

<印刷博物館>

## 目 次

### ■特集

国際シンポジウム特別講演 V&A美術館教育部長 デヴィッド・アンダーソン -David Anderson- 氏	
『英国の挑戦～ミュージアムがつくる知の成長社会～』	2

国際シンポジウム プレゼンテーション 都市プロデューサー 望月 照彦 氏	
--------------------------------------	--

『地球社会の次世代モデル～ミュージアム産業都市・大阪』	7
-----------------------------	---

### ■論考・提言・実践報告

日本玩具博物館における海外展の試み PART6 / 日本玩具博物館 尾崎 織女	12
---	----

### ■時の話題

東京・小石川に『印刷博物館』が開館！！ / (株)トータルメディア開発研究所 高橋 吉弘	15
--	----

「中谷宇吉郎 雪の科学館」見学・研究会レポート / NPO法人企業ミュージアムの協会 亀田 訓生	17
--	----

開かれた研究施設を目指して～自然共生研究センターの取り組み～	
--------------------------------	--

/ 建設省土木研究所環境部河川環境研究室 吉富 友恭	19
----------------------------	----

新聞のことなら何でも分かる博物館－NEW SPARK・日本新聞博物館－	
-------------------------------------	--

/ (株)乃村工藝社 深堀 習太	20
------------------	----

### ■研究部会活動報告

理論構築研究部会 / 千葉県総合教育センター 高安 礼士	22
------------------------------	----

### ■新刊紹介

/ JMMA事務局 齊藤 恵理	23
-----------------	----

### ■インフォメーション

	24
--	----

## 特集

前号で概要を紹介しました国際シンポジウム『新・ミュージアムの時代～ミュージアム都市へのシナリオ～』の詳細内容を特集してご報告します。

## 国際シンポジウム特別講演

V&A 美術館教育部長 デヴィッド・アンダーソン氏  
David Anderson

『英国の挑戦～ミュージアム  
がつくる知の成長社会～』

ミュージアムに求められる  
「創造性」と「市民参加」

われわれは今、文化と教育の革命の時代に生きている。現代社会は、膨大な情報量に恵まれてはいるが、新たな価値の創出には、学習とクリエイティビティ（創造性）が不可欠である。情報社会以前に我々がまず、関心を持たなければならぬことは、その基盤をなす学習社会ではないだろうか。現代の情報社会に対応するには学習することが必要であるが、ミュージアムの仕事は、モノの保存伝承よりも、それを創造するためのスキルを発展させることである。ミュージアムが所蔵するモノを利用者がどのように使っていけばいいのかが理解されなくては意味がない。文化は、我々の中に個々にあるのであって、モノ自体にあるのではないからである。ミュージアムの使命は、文化の発展にあるのであって、モノはその手段にすぎないのである。

ユネスコの人権宣言では、「各個人はコミュニティの文化的な生活に自由に参加する権利をもっている。芸術を鑑賞し楽しみ、また科学的な業績とそのメリットを共有することができる」としている。現在のミュージアムは、この意味を理解し実行しているだろうか。「文化的市民権」というコンセプトがあるが、これは「参加」ということを意味している。単なる「見ることができる機会」ということではない。多くのミュージアムは、人々に「モノを見る機会」を与えてはいる。しかし、このことは本当の意味で「参加」する機会を与えてはいる訳ではない。ここに世界のミュージアムが抱える共通の課題がある。

## イギリスにおけるミュージアムの再生

19世紀にイギリス政府は、ミュージアム運動を開いた。それは3つの原則にのっとっていた。まず、「芸術作品は、人々の心と精神を動かす力がある」ということ、2つ目は「人々と地域社会は、自らの努力を通じて自らの生活を改善することができる」ということ。3つ目は「社会は、このプロセス

をミュージアムを通じて促進し、支援していくことができる」ということで、ミュージアムの使命がここに語られている。V&A美術館では、利用者（消費者）に対して、いいデザインとは何であるのかを教えようとしてきたし、またデザイナーやメーカーに対しても、優れたデザインやモノ作りに対して教育しようとしてきた。一方、将来の消費者やデザイナーたちの教育は、学校から始まるという意識で臨んできた。この考え方は、優れたビジョンであり、ミュージアムが社会に対して影響を及ぼし得たことを示すものでもあった。しかし、これらの考え方には、長年忘れられてきた。イギリスにおいては、もう一度こうした考え方を再構築しなければならない時期にさしかかっている。イギリスのミュージアムにとって、この100年間は暗黒の時代であったと言えよう。ミュージアムの主たる目的は「モノを収集し、保存し、研究し、展示する」ことにのみある、と考えられてきた。ミュージアムが社会に及ぼす影響力に関して、以前に思い描いていたほどに發揮してこなかった。一世紀の間、チャンスを失っていたのである。文化が行動、経験によって培われるものであるということを忘れていたのである。我々の研究対象となってきたのは、モノであったし、そこには人間という存在が忘れられていた。ミュージアムは人を研究することなくしてはありえない。教育面でミュージアムが果たす重要な役割は、人々の欲求に対するリサーチである。人々の生活改善への要望を把握し、文化を通してクリエイティビティを学び、その喜びを味わう、これこそがミュージアムの成否を決定する重要な鍵である。コレクションの存在が成否を決めるわけではないのだ。

## 「経験を学ぶ場」としてのミュージアム

イギリスでは、近年大きな動きがあった。これらは、ミュージアムの仕事の性格を変える力となった。まず一つは、学習経済、つまり教育に関する経済の重要性についての問題である。ある著名な経済学者は、昨年出版した自著で「今日、企業にはバランスシートでははかることのできない価値が加わっている。物理的な資産を超える価値があり、それらはブランドであり、研究開発であり、知的財産権である」といっている。人々の頭の中にあるもの、それが企業にとって時には最も重要な価値を持つものとなる、ということである。知識や学習する能力はますます重要性を帯びるようになってきている。そして将来、知識は一つの分野に頼るので

はなく、学際的な経験に基づくものになる。こうしたアプローチはミュージアムでこそ可能となるもので、ミュージアムはそれらの習得の機会を提供する場となるべきである。人々には、生涯学習のためのトレーニングとスキルが必要であり、そのための投資が求められ、ミュージアムこそが生涯学習の有効な手段となりうる。では「学習」とは何だろうか。イギリスの学者・マイケル・オクショットの言葉を引用すれば「感じ、考える能力を獲得することである」といっており、感情（感じる）が思考（考える）に優先された位置付けにある。そして、感情とともに他の人々と共同で何かをするということが「学習」の重要な部分を占めていると強調している。

ジョン・ハービージョーンズは、イギリスで良く知られた企業人だが、その彼が生涯の信念について「芸術はビジネスにとって必要なものであり、変化する世界に対応するにはイマジネーションとクリエイティビティとビジョンを持った人が必要である。そして、適応するための自信を持った人たちが必要である」と言っている。2年ほど前に成人を対象とした調査では、成人たちは、学校教育よりも文化的な場で学んでいる、ということが報告されている。多くの人々は、文化的な場が学習の場であることを知っており、現在の我々に求められていることは、この学習を価値ある経験の場とすることが出来るかどうかである。ミュージアムは市民に何を提供することができるか、無形、有形にかかわらず本物を通じて学ぶこと。さらに、ミュージアムが重要なことはミュージアムが「事実を学ぶ場ではなく、経験を学ぶ場」であるということである。ミュージアムは、すべての世代に開放されており、ビジュアル的にも美しく快適なスペースである。クリエイティブであり、社交性があり、参加性にも富んでいる。これらを兼ね備える公共の施設は、ミュージアム以外にはない。ミュージアムは日常生活よりも密度の濃い場であり、よりインフォーマルでありながら文化的に豊かな側面をもっている。学校教育とは異なった豊かさをもたらすことが出来、しかも、学校と社会との橋渡しをする現場でもある。

### 「クリエイティブ産業」を目指すミュージアム

近年、イギリス政府が力を注いでいるのは、「クリエイティブインダストリー」と言われる分野であり、21世紀で経済的な成功をおさめる重要なキーワードとして「人々のクリエイティビティ」が上げられている。この分野の成長は著しく、金融分野について第2位の地位にある。デジタル技術部門、観光部門も伸びている。国の経済全体の平均と比べても「クリエイティブインダストリー」は2倍の速度で成長している。経済成功のためにはクリエイティ

ビティを育てる必要があることを政府も認めている。数ヶ月前にイギリスで出版された「インディペンダンツ」という本があるが、21世紀の経済を牽引していくクリエイティブで若い独立した起業家（インディース）の活動を取り上げたこの本の対象者は「コンピュータ関係者」であったり「デザイナー」、「アニメーター」たちとさまざまだが、彼らはその才能を経済という市場の中で発揮しており、この本の中で、著者は今後こうした分野の人々のニーズがますます重要になってくると指摘している。

また、こうした人々は一ヶ所に集まって、一種のコミュニティを形成しており、彼らの色々な活動がその地域の活性化をもたらしている。この中にもミュージアムが関わる事の出来る部分があると思う。インディペンダーたちの活動をミュージアムで紹介したり、一般の人々とのコラボレーションを促進したりして、ミュージアムをクリエイティビティのインキュベーターの場とすることも可能ではないか。こうしたことを目指すことによって、ミュージアムが「クリエイティブ産業」になっていくことができるのではないか。ミュージアムのスタッフは、クリエイティブな素養を身につける教育を受けている。「キュレーター」や「デザイナー」、「エデュケーター」らがそれにあたる。何か新しいものを人々に提供するということが「クリエイティブ産業」の一部だと思う。

ミュージアムがイギリス経済にもたらす貢献について言えば、イギリス政府はミュージアムに5億ポンド程度しか助成していないが、ミュージアム及びギャラリーはその範囲をこえた重要性を発揮している。例えば、ミュージアムのコレクションを見てデザイナーはインスピレーションを得、またミュージアムをもとにしてさまざまな人たちがクリエイティビティを発揮する仕事をしている。ギャラリーもまた同じである。

### コミュニティの再生とミュージアムの役割

イギリス政府が優先課題として取り組んでいるプロジェクトに「コミュニティの再生（再活性化）」がある。そこには貧困の問題、社会的排除の問題が横たわっている。子供の3人のうち1人が貧困の中で育っている。教育が不充分で家庭崩壊、麻薬問題がひきこおされ、成人になると失業問題に直面することになる。悪循環が世代を超えて続いている。政府は、こうした悪循環を断ち切りたいと思っている。これらを解決する最も有効な方法は、地元のコミュニティを活性化することにある。これまでミュージアムは、コミュニティの再生には重要ではないと思われてきた。コミュニティの活性化のため

にこれまで、建物が数多く建てられてきた。その建設の過程では確かに雇用は生まれたが、完成後には仕事がなくなり、地元には結局いい結果をもたらさなかった。1997年に作成された報告書には次のようなことが書かれている。「政策というケーキの上にのっているサクランボがミュージアムや文化活動である、と言われているが、実はそうではなく、イースト菌や酵母がなければケーキができないように、ミュージアムや文化がなければ全体のプロジェクトはうまく行かない。すなわち、アートや文化活動、ミュージアムは酵母にあたるもので、これらがなくてはコミュニティのバイタリティはありえない」地元活性化にあたっての重要な視点は、地元住民の参加である。そうすることでアイデンティティがはっきりし、人々は自尊心を持つことが出来、公的な部門と民間部門とのパートナーシップを育てることが出来るし、いろいろな組織が集まることが出来る。また、将来に対する自信をもつことが出来る。こうしたプロジェクトに参加することにより住民は自信を持つことが出来、それによって地元の経済が活性化される。また、健康、雇用、教育、治安の問題など、さまざまな問題が地域で解決できる。経済的に考えてもアートをサポートすることが最も賢明な選択であり、費用効果をもたらすいい方法だと言われている。また、「建物に金をかけるべきか、人に金をかけるべきか」これにはイギリスでも議論の分かれるところである。テートギャラリーのリバプール分館がオープンしているが、これは建物を重視したプロジェクトの代表である。地元を活性化させようとの思い入れがあるものの、この種のプロジェクトは影響が出てくるのに時間がかかる上に、コストもかかる。開館後の運営を考えると莫大な予算が必要とされる。こうしたプロジェクトも重要だが、これだけでは十分ではない。現在、ミュージアムのシフトは、建物を造ることから、参加型のアートのプロジェクトへと移行している。こちらの方が予算もかからないし、人々に対してフレンドリーなミュージアムとして受け入れられる。

政府の助成金の多くは、宝くじ基金から出されている。これらの助成金は、マイノリティや障害者等の社会的に不利な状況に置かれている人々が、ミュージアムに容易にアクセスできるような事業に使われている。また、子供たちが学校外で学習を行うスタディサポートにも基金のお金は使われている。これらはともにミュージアムやギャラリーがコミュニティの再生において役割を果たすようにと配慮されてのことである。しかし、これらの予算措置、人に予算をかけようとする方法にも問題があり、その大きな課題は、その事業に助成される補助金が2~3年しか下りないと言うことである。コミュニティ(地域)で何かを行おうとすれば時間が

かかるし、一度はじめたら継続する必要がある。中途でやめるようであれば、一緒にやってきたコミュニティの人々の賛同や支持を失い、ミュージアムへの信頼を損ねかねない。長期にわたっての信頼関係を地域の人々と築いていかなければならない点が難しいところである。また、技術的な変化がミュージアムに影響をもたらし、ミュージアムの性格も大きく変わっている。例えば、コンピュータの導入と活用で、ミュージアムが生産者から消費者へとシフトが移ってきており、様々なものを組み合わせて自分なりのプロジェクトを作ることもできる。これからミュージアムは、他の分野の活動と競い合いながら政府の予算を獲得することになり、そうした意味からも進んで技術開発に挑戦する必要がある。

アメリカのフェニックス大学は、遠隔教育とバーチャルクラスマウののみで、学校での授業は行っていない。教育機関は分散型、ネットワーク型で行なうことができるが、ミュージアムもまた同じである。

## 現代社会に応えるミュージアムの課題

我々の持っている収蔵品をどのように解釈するか、これをミュージアムがコントロールをするのは最早無理である。見る人が好きなように自由に解釈してよいのである。しかし、ミュージアムはコンテンツを持っているので、政府が予算を出してくれるのである。2002年までに学校やコミュニティセンターにコンピュータを導入するという大型プロジェクトがあるが、そのコンテンツづくりには、ミュージアムや図書館が魅力ある学習のためのリソースを作らなければならない。そのリソースは、付加価値の高いクリエイティブなものでなくてはならない。地域のなかにあるミュージアムは、地元のネットワーク作り、地元のリソースの間をつなぐ役割がある。グローバル市場にどのように入っていくかは、大きなミュージアムに課せられた役割である。現在、イギリスにおいて文化的なネットワーク作りが議論されている。政府としては、かなりの予算を割いて一つの文化ネットワークを作り、その中に全てのミュージアムを組み込んでいくとする計画がある。しかし、そこに一つの問題がある。それは、このリソースを誰がどのように作るのか、誰がサポートしてくれるのか、という問題である。ミュージアムやギャラリーなどの公共のスペースがデジタルな意味においても、豊かな空間になるには何をすればいいのか、実際のミュージアムもデジタルミュージアムもバラバラになるのではなく、ともに有効に機能していかなくてはならない。

ミュージアムには4つのプライオリティが打ち出されている。すなわち、(1)学習参加へのチャンスの

拡大・充実、(2)社会的な統合と貢献(ミュージアムに来ていない人々を来られるようにするなど)、(3)クリエイティブな産業に対するサポート、(4)コミュニティ再生へのサポートだが、これまでミュージアムが自分の仕事とは考えてこなかったことばかりである。しかし、こうした現実に適応すべくミュージアムも変わらなければならない。

政府が様々なジャンルのクリエイティブ産業に対してニーズ調査を行ったが、その中で共通した声は、国民の教育ということであった。国民が建築やクラフト、工芸品を理解できるように、また将来のデザイナーを訓練することが必要だということであった。

色々な学習がミュージアムで起こっている。それらは3つ上げられる。1つは、インフォーマルな学習、子供の頃から家族や友達を通じて学ぶことだが、この過程がうまくいかなければ学校教育がうまくいかない。2つは、セルフディレクテッドラーニング(Self Directed Learning)、自分で目的をハッキリさせて自主的に学習する方法、自分がやりたいと思う関心事をずっと追い求めて行くタイプの学習である。3つめはフォーマルエデュケーションで、学校や大学での教育、ここにははっきりとした目的があり、その目的は教師が設定する。この3タイプの学習はいずれも欠かせないものである。

### 参加者の創造性や産業界と連動した ミュージアムの新たな試み

このほかに世代を超えた学習、文化を超えた学習がある。例えば、アジアのアーチストがギャラリーで刺繡を実際に見せると、その試みなどは、そうした好例である。ダンスやその他の色々なジャンルのアートを融合させる試みも美術館での新しい方向性として評価されている。また、ロンドンの国立肖像画博物館の展示事例は来館者の意向をリサーチする試みとして興味深いものであった。来館者が歴史的な肖像画をモチーフに絵画の間近に用意された鏡の前で、手足を動かすことでポーズのとり方を学ぶ試みであったが、この試みを通して来館者の感じ方、反応の仕方がリサーチされ、つぎのプログラムに反映された。ミュージアムとクリエイティブな産業との共同プロジェクトの例としてはアーチストであるジョン・アラードの花瓶の事例がある。これはコンピュータを使って2000のタイプの花瓶を作ったもので、希望者は2000タイプの中から1つを選ぶと24時間以内にメーカーが製品化し手元に届ける仕組みとなっている。これらの作品は、アート作品としてV&A美術館に展示され

ているが、作家は美術館を作品発表の場として利用すると共に、自分の作品を売る販促の場としても利用しているのである。

ファッションデザイナーもギャラリーを利用していいる。ファッションウォークという試みは、ギャラリーをファッションショーの会場に仕立てたもので、モデルがギャラリー内を歩いて、そのデザイナーの作品を一般の人々に公開したものである。

大学の学生を対象としたプロジェクトの例は、V&A美術館のコレクションから得たインスピレーションをもとに学生自らが装束作品を創作し、ファッションショーに展開した例である。

「息を止めて」と題した写真展では、子供たちの創造性を前面に打ち出した企画で、子供たちのインスピレーションを刺激し、クリエイティブな作品の創作に成果が見られた。作品例の中には、25年前の母の写真と同じ格好で自分自身を写して、同じ世代の2つの写真を作品として展示したものがあり、時間の流れ、母と自分との関係などが興味深く表現されていた。この場合は、家族の写真が素材となっているが、美術館の所蔵作品が素材となてもいいわけである。プロの作家ではなく普通の子供たちが、こうして美術館を使って創作活動ができるわけである。

解けて行く蝶の変化を数分もかけて、その乾いて行く過程を写真に収めて、一つの画像に構成した、16歳の学生の作品は最近のテクノロジーを駆使したいい例であった。コミュニティの再生のプロジェクトの事例には、サンダーランドミュージアム(北イングランドのミュージアム)の若い男性たちのプロジェクトがある。刑務所を一時出ることを許された囚人たちの作品で、その作品は「人々の選択」というタイトルで呼ばれた。サンダーランドの地域住民の参加と意思によって、囚人達にこうしたチャンスが与えられたのである。V&A美術館の近所に住んでいるが、一度も訪れたことのない少女たちが、アドバイスを受けて、多くの子供たちとグループを組んで活動した事例も興味深いものがあった。「ネクストジェネレーション」と題された作品は、寒いと言ってゴーストとなった展示場の彫刻が来館者を追いかけ、服を奪い取るというシナリオで、子供たちの服を奪い取った彫刻がモダンな服を身にまとめる。こうした子供たちの活動は、これまでのミュージアムにない、若い人達の心に届くスキルを持っている。中国系のコミュニティとも協力しあってプロジェクトを実施している。提灯を作るワークショップを行ったり、中国の旧正月の祭りも行った。V&A美術館の中国系のスタッフが中心になって中国系のコミュニティと共に活動した。イギリスのミュージアムのスタッフは、様々な文化的な背景をもった人々が集まっており、移民社会との共同プロジェクトを推進する上で大きな役割を果たしている。

る。南アジア系のコミュニティとの共同実施の例、シークの祭りを訪れて、シークの人々と共同でプロジェクトを実施した時も、過去最高の来館者数でにぎわった。

南アジアの女性のグループである「シャミアナ」がミュージアムのコレクションに触発されて、テキスタイルのパネルを作った。彼女達のほとんどがミュージアムに来たことのない人達で、ミュージアムの教育担当者に「ミュージアムとは何ですか」と聞いた人もいた。我々は熱心な勧誘によってミュージアムに来てもらうことに成功したのである。

10歳から14歳のバングラディシュのホームレスの子供たちの作った絵画作品などにも興味を引かれるものが多く、異文化や異なる民族の伝統から学び取るものは多かった。デジタルテクノロジーからインプレーションを得て生まれた作品も紹介しておこう。3人の日本人建築家の作品、「日本の未来」と言う作品は120台のプロジェクターを使って床、壁にイメージを投影し、情報の洪水におぼれてしまことへの警告にもなっていた。また、演出として空間をうまく取り込んだ構成が注目された。

目の不自由な人の写真作品。自分の撮った写真をコンピュータ画像で体験できるような試みが先進的であった。

3000人の来館者が参加したV&A美術館のイメージポスター作り。最近のプロジェクトの例で、美術館が来館者にデジタルカメラを貸し出して、ギャラリーの作品を自由に写真撮影してもらい、学習室でスタッフの助けを借りてミュージアムのポスター作りに創造性を發揮した。なかでも「V&A美術館で一番素晴らしいのは来館者だよ」というメッセージのポスターは印象的だった。

## 21世紀に向けたV&A美術館の新たな試み

美術館の建築のありかたでも、V&A美術館は将来の美術館像を提案しようとしている。例えば、1枚の壁を23回折り曲げてそれぞれ異なる表情をもつインフォーマルな様式を備えた建築設計の別館構想である。ダニエルリープスキンの設計で、V&A美術館の別館は、彼のもとで計画が進められている。

ここでは、学習の原則、すなわちインフォーマルラーニング、自主的な学習、公式な教育、創造性、社会性、アーチストとの連携による創作活動、クリエイティブな人達との共同学習、コミュニティとの連携活動など、別館の半分はこうしたプロジェクトにあてる予定である。

われわれは、現在ミュージアムのエクセレンス(長所)とは何か、と言うこと、すなわちミュージ

アムの定義付けを改めて行っているところである。以前はモノの素晴らしさにミュージアムの定義を置いた。現在は、学習のプロセス、経験の素晴らしさに定義を求める。ミュージアムの活動をモノに依存したものとすれば、そこには人ととの相互作用はおのずから少ないものとなる。学習のプロセスや経験の素晴らしさをミュージアムの中心に据える方向こそが、自分たちにとっての未来のミュージアムである。

最近、未来のミュージアムだと銘打って多くのミュージアムがオープンしている。例えば、ロサンゼルスのゲティ美術館や新しいグッゲンハイム美術館などだが、これらは、これまでの伝統的な美術館と変わらない。20世紀最後の美術館だと思う。建築は革新的で素晴らしいが、中の展示物は決して革新的ではない。未来はそこにはない。未来のミュージアムはコミュニティとの関係の中で育まれて発展して行く性格のものであり、時には世間の話題にも上らず、人に気付かれることなく、また大きなミュージアムにも無視されるものの、地域のコミュニティにしっかりと根ざした活動を行うようにシフトされたミュージアムである。ちょうど今、我々が行おうとしていることが未来のミュージアムだと思う。大きな恐竜は死に絶えている。ミュージアムのパラダイムのシフトは、今までに変化しつつあるのである。「情報から経験へ」、「教えられる教育から自ら進んで学んで行く方向へ」、学習の経験の素晴らしさ、創造性、ホットなスペース、来館者達が自分の感情までも表現したいと思い、自分たちがしたいことの出来る場と機会が用意されたミュージアム。

## 新しい時代を切り拓くミュージアム文化

我々は、どのように変わらなければならないか。まず、第一にミュージアムは生涯学習のクリエイティビティの中心にならなければならない。21世紀の教育のセンターにならなければならない。学習は黄金の鍵であり、これを使うことによってコミュニティが自発的に行動をとり、スキルを用いてクリエイティブエネルギーを作り出して行く。ミュージアムはコミュニティに自ら働きかけ、そこに参加していくべきである。学校教育での活動よりもミュージアムやギャラリーで行った方が、コスト効果が高いと思う。学校教育のみで全てを成し遂げて行くことは不可能であり、ミュージアムはコミュニティの人々に働きかけ、積極的に参加していくべきである。ミュージアムがコミュニティを切り離すならば、自ら貧困になっていくことに気が付かねばならない。次に、テクノロジーを駆使すべきである。5年、10年後にはミュージアムでの学習は至る所で可能になっているかもしれない。次いで重要

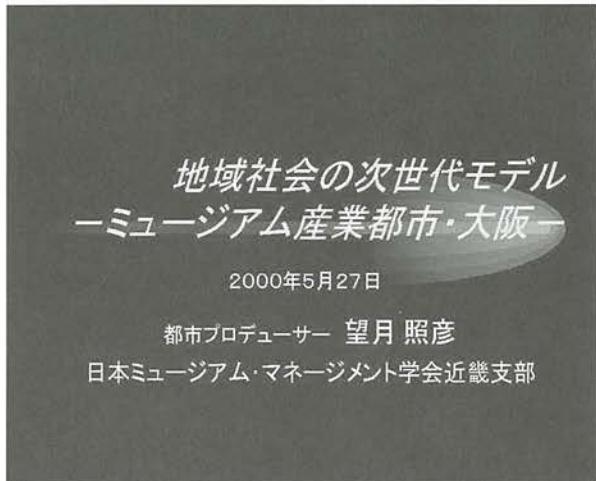
なのは、モノの研究だけでなく利用者の研究である。政府や政策立案者に「ミュージアムは予算をつけるだけの価値があるのだ」と言うことを知らせることが重要だ。また、社会の構造的なあり方にも目を向けなければならない。19世紀には、我々は工場を生み出し、鉱山を生み出し、新しいタイプの公共機関を生み出してきた。そして現在、我々が直面する文化・教育の革命の時代には、新しい制度が必要とされており、そこにはクリエイティビティ、起業家精神の関与が不可欠である。例えば、商業、公共部門、ボランタリーセクターを一つのパッケージとして組織化する工夫も必要であろう。言うならば、新しいタイプのネットワーク、パートナーシップの構築が必要とされているのである。

しかし、そこにはミュージアムの目的がはっきりと打ち出されていなくてはならない。その目的が、「文化的な市民権をサポートする」、「人々にスキルと自信を与え、さまざまな資源を与えることで文化的な活動及び社会参画を促すこと」であれば、ミュージアムの存在がただ建物だけに依存したものではないということを認識すべきである。そして、自分たちがどのような社会を形成していきたいかについて真摯に自問してみる必要がある。そこから、我々にとって、またこの社会にとってどのようなミュージアムが必要かが明らかになってくる。ミュージアムの目的を問うことなくミュージアムを求めるのではなく、目的を達成させるためにミュージアムをつくり、どう使うかということを優先して考えるべきである。ミュージアム、図書館、放送メディア、デジタルアートテクノロジーなどその境界がますます曖昧になってきている現在、ミュージアムというものだけに依存してはいけないかもしれないし、文化的な機関を多様なものとして受けとめて、位置付けることが必要だと思う。ただ、ミュージアムは、「モノを収集し、保存し、展示するだけのものではない。感じ方、考え方、経験を促すところである」。企業は、「生産の場」から「思考の場」となってきていると言われている。ミュージアムもまた、違った役割を果たす時期にきている。アイルランド人のジョセフ・フリーは、かつて「19世紀においてアイルランドの社会は転換点に達しながらそれに失敗した」といったが、ミュージアムは転換点に達しながらそれができないでいるのだろうか。それが我々の現状なのだろうか。ミュージアムは、「過去の管理人、保護者である」といわれたのは昔のことである。「将来に向けての保護者である」という視点が今最も求められているのではないだろうか。

【文責：JMMA事務局長 高橋 信裕】

## 国際シンポジウム プレゼンテーション 都市プロデューサー 望月 照彦氏

### 『地球社会の次世代モデル —ミュージアム産業都市・大阪』



本日は、クラーク先生とアンダーソン先生から非常に示唆に富んだお話がありましたが、これからお話しするプレゼンテーションもアンダーソン先生のお話に共通する発想になると思います。そのような視点で聞いていただけたらと思います。

今回のシンポジウムには2つの大きなすばらしい点があると思います。一つは関西経済連合会、大阪21世紀協会がミュージアムメッセの併催事業を主催する、つまり、ミュージアムが近畿の新しい産業経済が飛躍するためのバネになるという発想です。もう一つは、神戸や新居浜、小布施の事例、あるいは第3セッションでのワークショップで、ミュージアムと地域がジョイントしてまちづくりをしていく事例が披露される、箱ものではない、社会化したミュージアムの事例が報告されるということです。



シンポジウムでの望月照彦氏

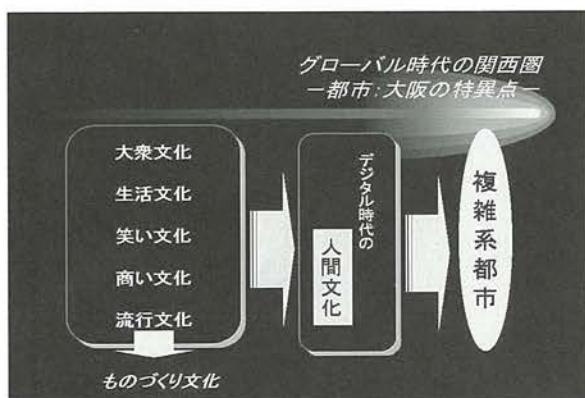
## グローバル時代の関西圏 —その特異性・優位性—



関西圏、近畿圏というものを、私は世界的に見ても大変特異性のある、比較優位性のある地域であると思っています。それぞれの地域を特徴的に言えば、兵庫はモダン文化の連携をしている、京都は千年文化の大きな流れのある地域、滋賀は商い文化の水脈を保って今に受け継いでいる、三重は伊勢神宮を中心に日本の精神文化の原型を伝えている地域、奈良は古代文化の源流を持つ、和歌山は自然文化の風土がある、そして、中心にある大阪は人間文化の起点と言えるのではないか、と考えます。

このブロックには3つの大きな特質があります。一つ目は、それぞれ特徴のある地域が共創しながらお互いに自立していること。二つ目は、GDPでみると、大阪でオランダやオーストラリアと同じ位の経済規模、近畿圏全体だとイギリスと同じ位の経済規模があるということ。3つ目は、このブロックには知的インフラをとても大切にする昔からの伝統があるということです。

## グローバル時代の関西圏 —都市：大阪の特異性—

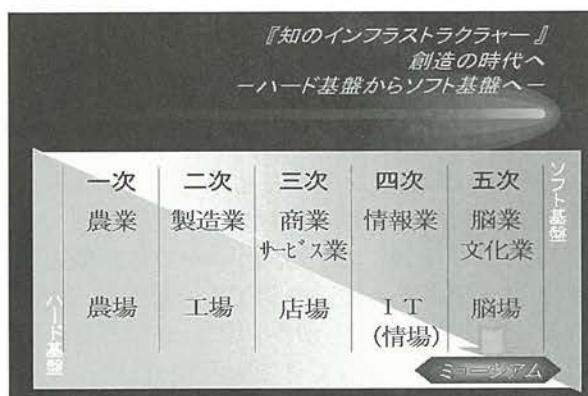


それでは、大阪というのはどのような都市なのかを考えてみると、大衆文化、生活文化、笑い文化、商い文化、流行文化というような「もの」「こと」を生み

出していく背景を持っているのではないかと考えます。大阪を訪れたデュッセルドルフの都市計画家が、「我がデュッセルドルフは大変きれいで素敵なのだが、大阪のカオスの状態の方がより魅力的なのではないか」とお話しされていて、なるほど、都市と言うのはそういった多様性を持っていることが大切なではないかと感心したのですが、そう考えると、大阪はそのカオスの中からデジタル時代の人間文化を生み出していくのではないかと思えるのです。

整然と美しい状態よりも、いろいろな要素がごちゃごちゃと入ったカオスの状態の方が、本当は新しい文化や経済力を発揮する力があるのではないかと思います。大阪は、まさにその複雑系の都市であり、複雑系の21世紀を目指すのではないかと考えています。

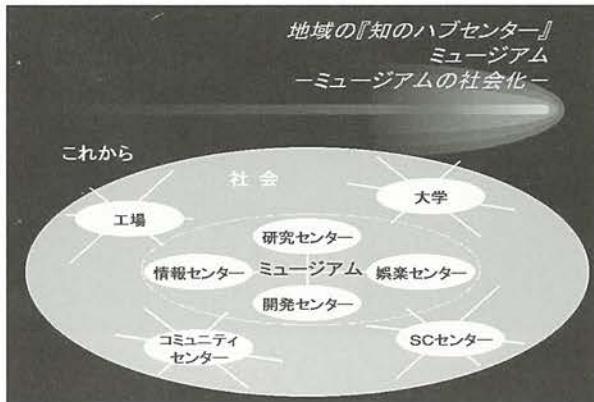
## 『知のインフラストラクチャー』創造の時代へ —ハード基盤からソフト基盤へ—



近畿圏の産業を考えた時に、今後はこのような展開があるのでないかと考えています。第一次から第三次までの産業は、既にこの近畿圏ではすばらしい形であります。時代は情報業のほうへ向かっており、既に第四次産業というものは現実になってきています。しかし、情報というのは使わなければ意味がない、その使う産業はなにか、それが第五次産業、頭を使う脳業というのが現われなければならないと思うのです。

農業には農場が、製造業には工場が、商業・サービス業には店場が、そして、情報業には情場があります。今後、近畿圏で大切にしなければならないのはなにか、それは脳業が展開する脳場であると思います。では、その脳場とはどこか、実はその答えがミュージアムであると私は思っています。ミュージアムがいろいろな形でのクリエイティブセンターになるというのは、図らずもアンダーソン先生のお話の中で実際に展開されていました。ミュージアムが新しい第五次産業のシーズベッドになるのだということであろうと思います。

## 地域の『知のハブセンター』ミュージアム —ミュージアムの社会化—

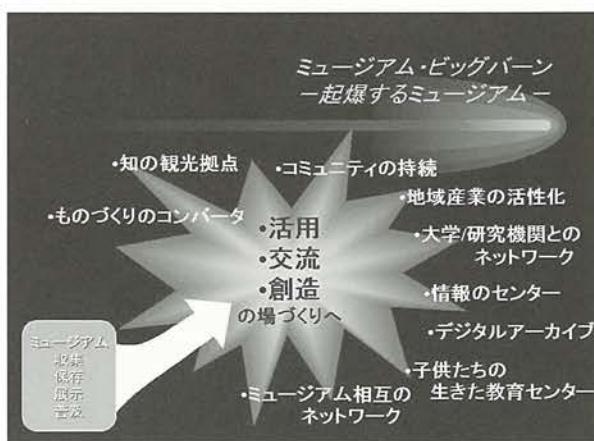


これまで残念ながら、社会とミュージアムはあまり関係がなく、ミュージアムは箱物の中で展示して見せるだけに止まっていましたが、最近はイギリスでもアメリカでも、そして日本でも、新しいミュージアムの動きが始まっています。

からのミュージアムというのは、地域の「知のハブセンター」になっていくのだろうと私は予測しています。ミュージアムは研究のセンターであり、情報を集めて活用するセンターであり、知恵を楽しんでさらに創造していく開発のセンターである。このようなさまざまなセンター機能を持って、地域に溶け込んでいくことでしょう。これがミュージアムが社会化していくことなのだろうと考えます。

社会化したミュージアムはミュージアムの中だけに存立する訳ではありません。企業やたくさんの大学、市民が集うコミュニティセンター、ショッピングセンターなどのサービス機能などともつながっていく。それがミュージアムの未来形になるのではないかでしょうか。

## ミュージアム・ビッグバーン —起爆するミュージアム—



今までのミュージアムの古臭いイメージ、物を収集保存し、それを展示して普及する、それだけでは

からのミュージアムの役割は果たしきれません。新しいミュージアムに向けて、今はまさにビッグバーンを迎えているのではないでしょうか。先程のアンダーソン先生のお話でも紹介されたように創造のセンターになっていく、経験し体験し学習した事を具体的に活用していく、そして、その活用を通じて人々が交流していく、これがミュージアムを軸として展開されていくのです。

そうなるとどのような成果を地域にもたらしていくのでしょうか。コミュニティの持続をサポートする、地域産業を支え新しいヒントを与える、大学や研究機関に新しい研究の苗床を与える、情報を集め知恵化し、その活用を提供するアーカイブセンターになる、子供たちの生きた教育のセンターになる、そして、とても大切なのは、大阪市は集客都市を目指していますが、ミュージアムを軸として知の観光拠点を展開していく、観光と言う意味でミュージアムが重要な地域の資源となっていくのではないかでしょうか。それは、今回のシンポジウムを関西経済連合会、大阪21世紀協会が主催されているのを見てもお分かりかと思います。

## ミュージアム・ネットワーク —ミュージアムツーリズムへ—

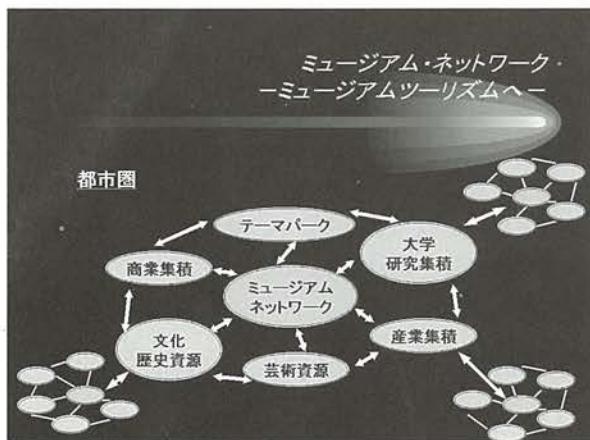


ミュージアム・ネットワークを使ったツーリズム、これはもう子供や近畿圏の人たちが地域のミュージアムを楽しむだけではありません。世界中の人々がここに集まって、例えば1週間かけて次々にミュージアムを訪れ、地域と遭遇して新しい発見・感動をし、それからの自分自身のライフスタイルを組み上げていく、そんな国際規模でのツーリズムへ発展できる素地が、この近畿圏にはあると思います。

幸いな事に入り口として関西空港があります。この国際ハブ空港に世界中から飛んできた人々が、和歌山、奈良、三重、滋賀で古い日本の文化、自然、精神を感じ、京都で千年の悠久都市を見、兵庫でモダン都市を見る。そして、大阪で人間としての自分を振り返り、大きなエネルギーを注入されて帰路につく。私は、

ミュージアム・ツーリズムというものが大産業に転換していくだろうというイメージを持っているのです。ただ、残念ながら、これらの県・府が一体となって、近畿圏を「ネットワーク・ツーリズム・シティ」として展開していくという動きはまだのようです。既に始まっている「歴史ロマン街道」の活動などに、ミュージアムをネットワークしていくと、世界的な知的観光拠点として大変すばらしいものになっていくのではないかと思います。

### ミュージアム・ネットワーク —ミュージアム・ツーリズムへ—

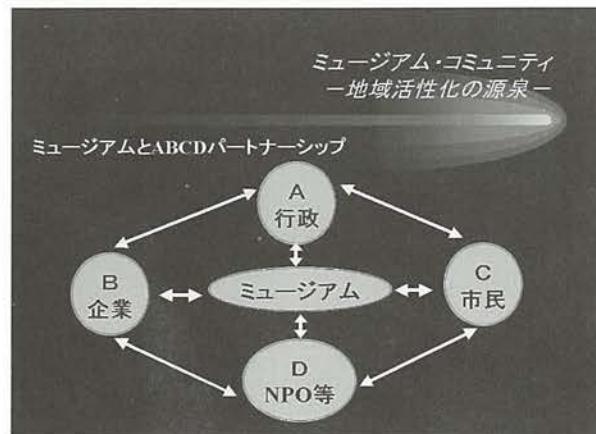


これを都市圏に絞り込んで考えてみましょう。都市には、産業、学問研究、商業などの集積や、文化歴史、芸術、自然などの資源があります。従来、これらとミュージアムは関係がないと考えられていました。しかし、ミュージアム・ネットワークはこれらの集積や資源と一緒にになって、新しい地域の文化を創造し、知恵を生み出し、産業を育成していく、今後そのような展開になっていくのではないかと思います。

これは、一つの都市圏だけではなく、同じようなネットワークが他の都市圏でもそれぞれ構成され、そのネットワーク同士がつながって、都市相互のネットワークとなっていく。そのように近畿圏のミュージアム・ネットワークが展開され、地域のまちづくりを支援し、まちづくりの成果が世界中の人々に披瀝されるようなものになっていくのではないかと思います。

### ミュージアム・コミュニティ —地域活性化の源泉—

それでは、ミュージアム・ネットワークはどうやって創り出していくらよいのでしょうか。私は、これからこのミュージアムを支える力と言うのは、多様な形でサポートしていくかなければならないと思って



います。ミュージアム・コミュニティ、地域活性化の源泉として、これからは「ABCDパートナーシップ」が存在するのではないかと思うのです。

「ABCDパートナーシップ」というのは、イギリスの経済学者シューマッハが提案したのですが、このABCDがうまく手をつないで頑張っている所は、必ず、元気な経済、元気な地域、元気な文化というものを作り出します、と言っています。

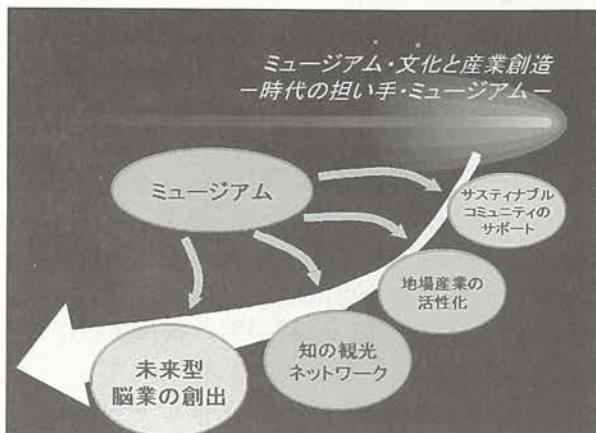
Aはアドミニストレーション、行政です。Bはビジネス、企業です。アメリカなどでは企業ミュージアムというのが多く、日本の様な公設ミュージアムの方がかえって少ない訳です。これからは企業ミュージアムが増えていくでしょうし、自社のミュージアムを持つまでいかなくても、企業がミュージアムを支援することが増えていくでしょう。また、とても大切なのはC、シチズン、市民の役割です。市民は自身のためにミュージアムで活動するだけではなく、ミュージアムを支えていかなくてはいけなくなると思います。そして、市民がもっと力を持つ形が、D、デモクラティック・オーガニゼーション、一般的には商工会議所や経団連、主催の関西経済連合会などまさにこのDです。これは一種のNPO的な役割です。

近畿圏には500以上のミュージアムがあるというお話をありました。これらが手をつなぎ、市民と企業が手をつなぎ、行政がバックアップしていく。ここからすばらしい展開が生まれてくるのではないかと思います。

### ミュージアム・文化と産業創造 —時代の担い手・ミュージアム—

最後に、時代の担い手はミュージアムなんだ、という事をお話ししたいと思います。今、大改革の時代だというお話をましたが、ミュージアムが文化と産業を創造し、社会を変革していくエンジンになる、4つのポイントがあるのではないかと考えています。

第一は「サステイナブル・コミュニティのサポート」。

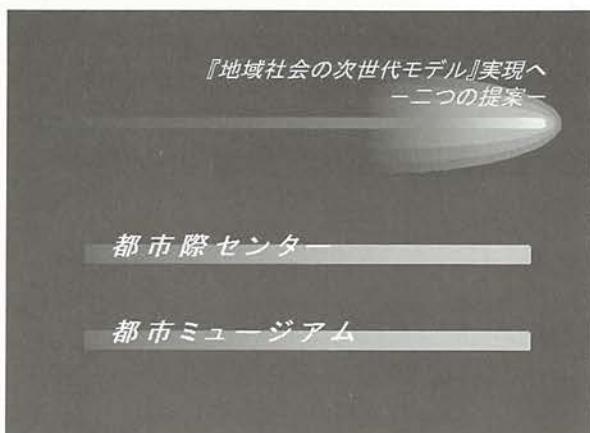


コミュニティを再生すると同時にコミュニティを21世紀に向けて持続させていく様な、環境的なリサイクルだけではなく、知識もリサイクルする環境としても持続させていくために、ミュージアムの役割は大きいと思います。

第二には「地場産業の活性化」。知的創造性をベースにして独立企業・独立ビジネスを起こしていく、コミュニティがそのインキュベーションセンターとして機能するためには、ミュージアムの存在が不可欠となるでしょう。

第三には「知の観光ネットワーク」。いろいろな物に出会い、刺激され、その事が人生を輝かせる。これからはまさに「知の観光」の時代です。「知の観光」で触発され、新しいビジネスを生み出す、新しい芸術を生み出す、その大変優れたインセンティブがミュージアムの中に存在していると思います。ロンドンなどで展開されているものが、21世紀型の観光としてこの近畿圏で生み出されていくのではないかと予感します。

最後に、ミュージアムそのものが新しい産業形態になっていく「未来型脳業の創出」。先程お話しした様に、現代は第四次産業までの時代です。情報、ITというものは一つの手段に過ぎません。その手段を有効に使うコンテンツ、それがミュージアムが持っているコンテンツなのです。このことが21世紀のスーパーソフト産業、文化と地域と未来と生活、コミュニティを耕す新しい産業、「脳業」になっていくのではないかと思っています。



時代が來るのではないか、と私は思います。これまで「国」の単位で考えていた事を、これからはもっときめ細やかに地球と世界を考えていかなければならぬと思うのです。その時に必要となるのは国際センターではなく「都市際センター」なのです。そして、さまざまな個性を持った都市が共立しているこの近畿圏は、世界的に見ても都市のミュージアムにふさわしい地域だと思います。人間の最大の作品である都市、この都市の作り方、運営の仕方、経営の仕方、そのノウハウやハード、ソフトがみんな集まっている、そんな「都市ミュージアム」を作っていただき、数年に一度、定期的に世界中の都市の研究家や都市の市長が集まって、地球やコミュニティの未来について語り合う、そんな知の集客都市になっていただきたい。私は、この近畿圏にこのような大きな期待をしております。

そして、その時にミュージアムが大変重要な知的インフラになるのだという事を申し上げて、プレゼンテーションを終わらせていただきます。ありがとうございました。

【文責：近畿支部 大枝 奈美】

## 『地域社会の次世代モデル』実現へ 一二つの提案

今回のプレゼンテーションには入っておりませんでしたが、最後に私から二つの提案をしたいと思います。

これからどういう時代が来るのかと考えてみた時に、20世紀は、「国」の時代でした。ニューヨークに国際連合があります。21世紀は「都市」の時代、ミュージアムを軸とした都市の世界的なネットワークの

## 論考・提言・実践報告

### 日本玩具博物館における海外展の試み PARRT 6

日本玩具博物館  
尾崎 織女

#### 日本玩具博物館の海外展

日本の郷土玩具を中心に、世界120を越える伝承的な玩具を収蔵する日本玩具博物館では、過去10年間に6回、収蔵資料による海外展を体験している。1回目はベルギー・ブリュッセルで行われたユーロパリア・ジャパンに関連した「日本の伝承玩具展」(1989年)、2回目はアメリカ合衆国・シアトルの桜祭協会が主催した「日本の暮らしと遊び展」(1993年)、3回目はスイス・チューリッヒ玩具博物館からの依頼で行った「日本の郷土玩具展」(1993年)、4回目は日伯修好100周年記念事業委員会からの要請でブラジルの三都市、サンパウロ・クリチーバ・リオデジャネイロを巡回させた「日本伝統玩具展」(1995年)、5回目は中国の上海児童博物館との交流の一環として同館と共に「世界の玩具展」(1998年)、そして6回目が現在、韓国・全州のハンソン紙博物館で開催中の「アジアの紙人形展」である。開催国や主催者が異なれば、展覧会作りのあり方も一回一回が違ったもので、私達に新たな感動を与えてくれた。

上海は事情が異なっていたが、ブリュッセル、シアトル、チューリッヒ、ブラジルの場合、いずれも開催国側からの要望は、日本の伝承玩具文化を紹介してほしいというものであった。自家製から工場の大量生産へと移り変わる過渡期に、身近な自然素材を利用して家内工業的に作られた民芸的玩具(郷土玩具)が日本各地で花開き、四季折々、庶民の暮らしを豊かに彩ってきた。そこには日本人の子どもに対する愛情や、自然に調和した暮らし方、色や音の好み、美意識、幸福感や暮らしの夢など、地に足のついた文化の諸相が表現されている。私達はそうした玩具を、季節感、雑多と充溢、祈りの造形、普遍性と民族性などの観点からグルーピングして紹介し、また同時に手作りの楽しさを伝えるワークショップを行った。日本文化の紹介といえば、茶華道、能に狂言、庭園、大和絵、漆芸に陶芸など、いわゆる文化財としての価値が定まった分野、あるいはイメージとしての日本を高尚に觀せるものが一般化している中で、近世庶民が産み育てた小さな文化財「玩具や人形」をテーマに選んだ国際交流展は、画期的であるとして各国で反響を呼び、記録的入場者を得て、いずれも好評裡に終了した。「日本の玩具にはどれも物語がついてい

るのが興味深い」「雛人形のもとの形が素朴な紙人形で、それが人の身を守ってくれるものだなんて今まで考えてもみなかった」「日本の玩具は本当に繊細でやさしく、見ていると心がじーんとします」「日本の子どもへの愛情の細やかさを感じます」「日本の木製玩具のシンプルなデザイン感覚に驚きました」……これは、海外展会場に残されたメッセージの一部であるが、他者の目を通して私達は、日本の玩具文化あるいは我が館の資料価値に対する認識をあらたにすることが出来た。

それでは、現在、韓国・全州で開催中の「アジアの紙人形展」について報告したい。

#### 「アジアの紙人形展」までの経緯

今年4月19日、私達はハンソル(Hansol)文化財団の事業部長とハンソル紙博物館の学芸員らの訪問を受けた。ハンソルは、韓國の大企業体・サムソン(Samsung)グループより独立し、製紙業を中心幅広い事業を展開する大企業で、1997年、文化事業の一環として全州工場の一角に「紙博物館」をオープンしている。開館三周年を迎える今年、ワールドカップの日韓共同開催や市民レベルでの文化交流が活発化している現状を踏まえ、ハンソル紙博物館は、日本のいざれかの博物館が有する紙文化に関する資料によって特別展を開くことを計画。そのための資料調査が来日の目的であった。ハンソル紙博物館の立ち上げに力を尽くされた文化環境研究所の高橋信裕氏の紹介によって、私達は同館の訪問を受けたわけだが、すでに各地の製紙に関する博物館などを見学された担当者は、日本玩具館が所蔵する張り子や紙人形に大変興味を示された。高橋氏の話によると、ハンソル紙博物館は、日本の資料による特別展を第一ステップとして、次のステップでは、同館所蔵の国宝を含む韓紙資料を日本のいざれかの博物館で展覧するという韓日紙文化交流事業を計画しているとのこと。

さて、当館の資料による特別展開催決定を知られたのは6月23日。「世界の紙人形」とタイトルし、人形の表情や衣装などによって世界各地の子ども達の様子を紹介したいという希望が添えられていた。しかし、紙製の人形や玩具を探して世界を見渡した時、ヨーロッパやアフリカの国々にはほとんど伝承資料が残されていないし、実際に当館の資料を検索してみると、紙製人形の産地の多くがアジアである。紙工芸、張り子玩具に関しては、日本の独壇場ともいえる。そうしたことから、私達は「アジアの紙の玩具」と「日本の紙の玩具」、この二つのタイトルで企画案を作成し、急ぎハンソルへ提案した。ただ、韓国のは仮面以外にこれといった所蔵品がなく、また探そうとしてもみつかないことを付記しておいた。

7月19日、紙博物館の学芸員が再び来館し、インド、ミャンマー、タイ、中国、スリランカ、ベトナム、日本などの実物資料を見ながら、展覧会のコンセプトについての話し合いをもったが、互いの展覧会イメージが異なることや、極めて庶民的な資料を展示する異例の特別展になることに対する韓国側の不安もあり、彼らの来日中にテーマやコンセプトは決まらなかった。タイトルを「アジアの紙人形」とし、地域の特徴を際立たせるような展示にしたいこと、会場にワークショップが出来るスペースをもうけ、アジアの子どもの遊戯や芸能に関する映像を取り入れ、体験的に楽しめる展覧会を作りたいとの連絡が入ったのは8月12日。協約書には、展示資料の送付手配を8月末日までに済ませて欲しい旨の緊急依頼も添えられていた。ハンソル紙博物館が主催者として企画運営し、当館は資料の搬出および資料解説などの業務を担当すること、ただし韓国の伝承的な紙人形はハンソル側が探すこととなった。

私達は、展示品の選定と撮影、梱包と箱詰、コンディションカードの作成、展示品リストやインボイスの作成、損害保険や運送業者の手配、通関や送付に関する手続きなどを2週間で済ませ、9月8日、約250点の玩具資料が紙博物館地階の収蔵庫へ到着した。同日、資料開梱立ち合いのため、当館より尾崎が全州を訪問すると、会場デザイナー、ディスプレイ担当者、印刷物デザイナー、映像制作担当者らもソウルから到着していて、開梱された250点の資料を囲んで、紙博物館の学芸員・金重泰氏を中心に、具体的に何をどうグルーピングするか、どう観せたいかについて、イメージを広げるための計8人による‘資料観察会’が開かれた。この段階で、互いに確認したのは、「祈りの造形としての紙人形」をテーマに、祭礼に因るもの、遊戯性の高いもの、工芸的な作品など、紙人形の性格に焦点をあてた展示構成にしようというものであった。その構成に従って展示解説を書き、多くの文献や写真資料、古代の紙人形信仰をとどめる‘ヒトガタ’資料などを追送して、私達は10月の展示作業を待った。

到着した紙人形



### 「アジアの紙人形展」のあらまし

全州工業団地の中でひときわ広い敷地を有するハンソル製紙工場、その一角に建てられた4階建ての紙博物館は、1階が韓紙作りの体験室、2階が6つ

のテーマによる世界の紙と韓紙にまつわる常設展示室で、162m<sup>2</sup>ほどの特別展示室は常設展と同じ2階にもうけられている。

10月24日、最後の資料監修と開幕式出席のため、文環研の高橋氏と当館の井上館長とともに紙博物館を再び訪ねた時、金氏をはじめこの特別展に関わった人達が、いかに苦労して展示作業をすすめてきたかが、会場にただよう空気と展示された人形の表情から感じられた。「祈りの造形としての紙人形」をテーマに、資料解説などもそれに添って考えてきたのであるが、実際に作られた展覧会のテーマは「紙に託した子どもの夢と希望」に変更されていた。「色々と考えました。あまりに信仰的なものを前面に押し出すと、様々ある宗教の、どれかひとつに偏ってしまい、バランスを崩すので…」と説明を受けたが、私達にはどこか含みのある理由説明に思われた。

子どもの世界を表現した映像による導入部、地域ごとに紙人形の造形的なおもしろさを見せるコーナー、祭礼に因む紙人形や張り子面を各地から集めて展示するコーナー、韓国における紙工芸作家による紙人形を展示するコーナーなど、よく吟味された会場構成には、様々な側面にバランスよくまとめようと思を碎かれたあとが感じられる。そうしてすべてが立派で上質な雰囲気ではあるが、肝心の展示物に迫力がなく、表現力の強いはずの人形たちが‘遺物’然と取り澄まして寂しそうに見えることが気になつた。また、当館から送った資料の40%近くが展示されていない。

人形を‘群’で見せ、「顔・顔・顔」の迫力が展示ケースから立ち上がるようなイメージを実現したい私達は、展示品を増やし、リズムとメリハリを作るべくグループピングを動かした。「日本のものはこれ以上、増やさないでほしい。他国の展示資料数とのバランスが崩れてしまうので…。」紙博物館の担当者たちは、そのことに関しては狼狽の色を隠さなかった。日本がどこよりも紙人形を豊かに有する国であることは文化の事実である。対して、韓国には信仰的な理由により古い時代の紙人形を探すことが難しいのもまた、文化の事実である。これを‘量のバランス’に帰結させることができ、アジアの紙人形に関わる文化の実態を伝えるのにふさわしいあり方とは思えない。

これまでの海外展において、開催国が主催者である場合においてすら、日本玩具博物館はどんな場合も、展覧会のテーマ、コンセプト、構成などを自分たちがリードして決定し、それを基本にした展覧会作りを開催国にサポートしてもらう形をとってきた。今回は違う。特別展主催者であるハンソル紙博物館の考え、あるいはハンソルという企業の考えが展覧会の基本になっている。これは当然のことなのである。日本玩具博物館はこんな風に考え、こう見せたいという基本概念について彼らと話し合う時間を、展覧会準備作業へと走り出す前にもっと

多くとる必要があった。展示資料を送り出す側として、私達はこの展覧会に託する自分たちの思いをもっと具体化するべきだった。そうしなければ、本当の意味での交流展にはならない…。



紙人形展示風景

### 日韓の人形観をめぐって

「日本人はなぜ、そんなに人形を愛するのですか」開幕式の前、私たちは、ハンソルの方々からそんな質問を受けた。素朴なものから工芸的なもの、信仰的なものから愛玩用まで様々な種類の人形を有する日本は、確かにアジアだけでなく、世界的にも特異な「人形の国」である。なぜ人形を愛するのか。

たとえば、香川県高松にはお姫様の身代わりになって離れ小島へ流れていった少女の物語とともに赤い着物の張り子人形が伝承されている。高松では、子どもが病気に罹るとその人形を抱かせ、それを海に流す。そうすると、子どもを苦しめていた熱病が不思議にも全快するのだと信じられ、今世紀中頃まではそんな風習が行われていた。張り子人形は、あどけない笑顔で病床の子どもを和ませ、やがて身代わりとなって子どもを守ってくれる。人形が土や木ではなく、紙を張って軽く作られるのは子どもの病気を少しでも「軽く」済ませるためにまじない、赤い着物を身に付けてるのは、赤が疫病神を惑わせる神秘の色だからである。人形には、子どもの心に、人やモノへの愛情を育む役割があるだけではなく、それをもち遊ぶことで健康を保ち、さらに幸せな成長を見守るという役割が与えられている。私たちの祖先はそんな人形に感謝し、人形を慈しむ心を育ててきた。

「韓国のあちらこちらを探しましたが、現代的な紙工芸以外、伝承的な紙人形は見つかりませんでした。」ハンソル紙博物館の金氏がそう話してくれた時、私は秋葉隆氏が『朝鮮民俗誌』(1954)に語っていることを思い起した。韓国において歌舞は鬼神の憑依した行動であって、人々は舞踏に用いる仮面や人形はもちろん、人間の形を模したものや人物を描いたものに対しては一種鬼神的な性格を感じ、恐怖の感情を抱く、と。実際、歌舞が終わった後の仮面は火に焼かれ、すべては灰燼に帰された。そして韓国に、古い時代の人形や仮面は残されなかった。

けれども、徹底して残されなかった歴史、それ自体が、韓国の人々の人形に対する深く真摯な心を示し、形あるものに向かう時の厳粛な心を伝えているのではないか。それならば、人形が残されていない歴史を通して、また他のアジアとの比較を通して、韓国における人形観を浮かび上がらせるような展示も考えられたのではないか。人形に宿る力を畏れるゆえに意識して人形を残してこなかった韓国と、人形がもつ靈力ゆえに人形に親しんできた日本——振り返って考えると、私達の展覧会イメージが最初からなぜか食い違ってきた理由の一つは、こうした人形観の違いにあるのかもしれない。そこを展示の中で表現できれば、もっと面白かった。

ともあれ、10月26日、子どもたちの弾けるような歌声とともに『アジアの紙人形展』は開幕した。私達の思いも組み入れ、開幕直前まで展示を楽しくしようと努力を惜しまなかつた紙博物館のスタッフの力によって、展示室内の人形たちに活き活きとした輝きが戻ってきた。

展示室に響くクスクス楽しそうな笑い声に励まして私は、展示品を見入る子どもたちに聞いてみた。「お人形たちをどう思う。」——「いっぱいあって楽しい」「他所の国の人形もみんなかわいい。どれも違った顔をしているね」「全部の人形と遊んでみたい」……と、全州の現代っ子たちは口々にそんな答えを返してくれた。展覧会に意味を与えるのは来館者であることに違いない。

反省点を多々残しながらも、日韓の人形観の違いや韓国のバランス感覚、歴史的な事実から育まれた韓国の人々の日本への思いなどに直に触れた今回の海外展は、これまでとは違った意味で、日本玩具博物館の意義深い異文化体験であると思っている。初めての国際展に一生懸命に取り組まれたハンソル紙博物館の仕事に敬意を表し、優秀で誠意ある同館スタッフに心から感謝している。

2001年4月30日の会期終了までの半年間、日本玩具博物館の人形たちが全州の町の一角で、どんな役割を果たすのかが楽しみである。願わくば、彼らが、全州の人たちの心に希望の欠片を届けてくれるよう。韓紙に囲まれた博物館の一室から、幸せのメッセージを送り続けてくれるよう。

時 の 話 題

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。

## 東京・小石川に『印刷博物館』が開館!!

(株)トータルメディア開発研究所

高橋 吉弘



10月7日、東京小石川に計画段階から5年余りのときをへて「印刷博物館」が開館した。

本施設は、創立100周年をむかえた凸版印刷株式会社が記念事業として、また、社会・文化貢献の活動拠点として時の趨勢をふまえ、設立したものである。

大きな変革期を迎えたメディア環境の中で、コミュニケーションの概念が変容し、人類の長い歴史とともに培われてきた、「印刷」の存在意義も大きく変わろうとしている。この機にあたり、「印刷」の普遍的な価値と可能性を追求し、次代のコミュニケーション社会の発展に寄与することが、文化事業に対し逆風のふきあれるなかを敢えて開館する、本施設にかせられた使命である。

上記の使命を達成するため、本施設ではつぎの4つの指針を施設活動の機軸にすえている。

- 1) 印刷がもつ歴史的意義・価値の啓蒙
- 2) コミュニケーションメディア=印刷の新たな可能性の追及
- 3) 蕁蓄された印刷表現技術の保存と継承
- 4) 印刷文化の体系化による、「印刷文化学」の確立

そして、これらの指針をうけて展開するにあたり、次の3つの活動コンセプトをかけている。

- 1) 「印刷」をコミュニケーションメディアおよび表現芸術としてとらえ、その普遍的な価値と可能性を追求する
- 2) 広く世界の印刷を視野にいれながらも、日本／アジアの印刷に重点をおく

3) 来館者自身の体験をとおして、印刷と自分の関わりを発見できる

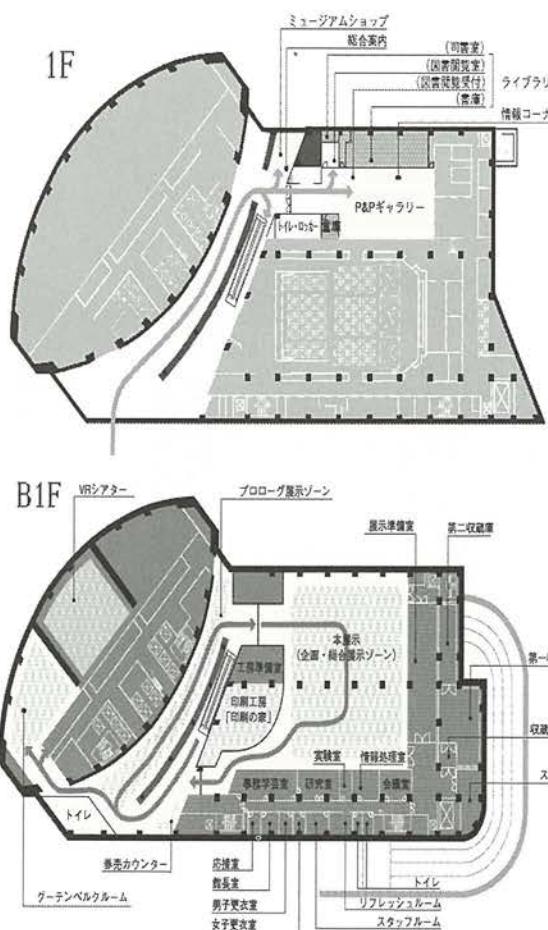
これらの指針やコンセプトを基盤として調査研究、収集保管、教育普及、展示公開、情報受発信などさまざまな博物館機能と質の高いコミュニケーション活動が計画されている。

### ■施設配置

本施設は、事業棟とアトリウムを介して対面する、ミュージアム棟の1階と地下1階に配置された複合施設の一つである。

複合施設の場合、各テナント施設間の運営条件の違いによる来館者の誘導動線やバックヤード側の管理・搬入動線の調整などが複雑となる。本施設の配置計画においても、事業棟やミュージアム棟に併設される音楽ホール、カフェ、レストランなどと、運営計画段階における調整がくりかえしあなわれた。

これらの内容と印刷博物館本来の活動計画をすりあわせた結果、1階は博物館サービス機能を集中させた無料空間とし、地下1階は展示や体験機能を開ける有料空間とバックヤード機能で構成した。その内訳は以下のとおりである。



### 【1階無料空間】

●ミュージアムショップ 約 50 m<sup>2</sup>

展示テーマや内容とリンクし、来館者が商品を購入することで、印刷文化をより身近に感じることができる商品のラインナップをおこなう。



●ライブラリー 約 80 m<sup>2</sup>

図書閲覧室と 40000 冊が収蔵可能な閉架型書庫で構成されており、印刷関連図書の閲覧が可能である。

●情報コーナー 約 20 m<sup>2</sup>

ライブラリーの収蔵図書の検索や、博物館の利用案内、印刷に関する豆知識や印刷関連映像ソフトの紹介をおこなう。

●P & P ギャラリー 約 180 m<sup>2</sup>

印刷コミュニケーションをテーマとした個展や小イベントの開催が可能であるとともに、待ちあわせや休憩・リファレンスなど、博物館のエントランス機能もかねた空間。



●その他諸室・機能

博物館総合案内・ロッカ一室・司書室・トイレ・倉庫・ギャラリー準備室

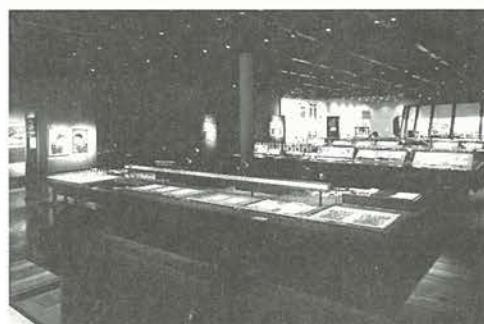
### 【地下1階有料空間】

●プロローグ展示室 約 360 m<sup>2</sup>

導入展示空間

●本展示室（企画展示・総合展示） 約 1150 m<sup>2</sup>

特定テーマをあつかう企画展の開催や印刷文化学を基盤に、テーマ軸にそった総合展示を展開するスペース。



●印刷工房（印刷の家） 約 230 m<sup>2</sup>

本展示室内に設備された活版印刷機を中心とした、動態展示やワークショップのスペース。

●バーチャルシアター 約 240 m<sup>2</sup>

これまで体験しえなかった新しいコミュニケーションの姿を、印刷技術を応用した臨場感あふれる3次元表現や映像で展開するシアター。

●その他諸室・機能

研修室・展示準備室・収蔵庫・券売カウンター・スタジオ・館長室・事務学芸室・研究室・実験室・情報処理室・応接室・会議室・リフレッシュルーム・スタッフルーム・更衣室・トイレ

### ■展示計画

本施設では、三大発明のひとつとして人類の歴史とともに培われてきた、「印刷」がうみだした数かずの文化をビジュアルコミュニケーションという視点でとらえ、体系的に整理した「印刷文化学」のテーマ立てを骨組みにして展示計画が検討された。

この意図にもとづき、構成展開・手法表現のすべてのレベルにおいて、コミュニケーション活動と

しての展示のあり方についての追求がおこなわれ、その結果、

- 1) 来館者の印刷文化にたいする情報や理解の深度が導線を進むとともに自然と深まるよう
    - 印刷文化の存在を「感じる」プロローグゾーン
    - 印刷文化との関わりを「認識する」企画展示ゾーン
    - 印刷文化の内容を「理解する」総合展示ゾーン
    - 印刷文化を自ら「創造する」印刷工房
  - 2) 企画展示の訴求テーマや調査研究の進度にあわせ、もっともふさわしい展示コミュニケーションがはかれるよう、常設展示という概念を廃し、自由な構成・配置や展示資料の更新が可能な可変システムを導入すること
  - 3) 年齢層をとわず、来館者がストレスなく展示内容を容易に理解できるとともに、必要に応じて密度の高い情報をひきだせる展示解説を表現するため、情報系システムのもつ特性を効果的かつ積極的に活用すること
  - 4) 「印刷」という専門テーマにおいてあつかう資料の特性や形態に着目し、来館者がおちついで霧囲気のなかで展示資料と身近に対話することができる、着座型の展示環境を展示什器や照明機器の工夫で実現すること
- この4点を展示設計を推進するうえでの必須項目として設定し、具体化にむけての試行錯誤がくりかえされた。

完成してみると、理想と現実にまだまだ距離を感じることは否めないが、本施設にかぎらず今後博物館計画は、運営計画段階から博物館をコミュニケーション施設としてとらえ、さまざまなコミュニケーション活動が理想的な姿で展開できる、機能や配置を検討していかなければならないと考える。

そして、われわれの設計業務も展示という枠をこえ、コミュニケーション活動の一部門として対応していくかなければならないことを、コミュニケーションそのものをテーマとした本施設の業務をとおして確信した。

## 「中谷宇吉郎 雪の科学館」

### 見学・研究会レポート

NPO法人企業ミュージアムの協会

亀田 訓生

### 1. はじめに

中谷宇吉郎生誕100年記念にあたる去る平成12年10月2日石川県加賀市に、雪の科学館を訪ねた。この見学はNPO法人企業ミュージアムの協会が企画したもので、当日中谷宇吉郎博士が創設した社団法人日本雪氷学会の現地全国大会もあり、記念講演会も開かれた。



中谷宇吉郎 雪の科学館

### 2. 見学・研修会の内容

今回の中谷宇吉郎雪の科学館見学には、特別に次女の中谷英二子さん（プロセスアート代表）との懇談を1時間設け、ハードソフト両面の理解を深めることがねらいとされた。

参加申込者12名は東京、大阪、京都、神戸、金沢の各地から、飛行機・JR・自家用車を利用して現地に集合した。秋晴れの下、各々が感嘆の声を発したのはその景観のすばらしさであった。館の前面には、柴山渦がひろがり、その遙か彼方、連峰の奥に、白山を眺める。雪をイメージした磯崎新氏設計の六角塔3つを配した建築はその手前の広くゆるやかな芝生のスロープを歩むと、視点の変化を楽しめる。中庭には、グリーンランドから運んできた石の原があり、61歳で亡くなるまで研究をその雪氷の下で4年間励んだ北緯78°の極地の石のこと。

映画“科学するこころ－中谷宇吉郎の世界”と展示室ゾーンでは、博士のひととなり、雪の科学にとどまらず、芸術と生活ぶりにも感銘を受けた。人工雪製作装置などの実験・観察装置もわかりやすく展示されている。

唯一残念だったことは、中庭の風に舞う中谷英二子修景「人工霧」が故障で見ることが出来なかったこと。

懇談会で聞いた数々の博士の話は興味つきないので、改めて博士の業績に一同感激を深めた次第。

その後、日本雪永学会に参加し、博士が随筆を中心に単行本を30冊も著していること、又、加賀アートギャラリーでの恩師・寺田寅彦と中谷宇吉郎の絵画展を見に行き、科学者でありながら素晴らしい油絵の芸術家でもあるということを知る。

片山津温泉街を歩いて、博士の生家跡を訪ね、商家跡の大通りに面した碑文をカメラに収め、引き続き、加賀市が主催して全国公募した“雪のデザイン展”を温泉検番展示場を訪れ、優秀作105点を観賞できた。

### 3. 参加者の声

「秋晴れの好天に恵まれ、大変楽しかった」「これほどまでにすぐれた科学者であったとは知らなかつた」「子供もつれて雪の時にもう一度訪ねたい」「知らないことを学習することは楽しい。NPO活動を通しての積極的に知る喜びをつづけていきたいと思います」

—追記—

10月23日付けの朝日新聞ミレニアム特集記事「日本の科学者」において、この千年間、日本で最も傑出した科学者を読者投票した結果が報道された。トップは野口英世であったが、中谷宇吉郎は6位であった。

### 4. 中谷宇吉郎 雪の科学館のマネジメント・データ

#### ①運営主体について

財団法人加賀市地域振興事業団(愛称:かがPAP財団)。PAPとは、Plan and participationの頭文字を並べたもので、日本語では、企画と参加を意味する)が運営にあたっている。この財団の設立趣旨は、時代背景を鑑みて地域住民の交流拠点となっている公共施設の管理運営体制を一元化し、利用者へのサービス向上、中高年令者の雇用促進と維持管理費の軽減を図るとともに、優れた芸術文化の提供とスポーツ参加を助長することにより、住民福祉の増進と個性的な地域社会の創造に寄与することを目的とする。

所在地:石川県加賀市大聖寺南町2001番地  
理事長:加賀市長

設立年月日:平成9年3月11日

財政:基本財産;203百万円

(平成12年3月31日現在)

内、市出損金30百万円

- 運用財産:
  - ・基本財産から生ずる収入
  - ・市からの管理受託金、補助金
  - ・事業からの収入
  - ・寄附金品

従業員: 67人(市派遣・併任職員32人、プロパー・嘱託職員35人)

#### ②「雪の科学館」平成11年度実績

- |       |                  |
|-------|------------------|
| 総利用者数 | 《総数》 28,824人     |
|       | 《個人》(一般) 14,906人 |
|       | (高齢者) 938人       |
|       | 《団体》 6,181人      |
|       | 《無料》 6,799人      |

#### -参考- 総利用者数年度別推移

平成10年度	30,024人
平成9年度	33,500人
平成8年度	42,014人

#### 企画事業実績

##### 生誕百年記念事業

- (イ) 雪のデザイン賞全国公募(2カ年継続事業)
- (ロ) 日本雪永学会全国大会誘致事業
- (ハ) 寅彦と宇吉郎の絵画展

(12年度開催の準備)

など

#### ③「雪の科学館」平成12年度予算

- |       |                                |
|-------|--------------------------------|
| ・事業費  | 18百万円                          |
| ・管理費  | 21百万円                          |
| ・従業員数 | 5名(市派遣・併任職員3名、<br>プロパー・嘱託職員2名) |

#### ④「雪の科学館」の施設概要

所在地:石川県加賀市潮津町イ106番地

構造:鉄筋コンクリート造(一部木造) 2階建  
面積:759.69平方メートル

設置年月日:平成6年11月

建設費:約11億円

利用時間:午前9時~午後5時

(但し、入館は4時半まで)

休館日:毎週水曜日、12/29~1/3

#### 「雪は天から送られた手紙である」

この詩情あふれる言葉をこした中谷宇吉郎(1900~1962)は、加賀市片山津温泉の出身で、雪の美しさに魅せられ、北海道大学で世界で初めて人工的に雪の結晶を作り出した科学者です。雪や氷に関する科学の分野を次々に開拓し、その活躍の場はグリーンランドなど世界各地に広がりました。趣味もはば広く、絵をよく描き、とにかく熱誠で口常身初の絵画から科学の解説まで、幅広いテーマで隨筆を書き多くの著作を世に送り出しました。また、「霜の花」など絵画作品も多く、科学映画の発明などでも知られています。

『中谷宇吉郎雪の科学館』は、中谷博士の多面的な業績を中心として、雪科学の歴史を含めて、最新的な設備装置や実験・娛樂装置を使ってわかりやすく展示公開しています。



中谷 宇吉郎 雪の科学館パンフレットより

開かれた研究施設を目指して  
～自然共生研究センターの取り組み～  
建設省土木研究所環境部河川環境研究室  
吉富 友恭

## 研究施設の概要

我が国では、平成2年より多自然型川づくりが始まり、平成9年に河川法が改正され、治水と利水を体系化していたこれまでの考え方、新たに環境の概念を位置づけたことにより、自然環境に配慮した河川管理に積極的に取り組んでいます。

自然共生研究センター(以下、センター)は、平成10年11月に開設された、人と河川・湖沼の自然環境との共生の考え方、手法を明らかにするために設置された研究施設です。この施設は木曽川北派川上に位置し、木曽川の支流の新境川の水を導水して利用しており、実験河川、実験池及び研究棟から構成されています。

実験河川は世界最大規模で、長さ約800m、川幅約3mの3本の人工河川から成っています。1本はほぼ直線で単調、従来型の河川改修が行われた河川を模したもの、他の2本は、蛇行した様々な工夫が施された河川で、多自然型の河川を模したものです。直線河川には、水際にコンクリートを設置した区間と設置していない区間があります。また、蛇行河川には瀬や淵、ワンドなど様々な空間がつくられています。実験河川の最上流の配水池には水が貯めてあり、実験河川に最大で毎秒約4tの出水を人工的に起こせるようになっています。このような設備を用いて、実際の自然環境では実現できなかった定量的な比較実験を行うことが出来ることがこの研究施設の特徴です。

## 研究課題とこれまでの成果

センターでは、河川環境の保全・復元手法の確立を目的として、空間と流量といった河川環境の管理に重要な2つのファクターを変化させて、生物の生息状況との関係等について独自の研究を進めています。この分野の研究は既存の学問領域には位置づけられず、生物学や土木工学等、様々な分野にまたがる学際的な研究領域にあるため、まだまだ多くの未開拓な研究課題が残されています。

これまでの調査・研究により、瀬や淵や河岸植物がある多様な区間と、平坦で単調な区間の魚類の生息状況を比較すると、前者の方が魚類の数も種類も多いことが確認されています。また、四季を通して出水実験を行ったところ、河道に植物が繁茂する夏には実験河川の上流で水位が上昇し水量が維持され下流への到達時間が遅れることも確かめられています。



実験河川の上流区間

他にも、出水と付着藻類の剥離状況や水質浄化との関係など、いくつかの現象が定量的に実証されています。

研究課題は様々な関連分野

の学識経験者からなる自然共生研究施設研究アドバイザー委員会を中心にして決定されます。また、昨年からはセンターの活用研究が始まり、様々な分野にわたる共同研究がスタートしています。

## 開かれた施設とするための研究の展開

近年、河川事業を進める上で行政と市民との情報の共有化が多くの場面において重要視され、また、関連分野における環境教育の必要性も高まっており、情報を正しく効果的に伝達する手段が社会的に求められています。センターは、河川・湖沼に関する調査・研究を進めるとともに、その研究成果を広く社会に普及することにより、情報提供や環境教育の役割を担う機関としても社会に貢献できる可能性を有しています。そのような機能を高めていくよう、多くの人に対して情報をわかりやすく発信していくことも施設の重要な目的として考えています。

多くの人に対して常に情報を整理して提示することができる有効な伝達手段として展示があげられます。センターでは、展示についても研究課題の一つとして位置づけて取り組んでいます。河川・湖沼の生態系の関係性は極めて複雑で、時間的・空間的にも変化する動的なものです。従って、生態学的な視点から適切に受け手に提示する考え方や方法について十分に検討する必要があります。また、単に情報を開示するだけではなく、見学者の興味を惹きつけて効果的に伝えることも重要です。センターの展示計画では、まず最初に見学者の興味や理解度を知るための調査から始めています。見学者に求められる情報を抽出し、展示の目標とねらいに基づいて展示にとりあげる内容を編集するための調査です。今後は多くの人々への参加を呼びかけ、展示の効果測定や展示に対する評価・検証を実施し、どのような手法が有効なのかを検討しながら計画を進めていく予定です。

多くの人々に対して自然環境への関心を高め理解を深める機会を提供することは、自然環境の保全・復元に向けての取り組みの第一歩でもあります。今、研究機関がその先導的な役割を担うべき時代に来ている気がします。

### 参考資料

建設省土木研究所 (2000) 平成11年度自然共生研究センター研究報告書. 土木研究所資料 第3747号

新聞のことなら何でも分かる博物館  
—NEWSPARK・日本新聞博物館—  
(株) 乃村工藝社  
深堀 習太  
電通・乃村・丹青 共同企業体

## はじめに

日本の日刊新聞発祥の地である横浜に、2000年10月12日、日本新聞博物館がオープンしました。この施設は横浜の情報文化の新たな拠点として生まれた横浜情報文化センターの2階から5階に開設された、新聞の全てを知ることができるミュージアムです。

## 施設概要

日本新聞博物館(ニュースパーク)は、日本新聞協会加盟各社から派遣された各分野の専門委員により組織された展示チームが検討を重ね、構想から13年を経て開館した、全国の新聞を総合的に扱った日本で唯一の博物館で、財団法人日本新聞教育文化財団が管理・運営を行います。

展示構成は日本の新聞の歩みをたどる「歴史ゾーン」と、現代の新聞・通信社の活動を紹介する「現代ゾーン」の2つの常設展示室を中心に、ニュース・情報の意味を示す「ニュースパーク・シアター」、新聞制作を体験できる「新聞製作工房」、日本新聞協会に加盟する新聞社の日刊紙を、創刊号から閲覧できる「新聞ライブラリー」、NIE(教育に新聞を)運動の、世界初のナショナルセンター「NIE全国センター」、「企画展示室」により構成されています。館内を導線に沿って紹介します。

## ●利用案内

## 日本新聞博物館

開館時間 (入場は閉館30分前まで) 開館時間

午前10時～午後5時 午前10時～午後5時

※金曜日は、午後8時まで延長

## 休館日

月曜日・年末年始

(祝日・振替休日の場合は次の平日)

## 入場料

	個人	団体 (20名以上)
一般・大学生	500円	400円
高校生	300円	200円
小・中学生	100円	無料

※団体見学には予約が必要です。

## 新聞ライブ・NIE全国センター

開館時間

## 休館日

土曜日・日曜日

祝日・振替休日

## 入場料

無料

※なお、新聞ライブ・NIE全国センターは毎月最終月曜日(祝日・振替休日の場合は次の平日)も休館です。

## ●エントランスゾーン

横浜情報文化センター1階エントラントロリーに入ると、アトリウム空間<情文プラザ>ではシンボルモニュメントのオフセット輪転機が迎えてくれます。新聞取出口からは最新のニュースが電光掲示板より送り出されてきます。



エントランス(輪転機オブジェ)

輪転機横の専用エスカレーターで2階へ上がるとき、昭和初期の貴重な西洋建築、旧横浜商工奨励館を保存、活用した新聞博物館のエントランス。ここにはインフォメーションカウンター、カフェ、ミュージアムショップなどが配置されています。当時のままに復元されたアーチ天井などは、横浜市の保存対象になっています。

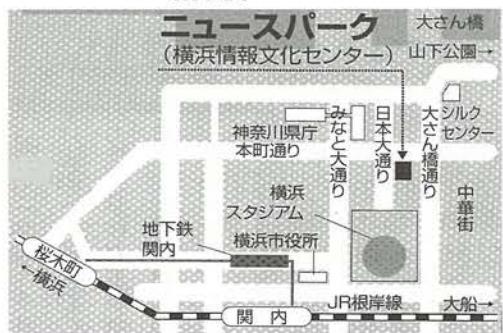
## ●ニュースパーク・シアター、企画展示室

入場ゲートを通じて展示室へ、2階では「ニュースパーク・シアター」と企画展示室が設置されています。ニュースパーク・シアターでは、知る権利や言論の自由がいかに大切かを訴える映像「知りたいと願う限り」が常時上映されています。企画展示室では、常設展示ではとらえきれない新聞、ジャーナリズムの過去から未来までを、多角的に展開します。第1回の企画展として「号外で振り返る20世紀」が開かれています(1月末まで)。

## MAP

## ニュースパーク

(横浜情報文化センター)



## ・交通アクセス

JR根岸線・市営地下鉄「関内駅」徒歩10分  
横浜市営バス「県庁前」バス停徒歩1分  
首都高速「横浜公園ランプ」車3分

## ●歴史ゾーン

3階は、日本と世界の新聞の歴史を学べる歴史ゾーン、新聞制作にチャレンジする新聞製作工房が設置されています。歴史ゾーンでは、実物資料のほか、映像、音響、レプリカなどを駆使して、江戸末期からの事件・世相とともに、新聞の歩んできた道のりをたどります。かわら版の誕生から、現在の多メディア時代まで、新聞の歴史を6つの時代に区切り、それぞれの時代の息吹と背景、また、そこで新聞が果たしてきた役割を伝えます。各時代区分ごとに置かれた検索装置によって、より詳しい情報を得ることができます。

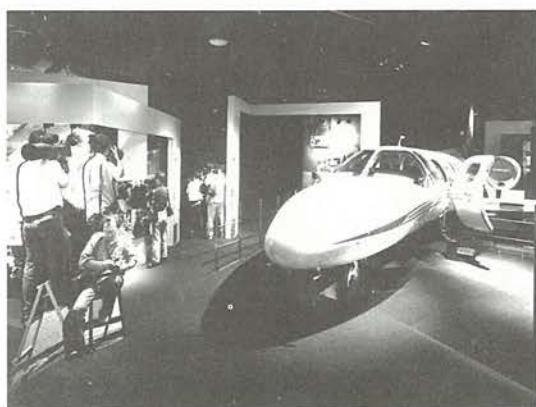
- ・同じフロアにある新聞製作工房では、学校新聞やサークル紙、社内報等の制作支援を行います。  
(グループのみ対象、要予約)



歴史ゾーン

## ●現代ゾーン

5階は、新聞社の各部門と通信社の実際の仕事を知ることができる現代ゾーン。ここは取材、編集、広告、製作、販売、文化・スポーツ事業の6つのコーナーに分けられ、記事取材から読者に新聞が届くまでの流れを紹介しています。ある新聞社の2000年元日の朝刊紙面ができるまでを再現したメインシアター、新聞配達体験装置や新聞社の新人社員になったつもりで挑戦する各コーナーのゲームなど、楽しみながら情報を得ることができます。現代ゾーン



現代ゾーン

の最後には、日進月歩の情報提供技術、新聞製作技術を紹介する最先端技術ギャラリーを設置。新聞社や機材メーカーが開発した最新機器を、デモンストレーション展示します。

## ●新聞ライブラリー、NIE全国センター

この他、新聞博物館には4階に新聞ライブラリー、3階にNIE全国センターが併設されています。新聞ライブラリーでは、日本新聞協会に加盟する新聞社が発行する約150の日刊新聞がそろっています。最新の3か月分は実物で、それ以前のものはマイクロフィルムやCD-ROMで保存されており、新聞の閲覧は創刊号から最新号まで可能です（一部未着資料有）。

・NIE全国センターは、新聞を学校教育の場で活用するNIE運動を支援する目的で、内外の関連資料を収録するほか、NIEを始めようとする教師やNIEを研究する学生などを対象とした相談室が設けられています。センター内には、児童・生徒たちのNIEによる学習作品を展示するほか、模擬授業を受けられるスペースも確保しています。



新聞ライブラリー

### おわりに

このように日本新聞博物館では、新聞の世界をただ資料を見るだけでなく、楽しみながら情報を理解してもらうために各ゾーンにさまざまな展示が展開し、新聞の過去から現在、未来を多角的に紹介しています。小学生から専門家までさまざまなニーズに対応しています。21世紀を迎え、ますます多様化するメディアとともに、成長していく日本新聞博物館の今後の展開が期待されます。

### ～お問い合わせ先～

#### 日本新聞博物館

〒231-8311

神奈川県横浜市中区日本大通11 横浜情報文化センター

電話 045-661-2040

・新聞ライブラリー 045-661-2041

・NIE全国センター 045-661-2031

研究部会活動報告

**理論構築**

研究部会

第1回研究会

**テーマ：「行政評価と行政経営 方法と導入の留意点」**

日 時：平成12年8月26日（土）午後1時～3時

会 場：科学技術館 6階第3会議室

講 師：上山 信一氏（ジョージタウン大学客員教授）

**1. 開催の趣旨**

本部会では昨年来「博物館資料にかかるマネジメント」「利用者研究」「運営資金と経済学的評価」等をテーマとして研究協議を行ってきましたが、今回は我が国で最も多い公立の博物館に有効な「行政評価と行政改革」について研究協議することとしました。

**2. 研究・協議の概要**

30ページにわたるレジメを元に、民間企業や米・英国の政府経営評価のみならず我が国の行政事業について、「現場の運営改善」「戦略計画システム」「専門家による監査」「情報開示」の4つの段階に分け、明快かつ具体的な「行政改革」を紹介された。概要は以下の通り。

- 「行政改革とは何か」を考えることが先ず必要。「けち、けち3原則」は行政改革ではない。一律の削減率を行っているのでは、「現業部門」を破壊することとなる。「より良いサービスをやすく提供する」ことが、行政改革であると確認することが大切。
- サービスの中身を定義する事も必要である。前ではなく実質で評価すべきであり、顧客の満足度が何であるかを調査することから始めると良い。
- 「より安く」の意味は、労働、資源、資金等の関連を定義する。「現状分析」は、「他と比べてどうか」、「他の業種はどうか」、「改革すべきことはないか」等を考えるとよい。
- 行政評価や行政改革については、どのレベルの議論かを明確にする必要がある。「患者=利用者」、「医者=改革者」「くすり=道具立て」は何かをよく考えると良い。どのレベルの議論かによって、処方箋も異なる。具体的な米国の市民サービス機関の改革例は、「ニューヨーク州交通局、ニューヨーク近代美術館」があり、顧客ニーズ、満足度調査（定点観測が有効、一定限の数）から始めた例である。
- また、コミュニティーセンターの顧客満足度調査として、単純な調査でも経営改革の方向性が見いだせることができる。公開し、問題の客観性を持たせ、その後改革し、効果を発表する方がよい。
- 日本マクドナルドのCS活動は以上の基本に基づくものであるが、「来ていない顧客傾向調査」を

行っていることに注目したい。また、民間企業におけるCS向上のための改善活動には3つのレベルがあり、行政バリューをあげるための取り組みは、4段階で整理できる。

● 行政バリュー改革の手法として、行政バリューを住民にコミュニケーションするための6つの手段をあげ、「顧客データ」、「クラブ・会員」、「出前講習や売り込み」、「顧客満足度の分析（来た人は何を感じたか、来ない人は何を感じているか、苦情を呈した人から意見を聞く）」、「いやなことから先ずやる」等の例を挙げた。

● また、現場レベルでできないことを考えることも必要で、「戦略計画システム」や「専門家を導入した監査システムの善悪」「素人に判断を委任する情報開示」にかかわる諸問題の例を紹介。

● 我が国の政府経営の評価として、先ずは各省庁の施策（プログラムレベル）について棚卸しを始めるべき（現行の施策の棚卸し）である。

**3. 質疑応答**

参加者からは、「行政評価の基準としての博物館の例」が紹介され、「顧客満足だけでは人気取りとなつて、公共事業の意義を論じられないのではないか」「調査を実施に移す際の困難さ」等の質問や意見が提出された。

それに対して上山氏からは、「利用者」の定義が重要であり、組織の目的を考えることも必要であろう。経済性は第一ではないが、合理性を注目すべきであろうし、「顧客」の定義をすることが最も大切で、評価の指標を提示すべきであろう。感動の評価を提示した放送分野の専門家もいる。「評価の視点はいくつもあり、専門家ならではの視点を構築すべきである」「専門家に訓練された素人の評価は信頼に足るものであり、以外に少し脇役的な人の方が客観的で有効な場合もある。専門家より少し事情に詳しいアマチュアが良い場合も多い」等の回答があった。

全体を通じては、さまざまな議論のある「行政評価」や「行政改革」について、全体を見据えた構図を示していただき、今後の「公的なミュージアムの評価」ばかりか博物館運営の改善全般についての方向性を示唆する有意義な研究会となった。

（千葉県総合教育センター 高安 礼士）

新刊紹介

実践活動から生まれたこの3冊

今回は、"実践活動から生まれたこの3冊"というテーマで、一挙に3冊の図書をご紹介します。どれもミュージアムという現場の実践活動から生まれた力溢れる著作で、リアリティと説得力が感じられます。また、著者のミュージアムに対する情熱や人間性が滲み出ているというところも、この3冊に共通するところといえましょう。(文責 JMMA事務局 齊藤恵理)

著者は、埼玉県立博物館学芸員、埼玉県立歴史資料館副館長、戸田市立郷土博物館長、朝霞市博物館長を歴任し、多数の博物館関連著作・論考の実績を持つ、博物館の超ベテラン。本著では、「博物館が学級崩壊を救う」のタイトルに表されているように、行き詰まりを見せていくる学校教育と、博物館の持つ「学びの可能性」をいかに結びつけていけばよいのかを、豊富な経験をベースに展望してくれます。具体的な事例の紹介が充実していく、子どもたちが生き生きとする授業づくりや、博物館ならではの学習プログラムの発想のヒントを提供してくれます。

村上義彦著  
発行 ポイツクス株式会社  
本体1900円+税  
ISBN4-93879104-3



『博物館が学級崩壊を救う』  
総合的な学習のための博物館活用法』

『放課後博物館へようこそ』

「地域と市民を結ぶ博物館」

『博物館を楽しむ』

「琵琶湖博物館ものがたり」

地域博物館の"草分け的存在"といえず、多くの人が平塚市博物館を思い浮かべるのではないでしょうか。著者は、この平塚市博物館で20年以上も活動を積み重ねてきた浜口哲一氏であります。本書は、準備室時代からの著者の活動の足跡をたくさんの人たちとの出会いを織り交ぜながら物語るなかで、博物館を通じて市民が地域と結びつき、博物館と市民がともに豊かになる姿を示してくれます。こうした実績を通じて、著者の中に浮かび上がった新しい博物館像が放課後博物館です。市民参加の博物館についての論考は多数ありますが、本書のように、実践経験を通して力強く物語ってくれる著作は、貴重です。

浜口哲一著  
発行 株式会社 地人書館  
本体1800円+税  
ISBN4-8052-0656-X



川那部浩哉編著  
発行 株式会社 岩波書店  
本体740円+税  
ISBN4-00-500360-5



"全国的に注目を集める、あの琵琶湖博物館は、いつたいどのように作られ、どのように運営されているのか"、そんな疑問に、生きたドラマを通して応えてくれる一冊であります。共著で、執筆陣は琵琶湖博物館に関係する3~4名の方々。博物館の学芸員・事務職員だけでなく、嘱託・非常勤の方や調査活動等に参加した県民、博物館の展示や建築を設計した人たちなど、実際に多彩な顔ぶれで構成されています。それぞれに異なる視点から語られる博物館の姿は実際に多様で、そのことが博物館の奥行きの深さを物語ついているといえます。新しい時代の博物館の理念やその楽しみ方を分かりやすく伝えてくれるガイドブック。読み物としても非常に面白いです。

# information

## ◆会報に掲載する原稿を募集いたします◆

J MMA会報では、投稿原稿を募集しています。次号の発行は3月上旬の予定です。投稿される方は2月上旬までに事務局まで原稿をお寄せ下さい。詳しい内容につきましては事務局までお問い合わせ下さい。

## ◆会費納入のお願い◆

会費未納の方はお早めに納入下さいようお願いいたします。請求書・領収書等が必要な方は、事務局までご連絡下さい。

## ◆お願い◆

以下の会員に宛てた郵便物が戻ってきています。現在の連絡先をご存じの方は、ご本人または事務局までお知らせ下さいよう、お願い申し上げます。

- ・佐々木一朗 様
- ・橋口俊昭 様
- ・小川誠子 様

information

# 『磯崎新の建築談議』全12巻

「建築行脚」から25年。磯崎新が選んだ12の建築をとおして、建築とその時代、そして未来を、平明に語る。

新世紀へおくる、新しいかたちの建築思想書。

予約受付中

2001年5月刊行開始

第1巻 カルナック神殿 [エジプト時代]

第7巻 サン・ロレンツォ聖堂 [15世紀]

第2巻 アクロポリス [ギリシャ時代]

第8巻 パラツォ・デル・テ [16世紀]

第3巻 ヴィッラ・アドリアーナ [ローマ時代]

第9巻 サン・カルロ・アッレ・クアトロ・フォンターネ聖堂 [17世紀]

第4巻 サン・ヴィターレ聖堂 [ビザンチン]

第10巻 ショーの製塩工場 [18世紀]

第5巻 ル・トロネ修道院 [ロマネスク]

第11巻 サー・ジョン・ソーン美術館 [19世紀]

第6巻 シャルトル大聖堂 [ゴシック]

第12巻 クライスラー・ビル [20世紀]

■全12巻/B5判変型(天地210mm×左右146mm)/各巻平均192~176頁 ■並製/ジャケット装 ■装丁・デザイン/葛西 薫

●各巻

定価・本体**3,800円**(税別)

●全12巻

定価・本体**45,600円**(税別)

●全巻一時払(6月末日まで)

特別定価・本体**42,000円**(税別)



りく よう しゃ  
株式会社六耀社

〒160-0022 東京都新宿区新宿2-19-12 静岡銀行ビル5F  
TEL. 03-3354-4020 FAX.03-3352-3106  
e-mail books@rikuyosha.co.jp  
<http://www.rikuyosha.co.jp/>

J MMA会報 No. 19 (Vol. 5 No.3)

発行日 2000年12月31日

J MMA事務局 〒108-0023 東京都港区芝浦4-6-4 文化環境研究所分室内 TEL / FAX 03-3455 - 1505