

三の丸尚蔵館有識者会議における主な意見（案）

令和5年〇月

＜主な論点＞

1. 三の丸尚蔵館の理念
2. 展示、デジタルコンテンツの活用・情報発信
3. 調査研究
4. 収蔵品管理
5. 管理運営

1. 三の丸尚蔵館の理念

- 下記の提言等に記載されている内容（別紙）を参考とすべきではないか。
 - ・「宮内庁三の丸尚蔵館の今後の保存・公開の在り方に関する提言」（宮内庁：平成30年中の、今後の保存・公開の在り方の基本的方向
 - ・「独立行政法人国立文化財機構が達成すべき業務運営に関する目標」（文部科学省：令和3年）中の、法人の使命、国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する事項
 - ・「三の丸尚蔵館の今後の管理・運営の基本的在り方」（宮内庁・文化庁：令和4年）中の、三の丸尚蔵館の役割
- 皇室に伝えられた財産をどのように活かして、どのように伝えていくかが大事。今後、宮内庁との関係性を良好に保って欲しい。
- 皇室に受け継がれた文化財はもとより、これらに影響を与えたものや、影響を受けたものまで範囲を広げ、展示活動を行うべきではないか。
- 博物館法における「社会教育施設」としての館であることを第一義として、三の丸尚蔵館の特質を踏まえた「理念」を掲げるべきではないか。

2. 展示、デジタルコンテンツの活用・情報発信

(1) 展示の方向性

①これまでの展示活動

〈収蔵品の展示活動〉

- 皇室との関係についても心を砕きながら、収蔵品に関して詳細な調査を行い、質の高い展覧会を実施してきたことは高く評価される。

〈皇室の慶事などに関する展示活動〉

- 皇室の方々に関する展覧会、皇室の活動等に焦点を当てられるのは、宮内庁三の丸尚蔵館だからできたことであり、東御苑内の施設として、このような役割は継続すべきではないか。

②企画展や特別展の開催

〈テーマ〉

- 立地や収蔵品の内容を考えると、収蔵品を中心に展示を考えることで館の特質がよく伝わるのではないか。
- 企画展は、収蔵品と全く関係ないテーマでの開催は考えにくく、皇室ゆかりの品を収蔵しているという性質を踏まえて検討することが望ましい。

〈展示室と他館からの借用〉

- II期棟が完成した際は展示面積が広がるので、他館から補完的に作品を借用することはあり得る。
- 展示室が複数あるため、一つは常設展、一つは特別展など展示室ごとの使い分けを検討できないか。

〈東京国立博物館からの借用〉

- 旧帝室博物館であった東京国立博物館収蔵品には関連作品もあり、展示の効果が出る例もあるため、そのような展示も検討いただきたい。

〈近隣館との連携〉

- 近隣館との連携は、広報等の連携であれば十分検討が可能である。企画展示の連携であれば中長期的に検討する必要があるが、企画の内容がより充実するので検討いただきたい。

〈立地に関する留意点〉

- マスコミ等との共催展の開催については、東御苑の中に立地する特殊性を踏まえ、適切に検討をしていけば良いのではないか。

(2) 教育・普及活動

①教育・普及活動

〈展示以外の活動〉

- メディアルームでは講演会、ワークショップ、スライドレクチャー、映像投影、小ぶりの演奏会など多目的な利用が考えられる。
- ワークシートを用いた書の体験プログラムなどのような小さな企画から始め、経験を重ねるなかで規模を大きくすることが現実的ではないか。
- 源氏物語関係の展覧会にあわせ、十二単を展示し、着付け体験を行ったケースがある。動画で十二単の構造や着用の順序をわかりやすく示すことなども意味があった。

〈学校教育との連携〉

- 学校との連携事業も考えられる。その際にはデジタルコンテンツの活用も考えられるのではないか。

②教育普及コンテンツの開発・制作

〈国立文化財機構のノウハウの活用〉

- 文化財機構の各国立博物館の教育・普及部署との連携による、教育・普及内容の検討、実施を図るべきではないか。

〈バリアフリー（視覚以外の発信）〉

- 視覚に訴えることに関心が偏るが、ハンディキャップを持つような方々が楽しみ、学べるような方法も工夫すべきではないか。

③広報・情報発信

〈わかりやすい広報の在り方〉

- 美術メディアの担当者は専門家ではない。誤解なく広報を行うため、担当者に対しても教育が必要ではないか。

〈発信内容の重要性〉

- SNS を使った情報発信は館の規模とは無関係である。内容の面白さ、インフルエンサーの惹きつけなど発信内容が重要である。

〈口コミの重要性〉

- SNS のみならず、口コミも重要である。継続的な情報提供が結実することも多い。

(3) デジタル技術の活用

①収蔵品データベースの活用

〈収蔵品のデジタル画像化〉

- 長期間活用できるコンテンツを作成すべき。
- 全ての収蔵品をデジタル空間で見ることができることは意義深い。この方向性のほうが、後々までデジタル情報を活用できる。

〈知名度の向上〉

- ColBase（国立文化財機構所蔵品統合検索システム）上にて公開している情報は、利用規約を満たせば商用利用が認められるなど使い勝手が良い。一方、一般の人々には知名度が低く、その良さが伝わっていないと認識している。

〈活用の促進〉

- データベース活用の促進には、日常の中にデジタル技術の活用事例が登場する機会が必要である。一方では美術館と技術者のコーディネーションを行う人材が生まれ、活躍できるようになると良い。

②先端技術による高精細複製品やデジタルコンテンツを活用した事業の実施

〈事業目的の明確化〉

- 高精細複製品の制作については、費用対効果を高めるために制作目的、活用方法を明確にして行うことが必要。

〈先端技術導入の留意点〉

- 先端技術とのコラボレーションは、恒常的な設備として取り入れると、時間の経過とともに陳腐化して、コンテンツが増えていかないという懸念がある。期間を区切って仮設として展開していくことが望ましい。自らの収蔵品は、設備を変更しても自分たちが主体的に活用できるよう、データに対するオーナーシップを確保することがデジタル時代では大事と考える。

〈国立文化財機構のノウハウの活用〉

- 文化財活用センターをはじめ国立文化財機構におけるノウハウを活用することが必要ではないか。

3. 調査研究

〈収蔵品研究の継続〉

- 展覧会図録、紀要、調査報告書の発行等、三の丸尚蔵館の綿密な研究成果は日本美術史研究上に重要。今後の継続を期待する。

〈宮内庁諸機関との連携〉

- 宮内庁書陵部、正倉院事務所との関係を密にして進めてこられたことは特筆すべき。この関係性は続けてもらいたい。

4. 収蔵品管理

〈収蔵品管理手続〉

- 三の丸尚蔵館で完結していた収蔵品管理関係の事務について、画像の管理を含め、今後は国の介在が発生することになるが、事務手続きは極力簡便化し、スタッフの負担を軽減するような工夫が欲しい。
- 修理は作品に対して変更を加えることであるため、所有者である文化庁の許可が必要となり、事務が繁雑となる可能性がある。文化庁、宮内庁、国立文化財機構の三者がよく連携して欲しい。

〈修理〉

- 継続実施している修理事業の継続を望みたい。

5. 管理運営

(1) 入館料

①入館料の考え方

〈入館料徴収と入館者数との関係〉

- 一般的には入館料徴収は必要と考える。ただし、これまで無料であったことから、入館料をとれば入館者数に影響する点を考慮に入れるべきではないか。

〈Ⅰ期とⅡ期との料金〉

- Ⅰ期開館とⅡ期開館とで分けるべきと考える。

〈特別展示の料金〉

- 他館から作品を借りてきて特別展示等を行うのであれば、収蔵品のみの展示との間に料金差をつけることも考えられる。

②入館料の金額

- 国立館であれば運営費交付金により、入館料を低く抑えることができると認識している。館の面積、収蔵品の質・量も勘案し、国立文化財機構他館等とのバランスを踏まえて検討すべきではないか。

(2) 文化観光の促進・インバウンド対応

①文化観光の促進

〈基本的な考え方〉

- 館の基本的な体制の整備、ウェブサイトや館内案内における他言語表記の充実といった、地味でも重要な作業をこなしていく必要がある。その上で、それ以外に実現可能で効果的な施策は何か、Ⅰ期、Ⅱ期と運営の経験値を積み、関係各所と協議を重ねながら探っていくべきではないか。
- 三の丸尚蔵館の特色を出すことは大事なこと。美術館・博物館の特色を出す機会は展覧会である。その上で特別な何かをやることはあり得るのではないか。

〈名称〉

- (第4回会議の内容を追記)

〈皇居東御苑との連携〉

- 観光向け取組の事例では、庭などの空間を利用する例が多い。皇居(東御苑)の中で実施できそうなことと組み合わせた企画など可能性があるのではないか。

②多言語化の在り方

〈伝わりやすい多言語解説の在り方〉

- 海外で下手な日本語の解説を読むと残念に感じるように、多言語解説の内容はしっかりしたものを作るべき。
- 英訳にしても、日本語の文章をリライトしないと相手に伝わらない。多言語化には、教育普及担当がかなり関与する必要がある。

〈英語の汎用性〉

- 自動翻訳ソフトの充実がめざましく、英訳をハブとして多言語化が可能になってきている。前提としてしっかりとした英訳作成の重要性が増している。
- 日本に観光に来る外国人の大半は一定レベルの英語ができると考えられる。基本は英語だと思われるので英語は確実にすると良い。
- コロナ前、外国人入館者が3割を超えた美術館もある。そこでは、他言語解説は

英語のみ。ただし、英語はネイティブの人と3回くらいやりとりをしてブラッシュアップしたものである。

- 中国系の人には漢字で書いてあればキャプションなどは理解する。簡体字、繁体字にしなくても大きなマイナスにはならない。また、英語の方が漢字よりもわかりやすい場合もある。英語でしっかり説明できることが重要。

〈多言語化の留意点〉

- 作品の解説など専門知識が必要な用語の翻訳は簡単ではない。ネイティブと専門家が繰り返しやりとりを行い、クロスチェックを行うことが必要。
- 英語以外はネイティブが訳したものをみても内容を担当者が確認できないことが多い。
- 翻訳ではなく、外国人に伝える内容を吟味することが重要であり、スタッフの労力に合わせて、多言語化の対象を適切に選定すべき。
- 美術館・博物館の場合は、展示替もあり対象作品は膨大な数になる。内容においても専門用語が多く難しいものがあることについては留意すべき。

③インバウンド対応

〈計画的な保存と活用〉

- 三の丸尚蔵館は、面積、収蔵品数、組織規模も東京国立博物館に比べ大きくない。インバウンド対応を行う際には、収蔵品の保存・展示計画と上手くすりあわせ、組織的にも無理が及ばない範囲で工夫して実施してもらいたい。2025年にインバウンド対応を集中させるのであれば、より計画的に考えるべき。観光向け取組への要請に応えることはいいことだと思う。

〈多様な関心への対応〉

- 外国人は地域により関心が異なり、その異なる関心に応えることを考える余地がある。

〈広報〉

- 外国人が宿泊するホテル70～80箇所に英文のチラシを配布し、宿泊客に紹介してもらうことにより効果を生んでいる館もある。
- これまでほとんど知られてこなかったミュージアムの再オープン、しかも皇室コレクションという意味で、十分に観光関連産業の耳目をひきつける話題たりえる。従来のメディア、JNTOなどのほか、訪日観光客が参照しているウェブメディアなどに、何が館の魅力であるのかを適切に伝える広報プロモーションをかけることが考えられる。

〈外国要人へのアプローチ〉

- 大使などハイレベルの人々が関心を持ってくれると、そこから各国内へ口コミが波及していく効果もある。外国要人等へのアプローチは東御苑に立地する三の丸尚蔵館としては、やりやすいのではないかと。

(3) 会員制度の導入（友の会・賛助会・キャンパスメンバーズなど）

〈目的〉

- 会員制度等実施の目的を明確にすべき、心情的なものを含めて深い関係性をもたせながら会員制度をつくることも有効。

〈特典〉

- 賛助会制度を作れば、企業は対価を求めてくるものがあるので、その観点も検討が必要。三の丸尚蔵館の立場を踏まえて検討すべきではないか。

（以上）