

地域に開かれた展示実習：農大ロビー展の軌跡

宇仁 義和、中村 元香、柳谷 卓彦

地域に開かれた展示実習：農大ロビー展の軌跡

宇仁 義和*¹、中村 元香*²、柳谷 卓彦*³

はじめに

北海道網走市にある東京農業大学生物産業学部学芸員養成課程では、2011年度から地域の博物館や展示施設で展示実習「農大ロビー展」をおこなってきた（図1）。本学部ではキャンパス内に博物館を持たないことから、やむなく実際の博物館にお願いをして始めたのであるが、地域の施設との関係ができ結果的にはよかったと思っている。昨年の本紀要で「地域博物館または大学所蔵の地域資料を用いた企画展示」として紹介され（中村 2021：23）、今年度から講義を受け持つ非常勤講師からは展示に至る経過を知りたいという意見をいただいたことから、この展示実習について歩みや実際を紹介することとした。中村（2021：17）に即していえば、これまで展示で実際に用いた「大学所蔵の地域資料」には、大学で飼育している走鳥類エミューの模型やオホーツク海産のアザラシ毛皮など少数に留まる一方、「地域博物館との連携や地域の人々を対象」とした展示や活動は毎回実践してきたといえる。

本学部の学芸員養成課程の実習では、由緒あるコレクションを格調高く展示することはできない。学生の志向も大半が水族館や動物園である。それならば、自由な発想での展示、現実の生体展示施設での簡易的な企画展に求められる技能や経験を積んでもらうこと、練習ではなく本番の展示の機会を提供することを第一に考えている。

1. きっかけと変遷

1) 梱包実習から展示実習へ

東京農業大学生物産業学部は北海道網走市のオホーツクキャンパスにあり、学芸員養成課程が置かれたのは2006（平成18）年度のことである。本学では教員養成と学芸員・司書養成は学部とは別に置かれた課程が受け持ち、学芸員は司書と合わせて学術情報課程という名称で養成をおこなっている。生物産業学部は生物・化学・水産・経営に関連して4学科があ



図1 2015年の農大ロビー展。1年生の見学会（北海道立北方民族博物館）

*1 東京農業大学生物産業学部 教授 *2 東京農業大学生物産業学部 研究員兼非常勤講師
*3 東京農業大学生物産業学部 非常勤講師（北網圏北見文化センター 学芸員）

り、すべての学科で学芸員資格の取得が可能で、学芸員を目指す学生は学部とは別組織の学術情報課程を履修するという手続きになる。2009年に3年生が生まれると特色と手応えのある学内実習と考える一方、専門がばらばらの4学科に共通した技能である必要があった。そこで、当初は3年生には日本通運㈱美術品事業部の指導による梱包実習をおこなった。プロの技術者を講師に招いた実習の狙いの1つは、地元学芸員の参加にあった。網走は遠隔地であり、資料梱包の専門家から直接に技術を学ぶ機会はめったになく、日通美術品事業部による実習の価値は学生よりも現場の学芸員の方が理解している。そこで日頃から見学案内や館園実習で一方的に世話になりっぱなしの地域の博物館への恩返しとして、近隣の学芸員に梱包実習への参加を呼びかけた。結果、初年度の2009年度には近隣の北見市や美幌町、斜里町などから3館5人の学芸員の参加があった。次年度は美術品専用車を配車した積込を学ぶ機会も設けた。

しかし、肝心の受講学生には実習の価値が十分に伝わらず、漫然とした受講態度も見られ、これでは日本最高の技術を有する講師にも失礼を感じた。そのため、学部3年生には過大な内容だったと判断し、梱包実習は2009-2011年度の3回で終了とした。担当教員自身が3回の受講経験から必要な基礎的な技術は修得できて来たので、以降の学生への技術指導は教員自身が実施することとした。

現在、授業でおこなっている梱包実習は内容を簡素化し、①桐箱を真田紐で結ぶこと、②薄葉紙を用いた紙紐と綿布団の作成、③花瓶の梱包、④額装絵画の梱包、⑤板段ボールからの箱作り、の5点としている。学内実習の実技実習では上記の他に、紐の結び方、掛け軸や巻子の取扱い、和装本や折り地図の取扱い、一眼レフカメラと三脚の取扱い、コピースタンドを使ったガラスネガ（乾板）の複写など、専門分野を超えた共通性のある技術指導をおこなっている。

学生の志望は水族館が大半を占め、次いで動物園の希望者が多いのだが、掛け軸や巻子を実習に取り入れたのは、横浜市にある「馬の博物館」の館園実習で日本美術品の取扱いが必須となっていたことがきっかけであった。日本では近世から花鳥画が数多く描かれ、水族館や動物園など生体展示施設の企画展示では、生き物を描いた絵画や掛け軸を展示することも見られる。そうした場合、スタッフのなかで出番が来るのは飼育員や獣医ではなく学芸員の有資格者である。また、①の真田紐については日通の指導者から「これだけは出来た方がよい」と指摘された内容であることから実習を続けている。

2) 梱包実習に代わる核となる実習

梱包実習を止めたからには、それに代わる手応えとやりがいのある企画を提供しなければならない。そこで導入したのが博物館での展示である。それも大学での模擬の実習ではなく、実際の展示会場で一般向けの本番の展示を経験するのは緊張感もあり、学芸員養成課程の総仕上げとして相応しい。そのように考えたのが農大ロビー展の始まりだった。

網走は博物館が多い自治体で、市内には登録博物館が網走市立郷土博物館、網走市立美術館、北海道立北方民族博物館、博物館網走監獄と4館もある。このなかから展示会場やキャンパスからの距離、日頃からの付き合いを勘案して北海道立北方民族博物館に打診した。回答は、展示場所の使用が少ない12-1月のうち短期間であれば可能というものだった。展示会場となったのは「特別展示室（ロビー）」と呼ばれる場所である。実際にはロビーであり、出入口に鍵

表1 農大ロビー展のあゆみ

年度	期間	日数*	タイトル	会場	人数
2011	2012.1.14-22	8	ロビー展「農大生が見た網走」	北海道立北方民族博物館	270
2012	2012.12.8-16	8	農大ロビー展「網走寒国」(あばしりかんごく)	北海道立北方民族博物館	296
2013	2013.12.7-15	8	ロビー展「オホーツクの農大根性」	北海道立北方民族博物館	324
2014	2014.12.6-14	8	農大ロビー展「網走川」	北海道立北方民族博物館	406
2015	2015.12.5-13	8	第5回農大ロビー展「近藤典生と自然動植物公園」	北海道立北方民族博物館	644
2016	2016.12.3-18	12	第6回農大ロビー展「食べられる虫たち」	北海道立北方民族博物館	422
2017	2017.10.12-19	7	第7回農大ロビー展「毒っていったい何なの？危険な毒から身近な毒まで」	エコーセンター2000	2,959
2018	2018.12.12-16	5	農大ロビー展2018「実験機具－台所から無菌操作まで」	エコーセンター2000	記録せず
2019	2019.12.7-17	11	農大ロビー展2019「網走の漂着物」	小清水ツーリストセンター	1,269
2020	2020.12.9-23	15	農大ロビー展2020「漫画で気付いた北海道の自然と文化」	小清水ツーリストセンター	1,575
2021	2021.12.11-21	11	農大ロビー展2021「お土産からわかる北海道の魅力」	小清水ツーリストセンター	1,025

*日数は公開日数で休館日を除いた日数

を掛けることが可能な特別展示場ではない。ロビーでの期間を区切った企画展示をロビー展と呼ぶことはしばしば見られ、北海道立北方民族博物館でもこの呼称を用いた展示を年に数回おこなっている。農大の学生によるロビー展ということから展示実習の名称は「農大ロビー展」と呼ぶこととした。名称については揺らぎがあり、初期のうちはタイトルに「農大」が入っている場合は「ロビー展」、無い場合は「農大ロビー展」という名称を使っていた。第何回という言い方もしていたが、回数を重ねてからはタイトルの後に西暦を置く形に落ち着いている(表1)。現在の会場は、小清水ツーリストセンターのギャラリーであるが、名称は当初のものを継続して使用している。1回目の農大ロビー展の開催は、2012年1月14-22日の8日間であった。この年のみ1月の開催で、以降は概ね12月の開催となっている。

博物館実習の授業としての展示といっても博物館や実際の展示場での展示である。資料収集や資料作成、グラフィックのデザインとテキスト作成、ポスター、期間内の普及事業の企画運営など、実際の博物館での企画展示と同様の準備が必要となる。本学の学芸員養成課程は受講料が13万円と高額で、その反映として課程の予算も比較的潤沢である。そのため、消耗品(=税込み10万円未満の品)の購入や資料の収集作成に必要な物品の購入も課程の予算でまかなえる。購入物品には事務方の配慮も得られ、たとえば土産品がテーマであった今年度の展示では、展示資料として用いた食品なども消耗品として扱われた。

3) 会場の変遷と特徴

現在までに、農大ロビー展の展示会場は3か所を渡り歩いてきた。2011-2016年度の6回は北海道立北方民族博物館、2017-2018年度の2回はオホーツク・文化交流センター(エコーセンター2000)アトリウム展示室、2019年度からは現在の展示場である網走の東隣の小清水町浜小清水にある小清水ツーリストセンターギャラリーで実施しており、今年で3回目となる。会場の展示会場としての特徴、使い勝手の評価、実習場所としての意義はそれぞれに異なる。

北海道立北方民族博物館は、登録博物館であり学芸員の指導が得られることが最大の利点であった。加えて、博物館用の展示ケースが使える、展示に必要な掲示具や工具類を取りそろえたキャストが用意されており、博物館での企画展示の実際を直に知ることができる。反面、ロ

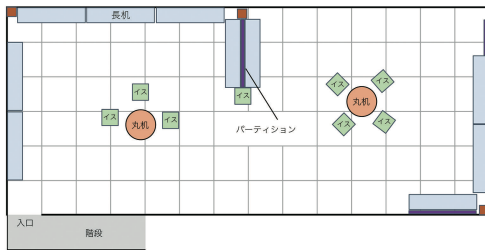


図2 現在の展示会場見取り図。1マスは90cm。矢印は図3の撮影方向（小清水町ツーリストセンター）



図3 コロナ前には一般向けの講座も実施した（2019年、小清水ツーリストセンター）

ビーが会場のため天井が高くてスポット照明のレールが無くライティングが学べないこと、会場設営には仕切り用のパーティションを大量に運び出して設置する必要がある、展示作業や列品とは直接関係のない会場設営に時間と労力を必要とするのが難点であった。さらに、他の展示や行事との都合で展示期間が8日間と短いこと、博物館の閑散期で観覧者数が少ないことも課題であった。

エコセンターは、アトリウムの上の天井が引く部分に設けられた展示スペースで、児童の絵画や書道作品、絵画や盆栽などの展示に使われる場所である。天井吊り下げ型のパーティションで壁の位置が変更でき、天井の電源レールからスポット照明が使える点は学生実習には適していた。特に大きな利点は、図書館を併設しており入館者が多いことであった。北海道立北方民族博物館での実績が296～644人だったのに対し、実際の観覧者数はわからないが、農大ロビー展開催期間中の図書館の利用者数は2017年で2,959人と桁違いに多かった。しかし、柱が大きく目障りなこと、展示室やケースに博物館らしさが無いこと、照明器具が少ないこと、展示場所の利用者が多く会場を分け合う場合には面積が狭くなること、といったマイナス点があった。

小清水ツーリストセンターギャラリーは、前2者と異なり商業施設の2階にある。展示会場のギャラリーは小清水町観光協会が管理しており、場所は小清水町が誘致したアウトドア用品店モンベルオホーツク小清水店の階上となっている。建物自体が2018年4月のオープンと新しい。ギャラリーの面積は81平方メートルで展示実習には適切な広さである（図2）。壁面には展示用の吊り下げレールがあり、天井部分にはLED照明用の電源レールが設置されランプの数も十分で使い勝手がきわめてよい（図3）。窓があるので駐車場から展示の様子が見え、逆サイドの店舗側は手摺りで吹き抜けのようになっており、空間に変化がある。問題点は、壁やパーティションに画鋸や虫ピンが使えないことである。ここでの展示はレールからワイヤーで吊り下げる形式なのである。この点は後述するとおりスチレンボードの使用で解消した。最大の問題は大学から車で25分、バスで30分と遠いことである。

これら3つの会場の特徴について、表2で詳細をまとめた。

2. 農大ロビー展の進め方と展示の実際

1) 展示テーマの選定

ここからは毎年の農大ロビー展の進め方を時系列的に示していきたい。本学部に博物館は無く、課程としてもコレクションを持たない。また、学生の手作り作品の陳列でもない。そのため、ロビー展での展示はその都度テーマを設定して資料収集から始めることになる。テーマの設定は、展示に積極的な学生が居れば彼らの意見が採用されることが多く、居ない場合は多数決となる。学生主体の展示であるので、熱心な学生の有無が展示の善し悪しに直結し、年による展示の見応えの差が生じている。

学術情報課程の履修学生とロビー展との関わりは、1年生と2年生の授業で3年生が手掛けた農大ロビー展を見学することから始まる。その後、2年生科目「博物館展示論」の最後のレポート課題として、3年生になったら取り組む農大ロビー展のテーマや内容を考える。現在のレポート課題は、①展示のタイトル、②主旨や目的あるいは目標、③おもな展示資料(5点以上)、④ぜひ展示したい資料とその説明、⑤実現するうえでの課題、⑥会場見取図としている。手書きが基本であるが、昨年度(2020年度)は遠隔授業であったためワードファイルによるデータ提出とした。以前は会場見取図を省き、エクセルファイルへの入力、データ提出としたこともある。なお、昨年度は1年を通して遠隔授業であったが、後学期は学外の見学が認められ1-2年生の授業で実施する農大ロビー展の見学は実現している。

レポート課題の回答は、3年生科目「博物館実習」の最初の授業ですべての回答を投影して紹介し、2回目の授業からテーマ選定に入る。選定の方法は、教員が重複などを整理したタイトル案の一覧を示し、挙手により上位複数を選別する。本来はテーマとタイトルは別であるが、学生にテーマとタイトルを別に求めても上手く行かず、分かり易いタイトルを回答させることにしている。挙手の回数や選別テーマ数は状況により変化させ対応している。ひとり1回のことは少なく複数回挙手させることが多い。3-5程度に絞られたタイトルについて発案した学生が教壇に立ち、レポートの回答を投影しながら説明をおこなう。その後、最終選考を挙手でおこなうという手順としている。その後、展示の直前に実際に使用するタイトルを再度考えるようにしている。しかし、学生側からタイトルを考え直して改めることは見られない。教員が改定案を示すと、それをそのまま受け入れる。

タイトルの選定、すなわちテーマ選定は学生のやる気を大きく左右する。選定されたテーマが希望と異なると落胆してやる気を無くす学生が見られるので、授業では「どんな展示テーマであっても、希望の展示は可能である」と説明している。たとえば、自分の興味ある内容をテ

表2 農大ロビー展の展示会場の比較

会場	開館年	設置者	所在地*	展示場所	面積m ²	周囲の仕切り	照明	備考
北海道立北方民族博物館	1991	北海道	網走市天都山	特別展示室(ロビー)	390	移動式パーティションをその都度設置	水銀灯天井全体照明	使用面積は半分以下
エコーセンター2000	2000	網走市	網走市市街地	アトリウム展示室	101	壁面1面、残りは天井吊り下げパーティション	ハロゲンスポット照明	使用面積は半分以下
小清水ツーリストセンター	2018	小清水町	小清水町浜小清水	ギャラリー	81.6	壁面3面(内1面の半分はガラス窓)、吹き抜け1面	LEDスポット照明	壁面やパーティションに画鋏禁止

照明は展示当時。*所在地は住居表示ではなく地域の一般的な認識に従ったもの

ーマに関連づけて展示したり、反例として紹介することができること、また、囲み記事のように独立した展示コーナーとすることが実現可能であることを伝えている。

展示テーマの設定で問題なのは、どの学年も発想することが似通っていることである。学生が提案するテーマは初回のテーマ「農大生が見た網走」に収斂してしまう。学内の展示であれば実習を主体に考え、展示内容や展示としての面白さは二の次とすることも可能であるが、農大ロビー展は地域の博物館や展示施設を会場としており、地域住民へのアピールを考える必要がある。過去の企画展示の内容など、会場とする施設の都合も考慮しなければならない。毎年12月に同じようなテーマで開く企画展は飽きられてしまい、博物館の評判を落とす結果にもつながりかねない。そこで、学生にはテーマ設定の留意点として、①過去の展示との重複や間隔、②近隣施設との重複や間隔、③日本国内の流行や傾向、などに配慮すること、タイトルの文言は、④目で見て印象的、⑤耳で聞いてわかる、⑥検索に適切、といった点が肝要と注意している。たとえば、サケやマス、ホタテ、流水などオホーツク地方で人目を引く題材は、網走在住3年目の学生より網走住民の方が詳しい。学内での展示であれば学生が精一杯調べました、という展示も可能であるが、農大ロビー展は一般に向けての展示であり、来館者が満足する内容が求められる。それにはテーマ自体に新規性を持たせること、そうでなければ新たな視点での展示構成や解説が必要とされる。

こうした点に留意した展示テーマとして「毒」や「実験器具」を採用したことがある。一度だけのことであるが教員の発案でテーマ設定をしたことがあり、1960-1970年代に農大の名物教授だった近藤典生とバイオパークをテーマにした展示を2015年におこなった。2011年度からの展示テーマと展示資料は表1のとおりである。

2) 班での進行

上述のとおり農大ロビー展は既存のコレクションの展示ではなく、毎年新たに設定するテーマに基づき資料の収集や作成から始めることになる。これら展示に向けた準備作業は班単位でおこなっている。他の方法も何回か試したが班での進行がうまくいく。たとえば班を作らず、学生ひとり1人に展示室全体の構想や展示資料の一覧を求めたことがあったが、めぼしい回答は得られなかった。展示テーマのなかの一分野に特化した内容であったり、通り一遍で目新しさや特徴のない羅列や具体性に乏しい回答になってしまう。意見を求めても発言はなく、議論にならない。一方、班分けをして担当する展示コーナーを決め、班単位に席替えをすると自然と会話が始まる。

なぜ班が有効なのか。班に編制することは、気心が知れた仲間だけで会話ができるため、責任範囲が明確になること、担当部分以外は何もしなくてもよいこと、などから安心感が得られ、会話ができるようになり作業が進むと推測している。また、班という言葉が小学生以来親しんだ学習方法であり、席替えもまた小学校の一大イベントである。それら学校の記憶も積極的な取り組みを促す要因なのかも知れない。

班の人数は、学生どうしの協力や分担を期待して4-6人程度が適していると考えるが、過去にはこれだけ人数が居ても多くの班員が仕事をせず、実質1人で展示を作成するケースあった。そのため、今年度は、最大10班として人数は条件を付けなかった。10班としたのは、班の

数が展示コーナーの数となることから、展示会場の場所割りや作業場の都合による。すると1人で作業する男子学生が2名現れた。班での作業を機会に友人づくりができれば理想的だが、実際には他人との共同作業が苦手と避けたい学生もいるので、1人班として展示を進めてもらった。結果、彼らの展示は多人数の班と比較して遜色ない物に仕上がっていた。

教員からすれば学芸員養成課程の受講学生は1年生から同一メンバーの一団として認識している。しかし、受講学生からすれば見知った学生が数人という状態が3年間継続する。知らない人ばかりのなかで孤立することもあるだろう。本学の実情に即して話せば、4学科のうち履修者が0～数名という学科が2つあり、うち1学科は0～1名で大抵は女子である。彼女はひとりであるので、他の履修者のなかで孤立気味の女子と親しくすることが多い。そして、履修学生のなかで新たな友人を作ろうとすることは稀である。

3) 作業期間と展示の実際

3年次の4月にテーマを設定してから12月の開催まで8か月間の時間がある。博物館実習の授業内容は、前期は3年生夏休み以降の館園実習に備えた前述の実技としており、授業でロビー展の準備に取りかかるのは後期開始の9月下旬からである。そのため、資料の収集や写真映像の撮影で季節に限られる内容については自主的に着手するように案内している。しかし、実際に夏から取りかかった例は、野鳥の鳴き声の録音など過去に数える程しか無い。さらに、10月第2週の連休が本学部の学園祭であるため、実際にロビー展の準備に専念するのはその後となり、時間にして2か月である。それでも2か月という時間があれば相当程度の資料の収集や作成が可能であるが、現実には11月後半になって本腰を入れる学生が大半で、少し時間を掛ければ実現する資料収集や聞き取り、文献調査などに取り組む学生は皆無である。教員としては展示の機会を利用して、つまり大学からの義務的作業を名目に普段は近づけない企業や地域の人へのインタビュー、教員の知識や経験を利用した詳しい調査をして欲しいところである。

展示資料の収集は、自然物の場合は採集によるが、実店舗やネットショッピングでの購入品が多く見られる。とくに今年度は土産物がテーマであったので、展示資料のほとんどが購入品だった。逆に2019年度は海岸漂着物がテーマであったので、展示資料のすべてが採集や採集物

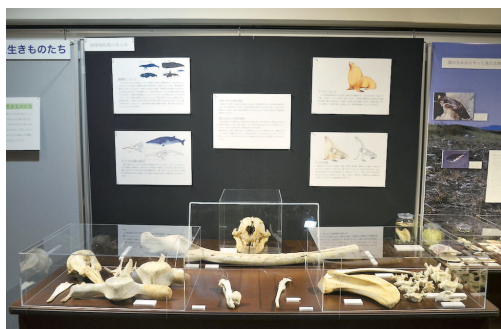


図4 海岸漂着物がテーマのときには個人コレクションや友人のコレクションも展示。中央はアクリル板の衝立で周囲をシリコンチューブで覆っている(2019年)



図5 この年の展示は、約80km離れた標津サーモン科学館から展示の希望があり、年明けから展示された



図6 「漫画」がテーマでも、作中に登場する生き物という位置付けで個人採集した海洋生物の写真を展示した。図鑑なみの出来映えである

の写真や映像であった。この年は漂着物採集（ビーチコーミング）を趣味とする学生が複数いて、自己のコレクションを展示したり、採集中間の所有品を含めて展示した（図4、5）。翌2020年は漫画がテーマであったが、作品中に登場する生き物として自分で採集を続けてきた海洋生物の写真を用いて、図鑑なみのグラフィックやスライドショーを作成した学生がいた（図6）。これは、テーマに関わらず好きな内容が展示

できることの好例であろう。

展示に用いる写真は、残念ながらダウンロードに頼りがちである。この傾向は近年より強くなったように感じている。以前であれば前期の実習で用いた一眼レフカメラや、別に案内している水中カメラの貸出希望があったのだが、この3年間は皆無である。スマホのカメラが高画質化したため、多くの学生はスマホで撮影することで満足し、一眼カメラなど本格機材に関心を持つ学生が極端に減少しているように感じる。使用の許可では、外国人あてに英文メールを書かせ、すぐに返事をもらって晴れて展示した例がある。学生にとっては良い経験になっただろう。

農大ロビー展の展示は、学生の趣味活動や個人コレクションに依存する面も大きい。そして、自主的に資料収集をしてきた学生にとってはコレクション公開の絶好の機会となる。このような学生個人の趣味や活動の展示は授業の範囲を逸脱しているものの、地域での一般向けのイベントとしては重要な部分と考えている。

グラフィックやキャプションの印刷については、パソコンの普及度合いに応じて変化させてきた。ロビー展を始めた10年前はパソコンを所有しない学生も一定数いたので、班にタブレットを貸し出して資料リストなどを入力していた。入学時にパソコンは購入したもののワードやエクセルをインストールせず、一度も使っていないという学生も見られた。パソコンを持たない学生には図書館の据付端末や貸出機材を用いることもあった。これら大学が用意する学生用のパソコンはアプリのインストールが許可されておらず、課程が所持するプリンタに対応しないことがしばしば見られた。そのような状況から印刷は教員が使用するパソコンからおこなっていた。教員はマッキントッシュを使用しているのに対し、学生はウィンドウズが大多数である。OS間でのフォントの違いやレイアウトのずれを防ぐため、学生は作成した印刷データをpdfに変換しUSBメモリで受け渡しをするという手間の掛かる方法を用いていた。

近年は状況が異なる。学生のパソコン所持率が100%となったので、一昨年から印刷は学生のパソコンから直接おこなっている。その場合、プリンタドライバのインストールが必要となる。これまでの経験では、印刷をしたすべての学生がプリンタドライバのインストールは初めてであった。これも展示実習による、実践的なパソコン使用の経験となる。印刷はどうしても締切直前に集中する。そのため、主要機材のA3インクジェットプリンタは同一のものを4台用意して作業にあたっている。大型のA0ロール紙プリンタも1台あるのだが、学生からの

使用希望は少ない。2019年の展示では、展示資料が小型であったり地味な場合への対応として、教員の発案で背景に壁一面に背景写真を印刷して掲示した（図3、後出図11）。このような背景を賑やかにする方法も推奨と案内しているが、学生からの希望はほとんどない。背景写真とiiつつA3パネルを用意する学生がいたりする。後述するが、学生は映像（動画）に10インチ程度の小型ディスプレイを好んで用いる。スマホ世代の特徴なのかも知れない。

4) 展示の方針と学生の癖

ここからは展示の方針を述べてみたい。方針は、ひとことで言うに「自由」である。よく言えば学生の自主性を尊重、悪く言えば無方針というところか。もちろん安全の確保が前提にあり、そのうえでの自由である。安全の確保では、破損や盗難の可能性が高い資料、においが強い資料、液浸標本など液体を用いた資料の展示にはケースを使用するように指導している。列品や展示作業をするのが初めてという学生が場合も多く、経験があったとしても学園祭やアルバイト先でのポップ程度であり、学芸員養成課程の3年生であっても博物館との常識は十分に体得した状態ではない。そのため、博物館の展示では見られないような個性的な展示方法やグラフィックが登場することもある。たとえば、今年度の展示では展示壁面に簾を用いた班があった。他に義務付けている展示物として、展示コーナーを示すサインとコーナー全体を解説したグラフィックがある。経験上、これらは教員からの指示が無い場合、学生が自ら作成することはない。以下、個別の事項について記す。

フォントは自由

フォントについては、書体もサイズも学生が自由に選択している。教員からの指示は、①読めること、読みやすいこと、②班の内部では統一性を持たせること、の2点のみである。サイズについては、壁面に置いて離れて見るグラフィックならば大きめ、顔を近づけて見る資料の横に置くならば小さくてもよい、と曖昧な返答をしておき、さらに聞かれた場合は壁面ならば28-36ポイントが通常と回答している。実際の展示ではサイズが小さすぎる場合も見られる。これも、他の班のグラフィックとの比較によって、自分たちの書体の選択を評価する経験になるのでかまわないと考えている。

書体は、自由といってもほとんどの学生は明朝体かゴシック体を選択する。注意事項は別にある。それはフォントの選択と太字の設定である。明朝体やゴシック体といった同一書体でもフォントによって見た目が異なる。基本線はMSフォントを使用禁止としていることで、ウィンドウズならば『伝わるデザインの基本増補改定版』（高橋・片山 2016）が推奨する游書体、マッキントッシュではヒラギノ書体を使うように指示している。太字の設定では、ほとんどの学生が太字をメニューバーのBボタンで太らせるアプリケーションの装飾機能を使っている。しかし、これでは標準の太さ

図7 太文字はアプリケーションの装飾機能を使うとデザインが崩れ見栄えが悪い（左）。同一書体のウェイトで調整するとフォントの本来のデザインが活かされる（右）游明朝体

のフォントの周囲を塗りつぶした形になってしまい、払いや明朝体なら縦横の線幅の違いなどフォント本来のデザインが活かせず不格好な文字になってしまう（図7）。見分けは慣れていない学生には難しいので、すべてのグラフィックに教員自身が目を通し、同一フォントでウェイトが異なる書体を選択しているかどうかについてチェックしている。これらフォントに関する注意点については、3年生前期の授業「博物館・情報メディア論」で触れており、ウェイトの選択とBボタンによる装飾の違いを投影して見せている。しかし、講義では伝わらないようで、実際の展示を意識してグラフィックを作成し、大きいサイズのフォントで印刷し、見比べてみて初めて実感するようである。

なお、『伝わるデザインの基本』はウェブサイトから生まれた書籍であり、元となったページは現在も閲覧可能である。

伝わるデザイン | 研究発表のユニバーサルデザイン <https://tsutawarudesign.com>

ワードを推奨

グラフィックを作成するにあたり、何も指示しない場合は大多数の学生はパワーポイントを使ってしまう。しかし、パワーポイントは投影用のソフトであり、用紙サイズや余白の設定という概念を持たない。初期設定では、テキストボックスの大きさを変えるとフォントサイズが自動変更される。これでは1つのグラフィックの内部でさえフォントサイズが不統一となってしまう。これも講義科目で触れているが、学生には定着しない。なぜ使うのかを問うと、図形の挿入や変形がやりやすいと答える。筆者の使用感ではワードもパワーポイントもあまり変わらないと思うのであるが。言えることは、ほとんどの学生はソフトを使いこなす、使えるようになることに労力を掛けるより、より安易に使えるアプリに流れるという志向を持つことである。このような状況であるので、キャプションの印刷に差し込み印刷（ラベル印刷）が便利と案内しても、使おうとする学生はこれまでのところ皆無である。

パワーポイントについては、気になる点が他にもある。この商品名を一般名詞のように使う教職員がほとんどであることだ。プレゼンテーションソフトという一般名詞を知らないためと邪推する。マッキントッシュを所持する学生でも、無料で付属するアップル社製のプレゼンテーションソフトを使わずにパワーポイントを使っている。これは高校でも同様にパワーポイントを一般名詞として用い、他の選択肢が無いと生徒に思いこませているのではないだろうか。

ケースや掲示器具など新たな器具への関心は薄い

本学部の学芸員養成課程の履修生の大半が水族館や動物園を志向しており、なかでも水族館が多い。そのためか、アクリル製ケースやステージの価格や購入先への関心が薄い。農大ロビー展を始めた頃は、物品の購入も学生が購入することを奨励していた。展示に必要な物品はケースやステージ、掲示器具から学生がネット情報などから選択し、自ら購入手続きをおこなうという形式を描いていた。上述のとおり課程の予算は比較的潤沢であるので、1点1万円までを目途に購入可能で、必要ならば消耗品購入の上限である1点10万円未満まで可能なこと、立て替えが困難な金額ならば教員が直接購入手続きすると伝えてきた。ところが現実には、専門的な品物や凝った物を購入することはほぼ見られない。逆に目立ったのは100円ショップでの

購入、不透明水彩絵の具や模造紙といった小学生から馴染みのある商品だった。

印刷媒体も布を用いてバナーも可能と伝えている。2年生は、「博物館展示論」で近隣の博物館の学芸員を外部講師に招き、バナーの実物を用いた授業を受講した際、関心を示したり「購入できるのか」と質問する学生は毎年数人いる。ロビー展の見学時にも、展示室でバナーを使うのは可能なのかと聞いてくる学生がいる。それに関わらず、実際にバナーを展示したことは一度も無い。興味はあっても新たに購入するとなると尻込みしてしまうようだ。おそらく、印刷用の布を新たに購入するのではなく、先に用意しておけば使用するのだと思う。学校が準備していない物品、それも何万円もする高額商品を新しく自分の意思で購入するという点が障壁なのだろう。

お金は節約志向

本学部の学芸員養成課程の履修学生は、節約的な金銭感覚を持っているようである。農大ロビー展は授業の一部であり、必要な物品は大学の資金で購入できるとわかっていても、日頃の金銭感覚から離れられずに居るように感じる。本年の展示テーマである北海道の土産物では、学生が購入した商品の単価は高く数千円である、1点1万円を超えた買い物は食品サンプルが1つあっただけである。これまでに最も学生自身が楽しんで沢山の物品を購入した例は、2013年のご当地カレーについて全都道府県分を購入した事例だったかも知れない。この年、オホーツクキャンパスの3年生には全都道府県出身者が存在していたので、47都道府県出身者から方言インタビューをまとめた映像とともに展示した。カレーは担当した学生たちがすべて味わった。

展示資料のうち食品など将来にわたり学芸員養成課程での利用が見込まれない物品については、その展示コーナーを担当した学生の持ち帰りとしている。このことは準備段階では明言せず、展示撤収時に伝えるようにしている。その一方で、展示実習に取り組むにあたり「13万円の元を取るように」と檄を飛ばしているのだが、そのような考えには至らないようである。学生にとって大きな障壁は、物品の購入については事前に教員の許可を得ること、という条件かも知れない。日頃から学生と接するときには、「なぜ?」「理由は?」「根拠は?」と疑問を投げかけているので、高価な商品や数多くの購入は説明するのが面倒と感じるのかも知れない。一方、少数ながら購入物品を数多く要求してくる学生は、成績も良く積極的で受け答えもハキハキしている「コミュニケーション能力」がある学生である。どうしても積極的な学生ほど学びの機会も実利も大きくなってしまふ。

5) 展示の機器や資材

最後に、これまで農大ロビー展で用いてきた展示器具と現在の展示会場である小清水ツーリストセンターにおける展示の工夫を述べてみたい。展示会場は小清水ツーリストセンターのギ



図8 2年生科目「博物館展示論」でロビー展の見学直前に用いる授業資料。展示のコツと機材を解説している

ギャラリーであるが、ここでの展示の想定は絵画や写真、行政のパネル展示が主体のようで、展示ケースなど資料展示に必要な資材は用意されていない。展示台は、おもに会議用の180×45cmの長机を用いており、直径80cmの丸机も必要に応じて使っている。長机の天板は木目調で、何も敷かずにそのまま列品することが主体であるが、布やビロード紙を敷いて使うこともある。

ロビー展の使用器具については2年生科目「博物館展示論」で解説している。インターネットで公開している2020年の資料では第10・11講分となる（図8）。

<https://nodaiweb.university.jp/muse/text/tenji2020/tenji2020.html>

プリンタと用紙

主要機材は、1台3万円程度のA3インクジェットプリンタCanon PIXUS iP8730である。6色機でカラー5色は染料、黒は顔料であり、文字を印刷した時にエッジが鋭い。大型のA0ロール紙プリンタはEPSON SC-T5250を使っている。2016年の購入価格は、本体28万円（税込み）、ハードディスクと搬入設置作業代を含めて計47万円（税込み）だった。こちらは顔料4色であるが、展示での印刷には十二分の性能を持つ。購入前にエプソンのショールームから複数機材の印刷見本を取り寄せたが、見た目には多色機との差がわからなかった。顔料インクの耐光性は実際に高く、外光が入る研究室に10年間掲示し続けたポスターは、現在でも色鮮やかである。もちろん直射日光にさらされる場所ではないが。経験では、退色の状況はインクの違いよりも印刷用紙による差が大きいと感じる。マット紙への印刷では、顔料インクでも退色が早いと感じている。

グラフィックやキャプションに用いる印刷用紙は、写真用紙を3種類、その他にマット紙などの高品位紙も複数種用意しておき、選択については学生の自由としている。ただし、フォントと同様に班内部では統一感を出すようにと指示している。教員からは、展示解説グラフィックであれば、キャノンの写真用紙「微粒面光沢ラスター」を勧めている。この用紙は、写真や文字も鮮やかに表現されインクの乾きも早く、取扱いにも優れているのが理由である。

ケースとステージなど

北海道立北方民族博物館では博物館用の展示ケース、エコーセンターでは簡易的な照明付きケースが用意されていたが、小清水ツーリストセンターにはケースが無い。そのため、3mm厚アクリル製かぶせケースをオーダーして用いている。具体的には「アクリルショップ・はざい屋」 <https://www.hazaiya.co.jp> の製品を用いた。

2019年11月に発注したケースは長方形と半球形のものであった。長方形のケースは、板厚3mmで下部が開放の「台座なし」の仕様で、幅×奥行き×高さの外寸（mm）と価格（税抜き）は下のとおりである。

420×300×150	4,580円
600×425×200	7,100円
300×300×300	3,470円
350×350×350	4,050円

半球形ケースは、商品名「アクリルドーム」で板厚2.8mm、外径300mmで、2,650円だった。また、「はざい屋」からはアクリル製小型立方体とステージも購入し、資料の展示台として使っている。商品名と外寸（mm）、価格（税抜き）は次のとおりである。

アクリルキューブ 30×30×30 400円、同 25×25×25 300円

アクリルステージ 25ミリ×100×100 1,080円

ケースに入らない大型の資料では、透明なアクリル板をカットして観覧者と資料を隔てる障壁として用いた。3×6版（1820×910mm）厚さ3mmのアクリル板をホームセンターでカットしてもらった。ただし、本学部がある網走では切断設備を持つ店舗がないため、購入場所は40km離れた北見市より遠方まで出掛ける必要がある。切断面は荒く尖っており、手を切る恐れがあるため、シリコンチューブに切れ込みを入れて被せることでカバーしている（前出図4）。

グラフィックの固定はスチレンボードに画鋲

前述のとおり、現在の展示会場である小清水ツーリストセンターのギャラリーは、壁面やパーティションに画鋲や虫ピンを用いることが禁止されている。ここでは、写真やパネルなどは壁面上部の展示レールからフックで吊り下げることが想定されているためである。展示資料は長机に陳列することが主体であるが、グラフィックは立った状態での視線の高さに掲示したい。そこで考えついたのが、7mm厚のスチレンボードを壁やパーティションに立てかけ、長机で押さえつけて固定する方法である。スチレンボードがたわむ場合は、隣り合ったボードを針長の長い画鋲で刺してつなぐ、あるいは展示レールから吊り下げたフックに引っ掛けている。こうすることで、スチレンボードに画鋲で刺して固定することが可能となった。軽量の資料であれば画鋲でスチレンボードに挿しておくことも可能である。重量物については、展示レールからのワイヤーフックを用いている。

今年度の展示では、新たに学生が考案したものとして簾を展示パネルとして使う方法があった（図9）。簾自体はワイヤーフックで吊り下げている。列品時に注意が必要なのは、学生はすぐに粘着テープを使ってしまうことである。セロファンテープや両面テープを会議机やプラスチック製品に用いるならば問題は少ないが、スチレンボードだと塗装が剥がれてしまう。博物館実習の授業や作業開始時には、塗装したスチレンボードには粘着テープは使用禁止と伝えているが、聞き逃しや遅刻して来て注意事項を聞いていない者が粘着テープを使う場合がある。本学部の学生は、何か作業を積極的に、あるいは自発的に進める人がいると、他の学生はその作業が指示とは異なると感じてもし注意したり口出しするのをためらう気質があり、気付くと両面テープが使われた後という場合がある。

農大ロビー展で用いているスチレンボードは、デュボン・スタイロ株式会社の「ウッドラック」パネルカラー7mm厚である。色はクリームを主体に、一部に黒を用いてい



図9 壁に立てかけたスチレンボードの手前に簾を置いて雰囲気づくり兼展示パネルとした



図10 デジタル顕微鏡は小型液晶を備えた映像機器として利用できる。充電式だがUSB式5W電源で直接コンセントから電気が供給可能

る。今年度は(株)アルテの「ニューカラーボード」白も使用したが、ウッドラックよりも反りが大きい印象があった。

購入したが使用例が少ない掲示用品には、プラチナ万年筆株式会社「プレパネ」がある。これは、貼り直し可能な弱粘着の接着剤を線状にコーティングして、OPP透明フィルムでカバーしたもので、

1970-1980年代の写真アルバムのページを独立させた掲示具である。ベース面は白灰黒の3色があるうち、黒のみを用意している。これを2014年に希望があったため購入したが、その後の使用は1回のみである。

映像機器

映像機器では、デジタルフォトフレームとデジタル顕微鏡を使用してきた。ロビー展では毎年スライドショーや動画などの映像展示をおこなっており、北方民族博物館を会場としていた2016年まではディスプレイとして大型液晶テレビや24インチモニタを用いていた。ところが、会場をエコーセンターに移した2017年以降は大型ディスプレイの要望がなく、もっぱら8-13インチのデジタルフォトフレームを用いている。

映像再生機器の進化は激しく、2016年まではコンピュータでの編集再生だったのが、2017年からはスマホで編集する学生が現れ、それに伴い再生機器も小型画面のデジタルフォトフレームが好まれるようになっていく。小型画面を用いる理由は、展示コーナーが狭いなどの都合によることもあるだろうが、それよりもスマホの影響が強いように感じる。また、展示を1-2年次に見学するので、自身の記憶や経験から小型画面の使用が再生産されるのかも知れない。デジタルフォトフレームの欠点は、高精細画面のモデルが無いことである。低価格商品として消費されているためと思われるが、画素数は長辺1024-1280pxで現在のスマホの1/4程度である。せめてフルハイビジョン程度の解像度が欲しいところである。

顕微鏡もデジタル化されて安価で照明と小型液晶を備える仕様となり、そのまま展示の映像機器として利用できる。価格は5-8千円程度で、破損や盗難があっても金銭的損失が少ない。ロビー展で用いた製品は、4.3インチ液晶、360万画素センサーというモデルである(図10)。これは充電電池を使用するのであるが、購入時のセットでは交流電源アダプタが付属しない。この点は、デジカメやスマホの5W電源とUSBケーブルがあれば解決する。いずれも汎用品で、他のメーカーのロゴが付いていても利用可能である。

3. 地域や学生の評価

1) 地域の観覧者の評価

今年度の農大ロビー展について、担当教員のつてを頼った地域の大人からの評価、そして課

程1年生の感想から展示全体に関連した内容を紹介したい。地域の人の評価は直接の知り合いからであるので、好意的な内容ばかりとなっている。一方、1年生の感想はさまざまである。学生の感想は世代の特徴か断定を避けた表現が目立ったが、ここでは言い切る形にした。文体は統一し、表現は簡潔な形に改めている。

道外出身者：30－50代6人の評価から

北海道の地理や文化に詳しくないが、資料の解説がとても丁寧で分かりやすく、初めて、もしくは訪れた回数が少ない人を想定しての展示だと感じた。しかし、解説に詳しいものと簡単なものがあり、資料調査にばらつきがあると感じた。

子ども目線の解説が一つもないため、全て自分が子どもに説明しなければならなかった。触れられる資料や手にとって商品裏面の説明を確認できる資料があれば、深く長く鑑賞できたらろう。

商品のレビューや食レポは学生目線で記されており、学生たちの北海道への愛着が分かった。現代の学生の感性を知ることができた。

展示された土産品の背景が知りたかった。そこが分かれば、北海道の文化や歴史をもっと理解できる。

道の駅に近いモンベルの店舗での展示は観光客をとりこみやすく展示場所として良いアイデアだと感じた。

道内出身者：30－50代5人の評価から

自分の地元の商品なのに初めて知った資料もあり、地元の魅力を新しく発見できた。

食レポや値段が記載されていたことで「買ってみようかな」と思った。

ワカサギ、タラなどの海産物、カーリングにちなんだもの、硝子細工、お酒などのメジャーなお土産の他に、上級者向けのマニアックなお土産があったのが良かった。農大生の物の見方というか、感じ方を知ることができた。

2) 展示を見学した1年生の感想

授業で見学した1年生には課題として感想を求めたので、文章を整理して掲載する。

道外出身なので観光客の感覚で鑑賞したが、お土産を通じて地元の歴史と文化を感じる事ができた。こうした展示は、地元の人が観覧しても「自分の地元にはこのようなものもあるのか」と、自分の地元の魅力を新しく発見できるだろう。

展示の中には商品説明だけでなく食レポや値段が載っているものがあり、「買ってみようかな」と思わせる展示がされていて良かった。

各商品の解説文を青い画用紙や簾に貼り付けることで、来館者の目を引くことができることが分かった。

カーリングや鯨の展示では、実物や大きいイラストが並べられていたのでイメージしやすく理解も深まった。

壁に解説文、台には見本というスタイルの展示方法が多く、統一感があったがやや退屈な展

示と感じた。

解説文が長く要点が伝わりにくい展示が目立った。解説だけでなくイラストや写真を多く使えば理解が深まると感じた。

実際に食べてみた感想が書かれあったのがよかった。味が全く想像できない人にとっては、他者の感覚を知ることができ、商品PRという点でとても良いと感じた。

展示・解説という点からすると、文中に話し言葉が目立った。親近感を持ってもらうためには良いかもしれないが、やはり解説文は「～だ」としたほうが良い。

漢字が多く、また漢字にふりがながなかったのも、もう少し幅広い年齢の来館者を想定した対応が必要だと感じた。

オホーツクにまつわる展示が多すぎる。一方で、実際にオホーツクで学生生活しているからこそその解説なども書かれており、農大生の視点が現れている。

入口すぐの最初の展示で農大の設立者である榎本武揚の写真があったことや、展示品の内容が加工食品に偏っていることが農大生らしい。

展示品の高さが腰の位置辺りにあることから、小さな子供でも鑑賞できる工夫が感じられた。触れたら危ないものに関してはしっかりとカバーがあるので文字を理解できない子供でも鑑賞できる工夫を感じた。

通常のポスターのような展示だけでなく、年表も展示することで丁寧に読むことなく重要な情報がわかりやすく理解する事ができたので、私たちの展示を行う際に利用したい。

個人的に流水ガラスの展示が非常に良かったと感じている。しかし、ライトの位置が客の立つ位置の後方から当たっており、本来ライトで綺麗に光る展示の価値を半減させていたように感じた。

狭いスペースのわりに多くの資料が展示されていると感じた。

2階に向かう階段の他に店舗のドアや壁などにポスターがあれば、初めての来館者もスムーズに会場に向かえると感じた。また、大型のポスターを大学以外の目立つ場所に多く貼れば、来館者を増やせると感じた。

最初の展示の前に「はじめの言葉」が展示してあったことで、展示全体のメッセージと内容を良く理解できた。

解説パネルの文字が小さくて見えづらいのが残念だった。小さい子どもや年配の人には伝わりづらい展示だと思う。

ロビー展の見学を通じて、「目立つ展示とは?」、「惹き付けられる展示とは?」という展示をする側の目線を意識することができた。今後自分たちが展示する側になった時は、誰もが目を引くような展示をしたいと思った。

4. 地域との関係

1) 図書館との共同事業

農大ロビー展は、これまで地域の博物館や公共施設の展示スペースで実施してきた。その意味では大学による地域行事といえる。なかでも施設との本格的な共同行事となったのは、2番目の会場となったエコセンターでの展示であった。ここでの展示は、まったくの偶然から

始まった。北方民族博物館での6回目の農大ロビー展を終えた時にマンネリ化が感じられ、学生の実習態度にも真剣味が欠けることが見られたことから、会場の変更を考えるようになっていた。そこにエコーセンターに入居する網走市立図書館の館長が突然に研究室を訪ねてこられ、毎年おこなっている「図書館まつり」に学生の参加を得られないか、たとえばそこで展示をするなどできないか、という話を持ちかけてきたのである。まさしく渡りに船と話に乗ったことからエコーセンターでの展示が実現した。しかも、テーマは大学側が自由に設定可能という。そして、図書館と農大ロビー展との共同企画として、図書館の蔵書から展示のテーマであった「毒」に関する書籍について、学生がピックアップして紹介するコーナーを図書館の閲覧室に設けるといふ。

非常に都合のよい話であったのだが、ひとつ気がかりな点があった。それは「図書館まつり」の日程が10月第3週の週末に設定されており、第2週に固定されている本学部の学園祭「収穫祭」の直後であることだった。この条件で学生に相談したところ了解が得られたので、2017年のロビー展は学園祭の後片付けの翌日が列品という日程で作業を進めた。学生によっては学園祭と準備作業が同時進行になったり、関わりがどちらか一方に偏ったりと、負担を掛けることになってしまった。

この形式での展示は、結果的には1年限りとなった。学園祭との日程が近すぎたことが一番の原因であるが、教員から見て最も問題に感じたのは学生の勉学意欲の喪失であった。10月のロビー展の終了後、学生は緊張感を失ってしまい、その後は講義にも身が入らないという現象が見られたのである。逆にいえば、学生にとってもロビー展は学芸員養成課程の集大成という意気込みで取り組んでいた証拠でもある。例年の展示は12月におこなっており、展示終了が後期授業の終わり近くになる。3年生後期の講義科目は「博物館経営論」1科目で、列品後の授業には水族館の館長を外部講師として招くなど、張り合いを無くすであろう学生に向けた工夫をしている。それらによって、3年生の終わりまで緊張感を保ったまま課程の授業を終えることができていたことを再認識することとなった。やはり農大ロビー展は学芸員の勉強の集大成として、実質的な授業が終わる3年次の12月に実施するのが適している。

2) 公共施設の有効利用

現在のロビー展の会場は、本学部が所在する網走市に隣接する小清水町の施設である。この施設は小清水町観光協会の管理で、事務局長は町職員が出向しているので、ここでの展示は小清水町との共同事業といえる。前年度まで在籍していた事務局長によると、小清水町が本学部と共同事業をおこなうのは農大ロビー展が初めてだという。地方の大学では地域との関係を意識することが多いと思われ、本学部も例外ではない。しかし、その関係はもっぱら所在地の網走市に限られてきた。ロビー展を実施するにあたり、小清水町の施設を選択したのは設備が適していたからであったが、結果的に隣接自治体と学部との関係構築につながった。あえて言えば、農大ロビー展は会場の稼働率向上にも役立っている。会場としている小清水ツーリストセンターのギャラリーは、夏の利用率が高い反面、冬は利用者が少ない。とりわけスキーや流水には早い12月の東北北海道は、観光客の入り込みが最少となる。そうした季節の展示であるので、



図11 子ども向けの漂着物探し体験コーナーは、親が店舗で買い物中の居場所として歓迎された(2019年、小清水ツーリストセンター)



図12 今年と昨年は展示を手掛けた学生がコミュニティFM「FMあばしり」に出演した。写真は昨年のも

施設管理側からしてもロビー展は歓迎のようである。開催初年の2019年には、管理者から展示に加えて行事の実施を希望された。この年のテーマは「海岸漂着物」で、熱心な学生が複数見られたため展示解説とアクセサリ作りを実施した(図3)。また、施設1階のモンベルの店舗には家族連れも訪れるが、親の買い物中は子どもが手持ち無沙汰となるため、子ども向けの展示として提案した漂着物探しの体験砂場は歓迎と快諾された(図11)。コロナの影響が大きかった2020年度は、12月に実施した農大ロビー展が年度最初のギャラリーの展示利用だったそうである。

3) テレビやコミュニティFMへの出演

現在の会場で展示を始めた2019年の展示については、NHK網走支局の取材を受けタ方のニュースのなかのオホーツク地方ローカル枠で放送された。このきっかけは、列品前に会場でポスターを見かけたNHKの支局員が興味を持ち、連絡をしてきたことであった。取材は列品作業の日に実施され、ポスターを制作した学生がインタビューを受けた。放送はオープンの3日後の週末と早かった。次年度以降はこちらから連絡したが、放送枠が埋まっているという理由で取材自体が断られている。テレビに取り上げてもらうには、報道機関の側に興味を持ってもらうことが肝要と再認識している。

コロナで不自由な状況で準備開催した2020年の展示では、コミュニティFM「FMあばしり」のタ方の番組に学生男女合わせて6人が出演した(図12)。この出演は、FM局のツイッターアカウントに長文写真付きダイレクトメッセージを送ったところ実現した。メッセージを送ってから返事が来るまで3日以上掛かったが、返事が来たら放送まで3日しかなく、心当たりの学生に個別で電話連絡とメールで連絡し、そして放送前日の授業で説明と出演の確約を取り付けるといった慌ただしい動きとなった。事前の打ち合わせでは30分という話であったが、実際には40分程度の長い時間を使って放送がなされた。放送は週末をはさんで撤収の1週間前であった。コミュニティFMへの出演は今年も実現し、今年は本学部の学生がパーソナリティを務める番組に男子学生2名が出演した。

新聞では、北海道新聞の地方面に毎年掲載されている。

おわりに

現在の学芸員養成課程では、学内実習の総仕上げとして展示をおこなうことは一般的と思われる。実施については課程年報で報告されているが、年報は外向けの媒体であり、現実を飾らずに出す内容にはなりにくい。全博協紀要の読者は学芸員養成課程の教職員であり、実情についての内輪話が許され则认为している。本報告も手の内をさらけ出すような内容としたが、それでもきちんとした身なりで振る舞っている。課程の授業や実習に関して、全国大会や部会が対面で実現したときには、明け透けな話ができるようになりたい。本報告がその下敷きになればと願っている。

これまでの農大ロビー展の内容については、ウェブサイトや課程年報「博物館と学芸員を目指す」に掲載しており、これらは下記から閲覧可能である。

課程年報 <https://nodaiweb.university.jp/muse/nempo/nempo.html>

これまでの農大ロビー展 <https://nodaiweb.university.jp/muse/lobby.html>

引用文献

高橋佑磨・片山なつ. 2016. 伝わるデザインの基本 増補改訂版 よい資料を作るためのレイアウトのルール. 技術評論社, 東京. 240pp. (2021年に増補改訂第3版が発売されている)

中村耕作. 2021. 学芸員課程における地域資源の利活用の現状と課題. 全博協研究紀要, 23: 17-29.