

企業博物館の図書室発信！ 共感・交流する図書室を目指して

トヨタ博物館 小室 利恵

1. はじめに

トヨタ博物館は、トヨタだけではなく、世界の自動車とクルマ文化の歴史を紹介する博物館である。設立当初より、社内史料及び国内外から展示車両に関する資料を取り寄せ、歴代の学芸員たちが調査を重ねてきた。膨大な資料や書籍を一般に公開する場として、博物館オープン当時は「資料室」、その後「図書閲覧室」「ライブラリー」と名前を変え、昨年11月3日に「クルマの図書室」（以下、「図書室」）として大規模リニューアルを果たした。当館の蔵書構成は書籍約7万点、自動車カタログ約12万点、雑誌約6万点、その他で合計約25万点である。現在、図書室では書籍約7,000点、カタログ約3,500点を公開している。

時代につれて図書室の役割は少しずつ姿を変えていった。今までの、調査のために集めた資料を公開するという受け身の立場から、今回のリニューアルでは「共感と交流」というコンセプトを掲げ、博物館に併設する図書室として、来館者にクルマの魅力をもっと伝える場としての機能を担った。本ポスターセッションでは、お客様が「共感・交流」するための工夫や実践について紹介し、経験や楽しさを提供する図書室について発表する。



図1. クルマの図書室

2. 「共感・交流」する図書室に向けた課題

1) 自動車の専門図書室としての現状

当館の図書室は「専門図書館」に属する。専門図書館とは、各種の組織体の構成員を対象とし、その組織の目的の実現のために設置される図書館である。官公庁の設置する図書館、民間団体、企業の図書館、地方自治体の議会に設けられる議会図書館、各種研究機関（研究所、学協会、大学など）に設置される図書館などがあるが、一般に、その組織が必要とする情報を収集・提供するため、それぞれの分野の専門的な情報が集積されており、利用者もその組織の範囲に限定されることも少なくない（*1）。

但し、当館は博物館に併設される図書室のため、博物館の来館者が見学の延長で来室されることが主であり、来室者の層は博物館の来館者の性質に左右される。多くはクルマ好きの男性が多いが、近年では小さな子供連れや、若いカップルなどもよく見かけるようになった。図書室も元々はクルマ好きの男性客がメインターゲットであったが、2016年に乗り物絵本ばかりを集めた「のりもの・えほん・としょしつ」を開設したことで、ベビーカーで移動する小さな子供連れの来室が徐々に増え始めた。そのことで、選書や空間づくりで客層が大きく変わることを実感した。

当館はクルマ館と文化館という2つの建物で構成される。自動車をメインに展示するクルマ館と、文化資料を展示するクルマ文化資料室が主な展示室である。図書室は文化館の3階に置かれおり、同じく文化館の2階にあるクルマ文化資料室は、錦絵、ポスター、カーバッジ、カーマスコットの他、ミニカーやクルマのおもちゃ、クルマを題材にした漫画や映画、ゲームなど、自動車史の発展と共に登場したクルマについての文化資料を約4000



図2. クルマ文化資料室

点展示している。クルマ館で自動車そのものに興味を持たなくとも、この資料室では何かしら興味を惹く展示物を探することができるように工夫されている。今回のリニューアルでは図書室もこの考え方に倣い、最初から「クルマが好き」というターゲットにはもちろんのこと、新たな客層として女性や学生などの若年層も視野に入れ、誰にでも入りやすく、居心地のよい図書室を目指し、そのための施策を行なった。

2) 「共感・交流」する図書室に向けての課題認識

入りやすく、居心地のよい図書室とはどういうものかを考える時、空間づくりは重要である。リニューアルに向けて、安心・安全に過ごせることを第一に、空間づくりは最大限にこだわった。しかし本発表では、「共感・交流」という点に着目し、課題認識から実施までの経緯をまとめた。

まずは、図書室のあるべき姿として、図書の分類方法について見直しを実施した。それまでの分類方法は、図書館における日本十進分類法を参考にし、900番台を当館独自の分類番号として設定、番号順に配架していた。例として、900番は『自動車に関する総記』、910番は『乗り物の歴史』と大分類を設定し、900番「自動車辞典」、901番「自動車年鑑」という中分類に細分化している。

この分類方法及び書架の配置は、何か調べものをしたい利用者には大変分かりやすく、本を探しやすい。また、図書スタッフも本を元に戻しやすい等、利点は多い。しかし、来室者を観察していると、博物館に見学に来て、たまたま図書室の存在を知り、ふらっと立ち寄った来室者は、そもそも何が読みたいか不明瞭なため、読みたい本を探し出すまでに時間かか

る姿をよく見かけた。そのような現状から、現在の分類方法は受け身であり、図書室側から来室者に対して本を手にとってもらいやすい配架・演出ができていないことが課題として浮かび上がった。

また、来室者に対するコミュニケーションについても積極的な働きかけができていないかを振り返り、来室者とスタッフ、あるいは来室者同士の交流が図れる図書室となれるよう、私たちができることを模索した。

これらの課題認識の元、「共感」に対しては分類の見直し、「交流」に対してはこちらからの発信を強化するための施策を検討することにした。

900 自動車に関する総記	940 乗用車	980 モータースポーツ
900 自動車辞典	940 乗用車全般	980 モータースポーツ全般
901 自動車年鑑	941 乗用車 日本	981 モータースポーツ年鑑
902 自動車マニュアル・解説書・修理書	942 乗用車 アメリカ	983 モーターレース 日本
903 自動車諸元表・自動車法規	943 乗用車 イギリス	984 モーターレース 海外
904 自動車ガイドブック	944 乗用車 ドイツ	985 レーサーの伝記全般
905 自動車統計	945 乗用車 フランス	986 レーサーの伝記 日本
906 自動車カタログ	946 乗用車 イタリア	987 レーサーの伝記 海外
907 現存車情報	947 乗用車 その他	989 モーターサイクルレース
908 自動車ショー	950 商用車・その他	990 自動車趣味・芸術・その他
909 自動車博物館	950 商用車全般	990 エッセイ 日本
910 乗り物の歴史	951 緊急車両	991 エッセイ 海外
910 乗り物史・交通の歴史	952 バス・トラック	992 雑学・運転技術
911 各種乗り物史	953 軍用車・ジープ	993 免許・車検・交通安全・事故・保険
912 自動車に関する文明論	954 特装車(キャンピングカーなど)	994 自動車選び・購入・販売
915 自動車史 通史	955 馬車・人力車・蒸気自動車・昔の電気自動車	995 自動車広告・芸術・趣味
916 自動車史 日本	956 自転車	996 カーマスコット・エンブレム類
917 自動車史 アメリカ	959 モーターサイクル	997 ミニカー・おもちゃ・模型・ペーパークラフト
918 自動車史 その他	960 自動車工学	998 コミック
920 自動車産業史	960 自動車工学全般	999 児童書・絵本
920 自動車産業史 通史	961 内燃機関・燃料	
921 自動車産業史 日本	962 駆動系・シャシ・タイヤ	
922 自動車産業史 アメリカ	963 ボデー・フレーム	
923 自動車産業史 ヨーロッパ	964 電装品・カーエレクトロニクス	
924 自動車産業史 その他	965 自動車材料	
925 環境への取組み	966 自動車の走行力学	
930 自動車企業史・伝記	967 自動車の生産技術・工学・物流	
930 自動車企業史 通史	968 商品企画・デザイン	
931 自動車企業史 日本	970 自動車整備・レストア	
932 自動車企業史 アメリカ	970 自動車整備全般	
933 自動車企業史 イギリス	971 自動車整備 日本	
934 自動車企業史 ドイツ	972 自動車整備 アメリカ	
935 自動車企業史 その他	973 自動車整備 イギリス	
936 伝記全般	974 自動車整備 ドイツ	
937 伝記 日本	975 自動車整備 フランス	
938 伝記 その他(海外)	976 自動車整備 イタリア	
939 社史	977 自動車整備 その他	
	979 自動車のチューニング	

図3. 当館独自のクルマ分類表

3. 具体的な施策

1) 分類見直しの進め方

大きな分類を決めるにあたり、まずは基本的なことではあるが、どのような本が何冊あるのかを調べることから始めた。それと同時に、蔵書の傾向を探るために、書籍リストの1冊1冊にその車の生産国とメーカーを記していった。次に、本の内容を確認した。同じ建機分類番号の中にも種別の違うものが混同しており、例えば商用車の中には、タクシー・バンなどがあり、同じ950番という分類番号が振られているため、それらを分類分けした。

大まかな蔵書内容が確認できた段階で、お客様が求める本の傾向を把握するため、過去10年間分のお客様からのレファレンスの内容を洗い出した。約350件の問合せで最も多かったのは「(車名)のカタログが見たい」「(車名)について書かれている本はないか」というリクエストであった。次いで「(車名)の修理書/整備書」について、そして「社史」が続いた。

このレファレンス内容の結果から、新しい分類を検討するにあたり、まずは次の3つの方針とクルマ文化資料室との連携を充実することを決めた。1)クルマの本を探しやすくする、2)工学系のコーナーを充実させる、3)社史コーナーを独立させ、分かりやすくする、4)クルマ文化に関するコーナーをつくる

1のクルマ全般については、国別・メーカー別に書架を設け、クラウンやカローラなどの車名別に本を集めることとし、今まで別々の分類番号を付与されていたものも車名別にまとめ直した。またリクエストの多かったカタログは、当館では約12万点を所蔵しており、国別・メーカー別・車種別・世代別に当館独自の分類で管理しており、本とは別の分類番号を付与している。そのため、カタログコーナーとして、独立した配架とすることにした。

2の工学系のコーナーについては、今までの「自動車工学(960番)」と「自動車整備・レストア(970番)」を混合し、新たに環境や交通安全に分類されていた本を追加した。

このような考え方で、新しい分類方法を検討し、次のA～Eの5つの大きなまとまりとして大分類を形成した。

- A. つながる空間 ークルマ・本・人ー
- B. 世界のクルマを探る (1.クルマ全般)
- C. 多角的にクルマを楽しむ (4.クルマ文化)
- D. クルマの仕組みを知る (2.工学系)
- E. クルマの歴史を学ぶ (3.社史など)



図4. 書架 (B. 世界のクルマを探る)

また、この分類の中には児童書も含まれている。以前より図書室を訪れるクルマに関心のある子供は、保護者と共に大人向けの本を読んでいた。より深くクルマについて知りたい子供の欲求に応えるため、児童書(999番)も全てA～Eに分類し、混合した。

2) 共感を呼ぶ仕掛けづくり

「共感とは、他人の気持ちや感じ方に自分を同調させる資質や力を意味する。すなわち、他人の感情や経験を、あたかも自分自身のこととして考え感じ理解し、それと同調したり共有したりするということである。その結果、ヒトは他人のことをより深く理解することができる(*2)。」偶然または意図的に訪れた図書室で、私たちが、お客様が求めている本、あるいは知らなかった本との出会いの場を提供し、それに対しての同調や、誰かと共有していただけることが共感だと考え、そのための仕掛けをした。そのための分類づくりであった。

新しい分類をベースに、コーナー毎に本を並べたところ、以前よりも格段に本が探しやすい書架となった。具体的には、来室者がクルマそのものに関心がある場合は、Bのクルマの本のコーナーに行けば、好きなメーカーの棚から好みのクルマの本を探することができる。また、なんとなく立ち寄った来室者には、例えば2階のクルマ文化資料室で見た作品に少しでも興味を持たれたら、Cのクルマ文化のコーナーでその作品についての本を探せるようになった。さらに、何を読めば分からない来室者には、新しく設けた「A. つながる空間」というコーナーに足が向くようにした。ここは全ての本を面置きで展示するコーナーで、B～Eに分類した本の中でも、表紙の美しさや、表装が特徴的な本を並べた。また、クルマ関連の本が中心ではあるが、他にも一見クルマとは関係のない本も一緒に置くことにした。例としては、科学やアート系の本である。しかし、クルマに全く関係ないとはいえ、科学もアートもどこかでクルマに繋がっていく、そういう考え方で選書を行なった。入口を入ってすぐのこのコーナーは、今まで敬遠されがちだった女性などが興味を示し、あらゆる客層を受け入れている。



図5. 書架 (A. つながる空間)

3) 交流する図書室

お客様とスタッフの対話の場としてのひとつが「自動車カタログ語り隊」である。2023年11月に初回を行い、図書室リニューアルのための休室前イベントとして、2024年5月に2回目を行った。

このイベントはカタログが好きなお客様同士の交流を促すのが目的であり、お気に入りのカタログやキャッチコピーをテーマに、参加者全員がその思いを語るイベントとした。イベント終了後には参加者同士が連絡先を交換する姿も見られ、図書室を起点とした仲間づくりに貢献できたことは嬉しい収穫であった。イベントの参加者は今までは比較的高年齢層が多かったため、今後は若年層



図6. 「自動車カタログ語り隊 #2」の様子

にもターゲットを広げていくことが課題である。

また、2024年3月には「青空クルマ図書室」を初めて企画し、当館の芝生広場で移動図書館のイベントを行った。「思わずドライブに行きたくなる本」をテーマに選書し、芝生広場にブルーシートと椅子を置き、各々好きな場所で読書を楽しめる場所にした。そして、長久手市中央図書館に絵本の読み聞かせボランティアを紹介いただき、午前・午後の2回、子供連れの親子を対象とした読み聞かせ会を実施した。初春の暖かい日差しの元、リラックスできる読書環境を提供でき、お客様はボランティアの方たちや図書室スタッフと交流しながら読書を楽しんだ。

いずれのイベントも、リニューアルをすることが決まってから実施したものであり、お客様との交流により、図書室の目指すべき姿についての意見を聞くことができた。お客様の声を直接聞く機会は今後も定期的に作っていききたい。



図7. 「青空クルマ図書室」の様子

4. 評価と今後について

リニューアルオープンしてから約1カ月が経過した。お客様からは概ね好印象のコメントを頂戴し、以前の図書室からの常連のお客様からも「前の分類のほうが良かった」といった感想は一切出ていない。むしろ「探しやすくなった」「前からこの本置いてあった？」など、肯定的な意見ばかりである。

以前は図書室内をさらっと一周するだけの来室者が多かったが、今は気になった本を手に取り、見る方が大半である。また滞在時間も全体的に伸びている印象で、数名で来室されるお客様に至っては、各々興味を持った本を手にとり談話する姿が散見される。以前の図書室ではあまり見なかった光景である。誰かと本を中心に過ごす体験や共感、より深い充実を与えることだろう。

私たちは博物館に併設する図書室として、来館者が展示物を見た後のゆしみ、あるいは来館者同士の知識共有、そして共感・交流を提供する場でありたいと考える。また、その逆もあり、図書室で得た知識をさらに充実したものとするため、博物館へ再び足を運び、確認、体験するという行為にもつながると期待する。

参考

*1 日本図書館協会 HP <https://www.jla.or.jp/library/tabid/69/Default.aspx>

*2 最新心理学辞典 https://kotobank.jp/dictionary/saishinshinrigaku/#goog_rewarded