



実践部門研究部会



基礎部門研究部会



関東支部会 ハウス オブ シセイドウ見学風景



北海道支部会 小樽運河研修風景

目 次

【論考・提言・実践報告】

博物館の資料を活用した「教材パッケージ」の開発と実践

金城学院大学現代文化学部 岩崎公弥子、名古屋市科学館天文係 毛利勝廣
名古屋大学大学院情報科学研究科 安田孝美 …………… 2

【実践部門研究会報告】

日本型チルドレンズ・ミュージアムのあり方に関する調査研究

JMMAチルドレンズ・ミュージアム研究会 松本知子 …………… 8

チルドレンズ・ミュージアムにおける展示装置の利用者評価に関する研究 —モニター被験者による発話データに基づいて—

千葉大学大学院工学研究科 佐藤公信、原 寛道、今 雄一、杉山文野
千葉大学工学部デザイン工学科 和泉澤垂矢、櫛田梨沙、辻奈穂子
(株)乃村工藝社CCカンパニー 齊藤恵理・三上戸美、松本知子事務所 松本知子

(財)つくば科学万博記念財団 小林弘幸、(財)日本科学振興財団 松村陽子 …………… 11

日本における子ども博物館のこれから 日本大学 小笠原喜康 …………… 14

【基礎部門研究部会第3回研究会開催報告】

博物館側から見たミュージアム・リテラシー

国立民族学博物館 五月女賢司 …………… 18

【支部会だより】

①北海道支部研修会報告

JMMA北海道支部幹事・財団法人北海道開拓の村 中島宏一 …………… 22

②関東支部第1回研修会報告

JMMA関東支部幹事 山村真紀 …………… 26

【新刊紹介】

『ミュージアム・フリーク in アメリカ』 文化環境研究所 高橋信裕 …………… 35

【インフォメーション】…………… 36

論考・提言・実践報告

博物館の資料を活用した 「教材パッケージ」の開発と実践

金城学院大学 現代文化学部

岩崎公弥子

名古屋市科学館天文係

毛利 勝廣

名古屋大学大学院情報科学研究科

安田 孝美

1. はじめに

筆者等は、長年にわたり、博物館と共同で博物館の資料を用いたデジタル教材を開発し、小学校等で授業を実施してきた。その結果、博物館の貴重な資料はもとより、学芸員の専門知識や教育ノウハウをいかしたデジタル教材は、子供たちの知的好奇心を高め、高い教育効果をもたらすことを明らかにした^{1) 2) 3)}。本稿では、「博物館の外」に科学の知見を市民に届ける目的として、博物館の資料と学芸員の解説ノウハウを用いた「教材パッケージ」の開発とその意義について考察する。具体的には、2009年7月22日の皆既日食（名古屋では部分日食）の教材を名古屋市科学館とともに開発し、6カ所で合計8回講義を行った。アンケート結果を踏まえ、これからの「教材パッケージ」のあり方、ならびに、今後の課題について報告する。

2. 博物館の「外」に向けた教材パッケージの開発

(1) 博物館の内から外へ

近年、博物館では、収集や保存と同様に、市民の知的好奇心を喚起し、知を育むことが重要な役割のひとつになっている。自然や暮らしについて調査す

る「フィールドレポーター」（滋賀県立琵琶湖博物館）、市民自身が、木の実や葉等を収集、展示する「アップデート型展示」（兵庫県立一庫公園・ネイチャーセンター）は、市民が能動的に博物館の活動に参加し、新しい知識を生み出す好例としてあげられる。しかし、このような活動が博物館の「内」で展開される一方で、博物館の距離的にも心的にも「外」にいる市民に対して、博物館は大きな可能性を秘めつつも未だ十分な対応がなされていないのが現状である。

現在実施されている博物館の内から外への主な活動には、出前授業、展示（学習ツール）の貸出、講演会がある。

これらの特徴を表1にまとめる。

しかし、これらの試みは、以下の点に問題が残る。

- ①受講者が、学習意欲の高い人に偏りやすい
- ②講義者が、専門家あるいは教員が多い

上記①についてだが、一般的な申し込み型の講演会の場合、受講者は、自らの意志で参加することから、もともと学習意欲が高く、知的好奇心が高い人であると考えられる。そのため、博物館の「外」にいる人たちに対して、どのように働きかけるかが大きな課題になる。

上記②についてだが、講義者が、専門家ないし教員であることから、限られた人数で対応できる出前授業数、講演会数には限界がある。時間をかけて、様々な施設で実施し、知見を広めることは可能だが、特に、日食や流星群等、日時が決まっている自然現象に対応する場合、現状では不可能である。

そこで本研究では、一般市民でも講義ができる「教材パッケージ」を開発・提案し、様々な機関や施設で講義を数多く実施することを可能にした。これにより、博物館の「外」にいる人たちに知見を広げることができると考える。

表1：博物館外活動の例と特徴

	受講者	講義者	場 所
出 前 授 業	生 徒	学芸員	学 校
展示（学習ツール）の貸出	生徒等	教師等	学校等
講 演 会	市 民	学芸員、専門家等	様 々

(2) 教材パッケージの提案

本稿で述べる「教材パッケージ」とは、博物館の資料を教材化し、様々な施設で、実践授業として活用できるようにするものである。そのため、従来の「出前授業」と「展示貸出」の利点を兼ねそろえたものと位置づけられる。同等の機能を持つものは、大阪市立自然史博物館の「貸出キット」、兵庫県立人と自然の博物館の「ミュージアムボックス」がある。しかし、これらは、小・中・高等学校の教員が特定の単元や総合学習の中で資料として活用することが前提とされており、授業そのものを実施する目的で提供されるものではない。そのため、これらのキットの活用者は、教員が前提となる。しかし、(1)で指摘したように、教員以外でも活用することができれば、より多くの場所で、出前授業やワークショップが実施できると考える。

そこで、本教材パッケージでは、導入、展開、まとめを含む講義のながれを提案したり、講義のながれを支援するスライドの提供を考えた。さらに、提供するファイルは、修正不可能なPDFファイルではなく、PowerPointやWord等、講義者が自由に修正できる形式とした。

また、博物館の学芸員はすぐれた解説ノウハウを日々の教育活動の中で蓄積している²⁾。そのため、化石、標本といった素材の提供だけでなく、喩え話や興味を喚起する解説のヒントを一緒にパッケージ化することを考えた。これは、専門家以外が講義を行うときの助けになると考える。

すなわち、本教材パッケージでは、下記のものをパッケージ化する。

- ①博物館資料・教材
- ②講義のながれ（指導案等）
- ③学芸員の解説ノウハウ

さらに、博物館の「外」いう観点でいえば、障害者施設、児童養護施設、長期入院のための院内学級、インターナショナルスクール等、多様な対象、場所で講義を実施することが考えられる。しかし、これらの施設で講義をする場合は、各施設特有の工夫、例えば、集中力を持続させる工夫、対話型を積極的に導入する工夫等、対象者の特徴をふまえた工夫が必要となる。これらを熟知している専門家が講義を行うのであれば問題はないが、本教材パッケージの利用者は、必ずしも専門家による講義を想定していない。そのため、多様な対象者やシチュエーション

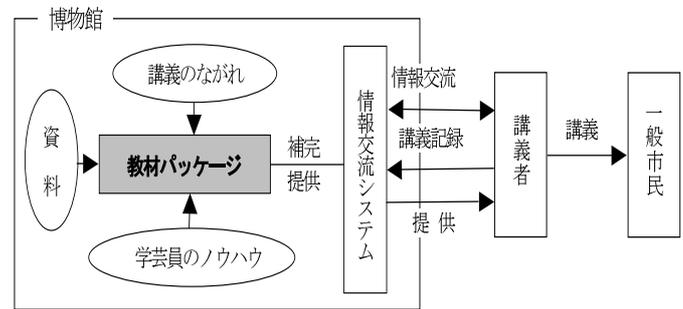


図1：教材パッケージの全体像

での利用が円滑にいくように、工夫、課題、感想等を共有できるシステムの導入が必要だと考えた。そこで、本研究では、Webで情報交流システムを構築し、教材パッケージを補完した。さらに、講義の度に、講義記録の提出を義務づけ、同種の施設での講義に役立てられるようにした（図1）。

これにより、学芸員や教員だけではなく、様々な人が、様々な場所で、博物館の持つ知見を伝え届けることができるようになる。ひいては、従来から博物館の課題になっていた距離的にも心的にも「外」にいる人々を「内」へと導くひとつの解決策になるのではないかと考える。

3. 具体的なコンテンツ内容

(1) 皆既日食（部分日食）の教材

2009年7月22日、日本の陸地で観察できる46年ぶりの皆既日食（名古屋では部分日食）があった。名古屋市科学館プラネタリウムでは、その仕組みや観察方法を、数ヶ月前（あるいは1年前）から、あらゆる場面で解説してきた。しかし、実際は、科学館に足を運ぶ人は限られており、市民全体に日食の知識を伝えることは不可能である。D児童養護施設では、7月20日の時点で、受講者の50%（8名）、E児童養護施設では、21日の時点で、受講者の33%（3名）が日食があることを知らなかったと回答している。すなわち、社会現象になるほどクローズアップされた日食でさえも、知が届けられている人と届けられていない人の、2者があることがわかる。

そのような中、様々な人が様々な場所で講義を実施する本試みは、博物館の「外」にいる多くの人に知を届ける強力な一手段になり得る。

具体的な教材パッケージの内容は、下記のとおりである。

①博物館資料・教材

名古屋市科学館プラネタリウムは、既製のプラネタリウムのプログラムを再生するのではなく、学芸員自らが番組のながれを作り、スライドを作り、語るという生解説形式のプラネタリウムである。そのため、学芸員が自作したスライドや観察記録等が多数ある。本研究では、プラネタリウムで投影しているスライドや過去の皆既日食（1999年トルコ）の記録映像を用いて、教材開発を行った。

例えば、日食の仕組みを太陽、月、地球の位置関係から解説するスライドをアニメーション化したり、1999年のトルコでの皆既日食の観察記録を再編集した（図2）。

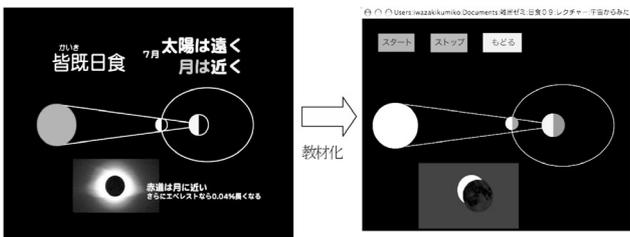


図2：日食の仕組み解説アニメーションの制作

また、解説が難しい部分については、学芸員が映像で解説するビデオクリップを制作した（図3）。



図3：学芸員の解説映像

このように、静止画に動きを与えたアニメーションや映像を多数用意することにより、専門家ではない講義者でもスムーズに講義ができるように工夫した。

②講義のながれ

本教材パッケージは、小学校の授業が45分であることから、本講義を45分で設計し、全体の流れをPowerPointで作成した（図4）。



図4：講義で使用したPowerPointのスライド

詳細は下記のとおりである（今回制作した教材に下線を引いた）。

1. 【導入】日食とは何か

日食とは「お日様を食べる」と書く。誰が何を食べるのか、考えさせる。

2. 【展開1】日食の仕組み

地球と月、太陽の動きをアニメーションで解説し、日食の仕組みを解説する。宇宙から地球をみると、日食中、どのように月の影が動くかアニメーションで見せる。

3. 【展開2】過去の皆既日食の映像

1999年のトルコでの皆既日食の観察記録映像を見せる。

4. 【展開3】皆既日食と金環日食の違い

太陽と月の大きさと距離の比率から、皆既日食と金環日食を解説する。

5. 【展開4】今回の日食の様子と観察方法

名古屋から日食がどのように欠けるかアニメーションで解説する。また、観察方法について学芸員が映像で解説する。

6. 【まとめ】まとめ

日食の仕組みと観察方法をまとめた日食解説リーフレットと日食めがねを配布し、今日のまとめを行う（図5）。



図5：日食解説リーフレット

③学芸員の解説ノウハウ

今回、様々な解説ノウハウを学芸員から得た。それは、教材開発に役立つノウハウもあれば、講義時に役立つノウハウもあった。具体的には下記のもの

- ・太陽を「赤色」にしがちであるが、実際に目で見える色は白色または黄色である。観察時に混乱させないために太陽を薄い黄色にした。
- ・なぜ、名古屋は皆既日食にならないのか、その仕組みを皆既日食が見られる地域と比較しながら解説するシミュレーションを制作した。
- ・外に出て観察することができない人たちのために、鏡の反射を利用して室内でも日食の観察ができる方法を得た。

(2) 情報交流のシステム

本教材パッケージを使った講義は、小学校だけではなく、障害者施設をはじめとする各種福祉施設での実施も想定している。すなわち、講義者は、教材テーマの専門性と、対象者に対する専門性という2つの課題を抱えることになる。そのため、本教材パッケージは、講義の後、どのような問題が生じたのか、また、どのような教え方が効果があるのか等を記録したり、学芸員や施設担当者と情報交流する場をネットワーク上に形成した。詳細は下記のとおりである(図6)。

- ①各種教材の詳細情報
- ②各種教材の活用レポート
 - 1) 授業時の工夫
 - 2) 質疑応答集
- ③情報交流
- ④各種教材の改良、補助教材の開発(予定)

上記①は、講義の具体的内容、所要時間、必要な



図6：情報交流システム

設備や道具(パソコン等)、講義レベル(小学生、初心者等)等が掲載されたページである。上記②は、講義者が本教材を利用した際の感想や工夫、また、質疑応答を書き込むページである。上記③は、講義者、教材開発者、学芸員や講義先の担当者等と情報交流を行う電子掲示板である。上記④は、教材制作、改良のためのページであり、現在、準備中である。

4. 日食に関する講義の実施と評価

(1) 日食に関する教材パッケージの講義

本研究は、博物館の「外」にいる人を主な対象にしながら、様々な場所で講義を実施した。具体的には、小学校、児童養護施設(2カ所)、小児病棟(院内学級を含む)、高等学校、トワイライトスクール(放課後学級：名古屋市)等、合計6カ所、合計218名の子供たちに講義を行った(表2)。

尚、A小学校は、郊外の交通の便が悪い場所であり、科学館に行く機会が少ないことを想定し、実施校として選んだ。また、講義者は、大学3年生(情報科学)5名が実施した。講義者は理科の専門家

表2：講義の実施場所、対象者

実施場所	実施日	受講者数	学年
A 小学校	6月30日	96名(1クラス(約32名)×3クラス実施)	4年生
B 小学校 トワイライトスクール	7月15日	57名	1年生～5年生(低学年が49名(1年が27名)、高学年が8名)
C 高等学校	7月18日	20名	2年生
D 児童養護施設	7月20日	24名	小学校低学年9名、高学年7名、中学校7名
E 児童養護施設	7月21日	9名	4年生～6年生
F 病院小児病棟	7月21日	12名	小学校～高校

はなく、日食については事前知識はなかった。事前に講義者に教材パッケージを配布し、1週間程講義練習をした後、講義を実施した。

講義は、3の(1)で記述したPowerPoint、アニメーション、動画等の各種デジタルコンテンツをプロジェクターで投影し、講義者が解説する形式である(図7)。また、講義後、講義した内容をまとめたリーフレットと日食めがねを配布した。



図7：A小学校での講義

また、講義をより効果的に実施するために、事前に、全ての実施場所で、数回、施設担当者と打ち合わせを行った。事前に、受講者の特徴や天文に関する理解度等の情報を得ることで、講義内容や話し方に工夫する等の調整をすることができた。例えば、A小学校とE児童養護施設では同じ4年生を対象にしているながらも、E児童養護施設の方が提示補助教材(アニメーション等)を多く利用し、より、日食の仕組みをイメージしやすくした。

また、B小学校トワイライトスクールは、受講者の幅が1年生～5年生と広がったため、対話を入れ、理解度を確認しながら、講義を実施した。

(2) 評価と今後の課題

講義の実施後、受講者、講義者、学芸員、施設の職員にアンケートやインタビューを実施した。

①受講者

講義後、アンケート調査を実施した。アンケートは5段階評価(5をととても良い、1をととても悪い等)と自由筆記の形式で行った。

「日食のレクチャーはいかがでしたか」の問いに対し、全体(218名)で、4.56という結果になった。理由として、「分からなかったことが分かったから」「動

画がとても分かりやすかったから」等があげられた。しかし、A小学校は4.79に対し、E児童養護施設が4と、場所によって差が生じた。E児童養護施設については、理由として「興味が無いから」「難しかった」の自由筆記の回答が目立った。

映像やアニメーションを使ったことについては、全体で4.4であった。理由として、「言葉だけでは理解できないところもあったのでよかったです。」「話だけだと頭でイメージしにくいけど、映像やアニメーションがあると目で見て理解できるから。」等の意見が得られた。名古屋市科学館プラネタリウムのスライドに動きを与えることにより、より理解しやすい教材へと発展できたと見えよう。

その他、「日食がある、というのは知っていたけど原理とか知らなかったからとっても興味深かったです。」「今日の話でだいたいよく分かったので日食の時に役に立つなと思いました。今日の話の家の人に伝えたいです。」「今日の授業は、今までの授業で一番楽しい授業でした。」等の意見を得ることができ、本講義は、教育効果が高かった事が明らかになった。

②講義者

今回の講義担当者は、日食の知識のない大学3年生であった。講義者の手元に教材パッケージが届いたのは、講義の1週間程前であった。彼女たちは、教材開発者でもあったが、自分が担当した教材については学んでいても、講義全体を把握していない状態であった。

講義者からは、「スライドにそこで何を話せば良いのか書いてあったので、(専門家ではない)私でも講義ができた。」「アニメーションは、解説する時に便利だけではなく、子どもたちの集中力を高めることもできるため良かった。」「予め、想定する質疑応答集があったので、よかった。また、先に講義をした人がどんな質疑応答があったか記録してくれていた参考になった。」等、教材パッケージに対する良い評価を得ることができた。

しかし、一方で、「途中で集中力が途切れる子供が目立つ場合は、クイズを入れる等、気持ちを切り替える工夫が必要だった。」「小学校1年生～高学年まで幅のある年齢の子どもたちに講義をするとき、どこのレベルにあわせればよいか迷った。」「質問に答えられない場合は、どのようにすればよいか、決めておけばよかった(後日、担当教員宛にメールで回答する等)。」等の課題が出た。これらは、教材そのものではなく、実施時に生じた課題である。今後、

講義を重ね、講義記録を蓄積し、様々なケースに対応できるように工夫をしていきたい。

③学芸員

学芸員からは、「市民に知識を伝えることが私たちの役割である。しかし、実際は、時間的制限から十分にできないのが現状。そこをサポートできる取り組みは、良いと思うし、今後も続けてほしい。」「科学館に行けない人、科学館から遠くにいる人にこそ伝えたいことがたくさんある。その意味で、今回の試みは意義があった。」との意見を得た。ただし、教材パッケージの講義者としては、「信用できる人（教材を的確に使い、正しく知識を伝える）が良い」という意見を得、本研究の当初の目的であった「誰もが講義できる」という点について、再考する必要が生じた。

④施設職員

各施設担当者からは、「科学館に行くことができない子供たちに良い機会になった」（F病院小児病棟）、「子供たちが知る機会がなかなかないため、良い経験になった」（D児童養護施設）、「子供たちの一生の思い出になると思います」（B小学校トワイライトスクール）等の感想を得ることができた。しかし、その一方で、「子どもたちには少し難しかったと思います。」「もう少し、アニメーションが多いと良かったと思います。」「（E児童養護施設）との感想を得た。これらを解決するには、受講生の特徴を事前に把握し、講義を円滑にする工夫が必要である。今回は、3の(2)で述べた情報交流システムはほとんど使われなかった。しかし、今後、3年後の金環日食に向けて、今回の問題点をきちんとシステムに記載し、実践レベルでのノウハウを蓄積していきたい。

5. まとめ

本研究は、科学館が持つ資料を使い学芸員とともに教材パッケージを制作し、それを専門家ではない人たちが、博物館の「外」にいる人へ届けるという試みである。専門家以外の人であっても、アニメーション化したコンテンツや解説ノウハウを加えた講義そのものを提供することによって、分かりやすい講義を実施することが可能であることが分かった。

現在、月（月食）に関する教材パッケージを開発中である。今後もたくさんの教材パッケージを開発し、様々な場所で講義をしながら、より多くの市民に知識を伝えていきたい。

謝辞

本研究にご協力いただきました、各施設のスタッフの皆様へ心から感謝致します。いつも教材開発において的確なご助言と快く資料提供くださる名古屋市科学館プラネタリウムの学芸員、および、雑居ゼミの皆様へ感謝致します。尚、本プロジェクトは、世界天文年の公認企画として実施しました。

参考文献

- 1) 岩崎公弥子「プロジェクト型教材開発と小学校の授業実践」, 金城学院大学 人文・社会科学研究所 紀要 第13号, pp. 1-14 (2009)
- 2) 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 (2006.07), pp. 9-12
- 3) 岩崎公弥子, 縣 秀彦, 安田孝美「科学者の解説を取り入れたオンラインミュージアムの開発」, 日本教育工学会 第20回全国大会 (2004.9), pp. 903-904

実践部門 研究会報告

テーマ：これからの日本型チルドレンズ・ミュージアムを考える

日時：2009年12月20日（日） 会場：国立科学博物館 地球館3F会議室
内容について、各発表者にまとめていただきました。

財団法人新技術振興渡辺記念会 助成研究

日本型チルドレンズ・ミュージアムのあり方に関する調査研究

JMMA—チルドレンズ・ミュージアム研究会
(松本企画室代表 プランナー)

松本 知子

1. 研究の背景・工程

社会の急激な変化に伴い、子どもの成長環境が著しく変容してきている。これらを背景に生じている子どもの育ちをめぐる課題に対しては公教育の場だけでなく、地域社会においても支援や環境づくりが急がれている。本研究会は、この状況を踏まえ、米国社会に普及したチルドレンズ・ミュージアム（以下CM）の日本における新たな展開を探るために平成16年12月、日本ミュージアムマネジメント学会内に実行委員を組織して始まった。調査研究は、財団法人新技術振興渡辺記念会より助成を受け、「わが国の実情に結びついた日本型のCMの構築」を目標に3ヵ年計画で進められた。研究フロー及び年度ごとの研究タイトルは図1の通りである。

2. 米国のCM事例調査（平成17年度）

1年目は、海外における先進事例として米国を対象に調査を実施した。米国を選択した理由は、CMの概念をつくり普及させてきた実績、地域社会における役割や現在の動向に対する関心からである。調査内容は以下の通りである。

- ①文献調査
- ②米国CMへのアンケート調査（電子メール・CM約200館対象・有効回答9館）
- ③現地訪問調査（平成17年10月7日～18日、米国5地域10カ所の施設及び機関）

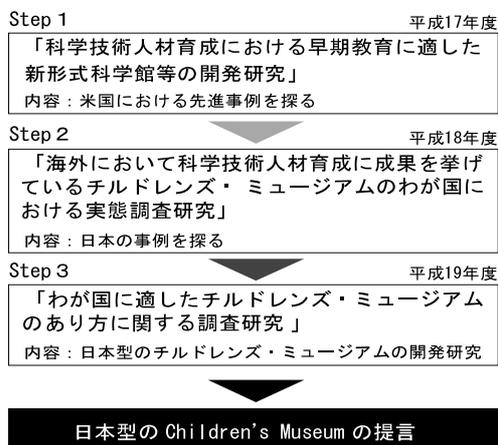


図1 3ヵ年の研究フロー

現地訪問調査の詳細報告は別稿参照のこと。（高橋信裕「アメリカのチルドレンズ・ミュージアム訪問調査からの報告」JMMA会報No.40）。

以下、米国調査の要点を示す。

- 米国CM概要：1899年のブルックリンCMに始まった米国CMは、60年代のハンズ・オン展示の革命を経て70年代から急速に普及した。普及の背景には新しい教育観、国家・コミュニティレベルの教育課題など様々な要因がある。ワシントンD.C.にオフィスを構えるACM（チルドレンズ・ミュージアム協会）は約350館もの加盟館の連絡・相談窓口として機能している。
- 家族と結びつく、コミュニティと結びつく：子どもだけでなく、子どもを取りまく家族や大人を教育支援する場であること、ファミリー・ラーニングの視点が強調される。親と子を結びつけるとともに、地域住民の交流の機会として重要な位置にある。
- 幼児期の専門性を高めている：対象年齢が低年齢化傾向にあり、子育て支援機能を強めている。子育てに問題を抱える親の増加や幼少期の重要性の認識の他、10代を取り込む難しさ、競合する余暇施設への経営面での対処としての意味もある。
- 地域の学習リソース：子どもや教師の重要な教育資源となっており、知識の格差解消を助ける位置づけにある。地域を反映したコンテンツが重要視され、館外での展開にも積極的である。また、世代を超えた学び、生涯学習の場として位置づけられる。
- 資金集めはよりシビアに：厳しい競争原理社会にあり、存続をかけた経営努力と明確なビジョンが求められる。近年では大口寄附が減少傾向にあり、経営陣には資金集めのプロが不可欠となっている。巡回展はビジネス的側面からも積極的に展開している。
- 改革期にある米国CM：2005年現在で約80館のCMの建設中および計画中の館があり、展示の刷新や施設拡張、移転計画も少なくない。CMの概念を生み、世界のミュージアムに影響を与えた米国CMはいまなお自己変革のあゆみを続けている。



写真1 インディアナポリスCM エントランス

3. 国内CM事例調査（平成18年度）

2年目の調査は国内を対象とした。主な調査内容は以下の通りである。

- ①未就学児を持つ母親へのアンケート調査
- ②国内の事例調査

3-1. 未就学児を持つ母親へのアンケート調査

子育ての第一の担い手は母親であり、子どもの施設利用等は母親（保護者）の判断が大きい。そこで、母親の子育て意識や、子どもの育ちの実態を把握することを目的とするアンケート調査を実施した。概要は以下の通りである。

- 調査方法：インターネット調査
- 調査対象：東京と大阪に居住する、未就学児を1人以上持つ女性
- 調査期間：平成18年11月25日～同年12月7日
- サンプル数：533名

3-1-1. アンケート結果からの考察

(1) 現代社会と子育て環境

子育てに関する回答からは、女性の社会進出や、遊び場の貧困化、地域間交流の希薄化など、現代社会の特徴を立証する結果が得られた。

一方で母親が子育てにあたり魅力を感じる施設や習い事に関する回答からは、子育て意識の高さにかかわらず、子どもに特別な教育を施す意識より、安心安全な場所での健全育成を期待する意識が高いことが明らかとなった。

これらは、かつての共同体にあった子どもをゆるやかに見守る機能、子どもの心身を育んだ遊びの環境が喪失していること、それに変わるものとして行政・民間の支援やサービス、習い事が、子どもの時間の過ごし方や健全育成の上で重要な選択肢になっている現状を示す。さらに、こうしたニーズや少子化の状況に応える形で習い事等も多様化し、いわゆる子ども市場が出現していることが指摘できる。

(2) 親達の理科離れ

「理科離れ」をめぐっては、親の理科に対する意識も聞いた。これからの社会を生きていく上での理学的思考の重要性と理科離れの状況は、本研究の問題意識としても大きい。アンケートの結果、約3割の母親が、生活の中で科学に興味を感じる事が無い、科学そのものに興味が無いことが分かった。また、母親自身の直接体験により科学を意識することが少ないことや、子どもを連れて行く場所として科学館があまり認識されていないことを確かめた。以上より、子どもの育成を見据えた、親に対する支援のあり方を検討する必要があることを確認した。

3-2. 国内の事例調査

国内の子どもを主体とした施設及び支援活動の現状を把握することを目的に、公的機関12ヵ所、企業6ヵ所への視察及びヒヤリングを実施した（図2）。

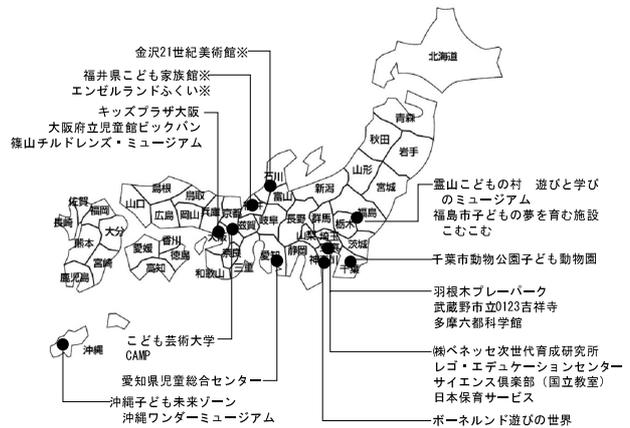


図2 国内視察訪問地（※平成19年度追加調査）

訪問先を決めるにあたっては、CMのコンセプトを採用している施設の他、民間の教育支援活動、知育教室、行政・民間の子育て支援、大学機関の活動等、近年動きが活発な活動をだまかにタイプ別に分類して選定した。

3-2-1. 事例調査まとめ

国内におけるCMと類似する取り組みとして、児童館や学童保育の存在は大きい。児童館（大型）の中にはCMの要素を採用している施設もある。CMの国内普及を考える時、日本の健全育成・子ども家庭支援事業を踏まえ、役割や機能を検証していく必要はある。

また、人と人との関係性や創造性を育む営みとして、ワークショップ等の活動が重要視され、手法も発達してきている。一方で、展示については課題が感じられる場面が少なくない。展示と接する上での親の問題、メンテナンスの問題なども指摘される。現状のハンズ・オン展示の詳細な調査、親のミュージアム・リテラシーへの対策が求められる。さらに、民間団体など公的機関以外の教育支援・子育て支援が広がっている。流れとして、「施設」としてのトップダウン的発想よりも、「活動体」としてのボトムアップ的発想、手作り感覚の支援が意識される。

4. 日本型のCMの開発研究（平成19年度）

3年目は、つくば市（つくばエキスポセンター環境内）に日本型のCMを設置することを想定した調査研究を実施した。つくば市を選定した理由は、CMの設置場所としてACMが定義する都市型・郊外型・田園型いずれも兼ね備えた環境であること、つくばエキスポセンターと本研究会の協力関係による。調査内容は以下の通りである。

- ①つくばエキスポセンター視察調査によるベンチマーク設定
- ②つくば地域における子育て環境調査（行政へのアンケート調査／子育て支援施設ヒヤリング調査／つくば地域に居住する未就学児を持つ母親の座談会）
- ③つくばエキスポセンターの展示装置に対する利用者の評価及び接し方に関する調査
- ③については、展示体験における親子コミュニケーションの重要性について考察が得られた。これについては別稿にて報告を行う。

4-1. つくば地域における子育て環境の現状と課題

筑波研究学園都市であるつくば市は、300以上の研究機関が集積する我が国最大の研究開発拠点である。サイエンスをテーマにした特徴ある学習環境を形成し、市の中央にある「つくばエキスポセンター」は国際科学技術博覧会（科学万博—つくば'85）を記念する、本市を象徴する科学館である。

市内には子育て支援施設5ヵ所、児童館18館が設置され、比較的支援は行き届いている一方、自家用車が不可欠な環境であり、転入者が多いことから、徒歩圏内の人間関係が希薄になりがちである。核家族・共働き世代の増加、つくばエクスプレス沿線住民の増加を背景に児童館の利用者が増加傾向にあり、放課後子ども教室の開設を求める声も多い。住民交流、子どもの居場所に今後の課題がある。

4-2. 求められるCM像についての提言として

上記に基づき、つくば市（つくばエキスポセンター）に設置することを想定したCMの施設像を検証した。ここで示すのは、つくば市のみならず全国で展開されるべき同種館のモデルとしての提言である。また、この種の館は広い地域を対象とするのではなく、比較的小規模でも意義深い施設として展開出来るものとする。

(1) 子どもを中心に、親、家族、地域を育む施設

人の成長の場としての地域社会を構築する意味で、子どもと家族を中心とする地域の人たちが、それぞれの役どころで生涯を通じて関わることができる、また、日常気軽に訪れ、人と交流することのできるコミュニティの広場としての環境を設定する。

(2) 子どもと家族の生活を変える、豊かな学習環境

ペアレンティングの場として、家族がともに過ごす時間の「質」を重視し、その後の家族の生活にも影響を与えていくことのできる施設とする。

(3) 子どもの成長に応じた環境づくり

子どもの主対象は、乳幼児期から8歳程度の子どもを想定する。9歳以上の子どもに対しては放課後の居場所としての支援を想定し、異年齢が集える場とするとともに、学齢ごとの課題に添えていく。

(4) 「生きていく力」を育むプログラム

これからの社会を「生きていく力」として、「コミュニケーション力」「社会力」「創造力」「探究心」を設定し、

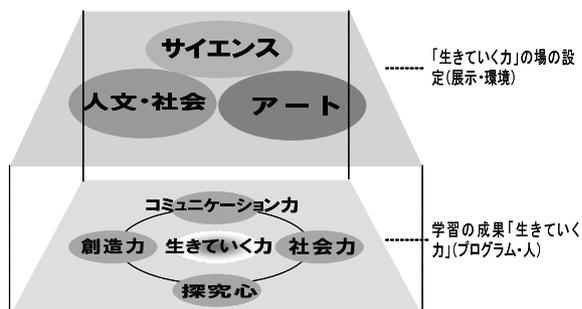


図3 日本型CMで目指す「生きていく力」と場の概念

これを育むことを目標としたプログラム活動を展開する。

(5) サイエンスシティにあるCMとして

「生きていく力」を育む場の概念（図3）として、人文・社会、サイエンス、アートの3要素を設定する。地域の学習資源を活かし、特に今日の現代生活に欠かせない科学・技術分野を充実させるとともに、人文・社会、アートなども取り入れ、子どもと大人の幅広いイテラシーの涵養を図る。

(6) 地域と連携するCM

CMを持続的な「活動体」としていくために、子育て・教育支援の市民団体、研究機関の現役やOB、教育機関、幼稚園や保育園等、地域を巻き込み、子どもや家族の課題に協働で取り組む、地域連携の拠点の性格を持つCMを構築する。

5. おわりに

国内外の現状を見渡してみても実感したことは、米国でCMを必要とした状況が、現在の日本の子どもや親達の環境にまさに起きていることである。そこに求められるのは、かつて共同体に存在した子どもを育む環境を再構築するという発想だけでなく、かつてとは明らかに変容した社会を、人間らしい心と知恵と技を持って生きていく力を育む視点、さらに子育ての担い手である親や地域を育てる視点である。

本研究ではその概略を提唱するに留まったが、具体的な手法の提案及び事業の提案は、次の段階を見通して作っていかねばならないと考えている。

（文責：松本知子）

謝辞：本研究の調査活動にあたりご協力いただいた、国内外の各機関の皆様、3年間に渡りご支援をいただいた財団法人新技術振興渡辺記念会に心より感謝を申し上げます。

本調査平成19年度実行委員会の構成は以下の通りである。

総括	倉本昌昭	JMMA理事
委員長	高橋信裕	株式会社文化環境研究所所長
副委員長	齊藤恵理	株式会社文化環境研究所主任研究員
アドバイザー	亀井 修	独立行政法人国立科学博物館 事業推進部 連携協力課長
	許斐修輔	佐賀県立宇宙科学館館長
	原秀太郎	JMMA幹事
	松永 久	株式会社三菱総合研究所主任研究員
	湯浅万紀子	北海道大学総合博物館
調査員	小林弘幸	財団法人つくば科学万博記念財団
	野呂田純一	文教大学教育研究所
	松村陽子	独立行政法人科学技術振興機構 数理学習支援部
	松本知子	松本企画室代表
	三上戸美	株式会社乃村工藝社 プランナー
	柳原朋子	株式会社乃村工藝社 プランナー

チルドレンズ・ミュージアムにおける展示装置の利用者評価に関する研究

—モニター被験者による
発話データに基づいて—

千葉大学大学院工学研究科

佐藤 公信・原 寛道
今 雄一・杉山 文野

千葉大学工学部デザイン工学科

和泉澤亜矢・櫛田 梨沙
辻 奈穂子

(株)乃村工藝社CCカンパニー

斉藤 恵理・三上 戸美

松本知子事務所

松本 知子

(財)つくば科学万博記念財団

小林 弘幸

(財)日本科学振興財団

松村 陽子

1. 研究背景

こどもの理科離れが指摘されるなか、学校とは異なるかたちで科学に触れる場として直接体験できるハンズ・オン展示が注目を集めている。

ハンズ・オン展示は、「興味のきっかけ作り」や「事象の理解」に効果的であると考えられているが、展示手法が利用者の行動や心理に及ぼす影響について調べ、展示の有効性を検討した研究は殆どなされていない。

2. 研究目的

ハンズ・オン展示装置の特性を明らかにして類型化を行い、利用者へのヒアリング及び利用時における発話データ結果と照らし合わせ、こどもを対象としたミュージアムの望ましい展示装置のあり方を考察することを目的とする。

3. 研究方法

研究方法は、図1に示すように、3つのステップに沿って調査を行った。

ステップ1では、調査対象施設「つくばエキスポセンター1F展示室」にある展示装置を対象としてチルドレンズ・ミュージアムの展示装置の特性を明らかにし、類型化を行った。また、抽出された特性に基づき、実地調査を行う調査サンプルを選定した。

ステップ2では、館を訪れる利用者に対して、ヒアリング調査、並びに予め依頼したモニター家族に対するビデオカメラによる行動発話調査を行った。

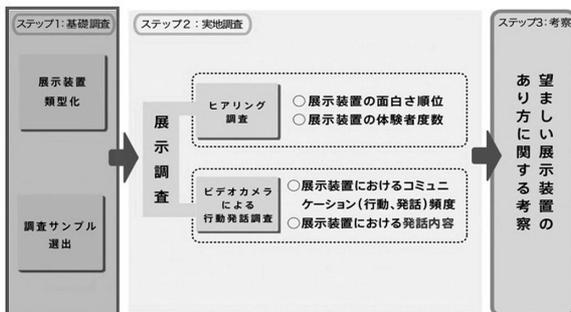
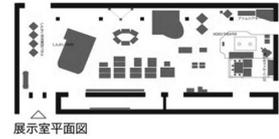


図1 研究方法

図2 調査対象館

つくばエキスポセンター
1F展示室



外観



展示室

これらの調査結果に基づき、ステップ3では、チルドレンズ・ミュージアムにおける望ましい展示装置のあり方に関して考察を行った。

4. 調査結果

4.1 ステップ1の調査結果

各サンプルの評価を行ったマトリクス表を作成、それを用い、数量化Ⅲ類によりサンプル全体の特徴を表す要素の抽出を行った。(図3) その結果、

1. 対象施設における展示装置を特徴付ける要素は、展示装置への関わりの自由度の違い「自由度弁別」、また展示装置を通して理解・発展が促されるか、興味を引く「きっかけづくり」に寄与するかの違い「理解・発展—きっかけ・提示弁別」の2要素によって、大きく特徴付けがされることが分かった。

2. 調査対象地に設置されている展示装置は、6つの特性の異なるグループに類型化されることが明らかとなった。(図4)

これらの結果に基づき、類型化されたものの中から、子供を対象とした展示装置の有効性を導き出すための調査対象を以下の視点から選定し展示装置サンプルとした。

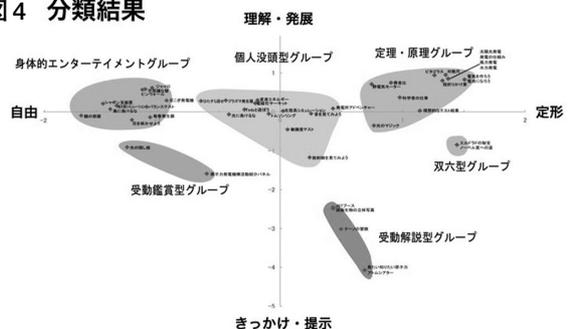
- A. 展示装置と利用者との間でやりとりが発生すること。
- B. 利用者間で展示装置を媒介としたコミュニケーションが発生する可能性があること。
- C. 発生するコミュニケーションが多様であること。

図3 展示装置の分類

各サンプルの評価を行ったマトリクス表を作成、それを用い、数量化Ⅲ類によりサンプル全体の特徴を表す要素の抽出を行った



図4 分類結果



4.2 ステップ2の調査結果

調査は、2008年11月8日(土)、9日(日)の2日間、つくばエキスポセンター 1F 展示室を対象として行った。(図5)

図5 実地調査概要

調査日：2008年11月8日・9日

①ビデオカメラによる発話行動・観察調査 4家族

②出口ヒアリング調査 64名



4.2.1 ヒアリング調査結果

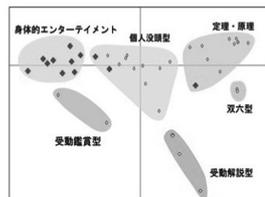
展示施設内のどの展示装置が好まれるか、またその理由は何かについて、利用者に対するヒアリング調査を行った。ヒアリング対象者は、64名であった。ヒアリング調査項目は、以下の通りである。

1. 体験した展示
2. 面白かった展示 (3つ)
3. 面白かった理由
4. つまらなかった展示 (3つ)
5. つまらなかった理由

ヒアリング調査結果「面白かった展示」の順位と、類型化結果を照らし合わせると、身体的エンターテイメントグループに属する展示装置が多く含まれることが分かった。(図6)

図6 展示装置の面白さ調査の結果

- 1位 足こぎ発電機 (31票)
- 2位 風に負けるな (24票)
- 3位 大型シャボン玉装置 (22票)
- 4位 花を咲かせよう (15票)
- 5位 竜巻発生装置 (10票)



身体的エンターテイメントに属する展示が上位を占める

図7 体験者数と面白さの関係

面白さ順位	展示装置名	体験者数
1	足こぎ発電機	31
2	風に負けるな	30
3	大型シャボン玉装置	22
4	花を咲かせよう	15
5	竜巻発生装置	10
6	ひたすら回せ	33
7	結ぶと色が変わる不思議な紐	31
8	風の形屋	24
9	風を飛ばせよう	24
10	水分蒸発シミュレーション	18
11	光のマジック	19
12	空と舞臺	25
13	風を飛ばせよう	14
14	風を飛ばせよう	20
15	風を飛ばせよう	15
16	風を飛ばせよう	1
17	風を飛ばせよう	5
18	風を飛ばせよう	15
19	風を飛ばせよう	6
20	風を飛ばせよう	6
21	風を飛ばせよう	6
22	風を飛ばせよう	6
23	風を飛ばせよう	6
24	風を飛ばせよう	6
25	風を飛ばせよう	6
26	風を飛ばせよう	6
27	風を飛ばせよう	6
28	風を飛ばせよう	6
29	風を飛ばせよう	6
30	風を飛ばせよう	6
31	風を飛ばせよう	6
32	風を飛ばせよう	6
33	風を飛ばせよう	6
34	風を飛ばせよう	6
35	風を飛ばせよう	6
36	風を飛ばせよう	6
37	風を飛ばせよう	6
38	風を飛ばせよう	6
39	風を飛ばせよう	6
40	風を飛ばせよう	6

面白さ順位で上位の展示装置は、体験回数も高い傾向がある。

体験回数が高いにも関わらず評価が低い展示装置は、興味を引く要素はあるが、実際にふれても印象に残らないのではないかと考えられる。

面白さ順位、体験回数順位が共に10位以上の展示
体験回数が15以上あるのに面白さ順位が低い展示

また、面白さ順位で上位の展示装置は、体験回数も高い傾向があること、体験回数が高いにも関わらず評価が低い展示装置は、興味を引く要素はあるが、実際にふれても印象に残らないためではないかと考えられる。

ヒアリング調査の問題点として、「面白かった理由」等の質問は、年齢の低い子どもからの確かな回答を得るのが難しかった。

「つまらなかった展示」は、「面白かった展示」と同じものが上位に多く含まれた。

→本当につまらなかった展示は、印象に残っていないため、回答として出てこなかったのではないかと考えられ、ビデオによる発話データと照らし合わせて考察する必要があることも示唆された。

4.2.2 ビデオカメラによる行動発話調査結果

発話行動・観察調査は、ステップ1で抽出された展示装置サンプルに対して、利用者は、どのように接し、反応するかを明らかにするため、モニター被験者(予め撮影の承諾が得られた4家族)を設定して、実際に展示されている現場における行動や発話を記録し、分析を行った。

発話は、全てテキストデータ化し、内容を精査、以下の13カテゴリに分類して、利用者の展示装置に対する接し方の内容を比較、分析できるようにまとめた。(図8)

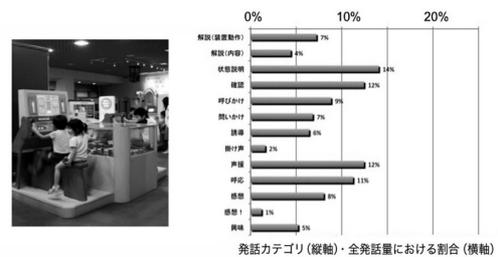
- | | |
|-------------|---------|
| 1. 解説(装置動作) | 8. 掛け声 |
| 2. 解説(内容) | 9. 声援 |
| 3. 状態説明 | 10. 呼応 |
| 4. 確認 | 11. 感想 |
| 5. 呼びかけ | 12. 感想! |
| 6. 問いかけ | 13. 興味 |
| 7. 誘導 | |

図8 発話内容の記述と13カテゴリの適用例

動作	誰	子	分類
	弟	ねえ、なんでスタートボタン(ないの?)	問いかけ
	母	あのねえ、ここはねえ、2人でやるときにやるんだって。	解説 装置動作
	弟		
	弟	家族の2人?	問いかけ
	母	そう。	呼応

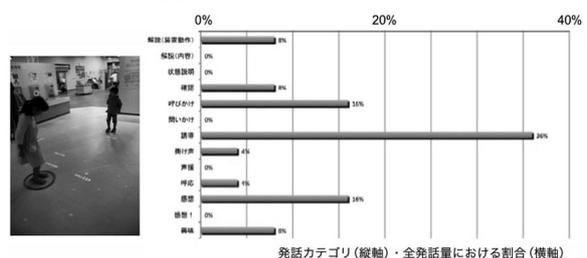
発話内容に関して各カテゴリの発話出現頻度を数量化し、グラフにまとめ比較・考察を行った。図9、図10は、その例である。

図9 装置別の発話内容考察例 - 足こぎ発電機



- ・ヒアリング調査では、最も面白さの評価が高かった展示装置
- ・「身体的エンターテイメント」グループに属する展示
- ・発話内容は、各カテゴリに対して満遍なく分布している。
- ・状態説明、確認、声援、呼応が比較的高く、コミュニケーションが多く発生していることも伺える。

図10 装置別の発話内容考察例 - 核分裂をおこしてみよう



- ・ヒアリング調査では、最も面白さの評価は低かった
- ・発話内容を見ると、誘導が最も高く、呼びかけ、感想が次いでいる
- ・展示が伝えたい内容について利用者が十分説明できないため、発話内容は、展示内容とあまり関連しないものとなっている

展示装置を利用する際に、装置とのやりとり（触る、操作する）と、利用者間（主に保護者と子供）の会話の頻度を「コミュニケーションの発生頻度」として、抽出した。（図11）その結果、コミュニケーション頻度（平均）が、「展示装置と利用者間」と「利用者間」の頻度がほぼ同程度の場合、

- ・装置とのやり取りと、利用者間のコミュニケーションがバランスよく発生する
- ・概ね面白さの評価が高い傾向にある。

ことが分かった。

「展示装置と利用者」が「利用者間」より頻度が高い場合、

- ・展示装置に決まった操作手順がなく、利用者の行為や身体の動きが、体験として記憶に残るが、体験が共有しにくいタイプと考えられる。
- ・得られる結果が一律で、利用者間の会話まで発展しないタイプであると考えられる。

図 11 発話全体に対するコミュニケーションの発生頻度の比率

面白かった展示	コミュニケーション(構成平均)	
	計	展示装置と利用者 / 利用者間
1) 16歳まで発話頻度	31	25%
2) 22歳に興けるなら	24	78%
3) 18歳大シャボン玉装置	22	50%
4) 1回話を聞かせよう!	15	55%
5) 21 電燈先生装置	10	65%
6) 20のたす回世	8	25%
7) 26歳と色が変わる不思議な壁	7	55%
8) 03歳の装置	6	55%
9) 14歳あなたのバランス感覚は	4	50%
10) 04タムカプセル	5	
10) 05光のマジック	5	
10) 07の音が聞こえてみよう	5	100%
11) 24歳と興ける!	4	50%
12) 13あなたの軌道度は	3	
13) 17実音! エネルギー	2	50%
14) 08お話を聞いてみよう	1	
14) 09いーいなる発話	3	100%
14) 11電燈を作るう	1	75%
14) 28不思議な対数目録	1	
合計	157	
発話シミュレーション		59%
円周率		100%
星の砂		25%
電燈になるう		40%

コミュニケーション頻度(平均)

●展示装置と利用者≒利用者間

↓

・装置とのやり取りと、利用者間のコミュニケーションがバランスよく発生する

・概ね面白さの評価が高い傾向にある。

●展示装置と利用者>利用者間

↓

・展示装置に決まった操作手順がなく、利用者の行為や身体の動きが、体験として記憶に残るが、共有しにくいタイプ

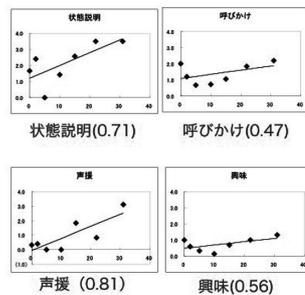
・得られる結果が一律で、利用者間の会話まで発展しないタイプ

各展示装置の発話成分と展示装置の「面白さ」との相関をみると、図12のように、周囲の人とのコミュニケーションを促す媒体として機能している展示装置が、面白さに寄与している傾向があることが分かった。

図 12 面白さに結びつく発話成分

発話数（縦軸） vs 面白さ（横軸）の得票数の相関関係

周囲の人とのコミュニケーションを促す媒体として機能している展示装置が、面白さに寄与している。



5. チルドレンズ・ミュージアムにおける望ましい展示装置のあり方に関する考察

ビデオによる行動発話調査並びにヒアリング調査の結果を照らし合わせ、考察を行い、チルドレンズ・ミュージアムにおける望ましい展示装置のデザイン要件をまとめると以下のように考えられる。

1. 他者との会話を誘発する展示装置であること
 - a. 自発的な発話を促す
思わず叫ぶ…ような発話から
 - b. 親との会話を促す
「見て見て」…という呼びかけの発話から

c. 子ども同士の会話を促す

面白さの評価が高い展示装置では、「利用者間のコミュニケーション頻度」において、全体平均度数3.63に対して面白さ上位7位までの平均度数が5.0を示していることから、他者との会話が比較的多く誘発されていることが分かる。

また、a. 自発的な発話は、実際には「独り言」ではなく、周囲に親が居ることによって、気兼ねなく声として発している様子も見受けられ、聞いてくれる他者（親）の存在が重要であると思われる。

2. 他者との会話を共有できる展示装置であること

- a. 親も参加できる
手助けしながら…ような発話から
- b. 親に成果を認めてもらえる
褒められている発話から
- c. 親に伝えたい何かが誘発される
疑問やだだをこねるなどの発話から
- d. 他者と協働できる
行動に繋がる発話から

面白さの評価が高い展示装置の発話内容では、「状態説明」「確認」「誘導」などの展示装置に触れるにあたって、装置を媒介として子どもと親がやり取りをしている状況が見られた。これらは、単に発話としてのやり取りに留まらず、a. 親も参加できる、d. 他者と協働できるような発展的な行動に繋がるとより望ましいのではないだろうか。

3. 自発的な理解を促す展示装置であること

- a. 直感的に分かる達成感がある
例：「花を咲かせよう」等の発話から
- b. 親が理解を促す説明ができる
解説に関連する発話から
- c. 装置の意味する意図が理解できる

評価の高い展示装置では、「解説（装置動作）」や「問いかけ」、情動的でない「感想」の発話の頻度が高い傾向にある。展示装置に触れて、直感的に何らかの「感想」を述べるができることは、満足度に関連する重要な要素であろう。また、子どもは、意図する内容にまで踏み込んで展示装置に触れているとは限らないから、ある程度親が、理解を促す補足説明をする必要があり、そのためには、子どもが理解できる解説だけでなく、親に対しても分かりやすい解説の提示が重要であると考えられる。

6. まとめ

今回の調査に基づき、チルドレンズ・ミュージアムにおける展示装置に求められることを以下にまとめた。

1. 子ども自身の興味を誘発する「動機付け」が必要である。
2. 親をはじめとする保護者、周囲にいる他者を、如何にその楽しさに「巻き込むか」という工夫が重要である。
- ・利用者への提言
保護者は、子どもを勝手に「遊ばせて」過ごすのではなく、共に楽しもうとする姿勢が必要
- ・計画者への提言
付き添っている保護者や周囲の子どもたちが、一緒になって関わるができる、共有意識を高める展示装置のデザインや空間への配慮が必要である。

日本における子ども博物館のこれから

日本大学
小笠原喜康

1 はじめに：議論の方向

ここでは、なぜアメリカで子ども博物館が生まれたのかを考えてみたい。それは、どのような社会状況の中で、どのような思想的・理論的状況の中で生まれてきたのか。子ども博物館が生まれるまでの状況をみてみたい。

それというのも、その発足当時の状況が、日本の子ども博物館設立の問題につながるからである。子ども博物館に限らず、こうした施設が生まれるためには、それを必要とする社会的な状況がなくてはならない。それを見定めずに建設する側の論理だけで進めるのでは、使われない施設になってしまう。まず施設ありきでは、いわゆる「ハコモノ」行政というそしりをまぬがれないし、実際失敗する。

とりわけ子ども博物館は、展示文物の貴重さやそれに基づく研究の重要性に、その存在意義を求める施設ではない。それは、何かの特定分野の研究を重要な部分とする典型的な博物館とは違う施設である。それは、もっぱら教育を主たる目的とし、その研究も来館者である子どもたちを対象とする特殊な施設である。そうであれば、これを普及させるには、教育の施設としての必要性が求められる。そこでここでは、アメリカの最初の子ども博物館が、どのような教育的必要から生み出されたのかその背景をさぐることで、日本の子ども博物館を考えるための視点を得ようというわけである。

あらかじめのべれば、それは二つの観点となる。その一つは、子ども博物館を必要とする世相的・思想的環境の問題である。そしてもう一つは、子ども博物館がよって立つべき学びと知識なり学力の理論問題である。最初の観点は、いま子ども博物館を新たに開く土壌がはたして日本にあるだろうかという問題になる。第2の観点は、学校とは違う学びの場を提供するとすれば、そこには近代学校では根本的になしえない学びの概念と、それを必要とする社会的コンセンサスがあるのかどうかという問題である。

結論をのべれば、短期的にいえば、いまの日本に子ども博物館を開く積極的土壌は限りなく少ないといわざるを得ない。その可能性は、第1の観点からも第2の観点からも少ない。日本の教育の方向は、明治以来の近代の個人的な立身出世思想から抜けだしていない。しかもあいかかわらず他国との競争意識のままである。昔は先進国に追いつけ・追い越せであり、今はニーズ諸国に追い越されるなどである。そこには、アメリカの子ども博物館が生まれた背景にある、民主主義国家をになう市民の育成という観点はない。

2 子ども博物館設立史

世界最初の子ども博物館 Brooklyn Children's Museum は、Brooklyn Institute of Arts and Sciences（現在の Brooklyn Museum）の分館として、1899年12月16日にスタートした。これを発案したのは、Metropolitan Museum

の初代学芸員で、この時にはBrooklynに移っていた美術担当学芸員 William Henry Goodyear である。彼は、ヨーロッパ旅行の途中、イギリスの Manchester Museum で自然史の展示に子どもたちが惹きつけられているのを見て発案したとされる（Schofield-Bodt, 1987; Alexander, 1997）。最初の学芸員は、動物学者で教師でもあった Richard Ellsworth Call である。だが1903年にこれを引き継ぎ発展させ、その後1937年までの35年間も学芸員を務めたのは、師範学校をでた生物教師で、その後MITで科学の学位を取得する Anna Billing Gallup である。その初期の様子はどうかであったのか。それはGallupが書いたものからかきまみることができる。

新しいブルックリン美術・科学館ができて、大多数の重要な収蔵品が移された。そして若干のロングアイランドの昆虫類や鳥やほ乳類の剥製が残された。これが最初の子どもの博物館のコレクションとなった。事実上、空の建物とこの乏しい展示品以外にはなにもなかった。（Gallup, 1907, p. 144）

このように世界最初の子ども博物館は、きわめて貧弱なスタートであった。建物は、本館の建て直しの間、収蔵品を保管するために一時的に借りていた倉庫の家であったし、展示品は不要となった動物類の標本や剥製であった。最初は、いわばおあまりの品々による開館だったわけである。とはいうものの、このことからわかるのは、この博物館が、自然史を中心とした科学の博物館であったということである。



Gallup, 1937 Hein, 2006より

最初の学芸員であったCallがつくった展示室は、すべて自然史のものであった。それはいわば、自然史博物館の子ども版だったわけである。Callの時代には、次の6つの室がつけられた（Alexander, 1997）。

- ◇ Model Room
- ◇ Botanical Room
- ◇ Lecture Room
- ◇ Animal Room
- ◇ Anatomical Room
- ◇ Library

19世紀というこの時代、植民地の拡大は世界各地から珍しい動植物をヨーロッパにもたらし、国家の威信を示す動物園がつけられるようになる。イギリス・ロンドン（1847）、ドイツ・ヴィルヘルマ（1850）、アメリカ・フィラデルフィア（1859）と、今日でも各国を代表する動物園がこの時期につくられていく。そしてまた、蒸気機関の発達にともないエネルギー論がほぼ確立し、物理化学の方面も円熟してくる。ロンドン・サウスケンジントンの科学博物館は1857年、ニューヨークのアメリカ自然史博物館は、1867年に開館する。19世紀は、輝く科学の時代であり、職業としての科学者が登場してくる時代でもあった。

この19世紀という時代には、18世紀に始まるこうした科学・博物学の成果を教育しようという意識のたかまりがあった。それは「子ども」が発見されるプロセスにもなって高まってきた。19世紀になると、ビクトリア時代を迎えたイギリスが産業革命を加速させて、年少者の

過酷な労働が問題になってくる。年少者・女子労働者の保護を目的とするイギリスの「工場法」は、1833年に始まりその後1874年まで何度も改正されるが、産業革命が遅れて進行したドイツやアメリカにも影響を与えていく。ドイツでは1869年に「職業法」として制定され、アメリカでも1848年に「児童労働法」の制定へとつながっていく。こうした意味でこの時代は、ルソー、ペスタロッチ、フレーベル、オーエンと続く思想的子どもの発見が、法律の上でも確立していく過程でもある。

こうした中、博物館と教育に関するところで、あるエポックな年があった。それは、1859年である。これは、後に子ども博物館にも関係してくる。

3 1859年という年

この1859年という年、後の子ども博物館へとつながる次の三つのことが起こった。

- ◇ダーウィンの『種の起源』が刊行される。
- ◇Sheldon, E. A. がトロントの教育博物館でペスタロッチ教具をみて実物教授を始める。
- ◇John Dewey が生まれる。

ダーウィンの『種の起源』は、西欧社会に大きな影響を与えた。日本では、吉田松陰が斬首された安政の大獄のこの年、アメリカでも社会を大きく揺らした事件が起こっていた。武力で奴隷解放運動をおこしたジョン・ブラウン事件である。これが引き金になり、1年半後に南北戦争が始まる。こうした時期、ダーウィンの『種の起源』は、人も含めた万物は、神によって創られたときから変わってはいないという考え方を否定した。それは逆にいえば、人種の違いはあくまで進化の過程の産物であるという考え方であり、さらには人間の環境決定説にもつながる考え方であった。ここから良い意味でも悪い意味でも、進歩主義・ダーウィニズムが生まれてくる。それは、とりわけアメリカにおいて重要な考え方を用意した。つまり、人は生まれながらにして違うのではなく、教育などの環境と努力によって違ってくるのだという、正にアメリカン・ドリームにつながる考え方である。

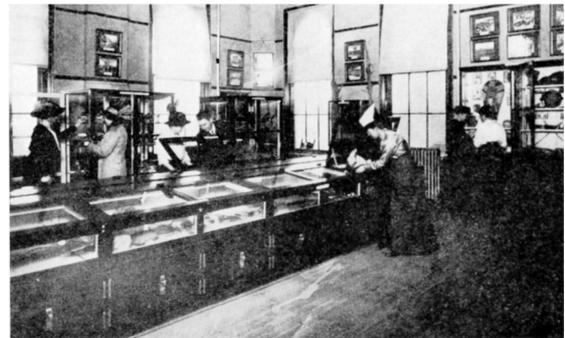
Sheldonの実物教授は、実際のものに触れて学ぶという考え方を広めたものとして著名である。オンタリオ湖の東の端のニューヨーク州の町オスウィーゴの教育長であった彼は、対岸のトロントの教育博物館で、ペスタロッチの直観教授教具をみて、それをアメリカに導入した。もっともこれは、カナダの人間がアメリカでみたものをまねして造ったものだったので、いわば逆輸入であった。しかしSheldonは、単に教具を逆輸入しただけではなく、教員養成所をつくり普及に努めることもした。

そのためこのSheldonの実物教授は、その後普及して日本にも輸入されている。明治初期の近代学校では、「庶物指教」と呼ばれて、これがとり入れられた。この考え方は、それまでの文字中心の教育から、実際のものに触れたり、見学をしたりという新しい教育方法をもたらした。



ニューヨーク大学
Oswego 校のHPより

教育博物館には二種類ある。一つは、Sheldonがみたような教育に関する机や教具などを展示して、その普及を図るタイプである。そしてもう一つは、標本などの教材を展示しながら学校に貸し出すタイプである (Monroe, 1911, p. 332-341)。この後者のタイプが、子ども博物館が生まれる19世紀末には普及して、「学校博物館」とよばれるようになっていた。



An Early Photo Showing Principals and Teachers Studying the Exhibits of the St. Louis Educational Museum in 1914.

(出典 Saettler, 1955, p. 112)

3番目のDeweyの生誕は、直接に子ども博物館にかかわっているかもしれない。というのも、Deweyの名前を一般に知らしめることとなった『学校と社会』が刊行されたのが、子ども博物館誕生の年だったからである。1899年4月のことだった。子ども博物館を発案したGoodyear、あるいはそれをすぐに受け入れた館長のHooperらが、ベストセラーになったこの本を読んでいたかもしれない。よく知られているように、この本の中でDeweyは、学校と外の社会とをつなぐため、実際社会の産業にかかわる学校博物館をその中心におくことを提案していた。またGallupも後に、子ども博物館は「進歩主義教育のさきがけだった」と述懐しているし、アメリカの研究者もそのようにみている (Alexander, 1997; Hein, 2006)。

そうした意味で、このDeweyの『学校と社会』は、子ども博物館誕生の引き金の一つであった可能性がある。しかし私は、このDeweyの『学校と社会』にもかかわっている、アメリカの子ども博物館の誕生にとって、もう一つの重要な点を指摘したい。それは、当時の重要な世相である、第2次移民時代の到来である。

このことは、直接の引き金ではなかったかもしれないが、すぐにその重要な一部となった。Gallupは、自然史の展示だけでなく移民たちの文化や地理・自然を伝える部屋もつくった。そこで活動することで子どもたちが自分を発見することを望んでいた。Brooklynは、今でもヒスパニック系、イタリア系、ユダヤ系の多い地域なので、展示説明にも米語の他にスペイン語も並記している。移民の問題は、アメリカ社会を大きく変貌させていった。人種のサラダボールといわれる今日のアメリカを形作ったこの第2次移民時代は、やはり子ども博物館の役割にも大きな意味をもつ。そこで次に、この問題にしばってみたい。

4 19世紀末の第2次移民時代

いまのべたように、子ども博物館が発足した時代は、第2次移民時代であった。この時代は、1880年を境にヨ

ヨーロッパそれも東欧とイタリアを中心として、一挙に大量の移民が押し寄せた時代である。その中心はスラブ人、ユダヤ人、イタリア人である。それには、アメリカの事情もあった。シビル・ウォー（南北戦争）が終わり、五大湖周辺を中心としてアメリカの産業革命がおこっていた。工場は、土地に縛られない浮遊する労働者を必要とした。ここに奴隷解放の黒人とヨーロッパからの移民が流れ込む。

こうして都市では、スラム街が形成される。その代表は、なんといってもシカゴである。そしてここで、ある出会いがあった。それは、DeweyとJane Addamsの出会いである。この出会いは、子ども博物館の今日の問題を考える時に重要な視点を与えてくれる。この出会いについて、日本の研究者で唯一人追求している米澤正雄の論を紹介しながら、その子ども博物館への意味を考えてみたい。

Jane Addamsという人物に、日本人はあまりなじみがないかもしれない。Addamsは、シカゴの移民たちのスラムでセツルメント（社会福祉活動）をおこない、アメリカで女性初のノーベル平和賞を受賞した人物である。シカゴの子ども博物館前には、Addamsを記念した公園があり、シカゴのイリノイ大学にはHull HouseというAddams記念館がある。

このAddamsは、米澤によればDeweyの学校観に大きな転回をもたらしたという。DeweyがAddamsと出会って後に著した『学校と社会』での学校観とそれ以前とは大きく違っているというのである。

以上説明してきた二つの学校論を比較してみよう。「社会の一制度としての学校」論では、家庭の社会生活維持機能と、学校でのこの機能の継続的・組織的發展とが、自明の前提にされている。これに対して、『学校と社会』の学校論では、この前提に立つことの困難が自覚されている。しかも家庭や近隣に代って、「オキュペーション」の導入される学校が、社会生活の維持・存続の機能を積極的に担わされている。この論構成上の相違は、家庭や近隣が、「オキュペーション」によって社会生活を維持しえてきたという認識によってもたらされている。デューイがこのことに初めて言及したのは1898年であるが、なぜ彼は、この時期に家庭や近隣が「オキュペーション」による社会生活の場であったことに言及しているのだろうか。そして、なぜこの認識を学校の機能に関係づけたのであろうか。／私は、ジェーン・アダムズのセツルメント事業への参加が、彼に大きな影響を与えたと考える。（米澤，1979，p. 46—47）

米澤がここでのべているのは、DeweyがAddamsのセツルメントに通い、しかも理事まで引き受けたあたりから、学校観が変わったことについてである。紙面にかぎがあるので、この意味を簡単にのべてみよう。

Deweyはそれまで、家庭から学校へそして社会へというプロセスの中で、子どもたちは連続してオキュペーション、すなわち将来の産業社会生活につながる様々な作業経験をすることで市民になっていくと考えていた。ところが産業革命以後は、家庭からこのオキュペーションがなくなってしまった。さらには学校でもその機会が失われ、家庭とも社会ともつながらない場になってしまっている。その結果、子どもたちは社会化されないままに大

人になる。そこでDeweyは、学校の中に博物館を設けて、失われたオキュペーションをより積極的に提供すべきだと考えるようになった。それが『学校と社会』の中で提案している産業博物館である。

この考え方の転換が、Addamsの影響だと米澤は指摘している。Addamsは、移民たちがふる里で培っていた様々なオキュペーションをシカゴでは子どもたちに伝えられず、親たちがアメリカで育つ子どもたちと断絶する状態を憂えていた。そこでAddamsは「労働博物館」をつくり、そこで移民の親たちがオキュペーションを伝えることで、子どもたちが自分たちの文化が今日の産業社会につながっていることを理解し、多文化社会アメリカにふさわしい市民としてよりよく社会化されていくと考えたという（米澤，1992）。

ここでこれまでのことを整理してみよう。私は、これまで子ども博物館が生まれる背景についてのべてきた。一つは、科学・自然史教育の側面である。二つ目は、それをより十全におこない、子どもの心性を豊かな実のあるものにする実物教授の普及である。そして第三番目にのべたのは、Deweyに代表される進歩主義教育の影響である。

この第三番目の影響は、子ども博物館を考えるときの重要な視点になる。というのも文物の保存と研究を主たる目的としない子ども博物館は、教育への視点がより重要になるからである。DeweyやAddamsが直面したような課題をもたなくては、それはただの箱か安全な遊び場以上のものにはならなくなる恐れがある。米澤の論文は、DeweyやAddamsらが、強い学校批判の上に、労働博物館なり産業博物館なりを構想していたことを教えてくれる。



労働博物館での活動の様子
(Hull HouseのHPより)



シカゴ・チルドレンズ・ミュージアムの前には、ジェーン・アダムズ記念公園がある。浅からぬ縁か…

5 子ども博物館のこれから

これまでのべてきたように、アメリカで子ども博物館が生まれるには、それなりの背景があった。とりわけ移民の子どもたちの問題は重要である。子ども博物館が、大人のための博物館の単なる子ども版ではなく、それ独自の存在意義をもつとすれば、それはどこにあるのか。Brooklyn Children's Museumの成立背景を探ってきたのは、このことの大切さを理解するためであった。

では私たちは、どのような意味を日本の子ども博物館に見いださなくてはならないのか。それにはやはり、ア

メリカの場合と同じように、二つの問題を考えなくてはならないだろう。それは、子どもたちの教育にかかわる社会的な問題と、学びと知識に関する理論的な問題である。紙数がないので、簡単にこの問題を考えたい。

社会的な問題とはなんだろうか。子どもたちといっても子ども博物館の主な対象である幼児と小学校高学年くらいまででは自ずと問題が同じではないかもしれない。しかし大きな視点でいえば、幼児だろうと小学校高学年だろうと同じ問題をかかえているのではないか。それは、子どもたちの学びや育ちが、さらに一層隔離的になってきているという問題である。つまりそれは、AddamsやDeweyが100年も前に乗り越えようとした課題が、日本の今において解決されるどころか、かえってさらに悪化しているのではないかという問題である。

家庭の中から社会とのつながりが見えなくなっている。道具はブラックボックスになり、食物はトレーパックにのせられてくる。地域ともつながらず、バスや電車では運ばれ幼稚園や学校にとじこめられる。家庭からも地域からも、子どもがかかわる社会とつながる仕事なくなり、一人ひとりが無菌のパスツールの白鳥の首型フラスコの中に閉じ込められている。その光景は、映画「マトリックス」にでてくる、チューブをつけられて生かされている人間のようなものである。「マトリックス」の人間はまだましである。バーチャルであっても、リアルだと思わされているのだから。

しかし日本の子どもたちは、リアルなのにバーチャルにされている。無菌のフラスコの中に一人ひとり隔離され、社会とも自分ともつながりのないバーチャルな学びを日々させられているからである。こうした子どもたちが、学びへの興味どころか、自分の将来にすら興味をもてないのもなんら不思議ではない。OECDのPISAの調査で、日本の子どもたちが世界一線を抜いて学習にも将来にも興味を失っている結果が示された。だが、大人たちはその結果には目もくれなかった。今は、いわゆる「ゆとり教育」批判に始まった「学力向上」の時代である。子どもの体験を重視する子ども博物館を切望する空気はない。大人たちが求めるのは、安全で汚れない、他者とつながらないパック化された学びである。

こうした子どもをとりまく社会的な問題は、第二の理論問題にもつながっている。社会的に隔離されている子どもたちは、同じく学びや知識の理論においても隔離されている。Deweyが100年も前に『学校と社会』で考えたことは、オキュベーションという社会とつながる作業的活動を学校の中核に示すことであった。ここでの学びや知識の理論は、私たちの多くが理解しているのとは根本的に違う。

私たちは、学びや知識を個人的なことで考えている。学びとは個人的なそれ自体として特化できる行為であり、知識とはそれによって外から個人の脳みそに取り込まれるモノのようなものと考えている。しかしDeweyは違う。学びも知識も、社会とつながり社会の中に生きること、そうした活動そのものだと考える。だからこそ学校を小さな社会にすべきだと考えたのである。学校で社会につながる活動をするのは、学ぶための手段ではない。活動することそれ自体が学ぶであり知識であり社会をつくることだからである。学び、知識を身につけ、そして

社会にでるのではない。

こういうと従来の考え方にならされた私たちには難しくみえる。だが、これはむしろ普通の姿である。学校では、これらが切り離されている。この方が、極めて特殊である。私たちは知っているはずである。会社に入って仕事を覚える時、こうした分断はおこらない。様々な仕事をさせられ、自分なりに見よう見まねで取り組むことそれ自体が学びであり、それ自体が知識であり、それ自体が会社の一員となることである。会社に入って、まず学習し、業務の知識を覚え、「はい、今日から社員」というのではない。

さて、こうしてみると、子ども博物館が生まれた時代の問題状況が、今の私たち日本においても、なんら変わらずにあることがわかる。ある人は、この状況を「学びからの逃走」と表現した。だが私はむしろ、「学びからの隔離」と表現したい。私は最初に、「いまの日本に子ども博物館を開く積極的土壌は限りなく少ない」とのべた。しかしだからこそ、社会とつながる学びの場としての子ども博物館が今の日本に必要だともいえるかもしれない。過去の人間の営みとつながり、未来へとつなげていく、そうした学びの場としての子ども博物館を、いまこそ構想する責任を、私たちは担わされているのかもしれない。

*本稿は、筆者がおこなった講演「これからの日本型チルドレンズ・ミュージアムを考える」日本ミュージアム・マネジメント学会・第1回実践研究会「日本型チルドレンズ・ミュージアムを考える」2009年12月20日（国立科学博物館）の要約である。

参考文献

- Alexander, Edward P. (1997). *The museum in America: innovators and pioneers* (8. Anna Billing Gallup: Popularizes the first children's museum), Walnut Creek: CA, AltaMira Press, 133-146.
- Gallup, Anna B., (1907). The work of a childrens museum. *American Association of Museums, Proceedings*, 1: 144-149.
- Hein, George E. (2006). Progressive Education and Museum Education Anna Billings Gallup and Louise Connolly. *Journal of Museum Education*, 31 (3): 161-174.
- Monroe, Paul. ed., (1911). *A cyclopedia of education*. New York: Macmillan.
- Saettler, P. (1955). History of A-V education in city school systems. *Audio-Visual Communication Review*, 3 (2): 109-118.
- Schofield-Bodt, Cindy. (1987). A History of Children's Museums in the United States, *Children's Environments Quarterly*, 4 (1): 4-6.
- 米澤正雄 (1979. 6) 「デューイの思想形成にはたしたジェーン・アダムズの意義 (2) —「オキュベーション」導入にもとづいた学校論の再構成—」『日本デューイ学会紀要』20: 45-50
- 米澤正雄 (1992. 6) 「ジェーン・アダムズのセツルメント論 (4) —労働博物館 (Labor Museum) の構想と実践—」『日本デューイ学会紀要』33: 61-66

基礎部門研究部会

平成21年度
第3回研究会
開催報告

テーマ：博物館側から見たミュージアム・リテラシー

日時：平成22年2月13日（土） 13：30～17：00

会場：東京都美術館 文化棟1階会議室

参加人数：32名（発表者・関係者を含む）

報告者：五月女賢司（国立民族学博物館）

1. 背景

基礎部門研究部会では、ミュージアム・マネジメントに関する基礎的な理論と実践理論の構築を目指している。平成21年度は、改めて利用者側からの博物館運営の在り方を考える基礎として、本年度の大会で決議されたテーマ「ミュージアム・リテラシー 学校と博物館」が取り上げられている。

第1回研究会（7月4日）は、理論編「ミュージアム・リテラシーとは」が、また、第2回（10月25日）は、実践編1「利用者側から見たミュージアム・リテラシー 学校と博物館」が開催された。第3回（2月13日）の今回は、博物館側から見たミュージアム・リテラシー（以下、演題以外をMLとする）を検討した。

2. 当日プログラム

	発表テーマ	発表者	時間
1	開催の趣旨：博物館側からの視点「ミュージアム・リテラシー」をどうとらえるか	国立科学博物館 小川 義和 氏	13：30 } 14：05
2	提言：来館者の科学リテラシーを涵養する博物館運営	科学技術館 田代 英俊 氏	14：05 } 14：35
3	報告：美術を媒介としたコミュニケーションの場 —ミュージアム・リテラシーの視点から—	目黒区美術館 降旗千賀子 氏	14：35 } 15：05
4	報告：市民の博物館活用を促す郷土博物館活動の展開	くにたち郷土文化館 齊藤有里加 氏	15：05 } 15：40
	ブレイク		15：40 } 16：00
5	提言：博物館と市民の間のパス —他の教育機関との比較—	慶應大学大学院 本間 浩一 氏	16：00 } 16：35
6	ディスカッション：利用者と博物館の両者の接点からミュージアム・リテラシーを再考する	科学博物館後援会 高安 礼士 氏	16：35 } 17：00

3. 各発表の報告

以下、第3回研究会・実践編2「博物館側から見たミュージアム・リテラシー」の内容を報告する。

(1) 開催の趣旨：「博物館側からの視点『ミュージアム・リテラシー』をどうとらえるか」

国立科学博物館 小川 義和 氏

第1回では、論点のひとつとして「誰のための、何のための」ということが議論されたが、私は博物館側のMLと、利用者側のMLの両方が必要だと思う。というのは、



科学博物館や科学系の領域では、サイエンス・コミュニケーションや科学リテラシーが大切で、いろいろなところで議論されている。今までは科学リテラシーについて、教科書的な意味で科学リテラシーを知らない人に教えるという議論が多かったが、今後は、知識のある科学者が知らない人に教えるというモデルからは脱却すべきである。双方性のMLを考えることが大切。

第2回では、博物館と学校を中心に議論した。学びの場としての博物館は、認知的な理解だけでなく、子ども達の興味関心を高めることが重要。また、個人の文脈、自分の経験や知識、あるいは社会的な文脈を踏まえた博物館体験がある。また、博物館と学校というミッションの異なる機関をつなぎ、共通の土台で議論ができることの重要性について第2回で議論した。

第3回では、MLという考えは館種、領域を超えて共通の土台で目標論について議論できる、またMLという考え方の導入により、利用者と博物館の両サイドから博物館運営と人々の博物館理解のあり方を考えることができる、ということが論点となる。また第1回目にキャロル・スタップ氏について紹介されたが、これによると「展示や資料を自主的に活用する能力とともに博物館のアクセスビリティも考える必要がある」という両面から考える必要があるということだった。今日は、博物館と利用者側の接点にMLがあるということ踏まえ、MLについて議論していただきたい。

(2) 提言：「来館者の科学リテラシーを涵養する博物館運営」

科学技術館 田代 英俊 氏

私自身は博物館活動をなるべく数値化したいと考えている。調査をすると経験測とは違う答えが出るからである。数値をもとに考えることで、来館者にとって効率よく、効果的な博物館活動を提供できると考えている。

まずML、これは博物館活用に関する能力と定義して話を進める。この能力を育てることが、科学リテラシー、「人々が豊かに生きることができる社会を構築するために必要な、科学技術に関する総合的な資質、能力」の育成につながると考えている。さらにリテラシーとはもともと識字教育から出ているが、現在では「社会生活を営むための基本的な力や、進歩する社会に自ら参加する知識や技術、さらには社会を批判的に認識し変革していく力」と定義されている。最終的にはこのような力を身につけてもらうことが必要だ。そのために博物館を活用する能力をどう高めていくか、今日はこのことについて話す。

MLや科学リテラシーは誰が育てているのか、それを知りたいと思い、科学技術館では来館者調査を実施している。「来館に至るプロセス」を調べると、来館のきっかけは母親だということが分かった。母親は、外部から得られた情報を家庭内で共有する役目をはたし、来館行動のきっかけを作り、さらに特に小学生の場合は子ども単独での来館は交通等の問題があることから、子どもを連れて来館するとの行動にいたっている。実際、親子来館の7～8割は母親と子どもである。このことからMLを育てるためには母親抜きには語れないと考えた。

そこで科学技術館としては、母親を強く意識して、女性向けの学びを提案することになった。女性は日常生活に直結しているテーマを好むことが調査からわかっており、化粧や清浄科学という科学技術館では従来扱っていないテーマをあえて選び、「美を科学する」という特別展を開催した。内容は美の歴史や美のトレンド、香水作りのワークショップ（以下、WSとする）などとした。女性がターゲットだったため、特別展来場者の95%が女性であった。母親と娘はもとより、20代の女性も多く来館した。科学技術館で多数の女性に来館していただいたという点で成功だった。会期中の科学技術館総来館数は4万8千人で、昨年より大幅に増加した。

前述のように博物館における学びは「家族、母親」がひとつの鍵である。個人の学びを見るのは大切だが、子どもに関しては家族、母親を考えないとMLの話にはならない。そこで「ファミリー・リテラシー」という考え方を提案する。博物館を身近に感じてもらうにはファミリー・リテラシーが大切である。ファミリー・リテラシーという視点からML（母親の影響）、科学リテラシー（父親の影響）を考えねばならない。この関係性の中でどうやって子どもを育てていくか、そして大人に学んでもらうかを考えるべきである。

現在、科学技術館では、母親達は携帯で情報をやり取りしている率が高いことから、母親向けの情報発信とし

て携帯用のメルマガを3月3日から発信すべく準備を進めている。こういった情報発信を通じて母親を軸にファミリー・リテラシーを育て、博物館活動をよりよいものにしていきたい。さらに今後母親と子どもをセットにした博物館体験活動の展開等を実施したいと考えている。

(3) 報告：「美術を媒介としたコミュニケーションの場—ミュージアム・リテラシーの視点から—」

目黒区美術館 降旗千賀子 氏

目黒区美術館では、展覧会と教育普及をひとりの学芸員が同時に行なう。世の中の流れからは逆行しているようだが、もともと小さい美術館で職員も少ないし、なにより、展覧会と普及活動を一緒に行うと言う考え方による。建物自体にもそうした工夫があり、同じ視点で展覧会とWSを組み立てていくようにしている。普通だと常設展などをフォローするための教育普及があると思うが、WS自体をひとつの展示にもなるように扱っている。

WSスペースは1階エントランスを入ってすぐの場所に、動線が交差するように作られている。また外からものぞけるようになっている。フレキシビリティもあり、時に展覧会の部屋にもなる。その場がMLにとって大切になっている。スペースとしてのWS、コミュニケーションとしてのWSという視点を持つことができる。WSにはいろいろな定義があるが、私は作家やスタッフなど多くの人が、ある時間や場所を共有することにより新しい価値観や能動的な視点を作っていくこと、と捉えている。それを行なう場所の名前もWSとしている。「作ることがWSで鑑賞とは別」と考える人もいるが、私はWSの中に鑑賞も含まれると思っている。最近子どもから大人までミックスしてやっており、その効果が大きいことが最近分かってきた。

来館者の関わり方を定義すると、(1)初めて来館した人、(2)何回か来館した人、(3)催し物に参加してくれる人、(4)ボランティア、(5)アシスタント協力者として企画の重要などところに入ってしてくれる人（アルバイトやボランティア）、(6)企画や講師をしてくれる人という段階がある。時々講師が他のWSの参加者になるケースもある。目黒区や港区、品川区の小学校へのギャラリーツアーで、だんだん親が興味を持ち始め、美術館への関わりを深めていくという変化のしかたもある。子どもの時から参加して、大人になって手伝ってくれるという人もいる。また、作家や写真家も講師として関わってくれる。このようにいろいろな形でいろいろな人が関わっている。それがWSとしての場のおもしろさであり、そこでいろいろなコミュニケーションとしてのWSが広がっていく。

ここで私が大事だと思うのは、異年齢の人たちが集うということ。そこで展開されることに年齢は関係ない。WSを、年齢を超えて一緒にやると、子どもを子どもとしてしか見ていなかったことに気付くなど、その効用も

大きいことが分かる。このWSという場をMLとして設定してみた。

(4) 報告：「市民の博物館活用を促す郷土博物館活動の展開」

くにたち郷土文化館 齋藤有里加 氏

高度経済成長期以降、全国に地域博物館ができた。特に90年代は市民がテーマになり、小さな博物館を市民と一緒に作っていきこうという試みが行なわれ、当館もそういった機運の中で作られた。平成6年に開館し、「市民が集い、市民と共に作り上げる施設」そして「過去・現在・未来を結ぶ一多摩川が育んだ段丘とともに生きる私たち」をテーマとして運営している。

当館は博物館設立前から設立の希望が地域にあった。以前より市と市民が共同で地域の歴史や文化、自然の情報を収集しており「国立市民具調査団（現：くにたちの暮らしを記録する会）」は、昭和54年に民具が田んぼで燃やされて無くなるのを心配して、民具の収集と聞き取り調査などの活動を開始。5000点の民具と明治時代を生きた古老の聞き書きは貴重な資料となっている。同様に「国立市動物調査会」や「国立市野生植物調査会」も、宅地化によって消えていく動植物の記録を残そうと活動を開始。当時は博物館がなかったので、公民館や小学校で子ども達に話をした。地域の大切なものを見出し、博物館機能を必要とする意識＝MLが開館前からあったということが同われる。開館後も博物館を共に作るために市民が集い、集めた資料を生かした地域の人ならではの活動をしている。そのことで地域の価値が再発見されれば良い。

特徴的なプログラムは「われら稲作人」。市内に田んぼが残っている場所で、民具や古民家を利用し、昔ながらの伝統稲作を田植えから餅つきまで行なう。今まで体験したことのない人や新しい住民と、昔からの住民との交流の場となっている。

また、くにたちの暮らしを記録する会は、博物館との連携で市内全小学校の3年生に民具案内を実施。郷土文化館に眠っている民具を紹介し昔の暮らし体験をしている。この学校対応授業は平成8年から実施している。市内の公立、私立が対象で、この時期は毎年850人程の子ども達に対応。送ってくれた子ども達の文集で「昔の人は今よりエコだった」と書いてくれる子がいた。14年前はこのような思想は浸透していなかったと思うので、プログラムは同じでも受け取る側は時代の変化に伴って変わるのが興味深い。

これ以外にも、国立市のエコロジストや理科教員等が中心の国立市動物調査会が企画展を実施することもある。また、小学生が水路で魚を捕まえたり、ライトトラップをしかけ、地域の自然観察を体験する自然クラブを行なっている。子ども達が成長してから動物調査会のメンバ

ーになることもある。

こういったことを見ると、郷土文化館は小さいながらも地域でMLを発信できているのではないか。市民にとってのMLの意義は、博物館ができてそれまで持っていた知識・成果を地域に還元できるようになった。また収集した民具の動いている姿を伝える機会を持つことで、プログラム参加者に博物館の資料が地域と地続きになっている形で伝わるようになった。博物館にとってのMLの意義は、市民が関わることによって、地域の中で無くなっていくものや貴重な情報を密接に感じることができ、博物館職員として地域が大切にしていることや、地域が気付かない価値を見出し、博物館事業の中で活かすことにある。

運営面の課題は、開館からのグループメンバーの高齢化によりプログラム運営が困難になってきていること、新しい時代に合わせるべきものが出てきていること。また一方で、定番プログラムを再確認する必要がある。それから、博物館ができる前は各市民グループの活動は収集、記録に比重があったが、開館後は市民に対して普及する教育普及面に比重が移っている。そのため今までより市民による知の蓄積、収集・研究活動面は停滞してきている。また、事業面が増えた結果、博物館職員は多くのプログラムをこなすのに精一杯という現状もある。こういった状況の中で、市民に丸投げしてしまい、博物館の主体性がぼやけてしまっている。郷土文化館だからこそできることを考えないと、他の社会教育施設との活動との境界線が曖昧になり利用者が重なってしまうことも考えられる。これからの時代を捉えつつ、新しい市民が行なえる新しい博物館活動を考える必要がある。

(5) 提言：「博物館と市民の間のパス ―他の教育機関との比較―」

慶應大学大学院 本間 浩一 氏

市民の視点で博物館との市民の関係を話をする。私は特定の博物館に属しておらず市民の立場で博物館の研究に取り組んでいる。まず、大学・博物館・図書館を一般市民が学びの場としてどういう選択基準で選んでいるのかという話、次に、大学での取り組みの紹介、最後に、私が博物館で関わったプロジェクトの紹介をする。インターネットを使って何がどこまでできるのか、ということを中心に話したい。

まず、「社会人の学び」という文脈で、大学・図書館・博物館を比較してみる。大学への社会人入学は、費用も時間も大きな負担がかかるが、教官だけでなく他の学生からも学ぶことが大きい。図書館は手軽だが自主性に任される。博物館は予想外の発見や気付きがあり、大学や図書館とは違った場になる。大学では共生による学びの機会がありこれを魅力とを感じる人は多い。一方現在の博物館では、他の参加者から学ぶ機会がなかなか無いが、

ここに大きな可能性があると考えている。

ネットで調べた博物館の今を紹介する。これは全国紙4紙、共同通信、NHKニュースに過去10年間に出了記事タイトルである。「博物館」や「美術館」というキーワードは3万回程。一方、大学は13万回以上。「博物館」や「美術館」は2000年がピークで、頭打ちまたは一部下降線になっている。「生涯学習」や「ボランティア」は2000年がピークだった。ただ、「寄付」は増加傾向にある。ちなみに「リテラシー」は全体数が少ないが、順調に伸びてきている。一方、後述のとおり、市民が検索エンジンで検索をする回数の情報が公開されており、ニュースとの相関の状況が確認できる。

社会的な機関は市民が所有者である。関心のある人ない人はいるが、ややもすると、博物館側は来館者のみが市民と思っていないだろうか。職員は来館者へのプログラム提供は考えているだろうが、残りの圧倒的多数の所有者に対して何ができるのかを考えた時に、一般的な広報は職員数や予算の関係で難しいのだろう。特定少数のヘビーユーザが一般市民に対する啓蒙や広報を担うことは不可能ではないと考える。

インターネットの道具としての可能性を見ていく。2004年から2009年の5年間で公開されているグーグルの検索回数を見ると、「図書館」というキーワードは上昇、「美術館」は横ばい、「博物館」は減少。また、関心行動を見ると、「ボランティア」は激減、「生涯学習」も下降、「寄付」は上昇。それからブログで博物館の評価や感想を書き込む数を、相対的な推移を見るために「博物館」と「感想」という言葉を入れている記事の数で計った。その結果、2005年以降多くの人爆発的に博物館に対する評価や感想を書き込んだことが分かる。ただ、これを博物館側がうまく活用できていない。

市民をどう把握するのかの事例としては、慶応義塾大学の「福沢諭吉展」のサイトに、どの地域からアクセスしたかという結果を見てみる。東京開催時は北日本全体から、大阪開催時は近畿地方からというのが明確に分かる。アンケート調査は大変だが、ネットは仕掛けさえしておけばいろいろな調査が出来る。市民の把握に役立てて欲しい。

少し大学の話に移る。慶応義塾大学の収支は、1年間で1千億円くらい。これを100%とした場合、授業料からは46%くらい。大学は学生からの収入で成り立っている訳ではないことが分かる。補助金が14%、寄付金は22%。卒業した人が寄付して大学が維持されている。一方、博物館で寄付という話は聞いたことがないが、なぜだろう。東大は、独法化されてからキャンペーンをして、130億円くらい集めた。

さて、博物館と図書館について。都道府県立博物館（歴史系・総合系）またはそれに準ずる47館平均を国立系の5館と比較すると、例えば、都道府県立は国立系に比べ被リンク数が1/5しかない。また、国立系はメルマガ

があり、都道府県立ではあまりない。ステークホルダーである市民に対する報告は、都道府県立図書館に比べると博物館はあまり考えていないように思われる。定期ニュースのネット公開や過去一年間の入館者数の開示なども博物館では不十分。また、図書館のHPにはメールでのレファレンス・サービスがあるが、博物館にはそれに相当する機能は全くない。博物館と図書館は、市民とのリレーションについての認識が違うのだろうか。

私がお手伝いした企画展での、インターネットの可能性について。開館時間は朝10時から夕方5時が一般的だが、この時間に博物館に行けない人は多い。インターネットでは、この時間以外に半分くらいのアクセス数がある。展覧会に関心を持ち、内容を確認する人がいる。開催期間以外、開催地以外からのアクセスも多い。

最後に「福沢諭吉展」の市民参加プログラムについて。この展覧会のHPには応援団募集のページがある。応援団には、自分のページに書いた感想と「福沢諭吉展」のHPにリンクを張ってもらう。博物館で感想を書いた人のサイトでは、いろいろな博物館の評価を見ることができ、それを契機として博物館に興味を持った人が博物館の公式HPに来る、という状況に少しでも近づきたい。

最後に提言。博物館の学芸員や職員もがんばっているが、博物館に価値を感じた市民もMLの伝道者になることができ、インターネットの活用によって可能性を高められる。

(6) ディスカッション：「利用者と博物館の両者の接点からミュージアム・リテラシーを再考する」

科学博物館後援会 高安 礼士 氏

博物館職員のMLと利用者のML、どちらも利用者の分析が必要である。利用者の博物館利用の動機を議論しなければならない。特に、博物館における学びを再考したい。

JMMAはこれまで外国の情報を紹介してきたが、日本独自の状況を考えていくことが必要であろう。リーマン・ショック以降の経済状況の中、多くの館が事業費の不足で苦しんでおり、新しい理念が立ちにくくなっている。もう一度利用者の立場に帰ろうと、MLについて考えた。最終的に21世紀以降の社会における博物館の使命を考えるために、リテラシーを考えたい。

来年度のテーマは、「地域」である。過去と同じことをなぞっているようだが、社会の状況が違うのであらためて議論したい。

謝辞

お忙しい中原稿の校正をしていただいた発表者の皆様に、深く御礼申し上げます。

支部会だより

はじめに

本学会北海道支部では、北海道博物館協会（以下、道博協）に協力して毎年「ミュージアム・マネジメント研修会」を開催している。

平成21年度は観光都市・小樽（小樽市総合博物館）を会場として「観光と博物館」をテーマに掲げ、去る平成21年10月29日（木）、30日（金）の2日間にわたり開催した。北海道では小樽市にとどまらず、官民をあげて観光に注力した事業を展開しており、地域によっては博物館もその一翼を担う活動を視野としている。今回は観光立国を掲げる北海道にあって、近年の観光客減少に危機感をもった本学会と道博協が初めて「観光」と博物館を結びつけた研究フォーラムを開催するとあって、道外からも参加者を集めた。¹⁾

「北海道における観光客数は年々減少し、北海道がまとめた平成20年度（2008）の観光客数は、平成9年度（1997）以降で最低を記録した。同21年度においても100年に一度という金融危機や円高等による影響に加え、天候不順等により観光客数の減少傾向が続くものと予測されている。観光客の減少は、道内の多くの博物館等の利用者数に影響し、利用者の減少は利用料の収益に対する影響もさることながら、博物館等の理解者、支援者が減少し、本来の博物館活動に大きな支障をきたすことが懸念される。そこで、博物館が北海道観光に果たす役割や観光客誘致のための博物館活動等を議論、道内の観光客数の利用者増を図り、もって道内博物館・園の活性化に資するものとする」

という趣旨が掲げられた今回のフォーラムで、キーワードを「人」と「地域資源」とし、質の高い観光を行うためのより所となる博物館のあり方、観光と博物館の相互作用がもたらす地域活性化について話題提供するため、パネラーには官民協働で観光振興に取り組んでいる函館と小樽、そして世界自然遺産に登録され自然保護と観光の両立を推進している斜里町知床の事例と今後の展開について報告を受けた。

①北海道支部研修会報告

研究フォーラム「観光と博物館」が投げかけた北海道の博物館運営

JMMA北海道支部幹事

財団法人北海道開拓の村 中島 宏一

1. 人が織り成すまちぐるみ博物館【函館市】

報告：田原 良信 氏（市立函館博物館館長）

函館市は、函館山からの夜景、新鮮な海産物、歴史的建造物といった3つの資源によって、通過型ではなく宿泊型の観光地を形成してきた。

【表】

H19 北海道調べ

宿泊客数の多い道内市町村

観光客数の多い道内市町村

①札幌市	924万人	①札幌市	1,378万人
②函館市	421万人	②小樽市	741万人
③釧路市	137万人	③旭川市	733万人
④登別市	130万人	④千歳市	559万人
⑤上川町	90万人	⑤函館市	482万人

しかし、平成10年度に約539万人だった道内外からの観光客は減少し、上表に示すように同19年度には約1割減の482万人、同20年度には456万人と減少している。同市では平成元年（1989）に「国際観光都市・函館」を宣言したほか、同16年度（2004）に周辺4町村と合併したことを契機として、それぞれに地域において培われてきた観光資源等の相互連携による能動的活用を図る一方で、未開発の部分が多い「体験型観光」メニューの充実など、大規模かつ魅力的な新しい観光地づくりを目指し、「市町村合併という新たな器を生かした観光地づくり」を推進している。特に最近では、北海道新幹線の函館延長を



函館の町並みを彩る歴史的建造物（聖ハリストス正教会）

視野とした観光地づくりに取り組んでいる。

こうした中で、同市内の博物館の動きは、市立博物館の利用者数（郷土資料館含む）が平成20年度（2008）は22,898人、前年度76,904人と比較して約70%減少したが、これは特別史跡五稜郭内に立地していた同館五稜郭分館が箱館奉行所復元整備に伴い同19年11月末で閉館したことによる。それでも、同19年度の同館の入場者数は26,852人で、同20年度は約15%減少している。

そこで函館市では、箱館奉行所の復元（平成22年7月オープン）をはじめ、旧イギリス領事館（開港記念館）のリニューアル、開港150周年記念事業といった文化施設のインフラの整備やイベントを開催するほか、函館歴史文化観光検定、ボランティア観光ガイド、学校と連携による函館学の推進など地域住民を対象とした地域を再発見する取り組みを推進している。この中で、市内の観光エリアをゾーン分けし、エリア内にある博物館関連施設とリンクさせたまち全体が博物館と位置づける「まちぐるみ博物館」を構想し、市立博物館を情報発信の拠点としながらも、たとえばボランティアガイドに対しては博物館職員が現場で情報を提供するなど、博物館が町に出ていく姿勢を明確にし、「出前博物館」の日常化を目指している。五稜郭タワー利用者84万人のうち約10%が博物館を利用していることもあり、函館に対する観光客の行動も、市立博物館の取り組みをバックアップしている。

函館市は、平成21年9月に最も魅力的な町ランキング1位となった。セールスポイントの町並み保存では、道内最古の写真館整備や国指定重要文化財「太刀川家住宅店舗」をカフェに改装するなど新しい動きも見られ、両施設は住民のより所とし情報交換が育まれているほか、観光客も住民の輪に溶け込み住民との相互交流の場が生まれている。²⁾

函館では行政主導にせよ、住民が歴史的建造物に対して地域資源の価値を見出し、函館市民のアイデンティティをもとに観光資源化しているなかで、市立博物館ではその機能、人（学芸員）が町に出て蓄積された情報を多方面へ発信し、住民と情報を出し合い、まちぐるみで観光都市・函館の町づくりを展開しているところである。

2. 博物館は観光のバックヤード【斜里町・知床】

報告：中川 元 氏（斜里町立知床博物館館長）

斜里町は、知床の価値と特徴を次のように位置づけている。

- 豊かな海域と原生的な陸域の連続：特異な生態系・生物多様性（世界遺産）
- 野生動物の豊富な自然公園：ヒグマ・シカ・オジロワシ・アザラシ・クジラ類
- 雄大で特異な自然景観：山岳・海岸の火山地形、原生林や湖沼・流水

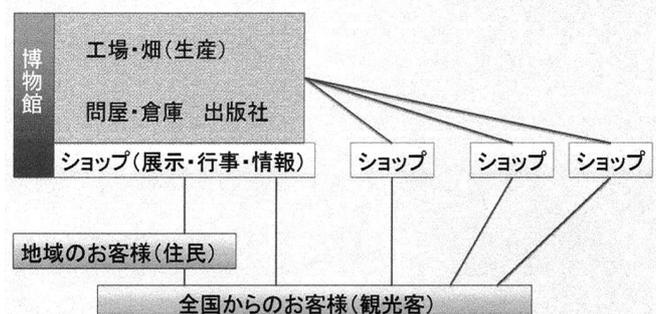
そして、世界遺産地域・国立公園・各種保護区管理における保護と利用の調整、野生動物との共存を視野とした知床ルールの確立、マストゥアからエコツーリズム・体験型へ変化した観光への対応、オーバーユースと利用調整を課題としている。

斜里町に観光客が増加したのは知床旅情が流行した第一次知床ブーム、昭和55年（1980）に知床横断道路が開通した第二次知床ブームで、この翌年に初めて観光客入込数が100万人を超えた。その後も観光客は増加し、平成10年度（1998）には180万人を突破した。平成20年度は同17年（2005）に登録された世界自然遺産のブームも沈静化を見せ、140万人弱となっている。

同町立知床博物館は、知床地域で最初の観光施設として昭和53年（1978）に開館した。あえて観光施設としたのは、知床を観光するための学習施設だからである。同56年度の来館者数は開館時の約4倍を示す4万人近くとなり、第二次知床ブームで知床観光を目的とした人々が利用した。

その後、昭和58年（1983）羅臼ビジターセンター（羅臼町）、知床自然センター（同63年）、道の駅「知床・らうす」、道の駅「うとろ・シリエトク」、同「しゃり」、そして平成21年（2009）には知床世界遺産センターが開館した。この過程で、区域内全施設に対する博物館利用者の割合は2%と減少する。同館では多くの施設が整備されるが、観光客の利用の用途が異なるのでその数に博物館事業が左右されるこ

観光バックヤードとしての博物館の役割



博物館の提供するサービス・情報には対象(住民・観光客)による違いは無い

知床博物館の位置づけ

とはないという。つまり、同館は知床観光のバックヤードとしての役割を担い、館が提供する展示、調査研究、資料収集、教育普及活動等のサービス・情報には対象（住民・観光客）による違いは無い。蓄積されている情報は道の駅やビジターセンター等区域内の施設に提供され、観光教育にも反映されている。館を利用する人のみに情報を発信するのではなく、館の情報をより多くの観光客に提供するため、情報の発信基地を多く設定しているのが知床博物館の特徴である。³⁾

国内の文化・自然遺産が世界遺産に登録されると、その地を訪れる人が急増し、観光振興が図られるのが一般的で、行き過ぎた観光地化の弊害も発生している。岐阜県の「白川郷」の合掌造り集落は平成7年（1995）に世界遺産登録された。登録前に白川郷を訪れた人は年60万人程度だったが、登録後の同19年には約146万人に達した。この結果、白川郷では遺産保護と観光振興の両立が困難となり、数年先には危機遺産になると危惧されている。

これに対して観光と自然保護の両立した管理計画を実施している知床は、自然との共存が永遠のテーマで、平成11年（1999）にはマイカー規制を実施しているほか、訪れる観光客の行動形態もガイドウォークを主流としている。しかし、観光客の増加やマナーが動物の行動や植物の生育を脅かし、一方ではエゾシカの急増によって森林破壊が進行しているのもまた事実である。知床が危機遺産と警告を受けず、知床を訪れる観光客に質の高い観光を提供するためにも、知床博物館の存在とその役割は非常に大きい。

3. 住民が掘り起こす地域資源【小樽市】

報告：小川原 格 氏（小樽市観光協会理事長）

小樽市の観光入込数は、小樽運河の整備が終了した昭和62年度（1987）から増加し、平成11年度（1999）には973万人と最高を記録した後、同20年度は714万人となっている。同市では、平成18年4月から10年間を期間とする小樽市観光基本計画「新・いいふりこき宣言」をスタートし、市民・観光事業者・観光関連団体・経済界、そして行政がそれぞれの役割の下、相互に連携を深め、町を挙げて観光振興に取り組んでいる。この宣言では、「観光振興に町をあげて取り組むこと」の意思表示として『観光都市宣言』を行い「観光都市・小樽」を市内外に広くアピールした。

さて、小樽といえばガラス工房やオルゴールが取り上げられる機会を目にするが、市民がこれらを利用、活用しているか、といえばそうでもないという。



ニシン漁家の栄華を物語る建造物（旧青山別邸）

市民にとって埋め立てか保存で論争した小樽運河が現在の小樽の存在を証明するものであって、平成11年（1999）にこの運河を中心として市民が立ち上げた「雪あかりの路」は小樽の冬の風物詩まで成長した。小樽はこれまでこの運河と同地区に存在する歴史的建造物と景観、「北のウォール街」とも呼ばれる町並み、建造物を活用した観光施設によって観光客を受け入れてきたのである。

町をあげて観光に取り組む姿勢は博物館にも表れている。これまでも、観光都市・小樽にあって市立博物館は年末年始の2日間（12月31日と1月1日）のみ休館としてきたが、平成19年（2007）、これまで市内にあった3つの博物館施設（小樽交通記念館・市立博物館・市立青少年科学技術館）が合同して小樽市総合博物館がオープンした。現在、同市内で学芸員を配置する博物館施設は同館に集約されている。そして、オープンと同時にボランティア制度を導入して、住民が博物館で学び、その成果を地域に発信、還元するシステムを構築した。ボランティアが市内に残る歴史遺構を調査した成果を館が刊行する紀要に掲載する取り組みも行い、住民が地域を再発見する意識を高めている。⁴⁾

小樽はその昔ニシン漁で栄えた町で、小樽水族館が位置する祝津地区には現在でもおよそ40のニシン漁場建築が残る。この数年、小樽に水揚げされるニシンも復調の兆しを見せ、平成21年は小樽沿岸でここ10年で最高の約550^トの漁獲を記録している。そこで、平成21年、昭和30年代までニシン番屋として使われていた建物を地元のみちづくり団体などが中心となって設立した「北後志風土ツーリズム協議会」が修復作業に着手するなど、これらの遺構を整備して観光資源に活用する取り組みが始まった。

小樽市では、郊外に大型商業施設を誘致し飛躍的に観光入込数を増加させたことがあったが、これが市民の購買行動を変化させ中心部の空洞化をもたらし、道内経済不況もあって老舗百貨店やホテル等の閉鎖や商店街の沈滞を招いた。そこで、観光都市を自負する同市では自力再生へ舵を取り、官民協働で地域資源の観光化に向けた取り組みを始めた今、住民に対して観光教育の推進役となる総合博物館に期待する声は大きい。

おわりに

20世紀は旅行会社主導のマスツーリズム（大衆観光）が中心であったが、90年代に入って個人旅行が増え、名所旧跡を訪ねるだけではなく、参加体験型のニューツーリズムが増えた。たとえばエコ、グリーン、ヘルスツーリズム等は、北海道が誇る自然と地域資源を有効に活用できる。さらに史跡や町並み、美術館、博物館等文化施設を観光資源の一つとする動きが見られるなかで、旅行者と地域の人々との交流を通して、互いに幸せを感じあえる新しい観光の創造が需要課題とされ、道内の博物館も民産官学と協働して館独自の機能を駆使した質の高い観光の担い手となる必要がある。⁵⁾

各地で普及している「ご当地検定」は、その活用方法には諸々の課題もあるが、住民が地域にある資源の価値を見出し、観光ガイドとして情報を発信するのは有効な手段である。平成18年（2006）、長崎で開催された「長崎さるく博」は、住民総てが観光ガイドと銘打ち観光客を受け入れた。住民である「人」、博物館、遺産、商店、祭りといった「地域資源」が融合して長崎の情報発信源となり、観光客は長崎の過去と現在を市民生活を通して学んだことは記憶に新しい。

道内でも、地域主導で観光客を呼び込む「着地型観光」を普及するため、全道組織の「北海道ランドオペレーター協議会」が来年4月を目処に設立され、地域住民がホストとなって観光客を受け入れる体制を整備する動きも見られる。

昨今は、財政難にあえぐ自治体が地域資源を再発掘して観光資源にする取り組みも見られる。佐賀市では明治20年（1887）に建設された警察庁舎を活用したレストラン、栃木市では歴史的町並みにある元銀行だった建物をレストランに改装しているなど、資産を最大限活用して新たな観光名所を生み出し、市民の間にも役所に親近感を呼び起こしている。

今回報告した3つの地域が取り組む姿勢は、全国

的に見れば表面上は目新しくはない。しかし、歴史的に行政主導で開発や観光政策が行われてきた北海道で「新しい公共」のような取り組みを展開するには、住民に地域資源を見直させ自らの役割を自覚させるきっかけづくりが必要である。その担い手が地域の多面的な情報を蓄積したまさしくバックヤードとしての機能を有する博物館において他ならない。その見地からすれば、函館、斜里、小樽で行われている博物館を核とした地域学習が住民、観光客両者に対する観光教育と位置づけられ、地域で官民が協働して地域の観光を振興する姿勢は先進的事例といえよう。

平成15年（2003）に「観光立国宣言」を行った小泉政権の頃、「一地域一観光」という目標が設定された。これは、地域が主体となって積極的に独自の観光振興を推進する必要性を説いたものだが、「一地域一観光」には地域に対する矜持を醸成する力が必要であるとし、その力を醸成することが子供たちに対する教育的効果を視野に入れた観光文化政策であり地域を誇りに思う心を育てる。本当の意味で観光立国を目指すのであれば即効的で安易な収益性に走るのではなく、浦安市郷土博物館の活動が示すように地道な地域教育の原点と基本に立ち返ることが必要だと、博物館が果たすべき観光教育の必要性を示す声もある。⁶⁾

しかし、それまで我々の「体力」が持つかどうか。評価の時代と言われ、利用者数やコストがその基準とされ、さらに指定管理者制度の導入により長期計画が組むことができない博物館事業者には、時間と能力に制約があることもまた現実である。但し、博物館が置かれた厳しい環境はどの地域も同じであろう。田原氏は博物館単独では限界があり、人と人とのつながりによる地域との連携が必要だと述べたが、今回のフォーラムで報告された、民産官学が協働して推進する質の高い観光づくりに臨む地域博物館の取り組みは、存在意義の低下に悩む道内博物館の今後の戦略に一石を投じたと思われる。

注

1. 北海道は観光地として認識されているが、観光の現状は、平成11年度の5,149万人をピークに伸び悩み、特に平成20年度は前年度を5.1%下回り4,707万人となった。（H21. 10 北海道経済部観光局）

本フォーラムの参加者は70名、その内道外参加者は5名。

2. ブランド総合研究所では、平成21年7月全国20～60代約3万2千人にインターネットを通じてアンケート調査を実施。全国全783市と東京23区、地域ブランドへの取り組みに意欲的な194の町村を加えた1千の自治体への評価を点数化して集計し、同年9月に発表した。函館市は07年の4位、08年の2位から順位を上げ、前回1位の札幌市を抜いて初めて首位に立った。トップ10には小樽市、富良野市もランクインされ、道内の自治体が4つを占める。北海道新聞 平成21年(2009)11月30日(月)朝刊他
3. 知床地域内6施設の利用者割合は、道の駅・ウ

トロ56%、知床博物館2%。3つの道の駅で88%、博物館、知床自然センター、羅臼ビジターセンターの3施設で12%。

4. 現在、運河館(旧市立博物館)は年末年始(12月29日～1月3日)を除き無休。
5. 石森秀三氏(北海道大学観光学高等研究センター長)は民産官学の協働の要の役割を果たせる人材が不可欠とし、国家資格としての「観光創造士」の制度設計を行っている。北海道新聞 平成22年1月10日(日)朝刊他
6. 『まちづくりと共感、協育としての観光』井口貢編著 2007 水曜社

支 部会だより

② 関東支部第1回研修会報告

企業のクリエイティビティを伝える
ミュージアム

～ハウス オブ シセイドウ～

関東支部幹事 山村 真紀

1. 関東支部第1回研修会概要

日時：2010年1月18日(月)16時～18時
場所：ハウス オブ シセイドウ(2階常設展示、デジタルアーカイブス、ライブラリ)

参加者：23名

内容：今年度、JMMA関東支部では、「企業博物館」を調査・研究のテーマにしています。企業博物館は、これまでのような設立企業の広報的な側面のみならず、昨今では地元との融合という新しい課題にも直面しており、また、利用者に関しても、製品の消費者である一般来館者のほか、多くの場合、社員研修の一部として使われているという、他の公立・私立の博物館や美術館にない役目も負っています。今回は第1回としてハウス オブ シセイドウを研修対象としました。

資生堂は、現存する日本最古の画廊である「資生堂ギャラリー」をはじめ、静岡に「資生堂企業資料館」「資生堂アートハウス」を運営しています。そして、2004年4月、資生堂が生まれ育った銀座の地に、「HOUSE OF SHISEIDO(以下、ハウス オブ シセイ

ドウ)」が開館しました。ハウス オブ シセイドウは、資生堂の創業から今日までの歩み、商品、広告などを展示しており、実物資料の展示のほか、さまざまな企業資料のデータベースを検索できるコーナーや、ライブラリーなどを利用することができます。2009年10月より、常設展示の一部を、地元である「銀座」の魅力伝えるコーナーにリニューアルし、企業文化を地元還元する取り組みをはじめています。

研修会当日は、ハウス オブ シセイドウの運営の中心である企業文化部の樋口昌樹氏に、第1部でハウス オブ シセイドウの簡単な説明をいただき、その後第2部として館内見学を行い、第3部にて「企業博物館」のあるべき姿、今後の方向性についてのディスカッションを行いました。

2. 第1回研修会の記録

(1) 第1部 ハウス オブ シセイドウ紹介

司会：本日はJMMA関東支部2009年度の研修会となります。お話を伺うのは、ハウス オブ シセイドウの担当でいらっしゃいます学芸員の樋口昌樹さんです。よろしくお願ひいたします。

全体の流れとしましては、ざっと大枠の流れをご

説明していただいた後、展示室にご案内し、またこちらに戻ってディスカッション、意見交換という形にさせていただきます。皆様にお渡ししているアンケート用紙とフィードバックシートにコメントなどご記入いただければと思います。



樋口：今、ご紹介いただきました資生堂の樋口です。よろしくお願いたします。

今、ご案内いただきましたように、今日はちょっと人数が多くいらっしゃいますので、簡単にここで施設の概要をご説明して、その後会場を自由にご見学いただき、後ほどここに帰って質疑応答という段取りで進めていきたいと思っております。

それでは、お手元にお配りしたパンフレットをご覧くださいませでしょうか。こちらに東京・銀座、静岡・掛川と書いてありますが、資生堂の文化施設は銀座に2館、掛川に2館ございます。

資生堂の文化活動に関しては皆さんも良くご存知のことと思いますが、1919年にオープンした「資生堂ギャラリー」がそのはじまりになります。今年がちょうど90周年ということで、いろいろな催しをやっております。私は今、ハウス オブ シセイドウを担当しておりますが、1992年から2006年まで14年間資生堂ギャラリーの学芸員をしておりました。

資生堂ギャラリーに続いてオープンしたのが、このリーフレットの一番右側にある資生堂アートハウスになります。こちらは1978年にオープンしたのですが、なぜ掛川なのか、「創業家とか、会社の歴史において掛川とゆかりがあるんですか?」とご質問を受けることがあるのですが、そういうことはまったくありませんで、単に工場の広い敷地があったという縁だけです。アートハウスは当初資生堂ギャラリーの活動で収集した美術品と、それから資生堂の商品ですとかポスターなどの宣伝制作物ですね、その両方を収蔵する館としてオープンしました。

その後左隣にある「資生堂企業資料館」、こちらを1992年に創業120周年記念事業の一環としてオープ

ンしました。それまでは先ほども申しましたとおりアートハウスに企業資料と美術品の両方が収蔵されていたわけですが、この企業資料館の開館を機に、徐々に企業資料を資料館のほうへ移管していきまして、現在ではアートハウスの方は美術館、企業資料館の方は資料を収蔵公開する企業ミュージアムという形で機能を分けた活動をしております。

で、こちらのハウス オブ シセイドウですけれども、2004年にオープンしました。こちらはそういった周年記念事業というものとはあまり関わりがなく、ここはもともと本社があったのですが、2004年から汐留のほうに本社機能が移転することになりました。それに先立つ2000年のはじめ頃から、本社機能が移転した跡地をどう活用しようかというプロジェクトが組まれてきて、いろいろ紆余曲折はありましたが、最終的に企業資料の一部を銀座のほうでも公開していこうということで開館しました。

開館当初は1階と2階と2フロアありまして、1階のほうで企画展示、これはギャラリーのようにファインアートを取り扱うというよりは、もう少し生活文化に近いもの、ファッションですとかあるいは美容に関するものの企画展示、2階が企業資料を展示するスペースとしてオープンしました。それで4年ほどやってきたのですが、2008年に社内的な事情により、1階がCSR関連のスペースになることになりまして、企画展示は終了して2階のアーカイブ施設だけを残したという状況です。

これからご覧いただくとお分かりになると思いますが、ハウス オブ シセイドウはもともとオフィスビルとして使っていたスペースを改造していますので、あまりミュージアムにふさわしい機能を持っていません。スペース的にもけっして広くありません。掛川の企業資料館のほうは、極力現物を展示しているのですが、ハウス オブ シセイドウはそれだけのスペースもキャパシティもないものですから、現物展示はごく一部に抑え、そのかわりすべてのものをデジタルデータ化してアーカイブという形で見せています。それがこの施設の特徴といえるかと思えます。

一番メインがこのアーカイブテーブル。これがハウス オブ シセイドウの核となる装置です。この中には14のテーブルがあるのですが、それぞれの引き出しの中にいろんなトピックスをつくりまして、引き出しを開けていただくと映像がテーブルの天面あるいは引き出しの中に現れるというような形にしています。最小限のスペースで極力多くの情報を

提出していこうということでこういう形がとられました。

それ以外にも、3台のパソコンでポスターや商品、企業資料館のほうで収蔵している銀座に関する写真や美容に関する写真資料などをアーカイブ化して見せているデータベースがあります。

それから「ミニシアター」というのがCM、いままで作ってきたCMのすべてではありませんけれども、主だったものが自由に閲覧できるスペースをそろえております。このアーカイブ・テーブル、データベース、ミニシアターがハウス オブ シセイドウの一番の特徴といえると思うのですが、先ほども申しましたように現物を展示するスペースが非常に少ないので、デジタルデータとして見せています。

ライブラリーは開架式で、自由に書籍を閲覧いただけるので、リピーターの方が何度も来てはこちらで調べものをされることも行われています。それ以外のスペースで化粧品、ポスター等々の現物を展示しています。

それからこれは後ほど会場でご説明しますが、昨年の10月に部分改装を行いまして、「銀座と資生堂の歩み」というコーナーを設けました。ハウス オブ シセイドウをつくったときに、銀座の地に

多少なりとも賑わいをもたらしていく、ミュージアムがあることでそれを目当てに人が来て、通りに賑わいをもたらすこともミッションのひとつとして考えておりました。

それがかつては企画展示のなかで行われていたわけです。1階2階と2フロアあったときは、展覧会によってももちろん来客数の増減はありますけれども、平均すれば1日二百数十名くらいの来場があったのですが、1階が別のスペースになって、2階だけになりますと通りからみてもちょっと分かりにくいということもありますし、展示も基本的に常設が主になってきますので、現時点ではだいたい4分の1くらいの1日60名前後くらいまでになっています。

そういうこともあり、現在展示しているものは基本的に資生堂の企業資料だけで、やはり開館時のミッションとしてあった、銀座への恩返しという言葉がおこがましいですけれども、なにかのお返しをしていく要素がないという反省もあって、昨年私が担当してから、銀座コーナーというのをつくりました。

では、あとは会場でご覧いただきながら、何かご質問があればその場で承ります。その後ディスカッション、意見交換という形で進めたいと思いますのでよろしくお願いたします。

(2) 第2部 常設展示見学 (30分程度)





(3) 第3部 意見交換（回答：樋口氏）

想定質問1. 企業における企業博物館の意義について

こちらに関しましては、やはり通常の博物館とはやや異なるところがあるのかなと思います。まずひとつは社内研修等に利用されるということがあります。掛川の企業資料館は新入社員教育のコースに入っておりまして、そこで企業の足跡、どういうことを考えてこの企業が生まれたのか、いままでなにをしてきたのかということ、資料館の見学を通じて学ぶという活用の仕方をしています。

ハウス オブ シセイドウは、場所が銀座ということもありますので、わりとランダムに、それぞれの部門や事業所の判断による部員の研修などに使われています。大体年間の来館者の一割弱を社員が占めている状況です。これが普通の博物館と違う、企業博物館というものの特性かなと考えています。

想定質問2. 集客収益対策について

集客に関しましては、先ほども言いましたように一昨年の6月、ご覧いただいた2階だけのスペースになってからは大体一日50~60名平均というところですので、けっして良いといえる状況にはありません。1階の企画展示をなくせば当然集客も減るわけですが、当時としてはそれはやむをえないだろうと

いう判断でした。ただ現実にふたを開けますと、かつての4分の1くらいに減っていますので、やはり「なんでこんなに少ないんだ、もうちょっと何とかならないのか」という話になるのですね。それで我々としても、何らかの対策を考えなければならない状況にあります。

収益については、もともと無料の施設ですから、その費用対効果的なことはあまり言われません。ただハウス オブ シセイドウだけではなく、部の活動全体は年間の予算で決められていますし、こういうご時勢で年々こういう文化活動の予算というのは削られていきますので、そのなかでいろいろやりくりしているというのが現状です。

想定質問3. 地元との連携について

地元との連携には先ほどご覧いただいた銀座コーナーを10月につくりまして、少しずつではありますがけれども銀座との連携ということを進めています。

銀座は昔から街の結びつきが非常に強いところで、銀座通り連合会という商店街の会があるのですが、街づくりですとか、共同で色々なことに取り組んでいるのですね。定期的にそういう会合もありますし、資生堂も代々連合会の役員に社員が就くという関係もあります。

ですので、今回のこの銀座コーナーを作るにあたって、連合会に事前にご案内もしていますし、ご覧いただいた地図をつくるにあたってはお店に足を運んで色々と調査していますから、そういう関係で、銀座の方がこのコーナーを見に足を運んでくださるような関係が生まれつつあります。

今後もこのコーナーは半年にいったんずつ内容を入れ替えていく予定ですので、そういう形で継続していきたいと思っています。

想定質問4. 学校教育との連携について

残念ながら、これに関しては今のところ行っておりません。ただ、ここ数年顕著なのが、中高生の修学旅行がすごく増えてきているのですね。昔のぼくらの世代ですと、修学旅行といえばみんなで京都・奈良に行って、枕投げして帰ってきたみたいなのがほとんどだったと思いますが、今は学校も変わってきて、子供たちが自主的なプログラムを組んでクラス単位であったり、もっと少ない場合は班の7～8人くらいの単位でたずねてくるという状況になっています。学生から直の申し込みもありますし、学校の担任の先生からのご依頼もあります。修学旅行の社会科見学的な意味で企業博物館を見たいというご依頼が増えてきています。あとはデザイン系の大学の見学も結構ありまして、学校関係の団体見学が2割近い数字を占めています。

ですから1日平均50～60名と申しあげましたけれども、いわゆるフリー客といえますか、一般の方は1日40名来ているか来ていないかという状況ですね。団体見学のない日ですと、来館者が30名に満たないという日も多々あります。

昔1階に企画展示室があったときは、路面で外から見てもなにかやっているというのがわかりますので、通りを歩いているフリーの方が入ってくることもわりとあったのですが、今は表から見てちょっと分かりづらいですし、見た目もオフィス然としていますから、まったく知らないでフラフラっと入ってくる方はほとんどいらっしゃらないのですね。ですから昔からこの存在を知っていて足を運んでくださる方がほとんどです。ある程度の固定客といえますか、先ほどの書庫に来て書籍で調べ物をされるとか、あるいはデータベースで色々なポスターや写真資料を検索されるとか、いい意味でのヘビーユーザーの方がわりといらっしゃいます。

これが大体のお客さまの内訳ですが、修学旅行の団体受け入れは随時やっておりますけれども、定期

的に、たとえば地元の泰明小学校とプログラムを組むというところまではまだいたっていません。今後もそこまでやるかどうかはまだ考えがまとまっていない状況です。

想定質問5. 運営上の問題点、著作権や広報部所との関連などについて

運営上の問題点、まず著作権について言いますと、ここ数年ものすごく厳しくなっていて、それに対する対応が一番苦慮しているところです。これはハウス オブ シセイドウというよりも部全体の問題となってきています。

ひとつ具体的なお話をしますと、先ほどMITのウェブサイトには資生堂のコンテンツが取り上げられたことをご覧いただきました。こここのところのモニターで紹介しましたけれども、実はここはそれまでアートハウスで収蔵している美術作品を画像で見せるコーナーだったのですね。ところが昨年ひょんなことからその画像の著作権処理がなされていないことが発覚しまして、昔、5～6年前までの感覚でいうと、「自分たちが収蔵している作品なんだしいいんじゃない？」というくらいの感覚だったと思うのですね。実際にハウス オブ シセイドウができたのも2004年ですから、当時としてはそういう感覚でつくっていたと思うのですけれども。ところがそういう許諾を取ってなくてやっているということが今年の段階で発覚しまして、そのまま公開しているのもやはりコンプライアンス上まずいだろうということでした。それらを全部引っ込みました。

ですからそれを今後どうして行くかというのは部全体の問題として抱えています。たまたまタイミングよくMITに資生堂の資料が扱われるということもあったので、今MITをご覧にいらしていますが、将来的にまた美術品を見せていくのかどうかというのは、部の検討課題となっています。美術品の場合は、作者自身か、お亡くなりになっていればご遺族とか、あと最近は美術家連盟などに著作権の管理をゆだねている作家さんもいらっしゃいますが、そこを話をしていけば、許諾をとることができないという話ではないのですけれども、やはり一番ややこしいのは広告ですね。皆さんもご経験あると思うのですけれども、広告になるともう著作権者が膨大に増えてくるのですね。モデルやカメラマンや制作会社など。ですからポスターやCMでまだハウス オブ シセイドウで見せられないというものが沢山あります。企業資料館のほうで随時権利関係の許諾作業を

進めているのですが、やはり数が膨大であることと、特に過去のものになると権利関係が分からないというものもありますので、そういったものは公開できずに収蔵庫に眠っているという状況です。

これは資生堂だけの問題ではなく、たぶんこの博物館も抱えている大きな問題であろうと思っています。

とりあえず想定質問としていただいたものに関しては以上です。あとはどんどん質問をいただいてお答えしていくということによろしいでしょうか。

【会場からの質問】

質問1-1. 私は…、ちょうど4年ほどパリにいたんです。大使館にいたのですけれど、日本から来るお客さんの世話をずっとやっていたので、よく化粧品のお店へご案内をしていたんです。そのときによく言われたのは、自分の匂いというものをデザインしなさい。自分の体臭も考え、匂いを統一しなさいと。他の匂いの系統を混ぜてしまうとめちゃくちゃになってしまう。たとえばシャネルの5番ならシャネルの5番にして、匂いをデザインしていくということを言われていた。ところが日本は非常に湿度が多いから匂いがどんどん飛んでしまう。そういう匂いのデザインについて資生堂さんはどのように考えておられるのか。匂いに関するものももしあればひとつの展示として面白いと思うんですけどね。

回答1-1. 研究所の研究者を呼んでこないと今の質問にはお答えしづらいですね(笑)。ただ、おっしゃるように匂いに関するヨーロッパとアジアの考え方の違いというのはあると思うのですね。日本では石鹸の匂が一番好まれるといわれますけれども、ヨーロッパは強い匂いで体臭を消していくという考え方がありますから、たぶん発想の仕方もだいぶ違いがあると思うのですね。

今、研究で力を入れているのはアロマコロジーですね。自分の個性の演出として匂いをつくるというよりも、それが精神に安定を与えとか安らぎを与えとかそういう方面に力を入れているのではないかなど。資生堂でもそういう面に着目した化粧品をいくつか出しています。

「じゃあ展示として見せていかないの？」ということですけども、かつての企画展では香水をテーマにした企画をやったことがあります。ただ現在の常設展示では、先ほどのアーカイブテーブルの中にも香水の匂いを嗅いでいただくところはあり

ますが、その程度の展示の一部でしかないですね。化粧品というプロダクトは中身が液体であったりジェル状であったり形がないもので、容器に入れて初めて存在するものなので、展覧会で中身を見せるというのが非常に難しいのですね。ですからどうしても商品のボトルであったり、コミュニケーションツールとしてのポスターであったりコマースシャルであったりとか、そこに傾きがちというところがあります。

資生堂は昔から宣伝制作をインハウスでやっています。もちろん外部のクリエイターが入ることもありますけれども、必ず宣伝部のデザイナーのディレクションの元で制作します。そういう形でインハウスデザインにこだわりを持ってやっていますので、商品にしても広告にしてもよく残っていると思うのです。だから掛川の資料館を作ることができましたし、物としてずっと残してきているというのは、やっぱりインハウスでやってきた伝統があるからかなと思っています。

それで、過去にいろいろな企業文化展をやっているのですね。パリでやったこともありますし日本でやったこともあります。最近では世田谷美術館の企画で『福原信三と美術と資生堂』という展覧会が行われたりもしましたが、やはり物があるおかげでそういうことができるのだと思います。

ただ、化粧品というのは小さなものばかりですので、どうしてもポスターやCMのほうに目がいきがちなのですね。そのほうがきれいな女性が映っていて見た目も艶やかですし、一歩間違えると広告の展覧会みたいに見えてしまうという恐れがありまして、これはぼくらが気をつけないといけないと思っている点です。やはり資生堂は広告代理店ではなくメーカーですので、まずプロダクトをちゃんと見せていく。で、その背景に今おっしゃられたような香りの文化とかが見えてきて、そのコミュニケーションツールとしてポスターやCMがあるという位置づけにしませんと、本当に広告展になってしまうのですね。そこはちょっと気をつけないといけないなと思っています。

ちょっとご質問とずれてしまったかも知れませんが。

質問2-1. 今日はありがとうございます。ちょっと経営のほうをお聞きしたいのですけれども、やはり企業ミュージアムの場合ですね、どうしてもCSRもしくはさらに進んで戦略的CSRという形で本業

のパフォーマンスにある程度貢献していかなければならないというプレッシャーがあると思うんです。そうすると企業ミュージアムのひとつの宿命というか、ミッションとして顧客忠誠心を醸成するというのがあると思うのです。私は化粧品会社という、美を扱うという点でミュージアムが存在意義の段階ですでに本業とリンクしていると思うのですけれども、例えば研修のみではなくて、商品開発とか広告作成とか、もっと具体的に本業と美術館の活動がリンクしているという部分はございますか？ 例えば新たな色をアーカイブの中から見出したりとか、新たな広告手法を提案されたりだとか、なにかそういう具体的なプロダクトとしての関わり、というようなものがございましたら是非。

回答2-1. はい、残念ながらありません。おっしゃることも良くわかりますし、そういう課題も経営トップから与えられてもいます。ただ、決して言い訳するつもりはないですけれど、ぼくらが新しいものをつくることはありえないと思っているのです。それはやはりクリエイター、商品開発するセクションの人間が果たすべき役割であって、ただ彼らがそういう新たなクリエイティビティを發揮するために、我々の持っている資料が温故知新的な意味で利用できるという役割を果たせればいいのだらうと思います。

ですからもっともっと社内のクリエイターですとか、商品開発をしている人間や研究者などがここを利用して、先人たちがつくってきた物と向かい合って、それによって自分たちが未来をつくってくれるという形に機能すればいいと思っていますが、ハウス オブ シセイドウや企業資料館がなにか資生堂の未来像を示していくとか、今後の新しいクリエイティブの方向性を示すとか、そういうことはちょっとありえないのかなと思っています。

では現状として、クリエイティブ部門に対してそういう情報を提供できる形になっているかというと、それはまだまだいたらない部分があります。実際来てくれないです。やはりみんな忙しいのでそう簡単には来てくれません。業務の時間を割いて来てもらうためにどういう橋渡しができるか、まずそこをきっちりやる必要があると思っています。

それでもやはり来てもらうと、社員なのでそれなりの感慨と感動を持って帰ってくれるのです。

新入社員で見たといっても実際の仕事の中でどんどん忘れていきますから、5年目の社員であっても10年目でも、あるいは20年目の社員であっても、改めて見ることによって「ああやっぱりこういうことをうちの会社やってきたよね」とか「この頃の商品すごく良かったね」とか「このときの広告ってすごくインパクトがあったよね」とか、刺激を受けて帰ってくれる。

それはクリエイティブの人間たちだけに限らず、特に資生堂は女性が圧倒的に多く、販売の現場はほとんど女性に支えられている会社ですから、女性社員が見て、もう一度自分たちの仕事を見直すということはとてもよくあることです。

そのためには展示をもうちょっと見直したい、会社のクリエイティビティをきちんと伝える展示内容になりきっていない部分があると思っていますので、そこは整理しなきゃいけない。その上でクリエイターたちのひとつの気づきの場として機能すればいいと思っています。

質問2-2. こちらから提案しなくても、クリエイティブとの橋渡しをうまく企業的意思決定、製品開発の中でシステム化できれば、それもひとつの十分な役割だと思えます。

回答2-2. もちろんそうです。

質問2-3. そこはまだ模索中ということでしょうか。

回答2-3. そうですね、なかなかできないですね。

質問3-1. この4つの施設の社内での位置づけはどのような風になっているのでしょうか？ 資生堂という会社の中に抱えているのか、もしくは財団であるのかという点です。

回答3-1. 全部企業文化部という本社内の部署が管轄しています。ですから財団のような外郭団体ではなく、全部直営ですね。

質問3-2. 館長がそれぞれいらっしゃるんですか？

回答3-2. 掛川には資料館とアートハウスを兼任する館長がいます。ギャラリーとハウス オブ シセイドウに関しては館長というポストはなくて、社内的に言うとな部長の下にそれぞれのグループがあって、グループリーダーがいるという形になっていますので、そのグループリーダーがその責任者を勤めるという形ですね。

質問3-3. いわゆるミュージアムの専門家ではないわけですか？

回答3-3. そうですね、今の管理職でそういうことを専門的にやってきた人間はいないですね。

質問3-4. 資料館とアートハウスの館長も社員の方なんですか？

回答3-4. 社員です。全員社員です。

質問3-5. こういう運営マネジメントとかあるいは事業計画とかを立てたりするときの補佐機関、あるいはアドバイス機関のようなもの、諮問委員会みたいなものを持っていられるのでしょうか？

回答3-5. ギャラリーに関してはギャラリー運営会議というのをつくってまして、これはもう50年以上、もちろん人は代わっていきますけれども続いています。現実的に今は2名なのですけれども、美術評論家ですとか美術館の学芸の方とか研究者の方など、外部の方に入っていた組織をギャラリーは持っています。それ以外のアートハウス、資料館、ハウス オブ シセイドウに関しては持っていないですね。

ただ、仕事の内容によってそのときどきに、外部の専門家に協力をお願いすることはあります。やはりぼくらだけではカバーしきれない分野もありますので、そのときどきにに応じてそういうことはしています。

質問3-6. 学芸の方は収集、調査研究、あるいは教育普及といったような役割分担はあるのでしょうか。

回答3-6. そこまで人数がいまないので、典型的な「雑芸員」方式で全部みんなで抱えていますね。今のハウス オブ シセイドウでは、ぼくが学芸職で一人アシスタント的な女性がいて2名でやっています。ギャラリーは学芸員が3名で、補佐的な業務をする人間が2名ですね。掛川のアートハウスは学芸員が1名で補佐する人間が1名。それから資料館が学芸員が2名で、やはり補佐する人間が2名くらいです。

質問3-7. 館ごとの広報については館でやるんですか？

回答3-7. 基本的に館です。ただ本社に広報部という部署がありますので、そことの連携は図っています。最近はその連携が強まりつつあるのですけ

れども、とはいってもやはりそれぞれ独自にやっているというところですね。広報部がサポートしてくれているというスタンスです。

質問4-1. 樋口さんもギャラリーから異動されたと同ったんですが、収蔵品がどちらかというと生活的なものが多いんですけれども、皆さんのバックグラウンドというのはどういうものなのでしょうか。

回答4-1. さっきも言いましたように基本的に社員です。外部から嘱託のような状態で学芸員として入社して、年数を経て社員になった人間が二人ほどおりますけれども、基本的にはもともと資生堂に入社してきているので、最初から学芸員資格を持っている人間はいないのですね。ぼくもここに来てから資格をとりましたので。ですからこの部の中でOJT的に学んでいったというのが多いですね。ぼくの名刺にも学芸員と書いていますが、正式には社内にそんなポストはないですから。総合職の管理職という形でしかありませんので。

質問4-2. 非常に素晴らしいアーカイブのコレクションをお持ちなんですけど、これからの展開はどのように考えていらっしゃるのでしょうか。

回答4-2. アーカイブに関しては、企業資料館にある資料がデジタル化されて収まっているというだけで、検索の使い勝手も良くはないですし、まだアーカイブとして構築されてはいません。数年かけて手入れをしているのですが、ただそれも重複しているデータを削除するとか、間違った記載を直すというレベルで、アーカイブの構造をどう構築し直すかというところまではまだまだいたっていないですね。

質問5-1. プロダクト（製品）の見せ方を今後どういう風にお考えなのかお聞きしたいのですけれども。今旬い話にでも出ましたけれども、中身が現状としてはどうなのか。今は安全性などに非常に関心が高ってきていると思うんです。テレビでは美白効果とか言いますが、どういうメカニズムで美白になるのかという部分などが、ここに来るとわかるといったようなことなど、どういった風に展示を利用されるか、そういうことをお聞かせいただきたいと思います。

回答5-1. ハウス オブ シセイドウでそこまではできないかなと思っています。あのキャパシティ

でプロダクトの中身まできちっと語っていくところまでは、ちょっと手を伸ばせないと思っています。むしろ、もう少しプロダクトと広告宣伝の関係をきちっと語っていく、ですからデザイン・ミュージアム系になってしまうのですけれども、そちらに特化しないとちょっと無理かなと。これは個人的な考えで、部全体の総意としてそうになっているわけではないのですが。

質問6-1. 私も企業博物館にいるんですけども、展示をやるときに同業他社との関係があって、展示のときなるべく同業他社の商品を展示しているとかそういったことを念頭においてやっているのですけれども、御社の場合はそういったことはいかがでしょうか。

回答6-1. それはだめですね。

質問6-2. 業態的に難しいのでしょうか。

回答6-2. ちょっとそれはできません。ハウス オブ シセイドウでも掛川の資料館でも、同業他社のものは一切出していないです。

質問6-3. 同業他社の資料は収集されていらっしゃいますか？

回答6-3. 積極的に集めてはいないです。ただ、マーケティング資料として、マーケティング部門のほうで他社の製品を集めてはいますが、それを企業資料として保管するというにはなっていないですね。そこのパイプはできていないです。

質問7-1. 商品開発をするときには消費者の意見を取り入れられていると思うのですけれども、博物館の展示更新をされる時とか、あるいは今までに博物館の利用者の意見などを徴収されたりということはあるのでしょうか。

回答7-1. はい、アンケートをお配りして、その中のいろいろな意見というのはそのつど見て、改善すべき点はそこからヒントを得るようなことはしています。ただいわゆる市場調査的な、マーケティング的な意味での調査まではやっていないです。あくまでも来館した際に答えてもらうということですね。

質問7-2. 何か具体的に展示に活かしたこととか、事例はないのでしょうか。展示の内容についてか。

回答7-2. お客さまの声で展示の内容を替えたこと

はないですね。ただパンフレットや利用ガイドなど、ファシリティ面で若干直したことはありますけれども。展示そのものまで替えたのはないですね。

質問8-1. この地域は沢山の小規模なギャラリーとかがあるかと思うんですけども、こちらにいらっしゃる方がもうひとつ他に行かれるとしたらどこが多いのでしょうか。

回答8-1. やはり電通のアド・ミュージアムだと思います。いわゆる美術系の画廊とはほとんどリンクしていません。実際わずか歩いて3分くらいですけれども、資生堂ギャラリーに来た人がここに来るというのはほとんどないです。ですから銀座という土地柄で、美術系の画廊を見て回っている方はいっぱいいらっしゃいますけれども、そういう人の流れとここはリンクしていないですね。

質問8-2. ちょっと離れているんですけども、明石町の中央区郷土天文館との間の連携などはお考えでしょうか。

回答8-2. タイムドーム明石ですね。そこは今後の課題として考えたいなと思っています。銀座の歴史コーナーを去年の10月につくるにあたり、タイムドームにも調査に行きましたし、向こうの学芸の方にいろいろお話を伺ったりしていますので、今後何か連携できるものがあればそれは是非したいと考えています。

質問8-3. 確かあちらの展示にも資生堂さんのものが入っていると。

回答8-3. はい、明治時代ですとか大正時代とかに出てきますので、そこはこれから連携できればという気持ちがありますね。

ハウス オブ シセイドウ

10:00~18:00 毎週日曜・祝日休 入館無料

〒104-0061 東京都中央区銀座7-5-5

(銀座並木通り 資生堂本社ビル2階)

TEL 03-3571-0401 FAX 03-3571-0402

URL <http://www.shiseido.co.jp/house-of-shiseido/>

『ミュージアム・フリーク in アメリカ』

栗原祐司著、雄山閣発行、平成21年12月10日初版、156頁
ISBN978-4-639-02111-7 C1030 定価：2,800円＋税

■ 著者は現職の文化庁課長

本書の著者である栗原祐司氏は、文化庁文化財部美術学芸課長の役職にある。この美術学芸課こそ、我が国の博物館・美術館行政をつかさどる要の部署であり、全国の博物館や美術館の司令塔とも言える存在である。過日、現代アート作品等の出展がもとで、クモヤカビが展示室内に発生し、世間を騒がせた“新潟市美術館事件”では、現地の混乱や行き違い、そしてその善後策に追われる文化庁関係者の様子がセンセーショナルに報道され、国民に改めて美術学芸課の存在と役割の重要性が浮き彫りにされた。事件対応の当事者の一人となった栗原課長の「問題の背景には美術館の展覧会を新聞社等が、一括して請け負うという興行的なシステムにもある」との筆者（高橋）への意見は、主催する新聞社と、競合する他の新聞社との確執が、記事へのインセンティブになっていることに思い至らせるとともに、今回の事件を「学芸員が新聞社の主催する展覧会に深く関与することが出来ていれば、このような事件、事故は未然に防げたと断言する栗原氏の指摘には首肯するものがあつた。

■ 博物館へのこだわりと学芸員に寄せる熱い思い

さて、本書の著者は2001年（平成13年）9月より約3年半、国際交流ディレクターとしてニューヨーク日本人学校等に勤務し、その授業プログラムに充てるためにアメリカの博物館を数多く訪問した経歴をもつ。持ち前の旺盛な知的好奇心が弾みとなって約1600館のミュージアムを踏査したという。その成果の一つにミュージアムショップで販売されるグッズはもとより、観覧チケットやレストランのランチョンマットに至るまで、博物館関連のあらゆるグッズを収集の対象としたコレクションがあり、それらの集積はタイトルのミュージアム・フリーク（Freak）にふさわしい熱狂的愛好者ぶりを証明するものとなっている。

著者の博物館に対する熱い思い入れは、自然と運営の中核を担う学芸員への期待となって表われ、「ミュージアム・グッズは、単なるアイデア商品ではなく、あくまで博物館活動の延長上として捉えなければならない。ミュージアムのコレクションをどのように活用し、どのようにデザインするのかというのは、まさに学芸員の仕事であり、日頃の研究成果を展示や論文だけでなく、ミュージアム・グッズ等に生かすことができれば、まさにミュージアム・サービスの真髄ではなからうか」、「悪しき経済効率優先主義の風潮の中で、業務の外部委託化の推進が叫ばれたりしているが、ミュージアム・ショップやレストランは、直営でなくとも、学芸員なり職員がグッズやメニューの企画に関わって、そのミュージアムのコンセプトにふさわしいものを作り上げていかなければいけない」といった、我が国の博物館現場を取り仕切る学芸員を自覚めさせ鼓舞しようとする表現がいたるところに見られる。そこにもまた、ミュージアム・フリークの業のようなものを認めることが出来るのである。

■ 6部から構成されている内容

第I部は、「ミュージアムを楽しみつくす」で、バラエティに富むチケットからトイレやそのペーパー、レストランやショッ

プでの楽しみ方、バッグやパンフレットの個性的なデザインなど、眼にし、手に入るミュージアム関連の品々について、フリークらしく細やかに分析、紹介している。

第II部は「寄附とメンバーシップ」で、アメリカの博物館の運営が入館料収入や公金に依存する部分は、ごくわずかであり、運営財源の大半が民間からの寄附によって成り立っているという社会特性の紹介がなされている。寄附によって運営が成り立っているアメリカと、公金投入によって成り立っている我が国の公立の博物館との相違について「税制上の問題よりも寄附に対する考え方、文化の違い」が基盤にあり、移民社会のアメリカでは「人や企業は社会のために果たす責任があると考えられている。税金として多額の金額を納めるのではなく、自分の支持する活動に寄附を行うことにより、自らが望む社会の実現を図ろうとする。非営利団体であるミュージアムは、そうした社会に支えられている。税金で支えられているのではない」といった、国家形成の歴史背景の異なり、寄附に対する国民感覚の違い等が分かりやすく述べられている。

第III部の「日本人学校等とミュージアム」では、地域の学習資源を活用し、例えばコロナリアル時代の生活体験やネイチャーセンターでの自然体験などがスクール・トリップという旅行スタイルで実施されている事例が紹介され、またアメリカに滞りながら滞在した日本人の事績を顕彰する行事や催事に取り組んだ事例もレポートされており、日米間の交流が現地の日本人学校を通して盛んに行われている現状を知ることが出来て興味深い。

第IV部の「日系人とミュージアム」では、太平洋戦争中に日系人が強制収容された収容所関連の訪問記事をはじめ、日系人をテーマとした専門博物館では、「サンノゼ日系人博物館」を詳細に取り上げている。フリークとしての著者の面目は、日系人の足跡を執拗に追い求めて、アメリカ各地を訪問し、こまめにレポートしているところに認められる。カリフォルニア州ゴールドヒルにある、19歳で没した会津若松出身の「おけいの墓」やポートランド州オレゴンの「日系遺産センター」の訪問記事などは、オタクならではの熱い気魄が感じられる。

第V部は「多様なアメリカのミュージアム」の特集になっており、野球などスポーツ関連の“殿堂ミュージアム”や空港内に設けられた博物館施設、さらには蠟人形館、戦前の日米交流秘話となっている「青い目の人形」とその「答礼人形」に関連する逸話等が紹介されている。

最後の「エンジョイ！ミュージアム」と題した第VI部は、平成19年9月8日に神奈川県西部地域ミュージアム連絡会の主催で、神奈川県立生命の星・地球博物館を会場に講演した内容に加筆、修正を加えたもので、筆者も聴講したが、車寅次郎より多くトレードマークの大きな旅行カバンを携え、そこから取り出したさまざまなミュージアムグッズをもとに氏の博物館論を披歴した講演録となっている。



（文化環境研究所 高橋信裕）

i n f o r m a t i o n

◆文献寄贈のお知らせ

- ・アート・ドキュメンテーション学会
『第4回アート・ドキュメンテーション研究フォーラム予稿集+資料編「日本のアート・ドキュメンテーション—20年の達成 MLA連携の現状、課題、そして将来」』
- ・博物館による環境と科学のフェスティバル実行委員会
『博物館による環境と科学のフェスティバル実施報告書』
- ・千葉県博物館協会
『千葉県文化財救済ネットワークシステム構築推進事業実施報告書』
- ・明治大学学芸員養成課程
『MUSEUM STUDY 21号』
『MUSEOLOGIST 25号』
- ・椛山女学園大学学芸員課程
『Bulletin of Sugiyama Museology 15』

◆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 a r j o j u !

新規入会者のご紹介

【個人会員】

櫻井 和彦 むかわ町立穂別博物館
(敬称略)

JMMA 会報 No. 55 (Vol. 14 no. 4)

発行日 2010年3月31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@jmna-net.jp