

## 関係者アンケート

# 「ふじミュージー 10 歳、あなたとふじミュージーの、これまでとこれから」

三宅飛鳥

### アンケート概要

2026年2月下旬から3月にかけて、ふじのくに地球環境史ミュージアム関係者へのアンケートを行いました。目的は①ふじミュージー 10周年をお祝いすること、②これまでの10年で見てきたふじミュージーの長所と課題を整理すること、③関係者間の交流です。

実施は、佐藤館長を含むミュージアム運営と話し合いのうえ、自然博ネットが取りまとめました。

設問は記述式20問ほどで多岐に渡ります。10周年に際してのコメントや企画案、ふじミュージーの長所や改善点、ふじミュージーの理念や「豊かさ」などについて聞きました。好きな自然分野・メディア作品・飲食店など、交流目的の設問もあります。設問作り自体も多くの関係者に相談しました。

設問の多さから、「ほんの少しでも答えられる範囲で」とハードルは下げ続けて、方々にお願ひして回りましたが、ありがたいことに熱のこもった回答を多く頂きました。

回答者数は70名。内訳はミュージアム(県):6名、サポーター:20名、サービススタッフ:12名、インタープリター:7名、NPO:19名、その他:6名です。

まず全文をエクセル表に集約し、それから設問ごとに回答を傾向別へまとめて分析しました。加えて、個別の聞き取りや、ふじミュージーの年報、ふじミュージー編の書籍「百年先」なども参照しています。その上で、全体を貫く論点一覧を作成しました。別途、着手しやすい個別課題はチェックリストにして分けています。

そしてその全てを関係者に共有しました。こういう記述式の定性的なアンケートは、受け取った側が「参考にします」で終わる場合も多いでしょう。そして送った側は「言ったけど、何も変わらない、動いてくれない」という気持ちになりがちです。それゆえ今回は、関係者皆が主体的に動ける形を意識しました。

### アンケート結果

このアンケートは普段交流のない関係者達が何を考えているのかを共有することが目的です。なので「これが10年の総括だ。今後はこうすべきだ」といった結論はありません。現実にはそれぞれの10年があり、様々な事柄に対して賛否両論があります。そこに想像をめぐらすことが交流の第一歩でしょう。

皆さんが挙げた論点も、理念・展示・広報・収蔵から食事・敷地利用まで多岐に渡り、それぞれ一つ一つ話し合うしかありません。

以下、特に議論を要する論点の例をいくつか紹介します。

- ・「地球環境史」と、「静岡」の「自然史」: 実質的には静岡の自然史博物館。自然史の人材で、環境系の展示にどう対応する? 静岡の要素をもっと厚くできる?
- ・常設展の練り直し: 設立時、短期間・少人数で間に合わせてくれた現展示。今後はじっくり・多くの県民で議論を。
- ・こども: 次世代育成として子供にもっと開けないか。学校の先生主体で、子供向けイベントを推した無料の日では1日600人以上来館。近隣では認知度よりも「家族で楽しめるか」が集客に影響している。一方、年報によると現行の展示の主なターゲット層は「若い大人の女性」。これは機能しているか。
- ・デザイン: アートとしての完成度が高い。それゆえに小さな変更もできなくなっている?
- ・ワクワク: 自然の面白さをより伝えるために、教育や接客のプロの視点を交える。
- ・自然・文化保全: 自然系博物館の使命が、豊かな自然を未来に引き継ぐことなら、標本だけでなく、実際の自然やそれを維持する文化の保全に対して、より積極的な関わり方はできないか。
- ・ネットワークの強化: 展示企画等を通して、団体・学校・企業・サポーター・フレンズ会員等の関わりを広げる。

- ・食事：現状、午前の来館者が昼には帰ってしまう。飲食は来館者の体験の質に大きく影響する。
- ・無料区画の廃止（図鑑カフェ、キッズルームの有料化）：入場券確認のスタッフを、展示の対話へ。
- ・敷地の活用：旧テニスコートを含めて、自然観察・企画・地域開放などに使う。
- ・収蔵庫の逼迫・温湿度管理
- ・その他、展示の細かい修正や、個別の企画などについても、数多くの意見が寄せられました。

#### 関係者内のコミュニケーション

「様々な立場の人がいる所が魅力であり難点。互いが事情を知らないまま自分の意見ばかり言っている印象」

「報連相がなさすぎる」「今までも改善案出してきたけど、何も実現しない、動かない、言う気がなくなったよ」。

アンケートの中で印象的な回答でした。コミュニケーションの難所は大きく分けて二つの傾向があります。

一つは「意見の対立」。この解消には、話し合うなかで互いの事情を知ること。0か100かではなく、間を探ることが肝要です。このアンケートもその試みの一環です。

もう一つは「沈黙」。そもそも議論のテーブルに着かない場合です。しかし、会議に来なくても、アンケートを書かなくても、博物館に大きな貢献をしている方は数多くあり、個別の話し合いには協力的です。彼らは様々な理由で公の場における意見交換に元気が出ない。全体の抽象的議論より、個別の具体的実践を好む人たちが、全体の半数近くいます。この傾向を所与の条件として認識することで、「皆で熱く団結しよう！」と目指すとき、過分な憤りを感じずに先へ進めます。

#### 結果を受けて：「県民による県民のための博物館」

組織におけるコミュニケーション特性を考慮したうえで、多岐に渡る論点・課題をどのように実行へ繋げるか。

先ほど、このアンケートに結論はないと書きました。しかし、70人の生の声、個別の聞き取り、これまでの組織の沿革を総覧して浮かび上がる大まかな指針は「県民による県民のための博物館」に尽きます。より簡素に言うなら「じち（自治）としじ（支持）」です。

#### じち（自治）：自分たちでつくる

100の魚（論点）に取り組む、1つの釣り竿（心掛け）は「その課題解決を願う人たちが、できる範囲で段取りを整えて、訴え続けること」です。対立しても無視されても、こちら側に行動の主体性を持ち続けること。これはまさにふじミューの来歴そのもの。NPOによる20年以上の活動を経て出来たふじミュー。博物館が出来たら「県にバトンタッチして終わり」ではなく、同じ情熱を持ち続けないと、博物館は維持できません。なぜなら県立博物館を望む情熱の主体は県民にあるからです。行政の役割はそれを支えること。最もふじミューに近い県民が関係者です。

施策に必要なのは「情熱・正当性・実現性」。ふじミューに関する個別の願いに対して、行政が扱う正当性・公共性があるならば、あとは技術や費用といった実現性の問題です。県の人員・予算は限られているので、県民が動いて実現性を上げつつ、仲間を増やして粘り強く訴えることで、達成は早まるでしょう。サポーターを含む関係者達による数多くの企画がそれを示しています。その上で、行政も含めて「これはできない」から「こうしたら出来るかも」の姿勢が大事ですね。

#### しじ（支持）：県民に求められる

全ての論点は「県民のための博物館になっているか」に集約されます。県民の支持がない博物館はやはり維持できません。予算制約により2026年4月から火曜の通常開館が無くなりました。展示だけではなく、収蔵・研究機能も安泰ではありません。自然系の県立博物館はなぜ必要なのか、広く県民に理解されることが求められています。それがひいては知事・県議員・財政当局の判断に影響し、予算に反映されます。展示企画は県民との接点です。博物館は娯楽施設ではないものの、市民の選択肢として競合するのが現実。娯楽に負けない楽しさを提供しつつ、娯楽にない「学びの橋渡し」をすること。そもそも自然史研究の担い手も、大方は楽しいからその道を選んでいきます。そのワクワクを共有する工夫が要です。

来館者の食事に配慮したり、敷地全体を楽しい場所に変えたりすることも重要です。全体的な来館者満足の向上が、本来の博物館活動へ還元されていきます。