える仕掛けを創る必要がある。

そこで観光の最前線にいる商家のおかみさんたちが結集し、一つの実験事業を行うことになった。つまり「90分を超えさせるための仕組みづくりとその検証を行うこと」、これは「佐原まちぐるみ博物館」と称した200日にわたる佐原おかみさん会の挑戦である。

具体的には国土交通省都市・地域整備局の「都市観光の推進による地域づくり支援事業」を活用して本実験に取組むことになった。テーマは「まちぐるみ博物館を通じた来街者満足度向上をめざして」である。そして取組みは平成17年6月16日から開始された。

4 本物に触れる

このようなことから本事業では、未だ知られていない佐原の本物のお宝（商家に受け継がれてきた家宝類）を巡る仕組み（佐原まちぐるみ博物館）

を構築し、来街者が楽しく本物の佐原の暮らしぶりに触れ合えることで、①来街者に懐かしさを感じる良き佐原の思い出を持ち帰ってもらうこと。②「また帰ってきたよ」といった心温まる観光地づくりに向けての素地を整える方策を見出すこと。この2点を目的として事業に取り組むことにした。

かねてより何軒かの商家では江戸時代の店構えを残す商家の佇まいを活かし、大切に伝えてきた昔からの道具類や、お雛様や五月人形などを数箇所で開催し、佐原そのものに触れてもらい、佐原を感じてもらう取組みをしてきた。これをシステムとして創りあげ、彼女達自身も再度佐原という地域と出会い、再発見した郷土佐原をフィールドとして、そしてアクトレスとして彼女たちが輝くことが大切だった。

5 期待される具体的効果

- ①まちなか回遊エリアの拡大（佐原観光の滞在時間の延長化）
- ② [見る—見られる(見せる)] 関係によるまちなか事業者の誇り(自慢)の醸成
- ③地域オリジナルの「地域の魅力評価指標」の開発
- ④不満足調査を通じた『まちぐるみ博物館』と佐原観光の改良点・新規サービス商品づくりに向けてのヒントの収集
- ⑤実験事業の実施と広報を通じた『まちぐるみ博物館』の参加者拡大・本格実施への展開
- ⑥市民のまちづくりに取り組む共通の認識（市民が主役・ホスピタリティ提供者）の醸成

6 実験事業の概要

具体的な実験内容は次の通りである。

- ①『まちぐるみ博物館』の内容の検討
- ②『まちぐるみ博物館』の商品ラインナップづくり（「1店1お宝1味運動」の企画立案協力体制づくり）

③『まちぐるみ博物館』の広報PR（広報ツールの作成・各種メディアを通じたPRとフォーラムの開催）

④『まちぐるみ博物館』の実験事業実施と効果測定（意向把握調査・回遊性調査の実施・解析）

⑤『まちぐるみ博物館』の本格的実施に向けての方向性検討

実験事業の実施期間は、平成17年6月16日～12月31日であり、勿論実施主体は彼女達である。

7 まちぐるみ博物館とは

訪れた人々が佐原のまちに息づく暮らしや伝統にじかに触れることができること（外から見た姿だけでなく内面に入り込んで触れることができること）そして、地域の人々との対話による温かい思い出を創出することである。

①まちぐるみ博物館の考え方

- まちぐるみ博物館とは、各家（商家、飲食店等）の自慢の逸品を見せびらかす場である。
- まちぐるみ博物館の展示物は形あるものばかりでなく、自慢の味や永年培った技等も含まれる。すなわち、まちぐるみ博物館とは地域の伝統の技や文化に身近に触れることのできる場である。
- まちぐるみ博物館は観光施設ではなく、新しいかたちの生きた博物館である。
- まちぐるみ博物館の館長・楽(学)芸員はおかみさんやオーナーである。
- 貴方の暮らしと自慢こそが、まちぐるみ博物館の展示物である。

②まちぐるみ博物館の構成

[1]常設展+ [2]企画展+ [3]バーチャル博物館（HP資料室）

- 常設展：各家（商家、飲食店等）の自慢の逸

品の展示

- 企画展：お雛様、五月人形、花、収穫祭、正月飾り等の季節の風物展示
- 資料室：将来的展開としてHP上での仮想博物館と資料室コーナーの公開

8 「佐原まちぐるみ博物館」実施・

運営に当たっての決め事

佐原まちぐるみ博物館を展開するにあたって皆で基本的ルールづくりを行った。何度もおかみさん会を開き、自分たちなりの品質管理を行うことにした。

①常設展（商家・飲食店等の展示品）の展示品タイプ

- 暮らしぶり・商いの歴史・伝統を感じさせるもの
- 匠の技で公開可能なもの
- 歴史・伝統。文化性に高い伝統工芸（地場産業）
- コレクション（長年にわたってストックされてきたコレクションの一部など）
- 小江戸佐原の伝統的建築様式を内部から見学できるもの
- その他おかみさん会のメンバーの推薦によるもの

②「佐原まちぐるみ博物館」としての合意方法

- 定休日以外は公開可能であること、個々には入場無料とすることを基本とする。
- 佐原おかみさん会において展示品について合意して店舗をまちぐるみ博物館として登録する。新たな展示品については、公開以前に合意の手続きを行う。なお、佐原おかみさん会での合意は出席者の過半数以上とする。
- 展示品の合意手続きについて、数多くの展示品を一体的に捉え一つの展示品とすることも

可能とする。」（例「老舗の商いの歴史」「商家の暮らしぶり」など）

- 登録された博物館においては、館長（店主、オーナー）、連絡先、定休日、会館時間、展示品タイプ等を届出登録し、博物館の号館番号と共通サイン（外にかけの看板）を受ける。（号館番号は実験期間中各博物館につける1番からの通し番号。番号は場所に関係なく、実験スタート時にはくじ引きで、その後は届け出順として附番とした。）

③展示方法

- 館長が管理責任者となることから、管理面から内部に展示することを基本とする。
- 展示品についてはリピーターを確保する意味から、一軒一つである必要はなく、複数の展示品を交換しつつ展示することも可能とする。ただし事前に登録（合意）を得る必要がある。

以上の内容についておかみさん会で合意し、具体的には「佐原まちぐるみ博物館 お宝・自慢の口伝帖」としてのおかみさん会ルールを決定した。

●お宝・自慢の口伝帖●の骨子は以下の7つである。

- [1] まちぐるみ博物館の運営主体
- [2] まちぐるみ博物館の展示品ラインナップ
- [3] まちぐるみ博物館としての合意
- [4] 各博物館の運営
- [5] お客様をもてなす時の留意点
- [6] まちぐるみ博物館の広報ツール
- [7] お客様の生の声の収集

9 佐原まちぐるみ博物館の登録状況

本事業実施にあたり、当初10館が登録できたから少しずつ参加の呼びかけを行い実験期間中にど

[サイン類デザインの考え方]

- 昔ながらの町並みの雰囲気配慮するとともに、『まちぐるみ博物館』を“探す楽しみ”を演出するために、必要以上に目立たないように配慮する。
- 他の看板類と混同しないようなデザインとする。
- 一目で『まちぐるみ博物館』であることが分かるよう、明快なデザインとする。
- 気軽に安心して立ち寄れるよう、人を招き入れるようなやさしいデザインとする。
- 気品と格調ある共通サイン（看板）とすることで、参加者の『まちぐるみ博物館』に対する愛着と誇りを育み、協力者を広げていけるようなデザインとする。

れだけ参加を募ることができるかが課題であった。

実際に呼びかけを行ったところ当初28館がエントリーし、実験期間中に5館が参加を表明し33館となった。この実験を経て現在佐原まちぐるみ博物館は本稼動し、参加館は40を超え、少しずつ参加者が増えつつある。まちなかに博物館というおかみさんのつながりの和が広がり、日々の会話の中から地域資源の掘り起こしが行われていることを感じる。そこに住む人が地域を知ること、地域の誇りが生まれ、豊かな心につながり、志の高さにつながる。本物に触れ、心の眼を磨くことで地域共通の価値観が育まれる。それは自然に地域の中で芽吹き、家族の心に地域が生まれ、優しさが培われることにつながっている。そんな優しさで来街者を迎えたい。

10 佐原まちぐるみ博物館にかかわる

広報ツールについて

①各館展示に関わる広報ツール

- 共通サイン（外につける看板）
- お宝・展示商品の自慢PRリーフレット（A4版で英文併記）現在フランス語・韓国語・中国語（台湾対応）のものも作成中である。

共通サインは、店内にお宝を展示している。

1) 共通サインの概要

- 店内に“お宝”を展示しているまちなか事業者の軒下に『まちぐるみ博物館』の共通サイン（看板）を掲げることで、来訪者に対してその存在を広くアピールし、巡る楽しみを演出することを目的とした。
- また、『まちぐるみ博物館』の共通サイン（看板）を掲げることが一種の“誇り”となることで、協力者を広げていくことも目的となる。
- デザインにあたっては、佐原の昔ながらの町並みの雰囲気を損なわないように十分に配慮するとともに「小江戸（江戸優り）」のイメージを演出した。
- また、店先に掲げられているその他の看板（まち並み保存会で作成している看板等）と混同しないように配慮することとした。

2) 自慢PRリーフレットの概要

- 自慢PRリーフレットは、各館ごとに同じ体裁のものを作成する。一枚ずつファイリングすれば佐原お宝鑑鑑が完成するものをイメージして作成した。
- **A4サイズ**：ファイリングして保管しやすいA4サイズ（英文併記）
- **両面白黒印刷**：片面で各館の紹介。裏面は、店舗の広告等への活用も可（自由）。

<自慢PRリーフレットの記載事項>

店名・館名	店名とともに、まちぐるみ博物館として目を惹き、展示内容を連想させるような館名を記載する。
館長名	館長には基本的におかみさんまたはオーナーが就任。
展示内容分類	暮らしぶり／伝統／匠の技／伝統工芸／コレクション／建築 等
住所・電話番号	
e-mail／URL	
開館時間・定休日	予約が必要な場合は「要予約」と記載。
展示物の写真	展示物の迫力のある写真を掲載。
館長の写真	おかみさんの魅力をPR。
お店・展示の説明	お店自慢と展示内容の解説。できるだけマニアックに。

- 各博物館には、その博物館のリーフレットを配布用として設置した。また、全館のリーフレットをカラー印刷の上で集約して綴じたファイルを、閲覧用として各館に一冊ずつ置くことで、回遊の促進・サポートを行うこととした。
- 自慢PRリーフレットには、以下の項目を記載した（上表）。

11 まちぐるみ博物館の取組み全体の 広報PR

まちぐるみ博物館の取組み全体に関わる広報ルールとして博物館オープン時、佐原の大祭秋祭り時（佐原には300年以上の歴史を持ち、国の重要無形民俗文化財に指定された大祭があり、夏と秋の2回開催され多くの来街者で賑わう）新規バス路線の开通にあわせたイベント時にあわせ「佐原まちぐるみ博物館」の全館を紹介するマップやちらしを作成・配布した。英文併記のポスター等も作成し、佐原から25キロメートルという距離にある成田空港周辺のホテル群などへもPR活動を行っている。

12 内外に向けたフォーラムの開催

佐原内外に向けた佐原まちぐるみ博物館フォー

ラムを開催した。外向けには平成17年10月16日に開催。勿論おかみさんから、なぜまちぐるみ博物館に取組んだのかが熱く語られ、参加者の心に佐原を想う彼女たちの心が重なった。それを受けて、立教大学の太田講師をファシリテータに、東京谷中在住の日本人画家アランウエスト氏と大阪市立大学の阿部昌樹教授をパネリストに、千葉大学法科大学院の鈴木庸夫教授をコメントータに「魅力あるまちぐるみ博物館であるために」のテーマでパネルディスカッションを行った。

会場が一体となりおかみさん達の取組みに皆がエールを送り、参加者それぞれの心も温かさや優しさを感じていたように見受けられた。

また同年12月21日には内向けフォーラムが開催され、何度も佐原を訪れ佐原ファンとして外側からの応援団の代表として東京大学の田口講師、研究対象地として頻繁に佐原を訪れ研究に取組んでくれた学生さんの代表として工学院大学の金井さん、日頃からタグをくんで支えあっている佐原市国際交流協会通訳ボランティアの岡沢さんと円城寺さん。千葉県の井上さんや市職員など日頃からおかみさん達と交流を重ねている仲間たちをパネリストに向かえ、「さらに魅力あるまちぐるみ博物館でありつづけるために」と題して和やかなフォーラムを開催した。内容的には①「佐原まちぐるみ博物館」実験の結果（実験結報告、館主の体験談）②我が家の宝は地域の宝～まちぐるみ

博物館の意味するところ～③1人1お宝1味運動の展開に向けてであった。あらためて、自分たちの進む道を確認し、実験終了時こそ自分たちの出発の時であることを確認しあい、励まし支えあっていくことをそれぞれが心に思った。

この間2回フォーラムを開催することで、外へのPRは勿論大切であるが、何よりこれから主体として博物館を運営するおかみさんの心を重ねたいと願ったからである。

外部から適切に評価され、応援団のネットワークが存在することはより彼女たちの自信につながる。そして継続的な率直な意見と冷静な評価は必然的に博物館の品質の保全を担保する。

またこの取組みは多くのメディアからも注目され、地元タウン誌、千葉日報3回、東京新聞、NHKFMラジオ2回出演、るるぶ情報版などに掲載された。

13 まちぐるみ博物館開催による効果測定

効果測定の基本的考え方

- 観光地の魅力評価〔行った時の実感〕—〔行く前の期待感〕
 - 佐原観光の魅力は小江戸の佇まい?……来街者に対するイメージ調査からの検証
 - まちぐるみ博物館の満足度・貢献度は?
⇒顧客満足度に関する指標化(佐原観光満足力)／ピンチをチャンスに調査
- 以上3つの観点からアンケート調査と回遊性調査(スタンプラリー)の2種類の調査を実施した。

14 まちぐるみ博物館開催による効果(アンケート調査・回遊性調査結果は文末参照)

まずこの取組みが実験後本稼動につながったこ

とが最大の効果である。今回の実験から導き出された成果である以下の3点に確実に取組んでいくことが重要と皆が確認しあった。

- ①来館者からの苦情を定期的に調査(不満足調査)～ピンチをチャンスに
- ②魅力の陳腐化の防止～絶えず変化しつづける・一度にすべてが見られない
- ③女性によるまちなか水平ネットワークの形成～軒先ホスピタリティ・For You

15 おわりに

彼女たちの200日は終了し、今年の元旦から彼女たち自身の佐原まちぐるみ博物館が本稼動した。

もともと佐原は天領だったことから住民自治が行われてきたところでもあり、永年町並み保存に取組み関東初の重要伝統的建造物群保存地区選定に導いた「NPO法人小野川と佐原の町並みを考える会」や、300年以上の伝統の佐原の大祭を重要無形民俗文化財指定への活動を行った「NPO法人まちおこし佐原の大祭振興協会」、また市民が出資した二つの第三セクターのまちおこし会社「(株)ぶれきめら」と「(株)ゼットやっぺい社」のほか、観光案内ボランティアや通訳ガイドボランティアなどなど、市民がそれぞれの役割を担うことで協働のまちづくりが展開されている。それぞれが縦糸や横糸になって佐原という布が織られていく。

おかみさん達は地域の最前線で来街者と対話し、苦情であるピンチをチャンスに転換したり、ウォンツ(潜在的欲求)を把握することにより地域経営の観点からのセーフティネット的役割を果たし、軒先ホスピタリティが育まれる。今回彼女たちが主体的にまちづくりに参入したことでまた新しい佐原という布が織りあげられることだろう。■

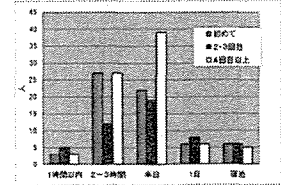
まちぐるみ博物館を楽しまれた方々からの「つうしんぼ（通信簿）」～意向把握調査結果より

佐原おかみさん会では、まちぐるみ博物館を楽しんでいただいた209名の方から、アンケート用紙を用いた対面聞き取り方式によって、佐原観光の印象や改善点、まちぐるみ博物館に対する期待と改善点、総合的な満足度評価などをお聴きいたしました。ご協力をいただきました皆様方、本当にありがとうございました。

佐原戦略ビジネス事業推進協議会
佐原おかみさん会

滞在時間	初めて	2・3回目	4回目以上	計
1時間以内	3	5	3	11
2～3時間	27	12	27	66
半日	22	19	39	80
1日	6	6	4	16
宿泊	6	6	4	16
計	64	50	80	194

※初めての来訪者は「2～3時間」の滞在が最も多いのに対し、リピーターは「半日」が最も多くなっている



来訪者が増えるとともに滞在時間が延びる傾向

リピーターの確保・顧客化が大切

1日滞在・宿泊観光を目指して！

佐原での消費額と滞在時間との関係について

- ❖ 佐原での平均消費額は、土産が3267円/人、飲食が2209円でした。
- ❖ 飲食に係る消費は、リピーターになると約400円程高まり、滞在時間が半日を超えると約800円程高まっています。
- ❖ また、土産に関する消費では、「2～3時間」から「半日」に滞在時間が延びることで、約2000円の消費の増加につながっていることが読み取れました。

滞在時間	平均(円)	消費額・飲食(円)										NA	総計	
		0	1～	1,000～	2,000～	3,000～	4,000～	5,000～	6,000～	7,000～	8,000～			
1時間以内	1,401	1	2	2	3	1							2	11
2～3時間	1,450	3											12	66
半日	2,376	1											10	80
1日	2,814												2	20
宿泊	4,587	1											2	17
佐原在住	1,967		1	4	6								3	15
計	2,209	6	24	56	41	23	6	12	3	4	3	31	209	

「2～3時間」⇒「半日」: +約800円

滞在時間	平均(円)	消費額・土産(円)										NA	総計		
		0	1～	1,000～	2,000～	3,000～	4,000～	5,000～	6,000～	7,000～	8,000～				
1時間以内	3,000			2		3								5	11
2～3時間	2,291													18	66
半日	4,345	1												21	80
1日	2,723													5	20
宿泊	3,433	3	2											5	17
佐原在住	1,767			3	1									2	15
計	3,267	6	6	41	29	26	4	19	3	3	9	53	209		

「2～3時間」⇒「半日」: +約2,000円

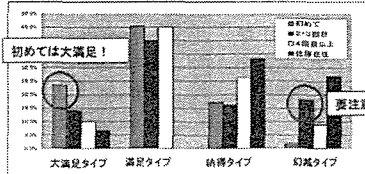
佐原での満足度・不満足度について

- ❖ 来館いただいた方々から5段階評価と100点満点で「来られる前の期待値」と「来ての実感」をお聴きしました。
- ❖ 【実感－期待】の差で佐原に対する満足度を点数化すると、6割以上の方が「満足タイプ」に分類されます。逆に、実感が期待を下回った「幻滅タイプ」は約12%でした。
- ❖ リピーターになる程、佐原観光に対する満足度は相対的に低下する傾向。特に2・3回目のリピーターに「幻滅タイプ」が全体の約1割と少なくないことは注意すべきと考えています。

◆佐原に対する実感差（実感－期待）

タイプ	実感	期待	実感－期待	人数(人)	割合(%)
大満足タイプ	88.6	43.1	+20以上	3	3%
			+10～19	11	6%
			+0～9	13	7%
			-10～-19	24	13%
			-20以下	42	22%
満足タイプ	65.2	71.2	-10～-19	42	22%
納得タイプ	62.5	62.5	-10～-19	9	4%
			-20以下	43	24%
			+0～9	48	25%
幻滅タイプ	67.3	78.8	-10～-19	11	6%
			-20～-29	5	2%
			-30以下	21	11%
計(満足系含み)	62.5	52.4		164	100%

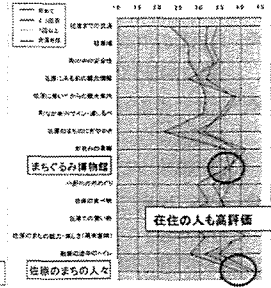
◆満足度のタイプと来訪回数との関係



初めては大満足！

要注意！

◆佐原を観光した印象と来訪回数との関係

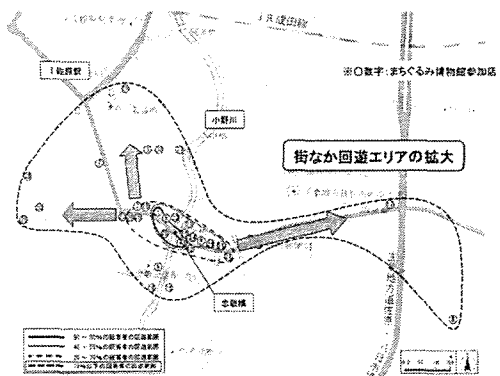


在住の人も高評価

※初めて来訪した人は総じて評価が高く、来訪回数を重ねる者に評価は低くなる

来訪者の回遊範囲について

- ❖ 平成17年11月18日～11月27日の期間、来訪いただいた方の回遊範囲を調査するために、博物館7箇所を巡るスタンプラリーを実施しました（290人の参加がありました）。
- ❖ 調査の結果、参加者の約半数が忠敬橋を中心とした狭い範囲の回遊でしたが、約2割の参加者の方々は、実験事業実施範囲の全域を巡らされており広範囲に回遊が広がっていることが確認できました。
- ❖ スタンプラリーは回遊性を調査するには効果的な手法ではあったものの、スタンプを収集すること自体が目的となっている参加者も見られ、結果としてゆっくりと博物館巡りを楽しんでいただくことにはつながらなかったとの指摘もありました。



街なか回遊エリアの拡大