

企業博物館にとっての「地域」とは ～トヨタ博物館の地域連携活動から～

トヨタ博物館 佐藤友美

1. はじめに

本稿では、トヨタ自動車株式会社直営の自動車博物館である「トヨタ博物館」の地域連携活動の紹介を通じ、企業博物館と「地域」の関係性についての一例を示す。

2. トヨタ博物館概要

当館はトヨタ自動車の創立50周年として1989年4月に開館し、本年4月に開館30周年を迎える。19世紀末の自動車誕生から、現在までの約130年の自動車の歴史を、実車両、約140台で紹介している。日米欧の代表的な車両を13のゾーンに分け、年代順に展示。とくに3階は、第二次世界大戦後の日米欧、それぞれのモータリゼーションの進展と多様化、そして相互の関わりを一望



できる展示構成となっている。ほぼすべての展示車両が走行可能である「動態保存」を行っているのが当館の特徴であり、展示車両の他にも収蔵庫で約350台を所蔵する。

車両以外では、ルネ・ラリックのガラス製カーマスケット全29種類をはじめクルマに関わる文化資料約1万5千点を所蔵し、本年4月には、その専用展示室「クルマ文化資料室」がオープン予定。自動車カタログや関連書籍を収蔵する図書室も併設・公開している。

館の総面積は約2万平方メートル。年間の総入場者数は25万人前後（うち海外からの来場者は約15%）である。

当館は会社組織においては「社会貢献推進部 企業・車文化室」に属し、トヨタ自動車の社員約30人が常駐している。館長、副館長のほか、学芸員資格や図書館司書資格保持者を含む学芸領域スタッフ、車両整備専門スタッフ、館運営・広報担当スタッフが運営に従事している。この他、フロア案内や施設管理、レストラン・ショップなど日常の運営は関連会社に委託している。

3. ミッションである「公共性」

一般に企業博物館の機能は、①自社の歴史や現在の企業活動の紹介②自社製品のアーカイブ③自社の属する産業にまつわる歴史の紹介などがある。トヨタの関連施設としては、①②にあたるのは、トヨタグループの発祥の地であり近代化産業遺産でもある旧豊田自働織布工場の跡地でトヨタのものづくりの歴史を紹介する「トヨタ産業技術記念館」（名古屋市）、トヨタ自動車本社（豊田市）敷地内でトヨタの企業活動や先端技術、現行製品を紹介する「トヨタ会館」などがある。一方、トヨタ博物館は③にあたり「トヨタ」と名前がついているが、上記2項で示すようにトヨタ及びトヨタ車の歴史を展示する施設ではない。

この理由は、現在も正面玄関の壁の銘板に刻まれている、豊田英二会長（当時）と豊田章一郎社長（同）の当館設立時のメッセージ「皆様とともに 自動車の歴史を学び 人と車の豊かな未来のために 博物館をつくりました」にはっきりと表れている。すなわち、一企業の歴史ではなく世界の自動車の歴史を現物の車両で概観し、「皆様」つまり来場者や関係者、地域の方々などのステークホルダーの皆さまと一緒に学びを深めて次世代を創造していくことに寄与していくということが、当館のミッションである。設立当初から「公共性」を強く意識しているのは、トヨタ自動車の創業の原点「クルマづくりを通じて社会に貢献する」という理念と連動している。

4. トヨタ博物館にとっての「地域」とは

公立の地域博物館であれば「地域」というのは、行政的エリアであることは明白であるが、企業博物館にとっての「地域」は、各館さまざまであろう。とくに創業地や現行の本社敷地内ではないロケーションに設立されている当館のような館にとって、定義は難しいが、当館はおおむね下記を地域と認識して活動している。

- ①長久手市（当館所在地）
- ②愛知県（トヨタ自動車の本社はじめ主要事業所が存在する、自動車産業の集積地）
- ③日本全国（グローバル展開する当社にとって、本社機能を持つ国）
- ④自動車分野全般（物理的な「地域」ではないがトヨタ及び当館が属するコミュニティ）

一般には地域連携というと②くらいまでの範囲を想定すると思うが、本稿では当館の活動実態にあわせ、上記の範囲における連携事例を以下で紹介する。

5. 地域連携事例

A. 当館主体活動

1) トヨタ博物館クラシックカー・フェスティバル (愛知・東京)

日本にクルマ文化を醸成するために、当館が一般のクルマファンと一緒に取り組んでいるイベント。一般公募で募集した、製造後30年以上経過した個人所有の車両(メーカー問わず)の公道パレードや展示を行う。オーナーや関係者、お客様等との交流の場を作ることが目的。愛知県は東海3県、東京は関東圏を中心に参加車両が集まる。

【愛知】

当館開館翌年から継続して毎年5月に実施、2018年には第29回を開催した。会場は当館から約3kmほど東にある同じ長久手市内の「愛・地球博記念公園(旧・愛知青少年公園)」。同公園で開催している理由は、地元長久手市民の皆さまに楽しんでいただきたいこと、約150台にのぼる一般参加車両が安全に展示でき、お客様が楽しみながらクラシックカーをご覧ください空間があることなどである。来場者は毎年2万人超である。



地域連携をとくに意識したコンテンツとしては「公道パレード」がある。長久手市内主要箇所14kmを走行することで、一般参加車両及びパレード見学のお客様に長久手市の魅力を見ていただく機会を創出している。見学ポイントとして「長久手温泉ござらっせ」に抽選会場を設けて集客に結びつけるとともに、「長久手温泉ござらっせ」と「トヨタ博物館」、「愛・地球博記念公園」の間に無料シャトルバスを運行し、市内回遊の便をはかっている。また、パレードとほぼ同ルート为爱知県主催の「リニモウォーキング」を同時時間帯に実施し、参加者にパレード見学者となってもらって相乗効果をあげている。

一方メインの公共交通機関であるリニモ(愛知高速鉄道株式会社)の愛・地球博記念公園駅には、トヨタ博物館の当日無料券を設置し、リニモの利用促進と道路渋滞緩和を図っている。

会場では、地元の長久手市商工会のフードコーナー出展他、市内の日本介助犬協会、長久手市観光協会などにもブース出展をいただいている。もちろん、公園の所有者とその運営管理団体である、愛知県と公益財団法人愛知県都市整備協会には、イベント計画から実施までの調整にご協力いただいている。

関係諸団体にはご協力をいただくとともに年に一度このフェスティバルに関わっていただくことで、当館活動をご紹介し理解いただくという相乗効果もある。地元愛知県民をターゲットとしたイベントが多い愛・地球博記念公園の中では、比較的全国規模で集客がなされているイベントであるという評価をいただいている。

【東京】

2007年から継続して毎年11月に実施、2018年には第12回を開催した。会場は東京の明治神宮外苑聖徳記念絵画館前。クラシックカーイベントには地域性があるため関東圏のクルマファンにも参加していただく機会の創出と、自動車文化の有識者、メディアが多い首都圏開催により、全国規模でイベントの趣旨を発信することを目的としてスタートした。来場者は約2万人、1日の取材数は40件ほどである。



今年は、「Japanese Vintage Year 1989」をテーマに、「平成最後のフェスティバルに平成元年に生まれた名車を紹介する」ため、スバル、日産、ホンダ、マツダに出品協力をいただき、トヨタも含めた各社の車両を紹介した。日本でも各メーカーがそれぞれかつて発売された旧車をヘリテージとして保存はしているが、このように各社が連携して平成のクルマ文化をアピールできたことは、発信効果も大きかった。

毎年同時期に行われる「神宮外苑いちよう祭り」とタイアップしているが、イチョウ並木にマッチするクラシックカーの走行風景が、東京メトロチラシの同祭りのイメージ写真として使用されるなどの協力を行っている。また、所轄である四谷署や首都高速道路公園からは「交通安全啓発ブース」が出展されている。

2) AUTOMOBILE COUNCIL 出展（首都圏）

AUTOMOBILE COUNCIL は同実行委員会が主催する2016年からスタートした、新車、クラシックカー問わないモーターショーである。国内外の主要メーカーや、幅広い自動車関連企業・団体が出展する。初回から参加するトヨタは2018年は「トヨタ博物館」名義で出展したが、それはAUTOMOBILE COUNCILの「日本に自動車文化の新たな創生を図りたい」という目的とトヨタ博物館の活動理念が合致、「トヨタ」として出展するよりもイベントとの親和性が高いからである。本年のテーマは「元気!! ニッポン1960s!」で、トヨタ車だけでなく日産自動車株式会社様にも車両出展協力をいただいた。当イベントの目的を達成するためには歴史的観点が必要であり、当時の自動車文化はトヨタ1社の製品だけでは語れないため、次回はさらに主催者及びメーカー同士の連携を強めた展示や取組みを実施していく計画である。



3) 夏休みイベントでの地域連携（当館内）

毎年、夏休みを含む会期で、幼児および小学生を対象にして、かつては「はたらく自動車」という企画展、現在は他の大人向けのコンテンツも加えた「ト博夏フェス!」というイベントを開催している。当館の常設展示は標準的な乗用車の歴史的展示で比較的大人向けの内容のため、夏休みに子どもたちに人気の特殊車両の展示等を行うことで、子ども向けの内容を期待するファミリー層のニーズに答えている。



この中で人気のコンテンツが特殊車両の実演を見せる「屋外イベント」で、各車両を保有している関係団体との連携が欠かせない。2018年は愛知県警察の協力で「交通安全教室 白バイ走行」、株式会社前田製作所の協力で「かにクレーン&ショベルカー実演」、トヨタ輸送株式会社の協力で「キャリアカー積込み実演」、自衛隊愛知地方協力本部の協力で「陸上自衛隊災害派遣車両&装備展」などを行った。各団体には当日の車両の持ち込みから実演のオペレーションまでを一貫して実施協力いただいている。当館にとっては自館保有車両だけではカバーできない分野の自動車の機能・役割を紹介できること、協力団体にとってはある程度観客数が見込める（毎回数百人規模）イベントで、各団体の取り組みを紹介できる機会となっている。

4) 教育プログラム（当館内）

当館では、「幼稚園・保育園」「小学校」「中学校・高校、専門学校・大学」向けに、それぞれ団体での見学プログラムを用意している。「幼稚園・保育園」向けでは自由見学と『くるまのぬりえ』の提供、「小学校」向けには自由見学用のワークシートの提供と、最初のガソリン自動車のレプリカである「ベンツ パテント モートルヴァーゲン」の走行披露と解説、「中学校・高校、専門学校・大学」向けには、ベンツに加え、「フォード モデルT」の走行披露と解説を行う。走行披露と解説は、車両整備スタッフと学芸スタッフが実施する。料金は通常は有料の小学生以上にはそれぞれ学校行事用の特別料金を設定し（小学生は無料ほか）、昼食会場の提供などの便宜を図っている。

とくに地元の長久手市内の小学校6校に対しては、社有バスを利用して豊田市にあるトヨタの工場見学とセットにした見学ツアーを無償で用意し、社会科で工業について学ぶ小学校5年生は全員、当館に来館している。

年間の学校受入れ数は30校で、人数は2000人である。

5) 各種協会への参加（全国および愛知県、長久手市）

情報収集と連携のため全国的な博物館組織としては「日本博物館協会」、「全国科学博物館

協会」、企業博物館の連携を目的とした「産業文化博物館コンソーシアム（COMIC）」に参加している。愛知県においては「愛知県博物館協会」の副会長館をつとめ協会の運営に参加している。

愛知近辺の産業の観光資源化と連携を図る「産業観光推進懇談会」（AMIC）、長久手市においては、市内の主要企業・団体が加盟してまちづくりを推進する「火曜会」および「長久手市観光推進協議会」にも加盟している。

B. 他団体への協力活動

6) オーナーズミーティング（当館内）

当館では4か所ある駐車場のうち、一か所をオーナーズクラブ用に貸し出しを行っている。オーナーズクラブとは、自動車やオートバイなどの愛好家によるクラブで、特定のモデルの所有者のみで構成される団体が多く、それぞれ個人のクルマを持ち寄る集まりをミーティングという。オーナーが個人単位で参加するクラシックカー・フェスティバルと並んで、一般オーナーのクルマ文化醸成に寄与する当館独特の取り組みである。年間約20件で、参加総人数は約1000人である。有料で1台あたり1000円であるが、入館料が含まれるため実質無料である。基本的には場所貸しであるが、当館やトヨタ関係者、あるいはクラシックカー愛好家の交流の場ともなり、ここでの情報交換から寄贈やイベントへの連携協力のきっかけづくりにもなっている。

7) 取材・撮影・情報提供協力（全国）

当館への取材や撮影・情報提供依頼の内容は、①常設展など館全体②当館企画展・イベント③特定の車両④特定のテーマ（自動車史等）の大きく4つに分けられる。③④は自動車博物館ならではの内容であり、研究書や教科書、教材への提供依頼も多い。営業目的でなければできるだけ対応はしているが、プレス用メールを公開しているため、毎日のように依頼が飛び込み、対応も相当の時間を割いている。これをカバーするため提供依頼が多い画像に関しては、2018年にトヨタ自動車のホームページ上にフリーのダウンロードシステムを導入した。

雑誌・新聞・テレビ取材に関しては、事前に担当者と綿密な打ち合わせを行って、先方の要望と当館の実情を鑑みつつ対応している。2018年3月に放映されたNHKドラマ「真夜中のスーパーカー」（山本美月、唐沢寿明等出演）は、当館がメインロケ地として登場した、NHK名古屋放送局制作の作品である。NHKが地方局で制作し全国発信する地域ドラマの一環であるが、同局プロデューサーが愛知県といえば自動車、ということで2年ほど前に当館に打診があり、以来情報提供や社内調整も含めて企画段階から当館が協力した。こうした地元メディアへの協力も当館の広報に寄与するということの他に、産業分野のアーカイブとしての地域貢献とも考えている。当館での年間の取材対応数は約80件である。

6. おわりに

当館には社会科見学として工場見学とセットで来館する小学校が多い。自動車製造・販売はすそ野が広く、関連企業をあわせると、愛知県はじめ中部地域だけでも膨大な人々が携わる産業である。「地域」の皆さんが「自動車」を地域資源・教育資源としてとらえて、当館に來訪いただける状況は大変ありがたく、それに応えるために当館も更なる取り組み努力が必要と考える。

生涯学習施設としては、教育委員会に属する公立館と較べると活動は不足な部分も多い。さらに公共性を高めていくためには、NPOなど一般団体との連携や、一般の方々が気軽に館活動に参加できる仕組みが必要である。高齢化社会を迎え、大人向けの教育普及活動の実施や、リタイア後の市民、とくに自動車産業に関わった方々の生きがい創出や地域貢献のプラットフォームとなることも期待されるだろう。

地域社会とともに歩むのが企業であり、地域連携を強めて社会還元性を増すのが使命である。また、自動車文化の盛り上げは一企業だけでなく自動車産業全体で取り組まなければならぬ。当館がこの「地域」の中でより多くの皆様と協働するために、果たすべき役割を今後さらに検討していきたいと考えている。

以 上

