



口絵3 本展の会場の導入部分に設置した展覧会タイトルパネル



口絵4 本展の壁面（上写真）や露出の展示台（下写真）の配色デザイン

—論文—

子どもを主対象とした展覧会の実践的考察

—わくわくびじゅつギャラリー—

「いのりの世界のどうぶつえん」を事例として—

翁 みほり

はじめに

奈良国立博物館では、2019年の7月13日から9月8日にかけて、わくわくびじゅつギャラリー「いのりの世界のどうぶつえん」を開催した。本展は、動物が表された仏教美術作品を集めてわかりやすく紹介する展覧会である。夏休み期間中に来館する子どもとその保護者を主な対象に、仏教美術に親んでもらうことを目的に開催した。

当館において、1994年から2007年にかけての毎年夏の時期に、子どもとその保護者向けに仏教美術についてわかりやすく紹介するシリーズものの展覧会「親と子のギャラリー」を開催していたが、本展では仏教美術のテーマは維持しつつも、そうした従来の子どもの保護者を対象とした展覧会とは異なる新たな試みを行った。本稿ではその新たな試みを紹介するとともに、各種調査を通して明らかになった来場者の反応についても述べてみたい。

第一章 本展の開催概要と本展における新たな試みについて

本章では、まず第一節にて本展の開催概要を紹介する。続く第二節ではコンセプトを、そして第三節においては本展における新たな試みの実践について述べることとする。

第一節 開催概要

本展の開催概要は以下の通りである。

〔展覧会タイトル〕 わくわくびじゅつギャラリー「いのりの世界のどうぶつえん」

〔主催〕 当館、文化庁、独立行政法人日本芸術文化振興会

〔共催〕 奈良文化財研究所⁽¹⁾

〔協力〕 仏教美術協会

〔会期〕 2019年7月13日～9月8日⁽²⁾

前期展示 7月13日～8月18日、後期展示 8月20日～9月8日

〔会場〕 当館東新館（新館2階）

〔観覧料金〕 一般520円、大学生260円、高校生以下および18歳未満の方、満70歳以上の方、障害者手帳をお持ちの方とその介護者1名は無料。また9月1日は「関西文化の日プラス」の

日として完全無料日。⁽³⁾

〔関連イベント〕親子講座「どうぶつえんのわくわくガイド」を7月27日に2回実施。また絵本づくりワークショップ「とびだす！うごく！いのりの世界のどうぶつ」を8月17日に2回実施（奈良教育大学大学院「地域と伝統文化」教育プログラム共催、近畿ESDコンソーシアム協力）。いずれも小・中学生とその保護者が対象。

本展は仏教美術作品に表された「動物」をテーマとした展覧会である。館藏品と寄託品を中心に、動物が表された仏教美術の作品計65件を展示した（そのうち国宝は6件、重要文化財は17件）。作品の制作年代は飛鳥時代から江戸時代まで幅広く、かつその分野も彫刻・絵画・書跡・工芸・考古と多岐に渡る。

なお、本展の主担当者は当館学芸部 中川あや氏（考古部門担当）で、副担当者は同 萩谷みどり氏（絵画部門担当）である。筆者は教育普及担当として、本展の企画・実施に加わった。

第二節 コンセプト

仏教美術は「難しい」、「敷居が高い」とイメージされる傾向にある。そこで、「様々な世代の人々が楽しむことができる展覧会」をコンセプトとし、夏休み期間中に来館する子どもやその保護者を主対象に据え、仏教美術にあまりなじみのない来場者でも楽しく鑑賞できるよう、会場デザインをはじめ、展示手法や題箋・パネルなどあらゆる面において、親しみがもてるような工夫を凝らした。

なお、本展は企画途上で、「日本博」プロジェクトに採択されたため、外国人観光客も楽しむことができる展覧会を目指した。⁽⁴⁾

第三節 実践

1. オリジナルキャラクター

子どもや外国人がより展示に親しみを持てるよう、オリジナルキャラクター5体を作成した。いずれも、仏教美術作品や考古作品に登場する主な動物をモデルとした（図1）。子どもの世代だけでなく、大人の世代にも愛着を感じてもらえるように、作品上の色調やデザインを考慮しつつ、配色をパステル調で統一し、またクレヨンで描いたような優しいタッチで表現した。

この5体のキャラクターに本展のガイド役を担わせ、広報媒体や会場デザイン、印刷物などに登場させた（写真1）。



図1 本展のオリジナルキャラクター5体
左から孔雀をモデルにした「くじゃっぴ」、白象をモデルにした「しろぞー」、獅子をモデルにした「あおじし」、犬をモデルにした「はにわんこ」、水牛をモデルにした「ぎゅーたる」である。



写真1 左：本展のごあいさつパネル（日・英・中・韓の4言語で表記）、右：各キャラクターの紹介パネル

2. 広報

今回は主対象に子どもが含まれるため、チラシ（図2）やポスターを近隣の市町村の小学校に重点的に配布したほか、当館のHPやTwitterなどのSNSにおいても、展示情報を随時発信し、集客につなげる取り組みを行った。

3. 会場デザイン

本展では、子どもにとって居心地が良く、かつ親しみが抱けるような空間づくりを目指した。

口絵3は、本展の会場の導入部分に設置した展覧会タイトルパネルである。これは本展を象徴するデザインと言えるもので、チラシやポスターのデザインを踏襲している。パステル調のピンク色と黄色の2色のストライプ模様を背景に、中心部分には色鉛筆で描いたような温かみのあるタイトルデザインを、そしてその周りには動物園をイメージさせるように作品中の動物の切り抜き写真を配し、ポップなイメージデザインに仕上げた。⁽⁵⁾

会場内の壁面や露出の展示台はこの展覧会タイトルパネルの背景に用いたパステル調のピンク色と黄色の2色を基調とし、明るく可愛らしい空間を構築した（口絵4）。会場内に設置する休憩用の椅子などの什器類についても、パステルカラーや温かみのある木調のものを用いるなど、ポップなデザインで統一を図った。

また、子どもの目線を考慮し、作品の展示位置や展示台の高さを通常よりも20cm程度低くするほか、題箋やパネルの掲示位置についても通常1.5m程度に設定するところを、1m程度の高さにした。

4. 展示構成とコーナー配置

本展は11のコーナーで構成される（表1、図3）。各コーナーは、単独で見ても理解しやすい内容構成とした。コーナーごとのまとまりをもたせるために、各コーナーにテーマカラーを設定し、コー



図2 本展のチラシ（表面）

表1 11のコーナータイトルと各コーナーの概要

各コーナーのタイトル	各コーナーの概要
いにしえのくらしといのり	仏教美術が日本に本格的に伝わる以前の古墳時代や、仏教が広まった奈良時代のくらしの中で生み出されたいのりに関わる動物造形を紹介する。
ほとけさまと獅子・象	ほとけさまは動物に座った姿で表されるものがあり、その代表とも言えるのが、お釈迦様のお供をする文殊菩薩と普賢菩薩。秀才の文殊は獅子に、普賢菩薩は白い象に座った姿で表される。偉大で素晴らしい力を持つとされた獅子・白い象とそれぞれのほとけさまとの関係性に焦点を当てて紹介する。
ほとけさまと様々などうぶつ	ほとけさまの世界には、獅子や象以外にも様々な動物がたくさん登場する。その動物の種類や表現方法も様々。それらの動物たちにはどんな意味が込められ、選ばれたのかを紹介する。
神さまと様々などうぶつ	日本では、はるか昔からあらゆる自然に神さまが宿ると信じられてきた。神さまは人々の前にあまり姿を現さないため、神さまの考えを伝える使いとして、そして時には様々な神様を象徴する存在として動物が大活躍。神さまと深い結びつきがある動物を紹介。
十二支と星座	十二支の動物は時や方位の守り神として、そして星座は人の運命に影響を与える天体の動きの一つとして神さまに見立てられてきた。ここでは、十二支や十二星座の動物が表された仏教美術を集めて紹介する。
様々ないのりの形	ほとけさまや神さまと直接的に結びつかなくとも、動物そのものがいのりの対象になることもしばしば。動物が関わるいのりの世界の奥深さを紹介する。
悲しむどうぶつたち	仏教を始めたお釈迦さまが亡くなる場面を描いた絵画が「仏涅槃図」。横たわるお釈迦さまの周りには、弟子たちをはじめ、動物たちの悲しむ様子が表されていて、その動物の種類は様々で、その数もたくさん。それらの動物の様々な悲しみ方に触れてもらう。
どうぶつでかざる	お寺で使用される用具やかざりには、様々な動物や想像上の生き物が登場する。それらの動物や生き物たちとそれぞれの用具やかざりの使い方にはどのような関係があるのかを紹介する。
獅子・狛犬の世界	神社を訪れると必ずと言って良いほど見かける獅子と狛犬。獅子と狛犬のそれぞれの特徴や、そのルーツについて紹介する。
どうぶつになりきる	古代から、お寺や神社のお祭りや儀式の場ではお面をかぶって劇を演じたり、舞を演じたりすることがさかんに行われた。その中には動物になりきることもしばしば。動物になるためにはどんな小道具があったのか、また動物が表された意味について紹介する。
地獄の中のいきものたち	古くから、悪さをした人は地獄に落ちると信じられていた。そして地獄の中には、動物やいきものに苦しめられる地獄もあると考えられ、しばしば絵画などで表されてきた。このコーナーでは、そうした地獄と深く結びつく動物や生き物を紹介する。

ナーパネルの枠線やコーナータイトルの文字、また題箋の枠線やキャッチコピーの文字をそれぞれのテーマカラーで統一した。

また、各コーナー間には間仕切りを極力設けず、各コーナーを自由に往来できるような開放的な空間を作り出した(写真2)。

ただし、「地獄の中のいきものたち」のコーナーについては、恐ろしい描写や表現を苦手とする来場者を考慮し、あえて閉鎖的な空間にした。外側は黒色、内側は赤色の造作の壁でこのコーナーを囲い、さらにはこ

※作品の配置は前期展示のものである。



図3 本展の会場平面図



写真2 会場内の展示風景（左：南側の風景、右：北側の風景）

のコーナーの出入口となる通路部分を黒いカーテンで半分覆う構造にすることで、地獄をイメージさせるような怪しげな空間を演出するとともに、このコーナーを見るか見ないかの判断を来場者に委ねるような形とした（写真3）。

5. 記念撮影コーナー

キャラクター5体と当館を象徴する建造物（なら仏像館）の外観をデザインした記念撮影コーナーを新館1階の入口付近に設置した（写真4）。本展の会場内では作品を撮影することができないため、記念撮影コーナーにて撮影をすることで、展示に関する思い出を画像として持ち帰ってもらうとともに、それをSNSなどにアップしてもらい、本展の宣伝につながる効果を期待した。

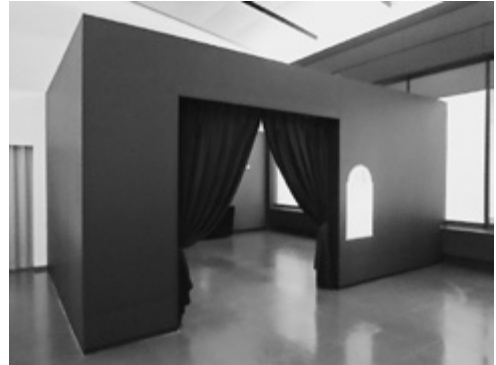


写真3 「地獄の中のいきものたち」のコーナーの外観



写真4 記念撮影コーナー

6. 作品解説とコーナー解説

コーナーパネル 当館におけるコーナーパネルの形状は縦長の四角形のもが通常だが、本展においては、会場のポップなイメージにあうように、縦長の四角形をベースとしつつも、その上部に半円形のかざりをつけた形状を採用した（図4）。半円形の部分には、アイキャッチとして各コーナーのイメージを体現したキャラクターのイラストをあしらい、縦長の四角形の部分には、各コーナーのタイトルと解説を日本語・英語・中国語・韓国語の4言語で記載した。

解説については、後述する題箋に比べて文章量が多いため、主に保護者が読むことを想定し、それに伴い、語調には柔らかい印象を与える「～です」・「～ます」の敬体を用いた。



図4 コーナーパネル

題箋 題箋の基本形式は図5の通り。横書きの形式で、名称や制作年代などの作品に関する基礎情報のほか、作品の見どころを一言で表すキャッチコピー、そして90字程度の作品解説を記載した。基本的に、作品に関する基礎情報を日本語・英語・中国語・韓国語の4言語で表記するようにし、各コーナーの主要作品1点については、キャッチコピーや作品解説も上記4言語で記載した(図6)。

作品の見どころを表すキャッチコピーをつけるのは、当館では初の試みである。一目で作品のイメージを掴めるようにし、来場者の関心を作品に引き付けることを意図した。

作品解説については、作品に親近感を抱いてもらうことを第一の目的としたため、学術的・専門的情報よりも、作品に表された動物

の特徴や動物に込められた意味などを優先して記載した。また、子どもにとっても理解がしやすいよう、専門用語は使用せずにかみくだいた表現を心がける、語調は「～だね」・「～みたい」といった語りかける文体にする、漢字にはすべてルビを付すなどの工夫をした。

なお当館では、作品解説は各分野の研究員が分担して執筆するのが常であるが、本展においては、子どもにわかりやすい内容で統一するため、各分野の研究員が執筆した図録掲載用の作品解説の原稿を基に、本展の主担当者がキャッチコピーと題箋用の作品解説を全て執筆した。



図5 題箋の基本形式



図6 各コーナーの主要作品1点に用いた題箋の形式(日・英・中・韓の4言語で表記)

キャラクター題箋 本展では、来場者、中でも子どもの層に、より気軽に作品と向き合ってもらいたいとの思いから、上記の情報提供型の題箋とは別に、5体のキャラクターが一言コメントする題箋を作成し、各作品の付近に1点ずつ設置した(写真5)。

各作品のイメージに合うよう、かつ来場者を飽きさせないように、題箋のイラストやコメントは、1点ずつ内容が異なるものを用意した。コメントの内容については、来場者の共感を誘うような視点で書くことを心がけた。なお、題箋を4言語で表記した作品については、コメントも日本語・英語・中国語・韓国語の4言語で表記した(写真6)。

その他 展示替えにより鑑賞することができない作品の一部については、その作品写真と一文の作品解説を掲載したパネルを掲示した(写真7)。

また、作品中の動物をかたどったパネルを立版古風に作品の前の床に設置し、作品鑑賞を誘発する機能を持たせた(写真8)。



写真5 左：キャラクター題箋、右：設置風景(作品番号30)



写真6 左：キャラクター題箋(日・英・中・韓の4言語で表記)
右：設置風景(作品番号27)



写真7 作品写真のパネル



写真8 動物をかたどったパネルの設置風景

7. ボランティアガイド

来場者の展示理解を促進させるために、会期中の10時から16時にかけての時間帯は、ボランティアガイドを会場内に配置することとした⁽⁶⁾。主な活動内容は、作品に関する質問への対応のほか、後述するクイズ方式ワークシートの配布やそのクイズの答え合わせ、おえかきギャラリーに絵を掲示するサポートなどである⁽⁷⁾（写真9）。



写真9 ボランティアガイドの活動風景 左：クイズ方式ワークシートを説明しながら配布する様子
右：クイズの答え合わせをする様子

子どもでも気軽に話しかけやすいよう、「どうぶつえんガイド」と記した腕章をつけ、キャラクターがデザインされたバッジやショルダーバッグを身に着けるなど、視覚的にも親しみやすい雰囲気を演出した。

また、外国人来場者にも対応できるよう、英語による解説を可能とするボランティアガイドにも活動に参加してもらうほか、英語・中国語・韓国語の3言語による想定問答集を作成し、活動の際に用いた（図7）。

・ワークシートを持っていますか？	・ Do you have the work sheet?	・ 您得到猜谜游戏的学習手册了吗？	・ 학습지(수수께끼 풀이 게임)를 받았나요?
・ クイズは終わりましたか？	・ Have you answered the quizzes?	・ 猜谜习题都做完了吗？	・ 수수께끼 풀이를 다 끝냈나요?
・ クイズの答え合わせをしましょうか？	・ Have you checked your answers based on the answer key provided?	・ 猜谜习题完成后, 请对答案吧!	・ 수수께끼의 답을 확인해 볼까요?
・ シールはもらいましたか？	・ Have you got stickers?	・ 您拿到卡通动物的粘片了吗？	・ 동물 그림 스티커를 받았나요?
・ ここで絵を描くことができます。作品の近くで描くこともできます。	・ You can draw here. You can also draw near the exhibit.	・ 请坐在这里画画。也可以在作品附近一边看一边画。	・ 여기에 앉아서 그림을 그릴 수 있어요. 작품 근처에서 작품을 보면서 그림을 그려도 돼요.
・ 絵を壁に掛りますか？それとも、持ち帰りますか？	・ Would you like to hang the painting on the wall, or take them home?	・ 您需要把画贴在墙上留作纪念吗？还是要带回去？都可以。	・ 그림을 벽에 붙일까요? 아니면 가지고 갈 거예요?
・ 絵を壁に掛ってから、写真撮影ができます。	・ Let's take a picture of the painting on the wall with you!	・ 您的照片贴在墙上后可以留纪念。祝您旅途愉快!	・ 벽에 붙이고 나서 사진 촬영을 할 수 있어요.

図7 想定問答集(日・英・中・韓の4言語で表記)

8. ワークシート2種

当館では、過去の特別展において主に小学生を対象としたジュニアガイドを作成し、会場配布や事前配布を行ったことがある。それらはいずれも、作品の見どころや豆知識をわかりやすく紹介するというものであったが、本展においては、そうした一方的に知識を提供するものではなく、むしろ来場者が会場内で能動的に作品について学べるツールを用意したいと考え、2種類のワークシートを企画し、配布を行った。

クイズ方式ワークシート 主に小学生を対象としたワークシートで、2つの機能を持たせた(図8)。

1つ目はクイズの機能である。問題数は6問で、いずれも作品の観察を通して4つの選択肢から1つの解答を選び出すという設問内容とし、作品に関する気づきを引き出してもらうことをねらい



図8 クイズ方式ワークシート日本語版の展開図(上:表面、下:裏面)

とした。子どもや外国人が取り組みやすいよう、選択肢をすべてイラストで表すほか、解答方式は選択肢の番号を解答欄に記す形式とした。クイズの答え合わせはボランティアガイドが行う形とし、クイズの解答を報告しに来た来場者には、キャラクターのシールを提供した。

続いて2つ目は絵を描くことができる機能である。最後に空白のページを設け、会場で見つけたお気に入りの動物の絵を描くためのページ（おえかきシート）とした。実際に作品を見ながら絵を描くことで、作品を自身の中に取り込み、作品に対する理解を深めることを意図した。

なお、本ワークシートは外国人来場者向けに、英語・中国語・韓国語版もそれぞれ作成し、配布を行った（写真10）。仕様はA5サイズ、蛇腹折り式の全10ページで、用紙には上質紙135kgを使用した。

配布方法については、会場の出入口付近に展示作品リストと並べて設置し、自由に手にとってもらう形式を基本とし、あわせて鉛筆と利用方法を表した案内サインも設置しておいた（写真11）。また、ボランティアガイドが活動している時間帯は手渡しでの配布も行った。



写真10 日・英・中・韓の4言語版ワークシート



写真11 クイズ方式ワークシートの設置形式

宝探し方式ワークシート 丸型うちわの表面に作品中の動物の切り抜き写真が5点掲載されており、それらを会場内で探して見つけ出すという宝探し方式のワークシートである（図9）。動物の切り抜き写真にはそれぞれポップアップ式の窓が付属しており、会場で作品を実際に見つけたら、窓をめくって解答をするというもの。窓の中には作品番号が書かれており、その場で正解がわかるような仕組みとなっている。設問の設定と解答の方法をクイズ方式ワークシートよりも簡易かつ手軽にすることで、クイズに取り組むことが難しいであろう未就学児でも楽しめるような鑑賞支援ツールとした。

さらに、裏面には本展の開催概要とキャラクターのイラストを掲載し、会場を出た後もうちわとして使用してもらうことで、広報ツールとしての役割を果たすことをも期待した。

本ワークシートも日本人来場者のみならず、外国人来場者にも活用してもらえよう、日本語・英語・中国語・韓国語の4言語で併記する形とした。



図9 宝探し方式ワークシート（左：表面、右：裏面）

配布方法に関しては、暑い中來場した人々が入館してすぐに手にとり、うちわとして使用できるよう、新館1階のエントランスに設置して自由にとってもらう形式で配布を行った（写真12）。

なお、上記のボランティアガイドや、2種のワークシートなど、会場内で鑑賞を補助するツールが複数存在するため、会場の出入口付近に、「いのりの世界のどうぶつえんの楽しみ方」というパネルを掲出し、それぞれの位置づけを示した（写真13）。



写真12 宝探し方式ワークシートの設置形式



写真13 「いのりの世界のどうぶつえんの楽しみ方」パネル

9. ワークショップ

おえかきコーナー 前述の通り、クイズ方式ワークシートに会場で見つけたお気に入りの動物の絵を描くことができる機能を持たせた。それに伴い、座って絵を描くことを希望する来場者が一部出てくると見込み、絵を描いたり、描いた絵に着色をすることができるおえかきコーナーを会場内の出入口付近に設けた。おえかきコーナーには、カウンターテーブル1脚と丸テーブル1脚を、そしてそれぞれに複数の丸椅子を設置した（写真14、設置場所は前掲の図3を参照）。各テーブルには、鉛

筆や色鉛筆、消しゴムを備え付けるほか、絵を描く際や絵に着色する際の参考としてもらうために数冊の図録を設置しておいた。⁽⁸⁾

おえかきギャラリー おえかきカウンターの正面側と背面側の壁面を「おえかきギャラリーみんなのどうぶつえん」として来場者が描いた絵を貼り出すことができるギャラリースペースとした(写真15、設置場所は前掲の図3を参照)。自身で描いた絵を飾ることで、自身も展示に参加しているという特別感を味わえるほか、ギャラリーに掲示された様々な絵を眺めることにより、自分以外の来場者がどのように作品を見たのか、作品に対してどのような印象を抱いたのかを感じとることができるようにした。

なお、おえかきギャラリーのみ会場内で唯一、撮影可能とした。描いた絵を撮影してデータ化して展示の思い出を持ち帰ってもらい、その代わりに現物を残置することを促進するためである。ひいては、掲示された絵を通じて、来場者同士のコミュニケーションが活発化することをねらった。



写真14 おえかきコーナー



写真15 おえかきギャラリー

10. 会場内マナー

「博物館や美術館では静かに鑑賞すべき」というイメージを持っている人は多いだろう。実際、展示室では静かに鑑賞するようにと来場者に協力を呼びかけている博物館や美術館が多いのではないだろうか。当館においても、平素は「展示室内ではお静かにお願いします」というサインをエントランスや各展示室の入口などに掲示し、他の鑑賞者の迷惑にならないよう、話し声の大きさには配慮してほしいと、来場者に協力を呼びかけている。

しかし、本展の会場ではむしろ対話することを推奨し、ごあいさつパネルなどにおいてもその旨を表記した。対話を自由にできる環境としたほうが、子どもやその保護者が気兼ねなく楽しめるのではないかと考えたためである。また、対話が促進されることにより、展示に対する学びが深まる事をねらった。

11. 図録

子ども連れをメインターゲットとし、子どものカバンやリュックに入れやすく、かつ可愛らしさを表現できる正方形のコンパクトなデザインにした(写真16)。

内容は2部構成とした。前半部は子ども向けの内容で、豊富な作品写真と、題箋の情報、加えてキャラクター題箋を掲載した。一方、後半部はより詳しい作品の情報を求める子どもの保護者向けに、各作品600字程度の作品解説を掲載した。作品解説の内容は、仏教美術に親しんだ経験のない人でも楽しめるよう、平易な表現や語調をもって表すようにした。また、巻末には外国人向けに英語表記の作品の基礎情報なども掲載した。ミュージアムショップや新館エントランスの受付にて、1,000円で販売を行った。



写真16 図録

第二章 各種調査にみる来場者の反応

本章では、まず第一節にて実施調査の概要を記載する。そして、実施調査により明らかになった来場者の基本情報と展示に対する反応を、それぞれ第二節と第三節において述べることとする。

第一節 実施調査の概要

本展の来場者について、基本情報や本展に対する反応を明らかにするために、下記6種類の調査を実施した。

調査1：入口調査

受付において、入場券の種別を基に、来場者の世代や日別の来場者数について調査した。また、外国人来場者数を把握するために、入場時の対話より、日本語使用者数・非日本語使用者数を調査した。

調査2：本展来場者に対するアンケート調査

本展の来場者に対して、会場で各種のアンケート調査を行った。

日本人来場者に対しては、①子ども(18歳未満)向け、②保護者向け(子どもの保護者)、③大人(18歳以上の非子ども連れ)向けの3種類を実施した。①・②では主にクイズ方式ワークシートについて、③ではキャラクター題箋や会場マナーについての質問項目を設けた。

また、非日本語使用者の中でとりわけ多いように見受けられた中国語使用者に対して、国籍や来館契機、展覧会の印象について質問するアンケートを実施した。

回収枚数は、日本人の子ども向け112枚、保護者向け157枚、大人向け246枚、中国語使用者向け364枚であった。

調査3：来場者行動追跡調査・会話採取調査

本展に来場した子ども連れのグループのうち、クイズ方式ワークシートのクイズに取り組んだグループと取り組まなかったグループ計16組の行動追跡調査を実施した。クイズが来場者の行動にどのような影響を及ぼしたのかを明らかにするために、会場での滞在時間や、作品の前で立ち止まった回数、クイズ設問作品を鑑賞する時間、また来場者同士の対話の回数の計4項目の各平均値を両グループで比較した。なお、日本語を使用するグループに関しては、あわせて会話採取調査も行った。

調査4：新館観覧者に対する対面アンケート調査⁽⁹⁾

会期中に、主にボランティアが対面する形式で日本語版と英語版のアンケート調査を実施した。⁽¹⁰⁾なお、このアンケート調査は、主に来館者の基本情報や各展覧会に対する反応を把握するために、当館において恒常的に実施しているものである。

回収枚数は、日本語版346枚、英語版209枚であった。ただし、本展を観覧していない人のアンケート枚数も中には含まれる。

調査5：本展にて活動したボランティアガイドに対するアンケート調査

会期終了後に、会場内での来場者の観覧状況やボランティアガイドの活動実態を明らかにするために、本展において活動したボランティアガイド計46人に対してアンケート調査を実施した。46人中35人からアンケートの回答を得た。

調査6：ワークシートの利用状況調査

ワークシートの減少枚数(来場者取得枚数)の計数、また、おえかきギャラリーに掲示された(利用後の)絵の裏面の言語(日本語・英語・中国語・韓国語)の計数を行った。

第二節 来場者の基本情報

本展の来場者数は69,165名であった。調査1から、2つの特徴が見出された。

まず1つ目は、これまで当館にあまり来館する機会がなかった若年層が多い点である。当館の来館者年齢層は年間を通して高めであり、50代以上が全体の3分の2を占める傾向にある。⁽¹¹⁾それに対し、若年層の年間の来館率はかなり低く、小・中学生、高校生、大学生を総計してもその割合は6%程度に止まる。⁽¹²⁾しかし本展では、小・中学生、高校生のみで全体の28%をも占める結果となった。

続いて2つ目は、全来場者のうち、日本語使用者数は24,039名、そして非日本語使用者数は45,126名と、全体の約7割を非日本語使用者、おそらくは外国人が占める点である。来場者推移を見ても、非日本語使用者数が日本語使用者数を上回っている日が圧倒的に多いことが見て取れる(図10)。その中でもとりわけ多いように見受けられたのは中国語を使用する来場者であった。⁽¹³⁾

また、調査2より明らかになった情報を、対象別に以下にそれぞれ記載する。

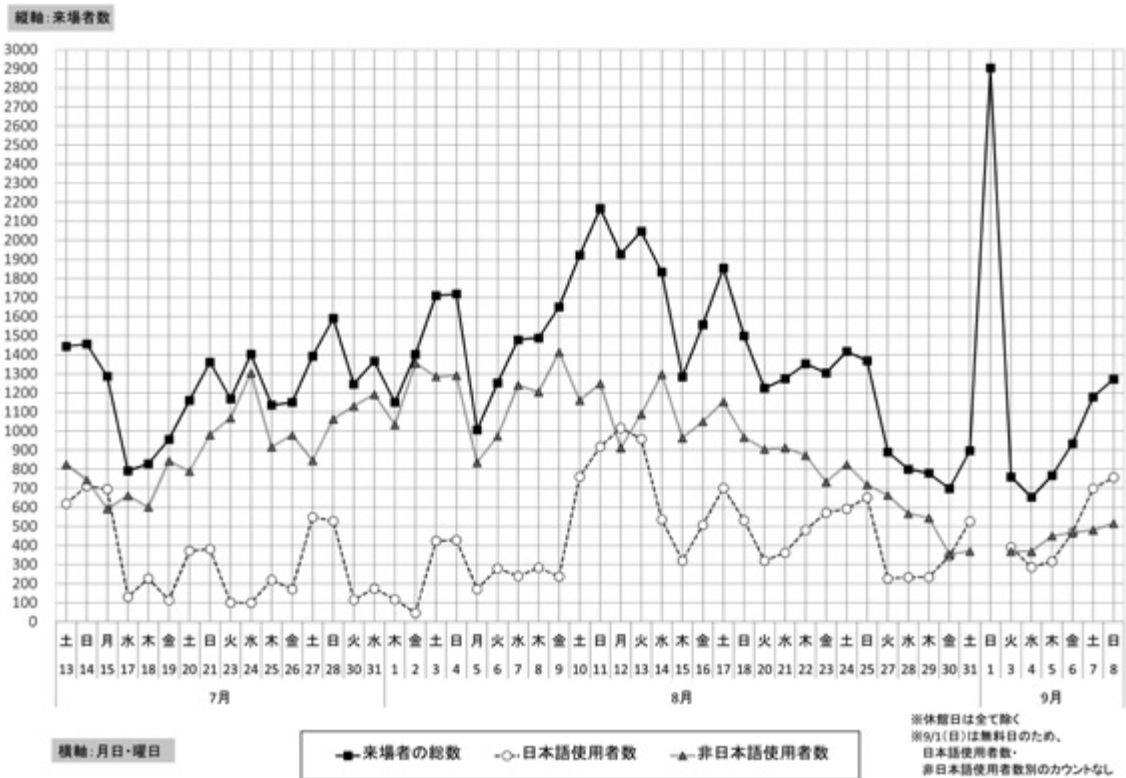


図10 来場者数の推移

1. 日本人来場者—子ども・保護者のグループ

来館回数(表2) 子ども・保護者ともに、今回はじめて来館したという割合が最も高く、子どもは82%、保護者は58%であった。

表2 来館回数(子ども・保護者)

	子ども	保護者
はじめて	82%	58%
2回目	9%	12%
3回以上	9%	30%

年齢層(表3) 保護者のうち、最も多かったのは40代で、49%の割合を占め、次いで30代が21%、50代が16%という割合となった。

表3 年齢層(保護者)

10代	3%
20代	2%
30代	21%
40代	49%
50代	16%
60代	4%
70代	5%
80代	0%
90代以上	0%

居住地(表4) 子ども・保護者ともに、近畿地方から訪れている人の割合は約6割、それ以外の地方から訪れている人の割合は約4割であることがわかった。上位3つの都道府県を取り上げると、奈良県が33%、東京都が14%、大阪府が13%という割合となった。

来館契機(表5) 保護者において、最も割合が高かったのはポスター・チラシで、34%の割合を占める結果となった。続いて、通りがかりが20%、家族・知人等の紹介が19%であった。それに対し、SNSによる認知率はわずか1%に止まることがわかった。

2. 日本人来場者—大人のみのグループ

来館回数(表6) 3回以上来館経験のあるリピーターの割合が半数以上を占め、次いではじめて来館したという割合が高く、37%であった。

表4-1 居住地（子ども）

地方	都道府県	割合	
関東	埼玉県	3%	21%
	東京都	14%	
	神奈川県	4%	
中部	石川県	5%	20%
	静岡県	8%	
	愛知県	7%	
近畿	京都府	10%	58%
	大阪府	13%	
	兵庫県	2%	
	奈良県	33%	
四国	高知県	1%	1%

表4-2 居住地（保護者）

地方	都道府県	割合	
東北	宮城県	1%	1%
関東	茨城県	1%	26%
	栃木県	1%	
	群馬県	1%	
	埼玉県	3%	
	東京都	14%	
中部	神奈川県	6%	12%
	新潟県	1%	
	石川県	1%	
	長野県	1%	
	岐阜県	2%	
	静岡県	2%	
近畿	愛知県	5%	56%
	三重県	2%	
	滋賀県	1%	
	京都府	7%	
	大阪府	12%	
	兵庫県	3%	
中国	岡山県	1%	2%
	広島県	1%	
四国	高知県	1%	1%
	九州	佐賀県	
沖縄	熊本県	1%	

表5 来館契機（保護者）

ポスター・チラシ	34%
通りがかり	20%
家族・知人等の紹介	19%
当館のHP	16%
その他（新聞等）	10%
SNS	1%

表6 来館回数（大人）

はじめて	37%
2回目	12%
3回以上	51%

表7 年齢層（大人全体・リピーター）

	大人全体	リピーター
10代	2%	1%
20代	11%	4%
30代	7%	9%
40代	18%	12%
50代	14%	19%
60代	26%	26%
70代	20%	25%
80代	2%	4%
90代以上	0%	0%

表8 居住地（大人）

地方	都道府県	割合	
関東	埼玉県	1%	9%
	東京都	4%	
	神奈川県	4%	
中部	新潟県	1%	6%
	石川県	1%	
	福井県	1%	
	愛知県	3%	
近畿	滋賀県	4%	80%
	京都府	8%	
	大阪府	24%	
	兵庫県	7%	
	奈良県	36%	
九州	和歌山県	1%	5%
	佐賀県	4%	
沖縄	沖縄県	1%	

表9 来館契機（大人）

ポスター・チラシ	32%
家族・知人等の紹介	22%
通りがかり	18%
当館のHP	16%
その他（新聞等）	9%
SNS	3%

表10 国籍

中国	94%
台湾	4%
香港	1%
その他	1%

表11 来館契機

通りがかり	40%
家族・知人等の紹介	25%
SNS	21%
看板・ポスター	8%
当館のHP	4%
駅のチラシ等	2%

表12 来館目的

日本の国立博物館を見てみたい	32%
奈良の歴史を知りたい	29%
子どもの教育のため	23%
古代中国と関係するものが見たい	15%
その他	1%

表13 旅行形態

個人旅行	96%
団体旅行	4%

年齢層 (表7) 大人全体において、50代以上の割合を総計すると62%という割合となり、全体の3分の2程度を占めるといふ、通常の展覧会とほぼ同様の傾向を示すことがわかった。さらにリピーターのための年齢層を抽出したところ、50代以上の割合が全体に比して一層高くなり、全体の74%をも占めることが判明した。

居住地 (表8) 近畿地方が8割を占め、近隣地域より来館している割合が高いことがわかった。なお、都道府県別の上位3つを取り上げると、奈良県が36%、大阪府が24%、京都府が8%である。

来館契機 (表9) 保護者と同様、最も割合が高かったのは、ポスター・チラシで、32%という割合を示した。次いで家族・知人等の紹介が22%、通りがかりが18%であった。SNSによる認知率については、保護者と同様、非常に低く、3%に止まった。

3. 中国語使用来場者

国籍 (表10) 中国が94%、台湾は4%、香港は1%、その他は1%という内訳となり、中国語使用者の中でも、特に中国から訪れている割合が圧倒的に多いことがわかった。

来館契機 (表11) 通りがかりが40%と最も高く、次いで家族・知人等の紹介が25%、SNSが21%という結果となった。家族・知人等の紹介とSNS、そして当館のHPの3つの数値を合計すると、その割合は全体の約半数にも上ることから、当館について事前に把握し、来館を元々予定していた人々の割合が高いことが判明した。

来館目的 (表12) 最も割合が高かったのは、「日本の国立博物館を見てみたい」で32%、次に「奈良の歴史を知りたい」の割合が高く、29%であった。

旅行形態 (表13) 個人旅行と回答した割合は96%、そして団体旅行と回答した割合は4%と、個人旅行により訪れている人々の割合が大半を占めることが判明した。

第三節 展示に対する反応

1. 作品解説

題箋 (調査2・3・4)

日本人の子どもや保護者向けアンケートの自由記述欄には、題箋に関する否定的な感想はほぼ見受けられず、「わかりやすかった」などといった理解のしやすさを評価する感想が非常に多かったことから、おおむね好評であったと言える。

実際、会場内においても、日本人の子どもが題箋の作品解説を理解している様子を散見した。例えば、「地獄草紙」(当館蔵、作品番号63)の作品の前で、「動物をいじめたら大きなニワトリがいる地獄に落ちるんだって」と保護者に発見を伝えていたり、また別のグループでも、「両頭愛染明王像」(当館蔵、作品番号17)の作品の前で、「キツネがいるって書いてあるけど、どこにいるの?」といった質問を保護者に投げかけていた。

本展では、このように子どもが自ら題箋の作品解説を読み、そこから得た気づきや知識を保護者に共有するという光景が度々見受けられた。通常の展覧会におけるコミュニケーションは、保護者

から子どもへの一方的である傾向が強いと考えるが、本展においては、上記の例のように、保護者から子どもへのみならず子どもから保護者へという、双方向のコミュニケーションが成り立っていた。このように、子どもと保護者間のやり取りを活発にさせ、学びを充実させることができたのは、作品解説をよりわかりやすくする取り組みの成果だと言えるだろう。

日本人の大人の来場者の反応はというと、全体・リピーターともに、理解度や情報量に不満を抱く人の割合は低く、「わかりやすい」と評価する割合が、全体は87%、リピーターは84%と、全体・リピーターいずれにおいても、非常に高い満足度を得た(図11)。またリピーターから

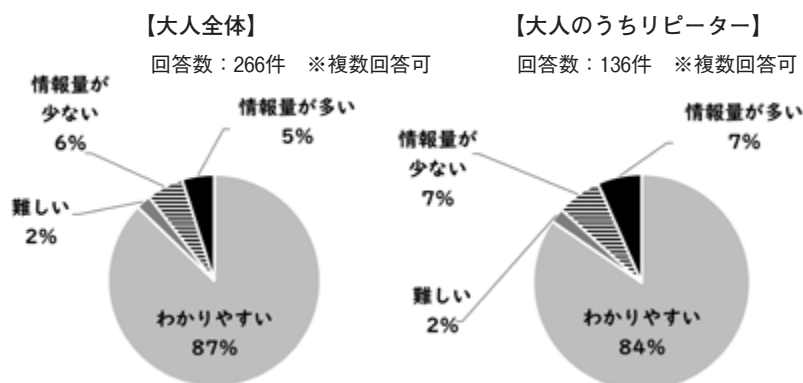


図11 題箋の内容はどうでしたか？

ら、「普段の展覧会も今回のようなわかりやすい解説にしてほしい」といった感想が複数件寄せられたのは大変興味深い。特にリピーターからは、学術的・専門的な内容や情報量の不足に不満を抱く声が多く寄せられるものと踏んでいたが、むしろ親しみやすく、かつ平易な内容を求める割合が高いことは意外であった。

上記のように、日本人来場者には題箋はおおむね好評であった一方で、外国人来場者からは、「多言語表記をより充実させてほしい」といった改善を望む意見や感想が多数寄せられた。本展においては、各コーナーの主要作品1点に限り、作品解説を日本語・英語・中国語・韓国語の4言語で表記したが、それだと少ないと感じられたようだ。ただし、準備に係る作業量やスケジュール、加えて当館における多言語化対応の専門スタッフの人員体制などを勘案すると、容易に改善できる問題ではないため、この点については今後の課題としたい。

キャラクター題箋 (調査2・3)

日本人の子どもや保護者からは、「面白かった」、「楽しめた」、「親しみやすかった」といった感想が多数寄せられた。ただ、保護者の「新鮮な視点で楽しめた」、「キャラクター題箋があったおかげで子どもが途中で飽きることなく、始終、作品鑑賞を楽しんでいた」といった記述は思いがけない反応であった。これらの感想から、キャラクター題箋が作品に対する親近感と共感を創出するだけでなく、作品鑑賞の多角的な楽しみ方を提供する、また子どもの興味を持続させるという役割を担ったことがわかった。

日本人の大人の来場者の反応としては、全体・リピーターどちらにおいても、「なくて良い」、「もっと少なくて良い」といった否定的な意見はごくわずかに止まったのに対し、「楽しめた」、「もっと多くて良い」と評価する回答の割合が97%にも上った(図12)。この結果より、キャラクター題箋は日本人の大人の来場者にも大変好意的に受け止められたことがわかる。

さらに、外国人来場者のグループにおいても、キャラクター題箋を指差しながら対話をしたり、キャラクター題箋を見た後に作品に視線を転じる様子が度々確認されたことから、外国人来場者にとっても、作品理解の一助になったのではないかと推測される。

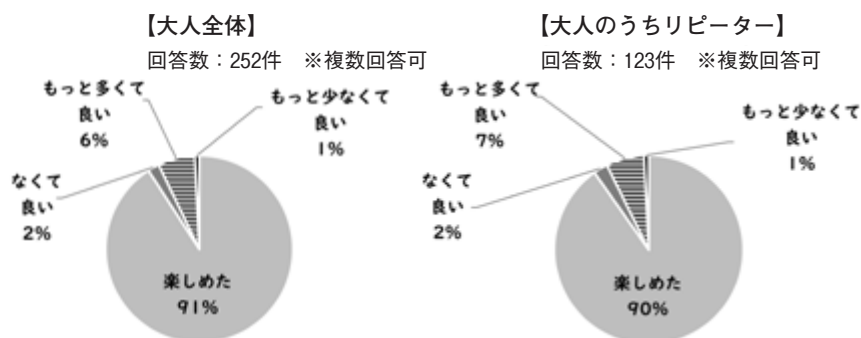


図12 キャラクター題箋はどうでしたか？

2. ワークシート

クイズ方式ワークシート（調査2・3・6）

クイズはアンケートにおいて最も反響が大きく、日本人の子どもからは「クイズが楽しかった」といった感想が、そして保護者からは「クイズがあったおかげで子どもと一緒に展示を楽しめた」といった感想が多数寄せられた。また日本人の大人の来場者や外国人来場者からも「クイズが作品鑑賞に大変役立った」といった感想が多く寄せられるなど、あらゆる対象にとって大変好評であったことがわかった。

表14 クイズ方式ワークシートの配布枚数

日本語版	13,275枚
英語版	2,738枚
中国語版	11,817枚
韓国語版	381枚
計	28,211枚

配布率 配布枚数は4言語版全てをあわせて計28,211枚となり、全来場者への配布率は40%とかなり高い割合となった。言語別に見ると、最も多く配布されたのは日本語版で、次いで多かったのは、中国語版であった(表14)。なお、最も配布枚数が多かった日本語版については、配布率が約60%にも上った。

利用率 全来場者のうち18%が、そしてクイズ方式ワークシートを手にとった来場者のうち45%がクイズに取り組み、ボランティアガイドに解答を報告し⁽¹⁵⁾に来た。一見、利用率が配布率に比して低いように感じられるかもしれないが、グループで来場している場合、それぞれがワークシートを手にとるも、グループのメンバーで協力して1枚のワークシートに取り組むというケースが多く見受けられたため、個人単位ではなくグループ単位で見ると、全体の利用率はかなり高かったものと推測される。

なお、主な利用対象である子どもに対して、「クイズにチャレンジしましたか」とアンケートで尋ねたところ、99%が「はい」と回答した。この割合から、特に子どもによる利用率が非常に高かったことがわかる。会場の出入口付近に設置したことに加え、ボランティアガイドがワークシートの利用方法を説明しながら来場者に直接配布したこと、またクイズの取り組みやすさが積極的な配布及び利用につながったものと考えられる。

利用者と非利用者にみられた鑑賞体験の違い 子ども連れのグループのうち、クイズに取り組んだグループ(以下、Aグループとする)と、クイズに取り組まなかったグループ(以下、Bグループとする)において、鑑賞体験に顕著な違いが生じる結果となった(表15)。その違いとは、以下に記す4点である。

表15-1 来場者行動追跡調査の結果一覧(Aグループ)

グループ	使用言語	来場者の構成	IN (時刻)	OUT (時刻)	滞在時間	おえかき	滞在時間 (おえかきを 除く)	立ち止まった 回数 (作品の前の み計算)	グループ内 対話回数	作品番号42 「仏涅槃図」 の鑑賞時間
a	日本語	子ども1人 保護者1人	12:12	12:55	0:43	しない	0:43	33回	13回	4~5分程度
b	日本語	子ども2人 保護者2人	13:04	13:30	0:26	しない	0:26	26回	12回	4分程度
c	日本語	子ども1人 保護者1人	13:35	13:50	0:15	しない	0:15	14回	9回	2分程度
d	日本語	子ども1人 保護者1人	13:30	14:00	0:30	しない	0:30	29回	15回	2分程度
e	日本語	子ども1人 保護者2人	14:00	14:40	0:40	0:10	0:30	38回	17回	3分程度
f	日本語	子ども2人 保護者2人	13:46	14:20	0:34	0:08	0:26	28回	12回	2~3分程度
g	日本語	子ども1人 保護者1人	16:50	17:40	0:50	しない	0:50	41回	15回	2分程度
h	中国語	子ども1人 保護者1人	11:22	12:10	0:48	0:15	0:33	30回	14回	5分以上
i	中国語	子ども1人 保護者2人	14:30	15:05	0:35	0:05	0:30	38回	17回	4分程度
j	中国語	子ども1人 保護者1人	16:32	16:45	0:13	しない	0:13	20回	9回	2分程度
k	英語	子ども1人 保護者2人	15:45	16:30	0:45	0:25	0:20	20回	8回	4分程度
平均 (「仏涅槃図」の鑑賞時間については最低の時間を記載)					0:34		0:29	29回	13回	2分程度

表15-2 来場者行動追跡調査の結果一覧(Bグループ)

グループ	使用言語	来場者の構成	IN (時刻)	OUT (時刻)	滞在時間	おえかき	滞在時間 (おえかきを 除く)	立ち止まった 回数 (作品の前の み計算)	グループ内 対話回数	作品番号42 「仏涅槃図」 の鑑賞時間
l	日本語	子ども1人 保護者2人	15:10	15:35	0:25	0:10	0:15	11回	5回	0分(作品の前も通過せず)
m	日本語	子ども1人 保護者1人	12:15	12:35	0:20	しない	0:20	22回	6回	0分(立ち止まらず歩きながら作品を鑑賞する)
n	中国語	子ども2人 保護者1人	15:35	15:45	0:10	しない	0:10	13回	4回	0分(作品の前を通過するも一瞥もせず)
o	中国語	子ども1人 保護者2人	15:40	15:55	0:15	しない	0:15	8回	0回	0分(作品の前を通過するも一瞥もせず)
p	英語	子ども2人 保護者2人	11:05	11:20	0:15	しない	0:15	20回	4回	0分(離れた場所から一瞥するが、すぐに別の場所へ移動)
平均 (「仏涅槃図」の鑑賞時間については最低の時間を記載)					0:17		0:15	15回	4回	0分

①会場での滞在時間 会場での滞在平均時間について、Aグループは34分、Bグループは17分と、Aグループの方がBグループに比べて長い。また、おえかき体験の時間を差し引いても、Aグループ

プは29分、Bグループは15分と両者間に倍程度の差が生じることがわかった。

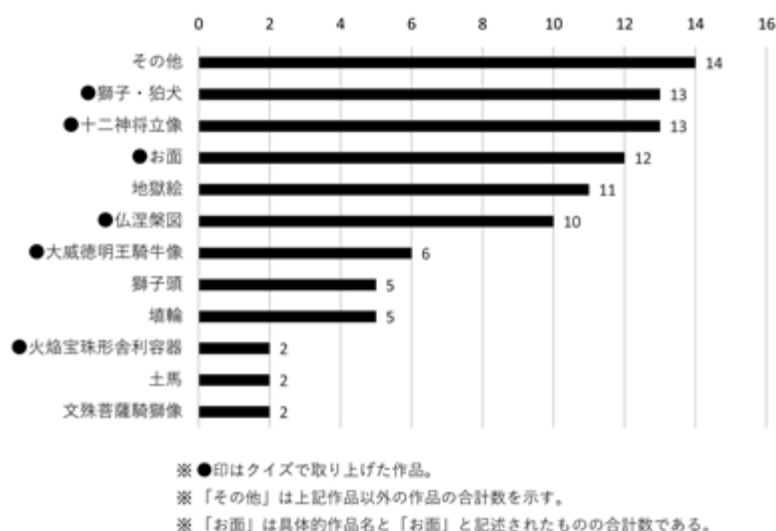
②クイズ設問の作品を鑑賞する時間 今回の調査では、クイズ全6問中、特に難易度が高いと思われる設問3の「仏涅槃図」(個人蔵、作品番号42)の鑑賞時間を両グループで比較した。その結果、Aグループは最低でも2分以上鑑賞していたのに対し、Bグループはほぼ素通りするだけという両者間に明らかな差が生じた。なお、会場にてAグループの「仏涅槃図」の鑑賞態度を観察していたところ、クイズを解くために熱心に鑑賞する様子が確認され、時には作品の前で人だかりができるほどであった(写真17)。



写真17 「仏涅槃図」(作品番号42)の鑑賞風景

加えて、日本人の子どもを対象に印象に残った作品について調査を行ったところ、クイズで取り上げた作品6点すべてが上位に入った(図13)。クイズに取り組む際に、必然的にクイズ設問の作品を鑑賞するようになったことで、印象に残りやすかったのであろう。これらから、クイズがいかに来場者の関心を作品に引き付け、かつ印象を残す効果をもたらしたのかが理解できる。

図13 子ども(日本人)の印象に残った作品



③クイズ設問以外の作品を鑑賞する回数 作品の前で立ち止まった平均回数について、Aグループは29回、Bグループは15回と、Aグループの方がBグループに比べて多いことがわかる。さらに、Aグループの立ち止まった回数からクイズ設問の作品の前で立ち止まった回数を差し引いても、その平均回数は23回となり、Bグループの立ち止まった平均回数(15回)を上回ることが判明する。すなわち、前者の方が後者よりも多くの作品を鑑賞していたということになる。これらより、クイズが作品の鑑賞機会を増やす効果をもたらしたとすることができるだろう。

④グループ内の対話の回数 対話があった箇所を図で表したのが図14である。図14より、クイズ設問の作品で取り上げた作品付近における対話の回数が他と比べて顕著に多くなっていることがわかる。つまり、クイズを解く際にグループ内での対話が最も活発になったということになる。

さらにAグループとBグループの対話の平均回数についても、前者の平均回数が後者のそれを大幅に上回る結果となった。そこから、クイズをきっかけに対話が促進されたということがうかがえる(写真18)。

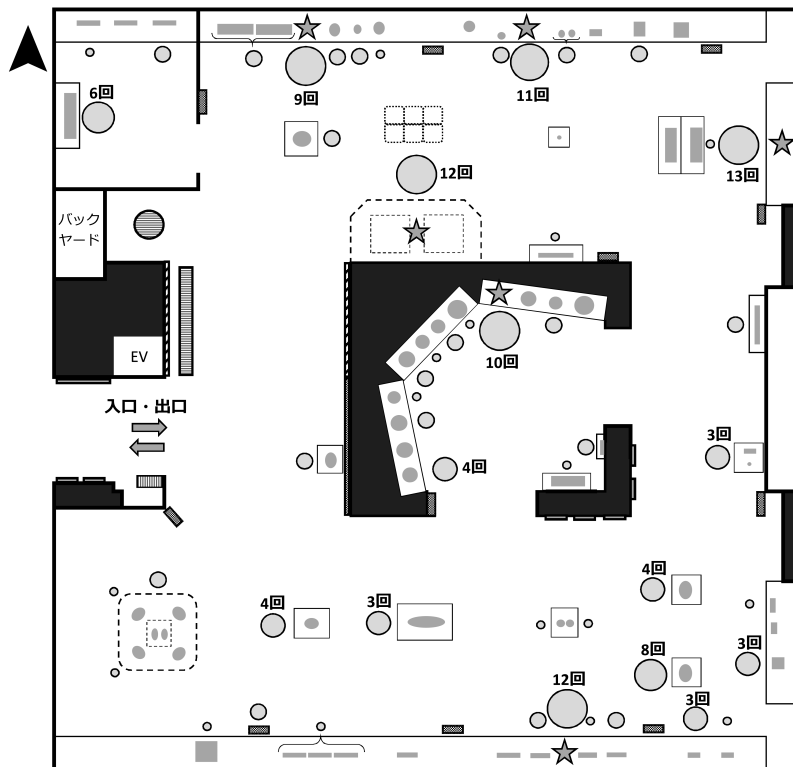
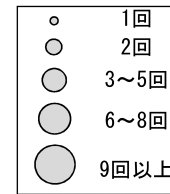


図14 対話があった回数と箇所の
相関図



※★印はクイズの設問で取り上げた作品。

※作品配置は前期展示のものであるが、対話があった回数には、後期展示観覧者の対話回数も含まれる。



写真18 グループ内で対話する様子

また中には、クイズをきっかけに対話が弾み、学びを広げたり、深めたりする事例が見受けられた。その事例の一部を以下に紹介したい。

例1：設問2のクイズを解く際の対話内容（表15-1のcのグループ）

「十二神将立像」（東大寺蔵、作品番号34）のうち申神の前にて

子ども：（ワークシートと作品を交互に見ながら）「クイズわかった！サルや！」

保護者：「おっ。ほんまやな。」

子ども：「色んな格好してる動物が頭に乗ってる。」

保護者：「色んな格好した動物を頭に乗ってるの面白いな。」

子ども：「あ！お腹にもなんかおる！」

保護者：「本当や。何か動物がおる。ちょっと怖い顔をしてるな。」

子ども：「これ、動物じゃなくて鬼に見える。」

例2：設問1のクイズ設問作品を探す過程の対話内容（表15-1のdグループ）

「文殊菩薩騎獅像」（文化庁蔵、作品番号10）の前にて

子ども：（作品番号10の作品を見ながら）「これクイズ？」

保護者：「クイズは何て書いてある？」

子ども：（ワークシートを見ながら）「大威徳明王というほとけさまが乗っているのはどれ？って書いてる。」

保護者：（題箋を見て）「これは文殊菩薩って書いてるから、クイズじゃないね。」

子ども：（作品番号10の作品を見て）「このほとけさまは獅子に乗ってる。ほとけさまはいろんな動物に乗るの？」

保護者：「そうみたいね。」

上記2つのグループいずれにおいても、クイズの内容を超えて、新たな発見や知識を得ていることがわかる。これらのことから、クイズは同行者との対話を促し、より学びを発展させる効果を発揮したと言えるだろう。

以上、両グループの違いについて紹介したが、クイズは子どもの鑑賞態度をより積極的かつ能動的にさせ、鑑賞体験をより充実させる効果をもたらしたことが明らかとなった。

さらに興味深いことに、AグループがBグループに対してワークシートの利用を促す事例も見受けられた。Aグループのうち、f・gグループの子どもたちは、元々Bグループであったものの、会場内でAグループを見かけて途中からクイズに関心を示し、クイズを解くために会場内を再度見てまわるといった行動をとった。つまり、AグループがBグループに対して影響を及ぼしたと考えられる。

ただ一方で、問題点もいくつか見つかった。内容面において一部の問題が難しかったと指摘する声⁽¹⁷⁾が寄せられたほか、運用面においても、ワークシートを展示台や展示ケースに押し当てて解答を記入するというケースがしばしば見受けられたのである。ワークシートの難易度や使いやすさ等については、制作の企画段階からより綿密に検討を重ねていく必要があると言えるだろう。

宝探し方式ワークシート（調査2・5・6）

アンケートの自由記述欄において、クイズ方式ワークシートのクイズに関しては、日本人来場者や外国人来場者から好意的な感想が数多く寄せられたのに対し、宝探し方式ワークシートに対する感想はあまり記されていない。その背景には、配布率や利用率に関する問題があったと考えられる。

配布率 宝探し方式ワークシートの配布枚数は計17,225枚となり、全来場者への配布率は約25%となった。もう一方のクイズ方式ワークシートの全来場者への配布率40%と比較すると、割合が低

くなっていることがわかる。なぜ両者間の配布率に差が生じたのか。

その原因として考え得るのは、配布場所に関する問題である。前述の通り、宝探し方式ワークシートは、うちわとしてすぐに利用してもらえるように、新館1階のエントランスに設置する形式で配布を行った。しかし本展の会場である2階へ向かうことに意識が集中してしまうためか、ワークシートの存在に気付かずに通り過ぎる来場者が多いように見受けられた。目立つサインを掲出するなどの配慮が必要だったのかもしれない。

また、配布場所と会場が物理的に離れてしまっていたことも配布率を低下させた一因として考えられる。宝探し方式ワークシートを入手し損ねた来場者が、会場内で他の来場者が宝探し方式ワークシートを手をしているのを見かけ、自身も欲しいと思っても、1階まで再び降りて取りに行くことに煩わしさを感じ、取りに行くのをあきらめてしまうというケースも多かったよう⁽¹⁸⁾だ。こうしたことから、設置して配布する場合は、極力会場に近い場所を選んだほうが望ましいと言えるだろう。

利用率 本展で活動したボランティアガイドに、会場内における本ワークシートの利用率と利用方法の印象についてアンケート調査を行ったところ、「うちわとして扇ぐのみ」は49%、「ワークシートとして利用する」は13%、「上記両方の方法で利用する」は11%という結果となった。この結果から、ワークシートとしてあまり用いられなかったということがわかる。

目視においても、ワークシートとして利用する来場者は全体的に少ない印象を受け、主な利用対象となると想定していた未就学児についても、利用している姿をあまり見かけず、もう一方のクイズ方式ワークシートに同行者と一緒に取り組む方が圧倒的に多いように見受けられた。

ワークシートとしての利用率が低くなった最大の原因として、ワークシートとしての利用方法が来場者に明確に伝わらなかったことが挙げられる。前章にて触れた通り、宝探し方式ワークシートの表面の縁部分に、その利用方法を日本語・英語・中国語・韓国語の4言語で記載した。しかし、その文字が小さかったためか、来場者がその記載に気付かなかったと考えられる。利用方法をより目立たせる配慮が必要だったのだろう。また、その利用を促す案内パネル「いのりの世界のどうぶつえんの楽しみ方」を会場の出入口前の通路に掲出したものの、来場者は会場に入る際にその存在にほとんど気付かない様子であった。その掲出位置にも問題があったと見なされる。

加えて、クイズ方式ワークシートと併用することが難しい仕様であったことも利用率を低下させた一因と考えられる。両ワークシートの解答方法は片や記入する方法、片やポップアップ式の窓をめくる方法とそれぞれ異なっており、1人で同時に取り組むには物理的に困難であったものと推察される。

そして、未就学児の利用が目立たなかった背景には、2種のワークシートの難易度の差を明示していなかったという問題があったと考えられる。それぞれの難易度がわかるようなサインを掲示する工夫が必要だったのだろう。

3. ワークショップ（調査6）

おえかきギャラリーの状況 おえかきギャラリーは大変盛況で、会期を通して来場者が描いた絵で埋め尽くされるような状態であった（写真19）。おえかきギャラリーに掲示された絵は4,541枚にも上り、いかに多くの来場者が絵を描き、持ち帰らずにおえかきギャラリーに掲示して帰ったのかわかる。⁽¹⁹⁾言語別に分類すると、中国語版が圧倒的に多く、3,184枚にも上り、日本語版は1,010枚、英語版は313枚、韓国語版は34枚であった（表16）。



写真19 来場者が描いた絵で埋め尽くされるおえかきギャラリー

実際に会場では、おえかきギャラリーに自身が描いた絵を掲示して記念撮影をする様子や、おえかきギャラリーに掲示された様々な絵を眺め、他者の見方に触れて楽しむ様子が確認された（写真20）。さらに、おえかきギャラリーに掲示された絵を見た上で自身の描く題材やその描き方を決める来場者もいるなど、おえかきギャラリーは創作意欲を刺激するツールとしても機能していた。これらのことから、当初の意図と合致した結果を得ることができたと言えるだろう。

表16 おえかきギャラリーより回収した絵の枚数

	描かれた対象					計
	作品(※)	キャラクター	クイズ選択肢の動物のイラスト	キャラクターとクイズ選択肢の動物イラストを一緒に描いたもの	その他(オリジナルの絵を描いたもの)	
日本語版	422	381	89	11	107	1,010
英語版	118	94	52	5	44	313
中国語版	675	1,467	687	24	331	3,184
韓国語版	9	11	8	2	4	34
計	1,224	1,953	836	42	486	4,541

※作品とキャラクターやクイズ選択肢の動物のイラストを組み合わせ描いたものの総数である。



写真20 左：おえかきギャラリーの絵を眺める様子
右：自身が描いた絵とともに記念撮影をする様子

おえかきシートの利用状況 実践の項目にて述べた通り、絵を描くという体験を取り入れた背景には、作品を間近で観察して描くことで気づきや理解を深めるという意図があった。しかし、その実態は異なるものとなってしまった。

何より想定外であったのは、作品を観察しながら絵を描く人はごく一部に止まり、おえかきコーナーに人が集中してしまったことである。元々、おえかきコーナーは絵に着色をしたり、着席して絵を描きたい人が利用するためのコーナーという位置づけで設置したものであったが、むしろ絵の着手から仕上げまでこのおえかきコーナーにて行う人がほとんどであった。そのため、おえかきコーナーは常に混み合い、順番待ちをする人も出るほどであった（写真21）。

加えて、絵を描く対象についても、作品を観察しながら描くということを前提としていたため、当然作品を描いた絵が多くなるものと見込んでいたが、実際はキャラクターや、クイズ方式ワークシートに掲載されている動物のイラストを描く割合が全体の62%も占めることがわかった（前掲の表16を参照）。その理由として、描きやすさにも原因の一端があったものと思われるが、おえかきコーナーにて絵を描くという傾向が、図録やワークシートを手本にして描くという流れを定着化させ、その結果、作品以外の対象を描く割合が増えたのではないかと考えられる。

ではなぜ、おえかきコーナーで絵を描く人が多くなってしまったのか。その原因として、台やライティングボードなどの支えなしに絵を描くにはワークシートの用紙の厚みが不十分であったこと、時間帯によって会場内が混雑する状況であったことから、作品付近でゆっくり絵を描くことのできるような環境ではなかったこと（写真22）の2点が挙げられるだろう。これら2点の問題が影響した結果、自然とおえかきコーナーに人が集中したものと推察される。

このように当初の意図と実態は異なるものとなったのだが、その一方で、おえかきコーナーにて絵を描くことにより、予期せぬ効果も見られた。その効果4点の内容を、以下に記載する。

①**展示の振り返り** 描く題材を探す際や、絵を描き終えた後に、おえかきコーナーに設置された図録を一通り眺めながら、「これ見た！この犬が可愛かった！」と感想を述べる子どもがいたり、「鹿の埴輪にはおしりの穴があるんやで！」と図録の作品写真を指差しながら、展示を見て得た知



写真21 混雑するおえかきコーナーの様子



写真22 混雑している際の会場内の様子

識を同行者やボランティアガイドに得意げに報告する子どももいた。また子どもに限らず、保護者や大人もおえかきコーナーに設置された図録を眺め、展示を振り返る様子が確認された(写真23)。こうした図録を介しての振り返りの効果は、おえかきコーナーにて絵を描く傾向により生み出されたものと考えられる。



写真23 おえかきコーナーにて図録を眺め、展示を振り返る様子

②**作品に対する理解の深化** おえかきコーナーに設置された図録や、宝探し方式ワークシートの作品写真を手本として絵を描く来場者が多かったことは先述の通りだが、作品写真を観察しながら描くことで、作品の形や特徴を捉え、そこから作品に対する理解を深める様子が確認された(写真24)。実際に作品を観察するよりも得られる視覚的情報は限られるものの、作品に対する気づきや理解を深めるという点において、一定の効果はあったようだ。



写真24 作品写真を観察しながら絵を描く様子

③**他者との体験共有** おえかきコーナーにて、絵の着手から仕上げまでの一連の作業を行う流れになった結果、必然的におえかきコーナーにおける滞在時間が長くなったのだが、そのことで、来場者とボランティアガイドの間で対話する機会が自ずと増えることとなった。

まず描く題材を選ぶ段階で、ボランティアガイドが「何を描く?」と問いかけるのをきっかけに、そこから交流が生まれ、絵を描き進める過程では、「どこから来たの?」、「どんな色で塗る?」、「展示はどうだった? 面白かった?」などの何気ない働きかけから、来場者とボランティアガイドが打ち解け、そこから対話が広がっていくこともしばしばであった(写真25)。そして絵が完成すると、ボランティアガイドが「すごいね」、「素敵に描けたね」と完成した喜びを分かち合うことで、



写真25 ボランティアガイドが来場者と対話する様子

来場者は嬉しそうな表情を見せていた。

このようにおえかきコーナーで絵を描き、その体験の時間を他者と共有したからこそ、体験の満足感・充実感を向上させ、「楽しい体験だった」という印象をより深く残すことができたのではないかとと思われる。

④想像力の育成 おえかきギャラリーから回収した絵のうち、作品を描いた絵についてその描き方に着目してみたところ、対象の形を見た印象のまま写し取ろうとするいわゆるスケッチのような描き方で表された絵以外にも、自由にアレンジを加えるなど創意工夫に富んだ絵が一定数あることがわかった。中には、作品に独自の性格を持たせてセリフを喋らせたり、あるいは漫画のようにストーリー仕立てで描く絵もあった。こうした事例から、自身なりの解釈を加えつつ作品を自身の中に取り込む傾向が生じていたことが判明する。実際に作品を前にして描かないからこそ、スケッチ的な描き方でなくても良いと認識されたのではないだろうか。そのため、作品に対して想像力を働かせる余地が生まれ、描き方の自由度が高まったものと推察される。

以上のように、おえかきシートに関しては、様々な効果が得られたが、当初想定した作品の前で絵を描くという行動とその実態にずれが生じる結果となってしまった。想定通りの効果を得るためにも、今後は来場者の行動パターンを予測した上で、体験の運用方法を考えていくことが重要であろう。

4. 会場内マナー（調査2）

会場内で自由に対話できることに対して、日本人の大人の来場者で「良いと思う」と回答した割合について、全体は92%、リピーターは87%となり、肯定的に捉える割合が圧倒的に高いことがわかった（図15）。中には、「賑やか

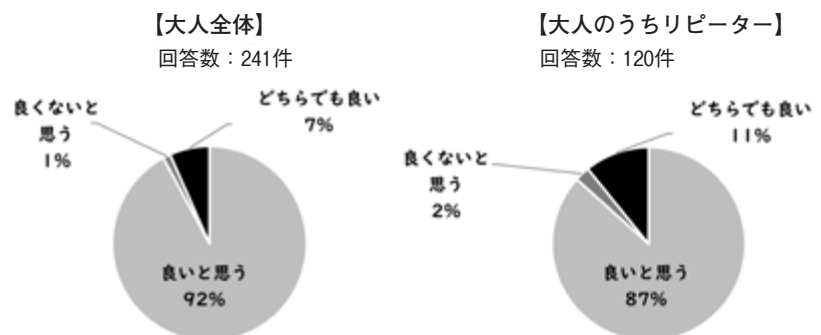


図15 会場内で対話をして良いことをどう思いますか？

で良い」、「活気があって良いと思う」と積極的に評価する感想も複数件確認されるなど、少なくとも本展においては、会場内で対話することに対して寛容的であるということが明らかとなった。

なお、日本人の保護者からは、「普段展覧会は静かに見るべきものという印象があり、子どもが生まれてからはこうした場所から遠ざかっていた」、「作品についてその場で話せるのが良い」、「子ども連れだと注意されることが多く、展示に集中できないが、今回は子どもと気兼ねなく楽しめた」などの感想が多数寄せられた。これらの感想から、対話を推奨する環境にするという工夫により、「博物館には子どもと一緒にいきづらい」というイメージを少しなりとも払拭できたのではないかと考える。

5. 展覧会全体の印象

日本人来場者—子ども・保護者のグループ（調査2・4）

まず、子どもについて。アンケートの自由記述欄には本展に対する否定的な意見や感想はほぼ見られず、好意的な感想が大半を占めた。中には、作品鑑賞を通して気づきを得ることができた喜びを伝える具体的な記述も見られたため、その一部を以下に紹介する。

「見たことのない動物がたくさんいたので楽しかったです。」（8歳）

「火焰宝珠型のまん中に、ししが入っていて、すごかった。」（9歳）

「獅子・狛犬の像をみて、すごいおもしろいと思いました。」（8歳）

さらには、展示に対する理解を深めると同時に、こちらの展示意図を汲み取る様子や、さらなる興味へとつなげている様子がうかがえる下記のような感想も寄せられた。

「この作品などは一つ一つの意味があり、それをひとつひとつ考えていくのがその作品の良さだと思いました。」（12歳）

「古代から人々が色々な動物に関心を持って、それを絵や像にしていたというのが面白いと思った。」（15歳）

「もっと色々ないのりの世界の動物を知りたいです。」（12歳）

「いろいろな神様が選んだ動物には、なぜ選んだという理由があったので、『理由があるんだ。』ときょうみがわいたので、調べてみたいと思いました。」（10歳）

全体として好意的な感想が大半を占めたこと、また上記の感想などから、「動物」というテーマを通じて、子どもの仏教美術に対する親近感や興味を引き出すという本展の当初の目的はおおむね達成できたと言えよう。

次に、保護者の印象について。アンケートの自由記述欄において、「子どもと一緒に展示を楽しむことができた」といった趣旨の記述が75件も確認されたことから、子どものみならず保護者も本展を楽しんで鑑賞したことがうかがえる。その中には、

「子どもだましの企画だと思っていたが、予想外にとっても勉強になった。」（50代）

「親子で共にそれぞれの視点で楽しめる非常に良い展示でした。」（50代）

「大人にも楽しく鑑賞でき、知識を深めることが出来ました。」（70代）

といった感想も見られ、保護者にとっても学びを得ることができる良い機会となったようだ。

日本人来場者—大人のみのグループ（調査2・4）

今後、本展のような子どもを主な対象とした展覧会を再び開催することに対して、「良いと思う」と回答した割合は、全体・リピーターともに97%であった一方、「良くないと思う」と回答する人は皆無であった（図16）。アンケートの自由記述欄においても、「子ども向け

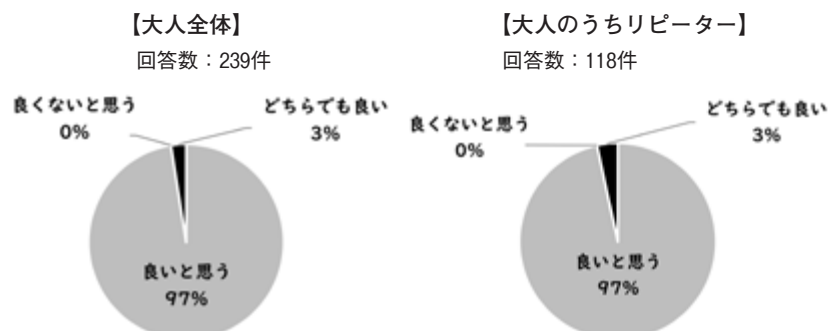


図16 今後、本展のような子ども向けの展覧会を開催することについてどう思いますか？

の展覧会だが、大人にとってもわかりやすく、かつ楽しめた」という趣旨の感想が計76件確認されたことから、本展は大人の来場者にも大変好評であったことがうかがえる。

これまで、大人全体、さらにリピーターの大半は、専門的・学術的な内容を求める傾向が強く、静かな環境の中で作品とじっくり向き合いたいという意識を持つものと認識していたため、普段と趣向が異なる本展は、大人の来場者から不満や抵抗感を示す声が多数寄せられるのではないかと懸念していた。しかし、そうした予想に反して高評価を得ることができた。このように大人の来場者にも大変好評であったということは、展示内容の学術性・専門性が保たれていれば、展示手法を子ども向けに設定しても評価が変わらないことを示唆しているのではないだろうか。

外国人来場者（調査2・4）

外国人来場者より、作品解説などの多言語表記をより充実させてほしいといった改善を望む声が多数認められたのは先述の通りである。ところが、中国語使用者に対して、「今後このような展覧会があればまた来たいと思いますか」とアンケートで尋ねたところ、「また来たい」と回答した割合は95%にも上り、本展全体に対する満足度は非常に高いことがわかった（図17）。鑑賞体験を主体的・能動的にさせる取り組みが展覧会全体の満足度を高めたことが、アンケートの自由記述欄から読み取れる。その代表的な例を、以下に紹介する。

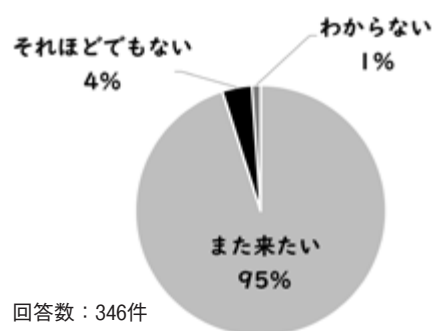


図17 今後、本展のような展覧会があればまた来たいと思いますか？（中国語使用者）

「この展示はとても面白いです。人と歴史の距離を縮めることができました。普段のざっとしか見れない展示より、すごく親切です。」（中国在住）

「この展覧会は展示方法が斬新で自らが参加できる展覧会です。なによりよかったのは子どもたちの興味と熱意をかきたてたことです。」（中国在住）

「このような展示方式が非常に良いです。ゲームの要素を入れて楽しみながら学ぶことができる展覧会です。普段の単調な見学形式を生き生きと面白くさせた展覧会だと思います。子どもも楽しんでいます。」(中国在住)

「とても創意工夫がありインタラクティブで印象的な展覧会です。」(中国在住)

「こちらの博物館では、素晴らしい古い物が、大変有益な方法で展示されています。」(中国・韓国を除くアジア地域在住)

「とても良い経験だったと思います。みんなに勧めます。」(北米在住)

これらの感想から、仏教美術についてわかりやすく紹介し、かつ来場者が主体的・能動的に学べるしかけを導入した本展は、外国人来場者にもおおむね好評であったと位置づけることができよう。

おわりに

以上、本展における新たな試みを紹介するとともに、来場者の基本情報と来場者による反応について述べてきた。最後に若干の私見を述べておく。

本展は日本の子どもや保護者、また外国人観光客をメインのターゲットに据えた展覧会であったにも関わらず、事前には想定していなかった日本人の大人の来場者やそのうちのリピーターにも大変好評であったことが、筆者にとっては大変意外であった。来場者参加型・体験型の「遊び」の要素を加味しつつも、学術性・専門性を保つ展示内容であったからこそ、多様な来場者から高い支持を得ることができたものと考えられる。本展を通じて、子ども向け展覧会の需要に加え、「遊び」と「学び」の2つの要素を上手く融合させた展示手法の可能性や発展性を実感することができた。

今後も、本展のような子どもを主対象とした展覧会を継続的に開催し、新たな来館者層の開拓に努めるとともに、来館者のニーズを汲み取りつつ、多様な来館者が楽しみながら作品を鑑賞することができる機会を提供していきたい。

(おきな みほり／奈良国立博物館ボランティア室研究員)

〈謝辞〉

掲載図版や、図版作成にかかる参考資料を提供して頂きました、株式会社ゴードー、株式会社伏見工芸、株式会社ライブアートボックス、やまとびと株式会社の皆様に厚く御礼申し上げます。

本展の主担当者である当館学芸部の中川あや列品室長には、本展における教育普及活動の企画・実施に加え、本稿を執筆するにあたり、多大なるご教示・ご支援を賜りました。心より感謝申し上げます。

また、本展の副担当者である当館学芸部美術室の萩谷みどり研究員並びに教育室・ボランティア室の皆様には、本展の教育普及ツールの開発や運用にご助言・ご助力を頂きました。

アンケート調査結果を本研究に利用するにあたっては、当館学芸部情報サービス室・中国語担当の張小娟研究員より中国語使用者に対するアンケート調査の結果を、当館総務課利用者サービス係より入口調査並びに新館観覧者に対する対面アンケート調査の結果を提供して頂きました。

また、元当館写真技師の佐々木香輔氏、当館総務課利用者サービス係、当館学芸部美術室の萩谷みどり研究員より、掲載写真を提供して頂きました。

そして最後になりましたが、ボランティアの有志の皆様には、ワークショップの実施とアンケートの配布・回収に協力して頂きました。

この場を借りて、上記の皆様に謝意を表します。

〈註〉

- (1) 奈良文化財研究所は2019年7月20日から9月1日にかけて、平城宮跡資料館にて、2019年度夏の子ども展示「ならのみやこのしょくぶつえん—土の中の花鳥風月—」を開催した。この展示会も本展と同じく、後述する「日本博」プロジェクトとして採択され、共催という形で連携を行った。連携事業として、平城宮跡資料館と当館を1日につき2往復するシャトルバスを運行するなどの取り組みを実施した。
- (2) 本展の会期53日間のうち、7月15日、8月5日、12日を除く毎週月曜日と7月16日を休館日とした。会期中に一度展示替えを行ったため、会期は7月13日から8月18日までの前期と8月20日から9月8日にかけての後期の2期に分けられる。また、当館の西新館第一室にて、特別陳列「法徳寺の仏像—近代を旅した仏たち—」を、そして西新館第二室と第三室において、名品展「珠玉の仏教美術」を同時開催した。
- (3) 一般と大学生の観覧料金について、20名以上の団体には団体割引を適用した。団体割引が適用された場合、大人は410円、そして大学生は210円となる。また表記の観覧料金に、同時開催の特別陳列・名品展の観覧料金も含まれる。
- (4) 「日本博」とは、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の機運醸成や訪日外国人観光客の拡大等も見据えつつ、日本の美を体現する日本の文化芸術の振興を図り、その多様かつ普遍的な魅力を発信するため、日本全国を舞台に展開する文化庁の事業である（「日本博」公式HPを基に記載）。本展は「日本博」プロジェクトの中の「日本博を契機とする文化資源コンテンツ創成事業（主催・共催型）」に採択された。
(<https://www.bunka.go.jp/seisaku/nihonhaku/index.html> 2020年2月7日アクセス)
- (5) デザインは株式会社ライブアートボックスの藤本敏行氏。
- (6) 当館では、ボランティアガイドの1日あたりの活動時間を原則3時間以上、6時間以内と定めている。そのため、来場者が増加すると見込まれた時間帯にあわせて、ボランティアガイドの活動時間を設定した。
- (7) ボランティアガイドの活動時間外の対応について、クイズの答え合わせに関しては、有料ゾーンの出口（新館1階）にて当館のスタッフが答えを記載したプリントをシールとあわせて手渡す形で対応した。またおえかきギャラリーの絵の掲示については、おえかきカウンターテーブル上に絵の回収ポストを設置し、翌日に回収ポストの絵を掲示した。
- (8) 備品の紛失防止のため、図録や消しゴムはおえかきカウンターテーブルや丸テーブルに紐でつなぐようにし、鉛筆や色鉛筆については持ち手側に当館名を記したシールを貼るなどの工夫を施した。
- (9) 前掲註2の3つの展示会の出口（新館1階）にて、アンケート調査を実施した。
- (10) 外国人来館者に対しては、国籍・使用言語を問わず、英語版のアンケートを配布している。
- (11) 2019年度に当館において開催した特別展並びに特別陳列（本展の会期中に開催した特別陳列は除く）で行った対面アンケート調査の結果による。
- (12) 2019年度に当館において開催した特別展並びに特別陳列における平均値を示している（本展の会期中に開催した特別陳列は除く）。なお、特別展と特別陳列において、入場料金の形態が異なるため、特別展においては大学生も数値に含める形で計算を行っている。
- (13) 年間のうち特に7月から8月にかけて中国からの訪日観光客数が増加する傾向にあり、その影響も考慮する必要があると思われる。なお、そうした傾向は、日本政府観光局（JNTO）の公式HPの「訪日外客数（年表）国籍／月別訪日客数（2003年～2020年）」より確認することができる。
(https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/index.html 2020年2月5日アクセス)
- (14) 当館では、多言語化対応を専門とする職員として、国際交流担当1名、英語担当1名、中国語担当1名、韓国語担当1名の計4名が配置されている（2020年2月末時点）。
- (15) クイズに取り組んだ来場者に配布したシールの枚数は計12,793枚であった。その枚数を基に、クイズに取り組んだ割合を算出している。
- (16) 表15-1のAグループのそれぞれのグループからクイズ設問作品の前で立ち止った回数6回を差し引き、その平均値を示している。
- (17) 日本人の子ども向けアンケートにおいて、クイズの難易度について尋ねたところ、「ちょうどよかった」が71%、「難しかった」が17%、「やさしすぎた」が12%という結果となった。

- (18) ボランティアガイドへのアンケート調査による。なお、こうした問題を受け、会期の途中から、宝探し方式ワークシートをおえかきカウンターテーブルに一部保管するようにし、来場者から要望があった場合には、ボランティアガイドが配布するという対応をとるようにした。
- (19) 自身が描いた絵を記念に持ち帰る来場者も多く見受けられたことから、絵を描く体験に参加した来場者数は、おえかきギャラリーより回収された絵の枚数よりもはるかに多いと推察される。

〈掲載図版〉

図2：株式会社ライブアートブックスより提供して頂いた。

図4・5・6：株式会社伏見工芸より提供して頂いた。

図8・9：やまとびと株式会社より提供して頂いた。

なお、図3・14を作成するにあたり、株式会社ゴードーより参考資料を頂戴した。

〈掲載写真〉

口絵3・4、写真1・4・8・14・15：元当館写真技師の佐々木香輔氏撮影。

写真3・12：総務課利用者サービス係職員撮影。

写真16：当館学芸部の萩谷みどり研究員撮影。

上記以外の写真は筆者が撮影した。

〈参考文献〉

『ともに見る、ともに学ぶ 利用者との「対話」からはじまるプログラム～ワークシートを中心に～』平成18年度文化庁芸術拠点形成事業博物館シンポジウム報告書 愛媛県立美術館 2007年3月20日

木下周一 『ミュージアムの学びをデザインする—展示グラフィック&学習ツール制作読本』株式会社ぎょうせい 2009年3月10日

中川あや・渡邊淳子「平城宮跡資料館夏期企画展における新たな試み」『奈良文化財研究所紀要2014』独立行政法人文化財国立文化財機構 奈良文化財研究所 2014年6月27日
文化庁「日本博」の公式HP

<https://www.bunka.go.jp/seisaku/nihonhaku/index.html>

日本政府観光局（JNTO）の公式HP

https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/index.html

**THINKING THROUGH THE NUTS AND BOLTS OF FAMILY-ORIENTED
EXHIBITIONS—A CASE STUDY OF THE 2019 EXHIBITION
“EXPLORING ART: CREATURES OF FAITH”**

OKINA MIHORI, NARA NATIONAL MUSEUM

“**E**xploring Art: Creatures of Faith” was held at Nara National Museum from July 13th to September 8th, 2019. At this exhibition, we gathered together works of Buddhist art that feature animals, introducing them with readily accessible explanations. Animals that would be familiar to all visitors became a starting point for engaging with Buddhist art, and the scaffolding of straightforward explanations guided visitors in this engagement. Making Buddhist art—which tends to be regarded as difficult or opaque—somewhat more approachable was our overarching objective in holding this exhibition.

We set out to create an exhibition that would be rewarding and enjoyable for tourists from abroad and for children and their guardians, many of whom would arrive without much of a background in Buddhist art. To this end, we thought through such elements as the layout and design of the galleries, how we would display works, and the wall text and object labels so as to make the exhibition as welcoming as possible.

In addition, participatory and interactive exhibitions are thought to offer a more enriching experience; we sought to provide visitors with ways to take part in proactive learning, offering several tools for engagement with the exhibition’s materials and themes. For example, we distributed two kinds of worksheet, and we set up a workshop area within the exhibition space.

In this paper, I not only introduce these various new efforts, but I also outline how visitors responded to the exhibition on the basis of several surveys we carried out as it was underway.

奈良国立博物館研究紀要

鹿園雑集

第二十二号

令和二年七月三十一日発行

編集発行 奈良国立博物館

〒630-8233

奈良市登大路町五〇番地

印刷・製本

株式会社天理時報社

天理市稲葉町八〇番地