

白根記念渋谷区郷土博物館・文学館
リニューアル基本計画

令和6年 9 月

渋谷区

目次

1. 基本計画策定の背景	…2
(1) 渋谷区の地域特性	…2
(2) 上位計画・関連計画	…2
① 渋谷区基本構想	
② 渋谷区スマートシティ推進基本方針	
③ 「シブヤ未来科」の取組み	
(3) 博物館を取り巻く環境変化	…4
① 博物館法改正	
② 博物館を巡る技術動向	
(4) 現博物館の課題	…5
2. リニューアルの基本的な考え方	…6
(1) 新博物館のめざす姿	…6
(2) 新博物館の整備コンセプト	…7
(3) 新博物館の整備基本方針	…7
① 基本方針1	
② 基本方針2	
③ 基本方針3	
④ 基本方針4	
3. 展示リニューアルの基本的な考え方	…10
(1) 展示体験のストーリー	…10
(2) 新博物館の機能構成とゾーニング	…11
① 新たな機能の追加	
② 機能構成とゾーニング	
(3) フロアごとの展示構成及び展示演出、手法等の基本的な考え方	…12
① 1F	
② 2F	
③ B2F	
④ B1F	
4. リニューアルに向けて	…14
(1) 整備スケジュール	…14

1. 基本計画策定の背景

白根記念郷土博物館・文学館(以下、「現博物館」)は昭和50年に渋谷区立白根記念郷土文化館として開館し、その後現博物館に名称を変えて平成17年(2005年)にリニューアルオープンしました。以来、地域に纏わる郷土資料を収集・保管・展示し、区民の生涯学習支援の場としての役割を担うとともに、文化活動の発展と文化環境の向上に寄与してきました。しかし、リニューアルから19年以上が経過し、現博物館には建物の老朽化に伴う不具合や展示の大規模な更新の必要性などといった様々な課題が浮上しています。

そこで本計画では、渋谷区の地域特性や現博物館の課題を整理し、有識者や関係者の意見を踏まえ新博物館がめざす姿、機能や配置等の検討を行い、新博物館の整備における基本的な考え方を取りまとめます。

(1)渋谷区の地域特性

渋谷区の強みとしての「多様さ」

我が国の総人口が減少・高齢化している中、渋谷区の人口は流入人口が多いことによって増加傾向にあり、中でも15～34歳の比較的若い層の転入が多いことが特徴となっています。また、夜間人口に対する昼間人口の割合も高く、渋谷区は国内外からさまざまな人々がさまざまな目的で集まり、交流し、新しい文化や産業を発信するまちです。

渋谷区ならではの若い世代を中心とした多様な人々のエネルギーが生み出す多様性は、渋谷区の魅力であり、強みとなっています。新博物館は、これら渋谷区ならではのエネルギーを活用することにより、これからの時代に求められる博物館像をリードする存在となる可能性を持っています。

「多様さ」を活かした、これからの博物館のトップランナーへ

(2)上位計画・関連計画

① 渋谷区基本構想

ちがいを ちからに 変える街。渋谷区

渋谷区では、平成28(2016)年10月にダイバーシティ&インクルージョンの考え方に基づいて、「ちがいを ちからに 変える街。渋谷区」を未来像とした基本構想を策定し、多様性(ダイバーシティ)を受け入れるにとどまらず、その多様性をすべての人を主役としながら、まちづくりのエネルギーに変えていく(インクルージョン)取組を推進していま

す。

新博物館においても、人々が渋谷区の多様性(ちがい)を自分たちの財産として共有しながら、渋谷区の未来に参加していく仕組みづくりが求められます。

「多様さ」を可視化し、共有する仕組みづくり

② 渋谷区スマートシティ推進基本方針

さまざまなデータを活用して一人ひとりの幸せとシビックプライドを形成

渋谷区では、「ちがいを ちからに 変える街。渋谷区」を「スマート化」の観点から実現するために「渋谷区スマートシティ推進基本方針」を策定し、デジタル技術やデータを活用した取組を産官学民で連携しながら推進しています。その出発点となるのが、渋谷区オープンデータやシティダッシュボード等、多様な人々とともに区の「いま」を把握し、「これから」を考えるための地域でのデータ活用です。

新博物館においても、過去から現在に至るデータを活用しながら、変わり続けるまちに対する理解を深め、シティプライドの形成に貢献していく場づくりが求められます。

データの体感を通じて渋谷の街とともに進化する博物館へ

③ 「シブヤ未来科」の取組み

まち全体をフィールドに、子どもたちが主体的に探究する「未来の学校」

渋谷区教育委員会では、「つくろう。ちがいを活かし合える、未来の学校。」を教育目標に設定し、子どもたちが自ら、自分の可能性を発見していく「未来の学校」を実現する取組を全国に先駆けて推進しています。令和6(2024)年度からは、区内すべての公立小中学校に探究「シブヤ未来科」の時間を割り当て、まち全体をフィールドとして、子どもたちが自ら問いを立て、探究し、未来に生きる本物の学力を身に着ける授業を行っています。

新博物館は、渋谷のまちの成り立ちや風土、自然、文化、伝統を総合的に学べる施設として、学校教育と連携しながら、探究「シブヤ未来科」における子どもたちの主体的な探究学習の場としての役割を担うことが期待されます。

渋谷のまちを子どもたちがさまざまな視点から探究する場の提供

(3)博物館を取り巻く環境変化

①博物館法改正

社会教育施設から地域の未来を創造する拠点へ

近年、地域の博物館には、社会教育施設として地域の自然や歴史・文化の保存・継承、創造、交流、発信の拠点のみならず、地域文化の拠点としてさまざまな主体をつなぎながら、地域振興や社会的課題の解決に貢献していく拠点としての役割が求められるようになってきました。このような環境変化を受けて、令和 4(2022)年に「博物館法」が改正され、博物館の取組むべき事業に、従来の博物館事業である「収集・保管」「展示・教育」「調査・研究」に加えて、多様な主体との連携による地域社会への貢献、博物館同士の連携によるさまざまな課題への対応が努力義務として追加されました。

これからの博物館には、地域の歴史・文化の本質を見据え、未来につなぎ、活かしていく視点が求められます。

渋谷の歴史・文化の力を引き出し、未来につなぐ博物館

②博物館を巡る技術動向

日常のまち、暮らしにおけるデジタル技術の普及と進化

ICT 技術の進展により、VR(仮想現実)や AR(拡張現実)など※、これまでになかった空間体験が博物館等の展示施設はもとより、まちのさまざまな場所で日常的に体験できるようになっており、かつ、日進月歩で進化しています。また、スマートフォンなどを通じて、子どもから高齢者まで、いつでもどこでも膨大な情報コンテンツにアクセスできるようになっています。

このような時代環境のなか、博物館展示では、リアルな空間にしかできない魅力ある体験を提供するとともに、デジタル技術とリアルが連携したこれまでにない体験を創造し提供することが求められます。

デジタル技術を前提とした「ここにしかない体験」の創造が不可欠

※VR:Virtual Reality 仮想空間の中に入り込んだような体験ができる技術

AR:Augmented Reality 現実世界にデジタルコンテンツを重ね合わせる技術

(4)現博物館の課題

現博物館は昭和50年の開館、名称を変えた平成17年のリニューアルを経て現在の姿となっています。時間の経過による設備の劣化や陳腐化にくわえ、時代の変化に合わせて博物館側が変わるべき機能面でも課題が出ています。これら課題を確認するにあたっては有識者にもヒアリングを実施し、以下の通り整理されました。これらの課題を解決していくこともリニューアルにとっては大切な取り組みとなっていきます。

全 体	・当初開館後からリニューアルを経て博物館・文学館が共存しているため、館の特徴がわかりづらくなっている
	・来館者の満足度は高いにもかかわらず、認知度が低いため魅力を十分に発信できていない
	・館の近隣に大学が多く立地しているという特性を活かしきれていない(集客に至っていない、連携した展開などが少ない)
	・博物館で表現すべき「渋谷らしさ」がなんなのかということを感じづらい
展 示	・博物館・文学館という2テーマを扱うには床面積が十分ではない
	・開館から20年が経過し、設備や展示が老朽化・陳腐化している
	・解説グラフィックや実物資料というアナログな展示が大半を占めているため、更新性が低い
	・渋谷独自のカルチャーや近年の渋谷駅周辺の再開発など、近現代の渋谷に関する情報の扱いが少ない
	・今後は小学校の「シブヤ未来科」への対応など、「探究学習」のニーズに応えていかなければいけないが、その準備ができていない
運 営	・館の認知度を向上するための広報や周辺施設との連携が少ない
	・予算・人員が限られており、企画展示を充実させられない
	・多言語対応など、インバウンドや区在住外国人への対応が十分でない

2.リニューアルの基本的な考え方

(1)新博物館のめざす姿

上述の背景・課題を受け、いくつかの重視すべき観点が浮き彫りになりました。これらの観点を踏まえ、新博物館のめざす姿を以下のように定めます。

■重視すべき観点

- ・「探究学習」に向けて、来館者が**自分ならではの視点**で歴史を学ぶ必要がある
- ・めまぐるしく変化する現代において、「探究」は**どの世代にも大切な視点**
- ・近現代の歴史文化は学芸員にも評価が難しいため、これまでの博物館の枠にとらわれない**幅広い視点からアプローチ**していく必要がある
- ・戦争経験者の声、渋谷カルチャーの当事者の声といった、**当事者の視点**を積極的に扱う必要がある
- ・区民・観光客など、**来場者の多様化に対応**していく必要がある
- ・SNS等を活用した情報発信の強化により、これまで以上に**多くの層への認知を広げる必要**がある
- ・**フォトスポット等の来館を促進する仕掛け**の導入等、多くの層の来館を促す必要がある。

■新博物館のめざす姿

世代を問わず「探究」ができ、自分なりの「渋谷像」を発見できる場

■リニューアルの対象範囲

- ・館内装(展示室、エントランス、多目的室、階段室、エレベーターホール)
- ・展示(資料・造作・映像機器・照明・情報コンテンツなど全体)
- ・外壁(必要に応じて検討)
- ・外構(必要に応じて検討)
- ・設備(照明・空調・消防など全体)

(2)新博物館の整備コンセプト

めざす姿を実現するために、以下の整備コンセプトを定めます。今後の設計等に当たっては、この考え方を軸に検討を進めていきます。

■新博物館の整備コンセプト

多様な視点を知ると「探究」したくなる

おもわず「なぜだろう？」と疑問に感じたり、「こんな考え方もあるんだ」と気づきを得ることが探究の第一歩であり、新たな博物館が提供する価値です。

エリアにより異なる地形に根ざした渋谷区の街には、古代から続いている多様な歴史が広がっています。

また近現代においては、戦後復興、渋谷カルチャーと、日本を象徴する多様な文化が花開きました。

一方で、複雑で変化の激しい現代においては、多様な視点で物事を捉えることが求められています。

そのために、より豊かに生きるための視点を提供するとともに、情報リテラシーを育むことも重要です。

そこで新たな博物館は、探究を促すように、多様な顔をもつ渋谷の歴史文化を多様な視点で編集し

「ちがいを ちからに 変える街。渋谷」だからこそできる博物館を目指します。

(3)新博物館の整備基本方針

整備コンセプトをもとに、以下の基本方針を定めます。

■新博物館の整備基本方針

基本方針1

「渋谷区郷土博物館」
として特徴を際立たせる

基本方針2

変わり続ける街との
かかわりを強くする

基本方針3

多様さに気づける
たくさんの探究の種を撒く

基本方針4

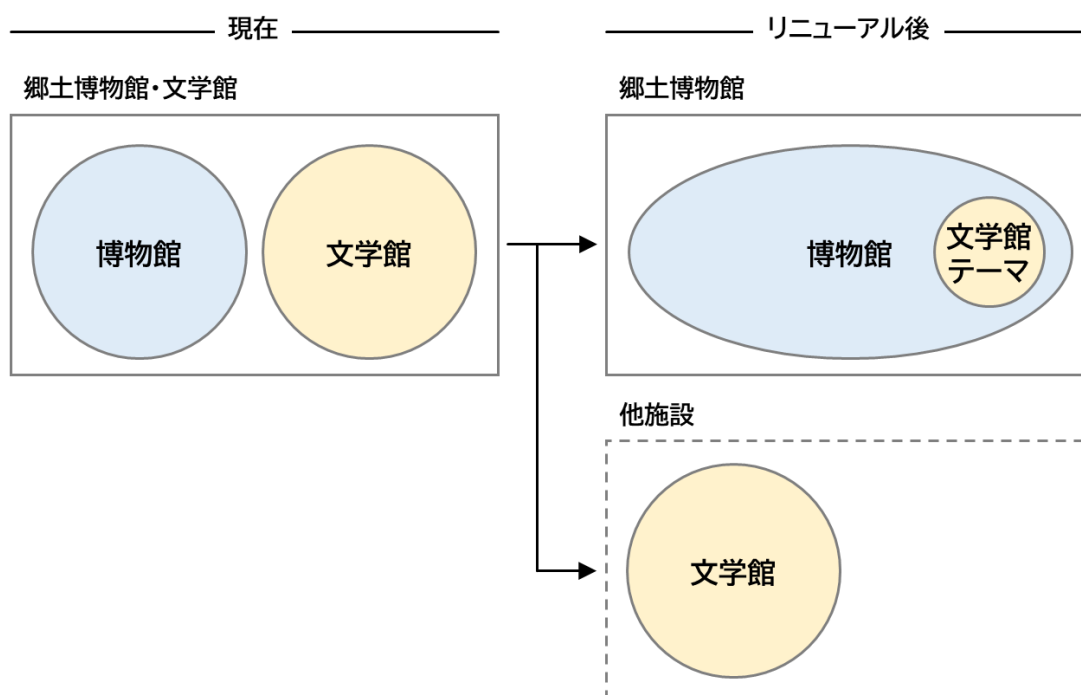
変化に対応する
フレキシビリティを持つ

① 基本方針1

「渋谷区郷土博物館」として特徴を際立たせる

現博物館では博物館・文学館の機能が同居していますが、施設の特徴をより際立たせること、博物館展示を充実させることが求められます。したがって、現在の文学館の機能や展示物は他施設への移転など、博物館・文学館の両館にとって価値の高まる方策を検討します。また、文学館展示の一部を博物館展示の1テーマとして扱うことで博物館展示の充実につなげることも検討します。

■博物館・文学館機能の考え方



② 基本方針2

変わり続ける街とのかかわりを強くする

渋谷区のまちなかには、住民だけでなく観光客も含め多くの人であふれています。しかし博物館の認知度は低く、来場機会を逃しているといえます。認知度の向上は喫緊の課題ですが現在は体系化された広報計画がないことから、施設のリニューアル設計に並行して広報計画を定めること、メディアを有する企業との連携施策を検討します。

また、渋谷区では「THE TOKYO TOILET」に代表されるように、まちを周遊する施策と相性の良いまちです。これは歩きたくなるまちの魅力やストリートに根付く文化が背景にあると言えます。これらの視点を博物館において活かすために、街中の文化財に付随して設置されている「文化財解説板」の活用・リデザインを行う周遊・来館促進施策を検討します。

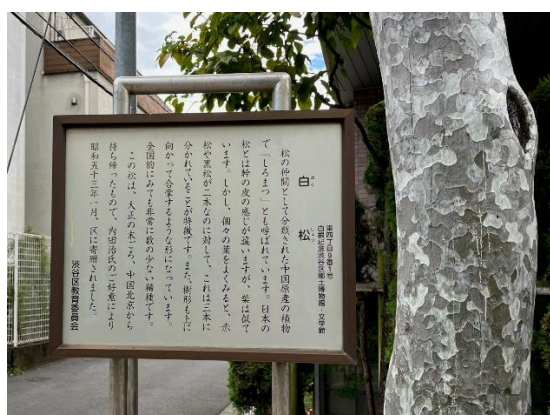
加えて、館とまちの接続を高めるために、館の屋外空間を効果的に活用することも求められます。近隣の大学生や住民の方の目に留まるようなアイキャッチの設置、日常的に館を利用したくなるような飲食機能や自動販売機の設置等を検討します。

■文化財解説版

区内に点在する文化財解説版をリニューアルし周遊・来館を促します。



香林院茶室



白松

③ 基本方針3

多様さに気づけるたくさんの探究の種を撒く

整備コンセプトにも表れている通り「探究」は新博物館において最も重要なテーマとなります。そこで、子どもから大人まで「なんだろう？」と興味をもってもらうことを入口に、そこから深く知りたくなる、学びたくなるような体験を導入します。

また小学校での「シブヤ未来科」が今後本格化していくため、校外学習で来館した場合の探究学習に対応できるような体制・設備を備えていく必要があります。

④ 基本方針4

変化に対応するフレキシビリティをもつ

展示テーマとして近現代を積極的に扱うことや、多様な視点で物事を捉えることが求められることから、解説のデジタル化など、更新性に富んだ手法を適切に導入します。

また表現手法においてもクリエイター等との連携により、コンテンツが定期的に更新される仕組みを構築し、何度も来たくなる博物館を目指します。

加えて、リニューアル後から 19 年が経ち老朽化した設備面においても長寿命化工事を行い、持続手可能な運営を支える基盤を整えます。

3.展示リニューアルの基本的な考え方

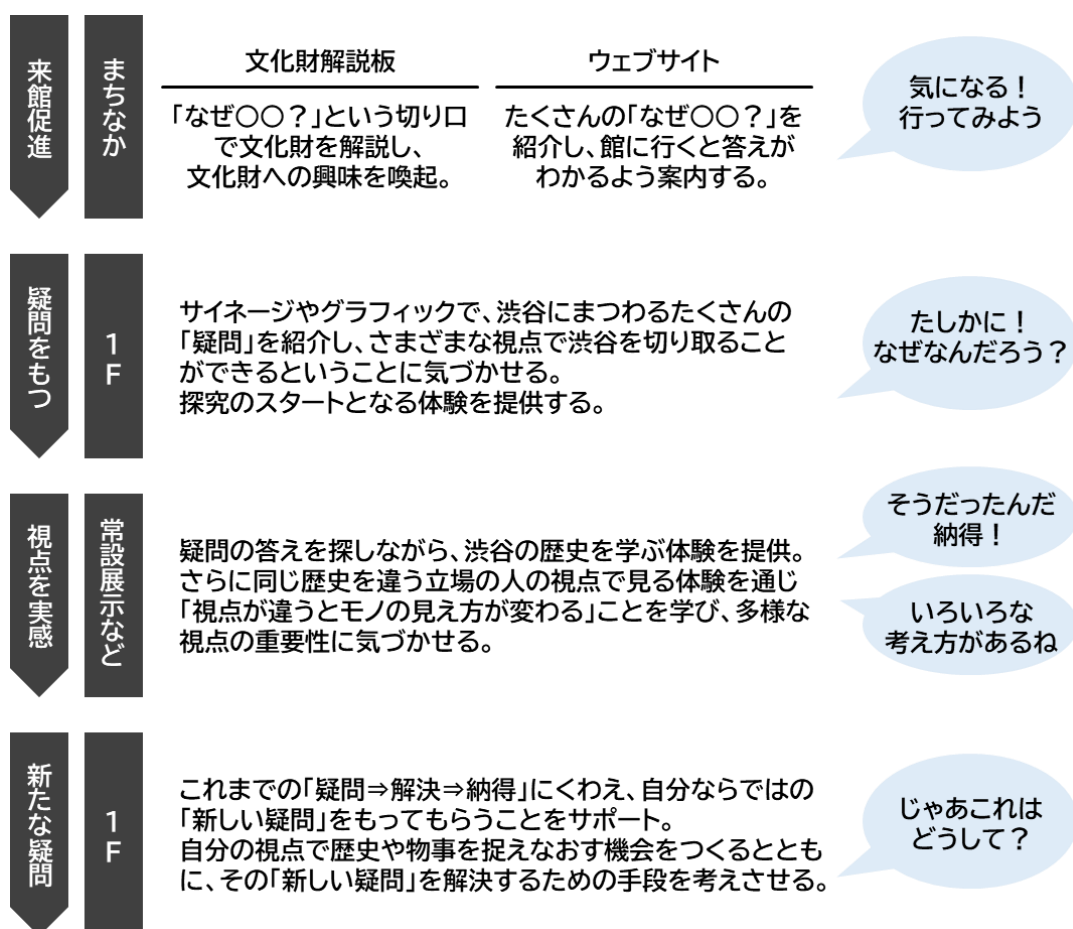
新博物館へのリニューアルにあたっては、上述したように特に展示体験を改めて検討し直す必要があります。そこで、以下の通り新たな展示体験の基本的な考え方を示し、今後の設計をつうじて、その具体的なイメージを明らかにしていきます。

(1)展示体験のストーリー

探究を促すための「疑問を入口に」する展示体験ストーリー

整備コンセプトに則り、探究を促すために疑問を入口にし、多様な視点を提示することを重視した展示体験ストーリーを構築します。また、博物館への来館前もストーリーの一部と捉え、文化財看板・ウェブサイトも今回のリニューアルを機にアップデートすることを検討します。

■展示体験のストーリーイメージ



(2)新博物館の機能構成とゾーニング

① 新たな機能の追加

「にぎわい創出機能」「近現代に関するテーマ展示」を新たに追加

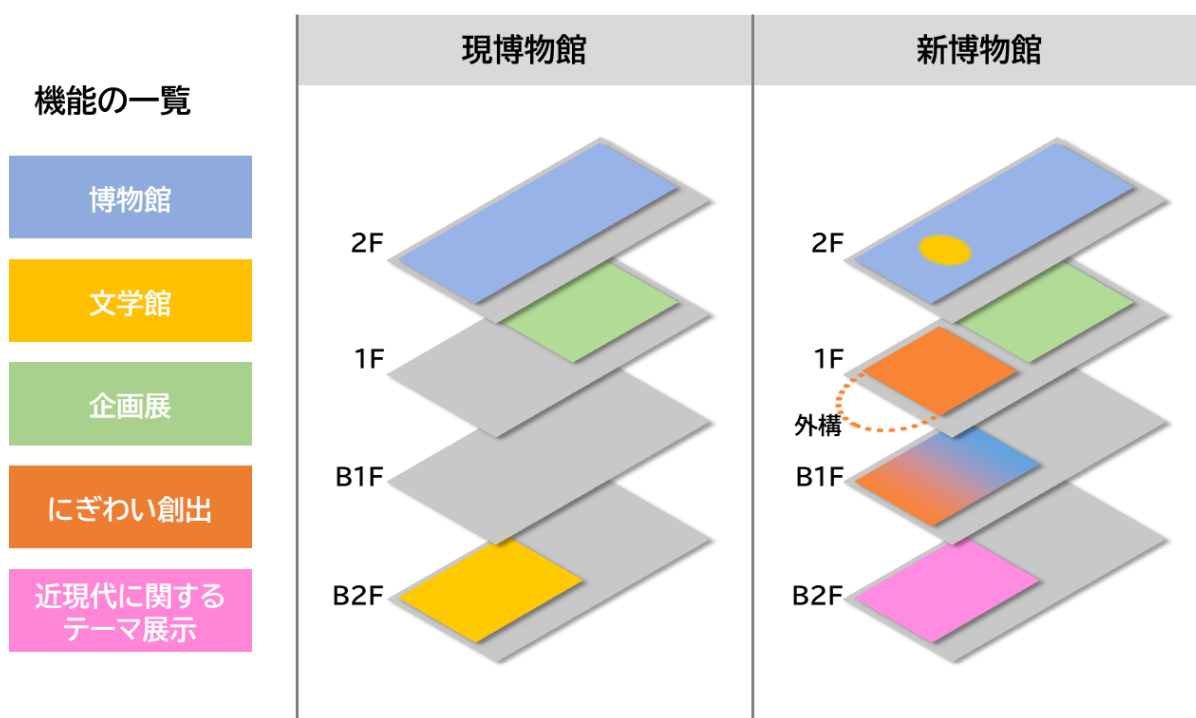
上述の課題を解決し、新博物館のめざす姿を実現するために、また類似施設等と見比べて現博物館に足りないものが大きく2点あります。1点目は、より多くの人が多目的に博物館に集えるような「にぎわい創出機能」です。この機能を備えることによって、街とのかかわりを強くもち、よりオープンで活気のある博物館へと変えていきます。2点目は「近現代に関するテーマ展示」です。時代の変化にあわせ近現代の情報を強化し、現在の渋谷のまちをより楽しめるような展示体験へと変えていきます。

② 機能構成とゾーニング

文学館の移転を踏まえゾーニングを再構成

新たに追加する機能と、文学館の移転を踏まえ、以下のイメージのように新博物館のゾーニングを定めます。各ゾーンでの動線計画や空間イメージは今後の設計で詳細を検討します。

■ゾーニングのイメージ



(3)フロアごとの展示構成及び展示演出、手法等の基本的な考え方

ゾーニングの詳細化や空間演出のイメージは今後の設計で具体化していきますが、本計画においては、各フロアの特徴とポイントとなるような演出方法についてアイデアを記載します。

① 1F

探究の入口となる「疑問」を提示するナビゲーション空間

屋外～エントランスを中心とした、新たな「にぎわい創出機能」となるゾーンは、館での展示体験の導入となる「多様な疑問」を来館者に提示し、展示への興味、関心を高めるとともに、探究「シブヤ未来科」にも活用できる、新たな視点、疑問が見つかる場として整備します。また、明るくオープンな設えで読書、休憩、調べもの等ができる空間とし、来館のハードルを下げることで様々なにぎわいが創出される場をつくります。

また、現在のハチ公が出迎えてくれる体験性や、情報コーナーの機能は踏襲し、区の歴史に関する書籍やデータを閲覧できる場を設けます。

【演出方法の考え方】

サイネージ等を用いた「多様な疑問」の演出に加え、渋谷区が所有するデータや地図を活用し、最新情報を得ることができる仕掛けを導入します。

さまざまなデータを可視化し、視点を提示したり現在の情報を比較できるような体験を検討します。

② 2F

渋谷の歴史を一望する通史展示空間

郷土博物館の中心となる 2F 常設展示では、これまでの通史展示をベースに、近現代に関する展示と戦争に関する展示の充実化を図ります。渋谷の歴史を一望しながら、当時を知る人の声等を通じて、これまで知らなかった渋谷や、渋谷に関する新たな視点、疑問を見つけることができる展示空間へとリニューアルします。

【戦争経験者の声を届ける展示演出の考え方】

戦後 80 年を迎えるにあたり、渋谷区での戦争経験者のオーラルヒストリーをはじめとした情報を収集、リニューアルを機に展示コーナーを拡張します。戦争の様子を経験者本人が語る映像や、来館者が当時の被災した風景のなかにいるかのような没入体験等、より自分事として戦争を捉えられるような体験を目指します。

【デジタルを活用した汎用製のある展示解説システム】

常設展示では、学芸員の解説にとどまらない多様な視点での解説を提供する試みを検討します。同じ歴史でも立場が異なる人の視点だと切り口が変わったり、上述の戦争経験者の声のように、その歴史を知る当人の視点での解説を加えたりすることができるシステムです。そのために解説グラフィックにくわえてサイネージ等のデジタルデバイスにより汎用性・即時性のある解説方法を導入します。

【触って体感できるアナログな展示の活用】

今回のリニューアルではデジタル技術の導入を基本方針のひとつに掲げていますが、デジタルばかりの展示空間では体験性に乏しくなってしまう恐れがあります。そこで、現在も導入している「触って体感できるアナログな展示」については、一部再活用をし、アナログとデジタルの両面から楽しむことができる展示体験を目指します。

■触って体感できるアナログな展示のイメージ(現在の体験展示)



縄文の文様体験



同潤会アパートの再現

【近現代の歴史展示の充実化に伴う可変性、更新性のあるシステムの採用】

リニューアルを通じて、近現代の渋谷に関する展示の充実化が必要となります。しかし、この内容については情報の精査が難しく、また随時内容を変えなければいけない可能性があるなど、高い可変性、更新性が求められます。そこで近現代の渋谷を扱うコーナーについては特に可変性の高い環境を備え、運営者でも更新しやすい展示を導入します。

③ B2F

近現代の渋谷を中心とし「渋谷らしさ」を際立たせるテーマ展示空間

近現代は渋谷が特に大きく発展し、さまざまな文化が花開いたことから「渋谷らしさ」を特徴づける時代といえます。そこで、2Fの常設展示で近現代を充実させることに加え、

さらに深掘する場として B2F を活用します。また渋谷の近現代に関する展示を中心としながらも、可変性の高い展示とすることで、さまざまなテーマに柔軟に対応できる展示空間を目指します。

【近現代の渋谷をイマーシブに体験する演出の考え方】

空間全体への映像投影を用いたイマーシブな体験ができる設備を備え、多様なテーマで近現代の渋谷を体感できる変化に富んだ場を目指します。これまでの博物館の枠を超えたような集客性の高い空間を目指します。

④ B1F

郷土博物館の活動を強化する多目的空間

現在、体験教室や講座等に活用されている B1F は本リニューアルを通じて、より自由度が高く、さまざまな活動に利用できる場として改修を行います。

4.リニューアルに向けて

(1)整備スケジュール

基本計画以降の整備スケジュールは以下の通りとします。

		展示	設備
R 6 年度	4月	基本計画	
	9月		
	3月		
R 7 年度	4月	基本設計 ・ 実施設計	基本設計 ・ 実施設計
	9月		
	3月		
R 8 年度	4月	制作・工事	工事
	9月		
	3月		
		R9年2月リニューアルオープン予定	

資料編

有識者へのヒアリングについて

本リニューアル基本計画の策定にあたり、現博物館の現状や課題を整理し、目指すべき理念や活動方針を検討するため、以下の有識者、関係者に対してヒアリングを行った。

名前	所属	特徴
東浦 亮典	東急(株) 常務執行役員	・ 渋谷＆沿線開発に精通 ・ 渋谷開発の100年のテーマにした本を執筆
ヒアリング結果		
1. 博物館、文学館の展示だけで集客を図るのではなく、さまざまな魅力で集客すべきではないか ・ マニア層だけを狙うのではなく、カフェ等そのほかの魅力で集客を図る仕掛けが必要である ・ トークイベント等を定期的に行いオンライン配信も実施することで、配信を見た人もいずれ現地に来たいくなるのでは		
2. 渋谷はウォークアブルで歴史や文化を感じる街だから歩こう、という回遊型の文化体験を作り出せると良いのではないか ・ 博物館に向けて歩く道中に博物館への期待が高まるような見どころがあり、歩いていて楽しい体験性があると良い ・ 博物館単体での工夫も重要だが、街に開けた博物館として、エリア全体を見据えてリニューアルをする必要がある		
3. 渋谷区の文化施設同士が連携し、渋谷区全体で広報戦略を練るべきではないか ・ 渋谷区は小さい施設が点在しているので、それらの情報を集めて、総合的に発信する必要がある ・ P R 連携も可能だが、博物館の存在だけ P R するのではなく、連動企画をするといった活動が必要と考える		

名前	所属	特徴
遠藤 治郎	合同会社SOIHOUSE 代表	・ 建築をバックグラウンドにした空間演出家 ・ 日本科学未来館 企画開発課 任期制専門職
ヒアリング結果		
1. 1階空間は来館者を展示の世界に引き込むための掴みの空間として、あり方を検討する必要があるのではないか ・ 企画展示をシステム化することで、効率的に作りながらも、展示への期待感を高める必要がある ・ 更新していくことを前提に、運営の仕組みを念頭に置いたリニューアルが必要		
2. 屋外にキッチンカー、カフェ機能等を設け、パブリックな場とすることで、さらなる集客を図れるのではないか ・ 屋外空間と飲食機能を有効的に活用することで、新たな集客戦略できる ・ ここだけのハチ公コラボメニュー等人を呼ぶためのコンテンツを検討できる		
3. 施設名称含め、この場がどのような事柄を扱っている場であるか、明確に発信する必要があるのではないか ・ 博物館と文学館が一緒になっていることで構造的な分かりづらくなっている現状はもったいない ・ どのような場かわかりやすく伝えるための愛称の検討や、構造をわかりやすくする検討が必要ではないか		

名前	所属	特徴
田井中 慎	(株) 4 CYCLE 代表 日本女子大、清泉女子大 講師	・ メディアを問わないコミュニケーションプランナー ・ 地域ブランディングに精通 ・ 企業ミュージアムのプランニング経験あり
ヒアリング結果		
1. 館内に限らない、街への仕掛けを重視すべきではないか ・ 渋谷区は「歩く街」、観光客も町を歩いて楽しんでいる人が多い ・ トイレプロジェクト等、回遊を促す仕掛けはうまくいっているので、参考にすべき 2. 館のKPI（評価指標）設定を改めて考えてみてはどうか ・ 来館者数だけを重視しすぎしないで、「関わった人を増やす」という視点で設定できないか ・ 館に来てもらうことも重要だが、現代は情報の入手方法が変わってきているので、ウェブでのアクセスも重要（むしろ、ウェブサイトにも何度もアクセスしてもらえうことは重要） 3. 認知度向上のためのPR・新たな展開を強化すべきではないか ・ リニューアルしても館の認知度が低いのではもったいないので、PRをもっとすべき（公共施設に限らない、商業施設等、人が集まる場所でのPRも検討してはどうか） ・ 学生との連携展示は良いと思うので、より様々な大学と、積極的に展開しても良いかもしれない（もっと学生間での情報拡散を促すような仕掛けが必要）		

名前	所属	特徴
田中 陽明	春蔭プロジェクト(株) 代表	・ クリエイターと社会との接続をプランニング ・ 渋谷co-labを中心とした場の企画運営を実施 ・ 自身も様々なクリエイティブディレクションを行う
ヒアリング結果		
1. 区内にはクリエイターが多いので、クリエイターが来くなるような仕掛けもあり得る ・ 渋谷co-labをはじめとして、国内外のクリエイターが渋谷を拠点にしている ・ クリエイターは、新たな発想のために「刺激」「非日常」を求めている人が多い ・ 新たな博物館の空間として、「刺激」「非日常」を感じられる体験やコーナーがあると良い（映像や照明を駆使した体験、センサー等でパーソナライズされた体験、イマーシブ映像体験など） 2. 著名なクリエイターとのコラボレーションによる体験づくりをすべきではないか ・ 著名なクリエイターとのコラボレーションは、PRや集客にもつながるので、検討すべき（例：Moment Factory 渋谷co-labに入居、渋谷co-lab 1Fにも展示あり） ・ 海外クリエイターであれば、インバウンドでの需要もある 3. クリエイターのチャレンジの場としてのプラットフォームがあっても良いのではないか ・ 展示の一部で企画展示的にさまざまなクリエイターが順番に渋谷の歴史をコンテンツに開発した作品を体験できて良い ・ ハード/環境はある程度備え、ソフトはコンペでクリエイターに募集、定期的に更新していくイメージ ・ クリエイターにとってはチャレンジ/P Rの場になり、博物館にとっては安価に新たな展示を導入できるメリットがある ・ クリエイターの登竜門になると良い		

名前	所属	特徴
小竹 嘉子 今井 貞子 間間 幸雄 桑野 龍輝 西沢 和子	あどばた'04	・ 初台生活学校に参加していた戦争を体験した人たちで戦争体験を語り継ぐグループ「あどばた'04」を結成。 ・ 小学生などに体験談を語ったり、PowerPointを使って戦争の説明資料も作成している。 ・ グループのメンバーにはすでに亡くなられた方もおり語り部が少なくなっている。
ヒアリング結果		
1. 戦争体験について後世に伝えるために、戦争体験者の声、アンケート等をまとめた冊子や戦争に関する紙芝居を作成した ・ 紙芝居は幼稚園、小学生に対して戦争を伝えるために作成 2. 現在でも行われている戦争の様子をニュース等で見たときに、自分の家族がこの場にいたら、と思いを抱いてほしい ・ 後世に残すために、博物館内で映像を用いて伝えるのは良い取り組みではないか ・ 現在の様子だけでなく、かつて渋谷にも戦争の時代があったことを伝えてほしい		

名前	所属	特徴
世田谷文学館	世田谷区 公益財団法人せたがや文化財団	・ 「ジャンルの枠にとらわれない文学館」 ・ 「幅広い層に親しまれる文学館」 ・ 「生き生きと活動する文学館」を活動の軸としている
ヒアリング結果		
1. 多くの人の興味関心がある企画展と館として行うべき企画展の両輪で集客を行うことが重要ではないか ・ 世田谷文学館では、年間を通じて企画展コンテンツのバランスをとっており、海外含む多くの集客を実現している ・ X (twitter) を用いた広報活動により、口コミによる来館者も増えている 2. 地域において博物館は日常的に利用してもらえる場になるべきではないか ・ 区内小学校や区内施設への出張展示や、各地でのワークショップ開催を通じて館の認知度を高め、来館を促している ・ 地域、学校との連携は館として重要な使命であるため、積極的にアウトリーチ活動を行うことが重要ではないか 3. ありとあらゆる分野に文学は偏在する、という考え方のもと展示活動を行うことができるのではないか ・ 文学館ではあるが総合芸術の一環として漫画を捉え、企画展を開催するようになり館の認知度向上を図ることができた ・ 館内学芸員は自身の専門分野だけでなく、さまざまな業務を担当できる仕組みを構築している		

名前	所属	特徴
練馬区石神井公園 ふるさと文化館	練馬区 公益財団法人練馬区文化振興協会	・ 練馬区の歴史、文化、ゆかりの作家について紹介 ・ ゆかりの作家は分野を問わず広く取り扱う ・ 体験型の展示も充実
ヒアリング結果		
1. 地域を歴史を掘り起こす企画展と認知を高め集客を図る特別展の2つの視点が重要ではないか ・ 地道に地域を見つめた企画展も重要だが、人を呼ぶための展示も重要 ・ 特別展を開催し、認知を高めることで、常設展示も見てもらえるようになるのではないか 2. アニメや漫画等渋谷が描かれている作品も展示対象になるのではないか ・ 展示として扱う範囲を広げることで、より多くの人の興味関心を高めることができる ・ 練馬では専門の学芸員がいなくとも、近い分野の学芸員が外部有識者と連携し、展示に取り組んでいる 3. 現在の地域の魅力を伝えるような場が、区民の立ち寄り利用に効果的ではないか ・ 気軽に利用できる空間がエントランスとなっていることで、区民のふらっと利用を実現できている ・ 今の地域を知ってもらうことも、重要な取り組みではないか		

名前	所属	特徴
豊島区立 トキワ荘マンガミュージアム	豊島区	・ トキワ荘を再現した博物館 ・ ゆかりの漫画家の作品を展示 ・ 漫画を中心とした企画展、イベントを開催
ヒアリング結果		
1. シビックプライドの醸成に寄与するような博物館が良いのではないか ・ トキワ荘マンガミュージアムは当時若者が切磋琢磨し漫画文化を発展させたことの紹介に特化できるのが強み 2. デジタルを活用し、リピーターを確保する取り組みを行っている ・ 収蔵資料をデジタルアーカイブ化し、期間限定で館内で閲覧できるシステムの構築を予定 ・ 定期的に公開するコンテンツを変えることで、リピーターの確保を目指す		