



「宮崎県立西都原考古博物館」

目 次

【論考・提言・実践報告】

本会の論じる「ミュージアム」の定義に疑問
“指定管理者制度”がもたらすもの

YORK Univ., Master Course 杉本 豪……………2
JMMA事務局長 高橋 信裕……………7

【時の話題】

宮崎県立西都原考古博物館の新たな試み
阿蘇火山博物館のその後（報告）

宮崎県立西都原考古博物館 東 憲章……………8
阿蘇火山博物館 池辺 伸一郎……………11

【研究部会報告】

制度問題研究部会報告
ミュージアム・ショップ研究部会報告

制度問題研究部会幹事 井上 敏……………13
ミュージアム・ショップ研究部会幹事 松永 久……………15

【支部会だより】

近畿支部会

近畿支部会幹事 小西 史仁……………17

【新刊紹介】

「ミュージアムの思想」

日本地域社会研究所 土井 利彦……………20

【掲示板】……………21

【インフォメーション】……………23

論考・提言・実践報告

本会の論じる「ミュージアム」の定義に疑問

YORK Univ., Master Course

杉本 豪

1) はじめに

会報のNo29 (Vol 8 No 1) にある「シンポジウム」コミュニケーションを創造する場としてのミュージアムおよび「研究部会」ミュージアム文化・ソフトウェア合同研究部会ミュージアム・タウンのサービスマネジメントを読んでいただきたい。筆者にとってこれが初めて読んだ会報ということもあっただろうが、ミュージアムマネジメント学会の扱う分野に違和感を覚えた。とりわけ、ウェブショッピングサービス「楽天市場」と映画「たそがれ清兵衛」、洋風旅館「びのん」(伊香保温泉)の研究事例というコンテキストのなかで扱われる「ミュージアム」という用語は従来から考えられてきた、建物のなかにコレクションがあり、教育や娯楽などの目的で一般に公開される博物館の概念と非常に異なるものであることが目を引いた。ここで扱われている「ミュージアム」という用語は、引用を借りるならば、これまでの箱のなかの博物館ではとらえられなくなってきた「人とモノと情報が出逢い相互作用が引き起こされるコミュニケーションを創造する場」である。さらに「博物館」から市民、企業、民間のセクターが参画し、その経営にまで携わる「みんなの博物館」と称されている。この概念は新鮮な可能性として支持され、ミュージアムの新しい枠組みを構築すると建設的に考えるのが多くの人の印象なのだろうか？ 筆者はそうした観点を考慮しても疑問が残った。「ミュージアム」あるいは「博物館」とは何なのだろうか？ ということである。ここでは、この用語の定義についてとくに筆者の見聞の深いイギリス、ヨーロッパの例を垣間見ながら考えてみたい。

2) ミュージアムと博物館—ICOMの定義から

信頼のおける機関の定義から始めるのが妥当だろう。最新のICOM(国際博物館会議)のミュージアム(Museum)の定義を以下に示す(2001年バルセロナ第20回大会で採択)。

A museum is a non-profit making, permanent institution in the service of society and of its development, and open to the public, which acquires,

conserves, researches, communicates and exhibits, for purposes of study, education and enjoyment, material evidence of people and their environment.

a) The above definition of a museum shall be applied without any limitation arising from the nature of the governing body, the territorial character, the functional structure or the orientation of the collections of the institution concerned.

b) In addition to institutions designated as “museums” the following qualify as museums for the purposes of this definition:

- i) natural, archaeological and ethnographic monuments and sites and historical monuments and sites of a museum nature that acquire, conserve and communicate material evidence of people and their environment;
- ii) institutions holding collections of and displaying live specimens of plants and animals, such as botanical and zoological gardens, aquaria and vivaria;
- iii) science centres and planetaria;
- iv) non-profit art exhibition galleries;
- v) nature reserves;
- vi) international or national or regional or local museum organisations, ministries or departments or public agencies responsible for museums as per the definition given under this article;
- vii) non-profit institutions or organisations undertaking conservation, research, education, training, documentation and other activities relating to museums and museology;
- viii) cultural centres and other entities that facilitate the preservation, continuation and management of tangible or intangible heritage resources (living heritage and digital creative activity);
- ix) such other institutions as the Executive Council, after seeking the advice of the Advisory Committee, considers as having some or all of the characteristics of a museum, or as supporting museums and professional museum personnel through museological research, education or training.

長い注の部分を除くと和訳は「ミュージアムとは社会サービスとその発展に関する非営利の永続的組織である。ミュージアムは一般に公開され、研究、教育、そして娯楽を目的として、人間と環境に関する

るモノの資料を収集、保存、研究、伝達、展示する。」という感じになる。ICOMのこの定義は博物館のもつ基本的性格を忠実に捉えているように思われるが、ミュージアムの性格や種類は時代とともに変化を続けている。伝統的な「建物のなかにあるミュージアム」というイメージは新しいイメージによって中和されつつある。たとえば、屋外の敷地内に歴史的建造物を保存する野外博物館は19世紀末以降発展し、今では全世界に数多く存在する。最近ではエコ・ミュージアム（エコ・ミュゼ）などといった発展もみられる。20世紀末にはコンピュータの一般への普及とインターネットの急激な発展から、オンラインでアクセスできるヴァーチャル博物館というのが生まれた。国境や境界線のないボーダレス・ネットワークというミュージアムの概念が形作られた。実際ICOMは1946年に始まる「ミュージアム」の定義を数度に渡り変更しており、こうした時代変化の様子が見て取れる。特に、長い注部分は定義を幅広くし、様々な種類の施設・組織を考慮に入れることを可能にしている。その中には動・植物園、水族館、プラネタリウム、科学館、美術館、歴史建造物、自然環境、無形文化財などが含まれ、元来「博物館」(Museum) という名称をもたないものも「ミュージアム」とした。端的にいえば、「ミュージアム」は広義の「博物館（伝統的な意味）」である。（英語ではICOMの定義するMuseumも従来のMuseumも区別されないが、この点日本語の狭義の「博物館」と広義の「ミュージアム」という使い分けは便利である。）ICOMのこの傾向は大方欧米の主要博物館組織で認められているようである。アメリカ博物館協会（American Association of Museum）（<http://www.aamus.org/>）、イギリス博物館協（Museum Association）（<http://www.museumsassociation.org/>）、オーストラリア博物館（Museums Australia）（<http://www.museumsaustralia.org.au>）（以上全て2004-03-19アクセス）の定義もほぼこれに沿っている。

本稿ではこれ以降、混乱を避けるため、特別な理由がない限りICOMの定める定義も含め「博物館」という語を使用し、「ミュージアム」を先の会報で使用され、この「博物館」を含めた拡大解釈された用語として用いる。

このように従来型の建物のなかに限定された博物館から外へ開かれた、周辺環境や地域と共存する博物館へ、というのが現在の傾向というのは納得できるし、おそらくこうした傾向をふんだんに取り入れようとした結果が「みんなの博物館」の構想なのだと思う。しかし、たとえば、「映画館と映像博物館との違いは何か」という問いを考えるとどうだろうか？映画館の目的は娯楽であり、新しく封切りさ

れた映画あるいは過去の作品を公共の場で発表する場である。一方、映像博物館は映像をコレクションとして保存し、映像の歴史や技術を公開する場である。後者は例えば、イタリア・トリノの映画博物館（Museo Nazionale del Cinema）では映画の歴史、映画技術について学べ、イギリス・ブラッドフォードの国立写真・映画・テレビ博物館（National Museum of Photography, Film and Television）（図1）では、テレビ・映画等あらゆる画像関係の展示があることからわかる。この博物館では映画館のようにアイマックス・シアターも楽しめるが、無料（国立博物館のため）の博物館とは別料金である。もちろんアイマックス・シアターの映画のランニングコストもあるだろうが、この料金差に博物館と娯楽アトラクションとの違いがみられないだろうか？なぜ料金体系が違うのか（博物館入場料があったとしてもアイマックスは別料金であろう）、なぜ映画館を博物館と叫ばないのか、それは両者に違いがあるからである。ここで最初に述べた「楽天市場」、「たそがれ清兵衛」、洋風旅館「ぴのん」に戻ってみよう。なぜ筆者が違和感をもったか。博物館としてこれらに欠けているのは何か。それはICOMの定義のなかにもある、非営利性とコレクションの保存という点にあるように思われる。本稿ではこの二点、特に「保存」を中心に博物館の定義についてみてみたいと思う。

3) 博物館の非営利性と保存

始めに非営利の点であるが、この三例における非営利性の欠如は明らかであろう。博物館のもつ公共性、一般への公開性を考えると、ここに挙げられたミュージアムはプライベートセクターの営利という言葉が付きまとう。三例がチャリティーやNPOとして経営されていない限り、博物館として扱うのには違和感がある。通例博物館はその収入を博物館運営、研究、サービスの改善に使用するが、「楽天市場」の取扱高790・9億円といった強調、「たそがれ清兵衛」が異例の60万人動員のヒット、「ぴのん」の年間一億



図1 国立写真・映画・テレビ博物館（ブラッドフォード）のテレビスタジオの展示

円の収入というのは非営利を目的とする博物館とは完全に無関係なビジネス面が浮き彫りである。

もちろん博物館、ヘリテージ産業は競争も激しくしばしば経営の危機に瀕していることに間違いはないが、グリーン観光やエコロジーが注目されるなか、観光客の過密集中地では脱マーケティング、観光客の分散化の必要がある場所がある。博物館ではないが、例えば世界遺産などのヘリテージ観光地での観光客過密化による交通渋滞、犯罪の増化、遺産や環境の破壊などといった問題がある。ここに利益獲得を第一優先させるビジネスの論理とは異なる博物館・ヘリテージ産業の性質がうかがわれる。

ここでは何も三例のコミュニケーション・ビジネスの成功を批判しているのではなく、博物館として考えるのには無理があるのではないかという主張したいのである。こうした研究事例は博物館ビジネスに応用できる有用な題材ではある。しかしながら、筆者は次に紹介する「保存」の点からもこれらを博物館マネジメントに内包するのはどうかという疑問を捨てきれない。

先述したように最近の博物館の定義は広い。博物館と同種の施設に図書館、動物園、水族館、植物園、科学館などがある。英語でも日本語でも博物館(Museum)と美術館(Art Gallery)は異なるものであるが、実際は博物館が美術館と一体になっている施設が多いのは周知の事実である。本学会ではどうもこうした同種の施設を一緒に扱いたいがため、なんとなくお洒落に英語で「ミュージアム」という広範な概念を使用しているように思われる。これが拡大解釈され、先述したような「コミュニケーションの場」あるいは「みんなの博物館」という概念につながったのではないだろうか。

しかし、この拡大解釈に行き過ぎはみられないか。同種の施設を一括りにしたICOMの「博物館」の枠組みには理由があったはずである。その中でも特に重要なものが「保存」というキーワードである。この言葉がいかに重要かはICOMの定義に出現する回数からもわかる。博物館は言わずながらも、古いものを集めて展示している。

たとえば、考古遺物や恐竜化石、岩石、動植物の標本、民族衣装などである。これらのコレクションは消滅の危機にあることも多く、貴重な人類や地球、宇宙の歴史を知るための資料として将来に残すために博物館のコレクションとなった。同様なことが同種の施設でもいえる。美術館は絵画や彫刻など優れた芸術品を保存する。水族館、動物園、植物園は、(動植物たちには過酷な言い方かもしれないが、)ここでは動植物を保存しているといえる。国立公園、自然センターなどは豊かな自然環境を紹介し、研究し、保存するために存在する。ヴァーチャル博物館

はウェブなりCDやDVDのコンテンツを保存する。背後に実際に博物館が存在する場合は博物館コレクションのデジタル保存と考えることもできる。

もう少し、微妙な施設をみてみよう。博物館の広がりを示す面白い例である。アイルランドのダブリンにある、ギネス工場(図2)では有名なギネスビールの製造過程や歴史を学び、過去の広告をみたりすることもできる。しかし、同施設はどちらかというビールファンのための娯楽アトラクションに近い。スコットランドのエジンバラのスコッチウイスキー・ヘリテージセンター(The Scotch Whisky Heritage Centre)もなにかを学ぶ博物館というよりは娯楽的な要素が強いが、それでも名前が示すようにスコッチウイスキーの長い「歴史」を説明し、今後も産業の発展と伝統技術等の保存という面がうかがえる。

科学博物館は比較的新しいものを展示しているため、博物館のいうところの保存を既定するのは難しいかもしれない。例えば、ウェールズのカーディフにあるテクニクエスト(Tequequest)は保存する対象としてのコレクションは乏しく、どちらかという子供・家族向け教育アトラクションという側面がつよい。このあたりは、科学館・技術館と博物館の境界が引きにくい。しかし、多くの科学博物館は技術のノウハウや過去の科学装置などを保存していると考えられる。こうした最新施設や動物園、水族館は娯楽的要素が強く、学びに行くというよりは遊



図2 ギネス工場(ダブリン)の展示



図3 コーンウォールのエデン・プロジェクト外観

びに行くという感覚が強いのが難しいところである。たとえば、パリのラ・ヴィレット (La Villette (Cite des Sciences et de l'industrie)) なども巨大な最新技術のアミューズメントパーク的であるが、教育施設も充実し、保存すべきコレクションがある点で博物館に入るだろう。コーンウォールにミレニアムプロジェクトの一環として建設されたエデン・プロジェクト (図3) という世界最大規模の植物園も植物の保存という点で博物館だが、一般人にとっては余暇や観光目的としてとらえる可能性が強い。

博覧会というのも期間限定のため、博物館とは一味異なる。ロンドン、ミレニアムドームの展示のように一年続くものから、数ヶ月ほどの(万国)博覧会もある。展示の主体は商業的ながらも博覧会後の文化的事業を考慮すると一筋縄ではない。「知的コミュニケーションの場」というものを重視する本学会の定義からすれば、ディズニーランドのようなテーマパークも博物館になりそうである。しかし、ウォルト・ディズニーの原画や映画の保存という可能性、あるいは、万一ビッグサンダーマウンテンが歴史建造物として指定される可能性を除いて、純粋な娯楽施設としてのディズニーランドを博物館のカテゴリーに入れるのは疑問が残るところであろう。ロサンゼルスユニバーサル・スタジオなどはさらに複雑



図4 ユニバーサル・スタジオ (ロサンゼルス) のショー



図5 バース浴場遺跡と博物館の一体化 (CGによる博物館展示と実際の遺跡)

である (図4)。非常に娯楽的であるが、ディズニーランドのファンタジー性に加え映画の歴史を紐解く教育の場という可能性が潜んでいる。しかし、通常人々はこれらを博物館とは考えない。その理由の一つは、おそらく先の非営利性に反すると考えられるからであろう。万国博覧会を博物館としないのも経済的波及効果が営利と考えられるからだろう。

博物館と歴史建造物や考古学遺跡の違いもあいまいな点が多い。サウサンプトンの考古学博物館 (Museum of Archaeology) は中世の都市城壁内に設置され、博物館自体が歴史的建造物であり、歴史建造物が博物館である。他にもバースローマ浴場とポンプ博物館 (Roman Bath and Pump Museum) はローマ遺跡として有名な世界遺産であるが、半屋外、半屋内そして半遺跡、半博物館という複雑な構造をもつ (図5) (野外博物館と野外考古学遺跡、博物館の違いについては Sugimoto 2001 で述べた)。もちろん遺跡、出土遺物の保存という点がここでも重要なもの言うまでもない。

図書館やアーカイヴ・センターというのも博物館との境界があいまいなものである。両者は互いに密接に関係している。図書館は一般公開され、発行された図書を保存する場といえるからである。さらに、たとえば、図書館自体も度々古い書物や地図などに関する「コレクション」をもち展示する場合がある。また欧米を中心に図書以外のモノを扱うビデオテークなどのメディアテークが多く存在し、コレクションを保存・公開している。パリのポンピドゥーセンターは美術館内に大きなメディア図書館がある。東京のSEPIAは科学技術館的であるが、ビデオアーカイヴがある。横浜の放送ライブラリーも同様である。EMIなどの音楽関係組織もアーカイヴを用意しているし、イギリスの郵便組織ロイヤルメール (Royal Mail) も切手などのアーカイヴをてがける。さらに、イギリスには遺跡記録管理所 (Sites and Monuments Record) や歴史記録所 (Record Office) というアーカイヴ組織が各地に点在する。前者は考古学組織で、地域や国の考古学情報 (遺跡データベース、古地図、発掘報告書など) を蓄積、一般公開している。こうした機関でもキーワードは保存であり、何かしら (発行された図書、データ、オンライン書籍、ビデオ映像など) を将来に保存、公開するという点で博物館的使命を果たしている。

どうだろうか? 広義の「博物館」は娯楽要素も強く、複雑に交じり合ってグレーな部分が非常に多い。しかし、テーマパークの例を除いてこれら関連施設に一貫していえるのは、なんらかの形でコレクションを保存していることである。

どうもミュージアムという枠組みに違和感を持った筆者だが、私が学んだバーミンガム大学院のヘリ

テージ・マネージメント (Heritage Management) コースはこうした意味でいい命名であるといえる。本コースでは博物館だけでなく、先に述べたような関連施設、すなわち美術館、自然遺産、科学発見館、歴史建造物、歴史風景、アーカイヴ・センター、など広範な範囲のマネージメントを扱う。有名なレスター大学のミュージアム・スタディーズとは違うスタンスがうかがえるのは、アイアンブリッジ・トラストは、世界遺産のあるアイアンブリッジ渓谷に本拠があり、ここにある複数の博物館と地域の総合的マネージメントを実現している点であろう。ICOMの「博物館」の意味合いはこの「ヘリテージ」に近いように感じる。

4) 「みんなの博物館」は「なんでも博物館」

本学会でのミュージアムの定義の問題は、それが広範過ぎるため、何でも博物館になりえてしまうという危険性である。学校も会社も病院も電車もレストランもどこでも博物館である。TVも携帯電話もパソコンもすべてメディアはコミュニケーションを促す。知能をもつ人が行き交うのである。コミュニケーションは全世界どこでもありえる。そこで、こうした無限の可能性を殺ぎ落とすには、博物館の基本的使命に戻る必要がある。それは、博物館は何かしら将来に保存するためにコレクションを集め、それを公開するという点である。そして、それらは非営利に運営される。博物館は単なる「人とモノと情報が出逢い相互作用が引き起こされるコミュニケーションを創造する場」ではない。博物館が現代社会に提示しているのは大量生産、消費社会に対するアンチテーゼではないだろうか。実物や複製が簡単に手に入り、瞬時的に消費する商品とは異なるモノをあつかうのが博物館である。唯一無二の個性あるモノを場合によっては数千年もコレクションとして保存しているからこそ魅力的なのである。携帯電話を通じてオンラインコミュニティーの中で購入した大量生産されたTシャツというモノ。5分で終わるコミュニケーションやコミュニティーではない。イギリスのナショナルギャラリーにあるフェルメールの絵画。それを日本から足を運んで、ギャラリーのガイドを介して聞く経験がより感動的あるのはなぜだろうか？ここには数世紀にわたって人々に愛され保存された事実がある。ここに博物館の根本があるのではないだろうか？

今回主眼を置いたのは博物館の定義のうちでも特にコレクションの保存という点である。そして、何かしら後世に保存しようという意図、それを非営利でサービスするという側面が見られない場合博物館と呼ぶのに疑問をもった。そのため、「楽天市場」、「たそがれ清兵衛」、「ぴのん」の例では、コレクシ

ンウェブ上の「商品」であれ、映画広告であれ、旅館のサービスであれ、みな商業的、消費的、瞬時的で後世に保存するための非営利コレクションとは考えにくい(もちろん「ぴのん」が伝統的に数十年にわたって「保存」される可能性はあるが)。これらの目的は対象とするコレクションの保存というよりは、新しい形のコミュニケーションを促進することであるように思われる。しかし、筆者はなにもこれら三つの例がミュージアムマネージメントと無関係とは思っていない。ただ、こうした例はどちらかというところ「コミュニティー」マネージメントという名前がふさわしいと思われ、このコミュニティーマネージメントの例をいかにミュージアムマネージメントに応用するかという点では非常に興味深い事例であることに疑いはない。広義の「ミュージアム」という概念を生むのも、一つの定義としてはかまわないが、あらゆるものが「ミュージアム」になりえ、「ミュージアム」でないものとの区別がつかなくなるのは問題だと考える。

以上筆者の視点からみてきたが、もちろん反論もあるだろうし、歓迎である。重要なのは近年博物館のコンセプトが拡大してきたために、その傾向を受動的に受け入れる様子が見られることである。学問の基礎から、批判的立場になって、本当にそうなのかと疑う視点を忘れないのも大切なのではないだろうか？本学会の方向性と「ミュージアム」・「博物館」とは何かという最も基本的な議論をもう一度考える機会になればと思う。

参考文献

Sugimoto, G. 2001 'Museum or Village? -A challenge of Open Air Museum at Cregneash', Unpublished dissertation, the University of Birmingham, Birmingham

“指定管理者制度”がもたらすもの

JMMA事務局長

高橋 信裕

はじめに

地方自治法の改正（平成15年6月6日成立、同月13日公布、9月2日施行）が、平成15年度の期中でなされ、16年度の新年度を迎えた現在、地方自治体によるこの制度の運用が本格化の兆しを見せ始めている。これまで「公の施設」の管理を行政の外部に委託する場合、地方自治法の規制等から公共的団体に限定せざるを得なかった。このため、これまでは公金を主財源に自治体出資によって設立した財団等が、各地の「公の施設」の管理、運営の受け皿となり、曲りなりにも「民間委託運営」（管理委託制度）を行ってきた。ところが、日本経済の長引く不況を原因とした税収の落ち込み等から、肥大化した「公財政」の見直しと削減策が緊急の課題となり、第2お役所的な団体（自治体自前の財団等）の存在と非効率な委託経営とが地域社会が共有する改革のターゲットとなっていた。折角、組織的にも財務的にも自治体の縛りやシステムから切り離し、ある部分では、民間の経営センスを活かした運営の効率化が図られる、という狙いのもとで「財団による民型経営」が可能であったにもかかわらず、その目的達成は夢物語であったという、苦い経験から、一挙に法改正によって民間の営利法人を含む事業者の参入を認め、業者が、それまでハコモノの施設管理（清掃や設備メンテナンス、警備などの一部の管理委託はあった）を含めたトータルな経営権を代行することができるようにしたものである（指定管理者制度）。

制度移行への過渡期に目立つ不合理な運用

そこでは、当然のことながら発注者サイドの自治体が、指定管理者と選定に伴う「企画設計競技」を、参加業者を対象に行うわけだが、奇妙なことに、こうした競技（コンペ）にこれまで「管理委託制度」のもとで「公の施設」を管理・運営してきた自治体出資の法人（「財団」等）が参加し、新規参入者と市場獲得争いをしているのである。しかも、そのコンペに打ち勝ち、管理の代行者として、継続して「指定管理者制度」の受け皿となっている事例もみられるのである。

「これでは、新制度の意味が無いではないか」、「これこそ行政主導の談合の温床ではないか」という声も聞かれそうだが、我が国の行政が、それほど愚直とも思えず、僅かの不整合について民間への行政指導を実行してきた潔癖症的風土から鑑みれば、こうした動きは過渡期の暫定的な非スタンダードということで、理解すべきものと思われる。

ただ心配されるのは、これまでの自治体出資法人

の行く末である。そこには、自治体からの派遣者や出向者（彼らは出身母体に帰ればいい）以外に、法人独自で採用したプロパー職員がいるわけで、これから真の意味で「指定管理者制度」が、競争原理のもとで実行されていけば、職場を失うかもしれない、これら職員の身の行方が案じられるのである。

この種の財団（法人）は、全国の地方自治体で数多く設置されてきており、こうした団体、組織の解体や新体制への移行、受け皿の仕組み、手順等がすでにシナリオとして行政の方で考えられている筈なのだが、それがはっきりと見えてきていないところに、大きな不安がある。

「地方独立行政法人」と「指定管理者制度」

考えられることは、国の「独立行政法人」の地方版である「地方独立行政法人」の法制化である。上記の心配は、この「地方独立行政法人」の設置が認められ、運用が可能となれば、その課題の大半が氷解する問題だと言えよう。行政本体のコントロールから切り離され、必要経費の大部分が「運営交付金」として保証されるこの制度は、それまで施設の番人的な管理者であった「管理委託制度」と異なり、また、市場競争やキャッシュフロー、それに文化的なことに対する理解や共感が希薄な議会対策に身をよつさねばならない「指定管理者制度」に比べ、「第三者評価」や「中長期目標の策定」といったチェックや関門を甘受しなければならないものの、「地方独立行政法人」は、比較的ミッション（社会的使命）寄りの仕事が可能で、これまでの自治体出資の財団法人を志向職員ともどもサステナブルの方向に移行させる手堅い方策だと思われる。

とすれば、「指定管理者制度」とは、いったい何なんだろう。そこで、見えてくるものは、「公の施設」のなかでも、集客性を求め、地域おこしや町づくりを目指して設置、運営されてきた博物館や美術館、科学館、動植物園等は、「指定管理者制度」のもとにそれぞれの外部の民間事業者に経営を委ね、市場原理のもとで維持、発展させていく。その一方で、教育や研究機関としての性格が強く、地域の公教育的な基盤や環境づくりに貢献し、重厚長大とならざるを得ない施設や機関は「地方独立行政法人」のもとで、一元的に管理運営されていく、といった道をたどるのではないかと、と思われる。分散型は「民間」（コンペ方式による指定管理者制度のもとでは分散型にならざるを得ない）で、一元型は地方版の「独立行政法人」で、ということになるのではなからうか。



ミュージアムを核とした町づくりの話題や、ミュージアム関連新制度など、ミュージアム・マネー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。

宮崎県立西都原考古博物館の 新たな試み

宮崎県立西都原考古博物館

学芸員 東 憲章

1 県立西都原考古博物館とは

(1) コンセプト

南九州の人々の生きた証を見つめる「人と歴史の博物館」である。ロマン溢れる古代日向の全体像とその特徴について、情報発信の拠点として広く国内外と連携しながら、そこに秘められた大いなる謎を解き明かすための時間と空間の旅を提供するものである。

考古博物館の設置は、平成8年3月に策定された「西都原古墳群及びその周辺地域整備構想」に基づき、その推進計画としてのリーディング・プロジェクト事業の一環として、平成11年度より事業化された。

平成11年度に基本構想・基本計画を策定し、同年に基本設計、12年度に実施設計、13年度に映像情報の詳細設計の後、13年度から足かけ3カ年度の施工を経て、15年度末に竣工した。

開館は16年4月17日で、開館から約1ヶ月で4万人を超える来館者をお迎えした。

(2) 施設概要

敷地面積 90,122.25㎡

建築面積 2,334.45㎡

延床面積 6,678.63㎡

構 造 鉄筋コンクリート造4階建て
(地下1階、地上3階)

主な居室 BF 展示室、収蔵庫

1F エントランス、ホール、
ミュージアムショップ



宮崎県立西都原考古博物館外観

2F 研究室、事務室、図書室、
セミナー室、整理室、保存
処理室、情報処理室

3F 展望ラウンジ

2 展示について

(1) 常設展示がない

当館では、常設展示を行わない。更新されていく「仮説」と「実証」を、常に新しい情報として発信し続ける。我々はこのことを「常新展示」と呼ぶ。

展示資料の入れ替えも一つの手段であるが、同じ資料が持つ別の声を引き出す。資料同士の組み合わせにより他の情報を語らせていく。手法は無限である。例えば、ある土器の持つ情報は、型式名や器種名、出土地、年代ばかりではない（よく見受ける博物館展示のキャプション項目）。

どのように作られ、どのように使われたのか（技術、用途）、どこで作られどこに持ち込まれたのか（交流、分布）、どのような土器と一緒に使われたのか（組成）、その他にも施文や装飾など、多面的な情報を内包している。

固定化された展示は、資料の多様な声を押し殺すことにつながる。従来の固定観念による展示手法からの自由を得たいと考えている。

可変的な展示を行うためには、空間の可動性も必要である。壁やケースに制限される空間では、展示の可能性も制限されるのである。当館では、壁付きのケースは一切設置せず、パーテーションとしての壁も可動式が前提である。

環境にデリケートな資料や、指定品や借用品、小型の資料など、保存上・防犯上に懸念のある資料については、ケースやカバーを使用しているが、多くの資料はオープン展示を行っている。考古資料に必要な至近距離からの観察や触感による質感の把握を、透明なヴェールで遠ざけたくないと考えている。



展示室

(2) 固定順路とキャプションがない

当館を見学された来館者の方からよく受ける質問がある。「順路の表示はないのですか。」「一点毎のプレートは無いのですか。」と。これに対しては、「これまでに見た博物館や美術館とは違うかも知れませんが。」と答えている。自らの経験も含めて振り返ると、矢印に沿った固定の順路、人の流れに乗った動きで展示室を回っている人がなんと多いことか。中にはプレートばかりを見て（読んで）行く人も見受けられる。当館は考古学の博物館であり、実物資料や模型やパネルなど「モノ」と情報を、自分のペースでじっくりと見て欲しいと考えている。各コーナーの片隅には、周辺の展示資料についてA4版のキャプションシートを用意している。資料の写真とともに基本的なデータを明示している。手にとって確かめて頂きたい。

展示室は、縦軸と横軸により、時代の流れと空間の構成を示している。展示室入り口側から、「旧石器時代」「古墳時代前史（縄文、弥生）」、「前方後円墳の世界」「地下式横穴墓の世界」「古墳時代の終焉」「律令の時代」となる。また、中央通路側から「東アジア～列島弧」「南九州平野部」「南九州内陸部」となる。その組み合わせにより、多様な順路を、自ら設定可能である。

展示品の更に詳しい解説や、展示の見どころなどは、展示室に常駐している学芸員やボランティア解説員に気軽に声をかけていただきたい。

これまでとは違った博物館のあり方を提案していきたいと考えており、利用者の方にもこれまでとは違った利用の仕方に慣れていただきたいと考えている。もちろん、そのことを伝えていく責務は館側スタッフにあり、対話やガイド資料の提供など様々な努力と工夫を重ねていきたい。

(3) 考古博物館と考古学研究所

当館の展示室は、「考古博物館」と「考古学研究所」の大きく二つのエリアに分かれている。

「考古博物館」は、考古学の思考に基づき、ストーリーに沿った謎解きを展開するエリアである。

一方「考古学研究所」は、博物館の中の仮想的な空間であり、来館者自らが研究員となって、提示された多くの情報を検証するエリアである。

博物館の展示は、ある意味では学芸員や研究者による思考と研究の成果を展開するものである。来館者は、その結果のみを享受するのではなく、材料（資・史料と情報）、機材（実際の研究機器や検索PC）の提供を受けて、研究の実際を追体験・再検証することが可能となる。

研究所内は、大きく「考古学研究室」と「考古学研究室」に分かれ、更にこれらを構成する諸科学、各分野毎に「教室」という単位でまとめられている。



展示室内の「考古学研究所」

3 ユニバーサルデザインの実現に向けて

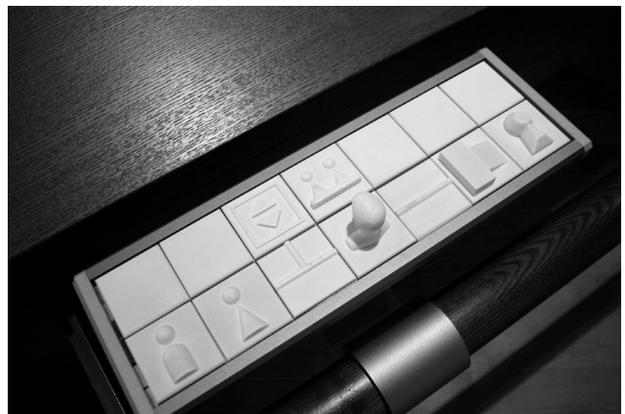
当館は、設計の当初から「空間と情報の両面におけるユニバーサルデザイン」を柱の一つとしてきた。

特定の誰かのために特別に逃えるのではなく、同じものを使って全ての人が同じように情報を得られるということを基本に据えている。

(1) 「触察ピクト」「触察マップ」

展示室を含めた館内の空間案内の手法として、「触察ピクト」「触察マップ」を開発した。

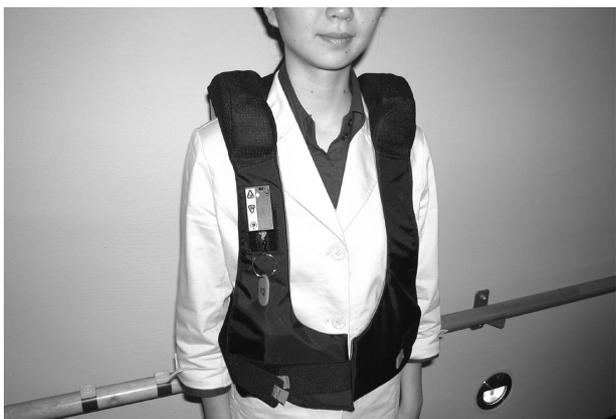
視覚障害を持つ方には、点字での情報提供が一般的であるが、全ての人が点字を理解できる訳ではなく、それなりの訓練が必要となる。当館では、触って判る3cm角の立体サインを組み合わせることにより、どの方向に何があるのかという空間案内を行っている。これは、いくつかの約束事（例えば「自分＝前を向いた人の頭部」「展示室＝前方後円墳」）を覚えるだけで、特別に点字の知識を持たなくとも、自分の周囲の空間を認知することが可能である。また、健常者が目で見ても同じ内容を理解できるし、大人も子供も言語の異なる外国の方も、同じもので同じ情報が得られるのである。また、介助者でも一緒に入りづらい空間としてトイレが挙げられる。当館では、トイレの入り口に「触察マップ」を設置し、トイレ内の設備や空間配置が認識できるようにしている。



触察ピクト

(2) 音声ガイド

空間情報と展示解説を音声で提供するものである。ライフジャケット形の端末を身につけることで、両肩の位置に内蔵された小型スピーカーから音声情報を得ることができる。これにより、ヘッドフォンのように耳を塞ぐことがないため、周囲の状況が判らないといった不安感を取り除き、同行者との会話も阻害しない。身につけるタイプであることから両手が自由となり、手摺りや触察ピクト、ハンズオン展示も同時に利用可能である。また、直接肌に触れないことから、衛生上の懸念も解消している。



音声ガイドジャケット

(3) 触れる展示

触れることも可能なオープン展示から更に一歩進んで、積極的に触れて感じてもらう「ハンズオン展示」を随所に取り入れている。言葉（音声）だけでは理解しづらい土器や石器の質感や、前方後円墳や地下式横穴墓の形状、三色に塗り分けられていたと考えられる木製楯の文様などを、実物や模型に触れてもらうことで体感、認知してもらうものである。

(4) その他

手摺りと床誘導ラインの徹底、多目的トイレ（オストメイト、ベビーベッド）の設置、車椅子やベーカーの貸出しを行っている。また、展示情報の提供においても、車椅子の方や子供の視線への配慮、パネル等の文字の書体や大きさ、文字量の制限などあらゆる面でユニバーサルデザインの実現を目指している。

上記の取り組みにもまして、最も重要ととらえているのが人的対応である。館職員、ボランティアスタッ



触れる展示

フの全てがアテンダントとして、快適で安全な館利用をサポートするよう努めている。

4 フィールドミュージアムとして

当館は、特別史跡西都原古墳群の一角に立地している。

西都原古墳群は、宮崎県のほぼ中央を東流する一ツ瀬川右岸標高約60mの洪積台地を中心に、東西2.6km、南北4.2kmに展開している。2基の陵墓参考地を含む総数311基の古墳群には、前方後円墳、円墳、方墳など様々な形状の高塚古墳に加え、横穴墓や南九州独自の地下式横穴墓も混在している。造営時期は、4世紀初頭から7世紀半ばである。まさに西都原古墳群は、様々な形態と時期の墳墓が集まった古墳時代墓制の博物館と言える。

昭和9（1934）年に国指定史跡、同27（1952）年に特別史跡に指定され、昭和41（1966）年からは「風土記の丘」整備事業の第1号として整備が行われ、国、宮崎県、西都市、地元住民の協力により、豊かな自然景観と優れた歴史的景観が守り継がれてきた。

館内展示室において提供されるあらゆる情報は、実物資料を始め大型模型や映像を駆使し、常にフィールドを意識したものとして展開する。さらに地下の展示室からエレベーターにより一気に地上3階の展望ラウンジへ移動する導線を設定した。整備の進む古墳群を直に見渡すことでフィールドへの誘いとし、連携を図る。

また当館は、屋内のみにとどまるものではない。整備された古墳群全体が展示空間であり、古墳の全てが情報発信の主役である。整備された古墳やその保存活用施設はもとより、野外で行われる様々なプログラムまでも「展示」として積極的に捉えている。

特別史跡西都原古墳群に臨む「遺跡博物館（サイトミュージアム）」として、自然と歴史的景観を包括した「野外博物館（フィールドミュージアム）」として、その場においてしか味わえない臨場感と感動を大切に、常に「史跡の保存と活用」、「博物館展示と調査研究」を両輪に幅広い活動を展開する。



展望ラウンジ

5 NPO 法人との連携

当館では、博物館運営の一部をNPO法人に委託している。館の運営に、企画段階から参画することで、運営の効率化と柔軟性を確保することが目的である。主な業務内容としては、屋内外の解説ボランティアの組織・運営、団体利用者の受付と調整、ミュージアムショップの運営、友の会の組織化、その他博物館支援事業の企画立案・運営である。

行政体のみでの運営に起こりがちな、活動の硬化や非効率化の弊害を打破し、新たなフレームによる新しい博物館づくりを模索している。地域と密着し開かれた博物館運営、民間活力の導入による運営の効率化と魅力化を実現したいと考えている。

6 おわりに

開館してようやく1ヶ月を経過したところであるが、まさに開館はスタート地点であり、最初の一步を踏み出したに過ぎない。構想、計画段階で検討した新しい博物館のあり方は、全てが実現された訳ではない。残された課題に取り組みながら、模索を繰り返す、運営を続ける中で、一步步成長し続ける博物館でありたいと願っている。

阿蘇火山博物館のその後（報告）

阿蘇火山博物館

池辺伸一郎

1. はじめに

昭和57年（1982年）に九州産業交通株式会社（以下九州産交）によって設立された阿蘇火山博物館は、設立から22年目を迎えようとしていた昨年夏、九州産交の経営悪化によって産業再生機構への支援要請が為され、その再生計画のひとつとして当博物館の売却または閉鎖という再建策が発表された。

しかしながら、今回多くの方々からの支援によって、結果的には熊本県菊陽町の阿蘇製薬株式会社（以下阿蘇製薬）によって引き継がれ、阿蘇火山博物館は博物館としての機能を維持したままで存続することができた。ここに至るまでの途中経過の一部については、会報No.30のなかで、ミュージアムマネジメント学会（以下JMMA）事務局長 高橋信裕氏より述べられているので、今回は主にその後の経過と今後の見通しなどについて報告する。

2. 阿蘇火山博物館存続への支援

上記、会報No.30の内容と一部重複するが、今回の存続問題にあたっては多方面からの温かい支援をいただいたので、その点についてあらためて紹介し

ておきたい。

阿蘇火山博物館では近年、学校教育への貢献度を高めようと、全国の小中学校を対象にテレビ電話会議システムによるネットワーク授業や、阿蘇を訪れる修学旅行生などへのフィールドワークを実施し、また学校との連携を模索するためのシンポジウムなどを行ってきた。また、博物館の価値を維持発展させるために、火山や阿蘇に関する調査研究にも力を入れ、さらには観光客に対する火山防災については、火口カメラ映像を気象庁などへ提供するなど、行政関係への協力を積極的に行ってきた。

このようなこともあってか、博物館の問題が表面化した直後から、日本火山学会、日本地質学会、熊本地学会、そして全国火山系博物館連絡協議会などから声を上げていただき、存続への要望書を熊本県知事や阿蘇町長、九州産交社長などへ提出していただいた。また、JMMAからは高橋信裕事務局長、原秀太郎幹事などから有益なアドバイスを何度もいただいたり、直接産業再生機構と会って話もしていただいた。多くの一般の方々からは熊本県知事宛のメールでの投稿をしていただいた。そして、有志によって存続についての議論や意見を出し合うための「掲示板」をインターネット上に立ち上げていただき、大変多くの方々から、有意義な意見とともにご支援の声をいただいた。同時に、全国火山系博物館連絡協議会のホームページ上にも当館の置かれている状況などについて、きめ細かに情報を流していただいた。昨年10月には博物館存続のための「緊急!!阿蘇火山ミーティング」を博物館で開催したところ、100人近い人々に参加していただき、存続について議論していただいた。さらにありがたかったのは、地元新聞などによる社説、論評などの記事である。すべての記事で、火山博物館に対して好意的で、存続させるべきとの論調で書いていただいた。このほか、個人的にも多くの支援の声があがり、私達はそれらに支えられた。

3. 阿蘇製薬への営業譲渡

このような多方面からの支援の声によって、九州産交のスタッフや産業再生機構には火山博物館の機能や役割について十分に理解してもらったものと感じている。以後産業再生機構の博物館を引き渡すための条件として、博物館の機能を維持発展させること、それと博物館従業員の雇用を維持させること、という点を明確に打ち出していただいた。つまり、「売却」とはいえ、1円でも高ければそこに売ったものではなく、今後の博物館運営に関してどのような考え方を持っているのかについて、受け皿候補に対して十分に吟味していただいたと言うことである。このことが阿蘇製薬への移譲を決めていく上で大きく影響した。

博物館の受け皿としては、阿蘇製薬の他にも数社名乗りを上げていただき、それぞれから引き受けた

場合の運営方針などについての意向表明をいただいた。結果的には、提示価格よりも、今後の運営に対する考え方が九州産交のスタッフや産業再生機構にも受け入れられ、阿蘇製薬への譲渡が決定された。

最終的には本年3月9日に譲渡契約締結、3月31日譲渡実施となった。

なお、阿蘇製薬は昭和25年に設立され、昭和35年以降救急用絆創膏を開発、今日では国内最大手の絆創膏メーカーとなった会社である。アメリカやフィリピンにも生産拠点をもち、年商40億円を超える。同社グループの久木康オーナーによれば、当館の存続問題が公になった直後から、閉館されることに対し憂慮の念を持っていただいていたとのことで、意向表明においては博物館を引き受けた場合には財団法人化してこれまで以上に学術的に充実させ、発展させていきたいという考えを示していただいていた。

4. NPO 法人 阿蘇ミュージアムの設立

そのようななか、博物館存続を支援してくれる人々でNPO 法人をつくっていきこうという動きが始まった。火山研究者、学校関係者、作家、自然体験活動関係者、博物館関係者、行政関係者などを中心に、阿蘇をフィールドとしてミュージアム的な活動（資料の収集保存、調査研究、教育普及）を行っていく、その延長上に阿蘇火山博物館の活動と連携すべきところは連携する、といったスタンスである。法人名は「NPO 法人 阿蘇ミュージアム」とした。定款には「この法人は、火山や阿蘇について、資料の収集・保存・編集、調査・研究、学習、防災に関する事業を行い、地域の人々、児童・生徒を含む子どもたち、観光客など、多くの人々に対する生涯学習、環境学習、環境地域づくり活動に寄与することを目的とする。」とうたっている。

NPO 法人 阿蘇ミュージアムのメンバーは、これまでも阿蘇を中心にそれぞれの立場から専門的な活動してきた人々である。それぞれの得意分野を生かしながら、有効な活動を展開できるものと考えている。NPO 法人 阿蘇ミュージアムは、1月に設立総会を実施、5月14日付けで熊本県からの認証が降りたところである。

阿蘇火山博物館としても、現在の陣容だけでは力に限界があり、今後さらに活動を広げていくためにはNPO 法人の力は大きなものとなっていくと思われる。特に、博物館と連携する事業のひとつとして阿蘇地域におけるエコツーリズムの市場開拓を目指していきたい。阿蘇地域においては年間200万人が阿蘇山上一帯を訪れるが、そのほとんどは火口見物や草千里散策などをして帰っていく旧来型の観光が主体である。NPO 法人を中心に火山博物館や他の施設、法人と連携、協働することによって、その人々の1割でもエコツーリズムなどの新しい観光形態を利用してもらえるようなシステム作りを進めていきたい。そのことは法人や博物館のマネジメントにも

繋がる事柄である

5. 阿蘇火山博物館の現状と課題、今後の展望

博物館は、3月31日をもって九州産交の手を離れ、4月1日から阿蘇製薬にお世話になることになった。現在、同社のグループ会社として博物館を運営する「株式会社阿蘇火山博物館」が急遽設立されて独立採算での営業を行っている。先にも述べたように、契約から譲渡までの期間が短かく、当初の意向（財団法人による運営）どおりには進むことができなかったためである。現在は阿蘇製薬本体を中心に、財団法人化へ向けて準備が進められているところである。今後1～2年のうちには、財団法人設立、組織の改編などをとおして博物館をより活性化させると同時に、館のリニューアルも考えられることになっていきそうである。

このようななか、課題も山積である。博物館は、表向きはこれまでと全く同様の運営を行っているが、内情をいえば金銭管理、諸契約、業務管理などの引き継ぎで混乱状態が続いている。具体的には、経理部門の新たなシステム構築、現在走り出している今年度の予算作成、博物館ホームページの移設、所内LANの構築、許認可事項の再申請、売店等の販売商品の確保、九州産交との残務整理などなど……。また、大きな組織作りの中でも、財団法人化してどのような組織体制にしていくのか、フットワークのいい体制ができるのか、新たな人員の確保ができるのか、株式会社 阿蘇火山博物館との関係をどうしていくのか、NPO 法人阿蘇ミュージアムとの関係をうまく作れるか……。などなどの問題が待ち受けている。これからしばらくの間は“産みの苦しみ”が続くそうであるが、“災い転じて福となした”ということができるように努力を続けていかねばならない。

最後になるが、阿蘇火山博物館が存続することができたのは、JMMAをはじめ、たくさんの方々の支援していただいた方々のおかげである。私達としては、今回博物館が存続できたことを心から感謝するとともに、今後社会へ大きく貢献するために阿蘇火山博物館をますます充実させていかねばならないと考えている。

また、今回の阿蘇火山博物館に関する一連の経過のなかで、博物館のマネジメントの大切さと同時に、JMMAの存在と役割の大きさ、そして重要性をつくづく感じた次第である。高橋事務局長、原幹事からのアドバイスは、九州産交や産業再生機構と交渉していく上で大きな指針となり、また心の支えとなった。この場を借りてあらためてお礼を申し上げたい。

研究部会報告1 制度問題 研究部会 第3回研究会

テーマ：博物館と経営シリーズ 第3回「博物館経営の実際」

日時：平成16年2月14日（土）午後1時30分～午後5時

会場：お茶の水女子大学文教育学部1号館 第1会議室

報告者：井上 敏（桃山学院大学）

参加者：28名

制度問題研究部会では今年度のテーマを「博物館と経営」と題して、これまで2回研究会を開催した。「マネジメント」ではなく、「経営」という言葉をあえて使い、その意味をもう一度問い直す試みを行ってきた。おそらく、これまで日本の博物館で最も欠けていたのは「経営」の視点であり、それが今ほど必要とされていることもないと考えられるからである。第1回目の研究会では、博物館経営の視点から捉えた博物館教育とマーケティングについて、第2回目の研究会ではNPOと博物館というテーマで開催した。今年度最後となる第3回目の研究会では、「博物館経営の実際」について、「国立科学博物館の取り組み」として当部会幹事の小川義和氏に話題提供を、実際に科学館の経営評価に取り組んでいる例として、山梨県立科学館の高橋真理子氏に「科学館の評価—山梨県立科学館の取り組み」と題して基調報告をしていただいた。

1 「国立科学博物館の取り組み」（小川義和氏）

(1) 国立科学博物館の概要

国立科学博物館は平成13年4月に独立行政法人として新たな道を歩みだした。その歴史は明治4年10月に湯島聖堂内に置かれた博物館に淵源は求められるが、現在の科学博物館としての歴史はトロントの科学博物館をモデルとして、明治10年に世界で11番目の教育博物館として出発したことから始まっている。その後、昭和初期ぐらいから教育博物館としてだけでなく、自然史博物館としての性格もでてくることとなる。特に昭和37年に自然史科学研究センターの機能が付与され、自然史の調査研究機能の充実が図られるようになり、幾度の組織改組や拡充を経て現在に至っている。現在の組織は上野地区、新宿分館、筑波研究資料センター、付属自然教育園、産業技術史資料情報センターなどの6地区にまたがっており、館長（独立行政法人理事長兼務）の下に常勤の理事が1名、非常勤の監事が2名置かれている。更にその下に経営管理部、展示・情報部、学習推進部（以上、上野地区）、動物研究部、地学研究部、人類研究部、理工学研究部（以上、新宿分館）、植物研究部、筑波研究資料センター（以上、筑波地区）、付属自然教育園（白金台）、産業技術史資料情報センター（日本橋）の運営部門・各研究部門が置かれている。

(2) 国立科学博物館の活動

研究活動は分野横断的な総合的研究活動を進め、科学研究費による研究も行う一方で、自然史系研究の後継者養成のために連携大学院制度を設け、東京大学や茨城大等との連携による大学院生の受入れを行っている。

展示活動は上野地区の本館だけでなく、新館、筑波、自然教育園での常設展示を行い、特別展に力も入れ、今年度はマヤ文明展（3/18～5/18）、江戸大博覧会（6/24～8/31）、地震展（6/24～8/31）、特別企画展「2003夏休みサイエンス・スクエア」（8/1～8/24）等を行った。

(3) 独立行政法人化、そして今後一まとめ

国立科学博物館が独立行政法人となって、質の高いサービスの提供を行うことは勿論、利用者の視点に立った博物館運営を一層意識して行うことが求められるようになってきている。また説明責任の必要性は言うまでも無く、予算の効率的な使い方と共に成果も事後チェックで、これまで以上に厳しい運営を求められている。

そういった中で国立科学博物館は唯一の国立の科学博物館として、「中核的な自然史系博物館としての機能」を持ち、「自然史と科学技術史を併せ持つ利点」を活かして、「自然史科学研究の中心的機能」を果たすことが期待されている。

今後の国立科学博物館の課題として、①館の存在意義をわかりやすく伝える努力、②人材の養成、③博物館としての総合力が発揮できる体制づくり、④民間活力の導入、⑤博物館独自の教育活動の展開、⑥今日の課題に対応した展示の企画、⑦連携協力による新たなサービスの創生、を挙げた。

2. 科学館の評価—山梨県立科学館の取り組み（高橋真理子氏）

(1) 日本の科学館の状況

日本の自然科学系博物館はおおよそ自然史系が600館、理工・科学技術系が500館、動物園・植物園・水族館が400館、プラネタリウム300館、公開天文台が200館という状況（概算）で、かなりの数にのぼる。一方、科学技術政策研究所の「科学技術理解増進と科学コミュニケーションの活性化について」（平成15年）の調査では国民の得ている情報源はテレビが最も多く、次いで新聞、一般雑誌となり、科学系

博物館から情報を得ているのはたったの5%にすぎない。また「科学系博物館・科学館における科学技術系理解増進活動について」（平成14年）では科学館の人材をめぐる問題点が浮き彫りにされ、①量的不足、②確保、育成する予算が不足、③専門的知識をもった人材の長期的視点からの養成が欠如している、といった問題が指摘されている。

(2) 評価についての考え方

「博物館評価」と一口に言っても様々な切り口があるが、大きく分ければ①現場レベル、②マネジメントレベル、③ガバナンスレベル、といったものが考えられる。

- ①現場レベル—改善のための展示や事業の検証—来館者調査、展示評価、プログラム評価
- ②マネジメントレベル—組織内部改革のための自己評価—非来館者調査、戦略計画・経営改革、外部の評価委員会
- ③ガバナンスレベル—行政評価、運営母体の見直し

特に②のマネジメントレベルでは「やらされる評価」から「自らやる評価」の重要性が高まっている。

(3) 山梨県立科学館の取り組み

山梨県立科学館は平成10年7月に開館した。館職員は全部で28名おり、常勤職員の他に3年が最長任期の臨時職員と任期に年限の無い非常勤嘱託がいる。常勤職員は、県からの出向、運営受託をしている財団職員と教員がおり、少ないながら複雑な雇用体系がある。任期制限や異動の関係で、毎年3分の1の人間は入れ替わることになり、館の方針などを保ったり、研究されてきたことを蓄積したり、中長期展望をつくっていくことがなかなか難しい。2年前の事業課会議（担当レベルの会議）において、中長期展望にたった計画が何もないことが問題となり、事業課全体で運営や施設・展示などの問題の掘り起こしをすることとなった。組織改善、サービス改善、ハード改善の3点について①早急な改善が必要なもの、

②数年のうちに改善が必要なもの、という観点で行った。こういった掘りおこしをしている中で、業務量の不均衡や、責任不明な業務の存在、職員研修がないことの弊害、職員間のコミュニケーション不足といったことが最大の問題となった。

その後、中期構想委員会を平成13年12月に館内メンバーによって発足させた。この委員会は館の中期計画を立てていくために、様々な問題の解決を当面の目標とし設置した。その目的は評価計画を策定し、評価を実施し、科学館マスタープランを策定することにある。以下、評価計画（来館者調査、非来館者調査、内部評価、外部評価）について報告する。

来館者調査では山梨県内からの来館者が70%を占め、来館者の75%がリピーターであることが判明した。リピート率が上がるほど特定の目的をもって来館していることが分かり、リピート率は、来館者の主体的な学びをはかる一つの指標になることを示唆している。

非来館者調査では中高年を中心とした成人は自分がかくるところとは思っておらず、来館のきっかけづくりを工夫する必要があると考えられた。

次に内部評価を行い、自分たちの仕事を振り返り、サービス向上にむけての改善につなげようとした。その中で職員の分掌を改訂することも行き、これまでの担当制を横断したプロジェクトを設け、誰の管轄だかわからない業務の所在を明らかにした。

リニューアルにむけた展示評価も（まだ初期段階ではあるが）行った。展示改善のためのデータを集め、改善方向を考えるためである。

外部評価は内部からの意見ではなかなか行政に受け入れてもらえないことを外部から意見してもらい、客観的な提案をしてもらうことに意味がある。現在の状況は諮問機関として評価委員会が存在しているわけではない為、それまでの運営委員会の人選をし直し、その意見の吸い上げをこちらから積極的に働きかけることによって活発な意見を出していただけるようになった。これは情報公開もしている。ただ、正式な評価委員会としての機能はまだ持ち合わせていない。

（運営委員会のH15年度報告書が、<http://www.kagakukan.pref.yamanashi.jp/unei.html>にあるので、参照されたい。）

最後に自分たちで行った評価をどのように行政に伝え、それを基にした館の経営改革が可能か。外部評価委員会の立ち上げと共に、今後指定管理者制度が導入されることになった場合の改革でも考えなければならぬ問題である、と締めくくった。

3 質疑応答

（問）展示の費用対効果で評価されるのを嫌がる学芸員はいるか。

（答）行政からの評価は入館者数と費用対効果だが、それ以外の評価指標をあえて出すのが学芸員



左 小川義和氏、右 高橋真理子氏

としての仕事だと考える。

(問) 入館者数を自己評価にどう入れるか。どう評価するか。

(答) 入館者数はもちろん大事。それにあわせて、リピート率や、来館頻度のデータも合わせて出すべきではないかと思う。さらに入館者の定義を考え直す必要がある。十年前に比較してインターネットの発達、アウトリーチ活動の充実など博物館の機能が多様化しており、博物館に来館する以外にも博物館の資源を享受できる方法が多いと思う。このような博物館の資源を“利用した”人も考慮する必要がある。

(問) ミュージアムショップとは博物館にとってどういう存在なのか。

(答) 博物館に来た感動を持ち帰ってもらおう。そしてリピーターを増やす。博物館の重要な活動である。

(問) ミッションの確立が最近の博物館では重要とよく言われるが、公立館は特色を出しにくい。どんな問題があるだろうか。そして、どういように確立していくつもりか。

(答) 使命は変わらないものか、変わるものか。その中身が問われる。使命が変わっていくにしたがって、組織も変化しなければならない。その意識をもって確立していくべきであろう。

研究部会報告2

ミュージアムショップ

研究部会

第1回研究会

日 時：平成16年4月17日 午後2時～4時45分

場 所：「ルサロンドゥミュゼ」

(横浜市・日本新聞博物館(ニュースパーク)内)

参加者：11名

ミュージアムショップ部会の第1回研究会は、今後のミュージアムショップのあり方の参考となる「ルサロンドゥミュゼ」を訪れ、事業の特徴等についてヒアリングを行うことになった。

当日は、「ルサロンドゥミュゼ」が入居している「日本新聞博物館」の運営主体である財団法人日本新聞教育文化財団の長谷川事業部長から、館の紹介及びショップの特徴、さらにはこれまでのショップ事業の経緯についても説明をして頂いた。

1. 日本新聞博物館とショップの経緯について

(財団法人日本新聞教育文化財団 長谷川事業部長)

日本新聞博物館(ニュースパーク)は、我が国の日刊新聞の発祥の地横浜にオープンした博物館で、貴重な実物資料や映像、シミュレーション装置などを用い、新聞社の取材・編集、広告、販売、文化・スポーツ事業など、各分野の活動の歴史と現在の活動を紹介することを目的としている。

本博物館は、横浜市から建物を賃貸し、運営を行っている。当博物館には、「カフェ・ドゥ・ラ・プレス」というパリのカフェをモチーフとした飲食施設があり、ミュージアムのカフェとしてだけでなく、場所柄、披露宴会場や二次会会場としても利用されている。(実際に、本部会が開催された日には結婚式があり、両家の親族がミュージアム前をうろうろとする姿が見られた。)

一方、ショップについては、開館以来(3年ほど前)有隣堂(横浜では老舗の書店・文具店)がテナントとして入居していた。展示物との関連性はなかったが、オリジナルデザインのグッズ(例えば、マグカップ、タオル、ボールペン、ポロシャツなど)

が数多くあり、そこそこ人気があった。このほか、横浜の名店で作っている絹、紅茶、中華材料やメディア関連書籍、記念日新聞の自販機、さらには有隣堂が専門としているステーションナリーなどを置いていた。有隣堂には、家賃を減免していたが、それでも黒字化することができず、昨年末に撤退することになった。そこに現れたのが(株)ミュゼである。

2. 「ルサロンドゥミュゼ」

(株)ミュゼ 関根社長)

有隣堂の後を受け、1月21日から営業を開始した。準備期間が極めて短かったが、何とかオープンすることができた。これまでのショップはショップ名が無かったが、名前がないのはデパートに名前がないのと同じと考え、「ミュージアムのサロン、客間」という意味を込めてこの名前をつけた。また、ミュゼとしては、居心地が良い空間・サロンの提供を目指し、40坪の広さの中に約800アイテムという比較的少なめの商品構成とした。さらに、サロン、客間として使ってもらえるようテーブル、椅子(これ自体も実は商品)を配してゆっくりとくつろげる空間を整えた。

本ショップの基本的な考え方は、展示収蔵物との関係が深いミュージアムショップである。そのために、ショップづくりにおいてニュースパークにも積極的な関わりを持ってもらうようお願いした。例えば、女性の取り込みという点では、ウェディングの取り込みというのは経営の安定化にとって大きな要素である。引き出物という視点もあるし、カップルの写真入り新聞の刊行などという手だてもある。こうした展開を図るにはニュースパークの協力は不

可欠である。

これまで運営してきた中で難しいと感じている点は、施設の改造が非常に制約されているということである。この建物は横浜市登録の歴史的建造物なので、釘一本打つにも市役所の許可が必要となる。また、ショップ前の看板についても、了解を得るまでにはかなりの時間をかけて実現した。この点が集客を考える際の制約条件となっている。

このほかの課題としては、グッズの販路という点がある。現状では、年間5万人の来館者ということだが、この半分はお金をほとんど持たない学生であるため、実際に購入が期待できるのは2万5千人程度である。そうすると、この場所以外に販路を持つことは必要である。例えば、博物館同士で互いのグッズを置きあう、ミュージアムネットワーク（仮称）の構築ができればいいと考えている。一館だとすることに限界があるが、複数の博物館との連携を周辺地域とで図ることはできれば、カタログ、パンフレット、図録などの刊行をする際に役に立つのではないかと考えている。

これまでのところ、当ショップの売れ筋商品は、企画展の図録、オリジナルポストカード、一筆箋、アクセサリ（試作段階の活字を使ったアクセサリ）、アンティークの椅子などである。

なお、試みとして3月にワインセミナーを開催したのを皮切りに、近々新聞記事に関して会話する英会話教室を開講するなど、リピーターの確保に寄与する展開にチャレンジすることを予定している。

3. 質疑応答・意見など

お二方のお話の後、参加者からいろいろと質問・意見が寄せられた。中でも、一番盛り上がったのは、新聞記事で作ったラッピングペーパー（写真参照）であった。これは、昨年末の世界の新聞記事をモチーフにコラージュという手法を用いてデザインした力作（!）である。参加者の間には、ラッピングペーパーにしておくのはもったいない、是非とも商品化すべき、という意見が多く出されていた。

このほか、「販売のネットワークだけでなく商品開発のネットワークも作るべきである」「年中同じショップデザインとするのではなく、季節感を持たせるなどの工夫が必要である」「リピーター獲得に向けてのミューゼの試みはおもしろい、今後もっとこのような展開をして、ショップ自体のリピーターの獲得を目指すべきである」といった意見も寄せられた。

最後になるが、議論に熱中したあまり、当初予定していた閉会時間を大きく過ぎてしまい、ニュースパークに入館する機会を逸してしまった参加者が多く出てしまったことを深くお詫びして、研究会報告とさせていただきます。

文責：松永 久（ショップ部会幹事）



写真：新聞記事で作ったラッピングペーパー

支部会だより

近畿支部会

「大阪歴史博物館」2年間の活動状況を振り返って

近畿支部幹事 小西 史仁

近畿支部では、この2年間の活動テーマを「博物館と地域社会」としており、各地の様々な事例を取り上げてきた。今回の研究会は、平成15年度の第2回研究会として平成16年2月28日に大阪市中央区に開設されている「大阪歴史博物館」において、施設見学会およびフリーディスカッションなどを行った。

「大阪歴史博物館」は、「都市おおさか」の歴史にスポットをあて、大阪の歴史や文化を紹介する博物館として、平成13年11月に開館した。研究会では、博物館の現在の姿を見学するとともに、企画広報課長の高井健司氏よりこの2年間の活動状況をご報告し

ていただいた。参加者は、全国各地から博物館関係者や大学、一般企業の方12名にご参加いただいた。

●大阪の歴史のシンボルとして

「昭和60年に大阪城と難波宮を連続一体化する構想が発表され、その後、NHK大阪放送開館の移転、考古資料センターの建設、さらに旧大阪市立博物館の移転・新館建設が計画された。「大阪歴史博物館」は考古資料センターと新博物館を統合した施設として、平成13年11月3日、NHK大阪新放送開館とともに開館した。」

建物は、敷地面積13,000㎡に、鉄骨鉄筋コンクリート造および鉄骨造で地上13階・地下3階建て、述床面積が23,606㎡、展示面積が5,010㎡と大阪市の博物館としては、まさにフラッグシップとなる博物館である。

また、建物は高層ビルディングということもあり、制震構造（建物）・免震装置（展示）を取り入れており世界でもあまり例がないものである。

エレベーターで展示最上階の10階まで上がり（地上56.70m）常設展示が始まる。ここからの眺めは壮観で、難波宮史跡公園と大阪城を借景に取り入れた眺望はダイナミックな歴史の流れを感じさせるものとなっている。さらに時代を追って古代、中近世、近現代と時代順にエスカレーターで降りて見学するのが基本構成である。8階には体験展示「歴史を掘る」として復元された発掘現場空間がある。発掘現場作業の体験や土器パズル、顕微鏡観察などができるようになっており子供たちに人気のコーナーとなっている。掲示板には訪れた子供たちの感想が書かれた紙が張られており、この場所を訪れた時の楽しさや驚きなどが伝わってくる空間でもあった。

地下には前期難波宮の倉庫群があり、その遺構が保存されている。遺跡見学「難波宮探訪」として、博物館やNHKとの共有部分に現地保存した難波宮の建物等を学芸員やボランティアによる解説付のツアーに参加して見学することができる。その他にも、2階には学習情報センター「なにわ歴史塾」がありビデオライブラリーや大阪とその歴史・文化に関する書籍約4,000冊を閲覧することもできる。残念ながら



（大阪歴史博物館ホームページより）

ら、館の動線上奥まったところにあるせいかもしれないが、人があまりおらず展示室へ向かう多くの入館者と比べて少し静かな場所となっていた。

●累計総入場者数140万人の人気スポットへ

大阪歴史博物館の入館者数は、平成16年2月26日現在、開館日数704日で851,988人（常設展示）となっており、1日あたり1,210人となっている。特別展示もこれまでに12本開催され、入場者数549,305人（504日、1,090人/日）となった。以前の入館者数が1日平均約370人であったことから比べると、現在は約2,000人へと増加しており、約5.4倍となっている。というより大阪市内で50万人を集客できる人気スポットができたというべきである。高井氏の話では、NHKとの共同建設ということもあって、メディアを通じての広報効果が非常に大きいとのことである。今年度は、旅行会社との連携で他の観光施設とセットのクーポンなどの発行によって集客力を高めようという予定がある。

また、学校との連携も進めており中学校で約5万人、市内小学校は80パーセントがすでに利用しているとのことである。

●博物館を活性化するボランティア活動の役割

展示活動において重要な役割を果たしているのが、ボランティアである。博物館が独自に募集を行なって、現在120人～130人のボランティアが常時登録されており、半日単位で活動に参加しており、館内のワークショップの実施や遺跡ガイドなどに携わっている。ボランティア養成については博物館の開館時からの第一期生が平成16年3月で終了予定であり、今後、第二期の募集および研修を行うとのことである。研修内容は接客サービス全般などを中心に毎週土曜日の午後に実施する予定である。このボランティアの面白いところは、大阪市民だけでなく、近畿圏各地からボランティア登録者があり、裾野は広い。特に、利用者へのホスピタリティという意味では重要な役割を担っている。基本的には人間への信頼感が展示の質を上げていくという考え方であり、ボランティアは利用者に接するという学習行為により新しい概念を獲得し、接客やモラルが向上するということで、展示品と入館者の関係だけではなく、市民参加の効果が一つの成果となって現れてきている。

特に、遺跡ガイドなどのボランティアに関しては、非常に熱意を持って参加する人が多く、基本的に学芸員が解説を行うのであるが、サポート役として大きな役割を果たしていると考えられる。また、ボランティア体験は、人的資源の育成という面で大きな役割を果たすものと考えられる。

以上のように、情報発信拠点としての博物館が市民活動と結びついて多様なネットワークを形成することが進めば、博物館が単なる観光資源としてだけではなく、市民生活に密着したコミュニティの結節点となることが認知されるようになるのではないだろうか。その意味では、さらに一歩進めて、ボランティアのネットワークを広げるだけでなく、ベテランになればなるほど良質なホスピタリティを発揮できるプロフェッショナルな人材として博物館活動に不可欠な存在と位置づけていくことも必要である。つまり、ボランティアとして長年の実績を有することにより、一定の社会的なステータスが得られ、かつ職能として確立されるような道をつくることで、本来の博物館が有している学術研究機能との役割分担が可能となり、地域との関連の中でマネジメントしていくことができるのではないかとということである。

●情報受発信の場としての博物館活動の拡大に向けて

博物館が地域にとっての学習の場あるいは情報受発信の場として認知されるためには、地域のコミュ



(3階体験展示の資料—ボランティアの方々子どもたちに丁寧に説明をしていた姿が印象的であった)

ニティとのネットワークを意識せざるを得ないのではないだろうか。

例えば、都市に住み、働き、遊び、暮らす人々は、様々なエリアで、地域の歴史や文化、風土といった要素を地域情報として活用し、様々な地域コミュニティを形成している。古くから住んでいる人は祭りや風習、研究のフィールドとする人達は歴史的な建造物や土地の歴史など、集客の観点では新しい商業施設のスポットや人物などがあり、個人的な趣味の分野から行政などが取り組んでいるまちづくりまで多様な取り組みが行われている。地域に根ざし、地域の人々に愛される博物館を目指すならば意識せざるを得ない要素である。

しかし、多くの場合、個人的な趣味や嗜好からコミュニティが形成され、インターネットやフリーペーパーの形で多くの情報が発信されている状況にある。そこには優れた面白い情報を発信しているコミュニティも存在しているが、あまり知られていないことが多い。

本来、地域情報の宝庫である博物館は、地域コミュニティ運営において非常に利用価値が高いと考えられるが、両者の間には地域情報をマネジメントし媒介する存在が不足していると考えられる。

●都市型博物館としてのマネジメントの方向とは

一方で、博物館の活性化という視点からは、博物館が研究機関として長年蓄積してきた地域の情報をより多くの人々の目に触れるような機会を創りだしていく必要がある。インターネットや携帯電話など、特定のターゲットに対して特定テーマの情報が行き渡る情報媒体が広く普及している現代においては、適切な情報の編集加工と情報発信手法が必要であろう。また、そうした情報を地域の遺産として蓄積するためには、デジタルアーカイブ化や情報の窓口の分散化（情報の収集・管理などを地域で分担）などの工夫も必要である。

このような環境を整えることでミュージアムにかかわる産業にとってのビジネスフィールドも多様化するといえるのではないだろうか。研究資料のアーカイブ化であればまさにクリエイター達の仕事が重要であるし、地域情報やフィールドワークのマネジメントについてはコミュニティビジネスの担い手達が活躍する場面である。そして博物館はこうした地域情報の集まる情報倉庫であり、貴重な本物の資料がストックされたシンボリックな施設として位置づけられるのではないだろうか。

また、大阪歴史博物館の場合には、金曜日に夜8時まで夜間展示もおこなっており、都市型の博物館

としての配慮もされている。現在のように市民サービスにも多様性が求められている時代には、このような視点でのホスピタリティの確保は不可欠な要素であるといえる。

最後に、今回の大阪歴史博物館への訪問について個人的な感想（というより大阪市民として）からいえば、全体的には眺望性に優れ、地下には難波宮の遺跡も保存され、交通の便も優れているので、多くの人が訪れる空間となっている。一方で、精密な復元品や模型は見事な出来栄であるが、実物資料や説明パネルの少なさが少し気になった。現代はデジタルの時代なので、具体的なモノを見せることが最も効果的なことはわかるのであるが、展示室いっぱいモザイク状に並べられた展示物を見て、歴史の流れやダイナミクスを十分に理解してもらえるのか、その部分でのサポートは何か必要なのではないかといった部分を感じた。

こうした点については今後展示方法・解説方法の工夫で補うことがすでに検討されていると思うのだが、さらに進めて創り手と利用者との一体性を生み出す手法や担い手の育成を考えていくことが、博物館の新しいマネジメントにつながるのではないかと感じた。

新刊紹介

『ミュージアムの思想』

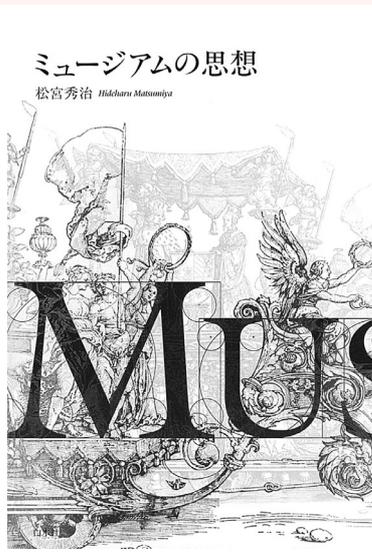
— 普遍に取り付かれた西欧の暴力装置・ミュージアム —

松宮秀治 著

発行 白水社

本体価格… (本体2、500円+税)

ISBN 4-15-6010389-8



収集という意味では、中国の歴代王朝の右に出るものはないだろう。台北に持ち出された故宮博物館のコレクションのことではない。あの何千種とも知れぬ「漢方」の本草類それぞれに与えられた効能が、どのように確かめられたかを想像するだけでいい。一つの病状に対応する一つの薬。あくまですべての症状に対応させつつ効能を探る。これは気が遠くなるほどの試行錯誤の繰り返しに支えられたものだ。まさに「枚挙」、つまり本草と病の双方の収集の奇跡でしかない。その試行錯誤の過程で生命を失ったものは、まなかなな人数ではありえない。これこそ、まさに「中華帝国」の皇帝しかなしえぬ収集であった。

しかし、「中華帝国」の収集は、たとえ「三界経」に珍奇・不可思議な事物が記載されているがごとく珍奇なものという対象とするにしても、収集物を権威の源泉とするなどということはなかった。実利のものはいさしらず、いわゆる書画骨董、わけのわからぬもののはいさしらず、収集者の外には出さぬ趣味の世界として好事家仲間こそ知られても、けっしてすんで公開するものではなかった。それど

ころか、われわれの国にあつては権威の源泉たるものすら秘匿することを通じて、権威づけるといふ方策が採られてきた。

他方、西欧の狂気にも似た収集は、キリスト教会のそれに集約されるだろう。その名は「聖遺物」。キリストにかかわりがあることされる事物は、何であれ信仰の対象とされ、さすがに幼子キリストの頭蓋はなににしても、聖母の「乳汁」までもが収集されていた。それは、収集者たる教会の権威の源泉であった。権威ある教会であろうとすれば、いかにキリストの存在に近いかが問題にされたのである。怪しげなベテラン師どもが、これまた怪しげな「聖遺物」を持ち込んだとしても、規模の大きな教会であればあるだけ、片端から購入したものであるらしい。

それこそが西欧の収集の根底にある、自らの権威の出自を裏づけるための収集である。「権威」の裏づけたるものは広く公開し、「蒙昧」なものたちに威光を知らしめるといふわけだ。その収集・「啓蒙」の装置が、やがて西欧の普遍を知らしめる「ミュージアム」として変身し、世界にたち現れることになるだろう。

著者は、本書「ミュージアムの思想」において、西欧でしか生み出されなかったミュージアムの「思想」を探ってゆく。少し長いが引用してみよう。

「よく大英博物館やルーブル美術館に代表される西欧の巨大ミュージアムに対して「帝国主義の産物」という批判がなされるが、たしかにその館蔵品コレクションがいかにか形成されていったかを見ていくと、戦争、侵略、略奪、搾取の濃い影がつきまとっていることも事実である。しかし、ミュージアムという思想のもつ攻撃性、暴力性とはこのような可視的な実力行使というものではない。それはいうなれば、病原菌やガン細胞の増殖、肥大化のようなもので、加害者、被害者の関係を意識させずに、「世界の一元化」の過程に全人類を巻き込んでゆくことである。それがもつとも端的なかたちで現れるのが、「自然保護」「文化財保護」の場合である。かつて浜に打ち上げられた鯨は地元住民たちにとって、海が贈ってくれた貴重な食料であった。しかし今もしこれを食べてしまえば、いやそれを沖にかえす努力を怠るだけでも、どれほど多くの批判を浴びせられるかは想像に難くない。また、アプガニスタンの空爆で死亡、負傷した一般住民はかわいそうであるがやむを得ない犠牲者として、加害者責任は棚上げされるが、「世界遺産」たるパミヤン石窟の仏像への破壊行動は人類文化に対する許さざる犯罪となる。

これが西欧の価値による世界の一元化を基盤としているミュージアムとは西欧のみが創出した、またその本質から見ても徹頭徹尾西欧的のものである。ミュージアムとはその

機能から見れば、西欧の近代が新たに発見した価値観念、つまり「芸術」「文化」「歴史」「科学」といった観念によって、新しい「聖性」を創出し、その聖性のもとで新しい「タブー領域」を確定してゆくものであり、そしてそのもつとも基本的な特徴は、この聖性の領域とタブー領域をたえず拡大し、巨大化させてゆくことである。」(13、14ページ、ゴチック体の強調は評者)

著者は、このようなミュージアムの思想の暴力性・凶暴性を、近世のハプスブルクをはじめとする王族のコレクションにさかのぼり、解き明かす。それは、西欧世界とは、なんらの縁も持たぬローマ・ギリシャ世界を、自らの祖先に仕立て上げるための、証拠集めとしての収集に始まる。やがて西欧全体が、あたかもギリシャ・ローマの正嫡子であるかのようにふるまうことにつながるだろう。それは、東洋(この言葉もまた西欧の視点から生まれていることを忘れてはならない)のわれわれが中国古代文明の正嫡子名乗るよりも、教段とおこがましいことなのだが、われわれは、いつの間にか、西欧的基準(西欧の特殊なのだが、普遍神話との相互関係で生み出された押し付けとしての普遍基準)が思考の枠として設定され、右であれ左であれその基準から逃れられなくなってしまう時代を生きている。右翼思想のよりどころの「国家」が、西欧で生み出された一つの概念でしかないことをみれば、日本の伝統主義者がいかに意識することもなく西欧的基準を自らのものとして受け入れていくか、ましてや左翼的思想たるや、西欧的基準をはずせば、ほとんど何も残らない状況にある。

著者は、「ミュージアムの思想」は、ミュージアムがそのような西欧特殊基準を普遍化する「思想」であり、ある意味での暴力装置であったことを解き明かしてしまった。ただし、いそいで付け加えるけれど、「ミュージアム」において公開されるコレクションが、民主主義の公開性へとつながって行ったのも事実である。秘匿・非公開を「保護」と言いくるめるところには、民主主義もありえない。さあ、どうする日本のミュージアム……。この批判に込めることができるのだろうか。

なお、本書はそれだけで、世界を一元化しようとする西欧近代の原理を批判する書となっているが、ぜひ工藤庸子・著『ヨーロッパ文明批判序説―植民地・共和国・オリエンタリズム』(東京大学出版会)を併せて読むことをお勧めしたい。この二つの書には、西欧的基準を踏まえないながらも、その枠組みを批判的に超えようとする積極的な試みが通底しており、大いに知的な刺激を受けるものと思われる。

(文責) 日本地域社会研究所 土井 利彦

掲示板

国際シンポジウム「東アジアにおける美術・文化財情報のネットワーク化を考える」(日本ミュージアム・マネジメント学会後援行事)のご案内

アート・ドキュメンテーション研究会は、創立15周年記念行事として、標記の国際シンポジウムを開催いたします。日本、中国、韓国の美術情報活動の様子を知り、今後の3国における美術情報の連携問題を考えるまたとないチャンスですので、是非、ご参加ください。

1. 趣 旨

東アジア(日中韓)の美術作品・文化財は互いに関連しており、日中韓でこの分野の情報に関する相互協力体制を構築することが求められています。

今回の国際会議では、日中韓から美術図書館と美術作品・文化財データベースの専門家を招き、それぞれの国におけるこれらの分野の状況を発表していただくと共に、これらの方々によるパネル・ディスカッションを行います。このことを通じて、相互理解を深め、相互協力体制を構築するための基礎を築きたいと考えています。

2. 日 時

2004年8月6日(金)、7日(土)

3. 会 場

兵庫県立美術館ミュージアムホール

(この美術館は、西日本最大級の美術館として一昨年オープンしました。建物は世界的に有名な安藤忠雄氏の設計によります。なお、国際シンポジウム期間中には、「チャイナドリーム」という中国美術の特別展が開催されます。)

<http://www.artm.pref.hyogo.jp/>

新幹線新神戸駅からタクシーで約10分、もしくは、新神戸駅から地下鉄乗車、三ノ宮駅(約3分)下車、その後、三ノ宮駅から阪神乗車、岩屋駅(約4分)下車、徒歩約8分、もしくは、三宮駅からJR乗車、灘駅(約2分)下車、徒歩約10分

4. プログラム

8月6日(金)

受付(10:30~11:00)

開会挨拶、趣旨・概要説明(11:00~11:30)

セッション1(東アジア美術の関係性と情報共有の必要性)(11:30~12:15)

発表1本

昼休(12:15~13:20)

セッション2(東アジアにおける美術図書館の現状と相互協力の可能性)(13:20~17:40)(途中休憩2回)

日中韓の専門家による発表3本の後、パネル・ディスカッション

休憩・移動(17:40~18:00)

懇親会(18:00~19:30)

8月7日(土)

展覧会・会場見学(10:00~10:50) / 受付(10:20~10:50)

セッション3(東アジアにおける美術作品・文化財データベースの現状と相互協力の可能性)(10:50~16:10)((途中昼休みと休憩1回)

日中韓の専門家による発表3本の後、パネル・ディスカッション
閉会挨拶(16:10~16:20)

5. 資料代(含、特別展「チャイナドリーム」のチケット代)

主催・後援団体会員:1,500円(学生1,000円)、その他:2,000円(学生1,500円)

6. 懇親会費

4,000円(学生2,000円)

7. 参加申し込み

7月24日までに、氏名、住所、電話番号、メールアドレス、主催・後援団体会員か否か、懇親会に参加するか否かを明記の上、下記にご連絡ください(日本ミュージアム・マネジメント学会は後援団体ですので、その学会員である旨をお記してください)。

〒611-0002 京都府宇治市木幡金草原60-6 びぶりおん気付 アート・ドキュメンテーション研究会事務局

fax:0774-33-3969 メール:ldt02307@nifty.ne.jp

*事前に申し込み不可能な方は、当日受付をいたします。ただし、事前に人数を把握したいので、できるだけ7月24日までにお申し込みください。なお、万一満席になりました場合は、当日受付をお断りすることもあります。

8. その他

スペースの都合上、詳しく情報をお知らせすることができませんでした。詳細情報は、当会のWebサイトをご覧ください。幸いです。

<http://wwwsoc.nii.ac.jp/jads/>

i n f o r m a t i o n

◆年会費納入のお願い◆

会費未納の方は下記口座までお早めに納入くださいますようお願い致します。
請求書・領収書等が必要な方は事務局までご連絡下さい。
なお、個人会員の皆様は、トラブル防止のため、お振込みの際は必ずご登録者のお名前を明記のうえ、ご入金下さい。

郵便局の場合 口座番号00160-9-123703
「日本ミュージアム・マネージメント学会」
銀行の場合 みずほ銀行 鶯谷支店 普通預金 No.1740890
「日本ミュージアム・マネージメント学会」

◆文献寄贈のお知らせ◆

以下のように文献を寄贈していただきました。(平成16年4月1日～6月8日)

- ・「入間市博物館紀要 第4号」 入間市博物館
- ・「入間市博物館文書目録 第4集 中島敏雄家文書目録」 入間市博物館
- ・「学芸員課程報告書」 東京家政大学 文学部 心理教育学科
- ・「動物観研究 No.8」 動物観協会
- ・「多摩市の植物目録」 パルテノン多摩 財団法人多摩市文化振興財団
- ・「パルテノン多摩 博物館部門 年報・紀要 第6号 2002年度」 パルテノン多摩 財団法人多摩市文化振興財団
- ・「美濃加茂市民ミュージアム 紀要 第3集 2004」 美濃加茂市民ミュージアム
- ・「みのかも文化の森 活用の手引き・活用実践集 平成15年度版」 美濃加茂市教育委員会・みのかも文化の森
- ・「みのかも文化の森 活用実践集 ダイジェスト版 平成15年度」 みのかも文化の森・美濃加茂市民ミュージアム
- ・「プラネタリウム会報 No.76」 日本プラネタリウム研究会

u o i t a m i o j u !
i n f o r m a t i o n

新規入会者のご紹介

【個人会員】

岩崎 公弥子 金城学院大学
海老沢 立志 国宝犬山城
片座 晴美 加賀工業株式会社
加藤 剛 株式会社丹青社
木村 政司 日本大学
桑田 夏子 昭和のくらし博物館
毛塚 万里 広島県立美術館
知念 理 サイエンス・コミュニケーター
中井 祐輔 神奈川大学
中村 ひろ子

古田 ゆかり

松村 潤之助 松村潤之助事務所
渡辺 和浩 郡山市ふれあい科学館

【学生会員】

清水 麻記 広島大学大学院
西村 邦裕 東京大学大学院
平井 宏典 東洋大学大学院
山村 真紀 立教大学大学院
吉田 公子

(五十音順・敬称略)

[リアルックFH47] —低反射透明アクリル板

この製品は、透明アクリル板の両面に低反射フィルムを熱圧着させたもので、絵画や展示ケースに使用した場合に次の特長を示します。

特 長

- ・低反射に優れ、明るい室内でも低反射効果を十分に示します
- ・帯電防止に優れていて半永久に帯電防止は保たれます
- ・紫外線カットに優れ、絵画や古文書などの作品資料の保護に寄与します

用 途

- ・絵画、写真の額装
- ・博物館美術館の展示ケース・後部からの映り込みを嫌うときに有効

ご照会・お問い合わせは

油 脂 製 品 株 式 会 社

〒103-0007 東京都中央区日本橋浜町2-35-4 日本橋浜町パークビル5階
電話03-5645-2450 Fax03-5645-2454

J M M A 刊 行 物 の 広 告

つぎの刊行物の在庫がございます。ご希望の方は事務局までお申し込みください。

研究紀要 第1号～8号 各1,500円

報告書「ミュージアム・コミュニケーション～21世紀の博物館を創造する原理を探求する～」 1,500円

報告書「21世紀型ミュージアム・マネジメントの創造
—ミュージアム・マネジメント学の確立のために」 1,500円 他

JMMA会報 No. 33 (Vol. 9 No. 1)

発行日 2004年6月30日

事務局 〒108-0023 東京都港区芝浦4-6-4 トウセン芝浦ビル2F TEL/FAX 03-3455-1505

e-mail:kanri@jmma.net