

年 報

annual report

2021

トヨタ博物館
TOYOTA AUTOMOBILE MUSEUM

はじめに：館長からのご挨拶

自動車産業を支える博物館とは

トヨタ博物館 館長 布垣直昭

2022年4月16日、当館の新設コーナーにオープンした「クルマづくり日本史」コーナーは「どのようにして今の日本の自動車産業があるのか?」という疑問にお応えするべく、3年がかりで実現しました。

私達の国に自動車産業があるのは、今では当たり前のように思われますが、歴史をたどると、本当はなくなっていてもおかしくない状況があった事がわかります。それを乗り越えて今に続く自動車産業に至った歴史展示は、これまで国内外を通じて見受けられませんでした。今回のコーナー設置にあたっては、自動車各社様や、OBの方々など多くのご協力を仰ぎ、いわば自動車業界公認と言える内容とする事ができたのではないかと思います。あらためてご協力いただいた皆さまに深く感謝申し上げます。

この内容を仕上げる過程は、私どもにとりまして多くの学びがありました。企業を超えた視点で歴史を検証する事を通じ、あらためてそれぞれのメーカーが果たした役割や違いが見えてきたのではないかと思います。この学びは私ども博物館だけのものではなく、自動車業界に携わる方々や、興味を持たれたすべての皆さまに共有すべきものと考えております。

このコーナーを設置して終わりではなく、様々な研修などにも使っていただくなど、自動車史のハブのような役割をはたしていければと考えております。また、クルマ産業激変の時代にあつて、博物館もこれからを考えるヒントをご提供していけるよう、毎年の企画展テーマ設定にも学びの視点を折り込むようにしてきております。楽しみながらも、何か頭の栄養にもなる博物館になればと願っております。



トヨタ博物館・2021年報

目次

はじめに：館長からのご挨拶	1
I：1年間の活動報告	
1. 企画展「テールフィン・ラブ 世界を変えた、あの流行をふり返る」	4
企画展「テールフィン・ラブ」関連レクチャー	13
2. 企画展「トヨタ博物館でSDGsを考える」	16
3. 第32回 トヨタ博物館 クラシックカー・フェスティバル	21
4. 企画展「激走!!2.5次元 ヴォオオーン!! WRC日本車挑戦の軌跡」	27
5. 世界自動車博物館会議 オンライン・セミナー	35
6. 富士モータースポーツミュージアム開設準備	38
7. 「頼られる図書室」に向けた取り組み	41
II：調査研究	
1. 動態保存の課題と将来に向けての取り組み	45
2. トヨタ博物館 収蔵車両／資料 調査アレコレ	47
3. ポスター複製の試み	53
4. トヨタの展示施設の設立経緯と、各役割の変遷	56
III：トピックス	
1. 施設運営におけるSDGs活動	66
2. トヨタ博物館初の「謎解きイベント」	67
3. 企画展を振り返る（2018年～2021年）	69
4. 2021年度の出来事から	70
IV：資料編	
1. 来館者データ（累計及び2021年度）	72
2. 車両寄贈者（2021年度）	73
3. オーナーズミーティング（2021年度）	73
4. エントランス展示車両（2021年度）	74
5. 車両貸出実績（2021年度）	74
6. 活動年表（2021年度）	75
7. トヨタ博物館の運営組織・施設概要	77

企画展「テールフィン・ラブ 世界を変えた、あの流行をふり返る」

期間：2021年4月23日(金)～7月4日(日) 場所：文化館2F 企画展示室

増茂 浩之(副館長 兼 学芸グループ長)

1 企画の狙い

当初、2021年の春企画展は、ある大学と協業し、若い大学生の視点での「クルマ好きを増やす」狙いのテーマを計画していた。しかし、新型コロナウイルスの感染拡大を受け、学生の出校がままならない状態で、当館に足を運んで企画を練ることが難しいと判断し、この計画は残念ながら中止となった。

そこで新たにテーマを考えることになったが、過去3回の企画展(100年前のイノベーション、30年前の未来のクルマ、弛まぬ挑戦者たち)同様、社会状況・動向、弊社のメッセージに沿った内容であるべきと言う骨子は外せない。適切なテーマを思いめぐらす中、コロナ禍で鬱屈した雰囲気が続くが、歴史的に明かった時代はいつで、何が起きていたのかを思案していた際、当館の常設で第二次世界大戦後のアメリカの躍進を伝えるゾーンがあるが(写真1、2)、展示スペース上、展示車両も限られており、この時代の背景や様子を十分に伝えきれていないことに気づいた。

そこでアメリカ車、更にいえばアメリカという国自体が「黄金期」と言われた1950年代に目を向けた。戦争と言う苦難の時代に終わりを告げ、自由と繁栄を謳歌していた、この時代に生まれ、世界を風靡した象徴的なクルマのデザイン「テールフィン」。これが生まれた背景や、その移り変わりを伝え、闇夜の次には必ず明るい太陽が昇ってくることを、「アフターコロナ」の可能性を示すテーマにしようと思った。

当初はアメリカの繁栄全体を示す内容の予定であったが、それでは大まか過ぎるという館内の意見を取り入れ、テールフィンをキーとし、そこに社会や自動車産業がどう影響したのか、されたのかに、焦点を絞ることにした。また企画展示室内も1950年代のアメリカを匂わせる、明るくポップなイメージを描いていた。それは、この展示室内だけでも明るく元気になるようにとの、筆者の想いもあった。



写真1



写真2

2 取り組み事項

(1) 企画展名の模索

お客様の心に響かせるためには、企画展名も重要な役割を担っているが、今回はその決定に難航した。当初は「American Golden Age」と考えていたが、これでは漠然とし過ぎて伝えたいことが不明瞭との館内の意見があった。そこで、企画担当、広報担当で各々企画展名のアイデアを持ち寄った。何点が紹介すると、「突然のテールフィン」、「闇を切り裂くテールフィン」、「テールフィンとは何だったのか」、「テールフィン100連発」、「翼を持ったクルマたち」、「宇宙への架け橋テールフィン」、「地と宙の間の翼たち」、「Tailも変えた、世界も変えた」など。但し、どれも琴線に触れず悶々としていたが、素直な投げかけとして「テールフィンとは何だったのか」に一先ず決定。この案を広報ツール製作会社に提案したが、1950年代のアメリカを意識した展示に、このネーミングだとデザインも難しいとの意見があった。

そこで約30の展名案の中で軽いイメージがあり、即座に候補から外れた「テールフィン・ラブ」を持ちかけたところ、製作会社からの好感を得た。ただ、館内で再度審議した際に確かにキャッチーではあるが、軽すぎる内容と思われることを避けるため、副題に学芸的な目線を追加することで合意を得た。その結果「テールフィン・ラブ



写真3

～世界を変えた、あの流行をふり返る～」に決定した。企画展名でここまで難航し、長期間審議を重ねたのも初めてであったが、時間が経つにつれ、この展名に相応しい内容へのイメージが膨らんでいった(写真3)。

(2) 会場の構成

心躍る企画展名が決まったものの、レイアウトには少し変化を付ける必要があった。当初は「ダイナー」をイメージした壁面に1950年代のアメリカの富と自由を象徴する画像を展示する予定であったが、それでは「当時のアメリカは良かった」で終わってしまい、博物館としてのメッセージが希薄になることに気づいた。

そこで常設展では語り切れていないテールフィンの始まりから終焉までをストーリー仕立てで展開し、その対面には、テールフィンが生まれた背景にもなった、アメリカの社会・文化を当時の画像と共に紹介することにした。それらで囲む中に1950年代のアメリカ車を中心に、クルマを配置する構成とした(写真4)。

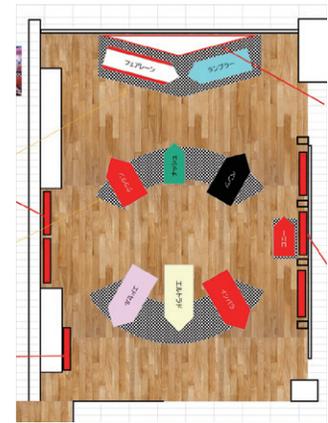


写真4

(3) テールフィンのストーリー紹介壁面

始まりから最盛期、終焉までを3部の壁面で構成し、なるべく端的にし、理解しやすいように工夫した(写真5)。

<テールフィンの始まり>

- General Motors(GM)のエンジニアが、当時開発中であった3胴機のロッキードP38を見学する機会があり、その垂直尾翼からクルマのボディ後端にフィンをつけるインスピレーションを得たのがきっかけと言われていること。
- 垂直尾翼の役割は、本来ヨーイング方向の直進安定性を制御する部品であること。
- 1948年に「新しい基準」の名で発売されたキャデラックから、後のテールフィン時代が幕を明けたこと。

これらを当時の画像や、垂直尾翼の役割を航空機を例に4コマ漫画で解説し、1930年代にも最高速度を競った実験車や、速さをセールスポイントにしたクルマには垂直尾翼を備え直進安定性を図ったことも紹介した(写真6-7)。



写真5

<テールフィンの最盛期>

- キャデラックのテールフィンは、高級車の証として市場に受け入れられたこと。
- GMの競合であるフォードやクライスラーもテールフィンを設定し始め、またこの頃のコンセプトカーはテールフィンどころかスタイル自体が航空機やロケットを模したのもあったこと。
- テールフィンの波はアメリカだけでなく世界中に広がり、時代が進むと、より巨大でユニークなデザインになったこと。

このエリアの大半を当時のカタログで占め、キャデラックは1948年から始まり1959年の最盛期までを各年毎に展示し、テールフィンの推移がわかるようにし、GM以外の世界各国のメーカーのテールフィン車のカタログも載せることで多用性を示した。また何気に撮られた1950年代のアメリカの風景に映りこむクルマの殆どがテールフィン付きである画像も掲載し、いかにムーブメントであったことが感じ取れるようにした(写真8)。



写真6

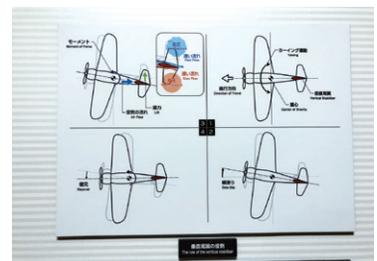


写真7

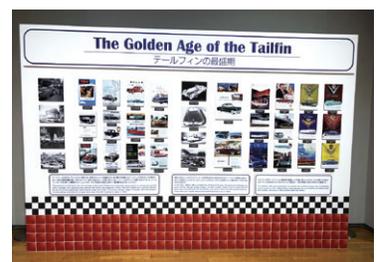


写真8

<テールフィンの終焉>

- 1960年代に入ると流行は陰りを見せ始める。それは華やかな装飾による販価高騰、GMのデザイン方針変更が要因であり、1960年代後半には、テールフィンを殆どみることがなくなったこと。
- この企画展のクロージングとして、戦争という暗い時代から解き放たれ、明るい生活に戻った時に理屈では語れない新たな発想を得られるかもしれないことを示唆。これは、コロナ禍が明けた時にも、その可能性があることを匂わした(写真9-10)。

(4) 当時の社会、文化を示した壁面

ここは2つのテーマに区切った。

<移動先の郊外での新たなライフスタイル>

戦後のアメリカではクルマの所有世帯が増え、大衆はそれまで以上に移動の自由を得た。それによって土地代の高い都会から郊外に居住を構えるようになり、更に建売住宅(Levittown)により手頃な家屋を購入できるようになった。更には簡単に食事がとれるようにファストフードチェーンが生まれ、大量購入できるディスカウントストアやショッピングモール、ドライブインシアターなど、クルマがあって成り立つ娯楽も増えてきた。このような郊外型のライフスタイルの変化を、当時の画像にキャプションを入れて紹介した(写真11)。

<自由で豊かな生活を謳歌する人々>

ライフスタイルの変化を楽しむ人々や、戦後のアメリカではマスメディアはラジオに代わりTVが普及し、既に台所はシステム化されるなどの家電の進化を伝える画像を元に、先進で自由で豊かであった当時のアメリカだったからこそ、テールフィンという固定概念にとらわれない発想が生まれたことを示唆した(写真12)。

(5) 当時の大衆紙の展示

テールフィンが生まれ育った1950年代のアメリカの世相を端的に表せるよう、当館収蔵の「LIFE」、「Saturday Evening Post」といった大衆誌から、各年を象徴する月号を選定し、その表紙をアクリルケース内に収めた。クルマがある生活、時の人、やがて訪れる宇宙開発など、表紙だけでも目まぐるしい時の流れを感じ取れた(写真13)。

(6) 時代を象徴する壁面

ここは、当時のアメリカのエンターテイメント(映画、音楽)を代表するアクターやキャラクターの画像と、隣接してこんな場面にもテールフィン?と思わせるシチュエーション(スポーツ、ファッション、モータースポーツ等)を紹介する画像を掲示し、展示車と共にフォトスポットとなるよう工夫した(写真14-15)。



写真14



写真15



写真9



写真10



写真11

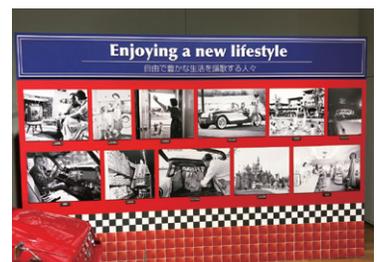


写真12



写真13

(7) 展示車両

アメリカの黄金期を語る壁面に囲まれる中で、展示車両選定も一考を凝らした。まずは全長5.5mを超えるテールフィン絶頂期の1950年代のフルサイズのクルマを3台。

- 1959年 キャデラック 62 コンバーチブル:常設のエルドラド ビアリッツよりエアサスペンションやパワーウィンドウ等が省かれたキャデラックのエントリーモデル(写真16)。
- 1959年 シボレー インパラ コンバーチブル:これもキャデラックと同じGMのブランドであるが、キャデラックより安価なため若者を中心に人気があった。テールは垂直尾翼では水平尾翼に近い形状を持つ(写真17)。
- 1958年 エドセル サイテーション コンバーチブル:フォードのミドルクラスのブランドとして1957年に投入されたエドセルだが僅か2年で生産中止。リヤビューと共にギミック感の強いインテリアが特徴(写真18)。

テールフィンが世界に影響を与えた例として、以下の4台。

- 1958年 トヨペット クラウンRS-L:1958年にアメリカに輸出された初代クラウンDeluxeの左ハンドルモデル。当時のアメリカ車を意識し、メッキパーツを多用しテールフィンも装着(写真19)。
- 1961年 メルセデス ベンツ 300d W189型:当時300シリーズはメルセデスの最上級モデル。1951年発売当時は備えていなかったリヤフェンダーのテールフィン形状は1957年の300dから設定され、時代の流行が取り入れられていた(写真20)。
- 1954年 ナッシュ メトロポリタン コンバーチブル:戦後の女性の社会進出に伴いクルマの需要が増え、取り回しが良く経済的なクルマが求められた中で生まれた、アメリカのコンパクトカーの先駆け(写真21)。
- 1962年 コニー グッピー スポーツ AF8型:1961年に愛知機械工業から発売された超軽量トラックのコニーグッピーをベースに販売店の愛知ヂャイアントが製作したオープンモデル。オリジナルにはないテールフィンを装着(写真22)。



写真16



写真17



写真18



写真19



写真20



写真21



写真22

その他に以下の3台。

- ・1956年 フォード フェアレーン サンライナー:当時のフォードブランドの最高級で、6つのボディスタイルが設定された(写真23)。
- ・1958年 ランブラー アメリカン スーパー:メトロポリタンは小型で需要も高かったがファミリーカーとしてはサイズが小さ過ぎたため、ナッシュ・ケルビネーター・コーポレーションがその後継として1958年に投入したのがランブラー(写真24)。



写真23



写真24

(8) 会場レイアウトと壁面デザイン

展示車両とコンテンツが決まり、これを如何に“観て”もらうか、以下のような工夫を施した。

◆車両配置

合計9台の内、フルサイズ含む6台を会場中央に円環になるように配置し、背面のテールフィンが見えるよう配慮。残りの3台は壁側に設置することで、当時の画像に馴染むように施した(写真25-28)。

◆壁面デザイン

「ダイナー」をそのまま再現することは安直ではあるが、輝いていた時代のアメリカの雰囲気を醸し出すため、当時の店舗のサインや内装を参考にしながら、キャプションのフォント、カラー及びカラーの組み合わせを検討し、更に今回は従来とは逆にキャプションは英文を先頭にし、当時のサイン感を演出してみた(写真29-30)。



写真25



写真26



写真27



写真28



写真29



写真30

◆フロア

展示室のウッドフロアに直接クルマを配置させるとガレージのようになってしまうため、前回の「弛まぬ挑戦者たち」同様カーペットを設定した。

模様については、日本人がこの時代のアメリカを思い描く一つのアイコンに「チェッカーパターン」があり、展示車両の下にチェッカーパターンのカーペットを敷き、展示車に多用されたメッキパーツにパターンが映りこむように工夫した(図31-32)。



写真31



写真32

また車両解説パネルも縁取りをチェッカーパターンにし、クルマの背面を見てもらうために、解説パネルを取って車両後方に配置した(写真33)。

◆副展示物

今回はフルサイズの車両の背面も見て貰えるよう、クルマ同士の間隔を従来より広げたため展示車両は9台が最大であった。代わりに、クロージングメッセージを記述した壁面の一角に、当館収蔵の1/18スケールモデルの中で、特徴的なテールフィンを持つ車両を、全て背面を向けて展示。中央には1948年と1959年のキャデラックを背面が向い合せになるように展示し、ここでもシンボリックに演出した(写真34-37)。



写真33

こうして、展示台数は少ないが、会場一杯に華のある演出をしながら、テールフィンが生まれた背景がなるべくお客様に伝わるような工夫を凝らした展示室が出来上がった(写真38-40)。

(9) その他

◆連動展示

企画展示室が1950年代のアメリカ車を中心に展示したので、文化館エントランスには、1980年代の特徴的はアメリカ車、デロリアン DMC-12(1981)と、キャデラック アランテ(1984)を展示。デロリアンは、シャシーはロータス、デザインはジウジアーロ、生産は北アイルランドと多国籍で、アランテもイタリアのピニンファリーナでホワイトボディまで生産し、専用の空輸機でデトロイトまで輸送した後にファイナル組付けと、ある意味世界を股にかけたクルマたちである(写真41-42)。



写真34



写真35



写真36



写真37



写真38



写真39



写真40



写真41



写真42

◆BGM

今回は1950年代ということで、アメリカの当時のヒット曲にフューチャーして、30曲ほど選曲。最後の3曲は連動展示車に絡めて80年代の米国のヒット曲、展示車が登場した映画やプロモーションビデオに使われた曲を選定した(写真43)。



写真43

3 オープン後の反響

会期前からコロナ禍の第4波が襲来し、来館者数は思ったように回復しないため、当然企画展示室に訪れる人も絶対数は少なかった。但し当初の、この展示室にいる間だけでも楽しい時間を過ごして欲しいとの思いや、比較的華やかな展示レイアウトが功を奏したのか、お客様が、笑顔に溢れた感じを受けた。前回のモータースポーツをテーマとした企画展(弛まぬ挑戦者たち)は、モータースポーツ関係が好きなお客さんには大変好評ではあったものの、そこに興味をあまり持たれないお客様は素通りされる光景も多々見られた。それに対し今回は、比較的分かり易い内容と展示、チェッカーマークがメッキに映り込み、照明がメッキを更に輝かせるなど、今まで以上に“映え”のポイントになったようで、自撮りをする若い方が多数見えたことも、少しでもクルマファンを増やすきっかけになれば、との思いが通じたのではないかと感じとれた。

また正面を飾るフルサイズは全てオープンであったことから、ブランド毎の内装の違いや、国内ではあまり見られないエドセルを(過去の企画展でも登場はしたが)、主役級で配置したことで興味深げに眺める方々、ストーリーパネルを順に読んで頷かれる方、当時画像に見覚えのあるファストフードチェーンのシンボルを見つけて喜ばれる方など、様々に楽しんでおられる姿が印象的であった(写真44-54)。筆者も、今回の明るい展示会場が気に入り、ほぼ毎日足を運んでお客様の反応を見たり、時には話しかけて、この展示の狙いや、この時代のアメリカ車のユニークな給油口を紹介したりと、小規模ではあるが共感されるように努めた。

またBGMを口ずさむお客様が多かったのも特徴的であった。会期最終日には、全てのパーティションを取り去り、お客様がもっと間近で見られるように、また時間を決めてフードやドアを開けて、普段見ることができないところを見てもらうなどの配慮も行った(写真55-57)。最終日に印象的であったのは、筆者と同年代と思われるご夫婦から、「この展示を考えた人に御礼を言いたい。コロナ禍で鬱屈している中だが、この展示会場はそれを忘れさせるくらい、明るい雰囲気させてくれる」と大変ありがたいお言葉を頂いた。これこそ、一連の学芸活動が、何のために、誰のためにを、改めて思い出させる言葉として非常に心に残った。



写真44



写真45



写真46



写真47



写真48



写真49



写真50



写真51



写真52



写真53



写真54



写真55



写真56



写真57

4 今後の展望

今回は前回企画展の反省として、キャプション類の誤字・脱字の再発防止として企画者二人で相互チェックしたこともあり、お客様や館内からの指摘もなく、やはり基本動作を忠実に守ることが重要であると実感した。この企画展以降の夏、秋冬展は別の学芸スタッフが担当することになっており、久々に一球入魂で取り組めたのも、今一度、何のためにやっているかを見返す機会ともなった。

生涯学習の場である博物館として「学びの場」を提供するものの、一方的な発信ではなく、同意や笑顔を含めて共感して頂けるような工夫が必要だと強く感じた。もちろん、こういった場を通じて社内の教育や、弊社のブランド価値を上げる一助にもなりえることを忘れずに「会社のため、社会のため、未来のため」に今出来る事を時を逃さずコツコツと、を来期の学芸活動の目標に、あらためて、学芸の存在意義を知らしめる創意工夫に、来期も取り組むべきと考える(写真58)。



写真58

■企画展「テールフィン・ラブ ～世界を変えた、あの流行をふり返る～」 担当スタッフ

企画統括：増茂浩之(副館長)

展示企画：早川直樹(学芸グループ)

展示車両整備：山田章、小橋正典、足立隆博、中田浩信、坪倉喜美男、安藤美登、廣瀬敏也(学芸グループ整備室)

製作：電広エイジェンシー

画像提供：Getty Images、PPS通信

■参考文献、サイト

- ▶文 献：「絶版車カタログ アメリカンスペシャル号 外車編 1945-1995」 英知出版(1999年3月)
「MOTOWN 世界を変えた自動車メーカー GMの百年史」 ネコ・パブリッシング(2008年8月)
- ▶サイト：「M-BASE 第89回 戦後のアメリカンコンパクトカー (1)」
<http://www.mikipress.com/m-base/2019/12/89-1.html> (2021年1月)
- 「M-BASE 第32回 1950年代のアメリカンドリームカー (1)」
<http://www.mikipress.com/m-base/2015/03/32.html> (2021年1月)
- 「M-BASE 第42回 1950年代キャデラックのドリームカー」
<http://www.mikipress.com/m-base/2016/01/42-1.html> (2021年2月)

資 料

【展示車両】

展示車	年式	所 蔵	展示車	年式	所 蔵
フォード フェアレーン サンライナー	1956	トヨタ博物館	コニー グッピー スポーツ AF8型	1962	トヨタ博物館
ランブラー アメリカン スーパー	1958	トヨタ博物館	エドセル サイテーション コンバーチブル	1958	トヨタ博物館
ナッシュ メトロポリタン コンバーチブル	1954	トヨタ博物館	シボレー インパラ コンバーチブル	1959	トヨタ博物館
メルセデス ベンツ 300d W189型	1961	トヨタ博物館	キャデラック 62 コンバーチブル	1959	MEGA WEB
トヨペット クラウン RS-L型	1958	トヨタ博物館			

【副展示物】

1/18ミニチュアカー	年式	所 蔵	1/18ミニチュアカー	年式	所 蔵
ビュイック ル セーバー	1951	トヨタ博物館	キャデラック エルドラド プロアム	1957	トヨタ博物館
キャデラック エルドラド コンバーチブル	1953	トヨタ博物館	クライスラー 300C コンバーチブル	1957	トヨタ博物館
シボレー コルベット	1953	トヨタ博物館	スチュードベイクー ゴールデンホーク	1957	トヨタ博物館
ビュイック スカイラーク コンバーチブル	1953	トヨタ博物館	ポンティアック ボンネビル コンバーチブル	1957	トヨタ博物館
シボレー ベルエア クーペ	1954	トヨタ博物館	フォード フェアレーン 500 スカイライナー	1957	トヨタ博物館
シボレー ベルエア セダン	1955	トヨタ博物館	エドセル サイテーション コンバーチブル	1958	トヨタ博物館
フォード フェアレーン クラウン ビクトリア	1955	トヨタ博物館	シボレー インパラ コンバーチブル	1960	トヨタ博物館
シボレー ベルエア スポーツ クーペ	1956	トヨタ博物館	キャデラック 62 クーペ ドゥビル	1949	トヨタ博物館
フォード サンダーバード	1956	トヨタ博物館	キャデラック 62 コンバーチブル	1959	トヨタ博物館

雑 誌	発行年月	表紙に写る人物	所 蔵
Saturday Evening Post	1950.1.28号		トヨタ博物館
Saturday Evening Post	1951.8.4号		トヨタ博物館
Saturday Evening Post	1951.9.18号		トヨタ博物館
LIFE	1951.9.10号	吉田茂元首相、1951年9月8日のサンフランシスコ平和条約、日米安保条約締結直後	トヨタ博物館
Saturday Evening Post	1952.8.16号		トヨタ博物館
Saturday Evening Post	1953.2.14号	ビング・クロスビー、「クリスマスソングの王様」と言われた歌手	トヨタ博物館
Saturday Evening Post	1954.12.11号		トヨタ博物館
Saturday Evening Post	1956.8.4号	ウォーリー・ウェストモア、ハリウッドのメイクアップアーティスト	トヨタ博物館
Saturday Evening Post	1956.9.15号	ロッキー・マルシアノ、ボクシング世界ヘビー級王者史上、唯一全勝無敗のまま引退した第19代世界ヘビー級王者	トヨタ博物館
Saturday Evening Post	1957.8.24号		トヨタ博物館
Saturday Evening Post	1958.11.15号		トヨタ博物館
LIFE	1959.8.24号	後の第35代アメリカ合衆国大統領のジョン・F・ケネディと妻のジャクリーン・リー・ブーヴィエ・ケネディ	トヨタ博物館
LIFE	1959.9.14号	アメリカ合衆国初の有人宇宙飛行計画「マーキュリー計画」の宇宙飛行士に選ばれた7人(スコット・カーペンター、ゴードン・クーパー、ジョン・グレン、ガス・グリソム、ウォーリー・シラー、アラン・シェパード、ドナルド・スレイトン) ※シェパードがアメリカ初の有人飛行成功(1961.5.5)	トヨタ博物館
LIFE	1959.12.28号		トヨタ博物館

企画展「テールフィン・ラブ」関連レクチャー

実施日：2021年5月15日(土)、7月3日(土) 場所：ホール、企画展示室からライブ配信

佐藤 友美(副館長 兼 館企画グループ長)

1 開催の背景

当館では常設展示や企画展示では「現物がモノ語る」ことを重視し、会場内での解説は最小限にとどめている。加えて展示の歴史的・社会的背景は展示だけでは表現することができない部分も多くあることから、それらの理解を深めるために、走行披露やワークショップ、有識者や当館館員によるレクチャーなどの関連イベントを実施している。とくにその領域の専門家によるレクチャーは、広報やお客様へのサービスという側面だけでなく、当館展示や活動に関する示唆、当館館員の知見の蓄積、人脈づくり、関係者への波及効果という面でも意義深い。2019年の当館の開館30周年の際は「クルマ文化資料室」の開館とあわせ「移動は文化」をテーマに、港千尋氏、松任谷正隆氏、池田まゆみ氏、鈴木一義氏、池沢早人師氏にレクチャーいただき、幅広い視野から当館展示や自動車文化にかんする議論を展開することができた(佐藤 2020)。

コロナ禍のため当館は2020年3-5月は休館し、同年6月からは展示公開は再開したものの、関連イベントの実施は密集・密接を避けるために年内は控えていた。この間、クラシックカー・フェスティバルのオンライン配信などの実績も積み、2021年に入ったところで、安全・安心にできることから関連イベントも復活させるという方向性を定め、2021年4月から始まる企画展「テールフィン・ラブ」で関連レクチャーを実施することになった。

2 企画・準備段階

企画展の内容は、テールフィンに代表される1950～60年代のアメリカ車の展示と社会背景の紹介である。この時代は世界中を席捲した華やかなアメリカン・カルチャーの象徴として一般にはイメージされるが、それが生み出されたプロセスは政治的、社会的な要因が複雑に絡んでいる。とくにアメリカの自動車産業は自動車そのものだけでなく、American Way of Living全般に大きな影響を与えている(柏木 2000)。そこでこの企画展示を契機としてより広い知見を得るため、自動車に関しては自動車ジャーナリストの伊東和彦氏に、デザインから派生する社会や文化については、近代デザイン評論の第一人者である柏木博氏にレクチャーを依頼することになった。

当初は伊東氏レクチャーを5月15日(土)、柏木氏レクチャーを6月19日(土)に、現地聴講とライブ配信で実施する予定であった。しかし、準備中に新型コロナウイルスの感染拡大がすすみ、緊急事態宣言が発令された場合の想定が必要となった。企画展の会期は7月4日までのためこの会期内の実施を優先し、伊東氏レクチャーは4月の時点で現地聴講をとりやめた。結果的に5月15日は愛知県で緊急事態宣言が発令され、予定どおりライブ配信のみで実施した。柏木氏は県外移動のリスクを踏まえて6月19日はいったんキャンセルしたが、6月下旬には緊急事態宣言が解除される見込みとなり、この頃にはワクチン接種もすすんでいったことから、会期終了前日に現地聴講とライブ配信の両方で実施した。

3 実施概要

- 5月15日(土) 「テールフィン旋風:それはどこからやってきた?」 伊東和彦氏(自動車ジャーナリスト)
 - ▶内 容 自動車開発史から見たテールフィンの誕生と経緯について
 - ▶スケジュール 15時30分～16時30分 伊東氏レクチャー
 - 16時30分～16時55分 鼎談 伊東氏、布垣館長、増茂副館長
 - 17時 ～17時30分 企画展示室中継 伊東氏、布垣館長
 - ▶ライブ配信 トヨタ博物館公式YouTubeチャンネル 事前申込不要、定員なし

- ▶配信方法 Zoom画面をYouTube配信
レクチャー&鼎談(PC3台)、実況(スマートフォン)
- ▶現地聴講 現地聴講なし(当日が愛知県で緊急事態宣言の発令中となったため)
- ▶配信結果 視聴者数303人、最大視聴者数60人 平均視聴時間約9分
- ▶広報 トヨタ博物館ホームページ(4/26、URLは5/10に公開)、トヨタ博物館Facebook/Twitter(各2回)
- ▶評価方法 視聴者へ個人的にヒアリング
- ▶全体評価
 - ・レクチャーのZoomとYouTubeでのライブ中継は初トライであったが、大きな事故もなく終了
 - ・配信方法や現地聴講可否判断のため、告知が遅れた
 - ・企画展示室からは有線動画配信ができないと判断しプロ撮影を断念。スマートフォンでzoomを採用
 - ・好評の意見が多かったが「時間が長い」「レクチャー映像に変化がない」などのご意見もあり

■7月3日(土) 「テールフィンの時代とアメリカン・デザイン」

柏木博氏(武蔵野美術大学名誉教授 近代デザイン史)

- ▶内容 自動車産業がAmerican Way of Livingのイメージに影響を与え、世界中に浸透させた歴史など
- ▶スケジュール 16時~16時50分 柏木氏レクチャー
17時~17時30分 企画展示室中継 柏木氏、布垣館長
- ▶ライブ配信 トヨタ博物館公式YouTubeチャンネル 事前申込不要、定員なし
- ▶配信方法 撮影を外部委託、YouTube配信
レクチャーはパソコン画面にワイプや、画面切替などを実施
YouTubeのチャットで質問募集(書き込み5人)
- ▶現地聴講 定員50人 41人応募、当日聴講者26人
- ▶配信結果 視聴者数232人、最大視聴者数70人 平均視聴時間約38分
- ▶広報 トヨタ博物館ホームページ(5/27、現地聴講6/21)FB/Twitter(各4回)、トヨタ自動車社内HP
中日・読売に告知記事(2週間前にプレスメール展開)、口コミ
- ▶評価方法 MSフォームによるアンケート実施
現地聴講者n=12(当日配布聴講券にQRコード)
ライブ配信視聴者n=13 (当日YouTubeチャットにURL貼付)
- ▶全体評価
 - ・自動車産業にとどまらない当時の社会的背景を、映像や画像を交えながら説明
企画展を補完する充実の内容
 - ・前回の反省を踏まえ、時間を短縮し、企画展示室も有線延長しプロ撮影を実施、
平均視聴時間が大幅に伸びた
 - ・一方、車を映すべき場面で出演者を映す、動画が乱れるなどのトラブル等あり
 - ・当日は大雨で柏木先生の到着も予定より遅れたほか、聴講者の欠席も目立った
 - ・Microsoft Formsが使用可になり、申込やアンケートに活用。

4 評価

久しぶりの関連イベント、加えてレクチャーのライブ配信は初の試みであったが、視聴者数、現地動員数もまずまずの結果だったといえる。レクチャー内容については伊東氏、柏木氏とも、当時の自動車開発史、あるいはアメリカン・カルチャーに自動車産業が及ぼした強い影響などの社会的背景を紹介、明るく華やかなテールフィンが生み出された文脈を語っていただき、企画展の内容に深みを与えていただいた。

構成の面では、1回目はレクチャー、鼎談、展示室中継という3部構成にし、またレクチャー・鼎談はZoomでPCカメラを使用したところ、時間が長くなったこと、画面に変化がなく、中だるみをしたというご意見もいただいた。このため2回目は、レクチャー、展示室中継の2部構成とし時間を短縮、また撮影をプロのカメラマンに依頼してZoomを使用せずYoutubeへの直接配信とし、画面切り替えも外注した結果、画質もよく、画面の変化もあり、平均視聴時間も1回目の9分から38分へ大幅に伸びた。しかし企画展示室からの中継は、学芸スタッフがスマートフォンで撮影を担当した第1回の方が、内製感はあるふれていたものの、講師の内容を理解しながら臨期応変に展示車両や話し手を映していくという点では的確にできたという面もあった。

2回目は、Microsoft Formsで現地聴講、オンライン双方の視聴者にアンケートを実施し、それぞれ12人(聴講者総数26人)、13人(視聴者総数232人)の回答があった。WEBアンケートは集計の手間がなく、即時に結果がわかるという点ではかなりのメリットがあるが、回収率には課題がのこった。回答のうち興味深かったのは「レクチャーの長さ」の質問で評価が分かれたことで、現地聴講は「ちょうどいい」75%、「やや短い」25%に対し、オンラインでは「ちょうどいい」77%、「やや長い」23%という結果であった。今後のオンライン、あるいはハイブリッドでの配信をする場合にはそこを踏まえて企画すべきだという知見を得た。

現地聴講では、まずは来館して博物館の雰囲気を知り、展示を見たうえで、講師の表情に直にふれながら、または他の参加者の反応も見ながら話を聞くというトータルなプロセスがあり、知識の定着となる。それはリアル体験の醍醐味であろう。一方、オンラインは世界中どこにいても視聴でき、今までは参加できなかった層への訴求につながるという利便性がある。今回も日本各地はもとより、アメリカやフランスからの聴講もあった。コロナ禍ではからずも普及したオンライン配信ではあるが、現地体験と比較した双方のメリット、デメリットを十分考慮したうえで、今後もうまく活用していければと考える。



写真1 伊東和彦氏 企画展示室中継



写真2 柏木博氏 企画展示室中継

- 「テールフィン・ラブ」関連レクチャー ライブ配信 担当スタッフ
トヨタ博物館側出演者：布垣直昭(館長)、増茂浩之(副館長兼学芸グループ長)
企画展示室動画撮影：平田雅己(学芸グループ) *5月15日分
企画・運営：佐藤友美(副館長兼館企画グループ長)
配信・撮影協力：ひまわりネットワーク

■参考文献

- 柏木 博 2000 「アメリカン・デザインの総合戦略」『図録「アメリカン・ドリーム」展』愛知県美術館/中日新聞社 pp.16-23
- 佐藤友美 2020 「トヨタ博物館開館30周年」『トヨタ博物館 年報 2019』トヨタ博物館、pp.9-14

企画展「トヨタ博物館でSDGsを考える」

期間：2021年7月16日(金)～10月7日(日) 場所：文化館 2F 企画展示室

藤井 麻希(学芸グループ)

1 企画の狙い

国連に加盟する世界193カ国は2030年までにSDGs*を達成しようと合意した。たった残り8年だ。博物館にとって“Sustainability”は、大きなテーマであり、使命でもあると考える。私たちは、歴史文化を末長く後世に伝える事を通じ、持続可能な将来を考える装置が博物館といえるのではないかと考え、このテーマで企画展を実施することにした。技術革新だけでは未来を変えることはできない。私たちの一つひとつの選択が、どんな些細なことでも、未来を変えていく。歴史や現実を知ること、意識して選択すること、行動を変えていくことが必要だと思っている。そのためこの企画展では、SDGsとは何か、わたしたちができる身近なことはどのようなことかを紹介し、生活の中で、自分ができるところから日常的に取り組んでもらえるように考えた。そしてそこに、自動車博物館として独自の視点も入れ、取り組むことにした。

*Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)

2 実施内容

(1)企画展

展示は大きく3つのゾーンに分けた。最初のゾーンは導入とし、SDGsとはなにかを、2030年アジェンダを含め、アイコン、目標、ターゲットについて、私たちが最近見聞きするものを分かりやすく伝えた。次のゾーンでは、17の目標の解説と私たちが身近でできることの一例を紹介した。各目標については、SDGsの一つの考え方である「ウェディングケーキモデル」の考えに沿って配置した。最後のゾーンでは、より詳しく知りたい人のために、169のターゲットを紹介した。来場者に自分が取り組む目標と内容を書いてもらい、掲示するスペースを当初計画していたが、新型コロナウイルス感染症対策のため、実施できなかった。今回、展示パネルの素材を環境に配慮した、集積材、段ボールにした。



図1 ウェディングケーキモデル
ストックホルム・レジリエンス・センターの
ヨハン・ロックストローム氏らによって提唱



写真1 企画展示室



写真2 導入のパネル



写真3 17目標のパネル

展示物は、各説明パネルと以下車両3台であった。特に人力車については、自動車の博物館として、SDGsの象徴となるものは何かを館長を含めメンバーで深く考えた結果であった。日本人が発明したと言われる人力車を選んだのは、SDGsの課題に当てはめると、当時の様々な課題を解決していたことが分かったからであった。もちろん良いことばかりではなく、人力車の時代には戻れないが、原点に立ち返り、生き方を見直すヒントを与えてくれるのかもしれない、ということで展示をした。

- トヨタ MIRAI(2020)
カーボンニュートラルの代表的車種として展示。
- トヨタ ヤリス(ハイブリッド) (2020)
非常時に移動する電源としても活用できる電動車の一例として展示。 ※アクセサリコンセントはメーカーオプション
- 人力車(明治中期)
日本発祥の初期のモビリティで移動の促進や雇用の受け皿でもあり、様々な社会的課題の解決に貢献した。SDGsに対し示唆に富んだ一台として展示。



写真4 トヨタ MIRAI

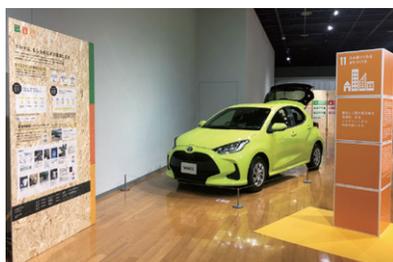


写真5 トヨタ ヤリス(ハイブリッド)



写真6 人力車

(2)関連活動

①ワークブックの作成

SDGsの基本情報、17の目標と169ターゲット、身近にできる活動一例を記載した冊子を作成。例年必要以上に印刷、残部を廃棄していた現状を踏まえ、印刷部数を限定し、図書室で希望する方に無料でお渡しした。



写真7 ワークブック

②ガイドツアーの実施

より理解を深めてもらう一つの選択肢とし、30分のガイドツアーを実施した。内容については、企画展のポイント、車両解説、身近に活動がしやすい目標を説明するものである。委託先のスタッフと何度も原稿をチェックし、開始後も企画担当が同行しフィードバックするなど、内容の改善に努めた。夏休み中および9月の土日の計41回実施し、288人(子供150人,大人138人)が参加された。ツアー後のアンケートによると「SDGsについてとても理解できた」、「満足」された方が約6割であった。



写真8 ガイドツアーの様子

③図書室の活用

企画展示会場内に、図書室のSDGs関連書籍を一部設置し読むことができるようにした。また図書室にSDGsの特設コーナーを設け、関連本を33冊、絵本を13冊設置した。ここでは幅広い視点からSDGsを取り上げられている本を紹介し、展示では伝えきれなかった部分を補うようにした。



写真9 展示場内の関連図書設置



写真10 図書室の特別コーナー

④館内のSDGs活動

SDGs展を機に、館内で様々な活動に取り組んだ。以下はその一例である。

期間中、カフェでは愛知県産のドライフルーツのチップが入ったフルーツティーをメニューに加えた。ドライフルーツにされた果物は、愛知県産で地産地消に、また規格外や傷ありのものを使用しており食品ロス削減につなげた。またレストランでは地産地消の食材提供、ストローを紙製に変更、当館の災害備蓄品(8種464点)を認定NPO法人に寄付するフードバンク活動などを行った。



写真11 カフェのフルーツティー



写真12 食品の寄付

⑤パネルの再利用

展示終了後に展示パネルを会社や団体のイベントなどで再利用してほしいという声を何件かいただき、一部パネルを再利用した。2021年10月24日のクラシックカー・フェスティバル(当館主催)のテーマは「サステイナブルな愛車文化が今、始まる!」で、SDGsコーナーを設置するため、企画展の一部パネルを流用、屋外展示をした。その後、豊田市商工会議所青年部主催のイベントでも屋外展示をした。パネルは段ボール製ということもあり、最終的にボロボロになったが、SDGs展にふさわしいパネルの最後であった。



写真13・14 クラシックカー・フェスティバル



写真15 豊田市商工会議所青年部主催イベント

3 評価と今後の課題

(1)評価

期間中、新型コロナウイルスのため緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が発令され、人数の単純比較はできないものの、爆発的な動員数を得た企画展ではなかった。ただし、昨今見聞きするが実は分かっていないSDGsをテーマにしたこと、その中でも見た人が取り組みやすい事柄を見出せるように企画したことなど、博物館としてこれまでにない新たな試みをした点は良かった。

来場者調査(2021年10月実施)で、SDGsについて「内容まで知っていた」は36%、「言葉だけ知っていた」は48%であった。企画展を見た人のうち、SDGsについて「興味がある」51%、「学校や職場で取り組む必要がある」が37%で、関心を持つ人が多いことも分かった。(文末参考資料参照)

来場者の様子を見ていて感じたのは、学校や職場で積極的にSDGsについて取り組まれていることである。理解を深めるためや課題に取り組むために来た人は、パネルを撮影したり、メモをとったりしながら時間をかけて展示を見ていた。そのためSDGsとは何かを説明した導入パネル前や、169ターゲットパネル前で足を止め、時間をかけて読んだり、同行者と話し合ったりする姿を見かけることも多かった。また夏休みの課題として、SDGsについて調べ、取り組みを書くという小中学生がおり、少ないながらも、これまでとは異なる新たな来場者を獲得できた。



写真16・17・18・19 展示会場での来場者の様子

(2)今後の課題

展示についていえば、今回、初めての試みということもあり、担当者自身がSDGsを理解すること、周りの環境も整っていないため様々な手続きなどに時間がかかった。そのため、展示物の調査や収集、交渉にまで手が回らず、展示資料が少なかった反省もある。

SDGsに関しては様々な意見があることは承知しているが、現状の社会課題を知り、自分ができる身近なことがあると気づき、行動をしていくには良いツールだと感じている。そのため来年度も引き続きこのテーマに挑戦したいと考えている。ただし自動車博物館としての独自の視点を維持しつつ、今回とは異なる角度からSDGsを伝え、理解を深められる実物資料を多く展示できるよう今から準備していきたい。

■文章・画像協力

国際連合広報センター、中日新聞社、SDGs169ターゲットアイコン日本版制作委員会

■企画展「トヨタ博物館でSDGsを考える」 担当スタッフ

企画統括：藤井麻希 (学芸グループ)

展示企画：小室利恵 (学芸グループ)

展示車両整備：山田章、小橋正典、足立隆博、中田浩信、坪倉喜美男、安藤美登、廣瀬敏也

製作：株式会社乃村工藝社

資料

■ポスターデザイン



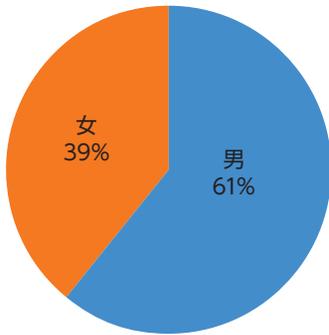
■企画展来場者調査

実施期間：2021年10月9日（土）、10日（日）、16日（土）、17日（日）

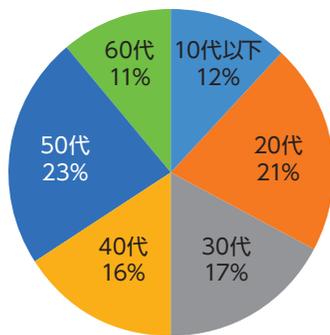
実施方法：企画展出口で声掛けをし、記入頂く。

回答数：実施数110のうち有効回答数103

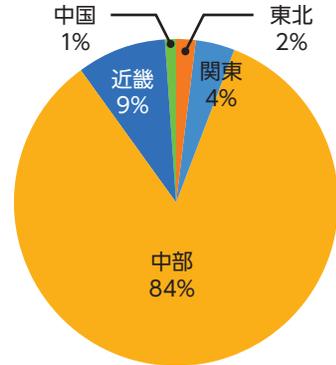
性別



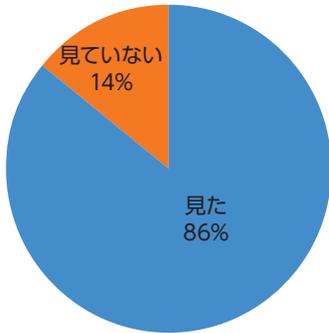
年齢



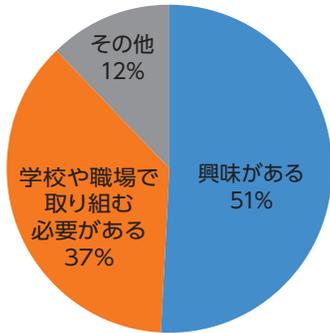
住まい



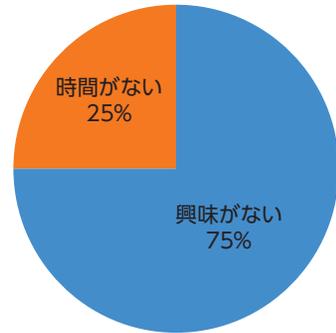
SDGs展を見たかどうか



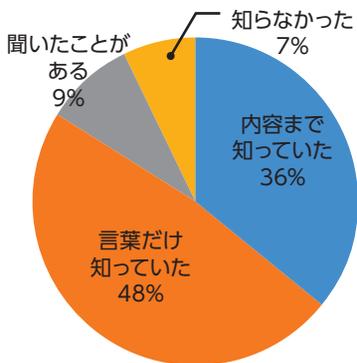
見た理由



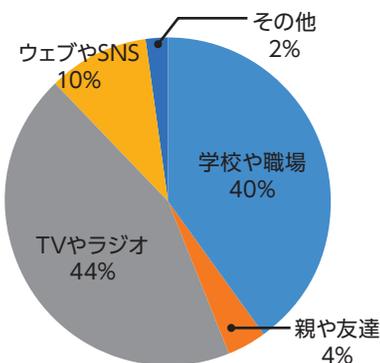
見なかった理由



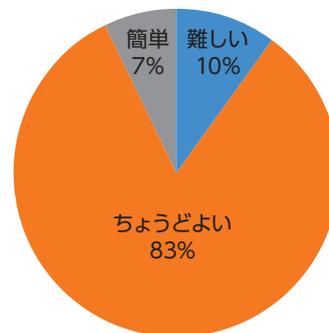
SDGsの知識



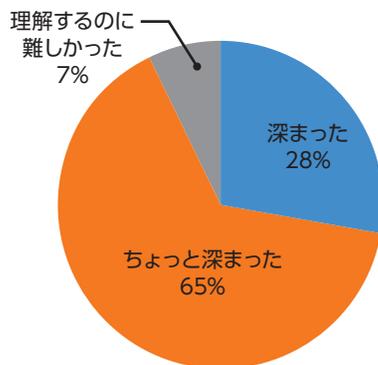
SDGsを知ったきっかけ



企画展内容



理解の深まり



第32回 トヨタ博物館 クラシックカー・フェスティバル

期間：2021年10月24日(日) 会場：愛・地球博記念公園(モリコロパーク)

野崎 正之(館企画グループ)

1 新型コロナ禍での開催

「日本におけるクルマ文化の醸成」を目的に、開館の翌年(1990年)から毎年欠かすことなく継続してきた「クラシックカー・フェスティバル(以下CCF)」が、新型コロナという荒波の影響で継続の危機を迎えた。特に、2020年は、先行き不透明ということもあり、中止もやむなしとギリギリまで追い込まれたが、「どんな環境下でも継続していく努力が大事」との最終判断で、直前中止リスクも念頭に、会場を当館に移し、参加車両を例年の1/3の50台に縮小、会場への入場も市民や年間パスポート会員等に限定して開催した。

参加者からは、多くのイベントが中止になる中、よく開催してくれたと評価されたものの、参加台数が寂しい、環境が許せば広い会場でという従来のスタイルを望む声や、やむなく入場資格を設定したことに対するご批判も少なくはなかった。そうした声を受け、2021年は、新型コロナ対策も形がある程度出来てきたこともあり、会場をモリコロパークに戻し、参加台数も増やすことで企画をスタートさせた。

2 テーマは「サステイナブルな愛車文化」

会場をモリコロパークに戻すにあたり、トヨタとして強かに推進しているSDGsの視点を全面的に取り入れることとし、開催テーマとして「サステイナブルな愛車文化」を掲げた。CCFにこれほど明確にテーマを冠するのは初めてのことで、主催者としての思いを表現した。このメッセージは“自然の叡智”をテーマとした愛・地球博(2005年日本国際博覧会)の理念にも通じるものである。

(1) イベント全体で愛車文化×SDGsを表現

- ① 30年以上前に生産された車両とは別に、電気自動車を年式問わず特別枠で募集
- ② 社内外関係者の協力を得て、パレード、会場展示をSDGsの視点で再構成

(2) ライブ配信を通じて愛車文化を広く発信

- ① 車両解説を交えたパレードのフル配信
- ② 有名タレントを起用した展示会場の紹介番組作成

表1 前回と今回の比較

	第31回(2020年)	第32回(2021年)
テーマ	新型コロナ禍でのコンパクト開催	サステイナブル
会場	トヨタ博物館	愛・地球博記念公園
参加車両台数	50台	100台
特別枠	なし	電気自動車特別枠
パレードコース	トヨタ博物館出発・到着	トヨタ博物館出発・モリコロパーク到着
企画展示	レストアコーナーのみ	SDGs関連を軸に展示拡充
ライブ配信	YouTube ライブ配信(初)	タレントを起用した番組作成(初)
入場制限	入場資格の設定(初)	入場者数制限(初)
企画来場者数	600人	8,000人

3 実施内容と評価

(1) 明確なメッセージ

キャッチコピーは、「サステイナブルな愛車文化が今、始まる」とし、チラシのデザインは、モリコロパークの青い空の下、緑の芝生の上で、クラシックカー代表のトヨタ2000GTと電気自動車代表のコンセプトカーLQが出会う構図とした。一見、新旧で相反する両車だが、SDGsの旗の下では、前者は「使う責任」、後者は「住み続けられるまちづくり」などを通じて、共にサステイナブルな社会構築というゴールを目指す仲間というメッセージである。メディアの記事でも、サステイナブルというキーワードが紹介され、狙い通りの発信となった。



図1 CCFチラシ(表面)

(2) 電気自動車が先導するパレード

パレードは、一般公募で集まった電気自動車6台^(※)がクラシックカー100台を先導する形とし、そこにペースカーとしてコンセプトカーLQ、先導車に燃料電池車MIRAI、途中のサポートカーに超小型電気自動車C+podという斬新な車列となった。先導車には、前回に引き続き吉田長久手市長に同乗をお願いし、市民へのアピールに一役買っていた。パレードに先立つ出発式では、当館の布垣館長は今回の試みを「100年前に、公道レースで電気自動車とガソリン車が覇を競ったような光景の再現」と紹介し、吉田市長も「パレードコースを緑の木陰にしたい!」と力強く呼応された。

パレードコースは、ジブリ開園に向けた工事でモリコロパークの駐車場キャパシティが減少していることもあり、当館出発で長久手市街地を通り、モリコロパークにゴールするコースとした。途中、初めて「すれ違いゾーン」を設定し、電気自動車群がクラシックカーと交流するシーンも演出した。また、マグネット式の車両ゼッケンは、SDGsの観点から、回収して次年度以降も継続利用することとした。

(※) EVデロリアン、三菱アイミーブ、GLMTミーカイヤZZ、特斯拉モデル3、ホンダe、レクサスUX300e



写真1 MIRAIに乗り込む吉田市長



写真2 スタートフラッグ



写真3 LQが先頭のパレード車列

(3) SDGs関連を中心に過去最大のイベント展示ゾーン

モリコロパークの2面の芝生広場のうち、一面を車両展示、残る一面をまるまるサイドイベントの展示会場とし、SDGs、モータースポーツを中心に展示を大幅に拡充したのが今回の特徴である。

まず、SDGsゾーンでは、パレードを終えた電気自動車や立乗り電気自動車C+walkの展示、給電パフォーマンスなどを実施した。このC+walkは、オープニングセレモニーで来賓の方々にも乗車して登壇していただいた。また、当部で推進している車中泊避難啓発イベントを大々的に実施し、多くの来場者に参加いただいた。加えて、企画展「トヨタ博物館でSDGsを考える」のパネルを再利用し、ゾーンの雰囲気盛り上げた。

モータースポーツゾーンでは、2022年秋にオープン予定の富士スピードウェイホテルとモータースポーツミュージアムを紹介した。企画段階では、WRC関連展示でゾーン全体を盛り上げる予定だったが、日本ラリーの中止で出展がなくなってしまったのが残念である。

芝生2面の使い分けについては、野外ステージがある奥側を車両展示ゾーン、手前をイベント展示ゾーンとすることで、既設設備の有効利用と賑わいの演出を狙った。とりわけ、奥の車両展示ゾーンへの往来でイベントゾーンを必ず通過する導線は、一部の展示に偏ることなく賑わいを演出でき、各出展者から期待以上の集客があったと喜ばれた。

表2 イベント展示ゾーンの構成(配置図は資料参照)

SDGs	<ul style="list-style-type: none"> ・SDGsの17の目標を分かりやすく展示解説 (SDGs 企画展の移設展示) ・パレードを終えた各種電気自動車の展示と給電パフォーマンス ・車中泊避難啓発展示
レストア	<ul style="list-style-type: none"> ・トヨタ 2000GT、A70/A80 スープラの復刻部品の展示他 ・修復中のクラシックカーや部品の展示など、レストア全般に関する相談ブース
モータースポーツ	<ul style="list-style-type: none"> ・2022年秋、富士スピードウェイ隣接地にオープン予定のホテル&ミュージアムを紹介
地域情報	<ul style="list-style-type: none"> ・愛知県都市整備協会、日本介助犬協会による情報提供



写真4 入場ゲートからの会場風景



写真5 SDGsの17の目標展示



写真6 給電パフォーマンス



写真7 車中泊避難啓発



写真8 レストア復刻部品展示



写真9 モータースポーツ展示

(4)初めての入場者数コントロール(新型コロナ対策)

同じ新型コロナ対策でも、今回は当館の敷地内、今回は愛知県の公園となるので、利用に当たり愛知県の許可が必要であった。企画当初から愛知県の指導を仰ぐ形となったが、企画が佳境を迎えた時は緊急事態宣言発出とも重なり、その調整に神経をすり減らした。対策の主なもの、①キッチンカー等の飲食ブースの断念 ②最大入場者数の設定と入場者数管理をするための会場の囲い込み ③警備マニュアルの作り込みであった。

①飲食ブースは、マスクを外す機会を設けてしまうということへの対策のハードルが高く、早い段階でギブアップした。

公園内には飲食できる店が少ないため、参加オーナーには、弁当の予約手配の便宜を図った。

②囲い込みは、本イベントは来場無料イベントのため、本来、必要はないが、入場者数を管理するということが必須要件として求められたため、2つの芝生をパイルフェンスで囲い、入場口を一か所に集約した。そして、人の間を2m確保するための面積を全体の面積で除し、6,000人という上限数字を設定、会場内の滞留人数がこれを超えないよう制限することにした。

③スムーズな誘導のためのスタッフの配置や、3密防止のための場内アナウンスなどを運営マニュアルに盛り込んだ。

会場内の滞留人数が最大許容人数を超えることがなかったため、入場制限を実施することはなかったが、副産物として、初めて正確な来場者数を実測することができた。これまでは、公園の駐車台数等から推計していたが、今回の実測値と比較すると、実態より過大に推計されてきたと思われる。

(5)費用対効果に課題を残したライブ配信

ライブ配信は、前回のCCFで入場者を大幅に限定せざるを得なかった対策として初めたもので、視聴回数は1.4万回とまずまずの結果を残せた。進行をそのまま配信するだけで、これだけの数字を取れるということに気をよくして、魅力的な番組づくりに力を入れれば、はるかに多くの視聴者が獲得できるのではないかと、そうすればグローバルイベントへの脱皮も夢ではない、という野心が生じた。

そのため、第一部[8:30～10:00]は「時代を超えた愛車がパレード走行!」と称して全参加車両のスタート風景を生中継、第二部[13:00～14:30]は、キャインのウド鈴木さんを招聘し、「愛車集結!ウド鈴木が突撃取材!」という生番組を制作した。また、SNS広告を通じて積極的に事前告知したり、番組内でプレゼント応募を実施したりと、視聴者の確保のため注力した。

ところが、事は狙い通りには進まず、配信過程で想定外の大きなトラブルに見舞われた。番組としては企画通りに制作できたものの、YouTubeチャンネルで一番大事な最初の30分弱の間、まったく配信できなかったのである。遅れて配信を開始したものの、離脱してしまった視聴者も多くいると思われ、視聴回数は前回より増加するどころか、逆に前回の半数に留まった。投入した費用、工数に対して、大変残念な結果である。配信遅れだけがその要因ではないが、生配信リスクを改めて認識するとともに、生配信する目的や意義、効果を再考させられた。



写真10 パレード中継ブース(トヨタ博物館)



写真11 ウド鈴木取材風景①



写真12 ウド鈴木取材風景②

更に、参加車両のフロントガラスに大きく店の広告が表示されている車両があり、視聴者から厳しいご指摘をいただいた。これは、CCFで禁止している営業行為であり、道路運送車両法に抵触するものでもあった。CCFへの参加に際しては、車検証の写しや車両の写真等で事前審査してきたが、当日のチェック体制に不備があったと反省している。

4 次回に向けて

今回のイベントは、初めての試みも多く、企画運営面での苦労や進行面での小さなトラブルもあったが、参加オーナー、一般来場者、出展者、館員スタッフから総じて高い評価をいただくことができた。協力・支援いただいた行政や社内外の関係者に感謝したい。次回以降の改善すべき事項として、次の3点を申し送りたい。

- ①ライブ配信の必要性、費用対効果の再検証(録画方式も視野)
- ②当日の車両チェック体制の強化(車両チェック表を作成し、問題のある車両は参加を断る)
- ③進行面のトラブルが再発しないよう、運営マニュアルを改善(運営スタッフの目線で進行要領を記載)

最後に、ここ2回のCCFは新型コロナ禍での開催ということで、走行披露や記念乗車、キッチンカーといったコロナ禍前は定番であったお祭りのようなコンテンツを選択と集中の観点から諦めてきた。CCFは「クラシックカー・イベント」ではなく「クラシックカー・フェスティバル」である。フェスティバルである以上、シンプルに「参加して楽しい!!!」ことが基本であり、今後とも“Fun to Join”を追求しつつ、新しいCCFの形を模索し続けたい。

■第32回トヨタ博物館 クラシックカー・フェスティバル 担当スタッフ

全体統括：布垣直昭（館長）、佐藤友美（副館長）

企画運営：野崎正之、伊田直代（館企画グループ）

ライブ中継解説：増茂浩之、平田雅己（学芸グループ）

運営配信協力：電広エイジェンシー、ひまわりネットワーク

資料

<資料1> 開催概要

プログラム	時間	内容
クラシックカーパレード	8:30~10:45	日米欧の一般参加車両約100台が長久手市内の公道約14kmをパレード 〔トヨタ博物館～脇交差点～市ヶ洞交差点～竹の山中央交差点～ 根嶽交差点～脇交差点～西原交差点～長久手温泉ござらっせ～ 愛・地球博記念公園〕
車両展示・交流	9:30～16:00	パレードを終えた一般参加車両約100台を一堂展示
イベントゾーン	9:30～16:00	SDGsゾーン(17の目標展示、各種電気自動車の展示、車中泊避難啓発) レストアゾーン(GR復刻備品の紹介、レストアよろず相談) モータースポーツゾーン(富士スピードウェイホテル&ミュージアム) 地域情報ゾーン
ライブ配信	8:30～10:00 13:00～14:30	YouTube(GAZOO公式チャンネル)、ひまわりテレビ(ひまわり11)でパレード・ 会場の様子を生中継。 第1部 [8:30～10:00] 時代を超えた愛車がパレード走行! 第2部 [13:00～14:30] 愛車集結!ウド鈴木が突撃取材!

<資料2> パレードコース



企画展「激走!!2.5次元 ヴオオーン!! WRC日本車挑戦の軌跡」

期間：2021年10月30日(土)～2022年4月17日(日) 場所：文化館2F 企画展示室

鳥居 十和樹(学芸グループ)

1 企画のねらい

残念ながらコロナ禍のため再度延期となったが、2021年秋には2010年以来11年ぶりにWRC ラリー・ジャパンが開催される予定であった。加えて過去6度の北海道開催と異なり今回は愛知・岐阜両県が舞台。トヨタ博物館からわずか2kmの愛・地球博記念公園ではパワーステージも予定されていた。過去何度もトヨタのラリー車を展示してきた我々としても地元盛り上げの一翼を担うべくWRCをテーマとして取り上げ、十分には知られていない日本車の50年に及ぶ挑戦の軌跡を伝えることとした。

テーマ選定にあたっては若年層の吸引も意識した。昨秋から今年春まで開催していた「トヨタモータースポーツ列伝 弛まぬ挑戦者たち」でも見られたが、昨今クルマへの関心がそれほど高くない若者がモータースポーツ車両の展示には多く来館し、特に市販車両のイメージを残すラリー車に強い興味を示す傾向があり、WRCをきっかけに広くクルマへの関心を喚起したい思いもあった。三つ目のねらいは、極めて内輪的なものだが、新たな展示手法の試行である。モータースポーツ車両の展示に当たってはこれまでレースシーン画像を背景に用いることが多くパターン化していた。そこで今回の企画展ではこれを打ち破る斬新な展示空間の創出にチャレンジすることとした。

2 取り組み事項 ①展示コンテンツ

(1)自動車メーカー他社との協業

1973年に始まったWRCにはこれまで日本メーカー7社が参戦してきた。50年の挑戦の軌跡をテーマにする以上、できればこれら全メーカーの車両を展示したい。企画の骨子を固めつつ各社の収蔵車両を調べた上で借用希望車両を絞り込み、企画の説明とともに各社に相談したところ全社から快い返事を頂くことができ希望通りの車両を借用させていただくことができた。また、企画展に合わせてトヨタ博物館文化館エントランスにJWRC車や全日本ラリー車なども期間中入れ替え展示を計画したがこちらにも各社ご協力いただいた他、トヨタ博物館のご近所の(株)ラックにも車両と実戦車載映像をご提供いただくことになった。展示車両の全容は図1の通りである。

また、各社には借用車両の詳細情報だけでなく参戦時の社内記録や社内報、メディア取材記事など様々な資料のご提供の他、展示会場に設営する解説パネルの校閲にもご協力いただいた。

[本展示：2F企画展示室]

社名	車両	参戦年	社名	車両	参戦年	社名	車両	参戦年
日産	 ダットサン240Z HLS30	1973	三菱	 コルトランサー 1600GSR A72	1974	マツダ	 RX-7	1979
	 バイオレット PA10	1982		 ランサーエボリューションVI	2001	トヨタ	 セリカTCT TA64	1985
SUBARU	 インプレッサ555	1996	スズキ	 SX4 WR-Car	2008		 セリカGT-FOUR ST165	1990
	 レガシィRS	1993	ダイハツ	 シャレードG10	1982		 カローラ WR-Car	1997

[連動展示：1Fエントランス]

社名	車両	参戦年	社名	車両	参戦年	社名	車両	参戦年
スズキ	 スイフト JWRC	2007	SUBARU (株)ラック	 WRX STI 全日本ラリー車	2014	トヨタ	 ヤリスWRC (レプリカ)	-
ダイハツ	 シャレードGT-ti G100	1993	トヨタ	 セリカGT-FOUR ST185	1993		 GRヤリス 全日本ラリー車	2021
マツダ	 RX-7EVO Gr.B	1985			 MR 222D Gr.S 試作車	1985		

図1 展示車両一覧

(2)WRC初心者の若年層を取り込む

前述のように今回のねらいの一つは人気ある市販車に形の似たラリー車を展示することで若年層を呼び込みたいというものである。当然ながらこうしたターゲット層はWRCについての知識は持ち合わせていない。そのため、彼ら向けに基礎的なWRCの解説パネルを設置した。

- a)WRCとは WRCの成り立ちとその歴史の中での日本車の挑戦を概説
- b)WRC50年史 6つの車両規定時代の解説と各時代の日本車の活躍
- c)WRC Winners 1973年から2021年まで全戦の優勝車両/チーム/ドライバーの記録



写真1 WRCとは



写真2 WRC50年史



写真3 WRC Winners

初心者向けに設置したこれらのパネルはWRCファンにもアピールしたようで、会期を通してじっくりと眺める方々が見られた他、ファンらしき方々がグループでWRC Winnersを前に20分程度も談笑している姿も度々見られた。

(3)メーカーの想いを伝える

自動車メーカーが運営する博物館としては、50年間の日本車の挑戦を各社の参戦概要、記録、車両だけでなくその参戦目的も添えて伝えたい。そこでメーカーパネルの冒頭には各社の言葉を使って過酷なWRCに何故挑戦するのかを大きく表示することにした。ここで引用した各社の言葉は社史、商品カタログ、社内誌、雑誌取材記事などから抽出した。メーカーの言葉はそれぞれだが、その底にある考えには相通ずるものがある。会場出口にはその共通の想いを1枚のパネルにまとめ、We Race. You Win.というコピーに落とし込んだ。これによりWRCに限らず、自動車メーカーがモータースポーツにワークス参戦する理由を察して頂けたのなら嬉しい。なお、We Race. You Win.は僭越ながらトヨタが1990年代のWRC参戦時に海外で用いていた宣伝コピーであるが、今回各メーカーの想いをサマリーするのに相応しいと考えて採用したものである。



写真4 日産パネル



写真5 三菱パネル

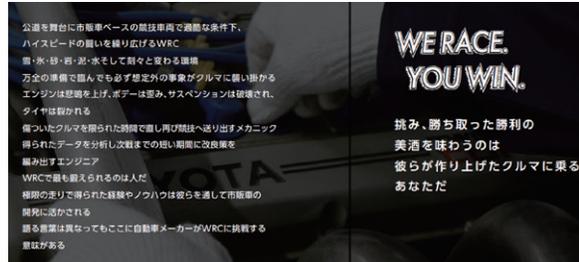


写真6 エンディングパネル

3 取り組み事項 ②空間づくり

(1)当初の2つの方向性

新たな展示空間づくりの大前提として、車両の背景にはラリーシーン画像や車両画像は用いないことにした。これまでの車両展示の常套手段である上、WRCの場合は関連写真の著作権が競技組織に独占されており権利料の支払いが発生する。額の多寡に関わらず企画担当者としては癪であったことも理由のひとつだった。その上でWRCの迫力や過酷さが伝わり実車との親和性もあり、かつターゲットの若年層に新鮮な驚きを持って受け止められる斬新な空間を目指し当初から様々なアイデアを検討した結果2つの方向性に落ち着いた。

方向性(A)スポーツ専門グラフィック雑誌調

WRCをリアルスポーツの一つとして扱いモノクロ写真をベースに参戦するメーカー、チームの苦闘を人に焦点を当ててドキュメンタリー風空間を創出する。

方向性(B)コミック調

アメリカン・コミック風のヒップホップな背景画と大げさな擬音語で展示車両が飛び出すような2次元+3次元演出によりダイナミズム溢れる空間を創る。



写真7 方向性A



写真8 方向性B

(2) 第3の方向性決定

企画チーム内で2方向を検討した結果、斬新さ不足の面で方向性Aは棄却。一方BについてもWRC展としての空間がイメージし辛いとの声もあり、コミック方向としながらも具体的なモチーフを再検討することとなった。その過程で‘ワールドジャパン’の代表的コンテンツである‘マンガ’を採用するアイデアが出された。古くからクルマやレース、ラリーを取り上げたマンガ作品は多く今回のテーマと親和性がある上、実車と組み合わせた展示は少なく新鮮さでも訴求力は期待できる。そこで企画チームのラフを基に制作会社と議論を重ね画風を創りこんでいった。



写真9 企画チーム作のラフ

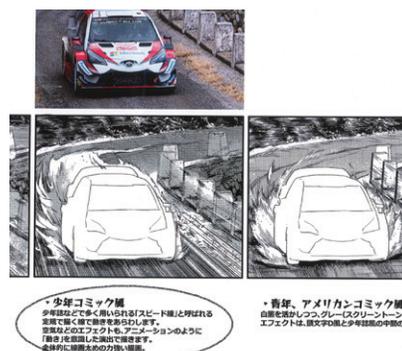


写真10 画風の検討

(3) ジオラマを用いた展示検討

制作会社と画風やコーナー毎のモチーフを検討し全背景画の仕様を確定した後は、作家による描きおろし作業を待ちながらジオラマを作成し車両のレイアウト検討を重ねた。これにより設営時には予め決定した見切り線を基に作業することにより大幅な時間短縮が可能となった。またジオラマ検討の過程で一部車両については背景画に合わせてタイヤをきった状態、すなわちカウンター操舵状態とすることも決めた。余談になるがこれが開幕後に来場者の関心を呼んだらしく、SNSでは「カウンターを当てた展示を初めてみた」などの好意的なコメントが散見された。



写真11 決定図案



写真12 ジオラマでのレイアウト検討

(4) 完成した展示空間～会場全体～

今回の展示では背景画は空間づくりの要であり会場の準主役ともいえる。そこで通常の会場設営で用いられる汎用の壁面ボード(H = 2,400mmではなく、H = 3,000mmの特注ボードを製作した。車両後方にありながら存在感を際立たせるためである。

完成した空間は写真の通りである。



写真13 会場入口

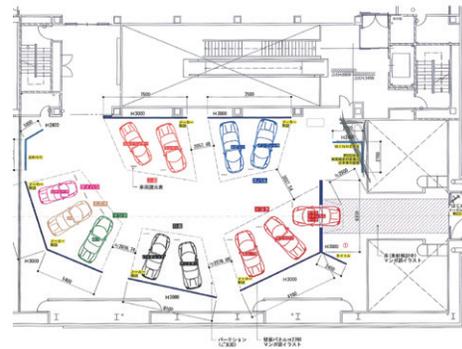


図2 会場最終レイアウト

会場入口はボードを突き抜けてマンガの世界に競技車両が飛び込んでいく図をイメージし、併せて目隠し効果により期待感を高める効果も狙った。右に回り込んで進んだ先に前述のWRC基礎情報を取めたボードを設置し、車両展示前にその歴史を知ることができる。図2は最終的なレイアウト図だが、5つの展示コーナーの左右には広めの通路を設け、多くの車両を側面から後方まで間近に見られるようにした。



写真14 入口から全景



写真15 出口から全景

(5) 展示空間～各コーナー～

以下各コーナーについて写真と共に振り返る。

写真16はトヨタ(ターマック路面)。コースのモチーフは例年シーズン緒戦として開かれるラリー・モンテカルロを用いた。なおメーカー毎の展示車両台数は参戦歴とその戦績を考慮して決めたものである。

今回の会場では案内係からスマホのモノクロモードでの撮影もおすすめした。写真17はその一例だがより一層背景に車両が溶け込み、あたかも精巧なマンガ原稿のように見えて興味深い。後述するSNSでもよく見られることとなった。



写真16 トヨタ(ターマック)



写真17 モノクロ

写真18は日産(サファリ)。WRC以前から長きに渡って挑戦し続け数々の栄誉を得たサファリが日産には最も似合う。

写真19・20はその日産がWRC日本車初勝利を挙げた1973年サファリ優勝車のダットサン 240Z。日産ヘリテージコレクションが最低限の防錆処理のみで当時の姿のまま保存している貴重な車両で今回無理を言ってお借りした。

サファリの過酷さと当時の土埃の匂いさえ漂ってくるような威容は狙い通り来場者の関心の的となった。展示全12台のうち最も人気が高く、老若男女を問わず足を止めて眺めたり写真に収めたりする姿がよく見られた。



写真18 日産(サファリ)



写真19・20 ダットサン 240Z



コーナー毎ではSUBARU(アイス)と三菱(グラベル)が比較的青い方からの人気が高く、特に会場動線の入口付近にあるSUBARUはたいへん多くの方が熱心に見学していた。三菱に足を止める方は明確に2グループに分けられ、ヤングファンはランサーエボリューション(右)、オールドファンはコルト・ランサー(左)に足を止めていた。



写真21 SUBARU(アイス)



写真22 三菱(グラベル)

マツダ・スズキ・ダイハツ(スノー)についてはWRC参戦の歴史を知らない方が多かったようで各社の解説パネルを興味深そうに読む姿が見られた。一方SUBARU、三菱同様にゲームソフトでスズキ SX4 WRカーに馴染みのある若いファンからは「初めて実車を見られた」と喜び声をいただいた。

また、オールドファンにはダイハツシャレードG10がサファリをクラス優勝した際に雑誌に掲載された祝勝広告を覚えている方もおり、会場で懐かしそうに話を聞かせていただく機会もあった。



写真23 マツダ・スズキ・ダイハツ(スノー)

4 開催結果と評価

(1)会場ならびにウェブ上の反応

企画展会場では過去の企画展と比べ下記の特徴が際立った。

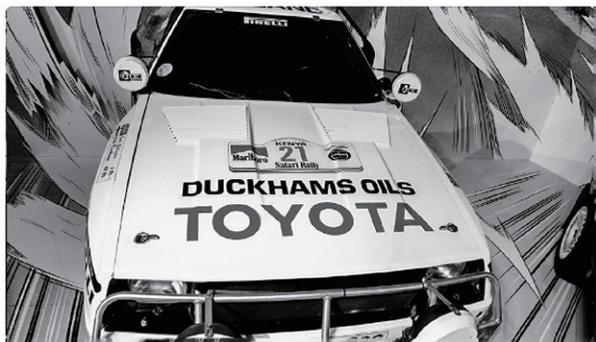
- ①滞留時間が長い…ほとんどの方はコーナー毎に足を止めて写真を撮る。車両をじっくり眺める。一通り見学した後お気に入りの車両をさらにじっくり見て再度写真に収めるなど時間をかけて過ごしていた。
- ②写真撮影時間が長い…まず会場入り口の展示を数枚→各車両を車両アップ→背景と合わせたショット→背景画に寄ったショット→室内を覗き込んだショットなどアングルや部位を変えて非常に多くの写真を撮られるケースがよく見られた。
- ③会場入り口で歓声が聞こえる…連絡通路を曲がり企画展会場に向かうと写真13の展示が目に入るが、ここで「わあ」「おお」と感嘆とも驚きとも聞こえる声を上げる方が相当数あった。

また、開幕と同時にツイッターなどのSNSでのコメント・写真のアップが始まり、6ヶ月の会期中ほぼ連日新たな記事があげられ、最終日まで続いた。

#トヨタ博物館で開催中の【企画展】激走!!2.5次元 ヴァン・ドーン!! - WRC 日本車挑戦の軌跡に行ってきました! あの頃の、あの時代のカッコ良さは衰えず...! 開催は4/17までなので、お早めに! #トヨタ #トヨタ自動車 #三菱 #三菱自動車 #スバル #スズキ #ダイハツ #日産 #マツダ #WRCjp



トヨタ博物館の公式もたったがモノクロだと2次元感が凄!



トヨタ博物館企画展の写真、ニッサン程w 1枚目S30 Zだけど...このアングルで車種つかるか? っつー位壊れてる(^_^)あとPA10/パイオレット、どちらもサファリラリー出場車ーどっちも優勝車両だっけ?



トヨタ博物館の特別展行ってきた...ラリーカーこそ至高 オフロードを兼ねよ。『ボロボロの』ダットサン240Z かっこよすぎて紙めくように見てしまった あと背景が最高! 企画した人に拍手👏!



写真24 SNS記事の例

(2)Webアンケート結果

コロナ禍の中の感染予防の観点から従来の紙アンケートは実施できないため簡易なWebアンケートシステムを組み、期間終盤2-3月に来場者の声を採取した。サンプル数は350である。

・デモグラ

2018年の同期間の企画展での調査結果と比べ年齢層別では60代以上が半減、20代と30代が倍増とあきらかなシフトが見られた。若年層を主なターゲットとした企画からはポジティブな結果ではあるが、コロナ禍による重症化リスクの高い高齢者の外出控えやスマホの利用度などによる影響も考えられるため参考データとして捉えたい。性別では男性がやや増であった。

居住地域では明らかにコロナ禍の影響が見られ、東海3県合計で64%と2018年比で+15Pの大幅増となった。

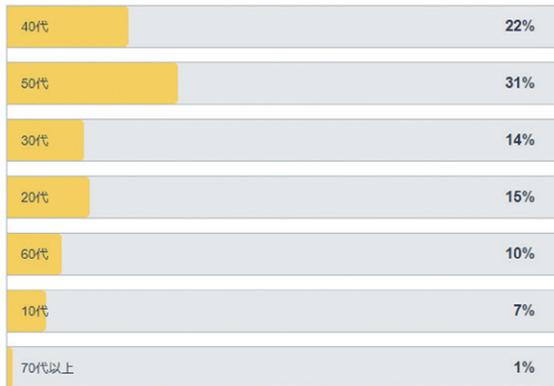


図3 年齢層

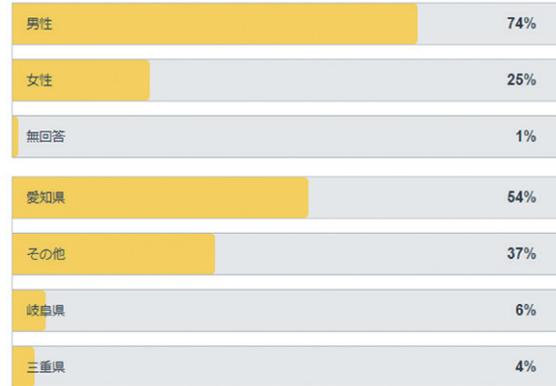


図4 性/居住地

・展示内容評価

総合満足度では「非常に」を含め94%が「満足」と回答しており高い過去の展示と比べてもスコアを得た。今回新機軸を打ち出した展示手法/空間づくりの受容度は「非常に」を含めて85%が「良い」と答えている。「普通」を加えれば97%が受け入れており今後も企画内容によっては採用できる手応えを得た。

テーマ理解度でも「メーカーがWRCに挑戦する理由について理解が深まったか?」の問いに対して96%がポジティブな回答であった。

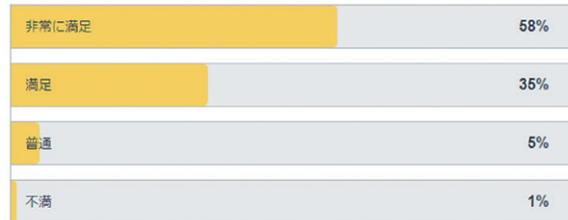


図5 企画展総合満足度

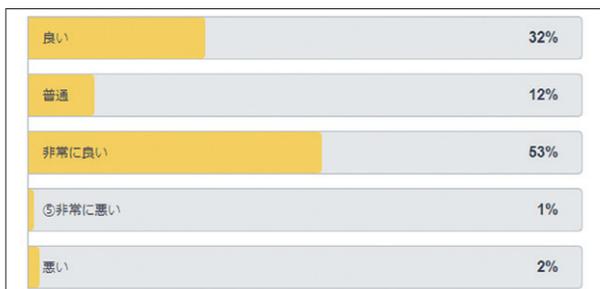


図6 2.5次元展示手法

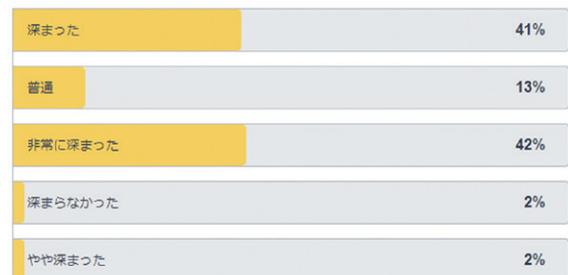


図7 メーカーがWRC参戦する理由の理解

・感想/フリーコメント

「最も好きなもの/印象に残ったもの」(FA)では、①全参戦メーカー車両の展示 ②展示空間/手法の2つに大別されいずれも幅広い年齢層/性別から好意的なコメントがあった。特に展示空間/手法については若年層や女性のコメントが目立ち、当初のねらいである「斬新な手法で新鮮な驚きを与え興味を呼ぶ」が実現できたものと自己評価している。

<input type="checkbox"/> 展示車の一部がハンドルを切って置かれていたこと。カウンターを切っているようで。後ろの絵もよく合っていて面白かった。	60代・男性
<input type="checkbox"/> 歴代参戦したラリーカーを間近でみれて興奮しとります。	40代・男性
<input type="checkbox"/> 入り口の迫りに圧倒されました！入った瞬間の感動。漫画の世界から飛び出してきた印象が素晴らしいです。興奮しました！	30代・女性
<input type="checkbox"/> 入口の壁をぶち抜いての車両の展示は印象深かったです。ポロポロに壊れたダットサン240zの展示も、とても前の時代のものなのにそのまま保管してあったのが凄いなと思いました	30代・女性
<input type="checkbox"/> 「激走!!2.5次元、WRC日本車挑戦の奇跡」展の為にきました。非常に満足でした。車両を普通に並べて展示が多い中、工夫した展示が大変良く、また面白かったです。展示車両も他の展示では見ないものがあり、これも満足でした。また来たいと思い、帰りに年間パスポートを申込みました。	50代・男性
<input type="checkbox"/> 漫画の一場面を表現した展示は見事でした!!! 静止している車体なのに、ラリーの迫力を上手く表していました、感動しました☆	50代・女性
<input type="checkbox"/> WRCに各社が参戦する意味が分かりやすかった。魅せ方が上手い。	20代・男性
<input type="checkbox"/> さまざまなメーカーがあったこと。傷や凹みがあり、走ったところを想像できること。	10代・男性

図8 印象に残った／好きなもの

5 総括

アンケート結果だけでなく半年間の現場での来場者の様子、SNS、日々TAMキャストから報告されるお客様の声などからも当初の「若年層を中心に」「日本車の50年間のWRC挑戦を」「自動車メーカー他社と共同／連携し」「従来の枠を超えた斬新な展示空間をつくり」伝え「ラリー・ジャパン盛り上げに貢献する」との目標は一定程度達成できたと思う。

特に過去数年にわたり築き上げてきた自動車メーカー他社と共にクルマ文化を盛り上げるという点では、従来の車両の提供だけでなく解説コンテンツの制作・校閲にも協力いただき、また一歩協業関係を深められたと思う。各社のご担当者に改めて御礼申し上げたい。

企画・制作の渦中にあった2021年9月、相互に告知協力してきたラリー・ジャパン事務局から2021年の開催断念の報が入った。予想していたこととは言え力が抜けたように感じた。愛・地球博記念公園のパワーステージを観戦したファンがその足で本展示を楽しんでくれる。愛知・岐阜両県で観戦した多くの方がWRCに魅かれてトヨタ博物館に足を運んでくれる。我々企画担当が夢想しながら仕事に取り組んできたこれらのシーンは残念ながら幻に終わった。

しかし、その後2022年の開催計画が発表され現在も事務局では準備に余念がないようだ。2年連続で同じ内容の企画展を開催することは難しいが、半年にわたる今回の展示は、アンケート結果を見る限り、多くの方にWRCの何たるかとメーカーの挑戦というドラマを含めたその魅力を伝えることができたようだ。それであるならば今秋こそ12年ぶりに開催されるWRCラリー・ジャパンに向けて前宣伝だけでなく、期待感の醸成と潜在ファン層の掘り起こしに我々も少しはお手伝いできたのではないかと延期の悔しさを紛らせている。

■2021年秋企画展「激走!!2.5次元 ヴォオオーン!! WRC日本車挑戦の軌跡」 担当スタッフ

企画 統括：鳥居十和樹(学芸グループ)

企画・手配・車両展示：平田雅己(学芸グループ)

車両 整備：山田章・中田浩信・廣瀬敏也・坪倉喜美男・安藤美登・小橋正典・足立隆博(学芸グループ整備室)

制作：乃村工藝社

背景 作画：川下晴子

協力：日産自動車(株)・三菱自動車工業(株)・(株)SUBARU・スズキ(株)・マツダ(株)・ダイハツ工業(株)・(株)ラック

記載順不同

世界自動車博物館会議 オンライン・セミナー

動画配信期間：2022年1月24日(木)～

岡庭 宏昌(館企画グループ) 佐藤 友美(副館長 兼 館企画グループ長)

1 世界自動車博物館会議の概要とトヨタ博物館の参加

世界自動車博物館会議(The World Forum for Motor Museums:WFFMM)とはイギリス、ベルギー、イタリア、アメリカ、オーストラリアの主要自動車博物館で構成する国際会議である。英国国立自動車博物館の実質的なオーナーであったモンタギュー卿が提唱し、1989年の第1回以来2年に1度継続的に開催されている。世界の自動車博物館が直面する問題や課題をグローバルな視点でとらえ、歴史遺産(車両)への情熱を共有する人々と出会い、知識を交換する機会を提供することが主な目的である。

2018年までにヨーロッパ、アメリカ、オーストラリアなどで通算14回実施されており、第15回は本年2022年にアメリカのフロリダ州にあるRevs Instituteで開催予定である。アメリカ大会は当初、2020年に開催予定であったが、新型コロナウイルスの影響で延期となった。

トヨタ博物館は、この会議のボードメンバーに2021年から加盟している。現在、議長は英国国立自動車博物館が担い、オンラインで定期的なミーティングを行いながら2年に1度の現地大会のサポートを行っている。ボードメンバーには従来、上記の博物館が参加していたが、日本をはじめとするアジアのメンバーがいなかったことから、当館が参画の打診をうけた。当館も開館以来、聴講者や発表者として参加していた実績もあり⁽¹⁾、検討した結果、実行委員会メンバーとなることでグローバルな博物館ネットワークに主体的に関わり、世界の潮流を日本に、日本の動向を世界に積極的に発信できる貴重な機会ととらえ、アジア代表として参加することになった。

2 2022年オンライン・セミナー開催概要

前述のように第15回アメリカ大会が2年延期になったため、実行委員会では知見の共有の新たな手段として、オンライン・セミナーを2022年の1月から7月まで動画配信している。このセミナーで当館は4つのプレゼンテーションを企画担当した。

企画段階では実際のフォーラムに近い形式で、2021年の秋に5日間連続のウェビナーを予定し、ライブ配信システムについてヨーロッパ側のメンバーがいくつかのアプリケーションを検討していた。しかし、欧米日のそれぞれの主要メンバー間でのプラットフォーム統一がコスト、技術の面で、非常に困難であることが明らかになり、ライブ配信は断念せざるを得ず、かわりにプレゼンテーションとQ&Aを事前録画し、半年にわたる動画配信を実施することになった。

国際会議ということで公用語は英語であるが、日本からの視聴者も増やしたいという意図から、当館企画の動画は、日英の2バージョンを用意した。当初ウェビナーを想定していたときは、プレゼンテーションは録画でバイリンガルとし、Q&Aはライブのため出演者は通訳会社のスタジオで同時通訳を入れ、その場合は英語のみの他セッションより時間がかかるがどうするか?など、複雑な構成がうまくいかどうか頭を悩ませていた。それに限らずやはりライブ配信はリスクもあることがこの間の検討で明らかになり、将来のフォーラムのリアル開催の際に同時配信を行うかどうかの検討材料になったといえる。

今回の日本側のテーマは『日本の自動車産業史コーナーと自動車産業の進化の軌跡』『日産の北米進出史』『日本のノスタルジックカー文化』とした。欧米の他の参加館のトピックスは、収集・保存、展示、広報、地域涉外・連携など学芸活動と館運営に関するものが多いが、欧米の博物館と日本の博物館、とくに企業博物館である当館の運営のスタンスはかなり異なるため、そのような主題にした場合、配信のみでうまく趣旨が伝わるかがはかりかねた。それならば、現在、とくにアメリカで人気が高くなっていく1980～90年代の日本車ブームと、日本の自動車産業史というトピックスの方が理解しやすいのではということでこれらのテーマを選定した。

配信は1月24日から行い、当館ホームページやSNSで開催案内した他、トヨタ自動車社内ホームページでも告知を行い、また、日本国内の他メーカーのアーカイブ部門、全国の科学館や企業博物館の団体にもご案内をした。その結果、日本からのアクセスが数多くあり、国内での同会議の認知向上に貢献できたといえる。

今回のセミナーの成果は、まずコロナ禍により、通常では現地でしか聴講できないセミナーを動画配信したことで、世界中でより広く多くの方に本会議の内容に触れていただくことができたことである。また当館としてはプレゼンテーションを企画したことで、本年4月オープンの新常設展示である「クルマづくり日本史」の内容も訴求できたこと、さらにアメリカでの日本のノスタルジック・カーブームという、状況としては把握していながら当館だけでは考察しえなかった現象について、出版業界からの外部有識者のレクチャーによって知見を得ることができたことが収穫であった。最後に、当館がボードメンバーとしてはじめてのイベントで、他のメンバーと密にコンタクトしながら全体企画にも貢献したことで、当会議内でのトヨタ、日本のプレゼンスを向上させることができたといえる。今後はこの経験を活かし、さらに当会議との連携を深めて、自動車博物館業界全体のレベルアップとネットワーキングに貢献していきたい。

3 動画配信内容

【トヨタ博物館企画のプレゼンテーション】

■プレゼンテーション11

- ・「トヨタ博物館 あいさつ」 トヨタ博物館館長 布垣直昭
- ・「企画意図説明」 トヨタ博物館 FMMプロジェクトグループ 関正樹
- ・「日本の自動車産業史コーナーと自動車産業の進化の軌跡」トヨタ博物館 学芸グループ 鳥居十和樹
2022年4月16日オープンの新常設展示「クルマづくり日本史」企画の背景や概要、展示室制作過程についての紹介

■プレゼンテーション12

- ・「フォードとGM(1920年～1940年)が日本の自動車産業に与えた影響」
独立行政法人国立科学博物館 産業技術史資料情報センター長 鈴木一義氏
フォードとGMが進出した頃の日本の社会情勢や特許、工業規格などについての解説

■プレゼンテーション13

- ・「1960年のダットサンUSA戦略と片山豊氏(ミスターK)の影響力について」
日本自動車殿堂表彰推薦委員 日産アーカイブズ・キュレーター 清水榮一氏
今もなお海外にもファンが多いミスターKを清水氏の視点から語る

■プレゼンテーション16

- ・「なぜ若者は日本のノスタルジックカーに惹きつけられるのか」
株式会社芸文社 編集局長 石井成人氏
近年の日本車のクラシックカーブームに対しての解説。アメリカ西海岸やフロリダなどで行われる「Stance Nation」のカーショウの世界的人気のきっかけや歴史を解説
- ・海外パネラー3人とのディスカッション
Mr. Bob Sliwa Mr. Lance Scott Mr. Ben Hsu

註(1) 1991年に納所副館長、1996年に山田学芸員(『トヨタ博物館10年のあゆみ(1999)』より)、2014年に浜田副館長など

【全体構成】*下記番号はプレゼンテーションのナンバー

1	The Racing Car as Art and Artifact: Interpretive Strategies, Visitor Experience, and the Ongoing Struggle for Relevance	Paul Baxa, Associate Professor and Chair of the History Department at Ave Maria University Bryan Gable, Special Collections Assistant Coordinator at Revs Institute
2	Provenance Research for Museum Employees and Their Patrons	Jeff Murray,Attorney
3	There' s an App for That: Creating a Museum Mobile App	Lindsay Mancuso, Special Collections Coordinator at Revs Institute Genevieve Hauck, Lydia Ireland
4	Collecting at the Close: How to Turn the End into a New Beginning	Alexander Gates, Executive Director and Curator of the Canadian Automotive Museum
5	Paving the Way for the Digital Auto Archives	Mark Vargas, Chief Operating Officer and Director of the Library and Archives at Revs Institute Jim Volgarino, Bob Schmitt
6	Copyright, Customs and Other Bad Things at the Border	Chris Butler,Associate at Hahn Loeser Josh Knerly , Jeanne Seewald
7	Lamborghini Countach design contaminations through 50 years	Simone Caren, Architect / Associate Prof. Media Design at IDAS_Hongik University
8	90 (+1) years of Pininfarina style	Paolo Pininfarina, Chairman of Pininfarina
9	American car exports to Central and Eastern Europe	Dr.Pál Négyesii, Historian/ Museum Professional and Author
10	Haynes Museum Post Covid topic	Hetty Everest, Christopher Scudds, Chris Copson, Amanda Wilson
11	TAM' s New Exhibition Space Reveals the Evolution of the Japanese Motor Industry in Japan	Naoaki Nunogaki, Masaki Seki, Towaki Torii
12	The Influence of Ford & GM (1920-1940) on the Formation of the Japanese Automobile Industry	Dr.Kazuyoshi Suzuki
13	Datsun USA Strategy in 1960 and Mr. K' s Influence	Eiichi Shimizu
14	Obsolete Materials in Vehicle Restoration	Dr.Gundula Tutt, Conservator David Cooper, Restorer and Historian
15	Combustion, Exhaustion, and the Law: Intellectual Property and the Automobile	Kenneth Crews,Attorney/Author
16	The Global Appeal of Japanese Cars of the 1980s and 90s	Naruhito Ishii
17	How OCLC Helps Libraries Share the World' s Knowledge to Fuel Learning, Research, and Innovation	Lisa Adams,Regional Director for OCLC

■The World Forum for Motor Museums WEBサイト(2022年4月アクセス)

<https://worldforumformotormuseums.com/>

■The World Forum for Motor Museums オンラインセミナーページ(2022年4月アクセス)

<https://worldforumformotormuseums.com/2022-online-world-forum-for-motor-museums/>

■世界自動車博物館会議 The World Forum for Motor Museums オンライン・セミナー 担当スタッフ

全 体 企 画：関正樹 (FMMプロジェクトグループ)

プレゼンテーション企画担当：鳥居十和樹 (学芸グループ)

映 像 制 作：ロナルド・ヘイグ (FMMプロジェクトグループ)、岡庭宏昌 (館企画グループ)

日 本 国 内 広 報：佐藤友美 (館企画グループ)

富士モータースポーツミュージアム開設準備

開設予定:2022年秋 場所:静岡県小山町

富岡 修(FMMプロジェクトグループ長)

1 開設の狙い

静岡県の富士スピードウェイの敷地内に、ホテルと一体となった「富士モータースポーツミュージアム」が2022年の秋のオープンに向けて準備が進められている。その展示内容詳細については完成後にあらためて紹介することとしたいが、本稿では、このミュージアムの開設に至る経緯と準備段階についてまとめた。

トヨタ博物館は量産車の歴史を中心とした展示体系であり、レース車両の展示は一部に限られていた。そうした中、来場者からもモータースポーツの展示を望む声は継続的にあがっていたが、展示スペースの確保など多くの課題があり実現にはいたっていなかった。しかし自動車業界全体が100年に一度と言われる変革期を迎えている中、モータースポーツは自動車の魅力をアピールする役割と共に、将来に向けた技術進化を加速させる役割があらためて見直されていた。

そうした中、2017年、東和不動産(現トヨタ不動産)から富士スピードウェイの課題であった宿泊施設の建設と、その一環でモータースポーツの博物館を併設する計画が持ち上がった。この計画の決定と並行して、新博物館の展示監修を全面的にトヨタ博物館館長が担う事となり、これに伴い展示作成や運営についてはトヨタ博物館側に移管されることとなったため、当館内に新博物館設立の準備グループが組織された。またモータースポーツの歴史を客観的、体系的に編纂するために、造詣の深い専門家である山口京一氏、伊東和彦氏、そしてモータースポーツ関連業務に長年従事されてきた戸谷俊介氏、ほかにも関係各氏に協力を仰いだ。

新ホテルと新博物館の名称は「富士スピードウェイホテル」と「富士モータースポーツミュージアム」(以下FMM)と決定した。3階に併設されるミュージアムは、歴史的なレースのオーラとその背景にある物語を伝えるよう工夫し、モータースポーツファンだけでなく、広く一般のお客様にも楽しんでいただけるものをめざしている。またこの計画と並行して、富士スピードウェイ周辺も含めた総合リゾート施設としての再開発が進む事となり、このエリア全体として、モータースポーツにとっても地域にとっても新たな文化の発信拠点になることが期待され、FMMは歴史面でその役割を果たそうとしている。



富士スピードウェイホテル

図1 ホテルロゴ



FUJI MOTORSPORTS MUSEUM

図2 ミュージアムロゴ

2 展示内容

新博物館の方針としては、当初よりトヨタ博物館と同様、世界のモータースポーツの歴史を扱う事を前提に進められた。しかし、レースは歴史の過程で大変多くのカテゴリーに分類されてきており、また地域により特色あるレースが開催されているため、これらを限られた展示スペースで網羅することは困難であった。また、量産車と異なりレース車両は基本的には一品ものであり、有名な戦績を残した車両は大変に高額であったり、入手が不可能なものが大半で、どのように展示車両をそろえるかも大きな課題であった。

これらの課題を抜本的に解決するべく、レースに参加してきた自動車メーカー一社一社に相談を重ねる中、国内メーカー各社や一部海外メーカーから、大変前向きな協力をいただくことができ、情報提供や展示車両の貸し出しもいただけることとなった。またトヨタ博物館には、数は多くないものの自動車レース黎明期の頃からの貴重な車両がすでに収蔵されていたことから、新博物館設立を機会に役割分担を明確にし、一部車両を新博物館に移管することとした。結果として、世界的にも類を見ない、自動車メーカー10社が協力して展示するミュージアムとなった。

こうしたプロセスを経る過程で、当初描いていたものとは異なる展示コンセプトも出てきた。レースに参加する各メーカーそれぞれの背景や事情は異なるものの、レース参戦により技術を磨いてきたことは共通しており、耐久レースや量産車をベースにしたラリーといったカテゴリーを重視し参戦してきたメーカーが多い。自ずと展示車両もそうしたものが多くなり、これを受け展示体系も歴史を通じたモータースポーツと量産車の進化の関係を軸に据える事とした。またレースではないが、同様の目的から最高速度記録や、特定サーキット(ニュルブルクリンク等)でのラップを競うことを重視しているメーカーも多く、これらも展示に取り入れることとした。

ミュージアムは全3フロアで、1階と2階が展示、3階はミュージアムショップ&カフェである。約130年前の自動車レース黎明期から時代を追って紹介しているが、レースの変遷に伴いカテゴリーごとの展示となっている。時代を象徴するレーシングカー約40台の展示でたどると共に、その開発に携わった人々の熱い想いやこだわりも紹介する。

<1階展示>

1階の展示は1895年にフランスで開催された世界初の自動車レース以降、欧米で開催されたモータースポーツ黎明期の紹介から始まる。馬車に代わる新しい移動手段としての動力源、蒸気、電気、内燃機関の中でどれが一番相応しいのか決着をつけようとしたのがレースの始まりであり、モータースポーツはまさに現在と同様、モビリティ転換期に始まったことを紹介する。

また、ミュージアムコンセプトを象徴する展示として、量産車メーカーの創業者4名とモータースポーツの関係を紹介するコーナーを設置している。H.Ford氏、F.Porsche氏、豊田喜一郎氏、本田宗一郎氏、それぞれの、クルマづくりとレースへの思いについて、そのエピソードなどを紹介する。



図3 1階 欧米モータースポーツ黎明期

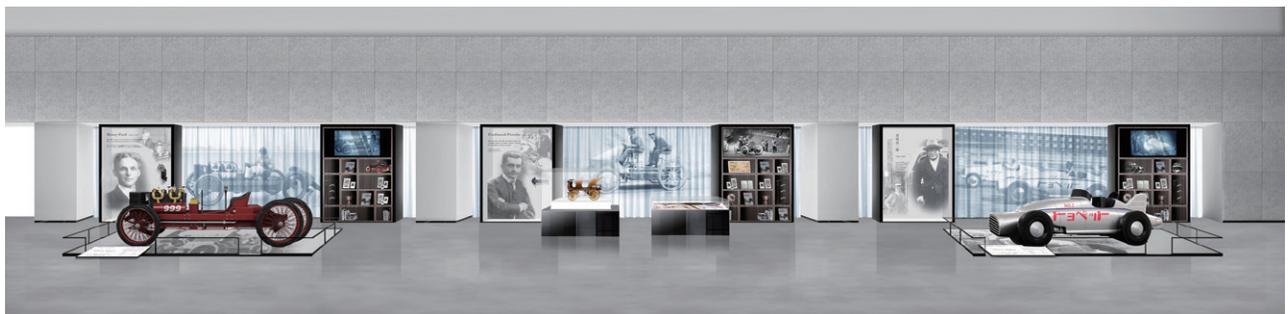


図4 1階 量産メーカーの創業者

それに続いて、アジアのモータースポーツ黎明期の紹介、日本でのレースの草分けの時代や、日本メーカーの初の本格的海外レースへの進出となった豪州ラリー参戦、本格的レースの開幕となった日本グランプリコーナー、更に、国際規格の鈴鹿サーキットと富士スピードウェイの始まりなどにも触れる。



図5 1階 日本モータースポーツ黎明期

<2階展示>

2階では世界の公道を利用して開催されたラリーや、耐久レースで活躍した車などを通じてモータースポーツが量産車への進化を促してきたことを紹介。また富士スピードウェイで活躍した歴代のクルマたち、更に世界記録への挑戦のコーナーや技術展示なども計画している。一部の展示コーナーでは当時の映像、写真なども紹介。モータースポーツの歴史とドラマを楽しんでいただき、現代、そして将来のモータースポーツへと繋がっていくことをご理解いただける発信拠点になればと考えている。

展示に関しては約40台の半分程度の車両が他社メーカーからの借用車両で構成されている。立ち上がり時点では、国内は日産、ホンダ、マツダ、スバル、三菱、日野各社、海外からはフォード博物館、ポルシェ、メルセデス・ベンツの協力で車両の展示を準備している。また自動車メーカー以外にもムーンクラフトや、国内タイヤメーカーなどからも多大なご支援を頂いている。車両の展示以外で「モノづくり」という事でも内製の製造部門であったり、当時のモータースポーツ部における開発秘話なども調査することで、メーカーならではの技術的な壁などにも触れることができた。

ここに至るまで、各社の関係の皆さまにはモータースポーツ文化を醸成するという目標に対し、前向きなご協力をいただき、きたことにあらためて感謝申し上げたい。

<3階>

3階に上がると、エレベータ前にはタイムリーなテーマ車両を展示できるスペースを準備。今後のモータースポーツを担う車両など、歴史だけではなく、未来に繋がるストーリーも伝えていきたい。

さらにその奥にはCafe & Shopを設置。Cafeの大きなガラス面とテラスからは富士スピードウェイの最終コーナーの眺望を楽しむことができる。また、インテリアも、大人の社交場として相応しいものを目指している。

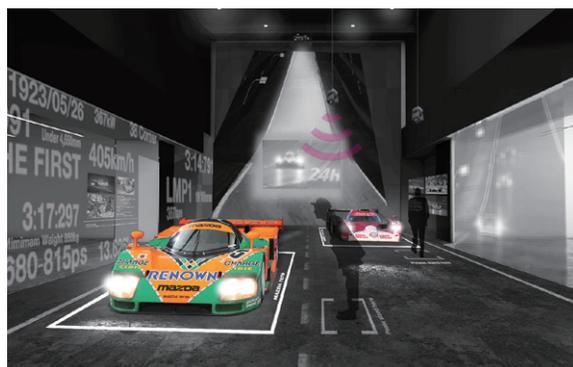


図6 2階 モータースポーツ耐久



図7 3階 エレベータ前



図8 3階 Cafe & Shop



図9 3階 テラス

3 今後に向けて

オープンに向けまだまだ多くの課題がある。2021年は展示コンテンツのとりまとめ、展示車両、展示物の調整が主体の一年であった。2022年は新設ミュージアムとして運用面の構築を進めていく必要があり、またホテルと同じ建物で運営する為、お客様目線で多くの共同の取り決めを明確にしていく必要がある。例えば、ホテルは365日営業しているため、休館日をどうするかといったことも大きな課題である。車両のメンテナンスや、色々な不具合対応なども求められる。

開業に向けてFMMメンバーはもちろん、富士スピードウェイホテル、Cafe & Shop、富士スピードウェイ、富士モータースポーツフォレストすべてのメンバーと力を合わせて活動している。皆さんの努力に感謝すると共に多くのお客様のご期待に沿えるよう最後まで全力を尽くしたい。

「頼られる図書室」に向けた取り組み

活動期間:2021年5月~2022年4月

小室 利恵(司書 学芸グループ)

1 はじめに

トヨタ博物館図書室(以下、図書室)は、トヨタ博物館文化館3階の無料ゾーンに設置された、自動車の専門図書館である。図書室の概要については「年報2019」にて詳述しているため本稿では割愛する。

昨今の新型コロナウイルスの感染拡大により、来室者数はトヨタ博物館来館者数と比例して減少してはいるが、席は感染予防対策で以前の半分に減らしているとはいえ、土日ともなると殆ど埋まる程賑わっている。来室者年齢層は幅広く、『のりもの・えほん・としょじつ』の利用による幼児から、年配のご夫婦連れなど、あらゆる層のお客様に入室いただいている。図書室スタッフ(以下、スタッフ)は、どの年齢層の方にも気軽に出入りいただける図書室を目指し、工夫を凝らした運営を心がけている。そのための施策について、この1年間スタッフと共に話し合いや研鑽を重ねてきた内容や結果を紹介する。



写真1 図書室風景

2 私たちが考える『頼られる図書室』の定義

今後、図書室が多くのお客様に愛される場所となるように、私たちが目指すべき姿を「頼られる図書室」というキーワードとして掲げ、スタッフ間で共有した。

当室には5名のスタッフがシフト制で勤務しており、まずは各スタッフがイメージする「頼られる図書室」をヒアリングすることからスタートした。筆者は学芸業務内の一つとして図書室運営を担当しているが、図書室には常駐していないため、常に図書室に席を置き、お客様の様子を把握しているスタッフの意見こそ参考になり、重視すべきであると考えている。

最も多い意見としては、『お客様からの問合せ(レファレンス)に対して満足した回答ができる』ことであり、そのために必要とされることとして以下が挙げた。

- 1) 問合せに対して、タイムリーに質の高い回答ができること
- 2) お客様が求めていることを判断でき、不満を感じさせないコミュニケーションスキル
- 3) 資料の充実、かつ、希望資料がすぐに探せること

これらの意見をもとに、具体的な改善策を講じることにした。特に、2)に関してはスタッフのスキルによってばらつきがあることが分かった。勤続年数による対応の経験値や担当業務に依ることが要因である。受付でレファレンスを専任で行うスタッフと、バックヤードで蔵書管理をしているスタッフとでは、お客様が求める答えを判断するために必要な経験値に差が出てしまうのは当然である。

現状、図書室に寄せられる問い合わせは、月に約10~20件である。「〇〇のカタログはあるか?」という、蔵書システムを検索すればすぐに回答できる、いわゆる『クイックレファレンス』が多数を占めるが、中には「(古い写真を見せて)ここに写っているクルマは何か?」といった年代検証から行う必要のあるものや、「〇年前頃におじいちゃんに乗っていた車が何か探してほしい」といった漠然とした内容の質問等、さまざまなものが寄せられる。曖昧な質問の場合は、お客様からどれだけ情報を引き出せるかといったコミュニケーション能力と、蔵書をどれだけ把握しているかといった経験が必要である。また、当室の蔵書システムには約22万点の登録があり、それらを瞬時に検索して探し当てるための正確な書誌情報のインプット、及びヒットしやすい検索キーワードの登録、加えて書架の整理も日常業務として欠かせないことである。

スタッフのスキルは一朝一夕で身につくわけではなく、時間と経験が必要であるのだが、お客様にとってはどのスタッフに聞いても同等の結果が出てくる期待がある。当室が「頼られる図書室」として認知されるためには、スタッフのスキルを底上げすることが課題と捉え、スタッフ全員と意識を共有した。当初はスタッフたちに戸惑いも見られたが、自分たちも勉強したいという前向きな意見も出て、改善活動は滑り出した。

3 レファレンス対応向上に向けた改善活動

スタッフのレファレンススキルの底上げのため、まずは当室の状況について現状把握を行なうことにした。方法として、当室と同じく自動車図書を扱う図書館への訪問、およびレファレンス対応を行っている図書館数か所にオンラインでの図書館情報会を活用してヒアリングを行った。その結果『クイックレファレンスはスタッフ全員がその場で対応可』『質問者をお待たせする場合は期限と回答方法を双方で確認し、その場で中途半端な情報を出さない』など、他館でも概ね実施されている事実を確認でき、中でも『スタッフ本人が学ぼうという姿勢が大事』という核心を突いた言葉を得た。

尚、レファレンスとは、「図書館で、資料・情報を求める利用者に対して提供される文献の紹介・提供などの援助」である（『広辞苑』より引用）。当館では来館者や電話での質問や資料有無などに対して、必要な資料・情報を案内している。図書室では対応できないものについては、学芸グループとも連携し、可能な限り問題解決に努めている。

3-1. 改善に向けての実施内容

各図書館の対応方法や悩みを伺ったことで、当室の改善点を明らかにすることができ、次の具体的な実施事項を固めるステップに移った。

スタッフと協議した結果、以下を改善案にあげた。

- 1) 聞き取りメモ・お問い合わせメモの作成
- 2) 問い合わせリストの整理
- 3) レファレンス資料の常設
- 4) 特定の質問に対する検索資料リストの作成
- 5) 勉強会の実施
- 6) ロールプレイングの実施
- 7) 書架の整理

1) 聞き取りメモ・お問い合わせメモの作成

従来は口頭で聞き取り、後でノートに手書きで記入し、ある保管期限を過ぎると破棄していた。

しかしこれでは後進に生かせないため、聞き取りメモとお問合せメモを新たにフォーマット作成し、お客様と対峙した時にお問合せメモに書かれた順番でお客様に質問できるように改善した。これにより、レファレンスに不慣れなスタッフも順番通りに質問することができ、聞き取り項目に迷わずに済むようになった。最終的にはエクセルデータにインプットし蓄積していくが、聞き取ったメモ自体はファイルに綴じてスタッフ全員で共有することで、お客様とのやり取りが容易に伝わる結果となった。

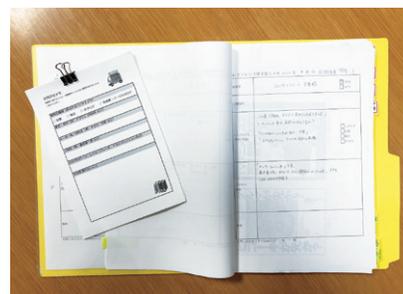


写真2 聞き取りメモ・お問い合わせメモ

2) 問い合わせリストの整理

当室は、国立国会図書館の“レファレンス協同データベース事業(以後、レファ協)”に参画し、毎月レファレンスを数件登録しており、2022年3月時点の総登録数は約900件である。レファ協登録用のデータはエクセルに入力しているが、これらは年度毎に管理しており、今まで検索目的としては活用してこなかった。レファ協の登録内容を検索したい場合は、直接webからレファ協の画面を開いてキーワードを入力していた。

しかし900件というデータベースは活用するべきであり、レファ協の登録内容よりはエクセルデータのほうが詳細な情報が記録されているため、年度毎に分かれていたデータを全て、1枚のエクセルシートに整理した。それによって、ショートカットキーでの検索が可能となり、過去の実績を検索するツールの一つとして活用できるようになった。

3)レファレンス資料の常設

よくある問い合わせに対しては、提供する資料の傾向が分かってくるため、レファレンス対応に慣れているスタッフの場合、すぐに該当資料のある書架に案内することができるが、そうでないスタッフの場合は、蔵書システムを検索することから始めなければならない、時間がかかってしまう。そこで、スタッフがレファレンス対応によく使用する資料を受付内のブックトラックにまとめ、すぐに手に取ることができるようにした。ただし2冊以上の副本があるものに限る。

4)特定の質問に対する検索資料リストの作成

過去のレファレンス事例より、予測できる問合せを抽出し、それに対する回答集を検索資料リストとしてまとめた。そのリストはデータで保管し、キーワードを元に容易に検索できるようにしている。

5)勉強会の実施

今回の活動で最も時間をかけ、知恵を絞って実施したのが、この勉強会である。

勉強会をしたいと声を上げたのはスタッフからであり、この時点ですでにスタッフ全員のレファレンス強化に対する意識の高さがうかがえ、筆者は大変心強く感じた。勉強会の内容検討や資料準備はスタッフが主体となり進め、筆者は適宜進捗を確認しながら、時折質問を投げて説明ポイントがずれていないかチェックする役割を担った。

勉強会は全員が集まるようにシフトを組み、レファレンスとは何か、という初歩的な話から始め、お客様からの質問を受け付ける際の一連の対応方法について説明した。ここでは、質問を受け付けた後の作業として、蔵書システムにどのようなキーワードを入れて検索するのが適切かといった動作を詳しく説明することで、普段あまりレファレンス対応をしないスタッフには初耳だった情報も多く、レファレンス対応と一口でいっても漠然としていたものが、改めて学べたようであった。



写真3 勉強会の様子

6)ロールプレイングの実施

勉強会は座学であったため、それだけでは中々身につかないと感じ、スタッフのスキルに合わせた課題を元にロールプレイングも実施した。予測できる問合せから設問をつくり、それに対する回答(資料)を導くものである。例題として、「自動車のランプの歴史についての資料はあるか」「コミックや映画になった『頭文字D』のAE86についての資料はあるか」「日本で最初のバスについての資料はあるか」など、質問内容のジャンルは多岐にわたるようにした。課題を出されたスタッフは該当する資料を探し、書誌情報を記入して、提出するという方法で実施した。

これにより、普段なかなかレファレンス対応することのなかったスタッフは、初めて触れるような質問内容に対して、自分で資料を探す手法を身に着けることができた。蔵書システムで簡単に導き出せるものもあるが、実はこんな資料に情報が載っていた、という発見もあり、ノウハウを少しずつ蓄積することができている。また、スタッフ同士で助け合いながら対応することもあり、スタッフ間のコミュニケーションや知識欲といったものの向上も見られた。

7)書架の整理

日常業務として書架の整理は行っているが、まれに蔵書システムで検索した図書の保管場所が本来あるべき場所と違う場合がある。そのような状況を改善するために、館員には取り出した本は必ず元に戻すこと、戻す場所を正しく把握するために「取り出し中」と書かれたボードを、抜いた図書の位置に挟むように協力を呼び掛けている。

また、定期的に棚卸を実施している。蔵書数が多い上に、限られたスタッフで対応せざるを得ないため、書籍・自動車カタログ・雑誌とジャンルを分け、4年サイクルで完結できるように計画・実施している。

3-2. 改善後のスタッフの意識変化

以上の活動を行ったことについて5名のスタッフにヒアリングをした結果、前向きに捉える意見が多数を占めた。「お客様にとっては、どのスタッフも図書室スタッフの一人として見ているのだから、スタッフ一人ひとりのスキルアップは必要だ、勉強会の機会を持てて良かった」と肯定的な意見が主であった。また、「課題の調査をしていく中、今まで上辺だけで答えていたものが、より中身について知りたいという欲が出てきた」というコメントが印象的だった。自分が当事者になることで、より責任感が持てた瞬間だと思う。そういう気持ちの変化を、スタッフの何名かは「楽しい」と表現した。

3-3. お客様の声

こうした意識の変化がお客様に届いているのかを確認するため、アンケートを実施した。下記4点の質問について84名から回答が得られた。(年齢層:10代以下9名、20代8名、30代22名、40代16名、50代0名、60代以上21名、無記名8名)

	質問内容	回 答
1	レファレンス対応はどうだったか	①していない【69%】②満足【27%】③まあ満足【4%】④不満【0%】
2	滞在時間	①5分未満【10%】②15分未満【40%】③15分以上【51%】
3	図書室は入室しやすかったか	①入室しやすかった【99%】②入室しにくかった【1%】
4	図書室の雰囲気はどうだったか	①満足【83%】②まあ満足【17%】③不満【0%】

(アンケート実施日: 2022年4月2日、3日)

質問1は今回の活動の評価に繋がる問いであるが、「スタッフによるレファレンス対応」を経験した方からは、ほぼ全員が『満足/まあ満足』と回答いただけた。この質問については改めてアンケートを実施する機会を設け、今回行った勉強会等の改善活動が成果として表れてくるのかを継続して調査したい。

質問2、3をみると、滞在時間が15分以上の来室者が半数を占め、居心地良く過ごしていただけたことが分かった。図書室に入室しやすかったと答えた方も99%と非常に高く、一見『図書室』という空間に見構えてしまいそうだが、入室しやすい雰囲気を出している結果に安心した。2019年に、無機質であった入口を改装して温かみを持たせた効果が表れていると思われる。尚、『入室しにくかった』と回答した理由は「場所が分かりにくかった」ということだった。

また、質問4の雰囲気に関する質問では、ほぼ全員が満足と回答し、快適な環境や資料展示等、スタッフ全員の努力や工夫が伝わっていることに喜びを感じた。アンケート回答には、「また今度ゆっくり来ます」というコメントが複数件あり、雰囲気もさることながら、資料が充実していることにも満足いただけたことが分かった。



写真4 入口改装前



写真5 入口改装後

4 さいごに

レファレンス勉強会については、もっと早い段階から着手すべきだったと、スタッフ及びお客様の声を聞いた上で改めて感じている。スタッフには勉強会を通して、今まで不安を持ちつつ行っていたレファレンス対応に「楽しさ」が加わったことは、大きな成果だと感じる。また、頼られる図書室という目標をスタッフと共有できたことで、レファレンスに対する姿勢が前向きに変化した。スタッフの気持ちはそのまま図書室の雰囲気となり、最終的にはお客様にも伝わっていくはずであり、「ここはこうしたら資料が探しやすくなるんじゃない?」「こういうイベントがあるから、関連した資料を置いてみたい」など、スタッフの声によって彩られた図書室には、入室しやすい温かい空気が満ちている。

さいごに、この場を借りて、一緒に活動してくれた図書室スタッフにメッセージを送りたい。
「図書室に多くのお客様が足を運んでくださるのは、図書室スタッフの努力とアイデアと温かさのおかげです!これからもトヨタ博物館らしい、楽しい図書室を一緒に作っていきましょう。」

動態保存の課題と将来に向けての取り組み

平田 雅己(学芸グループ)

1 トヨタ博物館の収蔵車両の保存方針

ガソリン自動車が生れた100年以上前の先人が作り上げてきた技術(機能・機構)、工夫等を将来に伝えるため、当館では1989年の開館当時から展示車両を動態で保存(走行可能な状態での展示保存)してきた。そのために館内に整備室を設け、日々、収蔵車両の整備を行いながら、得られた知識や経験を記録し、歴代の整備スタッフにスキルとともに受け継がれている。メンテナンスされた車両は、走行披露や同乗試乗イベントを通じてお客様に当時の姿と共に音・振動、乗り心地、車内から見える風景等を楽しんで頂けるよう続けてきた。

2 動態保存する上での課題

クラシックカーは、整備間隔が長いとエンジンや足回りが固着し、また頻繁に分解整備を行うと摩耗や外部入力によってダメージを与える結果となり、各個体に応じた整備スケジュールを設定した上で運用しているが、このような配慮をおこないながら整備を続けていても、エンジン内部への冷却水漏れや、ラジエーター腐食等による水漏れといった経年劣化に伴う現象に歯止めが掛からない状態の車両が、開館後30年も経つと散発しつつある。

特に黎明期に登場した車両を例にとると、ドイツのカール・ベンツがパテント モートルヴァーゲン(独)の次に手掛け、1894年に完成させた初の四輪車であるベンツヴェロではエンジン内部への冷却水漏れが発生した。

この車両は当館の収蔵車としては最も古いオリジナル状態の個体であり、整備のために分解することも躊躇われる。なぜならば、分解することにより当時のエンジンのシール素材(石綿系素材と推察)を破損させることになり、また腐食や亀裂などが認められれば現代のケミカル素材を用いたの補修が溶接補修等を行わざるを得なくなる可能性が大であり、最悪の場合はシリンダー素材の腐食進行等が著しく、補修もできない状況かも知れない。

このような場合、果たしてそのような危険を冒してまで動態を維持することが本当に必要なのかという疑問が浮かんでくる。当時の素材や構造をありのままに将来へ受け継ぐことを優先すべきものもあるというケースである。



写真1 ベンツヴェロ(1894年 独)

単純に動かすだけであれば、現代の技術や材料、部品に置き換える事で補えることもあるが、当時の技術や素材、設計思想や工夫といったことを無視してまでも動態を続けることはナンセンスであり、何よりもその個体の歴史的価値を失うことに繋がる。収蔵車両を整備するためには相当の予算も必要となり、収蔵車両毎の優先度やダメージの進展等に伴う緊急度に応じた整備車両の選定が必要となる。今までは、整備管理担当者の作成した計画を基にそれらを決めてきたが、担当者個人の裁量による判断では限界があり、後世に動態で残すべき車両を失う結果になるケースも危惧される。そこで館内関係者の誰がみても納得できる動態保存骨子の作成が必要となった。

3 動態保存継続基準の策定

前述のようにクルマは走って当然ではあるが、その中でも運動性能や吸排気音や特徴的な走行機能等を有する車両を優先的に整備・修理を行えるよう、第三者が判断出来る点数方式を新たに設定し、基準点数以上の車両は優先的に動態保存を継続するよう取り決めた。各点数をつける項目は、出来るだけ抜け・漏れがないよう学芸グループ内で審議し、今後も動態として残すべきクルマが、基準点以上になるかレイティングし、その項目や各項目の点数の重み付けの妥当性を何度も繰返し検討を重ね、ここに「動態保存継続基準」を策定した。

ここで、なぜ動態保存にこだわり続けてきたのか、その本当の意味を再考してみようと代表的な収蔵車「ロールスロイス シルバーゴースト」を例に確かめることにした。実際に走らせてみて体感すれば、自ずと理解できるはずである。

車名の由来とされる“幽霊のように静かでスムーズな走行性”とは、どのようなものだったのか。疑問の答えは実際に走らせて体感することでしか検証することは出来ないのである。現代のガソリン自動車との比較はあまりに酷だが、直列6気筒サイドバルブ方式のエンジンは、同年代の他車と比べると明らかにメカニカルノイズも少なく、滑らかなアイドルリングを保ち、ひとたび走りだせば、優雅な姿は自動車というより、もはや船舶のような滑らかな乗り心地である。展示車を眺めているだけでは想像しかできなかつたが、短時間とはいえ、走行体験することで“シルバーゴースト”の所以を感じることができた。



写真2 ロールスロイス 40/50HP シルバーゴースト (1910年 英)

4 まとめと今後の対応

この運用で動態保存を継続できる車両は、予算も見ながら優先順位を決めて毎年、整備・修理を継続して行く。また運用開始当初には、基準以下の車両でも実際に試走し、その乗り心地や滑らかなエンジンの回転フィーリングに驚かされ、評価点数を見直したり、整備士から現時点で快調な車両をわざわざ動態保存から外す必要はないのではとの意見も寄せられ、机上討論だけでは図り切れない難しさも判明した。

・ドゥローニー ベルビュ タイプ HB6L (1911年 仏)

そのような一例として、「フランスのロールスロイス」といわれたというドゥローニー ベルビュがある。蒸気機関車や船舶の製造を出自とし、丸いボイラー形状をモチーフにしたとされるラジエター形状の車両である。

定期整備に際し、試走したところ、とても滑らかな乗り心地で、まさしく「ロールスロイス」のようなフィーリングを備えていることがわかり、当時の反響が妥当なものと感じられた。やはり乗ればわかるのである。



写真3 ドゥローニー ベルビュ タイプ HB6L (1911年 仏)

今回の動態保存基準の策定は決して基準以下のクルマの維持をないがしろにする訳ではなく、本施策は優先度をつけることを本質とし、当面は限られた予算を有効に活用しながら対応する。今後、3Dプリンター等の技術向上により、当時の姿を残しながら動態を維持できる手法等が見つかった場合には、枠を拡大し貴重な歴史的車両を、後世に残す努力を継続することを心がける。対象は異なるが、歴史的遺産のひとつである欧州の古城オーナー曰く「我々はこの歴史ある古城を未来に受け継ぐために、長い歴史の中で現在のひと時だけ大切に預かりしているのだ。」という一節がある。展示車両も同様に、歴史的な価値を持つものに対する考え方は同じなのである。現在、自動車は「100年に一度の大変革期」を迎えたといわれるなか、未来へ残すべきものを守り、将来へと受け継いでいくことは重要な責務である。展示車両は未来への示唆に富んでおり、一般のお客様はもとより、自動車業界のエンジニアやデザイナーの皆様には、自動車発展の歴史を展示車から体感することで未来のクルマへのヒントにいただけたらと願う。

トヨタ博物館 収蔵車両／資料 調査アレコレ

増茂 浩之(副館長 兼 学芸グループ長)

1 調査の背景

トヨタ博物館では、多数の車両・資料を収蔵・展示しており、先代の学芸スタッフが様々な観点から調査し、その史実や事実を検証した上で館内の解説パネル類に提示している。しかし稀に表現や文法等に関してお客様からのご指摘を頂いたり、館内スタッフ自身が車両整備時、あるいは企画展準備時に調査した際に新たな事実や分かることも多々ある。今回は、その中でも車両・資料に分けて、新たに分かったことを、参考文献も紹介しながら、ここに記載する。

2 収蔵車両の調査、検証

(1) 1926年製 ブガッティ タイプ35Bのタイヤ切れ角 (写真1)

弊社内の実験部署より、黎明期のレース車両のタイヤ切れ角を参考に計測したいとの要望があった。現代のレースカーはサーキットも整備され、それほど切れ角がなくても走行できるよう配慮されているが、今から100年前のクルマはどの程度であったのか、筆者も興味があり計測に立ち会った。開発車や現行車の切れ角を計測する場合は、厳密には質量条件を明確にする必要があるが(アライメントが積載状態で変わるため)、今回は“程度”を把握するため、展示状態とした。



写真1

<計測条件>

乗員無し、燃料等の油脂類はほぼ空、前輪下にターンテーブルを設置し、据え切り時の切れ角を計測(写真2)。



写真2

<計測結果>

右切り(右タイヤが旋回内輪、左が外輪)で、内/外=29/25deg。現代のクルマよりかなり切れ角が小さいが、これはステアリングシャフトとステアリングナックルを結ぶドラッグリンクがタイヤと干渉し、それ以上は切れなかったためである(写真3)。ドラッグリンクの無い左切り(右切りと逆の状態)の場合は、内/外=45/43degであった(写真4)。



写真3

<考察>

左切りでの内輪切れ角が45degは驚異的である。筆者も弊社の技術部在籍時代にサスペンション設計に携わっており、当然他車のベンチマークを行ってきたが、最大でも42deg程度である。タイヤ切れ角は、操舵時のタイヤとボディとの隙間を考慮しながら、いかに大きく確保して最小回転半径を小さくするという商品力向上の重要な要因でもある。



写真4

エンジンルーム内に電装系の補機類が増え、サイドメンバー幅の広い昨今のクルマにおいてはエンジン縦置きでのFR車でも、おおよそ内輪側で40deg強の切れ角である。切れ角45degが達成できているのは、タイヤ径/幅も現行車より小さく細く、補機類が少ないためエンジンルーム自体の幅も細いためである(写真5)。加えて驚きなのが、内外輪角差である。内外輪差が大きいと理想的なステアリングジオメトリー、つまりアッカーマン率が100%に近い状態となり、微低速時に車体スリップ角がほぼ無く、スムーズに定常円旋回が可能である。筆者の経験では、FR車でおよそ70%から80%前半が一般的であるが、ブガッティ 35Bのアッカーマン率を式1に従って計算したところ95%であった。最小回転半径を小さくするには内外輪差を小さく、つまり外輪側の切れ角も大きくするが、これだとアッカーマン率が小さくなり定常円旋回時にクルマが巻き込み傾向で、ハンドル戻りも悪くなる。反面、切れ角差を大きくしようするとアッカーマン率は向上するが最小回転半径は大きくなるため、現行車もそのバランスを取って設計している。100年前のレーサーは、先述のようにタイヤをきった時に干渉物が少ないため、最小回転半径とアッカーマン率の両立がしやすい状況であったと推測される。



写真5

$$Ackerman = \tan^{-1} \left(\frac{wheelbase}{\frac{wheelbase}{\tan \delta_{outside}} - track_{front}} \right)$$

$$Ackerman_{percent} = \frac{\delta_{inside}}{Ackerman} \times 100$$

式1

(2) ブガッティ 35Bのサスペンション構造

以前、このクルマの解説パネルでは「印象深い足回りである」と説明していたが、お客様より、何が印象深いのか?とのご質問を受けた。博物館展示としては些か曖昧な表現であるため、改めて検証した。

<フロントアクスル/サスペンション>

フロントはリーフスプリングを前後に配置したリジッドサスペンションである。写真6でわかるように、リーフを前端はクロスメンバー、後端はフレームで固定し、リーフがアクスルビームを貫通する構造である。貫通させている理由は、リーフをビームの上側に配置させるとボディとの干渉回避のため、ビームの曲げが大きくなり、横力が入った時にビームが座屈し易くなる。リーフがビームの下側だと地上高が下がり、飛び石によるチッピング、反りによるバネ定数増を懸念し貫通式にしたと推測するが、同年代のAlfa Romeo 6Cも同じ手法なのでユニークとは言い難い(写真7)。特徴的なのは、「バネ下軽量化のためにビームが中空」になっていることである。「Method of manufactures of Light Front Axle for motor vehicle」の題で、1926年にエットーレ・ブガッティが米国特許を取得している。(注:廉価版の35Aは中実ビームとの記述が専門書籍にあり)バネ下が軽量になれば、慣性力も小さくなるので、路面追従性が良くなり、当時の荒れた路面でのレースでは優位に立てたと思われる。



写真6



写真7

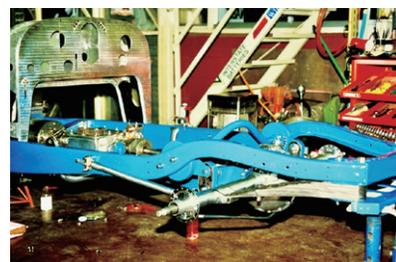


写真8

<リアアクスル/サスペンション>

1/4リーフがクロスメンバーとホーシング間で固定され、前後に延びるラジアスロッドを設定している(写真8)。リーフが1/4周であるのは、アクスルビームと違いドライブシャフトにリーフの貫通は不可、且つビームと違いシャフトを曲げることも出来ないため、リーフを片持ち梁状態にしてクロスメンバーとホーシングを繋ぐためであると推測する。リアサスペンションの特徴としては専門書籍には「Rear 1/4 elliptic anchored at the rear end of chassis and extending forward to the rear axle, thus working under traction(Bugatti patent)」と記載されている。エットーレ・ブガッティはサスペンションだけでもかなりの特許を取得しているので、どの特許を示すのかは不明であるが、別専門書には、リーフの長円目玉(ゴムブッシュ入り)と、ボールジョイントエンドを持つラジアスロッドによって、リーフが撓んでも、アクスルセンターがノミナル位置になるように工夫されていると記載されている。路面や駆動による荷重変化に、後輪が前後にずれないようにしているのが特徴と思われる。旋回中のアクスル中心が前後方向で左右差が大きく、アクスルが平面視で傾斜し旋回外輪が車体外側に切れる状態になると、スピンする恐れもある。アクスル中心が常にノミナル

位置になる工夫を簡単な図1で示すと、リヤスプリング側の支点の前後変位は目玉部のブッシュで、ラジাসロッドの前後変位はプッシュロッドで許容している。例えるなら、人差し指同士を突き合わせて、接点が真っ直ぐ持ち上がるようにするには、拳自体が左右内側に動かざるをえないのと理屈は同じであり、如何に考えられたサスペンションであるかが分かる。

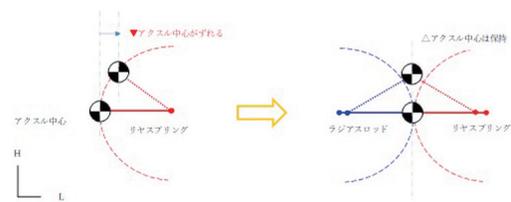


図1

<ホイール>

これも専門書籍にはよく記載されていることだが、バネ下の軽量化のためにホイールが鋳造アルミ合金製で、リブ付のドラム(ブレーキ)と一体になっている(写真9-10)。ホイールとアクスルの固定はセンターロック式を採用しているが、ドラムが別体だとレース中にホイールアッセンブリーを交換する時にドラムを保持できないので、一体式で作業効率を上げる効果もあったのではと推測する。

上記3つの観点からで、解説パネルに記載する文章としては、「アルミ合金製ホイールの採用や、フロントアクスルの中空化によるバネ下の軽量化で運動性能向上を図り、1920年代の世界のレースで多数の戦績を残した」が妥当と判断し、解説パネルの修正を実施した。



写真9

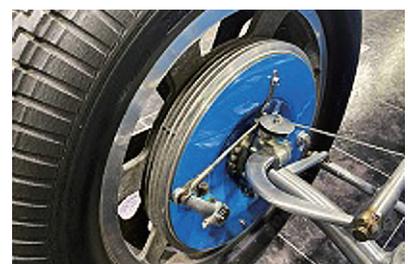


写真10

(3) 1960年製 シボレー コルベアのステアリング特性と改善方法 (写真11)

常設展示のシボレー コルベアは、1950年代後半にドイツから米国へ輸入され、小型で取り回しのよく、安価であったことから人気を博したVWタイプ1に倣って、2,300ccの比較的小排気量の水平対向エンジンをリヤに搭載したRRレイアウトのクルマである。このクルマの解説文に「操安定の欠点をRalph Naderに告発され」と記載しているが、弊社内で勉強見学会を実施した際に、その欠点は何かを問われたので、これも改めて検証した。



写真11

まず、VWタイプ1と同じRRレイアウトであるが、タイプ1が水平対向4気筒の排気量1,100ccに対し、コルベアは水平対向6気筒の2,300ccであるため、エンジン本体がタイプ1より重たいと推定される。これにより前後の荷重配分がリヤ寄りになるので、限界領域(高横Gの領域)ステア特性もオーバーステア(OS)の傾向となる。この傾向を改善するには、リヤに幅太タイヤを装着してリヤのコーナリングパワーを上げたり、フロントのスタビライザーのバネ定数を上げて(あるいはリヤのバネ定数を下げて)ロール剛性配分をフロント寄りにしてニュートラルステアに近づけるようにする対策が考えられるが、コルベアは何等かの理由でどちらの対策も施してはいない(そもそもスタビライザーを設定していない)。ではどのように対策しているかを調査すると、フロントタイヤの空気圧を下げてタイヤの横剛性を落とすことで、フロントのコーナリングフォースの発生を抑えて「曲がり難くする」という奇策をとっている。タイヤの横剛性が落ちると高G旋回時にタイヤが踏ん張れなくなるので、コーナリングフォースが発生し難くなる。タイヤが前後異サイズであれば、フロントとリヤの空気圧を変えることはあるが、コルベアは前後同サイズであるため、例えば当時、給油でガススタンドに入って空気圧を点検してもらう際に、同サイズでフロントの空気圧がリヤより下がってれば充填するのは普通であり、これでは何ら恒久対策にはなっていない。更に空気圧を指示するラベルはグローブボックス内に貼付されているため(写真12-13)一見では確認できず、ユーザーへの情報提供や喚起にもなっていない。筆者もかつてシャシー設計部でタイヤの設計を担当しており、空気圧ラベルの記述や貼付位置は理解しやすいよう心掛けていたが、メーカーとしては記述喚起している、見ない方が悪いとも捉えられるコルベアの手法は、相手目線に欠けており、これらを勉強会メンバーには、作り手側の都合で押し付けてはいけないことを戒めとして、改めて後日説明した。



写真12



写真13

(4) フォード モデルTのサスペンション構造による逆相ストロークの優位性

2019年に開催した企画展「100年前のイノベーション展」では、モデルTのリーフスプリングの車両左右配置の有効性を図2のように説いたが、実は机上検討だけで実証が伴っていなかったこともあり、整備のタイミングで検証した。

<検証方法>

ほぼ同年代でリーフスプリングが前後配置の「シボレー スペリア シリーズK」と150mmの段差を用いて逆相(片側がバウンド、他方がリバウンドの状態)でのボディ(バネ上)の傾きを比較検証した。但し両車でリーフスプリングの材質、板厚、枚数が違い同相のホイールレートが同じとは言えないため、傾向を検証する程度に留めた(写真14-15)。

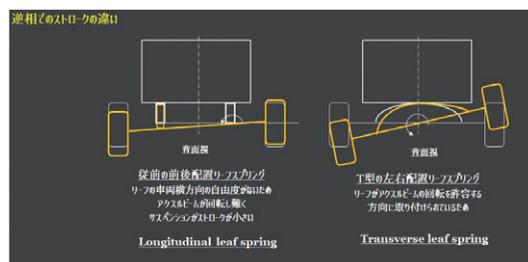


図2

<検証結果>

両車で片側150mmの段差に乗り上げた際、モデルTは明確にボディの傾きが少ないことが分かる(写真16-17)。モデルTがモーグルを超えるスキー選手のように足だけで凹凸路を吸収し、ボディの揺れが少ないため悪路での乗り心地を確保したものと推測でき、舗装路が整備されていない時代のモデルTの優位性が分かる。逆に道路が舗装され高速化が進むと、これだけ足が柔らかい(ストロークし易い)と旋回時のロール角が大きく、不安定な姿勢となるため、後にシボレーがフォードを販売台数で抜くほど人気が上がったのも、リーフの前後配置がもたらすロール剛性によるバネ上の安定性も一因であったのではと推測する。



写真14 シボレー スペリア シリーズK



写真15 フォード モデルT



写真16 シボレー スペリア シリーズK



写真17 フォード モデルT

3 文化資料の調査、検証

(1) 団扇絵の内容と製作年考証

本号が発行されるころ、クルマ館2Fに新たに、日本の自動車産業の誕生から確立までを伝える「クルマづくり日本史」の常設展示室がオープンしている。この展示室に合わせ、クルマ館2Fの「ゾーン5:レーシングカー、スポーツカーの進化」を新たに「日本における自動車量産の幕明け」の名で1920年から1940年代の国産車の展示に変更した(写真18)。車両だけでなく、壁面も当時の情景を表す画像に変更予定で、日本独自の文化である「団扇絵」も、当時の日本のクルマに関する実情を伝える資料として展示を考えた。数ある収蔵団扇絵の中でもクルマが描写され、髷結の女性との対比があるものを選定した(写真19)。

但し、この団扇絵は作者どころか製作年も不明であり、壁面として展示するには何らかの説明文が必要であるため、これも当学芸グループの錦絵/団扇絵管理担当である小室と共に、絵の中に描かれたモノを検証した。

<場所>

背景に写るのは、池と建物、桜並木である。この3つの特徴と、当館が所蔵する他の錦絵(写真20.1886年 従東京上野至武州熊ヶ谷蒸気車往復繁栄之図)と比較して、思い浮かぶのは「上野不忍池」であり、当時の写真と比較しても酷似するため、背景はこの近辺と断定した。



写真18



写真19

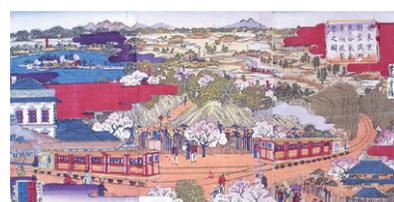


写真20

<飛行船>

画面上方に、気球と共に飛行船と思われる乗物が描写されている(写真21)。1929年にドイツのLZ127(グラーフ・ツェッペリン)が世界一周に旅立ち日本にも寄港していたが、描写されるクルマの形から、それよりもっと前の時代に描かれた作品であると推測する。そこで「土浦ツェッペリン伯号展示館」のHPから飛行船の歴史を参考に閲覧すると、「1909年、イギリス人ハミルトンがアメリカ製メイヤー軟式飛行船で日本、上野上空を初公開飛行」、「1910年、日本の山田式1号飛行船が初飛行に成功」の記述があり、1909年から1910年にかけて日本人が飛行船を目にする機会があったことが分かった。

<車両>

一見すると当館所蔵の「1903年 キャデラック モデルA」(写真22)に似ているが、ダッシュボード形状、ラジエータ形状や位置、リーフスプリングのボディ側固定形状が異なる(写真23)。このキャデラック モデルAにかなり近いデザインに、フォード モデルA(写真24.Wikimedia Commons蔵)がある。フォード モデルAと描かれたクルマを比較したところ、上記の点でかなり合致していることが分かった。では、このフォードモデルAが実際に日本に輸入されていたのだろうか。当館で収蔵している書籍、佐々木烈氏の著書「明治の輸入車」には1904年(明治37年)の雑誌「輪友」にどちらかのモデルAの広告が出ており、また1905年(明治38年)の大阪毎日新聞には、岡田商会がフォード モデルAの広告(写真25.「大阪毎日新聞 明治38年5月18日号(明治の輸入車より)」)を出しているため、多くの日本人が自動車を目にした1903年の第5回内国勸業博覧会の後には、モデルAは輸入されていることになる。更に同書を読み進めると1911年(明治44年)の雑誌「日曜画報」に、フォードモデルAと思われる車両に、髷を結った女性が乗車するという、今回の団扇絵に構図が酷似した写真もみつかった(写真26.博文館発行「日曜画報 明治44年9月1日号(国立国会図書館蔵)」)

<考察>

日本上空に飛行船が飛んだ時期と、フォード モデルAの輸入時期、団扇絵に酷似した構図の写真の雑誌掲載時期等を考慮して、本団扇絵の題名を「上野不忍池周辺を走る米国車(1911年頃)」とした。

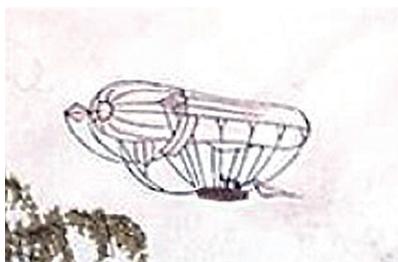


写真21



写真22



写真23



写真24



写真25

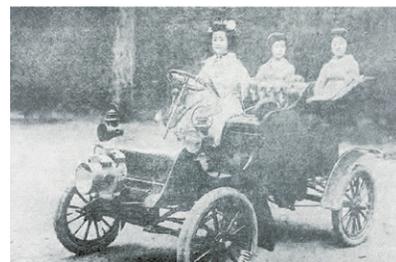


写真26

(2)おもちゃ絵内に描かれた英文の解釈:教育電車汽車

2020年にクルマ文化資料室の団扇絵・双六コーナーに展示する一品として写真27のおもちゃ絵「1909年作 教育電車汽車自動車」を入手した。そこには乗用車やバスと思われる乗物を歩行者が見て「ジドーシャハベンリダクト、ヨクハヤク、ハシリマス」との台詞が記載され、自動車を大衆が目にし始めたころの様子が伝わる作品である。

ただし、バスの側面に書かれた横文字が不鮮明で、入手当時から学芸グループ内で悩んでいたが、先述の団扇絵の調査で「明治の輸入車」を読み進めた際に、これも形状が酷似し年代も合致する写真が、「21章:東京でのバス事業が遅れた理由」内に収められていた。そこには1907年(明治40年)3月10日、ベルギー大使館前にて撮影との解説文と一緒に2階建てのバスが掲載され、そのボディ側面には「SOCIETE PARIS-AUTOMOBILE TOKIO-AUTOMOBILE」とはっきり読み取れ、このバスが走った時、その後の記憶で多様化する日本の乗り物の一つとして描かれたのではないかと推測する。

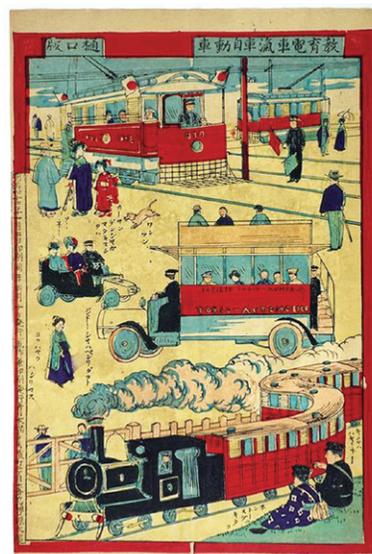


写真27

4 まとめ

先人が残した様々な歴史的価値の高い車両、資料については、実は常設以外にもかなりの数を所有しており、全てを詳細に調査し終えているわけでもなく、こうした常設品にもまだまだ検証の余地があることが改めて分かった。

お客様にとっては、ここに記載される情報が、知識や調査の種となるため検証や考証は慎重にも、時を移さず発信することが大事だと改めて感じ、今後もこの学芸調査活動は継続して、よりよい情報を伝えることを使命とする。

■画像提供：wikimedia

■参考文献、サイト

- ▶文 献：佐々木烈『明治の輸入車』(株)日刊自動車新聞社 (1994年6月)
Amaury Lot, Ettore Bugatti Sorcier de la Mécanique, Jean Pierre GYSS (1986年1月)
H.G. Conway, Grand Prix Bugatti, G T Foulis & Co Ltd (1983年7月)
Jonathan Wood, Bugatti: The Man and the Marque, The Crowood Press UK (2007年8月)
- ▶サイト：「How should I design an anti-Ackerman steering mechanism?」
<https://www.quora.com/How-should-I-design-an-anti-Ackerman-steering-mechanism>
(2021年6月にアクセス)
「土浦ツェッペリン伯号展示館」
<https://tsuchiura-zeppelin.com/pavilion/info/> (2021年10月にアクセス)

ポスター複製の試み

藤井 麻希(学芸グループ)

1 はじめに

当館は約800点の自動車関連ポスターを所蔵している。なかでも、世界初といわれるモーターショーのポスターである「パリ自動車ショー」(1895年・フランス)は、当館としても重要な資料である。このポスターには、モーターショーの告知だけでなく、同時に開催された世界初の公式スピードレース「パリ～ボルドー～パリレース」の情報も記載されている。しかし資料は保存の観点から、これまで期間限定で制限して展示していた。だがクルマの歴史上重要な情報が書かれており、様々な資料と繋がる重要なポスターのため、常時展示できるよう、文化財スキャナLIAMを使い高解像度のデータを作成、原寸複製することにした。

2 実施内容

(1)ポスターの選定

1900年前後の石版ポスターはいずれも貴重だが、中でも歴史的な観点から重要な資料で、幅広い活用が望まれるものを選んだ。

- ・パリ自動車ショー(1895年・フランス)
世界で初めて開かれた、モーターショーのポスター。
- ・ベンゾ・モートル(1900年・フランス)
世界で初めて多色刷りの石版ポスターを制作し、近代ポスターの父といわれているジュール・シェレが手がけた唯一の自動車関係(ガソリン取扱会社)のポスター。



写真1 パリ自動車ショー



写真2 ベンゾ・モートル

(2)複製の手順

①スキャニング

- ・高精細スキャナを使用、原寸複製に必要な高解像度データを作成。大型スキャナを館内に運び込み、組み立て、2日かけて5枚撮影。複製は2枚作成だが、今後のために2日で撮影できる枚数、5枚分をスキャン。
- ・ポスターは額を取り外し、スキャニング。原稿サイズにより分割枚数異なる。スキャン後統合した画像サイズは以下。
- ・パリ自動車ショー(サイズ:1287×920mm)
画像サイズ18597×23550pixel, 約4億5,000万画素、1.3GB
- ・ベンゾ・モートル(サイズ:1234×865mm)
画像サイズ14924×19764pixel, 約2億9,500万画素、885MB

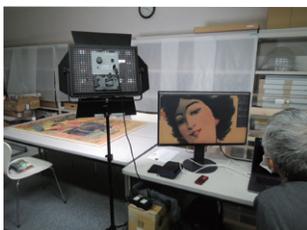


写真3・4・5・6 ポスター「パリ自動車ショー」のスキャニングと調査

②現物調査

・撮影の際、印刷博物館の学芸員の方とプリンティングディレクターの方により、色彩調査および基礎調査も行って頂いた。調査の内容は、印刷手法、使用インキ色数、用紙の特定。現状の劣化状況、修復箇所の特典。折ジワ、擦れ傷などの有無、範囲。それぞれのポスターの退色度合と他との比較検証など。詳細は以下である。

・パリ自動車ショー(1985年・フランス)

版式:平版(リトグラフ・描画)。色数:4版(4色)。刷り順:黄→赤→薄藍→紺

用紙については、19世紀半ば以降の碎木パルプを使用した一般的な用紙で、当館所蔵の同年代のものはほぼ同じ紙だと思われた。

・ベンゾ・モートル(1900年・フランス)

版式:平版(リトグラフ・描画)。色数:4版(5色)。刷り順:黄→赤→薄藍(グレー)→紺。薄藍とグレーはぼかし刷り。

以下、複製はしていないが撮影と調査を行った。

・コトリュー(1906年・フランス)

版式:平版(リトグラフ・描画)。色数:4版(4色)。刷り順:ブルー・グレー→黄→赤→墨。

・第10回国際自動車・自転車・スポーツ見本市(1907年・フランス)

版式:平版(リトグラフ・描画)。色数:(上部)6色、(下部)3色。刷り順:(上部)薄藍→薄紅→黄→藍→紅→濃緑。(下部)薄紅→黄→黒

・空気入りタイヤ ミシュラン(1912年・フランス)

版式:平版(リトグラフ・描画)。色数:6色。刷り順:薄茶(グレー)→薄朱→ビリジアン→黄→朱→墨。



写真7 コトリュー

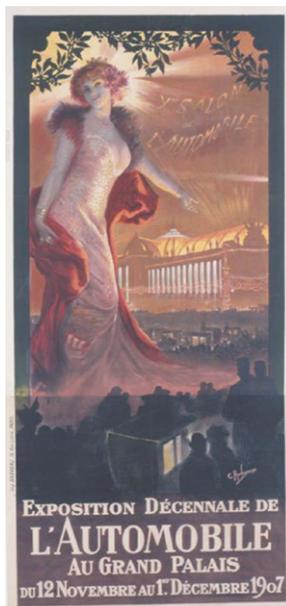


写真8 第10回 国際自動車・自転車・スポーツ見本市



写真9 空気入りタイヤ ミシュラン

③色校正

・当時の色調の想定復刻を目指し、現状を基に紙色劣化、汚損等を修正、補色する原寸複製を実施。

・色校正は当初3回とみていたが、6回まで行うことになった。

・例えば「パリ自動車ショー」は、4色(黄、赤、薄藍、紺)の版を重ねて刷られているが、レプリカは(フォトブラック、マットブラック、ダークグレー、グレー、ライトグレー、イエロー、シアン、ライトシアン、ビビッドマゼンタ、ビビッドライトマゼンタ)による9色、高精細顔料タイプインクジェットプリンターによる印刷をする。保存時に発生した傷や折ジワをデジタル修正もした。

・1色1色が当時と現在は異なるため、1つの色に近づけると他の色が影響を受けるなど、色調整に思った以上にかかった。



写真10 折ジワの修正

- 色校正で、当時のポスター画家がどこに力を入れていたのかを知ることができた。最も難しかった部分は女性の肌の色や頬の赤味で、なかなかオリジナルに近づけず、その再現に多くの時間が費やされた。例えば、頬が紅潮したような雰囲気は、赤色が弱いと現状のような生き生きとした艶っぽさが出ず、強すぎると酔っ払いのようになり、加減が難しかった。しかも赤色を変更すると他にも影響がでたため調整が難しかった。最終的には、調整が難しい部分を切り取り、個別に色を合わせていくようにした。
- コロナ感染防止対策とし面着ができずWEB会議での実施となり、WEBカメラを通したり、撮影して送付したりし、校正を進めた。しかし人間が見る印象とは異なったり、微妙な違いを言葉にして伝えることが難しかったりし、遠隔校正に限界を感じることもあった。
- なかなか校了せず、双方に焦りがでたが、一部分の色チャートを送っていただくなど、確認方法を改善いただき、完成に至った。



写真11 複製(左)オリジナル(右)



写真12
ポスター「ベンゾ・モートル」の色校正の様子

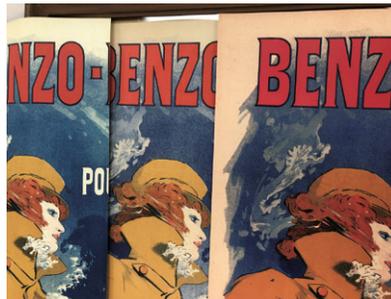


写真13 オリジナルとの比較

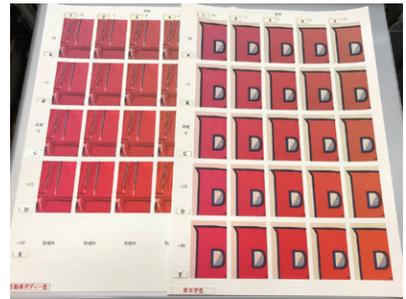


写真14 部分の色チャート

④活用

複製の額装は表面をガラス、アクリル等で覆わず、木枠のみにした。オリジナルを保存しつつ、複製により常時、多くの皆さまに見て頂くことができるようになった。オリジナルのように、長い年月を経て今ここにあるという、時間に思いを馳せ得られる感動はないが、ガラスやアクリルを隔てず直に作品を見ることができるとは、複製ならではの利点で、オリジナルとは異なる感動を与えてくれる。

温湿度や照度の制限があり、オリジナル作品の貸出は制限があるが、複製であれば可能となる。「パリ自動車ショー」の複製ポスターは、オートモビルカウンスル(2020年7月)で展示した後、クルマ文化資料室にて常設展示している*。また「ベンゾ・モートル」の複製ポスターは、同展示室内でオイルメーカーのポスター展(2021年2月)の際、オリジナルとともに展示した。

*展示のテーマにより複製でなくオリジナルを展示している場合もある

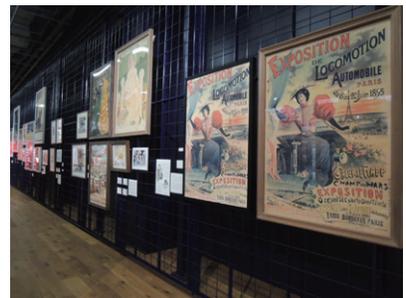


写真15 2020年7月にオリジナルと複製を展示



写真16 複製は常設展示

またこれまでポジフィルムしかなかったが、高精細データができ、館内改装の際などに活用することができた。



データ活用例 写真17 文化館1階女性トイレのガラスにエッチング(左)

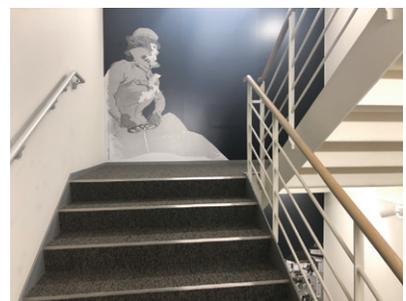


写真18 文化館階段に部分使用(右)

3 今後の課題

オリジナルの希少性や現物から受ける感動は、複製にはないかもしれない。しかしオリジナルは、温湿度や照度の関係で見ることが限られてしまう。複製の利点は、常時、多くの人に見ていただける点だと考える。ただし、今回実施し、複製の限界も感じた。紙もインクも当時とは異なるため、紙の色までインクで再現をしなければならなかった。全く異なる現在のインクに置き換え、再現をしなければならず、その中で妥協をした点もあったからだ。また複製にかかる費用は大きなネックである。1枚だけの制作だと非常に高価になるため、簡単に制作できるものではない。高精細のデータができたが、その他の活用については現状あまりできてはおらず、今後の課題である。

制作過程での課題は色校正だと感じた。プリンティングディレクターの方に現物をみて色校正をして頂くのが一番であるが、校正が増えると費用がかさむ。館担当者のみで実施して伝えようとしてもうまく伝えられない。しかし最後に部分色チャートを作成頂いたことにより、よりの確に確認、相互の情報共有が上手く図れるようになった。この手法であれば、離れていても校正ができるのではないかと、今後に期待がもてた。

今回の複製については、凸版印刷株式会社様に実施して頂いた。途中、新型コロナウイルス感染症の感染防止のため往来ができなくなる等の制限や、校正回数が増えるなどしたが、各分野の専門家のスタッフの方々最後まで粘り強くこちらの要望に応えてくださり、完成に至ることができた。心から感謝を申し上げたい。

II：調査研究 4

トヨタの展示施設の設立経緯と、各役割の変遷

佐藤 友美(副館長 兼 館企画グループ長)

1 本稿の目的

本稿の目的は、トヨタ自動車およびトヨタグループ合同で運営する展示施設の設立経緯と、それらの役割がどのように変遷してきたか概観することである。現在ではトヨタの展示施設は、本社敷地内にありコーポレート訴求を目的としたトヨタ会館、世界の自動車発達史を欧米日の約140台の車両で展覧するトヨタ博物館、トヨタグループで運営し「研究と創造の精神」と「モノづくり」の大切さを伝えるトヨタ産業技術記念館の3館が、企業博物館として代表的にとりあげられることが多い。その他に迎賓館としての機能を持つトヨタ鞍ヶ池記念館、2021年に閉館したMEGA WEB、2022年秋に開館する富士モータースポーツミュージアムなどがあり、またトヨタの創業に縁のある建造物として保存・維持する豊田佐吉記念館、トヨタ創業期試作工場などがある。

日本で企業博物館が急増したのは1970年代の後半から1980年にかけて、すなわち1973年の石油危機以降の経済の低成長期に入ってからであり、企業の日本的経営について論じられるようになったのもこの頃である(森 1988 p.45)。1980年代には企業博物館を紹介する書籍が複数発行され⁽¹⁾、これらの中では、トヨタ鞍ヶ池記念館やトヨタ会館がトヨタの企業博物館として紹介されている。

近年の企業博物館の研究や「おとなの社会科見学」ブームによる各種のガイドブックや書籍ではトヨタ産業技術記念館、トヨタ博物館、トヨタ会館に関する論や紹介は数多いが、トヨタの施設全体を包括的に俯瞰した歴史的な変遷についての記述はみられない。そこで本稿では、トヨタホール、トヨタ会館、トヨタ鞍ヶ池記念館、トヨタ博物館、トヨタ産業技術記念館の5館を中心として各施設の設立や運営の経緯を追い、また新たな施設の設立によって既存施設の役割がどのように変容したのかにも着目し、現在の役割分担や棲み分けがなされたプロセスを考察する。これら展示施設の機能は、企業活動の訴求、工場見学の拠点、来賓の接遇などのニーズから担っているものに加え、博物館的機能としての収集保存、調査研究、企画展示、教育普及、地域連携・貢献など多岐に渡るが、ここでは各施設の役割の変遷をたどるため、主目的と一般向けの主な常設展示内容に絞って記述した。

なお、1982年にトヨタ自動車工業株式会社とトヨタ自動車販売株式会社が合併して現在のトヨタ自動車株式会社となっており、本稿で取り扱う施設は工販合併以前についてはトヨタ自動車工業の記述である。また各施設の概要はトヨタ自動車の企業関連資料および各種文献を参照、引用している。企業関連資料の区分については、本稿文末を参照されたい。

2 トヨタホール(1938年～1977年)

トヨタ自動車工業は1937年に創業し、1938年の本社工場稼働とともに工場公開を開始した。当時から挙母工場にはPRセンターとして「トヨタホール」があり、来社する関係者、工場見学者などの接遇施設となっていた。1956年には工場正門前に移転して乗用車や工場縮尺模型などを展示し、会社の歴史をスライドや映像で紹介していた。(トヨタ自動車工業編 1958 p.229、pp.516-517)。

1959年に元町工場が完成し、本格的に工場公開に取り組むべく1960年に拠点として設立されたのが新しい「トヨタホール」である(トヨタ自動車工業編 1978 p.909)。同年完成した本館(現在の事務本館の北側)に隣接し、延床面積は地上二階、地下一階の2,500㎡であった。この頃、工場見学者は年間10万人を超えており、新トヨタホール設置の目的はこれら見学者への接遇の充実とともに、トヨタの企業活動の紹介であった(トヨタニュース 1960年10月号)。1階は約600㎡の展示場で、トヨペット コロナPT20型の実車両とカットモデル、本社工場と元町工場の模型、トヨタグループ9社の紹介、さらに東海協豊会などの関係会社も加えた地図、全国の販売サービス網の所在地、トヨタ車の生産・保有・輸出量の統計コーナー、トヨペット クラウンデラックス、トヨペット コロナ、トヨタ ランドクルーザーなど代表8車種の1/5模型、社史などが展示されており、実車両はターンテーブル、1/5模型はベルトコンベヤー上に配置するなど動きのあるディスプレイを取り入れていた。さらにテクニカルコーナーとして踏力計や、好みの色を投票できる30種類のボデーカラーサンプルパネルなどの参加型展示もあった。2階は500人を収容するホールとなっていた(トヨタ新聞 1960年8月27日号)。

当時の社内報ではトヨタホールの紹介として「企業PRの時代」と題し、次のような設立主旨が述べられている。現在は宣伝・広告の時代ではあるが美辞麗句を並べただけでは人々には信用されず、その会社、工場に信用がなければ製品は売れないため、どの会社も製品広告だけでなく企業広告に注力するようになっている。そしてラジオ、テレビ、新聞雑誌の広告よりも、会社のおいたちや工場を直接見てもらうことが一番よい方法であり、トヨタファンを増やすことにつながり、それがトヨタホール設立のねらいである、としている(トヨタグラフ 1960年9月号)。

トヨタホール開館以来、工場見学者数は1977年までの間、年間約20万人～30万人の実績であった。半数ほどは修学旅行や社会科見学で訪れる小学校から大学生までの学生で、その他は国内外の賓客、取引先、一般客である。やがてトヨタのグローバル化にともない本社に海外からの来客が増加し、さらに1971年に総務部から広報部が独立して工場公開やVIP対応も広報部に一本化され、トヨタホールも交通安全、環境対策などもふくめた課題に対応する広報拠点としての役割が拡大していった。そこでトヨタホールでは手狭になってきたとして、1977年にトヨタ会館が建設されることになった(トヨタ自動車工業 1978 pp.909-917)

3 トヨタ会館(1977年～現在)

1977年、トヨタ自動車工業創立40周年を記念して、本社敷地内にトヨタ会館がオープンした。設立主旨は、トヨタホールの機能を受け継いだ工場見学対応と来客受け入れ体制の強化、そして従業員厚生施設の充実であった。延床面積が約18,500㎡、1階と2階をあわせた展示室面積は5,000㎡、2階には1,000人を収容する大ホールが設置された。展示はより良い自動車づくりを通じて社会の発展に貢献する当社の姿勢を打ち出し、広い視野から自動車をとらえようとするものであった(部内資料)。

(1) 設立当時の展示(1977年～1990年)

会館全体としては社内外向けの新しいコミュニケーションセンターとしての役割を担い、トヨタホール展示室と比べて約10倍の広さをもつ展示ホールは「愛される車を世界に」をテーマに掲げ、子どもから大人まであらゆる層の見学者が楽しみながら理解できることをねらいとしていた。1階フロアの展示内容は、世界のさまざまな乗りものを投影する「乗りものプラネタリウム」、トランスミッションやデファレンシャルの原理を楽しみながら学べる「くるまの技術コーナー」、自動車製造の全工程の説明パネルやVTR紹介や、カーリーナー台分の部品展示がある「自動車をつくるコーナー」、君もドライバーと題した「ゲームコーナー」、[トヨタの歴史]の年表などによる紹介、「実車展示コーナー」ではニューセリカやカローラなどの市販車やトヨタ2000GTボンドカーやドリームカーなどで、車両展示は適宜入替が行われた(トヨタグラフ 1977)。

(2) 改装(1991年～1997年)

1980年代後半以降、環境問題が地球規模の社会課題としてクローズアップされていくことをとらえ、1991年に「人と地球にやさしい車づくり」をテーマとして第1回の改装が行われた。「くるまの技術コーナー」「自動車を作るコーナー」に替わり、低排出ガス、燃費向上などの最新技術の紹介のほか、1/1のクレイモデルやモックアップを展示した「デザインコーナー」、エンジンやミッションのカットモデルやシャシーの実物や模型を展示する「技術開発コーナー」、マジックビジョンで各工程を紹介する「生産工程コーナー」、「ドライビングシミュレーション」や来館者がモニター上でデザインしたクルマを走らせる「サイクルビジョン」などの体験展示、トヨタホームの紹介などが新設された。「トヨタの歴史」や「実車展示コーナー」は継続された。また同年、組織としても広報部から単独の「トヨタ会館」に移行している(部内資料)。

(3) 改装(1998年～2004年)

会社創立60周年を機として全面改装を行った。「21世紀に向けたクルマづくりをめざして」をテーマとし、「環境」「安全」「ITS」を展示の柱にしている。CO₂削減への取り組みを実物と映像で紹介する「トヨタと環境」、パネルや映像、体験コーナーから構成する「トヨタと安全」、クルマの基本メカニズムと電子技術を映像で見せる「テクノスコープ」、工場での生産プロセスを迫力の映像で再現する「バーチャルファクトリー」、「ITS」コーナー、オリジナルカーをデザインできるシミュレーション「カーデザインスタジオ」に加え、小学生向けの「社会科見学コーナー」も設けている。車両展示コーナーは、モータースポーツと新車展示コーナーとなった。なお、改装の1998年の同年、運営部署が「トヨタ会館」から「企業PR部」に改称された(部内資料)。

(4) 改装(2005年～)

2005年3月から開催された「愛・地球博」で海外からを含む見学者が増加することを見込んで全面改装を行った。正面玄関では「トヨタパートナーロボット(～2017年まで展示)」が見学者をお出迎えするとともに「環境」「安全」などの社会課題に焦点を当て、当社の取り組みや最新の自動車関連技術をわかりやすく体感できる展示とした。自然から学んだ知恵をテーマに、ハイブリッドカーや燃料電池車で環境にやさしく安全で豊かなモビリティ社会を紹介する「環境安全コーナー」、生産ラインの模型でトヨタ生産方式を紹介する「生産コーナー」、会社の歴史と社会貢献活動を紹介する「企業と社会コーナー」、車両展示のショールームは同年から日本展開された「レクサスブランド」を新設し、「社会科見学コーナー」では自動車のエネルギーの変遷を小学生向けに紹介した。また説明パネルや映像は日・英のほか中国語も併記した。現在の展示は大きくは2016年に「環境安全コーナー」をトヨタの技術の進歩にあわせて一新、2017年には生産コーナーを「生産と創造」として一新、溶接で使われているアーム型の通称「エコロボット」を設置、2018年には企業姿勢により共感いただけるよう「企業と社会コーナー」を一新、あわせてモータースポーツコーナーのショールーム内への移設、レクサスコーナーの改修を実施したものである。なおこの間、2011年に企業PR部が社会貢献推進部に統合され、同部がトヨタ会館の運営を担当する(部内資料)。

4 トヨタ鞍ヶ池記念館(1974年～現在)

1972年にトヨタ自動車の生産累計1,000万台を達成したことを記念し、国内外の来賓を接遇する迎賓館として、また、一般見学者向けにもトヨタの歴史と交通の移り変わりを訴求する施設として設置された。愛知高原国定公園の中にある鞍ヶ池公園に隣接し、設計者は名古屋大学の豊田講堂も手掛けた楨文彦氏、展示館のプロデューサーは泉真也氏で、建築設計と展示企画が同時に進められた。延床面積は4,348㎡、展示室面積は1,855㎡である(部内資料)。同館のパンフレットでは豊田英二社長(当時)が「永年にわたる当社の自動車づくりの足跡をご紹介する博物館的な施設として、また、地域の方々に少しでもお役にたつ文化的施設として建設したもの」「館内の展示におきましては、時を超え、処をかえ先人が追求してきた“人間と交通とのかわりあい”を深く認識し、自動車づくりを志したトヨタの姿勢をご紹介いたしました。そのためトヨタの歴史はもとより、資料を広く海外にも求め、有志以来交通に結集された人類の英知の歴史を“THE LIVING ROAD”というテーマでまとめあげました」と述べている(トヨタ鞍ヶ池記念館パンフレット、1975年頃)。

(1) 設立当時の展示(1974年～1990年)

展示は「THE LIVING ROAD」と「トヨタの歴史」があり、「THE LIVING ROAD」では5000年に渡る人間と交通の関係について、シュメール、ローマ、ルネッサンス、大航海時代、蒸気機関と産業革命、蒸気・電気・ガソリンエンジンによる自動車の誕生までをパネルと模型で壁面構成。「トヨタの歴史」では、豊田自動織機製作所内自動車部の時代に始まりトヨタ自動車工業設立から当時までのトヨタの自動車生産の歴史を年表で紹介し(同前)、実車としてはトヨタ AB型フェイトン、トヨタ AC型乗用車、トヨタ ペット SA型乗用車、トヨタ クラウンRS型、パブリカUP10型、トヨタ2000GT、トヨタ7、トヨタ ESV、1,000万台達成車のトヨタ セリカなどのトヨタ車、その他代表車両の模型が展示されていた(部内資料)。また、世界の名車54台を写真によって構成した「世界の名車コーナー」が設置されていた(講談社編 1987 p.137)

(2) 改装(1991年～1998年)

トヨタのルーツに焦点を当て、豊田佐吉が発明したわが国初の動力織機「豊田式汽力織機」や、創業者の豊田喜一郎が初めて世に送り出した乗用車「トヨタAA型乗用車」の復元車両などを展示したほか、各種の展示物も一新した(Weekly TOYOTA 1991)

(3) 改装(1999年～)

トヨタ自動車は1997年に創業60周年を迎えたのを機に、「第2の創業期」として21世紀に向けた企業としての構造改革に取り組み、トヨタ鞍ヶ池記念館も創業当時を物語る展示物を充実させるべく、1999年に豊田喜一郎の邸宅を同敷地内に移築修復し、あわせて「創業展示室」を設置した(トヨタ自動車ニュースリリース 1999年6月)。

「旧豊田喜一郎邸」は1933年(昭和8年)、喜一郎が名古屋市郊外の八事・南山の敷地内に建てた住居である。さらに2013年にはトヨタ自動車創立75周年を記念してガレージを新設し、トヨタ自動車生産累計1億台達成の記念車として初代トヨタ クラウンをモデルとしたオリジンが展示されている。「創業展示室」では、佐吉と喜一郎のプロフィール、トヨタ ペット クラウン、トヨタ AA型乗用車の「車両展示」、喜一郎とその仲間たちが困難を乗り越えていった創業期のシーンをジオラマと音声によって再現する「ラジオリマ」や創業期映像、戦前から終戦までにつくられたトヨタ車の1/5模型、挙母工場のジオラマ、年表、写真などで、創業期のチャレンジを紹介している。また、同記念館内の「鞍ヶ池アートサロン」では、トヨタ自動車保有の国内外の絵画作品を一般にも公開している(トヨタ鞍ヶ池記念館WEBサイト)。

同館は設立以来総務部が管理し、展示内容の管理は設立当初は広報部、現在は社会貢献推進部企業・車文化室アーカイブズグループが行っている(部内資料)。

5 トヨタ博物館(1989年～現在)

1987年のトヨタ自動車株式会社創立50周年の記念事業として計画されたのが、トヨタ記念病院とトヨタ博物館の建設、トヨタAA型乗用車の復元、トヨタ自動車50年史の編纂である(トヨタ自動車編 2012 pp.350-351)。

自動車博物館建設構想が社内で提案されたのは1984年である。日本の自動車生産台数は1980年に1,100万台と、アメリカを抜いて世界一位となり、世界で有数の自動車大国になった。しかし公立・私立問わず多くの自動車博物館が存在し、自動車の歴史や文化が市民に根づいている欧米に比べ、国内には本格的な自動車博物館が存在せず、一部有識者の間でその必要性が唱えられていた。そこでトヨタ車に限定せず普遍的なガソリン自動車100年の歴史を紹介、人と車の関わりや自動車文化に関する情報発信基地として設立にむけた準備がすすめられた。展示体系は自動車史研究家の五十嵐平達氏に監修を依頼し、展示車両の収集を行った。また、館の体制・運営方針については博物館法に準じ、学芸員や図書館司書を配置し⁽²⁾、調査・研究を行い特別展開催や情報発信をしていくことになった(トヨタ博物館 1995 p.8)。1988年には当時の副社長を委員長とする「自動車博物館建設委員会」が発足し、建設地を来館者にとってアクセスが良く、近隣に大学・研究所が多い、名古屋市近郊の長久手町に決定した(部内資料)。

1989年の開館時に設置されたクルマ館エントランスの銘板には「皆さまとともに自動車の歴史を学び 人と車の豊かな未来のために博物館をつくりました」と刻まれており、社会に開かれた本格的な文化施設として開館した(トヨタ博物館 1995 p.8)。現在の建物の延床面積/展示面積は、クルマ館が11,000㎡/6,900㎡、文化館が8,250㎡/1,400㎡、合計19,250㎡/8,300㎡である。年間の入場者数はコロナ禍の影響がなかった2018年度以前は約25万人程度で推移していた。

同館は、計画・準備段階は総務部管轄であり、開館直前の1989年2月に「トヨタ博物館」として単独部署となった。1999年に歴史文化センター、2000年に歴史文化部の管轄となり、2006年に社会貢献推進部に統合されて、現在に至る。

(1) 本館展示(1989年～2016年)

設立当時の1989年には、まず本館(現・クルマ館)が建設された。展示はガソリン自動車の誕生から約100年の自動車発達の歴史を体系的に紹介するという考えのもとに、100年の歴史の前半を欧米諸国での自動車文明の成熟期として、後半を日本の車社会の実現期として、2つの大きな視点でとらえた。具体的には2階は「欧米車展示ゾーン」として19世紀末～1930年代の欧米車の歴史を、「パイオニアの時代」「量産・大衆化の実現からモータリゼーションの進展へ」「ファッション化から自動車技術完成へ」「速さと力にロマンを競った車」「ステイタスをのせた豪華な車」という5ゾーンで、3階は1930年代～1960年代の日本車の歴史を「日本人の手による自動車生産」「大衆化のための技術開発」「多様化するニーズへの対応」「高性能スポーツカーの開発」「未来へのステップ」という5ゾーンで構成されていた。そして1階はシンボルゾーンとして、「トヨタAA型乗用車」の復元車が展示されている。

設立当初の展示車両は欧米車55台、国産車55台の110台で、その体系はトヨタAA型乗用車に代表される大衆のための実用車の歴史をたどっており、高級車とスポーツカーは、実用車から分化・開花したものとしている。自動車は19世紀末にヨーロッパでは上流階級のものとして、アメリカでは市民の足として誕生したものとして、高級車の源流となったロールス・ロイス40/50HPシルバーゴースト(1910・英)と、後の実用車の標準となったフォード・モデルT・ツーリング(1909・米)を対比させ、欧米車のシンボルとして展示。日本車はトヨタAA型乗用車を国産自動車の原点として位置付けていた(トヨタ新聞 1989)。

展示車両は走行できるコンディションで保存する「動態保存」をポリシーとして館内に整備室と整備員を配置。さらに調査研究の一環としてレストア、復元にも取り組み、筑波号(公開時期:1992年)、木炭乗用車(同1996年)、薪ガストラック(同1997年)、ボンネットバス(同1998年)、オートモ号(同1999年、国立科学博物館との共同プロジェクト)などを手掛けている(トヨタ博物館 2000 pp.37-38)。

(2) 新館展示(1999年～2017年)

1997年の会社創立60周年を記念し、新館(現・文化館)が増設された。2階の常設展示は日本のモータリゼーションの歴史を生活文化との関連でとらえ、乗用車や商用車、バイク等の車両を各時代の特徴的な生活用品や資料とともに展示し、当時の生活・文化を紹介している(トヨタ自動車ニュースリリース 1999年3月)。「生活と車、溶け合って進化する二つの文化」をテーマに、明治後期の自動車の移入から国産車の誕生、昭和初期につくられた自動車の歴史を紹介する「前史ゾーン(明治～昭和初期)」、第二次世界大戦後の日本人の生活と豊かなアメリカ文化を対比させた「戦後ゾーン(1945～1950年)」、自動車といえばトラックやタクシーだった昭和30年頃の生活を紹介する「国産ゾーン(1950～1960年)」、高度経済成長期の「成長ゾーン(1960～1965年)」、大衆がクルマに手が届きはじめて「マイカーゾーン(1965～1975年)」、地球規模の環境問題が社会課題となっていく「多様化ゾーン(1970年～)」で構成されていた(トヨタ博物館編 1999)。

(3) 本館(クルマ館)展示改修(2016年～)

開館以来、本館の車両展示の基本的な体系は維持し、部分的に車両の入替を行ってきたが、開館25周年を迎えた2014年頃から「モノ語る博物館」をスローガンに、開館30周年に向けて時代の変化にあわせた構成の見直しに着手した。設立時の「ガソリン自動車誕生以来の歴史を紹介する」という趣旨を現在の視点で再考し、時代の流れの中で世界と日本の自動車産業がどのように絡み合いながら進化してきたかを、分かりやすく伝えることを主眼とした。2016年に2階、2017年に3階を改装し、2階は「自動車の黎明期から日本車の誕生」として19世紀末の自動車黎明期から1950年代に至る展示内容を集約し、8つのゾーンにて紹介。従来日本車のみであった3階は「モータリゼーションの進展と多様化」として、欧米車を含む常設展示初披露の19台も加え、戦後から現代に至るまで、日米欧の自動車が互いに影響を受け、成長し、試練を乗り越えて発展してきた歴史を当時の時代背景とともに5つのゾーンで紹介している。約140台の車両で再構成した体系により、本館常設展示は19世紀末の自動車誕生から現代までの発展を一望できることになった(トヨタ自動車ニュースリリース 2016)。なお、本館は2019年の開館30周年を機に「クルマ館」に、新館は「文化館」に改称した。

(4)文化館「クルマ文化資料室」(2019年～)

開館30周年を迎えるにあたっては、1999年開館の新館の常設展示も課題となっていた。展示の老朽化に対する更新を検討するなか、1989年4月の開館以来収集してきた国内外の自動車文化の関連資料が、書籍、雑誌、カタログが約20万点、その他の文化資料が約1万5千点にのぼるにもかかわらず展示活用できていないことに着目し、温湿度管理ができるギャラリーを新設して約4,000点を公開する方向性となった。

テーマは「移動は文化」とし、約800台のミニチュアカーから構成されるタイムラインを軸として、錦絵、引札、うちわ絵、すごろくなどの「昔の出版物に見る乗り物文化」、自動車雑誌・カタログなどの「自動車と出版物」、19世紀末の世界初のモーターショーを含む「自動車ポスター」、世界各国の「カーバッジ」、ルネ・ラリックのガラス作品全29種をはじめとする「カーマスコット」、1950年代に欧米に輸出された日本製のブリキ製玩具、スロットカーなどの「自動車玩具」のほか「自動車切手」、「世界のライセンスプレート」「文学、マンガ、映画、音楽」の9ゾーンで構成されている(トヨタ自動車ニュースリリース 2019)。

(5)クルマ館「クルマづくり日本史」(2022年～)

2010年代前半から、海外からのいわゆるインバウンド客が増加し、同館もコロナ禍になる2019年以前は来館者数の10～15%にのぼっていた。「トヨタ」と名前がつく博物館ということもあり、それらお客様から、日本の自動車産業史についてもっと知りたいというご要望が聞こえるようになった。そこで2019年頃から「日本の自動車産業はいかに生まれたか」という問いに答える常設展示の計画に着手した。20世紀初頭の産業黎明期から1970年代の産業確立期まで約70年をとりあげ、主要なトピックスが投影されるダイナミックな「動く年表」、鮎川義介、豊田喜一郎、鈴木道雄、松田恒次、本田宗一郎など自動車産業創出・確立に寄与した創業者たちの紹介、現存メーカー12社の系譜図、生産台数推移の数的データなどを映像やインフォグラフィックスで表現し、「日本の自動車産業の誕生から確立」が理解できる内容となっている。

あわせてクルマ館2階のZone5を「1920-1940s 日本における自動車量産の幕開け」に変更し、日本人が国産乗用車製造を試み始めた1920年代から40年代にかけての車両展示のゾーンとした(トヨタ博物館ニュースリリース 2022)。

(6)富士モータースポーツミュージアム(2022年～)

2022年秋、富士スピードウェイの敷地内にオープンするホテル「富士スピードウェイホテル」と一体となった「富士モータースポーツミュージアム」が開館する(トヨタ博物館編 2022 pp.38～40)。同館は国内外の自動車メーカーから協力を得て、日本を中心としたモータースポーツの歩みと魅力を訴求するもので、現在、トヨタ博物館スタッフが企画・運営計画に携わっている。トヨタ博物館自体は前述のように、大衆のための乗用車の潮流を俯瞰する展示となっているが、乗用車の発達とレースは密接な関係があるためヨーロッパの20世紀前半のレーシングカーを保有し、また、トヨタ自動車の製品保管部署として一部レーシングカーを管理し、加えて長年にわたる博物館運営のノウハウがあることから本計画の担当部署となった。同ミュージアム開館に際しては、トヨタ博物館の常設展示のZone5「1900-1930s レーシングカー、スポーツカーの進化」を前述のように「日本における自動車量産の幕開け」に変更し、同ゾーンに展示していた車両の一部などを同ミュージアムに移設する。

6 トヨタ産業技術記念館(1994年～現在)

トヨタ産業技術記念館は豊田喜一郎生誕百年となる1994年6月11日にオープンした。トヨタグループ13社⁽³⁾(当時。現在は17社⁽⁴⁾)による共同運営である。1980年代後半のバブル経済の最中、製造業を「3K」と称して「モノづくり」を軽視する風潮が広がり、就職に際して製造業離れが憂慮されるようになってきた。トヨタグループでも若い世代に「モノづくり」の大切さを伝える場の必要性が訴えられ、トヨタグループ発祥の地である「豊田自動織機製作所栄生工場」(旧豊田紡織本社工場。豊田紡織より移譲)を産業遺産として保存しながら活用することになった。検討の結果、1991年5月のトヨタグループ首脳会合で、正式にグループの共同事業として建設することが決まり、同時にグループの推進組織として「TMP(トヨタメモリアルプラザ)建設委員会」と「TMP建設事務局」が設置されて計画が進められた。また、1992年5月に正式名称が「産業技術記念館」に決定し、10月に工事に着手した。展示物については、1991年から展示用の機械の収集・修復・復元が行われていった(部内資料)。トヨタ博物館と同じく博物館類似施設であるが、学芸員を配置し、基本的な博物館の機能を持って活動している。

同館の基本理念は、豊田佐吉のめざした「研究と創造の精神」と、自動車の国産化に挑んだ喜一郎が情熱を注いだ「モノづくり」の大切さを、広く社会に伝えること、である(トヨタ産業技術記念館 2018)。なお、設立当時は産業技術の歴史を大きく捉え、企業宣伝にならないように敢えて社名を想像させる「トヨタ」はつけなかったが、実際は「トヨタ産業技術記念館」と呼ばれることが多かったため2014年に「トヨタ産業技術記念館」に変更した(飯島 2014)。

(1) 設立当時の展示構成(1994年～)

常設展示は「研究と創造の精神」と「モノづくり」の大切さを伝える展示構成とし、繊維機械産業と自動車産業を中心にそれを支えてきた技術の変遷を紹介する。また、トヨタG1型トラックとトヨタAA型乗用車の展示、生産機械の現物を動かしながら解説するという動態展示や、鍛造、鋳造、機械加工などの金属加工の実演などを通じてモノづくりが体感できる内容となっている。

「繊維機械館」では紡績機・織機の変遷を展示するとともに、佐吉の発明した織機や機構を詳しく解説。G型自動織機の集団運転や当時の生産ラインを再現している。「自動車館」では「製品技術」で自動車を構成する各コンポーネントの変遷や、技術の変遷を紹介、「生産技術」でトヨタAA型乗用車の生産工程を再現、生産技術のその後の変遷を動態展示する。また、機械の原理・機構や機構を学ぶための体験型・参加型のテクノランドも設置した(部内資料)。

(2) 開館10周年以降(2004年～)

開館10周年にあたり、自動車創業期の「材料試験室」「試作工場」を愛知製鋼刈谷工場内から部分移設、当時の自動車研究の様子を再現した。また、G型自動織機の本格生産のために建設された「第一鉄工場」の一部を豊田自動織機刈谷工場内より移設し、「創造工房」として活用している。さらに「自動車館」には技術開発の取り組みや工場生産の様子を映像で解説する2つのシアター等を新設し、「繊維機械館」には、産業技術史を支えてきた動力の発展の展示を追加した。2005年に愛知万博が終了してからはトヨタパートナーロボットの演奏実演を、2007年には蒸気機関の一般公開を開始した(部内資料)。2010年には開館後15年記念事業としてテクノランドと創造工房のリニューアルを完了している。

(3) 開館20周年以降(2014年～)

2014年、豊田喜一郎生誕120周年と開館20周年を記念して「自動車事業創業期ゾーン」を一新、喜一郎を中心に創業期のモノづくりの様子を伝えるため、象徴的なシーンの再現や喜一郎の言葉を引用して、メッセージを伝えている(赤れんが便り 2014 pp.3-8)。「日本人の頭と腕による国産自動車事業の実現」をめざした喜一郎と仲間たちの創業期を「決意」「挑戦」「邁進」「再興」の4つのパートにわけて構成している(トヨタ産業技術記念館WEBサイト)。

(4) 産業観光との関連と、入場者の急増

同館は1990年半ばから愛知県、名古屋市、名古屋商工会議所と愛知県内を中心とした公立・企業博物館などで構成する「産業観光推進懇談会」の中核メンバーとして活動しており、愛知の産業観光施設の代表的存在である。

また、同館の入場者数は2013年頃から急増し、コロナ禍の影響がなかった2019年は年間約46万人であった。急増の理由としては、2014年に館名を変更して「トヨタ」が冠され、素性がわかりより認知されるようになったこと、インバウンドブームやトリップアドバイザーの「工場見学&社会科見学ランキング」で2015年から2018年まで4年連続で全国1位に選ばれたこと、トヨタの創業期が描かれ、同館がロケ地となったTBSのテレビドラマ『LEADERS』が2014年と2017年に放映されたこと、などが理由と考えられる。

7 各施設の役割の変遷

以上、各施設の成立の経緯と展示の変遷を概観したうえで、その役割の変遷についてみると、トヨタの展示施設はまず工場見学の拠点、来客接遇拠点としてのトヨタホールが端緒である。新トヨタホールは小規模なものであったが、数台の車両展示、事業や社史の紹介だけでなく、クルマづくりへの興味関心を引き出す参加型展示など、現在の企業博物館の原型といえる。

社内では創立30周年をむかえた1967年頃から博物館設立の構想があった(部内資料)。トヨタの事業規模が拡大するにつれ、本格的な迎賓館のニーズから建設されたのがトヨタ鞍ヶ池記念館であるが、まずここで当社歴代車両の博物館的展示が

はじまった。トヨタの歴史とともに「THE LIVING ROAD」といういわばモビリティ5000年の歴史の展示や世界の名車の写真展示もあり、このころから自動車産業およびトヨタ自動車を歴史や社会の大きな流れの中でとらえ、社会に向けて発信しようとする姿勢をもっていたことがうかがえる。

この姿勢は会社創立40周年で1977年にトヨタホールに替わり本社敷地内で工場見学の拠点となったトヨタ会館の展示の中でも受け継がれ、設立当初の展示の前半では、乗り物への憧れをかきたて、科学的な原理を解きながら普遍的な自動車開発や生産技術の説明がなされている。

会社創立50周年を記念して1989年に開館したトヨタ博物館は、トヨタとして初めての本格的な博物館であった。日米欧の乗用車の発達史を体系的にたどる総合的な自動車博物館は、当時も今も日本で唯一である。

またトヨタ博物館開館によって、トヨタ社内に保存・展示されていた歴史的なトヨタ車は同館に集約され、トヨタ鞍ヶ池記念館やトヨタ会館の展示の変化をもたらした。トヨタ鞍ヶ池記念館はトヨタのルーツに重点を置く方向性にシフトし、まず1991年に「豊田式汽力織機」や「トヨタAA型乗用車」の復元車両などの展示、1999年には会社創立60周年で豊田喜一郎の邸宅を同敷地内に移築修復し、「創業展示室」を設置した。トヨタ会館は、工場見学の拠点と本社来客の接遇という性格から、トヨタ自動車の事業の現在を反映した展示を行っている。とくに1990年代以降は、トヨタの直面する社会課題に対する、企業から社会への回答を示すものとして、環境や安全などを大きくとりあげている。

トヨタ産業技術記念館の設立当初の役割も「若者の製造業離れ」という社会課題を解決するための「研究と創造の精神」と「モノづくり」の大切さの訴求である。加えてトヨタグループや地元関係者にとっては、トヨタグループ発祥の地、豊田綱領制定・発表の地というグループの紐帯を示す場としての役割を持っている。産業観光に注力する愛知県において同館は象徴的な存在となり、観光資源としてクローズアップされ、とくに2013年に訪日外国人が1,000万人を突破しそれ以降もコロナ禍まで続いたインバウンドブームの中で、来館者の急増という現象が起こった。2014年に館名に「トヨタ」と冠し、自動車事業創業期コーナーを強化したのは、既にあった社会の期待に沿っていったともいえる。

現在のコーポレート訴求を担うトヨタ会館、創業の精神の訴求を強化するトヨタ鞍ヶ池記念館、トヨタ産業技術記念館がある中、トヨタ博物館は当初の理念どおり、公共性を意識して客観的な視点にたった自動車博物館としての姿勢を保っている。時代にあわせて構成をかえながら大衆のための乗用車の歴史というメインの車両展示のポリシーを貫き、クルマと生活、クルマと文化、そして日本の自動車産業史と、さまざまな視覚から自動車とモビリティについて問い続けている。また長年の博物館活動の蓄積から新たな「モータースポーツ」というテーマが生み出され、新ミュージアムが立ち上がる契機となっている。

トヨタ自動車の社会貢献推進部長兼トヨタ博物館長の布垣は、トヨタは多くの施設を持っており、(現在では図1のように整理して説明しているが)、必ずしもはじめから役割分担を考えていたわけではなく、時代の要請に応えながら現在のような形に落ち着いてきた、と述べている⁽⁵⁾。トヨタ自動車グローバル化をとげ企業として成熟する過渡期である1970年代半ば～1990年代半ばに設立されたこれらの館は、設立時もその後もトヨタの事業方針や時代の変化に従って展示内容を変容させる一方、時代が変わっても守るべき館としてのアイデンティティをそれぞれ見出しつつもいえる。各館・各施設は実務面では情報共有を定期的に行いながら、2005年の愛知万博に際してはシャトルバス共同運行を行い、2014年には豊田喜一郎生誕120年記念の共同企画を実施し、コロナ禍においては対策の共有を行うなどの連携を行っている。基本方針は各館独自ですめているが、複数の館が存在することによるシナジーは存在するといえるだろう。

今回は、紙幅の関係で、現在社会貢献活動分野に関連する5館のみをとりあげたが、豊田佐吉記念館やトヨタ創業期試作工場などの歴史的建築物保全、あるいはアムラックスやMEGA WEBなど、営業分野で運営されていた施設なども存在する。それらもスコープにいれた概説については別の機会に譲りたい。

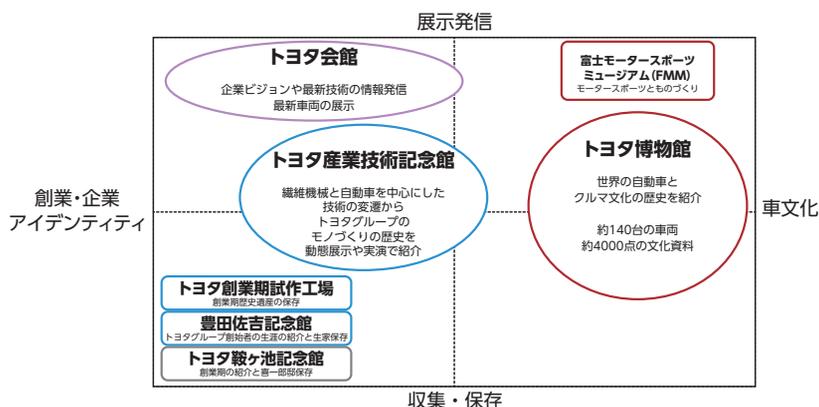


図1 トヨタの展示施設の役割 (トヨタ博物館 見学者説明用資料より 2022年5月現在)

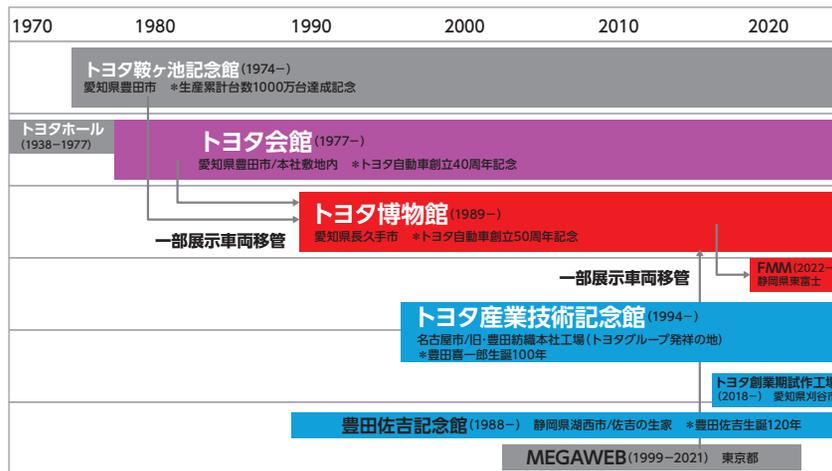


図2 トヨタの展示施設成立の時系列別整理(トヨタ博物館 見学者説明用資料より 2022年5月現在)

最後に、本稿作成にあたっては各館および当社アーカイブズグループ、その他関係者に資料提供、原稿確認などで多大なる協力を仰いだことを、この場を借りて記しておきたい。

■註

- 1 吉田編 1981、電通出版事業部編 1984、講談社編 1987、企業史料協議会編 1987、毎日グラフ別冊 1988 など
- 2 ただしトヨタ自動車直営としたことから、登録博物館の設置者基準からはずれるため、現在にいたるまで博物館類似施設である。また、学芸員や司書に関しても、同館に配属になったトヨタ自動車従業員が各資格を取得して(既に学生時代に取得していた者も含む) 従事し、専門職としての採用は行っていない。
- 3 当時の13社は次の通り。
株式会社豊田自動織機製作所(現・株式会社豊田自動織機)、トヨタ自動車株式会社、愛知製鋼株式会社、豊田工機株式会社(現・株式会社ジェイテクト)、トヨタ車体株式会社、豊田通商株式会社、アイシン精機株式会社(現・株式会社アイシン)、日本電装株式会社(現・株式会社デンソー)、豊田紡織株式会社(現・トヨタ紡織株式会社)、東和不動産株式会社(現・トヨタ不動産株式会社)、株式会社豊田中央研究所、関東自動車株式会社(現・トヨタ自動車東日本株式会社)、豊田合成株式会社
- 4 現在の17社は次の通り。
株式会社豊田自動織機、トヨタ自動車株式会社、愛知製鋼株式会社、株式会社ジェイテクト、トヨタ車体株式会社、豊田通商株式会社、株式会社アイシン、株式会社デンソー、トヨタ紡織株式会社、トヨタ不動産株式会社、株式会社豊田中央研究所、トヨタ自動車東日本株式会社、豊田合成株式会社、日野自動車株式会社、ダイハツ工業株式会社、トヨタホーム株式会社、トヨタ自動車九州株式会社
- 5 2022年1月25日、産業文化コンソーシアム「歴史関連施設を通じたトヨタの社会貢献活動」での、布垣直昭社会貢献推進部長兼トヨタ博物館長の発言より

■トヨタ自動車の企業関連資料区分(本稿関係分)

- ①部内資料(各部による記録、社外非公開)
- ②社内報
トヨタ新聞/トヨタグラフ(1982年の工販合併まではトヨタ自動車工業、工販合併以降はトヨタ自動車)
Weekly TOYOTA(トヨタ自動車)
- ③広報資料
トヨタニュース(トヨタ自動車販売)
ニュースリリース(トヨタ自動車)
- ④社史
20年史:『トヨタ自動車20年史』トヨタ自動車工業株式会社
40年史:『トヨタのあゆみ 部門編・1968～1977 40周年記念』トヨタ自動車工業株式会社
75年史:『トヨタ自動車75年史』トヨタ自動車株式会社

■参考文献

- 赤れんが便り vol.64 2014年4月号 トヨタ産業技術記念館
飯島修 2014「館長から」『トヨタ産業技術記念館メールマガジン』(2014年6月6日配信)
Weekly TOYOTA 1991年2月1日号「トヨタ鞍ヶ池記念館 トヨタのルーツがズラリ一堂に」
企業史料協議会編 1987『企業と史料 第2集 産業遺産の保存と企業博物館』企業史料協議会
講談社編 1987『全国企業博物館ガイド』講談社
トヨタ鞍ヶ池記念館 パンフレット(発行年不詳、推定1975年頃)
トヨタ鞍ヶ池記念館 WEBサイト https://www.toyota.co.jp/jp/about_toyota/facility/kuragaike/
(2022年5月アクセス)
トヨタグラフ 1960年9月号「トヨタを一堂に」
トヨタグラフ 1977年11月2日号「トヨタ会館オープン」
トヨタ産業技術記念館 WEBサイト <https://www.tcmi.org/exhibition/car/car01/> (2022年5月アクセス)
トヨタ産業技術記念館編 2018『「トヨタ産業技術記念館」ガイドブック 改訂版』トヨタ産業技術記念館
トヨタ自動車工業編 1958『トヨタ自動車 20年史』トヨタ自動車工業株式会社
トヨタ自動車工業編 1977「愛される車を世界に トヨタ会館展示ホール(パンフレット)」
トヨタ自動車工業編 1978「工場公開業務の変遷」『トヨタのあゆみ 部門編・1968～1977 40周年記念』
トヨタ自動車工業株式会社 pp.909-917
トヨタ自動車ニュースリリース 1999年3月19日「トヨタ博物館 新館が完成」
トヨタ自動車ニュースリリース 1999年6月4日「トヨタ鞍ヶ池記念館に創業当時を物語る展示を充実、一般にも開放」
トヨタ自動車ニュースリリース 2016年12月20日「トヨタ博物館本館常設展示のリニューアル完成」
トヨタ自動車ニュースリリース 2019年3月13日「トヨタ博物館開館30周年『クルマ文化資料室』をオープン」
トヨタ自動車編 2012『トヨタ自動車75年史』トヨタ自動車株式会社
トヨタ新聞 1960年8月27日号「本館、トヨタホール完成」
トヨタ新聞 1989年4月21日号「トヨタ博物館特集」
トヨタニュース 1960年10月号「豊田市トヨタ町1番地の新社屋」
トヨタ博物館ニュースリリース 2022年3月16日 「トヨタ博物館の新展示コーナー『クルマづくり日本史』
2022年4月16日(土)にオープン」
トヨタ博物館編 1995『5年のあゆみ』トヨタ自動車株式会社
トヨタ博物館編 1999『トヨタ博物館館だより No.40』トヨタ自動車株式会社
トヨタ博物館編 2000『10年のあゆみ』トヨタ自動車株式会社
トヨタ博物館編 2001『新館展示ガイド「クルマと暮らしの博物誌」』トヨタ自動車株式会社
トヨタ博物館編 2021『年報 2020』トヨタ自動車株式会社
トヨタ博物館編 2022『年報 2021』トヨタ自動車株式会社
電通出版事業部編 1984『日本の企業博物館』電通
毎日グラフ別冊 1988『につぼん全国企業博物館』毎日新聞社
森真澄 1988 「『企業博物館』の現状とこれからへの期待」『につぼん全国企業博物館』毎日新聞社pp.45-49
吉田光邦編 1981『産業の発達史[企業博物館]』講談社

施設運営におけるSDGs活動

野崎 正之(館企画グループ)

夏の企画展「トヨタ博物館でSDGsを考える」でお客様にSDGs啓発を展開するにあたり、館運営のオペレーション全般をSDGsの視点からレビューし、必要な対策を講じた。以下、その主なものを紹介する。

1 ゴミ回収方法の改善

一番わかりやすいのはゴミの分別で、まずはここから着手した。日常的に発生するゴミについて、再資源化を促進するため分別を細分化した。この結果、従来、古紙や雑紙等の紙ゴミも可燃ゴミとして一括焼却されていたが、資源として再利用するため、リサイクル業者に引き取り先を変更した。

また、スタッフ各人の事務所ゴミは、委託先の専門スタッフが回収していたが、これを各々が集積所に持ち込む方式に改め、分別回収の意識改革を促すとともに、ゴミ自体の発生量を減らすことを狙った。トヨタ本社では既に全社的に細かな分別が実施されているが、小さなサテライトオフィスの当館でも、今回の対応で、ようやく、そのレベルに追いつくことができた。



写真1 新設されたゴミ集積所

2 レストラン、カフェでのプラスチック製品の削減

レストランやカフェではプラスチックゴミの削減に取り組んだ。第1ステップとして、使用しているプラスチック製品を全て洗い出し、次に代替品の有無と調達コストを徹底的に調査した。その結果を基に、レストランでは、ストローを紙ストローに、フードケースを紙カップに、テイクアウト用弁当箱をパルプ容器に変更することにした。カフェでは、紙ストローに加え、テイクアウト用カップを紙コップに切り替えた。

とりわけ議論を呼んだのが紙ストローの採用で、コスト的にも使用面でも現行品に対し不利だった。しかし、身近な製品でとても分かりやすいメッセージであり、お客様にSDGsを考えていただくきっかけとなればと採用に踏みきった。



写真2 紙ストロー、紙カップ、パルプ容器

3 ミュージアムショップでのアップサイクル商品の販売

ショップ向けの商品開発では、本来であれば捨てられるはずの廃棄物を、新しい製品にアップグレードして生まれ変わらせる活動にトライした。具体的には、①エアバック生地+持ち手はシートベルトの端材を利用したエコバッグ、②車両用カーボン部品の端材を活用したブックマーカー&スケール、③ランドクルーザーのシート表皮の端材を利用したトートバッグの3点をアドホック的に制作し販売した。

お蔭様で、デザイン性や機能性が評価され、用意した商品は早々に完売したが、持続可能な商流にするには産廃処理上の課題もあり、そうしたハードルをクリアしながら、継続して取り組んでいきたい。



写真3 エコバッグ、ブックマーカー

この他の活動として、施設の省エネ対策、地産地消商品の提供(レストラン、カフェ)、紙資料配布の見直し(受付)を展開した。紙資料の削減では、お客様全員に配布していたリーフレットをお客様自身で棚から必要な部数を取っていただくセルフ方式へ変更した結果、配布部数が7割以上も減少し予想以上の削減に繋がった。SDGs活動には終わりはなく、持続的に取り組んでいく課題である。現在、第2弾の活動として、レストランでの食品ロス削減に着手したところである。

トヨタ博物館初の「謎解きイベント」

2021年12月18日 販売開始

岡庭 宏昌(館企画グループ)

1 はじめに

2021年末から2022年にかけて、トヨタ博物館初の試みとしてクルマ館、文化館全体を使った謎解きイベントを開催した。コロナ禍で、従来開催していたワークショップやスタンプラリー、走行披露、乗車体験などの開催が困難になっているなか、安全安心に楽しんでいただけるお客様向けサービスとして企画したものである。館運営業務を担当するトヨタエンプライズのスタッフが7月頃から検討をはじめ、トヨタ自動車スタッフも加わり、謎解き制作会社との間で、当館の施設のどの部分をどのように訴求するか、クルマの細かい部分まで興味を持ってもらえるか、どのワードを謎に使うのか、など何度も議論を重ねて12月からの実施に至った。

2 制作の考え方と経緯

近年、謎解きイベントは各地で開催されて、2015年の全体動員累計は500万人ともいわれて急激な盛り上がりを見せている。このような謎解きファン層の期待に応えられる内容にするとともに、クルマファン、トヨタ博物館ファン、初めて当館にご来館いただける方にも楽しんでいただけるような内容を目指した。

企画制作にあたっては、①トヨタ博物館、クルマ、展示物の隅々までご覧いただける内容であること、②謎解きイベント参加者以外の方にもご迷惑にならない配置にすること、③ファミリー、カップル、お一人様など幅広い年齢層にご参加いただける謎解きであること、という3点に留意した。また、再度来館したくなるような内容にすることで、年間パスポートの購入促進にもつなげたいとの意図もあった。当初はお客様のご来館数が比較的小さい冬季のイベントとして12月18日から3月末までの開催予定であったが、ご来館されたお客様より好評であった為、期間を5月のゴールデンウィークまで延長した。さらに年明けには、第二弾の企画制作に取り掛かり、2月12日から開催した。(写真1～3)

3 実施状況

<内容>

歴史的な自動車の展示に関する謎解きイベントとして、第一弾はタイムスリップ、第二弾は探偵事務所での出来事をストーリーとして設定した。まず、受付で謎解きのキットをご購入いただき、問題を順番に解いていくという一般的な謎解きとヒントを見つける宝探し要素を取り入れた。解き終わった際にはなぜこのクルマを題材にしたのか、このキーワードにはどのような意味があったのかということを知知識の「エンディングストーリー」として、お渡しをした。



写真1 エンディングストーリー



写真2 謎解きキット



写真3 謎解きキット表紙

本企画はトヨタエンタプライズスタッフが発案、主体となって企画運営を行った。準備段階ではトヨタ自動車スタッフで使用するクルマの選定や最後のキーワード、エンディングストーリーなどを設定し、開始後はお客様へのアンケートや運営を行った。冬季の開催であったが、天候に左右されない室内での開催の為、謎解き終了後にエンディングストーリーをお持ちになり再度展示を見られ、ゆっくりと滞在される方が多く見受けられた。なかには後日クルマ展示見学目的で改めてご来館された方もいらっした。館内で謎解きをする様子を見て参加された方が謎解きに目覚め、他の施設の謎解きイベントに参加したというケースもあった。

団体でキットをご購入いただき、行事やイベントで参加をしてくださった方も多く、クルマの感想や謎解きの感想をお仲間同士や案内スタッフへお話しいただき、スタッフお客様とコミュニケーションを取る機会となった。謎解き初心者の方も多く、ヒントの出し方などをアンケートでのご意見やお声掛けをした際のご意見などを参考に開催期間中でも改善を重ねた。例えば、床面に貼り付けたヒントが床の柄と同化していたのを、矢印をつけて視認性を向上させた、などである。また、メッセージアプリの「LINE」を利用してヒントを出していたが、LINEを利用されていないお客様用に、ヒントの用紙も準備して販売の際にお声掛けをおこなった。



写真4 改善後

<販売結果・集客効果>

販売実績としては、3月末時点で第一弾が647部、第二弾が264部と初開催としてはまずまずの成果であった。年間パスポートの購入促進という面からは、すでに年間パスポートをお持ちの方も多くご参加いただけて、トヨタ博物館でのイベントを多くしてもらえると嬉しいとおっしゃっていただけた。謎解き目的で年間パスポートをご購入いただいたお客様からは、次のシリーズ、難易度アップやシリーズ化を期待する声も多くいただけた。

<アンケート結果>参加者アンケートの結果は下記の通りである(n=594)

《目的別》 謎解き目的で参加71% 展示見学に来て参加29%

《満足度》 大変面白かった50% 面白かった48% どちらともいえない2%

《主な自由意見》 ◇良い意見 ・初めての謎解き参加でしたがちょうどよい難易度でした

・楽しかったのでシリーズ化してほしい

・謎解き目的で来たが、クルマに魅了された

・天候に左右されず、謎解きも展示見学もできるので非常に良かった

・謎解きにきたのにクルマを見るのが楽しくて、謎解きに時間がかかってしまった(笑)

・謎を解きながらクルマの知識も学べてラッキーだった。年パス購入します

◇改善要望 ・ヒントの場所が見学者や謎解き参加者で見つけづらいので場所を工夫してほしい

・エンディングがあっけなかった

・順路に対して逆走があったので検討してほしい

・簡単すぎた。次回以降は難易度上げてほしい、レベルを何段階かにしてほしい

・チケットを何度も出すので、手に巻くタイプにしてほしい

4 おわりに

コロナ禍での新たなコンテンツとして、初の開催だった為、トヨタエンタプライズ、トヨタ自動車、制作会社も手探りで企画、運営しながら日々改善していくことになったが、謎解きファンの当館への誘導につながった。コロナ禍でも実施可能な非接触型のイベントである為、博物館の新たな利用形態、新たなファン獲得につなげていきたい。今回の反省を生かしつつ、謎解きのストーリーの構築やクルマのさらなる魅力を発信できればと考える。

追記) この謎解きイベントは5月8日まで続き、販売実績は第一弾が969部、第二弾が563部となった。これは来館者の6.7%がこのイベントに参加した計算になる。

企画展を振り返る (2018年～2021年)

野崎 正之(編集事務局)

トヨタ博物館では常設展示に加えて、特定のテーマに基づく特別展／企画展を毎年開催してきた。年報2018で、開館以来2018年までの全94件を振り返っているが、ここではその後の7件を紹介する。(2018年は重複掲載)

年度	期 間	テーマ	内 容	実施風景
2018	2018.2.10 ～2018.7.1	企画展 「元気!! ニッポン 1960s!」	東京オリンピックを挟み高度経済成長の真ただ中にあった1960年代。生活が日に日に豊かになり、日本が一番元気だった時代の空気とエネルギーを5つのゾーンに車両9台を展示して表現。	
	2018.7.14 ～2018.9.30	企画展 「空! 風! オープンカー!」	『クルマの「魅力」再発見!』をテーマに、夏にふさわしいオープンカーを9台展示。タイプの異なる車両を5つのグループに分け、イラスト背景とともに楽しさを訴求し、クルマへの興味を喚起。	
	2018.10.6 ～2019.4.7	バックヤード収蔵車展 「お客様が選んだ裏BEST10」	初の試みとして、2～5月にご来館のお客様に収蔵車48台の写真をご覧いただき、「展示して欲しい収蔵車」アンケートを実施。その結果に基づいて、人気車両上位10台を一堂に展示。	
2019	2019.7.13 ～2019.9.23	企画展 「世界のスポーツカー」	世界最初のスポーツカーを始め、欧州生まれのライトウエイトスポーツカー、日本のグランツーリスモ、アメリカンスポーツカー、圧倒的なパワーを誇るスーパーカーまで、世界の代表的なスポーツカー10台を一堂に展示。	
	2019.10.10 ～2020.4.12	企画展 「100年前のイノベーション ～T型フォードが変えたこと～」	自動車産業が100年に一度の大変革期と言われる今、100年前のT型フォードのイノベーションの源を検証し、今後のモビリティの行方を考える一助とするため、7台の車両に加え「分解展示」も実施。	
2020	2020.6.2 ～2020.10.11	企画展 「コンセプトカー蔵出し 30年前の未来のクルマ」	1987年から1995年にかけて東京モーターショーで紹介されたコンセプトカー8台と、それをもとに商品化されたクルマを一堂に展示。30年前の未来のモビリティに思いを馳せるきっかけを提供。	
	2020.11.3 ～2021.4.11	企画展 「トヨタモータースポーツ列伝 弛まぬ挑戦者たち」	喜一郎のレースへの想いと、それを受け継いだ技術者たちの挑戦の系譜。様々なカテゴリーのレースに参戦した車両9台の展示を通じて、トヨタのモータースポーツとモノづくりとの関係性を紹介。期間中、特別ガイドツアーを常設。	
2021	2021.4.23 ～2021.7.4	企画展 「テールフィン・ラブ 世界を変えた、あの流行を ふり返る」	1948年のキャデラックを皮切りに、その後の10年間にわたり世界中を魅了した「テールフィン」とは何だったのか。1950年代のアメリカ車を中心とした9台の実車展示を通じて、先の見えない時代への示唆を提供。	
	2021.7.16 ～2021.10.17	企画展 「トヨタ博物館でSDGsを考える」	博物館にとってサステナビリティは大きなテーマであり使命でもあるとの考えで企画したもので、来館者にSDGsとは何か、自分たちができることは何かを考えてもらうことが狙い。これまでのクルマ主体の見せる企画展とは異なる異色の内容。	
	2021.10.31 ～2021.4.17	企画展 「激走!!2.5次元ヴウオオン!! -WRC日本車挑戦の軌跡」	世界中の公道を舞台に市販車ベースの競技車両で戦われるWRC(FIA世界ラリー選手権)における日本車挑戦の歴史の紹介。7社12台の参戦車両をマンガ仕立ての2.5次元イメージの空間で臨場感溢れる展示。	

2021年度の出来事から

野崎 正之(館企画グループ)

1 キャストの制服リニューアル (春夏2021年4月1日 秋冬2021年9月1日)

当館では、3年毎に制服をリニューアルしている。今回は、当館に相応しいデザイン要件とは何かというコンセプト議論から始め、ほぼ一年かけて検討してきた。姉妹館でもあるトヨタ会館やトヨタ産業技術記念館とのポジショニングや歴史館としての性格などから、デザインの方向性を「クラシック&モダン」と設定した。

ミュージアムの制服は、とすると、デパートの制服のようになってしまいがちだが、クラシックという要素にこだわることで、型からの脱却を目指した。クラシックとモダンはデザインの対立軸ではなく、例えば、布地をモダン、形をクラシックといったような組み合わせや、帽子、スカーフなどのアイテムで表現することで、時代を超えたイメージを追求した。

実際に着用するキャストの意見も取り入れながら、最終的に決定したのが写真のデザインである。この制服が当館にマッチしているかどうか、是非、一度来館されてご確認していただけたら幸いである。



写真1 春夏服

写真2 秋冬服

2 年間パスポート会員限定の体験イベント (初回 2021年6月20日)

当館には、他のミュージアム同様に、年間パスポート制度があり、一年間無料で入場できるほか、レストランやショップでの購入割引がある。長年、特段のPRをすることもなく、利用は一部のヘビーユーザーに限られていた。しかし、応援団づくりという戦略的視点に立つと、パスポート会員は館を支えてくれる応援団であり、数年に一回しか来館しない普通のお客様に、一年に何回も来館していただけるリピーターになっていただくことこそ、クルマファン、愛車文化を育てる近道といえる。

このため、2019年より、パスポート料金の据え置きによる割安感の醸成、ホームページでの専用サイト設置、オリジナルカードケース&ストラップの制作などを段階的に展開、そして、2021年には会員限定の体験イベントを開始し、料金面の特典に加えて、会員だけの特別感を付与していった。詳しくは当館のホームページを参照されたい。

<https://toyota-automobile-museum.jp/visit/annual/>



写真3 T型看板下での愛車撮影(6月20日)



写真4 CCFでの投票イベント(10月24日)

写真5 館長による特別ガイドツアー
(11月28日)

こうした活動の結果、長らく200人前後に留まっていた会員数は現在では700人を超え、館内でも会員証フォルダーを首から下げたお客様に出会う機会が増えてきた。この専用ストラップはお子様に人気で、ファミリーの会員の場合、お子様が楽しそうに下げているケースが多く微笑ましい。今後とも、更なる付加価値を創造し、パスポート会員が当館を支える大きな応援団になることを期待している。

3 スペシャルな車両寄贈 (ミニカー 2021年7月1日、トヨタ2000GT 2021年10月18日)

7月に、名古屋の米国領事館のシェイファー首席領事(寄贈当時)から、愛蔵のマッチボックスミニカーをクルマ文化資料室の展示用に寄贈いただいた。首席領事の故郷であるデンバーの消防車で、氏にとっても大変思い入れのある品である。

領事館には、春の企画展「テールフィン・ラブ」でも後援をいただき、大変お世話になった。その関係で来館された折、マッチボックスのコーナーに愛蔵車の展示を申し出られたもので、7月の退任直前の寄贈となった。

また、10月には、俳優の唐沢寿明氏からトヨタ2000GTオープンカーを寄贈いただいた。日本を舞台にした「007は二度死ぬ」で登場するボンドカーを手掛けたテクノクラフトが、氏の依頼で4年半かけて制作した車両で、コロナ禍でイベント等での使用が難しくなったとの理由で、寄贈を申し出られたものである。

当館としても、ミュージアムとして収蔵に値する架装品質と判断し、寄贈を受け入れた。以降、半年間にわたりメインロビーに特別展示、ほとんどすべての来場者が足を止め、大きな反響を呼んだ。

クルマの大きさは遙かに違えど、ともに、当人にとって大変思い入れのある品である。寄贈を深く感謝申し上げるとともに、末永く大切に保存していきたいと考える。



写真6 シェイファー氏による展示ケース収納



写真7 唐沢寿明氏寄贈車両のロビー展示

4 フォトウェディングの受入れ (初回 2021年9月17日)

2020年に、2組の結婚式をトライアル的に受け入れた。一組は緊急事態宣言の発出で式を断念されたカップルで、当館での挙式実現に大変感動された様子であった。もう一組の挙式は地元のテレビでもニュースとして紹介された。これを受けて、2021年より正式に挙式受入れをスタートさせたが、コロナ禍ということもあり残念ながら実現はしなかった。その代わり、写真だけ当館で撮影するという簡易なプランが好評で、9月を皮切りに、5組のカップルが利用された。お好きな3台の車両と記念撮影(うち一台は乗車撮影可)ができるというもので、来館者の少ない平日午後に限定した撮影プランである。詳しくは、ブライダル企画会社のHPを参照されたい。<https://tiara.jp/>



写真8 記念撮影の様子

施設利用関連収入は、ミュージアム経営の収益源として世界的に模索されており、当館でも力を入れつつある領域である。取り組み着手早々に新型コロナ禍に見舞われ、ローキーのスタートとなったが、それでも少しずつではあるが着実に関心を集め、受入れスタッフの励みになっている。

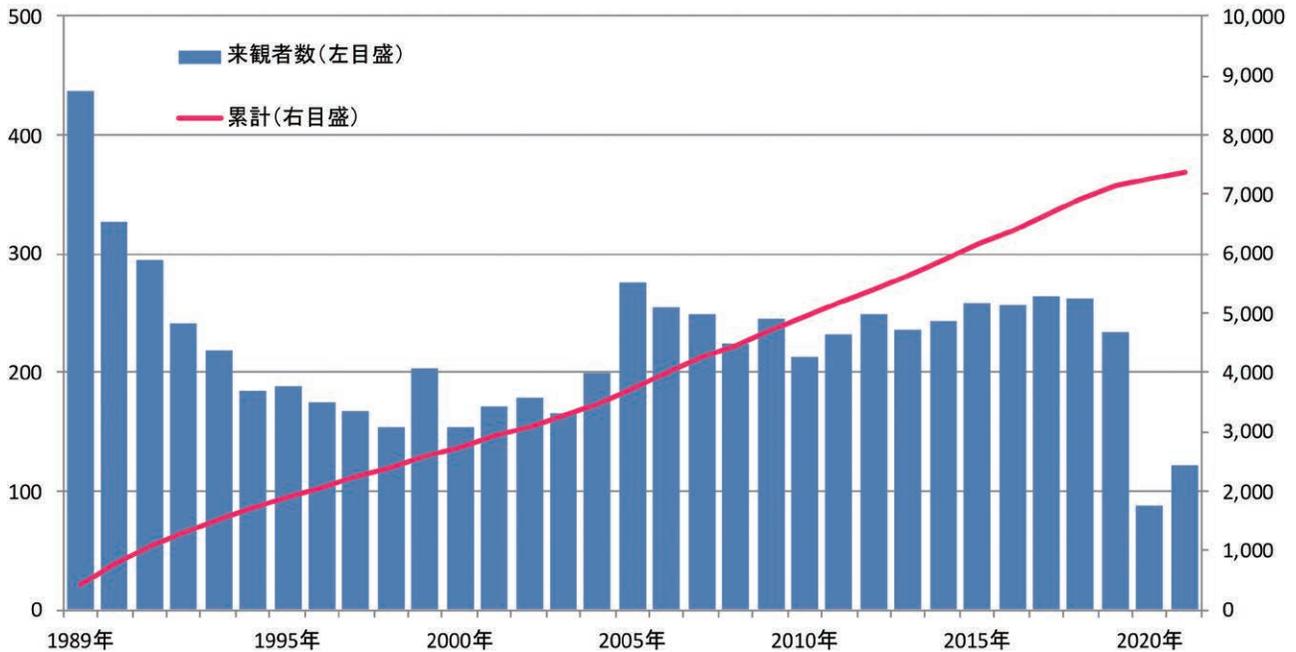
2022年度以降も継続してプロモーションしていく所存で、記念撮影では、ウェディングに限定しないアンバーサリープランを新設するなど、記念撮影ニーズに広く応えていきたいと考えている。クルマ好きの唯一無二の記念撮影場所として定着すれば幸いである。また、閉館後の団体貸切りである「ユニークベニュー」の方は、コロナ禍の収束とともに、初受入れが実現するものと期待している。

追記) 2022年6月8日に中学校の研修旅行を1件受け入れた。

来館者データ(累計及び2021年度)

①開館からの年度別データ

(単位:千人)



②年度別形態別来館者数

(単位:人)

年度	個人	団体	学校行事			合計
			大学・専門学校	高校・中学	小学	
2012	221,124	18,167	1,918	3,372	4,239	248,820
2013	208,744	17,536	2,383	2,795	3,926	235,384
2014	214,090	19,501	2,330	2,555	5,565	244,041
2015	225,358	22,188	2,275	2,904	5,361	258,086
2016	221,989	23,708	2,279	1,541	6,255	255,772
2017	213,981	38,471	2,010	2,797	6,701	263,960
2018	214,497	37,320	2,064	3,204	5,499	262,584
2019	189,081	34,065	1,691	2,707	5,768	233,312
2020	80,968	4,175	1,728	773	859	88,503
2021	110,664	6,664	1,270	1,329	2,602	122,529

③年度別客層別来館者数

(単位:人)

年度	大人	シルバー(65歳以上)	中高生	小学生	乳幼児	合計
2012	180,038	16,179	7,366	18,780	26,457	248,820
2013	169,713	16,595	6,467	17,768	24,841	235,384
2014	177,503	17,631	7,140	19,979	21,788	244,041
2015	188,037	20,078	7,282	19,555	23,134	258,086
2016	184,248	20,643	5,818	20,026	25,037	255,772
2017	192,589	22,339	7,909	21,433	19,690	263,960
2018	189,453	23,431	8,234	20,941	20,525	262,584
2019	167,137	20,272	7,675	20,733	17,495	233,312
2020	64,928	4,981	2,898	5,957	9,739	88,503
2021	87,634	6,690	3,964	10,599	13,642	122,529

④2021年度月別形態別来館者数

(単位:人)

月	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	合計
個人	8,421	9,097	6,000	10,624	15,939	7,554	8,212	10,902	5,126	7,920	8,480	12,389	110,664
団体	52	155	179	338	61	7	1,751	1,895	1,801	38	75	312	6,664
大学・専門学校	0	0	53	73	0	0	241	312	577	0	9	5	1,270
高校・中学	0	0	0	35	29	0	279	606	142	0	0	238	1,329
小学	0	0	87	159	0	0	848	753	746	9	0	0	2,602
合計	8,473	9,252	6,319	11,229	16,029	7,561	11,331	14,468	8,392	7,967	8,564	12,944	122,529

⑤2021年度月別客層別来館者数

(単位:人)

月	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	合計
大人	6,165	7,074	4,796	7,942	10,745	5,727	7,534	10,080	5,924	5,774	6,567	9,306	87,634
シルバー	643	407	353	520	549	356	754	1,052	478	458	387	733	6,690
中高生	164	153	76	291	578	104	418	811	312	183	118	756	3,964
小学生	524	512	350	1,020	1,872	409	1,437	1,441	1,114	506	450	964	10,599
乳幼児	977	1,106	744	1,456	2,285	965	1,188	1,084	564	1,046	1,042	1,185	13,642
合計	8,473	9,252	6,319	11,229	16,029	7,561	11,331	14,468	8,392	7,967	8,564	12,944	122,529

IV:資料編 2

車両寄贈者(2021年度)

寄贈月	寄贈者名	住 所	車両名 ()は年式	
2021.5	大谷 和哉	兵庫県	トヨタ セリカ GT-FOUR ST205型 (1994)	
2021.9	浅見 照一	千葉県	トヨタ センチュリー GZG50型 (1997)	
2021.9	唐沢 寿明	東京都	トヨタ 2000GT ロードスター MF10型 (1967)	

IV:資料編 3

オーナーズミーティング(2021年度)

	開催月	ミーティング名	参加者(人)	参加車両(台)
1	2021.4.4	第5回東海・中部マイナーカー・オーナーズミーティング	22	18
2	2021.4.18	GRヤリス同好会	102	76
3	2021.5.9	アルファロメオオーナーズクラブ名古屋	6	5
4	2021.5.16	スープラミーティング	49	42
5	2021.6.27	デロリアンオーナーズクラブジャパン	14	11
6	2021.10.10	東海セリカday2021	64	59
7	2021.10.17	商用車ミーティング	63	50
8	2021.10.23	トヨタの里ツーリング	17	16
9	2021.10.30	トヨタスポーツ800生誕55年祭	79	60
10	2021.10.31	第3回SBD×RTTJ合同オフ会	20	19
11	2021.11.3	TAMM TOYOTA Automobile Museum Meeting 2021	22	19
12	2021.11.7	COROLLA & SPRINTER DRIVERS MEETING in トヨタ博物館	64	57
13	2021.11.14	パブリカ全国オーナーズミーティング	59	40
14	2021.11.20	RC生誕30周年記念ミーティング	28	25
15	2021.11.21	チームローガン東海MT	28	23
16	2021.11.27	デロリアンオーナーズクラブエキスポ	11	11
17	2021.11.28	AE86オーナーズクラブ	165	136
18	2021.12.5	スープラトヨタ博物館ミーティング	46	37
19	2021.12.12	ナナマルカローラ保存会 中部ミーティング	37	36
20	2021.12.18	すずのんちゃんねる主催「ちゃんねるミーティング」	56	44
21	2022.3.13	ランサーエボリューションミーティング	12	12
22	2022.3.26	K.T.HARBOR Classic & Elegance Car Owners club	29	15

IV:資料編 4

エントランス展示車両(2021年度)

クルマ館		
テーマ	期 間	車両名 ()は年式
新規ご寄贈車両	10.26~3.30	トヨタ 2000GT ロードスター MF10型 (1967)

文化館		
テーマ	期 間	車両名 ()は年式
企画展連動(弛まぬ挑戦者たち) モータースポーツ車両	3.9~4.11	トヨタ スープラ Castrol (1997)
		レクサス RC-F KOBELCO (2016)
		レクサス SC430 ZENT (2013)
新規レストア完成車両	4.13~4.23	ダットサン ブルーバード SSSクーペ P510型 (1970)
		トヨタ ランドクルーザー FJ60V型 (1981)
企画展連動(テールフィン・ラブ)	4.23~7.4	キャデラック アランテ (1989)
		デロリアン DCM12 (1982)
新規収蔵車	7.6~7.15	ホンダ NSX NA-1型 (1991)
		トヨタ セリカ GT-FOUR ST205型 (1994)
企画展連動(SDGsを考える)	7.15~8.1 8.31~9.26	セキネ 輪タク (1940~50年代頃)
		トヨタ ソーラーカー RaRaII (1990)
ランドクルーザー生誕70周年記念	8.3~8.29	トヨタ ランドクルーザー BJ42型 (1984)
		トヨタ ランドクルーザー FZJ80G型 (1993)
新規ご寄贈車両関連	9.28~10.24	トヨタ センチュリー UWG60型 (2018)
		トヨタ センチュリー GZG50型 (1997)
企画展連動(WRC)	10.26~1.10	SUBARU WRX STI CBA-VAB型 (2014)
		トヨタ セリカ WRC ST185型 (1993)
	10.26~2.6	トヨタ MR2 222D型 (1995)
		トヨタ ヤリス WRC レプリカ (2020)
	1.12~2.6	トヨタ GR YARIS GR4 Rally (2021)
		マツダ RX-7-Evo Gr.B アクロポリス (1985)
2.8~4.17	スズキ スイフト JWRC (2007)	
	ダイハツ シャレード GT-Ti (1993)	

IV:資料編 5

車両貸出実績(2021年度)

貸出期間		貸出先	車両名 ()は年式	貸出目的
貸 出	返 却			
2021.4.1	2021.9.30	Toyota Kenya Ltd	トヨタ セリカ TA64型 (1985)	WRCケニア大会展示
2021.6.15	2021.12.14	日本自動車博物館	トヨタ 2000GT MF10L型 (1967)	「トヨタの街」での展示
2021.9.27	2022.1.12	メガウェブ	トヨタ 2000GT MF10型 (後期型) (1969)	メガウェブ展示
2022.1.12	2022.1.17	ラリージャパン事務局	トヨタ セリカ GT-FOUR ST185型 (1993)	東京オートサロンに展示

活動年表(2021年度)

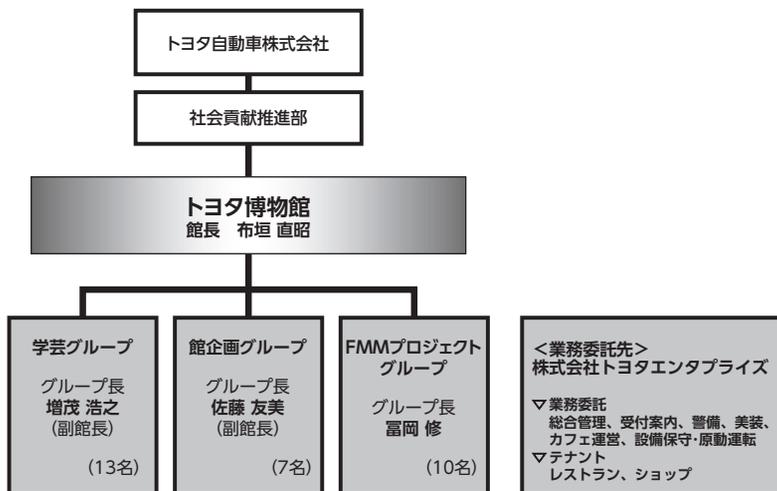
4月	1日	キャストの制服(春夏)リニューアル。
	9日	オートモビルカウンスル2021@幕張メッセで当館監修の「富士モータースポーツミュージアム」が事業会社より紹介される。(～4月11日)。
	11日	企画展「トヨタ モータースポーツ列伝～弛まぬ挑戦者たち～」(11/3-4/11)終了。
	13日	文化館ガイドツアー再開。
	14日	文化館からの入場を検温実施の上で再開。(昨年6月の再開館以降、入場はクルマ館からのみに制限)
	23日	企画展「テールフィン・ラブ～世界を変えた、あの流行をふり返る～」(4/23-7/4)始まる。併せて、企画展連動展示として、キャデラック アランテ(1989)とデロリアンDCM12(1982)を文化館ロビーに展示。
5月	2日	ミュージアムショップにて、エアバッグやカーボン端材を再利用したリサイクル商品の限定販売開始。
	12日	愛知県、3回目の緊急事態宣言発令(～5月31日)。
	13日	米国在名古屋領事館シェイファー首席領事が来館し、後援をいただいている企画展を見学。
	15日	企画展レクチャー【伊東和彦氏】。コロナ感染状況の悪化に伴いオンライン配信のみで実施。
	26日	館長試乗記100回を迎え、中日新聞コラム「この人」で館長の紹介記事が掲載。
6月	1日	緊急事態宣言延長(～6月20日)。
	20日	初めての年間パスポート会員向けイベントとして、「T型看板フォトスポットでの愛車撮影体験」を開催。
	21日	愛知県の緊急事態宣言が解除され、まん延防止等重点措置へ移行(～7月11日)。
7月	1日	トヨタ博物館活動報告書「年報2020」を発刊し、HPに掲載。 米国在名古屋領事館首席領事が離任前に再来館し、個人的に収集されたミニチュアカーをクルマ文化資料室に寄贈。
	3日	企画展レクチャー【柏木博氏】開催。オンラインも同時配信。
	4日	企画展「テールフィン・ラブ～世界を変えた、あの流行をふり返る～」終了。
	7日	第32回トヨタ博物館 クラシックカー・フェスティバル(10/24)の参加車両募集を開始。
	12日	愛知県のまん延防止等重点措置解除。
	13日	小学生無料入館 開始(～8月31)。
	16日	企画展「トヨタ博物館でSDGsを考える」(7/16-10/17)始まる。 企画展関連企画「子どもガイドツアー～目指せ!クルマ博士～」(7/16-8/31)始まる。
	19日	夏季臨時開館
	24日	企画展関連企画「企画展SDGsガイドツアー」(7/24-8/31)始まる。
	28日	企画展関連企画「オンラインイベントみんなで学ぼう!クルマを動かす力の進化～蒸気から水素へ～」(7/28・29、8/16・25 計4回)開催。
8月	3日	足踏み式スタンプ4台(内製)を設置し、新型コロナウイルス対策で休止していた館内スタンプを再開。 ランクル発売70周年を記念し、文化館ロビーにBJ42型(1984)とFZJ80G(1933)を期間限定で特別展示(8/3-8/29)。
	5日	企画展関連企画「葉っぱスタンプでエコバッグづくり」開催。
	8日	愛知県にまん延防止等重点措置再発令(～8月31日)。
	9日	夏季臨時開館
	16日	夏季臨時開館
	22日	企画展関連企画「科学のびっくり箱!なぜなにレクチャー 燃料電池自動車」(リニモツアーズと共催)中止。
	27日	愛知県に緊急事態宣言発令(～9月12日)。
	28日	28日、29日の両日で企画展関連企画「水素燃料電池教室」を開催。

9月	1日	夏休み期間に実施したこどもガイドツアー、企画展SDGsガイドツアーを好評につき9月の土日祝にも延長実施。
	13日	愛知県の緊急事態宣言延長(～9月30日)。
	14日	ながくてアートフェスティバル2021との連携展示で「グループ展カガクノモノ」が始まる(～10月10日)。*愛知在住の自動車デザイナー、イラストレーターなどによるクルマをテーマにしたイラスト展。
	17日	プライダル企画会社と連携したフォトウェディングを初めて受入れ(以降、今年度は11/28、12/15、2/8、3/25の計5回受入れ)。
	18日	トヨタ自動車MSカンパニーのふれあい活動「リアル謎解きinトヨタ博物館」受入れが始まる(～11月14日)。
	20日	学芸員実習生4名を受入れ。(20～22日、27～28日 計5日)
	22日	従業員による秋の美化運動(施設周辺道路の清掃)実施。
10月	1日	愛知県を含む全国の緊急事態宣言、まん延防止等重点措置解除。 キャストの制服(秋冬)リニューアル。
	17日	企画展「トヨタ博物館でSDGsを考える」(7/16-10/17)終了。
	24日	第32回トヨタ博物館 クラシックカー・フェスティバルを愛・地球博記念公園で開催。
	26日	クルマ館1Fロビーに唐沢寿明様ご寄贈の「トヨタ2000GT ロードスター」の特別展示が始まる(～4月3日)。 文化館1Fロビーでは企画展に先立ちラリーカー3台を展示(～12月23日)。
	30日	企画展「激走!!2.5次元 ヴォォーン!! WRC日本車挑戦の軌跡」(10/30-4/17)が始まる。
11月	15日	日本自動車殿堂が2021年歴史遺産車として セルシオ/Lexus LS400(1989)を選定。日本の高級車の方向性を指し示すとともに、その技術レベルの高さを世界に知らしめたことが受賞理由。
	28日	年間パスポート会員向けイベント「館長によるクルマ館特別ガイドツアー」を開催。
12月	12日	科学のびっくりに箱!なぜなにレクチャー「燃料電池自動車」開催。
	14日	第32回トヨタ博物館 クラシックカー・フェスティバルのダイジェスト映像をYouTubeで配信。
	16日	BS朝日「昭和のクルマといつまでも」でトヨタ博物館クラシックカー・フェスティバルの参加オーナーたちを2週にわたり放映。
	18日	初の謎解きイベント「トヨタ博物館探偵事務所 タイムスリップ入団試験」販売開始(期間:12月18日～3月31日→5月8日に延長)。
	21日	日本介助犬協会「シンシアの丘」の介助犬訓練を受入れ。
1月	3日	NHK-BS「さがせ! 幻の絶版車」でトヨタ博物館収蔵のトヨペットライトトラック(初代トヨエース)を放映。
	4日	クルマ館常設展示改修のため文化館のみ無料で営業(4日のみ)。 小学生無料入館 開始(～1月10日)。
	5日	クルマ館ZONE5を「レーシングカー・スポーツカーの進化」から「日本における自動車量産の幕開け」に改装。
	13日	クルマ館エスカレーター4基の更新工事完了(11月29日着工)。
	12日	長久手市のふるさと納税返礼品にトヨタ博物館商品(入場券+レストラン利用券)が追加。
	17日	世界自動車博物館会議のオンラインフォーラムの配信が始まる(日本より初参加)。
	22日	愛知県にまん延防止等重点措置適用(2回の延長により3/21まで継続)。
2月	8日	1月にリニューアルした「日本における自動車量産の幕開け」ゾーンに国立科学博物館から借用したオートモ号を追加展示。 名古屋大学の短期日本語プログラム「NUSTEPオンラインイベント」を受入れ。
	12日	リアル謎解きイベント第2弾販売開始(期間:2月12日～5月8日、第1弾も5月8日までに延長)。
	26日	愛知県「外国人留学生と企業の交流会」を受入れ。
3月	19日	小学生無料入館 開始(～4月10日)。
	21日	年間パスポート会員向けイベント「T型看板フォトスポットでのクラシックカー乗車撮影会」を開催。
	22日	愛知県まん延防止等重点措置解除。
	28日	文化館1Fトイレのリニューアル工事完了。 春季臨時開館

トヨタ博物館の運営組織・施設概要

1 運営組織

(2022年3月31日現在)



2 施設概要

- 所在地 〒480-1118 愛知県長久手市横道41番地100
電話:0561-63-5151、FAX:0561-63-5159
- ホームページ <https://toyota-automobile-museum.jp/>

■展示概要 トヨタ博物館はトヨタ自動車株式会社の創立50周年(昭和62年)記念事業の一環として、1989年(平成元年)にオープン。開館10周年の1999年(平成10年)には、新館(現・文化館)を併設し、開館30周年の2019年(平成31年)には、文化館2階を「クルマ文化資料室」としてリニューアルオープンした。

「クルマ館」では19世紀末のガソリン自動車誕生から現代までの自動車の歴史を日米欧の代表的な車両約140台で紹介しており、「クルマ文化資料室」では「移動は文化」をテーマに、ポスターや自動車玩具、カーマスコットなど自動車にまつわる文化資料、約4000点を展示している。

■館全体図



■建築概要

	クルマ館	文化館
開館日	1989年4月16日	1999年4月17日
敷地面積	46,700㎡ (約14,000坪)	
建築面積	4,800㎡ (約1,500坪)	2,700㎡ (約820坪)
延床面積	11,000㎡ (約3,300坪)	8,250㎡ (約2,500坪)

※2019年4月、本館→「クルマ館」、新館→「文化館」に施設名称を変更

トヨタ博物館年報 2021年度版

発行日 2022年6月30日

編集・発行：トヨタ自動車株式会社 トヨタ博物館

〒480-1118 愛知県長久手市横道41番地100

Tel. 0561-63-5151 Fax. 0561-63-5159

レイアウト：株式会社トヨタエンタプライズ

印刷・製本：トヨタループス株式会社

トヨタ博物館

TOYOTA AUTOMOBILE MUSEUM



トヨタグループ



【加工製本】
トヨタグループは、障がいのある方により多くの働く機会を提供するためにトヨタが設立した重度障がい者多数雇用事業所で、特例子会社に認定されています。トヨタ自動車の中で行っていた社内印刷、社内郵便物の受発信などの業務を受託業務として行っています。本冊子の印刷・製本はトヨタグループが行いました。