

第4章 「小さな博物館」の概要

4-1 「小さな博物館」全体の把握

本研究で対象としている墨田区「小さな博物館」の歴史やシステムの変遷をまとめ、ヒアリング対象としている14館の15～20年に及ぶ博物館の運営の背景に何が合ったかを把握する。

4-1-1 「小さな博物館」の歴史

「小さな博物館」の歴史をみていくと、大きく3つの時期に分けることができる。まず、第1期は、「小さな博物館」運動が始まった1986年から1990年まで、次の第2期は1991年から1998年、そして第3期は1999年から現在にいたる時期である。

このように3つの時期に分類する際に注目したのは、「小さな博物館」の博物館登録数である。博物館登録数の推移は、「小さな博物館」全体の成長度や、区の政策の動向を表すものである。来観者数の推移や、3M運動の予算推移との関係も見られる。

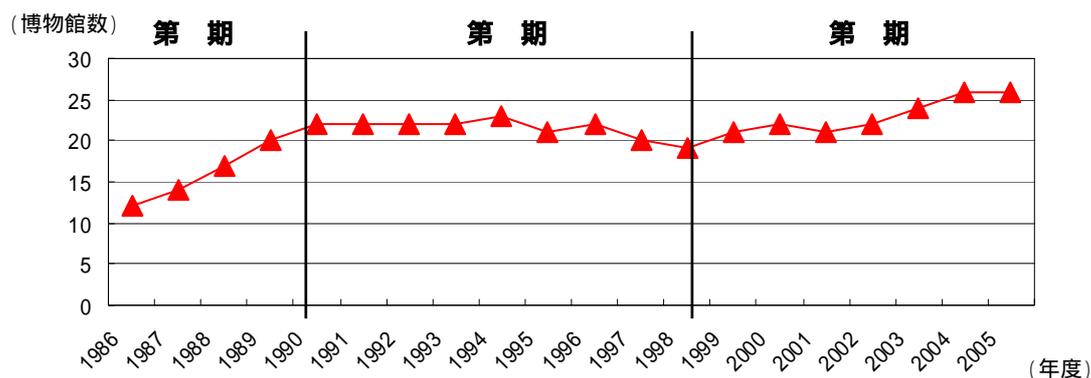


図 4-1 博物館登録数の推移

表 4-1 博物館の開館数と閉館数の推移

年度	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
開館数	12	2	3	3	2			1	1		2			2	1	1	1	2	2	1
閉館数										2	1	2	1			2				1
合計	12	14	17	20	22	22	22	22	23	21	22	20	19	21	22	21	22	24	26	26

博物館登録数の推移を見ると、1990年に22館に達した後は、新規で開館する博物館数を閉館する博物館数が上回り、全体で博物館登録数が減少傾向にあった。減少傾向は1999年を境に増加傾向へと変わっている。

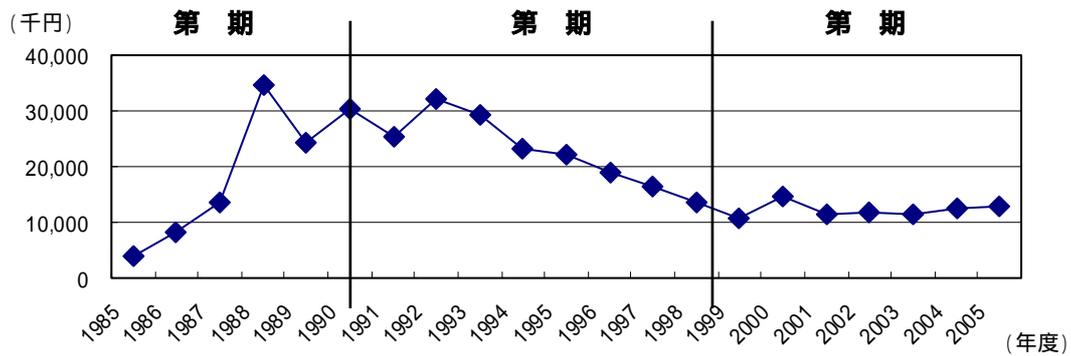


図 4-2 3M運動予算推移

簡単に各時期をまとめると、第1期は目標数20館を目指した「立ち上げ期」、第2期はマイスター運動の方に集中し、小さな博物館の増館には力を入れなかった「停滞期」、第3期はもう一度立て直そうと新規博物館の増館に力を注ぐようになった「再興期」とした(図4-3)。

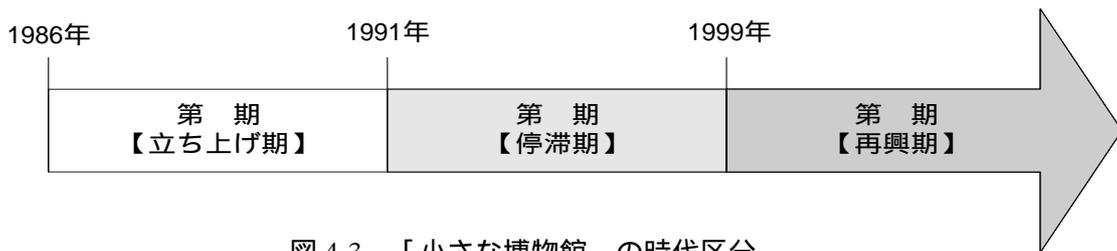


図 4-3 「小さな博物館」の時代区分

この3つの時期の歴史について、3M運動の時代変遷と、新規博物館参入に伴う館長層の変化と照らし合わせながら見ていくこととする。

表 4-2 3M運動の取り組み一覧

	第1期 (立ち上げ)					第2期 (停滞)					第3期 (再興)									
	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
3M運動の取り組み																				
産業振興会議	●																			
3Mキャンペーン会議	●																			
3M運動企画委員会	●																			
小さな博物館	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
パンフレット・名刺	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
館長会議	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
モデルショップ																				
ずみだマイスター																				
3Mフェア/3Mパズラー																				
マイスターフォーラム																				
マイスター創作大賞																				
マイスター祭り																				
パルティール																				
工房ショップ																				
工塚文化都市の企画委員会																				
スタンプウォークラリー																				
まち歩き (webガイド)																				
区役所内ギャラリー																				
館長店長のパズラー																				

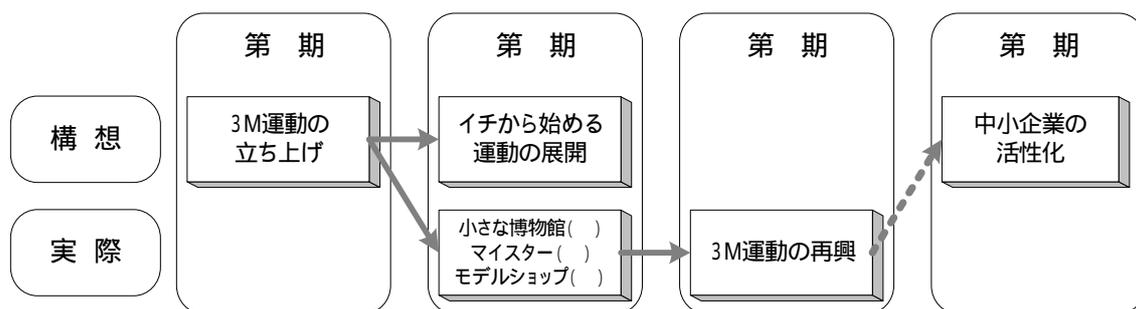


図 4-4 3M運動の時代変遷

まず、3M運動の時代変遷（表 4-2、表 4-4）から見る各時代の特徴を以下にまとめる。

（ 1 ）第 期（1986 年～1990 年）：立ち上げ期

立ち上げ期であった第 期（1985～1990）は、3M運動の個別の「M」をスタートラインに並べるための期間であった。第 期の到達点は、「すみだ」への注目度が高まったということである。これは、見学者が確実に増加し続けていることや、全国から見学ツアーや視察の申し込みが増加していることから言える。また、見学者には、ものづくりの歴史や技術、製品に対する理解や関心を高めてもらえた。区内の企業や町では、職人さんたちにやる気が戻り、町に活気が戻ってきた。このような変化が見られ、第 期は当初の目的を達成できた。

（ 2 ）第 期（1991 年～1998 年）：停滞期

第 期の構想は、第 期でスタートラインに並んだ個々の「M」をさらに育成することである。3M運動は本来、「区内の中小企業を振興することにより、区の活性化を図る」という墨田区の産業振興策の一環として取り入れられた。区内で産業文化を育成し、区民や来訪者に歴史や技術を理解してもらえばいいわけではない。製品への注文や後継者の育成につながらなければ、産業の活性化が達成できたとは考えられない。そこで、第 期では、いかに人を招くか、どうすればその人たちに「来てよかった」と思ってもらえるか、どういものをつくれれば「買う」気になってくれるか、ということを考え、大勢の人を集めるための対策が求められる。その具体的な新しい取り組みとして、「イチから始める」運動が動き出した。「イチから始める」運動とは、同業者が集まって開く市のことで、まず始めにガラス市が行われることになった。

しかし、実践段階において、その構想通りには3M運動を発展させることができなかった。その要因のひとつに1992年から1999年にかけての大幅な予算の削減があげられる。マイスター関連のイベントも1999年に打ち切れ、第 期に展開するはずであった「イチから始める」運動は、ガラス市以外の業種に展開することができなかった。主な活動は「マイスター」運動に集中し、年に一度のマイスター関連のイベントに力が注がれた。一方、

小さな博物館に関しては、設営補助と運営補助の制度は継続されたが、パンフレットの発行部数は削減され、館長に個別に配布していた名刺やスタンプ帳の印刷は廃止されることになった。このように、行政側の都合上、「小さな博物館」運動は活動の範囲を狭めなければならなくなり、停滞の一途をたどった。

(3) 第 期 (1999 年 ~): 再興期

第 期では、第 期の停滞期からの脱却を図るために「小さな博物館」「マイスター」「モデルショップ」それぞれに新しい取り組みが見られる。

まず、「マイスター」運動の一環として、「パルティール」というマイスター同士の自主的な運営組織を立ち上げた。「パルティール」とは、区が音頭をとって平成 11 年に、マイスター同士のコラボレーションにより、お互いが刺激を受けたり、販路を拡大したりすることを目的として組織され、現在は 14 名の職人さんが加入している。

「モデルショップ」に関しては、マイスターの直営店という位置づけを「工房ショップ」というマイスター以外の職人さんにも参加してもらえるような広い定義へ置き換えた。このことにより、工房ショップの登録数は大幅に増加し、区内に活気を生み出した。

「小さな博物館」においては、観光振興策としての特色が強まり、「小さな博物館」の観光施設化が進み、館長のホストとしてのホスピタリティの向上が求められるようになった。

次に、館長の〈館長〉役に対する姿勢から見た各時代の館長の特徴をまとめる。



図 4-5 時代別に見る館長の〈館長〉役に対する姿勢

(1) 第 期 (1986 年 ~ 1990 年): 立ち上げ期

この第 期に開館した博物館は合計で 22 館である。「小さな博物館」運動に賛同し、不安を抱えながらも手探りで「やってみよう」と〈試みる〉タイプの館長が多い。

(2) 第 期 (1991 年 ~ 1998 年): 停滞期

この第 期に開館した博物館は合計で 4 館のみである。「小さな博物館」の実体を徐々につかみ、「自分の仕事にプラスになるのではないかと」利潤を考慮して参入するなど、第

期に開館した博物館に比べ、計画性のある<企てる>タイプの館長が多い。

(3) 第 期 (1999 年 ~): 再興期

この第 期に開館した博物館は合計で 10 館である。特徴的なのは、セイコーや NTT、新藤ギャラリー (印刷会社) といった大手企業の参入と、来観者への対応ができる体制を整えた博物館の参入である。大手企業の博物館には当てはまらないが、個人が持つ博物館においては、館長という役割の実体がほぼ出来上がり、与えられた役割を<演じる>タイプの館長が多い。

4-1-2 「小さな博物館」のシステム

「小さな博物館」の基礎は、まず各博物館において展示が行われ、そこに訪れる来館者に向けて館長が説明をするという博物館側の働きと、区の担当者が金銭面の補助と、対外向けの PR、イベントの企画と運営、全体の方向付けをするという行政側の働きとがあって支えられている。(図 4-6)

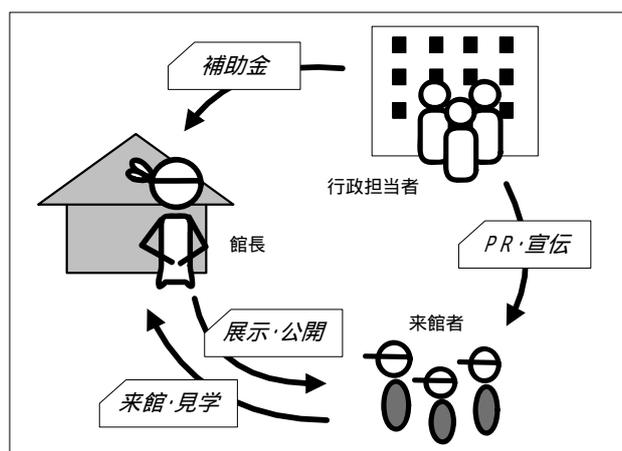


図 4-6 「小さな博物館」のシステム

博物館側は運営に関して一任され、時間的拘束や精神的負担を負うことになるが、行政側がその負担を理解し、補助金という形で肩代わりすることによってバランスをとっている。このように、博物館と行政の間には、お互いの働きを理解、信頼し、依存するという関係が成り立つ仕組みになっている(図 4-5)

補助金の制度は、1987 年に制定された「小さな博物館運営補助要綱」の通り、設営補助が上限 45 万円で、運営補助が年間で上限 24 万円 (月 2 万円) となっている。

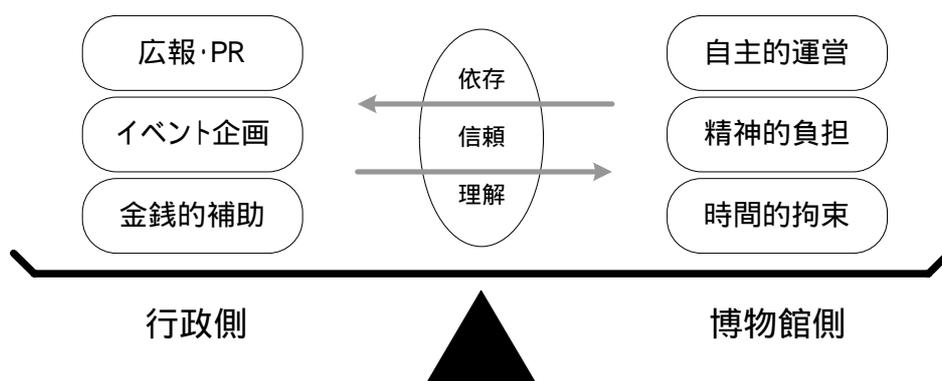


図 4-7 「小さな博物館」における行政と博物館の関係

現在の「小さな博物館」のシステムは、単純に行政の担当者と博物館の館長だけの関係だけで、支えているわけではない。運動が始まって 20 年が経ち、長年の積み重ねによって補強されたシステムとなっている。

例えば、墨田区役所の産業経済課内の小さな博物館担当という役職があり、普段はそこが主に「小さな博物館」運動の先導や支援を担当しているのだが、最近では、まち歩きのイベントや墨田区の観光振興に関して文化振興課内の文化観光協会と連携を図ったり、修学旅行生や地元の小中学生の受け入れに積極的に取り組む中で、教育委員会とも連携を図ったりと、「小さな博物館」を支えるシステムに横の広がりが生まれている。

「小さな博物館」の年間スケジュール

「小さな博物館」の年間スケジュールは以下のようになっている。

2 月	区役所内ギャラリー展
3 月	館長会議・年間報告書の提出
5 月	バスツアー
10 月	パンフレットの発行
11 月	まち巡りイベント
随時 (年 2 回)	工房文化都市の企画委員会 (新規博物館の認定)

(出典：墨田区産業経済課担当者へのヒアリングより)

区役所内ギャラリー展

「小さな博物館」運動の 20 周年を記念して墨田区役所のギャラリーを利用して 2004 年から行われている館長の作品展。

館長会議

毎年、年度末に館長が集まり、意見交換を行う。新規の博物館の紹介や、イベントなど

の全館共通の行事に関して議論する。館長の生の声を聞く重要な機会で、ここで出た館長の意見やアイデアは実現することが多い。

年間報告書の記入と補助金の申請もこの場で行う。全館長の約 7 割程度が毎回参加している。

バスツアー

区のバスに館長と工房ショップの店長を乗せて、新しく開館したところを見学して回る企画である。毎年、新規の博物館が増える中、館長同士の関係が希薄になりつつあったため、館長・店長同士の親睦を深めることと、新規の博物館・工房ショップの見学と先輩から後輩へアドバイスをする機会を設けることを目的として行われている。館長会議で一部の館長から出たアイデアで、2004 年から行われ、多くの館長から好評の企画である。

パンフレットの発行

区が負担して行っている PR 活動の一環。パンフレットの内容は、「小さな博物館」・「すみだマイスター」・「工房ショップ」の紹介とマップになっている。毎年、内容も更新し発行されている。予算の削減により、スタンプシートや各館長に配布されていた名刺の発行が廃止される中、現在ではパンフレットのみが続いているが、発行部数が減り、各博物館に配布する部数も減っているという状況である。

まち巡りイベント

3M運動の活気を取り戻そうとする動きのひとつとして、2002 年から始まったまち巡りイベントがある。かんはじめはスタンプラリーという形式で行われていたが、館長会議で「スタンプラリーではスタンプを押すだけでゆっくりと説明ができない」という館長からの意見で、2004 年からは道案内と観光名所の説明のためにガイド付きのまち巡りイベントに移行している。ガイドとして、2004 年は落語家、2005 年は両国や浅草を舞台に活躍する観光ボランティアガイドの協力を得て行われた。

工房文化都市の企画委員会

3M運動が始まると同時に「3M企画委員会」という組織ができたが、この「工房文化都市の企画委員会」は、「3M企画委員会」とその解散後に組織された「イチから始める実行委員会」を引き継いだ形である。3M運動やイチから始める運動の方向づけを行ってきた重要な組織であったが、工房文化都市の企画委員会では、委員 4 名によって年に 2 回の新規の博物館の認定が行われているのみで、活発な意見交換等を行われていない。

(3) 主催者と館長の関係

「小さな博物館」の館長同士の関係に注目する。「小さな博物館」の大きな特徴のひとつに、館長同士の関係が、館長内にリーダーがない並列関係である点が挙げられる。(図 4-8)

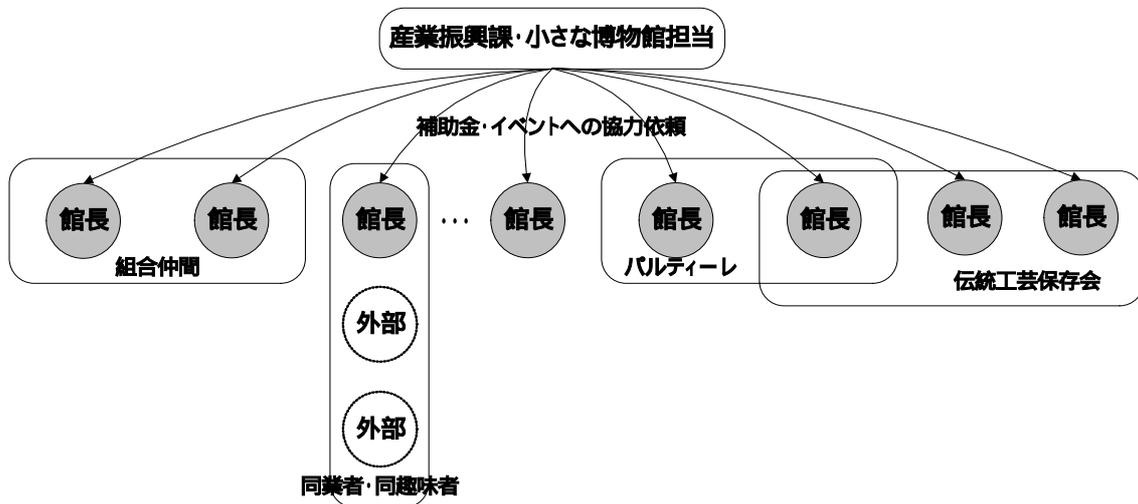


図 4-8 「小さな博物館」における主催者と館長の関係

もともと、同じ目的のもとに集まった仲間ではあるが、それぞれに自分のフィールドがあり、お互いに干渉しあわずに運営してきたという過程がある。立ち上げ期には「3M 運動企画委員会」という先導力の強い組織に先導してもらっていたが、停滞期に入り、その先導力が弱まってからは、館長自らが主体性を持って運営を続けてきたと考えられる。館長同士が顔をあわせるのは、年度末に開かれるお互いの感想を発言する程度の館長会議が最近始まったバスツアーの時のみで、「小さな博物館」全体の将来像について議論することは、行政に一任している。つまり、館長自身には自分の博物館を運営することだけが役割として与えられ、そのほかの責任は一切ないということである。

各博物館の活動に注目してみると、館長間のネットワークを作ることはなかったが、実は、組合仲間やパルティール、伝統工芸保存会といった職人同士のネットワークや、同じ趣味を持つ人たちとのつながりを作ることで、自分のフィールドを広げていることが分かる。「小さな博物館」を取り巻く環境の変化の中でその変化の中で、各館が「小さな博物館」という枠組みを越え、新しい博物館の居場所を見つけようとしている。つまり、博物館の自立化が進んでいると言える。

4-2 ヒアリング対象（14 館）の概要

本研究では、1993 年以前に開館し、現在まで継続的な運営を行っている 14 館をヒアリング対象とし、14 館の変遷を調査することで、「小さな博物館」の継続性について明らかにする。

まず、ヒアリングの対象とした 14 館の博物館の特徴とヒアリングによって得られた結果をまとめ、ヒアリング対象の把握を行った。

4-2-1 館長の特徴

調査の対象とした博物館の館長は、開館から 15 年から 20 年が経過していることもあり、高齢化が進み、70 歳以上が過半数を占めている（図 4-9）。

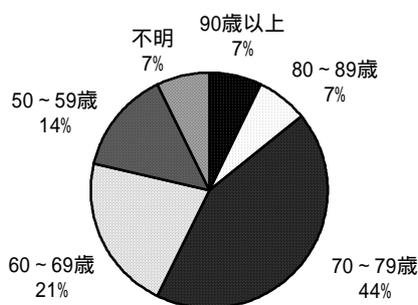


図 4-9 館長の年齢層

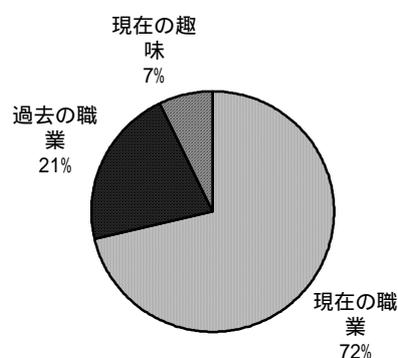


図 4-10 博物館と展示内容との関わり

館長と博物館との関わりを見ると、現在もしくは過去の職業と関連する博物館が多い。館長の専門性が博物館の魅力につながるため、館長と館長の職業もしくは趣味との関連性は高い（図 4-10）。

4-2-2 運営母体の特徴

運営母体は、「企業・法人」「自営業」「個人」の 3 タイプがある。自営業をしながら博物館を併設する博物館が最も多い。また、企業・法人に代わって個人で設置する博物館も増えている（図 4-11）。

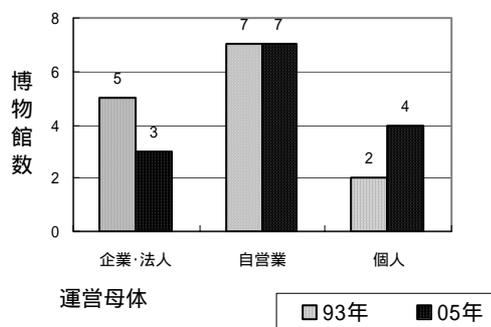


図 4-11 博物館の運営母体の変化

4-2-3 展示方法の特徴

展示方法には、大きく分けて二つのタイプがある。一つは店舗や工房、自宅内に展示スペースを設置するタイプ、もう一つは壁や玄関のスペースを利用してショーケースやショーウィンドウを設置するタイプである。

4-2-4 来館者の特徴

小さな博物館を訪れる主な来館者は、40～70歳の中高齢層と10代の小中学生が多く、区外よりも区内が多い。来館者の中でも、特徴的なのは、修学旅行生と外国人旅行客である。両国や浅草といった観光地が近く、また、修学旅行生の受入に区が積極的に取り組んでいることもあり、この両者が多いと考えられる。

中には、乾燥木材工芸資料館のように、修学旅行生と一緒に駒作りなどの体験を楽しんだり、羽子板資料館のように、外国人から評価ら刺激を受けたりすることで、館長の仕事や博物館の館長としての活動に影響を受けている例も見られる。

また、職人や専門家、学芸員も来館者に多く、専門的な勉強ができる資料館としての機能を果たしている。

4-2-5 来館者との交流形態の特徴

来館者との交流形態には、「資料館的要素」「工房的要素」「ショップ的要素」「喫茶店的要素」の4要素がある。

資料館的要素

すべての博物館に共通する形態である。歴史・技術について来館者に説明をする。専門的な勉強を目的とする来館者に対しては、来館者があらかじめ用意した質問に答えたり、電話で事前予約した場合には、ある程度の時間をとって説明をしたりする。来館者の目的意識には差があるため、来館者のレベルに合わせて説明をしたり、資料を用意したり工夫する館長もいる。

工房的要素

館長自身が、来館者と一緒になって作品を作ったり、実際に仕事現場に連れて行ったりする。弟子志望者に指導を行う館長もいる。

ショップ的要素

ショップと併設し経済活動を同時に行っている。製品の売り上げや発注につながることを意識している。

喫茶店的要素

館長が演出する空間で、来館者とコミュニケーションを図る形式。お茶のサービスなど

も行い、来館者にくつろいでもらう。

表 4-3 来館者との交流形態の特徴

	資料館的要素	ショップ的要素	工房的要素	喫茶店要素
木造建築				
古伊万里				
羽子板				
能面				
べっ甲				
木彫				
相撲写真				
足袋				
建築道具				
軟式野球				
小林人形				
合金鋳物				
乾燥木材				
金庫と鍵				

資料館的要素は全ての博物館が持っている。資料館的要素よりも館長と来館者との間のコミュニケーションが重視され、親密な関係になることができる。また、ショップ的要素では、「館長」と「来館者」という関係から、商品を理解してもらうために本業である「店主」と「来客」という関係へシフトし、経済活動が生まれることがある。

4-2-6 印象的な来館者

プラスイメージとして印象に残る来館者には、館長の持つ技や知識に興味を持って熱心に話を聞く人や、趣味が合う人、リピーターが挙げられる。

逆に、マイナスイメージとして印象に残る来館者としては、館長の技や知識に対する興味がないのに、まち歩きを目的として来館する人や、来館する際のマナーの悪い人が挙げられる。

館長の専門性を理解し、それを目的とする来館者との交流の中に、館長としての楽しさややりがいを感じていると考えられる。しかし、多くの博物館において、来館者との交流の中で、館長の専門性が活かされない場合に、その来館者を快く迎えるという体制が整っていない館もある。