

紀要

36

- 初期土偶から中期土偶への展開を読み解く
 —精霊像としての土偶に関する認識の更新と深化を課題として—…………… 瀬口 眞司（1）
- 古墳時代の「石杵」状石製品について
 —蒲生郡日野町播沢遺跡出土事例の紹介—…………… 辻川 哲朗（17）
- 群集墳の築造と被葬者像
 —太鼓塚古墳群を素材として—…………… 堀 真人（24）
- 古墳時代の大刀形製品にかかる覚書…………… 宮村 誠二（40）
- 長浜市八雲書院資料調査報告＜瓦編2＞…………… 福井 知樹（45）
- 遺物三次元計測の実験的試行…………… 山田梨紗子・福井 知樹（64）
- 滋賀県埋蔵文化財地域展Ⅳにおける試みとその成果
 —「広げる」「深める」「育てる」「つながる」展示へ—…………… 木下 義信（78）

滋賀県埋蔵文化財地域展Ⅳにおける試みとその成果

— 「広げる」「深める」「育てる」「つながる」展示へ —

木下 義 信

目次

1. はじめに
2. 展示の概要
3. 本展での試み
4. おわりに

— 論 文 要 旨 —

これまで実施されてきた埋蔵文化財の展示は、すでに興味をもっている方へ向けて、さらにその知見を「深めて」もらうための展示にとどまっていたものが多かったように思う。しかし、2018年に文化財保護法の改正がなされた今、文化財のより積極的な活用が謳われるなかで、文化財に関わる人たちを「広げる」ための展示が求められていると理解するべきである。それこそが、私たちが調査法人として社会にできる地域貢献であり、社会に対して背負っている責務ともいえる。

当協会は、2020年に設立50周年を迎えた。そこで例年夏に滋賀県埋蔵文化財センターにて実施している「滋賀県埋蔵文化財地域展」を、協会設立50周年記念事業の一環として位置づけ、県内の発掘調査史を振り返る展示を行った。この展示では、当協会の発掘調査の実績を発信する事業のひとつとして、「広げる」「深める」「育てる」「つながる」という4つのキーワードを目的とし、さまざまな試みを行った。特に「広げる」ことについては強く意識し、広報や展示内容等において、「一般層」の取り込みを図った。その他、「深める」「育てる」ための各種試みを行い、それが中長期的な時の経過の中でさまざまな「つながり」を構築していくものだと考えた。

——— キーワード

展示 「広げる」「深める」「育てる」「つながる」

1. はじめに

(1) 展示をするとは？

「展示」という単語の意味を辞書で調べてみた。「品物、作品をならべて一般の人が見られるようにすること」⁽¹⁾とある。展示は、それを主な業務とする学芸員のみでなく、わたしたち埋蔵文化財の調査員も、発掘調査成果を公開する現地説明会をはじめとした種々のイベント等で小規模ながらも日常的に行っている情報発信の手法の一つである。

さてここで、「一般の人が見られるようにする」展示を、どのように理解するべきだろうか。多くの方々に会場に足を運んでもらい、展示を楽しんでいただくこと、これは当然ながら一番の目標として挙がるものである。その中で「一般の人」とはいったいどのような人のことを指すのか。これまで実施されてきた埋蔵文化財の展示は、すでに埋蔵文化財に興味を持つ人を対象として、その知見をさらに「深めて」もらうためのものが主であったように思う。よって、ここでいう「一般の人」とは、埋蔵文化財にすでに興味を持つ人達だったといえるだろう。

そんな中で、当協会では埋蔵文化財の保存と活用について、従来型の「深める」事業とともに、近年では「広げる」、「育てる」、「つなげる」ことを目的とした事業を展開している。そこに至るまでの考え方や事業の詳細等については、瀬口眞司氏、堀真人氏がそれぞれまとめているので割愛する（瀬口 2010、堀 2022）。そして、2018 年の文化財保護法の改正により、文化財をこれまで以上に積極的に活用することが求められている。つまりこれからは、これまでどおりの「深める」ための展示だけではなく、裾野を「広げ」、人材を「育て」、人材や関係諸機関などさまざまな要素を「つなげて」いくための展示こそが理想であると私自身は理解している。したがって、その対象は埋蔵文化財に興味を持つ人達の上に留まっていはいけな

(2) 本稿について

文化財の活用に対する認識が大きく移り変わっている現在は、埋蔵文化財の調査成果を外部へ発信することは、調査担当者も強く意識していかなければならない時代になった。調査成果の発信とは、私達が社会に対する貢献、社会への責務として背負っていくべきもののだ。本稿では、私自身が実施を担当した埋蔵文化財調査成果展である「滋賀県埋蔵文化財地域展Ⅳ」における試みとその成果を報告する。その準備・運営していく中で、「広げる」「深める」「育てる」「つなげる」という先にも述べた4つのキーワードを強く意識した。これらの試みが、今後調査担当者が成果を発信する際の一助となれば幸いである。

2. 展示の概要

(1) 展示のテーマと概要

本展は、「滋賀県埋蔵文化財地域展Ⅳ『滋賀をてらした

珠玉の逸品たち—ス Copp と歩んだ発掘 50 年史—』と題し、2022 年 7 月 23 日から 11 月 18 日にかけて、滋賀県埋蔵文化財センター 1 階ロビーにて開催した。「滋賀県埋蔵文化財地域展」とは、当協会と県内市町が連携し、各地域の埋蔵文化財の魅力を発信していく目的で、2018 年度から夏季限定で開催してきたものである。

今回は新型コロナウイルスの感染拡大により延期していた当協会設立 50 周年記念事業の一環として位置づけ、当協会の 50 年間の発掘成果の蓄積を発信することを目的に、設立された 1970 年から 2019 年までの発掘調査で出土した遺物のうち、各年の逸品を調査員が選定して、計 50 品を展示した。例えば、1971 年の逸品は天津市滋賀里遺跡出土の土坑墓、2010 年の逸品は東近江市相谷熊原遺跡出土の土偶、といったようにである。それらを時代ごとに並べ、その中でいくつかのテーマを設定して遺物を繋ぎ合わせた。これにより、滋賀県内の各時代の特徴を、その時代を象徴する遺物とともに概観できるよう展示を行った。いわば、遺物自身を主人公とする展示を目指した。

(2) 課題と方針

さて、本展を行うにあたって、次の3つの課題を設定した。①埋蔵文化財に興味がない人、または興味があるが博物館等へ来館するほどでもない人（以下、一般層）を誘客するにはどうしたらよいか、②興味がない人に合わせる展示のみでは、すでに興味を持つ人たち（以下、有識層）の満足は得られない可能性がある、③展示とともに人材を育てるにはどのような手法があるか。つまり、①の課題に対しては「広げる」ための工夫、②に対しては「深める」ための工夫、③に対しては「育てる」ための工夫が求められた。これらを実現することにより、多くの来館者が、地域にある埋蔵文化財の存在に気づき、それに対して愛着・誇りを持つ人々が増え、中長期的な時の経過の中で、文化財を中心としたさまざまな「つながり」が創出されることを期待した。

(3) 来館者数の結果

さて、本展の来館者数は、計 120 日間の会期中で 3,466 名であった。前年度は夏季のみの開催で計 41 日間の会期中で 2,519 名の来館者であったことを考えると減少する数値となった。さまざまな社会情勢等の中、単純な比較はできないのかもしれないが、個人的には、同じくコロナ禍であった昨年度並みの数値を目指したかったところである。

3. 本展での試み

(1) コンセプト

本展におけるコンセプトとして、当協会が行ってきた 50 年の発掘調査成果を公開・発信するとともに、来館者、特に県民が地域の埋蔵文化財の存在を知ること、地域へ

の愛着・誇りを持てるような展示を目指した。そのためには、特にこれまで埋蔵文化財の存在を認知さえしていなかった一般層の目に触れる工夫が必要であった。加えて、愛着・誇りを持つに至るまでには、展示品をいかに身近に感じてもらえるかも大きなポイントであった。

（2）展示での試み

本展で行った試みについては表1で示した。表1では、どういった人たちを対象にどのような試みを行ったか、そしてその効果を示した。効果については、夏休み期間中（7/23～9/4）に実施したアンケートの分析と、実際運営していく中で主観的に感じたことを述べている。以下はその内容についてポイントを絞って述べていく。

①「広げる」

埋蔵文化財に興味を持たない一般層に来館を促すにはどうしたらよいか。展示担当者がいつも苦心するポイントである。当然ながら、有識層に対して、一般層の方がはるかに多い。そのような人たちを動かすために必要だったのは、広報、そして展示内容の工夫についてである。

広報 例年チラシ配布や当協会ホームページへの情報掲載、報道機関各社への資料提供を行ってきた。今年度は、チラシ配布については会期前半・後半の計2回行い、特に後半のチラシについては、後述するように学生という若い力を借りての作成を行った。ホームページへの情報掲載や報道機関への資料提供についても機会があるごとに実施した。加えて、本展では新聞広告への掲載を2回実施した。県内にて無料配布される新聞であるが、会場が所在する大津市を中心に約14万戸に配布されることもあり、一般層への広報効果が期待された。アンケート調査の結果、この新聞を見て来館した人たちが約1割を占めていること、さらにそのうちの約42%がはじめての来館者であったことから、「広げる」効果は一定程度あったと認識している。

展示内容 本展では、埋蔵文化財の展示に一般的にみられるような、展示品とそれが出土した遺跡の評価からストーリーを構築するというものでなく、“展示品自身の魅力”をいかに伝えるかがポイントとなる展示であった。「広げる」ことを意識したときに、会場で解説をじっくり読んでその背景にあるストーリーを理解してもらうよりは、展示品そのものにインパクトを感じてもらうことを考え、解説パネルはできる限りやさしく、シンプルに心を掛けた。結果として、アンケートとともに行った展示品の人気投票では、私たちのようなその背景にあるストーリーを重視する専門家目線とは少し異なるものが人気を博した。即ち、めったに見ることのできない人骨をそのまま取り上げ保存処理を施した滋賀里遺跡出土の土坑墓が圧倒的人気を誇り、次いで造形が美しい相谷熊原遺跡出土の日本最古級の土偶、見た目が愛らしい甲賀市貴生川遺跡出土の魚形水滴と続いた。ちなみに、2022年11月6日に開催した50周年記念

報告会で行った事例報告では、協会職員による展示品の人気投票を行って、その展示品を決定した。選ばれたのは、相谷熊原遺跡出土の土偶、栗東市下鉤遺跡出土の小銅鐸、高島市北牧野古墳群出土の金銅製単龍環頭大刀、長浜市塩津港遺跡の起請文木簡であった。

さらに展示品を身近に感じてもらう仕掛けとして、それぞれのキャプションに出土年を記載し、例えば自分の生まれ年と同じ展示品はどれか？など、自分史とつなげられるような工夫を試み、アンケートでも一定の評価を得た。

②「深める」

すでに埋蔵文化財に興味があり、より知見を深めたい来館者は、展示の中でより深いストーリーを知りたいと思うはずである。ただし前述のとおり、「広げる」ために、展示品の魅力をシンプルにわかりやすく伝えるという方向に舵を切ったことから、有識者の満足は得られないかもしれない。その点を補ったのが、パンフレットと協会ホームページに掲載した関連記事との連動である。展示は一般層が見て楽しめるように設定し、少し興味が湧いた場合はパンフレットで少し詳しいストーリーを補完、さらに知見を深めたい場合は会場やパンフレットに掲載したQRコードから当協会ホームページにアクセスして関連記事を読んでもらうという、興味の段階によって媒体を変えるという工夫を試みた。結果として、有識層にも展示内容は好意的に受け入れられたものの、ホームページの関連記事が大きくアクセス数を伸ばす傾向は見られなかった。詳細な解説をQRコードから読み取るという手法については、その手法自体を浸透させる工夫が必要だろう。

③「育てる」

私個人として、本展において最も強く効果を体感できたのはこの点だった。育てる対象として、将来の埋蔵文化財の業界を担っていくであろう大学生を選んだ②。具体的には、広報用チラシの作成と展示解説という、いずれも本展の運営に不可欠な業務を任せることとした。

広報用チラシ チラシの作成については、日頃からデザインに興味を持ち、すでに大学で広報媒体の執筆・編集実績のある大学生と連携して、普段埋蔵文化財センターに来館することのない若者に向けた内容で作成を行った。学業の合間を縫って苦心した経験、そして実際に印刷され多くの人の目に触れるという成功体験は大きな糧になっただろうと思う。もちろんデザインについても、若い世代に好まれるトレンドを研究した上で仕上げられており、裾野を「広げる」という観点からも大きな意義があったと考えている。

展示解説 夏休み期間中の土日祝日に、各日2名の大学生が展示解説を行った。加えて、京都橘大学との連携で実施しているインターンシップの中で、ギャラリートークを行った。彼らの大半にとって、来館者と直接接する機会は初めてであり、また展示品について深い知見があるわけでもない。その中で、わずかな時間で知識を修得し、いかに

表 1 滋賀県埋蔵文化財地域展Ⅳでの試みと効果

	対象	主な手法	効果（アンケート分析等から）
(1)広げる	一般層 (埋蔵文化財に興味を持たない人たち)	広報：チラシ。新聞広告（プレゼント引き換え券付）。 資料提供。横断幕。 展示：インパクトのある遺物を中心にピックアップ。 展示品に出土年を添付。 解説：解説パネルはやさしく、シンプルに。 その他：動画による展覧会の紹介。 人気投票（アンケート）の開催。	広報：新聞広告を見て来館した人は約1割。うち約42%が初めての来館者。 ただしそれ以上に広告が14万戸の目に触れる機会創出が大きい。 資料提供については会期中関連する記事が新聞に計5回掲載。 横断幕は通りすがりの人を呼び込むツールとして効果は大きい。 展示：展示品のインパクトに感動する声多数。特にめったに見ることのできない人骨や、見た目がかわいらしいものなどが人気であった。 また人気投票では自分の生まれ年の展示品に投票する子供が多かった。 その他：動画の伸びはもうひとつ。周知の方法に課題あり。 人気投票（アンケート）は開催中の来館者のうち約30%が参加。
(2)深める	有識層 (埋蔵文化財に興味を持っている人たち)	広報：チラシ。HPでの周知。 現地説明会との連携（チラシ配布、速報展など）。 解説：パンフレットでストーリーを補完。 QRコードでさらに詳細な解説へジャンプ。 その他：各種講座と展示内容をリンク。	広報：現地説明会という有識層の集まりの中での広報効果は大きい。 解説：パンフレットは印刷した4000部がほぼ配布完了。 QRコードとの連動については浸透させる工夫が必要。 その他：連続講座終了後に実施した講師によるギャラリートークの評判は高い。 各種講座との連動性をPRする工夫は必要。
(3)育てる	学生 (埋蔵文化財の未来を担う人たち)	広報：学生による若者向けチラシ作成。 解説：学生による展示解説。	広報：学生の仕事に対する意識、やりがいの醸成に大きく寄与。 配布効果は、アンケート集計期間外のため不明。 解説：学生による展示解説の人気は絶大。アンケートにも学生への感謝の思いが多数寄せられた。学生の文化財の仕事へのやりがい向上にも大きく寄与。



写真1 会場入り口



写真2 展示ケース(右隅にQRコードを添付)



写真3 学生によるギャラリートーク



写真4 学生による展示解説

わかりやすく来館者に説明するかを懸命に努力する姿が、私たち運営側のみなく、来館者の心にも強く響いたようだ。アンケートの中では、「案内の学生さんが丁寧に説明してくれた」「若い人がさわやかでうれしかった」「学生さんがすばらしい」など、大学生の展示解説を賛辞する言葉が多数みられた。展示を鑑賞する際、展示品と人との対話は、どうしても一方通行になりがちである。当然ながら展示品に問うてもなにかを応えてくれるわけでなく、その間を埋めるために解説パネル等を利用する。そこで展示品と人との間に解説者が立ったとき、解説者自身の魅力、すなわち人の魅力が、展示品に大きな付加価値を与える様子を目の当たりにした。来館者、特に一般層からは、単に専門的な説明が求められているわけではなく、来館者と同じ目線に立った解説が求められているのだろう。少し背伸びをして見える世界よりも、少し足をかがめたときに見える世界のほうがたくさんの人で満ちている。「広がる」とは、そんなささいな所作から始まっていくのだろうと思う。もちろんこういった反響が示す成功体験は、学生自身の自信へとつながり、この業界に対する強い関心へと「つながる」言葉も聞くことができた。

(3) 小結

さて、本展において行った試みを一部ではあるが紹介した。その効果については、一部アンケート調査の分析により検証できたものの、私自身が運営していく中で、実際に来館者とのコミュニケーションの中で感じたことなど、主観によるものが多分に含まれていることはここで付言しておく。本展では、「広げる」「深める」「育てる」「つながる」という4つのキーワードを用いて運営してきた。中でも特に「広げる」ことについては強く意識し、その効果の一端として、初めて来館した人がアンケート回答者のうち48%に及んだ。アンケート調査は例年行ってはいないので、これまでと比較することはできないが、次年度以降の運営を考えていく上で一つの定点となる。

一方で、「つながる」ための試みについては、さまざまな試みの中で関わっていくものだと考えている。例えば、初めて来館した人たちが次年度以降も足を運んでくれるならば、リピーターとして展示や協会と「つながった」といえるだろうし、学生たちの関与が業界の未来へと「つながって」いくことができればそれも大きな目的の成就である。今後、より裾野を広げることができれば、例えば民間企業との「つながり」も見えてくるかもしれない。展示を行う上で、「つながる」ことをどう捉えて、どのように工夫していくかはこれからの課題として今後も検討していきたいと考えている。

4. おわりに

本稿では、協会が2022年度に実施した滋賀県埋蔵文化

財地域展にて行った各種試みを紹介するとともに、その効果について一部検証を行った。冒頭で述べたように「広げる」「深める」「育てる」「つながる」展示を目指したものであったが、私自身の力量不足もあり、目標の達成にはまだ道のりはほど遠いことを実感させられた。しかし私自身、文化財の活用をより広げていくことで、これまでになかった関係人口を創出し、私たちが思いもよらなかった新しい化学反応が見られるかもしれない、という希望に満ちた想いは持ち続けたいと思っている。その広がりが文化財の持続的な保存に大きな役割を果たすとともに、私達が社会にできる役割のひとつであると信じている。それらを実現できるか否かは、私たちが調査法人として高水準な調査・研究を継続していくこと、さらにはその成果をあらゆる方面へ発信し、ひとりでも多くの関係人口を生み出せるかにかかっている。そのような想いを胸に、今後も調査ならびに成果の発信に邁進していきたい。

〔謝辞〕

本展の実施については、資料の借用等にあたり、滋賀県、滋賀県埋蔵文化財センター、滋賀県立安土城考古博物館、甲賀市教育委員会、高島市教育委員会、守山市教育委員会の多大な協力をいただいた。また本展の企画については、当協会総務課企画室の瀬口眞司氏、ならびに堀真人氏のさまざまな知恵と助言があったからこそ成り立ったものであることをここで申し添えておきたい。加えて、展示に不慣れな私に対し、部署の垣根を越えて多くの諸先輩方の協力やあたたかい助言・励ましの言葉があって実現することができた。もちろん、これから組織を担っていく若手職員の協力も不可欠なものであった。末筆ながら、記して謝意を表します。

註

- (1) 岩波書店（2018）『広辞苑 第七版』
- (2) 当協会では、滋賀県立大学、京都橘大学と各種事業で連携しており、その一環として展示期間中における学生雇用を行った。

文献一覧

- 佐原真（2005）『考古学と現代』岩波書店
- 瀬口眞司（2010）「「広げる」ための文化財活用事業の必要性和課題—いま必要な努力は何か？—」『紀要』第23号 公益財団法人滋賀県文化財保護協会
- 堀真人（2022）「文化財の保存と活用のこれまでとこれから—調査法人滋賀県文化財保護協会の取り組みから—」『紀要』第35号 公益財団法人滋賀県文化財保護協会

挿図典拠

- 表1 木下作成
- 写真1～4 公益財団法人滋賀県文化財保護協会提供

（きのした よしのぶ：総務課 主任）

ANNUAL BULLETIN
of
Shiga Prefectural Association for Cultural Heritage
Vol.36 2023.3

私たちは文化財をととして
ゆたかな滋賀づくりに貢献します。



公益財団法人滋賀県文化財保護協会
Shiga Prefectural Association for Cultural Heritages