

日本民家集落博物館における クラウドファンディング実施について



公益財団法人大阪府文化財センター
総務企画課 亀井 聡

公益財団法人 大阪府文化財センターの事業構造

博物館管理運営事業

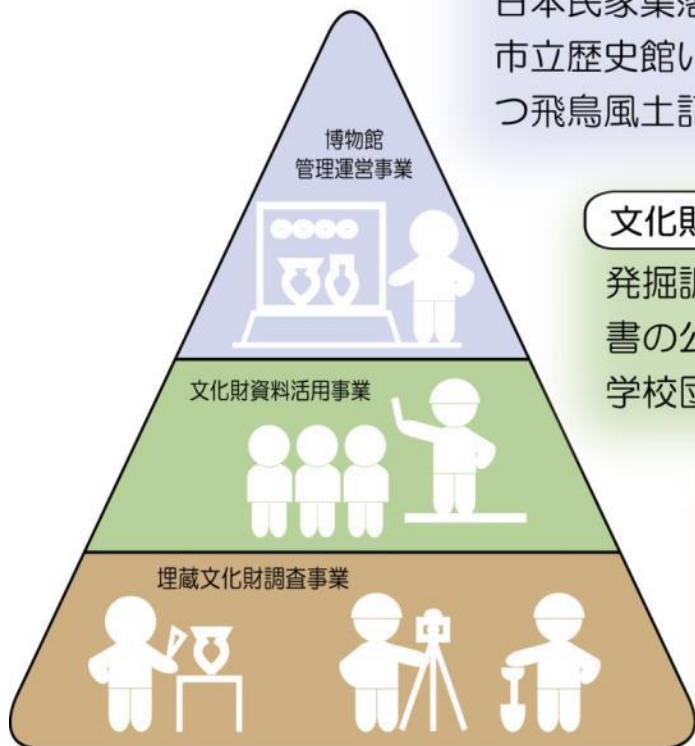
日本民家集落博物館を管理・運営するとともに、指定管理により泉佐野市立歴史館いずみさの、大阪府立弥生文化博物館・近つ飛鳥博物館・近つ飛鳥風土記の丘など、展示公開施設の管理・運営をおこなう。

文化財資料活用事業

発掘調査現場の現地公開を実施するほか、展示会や講演会、報告書の公開、発掘調査で得られた成果を広く府民に還元する。また、学校団体の体験学習などの受け入れもおこなう。

埋蔵文化財調査事業

当法人の基幹的事業で、主として開発事業に伴う遺跡の発掘調査をおこない、失われる遺跡に変わるものとして正確な記録を後世に残す。出土遺物をはじめとする調査成果を整理して発掘調査報告書を作成し、後世に活用できるようにする。



公益財団法人 大阪府文化財センターの沿革

HISTORY

沿革

昭和 47 年 11 月 大阪府教育委員会の認可を受け、財団法人大阪文化財センター設立

平成 7 年 4 月 財団法人大阪府埋蔵文化財協会と統合し、財団法人大阪府文化財調査研究センターに名称変更

平成 14 年 4 月 財団法人大阪府博物館協会と統合し、財団法人大阪府文化財センターに名称変更

平成 23 年 4 月 公益認定を受け、公益財団法人大阪府文化財センターに名称変更



日本民家集落博物館の沿革



- 昭和31年 関西電力株式会社が飛騨白川の民家を大阪府に寄贈、豊中市立民俗館として公開
- 昭和33年 府立化のために規模拡大の計画、財団法人日本民家集落を設立、奄美大島の高倉移築
- 昭和34年 日向椎葉の民家・河内布施の長屋門移築
- 昭和35年 日本民家集落博物館として登録、堂島の米蔵・摂津能勢の民家移築
- 昭和36年 信濃秋山の民家移築、財団法人日本民家集落博物館に改名
- 昭和37年 大和十津川の民家移築
- 昭和38年 越前敦賀の民家・小豆島の農村歌舞伎舞台・南部の曲家移築
- 昭和56年 賛助会員制度開始
- 平成 2年 府土木部がトイレ建設
- 平成 9年 財団法人大阪府博物館協会と統合
- 平成14年 財団法人大阪府文化財センターと統合
- 平成17年 北河内の茶室移築

日本民家集落博物館の事業について

館内には、国指定重要文化財をはじめとする国や府による指定文化財の建造物が12棟あり、それらのふるさとである全国各地から集めた多数の民具とともに保存展示している。

各建造物は内部の見学が可能で、一部は貸部屋としても活用。季節の行事や各種イベントでは、民具の使い方や伝統文化の紹介もおこなっている。



日本民家集落博物館の運営状況について

大阪府からの運営費に対する補助金は削減され続け、今では博物館を統合した当初の半分に。慢性的な資金不足でイベントなどを縮減、入館者数も減少している。観光地として期待されたインバウンド効果も、コロナ禍の影響により外国人入館者数が激減している。



日本民家集落博物館の保存修理について

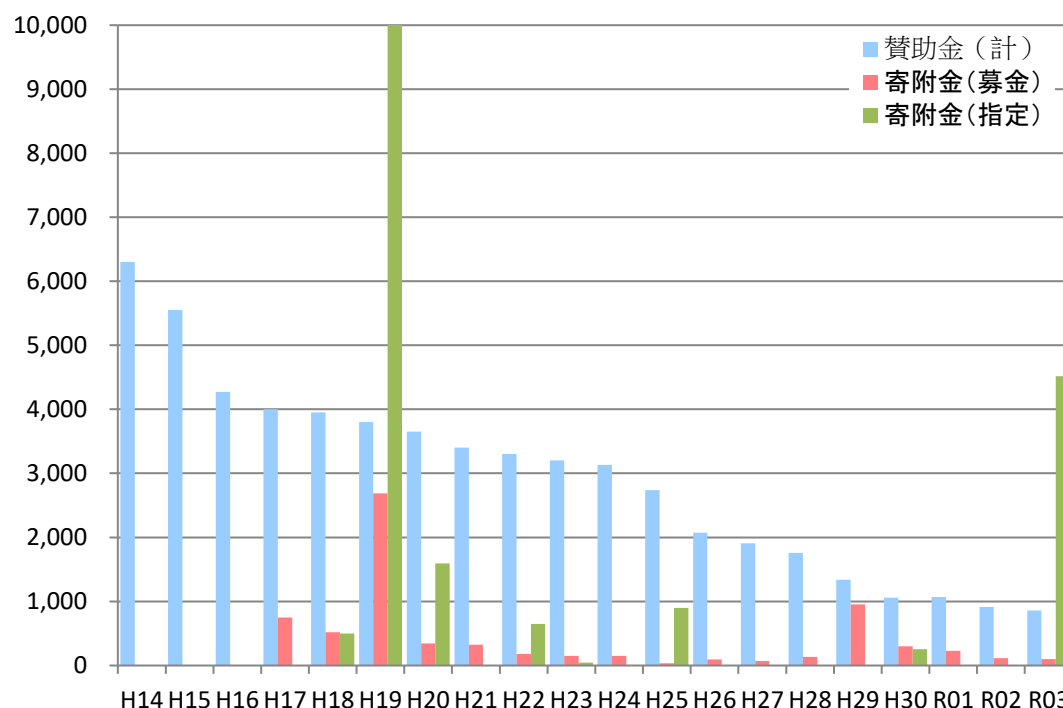
民家の保存修理事業は、令和3年度をもって当初計画のひと区切りとなったが、30年のサイクルで再び必要となる。

(単位は千円)

指 定	補修対象	計画年度	実施年度	修理金額
国指定 重要文化財	日向椎葉の民家	H18～20	H18～20	183,170
	摂津能勢の民家	H22	H22	22,513
	信濃秋山の民家	R2・3	R2・3	58,690
国指定 重要有形民俗文化財	飛騨白川の民家	H25	H25・26	38,149
府指定 有形文化財	南部の曲家	H24	H24・25	17,159
	大和十津川の民家	R3	H30	6,010
	越前敦賀の民家	R4		1,480
	奄美大島の高倉	R6	R2	820
府指定 有形民俗文化財	小豆島の 農村歌舞伎舞台	R5	H30	8,490
国登録 有形文化財	河内布施の長屋門		H27（耐震）	619
	堂島の米蔵		H9（震災復旧）	不明
	北河内の茶室		H16（移築）	8,439

日本民家集落博物館への寄附について

民家補修の資金源として賛助金制度を導入しているが、景気の悪化による減収に歯止めがかからない。寄付金は受付設置の募金箱のため入館者数等に左右される。保存修理事業実施の際は指定寄付金の募集をおこなったが、近年は低迷している。



▼ 民家集落博物館賛助金・寄附金変遷 (単位: 千円/税別)

※ H30は大阪北部地震による事務棟(板倉)建設 ※ R03はクラウドファンディングによる ※ 令和3年度は見込み

	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R01	R02	R03
賛助金	6,300	5,550	4,270	4,000	3,950	3,800	3,650	3,400	3,300	3,200	3,130	2,735	2,075	1,910	1,760	1,340	1,060	1,070	915	860
寄附金	0	0	0	746	518	2,686	341	324	177	147	146	31	94	69	131	953	296	229	112	100
指定寄附金	0	0	0	0	500	26,271	1,593	0	648	45	0	900	0	0	0	0	254	0	0	4,515

新たな集金活動の模索

平成19年から20年にかけて実施した募金活動では、21法人と49個人から約3000万の寄附金を集めることができた。指定寄附金制度を活用し、ちらしを作成して広く一般に呼びかける一方、関西経済界に働きかけ、直接企業に訪問して訴えかけた。その活動記録によると、専務理事を筆頭に幹部職員から博物館職員まで、64法人にアポを取り、直接訪問してお願いするという、膨大な時間と労力を必要とした。

ここ数年、長らく賛助会として支援してくれた企業から賛助金辞退や減額の申し入れが相次ぎ、そのたびに直接訪問するなどで改めてお願いする状況を顧みると、他の企業を含めて新たな支援を受け入れてもらえる可能性は極めて低いと感じた。



コロナ禍で苦しい企業にお願いするよりも、広く一般に訴えるクラウドファンディングが、新たな集金方法になるのではないかと注目した。

クラウドファンディングを選択した理由

募金活動をおこなう上での問題点

★博物館や法人の認知度の低さと、そこからくる訴求力の弱さ

日本民家集落博物館を知る人は、地元の大阪でも府民の約2割と言われている。チラシを配架して訴えかけるだけでは、一般の方から企業まで、「それ何？どこにあるの？私には関係ない～」と思われてしまうのがオチではないだろうか。

解決する方法として

☆インターネットを活用して、声の届く範囲を広げよう！

☆さまざまな人脈を駆使して、とにかく周知してもらおう！

☆イベントやギフトの提供により、親近感をもってもらおう！



すべての要素を満たすのは、クラウドファンディングしかない！？

今回の寄附の基本的な仕組みを検討

国重要文化財 信濃秋山の民家「旧山田家住宅」の保存修理事業

※昭和36年に長野県栄村より日本民家集落博物館に移築



公益財団法人
大阪府文化財
センター

- ・ 建築家、女優、
ヴァイオリニストに応援要請

返礼品購入



返礼品提供



長野県
SAKAE MURA
栄村

- ・ 長野県北部地震から10年
- ・ 民家のふるさとに恩返し
- ・ コラボでお互いの認知度アップ



READYFOR



- ・ 登録者の年齢層が高め
- ・ 社会貢献に関心の高い方が多い
- ・ 寄付型で確約実行型を選択が可能
- ・ フルプランのサポートが充実

より多くの人に募金を呼びかける

寄附

クラウドファンディングの実施

【クラウドファンディング、始動】

旧山田家住宅（信濃秋山の民家）の保存修理工事を行う。
日本民家集落博物館のためにご寄附を募っています。



寄付金控除型 #大阪府 #地域 #地域文化 #観光 #寄付金控除型 #歴史 #古民家

日本民家集落博物館 | 重要文化財「旧山田家住宅」の修復へご寄附を

日本民家集落博物館（公益財団法人 大阪府文化財センター）



寄付総額
3,251,000円 目標金額 5,000,000円

寄付者 募集終了日
171人 2021年5月31日

フォローする

プロジェクトは成立しました！

シェア ツイート LINEで送る 動画で見る

クラウドファンディングの目標達成率は約65%、寄附者165人
クラウドファンディングをみて、同様の通常寄附も増加
上記と合わせると、年間合計は4,515千円、199人に達する



工事体験会



見学会

クラウドファンディングでわかったこと

○ まとまった人員や活動原資が無くても、広く一般に訴求できる点が魅力的

⇔ 過去の募金活動では総員11名で対応

● 実行者側に第一次の寄附をお願いできるような最低限の枠組みが無いと、端緒となる寄附（基盤）を作るのが困難

← 寄附の集まらないところに興味は集まらない「寄附が寄附を呼ぶ」

● 人脈とネットワークが成否を決めるカギ

→ 製品開発と異なり、何の脈絡もなく第三者は飛びつかない

● 返礼品設定の難しさ（税制上？法令上？それ以外？）

← 誘引力の強化、寄附型の制限、集金目的と返礼品の関連性

● 下準備からテコ入れまで、労力は思った以上に必要

→ 適切なプランの選定、Webページやチラシの検討、周知活動の準備

← 成功させるためではあるが、CF会社からの要求はかなり厳しい

● インターネットは燃焼材になるが、着火剤は人力

● 実行者の気持ちと心構えが問われる

→ 気持ちがなければ耳を貸すものはいない、そして最後は楽しめるかどうか

クラウドファンディングを 再チャレンジする上での課題

タイムスケジュール想定の甘さ	➡	余裕をもった打合せと入念な準備により、訴求力の高いサイトやシステム作り
他の業務と平行する難しさ	➡	専任スタッフがいれば、広報・サポートあらゆる面できめ細かな対応が可能
周知方法の乏しさと力不足	➡	公式HPを見易く、SNSを多用、クラウドファンディングへの誘引力をアップ
当センターに関する理解不足	➡	組織をアピールし、置かれている状況を正確に理解してもらう
応援者への依存過大	➡	他力本願の効果的な使い方と、自身の発信力アップ
民家のふるさとへの発信力不足、 コラボによる当事者感で寄附意識が低下	➡	ふるさと（地方）側からも寄附に興味を持ってもらえるような内容作り
一次寄附者への寄附依頼不足	➡	役職員、ボランティア、賛助会員など、身近な支援者にこそ丁寧な依頼
第三者（仲介層となる）への訴求不足	➡	他館や文化施設など、つながりのある機関や施設にアピールを強化

アフター、クラウドファンディング

クラウドファンディングのキュレーターとの打ち合わせで、「たくさんの方に知ってもらえたことが何よりもよかったと、喜ぶ実行者は多い」と聞いていたが、プロジェクトを介して普段は行き来のない遠方の方から応援コメントをいただくと、本当にそう感じた。

しかし、知ってもらうだけではどうしようもない場面や、実行することすらできずに困っている個人や組織はたくさんあるはず。

- 1** 文化庁のような公的機関によるクラウドファンディングサイトの構築：実行者への敷居を低くし、寄附者には信頼と安心感。
- 2** 文化庁のような機関が複数の案件をとりまとめてクラウドファンディングを実行し、基金化。毎年度、余剰金があれば、コンペ方式などによりさらに小規模な案件を支援する仕組み。
- 3** クラウドファンディング実行をサポートするチームを創設（運営会社によって対応が異なるため、マニュアル作成は困難か）