**令和６年度 夏期特別展 基本計画書**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **種別** | 特別展 | | **名称** | 萩博物館開館20周年記念特別展  海の妖怪展 | | |
| **会期** | 令和6年7月20日（土）～9月23日（月祝） | | | | **実開催日数** | 65日間 |
| **開催場所** | 萩博物館 企画展示室、人と自然の展示室 | | | | **担当者名** | （主担当）堀 成夫  （副担当）清水満幸、川原康寛 |
| **共催** | 萩市、萩市教育委員会ほか（調整中） | | | | **後援** | 山口県、山口県教育委員会ほか |
| **基本方針** | **経緯と課題** | 例年、夏期特別展は市内外の親子をターゲットに生物をテーマとした展示会を開催し、世界から地元へ視点を移しながら自然の魅力・課題を楽しみ学べる機会として、また、夏休みの親子の萩観光を担う催事として定着していた。しかし、次第に他施設との競合にさらされ、コロナ禍で多くの親子が野外行事等へ流出し、アフターコロナにおいても来場動向が回復せず新規開拓も進まない状況となっている。そこで、以下の課題を掲げて本展を開催する。  ・アフターコロナにおける親子の博物館展示会に対するニーズの模索  ・地域の自然・文化の魅力や課題をリアルに体感・体験できる技法の模索  ・総合博物館でなければ成し得ない視点と質による展示への取り組み | | | | |
| **テーマ** | 訴求力と集客力のある「海の妖怪」をテーマに、自然科学・人文科学の双方からの資料展示と体験・体感環境を提供し、当館の開館20周年目にふさわしいプレゼンスと親子向け萩観光を牽引しうるブランドの再構築を図る。 | | | | |
| **ねらい①** | アフターコロナの親子のニーズに合った体験・体感型の観覧スタイルと館内外をつなぐ多彩な連携行事を駆使し、夏期特別展をイノベーションする。 | | | | |
| **ねらい②** | 海の妖怪と環境変化を絡めて見つめる機会を作ることで、「海への畏怖の念」を取り戻してもらい、郷土の海を未来に引き続く契機とする。 | | | | |
| **ねらい③** | 自然科学・人文科学の双方から同テーマに取り組むことで、総合博物館ならではの親子向け展示会のモデルケースとし、当館のプレゼンスを高める。 | | | | |
| **目　標** | **来場者数** | 51,200人 | | | | |
| **ターゲット層** | 【年代】小学校３年生とその保護者  【属性】・妖怪・怪異、珍魚・怪生物に興味をもつ層  　　　 ・萩博物館の夏期特別展の支持層  　 ・体験・体感型の夏休み行事を求めるファミリー層  【エリア】萩市、山口県及び近県（広島・福岡・島根）、中国～九州地方 | | | | |
|  | **その他指標** | ・アンケート回答率：総来場者数の1％以上  ・観覧満足度（アンケートで展示に満足と回答する人の割合）：80％以上 | | | | |
| **実施内容** | **概　要** | 開館20周年のメイン行事として、集客力と話題性が期待できる「海の妖怪」をテーマに、「海の学びミュージアムサポート」助成金を活用して一定の費用を投じ、夏期特別展を体験・体感型という新しい観覧方法と多彩な連携事業を組合わせた新スタイルにイノベーションする。前半では「海坊主」「船幽霊」「磯女」など古来日本に伝わる海の妖怪を資料だけでなくデジタルアートやクイズも駆使し、それらに対する昔の人々の思いや警告・教訓に触れられるよう紹介。後半では、郷土・萩に「現代の妖怪」ともいうべき珍魚や怪魚が現れたり環境変化が起こったりしていることを標本やデータで示す。これらを通じ、多くの親子が昔の人々にあった「海への畏怖の念」に気づき、海から教訓や警告を感じ取り郷土の未来を考える機会を作る。 | | | | |
| 1. **主要展示資料** | ・河童・人魚のミイラ（瑞龍寺）  ・海潮寺に伝わる大蛇の頭（萩博物館寄託）  ・ダンダラボッチを避ける祭事に使う大わらじ※（志摩市立歴史民俗博物館）  ・萩のご当地妖怪「タキワロ」のデジタル復元（萩博物館）  ・萩・三見の寺に伝わる幽霊画※（善照寺）  ・博多の寺に伝わる人魚図※（龍宮寺）　　など　　　　　（※ 県内初公開） | | | | |
| 1. **関連行事等** | ・海の異変から妖怪を創作してもらう「海の妖怪 創作画コンクール」  ・萩・明倫学舎と萩博を巡って妖怪パネルを探す「妖海スタンプラリー」  ・夕方の妖しい海を遊覧船で体感する「逢魔が時クルージングツアー」  ・貝殻で呪術具や厄除け印章などを工作する「呪術アイテムをつくろう」  ・魔除けに使える貝をセルフで探す「まじない・魔除け貝をさがせ！」  ・一部展示物を箱に詰めて館内外で展示する「海の異変つめあわせＢＯＸ」 | | | | |
| **③ 広報宣伝・情報発信の手法** | ・チラシ110,000枚：市内の幼保小中高、県内と隣接地域の小学児童に配布  ・ポスター600枚：県内・近県に配布  ・テレビCM：県内2～3局、近県1局以上  ・SNS広告：中国～九州地方　　　　　　　　　　　　　　　　　など | | | | |
| **④ 外部との連携** | ・NPO萩まちじゅう博物館、萩・明倫学舎、萩八景遊覧船：上記②の関連行事（一部）の主催または共催  ・田町商店街：妖怪に関連した土曜夜の特別企画の実施と告知での連携  ・はぎビズ：展示の仕掛け・集客戦略の考案、関連行事の参画での連携  ・山口県水産研究センター、下関市立しものせき水族館：展示テーマに関する共同研究、上記②の関連行事（一部）のコンテンツ制作など  ・水産大学校：展示物の共同制作、制作スタッフ派遣　　　　　　　など | | | | |
| **⑤ そのほか** | ・日本海事科学振興財団「海の学びミュージアムサポート」の助成支援を受け、一定の費用を投じて充実した展示と関連行事を実現する。  ・同支援により、近隣地域および全国の多彩な機関・団体と連携関係を築き、今後の夏期特別展ほか館活動における連携活動の発展につなげる。  ・閉幕後、同財団の「海の学びコーディネーター」が所属する全国各地の館で本展を進化させながらリレー展示することで、展示技術のスキルアップと、当館における本展の第２・３弾に向けての準備を行う。 | | | | |