

議題：平和のまちミュージアムの集客事業について

(今後の方向性)

1 来館者の状況・課題

(1) 小学校児童や中学生に比べると、高校生・大学生の来館は少ない。

高校では平和学習は行われていないため、学校単位で来館することはほとんどない。

大学生については、一部の学校とは、連携した取り組みを進めているが、他の大学との連携は進んでおらず、今後は、多くの大学生の来館に繋がるような取り組みが必要である。

(2) 幅広い世代が興味を持ち、参加できるイベントの開催が少ない。

幅広い世代にミュージアムの魅力を感じ、愛着を持ってもらえるよう、小学校の夏休み期間の親子講座を実施した。

今後は、親子のみならず、高齢者等にも参加してもらえるようなイベント等が必要である。

(3) 団体等との連携が進んでいない。

市内には戦争体験の聞き書きを行っている団体や郷土史を研究している団体もあり、これらの団体と共同で事業を行うことは、集客や収集資料の研究の充実に繋がる。

団体から戦争体験の語り部の紹介等も行われているが、今後は、合同イベントや共同展示等の連携が必要である。

2 論点

- ・ 高校生や大学生が来館する仕掛け
- ・ 幅広い世代が来館する仕掛け
- ・ 団体との連携による集客を図る仕掛け

懇話会での委員の主な意見について

【議題：平和のまちミュージアムの集客事業について（今後の方向性）】

（高校生・大学生に向けた取組み）

- 大学生が主に、昼間というよりも、夜の時間での動きというのがあるので、例えばナイトツアーの企画があれば、若者も来やすいのではないか。
- 長崎原爆資料館では、海ごみを拾うボランティアの学生と一緒に、SDGsと平和を考える講座を行っている。気楽で、身近なところにネタは落ちており、アイデアをいっぱい出してもらえればいい。
- 高校生・大学生は車を持っていないので、公共交通機関を使うことがほとんどだと思う。公共交通機関の駅に、チラシやポスターを設置すると、ミュージアム自体の存在を知ってもらえるきっかけになる。
- ミュージアムがラインを活用しているが、高校生・大学生となると、インスタグラムやツイッターなどのSNSを使うことが多く、インスタグラムやツイッターは、フォローや登録をしていなくても、情報が流れてくることがあるので、それらを使うと、もっと若い世代の集客率が上がるのではないか。

（幅広い世代に向けた取組み）

- ミュージアムでは、命の重さ・尊さを学べるので、高校生・大学生という括りではなく、医療系の専門学校に向けたPRも効果的である。
- 長崎には医科大学があり、そこが、原子爆弾で壊滅的にやられてしまったので、例えばテーマを医療救護に絞って、医療系の大学や医師会とヘアプローチをすとか、焦点を絞ってその分野にアプローチをしていくっていうのは、面白い考え方である。
- 長崎原爆資料館ではプロサッカーチームのVファーレン長崎と一緒に活動を行っており、そのサポーターたちは平和の活動をすることは当たり前みたいな認識になっている。ホームゲームがあったときに、相手チームのサポーターが原爆資料館を見に来るという流れがある。

（団体との連携に向けた取組み）

- 学校に語り部を派遣したが、ミュージアムに行った学校と、行っていない学校を比べると、感想文の内容が違う。語り部を活用した学習をミュージアムとタイアップして行えば効果が出ると感じた。
- 焼夷弾や建物疎開などの言葉は、子どもたちには分からない。ミュージアムに来て、少し知識が身に付いていれば、語り部の話を聞いた時の理解の仕方が深くなると感じた。