

SNSを活用した遠野市立博物館の情報発信

長谷川浩（遠野市立博物館）

Disseminating Information about the Tono Municipal Museum on Social Media

Hasegawa Hiroshi (Tono Municipal Museum)

・博物館とSNS／Museums and social media ・ ツイッター／Twitter

1. 遠野市立博物館の概要

遠野市立博物館は、1980年に開館した民俗学の専門博物館である。遠野の歴史や文化に触れながら、「遠野物語の世界」を体感できるように豊富な映像やジオラマ、実物資料を展示公開している。

建物は鉄筋コンクリート造り4階建てとなっており、1、2階部分が図書館、3、4階部分が博物館の複合施設で、図書館で得た知識を博物館で実証的に学び、博物館で学んだことを図書館の資料で裏づけするという資料の相関性を生かした文化情報センターとしての役割を果たすことを目的とした施設として整備された。

2010年の遠野物語発刊100周年を機に「『遠野物語』を機軸に遠野を見つめ直し、市民とともに地域の個性や資源の発掘、情報の発信、伝承文化の構築を目指す中核博物館」というコンセプトのもとに全面的な展示改装工事を行った。

中心市街地の観光と文化の拠点施設として、これまでに国内外から215万人以上の方々にご来館いただき、市民の生涯学習活動や遠野を訪れる方々のビクターセンターとして親しまれてきた。

2. 博物館公式SNSの開設

(1) 公式SNS開設のきっかけ

博物館の情報発信は、遠野市公式HPや市広報誌を中心に行ってきたが、2020年7月から博物館公式

Twitterを開設した。2020年初頭から感染が拡大した新型コロナウイルスの影響を受け、博物館入館者数は2019年度17,633人から2020年度には10,755人となり大幅に減少したこと、緊急事態宣言が発出され、都道府県境を越える移動を制限されるなど、博物館に来館したくても来館できない方々が多くいたことなどを少しでも解消しようと考え、SNSを活用した情報発信を開始した。

(2) 情報発信の目的

遠野市立博物館の展覧会のほかイベントに関する情報、『遠野物語』と遠野市の魅力を広く遠野市内外に発信し、遠野市民をはじめとする当館利用者の利便性向上を目的として遠野市立博物館公式Twitterを開設した。

開設に当たり「遠野市立博物館ツイッター運用ポリシー」「遠野市立博物館ツイッター利用規約」を2020年6月に定め、2020年7月から運用を開始した。

2022年10月現在の公式Twitterフォロワー数は16,000人である。

(3) 記事の更新頻度と投稿内容

記事は学芸員2人で担当し、開設当初から毎日1回以上記事を投稿することになっている。内容は博物館の展覧会情報、イベント情報、資料解説、『遠野物語』ゆかりの場所についての解説、遠野市内の季節ごとの風景、博物館周辺の情報など幅広く遠野魅力を発信している。

投稿の内容も「展覧会・イベント情報」「資料解

説」「遠野物語」「遠野の風景」などの主なカテゴリーごとにバラつきの無いように配慮している。それぞれのカテゴリーごとにファンがおり、その投稿を期待していることが考えられるためである。

また、投稿のタイミングも重視しており、夕方6時以降や休日前など多くの方々に閲覧してもらえる時期や時間帯についても意識しながら投稿を行っている。

博物館公式 Twitter 開設当初は展覧会・イベント情報を中心に発信していたが、博物館だけの魅力を発信するより遠野市全体の魅力を発信した方がより多くの方々に興味を持っていただくことができ、結果として博物館への来館者が増えることを実感し、現在は遠野の風景など季節ごとの写真の投稿も積極的に行うことにしている。

3. 企画展における情報発信の成果

遠野市立博物館では『遠野物語』や遠野の歴史や民俗をテーマとして年4回の特別展・企画展を開催している。令和3年度に実施した特別展・企画展に

おける SNS の活用について紹介する。

(1) SNS がきっかけとなり開催した企画展「遠野の猫たち～浦田穂一写真展～」

本企画展は遠野市立博物館の春季企画展として2021年3月19日から5月9日まで開催したもので、博物館で所蔵する遠野の民俗写真家・浦田穂一の撮影した7万点の写真の中から猫をテーマとした写真を展示したものである。

きっかけは2月22日の「猫の日」に合わせて、遠野の民俗写真家・浦田穂一氏が撮影した遠野の民家で過ごす昭和50年代頃の猫のモノクロ写真を投稿したことだった。いくつかの写真を投稿したところ最も反響の多かったツイートには4,679もの「いいね」が寄せられ、その他の写真も1,000を超える「いいね」がつくなど大きな反響があった。

その後も公式 SNS には写真を間近に見てみたいとの意見が多く寄せられたため、館内で話し合い、企画展「遠野の猫たち～浦田穂一写真展～」を開催することにしたのである。



図-1 遠野の猫 Twitter投稿画像



図-2 「遠野物語と呪術」 Twitter投稿画像

(2) 企画展「遠野物語と呪術」における SNS の活用について

遠野市立博物館秋季企画展「遠野物語と呪術」は2021年10月22日から11月23日（28日間）にかけて開催した。

開催趣旨 「呪術」とは、神や精霊などの超自然的な力や神秘的な力に働きかけ、種々の願望をかなえようとする行為、およびそれに関連する信仰の体系のことを指すことばで、「まじない」「魔術」などとも呼ばれる。『遠野物語』には様々なまじないの話が掲載されている。また遠野の民間信仰や年中行事などにもまじないの習俗を見ることができる。本展覧会では、遠野と東北各地のまじないに関する資料を中心に展示する。

企画展の告知にはチラシ、ポスター、遠野市広報誌、ケーブルテレビ、遠野市HP、SNSを活用した。9月8日に企画展のポスター画像を掲載した公式SNSの投稿には7,069「いいね」、4,303ものリツイートがあり、当館企画展の告知の中では最も多くの反響が寄せられた。

会期1ヵ月前からは展示資料のツイートを写真付

きで毎日1回以上行い期待感を高めるよう工夫した。

近年の呪術ブームと博物館公式SNSでの情報発信が功を奏し、会期中の入込は2,422人・前年同期比175%（1,041人増）となり、市内外に遠野の文化と魅力を発信することができた。

会期中に来館者に行ったアンケート（回答数149人）では、企画展を知ったきっかけとして、「Twitter」77人、「チラシ・ポスター」18人、「HP」14人「市広報」7人、「TV・ラジオ」4人、「その他」29人との回答があった。全体の51.6%がTwitterと回答しており告知として効果があったことが分かる。

4. 今後の活用について

遠野市立博物館の公式Twitterを2020年7月に開始して2年以上が経過した。フォロワー数は毎年着実に増加しており、2022年3月に10,000人であったフォロワー数は半年間で5,000人以上増加した。

Twitterに対する質問や掲載内容に対する取材も増えており、博物館の来館者数にも好影響を与えていることから、今後も毎日1回以上更新を継続し、情報発信を続けていく。