

事業名称	ミュージアムと地域を活性化させる魅力発信事業		
実行委員会	ミュージアム活性化実行委員会		
中核館	大阪歴史博物館		
	住所	〒540-0008 大阪市中央区大手前4-1-32	
	TEL	06-6946-5728	FAX 6946-2662
	ホームページ	http://www.mus-his.city.osaka.jp/	
構成団体	大阪市立美術館、大阪市立東洋陶磁美術館、大阪市立自然史博物館、大阪文化財研究所、公益財団法人大阪市博物館協会、大阪中之島美術館準備室、大阪市立科学館、公益財団法人大阪国際交流センター、公益財団法人大阪観光局		
事業開始時点の課題分析	<p>大阪市には、長い歴史を持つ数多くの博物館・美術館等（以下、「ミュージアム」という）がある。これらのミュージアムは、これまでも地域の個人・団体などと連携しながら事業に取り組み、大きな成果を上げてきた。例示すれば、過去に実施した「文化連携事業」では、地域団体や民間団体と協力しながら、ミュージアムを舞台にした演奏会、落語会、雅楽の会、映画上映などを行い、多くの来館者を集めて市民の支持を得た。</p> <p>一方で、大阪市のミュージアムを取り巻く状況は、激しく変化している。大阪府を訪れる外国人観光客が急増し、2017年には1111万人を記録し、急増率は世界一とする調査もある。各ミュージアムにも外国人来館者が多く、中核館である大阪歴史博物館の場合、入館者の概ね40～50%が外国人である。これは東京等の他都市と比べても大きな数値といえる。これについては、平成28・29年度に貴補助事業で「多言語化・国際発信」に取り組み、中核館でのパンフレット、展示、ボランティア活動等の多言語化をはじめ、各ミュージアムで多くの成果を得た。しかし今後、関西で開催されるI COM京都大会、ラグビーワールドカップ、G20サミット、さらには東京オリンピック・パラリンピックや誘致中の大阪万国博覧会などをひかえ、外国人への対策はまだ不十分であると考えている。</p> <p>一方で、外国人来館者への取り組みが強まると、その逆の面として、地域住民に対する生涯教育施設として役割をどう果たすか、学校との連携をどう行うのかなど、「地域」のなかで活動するミュージアムとしての課題が生じる。大阪市では、すでに「大阪市ミュージアムビジョン」を策定し、<都市のコアとしてのミュージアム>というコンセプトのもと、ミュージアムの持つ力を地域の活性化につなげる計画を立てている。これを実現するために、改めてミュージアムが持つ魅力を見直し、地域と結び付けていく取り組みが求められている。</p> <p>また、平成28年には、NHK大河ドラマ「真田丸」の影響で「歴史ブーム」が生じたが、それを一過性のブームに終わらせず、継続的な関心につなげていく必要もある。中核館である大阪歴史博物館では「真田丸」展を開催したが、常設展示として「都市おおさかの歩み」をテーマとしており、市民の歴史への興味を持続的に維持させていく役割を果たせる。</p>		
事業目的	<p>本事業の目的は、ミュージアムの魅力的な活動を通して、地域の活性化、魅力の向上をはかることである。そのために、次のような取り組みを行う。</p> <p>まず、ミュージアムと地域の持つ課題を客観的に把握することが必要である。概略は上記の通りであるが、その詳細となると、外国人観光客の動向と嗜好、地域住民や学校等の置かれた状況と要望など、これまでも一定の調査を行っているものの、さらに綿密にリサーチし、分析して、対策を立案する必要がある。そのための取り組みが重要となってくる。</p> <p>次に、外部の個人・団体・企業等の助力なども得ながら、ミュージアムの魅力を向上させていく事業を行っていく。これは、各ミュージアムの日常的な取り組みを通じて実施する。</p> <p>これらをふまえて、歴史・文化性が豊かな地域を「再発見」することが必要である。このために、ミュージアムと地域の人々が共働しながら、新たな魅力を見出し、活用方法を考え、国内外に発信していく、という作業を行っていく。</p> <p>この3つの柱を通して、ミュージアムが地域を活性化するという目的が達せられる。</p>		
事業概要	<p>(1) ミュージアムと地域を活性化させるリサーチ・企画 ミュージアムの外部に協力を求め、ミュージアムと地域が置かれている状況をリサーチ・分析し、問題を発見して、その解決策を企画立案する。また、ミュージアムの日常的な取り組み（常設展示・調査研究等）の魅力発信なども行っていく。</p> <p>(2) 地域の魅力再発見・再活用・再発信 従来気付かれていなかった魅力、埋もれていた資料等を地域の人々・組織等と連携しながら掘り起し、新たな活用法で生かし、広く発信していく。地域の魅力向上により、観光客などの来訪者が増え、にぎわいが創出される。</p>		

<p>実施項目 ・ 実施体系</p>	<p>(1) 地域文化の発信の核となる美術館・歴史博物館</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ア 美術館・歴史博物館の情報発信、相互連携 □イ ユニークベニューの促進 ■ウ 地域のグローバル化拠点としての美術館・歴史博物館 ■エ 地域に存する文化財を活用した地域共働の創造活動や地域の魅力の発掘・発信 <p>(2) あらゆる者が参加できるプログラム及び学校教育や地域の文化施設等との連携によるアウトリーチ活動</p> <ul style="list-style-type: none"> □ア 小・中・高等学校と連携した地域文化の担い手の育成 □イ 大学等と連携した国内外で活躍する文化人材育成プログラムの開発 ■ウ 社会人ほか多様な対象者のための学習講座の実施 □エ 障がい者の芸術活動支援・鑑賞活動支援等の事業 <p>(3) 新たな機能を創造する美術館・歴史博物館</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ア 観光・まちづくり・国際交流・福祉・教育・産業等他分野との連携・融合による活動 ■イ 文化財の新たな保存管理・活用の手法の開発
<p>施後の 成果・効果等</p>	<p>本事業により、ミュージアムが置かれている状況を調査・分析し、各ミュージアムの実態と問題点の確認及びその方策をとることができた。</p> <p>事業を実施にあたっての問題点等を意見交換するためにミュージアム魅力発信検討会議を開催し、情報と方針を共有、事業展開することができた。</p> <p>多言語化実施状況の検証では、平成28・29年度に文化庁の補助金を得て行った多言語化事業について、今回、外国人アドバイザー（英語圏・中国語圏・韓国語圏）により、ミュージアムの多言語化状況の点検を行ったところ、概ね良好に整備されているとの評価を得ることができ、今後、多言語化の完成度の向上へシフトしていく方向性を得ることができた。ミュージアム利用者の動向調査・分析では、ミュージアムのヘビーユーザーおよび1000名を超えるweb調査、学芸員と事務系職員への調査を行ったことで、利用者の傾向や利用拡大、新規利用者の獲得等についての今後目指すべき方向を確認、共有することができた。</p> <p>各ミュージアムを紹介する広報誌の印刷やミュージアムを総合的に紹介する冊子として増刊号を発行することにより、ミュージアムとその周辺地域の魅力を広く発信する紹介冊子の充実を図った。</p> <p>歴史博物館で行った大阪に関連した資料の掘り起しでは、知られていなかった古文書、屏風、画帖など、地域に埋もれていた文化財・歴史資料を整理、撮影し、また福島県歴史資料館及び国立公文書館から借用した大阪関係資料の展示公開を行った。文化財研究所では一昨年度行った史跡難波宮跡の遺跡案内パンフレットの多言語化に続き、大坂城跡版を作成し、広く一般市民に配布した。</p> <p>これら事業を行ったことで、ミュージアムとその地域の魅力の再発見・再活用・再発信のためのコンテンツの充実と、現状の調査分析、問題点の把握から今後の方針と展望を得ることができたと考えられる。</p>

【事業実績】

ミュージアムと地域を活性化させる魅力発信事業において、ミュージアムの現状の調査分析から解決策の発見立案と、埋もれた魅力の再発見から情報の発信として、以下の事業を実施した。

1. ミュージアムと地域を活性化させるリサーチ・企画

(1) 活性化方針の検討

①ミュージアム魅力発信検討会議の開催(検討会議1)

事業を実施するにあたって、問題点等を整理、意見や情報共有するために検討会議を開催し、後の事業展開に繋げることができた。

(2) 現状調査・分析と企画

①多言語化実施状況の検証(調査1)

平成 28・29 年度に文化庁補助金を得て行った多言語化事業について、外国人アドバイザー(英語圏・中国語圏・韓国語圏)によるミュージアムの多言語化点検を行った。各ミュージアムともに概ね良好に整備されている評価を得ることができた。今後は、多言語化の完成度向上へシフトしていく方向性を得ることができた。



②ミュージアム利用者の動向調査・分析(調査2)

ミュージアムのヘビーユーザー及び 1000 名を超える web 調査、学芸員と事務系職員への調査を行い、利用者の傾向や利用拡大、新規利用者の獲得策についての今後目指すべき方向性を確認し、ブランドステートメント(大阪ミュージアムズの理念)を共働して作成し、共有することができた。

大阪ミュージアムズ(大阪市博物館・美術館群)の理念(ブランドステートメント)
五感による体験を通して、大阪の隠れた魅力と好奇心を掘り起こすことで、ひとりひとりの人生に変化を促し、関心の共同体を形成します。

(3) ミュージアム情報の発信充実

①ミュージアム情報冊子の印刷・配布(情報冊子1)

②ミュージアム総合冊子の発行(情報冊子2)

各ミュージアムとその周辺地域の魅力を広く発信するコンテンツとしての紹介冊子の充実を図ることができた。



③連携講座の開催(連携講座1)

継続的に実施してきた講座に、外部講師を招致し、事業を活性化させることができた。

2. 地域の魅力再発見・再活用・再発信

(1) 博物館資料の活用と普及

①大阪関連資料の掘り起し(歴博地域資料1)

大阪歴史博物館で行った大阪に関連した資料の掘り起しでは、古文書や屏風、画帖など、これまで地域に埋もれ知られていなかった文化財・歴史資料を整理、記録撮影し、また福島県歴史資料館及び国立公文書館から借用した大阪関係資料の展示公開を行うことができた。



(2) 遺跡の活用と普及

①遺跡案内パンフレットの作成(研究所パンフ1)

大阪文化財研究所では一昨年度の文化庁補助金で行った史跡難波宮跡の遺跡案内パンフレットの多言語化に続いて、大坂城跡版を作成し、広く一般市民に配布することができた。

【まとめ】 本事業により、地域に埋もれていた資料の掘り起しやミュージアムを紹介するコンテンツが充実したことは重要な成果である。ミュージアム利用者等の分析から得られた方策や、多言語化の完成度の向上など、今後はいかにこれらを実行していくか課題である。