

(対象事業：地域連携強化事業 地域文化資源整備活用事業 ミュージアム支援地域人材育成事業
・国際交流拠点形成事業)

事業名： “青梅ミュージアムロード” 整備推進事業
(「青梅で日本に出会おう」運動)

事業者名： 青梅ミュージアム協議会
(中核館： 吉川英治記念館)

住所： 東京都青梅市柚木町 1-101-1

TEL： 0428-76-1575

FAX： 0428-76-1936

HPアドレス： <http://www.kodansha.co.jp/yoshikawa>



吉川英治記念館

連携事業者名： 玉堂美術館・たましん御岳美術館・
櫛かんざし美術館・青梅きもの博物館
(以上、青梅ミュージアム協議会加盟館)

会場： 青梅市内梅郷・御岳地区

事業期間： 平成21年7月1日 ～ 平成22年3月15日

1. 館の使命と本事業の関係

青梅ミュージアム協議会は青梅市内の多摩川上流域に点在する玉堂美術館、吉川英治記念館、青梅きもの博物館、たましん御岳美術館、櫛かんざし美術館（設立順）の5館により、相互交流と地域に即した活動展開を目指して、平成12年に設立された。

これらの5館は、それぞれジャンルも特徴も異なる博物館施設であるが、青梅市のみならず日本を代表する文人であり、ともに文化勲章受章者でもある川合玉堂と吉川英治を核に、日本の美術（玉堂美術館・御岳美術館）、文学（吉川英治記念館）、伝統工芸（櫛かんざし美術館・青梅きもの博物館）という《日本の美と心》を凝縮したミュージアムであるという共通点がある。

本事業は、加盟5館がジャンルを超えて連携し、それぞれの有する文化的遺産に、青梅の豊かな自然の景観美を加えた《美しき日本》を広く世に伝えることを目指すものである。

2. 企画内容

①事業目的

繰り返しとなるが、本事業は、加盟5館がジャンルを超えて連携し、それぞれの有する文化的遺産に、青梅の豊かな自然の景観美を加えた《美しき日本》を広く世に伝えることを目指すものである。

②事業概要

①の目的の達成のため、その第一歩として青梅市内の多摩川上流域を“青梅ミュージアムロード”と名付け、多様な文化的遺産と自然美が存在することを広く伝えるべく、その手段として“スタンプハイク”を実施する（実施日：2009年12月12・13日／2010年2月6・7日の計4日）。

また、次世代に《美しき日本》を受け継ぐため、青梅市内の学校施設に児童・生徒を対象にした無料パンフレット＝“青梅ミュージアムロード”子供パスポートを配布する。

3. 事業実績

(1) 事業の主な内容及び日程

(A) “青梅ミュージアムロード” めぐりスタンプハイク

開催日：平成 21 年 12 月 13・14 日および平成 22 年 2 月 6・7 日（合計 4 日間）

概要：

12 月実施分は、ＪＲ御岳駅前で受付けて、御岳美術館→玉堂美術館→櫛かんざし美術館→吉川英治記念館→青梅きもの博物館を巡り歩く。2 月実施分は、ＪＲ日向和田駅近くで受付けて、青梅きもの博物館→吉川英治記念館→櫛かんざし美術館→玉堂美術館→御岳美術館を巡り歩く。

受付で大人 1,500 円、小人 1,000 円を参加費として徴収し、大人の参加者には各館の資料とガイドマップを入館証代わりの簡易バッグに特別パッケージしたものを配布。なお、この簡易バッグは青梅の町がかつて繊維産業によって栄えたという歴史を知ってもらう教材とするため青梅に起源を持つ繊維メーカー・ホットマンに発注する。小人の参加者にはスタンプハイク用ガイドマップとバッジ型入館証を配布（大人は中学生以上、小人は小学生）。5 館でパッケージまたはバッジ型入館証を提示すれば、入館はフリーパスとする。

補助のために 5 館の間にマイクロバスを巡回させる。

1 日で回ることを前提にして、午前 9 時から正午まで受付。ただし、12 月・2 月とも、フリーパスの有効期限は実施する 2 日間とする（1 日で回りきれない場合に宿泊による周辺への観光振興を期待しての措置）。

参加申し込みは、事前にハガキかファックスで行い、参加者は当日、参加費と交換で資料類を受け取る。申し込み窓口は吉川英治記念館。なお、5 館の窓口での申し込みも受け付ける。

参加者見込みは 1 日 200 人とする。申し込みがこれを超えた場合は、当日の不参加を見越して 300 人までは受け付ける。

(B) “青梅ミュージアムロード” 子供パスポート

配布時期と有効期限：平成 21 年 11 月に配布、期限は平成 22 年 3 月 15 日まで。

概要：

青梅市内の小中高校に子供用ガイドマップ＝“青梅ミュージアムロード”子供パスポートを配布する。

“青梅ミュージアムロード”子供パスポートを持参した児童・生徒は、それを提示すれば 5 館を無料で見学できる。

児童・生徒を引率して来館した保護者は、“青梅ミュージアムロード”子供パスポート 1 部につき 1 人まで入館無料とする。

“青梅ミュージアムロード”子供パスポートにはスタンプハイクの押印欄を設け、子供たちにスタンプハイクを行わせる（遊戯性を持たせることにより関心を促す）。

(2) 参加者の数

(A) “青梅ミュージアムロード” めぐりスタンプハイク

参加者人数 延べ 182 人

内 訳：一般 180 人、子供 2 人

(B) “青梅ミュージアムロード” 子供パスポート

参加者人数 延べ 243 人（5 館の数字を合計したもの）

内 訳：玉堂美術館 63 人、御岳美術館 60 人、櫛かんざし美術館 56 人、
吉川英治記念館 47 人、青梅きもの博物館 17 人

(3) 事業により作成した印刷物等

(A) “青梅ミュージアムロード” めぐりスタンプハイク

スタンプハイク用ガイドマップ (1,000 部) / 資料パッケージ用簡易バッグ (800 部) / バッジ型入館証 (200 個) / スタンプハイク用各館スタンプ (15 個) / 広報用ポスター (100 枚) / 広報用チラシ (10,000 部) / 報告書 (B と共通で 43 部)

(B) “青梅ミュージアムロード” 子供パスポート

“青梅ミュージアムロード” 子供パスポート (10,000 部)

(4) 実施事業に関する新聞記事等

(A) “青梅ミュージアムロード” めぐりスタンプハイク

○新聞記事

メディア	日時	内容
Weekly News 西の風	2009 年 11 月 13 日付	実施についての記事掲載
アサヒタウンズ	2009 年 11 月 19 日付	情報を掲載
朝日新聞	2009 年 12 月 8 日付	情報を掲載
よみうりグッデイズ	2010 年 1 月 3 日付	実施についての記事掲載
毎日新聞	2010 年 1 月 3 日付	情報を掲載
アサヒタウンズ	2010 年 1 月 7 日付	情報を掲載
西多摩新聞	2010 年 1 月 15 日付	情報を掲載
Weekly News 西の風	2010 年 2 月 19 日付	2 月実施分のスタンプハイクの状況を現地取材した記事を掲載

○テレビ、関連誌等

メディア	日時	内容
多摩ケーブルネットワーク 「てんこもり情報局西多摩 マルかじり」(CATV)	2009 年 11 月 14 日～20 日 毎日 4 回 (計 28 回) 放送	スタンプハイクの開催について番組内で言及
週刊新潮	2010 年 2 月 4 日号	実施についての記事掲載

(B) “青梅ミュージアムロード” 子供パスポート

マスメディアによる取り扱いは無し。

4. 事業の成果及び今後の課題 (参加者の意見を含む。)

(A) “青梅ミュージアムロード” めぐりスタンプハイク

参加定員を 1 日 200 人 (大人 150 人、小人 50 人)、4 日間で 800 人と設定したが、結果は上記の通り 182 名で設定の 2 割強にとどまった。その原因と考えられるのは主に 2 点である。

・実施日が当該地域の観光のオフシーズンに設定されていた。

当該地域は、春の観梅シーズンである 3 月と、秋の紅葉狩りシーズンの 11 月に観光客が集中する。5 館とも少人数での運営のため、繁忙期には人手を出しにくいという事情から、この 3 月、11 月を避けた日程を立てたが、そのために地域の魅力が乏しい時期に実施することとなり、特に冬場の寒い時期であることも手伝って、参加者が集まらなかったと考えられる。

・広告・宣伝が不十分であった。

今回はＪＲ青梅線と中央線の駅への駅張りポスターを告知活動の主軸とし、マスメディアには広告は出さず、リリースの配布のみにとどめた。

これは、かつて文化庁の過去の助成事業に申込みの問い合わせをした際、宣伝活動的な事業は対象とならない、という返答を受けたため、本事業でも広告・宣伝費は抑えるべきだと判断したことと、協議会として初めて行う大きな事業であったため、リリースを配布すればマスメディアがその新規性に反応してくれるであろうとの希望的観測に基づくものであった。

結果として、その見込みが甘かったと言わざるを得ない。

駅張りポスターでは人を惹きつけることが出来ず、マスメディアは関心は示すものの情報掲載にとどまり、記事として取り上げることはほとんどなかった。

しかしながら、実際に参加して協議会加盟５館を見学した方々からの声は、スタンプハイクの運営上の問題（受付開始時間は早いのに館がまだ開館していない、参加案内のハガキの記述が紛らわしい、など）を除けば、概ね好意的なものであった（直接の聞き取りの他、投書はがきが１枚あった）。

「どの館の展示も素晴らしい」「館の名前は知っていたが、こんな良い施設だとは知らなかった」

「周囲の自然景観も素晴らしい」という声には、各館の職員がそれぞれの館に注いでいる愛情を理解していただけたものと、感動し、自信にもなった。

それだけに、館の存在を広く知らしめ、それを取り巻く青梅の景観や環境とともに、その魅力を知っていただく試みがより一層必要であるとの認識を再確認した。

（Ｂ）“青梅ミュージアムロード” 子供パスポート

青梅市内各学校（小学校 17 校・中学校 11 校・高校 2 校）に 1 万部を配布したにもかかわらず、子供パスポートの利用数が各館 2 桁の数値と少ないことには、明確な原因がある。

事業採択の連絡があった時期が遅く、学校の夏休み前に配布するという当初の計画が実行できなかったためである。

夏休みの自由研究の課題として、保護者とともに個々の児童・生徒が各館を見学して歩く、それによって児童・生徒のみならず、同行する親の世代にも地元の文化的遺産への認識を持ってもらう、ということが想定した利用法であったのだ。

ただし、次善の策として考えていた 9 月の“シルバーウィーク”前の配布に間に合わず、配布時期が最終的に 11 月まで遅れたのは、協議会内の対応の拙さによる。

一方、青梅市立吹上中学校では学校行事にこれを活用して、2 月 9 日に 1 年生の生徒約 40 人がミュージアム巡りを行った。これは想定した利用法とは異なるが、子供たちに博物館体験をしてもらうという意図には合致している。

ただ、これを除けば、問合せ自体が中学校 2 校、小学校 1 校からしかなく、学校そのものからの反応が少なかったことが残念に思われる。とは言え、それも配布時期の遅れが影響しているだろう。

学校経由の配布では、各学校のミュージアムへの考え方によって、事業結果が左右されざるを得ない。単に子供パスポートを送付するだけでなく、こちらから各学校へ直接働きかけるなど、学校との緊密な連携が必要であると痛感した。

“青梅ミュージアムロード”めぐりスタンプハイクも子供パスポートも、継続してこそ効果を生むものと考え、平成 22 年度の支援事業にも申請を行っているが、その継続にあたっての改善すべき問題点を今回明らかにすることが出来たので、これを今後に生かしていきたいと考えている。