

岐阜関ヶ原古戦場記念館協議会 議事要旨

日 時 令和6年3月7日（木）10時30分～11時40分

場 所 岐阜関ヶ原古戦場記念館 3階セミナールーム

参加委員 伊藤委員、いなもと委員、笠谷委員、瀧委員、松川委員、三輪委員

欠席委員 北村委員

県(事務局) 小和田館長、梅本副館長、駒井総務課長、池戸企画課長

【会議の概要】

議題1 令和5年度運営実績について

議題2 令和6年度事業計画について

- ・事務局から資料に沿って説明した。

議題3 意見交換

(笠谷委員)

- ・公共交通機関（JR）の利便性を上げて欲しい。京都、大阪方面から来ると「米原」で止まってしまう。名古屋方面から来ると「大垣」で止まってしまう。関ヶ原まで乗り継ぎせずに来れるようになると公共交通機関を利用するお客様が増えると思う。

(梅本副館長)

- ・公共交通機関の課題は従来からあり、関ヶ原町全体の会議の場など、機会を通じて、JRに対して働きかけをしている。

(松川委員)

- ・昨年のゴールデンウィークに訪れた際、別館レストランが大変な混雑ぶりであったため、駅周辺で食事場所を探したが、なかなか見つけることができなかった。「JRの駅だから何かお店があるだろう」とお客さんは期待して来る。駅前商店街に食事できる場所が増えると良い。
- ・展示施設、展示資料が非常に素晴らしい。これを裏打ちするような歴史研究会の発足、若手研究者の支援活動が行われていることを伺ったが、これらの周知は十分にできているか。大学では現在、人文科学系が停滞気味であるが、それでも研究活動に取り組んでいる学生は一定数いる。学会など幅広い機会での広報が必要ではないか。
- ・記念館は観光施設と博物館機能の両方の側面を兼ね備えた施設ではあるが、アカデミックな取り組みをもっと幅広く知ってもらうことで、専門家がリピーターになってくれると思われる。

(梅本副館長)

- ・ 記念館のホームページやSNS、記者発表資料などで情報発信しているため、関心を持っているお客様にはご覧いただいているが、十分にPRできているとは言えない状況。もっと幅広く情報発信していきたい。

(瀧委員)

- ・ 名古屋鶴舞公園や岐阜公園で、民間企業が主体となって飲食ブースや物販ブースを設置する賑わい創出事業が行われていたが、これらを参考にして民間の活力を活用した取組みを検討してはどうか。
- ・ 昨年5月に新型コロナが5類になって以降、徐々に岐阜県への観光客が戻りつつあり、観光庁の宿泊旅行統計調査の結果では、昨年12月には令和元年（対2019年）比で、日本人108.2%、外国人は99.5%と戻ってきている。
- ・ こうした中、誘客増に向けて、デジタル活用に取り組んではどうか。今回の資料にも来場者のアンケート結果があるが、同様のデータがほぼリアルタイムで取ることができるツールも出てきている。リアルタイムのデータ活用と、そこでは吸い上げられない項目をアンケートで、というように併用して、短期、中期の誘客戦略を立ててみてはどうか。
- ・ 県観光連盟では、昨年12月に教育旅行を誘致するため、関西圏を中心とした旅行会社を対象に、この記念館を視察いただいた。当日の視察参加者に対して実施したアンケート結果を紹介する。
- ・ グラウンド・ビジョン、シアターなどは、臨場感をもって歴史を楽しく学べると、大変評価が高かった。一方、①学芸員によるガイドランスをお願いしたい、②すべての生徒がシアターに入れない場合に、シアターを先に見るグループと史跡を先に回るグループとに分かれることで、生徒間で理解度に差が出てしまう、③団体向け昼食会場の確保、昼食のメニュー化をしてほしい、④記念館と周辺の史跡・施設との組み合わせた、1日視察・体験プランを企画し、校外学習での活用を提案してほしい、といった意見があった。
- ・ 教育旅行に限った話ではないが、旅行会社を介した団体客を受け入れる場合、入場料の支払いを請求書による後払い対応ができるようにしてほしいといった意見もあった。
- ・ 先般、2月22日には旅行会社に対して直接PRする「名古屋商談会」があったが、県観光連盟では、来年度も、東京、大阪、名古屋で商談会を開催する。加えて、大阪では教育旅行に特化した商談会を開催する予定であり、引き続き、積極的に旬の話題をPRしていただけるとありがたい。

(笠谷委員)

- ・ 「友の会」の活動が話題に上がることが多いが、九州国立博物館の事例なども参考に、現在の全国的な傾向や、事務的な煩雑さなどについて、三輪委員からご紹介いただきたい。

(三輪委員)

- ・ 「友の会」は全国的に広がりを見せてきた。博物館同士がつながりを持ったり、輪を広げるといった目的で、共通パスポートを発行するなどして「友の会」を作ることが多かった。

- ・事務的には、最初は名簿作成やデータ整理など少し大変かもしれないが、走り出せば、ボランティアの人などに手伝ってもらいながら、手間もかからず運用できるだろう。
- ・「友の会」はここ 10 年であり方が大きく変わってきた。従来は、行政主導で指示されて活動していたところがあったが、現在は、それが逆転して「友の会」主導で自らがいろんな活動を生み出す、そういったあり方にシフトしてきた。
- ・そういう点では、記念館はスタートしてまだ間もなく、一気に組織が出来上がるわけではないため、徐々にそういった組織が出来てこればよいのでは。
- ・職員の数も限られているので、職員が先頭に立って旗を振ってというやり方ではなく、ボランティアや地域の有力者などを利活用し、市民の手、外部の力を使いながら、一緒に活動する。これを記念館の新しいやり方として活動できるとよい。

(梅本副館長)

- ・記念館では、館内展望室などで活動する「サポーター」や、史跡地を案内する「史跡ガイド」と協力しながら、お客様のおもてなしに取り組んでいる。
- ・今のところ、「友の会」という形式は予定していないが、県の博物館などの事例なども参考にして勉強していきたい。

(笠谷委員)

- ・冬場、オフシーズンにはどのような取組みを考えているのか。

(梅本副館長)

- ・冬場には、来館者数が減る傾向にあり、この閑散期対策として、著名な先生による講演会や、山城を題材にしたパネル展示などの特別な催しを企画して、集客促進に取り組んでいる。また、団体のお客様が、昨年度比で約 2 倍と大きく増加しているが、この団体客をいかにお断りすることなく、空いた時間帯でお受けし、コンスタントに来館いただくかが重要と考えている。

(笠谷委員)

- ・関ヶ原古戦場を周遊しようと思うと 1 日では無理があり、やはり宿泊施設が必要。一番いいのは温泉施設。温泉が出なくても、いわゆるスーパー銭湯でよい。“関ヶ原の湯”として売り出せば、人気が出るのではないか、

(梅本副館長)

- ・宿泊施設や温泉施設の設置には、民間資本の誘致が必要である。これまでに興味を持たれ視察された民間企業もあるようだが、なかなか結実には至っていない。
- ・引き続き、町全体の誘致活動として、町と県が一緒になって考え、取り組んでいきたい。

(いなもと委員)

- ・教育推進、研究推進の取組みは、すべてにおいて完璧な内容で素晴らしい。特に、教育旅行について、保育園の受入れもされているとのことで驚いた。一般的な博物館では、静かに出来ない子供達はお断りさせるケースが多い中、若い年齢から歴史に触れさせる方針がとても素晴らしく感銘を受けた。
- ・運営をさらに良くするため3点申し上げたい。1点目は「ハイキングツアーの実施」。アンケート結果を見ると、約4分の1の方が立ち寄りせずに記念館入館のみで帰られており、非常にもったいない。関ヶ原は、町全体が博物館のようになっているので、記念館発のツアーの実施があるとより良いと考える。すでに今年度、教育普及事業としてハイキングを2回と、企業連携セミナーでツアーを2回、開催されており、これらのイベントを充実してもらえるとさらに良くなると思う。
- ・2点目は、関ヶ原研究会の講演会について。先日、九州で開催されたシンポジウムで、託児施設をセットで案内しているチラシを拝見したが、幼い子供を持つ親としては参加しやすく有難かった。なかなか託児施設を設けるのは難しいと思われるので、「オンライン配信」により、家に居ながら観覧できるようにしてもらえると有難い。
- ・3点目は、混雑時の対応について。ゴールデンウィークやイベント開催時にはかなりの混雑状態となり、駐車場が不足することが予想される。11月の企画展最終日に訪れた際、駐車スペースの取り合いでお客様同士がもめているシーンを見た。混雑時には駐車場に警備員を配置するなどの対応を検討されたい。

(梅本副館長)

- ・オンライン配信に関して、一部の講演内容については、「YouTube 戦国・小和田チャンネル」により配信しているが、「お客様に現地（関ヶ原）までお越しいただきたい」という意図がある点や、「会場のお客様だけの特別な空間だからこそ話せるトーク内容」という講師の事情もあり、全ての講演を配信することは難しい状況にある。

(伊藤委員)

- ・観光に携わる者として、オンシーズン、オフシーズンの平準化が大きな課題の一つ。閑散期対策として、団体客やインバウンド客にいかに来館してもらうかがポイント。まずは、インバウンド客について、どの国から何人いらっしゃったかなどの入館情報を把握し、そのデータを活用した観光客誘致の取組みを進めるとよい。観光マーケティングは、飛躍的に進んでおり、県観光連盟でも力を入れている事業であるため、一緒になって取り組んでいけたらよいと思う。
- ・「稼げる観光」というのが基本である。入館料についても例えば週末は価格を上げるなど、ダイナミックプライスを採用して、収入を増やす取組みも必要なのではないか。
- ・関ヶ原研究会などの取組みは歴史に精通した方には喜んで貰えるが、一方で、気軽に来館されるお客様にも楽しんで貰えるにはどうしたらよいかを考える必要がある。歴史が得意ではない方、Z世代の若者などにも、歴史に興味を持って貰い、歴史を学ぶきっかけづくりとなるような方策を検討して欲しい。例えば、人文科学系に進学を考えている高校生に

足を運んでもらったり、企業に興味を持ってもらうため、“ユニークベニュー”や“フェス”を開催するなど、今までにはない博物館の活用を検討してはどうか。

- ・学校教育の現場では、新学習指導要領に基づき探求学習を進めなければならない、各学校において、博物館の活用を探求学習に取り入れる動きがある。博学連携プログラムのようなものを作り、幼児から高校・大学生まで、その年代に応じたプログラムを記念館で作成し学校に提示することで、学校側にも喜ばれ、探求学習を通じた教育旅行、社会見学の機会が増えると思う。

(三輪委員)

- ・評価のメルクマールの一つである「入館者数」について、現在は入館券により管理しているが、機械的なカウント方法も採用してはどうか。人の動きをセンサーで感知するため、無用な人の動きまでカウントしてしまい、ある程度の誤差はあるものの、それを前提とした人数カウントをするとよいのでは。機械カウントにより、記念館入館だけでなく、レストラン利用者、展示室入室者などの傾向が掴め、今後の戦略を立てる上で非常に有用なデータになると考える。
- ・関ヶ原はフィールドミュージアムであり、古戦場史跡地とセットで考える必要がある。各史跡地への入場者数のカウントについては、世界中のフィールドミュージアムの悩みどころではあるが、何とか算出方法を確立して、そのデータを把握、活用して欲しい。
- ・“障がい者に優しい”施設を目指して欲しい。たとえ1日に1人しか来館しなくても、その障がい者を受け入れる仕組みやプランを持っていて欲しい。
- ・来館のきっかけ、動機を見てみると、「記念館ホームページ」が20%とあり、全国的な最近の数値と比較すると低いと思われる。集客のためには、ホームページを充実させることは非常に重要である。常に新鮮な情報を発信し続ける努力を惜しまず頑張っていて欲しい。
- ・記念館運営において、文化財の修理が必要となった場合には、民間ファンドの活用を検討されたい。文化財の修理費用だけでなく、その後の展示費用などにも充てられるファンドが存在する。若手研究者を育成するための支援金交付についても利用できるファンドがあると思うので、探してみてもどうか。

(いなもと委員)

- ・三輪委員ご指摘の「ホームページ」の件に関する補足として、どのホームページを見て来たのかを細分化して把握した方がよい。最近、旅行会社の情報ツールが本や雑誌だけでなく、旅行サイトページもかなり充実している。細分化して分析すると有用かもしれない。

(小和田館長)

- ・貴重なご意見いただき感謝申し上げます。
- ・松川委員ご指摘の「積極的な広報活動」については、様々な学会には呼びかけたりしたが、浸透度は低かったのは確かであり、今後、広報活動には力を入れていきたい。特に、来年度は関ヶ原研究会設立1周年記念として、「関ヶ原研究大会」の開催を予定しているため、大々的な宣伝活動ができると良いと考えている。

- ・ 笠谷委員ご指摘の「友の会」については、自分も複数の博物館の運営協議会委員をしながら、地元の熱心な方で進める「友の会」活動を見てきたが、当館は、当該地域の歴史のみを深く掘り下げて見せる博物館とは少し趣向が異なるため、どのような形態がよいのかを他館も参考にしながら検討していきたい。
- ・ 宿泊施設や交通アクセスの課題は、当館だけではなかなか解決できない部分もあるため、関係機関と相談しながら進めていきたいと考えている。