

## 研究ノート

## 観光客目線からの博物館とアミューズメントパークの比較研究

— 「移動」と「非日常性」に注目して—

## A Comparative Study of Museum and Amusement Park from the Eyes of Tourists

日 並 彩 乃\*

HINAMI Ayano

The museum is originally a facility aimed at lifelong education, but recently, various roles are expected in accordance with changes in society. In particular, as society has put more emphasis on the tourism industry, the museum is strongly recognized as a part of one. However, it has features different from amusement parks and theme parks, which are commercial facilities. Nevertheless, the museum is consumed like other tourist facilities. From the point of view of having the theme, it is pointed out that the museum of the zoo, aquarium and botanical garden may be included in the theme park. Based on this situation, I compare the museum and the amusement park from the viewpoint of the two of history and function, and clear the difference. It is necessary to acquire the knowledge to enjoy the historical museum and history tourism. I conclude that it is difficult to enjoy them in terms of "transfer" and "change".

キーワード: 美術館・博物館 (Museum)、観光 (tourism)、博物館学 (museum studies・museology)、アミューズメント (amusement)

## 1. はじめに: 問題提起

最新の『レジャーランド&テーマパーク総覧 2018』(総合ユニコム, 2017) は「2016 年カテゴリー別トレンド」として観光施設を以下の 12 に分類する。

- (1) テーマパーク
- (2) 遊園地
- (3) 動物園・バイオパーク
- (4) 水族館
- (5) 植物園・フラワーパーク
- (6) 博物館・美術館・科学館
- (7) 牧場・体験農園・観光農園・産直・ワイナリー
- (8) 日帰り温泉施設・アクアパーク
- (9) ドーム・アリーナ
- (10) 劇場
- (11) タワー・展望台
- (12) 公園・庭園

現代社会において、博物館は、他の観光施設と肩を並べ、違和感なく消費の対象になっていることは間違いない。若園雄志郎は、観光について、「余暇利用として、または学校や組織の活動の一環として自らが居住・生活してい

る地域を離れ他地域の文化や景観に触れる機会である」と述べている。さらに、「今日的な問題を明確にする」ために「異郷において、よく知られているものを、ほんの少し、一時的な楽しみとして、売買すること」という橋本和也の観光の定義を踏まえ(橋本, 1999)、特に地域の歴史や文化を取り扱った博物館に注目して、「博物館は来館者が目的地の歴史や文化を短時間で概観できるため観光としての対象としても選定されやすい」と、博物館が観光に組み込まれる論理を説明している(若園, 2004: p. 137)。

しかしながら、来館者\*は博物館の設立目的や理念に対して正しく理解した上で、積極的に訪れているわけではないようだ。平成 24 年(2012)、J T B 広報室がインターネット上で 4159 名を対象に行った「美術館・博物館に関するアンケート調査」によれば、「旅行先で美術館・博物館を訪れたことがある」人はなんと 91% もいる。その理由の中で最も多いものは「観たい展示物があった国内(26%)・海外(25%)」で、博物館へ関心は一見高いように見える。ところが、「これまでに観た展示物で一番印象に残っている展示物ランキング」をみると、博物館への興味よりも、記念的な意味合いの訪問であることを読み取ることが出来る。1 位と 2 位はルーヴル美術館の《モナリザ》と《ミロのヴィーナス》である。1 位は 2

\*所属 関西大学非常勤講師、関西大学東西学術研究所非常勤研究員、大阪観光大学非常勤講師

位の 5 倍ほどの得票数だった。3 位が大英博物館の《ロゼッタ・ストーン》、4 位がオランジュリー美術館や大原美術館の《睡蓮》など、教科書やテレビで見たような有名作品と博物館が名を連ねる。ほとんどが海外の作品と博物館であることは特徴的である。「旅行先で美術館・博物館を訪れたことがある」理由に戻るが、実は海外の場合、次いで多かったのが「一度訪れてみたいと思った」(21%) である。また、国内では「美術館・博物館の周辺に行きたい観光地があった」、海外では「ツアーに組み込まれていた」の得票数も多かった。

要するに、観光客が博物館を訪れる目的は、各博物館に所蔵される既知の有名作品を実見してみたい、あるいは有名な博物館を一度は訪れてみたいといった心情で、博物館という施設そのものへの関心に基づいてはいない。日本の博物館が強く打ち出している教育の効果は、多くの場合、期待されていないようだ。博物館は、非営利の教育機関であり、そもそも先のカテゴリーにある営利目的のテーマパークや遊園地とは、設立当初から全く異なっているが、このような違いは来訪者に意識すらされていないように見受けられる。後に述べるが、博物館とアミューズメントパークとは、相互に擦り寄っているような状況となっており、現実の問題として、一見してこれを見分けることは難しい。

このような状況は翻って、アミューズメントパークと博物館は、来訪者にとってどのような違いがあるのかという根本的な問題を提起する。本稿は、博物館とアミューズメントパークとを(1)制度と設立目的、(2)歴史的変遷、(3)機能の 3 点から比較し、異同を明らかにする。それを踏まえて、博物館と歴史観光が知識獲得の努力を必要とするという点で等しいことを指摘し、観光の特徴である「移動」と「非日常」の観点から博物館を娯楽として“楽しむ”ことの難しさを読み解く。

## 2. 博物館とアミューズメントパーク

### (1) 制度と設立目的

まずは、博物館とアミューズメントパークの制度と設立目的に関して整理しておく。

日本の博物館は、博物館法第 2 条により、「歴史、芸術、民俗、産業、自然科学等に関する資料を収集し、保管(育成を含む)し、展示して教育的配慮の下に一般公衆の利用に供し、その教養、調査研究、レクリエーション等に資するために必要な事業を行い、あわせてこれらの資料に関する調査研究をすることを目的とする機関」であると定義されている。研究対象の種類に着目すれば、美術

館、総合博物館、科学博物館、歴史博物館、自然史博物館、野外博物館、動物園、植物園、動植物園、水族館などに分類できる。「総合博物館」は、人文科学及び自然科学に関する資料を扱う分離融合型のそれをいい、「野外博物館」は戸外の自然の景観及び家屋等の形態を、「動植物園」は動物と植物を取り扱う。制度としては、年間の開館日数や学芸員の有無などによって、登録博物館、博物館相当施設、博物館類似施設の 3 つに分類される。うち類似施設は認可を受けていない私設の博物館である。博物館と名乗ることに制限はないので、現実としては質的に保障されていない類似施設が全体の多くを占めており、玉石混交の状態になっている。

博物館に望まれる役割は、国際化していく社会情勢の中で異文化理解を促したり、「多様な層を結びつけるプラットフォームとしての機能」(文化庁、2011)であったり、ますます多様化している。また、昨今の自然災害の多発を切っ掛けとして、被災者のアイデンティティ回復のための装置(井出、2010)としても注目されている。観光からは、まちづくりや地域コミュニティの拠点として、形のない博物館「エコミュージアム」への関心が特に高い。これは、周囲にある自然や景観、文化、生活、町並みなどすべてを研究対象として捉え、その中心施設としての役割を博物館が担うというものである。

一方、遊園地とは、アミューズメントパークを日本語訳したものである。そのうち、明確なテーマをもつものがテーマパークである(奥野、2003)。本稿では、遊園地とテーマパークを総称する場合のみ、アミューズメントパークと表記する。

興味深いのは、松井洋治がテーマパークの定義を「特定の主題に基づいて施設全体の構成・演出をする大型レジャー施設(テーマ遊園地)」(松井、2001 : p. 260)とした上で、『動物園』、『植物園』、『水族館』なども立派なテーマパークに違いない」と明言し、動物園であるにもかかわらずテーマパークとしての PR を意図的に行っている例として「よこはま動物園ズーラシア」や「湘南動物プロダクション、市原ぞうの国」を挙げていることである。つまり、設立者からすれば、博物館の根本目的が非営利の教育施設であることに疑いの余地はなく、営利目的の観光施設とはこの点で一線を画しているのであるが、名称に注目するだけでも、アミューズメントパークが「野外民族博物館リトルワールド」や「博物館明治村」、博物館が「海遊館」などと名乗っている状況から考えても、来訪者がこれを見分けることは難しい。

## (2) 歴史的変遷

以上のような混同は、そもそも博物館とアミューズメントパークが歴史の中でたびたび交錯しながら、現在に至っていることが要因の 1 つであろう。以下では、語源・万国博覧会・遊園地による博物館の併設の 3 点から考察する。

### 1) 語源

語源に注目すれば、両者ともギリシア語の「ムーセイオン (mouseion)」に遡る。これは、学問・芸術を司る女神「ムーサ (musa)」を祀る神殿を意味する。英語圏において、女神はミュージアム、博物館はミュージアムと発音される。そして、彼女たちを喜ばせるために捧げられた技芸が「アミューズメント (amusement)」である。動詞の「楽しませる (amuse)」に結果を表す「メント (ment)」を付けて「娯楽・楽しみ・おもしろさ」を意味する名詞にした。つまり、博物館は宗教的・芸術的な建築物を指し、アミューズメントは楽しませるものを意味する。アミューズメントパークとは、それら魅力のある技巧が集められた場を意味する。

### 2) 万国博覧会

次の接点は、明治 6 年 (1873) オーストリア＝ハンガリー帝国の首都ウィーンで開催された万国博覧会である。この催しは、国際化する社会に対して、自国の文化や科学技術を展示することにより、国力の誇示や貿易産業への誘引といった政治的目的で行われた。その出品準備として、明治 5 年 (1872) に湯島聖堂で文部省博覧会が開催された。これが常時展示形態となって、明治 15 年 (1882)、恩賜上野公園に日本初の東京国立博物館が開園するに至る。上野動物園は同年 3 月に同博物館の付属施設として開園し、9 月には日本最初的水族館「観魚室」を公開した。

ものが集められ飾られるという点から、博物館の起源は、西欧の「驚異の部屋」であるとされている。交通が発達し、新しい文化や人種と出会い、世界が広がるに従って、西欧人は様々なものを蒐集した。特に、15 世紀から 18 世紀の大航海時代は、その拡大範囲が大規模になり、それぞれの権力者が収集した珍品を集めた博物陳列室が流行した。その最も有名なものが、ルドルフ二世のそれである。

そのような部屋の製作や閲覧は、もちろん王侯貴族に限定されていたが、王制の廃止と啓蒙思想を基盤として、大衆の教育のために一般に公開される必要性が説かれた。世界初の博物館であるイギリスのアシュモリアン美術・考古博物館 (Ashmolean Museum of Art and

Archeology) は、エリアス・アシュモールがオックスフォード大学に寄贈した「驚異の部屋」の収納のために建てられている。

日本の博物館は、近代化を目論む明治政府の欧化主義政策の一部として、この概念を模倣することからはじまった。文久元年 (1861)、江戸幕府による遣欧使節に随行した市川清流は、その日録で「大英博物館 (British Museum)」に対し「博物館」という訳語を初めて与えた。

興味深いのは、アミューズメントパークの伝統的イメージである木製観覧車や回転木馬などの遊戯機械もウィーン万国博覧会に向けて製作されたという説が存在することである。アミューズメントパークの歴史についてはまだ明らかになっていないようだが、松井 (2001) は 17 世紀ヨーロッパ各地にみられた緑地・広場・花園などが整備され、その中で音楽や見世物などのイベントが催されていた一種の都市公園「プレジャー・ガーデン (pleasure garden)」に原点を求めている。

即ち、博物館もアミューズメントパークも嘗ては富裕層の個人が所有するもので、大衆に開かれたものではなかった。所有者にとっては、己の財や権力の視覚化であり、所有者の同意を得た選民だけが入ることを許された。市民革命によって、人間の平等と啓蒙の必要性が説かれてからは、文化財は公 (public) な共有財産と位置付けられた。日本の博物館は近代以降に設立されているので、当初から教育が目的となっている。国際化するに従って、文化や科学、機械などの知識と技術は、国民国家が諸外国に対して国力を示すための道具となった。博物館はその文化的、遊戯機械はその科学技術的な側面を担っている。

その後、明治 26 年 (1893) のシカゴ万国博覧会では、世界初の巨大観覧車とされるフェリスの車輪 (Ferris Wheel) が設置される。これが好評を博したことが、万国博覧会に遊園地を付設する契機となったといわれている。日本の国内博覧会においても、明治 23 年 (1890) 第 3 回内国勲業博覧会でローラーコースター、明治 36 年 (1903) 第 5 回内国勲業博覧会でウォーターシュートと回転木馬、明治 39 年 (1906) 日露戦争戦捷記念博覧会と明治 40 年 (1907) 東京勲業博覧会で観覧車が、次々と登場することになる。中島 (2011) によれば、日本初の常設遊園地は、明治 44 年 (1911) に誕生した「宝塚新温泉」である。「宝塚ファミリーランド」と名称を変えて稼働していたが、平成 15 年 (2003) に営業を終了している。

ちなみに、世界最初のテーマパークは天保 14 年 (1843)

デンマークのコペンハーゲンにできたチボリ公園であった。その日本版が倉敷のそれである。この言葉の創出については意見が分かれている。松井 (2001) は和製語であると云うが、諸井・濱口 (2009) は米国で生まれた概念であると云い、典拠は記されていない。

20 世紀半ばになると娯楽手段が多様化した。特に、手軽でレベルが高い興奮を味わえる映画は、遊園地の衰退を齎した。そのような状況の中、昭和 30 年 (1955) ウォルト・ディズニー・カンパニーによってカリフォルニアに「地上で最も幸せな場所 (the happiest place on earth)」である「ディズニーランド」が誕生した。

### 3) 遊園地による博物館の併設

アミューズメントパークは、最初は小さく作り、アトラクションなどを追加しながら徐々に規模を拡大していくという経営手法をとる。その際に、博物館や動物園・水族館を併設する場合がある。

一例として、「横浜・八景島シーパラダイス」を挙げる。本施設は複合型遊園地である。水族館に該当するのは、「アクアリゾート」というエリアの「アクアミュージアム」である。ピラミッドのような外観の大規模水族館で、1・3・4 階は展示、5 階はアクアシアター、2 階は一般立ち入り禁止となっている。展示されているのは、ジンベエザメや鯨類、鰐足類、東京湾に生息する魚類などである。同エリア内に「ふれあいラグーン」と「ドルフィンファンタジー」もあり、文字通りまるで博物館である。

博物館の役割は、博物館法を引用すれば、資料の収集、

保存・修復、研究、それに基づく展示と教育普及であるが、来訪者が直接目にするのは展示と教育普及のみである。来訪者が、「横浜・八景島シーパラダイス」と教育施設である水族館とを分別することは、ほとんど不可能であろう。

「横浜・八景島シーパラダイス」は、「アクアリゾート」と「プレジャーランド」という遊園地がメイン施設となっており、さらにレストランやマーケット、ホテルを完備して、それらの間を周遊バスで行き来する。先述の『レジャーランド&テーマパーク総覧 2018』には、各カテゴリーの入場者数ランキングが掲載されている。その利便性のためか、本施設は(4)水族館のカテゴリーで有料施設上位 20 位ランキング中 6 位になっている。このような状況は、一般に博物館が教育施設として認識されていない、あるいは動物園や水族館とアミューズメントパークとが同類であると観光客に印象付ける一因でもあるだろう。

### (3) 機能

『レジャーランド&テーマパーク総覧 2018』をさらに援用し、平成 28 年度 (2016) を抜き出したものが以下である。本稿は、営為目的の遊興施設であるアミューズメントパークと、非営利の社会教育施設である博物館の比較を目的としているため、(1)テーマパークと(2)遊園地をアミューズメントパークとして、(3)動物園、(4)水族館、(5)植物園、(6)博物館・美術館・科学館を博物館として上位 20 位まで纏めた [表一]。

順位	アミューズメントパーク		博物館	
	施設名	入場者数	施設名	入場者数
1	東京ディズニーランド (TDL)	30,004,000	東京都恩賜上野動物園	3,843,200
2	ユニバーサル・スタジオ・ジャパン (USJ)	14,500,000	沖縄美ら海水族館	3,600,000
3	ハウステンボス	2,894,000	国立新美術館	2,852,477
4	鈴鹿サーキット	2,010,642	金沢 21 世紀美術館	2,554,157
5	よみうりランド	1,930,000	国立科学博物館	2,472,353
6	サンリオピューロランド	1,807,000	名古屋市東山動植物園	2,408,400
7	志摩スペイン村バルケースパーニャ	1,227,000	海遊館	2,380,000
8	ひらかたパーク	1,208,875	名古屋港水族館	1,967,486
9	東京ドイツ村	1,132,390	東京国立博物館	1,907,647
10	としまえん	956,097	新江ノ島水族館	1,807,000
11	キッザニア東京	855,000	広島平和記念資料館	1,739,986
12	東映太秦映画村	820,000	天王寺動物園	1,673,000
13	ツインリンクもてぎ	711,798	旭川市旭山動物園	1,431,335
14	キッザニア甲子園	710,000	名古屋市科学館	1,379,296
15	浅草花やしき	622,000	東京都葛飾臨海水族館	1,372,337
16	西武園ゆうえんち	597,528	仙台うみの杜水族館	1,310,800
17	姫路セントラルパーク	578,016	サンシャイン水族館	1,250,000
18	野外民族博物館リトルワールド	509,000	神戸市立須磨海浜水族館	1,212,750
19	博物館 明治村	508,698	アクアワールド茨城県大洗水族館	1,134,313
20	日本モンキーパーク	507,000	よこはま動物園ズーラシア	1,086,486

表一 アミューズメントパークと博物館の平成 28 年度 (2016) 入場者数

※ (総合ユニコム、2017) のデータを参考に筆者が作成した。(1)テーマパークと(2)遊園地を「アミューズメントパーク」、(3)の動物園、(4)の水族館、(5)の植物園から博物館に該当するものを抜粋して(6)博物館・美術館・科学館と合わせて「博物館」とした。

アミューズメント業界が「東京ディズニーランド (以下 TDL)」と「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン (以下 USJ)」を二大勢力としており、とりわけ TDL が圧倒的に独り勝ちであるという事実はこの数値からも明白である。それでも、USJ と「ハウステンボス」の間には約 5 倍の開きがある。博物館と比較すると、TDL と 1 位の「東京恩賜上野動物園」との差異は約 8 倍と懸け隔たっている。ただ、「ハウステンボス」と比べれば、「東京恩賜上野動物園」の方が 100 万人ほど多く、カテゴリーを超えて TDL と USJ が突出しているという見方が正しいのだろう。

4 位以下を比べれば博物館の入場者数が完全に逆転しており、生涯教育施設であるからといって博物館が劣勢とは云えないことが明らかとなる。ところが種類別にみると、動物園・植物園・水族館が 17 館で大半を占めており、博物館の種類別に偏りがある。興味深いのは、人気の施設はいずれも生き物を研究対象としており、それ自身が育成・栽培され、季節や昼夜によって姿や表情を変え、1 度として同じ瞬間は訪れない点である。近年、ハンズオンなどの展示方法と教育普及が推奨されているとはいえ、博物館は元来視覚により観察することが基本である。それが、生き物の場合、対象物が自ずから変化しているので眼に楽しい。科学や歴史ほど難解な知識は必要なく、また生き物であるため親しみやすさがある。関東大震災で焼失したため、1925 年に東京一神田間の高架下に再開され、太平洋戦争突入後の 1942 年まで続いた鉄道博物館が「動く展示物の導入により年間 60 万人弱の来館者を数える人気施設」であったという記録 (鉄道技術研究所五十年史刊行委員会、1957) は示唆的である。

また、科学的技術を使用した乗り物である鉄道は、遊園地の遊具に極めて近い。前橋は、近年増加している鉄道博物館を取り上げて、博物館のテーマパーク化の状況に警鐘を鳴らしている (前橋、2017)。

博物館の社会教育施設としての役割とはどのようなものか。成人層も含めた広い世代に社会教育を行うのが理想ではあるものの、経営側の知識不足か営業的要求か、こんにちの博物館は幼児、幼年教育ばかりに思考が集中して 10 代後半以降の世代の知識欲求を満たす役割を果たせておらず、展示物よりも遊具中心でテーマパーク的な味付けになっている傾向が目立つ。ミニトレインのような鉄道系博物館の遊具施設は「としまえん」が同様のものを導入するほど、立派な造りとなっている。

「キッザニア」に始まる幼児の職業体験的な施設はアミューズメントに分類されるが、なぜか鉄道系の博物館施設の多

くも体験型にこだわる。だとしたら、こうした鉄道系の施設は博物館ではなくアミューズメント施設なのではないか。

第一生命は、首都圏に居住する小学生・中学生の親 451 名を対象に、「美術館・博物館の利用に関するアンケート調査」を実施している。これは旅行に行った際ではなく、日常的に博物館をと訪れる頻度やその理由を調査している。育児世代に限っているためかアンケート回答者数が多いとは云えない。これによれば、育児世代が、博物館の中でよく行く種類は、半数以上が科学博物館であり、その理由として「子どもでも楽しめる」(88%) が最も多く、鉄道博物館への先述の指摘が想起される。また、歴史博物館によく行く理由として多いのは、「子どもの教育になる」(70%) であり、親が子どもの教育と博物館とを強く結びつけて考えていることがわかった。

博物館にとって、展示は来館者との直接的な接触である。人を集めるためにコンテンツを選択できる観光施設と異なり、研究対象を限定する博物館は、ものを通してメッセージをより魅力的に演出することに営為を制限されている。学芸員課程においても「博物館展示論」が設けられており、この重要性が分かる。近年、「兵庫県立美術館」の「怖い絵」展や「だまし絵展」のように美術展覧会の切り口がテーマ的なものが多いのも象徴的である。「京都国立博物館」の「京のかたな」展は、DMM ゲームズとニトロプラスが共同製作した PC 版ブラウザゲーム「刀剣乱舞」とのコラボレーションである。このゲームには、刀を擬人化したキャラクターが多く登場する。展覧会では、この刀を実際に見ることができ、作品解説や案内パネルなどにこのキャラクターが引用される。本来ならば、展示する作品そのものの魅力から価値を引き出すべきところだが、すでに周知された人気あるイメージと重ね合わせることで集客を図っている。これは、USJ が、オリジナルのアトラクションを作るのではなく、「エヴァンゲリオン」や「進撃の巨人」のような既存の人気アニメとコラボレーションするという手法と重なる。

展示の方法も、観光の形態の変化に伴って、変化してきた。「観光 (Sightseeing)」でなく、昨今はツーリズム (tourism) という英語がそのまま使用されるようになっている。前者は、観光を個人の経験として捉え視覚に重きを置いた訳語となっていたが、後者は観光をする人だけでなく、その目的地の人々の経済や生活、産業、アイデンティティなどの全体を含めた活動として捉えている。受容の仕方も多様化し、観るだけでなく五感を使用した体験型へと移行している。この趨勢と博物館の展開は軌

を一にしており、博物館もハンズオンやバーチャル体験などの体験型の展示が模索され、インスタレーションなどの作品が増え、教育普及事業に力が入られるようになった。従来の紙を基本としたパネルやサイン、キャプションではなく、デジタルサイネージやテレビを使用する。実物を五感で感じる事が博物館の実物教授には重要だったが、実際に触れて質感や重み、匂いなどを感じるほかに、タッチパネルなどで自身の身体を動かすような体験要素が増えている。ただし、これはあくまでデータを基本としているので、ICT は実物教授との乖離を生み出している。動的な演出が増え、まるでテーマパークのような印象を受けることは少なくない。

一般に博物館とイメージされている施設は、[表一]の中には 3 位から 5 位の「国立新美術館」、「金沢 21 世紀美術館」、「国立科学博物館」しかないが、これらもこのような傾向と無縁ではない。「金沢 21 世紀美術館」は、2004 年に石川県金沢市広坂に建設され、現代美術を収蔵する。本館は、有料の展覧会ゾーンを建物の中心に設け、その周囲に市民ギャラリーや託児所、キッズスタジオなどの無料ゾーンを配置して、多くの来館者を集めることに成功している。立地もよく、観光客の多く立ち寄る兼六園の斜め向かいに当たり、金沢城を復元中の金沢城公園の入口からも近い。繁華街の香林坊や片町からも徒歩圏内にある、周囲には「金沢能楽美術館」、「石川近代文学館」、「石川県立美術館」、「石川県立歴史博物館」などテーマの異なる芸術関連施設があり、文化ゾーンを形成しているという点は、「横浜・八景島シーパラダイス」の状況に近い。

「国立新美術館」は、東京・六本木に平成 19 年 (2007) に開館した国立美術館である。この館の最大の特徴は、自館にコレクションを持たない点である。そのため、収蔵品を持つのが通常であるミュージアムではなく「ナショナルアートセンター・トウキョウ THE NATIONAL ART CENTER-TOKYO」と英訳される。つまり、博物館の役割である作品の収集、保存・修復、研究、それに基づく展示と教育普及を行わず、それを行う学芸員も居ない。展覧会の開催・情報収集およびその公開・教育普及を設立目

的としているのは、社団法人日展ほか大きな美術団体が東京都美術館の使用を占めており、他東京都民が入り込む余地がなかったこと、および日本全国規模の公募展が開催可能な国立施設の必要性が求められたことが背景にある。カフェやミュージアムショップを充実させ、展覧会とのコラボレーション商品を販売するのは、ここだけではない。これは百貨店の貸会場やギャラリースペースと、どのように差異化されるのだろうか。

「国立科学博物館」は、先述した日本初の博物館である「東京国立博物館」を中心とした恩賜上野公園の博物館群の中に在る。こちらも周囲に「東京文化会館」、「日本芸術院」、「上野の森美術館」、「台東区下町風俗資料館」、「上野動物園」、「東京都美術館」、「旧東京音楽学校奏楽堂」、「国立科学博物館」、「国立西洋美術館」などがある。

博物館は、経営面においても、知識を広めたいという点においても、たくさんの来館者があれば無論嬉しい。しかしながら、あくまで教育という目的や地元の文化の保存、アイデンティティなどの存在価値は維持していかなければ、そもそも博物館ではなくなってしまうという逆説的な状況に常にある。展覧会へ人々が足繁く通い、その効果により協賛が集まり、次の展覧会でも傑作や話題作を集めてあるいは購入して、さらに人々を集めることが出来れば、これほど理想的なことは無いが、これは運営努力だけで解決できる問題ではない。これが単に営利目的に踏み切ることが出来るアミューズメントパークと博物館の現実的な違いであろう。観光に対するアプローチの手段も、これを理解した上でより効果的に行われなければならない。博物館の成功は入場者数の増加でなく、教育効果の増大であることは当たり前であるが、観光の観点から考えれば、意図せず忘れてしまいそうになる。そこに有るべきは、知的探求に対する喜びや楽しみでなければならない。

### 3. 観光の特性から考える「日常」との距離

これを考えるにあたって興味深いのが、深見・井出が

	演出物 (観光対象)	演出役	演出の方法
歴史観光	歴史	歴史	知識に訴える (観光客の学習が必要)
自然観光	自然	自然	五感に直接訴える (例: 美しい)
テーマパーク型観光	非日常的生活	観光資本	五感に直接訴える (例: おいしい)
滞在型観光	創作テーマ		五感に直接訴える (例: 美しい)

表一 4つの観光形態からみた歴史観光の特徴

※『観光とまちづくり』p.9より引用。

観光形態から分析した歴史観光の特徴(深見・井出、2010: p. 9)と博物館との相関である。滝や海岸といった景勝地や紅葉狩りのように自然を対象とした観光地には、変化が無くても繰り返し訪れる場合があることに疑問を持ったことを契機として、歴史観光・自然観光・テーマパーク型観光・滞在型観光の4つを比較している[表-2]。

これによれば、歴史観光とその他の観光地との決定的な違いは、演出方法である。自然景観・テーマパーク型・滞在型のいずれも観光客の五感に訴えかける特徴があり、観光客はそれを単に楽しむことが可能である。その反面、歴史観光は、それを楽しむためにある程度の学びを要求し、その上で観光客の知識や五感に訴えかける特徴もつ。つまり、観光客は、どのような歴史が散りばめられた場所であるのかを学習し、理解しなければ、楽しむことが難しい。そのために、歴史をテーマとするまちづくりには、演出や学習に加えて、自治体や地域住民が連携し、たとえば武家屋敷の整備といった景観という五感に有意な対策を勧める。

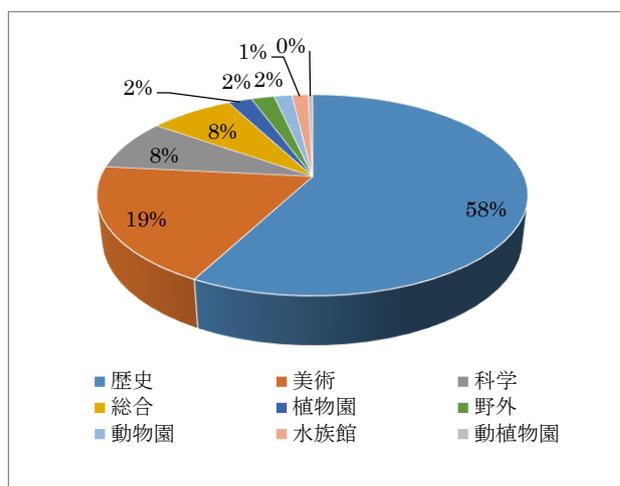
楽しむ前提として知識が必要であるという特徴は、博物館にも当て嵌まる。「社会教育施設説明資料」(平成23年度文部科学省社会教育調査)によれば、実は日本の博物館のうち、歴史博物館が全体の半分以上を占めている[表-3]が、驚くべきことに先の入場者数ランキングにひとつも含まれていない。つまり、生物を研究対象とした博物館が、アミューズメントパークに引けを取らない人気を誇っているのは、「かわいい」、「面白い」、「怖い」、「気持ち悪い」といった五感に訴えかける要素が強いことが理由のひとつであると考えられる。この観点から云えば、歴史観光は、過去と現実の空間とを重ね合わせて非現実に至る喜びのために知識の獲得を必要手段とするのに対して、博物館は知識の獲得を目的とし、それそのものが喜びである点で、極めて近似しているが、目的が異なっているのである。

これは、「移動」と「非日常性」という観光の特性から分析すれば、日常との距離感として語る事が可能である。深見はこれを空間的概念と地域特性のちがいを体験することだと述べている(深見・井出、2011: p. 223)。

前者は、バス・電車・自家用車・飛行機などを使用して、日常の生活圏内からそれ以外の土地へと物理的・地理的に場所を移動する。これは博物館であっても、アミューズメントパークであっても、生活圏ではないという意味で変わらない。拡張現実(AR)はこの物理的距離を無くすので移動は不要になる。

対して、後者は甚だ曖昧な概念である。「日常ではない」

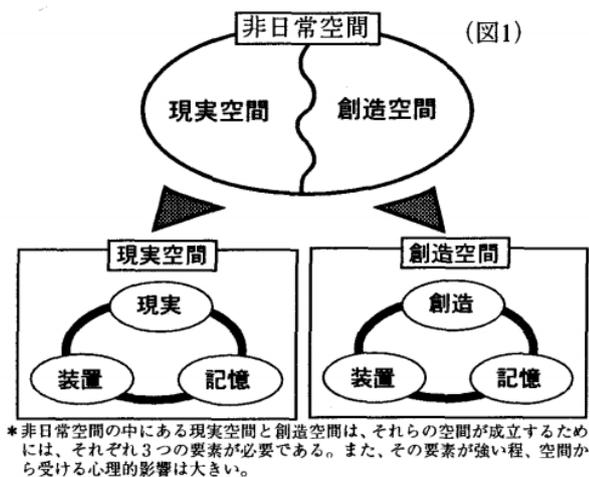
表-3 日本の種類別博物館数



※文部科学省「社会教育施設説明資料」(平成23年度文部科学省社会教育調査)をもとに筆者が作成した

ことを知るには、「日常」の定義を明確にするしかない。ここで注目したいのは、田原万友美・田村俊明の非日常空間における心理的な特性に関する研究である(田原・田村、1997・1998)。人の生活空間を、日頃の繰り返しである日常空間と、歴史や四季などの時や、思い出や憧れといった記憶により影響され存在する非日常空間に分ける。この境界線は、曖昧で流動的に変化する。さらに、非日常空間を現実的な空間と創造空間に二分する[図-1]。前者は現実を体験・体感し、後者は疑似的体験・体感をする。両者とも3つの要素で成り立っており、記憶的要素と装置的要素は共通しており、現実的要素と創造的要素のみが違っている。前者の具体例として祭りや展覧会、後者のそれとして美容院とTDLに代表されるテーマパークを挙げている。

日本デザイン学会研究発表大会の要旨のようだから詳細が乏しく、意味を汲み取りにくい部分がある。アンケートから「日常」と「非日常」空間の心理的な特性を解明しようとしている。その設問に「4. 空間に対する欲求性」として娯乐的と知識的を対置して、調査している点が注目される。しかしながら、現実空間と創造空間の線引きが理解し難く、また「展覧会」と「博物館」「美術館」が別の項目となっているので、直接的にこの理論と結び付けて語ることはできなかった。しかしながら、日常生活と空間の突発性とを関連させて、日常生活に遠いほど、非日常性が強いという結論は正論だと思われる。



図一 非日常の2分類

※ (田原・田村、1997・1998) より引用。

博物館とアミューズメントパークでは、来訪者が立脚している現実からの距離が異なっているのではないだろうか。

現実在即して、具体的に当て嵌めるならば、日常生活を営むために必要な自宅を中心に、スーパーマーケットや銀行、会社などが「日常空間」である。これらには楽しみや娯楽性を求めているのではなく、生活を行う必要性のために「日常」的に繰り返し訪れる。これに対して、アミューズメントパークや博物館は「非日常空間」に位置する。田原・田村の分類に従えば、非日常は現実空間と創造空間に分類され、現実に近い方に博物館があり、遠い方にアミューズメントパークがある。

TDL が成功した理由のひとつとして、日常を想起させないように完全に世界が隔離されていることが指摘されている (岩田、2006)。遊園地は、メリーゴーランドやジェットコースター、観覧車、コーヒーカップなどの乗り物を外部業者から購入し、ベンチや電灯などのデザインに統一性はない。飲食店も直営ではなく、外部の飲食業者をテナントにしており、オリジナリティが低い (中島、2011)。一方、TDL は飲食店もすべて直営で、お皿や紙コップ、紙ナプキンまで、一貫してウォルト・ディズニーのアニメ映画の世界に拘る (西村、2001)。TDL は、意図的に高い木を配して視界を遮り、外部からも内部からも互いに見えないようにしている。スタッフや物資など現実世界が想起されるものは、地下トンネルから配給され、完全なる閉鎖的な空間になっている。ひとつの世界が構築されている点でテーマパークは遊園地よりも異界性が強い。これら徹底した装置が五感に訴えかけるので、も

しもディズニーアニメに詳しくなかったとしても、簡単に非日常経験をするという目的を果たすことが出来る。

対して、博物館は積極的に自身の生活や環境などの日常と関連して捉えられるほうが望ましい。異なる地域や時間や文化を来訪者自身に引き付けて学び、これからの生き方や人類の未来を作り出していく糧となることが理想である。生き物を研究対象とした場合は、それ自体に動きがあり、知識が無くても五感として楽しむことが可能でもある。また、生物に関する知識は科学や歴史に比べて難しくない。しかしながら、歴史や化学のように専門性が高く、研究対象が静物である場合には、来館者の主体的な態度が必然となり、知識と想像力が必要になる。美術作品は、もとより宗教や思想を鑑賞者がより理解しやすいように視覚的に表現することを意識して制作されているから、感性的に感じることも可能なので、感覚と知識の中間に位置していよう。

人間の社会は理性的であるため、それだけで日常性は増す。さらに、普段の生活を知識と想像力によって浪漫化するという労力が介在しなければ、非日常性を享受することはできない。楽に非日常に至れるかどうかという来館者自身の努力の程度が、博物館とアミューズメントパークとの大きな差異になっているのではないだろうか。

#### 4. おわりに

博物館とアミューズメントパークは、目的において根本的に異なっているにもかかわらず、現在その境界は不明瞭になってきている。それは、歴史的にもテーマ性においても極めて近い関係にある上に、近年は双方が意図的に接近しているためであろう。観光形態の特徴として、知識を獲得しなければ非日常性を享受することが難しいという点で博物館と歴史観光に親近性はある。

さらに、観光の特徴として挙げられる「移動」と「非日常」の観点から考察すれば、博物館の種類の中でも同様の分析が可能であった。『レジャーランド&テーマパーク総覧 2018』の中で、大半を占めている動物園や水族館は五感で楽しむことが容易であるが、歴史博物館は知識を必要としており、日本の博物館の半数以上を占めているにもかかわらずランキングに全く入っていない。これは、博物館の目的が、来館者自身の日常と展示物との関係を積極的に追及し、知識獲得を絶対条件とするため、日常性が強く、労力を払わなければ楽しむことが容易ではないためである。

つまり、博物館の目的は、それ自体が制限となっている点で、観光施設であるアミューズメントパークとは異

なる。博物館は、来館者が物理的に移動して非日常の地域を知るための施設として優位であるが、そのためには知識を獲得する努力を必要とし、アミューズメントパークのように露骨な非日常を提供したり、需要に完全に迎合することは可能ではないという点で観光に不和である

\*\*「来館者」とは博物館を訪れる人、「来訪者」とは博物館を含めたその地域全体を訪れる人を指す。ただし、引用文中ではそのほかの用語が使用されていても表記通りとした。

#### 【引用・参考文献】

- 伊藤壽朗 (1993) 『市民のなかの博物館』吉川弘文館
- 井出明「復興観光とアートマネジメント」(深見聡・井出明編 (2010)『観光とまちづくり—地域を活かす新しい視点—』古今書院)
- 井上毅 (2015)「科学系博物館の取り組み—博物館資料に見出す観光資源の価値」『博物館研究』567
- 岩田隆一 (2006)「なぜ東京ディズニーランドは人気があるのか。サービス・マーケティングからの分析」『筑波学院大学紀要』1
- 落合博晃 (2015)「美術館と観光—金沢 21 世紀美術館の挑戦」『博物館研究』567
- 奥野一生 (2003) 『日本のテーマパーク研究』竹林館
- 菊地俊夫、松村公明編著 (2016) 『よくわかる観光学 3 文化ツーリズム学』朝倉書店
- 木下直之 (1999) 『美術という見世物』筑摩書房
- 経済産業省「平成 27 年特定サービス産業実態調査」  
<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/tokusabizi/result-2/h27.html>
- J T B 広報室 (2012)「JTB WEB アンケート 調査結果 vol.73 <美術館・博物館に関するアンケート調査>」  
<https://www.jtb.co.jp/myjtb/tabid/20120823.pdf>
- 総合ユニコム (2017) 『レジャーランド&テーマパーク総覧 2018』
- 第一生命 NEWS 宅配便 (2006)「美術館・博物館の利用に関するアンケート調査」<http://group.dai-ichi-life.co.jp/dlri/ldi/news/news0611.pdf>
- 田尾誠敏 (2015)「観光資源としての史跡と博物館」『博物館研究』567
- 田中孝則 (2015)「福井発 日本から世界に一福井県立恐竜博物館はお客様のために」『博物館研究』567

という逆説を自ずと浮かび上がらせている。

#### 【註】

- 田原万友美・田村俊明 (1997)「非日常空間における心理的空間特性の研究—01 テーマパーク『東京ディズニーランド』の意識調査から」『日本デザイン学会研究発表大会概要集』44
- 田原万友美・田村俊明 (1998)「非日常空間における心理的空間特性の研究—02」『日本デザイン学会研究発表大会概要集』45
- 鉄道技術研究所五十年史刊行委員会 (1957) 『五十年史』研友社
- 中島恵 (2011)「我国の遊園地・テーマパーク産業の生成と発展」『大阪観光大学観光学研究所報 観光&ツーリズム』16
- 西村秀幸 (2001) 『東京ディズニーランドの秘密』エール出版社
- 橋本和也 (1999) 『観光人類学の戦略—文化の売り方・売られ方—』世界思想社
- 文化庁「文化芸術の振興に関する基本的な方策 (第 3 次)」  
[http://www.bunka.go.jp/seisaku/bunka\\_gyosei/hoshin/kihon\\_hoshin\\_3ji/index.html](http://www.bunka.go.jp/seisaku/bunka_gyosei/hoshin/kihon_hoshin_3ji/index.html)
- 前橋 栄一 (2017)「テーマパーク化する『鉄道系博物館』の問題点」『東洋経済 ONLINE』  
<https://toyokeizai.net/articles/-/191125>
- 松井洋治 (2001)「国内テーマ・パークの盛衰と今後の方向性に関する一考察」『埼玉女子短期大学研究紀要』12
- 宮瀧交二 (2015)「観光と博物館」『博物館研究』567
- 村田麻里子 (2014)『思想としてのミュージアム—ものと空間のメディア論』人文書店
- 諸井克英・濱口有希子 (2009)「テーマパークに対する意識と行動—ユニバーサル・スタジオ・ジャパンと東京ディズニーランドの場合—」『同志社女子大学学術研究年報』60
- 文部科学省「博物館に関する科目について」  
[http://www.mext.go.jp/a\\_menu/shougai/gakugei/1288651.htm](http://www.mext.go.jp/a_menu/shougai/gakugei/1288651.htm)
- 文部科学省「社会教育調査—平成 27 年度結果の概要」  
[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/toukei/chousa02/shakai/kekka/k\\_detail/1378657.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/chousa02/shakai/kekka/k_detail/1378657.htm)
- 矢野興一編著 (2016) 『地球・生物・人類を知る—見る目が変わる博物館の楽しみ方』ベレ出版
- 若園雄志郎 (2004)「観光が地域に与える影響と博物館の役割 アイヌ文化に関わる事例を中心として」『早稲田大学大学院教育学研究紀要』別冊 12-1