

企業博物館ニューウェイへの模索

～コロナ禍でのトヨタ博物館の活動から～

トヨタ博物館 副館長 佐藤友美

1. はじめに

全世界が新型コロナウイルスの対応に追われた2020年は、トヨタ博物館（愛知県長久手市）も定常活動の停止・再開や、計画の見直しに明け暮れた1年であった。社会状況が刻々と変わり、様々な報道が飛び交うなか、当館関係者も、感染への恐れや世間からどう見られるかという思いで揺れ動いた。「不要不急」の行動の自粛が求められ、博物館が、しかも公立館でも企業PR施設でも商業施設でもない我々のような企業博物館が開館し続けることの是非、つまりは社会の中での当館の存在意義や責務を自ら問い直す機会となった。

2. 新型コロナウイルス対応の経緯

1) 休館決定まで（2020年1月下旬～2月末）

当館で新型コロナウイルスについて皆がはっきりと認識したのは、2020年1月20日頃、地元テレビ局から「春節でのインバウンド客増への対策を何かしていますか」という電話取材が入ったときであった。通常のインフルエンザ対策以上の対応はしておらず、トヨタ産業技術記念館やトヨタ会館も同様であった。その後数日間で感染懸念の報道が増大するなか、春節が始まった1月下旬の週末から「スタッフのマスク着用」「お客様用消毒液の設置箇所増」「手を触れる箇所（手すりなど）の清掃回数増」を行い、その点に関するお客様向けのご協力をお願いを館内掲示した。さらに最初の団体ツアー関連の感染が報道され、1月27日には中国が海外への団体旅行を禁止し、当館の予約キャンセルも相次いだ。館内ではスタンプラリーやPCの使用停止など接触箇所の低減を図った。しかしまだイベント中止というフェーズではなく、2月9日の開館30周年記念事業「池沢早人師氏トーク&サーキットの狼スーパーカーミーティング」では、消毒励行や握手自粛などの措置はとりながらも、約47台のスーパーカーが参加し、トークは約300人が聴講した。これが予定通りに行った最後のイベントとなった。

その後、諸外国での感染拡大、横浜に停泊した客船での集団感染などが起こり、トヨタの全社的な対策の一環で、当館などの文化施設、ショールームなどのPR施設などの感染予防に関する情報交換を一括で行うようになった。また当館と関連が深いトヨタ産業技術記念館

とトヨタ会館とは随時会合を持ち「休館（休業）するかどうか」も踏まえた議論が出るようになった。当館としては接触型展示がないという展示特性とここ数年の来場者実績からみて「館内での3密による感染」のリスクは低いと判断していたが、この頃から館に行くための「人の移動による感染の恐れ」が取り沙汰されてきたのである。

国による2月20日のイベント自粛要請、そして27日には全国の小・中・高校への休校要請がでて、名古屋市科学館をはじめとする愛知県内主要施設も休館となるとの報を受け、28日に「広域での人の移動を止める」ことを目的に、トヨタ博物館を29日から休館することに決定した。トヨタ産業技術記念館やトヨタ会館、およびトヨタの工場見学も同時期から休館・休止に入った。

2) 休館中（2月29日～6月1日）

■休館・再開館の判断

当初は国の要請に従い「2週間程度」と想定していた休館期間は、4回延長して、最終的に3か月間に及んだ。当館休館の判断基準は①学校の休校動向、②愛知県内の他館休館動向、③国・自治体の要請、3つの観点を総合するとしていたが、①②は延長が繰り返され、③については4月から5月にかけての緊急事態宣言となったからである。休館延長・再開館の判断は、社会情勢を見ながら、愛知県内の他館やトヨタ社内での情報収集を行って当館が原案を作り、トヨタ博物館が所属する社会貢献推進部長が決定して社内での了解を得ていた。

■休館中の館員勤務

休館中も館員（トヨタ自動車、トヨタエンタプライズ）は通常ローテーションでの出勤体制とし、在館と在宅を併用した。在館出勤者は原則自家用車通勤とし、会議室などを利用してワークスペース分散を行った。また、検温、館内でのマスク着用、手指消毒励行、パーティション設置、昼食時の対面禁止・時間分散・私語自粛などを実施した。

■休館中の業務内容・活動

休館期間も順次延長されていく中、まずは計画変更が必要な活動の見直しに追われた。また、案内や接客スタッフはこの機会に研修の充実（接客、語学研修、防災訓練など）や、マニュアル整備を実施。館運営担当スタッフは再開時の感染予防策を織り込んだ運営体制について情報収集しながら検討、準備を行った。企画、広報、学芸、収蔵庫管理については通常業務に加え、解説や展示の見直しを行った。

新たな取り組みとしては、他館と同様、ステイホーム用のコンテンツ作成に取り組み、4月12日までの予定で再開できなかった企画展の解説動画を作成し、YouTubeチャンネル開設して配信、来場できなかった方へのサービスとした。YouTubeはこれまでマンパワー不足で取り組めなかったが、休館中のリソースを活用して開設。またペーパークラフトやぬり絵などは既存のデータを活用・加工してホームページで公開した。

3) 再開館後 (6月2日～現在)

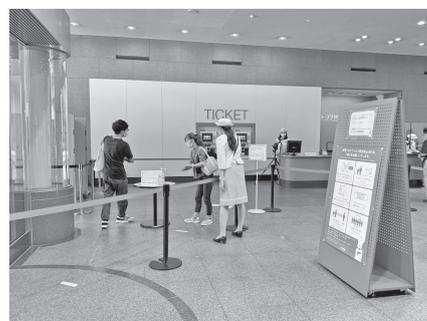
■感染予防対策

基本的に「館員あるいはお客様に陽性の方が発生しても、濃厚接触者を出さない体制」「3密防止+体調不良者発見、接触箇所低減」を念頭においた。来場者への協力要請については、入場時のサーモグラフィによる検温、館内でのマスク着用、手指消毒、ソーシャルディスタンスの確保など。館設備およびスタッフの対応については、全員検温体制確保のための強制導線導入、飛沫防止パーテーション設置、ソーシャルディスタンス確保のためのマーカー設置、清掃・消毒強化、スタッフの体調管理徹底などである。入場制限については、自家用車での来場者が9割以上であるため、駐車場のキャパシティ(300台)を超えた場合は、入館をお断りするという方式をとっているが、現在のところ1度も制限をかける状況にはなっていない。また、検温で37.5度を超えて入場をお断りした事例も1件も発生していない。コロナ対応についてはお客様から特段のクレームは現状なく、11月上旬に実施したアンケートでは7割の高評価をいただいた。

感染予防については、当初から「3密防止+体調不良者発見、接触箇所低減」を基準に独自の対策を立案していたが、5月に日本博物館協会から「博物館における新型コロナウイルス感染拡大予防ガイドライン」が出され、愛知県からも緊急事態措置にともなう対策表も出されて、当館対策が公的機関のスタンダードに照らして妥当だということを確認でき、対外的に説明できる裏付けができたのがありがたかった。再開館を5月下旬に決定後は対策をホームページに掲載したほか、個別の問い合わせ用のQ & Aも用意した。



館内ポスター・カード等で協力よびかけ



入口を一か所で一方通行化、手指消毒、検温等実施

■活動の停止・再開・見直し

再開館当初は想定していたフル対策で臨んでいたが、その後社会情勢をみながら感染予防対策ができる活動は実施していく方針とし、7月に図書室利用、9月に団体・学校・オーナーズクラブ受入、バスでの来場、ホール貸出、10月に定点展示説明、11月にガイドツアーを再開した。未だ再開していない活動としては、各種イベント（走行披露、同乗体験、工作教室、講演会など）や、スタンプラリー、アンケート、PC検索システム、記念撮影用車両乗車（ボンネットバスなど）などがある。

企画展は、4月12日に終了予定であった「100年前のイノベーション～T型フォードが変えたこと」展は休館とともにそのまま終了、次の企画展「30年前の未来のクルマ」展は当初4月スタート予定が6月の再開館時開始となり、11月からの秋企画展は当初予定の別企画がコロナの影響で延期となったため、2021年4月までの「トヨタモータースポーツ列伝」を急遽実施することになった。毎年夏に開催しているファミリー向けの展示や屋外実演は、密集を避けるため中止とした。また、秋のクラシックカー・フェスティバルは規模縮小での開催とした（後述）。

■来場者状況

来場者数は概ね前年度比40%ほどで推移し、今年度の入場者は10万人前後となる見込みである。（ここ数年の年度平均来場者数は25～26万人）。トヨタの他の文化施設と比較すると、来場者数の回復は比較的早く、理由としては、自動車での来場者が多いこと、インバウンド客の比率が比較的良かったこと、例年の来場者実績を鑑み事前予約システムを導入しなかったことなどが考えられる。

3. さまざまな連携（博物館・観光・メディア・地域など）

今回の新型コロナウイルス対応に関しては、トヨタ自動車の企業方針を踏まえながら、社会情勢にアンテナを貼っていくことが不可欠であった。そのためには当館と日常でのお付き合いの中でつながりがある諸団体とのフォーマル、インフォーマルでの情報交換が大変有効であり、連携取り組みにもつながっていった。

■博物館関連

休館、再開館、感染予防対策等の判断をするため、とにかく欲しかったのは「情報」だった。とくに2月～4月頃の社会的なスタンダードが定まらないなか、日頃お付き合いがある他館との担当者レベルでの情報共有は有効なリソースであった。また、当館が副会長館をつとめている「愛知県博物館協会」では、閉館・開館が相半ばしていた3月に当館発案でアンケートを取り、10数件の内容を会員館で共有した。また、インフォーマルではあるがfacebookの「ミュージアムの新型コロナウイルス対応情報共有」に館員が個人で参加し、全国のミュージアムの情報を得ていた。

企業博物館のゆるやかな連合体「産業文化博物館コンソーシアム（COMIC）」（事務局：印刷博物館）では11月末に32館が参加して、リアルとオンライン両方で各館のコロナ対応の報告を行った。企業博物館は施設のロケーションや展示特性上、再開せず閉館している施設も一定数あり、開館している館もそれぞれの対策の共有の機会となった。

■観光関連

愛知県観光協会による各種のコロナ対策の発信を受け、新型コロナ対策ポスターやステッカーの掲示、また、GOTOトラベル（当館では入場料、レストラン、ショップなどに適用）などの施策を実施している。また、リアル及びオンラインで何度か開催された、コロナ対応や観光状況の専門家によるレクチャーはその時点での情報をコンパクトにまとめたもので、資料として役立っている。

「産業観光推進懇談会（AMIC）」（事務局：名古屋商工会議所）では、7月に今年度の定例会を実施した際に、加盟館が開館状況やコロナ対策などの情報を発表し、情報共有を行った。

■メディア

コロナ禍となってからは当館からの取材誘致は積極的には行っていないが、休館中にも通常開館時と同様にメディアから取材や情報提供などの依頼があった。とくに緊急事態宣言前後は、各メディアも取材できる範囲が縮小したためと思われるが、自動車や地域産業のアーカイブとしての役割を期待していただいていると受け止め、感染防止に注力しながら受入を行った。5月に毎週5回にわたる生出演（CBCラジオ）、7月から4回にわたる特集（Car Graphic）、トヨタ博物館カレーの取材（テレビ愛知）など、当館展示車両や構成、名物などをじっくりとりあげていただける傾向の報道が多かった。また自治体の作成する観光PR用の動画撮影にも協力している。

■地域関連

休館中の4月上旬に、地元である長久手市の諸関係団体に「お困りごとのヒアリング」を行った。コロナ禍でのトヨタの社会貢献のあり方を検討するための一環であったが、現場の生の声を伺う貴重な機会であった。当館としては、すぐ実施できる取り組みとして「芝生広場の提供」と「子ども用のノベルティ提供」をさせていただいた。

この頃切実だったのは学校休校である。障がい児デイサービスや児童養護施設などでの子供たちの滞在時間が長くなったが、外遊びできる公園が封鎖されたり、施設内での遊び道具の不足などが起こっていた。前者については長久手市社会福祉協議会と連携し、4月～5月の休館中、市内のデイサービス6団体に延べ17回・202人に当館の芝生広場を遊び場として使っていただいた。後者は日頃お付き合いのある児童施設に、当館ノベルティのペーパークラフトや工作素材などを提供した。



4. トヨタ博物館 クラシックカー・フェスティバル

毎年当館近隣の「愛・地球博記念公園」で実施している「クラシックカー・フェスティバル」は、2020年は10月25日（日）にトヨタ博物館で開催した。当フェスティバルは、当館開館の翌年から31回継続する一般オーナー参加型のクルマ文化醸成イベントであり、なおかつ当館にとっては、長久手市はじめ市内の諸団体に協力を仰いで作り上げている重要な地域連携活動である。ただ、本格的な準備に着手する5、6月頃には、愛知県内や長久手市内のお祭りなど、また自動車関連のイベントも軒並み中止が発表されており、当フェスティバルも開催そのものの是非を検討した。

しかし「博物館での自動車史展示」と「オーナー参加型の活動」は当館ミッションである「クルマ文化の醸成」の両輪である。また、コロナ禍のなかでの活動が数年スパンで長期化する可能性もあり、その状況でも実施できる仕組みを構築したいという思いもあり継続できる方法を模索した。

そこで、再開館後に安定した運営実績があり、かつ急遽中止の状況になっても対応できる当館を会場とし、感染予防の観点から台数を縮小（150台→50台）、オーナー参加車両の展示とパレードだけのシンプルな内容とし、来場者は長久手市民と年間パス保有者に限定した。そして実際に来場できないお客様のために、YouTubeでライブ配信を行うことにした。

結果としては、感染状況が比較的落ち着いていた時期ということもあり、事故なく無事に開催。ライブ配信で今回初めてパレード風景や、オーナー全員へのインタビューを放映し、YouTubeの視聴回数は1.4万回を記録、アンケート結果からも参加者の満足度は高かった。一方、当館としても予想以上だったのは、長久手市民の当館来場者が535人、市内パレード沿道見学が1,899人にのぼったことである。あわせて2434人は長久手市人口の4%で、当日ご来賓でご来場していたたいた吉田一平市長にも「沿道から館内までずっと市民がいた。トヨタ博物館が地域に根つき、地域がトヨタ博物館の館内に入っている。毎年の風物詩。開催してもらいありがたい」とのお言葉をいただいた。



5. おわりに

以上、社会との関わりを中心に当館の新型コロナウイルス対応について記したが、当初は各種判断も対応も基準がない中、拠り所となったのは日頃の活動の中で培ってきたつながりであった。とくに愛知県内はじめ、各博物館との情報交換は、大変有効な判断材料となった。

地域に関していえば、企業博物館は、設置企業の創業の地や本社の敷地内にあることが多いが、当館はトヨタ自動車にとってそのどちらでもない長久手市に立地している。トヨタ自動車の従業員や関係の方々が集中的に在住しているというわけでもなく、また、長久手市は新規流入人口も多く、そういう点では当館と地域とのつながりはいくらか薄い印象もある。しかし、今回のクラシックカー・フェスティバルを見学いただいた市民の皆さんの多さに、当館が長久手市という地域に支えていただいていること、また開館30年以上がたち、地域の一員として皆さんに親しんでいただける存在に成り得たのではと実感することができた。休館中の芝生広場提供をご縁に、長久手市と長久手市社会福祉協議会と別途新たな活動連携もトライする予定である。

当館活動も当面は感染予防対策と、休館やイベント中止の可能性も含みながらのものとなる。入場料収入減による制限もある。しかし、オンラインをはじめとするWEBでの情報発信や地域連携の価値など、コロナ禍の中で成し得たことや見えてきたこともあった。博物館の存在意義というものは、通常の下況下でも常に問われるものであり、社会情勢の中で常に変化していくものである。今回はそれを改めて直視し、取り組む良い契機だととらえて活動を構築していきたい。

