



〈第14回大会〉

目 次

【特 集】

- 〈会長挨拶〉第14回JMMA大会開催にあたって
- 〈大会趣旨説明〉
- 〈特別講演〉新しい時代の博物館経営
- 〈指定討論〉
- ミュージアム・リテラシーを涵養する博物館運営
- 歴史系博物館におけるミュージアム・リテラシー
- 美術館におけるミュージアム・リテラシー
- 〈会員研究発表〉

日本ミュージアム・マネジメント学会長 大堀 哲	2
第14回大会実行委員長 高安 礼士	4
鶏龍山(ゲリュンサン)自然史博物館館長 チョ・ハン・ヒー	5
国立科学博物館 小川 義和	10
国立歴史民俗博物館/総合研究大学院大学 教授 小島 道裕	11
東京国立近代美術館 主任研究員 一條 彰子	13
日本科学未来館 池辺 靖・石川 泰彦・小川 陽子・奥矢 恵	16
桃山学院大学 井上 敏	18
金城学院大学 現代文化学部 岩崎公弥子	21
東京藝術大学・芸術情報センター、他 嘉村 哲郎・加藤 舞・北岡タマ子	23
株式会社乃村工藝社 鈴木 和博	26
千葉県立中央博物館 島 絵里子	28
お茶の水女子大学大学院 菅井 薫	31
山梨県立博物館 学芸員 高橋 修	34
(財)日本科学技術振興財団・科学技術館 田代 英俊・中村 隆/	
東京大学大学院教育学研究科 小山 治	37
千葉県動物公園飼育課 並木美砂子	40
平野 智紀	44
慶應義塾大学大学院後期博士課程 本間 浩一	46
ミュージアム・シアター・ワークショップMTW 嵯峨 創平・塩田 るみ	48
常磐大学コミュニティ振興学部 塚原 正彦/茨城桜川市情報政策課 久見木憲一	
常磐大学コミュニティ振興学研究所 鹿島 諒子	50

【新刊紹介】

『ユダヤ人を救った動物園 ヤンとアントニーナの物語』

新潟県立歴史博物館 山本 哲也

【掲示板】

役員改選について

【インフォメーション】

特集

去る6月6日(土)・7日(日)にわたり開催いたしましたJMMA第14回大会「ミュージアム・リテラシー—学校と博物館—」を特集して報告します。

〈会長挨拶〉

第14回JMMA大会開催にあたって

日本ミュージアム・マネジメント学会長
(長崎歴史文化博物館 館長)

大堀 哲

第14回JMMA大会の開会にあたり、ご挨拶申し上げます。

日頃、会員の皆様にはJMMA学会の活動を盛り上げていただいておりますことに対しまして、先ず感謝を申し上げます。

また、本日は各地から200名を越す多数の会員の皆様にご参加いただき、今年度の統一研究テーマ「ミュージアム・リテラシー～学校と博物館～」のもと、盛大に14回大会を開催できますことを大変嬉しく思います。特に、韓国鶏龍山自然史博物館館長で、韓国博物館経営マーケティング協会名誉会長等の要職にあられるHanhee Cho Ph..D先生をお招きし、Museum management for New age (新しい時代の博物館経営)について、特別ご講演を拝聴できる機会を得、心から感謝いたしております。さらに、昨年引き続き、会場のご提供をいただきました東京家政学院大学に、厚く御礼申し上げますと存じます。学生の皆さんには「お茶」のサービスをしていただけたら、先生方や大学事務局の皆様にも、様々な面でご配慮いただくこととなりますが、何卒よろしく願いいたしたいと存じます。

さて、JMMAが設立されたのは1995年3月でありますので、今年15年目に入りました。21世紀を迎えて、はや10年にならんとしております。この10数年の間に世界の政治、経済等あらゆる分野の変化が急激で、しかも厳しい状況にあることはまぎれもない事実であります。博物館界も依然として明るい展望が描ける環境にはないように思われます。

しかしながら懸案でありました博物館法が昨年改正され、学芸員の養成にかかわる具体的な施策が進められるなど、間違いなく博物館の振興・発展に向

けた国の動きが見られたと思います。なお残された大きな課題もありますから、それらはこれから文科省においても検討されるはずですが、博物館界はアイデアを出し合い、相互交流、相互連携を図るとともに、私ども学会としても積極的に発言していくことが求められていると思います。

こうしたなかであって、我がJMMAは会員皆様の博物館の発展に対する強い思い、活発な学会活動により、日本におけるミュージアムマネジメントという、総合的な博物館学ともいえる幅広い学問的、実践的な研究領域を確立し、その実績を挙げ、いまや我が国における博物館学学会の中核的な存在に成長したのであります。「ミュージアム・マネジメント」の必要性、重要性を我が国博物館界に認知させるようになったJMMAの実績は否定できません。博物館学の教科書や学芸員養成講習、専門講座、館長等管理職研修のカリキュラムに「ミュージアム・マネジメント」の研修項目が不可欠になっていることから、それは明白であります。勿論、まだまだ研究すべきテーマは多く、今後も皆様のご努力に期待するところ少なくありません。

ところでJMMAは、これまで「年間研究テーマ」を設定し、それをふまえて年大会はもとより、基礎・実践・応用の研究部会、支部研究会、特別事業等において活動を行ってまいりました。ミュージアムとリレーションシップ、ミュージアムとコミュニケー



ションなどのテーマで多くの会員の研究が、大会での口頭或いは研究紀要、会報等に発表され、成果が得られたと思っております。ただし、これまでのこうしたJMMAのテーマや活動の内容、方法等については、やや現場感覚が不足しているのではないかと、もっと博物館が現実に運営・経営、展示や教育普及活動等において抱えている身近な課題に視点を当てた研究が必要ではないか、さもないと博物館関係者の理解が得られないのではないかと、会員の学会離れが生じるのではないかとといった懸念が示されるようになってきているのも事実であります。そのようなことを十分に勘案しながら、今後のJMMAの方向性については、博物館の現場、博物館と利用者の関係という、いわば原点に立った活動をあらためて考えていかなければならないと思っております。

そのような観点から、今年度は「ミュージアム・リテラシー」をテーマに掲げたところであります。この2日間の大会の個人研究発表のテーマを見ますと、確かに身近な問題への反応が見られ、それぞれの発表内容が大いに期待できると考えております。多様な来館者に博物館をいかに楽しんでいただくのか、親んでもらうのか、どうすれば効果的に博物館を活用できるのか、これは広報活動、パブリシティなどとも関連してきますが、どの博物館にとっても関心の深い研究課題ですし、博物館学の研究でも「これで十分だ」という完成感覚はないと思っております。本腰を入れて取り組まなければならない課題だと認識しております。

私はこれからの博物館のあり方の一つとして、博物館に行くことが特別なことではなく、市民生活の一部に感じられるような状況をつくっていくことが大切だと思っておりますが、そのためにどのような方策が必要でしょうか。日常的に博物館に親しみを持ってアプローチする習慣が、まだまだ日本の博物館には根づいていないのではないかと思います。例えば大学生の博物館利用の現状を見ますと、極めて物足りない、利用の頻度がいかに少ないかに驚かされます。最近ではキャンパス・メンバーズ制度などで博物館と大学の連携に積極的に取り組む博物館が見られるようになっておりますが、まだ、緒につたばかりといってもよいでしょう。大学生や高校生の博物館利用対策が大きな課題であります、それ以前

の小中学生の博物館利用、その効果的な利用法をどうするか、これが依然として進展しているとはいえ、実効ある研究成果が期待されることに変わりはありません。

ミュージアム・リテラシーという概念において、如何に博物館を読み解き、自分たちの日常生活の中で使いこなしていくかを考えた場合、来館者と博物館をつないでいく役割が極めて大きくなります。そこにエデュケーターとか教育ボランティア、インタプリターなどの存在が必要になります。こうした考えは、博物館がますます生涯学習施設の拠点としての役割の重要性を増していく中で、そのあり方が研究されなければならないと思っております。博物館が、日常生活の中で勉強するとか知識を得る場ということよりは、人の感性や心を磨くくつろぎ、安らぎの空間、又は社交の場としてももっともっと親しまれるように、身近に感じていただけるようにしたいものであります。

なお、昨年度着手しましたJMMA緊急課題の博物館政策・経営、博物館評価、博物館の国際化、博物館人材育成、博物館職員倫理の5つにつきましては、各主査を中心に鋭意検討していただいております。進捗状況を見ながら会員の皆様に中間的なご報告をできればと考えておりますが、そのための研究会も随時開催されますので、奮ってご参加いただければと思っております。

どうかこの2日間、活発にご議論いただき、また相互の交流・親睦を深めていただき実りある大会にさせていただきたいと思っております。

最後になりましたが、今大会の諸準備にご尽力いただきました高安実行委員長はじめ、各理事、幹事、そして事務局の皆様にご挨拶申し上げます。有難うございました。



〈大会趣旨説明〉

第14回JMMA大会テーマ

「ミュージアム・リテラシー
—学校と博物館—」について

第14回大会実行委員長

高安 礼士

JMMAにおけるこれまでの年間活動テーマは、

- ・平成8年度……………
「ミュージアムがつくる新しい文化」
- ・平成9年度……………
「新しい時代をつくるミュージアムの可能性」
- ・平成10年度……………
「時代の転換とミュージアム」
- ・平成11年度……………
「地域社会とミュージアム」
- ・平成12～14年度………
「リレーションシップ—地域との連携—」
- ・平成15～17年度………
「ミュージアム・コミュニケーション」
- ・平成18～20年度………
「ミュージアム・マネジメントの再構築Ⅰ
—継承と改革—」
「ミュージアム・マネジメントの再構築Ⅱ
—博物館法を考える—」
「ミュージアム・マネジメントの再構築Ⅲ
—博物館の課題と人材育成—」

として、活動してきました。



昨年来の金融危機の中、博物館経営は困難さを増し、さまざまな状況に対応できる博物館職員の育成は緊急の課題となり、新しい博物館法の元での新たな展開が求められています。このような状況下で、今日的な博物館経営の課題、特にこれまで重要であった学校教育との連携とそれらに対応できる人材の育成について、成功事例に学びながら新たな運営モデルを考えることがより重要となってきました。

そこで、平成21年度からの3年間の学会の活動テーマを「ミュージアム・リテラシー」とし、その第一年目である本年は、特に「—学校と博物館—」との関係を考えることとしました。ミュージアム・マネジメントがどちらかという供給側（サプライ・サイド）のものであるのに対して、ミュージアム・リテラシーは利用者・需要側（デマンド・サイド）からの議論といえます。

さて、我が国の博物館を取り巻く状況は大変厳しいものがあります。一方、いくつかの博物館ではこれまでの最高の入場者数を獲得しているようであり、このような違いは、その多くは設置主体の運営費の削減がその主な原因ではありますが、マネジメントの問題がないわけではありません。

そこで、本年は昨年までのテーマである「ミュージアム・マネジメントの再構築」と「ミュージアム・リテラシー」とをつなぐ意味で、韓国からお招きしたチョウさんの講演があります。ミュージアム・マネジメントに関する歴史的な経緯と理論の基礎・基本に基づく各国に共通な御提言がされると思われ、また、韓国博物館協会との連携の中で「東アジア博物館構想」等についての御提案を期待いたします。

その後、我が国の方々から、今日的な状況の中から代表的な博物館である「科学博物館」「歴史博物館」「美術館」のお三方から「ミュージアム・リテラシー」の今日的な状況の中から具体的な提言をいただきまして、今後の3年間の方向性を考えることとしました。

また、研究発表を募集したところ学会員から14件の応募がありました。本日、明日の大会で実り多い議論が交わされることを期待しています。

特別講演では、韓国の博物館界で数々の要職につかれ、活躍されているチョ先生をお招きし、通訳は拓殖大学大学院で工業デザインの研究に携わっておられる松田ジュヒさんをお願いした。

〈特別講演〉

新しい時代の博物館経営

Museum management for New age

鷄龍山（ギェリョンサン）自然史博物館館長
Department of Museum Director,
Natural History Museum of Gyeryongsan

チョ・ハン・ヒー
Hanhee Cho Ph. D

こんにちは、JMMA大会で皆さんにお会いでき感謝申し上げます。

皆さんと一緒に、21世紀という新たな時代における博物館の経営について発表する機会をいただき、とても嬉しく思っています。私は2003年に韓国で博物館マーケティング学会を創立しました。JMMAが今年15年を迎え発展していく様子を見て、たくさんのことを学びました。

自己紹介ですが、私は大学では博物館系の学科で教授として勤めています。

これから約30年の間準備した鷄龍山（ギェリョンサン）自然史博物館を運営しながらの経験を元に発表いたします。

詳しいことは資料の内容を参考にしてください。これから私が調査を行った韓国の博物館の現況を述べ、それから過去と現在の博物館の経営方法を比較し、韓国博物館100周年を迎えて国立中央博物館が提案した2020年のビジョンを発表します。

最近、去年開館した果川（カチョン）中央科学館の展示のリニューアル作業をしております。特に学校と連携した調査を行っているので役に立つと思います。

私は20年間学生たちとマーケティングの勉強をしてきました。2007年ウィーンで開かれた世界博物館大会で私の新しいマーケティング戦略を発表することになりました。今日はこれについて説明したいと思います。

今年、韓国の博物館開館100周年を記念し、記念行事を行いました。1909年に帝室博物館を一般人に開放したことをはじめとして、今年、開館から100

年を記念する年であります。これは1909年一般人に公開した帝室博物館、韓国最初の博物館の写真です。これは100周年記念ポスターです。特に今年を起点に博物館を広報するために博物館を100回訪問した方にプレゼントを与えるイベントを行っています。

これから韓国の博物館を紹介したいと思います。

龍山（ヨンサン）に新しく建てた国立中央博物館の写真です。とても美しいですね。

これは慶州（ギョンジュ）博物館の写真です。見えますでしょうか、一番上のほうの鐘が見えますか。これは有名な聖徳（ソンドク）大王神鍾です。

この聖徳大王神鍾を通じて7、8世紀の科学がわかります。

この博物館に韓国での初めての子供博物館ができました。1号博物館です。

百済金銅大香爐が有名です。皆さんご存じだと思いますがこれは慶州博物館でプログラムを行っている様子です。

これは1945年に開館した貨幣博物館です。教育プログラムが行なわれています。

これは2003年に開館したソウル西大門区にある自然史博物館です。

ここは私が勤めている鷄龍山（ギェリョンサン）博物館です。ここで見られる恐竜は全世界に3頭しかないものの一つで有名です。今度韓国を訪問したら是非お越しください。

この博物館は、去年開館した国立果川（カチョン）科学館です。六つの展示室があります。基礎科学館・子供探究体験館・名誉の殿堂・特別展示館・先端技術館・自然史館・伝統科学館があります。

次は、色々な国の博物館について分析したものです。アメリカには現在約13,000か所の博物館があります。日本にも約5,600か所の博物館があるそうです。韓国には現在720か所があって、ごらんとおりに1982年に65か所から、2003、4年を起点に博物館が急激に増加したことがわかりました。

今日の21世紀の博物館経営についての講演を準備するときに、5月にスミソニアン博物館の政策局長が来ました。それで、少しスミソニアンの話をしたと思います。

スミソニアンは現在19か所の博物館を持っていて、開館してから約150年が過ぎました。

5つの研究所、全世界的には56か所の研究所を持っているそうです。スミソニアンで過去の経営方法と現在の経営方法を説明したものを紹介しましょう。

過去には博物館の内部にピントを合わせていましたが、現在は訪問者にピントを合わせるようになりました。過去の供給中心から需要中心に変化していることがわかります。この間私は忠清南道（チュンチョンナムド）のある博物館をリニューアルする諮問に参加したことがあります。

この博物館には子供がたくさん訪れます。管理しにくいいため、すべての子供を一つの方向に誘導するという話を聞きました。これは供給者の立場からの考えであるため、子供がどんな方向に動けば楽に観覧できるかということを考える需要者中心の動線を作ってほしいということをお願いされたことがあります。

これは、社会で人々が何を望み、何を必要としているのかということが経営の始まりだともいえるでしょう。それでスミソニアンでも訪問者についてのたくさんの知識を持つことを重要な経営の方針と決めています。

博物館の主な機能の一つが教育であるということはお存じでしょう。これからは教えることより学習を通じてお互いにコミュニケーションする方法で教育をする必要があります。チームでやること、私もリスクテキング (risk taking) ということが好きです。これはやらないとゼロですが、実行すると0.001パーセントでも成功の可能性があるなら、厳しい時期であっても失敗を怖がらずその危険性を甘受するリスクテキングが重要な戦略だと考えます。

この話は、皆さんもよくご存じだと思います。すべての意見が上から下ることではなく、下から上へ、上から下へ、右から左へお互いに協力して仕事をしていることがわかります。

韓国も2004年の世界博物館大会 (ICOM) が韓国で開かれてから経済的に豊かになりました。21世紀を「融合の世紀」だともいいますね、色々な分野の知識を研究し博物館の運営に適用したほうがいいと思います。

今までスミソニアンについて申しました。

実は皆さん、よくご存じの内容かも知りません。この知っている内容をどんな風に適用するかを我々が一生懸命に研究しなければいけないと思います。韓国でも博物館の重要性が分かってきてから、これを博物館がどう活用できるかについてのビジョンを国立中央博物館が発表し、これを実行するために努力しています。



博物館を振興の場とし、その一環としてたくさんの法律的な制度を改善して博物館を活性化することが重要なことだと思います。私立博物館の活性化も大事ですが、特に国立と大学博物館の活性化が大事な推進戦略の課題であります。

また21世紀は創造の世紀だともいいます。昨日、私は日本の国立科学博物館に行ってきました。そこには想像力そして好奇心のためのプログラムの説明書がありました。21世紀はブレインストーミングを通じての新しいオリジナリティー・創造力が重要な時期であり、そのために課題・推進戦略を立てています。日本やほかの国も同じだと思いますが、グローバル化していくとともに国ごとの民族のアイデンティティーが大事に思われ、推進戦略の中でも重要な部分としてモニターしました。

それからは、実はすべての方法をうまくやっていくために最も重要な基礎作業は、訪問者についての正確な理解そして理解を通じて満足を極大化することだと国立中央博物館の2020年の戦略でも推進目標と設定しました。現在、マーケティングの基本である客の満足を極大化させるマーケティングの方策を設定することを目指してたくさんの推進計画を立てています。

私は2001年バルセロナで開かれた世界博物館大会 (ICOM) に参加し、東洋のマーケティングの活性化のために努力すると言ったことがあります。しかし鶏龍山自然史博物館の開館準備に忙しくて推進できなかったのですが、2006年に中国で、2007年にタイ、去年のベトナムに続いて今日は日本でマーケティングについての考えを伝えられて嬉しく思っています。

JMMAの活動、特にこの大会を見ながらたくさんの良い研究資料を共有したいと思いました。それではこれから経営マーケティングの始まりである訪問客の調査を行った内容を簡単に紹介したいと思います。

1999年から始まりましたが、私は初めて1995年に大学博物館について調査を行い、お客の満足度について発表しました。1999年と2000年には企業博物館について発表し、その時に私が基本となるいくつかの質問をしました。「博物館とは何を行っているところでしょうか」という質問には「博物館にはあまり行ってないが、博物館とは何かを学ぶところだ」という答えが多かったです。

訪れた理由についての質問には、「子供の教育と学校の課題のためだ」という回答が多く、楽しくてまじめだった」という順の意見でした。不便なところについての質問には、「興味がわかなくて展示の解説が難しかった」、「案内者がいなくて不便で複雑だった」という意見がありました。

では、展示を見て良いところについての質問には「ない」という答えが68%でした。「つまらなかった」という回答もありました。先の回答では「楽しかった・まじめだった」という回答が70%に近かったのに「良いところがなかった」という回答が多くあることに注目してください。

私は、5月に国立果川科学館で学生・学生の保護者・先生を対象に設問調査を行いました。ここでは紹介しておりませんが、私が見るには国立果川科学館の展示はとっても難しかったです。しかし学生の中では難しいといった人は少なかったです。

このような結果はクレディビリティ（信頼性）が低い、設問調査による統計の結果がいつも正しくはないということを常に考える必要があると思います。設問調査による結果をすべて信用することは危険なことだと見られます。クレディビリティ（信頼性）が低い場合、「博物館に何度訪問するか」についての質問には「あまり行かない」という答えが多く見られました。課題を解決するためや保護者に誘われての博物館利用では、再訪問は成り立たないことがわかりました。

それでは、私が特徴的なマーケティング戦略を説明する前に皆さんがよくご存じだと思うマーケティング戦略システムを絵で説明します。日本に博物館マーケティング学会ってありますか？

国際博物館会議（ICOM：International Council of Museums）ではMPRというマーケティング国際委員会があり、アメリカの博物館協議会にもマーケティング委員会があります。韓国には博物館マーケティングを専攻した博物館専攻者がいないため、経営とマーケティングを合わせて作られています。実は別々に運営する必要があります。

マーケティング戦略システムとして、まずは博物館の使命とビジョンと目標と目的を正確に立てます。それから使命と目的に合わせて10年や20年や1年や季節別などの目標を決めます。

目標を決めてからはこの目標を達成するためにはどんな課題を持ち、どんなことを実行すれば最も効果があるかを探し出すために、訪問客の調査と分析を行います。それから一番大事である、目標客を決めます。

この客が好きなことを調べ、このお客さんにどのようにうちの博物館を知らせるかが大事であります。ポジション戦略とは、普通科学館とえば「博物館は施設が良い、教育プログラムが良い、展示が良い、私が好きな展示物がある」などのコレクションが良いか展示がいいかなどについて確実に客にアピールする戦略のことを言います。

私は日本の上野の国立科学博物館を何回か訪問しましたが、行くたびに新しい感動を受けます。新館は展示方法が良く、旧館はコレクションが感動です。人々の頭に認識させるためにはそれを正確にするための戦略を立てます。

多くの専門家が博物館マーケティングの戦略ということをお話しています。Pで始まる4つの要素、製品（Product）・価格（Price）・場所（Place）・促進（Promotion）があります。マーケティングの戦略を博物館に活用するため人（People）などの要素を入れます。

韓国でもPで始まる15または20をよく合わせ、博物館に良い戦略を立てるために悩んでいます。これらを博物館で適用する方法について例をあげて申します。

マッキンゼー・アンド・カンパニーの4Psで例をあげてみます。製品のP；博物館では目に見える商品も見えない文化商品も販売しています。教育プログラムも一つの文化商品です。

それから価格（Price）；は入場料金、メンバーシップフィー、教育プログラムの参加費、施設や設備のレンタルフィーなどです。場所（Place）；はお客さんが博物館を訪れることを含め、移動展示も加えることができます。プロモーション（Promotion）；はオンラインとオフラインのプロモーション、広報促進戦略などがあります。この四つをどう組み合わせるかで我々が目標とした客が好む方法で正確に認識してもらい、戦略目標を達成できるのか。

このような戦略をどれだけ長く使えるのでしょうか。博物館を訪問する幼稚園児・小学生・大学生たちは、

とても気まぐれです。昨日好んだことを急に夜に嫌いになるなど、たびたび変わるため持続的に管理しそれに合わせたプログラムを与えないと博物館に来なくなります。

それで変化に対応する巨視的な環境を作り、経済・文化・好みに合わせて外部の変化を理解することはもちろん、内部環境も管理しなくてはなりません。0.0001でもお客さんより先を見たときこそわれわれの目標を達成することができます。

それで私は博物館に訪問する人をいつも調査しています。毎学期、学生を連れて国立中央科学館などを調査しています。それでなぜ来るのか、どれくらいよく来るのか、来ない理由はなぜなのか、また来る理由は何なのか。幸いに鶏龍山自然史博物館を訪れる人のほとんどが研究するために家族と一緒に来ていることがわかりました。博物館に満足するという答えが多く嬉しかったです。

1階は恐竜コーナーです。発掘した4500万年前の恐竜が展示されていてもっとも好まれています。2階には宝石と岩石のコーナーがあります。期待していませんでしたが、結果は15%が好むと言いました。70%が好むと応答したのが見られました。とても好む人は1/3、満足した人は50%でした。教育プログラムや講演などを望んでいて、再訪問したい人が92%でした。先に、私は設問調査の信頼性について話しましたが、90%以上が再訪問すると答えました。うちの博物館の入場料はとっても高いです。ソウルじゃない田舎に位置していてさらに入場料も高いにも関わらず訪問客が増加しています。

うちの博物館はお金がかかりすぎて広告はできません。それで訪れた人に経験を勧められて訪問する人が多いのですが、ここでもほかの人にうちの博物館を勧めるかという質問に対したくさんの人が勧めると応答したことがわかります。しかし私は、二度目は来ないといった8%が気になります。

私は毎朝8時30分に職員たちと打ち合わせをします。聖書にも似たようなことが書いてありますが、博物館に訪問する一人が万人千万人になるように、一人一人を大切に、神様のように接待してくださいという話を毎日します。

韓国の大田(デジョン)に位置しているサイエンスタウンの韓国宇宙研究院にナロ宇宙センターを建てました。宇宙発射台を準備し今年中に発射する予定です。その隣に宇宙科学館を設立しました。この宇宙科学館の運営の計画を立てながら全国を対象に設問調査を行いました。応答者には学生が多く、女

子と男子の比率はほぼ同じでした。2月12日に開館する予定でしたがまだテストマーケティングだけをしております。

宇宙科学館はまだ開館の前だったので、ほかの科学館に対しての調査をし、科学館を訪問する頻度、博物館でよく利用する利便施設などについて調査しました。

日本の科学館を見ると、ミュージアムショップが、来るたびに大きくなり豊かになることが見え、レストランも変化していくことが見えました。韓国も同じく変化していくと予測し、準備をしています。何よりも博物館と競争になるレジャー・マーケットの中で、たくさんの人が映画館によく行きます。このような事実を分析し資料を整理してマーケティング戦略システムを立て、これを持続的にコントロールし管理しなくてはなりません。

いよいよ私が作り出したマーケティングの戦略の説明をいたします。

私の名前はハンビです。発音がハニー(Honey)と似ています。アメリカ人は自分が好きな人をハニーと呼ぶそうです。それで、私がハニーソリューションと名付けました。

Hanheè 4s's Market Mix Strategies for museums といって、私はSで始まる四つの要素を組み合わせてマーケティング戦略を作り出しました。

21世紀はフィーリング(Feeling)に感動する時代だともいえます。

すべての人々がフィーリングで自分の行動を決めるという意味もあります。Symbol, Sense, Space, Simulation といって、博物館が何を与えているか、Symbol とは健康か幸せか平和か平和な自然環境などの目に見えない Symbol を与えることにピントを合わせる戦略であります。

Sense; 人々は博物館のサービスを全身で感じ、その価値を計算します。最近ではユビキタスの時代ともいいます。博物館に行かなくてもいくらでも博物館をいろいろな方法でわかります。時間は場所所有の効用を極大化できます。博物館に直接に行かなくてもインターネットを通じてどこでも受けられるサービスを提供したときに人は喜びます。

それでも人は実物を直接に見て触りたいという欲望が強いため、このようなサービスを提供しても博物館に来る人は減らないと確信します。それが3つ目の Space です。

4つ目は Simulation です。博物館へ行くたびに新しい期待をもって来るようにすることです。

それで多様なプログラムをたくさん作って、来るたびに新しいことを感じる驚きと生の感動が必要です。

私は今日、科学技術館を見学しました。これに合わせて例をあげてみます。今日、自動車特別展がありました。時間があればもっと観覧したかったですが、自動車特別展なので以前にはない新しい期待を持ち、新しいことを感じられました。展示されているハイブリッド車を見て環境を汚さず、幸せに暮らせる地球を作っているというイメージが伝わり、イメージがよくなりそうです。

それで、博物館に行ったら、そこは本当に環境を考える場所で、地球の温暖化を防ぐ仕事をしていると考え、博物館が価値のある仕事をしていると思わせることで、博物館の価値が高くなります。

昨日私は国立科学博物館に行ってすべての展示を見ることはできませんでした。IDカードがあって、韓国に帰ってから展示がまた見られるサービスを受けて嬉しかったです。このように Symbol ; 象徴的に技術や価値を提供し、いろいろな仕事を組み合わせるサービスを与えたときに「この博物館には私が望むことがある」と思い、よく行きたくなり、好きになります。

それで、うちの博物館を含め、韓国のたくさんの博物館がこんなキャンペーンを実施しています。多様なプログラムを一生懸命に作って提供し、人々に博物館を感じさせています。

これから、私たちの博物館で行っていることを絵でお見せしたいと思います。

少し恥ずかしいけど、ひとつ自慢したいことがあります。韓国での恋の日を2月14日のバレンタインデーの代わりに5月31日の端午（ダンオ）に変えるキャンペーンを今年で五年目になりますが、行っております。端午は中国にもあり、日本にもあります。東洋の国がこの日を恋の日として指定できると思います。

そしてうちの博物館にある新羅粉青沙器（シンラブンチョンサギ）というものは全世界で唯一、鶏龍山（ギェリョンサン）だけで作られたものです。

そして気候変化と自然生態という特別展を開催しました。これはうちの博物館の象徴である自然、恋、文化や芸術に対する情熱などの象徴的なことをみんなに見せるための活動の一つです。

訪問するたびに新しい期待をもってこられる特別展のプログラムを行っています。

資料を見ると教育との連携ということがありますが、これらすべての戦略は、博物館を訪れる人が学

生のため、学校との連携が重要だと思い、こんな研究を行っているので、果川（カチョン）科学館の新しい情報を皆さんに知らせるためにこの資料に乗せました。

この資料は2日前に調査が完了したものです。カチョン科学館は去年の11月に開館しました。ここは幼稚園と専門家のための展示は用意されましたが、小学校4・5・6年生、中学校1・2年生向けの連携がほとんどありませんでした。

それで今度新しい企画書を出してそれが決まると、たぶん来年ごろには小学校4・5・6年生、中学校1・2年生のための展示館が建てられます。

この企画書には、学校との連携も大事だが、学校との連携だけじゃ面白くなさそうなので半分半分にするという計画を書きたいです。

結論的に、楽しく実験しながら学ぶためには理解と交流の場になるようにすることが重要であります。これは私が2005年から主張していることですが、博物館がワンストップ・ショッピングセンターになることを主張します。

先に、ほとんどの学生が博物館へ行くよりは映画館に行くことを好むという資料をお見せしました。また、子供は博物館へ行くよりは有名な歌手のコンサートへ行くことを好みます。ゲーム・ファッションショーなどを好みます。

これは、博物館で映画を上映し、ファッションショーも行い、ゲームショーも行いながらおいしいものも食べるなどのたくさんのことが博物館でできるようになれば、まず、博物館に来るようになります。来ると見るようになり、たくさん見るとまた好きになります。病院には素敵なレストランがあって、スーパーマーケット、銀行、郵便局、美術館などがあります。

5年前には考えられなかったことでした。ブレーンストーミング、今まで持っていた固定観念は全部捨てましょう。韓国人は博物館がつまらない場所だと考えます。博物館とは未来を語る場所でしょう。

最も先端なものを持っているべきだと思います。そして人が訪問するような魅力を作りましょう。これを戦略的に申し上げると、「楽しく学ぶという利用者の立場に立ったマーケティングとマネージメント」が最も重要であるということです。我々の考えを変えるとチャンスが訪れます。

ハニーズ・マーケティング・ソリューションが皆様の役に立つことを期待し、お話しを終えさせていただきます。（訳語文責：高橋信裕/JMMA事務局）

〈指定討論〉

ミュージアム・リテラシーを
涵養する博物館運営

国立科学博物館 小川 義和

ミュージアム・リテラシーとは

本発表では国立科学博物館における教員のミュージアム・リテラシー向上への取組を事例にしてミュージアム・リテラシーの在り方を議論し、博物館運営に対する示唆を探った。

ミュージアム・リテラシーについて、いくつかの議論がある。例えば、長崎は、①博物館そのものの在り方に関する議論、②科学リテラシーやサイエンスコミュニケーション育成のための博物館の利用に関する議論、③ミュージアム・リテラシー等の博物館利用に関する能力についての議論、に総括している¹⁾。

特に③のミュージアム・リテラシー等の博物館利用に関する能力については、「子どもたちが博物館や資料を使いこなすためのでだて—しかけや能力（リテラシー）」「子どもたちが博物館を主体的に利活用できる能力」等の定義が提案されている²⁾。ここでは、上記の定義を踏まえ、ミュージアム・リテラシーを子どもたちに限らず全ての人々にかかわる能力で、かつ生涯にわたり育成していく能力と考え、「個人が博物館を理解し、生涯を通じて主体的に利活用できる能力」と暫定的に定義した。

教員のミュージアム・リテラシーの必要性

さて、教員のミュージアム・リテラシーの必要性の背景の一つとして、学習指導要領の改訂が考えられる。平成20年に告示された中学校学習指導要領理科では、「博物館や科学学習センターなどと積極的に連携、協力を図るように配慮すること」という記述が新たに付加された³⁾。このような博物館等の活用に関する記述は小学校・高等学校理科の他、社会科、

美術や総合的な学習の時間等でも見られる。

これらは生徒の実感を伴った理解を図るために、授業における博物館等の活用の促進を示している。授業において博物館を効果的に活用するためには、教員自らが博物館の学習資源としての有用性を理解するとともに、生涯にわたり博物館を主体的に利活用する能力であるミュージアム・リテラシーを持つことが必要である。

教員のミュージアム・リテラシー向上のための取り組み

国立科学博物館は教員の免許状更新講習について文部科学省からの委託を受け、「教員のための最新自然科学研究入門」「教員のための博物館活用法」の6時間単位の2プログラムの開発と試行を行った。前者は自然科学研究の理解を通じて教員の資質向上を図ることを目的とした。後者は新習指導要領を理解するとともに、教員のミュージアム・リテラシーの向上を目指すことを目的とした。

後者を受講した教員からは、講習の内容と運営方法とともに、受講した効果についても高い評価を得た。特に広い視野の修得、技術・指導法の修得・活用、講習内容への興味・関心等が高く評価された。また講習終了後、講習に参加した教員が学校と博物館の連携を検討する会にて進化の単元の指導展開例を発表したり、国立科学博物館の教育用貸し出し標本を借りて理科の授業に活用したりする事例があった。将来的にこれらの教員はコアな理科教員としてまた学校と博物館をつなぐ人材として活躍し、地域の科学教育を主導することが期待される。

米国においては教員の質の確保と向上が課題となっており、教員の生涯にわたる免許の更新・上進（より上位の免許）等に大学と博物館の連携した講座が活用されている事例がある⁴⁾。博物館が更新講習を行うことは、これを契機に教員が人生の様々な場面で博物館に出入りし、地域の情報や最新の知識技能を習得し、自発的な能力開発を図るなど、教員の生涯学習の場としての博物館の有用性を再認識することにつながるであろう。

ミュージアム・リテラシーを涵養する博物館運営
～科学系博物館からの提案～

人工的な環境や人間と科学技術との関係も対象とするなど、科学技術の扱う範囲が広がってきている。また科学技術の高度化、科学技術と人々の意識との乖離が進むなど、科学技術と社会の関係性が改めて



問われている。科学技術と社会の関係が流動的になっている現在、社会における科学系博物館の役割も再検討すべきである。

例えば、学校の理科や科学館では主に自然現象の原理や法則の理解やそれについての探究を基本とする学習が行われている。これは、実験や観察によって再現性が求められる領域である。一方、標本資料の歴史性に重きを置く博物館は、科学技術の歴史的発達、生物多様性や進化の歴史的説明を扱っている。これらは、証拠に基づく解釈により成り立つ領域と言える。今後は持続可能な社会の構築が求められていることから、博物館・学校においても過去の歴史的理解と現在の科学的認識を踏まえ、人間、科学技術、自然のこれからの関係を考察する領域も扱う必要がある。博物館には、総合的な視点からの選択をともなう課題解決型の教育活動や地域社会の具体的な課題に直接寄与する博物館活動が求められるのであろう。

人々は博物館に何を期待し、訪問によって何を持って帰るのであろうか。博物館は利用者に何を期待し、どうなってもらいたいと考えるべきなのであろうか。博物館は地域社会にどのような貢献ができるのであろうか。ミュージアム・リテラシーの涵養に当っては利用者側と博物館側からのアプローチが必要である。博物館は知の集積所ではあるが、「知識ある博物館が知識のない人々に伝える」というモデルから脱却し、人々と共に考え、知識を共有し、次世代に継承する場としての役割も重要である。それは博物館を取り巻く環境の変化を前提とし、人々や諸機関と連携協働して新しい知を創出する、対話型の博物館運営を示唆している。

(注)

- 1) 長崎栄三：科学技術リテラシー構築のための調査研究 サブテーマ1 科学技術リテラシーに関する基礎文献・先行研究に関する調査報告書、国立教育政策研究所、2006
- 2) 佐藤優香：ミュージアム・リテラシーを育む—学校教育におけるあらたな博物館利用を目指して—、博物館研究、38 (2)、6—10、2003、及び、田邊玲奈・岩崎誠司・亀井修・小川義和：異分野の博物館連携によるミュージアム・リテラシーの育成—国立科学博物館の上野の山ミュージアムクラブを事例に一、日本科学教育学会年会論文集、29、13—14、2005
- 3) 文部科学省：中学校学習指導要領、2008
- 4) 小川義和：科学系博物館と大学の連携による人材養成プログラムの課題と展望—米国の科学系博物館における教員養成・研修プログラムを事例に一、科学技術コミュニケーション、5、69—78、2009

〈指定討論〉

歴史系博物館における ミュージアム・リテラシー

国立歴史民俗博物館／
総合研究大学院大学 教授
小島 道裕

1. 歴史展示の問題

歴史系博物館の根本的な問題は、展示の対象である歴史に実体がない、ということである。歴史とは人々の脳裏に作られた「歴史像」であり、それは個人によって異なる。歴史の見方はさまざまであって、どれが正しい、と言うことはできない。

歴史像の押しつけは避けなければならないのであり、「正しい歴史を教える」という立場を取るなら、歴史博物館は存在を許されないことになる。特に、国の歴史を国が展示することは国定教科書になりかねないため、この問題については、当館では当初から強く意識されていた。初代館長の井上光貞は、設立準備室の発足に当たって次のように述べている。

「歴博はただ、人々が自分の歴史像をえがくための産婆役であることにこそ、積極的な意味がある」⁽¹⁾

この、利用者が自ら歴史像を描く支援という主張は、一種の構成主義的な考え方であり、今日的な博物館のあり方を先取りしていたと言える。

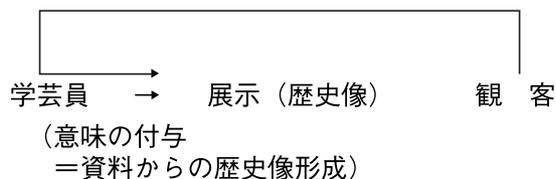
博物館におけるコミュニケーションモデルは、古典的には次のように考えられていたと思われる。

学芸員 → 展示（歴史像） → 観客
(意味の付与) (意味の解読)

しかし、このモデルは、すなわち特定の歴史像の押しつけに他ならず、歴史系博物館には本来不適合、ということになる。

2. 歴史はどのように展示することができるか？

では、歴史展示はどのようになされるべきだろうか。歴史とは歴史像に他ならないが、しかしそれは空想ではなく、現存する歴史資料を理解することで獲得される。研究者が歴史像を作る行為、すなわち歴史資料の意味を開き汲み出す過程を観客が共有するなら、歴史像の押しつけにはならない。必要なのは、観客が学芸員と同じ位置に、歴史像をつくる主体として立つモデルである⁽²⁾。



この場合、展示は歴史像を作るための素材であり、「一緒に考える場」である。従って、歴史系博物館における学習やコミュニケーションの問題は、展示や資料と別にあるのではなく、本質的にそこに含まれると見なすことができる。

展示は、歴史そのものではない。歴史は博物館の外で行われた人々の営みであって、博物館は、その全体を見渡し、情報を得るためのビジターセンターであり、そこを探訪するための技術を身につけるトレーニングセンターである。このような、展示と現実の歴史の関係を理解することが、歴史系博物館におけるリテラシーの重要な点であろう。

3. 歴史系博物館におけるミュージアム・リテラシー

歴史系博物館におけるミュージアム・リテラシーとは、例えば、「展示の場において、資料の理解に基づいて自ら歴史像を形成する能力」と言える。

博物館の展示や資料が、観客が歴史像を構築するための素材であるとすれば、それを生かすための「ソフト」ないし「レシピ」は不可欠の要素である。博物館は、対象に応じたその開発によって、観客の歴史像形成を支援することが必要である。ただし、それは「わかりやすくすること」と同じではない。「わかりやすくする」は、かえって単純化や既成概念の増幅、すなわち押しつけにつながりかねない危険性がある。

学校教育においても、近年は資料の読み解きに基づいて自ら考察することを重視する傾向があり、その素材としての博物館の重要性は高まっている。



4. 学習プログラムと歴史のリテラシー

博物館資料を用いた実際のプログラム例として、洛中洛外図屏風を用いた工夫をいくつか紹介した。

実物大の洛中洛外図屏風から人物などの特定場面を切り抜き、パズルとすることで、細部に注目して個別画像の意味を考える。また、画面から特定の人物を選んで付箋に台詞を書き、吹き出し風に付けて、その意味を説明してみる。

修学旅行の事前学習としては、「点と線」の日程表をこなすだけになりがちであるため、地図上で行き先を確認して屏風と見比べ、屏風の地理的構成を読み解くことで、空間的な把握ができるようにする。また、1525年という屏風の制作年代を一つの基準とし、それとの比較によって変化を検証することで、時間軸の把握を可能にする。すなわち、空間と時間の感覚を養い、いろいろな時代の層（レイヤー）が重なって歴史的な景観が作られていることを理解する。事後学習として、自分たちの京都での訪問先や行動を、洛中洛外図屏風にならってミニ屏風にする。

このようにして、現在もまた歴史的な層の一つであり、自分たちがその当事者であることを意識できるようにすること、それが歴史のリテラシーであり、博物館の展示と資料はそのために重要な役割を果たすことができる。

当館の常設展示は、第1展示室「原始・古代」から第6展示室「現代（2010年3月オープン）」までがあるが、実はその先に「第7展示室」が存在する。それはすなわち、博物館の出口の外に広がり、今まさに我々がつくっている歴史である。

(注)

- (1) 井上光貞「国立歴史民俗博物館の構想」『文化庁月報』118号、1978年7月。該当部分は、『国立歴史民俗博物館十年史』所収。
- (2) 小島“Developing Exhibitions as Resources for Learning”「学習の素材としての展示」(ICOM/CECA2004)。国立歴史民俗博物館HP中の小島の頁に掲載。

〈指定討論〉

美術館における ミュージアム・リテラシー

東京国立近代美術館 主任研究員
一條 彰子

■美術館と利用者

ミュージアム・リテラシーを来館者の美術館（博物館）利用に関する能力とするならば、まず、日本の美術館の教育普及活動の変遷をたどることで、美術館と利用者の関係を見ていくことから始めたい。

戦後から1960年代にかけて、近代美術館という新しいタイプの美術館が設立され始め、普及事業（未だ「教育」の文字は入っていない）にも熱心に取り組んだが、その内容は学芸員や作家による講座・講演がほとんどで、啓蒙的に〈教える〉性格のものであったといえよう。70年代から80年代にかけて美術館の建設ラッシュがおき、各地に県立、市立美術館などが数多く設立されることで普及事業も多様化し、カルチャーセンターの流行する中で、アトリエや実技講座を持って作品を〈作る〉こともできる美術館が現れた。その後、作る行為にワークショップ的な〈参加する〉という性格が加わり、対象も成人だけでなく子どもを含むファミリーに拡大する。そして90年代、海外からVTS¹⁾を初めとする鑑賞教育の新しい理論と方法が紹介されたことを契機に、ようやく〈見る〉領域に美術館が乗り出すことになる。ミュージアム・エデュケーションの概念も輸入され、美術館教育という言葉、または美術館の教育普及活動という分野も認知されるようになった。21世紀の現在、美術作品を〈見る〉鑑賞教育は、学校と連携することで新たな注目が集まっているという状況にある。



この流れは、美術館の行う教育普及活動が、「来館者を増やすための普及活動」から、「将来の来館者を育てるための教育活動」へ、ゆるやかにシフトチェンジしていく過程とも言える。あるいは、作家や制作意図を鑑賞者に伝えることを旨としていた美術館が、鑑賞者自身の自由で自発的な享受に目を向けていく過程ともいえるかもしれない。つまり、鑑賞者の能力（ミュージアムリテラシー）の向上に、ミュージアムもまた責任を持つという姿勢が示されつつあるのではないかと、ということである。

本シンポジウムでは、美術館で展開されている鑑賞教育についてスライドトークを交えて紹介し、科学系/歴史系博物館のミュージアム・リテラシーと比較しながら、これからの美術館におけるリテラシー教育についての提言を試みた。

■スライドを使った対話による鑑賞の体験

美術館関係者が少なかったシンポジウム聴講者のために、私の勤務館で日常的に実施している「対話を取り入れたギャラリートーク」を、スライドを用いてデモンストレーションした（図版1）。



図1. 古賀春江「海」1929年
所蔵：東京国立近代美術館

ここでは私からは解説を施さず、会場の聴講者から、絵を見て感じたこと、考えたことを話してもらった。「ここはニューヨーク」「ポスターのよう」といった直感的な印象から、「モチーフが有機体と無機体の二種類ある」「異なる時空が組み合わせられている」といった分析的なもの、「ファッションから大正時代あたりか」といった推理、「女はこの状況をなんとかしたいと思っている」といった物語的なものなど様々な発言があり、私はファシリテータ（進行役）として「どこを見てそう思ったか」と掘り下げるこ

とで、作品との関連付けを意識させつつ聞き取っていった。時間が限られている中で10分ほど時間をとったが（美術館では通常20分ほどかけてディスカッションを深める）、会場から次々と手が挙がり13名の発言を得たところで打ち切らざるを得なかった。他者の意見を聞くほどに触発されるようで、後半に行くほど挙手は増えていった。

最後に、一般的な作品解説（作者や制作当時の社会状況についての概説、飛行船ツェッペリン号やモダンガールなどモチーフの指摘、雑誌からの切抜きなどによるコラージュ技法、シュルレアリスム絵画との関係についてなど）を読み上げた。そして、前者（対話を取り入れた鑑賞）と、後者（解説＝教える鑑賞）の違いについて比較してもらった。多くの聴講者は、後者の解説を興味深く聞きながらも、前者の体験のほうが知的スリルに溢れ充足感があると感じたようであった。また、もし解説を先に聞いていたら、前者のように推理や連想が広がらなかったのではという問いかけに頷いていた。

前者（対話を取り入れた鑑賞）において鑑賞者が行ったことは、図2に示す4つの行為を繰り返しながら深めることであった。つまり「よく見る」→「感じ、考える」→「言葉にして話す」→「他者の意見を聞く」→「聞いてさらによく見る」→「批判的にさらによく考える」…という反復である。



図2. ギャラリートークで行われること（DVD [国立美術館鑑賞教材パイロット版、2007年]

ファシリテータの同意や促しといった的確な進行があれば、鑑賞者はその作品についてあらかじめ知らなくても、臆せず自分の感覚や経験を総動員して意見を述べるができる。この方法の優れた点は、自ら興味を持って鑑賞しようとする態度が身につくことであり、この点で美術館教育は学校教育と目的を共有できる可能性がある。

■新学習指導要領と美術館

美術そのものを学ぶこと以上に、美術を通してさまざまなことを学ぶことが期待される、このような新しい形の鑑賞教育の考え方は、学習指導要領にも反映されている。小学校学習指導要領（平成20年3月告示）には、改善の要点として次のような点が記されている。

- ・「共通事項」の新設：表現と鑑賞の活動で発揮される子どもの資質や能力として、「自分なりに色や形の特徴をとらえる」とことと「その特徴から自分なりのイメージを持つこと」が明記された。共通事項は中学美術にも新設され、小中を通して育てるべき資質や能力として位置づけられた。
- ・言語活動の充実：「鑑賞」に、話す／聞く／話し合う／コミュニケーションといった記述が追加された。
- ・美術館との連携：美術館などを利用するだけでなく「連携」を図ることが追記された。

「共通事項」の「色や形の特徴をとらえ」て「自分のイメージを持つ」ことは、先にあげた鑑賞の方法そのものである。言語活動の充実は、いずれの教科でも今回重要視される場所であるが、美術館と連携した鑑賞学習の効果に、これまで以上に期待がかかっていることがわかる。

■美術と美術館、美術館リテラシー

とはいえ、学校と美術館が違う以上、学校で学べることと美術館で学べことは違う。また、美術館で学ぶことと、科学系歴史系博物館で学ぶことにも違いがある。美術館で学ぶために必要な、あるいは美術館で学ぶべきリテラシーとは何か。長田謙一は鑑賞者の視覚性について「フィルター」という言葉を用いて語ったが²⁾、これに倣ってリテラシーを試考してみたい。この場合のフィルターとは、人が作品（現代美術や行為の美術も含めたアート全般といったほうが理解しやすい）を作るとき見るときに働く、主観や価値基準といったものを指す。「ものの見方」といっても良い。

まず、美術には科学系博物館における「原理」にあたるものを定めるのが難しい。学習指導要領には「良さや美しさを鑑賞する」とあるが、美術作品には絶対的な「良さや美しさ」が初めから備わっているのではない。評価は、受け手（鑑賞者、美術館）の主観や、時代のコンテクストといったフィルターによって変わるものだからである。

美術館もまたフィルターのひとつともいえる。個人コレクターにしろ学芸員にしろ、誰かのフィルターを通して作品を購入し、価値付け、展示するのが美術館である。美術史などを学習することもまた、フィルターを身につけることである。

では、何らかのフィルターを身につければ美術リテラシーを獲得したと言えるのか。そうではないだろう。なぜなら、美術（特に現代の美術）には、ものの見方（フィルター）そのものを変えたいという目的とその力を持つからである。ある種の作品は鑑賞者に、これまでにない見方を突きつけ、揺さぶり、変容させる。既存の価値や固定観念というフィルターを疑う能力もまた、美術のリテラシーであるといえるのだ。

つまり美術のリテラシーとは、柔軟な自分のフィルターを持ち続けることであり、そのために必要な「主体的な／私らしい」鑑賞を保証することが、美術館の役割なのではないだろうか。

■まとめ——美術館におけるリテラシー教育のあり方

ミュージアム・リテラシーを考えると、ミュージアムの外側にある視覚文化までを意識するのはどうだろう。まず、前提としてビジュアル・リテラシーを「視覚情報に溢れた現代社会を生き抜くために持つべき選択眼・美意識」ととらえ、やや狭めてアート・リテラシーを「作品を主体的に見て感じ取る柔軟な感受性」とすれば、そのうえでミュージアム・リテラシーを、「それらのために美術館という文化資本を使いこなす力」と定義づけることが可能かもしれない。

美術館が経済的に厳しい状況に立たされる時代に入って久しい。理解を得られにくい現代美術も含めて、美術館が多くの人に愛され支持され続けるためには、初めて見る作品にもたじろがず、果敢に自らアプローチできるような好奇心と鑑賞力を備えた、ミュージアム・リテラシーを持つ来館者の育成が必須であると思われる。

そのためのひとつの方法として、学校教育と連携して、教える鑑賞（例：評価の定まった名作を美術史的知識とともに見る）を体験する鑑賞（「見ているつもりで見えていない」ことから脱却し、「見る／気づく／考える／言葉にする／より見えてくる」などの鑑賞体験に誘うことによって、主体的に作品に関わることの面白さに気づかせる）に変え、美術館の魅力を子どもたちに伝えることが大切だ。美術館は、子どもや来館者の「自発的な鑑賞」を保障し、その

能力育成に寄与することによって、人と芸術との関わりをより深める場となることができるはずである。

（注）

1) VTS, Visual Thinking Strategies

ニューヨーク近代美術館で1990年代に実践された鑑賞指導法。進行役（ファシリテーター）が、「作品についてできるだけ多様な感想や意見を引き出し、オープンエンドに討論させることで、リテラシーとしての思考の能力を高めていくことを目的としている」（ふじえみつる「美術鑑賞教育の一つとしてのアート・ゲームについて」、『愛知教育大学研究報告書第52号』2003年3月）。

2) 長田謙一、講演録「〈視覚性〉はどのようにしてひらかれうるか—〈美術館／鑑賞／学校〉の可能性のために、『平成20年度美術館を活用した鑑賞教育のための指導者研修記録集』、独立行政法人国立美術館、2008年

会 員 研 究 発 表

評価しながらすすめる展示開発 —日本科学未来館における新規常設展示 「地球環境とわたし」の開発事例—

日本科学未来館

池辺 靖・石川 泰彦
小川 陽子・奥矢 恵

1. はじめに

あるメッセージを伝えることを目的とした展示を製作するにあたり、製作途中のいくつかの段階で、ターゲットとする観覧者を対象に調査を行い、結果を設計へフィードバックさせることは、効果的な展示を実現させるために重要なプロセスである。今回、日本科学未来館の地球環境分野における新規常設展示の開発（図1）にあたり、以下の2つの調査をおこない、展示開発のスキームに取り入れることを試みた。一つ目は、基本構想の段階において、設定したメッセージが観覧者に無理なく理解される適切なものかどうかを調査するもの。そして二つ目は、基本設計の段階において、メッセージを伝えるための展示手法が想定通りの効果を発揮するかどうかの調査である。以下の第2節ではまず、メッセージをどのように設定したのかを述べ、そしてメッセージを伝えるための展示手法のフレームワークのコンセプトについて第3節で述べる。来場者調査による、それぞれの評価について、第4、5節で述べる。

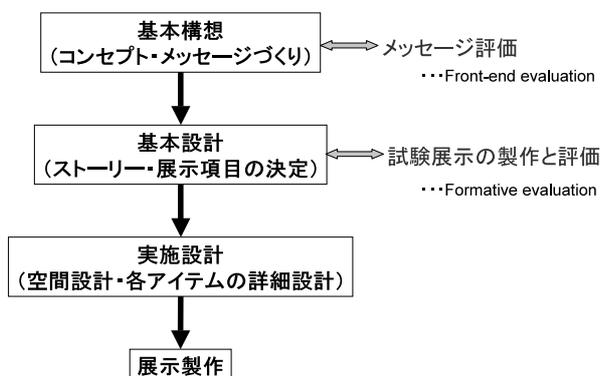


図1. 評価しながら進める展示開発のスキーム

2. 新規展示のメッセージ設定

地球環境問題は、全人類的な最重要課題となっているが、人々はマスメディアなどを通じてもたらさ

れる膨大な情報の前に、未来に向けてどのように進んでいけばよいのか様々なレベルで困惑し、悩んでいると思われる。このような情勢のなか、科学コミュニケーション活動として重要な柱のひとつは、環境問題の背後にある科学的本質、すなわちここでは地球システムの持つ「循環」の概念を、市民に理解してもらうことであると考えた。さらにこの科学的本質は、社会が未来を選択するとき、市民が共通に持つべき「科学の道具」として認識してもらうことが重要であると考えた。すなわち展示のメッセージとして、“環境問題の科学的本質は「循環」にあるということ”、そして“その「循環」の概念を未来社会をつくるための「科学の道具」として認識すること”、と設定し基本構想とした。

3. メッセージを伝えるための展示手法

展示観覧の体験を通じて、展示のメッセージを心に残る形で持ち帰ってもらうためには、どのように展示をつくれればよいのか。我々は、以下に述べる“リンクと個人的体験化”という展示体験の枠組みを設定し、今回の展示開発における基本的な考え方のひとつとした。

・リンク

展示に対して来場者は決して無条件に観覧行動を開始するわけではなく、来場者それぞれにとってhookとなる情報が、展示物から発信される必要がある。それによって、来場者が表象する素材や現象と展示物とが結びつき、すなわち両者の間になんらかのリンクがはられるということが展示体験の入り口となる必要条件であると考えた。

・個人的体験化

観覧を始めた来場者が、展示メッセージを心に残る形で持ち帰るために必要な条件として、個人的体験化というものを設定した。観覧者が思い浮かべやすい、あるいは馴染みのある事物と、展示の中に発見する事物との間で起きる相互作用によって、観覧者にとっての新しい気付きや発見、アイデアが生まれるとき、その展示観覧は、観覧者個々人のユニークな体験となる。このような展示の個人的体験化が、心に残るメッセージをつくりだすと考えた。

以上のことをふまえて、環境問題の本質としての「循環」という概念を理解し、それを「科学の道具」として認識する、というメッセージを、リンクと個

表1：基本設計

STEP 1	導入	環境問題について悩める市民の姿を描く
STEP 2	循環	環境問題の本質としての「循環」の概念を伝える
STEP 3	科学技術	先端環境技術を、「循環」の視点から評価して紹介
STEP 4	意見発信	観覧者の意見を発信する場を設け、展示観覧体験のまとめとする

人的体験化という枠組みにより伝える展示を、以下のように構想し、展示の基本設計とした。

表1に示したように、展示を次の4つのSTEPから構成した。STEP1の導入では、環境問題について悩める市民の姿を描いて来場者と展示とを結び付けることで、観覧動機を誘発させることをねらい、STEP2が、環境問題の本質としての「循環」の概念を伝える役割を担う。そしてSTEP3では、具体的な科学技術を「循環」という視点から評価して見せることで、「循環」の考えを「科学の道具」として用いる模擬体験の場となることを期待した。さらにSTEP4には、来場者の意見発信コーナーを設け、自らが得た発見や気づき、新たな疑問などを発信することにより、展示体験のまとめとすることを考えた。

4. メッセージ評価：

「循環」の概念に対する理解度調査

基本構想において、メッセージを「循環」という概念を伝えることとしたが、この「循環」を人々に無理なく伝えることは可能なか。メッセージ設定に対する妥当性を確認するために、我々は、常設展示場内において来場者に対する直接インタビュー調査を実施した（2006年10月）。「循環」を図2に示したフリップを用いて説明し、理解できたかどうか、

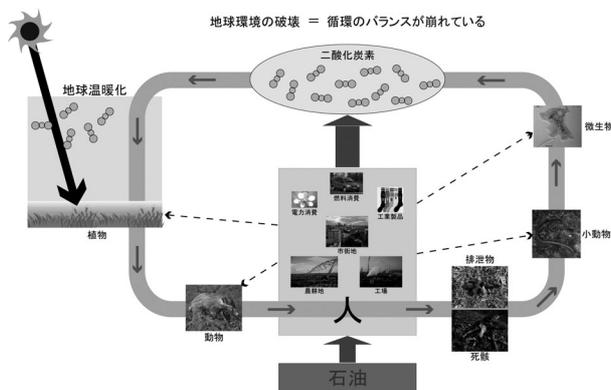


図2. インタビュー調査に用いた「循環」の説明フリップ

理解できないところはどこかを調査した。2日間の調査で様々な年齢層から合計41人のインタビューを行うことができた。その結果、多くの場合、食物連鎖の話から「循環」へつなげる形で、「循環」の概念を無理なく理解できることがわかった。しかしながら、糞や死骸が分解されて二酸化炭素へ変換されていくところなど、分子レベルでの物質的視点から循環を理解することが困難な場合があることや、より若い世代ほど、自分自身を循環の中に位置づけられないといった、年齢による差異が明かとなった。

5. 試験展示の制作と評価

基本設計の段階で、我々はリンクと個人的体験化という枠組みを設定して、STEP1-2-3-4からなる展示構成を考えた（表1）。この展示構成と個々の展示手法の効果を検証するために、我々は試験展示「地球環境を考える」（2007年3月～2008年8月）を制作し、それをを用いた来場者調査を行った。

「地球環境を考える」は、展示空間の主たる構造体として、3面の壁に囲まれた家型の空間を設け、その家の外壁の1つをSTEP1（入り口）とした。STEP2の展示として、家の内壁部に「循環」のメッセージを伝えるためのインタラクティブコンテンツ、および家の外にやはり「循環」を解説するグラフィックパネルとサンゴ水槽とを展示した。そしてSTEP3としては、環境技術のひとつであるバイオマスプラスチックについて展示した。さらにSTEP4として、来場者が自由に意見を書いて掲示する仕組みを設けた。

この展示構成のねらいの中心は、STEP2で「循環」の概念を伝え、つづくSTEP3の環境技術展示において、来場者自身で「循環」をひとつの「科学の道具」として用いて、技術の評価を行うという体験をすることにあつた。果たして、この展示構成は期待通りの働きをするのだろうか。そのことを検証するための来場者調査を、黒岩啓子氏、江水是仁氏の協力のもとに行った。

STEP1-2-3の流れの中で、「循環」の概念を伝え、「循環」を「科学の道具」として使うことの意味が果たして伝わったのかどうか。それを調べるために、STEP2の部分の展示観覧の有無が、STEP3の展示の理解に影響するかどうかを調べた。その具体的な方法は、以下のようなものである。すなわち、観覧前の来場者に声をかけて調査協力を依頼し、同意していただいた方のうち半数には、STEP1-2-3全ての展示を順番に観覧（完全観覧）するように指示をして、もう半数の方には、STEP1とSTEP3の

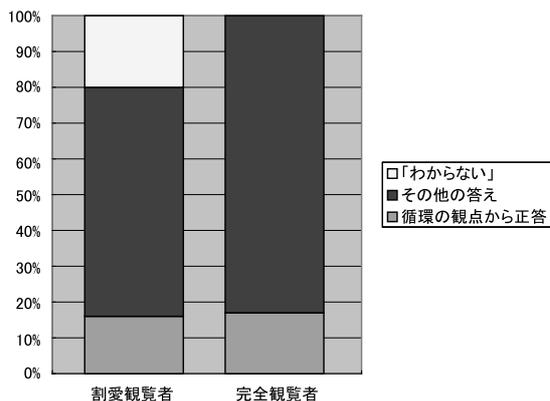


図3. 試験展示における来場者調査の結果

みの観覧（割愛観覧）をしてもらった。STEP 4は評価の対象から外し、調査時は撤去しておいた。そして調査協力者の観覧終了後に、「植物からプラスチックを作ることは、環境によいと考えられます。それはなぜか、具体的に教えてください。」という質問をした。この質問に対する“正答”は、カーボンニュートラルという考え方を提示することであったが、この正答率では完全観覧者と割愛観覧者とは差は見られなかった（図3）。しかしながら、割愛観覧者のうち20%の人が、単に「わからない」としか回答できなかったのに対し、完全観覧者においては、単に「わからない」としか回答できなかった人は全く存在せず、科学的には必ずしも正しくはないものの、全員が何らかの回答を出していたという結果が得られた。

以上のことから、STEP 1-2-3の展示構成により、「循環」という科学の道具を“正しく”使うということにはつながらなかったが、自分なりに技術の意義を考えようという、観覧者からのより積極的な働きかけが誘発されたのではないか。つまりSTEP 1-2-3の展示構成が「科学の道具」を使おうという動機付けに、一定の効果をもたらしたと結論づけた。

6. 新規常設展示の制作

これら一連の調査を経て、地球環境分野の新規常設展示は設計・製作され、「地球環境とわたし」として、2008年10月より公開されている。

謝辞 我々の日本科学未来館での展示評価研究の取り組みに際し、館内外の多くの方々のご指導、ご協力をいただきました。特に、江水是仁氏、大原一興氏、黒岩啓子氏、並木美砂子氏、西源二郎氏に、感謝申し上げます。

博物館法における大前提の原則の検討

—博物館資料へのアクセス権、そして「博物館の自由」論の再考—

桃山学院大学

井上 敏

1. はじめに—問題の所在

これまで博物館法は12回の改正が行われたが、一部の条文の変更・追加はあっても法の性質を変えるような大改正はこれまで行われていない。博物館法の改正が多くの場合、このような結果に終わることの大きな理由の一つとしてどのような法改正にするのか、博物館界において明確な方向性が打ち出せなかった、あるいは幾らか打ち出しても十分に業界の中で議論され、コンセンサスを得たものとならなかったことにある。つまり日本における博物館法改正問題の本質は「博物館」と「法」の関係をどのようにするのか、我々博物館人に明確な哲学がないことに最大の理由があるのである。2008年6月の最新改正もまた博物館の評価やその情報公開を行うこと、学芸員の研修に関する努力規定を加えた程度にとどまった。

一方で現在の社会全体の改革、特に小泉内閣によってはじめられた改革はその影響が大きく、これまで十分に博物館の法制度を確立できているとは言えない状態の博物館界に大きな混乱をひきおこすことになった。小さな政府の名の下、規制が緩和され、博物館の業界を含めて、様々な分野が民間に解放されることになった。この事にはメリットとデメリットがあり、ビジネスチャンスを作り出す点では評価されるべき点ではあるが、逆に私達の生活の質の維持やそれを安心・安全の面から支えるという観点からの制度は崩れだしてしまっている。本来なら新たな制度を作る場合、セーフティネットを設けて、もしもの場合に備えておくのであるが、十分に制度を設けず、その結果として社会不安を発生させる結果となった。そのため、公共サービス基本法といった規制緩和の揺り戻しのような立法が現在では行われるようになってきている。

また旧48基準が現在の「公立博物館の設置及び運営上の望ましい基準」（2003年）となってからは学芸員の数の規定が無くなり、努力目標とされた点で、学芸員の数を確保することが難しくなった。博物館

の質を担保するためには多くの優秀な人材を学芸員として確保し、それを博物館に必置することが必要であると考え、これが逆に地方自治体の財政難もあって、ますます公立博物館の学芸員数を維持することを難しくした。また国立館の独立行政法人化や公立館における指定管理者制度の導入、そして一部の直営ではない公立館・私立館の新しい公益法人制度の導入などにみられるように、嵐の中の小舟のように様々な改革の前に博物館は翻弄されている。

一体、博物館と法の関係はどうあるべきなのだろうか。このような混乱の中でも動かない、ブレない博物館の思想の柱が必要であり、それを博物館法の中で実現させることが理想であると考え、本稿ではまずそれらの前提となる博物館を支える法の大前提について、その法理論の私案の全体像をこれまでの発表等の成果を含めてまとめ、今回再整理・修正したものを示すことを目的とする。

2. 博物館法の法体系と大前提の検討

—「博物館の自由」へ

日本の博物館法の体系は「憲法（教育権）—教育基本法—社会教育法—博物館法」となっており、博物館法は社会教育法、図書館法とともに社会教育三法とも呼ばれる。図書館は「知る権利」や「学習権」を保障する機関であり、「知る権利」はマスコミの存在理由でもある。図書館法は「学習権」「知る権利」の実現のための法律であるが、さらに図書館と同様、博物館法の存在は「学習権」や「知る権利」の実現のためであるという考え方は既に稗貫俊文によって示されている（稗貫 1986）。

ではどのように博物館学と「学習権」や「知る権利」との関係を考えていくべきであろうか。これまで博物館学のテキストなどでも書かれている通り、博物館史ではルーヴル美術館の誕生について、フランス革命が起こり、フランス国民が王室からルーヴル宮を奪い、王室のコレクションを公開して、公共（パブリック）のミュージアムとなったと考えられている。同様に他のミュージアム、たとえばウイーンのアプスブルグ家やロシアのロマノフ王朝など、革命によって王室の所有していたコレクションを国民共有の財産として公開する事象が19世紀から20世紀にかけて発生している。このような事象からこれらのコレクション—博物館資料—へのアクセスする権利を国民が革命を起こして得たのではないかと筆者は考える。

法律学（法哲学など）では普通、フランス革命な

どの解釈をフランス国民が立ち上がり、基本的人権、法の前の平等を獲得して、フランス人権宣言などにつながったと考える。それゆえ先程の博物館学と法律学の成果を融合すればフランス革命によって、ルーヴル美術館や基本的人権、法の前の平等が獲得され、それによって、ミュージアムが民主主義のために必要な機関となったと解せないか、と筆者は考える。つまり一部の階層だけがコレクションを享受するのではなく、国民共有の財産として、それらのコレクションへアクセスする権利を国民が立ち上がって、奪い取った、ということである。そして、それらの貴重なコレクションにアクセスする権利を担保する機関としてミュージアムが存在するのである。これについては国民の「権利としてのミュージアム（博物館）」という言葉を提唱したい。

ミュージアムはコレクションにアクセスする権利—すなわち国民の「知る権利」や「学習権」を保障するために存在し、民主主義を維持するために必要不可欠な機関であり、学芸員はその国民の権利を保障するために奉仕する専門職である。この世に存在する資源を取捨選択し、博物館資料として後世に残し、これに国民がアクセスすることに大きく関わるといふ重責を学芸員は担わされている。そのためには国民の「知る権利」を脅かすような様々な圧力に対して、博物館と学芸員は「博物館の自由」をもって、対抗して守っていくのである。このように考えるのならば博物館法の大前提として「博物館の自由」を構築する考え方は必要ではないだろうか。

3. 富山県立近代美術館事件

前節で提案した「博物館の自由」は未だ確立されたものとは言えないが、残念ながら「博物館の自由」どころか博物館の存在意義を揺るがす事件が起きている。富山県立近代美術館の事件である。この裁判について図書館側では熱心に取り上げているにもかかわらず、博物館側ではほとんどといってよいほど、取り上げられてはいない。法律学では判例は重要な法源であると共に、研究材料である。しかし日本の博物館に関する判例はそれほど多くない上に、博物館界ではこの事件にも見られるように無関心に近い。事件の概要は1986年3月15日から富山県立近代美術館で開催された「'86年富山の美術」展でアーティストの大浦信行氏が発表した「遠近を抱えて」という作品について、担当学芸員が大浦氏に作品購入の申し込みを行い、同氏はこの作品を含む4点の売却に同意、またその他の作品の寄贈も承諾した。その後、

この作品を観覧した富山県議会議員が県議会で不快な印象を受けたと発言したことから、これについてマスコミが報道し、右翼団体が反対運動を起こし、ここでとった県の対応に対して大浦氏側から訴訟が起こされた。

本稿が問題とするのは美術館側が大浦氏の作品を非公開にし、館外の個人に売却、展覧会の図録を一切焼却したことである。そしてこの行為によって富山県民、ひいては国民がこれらの作品を見ることができなくなっただけでなく、学芸員が自分の見識によって作品を選択し、企画・実施した展覧会を自ら否定したことになるからである。

判決はⅠ審の富山地裁平成10年12月16日判決では原告側の「表現の自由」を侵されたという主張は退けられたが、被告側にも支援者の「鑑賞する権利」を侵害した責任を問う判断が下された。しかしⅡ審の名古屋高裁金沢支部平成12年2月16日判決ではⅠ審のこの判断は否定され、Ⅲ審の平成12年10月27日の最高裁第2小法廷では第Ⅱ審を支持し、棄却された。

4. まとめ

このように博物館法の大前提ともなるべき「博物館の自由」はその理論すら十分に発展しないまま、富山県立近代美術館の判例によって「鑑賞する権利」という「博物館の自由」の芽となりそうな理論も現段階では否定された。果たしてこのままでよいのだろうか。「博物館の自由」を確立して初めて、日本の博物館は魂が吹き込まれるのではないだろうか。そして「博物館の自由」が確立されることによって、民主主義の担い手としての学芸員の存在を訴えることができるようになれば、学芸員の社会的地位も向上し、より良い職としての認知も広まるのではないだろうか。

それゆえに「博物館の自由」の内容を博物館界で検討し、日本図書館協会のように「博物館の自由」を宣言することを目指すことを考えなければいけないのではないかと考える。そこでまず「博物館の自由」について検討することを本学会に提案したい。

参考文献

- ・稗貫俊文「図書館法・博物館法」『文化・学術法』（ぎょうせい 1986年）
- ・富山県立近代美術館問題を考える会 編『裁かれた天皇コラージュ—富山県立近代美術館問題・全記録』（桂書房 2001年）

参考資料

図書館の自由に関する宣言（1954年採択、1979年改訂）

日本図書館協会

図書館は、基本的人権のひとつとして知る自由をもつ国民に、資料と施設を提供することをもっとも重要な任務とする。

この任務を果たすため、図書館は次のことを確認し実践する。

- ① 図書館は資料収集の自由を有する
- ② 図書館は資料提供の自由を有する
- ③ 図書館は利用者の秘密を厳守する
- ④ 図書館はすべての検閲に反対する

図書館の自由が侵されるとき、われわれは団結して、あくまで自由を守る。

ミュージアムと大学の連携による 教材開発の実践と試み

金城学院大学 現代文化学部
岩崎公弥子

1. はじめに

2005年、欧州連合加盟国25カ国の市民を対象に、科学・技術に対する興味等が調査されたが、その中で、「科学・技術に興味がない」と回答した人の理由のトップが「理解できないから」(32%)であった。つまり、科学が難しすぎて理解できない、そのために、関心が薄れ、興味を持たないというのである。日本においても同種の調査が実施されているが、同様の結果が導きだされている。

昨今の科学離れの傾向は、深刻な問題である。そこで、筆者等は、研究成果だけではなく、研究過程、並びに、研究者そのものを伝える「PUR (Public Understanding of Research)」に着目した。具体的には、解説ノウハウを持つミュージアム学芸員と先端研究を行う研究者とデジタルコンテンツ制作を専門とする大学生が、共同で教材開発を行う。

本稿では、共同開発プロジェクトにおける工夫点をまとめるとともに、名古屋市科学館プラネタリウムと取り組んだ日食(2009. 7. 22)向けの教材開発プロジェクトについて報告する。

2. 共同開発プロジェクトの工夫点

いくつかの共同開発プロジェクトを通じて、共同開発において重要なことは、1) コンセプトの共有、2) 解説ノウハウの共有、3) 円滑なコミュニケーションのための環境づくり、ではないかと考えた。まず、1) についてだが、学芸員、研究者、大学生(教材開発者)等、異業種による連携を行うとき、教材開発における意識の統一が最も重要である。対象となるターゲットに何を伝えたいかを明確にする必要がある。2) についてだが、異なる分野が連携することから、互いの暗黙知を明示化する必要がある。例えば、学芸員が長年経験により培ってきた解説ノウハウを形式化し、そのノウハウを教材に埋め込むということが挙げられる。その他にも、研究者の知識を学芸員が子ども向けに翻訳したり、学芸員が語る知識を子ども向けの教材用に再構築していくという、知識の翻訳、編集、再構築を意識的に行うことが重要である。

また、3) についてだが、多機関、かつ、多地点で連携を行う場合、互いの作業状況や互いが抱える

問題点といった情報共有が希薄になりがちである。共同研究において、作業負荷のバランスが崩れることはプロジェクトの破綻の原因になりかねない。そのため、作業状況ならびに課題点を常にオープンにしておく必要がある。例えば、インターネット上に作業環境を作ることが考えられる。

本稿では、筆者等の共同開発プロジェクトにおいて重視したことを、以上3点にまとめたが、もう1点、共同開発ならではの工夫点がある。それは、4) デジタルの特性をいかした教材設計である。現在、情報技術の発達により、「デジタル教材を利用＝コンピュータの前に座る」ではなくなった。教室で、通学途中で、自然観察の場で等、様々なシチュエーションでの活用が可能になった。さらに、教材の形態も、テキスト、音声、動画、アニメーション、インタラクティブなクイズ等、様々な形式が可能になった。各々の機関がもつ知識や情報を最大限にいかした教材設計を心がけていきたい。

3. 過去のプロジェクトにおける具体的工夫

3-1. 「Web星座図鑑」

2005年から、名古屋市科学館プラネタリウムとともに星座観測を支援する教材「Web星座図鑑」の開発を行ってきた(図1)。



図1. Web星座図鑑

プラネタリウムの最終目標は、「本物の星空を見る」ことである。しかし、プラネタリウムで学んだ事を実際の星空でいかすことは、難しい。そこで、本プロジェクトでは、2で述べた2) 解説ノウハウの共有、ならびに、4) デジタルの特性をいかした教材設計、に特に注目したプロジェクト運営、並びに、コンテンツ設計を行った。

具体的には、名古屋市科学館プラネタリウムの学芸員が、目的の星を探すときに、手のものさしを使っていることから、本教材においても同様の手段で星を探すコンテンツにした。また、「本物の星空を見る」ことを支援するため、星座観測方法のアニメー

ションをiPod等の携帯端末に転送し、野外に持ち運べるようにした。

アンケート調査（15名）で、「野外観測時の役にたちましたか？」の質問に対し、4.79（そう思う5～そう思わない1の5段階評価）の評価を得る等、総合的にとても高い評価を得たことから、本教材は星座観測に有効な教材であることが明らかになった。

3-2. 「小学校4年生理科教材」

本プロジェクトは、小学校4年生の授業で使う天文教材を小学校の教員、国立天文台の研究者とともに開発し、授業実践を行ったプロジェクトである。本プロジェクトは、2で述べた事項のうち1)と2)を注視しながらも、3)円滑なコミュニケーションのための環境づくり、に工夫したプロジェクトである。

本プロジェクトは、愛知県名古屋市、大口町、東京と3地点での共同プロジェクトになった。そのため、全員が集まって会議等を行うことができなかった。そのため、CMS（Contents Management System）を用いて、教材開発状況をプロジェクトメンバー全員が共有できるようにした（図2）。



図2. CMSサイト

具体的には、フォーラムを用いて、オリオン座について調べた結果を書き込んだり、できあがったコンテンツをWeb上にアップし、修正点等を書き込んだりした。フォーラムは、メーリングリストと異なり、トピック単位で意見や情報をまとめておくことができる。開発過程を時間軸とともに蓄積できることから、単なるコミュニケーションツールとしてだけでなく、プロジェクト運営上、とても便利なツールとなった。

本教材開発後、開発にあたった大学生5名にアンケート調査を行った。本CMSの利点について聞いたところ、全員が「プロジェクトにおいて本CMSツ

ルがとてもよかった」と述べている。これにより、本コミュニケーション環境が有効であることが明らかになった。

4. 皆既日食プロジェクト

本プロジェクトは、2009年7月22日の皆既日食（名古屋では部分日食）に関する教材を名古屋市科学館プラネタリウムとともに開発し、市民向けのミニレクチャーを様々な場所（小学校、児童養護施設、小児医療センター、オフィス街のカフェ等）で行った。

本プロジェクトで重要な点は、レクチャーする施設が異なる点である。そのため、2で述べた事項の1)と2)に特に注意をした。例えば、小学校と、小児病棟の院内学級とでは、同じ学年の児童を対象にしても、レクチャーに異なる工夫が必要である。そのため、レクチャー事前に数回の打ち合わせを行い、施設毎に指導案を用意した（図3）。



図3. 各施設との打ち合わせ

本プロジェクトでは、6カ所、合計300人の子どもたちに日食のミニレクチャーを実施した。今後、これらの結果を分析、整理し、科学館と様々な教育施設による連携の成果を報告していきたい。

5. おわりに

他機関との共同開発は、時として困難を有する。しかし、共同開発が円滑に動いたとき、知識の面からも、情報提供の面からも、優れた教材開発が実現できる。今後も、円滑なコミュニケーション環境を整えながら、よりよい教材開発を行っていきたい。

参考文献

- ・岩崎公弥子, 遠藤守, 毛利勝廣, 近藤真由, 野田学, 安田孝美: 学芸員の知識を野外で活かす「Web星座図鑑」の開発, 日本教育工学会 研究会, pp. 9-12 (日本科学未来館, 2006. 07. 08)
- ・日食のWeb: <http://www.kinjo-u.ac.jp/iwazaki/zakkyo/sun/>

ミュージアム・リテラシーに関するワークショップ実践報告

— めざせ! 「ミュージアム・マスター」—

東京藝術大学・芸術情報センター、他

嘉村 哲郎・加藤 舞
北岡タマ子

1. ワークショップ実施のねらい

本実践では、ミュージアム・リテラシー向上のためのショート・プログラムを考え、ワークショップで実践した。

ここでいうミュージアム・リテラシー、いわゆる「博物館応用能力」は「博物館のもつ文化的資源（物としての「資料」と専門知としての「資料情報」）を利用者自らの知的要求に活かせるよう読み取り、応用する能力」と捉えた。これを向上させるための方策のひとつとして、ワークショップでゲームをする経験を通して、「ミュージアム」という場所・機能の特質を理解してそこから個人にとって活用価値のあるコンテンツを獲得するということを本実践で試みた。ミュージアムが形成するコレクションの特質を知り、コレクション内の資料間の結びつき（文脈）に気づくことで、実際にミュージアムを利用した際に、資料が博物館資料としてもつ意味と自分自身の関心と関連付けながら、新たな文脈付けを獲得していくための素養（基本的態度）を養うことを今回のワークショップのねらいにした。

「ミュージアム」の特質として、ミュージアムはコレクション形成の中でそのコレクションに関わる文化的事象の文脈形成をおこなっている。博物館資料のもつ資料としての意味（もしくは価値）は、そのような文脈のなかに位置づけられて成立する。この文脈付けは各資料が固有に持つものではなく、同属のまた同属とされる周辺の資料や資料群等の関係のなかで獲得されるものと言える。このような博物館資料のとらえ方は、1980年代からのニュー・ミュージオロジーのなかで見直されたものであるが、様態としては、ヨーロッパにおける近代的なミュージアムの端緒である蒐集活動や個人的なコレクションの形成にすでに明らかに現れている。

ミュージアムのなかでコレクションに触れることは、その資料や資料群に与えられた意味や関係性を受け取りながらそれを解釈し、自分のなかに新しい気づきを獲得していく行為である。これはミュージ

アムでの経験の受け取り方の基本的態度である。ミュージアムの利用者は、展示の観覧やミュージアムが提供するその他のコンテンツ（例えば出版物、ウェブサイト、教育講座等）の利用を通じて、表に現れていなかった自らの知識や忘れていた経験を再認識することや、事物に対する新しい解釈や解釈方法を獲得する。実際にミュージアムへ訪れた際のコレクションとの接触は、資料とそれに付されたキャプションを合わせて見ることや、調整された空間に据え置かれた資料をあらかじめ設定された光や色の空間とともに見ること、ある順番に並べられた状態で、或いはあるまとまりをもって配された状態で、連続的に見ること、等の行為のなかで得られる。

これらのうち、空間的要素に起因するものはワークショップに場を移してしまうと同じような経験を得ることは難しい。また資料のテクスチャや量感、動く様子など、その存在そのものを通じて得る経験も、場所を変え資料を直接経験しないワークショップには求められない。しかし、ひとつの資料を目の前にしたときに、追加的に文字や音声で与えられる情報を加味するとともに、その資料に対して既持っている自らの経験・知識を参照して資料の特質を解釈しようとするプロセスと、複数の資料を連続的に見るなかで資料の文脈付けを解釈する行為は本ワークショップで代替経験することができると考え、それを目指したプログラムを組んだ。

2. ワークショップの実施内容

本ワークショップの流れは、1. 受付をする。2. カードを選ぶ。3. 認定証写真の撮影。4. 獲得カードと写真を冊子にする。という手順を踏む。

作成するカードの対象となるミュージアムの選出では、カードゲームの図柄に使用する資料が実存する資料かつ、首都圏内のミュージアムである条件を設定した。首都圏内のミュージアムに限定した理由は、ワークショップの開催地が三田にある慶應義塾ということもあり、都内近郊からの参加者が多数と予測でき、本ワークショップ終了時には獲得したカードに記載されているミュージアムに足を運んでもらおうという意図があった。さらに、ミュージアムは様々なジャンルで構成されているということを知って貰う目的も含まれていることから、なるべく種類が分散するようにした。これにはカードを5つのジャンルに色分けして、写真の内容が特定のグループに属することに気づくことが出来るような仕組みを設け、自然科学系の博物館はオレンジ、美術博物

館はスカイブルー、科学博物館はライトグリーン、歴史博物館はライトピンク、大学博物館は紫とした。

ワークショップで使用したカードは名刺よりやや大きめのサイズで、カードの表面には写真が印刷される。これらは各ミュージアムで收藏されているコレクションであることから、画像の著作権を考慮して教育目的ならば自由に使えるウェブサイト上の写真と、メンバー自ら撮影してきたものを使用した。カードの裏面には写真に対するキャプションを記載した。キャプションの内容はメンバーが担当する館を決め、メンバー自身がキャプション内容を考察して記述した。その際に、記述内容と実際の展示解説内容に相違が発生しないように元の資料情報を参考にしている。

最終的に作成したカードには 1. 東京国立博物館 2. 江戸東京博物館 3. 江戸東京たてもの園 4. 船の科学館 5. 東京大学総合博物館 6. 東京都薬用植物園 7. 所沢航空記念発祥館 8. 鉄道博物館 9. 国立科学博物館 10. 千葉県立現代産業科学館 11. 東京都現代美術館 12. 川崎市市民ミュージアム 13. 多摩動物園 14. 葛西臨海水族園 15. 東京都写真美術館の計15館から選定した資料を使った。各館5種類ずつ作成・印刷し、75種類、計1,500枚のカードを作成した。

カード選択の場面は次の通りである。

- ① 場に無作為に並べられたカード75枚の中から参加者の目にとまったカードを1枚選ぶ。
- ② 2枚目のカードを選択する。この際、1枚目の図柄と同じミュージアムに收藏されていると思われる図柄を当てるように考える。
- ③ 選んだカードを裏返しにしてカードの図柄がどのミュージアムに收藏されているか確認する。
- ④ キャプションから資料を解釈する。

②から④の場面では、与えられた情報に対して自らの経験に基づいた資料の解釈と選択のプロセスが働く。つまり、事象に対して言葉を発することで自分の知識や感じ方を確認するとともに、介在者と会話することで資料についての付加的情報や自分が気づくものとは異なる文脈が外部からの刺激として持ち込まれる。これは展示室のキャプションやインタープリターの介在、電子パネル補助などの役割を代替してカードとカードの関係性を考えることで資料間の文脈に思いを巡らせる行為に近い。ここでは複数の資料を連続的に見るなかでの資料の文脈付けを解釈する行為をも体験する。



インタープリター介在の様子

- ⑤ 2枚のカードが同じミュージアムの收藏品であれば、それらのカードを持ちかえることができる。このとき、お手つきとして別のミュージアムのカードを選んでしまった場合、3回まで再挑戦することが可能とし、3回目においてもカードをそろえられなかった場合は最初に①で選択したカードを持ち帰ってもらうようにした。
- ⑥ ①～⑤を2ゲームまで実施する。従って、最低でも2枚のカードを獲得する事になる。



④ 絵雑誌

昭和初期(今から80年くらい前)に多く創刊された子ども向けの雑誌です。とてもカラフルで、波形のカットなどと体裁(ていさい)にも工夫があります。雑誌のタイトルのカタカナは、左右どちらから読むのでしょうか。

ここにあります

3 江戸東京博物館

作成したカードの表裏

ゲームの後はインスタントカメラで参加者を撮影し、その写真を認定証として、持ち帰り用のワークブックの製本を行った。ワークブックには、獲得し

たカード、認定証、ミュージアムマップを綴じた。自分自身の写真の認定証はワークショップへ参加した記憶の印象づけをねらい、参加性を高める意図があった。また、カードに使用したミュージアムのマップをつけることで、獲得したカードの資料が収蔵されている博物館で実物を見て貰うことを促した。ワークブックという形に残るモノにすることで、参加記念に繋がるように工夫した。

3. ワークショップ実施の成果と今後の課題

本ワークショップへは2日間合計154組337人の来場があり、うちカードゲーム参加者数（保護者を除く）は1日目103人、2日目105人の計208人であった。全体的に見ると幼稚園年中もしくは年長から小学校中学年までの子どもが多く割合を占め、親子以外では、現職の小学校教師や学芸員、NPO団体、出版社等からの参加者も見られた。

まず、子どもたちの具体的な反応について紹介したい。カード選びでは動物園と水族館の人气が高く、一方で博物館群や、小学生には難易度が高いと推測された美術館群を選ぶ参加者も多く見られた。リピーターもあり、ワークブックを複数集めて見比べたり、特定の博物館のカードを全て収集したりする子どももいた。子どもたちが様々な分野のミュージアムに対し、先入観にとらわれることなく柔軟な興味や嗜好を示しうることがわかった。また、鯉のぼりの浮世絵と、魚の写真のカードとを組み合わせる子ども見受けられ、博物館と水族館という2つの異なったミュージアムやコレクションを、子どもが自分なりのコンテキストで結びつける力を持っていることがわかり、非常に興味深い事例となった。同時に、このような子どもの好奇心や興味に対し、今後ミュージアム側がどのように応え、知識や想像力の成長を促すべきかを考えさせられた。

一方、親や保護者の反応としては、受付の時点で子どもには難しいと考え、参加をやめるように諭したり、ゲームの中で、動物や魚といった簡単なカードを選ぶよう勧めたり、一見関連付けが難しい美術館のカードを選んだ子どもに対して難しいものはいけないとカードを選び直させたりする親が見受けられた。子どもの柔軟かつ自由な反応とは対照的に、親や保護者といった大人のほうがミュージアムやそのコレクションに対して「難しい」、「理解できない」、「堅苦しい」といった固定観念を抱いている場合が多いのではないかと推測された。

参加者間のコミュニケーションの様子としては、

東京都写真美術館のカードを描いた小学生女子の母親が「写真に興味を持っているとは知らなかった」と子どもに話しかける姿が見られた。そのほかにも自分の子どもが何に興味や嗜好を抱いているのか、今まで知らなかった子どもの側面を知る良い機会になったとのコメントも多く寄せられた。加えて、これらのミュージアムに既に行った経験があるという参加者も多く、子どもがカードに記載されている資料について比較的詳細に記憶していることに、親や保護者の驚く場面もあった。このことから、子どもをミュージアムに連れて行くことの意義や子どもへの影響力を実感してもらえたのではないかと考える。また、製本コーナーでは、集めたカードのコレクションがある博物館に今後実際に行くという発言も多く聞かれた。実施を通じて、ミュージアムおよびそのコレクションが、単なる学習素材としてだけでなく親子もしくは家族間コミュニケーションの場や話題として、いかに有効であるかを実感する機会となった。

課題としては、今後、学校や家庭で本ワークショップの応用を試みるのであれば、教師や保護者に事前にチュートリアルを受けてもらうなど、理解の促進や情報提供に関する対応を行い、子どものミュージアムやそのコレクションに対する自由な思考や興味を育成する環境を整えることが必須であると考えられる。実際にミュージアムと提携することができれば、より適切な解説についての検討や、ワークショップ前後の来館対応も可能になり、内容も充実すると思われる。更には、独自ウェブサイトを立ち上げ、ゲーム後のカード内容復習や他の参加者が獲得したカードの閲覧、ウェブ上におけるワークショップの試体験等、フォローアップを図るのも効果的であろう。またワークショップの効果の検証についても検討しなければならない。

本企画はミュージアム・リテラシー向上のためのワークショップのプロトタイプとして、今後更に多種多様な展開が期待できる内容および結果となったと考える。このようなワークショップを体験することで、ある博物館におけるコレクションとしての集合体である「博物館資料」に対する認識や、文脈付けの必要な資料解釈を通じて通常の社会生活で起こる事象に対する疑問と理由を考える力をつけていくような博物館利用の利点を、参加者にはいろいろな側面から感じ、深めてもらうことができたと感じている。

文化・観光施設における サービス生産性向上プロジェクト

株式会社乃村工藝社
鈴木 和博

※当プロジェクトは、『集客施設サービス改善コンソーシアム』が実施したものであり、乃村工藝社+慶應義塾大学SFC研究所+長崎歴史文化博物館の3団体にて構成しています。(メンバーは文末)

1. サービス生産性とは

先のJMMA会報No.51でご紹介したように、我が国の7割を占めるサービス産業において、その生産性向上率は、諸外国と比べて低い水準にあります。(1995年～2003年の生産性上昇率は、アメリカは2.3%、英国や韓国は1.3%のところ、日本は0.8% [2005年OECD発表])

これは、我が国の経済成長に密接に関わっていることから、国家全体の取り組みとして産官学がタッグを組み、2007年5月に【サービス産業生産性協議会 (<http://www.service-js.jp/cms/>)】が発足しました。この会をプラットフォームとして、現在さまざまなサービス分野において、その生産性向上に向けた色々な取り組み・施策が始まっています。

2. 今回の取り組みについて

この流れの中で今回、私たちは協議会が主管する「サービス産業生産性向上支援調査事業(サービスプロセス改善事例開発分野)」に公募し、採択いただきました。全国で12件のみと非常に狭き門でありましたが、「文化・観光」分野では、唯一の採択プロジェクトと、関心・注目は非常に大きいものでした。

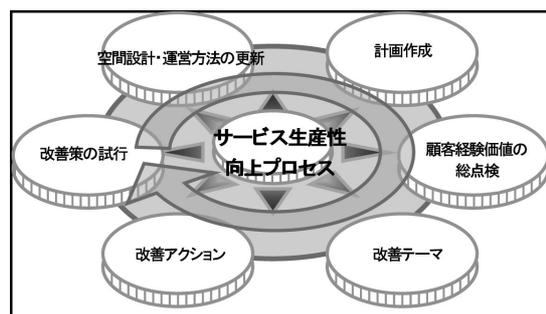
さて、生産性というものは、「生産性=(創出される)価値÷投入資源」という式で表されます。ともすれば、投入資源の軽減化、つまり費用削減にばかり、目が行きがちですが、本来は価値を生み出す(創造する)部分も大きな意味を持っています。私たちは、導入フィールドである長崎歴史文化博物館に対し、こうした「サービス品質管理」の視点を導入し、「顧客の経験価値」を高めていくサービスの改善・開発をし続ける仕組み・プロセスづくりを目指しました。

3. プロセス・ツール・ルール

プロジェクトの目標(ゴール)は、次の2点でした。

1. 製造管理ノウハウ導入によるディスプレイ業における顧客視点のサービス生産性向上モデルの構築
2. モデルに基づいた具体的な顧客サービスの改善、及び事業サービスの改善の検討

このゴールに向かうため、特に注力したことは、【ルール：“気づき”の生成と共有】であり、そのために必要なさまざまな【ツール：見える化のための手法】でした。そして、こうしたプロセスを通じて、〈文化・観光施設におけるサービス生産性向上の全体モデル〉を構築することができました。



〈経験価値を高める持続的サービス改善サイクルの構築〉

以下に、具体的な今回の【ツール】と【ルール】をご紹介します。

【ツール】

※さまざまな調査手法を組み合わせ、顧客視点で設計・実践

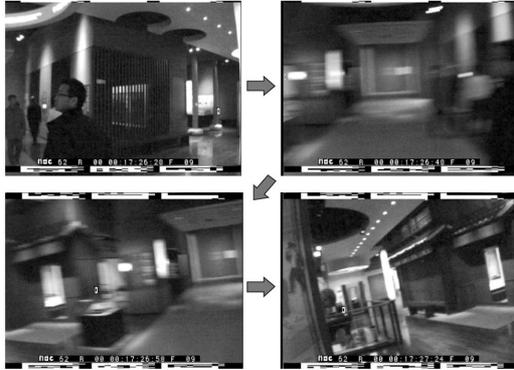
- ① アイカメラ(眼球運動)調査
- ② ボランティア日誌分析
- ③ 来館者Before-After調査
- ④ 潜在意識顧客調査(インターネット調査)、インターネットBefore-After調査
- ⑤ スタッフ気づき調査(業務報告シート、スタッフ気づきノート、ボランティア満足度調査)

紙面の制限から、全ての調査分析結果をお伝えすることが出来ませんが、主な調査の概要を次に述べます。(※必要であれば、別途ご連絡いただければと思います。)

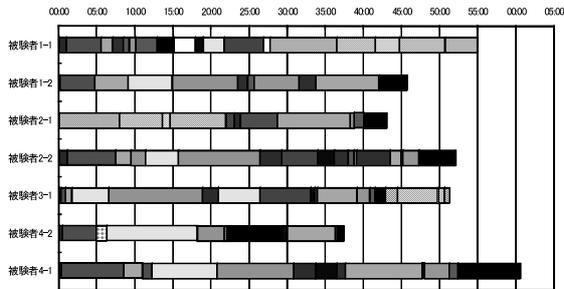
① アイカメラ(眼球運動)調査



多くの被験者が、「歴史文化ゾーン」だけで体験時間を消費してしまっていました。入口冒頭からゾーン中央部分の交差点（左右前方と3方向に開けた部分）までが比較的多くの時間をかけている他、インタラクティブ性にとんだコンテンツにも時間をかけている傾向が見て取れました。



〈アイカメラから見た眼球画像〉



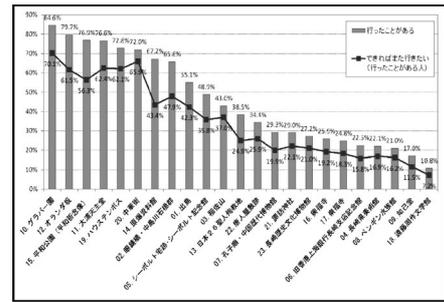
〈各被験者別の展示コーナー滞在時間〉

④ 潜在意識顧客調査

〈潜在意識顧客調査〉

調査対象としては、エリア性を考慮し「九州」と「東名阪」の2つをそれぞれ設定し、『過去3年間に長崎に来訪経験がある人』を全ての年代層から抽出。(被験者数：710サンプル)

歴史に限定された調査と異なり、他館・他施設との連携度合いや長崎エリアに対するイメージ・印象など、まだ見ぬ顧客（潜在的顧客）まで含めて聞きだせる特徴があります。エリア性によって異なる生活者の隠れたニーズや総合的な価値を抽出することができました。



〈長崎集客施設への来訪経験と再来訪意向〉

【ルール】

※“気づき”を生み出し、共有するためにワークショップ方式を導入

- ① 全スタッフワークショップ（館内コミュニケーション活性化/接客について）
- ② グループディスカッション
- ③ セクション別インタビュー（職員・派遣スタッフ・ボランティアなど）



〈全スタッフワークショップの様相〉

4. 課題と結果

上記のような、プロセス・ツール・ルールにより抽出された課題に対し、現場レベルでの具体的なサービス改善課題を3点抽出・設定し、改善施策を実施し効果検証を行いました。

1. 館内動態 [館内で迷う・訪れないコーナーが存在]

【改善策】新たな館内案内マップ『よかばいマップ』を作成

【効果】

- ・不達コーナーの通行量が約2倍に増加
- ・館内ショップの利用客数・単価の増加 (30~40%強の増加率)

2. 接客品質

【改善策】業務報告シートの導入

【効果】

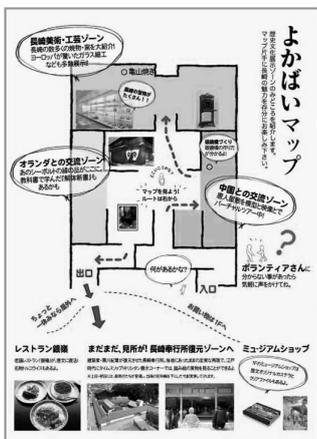
- ・ボランティア接客動態を日常的に把握

3. 館内情報の蓄積

【改善策】 SQS型アンケート^(注1) や気づきノートの導入

【効果】

・ 経常的な情報蓄積とレスポンスの迅速化



〈導入された館内案内マップ『よかばいマップ』〉

5. 考察と今後の展望

今回のプロジェクトは、実質6ヶ月間と非常に短い期間にもかかわらず、目標であった【文化・観光施設におけるサービス生産性向上モデルの構築】と【具体的な実践・効果検証】まで取り組むコトに成功しました。特に、「気づき」共有による館のミッションや方向性を、館に関わるすべてのメンバー（社中）で再認識できたことは、サービス向上につながる改善を生み出すPDCAサイクルの構築に大きな一歩となりました。

今後は、このPDCAサイクルの循環を通じ、更なる価値創出及び極大化にむけた全体システムの整備と具体的な改善活動が必要です。その検証なども含めて、長崎歴史を舞台に今年度以降も引き続き実施していきたいと考えています。

このようなサービス視点での改善取り組みや手法開発は、まだまだ始まったばかり。JMMAの皆さまをはじめ、多くの方々との議論と実践を通じて、より良い仕組みづくりを目指していきたいと思えます。

(注1) 慶應義塾大学SFC研究所がアンケート集計の時間を減らすために開発・提供している普通紙マークシート式調査のフリーソフトウェア

〈プロジェクトメンバー〉

小島敏明、中島秀男、鈴木和博、山田祐輔
玉村雅俊、古谷知之、福田亮子、神成淳司、高橋武俊
野間誠二、竹内有理

展示解説員から体験交流員へ

—知識の伝達から双方向交流への転換—

千葉県立中央博物館

島 絵里子

1. はじめに

博物館での学びづくりには、学芸員、ミュージアム・エデュケーター、サイエンス・コミュニケーター、ボランティアなど、様々な名称の人々が携わっている。千葉県立中央博物館（以下、中央博）では、研究員、教育普及課職員、展示解説員、ボランティアなどが学びづくりに関わっているが、このうち展示解説員が平成19年度に業務転換を行い、博物館サービス・プログラムの企画・実施を主に担当するようになり、「体験交流員」に名称を変更した。そこで本報告では、体験交流員に着目し、展示解説員から体験交流員への道のりと、体験交流員の現在の取り組みを紹介し、今後の展開を探ってみたい。

2. 展示解説員から体験交流員への道のり

中央博は1989年の開館当初から展示解説員を配置していた。展示解説員は、研究員作成のシナリオによる展示解説を行い、来館者に知識を伝える役割を果たしていた。14年後の2003年には、展示解説に加えて、展示解説員主体のプログラム企画を開始した。そして、一方向の知識の伝達から、双方向の交流を通じた学びの支援を目指して、2007年には業務転換が進められた。展示解説を中止して、博物館サービス・プログラムの企画・実施を主に担当するようになり、2008年にはこの業務転換に伴って「体験交流員」に名称を変更した。こうして、知識の伝達からスタートした展示解説員が、双方向交流を通じた学びづくりをおこなう体験交流員へと転換した。

この転換を展示解説員および体験交流員の人数推移と重ねてみると、人数減少も業務転換の一要因になっていることがグラフから読み取れる（図1）。18人で始まった展示解説員が、最初に人数が大きく減った2003年にプログラムの企画・実施を開始し、6人に減った2007年には展示解説を中止して、プログラムの企画・実施を主に行う体験交流員になっている。

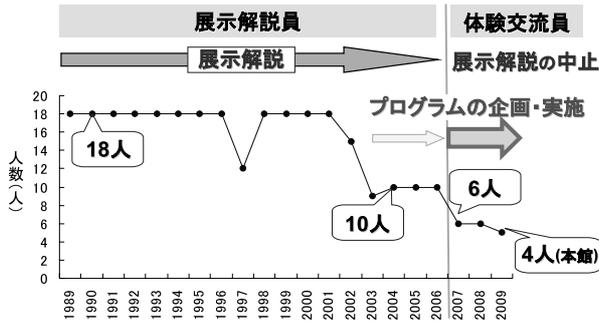


図1. 展示解説員、体験交流員の人数推移と主な業務

3. 体験交流員の取り組み

(1) 体験交流員の業務

平成19、20年度の展示解説員、体験交流員の募集要項には、職務概要について「博物館サービス・プログラムの企画・実施、ボランティア対応、展示解説等の利用者向けサービス、入場料金徴収に関する業務」と記載されている。現在の体験交流員は、博物館サービス・プログラムの企画・実施がしたいと集まったメンバーであり、平成19年度には4つの新規博物館プログラムを立ち上げ、さらに、来館者への総合案内および実物を介した対話などを行う「中央博案内所」を設置した。

プログラムの企画・実施の流れとしては、まず、各体験交流員がプログラム案を企画し、交流員同士で話し合い詰めていき、教育普及課職員や研究員に相談する。そして試行を重ねたのち、来館者にプログラムを実施する。実施後はふり返り、交流員同士で共有し改善を積み重ねていく。このように、体験交流員が主体となってプログラムの企画・実施・改善に取り組んでいる。

(2) 子ども団体向けプログラム『中央博調査隊』

新規に立ち上げたプログラムのうちの1つである新『中央博調査隊』¹⁾を紹介する。

● 『中央博調査隊』のねらい・開発の背景

中央博では小学校などの子ども団体の利用が多く、さらに近年、学校からの博物館への期待が高まっている。中央博本館には50名もの多分野の研究員がおり、収蔵資料も豊富にある。そこで、体験交流員の「つなぐ」役割を生かして、子ども団体がこれらの博物館資源を活用できるようにプログラムを企画した。子どもたちが展示と対話する、標本にさわる、博物館スタッフとコミュニケーションをとるといった体験を通して、子どもたちの発見、疑問、興味・関心が引き出され、日常生活へ—子どもたちの日常と自

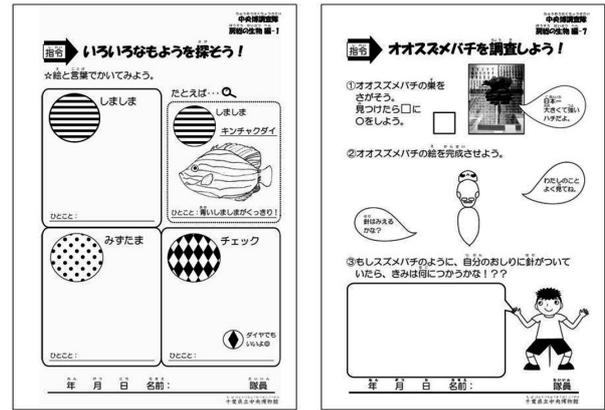


図2. 『中央博調査隊』ワークシートの例²⁾

然・歴史の面白さがつながるようにと意識してプログラムをつくった。子どもと展示の対話を促すツールとしては、ワークシートを作成した。ワークシートは、展示パネルを書き写せば終わりというのではなく、子どもたちが展示資料をじっくりと観察でき、さらにそこから彼らの自由な発想を引き出せるようなものにした(図2)。

また、少ない体験交流員の人数でも、大人数の子ども団体に対応できるようにした。

● 『中央博調査隊』の進め方

子どもたちは博物館の調査をする「隊員」になり、ワークシートを持って展示室へ出発する。ワークシートをとき終えると、体験交流員・ボランティア・先生が待つ「報告所」に来て、自分たちが展示資料を観察して発見したことを報告する。体験交流員らは、子どもの発見をさらに引き出す問いかけをしながら、関連する実物に触ってもらい、解説資料も用いながら対話し、最後にスタンプを押す。すると子どもたちは、次の新しいシートを持って出発し、シートが終わるとまた報告所に戻り、発見の報告をして実物標本に触る・観察するという活動をくり返していく。最後に、活動全体をふり返り、『中央博調査隊』隊員認定証を配布する。認定証には、学校や家に帰ったあとも今日の体験をふり返り、興味・関心を継続することができるような問いかけを組み込んでいる。

● 体験交流員だからこそできたこと

50名もの多分野の研究員から展示の魅力を聞き出し、様々な実物資料を提供してもらうこと。その実物資料や交流員が作成したワークシートや解説資料を介して、子どもたちとボランティア・先生・博物館スタッフとの交流を生み出し、子どもたちの発見・

疑問を引き出し、身近な自然や歴史に関する興味・関心へとつなげていくこと。これらは、来館者と博物館の交流を生み出し学びを支援することを目指している体験交流員だからこそできたことだと考えている。

また、100名規模の子ども団体に対して、体験交流員1～2名および教育普及課1名の計2～3名の博物館職員で対応できるプログラムになっている。これは、ワークシートと報告所での活動に重点を置くことと、プログラム実施中には先生およびボランティアに協力をお願いすることで実現できている。

4. 博物館での学びづくりにおける体験交流員の役割

(1) 博物館での学びづくり

博物館での学びについて、Hooper-Greenhill (1999) と井島 (1999) をもとに整理し、現在の体験交流員の取り組みと照らし合わせてみたい。

井島 (1999) によれば、博物館において来館者が資料に出会うと、彼らは自分の経験からくる知識、概念、感情、価値観を総動員して資料を解釈し、「意味」をつくり出す。一方、博物館には博物館がつくり出した「意味」があり、この両者が出会い、交渉しあう中で新たな意味がつくり出されていく。このとき、博物館は博物館がつくり出した「意味」を来館者に伝える努力が必要で、伝わらないと交渉は起こりえない。博物館がつくり出した「意味」を来館者に伝える努力としては、来館者自身が意味をつくり出しやすいような「環境を整える」こと、そして、来館者と博物館の「意味」が出会い、交渉し合うように「場を工夫する」ことが必要だと指摘している。

また、Hooper-Greenhill (1999) は、来館者は能動的であり、自分のスキルや知識などを使って「意味」を構成していくことや、「意味」は資料や場所そのものを通してつくられること、博物館の側は、対象とする観客に届くように展示をつくる責任があることを指摘している。

(2) 『中央博調査隊』における体験交流員の取り組み

『中央博調査隊』における体験交流員の取り組みを、上記の学びづくりと照らし合わせて考えてみたい。まず、「環境を整える」という面では、ワークシートでの問いかけから、子どもたちが展示をじっくり観察し、自由に発想できるようにし、子ども自身が意味をつくり出しやすいよう支援している。さらに、「場を工夫する」という面では、ワークシートを通して子どもがつくり出した意味と、博物館のメッ



図3. 博物館での学びをつくり出す
— 中央博調査隊における体験交流員の取り組み

セージの両者が出会い交流する場として、報告所を設けている。博物館のメッセージを伝えるものとしては、実物資料と解説資料を用意し、実物資料に触ったり間近に観察してもらい、解説資料も用いながら対話できるようにしている。このように、「環境を整える」「場を工夫する」ことを通して、来館者が「意味」をつくり出す過程を手伝う役割を体験交流員が果たしているのではないかと考えている (図3)。

5. 今後の展開

(1) 『中央博調査隊』のこれまでと今後

博物館サービス・プログラムの企画・実施を主に担当するようになった1年目に新『中央博調査隊』を立ち上げ、2年目には実施と改善を積み重ね、さらに、プログラム利用者である教員へのアンケートを通じたプログラム評価を開始した。現在は3年目に当たるが、アンケート結果をもとにプログラムを改善している。また、継続的な学びの場や仕組みづくりを目指し、いつでも誰でも参加できる個人向け『中央博調査隊』を開始した。今後4年目以降には、学校と連携して年間通したプログラムの提供や、さらに、中央博生態園や学校、家庭とをつなげるワークシートや仕組みづくりに取り組みたい。さらに、中央博調査隊の実施後に、子どもたちがどう変化したのかについても調べていきたい。

(2) 体験交流員の現状と今後の課題

このように、実現したいことやアイデアがあるものの、現状として、体験交流員は県の嘱託職員であり、契約は1年ごとである。このため、来館者研究やそれを生かしたプログラムの改善など専門的な取り組みを継続していくには、これらの事業展開の仕組みを構築する必要がある。

そこで、現在はボランティアや教育普及課職員とのより積極的な連携に取り組んでいる。少ない体験交流員の人数（現在は本館勤務が4名で、1日あたりの出勤数は主に2名）でもプログラムの運営ができるように、誰でもプログラムが実施できるように、小道具や仕組みなどを整備中である。

6. まとめ

本報告では、博物館での学びづくりについて、千葉県立中央博物館での体験交流員の取り組みと道のりを概観した。知識の伝達を担っていた展示解説員から、双方向交流を通じた学びの支援を目指す体験交流員へと転換した。体験交流員は、博物館サービス・プログラムの企画・実施を主に担当し、4つの新規博物館プログラムを立ち上げた。これらのプログラムの実施や改善を通して、来館者と博物館スタッフ、収蔵資料、展示との交流を生み出し、来館者の発見・疑問を引き出し、身近な自然や歴史に関する興味・関心へとつなげられるよう取り組んでいる。そして、来館者が「意味」をつくり出す過程を助ける役割を果たせるよう努めている。

註

- 1) 旧・個人向けプログラム『中央博調査隊』から名前とイラスト、ワークシートの一部を引継いだ。
- 2) ワークシートは全6展示室39枚（1展示室につき6～7枚程度）あり、全て中央博のホームページからダウンロードできる。

参考文献

- Hooper-Greenhill, E. (1999) 「Education, communication and interpretation: towards a critical pedagogy in museums」 『The Educational Role of the Museum (second ed.)』 Routledge p. 3-27 (抄訳) 竹内有理「教育、コミュニケーション、解釈—博物館における批判的教育学にむけて—」 『文環研レポートvol. 22』 文化環境研究所 (2004)
- 井島真知 (1999) 「ミュージアムエディケーターとして考える教育と展示」 『展示学』 第28号 日本展示学会 p. 64-70
- 島絵里子 (2009) 「結ぶ・つなぐ・伝える」 田中若代 (編) 『素敵にサイエンス 先生編』 近代科学社 p. 162-185

「ミュージアム・リテラシー」概念の批判的検討：

博物館と学校の「リテラシー」観の調停と課題

お茶の水女子大学大学院

菅井 薫

1. 問題の所在

(1) 「ミュージアム・リテラシー」を定義する

「ミュージアム・リテラシー (Museum Literacy)」は古くて新しい概念である。管見の限りでは、この概念を最初に明確に定義したのは、アメリカの博物館教育の研究者であるキャロル・スタップ (Carol B. Stapp) であり、次のように定義づけを行っている。

基本的な『ミュージアム・リテラシー』とは、資料 (もの) を解釈する能力を意味し、十分な『ミュージアム・リテラシー』とは、博物館の所蔵資料やサービスを、目的を持って自主的に利用する能力を意味する。(Stapp [1984] 1992 p. 112)

上記の定義づけは、市民が主語となっている。だが、同時に、逆の見方をすれば、「展示や出版物、プログラム活動から図書館、研究コレクションや職員の専門家としての知識まで、目的を持って自主的に博物館の全ての資源を利用することができるようにすべきである」(Stapp [1984] 1992 p. 117) という博物館側の「アクセシビリティ」の状態、社会的役割をも内包する概念である。

(2) 「ミュージアム・リテラシー」¹⁾ 概念の氾濫

日本においては、「ミュージアム・リテラシー」という表現に限らず、「博物館リテラシー」(金山 2003)、「メディア・リテラシー」(例えば、水越・村田 2003)、「ミュージアム経営リテラシー」(村上 2008)、「科学 (的) リテラシー」(例えば、小川 2008)、「自然史リテラシー」(小出ほか 2003) などといった広範にわたる種類の「リテラシー」が個々に用いられ、博物館との関係において活動事例と共に考察されている。また、それぞれの「リテラシー」表現が厳密に区別されて用いられていないケースや複数の背景によるものも多々見られる。例えば、「ミュージアム・リテラシー」という表現を用いても、学校教育での博物館利用の文脈から論じることがあれば、博物館活動への市民参画という文脈から論じられることもある。したがって、如何なる表現を用いるかと

いう観点と同時に、各々の「ミュージアム・リテラシー」の背景が理解されず、内容が吟味されなければ、無批判に多用・受容されてしまう可能性が生じる。

しかしながら、前述のような「ミュージアム・リテラシー」が求められる背景・目的といった前提、解釈の相違や一致点については、理論的検討が十分に行われているとは言い難い。そのため、「リテラシー」という言葉と定義が独り歩きする限りにおいては、ともすれば、「ミュージアム・リテラシー」を主張する側ではなく、要求をされる側の博物館自身、あるいは利用者としての市民に多様な役割・能力を加重することになりかねない。

さらに、『ミュージアム・リテラシー』とは何か』を議論することは重要であるが、政策・制度を反映した概念先行で押しつけるのではなく、『ミュージアム・リテラシー』を獲得する』ということが、どのような前提をもとにして成立し、如何なる形で評価できるのかを問う必要がある。

2. 目的と方法

上述の問題設定をもとに、主に3つの文脈からなる「ミュージアム・リテラシー」概念についての先行研究を取り上げ、理論的検討を行う。具体的には、第1に、それぞれの議論が意図する「リテラシー」が「何のために（目的）」、「誰に（対象）」求められているのか、その特徴の関連と異同を明らかにする。第2に、「ミュージアム・リテラシー」の「リテラシー」を身につけるとは、如何なる状態（「リテラシー」が成立する前提とはどのような状態）であるのか、その評価と認識のあり方について考察する。本発表では、特に、博物館と学校それぞれが意図する「ミュージアム・リテラシー」に焦点化して論じていく。学校教育との関連を取り上げる理由は、「リテラシーという用語の用いられ方の変容は、学校で身につける力（学力）をどのようにとらえるかについての考え方の変容と密接に結びついている」（小玉 2009 p. 82）とされ、学校、博物館で身につける「リテラシー」や、博物館における「知識」のあり方を考える上でも類似する点があり、示唆を与えるからである。

3. 「ミュージアム・リテラシー」概念の解釈

(1) 「ミュージアム・リテラシー」の多文脈性

日本における「ミュージアム・リテラシー」概念の成立背景を具体的に述べるならば、主に3つの文

脈が作用している。第1は、博物館活動への市民参画や利用者支援という文脈である。第2は、来館者（利用者）研究の立場から、利用者の博物館での学びを捉えていこうとする文脈である。第3は、学校教育での博物館利用を考えていくという文脈である。以上の文脈に共通するのは、博物館が提示する情報・メッセージ・活動などを、来館者／利用者が「(批判的に)読み解く」「活用する」(能)力を「ミュージアム・リテラシー」として意味づけている点である。しかしながら、『(批判的に)読み解く』『活用する』(能)力が、どのような前提をもとに成立し、評価していくことができるのかという視点が欠ければ、博物館に対しての「批評機能を来館者に強要していないだろうか」（橋本 1998 pp. 554-555）という問題提起に応えることはできない。そこで、「(批判的に)読み解く」「活用する」(能)力ということが根本的にどのような行為に根ざしているのかということを考えるために、博物館と学校が抱える課題の類似点と課題解決について考えていく

(2) 博物館と学校が抱える課題の類似点

まず、博物館については、提示する情報、知識、メッセージは必ずしも価値中立ではなく、政治的産物である（例えば、Cameron 1972；森田 1994；金子 2001）ということは既に指摘・議論されている。それに対して、学校では、「学校知（学校で教科として教えられる知識）」は「学術的真理性」（「学術研究者として公に認定されている人びとが『正当・真実・事実』と認めるものが、学術的な真理）」と「社会的有用性」（「政治・経済・医療などの社会システムを稼働・発展させるもの、そしてそれによって個人が利益をえるもの）」といった規準によって精選されている（田中 2009）という、博物館と非常に似た現状が指摘されている。この「学校知」批判の背景には、試験・テストを通じて知識の多寡が問われ、その場で答えを教えることは「カンニング」と見なされるという意味において、「知識を私的所有財」として見なす考え方の存在がある。それに加え、「上層階級」の利益となる規準によって選ばれた知識であるという考え方が存在する。

(3) 博物館と学校双方が抱える課題は克服可能なのか・博物館での取り組み

「フォーラムとしての博物館」²⁾（Cameron 1972）という概念にも代表されるように、展示がつけられていくプロセスへの参画（吉田 1999）、体験プログ

ラム（村田 2003；佐藤 2009 pp. 252-253）のような「博物館の権威やイデオロギーの仕組み自体を積極的に開示」していくような仕組みづくりの必要性（村田 2003）が指摘され、実践されている。

・学校での取り組み

3 (2) で取り上げた、学校知の抱える課題を指摘する田中は「私的所有財」から「相互共用財」という知識のあり方を提言し、「協同的な学びを行う」場面に後者の知識を見出すことができるという。しかし、「学校知」批判の背景にあるように、学校教育には「私的所有財」とならざるをえない現実・限界が同時に指摘されている。

4. 「ミュージアム・リテラシー」を身につける前提と評価

(1) 「ミュージアム・リテラシー」を育む（習得する）ために行われるプログラムとその評価（検証）

・プログラムへの参加者

プログラムをつくる側の意図・目的（例：「どのように展示がつくられていくのか」といった問い——博物館や展示の政治性——を明らかにすること）を理解しやすい、設定・意図したテーマに興味を持つ人に偏りがちではないだろうか。また、そのプログラム自体も企画する側によって「意図されている」のだという複雑な構造が指摘できる³⁾。「ミュージアム・リテラシー」を育む（習得する）ために行われるプログラムだけではなく、日常の博物館利用の場面において、「ミュージアム・リテラシー」が成立する要素を見つけることはできないのだろうか。

(2) 知識の相対化から成立する「ミュージアム・リテラシー」：「分かる」こと「考えたこと」の分かち合い

・博物館における「相互共用財」としての知識観という選択肢

前述の「相互共用財」としての知識観という選択肢は、資料だけではなく、それに伴う情報や知識を蓄積可能な博物館においてこそ、より一層促すことが可能なのではないだろうか。例えば、博物館に埋め込まれた問いかけ——「あなたはどう思いますか？」「あなたは～だと思いませんか？」——にヒントが隠されている。博物館（活動）を「『批判的に』読み解く』『活用する』（能）力」としての「ミュージアム・リテラシー」を習得する以前に、私たち自らが学んできたこと、生活世界で「知っている」「分

かっている」／「分からない」と自明視してきたことやものの見方／考え方を、博物館においてあらためて問いなおす（再文脈化する）という行為そのものが「ミュージアム・リテラシー」の根本的内容になり得るのではないだろうか。これは、誰にとっても可能な行為であり、根本的な「ミュージアム・リテラシー」ではないだろうか。したがって、利用者が自らの視点や考え方、問いかけに対する答えを異質な他者と考え合い、交換し合い、共用する（分かち合う）ことができるか／共用できる環境が博物館にあるかどうか問われることになる。

・「分からない」「意図されなかった」ことも含んだ思考プロセスを評価する

「博物館側が意図したメッセージが正しく理解されたかどうか」「博物館側が意図する『ミュージアム・リテラシー』を習得できたか」を判断基準にするのでは、来館者の学びの到達（達成）度を測る点に偏ってしまい、「私的所有財」としての知識のみを測るという陥穽に陥ることになる。

したがって、博物館が意図したことが「理解されたか」「伝わったか」だけではなく、「分からない」ということをも含んだ思考プロセスの変化を状況に沿って記述していくことから、「ミュージアム・リテラシー」の多様な相を把握していくことが求められる。そして同時に、「意図したこと」と「意図されなかったこと」の間をどのように調停していくのかという観点から評価のあり方を探っていくことが求められる。このことは、冒頭で引用したスタッフによる「ミュージアム・リテラシー」を定義することが、博物館がアクセシビリティを保證する環境を整える必要があるということと関連するが、博物館が自らの活動を見直すことにもつながっていくのではないだろうか。

【注】

- 1) 本発表では、上述の博物館での個々の「リテラシー」論総体を対象に論じていく場合は、「ミュージアム・リテラシー」という用語を統一して用いる。
- 2) 社会的に力のある人々が重要で価値があるとみなされるものを祭る「神殿としての博物館」に対比して、新たな価値や知見を保證し、議論の戦いが交わされるのが「フォーラムとしての博物館」である。
- 3) 菊池久一は、「リテラシー学習の『政治性』も、リテラシーの定義そのものが政治的決定によるということと無縁ではない」と指摘する（菊池 2004 p.35）。

※本稿における引用・参考文献に関しては、当日配布資料をご参照下さい。

博物館年報の史料学的分析から 見た博物館運営の課題 —歴史系博物館を中心に—

山梨県立博物館 学芸員
高橋 修

1 博物館評価の導入からその戦略的活用の時代へ

2008年6月に公布・施行された博物館法の改正によって博物館には館の評価と改善とが義務として課せられるようになった。このことは博物館運営史上、大きな画期となることが予想される。というのも博物館に相応しい評価の仕組み作りが本格的に模索されるようになり、どの博物館にとっても戦略的な館運営の自覚化ということが従前以上に迫られるようになったからである。

筆者が勤務する山梨県立博物館においては利用者参加型の評価方法である「通信簿ツアー」を2006年から導入し、結果として次の点が明らかとなった。それは、現状ではまだ一般利用者に博物館活動の総体（博物館の魅力）というものが十分に伝わっていないということ、逆に博物館活動の総体をうまく周知できれば、それに伴って博物館に対する満足度が向上する関係にあることが判明したのである（拙稿「山梨県立博物館の評価制度から見た今後の博物館運営の課題」『日本ミュージアム・マネジメント学会研究紀要』13、2009年）。何もこのことは山梨県博に限ったことではなく、全国の博物館にも普遍的に当てはまる事象なのであろう。改めて社会全体に対し、館活動の総体をどのように情報発信していくのか、その戦略的在り方について問われているのである。

現在では厳しい経済状況を反映して、公立博物館でも廃止される事例が報告されるようになり、博物館のガバナンス（運営・統治）が大きく注目される状況にある。それに伴って博物館独自の経営努力と共に当該館の設置者である行政に対しても批判の目が向けられるようになってきている。設置者責任が問われるからこそ、設置者に対する経営説明の仕方も博物館側には問われているのである。

そして各博物館の経営説明にあたって最も根本的な依拠資料となり得るものが「年報」である。年報

とは当該年度における博物館活動の総体を記録した最も公的な資料であることから、その活用法について戦略的であることによって新たな博物館運営が開けるものと期待される。

すでに年報による博物館評価と運営改革との関係については上山信一「評価とは受けるものではなく、自ら行うもの」（『博物館研究』468、2007年）が次のようにまとめている。

①年報とは博物館評価の広報物であり、博物館の経営実態を示す媒体であること。

②年報とは博物館の本質を発信するコミュニケーションツールであること。

年報の持つ以上の特性を踏まえ、上山氏は「年報」改革の薦めを提言し、年報を積極的に活用した博物館運営の在り方を論じているのである。

未来の博物館運営を切り開く年報改革実現のためにはまず年報の歴史的流れを知ることであり、その上ではじめて今後の指針が見えてくるであろう。「年報」史料学の構築という作業が必要とされるゆえんである。

2 「年報」史料学の構築に向けて

年報は博物館運営の総体を知り得る最も公的な記録であることから、年報そのものが持つ内容・書式・形態等々は当該博物館の運営姿勢・経営姿勢・方針・考え方が最もよく反映されたものと捉えることが可能である。年報の持つこうした特質を活かし、筆者が専門とする近世古文書学の分析手法を適用することによって「年報」史料学が構築されるものと考えられる。全国各地の博物館年報を年次的に分析することによって、新たな博物館運営史が切り開かれるであろう。

そのための具体的作業としては、山梨県立博物館とほぼ同性格の歴史系博物館を考察にあたっての中心的対象に据え、16館及び99冊の年報の記載様式を素材として考察を加えた。

先に結論から述べると、書式・内容・形態等の諸側面において年報は1998年の前後2～3年を境に大きく変化していることが読み解けることが判明した。以下、同年以前の年報を「以前」、同じく以降のそれを「以後」として表記することとしたい。両者を比較すると、以後は以前よりも①運営記録の詳細化、

②利用者に対する意識化という2点において進展する傾向にある。次にそれぞれについて詳述しよう。

2-1 運営記録の詳細化

利用者統計について見ると「以前」の博物館の多くは観覧者数、つまり展示の観覧者数と企画交流事業（講座・イベント類）の参加者数を提示する館が主流であり、その他の項目を提示する事例は多く見られなかった。博物館側が公式に公開していた数値指標は上記2点（特に展示観覧者）に限られたことが確認された訳だが、このことは結果的に博物館評価の指標として観覧者数が大きく一人歩きする風潮を助長していたと捉えられる。情報公開の在り方と評価の在り方が大きく関連していることが読み解けよう。

「以後」となるとホールやギャラリー事業といった市民活動に関する項目が記載され、ホームページや広報の活動記録、取材対応時間数など、博物館と社会との交流に関する内容が統計として加わる傾向にあることが明らかとなった。

博物館の持つ活動が多面的になり、とりわけ1998年頃を境に新しいミュージアムサービスの提供が必要とされる段階に突入したことを年報の記載様式の変化の背後に存在することが指摘され得るのである。

また、活動記録について「以前」と「以後」を比較すると、前者においては多くの博物館が市民活動（ボランティア・友の会等）に関するもの、また「情報の発信」（レファランス、情報システム等）に関するものを掲載していなかったのに対し、後者からはそれらの増加傾向を見てとることが出来るのである。

以上から、社会が博物館に求めるサービスは多様化する傾向にあり、こうした状況を踏まえ、博物館側も社会との関係性の強化について自覚化が促され、結果的に社会との交流に関する活動項目について年報での記載が増加するという結果をもたらしたものと考えられよう。

2-2 利用者に対する意識化

外面的な部分に注目すると、「以前」と「以後」との間に顕著なのは、後者はより幅広い対象に対し「見せる」という事に大きな注意が払われているということである。

例えば年報の表紙に着目すると、「以前」の年報は単色印刷で表題が記されるにとどまっていたものが、「以後」はカラー印刷が増え、さらにデザイン的に館写真やシンボルマークなどをあしらったものが頻出するようになる。デザイン的に洗練化が進展し、より広く見られることに対し明らかに意識的になっているのである。

本文写真についても、「以前」は館の写真や展示の様子、イベントの記録の写真といった静態的画像が主であったのに対し、「以後」は1年間の活動をアルバム風に紹介し、それを効果的に活用することで楽しい博物館というイメージが強調された動態的画像が頻出するようになるのである。館職員の顔写真を掲載する館も見られるようになり、職員各自の研究活動の紹介に多くの頁を割くという事例も以後は存在する。

こうした諸側面において博物館は社会に開かれている傾向にあることが読み解けるのである。

また、内容面においてとりわけ注目したいのが、アンケートをはじめ博物館利用者の評価の問題を記載する博物館が「以後」には明らかに増えていることである。「以後」の時期は高度経済成長期以降に開館した博物館にとって記念年度の時期に差し掛かり、いずれも運営の見直しが迫られていた時期にあたる。こうした状況を踏まえ、中長期運営目標計画の策定化の動きが見られるが、当該館の運営課題を公表するようになったのも「以後」の特徴として指摘される。

以上から、「以後」の時期に入ると、年報を介して当該館の活動ぶりを幅広く情報発信する傾向が見られるのである。また、運営課題や問題を公開することに対して積極的になり、各博物館とも社会との関係性強化の志向性がより先鋭的になっている傾向にあると結論づけられるのである。

3 「年報」の活用が切り開く今後の博物館運営

以上に述べた「以前」から「以後」への変化の背景にはどのような事情が存在していたのであろうか。「以前」と「以後」とを分ける1998年前後頃はちょうど全国的に、開館してからある程度の年数が経過した博物館のリニューアル期にあっていた。また、財政状況の悪化から各自治体で行政評価が本格的に

導入されはじめ、施設そのものが廃止されるという博物館にとって危機的状況にも陥っていた時であった。

こうした要因により新しい博物館の実現に向けて、或は博物館の存続を賭けて、各館において運営の見直しがなされ、その結果が年報の変化に反映されたと考えられるのである。

特にリニューアル館においては予算獲得に向けて、それまでの館活動総体の実績を説明する必要に迫られていた。年報に博物館活動の総体を記載し、実績を行政当局に説明することで、新館の整備を実現させてきているのである。例えば神奈川県立歴史博物館や宮崎県立博物館ではリニューアル計画が持ち上がった段階で、年報の記載内容がより詳細になっていることが確認される。

一般に行政内部において公的な書類であればある程、基本的には前例踏襲主義の傾向が強く、内容・書式等は継続される傾向にある。それにもかかわらず博物館年報においては前節で指摘した変化が全国の博物館で見られるということは、そこに博物館側から社会への情報公開に対する強い意識が存在していたことを読み解かなければなるまい。

以上をまとめると、博物館にとって逆風の時代に突入したことにより、博物館それぞれにおいて運営の見直しがなされ、改めて館の存在意義を問う動きが活発になり、市民とともにつくる博物館という動きがより進展したと捉えられる。そして未来への運営に向けてこれまでの活動実績の総点検がなされるようになり、そうした状況が年報記載の多面化・多様化を促したと考えられるのである。

博物館運営の大きな課題として社会に対し、活動の総体の周知が求められ、そのための有効な手段として、冒頭で紹介した上山氏の議論のとおり、館運営の活性化のために、今後、年報の戦略的活用が不可欠になるのであろう。

なお、中長期的経営戦略を立てるためには、単年ごとの統計だけでなく、複数年にわたる統計表とその分析が不可欠である。高知県立歴史民俗博物館、徳島県立博物館、福島県立博物館のように複数年の統計を掲載している館はまだ少ない。今後は、中長期的運営計画を立てるために必要とする情報・データは何なのか、という視点から年報の編集はなされ

るべきであろう。

再三、述べたとおり、年報とは最も公的な館運営の資料であることから、その内容はいきおい静的（スタティック）な、いわゆる統計資料の羅列的なものに終始しがちであった。だが、本研究によって年報を史料学的に分析した結果、おおむね市民と博物館との交流が促進されるという流れにより沿いながら、年報の在り方も進化していったといえる。そうである以上、市民にとって「楽しい」と感じていただけるような、いわば「情感」に訴える（エモーショナルな）年報の作成が将来的に求められるであろう。そうした市民へ開かれた博物館を実現する行為の積み重ねの果てに「博物館の達人（真の博物館の理解者）」が創出されるものと確信する。

〔付記〕

本研究は、(財)河川環境管理財団の河川整備基金の助成を受けています。

科学的リテラシー育成に関する 科学館・博物館の影響について — 科学技術館来館者調査結果より —

(財) 日本科学技術振興財団・科学技術館
田代 英俊・中村 隆
東京大学大学院教育学研究科
小山 治

1. はじめに

科学技術館では平成19年度から、来館者の展示評価に関する詳細調査を実施している。本調査にあたっては、単に展示の良し悪しを評価するのではなく、評価の前提として、科学技術に対する興味・関心、来館動機、理科の素養等について調査を行っている。これらのファクターを踏まえることで、科学技術館来館者がどのような方々であり、その方々に対し科学技術館が何を提供できているのか、何が足りないのかがわかり、来館者のミュージアムリテラシーを育成するうえで効果的な指針が得られるからである。

今回の報告では、平成20年度に行った来館者調査の結果の中から、科学技術館を含め科学館・博物館が、社会の中で科学技術リテラシーの育成に寄与しているのかどうか、その効果が社会的に認知されているかについて考察する。

2. 調査の実施

〈調査対象〉

個人来館した大人 (n=439)、個人来館した子ども (n=387)

この内、親子で来館された方は大人で9割、子どもで8割である。

〈調査期間〉

平成20年 8月12日－18日 (7日間)

〈調査方法〉

質問紙調査法 (自記式)

3. 調査結果及び考察

最初に科学技術館来館者の来館目的を図1、2に示す。

科学技術館来館者の来館動機として、「科学技術に関心があるから」と答えた方は個人大人26.7%、個人子ども29.2%にとどまる。「科学技術に関心があるから」という学びとしての動機付けが、科学技術館への来館行動に結びついているとはかならずしもい

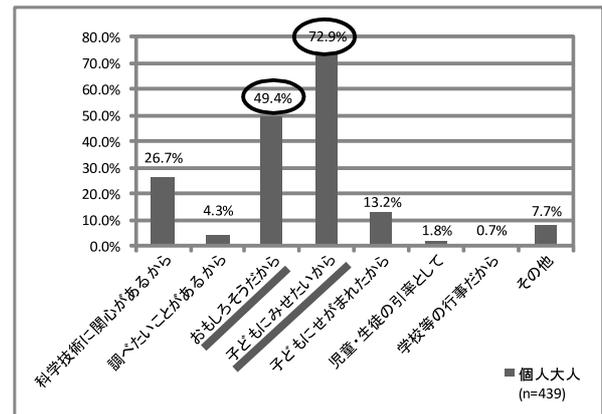


図1 個人大人の来館目的 (3つまで選択可)

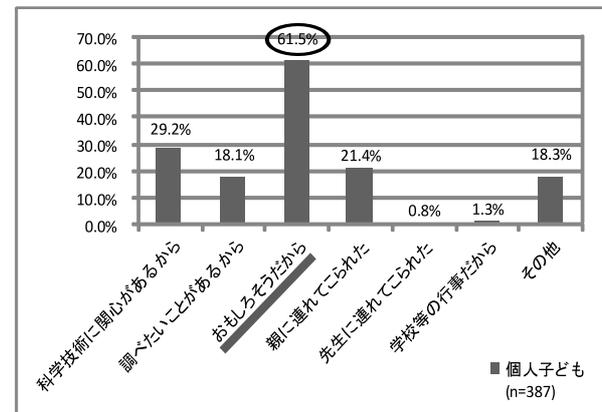


図2 個人子どもの来館目的 (3つまで選択可)

えないのである。ではどのような意識が来館行動に結びついているのであろうか。大人の72.9%は「子どもに見せたいから」との意識である。自分ではなく、子どもの学習のためである。続いて「おもしろそうだから」が49.4%となっている。子どもについては、その61.5%が「おもしろそうだから」という、遊び的ニュアンスを選んでいる。大人と子ども、それぞれ個人の意識が直接来館行動を生むというより、親子の関係性の中で、子どもは「おもしろそうだから」、大人は「子どもに見せたい」「おもしろそうだから」が引き金となり親子の協調のもとに来館行動が生まれていることが示唆される。ちなみに、子どもの内21.4%、つまり5人に1人は「親に連れてこられた」との意識であることもわかった。

次に図3にて、科学技術館来館者の科学的リテラシー (関心、知識、使いこなし) 自信度を示す。この設問では科学技術館に来る前と、展示を見学・体験した後で、科学的リテラシー自信度に対する来館者の意識がどのように変化したのかを知ることができる。上記の来館目的の通り、子どもは遊びとしての「おもしろそう」を求めて来館しており、大人は

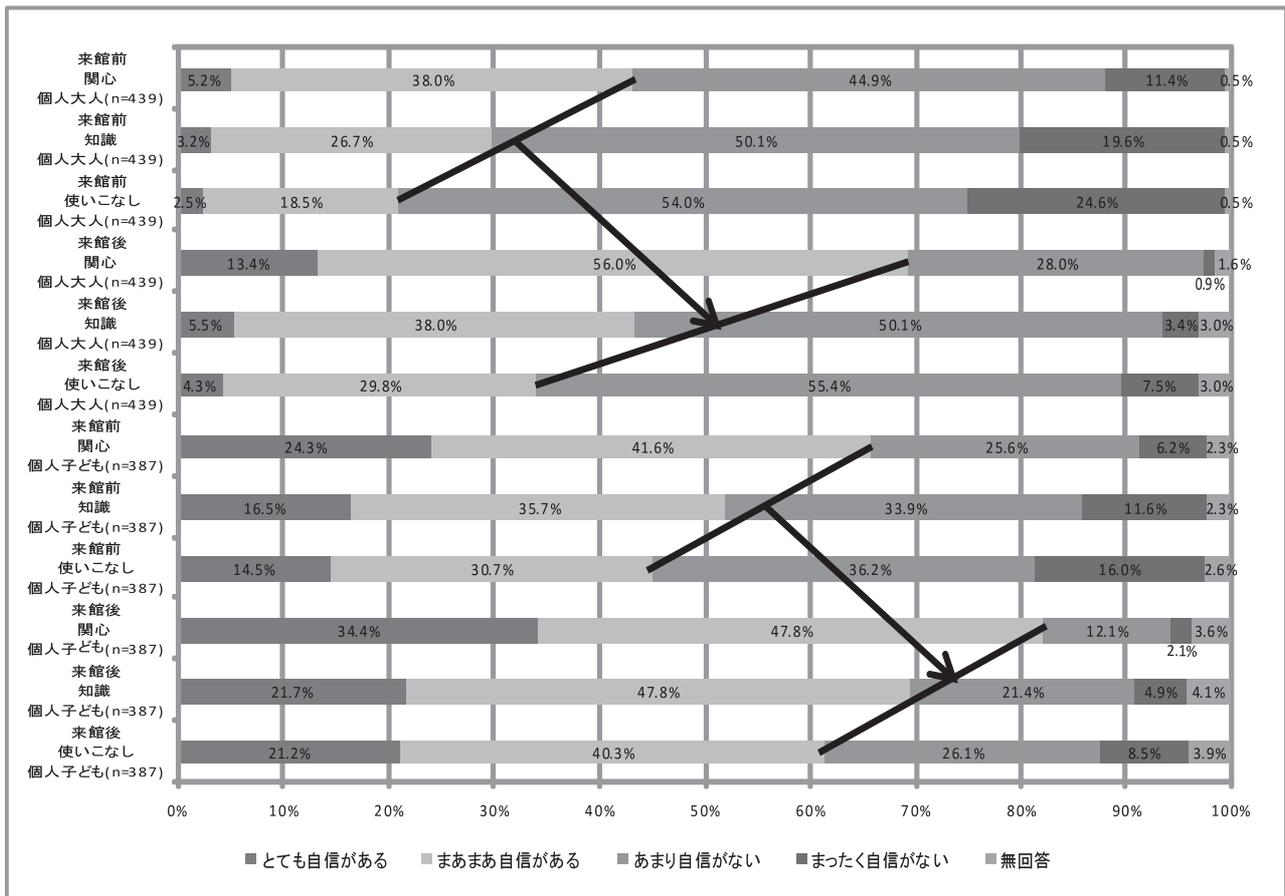


図3 来館前・来館後の科学的リテラシー自信度（関心、知識、使いこなし）

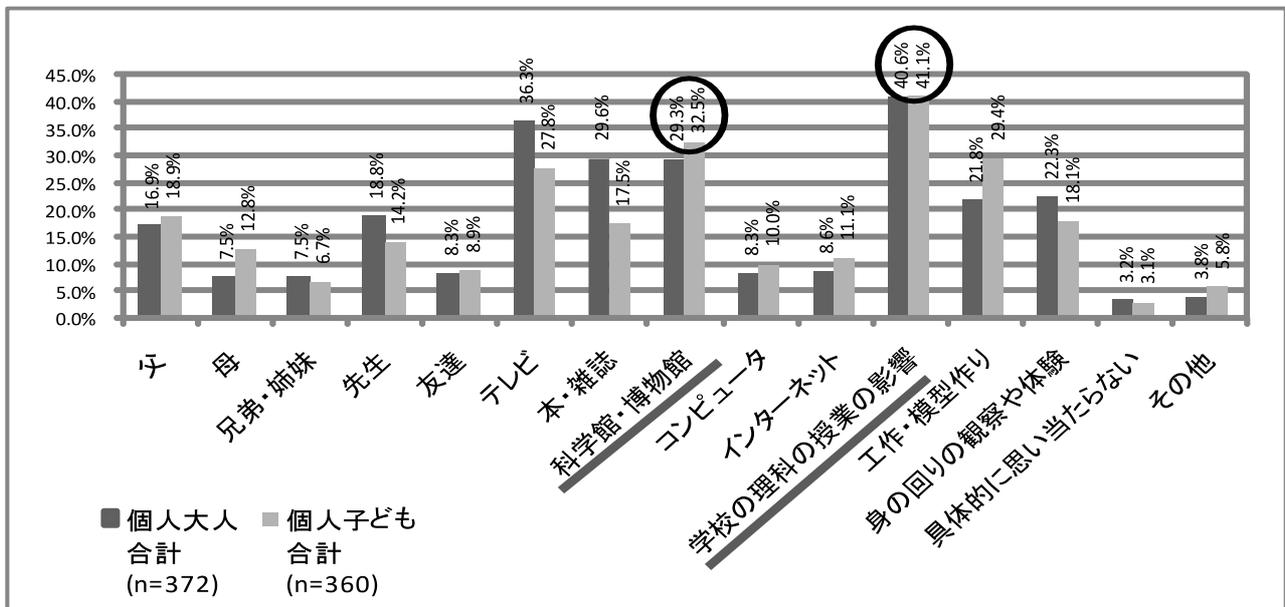


図4 科学技術が「とても好き」「まあまあ好き」となった理由（影響があった項目全て選択可）

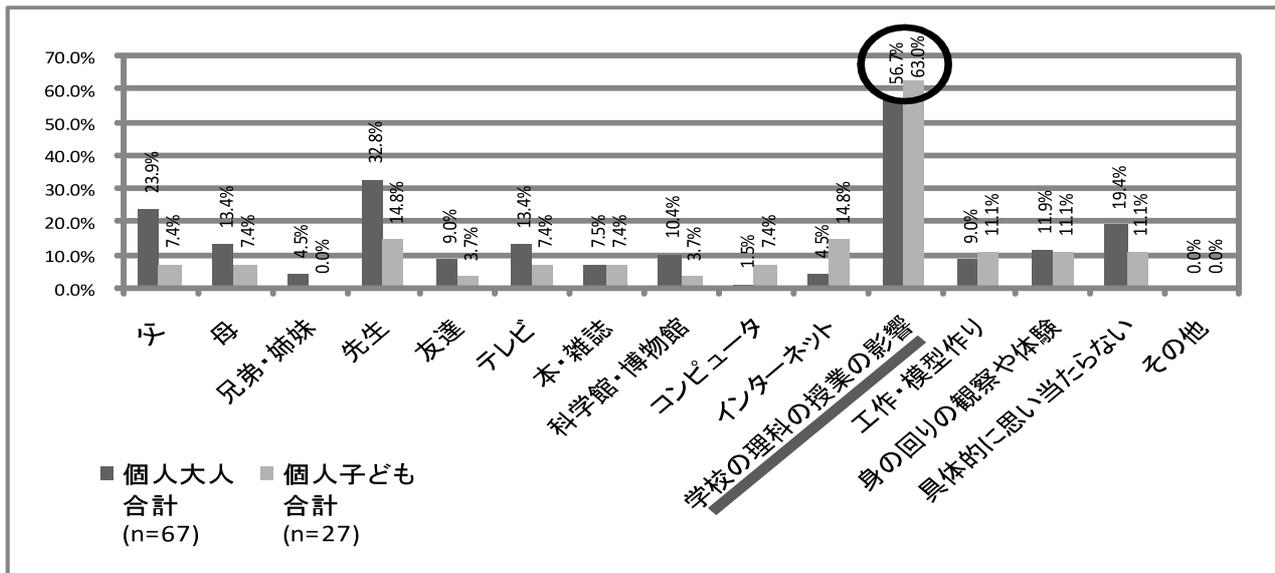


図5 科学技術が「あまり好きではない」「まったく好きではない」となった理由（影響があった項目全て選択可）

自分自身のためではなく、子どもが学習することを求めて来館している。しかし「とても自信がある」「まあまあ自信がある」というポジティブ回答の変化を見てみると、結果として、例えば科学技術に対する関心では大人で26ポイント、子どもで16ポイントの上昇を見ることができた。これは展示による学習効果が科学的リテラシーの自信度として反映したと推測することができる。このことから、科学技術館の展示は科学技術リテラシーの育成に寄与していることが示唆される。なお、科学的リテラシー自信度については、回答者の主観的自信度評価ではあるが、理科の授業の熱心度等他の変数との相関から、一定の妥当性を担保できていると考える。

最後に、科学技術に対する個人の意識と科学館・博物館の関係について図4、5にて示す。

今回の調査では、来館者のうち、大人で84.7%、子どもで93%の方が「科学技術」について「とても好き」「まあまあ好き」と回答し、それ以外の方が「あまり好きではない」「まったく好きではない」と回答している。この方々に対し、なぜ科学技術が好きになったのか、あるいは好きではなくなったのか、その理由を、人、メディア（博物館含む）、理科の授業、自然観察や工作のような個人的体験に分けて複数回答可として聞いた結果が図4、5である。科学技術館来館者の場合、科学技術が好きになった理由として、科学館・博物館の影響が、子どもでは2位に、大人で4位となった。大人、子どもとも学校の理科の影響が1位でありこれについては想定通りだったが、親や先生のような人的な影響以上に科学館・

博物館の影響が強いことが今回の調査結果から示された。また、「青少年のための科学の祭典」全国大会（科学技術館）、福井大会（エンゼルランドふくい）、岡山大会（岡山県立岡山一宮高等学校）でも同じ設問による調査を行ったところ、科学技術が好きになった理由として科学館・博物館の影響が上位にきた。このことから、単に科学技術館来館者が科学館・博物館の良さを認めているというだけでなく、科学技術館来館者以外でも、科学技術に興味のある方にとって、科学館・博物館の有用性が認知されている、あえて言うなら、科学的リテラシーの育成に科学館・博物館が役立っていると社会的に認知されていると考えることができる。

一方、科学技術を好きではない理由では、「学校の理科の授業」が1位で半数を占めている。この結果は、「青少年のための科学の祭典」の各大会でも同様である。「学校の理科の授業」で科学技術が嫌いになるケースが非常に多いことから、社会教育施設として、科学館・博物館の果たすべき役割は非常に大きいものであると考える。

引用・参考文献：

田代英俊，中村 隆，小山 治：「博物館利用者研究—科学技術館来館者の科学リテラシーと展示効果の相関—」，JMMA会報 No. 49 Vol. 13 No. 2，2008，pp. 19-20。

財団法人日本科学技術振興財団：『平成20年度 科学技術館 科学技術理解増進活動基礎調査 報告書』，2009。

千葉県動物公園における 来園者調査計画と実施状況

千葉県動物公園飼育課
並木美砂子

はじめに：博物館としての動物園の位置づけと課題
生きている動物を飼育し、広く公開展示することを通じて種の保存と環境教育を使命とする動物園は、今、その内実を伴いながら持続的な運営が可能な体制を模索する時期にある。しかも、かつてのメナージュリー（見せ物小屋）を脱しつつも、来園者のさまざまなニーズと満足度の向上が、今後、どのように自然と人間の関係構築に結びつけうるかが問われる時代となっている。このような背景の元に、当園は、公立動物園としての独自の課題意識をもち、将来に向けての地域貢献を主眼とする運営のありかたを検討する必要性から、以下のとおり、今後の実際のとりくみに生かすための「来園者の意識や実態分析調査」を実施したので、その経緯と結果およびその後のとりくみについて報告する。

1. 当園の概要とこれまでの来園者調査の実施状況

1985年4月に千葉市内に開園した当動物公園は、敷地面積約34ha、哺乳類鳥類を中心に約150種類750点あまりの飼育展示動物を保有し、緑の豊富な都会のオアシスとして年間約70万人を迎える都市型動物園である。

当園が実施主体となって行われてきたこれまでの来園者調査は、団体利用者のうち「団体指導」「動物体験学習」などの教育プログラムを受けた団体責任者を対象として、プログラム内容の改良や効果的な教材整備を目的としたプログラム評価調査、および、2002年度の子ども動物園のリニューアルに際しての、動物の解説看板を一新するための企画段階調査といった限定的な目的のものであった。

また、一般来園者全体を対象とし、来園者層の実態把握や顧客満足度（以下、CSと記す）を測る調査は、1995年に社会調査会社への委託で実施されたもののみであり、調査項目についての動物園関係者ヒアリングはなく、主に他園との比較が目的であり、調査後、結果に基づく改良はなされないままであった。

しかしながら、最近では、学生による来園者調査が増加傾向にあり、これらの結果を当園として共有すべく、調査結果と分析内容について、当該学生や大学から報告を受けるようになってきている。

2. 集客対策の基礎資料としての来園者調査計画と実施

2000年前後から、全国的に動物園の抜本的な再生計画、あるいは建て替えなどの大規模な計画により、多くの動物園では来園者や市民からの意見聴取やアイデア募集など、さまざまな取り組みが始まるようになった。当園でも、2005年、より多くの来園者を迎え、21世紀にふさわしい公立動物園のイメージ作りに着手するため、「集客対策事業」を立ち上げ、その一環として、来園者プロフィールと関連させた来園者のニーズ分析のための調査を実施するチームが立ち上がった。このチームの共通認識と調査結果よみとりの経緯を段階を追って示したものが図1である。

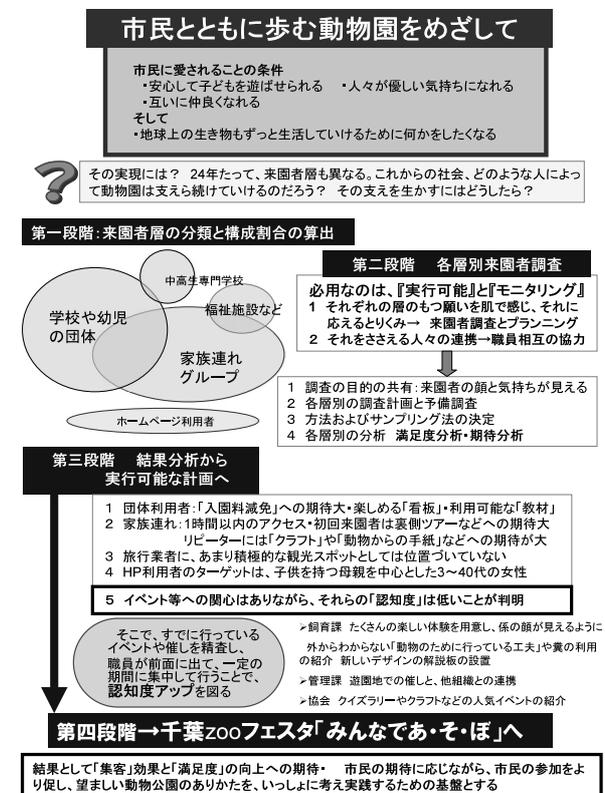


図1 来園者調査・結果よみとりからイベント計画までのステップ

具体的には、2006年、2007年の2カ年にわたり、「学校や幼稚園・保育所などの団体来園者」「一般来園者」「旅行者」の3つの群を対象に、アンケートによる来園者調査が実施された。同時に、HPのデザイン一新を目的としたネット上でのアンケートも実施された。

HP関係のアンケートを除き、すべての調査計画と実施は外部委託ではなく当園の職員によって行われた。これは、多くの職員が実際に来園者に声をか

表1 来園者調査の概要（一般来園者および団体来園者）

対象	一般来園者	2007年の4～6月に来園した小学校、幼稚園、保育園の引率者 316団体
目的	①基本情報(1995年当時との比較) ②属性別に見た来園者の期待を知る ③園としてただちにとりかかれる「工夫」を探る	①来園動機と来園の決め手を知る ②学習利用への要望の程度を知る ③ゾーン別の利用割合から滞在状況の概略を知る
期間	2007年11月10日から11月18日の土日祝日	2007年7月10日から10月3日
サンプル数	1305	計184団体（全体の回答率 58.2%） 内訳：小学校77、幼稚園56、保育園51
方法	アンケート (職員が一人ひとりに声をかけ協力を依頼した)	電話で調査目的を直接話した上で、 FAXによる返信を依頼した

け、調査目的を個別に話し、調査へ協力をお願いするという体験を通してこそ、結果よみとりがその後のとりくみに生かされるという目的によった。データの統一フォーマットによる入力、調査ごとに設置された分析チームにより、結果の読み取りを行い、効果的な集客へのイメージを共有することに結びついた。

調査対象のうち、「団体来園者」は、実際に子どもたちを当園に引率した教師や保育者を対象とし、来園団体に個別に電話で調査協力依頼を行い、了解の得られたところにFAXによる質問紙を送付し、FAXによる回答をお願いした。「一般来園者」は、園内にテントを張り、園内放送等で協力を呼びかけ、一般来園者がほとんどである土日曜日を中心に、目標サンプル数1,300に達するまで継続した（表1）。「旅行者」は、当園に大型バスを乗り入れている会社すべてを対象とした。

3. 調査結果の概略

「団体来園者」の「来園の決め手」の主なものは、①過去の記録・②入園料の減免制度・③保護者や同僚の評判であった。幼児団体ほど③が多かった。リピート率（毎年来園）は43%、2～3年に1回の来園を加えると、80%であったが、逆に、これは新しい団体を迎えていないこととも言える。2～3年に一度というのは、幼稚園であれば3年保育のうち1回の遠足は当園へと決めている場合が多いことがその主な理由である。団体引率者の要望の主なものは、「動物解説の看板をより楽しいものにしてほしい」「気軽に飼育動物の情報や個体紹介を知りたい」などで、楽しみながら具体的に「その動物の個体情報」を知りたいと思っており、とくに小学校引率者ではそれが顕著であった。旅行業者は積極的なツアー企画などはしておらず、ほとんど、団体側の要望に応じてバスの手配をするのみであった。

また、「一般来園者」の「1年に2回以上」のリピート率は40%を超え、CSは5点満点で4.4であり、いずれも1995年の調査時を上回った。来園目的のうち、「いろいろな動物を見る」、「楽しく過ごす」が95年調査時よりも増加した。また、動物を見る目的には、多くの場合、レッサーパンダが含まれた。なお、相対的に子ども動物園でのふれあいを目的する割合が減少した。イベント等の参加要望は、リピーターと初めての来園者では要望の内容がやや異なり、リピーターは子どもと一緒に参加して楽しめることを

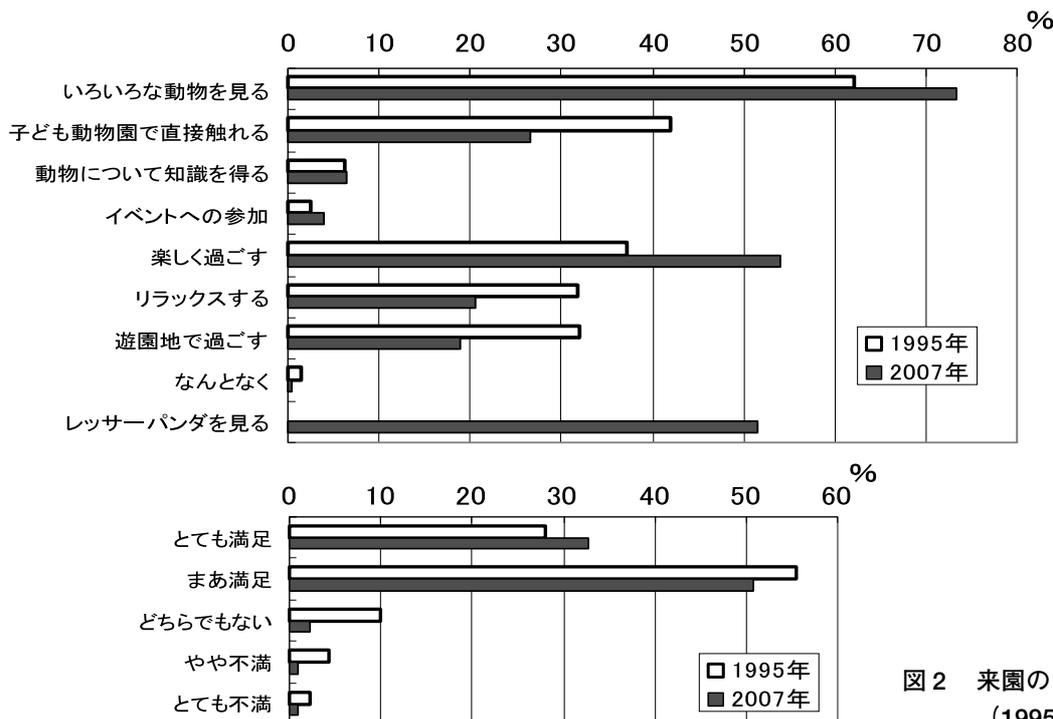


図2 来園の目的と満足度 (1995と2007の比較)

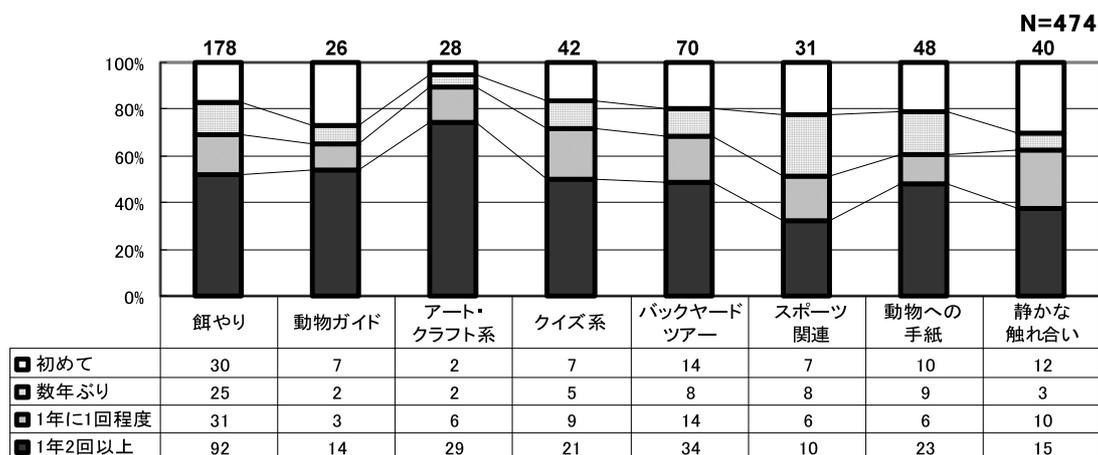


図3 来園頻度と「強い参加希望をもつイベント（2点を入れた項目）」の関係

- ・来園頻度が高い群（1年に2回以上）は、「アート・クラフト系」「バックヤードツアー」「クイズ系」への強い参加希望をもつ割合が高い。逆に、初めて来園の群は「静かなふれあい」「動物ガイド」への強い参加希望が認められる。
- ・「1年に1回以上」の群の割合は63%であり、この割合を超えて「強い参加希望」をもつのは、「餌やり」「アート・クラフト系」「クイズ系」「バックヤードツアー」。

希望し、初めての来園者は、裏側の見学などを望んでいる。また、大人の2人以上のグループでは、動物との静かなふれあいを望むなど、リピート率、来園形態や年齢構成により、要望内容に差異がみられた。園内の平均滞在時間は、95年調査時に比べてやや短くなり、2～3時間程度の滞在が増加している。一般来園者層は、幼児を含む子どもを連れた家族が主であることは変わらないが、60歳以上の来園者が増加している。

なお、50～60歳代の「来園が初めて」群の来園目的の多くが、「レッサーパンダを見に来た」と答えており、その後の個別インタビューによると、「子や孫

がはいはいから初めて立ち上がる時を思い出すので」という来園動機があることがわかった。極めて擬人的なとらえ方であるが、それがこの年齢層に共通していることに驚く。博物館の来館者研究では、「来館者は自分のイメージを持ち込み、それを確認する」と言われるが、この現象はその実証とも言える。

4. 「ちばzooフェスタ『いっしょにあ・そ・ぼ』」の実施

一般来園者対象の調査結果を参考にしつつ、2009年3月実施されたイベント、「ちばzooフェスタ、いっしょにあ・そ・ぼ」の概略は、以下のとおりである。



図4 ちばzooフェスタの実施状況

- 1) 目的 動物園の職員が前面にでることにより、来園者との距離感を縮める。
- 2) 内容 「いっしょに」の意味は、「動物といっしょに」「家族や知り合いと楽しく」「職員といっしょに」楽しく過ごすを含んでおり、とくに職員とはFace to faceの関係作りができるとりくみを工夫する。また、幼児～小学生の子どもとその家族という来園構成が多いことから、家族が楽しくいっしょに取り組める体験型のイベントを数多く用意し、その準備と当日の対応に多くの職員が関わってできるよう、工夫した。
- 3) 結果 60%以上の参加者が「動物公園に来て初めてフェスタがあることを知った」と答えているように、事前の広報や宣伝が不足している。しかし、何らかのイベントに参加した来園者は、このような取り組みが継続的に行われることを希望している。とくに、動物の糞をリサイクルして制作された紙製品の展示や、クラフト作りなど参加型イベントへの評価は比較的高かった。また、このフェスタに向けて整備された子ども向けのクイズ形式をとり入れた「めくり」型の楽しいゾウの看板は人気を博し、その後のガイド時などにも生かされている。



図5 増設された、楽しめる「解説板」

5. 今後の展望

団体来園者には、再度、同じ時期に同様のアンケート調査を依頼し、追跡ができるような継続調査を行って、モニタリングを行うこととしている。

一般来園者向けには、昨年度に引き続き、より市民参加型のフェスタが11月に計画され、このほど実行委員会が発足した。昨年度の反省を踏まえ、早い時期からの宣伝を始めている。

今回の来園者調査から得られた成果のひとつは、その目的を「来園者の気持ちができるようになる」

とおき、来園者への働きかけかたの一形態として日常化することにより、より職員と来園者の距離感が縮まり、結果として集客につながることを目指した点である。すべての部署の職員自らがこの作業に加わることを通じて、職員同士が「来園者を理解する」ためにつながり、日常的に今求められていることを実感できるきっかけとなるよう、継続的にとりくみたいと考えている。

さらに、こうした来園者のニーズにそったとりくみとともに、悪化する自然環境の再生に寄与する「種保存」や野生復帰など、動物園が展示施設のみならず、自然の保全に積極的に関わる機関としても機能していくこと、それらを市民の支持をうけつつ行っていくことが求められる。世界動物園保全戦略(WAZA)の実行を各動物園で行っていく上では、来園者のCSを高めると同時に、その高まりの方向についてともに確認しながら進めていくことが重要で、そのためには動物園職員と来園者の実際の対話的な関係のづくりが非常に重要であろう。CSの高まりによって、より動物園を信頼する基盤は広がる。その基盤があるからこそ、利用者は、動物園職員や運営に携わる側の人々の真摯な姿勢に触れることにより、たとえば環境への負荷を考えるきっかけをつかんだり、日常、目に触れる野生の生き物たちへのまなざしが変わるなどの変化がもたらされると思われる。同時に、それらの姿勢は、利用者との対話的な関係性をより深く継続させていくことにより、ますます醸成されていくという相補的な関係にある。来園者調査は、こうした相補的な関係を継続させていく目的の下に職員自らが計画・実施・分析していく場合に、将来に向けての運営の方針決定に寄与するものと考えられる。

なお、この報告は、「2006・2007年度千葉市動物公園集客対策事業」の一員として関わった飼育課の並木美砂子が代表で執筆した。

ミュージアムのメディアリテラシーと越境する来館者

平野 智紀

これまで行われてきたミュージアムの来館者研究は、ミュージアムの職員や研究者が主体となり、来館者の学習効果を測定し、展示などの改善につなげるためのものであった。つまり、来館者は「教育されるべき対象」であったのである。しかし、ミュージアムでは来館者への展示意図の伝達以外にも、さまざまなレベルでのコミュニケーションが行われている。コミュニケーションは情報の送り手と受け手の相互作用であり、ミュージアム・コミュニケーションの全体を捉えるためには、Hein (1998) の言うように、来館者を能動的な主体としてみなす必要がある。

本稿は、メディア論における批判的メディアリテラシー概念を基に、来館者の視点からミュージアム・コミュニケーションを捉えなおすものである。

メディアとしてのミュージアム／メディア論におけるメディアリテラシー

ミュージアムをメディアとして捉え、そこで起こるコミュニケーションに注目したのはHooper-Greenhillである。彼女は、ミュージアムのあらゆる活動にシャノン・ウィーバー的なコミュニケーションモデルを適用し、ミュージアム全体を活用して来館者にアプローチすべきだと説いた (Hooper-Greenhill 1999)。本発表では彼女にならってミュージアムをメディアとして位置づけ、そこでの人々の振る舞い方を“ミュージアムのメディアリテラシー”として考えてみたい。

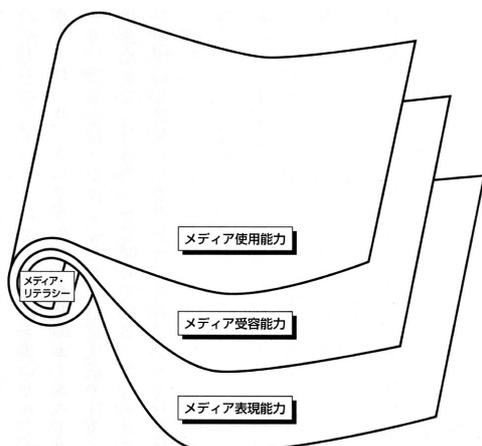


図1 ミュージアムのメディアリテラシーのモデル (水越 2002 : pp. 97)

メディア論におけるメディアリテラシーとは、メディア受容能力・メディア使用能力・メディア表現能力を束ねたものであり、人々がメディアに対するあり方、態度を示す (図1: 水越 2002)。ミュージアムにおいても、受容・使用・表現のそれぞれに対応するリテラシーの接面が存在するはずである。その意味で、ミュージアムのメディアリテラシーは単なる「読み書き能力」ではなく、ミュージアムに対する批判性・創造性を含むものだと言える。

熟達した来館者はミュージアムをどのように見ているか

では、ミュージアムのメディアリテラシーを獲得していると思われる熟達した来館者は、どのようにミュージアムを経験しているのか。2007年9月、東京都内にある3つのミュージアム (歴史系1館・美術系2館) でボランティアとしてミュージアム活動に参加し、年間3回以上ミュージアムに足を運んでいる来館者14名に東京大学総合研究博物館小石川分館の展示「驚異の部屋」を見てもらい、その際に頭の中に浮かんだことをそのまま発話してもらう「思考発話法」(海保・原田 1993) を用いて、来館者の鑑賞行動に関する認知科学的な分析を行った。観覧の様子はデジタルビデオカメラで撮影させてもらった。

思考発話を「理解」と「批判・創造」の軸、「主観」と「客観」の軸に基づいて特徴的な発話をコーディングした結果、彼ら／彼女らの発話の中から、展示を見る際の4つの方略が明らかになった (図2)。

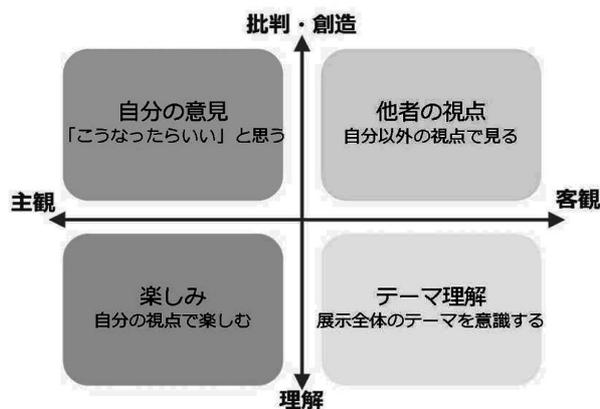


図2 発話カテゴリのマッピング

なかでも、館種にかかわらずミュージアムによく足を運ぶ「越境型」の来館者は、批判・創造の軸による発話 (他者の視点・自分の意見) が多く見られた (表1)。ほかにも、ビデオによる観覧データを

表1 思考発話のコーディング結果

越境型					
	観覧時間	楽しみ	テーマ理解	他者の視点	自分の意見
Aさん	27分52秒	5	6		1
Bさん	49分27秒	6	2	2.5	8.5
Cさん	36分42秒	10	2		2
Dさん	20分07秒	11.5	1	1	12.5
Eさん	25分38秒	3	10	1	1
Fさん	22分59秒	3		1	
領域型					
	観覧時間	楽しみ	テーマ理解	他者の視点	自分の意見
Gさん	30分20秒	2	2.5		3
Hさん	45分04秒	10.5	6.5	3.5	0.5
Iさん	18分17秒		1		
Jさん	18分44秒	5	1		1
Kさん	24分03秒	3	2		
Lさん	18分28秒	1			

分析すると、「越境型」は一筆書きの観覧導線を取らない、展示室以外で長い時間を過ごす、などに展示にアプローチする際の方略を持っていることが示唆された。

これは、たとえば美術に興味があり、美術館にしか行かない、というのではなく、自らミュージアムの領域を越境してさまざまな館に足を運ぶことにより、彼ら／彼女らのミュージアムのメディアリテラシーが豊かになっていることを示しているのではないだろうか。Engestrom (1987/1999) は学習論の文脈で、葛藤状態のマネジメントによる創発的な学習を「拡張による学習」として提唱したが、ミュージアムの領域越境においてもさまざまな葛藤が起こることだろう。「越境型」の来館者は葛藤状態を乗り越え、自らの持つリテラシーを組み換えたのである。組み換わりながら豊かになるリテラシーを図式化したものが図3である。

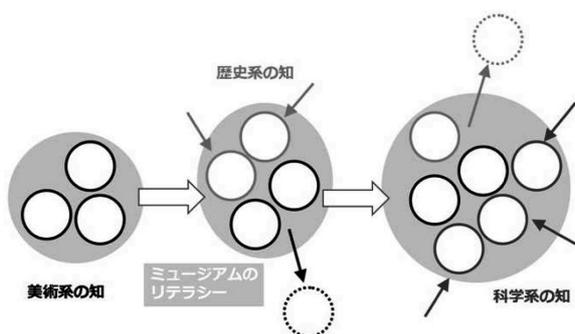


図3 組み換わりながら豊かになるミュージアムのメディアリテラシー

松宮 (2003) は、「ミュージアム」という言葉はそもそも美術・歴史・科学などの領域固有のものではなく、世界を分割し所有するという近代合理主義的思想を含んだ包括的な概念であると指摘している。調査の結果から得られた越境型の来館者の特徴は、

ある領域に関する素養ではなく、ミュージアムそのものに関する素養、すなわち、ミュージアムのメディアリテラシーを示しているとは言えないか。彼ら／彼女らのメディアリテラシーには、「メディア受容能力」だけでなく「メディア使用能力」(ミュージアムを使いこなす力)や「メディア表現能力」(ミュージアムを批判的に解釈し、変えていこうとする力)と思われるものまでが包含されている。

「ミュージアムのメディアリテラシー」の可能性

来館者はこれまで、ミュージアムにおいて情報の受け手としてしか見なされてこなかった。しかし、ミュージアムをメディアとして捉え、来館者が持つミュージアムのメディアリテラシーを考えることは、来館者が主体として経験するミュージアムを研究する上できわめて重要である。

ミュージアムの枠にとらわれず、領域を越境する来館者が持つ“ミュージアムのメディアリテラシー”は、来館者が来館者自身の視点からボトムアップにミュージアム全体を変革していくための潜在力になりうるのである。

参考文献

- Engestrom, Y. (1987/1999) 『拡張による学習』新曜社
 Hein, G. (1998) *Learning in the Museum*. Routledge.
 Hooper-Greenhill, E. (1999) *Communication in Theory and Practice*. Eileen Hooper-Greenhill (Eds.) *The Educational Role of the Museum* pp. 28-43 Routledge; 2nd Revision.
 海保博之・原田悦子 (1993) 『プロトコル分析入門』新曜社
 松宮秀治 (2003) 『ミュージアムの思想』白水社
 水越伸 (2002) 『新版デジタル・メディア社会』岩波書店

展覧会への興味喚起と 支援パワー引き出しの取り組み

—「未来をひらく福澤諭吉展」(企画展)での
インターネットを使った試行の報告—

慶應義塾大学大学院後期博士課程
本間 浩一

1 はじめに

一般市民が博物館や展覧会の存在と価値を知り、利用し、さらに自ら博物館の運営と存続に貢献するためのツールとしてインターネットは大きな可能性を持っている。しかし、博物館には予算・人員の制約があり、その可能性を十分に活用できないケースも多い。博物館の取り組みの中で優先順位が上がらない理由として、インターネットを使った活動がどこまで効果を上げられるか定量的な予測が難しいこと、実際にホームページ等の企画と運営を担う要員の不足、の2点を挙げる。

今回、博物館外の支援者の巻き込みを含む試行を行った。その運営方法と定量的な結果を発表することは、博物館の関係者、および一般市民の中の博物館支援者の活動の一助になると考える。

2 博物館に対する社会の認識の変化と、博物館の「支援者」への着目

日本においては、博物館という社会システムへの基本的な要求事項は博物館法で規定されているが、法律制定後、社会は大きく変貌し、同時に博物館を維持する社会的な意味も博物館を利用する人々のニーズも変遷している。結果として、伝統的な博物館の運営と現在の社会的要請との間にはズレが生じている。

従来、博物館と一般市民は、社会的なサービスの提供者と利用者という関係を持っていた。博物館の場合は、資料の展示という機能が一般市民への直接的なサービスになる。博物館は資料を観察・鑑賞するためのコンテキストを提示し、利用者はそれを一方的に受け入れる立場である。しかし、一般市民の関心は多様化しており、博物館が提供する固定的で制約のあるコンテキストでは飽き足らず、自分でコンテキストを作り出す能力と意欲もあるが、博物館の組織内でそれにすべて応えることは難しい。

この課題の解決策のひとつとして、一般市民のこの能力と意欲というリソースを「支援者活動」とし

て博物館の外部で独立して抽出・組織化し、博物館の拡張機能を担わせることが可能だと考える。この仮説を支える重要な技術はインターネットである。「支援者」が活動を行う道具として、コミュニケーションのコストの削減と時間の効率向上の有効な手段になる。インターネットがもつ特色を活用すれば、場所と時間の制約が少ない支援プログラムを作成することが可能になり、結果として実際に活動可能な支援者を増やすことができる。

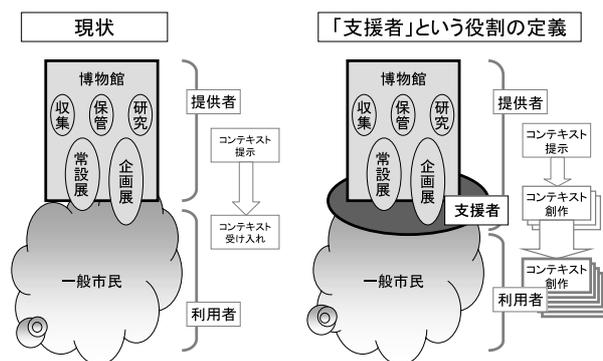


図1 仮説「支援者」という役割の明確化

博物館の外部の組織・個人が、博物館と協力しながらも独立して支援者のパワーの引き出しと活用を実現する可能性を示したい。以下で紹介する事例も、特定の企画展に対して博物館外の主催者が行ったものである。ただし、適用の対象は、常設展や博物館全体へも展開できると考える。

3 「未来をひらく福澤諭吉展」(企画展)での支援 パワー活用の報告

2009年1月10日から3月8日まで東京国立博物館・表慶館において開催された企画展「未来をひらく福澤諭吉展」を題材に、主催者である慶應義塾内の創立150年記念事業室で行った試行について報告する。

表1 研究材料：「未来をひらく福澤諭吉展」の概要

展覧会名称	未来をひらく福澤諭吉展	
東京開催	期間	2009年1月10日－3月8日
	開催場所	東京国立博物館 表慶館
福岡開催	期間	2009年5月2日－6月14日
	開催場所	福岡市美術館
大阪開催	期間	2009年8月4日－9月6日
	開催場所	大阪市立美術館

<東京開催 主催>
東京国立博物館、慶應義塾、フジサンケイグループ

この試行の内容は以下のような活動である。なお、本試行では「支援者」を「応援団」と呼称する。

- ・企画展の公式サイト、および関連サイトの運用
 展覧会開幕の半年前からの段階的な広報
 一般へのリーチ拡大の戦略に基づくサイト作成
- ・情報提供メールの運用
 興味を持った一般市民への継続的な情報提供
- ・展覧会の「応援団」の募集と応援団活動の運営
 個人保有サイトでの展覧会広報・批評の喚起
 本展の支援に関心を持つ一般市民を「支援者」として公募

表2 「支援者」を抽出・組織化

Web上で公開で公募 + メールでスカウト活動				
「未来をひらく福澤諭吉展」の応援団応募数				
		期間	日数	応募数
募集期間	第1期	2008/10/1~10/31	31	9
	第2期	2008/11/5~11/30	26	20
	第3期	2008/12/3~12/19	17	11
	第4期	2008/12/22-2009/1/31	41	50
	第5期	2009/2/4-2/28	25	27
合計			140	117



図2 展覧会サイトの設計 (P: ページ数)

応募者には、具体的に以下の2つの観点を盛り込んだ実活動プログラムでの支援を要請し、応援団応募者が自主的に活動を行った。2つの活動は、実際には同期してセットで行われるものである。

第1の活動は、「支援者」が個人で保有・運営するWebサイトでの広報。(バナー広告の掲示)

第2の活動は、「支援者」自身によるコンテキストの創作。(記事の作成)

「展覧会応援団」には、展覧会開催期間、および前後の合計5ヶ月間で117件の応募があった(第6期以降も募集は継続中)また、応募者の中には実際には東京開催の展覧会に参加できないケースも含まれており、「利用者」と「支援者」は独立であることを示している。

「支援者」が保有・管理するWebサイトにおいて、コンテキスト作成と展覧会の広報が行われた。広報

2008/11/16から2009/4/4の20週間(展覧会前8週間、展覧会8週間、展覧会后4週間)

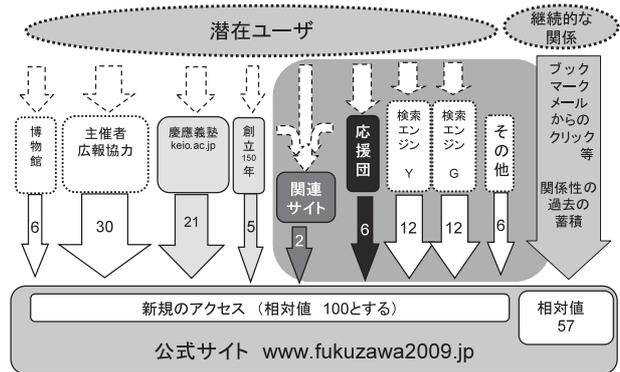


図3 公式サイトへのアクセス流入元

の成果(該当Webサイト経由での展覧会公式サイトへのアクセス)が確認できたサイトは、76サイトあった。

本活動によって展覧会のサイトに流入してきたユーザは、流入元を特定できるアクセス(直接的成果)と、検索エンジン経由のアクセス(間接的成果)がある。流入元を特定できるアクセスのうち、6%のアクセスが応援団のサイトを経由したものである。また、定量的な評価はできないが、多数の応援団サイトから展覧会の公式サイトにリンクがはられたことにより、検索エンジンで本展覧会に関連するキーワードの検索が行われた場合に公式サイトが参照される可能性が高まった。

本試行では、展覧会の広報に対して、応援団の支援が計測・評価可能な規模の成果を生み出すことを証明した。

4 インターネット利用による支援パワーの活用拡大の可能性

今回の試行では、展覧会・博物館に対する潜在的な支援パワーをインターネットというツールを用いて、「どの程度の数の支援者」から、「どの程度の支援作業」を引き出せるか、他でも流用可能な方法の範囲で試行錯誤しながら実例を作った。

研究材料とした展覧会は、東京開催以降、福岡、大阪を巡回する。それらに加えて、他の企画展示、常設展示にも適用してさらに試行を重ね、汎用的な方法論の構築に結び付けたい。

参考URL

- 「未来をひらく福澤諭吉展」公式ホームページ
<http://www.fukuzawa2009.jp/>
- 「未来をひらく福澤諭吉展」“応援団”の紹介
<http://www.fukuzawa2009.net/cheergroup/>

ミュージアム・シアターによる 博物館の新しい学びの場づくり ～所沢航空発祥記念館における実践から～

ミュージアム・シアター・ワークショップMTW
嵯峨 創平・塩田 るみ

はじめに

ミュージアム・シアター・ワークショップ (MTW) は、「博物館の教育コミュニケーションを面白くしたい!」を合言葉に、博物館外の市民グループとして2008年4月に発足した。海外のミュージアム・シアターの動向や、インプロ (即興演劇) の理論に学びながら、日本の博物館へミュージアム・シアターを普及する専門集団を旨として活動中である。MTWの特色は、ミュージアム・シアターにインプロ (即興演劇) のトレーニングとパフォーマンスの手法を取り入れた点にある。1年間の活動経過から得られた成果と課題、今後の展開可能性について報告する。

1-1. ミュージアム・シアターとは何か

1990年に設立された国際ミュージアム・シアター連盟 International Museum Theatre Alliance (IMTAL) は、博物館の中で演劇を上演する演劇関係者及びその上演を行う博物館によって構成されたネットワーク非営利組織である。アメリカ、ヨーロッパ、オーストラリア・アジア (近日設立) の3支部があり、50カ国以上が参加している。IMTALによれば、ミュージアム・シアターとは、「演劇 (演劇的手法) を博物館のインタープリテーション技術として提供することにより、博物館における教育的体験の質を高めることを目的に行われる活動のこと」である。提供施設には、美術館・科学館・歴史博物館・こども博物館・史跡公園・動物園・水族館などが含まれ、俳優・パフォーマー・エドゥケーター・演出家・脚本家・学生・教師などが博物館学芸員やスタッフと共に来館者を巻き込んで活動する。上演形式は様々で、寸劇的な解説・ストーリーテリング・歴史劇・人形劇・パントマイム・ミュージカル・劇づくり教室などが実施されている。ミュージアム・シアターには定まった理論や形式は無く、実施する博物館の教育目標や必要性に応じて、さまざまな手法や形式が採用される。実際、actorとinterpreterの境界線はそれほど厳密ではなく、実施者がどちらに軸足を置くかによって呼び名が変わるようである。

1-2. 日本へのミュージアム・シアターの紹介と現状

近年の博物館教育に対する関心の高まりと、博物館経営の多角化の流れの中で、日本にも国際的なミュージアム・シアター (MT) の動向が紹介され始めている。2005年の第10回JMMA大会において江戸東京博物館たても園における「ミュージアム・シアター」の研究報告と上演が行われた。この時の企画者・松永 (2005) によれば、MTを導入する館側のメリットは以下の4点に整理できる。(1) 集客面のメリット: 地域や学校と博物館の結び付け、文化的志向の高齢者の参画の場、(2) 収入面のメリット: 集客増の結果としての飲食・物販などの増加、(3) 教育面のメリット: 参加体験型の新しい展示手法として、バリエーションの展開も容易である、(4) コスト面のメリット: 展示更新にかかる多額のハード&ソフトの軽減、維持管理コストが少ない。日本ではミュージアム・シアターを実施する際の課題 (館の理解、博物館と地域を結ぶ人材の育成、制作費用の確保など) が存在するものの、博物館と地域住民をより身近なものとし、来館者増や博物館評価にも貢献可能な活動としてミュージアム・シアターの必要性と可能性は大きいとしている。

2-1. インプロ (即興演劇) とは何か

インプロとは、Improvisation=インプロヴィゼーションの略語で、もともとは音楽・ダンス・演劇などの芸術分野で行われてきた創作・表現手段のひとつである。Improvisation Theater=即興演劇もその歴史は古く、中世イタリアのコメディア・デラルテとよばれる放浪民の即興劇をはじめ、ラテンアメリカや東アジアにも同様の芸能があるが、記録は少なく正確な起源は分からない。

現在、世界中で広く行われている「インプロ・ゲーム」を用いたワークショップや、「インプロ・ショー」といわれる即興劇のパフォーマンスは、通常の演劇のような台本が無く、舞台の上で役者が客席から「お題」をもらって、仲間と協力しながら、自分を最大限に使って、何が起こるか分からない“今ここ”を生き、筋道の通ったストーリーを創造していく演劇のスタイルである。そのため「プレイヤー (Improvisor)」には、柔軟な発想やストーリーの創造力、仲間と協働するためのコミュニケーション能力や、自分を開放して表現する能力などが求められる。ヴァイオラ・スポーリン (Viola Spolin) やキース・ジョンストン (Keith Johnstone) らによって編

み出された300を超える「ゲーム」と呼ばれる形式は、インプロを学び・演じるプレイヤーが直面する課題や失敗を乗り越える方法論に対応しており、一般向けのコミュニケーション・トレーニングとしても大変有効である。

2-2. インプロ（即興演劇）と教育コミュニケーションの関係

博物館の展示空間において“展示と来館者とをつなぐ役割”をもつ教育スタッフ（museum educator）の役割にも注目が集まるようになってきた。エデュケーターは単なる展示解説者にとどまらず、来館者が博物館にやって来る個人的・社会的・物理的な体験の文脈に即して、豊かな「博物館体験」を演出する役割を担っていることまで踏み込んで考える必要がある。博物館における学び（教育・交流活動）の特徴は、来館者の「自由な学び」に委ねられる面が大きいことである。その場合、博物館スタッフの役割は、来館者一人ひとりの目的や文脈に寄り添って「博物館体験を創出する」＝「意味形成の支援をする」ことだと言えることができる。このような考え方は、科学的原理・歴史的事実・社会的価値観などを博物館→来館者へ「伝達する」ことを超えて、それらの事項を博物館⇄来館者の間でコミュにケーションから立ち現れる「対話」のプロセスを重視する「社会構成主義」の学習理論につながる。

“対話の支援者”としての教育スタッフの機能と技能の開発、そして新しい博物館教育の価値体系の創出プロセスに、インプロ（即興演劇）の方法論は大きな示唆と効果を与えてくれる。主な側面として、①展示に込められた情報（背景情報も含めて）を生き生きと「伝える」効果、②来館者から展示に関わる記憶や感覚を「引き出す」効果、③展示と来館者の「今ここ」の関係の中で新たな意味を創造する効果が期待できる。

3-1. ミュージアム・シアター・ワークショップ（MTW）の実践報告

MTWはこの1年間にワークショップやシンポジウム等10回の主催行事を実施し、「花王・コミュニティミュージアム・プログラム2008」の助成とJMMAの後援を受けて、2009年2月7日－8日の2日間、所沢航空発祥記念館において「ミュージアム・シアター公演」を開催することができた。そこへ至るまで約4ヶ月の間、MTWでは、①博物館における即興パフォーマンスを想定したワークショップの開催



ミュージアム・シアター in 所沢：ステージパフォーマンス



ミュージアム・シアター in 所沢：フロアパフォーマンス

(3回)、②協力館への企画提案と見学会・勉強会等の実施による実施案の調整、③シナリオ企画会議の開催と分担執筆、④日本大学芸術学部との連携によるパフォーマンス稽古と舞台制作、⑤広報宣伝と活動評価のための記念館との協同作業を行い、本番公演として、「展示フロアにおける即興パフォーマンス（8本）」+「館内フロアでの台本芝居パフォーマンス『飛びたい！○○のように』」を2回実施した。本公演に関わったスタッフ数は約40人、来場者は（記念館への一般入場者が自由に参加できる形式だったが）1日目500人、2日目650人という盛況であった。記念館副館長からは、「演劇を用いる手法は、観客の興味・関心を喚起する点で、もっとも力強い手法」との高い評価を受けた。

3-2. ミュージアム・シアター活動の中間評価と今後の課題

本番公演を終えた後、評価会議と中間報告会（公開シンポジウム）を実施した。記念館スタッフとMTWスタッフによる評価会議、日大演劇学科チー

ムとの「ふりかえりの会」、MTW主催の中間報告会を通じて整理された成果と課題は、①博物館展示のインタープリテーションとして演劇的手法が効果的であること、②市民団体が参画により博物館の活性化や情報発信に貢献できること、③市民メンバーの博物館リテラシーが向上したこと、④博物館運営スタッフとの連携手法を洗練する必要性、⑤継続的な実施による「手法の定着」と「効果の評価」を行う必要性等であった。「博物館と演劇のコラボレーション」によって博物館活動の新たな可能性が期待できることが確認され、克服すべき課題も明確になった。MTWの次なる実践課題は、(1) 即興演劇の手法を使った「展示-来館者」のコミュニケーション・プログラムの開発、(2) シアター・プログラムの意義と手法を館スタッフへ伝え受け渡すこと、(3) イベント型でない継続的シアター・プログラムの効果の評価である。これらについて実践的な検証を続けつつ、2009年秋にはミュージアム・シアターの実践報告と普及のための「小冊子・DVD」を制作予定である。

4. ミュージアム・シアターの特長と今後の可能性

結成から1年余の活動であるが、MTWの実践や博物館関係者との対話の中から見えてきた、ミュージアム・シアターの特長と今後の可能性について、メモ的に整理しておきたい。

第一に、博物館が有する展示や研究情報などを「伝える手段」として人が介在するインタープリテーションが有効であり、中でも身体や物語などを統合した演劇的表現は来館者の体験に強く刻み込まれる。第二に、インプロ（即興演劇）の手法を活用することで、来館者にとって“今ここ”にしかない博物館体験が創出できること。展示⇄シアター⇄来館者の双方向的なトライアングルが成立することによって、「新しい学びの場」が拓かれる可能性がある。第三に、即興演劇の手法は、博物館教育に関わるスタッフやボランティアの「トレーニング手法」としても大きな可能性を持っており、博物館の教育コミュニケーションを活性化する具体的な一方策となり得る。

(引用参考文献)

- C. ヒューズ著、安田亮・松本栄寿・小浜清子訳、2005 「ミュージアム・シアター 博物館を活性化させる新しい手法」玉川大学出版部
松永久、2005 「ミュージアム・シアターとその可能性」三菱総合研究所
国際ミュージアム・シアター連盟 (IMTAL) ウェブサイト <http://www.imtal.org/>

デジタル・コミュニケーションを 活用した地域資源の物語化の実証実験

常磐大学コミュニティ振興学部

塚原 正彦

茨城桜川市情報政策課

久見木憲一

常磐大学コミュニティ振興学研究科

鹿島 諒子

1. はじめに

デジタル・コミュニケーションは双方向性を促し、継続的に内容を書き換えることを可能にする。この機能を活用したコミュニケーションモデルを構築することで、あらゆる人々が参画でき、情報の共有や交流を繰り返し行いながら、知の成長を促すことが可能になる。

そこで筆者らは、デジタル・コミュニケーションを活用した地域資源の物語化のためのコミュニケーションモデルを開発し、茨城県桜川市において、実証実験を行った。

ここでは、開発したモデルとその実験結果を報告する。

2. デジタル・コミュニケーションの可能性

日本におけるデジタル・コミュニケーションは、記録や整理をし、作業の効率化を図ることを目的としたものが多くみられる。一方、諸外国では、双方向性を想定したうえで、情報の共有と幅広い交流を継続的に行うことを前提にした参画と創造型の学習コンテンツが出現している。それらの事例は、地域づくりや新規ビジネスを起動させる苗床となり、社会的な役割を果たしている。

イギリスでは、国をまるごと地球社会の学習博物館に転換する未来構想のもとに、博物館や出版社、メディア、広告、観光などの分野が未来産業と位置づけられている¹⁾。この構想を実現するために、ICTを活用した横断的なコンテンツの運用が開始され、あらゆる人々が参加して、かかわりあう物語コンテンツの開発プロジェクトが誕生し、新しいまちづくりやコミュニケーション産業が次々に誕生している。

その代表的な事例は、カルチャーオンラインプロジェクトにアップロードされている“ICONS”やV&Aミュージアムが主催する“Every Objects Tells Story”があげられる²⁾。

そのような物語コンテンツで展開されるコミュニケーションは、人々の生活に溶け込み、多くの人を地域の誇りを再発見する活動に誘い、そのプロセスで、新しい学習方法や観光スタイルを育むことに成果をあげている。

3. デジタル・コミュニケーションによる学習モデル
イギリスのモデルを糸口に、デジタル・コミュニケーションを活用することで、地域のコミュニケーションを促進し、新しい学びやライフスタイルを創造することを旨とした地域資源の活用方法として、次の仮説モデルを設定した。

(1) デジタル・コミュニティ・ミュージアム

生産消費者社会が進展しており、情報を発信する主体と客体の境界が消失し、学びやコミュニケーションのあり様が劇的に変わりつつある。

そこでは、a) いつでも、どこでも、そして誰もが、あらゆる夢や感動、知恵やノウハウに出会うことができ、b) 人々が、夢や感動、自分が習得した知恵やノウハウを思いのままに表現することができ、c) 参加するすべての人々は、楽習の成果を自由に共有することができ、d) あらゆる分野で、学びの成果を自己実現することが可能となっている。

コミュニティの絆を深め、人々の自己実現を高めることを目指すためには、ICTを活用した上記の情報交流の場を設定することで、目覚しい効果を期待することができる。そのためには、住民が主役となり、継続的に進化成長を促すことができるコミュニケーションの場、学びの場を創出する必要がある。

そのような場として、デジタル・コミュニケーション・ミュージアム（以下、略称としてDCM）を設定する。DCMは、情報が発信されるだけの従来の博物館やメディアと一線を画す、誰もが主役になり、日々の交流で進化、成長し続け、コミュニティの誇りや新しい情報産業の苗床としての役割を果たすものである。

(2) コミュニケーションを育む地域資源

DCMにおけるコミュニケーションテーマを、従来のメディアや博物館がとりあげてきた学術や芸術価値を中心としたグローバル情報を中心とした地域資源とは別のアプローチで想定した。

従来のそれは、自然、文化、美、景観などの目にみえる文化財や現象などに着目し、図鑑や辞典の形式で整理、編集し、提供してきた。

そこでは、人々を感動へ誘う入り口にエネルギーが注がれる一方で、コミュニケーションプロセスにおける関係性は、見たり、調べたりすることアプローチが中心となり、主体と客体の相互作用は、限定されたものになる。

それに対して、プロの目線のないあたりまえの家庭料理、掃除、洗濯などの家事、趣味やこだわり、日常の生活景観などに着目してみた。それらは、観光やビジネステーマにはならないけれども、誰もが気軽に参加することができ、自分なりに編集し、書き換え、主役になることができる。

このようなコミュニケーションテーマを、a) 人々に興味関心を喚起する自然、文化、美、景観などの物的要素から知恵、絆、仕組みなどの目にみえない要素を含めた森羅万象で構成され、b) あらゆる人々に共有され、変化し、成長し、c) 物語化することで、生き方や未来のヒントを与えてくれる学習コンテンツに進化する可能性のある地域資源と定義した。

そして、DCMでは、誰もが主役になることができる地域資源を中心にしたコミュニケーションを発掘し、創造していく活動を起動することを想定した。

(3) 地域資源の物語化

発掘した地域資源は、人々の興味関心を喚起し、それに接した人々の生活課題を刺激し、共有されてはじめて、コミュニケーションテーマになり、人々の学びを引き起こす。

DCMでは、地域資源が、人々に共有され、書き換えられ、学びに進化成長していくコミュニケーションプロセスを地域資源の物語化と規定する。

地域資源が物語化され、限りなく進化成長し続けていくプロセスを明示すると次のようになる。

a) あたり前の人々の営みの中から未来へ結ばなければならぬカタチを見出し、地域資源を発掘する。b) 発掘した地域資源を、人々のコミュニケーションを引き起こすために物語に編集し、ミュージアムにアップロードする。c) アップロードされた地域資源を糸口に、コミュニケーションが引き起こされる。d) それぞれのコミュニケーションから、未来へ進化成長する学びが育まれる。e) 参加者に編集され、物語化された地域資源がさらにアップロードされ、未来コレクションに進化する。

(4) コミュニティ・キュレーター

地域資源の物語化において、上記のa)、b) を担い、問題を提起するキープレーヤーが不可欠であり、

その担い手をコミュニティ・キュレータと規定する。

コミュニティ・キュレータは、a) デジタル・コミュニケーションを使いこなすことができ、b) 未来へのヒントを探しながら、フィールドワークすることができるスキルと資質を持ち、c) その土地に息づく光や風、大地の記憶を探り、d) 発見した感動と未来と縁結びした物語を創造し、e) 学びを豊かにする“物語ミュージアム”をデザインする未来へのコミュニケーション・プロデューサーの役割を果たす人材である。

4. 仮説モデルの仮想事例

2の(1)～(4)で述べたDCMプロジェクトの一連の流れについて、次の事例を想定した。

(1) 探検する 地域資源を発見する

平四郎君は、デジタルミュージアムで見た1枚の古い写真に心を惹かれました。その写真には、家の近くにあるのとそっくりの石碑が写っていました。平四郎君は、その写真の由来について、資料館を訪れ、学芸員に聞いてみました。

学芸員は、「真壁には、石材店がたくさんありました」その写真を家の人や近所の人に見せて、昔の話を聞くと面白いことがわかるかもしれません。調べてわかったことは、あとで教えて下さいね」アドバイスをしてくれました。

平四郎君は、その写真をおじいさんに見せてみました。おじいさんは、「写真の石碑は、家の近くの石碑と同じもので、70年間変わることなく住民に親しまれてきたんだ」と言い、本棚から古いアルバム取り出してきて、ページをめくりながら、写真に写っている景色や人について、1枚ずつ丁寧に説明してくれました。

平四郎君は、アルバムの写真とおじいちゃんの話から、真壁には石材店がたくさんあったこと、自分の家も石材業を営んでおり、いろいろな場所の灯籠や石碑を作っていたことがわかってきました。

平四郎君は、昔の風景を探しに出かけるようになり、近所の人に話を聞いて回りました。気になったものはデジタルカメラで撮影し、聞いた話はメモに書き留めるようにしていくと、たくさん情報が集まってきました。

(2) 編集する 収集した情報を整理し物語化する

平四郎君は、アルバムの写真をコンピュータで編集し、おじいちゃんの話や自分が気付いたことをコ

メントの欄に書き込みんでいくと、真壁の物語ミュージアムが出来ました。

平四郎君は、自分が調べてわかったことをたくさんの人に知って貰いたいと考え、真壁の物語ミュージアムを、DCMに投稿してみました。

DCMの学芸員メールが来ました。そこには、「平四郎君、あなたを今日からコミュニティ・キュレータに任命します。平四郎君の作品を世界中の人に見て貰えるよう、DCMに掲載しておきました。自分の作品を通して、いろんな人と友達になって、友達から得たヒントや新たにわかったことを書き加えて下さい」

(3) 創造する 物語コンテンツを公開し、多くの人と繋がる

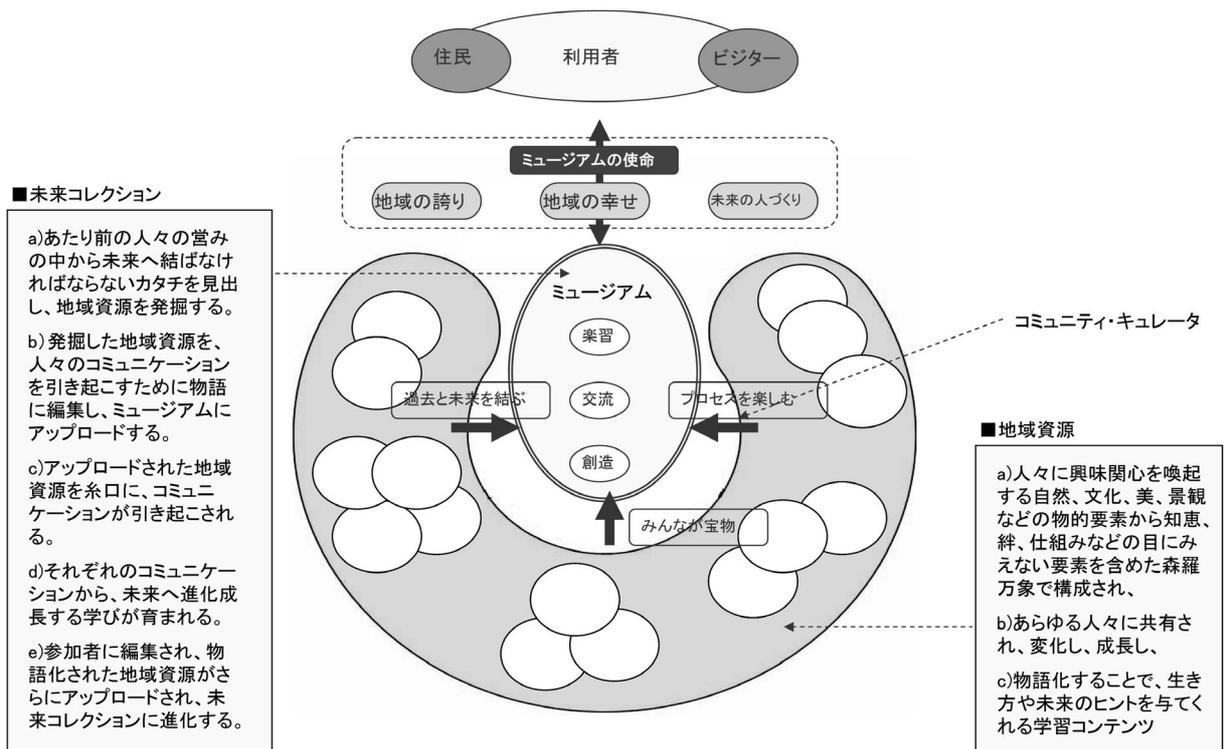
翌日から、DCMに、昔の写真や石に関する情報や作品がたくさん寄せられ、平四郎君は世界中の人と交流できるようになりました。そして、得た情報を元に、定期的に物語を増やしていきました。

いろいろな物や人を調べるうちに、近所の人たちからも「平四郎くんの作品見たよ！うちの店を紹介してくれてありがとう」といった声や「石のことなら、うちのおじいちゃんが良く知ってるから聞いてごらん」といった声が聞かれるようになり、平四郎君の作品をきっかけに、ふれあいの輪が広がるようになりました。

ある日、トーマスさんという外国のお客さんがやってきました。トーマスさんは、平四郎君の作品に出てきた石碑を見せてくれと頼みました。平四郎君が石碑の場所に案内すると、トーマスさんは、「私は石の専門家で、石を調べるうちに、石碑の多くが真壁石で作られていることを知り、平四郎君の作品に出会った」と嬉しそうに話してくれました。平四郎君は、自分がデジタル上で作品を公開することで、リアルの場での新たな交流が生まれることに驚きました。

平四郎君は、DCMが、時を越えて人と人、モノとモノが結び、新たな交流を生み出すことを実感し、誇りを持って、コミュニティ・キュレータを続けています。

デジタル・コミュニティ ミュージアム



5. 実証実験の展開

以上の仮説を実証するために、以下のプロジェクトモデルを設定し、桜川市で、実際にDCMプロジェクトを展開した。

(1) デジタル環境の整備

①クラウド・コンピューティング・システムの活用

誰もが気軽に参加することができ、汎用性を高めるため、クラウド・コンピューティング・システムを活用した。撮影地点、撮影時間が記録でき、撮影した画像を編集し、プレゼンテーションソフトに変換できる Google の Picasa と Google のグループ機能を最大限活用し、参加者が物語化したコンテンツを共有し、ディスカッションを行える環境を整備した。

②デジタル・ミュージアムの設定

物語化された地域資源を活用し、参加者がつくりあげた個々のミュージアムをアップロードし、不特定多数の人々に公開することができる場として、DCMの専用サイトを設定し、公開をした。

(2) コミュニティ・キュレータの成長過程

試験的に実施する今回のプログラムでは、市民へのプレゼンテーションの機会が必要と考え、実習と演習を中心に、4つのフェーズでコミュニティ・キ

ュレータの研修プログラムを策定した。

第1フェーズは、[1] 地域資源の探し方、[2] 地域資源の編集、[3] 地域資源の共有で構成される。ここでは、フィールドワークとデジタルコミュニケーションのスキルを習得することを目的に、受講者が物語ミュージアムをつくる模擬的な実習を中心に、コミュニティ・キュレータの9つの成長過程を体験するプログラムを設定した。

実習を円滑にすすめるため事前に地域資源を物語化した成功事例を紹介し、地域資源の考え方についてのテキスト配布して、問題意識の共有につとめた。

第2フェーズは、[4] 物語デザイン演習、[5] 実習デザイン演習、[6] 調査シートの作成で構成される。第1フェーズでそれぞれの受講者が発掘し、物語化した地域資源を編む、共有、交換する、ミュージアムをつくるというデザイン活動に重点をおき、図と文字を組み合わせたデジタルリテラシーを磨きあげる演習を計画した。[6] 調査シートの作成は、第2フェーズまでで習得したスキルとデザイン力を活かし、フィールドワークの課題を確認するために、設けたものである。

第3フェーズは、地域資源を発見し、物語化するために実施するフィールドワークと、デジタル・コミュニケーションをとおして繰りひろげられる地域資源の物語化で構成されている。

第4フェーズでは、デジタル・コミュニケーションを活用して、地域資源の物語化に取り組んできた1ヶ月間の成果を持ち寄ることで、市民をまじえて、プレゼンテーションし、交流するリアルなミュージアム活動の場を設定した。

桜川市コミュニティ・キュレータ養成の実証実験	
1 趣 旨	桜川市では、デジタル・コミュニティ・ミュージアムを開発するにあたって、地域資源を発掘し、物語化することができ、デジタル・コミュニケーションを円滑にすすめることができるコミュニティ・キュレータを養成します。 2009年度は、日本地域資源学会によるコミュニティ・キュレータ養成プログラムを参考に、参加者のスキルと資質を磨く研修会を実験的に実施してみます。 今回の実験成果を検証することで、市民が主役になり、コミュニケーションを促進する事業プログラムの開発とデジタル・コミュニティ・ミュージアムを持続的に運用するためのマネジメントの構築を目指します。
2 日 時	2009年5月16日(土)、5月17日(土)及び6月20日(土)
3 会 場	主会場:大和ふれあいセンター(シトラス) 〒309-1293 茨城県桜川市羽田989番地1 TEL:0296-20-6300
4 内 容	①桜川の宝物を発見するフィールドワーク ②デジタル・コミュニケーションのスキルを習得する講習会 ③桜川の宝物を物語化する演習 ④桜川物語ミュージアムを創造する演習 ※参加者でチームを編成し、講義とワークショップを組み合わせて、実施します。
5 講 師	桜川市デジタルコンテンツ開発委員会 委員長 塚原 正彦 桜川市情報政策課 久見木 憲一 常盤大学大学院 鹿島 諒子 日本地域資源学会幹事 堀 ともみ
6 参加者	デジタル・コミュニティ・ミュージアムに関心のある学生や市民を、15名程度を公募します。
7 諸注意	・今回の実験から完成した作品は、桜川デジタル・コミュニティ・ミュージアムで公開します。 ・実験の成果については、桜川デジタルコンテンツ開発委員会で検証し、報告書を作成します。 ・今回の実験の成果をふまえ、2010年度から事業化に取り組みます。 ・今回のプログラムの成果については、ひろく学会などで発表します。

コミュニティ・キュレータ養成プログラム

時間	項 目	学 習 内 容	学習のねらい
第1日目 2009.5.16(土) 茨城県桜川市大和地区			
10:30 ↓ 10:45	導入	コミュニティ・キュレータの使命と役割	※今回の受講者には、事前にテキストを配布し、モデル事例をHP上で紹介したうえで、参加してもらった。
10:45 ↓ 15:30	実習を通じての 基本スキルの習得	[1]地域資源の探し方 ①歩く・見る ②聞く ③撮る・記録する	実際にフィールドの出で、周辺を調査しながら、具体例を中心に、地域資源の探し方とデジカメの使い方などのスキルを習得する。
15:30 ↓ 16:30		[2]地域資源の編集 ④整理する・まとめる ⑤並べる ⑥編む(物語をつくる)	フィールドで収集した地域資源を、整理編集する実習を中心に、デジタル・コミュニケーションのスキルを習得する。
16:30 ↓ 17:00		[3]地域資源の共有 ⑦見せる・話す ⑧共有・交換する ⑨ミュージアムをつくる	整理した写真を中心に、スライドショーを作成し、プレゼンテーションをしてみる。それぞれの受講者が整理したファイルと成果を共有する。
第2日目 2009.5.17(日) 茨城県桜川市シトラス			
10:30 ↓ 12:30	演習と講義	[4]物語デザイン演習 ・成功と失敗事例 ・図と文字の組合せ	前日作成した作品の発表に、詩の鑑賞、色のイメージ化などの実習を組み込み、物語デザイン力の資質を磨きあげる。
13:00 ↓ 15:00	講義と演習	[5]楽習デザイン演習 ・ミュージアムデザイン ・楽習デザイン	個々の成果をグループで交換し、物語ミュージアムづくりに取り組んでみる。
15:00 ↓ 17:00	まとめと演習	[6]調査シートの作成	フィールド調査のねらい、計画表を作成する。
第3日目 2009.5.30(日)および各自がグループ会議に参加して実施			
	フィールド演習	[7]フィールド演習 [8]物語デザイン演習	グループで、地域資源を発掘し、物語デザインに挑戦し、ミュージアムづくりに取り組む。
第4日目 2009.6.20(土) 茨城県桜川市薬王寺			
10:30 ↓ 12:30	プレゼンテーション	[9]ミュージアム実践演習	グループでつくりあげた物語を発表し、市民と交流する。

(3) 実験結果と課題

市民と学生を中心に、コミュニティ・キュレータの公募を行った。公募による参加者の内訳は、茨城県内、県外の大学生10名、市民から2名の参加者があり、実証実験を実施した。そこから、得られた効果と結果についてまとめてみた。

①地域資源の物語化のスキルアップ

第一は、開発したプログラムが、受講者の地域資源の収集と物語化をデザインすることについて著しいスキルアップを計ることが可能になったことである。

第1フェーズの模擬演習では、受講者は、教科書的なまなざしで文化財や景観を探しながら撮影する傾向が強かった。しかし、第3フェーズの演習になると、調査の途中で出会う住民の話に耳を傾け、情報を収集し、デジタルカメラで気になったものを撮影し、メモに書き取りながら調査に臨むようになった。

参加した受講者からは、「一台のカメラと好奇心、これさえあれば、まだまだ素晴らしい物語が生まれる。」「フィールドワークをすることで、他の人が通り過ぎてしまうような所も私たちには一つの発見・感動・物語に見えてきている。」などのコメントが寄せられた。

これらのコメントにもあるように、受講者は、それぞれが選択した地区で、ありのままの自然を感じ、人々の暮らしに興味を持ちながら、時間をかけて地域資源の発見に取り組む姿勢が身につくようになっていたことが検証できた。

②デジタル・コミュニケーションによる知の成長

第二は、物語化した地域資源を共有、交換することで、参加した受講者のコミュニケーションが促され、知の成長がはかられたことである。

グループ上に設定したグループ機能では、投稿した作品をきっかけに、互いに批評され、解釈され、活発なディスカッションが行われた。

「同じ所へ行ったにも関わらず、自分とは全く違う視点で書かれていた。」「十人十色」。

人それぞれ感性が違うのは当たり前だが、それでもやっぱりすごい。」「どの目線で見るとかによって、物語もその数だけ増えてくるんだと実感した。」

以上の受講者からのコメントにもあるように、デジタル・コミュニケーションの展開は、受講者相互のアドバイスや意見を教訓とし、継続的にお互いを

高めあうことが可能にし、知の成長は促した。

③リアルな地域との交流を活性化する

受講者が創作した作品を発表し、地域住民との交流を図る機会を設定した。今回は、デジタル環境とはもっとも縁遠い場である薬王寺に機材を持ち込み、地域住民に向けて、プレゼンテーションを行った。

公募した一般市民と学生による多彩な視点が縁結びされた地域資源は、その土地に生活する住民の主観的な視点では気付くことができないテーマをとりあげたものが多く、その土地で生活する住民にとって、地域の価値を再発見するきっかけを与えることができた。

桜川市では、住民が地域や自分の家の歴史を語ることや写真を撮ることができても、デジタル・コミュニケーションを活用してコミュニケーションするスキルを持たないケースが多く見受けられた。

今回のプレゼンテーションにより、潜在的なコミュニティ・キュレータに、その成果を活用することができる場を明らかにし、これから必要とされるスキルの目標を明示することに効果をあげた。

④デジタル機能を活用した効果的なプログラム

今回策定したプログラムは、地域資源に対する基本的な考え方、コミュニティ・キュレータの意義や役割については、事前に配布したテキストや資料による事前学習としたうえで、実習や演習を中心に、4つのフェーズで構成されたものである。

自主的な事前学習であったために、第1フェーズでは、受講者に目的意識や地域資源に対する考え方にバラツキが多くみられた。

今後は、eラーニングを効果的に、活用し、いつでも、どこでも、誰もがコミュニティ・キュレータのスキルと資質を習得することができる環境を整備する必要がある。

⑤キャリア・カルテシステムの検討

コミュニティ・キュレータの活動にはゴールはなく、限らない成長が求められる。受講者全員のキャリア保証と生涯の学びをフォローアップすることがますます重要な要素になってくる。

そのために、あらゆる受講者の学びのプロセスとスキル、資質を記載したカルテを発行し、個々の受講者に対応したスキルの習得や学びの到達目標を明示することが必要になる。

6. 総括

地域資源、コミュニティ・キュレータ、デジタル・コミュニケーションの3つが混ざり合うと、リアルとデジタルでのコミュニケーションやクリエイティブな活動を通じて、繰り返し相乗効果を生むことを可能にする。

ここでは、自分の住む地域に誇りを持つことや、生活に隠れた幸せを見つけることができるようになる。地域に住む人々は、誰もが学芸員やデザイナーや語り手となって、一人ひとりが地域資源を利用して、自分の思いを自由に表現できるようになる。

その結果、地域ではあらゆる資源がミュージアムの役割を果たすようになり、物語コンテンツの認知度が高まれば、観光や産業面での応用や活性化が見込まれ、最終的には、人づくり創造都市の形成が期待できる。

私たちは、これまでに述べたデジタル・コミュニケーションの学習モデルを基本に据え、今後もDCMプロジェクトの本格的な実用化に向け、実験や調査に取り組みたい。

私たちの実験成果は、多くの関係者に共有いただきたい。そして、桜川市以外の自治体でも通用する学習モデルが確立され、あらゆる地域においてもデジタル・コミュニケーションを活用した地域資源の物語化が行われるようになることを願ってやまない。

補注

- i) 1997年に「創造的産業特別委員会」が設置され、『創造的産業地図帳 (Creative Industries Mapping Document 1998)』が策定されている。
- ii) スポーツ文化科学省 (Department of Culture, Media, Sport) が中心になり、学習コンテンツをテーマにしたWEBサイトがつけられ、24時間、365日いつでも、どこでもミュージアムキャンペーンを展開している。<http://www.cultureonline.gov.uk/>を参照のこと。

『ユダヤ人を救った動物園』

ヤンとアントニーナの物語』

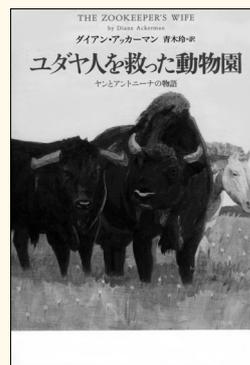
The Zookeeper's Wife

ダイアン・アッカーマン 著、青木 玲 訳

2009年7月18日、亜紀書房発行、366頁

ISBN978-4-7505-0912-9C0023

定価：本体2,500円＋税



アカデミー賞に輝いた映画『シンドラーのリスト』（1993年）によって、オスカー・シンドラー（1908～1974）は一躍有名になった。その後、日本の杉原千敏（1900～1986）は、「日本のシンドラー」と称されるほど周知されるようになった。ナチスによるホロコーストの恐怖からユダヤ人を大勢救った人物として、シンドラーも杉原も、イスラエル政府からヤド・バシェム賞（諸国民の中の正義の人賞）に選ばれている。同じように本書の主人公格にあるヤン・ジャピンスキも、同賞に選ばれ称えられている。まさに「動物園界のシンドラー」と言ってもいいのではないかという活動があった訳だ。それを教えてくれるのが、この『ユダヤ人を救った動物園』である。

「動物園もの」としては、かなり異質の一書であるだろう。動物園が動物園としての本来の活動（育成、繁殖、展示、教育活動その他）を主として描いたものでないことは、タイトルを見てすぐにわかる。しかし、動物園を舞台としたこういった記憶されるべき歴史が、埋もれていってしまうことの危惧を感じる。舞台となったワルシャワ動物園を、世界の動物園を紹介する書籍でいくつか確認しても、このホロコーストにまつわる事実に触れたものは、管見の限りではなかったからである。もっとも、日本の書籍でワルシャワ動物園を紹介しているものは、そう多くはないように思われるし、現状を紹介するものばかりであった。筆者自身、ヤン・ジャピンスキについて知ることができたのは、『ホロコースト歴史地図1918年～1948年』（マーチン・ギルバート著、滝川義人訳、1995年、東洋書林刊）にある「ユダヤ人を救った人々」の項に紹介されている一文が唯一であった（同書では「ヤン・ザピンスキー」とある）。「ポーランドの農学・動物学者、ワルシャワの動物園園長。空襲で動物が死亡し、空になった動物園を利用して、ユダヤ人数百人をここへかくまったほか、ドイツから市立公園の管理者に任命されると、早速公園もユダヤ人の隠れ家とした。ワルシャワ蜂起でドイツ軍と戦って捕虜になり、ドイツへ送られたが、残された家族は危険をかえりみずユダヤ人達の世話をした。」という短文で紹介されているに過ぎず、なかなかその業績の重みが、正直伝わりにくいものであったし、今回再確認するまでは、ただ読み過ぎていただけに過ぎなかった。本書で書かれた事実を明快に表舞台に出したその意味で、貴重な記録であることは間違いない。

本書の内容は、原題が示すように妻アントニーナの物語であり、その日記が時折引用される。もちろんヤンも主人公格で描かれており、1935年から終戦まで、そして終戦後の若干の様子を描く。

ヤンは、動物園開設の2年後、前園長の死去に伴い1929年に園長に就任すると紹介されている（近藤純夫著『日本と世界の動物園 ZOOガイド』—1988年、平凡社刊—には1928年オープンとある。設立年と開園年の違いか）。動物園人としての活躍も、本書の中ではわずかだが見受けられる。当時としてはめずらしく、園内で映画や音楽などの上演を行い、さらに園の「アー・デコ風のポスター」は地元の画家たちによるもので（第2章 ふたつの世界）、さまざまなマネージメントの試みがなされていたことがわかる。

また、ヤンはヨーロッパバイソンの専門家であり、国際ヨーロッパバイソン保存協会では中心的な役割を担っていたという（第9章 ふたりの園長）。大高成元著『世界の動物園めぐり①ヨーロッパ編』（1988年、文一総合出版）には、ワルシャワ動物園について「19世紀に絶滅しかかっていたヨーロッパバイソンについては、ポーランド北部のピアロワイゼの森に集めて繁殖させ、森にもどして、いまもたいせつに守っています」と紹介されている。しかし、そこにはルーツ・ヘック（ベルリン動物園園長）が「ワルシャワ動物園から盗んだ分と合わせて数頭のヨーロッパバイソン」から「精霊のすむ森ピアロウィーザで増殖させることを考えていた」（第8章 絶滅と復元）とあるとおり、他者の実質上悪意をもった介入も関係しているのだが、本来ヤンの活動あつてのものであることが本書で理解される。

また、これらの活動も効を奏したのだろうが、1939年夏には「ワルシャワ動物園は堂々たる施設に育ち」（第3章 別荘へ）とあり、その註には「この時点でヨーロッパ最大の動物園に成長していた」とされたとおり、動物園発展の一端が伺える。

しかし、1939年9月に始まるナチスによるワルシャワ侵攻の魔の手は動物園にも及ぶ。「ワルシャワ爆撃は1150回におよび、近くにたまたま対空砲が配備されていた動物園を、壊滅状態にした」（第6章 再会）のである。

上述のヘックは、ワルシャワ動物園の残った「いい動物たち」を、その「かけがえのない繁殖記録」とともに持ち出すことを考えていた。実際、種々の動物がドイツの動物園に移送されている。また、もっと悲惨なのは、親衛隊をもてなす余興としてさらに残った動物たちを、ヘックがその親衛隊に撃ち殺させるという非情の一面を見せ（第10章 裏切り）、もはや動物園の体をなさなくなりつつあった。

そうなると動物園は無用の長物になる。しかしヤンは、なんとしても動物園の存続を考えなければならなかった。というのもヤンは、ホロコーストに対抗する地下組織とも通じており、

本書タイトルの通り、ユダヤ人を救うため、動物園に匿うのである。それこそが本書の主要テーマであった。そこでヤンは、ヘックに養豚場の設置をもちかける。その提案は受け入れられ、1940年3月には、動物園の危機は取りあえず解消される。このように、とにかく自分たちとユダヤ人（ヤンらは「ゲスト」と呼び、また、「命のほかは一切のものをはぎ取られた人たち」と、アントニーナは日記に綴っている）の居場所を確保していく必要があった。

ユダヤ人救済の一環としてゲッターに閉じ込められたユダヤ人を連れ出すことを何度も試みたが、毎度うまく行くわけではなく、危うく発覚しそうな場面にも出くわすなど（第16章 脱出）、かなりの危険を冒している。そのため、ヤンもアントニーナも青酸を持ち歩いていた。ほんのちょっと間違えれば、そこには死が待っているという、とんでもない緊張感に満ちた状態だったのである。

しかし、ヤンとアントニーナは、献身的にユダヤ人を匿う。それも「動物のいないオりに、最大で50人ものユダヤ人が隠れていた時期もあった」（第14章 いかれた星の下で）という。また、さらに徹底して「ゲスト」を守ろうとする姿勢があった。家政婦であっても完全に信用することはなく、その目を欺いてまでも、「ゲスト」のことを考える夫婦がいた（第24章 ゲッター解体）。それら一つひとつがまさに命がけだった。最終的に匿ったユダヤ人は、およそ300人に達したという（第35章 その後）。

戦後、捕虜収容所に入れられていたヤンは1946年春に戻り、翌1947年から動物園の修復にとりかかり、1949年7月21日について再開することとなった。そしてさまざまな憶測の中、再開の2年後に突然引退してしまうのだが、ヤンの活動なくして今のワルシャワ動物園はないと断言できるものと思われる。

以上、その一連の事実—ワルシャワ動物園を中心とする第二次大戦時のできごと—が本書によって詳らかとなったわけである。

さて、本書はホロコーストとそれに関わった動物園という単純な図式ではなく、筆者にとって動物園は何のためにあるのかということとを再び考える機会を与えてくれた。

平成21年度の全国博物館大会（日本博物館協会主催）が旭川で開催され、2日目のシンポジウム「博物館の再生—魅力ある博物館づくり—」で旭山動物園の事例などが紹介されたが、そのシンポジウムに参加して強く感じたのは、魅力ある博物館・動物園であるためには、その「人」に魅力がなければならぬということである。人の魅力と言っても一律ではない。ワルシャワ動物園においては、偶然とは言えホロコースト（からの逃避）に関わることになったが、それはヤンとその妻アントニーナという「人」がいたからこそなされたのであり、危険を冒してまでユダヤ人を守ろうとする、まさしく「命がけ」の行動を實踐できるという意味での「魅力」ある人がいたからこそ、戦前戦後にわたってワルシャワ動物園は繁栄したのではないかと強く感じるのである。

最近のさまざまなミュージアム・マネージメントを見渡す時、「何でもやる」という印象が非常に強い。それも、いい意味での「何でもやる」と、悪い意味の「何でもやる」の双方を感じる。前者は「何でもできる」という言い方であり、「可能性が広がる」と肯定的な言い方ができる。それに対し後者は「何でもやらされる」と言ってしまうし、「こんなこともやらなければなら

ない」と言いたくなることがある。ワルシャワ動物園のこの事例は、どちらとも当てはめたい面がある。しかし、歴史に翻弄されながらも動物園が人の命にここまで関わられたことこそ評価されるべきであるし、誇るべき事実であろう。ホロコーストのような人間の愚挙は、決してなくなったわけではないし、文化財の破壊なども実際に起こっているのである。さまざまな場面にどう対応するか、できるか。過去のさまざまな事実を知り、そこから現在そして未来を構築することのヒントが本書にはあると思う。そして、さまざまなことをやるにしても、そのやる「人」の信念や意識により、「何でもやる」の意味が大きく変わることを教えてくれる。今のマネージメントはただ「人集め」が目的になっているのではないかと思うことが多々ある。人が多くにぎわうことで「魅力」を証明できることがあるかもしれないが、人集め以前に、人の「心の足し」を満たすことが考えられる、本当はそれこそが博物館・動物園の「魅力」になるのではないだろうか。

ところで、ワルシャワ動物園再建の話が持ち上がった時（1943年）、ヤンの動物園人としての信念がより明らかとなる（第30章 動物園再建の噂）。

動物園の再建を、ヤンは当初喜んだ。「不死鳥のように」蘇る動物園を想い、「夢ごこち」となった。しかし「ポーランドのインテリゲンチヤを恐れ」、小学校以外の学校を廃止したナチが、自分達の慰安のためだけの再建であると、ヤンは悟る。「動物園と言えば研究や教育プログラムの拠点としての役割を果たす」と考えるヤンは、動物園にその役割が与えられないという問題点から、ドイツの支配下にある戦時中の再建が好ましくないと考えるのである。そして、「50年先、100年先になって、ワルシャワ動物園の歴史を読んだ人が、ドイツ人は、この街を干上らせてまで、自分たちの楽しみのために動物園を再建しようとしたと知ったら、どうでしょうね？」と、ワルシャワの副長官であるコリアン・クルスキに言い、再建の道を選ばなかった。まさしく、その時々のあるべき姿を見極め、歴史を積み重ねた時に、正しく評価されるべき活動を求めていることがわかるのであり、ヤンこそ本当の動物園人であって、教育施設としてのあり方を間違いなく理解していることがわかる。

今のミュージアム・マネージメントは、ヤン・ジャビンスキのように50年先、100年先と考えを至らせることができているであろうか。中・長期計画などと言いつつ、さまざまな事業展開がなされることがあるが、本当の未来を見据えたものとなっているだろうか。このワルシャワ動物園の貴重な歴史の記録は、今の我々に多くを問いかけているように思えてならない。

動物園を含め、ミュージアムができること、やるべきことをさまざまな事例から見直すべきである。その意味でも本書が翻訳され、多くの人の周知に役立てられるようになったのは、誠に喜ばしい限りである。また、人間が犯した負の歴史を忘れないため、そして、動物園史の一頁に確かに刻み込んでおくべき事実として認められるためにも、一人でも多くの方に本書を読んでいただきたいと思っている。

もちろん、我国で唯一ヤド・パシェム賞を受賞している杉原千畝も忘れてはならない。岐阜県八百津町には杉原千畝記念館がある。本書は筆者自身に杉原千畝記念館を改めて訪れたい気分をさせてくれた。それもまたうれしく感じた次第である。

（新潟県立歴史博物館 山本哲也）

掲示板

◆役員改選について

日本ミュージアム・マネジメント学会では、役員の任期満了に伴う改選が行なわれ、平成21年度総会をもって新旧役員の交代がありました。今期（平成21年～23年）の役員は下記の通りです。

■理事

	氏 名	所 属
会 長 (重 任)	大 堀 哲	長崎歴史文化博物館 館長
副 会 長 (重 任)	堀 由紀子	(株) 江ノ島マリンコーポレーション 代表取締役会長
副 会 長 (重 任)	沖 吉 和 祐	東京家政学院 専務理事
副 会 長 (新 任)	高 橋 信 裕	(株) 文化環境研究所 常務取締役所長
副 会 長 (新 任)	高 安 礼 士	(財) 科学博物館後援会 公益事業課長
副 会 長 (新 任)	水 嶋 英 治	常磐大学大学院 研究科長・教授
理 事 (重 任)	井 上 敏	桃山学院大学経営学部学芸員課程 准教授
理 事 (重 任)	井 上 重 義	日本玩具博物館 館長
理 事 (新 任)	緒 方 泉	九州産業大学美術館 学芸室長
理 事 (新 任)	小 川 義 和	国立科学博物館 展示学習部・学習課長
理 事 (重 任)	海 妻 矩 彦	前岩手県立博物館 館長
理 事 (重 任)	角 谷 修	金沢美術工芸大学デザイン科環境デザイン専攻 教授
理 事 (重 任)	倉 本 昌 昭	目黒寄生虫館 理事
理 事 (新 任)	栗 原 祐 司	文化庁 文化財部美術学芸課 課長
理 事 (重 任)	齊 藤 恵 理	(株) 文化環境研究所 主任研究員
理 事 (新 任)	嵯 峨 創 平	N P O 法人環境文化のための対話研究所 代表
理 事 (重 任)	鈴 木 眞 理	青山学院大学教育人間科学部教育学科 教授
理 事 (新 任)	染 川 香 澄	ハンズ・オン プラニング 代表
理 事 (新 任)	田 代 英 俊	(財) 日本科学技術振興財団 企画広報室 室長
理 事 (重 任)	塚 原 正 彦	常磐大学コミュニティ振興学部 准教授
理 事 (重 任)	土 屋 周 三	前 小樽市総合博物館 館長

	氏 名	所 属
理事 (新任)	寺 澤 勉	拓殖大学 名誉教授
理事 (重任)	土 井 利 彦	(株) 日本地域社会研究所 主任研究員
理事 (重任)	長 畑 実	山口大学エクステンションセンター センター長・教授
理事 (重任)	松 永 久	(株) 三菱総合研究所 海外事業研究センター 主任研究員
理事 (新任)	南 夏 樹	(株) 丹青社 文化空間事業部 部長
理事 (新任)	宮 武 博 彦	(株) 乃村工藝社 CC事業本部営業第3統括部 統括部長
理事 (重任)	森 賀 盾 雄	愛媛大学農学部 常勤客員教授
理事 (重任)	山 下 治 子	(株) アム・プロモーション「月刊ミュゼ」編集長
理事 (重任)	吉 武 弘 喜	九州造形短期大学 学長

■監事

	氏 名	所 属
監事 (重任)	栗 栖 宣 博	土浦市立荒川沖小学校 教頭
監事 (重任)	小 原 巖	日本大学 非常勤講師

■顧問

	氏 名	所 属
顧問 (重任)	中 川 志 郎	ミュージアムパーク茨城県自然博物館 名誉館長

■事務局長、局次長、幹事

	氏 名	所 属
事務局長 (重任)	高 橋 信 裕	(株) 文化環境研究所 常務取締役所長
事務局次長 (重任)	齊 藤 恵 理	(株) 文化環境研究所 主任研究員
幹事 (重任)	牛 島 薫	船橋市教育委員会指導課 指導主事
幹事 (重任)	伴 野 保	(株) 乃村工藝社 CC事業本部営業第3統括部開発1部
幹事 (重任)	中 野 雅 之	神奈川県立歴史博物館 主任学芸員
幹事 (重任)	原 秀 太 郎	前 杉並区立郷土博物館 館長
幹事 (重任)	星 合 重 男	日本の企業博物館 主宰
幹事 (新任)	山 村 真 紀	ミュージアム・サービス研究所 主宰

i n f o r m a t i o n

◆文献寄贈のお知らせ

- ・北海道開拓の村
『北海道開拓の村研究紀要Ⅱ 指定管理者制度下における博物館運営①
—野外博物館北海道開拓の村にみるボランティア活動の取り組み—』
- ・臨川書店
『マンガとミュージアムが会おうとき』

◆年会費納入のお願い

年会費が未納の方は下記口座までお早めに納入下さいますようお願い申し上げます。

請求書・領収証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、お振込の際は必ずご登録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・マネジメント学会」

銀行の場合 みずほ銀行 稲荷町支店 普通預金 No.1740890

「日本ミュージアム・マネジメント学会」

u o i t e w r o j u



新規入会者のご紹介

【個人会員】

安藤さおり 高浜市やきものの里かわら美術館
 伊藤加奈子 高浜市やきものの里かわら美術館
 可児 光生 美濃加茂市民ミュージアム
 金子 智 高浜市やきものの里かわら美術館
 堀内 和直 富山大学人間発達科学部附属中学校

島田 拓 千葉市科学館

【学生会員】

池永 禎子 学習院大学大学院
 河島 明子 総合研究大学院大学

(五十音順・敬称略)

JMMA会報 No. 53 (Vol. 14 no. 2)

発行日 2009年9月30日

事務局 〒136-0082 東京都江東区新木場2-2-1 TEL/FAX 03-3521-2932

編集者 高橋信裕、齊藤恵理、津久井真美 e-mail: kanri@jmma-net.jp