

# 地域情報メディア論期末課題

## 題

地域にある社会学習の場である施設の来客数を上げるためにどのような策があるのかについてまとめる。社会学習の場とは、ここでは美術館や展示館、博物館など学校や家庭以外の社会的な施設において学びを得ることができる施設のことと考える。資料館や記念館なども該当する。主に地方博物館にフォーカスをあてて取り上げる。

## 本論

日本には博物館が多く、規模の大小にこだわらなければ博物館類似施設も含めると、5738館存在する。[文化庁]地方博物館の来館者は、コロナウイルスの影響もあり、ここ数年は減少傾向にあるものの、コロナ禍以前でも減少している。問題を二つ挙げ、それぞれについて述べる。

## 展示内容

地方博物館の展示内容は、その地域に根ざした文化がわかる展示が多い。大きな博物館や展示が入れ替わる博物館とは異なり、より狭い範囲で深い内容が詰められた博物館であることが特徴である。そのため、限られた分野ながらその分野をより深く知りたい人には貴重で存在価値のある施設になる。一方で、その分野に興味がない人の集客は難しく、興味があっても遠方で訪れることが難しい人もいる。地方博物館の立地は公共交通機関だけでは辿りつけず、車移動が必要なこともあるため訪れづらい場合もある。展示内容がせつかくその地域ならではの内容だとしても、交通の便の悪さなどから集客が難しくなっていると考える。

そこで、3Dアーカイブ技術を用いてデジタル化する方法が良いと考えている。展示物は基本見られる角度が決まっており、どこからでも見られるというわけではない。そのため、3Dアーカイブ化することによってどの角度からでも見ることができる。拡大縮小も可能なため、詳細を観察することも可能になる。この時、客足がさらに減ってしまう可能性が懸念される問題がある。博物館を訪れてこそ味わえるメリットを生み出すことがわざわざ足を運ぶ理由となっていくと感じる。

さらに、私は3Dアーカイブ技術を用いて作り出した3Dモデルを、展示品のレプリカとして活用できないかと考えている。実際に3Dプリンタなどで出力し、実際触って凹凸の深

さや形を触れながら学ぶ教材に活用できると考える。これは、骨董品や形に特徴がある展示品に限った方法になってしまうため書物などの展示物にはこの方法は使えないが、触れて学ぶ展示を導入することで、展示物への興味関心を煽るアプローチになると考えている。

## 予算

来場者数が減っているのももちろんではあるが、予算不足はこれまでも指摘されてきていたもののコロナウイルスの影響がさらに加速させている。文化庁から文化施設の活動継続・発展党支援事業として補助金制度が確立されている。[文化庁]施設の維持費などに充てると、来場者へのアピール方法である広告費にはなかなか予算を割くことができず、広告を出す媒体も限られてしまう。

そこで、SNSの活用が重要になってくると考える。SNSは今や若い年代だけがやっているものではなく、様々な年齢層の人が情報収集に用いるため、公式アカウントを作成し、情報を発信していくことが大切である。「バズる」という言葉があるように、注目を浴びることで地域の人々だけではなく日本中や世界に向けて魅力を発信できる。アカウントのプロフィールには住所や営業時間を書き、気になった投稿からプロフィールを見ることで最低限の情報を得られるようにする。また、Instagramなど写真や動画がメインのSNSでは、文だけではなく写真にも力を入れ、複数枚まとめた投稿をする時には一枚目に何を持ってくるかを考える。今私がもっとも活用できると考えているのはリール投稿である。スマートフォンで撮影した動画も、編集投稿までスマートフォン一つで出来るようになった今、数秒〜十数秒で次々短い動画を見られるリール投稿も見er人が多い。SNSの機能を最大限に活用していくことが多くの人に知ってもらいきっかけづくりになると考える。実際訪れた方にメンション機能を使ってストーリーにメンション付けをしてもらう事を促したり、施設側で「ここは撮影OK」などSNSに投稿しやすい撮影ルールなどをまとめた掲示物を掲げたりすることで共有されやすいと思う。一般人の投稿が広告となってくれるように、まずは公式アカウントを運用することが少ない予算でも多くの人へアプローチすることができると考える。

## 感想

地元には板谷波山記念館という陶芸家の板谷波山に関する記念館があるが、自分自身一度しか訪れたことが無く、あまり人が多く訪れているという印象はない。また、富山の魚津市にある魚津埋没林博物館に訪れた時、自分以外に来場者の姿が見えなかった。地方にあるその地の特色が見られる博物館はかなり好きであるが、来場者が減少し続けて事業を続けられない場合には閉業する可能性も十分ある。展示物を別の場所へ移動したとて、他の場所では代替不可能なレア感や臨場感を楽しみたい気持ちが満たされない。その場所ならではの

の物を楽しむには、地方博物館はとても面白く、地域の歴史や文化を残すにあたって重要な場所である。

普段はよく Twitter を利用しているが、バズったツイートによって来場者が増える例や、展示物がモチーフになったコンテンツの盛り上がりによって来場者が増えた博物館も見られる。刀剣乱舞がまさにその一例である。地方博物館・記念館など社会学習施設でしか本物が見られないからこそ、会いに行く(見に行く)というコンテンツへの愛が突き動かしている例である。私は茨城県出身であるが、茨城県の結城市では刀剣乱舞の御手杵というキャラクターの聖地として Twitter で聖地巡礼をしているツイートが良く見られている。結城市のふるさと納税には結城紬のがまぐちが返礼品としてあり、ファンががまぐちを入手しているツイートも見られる。本物に近い状態の御手杵は群馬県前橋市に置かれているが、茨城県結城市にあるつむぎの館にもファンが多く訪れていた。結城市を訪れることで、つむぎの館で結城紬の体験をする人もいれば、結城駅周辺でランチを楽しむ人もいて、Twitter でバズった直後には信じられないほど多くの人々が電車に乗っていて驚いたのを覚えている。私はこの経験から、公式アカウントが SNS で発信をするだけでなく、一般の人が一般の人に SNS で発信することの重要性を学んだ。一般の人が発信する情報こそが広告として動くきっかけになると感じている。もちろん公式アカウントではないので情報の正確性は不明瞭であり、一般の人が発信するリスクもあるが興味を持ってもらう機会を大幅に増やすことが出来ると感じる。

3D アーカイブを用いた「触る展示」については、私が所属しているゼミで活動している 3D アーカイブの研究から思いついた案である。石の重さを感じるために実際持ってみるコーナーや、毛皮を触ってみるコーナーなど、体験することが出来る展示は大好きなのだが、展示品は貴重なものが多く、実際触ってみることが出来ないものが多い。せっかく 3D アーカイブとして残すのであれば、3D 化する際に使うデータを活用して出力したレプリカを触ることで学びの幅を広げることが出来ないだろうか考えたのである。地域の小学生や中学生の地域学習にもわかりやすく説明ができる。触ることにフォーカスをあてた展示はコロナ禍の今となっては衛生面の観点から難しいかもしれないが、面白い展示方法として実際に足を運ぶきっかけになると考えている。

## 文献目録

文化庁. 1.博物館の概要. 参照先(2022/8/5 閲覧)

: [https://www.bunka.go.jp/seisaku/bijutsukan\\_hakubutsukan/shinko/gaiyo/](https://www.bunka.go.jp/seisaku/bijutsukan_hakubutsukan/shinko/gaiyo/)

文化庁. 参照先: 文化施設の活動継続・発展等支援事業(補助金)(2022/8/5 閲覧)

: [https://www.bunka.go.jp/shinsei\\_boshu/kobo/92901901.html](https://www.bunka.go.jp/shinsei_boshu/kobo/92901901.html)