



土浦市立博物館の外観（特別展開催中の様子）

開館25周年を記念し、特別展を開催した土浦市立博物館。ゲーム会社との共催により、過去最高の入館者数を記録し、その数はこれまでの年間入館者数をも上回る盛況ぶり。その成功の秘密をレポートした。

筑波総研株式会社
主任研究員 國安陽子

大成功した展覧会

土浦市立博物館の開館25周年記念特別展「婆娑羅たちの武装－戦国を駆け抜けた武将達の甲冑と刀剣－」が平成25年3月16日から5月6日まで、株式会社カプコンと共催で開催された。総入館者数は28,057人。同館の平成19年から23年の年間平均入館者数25,429人を上回り、同館の展覧会としては過去最高を記録した。

25周年記念の展覧会であることから、大々的に宣伝し、集客を高めるために、戦国武将をキャラクターにしたゲーム「戦国BASARA」が人気のカプコンと共催した。そのため、入館者はこのゲームのファンの10代、20代の女性が非常に多かった。



土浦市立博物館 展覧会のチラシ

博物館側もなぜこんなに入館者がいるのか驚いてしまうほど予想を上回る集客を実現した。従来、博物館の展覧会に足を運ぶことがあまりなかった世代により、入館者が増加した。

カプコンとの共催

カプコンとの共催のきっかけは、他の博物館の成功事例を参考にしたことである。岡山県瀬戸内市の備前長船刀剣博物館で平成23年7月に開催された「特別展『戦国BASARA』HERO武器・武具列伝」はカプコンと共催し、入館者数が1万人を突破した。集客を高める策として、土浦市立博物館からカプコンに共催を持ちかけた。公共機関の活動を宣伝するために民間企業を活用する新たな方法と言える。

「戦国BASARA」のキャラクターの衣装は、戦国時代に実在した武将が実際に愛用していた甲冑を基にしているため、歴史資料としての甲冑にも関連付けられる。ゲームから入った世代に本物の甲冑を見てもらい、素晴らしさを体感してもらう狙いもあった。

婆娑羅とは

戦国大名の甲冑のデザインや色遣いは、現代にも通用し、鑑賞に値するもので、あしらわれた動植物等のデザインは武将の心構えをも示し、まさに婆娑羅（バサラ）である。

婆娑羅とは、梵語（サンスクリット語）で金剛＝ダイヤモンドを意味する言葉である。身分秩序を無視して、時の権威に反発し、奢侈な振る舞い

や、粋で華美な服装を好む美意識で、戦国時代の下剋上の風潮の萌芽となった。

土浦で戦国時代？

土浦市立博物館で戦国時代の甲冑を展示したのはなぜか。土浦市立博物館のソフトとハードの両方の利点を最大限に生かし、力量を示すためである。

第一に、ソフトの面である。博物館は土浦藩主土屋家の居城だった土浦城址公園の「亀城公園」に隣接している。土屋家は戦国時代には武田氏の家臣として活躍、その武功からのちに徳川家に取り立てられ江戸幕府の老中をつとめた家柄で、戦国時代とは密接な関係にある。しかし、昭和63年の開館当初は土屋家ゆかりの資料をあまり所蔵していなかった。そのため、平成14年に土屋家の刀剣をまとめて購入し、寄贈も合わせて現在は86口所蔵し、郷土の資料を充実させた。刀剣は江戸時代に集められたものが中心で、戦国時代よりの先祖伝来のものも含まれている。

また、土浦市立博物館は重要文化財等の公開にふさわしい施設として、「公開承認施設」に認定されている。国宝や重要文化財の公開が文化財の保存上適切な施設で促進されることを目的とした制度で、公開承認施設に認定されるためには、一定期間にわたる重要文化財等の公開実績があること、保管設備や施設が適切に整えられていること、重要文化財等の保管と展示に精通した学芸員が揃っていること等が要件となる。

次に、ハードの面は、平成19年に博物館の建物



「戦国BASARA」のキャラクターと基になった甲冑(模造)

のリニューアルを行ったことである。常設展示を全て撤収し、博物館の展示スペース全体を使って特別展が行えるようになった。リニューアル後の特別展は今回で5回目となり、過去に蓄積された様々なノウハウを活用できた。

このように、ハード面、ソフト面、両方揃った土浦市立博物館の力量が大いに示された展覧会となった。

博物館の外でも楽しんで

入館者に、展示品のみならず土浦市の街も楽しんでもらえるよう、会期中にスタンプラリー「『戦国BASARA』スタンプラリーIN 遊覧都市つちうら」を開催した。カプコンとの共催で、遠方から多数の入館者があることを予想し、その人たちに歴史を背負った街土浦を体感してもらうことと、入館者が周遊することによる地域の活性化を狙った。スタンプは34カ所、中心市街地から離れた場所にも設置したが、タクシー等を利用してスタンプを全部集めた入館者もいた。

スタンプラリーを開催するに当たり、土浦市観光協会、まちづくりを行っているNPO法人、商店街も含めて説明会を開催し、商店街にはポスターやのぼりの掲示を依頼した。スタンプラリー用のスタンプ台を独自に設置したり、雰囲気づくりのためにスタンプ台のまわりに五月人形を飾ったりした店舗もあった。

成功事例とするために

商店街等からは、多くの入館者が博物館の外を周遊し、非常に活気づいたと喜ばれた。ただし、純粹にスタンプを集めて回るだけの入館者が多く、スタンプ設置店舗で買い物や食事をする、もう一歩踏み込んだ活動までには進まなかったようだ。

商店街等からは、次の企画展も周辺地域と連携したものをと期待されている。話題性を提供して入館者を集め、博物館の中だけでなく、周辺へ入館者を周遊させる新しい取組みは成功した。今後も、土浦市立博物館と地域が連携した活動が期待される。