

博物館の舞台裏①

～企画展ができるまで（新聞博物館の場合）～

「学芸員」の仕事について、10-11に書きました。
新聞博物館では、学芸員資格の有無に関わらず、チーム体制で企画展の準備を行っています。ここでは、新聞博物館で企画展を行うときの手順を紹介します。

【企画展の内容検討】

- ・テーマ：何を、どういう人たちに伝えたいのか。
- ・経費：いくらぐらいかけられるのか。
- ・会期：いつからいつまで。
- ・会場：館内のどこで、どのくらいの広さで。
- ・他の協力者（団体）がいるかどうか：協力者がいることで、館単体で開催するより規模を大きくできたり、より多くのお客様に見に来ていただけたりする。
- ・展示会社を決める（展示会場などを作る専門の会社がある。効果的な展示のプロ）。
- ・期間中、講演会やワークショップなどのイベントを行うのかどうか。
→イベントを行うと集客力が上がり、企画展を多くの人に見てもらうことができる。
- ・開幕までのスケジュールをたてる。
- ・関連資料や文献で調査研究・情報収集。



【開幕の2か月前までに決めておくこと】

- ・全体の構成、章立て（通常3つ程度）
→「何を、どういう人たちに伝えたいのか」十分議論する。
- ・展示資料の検討
→自分たちで保存しているものか、借りてくるものか。
外部から借りる場合は、借用時に資料調書を準備して、資料状態を確認・記入。返却するときもそれを見ながら資料状態を確認する。
→新聞紙面の現物かマイクロフィルムからの出力をパネル化するのか。
→モニター映像を見せるのか。
→報道写真か。
→モノ展示できるものがあると、展示室の中のアクセントになってよい。
→壁からかけるのか、イーゼルの上に立てるのか。
→キャプションに何を書くのか。
- ・来館者に渡すものを考える。
→見たものをあとで振り返ることができるよう展示リストを用意する。
→ワークシートなど、展示を理解したり楽しんだりするための補助ツールは必要か。
- ・展示紙面や写真について各社に許諾申請。
- ・展示会社との打ち合わせ
→実際に、会場にどのように配置するのかを話し合う。
→博物館からのメッセージが伝わりやすい展示を心がける。
→資料を並べるだけだと分かりにくいので、キャプションや見出しを適切に使う。



【開幕の2か月前】

- ・ 組織の中で経費について相談して決める。
 広告や発送のための経費概算見積もり、展示会社の見積もりを示す。
- ・ チラシやポスターなどの広報物作成を相談して決める。
 → 広報物作成（チラシ、ポスター、招待券、新聞広告）
 広告は制作工程が別なので、別の会社に依頼。
 → 閉幕後には簡易資料集を作るので、それを前提に許諾作業をしておく。
- ・ 1か月前から、広報物完成、発送。ホームページの準備。
- ・ 学校に広くPRするため、教育委員会（神奈川、横浜、川崎）に後援依頼。



【開幕の1週間前】

- ・ 5日前：前回の企画展の撤収。
- ・ 2、3日前：2日間かけて次の企画展の設営（展示会社が来る）。
 前日の午後までに完成。
- ・ 前日の午後に、スタッフ、ボランティアを集めて、企画展担当者が展示解説を行い、注意点を説明。
 （注意点の例）順路、パソコンや映像による展示の操作法、展示点数などよく聞かれる事項、展示の特徴や目玉となる展示物など。



【開幕初日】

- ・ 大きな企画展の場合は、オープニングセレモニーや報道機関向けの内覧会を行う。
- ・ アンケートを設置。寄せられた意見、感想は会期中随時確認し、展示で分かりにくい部分があれば改善していく。



【会期中】

- ・ イベントを開催するほか、SNSなどを使って広報し、誘客する。
- ・ 展示室を巡回し、実物資料のコンディション、資料の説明パネルの落下などを適宜確認する。補足で伝えたい情報があれば、解説パネルを作成し、追加で展示することもある。
- ・ 展示風景を記録写真に残す。



【閉幕（終了後）】

- ・ 来館者数、アンケート回答数（内容）などをまとめる。次回以降の注意点や改善点を挙げる。
- ・ 資料や展示ケースの撤収作業。