

定着しつつある

ミュージアム・ツーリズム

目次

- 1: 人気が高いミュージアム
- 2: 日本のミュージアムの現状
- 3: 地域の中核としてのミュージアム
- 4: 集客のための新しい動き
- 5: 魅力発信に必要な本格的ミュージアム
- 6: 沖縄の事例①
- 7: 沖縄の事例②

1. 人気が高いミュージアム

ルーブル美術館



メトロポリタン美術館(アメリカ)などと並んで世界最大級の美術館の1つ。

日本の美術館と大きく違う点として、ここでは写真撮影がOK!なので世界中から画家や美術家、イラストレーターなどが独学の為訪れる。

1. 人気が高いミュージアム

メトロポリタン美術館（アメリカ）



収蔵品は収集家たちの寄贈、潤沢な資金による購入、探検隊の派遣でもたらされた考古遺品などで構成されその数は330万点にのぼる。



インスタントラーメン発明資料館

館内は、インスタントラーメンの歴史を通じて、発明・発見の大切さを学ぶ事ができる体験型食育ミュージアムとなっている。チキンラーメン手作り体験工房(要予約)やマイカップヌードル・ファクトリーが人気。



落語ミュージアム

館内では映像による落語の紹介や、お好みの落語家のDVDやCDを視聴できるコーナーや「池田の猪買い」「池田の牛ほめ」展示コーナーがある。



ヒューモビリティワールド

- ・ダイハツのルーツや歴史をパネルや資料の展示で紹介。
- ・未来のモビリティ社会への展望をシアターや体感型展示で紹介。

2. 日本のミュージアムの現状

- 日本のミュージアム数は急速に増加している
- 1955年度では239施設だったが2005年度には5614施設にも増えている
- 施設の8割以上が1970年代以降にできたものである

☆ミュージアムが増えたきっかけの一つ

1988年に当時の竹下登内閣が打ち出した「ふるさと創生資金」により地方でも増えたため

日本のミュージアムの現状

- 日本ではミュージアムの歴史が浅く、その内容は欧米に比べて遅れている。
- ミュージアムの種類によって評価が異なり科学系ミュージアム、特に水族館のレベルは高いと言われている。

例:「沖縄美ら海水族館」(沖縄県2002年開業)

日本のミュージアムの現状

- 美術館・総合博物館・歴史博物館の内容はいま一つで海外に比べて劣る。

☆理由

日本は西洋美術のコレクションが少なく、海外から作品を借りてきての企画展が中心。そのため集客に成功しても一過性に終わってしまう。日本美術や仏像などは、個人所有が多く、公開されにくい等

3. 地域の中核としてのミュージアム

- 大原美術館（岡山県倉敷市）



地域の中核としてのミュージアム

- 北斎館（長野県小布施町）



地域の中核としてのミュージアム

- 地中美術館（香川県直島町）



睡蓮の池（クロード・モネ）

外観

4・集客の為の新しい動き

ミュージアム連合

展示方法の工夫

集客数増加

六本木アートトライアングル

- ・国立新美術館、森美術館、サントリー美術館
- ・相互に連携を図り、集客の増大

ミュージアムリンクパス

- ・金沢21世紀美術館、地中美術館、森美術館
- ・全国を股にかけたミュージアムツーリングの普及

東京・ミュージアムぐるっとパス

- ・東京56のミュージアム
- ・地域の都市観光を芸術・文化面から支える

展示方法の工夫



年度	02年	03年	04年	05年	06年
入園者数 (万人)	67	82	145	207	304

今後の課題

年度	06年	07年	08年	09年
入園者数 (万人)	304	307	277	189

* 09年10月18日現在

常に新しい工夫を行い集客することが必要となっている。

5. 魅力発信に必要な**本格的**ミュージアム

日本にあるミュージアムは、優れた貯蔵品を有していたり、地域の中核施設として街並みと一体的な空間を構成していたり、著名建築家の設計によるものなどである。また、展示法の工夫で、集客に成功したものもある。これらは、**その地域の個性に裏打ちされた魅力を対外的に発信するもの**でもある。

日本がこれから外国人観光客の誘致を本格化させていく場合、日本の固有の芸術文化がミュージアムを通じて広く国内外に情報発信されないのは大きな損失だろう。この点で、**訪日する外国人旅行者に日本の芸術文化や歴史などを、より深く掘り下げて紹介するミュージアム**が必要である。

例えば、パリに行く日本人観光客のうち、かなりの人数がルーヴル美術館に行くだろう。しかし、日本を訪問するならば是非ここを訪れたい、というような定評のあるミュージアムは残念ながら日本には現れていない。

日本の美術館は内容が評価できるものが少ない。あとは、ミュージアムを日本文化の発信基地として、地域との共生を考えつつ従来以上に戦略活用していくことであろう。

5. 魅力発信に必要な**本格的**ミュージアム

著名建築家の設計による
ミュージアム

展示法の工夫で、集客に成
功したミュージアム

国立新美術館



黒川紀章(くろかわ きしょう)

旭山動物園



5. 魅力発信に必要な**本格的**ミュージアム ～世界の成功例～

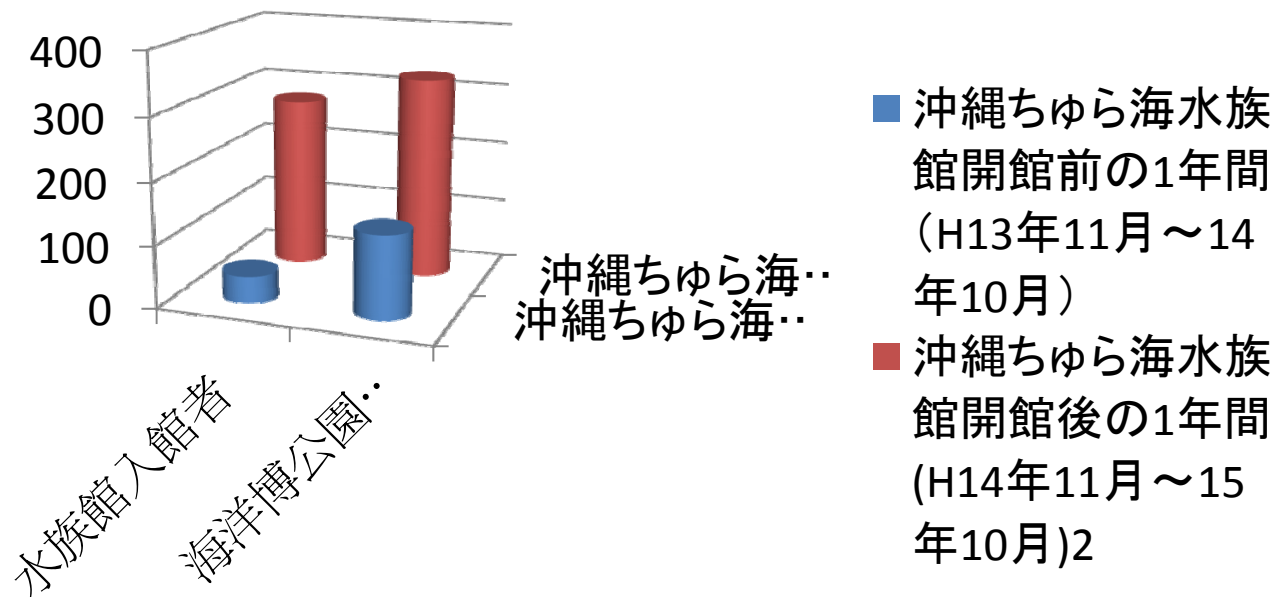
☆リンカーン記念館

ワシントンD.C.にあり、ベトナム戦争戦没者慰霊碑、朝鮮戦争戦没者慰霊碑、第二次世界大戦記念碑と隣接、フォレストガンブ 一期一会などの映画でも撮影場所に選ばれ、広く世界に知られている。



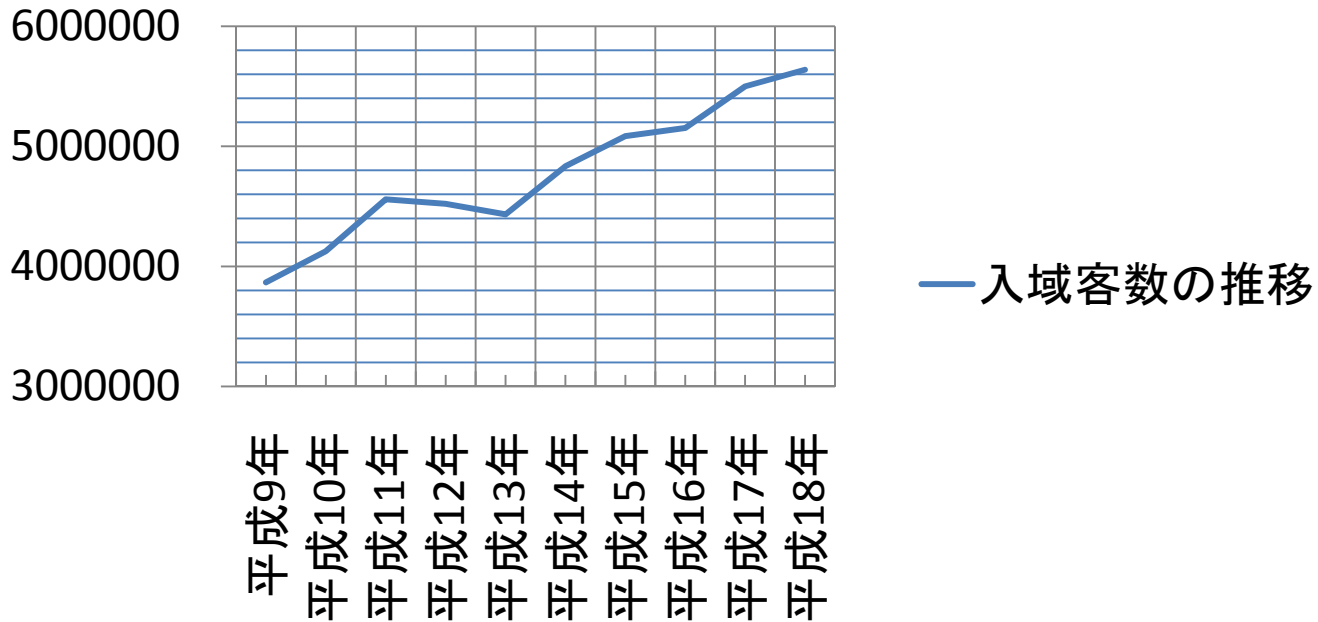
6. 沖縄の事例①

沖縄美ら海水族館の開館に伴う入館者数の変化



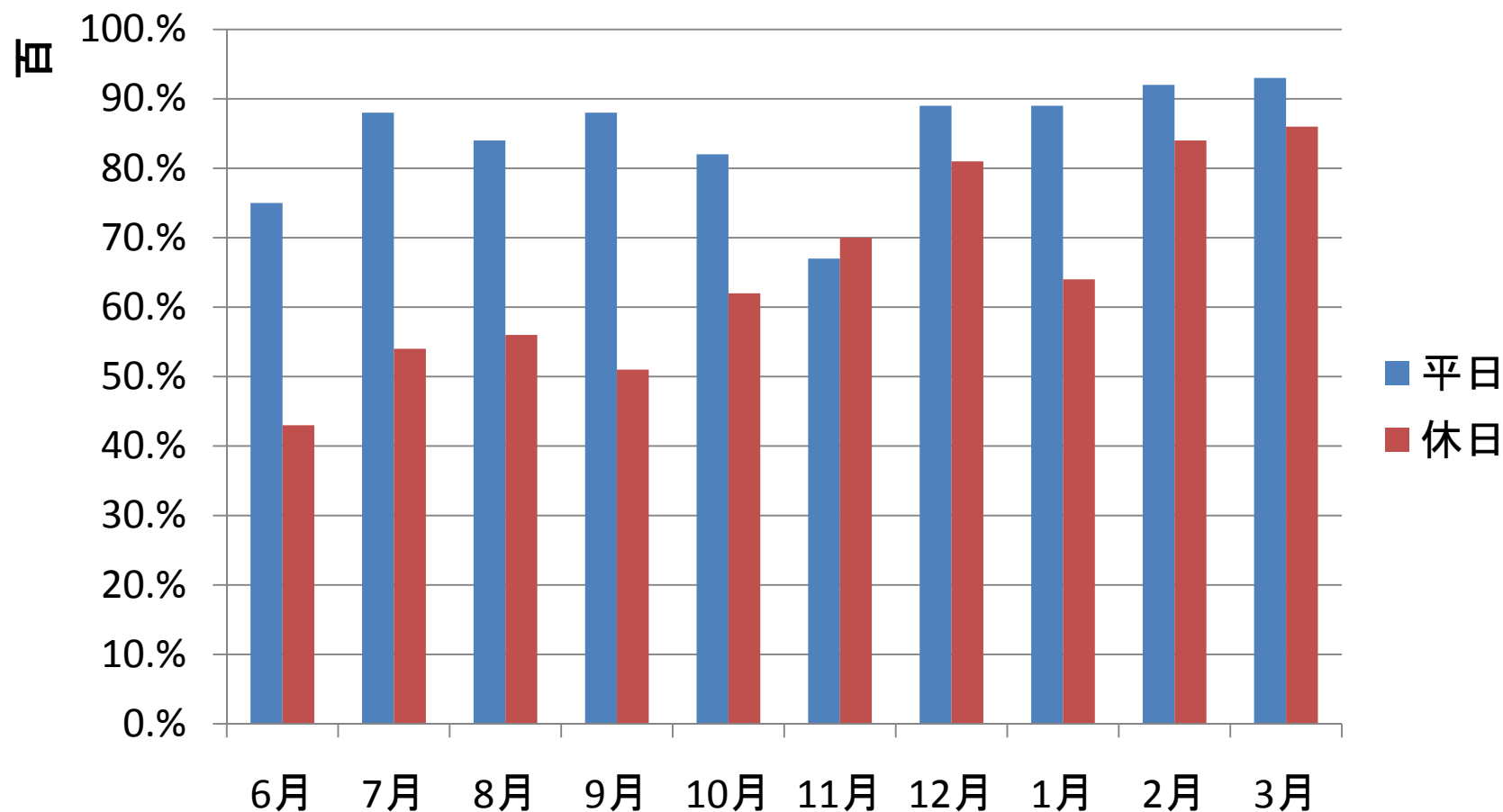
沖縄の事例① ～美ら海水族館～

入域客数の推移



6. 沖縄県の事例①

海洋博会地区の入園者に占める県外 利用者の割合



7. 沖縄の事例②

沖縄県平和祈念資料館



沖縄本島南部 糸満市字摩文仁(マブニ)

県庁から車で約40分程度



7. 沖縄の事例②

取り組みと課題

現在までに行った取り組み

- 平和のメッセージ展
- 人権ラブソングコンテスト
- 子供向け企画展
- 県内学校の施設使用、資料閲覧無料

これからの課題

- 交通の便が悪い
- 平和の礎を見に来た観光客をどう引き付けるか
- リピーターができるような工夫
- 認知度