

令和2（2020）」年度のテキストです

本日の授業資料

tenji2020_9-1-6、pdf×3、mp3×3

博物館展示論

第9講 特別展と巡回展

1. 特別展で学ぶ 音声ファイル1 tenji2020_9-4.mp3

1) 特別展と企画展：「収穫祭」も特別展

特別展は、博物館の名前と予算を用いた研究成果の発表であり、学芸員の特権でもある。それが個人の趣味の発表会では博物館の公共性を毀損〔きそん〕する。館の設置目的や使命を意識しつつ学術的にも価値が高く、観覧者の満足と驚きをもたらす内容にしたい。以下、日本の場合。

常設展示に対し、期間限定の展示に類する名称は、特別展、特別企画展、企画展、ロビー展、新収蔵資料展、トピックス展などさまざまである。名称は館それぞれであるが、おおよそ大規模な展示会が特別展あるいは特別企画展、小規模なものが企画展やロビー展という使い分けが普通である。この区分けは会場や料金とも連動している。たとえば特別展は専用会場で開催され別料金を徴収する一方、企画展は常設展示室で陳列されそのための料金は不要、などである。

特別展を英語で表すと a special exhibition となるが、ロビー展など小規模な展示も含め a temporal exhibition for special collections あたりでもよい。英米の大規模館でも特別展に相当する展示会を開催しているが、期間が3か月から半年、自然史系では1年と日本より長期間の傾向があり、ことさら特別展といわず現在の展示として数本の期間限定展示を示している。

2) 館種による違い

日本の博物館では常設展示より特別展への期待が高い。これは所蔵するコレクションが貧弱であるため、海外を含め有力博物館や収集家からの資料借用によって話題になるような展示会が実現するため、という説明がなされてきた。それもあるだろうが、特別展はバラバラだった事実と資料が一堂に会し、展示と図録で整理された理解ができる。小規模館の展示でも地味な素材でも特別展は歓迎されるのは、事実の整理と新たな理解の魅力が大きいと考えたい。

館種によっても特別展の扱いは異なる。おおよそ次のとおり。

自然史系や科学館：常設展示は変更しない、常設展示が集客の主力

美術館：常設展示資料を定期的に展示替える（平常展示）、特別展が集客の主力、新聞社等との共催も多い

水族館：展示室または通路、水槽は置き水槽（＝濾過装置付属の小型水槽）を用いることが多い



例年であれば次回は美幌博物館の町田学芸員の特別授業



左：国立科学博物館特別展「昆虫」2018.7.13-10.8 <https://www.kahaku.go.jp/exhibitions/ueno/special/2018/konchu/index.html>
右：小樽水族館特別展「蛸 その驚くべき能力を探る」2019.3.16-11.24 <https://otaru.gr.jp/tourist/aqtakatenn2>

3) 特別展の特徴

特別展の開催は、構想から計画、資料収集、列品と展示、図録の発行や関連行事の開催、それらに伴う予算の計上や事務手続きなど、博物館運営の学校あるいはミニチュアといえる。小規模な企画展も含め、館園実習にも最適な教材でもある。小規模館では展示を学芸員が手作りする。小規模館でも常設展示は展示業者が施工、場合によっては構想から業者委託。大規模館では特別展も業者が専用の壁を設営し、陳列もおこなう。



美幌博物館企画展「相生線でGO!」2017.3.25-7.2

<http://www.town.bihoro.hokkaido.jp/museum/page/2017052500028/>

4) このままでいいのか特別展

「永遠の大規模展を求めて一印象派画家の描くエジプトの恐竜」、これは2006年に開催されたICOMソウル大会のプログラムの名称である。博物館で集客力があるキラーコンテンツを並べ、これなら設置者も予算当局も文句は無いだろう、あるいは、いつもおなじような企画ばかり飽きないものだ、アイデア不足でマンネリテーマに頼りすぎ、などといった皮肉を込めている。

特別展は名前からすれば「特別なもの」のはずである。しかし現実には、入館者数を稼ぐための企画、「やってる感」が求められる空気、予算があるから義務的におこなうといった本末転倒ものも見られるのも事実。

2. 特別展の企画

1) 立案

特別展を開催するに至る順序はいろいろ。テーマ先行、資料先行、既存物流用、長期計画に位置付け、など。

主題（テーマ）：館の設置目的・研究内容、学芸員の興味・研究課題、時の要請

主要資料（俗に「目玉資料」とも）：内容、集客、構成

名称：説明、象徴、語感、検索

開催趣旨：設置者、上司、同僚・同業者、自分、報道機関、一般、子ども

開催期間：季節感、集客（あえて少ない時期も）、業務量の配分

入場料：公設館の場合は議決必要＝条例で定める、博物館／学芸員だけで決められない

他館の状況：常設展示や特別展示との競合。あれば資料借用の取り合いが発生する、など。

2) 開催組織

小規模館では単独開催が多いが、大規模館になると共同企画で展示巡回も目立つ。新聞社が文化事業として主催するのは、もはや日本の伝統である。

主催（共催）：単独、共催、他組織主催の貸会場（新聞社主催など）

後援：名義（名前貸し）＋実務（広報業務など：後援期間の職員の協力が得やすくなる）

協賛：金銭的補助や金品を寄附した相手に使う

協力：上記以外の協力、個人の協力など（執筆、資料貸出、助言、調整）

展示作業：館内の人員のほか外注（とくにデザイン、造作、設営）も

3) 現実＝制限要因

展示室の建築空間：面積、高さ、空調、保安（セキュリティ）、入口、床、素材、耐久性

会場：通常は館内特別展示室（＝施錠できる独立した空間）、重要文化財は公開承認施設での展示が求められる

博物館の存在状態：立地、博物館の使命との整合性、長期計画への位置付け

予算：展示の規模に直結する。とりわけ輸送代や会場設営の費用

三重津海軍所跡整備基本設計（屋内展示）工程表

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
全体工程	与条件の整理		全体計画検討	展示設計の詳細検討			概算工事費算定・とりまとめ		
業務詳細	設計と条件の整理								
		展示設計概要の検討・立案							
		空間演出計画の検討・立案							
		展示動線計画の検討・立案	展示造作・造形設計、展示諸装置設計、展示解説計画の検討・立案				概算工事費の算定		成果品とりまとめ
指導委員会			2/27		3/予定		4/予定		

工程表の例

https://www.city.saga.lg.jp/site_files/file/2018/201807/p1cjd80a9q1mr0fqpdrrh11881kl1a.pdf

3. 展示への作業 音声ファイル2 tenji2020_9-5.mp3

1) 工程表

展示は分業で進める。関係者の共通認識を得るためにも工程表が欠かせない。そのおもな機能は、日程の共有と進行管理。

日程（スケジュール）の共有：プリントの配布、ホワイトボード、グループウェア

進行管理：館長・管理職の仕事だが、通常は担当学芸員が担う

2) 資料収集

特別展は資料を展示する。展示する資料を収集することはもっとも基本的な仕事。その内容は下のとおり。

自館資料の選択：常設資料、収蔵資料、参考資料、登録前資料

資料収集：所在調査（文献・データベース、実態調査）、調査研究の成果発表、実際の収集

資料製作：内製や自作（用務員の労務職員が活躍、専門職として位置付けたい）、外注することも

写真と動画：撮影→編集して作品化→映像資料

資料借用：他館、個人、海外の場合は通関業務・条約適合性

準備：計測、来歴、遵法、展示基準、依頼状、借用書（人質、資料と交換）、日程調整

輸送：学芸員による梱包運転であれば通常の市販車も可能。
運送会社に外注した場合は美術品専用車で輸送を求めるのが通例。貴重資料では同乗学芸員（クーリエ courier）が資料と行動を共にする

保管：館内での燻蒸や冷凍、作業時の一時保管場所の確保

3) 展示

展示そのものも博物館内部で進める部分のほか、大規模館では外注する部分も多い。外注することが多いのは、会場デザイン、ケースや展示支持具、間仕切りの製作と設置などであるが、陳列も輸送の受託先がそのまま作業することもある。外注する場合でも学芸員は作業を監督する能力が必要である。



日本通運の美術品専用車。ダブルキャビンでエアサスペンションを備える。後方座席はクーリエ用

内容

物語（ストーリー、シナリオ）：意味づけ、理解促進、新たな価値付け

資料陳列：シナリオとの整合性

写真・図版：シナリオや資料に適したもの、補足するもの

グラフィック：あいさつ、全体説明、個別解説、挿入話、写真や図版を組み込む

キャプション：資料名、整理番号、地域、年代、所蔵

造作：ケース、ジオラマ、間仕切り、目印、看板、その他

デザイン：動線、印象、理解度、集客、個人的評価、美術監督のみの外注は一般的ではない

環境

ケース：サイズ、温湿度、防犯、照明、効果

室内装飾：壁、天井、間仕切り、その他

照明：展示効果、保存照度、温湿度

温湿度管理：国宝・重要文化財など基準あるものも

独立した展示室：巡回展では展示室を要求する資料あり

防犯：警備員、監視員、ボランティア、視界確保

4. 広報

特別展は期間限定で、わずか数週間で閉じる企画展示などもある。観覧者を得るための広報は重要である。その点で新聞社やテレビ局が主催する展示会は有利である。記事や報道ではなく、広告として自社の展示会をメディアでとりあげるから。

開催要項：自分向け整理、同業者・関係機関、報道機関、一般

記者発表：定例レクチャー、記者クラブ投げ込み、個別通知、記者会見

取材受諾：担当学芸員が対応！

記事寄稿：地方面、文化面、特集記事（新聞社共催）

長期的広報：雑誌連載、商品開発、キーワードの普及など、市場開拓の方法も可能

【資料】

国立文化施設におけるパブリックリレーションズ機能向上に関する調査研究報告書（野村総合研究所 2013）

https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/bunka_gyosei/pdf/h24_bunka_shisetsu_houkoku.pdf 5MB

図表16 企画展別共催者（平成23年度） [tenji2020_9-2.pdf](#)

2019年展覧会入場者数BEST30 トップは「恐竜博2019」68万人 | Art Annual online [tenji2020_9-3.pdf](#)

<http://www.art-annual.jp/news-exhibition/news/74458/>

5. 印刷物 [音声ファイル3](#) [tenji2020_9-6.mp3](#)

1) 図録

印刷物も多い。博物館教育論のおさらいとなるが改めて見てみたい。

展示資料リスト：名称、サイズ、所蔵、資料番号

資料写真：館内撮影、委託、写真借用、展示資料の利用状態や生育状態の写真も

論文・読み物：自己執筆、依頼、翻訳、転載

書物としての完成度：読みやすさ、デザイン、販売力、影響力

記録：売り上げ、配布先、読者意見

2) 広報印刷物

ポスター：2か月以上前に完成、少なくとも1か月までに掲示が理想

展示会名称、主催（館名）、会場（館名）、開催期間、休館日、料金、関連事業

チラシ：片面と両面では異なるデザイン、片面の場合ポスターの縮小印刷も可能

配布形態（館内、他館、関係機関、新聞折込）により形態・コストを変える、後援

リーフレット：図録の要約、来場者用、A4三つ折りなど

チケット：資料写真が掲載され記念になるものがベスト、対価に見合った内容・デザイン

割引券：観光案内所、レンタカー事務所などに配布

6. 開会行事と期間中

1) 開会時

開会式典：テープカット、学芸員あいさつ、来賓招待、社交の場

報道機関受入：博物館の理解者増加の機会

2) 会期中

展示資料の点検：盗難、いたずら、変化・破損、展示手直し、展示資料（借用資料）の展示状況の撮影

来場者調査：展示理解度＝適切度、料金、印象、博物館の周知効果など

報道機関への情報提供

関連資料の収集が可能（寄贈や所在情報が増える）＊展示は最良の収集の手段

3) 関連事業

（1）一般向け

展示解説：月1回・毎日曜日など定例化もよい

担当学芸員がベスト、教育されたボランティア・スタッフ

講演会：学芸員、招待講師、連続講演会

講座（ワークショップ）：資料関連の作品づくり、調べ学習

巡検（エクスカージョン）：資料の収集現地での学習

出版：図録再販、関連単行本

（2）関係者向け

研究会：学会招致、科研費研究会招待、シンポジウムの開催、資料調査

勉強会：展示や博物館調査のフォーラム

（3）その他、発展的事業

来場者調査：研究者との共同

テレビ番組・映画製作

関連商品の開発

7. 閉会と撤収

会場撤収：資料の点検、資料保管場所の確保

資料返却：日程調整、借用書回収、礼状

記録作成：自分のため、館のため、博物館業界のため、日本のため、世界のため

入館者数、関連事業参加者数、取材・報道、図録・関連商品売り上げ、主要来場者

閉会後もウェブサイトで公開を続けることが望ましい。そうすれば多くの人に伝えられ、求めている人がアクセスできる。

8. 巡回展と巡回展示セット

巡回展とは展示を複数施設で展示すること。複数館の共同事業、新聞社や放送局などが主催者の展示で多く見られる。海外から著名作品を借用するような大規模な特別展は数か所を巡回することも多い。理由は広範への展示普及、共同出資による規模拡大、逆に資料借用や輸送料金の折半による経費節減など。

大型館などでは、貸し出しを前提にした展示セット（資料、キャプション、グラフィック、展示器具、輸送箱）をストックしており、巡回展のパッケージは有料で貸与される商品でもある。アメリカ自然史博物館での主管部局は Global Business Development であり、会場の面積、天井高、警備、期間などを示して顧客を募っている。

アメリカ自然史博物館の巡回展セット

<https://www.amnh.org/global-business-development/traveling-exhibitions>
それを利用した展示のひとつが2008年の国立科学博物館「ダーウィン展」であった。

<https://www.kahaku.go.jp/exhibitions/ueno/special/2008/darwin/index.html>

2017年の「大英自然史博物館展」はロンドンで企画された巡回展で、東京からシンガポールのサイエンスアートミュージアム、台北の中正紀念堂と巡回展示がおこなわれた。公式ツイッターでアジアでの展示の様子が伝えられている。

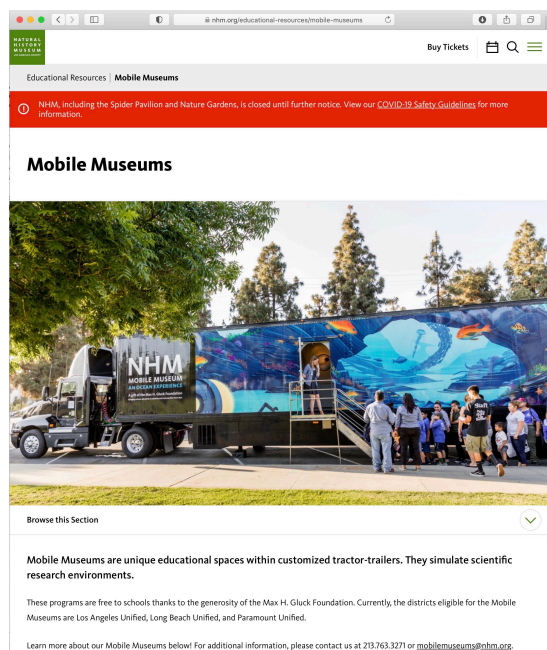
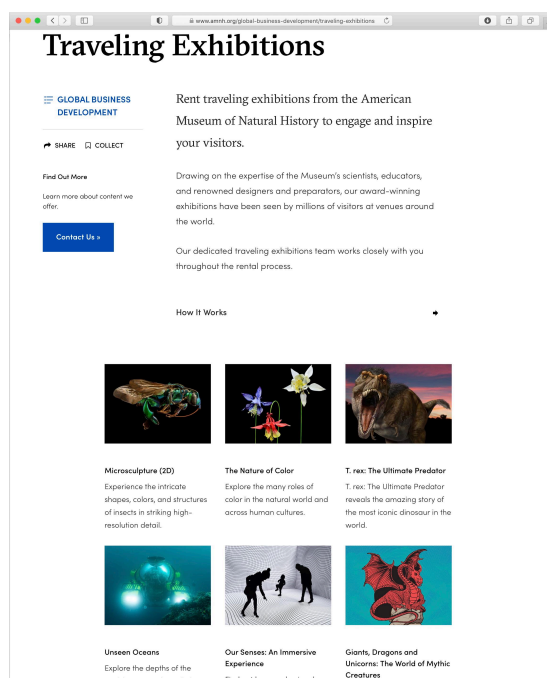
<https://www.kahaku.go.jp/exhibitions/ueno/special/2017/daiei/index.html>

<https://twitter.com/treasures2017?lang=eu>

ロンドン自然史博物館ではトレーラーを展示室に改造してあちこちで展示しており、mobile museum と呼んでいる。日本語なら「トレーラー博物館」か。

<https://nhm.org/educational-resources/mobile-museums>

なお、巡回展を和製英語でトラベリングミュージアムと呼ぶが、英語で多いのは traveling exhibition と mobile museum で、traveling museum は比較すると少なく、英語版 Wikipedia では立項されていない。検索結果は、traveling exhibition 2,450K > mobile museum 1,730K > traveling museum 603K。



上：アメリカ自然史博物館の巡回展セット

下：ロンドン自然史博物館のトレーラー博物館