

お知らせ

🔔 I.B.MUSEUM SaaS の機能開発ロードマップを更新しました

かねてよりお知らせして参りましたが、昨年末、I.B.MUSEUM SaaS に帳票作成機能を含む多くの機能を追加・改善いたしました。これに伴い、開発計画を開示していた「ロードマップ」のページも更新しております。2019年6月と12月の開発予定を掲載いたしましたので、ぜひご覧ください。

🖥️ <https://welcome.mapps.ne.jp/products/roadmap>
(I.B.MUSEUM SaaS の正式版、体験版にログイン後に閲覧できます)

🔔 MAPPS Gatewayの検索対象点数がまもなく300万点に到達します

I.B.MUSEUM SaaS の資料データ公開ページを横断検索する「MAPPS Gateway」は、もうご覧いただけましたでしょうか。この原稿を作成している2月11日の時点で、検索対象のデータ件数が2,966,302点。2017年11月のサービス開始時点では220万点ほどでしたので、1年強で約80万点が増加したことになります。現在も毎日、着実に増加しておりますので、日本最大規模の文化資源デジタルアーカイブ検索サイトとしてまだまだ成長途上。今後が楽しみです。

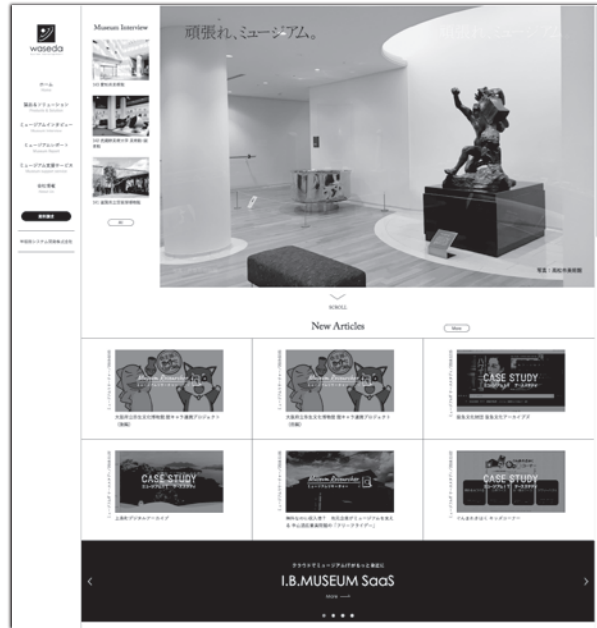
また「MAPPS Gateway」では、「デジタルアーカイブケーススタディ」「デジタルアーカイブショートレビュー」という読み物も連載中。資料のデジタル化とその公開に役立つ情報に加え、弊社スタッフが各地を訪問して記した「展覧会鑑賞日記」も好評更新中です。皆様、ぜひご覧ください。

🖥️ <https://gateway.jmapps.ne.jp/>

🔔 会社ホームページをリニューアルしました

昨秋、会社ホームページを全面リニューアルいたしました。製品情報や会社情報のほか、学芸員インタビューやミュージアムのさまざまな取り組みを紹介するページも充実。自画自賛で恐縮ですが、ちょっとした「学芸員の情報源」のようなサイトになりました。今後もこのサイトを通じて、ミュージアムを応援するコンテンツを配信し続けて参りたいと考えております。

🖥️ <http://www.waseda.co.jp/>



MAPPS press

News Letter from MAPPS

2019.02

No.12

頑張れ、ミュージアム。

waseda
System Development

発行元：早稲田システム開発 株式会社
東京都新宿区高田馬場4丁目40番17号
TEL.03-6457-8585 FAX.03-6279-3333
www.waseda.co.jp/

CONTENTS

👛 ミュージアムIT屋さん、現場を往く！
ミュージアムグッズ
「八重山みんな織」

📅 ミュージアムリサーチャー
館キャラ連携プロジェクト
-大阪府立弥生文化博物館-

☕ ミュージアムITトピック ～番外編～
「データベースとショーケース」
という考え方

👛 ミュージアムIT屋さん、現場を往く！ 特別版
南北ニッポンで見つけた温かい話
前編＝名護博物館 後編＝北海道東川町

🖥️ お知らせ
刊行情報：ミュージアム／文化財／史跡担当者のための
ICT活用事業 企画の手引



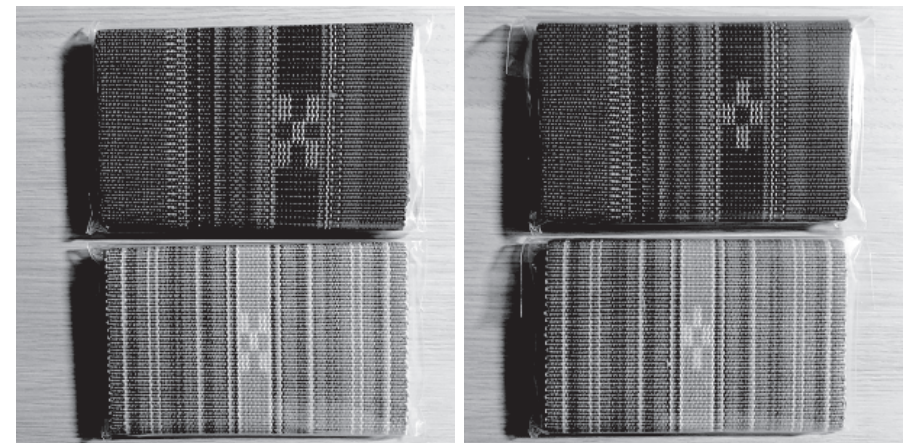
ミュージアムIT屋さん
現場を往く

5個と4個の四角形の意味 ミュージアムグッズ「八重山みんな織」

沖縄県立博物館・美術館（おきみゅー）のミュージアムショップで、おしゃれな名刺入れが目にとまって衝動買い。今回の社内イベントの賞品にするか、自分で使うか、ホテルに戻っても結論を出せないほど気に入っています。

実はこの名刺入れ、沖縄県石垣市の織物なのですが、図柄に愛情が込められているのです。答えは次の写真、裏側を見るとわかります。

アイコンのような図柄が織り込まれていますが、オモテが5個、ウラが4個の四角形となっているのにお気づきですか？ 両方を組み合わせるとひとつの四角形になるようにできていて、「いつ（5）の世（4）までも幸せに」という思いが込められているそうです。素敵ですね。



実はこの話、ミュージアムショップのスタッフの方が教えてくださいました。これだから、

ミュージアム巡りはやめられないんですよね。

✍️ 編・集・後・記

今から5年と少し前の立ち上げた、弊社の公式Facebookページ。ミュージアム訪問記を中心に、昨秋まで毎日更新が続けられました。もともと仕事で訪問したミュージアムで展示を見学させていただくことはあったのですが、Facebookの開設以降は「記事を載せたい」と思って展示を拝見する機会が増えました。

5年間続けてみましたが、短い文章が好まれるSNSでの発信に限界を感じ、毎日更新をいったん休止。代わりに、頻度が下がってもより深く掘り下げて紹介しようと考え、弊社WEBサイトや「MAPPS Gateway」内に見学記を掲載できるコーナーを設

けてみました。

これらは「詳しい紹介記事」ですので、立ち止まって解説を読み込んだり、学芸員さんに質問したりして、情報を仕入れます。どの館でもビックリするような話題や胸が熱くなるようなエピソードに必ず出会うのですが、多くの人がご存じないのだと思うと歯がゆく感じたりもします。

今回のMAPPS Pressは、ITまわりの話題よりもミュージアムの楽しさに関するものばかりになりました。「もっと知って欲しいなあ」と感じてばかりの日々が反映されたのかもしれない。



www.facebook.com/wasedasys
早稲田システム開発株式会社

ミュージアムリサーチー



オリジナルキャラの大活躍で、博物館の学びを楽しく誰にでも館キャラ連携プロジェクト 大阪府立弥生文化博物館



昔、ある小説家にこんな話を聞きました。「キャラクター設定をしっかりと行えば、登場人物たちは勝手に活躍し始めます。僕の小説は、そうやって出来上がるんですよ」。今回お邪魔した大阪府立弥生文化博物館のキャラクター「カイト」と「リュウさん」も、まさにそんな感じかも。彼らの大活躍によって、小学生の来

あふれるユーモアで来館者を惹きつけるのは、お笑いの本場・大阪ならではの。元気な弥生犬「カイト」は好奇心にあふれる少年系、壺に描かれた龍の絵から飛び出してきた「リュウさん」は関西弁のおっさん系と、いわゆる「キャラ立ち」も申し分ありません。とてもカワイイ一方で少し落ち着いた色合いに見えますが、これは展示室で「資料よりキャラクターが目立つ」ことを避けるためとか。普通は少しでも目立つことを考えそうですが、実はむしろ抑制されているわけです。

どんなキャラクターにするかの前に、キャラクターに何をさせたいのか。そんな論理的な考え方が、キャラづくりの土台となるのですね。

館者がぐんぐん増加しているとのこと。未来の学芸員になりそうな、博物館大好き子が続々と誕生しているに違いありません。

かわいらしく、親しみやすいキャラクターたち。彼らにひと目会おうと、子どもたちが博物館を訪れたとしましょう。エントランスで賑やかなキャラが出迎えてくれればテンションは最高潮ですが、展示室に入るとそのキャラの姿は見え、難しそうな展示が並ぶだけ…。そんな「博物館あるある」的なギャップを埋め、博物館の楽しさを最大限に伝える試み。それが、今回ご紹介する「館キャラ連携プロジェクト」なのです。

※「館キャラ」とは、マスコットやアイキャッチの性格が強い「ゆるキャラ」とは異なり、博物館内での学びに積極的かつ主体的に関わっていくキャラクターの呼称として、「館キャラ連携プロジェクト実行委員会」が提唱しました。

プロジェクトを通じて大活躍するキャラクターたち。その裏には、しっかりしたビジョン、実現のための緻密なプランと計算、スタッフの皆さんの大変な努力がありました。では、さっそくご紹介しましょう。

キャラクターの設定



施策01 マンガで学べる弥生文化「弥生博のカイトとリュウさん」

カイトとリュウさんの活動のメインステージは、実はマンガ内。4コマ×2本で1話となっていて、2019年1月現在ですでに53話も公開されています。

好奇心旺盛なカイトと、ボケ役のリュウさ



ん。彼らの設定は、ここで効いてきます。お笑いで言う鉄板ネタに近い感覚で、これがとにかく面白いんですよ。弥生文化のこと、博物館のこと、学芸員の仕事のことなど、知識や情報が自然に入ってくるので、雑学系マンガとして見ても上々の出来。中には、「孫に読ませたい」と持ち帰る高齢の来館者もおられるそうです。

ネームを書いているのは、実は館の学芸員。専門知識はサスガですが、プロ並み(?)のお笑いのセンスにも脱帽です。さらに感心したのは、キャラクターイラストの再利用を見据えた制作方法です。絵を担当するイラストレーターの方には、キャラクターや背景、セリフなどがレイヤー分けされたデジタルデータで納品してもらっている



のこと。こうすれば、絵をパネルやチラシ、グッズなどに再利用したい時には、簡単に抜き出せるのです。楽しいマンガ本体に比べると地味な部分ですが、こうした工夫も、キャラクターたちの活躍の場をマンガに限定せず、様々なメディアで伸び伸びと動かす秘訣のひとつなのでしょう。



施策02 館キャラ解説シート「カイトとリュウさんのやよい解説」

こちらの博物館の第1展示室は、「目で見える弥生文化」をテーマに弥生時代の様子を再現しており、展示資料の観察を重視する視点から、文字パネルが極力省かれています。補助的な資料として解説シートがありますが、小中学生には難しい内容にならざるを得ません。そこで、カイトとリュウさんが登場するマンガ風の解説シートを加えたところ、同じく「面白さ」が前面に出るため、まず展示見学の雰囲気が変わったそうです。子どもや若い来館者だけでなく、年配の方も喜んで持



ち帰ることも多く、解説シートを見ながら展示を観察する人も増えたとか。日本のマンガ文化の伝達力は本当に凄いですよね。

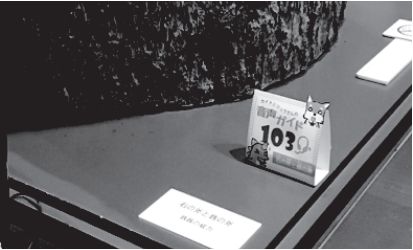
大型のジオラマは多くの博物館で展示され、細部までよくできているものです。しかし、これは私個人としても経験がありますが、展示室内を歩き回る際にそこまで気付くのは容易ではありません。こちらにも、「卑弥呼の館」という大型のジオラマがありますが、こういう時こそカイトとリュウさんの出番です。ミニ冊子「HIMIKO QUEST -冒険! 卑弥呼の館-」では、ジオラマの細部の観察をととても自然に促しています。これなら、観たくなりますよね。



施策03 館キャラ音声ガイド「カイトとリュウさんの音声ガイド」



2体のキャラの掛け合い方式はマンガにピッタリですが、さらに効果的なのが、この音声ガイドだと思います。一般的に、音声ガイドは専門的な説明を淡々と読み進めることが多いものですが、「この2人」が担当すると、まるでトーク番組のような楽しさに。そうすると



「ナレーションのノリ」も重要になってくるので、プロの声優さんを起用したのだそうです。音声ガイドを聞いて楽しそうに笑う子どもたち、ガイドの内容を整理し合う家族連れ。導入後は大好評で、音声ガイドの利用者数自体が従来の3倍にもなったそうです。アンケート



施策04 パペットツアー「カイトとリュウさんの弥生ツアー」

パペットとは、手を中に入れて操作する人形のことで、カイトとリュウさんもパペットが作られました。パペットは着ぐるみより手軽に運用できるので、こちらでは音声ガイドのナレーションとともに展示案内ツアーに活用しておられます。愉快的な掛け合いと人形劇、子どもたちが喜ばないわけがありませんよね。こんなに楽しい雰囲気

で展示を見て回るというのは、なかなかできない体験です。ここでも、展示室で見栄えがするように、パペットのサイズを大きくするなどの工夫が施されています。細かい努力の甲斐があつて、こちらも大人気。数十人の子どもたちがパペットに駆け寄り…というか「詰め寄り」こともあるほどの盛況ぶりとか。

からは、他のメディアに比べて10歳以下の利用者が多かったとのこと。カイトとリュウさんの子どもからの人気ぶりがうかがえます。



施策07 QRコードとカメラを使った体験コンテンツ「考古楽ハンター」

博物館に何が展示されているのかをしっかりと伝えるために、デジタルデバイスを使ったゲームとして考案されたのが、「考古楽ハンター」です。44種類の「ミッションカード」に印刷されたQRコードを読み取ることで、「ハンターミッション」をゲット。ミッションに従って展示品を探し、撮影して受付に持っていくと、その場で答え合わ

せ。正解したら、カードホルダーを兼ねたスタンプシートにスタンプを授与。シートすべてにスタンプが揃うと、オリジナルのバッジやレアカードを入手できる「考古楽マスター」になれる…という仕組みです。また、カードホルダーにカードを集めていくことで、弥生文化の「イラスト図鑑」も完成するんですよ。

ハンターミッションも1日にひとつしか受け取れないので、マスターになるには実際に何度も足を運ばなければなりません。展示に何度も触れているうちに、子どもたちは本当にスタッフ顔負けの知識を身に付けていくのだそうです。ご覧ください、晴れて「マスター」の称号を得た子どもたちの明るい笑顔を。途中で挫折することなく館



施策05 館キャラ動画「弥生博のカイトとリュウさん Theアニメーション」



展示解説の工夫をさらに進めるトリアル。来館できない方々にまで館の魅力を伝えようと、来館者の予習復習用に作られたのがカイトとリュウさんが登場するアニメです。背景が展示資料になっていて、実際に館内でカイトとリュウさんの案内を受けているような作

品に仕上がっています。遠方で来館が難しい方や、社会科見学を引率する先生のための予習教材としての活用を目指して作られており、youtube で配信しています。海外の方向けの英語字幕版も少しずつアップされていますよ。



施策08 NFCタグを使った展示システム「考古楽ハンター Ver,D(デジタル)」



説明を加えたり、多言語で解説したりと、より深い理解を促すことを目的とするのが一般的です。ところが、考古楽カードのデジタル版とも言えるこちらのコンテンツは、「マップを見ながら館内を冒険し、クイズに挑み、カードを集めて、ハンターとしてレベルアップしながらマスター昇格を目指す」というゲーム性が前面に押し出されています。

ちなみに、公共施設のゲームコンテンツと言えば、難易度はゆるめなイメージですが、ところが、ここまで紹介してきた各施策からもご想像いただけると思いますが、簡易的なWEBコンテンツでも一筋縄では行きません。1回の来館でマスター昇格はかなり厳しくなっています。しかし、体験開始時の「ハンター登録」で「ハンターナンバー」をゲットしていれば、後日また続きにチャレンジできます。また、webコンテンツなので獲得したカードなどは自宅からも見ることができます。このように、体験を一度きりのものにせず、子どもたちが気持ちよくリピーターになれるアイデアが徹底されているのです。



に違い、見事にゲームを達成し、専門的な知識まで得る。これは強烈な「成功体験」になるのではないのでしょうか。



施策06 集めたくなる 遊びたくなる カード型教材「考古楽カード」

「小中学生が放課後に訪れる博物館」をイメージして制作されたのが、この「考古楽カード」です。弥生時代の文化にまつわる情報が、展示品のイラストとともに親しみやすく記載されています。イラストは学芸員の監修で精緻に仕上げられたもので、教材としての水準を楽々クリア。その上で、カードに「火」「水」「葉」といった「属性」を付けることで、いわゆるカードバトルが楽しめるわけです。そのうえ、54種類すべてを集めると、トランプやかるたとしても遊べるというグレモノ。いや、凄いですね、この工夫。

これらのカードをもらうには、クイズが書かれた「カイトの挑戦状」を受け取り、回答しなければなりません。そして、クイズを解くカギは展示室内にあるので、必然的に展示を見に行くわけです。しかも、「カイトの挑戦状」は、イベントなど特別な日を除いて1回の来館で1枚しかもらえないので、カードをコンプリートするまでにはすっかり博物館通となっている…という仕組み。カードの仕様から運用方法まで、実によく考えられています。さらに「レアカード」がらみで、地域の他のミュージアムとも連携しているというのですから脱



帽です。

考古楽カードの配布は平成2014年の夏から開始。秋ごろには小中学生の来館者が目に見えて増加し始めたそうです。個人利用の小中学生は2013年度には5,955人でしたが、2014年度には7,373人、2015年度には何と13,002人に。着実に成果が出ているようです。



**施策09** クイズすごろく「弥生人が残したナゾ」

考古楽カードによって、小学生の来館者が増えました。でも、ここで満足するわけにはいかない…とばかりに、今度は連れ立ってやってきた子どもたちやご家族と一緒に遊べるものを用意することになりました。それがこちら、円形の大型すごろくです。

旧石器から古墳時代まで、各時代の「どうぐカード」を集めながら進むすごろくは、遊びながら知識も身につくそう。私も、写真を撮り

ながら、思わず盤上のルートをたどって気になるマス目を読み込んでしまいました。考えてみると、ここまでキャラクター性やゲーム性が強烈な印象を残す施策ばかりでしたが、そのド真ん中に「学びの楽しさ」があるのが共通の特徴。どんな工夫を施しても、博物館の原点を芯に据えてブレていない点が素晴らしいと思いました。

**施策10** 館キャラでつながる「遺跡へ行こう&博物館へ行こう」

館キャラ連携プロジェクトの大トリを飾るのはこちら。カイトとリュウさんが全国の遺跡や博物館を訪ね、紹介する冊子です。

たとえば、静岡県の登呂遺跡の回では、カイトとリュウさんが登呂を訪れて水田が復元されている様子を見学したり、実際に栽培された赤米を試食したり。現地を満喫する前半が終わると、後半では登呂博物館のキャラクター「トロベア」が登場し、より詳しい解説を展開しています。

ここで注目したいのは、「ある博物館が、ほかの博物館を紹介する資料を制作する」という側面です。私は日常的に全国の博物館を訪問していますが、このような試みは初めて見ました。少なくとも、全国的にも極めて珍しいケースで

はないかと思います。

「他館を紹介するなら、その労力で自館をPRしたい」と考えるのは当然のこと。でも、情報の伝達ルートや好感度の醸成法が極めて複雑になった現代のコミュニケーション環境では、もしかしたら普通にPRするよりも大きな成果が自館に戻ってくるかもしれません。というのも、弥生文化に興味を持った来館者たちは、きっとほかの弥生文化の博物館にも行ってみたいくなるはずだからです。

自館独力ではなく、お互いに来館者を誘導し合う協力体制。ふだんは別々に活動している博物館の集客努力が相乗効果として実を結び、ひいては全体の集客力、博物館の認知度を上げる。そんな可能性を感じずにはられません。



「遺跡へ行こう&博物館へ行こう」は、平成28年度末で13冊。それぞれの博物館、遺跡に、13冊すべてが設置されているので、すべての館がポータル役を果たすことになります。佐賀県の吉野ヶ里遺跡を訪れた方が、滋賀県立安土城考古博物館の冊子を読んで興味を持つ…といったことが、きっとあちこちで実現していることでしょう。

るものができます。少人数で大きな効果を狙う際のお手本のようにも感じます。

次に、キャラクターの活躍が、すべて博物館活動に直結していることです。キャラクターだけが独り歩きすることなく、どんな場所でどう使われようとも「館や展示資料の楽しさ・面白さを伝えるためにいる」点は、特筆すべきだと思います。中でも「子どもに伝える」ことは特に重視されており、何度も足を運びたいくなる仕掛けが多数用意されているのですが、「かたくて難しい」印象で捉えられることが多い博物館が、「学校帰りにいつも立ち寄る遊び場」のような存在となっているこ

とも驚きました。子どもを集めるチカラは、集客の企画に頭をひねる各企業や自治体も羨むレベルなのではないかと感じました。

最後は、やはり学芸員の「熱」だと思います。たとえば、ホームページにアップされている報告書

だけでも、現場がどんな温度感で運営されているのかがよくお分かりいただけるはずです。通常の事業報告に加え、今後の課題や改善点までオープンにするという姿勢からは、謙虚さ・真摯さとともにスタッフの皆さんご自身の本気ぶりが

伝わってきます。各施策もビジュアルを交えて紹介されているので、ぜひご覧ください。

「博物館の未来は明るい」。

きっとそんな気持ちになれるはずです。



大阪府立弥生文化博物館ホームページ
館キャラ連携プロジェクト 3年間のまとめ

http://www.kanku-city.or.jp/yayoi/manga_blog/index.html
http://www.kanku-city.or.jp/yayoi/manga_blog/pdf/report.pdf



column | ミュージアムITトピック ～番外編～

「データベースとショーケース」という考え方

文化資源のデジタル化について注目が集まっています。2020年に向けて、国レベルでは「ジャパンサーチ」の構築が進む一方、地方では中小規模のミュージアムの新規開館の増加に伴って開館時にコレクションのデータベースをしっかり公開するケースも多数。中には、画像のダウンロードを許可するなど、利活用を踏まえた公開を実現している事例もあります。こうして、インターネットでアクセスできる文化資源の公式な情報が増え続けることは、多くの人々が歓迎しています。

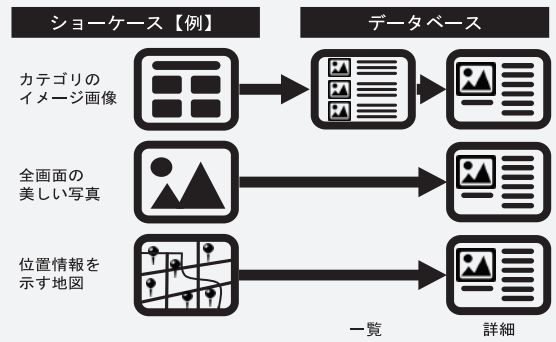
ただ、デジタルアーカイブの構築と維持には、それ相応の予算が伴います。予算の「出し手」は、費用対効果の検証を求めるもの。一方で、デジタルアーカイブ公開の効果がわかりやすい効果、すなわち短期的な数値となって現れたという話は、あまり耳にしません。デジタルアーカイブの公開は、ミュージアムに関心の高い人の満足度をじっくり高めることに向いています。つまり、長い時間をか

けて多様な成果に結びつけるものという性質上、短期の数値に一喜一憂すべきではありません。それでも、せっかく構築したわけですから、ひとりでも多くの人に認知してもらいたいのが人情です。

そこで、最近目立ち始めているのが、データベース（デジタルアーカイブ公開システム）のデータを陳列するショーケースのような役割を果たすWEBサイトをセットで考えるという方法です。データベースは書籍で言う中身、本文で、ショーケースはきれいにデザインされたカバーと考えてもよいでしょう。人目を惹き、中身の魅力を伝えるデザインでなければ、書店の売り場に積みさらしても手に取ってはもらえません。デジタルアーカイブにも、インパクトのあるカバーが必要…という考え方です。

そのデジタルアーカイブの特徴を端的に伝えるWEBページを作成

し、そこからワンクリックでデータを検索できれば、ひとまず大丈夫。デジタルアーカイブシステムはクラウドサービスを利用して構築すれば安価で安定的に運用できるので、あとはデザインのトレンド変化などによる比較的短期の衣替えを想定したWEBページを作成すれば、身軽なシステムとなります。こんな考え方で「データベース+ショーケース」をセットにしたデジタルアーカイブの構築をしてみたいかがでしょうか。多くの人に届きやすくなれば、自館のデジタルアーカイブがいい意味で「拡散」してくれるかもしれません。



「データベースとショーケース」の好事例は、

WEBサイト「MAPPS Gateway」の下記コーナーにて多数紹介しています。



デジタルアーカイブ・ケーススタディ https://gateway.jmapps.ne.jp/article_category/case-study/

ミュージアム IT 屋さん、現場を往く！ 特別版：南北ニッポンで見つけた温かい話



前編

ドアを開かず入館できるミュージアム 名護博物館 訪問記



「こちらでお待ちください」と通していただいたのは、壁のない、外とつながったとてもオープンなスペース。長くこの仕事に携わっている私は、これまで恐らく4桁に届く博物館を訪れていますが、ここ名護博物館は、その中でも屈指のアットホームさ。もしかしたら、五指に入るかもしれません。

この写真(①)で説明いたしましょう。写真中央のやや左、小さな水槽に乗った本棚の向こうに長椅子が見えますね。実はここまでが「屋内」で、その先に見えるクルマは「屋外」に置いてあることになります。

屋内と、屋外。両者を隔てる壁もドアもない上に、クルマの少し先には小学校があるとか。放課後になると、子どもたちがワイワイとやってくるのだそうです。

この写真(②)は、屋外から見た風景。ドアを開くことなく「館内に入る」わけですから、子ども

たちは普段通りの元気で入館してきます。よって、見守ってくださっている学芸員の皆さんも、彼らの目には「気さくで物知りな大人の人間」に見えることでしょう。そもそも、博物館と意識していないのではないかと思います。

というわけで、少し展示内容を見てみましょう。こちらは、沖縄特産のアグー豚(③)。暑さや



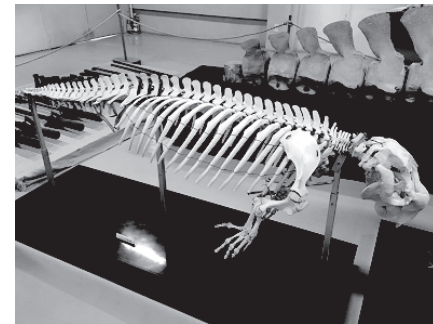
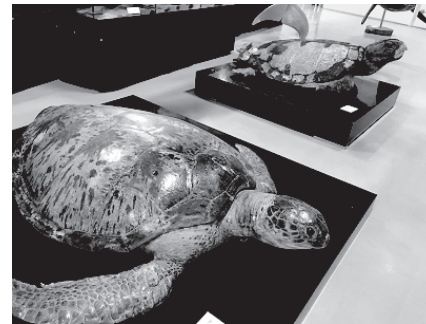
畜産用品や生活用具などがたくさん展示されています。一見、雑然とした雰囲気に見えますが、これはかつての生活ぶりを忠

粗食にも強く、肉質も優れているのですが、生育に時間がかかるために外国の品種に押され、絶滅の危機に陥ったそうです。そこで、1980年代に入り、こちらのミュージアムの初代館長と地元の高校教諭が復権に尽力なさったとのこと。現在、那覇市内にはアグー豚が食べられるお店があちこちにあるのは、人気復活の証拠ですよ。

実に再現したものとか。言われてみると、足もとにいる鶏たちも、今にも駆け出しそうなりアルさです。



この地方ではかつて捕鯨が行われていて、解体工場もあったそうです。当時の写真が展示されていました。貴重な資料ですね。



こちらは、アカウミガメとアオウミガメ。どちらも名護の砂浜にやってきたそうです。これはジュゴンの骨格標本。昔のジュゴンは高級食材で、琉球国王にも献上されていたそうですね。



名護博物館 <http://www.city.nago.okinawa.jp/museum/>



この船は「タンクブニ」といって、米軍の戦闘機の燃料タンクを船に改造したものだそうです。なんでも生活に利用する、この地の人々の逞しさを感じます。

この地方独特の骨壺。途中で墓地を見かけたのですが、ひとつひとつがとても大きく、屋根があるものもありました。こんな立派な骨壺を入れるのであれば、お墓も大きくなるはずだ…と納得。

地域の博物館運営が話題になるとき、「地域に溶け込む」「住民と一体となって」という言葉を耳にします。来館者の動線を考えて、それぞれのプロフェッショナルが緻密な設計を積み重ねることは、とても大切だと思います。けれども、「何もかもが自然体」というスタイルなら、何の気負いもなく展示を楽しめる…そんな魅力を実感しました。

この日は、仕事の訪問ですので、当然ながらスーツにネクタイ。もちろん場違い感が半端ではありませんでした。次回はTシャツと短パンで、いや、それよりも「かりゆしウェア」で…と心に誓う私でした。

ミュージアム IT 屋さん、現場を往く！ 特別版：南北ニッポンで見つけた温かい話



後編

若者たちは、なぜ「移り住む価値あり」と思うのか 北海道東川町 訪問記

北海道東川町に出かけてきました。今回は初訪問で、滞在時間は4時間ほどとごく短い旅だったのですが、それでも町のファンになってしまうほど惹きつけられました。ここでは、当日の日程の一部をご紹介します。

旭川郊外の街ということで、役所の方と旭川駅で待ち合わせ。駅にある中原二郎記念旭川彫刻美術館ステーションギャラリーでは、「暮らしを彩る 北欧の名作椅子と日用品展 織田コレクションから」という展覧会が開催中でした。というわけで、今回の「超・ショートステイ」は幕開けは、こちらの見学です。

椅子研究家の織田憲嗣氏が長年にわたって収集してきた、20世紀の優れたデザインの家具と日用品のコレクション。北欧を中心とした椅子、テーブル、照明やテーブルウェアなど、展示は多岐にわたります。どれも個性的なのですが、特に椅子のいかにも座り心地がよさそうなルックスには感心させられました。

せっかくなので、いくつか気になった椅子をご紹介しますおきましょう。

見た瞬間に「欲しい」と思ったのが、こちらのチェア(①)。一見複雑なカタチに見えますが、頭から背中、ふくらはぎまでフィットする形状であることに気がきます。すぐ眠り込んでし



まいそうですね。

続いては、案内してくださったスタッフの方のイチ推し作品(②)です。写真では少し分かりにくいですが、脚の付け根の金具がおしゃれなんです。さりげない高級感が素敵です。

そして、最も驚いたのがこの椅子(③)です。何と背もたれがテニスラケットのガットで出来ているのです。ラケットを持った時、「何かに使えそうだな」と思った経験はありませんか？ 見るからに適度な弾力が得られそうなオーラを発散していて、座り心地が想像でき



ようというものです。

なお、これらのコレクションは、実は織田憲嗣氏から東川町に順次譲渡されています。つまり、町による公有化が進んでいるさなかなのです。個人のコレクションを自治体が想いごと受け継ぐことはままあるのですが、なかなか粋ですよ。

さて、ひとしきりコレクションを鑑賞した後、そのままスタッフの方の車に同乗させていただきました。向かう先は、「東川町複合交流施設 せんとびゅあ」です。



こちらは、多様な交流の拠点となる施設として2016年10月にオープン。もともと学校だった建物が利用されています。現在の東川町は、『写真文化』『家具デザイン文化』『大雪山文化』が盛んとか。まず「写真」については、30年も前から「写真甲子園」を開催しているのだとか。近年はその活動が映画化されているほどののだそうなので、写真好きの方にとっては「聖地」かもしれません。

先ほど話題に挙げた家具については、旭



街なかを歩いたわけではないのに、なぜか「なんだか居心地のよい町だな」と感じていたのですが、ここでその理由がはっきりわかりました。秘密は次の写真(⑤)、子ども用の椅子です。

これらは、「誕生する子どもを迎える喜びを地域の人々で分かち合いたい」という思いから2006年にスタートした「君の椅子」というプロジェクトの椅子なのだそうです。東川町に生まれる子どもたちに、町内の工房で製作された手作りの椅子を贈るもので、毎年デザインが変わ



川家具の30%を生産する町ですので、こちらでも知る人ぞ知る「本場」です。件の織田コレクションの譲渡もひとつの契機に、デザインミュージアムの設立を目指すことになるようです。

今回お邪魔した「せんとびゅあ」は、この東川町の文化の中心地にあたるわけです。展示室内には、さまざまな展示がズラリと壮観。なお、こちらでも織田コレクションを愛でることができました。もう少し時間があれば、じっくり学びながら鑑賞できたのですが…。



しばし見とれ、今回の訪問目的である打ち合わせを終えると、あたりはもう真っ暗に。外に出ると、こんな素敵な樹(④)が目に入りました。雪がよく似合いますね！

なかなかゴージャスな飾り付けは、外国人スタッフの方々も含めてみんなでワイワイと賑やかに仕上げたのだとか。言われてみれば、気のせいか本当にサマになっていて、温かい雰囲気を発散しているような…。説明を聞いて、思わずもう一度鑑賞してしまいました。



川町には、彼らのように、ほかの地方からやってきて住みついた人が多いのだとか。スタッフの方によれば、出身地は違っても「東川町が大好き」という思いを共有している人々だそうです。

若い人が増えると、おしゃれな店もできる。街が育つと、また若い人が移住してくる…まさに好循環ですよ。織田コレクションや「君の椅子」プロジェクトが象徴的ですが、地元の横顔を人の心で温めるという粋な計らいも、きっとこの町の空気づくりに大きく貢献しているのでしょう。

何とも短い滞在でしたが、個人的には大きな学びを経験したような感触が。そんな出張となりました。

写真の町 北海道上川郡東川町 <https://town.higashikawa.hokkaido.jp/>