

人を集める・人が集まる

―長崎歴史文化博物館の実験―

2005年11月に開館した、長崎歴史文化博物館。運営を委託された民間企業の学芸員により、ユニークな試みがなされている注目の博物館だ。従来の枠をこえ、多彩な展示イベントを企画する同館の「人を集める・人が集まる」秘策を探ってみよう。

野間 誠二 (のま せいじ)

長崎歴史文化博物館統括マネージャー
乃村工芸社PPP開発センターチーフディレクター

劇団員による御白洲の裁き

「皆のものおもてを上げえーい」の掛け声で博物館の来館者は奉行の登場に半分笑いながらはつはあーと従う。最後には「一件落着」と合唱して寸劇は終わる。テレビ映画でおなじみの御白洲の裁きのシーンを演じるのは、地元長崎の市民劇団とボランティアスタッフ、そして一般の来館者。長崎歴史文化博物館の評判の展示演出になって



復元された奉行所の御白洲ではボランティアスタッフによる寸劇がおこなわれている

いる。アミューズメント色がちよつと強いものの、一種の体験型の歴史展示である。観覧者を巻き込んだ展示演出は、博覧会ハビリオンやテーマパークのアトラクションでは常套手段のひとつとして採用されることはあっても、博物館ではそれほど多く取り入れられることはない。ひとつはリードする人に相当難度の高い話術の技量が要求されるからだ。常に大人数相手とは限らないし、修学旅行生から酔っ払いの高齢者団体客まで観覧者もさまざま。俗に言う「客を乗せる」事の難しさは、学芸員の片手間仕事や話術に達者な職員のみならず、学芸員自身でもではない。長崎の場合は、奉行に扮する劇団座長と劇団員がその任を負っている。

十数分の寸劇を演じ終えた観覧者は、一様にニコニコとちょんまげのかつらをかぶったり、御白洲の罪人が座るムシロに座って記念撮影に興じて満足げ。土日祝のみ一日六回の公演で、多いときは一回二〇〇人も観覧者が奉行所の廊下や御白洲の庭にあふれかえる。特に観覧席は設けてはいない。奉行や役人のすぐそばに座って事の成り行きを眺めている観覧者。違和感はない。

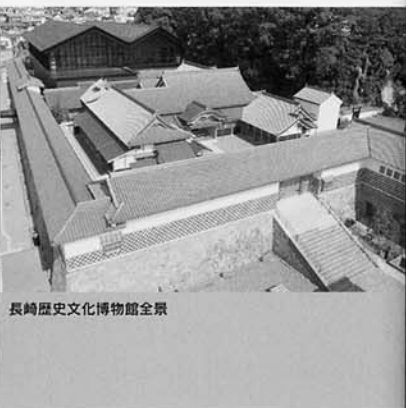
寸劇の内容は犯科帳とよばれる長崎奉行所の裁判記録にある史実の再現で、開館当時は一六六七年の抜け船伊藤小左衛門事件、今は一八四八年の漂流民マクドナルド事件、と数カ月ごとに演目を替える。所蔵資料は四万八〇〇〇点。従来、県立美術館博物館市立博物館・県立図書館の三カ所に別れて収蔵されていた歴史資料を、一カ所に集めて利用者の便宜を図り、より質の高いサービスを提供する。建築費用や運営費用は、長崎県と長崎市が比率配分で支払う。そして学芸部門もひくくめて運営が民間企業の展示会社に委ねられた点でも注目されている。博物館の展示工事を数多く手がけてきた企業が、その運営に全責任をもつ。特別展を企画し、開催するのも民間企業に属する学芸員がすべてを決める。常設展示の展示替えや学校団体の案内も、指導的立場で駐在する県市の学芸員が六名いるものの、実務はすべて二三名の民間企業の学芸員に委ねられている。

一新させている。お正月や春のゴールデンウィークには史実を離れ、奉行芝居特別編を演じることもある。「お客に頭を下げさせるのは何ごとだ……」とか史実に基づいた寸劇と言いつつ何だあおのせりふは……とか「御白洲が白くないではないか……」など、面白いとの評判の裏には必ず真面目な苦情が提出される。博物館の展示部分の延長にあるため、その脚本の考証は担当学芸員の仕事である。「そんな忠実にやっていたら劇にならん」「しかし御奉行、これは博物館として教育上うんぬん……」と、まるで幕府の役人のような学芸員と奉行とのやりとりが常に続いている。「教育の場に遊びの要素をとれだけ取り入れるか」VS「遊びの場に教育の要素をどれだけ取り入れるか」の対戦、今のところ五分と五分。

民間企業の学芸員が実務

長崎歴史文化博物館は、江戸時代の長崎奉行所立山役所が位置していた場所に建物を復元して二〇〇五年一月に開館。以来一〇カ月間で五〇万人の入館者を記録した。観光長崎の新しい拠点としての歴史的建造物の出現と、新しい博物館という取り合わせに人が集まり、結果としてそのなかの寸劇演出がたまたま評判になった。

館のテーマを近世海外交流史に限定した歴史展示のなかでは、観光客や小中学生にもわかりやすく長崎の歴史文化を知ってもらうさまざまな工夫がなされている。立体映像で見る長崎奉行の一年や、見たい部分を拡大して手元のモニターで観察できる南蛮屏風、ナビゲーション装置が誘導する江戸時代の長崎の町や、描かれた人物が踊り出す



長崎歴史文化博物館全景



長崎商人になって入礼体験ができるゲーム装置

画像検索装置による南蛮屏風の解説

観覧料金はすべて民間企業の収入となり、そのなかから常設展企画展特別展の開催経費やイベントの事業費、そして売店レストランの経費がまかなわれる。支出が上まわれば、すべて企業の負担となる。従って入館者を増やすこと、人を集めることが運営の必須の条件となっている。博物館に人を集めるのはそれほど難しい事ではない。話題性のある建築と展示手法、それに見るべき展示物があって、広告宣伝に力を入れさえすれば効果はすぐにあらわれる。おまけに名物館長が有名学芸員が一人いれば完璧だ。新設であればパブリシティ効果も期待できる。マスメディアへの露出頻度や、駅や空港ターミナルでの看板ポスター作戦も効果的で直接数字にあらわれる。コ

イワラピティのハンモック

ハンモック(標本番号H213343、幅/89cm) アメリカ展示

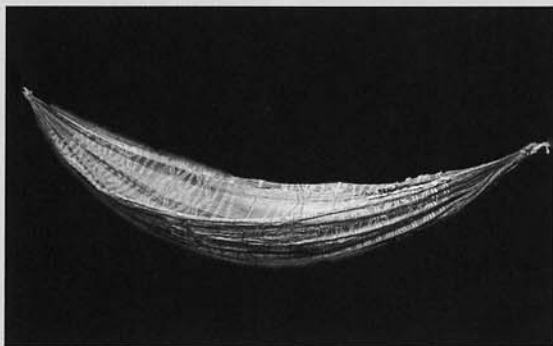
■ 中牧 弘允 (なかまき ひろちか)

本館民族文化研究部

頻度が高まる。博物館には小学生も来れば元大学教授も来る。近所に住む主婦も来ればオランダから来ましたという老夫婦も来る。それぞれに応じた対応や説明ができる点で生身の人にかなうものはない。解説員に愛着がわいて再び訪れる人はいても、録音された音声ガイドを二度三度聞きたいと戻って来る人は稀である。奉行所の犯科帳の抜け穴事件のアニメーションはおそらく一〇年経つても同じ事を繰り返しているけれど、寸劇での生身の解説や演技は同じ日でも午前と午後で微妙に違えて演じ得る。

ハンモックは網目状の寝具で、吊るした状態で使用する。もともとオリノコ川やアマゾン川の流域に住む熱帯低地の人びとがヤシなどの植物繊維の紐を編んで作っていた生活用品である。それをコロンブス以降の西欧人、とくに船乗りたちが船内で使用し、世界各地に伝播させた。語源はカリブ海のアラウク語系住民の単語にあり、スペイン語ではアマカ(hamacas)という。アザラシの腸で作る防水着アノラックが、東エスキモー語に由来するのと似たような経緯をたどって普及した。

ハンモックは通気性にとみ、地上の虫から身を守る事ができる。とりわけ雨季は高温多湿で虫の種類も多い熱帯ならではの寝具といえる。またそれにくるまわって覆れば防寒にもなる。揺らすと安眠がながされ、子どもを寝かしつけるにも便利である。身体をできるだけ水平にたもちた



いときには、はずかしく足を伸ばして寝る。ハンモックは家のなかで使われるだけではない。船のデッキに色とりどりのハンモックを吊るして寝る習慣は、アマゾン川流域では見られた光景である。ただし、川風を受け、夜はけっこう冷えるので、木綿の布製ハンモックがこまれている。アメリカ熱帯低地の先住民がすべてハンモックを使用していたわけではない。床に毛布のよくなものにくるまる場合もあれば、焚き火の近くの地面でそのまま寝ることもある。日中熱せられた地面は表面の砂をかきのけると、夜間でもある程度あたたかい。

本資料はブリチ・ヤシの繊維と綿でできており、簡素でつつましい装飾がほどこされている。アマゾン川の支流のひとつ、シングレー川上流域に住む民族集団イワラピティ(ヤワラピティ)のものである。

白らの手で多彩なイベントを

これまで一〇〇〇平方メートルの企画展示室では、常に有料の特別展を開催。年間七回すべて博物館主催でおこなってきた。話題づくりで集客を図ろうと試みたイベントは講座も含めて一〇〇回近い。奉行所の畳の間を使ったトークショーはシリーズ化して好評を博す。御白洲に演者が座つておこなった平家琵琶の演奏会も独特の雰囲気が出せた。博物館の入口のエントランスホールは二〇〇人近くが集まれる建物内の広場になっている。普段は団体客の集合場所や休憩場所に使われている。

ストバランスを考えなければ、どんな有料広告を打てば良い：はずだが、広報宣伝費の予算にも限度がある。いかに投資を少なく効果を最大に得るかで頭を使う。

開館以来、奉行所の寸劇は好評なものの、意図的に博物館が集客PRに使ったことはない。土日祝日の限定公演などの、ボランティア活動に依存している部分もあるからだ。日によっては来館したのに見られないこともある。しかし博物館紹介の取材記事の写真に取り上げられる回数が増えるにつれ、寸劇見学を目的に来館というケースが増えている。奉行が自動車販売のCMに登場したり、市内の劇場で別の公演をおこなったりしているのが話題が広がる。博物館活動の一環が話題を生み、その報道で一般周知されるのが理想的だと思っている。月に数度、館内の広報営業、管理、研究、教育担当を巻き込んで広報イベント企画を練り、即実行に移している。



学芸員によるギャラリートーク(展示解説)



エントランスホールでおこなわれた学生ピアノコンサート



5月18日、国際博物館の日で開催された「ダンス・イン・ザ・ミュージアム」イベント



博物館エントランスでの「子泣き相撲」イベント

客人へのもてなし

常設展示も、映像やコンピュータ技術に頼る高価で無機質な解説と並行して、生身の人間による展示解説を充実させた。ボランティアガイドによる展示解説や学芸員によるギャラリートークの

閉館後ここを使って有料の音楽会をしたり、開館時間中もコンサートを実験的に開催。五月一日は国際博物館の日で今年のテーマは「博物館と若者」だった。普段ほとんど博物館にこないだろう層の若者たちをターゲットにしたダンスイベントもここで実施。DJとヒップホップの大音響、そして二〇〇人の若者の熱気。開館以来味わったことのない雰囲気。エントランスホールが揺れた。同じ場所六月には赤坂が二〇〇人以上集まった。平戸市の伝統行事「子泣き相撲」を企画展の関連イベントとして実施した。授乳室はどうするか、泣き声で観覧者に迷惑がからぬか、などの懸念を乗り越えホールはほのほとした雰囲気包まれた。他にも物産展の販売空間になったり、御茶会の床机が並んだりと利用される。

イベントの企画運営運営までほとんど博物館スタッフが自らおこなう。企画会社や広告代理店のもち込み企画に乗れば、動員も準備も楽ではあるものの経費回収のリスクも大きい。回数を積むにつれて館内ワークショップの機材も整い、チームワークもこれ作業分担も円滑に機能する様になった。自分たちの事は自分たちでする事で得られたものは大きい。イベントでは無駄なしつらえや過剰なサービスが減り、効果的な機能が優先される。

案内スタッフの受け答えが気持ち良かったと喜ぶ観光客。体験工房での指導者との会話が楽しみで何度も来館する人。人との会話の印象が施設の印象につながるという基本的な事だ。「あなたが博物館職員である以上、来館者という名の客人をもてなすのは義務。研究者や教育者であっても例外はない。来館者に気持ち良く接し、また会いに来るよ」とファンを作ってください」と、朝礼で毎朝確認し合う。館長も博士も警備員も笑顔で接客に立つ。照れくさいけれど簡単に、すぐ実行できる効果のある接客術でもある。