



目次

■論考・提言・実践報告	
阿蘇地域における文化施設ネットワーク化の試み／阿蘇火山博物館 池辺 伸一郎	2
地域づくりとエコミュージアム～日本における活用手法と成果～／（株）丹青研究所 大山 由美子	5
「博物館の楽しみ方」講座の試み－博物館の努力と利用者の創意工夫で「博物館文化」は成熟する－ ／東京都江戸東京博物館 佐々木 秀彦	9
■2つのファームパーク「ポテロンの森」と「0円リゾート」／（株）博報堂 川津 尚一郎	12
■ミュージアムのエントロプルナ	
大阪市平野町づくりで注目される3つのキーワード 「おもしろい」「いいかげん」「人の輝」で仕掛け、行動する異色の町おこし住職 全興寺住職 川口 良仁氏／報告 高橋 信裕	17
研究部会活動報告	
理論構築研究部会 第2回研究会「資料はいかにして博物館資料たりうるか」 ／栃木県立博物館副館長 樋口 弘道氏／国立科学博物館 前島 正裕氏	18
理論構築研究部会 第3回研究会「博物館はいかにして利用者に近づくか」 ／長畑 実氏／川嶋一ベルトラン敦子氏	19
■時の話題	
亀印製菓（株）「お菓子博物館」／乃村工藝社 森 美樹	20
関西ミュージアムメッセ／文化総合研究所 国定 由美	22
フェルメールがやってくる！／文化環境研究所 齊藤恵理	24
■新刊紹介 「知の成長」／文化環境研究所 齊藤 恵理	26
■インフォメーション	27

阿蘇地域における文化施設ネットワーク化の試み

池辺 伸一郎
阿蘇火山博物館

1. はじめに

阿蘇くじゅう国立公園地域においては、湯布院、黒川温泉、小国町などいわゆる”地域活性化”活動の先進地が多数存在する。しかしながら阿蘇火山を中心とした地域においては、ここ数年来地元町村や個人など様々な活動が見られるようになってきたものの、地域としてまとまった活動にまでは至っていない。

一方、近年になっていくつかの観光施設が開設され、そこでは、食事、買物、温泉、宿泊、遊びといったことがすべてまかなえるような内容となっている。いわゆる簡単に「阿蘇で」遊べる施設が増えつつあるのである。

このようななか、阿蘇地域には火山をはじめ、野草、薬草、星、童謡、美術などさまざまなテーマを持った博物館、資料館が存在し、これまでそれぞれが独自に活動してきた。しかしながらそのような個々の活動には限界があり、十分にそれぞれの施設や人、モノを活かしきれていない状態であった。

そこで我々は、それぞれの施設の持つ特長を生かしながら、また弱点を補いながら多様な調査研究や普及活動を展開できないかとの思いからネットワーク活動に取り組んだ。その目標は、「阿蘇の本質をより多くの人に理解してもらうことによって感動と喜びを与え、それによって阿蘇地域における文化的、観光的発展を進め、さらに地域の活性化につなげていきたい」ということである。

その取り組みについて以下に紹介する。

(表1) 阿蘇・学びの館ネットワーク

(阿蘇地域文化施設連絡協議会) 参加施設と概要

2. ネットワーク設立の経緯

【本物の阿蘇を提供したい】

阿蘇地域においてはここ数年のうちにいくつかのアミューズメント施設がオープンした。これらの施設は大規模資本の投入によって様々な設備を兼ね備えており、それによって多くの観光客を引き寄せている。このことは阿蘇地域の経済活性化に対して一つの効果をもたらしていることは事実であるが、それが長期的な阿蘇地域の経済的、文化的発展に寄与していくのかについては疑問である。さらには一般的の観光客がそのような場所で1日を楽しむことと、「阿蘇の自然や文化を満喫した」ということとは別次元の話であることをはっきりさせておく必要がある。

我々は阿蘇を訪れる人々には非日常的な景観や独特的な自然や文化に触れてもらい、そこに感動と喜びを味わってもらいたいと考えている。

【各施設の利用者を増やしたい】

こういうことを書くと民間施設の多い学びネットとしては、企業的論理として経済的な効果ばかりを期待していると受け取られてしまうが、そうではなくこのことが上記の「本物の阿蘇」を少しでも多くの人に理解してもらうことにつながるのである。

また、各施設に経済的な効果があることによってより良質の活動を提供できるのであり、特に民間施設にとつては利用者数の確保は必要不可欠な事柄である。

当初数人の施設担当者によって以上のような思いが一致し、他の施設にも参加を呼びかけた。ただし、呼びかける相手としては一般の観光施設と一線を画し、文化施設の活動として差別化を図りたいとの思いから、「文化的活動を実施できる人と施設を持っている」ということをひとつ条件とした。

3. ネットワーク組織の概要

以上の経過を経て平成10年3月に8施設（現在は10施設）が集まってネットワーク活動を立ち上げた。名称は「阿蘇・学びの館ネットワーク（阿蘇地域文化施

平成12年1月現在

施設	場所	経営形態	施設のテーマと特徴
南阿蘇ルナ天文台	阿蘇郡白水村	株式会社	口径8.2cmの九州一の天体望遠鏡を所有し、専門員の解説を受けながら夜は星空を、昼間は太陽などの観察が出来る。プラネタリウムも併設。星空観察会、講演会など様々な活動を展開している。
阿蘇薬草園ハーブの里	阿蘇郡長陽村	有限会社	薬草の様々な効能や所望の仕方、飲み合わせなどについて、専門員自らの体験をとおした研究を楽しく解説する薬草教室を開いている。そのほか薬草園の散策をはじめレストランでは様々な薬膳料理を楽しめる。
古代の郷美術館	阿蘇郡一の宮町	個人	昔から地元の阿蘇神社や西巣殿寺に伝わる刀剣や書などを所有しており、阿蘇の文化の一端をかいま見ることが出来る。また、尾形光琳によるとされる菊花図をはじめ数々の貴重な書画も一堂に展示する。
日本国際童謡館	阿蘇郡久木野村	NPO法人	毎日2回の童謡コンサートの他、童謡教室、出張コンサートなどをとおして子供達や世界の人々にメッセージを送りつづける。童謡の理念に乗っ取って「正しく歌い・伝える歌手」の育成にも取り組んでいる。
学びや里 木魂館(北里柴三郎記念館)	阿蘇郡小国町	財団法人	この地で生まれた北里柴三郎博士の「学習と交流」の理念を次代につなげることを目的に作られた研修宿泊施設。小国町の様々な活動の拠点でもある。また、同博士の生家の一部を移築した記念館を併設。
南阿蘇ビジターセンター(休暇村南阿蘇)	阿蘇郡高森町	環境庁	阿蘇の豊かな自然や文化を映像や写真、パネルなどで楽しく紹介している。また、阿蘇の野草が自然の状態で相互に影響しあいながら生きている様子を観察できる野草園も併設され専門員の解説を聞くことができる。
西巣殿寺	阿蘇郡阿蘇町	宗教法人	阿蘇山上一帯で中世の時代に栄えた山岳宗教の場「古坊中」における中心的存在のお寺。現在では麓坊中に移築されている。火山と宗教文化との関わりを探るうえで貴重な、古坊中時代の資料や仏像などを有する。
阿蘇神社	阿蘇郡一の宮町	宗教法人	神武天皇の孫で阿蘇開拓の神「健磐龍命」を主神として祀る神社。古くから活動する火山をご祭神とし、阿蘇地域の農耕祭事と深く関わってきた。阿蘇の人々との関わりも深く、地域文化をつくってきたともいえる。
国立阿蘇青年の家	阿蘇郡一の宮町	文部省	団体宿泊生活をとおして多様な活動や体験学習を行い、健全な青年の育成を図ることを目的に設置されたもの。キャンプ場、運動場の他大小の研修室、視聴覚室などを有し、年間を通して様々な活動が可能。
阿蘇火山博物館	阿蘇郡阿蘇町	株式会社	「火山と人との共生」を大きなテーマとし、火山の恵みや脅威について重視。中心は火口内の生中継カメラによる映像展示。年数回の企画展や自然観察会なども実施する。オルゴール響和園を1Fに併設。

設連絡協議会) -The Network of Cultural Enlightenment Facilities in Aso-」である(以下「学びネット」という)。平成12年1月時点での参加施設の概要は(表1)のとおりである。また組織としては、会長(南阿蘇ルナ天文台)、副会長(阿蘇薬草園ハーブの里)、事務局(阿蘇火山博物館)を3役として会の世話役を引き受けた。そのほかアドバイザーとして地元の学識経験者や行政関係者、観光関係者などにも参加してもらい、様々な面から助言いただいている。さらに現在、ネットワークとしての友の会的な組織「市民の会」を立ち上げようと試みているところである。

4. 活動の方針

博物館や資料館は従来の収集展示型、教育普及型から双方向の情報交換型へと様変わりし、それとともに、よりアミューズメント性を重視したものへと変わってきた。そのようななか、観光施設と文化施設との区別が不明確になりつつあるが、やはり文化施設たるゆえんはその活動の中で利用者の自己啓発を促そうとする”意志と力”を備えているか否かではないかと考える。それを持つことによって”観光地にある文化施設”としてはアミューズメント性を追求しながらも普通の観光施設とは違った活動を提供していくべきであると考えている。

また地域における文化施設の役割として、従来から地域住民に対する社会教育がある。我々は観光地であると同時に阿蘇という地域に立地しているのであり、地域に根ざした活動を作り上げていくことも大事である。

つまり、阿蘇は古くから受け継がれた「自然と文化の宝庫」であると同時に、ここ数十年來の開発による一大「観光地」でもある。そのような地域性のなかで学びネットとしての役割を十分に果たすために、次の大きな3つの活動方針を立てた。

(1) 阿蘇地域の自然と文化的継承と普及

阿蘇地域の自然と文化を考えるとき、1000年以上続いてきたと言われる放牧とそれによる草原の維持という営みに象徴されるように、阿蘇の人々は自然の姿として阿蘇火山と共に存してきたのである。時代の変化とともにこの営みの形態が変化するのは仕方のないことではあるが、その無意識のなかにある「自然との共存」は今後も継承していかねばならない事柄である。

さらに、世界最大級のカルデラをもつ火山やそこに育まれた独特の動物、植物などの自然遺産、またそのうえに成立してきた独自の宗教や農耕といった文化遺産など、「阿蘇の本質」を引き継ぎ、それらを一般の人々に伝えていくことがもう一つの重要課題である。

この活動を踏まえて、次の(2)(3)へと展開していきたい。

(2) 地域に根ざした文化施設としての役割を果たす

先に述べたとおり、観光地に立地する施設としてその利用者の多くが観光客である。しかしながら本来の文化施設としての役割は地元の人々に対して文化的貢献をすることではなかろうか。そのことによって阿蘇の人々が自分たちの地域に興味と誇りを持ち、さらにそれによって地域の文化施設に関わりを持ってもらい、地域の人々に支えられる文化施設を目指していかねばならない。

(3) 阿蘇の新しい観光形態の提案によって地域の文化的経済的発展に寄与する

近年の一般観光客や修学旅行の観光形態は、これまでの一過性の”珍しいものやきれいなもの見物”から体験学習や知的好奇心を満足させる”知的楽しみの旅”へと変わってきている。そのような背景を踏まえて、観光地における文化施設として観光客に対する知的満足を与えられるような”楽しみ”を提供していくことによって、これまでの観光形態から脱却して新しい阿蘇の観光形態を提案していきたい。「自然と文化ゾーン」としてのイメージづくりもある。

5. 主な活動実績

学びネットとしては原則として月1回の定例会と年1回の総会を実施して会員やアドバイザーの意見を集約しながら、活動に反映させている。

活動していく中で、前項の(1)(2)の部分を中心に展開する「文化研究部会」(学芸員や専門員が中心)と(3)の部分を中心に行う「観光企画部会」(施設長や営業担当者が中心)とに分けた。さらに各部会にはアドバイザーも数名参加してもらっている。

設立からやがて2年が経過するが、活動内容としてはまだ不十分で模索状態であるというのが現状である。ここではそのうちのいくつかを簡単に紹介する。

【文化研究部会としての活動】

- ・企画展示「阿蘇・学びの館ネットワークって 知ってる?」

期間：平成10年4月1日～5月31日

場所：阿蘇火山博物館 企画展示室



内容：学びネットの設立主旨、活動計画等のパネル展示・各施設を紹介する資料、パネル等の展示・ネットワークに対する期待、注文などのアンケート

・ワークショップ

「水の不思議が見せてくれる－地球と火山と人の暮らし」

期日：平成10年5月31日(日)

場所：南阿蘇ルナ天文台～白川水源～夜峰山～地獄温泉



参加人数：37名

内容：天文台：水の惑星地球の成り立ち(プラネタリウム)

白川水源：火山が育むおいしい水(水質などの実験)

水源と周辺の人々の生活－昔と今－

(聞き取り調査)

夜峰山：火山の噴火と水との深い関わり

(地形を見ながらの解説)

火山が作り出す様々な地形

(地形を見ながらの解説)

地獄温泉：湧水と温泉の違い(泉質の実験)

”硫黄の臭い”の正体とその危険性

(ガス濃度の実験)

天文台：全体のまとめと意見や感想の発表会

地域づくりとエコミュージアム ～日本における活用手法と成果～

大山 由美子
(株)丹青研究所

日本におけるエコミュージアムは、地域活性化策として注目され、地域づくりの一役を担っている。その現状を概観し、エコミュージアムの活用手法と成果の考察を行い、今後の展望を試みた。

■地域に寄与する博物館の解説

エコミュージアム (Ecomuseum) という用語は、1971年に開催された ICOM (国際博物館会議) の第9回博物館全体会議の場で、初めて公に用いられた。その言葉は、「人間と環境との関わりを扱う博物館」として、生態学 (Ecology) と博物館 (Museum) から考案されている。

日本では、1974年「博物館研究」において、鶴田総一郎氏による ICOM 大会の報告の中で「環境博物館または生態学博物館」と訳して紹介されている。1987年には新井重三氏より、エコミュージアムの実態から「生活・環境博物館」と意訳して紹介された。

エコミュージアムは、1960年代のフランスにおける“地方文化の再確認”という思想を背景に生まれている。そのはじめは、農村地域に設置された自然公園で、地域の人々の心の回復、地域資源の見直し、新しい産業の創造、郷土愛を育むことを目的とする文化施策としてつくられていった。

フランスで展開されていったエコミュージアムの傾向について、1992年に来日した当時バス・セーヌ・エコミュージアムのアラン・ジュベール氏は、運営、及び活動内容の特徴により次のように分類して紹介された。

a)科学的研究中心エコミュージアム

：出版や研究が主な活動、一般訪問者には閉鎖的

b)保存中心型エコミュージアム

：地域遺産としての民俗遺産を保護

c)共同体中心型エコミュージアム

：地域住民が抱える問題を中心に、問題の解決と住民意識の統合

d)文化圏型エコミュージアム

：住民文化の創造と地域の枠を超えた一つの文化圏での活動

e)地域発展型エコミュージアム

：施設を通して地域の活性化や発展に貢献

f)経済発展型エコミュージアム

：経済活動を発展、雇用創出、経済的自立

ジュベール氏が設立から携わったバス・セーヌ・エコミュージアムは、プロトンヌ地方自然公園の一部門として設置された。「セーヌ川の変遷と人々の暮らし」をテーマに、地域の文化遺産を保護し、自然との共生を図りながら、地域への貢献を果たしている地域発展型エコミュージアムである。その活動は、複数のサテライトや中核施設を通して、

地質や植生などの科学的研究、文化遺産の保護・活用、地域住民への教育普及活動などを実践している。

このようにエコミュージアムは、フランスでも様々な諸相がみられるが、基本としては住民参加、文化・自然遺産の保護、科学的研究を柱に、地域の発展に寄与することを目的にしている。

エコミュージアムは、地域の研究活動を継続し、人々に對して分かりやすく伝えることで、知的探求心を喚起させ、新たな産業や雇用の創出を生み出すなど、地域振興をめざすものといえる。

■日本におけるエコミュージアムの発展

日本の地域づくりには、日常生活の基盤整備や再開発に加え、地域の自然や歴史、産業遺産などの地域特性を活用した様々な展開がみられる。その中で、エコミュージアムの理念を根幹に据えた施策は、我々が1991年から実施した独自の調査、及び外部から寄せられた情報によると約40箇所ほどになる。

【日本でのエコミュージアム分布図】1999. 丹青研究所作成

- 1・屋根のない博物館（北海道白老町）
- 2・はまなかエコミュージアム（北海道浜中町）
- 3・オーハート・エコミュージアム（岩手県奥州市）
- 4・三陸町ふるさとまるごと博物館（岩手県三陸町）
- 5・朝日町エコミュージアム（山形県朝日町）
- 6・あしまエコミュージアム（美浜県東みよし町）
- 7・大曾村エコミュージアム（埼玉県大曾村）
- 8・高麗郡エコミュージアム（埼玉県日高市）
- 9・津川町エコミュージアム（埼玉県深谷市）
- 10・津川エコニーズ（千葉県茂原市）
- 11・津川流域エコミュージアム（東京都多摩地域）
- 12・秋川流域エコミュージアム（福島県西白河地区）
- 13・鳥取とくとくエコミュージアム（米子市八丈島、青ヶ島）
- 14・大瀬川エコミュージアム（静岡県掛川市）
- 15・桔梗又エコミュージアム（新潟県十日町）
- 16・軽井沢エコミュージアム（長野県北佐久町）
- 17・松まどまるごと博物館（長野県松本市）
- 18・高瀬竹鼻・エコミュージアム（岐阜県羽島市）
- 19・酒田港まどまるごと博物館（静岡県清水市）
- 20・高森町屋根のない博物館（静岡県静岡市）
- 21・川根地域まるごと博物館（静岡県本川根町、中川根町、川根町）
- 22・大庭町エコミュージアム（静岡県水窪町）
- 23・町ごと屋根のない博物館（愛知県豊川市）
- 24・御前江エコミュージアム（三重県鳥羽市）
- 25・てんびんの里まどまるごと博物館（滋賀県高島市）
- 26・タクミン・エコミュージアム（兵庫県加茂町、荒畠町、和束町、南山城村）
- 27・ひらの町ぐるまごと博物館（大阪府大阪市）
- 28・コウノトリ・エコミュージアム（兵庫県春日市）
- 29・智頭町エコミュージアム（鳥取県智頭町）
- 30・鳴門町エコミュージアム（鳥取県鳴門町）
- 31・津山・城西まるごと博物館（岡山県津山市）
- 32・竹原城域エコミュージアム（広島県竹原市、安芸津町、東野町、大崎町、木江町）
- 33・あさんラブリ・エコミュージアム（島根県宍道町、上坂町、土成町）
- 34・北川村エコミュージアム（高知県北川村）
- 35・しまんと・あさりエコミュージアム（高知県中村村、佐佐清水市、宿毛市、佐野町、大野町、三原村、西土佐村）
- 36・安藝エコミュージアム（福岡県行橋市、藍野町、若狭町、篠町、新古富村、大平村）
- 37・町ぐるま博物館（佐賀県唐津市）
- 38・しまばら萬國の里づくり（長崎県島原市）
- 39・企石溶洞博物館（熊本県阿蘇市）
- 40・ひきわり保育園卒業生まどまるみ美術館（鹿児島県隼人町）



日本においてエコミュージアムが普及した経緯を振り返ると、まず最初のきっかけとしては、1992年3月に開催された「エコミュージアム・フォーラム」といえる。この研究集会は、日本で初めて全国規模で行われ、国や地方自治体、大学、企業、博物館関係者などから幅広い関心が寄せられた。その後、全国生涯学習まちづくり研究会が各地で開催するまちづくりセミナーや、各地の自治体が開催する研修会などにおいて、地域を学習し、地域の歴史・自然を活用しての

まちづくり例としてエコミュージアムが広まっていた。

それぞれの地域で試行錯誤が続く中、1995年3月には、日本エコミュージアム研究会が設立された。会員数は、現在約200名である。研究会の活動としては、エコミュージアムを推進する地域での全国大会や定例研究会の開催、ニュースレターや機関誌の発行が行われている。

その他、日本におけるエコミュージアムを取り巻く動向としては、自治体、もしくは住民グループが中心となって展開されつつある中、国の機関での補助事業政策も立ち上げられてきた。1994年に、農水省が理想的な中山間地域の姿としてエコミュージアムを事例に挙げ、「ふるさと水と土基金」を設立した。これは、農村の田園景観や自然景観など「水と土」を通じた豊かな地域色を生かした環境整備や、地域全体のコミュニティ活動への支援を行う制度である。

1995年に文化庁では、エコミュージアムの理念を基本にした、天然記念物を通して地域の自然と文化の結びつきを知るための「天然記念物整備活用事業」を展開、現在8箇所で整備が進められている。また、同年から環境庁においても、国立・国定公園内で展開する自然とのふれあい拠点として「エコ・ミュージアム整備事業」をスタート、約20箇所で展開されつつある。

農水省では、1999年から新たに、エコミュージアムを発想の原点とする豊かな農村環境づくりをめざした「田園空間博物館事業」が全国28地区で具体的にはじまった。

このような省庁の施策を合わせると、日本におけるエコミュージアムの概念を取り入れた事業は、すでに100箇所近く展開されていることになる。

■日本におけるエコミュージアムの諸相

日本で初めてエコミュージアムという言葉を公に使用して地域づくりに取り組んだのは、山形県朝日町であろう。朝日町では、1989年に朝日町エコミュージアム研究会を発足、エコミュージアムの理念の勉強会と地域資源調査を第一段階に、生涯学習のまちづくりの一環としてスタートした。「楽しい生活環境観・エコミュージアムのまち」を掲げ、住民と行政が一緒になっての取り組みが進められている。

千葉県の富浦町エコムuze（フランス語を使用）では、まず町の経済基盤を確立することを目的に、産業活性化センター「枇杷俱楽部」を設立した。枇杷俱楽部を中心、人々の回遊を促すサテライトのネットワーク、エコムuze研究会による地域の植生、民話、歴史などのウォッチング活動、民話を題材にした人形劇の創作・普及などを実践している。

岩手県の東和町では、1990年に町がシンクタンクとしての空・山・川総合研究所を設立、この研究所が母体となり、研究成果としての「東和町のまちづくりとエコミュージアム」を発表、田園理想郷の実現に向けたイーハトーブ・エコミュージアムが推進されている。

また、日本では行政単位での事業推進が多く進められているが、1993年には、徳島県板野町・上板町・土成町の3町で一行政区域の枠を越えた「あさんライブミュージアム」広域青空博物館の取り組みもはじめられた。他に、1999年に日本エコミュージアム研究会全国大会を開催した静岡県川根町、中川根町、本川根町の「川根地域まるごと博物館」や、福岡県京都郡、筑紫郡の11市町村による「（仮称）京築エコミュージアム」といった広域圏でのエコミュージア

ム事業の推進も出てきている。

エコミュージアムを展開する領域として、河川流域でのネットワークを考えた、神奈川県川崎市の多摩川エコミュージアムや東京都多摩地区の浅川エコミュージアムなども構想されている。河川流域による取り組みは、文化の発展と生活領域を探求する上でも、重要な視点と思われる。

そして、1999年から長野県松本市では、松本市博物館を中心とした「松本まるごと博物館」構想も立ち上がった。市立博物館が中心となって展開するエコミュージアムは、日本において少ない存在である。行政と住民、そして博物館が、将来の地域づくりに関与していくエコミュージアムの取り組みに期待したい。

以上は日本のエコミュージアムの一部であるが、先に紹介したフランスの傾向のように、様々な取り組み姿勢、活動をみせている。しかし、いずれも住民と行政が知恵と資力を合わせ、地域を探り、将来の地域のあり方を考え、エコミュージアムの理念と構造を基盤に独自の展開を構築しつつある。

■エコミュージアムは地域の知恵袋

地域づくりに関与するエコミュージアムが、様々な形で展開していることを考え、エコミュージアムを導入する利点を探ってみたい。

まず第一に、エコミュージアムの成り立ちは、地域の特性を基盤としていることで、各々が独自の姿を表す点にある。それぞれの地域が異なる自然、歴史、民俗、生活習慣をもとに展開しているため、自ら特性が見いだされるのである。

次に、エコミュージアムの取り組み姿勢は、住民と行政と一緒に推進するしくみを呈している。従来の博物館は行政主導型で、専門識者や学芸員による調査・研究、収集・保存、展示、普及といった諸活動が実践されつくりあげられてきた。しかし、エコミュージアムでは、一定地域における社会生活を営む人々が博物館づくりの活動に参加することが原点である。住民の参加により、地域の過去がよりいつそう明確に理解できるとともに、現在抱えている地域の問題を取りあげることや、未来への対応について善処していくことも容易となる。

そして、博物館としてのエコミュージアムが地域づくりに関わる重要な要素は、地域の研究所・情報センターとしての役割を果たすことである。その活動は、従来の地域づくりに欠けていた、学識的な立場からの地域の見直しを図ることに意味がある。特に自然環境の成り立ちを正確に把握することは、地域の伝統や発展過程を探るばかりでなく、「自然と人間との関わりを探求する博物館」を唱えるエコミュージアムにとって、欠くべからざる視点であり、将来の地域づくりに与える影響は大きい。

一方、エコミュージアムの難点として、エコミュージアムの用語は、日本において敬遠される場合が多い。カタカナ用語への嫌悪とエコが最近のエコロジー問題をイメージすることで、伝統文化や遺産、産業をも対象とすることが十分に伝わっていない。また、ミュージアムがやはり一つの建物を意味し、地域に広がる空間が対象であるというイメージができないといった意見が聞かれる。そこで、日本においては生活・環境博物館という意訳から、しばしば、「地域全体が博物館」「地域まるごと博物館」といった親しみやすい用語も用いられている。

■あさんライブミュージアム

ここでは、広域な取り組みでハード整備とソフト活動が同時に推進されている事例である「あさんライブミュージアム」を例に取り、どのように地域住民に浸透し、地域づくりが成されていったかを検証したい。

◎阿讃山脈と吉野川が育んだ伝統産業が生きるまち

あさんライブミュージアム（以下、ALM）は、徳島県の北東部、吉野川の北側、阿讃山脈の南面に位置する板野町・上板町・上成町の3つの町で構成されている。この地域は、一年を通じて、雨の少ない温暖な気候に恵まれており、近世以降、藍や砂糖の原料となるサトウキビの栽培が行われ、藍のすぐもづくりや阿波和三盆糖製造など、今も続く特徴的な地域産業を育んできた。

また、阿讃山脈周辺には旧石器時代からの遺跡や古墳、中世の城跡などが点在していたり、阿波（徳島県）と讃岐（香川県）をつなぐ大坂越の道や鳴門から続く撫養街道が通っているなど、古くから人・文化の交流の舞台ともなってきた地域である。

◎人と自然のふれあいの里づくり

徳島県では、明石海峡大橋の完成をめざして、1990年に「3000日の徳島戦略」と呼ばれる様々なプロジェクトが進められた。これは、陸路でつながる効果を生かすための、交通網の整備や交流の場づくり、産業振興を目的としたものである。

ALMの取り組みは、このプロジェクトの一つである、徳島の誇る豊かな自然を新たな発想で演出し、魅力あるふれあいの場を創り出そうとする「自然を生かしたふれあいの里づくり」を背景に誕生した。

◎「観る・磨く・放つ」

ALM事業は、「自然を生かしたふれあいの里」の「ふれあいゾーン」として位置づけられ、3町全体を一つの広域青空博物館として整備する事業である。事業の基本方針は、観光ということばの語源である「地域の光（風景、風俗、習慣、文物、制度等）を見て持ち帰り、自らの地域の振興に役立たせる」という意味と、エコミュージアムの理念を導入してつくられた。それは、ALMをふれあいの場として展開するために、地域の誇りである「光」を軸として、地域本来のよさを再発見する意味での「光を観る」こと、その光を魅力的に育成する「光を磨く」こと、さらに発展させるために「光を放つ」ことを掲げている。

ALMは、地域の特性から導かれたテーマにもとづいて地域に散在する自然、文化、伝統的産業、遺跡などの資源（サテライト）の価値を見つめ直し、護り育てることで、地域全体を発展させることを目的としている。

◎3町による広域青空博物館

ALM事業は、住民の参加と、3町の連携による地域活性化策である。事業の具体化にあたっては、県と町の行政が住民と協力し合い、資金とアイデアを提供して推進にあたっている。1993年、住民による地域特性の抽出を得て整備計画が策定され、地域の光をネットワークする「彩・技・餐」というテーマをもとにした広域青空博物館構想が立ち上がった。

実際の事業推進に関わる運営資金は、計画づくりや全体の統一イメージづくりなど事業全般に関して県行政が取り組み、サテライトやテーマセンターなど地域固有の整備に

は、各町の行政が主体となって取り組んでいる。

◎住民と行政による組織づくり

ALMの推進組織としては、1994年に、3町の行政と住民代表（各種まちづくりリーダー）によるALM運営協議会が発足した。この協議会では、サテライトの掘り起こしをはじめ、テーマセンターやサテライトの活用、住民への普及啓発活動を実施していくこと、特産品の開発や統一イメージづくりなどにも関与している。

また、運営協議会の仲間として、具体的なサテライトや地域資源に関する情報収集、マップづくりなどに参画するワーキンググループも組織された。

このように、従来からのまちづくりリーダーの運営への参画は、それぞれが所属するグループの活動目的、位置づけが一つの理念のもと明確となり、グループ間のネットワークを図る意味でも非常に効果的な成果を生んでいる。

ALM事業は、基本方針のもと、各町ごとの住民と行政が一緒に諸活動を企画し、参加、運営することで、行政区を越えた地域の連携を可能にしている。

◎地域を見直す意義

地域の光を再発見することは、日頃見慣れた風景の中で改めて地域に足らないところ、よいところを見つけることと、まるで関心のなかった隣町へも目を向け、一緒に広域で考えることの意義を与えた。

1994年には、一般住民への啓発として、バス・セーヌ・エコミュージアムのジュベール氏を招いた国際シンポジウムの開催や、地域の代表によるエコミュージアムの海外視察を実施した。他の事例を見たり、シンポジウムなどで地域のことを公に討論することは、地域を考える動議づけとなっている。1995年には、再度、3町の全世帯と小学生3～6年生を対象とした「地域の宝探し」と称したアンケート調査を実施、地域固有の食文化や身近な工芸品にも目を向ける成果が得られた。アンケートのまとめや分析、そして、結果を生かしたマップづくりや、情報システム構築における情報の整理などの活動展開には、ワーキンググループの協力がなされている。特に、小学生を対象としたことは、まちづくりは大人だけでなく、子どもの視点での見直しの重要性を意味している。

◎統一イメージづくり

1995年には、地域内外に対してALMを知って貢うことと、活動の象徴として、事業の理念・目的をわかりやすく象徴化・図案化したシンボルマークや、イメージカラーを作成し、視覚的な事業イメージの啓発・普及をめざした。具体的な使用にあたっては、サインデザインのマニュアルを作成し、景観形成の一環としての標識系サイン・展示系サインのデザイン統一を図るとともに、ALM活動に用いる、封筒や便せんのデザイン、特産品開発の商品イメージなど、幅広い面での展開をみせている。



積極的な行政の支援があり、日本における広域エコミュージアムの整備事例が築き上げられたといえる。

◎ふれあい体験づくり

ALM事業は、広域青空博物館を展開する上で、サテライトで体験できることを住民から提案し、事業が推進されている。その他に活動拠点としては、サテライトの機能を補うテーマセンター、ALM全体への導入拠点として総合的に紹介するオリエンテーションセンターで構成されている。オリエンテーションセンターは、県の事業として建設中の大型集客施設「あすたむらんど徳島」に設置される予定である。

ALMは、これらの施設と住民活動を通じて、サテライトや地域の人々とのふれあいを創出する場である。そして、サテライトを「彩・技・餐」の各テーマごとに紹介する施設としてテーマセンターが設置された。

テーマセンターは、ALM全体のインフォメーションとサテライトへと向かう動機づけを行うとともに、サテライトでは伝えきれない情報を補い、テーマについてより詳しく紹介する展示、体験事業などの活動を展開する施設である。

◎3町をネットワークする拠点機能

「彩」のテーマセンター（彩りの館）では、地域の歴史や文化など、郷土を知るための展示館として、展示、普及、情報提供、ミュージアムグッズの紹介を行っている。運営には、板野町の「味づくりの会」のメンバーが協力し、受付や展示ガイド、特産のレンコンを使ったクッキーの商品開発・提供、押し花づくりなどを実践している。

「技」のテーマセンター（技の館）では、特に、伝統産業である和三盆糖や藍の技術に関するサテライトの補完として、藍という植物や和三盆糖の原料であるサトウキビの様々な品種を紹介した展示、昔ながらの牛でサトウキビを絞っていた作業を分かりやすく示した砂糖しめ小屋の復元、藍染め体験、郷土料理を提供するレストランが併設されている。運営に関しては、上板町が立ち上げた第三セクターが主体となっている。



「餐」のテーマセンター（餐・もてなしの館）では、うどんの手打ち体験ができるコーナーや喫茶コーナー、地元、及び県下の芸術家によるアートやクラフトの発表の場として自由に活用できるギャラリースペース、特産品の販売コーナーなどが設かれている。運営は、町が地元の農協に委託して賄われ、うどん打ち体験の団体利用には、ALMのメンバーが協力してインストラクターを勤めている。

◎住民が支える成長するミュージアム

ALM事業の取り組みは、きっかけとして行政が先導したものであるが、着実に住民に浸透し、地域には「何もない」と思っていた住民の意識に明らかに地域を見直し、将来に向けての活動が芽生えてきた。

サテライトの「五穀の丘」では、五穀の栽培、稻刈り体験ができるように維持されている。「だるま窯」では、かつて地場産業として瓦を生産していた「だるま窯」を住民の手で復元され、サテライトとしての整備が施された。この「だるま窯」は、昭和30年代に調査された阿波学会の記録

をきっかけに復元され、現在は、「だるま窯保存会」もできて制作活動が行われている。

来訪者が気軽に体験できる藍染めやうどん打ちも、ALM事業がスタートするまで、アイデアはあってもなかなかシステム化され実践されるには到っていなかったのである。

1999年10月には、ALM・ガイド俱楽部も発足し、養成講座もスタートした。ALMは、地域住民に対して様々なアイデア提供の場を与え、住民自らが活動に参加する場を与えている。地域の活性化は、住民が生き生きとして暮らすこと

が源といえよう。

地域に散在する展示物を活用し、地域を成長させる活動が「あさんライブミュージアム」である。



■ “誇り”を培うエコミュージアム

エコミュージアムが地域の特性により様々な姿を見せてくれているように、それぞれの効果が伺える。

朝日町では、エコミュージアムで収集した情報を活用して産業面で朝日町らしい品種改良を行ったり、蜜蠟づくりといった住民による新しい産業も手がけられている。また、“朝日町かるた”や町を題材にした演劇の創作など、町を好きになるための文化活動も生まれている。そして最近では、経済的にも活動を支えるシステムとしてのNPOづくりがはじめられた。

また、エコミュージアムを通じて朝日町と富浦町との間で子どもたちの交流もはじまった。教育委員会を通じて互いの町を訪問し、山の暮らし体験と海の暮らし体験が実施されている。住民主体のエコミュージアム活動が、重要な環境教育の役割を担っている。

富浦町のエコミュージアムによる地域開発は、地域産業だけでなく、その産業を発生させ支えてきた特色ある自然環境を資源として活性化を進めてきた。エコミュージアム活動は、ウォッチング活動や住民によるガイド活動などを通じて、来訪者に対して自身を持って地域を示すことにより、地域住民の“誇り”を培い、相乗効果として経済発展を狙っている。

静岡県川根地域まるごと博物郷では、生活の身近な存在である大井川を中心に、以前より地域を考え討論してきたいくつかの住民グループが具体的活動に転じている。エコミュージアムのもとに統一した理念をもち、それぞれの活動を実践していく意義と機会が与えられたといえる。また、“自然の恵み”と“人と人との交流”を考え、温泉発掘などの経済波及効果を生み出すきっかけともなっている。

■日本におけるエコミュージアムの今後

日本エコミュージアム研究会では、日本型のエコミュージアムについて、今後どのように定義していくか、もしくは、日本型という接頭語の可否、また、地域活性化策という副タイトルの是非、果てはエコミュージアムという言葉そのもの有無にいたるまで、意見が飛び交っている現状である。

ここで、まず提案したいのは、エコミュージアムの博物館としての役割を見直すことである。エコミュージアムでは、科学委員会と呼ばれる学術的助言ができる組織の設置や、従来の地域博物館が積極的にエコミュージアム活動に関わっていくことが望まれる。地域にとって、貴重な学術的情報は財産であり、幅広い視点からの地域の特異性を判断する情報源でもある。当然のことながら、地域住民が培った知恵と知識を分かりやすく情報提供を行う上での博物館学的研究が必要となる。

次に、エコミュージアムが地域を包括する情報を対象としているため、地域づくりに関わる行政機関の横の連携が必要となる。教育委員会、企画課、産業課、建設課などが情報を提供し合い、住民と一緒に協力し合う姿勢がよりよい生活環境づくりを実現させるのである。

そして、事業の発展は、推進母体を確立させることと安定した事業活動に要する経済基盤を立ち上げることにある。住民参加でのNPOの設立により、継続した活動を支え、産業の活性化に寄与し、活動財源を確保する自立した運営をめざすことも肝要である。

現在、推進しつつある全国のエコミュージアムが、それぞれの取り組みを通して抱える課題を情報交換することこそ急を要している。そして、今後、ますます増えるであろう日本のエコミュージアムにとって、博物館としてのエコミュージアムの基本理念を事業推進の主体となる人々が理解を深め、その上で、自らの創意により育成していくことが求められる。

参考文献：

- 『LA MUSEOLOGIE』l'Association des amis de Georges Henri Riviere. 1985
- 『ECOMUSEUM』研究報告書 丹青研究所 1993
- 『日本の自然史博物館』糸魚川淳二 東京大学出版会 1993
- 『展示学16号“エコミュージアムと観光”』筆者研究発表 展示学会 1993
- 『EX “エコミュージアムの理念と動向”』筆者執筆 ぎょうせい 1994
- 『あさんライブミュージアム'94国際シンポジウム報告書』丹青研究所企画/編集 徳島県企画調整部プロジェクト推進局 1994
- 『展示学17号“エコミュージアムに関する手法論的考察”』筆者研究発表 展示学会 1994
- 『G.H.Riviere の Ecomuseum に関する方法論的研究 1. 2』筆者研究発表 日本建築学会 1994
- 『G.H.Riviere の Ecomuseum に関する方法論的研究 3. 4』筆者研究発表 日本建築学会 1995
- 『エコミュージアム・理念と活動』日本エコミュージアム研究会 1997
- 『案内プログラム』朝日町エコミュージアム研究機構 山形県朝日町 1997
- 『展示学26号“エコミュージアムの多様性”』筆者研究発表 展示学会 1998
- 『あさんライブミュージアムガイド』ALM運営協議会 1998
- 『地域文化政策としてのエコミュージアム構想』馬場憲一 法政大学多摩地域社会研究センター 1998
- 『新しい自然史博物館』糸魚川淳二 東京大学出版会 1999
- 『エコミュージアム』小松光一編著 家の光協会 1999
- 『大都市近郊におけるエコミュージアム構想について』馬場憲一 東京都教育長生涯学習部 1999

「博物館の楽しみ方」講座の試み

—博物館の努力と利用者の創意工夫で
「博物館文化」は成熟する—

佐々木 秀彦
江戸東京博物館

■利用者の要望に一方的に応えることが

「博物館文化」の成熟か

この2年ほど常設展示のリニューアル計画の策定、改善業務を担当している。その業務の一環として大規模な利用者調査を実施することになった(*1)。アンケートや聞き取りから、たくさんの要望が寄せられた。「展示室が暗い」、「広くて疲れる」、「解説文の文字が小さい」、「案内表示が不親切」等々である。

指摘されたことは的を得ており、すぐに改善すべきことであった。博物館が利用者の視点にたって改善に努めるのは当然である。だが、博物館の努力にも一定の限界がある。予算が必要な事柄もあるし、改善が実現するまでに時間がかかることもある。また、「利用者の要望に応える」といっても一筋縄ではない。例えば、「解説文が多くて疲れる」という声がある一方、「解説が少なすぎる」という意見もあった。利用者の要望は多様である。

ここで、視点を変えてはどうだろうか。私のような博物館職員が言うと開き直りに聞こえるかもしれない。だが、あえて述べる。そもそも博物館は利用者にとって必ずしも親切ではないかもしれない。利用者はこの前提にしてはどうだろうか。利用者は博物館に過剰な期待をせずに、自ら博物館を使いこなす、いわば「ヘビーユーザー」になってしまふという視点を持つのである。じっさい利用者の工夫次第で、博物館の楽しみ方は増してくる。

くりかえしになるが、博物館の側が改善に努めるのは当然である。だが、博物館の側が一方的に利用者の要望を満たしていくことが、「生涯学習時代の博物館」の姿なのだろうか。博物館が努力する一方で、利用者の側も博物館をより利用しやすいように自ら工夫する。博物館と利用者それぞれの努力・工夫があってこそ、社会の中で「博物館文化」が成熟するのではないだろうか。

■「利用支援」の発想

図書館の世界には「利用教育」という言葉がある。利用者に図書館の利用方法を案内し教示することである。「利用者教育」、「利用指導」、「利用援助」などともいう(*2)。大学図書館では新入生に対して利用方法のガイダンスをおこなうことがあるが、利用指導の典型的な活動といえる。

博物館の世界でも、このような考え方が一部で示されている。まず施設の役割とその楽しみ方を紹介しているガイドブックがいくつかある(*3)。90年代中頃までに、動物園、水族館、植物園、博物館、そうしたもののが美術館と館種ごとにそろった観がある。また梅棹忠夫氏

が「展示学」の対になるものとして「観覧学」を提唱し、展示を見るほうの技術の体系化と理論づくりが、これまでまったく考えられていないと指摘している(*4)。この発言を受けて、最近刊行された博物館学講座のなかに、利用者に観覧の仕方を学んでもらうプログラムを用意すべきという主張もあった(*5)。利用者の立場から、自分の経験をもとに美術館・博物館利用のコツに言及した本も出た(*6)。

実践はどうだろうか。学校教育との連携という視点から、教師向けの博物館利用案内をおこなう事例はある。だが広く一般向けに博物館の使いこなし方を伝える活動は、筆者の不勉強を差し引いても、まだ多くないよう思う(*7)。

とはいっても博物館で「利用教育」の実践がさかんではないことには、ある種の必然性があるだろう。博物館の利用といえば、まず第一に展示を見ることになろう。肩肘張らずに見ればよいのだから、その利用方法をあらためて知らせる必要はないのかもしれない。見方を改めて説明しなければならない展示は、良い展示ではないともいえる。

だが現実には、展示と来館者の間に溝があることも少なくない。その溝を博物館の側からだけでなく、来館者の側からも埋めていく「たくましさ」があつてもよい。それに、博物館の利用方法が、展示を見ることから広がってきていている。各種の普及事業に参加する機会が増えているし、自分の興味にしたがって、博物館を利用して調べるものをすることがある。あるいは、友の会やボランティアに参加し、館の運営を支援することもある。博物館の側から展示を見ること以外の利用方法を来館者に伝える必要が生じてきている。

以上のような理由から、博物館でも「利用教育」に取り組む意味があるのではないだろうか。「利用教育」という言葉に、一種の権威的な臭いを感じるとしたら、「利用支援」、「利用援助」のような言葉が適切かも知れない。くだけた言い方をすれば、「博物館の達人養成講座」ということである。

■講座「博物館の楽しみ方」の試み

そこで、「利用支援」を実践する小さな試みをおこなった。筆者の勤務する江戸東京博物館には「ミュージアムセミナー」という普及事業がある。学芸員の発意で、講義、体験、見学などの講座をおこなうものである。1999年6月に「博物館の楽しみ方」という講座を実施した。サブタイトルを「博物館をもっと活用し、展示をさらに楽しむためのコツ」とした。いちばんの目的は、受講者に受け身から攻めへの発想の転換を促すことである。自らの工夫次第で博物館の楽しみ方が増すということを知つてもらい、博物館の「ヘビーユーザー」になるきっかけづくりである。

そして三つの目標を立てた。

第一の目標は、博物館利用、展示観覧のちょっとした工夫を伝えること。江戸博を事例にしたが、他の博物館でも応用が利くように心がけた。

第二の目標は、博物館には展示観覧の他にも利用方法があることを知つてもらうこと。第三の目標は、博物館を楽しむ受け手の側から、博物館とともに楽しむ、博物館を応援する積極的な道を知らせることである。具体的には以下にある目次に記した、項目をたてた。

今回は初心者向けとして、第一の目標である博物館利



博物館の楽しみ方 目次

見学する、使いこなす、応援する。
—博物館の達人になろう！—

博物館へ行く前に

- 1.どの博物館に行こうかな？···1
- 2.何を見ようかな？···1
- 3.博物館に確かめてみよう···2

博物館に着いたら

- 1.見学しやすい工夫···3
- 2.観る前に見てみよう···4
- 3.展示の見方···5
- 4.いろいろな施設を使ってみよう···11
- 5.近所にも足をのばしてみよう···12

博物館から帰ったら

- 1.記録の整理···13
- 2.一步踏み込んだ活用···13
- 3.博物館を応援する···14
- 4.もっと知りたい博物館！···15

用、展示観覧のちょっとした工夫を伝えることに時間を割くことにして、展示室を中心にして、展示室を中心で館内をまわりながら説明した。説明を補うために小冊子を用意した。作成に協力してくれたアルバイトの人たちのセンスに助けられ小冊子は好評であった。

展示の見方については、必ずしも端から順番に全部見なくても、自分の興味で選択してよいことや、時間のないときは、はじめにリーフレットや展示図録などを見て自分の興味のある展示物を真っ先に見ることなどを述べた。博物館をよく利用する人ならたいていの人がおこなう観覧の仕方ではある。今まで博物館にはあまり足を運ばなかったが、これから博物館を利用しようと思っている受講者には新鮮だったようだ。また再現模型をじっくり見るコツなどを説明した。中でもミニチュアの再現模型は、目線を低くすると模型の世界の入り込めるような臨場感がでること(*8)、さらにオペラグラスを使えば臨場感が増すし、オペラグラスはミニチュア模型以外でも文字の小さな解説文も読めて便利なことなどにも触れた。受講者は、ちょっとした工夫で見方がまったく違つてくることに驚いていたようだ。

■中高年層にこそ有効か

講座の受講者数は、館内をまわりながら説明するため15人に限定した。同じ内容を2回おこなうので定員30名のところ、応募総数は108名。ミュージアムセミナーは同時期に10講座開催し、一番人気のある講座は468名の応募。一番応募者が少なかった講座は99名。「博物館の楽しみ方」は下から2番目の応募者数であった。セミナー受講者の大半は、博物館自体より江戸東京の歴史に興味を持っている人なので、応募者数に一定の手応えを感じた。応募者から抽選し、1回目16名、2回目18名の受講者を決定した。

講座をおこなう前は、受講者を比較的若い層に想定していた。学芸員養成課程を受講するような博物館に興味を持つ学生などが念頭にあった。若い人々は将来にわたって有望な博物館利用者となりえる。筆者としては、

このような若い人たちにぜひ伝えたいという思いがあった。しかし、実際には中高年層の応募者が多かった。内訳は40代以上の高年層が9割を占めた。ちなみに男女比は3対4で女性がやや多かった。

講座を実施してみると中高年層にこそむしろ有効であるように感じた。若い層は、子どもの頃から新しいタイプの博物館に親しむ機会をもっているし、博物館を自分なりに利用する柔軟性がある。中高年層は新しいタイプの博物館の利用に慣れていないようだ。例えば展示には観覧動線が必ずあり、それにそって見なければならない、と思いつこんでいる人が多い。自由動線を受け入れ難い人は予想以上に多い。また、博物館は展示を見るところで、他にサービスを提供していることを知らない人も少なくない。江戸東京博物館には図書室があり、無料で一般の人々に開放されている。来館者から電話で質問が寄せられたとき、「当館には図書室があるので、もっと詳しく調べられますよ」と応えると、「お金がかかるのか」とか「一般でも利用できるのか」という問い合わせされたことが何度かある。

博物館職員や博物館に慣れた人にとってあたりまえの利用方法も、中高年層の受講者には新鮮に映ったようだ。講座を通して感じたのは、利用者は必ずしも要求ばかりつきつけるだけではなく、自ら積極的に博物館を使いこなすということすら思いたらないし、博物館の利用方法をこれまで誰にも教えてもららうらことがなかったのではないかということだ。

■今後の課題 ーより組織的な対応と段階の設定ー

今回は小さな試みであった。もし、こうした取り組みを江戸東京博物館として有益だと判断するのなら、館の事業として組織的に実施したほうがよいだろう。筆者が講師となって講座をおこなう方法では受講者数が限られる。江戸東京博物館では、ボランティアによる展示ガイドをおこなっている。例えばボランティアの人たちと共に「楽しみ方講座」の内容に磨きをかけ、ボランティア・ガイドのメニューの一つに加えれば、さらにたくさんの人々に伝えることができる。

内容についていえば、初級編、中級編、達人編など段階的に設定したほうがよいと感じた。このことは受講者のアンケートの中でも指摘された。一口に利用支援といっても、受講者の知識やこれまでの博物館体験によって必要とする内容は異なる。展示を工夫して見たり、博物館施設やサービスを使いこなすことを初級編。友の会、ボランティアに参加して博物館を応援する中級編。放送大学や通信制の大学で博物館学を勉強したり、自ら収集・展示して自分で主体的に博物館活動をする達人編などが考えられよう。

■利用支援の展開 ー博物館、市民講座、大学ー

利用支援の講座は、各博物館がその博物館の目的・利用実態に合わせて展開すればよい。だが講座をする余力のない館もある。各博物館ではなく、カルチャーセンター、市民講座などで、博物館に当てはまる内容で行うほうが実際的かもしれない。

「生涯学習時代」を目指すには、知識を伝達することだけではなく、むしろ自ら知識を獲得する方法を伝えることが重要になろう。博物館の利用方法は、生涯学習時代の市民が身につける基本的な作法となるはずだ。昨今、海外旅行に出かける人が増えている。そのさい博物館、美術館を訪れる機会も多いだろう。展示の見方や博物館の利用方法を身につけていれば、世界の文化をよりよく理解することにもつながっていく。本来なら、博物館の利用方法は、学校教育の中に位置づけるべきである。小中高の各段階で取り組む必要があるし、今後「総合的な学習」が実施されれば、そうした方向に進むと思われる。手始めに、大学の学芸員養成課程で利用支援の視点を取り入れてはどうだろうか。周知のように学芸員の採用数を大幅に上回る数の養成課程受講者がいる。現在の学芸員養成課程は、現場に出る学芸員を養成するというより、博物館のよき理解者を増やすための講座としてわりきったほうが実態に即している。そのときに利用支援が一つの柱になるだろう。担当教員の判断ひとつで、明日からでも取り組むことが可能である。少しでも多くの方が利用支援の考え方についていただければ幸いである。

(註)

- 1) 調査結果は、「東京都江戸東京博物館 常設展示 展示評価調査平成9年度・10年度統合・要約編」として1999年に公刊。
- 2) 用語の説明は下記を参照した。
 - ・日本図書館協会用語委員会(編)『図書館用語集 改訂版』320頁
1996年 日本国書館協会
紙数を割いて説明する概説書としてつぎのものがある。
 - ・藤野幸雄・荒岡興太郎(著)『図書館利用教育』『図書館学入門』(有斐閣双書) 203-226頁 1985年 有斐閣
利用者の立場から図書館の利用方法を紹介したものもある。
 - ・辻由美(著)『図書館で遊ぼう』(講談社現代新書)1999年 講談社
 - 3) 矢島稔(編著)『動物園へ行きたくなる本』1989年 パーティ書房
 - ・島羽山照夫(編著)『水族館へ行きたくなる本』1990年 パーティ書房
 - ・島居恒夫・高林成年(著)『植物園へ行きたくなる本』1993年 パーティ書房
 - ・千地方造(著)『博物館の楽しみ方』(講談社現代新書)
1994年 講談社
 - ・福岡市美術館学芸課(編)『福岡市美術館の楽しみ』1995年 草書房
 - 4) 梅棹忠夫(編)『知的市民と博物館』81頁 1991年 平凡社
 - 5) 山地純(著)「博物館利用者と運営方針」「博物館経営論」(新版博物館学講座12) 1999年36頁 雄山閣
 - 6) 野口悠紀夫(著)「個人旅行での美術館巡り」「超」旅行法』155-168頁 1999年 新潮社
 - 7) 滋賀県立琵琶湖博物館では、博物館入門セミナーという一連の講座の中で「博物館の楽しみ方」というテーマを扱っている。
 - 8) このことは国立歴史民俗博物館や江戸東京博物館などの復元模型制作を手がけた波田野純氏の指摘による。 波田野純(著)「復原模型のみかた」『復原・江戸の町』(ちくまプリマーブックス) 14-26頁
1998年 筑摩書房

2つのファームパーク 「ポティロンの森」と「0円リゾート」

川津 尚一郎
(株)博報堂

(株) ファームが全国で展開している、いわゆるファームパークが各地で評判を呼んでいる。赤城山麓の「クローネンベルクの森」に次ぐ関東地方では2番目にあたる「ポティロンの森」は、一昨年茨城県江戸崎町にオープンした。

(株) ファームが展開するこのファームパークはいずれも、ヨーロッパ風の農村の景色、たたずまいを演出しており、ポティロンの森はフランスの農村をイメージして作られている。ちなみに、ポティロンとはフランス語でカボチャの意、江戸崎は「江戸崎カボチャ」の産地である。

ソフトサービス研究部会は11月17日、ポティロンの森において現地研究会を開催した。ファームパークにおけるリビーターの獲得作戦や観客サービスを研究することによってミュージアムの経営とりわけリビーターの獲得の手がかりをつかもうとする目的であった。

筆者はこのファームパークを見ながら、一人の男の顔を思い浮かべていた。彼の名は坂本多旦、山口県阿東町の農業法人「船方農場グループ」のリーダーである。彼はその本拠地「船方総合農場」を広く消費者に開放し、「0円リゾート」と名付けた。彼はそこで農園と農の営みをありのままに見せ、農業と都市消費者との交流を通じて農業の未来をともに考えようとしている。メルヘンとアリズム、農業や、農産物を素材・テーマにした消費者に公開された施設としてまったく対照的なこの二つを比較分析してみた。

1. ポティロンの森

a. 施設概要

ポティロンの森は広大な駐車場をもっており、有料エリアのゲート脇には地元農協による農産物の直売所などもあって、ファームパークらしさを盛り上げている。

大人1000円、子供500円の入場料を払って入場する。場内のアトラクションはほとんどが有料であり、どうやら一家4人で1日楽しむためには一万円くらいは必要となりそうだ。

ポティロンの森の主な施設は、地ビール醸造、牛乳加工、アイスクリームなど乳製品の製造施設、ソーセージの製造、屋外キャンプ場とバーベキュー施設、パンやピザを焼く石窯の設備等である。これらは ファームの各地の施設とほぼ共通している。ポティロンの森にはそのほかに、家畜、小動物にさわれる小動物園。ゲームセンター、サイクリング場、乗馬体験が出来る小馬場などの施設がある。

これらの施設で作られた製品は、場内のレストラン



で供されたり売店で販売される。製造している様子はガラス張りの窓を通して見学することができる。

修景は前述のようにフランスの田園をイメージして作られており、荷車や、農具などが屋外におかれているがあくまでも修景用のディスプレイで、実際に使われていたり、展示物として用途用法を説明するプレートがついているものではない。

レストラン、売店、ソーセージ工場などの建物は石畳の広場を囲んで配置され、村の中心という雰囲気を醸し出している。しかし、特定の村や場所を再現したものではなくあくまでもフランスの田舎のイメージである。

石窯でピザを焼いているスペースはミュンヘンのオクトーバフェストをイメージした大屋根の建物で、一角にステージが設けられ、ライブでドイツ民謡の歌手がうたっていたりしている。堅いことを言わなければヨーロッパの田舎らしさを感じられる気持ちのよいスペースである。

牧草地とともに広々とした畑地があり、四季の移ろいとともに作物や花が変わる。春は菜の花、夏から秋にかけては一面のひまわり畑であったそうだ。



以上、ポティロンの森の施設概要を駆け足で概説してきたが、広々とした園内は自由動線で来園者が思い思いに自由に楽しめる空間構成になっている。

b. 呼び物

呼び物のひとつは、手作りソーセージやパンとバターブリの講習会。

小学生以下の子供にはジャージー牛の乳搾り体験もある。これらの体験講座ものは人気が高く、700円から500円という価格設定も気軽に参加できる要因であろう。そのほかテナントが主催している、クラフトや押し花教室も人気である。



牛の乳搾り体験



押し花教室

手作りソーセージ

場内で栽培する野菜を一人350円で、ショッピングバッグ1杯収穫させる「収穫体験」も家庭への土産になると好評である。

場内で行われるイベントも季節ごとに特徴を持たせ、人気が高い。12月にはクリスマスイルミネーションと夜間開場が人気だそうだ。又、夏に募集するキャンプも、ファミリーの応募が殺到しすぐに締め切る状況だ。

毎日行われるレギュラーイベントでは羊の放牧場で牧羊犬が羊を柵に追い込むショウが人気を博している。

食のホールのステージでは本場ヨーロッパの民俗芸能ショーが行われたり、毎日何らかのステージが繰り広げられている。

動物とのふれあいも又大切にされている。牛、ポニー、羊、ウサギなどの動物に、子供たちはこわごわと触れてみて、その感触を楽しみ、餌を手から食べるさまを楽しむ。

馬車や馬に乗ることもできる。

農園や農業体験には興味のない人たちはアーチェリー、おもしろ自転車、ゴーカート、パターゴルフといった、普通の遊園地やデパートの屋上風の遊具も完備している。園内には池もあり、足こぎボートを楽しむことも可能である。これがファームパークかな？という疑問がなくもない。

売店は、園内で作られた、パンや乳製品、ソーセージなどの他、外国の雑貨、輸入ワインから、観光地によくある普通のおみやげ品まで豊富な品揃えである。見方によれば、乱雑で不統一とみられなくもないがあらゆる顧客ニーズになるべく応えていく、という姿勢に見えなくもない。

c. 従業員、経営姿勢

支配人が経営の全権をまかされている。従業員数は必要最低限に押さえられており、ピーク時はパートとアルバイトで増員される。園内のディスプレイ、ゴミ箱などは従業員の手作り品が使用されており、進んで一人何役もつとめるなど従業員のモチベーションやモラールは高い。売店のバーゲンセールでドイツ製ワイン1本1000円也に、農園でとれた白菜1個をおまけに付けるという荒技が人気を博していた。ファームパークらしい洒落っ気である。これも、従業員のアイデアである。

資料：11月27日のボティロンの森において実施された研究会参加者に記入願った
「ボティロンの森視察メモ」の設問項目及び回答の単純集計。

農業公園ボティロンの森視察メモ集計結果

ここボティロンの森には「見る、さわる、する、遊ぶ、食べる、買う」など、楽しみ方の仕掛けがたくさん施されています。

それぞれ、楽しむことができたかと存じますが、これらの仕掛けがリピーターづくりにどれほど役に立っているか、利用者の視点から見てみたいと思います。

- ・参加者それぞれが一利用者の視点で虚心に見ることから始めてみましょう。
- ・もう一度きてみたいといふようになったか？それはどうしてか？
- ・誰かと一緒にきてみたいと思うか。その人に、なにを見てあげたいか？
- ・こうすれば、もっと面白くなるのに、という点があるか？

など、色々思いついたこと印象に残ったことを設問に従ってメモしてみてください。

1. まずははじめに、ボティロンの森の全体的な印象と集客施設としての農業公園についての評価をご記入ください。

(全体的な印象)

- ・農業を感じさせる部分が少ないと感じた。
- ・子供が農業を体験、学ぶ仕掛けが必要
- ・施設の外観の色調が統一されていてよい。
- ・農園の部分の整備面が楽しみ。
- ・一日ゆっくりとすごせる場所。
- ・案内板が親切でわかりやすい。
- ・子供が安全に遊べる。
- ・ファミリーコーナーがメインテーマ。
- ・手近に自然とふれあいできる。
- ・開放感があってよい。
- ・「ボティロン」の意味やコンセプトの説明があったほうがいい。
- ・駐車場が広くて良い。
- ・いろいろな構造お金がかかりそう。
- ・「革靴で行ける農園」という印象。ズック靴で行くのはほかの施設？
- ・子供ののびのびとした表情が空気を作り役立っている。
- ・狭いところに盛りだくさん、アイテムをひとつ減らしてもひとつのコーナーを広くしても良いのでは？
- ・参加体験の場を増やしては？
- ・野外ミュージアム的な要素がほしい
- ・やや乱雑な漢字は免れない。
- ・フランス農村をテーマとするならそのコンセプトをもう少し表現した方がいい。
- ・ex.用語についてもフランス語で統一する。道路に名前を付ける。樹木もフランス風のものにする。

(集客施設としての農業公園)

- ・農業というテーマにこだわらず年齢や来場者の関心に応じて楽しむことができる施設。
- ・来場者がどう楽しめばよいかの案内情報が不足している。
- ・雨天対策として室内のファームミュージアムがあるとよい。
- ・農業公園として多種の農産物や果物にもふれたい。

前項でも取り上げたが、農園には無縁のものが少なくない。たとえばゴーカート、アーチェリー、パーゴルフのような屋外のものから、屋内のゲームセンターまである。観光地のおみやげ屋や、ドライブインの売店風の品揃えは、ともすると、ファームパークのアイデンティティを損なう怖れなしとしない。好意的に見れば来訪客のあらゆるニーズを漏らさずビジネス化し、客単価を極大にしようという努力に見えなくもない。

地元農協と連携して、駐車場横に直売場をもうけて、地元の产品が割安で提供されている。そのほか、ボティロンの森の工場で生産されたオリジナルブランドの地ビール、牛乳、チーズ、ヨーグルト、ソーセージが購入できるほか、(株)ファームの他のファームパークの产品（たとえば塩尻のチロルの森製のワイン）も一部扱われている。

d. まとめ

およそ、テーマパークが提供する楽しみには次のようなものがあるのではないか。

- ・理屈抜きで楽しくさせる非日常的空間。
 - ・旨いものを食べる楽しさ。
 - ・物を買う楽しさ。
 - ・ためになる楽しさ、すなわち、なにがしかの知的好奇心を刺激する仕掛けが用意してあること。
- ボティロンの森は、これらの楽しみをかなりのレベルで満足させることができる。
- 上記条件の4番目「ためになる楽しさ」について今後どのように意識的に取り組んでいくかがボティロンの森の課題となろう。11月の現地研究会に参加した会員各位はどのように感じたろうか。当日配布した記入用紙に書かれた感想・意見を簡単に集計したものを見せておく。

1999年11月27日

2. あなた自身が気に入った商品、サービスをいくつでも結構ですからあげてください。また、その理由を簡単に書いてください。

- ・手作り体験教室。是非やってみたいと思います。
- ・動物ふれあい。乗馬。羊コーサー。体験を通して楽しく学べる。
- ・農場。農作物を収穫できる。毎日食べても実際に収穫したことがない。
- ・ロード、よだれかけなどのご当地品。赤ちゃん連れで楽しめ、その後のロードが期待できる。
- ・ワイン購入のおまけが付いてる。ワインと合いそうになくワインより遙かに嵩張るおまけだがいかにも「農業公園」らしい。
- ・広々とした「自然」景観、緑、動物。
- ・ソーセージ。当地的な材料を使って作っているとのこと。日常买到で買うのとは味が違う。

- ・オリジナルの物販商品。
- ・ニュージーランドスペースは、羊からウールがどれことを実感できた。
- ・牛乳製品の製造工程。実際に製造できるマシンがあるのがすばらしい。
- ・すべて平屋建ての建物。メンテナンスや、建替えが容易に出来て良い。
- ・自家製ミルク。期待通りおいしい。ボディロンオリジナル商品のみを扱うショップが高い。市販のものよりもオリジナルのほうが魅力があるしくる人もそれを期待している。
- ・自家焙煎コーヒー。単純に「やってみたい」と思った。もっとアピールすればいいと思う。
- ・ごみ箱など。職員による手作りが好感が持てる。

3. ここを再訪したいと思いますか、それとももう来なくとも良い、と思いましたか。
下の記号を○で囲み、その理由も併せて記入してください。

1 再訪したい。 2 再訪したいとは思わない。

理由：

- (再訪したいのみ)
- ・実際に体験したいので。ただし、体験人数が少ない。遠方からきて、締め切られていると残念です。
 - ・四季折々の自然が楽しみ。
 - ・時間を十分にとって、バター作りやソーセージ作りを行い自分の生活に取り入れたい。

- ・子供、家族と一緒にきたい。ゆっくりすごすことが出来る。
- ・子供が安心して走りまわれる芝生、草摘み、どんぐり拾いが出来る公園として。ただ数回いたらもっとくるかどうかは?家族で一日すごすと結構お金がかかる。
- ・(もし自分が地元住民だと仮定するなら)料金が安い。手軽な行楽施設。自然と接することが出来る。

4. ボディロンの森のリソースを活用して再訪を促進するためのアイデアを考えてみてください。

(アイデア開発法：既存のアイデアー現在ボディロンの森で行われていること／

ものーに何かを足してみる・引いてみる・組み合わせてみるなどしてアイデアを発展させてみるのも一方法です)

- ・入園者に記念植樹をさせる。その成長を見にリピートさせる。(記念木の森)
- ・ガーデニングコンテスト→ガーデニングスペースを設け、入園者に貸し出してシーザンごとにコンテストを行う。
- ・体験教室一組織化を図り、会員の交流の場を設ける。
- ・商品(現在のM/LI政策は統一感がない)→コンセプトに基づくM/LI展開("らしさ"の演出強化)オリジナル商品の強化。
- ・ゲームコーサーは施設のコンセプトと合致しない。テーマにあったものへと変えていく必要がある。
- ・ミルクフロントでラインが止まっていたのが残念。1日何回かに分けて見学できるようにならないか。
- ・食のホールで演奏中に案内放送が入ったが、危光表示などで邪魔にならない方法は取れないか。
- ・グルメ館の「かぼちゃのスープ」は江崎かぼちゃか?かぼちゃをメニューに積極的に加えては?
- ・収穫体験。ただ収穫するだけではなく、その野菜についている虫などを観察せられるなど、親子が自然に興味を持つプログラムを作っては?
- ・収穫体験の隣で種まき体験、農業の連続性を伝えることが出来る。
- ・樹林を利用したどんぐり拾い、枝拾いから始まる工作教室。
- ・もっと混だらけになれる体験プログラムを。そのための道具や作業着の貸し出しを。
- ・農業のセオリーにあった作業への参加。動物にのべつおやつをやるのではなく食事の間にかいばをやる作業に参加させるとか…
- ・ベビーカーや車椅子が通りやすいような配慮を。石畳はこれらには不便。
- ・野菜畠の冬季対策としてビニールハウスでの栽培が有効と思う。
- ・羊とやぎと一緒に飼う。性格の違いや特徴が分かる。
- ・ボディロン産のである街、メニュー・製品にははっきりと説明を入れたほうがいい。
- ・鶏の飼育の仕組みを見せ、卵を販売すると良い。
- ・焼き芋を体験させる。

- ・野菜の種、苗を植えさせ、それを収穫せるとリピート対策に有効。
 - ・ミュージアム、展示の規模を大きくするといい。
 - ・羊が3頭ステージにつながれていたが、なぜ狭いところにつながれていたのかの説明が必要。(かわいそう、という子供の声が聞かれた)触って毛並みを確かめるのが目的なら、木の博に箱に閉じ込めなくてもいいのでは?
 - ・雨天対策上屋内でも楽しめるものがあると良い。農機具を集めた農業ミュージアムとか、知識・技術・情報が学べる場があって良い。
 - ・子供用の手洗い場があったが、水のみ湯場がもっと沢山ほしい。夏場用に冷水器があれば、水田など日本の農村風景も必要では。
 - ・農園の種まきも来園者にやってもらうと良い。自分がまいた種がどうなったか見にきたくなる。
 - ・ヨーロッパ農園風にスタッフのコスチュームも演じ出すると良い。
 - ・ディスプレイされているヨーロッパの農機具の、使い方、説明がほしい。
 - ・ボディロンオリジナル品の売店を独立させると良い。
 - ・ファームのネットワークで各地の農業公園の商品を集めて展示即売する。互いのPRにもなり、ファン作りになる。
 - ・かぼちゃ原産地として、いろいろなかぼちゃを栽培しかぼちゃ製品の開発を行う。かぼちゃを利用した料理コンテストを行う。
 - ・ひまわりの花は干渉した後は種から油を取ってその油で走る車を見せたい。農業は自給自足ということを子供に見せる。
 - ・レンゲ畑がほしい。春の集客に役立ち、蜂蜜を探る。
 - ・国内に実なる木を植えて、小鳥を集める。
 - ・トウモロコシ畑で迷路を作る。トウモロコシはブタの飼料として、畜産と農業のサイクルが学べる。
 - ・体験登録カード→顧客カード→季節の便り→イベントの案内→M/LIの活用と友達への口コミ促進。
- (ありがとうございました。)



2. 0円リゾート

a. 0円リゾートの誕生まで

坂本多旦が、昭和44年、船方総合農場を数人の仲間と発足させた一つの動機は、農地をもっていないばかりに故郷の地を離れて行かなくてはならない若者たちに、農業に就き故郷に止まらせる場を作りたかったから、と言っている。米、酪農、シクラメン園芸の3本柱で始めた経営は今でも基本的には変わっていない。

自立した農業経営を目指すうち、消費者と生産者の交流が重要であることを痛感し、様々な試みを繰り返してきた。こんな坂本をしたって今では都会からも就農希望者が集まっている。

坂本のもとに、あるとき農協中央会から「わんぱく農場」というイベント企画を持ちかけられた。小学生3年生とその母親250組500人、観光農場ではいけない、汚くても臭くてもいいから本物の農場体験をさせたいという企画であった。舗装もない、トイレもない、おまけに前夜の大雨で草地はぬかるんでしまっている。子供も母親たちの服もシューズも泥だらけ、「ごめんな、ここは観光農場ではないので汚くて・・・」と謝る坂本に、下関から参加したお母さんが「とんでもありません、私たちはもう何ヶ月も土を踏んでいないのですよ、だから娘も私もうれしくてしょうがないんです」と答えたという。都会人と自分たちの意識の違い、意外なことが喜んでもらえるという驚き、このとき坂本は後に展開する構想の確かな手応えを感じていたに違いない。

b. 農場公開の試みから0円リゾートへの展開

しかし、本気で農場を一般開放するのは簡単なことではなかった。来場者にサービスする組織を作らないと本業に差し支えができる。生産に従事するものと見学者の面倒を見るものの仕事を分担する必要ができた。

そこで消費者との交流とサービスを分担する「グリーンヒルアート」という会社が発足することになった。この会社は、来場者サービスのための様々な企画と運営を担当する。

農場を公開すると言っても、無制限に部外者の立ち入りを認めるわけにいかない。そこで、農場の一部38ヘクタールと山林など8ヘクタールに限り自由に立ち入ることができるようになり、林間部でバーベキューを始めた。初期のグリーンヒルアートの主な収益源である。

集客施設として1円の投資もしない、入場料も取らない、というのが彼のいう“0円リゾート”的の名の由来である。冬は積雪を見るという、従って、冬場はほとんど来場者は見込めないにも関わらず、日本海に近い山口県の中山間部に立地するこの農場の来訪者は年間12万人以上という。

はじめは、来場者に新鮮な牛乳を供給しようにも、加工場を持たなかったためにそれができなかつた。食品衛生法上、殺菌前の牛乳を供してはならないからである。そのことが後に、「(株)みるくたうん」という、牛乳と乳製品の製造販売会社を設立するきっかけとなつた。バーベキューは高くてとても手がないと言う客の、せめて牛乳くらいは買ってあげたいと言う声に力を得ての企業化であった。彼は、このような新会社を設立するときには多くの消費者たちに少額・均等に出資を求める。事業に

参加してもらうことによって、少しでも仲間としての意識を強め、ともに考え、交流を濃密なものにしたいとの思いからである。



c. 経営体としての0円リゾート

0円リゾートは必要に応じてバーベキュー、酪農品の直売、レストランなど、商品や、サービスの開発を促すと同時に農場そのもののブランド化を促していく。船方農場グループは必要に応じて、(株)グリーンヒルアート、酪農加工品の製造販売を目的とした(株)みるくたうん、グループの企画部門・みどりの風協同組合を設立し、総合農業法人としてのグループ化を完成させた。都市からの就農者も続々と集まってきた。農協を通じての市場出荷だけではなく独特の直売網を組織したり、独特の展開を果たし現在に至っている。

d. 交流事業の位置づけ・農村からの情報発信の重要性
坂本は、交流事業を始めてみて、都市住民の農業や農作物についての知識の貧弱さには驚愕させられたという。農園の開放以来、都市からきた来訪者が牛乳って暖かいものなんだ、と驚くさまを見たり、車椅子で来園した人が不自由な体で地面に降りて、草の匂いを嗅いでいる姿を見るにつけて、「農業とは食糧供給だけではなく、いのちの営みそのものを扱うものだ」という確信を深めていく。農業はいま、問題が山積している。その中で一番欠けているのは、農業の実態を消費者に理解してもらうための農業側からの働きかけ・努力だと坂本は考える。自分の農場を広く開放し、訪れる人々と接し、そこから学び取ろうとして農場に専門のセクションまで作ってしまったのは、まさに坂本の執念である。坂本自身が意識する・しないに関わらず0円リゾートは優れた教育機関であり、エコミュージアムなのである。

3. 結び

両者を比較すると、片方は農をアミューズメントの手段としてファームパークという新ビジネスに取り組んだ。0円リゾートは、農業の発達を目指して農場の公開と消費者との交流を取り入れ、自然発生的にニュービジネスを展開してきた。

ファームパークは他のテーマパークと比べれば桁違いに投資額が少ないとはいえ、数十億円単位の初期投資を必要としている。対する0円リゾートは基本的に公開施設にはほとんど金をかけていない。

ファームパークは見せるもの、提供する商品を始めに仕込んでこなくてはならないが、0円リゾートはあるがままである。それどころか、お客様の要請からサービスや売り物を後追いで用意し、それが消費者ニーズにあっていいるがために農場のブランドとして大きく育っていく。フィクションとノンフィクションの世界の違いが、そこにはあるという気がする。

ファームパークも単にアミューズメントではなく教育的な側面を持ちうるポテンシャルを持っているが、まだ「パーティションの森」に限って言えば志向する方向を模索しているようにも思えた。

MUSEUM ENTREPRENEUR

大阪市平野の町づくりで注目される
3つのキーワード

「おもしろい」「いいかげん」
「人の権」で仕掛け、行動する異
色の町おこし住職

大阪市平野区全興寺住職
川口良仁氏

工場や大型ショッピングセンター等の誘致で町の活性化をはかるうとする土地改造型の開発から、その地域や土地に遺伝子として伝えられてきた文化を活かした町づくりで活性化をはかるとする取り組みが、各地でなされるようになってきた。しかし、そのなかで市民や住民の存在は、ややもすると受け身的であったり、傍観的な関わり方であることが多かった。「町づくりは、役所の会議室で起こっているのではない、町角の現場でおこっているのだ」との現場認識から、地元住民とともにかずかずの町おこしの事業を実践している大阪市平野区の全興寺住職・川口良仁氏は、ミュージアムマネジメントの成功のつばを会得しているように思える。

町域全体を博物館とみたて、商店や既存の資料館・博物館・遺跡等を指定、整備し、回遊するルートを設定し、多くの人を呼び集め、賑わいをもたらそうとする試みは、近年「町角博物館」といった名でマスコミ等でも紹介されることが多くなり、特別な存在ではなくなってきていている。旧商店街を活性化させる計画のメニューには、必ずといつていほど挙がって

くる試みである。
そのなかにあって平野の試みは、その取り組み姿勢や運営方法、成果に向ける眼差し等に、他とは異なる大きな違い=志を見ることができる。



「町づくりを考える会」と「町ぐるみ博物館」

川口住職の全興寺が事務局となっている「平野の町づくりを考える会」が生まれたのは、南海電鉄平野線の平野駅舎保存運動（昭和55年）が起ったのがきっかけとなっている。太平洋戦争で戦火にあわなかった平野は、戦国時代からの古い区割りが残っており、環濠都市として、また町民による自治都市として発展してきた歴史がある。住民には自治の精神がDNAとして伝わってきているのである。「町づくりを考える会」は創立以来、写真集の出版や美術展覧会、ビデオコンテスト等、多くの運動や事業を行ってきている。

その運動の一環に「町ぐるみ博物館」がある。平成5年に7館から始まった博物館も、現在、13館を数えるまでになっている。民間の商店、個人住宅、神社、仏閣の一部を開放してもらい庶民の暮らし、生活文化財を中心に、地元の人々を対象に展示公開を始めたもので、その動機、目的は観光ではない。ましてや、町を宣伝し外からの観光客を呼ぶためにやっているのではない、と川口住職はそのコンセプトと経緯を説明してくれた。これらの一連の活動は、「遊び心」でやっているもので、「たいそうな目的」をもってやっているのではない。ただ、持続して活動していくことで、住民一人ひとりに自分たちの町を見直す意識が醸成されることを心掛けているということである。「町づくりを考える会」は、現在登録会員38名で、会長、会則、会費がない。組織はプロジェクト（出版やコンサート、アートツアーエ等）ごとに経費（寄付やリサイクル活動等で捻出）をつのり立ち上げ、運営している。リーダーもプロジェクトの内容によって、会員の持ち場が自然に決まってくる。会員の出入りは自由、やめるのも加入するのも気儘であり、会員の年齢構成も24才から80才までと幅広く、職業も色々。資金的援助は、行政からは一切もらっていない。あくまで、地元有志者の任意の集団である。博物館との関わりもガイドマップを印刷し、広報、宣伝を行なうというサポートに終始している。博物館はそれぞれ無料公開で、運営、管理は博物館が独自に行っている。昨年の1999年7月23日（金）～25日（日）の3日間にわたって、特別なイベントを企画し、100か所の博物館の開館を実現させている。印刷した案内マップを一部100円で頒布し、企画に賛同してもらった博物館開設者には、登録料として1館につき1000円をもらって運営資金に充てたという。区役所、警察署、学校、消防署、郵便局、銀行等も博物館としてその一部を開設した。「お宝拝見」といった乗りでのイベントは、データをとったり、成果の検証をして、ことさらに評価したりすることをしないという精神から数値的、客観的効果測定データは残されていないが、面白いから、またやりたいから続けるという「遊び心」があるかぎり持続される。



年齢構成も24才から80才までと幅広く、職業も色々。資金的援助は、行政からは一切もらっていない。あくまで、地元有志者の任意の集団である。

博物館との関わりもガイドマップを印刷し、広報、宣伝を行なうというサポートに終始している。博物館はそれぞれ無料公開で、運営、管理は博物館が独自に行っている。昨年の1999年7月23日（金）～25日（日）の3日間にわたって、特別なイベントを企画し、100か所の博物館の開館を実現させている。印刷した案内マップを一部100円で頒布し、企画に賛同してもらった博物館開設者には、登録料として1館につき1000円をもらって運営資金に充てたという。区役所、警察署、学校、消防署、郵便局、銀行等も博物館としてその一部を開設した。「お宝拝見」といった乗りでのイベントは、データをとったり、成果の検証をして、ことさらに評価したりすることをしないという精神から数値的、客観的効果測定データは残されていないが、面白いから、またやりたいから続けるという「遊び心」があるかぎり持続される。

行動しながら考えるという姿勢

これらの企画は、月1回の定期的会合「ほろよいサロン」で検討される。酒を飲んでワイワイ話し合う場ということで、ここから、机上では生まれない面白いアイデアが形になるとことである。そして、成功の秘訣は、なによりも考える前に動くということにある。出来るか出来ないかわからなくとも、計画を打ち上げたならば、行動を起こす。その行動の過程で、障害が出てくれば考える。「でき

へんかったら、もともと」で行動する、という姿勢が大切だと教示してくれた。

マスコミへの働きかけは、特に意識していないと言われるもの、マスコミの特性もよく心得ており、「観光化していない」ことに対してのニュース価値を競って取り合うところがあり、また「住民だけでやっていて、取材に来てもらっても、もらわなくてもよい」というポーズがかえって、取材意欲を刺激するようで、NHKだけでも年に4～5本来るという。民放をいれると実に、月に2～3本は取材が入っており、マスコミを利用して「人の権で相撲をとる」というモットーに充分かなったものになっている。

「平野の町づくりを考える会」が掲げる3つのコンセプト1.「おもしろいことをする」2.「いいかげんにやる」3.「人の権で相撲をとる」は、行政や専門家がかかわる町づくりの理念、方法と大いに異なるところであるが、市民を主体とした町づくりの一つの在り方として取り組んでいい“作法”といえるのではないだろうか。

なぜ、行政や専門家が関わる町づくりが面白くないのか。その理由を川口住職は、次のように分析している。「予算を獲得しその範囲内で、審議に参加する8割以上の人々が賛成するものを会議会議を積み重ねてやっていく。そして徐々に面白味が抜けていって、当たり前のものになっていく。我々は『活魚料理』を目指して実行している。行政や専門家が携わるプロジェクトは、釣り上げた魚を解体し、冷凍にして、実施の際に味付けして、解凍する。その際には、新鮮さもなくなっているばかりか、味も変わっている。それでどうして面白いものになるだろうか。町づくりのプランの練り方が間違っている。流動性に即応できるプラン策定だと見直しが柔軟になされる。そこから建物重視のハード志向からソフト志向に比重が変わってくるはずである。ハードの維持管理とハードへの帳尻合わせでソフトがうまくかみ合わないこともなくなるはず」だと。

平野は「観光」ではない「感風」を目指す、というポリシー

川口住職は、さらに続ける。「町づくりの運動や事業を商店街を中心になつ行なうと“利益誘導偏重”になり、行政でやると“観光、地域おこし”というスケールオーバーな目的が全面にでてきて、どこかに無理な負荷がかかる。平野の試みの背景には、遊びの精神が確固としてある。自分たちの町を自分たちが遊ぶという「町遊びの精神」があるからこそ、これまで長く続いている。「観光」という言葉の「光」は、ビジュアルな形

を意味している。「目に見え、目に訴える形を観る」ことが「観光」である。つまり、「観光」はハード（形）を中心に据えている。我々は、光ではなく、風を感じるという意味で「感風」を求めている。風は目に見えない。しかし、肌に触れるものである。肌に触れる臭い、音、歴史的な雰囲気、自然、人とのコミュニケーションなどは、人間が営む町を構成する要素であるが、これらの歴史や空間は、珍しい建物を移築したり、テーマパークをもってきて人を呼ぶ、という即席につくりあげることの出来る「観光」にはない魅力がある。それらを大切にし、そのための博物館が「町ぐるみ博物館」である。これらの博物館は、開館日が限られていて、利用者には不親切で不便なようだが、閉まっていたらまた来てください、分からぬことがあったら、隣や道行く人に聞いてください、というスタンスもいいと思っている。迷って探して、人や町並みに出会って、そこにまた、発見や喜びが生まれる。町づくりは長期的な取り組みが必要で、身の回りの文化をじっくりと醸成していく姿勢が必要だと思う」

昨年8月の第4日曜日に「たそがれコンサート」と銘打ったイベントが開催された。“ジャズオーケストラ”と“吹奏楽”とで約70人の演奏家が出演し、入場料は無料、出演料もまた無料、演奏する場所の確保とPRは「町づくりを考える会」が担当、当日は300人ほどの参加者で賑わった。会の持ち出し費用はなく、演奏者サイドにとっても、会場費も広告費も無料で、また聴衆サイドも無料という相互の利害の一致でお金がかからないコンサートが実現した。

「町づくりを考える会」を組織する会員の間には、利害の絡みもなく、それといって特に構えた目的もない。しかし、面白い創造性に富んでいる。柔らかな組織で、市民型のボランタリズムが伏流水として水脈を満たしている。自立した市民の姿が背景にあるように、心強く感じられた取材であった。

取材／高橋信裕



研究部会活動報告 1

理論構築

研究部会

第2回

「資料はいかにして博物館資料たり得るか」

■「日本の自然史系博物館の現状と課題：一次資料と二次資料を中心として」

樋口 弘道氏（栃木県立博物館副館長）

■「理工系博物館の資料調査と資料の登録について」 前島 正裕氏（国立科学博物館理工学研究部）

日時：平成 11 年 10 月 30 日(土) 13:30 ~ 16:15

会場：国立科学博物館 大会議室（東京都台東区上野公園 7-20）

今年度の当研究部会のテーマ「21世紀の博物館機能に関わるマネジメント」のもと、まずはコレクション・マネジメントをとりあげることとし、第1回研究会「美術館のコレクション・マネジメント」を6月に開催したが、引き続き、自然史系博物館と理工系博物館におけるコレクション・マネジメントについての標記研究会を開催した。事前の申し込み者が少なく事務局に心配をかけたが、当日は20名を越える方々にご参加いただいた。

初めに、栃木県立博物館副館長の樋口氏から、主として自館の事例を中心に、自然史系博物館におけるコレクションづくりとその活用についてお話ししていただいた。具体的な話に入る前に、「コレクション・マネジメント」という言葉、あるいは概念に関して、前回のブリヂストン美術館の貝塚氏と同様に、日本の自然史系博物館ではまだ「コレクション・マネジメント」は確立していないこと、栃木県立博物館には「コレクション・マネジメント」という言葉はないこと、の確認がなされた。栃木県立博物館における資料の取扱いが日本の自然史系博物館の典型ではない、ということについても同様である。

自然史資料が博物館のコレクションになるまでと、その後の活用については、沢山のスライドによって詳しい説明があった。樋口氏は栃木県立博物館には準備室時代から勤務され、学芸部長を経て現在は副館長をされている。専門とされているのは昆虫の「アリマキ」である。国内外の各地で資料を採集し、標本化し、収蔵するまでのプロセスが、実際に使用する道具による実演も交えて紹

介された。コレクションづくりの段階から、教育普及活動での活用を念頭に置いて作業に当たることの重要性についても言及があった。参加者には博物館に勤務する方が少なかったこともあって、非常に興味深く見聞きすることができたのではないかと思う。

続いて、国立科学博物館理工学研究部の前島氏から、日本の理工系博物館の歴史的な変遷と、現在の国立科学博物館理工部門における資料管理の事例、欧米の博物館における理工系資料の管理の例などが紹介された。前島氏によると、理工系博物館の資料は、歴史的遺物と実験装置に大別することができるが、時代を経るにつれて後者さえも歴史的な資料となるため、「理工系博物館」はだんだんと「歴史博物館」化する傾向にあるという。資料の多くは「ただの物」であり、詳しい来歴や付帯データが加わることによって理工系博物館の資料となる、また、資料の保存や修復のためにスペシャリストが必要である、といった指摘もなされた。

自然史系博物館においても理工系博物館においても、採集や寄贈、購入などの手段によって獲得される「物」は、そのままで「ただの物」にすぎず、専門家である学芸員によって二次的な情報が付加され、また、ラベルを貼ったり同定・分類したりといった登録の作業を経てはじめて博物館資料になる、という点で共通している。こうした作業を専門に行う、例えば欧米のレジストラーのような人の確保について、日本の博物館でも検討すべき時期にきているのかもしれない。

(幹事：守井典子／国立科学博物館)



採集の様子を実演される樋口氏

研究部会活動報告 2

理論構築研究部会
第3回**博物館はいかにして利用者に近づくか**

- 「来館者志向の博物館マネジメント—来館者調査の分析から—」長畠 実 氏
- 「ルーブル美術館における来館者調査の事例 川嶋・ベルトラン敦子 氏

日時：平成 11 年 12 月 11 日（土） 13:00 ~ 16:30

会場：国立科学博物館 3 階会議室（東京都台東区上野公園 7-20）

開催の趣旨

平成 11 年度の後半については、部会員から希望のありました「利用者研究」と「財政問題」についての研究会を実施することとしている。

第 3 回は、長畠さんからは研究紀要に掲載の「来館者志向の博物館マネジメントに関する考察」をもとにして、また川嶋さんからはご本人がフランスのサンテチュンヌ大学の博物館学の博士課程に在学中に行った「ルーブル美術館における利用者の聞き取り調査」をもとにしてご報告いただき、研究・協議を 40 名の参加を得て実施した。

報告と協議**「来館者志向の博物館マネジメント—来館者調査の分析から—」**

長畠氏から以下のようなレジメに基づき報告があった。

1. 来館者調査のねらい

- ・顧客満足は公共サービスの目的である。
- ・博物館に求められるマネジメント機能は、「使命・理念の明確化」「時代や社会の要請に応えること」「質の高いサービスの提供」である。
- ・来館者の視点に立ったサービス提供のための調査研究

2. 来館者調査の概要

- ・調査方法・・・「名古屋市博物館」「名古屋市科学館」においてアンケート調査を実施した。

(回収数科学館 942 票、歴史館 569 票)

- ・調査項目・・・来館理由、満足項目、不満足項目、館のイメージ、学芸員への期待、教育活動への期待等

(質問用紙は配布された)

3. 調査結果と分析

どちらの館も約半数が名古屋市内からの来館者で、来館理由は歴史館では「貴重なものがあるから」「特別展示への来館」が多く、科学館は「手軽な余暇活用」「プラネタリウム」がその主な理由で、初来館者では口コミの影響が大きく、来館回数が多くなるにつれて「知識・教養」「イベント」等の積極的な利用態度が見られる。

博物館のイメージに関しては、科学館・歴史館ともに親近感、有効性、展示内容の評価が高くなること、科学館では楽しさ・気軽さ・イベントの評価が高く、反対に歴史館では楽しさ・学芸員等の解説・学習環境・イベントの評価が低いこと、両館とも飲食施設・ショップの評価が低いこと等が指摘された。

不満の点については、「閉館時間の早さ、展示物の解説、入館料の高さ」等が示された。博物館への期待は、歴史博物館では「独自の展示企画、専門的研究への期待」、科学館では「教育への期待」「学校との連携」等の積極性が目立つ結果となっている。

今後、利用者の満足度評価に関する調査研究による知見の蓄積と交流のネットワーク構築が求められる、と結ばれた。

ルーブル美術館における来館者調査の事例

川嶋・ベルトラン敦子氏からレジメに従って説明があり、その後質問協議を行った。

1. フランスにおける来館者調査の概況

1960 年代にピエール・ブルデュー等による教育学・社

会学としての研究があるが、博物館学の一環として利用者研究が盛んに行われるようになったのは 1980 年代からである。観客の行動観察、アンケート調査といった調査手法の他、観客にボラロイドカメラを貸し出し、観客が撮った展示物の写真をもとに博物館体験をインタビューするといったような調査事例がある。またここ数年の傾向としては、利用者の認知的側面を扱った調査が増えてきている。

2. ルーブル美術館における利用者の作品認知に関する研究

ここでは、「本物と複製画の人に与える影響の違い」「見る順序による作品認識の違い」「キャプションの影響」といった研究テーマをもとに、ルーブル美術館の一展示室の絵画 24 点を前に、被験者 96 名の鑑賞体験を音声化させた「発話プロトコルデータ」を用いた研究方法と結果について報告いただいた。ただし、以下の「言語分析ソフト」や統計的処理等の技術に関しては、余りに専門的過ぎると判断し、別途個別に議論していただくこととした。

(ア) 発話データ調査に関する先行研究と問題点

先行研究には、ユニットの区切りが分からない、等々の問題があり、ここでは手作業によるカテゴリー分析を止め、コンピュータ分析による方法を用いた。

(イ) 統計的処理

「言語分析ソフトウェア Tropes」を用い、鑑賞者の話している言葉数（単語量）、また話の中心を形作る「核語彙」を見つけだし、これについて統計解析を行った経過の説明があった。

(ウ) 簡単な結論

- ・絵画を見る順序は、「感じること」に影響を与える。
- ・本物の絵画を見た人は、話す内容に感情語が多く、感受性が高まっていると言える。

全体に関わる協議等

参加者からは、「学校との連携が大切であり、特に教師との連携が重要である。」「利用者研究ということであれば、もっと総括的な調査が必要ではないか。」「利用者研究をもっと進めることが必要。」等の意見があり、今後とも基礎的な調査の必要性を感じた。（理論構築研究部会長 高安礼士）



時の話題 1

ミュージアムを核とした町づくりの話題や、ミュージアム関連の新制度など、ミュージアム・マネジメントに示唆を与えてくれるような新鮮な話題を紹介します。

亀印製菓（株）「お菓子博物館」

（株）乃村工藝社
森 美 樹

「お菓子博物館」は、亀印製菓（株）が昨年10月1日に開館させたものです。亀印製菓（株）は茨城県内最大手の菓子メーカーで、創業は江戸時代にさかのぼる老舗です。「水戸の梅」「吉原殿中」をはじめとする地元の伝統菓子から洋菓子までの幅広い商品展開により、地元の人々に親しまれています。この亀印製菓が「お菓子博物館」を計画した背景には、本社と工場の移転があります。移転先は水戸と大洗という県内の二大観光地を結ぶ国道50号バイパス沿いで、バス利用の団体旅行者や自家用車での個人旅行者が通る観光ルート上に位置します。その立地条件を生かして、観光客を呼びこむことのできる施設をつくろう、ということから、その目玉になるものとして計画されたのが、「お菓子博物館」です。

水戸市内の主な観光名所としては、偕楽園をはじめ、水戸の三名君として親しまれる光圀・齊昭・慶喜ゆかりの地や、三名君を輩出した水戸徳川家のコレクションが觀賞できる徳川博物館などがあげられますが、エンターテイメントを指向した観光施設はこれまでありませんでした。「お菓子博物館」設立の動機には、新たな観光スポットをつくることで、水戸にプラスαの魅力と新たな活力をもたらす、というねらいがあり、その役割が地元からも期待されています。

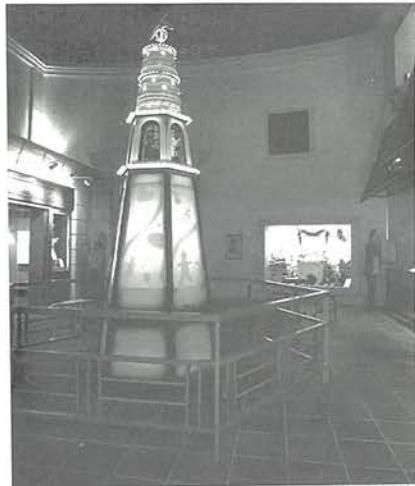
観光ルート上に位置しているので、第一のターゲットは自家用車で県の内外から訪れる家族などのグループ客やバスツアーの団体客ですが、50号バイパス沿いには大型のディスカウントショップやファミリーレストランなどが立ち並び、近郊からも子どもを連れた若い世代の家族が車で

訪れます。こうした層に日常的に利用してもらうことも念頭に置かれています。

施設全体は「お菓子夢工場」と名づけられ、地場産品も販売する大型の直営店舗、直営のイタリア料理店、そして「お菓子博物館」から構成され、250台収容可能な大駐車場も用意されています。ネーミングには、お菓子を見て、味わって、楽しむことを通じて、人々に夢を与える、という願いが込められています。

「お菓子博物館」は、お菓子を通じて人々に夢を与える、という考え方にもとづき、企業色は抑えめに、あくまでエンターテイメントにこだわって、小さな子供を連れた家族から、カップル、お年寄りのグループまでが、世代を超えて楽しめるものをめざしてつくられました。オープン時の展示には誰もが知っている昔なつかしい日本の駄菓子から、珍しいアジア、ヨーロッパのお菓子まで、多彩な内容が盛りこまれていますが、今後は利用者の嗜好を反映し、人気の展示を充実させたり、新たなテーマの展示をおこなうなど、3~5年をめどに部分的な更新をしていくことが考えられています。民間企業ならではの柔軟性を生かし、現場からの発想で、常に新たな話題を提供する活気ある施設をつくっていこうという方針です。週末になると、店舗前の広場で、今やすっかりなつかしい風物となったポン菓子（パクダン）の実演をおこない、無料で配って人気となっています。このほかに駄菓子や飴細工の実演販売なども計画されています。こうした催し物も利用者の嗜好を探るのに役立っています。

「お菓子夢工場」がオープンした10月1日は東海村の事件のあくる日でした。地元の産業にも深刻な影響がおよぶなかで、とくにダメージが大きいのではないかと誰もが考えるのが食品関係と観光ですが、「お菓子夢工場」ではそのようなイメージを払拭するかのように、ミレニアムイベントなどを開催し、その活力を地元の人々にアピールし、地元にも活力を与えようとしています。今後の活動の展開が期待されます。



世界のお菓子を紹介するお菓子の広場



来館者がまず出会うのは、おやつが待っている午後3時の台所。

【展示の紹介】

お菓子博物館

2階 日本の心を映す和菓子

四季折々の行事菓子、水戸三公(光圀、齐昭、慶喜)にちなんだ菓子、懐かしい駄菓子など日本人の暮らしにとけ込んだ和菓子の世界をご紹介します。

日本人とお菓子のなつかしい風景
江戸時代の駄菓子屋、明治時代の駄菓子屋、大正~昭和の駄菓子屋、ギンザ菓子屋、紙芝居など、日本人にとっての「お菓子の駄菓子」が並びます。

水戸の名君とお菓子
水戸三公の業績や人となら、各人のお菓子(食)にまつわる美しいエピソードをご紹介します。

和菓子のこころ
春夏秋冬の行事や花鳥風月にちなんだ伝統的の和菓子を選び、日本人がお菓子に込めた思いや願いをご紹介します。

6 人は大昔からお菓子好き
「お菓子で豊富な文化」、「エジプト人は真子パンを焼いていた?」、「魔文人はクッキーを食べていた?」など、お菓子の歴史の中の興味深いエピソードをご紹介。美しい発見がいっぱいです。

世界はまわる、お菓子を乗せて
世界の駄菓子、旅菓子、氷菓子などを世界各地で愛され続ける伝統菓子をご紹介します。クイズに答えるながら世界をめぐります。「お菓子の地図」がシンボルです。

a お菓子にまつわるコレクション
お菓子の木型、菓子器、製作道具、パッケージなど貴重なアンティーク・コレクションを展示しています。

お菓子の人と物語 1階

お菓子の成り立ちをひもとくビックリ、懐かしいお菓子のコレクション、世界の伝統菓子などお菓子の歴史や種類をご紹介します。

a ぎっしり詰まった幸せの時間
「懐かしいお菓子と長い日の日々」、「午後3時の台所」「慶祝裏部屋の宝箱」「挿入のお菓子工場」「コレクターズ・ルーム」。ここには懐かしいお菓子やおまけ、ノベルティ・グッズがぎっしり。子供時代の幸せもぎっしりです。

お菓子夢工場

ここはお菓子のワンダーランド、楽しくて、懐かしい、夢の世界。

お菓子博物館は、お菓子のルーツや歴史、種類・製法からエピソードまで“美味しい”情報を満載のミュージアム博物館です。
「お菓子の世界」と「世界のお菓子」をどうぞご堪能ください。

国や文化がちがっても、甘いお菓子が、あたえてくれるのは、いつもの笑顔と、幸せな時間です。

懐かしいお菓子のパッケージやおまけは世代を超えて人気です。



実際の商品が並ぶ駄菓子屋さん
もやはり人気のコーナーです。



世界各国のさまざまなお茶の時間のお菓子とテーブルの上の様子を、専門家のアドバイスのもとにリアルに再現した展示。人々がじっくりと見るコーナーのひとつです。

<お菓子博物館>

- 住 所 〒310-0913 茨城県水戸市見川町2139-5
- 電 話 029-305-2211 (亀印製菓株式会社の番号)
- 開館時間 9:00 ~ 17:00 年中無休
- アクセス 【車】常磐自動車道を水戸ICで下り、国道50号バイパスを「日立・大洗」方面へ進む。そのまま直進すると左手に「お菓子夢工場」の案内看板がある。水戸IC出口より約10分。【電車】JR常磐線、水戸駅下車。北口バスターミナルの4番のりばから「桜ノ牧高校」行きのバスに乗り、約25分。「市民球場前」バス停下車、徒歩3分。
- 入館料 大人500円、小学生250円(おみやげお菓子付き)

新刊紹介

『知の成長—わが愛しのイベント ・博覧会・そしてミュージアム』

発行：(株) 内山工房
定価 1500 円税別

知の成長

川津 尚一郎

— まもなく定年。区切りを迎える会社暮らしのエピローグとして、この本はとりあえずの決算報告書である。これから新たな人生の新年度を歩んでいきたい。もちろん、気長にさらなる知の成長を目指していくつもりである。— (本書より)

と、本書の冒頭に記されている。私には、「決算報告」であると同時に、この本は筆者が長年手がけてきた博覧会・イベント、そしてミュージアムに対する「ラブレター」のようにも感じられた。我々の業界では、本当のことを言いつの難しさ。特に、その業界にどっぷり浸っている人間にとっては殊更にである。でも実は声を大にして言いたい。言つてしまいたい。本書は、そんなフルストレーリングを柔らかく癒してくれる。怒気のないシンプルな文体、余計なものが削ぎ落とされた短文の連なりが心地よくはいつてくる。

構成は、I 私の博覧会序論、II イベント私論、III やじうまミュージアム論、IV つれづれの記、というようになっている。これまで書き溜めたものの再編集であるとのことだが、多分、執筆時の古い順に編集されているのではないかと思う。そう思う理由の一つは、I 私の博覧会序論が一番、熱い“からである。私自身は、ミュージアム一辺倒できた人間であるが、所属している組織が多数の博覧会を手がけていることから、中途半端に博覧会づくりの裏側を知っている。小難しい博覧会論に煙に巻かれながら、どこか厭然としない思いをずっと抱いてきた。一種の「はだかの王様」状態である。本書の博覧会論は、そんなもやもやを解きほぐし、不思議な安堵感を与えてくれた。

III やじうまミュージアム論では、展示業界の人間としては耳の痛いことも(ばかりが?)綴られていたが、まさに現日本のミュージアムづくりの問題点を簡潔にまとめている。「おっしゃると

おり!」、という読後感であるが、意外にこんなふうに簡潔に問題点を集約した論考はない。業界の人間として反論したいと思う前に、すがすがしい気分にすらさせられてしまった。しかし、この章を読んで特にわたし共感をもつたのは、「イメージの伝承」についての記述であった。ここで述べられていることは、展示シナリオを編むうえで、しばしばぶつかる命題であり、歴史の記憶装置としてのミュージアムの存在意義に深く関るテーマである。筆者はこの命題を浮き彫りにするために、業界仲間の染川香澄氏に投げかけるEメール形式で(実際に送信したメール)、異なる視点を提供する3つの事例を引き合いに出している。その言い草がとぼけていて実にいい。質問を投げかけているようだが、本当はご自身の解をお持ちではないですか? そんなふうにお聞きしたくなる。是非機会があればお聞かせいただきたい。

現役バリバリの頃から、しがらみをものとせず言いたいことを言つてきたという筆者。すなはちそれは“本当のこと”であつたのではないか。“本当のこと”を当たり前に捉える透明なまなざし。そんな印象を感じさせてくれる気持ちのよい一冊である。

大先輩の著作に対し、かなり僭越なことを申したてたことをお許しいただきたい。

文責 齋藤恵理 (株) 文化環境研究所

※本書を「ご希望の方は事務局までご連絡ください。
筆者からのご厚意で、先着10名の方には無料で
進呈いたします。(事務局)



関西ミュージアム・メッセ 2000

「大阪国際会議場オープニング記念事業」「“翔びたて関西”新しい1000年記念事業」

人との交流「市場」

昨年末、モロッコのかつての政治・文化の中心であったマラケッシュを訪れる機会があった。メディナ（旧市街地）ではジャマ・エル・フナ広場を中心に、羊頭を店先に並べた羊肉店や香辛料を売る店など、さまざまな店がひしめくスーク（市場）が広がる。夕刻ともなると、何百kmも離れた街からやって来る商人達がどこからともなく集まり店を開き始め、広場は大道芸人や人波でお祭りさわぎとなり、魑魅魍魎とした雰囲気と化す。この自然発生的エネルギーこそ「市場」の原点ではないだろうか。

『関西ミュージアム・メッセ'97』概要

1997年10月、関西の経済5団体が主催となり、『関西ミュージアム・メッセ'97』が開催され、私共は運営事務局としてお手伝いさせて頂いた。「ミュージアム・メッセ」とは、芸術文化・生活文化など多様な文化情報を蓄積し発信する拠点であるミュージアムが「まち」に出て、広く市民にその存在を知ってもらう場であると共に、ミュージアム関係者の情報の交換や人的交流をはかる「文化の市場」を目指したものである。“企業ミュージアムがやってきた”をキャッチコピーに、関西圏に点在する企業ミュージアム22社24館と特別出展の国立民族学博物館を含めた25館のミュージアムと、ミュージアムグッズをはじめミュージアムを支える関連技術企業41社が一堂に会し、「マイドームおおさか」で3日間開催された。日本で初めてのミュージアムに関する見本市ということで、関係各位から高いご関心をいただくことができたと共に、来場者へのアンケートでも「1ヶ所でたくさんのがみることができた」「企業ミュージアムは入りにくいイメージがあるので、このメッセはいい広報活動」等、数多くのご意見を頂いた。またご出展頂いた企業ミュージアムからは、「(ミュージアム活動を研究している)大学から運営についての問合わせがあった」「館所蔵コレクションの貸出し依頼があった」等、広くミュージアムの存在を認知していただいたと同時に、館運営における具体的な動きもみられた。



特別出展の国立民族学博物館 人柄溢れる館長プレゼンテーション

『関西ミュージアム・メッセ 2000』開催！

そして本年5月、化粧なおしをした『関西ミュージアム・メッセ 2000』が、再び大阪で開催される。今回のメッセ

については3つのポイントが挙げられる。

■設立の枠組みを越えたミュージアムの集い

第1に、官民という設立主体の枠を越え、関西圏を中心とした国立・公立・企業ミュージアム約40館のご参加が頂けることである。国立ミュージアムの独立行政法人化という問題を前にし、日本のミュージアムが動き出したことと受け止めている。また、昨年6月関西2府7県3政令市の行政と経済界により発足された「関西広域連携協議会」の中の、取り組むべき6つの課題分野である「文化・観光振興」のひとつに、本メッセが施策のひとつとして取り上げられた。各自治体も初めての取り組みの中、予算枠の大小ではなく”地域文化の知恵比べ”としてご参加頂けることは、運営事務局として非常に嬉しい限りである。さらに韓国等の出展も決まり、海外のミュージアムとの交流の場としても、少しずつ実績を重ねていきたいと考えている。企業ミュージアムについては関西の独自性溢れる企業の参加もあり、限られた面積のブースの中で何をアピールするか、現在鋭意ご検討頂いているところである。いずれにせよ、昨今の経済情勢が非常に厳しい中、官民共に肩を並べ、共に競い、共に交流する面白さが、今回のメッセには存在すると思われる。

■交流と議論の場

第2に、前回は充実させることのできなかった交流の場づくり・議論の場づくりを、可能な限りしつらえていく予定である。3階イベントホールでは、各出展ミュージアムの館長や学芸の方による、館のプレゼンテーションをして頂く予定であるし、10階の会議室では併催行事として、講演、シンポジウム、セッション、ワークショップを計画中である。ここでは対象を明確にして、一般市民のものとミュージアム関係者のものとに分けて構成する。講演については、テーマをミュージアムに特化せず、著名な先生方から広く日本文化の視点で市民が楽しめるお話を伺い、ワークショップについては各ミュージアムが普段行っているものを出前してもらう予定である。ミュージアム関係者向けのものは、総論ではなく各論に踏み込んだ今日的課題を取り上げ、出席者による活発な討議の場として頂きたく、現在調整をお願いしているところである。関西経済連合会・大阪21世紀協会・日本ミュージアムメント学会主催による国際シンポジウム「蘇る都市・蘇る地域～新・ミュージアムの時代～」も予定されている。

■ところ新たに「大阪国際会議場」

第3が、会場がオープン後間もない話題性の高い「大阪国際会議場」であり、優れたイベントに与えられる「オープンニング冠記念事業」に指定されたばかりである。面積についても前回と比較して1.5倍にスケールアップし、大阪の

新しい顔として既に自治体や企業各社から注目を集めている。 「文化の市場」の持つ課題

「メッセ」とは本来商業取引の見本市であるが、「ミュージアム・メッセ」は「文化の市場」であり、文化情報の交換の場であると考える。本メッセが通常の見本市と大きく違う点は、その対象としているものが、ミュージアムそのものと、その利用者である一般市民と、そして文化情報を翻訳する関連技術企業の3つであることだ。しかしながら、この3つの対象が場を同じくすることをご理解頂くのは、理想論としてはお話ができるのだが、実は大変難しい。本メッセは、出展料と入場料で事業費がまかなわれる〈非営利事業〉であるが、出展料を出す出展者側からすれば、当然ながらその目的やその対象、そして費用に対する効果が明確に求められる。文化の計数化は非常に難しい上に、メッセの実績は前回1度しかなく、データとして有効であるとは言いにくい。ミュージアムが設立される本来の目的はどこにあるのか、単に費用対効果で語られることだけが重要なのであろうか。

一方でミュージアムは一般市民から日常的に利用されているとは言い難く、メッセで“広く知ってもらう”という命題を持つ。教育委員会指導部の先生ですら、授業でミュージアムを利用するにもかかわらず「大阪市立自然史博物館は長居公園という風景の中のひとつの施設であり、ミュージアムという認識よりむしろ“恐竜の骨のあるところ”といった、漠然としたイメージの中で存在している」とお話しくださる。

この3つの対象を、人工的な「文化の市場」である「ミュージアム・メッセ」の中で共存させ続けることが可能かどうかは内部でも議論を重ねてはいるが、回を重ねることによって認知され、異なったジャンルの人の交流が生じ、その交流から生み出されるエネルギー、すなわち「文化の市場」を通じて、今後のミュージアム運営の大いなる可能性に期待したい。

また今回の併催行事の中には、若干の「祭り」的要素を取り込んでいくと計画中である。「市場」と「祭り」といえば、祭囃子や踊りの輪、その周辺に屋台が立ち並ぶというような混然としたイメージをお持ちの方が多いと思うが、人の集まるところに楽しみが、いや知恵が生まれると考えている。この第2回「ミュージアム・メッセ」をどうご活用いただけるかは、参加するミュージアムそして参加する来場者の皆様次第であり、参加者全員が主役であろう。出前ワークショップに参加する子ども達、知的欲求を携えた来場者の市民、企業に所属される方々、企業の広報ご担当者、ミュージアム所轄の自治体関係の方々やミュージアムを教育活動の一環としてどう取り入れようか思案されている教職員の方々、今後のミュージアム環境を整備される立場におられる方々、各ミュージアム関係学会の方々、そしてミュージアム運営に携わっておられる方等ご参加下さる全ての方々に、現状のミュージアムをまず俯瞰していただき、各々の立場でこの「文化の市場」を積極的にご活用頂きたいと考えている。

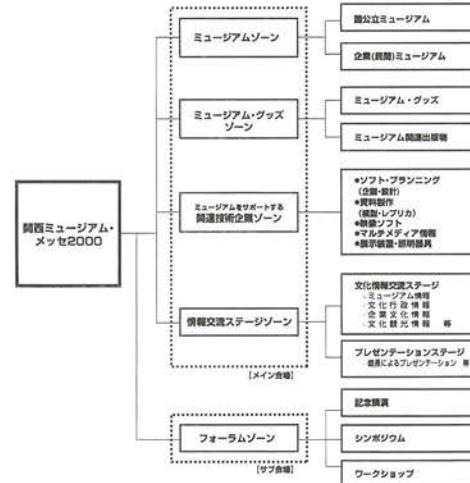
マラケッシュという街の歴史は古い。その「市場」には、

まっすぐに延びる道路や明確な住所などという、整然とした秩序は存在しない。しかしそこには積み重ねられた歴史がありだす、大きなスケールと他を圧倒するエネルギーがある。

この「ミュージアム・メッセ」が関係者のみならず一般市民にも認知され、十二分に活用されるまでには、当然手間と時間がかかるであろう。しかしながらこの「市場」の立上げに関わられた者として、厳しい意見を頂戴しながら、時代に則した形を模索していくかと考えている。遠くない将来この「市場」から、ミュージアムが持つ独自のエネルギーを感じられるようになればと期待する。

(文化総合研究所 国定由実)

【全体構成（案）】



【開催概要】

- 会期 2000年5月24日(水)～27日(土)
10:00～19:00 (最終日は16:00まで)
- 会場 大阪国際会議場
3階イベントホール、10階会議室
- 参加 国公立ミュージアム、企業ミュージアム、ミュージアムをサポートする関連技術企業、ミュージアム・グッズ、ミュージアム関連書籍
- 入場料 1,000円 (前売り800円)、大高生500円 (前売り400円) 小中学生・65才以上無料
- 主 催 関西ミュージアム・メッセ2000実行委員会構成：(社)関西経済連合会、大阪商工会議所、京都商工会議所、神戸商工会議所、(社)関西経済同友会、(社)大阪工業会、(財)大阪21世紀協会
- 後 援 (予定) 文部省、近畿通商産業局、関係府県市、関係府県市教育委員会、関西広域連携協議会、大阪国際会議場オーナー実行委員会、歴史街道推進協議会、日本博物館協会、日本美術館協会、NHK大阪放送局、朝日新聞社、産経新聞社、日本経済新聞社、毎日新聞社、読売新聞社
- 協 力 (株)トータルメディア開発研究所、(株)文化総合研究所

時の話題 3

ミュージアムを核とした町づくりの話題や、ミュージアム関連の新制度など、ミュージアム・マネジメントに示唆を与えてくれるような新鮮な話題を紹介します。

フェルメールが やってくる！

文化環境研究所
齊藤 惠理



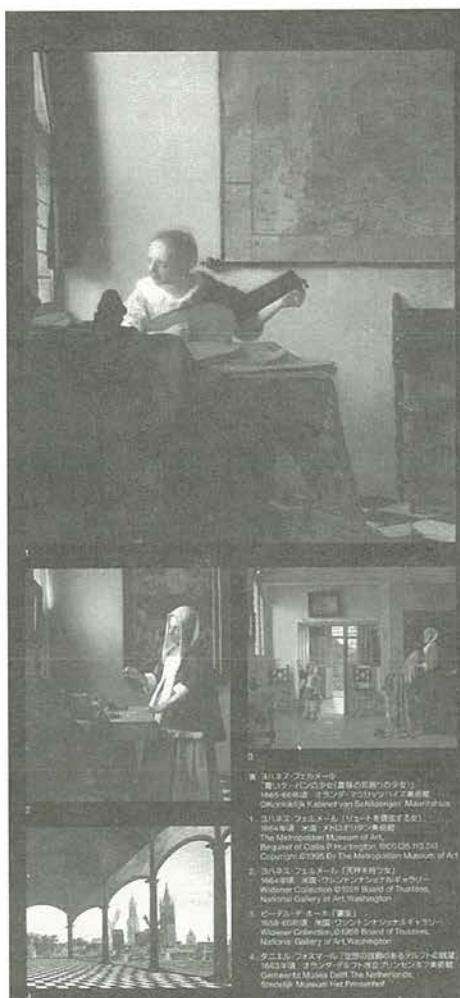
フェルメールがやってくる！

フェルメールという画家をご存知だろうか。フェルメールとは、レンブラントとならび、17世紀に黄金時代をむかえたオランダ絵画最高の画家と称されている。その作品の精妙な描写と透明感のある色彩による美しさをみて、ルノワールやゴッホが世界一の画家と称したほどである。

フェルメール自身のことについては記録が少なく、謎の多い人物である。43年という短い生涯のなかで彼が残した作品は、現在確認できるものでわずか35点しかない。それらは、オランダをはじめとしたヨーロッパやアメリカの主要美術館に所蔵され、いずれも門外不出の扱いを受けており、他の美術館に貸し出されることはあるにない。米・ワシントン・ナショナル・ギャラリーの学芸員が、「災害時に一点だけ持ち出せるとしたらこの絵にしたい」というのは、まさにフェルメール作品の中でも傑作中の傑作とされる、「青いターバンの少女」で

ある。1995年から1996年にアメリカとオランダでフェルメール展が開催されたときは、それこそ世界中からの注目を集め、熱心なファンが各国から駆けつけた。日本では、レンブラントやルノワール、ゴッホ等に比べたら知名度は低いが、欧米では、こうした有名画家と比肩する、あるいはそれ以上と評される画家なのである。

さて、そのフェルメールの作品が日本にやってくる。2000年4月4日～7月2日まで、大阪市立美術館で「フェルメールとその時代」という展覧会が催されるからだ。この時には、先ほどの「青いターバンの少女」をはじめ、「リュートを調弦する女」、「天秤を持つ女」、「寝室」、「空想の回廊のあるデルフトの眺望」の5点が、米国やオランダの美術館から集結する。この画期的な企画は、日蘭交流400周年を記念する特別展として開催される予定である。



フェルメール展の意義

不況が慢性化し、東武美術館、セゾン美術館等、大型民間美術館が閉鎖した。公立美術館では、予算が年々削減される傾向にあり、企画展すら満足に行なえない状況のところも少なくない。バブル時に、先を争って世界の名作を買いあさったかつての美術館ブームがうそのよう

である。

そんな中、時代を逆行するかのような、この大企画を敢行しようとしている大阪市立美術館の館長に話を聞いてみた。館長は、「こんな時代だからこそ、目が覚めるような本物を見てもらいたい。だからフェルメール展なんだ」という。「日本は、余裕のあるときだけ文化的なことをもてはやすが、いざ、お金がなくなると潮がひいたようになにもしなくなる。だから、いつまでたっても芸術鑑賞や文化的活動が、お金持ちの余技ぐらいにしか受けとめられないのだ。眞の芸術とは、それに触れるものに心の豊かさをもたらしてくれるものであり、時には生きる力さへ与えてくれる。こんな厳しい時代だからこそ、本物の美に触れ、明日を生きぬく活力を養ってほしい。」と目を輝かせて語ってくれた。また、当館は子どもたちに優しい美術館を目指しているということで、今回の展覧会においても、関西の小・中学生を対象に特別鑑賞日を設けることを検討しているという。そう語りながら館長は、自らが案内役を買って出るのだと、顔をほころばせた。

既に美術ファンのあいだで大きく注目を集めているこの「フェルメールとその時代」展は、フェルメールの作品5点にくわえ、当時のオランダ市民の生活が活き活きと描かれたデルフト派の名品、あわせて約40点が展示公開される。日蘭交流400周年ということで、ようやく実現したというこの展覧会。興味のある方は、是非足をお運び頂きたい。



大阪市立美術館 薩 豊館長

「フェルメールとその時代」

2000年

4月4日（火）～7月2日（日）

開館時間；午前9時30分～午後5時
(入館は4時30分まで)

休館日；月曜日

主催；大阪市、毎日新聞、毎日放送

後援；外務省、文化庁、オランダ大使館、

蘭日交流400周年実行委員会、

日蘭交流400周年実行委員会

入館料；一般1500円(1200円)
高大生1200円(1000円)

() 内は前売り料金

中学生以下は無料

問い合わせ先；実行委員会事務局

06-6346-8391

大阪市立美術館

06-6771-4874

<http://www.johannesvermeer.com>



「関西ミュージアム・メッセ2000」で国際シンポジウムを開催

2000年の5月24日（水）～5月27日（土）に、大阪国際会議場にて「関西ミュージアム・メッセ2000」が開催されます。日本ミュージアム・マネージメント学会は、このイベントで国際シンポジウムを開催することとなりました。概要は以下の通りです。

「関西ミュージアム・メッセ2000」併催事業・国際シンポジウムの概要

■ 名 称	国際シンポジウム セカンドルネッサンス 文化立都への道 「蘇る都市・蘇る地域～新ミュージアムの時代～」（仮題）
■ 開催日時	2000年の5月27日（土）～5月28日（日）
■ 会 場	大阪国際会議場 など
■ 主 催	(社)関西経済連合会、日本ミュージアム・マネージメント学会、(財)大阪21世紀協会
■ 後 援	文部省、自治省、運輸省、建設省、通産省、大阪府、大阪市、NHK、歴史街道推進協議会、英國政府観光庁、(財)アジア太平洋観光交流センター、(社)大阪府観光連盟、(社)大阪観光協会、等
■ 内 容	ピクトリア&アルバート美術館から講演者を招聘して行なう特別講演をはじめ、TMO、経営学、観光学等各界で活躍されている方々によるパネルディスカッション、現地訪問して行なうケーススタディー等を予定。
■ 協 力	関西ミュージアム・メッセ2000実行委員会
■ 協 賛	株乃村工藝社 ほか

※上記内容については、若干変更される可能性があります。ご了承ください。

「関西ミュージアム・メッセ2000」とは？

1997年10月、わが国で初めてのミュージアム見本市として「関西ミュージアム・メッセ'97」が開催され、好評を博しました。「関西ミュージアム・メッセ2000」は、その第二弾です。博物館情報をはじめ、展示技術や関連図書、グッズ、そしてミュージアム的まちづくりなど、ミュージアムに関連する多様な情報が一堂に会する画期的な催しとして、注目されています。

■ 会 期	2000年の5月24日（水）～5月27日（土）
■ 開場時間	午前10時～午後7時（最終日は午後4時まで）
■ 会 場	大阪国際会議場 3階イベントホール、10階 会議室
■ 主 催	関西ミュージアム・メッセ2000 実行委員会
■ 後 援	文部省、文化庁、近畿通称産業局、関係府県市、等
■ 協 力	(株)トータルメディア開発研究所、(株)文化総合研究所
■ 出展対象	国立ミュージアム、企業ミュージアム、ミュージアム・グッズ、ミュージアム関連書籍、ミュージアムをサポートする関連企業

その他事務局からの連絡

会報に掲載する投稿原稿を募集いたします

JMMA会報では、投稿原稿を募集しています。編集方針は以下の通りですので、原稿を投稿する方は、事務局までお知らせください。

JMMA会報投稿原稿の考え方

1. 会員の未発表原稿を取り上げるものとしますが、事務局から会員及び会員以外の方に原稿を依頼することもあります。
2. 投稿にあたっては、会報のどのコーナーに投稿するかを明記し、事務連絡表等で事務局まで申請してください。
3. 原稿は、署名原稿として掲載します。
4. 投稿された原稿については、編集委員会によって審査が行われ採否を決定します。また、修正等をお願いする場合もあります。
5. 投稿原稿は採否にかかわらず、返却いたしません。

なお、詳しい執筆要綱等については、事務局までお問い合わせください。また、投稿原稿ということでなくとも、会報でとりあげる有意義な情報等をお寄せ頂ければ幸いです。

広告投稿について

新設館、企業、新製品・新技術の紹介、ミュージアムスタッフやボランティアの募集など、会報への広告出稿をご希望される方は事務局までご連絡ください。民間企業や団体は有料とさせて頂きますが、公共団体その他については隨時ご相談させていただきます。

事務局から

事務局は、国立科学博物館から文化環境研究所へ移転し、窓口業務は、月曜日から金曜日の午前10時から午後5時までとさせていただいております。ご了承ください。なお、ファックスについては常時受信可能ですので、こちらもご利用ください。

大堀 哲 監修 **博物館学シリーズ** 全7巻+別巻1

►本シリーズは、文部省における「学芸員養成科目の改善」内容を尊重して企画しており、生涯学習社会の要請に応える博物館活動を担う専門職である学芸員を養成するための標準的なテキストである。

►大学で博物館学を学ぶ学生や国家試験等により学芸員資格取得を目指す人びとはもちろん、学芸員として現場に立っている人たちにも十分役立つ内容となっている。

►大学における博物館学研究・教育担当者、先導的に活動している気鋭の学芸員、社会教育施設活動の研究者等による共同執筆。

① 博物館概論

鈴木眞理 編集 1,900円

② 博物館資料論

有元修一 編集 1,900円

③ 博物館展示・教育論

小原 巍 編集 1999年12月刊

④ 博物館経営論

大堀 哲 編集 1,900円

⑤ 博物館情報論

坂井知志 編集 1,900円

⑥ 博物館実習

大堀 哲 編集 1999年12月刊

⑦ 博物館活動事例集

青柳邦忠 編集 2000年2月刊

別巻 博物館学基礎資料

廣瀬隆人 編集 2000年1月刊

・A5判、並製、平均190頁。
・価格はすべて税別です。
・詳細パンフレット差し上げます。
・ご注文は、お近くの書店または直接
小社へお願いいたします。

〒112-0002
東京都文京区小石川5-6-20

株式会社 **樹村房** JUSONBO

Tel.03-3946-2476
Fax.03-3946-2480