小規模資料館における企画展のあり方についての考察と実践

宮崎市天ケ城歴史民俗資料館

学芸員　岡野 愛

研究成果の概要：年間４回の企画展を行う中で、来館者は何を期待して来館しているのかを考察した。そして、年度最後の企画展である「古い道具と昔のくらし」において１年間の考察を踏まえた企画展を実践した。その結果、来館者が当館に求めていることは、単に展示を見るだけでなく、体験等から知識を習得することや、館が発信する知識を持ち帰えることに需要があることが分かった。

１．研究の背景

博物館とは歴史、芸術、民俗、産業、自然科学等に関する資料を収集、保管、調査研究、展示し、また教育的配慮をもって市民・公衆の教養、調査研究、レクリエーション等に資するために必要な事業を行う機関である。(博物館法より)

天ケ城歴史民俗資料館は、宮崎市高岡町に関する歴史・民俗資料の収集・保管・調査研究・展示を行うミッションを掲げている。いわゆる地域に根ざした小規模資料館である。

現在、あらゆるサービスを提供する博物館施設が増加する中で、経費削減とサービス向上のジレンマを抱えながら運営している施設は多くある。当館もまた、同じ状況である。

２．研究目的

近年、博物館施設において、常設展示の更新や特別展･企画展の開催だけでなく講座、ワークショップ、授業支援等あらゆるサービス提供が増加している。

本研究は、来館者が展示物を見て自ら考え、知るおもしろさを発見する仕掛け（＝魅力）を作るために来館者の動向を分析し、魅力ある企画展の実施に向けての研究である。

３．研究の方法

(1)収蔵品の適切な保管・管理

(2)満足度調査（アンケート）

(3)展示技術の習得

４．研究成果

(1)収蔵品の適切な保管・管理

収蔵品の把握を行うために、収蔵品目録を見直し、収蔵資料の受入方法（寄贈及び寄託）の確認を行った。収蔵資料には受入の際にタグ付けを行うが、寄託資料及び、タグ付けが完了していない資料に関してはタグを付けた。

企画展が開催されていない期間を利用し、当館の収蔵品である古民家模型の展示を行った。この古民家模型の展示は、平成 24 年度の企画展「ふるさとの民家-日髙善一作品展-」で展示した模型で、現在は当館の寄贈資料として保管している。

写真：企画展が開催されていない期間の様子

企画展以外での入れ替え展示の例として、九州国立博物館が月替わりで収蔵品１点を展示している。

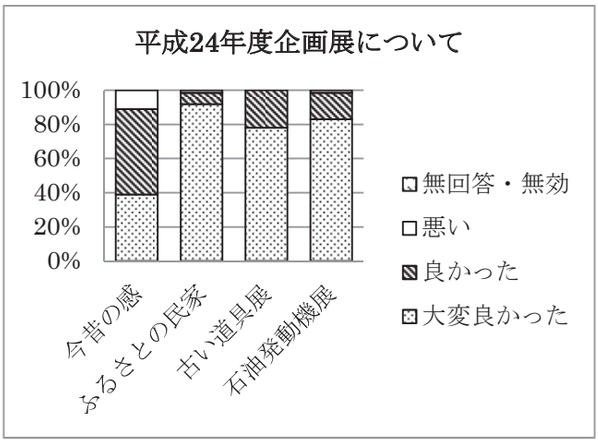
ただし、当館では毎年の燻蒸を年１回しか行わないため、多くの収蔵品を出し入れすることが難しい。収蔵資料の状況や展示方法を考えながら実施に繋げていきたい。

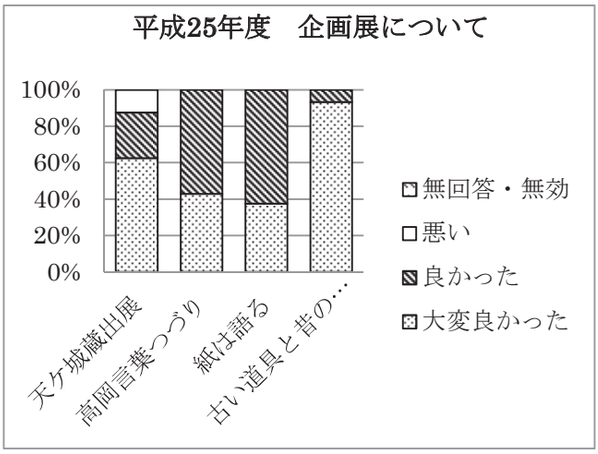
(2)満足度調査（アンケート）の結果

平成25年度途中より協会統一のアンケート用紙を使うことになった。A4用紙の裏表に記入するようになっているが、設問の多さから全て答えている記入者が少なく、正確なデータ収集とはならなかった。また、全体的にアンケート回収率も前年度と比べ低かった。

アンケートの記入場所は、事務所の入り口付近に設置しているが、来館者が記入しやすい環境ではなかったと感じた。多くの回答をしてもらうためにも、アンケートの様式と記入場所の改善を行わなければならない。

アンケートだけでなく、来館者から直接、意見をいただくこともある。例えば、高齢者の方からは、企画展の展示物名の一覧表や図録が欲しい、小学生の保護者の方からは、昔の遊び道具を置いて欲しいなどの意見があった。どちらも来年度から可能な限り実施したい。





(3)新しい展示技術の習得

①企画展示室への導線

平成25年度の夏の企画展「高岡言葉つづり」（7月27日から9月29日）では、薩摩らしさを残す高岡地区の独特な方言についての展示を行った。しかし、絵画や民話のパネルの展示のみで、他の企画展と比べて目立つ企画展ではなかった。そのため、来館しても企画展が行われていることに気付かない来館者が多く見られた。そこで、「どこから来ましたか？」とタイトルをつけた日本地図と宮崎県の地図を企画展示室の近くに掲示した。この地図は、来館者が来た場所にシールを貼るもので、多くの来館者（特に子供）がその掲示に目をとめシールを貼っていた。そうすることで、企

画展示室に近づくきっかけができ、展示が行われていることに気付いてもらえるようになった。

写真：企画展「高岡言葉つづり」の様子

写真：シールが貼られた宮崎県の地図

この方法は、ランドマークの代わりになるだけでなく、来館者に手間をかけずに本音を聞き出す方法として有効だと考えられる。今後も、企画展示室への誘導や、来館者の満足度調査の方法としても利用していきたい。

②キャプションの工夫

一般的な博物館・資料館では、キャプションの文字に明朝体を使うところが多いが、当館では企画展のイメージに合わせて、キャプションの見出し等にフリーフォントを使用した。

「高岡言葉つづり」

図1　企画展「高岡言葉つづり」では、「切絵字」を使用し、物語を語るようなイメージを表現した。

「紙は語る」

図2　企画展「紙は語る-高岡の紙資料たち-」では「りいてがき筆」を使用し、古文書に書かれた文字（筆文字）をイメージした。

「古い道具と昔のくらし」

図3　企画展「古い道具と昔のくらし」に使用した「あんずもじ」で子供向けであることを表現した。

その結果、来館者から「文字が良い」、「イメージと合っている」、「見やすい」との声があった。ただし、企画展の「ごあいさつ」文は、館を代表しての挨拶であるため、明朝体を使ってメリハリを付けている。フォントを上手く使い分けることで、企画展の雰囲気作りができたのではないかと考える。

また、企画展「古い道具と昔のくらし」においては、キャプションの情報量を意図的に減らした。この企画展は、小学校3年生の社会科の内容と連動しており、毎年、会期中は多くの小学生が来館している。キャプションの情報量を減らすことで、昔の道具に対して想像力を伸ばすことができるのではないかと考えた。しかし、学習目的で来館した小学生の中には、物の特徴等には関心を持たず、キャプションを写すことだけに集中している児童

もいた。キャプションの情報量については、さらなる工夫が必要だと感じた。

③体験型展示物

当館では昔の生活道具をテーマにした企画展を毎年冬に行っている。この企画展では、例年、来館者が民俗資料に直接触れることのできるコーナーを設けていた。しかし、資料の劣化が見受けられたため、今年度はそのコーナーを廃止することにした。

その代わりに、行灯の明るさが体験できる暗室をつくり来館者に体験してもらった。ただ明るさを体験するだけでなく、暗室内には当時の教科書（複製）を置き、どの程度の明るさだったのかが分かるよう工夫した。

写真：行灯の明るさを体験する子供たち

また、小型精米器を使った精米体験や、マグネットで作った昔の道具クイズも好評だった。当時の姿を完全に再現することはできないが、体験やクイズなどのアクティビティを増やすことで来館者の印象に残るのではないかと感じた。

あくまで簡易版であり耐久性や見た目に欠ける部分はあるが、外注しないことで低コストの運営が可能になるというメリットが生まれた。

写真：マグネット式のクイズ

５．課題―魅力ある資料館をめざして

初めて来館される方には、当館を知るきっかけとしていただき、リピーターの方には、いつ来館されても新鮮な気持ちで展示を見て頂けるよう、魅力ある企画展作りが館の活性化につながる。そのためには、日頃の満足度調査に加え、世間で注目されているテーマなどの情報収集も館の重要な役割であるといえる。

博物館・資料館は、一方的に知識を押しつける場所ではなく、来館者が展示物から情報を得て学ぶ場所でなければならない。知らなかったことを知る楽しさを実感することで、博物館は楽しい場所という印象づけることができる。いくら職員が正しい知識を持っていても、話し方等で聞き手（来館者）が面白くない、魅力がないと感じてしまうこともあるだろう。実際にレファレンスをする中で、知識を上手に紹介できる人（説明がうまい人）、刺激を与えることが上手な人が博物館の盛り上げ役になると感じた。そのためには、さらなるスキルアップが必要不可欠である。

今回の考察を通して、博物館・資料館に対して来館者は、一つは“持ち帰ることができる知識”を求めていることが分かった。また、“歴史や文化を体感する”ことを求めていることが分かった。しかし、これは来館者が求めていることの一部に過ぎない。また企画展だけでなく、常設展示室においても魅力的な仕掛けをする必要を感じたため、来年度からの新たな課題としたい。

６．参考図書、論文等

〔図書〕（計４件）
①伊藤寿朗、吉川弘文館、市民の中の博物館、1993
②君塚仁彦、名児耶明、有斐閣ブックス、現代に生きる博物館、2012
③玉村雅敏、英治出版、地域を変えるミュージアム 未来を育む場のデザイン、2013
④兵庫県立人と自然の博物館、研成社、みんなで楽しむ新しい博物館のこころみ、2012
〔その他〕
ホームページ等
「文部科学省　社会教育調査（平成23年度結果の概要）」
http://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/chousa02/shakai/kekka/k_detail/1334547.htm(参照日：2013/12/18)