

新聞社から見たこれからの科学系博物館

朝日新聞社 取締役西部本社代表 町田 智子

私は昨年6月末まで、朝日新聞社の全国各地の文化事業やスポーツ事業を統括する立場にありました。新聞社というと記者をイメージされがちですが、入社以来、大半は事業に携わってきたという変わり種で、科学系、美術系を問わず、さまざまなイベントを手掛けてきました。そういう意味では、皆さまと同じ悩みを抱え、同じ立場でいろいろと工夫してきたところがあると思います。

加えてここ数年、国立科学博物館の評議員も務めていました。独立行政法人が大変厳しい状況にある中で、私に大した評価ができるわけではありませんが、ある種、共催者として、また一般の視点も含めた立場からお話しさせていただく機会もありました。そういうことで、この席に伺っているのだと解釈しています。

1. 朝日新聞社における文化事業の歩み

私ども朝日新聞社は1879年に設立され、今年1月25日で135周年になりました。事業としては、設立1年後に開催した花火大会が最初のイベントだと思います。その後、社員であった夏目漱石の記者講演会や白瀬中尉の南極探検の義援金募集、あるいはライト兄弟がアメリカで飛行機を飛ばした7年後、ほとんどの人が日本ではまだ飛行機が飛んでいるところを見たことがない時代に、アメリカから飛行家を招聘し、人々に飛行ショーをお見せするという事もしました。

このように新聞社として、さまざまなことを文化の紹介という形で行ってきた歴史があります。飛行ショーなどもそうですが、大変な苦労をしながら、先人たちがいろいろとノウハウを積み重ね、今に至っていると言えます。

展覧会として有名なのは、1964年の「ミロのビーナス特別公開」、1965年の「ツタンカーメン展」です。特に「ツタンカーメン展」は全国3会場で約300万人を動員し、この記録はまだ破られていないと思います。

現在も新分野としては漫画・アニメの「ONE PIECE展」をはじめ、さまざまな展覧会、音楽・舞台公演など、質の高い文化催事を行うべく、日々精進しています。例えば、2007年に入場者数国内ランキング1位を取った「レオナルド・ダ・ヴィンチ 天才の実像」は、門外不出といわれた「受胎告知」（ウフィツィ美術館蔵）を公開しただけでなく、科学という視点からダ・ヴィンチの素描や模型も多数展示し、ある種、科学展と言えなくもない展覧会でした。

2010年の「大哺乳類展～海のなかまたち」と「大哺乳類展～陸のなかまたち」は、国立科

学博物館で連続開催した展覧会です。39万人、33万人という入場者数は、科学系としては大きい方だと思います。2002年に幕張で開催した「恐竜博」は108万人、2005年に国立科学博物館で、世界で最も有名な恐竜ティラノサウルスの「スー」を展示した「恐竜博」は64万人、2011年に同じく国立科学博物館で開催した「恐竜博」は60万人弱ほど入りました。そういう意味では、恐竜が花形かもしれませんが、いろいろな科学展を行うことで、たくさんの方に楽しんでいただいています。

2. 「ふしぎ大陸 南極展」

1997年の「ふしぎ大陸 南極展」は、南極観測40周年を記念した展覧会です。戦後、まだ復興が本格化しないころに、国際地球観測年ということで日本学術会議に南極観測の話が来たのですが、当時、政府の予算もそれほど出せないということで、朝日新聞社が全面的に支援して事業が始まりました。昭和30年代初頭、最終的に1億8600万円以上の寄付が集まったという記録が残っています。当時としては相当な額ですし、それ以外にも人的・物的支援やいろいろな企業ともおつなぎしてご協力いただいたご縁で、40周年のとき、「是非ご一緒に」とのお話を頂いて、国立科学博物館、国立極地研究所とともに主催させていただきました。

メインの担当者だった私は、やる以上はたくさんの人に来ていただきたい、そのためにはまず引き付けるものが必要だということで、広報用に魅力的な写真を探しました。その中で、「本当に実際の写真なのですか」と言われるほどきれいな写真を採用できたこともあり、交通広告を含め、大きなポスターを各地に貼らせていただいて、最終的に22万人ほど入りました。

科学展は意外に莫大な経費が掛かるので、頭を悩ませながらいろいろなところに当たりました。多くの協賛や協力を頂きました。例えば、毎日南極の氷に触れるコーナーや南極から運んできた生きた魚の展示も目玉だったのですが、そのためには、数百万円もする大型冷蔵庫が何台も必要ですし、氷のストックルームも必要です。そこで業務用冷蔵庫を製造している企業に交渉し、最終的には機材提供という形で協力させていただきました。ただ、大型冷蔵庫を提供していただいても、みんながのぞけるようにガラスをはめ込むなど、改造にもお金が掛かるので、その辺で大変苦労した覚えがあります。

ほかにも極低温体験室を作ったり、会場に大画面を設置し、衛星回線を通じて、1日1回、南極基地との交信もしました。南極事業をより多くの方に知っていただくためとはいえ、いろいろと忙しい南極基地の方々から喜んでやってくださるのか心配しましたが、大変盛り上がり上がっていただきました。

3. 地方科学博物館での展覧会実績

われわれは地方の科学博物館でもさまざまな展覧会を実施しています。例えば2007年には「世界最大の翼竜展」を開催しました。「翼竜展」は私が部長時代に、若い担当者がどうしてもやりたいと、監修の先生たちとご一緒に実現した展覧会です。全国5会場を回りましたが、最初の会場が、監修もしていただいた、ここ北九州市立いのちのたび博物館でしたので、今日も本当に懐かしく、うれしく思っている次第です。

国立科学博物館で開催した「大哺乳類展 海のなかまたち」「大哺乳類展 陸のなかまたち」も大変評判を呼びました。最終的にはいろいろな事情で実現しませんでした。アジアのある国から、うちでもやりたいというお話が来たほどです。

「大哺乳類展」は青森県立美術館にも巡回し、そのときは地元のテレビ局と地元紙が主催したのですが、青森としては破格の10万人以上を動員しました。大変評判を呼んだと聞いています。普通は、展示物の借用期間の問題などがあるので、すぐに次の会場でといっても実現しませんが、「大哺乳類展」は、国立科学博物館に寄贈された「ヨシモトコレクション」がメインだったこともあり、同館のご厚意で青森での巡回が実現しました。

4. 協賛社との連携

展覧会の広報をするに当たっては、当然われわれも特集を組むのですが、協賛社の方々とご一緒に発信していくことで、効果が何倍にも広がります。例えば、「大哺乳類展」のときは、見開きの特集の下にフォルクスワーゲンと竹中工務店の広告を掲載し、一体型としました。また、フォルクスワーゲンの企業活動の一部が哺乳類展とオーバーラップするというので、会場内でパネル展示や冊子配布をし、「車と環境」という切り口からハイブリッドカーも展示して、さらに発信力を増しました。

特にこの10～20年、経費をいかに確保し、より良いものをつくっていくかが重要な課題になっています。「ツタンカーメン展」のころはエジプトのアブシンベル神殿救済のために、メセナで新聞社が費用を負担し、多額の寄付を行うことも可能でした。しかし今は費用が膨大なこともあり、一社で全部費用を持ち出してやるというのは難しい時代です。いろいろな企業を募り、展示に役立て、企業の力をむしろ発信力に換えることに努めているというのが近年の状況です。ですから、メリットを企業側にお見せできるよう、工夫もしています。

一つは言うまでもなく企業のイメージアップ、社名の認知度アップです。企業が求める社会貢献事業や周年の記念事業として、あるいは展覧会のコンテンツに関連して企業と社会の関わりを発信するために、協賛を頂くこともあります。その他、内覧会等を顧客招待などに利用する、記念グッズを販促に利用するといったこともあります。

例えば、「翼竜展」のときには、子どもたちに少しでも知ってもらうためのリーチの方法と

して、EPSON のペーパークラフトを公式サイトからダウンロードできるサービスを提供して、夏休みの自由研究にも使っていただけるような仕組みづくりをしました。企業のご協力も頂きながらやることで、より広範囲の方々に興味を抱いていただけるようにしています。2011 年の「恐竜博」のときは、ファソテックの 3D プリンターで、恐竜の頭骨等を作成しました。当時の最先端技術を使って、興味を引く、展示物にもなり得るようなものをコラボレーションして作成したということです。

5. 「元素のふしぎ」展における広告展開

2012 年 7 月 21 日から 10 月 8 日まで、国立科学博物館で開催した「元素のふしぎ」展の広告展開についてご紹介します。

元素というのは、「水兵リーベ」と口ずさめる一方で、非常に難しいテーマなので、この展覧会が成功するかどうかを心配して、ともに主催した TBS が歌を作られたり、元素記号のクッキーを焼いたり、いろいろなことをしました。

その中で、私どもは「げんそ博士」というキャラクターを考えました。ちょうど創立 50 周年記念で特別協賛してくださった東京エレクトロンにこれを提案したところ、面白いということになり、広告展開に採用されました。エレクトロンですから元素にも関わるとか、全ての物質に共通する元素を一般の人に知っていただいて理系の人たちをもっと増やせたらとか、いろいろな思いがあたりだったようです。

まず新聞の見開きで元素の周期表を掲載、これを台紙にして、日々テレビ欄の下に二つずつ紹介する元素記号を切り抜いて貼っていくというイベント性を持った企画をしました。例えば、水素であれば、「元素の中でも最も多く存在している水素。軽いけれどロケットも飛ばしてしまう力持ち」という説明が書いてあります。「げんそ博士」が時々登場しながら、一般にはなじみの薄い元素も一つ一つ紹介していきました。元素は全部で 118 個ありますから、二つずつだと 59 回で完成です。毎日ではなく、時々飛びながら載せていきました。

これが大変好評を得まして、「追加が欲しい」「切り忘れた」など、約 5000 件ほどお問い合わせを頂きました。さらに東京エレクトロンではスペシャルサイトを用意してそちらでも見られるようにしました。またクイズの応募はがきには、答えだけではなく、げんそ博士への思いなどもつづられており、一般の方々から大変な反響がありました。こうした広告展開が評価されて、去年の秋には、朝日広告賞の広告主部門最高賞や新聞協会賞広告主部門の新聞広告賞を受賞しました。

朝日広告賞の表彰式の時、東京エレクトロンの方が、「実は今日も 4 歳のお子さんのお母さんから、『どうしてもこの元素周期表が欲しいので送ってほしい』というお手紙が来たのですよ」とおっしゃいました。この広告が載ったのは 2012 年ですが、今もほぼ毎日のように問い合わせがあるそうです。そこで東京エレクトロンは、B to B の会社でありながら専用の担当

者を置いてご要望にお応えし、既に完成版元素周期表は 16 万枚、増刷されたそうです。

ある市の教育委員会に 1000 枚ほどお出ししたら、そのお礼状の中にアンケート結果があって、こどもたちの 6 割弱が非常に役立ったと回答し、6 割以上が今でも貼っているそうです。時々見るといふ人も合わせると、かなりのお子さんがその後も使っているということで、非常にうれしく思います。

今は「貴ガス」と書くそうですが、私たちが習ったころは「希ガス」だったので、たくさんの方から「間違っている」というご指摘を頂いたそうです。そこで、アンコールでもう一度周期表を載せたときには、「国際標準に準じています」と表記して、字が変わっていることをお知らせしています。また、われわれのときと違って、最新で 118 まで元素が増えているので、新しいものが分かるような仕組みになっています。それが、中高年の方々にとっては驚きとともに、もう一度この表が欲しいという動機になったと聞いています。

今、いろいろな地方で多くのゆるキャラが立っていますが、げんそ博士も一種のゆるキャラです。これは、朝日新聞社広告局が抱えるクリエイター集団の一人が手描きで考えて作ったのですが、面白いことに、ちゃんと設定があります。「50 代の某有名大学の教授で、アイドルが大好き。離婚歴があり、再婚はしていない。夜な夜なバーに行き、一番の趣味は元素」という設定です。二つずつ元素を掲載していくに当たっては、元素チームで毎週会議をして、げんそ博士ならどのように考え、どのように発信するかという視点で、一つ一つの絵柄や説明を考えたそうです。

展覧会にたくさんの方が来場されることも大事ですが、新聞やテレビ、WEB なども活用しながらいろいろなイベントを行うことで、より広く、全国の人たちに興味を持ってもらえるような仕組みがつかれるのではないかと感じます。先ほど増刷枚数を 16 万枚と言いましたが、その背後には新聞掲載された周期表で満足しておられる方はもちろん、周期表を送ってもらったところまではいかなくても、興味を持った方たちがたくさんいらっしゃいます。

科学博物館は、研究だけでなく、標本の収集・保存、普及、教育等、いろいろなことをその地域地域で担わなければいけません。予算もそれほど潤沢ではないでしょうし、いろいろな意味で厳しい局面もあるかと思えます。しかし、そういう発信力がつなげていけば、より多くの人々に興味を持ってもらえるきっかけになります。それが日本を、さらには世界を元気にし、多くの継続した力になり得るのではないかと思えます。

6. 文化事業の意義と効果

先ほど、1997 年の南極観測 40 周年という随分昔のお話をしましたが、そのとき印象的だったのは、国立極地研究所の先生が、「僕は子どものころ、朝日新聞が南極観測応援の寄付を募ったときに寄付をしました。いつか南極を研究する研究者になろうと思って、今こういう立場にあるのです」とおっしゃっていました。

いろいろなきっかけが子どもたちの興味につながり、その興味が将来の研究者や科学を応援する企業家や市民につながっていきます。そういう意味では、科学博物館の持つ責務は大きいと思いますし、私たちも、一新聞社ではありますが、いろいろな形で一緒に工夫しながら発信していければと思っています。

ちなみに昨年、大変うれしいニュースがありました。2012年6月末から2013年1月にかけて、フェルメールの「真珠の耳飾りの少女」などを紹介するオランダの「マウリッツハイス王立美術館展」を開催したところ、東京と神戸の2会場で合わせて118万人入りました。東京では1日平均1万700人入ったということで、「アート・ニュースペーパー」というイギリスの美術雑誌が毎年出すランキングで、世界1位になりました。

BBCでは、「あんな小さなフェルメールの愛らしい少女を日本に貸して、たくさんのお金をオランダ人が稼いで、それで館を改修している」という、少し斜に構えた報じられ方だったと聞いていますが、ヨーロッパでも大変な話題を呼んだことは確かです。BBCだけでなく、いろいろなところにも取り上げていただきました。

日本にはイベントがたくさんあります。一方で、その分だけ目が肥えており、日々進化する必要があると思います。いろいろな試みを重ねながら、より多くの人に知ってもらう工夫が必要です。中身だけではなく、展開においても、そういうことを常に意識していくことが、より多くの人に足を運んでいただくことになるのではないかと考えています。

日銀神戸支店の発表によれば、神戸で「マウリッツハイス王立美術館展」を開催したことによる経済効果は65億円に上るそうです。しかし、これは単に展覧会だけではなく、地元の方々が一緒になって盛り上げてくださった結果です。例えば、近隣の大丸百貨店では、人気女優の武井咲さんに記者発表で着ていただいた「真珠の耳飾りの少女」の復元衣装を、展覧会の紹介とともに展示していただきました。より多くの人たちがさらに関心を持って百貨店と博物館の間を周遊するなど、地元関連イベントで地域が活性化したことも大きく、地域とのコラボレーションがいかに大事かを物語っています。

2009年夏から九州国立博物館で開催された「阿修羅展」は70万人入りましたが、このときも、阿修羅効果で商店街が大変盛り上がりました。太宰府天満宮は学問の神様ですから、年末から春先に参拝客が多く、夏はボトムの時期なのですが、このときは大変な経済効果があって、終了後、活況だった商店街の方々が何組も海外旅行へいっちゃったというエピソードが伝わっています。

行政の方々も含め、地域の人々も巻き込んでいくことで、より大きな展開ができ、結果として地元経済にも資するのではないかと考えています。

7. まとめ

まとめとして、成功の鍵は企業の多彩な力の取り込みではないかということを申し上げたい

と思います。協賛金や寄付という形での経済的支援は昔からされていることで、基本かもしれませんが、それ以外に、企業自体の出品協力や技術・人材協力も大切です。一昔前までは、企業にいろいろな形でお願いすることには抵抗感もありましたが、そういうものを結集していくことも、大きなムーブメントをつくる上では重要ではないかと思います。

広報展開については、私どもは新聞社ですから、もちろん記事等でも取り上げますが、いろいろな企業やテレビ局とコラボレーションし、ラッピングバス、交通広告、グッズなど、さまざまな仕掛けをしていくことが、より多くの人々の心を揺さぶることにつながります。私も事業に長く携わった人間として、これからも多くの館とご一緒に盛り上げながら、日本の人たち、世界の人たちを元気づけるような活動を発信していければと思っています。

< 抜粋資料 >

「元素のふしぎ」展における広告展開 より

世界のモトになる小さな部品

すべての物質を構成する118個の元素

便利のモトになる大きな技術

「元素のふしぎ」展

TOKYO ELECTRON 50 Years

改めまして
初めまして、^{げん}^そ元素です。

初めまして、げんそ博士です。
と、私の話はさておき、この欄では
夏までのシリーズで118個の元素をおさらい。
昔習った記憶がある人には「改めまして」、
初めて聞く人には「初めまして」の元素紹介。
毎回2個ずつ登場するカードを切り取り集めて、
5月3日に掲載予定の元素周期表を完成させよう。
なおこのシリーズは毎日出るわけではありません。
またいつお会いできるか、お見逃しなく!

TOKYO ELECTRON 50 Years
www.tel.co.jp/

H

水素

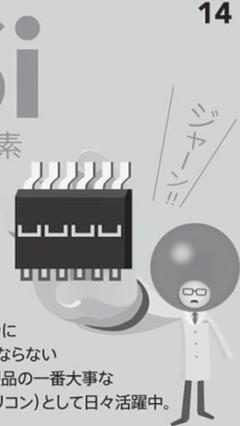


1

元素の中で最も多く存在している水素。
軽いけれどロケットも飛ばしてしまう力持ち。

Si

ケイ素



14

現代社会に
なくてはならない
半導体製品の一番大事な
材料(シリコン)として日々活躍中。

カードを集めた人にお楽しみ!

元素周期表5月3日掲載!! (予定)

✂️キリトリ

上の2枚のカードを切り取り集めて、大判の
元素周期表に貼ろう。118個の枠を埋めたら完成だ。
※このシリーズはまだ続きますが、毎日はお見逃しなく!!

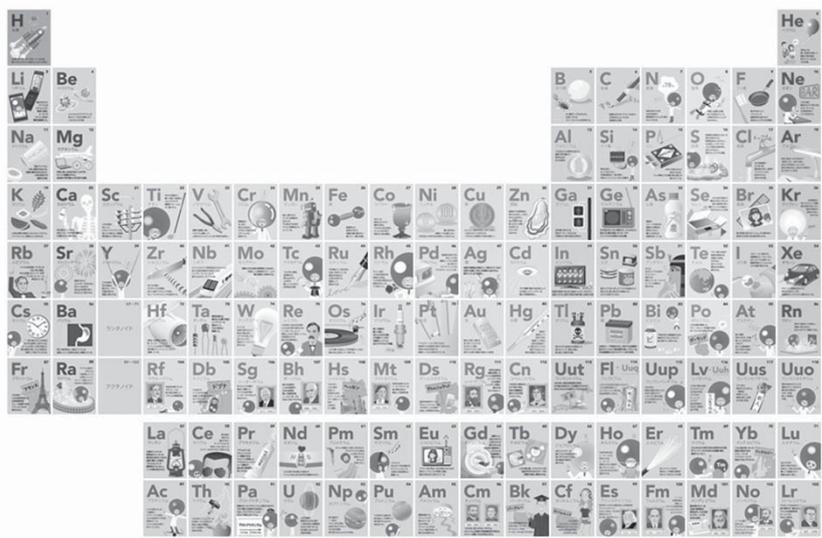


TOKYO ELECTRON



www.tel.co.jp/

元素のふしぎ スペシャルサイト



元素のふしぎ スペシャルサイト



TOKYO ELECTRON

東京エレクトロン
特別展「元素のふしぎ」スペシャルサイト

東京エレクトロンコーポレートサイト

50 Years

見えないところで活躍する元素とナノテクノロジー

元素 × ナノテク
elements nanotech

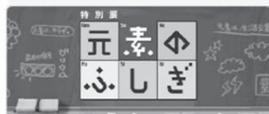
元素とは？

元素は、身のまわりの全てのものに存在します。ふだん、ほとんど意識することはありませんが、意外なところに意外な元素がつかわれています。

半導体をつくるための製造装置をつくるわたしたち東京エレクトロンの最先端技術も、元素と同じように、携帯電話やパソコン、液晶TVなど身のまわりにある様々な製品につかわれています。それは1mの10億分の1の単位、「ナノ」と呼ばれる目には見えないテクノロジーです。

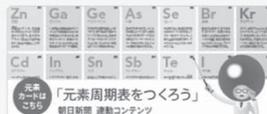
「身近にあるけど、知られていない」そんな、元素と「ナノ」の不思議な魅力をWebサイトやイベントを通して、紹介していきます。

Event : 特別展「元素のふしぎ」のご案内



特別展「元素のふしぎ」
国立科学博物館 (東京・上野公園) 7/21(土)～10/8(月・祝)

Contents : 特別展「元素のふしぎ」運動企画のご案内



✉ 元素メルマガ

元素メルマガの配信は、8月21日にお届けした最終号をもって終了しました。

5