

おもてなしの気持ちで、丁寧に入り口をつくる 人を引き込む展示空間の設計



内田 まほろ 日本科学未来館展示企画開発課課長／キュレーター

うちだ まほろ●アート、テクノロジー、デザインの融合領域を専門として2002年より未来館へ勤務。新しい展示手法による展示やイベントの開発を通じ、未来館の多様な活動展開とブランディングに貢献。05～06年文化庁在外研修員として、米のニューヨーク近代美術館 (MoMA) に勤務。帰国後、07年より現職。企画展キュレーションとして「時間旅行展」「恋愛物語展」「The 世界一展」「チームラボ展」「ディズニー・アート展」など多数。常設シンボル展示「ジオ・コスモス」のプロデュースでは、ビョークやジェフ・ミルズらとのコラボレーション企画を手がけるなど、大胆なアート&サイエンスのプロジェクトを推進する。

「科学技術を文化として捉え、社会に対する役割と未来の可能性について考え、語り合うための、すべての人々にひらかれた場」として、2001年に開館した「日本科学未来館」。「The National Museum of Emerging Science and Innovation」という英文の名称が示すように、「進化し続ける科学と革新」をその専門領域としている。

年間100万人以上の来館者を迎える同館の、人を引き込む学びの魅力とはどんなことなのか。そして、どのように主体的な学びを引き出しているのか。

お台場にある日本科学未来館に展示企画開発課課長の内田まほろ氏を訪ね、話をうかがった。

科学とアートをつなげる仕事

——最初に、未来館での内田さんのお仕事の内容について聞かせていただけますか。

私が未来館で活動するようになったのが2002年。科学系だけでなく文化系の人も欲しいということで、採用されたのだと思います。今は展示全体を見るようになっていますが、アート系のプロジェクトをどんどん入れていく文化係が最初の仕事でした。だから「なぜ未来館で？」と思われるような、

少しユニークな企画は私が担当したものが多いです。アートやデザイン業界の人たちとの交流から、ぜひ科学館を面白くしてほしいと声を掛け、コラボレーションしているものが大半ですね。

——科学と文化をつなぐ役割、科学という難しい領域を翻訳してわかりやすく伝えるような点に、内田さんの役割があるというふうに理解してよろしいですか。

伝えることが職業なので、うまく翻訳してわかりやすく伝えることはもちろんですが、それだけでは“ただわかりやすい”という話でしかありません。むしろ、科学分野の人にとってもアート分野の人にとっても「こんなに領域がかぶっているのか」とか、ある概念が「こんなに広がっていたのか」とか、一つのトピックスを深掘りしていくことで「ここが繋がっていたのか」というような、リンクをつくることに軸があります。科学者と芸術家のコラボといっても実はお互いわかり合っていないことも多く、本質同士をつなげ、それをより多くの人と共有できたらいいなと思っています。

——2002年から未来館をフィールドとして活動されているわけですが、この間の変化をどのように見ておられますか。

2002年から未来館に3年半勤め、その後MoMAでの活動を挟んで、未来館との関わりは15年ほどになりますね。MoMAを辞めて東京に戻ろうと思ったときにまたここへ。当時は今ほど未来館の認知度ありませんでしたし、美やクリエイティブというものに関しては、それほど情報発信できるミュージアムではなかったの、独りぼっちですごく寂しかった記憶があります。でも一度MoMAに行って、逆にアートの空想性だけでは物足りなく感じてしまい、サイエンスやテクノロジーの切羽詰まったリアリティに改めて魅力を見いだしました。

——来館者からの期待や人々の知的関心の領域の変化については、どのように感じておられますか。

ものすごく変わりましたね。最初のうちは来館者が年間42万人程度しかおらず、私が来た2002年度も60万人程度という規模で、その大半は子どもと保護者さんでした。「科学館は子どもが来るところ」というイメージがあったためかもしれません。でも今は企画展も合わせると大人の来館者も多く、科学館という場所に興味があるわけではない人も、だいたい来てくれるようになったと思います。そして、ここ数年はやはり外国人ですね。最初の頃は1割もいなかったのが、今は常設展だけ見ても3割を超えています。日本に来たら行ってみようという場所の一つになりつつあるようです。

日本の技術に興味のある外国人は多いですからね。最近では中国の深圳のような場所も出てきましたが、科学技術が観光資源になっている都市は世界中で東京だけではないでしょうか。東京に来たら何かしら先端の技術に触れたいという期待感がみんなにある。そういう意味では、未来館はうまく対応できている気がします。場所もお台場。ゆりかもめに乗った時点で非常にフューチャリスティックで、ガンダムも立っているし、運が良ければコスプレイヤーにも出会える。さらに未来館ではロボットやGeo-Cosmos（ジオ・コスモス）が見られるので、先端的な日本のイメージと合っています。お台場を旅してくる感じも含め、広報的な発信の方向を変えてから、ゆっくりではありますが来館者が増えてきたような気がします。

大人な展示を躊躇なく入れる

——大人やシニアの方々が増えた要因は何だと思われませんか。

やはり企画展の影響は大きいと思います。「チームラボ 踊る!アート展と、学ぶ!未来の遊園地」のようなアートの展示をやってみたり、「ウメサオタダオ展—未来を探検する知の道具—」という文化人類学の展示も開催しました。これらの展示を通じて、若い人たちやシニアの方々の来館がとも増えました。

企画展では、わりと大人な展示を躊躇なく入れるようにしています。例えば「ディズニー・アート展 いのちを吹き込む魔法」などは、ターゲットとしてうちで一番少なかった若



企画展「チームラボ 踊る!アート展と、学ぶ!未来の遊園地」(2014年)は、連日混雑の人気ぶり、会期を約2カ月間延長した



企画展「ウメサオタダオ展 —未来を探検する知の道具—」(2011年)では、梅棹忠夫氏の未完の書『人類の未来』にちなんで、来館者がキーワードを書き記して共有する仕組みが設けられた

い女性が来てくれました。来場者48万人のうち大半が未来館へ来るのが初めてで、新規の来館者を獲得できた、ということですね。

「チームラボ展」をやった2014年はすごく当たり年で、年間の来場者が140万人を超えました。今は安定してきていて、2017年度も「ディズニー・アート展」があったし、秋も別の企画展を開催しているので、来館者は120万人を超えと思っています。

——来館者の質が変わってきたということは、ミュージアムに対する期待感も開館時とは変化している、ということでしょうか。

それは確実に変わってきていますね。ギャラリーも含めれば東京には展示系の施設が何百もあります、その中では「子ども=未来館」というカテゴリ感が確実にあった。それが薄れたことは非常に良いことだと思っています。子どもだけではない、もっと幅広い知的関心層に応えられるはずだと、私自身は思っていますから。

自分から知りたいと思わない限り入らない

——今回の『アド・スタディーズ』では「学びの未来とミュージアム」を特集のテーマとしていますが、学びの場としての未来館に対する期待をどのように受け止めていらっしゃいますか。

アートミュージアムの場合は「感じる」とか「インスパイアされる」という期待を持って訪れる人がいるのに対して、ここは科学館という名前を掲げているので、何かしら理解したいし新しい情報が欲しい、というモチベーションで来てくださる方が多いです。だから最初から「何か学べる場所」ではある。私自身は「学び」という言葉があまり好きではありませんが、何か新しい知識、学びが得られる場所ではある、ということです。

日本の場合は「学ぶ」となると、どうしても学校教育や勉強というイメージがあって、堅苦しくなってしまう。子どもや若い人にとっては「学び」といわれた時点で「え？ 勉強

かぁ」と感じてしまう。でもその後何十年か経た大人たちは何かしら新しい知識が欲しいし、このままではいけないというニーズがあって、そこに対しても発信していきたいと思っています。

——大人にとっての学びと子どもにとっての学びは、少し性質が違うかもしれませんね。大人は学べても子どもには伝わらない、そんなことも起きそうです。

モチベーションの作り方が本当に大事です。自分から知りたいと思わない限り、頭には入らないので、知りたいと思わせることが第一だと常に思っています。それはどう解説するか以前の話です。

2年前から「問い」を大切にしようという展示コンセプトも多少変えて、「体験型から思考型、経験型へ」ということでデザイン直しています。まずはいろいろな問いを持ってもらうこと。答えを知るために来るよりは、問いがいっぱい浮かぶような設計をしていきたいですし、ライブイベントやトークショーも「何かを教えてあげますよ」ではなく、むしろその話を聞くことで、わからないことや知りたいことが増えるほうが良いことなのではと思っています。

今はみんな“ググれば”答えが出てくると勘違いしていて、調べたり自分で考えることに耐えられない人が多い。ゆくゆく「答え」はAIやロボットが教えてくれるようになるので、答えを得るのは別に難しいことではなくなる。昔のようにいっぱい本を読んでいろんなことを知ることの価値が薄れ、どう新しい「問い」を見つけられるか、課題を見つけられるかが重要になってくるのではないかと考えています。課題を解くためには答えではなく、思考のプロセスが必要ですよね。

「未来館に行くとか何か教えてくれる」というよりは、むしろわからないことを増やして考える力をつけたり、わからないことを自分でどうにかしようという「行動」が少しでも増えるきっかけになるといい。私自身そう思っているし、これは館長(毛利衛氏)の方針でもある。館長はそれを「アクション」という言葉で呼んでいます。

——館内を拝見しても課題解決型の展示が多い印象を受

けました。

そうですね。「未来」は「未^まだ来ていない」のだから何も決まっていない。それを創るのは私たち。「課題」というと何か難しく、怖いもののように聞こえるし、実際それも事実なのですが、「明日のご飯は何にしようかな」も課題といえど課題。そんなふう自分で未来を創って行って行動してほしい、という思いがベースにはあります。

だから「ロボットとはこういうものです」という知識を提示する展示ではなく、「ロボットと私たちはどう生きるのでしょうか」という問いかけをする。現代美術でもすごく力のある作家は、作品によって非常にいい問題提起をしますが、そういうことが科学でもできるのではないかと考えているところです。

——私たちが子どもの頃の未来はとてもワクワクするもので、たいていは明るい未来をイメージしていました。しかし今の世の中はどちらかという未来が明るくない。むしろ、それを解決する力が社会的にも求められているような気がします。

そのとおりだと思います。未来館のオープン10年目のときに2020年までのビジョンとして掲げたのは「100億人の人類が生き続けるために、地球規模課題の解決のために、科学コミュニケーション活動の推進に未来館は貢献します」でした。かなり壮大なテーマです。知識は問題解決のためのファーストステップでしかないので、解決する力やきっかけ、モチベーションも提供したい。だから今、「問い」という部分からしっかり始めようと思っています。

面白いと思った瞬間にハードルを越える

——学びをアクティブにするためには、まず問いから始めるということが一番の秘訣ですか。

「問い」は、一つのアプローチに過ぎません。その前に、共通項を見いだすことが最初のきっかけかもしれないですね。その子は何が好きなのか、その人がどんなことに興味があるか。一番難しいことなのですが、それをちゃんと見つけてあげることが一番大事なところだと思います。好きなものが1

個あればそれでいい。いろんな興味に対応することが、ミュージアムとしては大事なかもしれませんね。問題解決のためには問いが大事だし、学ぶためにも問いは大事なのですが、その前に、まずは気持ちにスイッチを入れないと。そういう意味では共通の興味、好きなこと、関心領域、それぞれの人の関心や切り口に対応できる問題提起をすることを大切にしています。

——企画を発想するときも「ターゲットにとって関心があることはどんなことか」というところから発想するわけですか。

企画展の場合はそういうことが多いですね。興味や関心の入り口をどうつくるか、にとってもこだわります。突然難しいことや知らないものを置かれても、みんな「はあ？」となってしまうので、わりと誰もが共有できるような入り口をつくるように心がけています。常設展は、どちらかというまだ難しい設定も多いかもしれません。それを少しずつ改定しているところです。

すごく小さな例を挙げると、Geo-Cosmosのグローバルデータを平面で見るGeo-Scope (ジオ・スコープ)という大型タブレットがあるのですが、みんながグローバルデータを好きなわけではないですね。そのため、横に鳥や車などのブロックを用意しておいて、車が好きな子は車のブロックを選ぶ。



Geo-Scope (ジオ・スコープ)は、気候変動、地球環境の未来予測など、さまざまな観測データに自由にアクセスできるインタラクティブボード。データは定期的に更新される

そうすると車による排出ガスなど、車から始まるグローバルデータを閲覧することができます。提示する情報も、科学のトピックスよりはむしろ非常に日常的なことにつなぐ形にしています。楽しいかどうか、というのは人それぞれで、それが結構大事ですよ。そういう入り口の設計は丁寧にやったほうが良いと思っています。

——企画展のアーカイブスを拝見すると、初期の頃の内田さんの展示には「時間旅行展」や「恋愛物語展」などがあって、入り口のつくり方にとても工夫されているな、と感じました。

自分が科学をバックグラウンドとする人間ではないことが良かったのかな、とも思います。私は情報系やモノづくりは好きですが、天文や生命にはもともとあまり興味がなかった。だから例えば、突然細胞の話をされても「えっ？」となってしまふようなところがありました。でも恋愛と絡めてみて「分子・細胞などのレベルにも相性があって、結びついたり別れたりする」といわれれば少し興味が湧く。そのように、特に最初の頃は、どうやってストーリーをつくれれば一般の人にも興味を持ってもらえるか、「もしかしたら自分に関係のあることかも」と思ってもらえるかを考えていました。

——自分ごと化するためのストーリーづくりに秘訣がある、



企画展「時間旅行展—TIME! TIME! TIME!」(2003年)は、科学とデザインの初めてのコラボレーション展示として高く評価された。その後、国内外の施設で次々と巡回され、現在も続いている



企画展「恋愛物語展—どうして一人ではいられないの？」(2005年)は、恋愛を科学的な立場から捉え直した

ということですね。

「時間旅行展—TIME! TIME! TIME!」はここで初めてつくる展示だったので、自分が信頼するメディアアーティストたちとアートとサイエンスのコラボを明確に打ち出したいと、「時間というテーマは、面白くできそうだな」と思い決めたものです。「恋愛物語展—どうして一人ではいられないの？」は恋愛のことをやりたかったわけではなく、当時は女性客が本当に少なかったの、とにかく女性に興味を持ってもらおうというところから発想しました。今つくったらヒットするかもしれないですね。業界の中には、結構見てくださった人が多くて、展示に関わるいろいろな事業者さんから「あれは秀作でしたね」と言っていたり、人生を変えた展示だったと言ってくれる女の子もいました。展示を見て結婚を決めたという知らせを頂いたこともありましたね。

——「ご自身の中で一番うまくいった企画展は？」と聞かれたら何とお答えになりますか。

2013年の「THE世界一展～極める日本!モノづくり～」ですね。日本が誇るオンリーワンの技術を200点ほど集めて、日本のモノづくり文化の魅力を再発見するという展示でした。モノづくりは堅くて面白くなさそうというイメージがあるのを、丁寧に面白く、良さを伝えるところまで展示にすることができました。式年遷宮から始まる、日本のモノづくり文化や歴史



企画展「THE 世界一展～極める日本！モノづくり～」(2013年)には、日本企業の低迷がささやかれているものの、モノづくりの意欲や技術は決して衰えていないことを伝えたいという背景があった

から、スカイツリーや新幹線、宇宙開発のようなものまでをつなぐ。技術の中に美や文化を見つけるといふ、自分の立ち位置もわかった展示だったと思います。

——モノづくりの世界を自分ごととして見てもらうのはかなり難しかったと思いますが、そこもうまくいったということですか。

その点もとてもうまくいきました。大きく「ライフ」と「ファクトリー」の2つにゾーンを分け、その中でさらに「食」「遊び」「衣」というように項目が分かれています。面白かったのは、家族4人で来ると、お父さん、お母さん、男の子、女の子でハマるところが違うこと。普通なら家族一緒に展示を見るのにみんなバラけてしまい、子どもはおもちゃのところでものごく食いついて見ているし、お母さんは「衣」のところでは1万3,000個のパールが付いたウエディングドレスや、世界一薄くて軽い布で作ったショール、化粧品なんかを見る。お父さんたちはマキタの工具、みたいな感じでした。そもそも全部は見てくれなくてもいいと考えていたのですが、その中でみんながそれぞれ、何に興味を持つかが大事だったのだと思います。

——一人ひとりにどう関係づけて、関心を持ってもらうか、ということですね。

未来館では「科学」や「未来」という言葉が前面に来ている時点で、既にフィルターがかかっています。難しそうとか、日常とはかけ離れたイメージです。どのようにしてなるべく多くの切り口をつくってあげられるか、ではないでしょうか。音楽から切り口をもらう場合もあれば、スポーツやエンターテインメントにつなげることもある。みんなが余暇を楽しむ目的で触れるものなどを合わせることも大切です。

——面白いと思った瞬間にハードルを越えることができる。理屈で考えると越えられないハードルが、面白さで飛び越えてしまう。そこが大事だということですね。ありがとうございました。

内田さんは著作の中で「何かを教えてあげ、見せてあげるのではなく、新しい『知』の世界へ多様な来館者(ゲスト)を引き込み、学びの楽しさを満喫してもらい、いつか専門的な興味でまた訪れてもらうために、いかに快適に、いかに楽しく、いかに深く、『知』を体験してもらうか、またその体験が末永く記憶に残り、次の世代、さらにその次の世代にまでつながるような『場』として魅力を保つことを考えるのは、我々ミュージアムの住人たちの使命であると思う」と語っている(内田まほろ「知のおもてなし時空間 ワークショップの空間デザイン」、荻宿俊文編『ワークショップと学び3 まなびほぐしのデザイン』pp.181-201 / 東京大学出版会 / 2012年)。

おもてなしの心で「学びのきっかけ」をどのように設計するのか。未来館が、学びの世界に人を引き込んでいく秘訣は、どうやらそんなところにありそうだ。