

## 第10講 博物館の評価と改善 1 地域博物館への提言

### 1. 「地域博物館への提言」 音声ファイル1 keiei2020\_10-5.mp3

#### 1) 書誌情報：

川添登監修・日本展示学会展示学講座実行委員会編. 2001. 地域博物館への提言. ぎょうせい, 東京. 239pp.

#### 2) 目次と構成 keiei2020\_10-2.pdf

はじめに

序章 地域博物館とは何か

第1章 企画立案

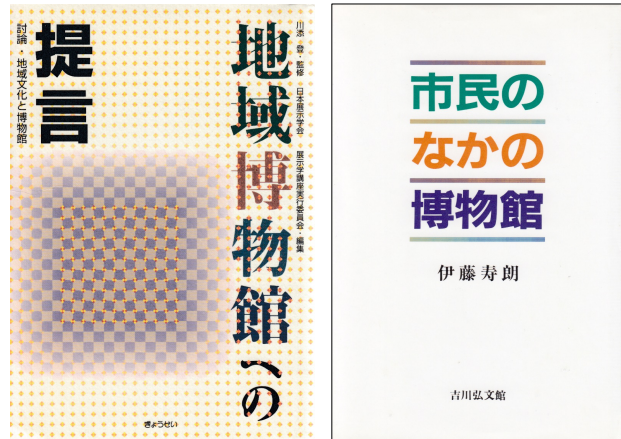
第2章 博物館の計画推進

第3章 展示と建築

第4章 展示の実際

第5章 開館と開館後の運営

あとがき、討論者紹介、索引



各章の組み立ては、プレゼンテーション、コメント、ディスカッションという構成。著者多数で1話題に10名以上での議論はまとまらず統一した結論は記されない。その分、多くの課題や論点が浮き彫りにされている。著者は展示会社の社員や芸術系表現系の大学教員などで、彼らからみた自治体側の課題がよくわかる。

20年前の出版であるので、この間の経過や積み残し課題がよくわかる。博物館の職員は必読の書。

#### 3) キーワード 音声ファイル2 keiei2020\_10-6.mp3

はじめに（川添登）

世界最高水準の展示

博物館を顧客とする展示会社の存在

展示はマスメディア

膨大な累積観覧者数

博物館の展示の主体は実物

公共施設では博物館のみ

展示は参加するもの

実際に足を運ぶという行為が必要

序章：地域博物館とは何か（川添登）

地域博物館

利用者や資料収集、調査研究の対象が地理的に限定されている博物館

展示の固定化

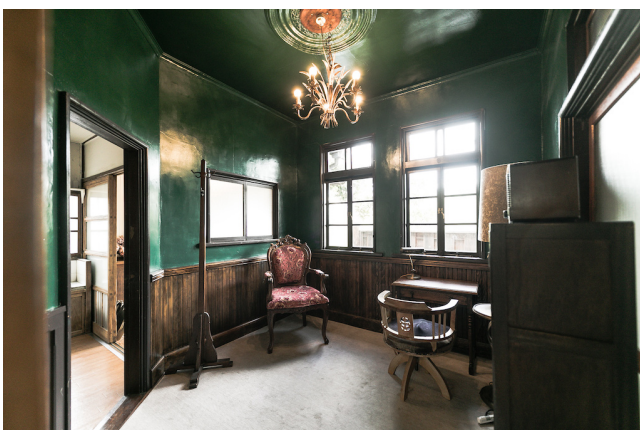
足寄動物化石博物館のように内製（館内で職員が）で改定できるように

活動によって博物館は生きる

活動には専門職＝学芸員が必要、学芸員がいない博物館はお墓

展示は建築から独立したもの

建築は空間の提供に徹する。展示の形状や演出に合わせるものではない



左：洋館の家具は建築から独立している、右：町家の押し入れや襖 [ふすま] 絵は建築の一部ながら家具に相当する  
左：<https://www.pakutaso.com/20191028281post-23586.html> 右：<https://www.pakutaso.com/20191016283post-23664.html>

第1章：企画立案（高橋信裕・端信行）

|            |                                  |
|------------|----------------------------------|
| 博物館の三つの型   | 地域志向型、中央志向型、観光志向型。現実にはひとつの館に混在   |
| 第三世代の博物館   | 保存、展示、参加                         |
| 所管部署の見直し   | 教育委員会から首長部局へという意味だが、現在はその最中にある   |
| 学芸員との意識のずれ | 住民と学芸員の地域への視線が異なり、展示が住民感覚から離れている |
| 展示は政治的     | 大阪万博の原爆展示では省庁間で意見が対立、新聞社も書き立てた   |
| 専門化が進む     | 学芸員の研究志向による外注業務の増加               |
| 評価基準は量より質  | 入館者数に代えて、たとえばリピート率や滞在時間          |

博物館の三つの型

|       | 目的        | 調査・研究の軸   | 教育内容編成の軸   | 教育方法の軸     |
|-------|-----------|-----------|------------|------------|
| 地域志向型 | 地域の課題に応える | 生活課題や地域課題 | 地域の生活      | 考えや表現能力の育成 |
| 中央志向型 | 知識や成果の普及  | 専門領域の法則   | 組織された知識の体系 | 知識の教授      |
| 観光志向型 | 観光利用      | 希少性       | 希少価値       | 資料の意外性や人気性 |

「博物館の三つの型」（伊藤寿朗 1993: 15）の字句を簡素化

博物館の世代論

|    | 第一世代    | 第二世代    | 第三世代       |
|----|---------|---------|------------|
| 目的 | 保存（宝物殿） | 公開（記念碑） | 参加（市民活動）   |
| 中心 | 収蔵庫     | 展示室     | 事業         |
| 売店 | ない      | 受付兼務    | ミュージアムショップ |

「第三世代の博物館像」（伊藤寿朗 1993: 141-154）



足寄動物化石博物館のグラフィックは博物館内部での製作（内製）

第2章：博物館の計画推進（高橋裕・真島俊一） [音声ファイル3 keiei2020\\_10-7.mp3](#)

|                 |                                    |
|-----------------|------------------------------------|
| 博物館は人づくり        | 20年前でも博物館は初めてという地域があり職員もともに育つ      |
| 博物館に定型はない       | 国立館や県立館は典型であるが、自由な展開があつてよい         |
| 建物先行を見直す        | 建築は後から可能、活動先行でもよい。根室市や札幌市はそう       |
| 博物館計画の理想モデル     | 資料収集や情報のファイル化、博物館の前に市史編纂が理想        |
| マイクロコスモ的発想      | 単独の館園で完結した展示。他の館園を訪問して理解するという発想がない |
| 二次資料は監修者を明確に    | 設置当初のまま留め置かず、学問の進展による訂正や改訂を施すべき    |
| マルチメディアとインターネット | 準備活動時点でオープンとして情報収集や利用者希望を取り入れる     |

第3章：展示と建築（高野祐之・上田篤）

|             |                                   |
|-------------|-----------------------------------|
| 地域性とテーマ性    | 場合によっては展示や運営を優先し、建築はシェルターに徹するでも良い |
| 所轄部署はどこがよいか | 首長主導がうまくいくかも                      |
| 職員の身分       | 兵庫県立人と自然の博物館の学芸員は兵庫県立大学の教員との兼務発令  |
| 大学博物館       | 教員が辞めたときに資料が死蔵廃棄私蔵される、これを防ぐ意味がある  |

ユニバーシティ・ミュージアム（1996年に提言）として整備が進んだ。研究標本の収集と保存を本旨とする一方、古くからの特定の資料を収集してきた大学博物館に比べ大学の宣伝色自画自賛が強い。顕著に差が見られるのが北海道大学の総合博物館（ユニバーシティ・ミュージアム）と植物園博物館。

アマチュアの功績 博物館が得意な学問分野はアマチュアの功績が大きい

（おなじ項目に）「消費型の文化体験の場」と「学術研究の場」の両方が区分不明瞭のまま地域博物館の概念として一緒になったという指摘あり

ネットワークのセンター 地方の学究的人物は学校の先生や郷土史家で孤立している、その結節点に  
地域ならではの建築とは 住民が入りやすい、集まりやすい雰囲気を持った建物

#### 第4章：展示の実際（岩城晴貞・堀田勝之）

コンペとプロポーザル（競争と提案） （執筆陣が展示会社なので不満爆発）

期間が2-3週間と短すぎ、条件が難しい、選考の不透明さ、発注者側の構想不足、学芸員の採用時期の遅さまたは不在、構想への金額不足、日程管理や調整の無知識、情報システムやデータベースの無理解、市民や新住民が地域を知るために参加する意義への無関心、計画段階での事業や活動計画の欠如

集客の意味 博物館だけで人を呼び込むのは困難、住民のリピートも考えるべき

百貨店は展示場 スーパーや百貨店の食料品売り場は地元の生活の展示場

儲かる展示施設 強固なポリシーで初期投資額2000億円のハウステンボスを見習う

展示の主治医制度

日本では入札になってしまい、場合によっては毎年以來業者が変わる。主治医制度は不可能。アメリカでは学芸員が依頼先の決定権を持つ。特定の事業者との関係は犯罪にされてしまう。滋賀県文化財担当者の官製談合（朝日新聞、毎日新聞、検証と再発防止策概要、同全編） [keiei2020\\_10-3.pdf](#)、京都大学霊長類研究所の特別教授懲戒解雇（朝日新聞、産経新聞、本人のウェブページ） [keiei2020\\_10-4.pdf](#)

#### 第5章：開館と開館後の運営（里見親幸・砂田光紀）

開館までの課題 館長や学芸員が不在、機関（=組織）という認識が大切、構想が重要

21世紀に向けての課題 資金不足と専門職員不足、専門職の未分化

文化施設のサービスのポイント

施設と住民の一体化が必要、博物館は敷居が高い。MoMA（ニューヨーク近代美術館→次回解説）のような「袋を持っているだけでうれしい／誇らしい」というプレミアム性やトレンド性が欲しい

支援者を増やすには アメリカでは博物館ボランティアはパーティーで地域の有力者と会食できる

リニューアルの目的

欧米では収蔵庫が満杯になると、分館や新館を作って博物館が拡大する、一方、日本では展示より先に建物の寿命が来て建築や展示を更新する

スムーズな運営のための館長 館長がエライ人だと学芸員が萎縮する一方、予算が取れることもある

ミュージアム・マネジメント

学芸部門とは独立に営業専門の人を配置すると、その範囲でしっかり仕事をして上手くいくこともある

エキスパートをどう育てるか

運営部門の専門化、営業部の配置。お寺や神社のような宗教性 [特別な魅力] や外部あるいは付属の集客施設や仕掛けが必要。建造物などの文化財に親しむ手法も考えたい