

論点1. コンセプトを踏まえた展示の展開イメージ

※主に常設系の展示（シンボル展示、常設展示）について

- ・ 国立公文書館が所蔵する文書の中核として、各展示のコンセプトを効果的に体現し、かつ訪れた人々に斬新な体験を提供できるようにするため、どのような展示手法や空間づくりが有効か。

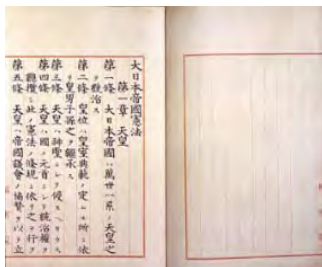
【議論の視点】

- ・ 展示資料の広がりイメージ（特にシンボル展示について）【⇒p2参照】
- ・ デジタル技術などを活用した効果的かつ斬新な展示手法 【⇒p3参照】
- ・ 展示資料の定期的な入れ替えの有無、原本展示との関係【⇒p4参照】
- ・ 展示空間全体の配置 【⇒p5参照】

【参考①】 展示資料の広がりイメージ（日本国憲法のシンボル展示を想定した例）

タイプA

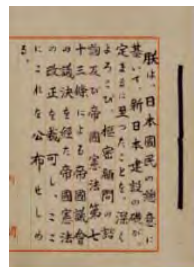
アメリカ国立公文書館のように、貴重書のみをシンボリックに見せる。



大日本帝国憲法



終戦の詔書



日本国憲法

タイプB

貴重書を中心に関連資料や解説を行う。現状の展示と同様。



タイプC

貴重書に関連する資料を写真、レプリカ、情報検索、映像等で網羅し提供する。

事例 「日本国憲法」



外部資料は、写真、レプリカ、情報検索、映像等で紹介

【参考②】 展示手法の事例

アメリカ国立公文書記録管理院（NARA）

デジタル技術を活用したインタラクティブな展示

テーブル上のタッチスクリーンで、アメリカの歴史の中における市民権、言論の自由、選挙権、機会均等といった問題に関する議論を体感することができる。

利用者は、関心のあるトピックを選択し、そのトピックに関する様々な資料の画像、解説を閲覧し、それらに関する自分の考えや感想を資料に加えたり、自分の考えや感想を付加した資料をさらに他の利用者に発信・共有したりすることができる。



イギリス国立公文書館（TNA）

利用者の興味に応じて詳細を学べる展示

資料をデジタル画像で見せることのできるタッチモニター式のビューワーが展示室に設置されており、利用者は資料の詳細や解説などの付加的な情報を見ることができる。

この他、展示ケース周辺に掲載されたQRコードを利用者が手持ちのスマートフォン等で読み込むことで、資料のより詳細は解説を閲覧することができるシステムが導入されている。



フランス国立公文書館

文書資料を補完する展示

文書資料の情報を補完するため、博物館等の他の関連施設や個人等から資料を借用し、展示している。

また、文書が作成された時代について年表を組み合わせるなどの工夫も行われている。



【参考③】資料の原本の展示について

＜保存と利用のバランスの観点からの考え方の案＞

- 「国立公文書館の機能・施設の在り方に関する基本構想」においては、国立公文書館の新たな施設を、国民が憲法を始めとする重要な公文書の原本の展示等を通じて我が国の歴史に親しみ学べる施設にする、との考え方から、その展示施設について、セキュリティや照度、温湿度管理等の面で重要な公文書の原本を展示するための国際的な基準を満たしたものとする、との方向性が示されている。
- ただし、同一資料の原本を長期間展示し続けることによる資料保存への影響も懸念されることから、資料の保存と利用のバランスを考慮すると、例えば、資料を定期的に入れ替えることにより同一の資料の展示期間を限定する、劣化のおそれのある資料については複製を併用するなどの工夫を行うことも考えられるのではないか。

＜参考資料＞

●国立公文書館の機能・施設の在り方に関する基本構想（抜粋）

国立公文書館においては、昨年度及び今年度に調査を行った諸外国や国内類似施設の例も参考に、本格的な展示機能を担える施設を整備すべきである。具体的には、セキュリティや照度・温湿度の管理等の面で重要な公文書の原本を展示するための国際的な水準を満たした、十分な展示スペースを確保するとともに、様々な形状・媒体の文書を高低差をつけて配置するなど、来館者の視線や動線に配慮した展示ができるような設備を備えるべきである。

●東京国立博物館の事例

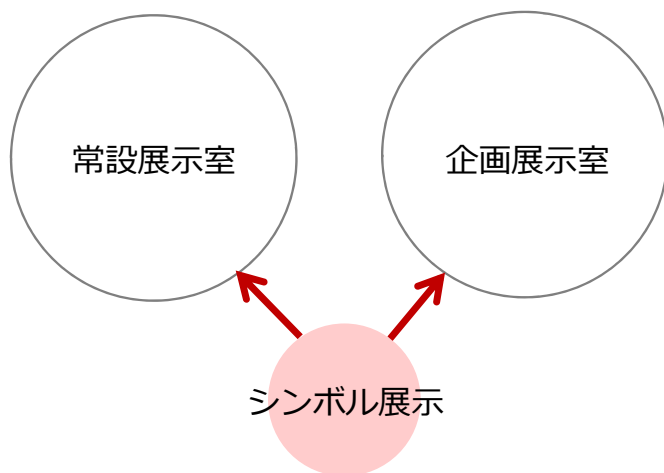
・同館においては、文化庁策定の基準とも整合性を保ちつつ、光放射に対する材質毎の脆弱さを基本としてそれに応じた最大照度、最大積算照度、年間当たりの展示期間を設定しており、例えば書跡、古文書、図譜、地図については、以下のとおりとされている。

作品分野	最大照度	年間当たりの展示期間	最大積算照度
図譜、地図	100lx	4週間以内	21,600lx.hr
書跡、古文書	100lx	8週間以内	43,200lx.hr

【参考④】 展示空間全体の配置のイメージ

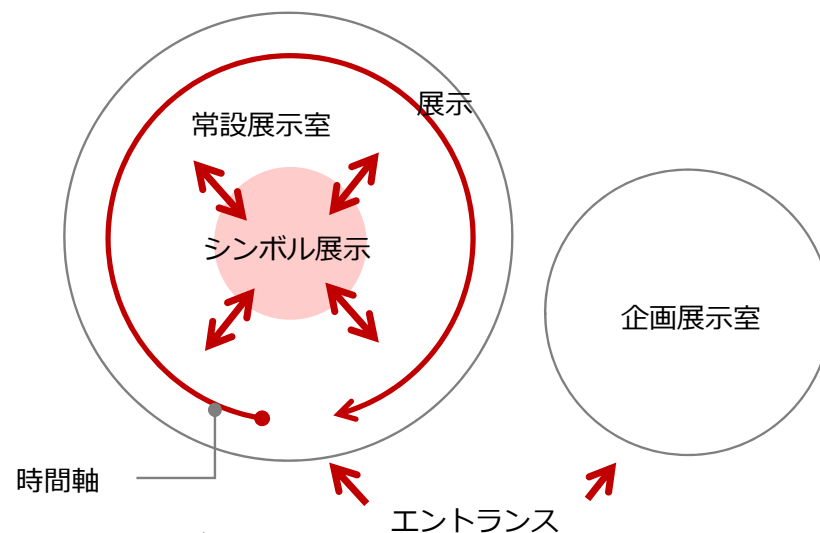
タイプA

観覧の冒頭で貴重書を見て、公文書の重要性を感じ取ってから、各展示室で学ぶ



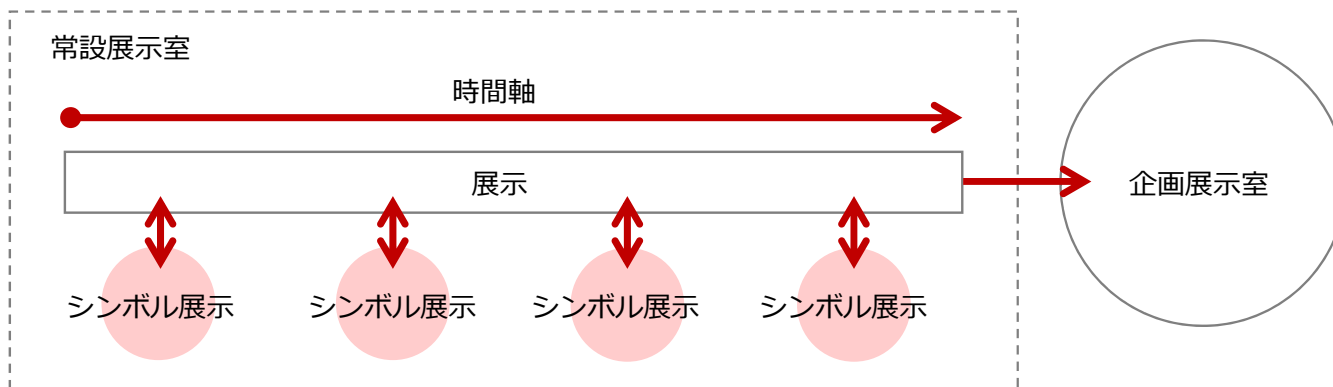
タイプB

中心に配置された貴重書に象徴性を感じながら時間軸に沿って学ぶ



タイプC

時間軸に沿って展示を学びながら、時代毎の貴重書について深く学ぶ
常設展で基本を学んでから、企画展示室で取り上げられたテーマについて深く学ぶ



論点2. 効果的な情報発信の在り方

国立公文書館の存在意義をより幅広く多くの人々に伝えるとともに、来館につなげるため、どのような対象に、どのようなタイミングで、どのような広報、働きかけの取組を実施していくことが有効か。また、施設整備面でどのような工夫・配慮が考えられるか。

【議論の視点】

- ・開館に向けて新たな施設への期待を高めるような広報の手法【⇒p7参照】
- ・開館後にさらに認知度を高めるような広報の手法【⇒p8参照】
- ・ターゲットを絞った戦略的な広報の手法（例：若者、女性、シニア世代、家族連れ、外国人等）
- ・修学旅行等の団体を呼び込むための戦略、施設整備面の工夫・配慮【⇒p9~10参照】
- ・施設としての魅力を高めるための施設整備面の工夫・配慮【⇒p11参照】

【参考①-1】新たな施設の準備広報の事例

三重県総合博物館

最寄り駅へのカウントダウンボード設置

津駅西口に残日数をカウントするカウントダウンボードを設置。

(開館1ヶ月前)

愛称の公募愛称表彰式

施設の愛称を全国公募。表彰式も行われた。現在では愛称の方が定着している。(開館約1年前)

開館1年前イベント思い出ミュージアム

県民が描いた絵タイルで外壁を飾るプロジェクト。県内5地域で実施し、1700名が参加、1000枚を超えるタイルが制作された。

(開館約1年前)

古写真募集及び巡回パネル展の実施

明治～昭和40年代までの、三重のくらしがわかる写真を募集。県内5か所で実施。

(開館約2年半前)

ギャラクシティ (足立区こども未来創造館)

児童のデザインを活用した 広報とワークショップ

開館前に、児童が考えたデザインを館内や広報物に利用するためのワークショップを積極的に展開。

当初見込まれていた広報効果も上がり、開館後の集客(年間160万人を超える)に結びつけた。

こどもがつくる
ギャラクシティ



館内や広報に使用する文字フォントは子どもたちによるデザイン。



【参考①-2】開館後の広報事例

東京国立博物館

【トーハク?】キャンペーン

20～30代の、東京国立博物館を利用したことのない層、特別展しか見たことがない層をメインターゲットとした広報活動。

「トーハク」という親しみやすい愛称、人気女優等を起用した、キャッチーなポスターを制作。



広島平和記念資料館

地下通路を利用した 展示案内

人通りの多い地下通路の壁面を用いた、広報の様子。

所蔵資料や原爆ドームの切り抜きパネルを用いて、開催中の企画展を案内。



九州国立博物館

ステージイベント

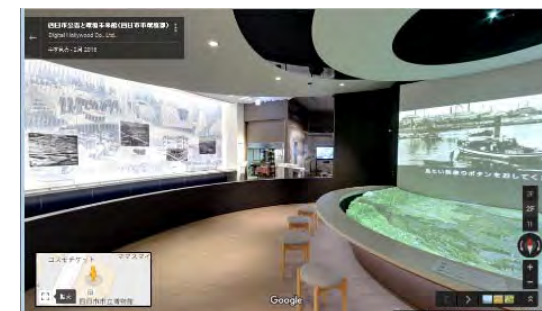
エントランスの一部を利用してイベントを実施。右写真は東九州神楽人の祭展の宮崎県新田神楽公演の様子。



四日市公害と環境未来館

展示室の ストリートビューを公開

ウェブ上で、展示室のストリートビューを提供。当博物館の展示資料が写真撮影され、疑似的に鑑賞することができる。



【参考②-1】 修学旅行等学校団体招致のための広報等（他施設の例等を参考にした展開案）

開館前

パンフレットの作成と送付

開館1年前目途に、施設パンフレットを作成し、学校団体や旅行代理店に送付し、広報。

※一般的に、修学旅行は最小2年前、校外学習も1年前には行先を決定している。このため、開館後からスタートでは遅い。ただし、施設が完成していないとアピール力が弱いという側面もある。

※修学旅行の場合、行先を決定するのは学校であるが、旅行代理店の企画から検討が始まる。そのため旅行代理店への広報は必須。

※中学生以上の修学旅行では、必ずしも団体行動ではなく、班別に視察先を決めることがある。

※アプローチのフロー

（アプローチのターゲット年代の範囲、地理的範囲について検討が必要）

高校 各県教育委員会→校長会

小・中学校 各市町村教育委員会→校長会

旅行代理店 高校の修学旅行の場合は、大手旅行代理店3社へ依頼することが多い。

小中学校の修学旅行の場合は、地元の旅行代理店に依頼することが多い。

近隣施設との連携体制

国会議事堂、憲政記念館、最高裁判所と調整を行い、「日本国憲法を学べるツアー」をプログラムすることも考えられる。

開館時・開館後

内覧会の実施

一般開館の前に学校団体や旅行代理店を対象とした内覧会を実施する。

視察の受け入れ

学校団体は、旅行先の決定のために、施設を事前に視察することがある。ホームページなどを通じて、視察の受け入れについて広報し、受け入れる。

体験プログラム等の提供

事前学習、事後学習も含めて、館内での体験プログラムを複数用意し、インターネットを通じて提供し、便宜を図る。

継続的な広報の実施

開館後も、学校団体、旅行代理店に対して継続的に広報を行う。

その他の方策例

- 施設によっては、近隣の学校団体が来館する際に、バス料金を負担する場合がある。
- 施設によっては、修学旅行雑誌に有償の広告を掲載する場合がある。

【参考②-2】 修学旅行等団体招致のための館内便宜施設例

そらんぼ（四日市市立博物館、四日市公害と環境未来館、プラネタリウム）

ガイダンス、昼食場所、荷物用の空間

ガイダンス映像を視聴し、展示への興味や関心を醸成するために講座室を使用している。またバスで来館する団体客は昼食場所が必要となるため、晴天時には隣接する市民公園で、また雨天時には講座室や学習室の利用を提供。身軽に観覧できるように、団体毎に荷物を置く場所としても開放している。



講座室

本来各種講座やセミナーを開催する場所として設置。80名収容。小学生の昼食の際には、椅子・テーブルを片付け、床に児童が持参したシートを敷いて使用し、より多くの児童を収容。学校団体の荷物置き場として利用。



学習室

本来ワークショップ等を開催する場所として設置。25名収容。学校団体の荷物置き場として利用。

集合するための空間

中学校1学年、200名が一度に立って集まることができるロビー空間を設置している。



駐車場

施設敷地内には大型バス専用駐車場はないが、近隣2ヶ所に駐車場を設置※。団体は館の入り口でバスを降り、バスは駐車場で待機。

※開館時に大型バス2台が駐車できる場所を確保したが、開館後、団体利用が増えたため、市が所有する場所に大型バス6台分の駐車場を増設。

【参考③】 レストラン、カフェの整備例

東京国立近代美術館

「ラー・エ・ミクニ」 ミクニグループレストラン

席数：店内38席、テラス20席

レストランの専用入口があり、美術館への来館者以外も入りやすい構造。



東洋文庫

「オリエントカフェ」

席数：57席

会食プランが充実していて、パーティ等での利用も多い。



原美術館

「カフェダール」

席数：31席

カフェを利用するには、入館料を支払う必要があるが、メンバー（年会員）になれば入館料は無料。



北茨城市立図書館

図書館カフェ

「しゃぼんだま」

席数：カフェスペース24席、雑誌スペース18席、計42席。

ガラス越しすることで、閲覧室等とエリアを分けつつも、一体的な場所とする空間作り。

