

年 報

annual report

2025

トヨタ博物館

TOYOTA AUTOMOBILE MUSEUM

富士モータースポーツミュージアム

FUJI MOTORSPORTS MUSEUM

トヨタ博物館 富士モータースポーツミュージアム 2025年報

目次

トヨタ博物館 館長からのご挨拶	1
トヨタ博物館の活動理念	2
I：「クルマ文化に触れる場づくり」－展示活動	
1. 企画展「クラウン70周年記念展 ～なぜ70年生き続けているのか～」	4
2. 企画展「What's JDM? -世界が熱中する'80-'90年代の日本車-」	13
3. 体験イベント「乗ってみよう! ドキドキワクワク はたらくクルマ」	21
4. エントランス展示「乗ってみよう! はたらくクルマ特別展示 リーフカー」	30
5. クルマ館3階常設展示車両の見直しについて	36
6. クルマ館3階展示「車趣味の黄金郷 ガレージ・ライフ」	38
7. クルマ館・文化館 エントランスホール車両展示について	43
II：「クルマ文化に触れる場づくり」－館外イベント出展	
1. オートモビル カウンシル出展	46
2. 「Nostalgic 2days 2026」出展を通じたトヨタ博物館の認知向上と来館促進	49
3. 館外イベント出展：コッパチェントロジャポオーネ	53
4. 館外イベント出展：東京高速道路(KK線)リボンセレモニー	55
5. 館外イベント出展：コンコルソ・デレガンツァ	56
III：「クルマ文化に触れる場づくり」－保存継承活動	
1. トヨタ セリカ ZZT231型 (1999年 日本) の修復について	57
IV：「クルマ文化を知る」－教育普及活動	
1. 「クルマの図書室」イベントについて	64
2. 学芸スタッフツアーの企画と開催について	67
3. 当館における学芸員実習の概要と実施	71
4. 「クルマづくり日本史」研修 ー出張講座の試行ー	72
5. クルマに関わるモノづくり・お仕事体験	75
V：「クラシックカーの魅力体験」	
1. 車両整備、テストを兼ねた走行披露	78
2. (株)KINTOとのコラボレーションによる博物館レンタカー	80
VI：「愛車仲間づくり」	
1. 第35回 トヨタ博物館 クラシックカー・フェスティバル	83
2. 「Classic Car Meeting～'80-'90年代の日本車～」開催	91

Ⅶ：館運営活動

1. 年間パスポート会員向けイベント「初代クラウン同乗試乗会/走行会」	94
2. 年間パスポート会員向け「裏ツアー」について	94
3. ト博音声ガイドアプリのリニューアル	96
4. 3都市デジタルサイネージによる広告出稿	98
5. 広報活動の取り組み -取材動向から見るトヨタ博物館に今求められているもの-	101
6. トヨタ博物館におけるカスタマーハラスメント対応の年間活動報告	103
7. トヨタ博物館における地域貢献活動の年間報告	104

Ⅷ：資料編

1. 活動サマリ	106
2. 来館者データ (累計及び2025年度)	107
3. 取材記録	108
4. 車両貸出実績	109
5. 社外イベント出展	110
6. 寄贈車両実績	110
7. オーナーズミーティング	111
8. エントランス展示車両	112
9. 教育普及	113
10. 図書室活動実績	114
11. 車両整備実績	117
12. 活動年表	120

富士モータースポーツミュージアム 館長からのご挨拶

123

I：「クルマ文化を伝える」－展示活動

1. 企画展「日本グランプリ展：蘇る熱狂の60's 富士」	124
2. 企画展「耐久レースと日本～クルマを鍛えた進化の足跡～」	128
3. 富士スピードウェイ開催イベントとの連携による集客向上	132
4. 社外イベント出展によるFMM認知と集客向上	136
5. 小田急ロマンスカーミュージアムへの出展報告	139

II：「クルマ文化を知る」－保存継承活動

1. FMM展示車両の動態保存に向けた車両整備とCM撮影に伴う テストコース高速走行への対応	141
---	-----

III：資料編

1. 来館者データ (開館から2025年度)	146
2. 車両貸与者	147
3. 活動年表	149

運営組織・施設概要

150

はじめに：館長からのご挨拶

クルマ文化醸成に向けた新たな取り組み

トヨタ博物館 館長 榎原 康裕

トヨタ博物館は1989年の開館以来、世界の自動車の歴史と文化を伝えてきましたが、近年では日本車を「ヘリテージ」として保存・継承する機運が高まっています。また、2025年6月には日本自動車会議所の豊田会長より「クルマをニッポンの文化に!」のスローガンが掲げられました。そのような中、トヨタ博物館としても社内外関係者と連携し、トヨタのクルマヘリテージ活動の総称として「TOYOTA CLASSIC」を掲げ、本年度はクルマファン層のみならず将来を担う子どもたちを含め幅広いお客様に向けて活動を広げてきました。

具体的には「クルマ文化を知る」取り組みとして常設展の充実に加え、1980～1990年代の日本車の魅力を紹介した企画展やプロ野球等で使われたリリーフカーの特別展示、「クラシックカーの魅力体験」として(株)KINTOと連携した旧車レンタル、「愛車仲間づくり」の活動としては、従来のクラシックカー・フェスティバルに加え、カジュアルなクラシックカーミーティングの開催、その他、コンコルソ・デレガンツァ、コッパ・チェントロ・ジャッポーネ、ノスタルジック2デイズ等の社外イベントへの出展、学芸スタッフのガイドツアー、車両整備後の走行披露会等々、新たな取り組みにチャレンジし続けた一年でした。

またこれらの取り組みに欠かせないのが、一昨年の世界自動車博物館会議から連携強化された四輪・二輪メーカーの皆様のご協力です。今後も各メーカーの皆様と連携し、クルマ文化の醸成を図っていきたいと思います。本年度は開館当初以来36年ぶりに30万人を超える皆様にご来場いただきました。これからも更に多くの皆様に喜んでいただけるよう発信し続けたいと思います。



トヨタ博物館の活動理念

谷中 耕平(学芸・企画1グループ長)、大石 典子(学芸・企画2グループ長(当時))

1 トヨタ博物館の活動理念

トヨタ博物館は、トヨタ自動車だけでなくあらゆるメーカーの車両を使ってガソリン自動車誕生から現代までのクルマの進化の歴史を展示し、また、クルマが社会に残した爪痕であるクルマ文化資料を展示することで、クルマの進化と文化のあゆみを伝えてきた。しかし世間一般においてはクルマを文化として誇れるような認識には未だ至っていないのも事実であり、今後、クルマが製品としての魅力を磨くだけでなく、人とクルマの関係のストーリーが語り継がれ、古いクルマがヘリテージとして残されていくことが必要だと考えている。

一方で近年、販売店やメーカーといった自動車業界において「レストアを通じた人材育成」や「ヘリテージパーツの開発・販売」「ヘリテージカーのレンタル」などが行われているだけでなく、全国各地で様々な主催者によるヘリテージカーのミーティングが開催されるなど、古いクルマをヘリテージとして捉える活動が行われるようになってきている。また、マンガやアニメ、映画に登場する日本車だけでなく、様々な日本車が海外で人気となるなど、現在の状況は日本のクルマが文化として認められる絶好の機会と考えられる。

こういった状況の中、トヨタ博物館は従来から取り組んでいる「クルマ文化に触れる場づくり」や「ヘリテージカーの保存継承」の活動とあわせ、上記の取り組みを行っている組織と連携し、クルマを文化にするための活動の総称である「TOYOTA CLASSIC」を始めるに至った。

この活動を通じて「クルマ文化を知り」、そこでクルマに興味を持った人が「ヘリテージカーの魅力体験」し、そこから愛車を持つに至った人が「愛車仲間づくり」ができる、エコシステムを作り上げることを目指している。

2 「クルマ文化に触れる場づくり」の各活動の狙い

(1) 展示活動

車両を用いた展示活動においては、世界のクルマの進化の歴史を俯瞰して伝えるための常設展(クルマ館2階、3階)、様々な切り口でクルマの歴史を深く伝えるための企画展(文化館2階)の他、時事イベントと連動した車両や、普段展示されていない希少な車両を館のエントランス(クルマ館1階、文化館1階)で展示している。

また、文化資料を用いた展示活動も同様に行っており、クルマの誕生から現在まで、社会にどのような爪痕を残してきたのかを文化資料を通じて伝える常設展の他、季節や企画展と連動したテーマで選定したポスターや錦絵をクルマ文化資料室にて展示している。

(2) 館外イベント出展

トヨタ博物館の「クルマ文化に触れる場づくり」の活動は、館内の展示やイベントを通じて来館された方に伝えるだけでなく、館外のイベントでの展示を通じ、より広い地域で、コア層からライト層まで様々な方にクルマ文化を伝えること、逆に普段来館されない方との交流を通じて館員が知見を得ることを目的としている。館外イベントと一口に言っても、ヘリテージカーファン向けのイベントから、地域のお祭りのイベントまで様々であり、それぞれの来場者に合わせて車両を選定し、手法や解説を考えて展示を行うことでクルマに興味を持ってもらい、博物館からのメッセージを伝えるようにしている。

(3) 保存継承活動

クルマ文化を伝えるための車両や文化資料の収集と保存継承活動は、博物館の活動の一丁目一番地である。

1989年の開館以来、ガソリン自動車誕生以降の歴史を作ってきたクルマを収集してきたが、開館から30年以上経過

したことで、開館当初は歴史的価値が明らかになっていなかった1980～1990年代のクルマが必要となり、収集を行っている。

一方、保存継承活動においては、収蔵車両を整備するスタッフの人材育成に力を入れているほか、近年増加している電動車の維持や、電子部品の補修に取り組みは始めている。さらに、収蔵車数の増加に伴って補修の必要なクルマが増加し、従来の協力会社だけでは対応しきれなくなっており、新たな協力会社の探索も行っている。

(4) 教育普及活動

教育普及活動と一口に言っても、未就学児～小学生へクルマ文化の原体験を与える活動から、学生への社会教育やキャリア教育的な活動、社会人への産業史を伝える研修活動の他、生涯教育として様々な切り口と深さで学芸スタッフが解説する企画展的な活動まで、幅広く深い来館者のニーズに応じた活動を行っている。

3 「クラシックカーの魅力体験」の各活動の狙い

(1) 走行披露

クルマは、その魅力である形だけでなく、動くことにより発せられる音や振動や匂い、その操作性や乗り心地によって、移動をただの移動ではなくそれ自体を楽しむ文化に発展させてきた。当館の特長の一つである動態保存されたクルマを活かし、様々な時代の様々なクルマ特有の魅力を感じてもらうことを狙いとして定期的に走行披露を行っている。

(2) ヘリテージカーレンタル

クルマの魅力をより感じるには、実際にクルマを運転することが一番適しているが、近年ヘリテージカーの価格が上昇しており、ヘリテージカーに興味を持って、実際に所有することは難しくなっている。そこで、株式会社KINTOと連携し、同社がヘリテージカーをレストアしてレンタルするサービス「Vintage Club by KINTO」を当館で実施し、ヘリテージカーの魅力を経験する機会を提供している。

4 「愛車仲間づくり」の各活動の狙い

(1) クラシックカー・フェスティバル

全国から募集したクラシックカーの所有者が愛好する仲間と集い、来場者もクルマを大事にする文化に触れる場として、また地域に根ざした施設として住民や自治体・地域団体が参加する場として、参加者来場者ともにクラシックカーに親しむ場を提供している。

(2) クラシックカーミーティング

クラシックカー・フェスティバルは、35回を重ねて好評を得たことで申し込み者が増え、希望者が参加できない状況が続くなど、集う場として課題を抱えるようになっている。そこで、クラシックカー・フェスティバルよりもカジュアルに集える場を提供することを目的に、クラシックカーミーティングを新たに主催している。

企画展「クラウン70周年記念展 ～なぜ70年生き続けているのか～」

期間：2025年3月1日(土)～2025年8月3日(日) 場所：文化館2階 企画展示室、1階 エントランス

谷中 耕平、軽部 真一(学芸・企画1グループ)

1 企画の狙いと背景

日本の乗用車で最長寿の車名であるクラウンが2025年で70周年を迎える。初代クラウンはいち自動車メーカーのクルマというだけではなく、戦時中の技術的空白を埋めた純国産の乗用車開発のさきがけとなったクルマであり、その後の日本車の伝統となった高い信頼性や、海外輸出にチャレンジするなど、その後の日本の自動車メーカーのあり方に影響を与えたクルマと言える。

一方で、16代を重ねた歴代クラウンは必ずしも全ての代で販売が好調だったわけではないが、そこには必ず時代の変化に対してクラウンを変革させることに挑戦した歴史があり、挑戦し続けたからこそ70年間「生き続けている」と言える。また、クラウンは初代は輸出されたものの、その後現行の16代目が再輸出されるまで国内専用車だったため、当館の来館者の半数を占める海外の方には馴染みの無いクルマであり、クルマ本体だけではなく日本のクルマを取り巻く社会の変化から伝える必要があると考えた。

以上から、本企画展ではクラウンの70周年を振り返ることを通じて、日本の自動車産業を取り巻く社会がどのように変化し、クルマづくりにどのように影響を与え、結果としてどういったクルマが出来上がったのかを伝える展示ストーリーとした。

2 展示ストーリーと空間づくり

(1) 展示ストーリーの構成

クラウンは初代から最高級車として開発されたわけではなく、時代によってその立ち位置が変わってきた歴史がある。そこで歴代クラウンを「創業期」:初代～4代目、「成熟期」:5代目～8代目、「変革期」:9代目～16代目の3つに分けて、時代の変化を大まかに把握できる構成とした。

「創業期」においては、日本の暮らしに合うクルマづくりのため、開発組織や乗用車工場の立ち上げなどを行った初代から、所得向上とモータリゼーションによって高級車としての立ち位置を見つけた2代目と3代目、自動車輸入の自由化に対抗するために輸入車と伍するクルマづくりをした4代目までの過程を伝える。

「成熟期」においては、世界中の自動車メーカーが対応に苦慮した排出ガス規制を乗り越えるための技術をいち早く取り入れた5代目や、好景気と電子技術の発展を背景に新技術をいち早く取り入れることで商品性を向上させ、高級車として成熟期を迎えた6～8代目までを伝える。

「変革期」においては、バブル景気崩壊による国内の購買力の低下、レクサスなどあらたな高級車ブランドの誕生によるクラウンの位置づけの変化、嗜好の多様化によるセダン市場の縮小、長寿ブランドゆえのクラウンユーザーの高齢化など、高級セダンであるクラウンにとって次々と訪れる試練に9～15代目のクラウンがどういった考え方でどう対応していったかを伝える。

「エピローグ」においては、多様化するライフスタイルや嗜好にあわせて、車形や駆動方式など大きな変革を行った一方で、クラウンの伝統である静粛性、快適性、上質さを織り込んだ16代目クラウンを取り上げ、変化することとブランドを形作る守るべきものを持ったことが、本企画展の副題である「なぜ70年生き続けているのか」の答えとした。

(2) 展示車両

クラウンは16代のそれぞれにストーリーがあり、全ての代を展示することにこだわった。また各世代のクラウンの車形はそれぞれの世代の解説で伝えたいことを表現するものを選ぶ必要があり、初代は輸出の挑戦を表す北米輸出仕様車、3代目は

マイカー時代の訪れを表す2ドアハードトップを選んだ。また、スペースの都合上、企画展示エリアに全16台を展示できないため、13～15代目は1/5模型を展示し、13～15代目の実車と16代目のクロスオーバー以外の車両は文化館1階エントランスに展示した。



写真1 初代展示車両



写真2 3代目展示車両



写真3 1/5模型

(3) 展示空間

国産乗用車最長寿のクラウンの歴史を感じさせる色であり、2022年の16代目クラウンのワールドプレミアの歴代クラウン展示会場に使われた濃い青紫色を壁面に使った。車両のレイアウトとしては、来館者が歴代クラウンの顔を1枚の写真に収めることができるよう、会場の奥に行くにつれ歴代クラウンの顔が徐々に前に出る配置とし、歴代クラウンの上に今のクラウンがあることが感じられるように正面奥に最新の16代目とクラウンマークを配置した。



写真4 展示風景

また展示の目的の一つである歴代クラウンが作られた時代の雰囲気を伝える資料として、収蔵品である当時のカタログ、ポスター、新聞広告を各車両とともに展示した。さらに歴代クラウンのCMがまとめられているDVD「TOYOTA CROWN CM COLLECTION 1963-2010」はCMのシチュエーションなど歴代クラウンをどう見せたいかという思いが伝わるものであったため、DVD販売元の許可を得て企画展示室で放映した。



写真5 展示ポスター



写真6 CM放映

3 企画展示エリア以外での展示やイベント

70年間続いてきたクラウンは、歴史の長さ、トヨタ車の高級車としての位置づけから、さまざまな形で社会との関わりを表す資料が残っている。来館者にさまざまな切り口でクルマを捉えていただくために、企画展示エリア以外の場所での関連展示を行った。

(1) クルマ館エントランス展示

変わること70年生き残ってきたクラウンは、初代から様々なバリエーションの車形を用意しているが、それらの車形は企画展示エリアに展示できないため、クルマ館エントランスにストーリーと共に展示を行った。

まだ商用利用がメインだった初代クラウンの時代を表す展示として、タクシー向けのトヨペットマスターと商用バンのマスターラインを展示し、その後、商用バンではなく豊かな生活の友であるステーションワゴンを新たに提案した4代目クラウンカスタムを展示した。また、初代クラウンの挑戦の一つであり、トヨタのモータースポーツ活動の始まりである豪州一周モービルガス・ラリー参戦を伝える、参戦車のレプリカの展示も行った。



写真7 第1弾(トヨペットマスターと豪州ラリー仕様車)



写真8 第2弾(マスターラインと4代目カスタム)

(2) クルマ文化資料室

クルマ文化資料室のポスター展示エリアに、歴代クラウンのポスターを展示した。特に3代目のクラウンは「白いクラウン」を所有することで「ハイライフ」が過ごせるといったコト体験の訴求が印象的なポスターを選んで展示した。



写真9 歴代クラウンポスター展示

(3) クルマの図書室

2024年11月に改装されたクルマの図書室の特長の一つが、クルマのカタログが展示され読むことができるエリアであり、歴代クラウンのカタログを平置きで展示した。また、図書室入口にある企画展示エリアにおいて、クラウンに関する書籍や当館でしか収蔵していない当時の広報資料など、クラウンに興味を持った方が深掘りできる特集コーナーを設けた。



写真10 歴代クラウンカタログ展示



写真11 クラウン書籍展示

(4) レストラン「AVIEW」

レストランのランチョンマットは、それまで企画展のキービジュアルを使ったデザインのものを提供していたが、利用者が持ち帰りたくなる特別感のあるものにするために、クラウンの系譜図をデザインして特別に作成した。また喫煙者が多かった時代、クラウンの成約時の特典としてクラウンの形のシガレットケースを提供していた時代があり、クルマを取り巻く文化の一つとして収蔵していたシガレットケースをレストラン内に展示した。



写真12 シガレットケース展示

(5) 販売店とのコラボイベント

クラウンは現在販売中のクルマであることもあり、トヨタの販売店の方にも当企画展に興味を持っていただくことができ、愛知トヨタ様とのコラボイベントを行うことができた。愛知トヨタ様が初主催する16代目クラウンのオーナーズミーティングへのP2駐車場の提供や16代目クラウン開発陣のトークショーへのホールの提供のほか、当館収蔵の初代クラウンとの記念撮影や当館スタッフによる企画展ガイドツアー、THE CROWN 愛知高辻と当館の相互告知など、歴史とお客様の関係が続いているクルマならではのイベントを行うことができ、その後も継続してイベントを実施している。



写真13 イベントの様子

4 展示内容

<プロローグ>

クラウンの起源はトヨタ創業に遡る。今から90年前、豊田喜一郎は「大衆乗用車をつくり、日本の暮らしを豊かにしたい」と挑戦。創業から15年後の1952年1月に大衆乗用車づくりが始まり、喜一郎が命名した「クラウン」は国産乗用車として最長寿で16代、70年間続く。時代ごとの日本の暮らしに合わせ「クラウンらしさ」を継承し、「革新と挑戦」のDNAで開発されてきた。



写真14 プロローグ

<創業期>

・初代(1955年～)「量産車の始まり」

日本の暮らしに合う車づくりには設計から製造・販売まで統括する主査が必要で、豊田喜一郎の理念に共感して入社した中村健也が主査として責務を担った。当時の日本の交通事情に合わせて観音開きドアや滑らかな乗り心地のサスペンションを採用した。中村の進め方が主査制度の骨格となった他、年間6万台規模の量産を見据えて乗用車専用の元町工場を立ち上げ、現在のトヨタの基礎が作られた。



写真15 初代クラウン

・2代目(1962年～)「国産高級車を目指して」

池田内閣の所得倍増政策や東京五輪を背景にマイカー時代到来。初代の静粛性や乗り心地を継承しつつ初代の課題だった高速安定性を高めるためフレーム構造を変更、デザインをワイド&ロー化して高級車の地位を確立。2代目の主査も中村健也で、2代目の開発を通して育成された内山田亀男が3代目クラウンの主査となる。



写真16 2代目クラウン

・3代目(1967年～)「白いクラウン」

各地で高速道路が整備される中、ゆとりある高速長距離セダンを目指し、米国の自動車安全基準も採り入れ、室内寸法確保に有利なペリメーターフレームを採用した。このフレーム構造はその後20年以上使われた。主査の内山田亀男は白いボディカラーを設定し「白いクラウン」でイメージを一新、クラス初の2ドアハードトップも設けオーナーカー志向を強めた。



写真17 3代目クラウン

・4代目(1971年～)「エレガント・クラウン」

破竹の経済成長と輸入車との競争の中、クラウンはグローバルなデザインを目指し、「スピンドルシェイプ(紡錘型)」やカラードバンパーでイメージ刷新を図ったが、クジラクラウンと呼ばれたデザインは売れ行きが伸び悩んだ。4代目クラウンは「お客様の期待」と「革新への挑戦」の両立の難しさが現れたモデルであった。



写真18 4代目クラウン

<成熟期>

・5代目(1974年～)「美しい日本のクラウン」

4代目の苦戦を受け発売予定を早め開発。先代の反省から落ち着きあるデザインへ転換し、「美しい日本のクラウン」のキャッチフレーズのもと日本の高級車らしさを現す一方、エンジンの電子制御や排出ガスの浄化技術など革新技术を積極導入したことで、お客様の期待に応える「クラウンらしさ」が確立された。



写真19 5代目クラウン

・6代目(1979年～)「日本の薫り」

先代の「クラウンらしさ」を継承し、5ナンバー枠で大きく見せる直線基調とセンターピラーが隠れるハードトップを取り入れたクリーンなデザインで年間12万台超のヒットとなった。1970年代のオイルショックや排ガス規制を克服し、クルーズコンピューターやエレクトロニックディスプレイメーター、新世代のエンジンなどエレクトロニクス技術と新技术を採用し、トヨタの技術力への評価を高めた。



写真20 6代目クラウン

・7代目(1983年～)「いつかはクラウン」

バブル前夜、大きなヘッドランプやクリスタルピラーで豪華に演出し「ハイソサエティ オーナーカー」をテーマに高級感を追求。世界トップレベルの静粛性、多重アジャストのシート/ステアリング、豊富な車種体系と11種類のエンジンを揃え、「いつかはクラウン」に相応しい期待に応える車となった。



写真21 7代目クラウン

- ・8代目(1987年～)「満たされて、新しいクラウン」

バブル景気の1987年、輸入車の増加に応え世界トップレベルの高級車を目指し、3リッター専用拡幅ボディのハードトップを用意。電子制御エアサスペンション、エレクトロマルチビジョン、運転者用ハンズフリー電話など最先端のエレクトロニクス技術を投入し、1990年にクラウン歴代最高の23万台を販売した。



写真22 8代目クラウン

<変革期>

- ・9代目(1991年～)「すべてはクラウン」

1990年のバブル崩壊で消費が低迷し、1989年の自動車税改正で3ナンバー税が下がり日産シーマが人気を博す中、クラウンは3ナンバー化で丸みあるウェッジシェイプに挑戦するもクラウンらしい押し出しに欠けると言われた。一方で、輸入車に対向する「マジェスタ」を追加、フルフレームからモノコック化し、電子制御4WD・電子制御エアサスペンション・4輪ABS・電子制御ATなど先進システムを導入した。



写真23 9代目クラウン

- ・10代目(1995年～)「美しく、走る。日本のクラウン。」

先代の反省から水平基調の伝統的デザインを採る一方、マジェスタはクラウン40周年に合わせ初代をモチーフにした縦型テールランプで3ナンバー時代のクラウンらしさを模索していた。ロイヤルシリーズはマジェスタとプラットフォーム共有のモノコックを採用して軽量化し、可変吸気バルブ採用で低燃費化するなど時代にあわせた開発がなされた。セダンもモデルチェンジされ、タクシー向けクラウンコンフォートは2018年まで販売された。



写真24 10代目クラウン

- ・11代目(1999年～)「21世紀へ。このクラウンで行く。」

20世紀末、セダン人気低下やセルシオとの競合でクラウンユーザーの固定化・高齢化が進行。従来の快適さを重視するロイヤルに加え、若年層向けの走行性能を高めた、「アスリート」を投入。直噴ガソリンエンジンやマイルドハイブリッド、衝撃吸収ボディ&高強度キャビンの「GOA」など時代を先取りした技術を採用し、安全・環境性能を強化した。



写真25 11代目クラウン

- ・12代目(2003年～)「ZERO CROWN」

クラウンは半世紀近い伝統を持つ一方でユーザーの固定化・高齢化が課題になっていた。そこで、「静から躍動への変革」で内外装だけでなくメカニズムを大幅改良し、プラットフォームやサスペンションを刷新、エンジンを新開発V型6気筒に替えた「ZERO CROWN」として原点回帰。結果的に走りの良い輸入車からの乗り換えを獲得し「走りのクラウン」のイメージ確立に成功した。



写真26 12代目クラウン

- ・13代目(2008年～)「超えてゆく、ブランド。」

先代の12代目で示した「走りのクラウン」を継承。安全性ではVDIM(統合電子制御システム)を標準装備化し、NAVI協調機能付き減衰力制御サスペンションなど先進安全技術を積極導入した。環境対応としては、本格的なハイブリッド車をクラウンシリーズの頂点に据え、走行性能と安全・環境性能を両立させた。



写真27 13代目クラウン

- ・14代目(2012年～)「CROWN Re BORN」

豊田章男社長(当時)の言葉「もっといいクルマづくり」を受け、保守的なクラウンは革新へ挑戦し「Re BORN」した。個性ある躍動的なフロントマスク、水平基調のサイドビュー、ピンクのボディカラーも採用された。生産技術向上で4輪の踏ん張り感あるデザインを実現したり、包む・重なる等の日本のテーマを取り入れつつ大画面ディスプレイを融合するなど、伝統と革新の融合したデザインとした。



写真28 14代目クラウン

- ・15代目(2018年～)「CROWN BEYOND」

販売主力をアスリート寄りに1本化し、太いCピラーのセダンからファストバック風の6ライトスタイルに一新。TNGAプラットフォームとTNGAエンジンを採用し、ニルブルクリンクでの評価により走行性能は大幅に向上された。また、ネットへの常時接続により、最新地図やオペレーター連携が可能なトヨタ初のコネクティッドカーとなった。



写真29 15代目クラウン

- ・16代目(2022年～)「DISCOVER YOUR CROWN」

ミニバン・SUV隆盛で既存枠の限界を感じ、歴代主査の想いに立ち返り「クラウンとは何か」を再検討。「革新と挑戦」を掲げ顧客重視で開発し、ライフスタイル多様化に応え「おひとりおひとりに合ったクラウン」Your Flagshipを目指した。セダンにとらわれずSUVやクロスオーバー等を含む4つのボディタイプに刷新し、約40の国と地域へ輸出するグローバル商品として展開している。



写真30 16代目クラウン

<エピローグ>

70年、16代にわたるクラウンの歴史は多様な「私のクラウン」像と時代変化により、歴代主査のあるべき姿に悩んだ。しかし日本の暮らしを豊かにする目的と、静粛性・乗り心地・上質さは継承された。16代目は初代以来の海外再挑戦で静粛性を世界へ問うとともに、多様化に応え過去にないボディ形状へ挑む。



写真31 エピローグ

5 来場者からのフィードバック

(1) アンケート結果

アンケートは会場の最後にQRコードをパネルに表示し、会期中実施した。海外のお客様の意見もいただきたいため、アンケートは日英併記とし、アンケート内容は「年代／性別／住所／来館回数／良かった点／クラウンとの関わり／企画展の事前認知の有無／認知きっかけ／満足度／お気に入りクラウン」とした。

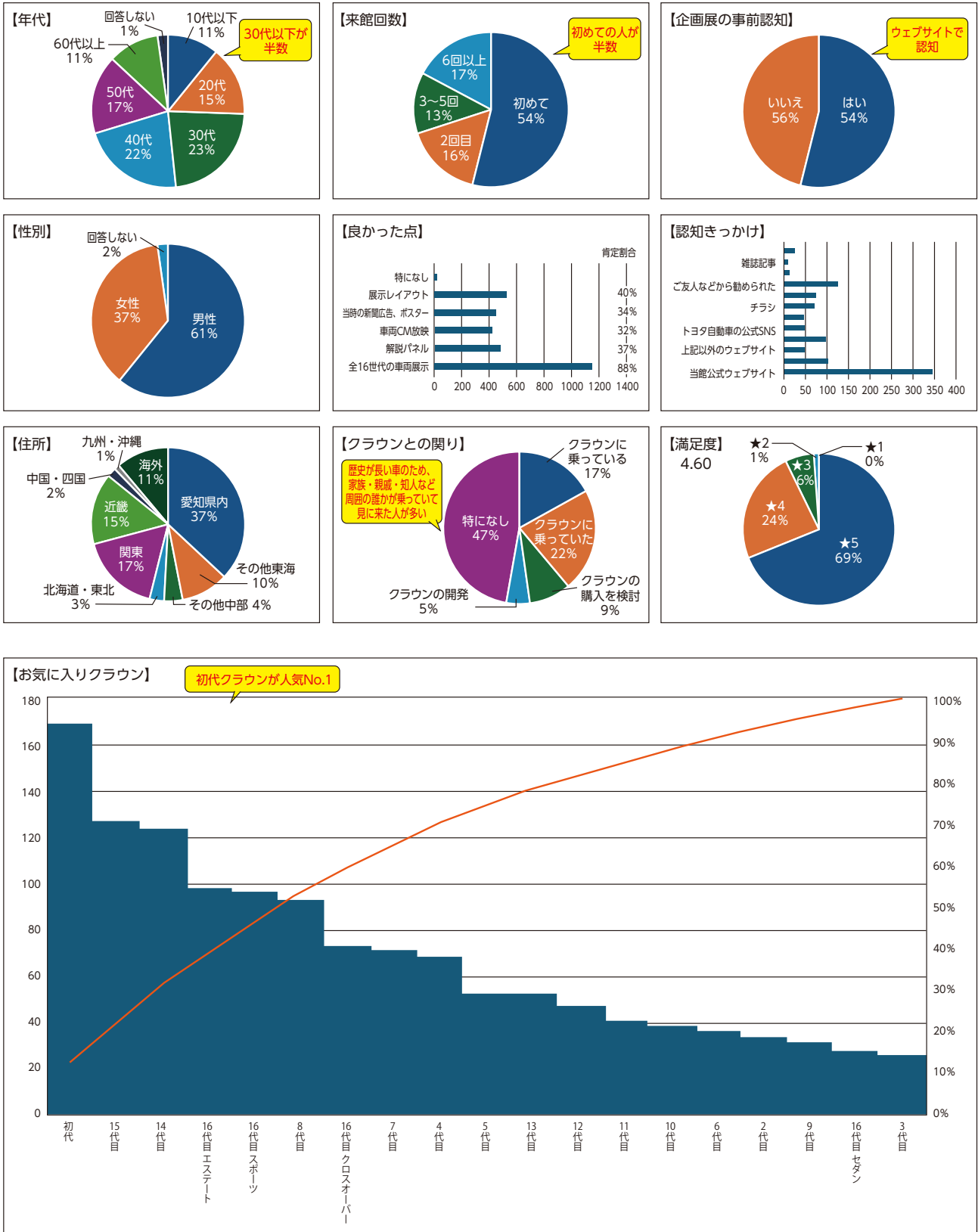


写真32 アンケート結果

<アンケート結果から分かったことは以下>

- ・30代以下が半数
- ・トヨタ博物館の初来館者が半数
- ・ウェブサイトでの認知が過半数
- ・歴史が長い車のため、家族・親戚・知人など周囲の誰かが乗っていたことがきっかけで来館された方が多い
- ・歴代クラウンの人気投票では初代クラウンがNo.1人気

<主な自由意見>

- ・全世代が集まると知って絶対に行きたいと思っていた(20代女性)
- ・Really pretty! I love the cars even if i don't know about them(20代女性)
- ・以前乗っていた車も、これから欲しい車も見れてよかった(40代男性)
- ・亡き父が乗っていた歴代クラウンの歴史を拝見し、涙が出ました(40代女性)
- ・トヨタの他車種や他メーカー車の歴史についての展示も期待したい(50代男性)

(2) その他トピックス

初代クラウン豪州ラリードライバーの近藤幸次郎さんご本人が、エントランスで「クラウン豪州ラリー仕様車」が展示されていると知りご来館された。ラリーのことをよく知らないままドライバーに任命され、ラリー中にカンガルーが飛び込んできたり、走行中の振動でメータ類が壊れたり、エンジンの排気バルブが折れてその場で自ら交換して完走した、という貴重なエピソードを伺うことができた。

6 取材対応

新聞／雑誌／ウェブ／テレビなど全15媒体からの取材対応を実施。各媒体の掲載／放送を通して企画展の認知度向上にもつながった。

<資料1 主な取材依頼>

媒体区分	依頼先
新聞	日本経済新聞社、日刊自動車新聞社、共同通信社
雑誌	ベストカー、マガジンX、レゾナンス「ahead over 50」、自動車趣味人
ウェブ	中部電力「きずなネット」、「Car Watch」、「YouTube」
テレビ	テレビ愛知「5時スタ」、モーターゾーンTV

7 おわりに

企画展のテーマは「車の進化の歴史」「車と社会の関わり」「時事イベントに合わせた企画」から選ぶことが多く、今回クラウン誕生70周年という「時事イベント」に合わせて企画した。

車に限らず70年間生き続けてきた工業製品は稀であり、解説や展示ストーリーの検討にあたって70年間生き続けてきた理由を考えるため、動態保存している歴代クラウンに試乗した。時代に合わせてデザインが変わり、新しい技術が搭載されて車が進化してきた歴史が感じられる一方で、乗り心地や静粛性は歴代変わらず一貫しており、そういった点がブランドとして認知されて生き続けてきた理由なのだと感じる事ができ、解説に織り込んだ。

また、会場を見ていると、親子や3世代で誰かがクラウンに乗っていた、あるいは夫婦や友達同士でクラウンの思い出を語るといった、70年間生き続けた車ならではの会話をしている様子が見られ、使い捨ての工業製品ではない「愛車」としての車の価値を感じることができる企画展であった。

■展示空間制作：株式会社 電広エイジェンシー

企画展「What's JDM? —世界が熱中する'80-'90年代の日本車—」

実施日：2025年10月3日(金)～2026年4月5日(日) 場所：文化館2階 企画展示室

岩澤 光一郎(学芸・企画1グループ)

1 企画のねらいと背景

2024年11月に世界自動車博物館会議が日本で初めてトヨタ博物館にて開催された。世界中の自動車博物館が集まる会場のプレゼンテーションで海外各館から日本車をテーマとしたものがいくつか発表され、参加者が特に'80年代から'90年代の日本車について熱く語り合う様子を目の当たりにした。海外での日本車の人気は私たち学芸スタッフも認識していたものの、私たちの想像以上に世界で日本車が愛されている事実を改めて認識した。この海外における日本車人気を「来館者の方々に広く知っていただきたい」という思いを込め企画展テーマとして取り上げることとした。当館の来館者の半数は海外からいらしており、日本の来館者の方はもちろん、こうした海外からの来館者にもJDM車人気やその理由をお伝えすることとした。また世界自動車博物館会議は国内自動車メーカー14社※1と一体となって開催したイベントである。このイベントで培った国内自動車メーカーとの連携を一過性のものにするのではなく継続して連携していきたいという思いで今回の企画展示は国内自動車メーカー各社のご協力を得ながら開催することとした。

2 実施内容

(1) 実施期間

今回取り上げる'80年代から'90年代の日本車は人気のテーマであるため、実施期間はこれまでの企画展よりも長めの約半年間とした。半年間の会期を前半期と後半期に分け、車両入替などの模様替えを行うことで同じ企画展に複数回来ていただくことを狙った。

(2) タイトル

海外で人気の日本車の中でも、JDMと言われる車両は特に海外で人気が高い。JDMとはJapan Domestic MarketもしくはJapanese Domestic Marketの略(以降JDMと表記)で日本国内のみで販売された車の意味である。今回はこうしたJDMの車両を中心に取り上げるため、日本の皆様にはなじみの薄いJDMという言葉をあえてタイトルに入れ、タイトルは「What's JDM?」と設定した。

(3) 車種選定

'80年代から'90年代の日本車の中から海外で人気の車両をYouTubeやウェブサイトで調査を実施。当館の所蔵有無にかかわらずリストアップした車両から各乗用車メーカーからご協力いただける車両を募った。アニメや映画で取り上げられる車両はクーペタイプのスポーツカーに偏りがちであるが、海外ではジャンルを問わず日本車の人気が高いため幅広いジャンルの車両となるよう選定した。その結果各メーカーより概ね1台ずつの車両をお借りすることとなり全15台のラインナップとなった。自動車メーカー7社と日本自動車博物館から計11台の車両をお借りすることで、充実した車両展示を実現することができ、メーカー連携の重要性を改めて感じた。

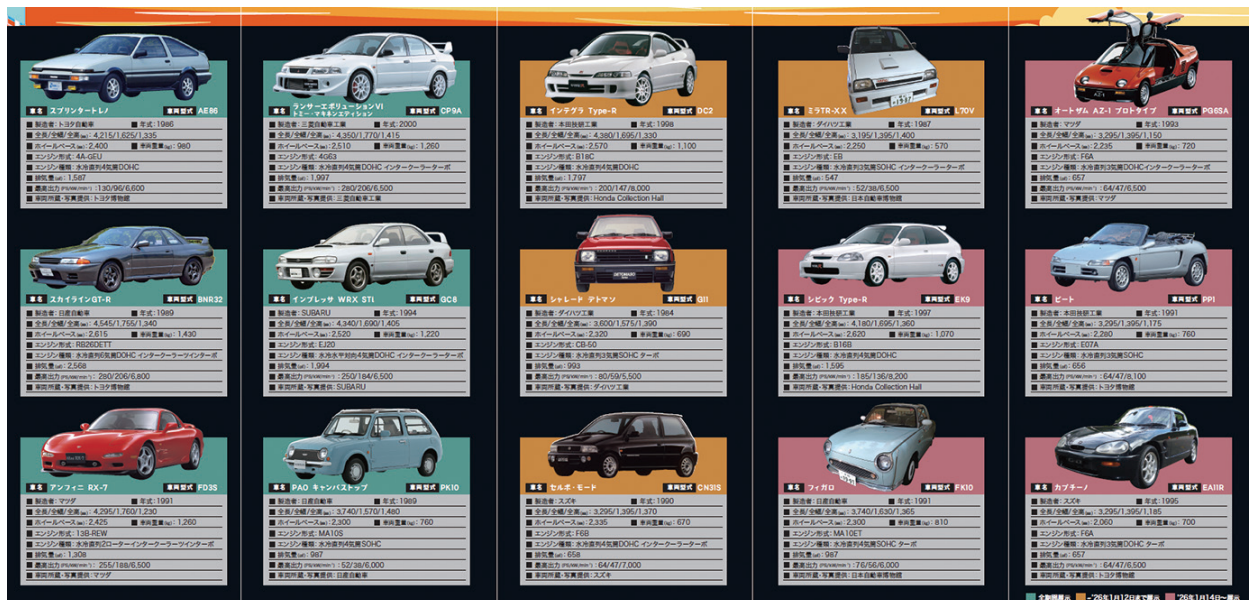


写真1 企画展示車ラインナップ

(4) 連絡通路展示

今回の企画展示の特徴として、企画展示室に入った瞬間からJDMに浸っていただくことを目的に、テーマであるJDMとは何かを理解していただくための空間としてクルマ館と文化館をつなぐ連絡通路を活用した。具体的にはJDMとはどのような現象であるのか、どんなクルマが人気があるのかといったことを写真中心でご紹介するパネルを5枚設置。進んでいった先の連絡通路の突きあたりには、JDMの広がりとしてJDM車両を対象としたイベントやオーナーズクラブ、海外博物館での日本車についての取り上げを詳しく解説するパネルを設置した。



写真2 JDM解説パネル



写真3 JDMの広がり解説パネル



写真4 通路パネル1



写真5 通路パネル2



写真6 通路パネル3



写真7 通路パネル4



写真8 通路パネル5



写真9 JDMの広がり解説1



写真10 JDMの広がり解説2

(5) 企画展示室メインビジュアル

企画展示室に入る来館者の目にまずとまるメインビジュアルには、海外から見た日本を代表する象徴として富士山や鳥居をデザインに用い、配色も日本人視点では若干違和感のある色遣いとした。壁から展示車両が突き出してくる展示手法はラリー車の企画展示でも用いた手法であるが、来館者に写真撮影用のフォトブースとして使っていただけるような展示構成とした。メインビジュアルとともに配置する車両は、前半期は海外でのJDM人気の象徴ともいえるスカイラインGT-R(BNR32型)を、後半期はアニメでも人気の高いスプリングターレノ(AE86型)を配置した。



写真11 メインビジュアル前半



写真12 メインビジュアル後半

(6) JDM車人気についての解説パネル

メインビジュアルの右手に進んだところに配置したのは、'80年代から'90年代の日本車が人気となっている理由を解説するパネルである。このパネルではアメリカのLane Motor Museumが世界自動車博物館会議で発表したアンケートデータを利用させていただいており、アンケート結果によるとアメリカの日本車コレクターが日本車を愛する理由は4つある。

- デザインの良さ
- 技術力の高さ
- 希少性
- 維持のしやすさ

日本車が古くから大事にしてきた「信頼性が高く壊れにくい」をベースに、デザインの良さや技術力の高さという面が加わって人気加速してきたといえる。特に、'70年代以降生まれの世代は、日本車が生まれた時から家にあった世代であり、こうした世代がクルマに乗るようになり、ゲームやアニメでも活躍した日本車を持ちたいという思いが重なり日本車人気が高まったと考えられる。

自由意見で寄せられていた「Pop Up Light(リトラクタブルヘッドライト)」や「Kick a vibe!!(気分が最高に盛り上がる)」といった印象的な言葉は英語のまま吹き出し文字で配置した。

ここまでのJDMとはどのような現象で、どのように広がり、どのような理由で人気になったのかをひととおり理解して

いただいたうえで次のメイン空間の展示をご覧いただく展示構成とした。



(7) メイン展示空間

メインの展示空間は(6)で述べた日本車人気の理由である、「技術力の高さ」、「デザインの良さ」に、「日本独自の軽自動車視点」を加え、3つの空間に分割し、展示車両もこの3つのカテゴリ別に展示した。

それぞれのテーマ名ごとに、テーマを象徴する漢字一文字をそれぞれ以下のように設定した。

- ・技術力の高さ…当時の最新技術(High performance)「技」(技術の意)
- ・デザイン…独自のデザイン(Unique design)「唯」(唯一無二の意)
- ・軽自動車…小さな高性能(High-spec compact)「凝」(小さな車体に高性能が凝縮されている意)

漢字を用いたのは来館者の約半数を占める海外からの来館者に漢字が人気であり、日本らしさを感じていただきたいという意図もある。



(8) 展示空間装飾

展示空間の壁面には'80年代から'90年代の車両のカタログから、それぞれのテーマに沿ったページを選定してデザインした。今回展示に使用している車種を中心に選択しつつ、当時の雰囲気を感じられるその他の車種についても取り入れている。今回の展示にあたってはトヨタ自動車のほか、Honda Collection Hall、SUBARU、日産自動車、三菱自動車

工業より使用許諾を得て利用した。また全てのカタログは当館クルマの図書室に所蔵しているものを利用しており、詳しく見たいという要望があればクルマの図書室をご案内してカタログをご覧いただけることとした。これについては後ほど連動展示のコーナーで報告する。

(9) BGM

展示空間のBGMにはUSENを利用し、映画ワイルドスピード Tokyo Driftおよびアニメ頭文字Dの劇中に使われた曲を選択して流した。映画やアニメで活躍したクルマも多く展示されているためアニメや映画の世界観へ没入していただけるよう演出した。プレイリストは展示室で公開していないものの、来場された皆さんの多くがアニメ頭文字Dで使われた曲と気付いていただいております。映画やアニメの影響力の大きさを改めて認識した。会期中で曲の追加や曲順変更を行い、変化を持たせた。



写真19 壁面カタログ装飾

(10) 電源供給展示

今回の展示にあたっては、展示車両に電源装置を組み込み、ヘッドライトを点灯させた状態で展示する試みを行った。チラシにイラスト掲載したスプリンタートレノもヘッドライト点灯状態で描いており、企画展入口に配置したスプリンタートレノも、トレノの象徴であるリトラクタブルヘッドライトを点灯状態で展示することとした。発熱やバルブ寿命を考慮し、常時点灯では無く夕方15:00から閉館までの点灯とした。SNSでも投稿したところ15:00を待って点灯の瞬間を見られる来館者も多く、来館者に喜んでいただけた。



写真20 電源供給展示



写真21 点灯を待つ来館者

(11) エピローグ

展示室出口に設置したエピローグパネルでは、読後感として自動車が過去の栄光ではなく現在も輝き続けているということを感じていただくことを目的とした。今回取り上げた'80年代から'90年代は現在高い評価を得ているクルマがたくさん生まれた時代であるが、当時から高い評価を得ていた車ばかりではない。現在新車で販売されているクルマたちにも良いクルマはたくさんあり、今も名車は生まれ続けているはず。将来にわたって自動車業界が輝き続けることを感じていただき、将来名車になるクルマは果たして何なのかを考えながら企画展見学を終了いただくことを狙った。



写真22 エピローグパネル

(3) その他の取り組み

今回の企画展の告知にあたっては、新たな取り組みとしてラリージャパンやジャパンモビリティショーの時期を狙った新幹線駅ビジョン広告への出稿や、イベント出展を通じた企画展告知として名古屋COPPA CENTRO GIAPPONE、横浜Nostalgic 2daysなどでも企画展告知を実施した。これについては別稿にて報告する。

5 連動イベント・連動展示

今回の企画展では多くの連動イベントや展示を行った。エントランス展示には「企画展連動'80年代から'90年代の日本車」を行ったほか、「'80年代から'90年代の車両を対象とした収蔵車の「走行披露」を3回計9台実施し多くの来館者にお楽しみいただいた。またクラシックカーフェスティバルのスピノフ企画として2025年11月29日にクラシックカーミーティングを初めて開催したが、開催テーマを企画展に合わせ、「'80年代から'90年代の日本車とした。これらについては別稿にて報告する。そのほかにも下記のような連動展示を行ってきた。

(1) クルマの図書室連動展示

図書室でも今回企画展の連動展示を実施した。

- ・'80年代から'90年代に流行した雑誌の展示
- ・壁面装飾に使用したカタログの展示
- ・頭文字Dの登場キャラクター名と登場するクルマのカタログ展示
- ・入口のケースに'80年代から'90年代のミニカーを配置

(2) ミュージアムレストラン連動展示

レストランでランチョンマットとして使用するデザインは今回初めて複数種類を用意した。3種類をランダムに提供することで何が来るかお楽しみという要素を入れ込んだ。今回のデザインは来館者からご好評で、お持ち帰りになるお客様が多数いらっしゃった。

またレストラン内の展示ケースには'80年代から'90年代の1/43スケールのミニカーを展示。AZ-1、ビート、カブチーノの平成ABCトリオやメーカーごとなど3台を1ケース内に展示して当時を懐かしんでいただいた。

(3) ミュージアムショップ連動企画

ミュージアムショップでも企画展連動商品として、「'80年代から'90年代の日本車のミニカーなどを置いていただいた他、企画展のポスターを販売してほしい」という来館者の声にこたえる形で、企画展ポスターの販売も実施した。

6 来館者からのフィードバック

(1) 来館者アンケート

企画展示室の出口に、前回企画展「クラウン70周年記念展」同様、QRコード読取方式によるアンケートを実施した。アンケート回答者へのノベルティとして企画展の対象車両と同年代となる「セリカTA64型ラリーカーパーパークラフト」を進呈することを記載し回答を募った。会期中に寄せられた回答数は1,500を超え、大変多くの方から回答をいただいた。年代は50代以下が大半を占め、前回クラウン展と比較すると若干ではあるが若い世代の割合が高まった。若い世代にも'80年代～'90年代の人気があることが見受けられる。若干性別が男性の割合が多かったものの、来館回数、企画展の事前認知度などその他の質問については前回企画展と傾向変化は見られなかった。

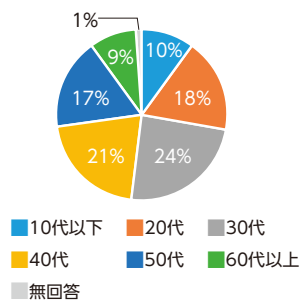


図2 来場年代

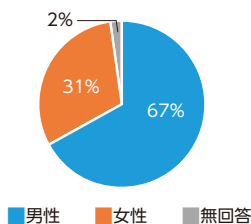


図3 来館者性別

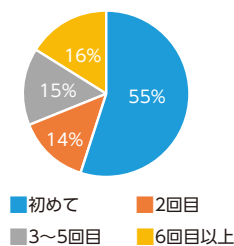


図4 来館回数

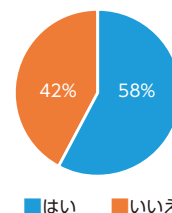


図5 企画展事前認知

自由意見として下記のようなコメントが寄せられた。

- ・JDMとは何かという疑問を博物館に来るまで分からなかったが、博物館に行って晴らすことができました!
- ・JDMのような世界的に人気のある車両の展示は見ていて楽しかった。
- ・日本車が海外で評価されていることを誇りに感じられました。
- ・イチオシ日本車を記入展示するコーナーは、いろんな方の推しが見れて楽しめた。
- ・今回のイベントは期間中に内容が変わるためまた来たいと思わせてくれる展開でとても良かったです。

概ね狙いどおりの感想をいただき、意図が正しく伝わったものと考えている。

一方、車両後方が見づらい車両配置であることから、車両後方が見たかったというご意見が複数寄せられた。これについてはQRコードを読み込むことにより車両後方や室内、エンジンルームの写真が見れるよう解説パネルに表現して対応した。

(2) 来館者の声

キャスト(案内スタッフ)が日々来館者に接する中でも企画展に関するお声をたくさん頂戴した。企画展を目当てに来館される方も多く、チケット購入後すぐに企画展示室に向かわれる来館者も多数いらっしやっ。親子で来館もしくは三世代で来館される方も多く、車に実際に乗っていらっしやった親世代と、アニメや映画で車を知った子世代が会話する様子がみられた。'80年代から'90年代の日本車は日本のどの世代の皆さんにも、そして海外からご来館される方々にもなじみのある車両であることが認識できた。

7 おわりに

今回筆者は初めて企画した企画展であったが、アンケートに寄せられた来館者からの声を拝見し、私たち企画者の思いが伝わる喜びを感じることができた。改善すべき点のご意見もいくつかいただき、次回の企画展では改善策を織り込んで企画していきたい。本展示にあたりご協力くださった全ての方に改めて感謝申し上げます。

■写真、資料提供

All TOYOTA Fest(USA)、Auto World(Belgium)、Figaro Owners Club(UK)、Japanese Classic Car Show(USA)、Lane Motor Museum(USA)

■展示空間制作

株式会社乃村工藝社

■展示車両協力

Honda Collection Hall、株式会社SUBARU、スズキ株式会社、ダイハツ工業株式会社、日産自動車株式会社、日本自動車博物館、マツダ株式会社、三菱自動車工業株式会社

※1 株式会社SUBARU、UDトラックス株式会社、いすゞ自動車株式会社、カワサキモーターズ株式会社、スズキ株式会社、ダイハツ工業株式会社、トヨタ自動車株式会社、日産自動車株式会社、日野自動車株式会社、本田技研工業株式会社、マツダ株式会社、三菱自動車工業株式会社、三菱ふそうトラック・バス株式会社、ヤマハ発動機株式会社

体験イベント 「乗ってみよう! ドキドキワクワク はたらくクルマ」

期間：2025年8月8日(金)～9月28日(日) 場所：文化館2 階企画展示室、文化館1階 エントランス

藤井 麻希、小室 利恵(学芸・企画1グループ)

1 イベント概要

本体験イベントは、夏休み期間中に来館する子どもとその家族を対象に、クルマの魅力を体感できる機会として実施した。以下に、本イベントの実施目的および企画意図について記す。

①実施目的

クルマに対する楽しさ、喜び、驚きといった感情を伴う原体験を提供する。

②企画背景・ねらい

夏休みに来館する家族を主な対象とし、展示やワークブックを通じて来館者同士のコミュニケーションを促すとともに、クルマや博物館に対する興味・関心を深め、広げてもらう。

③対象

幼児から小学6年生

④展示・体験内容

幼児には、クルマに触れたり乗ったりする体験を通じて、感覚を使った原体験を提供。小学生には、ワークブックを用いた体験を取り入れ、知的好奇心を刺激する機会を設ける。

2 実施内容詳細

(1) 展示車両と配置

①企画展示室(文化館2階)

企画展示室において、消防車、救急車、ハイウェイ・パトロールカー、ロンドンタクシー、ジープニー、トゥクトゥクの6台を展示し、乗車体験を実施した。

展示車両の選定にあたっては、子どもたちに人気の高い緊急車両に加え、海外のはたらくクルマの例として、イギリス、フィリピン、タイなどで使用されている車両を取り上げた。また体験イベント会場内の車両は、すべて来場者が乗車できるものとした。



写真1 消防車



写真2 救急車



写真3 ハイウェイ・パトロールカー



写真4 ロンドンタクシー



写真5 ジープニー



写真6 トゥクトゥク

② 文化館エントランス(文化館1階)

消防車およびJPN TAXI(ジャパntaxi)の2台を展示した(JPN TAXIについては展示場所の工事のため8月31日まで展示)。これらの車両は乗車体験は行わなかったが、体験イベント全体の盛り上げを目的として、文化館1階エントランスに配置した。来館者の目に留まりやすい場所に展示することで、期待感を高めることができた。



写真7 消防車



写真8 JPN TAXI(ジャパntaxi)

(2) 参加コーナーの配置

展示車両の人気投票および「世界のはたらくクルマ」投稿コーナーを設置した。これらの参加コーナーは、来場者と博物館スタッフ、また来場者同士のコミュニケーションを生み出す場として位置づけ、体験を通じて感想や気づきを共有できる機会とした。

展示車両の人気投票は、幼児の来館が多いことを想定し、小さな子どもでも参加しやすい方法や内容を検討した。シールを貼るといった簡単な行為ではあるが、博物館の中で自ら参加できる体験として位置づけ、来館の記憶に残るきっかけとした。

「世界のはたらくクルマ」ボードは、来場者がQRコードから自ら撮影した「はたらくクルマ」の写真を投稿し、展示に参加できる参加型の展示である。日本にとどまらず世界に目を向け、さまざまな国や地域で多様なはたらくクルマが存在することに気づいてもらう場となることを意図した。投稿を通じて、形状や色、用途の異なるクルマがあることを知るきっかけや、参加する楽しみを感じてもらうことを目的とするとともに、来館後も身近な街中のはたらくクルマや世界のはたらくクルマへと関心が広がることを期待した。



写真9 参加コーナー全景



写真10 展示車両の人気投票



写真11 「世界のはたらくクルマ」ボード

(3) 使用ツール・演出

① ワークブック

館全体を回り、スタンプを押しながら楽しめるワークブックを作成し、来館した幼児から小学生に無料配布した。本ワークブックはA6サイズ・全36頁・フルカラーとし、当初15,000部を印刷した。

通常期とは異なる客層が多く来館する夏休み期間にあわせ、体験イベントのみで終わるのではなく、常設展示も含めて博物館全体を楽しんでもらうことを目的として作成した。クルマやクルマ文化資料に対する興味・関心を喚起すると同時に、親子で会話を交わすきっかけをつくることを重視した。

内容は、クルマ館、企画展示室、クルマ文化資料室の館内全体を巡る構成とし、掲載するクルマやクルマ文化資料をそれぞれ絞り込んだ解説は要点を簡潔にまとめつつ、資料を「正しく理解する」ことにとどまらず、見て感じたことを楽しめるよう、感覚的な気づきや興味を引き出すフレーズも取り入れた。また、各所にスタンプを配置することで、主体的に展示を見る行為にゲーム性を持たせ、楽しみながら学び、館内で過ごす時間をより充実したものとするを意図した。

さらに、体験イベント会場に関するページでは、はたらくクルマの役割や、それらを使って社会を支える人々の存在にも触れた。クルマがどのような場面で使われ、誰によって支えられているのかを知ることで、「はたらくこと」や職業、社会の仕組みに目を向けるきっかけとなるよう配慮した。

図1 ワークブック「ドキドキワクワクたんけんブック」



幼児でも持ちやすいA6サイズ。裏面は免許証を模し、各ページ下部には展示車両が動いて見えるパラパラ漫画を配した。

② スタンプ

期間中、スタンプ台近くに体験イベントポスターを掲示し、スタンプはワークブックに登場する車両に変更した。



写真12 クルマ館2階



写真13 クルマ館3階

図2 スタンプ押印イメージ



写真14 文化館2階 体験イベント会場内



写真15 文化館2階



③その他

演出面では、BGMに「ひらけポンキッキ はたらくるま1・2・3」を使用した。本楽曲は子どもから大人まで幅広い世代に知られている“はたらくるま”の名曲であり、展示空間に親しみやすさと期待感をもたらす効果を狙った。

また、展示する車両の背景演出として、ロンドンタクシー、ジープニー、トゥクトゥクの背面に、それぞれイギリス、フィリピン、タイの街中を実際に走行する様子を写した写真を拡大し、バナーとして設置した。実際の都市風景と組み合わせることで、各車両が活躍する現地の暮らしや文化を想像できる空間とし、展示室内で小さな旅をするような感覚を味わってもらえるよう工夫した。

(4) 車両保護・照明設置

会場内には案内スタッフが常時1名体制であったことから、来場者が自ら乗降する運営方法とし、安全性を最優先に検討した。乗車側にドアがある車両についてはドアを撤去し、計器類やレバーなどの備品については養生を施すことで、来場者のけが防止および車両保護を行った。これらの車両の養生作業は、当館の整備スタッフが担当した。

養生作業を進める中で、車内が暗くなる点について整備スタッフからLEDライト設置の提案があり、安全対策にとどまらず、来場者の体験環境にも配慮した改善が行われた。

一方で、これらの安全対策や照明の設置は、車両本来の状態とは異なる部分を生じさせることから、展示としてこれでのよいのか悩む点もあった。しかし、幼児の来館が多い状況を踏まえ、来場者の安全を最優先とした。

主な車両保護の内容



写真16・17 消防車

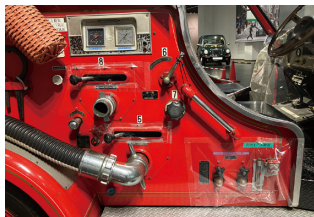


写真18・19 救急車



写真20・21 ハイウェイパトロールカー



写真22・23 トゥクトゥク



写真24・25 ロンドンタクシー



写真26・27 ジープニー



3 結果

(1) 来館者数

会期47日間を通じて、未就学児12,082人、小学生4,485人が来館し、多くの子どもたちに原体験を提供する機会となった。

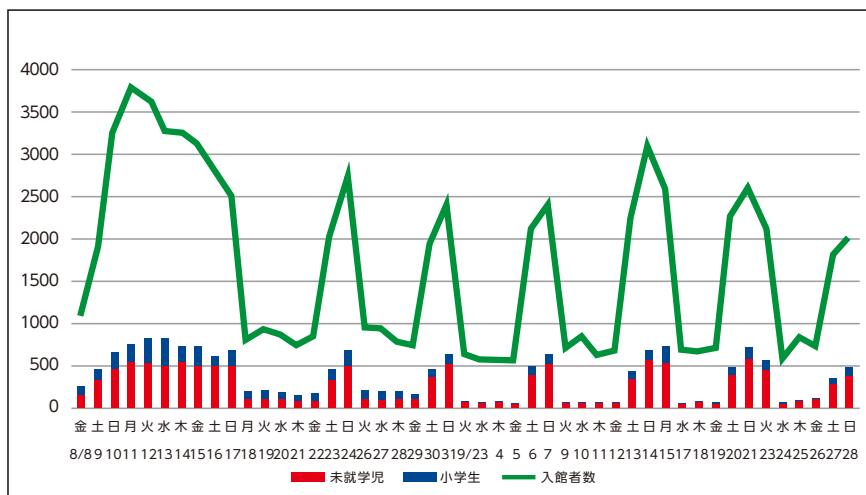
この期間中の来館者推移をみると、平日と休日で来館者数に明確な差が見られ、土日祝日を中心に来館が集中する傾向が確認された。来館者数は、8月に前年比148%、9月も149%となっており、本体験イベントが来館者数増加の一因と

なったことがうかがえる。

特に土曜日および日曜日には、未就学児および小学生の来館が増加しており、幼児・小学生の来館割合は、平日では全体の10～20%程度で推移しているのに対し、土日には25～30%前後まで上昇する日も見られた。また、未就学児の来館数は小学生の約2倍以上に達しており、乳幼児を含むファミリー層の利用が大きな特徴となっている。

一方で、平日においても一定数の来館が継続して見られ、未就学児を連れた家族層を中心とした安定した来場が確認されたことから、当イベントは週末の集客に加え、平日の来館にも一定の影響を与えていた可能性がある。

図3 期間中の来館者数推移



(2) 来館者の声・アンケート結果

来館者アンケートの結果、来館前に当イベントを知っていた人は約7割強であった。情報入手経路としては、当館公式ウェブサイトが約4割(複数回答)と最も多かった。また特記すべき点として、口コミ(家族・友人からの紹介)が約1割強(複数回答)を占めていた。

来館者のうち、初めて当館を訪れた人は約6割であった。来館者の約9割が同行者と来館しており、そのうち約9割が家族連れであった。同行した子どもの年齢では、0～5歳が約8割を占め、未就学児を中心とした来館が多い点が特徴として挙げられる。来館者の居住地については、約7割が愛知県内からの来館者であった。

アンケート結果 (N=1,846)

図4 イベント認知度

来館する前に当イベントを知っていたか

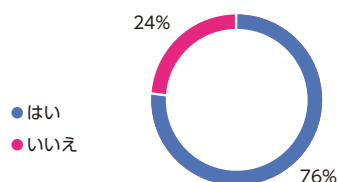


図5 当館への来館回数

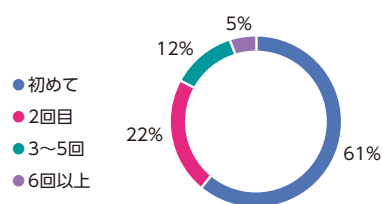


図6 回答者性

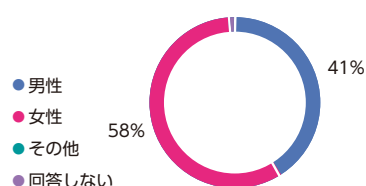


図7 回答者年代

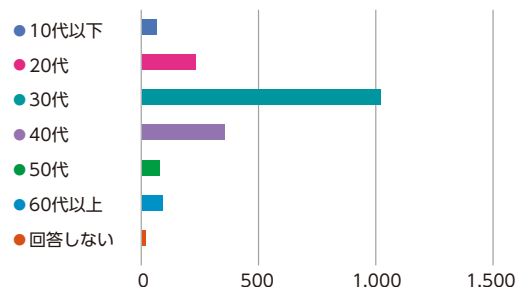


図8 同行者の有無

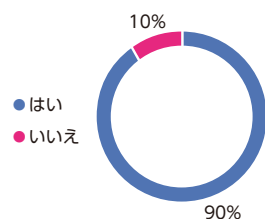


図9 だれと来館したか(複数回答可)

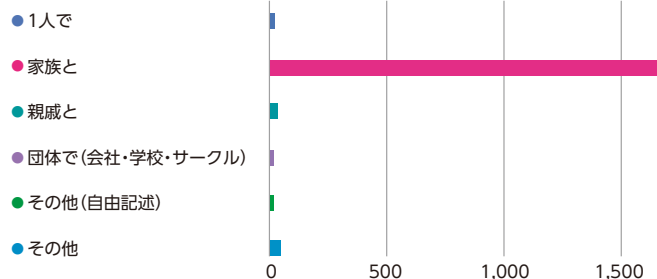


図10 同行者の子供の年齢(複数回答可)

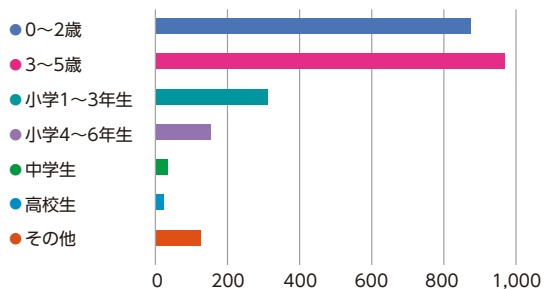


図11 来館者の居住地

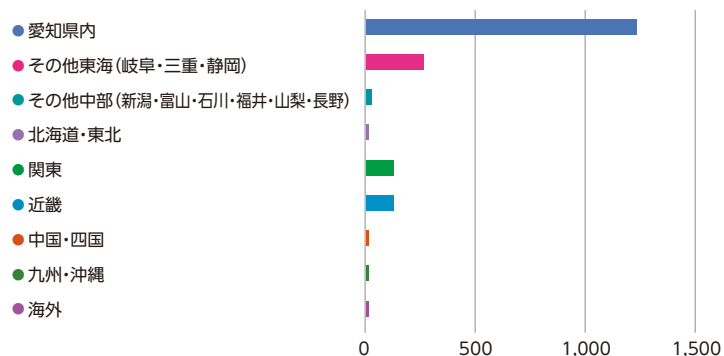


図12 認知経路(複数回答可)

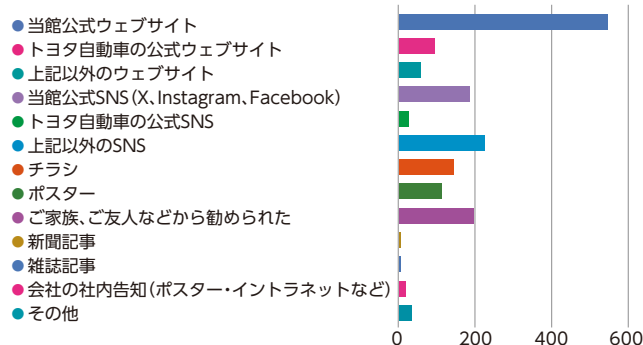
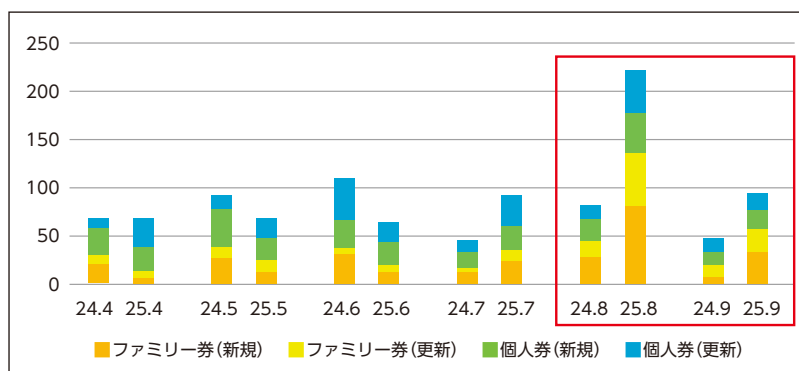


図13 年間パスポート購入者数



年間パスポート(以下、年パス)購入者数の推移をみると、本体験イベントの実施期間中において、年パスの購入が大きく伸ばしたことが確認された。来館者への聞き取りからは、期間中に複数回来館する予定で年パスを購入した親子連れが複数見られ、リピート来館を目的とした利用が一定数あったことがうかがえる。

昨年の年パス販売数(総計)と比較すると、8月は270%、9月は198%と大幅に増加しており、特に8月にはファミリー券の購入者が増加する傾向が見られた。一方で、同時期にはリアル謎解きイベント(8月1日~10月31日)も実施されており、複数の企画が相まって来館意欲を高め、年パス購入の増加につながったと考えられる。

(3) 来場者の反応と運営上の気づき

参加型コンテンツについては、来場者の反応や運営を通じていくつかの気づきを得られた。展示車両の人気投票は、幼児でも気軽に参加できる内容としたことで、多くの来場者に喜ばれた。投票シートにシールを貼るといった簡単な行為ではあるが、博物館の中で来場者が楽しみながら主体的に関わることができる場として機能していた。

「世界のはたらくクルマ」投稿では、来場者から寄せられた写真が47点にのぼり、企画担当者が所定のフォーマットで印刷・掲示した。ボードに投稿写真が増えるにつれて足を止めて閲覧する来場者が増え、来場者同士の会話や関心の広がりが見られた。

また、小学生以下を対象に無料配布したワークブックは、車両や資料を家族で楽しみながら探し、見学する体験を通じて、車両やクルマ文化に関する新たな知見を得る機会となった。期間中、館内にいると、ワークブックに掲載された資料やスタンプの場所について子どもから尋ねられる場面が多く、主体的に展示物を探しながら参加している様子うかがえた。展示室での体験が楽しい記憶として残り、ワークブックを持ち帰って目にすることでそれが思い出され、日常の中でも身の回りのはたらくクルマに目を向けるきっかけになっていくことを期待している。

ワークブックの当初の印刷部数は15,000部であったが、会期36日目の昼に在庫が尽きたため、増刷の完成を待つ約1時間は別物で代用対応を行った。その後2,000部を追加して同日午後から配布を再開し、さらに9月25日に500部を追加したものの、最終日の10時にはすべて配布終了となった。会期中中で在庫が不足し、案内スタッフによる急きょの対応や再印刷が必要となった点は、運営上の課題として受け止めている。今回の状況を踏まえ、今回は会期中間地点での在庫状況の確認を行うとともに、余裕を持った増刷や適切な在庫管理を含め、事前に印刷部数を計画的に決定していきたい。

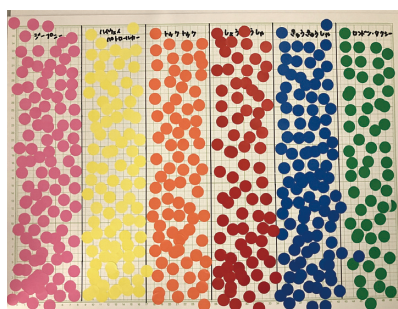


写真28 投票シート(会期中何度も更新した)



写真29 「世界のはたらくクルマ」投稿



図14 掲示フォーマット

4 来館者増につながった要因

本体験イベント期間中に来館者が増加した背景について、来館者にとっての利点を、担当者の視点から整理した。

①屋内展示による快適さ

- ・猛暑や雨天の影響を受けにくく、安心して鑑賞できる屋内展示であることは、特に家族連れにとって利用しやすい環境。

②会期中いつでも見られる安定性

- ・期間中はいつ来館しても展示されているため、予定が立てやすい(所蔵車両を活用することで、長期間の展示が可能)。

③博物館ならではの「箱」の魅力

- ・照明、導線、解説、ワークブックなどが整備され、工夫されていて、体験と学びの両立が図られている。
- ・来館者は休憩を取りながら長時間滞在することができ、展示だけでなく博物館の空間そのものを楽しめる場所となっている。

④教育的価値と安心感

- ・博物館という信頼性の高い施設での開催により、保護者が安心して子どもを連れて来館できる。
- ・トイレの清潔さや警備巡回など、施設環境が整っている点も安心感につながっている。

これらの利点が重なったことが、結果として多くの来館者を呼び込む要因になったと考えられる。

5 今後の課題

本体験イベントの実施を通じ、車両乗車時の安全性は引き続き重要な課題であると実感した。事前に車両養生などの安全対策は講じていたが、想定を上回る来館者数となり、混雑時の整列対応について十分な準備ができていなかった点は反省すべきであった。会期中から急ぎよカラーコーンとコーンバーを用いた導線を設けたものの、幼児が座ったり、飛び越えようとする姿も見られ、新たな安全上の課題が生じた。これらの経験を踏まえ、今回はより適切な整列方法や誘導手法について検討する必要がある。

今後は、保護者への理解促進に加え、車両の保護方法や保護材の追加、混雑時の床誘導や車両配置の工夫など、運営面を含めた安全対策を総合的に見直していく必要がある。また、想定以上に未就学児の来館が多かったことから、対象年齢の設定や重点とする年齢層について再検討するとともに、ワークブックの内容レベルや印刷部数の適正化も図っていききたい。さらに、8月は来館者が集中しやすい時期であるため、混雑緩和の観点から、開催時期を7月に前倒しするなど、実施時期についても検討を行っていききたい。



写真30 消防車に並ぶ長蛇の列



写真31 車両別の整列分けと待ち時間対策で設置したアンケートQRコード



写真32・33 整列のためのカラーコーンとバー



6 おわりに

本体験イベントは、楽しさや驚きを伴う体験を通じて、幼児から小学生までの若年層がクルマやクルマ文化に親しむ機会を提供するとともに、当館の教育普及活動の一環としての役割を果たしたといえる。乗車体験や参加型のコーナー、ワークブックを通じて、来館者が主体的に展示物と関わり、家族で会話を交わしながら学ぶ姿が多く見られ、体験を通じた学びにつながる様子が見えがえた。

また、はたらくクルマの役割や、それを使って社会を支える人々の存在に触れることは、仕事や社会の仕組みに関心を向けるきっかけを提供できたと考えられる。学校団体向けプログラムとは異なるアプローチにより、来館者が自発的に学びに向かう機会の一つとなったといえる。

本企画は、初めて博物館を訪れる子どもや家族にとって、実際のクルマとの出会いを通じ、博物館やクルマの魅力を体感する「入口」となる取り組みであると考えられる。今回得られた知見を今後の企画や教育普及活動に活かし、楽しさ・学び・安全のバランスをより高めた体験の提供に努めていきたい。

7 資料

①会場写真



写真34 会場の様子 1



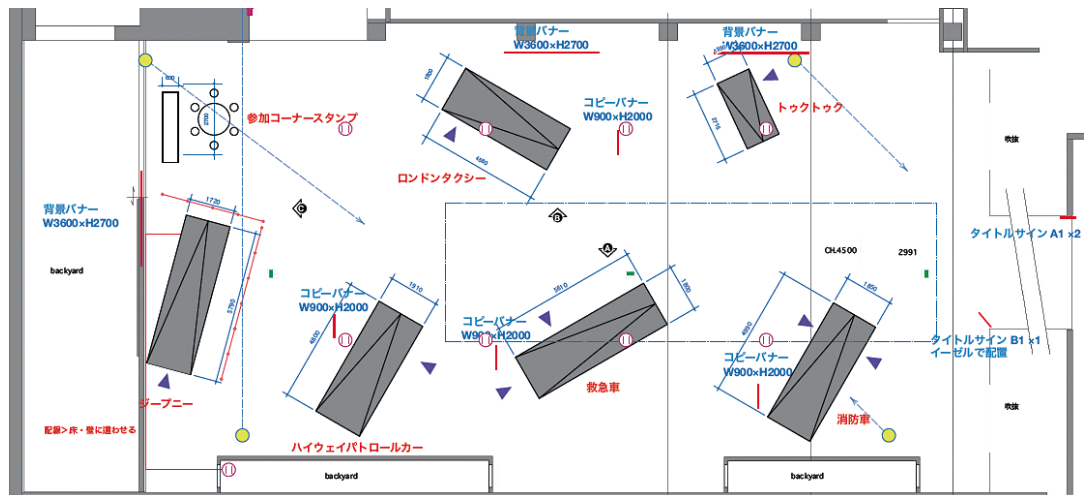
写真35 会場の様子 2



写真36 会場の様子 3

②会場図面

図15 会場図面



③パネル・バナー

- トクトク、ロンドンタクシー、ジープニーの3台背景に各国の街並みとクルマが写る背景バナーを設置
- 消防車、救急車、ハイウェイ・パトロールカー、タクシー上部にキャッチコピー・バナーを設置



写真37 会場入って左側



写真38 会場入って右側

■体験イベント「乗ってみよう! ドキドキワクワク はたらくクルマ」

企画・推進：藤井 麻希、小室 利恵(学芸・企画1グループ)

施工：株式会社電広エイジェンシー

エントランス展示 「乗ってみよう!はたらくクルマ特別展示 リリーフカー」

期間：2026年1月4日(日)～2月1日(日) 場所：文化館1階 エントランス

小室 利恵(学芸・企画1グループ)

1 企画の背景と目的

当館では、自動車に興味を持っていただくために、随時さまざまな展示やイベントを行っている。今回はその入口を「野球」とし、これまでトヨタ博物館に興味・関心がなかった層に認知いただくきっかけづくりを行った。自動車と野球は一見結びつかないテーマに見えるが、球場で活躍する「リリーフカー」に着目したことで「はたらくクルマ」というテーマへ広げることができ、本展示の企画へ発展させることができた。

また、野球のピッチャーを乗せるためだけという使用目的が限定された乗り物であるため、クルマとしての面白さはもちろんのこと、どのように製作されたのかといった、モノづくりの観点からも興味を得られると考えた。

本展示では、「リリーフカー」の役割や魅力について、実物展示・乗車体験・インタビューパネル・講演会を通じて紹介した。

2 展示内容

展示は文化館1階エントランスで行い、車両は入館チケットがなくても自由に見学できるようにした。展示車両は以下の3台である。

- ① 阪神タイガース ホームチーム用リリーフカー(阪神甲子園球場所蔵)(以下、阪神タイガースリリーフカー)
- ② 後樂園スタジアム リリーフカー(野球殿堂博物館所蔵)(以下、後樂園リリーフカー)
- ③ 東京2020大会 リリーフカー(トヨタ自動車所蔵)(以下、東京2020リリーフカー)

このうち、②後樂園スタジアムと③東京2020大会で使用された2台のリリーフカーは、入館チケットを提示することで乗車可能とした。

(1) 実車展示

展示車両の選定理由について述べる。

① 阪神タイガースリリーフカー:

阪神甲子園球場でエコプロジェクトが進む中、リリーフカーの電動化が検討され、トヨタの電動小型モビリティ「C+pod」に白羽の矢が立った。その際の窓口となったのが、当館館長に就任前の榊原だった。前職での業務をきっかけに借用の話が進み、プロ野球のシーズンオフのタイミングで貴重な現役リリーフカーをお借りすることができた。

② 後樂園リリーフカー

野球殿堂博物館でリリーフカーを展示していることを知り、野球ボール型のユニークな形から、リリーフカーの変遷を語る上での必要性を感じ、借用依頼し、展示した。

③ 東京2020リリーフカー

野球殿堂博物館の担当者から情報提供があり、トヨタ自動車内のリリーフカーの存在を知った。担当部署などを検索している段階で、阪神タイガースリリーフカーを手掛けたデザイナーが関わっていることを知り、一緒に展示することに意義を感じ、展示した。

いずれも実際に野球場で活躍した車両(阪神タイガースリリーフカーは現役車両)であり、来館者は間近で観察だけでなく、乗車体験を通じてその特徴を体感することができた。



写真1 阪神タイガースリリーフカー



写真2 後楽園スタジアムリリーフカー



写真3 東京2020大会リリーフカー

(2) パネル・関連展示

リリーフカーは野球選手というごく限られた相手のためだけに製作された車両である。通常の市販車両は誰もが安全に快適に乗車できることを前提に作り上げていくが、このような特殊な車両をどう作っていったのか興味を持った。そのため、単に車両を並べただけの展示にとどまらず、「デザインしている人」「つくった人」「つかっている人」という複数の視点からリリーフカーを捉えることで、モノづくりの背景や思想、現場での工夫を来館者に伝えることとした。

パネルの構成は以下の3点である。尚、原稿レイアウト、印刷、パネル加工はすべて内製で行い、特に文章表現に関しては小学5年生が理解できるよう、担当者が集まって編集作業を行った。例えば社内ですでに日常的に使っている「寸法」は「長さ」に、専門用語についても「モデル」は「模型」に、「モック」は「ウレタンブロック」に言い換えた。

① 導入パネル「リリーフカーってなんだ!?!」

今回の展示を企画した経緯と、そもそもリリーフカーとは何かから説明した。リリーフカーは、ブルペンで準備していた投手をマウンドまで運ぶ役割をするが、このブルペンからマウンドまでの距離が遠い球場で使用されている。現在は、プロ野球12球団中4球団のみで採用している。

リリーフカーは元々、1964年に移動時間短縮のために阪神タイガースのリリーフ投手が阪神園芸のバイクに乗って移動したのが始まりだった。そのうち、球団ごとに形がユニークな車両が登場し、エンターテインメント性を高めていった、という内容を紹介した。



写真4 導入パネル

② インタビューパネル

A 「つかっている人に聞きました!」

本パネルでは、阪神タイガースのリリーフカーをなぜトヨタに発注したのか、その背景や開発時のこだわりについて紹介した。

当時リリーフカー導入に携わった当館館長の榊原と共に、阪神コンテンツリンク株式会社の湯山様、海尾様を訪ね、球団側とトヨタ担当者双方の思いを伺った。取材を通して、リリーフカーが単にピッチャーをマウンドまで運ぶための車両ではなく、使う人の立場に立って細部まで検討された特別な一台であることが分かった。

中でも注目したのが「シートの高さ」をめぐるエピソードである。選手の使いやすさと安全性の両立を目指し、球団側とトヨタが何度も意見を交わし、最終的には球団のスタッフが兵庫県から愛知県豊田市まで赴き、実際に乗車して確認しながら決定した。球団側が、トヨタが提案した一番高い座席を選んだことで、トヨタ側は安全面から、シートベルトを設置することで解決した。ピッチャーがリリーフカー乗車時に、その目的や距離からシートベルトをする必要はないのだが、わざわざ設置したことにトヨタのピッチャーへの配慮と安全へのこだわりを感じた。



写真5 インタビューパネル A・B

B 「デザインしている人に聞きました!」

通常の市販車は大勢の人が快適に、安全に乗車できることを目指して製作するが、リリーフカーという特定の人を想定して製作する過程に興味をもった。そこでトヨタ自動車のデザイナーの永津直樹さんにお話を伺った。

永津さんは球団側からの体格の大きい選手の足元を広くしてほしいという要望に、シートを高くすることで解決する

一方、ピッチャーをより目立たせることで登場時の盛り上がりを演出するリリーフカーをデザインした。またスパイクを履いても安全に乗り降りできるよう、床面は人工芝を敷いた。他にも細かい部分までこだわり、タイヤのホイールは野球ボールにし、縫い目の位置・数にも配慮した。他にもトラ模様のカラーリング、シートの後ろには阪神タイガースのマークをあつらえた。

また、デザイナーの考えを実際の形に落とし込むモデラーの話も聞いてみたく、デザイン統括部の渡部さん、野尻さんにお話を伺った。デザイナーから求められているものを作ることはもちろんだが、さらに自分なりの工夫を加えることで、渡したときに依頼者を笑顔にできると嬉しい、というモデラーの気概に感銘を受けた。

C 「つくった人に聞きました!」

東京2020リリーフカーのグローブ部分や床部分等を製作した開発試作部の新井さん、佐野さんにお話を伺った。普段の仕事は設計図を元に製作を行うが、リリーフカーはデザイナーの要望を直接聞きながら進めるという難しさがあったという。パネルは時系列で章立てし、①こんなクルマをどうやってつくるの!? ②選手の気持ちになって考える ③まずはかたちにしてみよう! ④とことんこだわる ⑤「おもしろそう!」と輪が広がる ⑥ふりかえって とした。

これらのパネルには前述のとおり、小学5年生でも分かる表現に配慮して作ったが、その理由として、子供たちに「クルマをつくる」という仕事の紹介もしたく、開発・製作スタッフがどのような気持ちで仕事に取り組んでいるのかが伝わる内容を心掛けた。タイトルに「大変だけど楽しかった」というのはどんな仕事にも共通することだが、最後にある「待っているだけでは楽しさはやってこないものです。自分たちのペースで楽しい環境を作り出していくと自分が楽しかったのかもしれない」というのは、ものづくりに限らず、仕事全般に通じる姿勢を表しており、仕事の本質を示しているように感じられた。

③永津氏製作によるリリーフカー模型展示

阪神タイガースリリーフカーと東京五輪リリーフカーをデザインしたデザイナーが製作した模型を展示。展示ケースのタイトルを「デザイナー永津直樹さんは“ミニカー”も作っちゃうんです!」とし、自身が担当した車両を市販のミニカーをベースに精巧に再現した。作品は乗車している選手たちのユニフォームや足元までこだわりが見られた。

これらの模型展示により、市販車とは違う車両開発の背景、実際の使用環境で求められる工夫やデザインに込められた思いを、お客様に伝えることができた。



写真6 インタビューパネル C



写真7 模型展示

(3) 展示レイアウト

みなさんに協力していただき仕上げたパネルを、より多くのお客様に見ていただけるように設置場所を工夫した。あくまで主役はリリーフカーのため、パネルが車両の後方になることは避けられないが、見学者の動線にかかるような位置を検討した。

当初、<C「つくった人に聞きました!」>のパネルはリリーフカーの乗車体験で並ぶお客様が列で待つ間に読んでいただけるよう、その列の中に設置していた。しかしお客様の様子を観察したところ、乗車体験の希望者の意識はこれから乗るリリーフカーにしか向かないことが分かり、<B「デザインした人に聞きました!」>パネルの斜め横に位置を変更した。

それにより、Bのパネルに興味を持った方がそのままCに移動する動線となったため、位置を変更して正解だった。また、<導入パネル「リリーフカーってなんだ!?!」>もお客様の動線を意識し、乗車体験の入口付近に設置した。

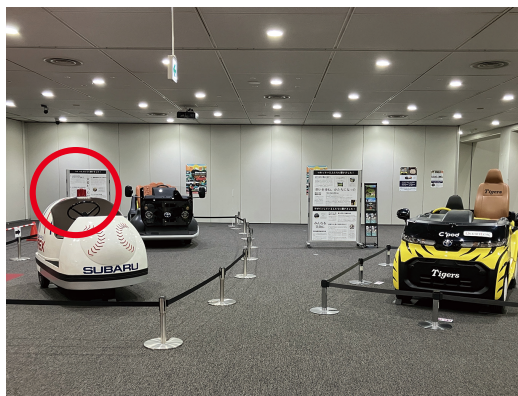


写真8 当初のレイアウト

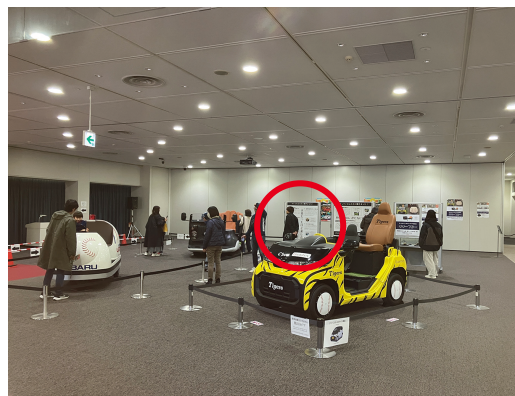


写真9 変更後のレイアウト

3 関連イベント

(1) 講演会 (開催日：2026年1月17日(土) 14:00-15:00)

阪神タイガースリリーフカーと東京2020リリーフカーを手掛けたデザイナーの永津直樹さんによる講演会を開催した。永津さんはトヨタ自動車のOBであるが、在職中はビジョンデザイン部に在籍し、数々の車両デザインに携わり、2台のリリーフカーを担当した。

講演会のタイトルは「夢をデザインしてきたハナシ — “リリーフカーのつくり方”」とし、リリーフカー製作のこだわりや苦労などを、実際の車両を前にしながら語っていただいた。参加者は、永津さんのリリーフカー製作の裏話や工夫点などに驚きや興味を持って耳を傾けていた。

当初展示会場には50席を準備していたが、想定以上の参加があり、急遽椅子を増やすほどで、最終的には約100名に聴講いただいた。最後にはタイガースのユニフォームをまとった館長との掛け合いもあり、永津さんのお人柄も相まって、会場は終始和やかな雰囲気包まれていた。



写真10



写真11



写真12

4 広報・告知活動

(1) 告知について

来場促進のため、ポスター・チラシ・SNS等を使い認知向上を図った。

① ポスター掲出

リリーフカー展示と講演会のポスターの2種を製作した。デザインはいずれも担当者が内製で行い、両イベントで統一性を持たせるデザインとカラーリングにした。

エントランス展示の場合、通常はポスターを作成しないが、今回は野球を入口とした博物館の認知向上を目指しており、ホームページやSNSなどで広範囲に届ける告知を行いたかったため、展示内容が一目見て分かるポスターを製作した。



図1 展示会ポスター



図2 講演会ポスター

②リリース

3台ものリリーフカーを一堂に集めて展示するのは恐らく日本でも初めての試みであり、リリーフカーの成り立ちから製作者たちの思いも伝える展示のため、より多くの方に展示のことを知っていただきたいという担当者の思いから、各メディアへリリースを行った。その結果、多くのメディアから反応をいただき、取材対応をした。その結果は後述する。

③チラシ製作

リリーフカー展示開始の前月に、開催中の企画展「What's JDM」のチラシの第2弾が掲出されることになり、そのタイミングに合わせて告知をした。乗れる車両をアピールするため、後楽園リリーフカーの写真を使わせていただき、展示会をアピールした。

④公式SNS(X 等)による情報発信

公式X、Instagram、Facebookを使い、開催前、開催中に告知を実施。実績は下記のとおりである。

日付	媒体	タイトル
25.12.20	X・Instagram・Facebook	初開催!「リリーフカー」特別展示!
26.1.6	X・Instagram・Facebook	「リリーフカー」デザイナー 永津直樹氏による講演会開催!
26.1.24	X・Instagram・Facebook	「リリーフカー」展示は2/1(日)まで!

1月24日の投稿では、阪神タイガースリリーフカーの前で、館長とスタッフが自前のユニフォームを着用した写真を掲載し、リリーフカー展示の楽しみ方を提案した。この投稿には想定以上のインプレッションがあり、当館からの提案に共感いただけたようである。



図3 12/20公式X



図4 1/6公式X



図5 1/24公式X

(2) メディア露出

リリースの反響として、本展示および講演会は以下の媒体で紹介された。一般紙および業界紙の掲載により、展示の社会的意義や関心の高さがうかがえた。実際にこれらの媒体を見て当館に来られたお客様もいらっしゃった。

日付	媒体	タイトル
26.1.16	中日新聞	リリーフカー 乗ってみよう!
26.1.21	中日新聞	リリーフカー投手気分 トヨタ博物館で特別展 2台は乗車可能
26.1.22	日刊自動車新聞(ウェブ版)	トヨタ博物館が野球のリリーフカーをテーマに講演会
26.1.23	日経新聞	リリーフカー3台 初展示 阪神仕様の虎柄EVも
26.1.29	読売新聞	「リリーフカー」乗れます 長久手・トヨタ博物館
26.1.30	中日新聞	“この人” プロ野球・阪神の「リリーフカー」デザイン 永津直樹さん

5 来館者の反響

(1) 展示場

野球ファンが多く訪れることを期待した今回の企画だったが、目論見どおり、阪神タイガースのファンを多く見かけることになった。タオルやグッズを持った方や、1月24日に投稿したSNSの影響なのか、それ以降はユニフォーム姿のファンの方も多かった。文化館1階を担当しているキャスト(案内スタッフ)には阪神ファンが来たら担当者を選んでほしいと伝えていたため、その都度、ファンの方たちと交流を持つことができた。皆さん、この展示を楽しみに来てくださっており、気軽に写真やインタビューに答えてくださった。20代の若い女性は、年間パスポートを持っている父親と何度か当館を訪れたことがあったとのことだが、「今まで来た中で今回の展示が一番楽しかった!」と笑顔を向けてくださった。また、阪神ファンの仲間と一緒に来てくださった男性(小橋様・写真13)は、「C+podには自社の製品が使われていることもあり、間近で見られて嬉しい!」と喜んでくださっていた。他にもお声がけをした皆さんは一樣に笑顔で対応してくださり、阪神タイガースが好き、ファンということに誇りを持っている様子が伝わってきて、こちらも幸せな気持ちにさせていただいた。



写真13 阪神タイガースファンの小橋様(中央)

また、企画担当者として嬉しかったのは、「関連資料も充実していて、子供から大人まで楽しめる素敵な展示ですね」、「ショーケースの中や展示品や展示パネルも面白く、遠方から来た甲斐がありました(兵庫県西宮から)」といったインタビューパネルや模型展示についての感想だった。車両だけでなく、パネルにも多くのお客様が関心を寄せ、展示内容の充実を評価いただけた。

乗車体験についても、お様が夢中になったのはもちろんのこと、ご夫婦で後楽園リリーフカーに懐かしそうに乗車したり、大学生のグループが東京五輪リリーフカーに野球の話しながら乗り込んだりするなど、幅広い年齢層の方々に楽しんでいただけた。野球という一見自動車とは関係のないジャンルであっても、リリーフカーの展示を通じて、自動車文化の奥行きの実感していただけたものとする。SNS上でも展示や乗車体験を共有する投稿が多くみられ、来館者自身による情報発信を通じた波及効果を確認することができた。インタビューパネルが面白かったというコメントや、その中身についての紹介もあり、車両だけではなく展示全体を評価する発信も見かけた。

6 おわりに

今回の展示では、実車展示・乗車体験・インタビューパネル・講演会を組み合わせることで、リリーフカーという普段の当館の展示とは一線を画する車両を、幅広い来館者に分かりやすく伝えることができた。特にクルマ文化という点からは、新しい楽しみ方を提供できたのではないかと考える。また、メディア露出・来館者やSNSでの反響からも、高い関心をうかがうことができた。今後は本展示で得られた知見を活かし、「はたらくクルマ」や「モノづくりの背景」に焦点を当てた、当館ならではの展示・イベントに活用していきたいと考える。

クルマ館3階常設展示車両の見直しについて

実施日：2025年4月～6月 場所：クルマ館3階

鳥居 十和樹(学芸・企画1グループ)

トヨタ博物館では、2025年春から夏まで数度に分けて、クルマ館3階展示車両の入替えを行った。以下報告する。

1 背景

クルマ館3階は2016年に大がかりな展示変更を行った後、約10年が経過した。この間、ご寄贈や新規調達により収蔵車両は増加したが、局所的な車両の入れ替えや追加は行ったものの3階全体を俯瞰した見直しは行ってこなかった。その結果、常設展示に相応しい個体が収蔵庫に眠る一方で、展示に疑問符のつくクルマも散見されるようになるなど課題が明らかになったため、昨年から検討をはじめ、今回実施することにした。

2 ねらい

今回の見直しのねらいとそのために実施した主な検討は図1のとおりである。

トヨタ博物館では、毎日定刻のキャスト(案内スタッフ)によるガイドツアーで世界の自動車史をご案内しているが、近年になり、日本にある自動車博物館として、日本の自動車づくりの観点から学芸スタッフがゲストや研修参加者をガイドする機会も増えた。ところが、特に日本の乗用車づくりを解説するために重要な車両が抜けている一方で、歴史解説上かならずしもマストではない展示車両があり、展示位置も分散しているなど解説にあたって不都合な点が多く、これを改めることが今回のみなおしの最大のねらいである。

《ねらい》

- ◆ 日本の乗用車づくりを通史で知る
- ◆ 各時代の自動車づくりを偏りなく知る
- ◆ 見やすい

《実施事項》

- ◆ 収蔵車両を含め展示車を再検討
- ◆ Zoneごとの展示台数偏りを是正

図1 見直しのねらい

また、展示室には年代とテーマによるZoneが設けられているが、Zoneごとの展示車両の台数に偏りがあり、これを是正することにより、見やすい展示室とすることもねらいとした。

3 実施内容

各Zoneの見直しの主旨・ねらいと実施内容は、図2のとおりである。

Zone	Zone9	Zone10	Zone11	Zone12	Zone13	3階計
テーマ	戦後それぞれの再興	モータリゼーションの進展	社会課題への対応	多様な需要と車種	電動化	
対象期間	約10年	約10年	約8年	約30年	約17年	
旧展示台数	21	28	4	13	5	71
新展示台数	24	26	5	19	4	78
新旧差	+3	-2	+1	+6	-1	+7
主旨とねらい	①戦後日本の乗用車史充実 ②日米欧展示ラインの整理	①日本製クーペの整理 ②展示エリアの順守	①陳腐化した什器の撤去 ②Zone中心にシビックCVCC	①テーマと期間に応じた台数 ②革新的軽・小型車の展示	①HEV車の整理 ②エボック性の確認	
展示車の妥当性再検証（自動車史の流れが語れるか？ 時代を代表しうるか？ エボックか？ 他車との重複はないか？）						

図2 見直しの内容

Zone9では、戦後の日本の乗用車づくりを重要な史実に沿って見学できるようにした。すなわち「トラック以下」と呼ばれた黎明期／通産省の後押しによる外国メーカーとの技術提携／軽自動車の誕生／「国民車構想」と新規メーカーの参入／大衆車の成立である。新たにトヨペット スーパー、スズライト、マツダ R360クーペを加えた。併せて日・米・欧の展示ラインを明確にし、見やすさを向上した。

Zone10では、日本製クーペの台数を削減し、本来のスペースに収めた。また、大阪府堺市の協力によりBMW車を追加した。

Zone11は、日本車の技術史の大エポックであったホンダのCVCCエンジンによる“マスキー法”クリアをテーマである“社会課題への対応”の代表としてこれを中央に配置した。また、フロア中央にあった展示什器を撤去し、Zone11-12の車両展示スペースを確保した。

Zone12のテーマは“多様化”だが、人気の高性能車に偏り、かつトヨタ車比率が極めて高かった。そこで、車両の調達を含めて大幅の見直しを図った。バブル経済を代表する日産 シーマや乗用車ベースの低床ミニバンで一時代をつくったホンダ オデッセイ、さらには低迷していた軽自動車を復活させたスズキ アルト、コンパクトカーづくりの新機軸ホンダ シティとモトコンポ、そして大ヒットしその後のデザインにも大きな影響を与えた日産Be-1を加え、多彩な展示ラインナップとした。また、Zone12は1980年代から2010年代までの30年に及ぶ期間に合わせて展示車を6台増加した。

Zone13は、多様化する動力源を展示し未来の主流を考えてもらうことがテーマであり、少数の販売に止まり市場プレゼンスを得られなかった車種や“変わり種”に過ぎない少量生産のEVスポーツなどを外した。

見直し前後の全体レイアウトを図3に示す。

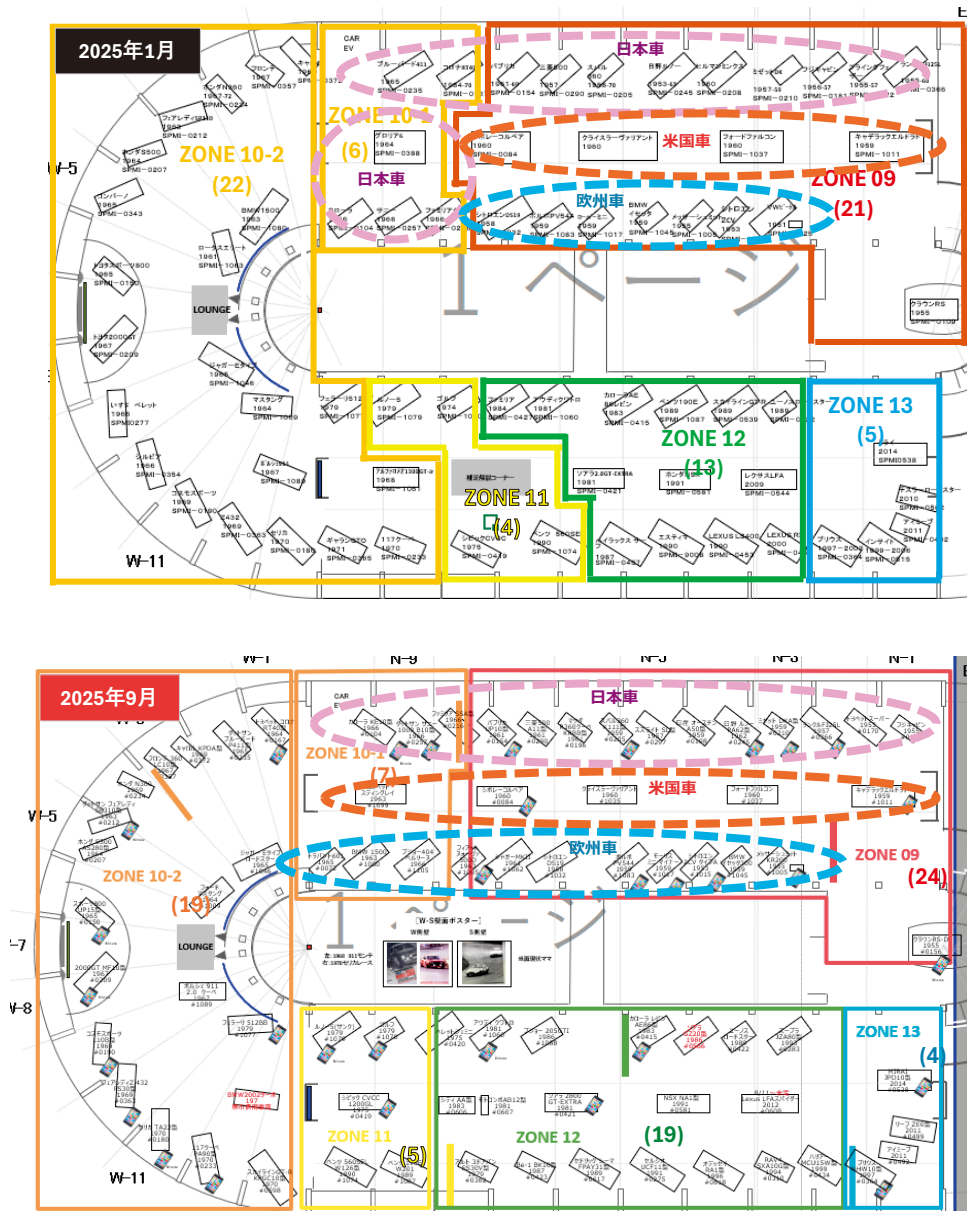


図3 クルマ館3階レイアウト 上:見直し前 下:見直し後

4 実施結果

見直し後は、一部展示車に集中しがちだった来館者が、フロア全体に広がる様子からも概ね受け入れられているようである。特に多彩さを増したZone12は好評で、Zoneのいたるところで足を止めて見学する様子がよく見られるようになった。

また、定刻ガイドツアーでは、左右に散りがちであったZone9-10の動線がスムーズになり、学芸スタッフの解説ガイドでも日本の乗用車史を一気通貫でき、参加者からも「分かりやすい」との声をいただいている。

5 今後

冒頭掲げた見直しのねらいは、スペースや収蔵車の制約の中で一定程度は実現できたように思う。今後は各Zoneのテーマに相応しい範囲において展示車を定期的に入れ替えるなど、あくまで主旨を踏まえた模様替えも実施していきたいと思う。また、より相応しい個体入手した場合には収蔵庫に眠らせることなく、常設展示に採用するよう停滞のない運営も心掛けたい。

自動車博物館の最も重要なミッションは、自動車史の流れを現物で伝えることである。一方でユニークな展示車でクルマへの関心のきっかけをつくるアミューズメント的な取り組みも必要である。折り合いをつけるには、展示スペースの区分が肝要である。異なる目的の展示を同じ場所で行えば、片方あるいは両方のミッションにとって瑕疵になる。

限られた館内スペースでこれを現実的にどう実行するか。今回の積み残し課題である。

I: 「クルマ文化に触れる場づくり」—展示活動 6

クルマ館3階展示「車趣味の黄金郷 ガレージ・ライフ」

施工完成日：2025年8月19日(火) 場所：クルマ館3階

堀部 和雄(学芸・企画1グループ)

1 施設改修の目的

当館では、自動車に興味を持たれ来館されるお客様に、実車や様々な自動車関連品の展示、イベントを行っている。そんな中、歩き疲れた博物館巡りの途中で、ふと腰を下ろせる場所。そこは、クルマ好きが辿り着く「黄金郷」—自分だけの趣味のガレージである。

当館収蔵の自動車関連資料やオートモビリアに囲まれ、愛車と向き合いながら、ガレージライフを疑似体験をしていただきたい。「鑑賞と休息、そして趣味が交差する空間で、クルマを愛する至福の時間を堪能できる場所」をイメージして改修を行った。

2 改修施工のテーマと展示内容

クルマ館3階のトヨタ2000GTとトヨタスポーツ800の展示スペースの正面に、個人宅のガレージを再現。ガレージ内の趣味の空間として2台の愛車と、博物館収蔵の数々のオートモビリアを展示。クルマ館見学中に休憩できる場所、個人ガレージ体験を楽しまれる等、様々な活用できる空間とする。

<ガレージの施工ポイント>

- ①英国風趣味のガレージをイメージし、壁面は古びた煉瓦調ブリックタイルを使用
- ②床は、湿気が多い英国のガレージには必須のチークオイル等をしみ込ませた木材の床を塩ビタイルで表現
- ③オートモビリアを収納する、無機質でシンプルな金網で作った棚を設置
- ④ガレージで流れる特別な時間も確認できる、アンティークな掛け時計
- ⑤壁面や棚には、部品や書籍、ミニカー・スケールモデル、モータースポーツグッズ等々を展示

(1) ガレージ施工 詳細

今回、ガレージの施工に際し、3案を検討。

A案

- ・壁面、床にOSB合板を使用し、鉄骨組みブレースで梁を要した造り。
- ・小物の展示物レイアウトを自由に決めることができる、展示物の入れ替えのしやすさで可動式の棚を設置。
- ・中央にソファ、移動可能なローテーブルを設置。

B案

- ・壁面に煉瓦調のブリックタイルを使用、床面はモルタル調床タイル、スチール製の棚を設置。
- ・中央にソファ、移動可能なローテーブルはA案と同様。

C案

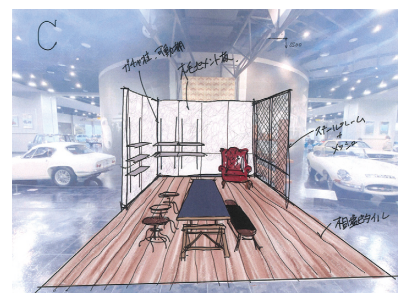
- ・壁面に木毛セメント板を使用、床面は木目調タイル、専用の柱を設置し可動式の棚を配置。
- ・長テーブルと長椅子、丸椅子を配置。



施工デザイン A案



施工デザイン B案



施工デザイン C案

石の文化である欧州で、英国は特にその気候上、煉瓦作りのガレージが一般的。職人の手で整然と積み上げられた煉瓦は、旧車の住むガレージにとっては必要不可欠な要素として重要なアイテムで、B案の壁面 "煉瓦" 調をベースに、床を "木目" 調の組み合わせ、いわゆる "英国風" ガレージに決定。



写真1 施工完成



写真2 施工完成

(2) 展示物(オートモビリア) 詳細

オートモビリアとして揃えた展示物は、"その時代の凡庸" 古き佳き時代に、日常で目にする物を中心に選択。生産されていた時代には珍しくもない物であっても、時代を経てそれぞれの存在価値が上がり、見る人を魅了する。あたかもガレージのオーナーが、長い年月掛けて収集してきた "こだわりの小物" を展示。

①看板

1. Morris Authorized Dealer Sign(モーリス 公認 ディーラー エナメル サイン)【写真3】
英国 Morris Motors Ltd.(モーリス・モーターズ)が公式に認可した正規販売・整備代理店。

2. RENAULT Dealer Sign(ルノー 公認 ディーラー アクリルライト サイン)【写真4】

フランス人技術者 ルイ・ルノーとその兄弟によって「ルノー・フレール」社として設立された。

FR駆動方式を発明し、ヴォワチュレットという車両を市販、二度の世界大戦後国営化され、1990年に民営化。

1999年に日産自動車を傘下にするフランス老舗自動車メーカー

3. MICHELIN Sign(ミシュラン 公認 エナメル サイン)【写真5】

1890年代前半、自動車用に耐える "空気入りタイヤ" の実用化に取り組んで成功をおさめ、世界初の "ラジアルタイヤ" を市販した歴史を持つ、世界のタイヤ業界の老舗メーカー。



写真3 モーリスエナメルサイン



写真4 ルノーアクリルライトサイン



写真5 ミシュランエナメルサイン

4. RAC HOTEL Sign(RACクラブ ホテル エナメル サイン)【写真6】

1897年に「イギリス自動車クラブ(the Automobile Club of Great Britain)」として創立。

1907年にイギリス国王 エドワード7世からの勅令により(the Royal Automobile Club)へ改称された。

自動車関連の組織としては英国最古の長い歴史を誇り、ロンドンの大通りパル・マルに集中しているジェントルメンズ・クラブのなかでも、「パル・マルの宮殿」と称されたRCAのクラブハウスは、バー、レストラン、宿泊施設、すべてがクラブメンバーのみ使用が許されるホテル

5. BUGATTI Sign(ブガッティ 公認 エナメル サイン)【写真7】

イタリア人、エットーレ・ブガッティは、1909年に当時ドイツ領に、自らの名を冠した「ブガッティ」を設立。

自ら設計を手がけ、高級市販車やグランプリレースカーを生み出した自動車メーカー。

6. AA GARAGE Sign(AA ガレージ 公認 エナメル サイン)【写真8】

英国のロードサービス(イギリス自動車協会)組織 AA(The Automobile Association Limited)のガレージサイン



写真6 RACEナメルサイン



写真7 ブガッティエナメルサイン

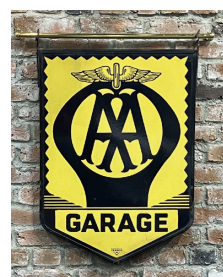


写真8 AA GARAGEエナメルサイン

②小物類(壁面)

1. Spark Plug Set(スパークプラグ コレクション セット)【写真9】

1990年~米国・英国等の大手メーカー以外のスパークプラグ コレクションセット

2. Lotus Works Steering(ロータスII ワークス ステアリング)【写真10】

英国スポーツカーメーカー "Lotus" のワークス ステアリング

3. Jaguar D Type Lesleston Steering (ジャガー Dタイプ レスレストン ステアリング)【写真11】

英国のブランド "Walsall Wheels Ltd" 製 ジャガー Dタイプ用 ステアリング

4. Lesleston BMC Wood Steering(レスレストン ウッド ステアリング)【写真12】

英国のブランド "Walsall Wheels Ltd" 製



写真9 スパークプラグ セット



写真10 ロータスII ワークス ステアリング



写真11 ジャガーDタイプ レスレストン ステアリング



写真12 レスレストン ステアリング

③小物類(棚)

1. 書籍(CAR グラフィック AUTO SPORT Automobile Year 他)【写真13】

1960年代 CAR グラフィック AUTO SPORT 1970年代 Automobile Year

2. 書籍(WITH FLYING COLOURS)・F1 MODEL【写真14、15】

1894年～1986年モータースポーツ史誌と1/12 1986年 Benetton B186 フルスクラッチモデル



写真13 書籍 CAR グラフィック等



写真14 書籍 WITH FLYING COLOURS



写真15 1/12 ベネトン B186 モデル

3. TOYOTA 7 TURBO FUEL PARTS【写真16、17、18】

トヨタ 7 ターボ フェューエルポンプ スロットルプレート エアインターク



写真16 トヨタ 7 フェューエルポンプ



写真17 スロットルプレート



写真18 エアインターク

4. Jackie Stewart Helmet・TAMIYA Plastic model【写真19、20、21】

1969・1971・1973年 ワールドチャンピオン ジャッキー・ステュワート ヘルメットと1/12 タミヤ模型プラモデル・ミニカー

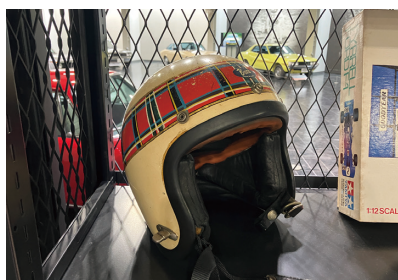


写真19 ジャッキー・ステュワート ヘルメット



写真20 1/12 タミヤ プラモデル



写真21 1/43 ミニチュアカー

5. Plastic Model

1970年～国産各社自動車 プラモデル【写真22、23、24】



写真22 国産各社 プラモデル 1



写真23 国産各社 プラモデル 2



写真24 国産各社 プラモデル 3

6. Car Radio・Tools【写真25、26、27】

国産(松下電器)カーラジオ 各種工具類とレベルゲージ



写真25 カーラジオ(松下電器製)



写真26 各種工具類



写真27 レベルゲージ類

3 お客様の反応

3階トヨタ2000GTとスポーツ800の前の空間で、ソファーに腰かけてくつろぎながら車両を見ていただくことを目的として設置したが、纏まりが良いのか"撮影スポット"として、多くのお客様が写真を撮られて行かれる。

座ってくつろがれて行かれるお客様と、撮影のみされて行かれるお客様の割合は撮影される方のほうが多い。

壁に掛けた看板類を、一つひとつ写真を撮られるマニアの方も時々見受けられ、お客様それぞれの楽しみ方をされている様子がうかがえる。

お客様から「ガレージを持つことは、夢の様だね」「博物館はこんな貴重な物もたくさん持っているんだね」との声もいただいた。

4 今後に向けて

ガレージはオーナーと共に進化していくものなので、博物館の収蔵品で趣味性の高い小物を、今後も定期的に入れ替えを行い、日頃お客様が見ることのない収蔵品もガレージ空間で見ていただく様にしていきたい。

クルマ趣味のお客様が、特別な時間を過ごせる空間造りを今後も提案し、"進化"と"深化"を表現していきたい。また、若いお客様へのクルマ趣味の形としてガレージライフの理解と、今後求められる形の模索も行っていきたい。

■企画 統括：鳥居 十和樹、堀部 和雄(学芸・企画1グループ)

展示品 協力：藤井 麻希(学芸・企画1グループ)

制 作：株式会社 鈴木室内装飾

クルマ館・文化館 エントランスホール車両展示について

開催日：2025年4月1日(火)～2026年3月31日(火) 場所：クルマ館および文化館エントランスホール

平田 雅己(学芸・企画1グループ)

1 はじめに(エントランスホール展示の位置づけ)

当館のクルマ館および文化館の各エントランスホールにおいては、来館者が最初に接する導入空間として、年間を通じて1台から2台程度の車両を用いた小規模展示を継続的に実施している。本展示は常設展示とは異なり、季節性や時事性、話題性を重視したテーマ設定により、来館者に対して新鮮な印象を与えるとともに、その後の展示見学への関心を喚起することを目的としている。展示期間は概ね1～2ヵ月ごとに更新し、年間を通じて複数回の展示替えを行う。(全展示の内容・期間等詳細は、資料編P112を参照)



写真1 クルマ館エントランス展示

2 年間展示テーマの概要

本年度の展示テーマは、大きく「季節連動型展示」「新規収蔵車両紹介」「モータースポーツ関連展示」「社会的話題に関連した特別展示」の4類型に整理される。季節連動型展示では、新春の時期にふさわしい車両を取り上げ、年初の来館者に対して華やかさと親しみやすさを演出した。また、新たに収蔵された車両については、その来歴や保存意義を紹介する機会としてエントランスに展示し、当館の収集活動の一端を広く示した。さらに、世界的なモータースポーツイベントに関連した展示として、ラリーや耐久レースにゆかりのある車両を取り上げることで、自動車文化の多様性と技術的側面への理解促進を図った。加えて、社会的関心の高い出来事に関連する車両の展示では、歴史的背景とともに自動車の社会的役割を提示した。

3 主な展示事例

新春特別展示では、年頭にふさわしい象徴性を持つ車両を展示し、来館者に対して新年の幕開けを印象づける空間演出を行った。2026年の干支である“午”(ウマ)にちなんで、フォード マスタング(1967年/アメリカ)とポルシェ 928S4(1987年/ドイツ)の2台をクルマ館に展示した。



写真2 新春干支展示1



写真3 新春干支展示2

新収蔵車両の紹介展示では、近年寄贈を受けた車両を取り上げ、その保存状態や資料的価値について解説を加えた。



写真4 寄贈車両



写真5 寄贈車両

モータースポーツ関連展示では、ラリー競技や耐久レースに参戦した車両を展示し、競技の背景や技術的特徴についてパネル等で補足することで、専門的知見と視覚的訴求の両立を図った。



写真6 モータースポーツ車両



写真7 モータースポーツ車両

特定の社会的出来事に関連する車両展示では、その使用目的などを紹介した。キリスト教カトリック教会のローマ教皇選挙会議の開催に伴い、ご逝去された第266代ローマ教皇(フランシスコ教皇)ゆかりの車両を展示した。来日時のミサで行われるパレード用に製作し、実際に乗車されたトヨタ MIRAIを展示することで自動車の果たしてきた社会的機能について理解を深める機会を提供した。



写真8 トヨタ MIRAI(ローマ教皇パパモビル)



写真9 トヨタ MIRAI(ローマ教皇パパモビル後部)

館外の車両保管収蔵施設との協定に伴う特別展示として、堺市ヒストリックカー・コレクションより、貴重な戦前戦後BMWの車両の借用展示を行った。貴重な車両を展示することにより、一般への同コレクションの認知度向上と当館への来館促進に大きく寄与した。



写真10 BMW車両展示



写真11 堺市ヒストリックカー・コレクションのパンフ設置

企画展連動型エントランス展示として、企画展会場にて展示できなかった関連車両をクルマ館および文化館に展示することで、歴代車両の展示補完を狙った。



写真12 クラウン連動展示(クルマ館)



写真13 クラウン連動展示(文化館)

4 展示手法と工夫

展示手法においては、限られた空間における1~2台の展示という特性を活かし、車両そのものの存在感を際立たせる構成とした。解説パネルは簡潔かつ視認性の高いデザインとし、来館者が短時間で主題を理解できるよう配慮した。また、写真撮影を意識したレイアウトとすることで、来館者によるSNSなどの情報発信の促進にも寄与した。

5 教育的・広報的效果

これらの取り組みにより、エントランス展示は来館者の関心を効果的に惹きつける導入装置として機能し、常設展示へのスムーズな導線形成に寄与している。特に、展示テーマの更新によりリピーターに対しても新たな鑑賞動機を提供する点において、本展示の意義は大きいといえる。



写真14 WRCラリーカー



写真15 ニュルブルクリンク耐久車両



写真16 ラリージャパン連動展示

6 課題と今後の展望

展示期間やテーマ設定の最適化、車両選定における保存上の制約、搬出入作業の効率化など、運用面における課題も認識されている。今後は、デジタルサイネージ等の活用や解説手法の多様化を検討するとともに、より一層の教育的価値および訴求力の向上を図っていく必要がある。

7 おわりに

以上のように、エントランスホール展示は、時代性と収蔵活動を結びつけながら、来館者に対して継続的に新たな視点を提示する展示として、本年度においても重要な役割を果たした。今後も当館の「顔」としての機能を強化しつつ、多様なテーマによる展示を継続していく方針である。

II: 「クルマ文化に触れる場づくり」一館外イベント出展 1

オートモビル カウンシル出展

2025年4月11日(金)～ 4月13日(日) 場所：幕張メッセ

谷中 耕平(学芸・企画1グループ長)

1 出展の目的

オートモビル カウンシル(※以下AMC)は2016年の開始以来、「Classic Meets Modern」をテーマに、新旧のクルマの展示だけでなく、アート、音楽、マルシェなどクルマを取り巻く文化を発信するイベントとして開催されている。トヨタ自動車も2016年の初回から継続的に出展しており、カローラ50周年などの企業広報軸で広報部が出展してきたが、2018年からは出展の狙いをクルマ文化醸成軸に転換し、トヨタ博物館や富士モータースポーツミュージアムが主体で関東圏でのプレゼンス向上も意図して出展してきた。

2024年はトヨタ博物館単体としての出展ではなく、社内のグローバルプロダクションセンター(以下GPC)が行っている旧車レストアやGAZOO Racing(以下GR)が行っているヘリテージパーツ供給、旧車をレンタカーとして旧車を通じたコミュニティ形成をめざすKINTOヴィンテージクラブ等の活動を一体にした「クルマ文化研究所」として展示し、進化を続けているクルマ文化醸成を強くアピールすることを目標とした。

2025年はオートモビルカウンシルの10周年に合わせ、展示スペースを拡大するとともに、2024年に引き続きトヨタ(グループ)全体で、ヘリテージカーによるクルマ文化醸成を支える活動の発信を目的に、活動を「TOYOTA CLASSIC」と総称するかたちで展示を行った。



写真1 展示全景

2 出展内容

社内の技能系の人材育成を担うGPCは、育成の一環として社内の人材を募集し、レストアを通じた人材育成を行っている。今回GPCはレストアした初代セリカリフトバックの展示と、レストアの過程で開発・製作した部品及び人材育成の様子を展示した。また、GRはモータースポーツを起点としたもっといいクルマづくりを行っているが、クルマ好きを置いていかない活動の一環としてGRヘリテージパーツの開発・販売を行っており、それらパーツの展示とパーツを用いてGRガレージ富山新庄がレストアした初代(A70)、2代目(A80)スープラと、最新のA90スープラファイナルエディションを展示した。

トヨタ博物館はクルマ文化を伝える活動と愛車仲間づくりの場の提供を行っているが、トヨタ博物館/GPC/GRいずれもそれぞれ異なるミッションの組織である。トヨタ博物館はそれらの活動のまとめ役として「TOYOTA CLASSIC」の全体像を提示することと、トヨタ博物館の活動の一つである収集保存活動の象徴として、A80スープラなどのスポーツカーの開発につながり、主催者テーマの「Classic Meets Modern and Future」に合わせるかたちで、1989年の東京モーターショーに出展されたコンセプトカーである4500GTを出展した。

初日の4月11日(金)にはプレスカンファレンスが行われ、榎原館長が「クルマ文化に触れる場づくり」「ヘリテージカーの保存・継承」「技術とノウハウの継承」「ヘリテージパーツの開発・販売」など、グループ全体で進めていく活動を「TOYOTA CLASSIC」と総称して発展させていくことを発表した。

<各社の出展車両と展示物>

出展社	展示車両	内 容
トヨタ博物館	4500GT	「TOYOTA CLASSIC」の全体像の提示 収集保存活動の例として4500GTを当時の資料と共に展示
GPC	TA22セリカリフトバック	技能系人材の応用力を育成するためのレストア活動紹介 セリカとモノづくりの心を理解しながら復刻した部品展示
GR	JZA70スープラ JZA80スープラ A90スープラファイナルエディション	GRヘリテージパーツとパーツを用いてレストア したスープラ(70スープラはGRガレージ富山新庄がレストア)の紹介 GRオフィシャルグッズの販売



写真2 トヨタ博物館の展示



写真3 トヨタ博物館の展示



写真4 4500GTの資料



写真5 プレスカンファレンス



写真6 GPCの展示



写真7 GRの展示

3 活動を通じた学び

(1) 展示への反響と反省点

本イベントには2日間で延べ4万5千人が来場し、多くの方に出展内容をご覧いただいたほか、自動車メディアに加えて全国紙や通信社、テレビ局も来場し、「TOYOTA CLASSIC」の取り組みを前向きに報道していただいた。当社広報部と連携し、テレビやYouTubeで当社活動意義や具体的な内容が解説されるなど、より幅広い一般の方に向けて発信することができた。

来場者からは「TOYOTA CLASSIC」の活動全体に対して、「トヨタでなければならない自動車文化継承」「日本のクラシックカーカルチャーを牽引してほしい」との声をいただいた。

各出展内容については、トヨタ博物館の出展車に対しては「コンセプトカーを廃棄せずに保存する姿勢が素晴らしい」との声が、GPCの活動に対しては「レストアの技術が素晴らしい」「人材育成のためにコストをかけてやり遂げる企業姿勢に感銘を受けた」という声が聞かれ、アンケート結果ではもっとも興味を持たれたのがこの活動であった。また、GRの活動に対しては「自社の車に対する愛情と情熱を感じた」「古くからのユーザーやクルマを大切にするメーカーの格を上げる取り組み」という声が聞かれた。

反省点として、トヨタ全体のヘリテージ活動の訴求はできたが、トヨタ博物館自体の活動訴求があまりできていなかった点が挙げられる。オートモビルカOUNシルはコアファンの来場が多く、トヨタ博物館自体の認知度は高いものの、トヨタ博物館でこういった企画展示が行われており、こういったイベントに参加できるか訴求する必要を感じたため、次回のオートモビルカOUNシルの出展内容に反映させていく。

(2) 他社の展示

主催者テーマの「Classic Meets Modern and Future」に合わせるかたちで、ホンダ、三菱、マツダの各メーカーが、初代プレリュードやHSR-IIやS8Pなどの、ヘリテージカーやコンセプトカーから現代のクルマにつながる展示を、ジョルジェット・ジウジアーロ氏の来場に合わせるかたちで日産はイタリアンデザインのヘリテージカーを展示した。

また主催者企画として、富士モータースポーツミュージアムで企画展示したジーノ・マカルーゾ財団のヒストリックラリーカーの帰国前の最後の展示が行われた。

その他の傾向として、マセラティやランドローバーなどの欧州メーカーによる「〇〇クラシック(クラシケ)」というタイトルの展示が見られ、マセラティは「マセラティクラシケ」として歴史的なモデルの認定と資料提供サービスを、ランドローバーは「ランドローバークラシック」としてディフェンダーのレストモッド(オリジナルにこだわらず、新しいメカニズムを盛り込んだ改造)された車両を出展するなど、メーカーそれぞれの解釈での「クラシック」活動が行われていた。



写真8 日産



写真9 ホンダ



写真10 三菱



写真11 マセラティクラシケ



写真12 ランドローバークラシック



写真13 ヒストリックラリーカー

「Nostalgic 2days 2026」出展を通じた トヨタ博物館の認知向上と来館促進

実施日：2026年2月21日(土)、22日(日) 場所：パシフィコ横浜

與語 美紀子(学芸・企画2グループ)

1 はじめに

Nostalgic 2days(ノスタルジック2デイズ)は、2009年に初開催され今年17回目を迎えた日本最大級の旧車イベントであり、旧車専門誌『Nostalgic Hero』『ハチマルヒーロー』などを手がける株式会社芸文社が主催・運営している。毎年2月にパシフィコ横浜を会場として開催され、全国各地から国内外の旧車・クラシックカー、関連事業者が集結する場として定着している。車両展示や関連商品の販売にとどまらず、ステージイベントやトークショーなども展開され、幅広い世代の来場者に向けて自動車文化の魅力を発信する機会となっており、近年は2日間で4万人を超える来場者を集めている。

当館では、こうした特長を踏まえ、より多くの来場者と旧車の魅力を共有しながら、関東圏におけるトヨタ博物館のさらなる認知向上を図るとともに、来館促進につなげることを目的として、本イベントへ初めて出展した。

2 実施内容

出展スペース6小間(6m×9m)において、車両展示、トヨタ博物館&企画展PR、物販を実施。机や椅子など一部の什器を除いて全て持ち込み、内製で設営。

(1) 展示車両：2台

- ①トヨタ セリカ GT-FOUR ST185型(1993年)
<WRCオーストラリアラリー優勝車>
- ②トヨタ サイノス コンバーチブル(1995年)
<東京モーターショー参考出品車>



写真1 トヨタ博物館出展ブース

当館が所蔵する多数の収蔵車の中から、企画展に関連する1990年代の車両で、当館でなければ展示できない2台を選定。1990年代は、国産スポーツモデルの人氣が再び高まり、モータースポーツでも活躍するモデルが強い支持を集めた時代。その象徴ともいえるセリカは、WRCでの活躍を通じて国内外で高い注目を浴び、多くのファンを魅了した。一方、サイノスはコンパクトで気軽に楽しめるクーペとして、当時の若者を中心に人氣を集めたモデルである。

展示車両の前にはスペックボードとともに当時の発行物を展示することで、懐かしさを感じ取ってもらえるようにした。また、ドアやエンジンルームを時々開け、内部までご覧いただけるように対応した。

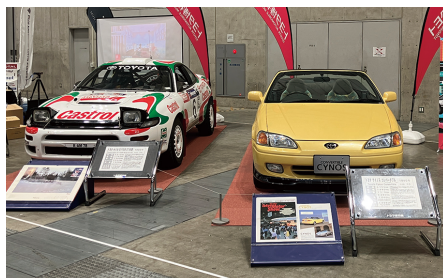


写真2 展示車両 (左)セリカ (右)サイノス



写真3 サイノス関連資料



写真4 エンジンルーム公開

(2) トヨタ博物館および企画展PR

展示車両に加え、トヨタ博物館の常設展示や活動内容、企画展等のPRを実施した。ここでは、当館が愛知県にある自動車博物館であること、当館はトヨタ車だけではなく国内外の自動車の歴史と文化を展示していること、ほとんどの展示車両が走行可能な「動態保存」をしていること、を中心とした周知を図り、今回の出展の目的である当館への関心喚起および来館促進を行った。

- ①トヨタ博物館の基本情報や特長・見どころについて、図1のパネルを使ってご紹介
- ②展示中のセリカGT-FOURの走行披露が3月22日(日)にトヨタ博物館で開催されることをご紹介
- ③特典つき企画展チラシをお渡しし、4月5日(日)までにご来館いただくことをお勧め
(来館者には非売品の企画展メモ帳をプレゼント。来館促進と併せて出展による来館者誘致の効果測定にも活用)



写真5 館・企画展PR



写真6 館・企画展PR



写真7 館・企画展PRおよび来館促進

トヨタ博物館に行ってみませんか!?

愛知県長久手市にあり、ここ横浜からはクルマを電車でも3時間くらい、シブバーから徒歩すぐ、景色の大きな「観覧が一目です」

特長1: 展示車はトヨタ車だけではなく、ほとんどの車両が走行可能な「動態保存」、年数回の走行披露。
特長2: ほとんどの車両が走行可能な「動態保存」、年数回の走行披露。
特長3: 車両だけではなく、クルマにまつわる文化資料も目まぐるしく。
特長4: レストラン・カフェ・ミュージアムショップもあります。
特長5: オートレースミッドナイトもできます(要予約)。

展示中の「セリカGT-FOUR ST185型」は3月22日(日)に走行披露を実施!
特別に「セリカGT-FOUR ST185型」は3月22日(日)に走行披露を実施!

【クルマ】国内外の代表的な車両約150台展示
【クルマ文化資料】約4,000点のクルマに関する文化資料を展示
【クルマの歴史】国内外の自動車カタログを閲覧可能

図1 トヨタ博物館紹介パネル

当時の最新技術

独自のデザイン

小さな高性能

企画展情報

クルマの歴史

スポーツカー 特別展示

Nostalgic 2days 出展特別企画

このクルマを、その当時のままにご覧いただけます。お申し込みは、お申し込みの欄に記入してください。

トヨタ博物館 TOYOTA AUTOMOBILE MUSEUM

図2 企画展チラシ
<Nostalgic 2days 2026特別版>

(3) 物販

- ①トヨタ博物館ガイドブック(B5サイズ)
- ②企画展ポスター(A2サイズ)

今回はトライということで上記2種類を持ち込み、現金販売のみで行った。当館のショップでは好評の企画展ポスターではあるが、企画展をご覧になってから館内のショップに立ち寄るのは違い、会場での販売は伸び悩んだ。お客様からは「トヨタ博物館カレー」のお問合せを数点いただき、カレーが認知されていることを改めて感じた。



写真8 ガイドブックとポスター

(4) ショップデモカー走行入場(サイノス)

イベント2日目の朝、メインステージ前にて行われた走行入場に当館出展車のサイノスが登場する機会をいただいた。神原館長が走行入場するとともにステージにおいてサイノスや当館についてのPRを実施した。YouTubeでのライブ配信も行われ、来場者のみならず多くのNostalgic 2daysファンにご覧いただくことができた。



写真9 走行入場&館PR

3 広報展開

本出展にあたっては、「Nostalgic 2days 2026」への出展そのものをトヨタ博物館の広報活動の一環と位置づけ、情報発信も積極的に行った。既に主催者からイベントに関するリリースはされていたが、開催2週間前に当館から本出展内容についてのリリースを配信し、館内掲示も行った。SNSでもリリース日に加え開催3日前の2回投稿した。

また、クラシックカーや自動車文化への関心が高い層に対し、当館の存在を直接訴求できる点が、本イベント出展の大きな特長であるため、当日配布されるパンフレットへの広告出稿も行った。

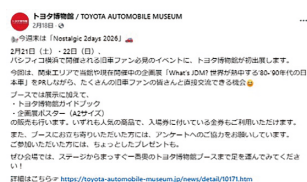


図3 Facebook(リリース日)



図4 X(開催3日前)

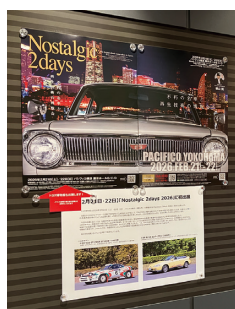


写真10 館内での出展PR



図5 Nostalgic 2days 2026 広告

4 アンケート結果

会期中には、ブース来場者を対象としたアンケートを実施し、展示およびPR施策に対する反応や、当館への認知・関心度について把握した。アンケート回答数は130件であり、回答者の居住地は約8割が関東圏、性別は約9割が男性、年代は10代~60代までと幅広い層にわたった。

展示車両に関しては、「普段なかなか見られない車を見られてよかった」「サイノスにオープンカーがあるのを初めて知った」など、車両そのものへの評価や発見に関するコメントが多く寄せられた。また、「トヨタ博物館に行ってみたく感じた」といった回答が多く、本出展が当館への関心喚起につながっている様子がうかがえる。

トヨタ博物館の認知状況については、「知ってはいるが来館経験はない」層に加え、「存在を初めて知った」層の回答も一定数確認されており、本出展が新たな認知獲得の機会として機能したことが示唆された(図6)。あわせて、現在開催中の企画展についても、「本イベントを通じて初めて知った」とする回答が回答者の約3割を占めており、企画展情報の訴求においても一定の効果があつたと考えられる(図7)。

さらに、見学希望に関する設問では、ほぼ全員が来館に前向きな意向を示しており、そのうち半数が「企画展開催期間中に見学したい」、残りの回答者も「機会があれば見学したい」と回答した(図8)。自由記述欄には、「間近で見ることができて

興奮した「来月行きます」といった具体的なコメントも見られ、館外イベントにおける実車展示が、当館への関心喚起にとどまらず、来館意向の形成に寄与していることがうかがえた。

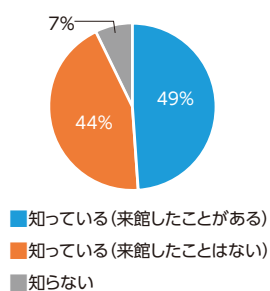


図6 トヨタ博物館認知

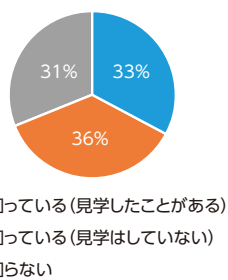


図7 企画展認知

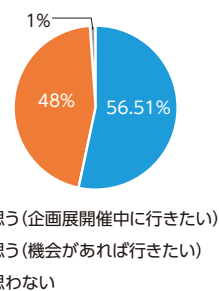


図8 トヨタ博物館見学希望

5 おわりに

Nostalgic 2daysへの出展は、クラシックカーに高い関心を持つ来場者層に対して、トヨタ博物館の活動や展示の魅力を直接紹介できる貴重な機会となった。実車展示を起点とした来場者との対話や、アンケート結果から得られた反応を通じて、館外イベントにおけるPRが、当館の認知向上や来館意向の喚起につながる可能性を改めて確認することができた。アンケートを通じて、来館経験の有無や認知状況の違いを把握できたことは、今後の広報施策を検討するうえでの基礎的な知見となる。

加えて、企画展会場内でのアンケート結果からは、Nostalgic 2daysへの来場をきっかけに当館の企画展を知り、会場で配布したチラシを持って来館された方も数名確認され、本イベントで実施したPR施策が、認知向上にとどまらず、実際の来館行動につながった点は、本出展の目的であった来館促進の観点からも一定の成果として評価できる。

一方で、認知はあるものの来館に至っていない層へのアプローチや、イベント後の関心を来館行動へと確実につなげるための情報発信の工夫といった課題も明らかとなった。今後は、今回の出展およびアンケート結果等から得られた成果を踏まえ、館外イベントへの出展と館内施策をより効果的に連動させる広報手法について検討を進めていきたい。

本出展は、当館の広報活動における一つの実践例として、成果と課題の双方を得る機会となった。引き続き、自動車文化の継承と発信を担う施設として、多様な接点を通じた広報の機会を検討し、トヨタ博物館の認知向上および来館促進につなげていきたい。

館外イベント出展: コッパチェントロジャポーネ

開催日: 2025年10月12日(日)~13日(月) 場所: 名古屋市 久屋大通公園

谷中 耕平(学芸・企画1グループ長)

1 出展の狙い

2022年に始まったコッパチェントロジャポーネは、自動車産業の盛んな名古屋の中心部にある久屋大通公園を拠点に、自動車文化を愛でるイベントとして開催され、世界のクラシックカーの展示とコンクールデレガンス(品評会)、パレードランが行われている。2025年のコッパチェントロジャポーネにトヨタ博物館として初めて出展し、2025年のテーマの一つである終戦80周年にちなみ、戦後にモータリゼーションを迎え、この地域が自動車産業で発展したことを表現する展示を企画した。

2 出展内容

戦後80周年の自動車のあゆみを代表する8台の収蔵車を展示しつつ、ステージイベントとして榊原館長が「戦後、挑戦してきたクルマたちー終戦80周年と自動車ー」と題して、8台にまつわる下記のエピソードを対談形式で紹介した。

また、展示エリアでは当館で開催中の企画展の周知を図る活動も行った。

・トヨタAC型乗用車(1947年式)

トヨタ初の乗用車であるAA型(1936年)を発展させたAC型は、戦時中は一般向けの生産が禁止されていたが、戦後に外国貿易代表団の足として生産が許可され、戦後初の国産乗用車となった。

・トヨペットSA型乗用車(1951年式)

戦後のマイカー時代の到来を見据えて新規に開発され、AC型よりも小型で斬新な構造のシャシーやエンジンなどを取り入れた乗用車である。また、このSA型から「トヨペット」という愛称が使われた。

・トヨペットクラウンRS(1955年式)

戦後新規開発したSA型の反省を活かし、出力を向上させたエンジンと耐久性のあるシャシーを取り入れたクラウンは、タクシー需要も取り込む設計としたこともあって好評を得て、本格的な量産車の出発点となった。

・トヨタ2000GT(1969年式)

1960年代、貿易自由化の流れを受けて国際競争力の強化が求められる一方で、高速道路の開通や日本グランプリの開催により高性能車が望まれる中、高性能なグランツーリスモとして2000GTが開発され、世界水準の高性能車として評価された。

・トヨタセリカリフトバック(1973年式)

1966年に始まったモータリゼーションは、1970年前後には経済成長の波にも乗りつつファミリーカーからスタイリッシュな2ドアクーペに広がり、国産初のスペシャルティカーとしてセリカが登場した。

・トヨタセルシオ(1989年式)

1980年代に輸出や海外生産が増える中、海外の車に負けない高速走行性能や品質が求められるようになり、各社が開発に取り組む中、抜きんでた静粛性とエアロダイナミクスを有するセルシオは海外プレミアムブランドに影響を与えた。

・トヨタプリウス(1998年式)

1970年代の排ガス規制を機に、環境性能は車の新しい価値基準の一つとなったが、21世紀のクルマの動力としてエンジンとモーターで走行するプリウスは世界初の量産ハイブリッドカーとなった。

・レクサスLFA(2010年式)

2000年代は運動性能だけでなく、運転する楽しさも重要な要素となり、軽量高剛性なボディとスムーズで官能的な音を発するエンジンを採用したLFAは高い評価を得た。

3 お客様の反応

都市の公園という場所柄、クルマ好きだけでなく、ふらっと買い物に来た家族連れや若者、海外の方を含めた観光客など、多様な来場者と接することができた。

展示車についての質問も多かったが、話をすると、トヨタ博物館の場所や、展示内容、存在そのものを知らない方が半数以上であった。今回企画展を周知するポスターやパンフレット等を用意したが、トヨタ博物館そのものの周知を図る必要があり、トヨタ博物館でどういったことができるのか紹介する展示が必要であると感じた。

今まではオートモビルカウンシルなどのクルマ好き、コア層が来場する館外イベントに出展することが多く、トヨタ博物館をある程度知っている前提での展示を行っていたが、 Coppaciento ロジャポーネの出展はライト層、無関心層向けの展示を考え直すきっかけとなった。



写真1 展示の様子

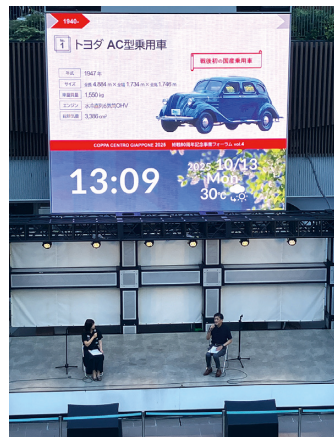


写真2 榎原館長の対談

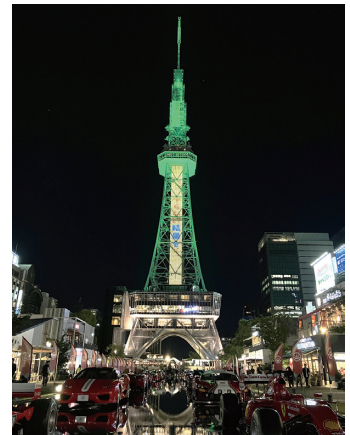


写真3 主催者展示

館外イベント出展: 東京高速道路(KK線)リボンセレモニー

開催日: 2025年4月18日(金)、19日(土) 場所: 東京都中央区 東京高速道路(KK線)

谷中 耕平(学芸・企画1グループ長)

1 出展の狙い

東京高速道路(KK線)は1959年に供用を開始し、銀座の街中を通り、新幹線と並走する東京を代表する道路であるが、2025年4月をもって廃止され、施設を活かした歩行者中心の公共的空間になることが決まっている。

道路の廃止にあたり、クルマのための道路から人のための空間にバトンタッチし、60年余にわたる道とクルマの歴史を振り返るセレモニーが企画され、トヨタ博物館として他メーカーとも協力して出展することとした。

2 出展内容

イベントの出展車両としては、

- ①日本の自動車界の黎明期の車両(スバル360、パブリカ、コルト1100)
- ②世界に進出した日本車(2000GT、コスモスポーツ、ベレット、117クーペ)
- ③オイルショックの時代(スカイライン、デボネア)
- ④経済成長と日本車の進化(シティ、マークII、シーマ、MR2、ロードスター、フィガロ)
- ⑤21世紀に向けたクルマ作り(プリウス)

というストーリーと車種選定となり、当館はマークII(1986年式GX71)とプリウス(1998年式NHW10)を出展した。

上記車両がKK線の新橋付近から出発して数寄屋橋を通り、有楽町付近のセレモニー会場までパレードランし、その様子は同時配信されつつ、当時の技術やデザインの特長が解説され、社会と道路とクルマの進化の歩みが伝えられる場となった。

その他、地域の方が歩行でパレードし、クルマのための道路から歩行者のための道路にハンドオーバーされるセレモニーや、一般参加者による歩行イベントやマラソンイベント等が行われた。

3 所感

パレードランやセレモニー、歩行イベント等は、東京のランドマークの中を走り、歩くイベントであったこともあり、経済紙やテレビ局を含めた多くのメディアによって取材配信された。当館としても歴史的なクルマと社会との関わりを発信するイベントに協力することができ、また、道路もクルマ文化の一つであると感じたイベントであった。



写真1 出展車両



写真2 パレードラン



写真3 セレモニー

館外イベント出展:コンコルソ・デレガンツァ

開催日: 2025年3月15日(土)、16日(日) 場所: 奈良市 薬師寺

谷中 耕平(学芸・企画1グループ長)

1 出展の狙い

欧米では架装業者があつらえたボディを持つクルマを芸術品として評価するコンコルソ・デレガンツァ(イタリア語。英語ではコンクール・デレガンス)が1920年代から開催されており、イタリアのリゾート地であるコモ湖や、アメリカのリゾート地であるペブルビーチ等、世界に知られた歴史的、文化的価値を持つ観光地で今なお開催されている。また、コンコルソ・デレガンツァは車両出展者や招待客だけでなく一般見学者も参加可能であり、賞も車両の美しさだけではなく、様々な切り口の賞が設定されるなど、欧米のクルマ文化の奥深さを感じさせる内容である。

一方日本でもこうした欧米のクルマ文化の一つであるコンクールを開催すべく、東京日本橋や京都二条城で開催されてきたが、今回、奈良薬師寺でコンコルソ・デレガンツァが初めて開催され、コンクールの審査基準や参加者との情報交換を目的としてトヨタ博物館として初めて出展した。

2 出展内容

出展車両については、他の出展車両のレベル(高級スポーツカー、欧州のカロツェリアデザイン車両)に相応しい車両であり、主催者から自動車メーカーならではの車両を出展してほしいというリクエストもあり、1967年公開の「007は二度死ぬ」に登場したトヨタ2000GTボンドカーと、世界に2台しかない試作車であるレクサスLFAスパイダーの2台を出展した。

薬師寺の写経道場付近で展示し、FIVA (Fédération Internationale des Véhicules Anciens 国際クラシックカー連盟)のメンバーによって審査を受けた他、夕方からは薬師寺金堂付近での夜間展示も行った。(当初大講堂付近でのディナーパーティーでの走行披露も行う予定であったが、雨天のためオープンカーである上記2台は走行できなかった。)

3 得られた知見と所感

FIVAによる審査は、車両の美しさ(塗装やチリの状態、ホースやハーネスの状態)、車両のオリジナリティ(純正状態の維持。仕様だけでなく、同じ時代の部品を使っているか、付属工具やマニュアルの維持)、車両の特長(デザイナー、希少性、歴史的価値)、ヒストリー(コンクール履歴、オーナーの熱意)などを考慮し、総合的に判断されていた。結果としてトヨタ2000GTボンドカーはその特長とヒストリーからパートナー賞をいただくことができた。

イベント運営としては、夜間のライトアップや朝日のもとでの展示、薬師寺の歴史的建造物の前で展示するなど、写真映えし、参加者や来場者にもう一度来たいと思わせる工夫がされていたほか、薬師寺という場所柄、法主の講話や能の披露など日本文化とコラボレーションした日本ならではのコンクールとなるよう工夫がされていた。



写真1 昼間の展示



写真2 夜間の展示



写真3 表彰式の様子

トヨタ セリカ ZZT231型(1999年 日本)の修復について

期間：2025年8月19日(火)～2026年2月6日(金)

平田 雅己(学芸・企画1グループ)

1 はじめに

このトヨタ・セリカは、人気車種ラインナップ補充の一環による新規収蔵車として2025年初めに入手し、バックヤードで保管していたが、ボディの凹みや塗装面の劣化が進行していた。現在もスポーティモデルとして人気の“セリカ”の将来的な歴代車両収蔵の拡充と動態保存の取り組みを強化するため、修復作業に着手したので報告する。

<車両基本情報>

- ・車名：トヨタ セリカ
- ・グレード：SS-II
- ・型式：ZZT231
- ・初度登録：1999年(平成11年)
- ・エンジン：2ZZ-GE(1.8L 直列4気筒DOHC)
- ・駆動方式・変速機：FF・6M/T
- ・入手年：2025年3月
- ・入手形態：中古車購入
- ・走行距離(入手時)：約63,000km



写真1 トヨタ セリカ ZZT231型

【7代目セリカの位置付け】

1999年9月に発売された7代目セリカ(ZZT23系)は、従来の「スペシャルティカー」路線から一新した「ライトな新感覚GT」を掲げた。前輪駆動専用設計による大幅な軽量化を達成し、高速走行安定性や運動性能を向上させると共に、シャープなノーズ、流麗なクーペフォルムや引き締まったフロント周りで若々しい印象を与えるデザインとした。パワートレインは高回転型・高出力志向の1.8リッターエンジンを設定し、クラスを超えるパワーウェイトレシオを狙った仕様が特徴。FFライトウェイトスポーツとして手ごろな価格と扱いやすさを両立させ、20代前半～30代前半の若年層や「気軽に楽しめるスポーツクーペ」を求める層を対象とした。

1970年12月に初代が誕生以来、2006年4月に、この7代目をもって「セリカ」は生産終了となった。

2 事前調査による補修範囲の決定

入手時の状態調査

- ・外観
塗装劣化、小傷・凹み・腐食の有無、樹脂パーツ(バンパー・モール)の劣化
- ・機関・構造
- ・エンジン状態(始動性、異音)
- ・足回り、ブレーキ、下回り腐食
- ・内装、シート、ダッシュボードの劣化
純正状態の保持状況



写真2 入手時外観



写真3 エンジンルーム



写真4 内装



写真5 下回り

3 修復方針

- ・フルレストアではなく主に外観中心に修復を行う。
- ・オリジナル性の維持を最優先する。

4 実施作業概要

(今回の主作業：外装再塗装)

- ・ボディ各部の損傷状況と対応
凹み補修(板金作業あり)
- ・天井中央部付近に打痕による凹み
- ・右フェンダー前部に凹み複数箇所あり



写真6 車体前面



写真7 右フロントフェンダー

当該車両は、入手時点においてエンジン、駆動系ともに良好な作動状態を維持していた。また、室内についても革巻きステアリングの一部破れや、革巻きシフトレバーの破れ、後部シートの退色を除いて著しい損耗や汚損は認められず、外装塗装面の経年劣化状況は年数相応であったが、全体としては比較的良好な個体と判断された。しかしながら、外装部品の分解作業を進める過程において、車体各部の内部空間—具体的にはバンパー裏側、フェンダー内側、サイドシル内部周辺、灯火類取付部周辺などに、微細な砂粒および泥状堆積物が広範囲にわたり確認された。これらは単なる路面由来の付着物の範囲を超え、奥まった閉鎖空間にまで入り込んでおり、通常使用環境下では蓄積しにくい状態であった。そのため、各部品の脱着に伴い、想定以上に清掃・洗浄作業を要し、作業工程および工数に影響を及ぼした。特に、樹脂部品の裏面やスポット溶接部周辺など、洗浄が困難な部位にまで堆積が認められた点は特筆される。

これらの堆積状況から、本個体の過去使用環境についていくつかの可能性が考えられる。第一に、一時的な冠水環境(いわゆる水没に準じる状況)への曝露である。この場合、水の流入とともに細粒の土砂が車体内部に侵入し、その後乾燥・残留した可能性がある。第二に、未舗装路あるいは土木作業環境等における継続的使用である。長期間にわたり粉塵や泥濘環境に曝された場合、走行風や振動により微粒子が徐々に内部へ侵入・堆積することが考えられる。ただし、前述のとおり機関系統に顕著な異常が認められない点、ならびに室内の保存状態が比較的良好である点から、長期間の完全水没車両であった可能性は低いと推定される。一方で、短時間の浸水または高濃度粉塵環境下での使用歴については否定できない。

以上のように、本個体は外観および機関状態からは把握し得ない使用履歴の痕跡を有しており、分解調査によって初めて顕在化した事例である。このような痕跡は、筆者がこれまで対応してきた車両修復において経験したことはなかった。なお、本修復作業においては、これら堆積物を可能な限り除去した上で板金補修作業と外装再塗装を実施し、展示資料としての外観品質の回復を図った。

- ・フロントバンパー取り外し後の内部状況。構造部材の奥部にまで泥状堆積物が確認される。



写真8 バンパー取外し状態



写真9 砂泥堆積状況

・リヤバンパー内側部分にも細かい砂泥が堆積している。



写真10 リヤバンパー取外し状態



写真11 砂泥堆積状況



写真12 洗浄後

・足回り～アンダーボディ周辺の確認。経年及び走行距離相応に汚れている。



写真13 フロントサスペンション回り



写真14 リヤサスペンション回り



写真15 リヤアンダーボディ回り

・フロントウインドウ下部のカバーを外したところ、同様に砂泥の付着、堆積あり。



写真16 ワイパー周辺



写真17 パネル取外し



写真18 洗浄後

・分解進行に伴い、各部で洗浄作業を実施し、塗装前準備を進めた。



写真19 ドアトリムを外した状態

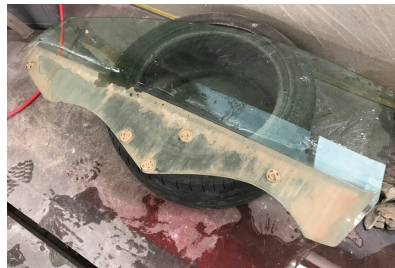


写真20 サイドウインドウ



写真21 ドア洗浄後

・ボディ各部の凹み、傷の補修を進める。



写真22 天井凹み部補修

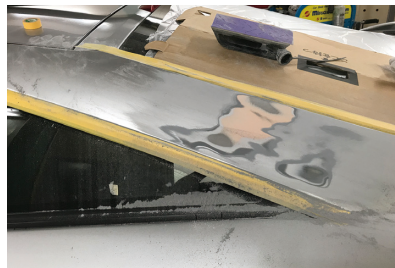


写真23 リヤクォータ部分補修



写真24 ボディパネル補修

•ボディのマスキング準備後、下塗り～全塗装を進めた。



写真25 塗装前準備



写真26 マスキング後下塗り



写真27 シルバー塗装



写真28 上塗り完了



写真29 磨き作業後 後方



写真30 磨き作業後 前方

•バンパー、サイドスカート、ドアミラー補修後、再塗装。



写真31 バンパー、スポイラー



写真32 サイドスカート



写真33 ドアミラー

•フロントウィンドウのウォーターディフレクター再塗装(白化した未塗装樹脂パーツの再生)

※新たに塗料を選定するなど、試行を繰り返し実施し、最終的に未塗装樹脂の色味や半艶感が新品同等に蘇った。



写真34 取外し時の状態



写真35 塗装補修1回目



写真36 最終仕上げ

・樹脂製ロアアンダーカバー清掃～再塗装



写真37 砂泥大量付着



写真38 洗浄作業中



写真39 洗浄後

・リヤスポイラー、サイドスカート、インナーフェンダーライナー塗装補修



写真40 リヤスポイラー



写真41 サイドスカート



写真42 フェンダーインナーライナー

・アンダーボディ回りの洗浄、整備



写真43 フロントサスペンション部



写真44 リヤサスペンション部



写真45 フロントロア・エンジン回り

・後部座席シート背もたれ部退色範囲の塗装



写真46 シートバック退色



写真47 塗装比較(右:塗装後)



写真48 組付け状態

5 部品装着、完成

・電装品類の組付け作業が完了し、完成検査を迎えることとなった。各部の仕上がり具合をチェックし納車となった。



写真49 組付け



写真50 灯火類装着



写真51 フロントバンパー装着



写真52 フロント灯火類点灯確認



写真53 リヤ灯火類点灯確認

・修復前後比較。塗膜劣化の改善と保存展示に適した外観品質を回復。



写真54 修復前



写真55 修復後



写真56 修復前



写真57 修復後

6 謝辞および技術的所見

本修復作業の実施にあたっては、新規仕入先の外装板金塗装を担当した職人の果たした役割が極めて大きいことを特記しておきたい。同社にとって博物館収蔵車両の修復は初の試みであったが、一般的な補修作業の範疇にとどまらず、「展示資料としての完成度」を強く意識した取り組みがなされた。具体的には、当館の常設展示車両の仕上がり状態を把握するため、複数回にわたり展示会場に足を運び、既存収蔵車両の塗装肌、光沢感、質感等を实地に観察したうえで、本車両の仕上げ水準の設定が行われた。とりわけ未塗装樹脂部品の白化対策においては、材料特性に応じた塗料選定および試験塗装が繰り返し実施され、単なる外観回復にとどまらず、製造当初の質感再現を目標とした検討が重ねられた。その結果、新品時に近い均質な外観を取り戻すに至っている。

これら一連の作業は、機能回復を主眼とする一般整備とは一線を画し、むしろ工業製品の保存修復における「再現技術」の実践例と位置付けることができる。職人自身も本作業を自己の「作品」として捉えており、その過程が技術的研鑽の機会となった旨の言葉が聞かれた点も大変印象的であった。

近年、自動車整備・板金塗装分野においては、技術者不足や工賃の上昇といった課題が顕在化している。そのような状況下において、本件のように高い専門性と責任感をもって資料修復に取り組む技術者の存在は、博物館活動を支える上で不可欠である。本修復作業は、単に一台の車両の外観を回復するにとどまらず、現代における工業技術者の技能と姿勢をも記録する機会となった。ここに、一連の補修作業にご尽力いただいた藤井自動車の皆様に対し深い謝意と敬意を表するものである。

7 おわりに

今回の全塗装補修作業は、当館の収蔵車両に開館当初より深く関わっていただいている仕入先の負荷高騰の影響もあり、今後の修復作業への考慮から新規仕入先の開拓を強く意識した判断であることを付加しておきたい。各仕入先にはそれぞれの得意分野(車両年式、製造メーカー、車体や機関構造など)を最大限活用していただけるよう熟慮しつつ、今後とも良好な関係を築いていきたいと切に願うものである。

■協力会社

藤井自動車(有限会社 GARAGE FUJII)

「クルマの図書室」イベントについて

期間または実施日：2025年4月5日(土)～12月13日(土) 場所：文化館3階 クルマの図書室

小室 利恵(学芸・企画1グループ)

1 はじめに

2024年11月にリニューアルオープンをした「クルマの図書室(以下、図書室)」は、当初よりコンセプトに「共感・交流」を掲げていた。そのひとつである「交流」については、図書室が主体となってイベントを企画し、クルマ文化を切り口にお客様との交流を生み出すことを目指している。

以下の表は、2025年度に開催したイベントの一覧である。

No.	期 間	タ イ ト ル
1	2025年4月5日(土)	青空クルマ図書室 ～晴れた日は外で読書はいかが～
2	7月21日(月)～9月30日(火)	トヨタで働く人が選ぶ!『未来のクルマ屋へー夢が動き出す本たち』
3	8月18日(月)～8月24日(日)	絵本カバーでエコ袋づくり
4	10月26日(日)	のりもの絵本のおはなし会
5	12月13日(土)	自動車カタログ語り隊! 第4弾
6	2026年1月31日(土)	自動車カタログ語り隊 社内有志編#2

これらを大別すると、①原体験(のりもの絵本のおはなし会、青空クルマ図書室)、②次世代(未来のクルマ屋へ)、③深掘り(カタログ語り隊)に分けられ、それぞれの対象に合わせたイベントを企画・実施している。

2 イベント開催の目的と内容

5つのイベントの中でも、特に交流面で広がりがあったNo.2「トヨタで働く人が選ぶ!『未来のクルマ屋へー夢が動き出す本たち』」と、お客様の反響も高かったNo.5「自動車カタログ語り隊!第4弾」について以下に紹介する。

(1) トヨタで働く人が選ぶ!『未来のクルマ屋へー夢が動き出す本たち』

このイベントは、豊田市中心図書館との共催で行い、またトヨタ自動車のインフォーマル団体に協力いただいた図書展示である。企画のきっかけとしては、豊田市中心図書館とはお互いが収蔵している自動車資料について情報交換等をしている経緯もあり、以前よりコラボ企画ができないかという話をしていた。そこに、別のイベントで交流のあったトヨタ自動車の主任職によるインフォーマル団体(以下、社内インフォーマル団体)の幹事に本件を提案したところ賛同いただき、三者での協力体制が決まった。

展示の目的としては、トヨタ自動車の社員が豊田市中心図書館および当図書室に来る学生向けに、クルマ屋を身近に感じてもらうとともに、将来の職業選択をする上でのヒントが与えられないかと考えた。また、豊田市中心図書館では元々キャリア教育に力を入れており、そのための図書展示も活発にしている。そのため、対象は小学生から大学生とし、時期は学生が多く図書館を訪れる夏休みを設定した。

社内インフォーマル団体のメンバーにはクルマ屋を代表し、自分たちが「クルマ屋を目指したきっかけ」になった図書を以下の4つのテーマで選書をお願いした。

- ①「クルマに興味を持ったきっかけになった本」
- ②「クルマの“仕事”に魅力や興味を持った本」
- ③「クルマ屋になるために学生時代に読んでおくのと良い本」
- ④「クルマ屋になってから現在までに読んでよかった本」

絵本やマンガ、哲学書や専門書など、多岐に亘るジャンルの本を選書いただいた。これらの図書は、豊田中央図書館では受付のある3階の展示コーナーおよび6階の自習コーナーの前に展示した。学生が多く出入りするというので自習コーナー前を展示場所として確保いただいたが、静かな空間であり、一般の来館者の出入りがあまりないため、展示場所としては課題が残った。当図書室では、入口を入ってすぐの企画展示コーナーに設置をした。



写真1 豊田中央図書館展示風景 (3階)



写真2 豊田中央図書館展示風景 (6階)



写真3 トヨタ博物館クルマの図書室の展示風景

お客様に図書を手に取ってもらえるように、ポップの工夫をした。選書した社員の気持ちが表れるように手書きとし、その図書のタイトルに合ったイラストも描いた。これらはイラストが得意な当図書室の受付スタッフにお願いした。

結果として、豊田中央図書館では貸出冊数がおお客様の反響の基準となるが、図書のジャンルや対象年齢によって貸出冊数の多い少ないはあるとして、全体的にこの時期として冊数は多いとのことだった。

当図書室は貸出を行っていないため定量的に計ることはできないが、将来クルマの内装デザインを目指している高校生の女性の興味を引いたり、若い男性がコメントを読んでいたりと、展示への興味を伺うことができた。ただし対象者としていた小中学生の関心は少なかった。比較的難しい内容の本が多かったため、学生には手に取りにくかったのかもしれない。

今後も三者でのコラボ企画を継続していきたいと考えている。



写真4 図書紹介のポップ

(2) 自動車カタログ語り隊!第4弾

このイベントの目的は「自動車カタログ」という資料を通して、対話をしたり仲間を広げたりすることにある。そのため、参加者が話しやすいように毎回テーマを決めて募集を行っているが、今回のテーマは企画展「What's JDM」展にちなみ『雑誌とカタログで巡る'80~'90年代の日本車』とした。

「自動車カタログ語り隊!」は、参加者の思い入れのある自動車カタログを題材に、思い出や魅力を語り合う対話型イベントである。回を重ねるごとにリピーターも増え、前回の出会いをきっかけに参加者同士が連絡先を交換し、次回一緒に参加するなど、図書室を媒介としたつながりが生まれている。

また、今回新たに導入したのが「共感」「付け足し」の札である。これにより、参加者が好きなクルマのカタログを語って終わりにするのではなく、他の参加者が札を使って発言しやすい仕掛けをつくることができた。その効果は大きく、発表者以外の参加者も次々に札を上げ、会話を広げながら場を盛り上げた。

一方で、ひとつのクルマをめぐる議論が長くなりやすく、内容も深くなるため、カタログ好きにとって魅力的な反面、クルマに詳しい方向けの内容に寄りやすく、参加のハードルが上がってしまう可能性がある。今後はテーマ設定などに工夫を加え、より気軽に参加できる企画を検討したい。

図書室としては、クルマを様々な切り口で楽しむ手段の一つとして「図書」を活用してきた。これまではカタログや絵本の読み聞かせを切り口にしてきたが、新たな切り口として、今回は自動車マンガを選んでみたいと考えている。自動車マンガは多くの読者に親しまれているので、より気軽な参加につながることを期待している。



写真5 イベントの様子



写真6 「賛成」「付け足し」札

3 おわりに

これらのイベントを通して、図書室は「本を介した交流の場」としての役割を具体化できた。とくに、①お客様と図書室(スタッフ)の対話、②主催者側(図書室×豊田市中央図書館×社内インフォーマル団体)の連携、③お客様同士のつながり、という三つの層で交流が生まれた点が大きい。今回、イベントに参加されるお客様に対し、図書スタッフは積極的に話しかけ、興味を聞き出す姿が印象的だった。それらの会話は次のイベント企画の種にもなりうるので、お客様との交流は大変有意義である。また、図書展示の「トヨタで働く人が選ぶ!『未来のクルマ屋へー夢が動き出す本たち』」では、豊田市中央図書館と社内インフォーマル団体との主催者側の交流も持つことができた。ひとつの図書室ではなかなかできない企画も、仲間が増えたことでアイデアを生み出し、新しい展示の発展につながった。また、「自動車カタログ語り隊!」は毎回スタッフだけではなく、お客様同士での交流が楽しいイベントである。リピーター同士のつながりも見られ、イベント終了後のオフ会のほうがむしろ参加者の目的なのではないかと勘繰ってしまうくらい、盛り上がっている。

今後も図書室を起点としたイベントを定期的で開催し、本を通じた交流を生み出す場として、図書室の「共感・交流」というコンセプトを体現していきたい。

学芸スタッフツアーの企画と開催について

2025年7月30日(水)～8月29日(金) 場所：クルマ館2階・3階、文化館2階

学芸・企画1グループ

1 企画の背景

当館では、毎日午前・午後にキャスト(案内スタッフ)による定刻ガイドツアーを実施しており、クルマ館およびクルマ文化資料室を順路に沿って巡りながら、自動車の歴史や見どころを紹介している。しかし、2025年の夏休み期間は特別企画として、学芸スタッフが各分野でのキャリアや知識を活かしたテーマを設定し、クルマ館(※一部文化館を含む)の展示を異なる切り口で楽しんでいただくことを目的とした「学芸スタッフツアー」を開催した。本ツアーは14時からの定刻ガイドツアーを切り替え、予約不要・参加費無料で、日替わりで実施した。

2 実施内容

以下、担当者別にトークの内容を記載する。

担当はすべて学芸・企画1グループのスタッフで行い、得意なテーマを1つ設定し、期間中には担当者一人につき2～3回、約30～60分のツアーを実施した。

■展示車でたどるモータースポーツの歴史(写真1～3)

場 所：クルマ館2階・3階

担 当：谷中 耕平

聴講者：8月11日(月) 25名、8月22日(金) 25名、8月26日(火) 8名

<内容>

19世紀末に蒸気、電気、ガソリンエンジンを動力とする自動車が生まれる中で、自動車を評価し、進化させる手段としてモータースポーツが始まり、紆余曲折ありながらも、今なおモータースポーツは自動車を進化させる場となっている。モータースポーツ起点の技術が普段乗っている市販車にどのように使われ、モータースポーツが社会とどう関わってきたかを中心に解説した。



写真1



写真2



写真3

■100年前のエネルギー大変革とは? 100年前の電気自動車～現代の新エネルギー車まで～(写真4～6)

場 所：クルマ館2階・3階

担 当：岩澤 光一郎

聴講者：8月6日(水) 9名、8月12日(火) 15名、8月21日(木) 16名

<内容>

ガソリン自動車が生誕したおよそ120年前、自動車のエネルギー源は蒸気、電気、ガソリンの3つがしのぎを削っていた。ガソリン自動車が覇権を握ってから100年が経過した現代、再びガソリン、電気、水素のエネルギー変革期を迎えている。本ツアーでは当館のガソリン以外のエネルギー源を使う自動車についてスポットをあて、100年前のエネルギー変革から現代のエネルギー変革について解説した。



写真4



写真5



写真6

■「クルマづくり日本史」#1 特別解説 #2 日本車ガイドツアー(写真7～9)

場 所：クルマ館2階・3階

担 当：鳥居 十和樹

聴講者：#1)8月20日(水) 8名、#2)8月27日(水) 15名

<内容>

#1 19世紀末の自動車渡来以降、日本人のクルマづくりがどのように世界有数の産業にまで成長してきたかを歴史・人物・自動車メーカーの系譜、国の産業政策をからめて解説した。

#2 #1の解説で知った産業形成史を実際の車両で確認できるようツアーを実施した。



写真7



写真8



写真9

■異なる視点から展示車両を見てみよう! ～カーマスコット編～(写真10～12)

場 所：クルマ館2階

担 当：藤井 麻希

聴講者：8月7日(木) 15名、8月18日(月) 20名

<内容>

カーマスコットについて、その概要や誕生の背景、時代とともに変化する流れを、クルマ館2階の展示車両および実際に装着されているものを見ながら解説。代表的なカーマスコットについては、車両との関係性や込められた思い、誕生にまつわるエピソードを取り上げた。見る対象は同じでも、視点を変えて捉えることで理解が広がり、深みを感じ、新たな気づきを得られることを伝えた。



写真10



写真11



写真12

■カーデザインが決まるまで!(写真13~15)

場 所：クルマ館3階

担 当：堀部 和雄

聴講者：8月8日(金) 25名、8月19日(火) 19名

<内容>

クルマ館3階回廊に展示中のジオラマ "セリカ開発ストーリー" を使用しデザイン開発のプロセスと具体的な作業を、順を追って説明した。

また、デザイナーとモデラーの、それぞれの作業についての具体的な説明や社内審査を経てデザインが商品化されるまでの試作の話も含めて、普段語られない裏側の話を紹介した。

説明後のフリートークでは、子供さん学生さんがデザインの仕事をするための進路等に質問が多く寄せられた。



写真13



写真14



写真15

■企画者が語る!クラウン70周年特別ガイド ~とっておきの裏話があります~(写真16~18)

場 所：文化館2階 企画展示室

担 当：軽部 真一

聴講者：7月30日(水) 28名、7月31日(木) 14名

<内容>

開催中の企画展「クラウン70周年記念展」を解説するガイドツアーを実施。初代クラウン誕生の16代に至る70年の歴史について、各世代の社会背景とそれを踏まえた開発の経緯を説明。参加者の多くがいずれかの代のクラウンに思い出を持っており、懐かしむ様子や高い関心が見られた。



写真16



写真17



写真18

■展示車両トリビア ～普段は見られない驚きの機構や構造をご紹介～(写真19～21)

場 所：クルマ館2階

担 当：平田 雅己

聴講者：8月5日(火) 25名、8月28日(木) 13名

<内容>

常設展示車両の中から、通常はカバーされて見ることができないエンジンルーム内に隠された仕組みを紹介した。自動車黎明期のエンジンの構造、コストダウンへの取り組み、非常時に効果を発揮するアイデア等、誰かに話したくなるような驚きの工夫に参加者は興味津々で聞き入っていた。



写真19



写真20



写真21

■人力車が展示してある理由って!? ～人力車と日本の交通史～(写真22～24)

場 所：クルマ館2階

担 当：小室 利恵

聴講者：8月1日(金) 15名、8月29日(金) 4名

<内容>

人力車を切り口に、日本の移手段の変遷と自動車との関わりを紹介した。解説は牛車や駕籠といった日本の交通史からはじめ、人力車が人々に「自由に移動する」という意識をもたらした点を紹介するとともに、人力車を基に開発された自動人力車「クシカー」に着目し、そこから日産自動車設立へと至る日本自動車史の一端を辿った。



写真22



写真23



写真24

3 実施結果

今回のスタッフツアーは計18回、のべ299名に参加いただいた。

それぞれのテーマは個性豊かな学芸スタッフの得意分野を生かしたものであるが、その結果、バラエティに富んだテーマ設定が可能となり参加者に展示を様々な切り口で深く知る機会を提供できた。同時に、各担当者はお客様に興味を持って聞いていただくために、改めて事前調査や資料作りなどの準備を行い、知識のブラッシュアップにつながる機会となった。

担当者および参加者相互に知見が生まれる経験となったことから、今後も継続的な開催を検討していきたい。

当館における学芸員実習の概要と実施

期間：2025年10月7日(火)～15日(水)うち10日～12日は休み 場所：トヨタ博物館

藤井 麻希(学芸・企画1グループ)

1 実施の趣旨・位置づけ

当館では、学芸員を目指す学生を対象に、館園実習の受け入れを行っている。今年度は、5大学から5名の学芸員実習生を受け入れた。実習では、博物館の現場での基本的な業務の流れや役割を理解することを目的に、資料の取り扱い、収集・保存・展示、教育普及、来場者対応といった業務を実際に体験する機会を提供している。こうした学芸員や博物館の事業に従事する人材の養成に関わる活動は、博物館の事業の一つとして位置づけられており、当館では毎年、実習生の受け入れを行っている。

2 実習の全体構成と特徴

実習の構成は、博物館の基本的な機能や役割を理解することを重視し、展示だけでなく、車両の保存・整備を行う整備室や、調査・研究を支える図書室についても、各担当者による説明と実習の時間を設けた。実習日数は6日間とし、車両やクルマ文化資料の取り扱い・管理に関する実習に加え、教育普及や来館者対応など来館者と接点をもつ業務を体験したほか、展示を題材に、立案・準備・実施・発表までを一連の流れとして行った。博物館業務を支える各機能のつながりを、実際の業務を通して学ぶ機会となった。



写真1 車両を対象とした実習



写真2 文化資料を対象とした実習



写真3 展示計画の実習



写真4 発表の様子

3 主な実習内容と実習生の様子

展示実習の一環として、来場者追跡調査を実施した。企画展来場者の動線や滞在の様子、展示への反応を観察・記録するとともに、調査後には来場者への声掛けによる聞き取りを行った。当初は記入方法に戸惑う様子も見られたが、回を重ねるごとに要点を押さえて記録できるようになった。聞き取り調査においても、丁寧な対応で来場者の声を積極的に聞き取っていた。行動観察と聞き取りを組み合わせることで、展示の受け止められ方を来場者の視点から捉え、展示改善につなげるための考え方を学ぶ機会となった。

また今年度は、展示の立案から発表までを一連の流れとして体験する実習を新たに実施した。実習生は、保存・収集・展示に関わる各担当からの講義や実習を受けたうえで、当館が所蔵する図書資料を題材に、テーマ設定、対象資料の選定、展示方法やキャプションの検討を行い、展示計画としてまとめた。異なる大学・専攻の実習生が意見を交わしながら検討を重ね、それぞれの得意分野を生かしつつ計画を進めていた。試行錯誤を重ねながら展示を形にしていく過程そのものが学びとなっていた。検討の過程では館の方針や展示上の留意点について助言を行ったが、選書や構成、文言は実習生が主体となって進めた。発表には館スタッフも参加して意見交換を行い、実習生による新たな視点でのテーマ設定や資料選定は、館スタッフにとっても刺激となった。

4 おわりに

実習後に行ったヒアリングでは、6日間という日程や実習内容について「ちょうどよかった」とする意見が聞かれた。また、来場者対応、資料の収集・保存、展示計画、来場者調査など、博物館業務を幅広く体験できたことで、博物館が多くの業務や工夫に支えられていることを理解できたという声も寄せられた。特に、資料の取り扱いや登録作業を通じて、地道な作業が展示や調査の基盤となっていることを実感したという意見や、展示計画実習を通して、限られた条件の中で伝えたい内容を整理し、来場者視点も考えて構成することの難しさと面白さを学んだという感想が見られた。当館では今後も、博物館実習ガイドラインを参考にしつつ、実習生が博物館の現場で主体的に学べる実習となるよう、内容の充実と改善に取り組んでいきたい。

IV: 「クルマ文化を知る」—教育普及活動 4

「クルマづくり日本史」研修 —出張講座の試行—

実施日：2026年2月9日(月) 場所：トヨタ自動車九州(株)トレーニングセンター

鳥居 十和樹(学芸・企画1グループ)

トヨタ博物館では、常設展示室「クルマづくり日本史」を基盤とした自動車産業史研修を継続的に実施している。本年度はその取り組みの一環として、トヨタ自動車九州(株)において出張講座を実施し、遠隔地での研修展開を初めて試みた。

1 背景

まず、本年度までの研修実績を表1に示す。累計開催数は84回、参加者は575人となった。ご覧のとおり、トヨタグループ新任役員研修(KIZUNA探究会トヨタ博物館見学)を軸に、毎年当該研修の参加者からの依頼によるものなど個別企業向けの研修を実施してきた。

年度	企業名	研修目的	開催数	参加者	
2022	トヨタグループ	新任役員研修	14	88	グループ新任役員研修出席者からの依頼
	トヨタホーム(株)	幹部社員研修	3	29	
	マツダ(株)	主査会研修・役員幹部研修	2	13	
	豊田通商(株)	新入社員研修	1	50	
	三菱ふそうトラックバス	広報部門研修	1	7	
			21	187	
2023	トヨタグループ	新任役員研修	17	80	グループ新任役員研修出席者からの依頼
	日産自動車(株)	グローバルデザイン本部研修	2	12	
	トヨタ自動車(株)BluE Nexus	デザイン本部若手研修	6	39	
		幹部研修	1	9	
			26	140	
2024	MTMUS	社長赴任前研修	1	1	グループ新任役員研修出席者からの依頼
	日産自動車	グローバルデザイン本部	1	5	
	トヨタグループ	新任役員研修	14	84	
	日本自動車工業会	政策領域幹部研修	1	3	
	トヨタ紡織	部次長研修(品質保証部門)	1	9	
	デンソー	先端技術研究所部室長研修	2	15	
	TOPPAN	役員塾	1	9	
	マツダエース	ミュージアム担当者研修	1	3	
			22	129	
2025	トヨタグループ	新任役員研修	11	62	グループ新任役員研修出席者からの依頼
	日野自動車(株)ミライテクノロジーズ	法務系役員・部次長・GM	1	7	
		役員部次長	1	5	
	トヨタ自動車九州(出張講座)	①幹部職 ②基幹職	2	45	
			15	119	
累計			84	575	

表1 累計研修実績

今回のトヨタ自動車九州(TMK)での出張講座も2025年9月のグループ新任役員研修に参加した同社の役員からの声がかきかけとなり、同社人材開発部と検討して実施したものである。「日本の自動車産業の成り立ちとつながりがよく理解できました。…中略…是非、33年と歴史が短いトヨタ自動車九州での出張博物館(映像などを活用して)、若手への研修の検討をお願いいたします。」

これまで、トヨタ博物館に来館してもらって研修を実施してきたが、遠隔地の企業にとっては参加者を派遣するコストは決して安くはない。事実、上表であげた研修のほとんどは愛知県ないしは近隣県からの参加にとどまっていた。自動車産業史を現役の自動車人に広く知ってもらいたいとの展示室の目的のためには障害になっていたのである。また、トヨタ博物館にとってもアウトリーチのひとつの形になりうると考え、9月末にTMK人材開発部にコンタクトし検討・準備を開始した。

2 目的

おりしもTMKでは、幹部職／基幹職の育成体系を見直そうとの議論が進んでいた。設立から33年を経て、未来を担っていく社員に求められることが変容してきていたのである。これまで重視してきた実行力を基盤としながら、周囲への感謝を忘れず、謙虚に学び、創造力をもって新しい道に挑戦していくための“人間力”の育成にも力を入れていこうとしていた。

トヨタグループ新任役員研修のTMK事務局を務め、「クルマづくり日本史」研修の中身を知るスタッフが中心となり、あらたな育成体系の中で今回の講座をどう位置付けるかの検討が進められた結果、図2のとおり企画された。

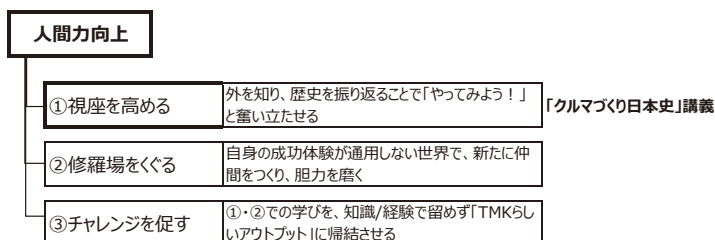


図2 新TMK幹部／基幹職育成体系案と「クルマづくり日本史」講義

この位置づけは、はからずも「クルマづくり日本史」展示室の制作のねらい、すなわち“現役の自動車産業人が自らの産業の成り立ちを知ることにより、仕事、所属会社、そして産業に矜持を持ち、未来へ進む活力とする”に符合し、トヨタ博物館としても大いに納得できるものとなった。

3 実施内容と出張講座の手法

出張講座の実施概要は以下のとおりである。

日程／場所：2026年2月9日(月)／TMK九州トレーニングセンター

位置づけ：本年度昇格の新任基幹職研修の一環

講座回数：午前・午後計2回

対象者：幹部職9名 基幹職36名 合計45名

* 幹部職は参加基幹職の上司



写真1 TMK九州トレーニングセンター

講座のカリキュラムは、トヨタグループ新任役員研修と同一としたが、初の館外での講座であり、展示室のコンテンツを動画もしくは画像として準備した。加えて、館内での実施の場合はクルマ館の車両展示室をツアーして実施している関連車両の解説も新たに動画を撮影して行うこととした。図3にカリキュラムと代替手法を記す。

トヨタ自動車九州様 出張講座 カリキュラム		
0905/1335	オリエンテーション 博物館概要/見学の位置づけ	
0920/1350	「クルマづくり日本史」解説	動画・静止画像をスクリーン映写
1025/1455	関連車両解説	展示車両動画をスクリーン映写
1055/1525	ブレイクタイム	冊子「クルマづくり日本史Plus」を手元参照に活用
1105/1535	ラップアップ 質疑応答・補足解説・ご意見	
1155/1625	研修事務局まとめ	

図3 カリキュラムと講座手法

今回準備した動画／画像データは、展示室用データから変換したものの、冊子「クルマづくり日本史Plus」の編集データを加工したもの、館内で新規に内製したものを合わせて、全部で8本である。これらのデータは、Share Pointサーバー経由でTMKと共有し、事前に研修室のプロジェクターで試写して判読性を確認してもらった。

なお、「クルマづくり日本史」解説とラップアップの内容は、図4のとおりである。

カリキュラム	内容	解説のポイント	
「クルマづくり日本史」解説	物語	手探りのクルマづくりから産業基盤確立まで	・存続危機の連続であったこと ・メーカーの自助努力だけではなかったこと
	人物	産業史上、特に大きな貢献のあった人物	・鮎川義介と豊田喜一郎のアプローチの大きな違い
	系譜	自動車メーカー12社の家系図	・日産、いすゞ、日野自動車の誕生経緯 ・中島飛行機から富士重工業誕生までの経緯
	数字	1904年から2020年までの国産車年産グラフ	・産業の礎は戦前に築かれた ・1936年が自動車産業誕生元年ではないか
ラップアップでの補足解説	史実の裏にあるエピソード解説	・自動車製造事業法成立前夜 ・プリンス-日産大合併の舞台裏	

図4 カリキュラムの内容

4 実施結果

講座終了後には、TMKが参加者に対してアンケートを実施した。図4は総合評価をまとめたものである。さいわいにして、全参加者から“期待を上回る”との評価を得た。

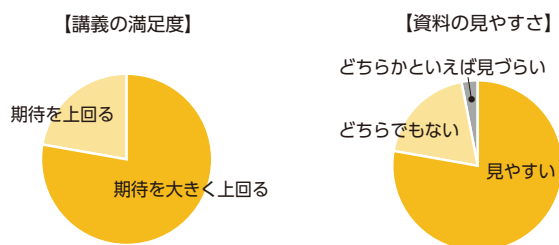


図5 参加者の評価

一方、懸念された映写資料の見やすさについては、8割弱が“見やすい”と回答した。講座前に研修室のレイアウトと映写画像を確認したところ、スクリーンから離れた席では、動画のキャプションなどがやや見づらいことが分かり、持ち帰り用に配布する冊子「クルマづくり日本史Plus」を急遽、手元参考資料として参照してもらうよう改めた。回答はこれによる補完効果も含まれたものであり、今後改善の余地がある。

図5は自由意見の一部である。

印象深いことは、史実に基づく事実を知れたこと。グループ内にいるときのメッセージは、良い意味でバイアスがかかっているが、歴史から見ると奇跡の連続とも思える出来事や、現代では考え難い政府との両行目つ戦略的＆密接な関係があったということ。先人たちに感謝をしながら、九州モノづくり基盤強化につなげていきたいと思った。

中途採用で入ったせいか、トヨタ含めた日本の自動車業界の初期の歴史をあまり知りませんでした。前職の松下電器時代には、新入社員の最初から松下幸之助さんの功績を色々学ぶ機会があり、トヨタではそういう機会が無いのかなと思っていましたので、今回の講義は大変興味ある内容でした。

図6 参加者の自由コメント



写真2 講座の様子

5 今後

今回のトヨタ自動車九州(株)での出張講座により、博物館を離れたロケーションでも研修が可能であることが分かった。講座結果について、トヨタグループ企業に報告したところ、新たな出張講座の実施に向けた検討が始まることになった。

今後は、手法の改善とともに、グループ内だけでなく、広く自動車メーカー他社、自動車部品メーカーを対象に、まずは研修を知ってもらうための広報活動にも取り組んでいきたい。

クルマに関わるモノづくり・お仕事体験

実施日：2025年11月21日(金)、22日(土) 場所：文化館1階ホール・TINY STUDIO

中川 豊(学芸・企画2グループ長)

1 はじめに

場所を問わずスマホやゲーム端末でゲームに興じる子供の姿を見ない日はない。懐古主義ではないが、筆者自身は子供のころはプラモデルづくりに没頭したクチで、バラバラのパーツを組み立て、色を塗り、だんだんとパッケージに書かれたカッコいいクルマやロボットに姿を変えていくのがものすごく楽しかったという記憶がある。現代におけるデジタルの重要性に疑念の余地はないが、一方で「自分の手でリアルなモノをつくる」ことの楽しさも大切なはずであり、モノづくりの楽しさに気づき、そしてクルマの魅力に触れる、そんな原体験を一人でも多くの子供に提供したいという想いから、本イベントの企画がスタートした。

2 イベント概要

(1) 開催時期

企画の主旨に鑑み、11月21日(金)～27日(木)の「あいちウィーク・県民の日 学校ホリデー」の期間中で、豊田市やみよし市など多くの学校が休日となる11月21日(金)と22日(土)での開催とした。なおトヨタ博物館では、あいちウィークの主旨に賛同し、2023年からこの期間中は小学生入館無料としている。

(2) 体験コンテンツ

コンテンツ提供および参加者へのサポートやレクチャーは、モノづくりイベントの実績があるトヨタ技術会に全面的にご協力いただいた。その中で今回は小学生でも無理なく体験でき、クルマに触れ、そしてモノづくりの楽しさを感じることができるコンテンツとして3種類を選定した。また一般来館者の目にも留まるよう文化館1階ホールのパーティションを取りはずしオープンな会場とした。

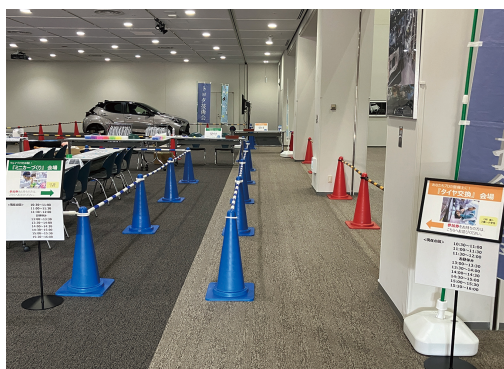


写真1 タイヤ交換・ミニカーづくり会場



写真2 自動運転プログラミング会場

体験コンテンツ		対象	参加枠
タイヤ交換	TOYOTAの作業着を着用し整備士になりきってタイヤ交換。発泡スチロール製のタイヤをインパクトレンチを使って実車に取り付け。	幼児～小学生	150名/日
ミニカーづくり	お湯で軟化する樹脂材料を使用しプレス加工～バリ取り～塗装～組み立てまでクルマづくりの工程をミニカー製作で体験。	小学生	150名/日
自動運転プログラミング	簡易なプログラムを使って自動で走るラジコンカーを製作。試走コースを用意しトライ&エラーでプログラムを修正しながら完走を目指す。	小学生 高学年	20名/日

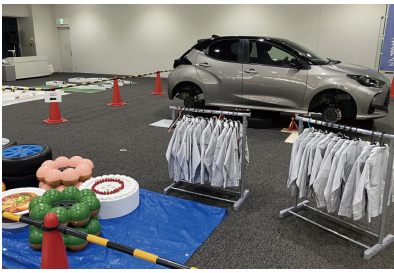


写真3 タイヤ交換①

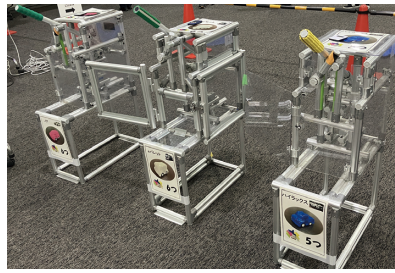


写真5 ミニカーづくり①



写真7 自動運転プログラミング①



写真4 タイヤ交換②



写真6 ミニカーづくり②



写真8 自動運転プログラミング②

なお会場の混雑を避けつつより多くの希望者にご参加いただけるよう、自動運転プログラミングは事前募集、タイヤ交換とミニカーづくりはイベント当日にクルマ館で時間枠ごとの整理券を配布した。

(3) 広報

館のホームページ・SNSに加え、メインターゲットである小学生へのより幅広い告知を狙い、各自治体の教育委員会や学童保育、市町村から保護者へのLINE、さらには学校行事で来館された団体客へのチラシ配布等、多岐にわたる広報活動を実施した。イベント後のアンケートによるとこれらの媒体からの認知が全体の11%を占めており、一定の効果を得ることができた。

(4) 実施結果

2日間合計で485名のお子さんが参加し、同伴の方も含めると958名にご来場いただいた。コンテンツ毎の参加人数は下表のとおり。

コンテンツ	11月21日(金)	11月22日(土)	合計
タイヤ交換	74名	110名	184名
ミニカーづくり	123名	142名	265名
自動運転プログラミング	17名	19名	36名
合計	214名	271名	485名

保護者向けのアンケートでは「とても満足した:79%」「満足した:21%」と概ね好評を得ることができた。また自由意見欄には「子供がとても楽しそう、貴重な体験ができた(全般)」「プレスやバリ取りなどのクルマづくりの工程を体験して満足した(ミニカーづくり)」「子供に自分で考えさせる時間が設けられ大変ためになる講座だった(自動運転プログラミング)」といったお声をお寄せいただいた。ご協力いただいたトヨタ技術会のメンバーからも「完成した時のお客様の嬉しそうな表情や、楽しかった、ありがとう、といったお言葉をいただき非常に幸せな一日になった」「一つの会場で3つのコンテンツを同時に実施できたことは、我々にとってたいへん良い経験になった」という感想をいただいている。そしてなにより参加者の98%から「参加する前よりもクルマへの興味が増した」とのご回答をいただいたことは、本イベントの大きな成果である。

3 おわりに

今回のイベントは、企画段階から当日運営までトヨタ技術会の全面協力のもと成功裏に終えることができた。ご協力いただいたトヨタ技術会の皆様には改めてお礼を申しあげたい。会場の様子を見ていると、最初は不安そうに親御さんに連れられて来たお子さんが体験が始まるとみるみる真剣な眼差しになり、最後は笑顔で会場を後にされる、そんな光景をたくさん見ることができた。こうしてお客様の笑顔に直接触れることができるのは、博物館という「現場」の醍醐味であり、イベントを企画・運営する我々にとって大変ありがたいことである。単発のイベントで終わらせるのではなく、未来の自動車産業、未来のモノづくりを担う世代がクルマの魅力やモノづくりの楽しさを実感し将来に夢と希望がもてるよう、今後も様々な形でメッセージを発信し伝え続けることの大切さを改めて強く感じた、そんな二日間であった。

■特別イベント「クルマに関わるモノづくり・お仕事体験」

企画・推進：中村 由以、安藤 なぎさ、中川 豊(学芸・企画2グループ)

協 力：トヨタ技術会



車両整備、テストを兼ねた走行披露

実施日：2025年6月19日(木)～ 場所：P2駐車場

日谷 浩昭、軽部 真一(学芸・企画1グループ)

1 車両整備

整備室では、収蔵車の「動態保存」を重視して車両整備を行っている。収蔵車は約600台に及び、100年以上前のものから現代のものまで、多様な仕組み・構造に対応すべく、過去の整備記録を参照しつつ、2人ペア×4班体制で月平均約15台を整備している。外装、内装、エンジン、足回りなどは経年に伴い劣化や不具合、油脂類の漏れが発生する。最終的には走行できる状態まで整備し、走行確認後は燃料を抜いて収蔵できる状態に整えて収蔵する。1台毎に数年に一度これらの整備を繰り返す事で、次世代に引きつなげる収蔵車として維持・保存している。古い車には炭や薪で走る特殊な車両もあり、整備が難しいものもあるが、トラブルシュートを行いながら「動態保存」にこだわり、後世に残せる整備を心がけている。近年はHEV、PHEV、BEV、FCEVなど次世代車両も増えており、新しい技術や知見を得るために、社内他部署や協力会社と連携しながら整備に取り組んでいる。人材育成や技能伝承を進めながら整備室の技術力向上を図り、今後もイベントや企画、走行披露などを通じてクルマファンやトヨタ博物館のファンを一人でも多く増やしていきたい。クルマを文化に育て、お客様に喜んでいただけるよう、1台1台を丹精込めて整備していく。



写真1 整備の様子



写真2 整備の様子

2 整備車両走行テスト

整備終了後は、車両の走行確認を行っている。まず整備担当メンバーで確認し、車両の状態を把握・体感して適合性を高める。次に館長や学芸員スタッフが確認走行を行い、学芸活動に活かすためにそれぞれの車両の走行特性や乗り味を体感し、整備を完了としている。

2025年からは、中断していたキャスト(案内スタッフ)への「同乗走行」を再開した。クルマ館の整備完了車を中心に同乗してもらい、展示車の外観だけでなく、走行時の乗り心地や現代車との違いなどを体感してもらうことで、来館者への案内に役立ててもらおう取り組みである。この同乗体験は、整備後の工程として計画的に実施すると共に、今後も継続して取り組んでいく。



写真3



写真4

3 整備車両の走行披露

「動態保存の認知」と「お客様に旧車の走る雰囲気を感じていただく」事を目的とし、車両整備後の走行テストを公開することにした。走行披露には年に数回、週末に開催する大きなイベントもあるが、「整備車両走行披露」は“収蔵車が走っている所を偶然見学できた”とだけ思っていたイベントである。

(1)実施内容

走行披露時には、簡単な車両紹介を実施。

走行披露開催案内は、開催3日前にSNS発信、当日に館内アナウンスを実施。

(2)走行披露車両

- ・第1回(2025年6月19日)；マツダファミリア(1966年)、日産シーマ(1989年)
- ・第2回(2025年7月30日)；パブリカスポーツ(1962年)
- ・第3回(2025年9月2日)；SS90(1935年)、いすゞピアッツァ(1982年)
- ・第4回(2025年9月4日)；フォルクスワーゲン38プロトタイプ(1938年)、シトロエンアミ8(1970年)、トヨタソアラ(1981年)、トヨタセリカクーペ(1982年)



写真5 走行披露の様子



写真6 走行披露の様子

(3)お客様の反応

事前に走行披露がある事を知って来館される方は少ないが、当日館内アナウンスで知って見学される方が毎回20～30人おり、音や臭いなど展示状態では感じられない自動車の魅力を感じて、皆さん楽しく見学していただけた。今後も継続していく予定である。

■車両整備：小橋 正典、足立 隆博、中田 浩信、生駒 育男、福井 雄二、久保井 利治、矢野 英二、今井 耕介、日谷 浩昭
(学芸・企画1グループ)

(株)KINTOとのコラボレーションによる博物館レンタカー

実施日：2025年10月8日(水)～ 場所：P1駐車場

岩澤 光一郎(学芸・企画1グループ)

1 はじめに

トヨタ博物館では、多くの車両を動態保存としていつでも走行できる状態で収蔵している。しかしながら、その希少性ゆえに来館者に運転していただく機会はもちろん、同乗していただく機会を設けることも難しい現状がある。近年若い世代がクルマ好きとなったきっかけが'80年代から'90年代の日本車であることが多いが、この年代の日本車は近年価格が高騰し所有するハードルが高くなってしまった。所有して楽しむことが難しいこれらの車両に触れて、運転していただくことで継続してクルマ好きを続けていただきたいという思いから、旧車レンタル実績のある(株)KINTOとのコラボレーションとして博物館を拠点にVintage carのレンタル施策を実施することとした。

2 企画



写真1 当館に勢ぞろいしたレンタカー

(株)KINTOではVintage Club by KINTOの取り組みとして、レンタカー登録したVintage Carを多数保有しており、2022年よりトヨタ系販売店を拠点に「特選旧車レンタカー」と題して車両貸出を実施してきた実績がある。2025年7月にトヨタ博物館で開催されたVintage Club by KINTOのファンミーティングをきっかけとして、自動車博物館来館層であるコアなクルマファンに「特選旧車レンタカー」を訴求したい(株)KINTOと、若い世代にもVintage Carの魅力を感じていただきクルマ好きを続けていただきたいというトヨタ博物館の思いが重なり、博物館を拠点としたレンタカー貸出を計画することとなった。

(1) 車種選定

Vintage Club by KINTOにて展開している車両は2025年現在、写真1に示したように10車種ある。2025年10月からのトヨタ博物館企画展示が'80年代から'90年代の日本車をテーマにしていることからテーマに合致する車両としてラインナップの中から下記3台を選定した。このうちスープラとセルシオについては博物館の常設展示車両と同一型式※1の車両であり、世界の自動車博物館の中でも博物館の常設展示車両と同型車両をレンタカーとして運転できる場所は稀有である。

- ・JZA80型スープラ(MT)(写真2)
- ・JZX100型チェイサー(MT)(写真3)
- ・UCF10型セルシオ(AT)(写真4)



写真2 JZA80型スープラ



写真3 JZX100型チェイサー



写真4 UCF10型セルシオ

(2) 貸出期間

貸出期間については10月～12月までを第1弾として貸出を実施。運用方法改善の織込みや車種変更などを加味して3ヵ月を1クールとした。

(3) 貸出時間と貸出料金

従来のトヨタ系販売店を貸出窓口とした貸出は1日8h貸出を基本としており、料金は30,000円/日となっていた。これに対し、今回の博物館レンタカーでは8,000円/2hという貸出を基本とし、午前はレンタカー、午後は博物館見学(もしくはその逆)というレンタカー+博物館をセットで楽しんでいただく時間設定とした。

3 リリース及び広報



写真5 当館ウェブサイトリリース

10月8日のサービス開始に先立ち、9月17日に(株)KINTOと当館ウェブサイトで同時リリースを実施。なお(株)KINTOでは同じタイミングで四国自動車博物館でも博物館レンタカーが開始されるため2館同時開催である旨もリリースされた。また当館公式SNSでも告知を実施した。

同時に10月から12月までの利用について予約が開始された。'80年代から'90年代の人気車種ということもあり、反響は大変大きく、特にスープラの予約については予約開始後1週間

で12月までの予約がほぼ埋まる盛況ぶりであった。チェイサーやセルシオについても予約は順調に埋まり、ほぼすべての貸出枠が埋まる状況となった。

4 第1クール実施結果

10月～12月の第1クールの結果についてまとめる。

(1) お客様の反応

アニメや映画であこがれた車に乗りたいが、「中古車は高く購入できない」、「旧車の維持は費用面でハードルが高い」といった理由で所有することはできないお客様が多く、今回のレンタルについては「どうしても乗りたいクルマを運転できる格好の機会」ととらえていただき、ほぼ満枠となる184件ご利用いただいた。

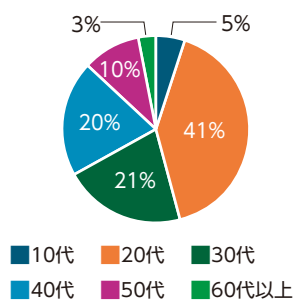


図1 お客様年齢層分布

ご利用されたお客様の年代層は図1のとおりである。40代以下が大半を占め、特に20代の方が40%強を占める。当初昔を懐かしむ40代以上のご利用が多いと想定していたものの、実際はこのクルマに乗ったことが無い若い世代の利用が非常に多いことが分かった。また、お客様のお住まいの地域は愛知県が半数を占めるものの、遠方からわざわざ来られる方も多く、東北から九州沖縄に至るまで広い範囲からお客様が利用された。また「当館に初めて来館した」という方も20%ほどいらっしや、来館したいと思っていたがなかなか機会が無かったとおっしゃる方も多かったことから、今回の博物館レンタカーをきっかけに当館の認知向上にも寄与できたと考えられる。お客様満足度としてもおよそ8割のお客様から10点満

点の満点をいただいております大変ご好評をいただいた。中には第1弾の3車種すべてをレンタルされる方もいらっしや。お客様からアンケートに寄せられた自由意見としては下記のとおりである。特記無しは愛知県のお客様。

- 人生において最高の思い出になりました(20代女性・四国)
- はるばる遠いところから来て本当に良かった(30代男性・東北)
- 本当に最高の体験。人生初のスポーツカーは車に対する考え方が変わるくらいに感動(20代男性)
- もはや購入するのも現実的ではない価値の車に乗れる機会ですとても大きな思い出になった(30代男性)

- ・貴重な機会をありがとうございました。子供の頃の夢が叶いました!(30代男性)

これらの意見をいただいたことで、当初の狙いである「手の届きにくい'90年代の日本車を若い世代のお客様に魅力を感じていただき末永くクルマ好きでいていただきたい」という思いはお客様に響いたと考えられる。

(2) 車両故障対応

旧車を取り扱うということで車両不具合は避けて通れないと当初より想定はしていたが、第1クールの3ヵ月で各車両とも何かしらの車両故障が発生。特にチェイサーについては期間途中でエアバッグ警告灯が常灯してしまい、修理のため貸出を中止せざるを得なくなり予約されていたお客様にご迷惑をおかけすることとなった。新品・中古部品の入手も難しく長期の修理になることがVintage Carレンタルの難しさであることを実感した。

さまざまな課題もあるものの総じてお客様の満足度は高く、「今後も続けてほしい」という要望が多くあったことから一部運営を改善したうえで続いて第2クールを実施することとした。

5 第2クール実施について

12月までの第1クールの結果を受けた第2クールは1月14日～4月3日までの設定とし、運営の改善をしたうえで実施した。

(1) 運営の改善点

車種をJZA80型スープラ1台に絞り、貸出も1日1回とすることでスタッフ対応工数低減を図った他、少し長く乗りたいというニーズにこたえるため、毎週水曜日と祝日については4hレンタルとし、それ以外は従来の2hレンタルとする2種のレンタル時間を設定した。4hレンタルについては料金も16,000円と設定した。

(2) お客様の反応

今回2hと4hの2種類の貸出時間を設定したが、予約状況としてはほぼ五分五分の埋まり具合で双方にニーズを感じた。結果として予約は開始から2週間ほどで4月までほぼ埋まり好調であった。第1クールと同様に40代以下の若い世代が目立った。お客様満足度としても引き続き高い評価をいただけた。お客様からいただいた自由意見を下記に抜粋して示す。

- ・小さい頃からの憧れの車を自分の手で運転できるというのがとても嬉しかった(20代男性・近畿)
- ・車好きになるきっかけともなった車を実際に運転することができて良かった(20代男性)

スープラに絞った第2クールも狙いどおりのお客様にお楽しみいただき、ほぼ満枠の41件のご利用があった。博物館レンタカーの運営についても円滑にできるようになった。

6 おわりに

(株)KINTOとも今後の博物館レンタカーについて協議を行い、2026年度も3ヵ月を一区切りの目安とし、車種を入替えたくて博物館レンタカーを年間開催することとし、第3弾である4月21日から7月3日はMZ11型ソアラのレンタルを開始予定。この車両も博物館常設展示車両と同型である。博物館での見学・レンタル体験を通じて、多くのお客様にクルマの魅力を感じていただきクルマ文化醸成に貢献をしていきたい。

■実施協力

株式会社KINTO、新明工業株式会社

※1 常設展示車両はセルシオの北米版であるUCF10L型 LEXUS LS400

VI: 「愛車仲間づくり」1

第35回 トヨタ博物館 クラシックカー・フェスティバル

実施日：2025年4月20日(日) 会場：愛・地球博記念公園(モリコロパーク)

大石 典子(学芸・企画2グループ)

1 クラシックカー・フェスティバルの目的

「クラシックカー・フェスティバル(以下CCF)」は、「日本におけるクルマ文化の醸成」を目的に、当館開館の翌年1990年より毎年実施している参加型のイベントである。一般公募による個人所有車両(製造後30年以上経過した国内外メーカー車両)による公道パレードや展示、当館所蔵車両による企画展示や走行披露など、クラシックカーに親しむ「場」を創出。クルマ文化の普及とトヨタおよび当館の認知向上、地域連携・貢献を図り、「クルマファンづくり」に重点をおいている。累計出場台数は延べ3,800台以上、累計来場者は推計延べ50万人以上を数え、本年で35回を迎えるCCFを、オーナー参加者だけでなく、老若男女が「リアル」に楽しみ、メーカー側もクルマファンと交流できるイベントとして企画した。

2 今回の実施の考え方

昨年2024年は世界自動車博物館会議(以下、WFFMM)の10月開催のため、CCFを中止としたが、愛知万博20周年記念事業の協力要請を受け、2025年4月に開催を決定。














今回の企画展示テーマは、「日本のクルマ文化の発展」とし、愛知万博のテーマ「技術と進歩」に合うとともに、WFFMMでつながった国内自動車メーカーとの連携を継続し、当館だけでなく自動車メーカー一体となって盛り上げていきたいとの狙いから、各社へ出展協力を依頼。6社※に参加いただけることになり、各社のヘリテージ活動の交流の場とすることを盛り込んだ。ポスターやチラシとなるキービジュアルは、CCFのロゴマークを中心に、参加6社の古い年代のカーバッジで囲むデザイン(図1)とした。

※参加会社：スズキ株式会社、ダイハツ工業株式会社、日産自動車株式会社、ホンダコレクションホール、マツダ株式会社、三菱自動車工業株式会社 (50音順)



図1 チラシ

(1) 企画展示テーマ「日本のクルマ文化の発展」

- ①トヨタ博物館収蔵車両 走行披露・乗車体験 (4台)  
- ・トヨペットクラウンRS21(トヨタ AB型フェートンから変更)
 - ・パブリカ コンバーチブル、トヨタ 2000GT ロードスター、レクサス LFAスパイダー
- ②国内自動車メーカー出展車両(9台)
- ・ホンダ プレリユード  
 - ・ニッサン スカイライン2000GT  
 - ・マツダ ロードペーサーAP  
 - ・三菱 パジェロ、ランサーエボリューション  、ダイヤモンド 
 - ・ダイハツ ハイゼットバン、シャレード デトマン 
 - ・スズキ アルト 

 公道パレード走行

 走行披露

 記念撮影

(2) イベントの充実

- ① 継続：オーナー参加車両約120台による公道パレードと展示。当館収蔵車両走行披露、乗車記念撮影
 ：「館長のお散歩トーク」や学芸スタッフによる「サンデーふれあいアフタヌーン」ではオーナー参加者と交流。スタッフがクラシックな衣装でお出迎え
 ：クルマ情報ゾーン、地域情報ゾーンでは地域密着・クルマの楽しさを訴求
 ：グルメゾーンの拡充
- ② 新企画：WFFMMでつながった国内自動車メーカー連携展示。各社賞を新設
 ：豊田市ジュニアマーチングバンドの演奏や「愛・地球博20祭」によるモリゾー・キッコロで盛り上げ

(3) ジブリパークとの共存運営

- ・ジブリパークが全面開園となり、パレードとネコバス運行との共存、お客様の動線整理と安全確保

3 実施内容

(1) 長久手市の風物詩となった公道パレード(トヨタ博物館出発→モリコロパーク)

当館収蔵の初代クラウン(クラウンRS21型)と日産自動車様のスカイライン2000GTを先導車とし、一般公募で集まったクラシックカー約120台が長久手市を走行。出発式では、長久手市長の佐藤有美様にご挨拶いただいた後、先導車に乗車しパレードに参加いただいた(雨予報のため2000GTボンドカーから初代クラウンへ乗車車両を変更)。クラシックカーを一目見ようと早朝から多くの来場者が集まり、ゲートから出発する様子を見学。約14kmの沿道では、地域の皆様が手を振って声援を送ってくださった。



写真1 パレード出発式



写真2 長久手市 佐藤市長ご挨拶



写真3 約120台が市内をパレード

(2) パレードの到着(モリコロパーク)

パレードのお迎えの盛り上げと到着を待つお客様に向けて、豊田市ジュニアマーチングバンドが歓迎演奏。先導車が途中エンジントラブルにより到着が遅れ、ネコバス運行と重なったが、ネコバスを優先に安全誘導を実施。所要時間30分遅れが発生したが、全体スケジュールは予定を変えることなく進化した。



写真4 豊田市ジュニアマーチングバンド



写真5 モリコロパークに続々パレード到着



写真6 参加車両紹介

(3) オープニングセレモニー

大村知事による来賓ご挨拶、モリゾー・キッコロの登場で会場が盛り上がった。



写真7 来賓挨拶 愛知県知事 大村様



写真8 主催者挨拶 渉外広報本部 宇野 充

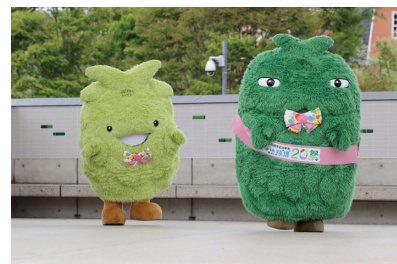


写真9 キッコロとモリゾー

(4) 大芝生広場イベント(モリコロパーク)

【当館収蔵車両 走行披露】

来賓の方々の乗車走行披露を実施。車両トラブルが2台発生し、クラウンRS21型は手押しにて1周、LFAスパイダーは走行を断念したため、来賓の方々には代替の2000GTロードスターに乗車走行いただき対応した。当館スタッフのドライバーは第34回に続き、車両に合わせた衣装で雰囲気演出。ご来賓含め多くの来場者に楽しんでいただいた。



写真10 トヨペット クラウン RS21型(1960年)



写真11 パプリカ コンバチブル(1965年)



写真12 トヨタ 2000GT ロードスター(1967年)



写真13 レクサス LFA スパイダー (2012年)



写真14 雨天対策として全車両にテント配置

写真15 車両解説 トヨタ博物館
谷中グループ長(左)

【国内自動車メーカー収蔵車両 走行披露と車両解説】

4社5台が走行披露と車両解説、3社4台は車両紹介を実施。人気車両の走行と各社の熱のこもった説明に会場は盛り上がった。各社からは、「来場者が関心を持って声をかけてくださったことが大変励みになった」「走行披露をする機会があると車両を整備することにつながり大変ありがたい」「クルマ好きだけではなく、大人から子どもまで賑わうイベントなので、また参加したい」とのご意見をいただいた。



写真16 ホンダ プレリュード(1978年)

写真17 ニッサン スカイライン 2000GT
(1970年)

写真18 マツダ ロードペーサーAP(1975年)



写真19 ホンダコレクションホール 加藤様(左)



写真20 日産自動車株式会社 中山様(左)



写真21 マツダ株式会社 谷本様(左)



写真22 三菱 パジェロ (1982年)

写真23 三菱 ランサー エボリューション
(1992年)

写真24 三菱自動車工業(株) 岸様(左)



写真25 三菱ディアマンテ (1990年)

写真26 スズキ アルト (1979年)
スズキ(株) 馬越様(右)

写真27 ダイハツ ハイゼット バン(1961年)

写真28 ダイハツ シャレードデトモン(1984年)
ダイハツ工業(株) 下窄様(右)

【企画展示ゾーン/記念撮影】

当館収蔵車両4台と国内自動車メーカー9台を車両展示。多くのお客様に乗車体験・記念撮影を楽しんでいただいた。特にLFAスパイダーは人気が高く長蛇の列ができたが、スタッフが交通整理をして大きな混乱はなかった。各社の車両にも多くのお客様が集まり、満足度の高い企画になった。



写真29 お客様は笑顔で記念撮影



写真30 最後尾看板での交通整理



写真31 LFA乗車体験が大人気

【館長のお散歩トーク・オーナーインタビュー/学芸スタッフによるサンデーふれあいアフタヌーン】

時間の都合で毎年、館長と話をしたい参加者が限定されてしまっていたため、昨年から同時間に当館の学芸スタッフによる参加者とのふれあいタイムを企画し好評。チームに分かれて会場を回り、参加者の方々とクルマ談議に花を咲かせた。



写真32 館長のお散歩トーク



写真33 サンデーふれあいアフタヌーン



写真34 参加者と談笑

【車両展示オーナーゾーン】

参加オーナー同士や来場者との交流が活発に行われ、自慢の愛車を手作りパネルで説明される方や、中には来場の子どもを乗車させてくださる方もおり、大いに盛り上がった。



写真35 約120台が勢ぞろい



写真36 オーナー同士の交流



写真37 愛車に飾り付け

【出展社プレゼンショー】

9ブースが出展。ヘリテージカーやパーツの展示、参加型ブースやプレゼントがもらえるブースもあり、クルマファンだけでなくファミリー層にもぎわっていた。「来場者の貴重な声を聞くことができた」「活動を知ってもらいたい機会になった、次回も出展したい」など、出展社様から好評のお声をいただいている。

【グルメゾーン】

昨年は開始と同時に各店舗に大行列が続き、参加者、来場者にとっては非常に不便な思いをさせることとなった反省から、今年は出店数を増やして対応、休憩テントも増設。三日月広場と芝生広場に設置したため、分散してご利用いただけた。

(5) エンディングセレモニー

来場者投票によるベストカー賞の3位が同立3台になったことや、参加自動車メーカー各社賞も設定し、11名もの参加オーナーが表彰され、笑顔のエンディングセレモニーとなった。



写真38 表彰式



写真39 館長賞
NO.103 トヨタカローラ1200



写真40 マイベストカー賞1位
NO.41 シボレーコルベットC1

4 評価

来場者数総数は、約20,500人(トヨタ博物館出発式+モリコロ会場+パレード沿道+その他)と過去最高を記録。参加オーナー様の満足度も向上した。一方、4月開催による暑さや混雑により、来場者アンケートは、前回よりやや低下。

<参加オーナー評価>

	5段階評価	2019	2020	2021	2022	2023	2025
全体	大変満足	68%	52%	48%	36%	58%	64%
	満足	29%	42%	41%	52%	35%	30%
パレードコース	大変満足	55%	44%	44%	48%	55%	45%
	満足	34%	30%	35%	45%	28%	41%
沿道応援	大変満足	73%	76%	71%	78%	72%	74%
	満足	23%	22%	25%	22%	20%	25%

オーナーさま自由意見

【CCF全体】

沢山の方に手を振って頂いたりお声掛け頂け、こんな体験初めてでした。
車好きだけでなく公園の一般来場と楽しんで頂けるイベントですばらしいです。
町を上げてのフェスティバルに感動しました。

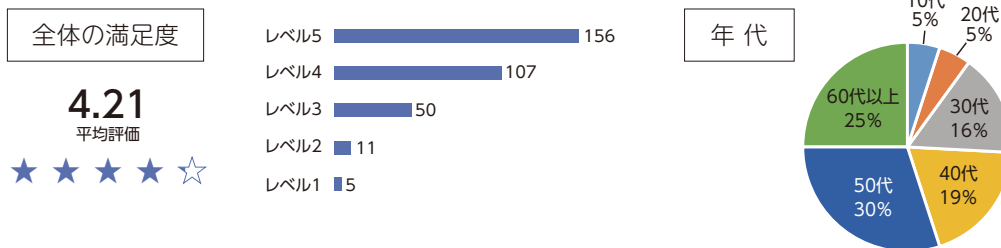
【公道パレードコース・沿道応援】

とてもわかりやすい地図でありがたかった。
交差点に人の配置が良かった。
多くのギャラリーで良かった。関東ではない規模でした。
子ども達が手を振ってくれるのがすごく良かった。
一般の方々にPRされていて、多くの人が公道に出られていた。

【不満・改善意見】

走行披露時の車両不調、公道パレード渋滞、トイレ不足への不満

<来場者アンケート>



5 次回に向けて

・一般オーナー参加車両の応募増への対応

年々応募が増加し、多数の方が落選と大変申し訳ない状況となっている。今後の活動推進として、CCFとは別に11月にクラシックカーミーティングを企画開催。CCFとあわせ、オーナー参加型クラシックカーイベントを年2回に強化した。

・天候対応の強化

雨天対応(イベント内容縮小)を準備していたが前日まで予測が難しかった。急遽雨天対応を再考し、当館・各社展示車両の全数テント追加など、開催可能に向け変更して実施。幸い雨は降ることなく予定どおり開催でき、参加者や来場者、各社の満足度につなげることができた。今後は今回の雨天対応をベースに多様な天候に備える。

・国内自動車メーカーとの連携継続

来場者から評価を得た企画であり、また各社から今後も参加したいとご意見をいただけたため、連携推進していきたい。各社賞に関しては、賞を辞退する会社もあったため、実施可否の再考または表彰時の補足説明など検討する。

・ジブリパーク・ネコバスとの動線調整

関係者間で念入りに事前調整を行い、営業時間をさけた搬出入やネコバスを優先とするパレード走行、車と人の動線確保を計画したが、実際にはジブリパークのお客様が早朝から並び予定場所からは入れない状況や人の流れが想定以上だった。次回は、余裕をみた時間設定やジブリパーク来場者動線を踏まえた警備・区画計画の見直しをする。

最後に、大きな事故もなく成功裏に開催できたのは、イベントを支えていただいた多くの協力・支援いただいた行政や社内外的関係者の皆様、運営スタッフの皆様、そしてオーナー参加者、来場いただいたお客様のおかげである。改めて感謝申し上げます。

■クラシックカー・フェスティバル トヨタ博物館 担当スタッフ

全体統括：榊原 康裕(館長)

運営統括：大石 典子(学芸・企画2グループグループ長)

企画運営：眞子 智彦、安藤 なぎさ、伊田 直代(学芸・企画2グループ)

展示車両企画：谷中 耕平(学芸・企画1グループグループ長)

運営：岩澤 光一郎、鳥居 十和樹、軽部 真一、藤井 麻希、小室 利恵、平田 雅己、堀部 和雄、
日谷 浩昭、久保井 利治、矢野 英二、小橋 正典、中田 浩信、足立 隆博、福井 雄二、
今井 耕介、生駒 育男(学芸・企画1グループ)

中川 豊、與語 美紀子、中村 由以、西村 美智子、土館 泰裕、松田 麻美(学芸・企画2グループ)
(株)トヨタエンタプライズ



写真41 参加オーナー様一同記念撮影



写真42 出展協力各社のみなさんと当館スタッフ

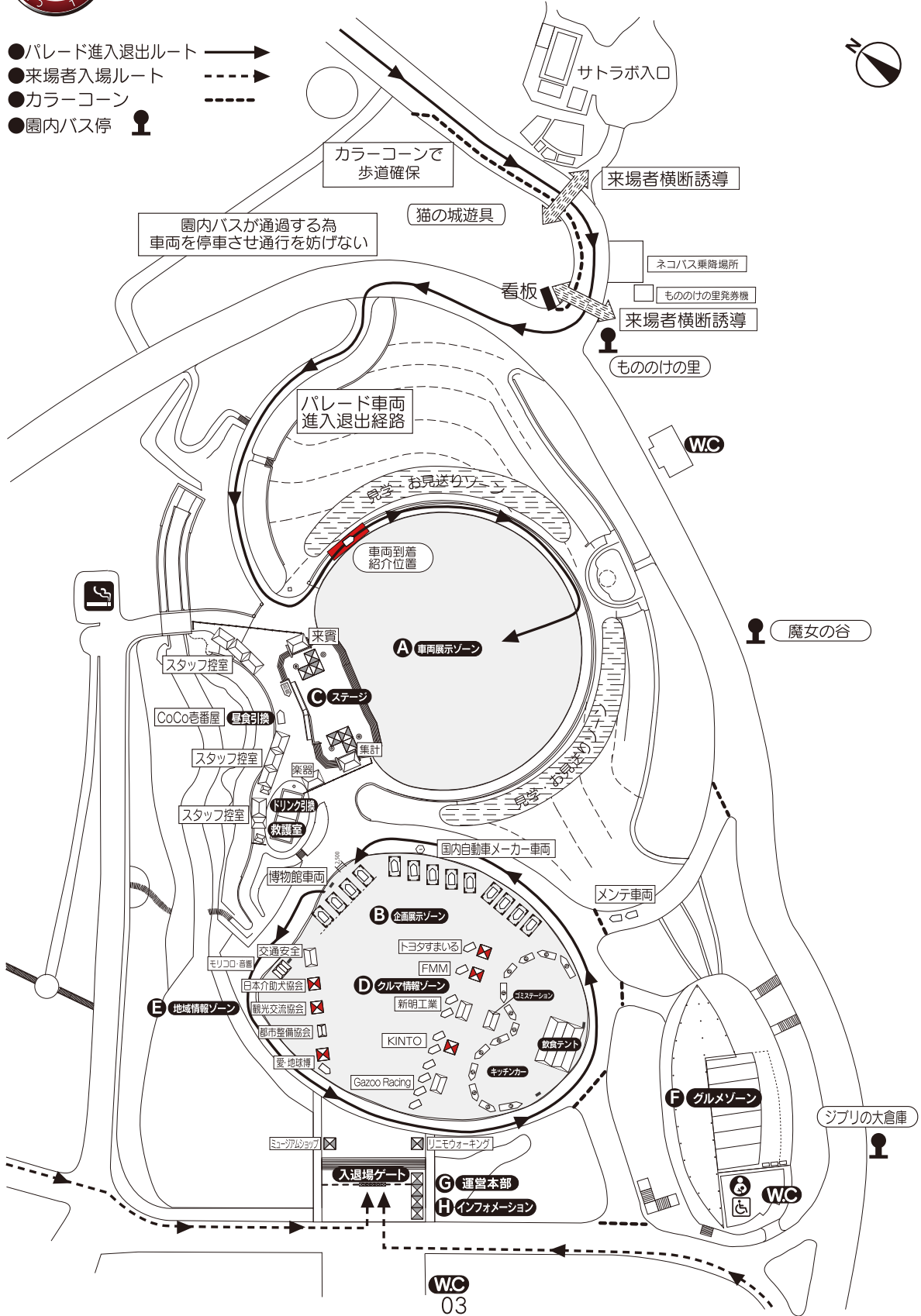
<資料1> 開催概要・スケジュール

プログラム	時間	内容
クラシックカーパレード	8:45~9:45	一般オーナー参加車両約120台が長久手市内の公道14mをパレード
車両展示・交流	9:30~16:00	パレードを終えた約120台が芝生広場に一堂展示
企画展示ゾーン	9:30~14:30	トヨタ博物館所蔵車両の走行披露、乗車体験 国内自動車メーカー6社の車両の走行披露・展示
ステージ	11:10~15:00	オープニングセレモニー:来賓・主催者挨拶 エンディングセレモニー:各種表彰、記念撮影
クルマ情報ゾーン	9:30~16:00	Gazoo Racing、新明工業、KINTO、富士モータースポーツミュージアム、トヨタ すまいるライフ、トヨタ交通安全
地域情報ゾーン	9:30~16:00	長久手市観光交流協会、日本介助犬協会、愛知県都市整備協会、リニモウォーキング、 愛知万博20周年記念事業実行委員会
グルメゾーン	9:30~16:00	モリコロパーク常設店、長久手市商工会・キッチンカー



第35回トヨタ博物館 クラシックカー・フェスティバル
CLASSIC CAR FESTIVAL

ゾーン別会場平面図



トヨタ博物館
富士モータースポーツミュージアム

「Classic Car Meeting〜'80-'90年代の日本車〜」開催

実施日：2025年11月29日(土) 場所：P2駐車場、文化館1階ホールAB

安藤 なぎさ(学芸・企画2グループ)

1 はじめに

当館では、世界の自動車とクルマ文化の歴史を紹介することを目的に、企画展やイベントを通じた多様な取り組みを行ってきた。とくに自動車文化の醸成と継承を目的に、地域に根ざしたイベントとして1990年以来開催しているクラシックカー・フェスティバル(以下、CCF)をはじめとする活動を重ねるなかで、より身近で、世代や立場を越えて交流できる場の必要性が課題として見えてきた。昨年、第35回目を開催したCCFでは当日多くのお客様にお越しいただいた一方で、CCFへの出場エントリー数は年々増加し、出場台数の制限を理由に出場をやむなくお断りする回数も増加してきた。

そのほかにも、自動車愛好家が集まるイベントは世間的に増えてきたものの、マナー違反などを理由に開催を中止するケースもあり、自動車愛好家同士の交流の場が減っていることも課題として認識してきた。

2 企画展と連動したテーマ設定と初開催の意義

当館では昨年秋、世界中の自動車ファンから注目を集めている日本国内専用車を輸入して楽しむ「Japan Domestic Market(以下、JDM)」をテーマにした企画展「What's JDM?—世界が熱中する'80-'90年代の日本車」を開催した。

また、当館はトヨタのクルマヘリテージ活動「TOYOTA CLASSIC」の中核として、「クルマ文化に触れる場づくり」や「愛車仲間づくり」を担っており、トヨタ博物館として「Classic Car Meeting」を初開催した。

テーマは企画展と同様に「'80年代から'90年代の日本車」とし、当時の技術やデザイン、時代性を体感できる場を目指した。展示で紹介している車両や時代背景を、実車と参加オーナー様の言葉を通じて体験できる場とすることで、企画展の理解をより深めることを意図している。

また、CCFと比べ、規模や演出を抑えた構成とすることで、参加のハードルを下げ、「愛車仲間とより気軽に集える場」を実現することを重視した。参加オーナー様同士はもちろん、一般来館者や若い世代が自然に言葉を交わし、クルマをとおした交流が生まれる場づくりを目指した点が、本企画の大きな特徴である。

そのほかにも、当館では、週末になると特定車種ごとの参加オーナーズ様ミーティングが頻繁に開催されているが、異なるメーカーや車種で参加オーナー様が集う機会はCCF以外ではなかったため、新たな機会を創出したことも特徴のひとつである。

3 実施内容

CCFよりもカジュアルダウンしながらも、自動車メーカーの博物館としての価値提供や参加オーナー様同士の交流促進を図るべく、新たな取り組みをいくつか行った。

(1) 新旧館長対談の初開催(写真1)

今回の対談は、自動車メーカーの博物館であるからこそできる独自の取り組みとして実施した。新旧館長が、クルマの設計とデザイン出身者であったことを踏まえ、当時のクルマ開発の裏側を異なる視点で語ったり、参加者からの事前質問にも答えたりするなど双方向のコミュニケーションを重視した。

(2) 構内パレードの初開催(写真2)

約100台が一堂に会するだけでも壮観であるが、続々と走行する姿をお客様に見学していただき、クルマの魅力を感ずることを重視した。当時の走行シチュエーション(時代背景)に想いをはせるなど、臨場感をもってクルマ文化に触れていただくことを目的とした。

(3) 当館学芸スタッフとのトーク初開催

CCFにおいても開催されてはいるものの、時間の都合上、十分に実施できていなかった。今回は、幅広に時間をもたせることで参加オーナー様が愛車をより語ることのできる機会を提供することができた。

(4) ロゴの刷新(写真3)

CCFをカジュアルダウンしたイベントとして、CCFのロゴをベースにしながらも新規に制作した。今後、テーマを変更して開催する場合にも継続して使用していくことにより、CCMの認知向上をはかる。

(5) コミュニケーションシートの導入

参加オーナー様約100名に、エントリーの段階で愛車との出会いや思い出などを記入してもらった。当日は、愛車のダッシュボードにシートを置き、参加オーナー様同士や見学者との会話のきっかけづくりを演出した。

(6) コーヒーチケットの導入

愛車を見ながらドリンク片手にゆっくり語れる場を提供することで、館内の喫茶スペースや展示にも足を運んでもらうきっかけづくりに貢献。



写真1 新旧館長対談の様子



写真2 構内パレードの様子



写真3 CCMロゴ

<運営面でのくふうと内製化の取り組み>

(7) 完全オンライン申し込みの導入

CCFでは申し込みを郵送形式で実施していたが、書類不備などが発生していたほか、事務局の作業として郵送されたものを最終的にオンラインに移し替えるため、書類のぬけもれなどもあった。参加オーナー様の負担も減らしながら、必要書類を一元管理するべく完全オンライン申し込みを導入。CCM終了後の写真送付などもスムーズに行われたため、今後も継続していきたい。

(8) 持続可能なイベントに向けて

当日スタッフは館内のメンバー(写真5)で完結できるように、CCMの構成や人数配置を検討した。具体的には、構内パレード時のメンバー間の連携にはTeams通話を使用したり、受付のオペレーションを事前に確認したりすることで、CCFでは費用が発生していたものを低減することができた。

4 反響と効果

当日参加した参加オーナー様に対してアンケートを実施し、おおむね高評価をいただいた。そのほかにもSNSや、当日のメディア取材もあり、初開催ながら多くのお客様にCCMを知っていただくきっかけになった。

事務局としてもふり返しを行い、告知の仕方や当日の導線など次回に向けた課題が多くあがった。参加オーナー様からのアンケートには、今後の要望や次回にむけた改善点もいただいた。

<良い点>

- ・このスタイルで是非継続してほしい。ゆっくりとできる良いイベントだった
- ・話すきっかけになった

<改善点>

- ・写真撮影の方法や事前告知
- ・閉会式のような締めめの催し物があるとさらに盛り上がったのではないかな

<メディア掲載状況>

- ・往年の日本車約100台パレード トヨタ博物館、魅力発信(共同通信)
- ・往年の日本車100台集結(毎日新聞)
- ・日本車100台パレード、魅力発信(中部経済新聞)

5 おわりに

今回のCCMは、当時開催中だった企画展と連動をさせたが、CCMの見学者は多かったものの館内に足を運ぶお客様が想定より少なかった。展示とイベントを連動させることで、理解や関心が高まるため、館内に足を運びたい施策を検討していきたい。

若い層やライト層の関心は高く、参加オーナー様募集の時点でも幅広い年齢層からの申し込みがあったことから、クルマをとおした交流が生まれる場づくりを目指した点については達成されたといえる。

新旧館長対談の最後にあったように、クルマ文化に触れる場づくりの一環であるCCMがこれからも継続し、CCFと並ぶ当館の目玉イベントにしていきたい。



写真4 参加オーナー様の集合写真



写真5 当日対応の館内スタッフ

年間パスポート会員向けイベント 「初代クラウン同乗試乗会/走行会」

実施日：2025年7月27日(日) 場所：P1駐車場

軽部 真一(学芸・企画1グループ)

1 企画の狙いと実施内容

年間パスポート会員イベントとして、企画展「クラウン70周年記念展」のお客様アンケート結果で人気No.1だった初代クラウンの同乗試乗会を実施し、10組の会員様に同乗試乗いただいた。

P1駐車場を3周走行し、走行後に記念撮影を実施。同時に一般のお客様には走行披露として楽しんでいただいた。

同乗試乗車両；トヨペット クラウン RS型(1955年)

走行披露車両；トヨペット クラウン RS型(1955年)、トヨペット クラウン RSD型(豪州ラリー仕様車、1956年)、トヨペット マスター RR型(1955年)



写真1 同乗試乗の様子



写真2 記念撮影の様子

2 お客様の反応

イベント来場者数は102名。同乗試乗された方、走行披露を見学された方それぞれ楽しんでいただけた。

アンケート結果では、満足度は約90%と高評価。普段乗ることができない貴重な車の乗車体験に満足度を感じていただけた。

年間パスポート会員向け「裏ツアー」について

期間または実施日：2025年11月1日(土) 場所：文化館

谷中 耕平、小室 利恵(学芸・企画1グループ)

1 企画の背景

当館ではトヨタ博物館メンバーズクラブ(トはくらぶ)の会員向けに、「裏ツアー」を開催している。普段会員を含めた来館者には展示をご覧いただいているが、博物館は展示だけでなく、車両やクルマ文化資料の収集保存活動と文献などを調査研究する活動があり、それら「裏」の活動の場所をご覧いただき、博物館の活動全体を理解いただくのが目的である。

「裏ツアー」では、収集の場である車両収蔵庫、保存活動の場である車両整備室、調査研究の場である貴重資料室をご覧いただいた。

2 実施内容

(1) 車両整備室

車両整備室では収蔵車を動態保存するために、日常の車両整備としてどんな道具を用いてどんな作業を行っているかを紹介した他、様々な時代の様々な車を整備するには、整備メンバーの人材育成が重要であり、教え教えられるペア制での整備や、車両の整備記録の残し方などを紹介した。また、動態保存を方針としている当館におけるレストアの方向性についても紹介した。

参加者からは整備記録が古くから残されていることの驚きの声があったほか、当館とその他の博物館のレストアの方向性の違いについて理解いただくことができた。

(2) 車両収蔵庫

車両収蔵庫では収蔵している車両のごく一部が保管されているが、それらの車両のストーリーについて紹介した他、車両の収蔵の手段について紹介した。

参加者からは貴重なモータースポーツ車両や歴史に名を残す車両を見ることができたことに驚きの声があがっていた。

(3) 貴重資料室

普段は非公開としているが、当館の調査研究活動を知っていただくことを目的に、裏ツアーでは特別に公開している。貴重資料室は主に戦前の国内外の自動車雑誌を保管・展示している資料室だが、参加者にはケース展示について順を追って紹介し、特に「The Autocar(1896年・イギリス)」の赤旗法撤廃時の赤インク記事や、日本の自動車初渡来の証拠となった「La France Automobile(1898年・フランス)」などの資料に興味を持っていただけた。また、日本の自動車雑誌の変遷についても紹介し、これからの紙雑誌の出版についても意見を交わした。

参加者からは「貴重な資料を丁寧に説明してもらえて良かった」などの声をいただき、貴重資料室の意義について理解を深めていただけた。



写真1 車両整備室



写真2 車両収蔵庫



写真3 貴重資料室

3 実績

班	見学時間	見学経路	見学者
A班	10:00～11:30	車両整備室→車両収蔵庫→貴重資料室	大人11名、学生1名
B班	13:30～15:00	車両整備室→車両収蔵庫→貴重資料室	大人10名、学生1名

4 今後について

クルマに興味を持つコアファンである「トはくらぶ」の会員に当館の活動を理解していただく場として「裏ツアー」を行っているが、今後もこのツアーをより多くの方にご参加いただけるように継続していく。

ト博音声ガイドアプリのリニューアル

実施日：2025年7月15日(火)～ 場所：クルマ館

岩澤 光一郎(学芸・企画1グループ)

1 はじめに

トヨタ博物館では、来館者に向けた展示車両解説について、車両解説パネルに加え、音声ガイドアプリで車両解説音声や車両走行映像を提供している。しかし従来の音声ガイドアプリは来館者の多くに利用されず、利用率の低迷が課題であった。そこでより多くの来館者に気軽に利用いただき、満足度向上につなげることを目的として音声ガイドのリニューアルに取り組んだ。

2 現状把握

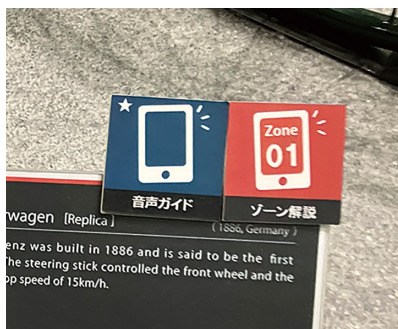


写真1 音声ガイドアプリピクトグラム

従来の音声ガイドは、App Store*1またはGoogle Play*2から専用アプリ「ト博音声ガイド」をダウンロードして利用する方式であり、アプリと音声データを事前にダウンロードする必要があった。

来館者数に対する音声ガイドアプリの利用者数を利用率と定義すると2025年6月時点で概ね3%程度であった。来館者にヒアリングしたところ、「アプリのインストールが面倒」「スマートフォンの記憶容量を気にしてアプリはインストールしたくない」というネガティブな声が聞かれた。

また車両解説パネルには音声ガイドアプリの設定車種であることを示すピクトグラム(写真1)が表示されていたが、アプリのインストール方法が記載していなかったため、「どうやって音声ガイドを聞くのか分からない」という声もあった。そこで専用アプリのインストールを必要とせず、パッと見ただけで利用方法がわかるような音声ガイドを提供できれば、来館者の利用率が向上し満足度向上につなげられると考えた。

また、その他の課題として、音声がスマートフォンの受話口から再生されるため音が小さく聞こえづらい、一度アプリをインストールすると展示入替などで車両が変更・追加されても情報が古いまま残る、言語が4カ国語に対応しているが、アプリから言語切替を手動で設定する必要がある、という課題が挙げられた。

3 リニューアル内容の検討

昨今自動車や家庭電化製品の取扱説明書においては、「詳しくはこちら」といった文言とともにQRコード*3を表示し、スマートフォンでQRコードを読み取らせてウェブサイトへ誘導し、詳細情報を提供する手法が一般的になっている。

この点に着目し、音声ガイドも専用音声ガイドアプリは廃止し、QRコードを来館者のスマートフォンで読み取っていただきウェブブラウザにて情報提供する方式へ変更することとした。これにより事前のアプリインストールは不要となり、車両解説パネルに表示するQRコードをカメラアプリで読み取るだけで、すぐに聞きたい車種の音声再生ができるようになる。また、来館者のスマートフォン側にデータが残らないため、常に最新の情報が提供できるようになり、企画展やエントランス展示など期間限定展示についても音声ガイドが設定しやすくなる。

一方毎回ウェブサイトアクセスすることで通信が発生するため来館者のパケット通信料が負担となるが、近年は大容量のデータ通信プランが一般的になってきたこと、館内にFree Wi-Fiも設置されていることから来館者の負担にはならないと判断した。

その他の課題の対応としても、ウェブブラウザを利用することで、

- ・音声がスマートフォンのスピーカーから再生されるため聞こえづらさを解消
 - ・ウェブブラウザの言語設定を自動反映するため言語切替が不要
- となり、従来の課題はすべて解消できると考えられる。

4 リニューアル内容の詳細

(1) サービス名称

従来「ト博音声ガイドアプリ」であった音声ガイドの名称を「展示ガイドforスマートフォン」へ変更。音声だけではなく写真や動画も幅広く見ていただけることを込めた名称とした。

(2) 車両解説パネル

車両解説パネルに付与するQRコードのピクトグラム(写真2)は従来のピクトグラムを参考にしつつ、QRコード読み取りで詳しい情報が得られるところが直観的にわかるデザインに変更した。

(3) 館内ガイドリーフレット、トヨタ博物館公式ウェブサイトの変更

館内ガイドリーフレットやトヨタ博物館公式ウェブサイトも、「ト博音声ガイドアプリ」の代替として「展示ガイドforスマートフォン」の案内に差し替えを実施した(写真3)。なお今回のリニューアルで音声がスマートフォンのスピーカーから再生されることとなるため、館内で来館者がガイド音声に耳障りと感じる可能性もあったため「イヤホンの使用を推奨」という記載を追加した。

(4) 入館券

入館券面にも「展示ガイドforスマートフォン」の入口へつなげるQRコードを配置し、気軽に読み込める環境を整えることで展示ガイドを多くの方に楽しんでいただけるよう配慮した(写真4)。



写真2 車両解説QRコード

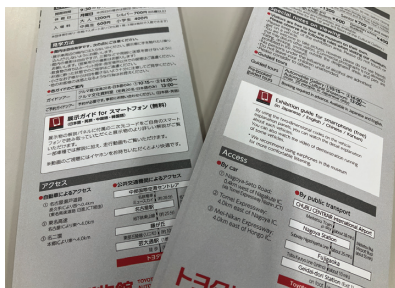


写真3 館内リーフレットの案内



写真4 入館券

5 導入後の効果

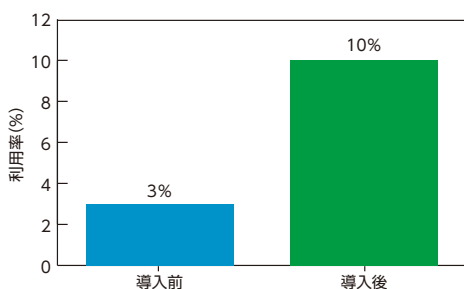


図1 リニューアル前後の利用率

リニューアル後の利用率を図1に示す。リニューアル前に平均3%程度であった音声ガイドの利用率は、リニューアル後は平均10%程度まで利用率が大きく向上した。一人当たりの利用車種数は3~5車種程度となっており、聞きたい車種だけ気軽に利用していただきたいという想定どおりの利用行動となっている。

来館者の声としても「QRコードを読み取るだけで解説を聴くことができ、時代に合わせて便利なサービスが適応され素晴らしいです。」「QRコードで読み取れる音声ガイドは便利ですね。気になる車両をすぐに聞くことができ素晴らしいです。」といった肯定的なご意見がいくつか寄せられた。

「利用方法が分からない」といったお声や、「スピーカー再生による音がうるさい」といったお声もなく、順調に滑り出しできたと考えている。

6 おわりに

2025年の取り組みでは、ト博音声ガイドアプリからのブラウザ版への変更のほか、ブラウザ版の利点である期間限定展示にも使える点を活かし、「クラウン70周年記念展」、「What's JDM?展」での車両解説を追加実施した。

一方常設展示車両については展示入替によって追加された車両への対応ができていないため、2026年はこれらの車種への音声解説の追加、および現状10車種程度にとどまっている走行動画の追加を実施することで、展示ガイドforスマートフォンの充実を図っていきたい。

■実施協力 ひまわりネットワーク株式会社、ピープルソフトウェア株式会社

※1 App Storeは、米国およびその他の国で登録されたApple Inc.の商標です。

※2 Google Playは、Google LLCの商標です。

※3 QRコードは株式会社デンソーウェブの登録商標です。

Ⅶ: 館運営活動 4

3都市デジタルサイネージによる広告出稿

実施日：2025年11月3日(月)～9日(日)7日間 場所：東京駅・名古屋駅・新大阪駅

與語 美紀子(学芸・企画2グループ)

1 はじめに

当館では、企画展開催毎にプレスリリースや公式ウェブサイト、SNSを中心とした広報活動を行っている。一方で、来館経験のない層や、クルマへの関心はあるものの博物館の存在を想起する機会が少ない層に対しては、情報接点が限定的であるという課題もあった。

そこで2025年度は、生活動線上で自然に情報が届く媒体として交通広告に改めて着目し、デジタルサイネージ広告を採用した。あわせて、本施策は当館として初めて愛知県外において実施した交通広告である。広報活動の補完として、より広い層への認知拡大を目的とした本取り組みについて紹介する。

2 実施事項

(1) 概要

- ・媒体：主要駅構内デジタルサイネージ
- ・期間：2025年11月3日(月)～11月9日(日)の7日間 (6:00～24:00)
- ・場所：東京駅、名古屋駅、新大阪駅
- ・仕様：15秒/6分ロール
- ・内容：企画展「What's JDM? -世界が熱中する'80-'90年代の日本車-」のメインビジュアルを活用した動画放映

(2) 目的

本広告は、企画展「What's JDM? -世界が熱中する'80-'90年代の日本車-」の認知向上を図ることを目的とした。あわせて、「トヨタ博物館」が愛知県長久手市に所在する自動車博物館であるという基礎的認知を拡大し、来館行動につなげることを狙いとした。

(3) サイネージ広告実施までの検討事項

① 掲出時期の選定

掲出時期は、単なる行楽期ではなく、「クルマに関心を持つ人が実際に移動する時期」であることを重視した。2025年は、WRCジャパンおよびジャパンモビリティショーという2つの大型自動車関連イベントの開催時期が重なっており、自動車関係者や自動車ファンの移動増加が見込まれるタイミングであった。これにあわせて掲出することで、関心層の生活導線上において、当館および企画展の情報が自然に視認される状況を創出することを意図した。さらに、行楽シーズンの3連休を含む期間とすることで、観光客を含む多様な来訪者層への接触機会の増加を見込んだ。

② 掲出場所の選定

掲出場所については、上記イベントに伴う利用客の増加が見込まれることに加え、当館公式ウェブサイトへのアクセス数が多い都道府県(東京都・愛知県・大阪府)の主要ターミナル駅である東京駅、名古屋駅、新大阪駅を選定した。これまで愛知県内に限定していた交通広告を、初めて県外にも展開した。

③ ビジュアル設計(動画構成)

デジタルサイネージは、通行中の視認を前提とした媒体であることから、短時間でも内容が直感的に伝わる構成を重視した。今回は、企画展の訴求を主目的とし、情報を過度に盛り込むのではなく、メインビジュアルを活かした15秒の動画を制作した。

また、ポスターを静止画として表示する形式ではなく、メインビジュアルを基に動画化し、展示車両をテンポよく切り替えることで、短時間であっても高い視認性と印象形成が期待できる構成とした。また、館名については動画全体をとおして表示するとともに、最終コマではメッセージとともに大きく掲出する設計とした。

さらに、「トヨタ博物館」という名称のみならず、「名車に会いに 愛知・長久手へ」という文言を加え、当館が愛知県長久手市にある自動車博物館であること、そして来館を呼びかける意図を明確にした。「名古屋」と表記する案も検討したが、実際の所在地と異なること、また名古屋市内にはトヨタ関連の別の博物館が存在することから、誤解を招かない表現として「愛知・長久手」を採用した。



図1 メインビジュアル



図2 サイネージ動画 絵コンテ

3 実施状況

名古屋駅新幹線口、名古屋駅地下通路、東京駅八重洲北、東京駅八重洲南北通路、新大阪駅の計5カ所において、デジタルサイネージ広告の放映を実施した。

現地で放映状況を確認したところ、通行者が立ち止まって視聴する様子は確認できなかったものの、通行中や待ち合わせの際に画面へ視線を向ける様子が見受けられた。館名表示については、文字サイズの工夫により視認性向上の余地がある一方、当館ロゴに用いている赤地に白文字の配色は一定の効果有していたと考えられる。



写真1 名古屋駅新幹線口（銀時計前）



写真2 名古屋駅地下通路

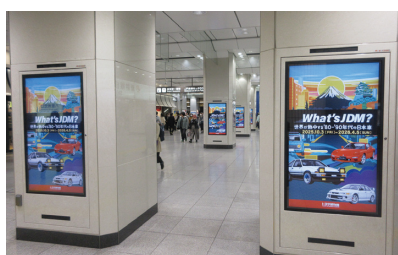


写真3 東京駅八重洲北

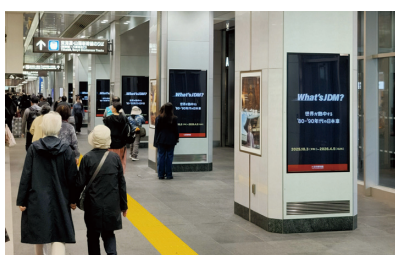


写真4 東京駅八重洲南北通路

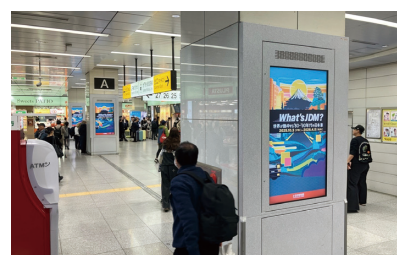


写真5 新大阪駅

4 当館SNSとの連携

(1) 実施状況の投稿（2025年11月5日）

放映開始後、放映状況を当館SNSに投稿し、あわせて来館を呼びかけた。企画展来館者へのアンケートにおいて、本広告を見て来館したとの回答が確認されており、件数は限定的ではあるものの、来館行動の一因となることを示す結果が得られた。

(2) 動画の投稿（2026年3月6日）

企画展会期終了まで1ヵ月となったタイミングで、本広告用に作成した動画をSNSに投稿し、来館誘致に活用した。投稿に対して、「絶対に行かねばならないと思っているイベントの1つ」といった反応も寄せられ、企画展への関心喚起につながった。



図3 実施状況の投稿 公式X



図4 動画の投稿 公式X

5 おわりに

本デジタルサイネージ広告は、当館として初めて愛知県外で実施した交通広告であり、主要ターミナル駅という高い接触機会を有する場を活用することで、企画展およびトヨタ博物館の存在を広域に発信する取り組みとなった。15秒の動画形式による掲出により、通行者の視線が限られる環境下においても、展示車両や企画展のイメージを印象づけ、来館検討のきっかけを創出する広報施策として一定の成果を上げたと評価できる。

一方で、交通広告は掲出費用が比較的高額であることから、掲出場所や放映時間に一定の制約が生じ、短時間での訴求を前提とした構成とならざるを得ない。その中で、館名認知の定着には改善の余地が残った。また、認知向上への効果は一定程度見込まれるものの、それが来館行動にどの程度結びついているかを定量的に把握することは容易ではなく、施策効果の評価手法についても検討の余地がある。

今後は、本施策で得られた知見を踏まえ、交通広告による広範な認知形成と他の広報活動による継続的な情報発信を組み合わせ、広報施策全体の中での交通広告の位置づけを整理しながら、より効果的な情報発信に取り組んでいきたい。

Ⅶ：館運営活動 5

広報活動の取り組み —取材動向から見るトヨタ博物館に今求められているもの—

期間：2025年4月1日(火)～2026年3月31日(火)

西村 美智子(学芸・企画2グループ)

1 はじめに

トヨタ博物館では、企画展や主催イベントの実施にあわせ、館の活動や自動車文化の価値を社会に伝えることを目的として、日常的に広報活動を行っている。2025年度は、新聞・雑誌・ウェブ・テレビなど多様なメディアからの取材対応に加え、SNSを通じた継続的な情報発信を行い、館の取り組みや展示の背景を幅広い層に届けられるようにしている。

本稿では、2025年度に実施した広報活動について、取材対応とSNSによる情報発信の両面からまとめる。

2 取材対応の状況

(1) 取材について

従来の取材では、企画展や常設展示の見どころを分かりやすく伝えることが主眼となってきた。新聞や雑誌では文章と写真を用いた構成が多く、テレビやウェブでは映像表現による訴求が中心であった。こうした取材は、来館のきっかけをつくるうえで重要な役割を果たしており、現在においても博物館活動の入口として欠かせない要素である。

(2) 展示を「見る」ことから、背景を「理解する」ことへ

一方で2025年からは、展示を「見て理解する」ことに加えて、なぜそのクルマがその時代に生まれたのか、どのような社会的背景や技術的課題が存在していたのか、さらには当時の人々にどのように受け止められていたのかといった点について、より踏み込んだ説明を求められる機会が増えている。

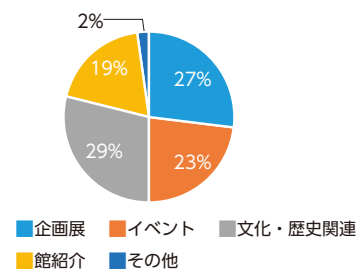
この傾向は国内に限らず、海外メディアからの取材にも共通して見られ、クルマを歴史や文化の中で位置付ける視点への関心が高まっていることを示している。

社外からの取材依頼件数は50件(昨年:33件)。

そのうち海外からは7件(昨年:2件)でいずれも増加傾向にある。

(P108の取材記録参照)

図1 取材分野別の割合



3 博物館として蓄積されてきた知識

こうした取材対応においては学芸員や特定分野に精通したスタッフが対応する。個人の知識や経験もさることながら当館がこれまでに収集・保存してきた車両や関連資料、それらに基づいて積み重ねてきた調査、展示や解説、取材対応を通じて蓄積されてきた説明や解釈の総体が、博物館としての知識を支えている。

取材が当館に寄せられる背景には、クルマの歴史や文化について、信頼できる情報と解釈を提供できる場として認識されていることがあると考えられる。



写真1 海外メディアからの取材の様子

4 館の広報活動としての主体的な発信

(1) 広報メディアへの周知

取材対応は、外部からの依頼に応じる受け身の対応にとどまるものではない。館の広報活動として、社内広報部や関係部署、関連メディアに対し、企画展や主催イベントの情報を積極的に提供し、自発的な情報発信を行っていることによって生まれている側面もある。

プレスリリースの発信や事前の情報共有を通じて、展示の狙いや見どころを整理して伝えることで、取材につながるケースもある。このような取り組みは、展示やイベントを広く周知することに加え、トヨタ博物館自体がどのような思い・意義をもって企画展や車両の保存や展示・クルマ文化の継承などを実施しているかを伝えるための重要な役割を担っている。

実際の取材対応においては、自由に撮影していただくだけでなく、ライターの方と担当者との説明時間を設けることで、展示の背景や意図をより深く理解していただけるよう努めている。結果として、読者の方々に当館としての思いがより伝わりやすい記事となるようにしている。

取材のきっかけづくりと理解活動を自発的に取り組むことも、博物館としての考え方や姿勢を外部に示す重要な広報活動の一環である。

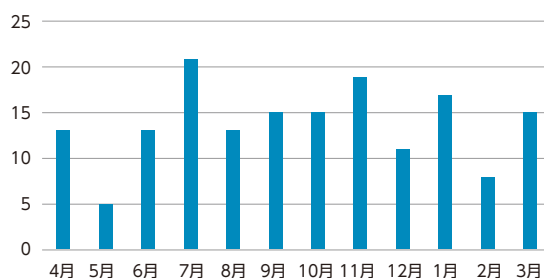
(2) ソーシャルメディアを通じた情報発信の取り組み

なお、館の自発的な広報活動の一環として、タイムリーな情報提供と館の魅力を多くの方にお知らせする手段としてFacebook、X、Instagramを中心に活用している。企画展やイベントの告知、展示車両の紹介、図書室やレストランを含む館内の活動など、2025年は年間を通じ約170件の継続的な投稿を行った。

投稿内容は、企画展・主催イベントに関する情報発信を軸としつつ、展示替えや走行披露、学芸員による解説、季節に応じた話題提供など実施。イベント前日にもXでリポストを積極的に行うなど理解を深めることを意識して構成した。Xでの投稿は限られた文字数の中で、企画展の準備の様子、タイムラプス動画なども交え、「どのような内容であれば多くの方に見ていただけるか」「館としての思いが伝わるか」を常に検討し、文章や画像など試行錯誤を重ねながら発信を行った。

投稿に対しては、コメントや共有などの多くの反応が寄せられ、展示やイベントへの関心喚起につながる場面も見られた。投稿本数を維持しながら継続的に情報を発信することで、館の動きや企画の背景を事前に共有する役割を果たしたと考えられる。

図2 月別投稿件数



5 広報活動を通じて見られる当館に求められているもの

こうした取材対応とSNSによる情報発信の両面から、これまで以上にトヨタ博物館が自動車の歴史や文化を多角的に伝える場として認識されていることが確認できた。特に取材では、トヨタ博物館が「車を展示している場所」にとどまらず、日本および世界の自動車史を俯瞰し、背景や文脈を整理して伝える拠点として期待されていることがうかがえる。

即時的な話題性もさることながら、事実関係に基づいた説明や慎重な言い回しも求められる場面が多く、当館が信頼できる情報源として位置づけられていることがわかった。

開館から36年にわたり積み重ねられてきた知識や経験は、一朝一夕に築かれたものではなく、これまで携わってきた先人たちの地道な取り組みに支えられている。加えて、近年高まる多様な取材ニーズに応えるため、現在も常に知見を深めながら対応している学芸スタッフの存在は不可欠であり、この場を借りてあらためて感謝の意をあらわしたい。

SNSでは、来館者に近い距離感で情報を届ける役割を担っている。

6 おわりに

広報活動は、積極的な情報発信によって取材の機会を創出するとともに、定期的なSNSを通じて来館者との継続的な接点を保つ取り組みとなった。今後も、展示・調査研究をその基盤としながら、トヨタ博物館がトヨタ自動車のヘリテージ活動を担う機関として、クルマ文化の歴史的価値や背景を記録・継承し、その意義を社会と共有していくことが重要である。

VI: 館運営活動 6

トヨタ博物館における カスタマーハラスメント対応の年間活動報告

期間：2025年4月～2026年3月

眞子 智彦(学芸・企画2グループ)

1 はじめに

トヨタ博物館では、来館者に対する質の高いサービス提供を維持するとともに、館員が安心して業務に従事できる環境を整えることを重要な運営課題と捉え、2025年度よりカスタマーハラスメント(以下、カスハラ)対応の取り組みを段階的に進めてきた。近年、社会全体でカスハラが問題視される中、博物館という公共性の高い施設においても、来館者対応の在り方を改めて見直す必要性が高まっている。

2025年3月には外部のカスハラセミナーに参加し、社会的背景や法的観点、企業に求められる基本的な対応姿勢について理解を深めた。カスハラが従業員の心身の負担や職場環境に大きな影響を与えるだけでなく、他の来館者にも不快な思いを抱かせる悪質な行為であることを再認識するとともに、組織として適切に向き合う重要性を共有した。これを契機に、4月以降は部内での推進を開始し、カスハラを個人の対応力に委ねる問題ではなく、組織全体で取り組むべき課題として共通認識の醸成を図った。日常業務の中で想定されるリスクや課題を洗い出し、相談・報告しやすい雰囲気づくりを意識した取り組みを進めた。

5～6月には、トヨタ博物館の業務内容や来館者特性を踏まえた対応マニュアルおよび事例集を作成した。来館者からの要望や苦情のうち、正当なクレームとカスハラをどのように整理し、判断していくかを明確にすることを重視し、現場で迷いが生じやすい場面を具体的に想定した内容とした。対応フローや判断の考え方を整理することで、対応のばらつきを抑え、館員が落ち着いて行動できる基盤づくりを進めた。特にカスハラ事案において最初にその場面に遭遇することが多いキャスト(案内スタッフ)が、一人で何とか対応しようとするのではなく、速やかに上位者や警備スタッフを巻き込むことを最も重要なポイントとした。

8月にはカスハラ研修会(講演会)を実施し、マニュアル作成の背景や基本的な考え方を共有するとともに、館内への展開を行った。単に手順を覚えるのではなく、なぜその対応が必要なのかを理解することで、現場での納得感を高めることを目的とした。研修を通じて、館員一人ひとりが自らの業務を振り返り、カスハラ対応を自分事として捉えるきっかけとなった。

さらに12月には、トヨタエンタプライズの協力のもとロールプレイングを実施し、実際の場面を想定した対応訓練を行った。来館者役・対応者役に分かれての実践的な訓練により、言葉遣いや立ち位置、複数名での対応の重要性など、座学では得にくい多くの気づきが共有された。現場ならではの課題や不安について意見交換を行う機会ともなり、今後の改善につながる貴重な場となった。

2 成果

これら一連の取り組みにより、館内におけるカスハラへの理解が徐々に深まり、「一人で抱え込まない」「組織として対応する」という意識が浸透しつつある。対応マニュアルや事例集の整備は、館員にとって判断の拠り所となり、心理的な負担軽減や安心感の向上につながった。また、研修会やロールプレイングを通じて、知識の習得にとどまらず、実際の行動を意識した学びの場を設けられたことは、対応力向上に向けた大きな成果であったと考える。

3 今後の課題

一方で、カスハラ対応は一度整備して終わるものではなく、継続的な見直しと定着が重要である。今後は、実際に発生した事例や現場の声を踏まえたマニュアルの改訂を行うとともに、ロールプレイングの継続実施により対応力の維持・向上を図る必要がある。また、新任スタッフや委託スタッフを含め、誰もが同じ基準で対応できるよう、教育の仕組みづくりも課題である。引き続き、実効性の高い取り組みを積み重ねることで、来館者にも館員にも安心・安全な博物館運営を目指していきたい。



館内に掲示したポスター

Ⅶ: 館運営活動 7

トヨタ博物館における地域貢献活動の年間報告

期間：2025年4月～ 2026年3月

眞子 智彦(学芸・企画2グループ)

2025年は、地域との連携を基盤とし、文化・福祉・観光・交流といった多様な分野において活動を展開した一年であった。トヨタ博物館が長久手市に立地する施設として、市民の皆さまとともに歩み、地域の発展に寄与していくことを意識しながら、これまで継続的に関わってきた。

4月には、クラシックカー・フェスティバルにおいて、日本介助犬協会、長久手市観光交流協会、愛知県都市整備協会に対し、活動紹介の場を提供させていただいた。多くの来場者が集うイベントの機会を活用し、各団体がそれぞれの取り組みや活動内容を発信できる環境を整えることで、地域内で活動する団体の周知や理解促進につながる場となった。一般来場者に対しては、地域イベントを通じて、多様な団体の存在を知っていただける機会を創出する取り組みとなった。

7月には、長久手市と姉妹都市提携を結ぶベルギー・ワテルロー市との交流事業の一環として開催された歓迎会に参画し、国際交流事業の運営を支援した。長久手市とワテルロー市は、青少年交流などを通じて長年にわたり友好関係を築いており、本事業はその関係性を市民レベルで体感できる機会となっている。異文化に触れる場を支えることで、参加者同士の交流が促され、地域における国際交流の推進に寄与する取り組みとなった。

8月には、リモットアーズ「なぜなにレクチャー」を実施した。空気抵抗と車両形状の関係をテーマに、身近な事例や実験を

通して分かりやすく解説し、参加者が科学技術や移動を支える仕組みへの理解を深める内容とした。クルマや公共交通に用いられている技術を体験的に学ぶことで、移動を身近なものとして捉え直すきっかけを提供し、参加者の関心喚起につながる取り組みとなった。

11月には、長久手アートフェスティバルに参画し、文化芸術を通じた地域活性化の取り組みに関わった。トヨタ博物館内において作品展示を行うことで、来館者が文化芸術に触れる機会を創出するとともに、市内外の方々に地域の表現活動を発信する場を提供した。世代を超えた交流や市民参加の促進につながる取り組みとなった。

また、2025年を通じて、ふるさと納税に関する取り組みを行い、地域資源の魅力を整理しながら対外的な情報発信を進めた。制度を活用することで、地域の価値や取り組みを広く伝えるとともに、継続的な関係づくりのきっかけ創出にもつながった。

このほかにも、長久手市、愛知県、尾三地域における各種事業・取り組みに参画し、広域的な視点での地域活性化・地域貢献に取り組んだ。

時期	活動内容
2025年1月	長久手市 健康マイレージ参画
2025年2月	尾三消防署防災訓練協力
2025年6月	愛知20祭 プロギング協力
2025年9月	長久手市 敬老事業参画
2025年11月	キンダーホルト「ホルト祭り」協力
2025年	介助犬訓練協力
2025年	長久手市 あったかあど事業参画

これらの活動を通じて、地域の皆さまと関係性を深め、トヨタ博物館が地域社会の一員として果たす役割を改めて認識する一年となった。今後も、立地する自治体や周辺地域との連携を大切にしながら、トヨタ博物館が「地域にあってよかった」と感じていただける存在であり続けられるよう、地域に根ざした活動を継続していく。



写真1 クラシックカー・フェスティバル

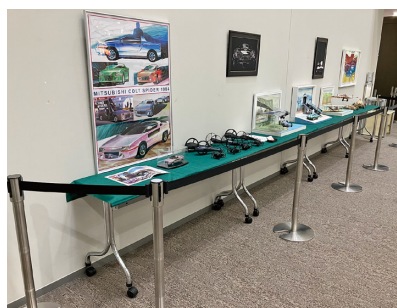


写真2 長久手アートフェスティバル



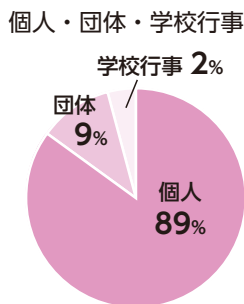
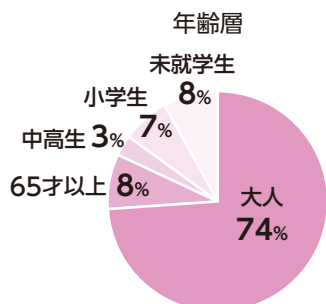
写真3 介助犬訓練協力

活動サマリ (2025年度)

1 来館者数

年間 約**32**万人が来館

累計 約**838**万人



2 収蔵数

収蔵車数

常設展示

総収蔵車両

153台/約**600**台

文化資料

約**2**万点

車の図書、雑誌、カタログ

約**25**万点

3 博物館活動

企画展

3回/年

走行披露

4回/年

【動態保存】整備車両

110台/年

図書室

入室者数

約**4.4**万人/年

図書展示

11回/年

イベント

6回/年

【教育普及活動】学校団体受入

132校 (7,502人)/年

外部展示 車両貸出

7台/年

寄贈車両受入

6台/年

オーナーズミーティング受入

33件/年

4 取材/発信数

メディア(新聞・TV・雑誌)

取材件数

50件以上/年

ホームページアクセス数

約**345**万(表示回数)/年

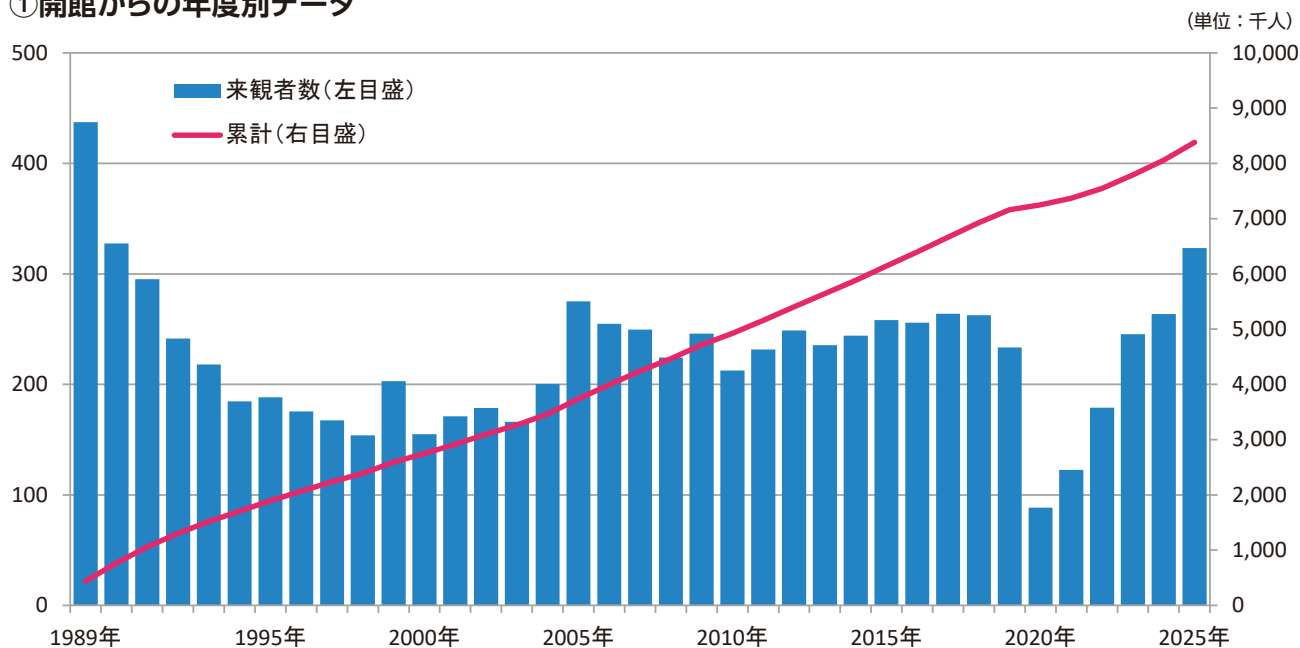
5 博物館・企業・団体 連携実績

外部出展・協力

4件(16台)/年

来館者データ (累計及び2025年度)

①開館からの年度別データ



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	
2016	232,064	13,633	2,279	1,541	6,255	255,772
2017	225,489	26,963	2,010	2,797	6,701	263,960
2018	225,264	26,553	2,064	3,204	5,499	262,584
2019	199,247	23,899	1,691	2,707	5,768	233,312
2020	84,328	815	1,728	773	859	88,503
2021	115,865	1,463	1,270	1,329	2,602	122,529
2022	166,106	5,550	2,030	2,253	2,967	178,906
2023	219,518	17,183	2,386	2,329	3,925	245,341
2024	233,704	20,511	1,779	2,802	4,945	263,741
2025	288,664	27,632	1,305	1,783	4,076	323,460

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
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
2022	128,369	12,983	6,878	14,694	15,982	178,906
2023	179,109	20,565	9,447	18,662	17,558	245,341
2024	192,609	20,390	10,809	21,066	18,867	263,741
2025	239,221	25,712	11,546	21,847	25,134	323,460

④2025年度月別形態別来館者数 (学生・生徒・児童は学校行事での来館者数)

(単位：人)

月	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	合計
個人	20,271	24,746	18,054	23,992	51,445	30,003	25,202	26,050	11,326	15,301	18,968	23,306	288,664
団体	4,941	2,946	2,222	1,765	1,021	2,171	2,986	3,667	1,119	425	675	3,694	27,632
大学・専門学校	14	217	119	378	20	100	47	84	106	0	212	8	1,305
高校・中学	0	603	247	12	10	172	206	102	155	116	23	137	1,783
小学	29	102	384	183	146	523	528	1,216	736	161	68	0	4,076
合計	25,255	28,614	21,026	26,330	52,642	32,969	28,969	31,119	13,442	16,003	19,946	27,145	323,460

⑤2025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	19,457	21,749	15,924	19,660	35,418	23,360	22,201	23,671	9,921	12,111	15,513	20,236	239,221
シルバー	2,882	2,704	1,945	1,789	2,361	1,970	2,622	3,107	1,023	1,138	1,583	2,588	25,712
中高生	760	1,316	745	1,271	2,362	648	811	680	525	575	547	1,306	11,546
小学生	1,135	1,395	1,286	2,220	5,138	1,813	1,737	2,318	1,265	1,053	1,026	1,461	21,847
乳幼児	1,021	1,450	1,126	1,390	7,363	5,178	1,598	1,343	708	1,126	1,277	1,554	25,134
合計	25,255	28,614	21,026	26,330	52,642	32,969	28,969	31,119	13,442	16,003	19,946	27,145	323,460

取材記録(2025年度)

メインカテゴリ	区分	媒体名	企画展・イベント名・内容	公開日
企画展	ウェブ	株式会社インプレス『Car watch』	クラウン70周年記念展 ～なぜ70年生き続けているのか～ (会期：2025年3月1日(土)～8月3日(日))	2025.4
	ウェブ	時事通信社 YouTube		2025.4.7
	雑誌・ウェブ	パッド株式会社『Harmony』		2025.4.21
	ウェブ	共同通信社 名古屋支社		2025.5.3
	会報誌	トヨタ自動車販売店協会 会報誌		2025.6.6
	雑誌	いのうえ事務所『自動車趣味人』issue 38		2025.6.10
	TV・ウェブ	(株)エムテックゾーン『モーターゾーンTV』		2025.7.22
	ウェブ	ガジェット通信		2025.10.4
	新聞	中日新聞社 なごや東版		2025.11.12
	雑誌	株式会社ムックハウス『ニューモデルマガジンX』1月号		2025.11.26
	新聞	日刊自動車新聞社『車笛』		2025.12.3
	雑誌 ウェブ	株式会社 芸文社『ノスタルジックヒーロー』2月号 ノスタルジックヒーローウェブ		2025.12.29
	新聞	朝日小学生新聞		2026.1.21
イベント	新聞	中日新聞社 なごや東版	乗ってみよう!ドキドキワクワク はたらくクルマ (会期：2025年8月8日(金)～9月28日(日))	2025.8.13
	TV	ひまわりネットワーク『じもサタ。』		2025.8.16
	新聞	読売新聞社		2025.12.9
	ウェブ	共同通信社	Classic Car Meeting～'80-'90年代の日本車～ (開催日：2025年11月29日(土))	2025.11.29
	新聞	読売新聞社		2025.12.9
	雑誌・ウェブ	パッド株式会社『Harmony』		2026.1.9
	ウェブ	株式会社インプレス『Car watch』		—
	新聞	日本経済新聞社	乗ってみよう!はたらくクルマ特別展示 「リリーフカー」 (会期：2026年1月4日(日)～2月1日(日))	2026.1.22
	新聞	日刊自動車新聞社		2026.1
	新聞	中日新聞社 なごや東版		2026.1.15
新聞	読売新聞社	2026.1.29		
クルマの歴史・文化 関連 館長・学芸員 インタビュー など	TV	(韓国) 韓国放送公社(KBS)	韓国経済80年の特番にて、韓国・アメリカ・日本の経済発展を比較として自動車産業の歴史について学芸員が説明	2025.8
	雑誌	株式会社芸文社『ル・ポラン』10月号	2024年開催の『日本のクルマとわたしの100年』についてご紹介	2025.8.26
	雑誌	パッド株式会社『Harmony』	トヨタ博物館の展示内容や館長のインタビューを通じて自動車やクルマ文化の魅力などを紹介	2025.9.10
	ウェブ	株式会社インプレス『Car watch』	「なぜなにレクチャー」の様子や館長インタビューを交え、原体験の重要性とクルマ文化を次世代へつなぐ思いなどを紹介	2025.9.24
	ウェブ	株式会社リクルート『カーセンサー』YouTube	自動車テクノロジーライター松本英雄氏と館長が展示を見ながら歴史や技術の進化について語り合う様子を紹介	2025.10.2
	TV	愛知県内のケーブルTV ひまわりネットワーク『レストランガレージ』	パブリカ デタッチャブルトップのレストアに伴い、パブリカとは日本の自動車史においてどのような車だったかなど概要や派生車種などを担当が解説	2025.11.8
	ウェブ	(ハンガリー)『Laptiming』	ハンガリー発自動車・モータースポーツ専門のYouTubeメディアにて紹介	2026.1.20
	新聞	朝日小学生新聞社	『親子でわかる考え方のキホン』にて博物館での学びについて紹介／学芸員インタビュー	2026.1.21
	書籍	株式会社三栄 モーターファン別冊『歴代 カローラ60周年のすべて』	カローラ60周年に関連する展示車両作成や系譜図作成などへの協力	2026.3
	TV	(韓国) 韓国教育放送公社(EBS)	自然×科学ドキュメンタリー番組で、バックソナーについて学芸員へのインタビュー	2026.3

メインカテゴリ	区分	媒体名	企画展・イベント名・内容	公開日
クルマの歴史・文化関連 館長・学芸員インタビューなど	ウェブ	(アメリカ) 『engineering community』	トヨタのエンジニアリングのレガシーの紹介を目的に学芸員インタビュー・展示紹介	2026.4
	新聞・ウェブ	読売新聞社	カロラ60周年に伴う館長インタビューなど	2026.4.15
	雑誌	豊田市中心図書館 図書館だより『よもよも』5月号	トヨタ博物館「クルマの図書室」のおすすめコーナーなどを司書がご紹介	2026.5
	雑誌	パッド株式会社『Harmony』	『文化施設を訪ねて知るニッポンの底力 探訪!トヨタ<ものづくり編>』をテーマに小沢コージ氏と館長の対談	2026.5.15
	新聞	(アメリカ) 『Automotive News』	トヨタ博物館の展示・活動紹介	未定
トヨタ博物館の紹介	ウェブ	UUUM株式会社 エスポワールTRIBE	夏休みのお出かけ企画にて見学・紹介	2025.8.15
	その他	(株)ナゴヤキャンパス フリーペーパー『よみゃあ』	学生たちが小学生のころに行った懐かしの遠足の場所をめぐる記事で紹介	2025.9
	ウェブ	愛知県内のケーブルTV KATCH 『KATCH アプリ』	愛知県のケーブルテレビアプリ会員向けで紹介	2025.10.7
	ウェブ ラジオ	FM NORTH WAVE 『週刊HAMBURGER BOYS』 『おぼんです!ハンバーガーボーイズ』	中部国際空港セントレア道民割キャンペーンにて中部エリアの訪問先として紹介	2025.12.13 2025.12.27
	ウェブ	服部半蔵忍者隊 オンラインツアー『はっとりっぷ』	長久手市の観光スポットの1つとして紹介	2025.12.26
	TV	東海テレビ 『村上佳菜子の週刊愛ちっち』	ジブリアニメに関連する展示車両などを紹介	2026.1.15
	ウェブ	(スペイン) 『coches.net』	展示車両や動態保存を通じて、自動車の歴史とクルマ文化の魅力を紹介	2026.2.9
	雑誌・ウェブ	株式会社JAFメディアワークス 『JAF Mate』2026年春号 『JAF Mate Online』	『小澤征悦と行く 日本の魅力、再発見』にて紹介	2026.4
	雑誌	株式会社京阪神エルマガジン社 『Meets Regional』5月号	コンテンツ『乗り物好きが目指す1泊2日旅。博物館大園・愛知へ。』にて紹介	2026.4
	雑誌	(チェコ) 個人ジャーナリスト	トヨタ博物館の展示全般の紹介	2026
	ウェブ	(ドイツ) フリーランスの自動車ライター	トヨタ博物館の紹介	未定

※館外イベント出展での取材、社内広報メディア取材などは掲載していません

Ⅶ：資料編 4

車両貸出実績(2025年度)

貸出期間		貸出先	車両名()は年式	貸出目的
貸出	返却			
2025.6.12	2025.12.9	日本自動車博物館	トヨタ 2000GT MF10型 (左ハンドル)(1967)	「トヨタの街」での展示に使用
2025.7.8	2025.9.11	山梨県立博物館	トヨタ 2000GT MF10型(後期型)(1969) トヨペット クラウン RS21型(1960)	「みんなのクルマ展」にて展示
2025.7.14	2025.10.8	水戸芸術館	トヨタ ランドクルーザー HJ61型(1987)	「日比野克彦展」にて展示
2025.8.22	2025.8.25	岐阜トヨペット Lexus長良	Lexus LS400 UCF10L型(1990) Lexus RX300(2000) Lexus LFA(プロトタイプ)(2009)	「Lexus長良20周年記念パーティー」にて展示
2025.10.6	2025.10.22	群馬トヨタ Lexus太田	Lexus LS400 UCF10L型(1990) Lexus RX300(2000)	「Lexus20周年記念行事」に 展示
2025.10.27	2025.11.11	日本自動車工業会	フォード マスタング(1967) フォルクスワーゲン タイプ1(輸出仕様)(1951) デロリアン DMC12(1982)	「ジャパンモビリティショー 2025」にて展示
2026.1.29	2026.9.14	豊田市博物館	トヨペット クラウン RS型 (1955)	豊田市博物館 展示

社外イベント出展(2025年度)

搬出日	搬入日	出展先	車両名	使用状況
2025.4.17	2025.4.19	首都高KK線走行イベント	トヨタ プリウス NHW10型 (1998) トヨタ マークII ハードトップ GX71型 (1986)	首都高KK線での走行イベント
2025.9.26	2025.9.29	西尾クラシックカーフェスティバル	トヨタ 2000GT ロードスター (1967) トヨペット マスター RR型 (1955)	西尾CCFに展示
2025.10.11	2025.10.14	コッパチェントロジャポーネ	トヨタ AC型乗用車 (1947) トヨペット SA型乗用車 (1951) トヨペット クラウン RS型 (1955) トヨタ 2000GT MF10型 (1969) トヨタ セリカ リフトバック 2000GT RA25型 (1973) トヨタ セルシオ UCF11型 (1991) トヨタ プリウス NHW10型 (1998) Lexus LFA (プロトタイプ) (2010) トヨタ セリカ WRC ST185型 (1993)	名古屋市中区錦(栄)会場に展示
2026.2.20	2026.2.23	ノスタルジック2Days	トヨタ サイノス コンバーチブル (1995) トヨタ セリカ GT-FOUR ST185型 (1993) トヨタ カローラ KE10型 (1966)	パシフィコ横浜で展示

寄贈車両実績(2025年度)

寄贈日	寄贈者	年式	車両名	住所
2025.9	水野 道子 様	1973	シュコダ 110R	愛知県
2025.9	若松 秀作 様	1993	トヨタ マークII JZX90型	神奈川県
2025.11	松浦 正卓 様	1980	ホンダ アコード SM型	東京都
2026.2	齋藤 智一 様	1965	TVR グリフィス	愛知県
2026.2	島崎 琢也 様	1990	ニッサン マーチ スーパー ターボ	千葉県
2026.2	桑田 一 様	1971	アルファロメオ 1300 ジュニア ザガート	神奈川県



写真1 シュコダ110R



写真2 トヨタ マークII JZX90型



写真3 TVRグリフィス

オーナーズミーティング(2025年度)

No.	開催日	ミーティング名	参加者(人)	参加車両(台)
1	2025.4.5(土)	East. West meeting 2025	25	19
2	2025.4.6(日)	第5回 GRヤリス同好会オフ会	130	120
3	2025.5.11(日)	第5回トヨタ博物館スープラミーティング	40	30
4	2025.5.17(土)	セルシオ&LS ミーティング	34	28
5	2025.5.18(日)	「しゅんしゅんがれーじ」中部エリアオフ会	18	11
6	2025.5.24(土)	team伊勢志摩朝熊山頂幸せのポスト	11	11
7	2025.5.31(土)	トヨタ自動車 三層会 本社支部	63	41
8	2025.6.1(日)	岐阜鶏ちゃんMTG2025	26	16
9	2025.6.15(日)	トヨタスポーツ800オーナーズ協議会	不明	65
10	2025.6.29(日)	LC105オーナーズジャパン	18	12
11	2025.7.19(土)	日産ステージアオーナーズ	11	8
12	2025.7.26(土)	Vintage Club by KINTO ファンミーティング	50	10
13	2025.8.3(日)	シエンタCafe inトヨタ博物館	42	27
14	2025.9.27(土)	第29回 NEXUS MEETS様	110	102
15	2025.9.28(日)	アルファロメオオーナーズミーティング名古屋 TAM ミーティング	13	11
16	2025.10.5(日)	16代目クラウンシリーズオーナーズミーティング	49	43
17	2025.10.11(土)	SERA 35th Anniversary SGF第30回全国大会	99	78
18	2025.10.18(土)	T.M.C.J全国OFF2025	32	28
19	2025.10.19(日)	全国オフ会	35	27
20	2025.11.1(土)	GR Garage 光明池 2025ツーリングイベント	43	25
21	2025.11.9(日)	2025 CG CLUB 長久手 TTD	56	51
22	2025.11.15(土)	COROLLA FESTIVAL AICHI	138	108
23	2025.11.22(土)	アルファロメオツーリングチーム ニョロユルユルと愉快的な仲間たち	17	16
24	2025.11.24(月)	ハイコウシャトモノカイ Vol.1	58	42
25	2025.11.30(日)	DOC EXPO 2025	34	22
26	2025.12.6(土)	124の日	40	30
27	2025.12.7(日)	AE86 オーナーズミーティング	160	120
28	2025.12.14(日)	2025年 定期総会	13	8
29	2026.1.10(土)	AE111 DRIVERS CLUB MEETING inトヨ博2026	15	14
30	2026.1.18(日)	アルファロメオ オーナーズクラブ 名古屋 新春ミーティング	30	25
31	2026.3.15(日)	トヨタ オリジンオーナーズミーティング	43	15
32	2026.3.28(土)	THE CROWN OWNERS MEETING 2026	126	97
33	2026.3.29(日)	第10回 東海・中部マイナーカー・オーナーズミーティング	30	20

エントランス展示車両(2025年度)

クルマ館		
テーマ	期 間	車両名 ()は年式
クラウン70周年記念展連動展示	2025.2.28~6.1	トヨペット クラウン RSD (1956) 1957年 豪州ラリー仕様レプリカ
		トヨペットマスター RR (1955)
ニウルブルクリンク 24Hレース 復帰記念展示	2025.6.3~6.15	トヨタ GRスープラ A90 ニウルブルクリンク参戦車 (2019)
		トヨタ スープラ A80 訓練車
クラウン70周年記念展連動展示	2025.6.17~8.3	トヨペット マスターライン ライトバン RR17 (1956)
		トヨタ クラウンカスタム RS62 (1971)
夏休みスポーツカー展示	2025.8.5~9.7	トヨタ7ターボ (1970)
Rally the Globe/'80-'90年代展 連動展示/ラリージャパン2025 開催連動展示	2025.9.9~11.27	トヨタ セリカ ツインカムターボ WRC TA64 サファリラリー優勝車 (1985)
		トヨタ セリカ WRC ST165 サファリラリー優勝車 (1990)
ラリージャパン2025開催連動展示	2025.11.29~12.21	KTMS GRヤリス Rally2 (2025) WRC参戦車両
新年迎春干支(午年)関連展示	2025.12.23~ 2026.1.25	フォード マスタング (1967)
		ポルシェ 928 S4 (1987)
堺市ヒストリックカーコレクション特別展示	2026.1.27~3.29	BMW 328 ロードスター (1938)
		BMW 507 ロードスター (1958)
新規整備終了車両展示	2026.3.31~	[フェラーリ] ディーノ 246GTS (1973)
新規寄贈車両展示		ロータス ヨーロッパ S2 (1971)

文化館		
テーマ	期 間	車両名 ()は年式
クラウン70周年記念展連動展示 (文化館ホール)	2025.2.26~ 2026.8.3	トヨタ クラウン GRS200 (2012) 13代目
		トヨタ クラウン AWS210 (2013) 14代目
		トヨタ クラウン ARS220 (2018) 15代目
		トヨタ クラウン AZSH37W (2023) 16代目スポーツ
		トヨタ クラウン KZSM30 (2023) 16代目セダン
トヨタ クラウン AZSH39W (2025) 16代目エステート		
ローマ教皇選挙会議 (コンクラヴェ)連動展示	2025.5.8~6.1	パパモビル [トヨタ MIRAI] (2014)
夏休みイベント車両展示	2025.8.5~9.28	ダイハツ ハイゼット軽ポンプ車 (2001)
		トヨタ JAPANタクシー (2017)
ラリージャパン2025開催連動展示	2025.10.28~ 12.14	トヨタ 初代セリカ ラリーカー RA21 Gr.4 (1976)
		トヨタ セリカ ラリーカー TA40 Gr.2 (1979) 2代目前期型
		トヨタ セリカ ラリーカー RA45 Gr.4 (1979) 2代目後期型
		トヨタ セリカ ラリーカー RA63 Gr.4 (1982) 3代目
JDM企画展連動&新規寄贈車両展示	2025.12.16~ 2026.3.29	トヨタ セリカ(北米輸出仕様) RA20改 (1971)
乗ってみよう「はたらくクルマ」 特別展示 リリーフカー展示	2026.1.4~2.1	東京2020オリパラ リリーフカー
		後楽園 リリーフカー
		甲子園 阪神タイガース リリーフカー
新規寄贈車両	2026.2.3~3.29	トヨタ マークII JZX90 (1993)
	2026.3.31~	スバル アルシオーネ AX9 (1988)

教育普及(2025年度)

1 学校団体 132校 7,502人

- 来館者総数のうち、学校団体は約2%を占める。
- 学校団体のうち、小学校団体が約46%を占めている。
- 学校団体向けには、車両説明および車両走行を組み合わせた特別プログラムを事前予約制で実施しており、学校団体全体の約19%が同プログラムを利用している。
- 小学校団体には見学用ワークブックを無料で配布している。

①小学校

団体数 **61**校、受入人数 **4,322**人

うち、車両説明と走行(雨天中止に伴う解説映像含む) 団体数 **19**校、受入人数 **1,432**人
長久手市内の小学5年生については招待制としバスを無料提供。対象6校のうち4校が来館。

②中学校・高等学校

団体数 **47**校、受入人数 **2,014**人

うち、車両説明と走行(雨天中止に伴う解説映像含む) 団体数 **3**校、受入人数 **127**人
※うち1校は盲学校で、触察対応による特別プログラムを実施

③専門学校・大学

団体数 **24**校、受入人数 **1,166**人

うち、車両説明と走行(雨天中止に伴う解説映像含む) 団体数 **3**校、受入人数 **243**人

2 職場体験 3校 7人

- 博物館の多様な業務を2日間で体験できるプログラムを、株式会社トヨタエンタプライズ様と共同で実施している。

中学校数 **3**校、受入人数 **7**人

期間：2日間、9:00-15:00、内容：接客・施設・図書・学芸業務

3 学芸員実習

①館内実習

- 10月7日から15日までの期間(うち3日間休み)に実施 詳細はP71～72に記載

大学数 **5**校、受入人数 **5**人

期間：6日間、9:30-17:30、内容：管理・展示・資料取り扱い・保存修復・教育普及・イベント業務

②出講実習

- 企業系博物館に関する講義を実施

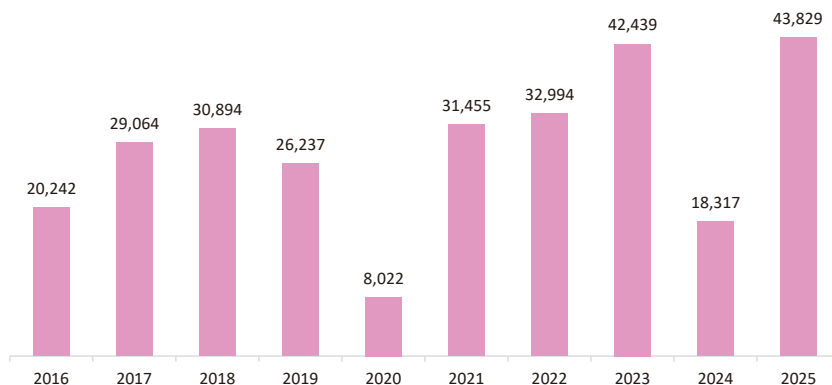
大学数 **1**校、受入人数 **15**人

期間：1日、13:20-16:30、内容：博物館実習(大学内での実務実習)

図書室活動実績(2025年度)

1 概況

図書室入室者数



2 取り組み実績

■企画展示：テーマに合わせた図書展示を行い、クルマやその周辺に関する知識や興味を提供している。

- ①季節のイベントに合わせて、クルマに興味を持ってもらうための展示
(大阪万博、ニュルブルクリンク、東京オートサロンなど)
- ②企画展に合わせて、その展示をより深掘りしてもらうための展示
(クラウン70周年展、What's JDM展など)
- ③次世代育成に向けた展示(学芸員実習、未来のクルマ屋へなど)

実施期間	内容	展示書籍
2025.3.1～5.6	企画展「クラウン70周年」に連動し、関連図書などを展示	<ul style="list-style-type: none"> ・図書「トヨタ クラウン」2014年/小田部家正 著/他、10点 ・雑誌「トヨタ技術」「ニューモデル速報」/他、12点 ・ニュースリリース
2025.4.24～10.13	大阪万博開催を記念し、大阪万博ガイドブックや、空飛ぶクルマや未来の乗り物、万博の歴史に関する書籍を展示	<ul style="list-style-type: none"> ・図書「関西万博公式ガイドブック」2025年/JTB/パブリッシング/他、12点
2025.6.3～7.21	ニュルブルクリンク開催を記念し、関連資料を展示	<ul style="list-style-type: none"> ・図書「KINGS OF THE NURBERGRING DER NURBURG-RING:A HISTORY 1925-1983」2005年/TRANSPORT BOOKMAN PUBLICATIONS/他、13点 ・雑誌「週刊MOTORCAR 世界自動車大百科」「GENROQ」/他、12点
2025.7.21～9.30	豊田中央図書館とトヨタ自動車の主任職によるインフォーマル団体と共催し、「未来のクルマ屋へ 一夢が動き出す本たち」をテーマに、トヨタ社員が選書した図書を展示	<ul style="list-style-type: none"> ・図書「クルマはかくして作られる」2001年/福野 礼一郎 著/他、27点
2025.10.16～12.25	学芸員実習(10/7～15)の研修として、実習生による「色とクルマ」をテーマにした展示コーナーを企画。色別でインスピレーションするクルマのカタログや図書を展示	<ul style="list-style-type: none"> ・図書「ボルシェ:サラブレッドの伝説」2005年/川上完・塚原久 監修/他、10点 ・カタログ「TOYOTA2000GT」1969年/トヨタ自動車/他、18点 ・AV資料「頭文字D THE MOVIE」2006年/他、3点
2025.10.1～4.5	企画展「What's JDM?」に連動し、展示車&展示壁面にプリントされているカタログ、1980～90年代の自動車雑誌、書籍、カルチャー、ファッション誌などを展示	<ul style="list-style-type: none"> ・図書「なつかしの名車図鑑1980-1999」2013年/学研パブリッシング/他、5点 ・カタログ「CIVIC TYPE R」「GTR」/他、59点 ・雑誌「月刊自家用車」1988年2月号、「平凡」1985年9月号/他、44点
2025.10.1～	企画展「What's JDM」の開催に合わせて、図書室入口のガラスケースに80～90年代の雑誌、ミニカーを展示	<ul style="list-style-type: none"> ・雑誌「POPEYE」1982年6月号/他、5点

実施期間	内容	展示書籍
2025.10.1～	企画展「What's JDM」の開催に合わせて、カタログコーナーに頭文字D登場人物の車両カタログをディスプレイ	• カタログ「SUPRINTER TRUENO」1983年/トヨタ/他、22点
2026.1.4～3.6	東京オートサロン開催を記念して、カスタムカーやリパティワークなどの関連資料をゲート棚にて展示	• 図書「リパティワークのすべて」2023年/サンエイムック/他、18点 • 雑誌「OPTION」2024年3月号/他、4点
2026.1.30～	“つながる空間”コーナーに、「世界の自動車ミュージアム」をテーマに、アメリカやヨーロッパの自動車博物館のガイドブックなどを展示	• 図書「LOUWMAN MUSEUM」2018/「MAUTO」2022年他、18点
2026.3.1～5.6	映画「ゴールデンカムイ」公開に合わせ、関連資料を展示	• 図書「日本自動車史 写真・史料集」2012年/佐々木烈 著/他、9点



写真1
大阪万博関連資料展示



写真2
ニュルブルクリンク関連資料展示



写真3
豊田市中央図書館と
社内インフォーマル団体とのコラボ展示



写真4
学芸員実習生による研修展示



写真5
図書室入口のガラスケース展示

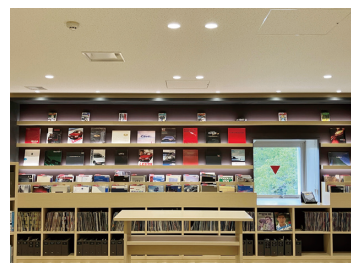


写真6
頭文字D関連カタログ展示



写真7
東京オートサロン関連展示

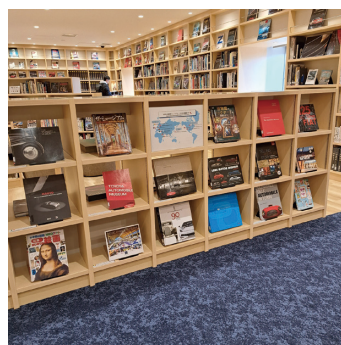


写真8
世界の自動車ミュージアム展示

■イベント：交流を目的とした、本とクルマがテーマのイベントを企画・開催している

実施期間/日	テ ー マ	
2025.4.5	<p>青空クルマ図書室 ～晴れた日は外で読書はいかが～</p> <ul style="list-style-type: none"> ・昨年春に引き続き開催、長久手市ボランティアグループ・吾亦紅(われもこう)による読み聞かせを継続実施。 ・芝生広場の桜は満開で景観もよく、読書日和の天候のため、参加者は椅子に座ったり、ブルーシートでくつろいだりしながら、読書を楽しんだ。 	
2025.7.21～9.30	<p>共催企画「トヨタで働く人が選ぶ!『未来のクルマ屋へー夢が動き出す本たち』」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・豊田中央図書館とトヨタ自動車の主任職によるインフォーマル団体(以下、社内インフォーマル団体)とのコラボ企画として実施 ・社内インフォーマル団体のメンバーが選書した本に手書きのキャプションを付け、豊田中央図書館およびトヨタ博物館クルマの図書室で展示した 	
2025.8.18～8.24	<p>絵本カバーでエコ袋づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・絵本カバーのリサイクルおよび図書室への来室促進を目的に実施 	
2025.10.26	<p>のりもの絵本のおはなし会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・10月27日の「読書の日」に合わせて、のりもの・えほん・としよしつで開催 ・読み聞かせは青空クルマ図書室で協力いただいた、長久手市ボランティアグループ・吾亦紅(われもこう)に依頼 	
2025.12.13	<p>自動車カタログ語り隊 第4弾</p> <ul style="list-style-type: none"> ・同時期に開催中の企画展What's JDM展に連動し、「雑誌とカタログで巡る'80～'90年代の日本車」をテーマに開催 ・若年層の参加を促すため、豊田工科高等学校に協力いただき、高校生3名にも参加いただいた 	
2026.1.31	<p>自動車カタログ語り隊 社内有志編#2</p> <ul style="list-style-type: none"> ・社内インフォーマル団体の有志15名によるカタログ選書会 ・「印象に残るキャッチフレーズ」をテーマに、クルマ文化資料室に展示するカタログを選書 	

車両整備実績(2025年度)

当館では先人の知恵や工夫を伝えるための車両は動態保存を骨子としており、維持のため日々収蔵車の整備をおこなっている。

月	車両名	整備内容
4月 (12台)	トヨタ 2000GT ロードスター (1967)	走行披露前整備と走行確認
	トヨタ カローラレビン TE37型 (1975)	寄贈後の整備後レストアへ
	トヨタ カローラレビン TE27型 (1972)	定期整備と走行確認
	トヨタ マークII ハードトップ GX71型 (1986)	走行イベント出展のため整備と走行確認
	Lexus LFA スパイダー (2012)	走行イベント出展のため整備と走行確認
	パブリカ コンバーチブル UP10S型 (1965)	キャブレタ、ブレーキ交換
	トヨペット クラウン RS21型 (1960)	燃料ポンプ・ダイヤフラム作成・走行確認
	トヨタ AB型 フェートン (1938)	走行イベント出展のため整備と走行確認
	三菱 コルト ギャラン GTO A53C型 (1971)	定期整備と走行確認
	ベンツ パテント モトルヴァーゲン(レプリカ) (1886)	常設展示前整備と清掃
	トヨタ カローラ TE20型 (1970)	定期整備と走行確認
	ディーノ 246GTS (1973)	バンパーゴム取替と整備清掃
5月 (9台)	ニッサン シルビア CSP311型 (1966)	定期整備と走行確認
	ホンダ インサイト (2004)	定期整備と走行確認
	トヨタ カローラ AE70型 (カローラ単独1000万台記念号車) (1983)	定期整備
	いすゞ ベレット 1600GT PR90型 (1966)	燃料漏れ、ブレーキフルード漏れ修理
	プジョー ベベ (1913)	定期整備と走行確認
	トヨタ AA型乗用車(レプリカ) (灰桜) (1936)	定期整備と走行確認
	トヨタ ハイラックス サーフ YN61型 (1987)	定期整備と走行確認
	ベントレー 4 1/2 L (1930)	エンジン内清掃と定期整備、走行確認
	いすゞ 117クーペ PA90型 (1970)	定期整備と走行確認、常設展示へ
6月 (6台)	トラバント 601 ユニバーサル (1965)	定期整備とステアリング交換
	フライング フェザー (1955)	定期整備と燃料パイプ詰まり除去
	トヨタ JPN TAXI NTP10型 (2017)	定期整備、企画展展示
	LTI TX1 (ロンドン タクシー) (2001)	定期整備、企画展展示用にドア外し
	マツダ ファミリア SSA型 (1966)	定期整備と走行確認
	フォード モデルT デボ ハック (1914)	走行披露前整備するも暑さでガンソリン供給不能
7月 (9台)	フィアット500 (トッポリーノ) (1936)	定期整備するも暑さで燃料供給されず走行不能
	トヨペット クラウン RS型 (1955)	走行披露前整備と走行確認
	トヨペット クラウン RSD型(オーストラリア(豪州)ラリー仕様) (1956)	走行披露前整備と走行確認
	トヨペット マスター RR型 (1955)	走行披露前整備と走行確認
	トヨタ ハイラックス サーフ TRN215型(ハイウェイ パトロール カー) (2007)	定期整備と企画展展示用準備
	トヨタ ランドクルーザー FJ60V型 消防車 (1981)	定期整備と企画展展示用準備
	ジープニー (1991)	定期整備と企画展展示用準備
	トヨタ救急車 ハイメディック (1997)	定期整備と企画展展示用準備
	ダイハツ ハイゼット 消防車(軽ポンプ車) (2001)	定期整備と企画展展示用準備
8月 (6台)	フォルクスワーゲン 38 プロトタイプ(レプリカ) (1938)	定期整備にて燃料ホース交換、走行確認
	シトロエン アミ8 (1970)	定期整備にて燃料ポンプ作動不良、キャブ清掃
	SS90 (1935)	定期整備と走行確認
	いすゞ ピアツァ E-JR130型 (1982)	定期整備と走行確認
	トヨタ セリカ クーペ TA61型 (1982)	定期整備と走行確認
	トヨタ セリカ ST182型 (1990)	燃料ポンプ交換、レストアへ
9月 (11台)	トヨペット マスターライン ライトバン RR17型(1956)	ブレーキ、クラッチ、オーバーホール
	ダイハツ ミゼット MP5型 (1963)	ブレーキフルード漏れ、修理完了
	トヨタ セリカ GT-FOUR ST185型(1993)	オーバーホールにて走行可能状態復帰
	カイザー フレーザー ヘンリー J (1951)	定期整備、キャブオーバーホール、走行確認
	スズキ カプチーノ EA11R型 (1995)	定期整備、走行確認後企画展準備

月	車両名	整備内容
9月 (11台)	ホンダ ビート PP1型 (1991)	定期整備、走行確認後企画展示準備
	トヨタ ソアラ エアロキャビン MZ20型 (1989)	定期整備とエアロトップ修理、走行確認
	プリンス グロリア スーパー6 41型 (1964)	エンジン異音、ブレーキホース破損すべて改修、走行確認
	トヨタ AC型乗用車 (1947)	企画イベント出展前整備と走行確認
	トヨタ スプリンター トレノ AE86型 (1986)	企画イベント出展前整備、走行確認
	ニッサン スカイライン GT-R BNR32型 (1989)	企画イベント出展前整備、走行確認
10月 (13台)	トヨペット SA型乗用車 (1951)	定期整備、走行確認後企画展示準備
	トヨペット クラウン RS型 (1955)	走行披露用整備実施、企画イベント出展
	トヨタ 2000GT MF10型(後期型) (1969)	走行披露用整備実施、企画イベント出展
	トヨタ セリカ リフトバック 2000GT RA25型 (1973)	走行披露用整備実施、企画イベント出展
	トヨタ プリウス NHW10型 (1998)	走行披露用整備実施、企画イベント出展
	Lexus LFA(プロトタイプ) (2010)	走行披露用整備実施、企画イベント出展
	トヨタ セルシオ UCF11型 (1991)	企画イベント出展前整備、走行確認
	トヨタ AA型乗用車(レプリカ) (1936)	企画イベント出展前整備、走行確認
	トヨタ センチュリー VG20型 (1967)	企画イベント出展前整備、走行確認
	トヨタ エスティマ TCR21W型 (1993)	企画イベント出展前整備、走行確認
	フォルクスワーゲン タイプ1(輸出仕様) (1951)	企画イベント出展前整備、デフオイル漏れ修理、走行確認
	デロリアン DMC12 (1981)	企画イベント出展前整備、走行確認
	フォード マスタング (1967)	企画イベント出展前整備、走行確認
11月 (11台)	ボルシェ928 S4 (1987)	燃料ポンプ交換、整備後、走行確認実施、展示前整備
	シボレー ノヴァ (1984)	燃料ポンプ詰まり、修理後走行確認
	トヨタ セリカ GT-Four ST205型 (1994)	走行披露前整備実施、走行確認
	トヨタ ライトパス RK170B型 (1963)	走行披露前整備実施、走行確認
	トヨタ ボンネットバス (1963)	走行披露前整備実施、走行確認
	フォード モデルT デボ ハック (1914)	走行披露前整備実施、走行確認
	カローラレビン AE86型 (1983)	走行披露前整備実施、走行確認
	三菱 ランサーEX 1800GTターボ A175A型 (1982)	走行披露前整備実施、走行確認
	トヨタ MR2 AW11型 (1984)	走行披露前整備実施、走行確認
	トヨタ マークII ハードトップ GX81型 (1990)	燃料ポンプ破損、サブタンクにて走行確認
	トヨタ マークII JZX90型 (1993)	定期整備、走行確認後企画展示準備
12月 (7台)	トヨタ コロナマークII ハードトップ MX41型 (1979)	定期整備と走行確認
	トヨタ セリカ RA20型改(米国輸出仕様) (1971)	寄贈後の整備後、走行確認、展示前整備
	トヨタ マークII ハードトップ GX81型 (1990)	燃料ポンプ破損、サブタンクにて走行確認
	トヨタ スターレット Turbo S EP71型 (1989)	定期整備と走行確認
	トヨタ MR2 SW20型 (1999)	定期整備と走行確認
	デューセンバーグ モデル J (1929)	定期整備と走行確認
	パナール エルヴァッソール 6HP ワゴネット (1898)	人材育成・教育材料としてメンバー全員で整備実施
1月 (6台)	ホンダ アコード SM型 (1980)	寄贈後の整備後、走行確認、展示前整備
	シュコダ 110R (1973)	寄贈後の整備後、走行確認、展示前整備
	トヨタ セリカ ST162型 (1986)	パワステポンプオイル漏れ、ブーツ交換修理実施、走行確認
	トヨタ サイノス コンバーチブル EL54C型 (1995)	走行披露前整備実施、走行確認、イベント出展
	フォード モデルT センタードア セダン (1915)	年間を通じて走行披露使用のため、完全オーバーホール実施
	トヨペット コロナ RT40型 (1964)	常設展示車、定期整備
2月 (6台)	いすゞ ピアッツァ E-JR130型 (1982)	走行披露前整備・走行確認
	トヨタ スープラ MA70型 (1988)	走行披露前整備・走行確認
	トヨタ MR2 SW20型 (1999)	走行披露前整備・走行確認
	ロータス エラン (1972)	走行撮影前整備・走行確認
	オースチン ヒーレー スプライト (1958)	走行撮影前整備・走行確認
	パッカーード ツインシックス モデル 3-35 (1920)	常設展示前整備・走行確認

月	車両名	整備内容
3月 (14台)	木炭乗用車 [ビュイック1937年型改造] (1937)	人材育成・教育材料としてメンバー全員で整備実施
	ポルシェ928 S4 (1987)	燃料ポンプ破損のためサブタンク化へ改造実施・走行確認
	トヨタ 2000GT MF10型(後期型) (1969)	イベント出展前整備・走行確認
	フォード モデルT センタードア セダン (1915)	本年の学校受入時の走行披露前のオーバーホール・走行確認
	トヨタ プリウス NHW10型 (ライトアクアメタリックオパール) (1998)	バッテリー交換し今後も動態保存していくための改修実施
	トヨタ プリウス NHW10型 (ライトパープルメタリック) (1998)	バッテリー交換し今後も動態保存していくための改修実施
	パブリカ スポーツ(レプリカ) (1962)	イベント出展前整備・走行確認
	シボレー コルベット スティンブレイ (1963)	各足回り部品やブッシュ類劣化により交換、大幅改修実施
	フォード サンダーバード コンバーチブル (1962)	常設展示前整備
	トヨタ セリカ GT-FOUR ST185型 (1993)	走行披露前整備・走行確認
	トヨタ セリカ RA20型改(米国輸出仕様) (1971)	走行披露前整備・走行確認
	トヨタ セリカ ST182型 (1990)	走行披露前整備・走行確認
	トヨタ AXV-II (1987)	イベント出展前整備・走行確認
	ベンツ パテント モートルヴァーゲン (1886)	イベント出展前整備・走行確認

(年間整備台数:110台)

車両整備風景



活動年表(2025年度)

4月	5日	図書室イベント「青空クルマ図書室～晴れた日は外で読書はいかが～」を開催
	7日	受付端末の老朽更新、1台追加
		クルマ館3階の展示見直し(第1弾)
	8日	クルマ文化資料室 錦絵 展示替え「明治時代に繁栄した鉄道馬車」
	11日	「オートモビルカウンシル2025」出展(4/11～13)
	18日	東京高速道路(KK線)リボンセレモニーに出展
	20日	「第35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
5月	26日	愛知県内35の美術館・博物館等に平日限定入館できる「あいち・なごや周遊観光パスポート」発売開始(5/26～'26/3/13)
	27日	クルマ文化資料室 錦絵 展示替え「横浜開港」
梶山女学園大学 博物館実習(学内実務実習)講師派遣		
6月	3日	クルマ館2階にロコモビル スチームカーを展示
	9日	クルマ館3階の展示見直し(第2弾)
7月	1日	トヨタ博物館活動報告書「年報2024」を発刊し、HPIに掲載
		企画展「クラウン70周年記念展～なぜ70年生き続けているのか～」企画担当者によるガイドツアー実施(7/1～29の火・水、7/5、7/6)
	15日	クルマ文化資料室 錦絵 展示替え「走る、人力車」
		クルマ文化資料室 欧米ポスター展示替え「タイヤメーカーのポスター」
		ナッシュ メトロポリタン コンバーチブルを乗車可能車両として文化館1階に展示
		音声ガイドを「展示ガイド for スマートフォン」としてリニューアル
	19日	小学生無料入館 開始(7/19～8/31)
	21日	図書室共催企画「トヨタで働く人が選ぶ!『未来のクルマ屋へー夢が動き出す本たち』」を開催(7/21～9/30)
27日	トはくらぶ「初代クラウン同乗試乗・走行会」を開催	
30日	「夏休み 学芸スタッフツアー」を開催(7/30～8/29)	
8月	1日	リアル謎解きイベント「来間家の秘密」開始(8/1～10/31)
	8日	体験イベント「乗ってみよう!ドキドキワクワク はたらくクルマ」を開催(8/8～9/28)
	18日	図書室イベント「絵本カバーでエコ袋づくり」(8/18～24)
	19日	クルマ館3階2000GT前のガレージ風休憩コーナーをリニューアルオープン
	21日	職場体験 中学校1校2名の学生を受け入れ(8/21、22)
23日	夏休み企画「科学のびっくり箱!なぜなにレクチャー 空力ボディ～空気抵抗と形状の関係を学ぼう! (リニモツアーズ主催)」を開催	
9月	2日	クルマ文化資料室 錦絵 展示替え「不思議な鉄道」
	9日	クルマ文化資料室 日本のポスター展示替え「モーターショー」
	27日	「クラシックカーフェスティバル2025 in NISHIO」に出展(9/27、28)
10月	3日	企画展「What's JDM?—世界が熱中する'80-'90年代の日本車—」を開催(10/3～'26/4/5)
	7日	学芸員実習生 大学5校・5名を受入(10/7～15の計6日間、10～12休み)
		長久手市ふるさと納税返礼品に、「トはくらぶ年間パスポート(個人・ファミリー券)」追加
	8日	<KINTO Vintage>特選旧車レンタカー「博物館キャラバン」初開催(10/8～12/19)
	12日	「 Coppia・チェントロ・ジャッポーネ2025」に出展(10/12～13)



青空クルマ図書室



クルマ館3階展示見直し



ナッシュ メトロポリタン コンバーチブル 文化館1階に展示



初代クラウン同乗試乗・走行会



夏休み 学芸スタッフツアー



体験イベント「乗ってみよう!ドキドキワクワク はたらくクルマ」

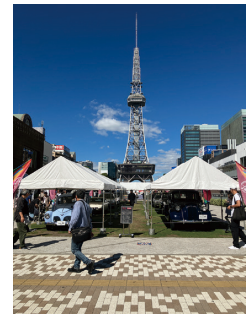


科学のびっくり箱!なぜなにレクチャー



<KINTO Vintage>特選旧車レンタカー「博物館キャラバン」

10月	21日	クルマ文化資料室 錦絵 展示替え「和洋折衷、新しい風景」 「ながくてアートフェスティバル2025」連携展示を開催(10/21~11/3)
	26日	クルマの図書室「のりもの絵本のおはなし会」開催
11月	1日	トはくらぶ会員様向けイベント「11月1日 裏ツアー」開催
	16日	走行披露見学会「バス・乗合自動車」開催
	20日	フードドライブ活動の実施(災害備蓄品をNPO法人セカンドハーベスト名古屋へ寄付)
	21日	あいちウィークイベント「クルマに関わるモノづくり・お仕事体験」開催 (①タイヤ交換、②ミニカーづくり、③自動運転プログラミング)(11/21、22) 愛知県に賛同し、「あいちウィーク」期間を小学生無料(11/21~27)
	23日	走行披露見学会「JDM展 人気投票で選ばれた車種」(1980~90年代の日本車)開催
	27日	職場体験 中学校1校2名の学生を受入(11/27、28)
12月	9日	クルマ文化資料室 錦絵 展示替え「富士山を背景にー錦絵で見る乗り物の世界ー」
	13日	クルマの図書室「自動車カタログ語り隊 第4弾」開催
	22日	自動券売機更新
	23日	クルマ館エントランスに、2026年の干支「馬」にちなんだ車両「フォード マスタング」「ポルシェ 928 S4」を展示(12/23~26/1/25)
	24日	小学生無料入館 開始(12/24~26/1/6)
1月	4日	文化館エントランス展示「乗ってみよう!はたらくクルマ特別展示「リリーフカー」」(1/4~2/1) クルマ文化資料室 欧米ポスター展示替え「今年は、馬」
	10日	「ミュージアム 干支コレクション アワード2026馬」にルネ・ラリックのガラス製カーマスコット「五頭の馬」で初エントリー (全国の美術館・博物館からのエントリー総数117点のうち、当館は8位)
	14日	<KINTO Vintage>特選旧車レンタカー「博物館キャラバン」ご好評につき追加決定(1/14~26/4/3) 企画展「What's JDM?ー世界が熱中する'80-'90年代の日本車ー」一部展示車両入れ替え
	15日	職場体験 中学校1校・3名の学生を受入(1/15、16)
	17日	“リリーフカー”と“APMネコバス”をつくったデザイナー永津直樹氏の講演会を開催
	31日	翔の会(社内インフォーマル団体)特別ガイドツアー開催 クルマの図書室「自動車カタログ語り隊 社内有志編」開催
	2月	3日
11日		尾三消防本部主催「避難体験ツアー」を閉館時間後に実施、一般参加者86名
13日		専門図書館協議会「クルマの図書室」見学会開催
15日		走行披露見学会「1980-90年代の日本車 第2弾」開催
21日		「Nostalgic 2days 2026」に初出展(2/21、22)
3月	4日	フードドライブ活動の実施(災害備蓄品をNPO法人セカンドハーベスト名古屋へ寄付)
	22日	走行披露見学会「1990年代のラリー車」開催
	24日	クルマ文化資料室 錦絵 展示替え「馬車…ではなくて馬に注目!」
	25日	小学生無料期間 開始(3/25~4/5)
	31日	クルマ文化資料室 欧米ポスター展示替え「クルマがくれた自由」



コッパ・チェントロ・ジャッポーネ2025



錦絵展示「富士山を背景にー錦絵で見る乗り物の世界ー」



「馬」にちなんだ車両「フォード マスタング」「ポルシェ 928 S4」展示



「ミュージアム干支コレクションアワード」にエントリーした「五頭の馬」



尾三消防本部主催「避難体験ツアー」



Nostalgic 2days 2026



欧米ポスター展「クルマがくれた自由」



FUJI MOTORSPORTS MUSEUM

はじめに：館長からのご挨拶

モータースポーツ文化の発展に貢献する ミュージアムを目指して

富士モータースポーツミュージアム 館長 布垣 直昭

おかげさまで当館は、2025年10月に開館3周年を迎えることができました。国内外から多くのお客様をお迎えし、モータースポーツ文化を次世代へつなぐ拠点として、着実に歩みを進めております。

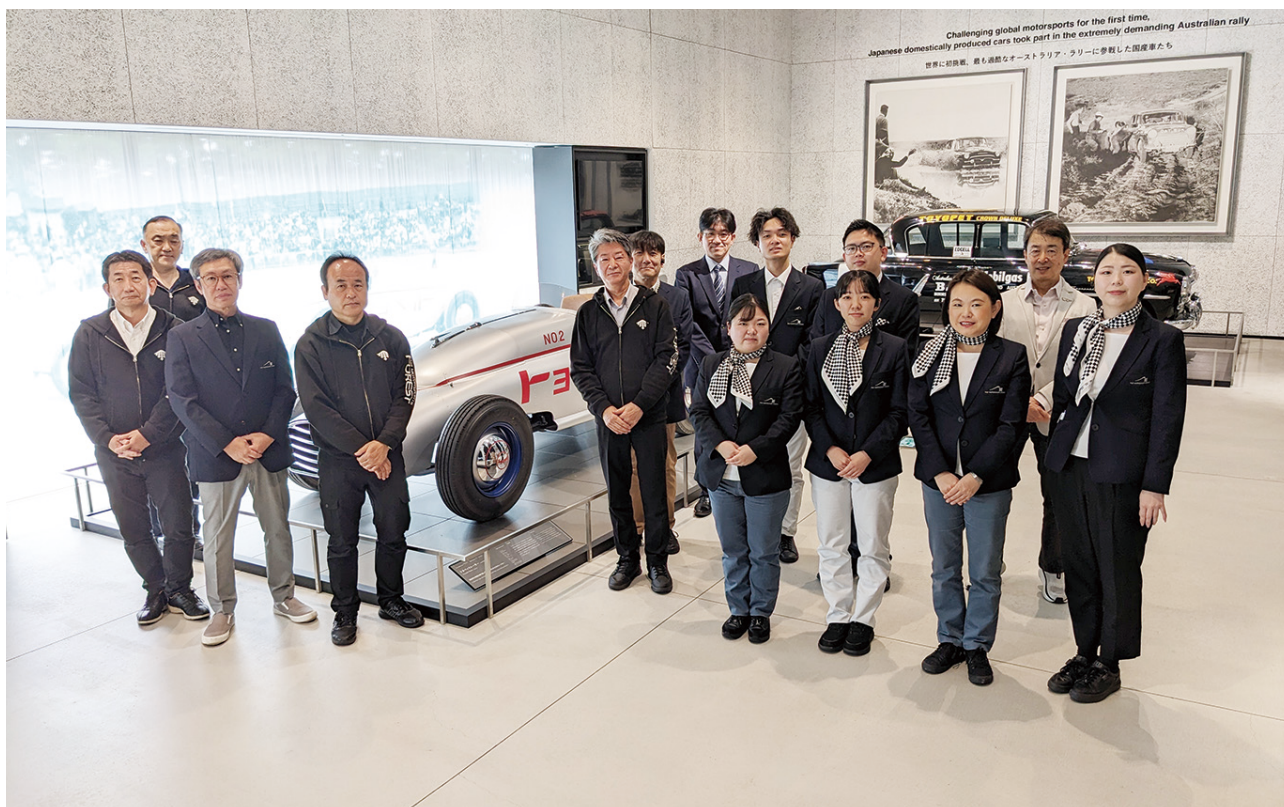
貴重な展示車両をご貸与いただいた自動車メーカー各社様、国内外の自動車博物館様、そして個人オーナーの皆様のご多大なるご支援に対し、改めて厚く御礼申し上げます。

2025年度の活動の柱となった企画展「耐久レースと日本〜クルマを鍛えた進化の足跡〜」では、ル・マン24時間レースに挑み続けた日本チームの軌跡を、当時の参戦車両とともにご紹介いたしました。こうした飽くなき挑戦の歴史は日本の自動車産業の発展と密接に関わっており、今日の地球環境を見据えたハイブリッド技術の確立においても大きな役割を果たしています。2024年度に開催したラリー展「The Golden Age of Rally in Japan」と同様、本展も当館の展示コンセプトである「モータースポーツが量産車を鍛え、発展させてきた熱い歴史」を体現するものとなりました。

また、当館の重要な使命である「モータースポーツ・ヘリテージ車両」の動態保存・修復についても、体制を整え計画的に推進しております。修復された車両のエンジンに再び火がとまり、往時の走りを取り戻す。その姿を五感で体感いただけるよう、走行披露などのイベントも積極的に開催してまいります。

これからもスタッフ一同、多様な切り口でクルマの進化と魅力を発信し、モータースポーツを通じた豊かなクルマ文化のさらなる発展に寄与してまいります。

今後とも変わらぬご支援とご愛顧を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。



企画展「日本グランプリ展：蘇る熱狂の60's 富士」

開催日：2025年4月18日(金)～8月31日(日)

場所：富士モータースポーツミュージアム 1階 日本グランプリゾーン

富士モータースポーツミュージアム 小宮山 泰央

1 背景と狙い

1966年に開業した富士スピードウェイ(以下、FSW)は、当初アメリカのインディアナポリスのようなオーバルコースをモチーフとしたハイスピードサーキットとして設計された。特に巨大な「30度バンク」を備えた第1コーナーは、時速200km以上で進入する凄まじいスピードとスリルを伴い、観客を釘付けにした。中でも1966年から1969年にかけて開催された「日本グランプリ」は、レースの結果が市販車の販売力に直結した時代であり、各自動車メーカーは「モンスターマシン」と称されるプロトタイプ・レーシングカーを投入、有力プライベートチームも海外から高性能スポーツカーを導入して参戦した。

特に「T・N・T対決」とも呼ばれたトヨタvsニッサンvsタキ・レーシングの闘いに日本中が注目。レース開催日には10万人を超える観客が来場し、スタンドのみならずコース脇の土手までが人で埋め尽くされるほどの熱狂に包まれた。

本企画は、FSWに隣接するミュージアムとして当時の興奮と熱狂を継承すべく、特別展示を通じて往年のファンのみならず、当時を知らない世代にも来館のきっかけを提供することを目的として実施した。



写真1 1967年 日本グランプリ



写真2 1968年 日本グランプリ



写真3 1969年 日本グランプリ

2 実施内容

現存する当時の実車展示を最優先とし、自動車メーカー各社および、ヒストリックカー・イベントに参加している個人オーナー様へ協力を打診。以下の貴重な車両展示を実現した。あわせてFSW所蔵の「日本グランプリ当時の写真」を活用し30度バンクをイメージしたポスター製作、展示場の壁紙装飾更新、スライドショーによる画像公開を実施。さらに1969年の日本グランプリスタート時のエンジンサウンドと実況アナウンスの発信、床面へ当時のコースレイアウトを模写するなど臨場感あふれる演出にこだわった。

また、実車が現存しないクラスについても、ツーリングカーで活躍したプライベートターの賞典を写真と実物で紹介した。



写真4 日本グランプリ展 ポスター



写真5 日本グランプリ展 企画ゾーン



写真6 写真パネル

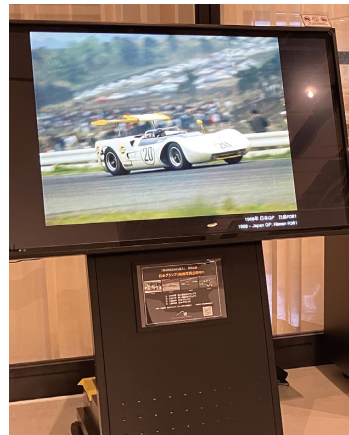


写真7 写真スライドショー



写真8 エリア内に音声配信による臨場感の演出

(1) 展示車両

- ①ローラ T70 Mk.III (1968年 日本グランプリ) [写真9]
当時を代表するプライベートチーム「タキ・レーシング」から長谷見昌弘氏がドライブした実車。
- ②ポルシェ 910 (1968年 日本グランプリ) [写真10]
上記同様「タキ・レーシング」からエントリーし、生沢徹氏のドライブで2位入賞した実車。
- ③日産 R382 (1969年 日本グランプリ) [写真11]
黒澤元治氏のドライブにより総合優勝した実車。
- ④トヨタ 7 (1969年 日本ワールドチャレンジカップ 通称 日本Can Am) [写真12]
故 川合稔氏のドライブで海外の強豪を相手に総合優勝した実車。(当館常設)
- ⑤いすゞ ベレットR6 クーペ (1969年 日本グランプリ) [写真13]
いすゞ自動車市販車の開発用に製作したプロトタイプカーで浅岡重輝氏がドライブした実車。
- ⑥ダイハツ P5 (1968年 日本グランプリ) [写真14]
吉田隆郎氏のドライブによりGP-1クラス優勝した実車。
- ⑦日野 コンテッサ (1963年 日本グランプリ 鈴鹿) *レプリカ車参考展示 [写真15]
第1回日本グランプリ(CⅢクラス：700～1000cc)立原義次氏のドライブで優勝。



写真9 1968年 ローラT70 Mk.III



写真10 1968年 ポルシェ910

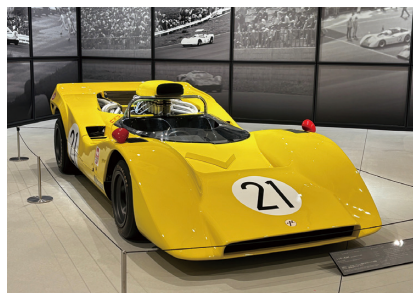


写真11 1969年 日産R382



写真12 1969年 トヨタ27



写真13 1969年 ベレツトR6



写真14 1968年 ダイハツP5



写真15 1963年 日野コンテッサ



写真16 ツーリングカークラス紹介



写真17 プライベーター水野善作氏の獲得賞典

(2) トークイベント「レジェンド・レーシングドライバーによる語り継ぎ」

展示車両にゆかりのあるレジェンド・レーシングドライバーを招き、当時を振り返るトークイベントを開催。ファンの集客と同時に、メディア露出を通じた当館の認知向上を図った。混雑緩和のため、開催時間を週末の夕方に設定。東名高速道路の渋滞時間も考慮して、関東近郊からの集客も促進。司会はモータージャーナリストでヒストリックレーシングの世界にも詳しい藤原よしお氏に依頼した。

① 5月10日(土)「今こそ伝えたい、熱狂の舞台の裏側」

タキ・レーシング 長谷見昌弘氏とチーム・トヨタ 鮎子田寛氏

② 8月16日(土)「今こそ聞きたい、真実の日本グランプリ」

ニッサン・ファクトリー 黒澤元治氏とご子息でレーシングドライバーでもある黒澤治樹氏

各回とも80名を超えるファンや当時の関係者が集結し、注目の高さが示された。また、今回新たに導入したオンライン事前申込システムにより、来館者数の把握と混雑緩和を両立できた。

掲載メディア：『Nostalgic Hero』、『CG NEO CLASSICS』、CAR GRAPHIC公式YouTube「CG ON THE AIR」ほか



写真18 左から鮎子田氏、長谷見氏、藤原氏

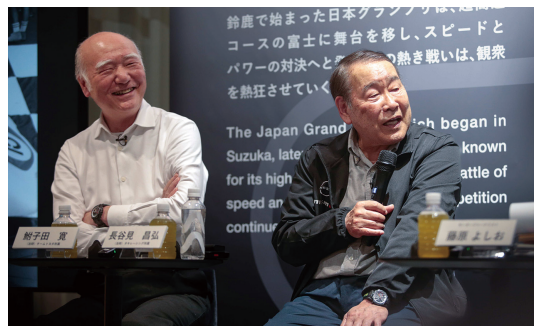


写真19 鮎子田氏、長谷見昌弘氏



写真20 鮎子田寛氏&長谷見昌弘氏を囲んで講演後の集合写真

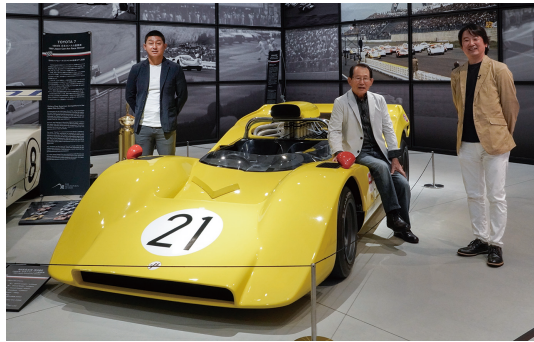


写真21 R382と登壇者

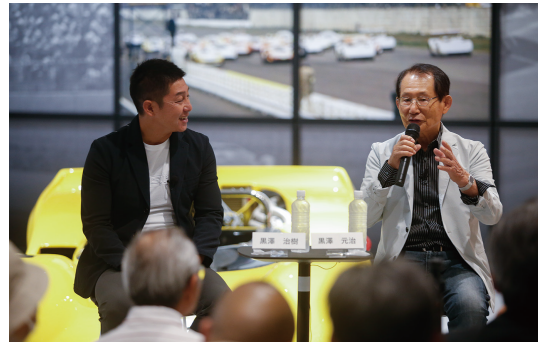


写真22 左から黒澤治樹氏と黒澤元治氏



写真23 黒澤元治氏と黒澤治樹氏を囲んで講演後の集合写真

3 振り返りと今後に向けて

当時を知る世代からは「感慨深い企画」との賞賛を多くいただき、当時を知らない世代には、実車と当事者の証言を組み合わせることで、富士モータースポーツミュージアムならではの「歴史体験の場」を提供することができた。

また、自動車メーカーやチームにとって、どんなに活躍した車両であっても後年に渡り維持していくことは困難であり、その多くは抹消されたり個人オーナーの手に委ねられている。そんな貴重な車両を発掘・展示していくことにも意義を感じている。

今後もFSWに隣接したミュージアムとして独自性あふれる企画を積極的に展開し、さらなるコアファンの獲得とモータースポーツ文化の継承に努めていきたい。

【展示車両協力】

ローラ T70 MkⅢ：東都運業株式会社 河野義和様

ポルシェ 910：Racing Gear Collection

いすゞ ベレットR6：Katsuyuki Racing Service 青木克之様

ニッサン R382：日産自動車株式会社

ダイハツ P5：ダイハツ工業株式会社

日野コンテッサ：日野自動車株式会社

I：「クルマ文化を伝える」—展示活動 2

企画展「耐久レースと日本～クルマを鍛えた進化の足跡～」

実施期間：2025年9月18日(木)～2026年3月31日(火) 場所：2階 ル・マンコーナー周辺

富士モータースポーツミュージアム 山田 卓弥

1 企画展の目的

富士モータースポーツミュージアム(以下、FMM)は、2024年4月より富士モータースポーツフォレスト(以下、FMSF)の一員となり、その役割は「モータースポーツの歴史の継承」について、FMSFの各施設と関連づけて魅力を発揮する施設として、役割を拡大させている。本展は、FMMが企画展の専用展示スペースを持たないという制約の下、常設展示の魅力を引き出し、秋～冬の閑散期にかけて、安定的な集客を維持するための戦略的試みとして位置づけた。

FMMの企画展としては、これまでの最大規模であり、テーマ・内容をめぐり議論も百出したが、限られた人員による最大のチームワーク、役割分担で実施にこぎつけることができた。以下、実施した内容を報告したい。

2 企画内容、展示車両

富士スピードウェイ(以下、FSW)との歴史的親和性が高く、幅広いファン層を持つ「耐久レース、特に1980年代からの世界への挑戦」を主軸に据えた。

- ・コンセプト：「1980年代：日本の自動車メーカー・レーシングカー コンストラクターが世界へ飛躍した変革期」の可視化。
- ・展示車両の戦略的構成

童夢RL-81(1981年)/85C-L(1985年)：日本の挑戦の象徴として、レーシングカー コンストラクターの株式会社 童夢へ直接交渉を行い、借用を実現。

ニッサンR85V(1986年)：自動車メーカーを代表し、時代背景を物語る最適な車両として、決定。

トヨタ スーパHV-R(2007年)、TS050 HYBRID(2019年)：常設展示車両のマツダ787B(1991年)、トヨタTS020(1999年)と年代をつなげることで、スポーツプロトタイプの進化を体系化するとともに、初期のハイブリッドレーシングカーのスーパHV-Rを展示し、ハイブリッド化という動力の転換、さらには水素へのエネルギー転換のロードマップをご紹介します。

- ・付加価値の向上:常設展示車両にも、耐久レースにいわれのある車両は、企画展用のサブパネルを設置し、館内全体を「耐久レース」の文脈で再構成することで、展示の厚みを増した。
- ・解説パネルは、元カーマガジン編集長で、主にクラシックレーシングカーの造詣が深い、ライターの高橋よしおさんに作成を要請し、一貫した視点で「耐久レースを振り返る」視座を確保。



童夢 RL-81



童夢 85C-L



ニッサン R85V



トヨタ TS050 HYBRID



トヨタ スーブラ HV-R

3 展示デザイン・空間演出の工夫

「学びと体験の深化」を目標に、車両単体の鑑賞に留まらない空間作りを徹底した。

- ・時代背景の再現: 車両と共に、当時の映像・画像資料、玩具等を展示。1980年当時の大きな課題であった、日米貿易摩擦等の社会的背景を交え、自動車産業の歩みを多角的に紹介。
- ・ゾーニングの工夫: 常設展との差別化を図るため、「企画展 仕切りボード」や「車名のれん」を導入。
- ・ホテルの営業に考慮し、設営のために休業しないという条件下で造作を進め、効果的な導線を実現した。



企画展 説明



企画展 仕切りボード



車名のれん



ル・マンに挑んだ日本車群



動力とエネルギー転換

4 広報・集客施策と機動的な対応

FSWおよびFMSFとの連携を軸に、SNSやリリース配信を展開、外部イベントでのPRも実施。

ターゲット層を考慮した 主な施策	実施できた	実施できなかった
グループ各社への ポスター・チラシ送付	55社4000枚のチラシ送付や地域へのきめ細かな 配布	トヨタ向け社員食堂への掲示
英文チラシ	国際レース時FSWメディアセンター、FSWホテル 配布海外ツーリスト向けレンタカー (Fun2Drive、面白レンタカー)	富士屋ホテルなど周辺宿泊施設
リリース、SNS	2度のリリース、車種単位、週単位のSNS (計22回)、情報サイト(ミスモ箱根)	Twaveトピックス情報サイトでのPR (@S(アットエス)・ウォーカープラス・カービュー)
外部イベント連携	小田急ロマンスカーミュージアム、マツダファン フェスタ(FSW)ハチマルヒーローmtg(FSW)、 ノスタルジック2デイズ(横浜)	—

- ・課題と対策：一時的に来館者数が目標を下回る月もあったが、「半年間の企画展における継続的なPR」の不足と捉え、会期後半に向けて以下の「刺激策(車両の追加投入を含む)」を実施。
- ・会期中の刺激策：
 - ①FSWのビッグイベントであるマツダファンフェスタと連動：米国レース参戦車両や人気が高いギネス記録保有のロードスターのレース車両を追加展示し、イベント来場者のFMMへの流入を促進(イベント会場でもチラシを配布)
 - ②「童夢-零」の特別展示：12月より投入。伝説的スーパーカーの集客力を活用し、知的好奇心の喚起と目標来館者数達成へのテコ入れを図った。
 - ③その他のアプローチ：マグネットシート配布や2回にわたるトークショーを実施し、リピーターの確保と満足度の向上に努めた。

時期	内 容	内 訳	SNS投稿回数
10月	車両追加①	マツダファンフェスタに合わせ、2台追加	2
12月	車両追加②	童夢をハイライト、童夢-零追加	2+リリース
12月	お正月来館記念	企画展車の記念マグネット配布(5車種)	1
1月	トークショー①	童夢車を前に、開発時代の思い出 奥さん	3
2月	トークショー②	マツダ車を前に、Mr.ル・マン 寺田さん	3
		小 計	11回

企画展開始、車両紹介、終了案内などで11回、合計22回



10月 マツダプロトタイプ追加



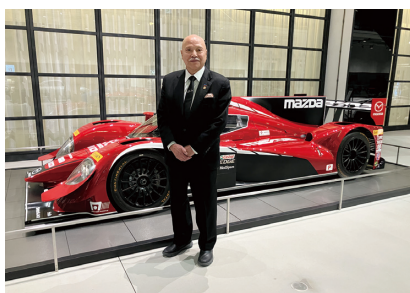
10月 マツダ ギネス記録保有ロードスター



12月 童夢-零を特別展示として追加



1月 童夢 元開発ディレクター奥さんトーク



2月 Mr.ル・マン 寺田さんトーク

5 総括と次年度への課題

本企画展を通じて、既存の常設展示の枠組みを活かしつつ、機動的に企画展スペースを創出し、展示の効果を高める「動的なミュージアム」としての運営手法を確立した。

- 成果：閑散期における安定的な集客に寄与し、教育普及と娯楽性の両立を確認できた。
- 今後の課題：FMSF内のウエルカムセンター(現在を伝える場)と、FMM(歴史を伝える場)とのより強固な連携。
 - ①PR活動の完遂、および企画展のデジタルアーカイブ化など、発信内容のさらなる充実。
 - ②限られた人員体制での諸施策の効率化と最大化(特に、パンフレット類の充実、アンケートでの来館者の生の声のフィードバックなど)

<期間中の来館者数データ>

- 昨年、ラリージャパンに合わせ、欧州より6台ものラリーの名車を輸入、展示した期間('24年12月～'25年3月)に対して、当該期間中の比較では6%減だが、耐久レース展の期間中(10月～3月)比較では、ほぼ同数の来館者数であり、数値面での目標を達成できた。

年度	2025年度			2024年度		2023年度
特記	耐久展(9/18～3/31)			欧州ラリー展(11/27～4/8)		—
項目	来館者数(人)	25年目標比(%)	25/24年実績比	来館者数(人)	24/23年実績比	来館者数(人)
10月	6,082	98	125	4,855	133	3,637
11月	5,048	88	100	5,024	109	4,609
12月	4,854	110	102	4,756	173	2,742
1月	4,655	111	98	4,744	172	2,753
2月	3,633	98	91	4,000	160	2,506
3月	5,361	102	86	6,256	167	3,745
12-3月小計	18,503	105	94	19,756	168	11,746
10-3月小計	29,633	100	100	29,635	148	19,992
年合計	63,360	105	116	54,779	133	41,097

■展示協力：株式会社 童夢、日産自動車株式会社、マツダ株式会社

■参考文献：『童夢へ』幻冬舎(2009年)、『モーターファン別冊 モーターファン・イラストレーテッド』株式会社 三栄書房(2014年)、『童夢の奇跡』株式会社 童夢(2015年)、『日産ヘリテージコレクション』株式会社 芸文社(2016年)、「童夢から」林みのるホームページ(2024年)

■製作協力：株式会社nasial

富士スピードウェイ開催イベントとの連携による集客向上

開催日：2025年4月1日(火)～8月31日(日)
場所：富士モータースポーツミュージアム 特別展示ゾーン

富士モータースポーツミュージアム 小宮山 泰央

1 背景と狙い

富士スピードウェイ(以下、FSW)で開催される「スーパーGT」や「スーパーフォーミュラ」等の大規模レース時には、富士モータースポーツミュージアム(以下、FMM)への来館者も増加する。しかし、その他のイベントでは集客につながりにくいという課題があった。そこで、FSWレース事業部との連携を強化し、開催イベントと関連した企画展示・イベントを実施することで、FMMの認知度向上および新規客層の獲得を図る。特に、ヒストリックカー関連のイベントを通じて、歴史的車両を展示している当館への集客につなげていく。

2 実施内容

(1) 「レジェンド・レーシング・ドライバーズ・クラブ(LRDC)主催レジェンドカップ」連携

往年の名ドライバーが現役のレーシングカーを操って競うエキシビジョン・レースを年に一度開催している。このイベントに出走するドライバーが、当時獲得したトロフィーや盾を特別展示することで往年のファンを誘致する。

- ・開催日：2025年5月11日(日)
- ・展示期間：2025年5月1日(木)～5月31日(土)
- ・展示品
 - ① 多賀弘明氏：第1回 日本グランプリ優勝カップおよび賞状
 - ② 鮎子田寛氏：富士GC(グランチャンピオン)獲得トロフィー
 - ③ 中谷明彦氏：スーパー耐久獲得メダル
- ・その他協賛：「J-sports」の特別番組を誘致、FMM館内をレジェンドカップ紹介映像の撮影会場として提供し、クレイジー ケンバンドの横山剣氏をはじめ著名な方々に来ていただき、施設活用を促進した。



写真1 レジェンド トロフィー



写真2 レースプログラム告知



写真3 中谷明彦氏、多賀弘明氏



写真4 J-sports 撮影



写真5 見崎清志氏、横山剣氏、荻原なおこ氏



写真6 横山剣氏

(2) 「富士GCリターンズ」連携

かつて、FSWで一世を風靡した「富士グランチャンピオン(GC)レース」の復活イベントに合わせ、主催者とも連携しミュージアムへの来館促進・交流企画を実施した。

- ・開催日：2025年8月9日(土)
- ・内容：エキシビション走行のために来場したレジェンド・レーシングドライバーをFMMへ招致。トークイベントおよびサイン会を含むファン交流イベントを開催。
- ・招致ゲスト(レジェンド・レーシング・ドライバー)：長谷見昌弘氏、見崎清志氏、鮎子田寛氏、寺田陽次郎氏、関谷正徳氏、桑島正美氏、藤井修二氏
- ・特別企画：レーシングカーデザイナー由良拓也氏によるGC車両の解説、および参加者との記念撮影会。200名を超すファンの方々が来館するほど盛況に終わった。



写真7 1972年 富士GC パドック



写真8 1973年 富士GCヘアピン



写真9 1977年 富士GC 第1コーナー



写真10 由良氏(手前) 鮎子田氏(奥)による進行



写真11 交流会の様子



写真12 レジェンド・ゲストの皆様

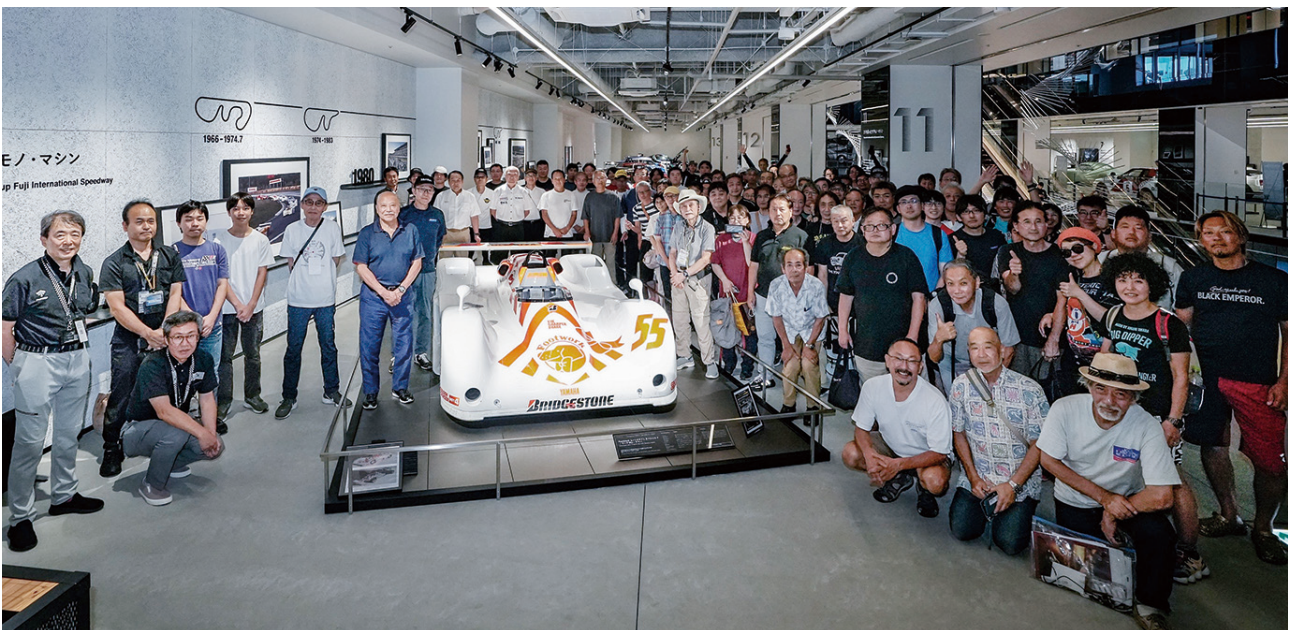


写真13 イベント後の記念撮影

(3)「富士マイナーツーリングレース」連携

富士GCLレース同様、あるいはそれ以上に人気を博した1300cc以下のフルチューニング車によるカテゴリーを象徴する車両を展示した。

- ・開催日：2025年8月17日(日)
- ・展示車両：1978年トムス・スターレット：1975年・76年・78年のチャンピオンカー
当時最強と言われた幻の16バルブ 3K-R エンジンを搭載し、現在の技術で復元
- ・展示期間：2025年8月1日(金)～8月31日(日)
- ・周知向上：当日配布のプログラムに、FSW所蔵の貴重なアーカイブ写真を活用。
FMM関連ページを3ページにわたり掲載するなど、強力なPRを行った。

【車両協力】：株式会社トムス



写真14 1975年 雨中のスタート



写真15 1978年 スターレット対決



写真16 1981年 サニーvsシビック



写真17 1988年 スターレットvsサニー



写真18 1988年 サニー対決



写真19 プログラム告知ページ



写真20 トムス スターレット展示



写真21 16バルブ 3K-R エンジン公開

(4) FSW開業60周年に向けた歴史年表作成と展示

2026年のFSW開業60周年に向け、これまでの歴史を伝える特別展示ができないか、FSW社長より打診があった。FSW倉庫には歴代のレースプログラムや写真パネルが大量に収蔵されていることから、これらを有効に活用することを検討。活動にあたり、各方面の有識者に声掛けを行い、展示内容や展示場所の選定を行った。

- ・実施内容：過去60年に渡る歴史的イベントのプログラムを1年1冊ずつ選出、その年のトピックスを併記したFSWならではの歴史年表を作成。パドック内レストラン「クレインガーデン」のエントランスに展示した。



写真22 プログラム選出

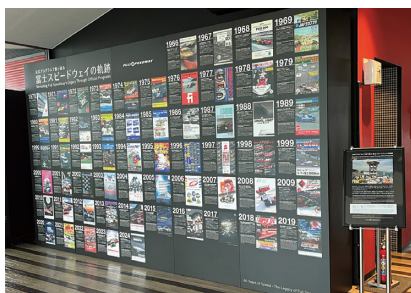


写真23 プログラム年表



写真24 来場者の注目

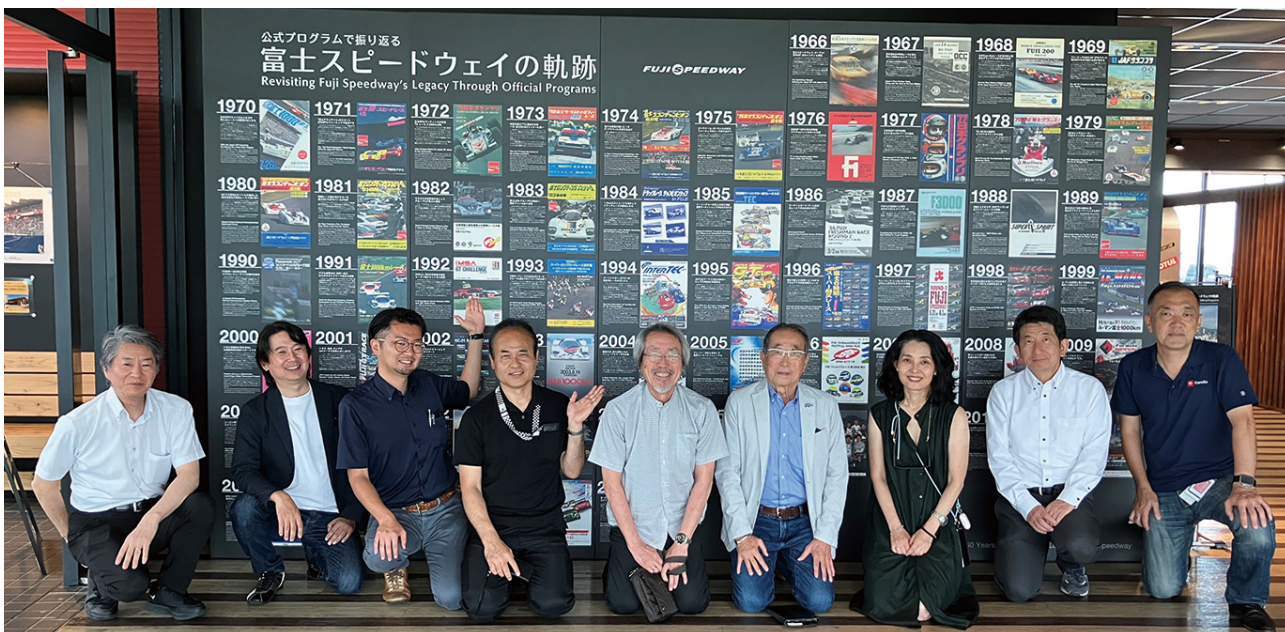


写真25 年表作成ワーキングメンバー 左から長谷川、藤原、西川、小宮山、松井、砂原、木戸、山田、田知本(敬称略)

3 総括と今後の展望

今回の各施策は、主に往年のレースファン層の獲得を目的として実施した。「富士GCリターンズ」のような単発の招致イベントは、目に見える集客効果を確認できた一方、一定期間での車両や物品展示については、レース単体での来客と展示による誘引を明確に数値化することには課題が残った。

しかしながら、FSWの開催コンテンツと親和性の高い企画を継続的に実施することは、熱心なファン層の期待に応え、FMMの存在価値(モータースポーツの聖地としての認知)を高めるために極めて有効である。今回の取り組みによりリピート来館の土壌が形成されたと考えられ、今後もFSWとの密な連携を通じ、相乗効果を最大化させる企画を検討していく。

【FSW歴史年表 制作協力】

トヨタ自動車株式会社OB 松井誠氏
 株式会社DUNE 砂原茂雄氏
 モータージャーナリスト 藤原よしお氏
 モータージャーナリスト 西川昇吾氏
 翻訳家 木戸敦子氏
 株式会社 nasial 塚原臣生氏

社外イベント出展によるFMMの認知と集客向上

開催日：2025年5月11日(日)～2026年2月22日(日)
場所：富士スピードウェイ、パシフィコ横浜

富士モータースポーツミュージアム 小宮山 泰央

1 背景と狙い

富士スピードウェイ(以下FSW)近郊で開催される、自動車愛好家が集う各種イベントに出展し、FMMの認知度向上および来館者数の増加を図る。

2 実施内容

(1) 「IPS：インタープロトシリーズ Rd.1」パドック出展

- ・開催日：2025年5月11日(日)
- ・概要：ル・マン24時間レース優勝経験を持つ関谷正徳氏が主催する、FSW独自の 카테고리「インタープロトシリーズ」に出展。
- ・展示車両：トヨタ 2000GT(谷田部スピードドライアル仕様車)
- ・成果：パドックエリアでの展示を通じ、レースに関心の高い層へFMMの魅力を直接訴求した。



写真1 IPSパドック展示



写真2 ファンの方より、モデルカーによる「日本グランプリ展」の再現

(2) 「ハチマルミーティング2025 at FSW」出展

- ・開催日：2025年11月3日(月・祝)
 - ・場所：FSW P2駐車場
 - ・概要：雑誌『ハチマルヒーロー』『ノスタルジックヒーロー』誌を発行する芸文社が主催、1980～90年代の車両愛好家が集まるイベントに協力団体として出展。
 - ・展示・実演：
 - ①1994年 ST185型 セリカ GT-Four：エンジン始動および走行披露。
 - ②1978年 KP47型トムス スターレット：エンジン始動披露。
 - ・広報活動：ステージイベントに登壇し、FMM、富士モータースポーツフォレスト、FSW、トヨタ博物館の取り組みを紹介。当日の様子はYouTubeにてライブ配信された。
 - ・来場者数：3,789人(主催者発表)644台分のエントリー車両オーナーと同乗者を除く
- 【走行披露協力】：株式会社TEIN
【エンジン始動披露協力】：株式会社トムス



写真3 出展に先立ち、トムスにてエンジン始動レクチャ受講



写真4 スターレットとセリカ展示



写真5 セリカ走行披露とステージPR



写真6 スターレットエンジン始動披露



写真7 雑誌取材 芸人イワイガワ氏

(3) 「Nostalgic 2 days 2026」 出展

- ・開催日：2026年2月21日(土)～22日(日)
- ・場所：パシフィコ横浜
- ・概要：国内最大級のクラシックカーイベント「Nostalgic 2 days 2026」に出展。
- ・展示車両：
 - ①1966年トヨタ 2000GT(谷田部スピードトライアル仕様/2025年 GR GT CM出演車両)
 - ②2012年トヨタ TS030 Hybrid(トヨタがハイブリッドシステムを搭載しル・マンに復帰した象徴的車両)
- ・トピックス：
 - ①事前告知：FMヨコハマの番組『FLAG』内「No Racing, No Life.」にて出展告知を実施。
 - ②特別演出：主催者依頼により、鮎子田寛氏の運転によるトヨタ2000GTの走行入場を披露。
 - ③DX推進：物販にキャッシュレス端末を導入し、利便性を向上(売上：約11万円)。
 - ④大手メディア取材：FMヨコハマ「FLAG」、BS日テレ「おぎやはぎの愛車遍歴」、芸文社「Nostalgic Hero」
- ・来場者数：45,096人(主催者発表)



写真8 出展風景



写真9 FMヨコハマとTokyo FMのDJ交流



写真10 鮎子田氏(左)と関谷氏



写真11 横山剣氏



写真12 芸人イワイガワ氏



写真13 取材車両説明



写真14 「おぎやはぎの愛車遍歴」出演者



写真15 鮎子田氏による走行入場

3 振り返りと今後に向けて

自動車愛好家をターゲットとした戦略的な出展により、自動車ファンだけでなく、多くの著名人やメディアにも注目され、一定層への認知拡大につながった。一方で、イベント来場者の約半数には「富士モータースポーツミュージアム」の存在が認知されていない現状も見受けられる。今後は、既存の自動車ファンへの深耕に加え、ライト層や一般観光客にもリーチするための広報戦略(SNS、ウェブ広告、異業種連携など)が必要と感じる。

また、「走行披露」や「エンジン始動」といった動的なコンテンツは集客効果や与えるインパクトが非常に高いため、今後も五感に訴える展示演出を継続・拡大していきたい。あわせて、イベント会場での周知を「認知」で終わらせず、実際の来館につながるための直接的な「誘導策」を引き続き検討していく。

小田急ロマンスカーミュージアムへの出展報告

会期：2025年11月5日(水)～12月1日(月)
場所：小田急ロマンスカーミュージアム(神奈川県海老名市)

富士モータースポーツミュージアム 山田 卓弥

1 出展の目的

小田急ロマンスカーミュージアム(以下、RM)は、車両展示を通じて鉄道の歴史と沿線の魅力を伝える複合型ミュージアムとして、2021年4月に開業(富士モータースポーツミュージアムの開館より約1年半前)し、年間約20万人の来場者を誇る施設である。小田急電鉄とは、富士スピードウェイホテルおよびミュージアム玄関と新宿駅を結ぶ定期バスの運行や、レース開催時の臨時バス運行等を通じて、当フォレスト事業と協力関係にある。今回、小田急電鉄による「富士モータースポーツフォレスト」最寄り駅(JR駿河小山駅・御殿場駅)への乗り入れ70周年(※注1)およびバス乗り入れ1周年を記念した企画展の開催に合わせ、ミュージアム間連携として、富士モータースポーツミュージアム(以下、FMM)の出展を決定した。

(※注1:文中の「開通70周年」を「乗り入れ70周年」として整理)

本出展は、耐久レース展の開幕直後という繁忙期ではあったが、以下の3点を主な目的として承認された。

- ・「鉄道×自動車」という異業種ミュージアム間のコラボレーションによる新たな魅力創出
- ・「富士モータースポーツフォレスト」全体の認知度向上
- ・「モビリティ(鉄道・自動車)ファン」の相互拡大



小田急ロマンスカーミュージアム外観



同 エントランス



乗り入れ70周年企画展

2 出展内容

展示車両には、鉄道と自動車の親和性を象徴する一台として、1994年のル・マン24時間レース参戦車両である「トヨタ スープラ LM-GT」を選定した。RM館内の白とオレンジを基調とした空間に対し、赤と白をベースとした高性能なレーシングカーは視覚的なコントラストも良く、非常に好相性であった。本企画は「鉄道とモータースポーツの異色コラボ」といえるが、同時期に京都鉄道博物館でもホンダ・マクラーレンのF1マシンを展示する企画展「レーシング&鉄道ストーリー」が開催されており、東西で呼応する形での展開を意図した。また、RM x FMMの相互送客を目的として、相互の入館券提示による割引制度も実施した。



ロマンスカーとスーパーラ 背後から



ロマンスカーとスーパーラ 前景



各種チラン類

Fuji Speedway — Running Together with Gotemba Line
御殿場線とともに走り続ける、富士スピードウェイ

1966年から受け継がれる、走りの舞台
Since 1966 — The Stage Where Motorsport Lives On

1966年開業時の富士スピードウェイ
Fuji Speedway at its opening in 1966



御殿場-小山間沿線にホームを有する富士スピードウェイは、1966年の開業以来、日本のモータースポーツとともに歩み続けてきました。
開業時の富士スピードウェイは、毎年約24時間レースなど数々のビッグレースを開催し、70年以上は日本のフォーミュラ1や世界耐久選手権(WEC)の主要レースに加え、海外レースから日本を代表する国際ドライバーに提供してきました。

Fuji Speedway, located in the Gotemba Onsen area, has been at the heart of Japanese motorsports since its opening in 1966.
In the early years, the venue hosted major events such as the Japan Grand Prix and Japan's first 24-hour endurance race. From the 1970s onward, it became the venue for Japan's first Formula One Grand Prix, the World Endurance Championship (WEC), and many domestic series—establishing itself as one of Japan's leading international circuits.

1966

1968

1976

2012

2025
and beyond

現在の富士スピードウェイ
Fuji Speedway today



近年では、2025年の大規模リニューアル計画を経て、国際自動車連盟(FIA)からの国際規格の「クラス1」F1の開催が可能な認定を受け、F1、WECの開催やスーパーGT、スーパーフォーミュラ選手権のほか、24時間レースを盛り込みました。

Following a large-scale re-creation in 2025, Fuji Speedway achieved the highest "Class 1" Certification from the FIA, enabling the venue to host Formula 1, WEC, Super GT, and Super Formula races. In addition to these international-class events including F1, WEC, Super GT, and Super Formula, while retaining its historic 24-hour endurance race.

未来のモビリティ・モータースポーツの街へ
To the Future City of Mobility and Motorsports

2022年から「富士モーターズスポーツフォレスト」を推進し、モータースポーツ文化を象徴する多様な施設を展開。
『未来のモビリティ・モータースポーツの街』づくりを進めています。
Since 2022, we have been promoting the "Fuji Motorsports Forest," a project featuring diverse facilities where people can enjoy motorsports culture, creating a "city of future mobility and motorsports."



富士スピードウェイ・ナイト
Fuji Speedway at Night

トヨタ交通安全センター・モビリティ
TOYOTA Safety Education Center - mobility



富士スピードウェイセンター
富士モーターズスポーツミュージアム
Fuji Speedway Plaza (Fuji Motorsports Museum)



ウエビカムセンター
レーシング・カレッジ
Webcam Center, Social Racing Lounge



シャイニングR&B ファクトリー
Shine Racing R&B Factory



RECAMP 富士スピードウェイ
RECAMP Fuji Speedway



御膳 小田急ホテルズ
(Emporium Hotel) Ohta Tenba



FUJI SPEEDWAY **FUJI MOTORSPORTS FOREST**

3 結果と学び

相互送客実績(着券結果)：

- ・RMでのチラシ受領からFMMへ来館：22名
- ・FMMでのチラシ受領からRMへ来館：7名

会期中のFMM来館者数は8,840名であった。小田急沿線の中心的な文化施設において、富士モーターズスポーツフォレストをPRできたことは、広報戦略として大きな意義があった。一方で、鉄道ファンを主軸とする学習型施設において、レーシングカーや富士モーターズスポーツフォレストの魅力を十分に浸透させるには、展示の文脈作りにおける難易度の高さも浮き彫りとなった。

今後は、公共交通機関の利便性向上と合わせ、こうした地域・異業種連携を粘り強く継続し、相乗効果を創出しながら来館者の居住エリアを拡大させていくことが課題と認識できた。

FMM展示車両の動態保存に向けた車両整備とCM撮影に伴うテストコース高速走行への対応

開催日：2025年4月1日(火)～2026年3月31日(火)

場所：富士モータースポーツミュージアム整備場

富士モータースポーツミュージアム 長谷川 伸、小宮山 泰央

1 背景と狙い

富士モータースポーツミュージアム(以下FMM)展示車両の動態保存に向けた取り組みを推進する中で、2024年にトヨタ2000GT谷田部スピードトライアル仕様車の定期的始動確認による動態維持を確立した。2025年4月にGRマーケティング部より、GR新型車発表に伴うプロモーションCM撮影に同車を使用したいとの打診があった。撮影テーマはトヨタのフラッグシップスポーツカーの「式年遷宮」。時代は変わってもその魂は引き継がれている、という想いが込められている。FMMのPRIにもつながると判断し承諾。ただし撮影には高速周回路でのバンク走行が伴うため、この機会に安心して走行ができる状態まで整備を行い、あわせて損傷のあった外装の修繕も実施することとした。

2 実施内容

(1) 現状確認

当車両の各部のコンディション(下記参照)を踏まえると、長期にわたり重整備が行われていなかったと考える。

- **エンジン周り**：ラジエーターホース、燃料ホース、オイルクーラー等のホース類に交換が必要。
- **シャーシ、下周り**：ステアリングラックブーツをはじめ、各ゴムブーツ類の劣化損傷が激しく、新品交換を要する。
また、ブレーキキャリパーおよびパッドはレース専用品であり、パッドの手配が必要。
- **コックピット周辺**：水温・油温・油圧の各メーターが不動。信頼性の高いメーターへの換装または追加が必要。
- **外装**：フェンダー周辺に塗装の浮き、ひび割れ、剥がれが目立ち、再塗装を要する。
- **タイヤ・ホイール**：車両製作時のグッドイヤー製タイヤとマグネシウム製ホイールを装着しており、経年劣化に伴う安全性の確保が心配。

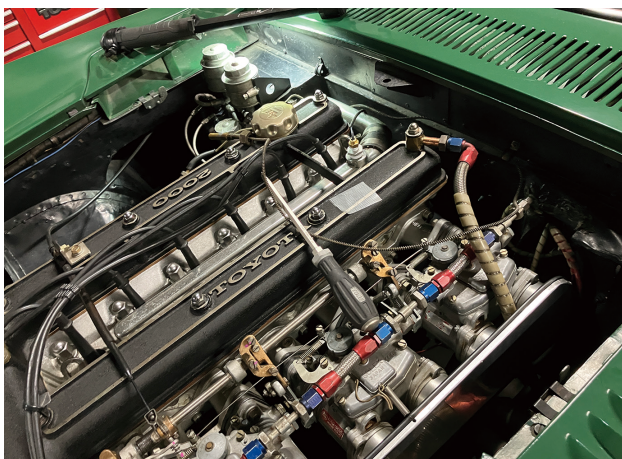


写真1 エンジンルーム 配管類経年

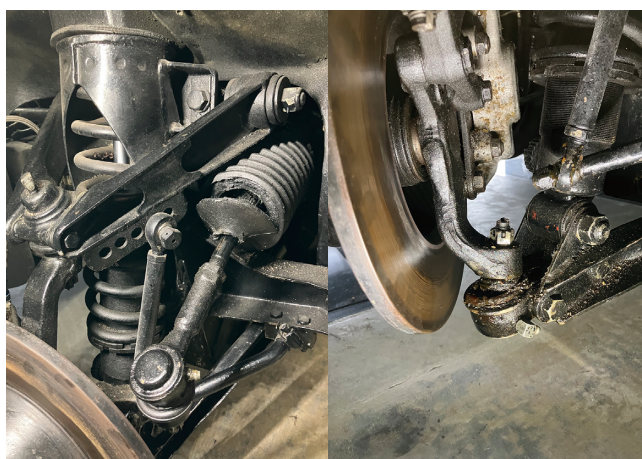


写真2 サスペンションまわり ゴム部品の劣化・損傷



写真3 ブレーキパッド損傷

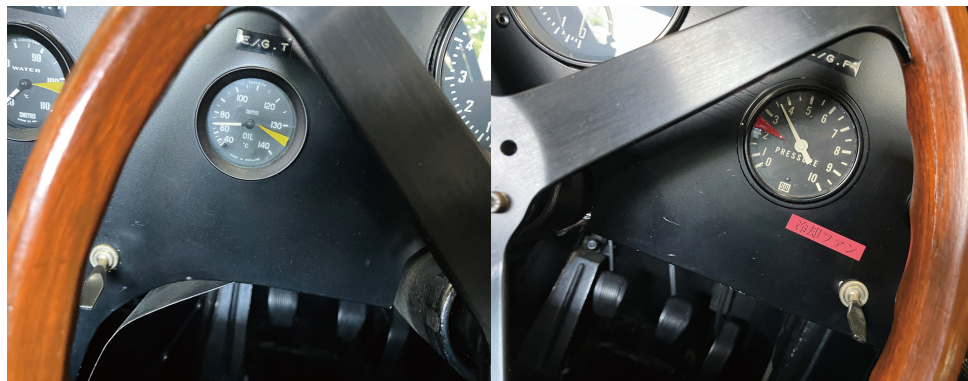


写真4 各種メーター作動不良



写真5 塗装剥がれ、浮き、割れ



写真6 タイヤ、ホイール経年

(2) 整備作業

油脂類(エンジン、ミッション、デフ、ブレーキ、クラッチ、冷却水)の交換に加え、以下の作業を実施した。

- ①**エンジン周り**：ホース類を新調。ユニオン関係は極力当時の仕様を維持すべく、メーカー廃盤品については個人レストアラーの協力も得て部品を確保した。
- ②**シャシー周り**：純正部品のゴムブーツ類は廃盤品が多いため、実寸とカタログから汎用品を選定。ブレーキパッドは実寸に基づき特注品を製作依頼した。
- ③**コックピット周辺**：信頼性とデザイン性を両立したDefi製3連メーターを設置。オリジナルの雰囲気損なわないよう、走行時のみ視認可能な位置に配置し、通常は床面の目立たない場所へ収納できる構造とした。
- ④**外装**：旧車に造詣の深い御殿場市内の土屋钣金工業所(TA64セリカ等の実績あり)へ補修と再塗装を依頼。ステッカー類もラリーカーのラッピングで定評のある山梨県ヨダララーイングにて再製作していただいた。
- ⑤**タイヤ・ホイール**：個人オーナー様が型から製造したスピードトライアル仕様のホイールを借用(後に譲受)。タイヤは高速走行を考慮し、ヨコハマ・アドバンHF Type-D 205/60 R15を装着した。
- ⑥**その他**：高速走行に先立ち、アライメント測定・調整を信頼実績のある裾野市のドライブショップ イハラにて実施。その際にリアのトー調整ロッドのゴムブッシュ欠損が判明、急遽代用品を製作加工して取り付け対応した。



写真7 エンジンルーム内 水、オイル、燃料配管類交換



写真16 東富士テストコースでの走行確認(サポートカーとの並走による速度確認を実施)

(4) CM撮影(JARI：日本自動車研究所)

撮影は茨城県城里町のJARI城里テストセンター高速周回路で実施。約60年前にトヨタ2000GTが同社の谷田部テストコースで多くの世界記録を生み出したゆかりのある地での走行撮影に感慨深いものを感じた。

- **エンジン始動披露**：撮影に先立ち、コース改装記念式典にてエンジン始動を実施。雨天のためパレードランは辞退したが、多くの関係者にエンジン音を聴いていただけた。
- **現地での突発対応**：撮影に向けて急遽ヘッドライト点灯の演出が必要となった。元々ヘッドライトは点灯しなかったが、事前整備では限られた時間の中で走行機能を優先し、ライト点灯については未着手であった。そのため、応急対応として急遽現地の自動車用品店で配線、スイッチ、コネクタ端子、リレー等の資材と工具類を調達し、予備バッテリーを搭載して電源をとるようにして、夜間撮影までに間に合わせるよう作業を完結。無事にヘッドライトを点灯させて走行シーン撮影を行うことができた。
- **安全確保**：撮影走行にあたっては、2000GTの車両状態を最優先し、5速・4000rpm以下で走行、他車両(LFA、GR GT)に走行ペースを合わせてもらうことで慎重な運転を徹底、2日間にわたる撮影を無事に終了した。公開されたCMは各方面から高い評価を得ている。



写真17 JARIイベント展示と関係者へのエンジン始動披露



写真18 現地でのヘッドライト点灯作業



写真19 CMイメージ「トヨtasポツカーの式年遷宮」



写真20 運転者 左から藤嶋章人氏、石浦宏明氏、小宮山

3 振り返りと今後に向けて

今年度の活動は2000GTがメインとなったが、今回の整備にあたってはTMC OBや、多くの関連業者の方々にご協力いただき、エンジン始動だけでなく、実際にバンクでの高速走行を行い、その姿をメディアを通じて発信できたことは、動態保存の取り組みとして非常に大きな成果につながったと思う。ご協力いただいた皆様にあらためて感謝申し上げます。一方で、エンジンやトランスミッション等の内部の経年負荷は否定できない事実であり、将来的なオーバーホールの必要性も感じている。また、作業者の高齢化という課題もあり、いずれはもっと若い世代も巻き込んで、技術と情熱を次世代へつないでいけたら幸いである。



写真21 走行撮影を終えて展示中

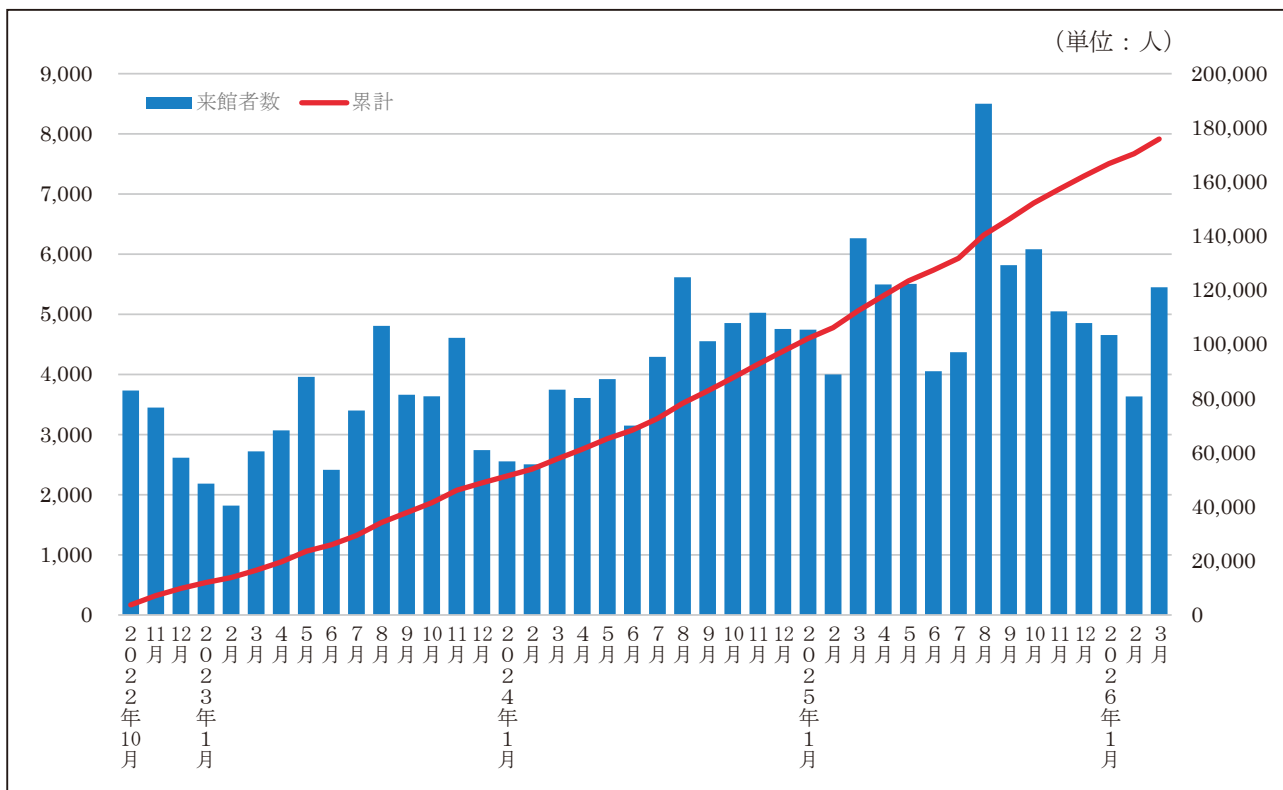


写真22 整備メンバー 左から小宮山、長谷川、OB杉山武彦氏

作業協力：クラシックレーシングカーサービス オカザキ
 ヨダラリーイング
 有限会社 土屋鋳金工業所
 株式会社 ドライブショップ 井原
 株式会社 エムズ バンテック
 株式会社 ティーシーコレクション

来館者データ (開館から2025年度)

①月別来館者データ (開館から2025年度)



②2025年度の月別 形態別 来館者数

(単位：人)

月	2025年 4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2026年 1月	2月	3月	合計
個人	3,917	4,185	2,842	3,373	6,923	4,374	4,381	3,524	3,355	3,514	2,338	3,792	46,518
団体大人	540	471	541	249	182	531	725	524	340	256	323	533	5,215
団体中高生	0	3	0	0	266	33	0	1	6	0	0	0	309
団体小学生	0	4	0	0	57	0	2	2	14	5	0	0	84
宿泊	1,045	840	669	817	1,073	878	974	997	1,141	880	972	1,036	11,322
合計	5,502	5,503	4,052	4,439	8,501	5,816	6,082	5,048	4,856	4,655	3,633	5,361	63,448

③2025年度の月別 客層別 来館者数

(単位：人)

月	2025年 4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2026年 1月	2月	3月	合計
大人	4,879	4,919	3,552	3,752	6,574	5,301	5,602	4,639	4,155	4,175	3,222	4,741	55,511
中高生	167	152	192	246	821	160	132	108	255	157	131	95	2,616
小学生	269	224	168	273	711	197	174	159	283	165	154	343	3,120
未就学	187	208	140	168	395	158	174	142	163	158	126	182	2,201
合計	5,502	5,503	4,052	4,439	8,501	5,816	6,082	5,048	4,856	4,655	3,633	5,361	63,448

車両貸与者(2025年度)

展示方法	貸与月	貸与者名	車両名 ()は年式	写真
常設展示	2025.4	トヨタ博物館	イスパノスイザ・アルフォンソXⅢ (1912年)	
	2025.4	トヨタ博物館	ポルシェ356 (1950年)	
	2025.4	日産自動車	ザナヴィ・ニスモGT-R (2002年)	
	2025.4	日産自動車	ザナヴィ・ニスモZ (2005年)	
	2025.4	横浜ゴム	ADVAN EXiV (1998年)	
	2025.5	Racing Gear Collection	東海オリジナルプロトタイプ 03 (2011年)	
	2025.6	日産自動車	ニッサンP35 (1992年)	
	2025.8	トヨタ博物館	トヨペット クラウンRSD (1957年)	
	2025.9	日産自動車	ダットサン・フェアレディ1500 (1963年)	
	2025.10	三菱自動車工業	三菱・ランサー・エボリューション VI (2001年)	
	2025.11	カツユキ・レーシング・サービス商会	いすゞベレットR6スパイダー (1970年)	
	2026.1	トヨタ博物館	サンビーム・グランプリ (1922年)	
	2026.1	トヨタ博物館	トヨタ セリカ TA64 (1985年)	

展示方法	貸与月	貸与者名	車両名 ()は年式	写真
常設展示	2026.2	GR	トヨタ TS030 Hybrid (2012年)	
	2026.3	Spark Japan	ベネトンB189・フォード (1989年)	
	2026.3	Spark Japan	ティレル024・ヤマハ (1996年)	
企画展示	2025.4	Racing Gear Collection	ポルシェ 910 (1968年)	
	2025.4	カツユキ・レーシング・サービス商会	いすゞベレットR6 (1969年)	
	2025.8	トムス	トムス・スターレット	
	2025.9	童夢ミュージアム	童夢 RL-81 (1981年)	
	2025.9	童夢ミュージアム	トヨタ・童夢 85C-L (1985年)	
	2025.9	日産自動車	日産 R85V (1986年)	
	2025.9	GR	トヨタ スープラ HV-R (2007年)	
	2025.9	GR	トヨタ TS050 HYBRID (2019年)	
	2025.10	マツダ	マツダプロトタイプ (2015年)	
	2025.10	マツダ	ロードスター (2015年)	
	2025.12	童夢ミュージアム	童夢-零 (1978年)	

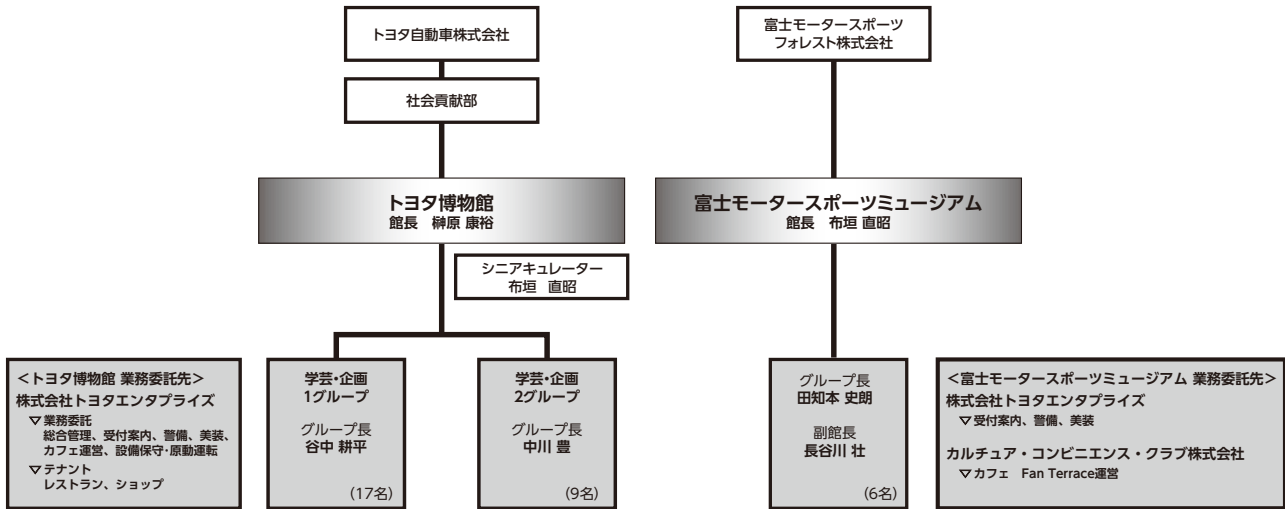
活動年表(2025年度)

2025年 4月	8日	火	企画展「THE GOLDEN AGE OF RALLY IN JAPAN」終了
	10日	木	イスパノスイザ・アルフォンソXIIIと、ポルシェ356展示開始
	18日	金	「～蘇る熱狂の60's富士～日本グランプリ企画展」開始
	19日	土	第1回Cars & Coffee Fuji(カーミーティング)開催
	25日	金	ザナヴィ・ニスモGT-R展示開始 ホテルとミュージアム合同での全館合同の防災訓練を実施
	30日	水	アドバンEXiV、ザナヴィ・ニスモZ展示開始
5月	7日	水	多賀弘明氏、鮎子田寛氏、中谷明彦氏など、レジェンドレーサーのトロフィー展示開始
	10日	土	日本グランプリ企画展にあわせ、長谷見昌弘氏、鮎子田寛氏のトークイベント開催
	17日	土	第2回Cars & Coffee Fuji開催
	30日	金	東海オリジナルプロトタイプ 03展示開始、大学生向け学割実施
6月	9日	月	ニッサンP35展示開始
	21日	土	第3回Cars & Coffee Fuji開催
7月	19日	土	夏休み特別企画 で小学生入館料無料を開始。乗車体験や特別ガイドツアーなど実施
	26日	土	第4回Cars & Coffee Fuji開催
8月	1日	木	トムス・スターレット展示開始
	8日	金	トヨペット クラウンRSD展示開始
	9日	土	GC Returnsに合わせた、レジェンドドライバーとの交流イベント(サイン会等)開催 参加ゲスト：長谷見昌弘氏、見崎清志氏、鮎子田寛氏、寺田陽次郎氏、関谷正徳氏、桑島正美氏、藤井修二氏、由良拓也氏
	16日	土	日本グランプリ企画展にあわせ、黒沢元治氏、黒澤治樹氏のトークイベント開催
	17日	日	ADVAN EXiV搭載のエンジン展示開始
9月	23日	土	第5回Cars & Coffee Fuji開催
	3日	水	ダットサン・フェアレディ1500展示開始
	18日	木	企画展「耐久レースと日本 ～クルマを鍛えた進化の足跡～」開始
	19日	金	ホテルとミュージアム合同での全館合同の防災訓練を実施
10月	20日	土	第6回Cars & Coffee Fuji開催
	1日	水	ランサー・エボリューション VI展示開始
	4日	土	富士スピードウェイで開催のMAZDA FAN FESTAにあわせ、マツダプロトタイプ、ロードスター展示開始
	7日	火	開館3周年のソーシャルメディア投稿実施
	12日	日	2025年度 最多来館者614名(富士スピードウェイでスーパーフォーミュラ決勝日)
11月	25日	土	第7回Cars & Coffee Fuji開催
	5日	水	小田急電鉄とのコラボ展示で、トヨタ スープラ GT-LMをロマンスカーミュージアムに展示
	14日	金	ベレットR6スパイダー展示開始
12月	22日	土	第8回Cars & Coffee Fuji開催
	4日	日	トヨタ自動車の大規模イベントWORLD ARIGATO FEST開催のため貸し切りとなり休館
	6日	土	カフェ「ファンテラス」前に、F1マシンHaas VF-23を展示開始
	20日	土	第9回Cars & Coffee Fuji開催
2026年 1月	24日	水	童夢-零 展示開始
	1日	木	お正月期間の来館記念として、マグネットの無料配布開始(1月4日まで)
	17日	土	第10回Cars & Coffee Fuji開催 童夢のテクニカルディレクター、奥 明栄氏のトークイベント開催
2月	30日	金	サンビーム・グランプリ、セリカ TA64(1985年)を展示開始
	7日	土	降雪のため時短営業(2月7日15時閉館、2月8日12時閉館15時閉館、2月9日12時閉館)
	14日	土	企画展「耐久レースと日本」の一環として、寺田陽次郎氏のトークイベント開催
3月	21日	土	クラシックカーイベント「Nostalgic 2days 2026」に出展し、2000GTとTS030を展示(2月22日まで) 第11回Cars & Coffee Fuji開催
	4日	水	音声ガイドシステムをアプリダウンロード形式からQR読み込みによるウェブ形式に変更
	16日	月	ホテルとミュージアム合同での全館合同の防災訓練を実施
	21日	土	第12回Cars & Coffee Fuji開催
3月	26日	木	2台のF1マシン(ベネトンB189・フォード、ティレル024・ヤマハ)を展示

運営組織・施設概要

1 運営組織

(2026年3月31日現在)



2 施設概要

(1)トヨタ博物館

- 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)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150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4,000点を展示している。

■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

(2) 富士モータースポーツミュージアム

- 所在地 〒410-1308 静岡県すんとうぐん おやまちょう おおみか駿東郡小山町大御神 645
電話：0550-78-2480
- ホームページ <https://fuji-motorsports-museum.jp/>



- 展示概要 「富士モータースポーツミュージアム」は、国内外の自動車メーカーが協力した世界的にも珍しい「モータースポーツ展示館」として、富士スピードウェイ隣接地に2022年(令和4年)10月にオープンした。
「モータースポーツが車を鍛え、進化させた熱い歴史をたどる」ことをコンセプトに、約40台の車両展示をとおして、約130年のモータースポーツの歴史を紹介している。

■建築概要

開館日	2022年10月7日
展示面積	3,400㎡ (約1,000坪)

※富士スピードウェイホテルの1階、2階が「富士モータースポーツミュージアム」のため、展示面積のみ掲載

**トヨタ博物館／富士モータースポーツミュージアム
年報 2025年度版**

発行日 2026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

富士モータースポーツミュージアム

FUJI MOTORSPORTS 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自動車が発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。