

博物館という社会システムの発展に果たす市民の役割  
ーインターネットを使った支援の仕組みの提案ー

2011年3月

本間 浩一

## 要旨

本論文では、日本における公共の文化・教育システムの一つである博物館を継続的に発展させるための方策として「市民の貢献」と「インターネットの活用」の2つの観点に基づく仕組み作りを論じる。博物館に関心を持つ市民がインターネット上で行う自主的な活動に着目し、その活動を博物館の広報の支援に結びつける仕組みを考案し適用の試行を行った。さらに、博物館に関心を持つ市民の活動の調査結果から、第3の観点として「市民の博物館に対する関心の広がり」の様相を分析し、その結果を用いて市民の自主活動の広報効果を向上させるための仮説を立て、その検証を試みた。

第1章では、博物館の現状を概観した。戦後、地方公共団体等により積極的に博物館が設立され現在では全国に数千館が運営されているが、館数増加の歴史と並行して、社会環境や博物館の利用ニーズも変遷してきた結果、現状の博物館を今までと同じ方法で維持するのは容易ではなくなっている。この問題への対応のために筆者が設定した2つの観点の1つが市民による支援であり、もう1つがインターネットの活用である。

第2章では、博物館の管理者側のインターネット対応の現状を示し、市民の期待に対して十分ではないことを示した。そして、市民が特定の展覧会情報にアクセスしている事例を参考に、博物館のウェブサイトの改善に関する提案を行った。

第3章では、博物館の活性化のためにインターネットを活用する主体者として、博物館に関心を持つ市民に目を向ける。そして、インターネット上で博物館への貢献に結びつく活動を行う市民の出現を示す。博物館や展覧会に関する記事を自主的に執筆・公開している「博物館ブログ」の調査結果が示唆するのは、市民の関心は特定領域に関係した複数の博物館に広がっているということである。これを、第3の観点とする。

第4章では、展覧会の運営者が市民に対して明示的に「展覧会に対する貢献」を呼びかけ市民の自主的な活動の喚起を試みた事例を扱う。試行の結果として、市民の支援を集めることが可能であることと、活動の効果が明確に測定できることを示した。

最終の第5章では、日本の博物館の継続・発展を支える手法のひとつとして、博物館に関心を持つ市民がインターネットを使って支援活動を行うことが有効であることを結論付けた。さらに、第3の観点をもとに、博物館ブログを結合する中継サイトの構築が市民の貢献の効果を増幅させる可能性について述べた。

## A Role of the Citizen to Improve Museums - A Proposal of a Framework Supporting a Social System by Internet Utilization -

### Abstract

The subject of research in this thesis is the role of the citizen in improving the museum in Japanese society. Currently, thousands of museums are managed nationwide. However, the social environment and the user requirements of museums have changed. Museums often face severe financial constraints. Consequently, it has become difficult to maintain a museum in the traditional way. This thesis aims to propose a potential solution to the problem using a new citizen/museum interface.

Chapter 1 offers two perspectives as it introduces research into the current critical situation faced by museums. The first perspective involves citizen support; the second, Internet utilization.

Chapter 2 describes the current deficiencies in Internet utilization on the part of the museum administrators. Although museums don't allocate high priority to the Internet utilization, the citizen uses the Internet to access museum information. There is a gap between user and administrator perception of the museum.

Chapter 3 considers citizen participation as an agent of Internet utilization for the museum. I show that active citizens contributing to the museum already exist on the Internet. The investigation revealed that the citizen's object of interest is not a specific museum, but all museums in a particular field. This led to the third viewpoint.

Chapter 4 examines a successful case where the administrator of an exhibition specifically requested citizen contributions.

Finally, chapter 5 discusses how the citizen interested in the museum can effectively support the museum through online activities. Based on the third viewpoint, I argue that coordinating activities with some structure can expand their influence.

## 目次

1 序論	1
1.1 研究の背景	1
1.2 博物館という社会システムの現状と課題	4
1.2.1 日本の博物館の現状と課題	4
1.2.2 博物館と市民の関係の現状と課題	6
1.3 課題の解決への取り組み（先行研究）と本研究の位置づけ	11
1.4 研究の目的と対象	12
1.4.1 研究の目的	12
1.4.2 研究の対象（博物館の種類と設置者）	18
1.5 本論文の構成	22
2 博物館のインターネット対応の現状	26
2.1 はじめに	26
2.2 日本の博物館の現状と、研究の対象・目標	27
2.2.1 博物館と市民の関係の拡張	27
2.2.2 博物館のウェブサイト	29
2.2.3 比較対象の設定	29
2.3 日本の博物館のウェブサイトの現状	31
2.3.1 ウェブサイトの観察・測定	34
2.3.2 施設側が提供するコンテンツと機能に関する調査結果	35
2.3.3 ウェブサイトへの市民のアクセスに関する定量的な調査結果	38
2.4 企画展のサイト事例 「未来をひらく福澤諭吉展」(2009)	40
2.4.1 「未来をひらく福澤諭吉展」(企画展)のウェブサイト	40
2.4.2 企画展のウェブサイトへのアクセスに関するデータの収集	42
2.4.3 調査・分析の結果と考察	43
2.5 公立博物館のウェブサイトに関する5つの提案	46
2.6 おわりに	49
2.6.1 これまでの成果の整理と課題	49

2.6.2	今後の研究	49
3	博物館ブログの現状	52
3.1	はじめに	52
3.1.1	「来館者研究」の歴史と新しい視野の可能性	52
3.1.2	インターネットを利用した市民の活動	53
3.1.3	インターネット上の市民活動を解析するためのアプローチ	55
3.1.4	研究対象としてのブログへの着目	56
3.2	本論	59
3.2.1	調査概要	59
3.2.2	調査結果：博物館ブロガーのプロフィールと地理的な分析	66
3.2.3	調査結果：博物館ブロガーの行動の時間・期間の分析	73
3.2.4	調査結果：特定領域の博物館に関する集計	75
3.2.5	調査結果：博物館ブロガーの個別インタビューの報告	83
3.3	おわりに	84
3.3.1	結果のまとめ	84
3.3.2	考察	85
3.3.3	今後の研究	86
4	展覧会での市民ブロガー協力の試行	88
4.1	はじめに	88
4.2	インターネットの活用による市民参加形態の拡大の可能性	89
4.3	2009年 福澤論吉展での市民による支援プログラム「福澤展応援団」事例	92
4.3.1	福澤展および福澤展のウェブサイトの説明	92
4.3.2	「福澤展独自サイト」の効果	95
4.3.3	市民参加プログラム「福澤展応援団」の説明	97
4.3.4	成果のまとめ	102
4.4	おわりに	103
4.4.1	これまでの成果の整理と課題	103

4.4.2 今後の研究	104
5 結論	105
5.1 これまでの成果の整理と課題	105
5.2 課題解決のための仮説	107
5.3 今後の研究	112
謝辞	114
参考文献	115
成果の一覧	122
研究に関連して訪問した博物館の一覧	126

# 1 序論

## 1.1 研究の背景

博物館の歴史は古代にまで遡ることができる。それ以来の長い年月の間に、博物館のステークホルダー（設置者、管理者、利用者、等）や、資料の収集・研究・展示の方法等、様々な観点において著しい変化を遂げてきており、「現代においても、博物館とは何であるか、博物館とは何をすべきかといった基本の問いに対する答えは必ずしも明確ではない」（高橋 2008, p.3.）のが現状である。博物館および博物館専門職に関する国際的な組織として 1946 年に誕生した国際博物館会議（ICOM = International Council of Museum）による博物館の定義も団体設立以来何回も変わってきている（ICOM 1946-2001）。

さて、日本の博物館の歴史の中では、資料保存や個別の施設の設立とそれらを俯瞰するより大きな目的や構造（以下、システムアーキテクチャーと呼ぶ）の成立が相互に影響しながら発展してきたことが見て取れる。近代以降の歴史を概観するとシステムアーキテクチャーの大きな転換を二度迎えている（図 1-1）。第一の転換は、明治維新後の国営の博物館の設立である。当時の政府は、西洋の博物館を参考にして新たに整備を行ったが、そこで収集・保存された要素としての資料は、それ以前の歴史の中で蓄積されてきたものが中核となった。資料を収集・保管し、研究や展示に用いるという博物館の機能の基本形はこの段階で整ったといえる。また、大学や図書館といった他の文化・教育のシステムアーキテクチャーもこの時期に並行して決められた。第二の転換は、第二次世界大戦後の民主主義普及の一環としての社会教育施設の整備である。社会教育というシステムアーキテクチャーの中で、公民館・図書館等と並んで地方公共団体による博物館の設立が促進された。そして、「今日においては、研究、教育及びレクリエーションを目的として、文化的または科学的に意義のある資料を収集し、保管し、展示する常設機関を博物館とする ICOM の考え方は、定着したものといえるだろう」（大堀、他 1996, p.3.）という認識が広まっている。このような考え方は、現時点で日本の博物館のシステムアーキテクチャーを法的に定義している博物館法でも共通しており、博物館は日本社会における文化・教育システムの一部となっている。

最近では、従来の博物館像を拡張する手法・概念として、エコミュージアム、アーカイブ、といったキーワードも使われている。国際的に議論されてきたエコミュージアムという概念に関する議論では、特定の施設以外の地域全体の自然環境・社会環境を、専門家だ

けでなく住民が主体となって保存・育成・展示することを通して地域社会の発展に寄与することが検討されており、日本へも導入され（新井 1995）、市民が関心の対象にできる範囲は広がってきている。同時に、アーカイブ（資料の収集・保管）の領域では、博物館が扱う収蔵品や公文書館が扱う歴史的な史料としての公文書等だけでなく、他の機関でも特定のテーマに沿った系統的な収集・整理の試みが広がってきている。また、デジタル技術の発展によって情報の形での記録・保存の可能性が広がり、結果として対象にできる資料の範囲も広がってきている。無形のもの（民俗芸能、伝統産業・伝承技術、祭礼・年中行事、生活様式・習俗、郷土の歴史・信仰、等）や、歴史的建造物・街並、地域の自然・景観、遺跡・埋蔵文化財等でも、画像・動画等によって情報として残すことが技術的に可能であり、情報メディアの形体にしてもウェブページのような無形の新しい情報メディアまで登場している。これに、ネットワーク技術の発展が加わることによって、ネットワークを通して資料の情報にアクセスできるだけでなく、特定の機関の限られた専門家以外にも資料収集・保管・公開の主体者となることが可能になってきている。

筆者は、上記のような事象を、戦後のシステムアーキテクチャー（図 1-1 第 2 層）が現実とそぐわなくなっていることの証左だと考える。そして、社会からは博物館と地域・市民との間の接点の増加・強化、双方のコミュニケーション、さらには“知の再編”を求められていると理解している。現在の博物館の主要機能の一つである展示についても、初期には特定の施設内で対象者を限定して行われていたものが、徐々に場所・対象者に関して範囲を広げて公開されるようになってきており、その手段も多様化してきた。教育普及の面では、資料の観察・鑑賞を起点にセミナーやワークショップ等の様々な手法が展開されてきている。しかし、博物館がその使命を全うするためには、新たな試みに取り組むと同時に、現行の機能を安定的に継続しなければならない。結果として、博物館への期待の拡大と、実際の運営における時間的・経済的な制約の間には必然的に隔たりが生じる。

本研究では、現代の日本において博物館という社会システム<sup>(1)</sup>が求められている、地域・市民との間の接点の増加・強化に寄与する方法の一つとして、市民のインターネット上での自主的な活動の可能性に着目した。そして、活動状況の実態を調査し、具体的に特定の展覧会の広報活動に活用する仕組みを提案し実験的な試行を行うことによって、それらの活動が結果として博物館への支援に転化しうることを示した。この試行では、それを契機にインターネット上での自主的な活動に新たに取り組んだ市民を確認することもできた。この調査・試行の結果に基づき、最終的に市民のインターネット上での自主的な活動



が博物館への支援としてさらに効果を増すための道筋を提案する。

なお、本論文では、「博物館」という名称を、現時点での ICOM の定義や博物館法が想定している施設、およびそれらに類似した施設の呼称として用いる。個別の施設としても総称としても用いることがあるが、明示的に複数の施設を指すことを示す場合は「博物館群」と呼ぶこともある。そして、本研究においてはエコミュージムの概念が想定するように地域全体を「博物館」とみなす用語法は使わない。ただし、研究の視点は現実の施設・組織体としての博物館に限定するわけではない。博物館の問題を議論するには、博物館そのものだけでなくそれを取り巻くステークホルダーも含めた社会の構造に着目することが必要だと考える。なお、厳密な表記が必要な場合、日本国内に関しては博物館法に基づく登録博物館・博物館相当施設を合わせて「狭義の博物館」と呼ぶ。博物館類似施設も加える場合は「広義の博物館」と呼ぶ。

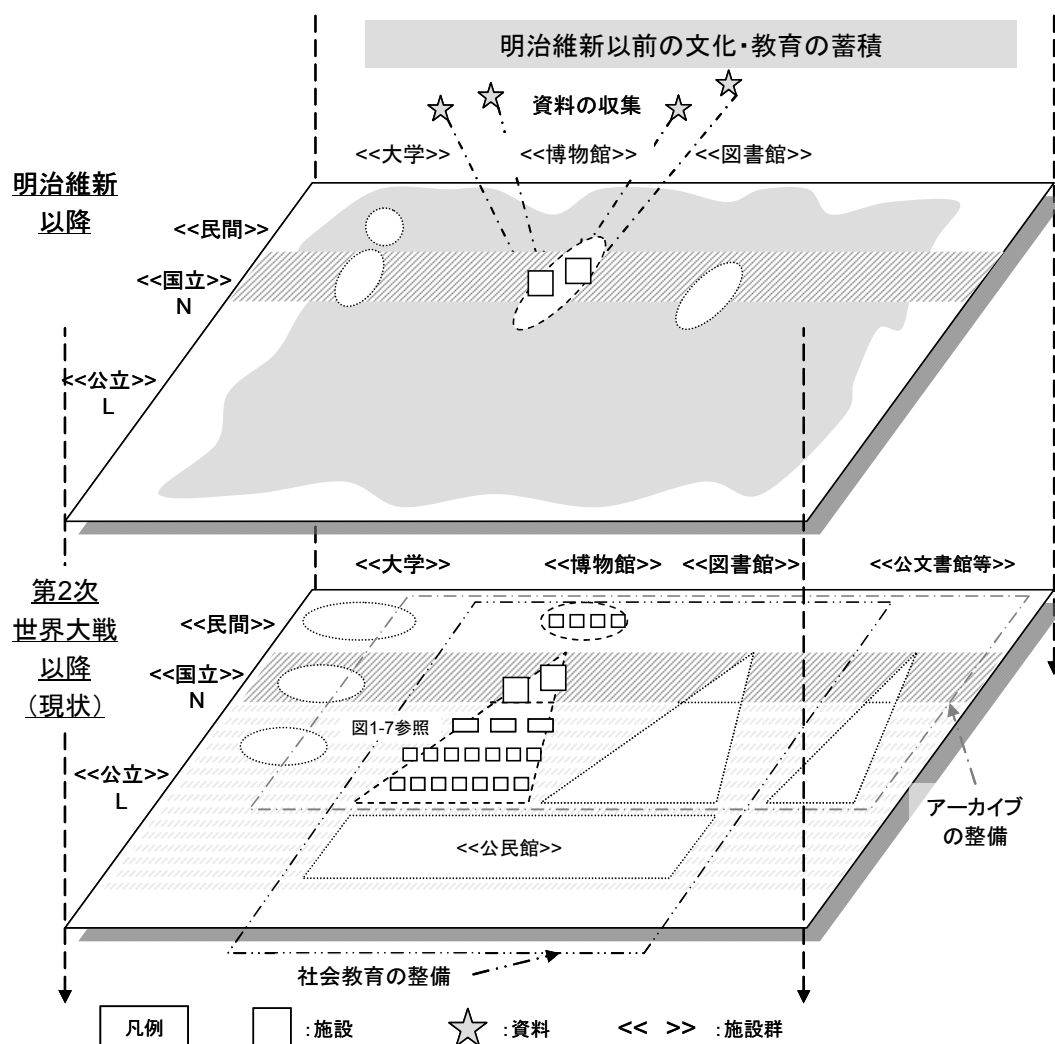


図1-1 日本の博物館と関係する文化・教育システムの歴史的変遷の模式図

## 1.2 博物館という社会システムの現状と課題

### 1.2.1 日本の博物館の現状と課題

#### (1) 日本の博物館

日本の近代博物館の歴史は、明治初期の国家による博物館の設置に始まった。第2次世界大戦後になると社会教育が重視され、公民館を初めとした新たな社会教育のシステムが日本社会に導入された。その一つとして昭和26年に博物館法が定められ、地方公共団体は博物館の設立を積極的に推進した。「狭義の博物館」は、1999年（平成11）には、1,000施設を超えた。また、博物館法が適用されない博物館類似施設も博物館以上の増加率で増加し、同年に4,000施設を超えた。この増加は近年も続き、2008年（平成20）には、「広義の博物館」は、5,775施設となった（文部科学省 2009）。

戦後、博物館を含めて様々な公共施設が設立され社会教育に供されてきた。他の社会的な文化システムである公民館、図書館、青少年教育施設、女性教育施設の施設数の増加に比べ博物館の施設数の増加率は高く、絶対数も多い（図1-2）。特に、博物館類似施設の数は平成に入って急速に増加した（文部科学省 2006）。

1993年（平成5）と2008年（平成20）の「狭義の博物館」および博物館類似施設を比較すると、施設数は増加（博物館: 45%、博物館類似施設: 59%）しているのに対して一館あたりの年間利用者数は30%以上減少している（図1-3）。他の公共的文化施設では一館あたりの年間利用者数は増加していることと対照的である。公共の資源を用いる施設としての評価項目としては施設あたりの利用者数は重要な評価指標の一つであり、この観点では施設単位の経営効率は悪化していることになる。かつては、公的な文化施設は、直接訪問して利用する形態のサービスの重要な供給元であったが、近年は、民間企業等によって他の種類の文化施設・娯楽施設も多数設置されている。社会教育の方法は多様化し、一般市民にとっては利用の選択肢が増えた。

一方、国及び地方公共団体の財政状況の悪化は、博物館等の施設の運営にも少なからぬ影響を及ぼしている。そして、それが要因となって、博物館の社会への貢献を維持することが難しくなる恐れも出てきている。「国及び地方公共団体の財政赤字拡大に端を発する一連の改革には、経費節減の方針とサービス向上にむけた民間活力の導入が企図され」（日本学術会議 2007）公立博物館の管理を民間の組織に開放する指定管理者導入は急速に進んでいるが、「財政および経済効率を優先する改革に影響されて、社会的役割と機能を十分に発揮できない状況に陥る可能性があることを憂慮」（日本学術会議 2007）する声明も出

されている。

これらの状況を鑑みれば、社会における博物館の存在意義を再度確認した上でその発展のために新しく取り組むべきことを検討・実施することは喫緊の課題であると考えます。

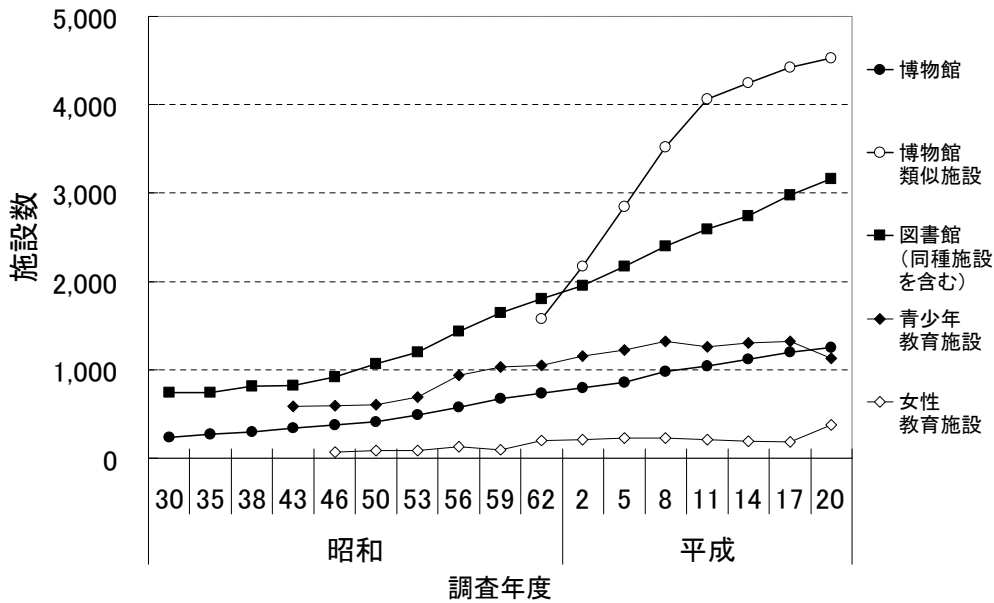


図1-2 文化施設の施設数の推移  
(文部科学省 平成20年度社会教育調査 (文部科学省 2009))

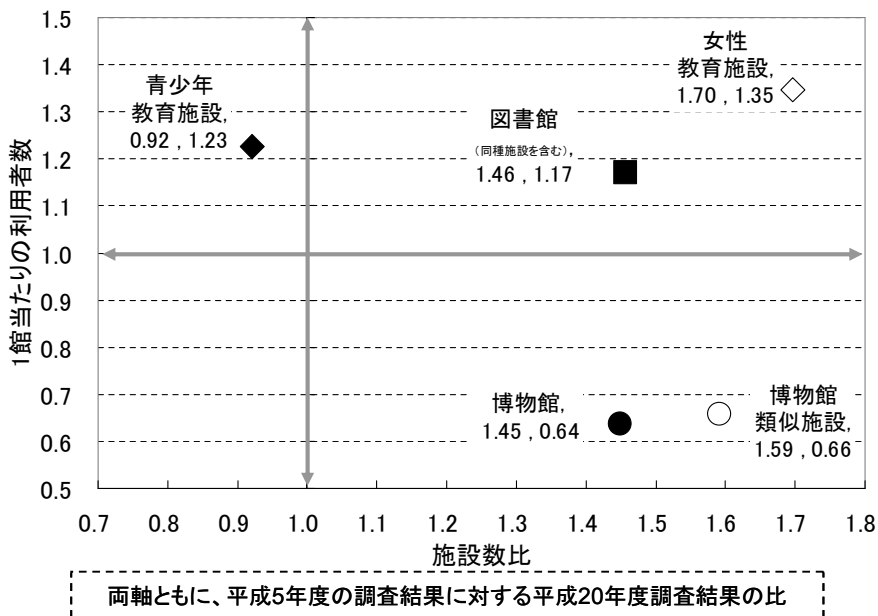


図1-3 文化施設の施設数増減と一館あたりの利用者の増減  
(文部科学省 平成20年度社会教育調査 (文部科学省 2009))

## (2) 博物館に対する社会のニーズの変化

日本学術会議は 2007 年に、博物館への指定管理者制度の導入が進められることに対して、文化行政において効率化のみを求める危険性を危惧して声明「博物館の危機をのりこえるために」（日本学術会議 2007）を出した。この中で、「昨今の行政改革等により博物館をめぐる制度的環境は大きく変わりつつ」あることを前提として博物館の課題を 4 点挙げた。

第 1 は「モノ」のもつ時間的価値を適正に保存し、増進させるために、中・長期的展望をもった戦略が不可欠である」、第 2 は「オリジナルな「モノ」が有する価値と資源性を十分に温存しつつ、またデジタル手法によるコピーをデータベース化する作業にも取り組まねばならない」、第 3 は「市民社会に広く開かれたシステムを構築する博物館活動の広汎化は、研究や運営の当事者に意識の転換を要請している」、そして第 4 は「研究・調査・展示・教育普及の当事者は、新たな局面に慎重かつ的確に対応し、旧式な博物館の形態を墨守するようなことがあってはならない」である。

博物館は、中・長期的展望をもった戦略を立てた上で、博物館活動の広範化によって市民社会に開かれたシステムを構築することと、「旧式な博物館の形態」に囚われずに新しい局面に対応することを明確に求められている。

改革を求められる公立博物館では、改革の前提として様々な博物館評価が実施ないしは計画されている。「一定の基準による審査」・「設置者による点検」・「博物館自身による点検」・「改善・開発を前提にした検証」・「専門家による質の批評」・「利用者によるチェック」（佐々木 2002）といった多視点からの評価が必要である。具体的な行政評価プロセスの検討と実施例としては、平成 12, 13（2000, 2001）年度に東京都において行われた都立の博物館の評価がある（村井 2002）。

そして、改革を成功させるためには、「まずは、お客さまの生の声をきく」（上山 2002）ことが重要である。本論文で主に市民の社会教育への貢献という文脈で検討する「市民のインターネット上での自主的な活動」という事象は、本項で述べた「博物館評価」の観点からも着目すべきものである。

### 1.2.2 博物館と市民の関係の現状と課題

本論文では、「近代社会を構成する自立的個人で、政治参加の主体となる者」という意味で「市民」という用語を使う。「都市の住民」という意味ではない。また、日本における近

代とは明治時代以降を意味するものとする。国民の参政権は法的には明治維新以降段階的に拡張されてきたものであり明治時代の初期における「政治参加」と現代における「政治参加」の概念とは必ずしも一致してはいないが、議論の契機となったのは明治維新であると考え、それ以降の自立的な個人を「市民」と呼ぶことにする。

### (1) 博物館利用者としての市民

市民の博物館に対する関わり方についての議論では利用者としての市民が想定されることが多い。博物館が有する機能のうち、市民との直接的な接点の主なものとは展示とその観覧、あるいは教育普及活動の開催と参加であり、いずれも主として館内で行われる活動である。

明治時代に初めて近代的な博物館が公開されたときには、多くの市民が観覧のために押し掛けたと伝えられている。明治という新しい時代の息吹を市民は博物館でも感じたことであろう。それまで幕府・藩・寺・神社の奥深くに秘蔵されてきたものが、博物館という公開の場ですべての市民が目にするができる時代が訪れたのである。その後、日本全国で多くの博物館が設立され、平成 20 年の文部科学省の調査では、平成 19 年度の年間施設利用者は約 2.8 億人となっている（文部科学省 2009）。

さて、平成 21 年に内閣府が行った「文化に対する世論調査」（総務省 2009）では、全国 20 歳以上の者から無作為に抽出した 3,000 人に対して、過去 1 年間にホール・劇場、映画館、美術館・博物館などに出向いて直接鑑賞した文化芸術について質問し、1,853 人の有効回答を得た。結果は、「美術」が 24.2%、「歴史的な建物や遺跡」が 22.6%であった。また、過去 1 年間で美術館・博物館に何回くらい行ったかという質問に対しては、「行った」とする者の割合は 42.2%であるが、その内訳は、「1～2 回」26.8%・「3～5 回」11.5%・「6 回以上」3.9%）である。年 3 回以上の利用をある程度継続的に美術館・博物館を利用していると定義した場合、その比率は 15.4%である。年 6 回以上の利用を日常的に美術館・博物館を利用していると定義した場合、その比率は 3.9%に過ぎない。

博物館の問題を議論する際には、利用の度合いに関するこの偏りに十分留意すべきである。特に、博物館運営側から見た場合に来館者として識別できる市民は一般的な市民の代表者ではなく、特定少数に限られる可能性があることに注意が必要である。

また、市民が博物館を利用するに際して、来館が前提になるのであれば、それは地理的・時間的な制約だと考えることもできる。市民は、博物館が閉館している夜間や休館日には

当然来館はできない。日常的な利用の地理上の実質的な範囲は博物館まで数時間内で到達できる地域である。社会の様々な仕組みが、インターネットや携帯電話といった新技術を活用して地理的・時間的な制約を減じ、市民がサービスを受ける利便性を向上させている状況下では、博物館利用の利便性は相対的に低下する可能性がある。

## (2) 博物館支援者としての市民

市民と博物館の関係は、博物館の提供するサービスを市民が一方的に受け容れることだけに限られるものではない。ここでは、市民の能動的な参加や双方向の働きかけについて考える。近年、博物館は一方的なサービス提供の場ではなく、市民の能動的な参加を前提とするようになってきた。伊藤は第3世代の博物館として、「参加し体験するという継続的な活用をとおして、知的探究心を育てていくことをめざす施設」を提唱している。また、「すでに関心を持っている人びとの要求に応えるということを軸とした第2世代の博物館に対し、第3世代では、関心の薄い人びとを対象に、その自己学習能力を育むことを軸とする」と第3世代の博物館は、既存の利用者のみならずより多くの市民を対象とするべきだと論じている（伊藤 1993）。「参加型博物館」の議論を進めた布谷は、参加型の3条件の1つとして「利用者は博物館が行なう全ての事業分野への参加とともに運営への発言ができること」を挙げた。展示鑑賞という狭義の「利用」にとらわれることなく、参加という概念を幅広くとらえていく必要性に注目することを喚起した（布谷 2005）。

市民参加の一部には、博物館を維持・発展させるための支援者としての活動も含まれる。まず、公的な博物館の多くは、地方公共団体等からの財政的な支援に支えられている。市民は、博物館の運営に対する直接の影響力は持てないものの納税によって間接的に博物館経営に参加しているのである。もちろん、事業が市民に支持されているかどうかは自治体の重要な判断材料になる。また、博物館に対する直接的な経済的支援も現在多くの博物館で行われている。さらに、「友の会」の活動や、展示解説等のボランティア活動も、博物館に対する直接的な支援者の存在を示している。

社会教育計画研究会が2006年に全国の博物館に対して行った調査結果によると、有効回答554館のうち344館(62.1%)の博物館でボランティアの受け入れが行われている(社会教育計画研究会 2008)。施設利用者の一部であるボランティアには地理的・時間的な制約があり、参加可能な市民は限定される。さらに、展示解説は、関心をもって博物館を訪問した市民に対して行われる活動であり、関心が薄い市民に対する働きかけにはならな

い。

一方、支援者の潜在的な可能性は大きい。平成 15 年に内閣府大臣官房政府広報室世論調査担当が行った「文化に対する世論調査」(総務省 2003)では、全国 20 歳以上の者から無作為に抽出した 3,000 人に対して、「この 1 年間に、展示物の解説、公演の際の会場整理、公演・展示の企画、子どもの体験学習への指導などの文化ボランティア活動や、文化芸術活動等への寄附などの支援活動を行いましたか」という質問を行い、2094 人の有効回答を得た。「行った」という回答は 9.2%であったが、「行わなかった」と答えた 90.8%の回答者に対する「今後条件が整えば、支援活動を行ってみたい」という追加の質問に対して 44.7%は支援を希望している(是非行ってみたいと思う：6.2%、多少は行ってみたいと思う：38.5%)。

このような点から、筆者は、市民が持つ社会貢献の意欲を具体的な行動として引き出し社会の用に供する仕組みの開発にはまだ多くの余地があると考えた。

### (3) インターネット上の市民の活動

博物館と市民の関係は、歴史的に変化をしてきている。この潮流には、主に対面で行われる諸活動に加えて、1980 年代後半以降、急速に普及してきた CMC (Computer Mediated Communication) ネットワークというコミュニケーションの場・方法も様々な影響を及ぼしてきた。既に多くの博物館が、インターネット上で広報等のためにホームページを設けている。また、博物館と市民、市民と市民間のコミュニケーションにも電子メールなどが活用されている。インターネットを含む CMC ネットワークは、普及の初期には、現実社会から派生した仮想社会として独立に扱われてきた。しかし、東京大学情報学環が 2005 年 3 月に実施した情報行動調査ではインターネットの普及率は調査対象者の 61.3%である(東京大学大学院情報学環編 2006)。市民の過半数がインターネットを利用する段階に至り、両者を分けて考えることができなくなっている。吉田は、インターネットにおける公共圏の成立の可能性を論じた(吉田 1997)。(ネットワーク上の)〈仮想社会〉と(ネットワーク外の)〈現実社会〉という 2 項対立が暗黙の前提とされてきたことを批判し、二つの〈社会〉の相互浸透と呼ぶべき事例を挙げている。遠藤は、現代社会を語る上で CMC ネットワークを前提とせずに語ることは不可能な時代が訪れつつあるとしたうえで、近代社会システムそのものが仮想的に構築されてきたことを主張するいくつかの議論を考察し、「こうした議論の系譜からするならば、むしろ、近代化とは仮想化(バーチャル

化)の過程であり、その延長上にバーチャル・コミュニティがあると捉える方が妥当である」としている(遠藤 1998)。本章では、CMC ネットワークの市民の活動は、限定された小規模な範囲の特殊な事例ではなく、市民活動全体の中で主要な役割を占めているということを前提におく。

なお、ここで使った「公共圏」という用語は、市民が平等な立場で文化的・政治的その他様々な問題に関して議論し公論を形成していく領域として Harbermas が提起したものであり、具体的な研究の対象は、初期の資本主義社会において国家等の公的領域から独立してはじめて成立した「市民公共圏の自由主義モデル」である(Harbermas 1962)。そして、「市民公共圏」の変遷にはマス・メディアが大きな影響を与えることが指摘された。これに対して、干川は、マス・メディアの情報操作的なコミュニケーション・ルートを相対化する市民独自のコミュニケーション・ルートとして、コンピュータ・ネットワークが媒介となり自律的な公共性が構築される可能性を考察した(干川 1994)。考察の中では、市民が国家システムや経済システムに影響力を行使して社会全体のあり方を変えるためには、市民が自ら独自に代案(オルタナティブ)を提示し実行する力を持つ必要があるとし、そのための社会的空間を「オルタナティブ公共性」と呼んだ。また、「オルタナティブ公共性」の構築には、市民がネットワークによって結ばれ情報・意見交換するための社会的空間である「ネットワーク公共性」が重要であるとした。

さて、公共的な社会システムの自律的な維持と発展にも市民間の情報・意見交換は不可欠である。したがって、市民が特定の機関・施設に関する情報を発信することはそれらに対する支援活動ととらえることができる。特定の機関や施設に対する寄付行為やボランティア活動は直接的な支援行為であるが、情報発信も間接的な支援行為になりうる。

なお、本論文では、市民の自発的に行うコンテクスト創作の活動が博物館に対する支援になる(図 1-8)という認識で論を進め、創作されたコンテクスト群の価値については言及をしない。このように市民が生み出すものの文化的な価値については肯定的な意見ばかりではない。懐疑的な見方の例としては、フランスの思想家であるボードリヤールが、その著作『消費社会の神話と構造』の中で、消費社会においては文化も消費の対象となったことを指摘し、「まちうけているのは文化そのものではなく、文化のルシクラージュ、つまり「流行に通じていること」、「何が起こっているのかを知ること」であり」、「批判的超越性と象徴機能という意味での文化とは正反対の概念なのだ」と述べている(Baudrillard 1970)。この観点については本論文の検討の範囲とはしないが、別途議論が必要である。



### 1.3 課題の解決への取り組み（先行研究）と本研究の位置づけ

博物館の情報に関する研究と実践の領域に与えたデジタル技術とネットワーク技術の発展の影響は大きい。まず、コンピュータの出現以降、資料に関する情報のデジタル化とそのデータベース作りが進められてきた。そして 1990 年代以降、インターネットの利用普及により、それらの情報を博物館と市民との関係性の向上のために活用する試みも始まった。

その初期には、まず、博物館の情報公開を補完的に行うために博物館によるウェブサイト構築が始まった。そして、公開されたウェブページに対する客観的な評価も行われるようになり、奥本・加藤は博物館の館外からアクセスできるウェブページの内容について複数の博物館に対する横断的なアンケート調査を実施し、日本の博物館が提供するデジタルコンテンツを館外用教育コンテンツの現状を分析した。さらに、博物館の情報を館外で検索する際の情報検索インターフェースの分析も行い、日本ではインタラクティブな情報と学習者に合わせたインターフェースが少ないことを明らかにし、よりよいウェブページの在り方について提案を行った。（奥本, 加藤 2008）

インターネットの活用に積極的に取り組む一部の博物館では、専門的な評価や博物館自身の意欲によって、ウェブサイトは一方向の情報発信からよりインタラクティブなものへと進化した。さらに、ウェブサイト自体の独立性を高め、バーチャル・ミュージアム、デジタル・ミュージアム等の名称で呼ばれる新たな形体の博物館を目指して構築される試みも見られるようになった。イリノイ大学（University of Illinois）のスパークロック博物館（Spurlock Museum）では、新施設の建設の計画が決まった後、施設の建設と並行して、コレクション管理システムとウェブサイトでの情報公開の両者を実現するために資料の情報のデジタル化・データベース化を進め、施設の完成以前にインターネット上でバーチャル・ミュージアムとして公開する試みが行われた（Marty 2000）。

また、博物館のウェブサイトの改善のために市民の利用状況や意見を収集し設計に反映することも取り組まれている。サンフランシスコ近代美術館では、利用者中心設計の実現を目指して美術館のウェブサイトの利用者の調査（アンケート、インタビュー）を行い、利用者がウェブページに求める要件を分析し再設計に役立てた（Mitroff 2007）。

さらに、博物館が整備したデータを公開するだけでなく、その情報に対して市民がインタラクティブに情報を付加する試みも行われている。ケンブリッジ大学考古学・人類学博物館（University of Cambridge's Museum of Archaeology and Anthropology (MAA)）

のコレクション管理システムのデータベースを利用した実験では、その一部の情報をインターネット上のブログの形式に変換して公開し、対象となる資料に関して専門性をもった学生に分類のためのキーワード（メタデータ）やコメントの付与を行わせ、その付加情報が他のユーザにとって役立つことを示した（Srinivasan, et al. 2009）。

上述のような新しい技術を使って博物館と市民との関係性を向上することを目指す研究の系譜の中で、本研究の独自性を3点を挙げる。

第1は、視点の違いである。上述の先行研究はいずれも博物館側の視点から行われたものである。博物館が提供するサービスを拡張し進化させることに主眼が置かれている。これに対して、本研究では市民側にとって可能になった活動に着目している。

第2は、対象とする情報の種類である。博物館側が推進してきた事例では、博物館のコレクションに関する情報のデータベース化との連動に主眼を置いたものが多い。しかし、本研究では、資料の単位の情報ではなく、市民の博物館体験（コンテクスト）の情報に焦点を当てている。

第3は、市民の行動の種類の違いである。先行研究は、市民による博物館の利用に関する研究が中心であるが、本研究は、市民が博物館に関心を持ち利用する行動が博物館に対する支援にもなり得る点に着目している。

なお、以下の各章では、章の主題に基づいてより具体的な研究内容を説明する際に、さらに関係する先行研究を明らかにする。

## 1.4 研究の目的と対象

### 1.4.1 研究の目的

本研究の目的は、博物館という社会システムと市民との間の相互作用によって、双方の活動を活性化するための新しい方法を見出すことである。特に、市民の自主的な活動が博物館の発展に寄与することの証明に主眼を置く。ただし、同時にそれは、視点を変えれば、博物館を介して行われる市民の教育・学習の活性化と解釈することもできる。基本的には前者の観点を中核に据えるが、本項では後者の観点での意味づけについても付記する。

博物館の第一の目的は、社会に対して文化・教育の面で貢献することである。社会への貢献は市民からの支持によって裏付けられる。したがって、経済的な効率性の観点だけで評価すべき社会システムではない。文化・教育を主題とする非営利の社会システムとしては、博物館以外に、公民館、図書館、アーカイブスや大学も存在しており、社会からの評

価に関しては博物館と同じ状況にある。本研究は、そのような別種の施設群、あるいは異種の施設間の連携・協力へと展開・応用できるものだと考える。

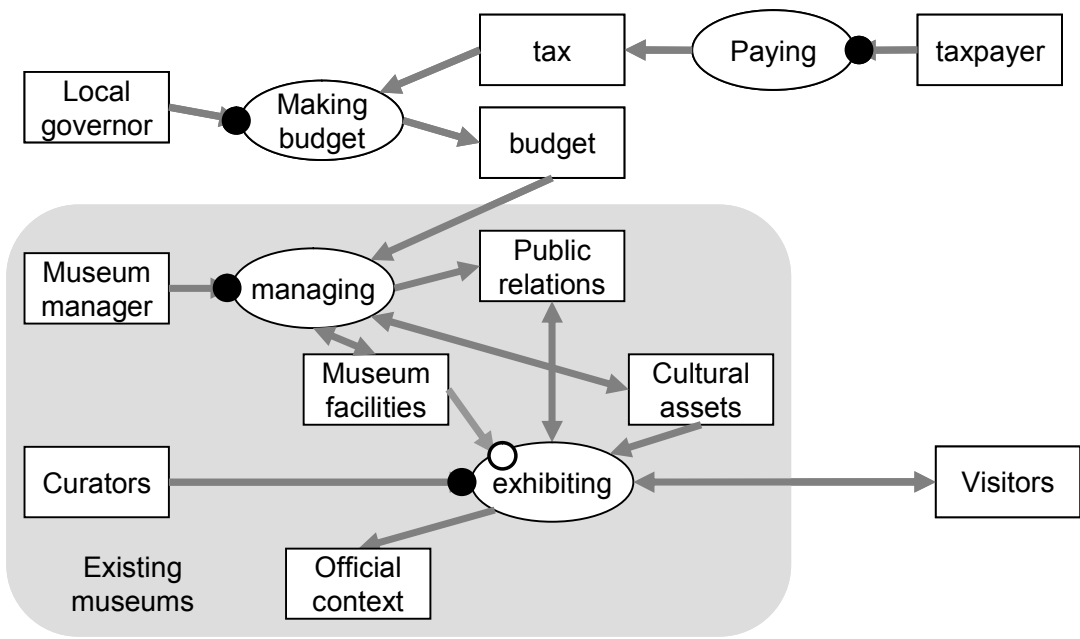
### (1) 市民による博物館の支援

本研究は、市民の支援によって博物館という社会システムを活性化することに重点を置く。そのために、現代の日本において博物館という公共の社会システムが直面している課題の解決に寄与する要素のひとつとして市民のインターネット上での自主的な活動に着目し、それらの活動の現状を調査し、特定の展覧会で活動を喚起する試行を行った。また、本研究は、博物館以外の公共的な社会システムの現状の理解と改善の検討に幅広く寄与するものとする。

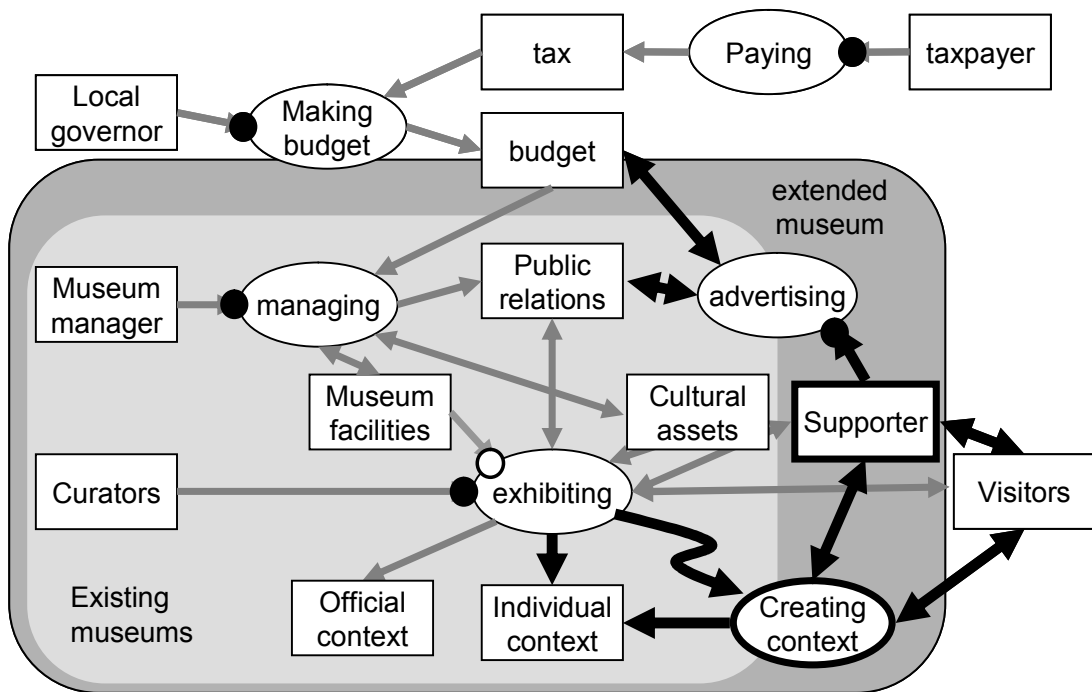
研究アプローチとしては、博物館に関してインターネット上で市民が行う何等かの活動に関する情報を収集・分析し、それらの活動を博物館に対する「支援」として機能させることを考えた。また、現状の分析に関しては、「個別の組織の歴史や振る舞いを枚挙的に論ずるのではなく、統一的な方法で博物館経営を科学的に論じる」（高安礼士 2005）ことの重要性に鑑み、客観的、定量的なアプローチを試みた。

博物館に係るステークホルダーの関係のあるべき姿 (To-Be) の検討のための基本として、市民の中に内在する「支援者」という役割をステークホルダーとして明確に切り出した。特に、博物館の館外での支援者というステークホルダーを切り出し、従来の博物館に付加することが有効であると考えた。OPM (Object-Process Methodology) を用いて、現状 (図 1-4 (a)) と可能性 (図 1-4 (b)) を対比して示す。博物館という社会システムの範囲を、「伝統的博物館と観覧者との関係」から「支援者の活動も組み入れた広義のシステム」に拡張する。公共的な社会システムに対する「利用」と「支援」は、本来独立した活動であるが、博物館の場合、利用者の中の一部が積極的な支援者としても活動するために混同しがちである。他の機関を例にするとこの2つの機能が本来は独立した概念であることがわかりやすい。

他の非営利の教育システムとして大学の場合を例にとると、学生や研究者は利用者であり、寄付者やボランティアは支援者である。寄付者やボランティアの一部は、大学が持つ教育・研究機能の利用者ではないことを考えると、「利用」と「支援」が独立した概念であることがわかる。一方、寄付者やボランティアにはその大学の卒業生である例も多い。この例は、「利用者」が「支援者」として置換できる可能性を示唆してくれる。



(a) As-Is



(b) To-be

図1-4 博物館システムのOPM図(Object-Process Methodology )

博物館において「利用者」が「支援者」としての役割も担う事例として、運営に参加するボランティアがある。現在、他の公的機関と同様、博物館でもボランティア制度を持つ館は増えていることは調査（社会教育計画研究会 2008）によって明らかにされている。ただし、博物館にとってボランティアプログラムは「利用」を前提としたものである。上記調査結果で、ボランティアを受け入れている理由に関して回答率が高かったのは「ボランティア活動を生涯学習の場として提供する」（65.1%）・「多くの人に親しまれる施設になる」（58.4%）・「施設の活性化につながる」（56.1%）であり、「生涯学習支援」と「施設の活性化」という2つの目的が強く意識されていると分析されている（大木真徳 2009）。いずれも「利用」が前提とされており「支援」の受け入れは意識されていない。しかし、博物館の利用者に視野を限定することは支援者基盤拡大の制約になりえる。1.2.1項で示したとおり、博物館を利用する市民は限定されているのである。

一方、直接「支援」が意識されていると考えられる市民の行動事例としては「寄付」行為がある。文化芸術振興に関わる寄付の経験者は9.1%（総務省 2009）おり、特に年代別の分析では50歳代で13.4%、従業上の地位の分析では管理職の14.9%となっている。「寄付」においては当然「利用」が影響すると考えられるが、来館行為とは独立に行われる寄付が存在することは明らかである。このように、「寄付」を通じて「支援者」を獲得する活動も可能である。

博物館のシステム再設計のための仮説を設定する。従来、博物館と一般市民との間は、社会的なサービスの提供者と利用者という関係であった。博物館の場合は、資料の展示や教育普及プログラムという機能が直接的なサービスになる。博物館は、資料を観察・鑑賞するためのコンテキストを提示し、利用者はそれを一方的に受け入れる立場である（図 1-5 (a)）。しかし、一般市民の関心は多様化しており、博物館が提供する固定的で制約のあるコンテキストでは飽き足らない。一般市民には自分でコンテキストを創作したいというニーズがあるが、博物館の組織内でそれを満足させることは難しい。一般市民の中には、この機能を補完する能力と意欲のある者は存在するが、実際に活動する条件はそろっていない。この潜在的なリソースを「支援者」として博物館の外部で独立して抽出・組織化し、博物館の拡張機能を担うことが可能だと考える（図 1-5 (b)）。

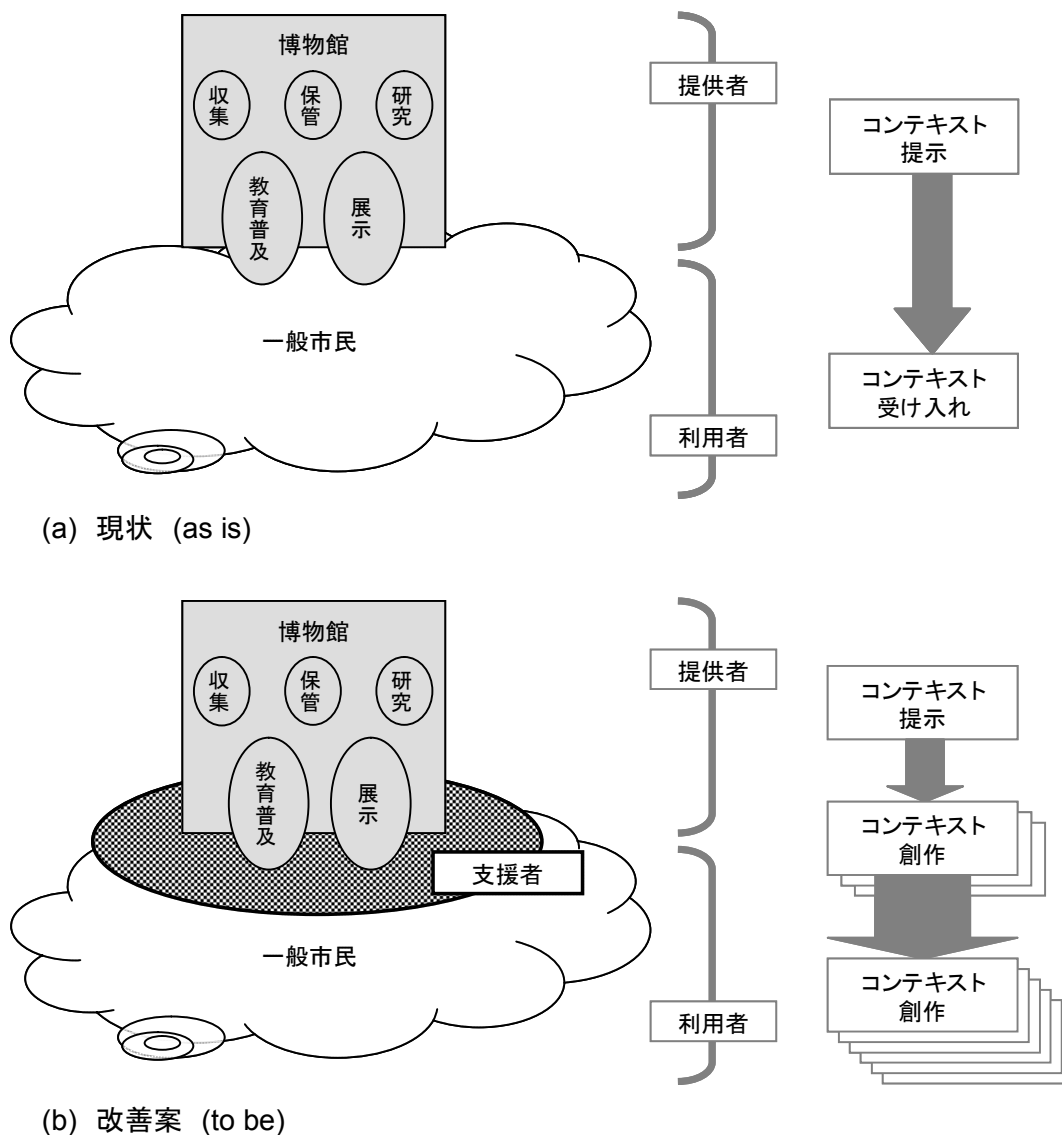


図1-5 博物館と利用者の関係

次に、博物館のステークホルダーとそれぞれの活動の現状と再設計の可能性をまとめた。(表 1-1)「支援者」が担う活動として、コンテキスト創作支援(表 1-1, A) 以外に、広報活動支援(表 1-1, B) の可能性を考えた。博物館法で定める博物館の機能には、広報のような支援的な機能は含まれていないが、現代の博物館を考える上では商業的な領域で使われるマーケティングの手法(Kotler, et al. 1998) を無視するわけにはいかない。市民とのコミュニケーションを支える広報の機能はきわめて重要な位置付けにある。

第 1 の仮説を支える重要な技術はインターネットである。「支援者」と「利用者」の分離を図る道具としても、「支援者」が支援活動を行う道具としても、コミュニケーションの

コストを削減し、時間の効率を高める有効な手段だと考える。実物を扱うという博物館の特色は、場所と時間の制約にもなりうる。「支援」する意図を持った者も、支援プログラムに場所と時間の制約があれば実際には参加はできない。インターネットがもつ特色を活用すれば、場所と時間の制約が少ない支援プログラムを作成することが可能になり、結果として実際に活動可能な支援者を増やすことができる。

また、本論文では扱わないが、他に、「支援者」による直接的な寄付行為の活性化も博物館のシステム再設計のための重要な課題である。日本では、博物館の運営資金は主に一般市民による納税と利用者による入場料によってまかなわれているが、外国では寄付や基金の収益が博物館を支えている事例も多い。

表1-1 博物館のステークホルダーと活動

凡例 <現状> <可能性> 提供例 ○ :活動の主体 ☆ :活動の承認 ◇ :活動のサポート △ :一部の事例  
 ○ :検討対象 ☆ :試行1の関係範囲

		設立 検討と 実施	再配置 検討と 実施	予算 措置 (公的資金)	資金	マネジ メント	マーケ ティン グ	広報	収集	保管	調査 研究	展示	関連 事業	ボラン ティア 運営	観覧	コンテ キスト 創造
上位組織	議会(決定者)	○														
	行政(執行者)	○	○	○												
単館	管理者					○		☆	☆	☆	☆	☆	☆			
	事務系							○								
	学芸員、研究員							○	○	○	○	○	○	○		○
	ボランティア(館配下)												◇	☆◇		
関連業者	展示等の専門企業					△	△	△				◇	△			
一般市民	一般															
	一般利用者															○
	支援者(独立)															△
	寄付者				○											△

## (2) 博物館を介して行われる市民の教育・学習の活性化

市民によって行われる博物館への支援の活動は、活動を行う当事者と影響を及ぼす他の市民にとっての教育または学習ととらえることができる。博物館という社会システムを核にして市民の生涯学習を活性化するという視点を考慮し、本研究では、市民の立場から博物館という社会システムが持つ様々な側面の中で主に社会教育の面に焦点をあてる。本研究で扱う「市民のインターネット上での自主的な活動」及び「それが他の市民にもたらす影響」は、社会教育上の価値があると考えることができる。社会教育に関連して国が政策として推進している生涯学習に関する具体的な審議の中では、生涯学習の目的について自己の向上だけでなく「学習成果の社会への還元」という側面も議論されている（文部科学省中央教育審議会生涯学習分科会 2003）。また、審議の中間報告で「今後重視すべき視点」として挙げられた項目の中には、「「公共」の視点の重視」と「情報通信技術の一層の活用」（文部科学省中央教育審議会生涯学習分科会 2007）が含まれている。本研究が扱う「インターネットを活用して市民が博物館に対して行う支援」は、これらの要素を含んでいる。

なお、本研究では、博物館における学びについて「構成主義」の立場をとる。Hein は「構成主義」を、知識に関する理論の軸と学習理論の 2 軸を使って説明した(Hein 1998)。知識に関する理論の両極を、実在論（知識は学習者から独立して存在する）と観念論（知識は内面にあり、学習者によって構成される）とすると「構成主義」は観念論に位置する。学習理論の両極を、「学習は漸進的であり、受け身の（受動的）内面に一つ一つ付加される」という考えと「学習は能動的で、内面の再構築を導く」という考えとすると「構成主義」は後者に位置する。本論文では、博物館への関心の有無・強弱、博物館が提供するサービスの取捨選択、複数の博物館群へのアクセスの時期・順番の選択等は、基本的に市民の能動的な学習であり、それによって内面で知識が構成されているものとみなす。

### 1.4.2 研究の対象（博物館の種類と設置者）

本論文の研究対象として想定する博物館の種類と設置者について述べる。

まず、研究の対象とする博物館の種類に関して検討する。「広義の博物館」の施設数の増減は、施設の種別別に大きくばらついている（図 1-6）。特に 1987 年（昭和 62 年）以降、一部の種類（例「美術」の範疇の博物館類似施設）は急増する一方、一部の種類では減少（例「動物園」の範疇の博物館類似施設）が始まっている。したがって、研究においては、



博物館のシステム全体に対して検討するだけでなく、種類によって状況が異なる可能性も慎重に見極める必要がある。主な研究対象として想定するのは、「歴史博物館」、「科学博物館」、「美術博物館」の3領域とする。「総合博物館」には様々な領域の組み合わせが存在するが、要素として上記の3領域を含む場合が大半を占めると考えこれも対象範囲とする。併せて種類の博物館の合計施設数は、平成20年度の調査（文部科学省 2009）で「広義の博物館」全体の92.5%を占めている。ただし、必要に応じて、それ以外の種類の施設も検討に加える。

次に、研究の対象とする博物館の設置者について整理しておく。基本的には「広義の博物館」全体を対象として考えるが、博物館は規模の面では大きく分散しており、全てを見渡して議論することは容易ではなく、平均値で語ることも危険である。研究にあたってはその対象を具体的に指定することが重要である。国公立について考える場合、国が設置した博物館（以下、N群と呼ぶ）は館の数は少ないが規模は大きく、地方公共団体が設置した博物館は国立に比べて相対的に規模は小さくなるが数は数千館と多い。本研究では、博物館全体についての議論をするための主要な対象として、圧倒的に数が多い地方公共団体の博物館を想定した。また、博物館の規模による違いを見落とすことがないように、その設置者である地方公共団体の人口規模を参考にして2つの群にわけた（図1-7）。具体的には、一つは都道府県と政令指定都市（法定人口50万人以上）が設置した博物館（以下、L1群

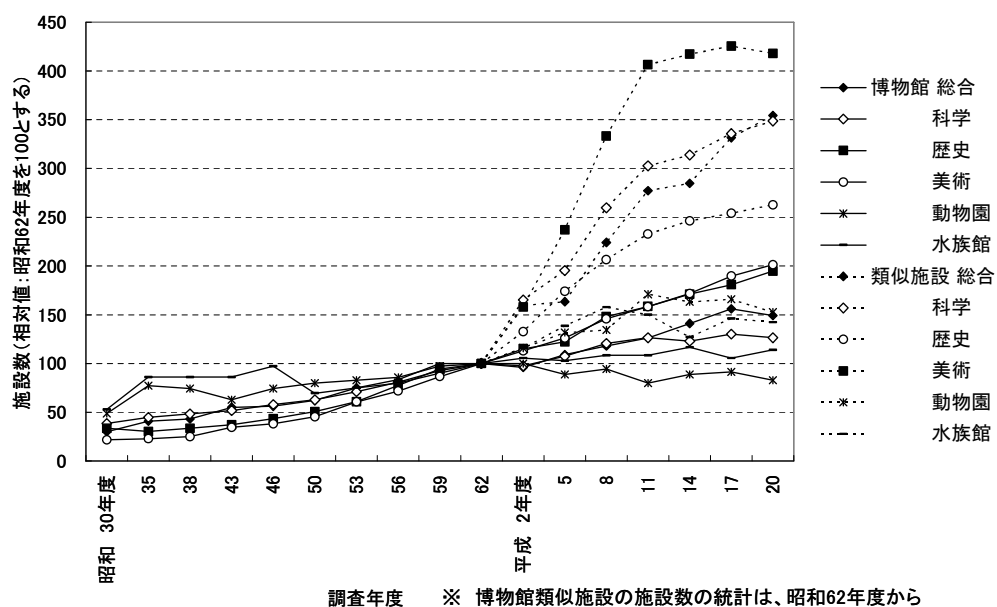


図1-6 博物館、および博物館類似施設の種類の施設数推移(昭和62年度を100とする)  
(文部科学省 平成20年度社会教育調査)

と呼ぶ)であり、もう一つはそれよりも小規模な地方公共団体(政令都市以外の市、特別区、町村)が設置した博物館(以下、L2群と呼ぶ)である。人口規模は財政規模にも連関していると考えられ、博物館を支える市民・財政基盤を示す指標になると考えた。私立博物館に関しては設置者である一般社団法人若しくは一般財団法人、宗教法人等の個別の事情によるものであり対象の範囲を具体的に定義する指標を見出すのは地方公共団体の場合よりも難しい。

研究の主要な対象を「公立の博物館」とした理由は、本論文では博物館の社会教育での役割に焦点をあて、博物館と市民との日常的な関係に着目しているからである。国立の博物館・美術館・科学博物館と公立の博物館では、その設置の基本的な目的に差異がある。公立博物館は、その多くが博物館法で定義された登録博物館であり、博物館法の理念に基づく設置が基本とされている。教育基本法の基に学校教育法と並んで制定された社会教育法では図書館と博物館について触れられている。社会教育法の第九条は「図書館及び博物館は、社会教育のための機関とする。」であり、2項で「図書館及び博物館に関し必要な事項は、別に法律をもつて定める。」である。公立博物館は明確に社会教育を目的としているのである。博物館法の第一条では、法律の目的を「博物館の設置及び運営に関して必要な事項を定め、その健全な発達を図り、もつて国民の教育、学術及び文化の発展に寄与すること」としている。

無論、国立の博物館・美術館・科学博物館においても、教育は重要な目的のひとつであ

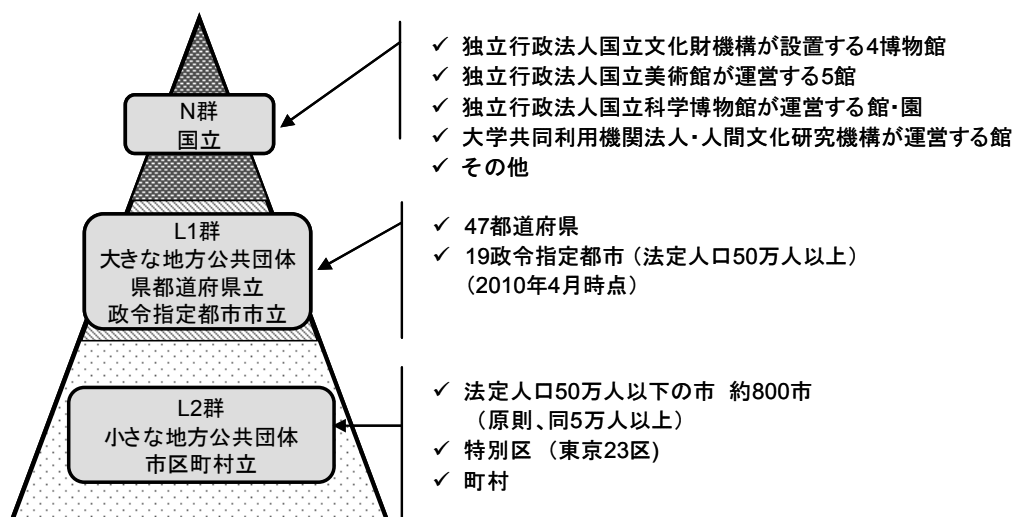


図1-7 国公立博物館の現状 設置者別の定義

る。独立行政法人国立文化財機構法の第三条では機構の目的が「博物館を設置して有形文化財を収集し、保管して公衆の観覧に供するとともに、文化財に関する調査及び研究等を行うことにより、貴重な国民的財産である文化財の保存及び活用を図ることを目的とする。」と定義されており、最終的な目標である「貴重な国民的財産である文化財の保存及び活用を図ること」のための方法として「博物館を設置して有形文化財を収集し、保管して公衆の観覧に供するとともに、文化財に関する調査及び研究等を行う」のである。独立行政法人国立美術館法の第三条でも、「芸術その他の文化の振興を図ることを目的」としておりそのための方法として「美術館を設置して、美術（映画を含む。以下同じ。）に関する作品その他の資料を収集し、保管して公衆の観覧に供するとともに、これに関連する調査及び研究並びに教育及び普及の事業等を行う」とされており、事業の一つとして「教育」が含まれている。独立行政法人国立科学博物館法の第三条では「自然科学及び社会教育の振興を図ることを目的」としておりそのための方法として「博物館を設置して、自然史に関する科学その他の自然科学及びその応用に関する調査及び研究並びにこれらに関する資料の収集、保管及び公衆への供覧等を行う」となっており、目的の中に「社会教育の振興」が含まれている。

しかし、一方、文部科学大臣がそれぞれの独立行政法人に指示する中期目標には、「我が国における博物館のナショナルセンターとして博物館活動全体の活性化に寄与」（文部科学省 2007）、「我が国の近・現代美術及び海外の美術を体系的・通史的に提示し得るナショナルコレクションを形成」（文部科学省 2006b）、「ナショナルコレクションの体系的構築及び人類共有の財産としての将来にわたる継承」（文部科学省 2006a）といった国家としての中核機能の項目が設けられている他に、国内の公私立博物館への指導や海外との交流も含まれている。公立博物館の目的に比べ、国立の目的は多岐にわたる。以上のことから、日本全体の社会教育について研究をするのであれば、公立博物館を取り上げるのが適当であると考えた。

そして、公立博物館の数千館全てについて検討することができない場合は、設置した地方公共団体の資源（収蔵資料、スタッフ、資金）が一般の市町村に比べてより恵まれていると考えられる都道府県と政令指定都市（法定人口 50 万人以上）が設置者である博物館（L1 群）に重点を置くこととするが、それは相対的に恵まれた資源を持っている方が、後述する本研究のアプローチがより効率よく効果を生むと考えたからである。この規模で成立しない課題解決手法は、それよりも大幅に小さい規模では成立を期待できないと考えた。

## 1.5 本論文の構成

以上、第1章では序論として、まず、研究対象としての博物館の現状を概観したあと、日本の博物館のシステムが置かれている危機的な状況を述べた。その上で、この状況の解決策を模索することを目的とした本論文の研究を開始するにあたって、2つの点に着目した。着目した点は、市民による支援という観点と、インターネットの活用という観点である。これに続く各章では、以下のような構成で論を進める（図1-8）。

第2章では、博物館の管理者（地方公共団体）側のインターネット対応が必ずしも十分ではないことを、図書館を比較対象として相対的に示す。そして、博物館側としてはインターネットを活用することに関する優先度がけっして高くはない現状と、市民が既に日常生活の道具として普及したインターネットを使って博物館の情報にアクセスしている現状とを対比して説明することを試みる。実体の博物館の多くは公的に運営されている。一部の例外をのぞき経済面で継続的に維持できる条件を満たす博物館は限られている。博物館法で規定された博物館の基本機能を担うだけでもすでに資源の不足をうったえる声は多く、ネットワークをつかった発展まで目を向ける余裕はない。

博物館のインターネット活用については、先行研究において個々の博物館・展覧会での適用事例の報告はなされているが、本研究で行った複数の博物館間の比較や他の機関との相対的な比較による評価という観点は前例のないものと考えている。

第3章では、インターネットという機会を活かす当事者の候補として、博物館に関心を持つ市民に目を向ける。第2章で述べたように、博物館運営の制約（資源・時間・空間）と市民が新しく得た機会（インターネット）の間には解消すべき差異がある。従来の博物館のシステムにインターネットの活用を付加しより大きな価値を生み出すためには、博物館運営者以外にも担い手が必要である。そして、既にインターネット上では博物館への貢献に結びつく活動を行っている市民が出現していることを定量的に示すことを試みた。具体的には、博物館や展覧会に関する記事を自主的・自律的に執筆・公開している「博物館ブログ」に着目した。インターネットの普及によって、市民の意思の発信の自由度は格段にあがった。掲示板、SNS、ブログ、等様々なツールの中で、2000年代はじめから急速に普及し定着したウェブログ（以下、ブログ）に着目した。個人が自分の意志で解説し執筆ができるものであり、先になんらかの場が設定されているものではない。理論的に予見された公共圏がインターネット上にも実際に出現したともいえるブログ空間で、博物館関

係の記事を執筆・公開している市民とその活動状況を調査した結果を報告する。そして、調査の結果として、市民の関心対象は特定の博物館・展覧会に限定されてはならず、何らかのコンテキストに従った横断的なものであり地理的にも広がりを持つことを発見した。これを、第1章で示した2つの観点に加える第3の観点とする。

なお、第3章の調査では、インターネット上で形成される博物館と市民とのネットワークを解析したが、同じ対象に対する先行研究は見当たらない。ただし、モノとヒトのネットワークの研究は情報科学の視点で継続的に行われてきている。例えば、論文等の文献で相互に行われる引用関係を解析し知的紐帯 (intellectual tie) を評価する文献共引用解析の領域では、特定の学問領域・集団に関する解析事例 (Small 1973)、オンラインデータベースやコンピュータの活用が可能になった初期の時期における多量のデータの収集と解析の事例 (White, et al. 1981) がある。また、文献引用という情報のつながりと研究者間の人的なつながり (社会認知的紐帯) との関係も研究対象とされている (White, et al. 2004)。本論文では、これらの先行研究で試された解析方法を参考に、博物館と市民とのネットワークの解析を新たに対象とした。なお、上記の先行研究の場合の対象は、特定の領域の特定の専門家という限定されたものであったが、インターネットの普及とコンピュータの処理能力の向上によって、調査の対象範囲を一般市民まで広げ、また商用サービスに適用することが可能になった。筆者はかつて商業的な分野の情報システムの開発・サービス運営に従事した経験があり、それにより、インターネット上の大量のデータの収集と処理を行っている民間企業の協力を仰ぎ、自ら調査設計し実際の解析を行うことが可能になった。

第4章では、特定の展覧会に対するブログ記事の執筆・公開が当該の展覧会の広報に寄与する事例を扱う。第3章で見た「博物館ブロガー」は、主に自己の表現欲求を満たすために活動しており、対象とする博物館・展覧会に対する広報面での貢献は二次的な位置付けであることが推定できた。この章では、展覧会の運営者が市民に対して明示的に「展覧会に対する貢献」を呼びかけ市民の自主的な活動を喚起することを試みた試行事例を紹介する。この事例において、どのような効果が生まれたかについての定量的な結果も提示する。また、市民の貢献活動が、関係を持つ (同テーマの巡回展、類似テーマの別企画展) 複数の展覧会の間や、企画展から博物館 (常設展) への関心の誘導に対して、横断的にどのような効果を生むかについても検証する。

この試行の対象になった展覧会は、研究対象としてではなく展覧会としての成功を求め

られるものである。筆者が考案し実施したプログラムが、展覧会自体の成功にも結びついたことは特記しておく。

最終第5章では、各章の結果を整理・考察した後、第1章で設定した2つの観点と、第3章で発見し第4章で可能性を検証した第3の観点をもとに、今後の展開について提案し、その提案の妥当性を補強するためにプロトタイプの運営の成果も示す。以上の成果によって、日本の博物館の継続・維持・発展を支える手法のひとつとして、博物館に関心を持つ市民がインターネットを使って横断的な支援活動を行うことが有効であることを主張する。最後に述べる今後の研究の展望では、博物館を含む文化・教育システムの全体の再設計の中での本研究の成果を位置づける。

#### 注

(1) 「社会システム」という用語は社会システム理論上の厳密な定義に基づくものとしてではなく、一群の社会的要素すなわち社会的行為の全体、という一般的な意味で用いている。

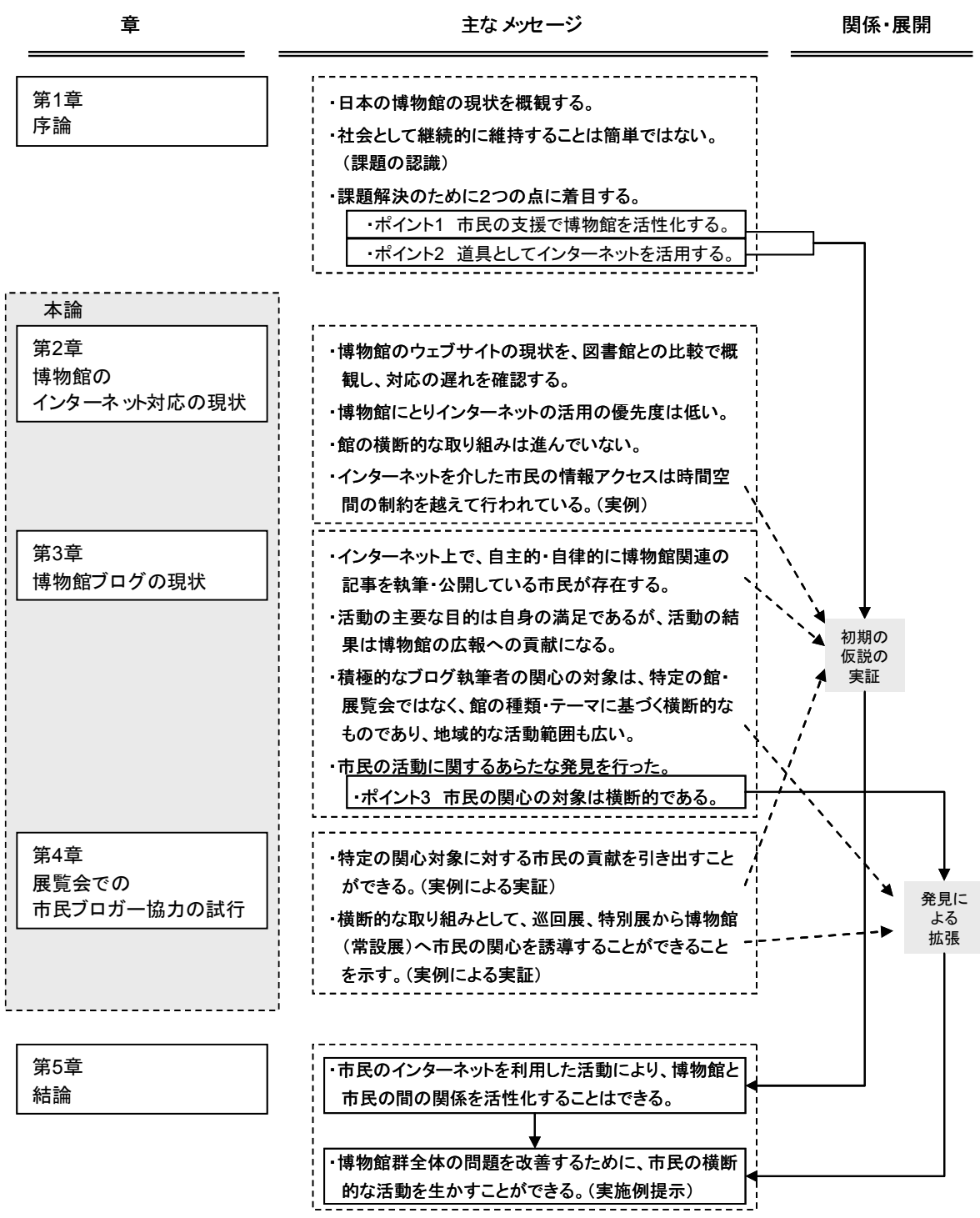


図1-8 本論文の構成

## 2 博物館のインターネット対応の現状

### 2.1 はじめに

博物館は日本社会における文化・教育システムの中核のひとつである。そして、文部科学省の平成17年度社会教育調査によれば、平成5年度から平成17年度にかけ、博物館および博物館類似施設の施設数は大きく増加した。しかし、入館者の総数は横ばいの状態にあり、施設単位の平均入館者数は減少している（図1-2）。

現在、博物館の経営では実際に施設を訪れる入館者数に重点がおかれている。入館者数を増やし、施設に対する支持を得ることは重要だが、入館者は一般市民の中の利害関係者の一部に過ぎない。入館をしなくても、あるいは入館の前後に、通信や出版物を媒介にして博物館を利用する市民がいる。また、利用の有無に関係なく博物館の存在と維持を支援する市民もいる。（図2-1）したがって、博物館側が市民全体の博物館に対する関心と支持の状況の全貌を把握するには、入館者以外も観察対象を加える必要がある。入館行為以外に一般市民との接点を充実させることで広い意味の利用者を増やし、さらに、直接の利用とは関係なく施設の存在と運営を支持する市民を増やすことも重要だと考える。これらを博物館の拡張部分としてとらえる必要がある。ただし、博物館にとって、入館行為以外の市民の活動を把握するのは簡単ではない。

本章では、この拡張部分の活動をささえる手法の一つである博物館のウェブサイト扱い、その活用の現状を分析し、今後の改善に対する提言を行う。

2.2 項では、日本の博物館の全般的な状況について述べる。さらに、博物館と一般市民とのかかわりを、施設への物理的な入館だけでなく、施設外からの利用にまで拡大して取り組むことの重要性を述べる。

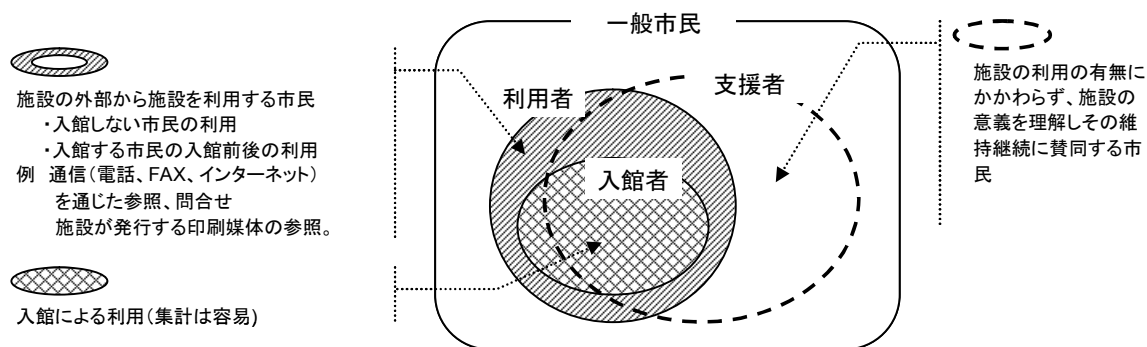


図2-1 一般市民の中の入館者・利用者・支援者の関係



2.3 項では、公立博物館のウェブサイトの状況について、一般市民の視点から観察・測定した結果を述べる。対象としては、都道府県単位の代表的な歴史系博物館ないしは総合博物館を選定した。規模としては、L1 群（図 1-6）に相当する。歴史系博物館ないしは総合博物館は、地域の歴史・文化・自然を対象としその地域に密着したものであり、館を種類別に見た時に施設の数も多い。科学博物館・美術館・動物園・植物園など他の範疇の博物館については別の機会に譲る。また、公立博物館に対する比較対象として、国立の博物館と図書館を選んだ。博物館の中での国立と公立の比較では、運営の規模による違いを抽出し分析した。博物館と図書館の比較では、機能などによる差違を抽出し分析した。比較対象として図書館を選んだ理由は 2.2.3 項で述べる。

2.4 項では、焦点を特定の企画展に絞り一般市民からのアクセスに対する計画と実績の詳細を紹介する。具体的な事例としては、筆者がウェブサイトの企画・設計・作成・運用を担当した「未来をひらく福澤諭吉展」を取り上げる。

2.5 項では、日本全国の博物館に対する広く横断的な分析（2.2 項、2.3 項）と特定の企画展の事例の詳細な情報（2.4 項）に基づき、博物館のウェブサイトに関する提案を行う。

なお、本章では、特に断らない限り、博物館法に基づく登録博物館・博物館相当施設をあわせて博物館と呼ぶ。博物館類似施設に言及する場合は明記する。

## 2.2 日本の博物館の現状と、研究の対象・目標

### 2.2.1 博物館と市民の関係の拡張

博物館においては、市民に実物の施設に入館してもらうことは当然重要である。博物館が提供する展示、教育は施設内で行われることが前提となっている。ただし、博物館の社会に対する貢献の指標として入館者数は重要であるが、唯一のものではない。複数の博物館では、既にアウトリーチ等と呼ばれる様々な館外活動が市民向けに実施されている。また、一般市民が、通信を用いて博物館に問い合わせを行うこと、博物館が研究し作成した資料を参考にすること等によって、施設外で自主的に博物館を活用することも可能である。さらに、市民の中には、自らの直接の利用の有無とは独立に施設の意義と価値を十分に理解する市民もいるはずである。博物館は、入館という行為だけでなくそれ以外の市民の状況も全体的に把握し対応策を作るべきだと考える。その結果、入館者数を増やす方策もより多面的に検討できる。しかし、入館者数以外の、市民の利用・支持に関する指標を定量的に測定する方法は確立されてはおらず、個別の事例で測定した結果が報告されるのみで

ある。

また、本論文では、博物館が持つ様々な側面の中で社会教育の機能に視点を置いているが、それ以外に地域の活性化の観点から博物館の経営と評価を論ずることもなされている。上山らは、経済と文化を対比させる二元論ではなく両者を共生させることの重要性を主張し、博物館を都市の再生と発展の核として位置づけた（上山・稲葉 2003）。具体的には、地域が持つ潜在的な力を発掘する手法として第1章でも言及したエコミュージアムの概念に従い、博物館とその収蔵品だけでなく街並みや自然なども含めて保存活用し、地域全体をミュージアムと見立てる発想である。そしてそれらの活動の担い手は博物館の職員だけに限定しうるものではなく、行政と住民の両者の幅広い連携が必要になる。

さて、博物館の概念を地域全体にまで拡張させた場合には、「入館者」（あるいは、「来館者」）といった概念も見直さざるをえないことは明らかである。「入館」とは、博物館の施設を前提にした理解の仕方である。また、より保守的に従来の施設を前提として考える場合でも、出入りの境界線を、展示スペースとそれ以外の間に置くのか、敷地全体と外部との間に置くのか、外形的に一意に判断できる統一的な見解は存在せず、各施設に判断は委ねられている。例えば、金沢 21 世紀美術館では、施設内の有料の展覧会ゾーンと無料の交流ゾーンを合わせて入場者と定義している。これは、従来の一般的な美術館に比べて明るくて開放的な美術館を作るという設立時の基本的な考え方に対応した定義である。（蓑豊 2007）。日本全国の博物館を横断的に見渡す場合に注目すべきは、核となる施設と市民の間関係の全体であり、外形的な基準を統一させる必要はない。そして、関係を考えるのであれば、物理的なアクセス以外にも目を向けなければならない。

本章では、施設と施設外の一般市民をつなぐツールのひとつとしてインターネットを取り上げる。インターネットは、1990年代に一般向けに開放されて以来、市民の情報入手の重要なツールとしての地位を得た。2006年には、“インターネットの利用”の行動者率（調査日に当該行動をした人の数を人口で除したもの）は、59,4%となった（総務省 2007）。また、インターネット利用者を対象に情報を得るための重要度を調査したアンケートの結果では、インターネットの重要度は伝統的な情報メディアである新聞・雑誌・ラジオを越え、テレビに次ぐ2番手となっている（インターネット協会監修 2009『インターネット白書 2009』）。博物館としても、一般市民の認知と支持を得ているこのツールを活用する機会と責任があると考えられる。

## 2.2.2 博物館のウェブサイト

既に多くの博物館が自身のウェブサイト（ホームページ）を作成し運用している。しかし、博物館には予算・人員の制約があり、インターネットの活用には新しい知識と経験を必要とするためにその可能性を十分に活用できないケースもある。博物館の取り組みの中で優先順位が上がらない理由として、インターネットを使った活動がどこまで効果を上げられるか定量的な予測が難しいこと、実際にウェブサイト等の企画と運営を担う要員の不足していること、がある。

博物館を支える情報メディアの中で、ポスターやチラシの作成と運用に関しては、学芸員を志望する学生等向けの教育等でも扱われ、個々の博物館内の担当者も長年の経験を持ち方法論も共有化されていると理解している。一方、ポスター・チラシの多くは、自博物館または博物館同士の協力による相互掲示・設置、公共施設での掲示・設置が中心となっているのが現状で、場所・時間の制約は大きく、一般市民の目に入る機会は限られている。

それに対して、一般市民向けへの情報伝達の可能性を考えるとウェブには大きな可能性が残っており、今後さらに重要性が増すと考える。ウェブを利用する一般ユーザの IT リテラシーのばらつきなど他の種類の制約があるが、場所・時間の制約は既存の紙媒体に比べれば飛躍的に少ない。

## 2.2.3 比較対象の設定

ウェブサイトの分析をする対象となる博物館は、既に述べたとおり都道府県単位の代表的な歴史系博物館ないしは総合博物館である。さて、47 都道府県の博物館に関する調査によって様々な指標に関して絶対値を得ることはできるが、それを評価するためには何らかの基準が必要になる。しかし、ウェブサイトの評価するための絶対的な評価基準は存在しないため、本研究では、比較対象を設け相対的な比較を行うことによって評価を行うことにした。施設の運営規模の観点で比較するための比較対象としては国立の博物館を、類似した機能を持つ施設間の違いの観点で比較するための比較対象としては都道府県立の図書館を取り上げる。

類似した機能を持つ施設として図書館を選んだ第一の理由は、本論文が着目した博物館の社会教育での役割は、図書館についても同等に求められていると考えたことである。図書館と博物館の位置づけは、教育基本法の基に学校教育法と並んで制定された社会教育法で触れられている。社会教育法の第九条は「図書館及び博物館は、社会教育のための機関

とする。」であり、二項は「図書館及び博物館に関し必要な事項は、別に法律をもって定める。」である。それぞれの施設の目的は、博物館法と図書館法で定義されている。博物館法の第二条には「「博物館」とは、歴史、芸術、民俗、産業、自然科学等に関する資料を収集し、保管（育成を含む。以下同じ。）し、展示して教育的配慮の下に一般公衆の利用に供し、その教養、調査研究、レクリエーション等に資するために必要な事業を行い、あわせてこれらの資料に関する調査研究をすることを目的とする」とある。図書館法の第二条には、「「図書館」とは、図書、記録その他必要な資料を収集し、整理し、保存して、一般公衆の利用に供し、その教養、調査研究、レクリエーション等に資することを目的とする」とある。資料を収集・保持して一般公衆の利用に供し、その教養、調査研究、レクリエーション等に資するという機能面の類似性は明らかである。また、専門的職員として、博物館では学芸員が、図書館では司書が置かれている点も類似している。

図書館を比較対象とした第二の理由は、博物館と図書館の全国での利用者数や施設数が同等であることである。博物館と図書館を国全体の合計値で比べると、平成 17 年度の調査では、博物館と図書館は、施設数は 1,196 対 2,979、前年度入館者数 約 1 億 2 千万人 対 約 1 億 7 千万人、職員数 約 1 万 7 千人 対 約 3 万 1 千人、であり同等の規模を持っている。（文部科学省 2006）

以上の二点から、分析のための比較対象として図書館が適切であると判断した。なお、2.2.1 項で述べた博物館の機能の拡張の可能性を検討する方法のひとつとしても、図書館との比較は有意義だと考える。図書館法の第三条の五には、図書館奉仕の項目として「分館、閲覧所、配本所等を設置し、及び自動車文庫、貸出文庫の巡回を行うこと。」とあり、施設外での活動の展開が明記されている。博物館法でも他の施設との連携・協力については言及されているが、施設外での活動の展開については具体的な記述には及んでいない。この点で、図書館はその機能の拡張の先事例として参照できると考えた。実際に、現在多くの図書館では、本の貸出のサービスによって館外で本を読むことを可能にしており、また電話や E メールを使ったリファレンスサービスも提供している。これらは、電話・FAX・インターネットといった通信のインフラストラクチャーを活用した双方向の活動である。博物館と図書館では扱う資料の性質が異なるためにそのまま比較できない点もあるが、通信を用いた施設外の一般市民との双方向活動という概念は博物館においても適用する可能性を見出せる。

### 2.3 日本の博物館のウェブサイトの現状

1990年代から、インターネットの普及に合わせて博物館でもウェブサイトの構築が開始された。まず、個別の実施事例の報告（宇仁 2001）等がされるようになり、未整備の博物館への普及に対する提起（柴・石橋 1999）も行われた。ウェブサイトがひとつとおりに整備された後は、さらなる発展の可能性に関し地域内の博物館の間で格差が存在することの指摘（戸田 2001）や、URL やサイト内部の情報の安定性に問題が生じていることの指摘（戸田 2002）もあったが、複数の博物館を横断した情報共有の実践（井戸幸一・柴正博 2002）も行われ、全体としては前進を続けてきている。

本章では、2009年における博物館のウェブサイトの状況を、一般市民の視点で観察・測定することにより調査した。調査対象について説明する。

第1に、公立博物館の全国的な水準を概観するために、公立で規模が大きな施設を全都道府県から1つずつ選んだ。都道府県が運営するものを原則とし、該当するものが見つからない場合は、都道府県庁所在地ないしはそれに準ずる市が設立したものを選んだ

第2に、対象とする博物館の種類を設定した。今回、館の種類は、歴史系博物館またはそれを含む総合博物館とした。館の種類によって、館の運営の中でウェブが占める位置づけは系統的に違う可能性があるので、他の種類の館の調査は別途行う必要がある。

なお、この調査は、博物館という仕組み全体の課題の理解のために行うものであり、個別の館、あるいはそのウェブサイトの評価を意図するものではない。比較対象とした国立の博物館および図書館についても同様である。

表2-1 国立、公立の歴史系ないしは総合博物館のウェブサイト

調査期間 原則 2009年6月16日から28日の間 (北海道と宮城県は例外、2009年9月18日)  
調査方法 リストアップの方法

国立、および都道府県の歴史系博物館ないしは総合博物館を抽出。都道府県の場合、原則として都道府県が設立したものを対象としたが、該当するものが見つかからない場合、一部は市立のものを含む。  
「コンテンツ」以外の「他」は、該当ホームページのトップページで認知できるかどうかを確認した。ただし、トップページで直接説明はなくても容易に確認できる場合を一部含む。

市立の博物館、原則、都道府県の県庁所在地としたが、一部例外を含む。(静岡県 浜松市博物館)  
○、△、△：展示構成、内容の具体的な説明がない場合、-：なし  
○、△、△：特定の収蔵品、一部の展覧だけの紹介になっている場合、-：なし

※1  
※2  
※3

博物館名	ホームページURL	コンテンツ		企画展アーカイブ		定期ニュース		言語対応		その他		サイト内ページ		被リンク数		注記
		収蔵品	企業展	アーカイブ	注記	PDF	掲載	英語HP	ハブ/レット等	定期的メール	利用状況	Yahoo!	Google	Yahoo!	Google	
収蔵品	企業展	アーカイブ	注記	PDF	掲載	英語HP	ハブ/レット等	定期的メール	利用状況	Yahoo!	Google	Yahoo!	Google	注記		
東京国立博物館	<a href="http://www.tnm.go.jp/">http://www.tnm.go.jp/</a>	○	○	○	1947以降	○	2003以降	○	6	○	○	27,200	63,500	48,000	864	東京、京都、奈良、奈良、九州の入館券数(2009年)あり
京都国立博物館	<a href="http://www.kyohaku.go.jp/">http://www.kyohaku.go.jp/</a>	○	○	○	1986以降	-	○	4	○	○	○	3,920	4,770	21,600	554	平楽園/嵯峨園は調査対象外。平楽園展示館は閉館中。
奈良国立博物館	<a href="http://www.narahaku.go.jp/">http://www.narahaku.go.jp/</a>	○	○	○	2009以降	-	○	7	○	-	-	970	887	20,200	353	
九州国立博物館	<a href="http://www.kyuhaku.jp/">http://www.kyuhaku.jp/</a>	○	○	○	2005以降	○	2008以降	○	6	-	-	650	904	7,440	373	
国立歴史民俗博物館	<a href="http://www.ekihaku.ac.jp/">http://www.ekihaku.ac.jp/</a>	○	○	○	2009以降	-	○	○	-	○	-	5,430	7,460	23,300	509	
対象数	5	4	5	4	3	2	5	5	2	4	2	7,634	15,504	24,108	531	
		100%	100%	100%	80%	40%	100%	80%	40%	80%	40%					

博物館名	ホームページURL	コンテンツ		企画展アーカイブ		定期ニュース		言語対応		その他		サイト内ページ		被リンク数		注記
		収蔵品	企業展	アーカイブ	注記	PDF	掲載	英語HP	ハブ/レット等	定期的メール	利用状況	Yahoo!	Google	Yahoo!	Google	
収蔵品	企業展	アーカイブ	注記	PDF	掲載	英語HP	ハブ/レット等	定期的メール	利用状況	Yahoo!	Google	Yahoo!	Google	注記		
北海道 北海道開拓記念館	<a href="http://www.hmh.pref.hokkaido.jp/">http://www.hmh.pref.hokkaido.jp/</a>	○	○	○	2009以降	○	2002年以降	○	-	○	○	683	418	3,030	69	
青森県 青森県立郷土館	<a href="http://www.pref.aomori.lg.jp/bunko/culture/kyobokam.htm">http://www.pref.aomori.lg.jp/bunko/culture/kyobokam.htm</a>	○	-	○	2008以降	△	新刊1号	-	4	-	-	-	-	392	44	
岩手県 岩手県立博物館	<a href="http://www.pref.iwate.jp/hp08/0/">http://www.pref.iwate.jp/hp08/0/</a>	○	○	○	2003以降	○	2000以降	○	-	-	-	1,790	972	2,480	53	
宮城県 東北歴史博物館	<a href="http://www.tnm.pref.miyagi.jp/">http://www.tnm.pref.miyagi.jp/</a>	○	△	○	2000以降	-	○	○	-	-	-	585	532	2,990	67	
秋田県 秋田県立博物館	<a href="http://homepage3.nifty.com/akitanus/">http://homepage3.nifty.com/akitanus/</a>	○	-	-	2009以降	-	2005以降	○	-	-	-	267	249	427	22	
山形県 山形県立博物館	<a href="http://www6.ocn.ne.jp/~yknuseum/">http://www6.ocn.ne.jp/~yknuseum/</a>	○	-	-	2009以降	-	△一部	○	-	-	-	98	55	290	22	
福島県 福島県立博物館	<a href="http://www.general-museum.fks.ac.jp/">http://www.general-museum.fks.ac.jp/</a>	○	○	○	2002以降	○	2001以降	○	-	-	-	450	678	3,780	93	
茨城県 茨城県立歴史民俗博物館・文書館	<a href="http://www.rekishiikan.museum.tbk.ed.jp/">http://www.rekishiikan.museum.tbk.ed.jp/</a>	○	○	○	2009以降	○	2006以降	-	-	-	-	561	574	4,240	97	
栃木県 栃木県立博物館	<a href="http://www.muse.pref.tochigi.jp/">http://www.muse.pref.tochigi.jp/</a>	△	-	-	開催中のみ	-	○	○	-	-	-	345	166	596	45	
群馬県 群馬県立歴史博物館	<a href="http://www.greki.gen.ed.jp/">http://www.greki.gen.ed.jp/</a>	○	○	○	2009以降	-	2008以降	-	-	-	-	112	118	2,040	45	
埼玉県 埼玉県立歴史と民俗の博物館	<a href="http://www.saitama-rekijin.sps.ed.jp/">http://www.saitama-rekijin.sps.ed.jp/</a>	○	○	○	2006以降	-	○	○	-	-	-	398	417	906	70	
千葉県 千葉県立中央博物館	<a href="http://www.chiba-muse.or.jp/NATURAL/">http://www.chiba-muse.or.jp/NATURAL/</a>	○	○	○	2002以降	○	2005以降	○	-	-	-	3,200	3,910	5,780	137	
東京都 東京都立歴史民俗博物館	<a href="http://www.edo-tokyo-museum.or.jp/">http://www.edo-tokyo-museum.or.jp/</a>	○	○	○	2004以降	-	○	○	-	-	-	742	489	33,300	469	中国語、韓国語HPあり
神奈川県 神奈川県立歴史民俗博物館	<a href="http://chikanagawa-museum.jp/">http://chikanagawa-museum.jp/</a>	○	○	○	1985以降	-	○	○	-	-	-	2,080	1,250	6,060	98	
対象数	18	17	18	17	16	15	18	18	17	16	12	15,504	15,504	24,108	531	
		100%	100%	100%	80%	40%	100%	80%	40%	80%	40%					

都道府県単位で1館抽出

表2-1 国立、公立の歴史系ないしは総合博物館のウェブサイト (続き)

都道府県単位で館抽出	博物館名	ホームページURL	コンテンツ		企画展アーカイブ		言語対応		その他		サイト外部から計測した定量的な指標				注記	
			平常展/常設展 ※2	取藏品	注記	PDF掲載	英語HP	日本語HP	定期的メールマガジン	新開張/リニューアル	定期的メールマガジン	リンク数	被リンク数	被リンク数		
新潟県	新潟県立歴史博物館	http://www.nibz.or.jp/	○	—	○	2009以降	○	1998以降	○	—	○	376	302	3,080	93	中国語HPあり
富山県	富山県立歴史博物館(※1)	http://www.city.toyama.jp/shisetsu/burka/html/	○	—	—	2009以降	△	1997-2002	—	—	—	173	163	443	22	
石川県	石川県立歴史博物館	http://www.pref.ishikawa.jp/muse/tekihaku/	○	—	—	2009以降	○	2008以降	—	—	—	338	262	2,340	52	
福井県	福井県立歴史博物館	http://www.pref.fukui.jp/muse/Cur-Hist/	△	—	—	2009以降	—	—	—	—	—	104	89	906	60	
山梨県	山梨県立歴史博物館	http://www.museum.pref.yamanashi.jp/	○	—	○	2009以降	—	2001以降	○	—	—	776	790	5,450	101	
長野県	長野県立歴史博物館	http://www.npbh.net/	△	△	—	1994以降	○	2007以降	○	—	—	1,710	1,080	2,910	100	
岐阜県	岐阜県立歴史博物館(※1)	http://www.museum.pref.gifu.jp/	○	—	—	2009以降	○	—	—	—	—	124	128	1,330	33	
静岡県	浜松市博物館(※1)	http://www.museum.city.nagaya.jp/	○	△	—	2009以降	—	—	—	—	—	110	80	2,290	86	
愛知県	名古屋博物館(※1)	http://www.pref.nagoya.jp/haku/tp/	○	—	—	2009以降	—	—	—	—	—	1,950	713	182	34	館は閉館(新博物館設計中)
三重県	三重県立歴史博物館	http://www.pref.mie.jp/haku/tp/	○	—	—	1990以降	—	—	—	—	—	1,520	1,320	3,590	157	
滋賀県	大津市歴史博物館	http://www.rekihakuotsu.hg.jp/	○	—	—	2009以降	—	—	—	—	—	38	67	14,000	245	
京都府	京都府京都市文化博物館	http://www.mus-his.city.osaka.jp/	○	—	—	201以降	—	—	○	—	—	2,740	1,120	8,380	140	中国語、韓国語HPあり
大阪府	大阪歴史博物館(※1)	http://www.hyogo-c.ed.jp/tekihaku-bo/	○	—	—	2009以降	—	—	○	—	—	1,670	1,630	3,240	101	
兵庫県	兵庫県立歴史博物館	http://www.keshikoken.jp/museum/	○	—	—	2002以降	—	—	—	—	—	80	151	5,980	60	
奈良県	奈良県立歴史博物館	http://www.hakubutsu.wakayama-c.ed.jp/	△	—	—	2009以降	△	最新号	△	—	—	340	401	1,080	58	
和歌山県	和歌山県立歴史博物館	http://site6.z-tc.or.jp/museum/	△	—	—	—	—	—	—	—	—	13	7	361	171	
鳥取県	鳥取県立歴史博物館	http://www.izm.ed.jp/	○	○	—	2007以降	○	2007以降	○	—	—	1,270	1,010	6,170	163	韓国語HPあり
島根県	島根県立古代出雲歴史博物館	http://www.pref.ohyama.jp/kyoiku/venhaku/	○	○	—	2009以降	○	1972以降	—	—	—	170	210	693	36	被リンク数は、左記URL下のhakubu.htmで確認。
岡山県	岡山県立歴史博物館	http://www.manabi.pref.hiroshima.jp/rekishih/	○	○	—	2009以降	—	—	○	—	—	330	365	2,100	56	
広島県	広島県立歴史博物館	http://www.yamahaku.pref.yamaguchi.lg.jp/	○	○	—	2009以降	—	—	—	—	—	349	313	662	109	
山口県	山口県立山口博物館	http://www.museum.tokushima-c.ed.jp/	○	—	—	2009以降	○	1986以降	○	—	—	2,640	3,080	3,730	123	
徳島県	徳島県立歴史博物館	http://www.pref.kagawa.jp/museum/	○	○	—	2009以降	—	—	—	—	—	248	171	794	53	
香川県	香川県立歴史博物館	http://www.kochi-bunkazaidan.or.jp/rekimir/	○	—	—	2009以降	○	2007以降	—	—	—	65	55	668	69	※中期運営計画内の配述
愛媛県	愛媛県歴史文化博物館	http://www.city.tokuoka.jp/	○	—	—	2007以降	○	1999以降	○	—	—	1,320	859	6,920	125	
高知県	高知県立歴史博物館	http://www.pref.saga.lg.jp/at-centers/sanko_burka/k-shisetsu/hakubutsu/	○	—	—	2009以降	—	—	—	—	—	25	176	1,660	49	
福岡県	福岡市博物館(※1)	http://www.nmhc.jp/	○	—	—	2005以降	—	—	—	—	—	705	369	6,170	104	
佐賀県	佐賀県立歴史博物館・佐賀県立美術館	http://webkokei-server.kuramoto-hmm.ed.jp/web/	○	—	—	2007以降	△	2004以降	△	—	—	7,280	1,380	4,240	0	英語HPは、基本情報のみ
長崎県	長崎歴史文化博物館	http://rekihaku.nagan-b.chiba-ed.jp/	○	—	—	2007以降	—	—	—	—	—	64	86	442	19	
熊本県	熊本県立歴史博物館(※1)	http://www.miyazaki-mchive.jp/museum/	○	—	—	2009以降	○	1986以降	—	—	—	319	331	6,840	145	
大分県	大分県立歴史博物館	http://www.pref.haagoshima.jp/seimeikan/	○	—	—	—	—	2008以降	—	—	—	288	262	1,240	42	
宮崎県	宮崎県歴史文化博物館	http://www.museums.pref.okinawa.jp/	○	—	—	1946以降	—	—	○	—	—	236	229	5,080	96	
鹿児島県	鹿児島県立歴史博物館・美術館		○	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
沖縄県	沖縄県立歴史博物館		○	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
対象数			47									平均				
			42	22	13	18	20	18	18	6	10	858	605	3,596	88	
			調査対象数に占める割合(事情により調査不可のものも除く)													
			91%	47%	28%	38%	43%	38%	13%	21%						

国立、公立あわせて指し示した指し示の相関係数

A	B	C	D
AとBの相関係数	0.96	青森を除く51館	
CとDの相関係数	0.94	52館	
BとDの相関係数	0.71	青森を除く51館	

### 2.3.1 ウェブサイトの観察・測定

国立博物館 5 施設、公立博物館 47 施設、および比較対象として都道府県立の図書館 47 施設のウェブサイトに対して、URL・ドメインの確認、目視でのコンテンツ・機能の確認と、検索サービスの機能を利用しウェブサイトの規模に関する定量的な参考指標の取得を行った。調査対象の一覧を表 2-1 に示す。

まず、URL のドメインに関して報告する。博物館用を意図して管理されているトップ・レベル・ドメイン 「.museum」(ドット・ミュージアム) の活用も検討されてきている(水嶋英治 2001) が、利用している博物館は国立・公立を合わせ調査対象の中にはなかった。国立の博物館はそれぞれ館独自のドメインを使用しているが、公立の場合は館独自の事例は少なく、地方公共団体が使用するドメインの配下である場合が多い。

次に、目視でのコンテンツ、機能の確認について説明する。

コンテンツに関しては、常設展に関する説明があるか、展示とは独立に収蔵品に関する紹介や検索機能が提供されているか、企画展の説明に関するページが過去に遡って維持されているか、「博物館便り」等の名称で定期的に入館者に配布されている資料がウェブ上で参照できるか、英語での参照に対応しているか、博物館を一般市民が利用している状況に関する定量的な情報の開示を行っているかの観点で確認を行った。機能に関しては、一般市民向けの情報提供手段として、定期的なメールサービス(他に、メールマガジン等の呼称あり)を提供しているかを確認した。ウェブサイトは入館者からのアクセスを待つ受身の情報メディアだが、Eメールは博物館側から一般市民に対して能動的に情報発信が行えるツールであり、その活用により活動の選択肢が増える。

図書館のウェブサイトに関しては、資料の検索と予約の機能が提供されているか、「図書館だより」等の名称で定期的に入館者に配布されている資料がウェブ上で参照できるか、英語での参照に対応しているか、図書館を一般市民が利用している状況に関する定量的な情報の開示を行っているかの観点で確認を行った。また、一般市民向けの情報提供手段として、定期的なメールサービス(他に、メールマガジン等の呼称あり)と、Eメールを用いたリファレンスサービスの提供状況も確認した。

次に、博物館・図書館のウェブサイトの規模に関して、入館者側から観察して認識できる客観的な参考指標としてページ数と被リンク数の 2 点を選んだ。測定には、一般市民がインターネットを利用する際にそのガイド役となる検索サービスのうち、90%以上の利用シェアを持つ google<sup>(2)</sup> と Yahoo!<sup>(3)</sup>を用いた(インターネット協会監修 2009 『インタ



一ネット白書 2009』)。これらの検索サービスでは、対象となるサイトに含まれるページを認識して集計し、また、そのサイトに対してどれだけリンクが張られているかも集計している。いずれも、ページ数、被リンク数に関する情報提供機能が公開されている。Site コマンドでは、そのウェブに含まれるページ構成を調べることができる。Link コマンドでは、そのウェブにリンクされた他のウェブを調べることができる。有用なウェブに対しては、利用者の利便のために他のウェブでもリンクを供する可能性が高まるので、被リンク数はそのウェブが利用されているかどうかを間接的に推量する指標になる。

これらの検索サービスは現時点で一般市民がインターネットの空間を調べるためにもっともよく使うツールであり、特定のウェブサイトには到達する経路の中に占める割合も大きい。検索サービスが整理した結果に基づいて一般市民もアクセスを行っている。ウェブサイト作成側がどのように意図したかではなく、アクセスするユーザ側から見てどう見えるのかを計るという今回の調査目的に照らし、今回のデータ収集法は適切だと考える。

### 2.3.2 施設側が提供するコンテンツと機能に関する調査結果

国立博物館と代表的な公立博物館との比較、代表的な公立博物館と都道府県立図書館との比較について説明した後、特に注目すべき項目について述べる。

#### (1) 国立博物館と公立博物館の差異

博物館の経営の規模による差異を確認するために、国立博物館（N 群、図 1-6 参照）と代表的公立博物館（L1 群、図 1-6 参照）のウェブサイトの違いを見る。（表 2-1）国立 5 館と公立 47 館とでは、ウェブサイトで提供しているコンテンツと機能の数に大きな差がある。国立と公立での実装割合を比較すると、収蔵品の紹介は 100%対 47%、収蔵品の検索機能は 80%対 28%、英語のページは 100%対 38%、メールマガジンの配信に関しては 80%対 13%、と差がある。また、サイト内のページ数、サイトの被リンク数に関して、主要な検索サービスで認識されているページ数、被リンク数も国立、公立のそれぞれの平均の間に大きな差がある。なお、企画展の公式サイトに関しては、博物館のウェブサイト内の紹介ページ以外に、企画展独自の独立ウェブサイトが企画・運営される事例があるが、今回の調査対象にはいれていない。

## (2) 公立博物館と都道府県立図書館の差異

地域における社会教育施設の種類による差異を確認するために、代表的な公立博物館と都道府県立図書館のウェブサイトの違いを見る。(表 2-1・表 2-2) 施設の提供サービスが異なるために、ウェブサイトが提供する機能にも違いがある。ここでは、意味を考えて、2点言及する。

第1に、コミュニケーションにかかわるコンテンツまたは機能に関して3つの指標を比較する。施設側からの定期的な情報提供としては、印刷物として施設内で配布する冊子などをデータとして参照できる形式でウェブサイトに掲示しておく方法(博物館だより・図書館だより等と呼称)、施設の利用状況データのウェブ上での公開、そしてニュース形式の内容をEメールで発信する方法(メールマガジン等と呼称)である。前二者は、市民が能動的に施設のウェブサイトにアクセスして参照するものであるが、3番目の方法では市民は施設側からの発信を受動的に受けることになる。博物館と図書館での実施館数の割合を比較すると、定期冊子のウェブサイト掲示は43%対74%、利用状況等の公開は21%対81%、メールマガジンは13%対19%と差がある。

さらに、この3指標とは別に特筆すべきは図書館におけるEメールを用いたリファレンスサービスの提供である。これは、図書館が市民からの資料に関する個別の質問・照会をEメールで受け回答するもので、施設と一般市民との間の双方向のコミュニケーションを実現している。図書館の83%の施設がこの機能を提供している。博物館ではこれに相当する機能提供は見つけられなかった。

第2に、収蔵品に関する情報の提供に着目する。博物館の一般市民向けの印刷物では、分量の制約があり展示に関する内容が中心となる。ウェブサイトでは、分量の制約はより少なく博物館の展示機能以外の主要な機能である資料の収集・保管・調査研究に関する情報の公開も可能である。しかし、現実には多くの博物館では十分にそれらの説明をしていない。収集・保管に関する情報提供としては、収蔵品の紹介を行うことが考えられるが、展示とは別に収蔵品そのものの説明を行っている施設の割合は、全品ではなくてもなんらかのリストや個別の資料の説明ページの提供が47%、資料の検索機能の提供は28%と高くない。(表 2-1) 都道府県立図書館では100%がどのような資料があるかを施設の外部からウェブサイトを検索できるようにしている。都道府県内の他の図書館まで含んだ検索も94%の施設で可能であり、都道府県単位の施設間の連携の起点となっている。

表2-2 公立の図書館のウェブサイト

調査日 2009年6月30日

調査方法 リストアップの方法 都道府県の図書館を抽出。

「サイト外部から計測した定量的な指標」は、主要な検索エンジンであるYahoo!とgoogleの2者を使って計測した。

「コンテンツ」「その他」は、該当ホームページのトップページで認知できるかどうかを確認した。ただし、トップページで直接説明はなくても容易に確認できる場合を一部含む。

注記 ※1 ※2 ※3

「インターネットから予約可能、△:予約できる対象に制約あり(例:貸出中のもののみ) 図書館横断の検索機能。貸出、返却窓口の横断化。 「図書館だより」などの名称で、一般利用者向けに定期的に発行される媒体。

都道府県	図書館名	ホームページURL	コンテンツ				その他				＜参考＞サイト外部から計測した定量的な指標				注記	
			資料検索、予約		定期ニュース		言語対応	定期的メールサービス	メールマガジン	HP基本情報	利用状況/利用者7	サイト内ページ数		被リンク数		
			検索	予約	都道府県内他図書館との連携※2	PDF揭示						※3	Yahoo!検索 site:(URL)	google検索 site:(URL)		Yahoo!検索 link:(URL)
北海道	北海道立図書館	http://www.library.pref.hokkaido.jp/	○	○	○	○	2000以降	—	—	○	○	48,100	13,200	2,110	27	
青森県	青森県立図書館	http://www.plib.net.pref.aomori.jp/	○	○	○	—	—	—	—	○	○	3,480	2,760	542	36	
岩手県	岩手県立図書館	http://www.library.pref.iwate.jp/	○	○	○	○	2002以降	—	—	○	○	543	5,370	322	35	
宮城県	宮城県立図書館	http://www.library.pref.miyagi.jp/	○	—	○	○	1999以降	—	○	○	○	402	456	2,180	44	
秋田県	秋田県立図書館	http://www.apl.pref.akita.jp/	○	○	○	○	2000以降	○	○	○	—	1,440	727	3,330	45	
山形県	山形県立図書館	http://www.lib.pref.yamagata.jp/	○	○	○	△	最新号のみ	—	—	○	—	42,900	73,500	43,200	90	
福島県	福島県立図書館	http://www.library.fks.ed.jp/	○	○	○	○	2003以降	○	—	○	○	95,800	47,100	93,600	90	
茨城県	茨城県立図書館	http://www.lib.pref.ibaraki.jp/	○	△	○	○	2007以降	○	—	○	○	796	741	209	46	
栃木県	栃木県立図書館	http://www.lib.pref.tochigi.jp/	○	○	○	○	2006以降	○	—	○	○	752	6,890	773	58	
群馬県	群馬県立図書館	http://www.library.pref.gunma.jp/	○	○	○	—	—	—	—	○	○	1,270	1,580	958	48	
埼玉県	埼玉県立図書館	https://www.lib.pref.saitama.jp/	○	○	○	○	2002以降	○	—	○	○	2,340	6,070	1,310	150	
千葉県	千葉県立図書館	http://www.library.pref.chiba.lg.jp/	○	○	○	○	2000以降	○	—	○	○	643	575	10,800	133	
東京都	東京都立図書館	http://www.library.metro.tokyo.jp/	○	—	○	○	2000以降	○	—	○	○	5,790	6,470	34,300	331	
神奈川県	神奈川県立の図書館	http://www.klnet.pref.kanagawa.jp/	○	○	○	○	2008以降	○	—	○	○	4,650	2,230	4,250	132	県立の図書館2館 合同サイト
新潟県	新潟県立図書館	http://www.pref-lib.niigata.niigata.jp/	○	○	○	○	2000以降	—	—	○	○	946	2,430	3,160	47	
富山県	富山県立図書館	http://www.lib.pref.toyama.jp/	○	—	○	○	2008以降	○	—	○	○	555	438	541	48	
石川県	石川県立図書館	http://www.library.pref.ishikawa.jp/	○	○	○	○	1998以降	○	—	○	—	2,950	12,900	809	43	
福井県	福井県立図書館	http://www.library.pref.fukui.jp/	○	○	○	○	2003以降	—	—	○	○	2,050	567	4,900	82	
山梨県	山梨県立図書館	http://www.lib.pref.yamanashi.jp/	○	○	○	○	2000以降	○	—	○	○	10,000	8,830	2,150	50	
長野県	県立長野図書館	http://www.library.pref.nagano.jp/	○	○	○	—	—	—	—	○	○	310	305	960	36	
岐阜県	岐阜県立図書館	http://www.library.pref.gifu.jp/	○	○	○	—	—	—	—	○	○	14,300	28,900	1,300	55	
静岡県	静岡県立中央図書館	http://www.tosyokan.pref.shizuoka.jp/	○	○	○	○	2008以降	○	—	○	—	310,000	26,300	122,000	140	
愛知県	愛知県立図書館	http://www.aichi-pref-library.jp/	○	△	○	○	2005以降	○	—	○	○	23,500	15,000	3,780	90	
三重県	三重県立図書館	http://www.milai.pref.mie.jp/mie-lib/	○	○	○	—	—	—	—	○	—	4,290	3,090	2,340	148	
滋賀県	滋賀県立図書館	http://www.shiga-pref-library.jp/	○	○	○	○	2003以降	○	—	○	—	457	377	1,840	39	
京都府	京都府立図書館	http://www.library.pref.kyoto.jp/	○	△	○	○	2002以降	○	—	○	○	1,050	2,150	1,740	46	
大阪府	大阪府立図書館	http://www.library.pref.osaka.jp/	○	○	○	—	—	—	—	○	○	10,400	7,150	84,700	441	
兵庫県	兵庫県立図書館	http://www.library.pref.hyogo.jp/	○	○	○	○	2005以降	○	△	○	○	718	659	1,070	43	メールは個人別新着図書通知
奈良県	奈良県立図書館	http://www.library.pref.nara.jp/	○	○	○	○	1998以降	—	○	○	○	3,060	2,300	13,500	283	
和歌山県	和歌山県立図書館	https://www.lib.wakayama-c.ed.jp/	○	○	—	○	1999以降	—	○	○	○	3	704	1,050	13	
鳥取県	鳥取県立図書館	http://www.library.pref.tottori.jp/	○	○	○	—	—	—	—	○	○	2,640	2,070	20,500	209	
島根県	島根県立図書館	http://www.pref.shimane.lg.jp/toshokan/	○	△	○	○	2002以降	—	—	○	—	459	286	761	42	
岡山県	岡山県立図書館	http://www.libnet.pref.okayama.jp/	○	○	○	—	—	—	—	○	○	3,340	2,450	101,000	143	
広島県	広島県立図書館	http://www.hplibra.pref.hiroshima.jp/	○	—	○	—	—	—	—	○	○	7,940	2,590	4,980	63	
山口県	山口県立山口図書館	http://library.pref.yamaguchi.lg.jp/	○	○	○	○	2002以降	○	—	△	○	9,890	10,600	666	73	メールは個人別新着図書通知 確認できず
徳島県	徳島県立図書館	http://www.library.tokushima-ec.ed.jp/	○	—	○	○	2000以降	—	—	○	—	630	635	682	23	
香川県	香川県立図書館	http://www.library.pref.kagawa.jp/	○	○	○	○	2008以降	○	—	○	○	150,000	84,400	146,000	192	
愛媛県	愛媛県立図書館	http://www.library.ne.jp/ehime/	○	—	○	○	2006以降	—	—	○	—	1,700	530	2,290	23	がメインで構成
高知県	高知県立図書館	http://www.pref.kochi.lg.jp/lib/	○	△	—	—	—	—	—	○	○	87	220	221	7	
福岡県	福岡県立図書館	http://www.lib.pref.fukuoka.jp/	○	○	○	○	2001以降	△	—	○	○	17,400	23,300	3,910	54	英語ページはトップ では認識できず
佐賀県	佐賀県立図書館	http://www.pref.saga.lg.jp/kentosyo/	○	○	○	—	—	—	—	○	—	671	1,590	1,380	32	
長崎県	長崎県立長崎図書館	http://www.lib.pref.nagasaki.jp/	○	○	○	○	2002以降	—	—	—	○	589	808	674	42	
熊本県	熊本県立図書館	http://www.library.pref.kumamoto.jp/	○	△	○	○	2002以降	—	—	○	○	15,200	6,440	17,800	47	
大分県	大分県立図書館	http://library.pref.oita.jp/	○	△	○	○	2002以降	—	—	○	○	78,700	12,900	52,500	135	
宮崎県	宮崎県立図書館	http://www.lib.pref.miyazaki.jp/	○	—	○	○	2003以降	○	△	—	○	394	468	1,300	66	メールは個人別新着図書通知
鹿児島県	鹿児島県立図書館	http://www.pref.kagoshima.jp/kentosho/	○	—	—	○	2008以降	—	—	○	—	181	164	27,200	44	
沖縄県	沖縄県立図書館	http://www.library.pref.okinawa.jp/	○	○	○	○	2009以降	—	—	○	—	1,040	1,480	1,410	71	
対象数	47		47	該当数(○のもの)				平均								
			47	31	44	35	25	9	39	38	18,816	9,121	17,596	88		
			調査対象数に占める割合(事情により調査不可のものは除)													
			100%	66%	94%	74%	53%	19%	83%	81%						

A	B	C	D
AとBの相関係数		0.57	
CとDの相関係数		0.52	

### (3) 博物館のウェブサイトでの過去の企画展ウェブサイトの扱い

国立の博物館ないしはそれらに比肩する規模を持つ公立博物館では、博物館の公式サイト内に個別の企画展の紹介ページを作成し、それとは別に独自のドメインを取得し企画展の単独の公式サイトを立ち上げる事例が増えている。時間の推移を見てみるとこのような独立の企画展のウェブサイトは、一定期間のあと閉鎖されている事例が多い。今回、詳細な調査は行っていない。

### 2.3.3 ウェブサイトへの市民のアクセスに関する定量的な調査結果

前項では、施設側が提供しているコンテンツや機能について述べた。本項では、提供されているものに対して一般市民の側からどのように認知できるのかについて報告する。

#### (1) 外部から計測できるページ数

この指標に関しては、2つの検索サービスで実際の測定結果は異なるが、それらの数値の相関を見ると国立と公立を合わせたサンプル51件で相関係数は0.96と高く、同様の傾向を示すと考えて差し支えない。本章では、実数値で引用する場合はgoogleでの測定結果を用いる。

ページ数（google調べ）は、国立の平均約16,000に対し都道府県の平均では約600と大差がある。実に20倍以上の違いがある。

ページ数を左右する要因の候補としては、3.1項の横断的な調査の調査項目の中では、収蔵物に関する説明ページの有無と、過去の企画展のアーカイブの有無の2つがある。それぞれの有無で場合わけをしてページ数データの平均を取ると、過去の企画展のアーカイブの有無によって明確にページ数に差があることが読み取れる。（表2-3・表2-4）

#### (2) 外部から計測できる被リンク数

検索サービスでは、この指標を該当サイトの重要度を推定する材料の一部としており、結果としてその指標が大きくなることによって、一般市民からのアクセスの可能性が二重に高まる。リンク元のサイトへのアクセスによって該当サイトの存在が認識される効果と、キーワード検索の検索結果リスト内で上位に表出されることによって該当サイトの存在が認識される効果との2つである。

表2-3 サイトの中の過去の企画展のアーカイブのページの有無による差異

表1のデータをもとに算出

青森県立郷土館は、今回の方法によるサイト内ページ数の計測が難しいため除外。結果として都道府県のデータは46件

都道府県のデータ47件中	データ 件数	サイト外部から計測した定量的な指標			
		サイト内ページ数		被リンク数	
		Yahoo! 検索 site:(URL)	google 検索 site:(URL)	Yahoo! 検索 link:(URL)	google 検索 link:(URL)
企画展アーカイブがあるもの(表1中 ○)	17	1,530	948	5,790	114
企画展アーカイブがないもの(表1中 △、-)	29	464	404	2,420	74

表2-4 サイトの中の収藏品関連ページの有無による差異

表1のデータをもとに算出

青森県立郷土館は、今回の方法によるサイト内ページ数の計測が難しいため除外。結果として都道府県のデータは46件

都道府県のデータ47件中	データ 件数	サイト外部から計測した定量的な指標			
		サイト内ページ数		被リンク数	
		Yahoo! 検索 site:(URL)	google 検索 site:(URL)	Yahoo! 検索 link:(URL)	google 検索 link:(URL)
収藏品のリスト、個別ページがあるもの(表1中 ○)	22	852	683	2,982	88
同 ないもの(表1中 △、-)	24	864	533	4,292	90

表2-5 「未来をひらく福澤諭吉展」の概要

展覧会名称		未来をひらく福澤諭吉展
東京開催	期間	2009年1月10日－3月8日
	開催場所	東京国立博物館 表慶館
福岡開催	期間	2009年5月2日－6月14日
	開催場所	福岡市美術館
大阪開催	期間	2009年8月4日－9月6日
	開催場所	大阪市立美術館

表2-6 企画展ウェブサイトの事例

調査日 2009年6月29日

調査方法 表1に準じる

注記 ※1

公式サイトとは別のドメインで、関連情報を掲載

「未来をひらく福澤諭吉展」		ホームページURL	サイト外部から計測した定量的な指標				コンテンツ		その他 定期的 メール サービス
	博物館名		サイト内ページ		被リンク数		英語HP	パンフ レット等 PDF 揭示 言語数	
			Yahoo! 検索 site:(URL)	google 検索 site:(URL)	Yahoo! 検索 link:(URL)	google 検索 link:(URL)			
公式サイト	未来を開く福澤諭吉展	http://www.fukuzawa2009.jp/	27	26	4,620	386	—	—	○
関連サイト ※1	東京会場 関連情報	http://www.fukuzawa2009.net/	101	98	/	/	—	/	/
	福岡会場 関連情報	http://fukuoka.fukuzawa2009.net/	69	116	/	/	—	/	/
	展示品 関連情報	http://exhibit.fukuzawa2009.net/	67	56	/	/	—	/	/
	福澤展のツボ(学芸担当者)	http://tokura.fukuzawa2009.net/	199	164	/	/	—	/	/
合計			463	460					

被リンク数（google 調べ）は、国立の平均約 500 に対して都道府県の平均では約 90 と 5 倍以上の違いがある。この指標に関しては、2 つの検索サービスの測定結果は絶対数で大きな差があるが大小の相関は高く、全サンプル 52 件の相関係数は 0.94 であるから、同様の傾向を示すと考えて差し支えない指標である。

### (3) ページ数とリンク数の相関

データを取得したサンプル 51 件で、ページ数（google 調べ）と被リンク数（google 調べ）の相関係数は 0.71 であり、高い相関があることがわかる。したがってページ数が被リンク数に影響を及ぼしているという仮説を立てられる。ページ数についてはウェブサイトを作成する博物館側が制御できる数字であるから、仮説が正しければ、展覧会・収蔵品に関する記述のページ数を多くすれば結果として検索サービスに認知されやすくなる。

## 2.4 企画展のサイト事例 「未来をひらく福澤諭吉展」(2009)

2.3 項であきらかにしたとおり、代表的な公立博物館（L1 群、図 1-6 参照）のウェブサイトの中で作成・更新の対象となる主要なコンテンツが企画展に関する告知・情報提供である。今回、定量的なデータ取得を計画し実施した企画展のウェブサイトの事例を紹介する。慶應義塾はこの展覧会の主催者であり、企画立案を主導した。博物館と大学の協力事例でもある。筆者はそのスタッフとして展覧会の広報業務を行っていた。

なお、この展覧会は、国立博物館（N 群、図 1-6 参照）および代表的な公立博物館（L1 群、図 1-6 参照）を巡回して開催されるものである。（ただし、公立博物館は、歴史系ないしは総合博物館ではなく美術館である。）その運営方法と定量的な結果を発表することは、博物館の関係者の活動の一助にもなると考える。

### 2.4.1 「未来をひらく福澤諭吉展」(企画展)のウェブサイト<sup>(1)</sup>

慶應義塾は創立 150 年記念事業として、2009 年に「未来をひらく福澤諭吉展」（以下、福澤展と略称）を主催した。（表 2-5）この展覧会は、東京(1月10日～3月8日)、福岡(5月2日～6月14日)、大阪(8月4日～9月6日)の3会場を巡回する。この企画展では積極的にインターネットを活用している。調査実施時点では 2 会場の展覧会が終了しており、その時点で収集したデータを用いる。

本企画展では、複数のウェブサイトを組み合わせて、展覧会開幕の半年前(2008年7月

10日)から段階的に広報の量と質を充実させていった。早くから本企画展への関心をもつ市民への情報提供と、新しく本企画展に関心をもってもらえる一般市民の獲得という2つの戦略の実現のためにウェブサイトの設計を行い作成・公開した。

本企画展は、3つの博物館を巡回するため、博物館単位で博物館のウェブの一部として作成される紹介ページとは別に福澤展独自のウェブを用意した。まず、福澤展独自のウェブの構成を説明する。(図2-2) 慶應義塾が準備するウェブには2種類あり、ひとつは公式サイト、もうひとつ関連サイトである。関連サイトは複数のサイトの集合体である。

公式サイトで提供する公式情報は、広報内容に関して慎重に関係各所の確認を行う必要があるため、情報の正確性は高いが、公開開始までに十分な時間が必要になり結果として情報参照を行う一般市民は公開が遅いと感じる。一方、関連サイトでは、必ずしも関係者全員の合意や確認を経ずに公開可能な周辺情報を提供する。掲載の意思決定と責任の所在が明確なので公開開始時期を早めることができる。また、状況に応じて、情報の追加や修正も行いやすい。別途述べるように、企画展に関心をもつ市民は、実際の展覧会の開催期間の前後にウェブで最新の情報を確認する。今回のケースでは、一般市民からのアクセスが始まる時期には公式サイトでの公開内容を確定できなかった。関連サイトはこの問題の解決に寄与した。

また、一度興味を持った一般市民の関心の持続と他者への口コミの効果を考え、継続的な情報提供手段として複数回の情報提供メール作成・発信を行った。

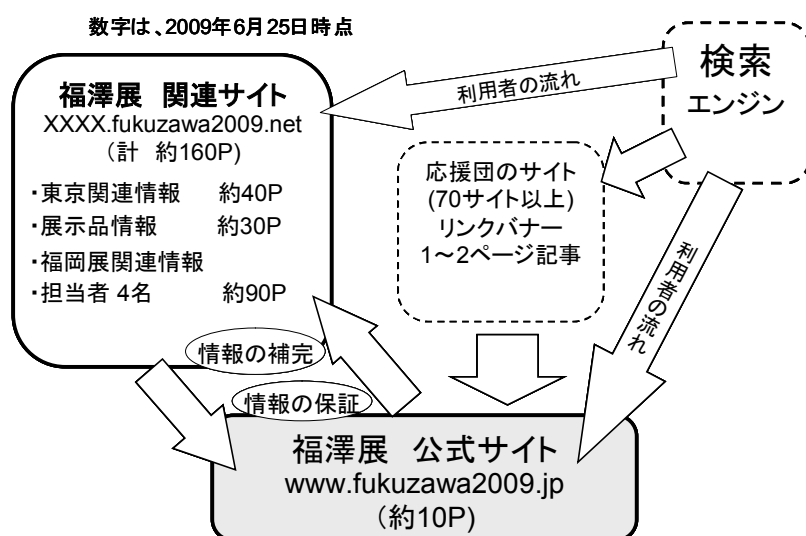


図2-2 福澤展サイトの設計

以上は、既存の博物館のウェブサイトでも既に事例のあるものである。本企画展では、新たな取り組みとして、関心を持った市民に他の一般市民へ展覧会の紹介をしてもらうプログラムを実験的に取り入れ、インターネットを使った広報に協力してもらう”福澤展応援団”を募集した。”福澤展応援団”に依頼することは、個人保有サイトでの展覧会広報・批評である。このプログラムは、博物館と一般市民の間の双方向のパスを作るものである。

応募者には、以下の2つの観点を盛り込んだ実活動プログラムでの支援を要請し、”福澤展応援団”応募者が自主的に活動を行った。具体的には、個人で保有・運営するウェブサイトでの福澤展公式サイトへのリンクバナーの掲示と、自身による解説や感想を掲載である。

以下では、上記のとおり企画・作成したウェブサイトに対して実際に一般市民がどのように反応したかを確認する手法と定量的な結果についての説明を行う。

#### 2.4.2 企画展のウェブサイトへのアクセスに関するデータの収集

「未来をひらく福澤諭吉展」の3会場（表 2-5）のうちの2箇所、東京国立博物館と福岡市美術館での開催の前後でデータを取得した。この展覧会は、東京開催時は、大規模な国立博物館で開催されるが、福岡、大阪に巡回する際には市立美術館での開催になる。

展覧会のために作成した複数のウェブサイト（公式ホームページ、と複数の関連情報提供ウェブサイト）で、一般市民からのアクセスに関するデータを取得した。データは、アクセスの数（ページビュー、およびセッション数）と、アクセス元のウェブサイトである。

（展覧会のウェブサイトに来る前に参照していたサイトを指す。そのサイトでクリック動作を行って展覧会のサイトを参照すればログデータとして残る）

ページビューは、ウェブサイトの1画面を1ページとし、それが何回参照されたかを示す数値である。セッションは、アクセス者が30分間以上の間をあけずに複数のページを連続で参照する一連の動作を示す。

流入元のページは、ウェブサイトへのアクセスの際にウェブサーバのソフトウェアで特定できる。（図 2-3 方法 1）主催者である慶應義塾、博物館・美術館、新聞社が保有する既存のサイトには、既に定常的に多くのアクセスがあり、その一部が企画展の告知・広告のリンクをたどって展覧会サイトにアクセスする場合、どのサイトからリンクをたどってきたか識別できる。ただし、流入元のページが特定できない場合がある。アクセス者が、ブラウザのブックマークやEメールのソフトウェア上のリンクからアクセスした時に生じ



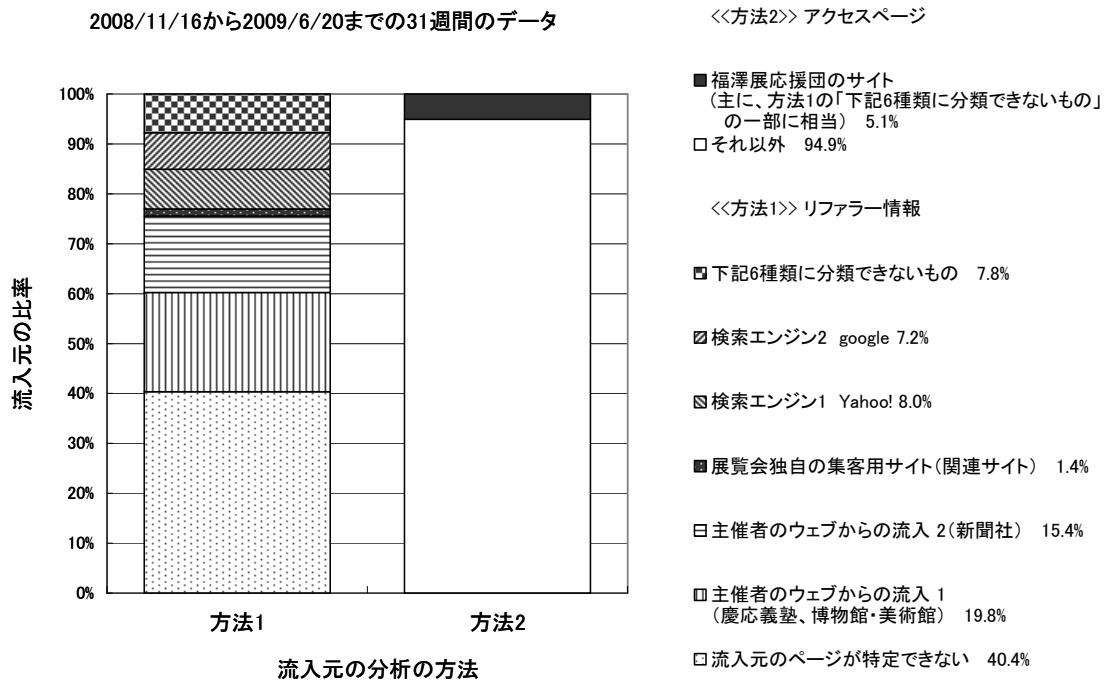


図2-3 福澤展公式サイトへの流入元の分析(セッション数の割合)

る事象である。それらは、既に関係性が築かれている市民からのアクセスと解釈することが可能である。

本展覧会の特別プログラムである”福澤展応援団”の個別のウェブサイトからの流入も上記方法で識別できるが、サイトの数が多いために、別の方法で測定を行った。協力してもらえ各サイトには、リンク先として個別のページを用意し、そのページがアクセスされたかどうかを計測することによって集計を行った。(図2-3 方法2)

### 2.4.3 調査・分析の結果と考察

本企画展のウェブサイトへのアクセス状況を、開催期間の前後も含めた時間の推移で説明する。(図2-4) このグラフは、週単位で集計した公式サイト、関連サイトへのアクセスの量と、展覧会への実際の入場者数を示している。実際の数をもっとも多かった週の入場者数を100とし、それ以外の数値を相対的に示す。公式サイトは、展覧会の開始日(2009年1月10日)の6ヶ月前には、必要最小限の情報を掲載して公開し、関心をもった一般市民がどの程度時間的に先行してアクセスを始めるか確認可能な状態を作った。その後、展覧会の内容の最終決定に伴い、サイトの情報を追加、修正していった。

開催期間中の中の入場者数と公式サイトへのセッション数の比は、東京でも福岡でも同等の

水準である。すなわち、入場者とウェブサイトへのアクセス数には正の相関があることが予想できる。ただし、今回の1ケースだけでは、もろもろのデータの間の因果関係まで推測することはできない。

なお、2月8日開始の1週間の公式サイトのパージビュー数、セッション数は、前後の週に比べて極端に上昇している。これは、主催者の協力によりインターネット上で大規模な広告露出が行われたためである。

### (1) ウェブサイトへのアクセスの開始時期

展覧会開始(2009年1月10日)の6ヶ月前(2008年7月10日)にウェブサイトを公開した。3ヶ月前(2008年10月初旬)は、掲載情報はまだ基本事項のみだったが公式サイトへのアクセスの上昇が始まった。掲載内容の正確さと完全性を追求すると公開開始が遅くなるが、実際のアクセスが始まる時期は早い。不正確な情報を掲載するのは論外だが、一部の情報でも可能な範囲で早期に掲載する意味があることを示している。

特に、より関心の高い入館者は早めにアクセスすると考えるのは自然であり、その影響力は大きい。主催者の関係者や展覧会のテーマへの強力な賛同者など、早期にアクセスする可能性の高い層への情報提供を長期間行うことができた。それによって、展覧会開始の3ヶ月前に開始した”福澤展応援団”の募集でも早期から応募者を集めることができ、それらの協力が一般市民向けに生み出す効果の回収期間を伸ばすことができた。

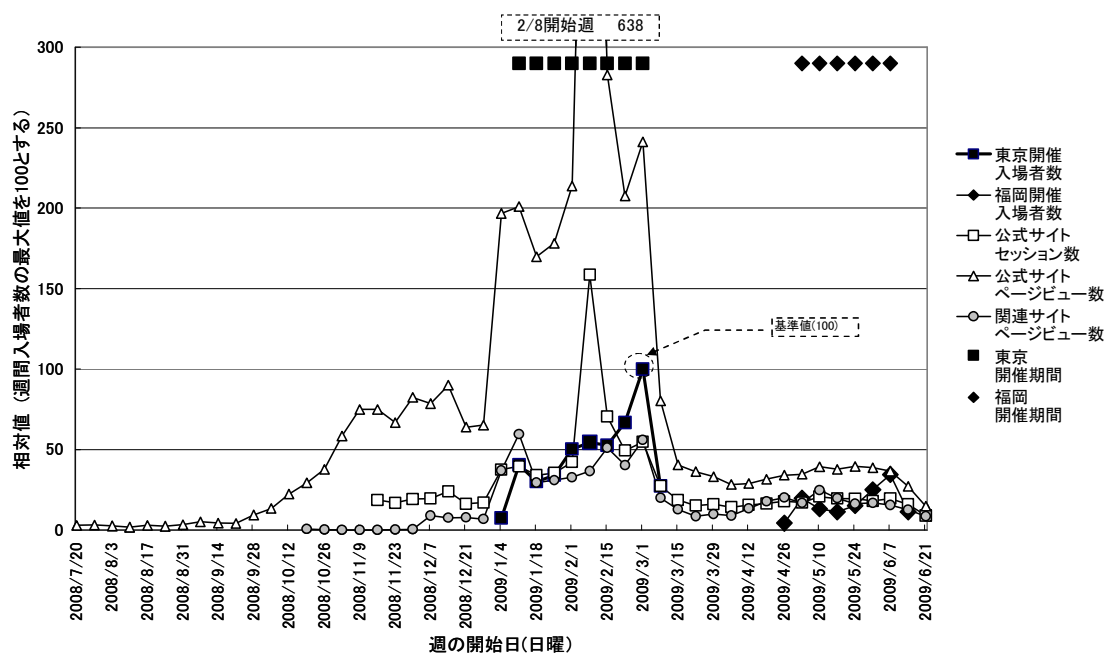


図2-4 展覧会のウェブへのアクセスの推移(週単位の集計、相対値)

また、重要な認知パスである検索サービスでは、ウェブサイトの公開の後、調査対象として認知して調査・価値評価を行うまでにタイムラグがある。この価値評価は、検索結果のリストの順位に影響し、本企画点でも、最も検索ワードとして利用される「福沢諭吉」、「福澤諭吉」の2つのキーワードでの検索における検索結果のリストの順位の上昇には数ヶ月の時間を要した。検索後に認知されるには、1ページ目（10位以内）上位に表出されることが重要であり、4指標（2つの検索サービスで2つのワード）がそのレベルに達するには東京開催終了まで時間がかかった。（図2-5）

## (2) 複数の開催（東京、福岡）の間の時期のアクセス

巡回展の開催地間の関係について述べる。東京の開催終了（2008年3月8日）後、福岡開催の開始（2009年5月2日）までの間ウェブサイトへのアクセスは減少したが東京開催前の水準までは落ちていない。（図2-4）2009年3月から4月は、東京の終了後の復習のためのアクセスと福岡開催の先行のアクセスが共存していた。この2つを明確に区分けすることはできないが、アクセスもとの地域を推定することが技術的に可能であり、3月中のアクセスは東京近辺が中心であり、福岡近辺からのアクセスが立ち上がりを見せたのは4月中旬以降である。

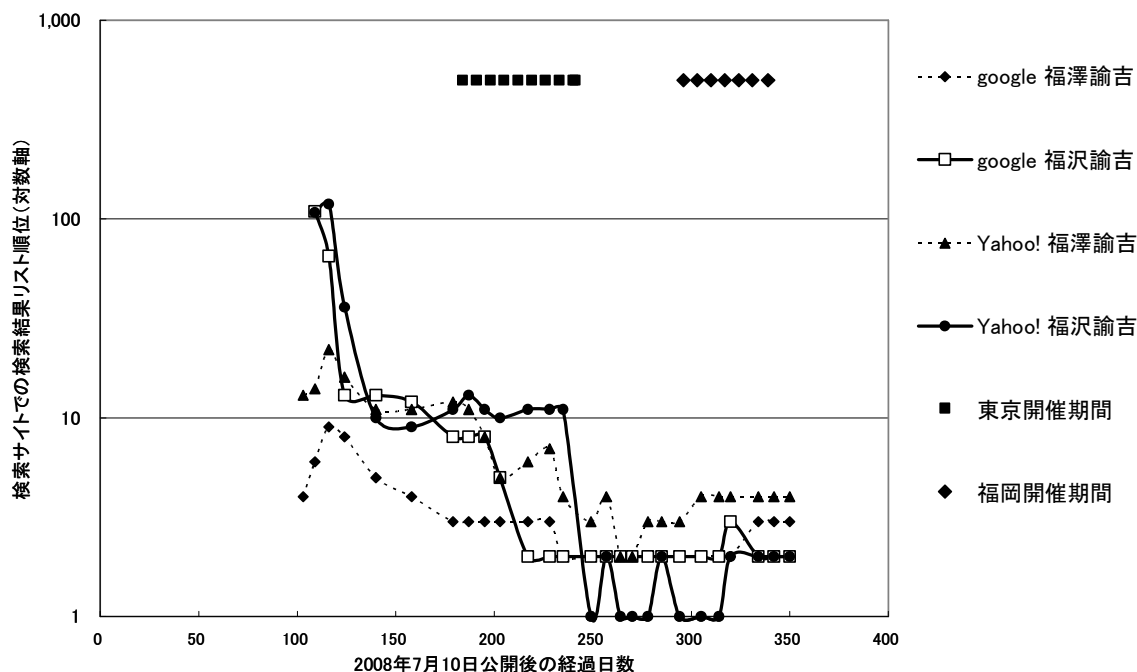


図2-5 検索結果リスト順位の時間推移

### (3) 「福澤展」のインターネット上での支援の成果

”福澤展応援団”には、東京での開催期間を含む合計5ヶ月間（2008年10月から2009年2月まで）で117件の応募があった。期間中、広報の成果（該当Webサイト経由での展覧会公式サイトへのアクセス）が確認できたサイトは、76サイトあった。これらは、別途述べる被リンク数の増加にも貢献した。本プログラムによる展覧会のサイトへの流入は、流入元を特定できるアクセス（直接的成果）（図2-4 方法2）と、検索サービス経由のアクセス（間接的成果）がある。

### (4) 博物館（常設展）への貢献

本企画展のウェブサイトでは博物館の公式サイトへのリンクも設置しており、実際にアクセスも確認している。そのデータについては、巡回展がすべて終了した後で整理、集計する予定である。企画展サイトへのアクセスのうち、主催者（慶應義塾、他）からの流入は展覧会閉幕とともに収束すると予想するが、検索サービスや”福澤展応援団”のサイトからの流入は開催期間が終了しても長期間継続すると予測している。今回の試行は単発の企画展を対象としているが、企画展で得たアクセスを、長期にわたって博物館（常設展）へのアクセスに転換することが可能であると考ええる。

## 2.5 公立博物館のウェブサイトに関する5つの提案

2.3項・2.4項で得た知見から、公立博物館のウェブサイトに対して5つの提案を行う。

### (1) 博物館と一般市民との間のパスが成立する機会を増やす

公的な施設を一般市民が利用し、あるいは直接利用しないまでも価値を理解して社会としてその施設を支えることに賛同するには、両者の間をつなぐパスを量的にも質的にも充実させる必要がある。入館に限らず、博物館が提供する機能にアクセスする一般市民全体を博物館の拡張部分としてとらえることが可能であり、インターネットは、その拡張部分を支える重要なツールである。

まず、検索サービスを意識して、より多くの、より関係の深いキーワードが博物館に結びつくようにすることである。今回の調査結果から言えば、過去の企画展のページ（開催前後にはほとんどの館で既に用意しているもの）を、企画展終了後も、アクセス可能な状態でサイト内に残すことは効果のある方法だと考える。

次に、企画展のウェブサイトの早期立ち上げは重要である。「福澤展」の事例では、展覧会開催3ヶ月前からアクセス数が増加したことを確認している。関心をもってもらえる

時期に受け皿が準備されていないことでアクセスを取り逃がすことのないようにしなければならない。

さらに、被リンクの積極的な獲得はパスの増加に直結する。博物館には、基礎的な支援のネットワークによって、公的施設などのウェブサイトからのリンクが期待できるが、それ以外にリンク協力を能動的にしかけることが重要である。今回調査対象にした企画展では、積極的な活動により公立博物館の平均値（88、google 調べ）を大幅に上回る被リンク数（386、同）を獲得した。（表 2-6）

また、リンクの受け皿側の対策として、パスに合わせて、博物館のトップページだけでなく、複数のページをリンク対象として設計することも必要である。一般市民に関心をもってもらうために、それぞれのパスによって異なる文脈で関心を喚起するのであるから、博物館のサイトではその文脈に応じたページを提示する方が市民の関心を獲得しやすい。

最後にメールサービスについて述べる。市民が自発的に博物館にアクセスした後に博物館側から再度のアクセスを市民に促し継続的な関係性を築くためのツールとして活用すべきである。Eメールによる定期的な案内は、多くの博物館で行われている友の会の活動などに比べて、コミュニケーションの強さは弱いがより安くより幅広く提供できる。パスを1つに絞る必要はない。

## **(2) 資料の収集・保管・調査研究の機能についての説明をコンテンツとして付加する**

一般市民にとって博物館の主要サービスは展示である。この展示をささえる資料の収集・保管・調査研究については、その存在が広くは認識されていない。これらは直接眼に見えるものではない以上、積極的に説明する必要がある。存在を知らなければ眼に見える範囲でその施設の価値を推し量るしかない。

展示されているものでさえ入場しなければわからない。さらに、直接は見ることのできない収蔵品がどのようなものがどれだけ収集・保管されているか施設外からは容易にはわからないのが現状である。研究者向けのデータベースの整備はもちろん重要であるが、一般向けにも開示しなければ市民は博物館の存在の是非を判断する以前に、前提としての理解ができない。

## **(3) 博物館の利用状況を一般市民へ情報公開する**

博物館に入館しない市民は多数存在する。しかし、納税者としてその博物館を支えており利害関係者である。その施設がどれだけ活用されているのかを説明があれば、その施設の存在価値と維持・発展の重要性への理解が高まる。多くの公共的な施設はこの点は共通

である。しかし、3.2 項のとおり、ウェブサイトでの利用状況公開の実施比率は、図書館 81%に対し博物館 17%である。

入館者数や入館者アンケート自体は行っているが、その結果が内部関係者だけの資料に限定されたり館内での閲覧に限定されたりしている場合も考えられる。また、地方公共団体や教育委員会のウェブサイトでは公開されている可能性もある。しかし、博物館に関心を持った市民が館外からその資料に容易にアクセスするには、博物館のウェブサイトでの公開がもっとも容易である。

#### **(4) 企画展に対して集まった関心を博物館・常設展へ誘導する**

企画展から博物館・常設展への誘導は、企画展のための入館時だけのものではない。企画展のウェブサイトの集客力は、そのまま継続して常設展ウェブサイトへのアクセス、常設展への集客に役立てられる。企画展は、期間とテーマが集約されているために短期で多くの一般市民の関心をおよぼすことができる。もともと、博物館という施設は、企画展というパスによって一般市民との関係性を獲得し、それを常設展、博物館そのものとの関係性に積み上げていくことを意図されていると認識している。そこで得た資産をそのまま廃棄してはいけぬ。有期のプロジェクトの利点と、持続性のある運営をする博物館の利点をうまく組み合わせたい。

今回の調査でわかったように、都道府県の半数の博物館では、過去の企画展の情報をウェブサイト上に残していない。それらの情報は、博物館のウェブサイト内の紹介ページに吸収するか、より長期間維持されるようにすべきだと考える。また、継続的な関係性維持のためのツールである E メールによる情報提供も企画展単独で行っている事例は少ない。メールサービスの登録を促すきっかけとして企画展を利用すべきである。

#### **(5) 個別の博物館のデータを公開し、博物館間で共有・活用する**

入館のデータとウェブサイトへのアクセスのデータを系統的に収集・分析すれば、たとえば会期前のウェブサイトへのアクセス状況から実際の入場者数を予測し早期に必要な対応につなげるといったことも可能になると考える。ただし、企画単位・館単位では十分なデータを得るには時間がかかる。博物館横断でデータを共有できれば、社会における博物館全体の改善につながる。

入場者数・アクセス数ともに、絶対数を公開することは、施設ごとの利害関係者の調整上困難だと推測するが、数値を相対値とし、時間推移や複数のデータ間との関係として表現すれば、それぞれが守りたいデータと、今後のマーケティングに活用することは共存可能

だと考える。

## 2.6 おわりに

### 2.6.1 これまでの成果の整理と課題

公立博物館が一般市民からより多くの支持を受けるためには、一般市民との関係を直接の入館者以外まで広げて認識し博物館の拡張部分として活動の対象とすることが重要である、という仮説を設けた。それを支える技術的な方法としてインターネットの活用の現状調査と提案を行った。

まず、公立博物館のウェブサイトの現状を、広く横断的な概観と深く詳細な個別の事例を掘り下げることの2方向から調査した。概観を得るために、都道府県単位の代表的な歴史系ないしは総合博物館を対象に調査し、国立の博物館や都道府県立の図書館と比較する等の方法で分析した。個別のケースの詳細を知るために、特定の企画展で定量的な情報を収集した。

広さと深さを意図した2つの調査の結果から、今後の博物館のウェブサイトに対する、具体的な5つの提案を行った。

### 2.6.2 今後の研究

博物館が社会の中で継続的に維持されることを目標に、入館以外の市民との関係性である拡張部分の改善の研究を進めたい。そのためには多くの試行と実績が必要である。試行に協力していただける博物館、企画展主催者を発掘し、汎用性のある仕組みとして開発を続けていきたい。個別の条件を持つ企画展での試行と、一般的な公立博物館の常設展での試行のいずれも重要である。

#### (1) 調査、分析対象の拡大と定量的な分析

本章では特定の企画展のデータしか準備できなかったが、常設展も含む複数の博物館のウェブサイトで複数年同様の情報収集ができれば、複数の博物館で利用できるより具体的な提案に結びつけることが可能だと考えている。

調査対象の広がりとしては、歴史系ないしは総合博物館以外の館種の博物館に関する調査、都道府県立レベル以下の市区町村立レベルの調査も加えることで、館種や規模による違いが識別できればさらに多くの知見が得られる。

また、複数の博物館に対して、外部からの観察や測定に加えて、ウェブサイトの実施者が内部でしか取得できないデータを入手できれば、分析の精度を上げられる。2つの視点のデータをつき合わせることで、それぞれの持つ意味が解釈できるようになる。

## (2)「インターネット」活用の実行

特定の博物館のウェブサイトで、取得するデータの範囲をさらに深めてコンテンツ・機能単位の分析（常設展・企画展・収蔵品情報・広報、等）を行い、それを現状の分析・改善の計画立案と実施に適用できれば、博物館の拡張部分の改善のPDCAサイクルをまわすことが可能になる。たとえば、国際対応として準備された外国語対応のページは、実際に誰がどこからどれだけアクセスしているのか等の分析なしでは、その価値判断や改善の計画は難しい。

このPDCAのサイクルの確立は、博物館経営の伝統的な経営に対する刺激となる。また、ウェブサイトを活用によって、複数博物館間の連携の強化も可能だと考える。今回、東京の開催と福岡の開催は同等の企画内容の巡回展であり、一般に広く行われている運営方法である。企画の内容は同等であっても主催者である博物館は独立であるため会場ごとの運営の独立性は高い。会場間で関心をつなぐ仕組みが可能になれば、”福澤展応援団”のような特定の企画展の支援者というリソースも複数の博物館に横展開できる。図書館では、既に都道府県単位で検索や貸し出しのネットワークが用意されている。都道府県立の図書館と市区町村の図書館は役割分担を行い、ネットワークとして機能を提供している。このような展開には、ウェブサイトだけでなく、市民からは直接は見えない裏方の業務の連携が必要になるのは当然だが、市民から直接見えるウェブサイトで先進的な取り組みの表明や試行を行い市民の支持を得ることが、より根本的な課題の解決にも寄与すると考える。

さらに、博物館と博物館以外の社会システムの連携の強化の可能性である。博物館に限らず、公的な施設は独立に運営されており、横の連携にはさまざまな制約がある。入館者に提供するサービスも、それぞれ独立の場合が多い。一方、市民は複数の公的システムの利用者であり施設の組織的な制約を受けずに横断の活動を行える。事例であげた”福澤展応援団”のような支援者によって公的施設と市民との関係性の拡張ができるのであれば、その効果は1施設にとどまるものではない。



注

- (1) 「未来をひらく福澤諭吉展」 <http://www.fukuzawa2009.jp/> (サービス提供時、2009年6月検索時)、<http://keio150.jp/fukuzawa2009/> (2010年11月検索時)
- (2) google 日本 <http://www.google.co.jp/> (2009年6月検索)
- (3) Yahoo! <http://www.yahoo.co.jp> (2009年6月検索)

### 3 博物館ブログの現状

#### 3.1 はじめに

本章では、近年急速に市民社会に普及したインターネットという機会を活かす当事者の候補として、博物館に関心を持つ市民に目を向ける。そして、その調査のために、インターネットに上に公開された大量の情報から調査対象とする記述を抽出し解析する手法を考案し試行を試みた。博物館に関心を持つ市民の調査としては、「来館者研究」が長い歴史を持っている。本章で提起する調査方法は、「来館者研究」とは別の市民を対象として抽出し別の角度から観察する。具体的な手法の説明と調査結果を報告し、実現可能なことと制約を考察したうえで将来の展望を述べる。

##### 3.1.1 「来館者研究」の歴史と新しい視野の可能性

博物館の来館者に関する研究の歴史は数十年に及ぶ。川嶋-ベルトランは、「来館者に関する研究には、約 80 年にわたる調査の蓄積がある」とし、1970 年代末期までの来館者研究の変遷を概観し、アメリカを中心とした英語圏の研究事例を紹介（川嶋-ベルトラン 1999）している。

日本国内の例では、東京国立博物館が、館の運営の改善に役立てる資料として、昭和 45 年度(1970)に観覧者の実態について毎年の調査を開始している（東京国立博物館編 1973）。昭和 45 年度の調査結果の抜粋を見ると、観覧時間・来館度（年に何回当該館に来館したか）・住所地が集計されている。重盛は、1950 年代後半から 1999 年での文献をリストにし、この間、約 40 年間の歴史を 4 期に分けて整理した（重盛 2000）。期によって研究の目的と研究者の専門性は変遷を遂げてきたが、具体的な調査手法としては、特定の館・展覧会において来館者に対する観察による行動調査とアンケート調査が多い。

その後も、博物館単位での様々な調査が行われている。奥村らは、来館者の関心をひく体験学習のあり方を検討する材料として、栃木県立博物館体験学習コーナーで来館者が展示資料に対してどのように関心を持つかを来館者の反応を観察にとり調査を行った（奥村・伊澤 2009）。渡辺は、「展示に対する満足度」が博物館の評価を決めるという仮説を検証するために、九州国立博物館の常設展示である文化交流展示室来館者で 3 回にわたってアンケートによる来館者調査を行い報告した（渡辺 2009）。

ここまで見た例の多くは、博物館側が博物館の運営の改善を目的として行ったものであ

り、対象は1館に設定され、情報収集も期間を限定して行われたものである。複数の館・展覧会で行われた調査としては、山下が美術館6館を対象に行ったアンケート調査がある(山下 1997)。この調査の調査項目には、来館者の基本属性に加えて職業・収入・学歴等の社会的属性も加えられている。仮説の一つとして、学歴が美術館への訪問と作家の嗜好に影響を与える可能性をあげられている。

調査の対象となる館の数は単数の場合と複数の場合があるが、いずれにしても、上記にあげた事例は、特定の博物館・展覧会に視野の起点を置いた「来館者」の調査であり、来館行動前後の短い時間を主な対象としたものになっている。しかし、「博物館と関係をもつ市民」について立体的な議論を行うには、従来の来館者調査とは別の視点も必要である。個人個人の市民を視野の起点とし、単発の訪問行動ではなく個人ごとの連続した時系列に関する調査を行うことを今回提案する。この手法によって、市民が持つ複数の博物館に対する関心・地理的広がりを対象とできる。また、一定期間に渡る関心の推移についても把握することができる。

### 3.1.2 インターネットを利用した市民の活動

博物館というシステムが、インターネットという新しいツールをどのように取り込み活用できるかを考えてみる。1990年代に一般市民にも利用解放されたこのツールは、きわめて早いスピードで普及率を上げていった。世界的な共通ツールであるインターネットではあるが、その上で生じるコミュニケーションの方法は、それを利用する個人・グループ・コミュニティによって様々な方法が選ばれている。メールやウェブサイトの閲覧といった基本的な利用法に加えて、自らのコメントを一般市民向けに公開できるサービス(掲示板、SNS、ブログ)といったアプリケーションも登場しインターネットの普及の後を追って広がってきた。

しかし、日本の公立博物館では、館のウェブサイトの整備というインターネット活用の初期の段階においてさえまだ課題をかかえている。筆者は、国内の施設数の規模が同等であるもうひとつの教育施設・図書館のウェブサイトとの比較を行い、日本の公立博物館がインターネットの可能性を十分には活用できずにいる状況を示し、改善案を提起した(本間 2009)。一方、既に市民はインターネットを様々な活用している。前述のとおり、市民は博物館側の対応の遅れに制約を受けているが、博物館に関して自ら発信するという面での活動は活発に行っている。

さて、特定の市民の行動が他の市民に影響を与える可能性については様々な角度から研究が行われている。たとえば、新規性の高い新しい商品についての知識の伝搬を担う情報チャンネルを考えると、販売者から顧客へという従来のものだけでなく、先行して利用を開始したユーザから潜在的な顧客へ市民間のコミュニケーションによるものもある。特にインターネットの普及によって、市民間のインタラクションが容易になり、商業的なマーケティング手法として実際に活用もされている（田村 2006）。

市民の個人的な関心に基づく活動は基本的に自己充足のために行われるものである。関心のある領域・対象に関してインターネット上で行われている情報発信もその一部である。そして、インターネットの普及により、実社会での直接的な発信に比べてより容易に個人活動の情報が他の市民に伝播し影響を与える機会が増加した。

もっぱら専門家の領域であった博物館や展覧会の評価の執筆と公開が一般市民にも容易になったのは前述のとおりインターネットという媒体の出現が大きい。服部は、米国での先行事例等も参考にブログの登場によって市民ジャーナリズムが成立し、それによって旧来のジャーナリズムが変容をせまられる可能性に言及した（服部 2006）。“「映画評」や「書評」のように「博物館評」は書けないだろうかと、常々思ってきた”（小泉 2002）といった考えを持つ市民の中には、個別の博物館に対する個人の意見・感想をまとめたものを書籍として出版する事例もある。しかし、出版という形式は一般市民にとってはきわめて敷居の高いものである。費用・期間・協力者等必要になる資源を準備できる市民は限定される。一方、インターネットやその上のブログサービスは相対的に敷居が低く、多くの市民が気軽に利用できるものである。

さらに、インターネットを介したコミュニケーションの影響範囲はインターネット内に限定されるものではない。対面のコミュニケーションも喚起し情報の伝播全般を加速する効果を持つようになっている。発信された情報は、発信者から他の市民に直接伝播するだけではない。直接情報を受けとった市民の一部は、その情報をさらに他に市民に伝える。伝える方法はインターネットとは限らず対面伝達が多いことは、國領らの調査（國領・野原 2003）が示している。市民間の情報伝達は、インターネット上と実社会の境界を越えて行われている。

博物館と関係する市民の実際の行動（以下、「実行動」と呼ぶ。）と、博物館の情報の参照や博物館に関連する何らかの書き込み等のインターネット上での行動（以下、「ネット行動」と呼ぶ。）との間の関係を一律に定量的に評価することは難しいが、具体的な事例の報

告は散見される。博物館の利用（入場）と、博物館が提供するウェブサイトへのアクセスの関係について、千秋は、1年にわたって特定の博物館の入場者数とその博物館のウェブサイトの情報ページの参照数の時間的な推移を収集・比較し、両者の相関が高いことを報告した（千秋 2007）。このアプローチでは、特定の個人の行動を追跡してはいないが、実行動とネット行動の間に集団として関係があることを示した。また、市民による博物館活動への参加形態のひとつとして、和田は学芸員の調査研究に市民を巻き込む事例を報告している（和田 2005）。対象とされた企画は、実行動とネット行動を組み合わせたものである。

本間は、公共的な社会システムの事例として博物館を対象とし、特定の展覧会に関する市民のブログでの発言（紹介、感想、等）が展覧会のウェブサイトへのアクセスを獲得する試行プログラムの設計・実施と効果測定を行い、個人の活動による公共的な活動への貢献を議論するための定量的なデータを含む事例を提示した（本間 2010）。この成功事例を他にも展開するためには、国内の博物館を可能な限り広範に網羅し市民の関心に関する一般的な現状を概観する必要があると考え今回の調査を考案した。本章では、特定の興味・関心領域の具体例として“博物館”を選び、そのような非営利の公共的教育・文化施設に対して市民が抱えている個人的な関心がインターネット上の個人のブログに公開されている状況の調査方法と結果を示す。

### 3.1.3 インターネット上の市民活動を解析するためのアプローチ

インターネット上で形成されるネットワークについては様々なアプローチ方法で多数の研究が行われている。初期から関心の対象となった例としてはウェブページ間のハイパーリンクが挙げられる（Albert, et al. 1999）。他に、村田は、対象とする2つのページ間の関連性を直接の相互リンクだけでなく他のページからのリンクの共起割合によって評価する手法を提案している（村田 2001）。共起の解析は、同じ対象物内にどれだけ共通で存在するかの度合いを調べるもので、複数の計算方法が提案されている。

ページ上に含まれる単語を解析する研究では、風間らがウェブサイトにも人名が含まれる構造を人名とウェブサイトの2部グラフと解釈して解析し実社会の人間関係のネットワーク構造の可視化を行った（風間ら 2004）。松尾らは、特定の専門領域内で、複数の種類の関係性を想定した専門家の人間関係ネットワークの解析を行った（松尾ら 2005）

ノードとしてページではなくウェブサイト（ページ群）を選ぶ場合、ブログもその対象となる。高木らは、ブログをノードと見なしトラックバックをエッジと見なしたグラフか

ら、共通の興味・関心のコミュニティの生起を時系列の推移も考慮して解析する手法を提案した(高木ら 2008)。佐藤らは共起解析の対象となる文書の集合体としてブログを選び、アイテムの推薦をおこなうシステムでの適用可能性を示した(佐藤ら 2008)。

### 3.1.4 研究対象としてのブログへの着目

今回の調査では、インターネットの様々な利用形態の中で、ブログに注目する。

その理由は、第一に、ブログの利用が広範に普及していることである。(図 3-1) 米国で生まれ急速に市民に普及したブログが日本に導入されたのは 2000 年代前半のことである。2005 年 3 月には、アクティブブログ利用者(ブログ利用者のうち、少なくとも月に 1 度はブログを更新しているユーザ)数は約 95 万人、ブログ閲覧者数は約 1,651 万人に増加したと推定された(総務省 2005)。総務省情報通信政策研究所調査研究部が行った調査の結果では、2008 年 1 月には、1 箇月に 1 回以上記事が更新されているアクティブなブログの数は約 300 万に増加したと推定されている(総務省 2008)。あわせて行われた同年 2 月のブログ開設経験者のアンケート調査の結果、ブログの開設動機の上位 3 項目は、「自己表現重視」(30.9%)、「コミュニティの形成重視」(25.7%)、「社会貢献重視」(8.4%)である。「自己表現重視」は自己表現やストレス解消等の内面的な効用の重視、「社会貢献重視」は自己の知識を発信して社会貢献の重視を表している。

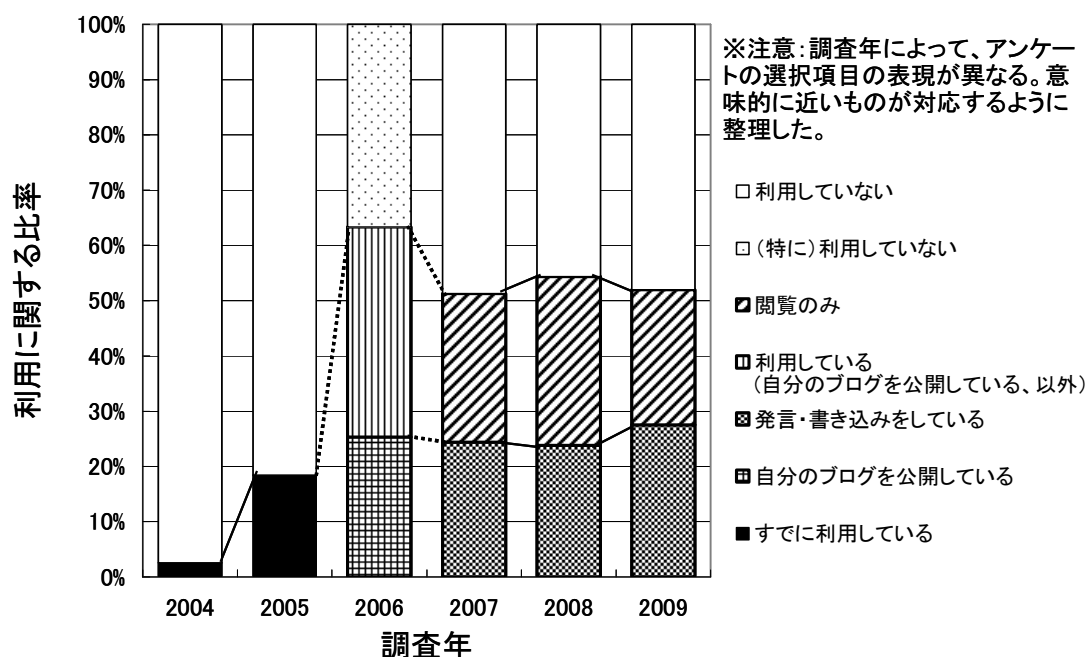


図3-1 ブログ普及の推移

第二には、ブログ上で博物館・展覧会に関する執筆・公開を行っている市民が既に存在していることも確認され（図3-2）ており、個別の報告事例（本間浩一 2010）もあることである。この事例では、特定の展覧会のプログラムとして市民に自身が運営するブログ上で当該展覧会に関して言及してもらうことで広報の支援を仰ぐことを試みている。このプログラムで協力者を募集するために初期段階で企画者による探索が行われ、ブログの記事のテーマとして博物館・展覧会を選んでいる市民が識別されている。

第三には、ブログでは分析の対象となる文書（ページ）群の構成が明快で、系統的な収集が容易である点である。ブログは、多くの場合、個人が継続的に複数の記事を執筆しており、不特定多数の閲覧者に読まれることを意識して記事ごとに完結する内容になっている。したがって、誰が何に関して記述しているのか識別しやすい。一方、複数の市民が一定レベル以上の継続性を持って維持する形式（掲示板やSNS等）の場合は、文書間の構造はより複雑であり、個別の文書はその構造や他の文書との関係を前提に記述される。したがって、単独の文書だけを切り離して理解することが相対的に難しい。

第四には、多くの市民のデータを比較的容易に入手できること、目的を絞らずに広範囲のデータが入手できることである。単独館・特定の展覧会でのアンケートの場合、計画した調査日程の中で協力してもらえる来館者に限られており、事前に設定した目的に合わせ

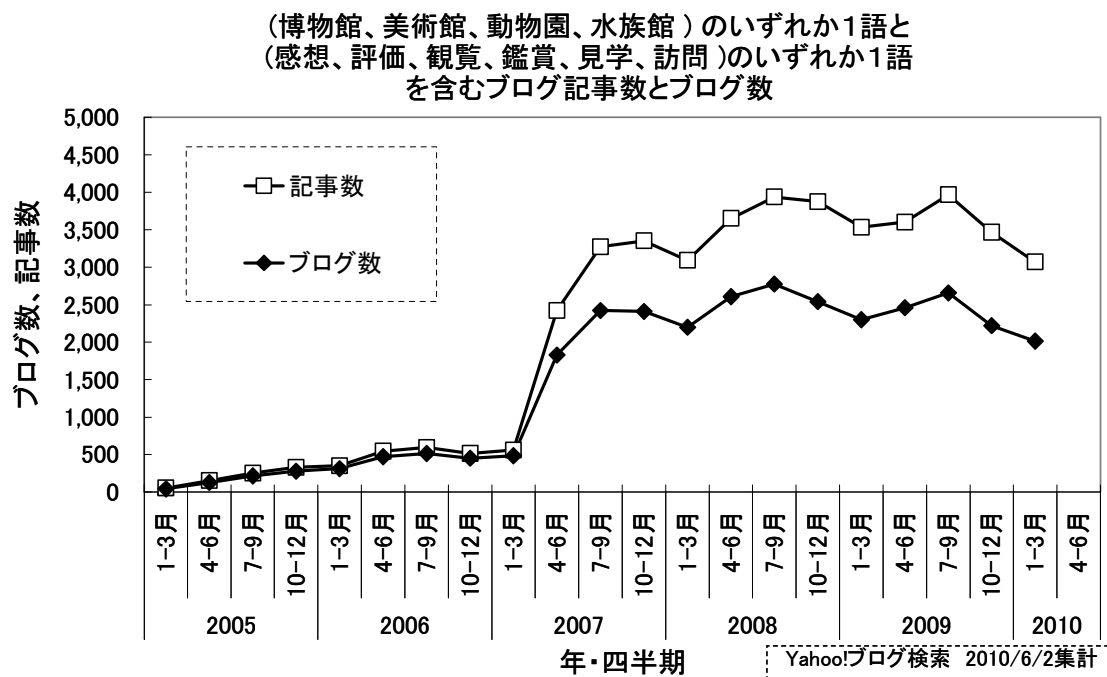


図3-2 ブログ上の博物館関連記事の推移

で設計したアンケート項目についてのみ聞かざるを得ない。館横断・地域横断・館種横断のようなマクロの分析は難しい。無論、アンケート調査でも、関心の履歴について記憶をたどって記述してもらうことで情報を入手することはできるが、行動と収集のタイミングのずれはブログの調査のほうが短くより精度が高いと推測できる。

本章では、公共のシステムに関し市民が執筆する紹介・評価のブログの記事は、他の市民に参照されることによってそのシステムの維持と発展に貢献しているという前提を置く。執筆される博物館・展覧会などに関する記事を一定量以上自らのブログで言及しているものを研究対象とし、対象としたブログを「博物館ブログ」、その運営者・執筆者を「博物館ブロガー」と呼ぶ。まず、博物館に関連する記述を一定以上含むブログ群を抽出し、それらのブログの記事上で個別の博物館名称が言及される状況を、ブログと博物館名称をノード、言及の関係をエッジとした2部グラフと解釈した(図3-3)。

分析では、まず、基本的な分析として「博物館ブロガー」の性別と年齢等のプロフィール・記事執筆活動の地理的・時間的な様相・「博物館ブログ」での個別の博物館名称に対する言及に関する統計を行った。次に、「博物館ブロガー」の一部に直接のインタビューを試みた。最後に、今後の研究において、館の種類や地域を限定したより詳細の分析に進むための準備として調査結果の全体から科学博物館と海外の博物館に関係するデータの抽出を試みた。

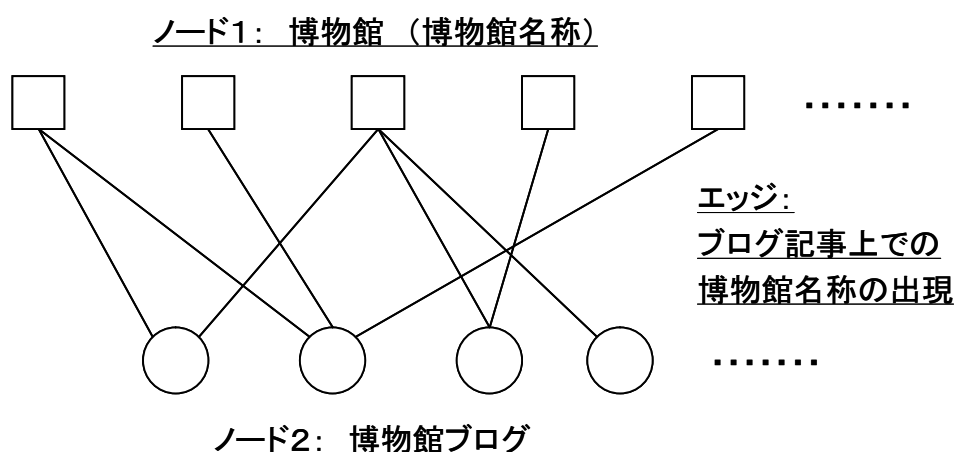


図3-3 博物館と博物館ブログとの関係のグラフ表現



## 3.2 本論

### 3.2.1 調査概要

#### (1) 調査方法

データの収集と分析の方法について説明する。

今回、インターネット上のブログで公開された個人の表明を収集し分析した。市民が個人が保有・運営するブログ上で、博物館訪問の都度、あるいは関心を持つ度に自主的に記録し書き溜めた内容を参照することで時系列に関する情報を含めて入手するものである。調査の目的を事前に設定し広報・告知を行って収集するわけではなく市民が自主的に自由に記述したものを分析するので、選択式のアンケート等に比べ定量的な集計も結果の解釈も注意を要する。ただし、市民側には調査のための特別の負荷はかからない。

#### ① 対象としたブログ

今回は、意味のある結果を導き出す事例を作るために、可能な限り博物館へ関心が高い文書・ブログを抽出することを意図し、継続的・能動的に活動が行われているブログの中で博物館関連の話題が一定以上なされているブログを対象を絞って調査を行った。まず、研究の対象とした「博物館ブログ」の特定について説明する。今回の調査では、ブログに関する横断的なデータ収集・解析を行っている企業の協力を得て、ブログのランキングや成分解析を提供するサービス「blogram<sup>(1)</sup>」が収集したデータを利用した。なお、このサービスは日本語で記述されたブログの情報を広範に収集しているが、全ての情報を網羅しているわけではない。またランダムにサンプリングしているわけではなく、収集対象とするブログを増やすための重要な施策としてブロガーの自主的な登録を促している。結果として、自らのブログを多数のユーザーに参照してもらうことに対してより意欲を持ったブロガーが対象に加わる可能性が高い。その点は、類似のサービスでも同様の傾向がある。インターネット上の情報を完全に網羅して調査すること、あるいは調査したと確認することはきわめて難しいということは付記しておく。

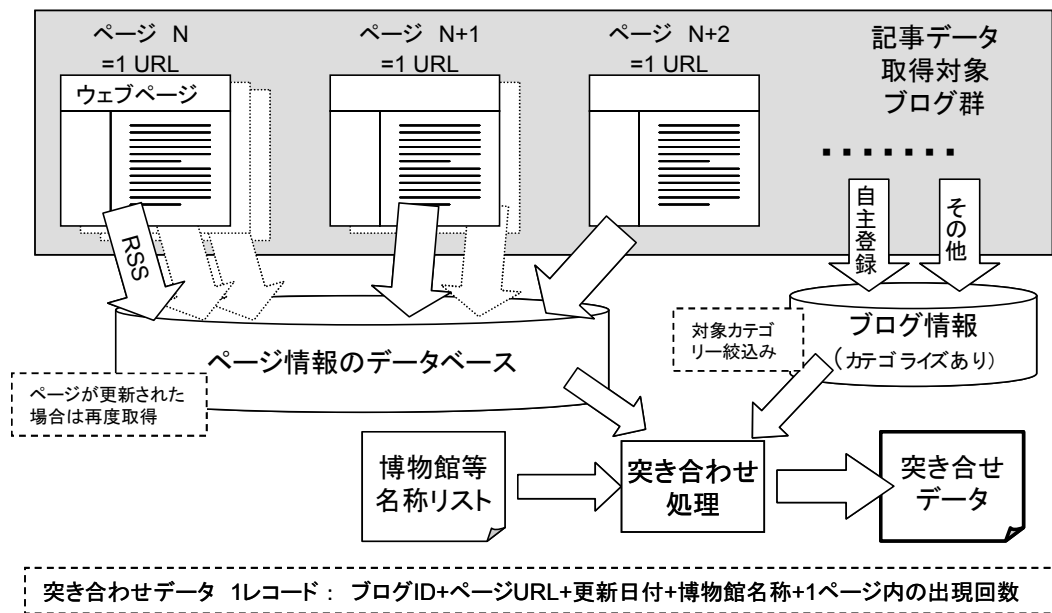


図3-4 ブログの記事データの抽出の模式図

第1段階として、「blogram」が収集・蓄積したブログ情報の中で、「博覧会」・「展示会」・「展覧会」・「博物館」・「美術館」・「動物園」・「水族館」という7つのカテゴリーに分類されたブログを抽出した。以下では、「博物館ブログ (A)」と呼ぶ。各カテゴリーの基本的な抽出条件はカテゴリー名を含むブログページが一定数以上存在することである。キーワードの突き合わせは、RSS (RDF Site Summary: ウェブサイトの見出しや要約などのメタデータを構造化して記述するXMLベースのフォーマット) で公開されているテキストを対象としている。なお、収集した記事ページのデータは、そのほとんどが2009年6月以降のものである。また、解析の対象は、計算時間の制約により「記事タイトルおよび本文」の先頭から4,000文字である。市民が執筆するブログの記事における文章の量は、PC画面上で参照する読者が読みやすいように意識される場合が多く、記事単位が長文であるものは少ない4,000字の設定により解析対象から外れる文書は1%以下でありこの操作による変動は限定できると判断した。

ただし、「blogram」のカテゴリー分けでは、これらの関係がより薄いブログを除くために、若干の例外条件を設けることで、ノイズの減少が図られている。たとえば、博物館名称を含んでいる記事でも博物館自体とは関係のない特定のイベントに対する記事が一時的に集中することもありえる。

次に、第2段階として、個別の博物館名称がそのブログ内のページ中に含まれているブログを抽出した。以下では、「博物館ブログ (S)」と呼ぶ。市民が博物館に関して関心をも

った場合に、その関心対象が具体的に識別できるものを抽出するためである。個別の博物館名称が識別できれば、その属性である地域・博物館の種類などについての分析が可能になる。

## ② 博物館の名称

個別の博物館名称は、日本国内と海外の博物館の名称の一覧を準備した。第 1 回調査では、国内のみ、第 2 回は海外も加えた。日本国内の博物館については広範囲に網羅することを意図している。国内の博物館名称のデータとしては、「インターネットミュージアム<sup>②</sup>」で 2010 年 3 月 19 日に公開されていた全データ 7,801 件から、特定の博物館に関連付けることが難しいものを除外し、最終的に 7,706 件を調査の対象とした。除外したのは、このデータの中で名称に重複があり一意に特定できないもの（例 「おもちゃ美術館」）、名称が短すぎて一般的な単語と識別しづらいもの（例 大阪府大阪市「CAS」）、他の博物館名称の中に名称の文字列が完全に含まれてしまうもの（例 「上野の森美術館」と「森美術館」がある場合、後者は対象から除外）等である。なお、「インターネットミュージアム」では、ミュージアムの定義を広義にとらえており、博物館法上の登録博物館・博物館相当施設に必ずしも限定されず、史跡等も含む。この 7,706 件のデータの内訳を示す方法のひとつとして、名称中に含まれる単語の頻度を示す（表 3-1）。博物館の種類に結びつく単語を A 群、博物館であることを示す単語を B 群、主に施設名称の末尾に使われる単語を C 群とし、それぞれの単語が博物館名称の中で出現した数と総数に対する出現率を示す。出現率が 7%以上の単語を斜線域で囲み示した。この集計では、単語の組合せ・順番については言及しない。結果を見ると、たとえば「博物」という単語を含む施設は 11%に過ぎない。A 群の単語と C 群の「館」の組み合わせは多いが、網羅率は決して高くはならない。したがって、概念としての博物館に関心を持っているかどうかをキーワードで抽出するためには、「博物館」・「美術館」・「ミュージアム」等の一般名称ではなく、個別の博物館名で調べる必要があると判断した。また、A 群の単語は、3.2.4 項で述べる博物館ブロガーが関心を持った館の種類分析でも利用した。

表3-1 博物館名称内の単語出現頻度

<A群>			<B群>			<C群>		
美術	1052	14%	博物	885	11%	館	5730	74%
歴史	737	9.6%	資料	1802	23%	センター	468	6.1%
郷土	588	7.6%	記念	761	9.9%	室	263	3.4%
民俗	619	8.0%				ミュージアム	210	2.7%
民族	14	0.2%				園	283	3.7%
文学	84	1.1%				ギャラリー	81	1.1%
自然	145	1.9%						
科学	188	2.4%						
動物	80	1.0%						
植物	113	1.5%						
水族	54	0.7%						

凡例	キーワード	件数	出現率	
	総数	7706	100%	7%以上

海外の博物館については、博物館 98 館を選定した。日本の博物館に関しては可能性のある館を極力全て網羅できるようにしたが、海外に関しては少数に限定した。一般向けに発行されている出版物（講談社 1979, 2008-2010）ウェブの情報（wikipedia 2010）等を参考にし、これらの資料の対象とされているものを基本とした。今回の調査は日本語で記述されたブログを対象としており、突き合わせ名称も日本語に限定した。名称から特定の博物館に関連付けることができるかによって 98 館に絞り込んだ。海外の博物館の場合、正式名称は当該国の言語による表記であるが、日本国内で言及される場合には、日本語名称が使われることが多い。日本語名称については、慣例によって繰り返し言及されることによって特定の表記が一般的になっている。たとえば、**British Museum** は大英博物館と呼ばれることが多く、**Musée du Louvre** はルーブル美術館と呼ばれることが多い。複数の呼称がある場合それを採用した場合もある。この店で客観性をできるだけそこなわないよう、突き合わせ名称を明記する。その上で、突き合わせ作業用に、日本の博物館名称の扱いと同様に、複数の名称で言及される可能性のある館については別名も加えた。

なお、第 2 段階の抽出条件に使うキーワードとしては、博物館名称以外に展覧会の名称を使う可能性も検討した。特定の企画展・特別展の鑑賞のために博物館を訪れ、その紹介・感想を執筆している事例は多数ある。しかし、展覧会名称は地域・時間によらず一意に特

定できるようにつけられていない場合がある。たとえば、美術展であれば、「作者名+展」という名称は頻繁に見られる。さらに、巡回展等によって複数個所で開催されることもあり、また著名な作家の作品に関する展覧会は数年毎に開催される。また、展覧会に関して市民が引用する場合は正式名称を短縮して引用される場合がある。展覧会名称に加えて地域・時期の情報も加味する等、文書全体のコンテキストから対象を絞ることは可能であるが、名称だけでは限界がある。博物館名称にも限界はあるが、相対的には展覧会名称よりも扱いやすいと判断した。

市民が博物館名称に言及するときに、設置者・運営者が決めた正式の名称を市民が認識し自らが使う呼称として使うかどうかは検証が必要である。今回の調査では、「インターネットミュージアム」に登録された名称に加えて、その一部文字列だけ抜き出して利用されることも予測して、一部の博物館については、複数の呼称の候補を準備した。しかし、実際には、想定外の短縮名や通称が用いられる可能性があり、その全てについては今回の調査では把握できない。

市民が博物館名称を使う場合の表現のばらつきに関して参考情報を提示する。インターネットの検索エンジン **google** へのキーワードの入力回数から、呼称のばらつきに関する参考データを入手した。筆者が運営する博物館広報の支援サイト「博物館心 ミュージアムマインド<sup>③</sup>」では、約 300 博物館に関して個別にページを作成し、それぞれに対して第三者がコメント・トラックバックできるようにセットした。一部は、手作業によりリンクの依頼等を行って内容を作成した。このサイトで、**google** ウェブマスターツール<sup>④</sup>を導入することにより、一部の博物館名称に関しては **google** へのキーワードの入力回数が提供される。2010年5月の1ヶ月間に入力されたキーワードの回数データを表3-2に示す。

正式名称に対して実際に入力されるキーワードの種類とその入力回数の定量的な規模がわかる。正式名称ないしは正式名称の文字列の一部を使う場合（網がけ部分）以外に、短縮や誤認による名称が使われる場合があることを示した。今回の博物館ブロガーの分析においては、後者のような引用をされた場合は計測できない。

表3-2 市民が想起する名称のばらつき

正式名称、または正式名称の一部を抜き出したもの

検索対象と思われる博物館	検索ワード	表示回数
NHK放送博物館	nhk放送博物館	390
	放送博物館	170
	nhk放送博物館	36
	nhk博物館	16
千葉県立現代産業科学館	千葉県立現代産業科学館	260
	現代産業科学館	140
	千葉県現代産業科学館	28
	県立現代産業科学館	12
日本銀行金融研究所貨幣博物館	日本銀行金融研究所貨幣博物館	36
	貨幣博物館	36
	日本銀行貨幣博物館	28
	日銀貨幣博物館	28
逓信総合博物館 (ていぱーく)	ていぱーく	170
	逓信総合博物館	73
	ていぱーく 逓信総合博物館	46
	逓信博物館	46
千葉市立郷土博物館	千葉市立郷土博物館	73
	千葉市郷土博物館	28

単語の省略  
“放送”  
“総合”

単語の短縮  
“日銀”

“県立”と“県”  
“市立”と“市”  
の混同

## (2) 調査日程

突合わせ作業は2回行った。第1回は、2010年4月28日、2回目は、2010年11月10日である(表3-3)。1回目と2回目の主な違いは2点ある。1点目は、ブログに関する第1段階の絞込みの際の、博物館に関連するキーワードのブログ当りの出現回数の条件である。1回目は必要以上に多くのブログが抽出されるのを防ぐために3回以上と設定されていたが、第2段階の絞込みを行った結果、抽出されるものの数と計算の処理時間の見通しがたったため、2回目ではより範囲を広げるために1回以上とした。2点目は、第2段階の絞込みで突合せのために使用した博物館名称の集合の差である。1回目は日本国内のみで、2回目は海外の代表的な博物館を加えた。

元となるブログのページデータを大規模かつ系統的に収集開始したのは2009年春からであり、データの多くは2009年4月以降のものである。ブロガーの自主的な登録も2009年6月から開始され、登録されたものについては、性別・年齢・住所情報を把握可能である。なお、ページデータ収集の対象とするブログは適宜追加されており、対象を固定した追跡調査ではない。月単位の推移に関する分析を行う場合はこの点を考慮に入れた。

この後の結果の報告と分析では主に第2回データを用いる。

表3-3 調査概要（第1回、第2回）

記号	項目	第1回	第2回
	マッチング実施日	2010/4/28	2010/11/10
M1	突合せに使った基本名称数(博物館名、関連ワード)※1 内 国内博物館名称 海外博物館名称 博物館関連ワード ※3	7,706 7,706 — —	7,805 7,706 98 1
M2	突合せに使った全名称数(博物館名、関連ワード)※2 内 国内博物館名称 海外博物館名称 博物館関連ワード ※3	8,469 8,469 — —	8,597 8,468 128 1
B	突合せに使ったブログ数(第1段階の絞込み) ※4 対象絞込みの条件 ※5 カテゴリー設定条件の基本ワードが一定回数以上出現したもの	3,851 3回以上	23,668 1回以上
R	突合せ結果データ (ブログ記事URL+時間+博物館名称) 対象となるデータの期間(2009年4月以降実施日まで)	37,076 33,589 91%	120,702 112,723 93%
N1	突合せができた名称数(ノード1) 内 国内博物館名称 海外博物館名称 博物館関連ワード ※3 博物館1館当り突合せができたブログの最大数 博物館1館当り突合せができたブログの最小数 関連ワードと突合せができたブログ数	2,541 2,541 — — 334 1 —	3,988 3,901 86 1 1,207 1 74
N2	突合せができたブログ数(ノード2) ※6 内、登録によりブロガーの住所情報を把握できたもの 登録によりブロガーの性別・年代情報を把握できたもの 2009年3月以前の記事が確認できているもの 1ブログ当り突合せができた博物館の最大数 1ブログ当り突合せができた博物館の最小数	2,575 718 — — 364 1	13,855 2,390 4,464 8,815 692 1
E	突合せの数(エッジ) 突合せができたブログに含まれる記事の合計数 内、博物館名称を言及している記事の総数	17,044 — 25,530	63,246 4,354,915 88,940

※1 博物館の正式名称、関連ワード

※2 ※1に同義の別名を加えたもの

※3 第2回調査では、博物館名称以外に東京の共通チケットの名称「ぐるっとパス」を追加

※4 「博物館ブログ(A)」と呼ぶ。

※5 「blogram」の7カテゴリーのいずれかに分類されたブログ

※6 「博物館ブログ(S)」と呼ぶ。

### 3.2.2 調査結果：博物館ブロガーのプロフィールと地理的な分析

#### (1) 性別・年代

blogram に自主的に登録を行ったブロガーのうち 4,464 件は、登録時に性別・年代情報を収集していた。その結果を示す。(表 3-4)

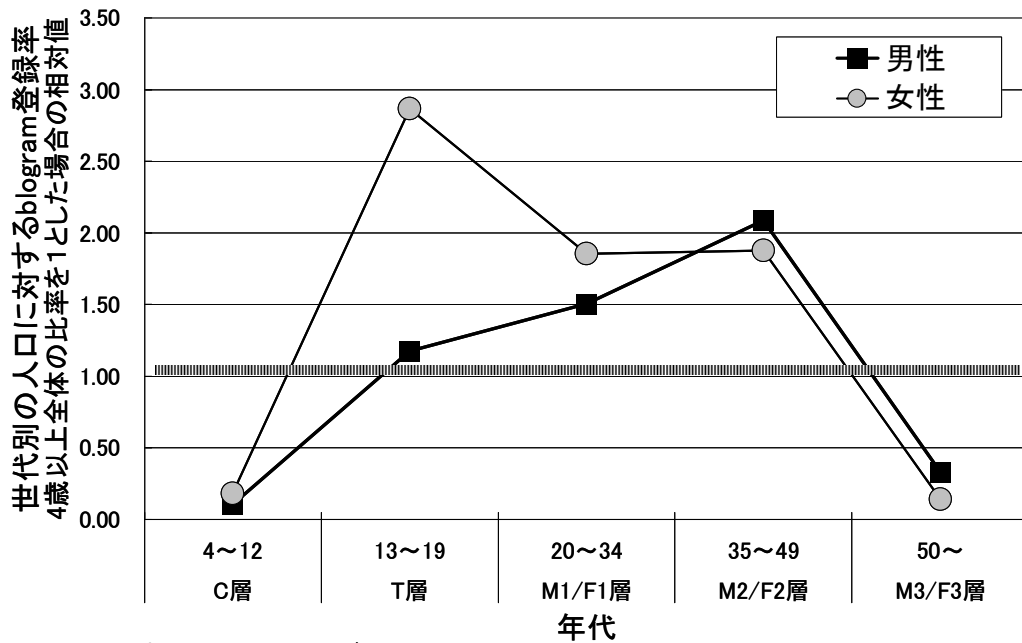
まず、男女の比は、51.2 対 48.8 であり大きな偏りは見られなかった。

年齢については、正確な実年齢ではなくいくつかの階層を設けて質問を行っている。(C 層：4～12 歳、T 層：13～19 歳、M1/F1 層：20～34 歳、M2/F2 層：35～49 歳、M3/F3 層：50 歳以上。なお、年代は登録時に登録された情報であり、その後の経年による変化は加味していない。) 結果を見ると、博物館ブロガーの絶対数は、M2/F2 層：35～49 歳が多いことがわかる。絶対数は、ブログ活動の有無と、ブログ活動している中での博物館関連の記事の執筆の有無の 2 つの要素に分解して考えることができる。各年代の総人口 (2005 年 国勢調査) に対して blogram に登録しているブロガーの数の比率を、全年代の合計値を期基準にして相対値であらわしたものが図 3-5 である。Blogram への登録比率は、男性では M2 層 (35～49 歳)、女性では T 層 (13～19 歳) で高いことがわかる。一方、Blogram に登録されたブロガーのうちの博物館ブロガーの比率は、図 3-6 になる。男女とも傾向は同じであり、T 層 (13～19 歳) 以降は、年代の高い層で博物館ブロガー比率が高まる。ただし、C 層・T 層については、捕捉できた博物館ブロガーの絶対数が他の年代に比べて極端に少ないため解釈には注意を要する。

表3-4 博物館ブロガー 性別・年代分布 (登録データに基づく)

年代呼称	年齢幅※	男性	女性	合計	構成比
C層	4～12	41	43	84	1.9%
T層	13～19	65	107	172	3.9%
M1/F1層	20～34	545	840	1,385	31.0%
M2/F2層	35～49	1,124	957	2,081	46.6%
M3/F3層	50～	512	230	742	16.6%
合計		2,287	2,177	4,464	100.0%
構成比		51.2%	48.8%	100.0%	





※ 2005年国勢調査の結果に基づく。  
 年齢が特定できた4歳以上の人口データと、blogram登録者の比を計算し、合計の場合の比で正規化。

図3-5 blogram登録者(年代開示者)の年代別の対人口比

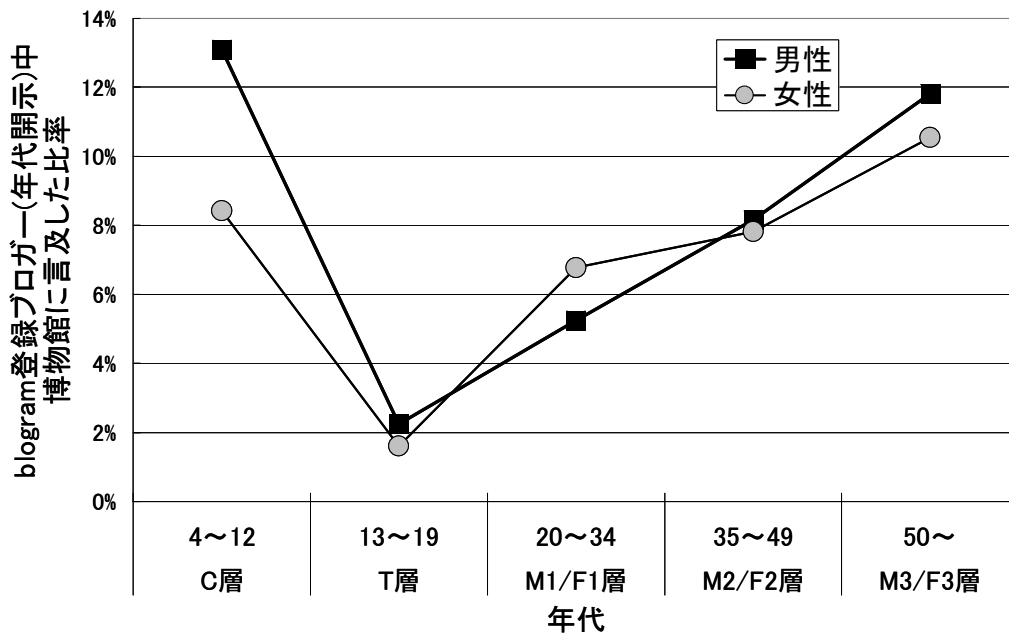


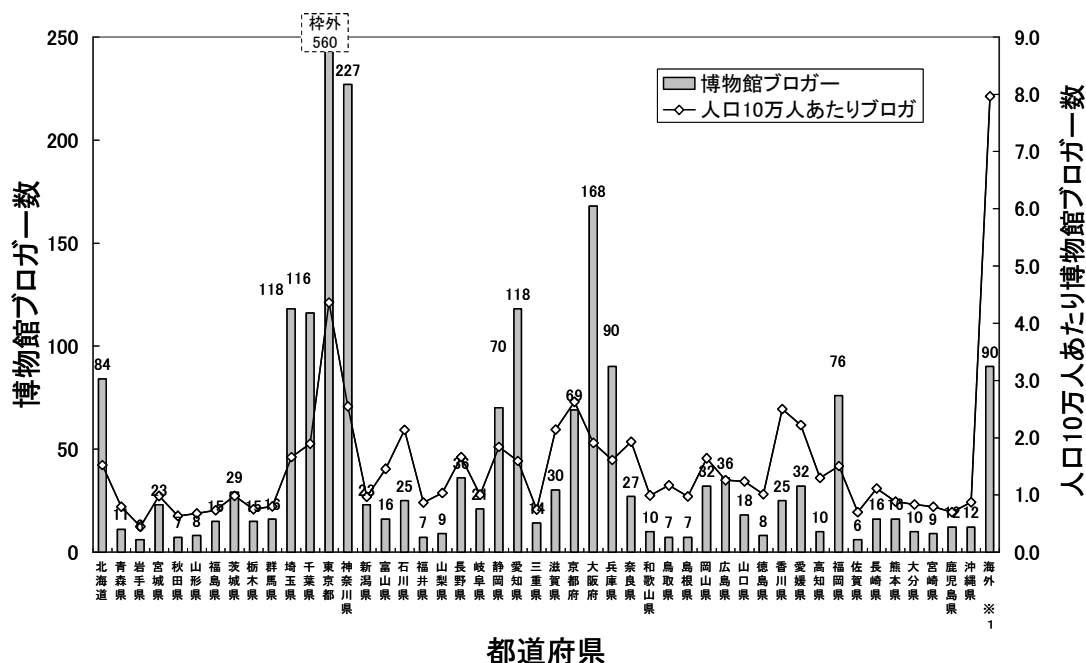
図3-6 blogram登録者(年代開示者)中の、博物館関連記事執筆割合

### (3) 地理的な分布

blogram に自主的に登録を行ったブロガーのうち 2,390 件は、登録時に住所情報を収集していた。その結果を示す。(図 3-7)

都道府県別博物館ブロガーは、絶対数では東京の 560 人が突出している。他に、東京の近接 3 県（神奈川、千葉、埼玉）・愛知県・大阪府で 100 人を越えている。一方、これらの数値を、都道府県別の人口（総務省）・海外在留邦人数（外務省）との比較し、人口 10 万人あたりの博物館ブロガー数を計算した結果も折れ線グラフで示した。海外在住者については母数の計測が国内とは異なるため解釈には注意を要するが、絶対数で 90 人と上位に入っている。

次に、博物館ブロガーは登録した住所の都道府県に実際に在住しているという前提で、博物館ブロガーの住所と博物館ブログで言及される博物館の所在地の関係を分析した。(第 1 回調査の結果に基づく) まず、住所と同じ都道府県にある博物館への言及数は総数の 34.8%であった(表 3-5)。65.2%の言及対象は、住所地とは別の都道府県の博物館である。これは、ブロガーの住所、博物館所在地によらず、全国的な傾向である。さらに、博物館ブロガーが言及する博物館の地理的広がりを概観するため、地域別の集計を行った。



都道府県の人口については、「統計でみる都道府県のすがた2010」(総務省)を参照。

※1 「海外在留邦人数調査統計 平成22年速報版」(平成21年10月1日現在)(外務省)を参照。

海外に在住する日本国民の数。3ヶ月以上海外に在留している数。

ここでは、日本語のブログは、日本国民によって運営されているものと仮定。

図3-7 都道府県別の博物館ブロガーの絶対数(住所データのある2,390件)と人口比率

表3-5 ブロガーの住所と博物館の所在地

(第1回調査結果に基づく)

		数量	
都道府県レベルでブログの住所がわかるブログ数(海外も含む)		718	
博物館に対する言及の延べ数		4,699	
内訳	住所と所在地の都道府県が同じ	1,636	34.8%
	異なる場合	3,063	65.2%

表3-6 博物館ブロガー、言及博物館の地域別集計

(第1回調査結果に基づく)

	地域の基礎データ			ブロガー住所		館所在地	
	D1 ※1	D2 ※2	D3 ※1	B1	B1 /D1	M1	M2
地域分類 人口500万人以下の 府県は近隣県で グループ化	人口 (万人)	(博物館/ 入場者数)	方人口 km当密度 の・居 可住者地 数 1平	(博物 館判 明分 数)	博物 館百 万人 当り の	言 及 対 象 博 物 館 数	言 及 し て い る ブ ロ グ 数
北海道	554	12,088	253	23	4.2	110	331
東北6県	943	16,726	465	16	1.7	168	573
埼玉県	711	6,559	2,772	35	4.9	50	233
千葉県	612	5,851	1,755	40	6.5	61	521
東京都	1,284	39,960	9,194	184	14.3	294	5,643
神奈川県	892	19,711	6,108	80	9.0	129	1,096
関東3県 (群馬・栃木・茨城)	698	13,315	758	17	2.4	144	486
愛知県	740	20,137	2,501	33	4.5	104	761
中部9県 (愛知以外)	1,629	46,936	816	55	3.4	575	1,909
大阪府	881	11,738	6,677	55	6.2	78	755
兵庫県	559	12,534	2,024	30	5.4	117	719
近畿4府県 (大阪・兵庫以外)	644	16,608	1,468	43	6.7	216	1,582
中国5県	760	17,234	906	17	2.2	156	817
四国4県	400	7,604	827	24	6.0	117	509
福岡県	505	7,550	1,843	24	4.8	54	410
九州・沖縄7県 (福岡以外)	956	25,320	695	19	2.0	168	699
海外				23			
合計	12,768	279,871	1,052	718	5.4	2,541	17,044

※3

- ※1 総務省 統計局「統計でみる都道府県のすがた 2010」に基づく。  
 ※2 登録博物館、博物館相当施設、博物館類似施設の合計。  
 文部科学省「平成20年度 日本の博物館総合調査研究報告書」に基づく  
 ※3 「海外」を除く集計。

表3-7 博物館ブログ一住所と言及博物館の所在地

(第1回調査結果に基づく)

各欄の説明 データの所在 言及回数 住所内割合	博物館所在地													所在地合計			
	北海道	東北6県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県	その他関東3県	愛知県	その他中部9県	大阪府	兵庫県	その他近畿4府県	中国5県		四国4県	福岡県	その他九州7県
北海道	56 42%	1 1%	1 1%	5 5%	10 9%	10 1%	0 0%	3 2%	1 0%	7 7%	4 4%	4 4%	1 1%	1 1%	1 1%	8 4%	107 2%
東北6県	2 1%	44 32%	1 1%	1 1%	14 1%	14 1%	0 0%	1 1%	0 0%	2 0%	0 0%	0 0%	1 1%	0 0%	2 2%	4 2%	74 2%
埼玉県	2 1%	6 4%	24 35%	9 8%	155 52%	28 10%	23 8%	1 1%	3 1%	15 3%	4 2%	5 2%	10 2%	4 2%	2 1%	4 2%	296 6%
千葉県	1 0%	5 4%	6 9%	42 27%	85 6%	11 4%	13 10%	10 5%	11 2%	5 5%	3 1%	12 3%	4 2%	2 1%	1 1%	3 1%	211 4%
東京都	24 18%	2 2%	16 24%	40 26%	69 50%	69 24%	30 23%	2 2%	9 9%	94 16%	23 11%	18 8%	41 10%	34 15%	20 10%	12 10%	1195 25%
神奈川県	8 6%	2 2%	7 10%	12 8%	170 12%	116 40%	4 3%	1 1%	33 6%	3 3%	8 4%	24 6%	21 9%	14 7%	5 4%	10 5%	450 10%
その他関東3県	2 2%	3 3%	3 3%	5 6%	3 4%	16 1%	3 1%	36 27%	4 2%	7 1%	1 1%	1 1%	1 1%	3 3%	2 0%	0 0%	87 2%
愛知県	8 3%	14 10%	1 1%	4 3%	40 3%	3 1%	5 4%	104 50%	36 6%	10 5%	15 7%	24 6%	10 5%	12 6%	3 2%	4 2%	293 6%
その他中部9県	5 4%	3 2%	1 1%	4 3%	30 2%	5 2%	3 2%	13 6%	139 23%	4 2%	6 3%	16 4%	8 4%	5 3%	3 2%	4 2%	249 5%
大阪府	20 15%	6 4%	3 3%	20 13%	36 3%	38 13%	0 0%	27 13%	182 31%	62 28%	38 17%	79 19%	31 14%	28 14%	5 4%	31 15%	606 13%
兵庫県	2 1%	3 2%	0 0%	2 1%	32 2%	5 2%	1 1%	3 1%	24 4%	60 28%	100 44%	72 17%	23 10%	10 5%	9 7%	6 3%	352 7%
その他近畿4府県	2 1%	11 8%	1 1%	3 2%	18 1%	6 2%	2 2%	8 4%	33 6%	17 2%	28 2%	20 2%	13 6%	6 3%	4 3%	7 3%	258 5%
中国5県	0 0%	2 1%	1 1%	1 1%	11 1%	1 0%	0 0%	1 0%	5 1%	2 2%	3 1%	3 1%	39 18%	6 3%	5 4%	8 4%	88 2%
四国4県	0 0%	3 2%	0 0%	1 1%	13 1%	1 0%	0 0%	2 1%	4 1%	2 2%	4 2%	6 1%	12 5%	79 41%	2 2%	6 3%	135 3%
福岡県	1 1%	2 1%	0 0%	3 2%	19 1%	2 1%	1 1%	4 2%	2 0%	3 1%	3 1%	9 2%	14 6%	5 3%	51 42%	23 11%	142 3%
その他九州・沖縄7県	0 0%	0 0%	1 1%	2 1%	12 1%	1 0%	1 1%	1 0%	2 0%	3 1%	1 0%	1 0%	5 2%	0 0%	12 10%	53 26%	95 2%
海外	1 1%	0 0%	2 3%	0 0%	24 2%	1 0%	8 6%	2 1%	0 0%	5 2%	3 1%	7 2%	1 0%	1 1%	4 3%	2 1%	61 1%
住所判別合計	134 3%	139 100%	68 1%	154 3%	1383 100%	290 100%	131 3%	208 4%	596 100%	215 5%	226 100%	414 100%	222 100%	194 100%	121 100%	204 100%	4699 100%

30%以上 10~30%

47 都道府県別では県による人口に大きな差があるため、比較しやすいよう、国内について人口総数の規模がおおむねそろうように都道府県を 16 地域にグループ化（人口が 500 万人以上の都府県は単独で、それを除く府県は地方単位でまとめる。）し、海外の住所をまとめて 1 つとして、合計で 17 地域にわけて集計を行った（表 3-6、表 3-7）。たとえば、関東地方では、東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県は単独で、それ以外の 3 県を 1 つのグループとした。

博物館ブロガーの住所地とそのブログが言及している博物館の所在地の関係を見るには表 3-7 を行方向に参照すればよい。たとえば、東京在住の博物館ブロガーが言及した博物館のうち、東京にある博物館は 58%、神奈川県・千葉県・埼玉県が 10%である。それ以外の地域の博物館は 31%である。その他の地域を見ても、言及対象の博物館の所在地は地域内が半分程度を占め、近隣地域の割合も大きいことが読み取れる。また、どの地域でも東京都にある博物館への言及は多い。

一方、ある地域の博物館に対してどの地域の博物館ブロガーが言及しているかを見るには、表 3-7 を列方向に参照すればよい。東京にある博物館への言及は、その 50%を東京在住ブロガーが、30%を神奈川県・千葉県・埼玉県在住ブロガーが、20%をその他の地域在住ブロガーが行っている。同様に、いずれの地域においても言及の半数以上は別の地域在住の博物館ブロガーによってなされている。これが、日常的な生活範囲の広さを示すのか、観光等の非日常的な活動時に博物館を訪問する機会が多いことを示唆しているのかを判断するには他の材料が必要である。例えば、文章の中身を精査すれば、特定の展覧会のためにその地を訪れるのか、旅行行動の一部として博物館に立ち寄るのか、についての推定も可能である。

ここまでの結果から、博物館ブログの出現に関する分析を行う際には、博物館ブロガーの住所と博物館の所在地を別々に考えることが必要と判断できた。まず、博物館ブロガーの住所の視点から分析する。図 3-8 で示すように、可住地面積あたりの人口密度と、博物館ブロガーの出現率（人口当たりの博物館ブロガーの数）との間には正の相関がある。（相関係数 0.70）他に、地域内にある博物館の数、博物館入場者数等の関係も調べたがもっとも高い相関を示したのはこの 2 者であった。なお、「ブロガー」全体の出現率と人口密度との相関は、「博物館ブロガー」との相関ほどは高くない。既に述べたように、博物館ブロガーの言及する博物館の所在地の範囲は居住している都道府県に限定されていない。隣接県まで含めて博物館の分布密度を考えると県による差異は緩和される。「博物館ブロガー」の出

現は、博物館の設置状況などとの直接の関係は薄く、人口の集中という都市化に伴う教育・文化環境の進展による影響が大きいのではないかと考える。

次に、博物館の所在地の視点から分析する。図3-9で示すように、都道府県別の博物館入場者数と博物館に関する言及をしているブログ数の間には正の相関がある。(相関係数0.89) 教育・文化施設である博物館と市民の間関係の蓄積はひとつの社会関係資本と考えることができる。入場して資料を鑑賞するという行動は博物館というシステムが想定する最も基本的な関係性である。この基盤の上で、ブログで博物館に関して言及するという行動への発展があると考えた。

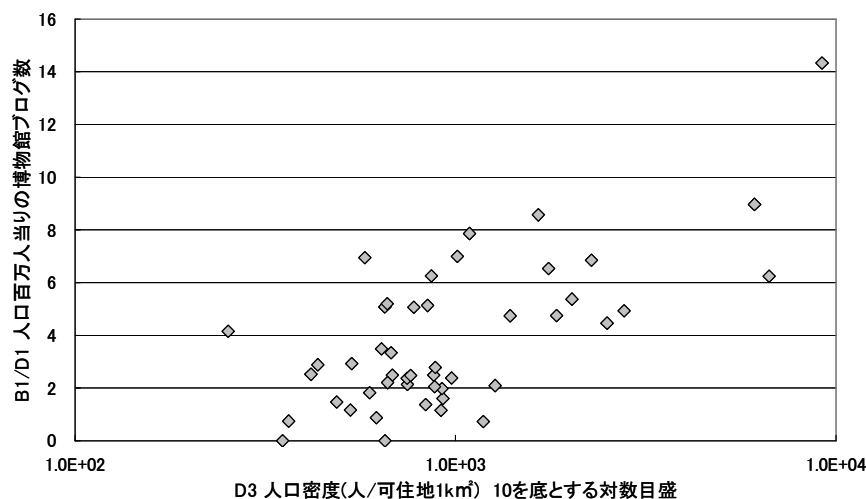


図3-8 都道府県別 人口密度と人口当りの博物館ブログ一数の相関

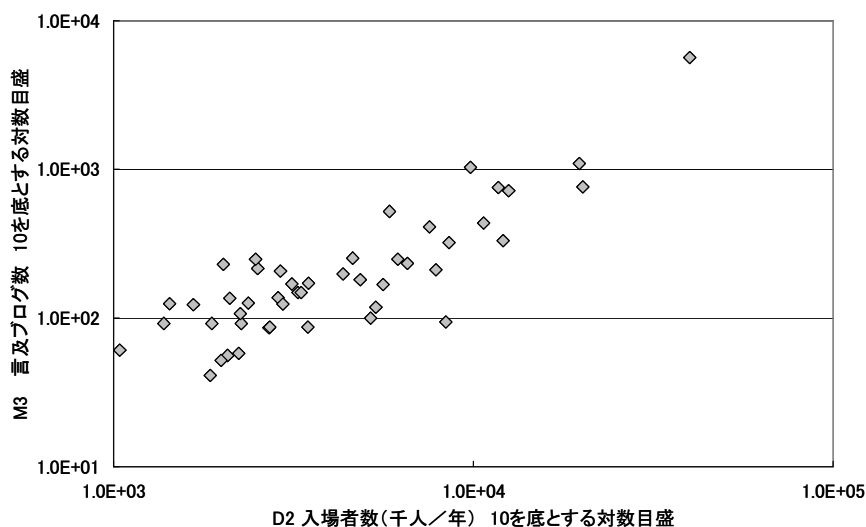


図3-9 都道府県別 博物館入場者数と言及するブログ数の相関

### 3.2.3 調査結果：博物館ブロガーの行動の時間・期間の分析

#### (1) 執筆時間について（曜日・時間帯）

執筆記事がいつ新規作成（公開）されたかを集計した。1つの記事は修正を行う等で複数回公開作業を行うことがありえる。ここでは、初回の公開を対象にした。また、ここでとらえた時間は、博物館ブロガーが記事内容の更新を行ったあとにブログシステムに反映させた時間である。一連の作業の中のある時点をとらえたものであり、作業の中核部分を示すものとは言い切れないことは注記しておく。また、当然ではあるが、特定の博物館の利用（入館）とは直接の関係はない。

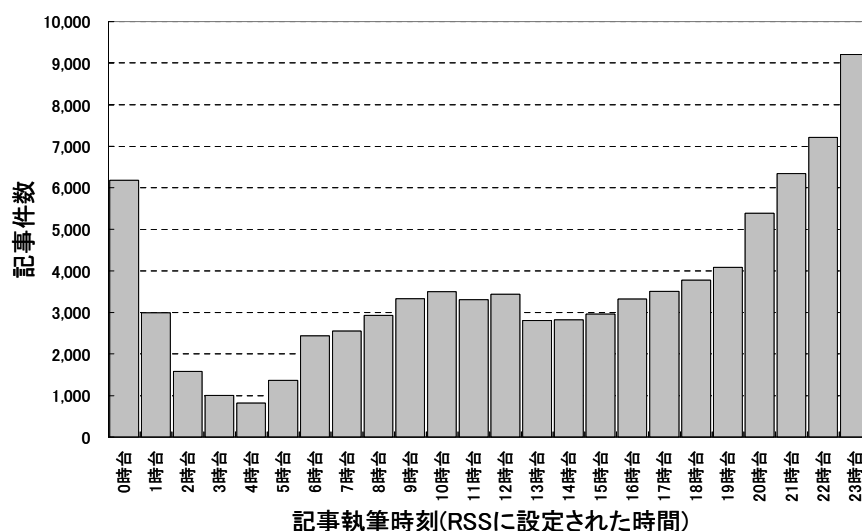


図3-10 博物館ブロガーの執筆時間帯（個別博物館が特定できる記事）

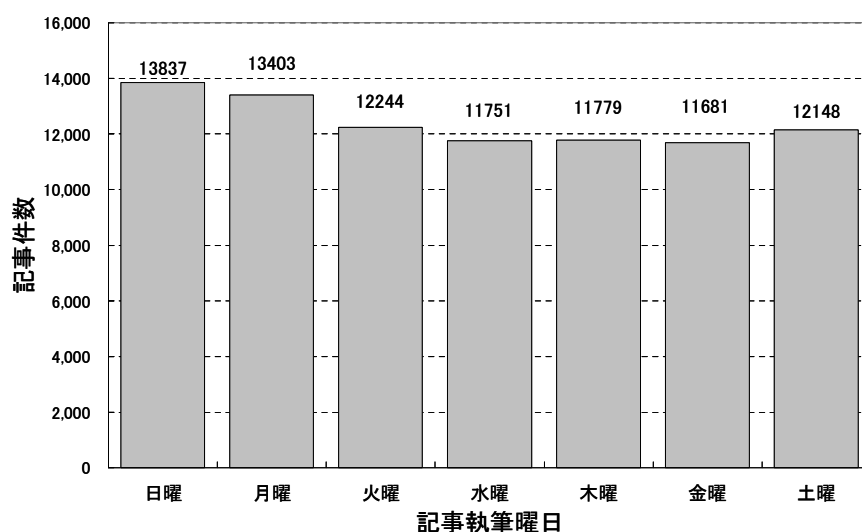


図3-11 博物館ブロガーの執筆曜日（個別博物館が特定できる記事）

まず、1日の中の1時間刻みの分布を示す(図3-8)。6時台から19時台までの定常的な執筆に加えて、20時台から0時台の5時間は執筆数が増大する。また、この傾向は曜日には依存しない。次に、曜日別の差異は認められるが、その差は大きくはない。曜日にかかわらず一定量の執筆がおこなわれている(図3-9)。増大する時間帯については、博物館ブロガーが昼間の活動を終了したあと就寝までの間に自宅で執筆をしていると推測できる。

## (2) 月単位の変動

月単位の博物館関連記事の数と執筆した博物館ブロガー数の推移を、図3-10の「月間記事数(対象全体)」・「月間執筆ブログ数(対象全13,855人中)」で示す。2009年4月から2010年10月にかけて、記事数・ブログ数ともに増加傾向にあることは確認できる。しかし、今回の調査対象は固定されていない。Blogramでは、データの収集対象とするブログを適宜増加させており、記事数・ブログ数の推移にはその効果も盛り込まれている。したがって、記事数・ブログ数の増加傾向の構造は吟味が必要である。

固定的な対象に関する推移を見るために、2009年4月以前にデータの収集を開始したことが確認できたブログ8,815件に限定して、その範囲で執筆された記事数・ブログ数の推移も図に「内(対象2009年3月以前執筆開始)」等で表記している。これを見ると、特定

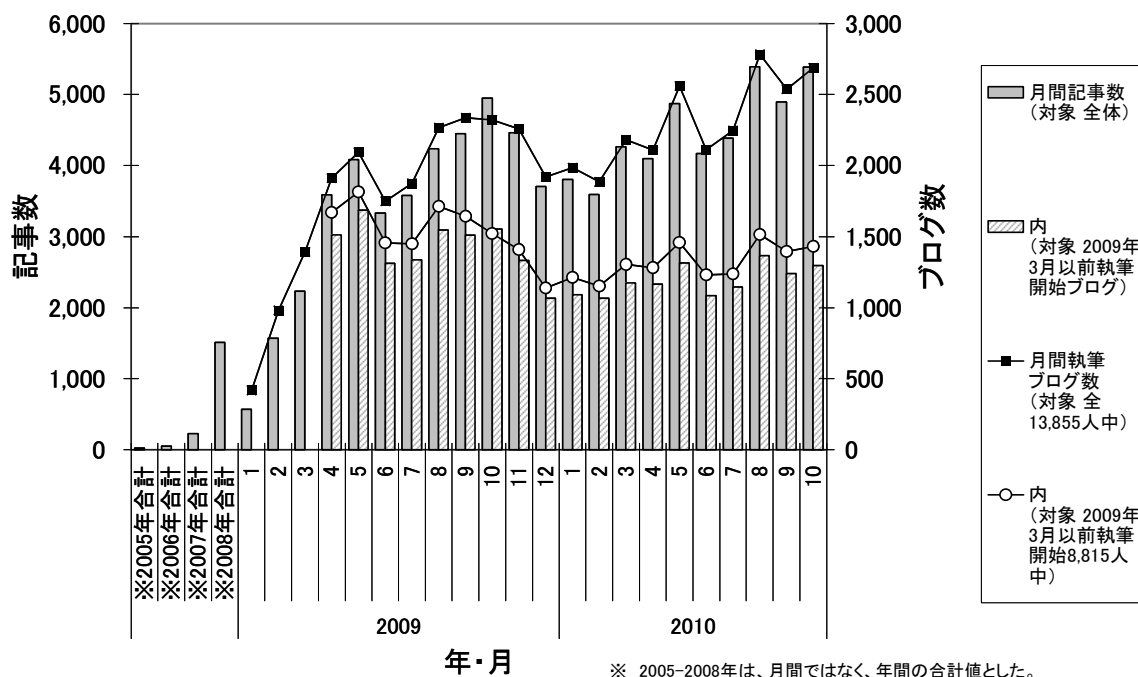


図3-12 月間の記事数・ブログ数の推移



のブロガーの内、博物館関連の記事を書いたブロガーの数とその記事数は横ばいの傾向にある。また両指標とも変化の動きはほぼ同じであることから、1人あたりの執筆数は一定水準を維持していることがわかる。

この結果から、全体としての増加傾向は、データ収集対象となるブログの数の増加によるものと推定できる。

### 3.2.4 調査結果：博物館への関心

#### (1) 関心対象としての博物館

博物館ブロガーというノードと博物館というノードとを結ぶエッジは、平均を中心に分散しているわけではない。少数のノードに多数のエッジが集中し、大多数のノードには少数のエッジしか結びついていない。個々の博物館ブログのエッジ数を集計した度数分布図を示す(図 3-13)。10 を底とする対数値を両軸としたグラフに集計値をマッピングすると、その分布が直線で近似できることから、べき乗則に乗ることがわかった。なお、エッジ数 49 以上は、度数が 0 となって不連続になる点があるため、近似線は、エッジ数 1~48 の区間を対象にしている。

ノードごとのエッジの数の分布がべき乗則にしたがうネットワークの事例としては、特定の URL で示されるウェブページをノードとし、ドキュメント間のリンクをエッジとした場合のインターネット空間上でのウェブページ間のリンクの構造がある (Albert et al. 1999)。今回分析した博物館とブログの間の言及をエッジとしたネットワークも類似の構造を持っていた。

次に、博物館ブロガーが持つ様々な関心事の中で博物館はどのような位置を占めているのかを調べた。を個々の博物館ブロガーが記述した博物館関係の記事の累積数と、それがそのブログの記事の累積全体数に占める比率を算出し、それぞれの軸にいくつかの範囲を設定しそこに含まれる対象の度数を整理した(表 3-8)。表中、(a) が、ブログの数の分布、(b) が博物館関連の記事の数の分布である。

まず、博物館関係の記事の数に対するブログ数の分布を見る(表 3-8 (a))。博物館関係の記事が 1 件というブログが全体の 32.9%をしめる。博物館に関して多数の記事を書いているブログの絶対数は多くはない。6 件以上で、25.3%である。また、ブログごとの記事総数に占める博物館関連の記事の比率を見ても、10%以下が 81.1%を占めている。博物館の記事に特化しているものの数は少なく、この指標が 70%以上のものは 0.9%に過ぎない。

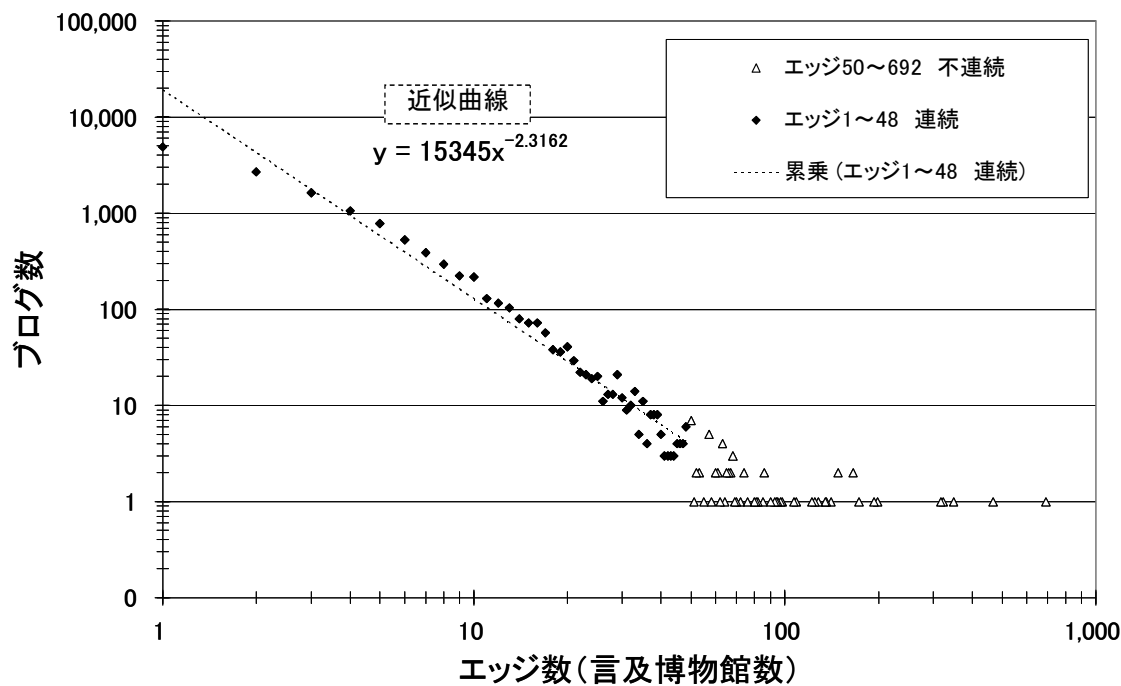


図3-13 ブログのエッジ数(言及博物館数)毎の度数分布

全体としてみると、大多数のブロガーは、様々な関心の対象の一部として博物館に言及しているのであり、それだけを専門的に扱っているのは稀であるということがわかる。博物館記事比率 30%以上、博物館記事の絶対数 6 件以上の総計（表中 太枠で囲んだ部分の合計）で、128 ブログ（0.9%）である。

一方、記事数割合（表 3-8 (b)）を見ると、ブログ数比に比べて、記事の絶対数が多く博物館記事比率が高いセグメントが占める比率は高くなる。博物館記事比率 30%以上、博物館記事の絶対数 6 件以上の総計（表中 太枠で囲んだ部分の合計）で、12.1%である。このセグメント含まれる記事は、博物館に関連する記事としての凝集と連鎖の度合いが高いことになり、検索エンジン等を通じて一般読者からよりアクセスしやすくなる。絶対的な割合以上に影響力を持つと推測できる。このセグメントに含まれるブログの中には、記事に対するコメント・トラックバック機能を用いて相互にブログ同士のコミュニケーションが成立している事例を目視で確認した。ブログ数は限られているが、ブログ群全体の構造を考える場合、重要な役割を持っている。

表3-8 博物館関連の記事が含まれるブログと記事の分布

記事数 博物館関連の記事の数  
 記事比率 博物館関連の記事の数を全記事数で除したもの

(a) ブログ数の分布

記事比率 記事数	10%未満	10%以上 30%未満	30%以上 70%未満	70%以上 90%未満	90%以上	合計	比率
1	4,167	380	4	0	1	4,552	32.9%
2～5	4,874	866	45	5	0	5,790	41.8%
6～10	1,385	406	21	4	1	1,817	13.1%
11～20	590	337	16	3	2	948	6.8%
21～40	166	268	22 ※ k01	2	2	460	3.32%
41～80	42	140	14	2	1	199	1.44%
	※k04,k05,k06						
81～	8	43	27 ※ k03	6	5	89	0.64%
合計 比率	11,232 81.1%	2,440 17.6%	149 1.08%	22 0.16%	12 0.09%	13,855 100.0%	100.0% 0%

※ インタビューの対象者 表3-14を参照。

	10,287	74.2%
	128	0.9%

(b) 記事数の分布

記事比率 記事数	10%未満	10%以上 30%未満	30%以上 70%未満	70%以上 90%未満	90%以上	合計	比率
1	4,167	380	4	0	1	4,552	5.1%
2～5	14,674	2,720	154	20	0	17,568	19.8%
6～10	10,390	3,158	152	36	10	13,746	15.5%
11～20	8,453	4,958	254	41	28	13,734	15.4%
21～40	4,377	7,868	656	56	59	13,016	14.6%
41～80	2,237	7,659	751	104	41	10,792	12.1%
81～	1,267	5,686	5,029	1,868	1,682	15,532	17.5%
合計 比率	45,565 51.2%	32,429 36.5%	7,000 7.9%	2,125 2.4%	1,821 2.0%	88,940 100.0%	100.0% 0%

	21,941	24.7%
	10,767	12.1%

## (2) 博物館の種類

博物館の種別に関しては、様々な分類が存在する。本項では、一般市民が特定の博物館にアクセスする際に、それがどういう種類のものかを判断するための最も基本的な材料は博物館の名称であると仮定し、その名称に基づいて市民の関心の範囲・構成について議論する。なお、本項では第1回調査結果を用いる。

まず、博物館ブログ(S)で言及された博物館名称に関して、再度、単語の含有数を調べ、博物館名称全体(表3-1)での含有数に対する比率(網羅率と呼ぶ)を示す(表3-9)。この指標は博物館が言及されているかどうかの網羅率であり、博物館ブロガーの関心を示すには間接的なものであることに留意する必要があるが参考にできる。

博物館名称自体の網羅率である33%に対し、単語ごとの網羅率が40%以上と高い単語に斜線枠の囲みを加えた。

館の種類に関係するA群の単語の網羅率はばらつきを見せている。言及の絶対数が多い単語の中では、「美術」の網羅率は高く、「歴史」「郷土」「民俗」の網羅率は低い。「美術」に対する関心が高いと推定する材料は他にもある。言及するブログの数が多い博物館には美術館が多数含まれており、上位20件中、半数以上を占める(表3-10)。また、多数の博物館に言及している博物館ブロガーも、美術展に関する記事を中心に行っている事例が多い(表3-11)。

次に、博物館ブロガー側からの分析を行う。博物館ブロガーが、特定の博物館名称の記事で引用する事象を単位として、その博物館名称に含まれる単語を元に集計を行い、単語の出現回数に関して相関を調べた。これにより、博物館ブロガーの関心領域についての構造を抽出する。

まず、2,575個の「博物館ブログ(S)」での2,541個の博物館に対する25,530回の言及のデータから、言及した博物館名称にA群および「博物」を含む回数を集計した。このデータに対して因子分析を行い、5%の有意水準で6つの因子の存在の検定を行った(表4)。6つの因子は、博物館ブロガーによって言及される博物館の種類がいくつかのグループに分かれていることを示す。博物館ブロガーの引用パターンは、この6つの因子の重み付けされた組み合わせで説明できる。たとえば、第1因子(歴史・民俗因子)と第2因子(科学・水族因子)は独立に存在するということは、「歴史館・民俗資料館」への言及と「科学館・水族館」への言及が独立であるということである。一方、それぞれの因子内で因子負荷の高い単語間の相関は大きいことを示す。

表3-9 名称の組み合わせ(博物館名称言及データ)

<A群>			<B群>			<C群>		
美術	517	49%	博物館	405	46%	館	1827	32%
歴史	146	20%				センター	139	30%
郷土	87	15%				室	22	8%
民俗	65	11%				ミュージアム	97	46%
民族	6	43%				園	123	43%
文学	37	44%				ギャラリー	25	31%
自然	46	32%						
科学	96	51%						
動物	54	68%						
植物	34	30%						
水族	49	91%						

凡例	キーワード	件数	網羅率	
	総数	2541	マスターの33%	40%以上

表3-10 エッジ数(言及ブログ数)の多い博物館 (第1回調査結果に基づく)

No.	博物館オリジナル名称	言及しているブログ数	館の種類	所在地
1	国立新美術館	334	美術館	東京都
2	東京国立博物館	285	歴史系博物館	東京都
3	東京都美術館	199	美術館	東京都
4	国立西洋美術館	198	美術館	東京都
5	東京都現代美術館	178	美術館	東京都
6	姫路城	175	史跡・公園	兵庫県
7	Bunkamura ザ・ミュージアム	168	美術館	東京都
8	幕張メッセ	164	展示場	千葉県
9	国立科学博物館	150	科学館	東京都
10	新宿御苑	149	史跡・公園	東京都
11	江戸東京博物館	140	歴史系博物館	東京都
12	上野の森美術館	137	美術館	東京都
13	海遊館	136	水族館	大阪府
14	横浜美術館	126	美術館	神奈川県
15	パシフィコ横浜	120	展示場	神奈川県
16	ザントリー美術館	118	美術館	東京都
17	金沢21世紀美術館	117	美術館	石川県
18	京都国立博物館	114	歴史系博物館	京都府
19	東京都写真美術館	113	美術館	東京都
20	東京国立近代美術館	104	美術館	東京都

表3-11 エッジ数(言及博物館数)の多い博物館ブログ (第1回調査結果に基づく)

No.	言及対象博物館数	記事ページ数	ブログの内容
1	364	158	旅先で訪れた史跡・施設などを簡単に紹介。
2	254	119	展覧会の訪問記録。内容の紹介と感想。日本の歴史・美術が中心。
3	239	344	展覧会の訪問記録。内容の紹介と感想。美術展が多い。
4	233	196	展覧会の訪問記録。内容の紹介と感想。美術展が多い。
5	127	234	展覧会の訪問記録。内容の紹介と感想。美術展・ギャラリーが中心。
6	119	211	史跡・展覧会の訪問記録。内容の紹介と感想。
7	117	78	関心の一部として展覧会の訪問記録。内容の紹介と感想・評価。美術展が多い。
8	106	280	展覧会の訪問記録。内容の紹介と感想。美術展が多い。
9	106	262	展覧会の訪問記録。内容の紹介と感想。水族館が中心。
10	102	37	関心の一部として展覧会の訪問記録。内容の紹介と感想。美術展が多い。

表3-12 博物館ブロガーの関心領域の因子分析

	因子負荷						共通性
	第1因子	第2因子	第3因子	第4因子	第5因子	第6因子	
博物	<u>0.329</u>	0.114	<u>0.491</u>	-0.005	0.051	0.165	0.392
美術	0.155	0.021	<u>0.890</u>	-0.014	-0.004	-0.063	0.821
歴史	<u>0.951</u>	0.011	0.292	-0.008	0.054	0.049	0.995
郷土	0.174	0.036	0.131	0.012	0.037	<u>0.705</u>	0.547
民俗	<u>0.573</u>	0.017	0.192	0.017	-0.002	<u>0.327</u>	0.473
文学	0.077	0.018	0.274	0.006	-0.011	0.141	0.101
自然	0.050	0.167	0.007	0.239	<u>0.952</u>	0.044	0.995
科学	0.054	<u>0.973</u>	0.186	0.018	0.012	0.107	0.995
動物	0.004	0.033	-0.005	<u>0.927</u>	0.144	-0.008	0.882
植物	0.000	0.007	0.000	0.245	0.024	0.007	0.061
水族	-0.002	<u>0.589</u>	-0.028	0.029	0.107	-0.024	0.360
因子寄与	1.407	1.337	1.284	0.979	0.946	0.671	

なお、抜き取りの目視確認を行った結果、美術館に特化した博物館ブログが多いことを確認した。また、動物園のみ、あるいは水族館のみを対象にしたブログも数は少ないものの確認できた。因子分析の結果は、このような観察と矛盾しない。

さて、ここまでは、国内の博物館を横断的に概観するために、名称に含まれるキーワードを基にした分析結果を提示したが、特定の領域を決めれば個別の館の種類を特定する方法はある。その試行事例として科学博物館をとりあげる。

ここでは、「科学博物館」を、全国科学博物館協議会<sup>5)</sup>に加盟する館園と定義する。2010年の時点で228館が加盟しているが、そのうち調査対象リストに上がっている199館について分析を行った。これらは、館の主旨・展示内容に則して博物館が自館を科学博物館と認識しているものである。その中には、博物館名称に「美術館」が含まれる事例もある。なお、両者の数が異なるのは、調査対象リストに一部の協議会加盟館園が含まれない場合、館園の識別単位にずれがある場合、名称だけでは1つの館に特定できない場合等による。

ブログごとにいくつの博物館の名称に言及しているかを集計し、度数分布を整理したのが図3-14である。この分布も、全体の分布（図3-13）と同じくべき乗分布で近似できた。

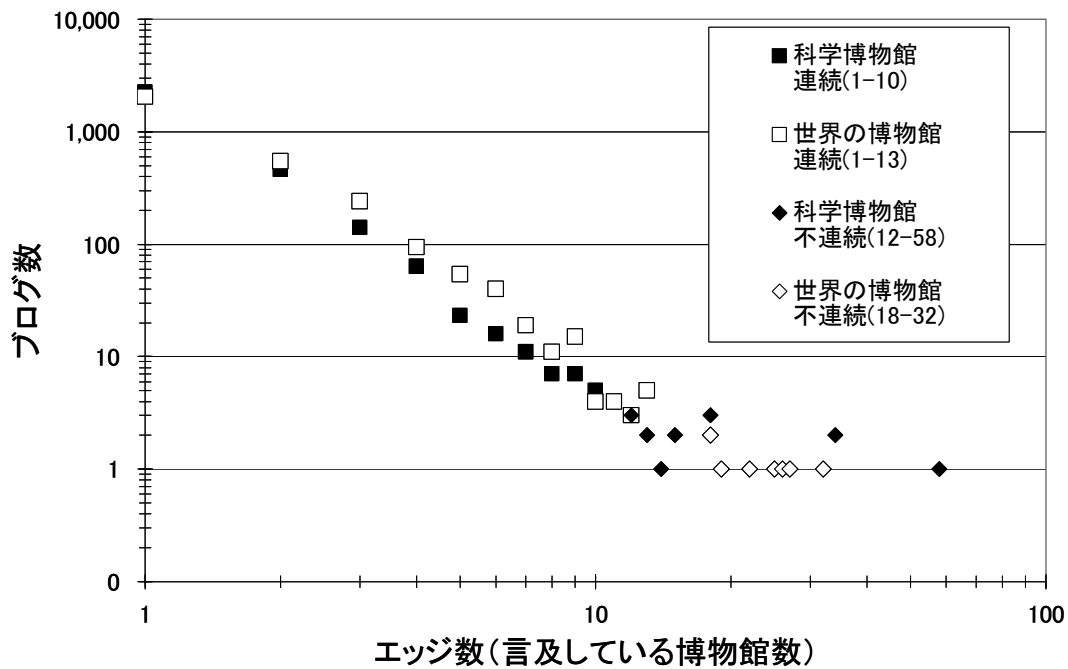


図3-14 ブログのエッジ数(言及博物館数)毎の度数分布 (特定の領域の場合)

### (3) 海外博物館への言及に関する分析

第2回調査において、突き合わせ用の博物館名称に海外の代表的な博物館を加えた。

ブログごとにいくつの博物館の名称に言及しているかを集計し、度数分布を整理したのが図 3-14 である。この分布も、全体の分布 (図 3-13) と同じくべき乗分布で近似できた。表 3-13 に言及するブログの数が多い博物館の名称をあげる。

海外博物館への言及に関しては、国内博物館に比較して、直接の訪問とは関係のない文脈で使われる可能性が高いことが予測できる。国内で開催される特別展において、海外博物館のコレクションが展示物になり展覧会名称にその海外博物館名称が冠される事例は少なくない。その点は注意を要するが、結果的には、市民は該当する海外の博物館に関心を持つことになっている。

表3-13 言及する博物館ブログが多い海外の博物館 国及び地域別（上位50件）

日本語表記での 基本的な博物館名称	別名（突き合わせに追加で使用）	国及び地域	言及 ブログ数
アメリカ自然史博物館	ニューヨーク自然史博物館、ニューヨーク自然史博物館、 アメリカ自然誌博物館	アメリカ合衆国	63
グッゲンハイム美術館		アメリカ合衆国	104
シカゴ美術館		アメリカ合衆国	42
スミソニアン博物館		アメリカ合衆国	124
ニューヨーク近代美術館		アメリカ合衆国	178
フィールド自然史博物館		アメリカ合衆国	11
フィラデルフィア美術館		アメリカ合衆国	25
ボストン美術館		アメリカ合衆国	364
メトロポリタン美術館	メトロポリタン博物館、メトロポリタンミュージアム	アメリカ合衆国	237
ワシントン・ナショナル・ギャラリー	ワシントンナショナルギャラリー	アメリカ合衆国	18
ヴィクトリア&アルバート博物館		イギリス	20
テイト・ギャラリー	テート・ギャラリー、テイトギャラリー、テートギャラリー、 テイト・ブリテン、テート・ブリテン	イギリス	47
大英博物館		イギリス	418
アカデミア美術館		イタリア	42
ウフィツィ美術館		イタリア	83
ブレラ美術館		イタリア	14
ボルゲーゼ美術館		イタリア	148
ヴァチカン美術館	バチカン美術館	ヴァチカン	55
エジプト考古学博物館		エジプト	60
ウィーン美術史美術館		オーストリア	65
美術史博物館		オーストリア	20
アムステルダム国立美術館		オランダ	48
クレラー＝ミュラー美術館		オランダ	16
ゴッホ美術館		オランダ	84
パーゼル美術館		スイス	10
ダリ美術館		スペイン	30
プラド美術館		スペイン	117
ミロ美術館		スペイン	30
アルテ・ピナコテーク	アルテピナコテーク	ドイツ	10
ドイツ博物館		ドイツ	15
ムンク美術館		ノルウェー	11
オランジュリー美術館		フランス	68
オルセー美術館		フランス	731
ギメ美術館		フランス	17
シャガール美術館		フランス	25
パリ市立近代美術館		フランス	18
ピカソ美術館		フランス	109
ポンピドゥー・センター	ボンビドー・センター、ポンピドゥーセンター、 ボンビドーセンター	フランス	158
マルモッタン美術館		フランス	32
モロー美術館		フランス	17
ルーヴル美術館	ルーブル美術館	フランス	1098
ロートレック美術館		フランス	13
ロダン美術館		フランス	56
アントワープ王立美術館		ベルギー	32
ベルギー王立美術館		ベルギー	26
エルミタージュ美術館	エルミタージュ博物館	ロシア	70
紫禁城		中華人民共和国	164
上海博物館		中華人民共和国	44
兵馬俑博物館		中華人民共和国	9
故宮博物院 ※		中華人民共和国 中華民国	142

※ 中国北京市の故宮博物院、中国瀋陽市の瀋陽故宮博物院、台湾台北市の国立故宮博物院を識別せずに突き合わせ。



### 3.2.5 調査結果：博物館ブロガーの個別インタビューの報告

本章で提起した調査手法は、従来の手法に比べて市民との関係が間接的なものである。アンケート調査では、目的と責任を明示したうえで直接市民の意見を収集するものであるが、本調査では調査されることを意図せずに表明された記述を事後に収集・分析している。今回収集したデータの意味を確認するため、本調査で抽出したブロガーに直接のインタビューを行った。

表3-14 ブロガーのインタビュー

ブロガーのプロフィール					ブログに関する事項						博物館に関する関心・行動			
コード	性別	年齢	住所	職業	ブログテーマ	記事数※2	博物館記事比率※3	言及博物館数※2	訪問地域	ブログ開始時期	継続の動機	サイト訪問者(1日)	博物館訪問	歴史
k01	男	43	東京	施設運営会社勤務、経理。	博物館関連は一部。町歩きの実験談。	35	63.7%	30	東京・神奈川県。他に、5府県。	2008年3月。2003年までchatで活動。“炎上”（※1）で休止。	自己満足。（記憶をデジタル化した。）他人に見てもらうことも意識	500～600人 最大で約800人	美術系が多い。建物に関心がある。歴史系には関心なし。基本は1人で行動。インタビューで話題になった館：横須賀美術館、黒川紀章が建築設計した館、大田区立郷土博物館	小学生時代から、歴史系・理工系・科学系の博物館に関心あり。
k02	女	30代後半	東京	百貨店勤務、販売職。	博物館関連は一部。音楽、芸術、歴史に関しての雑感。	31※3	-※3	14※3	東京が大半。他に、4府県。	2009年3月。自分で発信することができるとなり、発信側になることを求めた。	自己表現	100～200人	美術系が多い。科学館にも時々訪問。ぐるっとパスの利用で、他の種類の博物館(理科系の館)も訪問。いままでは行かなかった場所との出会いがある。インタビューで話題になった館：松岡美術館	小学生時代から美術に関心あり。
k03	女	30代後半	埼玉	パートタイマー	博物館・展覧会が中心。	102	48.6%	45	東京が大半。他に、茨城、埼玉。	2009年9月。以前から運営していたホームページを見てもらうための仕掛けとして開始。	面白い出会いがある 例：内覧会への招待	100人前後	美術系、総合博物館が多い。歴史系、動物園、水族館にも関心あり。ぐるっとパスは活用。(2009年1冊、2010年2冊)新しく関心をもつきっかけになる。インタビューで話題になった館：空間日動美術館、水戸市立博物館	訪問した館のパンフレットは最初に訪問した1986年以来全て保管。
k04	男	39	東京	学生、アルバイト(メーカーでエンジニアとして10年以上勤務後)	博物館関連は一部。「デザイン」が主要なテーマ。	74	11.9%	60	東京・神奈川県。他に、12府県。	ブログは2005年から。一時休止後、2006年から現ブログを開始。	自分の備忘録 他人に見てもらうことも意識	200～300人 400～500PV	美術系が多い。建物に関心がある。作品についても書いているが内容に依存。	小中高は興味なし。その後、理系進学で高専へ。メーカー就職後も仕事上で技術とアートの接点なし。30代でアートに興味。
k05	女	29	東京	飲料メーカー勤務、事務職	博物館関連は一部。日常のものも由来。旅行記も多い。	73	11.8%	90	東京・神奈川県。他に、6府県。	ブログは2006年から。テレビ番組でブログが紹介され、自分でも簡単にできると思ってタイピングの勉強から始める。みかけたもの、旅行などについて暇つぶし執筆。	自己満足	200～300ユニークユーザー 海外からのアクセスも多い	歴史系が中心。年30～40館訪問。特にイタリヤ関係が多い。ぐるっとパスは3回利用。	小学校時代は興味なし。13.4歳頃から歴史・美術に関心。中学校の部活で美術の教師が連れて行ってくれたのが始まり。大学でも西洋史を専攻。その後、興味が、科学館等にも広がり、学生時代は興味なし。
k06	女	40	神奈川県	金融システム関係(技術職)	博物館関連は一部。「音楽」およびそれに関連することが主要テーマ。	46	15.0%	37	東京・神奈川県。他に、4道県。	ブログは2006年から。それ以前は主にmixi。	自分の活動記録 名刺代わり 実益(例：ブロガー向けの内覧会招待、チケットプレゼント)	約50人	美術系が中心。最近になって始める。(知識レベルが同等の妹と同行することが多い。ブログでの発信によって知人が同じ関心を持っていることが判明。)ぐるっとパスの利用で、他の種類の博物館(水族館)も訪問。	子供・学生時代は興味なし。最近になって出身地の有名美術館を訪問し感銘を受ける。最近では、雑誌「芸術新潮」で定期的に情報収集。

※1 “炎上”とは、非難・批判のコメントやトラックバックが情報発信者の想定を大幅に超えた殺到すること。

※2 第2回調査の集計結果。インタビュー先の抽出は第1回調査の結果に基づいて行った。整理時点で第2回の調査結果を反映した。

※3 第2回調査の調査対象にはならなかったため、第1回調査の集計結果を用いる。

対象は、記事数が多いブログの中でブロガーの住所地が東京と 3 県（神奈川・千葉・埼玉）とした。ブログを目視で確認したうえで、博物館・展覧会についての専門的なものと、一部のコンテンツとして記述されているもの、それぞれ上位 10 個を選び、「blogram」の運営企業を通じてインタビューの申し入れを行った。結果として、前者から 1 件、後者から 5 件の許諾を得、合計で 6 名にインタビューを行った（表 3-14）。

インタビューでは、大きく分けて、個人のプロフィール、ブログでの活動の経緯と内容、博物館への関心について質問し回答を記録した。また、インタビュー後の確認ができるように本人許諾をうけて録音も行った。また、インタビューでは、調査で得られた博物館関係の記事のリストを参考にした。インタビューは事前に何についての話を聞くかをデータに基づいて計画を立てられる。

博物館への関心に関する質問の中には、小学生時代以降の博物館体験・関心についての長期にわたる変遷も含む。若年から継続的に特定の種類の館に関心をもっていた人もいれば、成年になってからきっかけがあって急速に関心を高めた人もいる。このような情報を聞き出す手法になる。東京と近隣 3 県のブロガーであるが、「ぐるっとパス<sup>®</sup>」によって関心の幅が広がったという意見が複数得られた。博物館横断で効果を生む方法として計画された企画が実際に効果を生んでいることが今回の調査でも確認できた。

インタビューの結果、インタビュー対象者全員が基本的に博物館・展覧会に関する感想・評価のブログ記事執筆を訪問の事後に行なっていることを確認した。単に関心を抱いて話題に取り上げているのではなかった。ただし、今回は、対象者数が限られており、活動に関する種類の範囲（表 3-8）も限られていた。

### 3.3 おわりに

#### 3.3.1 結果のまとめ

本章では、「博物館と関係をもつ市民」を調査する手法として、従来行われている来館者調査等の歴史ある手法に加えて、市民に広範に普及したインターネットを用いた新たな手法の提案を行った。

そして、実際に調査を行い、博物館・展覧会に関心を持つ市民がインターネット上のブログというツールを使って自律的にそれらの評価活動を行っていることと、その結果として文書が執筆され蓄積されていることを示した。そしてそれらの中には、博物館に対する単なる関心だけでなく、現実の訪問・来館と関係しているものが多数含まれることも確認

した。

また、「博物館ブログ」を市民個人のエージェントの1つとしてとらえ、その中の文書群に対し特定の博物館の名称の出現状況を解析する手法によって、個別の博物館と個人の市民との間に生成されたネットワークの構造を分析することが可能であることを示した。

定量的な分析の結果としては、「博物館ブロガー」の性別・年代の分布、行動時間についての統計を示したことに加えて、地理的な分析によって都市化による人口密度の増加が博物館ブログの発生の要因の一つになっていることと、博物館側の視点からは博物館の基本機能である展示に対する入館者数が博物館ブログという新しい関係性の発生にも寄与していることの2点が推定できた。

博物館への関心の持ち方については、まず、大多数の博物館ブロガーが、様々な関心対象の一部として博物館に関心を持っていることを示した。ただし、博物館が関心対象の中心になっている少数のブロガーと一般的な博物館ブロガーとの間はべき乗則で示される連続的な分布になっている。館の種類分析では、館の名称に含まれ館の種類特定につながる特別な単語で識別することを試みた。その結果、個々のブロガーの関心は、複数の因子組み合わせで説明することができた。ただし、関心対象となる館の種類についての分析にはより精度の高い定義を用いた改善も必要だと考える。対象領域を絞り仮説を設けることでより詳細な分析を今後行うことが可能だと考える。

最後に、新手法による調査結果を用いて個人を抽出し詳細なインタビュー調査まで展開することが可能であることを示した。また、数千人の対象者の中から調査目的に応じて抽出を行う手順も確立した。

### 3.3.2 考察

今回の調査対象である「博物館ブロガー」は、少数の例外を除き、個々人が自律的に、関心の対象の一部として博物館を取り上げ、独立に活動していた。大半の博物館ブロガーにとって、日常の行動の文脈の中心に博物館があるわけではない。したがって、現在の活動から自然に、博物館と博物館ブロガー間のコミュニケーションや博物館ブロガー同士のコミュニケーションが発生する必然性は低い。また、一般の市民が博物館ブロガーが蓄積した成果物である感想・評価を執筆した文書を活用する機会も限られている。

公共圏に関する経験的な事例を整理する補助的な枠組みとして、マイクロとマクロの二つのレベルに分けたモデル化がなされている（吉田純 2000）。マイクロ公共圏は「組織化して

いない個人が重要なアクターとなり、参加者にとってのアイデンティティの形成の場となるような公共圏である。そこで論じられるテーマは必ずしも政治的なものに限定されず、日常生活や趣味なども含めた多様な領域にわたる。」もの、マクロ公共圏とは「市民活動などのかたちで組織化されたアクターが中心となり、政治システムへの批判を中心的役割とする公共圏」と定義されている。この定義に従えば、今回調査対象とした博物館ブログはミクロ公共圏の実例と考えることができる。

ブログというツールの活用によって生じたミクロ公共圏が、社会システムのひとつである博物館システムの維持・継続に影響力を持つマクロ公共圏に発展していくためには、何らかの構造の変化が必要である。次章では、その方法の試行事例を示す。

### 3.3.3 今後の研究

インターネット上で行われている諸活動は多岐にわたっており、市民が博物館に関連して個人として行う行動だけ全てを見通すことは難しいが、他者への影響力が大きい活動については、より識別しやすい。今回調査対象としたブログ以外の活動でも博物館に関連した情報の発信・意見の交換は存在する。それらに関しても調査を行い、比較を行いたい。

また、今回は、今後の調査の見通しをたてるために基礎となるデータを発見的な手法によって収集し、得られたデータから分析可能なことを見つけ出した。次の段階では、具体的な目標を設定しそれに適合する調査方法を選択していきたい。例を挙げれば、今回の分析では市民が執筆した文書内の情報として博物館名称の存否だけを対象としたが、文書的前提となるコンテキスト情報、博物館に対する具体的な感想・評価の情報、関連する情報、博物館以外の別の領域の情報等が含まれている。仮説を立てテキストマイニング等の手法を用いればさらに多くの知見を導き出すことが可能である。その場合には、従来のアンケート調査の自由回答欄のテキストの分析への応用例（伊藤大介 2007）が参考にできる。

さらに、今回の手法で抽出した市民については、おおむね過去 2 年間の博物館関連の言及履歴がわかり、これを参考に効率的に幼年時代からの博物館関心履歴を聞き出すことができた。今後、数十年単位のデータが蓄積していけば、今回はインタビューで聞き出すしかなかった関心の個人史についても直接データから抽出することが可能になる。

博物館と市民との関係を示すデータは、日々インターネット上に蓄積されており、明確な意図をもてばそこから様々な知見を得ることができる。引き続き、新しい調査手法としての活用の方法を探りたい。

## 注

- (1) 株式会社きざしカンパニー運営の「ブログランキング & 成分解析」サービス  
「blogram」 <http://blogram.jp/>
- (2) 丹青グループが運営する博物館・美術館・イベント情報サイト  
「インターネットミュージアム」 <http://www.museum.or.jp/> (2010年3月にデータ収集)
- (3) 博物館を訪れた際の感想や評価を共有するサイト。筆者が実験的に運営。  
「博物館心 ミュージアムマインド」 <http://www.museummind.com/> (2010年6月確認)
- (4) google ウェブマスターツール <http://www.google.co.jp/webmasters/> (2010年6月確認)
- (5) 全国科学博物館協議会のウェブ上で「加盟館園リスト」を参照  
<http://www.jcsm.kahaku.go.jp/> (2010年11月8日参照)
- (6) 「東京の美術館・博物館等共通入館券実行委員会」が主催する、東京都内の美術館・博物館等複数の施設の入場券または割引券が綴られたチケットブック。事務局は、公益財団法人東京都歴史文化財団に置かれている。

## 4 展覧会での市民ブロガー協力の試行

### 4.1 はじめに

市民のミュージアムリテラシーについての議論では利用者としての市民が想定されることが多いが、博物館を維持・発展させるための支援者としての市民参加も重要である。博物館が有する機能のうち、市民との直接的な接点は主に展示とその観覧であり、館内での活動である。これは、市民の参加に対する地理的・時間的な制約となる。また、日常的な利用できる範囲は博物館まで数時間内で到達できる地域である。

公的な博物館の多くは、地方自治体等からの財政的な支援に支えられている。市民は、納税によって間接的に博物館経営に参加しているが直接の影響力は持てない。もちろん、事業が市民に支持されているかどうかは自治体の重要な判断材料になる。現在多くの博物館で行われている展示解説等のボランティア活動は、博物館に対する直接的な支援者の存在を示している。一番多い活動プログラムは展示解説である。(図 4-1(a))

博物館におけるボランティア活動に関して社会教育計画研究会が 2006 年に全国の博物館に対して行った調査結果(社会教育計画研究会 2008)では、有効回答 554 館のうち 344 館(62.1%)の博物館でボランティアの受け入れが行われている。施設利用者の一部であるボランティアには地理的・時間的な制約があり、参加可能な市民は限定される。さ

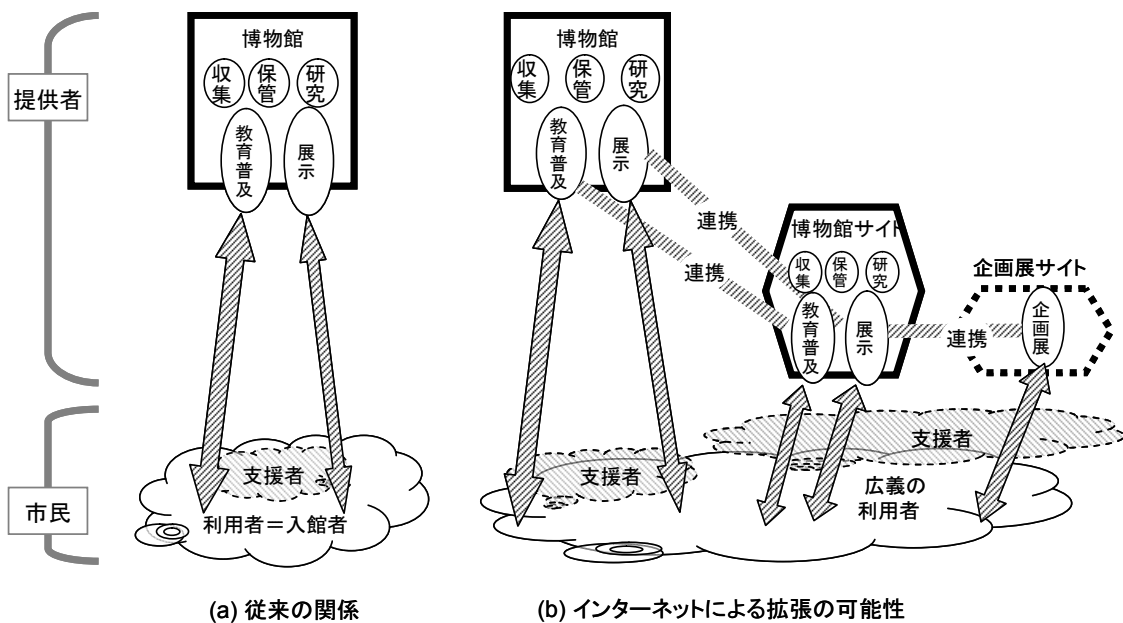


図4-1 博物館と市民との接点

らに、展示解説は、関心をもって博物館を訪問した市民に対して行われる活動であり、関心が薄い市民に対する働きかけにはならない。

一方、平成 15 年に内閣府大臣官房政府広報室が行った「文化に対する世論調査」（内閣府 2003）では、文化芸術活動に対する支援に関する市民の割合は、経験者 9.2%に対し希望者は 44.7%である（是非行ってみたいと思う 6.2%、多少は行ってみたいと思う 38.5%）。潜在的な可能性は大きい。

そして、「切実さをもって問題にかかわり、つながりをつけようと自ら動くことによって新しい価値を発見する人」（金子 1992）がボランティアであるならば、博物館側が提供する既存のプログラムだけにとらわれずに様々な活動の仕方があるはずである。3 章で見た自律的な公共圏の萌芽がさらに成長し、金子らが主張（金子ら 1998）するようにボランティア経済が成立する段階に至る可能性は十分にあると考えた。

本章では、博物館を支援する意志をもった市民の活動手法として、インターネットを活用した市民参加プログラムを提案し、その試行結果の報告を行う。

## 4.2 インターネットの活用による市民参加形態の拡大の可能性

### (1) 市民によるアクセスの対象物の拡大の可能性

“インターネットの利用”の行動者率（調査日に当該行動をした人の数を人口で除したものは、2006 年には 59.4%となった（総務省 2007））。博物館という社会システムにおいてもこのツールの活用は重要である。しかし、博物館は物理的に直接資料にアクセスできることが最大の特徴であり強みであるがゆえに、通信による利便性向上の可能性に対して対応できずにいる。一方、インターネットは市民に広く普及しており、その特性を活かせば市民の活動対象の可能性が広がる。しかし、博物館側の管理上の限界と制約は依然として残る。インターネットの可能性を十分に活用するには、博物館側の管理とは独立した市民参加プログラムが必要である。

市民が学びの材料・機会とできるのは、博物館の建物・収蔵品・展示物だけではない。博物館のウェブサイトも情報提供機能の一部を担っている。以下では、現状にとらわれずインターネット上の対象物の可能性を広げ、それらを市民参加の対象とすることを考える。

(図 4-1(b)) 現在、博物館のウェブサイトは、博物館が持つ機能の中で特に展示に対する補完として広報的な役割を果たし、内容は展示の一部の写影や訪問し展示を見るための案内が中心である。しかし、実物には対応しないインターネットならではの独自のコンテ

ンツも展開可能である。

博物館支援のための市民参加プログラムで実績があるのは、博物館主催の一般公募に応募した退職者・高齢者による展示解説ボランティアである。今回、博物館以外の運営者による公募で特定の展覧会に関心を持つ支援者を集め広報の支援を行ってもらおう市民参加プログラムを設計した。(表 4-1)

表4-1 市民参加(支援)プログラムの5W1H

市民参加支援プログラム 5W1H 立場	従来のボランティアプログラム		インターネットを活用した博物館支援活動への市民参加プログラム		
	プログラムの主催者	プログラムの参加者(支援者)	プログラムの主催者	プログラムの参加者(支援者)	今回の試行(2009年 福澤論吉展)の設定条件と検証ポイント
Who 誰が	博物館	※参加者の主な属性 退職者あるいは高齢者(48.5%) 主婦(15.4%)	博物館以外が運営することが可能	2つの条件 ・企画展のテーマに関心あり ・インターネットに対するリテラシーが高い 幅広い層の参加が可能	主催者：慶應義塾創立150年記念事業室が運営(博物館の外部組織。企画展の主催者。) ■検証ポイント1 ・広い範囲から支援者を集められるか
Why 何のために	・生涯教育等機会の提供 ・市民の貢献の受け入れ	・自己研鑽 ・社会貢献	市民の貢献の受け入れ	・博物館・展覧会への貢献 ・自らのネット上の活動に活用	■検証ポイント2 ・インターネットに対するリテラシーと展覧会テーマへの関心の両者を満たす支援者を集められるか
What 何を活動メニュー	施設の教育活動の支援(展示解説・資料作成等)(79.9%) 広報活動への協力(31.7%) ※		対象となる博物館・展覧会の広報活動への協力 対象以外の関連のある博物館・展覧会の広報活動への協力(支援活動の対象を限定する必要はない)		■検証ポイント3 ・どのような活動プログラムであれば参加してもらえるか ■検証ポイント4 ・支援者の活動は具体的な効果を生み出すか ■検証ポイント5 ・活動の効果は、直接対象とする博物館にも及ぶか
How どのように活動方法	◆募集方法 ※ 一般公募(54.4%) 自施設の養成講座の修了者の中から(34.3%) ◆コーディネーター ※ コーディネーターがいる(59.6%) ◆研修 ※ 研修を行っている(74.1%) ◆経済的な支援 ※ 特になし(62.8%) 支援あり 交通費援助(18.9%) 食事代の援助(8.7%) 謝金など(5.5%) ◆ボランティア組織の有無 ※ 組織がある(50.9%) ◆ボランティア組織の形態 ※ 博物館が作った(51.5%) ボランティアが作った(37.7%)		◆募集方法 インターネットを使った一般公募 さらに可能性のある候補者を探し主催者からの働きかけ ◆コーディネーター コーディネーターは必要。主催者がその機能を担う。 ◆研修 ウェブ、メールで可能な範囲で説明、Q&A ◆経済的な支援 博物館・展覧会の利用に直結するもの(招待券配布)以外を行わない。 ◆ボランティア組織の有無と組織の形態 主催者側では組織の立ち上げ、運用は行わない。 参加者の自主的な活動は妨げない。	■検証ポイント6 ・可能性のある候補者をプログラム主催者側から探し出し、支援者としてできるか	
When いつ時間的制約	博物館の開館日、閉館時間内(制約あり)	博物館の開館日、閉館時間内(制約あり)	制約なし	制約なし(参加者にとって、と、利用者にとって)	主催者側の実運営スタッフは、時間・場所の制約が少ない業務委託者 ■検証ポイント7 ・利用者は、時間の制約なく利用しているか。
Where どこで地理的制約	原則、博物館内	博物館にアクセスできる地域からの参加(近隣)	制約なし(インターネット接続可能範囲)	制約なし(インターネット接続可能範囲)(参加者にとって、と、利用者にとって)	■検証ポイント8 ・利用者は、場所の制約なく利用しているか。

※ 3) 社会教育計画研究会の2006年の調査による



## (2) 市民による支援対象の拡大の可能性

従来のボランティア活動では支援対象が1館に限られていたが、今回のプログラムでは複数の博物館に対して貢献が可能である。従来、企画展ごとに宣伝・広報は独立である。大規模な巡回展であれば、新聞やテレビなどの広域メディアで扱われることがあるが例外である。インターネットは広域メディアである。発信者・受信者ともに地理的な制約がない。この特長によって、A地域で獲得したリソース（コンテンツ、ユーザー）をB地域で活用することが可能になる。(図4-2)

また、博物館が運営するウェブサイトの目的は、自館の広報であり、他館に対する支援は想定されておらず、利便のために関係機関の一部としてリンクを掲示する程度にとどまっている。特定の博物館に限定されずに広がる市民の関心を他の博物館につなぐことが必要である。

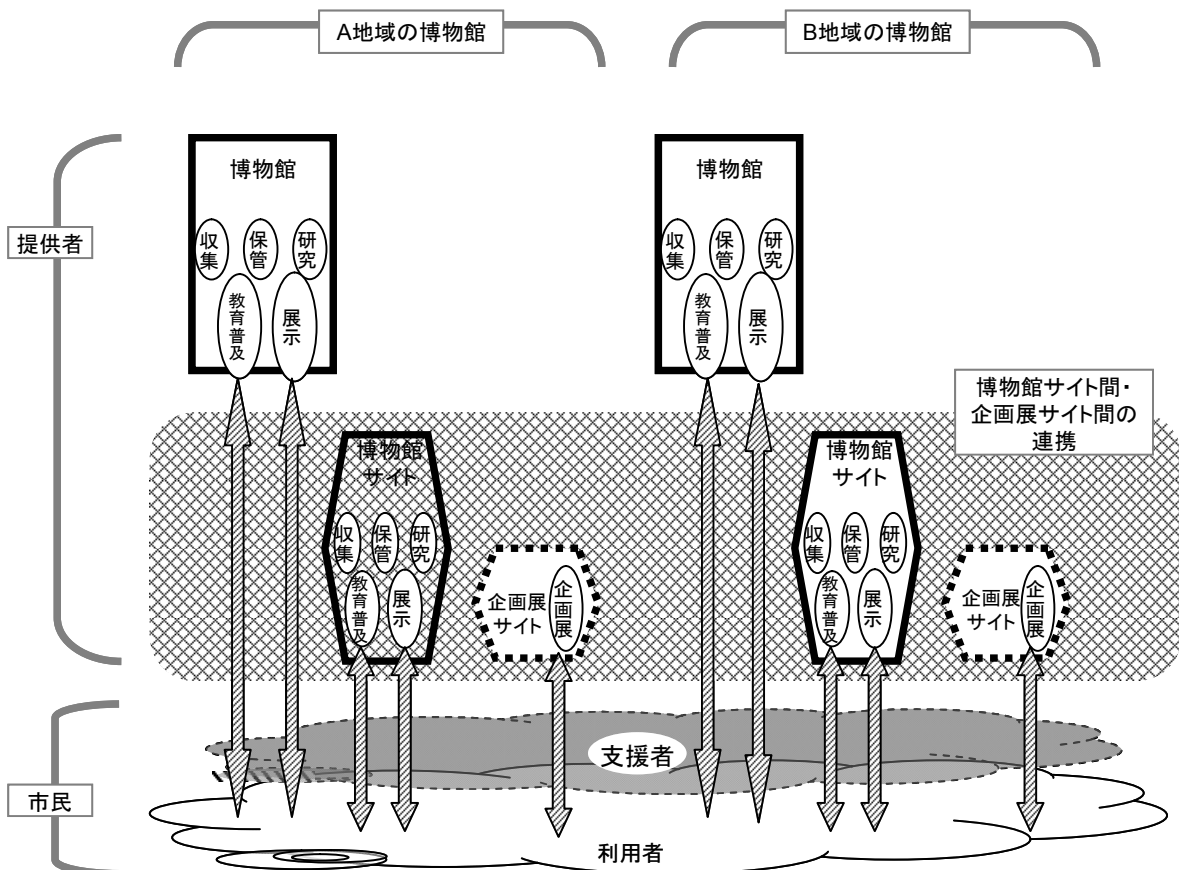


図4-2 博物館と市民の接点に対する複数博物館間の連携

#### 4.3 2009年 福澤諭吉展での市民による支援プログラム「福澤展応援団」事例

前章で述べた市民参加プログラムの設計を、関係のある4つの企画展に適用した仕様と試行の結果の報告を行う。この試行では、設計案の是非を判断するための8個の検証ポイントを設けた(表4-1)。試行した内容と結果を説明する。

##### 4.3.1 福澤展および福澤展のウェブサイトの説明

慶應義塾は2009年に創立150年記念事業として、福澤諭吉をテーマにした展覧会を全国4箇所で主催した(表4-2)。「未来をひらく福澤諭吉展」は、東京(東京国立博物館表慶館、1月10日~3月8日)、福岡(福岡市美術館、5月2日~6月14日)、大阪(大阪

表4-2 2009年に開催された福澤諭吉展覧会

展覧会名称		未来をひらく福澤諭吉展						
東京開催 tokyo	期間	2009年1月10日~3月8日	期間日数	58	公開日数	50	開館時間	9:30~17:00
	開催場所	東京国立博物館 表慶館 Tokyo National museum						
福岡開催 fukuoka	期間	2009年5月2日~6月14日	44		38		9:30~17:30	
	開催場所	福岡市美術館 Fukuoka Art Museum						
大阪開催 osaka	期間	2009年8月4日~9月6日	34		30		9:30~17:00	
	開催場所	大阪市立美術館 Osaka municipal Museum of Art						
展覧会名称		特別展「福澤諭吉と神奈川」						
神奈川開催 kanagawa	期間	2009年8月22日~9月23日	33		29		9:30~17:00 金曜日は 20:00まで	
	開催場所	神奈川県立歴史博物館 Kanagawa Prefectural Museum of Cultural History						
合計			169		147			

数字は、2009年10月末時点

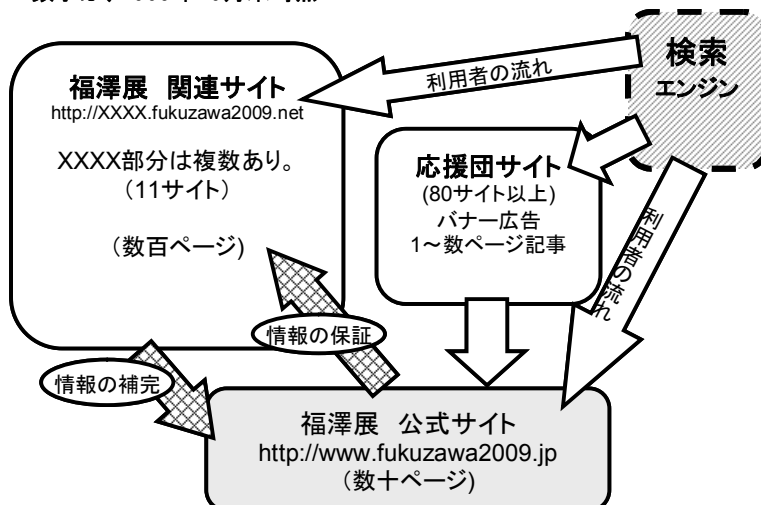


図4-3 福澤展公式サイトへの流入元の分析

市立美術館、8月4日～9月6日)の3会場を巡回し、特別展「福澤諭吉と神奈川」を横浜(神奈川県立歴史博物館、8月22日～9月23日)で開催した。これら4展覧会を総称して「福澤展」と呼ぶ。会場は、国立博物館(N群、図1-6参照)および代表的な公立博物館(L1群、図1-6参照)である。企画立案を主導したのは、主催者に名を連ねる慶應義塾である。「福澤展」は、企画自体が、文化・教育を担う非営利の組織である博物館と大学が横断的な協力を行った事例でもある。合計来場者数は、合計公開日147日に対して14万人以上である。

表4-3 福澤諭吉展のサイト

(a) 福澤展 独自サイト(公式サイト、関連サイト)

調査日 2009/10/21(外部からの計測指標)

調査方法 検索エンジンで認知されたページ数をカウント(コマンド site:(URL))

福澤諭吉 専用サイト							
	サイト名	ホームページURL	サイト外部から計測した定量的な指標				ページビュー 2008年12月 ～2009年10 月(11ヶ月)
			サイト内ページ数		被リンク数		
			Yahoo! 検索 site:(URL)	google 検索 site:(URL)	Yahoo! 検索 link:(URL)	google 検索 link:(URL)	
公式サイト	未来を開く福澤諭吉展	http://www.fukuzawa2009.jp/	53	38	2,580	425	632,922
関連サイト	東京会場 関連情報	http://www.fukuzawa2009.net/	106	105			31,367
	福岡会場 関連情報	http://fukuoka.fukuzawa2009.net/	115	127			11,555
	大阪会場 関連情報	http://osaka.fukuzawa2009.net/	59	72			13,113
	神奈川会場 関連情報	http://kanagawa.fukuzawa2009.net/	34	56			12,158
	展示品 関連情報	http://exhibit.fukuzawa2009.net/	69	67			11,928
	メールニュース	http://mailnews.fukuzawa2009.net/	56	63			1,898
	クイズ 福澤諭吉展	http://quiz.fukuzawa2009.net/	1				3,090
	福澤展のツボ(学芸担当者)	http://tokura.fukuzawa2009.net/	275	247			64,406
	企画の現場から(学芸担当者)	http://genba.fukuzawa2009.net/	25	22			3,538
	展覧会ノスヘメ(事務局スタッフ)	http://susume.fukuzawa2009.net/	42	44			3,196
足跡を訪ねて(事務局スタッフ)	http://fot.fukuzawa2009.net/	54	73	4,348			
合計			889	914			793,519

(b) 福澤展 開催博物館のサイト

調査日 2009/11/20(外部からの計測指標)

調査方法 検索エンジンで認知されたページ数(コマンド site:(URL)) 被リンク数(コマンド link:(URL))

各博物館・美術館のサイト								
	博物館名	ホームページURL	サイト外部から計測した定量的な指標					
			サイトページ数 (福澤展関連)		サイトページ数 (全体)		被リンク数	
			開催期間 中 (推定)	目視 2009年 11月20日	Yahoo! 検索 site:(URL)	google 検索 site:(URL)	Yahoo! 検索 link:(URL)	google 検索 link:(URL)
開催館	東京国立博物館	http://www.tnm.go.jp/	2	2	58,500	2,500,000	54,700	406
	福岡市美術館	http://www.fukuoka-art-museum.jp/	1	0	427	420	11,400	89
	大阪市立美術館	http://www.city.osaka.lg.jp/museum/	2	2	472	732	2,290	45
	神奈川県立歴史博物館	http://ch.kanagawa-museum.jp/	1	0	2,330	1,790	7,540	63

「福澤展」では、主催博物館が自館のウェブサイト内で準備する企画展用のページとは別に、慶應義塾が展覧会用のウェブサイト群を企画・設計・運営した。「福澤展独自サイト」は、展覧会開幕の半年前(2008年7月10日)に公開を開始し、段階的に広報の量と質を充実させた。構成は図4-3のとおりである。慶應義塾は福澤展用に2種類のウェブサイトを準備した。ひとつは公式サイト、もうひとつは関連サイトである。関連サイトは複数のウェブサイトの集合体である。これらのサイト(表4-3(a))は、福澤展を開催した4つの博物館のウェブサイト(表4-3(b))に比べて、コンテンツ(ページ数)がきわめて大きい。博物館のウェブサイトでは、個別の企画展に関するページ数は限られており、さらに企画展終了後は削除される場合もある。

「福澤展」では、新たな取り組みとして、関心を持った市民に他の市民へ展覧会の紹介をしてもらう実験的プログラムとして、インターネットを使った広報に協力してもらう「福澤展応援団」を企画し一般公募を行った。「福澤展応援団」に依頼することは、インターネット上での展覧会の広報・批評である。以下では、上記のとおり企画・作成したウェブサイトに対して実際に市民がどのように反応したか、「福澤展応援団」の応募・活動・貢献はどのようなものであったか、についての説明を行う。

定量的なデータの取得は、4つの視点で行った。福澤展独自サイトへの市民のアクセスのログの集計<sup>(1)</sup>と分析(表4-3、表4-4、表4-5)、利用者に対するアンケート(表4-6)、「福澤展応援団」に対するアンケート(表4-9)およびインタビュー(表4-10)である。

表4-4 時間推移(サイトへのアクセス、応援団の応募と活動の状況)

	2008年				2009年												合計			
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月				
福澤展 開催期間	★ 公式サイト オープン				←東京展 1/10-3/8				←福岡展 5/2-6/14				←大阪展 8/4-9/6				←神奈川展 8/22-9/23			
公式サイト アクセス数	総セッション数				13,222	24,163	49,804	19,101	10,583	13,093	11,347	14,557	19,903	15,632	10,835	合計	202,240			
福澤展応援団募集	募集期(1ヶ月単位)				第1期	第2期	第3期	第4期	第5期	第6期	第7期	第8期	第9期	第10期	第11期					
	応募数(重複除く)				9	20	11	50	30	3	7	4	3	3	2	合計	142			
	内、スカウトに応じての応募数				0	8	2	5	2	0	0	0	0	0	0	合計	17			
	異種				9	29	40	90	120	123	130	134	137	140	142	142	142			
	応援団サイト数				29	51	71	71	65	65	71	69	71	70	70	全体	84			
	セッション数(登録なしを含む)				487	963	1,559	1,142	1,020	1,086	1,205	1,170	1,047	1,489	1,702	合計	12,870			
	全セッションに対する比率				3.7%	4.0%	3.1%	6.0%	9.6%	3.6%	10.6%	8.0%	5.3%	9.5%	15.7%	全体	6.4%			
分析期間設定	期間名称				開催前期間		開催期間1		中間期間1		開催期間2		中間期間2		開催期間3		開催後期間			
	期間日数				40		58		54		44		50		51		38			
	ベシック応援コースで 使用した表示バナー画像 それぞれ3種類 ここでは1種表示																			

### 4.3.2 「福澤展独自サイト」の効果

#### (1) 市民からのアクセス状況

4つの展覧会の開催期間とその前後を含む2008年12月から2009年10月までの11ヶ月で、公式サイトへのアクセスは20,224セッション<sup>(2)</sup>あった。アクセス数と会場への入場者数の日次の時間推移を示す(図4-4)。

注意:「未来をひらく福澤論吉展」大阪開催と特別展「福澤論吉と神奈川」は会期が重なっており、入場者数は合計値で示す。

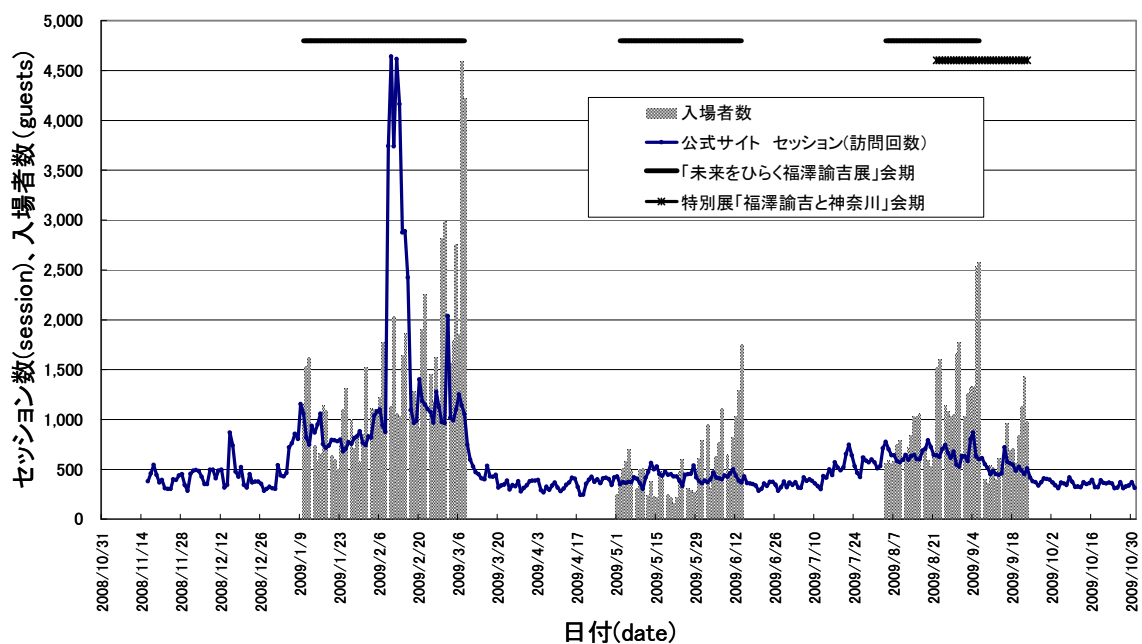


図4-4 福澤展の期間中、および前後の公式サイトへのアクセス推移(日次)

表4-5 時間と地理の拡張

		合計															
		開催前期間	開催期間1	中間期間1	開催期間2	中間期間2	開催期間3	開催後期間									
		2008/12/1	2009/1/10	2009/3/9	2009/5/2	2009/6/15	2009/8/4	2009/9/24									
期間開始日	2008/12/1	2009/1/10	2009/3/9	2009/5/2	2009/6/15	2009/8/4	2009/9/24										
期間終了日	2009/1/9	2009/3/8	2009/5/1	2009/6/14	2009/8/3	2009/9/23	2009/10/31										
日数		40	58	54	44	50	51	38									
公式サイト	総セッション数	202,240	19,391	77,377	20,534	18,511	21,806	31,104	13,517								
アクセス数	ページビュー数	632,916	82,576	341,668	43,249	36,560	41,510	67,483	19,870								
時間帯 time zone	0:00-9:00 深夜から朝	113,044	18%	12,365	15%	54,101	16%	9,633	22%	8,475	23%	9,097	22%	13,923	21%	5,450	27%
	9:00-18:00 開館中および前後	340,191	54%	45,316	55%	191,521	56%	21,083	49%	17,982	49%	21,097	51%	33,972	50%	9,220	46%
	18:00-24:00 閉館後夜	179,681	28%	24,895	30%	96,046	28%	12,533	29%	10,103	28%	11,316	27%	19,588	29%	5,200	26%
地域 area	日本 Japan	63,149	60%			13,454	66%	11,773	64%	12,650	58%	20,111	65%	5,158	38%		
	内 東京、神奈川、埼玉、千葉、山梨、静岡	36,756	35%			8,665	42%	6,331	34%	7,496	34%	11,071	36%	3,192	24%		
	内 福岡、大分、佐賀、熊本、山口	4,424	4%			1,119	5.4%	2,215	12%	511	2.3%	415	1%	164	1.2%		
	内 大阪、京都、兵庫、奈良、和歌山	10,733	10%			1,198	5.8%	1,135	6%	2,516	12%	5,377	17%	507	3.8%		
	それ以外の地域、不明	11,234	11%			2,472	12%	2,092	11%	2,127	10%	3,248	10%	1,295	10%		
	日本以外 foreign countries	41,603	39%			7,057	34%	6,655	36%	8,961	41%	10,649	34%	8,280	61%		
	日本以外の国の数	94	1%			70	0.3%	67	0.4%	65	0.3%	64	0%	38	0.3%		
識別できず	724	1%			23	0.1%	83	0.4%	195	0.9%	344	1%	79	0.6%			

※注記

地域別のデータは、2009年3月以降から集計を開始した。最初の2期間はデータがない。

その時期に福澤展が開催されている地域のデータ

表4-6 福澤展入場者アンケート集計結果

実施方法	ウェブで回答を収集。公式サイト、関連サイトで広報。	
実施期間	東京 2009/1/14～3/15	61日間
	福岡 2009/4/30～6/21	53日間
	大阪 2009/8/3～9/29	58日間
	神奈川 2009/8/21～10/13	54日間

回答数		46	
回答者プロフィール			
回答対象 展覧会	東京	34	74%
	福岡	4	9%
	大阪	1	2%
	神奈川	7	15%
職業	社会人	29	63%
	大学生・大学院生	10	22%
	その他	7	15%
性別	男性	32	70%
	女性	14	30%
年代	80歳代以上	1	2%
	70歳代	2	4%
	60歳代	7	15%
	50歳代	10	22%
	40歳代	9	20%
	30歳代	9	20%
	20歳代	8	17%
	～10歳代	0	0%
住所 (都道府県)	東京都	18	39%
	神奈川県	13	28%
	埼玉県	2	4%
	千葉県	3	7%
	群馬県	1	2%
	長野県	1	2%
	静岡県	1	2%
	大阪府	1	2%
	兵庫県	1	2%
	福岡県	4	9%
	海外	1	2%
博物館、 美術館 訪問頻度	年に10回以上	5	11%
	年に5回以上10回未満	6	13%
	年に3.4回	21	46%
	年に1.2回	7	15%
	ほとんど訪問しない	6	13%
ご観覧時間	未回答	1	2%
	2時間以上	11	24%
	2時間程度	19	41%
	1時間程度	13	28%
	30分以下	2	4%
未回答	1	2%	

福澤展に関する評価等				
この展覧会 をどこで知り ましたか(一 般メディア) ※複数回答	新聞記事や新聞広告	7	15%	
	交通広告(駅、電車内)	7	15%	
	街頭のポスター、チラシ	1	2%	
	インターネットの検索エンジン (Yahoo!,google,等)	2	4%	
	インターネット(検索エンジン以外)	3	7%	
	知人友人からの口コミ	4	9%	
	東京国立博物館の広報	2	4%	
	福岡市美術館の広報	1	2%	
	選択なし	25	54%	
	この展覧会 をどこで知り ましたか(慶 應メディア) ※複数回答	慶應義塾からの直接のご案内 (DM、イベント、等)	8	17%
慶應義塾の刊行物、冊子など		12	26%	
慶應義塾のホームページ		15	33%	
慶應義塾メールマガジン		14	30%	
三田会からの情報		7	15%	
慶應関係の知人、友人からの口コミ		9	20%	
慶應関係 その他		2	4%	
選択なし		8	17%	
一番役立っ た情報 (一般メデ ィア)		新聞記事や新聞広告	6	13%
		東京国立博物館の広報	1	2%
	街頭のポスター、チラシ	2	4%	
	交通広告(駅、電車内)	2	4%	
	インターネット上の 展覧会公式サイト、関連サイト	9	20%	
	インターネット上のその他の情報	3	7%	
	知人友人からの口コミ情報	2	4%	
	上記以外の一般メディア	1	2%	
	選択なし	20	43%	
	一番役立っ た情報 (慶應関係)	慶應義塾からの直接のご案内 (DM、イベント、等)	5	11%
慶應義塾の刊行物、冊子など		4	9%	
慶應義塾のホームページ		8	17%	
慶應義塾メールマガジン		9	20%	
三田会からの情報		2	4%	
慶應関係の知人、友人からの口コミ		4	9%	
慶應関係 その他		1	2%	
選択なし		13	28%	

開館時間以外の時間もウェブはアクセス可能である。アクセスの時間帯別集計では、博物館が閉館している夜間から朝にかけての時間帯（18時から9時）に、総量のうち46%のアクセスが含まれる。また、この11ヶ月のアクセスのうち30%は、開催期間以外のアクセスである。なお、この分析では、時間特定のため、集計単位はセッションではなくページビュー<sup>③</sup>を利用した。

東京展開催期間の終盤である2009年3月から、アクセス元の地域特定を開始した。10月まで8ヶ月間の集計データを示す。開催地である都府県とその隣接の府県からのアクセスは合計で49%であり、51%はそれ以外の地域からのアクセスである。上記以外の日本からのアクセスが11%、海外からのアクセスは39%あり、特に米国からのアクセスは28%である（表4-5）。

検索エンジンはインターネット利用者にとって重要なアクセス経路である。福澤展の公式サイトへの総アクセスの15%は検索エンジンからの流入である(図4-5)。本展覧会に到達する検索のキーワードとしては、人名である「福澤諭吉」・「福沢諭吉」、展覧会名称である「福澤諭吉展」・「未来をひらく福澤諭吉展」等が主要なものである。

## (2) 市民によるウェブの活用状況

ウェブサイト上で福澤展への入場者に対して、観覧後アンケートを実施し48件の回答を回収した。(表4-6)回答者の年代の幅は広く、60歳以上の回答者も少なくない。福澤展に対しては、掲示・配布された印刷媒体(ポスター・チラシ・DM)やインターネット上の情報などさまざまなメディアで認知がされている。一方「一番役に立ったメディア」では、展覧会関係・慶応義塾関係のホームページやEメールの比率が高くなっている。

### 4.3.3 市民参加プログラム「福澤展応援団」の説明

#### (1) プログラムの説明と応募状況

2008年7月に福澤展公式サイトを開設し、市民とのコミュニケーションを可能にした。その3ヵ月後、10月はじめに、応援団の募集を開始した。活動プログラムは「応援コース」という名称で3種類設け希望を募った。応募者は複数コースへの申し込みを可能とした。

・ベシク応援コース：自分が保有・管理するサイト・ブログで福澤展を紹介しバナー広告を掲示する。バナーの画像は、3つのサイズを設定し、さらに開催地の順に合わせて全部で5セットの画像を用意し自動的に切り替えを行った。(表4-4) 応援団は画像の切り替えについては初期の設定以外には必要な作業は無く、すべて事務局側で変更の管理を行った。

・メッセージ応援コース：感想・評価・紹介文を運営者に送付し、運営者が「福澤展独自サイト」で掲出する。文章に限らず、音声・画像・動画などさまざまな形態でメッセージを集める企画。(自分が保有・管理するサイト・ブログがない場合を想定)

・アドバンスト応援コース：個別の相談で活動内容を決める。基本的な想定は、応援団自身が保有・管理するサイト・ブログ、ないしは運営者が準備する専用の福澤展関連サイトでの複数の記事の執筆。3コース中一番労力を必要とする。

ウェブサイト上で行った一般公募に際して事務局では、応募者のプロフィールとして氏名・住所・メールアドレスを取得した。また、活動に必要な情報はEメールの送付によ

表4-7 福澤展応援団応募者の地理的分布と活動コース選択

募集期間 2008年10月1日～2009年8月31日

応募総数		142			
プロフィール					
応募者の連絡先住所（都道府県）		都道府県数	応募数	応募シェア	
開催地の都府県		4都府県	116	81.7%	
開催地の隣接県		7府県	21	14.8%	
それ以外		4道県+海外1件	5	3.5%	
応募コースと活動結果					
応募コース(重複あり)	募集期間	応募数	応募率	活動数	活動率
ベシック応援コース ※	全11期(11ヶ月)	130	91.5%	79	61%
アドバンス応援コース	全11期(11ヶ月)	17	12.0%	2	12%
メッセージ応援コース	第7期以降、5期(5ヶ月)	6	4.2%	0	0%

※ ベシック応援コースの活動数は、設置したパナー経由で10セッション以上のアクセスがあったサイト数とした。て行い、これによって E メールでの連絡が可能であることを確認した。なお、アドバンス応援コースでの活動の場合は、直接会い本人確認も含めた確認をすることを前提とした。応募は、11ヶ月間で142件あった(表4-4)。応募の大多数でベシック応援コースが選択され、連絡先住所の分布は、福澤展が開催される4都府県が多数を占めるが、それ以外の地域からも18.3%の応募があった(表4-7)。

インターネット上では、対象とする博物館、または、対象とする企画展のテーマに関する記述を、検索エンジン等を用いて探すことは困難ではない。各人が保有・運営しているウェブサイトで、福澤諭吉個人、福澤が生きた時代と同時代の人物等について、すでに執筆をしている市民を使って探し出し、Eメールやウェブへの書き込みなどで協力を依頼した。結果として、応募142件中、事務局からの働きかけによる応募17件を早期に得ることができた(表4-4)。それらの活動事例の紹介は、その後の一般募集の説明に役立てた。

## (2) 「福澤展応援団」応募者の活動状況

3種類設けた応援コースの中で最も多くの選択がされたベシック応援コースでは、実際に活動する比率も高かった(表4-7)。応援団への直接のインタビュー(表4-10)では、インターネットリテラシーの高い層ではこのコースの実作業は自身の活動で通常行っている作業の一部として比較的容易に組み込めることと、作業負荷に対してその貢献が見込める期間は4つの展覧会に渡って1年近い効果を生み出せることを評価する声が、複数得ら



2008/11/16から2009/10/31までの50週間のデータ

方法2の「福澤展応援団のサイト経由のアクセス」は、方法1の「下記7種類に分類できないもの」の一部に相当するが、計測方法が異なるためグラフを分けた。

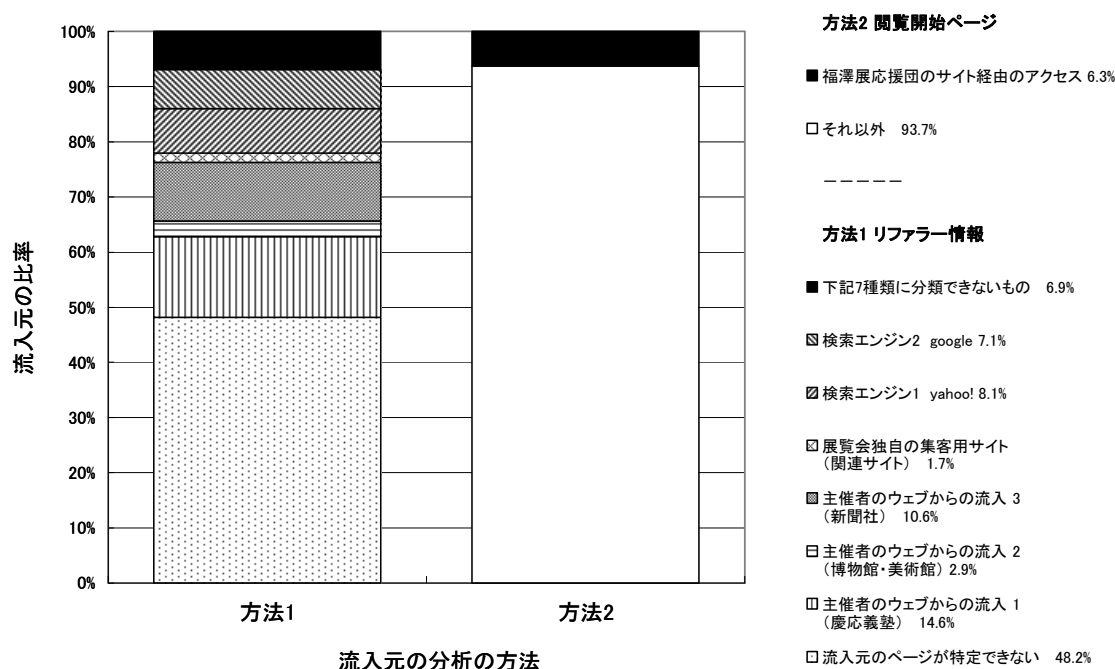


図4-5 公式サイトへのアクセスの流入元の分析

れた。また、より容易な活動プログラムとして提示したメッセージ応援コースよりもベシック応援コースのほうが支持された理由として、自身のサイトのコンテンツ作りにも寄与することを指摘する声もあった。同じ作業量に対する効果の大きさを意識して活動プログラムが選択されていることがわかる。

公式サイトへのアクセスのうち、ベシック応援コースの活動による直接的なアクセスは、総アクセスの 6.3%になる (図 4-5)。これは、主催者である慶應義塾 (14.6%)・新聞社から (10.6%) には及ばないが、2つの主要な検索エンジンからの流入量 (7.1%、8.1%) に次ぐ規模である。

また、多くの応援団サイトに公式サイトへのリンクが設置されたことにより、間接的に、インターネット上の重要なアクセス経路である検索エンジンのサイトの重要度に関する評価に影響を与え、結果として流入に効果があることが推察できる。

### (3) 福澤展のインターネット広報活動による博物館・美術館への貢献

「福澤展独自サイト」の記事内容の補完・拡張のために、文脈に合わせて福澤展の開催館および近隣で関係のある博物館のウェブサイトへのリンクを設置し、クリックされた回

表4-8 博物館・美術館ウェブサイトへの送客

集計期間 : 2009年6月1日～10月31日  
 この期間の公式サイトへのアクセス数は、72,274セッション  
 福澤展の公式サイトへのアクセス1セッションあたり、0.07回、博物館の  
 サイトへのリンクがクリックされた。

種別	館数	リンクの クリック数
開催館	4館	3,360
その他(大阪近辺)	6館	1,119
その他(福岡近辺)	2館	428
その他(横浜近辺)	2館	175
合計		5,082

数を計測した(表4-8)。公式サイトへのセッション1回あたり博物館・美術館へのリンクが0.07回クリックされており、福澤展を媒介とした市民の興味の喚起・拡大の存在と規模を示している。

#### (4) 「福澤展応援団」応募者の調査

福澤展応援団に応募し活動した支援者に対しアンケート調査およびインタビューを行った。応募後、メールでの連絡が確認できた88名に対して協力依頼をし、32名からアンケートの回答を得た。さらに、その中からインタビューへの協力に応じた10名に直接インタビューを行った。

応募理由としては、慶應義塾との関係によるものとテーマ・企画への関心に起因するケースがあった(表4-9)。慶應義塾の卒業生は福澤展の広報に触れる機会が一般よりも多く、その中から早期にあつめられる可能性は高い。一方、福澤諭吉というテーマに対して個人的に様々な見方で捉えて応募した市民もいた。

インタビューにおいては、応募動機の確認、今回の支援プログラムの評価と改善のための意見収集と今後同等の企画が行われた場合の参加意向の確認を行った(表4-10)。以下のような意見が出された。

- ・インターネットを活用している者にとっては簡単に参加できるプログラムだった。
- ・博物館内の展示解説ボランティアのような活動は時間・手間の関係から難しいが、今回のプログラムであれば参加できる。
- ・自分の活動がどのような貢献につながるか想像がしやすいプログラムだった。

・自分が行っている活動（個人のウェブサイト）に寄与するかどうか判断ポイントだった。

表4-9 福澤展応援団アンケート集計結果

実施方法 ウェブで回答。Eメールで依頼。

実施期間 2009年10月8日～10月27日(20日間)

メールでの協力依頼		88	
回答数		32	
プロフィール			
性別	男性	22	10
	女性	10	0
年代	80歳代以上	0	0
	70歳代	1	1
	60歳代	2	1
	50歳代	5	5
	40歳代	10	7
	30歳代	10	6
	20歳代	2	1
	～10歳代	1	1
	不明	1	0
職業／慶應義塾との関係 (複数回答可能)	社会人(一般)	9	
	社会人 (慶應義塾の卒業生)	17	
	学生	2	
	その他	4	
住所: 都道府県	東京都	13	◎
	神奈川県	6	◎
	埼玉県	3	△
	千葉県	1	△
	大阪府	2	◎
	福岡県	3	◎
	山梨県	1	△
	京都府	1	△
	北海道	1	
	海外	1	

◎ 開催地の都道府県

△ 開催地に隣接する都道府県

福澤展応援団に関する評価等		
「福澤展 応援団」をどこで知りましたか	福澤諭吉展の広報 (ウェブサイト、パンフレット)	18
	慶應義塾の広報 (ウェブサイト、パンフレット)	9
	その他(コメントで記入)	5
企画の運営への満足度はいかがですか	たいへん満足している	13
	満足している	13
	普通	6
	不満がある	0
	たいへん不満である	0
応援団にご応募いただいた動機を教えてください	主に、自らのホームページ、ブログの運営のために	1
	主に、参加型の企画への興味から	4
	主に、展覧会・博物館全般への関心から	6
	主に、テーマ(福澤諭吉)への関心から	7
	主に、慶應義塾との関係から	10
	主に、開催地域との関係から	0
	その他	4
今回、応援団にご参加いただいたことでご自身にメリット・デメリットはありましたか(複数回答可能)	知人、同好の方々に福澤展の紹介をすることができた	24
	自らのホームページ、ブログのアクセス増に役立った	2
	その他	5

表4-10 福澤展応援団インタビュー結果

実施方法 アンケートでインタビュー協力の協力者を募集し調整  
 実施期間 2009/10/28～11/19

インタビュー数		10		
プロフィール				
性別		男性	女性	
		8	2	
年代	60歳代	1	0	1
	50歳代	1	1	0
	40歳代	3	3	0
	30歳代	4	3	1
	20歳代	0	0	0
	～10歳代	1	1	0
	不明	0	0	0
職業／慶應義塾とのご関係 (複数回答可能)	社会人(一般)	3		
	社会人(慶應義塾の卒業生)	5		
	高校生	1		
	シニアボランティア	1		
お住まいになっている都道府県	東京都	6	◎	
	埼玉県	2	△	
	福岡県	2	◎	
活動コース	ベシック応援コース	8		
	アドバンス応援コース	2		
	メッセージ応援コース	0		
ボランティア活動、支援活動に関する経験と意向				
ボランティア活動の経験	あり	3		
	なし	6		
	不明	1		
博物館でのボランティア活動について今後の参加の可能性	あり	1		
	なし	9		
	不明	0		
	不満がある	0		
	たいへん不満である	0		
他の機会に、同様のネット支援プログラムに参加する可能性	あり	10		
	なし	0		
	不明	0		

◎ 開催地の都道府県

△ 開催地に隣接する都道府県

#### 4.3.4 成果のまとめ

8個の検証ポイントごとに整理する。

- ・検証ポイント1 広い範囲から支援者を集められるか： 実体の来訪者数の約1%に相当する幅広い応募を集めることができた。(年代・事前の関係の有無・地理分布)
- ・検証ポイント2 インターネットに対するリテラシーと展覧会テーマへの関心の両者を満たす支援者を集められるか： 展覧会支援に興味を持った申込142件中、インター

ネットリテラシーを必要とする実活動の活動実績を確認できたものが84件(59%)あった。(表 4-4)

- ・検証ポイント 3 どのような活動プログラムであれば参加してもらえるか： 3 コース 設けた活動プログラムの中で「ベシック応援コース」が、選択数・活動実績数の多くを占めた。
- ・検証ポイント 4 支援者の活動は具体的な効果を生み出すか： 「ベシック応援コース」の活動プログラムは公式サイト上の総アクセスの 6.3%を獲得し主要な流入元の一つとなった。
- ・検証ポイント 5 活動の効果は、直接対象とする博物館にも及ぶか： 福澤展公式サイトから開催博物館 4 館のウェブサイトへ誘導される利用者の存在と規模を確認した。(表 4-8)
- ・検証ポイント 6 可能性のある候補者をプログラム主催者側から探し出し、支援者とできるか： スカウト活動により、一般公募の初期段階で具体的な活動が見える応援団を確保することができた。この活動事例は、参加を検討している市民が見てわかりやすいものとなった。
- ・検証ポイント 7 利用者は、時間の制約なく利用しているか： 展覧会開催日、開催時間以外の日・時間帯にも多くのアクセスがあることを実証した。(表 4-5)
- ・検証ポイント 8 利用者は、場所の制約なく利用しているか： 展覧会が開催された 4 都府県、および隣接の府県以外からのアクセスが、総アクセスの 44%あった。(表 4-5)

#### 4.4. おわりに

##### 4.4.1 これまでの成果の整理と課題

市民の参加により博物館が市民からの支持を受けるためには「利用」だけでなく「支援」も重要である、という仮説を設け、博物館外部の主導が可能な具体的な市民参加（支援）プログラムを設計した。さらに特定の企画展で試行を行い定量的なデータを含む結果を得た。インターネットを活用することで、対象となる地理的な範囲、時間活動範囲を広げる可能性も示した。

この試行では、今までのボランティアプログラムとは違う市民セグメントの協力を引き出すことに成功した。さらに、その事例の中で、汎用的な展開をするための条件や示唆を引き出した。

#### 4.4.2 今後の研究

博物館システムの価値を認める市民の力はこのシステムの再設計の重要な要素である。今回提起した支援方法を汎用化し、さらに様々な貢献方法の可能性を追求したい。

##### ① 調査・分析対象の拡大と定量的な分析の精度の向上

本章で試行の対象としたのは特定の企画展であるが、常設展も含む複数の博物館のウェブサイトで複数年同様の情報収集ができれば、汎用的かつ具体的な提案に結びつけることが可能だと考える。特に、ウェブサイトの管理者が内部で取得したデータを使えば、分析精度も上がる。

また、特定の博物館のウェブサイトで、取得するデータの範囲をさらに深めてコンテンツ・機能単位の分析（常設展・企画展・収蔵品情報・広報、等）を行い、それを現状の分析・改善の計画立案と実施に適用できれば、博物館の運営改善の PDCA サイクルをまわすことが可能になる。この PDCA のサイクルの確立は、博物館経営の伝統的な経営に対する刺激となる。

##### ② 複数博物館間の連携、博物館と博物館以外の施設の連携

公的な施設は基本的に施設ごとに独立に運営されており、市民に提供するサービスも夫々独立のものとして企画される。一方、市民は複数の公的システムの利用者であり施設の組織的な制約を受けずに横断的な活動を行える。事例であげた”福澤展応援団”のような支援者によって公的施設と市民との関係を拡張できるのであれば、その効果は単一の施設にとどまるものではない。そして、市民は、インターネットという道具を活用することによって、複数の施設にアクセスする場合の時間的地理的な制約を抑えることができる。市民の活動の可能性を高めるための道具としても着目すべきと考える。

#### 注（説明、用語解説）

- (1) アクセスログは、ログ解析ソフトウェア Urchin を利用して解析した。
- (2) セッション： Web サイトの訪問者が連続して1つのウェブサイトを参照する行為。ページ表示の間隔が30分以内の一連の参照を1セッションとする。
- (3) ページビュー： Web サイトの訪問者のブラウザに HTML 文書(Web ページ)が1ページ表示されること。

## 5 結論

### 5.1 これまでの成果の整理と課題

本論文は、博物館という公共の社会システムを研究の対象とし、現代の日本において博物館群が直面している課題の解決策の提示を行うことを目標とした。

まず、第1章では日本の博物館の現状を概観し、第2次世界大戦後に博物館法を基盤とした博物館の設立が積極的に推進されてきたことに加えて、平成に入り博物館法の対象外である博物館類施設も急速に増大してきた推移を確認した。一方、館あたりの平均来館者数は減少傾向にあり、館毎の社会的な影響力は平均的には低下してきている。また、近年、国や地方自治体の財政は効率化を求められており、社会教育施設の一つである博物館もその維持運営の効率化や必要コストの圧縮は避けては通れない状況になっている。

本研究では、国内にある数千館の多様な博物館の中で、主な対象として、館の種類でいえば館数の多い歴史・美術・科学系の博物館、館の規模でいえば都道府県立等の博物館を選んだ。また、博物館に対する社会のニーズの変化の中でも、特に市民からの視点に着目し、さらに、博物館利用者としての市民という従来の切り口に加えて、博物館支援者としての市民の可能性を検討した。

価値のある博物館を維持・発展させるためには、博物館に対する市民の支持の増大が必要だという仮説を立て、その実行のためのアプローチとして、2つの観点を設定した。一つは、既に博物館に関心を持つ市民の支援によって博物館を活性化することであり、もう一つは市民の活動の道具としてインターネットを活用することであった。

第2章では、急速に普及し社会基盤の一つとなったインターネットに対して、博物館と市民がどのように活用しているかを評価した。活用状況を絶対的な指標で評価することは難しい。まず、公立博物館のウェブサイトの現状を、広く横断的な概観と深く詳細な個別の事例を掘り下げることの2方向から調査した。

概観を得るために、都道府県単位の代表的な歴史系ないしは総合博物館を対象に調査し、国立の博物館や都道府県立の図書館と相対的に比較する方法で分析した。その結果、博物館の管理者（地方自治体）側のネット対応が、情報の提供・言語の対応・双方向サービスの提供・複数の館の間のネットワークとしての価値の提供などの点で、必ずしも十分ではないことを示した。一方、特定の展覧会における実験によって定量的な情報を収集した結果では、インターネットを介した市民の情報アクセスは時間空間の制約を越えて行われて

いることがわかった。

以上の、広さと深さの追求を意図した2つの調査の結果から、今後の博物館のウェブサイトに対する、具体的な5つの提案を行った。ただし、現実には、博物館運営者がそれを推進するには資源（資金・人的資源）の制約があることも、博物館関係者からのヒアリングにより明らかである。今後、さらに効率化やコスト削減が求められる情勢においては、博物館運営者がウェブサイトの改善・充実に今まで以上に資源をわりあてることには様々な障害があることがわかった。

第3章では、インターネットという機会を活かす当事者の候補として、博物館に関心を持つ市民に目を向けた。そしてインターネット上で、自主的・自律的に博物館関連の記事を執筆・公開している市民が存在することを定量的に示した。具体的には、2000年代はじめから急速に普及し定着したウェブログ（以下、ブログ）に着目し、既に多数の「博物館ブログ」が存在していることを示した。インターネット上で自発的に関心を持った博物館に関する記述を行う市民が幅広く存在していた。一方で、ブログを運営するブロガーにとって博物館は関心事の一部にすぎないこともわかった。博物館という文脈では、博物館ブロガーの活動を発展させていくことは限界がある。また、活動の主要な目的は自身の満足である。しかし、活動の結果は博物館の広報への貢献になっているのである。

積極的なブログ執筆者の関心の対象は、特定の館・展覧会ではなく、館の種類・テーマ等何らかのコンテクストに基づく横断的なものであり、地域的な活動範囲も広い。これは、市民の関心・活動に関するあらたな発見だった。これを、第1章で示した2つの観点に加える第3の観点とした。

第4章では、特定の関心対象に対する市民の貢献を引き出すことができることを、実例によって実証した。第3章で見た「博物館ブロガー」は、主に自己の表現欲求を満たすために自主的・自律的に活動しており、その出現は自然発生的ともいえた。彼らにとって、対象とする博物館・展覧会に対する広報面での貢献は二次的な位置付けであった。しかし、第4章の試行では、展覧会の運営者が市民に対して明示的に「展覧会に対する貢献」を呼びかけ市民の自主的な活動を喚起することも可能であることを証明した。この試行は、市民の参加により博物館が市民からの支持を受けるためには「利用」だけでなく「支援」も重要であるという仮説に基づいて、博物館外部の主導が可能な具体的な市民参加（支援）プログラムを設計したものだ。インターネットを活用することで、市民の活動の対象となる地理的な範囲、時間活動範囲が広がる可能性も示した。



さらに、第3章で発見した第3の観点に関連して、複数の館・企画展と常設展をまたがる横断的な取り組みとして、巡回展、特別展から博物館（常設展）へ市民の関心を誘導することができることに関して定量的な評価を行った。

以上の結果を整理する。まず、市民の自律的な活動により既に博物館への関心を示し他に市民に影響を与えうるブログの記事は既に部品として存在する（第3章）。また、特定の博物館・展覧会で上記の部品の作成を推進することができる（第4章）。現時点では、この部品を使い市民は博物館の情報にアクセスすることができるが、部品は散在しており群としての効力を持ちえておらず、効果の範囲は限定されている。一方、博物館群全体で横断的な効果を生み出すための推進役としては、個々の博物館に期待することは難しい（第2章）。この推進役の不在の問題について、次の項で検討を行う。

## 5.2 課題解決のための仮説

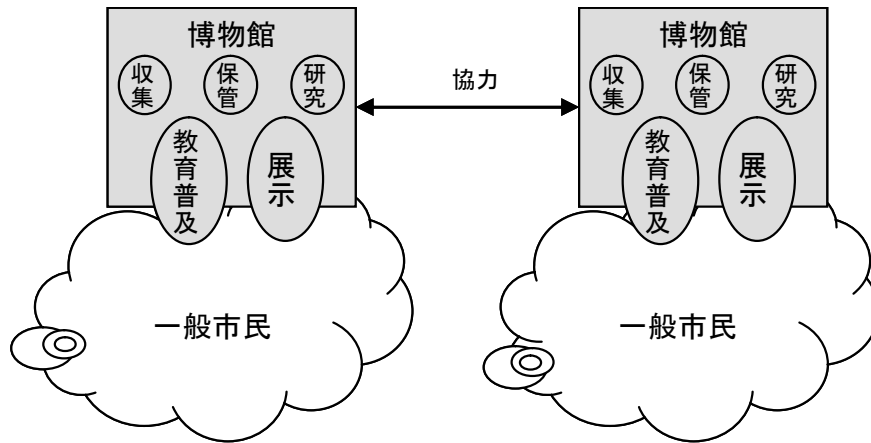
博物館の中の多くを占める公立の博物館は、地方自治体が所有者・運営者である。したがって、館が意識する対象はその自治体の住人が中心にならざるを得ず(図5-1(a))、また、館と館の間で自治体の枠を超えた協力関係を構築するにはおのずと制約がある。複数の博物館群からなる博物館システムの再設計には、横断的な推進を図るステークホルダーの存在が重要になるが、個々の博物館あるいは自治体はその担い手となるにはまず様々な前提を変えざるをえない。一方、博物館に関心を持つ市民の中には、地理的に広範な範囲に関心の対象としている者が存在しており、また個人の自律的な活動であるために所属組織や居住地の地方公共団体等から受ける制約も少ない。

以上のことから、横断的な推進役としても博物館を支援する市民に期待することが可能なのではないかと考える（図5-1(b)）

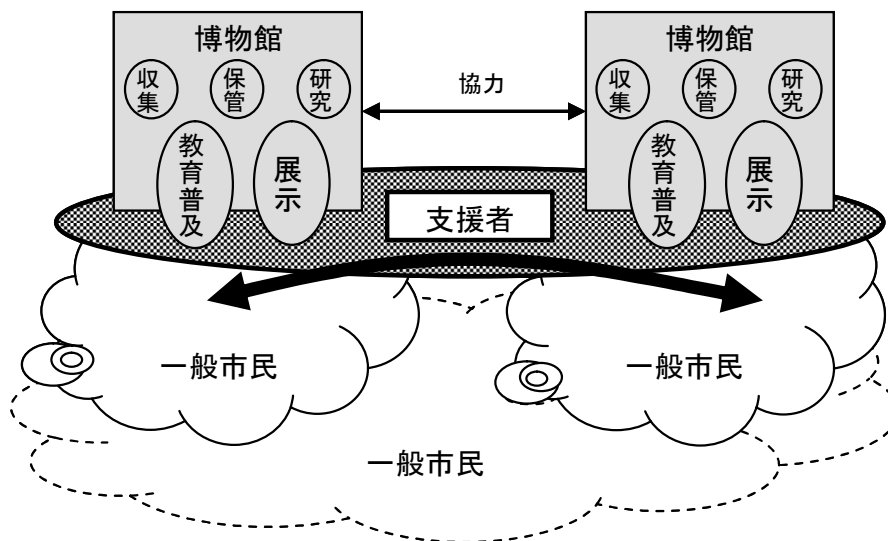
博物館ブログの中には、少数ではあるがそのような役割を担うサイトが既に存在する。それらは、博物館を専門的に扱い多数の評価記事を掲載し、他のブロガーとのコミュニケーションも行い、ネットワークの中のハブ機能を担っている（図5-2(b)）ものがあることは第3章で報告した。博物館ブログの記事の対象とする博物館の種類として最も数が多い美術の領域においては、第4章で報告した試行においても確認できた。ただし、内容からそれらのブログの運営者は実行動として年に数十回以上美術館を訪れていることが推測できる。したがって、類似の内容でブログを運営できる市民はきわめて限られている。

そこで、ネットワーク上でのこのような役割を、別の方法によって類似の効果を生む

ログを作成することを検討した。さらに、どの程度の効果を生むかについて情報を得るために、実際に市民が複数の博物館を横断で支援する方法として、個別の評価記事執筆でも使われているブログの仕組みを使ったプロトタイプを実験的に作成し、その効果を計測した。

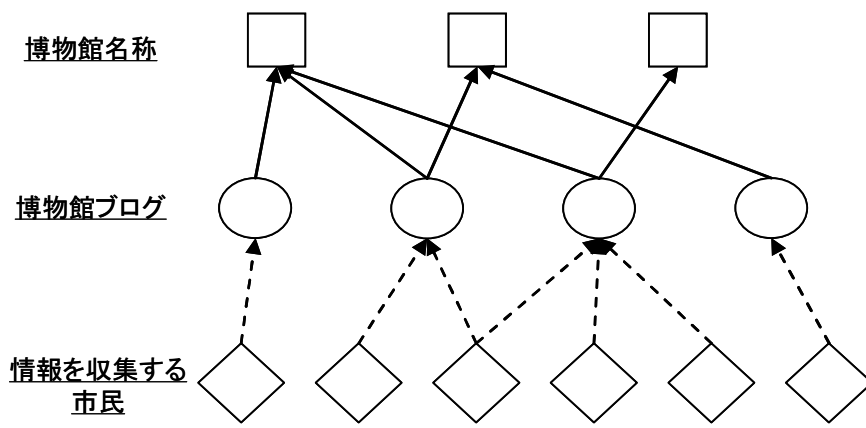


(a) 現状 (as is)

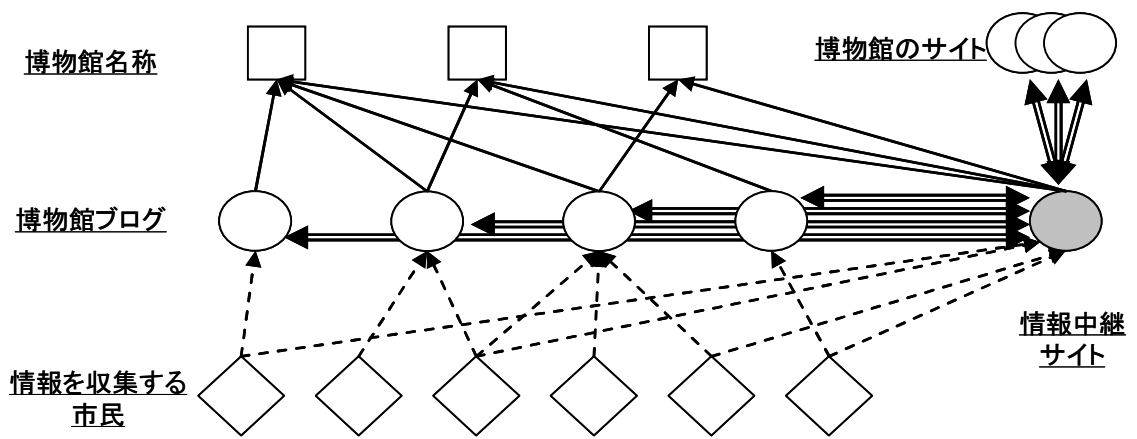


(b) 改善案 (to be)

図5-1 博物館間の関係



(a) 現状 (as is)



(b) 改善案 (to be)

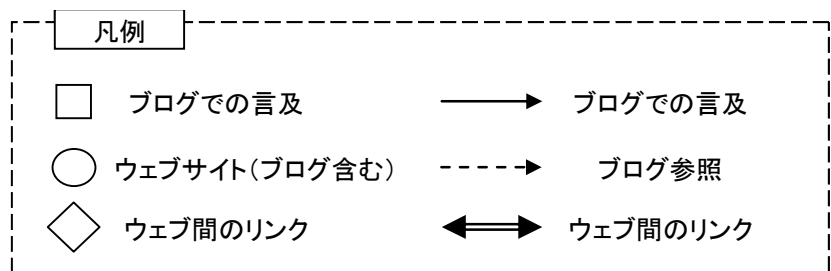


図5-2 博物館と博物館ブロガーの関係 現状と改善案

仮説に基づき作成した実験サイトが「博物館心 ミュージアムマインド」である(図5-3)。このサイトは、ブログの仕組みを使って作成し、2009年6月に公開を開始した。内容は、基本的には個別の博物館の紹介を1ページずつ作成したものである。当初3ヶ月ほどの間に47都道府県毎の最低1件を含む合計200件弱の博物館を登録した。館の種類としては主に歴史系博物館を中心に選んだ。その後、利用者からの追加要望に応じて適宜追加を行い、2010年11月15日時点で222件となった。各ページ(博物館)で、コメントの書き

込み機能を公開することで、博物館に関心を持った市民の書き込みを受け付け、トラックバック付与の機能を公開することで他のブログでの執筆へのリンクが設置できるようにした。本サイト独自の内容は基本的には付加せず、博物館ブログのハブとなることだけを意図して作成したものである。

基本的なセットアップが完了した 2009 年 11 月以降 1 年間の利用状況を表 5-1 に示す。市民がこのサイトにアクセスする流入経路の 77%は検索エンジンである (表 5-1(a))。表 5-1(b)では、検索ワードとして博物館名称またはそれを意図したと判断した単語の入力全件についてアクセスされた回数を示した。第 3 章で言及するブログの数が多かった上位の博物館の名称を 20 件例示 (表 3-10) した。このリストでは国立の博物館、大規模な美術館が目立つ。実験用のサイトでもその中のいくつかが登録に含まれているが、既に十分に市民のアクセスパスが存在しており本サイトが追加で及ぼす効果はない。一方、相対的により小規模の博物館の中には既存のアクセスパスが十分ではないものがあり、本サイトによる実際の効果が現れている。このような形式のサイトが一定の効果を生むことは実証した。



博物館心 ミュージアム・マインド <http://www.museummind.com/> (2020年11月10日)

図5-3 情報中継サイトのプロトタイプ

実際の展開においては、1つのサイトで全ての博物館を対象にする必要はない。サイトに毎に特定の文脈を設定し、アクセスする市民がその文脈に従って関連する他の博物館への関心をもつようにする方が効果的だと考える。文脈とは、特定の地域・特定の館の種類等である。あるいは、サイト運営者の独自の視点に基づき特定の人物や対象に関して横断的に取り上げるような形式もありえる。具体的な応用例を2つ挙げる。

一つは、地域特化の文脈である。特定の地域に特化した情報サイトは、自治体が運営するものも含めて既に多数存在し、コンテンツの一部として博物館の紹介リストを含むものも多い。そのようなサイトの一部では、博物館の紹介を行い、博物館の公式サイトへのリンクをはる段階にまで進んでいるが、静的なコンテンツであり成長しない。実験サイトで試したように個々の博物館についての紹介・評価の情報として個人ブロガーの記事と結びつけばより広いネットワークが形成されそれぞれのサイトの成長を促すと考える。

二つ目の例は、特定の時代への特化である。具体的には、たとえば、幕末に活躍した人物たちをつなぐ文脈が考えられる。日本各地にこの時代の人物に関連した博物館・史跡が存在する。また、同時代に活動した人物たちには、様々な接点がある。これらを編集したサイトによって、特定の人物に関する情報を求めてアクセスした市民の関心の幅を広げることが可能だと考える。

表5-1 情報中継サイトのプロトタイプ「博物館心」へのアクセス状況

※ アクセスデータの取得・分析には、Google analyticsの機能を用いた。

(a) 取得データ概要

期間 1年間	2009/11/1-2010/10/31	
総ページビュー数	5,084	
総セッション数	2,586	
内 検索からのセッション数	2,001	77%
検索ワード 種類数	1,084	

(b) 検索された博物館の事例

アクセスされた博物館名称	検索ワード	セッション数
石川島資料館	石川島資料館、石川島博物館、石川島博物館	90
TDK歴史館	tdk 博物館、tdk博物館、tdk歴史館	51
鉄道歴史展示室	鉄道歴史展示室、新橋鉄道博物館、新橋鉄道歴史館、旧新橋停車場鉄道歴史展示室	32
逓信総合博物館 ていぱーく	逓信総合博物館、ていぱーく、ていぱーく感想	31
いのちのたび博物館	いのちのたび博物館	26
香雪美術館	香雪美術館	22
日本銀行金融研究所貨幣博物館	貨幣博物館、日本銀行貨幣博物館、日本銀行金融研究所貨幣博物館	22
NHK放送博物館	nhk放送博物館	17
伊香保 おもちゃと人形 自動車博物館	伊香保 おもちゃと人形 自動車博物館、伊香保おもちゃと人形自動車博物館	17
神奈川県立歴史博物館	神奈川県立歴史博物館	10
千葉県立現代産業科学館	千葉県立現代産業科学館	10
日本絹の里	日本絹の里	9
UCCコーヒー博物館	ucc記念館	8

個人の自律的な活動として当人の関心に焦点をあてた記事を執筆する博物館ブログは、既に多数存在している。その中から、上記に上げたように個人の直接の関心の周辺の領域まで対象を広げ、他の博物館ブログとの連携を図る行動を展開する市民が出現すれば、ネットワーク全体の活動も一般市民に与える効果も増大するであろう。そして、これまでの発展の歴史を振り返れば、このネットワークは自律的にそのような発展をしていくことも考えられるが、発展を促す活動も加わればより確実なものとなると考える。

### 5.3 今後の研究

前項では、博物館と市民とのネットワークをより強化するための案を提示した。提案したのは、公的機関による中央集権化した統制ではなく、市民の自律的な活動の集積による公共圏に新たな役割をもった要素を加える方法である。

今後は、市民の自律的な活動がどのように発展していくかを観察することと、仮説として立てた方向に向かう発展を推進することの両者を進めていきたい。

博物館という社会システムは、今後さらに教育・文化・経済等の様々な面で市民に対して貢献しなければならない。同時に、その活動が関心を持つより多くの市民に支援されるようになる必要もある。両者が並行して推進されることにより、自律的に維持・発展するシステムへと昇華していくことになる。もし博物館が市民の支援を得ることによって発展することに成功すれば、博物館以外で文化・教育を主題とする非営利の社会システムである公民館、図書館、アーカイブ、大学等でも応用が可能である。さらに、個別の施設、特定の種類の施設群にとどまらず、異種施設間の連携・協力へと展開・応用できる可能性もあるだろう。

しかし、各施設の現状の実装を前提に考えることは大きな制約である。推進の過程では、第二次世界大戦後現在に至るまで文化・教育を担う社会システムを規定してきた社会教育・学校教育・文化財保護等のシステムアーキテクチャーの見直しが必要になる可能性がある。公民館・図書館、アーカイブ、大学等を含む広い範囲に視野を広げ、同時にそれらのシステムの現状の実装にとらわれることなく、次の時代の社会を支えるシステムアーキテクチャーを確立することが求められている。

著者は、次世代のアーキテクチャーでは、市民の学習の体験（コンテキスト）を核にすべきだと考える（図 5-4）。物理的な施設・資料等の知の要素のネットワークと市民との間のインターフェースを、コンテキストによって再構成するということである。コンテキス

トは、双方向的であり、時間概念を含む。本研究でも扱ったコンテキストの知見を深めることは、次のシステムアーキテクチャーを築くために過渡的に必要だと考える。

これらの社会システムの発展と次世代システムアーキテクチャーの構築に微力ながら貢献したい。

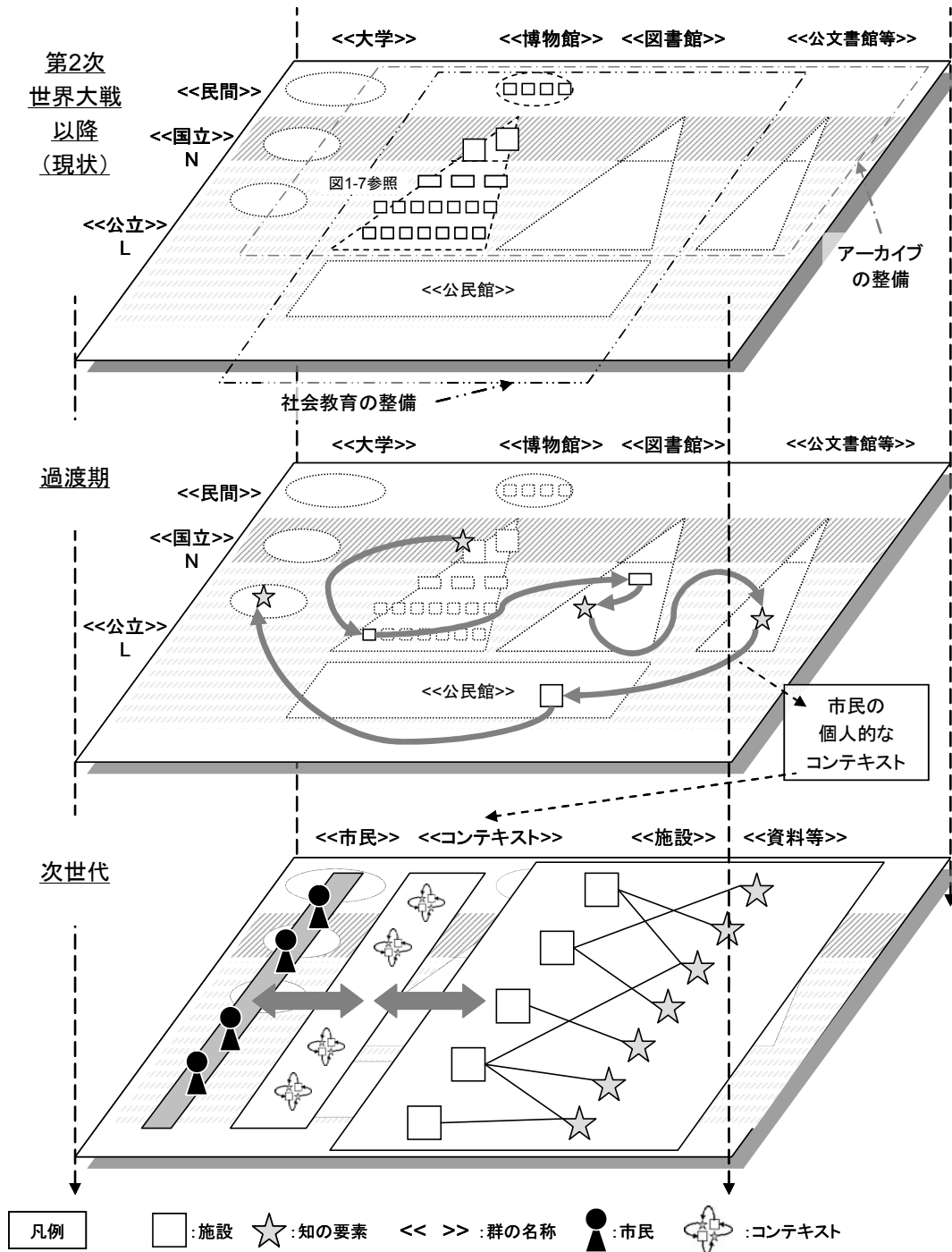


図5-4 日本の文化・教育システムの未来像

## 【謝辞】

博物館というテーマに関して研究初期の段階では著者の知識・経験は十分ではなかった。大学、学会では数多くの方々にご示唆・ご教授いただいた。中でも、慶應義塾大学の前田富士男名誉教授、日比谷孟俊教授、国立科学博物館の小川義和氏、(財)科学博物館後援会の高安礼士氏、常磐大学の水嶋英治教授、国立科学博物館の亀井修氏、科学技術館の田代英俊氏、(株)文化環境研究所 高橋信裕所長には様々なご教示・ご示唆をいただいた。

また、全国の博物館で職員やボランティアの方々には、様々な場で、多様なご意見をうかがう機会をいただいた。訪問した博物館については論文の末尾に一覧を掲げた。

第3章の研究では、博物館の名称データの使用について「インターネットミュージアム」を運営する丹青グループに快諾いただいた。ブログのデータからのデータ抽出・データの突き合わせ作業と博物館ブロガーへの個別のインタビューには、「blogram」を運営する株式会社きざしカンパニーの稲垣陽一氏・田中昇太郎氏・堀江真理子氏にご協力いただいた。

第2章、第4章の研究では、慶應義塾創立150年事業室の岩田光晴室長と室員の皆様に、福澤諭吉関連の展覧会の運営に参加する機会をいただくとともに実際の運営で協力していただいた。また、100名を超える福澤展応援団員の皆様との連絡等は、慶應義塾の大学院生 谷美里氏の助力を仰いだ。

本研究の一部は文部科学省グローバル COE プログラム「環境共生・安全システムデザイン」の先導拠点」で行った。

最後に、研究の全てにわたって慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科の西村秀和教授にご指導いただいた。

ここに謝意を示す。



## 参考文献

章毎に、著者名のアイウエオ順、アルファベット順で並べる。

### 第1章

新井重三 1995 『実践 エコミュージアム入門—21世紀のまちおこし』 牧野出版

伊藤寿朗 1993 『市民のなかの博物館』 吉川弘文館 pp.141-147.

上山信一 2002 「ミュージアムの経営改革を成功させるために」 『入門 ミュージアムの評価と改善 —行政評価や来館者調査を戦略的に活かす—』(編者 村井良子、東京都江戸東京博物館「博物館における評価と改善スキルアップ講座」実行委員会) アム・プロモーション p.43

遠藤薫 1998 「仮想性への投企」 社会学評論 第48巻4号 pp50~64.

大木真徳 2009 「博物館運営におけるボランティア受け入れの意義と課題」 日本ミュージアム・マネジメント学会 研究紀要 第13号 pp.3-5.

大堀哲, 端信行, 小林達雄, 諸岡博熊 (編集) 1996 『ミュージアム・マネージメント—博物館運営の方法と実践』 東京堂出版

博物館におけるウェブページを利用した教育活動の現状

奥本素子, 加藤浩 2008 「博物館におけるウェブページを利用した教育活動の現状」 メディア教育研究 第5巻 第2号 pp.145-151.

佐々木秀彦 2002 「博物館評価をめぐる状況」 『入門 ミュージアムの評価と改善 —行政評価や来館者調査を戦略的に活かす—』(編者 村井良子、東京都江戸東京博物館「博物館における評価と改善スキルアップ講座」実行委員会) アム・プロモーション p.9

社会教育計画研究会 2008 『社会教育施設におけるボランティア活動の現状—調査報告2006—』

高橋雄造 2008 『博物館の歴史』 法政大学出版局

高安礼士 2005 「「創発型」マネジメントの提案—ミュージアムの数理論の確立に向けて—」 日本ミュージアム・マネジメント学会 研究紀要 第9号 p.2.

東京大学大学院情報学環編 2006 『日本人の情報行動2005』 東京大学出版会 pp.129-131.

内閣府 2003 (調査年) 「世論調査報告書 平成15年11月調査 文化に対する世論調

- 査」(内閣府大臣官房政府広報室世論調査担当)
- <http://www8.cao.go.jp/survey/h15/h15-bunka/index.html> (2010年11月参照)
- 内閣府 2009(調査年) 「世論調査報告書 平成21年11月調査 文化に対する世論調査」(内閣府大臣官房政府広報室世論調査担当)
- <http://www8.cao.go.jp/survey/h21/h21-bunka/index.html> (2010年11月参照)
- 日本学術会議 2007 「声明 博物館の危機をのりこえるために」
- 布谷知夫 2005 『博物館の理念と運営 利用者主体の博物館学』 雄山閣 p.63.
- 千川剛史 1994 「自律的公共性への構造転換に向けてー市民社会の基盤としてのメディア・ネットワーキングの可能性」 社会学評論 第45巻3号 pp.18~31.
- 村井良子 2002 「博物館が評価する ー評価の枠組みと導入の留意点ー」 『入門ミュージアムの評価と改善 ー行政評価や来館者調査を戦略的に活かすー』(編者 村井良子、東京都江戸東京博物館「博物館における評価と改善スキルアップ講座」実行委員会) アム・プロモーション pp.155-161.
- 森美樹, 小川義和, 土屋順子, 鈴木和博 「ミュージアムの潜在的利用者を含めたマーケティング調査の方法論に関する研究」 日本ミュージアム・マネジメント学会 研究紀要 第9号 pp.77-87.
- 文部科学省 2006a 「独立行政法人国立科学博物館中期計画(平成18年4月1日)」
- 文部科学省 2006b 「独立行政法人国立美術館の中期目標(平成18年4月1日)」
- 文部科学省 2007 「独立行政法人国立文化財機構の中期目標(平成19年4月1日)」
- 文部科学省 2009 「平成20年度社会教育調査」(文部科学省生涯学習政策局調査企画課)
- [http://www.mext.go.jp/b\\_menu/toukei/chousa02/shakai/kekka/k\\_detail/1286560.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/chousa02/shakai/kekka/k_detail/1286560.htm)  
(2010年11月参照)
- 文部科学省中央教育審議会生涯学習分科会 2003 「生涯学習分科会(第27回) 議事要旨」 [http://www.mext.go.jp/b\\_menu/shingi/chukyo/chukyo2/siryou/03120801.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo2/siryou/03120801.htm)  
(2011年1月参照)
- 文部科学省中央教育審議会生涯学習分科会 2007 「新しい時代を切り拓く生涯学習の振興方策について」(中間報告)
- [http://www.mext.go.jp/b\\_menu/shingi/chukyo/chukyo0/toushin/07020806.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo0/toushin/07020806.htm) (2011年1月参照)
- 吉田純 1997 「公共圏としてのインターネットー<仮想社会>と<現実社会>の相互浸

- 透をめぐって」 社会情報学研究 第1号 pp127～137.
- Baudrillard, J. 1970 *La Société Consommation : ses mythes, ses structures*, Denoël  
 (邦訳 ジャン・ボードリヤール 1995, 『消費社会の神話と構造 <普及版>』, 今村  
 仁司、塚原史 訳, p.137, 紀伊國屋書店)
- Harbermas, J. 1962 *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, Suhrkamp  
 (邦訳 ハーバーマス, J., 1994, 『公共性の構造転換』第二版, 細谷貞雄・山田正行  
 訳, 未来社)
- Hein, G.E. 1998 *Learning in the Museum*, Routledge  
 (邦訳 ハイン, G.E. 2006, 『博物館で学ぶ』, 鷹野光行監訳, 同成社)
- ICOM 1946-2001 *Development of the Museum Definition according to ICOM  
 Statutes (1946-2001)*, [http://www.museum.or.jp/icom-J/hist\\_def\\_eng.html](http://www.museum.or.jp/icom-J/hist_def_eng.html)
- Kotler, N.G. and Kotler, P. 1998 *Museum Strategy and Marketing : Designing  
 Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources*, Jossey-Bass  
 (邦訳 コトラー, P., コトラー, N. 2006, 『ミュージアム・マーケティング』, 井  
 関利明・石田和晴訳, 第一法規)
- Marty, P.F. 2000 *On-line exhibit design: The sociotechnological impact of building a  
 museum over the World Wide Web*, *Journal of the American Society for Information  
 Science* Vol.51, Issue 1, pp.24–32.
- Mitroff, D. 2007 *Do You Know Who Your Users Are? The Role Of Research In  
 Redesigning sfmoma.org*, *Museum and the Web 2007*,  
<http://www.archimuse.com/mw2007/papers/mitroff/mitroff.html> (2011年1月27日参  
 照)
- Small, H. 1973 *Co-citation in the scientific literature: A new measure of the  
 relationship between two documents*, *Journal of the American Society for  
 Information Science* Vol.24, Issue 4, pp.265–269.
- Srinivasan, R., Boast, R., Becvar, K.M. and Furner, J. 2009 *Blobjects: Digital  
 museum catalogs and diverse user communities*, *Journal of the American Society for  
 Information Science and Technology* Vol.60, Issue 4, pp.666–678.
- White, H.D. and Griffith, B.C. 1981 *Author Cocitation: A Literature Measure of  
 Intellectual Structure*, *Journal of the American Society for Information Science*

Vol.32, No.3, pp.163-172.

White, H.D., Wellman, B. and Nazer, N. 2004 Does Citation Reflect Social Structure? Longitudinal Evidence from the 'Globenet' Interdisciplinary Research Group, Journal of the American Society for Information Science Vol.55 No.2, pp.111-126.

## 第2章

井戸幸一・柴正博 2002 「インターネットをめぐる学芸員と博物館の動き」 博物館研究 37(1) pp.18-22. 日本博物館協会

上山信一・稲葉郁子 2003 『ミュージアムが都市を再生する 経営と評価の実践』 日本経済新聞社

宇仁義和 2001 「地方博物館のホームページ展開戦略」 日本博物館協会 博物館研究 36(2) pp.24-29.

柴正博・石橋忠信 1999 「博物館にホームページを！ー博物館ホームページ推進研究フォーラムの目的と活動ー」 日本博物館協会 博物館研究 34(6) pp.5-9.

総務省 2007 「平成18年社会生活基本調査」

<http://www.stat.go.jp/data/shakai/2006/index.htm> (2009年6月検索)

戸田孝 2001 「博物館のインターネット発信における「情報の格差」」 日本博物館協会 博物館研究 36(3) pp.30-33.

戸田孝 2002 「インターネット上の博物館情報の安定性」 日本博物館協会 博物館研究 37(11) pp.7-11.

水嶋英治 2001 「第19回イコムスペインバルセロナ大会(3)インターネット時代の博物館情報: ドット.ミュージアム」 日本博物館協会 博物館研究 36(12) pp.45-47.

蓑豊 2007 『超・美術館革命ー金沢21世紀美術館の挑戦』 角川書店

文部科学省 2006 「平成17年度社会教育調査」(文部科学省生涯学習政策局調査企画課)

[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/toukei/chousa02/shakai/kekka/k\\_detail/1278584.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/chousa02/shakai/kekka/k_detail/1278584.htm)

(2010年11月参照)

財団法人インターネット協会監修 2009 「個人世帯利用動向」 『インターネット白書 2009』 インプレス R&D 社 pp.171-232

### 第3章

- 伊藤大介 2007 「テキストマイニング手法を用いて分析した美術館来館者の生活における美術館の存在意義--静岡県立美術館来館者アンケートを事例として」 文化経済学 第5巻第3号 pp.101-110.
- 奥村真名美・伊澤朋美 2009 「栃木県立博物館体験学習コーナーにおける来館者調査」 栃木県立博物館研究紀要, 自然 (26) pp.38-44.
- 外務省 2010 「海外在留邦人数調査統計 平成22年速報版」(平成21年10月1日現在) <http://www.mofa.go.jp/mofaj/toko/tokei/hojin/10/pdfs/1.pdf>
- 川嶋-ベルトラン 敦子 1999 「来館者研究の歴史的諸相」 展示学 27号 pp.16-22.
- 小泉成史 2002 『おススメ博物館』 文藝春秋 p.211.
- 講談社 1979 『世界の博物館』
- 講談社 2008-2010 「週刊 世界の美術館」全80巻  
<http://shop.kodansha.jp/bc/bijyutsu/>
- 風間一洋、原田昌紀、佐藤進也、福田健介、川上浩司、片井修 2004 「人名を用いたWeb空間のコミュニティの解析」 情報処理学会研究報告. ICS, [知能と複雑系] 2004 (85) pp.131~138.
- 國領二郎、野原佐和子 2003 「電子多対多メディアによるコミュニケーションに黙って参加している人たち (ROM) の情報行動」 経営情報学会誌 Vol.12 No.2 pp.37-46.
- 佐藤進也、福田健介、栗原聡、廣津登志夫、菅原俊治 2008 「共起の文脈としてのブロガー利用の試み」 電子情報通信学会技術研究報告 107 (428) pp.61~65.
- 財団法人インターネット協会・監修 2004~2009 『インターネット白書』
- 重盛恭一 2000 「第8章 日本における来館者研究、博物館評価 文献リスト (ワークショップ&シンポジウム 博物館を評価する視点)」 琵琶湖博物館研究調査報告 (17) pp.150-172
- 千秋利弘 2007 「福井県立恐竜博物館ウェブサイト閲覧状況と来館者数との関連性」 『福井県立恐竜博物館紀要』 (6) pp.63-68. 福井県立恐竜博物館
- 総務省 2005 「ブログ・SNSの現状分析及び将来予測」  
[http://warp.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/258151/www.soumu.go.jp/s-news/2005/050517\\_3.html](http://warp.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/258151/www.soumu.go.jp/s-news/2005/050517_3.html) (2010年10月28日参照)
- 総務省 2006 「平成17年国勢調査 第1次基本集計結果」

- <http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2005/kihon1/00/mokuji.htm> (2010年11月8日参照)
- 総務省 2008 「ブログの実態に関する調査研究の結果」  
<http://www.soumu.go.jp/iicp/chousakenkyu/data/research/survey/telecom/2008/2008-1-02-2.pdf> (2010年10月29日参照)
- 総務省 2010 「統計でみる都道府県のすがた 2010」  
<http://www.stat.go.jp/data/ssds/5a.htm> (2010年11月20日参照)
- 高木允、森康真、田村慶一、北上始 2008 「ブログユーザ空間からの重複を許した頻出コミュニティ抽出法」 情報処理学会論文誌. 数理モデル化と応用 Vol.49 SIG\_4 (TOM\_20) pp.93~104.
- 田村直樹 2006 「インターネットマーケティングの基礎と現状 (<特集>インターネット・マーケティング)」 オペレーションズ・リサーチ : 経営の科学 51 (12) pp.723-728.
- 東京国立博物館編 1973 『東京国立博物館百年史』 pp.751-753
- 内閣府 2003 (調査年) 「世論調査報告書 平成15年11月調査 文化に対する世論調査」 (内閣府大臣官房政府広報室世論調査担当)
- 服部桂 2006 「市民参加で広がるメディア環境—ネットの新潮流とジャーナリズムの未来 (ブログが生み出す言論空間)」 新聞研究 No.654 pp.30-33.
- 本間浩一 2009 「公立博物館のウェブサイトの現状と課題 —一般市民からの視点による分析と、価値向上のための施策の提案—」 博物館学雑誌 35 (1) pp.1~23.
- 本間浩一 2010 「市民が博物館を支援するプログラムの試み —2009年 福澤諭吉関連の展覧会の事例—」 日本ミュージアム・マネジメント学会研究紀要 第14号 pp.57~67.
- 松尾豊、友部博教、橋田浩一、中島秀之、石塚満 2005 「Web情報から人間関係ネットワークの抽出」 人工知能学会論文誌 20巻1号 pp.46~56.
- 村田剛志 2001 「参照の共起性に基づく Web コミュニティの発見」 人工知能学会論文誌 16巻3号 pp.316~323.
- 山下雅之 1997 「美術館の観衆調査」 博物館研究 32(2) ,pp.3-9.
- 吉田純 2000 『インターネット空間の社会学：情報ネットワーク社会と公共圏』 世界思想社 pp.154~156.

和田岳 2005 「博物館における市民を巻き込んだ調査研究：大阪市立自然史博物館の事例（<特集 2>博物館の生態学・市民と生態学者をいかにつなげるか）」 日本生態学会誌 55（3） pp.466-473.

渡辺朗子 2009 「博物館の展示の満足度を探る－九州国立博物館文化交流展示の場合－」 東風西声 九州国立博物館紀要 第5号 pp.65-76

Albert, P., Jeong, H. and Barabási, A-L. 1999 Diameter of the World-Wide Web, Nature 401, pp.130-131.

wikipedia 2010 「博物館／世界の著名な博物館」

<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E5%8D%9A%E7%89%A9%E9%A4%A8>（2010年10月17日検索）

#### 第4章

金子郁容 1992 『ボランティア もうひとつの情報社会』 岩波書店 p.7.

金子郁容、松岡正剛、下河辺淳 1998 『ボランティア経済の誕生』 実業之日本社

社会教育計画研究会 2008 『社会教育施設におけるボランティア活動の現状－調査報告2006－』

総務省 2007 「平成18年社会生活基本調査」

<http://www.stat.go.jp/data/shakai/2006/index.htm>（2009年6月検索）

内閣府 2003（調査年） 「世論調査報告書 平成15年11月調査 文化に対する世論調査」（内閣府大臣官房政府広報室世論調査担当）

#### 第5章

なし

## 成果リスト

### 査読付論文

<掲載済み>

本間浩一 「公立博物館のウェブサイトの現状と課題 ― 一般市民からの視点による分析と、価値向上のための施策の提案 ―」, 『博物館学雑誌』(全日本博物館学会) 第 35 巻 第 1 号, pp.1-23 (巻頭論文), 2009/12

本間浩一 「市民が博物館を支援するプログラムの試み ―2009 年福澤諭吉関連の展覧会の事例―」, 『日本ミュージアム・マネジメント学会 研究紀要』 第 14 号, pp.57-67, 2010/3

<投稿済み・査読中>

本間浩一、西村秀和 「市民のブログが社会貢献に発展する可能性について ―博物館の事例をもとに―」, 『日本社会情報学会学会誌』, 2010/10/29 投稿

本間浩一、西村秀和 「博物館に関心を持つ市民に関する調査手法の提案 ―ブログの解析―」, 『日本ミュージアム・マネジメント学会 研究紀要』 第 15 号, 2011/3, 2010/11/30 投稿

### 研究ノート

<掲載済み>

本間浩一、西村秀和 「博物館ブロガーの出現と記述対象となる博物館の種類分析」, 『博物館学雑誌』(全日本博物館学会) 第 36 巻 第 1 号, 2010/12

### 要請に基づく研究発表・講演

「提言： 博物館と市民の間のパス ―他の教育機関との比較―」(研究発表)

『日本ミュージアム・マネジメント学会 基礎研究部会第 3 回研究会』

日時 平成 22 年 2 月 13 日(土) 13:30~16:50

場所 東京都美術館 文化棟 1 階会議室(定員 25 名)

テーマ 「博物館側から見たミュージアム・リテラシー」

依頼者 学会理事、国立科学博物館 事業推進部 学習企画・調整課長 小川義和氏



「博物館でできること」(講演)

『教員のためのミュージアムリテラシー・セミナー』

主催：財団法人全国科学博物館振興財団

共催：日本科学技術振興財団

日時：2010年10月3日(日) 10:00~16:30

場所：科学技術館(東京都千代田区北の丸公園2-1)(定員40名)

参加対象：幼稚園・保育園・小中高等学校の教員、指導主事、博物館職員、サイエンスコミュニケーター等

依頼者：日本ミュージアム・マネジメント学会副会長、(財)科学博物館後援会 公益事業課長 高安礼士氏

#### 博物館関連専門雑誌 記事執筆

<掲載済み>

「市民がネットで展覧会の広報を支援するー200年 福澤諭吉関連の展覧会の事例紹介ー」

誌名：『ミュゼ』94号, pp.22-23.

依頼者：株式会社アム・プロモーション ミュゼ編集長 山下治子氏(日本ミュージアム・マネジメント学会 理事)

#### 要請に基づく国際会議参加

国際博物館会議(ICOM: International Council Of Museums)

ICOM2010, 22<sup>nd</sup> General Conference & 25<sup>th</sup> General Assembly

日時 2010/11/7-2010/11/12

場所：中国・上海

依頼者：日本ミュージアム・マネジメント学会副会長、(株)文化環境研究所 所長 高橋信裕氏

※ 注 ICOMはUNESCOと公式な協力関係を結んでいる非政府団体(NGO)で、国連の経済社会委員会の顧問としての役割を果たしています。

#### 学会発表

「展覧会への興味喚起と 支援パワー引き出しの取り組みー「未来をひらく福澤諭吉展」(企画展)でのインターネットを使った試行の報告ー」, 日本ミュージアム・マネジメント学会 第14回大会, 2009/6/7, 於 東京家政学院

「インターネットにおける 博物館に関する市民のコメント調査」, 日本ミュージアム・マネジメント学会 第 15 回大会, 2010/6/6, 於 国立科学博物館

「市民が用いる博物館名称に関する調査報告と提言」, 全日本博物館学会 第 36 回研究大会, 2010/6/13, 於 明治大学

「市民のブログが社会貢献に 発展する可能性について -博物館の事例をもとに-」, 日本社会情報学会(JASI&JSIS)合同研究発表大会, 2010/9/5, 於 長崎県立大学シーボルト校

### 業務上の成果

<慶應義塾 創立 150 年記念事業室 プロジェクト・ディレクターとして>  
ウェブ等インターネットを用いた企画の立案・設計・制作・運営を担当。2005～2009 年。  
展覧会「未来をひらく福澤諭吉展」(東京・福岡・大阪, 2009 年 1 月～9 月)

2009/1/10-3/8, 東京国立博物館 表慶館

2009/5/2-6/4, 福岡市美術館

2009/8/4-9/6, 大阪市立美術館

特別展「福澤諭吉と神奈川」(神奈川開催)

2009/8/22-9/23, 神奈川県立歴史博物館

※ 上記、4 展の合計入場者数は約 14 万人。

特別展「夢と追憶の江戸 -高橋誠一郎浮世絵コレクション名品展-」

2009/9/19-11/23, 三井記念美術館

### 研究からの派生

<ウェブを使った実験サービスの立案・設計・制作・運営>

「博物館心 ミュージアム・マインド」[http:// www.museummind.com](http://www.museummind.com)

博物館・展覧会の評価等を市民が共有するサービスのプロトタイプ。

2009 年 6 月にサービス開始、現在運営中。

現時点で、博物館 222 館の情報を収集中。

### 博物館関連の専門プログラムへの参加

国立科学博物館 サイエンスコミュニケーター養成実践講座 SC1 修了

期間： 2010 年 7 月 20 日～8 月 30 日、36 コマ程度 (1 コマ 90 分・4 単位相当)

参加者： 理科系の修士・博士課程大学院生 約 20 名

最終試験は、営業中の館内での一般来館者向けのプレゼンテーション

※ 来年度、SC2 を受講し、サイエンスコミュニケーター認定証を取得予定。

<SDM 入学以前>

早稲田大学文学部 学芸員資格課程夏季集中講座 必要単位取得

期間： 2007 年 7 月 30 日～9 月 7 日、111 コマ (1 コマ 90 分・12 単位)

## 研究に関連して訪問した博物館の一覧

本研究に関連して訪問した博物館の一覧を示す。

### 国内

国内に関しては、2005 年以降、本研究の準備のために訪問した博物館を都道府県別に名称のアイウエオ順で一覧化した。

都道府県	博物館名称	訪問時期	一般観覧以外の特記事項
北海道	五稜郭	2005年2月	
	青函連絡船記念館摩周丸	2005年2月	
青森県	青森県立郷土館	2010年8月	
	立佞武多の館	2010年8月	
	弘前城	2010年8月	
茨城県	茨城県立歴史館	2008年12月	
	水戸芸術館	2008年12月	学芸員、ボランティアインタビュー
	水戸市立博物館	2008年12月	
群馬県	群馬県立歴史博物館	2009年2月	
	群馬県立近代美術館	2009年2月	
埼玉県	埼玉県立近代美術館	2010年4月	
	鉄道博物館	2009年10月	雑誌記事取材
	戸田市立郷土博物館	2010年11月	
	飯能市郷土館	2009年3月	地元の商工会議所等の会議
千葉県	千葉市科学館/Qiball(きぼーる)	2010月3月	
	千葉市中央博物館	2010月3月	教育普及活動の見学 職員・ボランティアからヒアリング
	千葉市立郷土博物館	2010月3月	
東京都	江戸東京博物館	2008年11月	
	科学技術館	2010年10月	研究会参加
	旧岩崎邸庭園	2007年1月	
	国立科学博物館	複数回	サイエンスコミュニケーター養成実践講座、他
	国立新美術館	複数回	研究会参加
	国立近代美術館	2009年10月	研究会参加
	白根記念渋谷区郷土博物館・文学館	2010年11月	
	先端技術館@TEPIA	2010年1月	
	タイムドーム明石(中央区郷土天文館)	2009年10月	
	たばこと塩の博物館	2450年1月	
	東京国立博物館	複数回	研究会参加
	東京国立博物館 表慶館	2009年1月	業務「福澤諭吉展」開催
	東京大学総合研究博物館	2007年10月	
	東京電力 電力館	2009年12月	
	東京都立美術館	複数回	研究会参加
	日本サッカーミュージアム	2010年2月	
	ハウス・オブ・シセイドウ	2010年1月	研究会参加
	平木浮世絵美術館	2009年11月	
	三井記念美術館	2009年11月	業務「高橋コレクション(浮世絵)」開催
	明治大学博物館	2009年10月	
	野球体育博物館	2009年12月	
	山種美術館	2009年	
	早稲田大学會津八一記念博物館	2007年8月	学芸員資格単位取得 実習

(国内 続き)

都道府県	博物館名称	訪問時期	一般観覧以外の特記事項
神奈川県	川崎市民ミュージアム	2009年6月	業務「福澤諭吉展」開催
	神奈川県立歴史博物館	複数回	
	日本郵船歴史博物館	2009年7月	
新潟県	横浜開港資料館	2009年7月	学芸員宛訪問
	横浜市開港記念会館	2009年7月	
	新潟県立歴史博物館	2009年9月	
長野県	新潟市歴史博物館	2009年9月	学芸員ヒアリング
	志賀高原ロマン美術館	2008年11月	
岐阜県	民俗資料館 豪雪の館	2008年11月	研究会参加
	大垣市子どもサイエンスプラザ	2007年3月	
静岡県	登呂博物館	2011年1月	研究会参加
	芹沢銈介美術館	2011年1月	
大阪府	静岡科学館 る・く・る	2011年1月	業務「福澤諭吉展」開催
	静岡市美術館	2011年1月	
	大阪市立科学館	2009年6月	
	大阪市立美術館	2009年6月	
	大阪歴史博物館	2009年6月	
	住まいのミュージアム・大阪くらしの今昔館	2009年6月	
兵庫県	適塾	複数回	業務「福澤諭吉展」開催
	なにわと海の歴史館	2009年6月	
	宝塚市立手塚治虫記念館	2009年6月	
奈良県	UCCコーヒー博物館	2009年6月	室長宛訪問
	奈良国立博物館	2008年2月	
福岡県	九州国立博物館	複数回	業務「福澤諭吉展」開催
	九州産業大学美術館	2010年7月	
	福岡アジア美術館	2010年7月	
	福岡市美術館	2009年5月	
	福岡市立博物館	複数回	
長崎県	福岡市立博物館	複数回	業務「福澤諭吉展」開催
	亀山社中記念館	2010年9月	
	グラバー園	2010年9月	
	シーボルト記念館	2010年9月	
	出島(出島和蘭商館跡)	2010年9月	
大分県	長崎歴史文化博物館	2010年9月	業務「福澤諭吉展」開催
	福澤旧邸・福澤記念館	2006年6月	
沖縄県	中津城	2006年6月	業務「福澤諭吉展」開催
	沖縄美ら海水族館	2007年8月	

## 海外

海外に関しては、本研究を執筆する際に参考にした過去の訪問歴のうち、時期が特定できるものを、国・地域の名称と博物館名称（日本語表記）のアイウエオ順で一覧化した。

国・地域		博物館名称	訪問時期
イギリス	ロンドン	大英博物館	1999年7月
		ヴァチカン美術館	1994年7月
ヴァチカン	カイロ近辺	エジプト考古学博物館	2008年12月
		太陽の船博物館、ギザのピラミッド	2008年12月
エジプト	ルクソール	王家の谷	2008年12月
		ルクソール博物館	2008年12月
合衆国	アブシンベル	アブシンベル宮殿	2008年12月
		ニューヨーク	アメリカ自然史博物館
	ニューヨーク	ニューヨーク近代美術館(MOMA)	2005年
		メトロポリタン美術館	複数回
	ワシントン	スミソニアン博物館	2003年9月
		ホロコースト記念博物館	2003年9月
	ボストン	ボストン美術館	複数回
		カルフォルニア	スタンフォード大学 カンター美術館
	サンフランシスコ	サンフランシスコ植物園	複数回
		ベイ水族館(Aquarium of the Bay)	2000年12月
カンボジア	シュムリアップ	アンコール国立博物館	2009年12月
スペイン	マドリッド	国立ソフィア王妃芸術センター	1994年7月
タイ	バンコック	ウィマーンメーク宮殿と付属博物館	2009年12月
台湾	台北	故宮博物院	1997年12月
中国	北京	故宮博物院	2010年5月
		上海	上海博物館
ニュージーランド	オークランド	オークランド戦争記念博物館	2010年12月
マレーシア	クライストチャーチ	カンタベリー博物館	2010年12月
	クアラルンプール	国立歴史博物館	2004年12月
	マラッカ	マラッカ文化博物館	2004年12月