

## 平成 26 年度第 1 回博物館懇談会

日 時：平成 26 年 9 月 10 日（水）17 時～18 時 30 分

場 所：野田市市民会館 雪月桃の間

出席者：懇談会委員・宇佐見節子、沼野秀樹、茂田井宏、米川幸克。郷土博物館館長・関根一男、同学芸員柏女弘道、田尻美和子、大貫洋介、岩田明日香（書記）。

### 1、特別展「野田で生まれた漫画たち」について

#### ●特別展「野田で生まれた漫画たち」展示見学・説明

柏女学芸員より博物館展示室で展示解説を行った（議事録省略）。その後市民会館雪月桃の間に会場を移し、意見交換を行った。

#### ●意見交換

関根：本日はお忙しいなかお集まりいただきありがとうございます。今回は特別展「野田で生まれた漫画たち」ということで、従来の展示よりも「おもしろさ」を出すことを意識した展示となりました。

関根：まず、柏女学芸員より開催概要について補足説明し、意見交換を行いたいと思います。皆様、どうぞよろしくお願ひします。

#### 柏女学芸員より、以下の補足説明を行った。

・関連事業について。ワークショップ「漫画を描いてみよう！」を 3 回にわたって実施した。参加者は 10 人程であったが、小学生から年配の方まで、様々な年代の方にご参加いただくことができた。当初、参加者が少ないことが心配だったが、最終的には 10 人になった。講師の指導が行き届く適当な人数であった。

・9 月 13 日には沖縄キリスト教学院大学名誉教授の大城亘武氏による特別展関連講演を予定している。

・昨年度の特別展の際に懇談委員の皆様からいただいた意見を反映し、今回の特別展ではギャラリートークの回数を増やした。全 8 回のうち 3 回は子ども向けの解説を行う会とし、子ども向けのイベントチラシも作成した。子ども向けのチラシは、中央小・宮崎小・清水台小・柳沢小の近隣 4 校の全児童に配布し、子ども向けギャラリートークと夏休みの勾玉講座についての情報を掲載した。子ども向けギャラリートークでは参加者にドグウのミミーの塗り絵を配布した。チラシ配布の効果は高く、勾玉講座には、各回定員 20 名のところ各回 40 名以上の申込みがあった。

田尻：今回の勾玉講座では申し込みの学年にもばらつきがあり、低学年から高学年までの児童が参加してくれた。子ども自身がチラシを見て、申し込みをしたいとチラシを家に持ち帰ったことが、学年が限定されない申し込みの増加につながったのではないかと。そういった面でもチラシの全児童配布には意味があったといえる。

柏女：同じチラシに情報を掲載しても、子ども向けのギャラリートークには参加者がいな

かった。ワークショップに参加した小学生がギャラリートークにも来てくれたことはあったが、チラシの効果はみられなかった。同じチラシに掲載しても、企画内容によって申込に差が出ている。

柏女：現在のところ、ギャラリートークは人気がない。ギャラリートークのために来館する方は少なく、その時展示室にいるお客さんに声をかけ実施している状態である。

委員：ギャラリートークがお客さんに定着していないからではないか。定着すればギャラリートークの時間に合わせてくるお客さんも出てくるのでは。

柏女：昨年度の懇談会で、展覧会アンケートを会期中に集計し、残りの会期中に結果を反映させ、展示を改善していくべきだとのことをご意見をいただいた。それをふまえて、今回の展示ではアンケートの途中集計をおこなった。

柏女：9月6日までの開館日数43日で、入館者数は4,405人で1日平均102人。特別展としては来館者が少ないが季節の問題でもある。特別展は例年だと来館者の多い秋に開催されることが多い。夏に開催されたほかの企画展とくらべると漫画展の来館者は多いほうである。

柏女：アンケートの回収枚数は76枚、カウントされた入館者の1.7%にあたる。2%を目指しているので、現時点ではやや少ない結果となった。過去3年分の特別展と比較し、開催を知った情報媒体を分析すると、ポスターを見て来館した方が多く、チラシを見た方が少ないことがわかる。例年通り班回覧でのチラシ配布を実施しているのだが。

柏女：展示内容評価の分析では、アンケート回答者の7割が大変良かったと評価してくださっている。印象にのこった展示物としては、多くの方が下川凹天の作品や出野元山氏の作品「のだっこダイちゃん」に関連するものを挙げている。特に、「のだっこダイちゃん」の原画を見ることができて良かったという感想が多い。博物館としても、是非原画を見たいと展示を計画したので、大変良かったと思う。

柏女：図録は1,100部発行した。昨年度の特別展「野田の絵馬」図録が会期中に完売してしまったので100部増やした。絵馬展の図録と比較すると一般のお客さんの購入は少ないが、展示協力者がたくさん買ってくださっている。ページ数を少なめに設定し、読みやすさを意識した。

田尻：図録の表紙は漫画のコマ割りをイメージしたデザインにした。

柏女：どのテーマ・作品をメインにするかが難しい展示だった。各テーマ・作品のバランスを大事にした。図録の表紙でもバランスよく下川凹天、出野元山氏、もろ・ただし氏、野田まんがクラブの作品をとりあげた。

関根：著作権などの権利問題はすべてクリアしている。

委員：著作権については現在大変シビアな問題となっており、きちんと確認したほうがよい。他の博物館でも、慎重におこなっていると聞いたことがある。

田尻：ギャラリートークに話をもどすと、定着させることが必要であると考えられる。展覧会が変わっても継続しなければならないが、市民参加型展示の際には協力団体がギャラ

リートークを行うなど形態が変わるため、当館では決まったルールでギャラリートークを続けることが難しい。形態が多少変わったとしてもギャラリートークという名前で続けることが必要。そうすることで、博物館ではギャラリートークをやっているということが定着していくのではないか。

委員：試行錯誤しながら継続していくことが力となるだろう。

柏女：NPO 法人野田文化広場で開催している寺子屋講座も、第1・3日曜日に行うことを徹底して継続することで定着した。

田尻：チラシについては、すぐに直接的な効果はみられなくても継続して配布することで徐々に効いていくという面があると、以前ご助言をいただいた。子ども向けチラシでは、子ども向けギャラリートークには効果がなかったけれど、チラシ配布を続けることで、徐々に知ってもらえたらと考えている。

委員：今の子どもにとって、漫画とは「コミック」だろう。今回の展示は小学生には難しかったと思う。

委員：今回の展示は、漫画だから子ども、という意味では失敗だろう。しかし、マイナー向けとしては成功したのではないか。子どもをターゲットにするならコミックを増やさないといけない。どの年代をターゲットにするかに合わせて戦略を考える必要がある。今回は、郷土博物館らしさはでていたのではないかと思う。すべての世代に受け入れられるような展示はそもそも難しい。

柏女：展示は資料による制約もうける。今回も資料や野田における漫画の歴史・性格を考えて、地域性の高いものになった。

委員：チラシ・ポスターの表面に、見どころを説明するようなキャッチコピーのようなものが掲載されていると良いのではないかと思う。裏面に掲載しても、なかなか目に入らない。

柏女：当館のチラシやポスターで、関連事業を表面に入れていた時期もある。そのときは字が小さかったので、表面に情報を掲載してもあまり見てももらえなかった。

田尻：チラシを配布していても、手渡ししたときには表面しか見ていないように感じる。

委員：字にもインパクトがあるようなチラシにしたほうがよい。

委員：チラシの戦略はなかなか難しい。興味がある人は詳細まで読むから、キャッチなコピーだけでなく、しっかりと内容を書いてもよいと、チラシづくりのセミナーで指導されたことがある。

委員：チラシには興味をひくためのデザイン上の工夫も必要では。

田尻：チラシについては、来館者からもたくさんのご意見をいただくが、デザインはデザイナーの方でよく考えていただいている。

田尻：展示やイベントの集客に関しては、チラシのデザインより企画の内容次第という面もある。学芸員としては企画内容をしっかり吟味し、ターゲットを考えて企画する必要がある。

委員：宣伝効果を考えなければいけない。博物館は入場者数が命である。綺麗ごとを言ってもそれが一番重視されてしまうのでは。

柏女：野田市では入館者数に関して増やすようにと厳しく言われるようなことは少ない。当館では、昨年はじめて来館者数が3万人をこえた。

委員：入場者数がなければ予算がもらえなくなっているのではないか。手段のひとつとして入場者数の増加を目指さなければいけないだろう。単純な人数ではなく、費用対効果で考える必要がある。

田尻：入館者数だけでなく、展示や対応の質も高めたいが、満足度の数値化は難しい。

委員：世代別の人数もひとつの特徴になる。どの世代の来館者が多いのか。

柏女：全体の3割が60代。60代以上の割合が非常に高い。

委員：考え方によっては大変よいことだと思う。お年寄りが元気で長生きするために、元気にでかけられる場所は必要だ。60代以上の来館者が多いのは素晴らしいこと。

委員：企画のターゲットをどの年代層にあわせているのか。

柏女：定年を迎えた男性や子育てを終えた女性など、第二のキャリアを考える人を主要なターゲットの一つにしている。

田尻：もともと、この年代の来館者が多いという事情もある。

委員：時期によってターゲットを変えていくことも必要だろう。

関根：高齢者の定義や考え方も変わっていくので、定期的に見直していかなければならない。

委員：たとえば、80代以上をターゲットとした企画というのが見どころになることもある。その場合は、パネルの字を大きくしたり、照明を工夫して。図書館でも字の大きい本が増えているし、需要はあるだろう。

委員：野田市の商店街では、お店の人が講師となって専門知識やプロのコツを教える「まちゼミ」を開催している。当店には定員4名のうち3名の申込みがあり、60代以上の方であった。平日の昼間に設定したので現役で働いている人は参加できないのだろう。人口構成からも仕方がないことだ。若い人をターゲットにしろとは言えない。年配の方をターゲットとし、来館者の割合が多くなるのは仕方がない。

委員：当店では土日にも「まちゼミ」を設定したが効果がなかった。働いている人が来られるように配慮しても、若い参加者を集めることは、なかなか難しい。

田尻：30代～40代の働き盛りの世代に、まちづくり活動にどのように取り組んでもらえるかは依然として課題である。その世代が参加しやすくなるように配慮することも必要だ。たとえば、NPO法人野田文化広場が市民会館で開催している寺子屋講座では、若い世代に講師を依頼する、などがある。それによって、その講師のコミュニティが参加しやすくなればと考えている。今回、漫画展のワークショップは、あらゆる世代が集まったという点では成功したと思う。子ども、その母親、20代くらいの若い女性も参加してくれた。ワークショップは特別なチラシを作ったわけではなく展示チラシ裏面掲載された情報での申し

込みであった。

委員：自分にとっては、「ギャラリートーク」という言葉が聞きなれない。子ども向けのチラシにある「こどもギャラリートーク」という書き方だと「子どもが話すのかな」と思ってしまった。この懇談会に参加するようになって初めて「ギャラリートーク」という言葉を聞くようになった気がする。

田尻：「ギャラリートーク」という言葉は、博物館では一般的に使われる言葉だが、まだ馴染みのない人が多いのかもしれない。子どもには特に伝わらなかっただろう。子どもの心をつかむ言葉を考えるべきだった。

委員：子ども向けではない、通常のギャラリートークの参加状況はどうか。

柏女：ギャラリートークの参加者は少ない。そのために来館する方はほとんどいない。

委員：展示をみている、解説を聞く前と後では全く印象が違う。私は解説を聞いたほうがよいと思っている。ギャラリートークを博物館の売りにすることもできるのではないか。ギャラリートークを聞いた人が満足すれば、次の企画展でもまた来てもらえるだろう。満足度をあげることで、参加者が友人や家族を誘って次のお客さんをつれてきてくれる。ギャラリートークの成功率を高めればリピーターを増やすこともできる。話を聞けばよく理解できることをチラシなどにもいれ、アピールしてはどうか。

委員：アンケートについて、1.7%の回答とのことだが、「まちゼミ」では100%の回収率となっている。なかには面倒に思っておられる方もいたが、お願いして書いてもらった。アンケートをもっと大切にしたいほうがよいのではないか。

田尻：入館者の母数はカウンター計測による来館者数となっているので、回収率が下がってしまう。博物館のイベントや講座では、アンケートの回収率は100%に近くなっている。ギャラリートークでもアンケートをとればよかった。

委員：アンケートを実施しなかったとしても、ギャラリートーク終了時にコミュニケーションをとるなかで、「話の内容は難しかったですか、関心をもったところはどこですか。」などと聞き、そのご意見を反映していくことが大切だ。

田尻：大規模な博物館でもギャラリートークの参加者は少ないように感じる。少ないのが当たり前になっているような印象も受ける。そのようななかで、当館ではあえてギャラリートークを売りにしていくというのは、やりがいがありそうだ。

柏女：市が主催した公共施設見学会の参加者が来館した際には、小学生もおり、子ども向けの解説を実施した。

関根：近年、子どもは部活や習い事で忙しく、イベントなどに参加するのが難しくなってきたことも影響しているだろう。

柏女：ただし、勾玉講座には多くの申し込みがあったので、企画内容次第ともいえる。

委員：勾玉講座など、作った作品を持ち帰れるようなもの、お土産がもらえる講座は大変喜んでもらえるだろう。

田尻：ただ参加者を増やすことを目的にするのではなく、事業がなんのために存在するの

かも常に考えなければならない。当館の事業が、市民の学びやキャリアデザインの役にたっているのかという視点も忘れてはいけない。

委員：他館の事例で、展示に関連する時代の衣装を着用するイベントを実施しているところもある。そのテーマに興味をもってもらうための導入としては、有効なのではないか。

田尻：イギリスの博物館でも、中世の衣装を子供たちが着られるようなハンズオンコーナーがある。イベントとして行われなくても、衣装が施設の片隅に置いてあり、子どもが自分で着ることもできる。衣装を着ることで、その時代の人になりきることもできるため、歴史や文化に興味をもつきっかけづくりになっている。

柏女：以前、勾玉講座の時に、古代の衣装を他館から借りたことがある。古代の衣装を着て、自分で作成した勾玉を身に付けて庭で写真撮影を行った。

関根：そのような企画を継続していくためには、当館で制作して所有していく方がよい。

田尻：日本でも、古いお屋敷を利用した施設・博物館などでは、そのお屋敷に関連する衣装を置いているところがある。しかし、ただ衣装を置いておくだけでなく、ボランティアで対応し解説をするなどの工夫が必要だろう。

## **2. 市民の文化活動報告展「野田の見どころ おかげさまで10年 むらさきの里 野田ガイドの会」について**

田尻：次回の展示は、市民の文化活動報告展「野田の見どころ おかげさまで10年 むらさきの里 野田ガイドの会」で、10月5日より開催される。設立10周年を迎える野田市内のボランティアガイドグループ「むらさきの里 野田ガイドの会」が、野田の見どころとその活動成果を展示する。チラシも完成した。

柏女：展示関連イベントが多いので、チラシ裏面にはカレンダー方式でイベント情報を掲載した。

田尻：視覚的にイベントの開催日がわかりやすいように配慮した。現段階では、ギャラリートークをやっているから行ってみようという方より、自分が行く日に何かイベントがあれば時間を合わせようという方が多い印象である。展示を見に行こうとチラシを手にした方が、当日どのイベントがあるのか、すぐにわかるようにした。

委員：チラシは何枚印刷したのか。

田尻：展示ごとに若干の差があるが、野田の見どころ展では7,500枚である。

委員：チラシに掲載されている協力者はどのような基準で選ばれたのか。

田尻：チラシに掲載した協力者は、日ごろガイドがお客さんを案内してお世話になっている施設が中心となっており、展示でも紹介する予定である。ガイドからの希望で掲載した。

関根：本日も貴重なご意見をありがとうございました。