

地域の話 北海道全域

“遺産”は未来を創造していく地域の“資産”。 「北海道遺産」が目指す地域創生の幸福な輪

北海道に生き、暮らしてきた人々の歴史や文化、生活、産業などを伝える有形・無形の財産を、道民が主体となって選ぶ「北海道遺産」。地域に眠る宝を掘り起こし、観光や教育などの資源として大いに活用、磨きをかけて次世代に引き継ごうという構想のもと、2001年に始動した。現在までに選定された計74の北海道遺産と、これまでの歩み、そして未来の展望について「NPO法人 北海道遺産協議会」事務局にお話を聞いた。

画像提供：NPO法人 北海道遺産協議会 事務局



NPO法人 北海道遺産協議会 事務局

弓田 由佳里 氏 (左)

矢野 ひろ 氏 (中央)

萩 佑 氏 (右)

——まずは「北海道遺産」の概要と、その歩みについてお聞かせ下さい。

北海道に暮らす私たちが自分達の足元を見つめ直し、その地域や北海道ならではの宝物、日本全国や世界に誇りうる貴重な価値を見つけ出し、そうして掘り起こされた宝物を、地域で守り、育て、観光や教育に活用しながら、次世代への継承、地域の活性化を目指そうというのが「北海道遺産構想」です。近年は、文化遺産を観光や教育、企業活動などを通じて多様な人々とシェア(共有)することで、新たな価値を創造する「シェアリング ヘリテージ」という考え方を推進しています。

2001年に第1回選定が行われ、25件の北海道遺産が誕生しました。その後2004年の第2回選定で27件、2018年の第3回選定で15件、2022年の第4回選定で6件。これまでに計74件の北海道遺産が選定されています。

例えば「旧国鉄士幌線コンクリートアーチ橋梁群」「空知の炭鉱関連施設と生活文化」「北海道大学札幌農学校第2農場」など各地の歴史を伝える建造物や施設、あるいは「霧多布湿原」「石狩川」「摩周湖」など北海道ならではの大自然、さらに「路面電車」「北海道のラーメン」「旭川家具」「PMF」「下の句か

るた」など、まさに今現在の道民の暮らしにある生活文化からも選定されている点は特徴的かもしれません(写真1～8、図1)。

そもものはじまりは、1997年に当時の堀達也知事が提唱した「北の世界遺産構想」でした。その実現を目指し、道庁内に若手有志によるプロジェクトチームと民間有識者による委員会が設置され、構想の具体化に向けた検討や遺産候補の掘り起こしキャンペーン、構想をPRするためのフォーラムなどを実施。2000年に第1回選定候補の募集が行われました。1年かけて公募していたこともあり、その時の応募総数はなんと1万6268件(重複を除いても4006件)、道外からの応募もたくさんありました。北海道で暮らす人達はもちろん、全国の人々の北海道に対する愛着や憧れがこんなに強いんだということが形になって見えてくるような結果でした。

——募集までは道庁が主体でしたが、選考からは協議会(現在のNPO法人)が主体となりましたね。

行政が主体となると、どうしても公平性が求められるので、各振興局で均等にといった配慮が働いてしまいますよね。また、北海道遺産の意義は、それを守るだけでなく観光や企業活動などに活用してもらうことで地



写真1 旧国鉄士幌線コンクリートアーチ橋梁群
(上士幌町)
2 空知の炭鉱関連施設と生活文化(空知地域)
3 路面電車(函館市、札幌市)
4 北海道のラーメン(北海道各地)
5 野付半島と打瀬舟(別海町、標津町)
6 ピアソン記念館(北見市)
7 下の句かるた(北海道各地)
8 稚内港北防波堤ドーム(稚内市)

域が元気になるという点にあります。そのためには民間企業との連携は欠かせません。しかしその当時はまだ、道庁と民間企業との連携は今ほど多くはありませんでした。

そこで2001年、辻井達一先生(北海道大学名誉教授)が初代会長となり、民間組織としての北海道遺産協議会が誕生。道庁の皆さんが積み重ねてきた取り組みを私たちが引き継ぎました。当時道庁チームの若手だった職員の方が、それまでの活動の詳細な報告書を資料として託してくれたのですが、その表紙には「この扉の向こうに、新しい北海道がある——北海道遺産の提案——」と書かれていました。今でもこの資料は私たちの大切な原点となっています。

——当時、他府県でも似たような動きはあったのでしょうか？

これまでには全国でも「遠野遺産」や「高知遺産」など同様の取り組みが生まれ、さらに2015年からは文化庁による「日本遺産」の認定も開始しています。しかし北海道遺産のプロジェクトがスタートした1997年当時は、このような取り組みは全国を見渡しても他にあまり類を見ず、先駆的な存在だったと思います。参考にさせてほ

しいと、他県からの視察や相談などが幾度もありました。しかし、「〇〇遺産」運動が持続できずに終わったところも多かったようです。

北海道遺産の取り組みが今も続いているのは、やはり初代会長の辻井先生が、当時の国内の文化財や遺産に対する一般的な考え方とは異なっていたからだと思います。「遺産」は保存一辺倒ではなく、活用していくべきものだという一歩進んだ考え方でした。先生はよく「地域の“資産”である“遺産”を元手にして、大きな“利息”をつけて子どもたちに引き継ごうではありませんか」とお話されていました。「遺産は使ってなんぼ」とも。地域の宝を、地域の人が楽しみながら活用する。楽しくなければ活動は続かないし、お金を生み出さなければまず続かないと。それが北海道遺産活動の明るい未来を作っていくんだとおっしゃっていました。

——北海道遺産の選考において重視している基準はどのようなものでしょうか。

選考委員会は建築や産業遺産などそれぞれの専門家の先生たちが多数参加しています。議論と検討を重ね、ある程度絞り込んだ段階からは現地調査も繰り返して、さらに絞り込んでいきます。歴史的な価値、独



図1 北海道遺産の分布図 (74件)

特であるか、北海道らしさはあるかという点はもとより、その遺産の「担い手」の方々——つまり地域でその遺産を守り伝える活動をされている方々が一定数いらっしゃり、そこが地域活動の拠点となっていたり地域の象徴的なコトとして認知されているかという「地域の思い入れ」価値を重視しています(写真9)。実際に現地に足を運び、担い手の皆さんとお話をしたり活動を拝見する現地調査が欠かせません。



写真9 遺産を守り、未来へ継承するためにも地域の担い手が欠かせない

また、遺産の価値を損なうことのない保全の仕組みがあるか、担い手が自律的に実行できる遺産の保全活用計画があるのかといった「持続可能性」の有無も重要です。過去〈ストーリー〉、現在〈担い手〉、未来〈アク

シヨンプラン〉という3つの視点からそれぞれに判断をしていくのです。

——北海道遺産の普及や啓発を目的に、これまで実施してきた取り組みはどのようなものがありますか？

北海道遺産構想に賛同してくださった民間企業のご協力のもとで、これまで様々な事業が実施されてきました。2001年には公益財団法人太陽財団が地域資源を生かした多様な地域づくりを支援するために財団を設立し、これまでに400件近くの地域づくり活動助成を実施しています。

2003年には北海道を代表する約30の企業や経済団体による「北海道遺産応援団」が設立され(～2008年)、ツアーの企画やお酒の販売、切手やぬりえ、子ども向け冊子の作成、テレビ番組の放送など、様々なPR活動が展開されました。

2010年からは株式会社伊藤園が「お茶で北海道を美しくキャンペーン」を開始し、売り上げの一部を北海道遺産の自然保護に関わる活動に寄付してくださっています。またスタッフの皆さんによる遺産所在地域の清掃活動なども行われています。

2011年からはイオン北海道株式会社が「ほっかいどう遺産WAON」を発行し、利用額の一部を北海道遺産の取り組みへ寄付してくださっています。その中から各地域の遺産の保全活用の取り組みへの助成ができるようになりました。そのほかにPRパネル展などを各地のモールで実施したり、スタッフの皆さんがレクリエーション活動で北海道遺産を訪ねてくださったりしています。

サッポロビール株式会社でも「サッポロクラシック」「サッポロ黒ラベル」の北海道遺産をモチーフにした限定缶を発売、「道産子感謝DAY」の売上の一部を北海道遺産の取り組みに寄付されています。また、宝酒造株式会社では各地域の北海道遺産の写真がデザインされた焼酎シリーズを販売したり、さっぽろ雪まつりすずきの会場のメイン氷像を毎年北海道遺産をテーマに制作しています。

また、北海道中央バス株式会社シービーツアーズカンパニーでは当初から「北海道遺産バスの旅」と称して、北海道遺産のラッピングバスで各地の遺産を訪ね、現地の担い手の方々から直接お話を聞いて学べるバスツアーを催行してくださっています。2022年度には20周年記念のラッピングバスを制作。数々の北海道遺産の写真が車体を飾り、中でも足寄町の「螺湾ブキ(第1回選定)」を手にした役場職員の女性が等身大で掲載されていたのが印象的でした(写真10)。



写真10 中央バスが制作した北海道遺産20周年記念ラッピングバス

それから協議会の自主企画では、フォトコンテストやトークラウンジ、スタンプラリー、道外の百貨店でのPR展などを展開してきました。また2020年からはトートバックデザインコンテストを実施しています。遺産を持つ地域の方々だけではなく、もっと幅広い世代、地域外の人たちにも、いろいろなスタンスで北海道遺産に関わって、ファンになってほしい。芸術やデザインを勉強している人たちの目から見た北海道遺産を表現してもらうことで、

新しい魅力を発掘できるのではと考えています(写真11)。



写真11 2022年のデザインコンテスト入賞の2作品

——北海道遺産の取り組みの成果として、どのような効果を実感されていますか。

北海道遺産に選定されたことで、メディアで紹介されるチャンスも増え、存在を広く知られることで、訪れる人も増えたという事例は多くあります。例えば上士幌町「旧国鉄士幌線コンクリートアーチ橋梁群(第1回選定)」の近くにある上士幌町鉄道資料館は、それまで年々落ち込んでいた入館者数が、選定後は飛躍的に増加しました。また、北見市の「ピアソン記念館(第1回選定)」も、選定後は年々来館者が増加し、約10年で2倍まで伸びています。近年では「下の句かるた(第4回選定)」が選定されたあと、下の句歌留多協会の事務局長が「取材の対応に追われて大変だった」なんて笑いながら話していました。2023年1月号のJR北海道車内誌でも巻頭6ページを使って下の句かるたの特集が組まれていたり、やはり選定の影響力は大きいなど実感しています。

でも、これまでになかなか実現出来ていないことも多々あります。例えば教育現場で子ども達に北海道遺産について学んでもらう出前授業などはもっと力を入れてやっていきたいですし、教材になるような北海道遺産の冊子も作りたい。また、民間企業からの支援について前述しましたが、その輪をもっと広げ、中でも各地域に根付いた地元企業さんに支援して頂けるような広がりを作っていきたいですね。地域の企業が地域の北海道遺産の担い手になり、現在活動している担い手さんたちと一緒に活動できるようになれば、より持続可能性が高まる。この枠を広げていくためにどうしていくか、それが今後の課題だと考えています。