

博物館ネットワーク事業 相模原市立博物館にはどんな人が来ているか

向井 優善, 美濃部 久美子, 小出 雄空明, 田所 康隆, 白井 曜彦

神奈川工科大学 情報学部 情報メディア学科
mukai@shirai.la sumaho@shirai.la

相模原市立博物館と白井研究室の協働事業である「みんなでつくる相模原『知的探求散策アルバム』」は、市立博物館が計画する「さがみはらどこでも博物館」という地域の博物館施設・旧跡をつなぎ、市民に展開する事業である。平成25年度は初年度であり、民俗探訪会に参加し、取材で得られたデータのコンテンツ化を行った。また、現在の相模原市立博物館における来場者約1,850人に対して大規模なアンケートを実施し、注目する世代間における博物館に対する期待と現状を調査し、そして、サイネージの展示でコンテンツの展開を行った。今回の活動を通して、民俗探訪会では参加者の意見や地域の文化、歴史をコンテンツ化できることを知り、アンケート調査では来館者の年齢層、博物館への期待度などを知ることができた。また、サイネージの展開では今後の課題と展開方法を模索することができた。

Keyword: Questionnaire, City Museum, Collaboration Business, Signage

1 はじめに

相模原市立博物館と神奈川工科大学白井研究室の協働事業である「みんなでつくる相模原『知的探求散策アルバム』」において、市立博物館が計画する「さがみはらどこでも博物館」地域の博物館施設・旧跡をつなぎ、市民に展開する事業に協力をしている。スマートフォンを活用し、市内広域に広がる博物施設、史跡などを三世代が楽しみをもって参加できるようなイベント・ワークショップを開発していく計画である。

2 民俗探訪会への参加

市域に残存する民家等の研究は大野らの研究^[1]および、相模原市立博物館の市民学芸員、ボランティアで構成される民族探訪会が活発である。先行研究の成果を調査するため、5月8日に行われた下溝地区の民俗探訪会(図1)と11月4日に行われた緑区藤野地区の民俗探訪会(図2)の2つに参加した。探訪会は、相模原市立博物館に所属する探訪会の方々や募集して集まつた一般の方々と一緒に、相模原市に点在する神社や道祖神などの歴史や由来について取材を行った。取材を行うにあたって、使用した機材はデジタルビデオカメラとスマートフォンである。下溝地区での民俗探訪会では、初めてということもあり、取材の立ち回り方などを探りながら取材を行った。緑区藤野地区では下溝地区のでは、学芸員の方達と事前に打ち合わせをしてから取材を行った。当日は雨天であったが最後まで取材を行うことができた。



【図1 相模原市下溝地区民俗探訪会 (2013/5/8)】



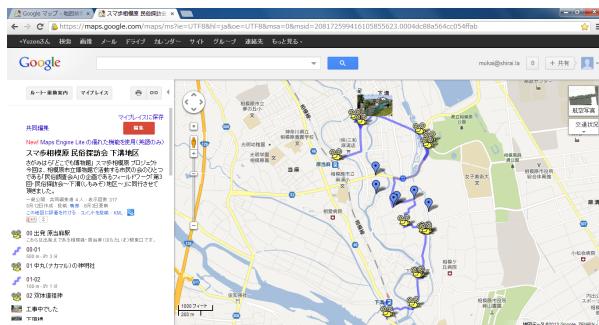
【図2 相模原市緑区藤野地区民俗探訪会 (2013/11/4)】

2.1 Google を使ったデータのコンテンツ化

探訪会で撮影した写真や動画のデータをWEB上で簡単に見られるようコンテンツ化を行った。コンテンツ化の際に、今後、学芸員の方々でも簡単にコンテンツ化できるように、最も簡単に操作ができるGoogle+とGoogle mapsの機能を使用した。Google+では、「スマ歩!さがみはら」というコミュニティ(図3)を作成し、撮った写真をブログ形式で投稿でき、取材を行なながらでもWEB上で公開することができる^[2]。Google mapsではマイプレスという機能を使ってGoogle map上に取材を行った経路や、写真と動画を表示できるように編集し、WEB上で簡単に公開することができた^[3](図4、図5)。



【図3 Google+上に構築したコミュニティ】



【図4 Google maps 上に構築した下溝地区散策マップ】



【図5 Google maps 上に統合した解説の動画】

2.2 採訪会での問題点

採訪会で取材するにあたり、いくつかの問題点が見つかった。収録デバイスはデジタルビデオカメラとスマートフォンを利用しているが、スマートフォンでは連続したGPS利用と動画撮影によりバッテリーが足らなくなる問題が発生した。予備バッテリーの必要性など、今後の取材・ワークショップ実施では対策を立てる必要がある。また、学芸員など解説者との事前に打ち合わせを行う必要も感じた。移動しながらの取材なのでどうしても解説者とのタイミングが合わず、うまく収録が行えないことも多々あった。一方で、解説者のプレゼンテーション手法における聞きやすさなど、改善必要性を感じた。今回は撮影と記事担当を1名で行ったが、補助係を含め3人程度のチームで、事前の打ち合わせや下見をし、学芸員と連携を取ることで解決していくべきだろう。

2.3 今後できること

採訪会に参加することで、今後我々ができることがわかった。取材してわかったことだが、ほとんどの参加者も含め、自分たちが住んでいる地域でありながら、実際には地域の事についてなにも知らずに過ごしていることが解り、学芸員の方々も同じ意見を述べていた。一方、案内や運営等に関わる、先祖代々の家を守り続ける人々にとってもその価値を再認識できる機会であることも発見であった。今後の研究として、地域の文化や歴史を学芸員の方々と一緒に広い年齢層に向けてコンテンツ化していくことで、相模原の魅力を多くの人に発信していくことができるだろう。

3 大規模なアンケート調査

「みんなでつくる相模原『知的探求散策アルバム』」のメインのターゲットを決めるため、当初データとして、2013年7月に相模原市立博物館で開催された特別展示「イトカワの微粒子公開」に合わせて、一般来館者の年齢層、インターネットの利用率、博物館の認知度、提案する企画の対象となる年齢層・属性のアンケート調査を行った(図6)。想定来場者は数万人規模であるため、大規模なアンケートの実施にあたり、調査の効率と品質を維持するためにアンケートシートはスキャネットシートを使用しデータ化を行った。アンケート結果から得られたデータはMySQLによるWebデータベース化^{[3][4]}を行い、最終的には様々な視点で公開・分析を行えるようにする。



【図6 アンケート調査の様子 (2013/7/27)】

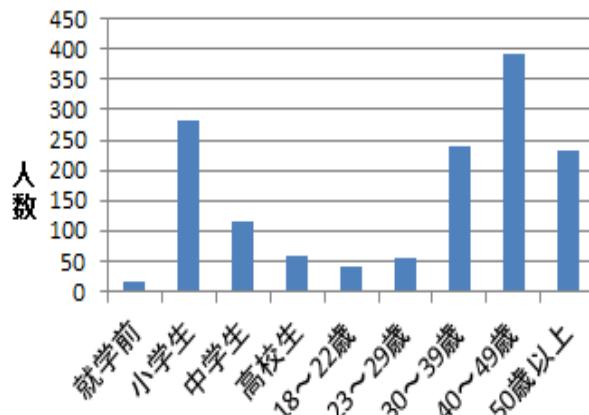
3.1 アンケート内容

アンケートの内容は、博物知識をクイズ形式で問う設問からはじまり、博物館来館の理由や頻度、Webサイトの利用経験、リーチに至ったメディア、デジタル機器所有率、年齢、性別、在住地といった属性の調査となっている。さらに、博物館側が要望する設問を設けており、大学側、博物館側の両方の意見を取り入れた仕様のアンケートとなっている。設問数は20問である。小学校1~3年生でも答えられるように設問の漢字にはルビを振り、就学前児童や高齢者にはヒアリングでの調査を行った。

3.2 アンケート結果

期間中4日間の調査で約1,850人分のアンケート結果を取得できた。収集したアンケートはPHPを用いてWebデータベース化^{[5][6][7]}を行った。来館者の男女比は、男性が809人、女性が815人となり、同程度の比率となった。年齢別属性では小学生、40~49歳、50歳以上が多く、研究の対象である三世代からそれぞれ200件以上収集できていることがわかる(図7)。アンケートの結果は、詳細を分析中であるが、高齢者の方でもスマートフォンのようなデジタル機器の所有率は高く(7.1%)、またインターネットの利用率も高いことが読み取れた(12%)。さらに、来館者が博物館に求め

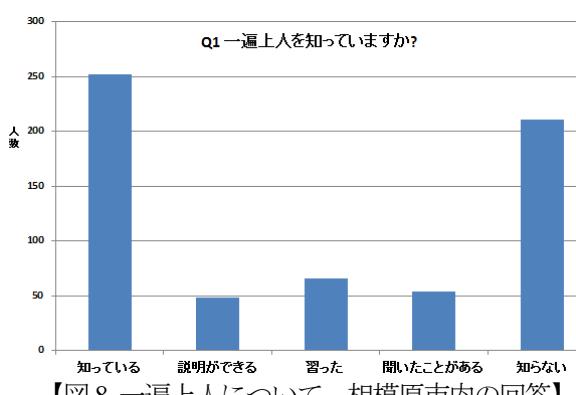
るもので多かった項目は「参加型」(21%)、「体験型」(13%)の展示物であり、提案企画「スマ歩相模原」については説明がない名称のみの調査であったが1.4%の支持を得た。



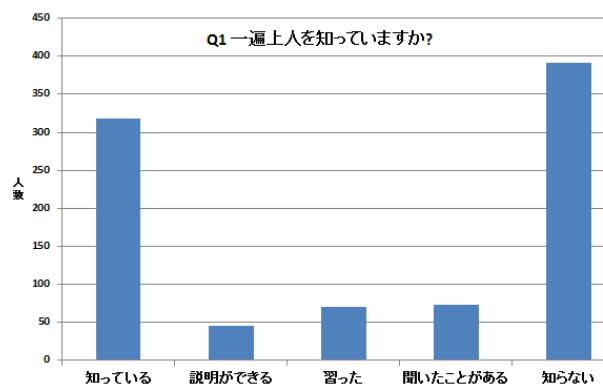
【図7 アンケート協力者の年齢層[人]】

3.3 アンケートの結果の考察

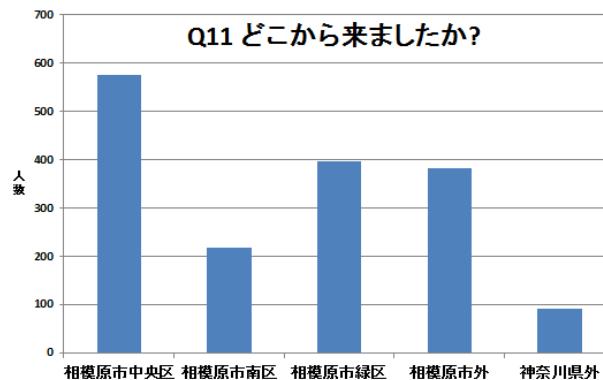
アンケート結果より、来館者の博物知識や出身地、特別展示をどこで知ったかなど、可能な限りの視点から抽出した結果、相模原県外から来た来館者と相模原市内からの来館者の双方とも同じような数値が抽出された。これは、探訪会で判明した「住んでいながら地域のことについて何も知らない」(図8、図9)という意見と合致している。また、「JAXA 小惑星探査機「はやぶさ」の事をどこで知ったか?」という問い合わせについて、「テレビ」という回答が一番多かった(39.5%)。しかし、今回行われた特別展示である「イトカワの微粒子公開」についてどこで知ったか?の設問においては、「テレビ」(19.4%)よりも、「インターネット」(23.9%)の回答率が多い結果となった。さらに、今回行われた特別展示は、相模原市立博物館とは別に国立科学博物館でも「イトカワ」の微粒子が公開されていたにもかかわらず、相模原市立博物館には38,773人の来館者が来た。特に、「相模原市外(466人)」、「神奈川県外(495人)」と「神奈川県外」からの来館者が多く(図10)、このことから相模原市立博物館への興味、関心が高い事がうかがえる。



【図8 一遍上人について、相模原市内の回答】



【図9 一遍上人について、神奈川県外の回答】



【図10 地域別の来館者数】

3.4 アンケート調査における改善点

アンケート調査員として現場のヒアリングを行ったところ、アンケートの協力者を増やすためには「昆虫カード」などの報酬が重要であることが分り(図11)この場合、特に子供の回答者が飛躍的に増加した。

また、多くの来館者が「設問数が多い」「高齢者には字が小さく見にくい」と意見があり、高効率なスキャネットシートの弱点を発見した。また大規模であるため、分析に時間がかかることも課題であるといえる。

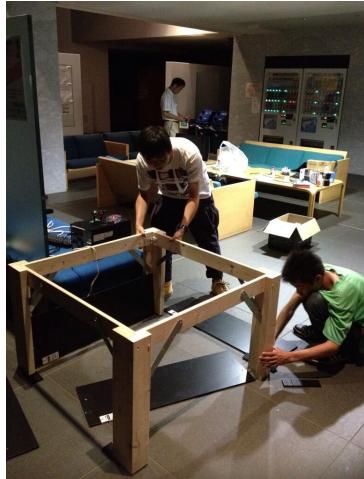


【図11 回答者に配布した博物館提供の生物カード】

4 サイネージの展示

探訪会やアンケートの成果を公開するためにサイネージの展示(図12)を行った。サイネージの展示内容

は相模原市立博物館と関連している尾崎弓堂記念館や相模原ふれあい科学館などの各所にある施設の紹介とアンケート結果の一部を載せたものと詳細を見ることができる URL^[6]があり、この URL にアクセスすると観覧者数が分かるようになっている。また、サイネージの展示も研究対象となっており、サイネージを展示したことにより来館者の年齢層やサイネージをどの程度見ているか、サイネージの内容にどの程度興味を持つてもらえたのかを計測している。



【図 12 開発途中のサイネージ（2013/9/1）】

4.1 独自開発サイネージのメリットとデメリット

本来、このような展示物には多くの予算が必要となるが、今回のサイネージは、コンテンツと外装をすべて大学側が開発、構築（図 14）しているため、溺愛の製品を購入するよりも、新しさと手作り感のあるスタイルのサイネージを作成することができた。しかし、その反面、一般的の展示物にある頑強さ、子供の衝突時の事故対策などが甘い点もあり博物館側の指摘で対策を強化した、今後サイネージ筐体については継続的にインターラクティブ性の追加、ネットワーク連携機能など、機能追加と効果の検証を続けていく予定である。



【図 13 完成したサイネージ（2013/9/1）】

4.3 サイネージの展開

現在展示しているコンテンツに加え、今後継続して得られた知見・データをコンテンツ化していく、サイ

ネージのコンテンツに加えていく（図 13）。たとえば、サイネージにインターネットの URL を表示しても実際に見ている人はほとんどいないことが、「アンケートの結果」の掲示において観測できた（一方で、インターネット上では 2 週間で 30 件程度のアクセスがある）。今後は、インターラクティブ性など、来館者の興味を惹くようなコンテンツを考えるとともに、需要と効果を確認しながら、より市民目線で、来館者を引き込むような新しい技術を取り入れていく予定である。

来館者アンケート調査

- 7月17,20,26,27日、8月24日には
来館者アンケート調査を行いました。
- アンケートの詳細を詳しく知りたい方は
こちらの URL からアクセス！！

<http://j.mp/s131028>

【図 14 サイネージでの URL 表示例】

5 今後の展開方法

アンケートのデータから、相模原市外だけでなく市民でも、地元の歴史や文化などの博物に関する知識があやふやであることが明らかになってきた。一方で、無関心というわけではなく、むしろ知ることによってさらに興味を示すことがわかったことは大きな成果である。今回の Google のサービスを使った手法に限らず、探訪会の魅力を伝える活動を継続していくべきであろう。現状の博物館の Web サイトや、相模原の博物に関するポテンシャルは高く、今後、ドメイン名の改善、HP の改修（図 15）を踏まえて連携強化していきたい。



【図 15 改修中の新しい相模原市立博物館の HP】

【参考資料】

- [1] 大野 敏：「民家村の旅」（1993），INAX album.
- [2] 「スマ歩!さがみはら」，<http://p.tl/hw9r>（5月11日）
- [3] 相模原市下溝地区 探訪会 散策マップ，
<http://goo.gl/maps/kwYNL>（8月6日）
- [4] 山田 祥寛：「10日で覚える PHP5 入門教室」（2009），翔泳社。
- [5] たにぐち まこと：「よくわかる PHP の教科書」（2010），マイナビ。
- [6] Web データベース化したアンケート結果，
mukai.shirai.la/anke（10月8日）
- [7] アンケートの詳細結果，<http://j.mp/s131028>（10月28日）