

研究ノート

三重県総合博物館(MieMu)のアイデンティティ —広報を中心に「みんなでつくる」のあり方を探る—

中村千恵

〒 514-0061 三重県津市一身田上津部田 3060 三重県総合博物館

キーワード：コーポレートアイデンティティ，ワークショップ，活動理念，博物館運営，博物館教育

Chie Nakamura.* 2005. The Mie Prefectural Museum's corporate identity and Mission Statement. Mie Prefectural Museum Research Bulletin, 1: 9-12.

*Corresponding author: Mie Prefectural Museum, 3060 Isshinden-kouzubeta, Tsu, Mie 514-0061, Japan
(nakamc02@pref.mie.jp)

1 はじめに

三重県総合博物館は、2014（平成26）年4月19日に2007年度（平成19）から7年にわたる準備期間を経て、いよいよ開館を迎えた。その日を待っていたのは、博物館整備に関わってきたスタッフはもちろんだが、多くの県民の方々も同じであったろう。それは、開館初日に、数百人の来館者が列をなしたことがひとつの証左であると言える。

MieMu（みえむ）という愛称で親しまれる当館の前身は、博物館法が施行されて間もない1953（昭和28）年に開館した三重県立博物館である。東海地方初の総合博物館として開館して以降、60年にわたる活動を通じて三重県の文化振興に寄与してきたが、施設の老朽化に伴う展示室の閉鎖や、収蔵庫の狭隘化等によって博物館活動に制限が生じており、十分に役割を果たすことができない状況にあった（三重県立博物館，2004，2008）。そのような状況の中で新県立博物館の計画が始まったが、一般的な県立の総合博物館としての役割に加えて、現代的な課題として地域社会における博物館の存在意義を明らかにすることを求められ続けてきた。

本稿では、当館が掲げる「ともに考え、活動し、成長する博物館」という活動理念を実現していく取り組

みの一端として、開館準備期間に実施した事業である「みえ・マイ・ミュージアムプロジェクト（以下、MMMプロジェクトと表記する）」の広報活動としての側面を振り返りながら、当館の根幹である「みんなでつくる」というアイデンティティを発信する意義について一考したい。ここでのアイデンティティとは、博物館活動を行う上での拠り所となる考え方のことを指す。

2 活動理念「ともに考え、活動し、成長する博物館」が生まれた経緯

当館の整備に向けた検討が始まったのは、前述したように2007（平成19）年に遡る。野呂昭彦知事（当時。現三重県総合博物館名誉館長。）の文化政策の一端として始まった。冬の時代と言われて久しい博物館界だが、それは当県においても同様であり、その道程は容易なものではなかった。

「なぜ、今博物館が必要なのか」という厳しい問いは、関係者内の議論に留まらず、多くの県民の方からも問われる重要な論点であった。その問いに対する答えを追求していった結果、当館がたどり着いた答えが「ともに考え、活動し、成長する博物館」という活動理念だったのである。この活動理念が、初めて明確に

示されたのは『新県立博物館基本計画』である（三重県生活・文化部新博物館整備推進室，2008）。この中で、博物館としての使命に加えて、活動理念は「館のさまざまな活動を考える際に、常にそこへ戻って考える拠り所、行動の規範となるもの、議論となったときの判断基準となるもの」と定義されており、果たすべき役割をどのような価値観に基づいて達成していくのかを位置づけている。使命の達成を目指すことは勿論だが、そのプロセスを利用者とともに作り上げていくという考え方は、博物館の活動自体を利用者に理解してもらうきっかけを生み出す。当館の運営を方向づける活動理念は、まさしく当館の活動を支える拠り所と言えるであろう。

博物館整備の段階で、自らの存在意義を議論し、利用者に向けて独自のアイデンティティを発信してきた先進事例は、日本においては金沢21世紀美術館が挙げられる（木村，2007）。ただし、活動理念は、実際の活動を伴ってこそ意味を持つものである。当館のアイデンティティに賛同する仲間を増やし、地域の人々の役に立つ存在として力を発揮するには、活動理念を体現する取り組みが必要である。今回は、その中でも開館に向けて行った事業についての広報活動に焦点を当て、次章から詳述する。

3 未来志向のメッセージを共有する方策—MMMプロジェクト 愛称募集—

開館に向けた整備の終盤にかけて、当館がどのようなビジョンを持って活動しようとしているのかを体験できる参加型事業「MMMプロジェクト」を行った。MMMプロジェクトは、当館を身近な存在として県民の方が認知し、開館に向けて活動に関心を持っていただくことを目的に、2012（平成24）年度の第1弾から、2014（平成26）年3月の第10弾にわたって展開した（表1）。

当事業の大きな特徴は、その全てが参加型のプロジェクトであることだ。参加型の手法をとることによって、参加者の日常生活において当館との接点を作ることができ、さらには、そのプロセスにおいて博物館という場を通じた地域の人々や多様な世代間の交流を生み出すことになる。これは、参加者が博物館を取り巻く地域コミュニティの一員であることを実感する上で、博物館教育の観点からも意義のあることだ

表1 MMMプロジェクトの概要

プロジェクト名	
第1弾	新県立博物館みりょく発信隊
第2弾	建設現場見学会「ここまでできた！新県立博物館」
第3弾	みんなでつくる博物館会議「こども会議」
第4弾	三重のくらしの記録写真収集事業
第5弾	おせち料理プロジェクト
第6弾	みんなでつくる博物館会議
第7弾	愛称の募集
第8弾	思い出ミュージアム
第9弾	いわしプロジェクト
第10弾	みんなが主役！MieMu CMプロジェクト

（G. Lave and E. Wenger，1993）。プロジェクト名にも、マイ・ミュージアムと銘打っているとおり、参加者ひとりひとりに、当館を「わたしの博物館」だという実感を持っていただくことを狙いとしている。当事業を通じて当館のアイデンティティを参加者と共有し、当館に対して愛着を持っていただくために、必要なことがふたつあった。ひとつは、当館が発するメッセージを統一感のあるイメージとして形成することと、もうひとつは、「みんなでつくる」取り組みへの関与が、開館後も分かりやすい形で表現されることだ。本章では、統一感のあるイメージを形成するきっかけとなった事例として、第7弾「愛称の募集」を取り上げる。

愛称募集は、2013（平成25）年3月7日から4月3日にかけて実施した。応募総数は1,061件に及び、三重県内に限らず日本全国から集まった。応募されたアイデアから選ばれたのが、現在の愛称である「MieMu（みえむ）」だ。この愛称には、大きくふたつの意味が込められている。ひとつは、「三重のミュージアム」であることだ。もうひとつが、「三重の夢を育む場所」であって欲しいという願いだ。2013（平成25）年8月12日に、名付け親を招いて鈴木英敬知事による愛称発表会を開催し、これ以降あらゆるメディアを通じてMieMuという愛称と、一新した当館のイメージが広まるよう、情報発信を推進していった（図1）。



図1 愛称発表後のポスター連作

MieMuという愛称が定まったことは、一つの大きな転換点となった。実際に公募の中から選ばれた名前であるということに加えて、愛称に込められた「三重の夢を育む場所」という願いや、「ともに考え、活動し、成長する博物館」という活動理念を、コーポレート・アイデンティティ（CI）計画の視点からも検討を行うことができるようになった。その結果、デザインとして視覚的に未来志向のメッセージを表現できるようになったからである。

CI計画は、当館のCI担当者3名が中心となって館内での意見調整を行い、それを元に外部アートディレクターと協議して進行した。CI計画では、ロゴマーク、テーマカラー、シンボルという3つの柱が建てられた。まずロゴマークは、MieMuという愛称を視覚化するために、文字表記そのものをデザイン化する「ロゴタイプ」の形式が取られた。次に、テーマカラーは、人が集い交流する場であることや、三重の多様な資料によって未来を照らし出すイメージとして、温温かさと親しみやすさを想起させるオレンジ（PANTONE151C）を、「コラボオレンジ」として定義した。そしてシンボルは、学名に*Stegodon miensis*（ステゴドン ミエンス）と三重の名を冠し、調査研究過程においても多くの人が関わったミエゾウを、「みんなでつくる」の象徴である「コミュニティシンボル」として定義した。

従来まで当館は明確なヴィジュアルイメージを持たなかったが、愛称発表以降、MMMプロジェクトをはじめ、様々な機会にCI計画に基づいたヴィジュアルイメージが登場することとなり、「MieMu」の存在と未来志向のメッセージを浸透させる役割を担ったのだ。

4 「みんなでつくる」を具体化する方策—思い出ミュージアム・いわしプロジェクト—

では次に、実際に開館後の当館において目にすることができる「みんなでつくる」の成果について、象徴的な2つの事例を紹介する。ひとつは、MMMプロジェクト第8弾として実施した「思い出ミュージアム」である（写真1）。これは、当館の外壁に取り付けるタイルに、参加者が思い思いの絵付けをすることができる事業だ。外壁に設置されたタイルは、建物がある限り存在し続ける。まさに、博物館が担う保存・継承という使命を意識した事業だと言える。自らが博

物館の開館に関わった軌跡を残すという行為は、多くの人々にとって博物館を自分事として捉えることができた機会だったのではないだろうか。この事業は、2013（平成25）年5月から2014（平成26）年1月にかけて、当館（津市）だけでなく、四日市、伊勢、尾鷲、伊賀の県内5か所の会場で実施され、延べ1,693人が参加した。



写真1 思い出ミュージアムの実施風景（左）と設置したタイル壁面の風景（右）

もうひとつは、MMMプロジェクト第9弾として実施した「いわしプロジェクト」だ（写真2）。これは、基本展示室内「黒潮が育む海と森」のコーナーに展示されるイワシの模型を、参加者に手作りしてもらうという事業だ。2013（平成25）年度に実施し、延べ約3,000人が参加した。基本展示室では、約3,500匹のイワシたちが、渦を巻いて泳ぐ様子が展示されている。



写真2 いわしプロジェクトの実施風景（左）とイワシの群れ模型の展示風景（右）

このように、「みんなでつくる博物館」という当館が掲げる方向性を、開館後も恒常的に来館者が見ることができる形としても整備を進めてきた。活動理念という考え方は、時間の経過に伴って共通認識を持ちにくくなる。ここで紹介した事例のように、活動理念を形あるものとして展示するということは、利用者に対して当館からのメッセージを伝えるとともに、スタッフにとっても活動理念を振り返るきっかけとなるのである。

5 おわりに

以上のように、当館の「ともに考え、活動し、成長

する博物館」という活動理念を、広報活動としてどのように発信してきたのかを振り返ってきた。これまで当館は、自館が持つ特色を分かりやすく伝える方法に窮していたが、当館の広報活動を考える上で意識してきた点が2つある。ひとつは、当館の目指す方向性を可視化するということだ。人は、情報を認知する方法として視覚に依存する割合が多く、言葉で語られたとしてもその大半を忘れてしまう。開館後から継続している当館の展示観覧者アンケートにおいても、観覧動機につながる広報媒体として観覧者の約2割がポスターを選んでおり、媒体の中でも上位であったことから（三重県総合博物館、未発表）、視覚的にメッセージを表現することの重要性が示唆されているであろう。

もうひとつは、可視化したメッセージを継続して発信するということだ。たとえ可視化した情報といえども、情報そのものは形を持たない。形を持たない情報は、人づてに伝わっていくうちに内容が変質したり、広く知られる以前に消えてしまったりするのだ。それでは、博物館と利用者との間でミスマコミュニケーションが生まれることになるであろう。

当館のアイデンティティは、活動理念に示されるように、当館だけのものではなく、地域住民や利用者と広く共有されるべきものだと考える。開館以来、強いイメージを抱かせる「三重県総合博物館」という正式名称よりも、「MicMu」という愛称で呼び親しんでいた様子や、業務にあたる実感として得ることができている。今後、検証の必要があるが、当館のアイデンティティの発信は、前述した2点を意識した広報戦略を持ったことで、時間をかけて浸透していくであろう。博物館が実施する事業や活動において、私たち職員が直接関わることができる利用者は、県民全体から考えれば一部に留まる。だが、広報活動としてアイデンティティの発信を位置づけることで、様々なメディアや機会を通じて、多くの人に当館が存在する意義を語りかけることができるのだ。そうした活動を通じて、県民や利用者や当館のアイデンティティを共有し、博物館活動の支持者を増やしていくことが、当館と地域の間に良い協力関係を築いていく上で必要なのだ。

しかし、真価が問われるのは、まさにこれから先の活動だ。「ともに考え、活動し、成長する博物館」と

して、当館のアイデンティティを広く共有できる取り組みを、今後も継続していきたい。

引用文献

- G. Lave & E. Wenger（佐伯胖訳）．1993．状況に埋め込まれた学習—正統的周辺参加—．産業図書．
- 木村健．2007．子どもたちとともに成長する美術館～美術館プレ・イベントから現在への教育普及プログラムへの展開．アール金沢21世紀美術館研究紀要．第4号．金沢21世紀美術館．
- 三重県立博物館．2004．平成16年度年報．
- 三重県立博物館．2008．平成20年度年報．
- 三重県生活・文化部新博物館整備推進室．2008．新県立博物館基本計画．