

【事業実績】 ジオパークネットワークを活用した展示と地域を結ぶ博物館機能強化事業

ジオパーク巡回展「地球時間の旅」は、令和5年度 Innovate MUSEUM 事業で作成した巡回展であり、令和6年度からの2年間で全国約30会場での巡回展を予定している。令和6年度は全国16の会場で巡回展を開催し、累計来場者数は約13万人であった。

本事業は、巡回展示物のユニバーサルデザイン化、巡回に係るノウハウの蓄積、観覧者の意識変容分析を図るため実施した。

＜主な報道記録＞

読売新聞オンライン <https://www.yomiuri.co.jp/local/tottori/news/20240703-OYTNT50116/>

新橋經濟新聞 <https://shinbashi.keizai.biz/headline/2486/>



1. 巡回展のユニバーサルデザイン化

(1) ハンズオン展示研修会の開催 (会場：高知県室戸市 現地参加：25人)

視覚障がい者や未就学児などの理解を深めるためには、ハンズオン展示が有効である。そこで、令和6年10月7-8日に、全国の博物館・ジオパーク関係者を対象とした研修会を開催した。各館・地域で提供しているハンズオン教材を持ち寄り、巡回展に応用できるハンズオン展示を考案するワークショップを開催した。ワークショップで出されたアイディアの一部は、その後の巡回会場で活用されている。



＜参加者の感想＞ 石の重さや質感を学んでもらうハンズオン教材は展示しているが、ゲーム性をもった展示や叩いたときの音を聞いてもらう展示のアイディアは斬新で、良い勉強になった。

(2) 360° 動画コンテンツの作成

巡回展を観覧し、実際に現地を訪問したいと思っても、身体的・経済的事情によりそれが難しい方は多い。そこで、現地をよりリアルに体験してもらえるよう、巡回展示パネルで紹介している玄武洞（兵庫県）・秋吉台（山口県）・室戸岬（高知県）・フェニックス褶曲（和歌山県）の 360° 動画コンテンツを作成し、巡回展の特設 HP 内で公開した。360° 動画にリンクした二次元コードを展示パネルに張り付けることで、観覧者は自分のスマートフォンなどからそれらを体験することができるようになった。



(3) 英訳パネルおよび WEB ページの作成と海外展示

英語圏の方にも巡回展示を楽しんでもらえるよう、巡回展示の英訳パネルおよび WEB ページを作成した。WEB ページにリンクした二次元コードを表示することにより、英語圏の方は自分のスマートフォンなどから英訳展示を閲覧することができるようになった。また、作成した英訳パネルは、令和 6 年 9 月 8-15 日にベトナムで開催された The 8th Asia Pacific Geoparks Network Symposium (大会参加：19 カ国から約 800 人)で展示し、世界中のジオパーク関係者に観覧していただいた。

<https://earthtime-journey.geopark.jp/en/>



LINK with people's lives



<観覧者の感想> 日本にあるジオパークの特徴とそれぞれの関係性がとても良く分かりました。このような取り組みは、国をまたいだ展示連携のモデルケースになると思います。



2. 巡回ノウハウの共有と蓄積を図る機会の創出

(1) 関連イベントの開催

展示物だけでなく、各館・地域のスタッフも巡回させる取り組みとして、計3会場（室戸会場・東京会場・土佐清水会場）にて、展示解説やトークショー、子ども向けのワークショップ等のイベントを開催した。イベントには、のべ7名のスタッフを派遣し、68名の方にご参加いただいた。

<参加者の感想> 展示物で紹介されている地域の方の生の声が聞けて面白かったです。全国のジオパークを訪れてみたいと思いました。



(2) 学会等での発表

本事業で得た知見をより広く共有するため、全国博物館長会議（7/3 東京）、The 8th Asia Pacific Geoparks Network Symposium（9/15 ベトナム）、全国科学博物館協議会（2/13 兵庫）にて口頭発表を行った。また、令和6年8月30日から9月1日にかけて、青森県むつ市で開催された日本ジオパーク全国大会では、本巡回展を使った分科会「現地に行きたくなる展示表現とは？」を開催し、全国のジオパーク関係者37名が参加した。



3. 観覧者の意識変容に関する情報の収集と分析

(1) サステナブルなマインド醸成研修会の開催（会場：山口県美祢市 現地参加：26人）

本事業では、観覧者のサステナブルなマインド醸成を目的の1つとして掲げている。そこで、令和7年2月2-3日に、全国の博物館・ジオパーク関係者を対象とした研修会を開催した。マーケティング手法の「4C/4P分析」を取り入れながら、来館・来訪者のニーズに応じた展示表現や周辺環境の整備について意見交換した。

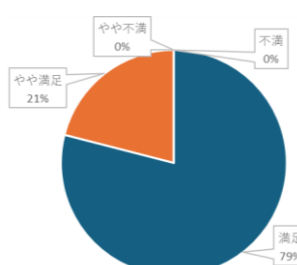
<参加者の感想> 来館・来訪者の属性や訪問目的をしっかりと分析し、その人が求めている展示を意識することの大切さが学べました。



(2) アンケート調査の実施と効果検証

東京会場（港区立みなと科学館）にて533人にアンケート調査を実施した。観覧者の79%が巡回展の内容に満足と回答。また、実際にジオパークに足を運びたいと回答した方が99%、地球の歴史や岩石への興味・関心が高まったと回答した方が97%という結果となった。

Q. 巡回展はいかがでしたか？



Q. 巡回展をきっかけにジオパークに足を運びたいと思いましたか？

