

地域戦略研究所紀要

第7号

地域イノベーションを生み出す創造的コミュニティに関する研究
—産業博物館の現状と期待—

吉村 英俊 …… 1

北九州市立大学
地域戦略研究所
2022.3

地域イノベーションを生み出す創造的コミュニティに関する研究 ー産業博物館の現状と期待ー

吉村 英俊

- I 地域産業・企業の現状
- II 創造的コミュニティの醸成の必要性
- III 産業博物館とは
- IV 北九州地域の産業博物館の現状
- V 産業博物館への期待

<要旨>

地域経済が浮揚するためには、地域企業のチャレンジ精神を育む「創造的コミュニティ」を醸成する必要がある。本研究では「産業博物館」が創造的コミュニティになり得ないだろうかという仮説のもと、北九州地域の産業博物館の現状を調査するものである。

調査の結果、それぞれの博物館は限られた経営資源の下で、役割を全うしているものの、テーマ（例：石炭）以外の分野で、インターフェイス役となって異業種交流会などを立ち上げ、運営することは難しいことが分かった。

<キーワード>

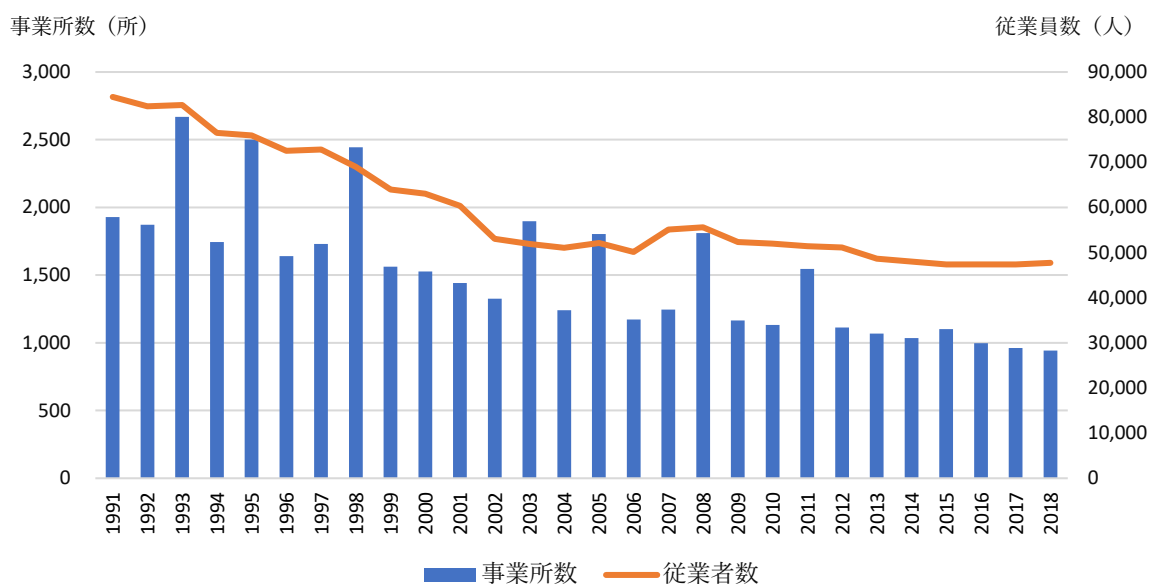
イノベーション、人材育成、創造的コミュニティ、産業博物館、企業博物館

Innovation, Human Resource Development, Creative Community, Industrial Museum, Corporate Museum

I 地域産業・企業の現状

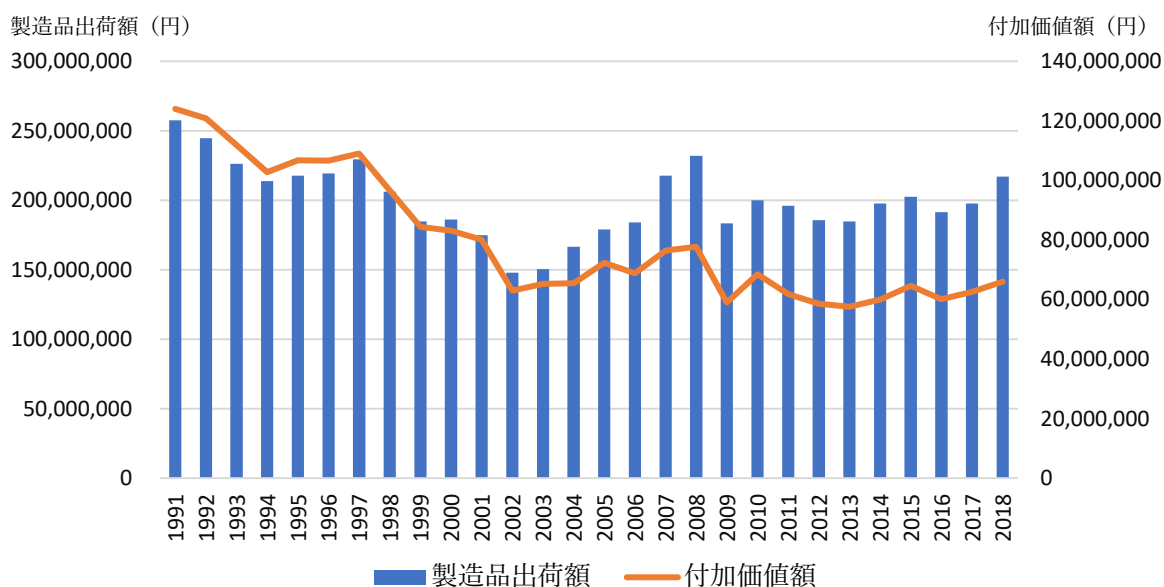
バブル崩壊以降、地域経済・産業の再生・浮揚が叫ばれて久しい。この間、多くの地方では地方公共団体や商工会議所、地域金融機関などが中心になって、国や企業、住民と協力してさまざまな施策を講じてきた。しかし、その効果はどうかというと、技術の高度化を図って新製品を開発したりする企業や昨今のITを活用したビジネスに乗じて起業したりする人がいるものの、投入した資金や労力などに対して十分であったかということ、素直に肯定できるものではない。どちらかといえば、支援する側はありとあらゆる手立てを考えて企業側にアプローチするものの、一部の企業や起業家を除いてなかなか反応してくれないのが現状ではなからうか。企業側の立場を弁明するならば、何か新しいことをしなければいけないことは重々分かっているが、どうしたらよいか分からないのではなからうか。こういった状況が、かれこれ30年余り続いている。そしてこの間、地域の経済や産業は、業種や企業において違いはあるものの、

総じて衰退している。例えば、北九州市の製造業は、製造品出荷額を除いて、事業所数、従業員数、付加価値額、いずれも減少している（図1、図2）。



(出典)「北九州市統計年鑑」北九州市、2021、pp82-83 より作成

図1. 北九州市製造業の事業所数・従業員数の推移 (1991~2018)



(注記) 1991~2000年は従業員9人以下、2001年以降は従業員29人以下の事業所の付加価値額は粗付加価値額である。

(出典)「北九州市統計年鑑」北九州市、2021、pp82-83 より作成

図2. 北九州市製造業の製造品出荷額・付加価値額の推移 (1991~2018)

こういった状況を打破し、地域経済・産業の再生・浮揚を図るために、2つの方策が考えら

れる。一つ目は、今後成長が期待できる産業の導入及び育成を図るものであり、首都圏や東海圏など、域外から企業を誘致するという外発的な方法と、地域企業の高度化という内発的な方法がある。

前者の企業誘致による外発的な方法については、多くの地方公共団体において、工場団地や支援機関を整備し、また補助金や税制などの優遇措置を講じているが、どの地方公共団体においても横並びで差別化できておらず、大きなインセンティブになっていない。そこで、どういった産業を導入・育成したいのか、産業クラスター計画を作成する必要がある。雇用の創出や税収の増加の視点から、やみくもに企業誘致を進めるのではなく、攻め所であるターゲットを明らかにするのである。そして計画ができたならば、産業クラスター計画に沿った分野の人材を提供するのである。多くの企業においては、労働力人口が減少する中、有能な人材を確保することが難しく、企業誘致を進めるうえで有効な手段となる。

この人材の提供については、域内の大学・専門学校などによる輩出と、企業誘致同様に域外から人材を確保する方法がある。前者については、就職希望者のうち、このまま当該地域に残って就職したい学生が一定数いることから、これらの学生の就職を行政と学校が連携してサポートすることで実現可能である。後者については、人材であれば誰でもいいわけではなく、高等教育を受け、事業開発等にかかわる実績を有する人材であることが望ましい。俗にいう「クリエイティブクラス」といわれる人材である（Florida、2002）。なおこれらの人材は、自身の能力を発揮できる魅力的な働き口だけでなく、居住地としての魅力、例えば、娯楽や文化施設、教育環境、自然環境などが整い、さらに多様な人材を受け入れる寛容性が醸成されているところを好む（吉村、2009）。研究や開発環境の整備は必要条件の一つに過ぎず、都市機能や暮らし易さを備えた都市であることが望ましい。こういった都市は、福岡市や広島市、札幌市といった地域の拠点都市ということになり、その他の多くの都市は規模が小さすぎるため、クリエイティブクラスを惹きつけるのは難しいのが現実である。

北九州市においては、環境産業について、とくに資源循環と低炭素の分野の産業振興を1990年代後半から進めている。この間、広大な埋め立て地にリサイクル団地や実証研究フィールド¹⁾を整備し、環境分野を強化した大学²⁾や市役所内に専門部署³⁾を設置するとともに、研究開発や実証テストなどを行うための補助制度⁴⁾を整備するなど、事業環境の整備を総合的に進めてきた。昨今は、再生可能エネルギーの普及を図るため、洋上風力発電設備の導入を進めている。こういった産学官が一体となった取り組みによって、「環境先進都市」として、また昨今は「SDGs 未来都市」として都市ブランドを醸成しつつあるが、環境産業に取り組む企業の集積や成果という意味では、未だ発展途上にあるといえる。

後者の地域企業の高度化による方法は、地域企業のイノベーションを新産業の方向に向かって推進するものであり、具体的には、保有する技術や製品、サービスを新産業の方向に向かった改良を加え高度化を図ること、または保有する技術や製品、サービスを構成する技術などの要素を活かして新産業にかかわる新たな技術や製品、サービスを開発することである。

このイノベーションを推進するために、1990年代から地方公共団体が中心になって産業支

支援機関⁵⁾を設置し、また商工会議所や地域金融機関、関係団体と連携してさまざまな支援を講じている。例えば、技術開発や製品開発、フィージビリティスタディ、実証テストにかかわる補助金制度がある。またその他、低利融資はもとより、事業の将来性を評価した無担保無保証人の融資もある。また中小企業においては、人材が量・質ともに不足していることから、技術士や中小企業診断士などによるコンサルタントが、支援機関から無料に近いかたちで派遣され、課題に取り組んでいる。このように国や県、市、商工会議所、地域金融機関などが熱心に取り組んでおり、支援策は潤沢にあるとあってよい。

こういった状況の中で利用状況はどうかというと、利用者が少なく、特定の企業がリピータになって何度も利用している制度もあり、まさに「笛吹けど踊らず」といったところではなかろうか。もちろん地域には元気な企業もいるが、その数は少ない。ここに内発的に取り組むことができず、外発的な方法に頼らなければならない理由がある。

この原因は、とくに製造業においては、これまで下請けとして発注企業の要求に忠実に応えていた企業が多いことから、社内に営業や開発を行う人材やノウハウが蓄積されておらず、新しいことを行わなければいけないという認識や意欲はあっても、どうしたらよいか分からないからではないかと考える。How to do は秀でて、What to do を行う人材やノウハウがなく、そのため日夜コストダウンに励んでいるのが実情ではなかろうか。また製造業に限ったことではないが、下請け体質に染まってしまったことから、依存することに慣れてしまっているようにも思える。さらに支援する側にあっても、組織内で定期的に人事異動があり、また従事期間も3年程度と短いため、どうしても表面的な付き合いになり、腰を据えて企業と接することができない。

二つ目の地域経済・産業の再生・浮揚策は、地域企業の成長を図るものである。これは、前述の企業が有する技術や製品、サービスの高度化と、培ってきた技術やノウハウを活かして新たな製品やサービスを開発することが考えられる。またこれらの他に、生産性の向上や販路開拓がある。

前二者については、前述のとおり、支援機関や支援策は、潤沢といえるほどに充足しているが、それを活用する企業が少ない。したがって、支援策を活用して技術や製品を高度化したり、もしくは開発して売り上げを伸ばした企業があるものの、その数は少ない。

一方昨今、人手不足と相まって注目されているのが、生産性の向上である。しかしこれも、ロボットやNC工作機械を導入したらすぐに達成できるかといえば、そうではない。まず生産システムの整流化を図り、ムダのない流れを作ることが先決である。次に代表的な製品の基準日程を作り、それに必要なデータを集め、作業指示書等のマニュアルを整備するなど、生産の土台をつくらなければならない。その後、ようやくロボットやNC工作機械などの自動機の導入を検討することになる。この一連の検討を行う人材が小規模な企業にはおらず、また支援する側も文系出身者が多いため、補助金を使ってロボットやNC工作機械などの自動機を導入することに注力しているように思える。なお近年、インダストリー4.0⁶⁾への対応を巡って協力企業の選別が進められており、生産システムのIT活用による高度化、とくに生産スケジュー

リングの重要性が増している（野村他、2017）。

また企業の成長を図るためには、開発や製造のみならず、販売部門の役割も重要である。そのためには、まず自社の技術や製品、サービスを棚卸して強みを見出すこと。次に自社を取り巻く環境の変化や競合他社の動向、市場のトレンドなどを分析して、自社の強みを乗ずることができる機会を見つけ、ターゲットを明らかにすること。そして競合他社との差別化を図り、競争優位なポジションをとること。このような一連の検討が必要であるが、前述同様に、それを担う人材がないのが現状である。製造業においては、これまで下請けとして企業活動を営んでいたため、営業を行う必要性がなく、そのため人材が育っておらず、ノウハウも蓄積されていない。新しい技術や製品を開発したものの、売れない、もしくはどうやって売っていいかわからないといった問題を抱える企業は多い。

以上を整理してみると、問題の多くは「人材」に係わっていることが分かる。How to doはできてもWhat to doができない。また発注企業からのオーダーを待つ姿勢が知らず知らずのうちに醸成され、新しいことにチャレンジする気概が弱いように思える。これらは下請けとして企業活動を営んでいたことで、経験する機会がなかったことが大きく、イノベーションを推進するためには、この人材の確保と育成が急務であるといえる。

II 創造的コミュニティの醸成の必要性

1. 創造的コミュニティの醸成

話が少し飛躍するが、企業のイノベーションを野菜や花の栽培に例えて考えてみたい。野菜や花を栽培するには3つの要素が必要である。一つ目は、農作業を行う農夫である。二つ目は、成長を促す水や肥料である。三つ目は、野菜の苗や花の種を植える土である。このとき、農夫が決められたとおりに水や肥料を与えれば、野菜や花は育つだろうか。通常は育つが、育たないこともある。それは土が痩せているときである。土の中にはカリウムやリン、窒素といった栄養素が含まれ、それらが種子の発芽を促し、丈夫な苗を生育する。土は野菜や花づくりの土台になるものであり、そのため、農夫は肥えた土をつくるために、日ごろから土の手入れに励むことになる。

このことは、企業のイノベーションにもいえる。バブル崩壊以降、約30年の間、国や地方公共団体、商工会議所、地域金融機関などの努力により、水や肥料に相当する支援策は十分にある。十分過ぎるといっても過言ではない。一方、農夫に相当する企業の経営者や管理者はどうだろうか。これまでの下請け体質が根強く残っており、生産性の向上やコストダウンに懸命に取り組むものの、新しい事業への意欲はけっして高いとはいえない。また新しい事業への関心や意欲があったとしても、どうしたらよいか分からない。総じて果敢に挑戦するといった気概が弱いように思える。

それではなぜ、新しい事業が次から次に起こらないのか。なぜ起業家が生まれえないのか。それは先ほどの土に相当する地域の風土や土壌に起因するものと考えられる。

20世紀は、一言でいえば、「均質なものを効率的につくる」ことに注力した時代であった。

カンバン方式や統計的品質管理に象徴される。中小企業は大企業の系列の傘の下、忠実な下請けとして QCD (Quality:品質、Cost:コスト、Delivery:納期) の高度化に励んだ。またこの間、系列内の統制を堅持するため、同質性が尊ばれ、ある意味異質である新たな事業を興す機会や機運が育まれなかった。イノベーションの意欲の芽が摘まれ、チャレンジすることを抑制するような風土や土壌が醸成されていったといえる。一方、この同質性・統制の下、一丸となった取り組みが優れた製品を次から次に生み出すこととなり、メイドインジャパンはブランド化され、わが国に繁栄をもたらした。

これに対して、21 世紀は、「ワクワクするライフスタイルを創造する」時代であるといえる。インターネットを基盤とするスマートフォンやネットショッピングなどが最たるものである。このライフスタイルを創造するためには、技術の探求に加え、文化、芸術、歴史、思想など日常生活にかかわるあらゆるものに配慮しなければならない。多様なものを積極的に受け入れ、相互作用によって化学反応を起こし、新たなものを生み出すことが期待される。そしてそのためには、われわれは異質なものに対して寛容でなければならない。このような時代の変化に対して、20 世紀の同質性を求め、統制を強化する管理手法はそぐわず、多すぎるまた厳格な規則は行動や思考を束縛し委縮させ、ユニークな発想を止めてしまう。今求められているのは、多様なものを積極的に受け入れ、融合させ、新たなものを生み出そうする風土であり土壌である。残念ながら、20 世紀の成功体験に引きずられ、一企業というよりも産業界全体が未だ対応できているとはいえない。その結果、バブル崩壊以降、経済成長はほぼゼロに等しく、国民の実質所得は先進国の中で最下位に甘んじている。

こういった状況にあって、国は中小企業基本法を 1999 年に抜本的に改正して、新事業展開による第二創業や経営革新を応援することとした。これは従来の大企業との格差是正から、中小企業は“イノベーションの担い手”であるとして、リスクに果敢に挑戦する中小企業を手厚く支援するという方針の大転換であった。具体的には、中小企業経営革新支援法(1999)や中小企業新事業活動促進法(2005)、中小企業等経営強化法(2016)を制定し、とくに異分野連携、地域資源活用、農商工連携など、それぞれの企業が持つ強みを生かした連携及び融合による新事業展開を支援している。

以上より、地域企業の経営者や従業員、地域住民の起業家精神を励起させるために、地域には土づくりといえる寛容で自由闊達な風土や土壌である「創造的コミュニティ」の醸成が求められている (吉村、2011)。



図 3. 新事業・支援・創造的コミュニティの関係

2. 問題意識

創造的コミュニティの醸成に、王道というべき具体的な方法があるわけではないが、例えば、企業の生産現場では、体質や風土を改善・強化するために 5 S⁷⁾ の導入を試みることが多い。

このときすべての現場を一斉に行うのではなく、まずはモデル職場を決めて、そこで実績を出した後、徐々に対象を拡げていく。楔を打ち込んで、そこが基点になって全体に浸透させていくものである。地域においても同様に、いきなり地域全体の底上げを図るのは難しく、地域や機関を特定し、それらが先導することで徐々に拡大させていくことが望ましく、また現実的である。敷布団のシーツで例えるならば、全体を持ち上げるのは難しいが、一か所摘まんで持ち上げると全体が持ち上がるようなものである。

このとき特定したらよいと思われる地域や機関として、大学及び産学連携機関、中小企業支援センターや商工会議所、地域金融機関といった産業支援機関が考えられる。前者については、技術志向が強いが、事業化の視点が弱い。また大学の研究成果の移転が中心であり、中小企業においては基礎的過ぎて実践的ではない。後者については、支援策は充足・充実し、その一環で人材の確保や育成を行っているが、機関の性質上、どうしても短期的な成果に注力せざるを得ず、風土や体質の観点からアプローチするまでには至っていない。風土の醸成には時間がかかるものである。

一方、地域には文化・教育施設として、美術館や博物館、郷土史料館などがあり、地域と協同してまちづくりや人づくりに関するさまざまな取組みをおこなっている事例を多く聞く(玉村編、2013)。このように美術館や博物館、郷土史料館などが、住民や企業が集い、情報を得て、刺激し合い、連携する「場」になり得ないか。本調査研究では、地域企業のイノベーションを育む創造的コミュニティの醸成に対して、技術や産業を取り扱う「産業博物館」(後述)が担い、貢献することができないか。地域経済・産業の再生・浮揚を図るためには、成長が期待できる産業の導入・育成や、地域中小企業の成長が必要であり、そのためには地域企業が新しいことに果敢にチャレンジすることが期待される。このとき地域の産業博物館が、地域企業が研修を行ったり、異業種交流会を開催して新しい技術や製品を開発したり、またそれぞれの企業が抱える問題点を持ち寄って、みんなで知恵を出したりするような「場」になり得ないだろうか。そしてこのことにより、地域にチャレンジする風土が醸成できないだろうか。これが本調査研究の問題意識である。

北九州地域は、我が国の近代化を牽引した地域であることから、産業博物館が多く集積している(後述、表3)。そこで本調査研究では、北九州地域の産業博物館の地域との係わりの現状を調査し、課題を提示することを目的とする。なお、民間企業である製造業者や建設業者が設置した「企業博物館」(後述)も調査の対象にする。

IV 産業博物館とは

1. 博物館法による分類

博物館は、社会教育法(1949年制定)において、社会教育のための機関であり、必要な事項を別に法律を制定して定めるとしている⁸⁾。そこで博物館法が1951年に制定され、博物館を次のように定義している⁹⁾。

「博物館」とは、歴史、芸術、民俗、産業、自然科学等に関する資料を収集し、保管・育成し、展示して教育的配慮の下に一般公衆の利用に供し、その教養、調査研究、レクリエーション等に資するために必要な事業を行い、あわせてこれらの資料に関する調査研究をすることを目的とする機関である。なお社会教育法による公民館及び図書館法による図書館を除く。

これらの機関は、地方公共団体、一般社団法人、一般財団法人、宗教法人、政令で定めるその他の法人が設置するもので、登録を受けたものとする。

この登録を受けた機関を「登録博物館」という。なお同法では別に「博物館相当施設」を定めており¹⁰⁾、両者を合わせて「博物館」という。これら博物館は、博物館法により職員の配置や年間の開館日数、資料、施設などについて、基準が定められている（表1）。

「博物館相当施設」とは、博物館の事業に類する事業を行う施設で、国又は独立行政法人が設置する施設にあっては文部科学大臣が、その他の施設にあっては当該施設の所在する都道府県の教育委員会が、文部科学省令で定めるところにより、博物館に相当する施設として指定したものとする。

しかし現実には、同法の規定を受けていないものの、博物館と同じような事業を行い、博物館と称する営造物が数多くある。これらは一般に「博物館類似施設」と呼ばれており、登録博物館、博物館相当施設を合わせた設置数全体の約8割を占める（表1）。

本調査研究では、博物館法に基づく「登録博物館」と「博物館相当施設」、同法の規定に準拠しない「博物館類似施設」の3者を対象にする。

表1. 博物館の運営形態からみた分類

	博物館法準拠		博物館法非準拠
	登録博物館	博物館相当施設	博物館類似施設
職員の配置	館長・学芸員必置	学芸員相当必置	制限なし
年間開館日数	150日以上	100日以上	制限なし
資料の内容	法に規定する目的を達成するための資料	博物館の事業に類する事業を達成するための資料	制限なし
建物延べ面積	165㎡以上	132㎡以上	132㎡以上
設置数	895	361	4,434

（注記）設置数は、文部科学省国立教育政策研究所(2020)『令和元年度博物館に関する基礎資料』による

以上、博物館法では博物館を運営形態の観点から分類しているものの、展示内容の観点からの規定や分類はなく、「歴史、芸術、民俗、産業、自然科学等」と例示しているだけである。博物館の利用者からみれば、運営形態は重要ではなく、展示内容が博物館の識別や選考において知りたいところである。

このように博物館法には規定がないが、文部科学省国立教育政策研究所が所管する「博物館に関する基礎資料」では、博物館を展示内容について「総合博物館」「科学博物館」「歴史博物館」「美術博物館」「野外博物館」「動物園」「植物園」「動植物園」「水族館」に分類している(表2)。この分類のなかでは「歴史博物館」が多く、約6割を占める。また文部科学省が財団法人日本博物館協会に委託して行った「日本の博物館総合調査研究報告書」では、館種を「総合」「郷土」「美術」「歴史」「自然史」「理工」「動物園」「水族館」「植物園」「動水植」に分類している。いずれにしても今回の調査研究で取り上げる「産業博物館」の記載はなく、科学博物館や理工が比較的近いといえる。

表2. 博物館の展示内容からみた分類

	総数	登録博物館	博物館相当施設	博物館類似施設
総合博物館	450	130	22	298
科学博物館	449	70	36	343
歴史博物館	3,302	323	128	2,851
美術博物館	1,064	352	89	623
野外博物館	109	10	6	93
動物園	94	-	35	59
植物園	117	2	8	107
動植物園	21	-	7	14
水族館	84	8	30	46

(注記) 設置数は、文部科学省国立教育政策研究所(2020)『令和元年度博物館に関する基礎資料』による

2. 産業博物館について

「産業博物館」については、とくに定義はなく、カテゴリーそのものが十分に認知されているとはいえない。多くの産業博物館は、かつて生産等で使用された機械や道具など、技術の視点から産業遺産を収集・保管・展示しており、前述の「科学博物館」に近いといえる。また産業は地域の発展を支え、住民の郷土愛を育む拠点でもあり、「郷土資料館」的な意味合いも有している。さらに一部の館においては、展示だけでなく、工房を整備してものづくり体験ができたり、若者の職業教育や中高年の生涯学習に供したりするなど、「教育施設」としての役割も果たしている。

産業博物館を運用形態でみたとき、前述の博物館法でいうところの「登録博物館」や「博物館相当施設」ではなく、「博物館類似施設」であるところが多い。また設置者も地方公共団体、独立行政法人など公的機関によるものの他に、民間企業が設置・運営している館も比較的多くあり、これらは一般に「企業博物館」(後述)と呼ばれている。さらにかつての四大工業地帯であった関東、東海、京阪神、北九州に多い。いずれにしても前述の文部科学省国立教育政策研究所が行うような産業博物館の実状を示した基礎資料は存在しておらず¹¹⁾、企業博物館同様、実態のみが先行し、あいまいなかたちで存在しているといえる。

こういった状況にあって、武田(2009)は、産業博物館には実学的な意義が大きく、産業は地域によってさまざまな姿となって現れるので、地域の特性が集約され、その結果、地域の感性を育み、伝える場として大きな価値があるという。またその機能には、①産業文化財の体系的な収集・保管・展示、②生産現場を見学する際のガイダンス施設、③体験学習の場、④地域活動の拠点があるという。本調査研究では、これらの機能のうち、産業博物館の「地域活動の拠点」機能に着目するものである。

3. 企業博物館について

企業博物館についても博物館法に記載はなく、そもそも施設の通称であることから、設置数など実態を把握することは困難である¹²⁾。企業博物館の中には、絵画などを展示する美術館のようなものもあり、これらは産業博物館ではないものの、企業博物館として一緒くたになっている。

企業博物館については、多くの識者がその定義を言及しているが、その中であって佐々木(1978)が、「企業がその生業にかかわるものの資料を保存、展示、公開している施設」と簡明に定義している。また星合(1995)は、企業博物館の類型化を試みており、史料館(創業者に関する史料)、歴史観(自社製品や生業に関する史料)、技術館(新技術の解説や商品の特徴、活用法の展示)、啓蒙館(自社の企業理念と社会貢献)、産業館(工場見学にセットされた展示)の5つに分類している。高柳(2015)は、企業博物館の役割に、①好意的な自社イメージの構築、②販売する製品のブランド価値の向上、③従業員の経営理念や企業の一員としてのアイデンティティに対する理解の促進、④人々に対する BtoB 事業の効果的な説明があると指摘している。また(高柳、2019)は、これらの自社の成長を促すための「内なる効果」を期待したものに加え、業界文化の発信や教育など、社会的な貢献を目的に掲げているものもあるという。さらに地域社会の一員として、地域が抱える問題や取り組みに対して人材や資料を提供したり、集会に参加したりするなど、積極的に関与していく役割も期待されているという。本調査研究が、着目するところである。

このように企業博物館においては、産業博物館同様に、定義等に明確な規定はなく、実態が先行しているといえる。ただし、産業博物館が広く外に展示物などを発信するのに対して、企業博物館は、自社が属する業界の歴史等の理解促進を図るものの、自社の製品や歴史を来館者等に理解してもらったり、自社の従業員教育に活用したりするなど、自社の成長のために存在するところが多く、ここが産業博物館とは異なる。

4. 先行研究

博物館の種類を特定せず、単にミュージアムとして、地域と連携・協同している事例を紹介した書籍等はある。例えば、玉村編(2013)は人々がミュージアムをとおしてつながりや関係を持ち、地域の魅力や価値を共創する場としてミュージアムを捉え、全国の事例を紹介するとともに、プラットフォームとしてのミュージアムのあり方を提案している。また、上山他(2003)

は、ミュージアムは多彩な人材と産業を引き寄せ、地域の潜在力を掘り起こす起爆剤であるとし、都市再生とミュージアムの関係を論じている。福原編(2015)は、2014年2月に開催された21世紀ミュージアム・サミットの成果をもとに、ミュージアムがもたらす文化によるコミュニティ創りについて論じている。この他、ミュージアムが地域創生に果たす役割やその事例を紹介した書籍や文献は多く存在するが、これらは産業博物館や企業博物館を特定したのではなく、博物館、美術館、郷土史料館などを含むミュージアムとして論じている。

産業博物館については、武田(2009)が産業博物館を産業観光の中核施設として位置づけ、地域活性化の視点から論じている。また武田(2011)は各地にある産業博物館の実態を示す基礎的なデータが存在しないことを指摘し、産業博物館が集積する福岡県の現状を運営形態の観点から調査している。このように産業博物館の定義が明確でないこともあり、取り扱う文献や書籍は少なく、本調査研究が対象とする地域とのかかわりについて、機能を論述したり、事例を紹介したりするような文献はなかった。

一方、企業博物館については、企業が設置していることもあり、いくつか書籍が刊行されている。その中であって高柳(2015)は、企業が地域社会との関係を維持・発展させるために企業博物館を活用していることに注目して、地域社会における企業博物館の意義を明らかにし、INAXのライブミュージアムの事例を紹介している。また高柳(2017)は、企業のインターナル・コミュニケーションに企業博物館を活用することに注目しており、ヤマハ発動機の事例を紹介し、共同調査や共同研究などによる市民の参加や体験を軸とする参加型博物館の必要性を提起している。小泉(2019)は、資生堂の企業博物館の資料収集と活用について紹介している。同社の歴史を中心に広告・デザイン・化粧文化史などを広く伝える文化施設の役割に加え、同社の歴史やアイデンティティなどを共有する社員教育や商品企画など、社内での活用についても詳述している。このように企業博物館については、産業博物館と比べて地域社会とのかかわりについて意義や事例を紹介している文献がみられる。しかし企業博物館の性質上、当該企業の広報や外部とのコミュニケーション活動の一環として活用されていることから、事業範囲を超えて広く市民を対象にしているものではない。

以上から、産業博物館については、地域活動の拠点となるべきであるという提案はなされているものの、新技術・新製品開発等に向けた異業種交流会や勉強会など、具体的な内容を論述するものはない。また企業博物館においても、前述のとおり、当該企業の事業範囲に止まっている。したがって、産業博物館（企業博物館を含む）が、地域とどのようにかかわっているのか、現状を調査し、仮に博物館の産業分野の資料の収集・保存・展示に止まっているのであれば、拡大を阻む要因や拡大の可能性を調査する意義はある。

IV 北九州地域の産業博物館の現状

北九州地域（北九州市、筑豊地区、京築地区）に立地する産業博物館（企業博物館を含む）には、次のようなものがある（表3）。産業博物館については、筑豊地区に石炭をテーマにした館が4館あり、企業博物館はすべて北九州市に立地している。

表 3. 北九州地域の主な産業博物館

(掲載順：五十音順)

	名称	テーマ	設置主体	所在地
産業博物館	北九州産業技術保存継承センター	総合	北九州市	北九州市八幡東区
	北九州地域の発展を支えてきた「モノづくり」にかかわる人材や技術、産業遺産の保存・継承、人材育成、イノベーションの機会創出を目的として、八幡製鐵所発祥の地である東田地区に2007年に開館した。現在(2022.1)休館中、2022年春頃に新科学館の一部として再開予定。			
	北九州市門司麦酒煉瓦館	ビール	北九州市	北九州市門司区
	同館は、1913年に帝国麦酒の工場として建設され、その後幾多の変遷を経て2000年までサッポロビール九州工場として操業していた建物内に2005年に開館した。館内には“サクラビール”や“大日本麦酒”の歴史を振り返る年表や展示物、当時の工場模型などが展示されている。			
	鞍手町石炭資料展示場	石炭	鞍手町	鞍手町
	同展示場は、「鞍手町歴史民俗博物館」に併設するかたちで1985年に開設した。鞍手地区は他の産炭地域と異なり、中小規模の炭鉱が混在していたことから、これらの状況をジオラマや写真などで紹介している。現在(2022.1)休館中、2023年再開予定。			
	田川市石炭・歴史博物館	石炭	田川市	田川市
	1983年に「田川市石炭史料館」として開館し、2005年に現在の「田川市石炭・歴史博物館」に改称した。ユネスコ世界記憶遺産に登録されている「山本作兵衛」の炭鉱絵を保有・展示している。また敷地内には二本煙突や堅坑櫓があり、石炭記念公園として市民の憩いの場になっている。			
	直方市石炭記念館	石炭	直方市	直方市
	筑豊地域の石炭関連博物館の中では最も古く、1977年に開館した。敷地内に「筑豊石炭組合直方事務所」であったことから、当時の貴重な会議録などが保管されている。またガス爆発や落盤などの炭鉱災害の救助隊員の訓練施設である坑道が当時のまま残っている。			
宮若市石炭記念館	石炭	宮若市	宮若市	
貝島炭鉱が閉山した1977年に開館した。同地域は貝島炭鉱の街であったことから、その歴史を中心に文献、写真、油絵・版画、機材などを広く公開している。また貝島氏が創設した小学校の教室を再現しており、当時を懐古することができる。				
企業博物館	ゼンリンミュージアム	地図	ゼンリン	北九州市小倉北区
	2003年に「ゼンリン地図の資料館」として開館し、その後、「歴史を映し出す地図の紹介」をコンセプトに改装し、2020年「ゼンリンミュージアム」として再開した。「イントロダクション」「世界の中の日本」「伊能図の出現と近代日本」「名所図会・観光案内図・鳥瞰図の世界」に分けて、地図の変遷を紹介している。			
	TOTOミュージアム	住宅設備機器	TOTO	北九州市小倉北区
	同館は、創立100周年記念事業として、2015年に開設した。水まわりの文化と歴史とともに、同社が受け継いできた創業の精神やものづくりへの想いや、新しい生活文化を創造してきたその歴史と進化を、数多くの資料や映像で紹介している。			
	ニッスイパイオニア館	水産	日本水産	北九州市戸畑区
	同館は、創業100周年を記念して2011年に開館した。同館は、創業から現在に至る同社の歴史を紹介した「歴史展示室」と、同社の事業を支えてきた船舶や漁具を展示した「船の展示室」、同社の事業や戦略を紹介した「事業展示室」からなる。			
	門司電気通信レトロ館	電信	NTT西日本	北九州市門司区
	通信省門司郵便局電話課庁舎として1924年に建築された大正モダンを今に伝える建物に、1994年に開館した。明治から現在に至る電話機、公衆電話の歴史を見学したり、明治・大正時代の交換機を使った通話やモールス信号を体験できるなど、電信のしくみや発展過程を学習することができる。			
	安川電機みらい館・歴史館	メカトロニクス	安川電機	北九州市八幡西区
「みらい館」では、サーボモーターやインバータ、産業用ロボットの最先端技術が作り出す、ものづくりの楽しさと凄さを体験することができる。「歴史館」は、同社のものづくりの原点となるモーターや国内初の全電気式産業用ロボットなどの製品や、草創期を支えた安川家の軌跡を紹介している。				
わかちく史料館	海洋土木・石炭・若松	若築建設	北九州市若松区	
同館は、1997年に開設した。海洋土木に加え、石炭の積出港として栄えた若松地区の街や石炭の荷役作業のようすを明治から大正、昭和、平成という時代をとおして広く紹介している。企業博物館に止まらず、郷土史料館としての役割も果たしている。				

(注記) 各博物館のHP・リーフレットをもとに作成

2021年10月から同年12月の間、表3に記す産業博物館について、ヒアリング¹³⁾を行った。以下に、これら博物館の現況を総括する。

[事業範囲]

それぞれの博物館においては、石炭や電信、水産といったテーマを持ち、その発展の歴史を貴重な資財を使用して紹介している。また企業博物館においては、自社の成長とテーマを関連付けて発信するところもあれば、自社については紹介していないところもある。いずれにしてもテーマの範囲の中でさまざまな情報を発信するものであり、テーマの領域を超えて行うものではない。

なお唯一、門司麦酒煉瓦館については、この限りではない。同館はビールに特化することなく、さまざまな分野のイベントの企画・運営を積極的に展開している。例えば、同館を訪問したときは、糸で繋がった3人のアーティスト（糸かけ、門司港織、編み物）によるイベント“糸の縁”を開催していた¹⁴⁾。また同館は、地域との連携や交流を重視しており、住民参加によるワークショップやイベントを頻繁に開催している。常駐するマネージャーは地域との関係づくりやイベントの企画・運営に奔走しており、事務所内のホワイトボードの予定表は真っ黒だった。



(出所:同館 HP)

[来館者]

来館者については、勉強のために来られる方と懐古される方に分けられる。前者については、小学生の社会科見学であったり、大学生の卒業研究のための調査であったりする。また社会人が研修の一環で見学に来られることもあるという。ちなみに田川市石炭・歴史博物館では、子供たちを対象に、子供の日と夏休みにワークショップを開催して石炭に親しんでもらい、郷土愛を育てている。

後者については、以前当地に住まれていた方が、久しぶりに当地を訪れ、その折に訪問するといったケースが多い。また北九州地域の産業博物館は、わが国の近代史や産業革命において重要な役割を果たしてきたことから、貴重な資料が保管され、さらに近代化産業遺産に指定された建造物もあり、歴史に関心のある方が県内外からツアーを組んで視察に来ている。直方市石炭記念館によれば、このような見学者は増えているという。



ニッスイパイオニア館が
入居するニッスイ戸畑ビル

[住民や企業とのかかわり]

前述の門司麦酒煉瓦館の取り組みを除いて、地域の方がまちづくりや異業種交流といった博物館のテーマ以外の分野で博物館を利用することはない。仮にこれらの目的で利用するならば、市民センター等の別の施設を利用している。これは地方自治体においては、市民センター等の施設が別にあること、また教育委員会等の部門が産業博物館を所管するところが多く、敢えて当該部門の業務範囲を越えて事業を展開する必要性がないからである。なお企業や産業は商工部門が担当しており、連携はニーズ次第であると思われる。

[他博物館との連携]

他の博物館とは緩やかに連携しており、イベント開催時にチラシを置いてもらったり、資料の貸し借りを行ったりしている。共同でイベントを開催したり、定期的に情報交換を行ったりするようなことはないという。ただし、連携することについては前向きであり、ニーズ次第ではないかと考える。ちなみに北九州市内の企業博物館は、「北九州地区企業博物館ネットワーク¹⁵⁾」をつくって活動していたが、事務局である北九州産業技術保存継承センターが現在休館中のため、休止している。

またそれぞれの博物館は、業務内容により、必要に応じて地方公共団体や関係する機関と連携を図っている。ちなみに門司電気通信レトロ館は、門司港レトロ地区の観光施設のひとつとして重要な役割を担っていることから、北九州市やコンベンション協会と、これまでも積極的に連携している。

V 産業博物館への期待と今後の課題

以上の調査結果から、それぞれの博物館は、限られた経営資源の下で創意工夫しながら、その役割を全うしているといえる。

産業博物館（企業博物館を含む）がテーマ以外の分野で、核となり、さらに調整役となって住民や企業によるワークショップや異業種交流会などを立ち上げ、運営することは難しいと思われる。とくに企業博物館においては、当該企業の CSR 活動の一環で行っているため、今後とも企業の業務領域の範囲内で活動を続けていくものと思われる。そのため、広く住民や企業を対象にしたワークショップや異業種交流会などについては、テーマを特定の分野に限定しない地方公共団体が設置する産業博物館が担うことが望ましいといえる。

例えば、「北九州産業技術保存継承センター」は、ものづくり全般を対象にしており、独自に調査・制作した「企業の産業技術」や「技術革新の事例集」、「産業遺産情報」、「産業技術年表」などをアーカイブにして公開している。また工房棟では、木工加工や金属加工（切削・溶接）、3Dモデリングなどをつうじてモノづくりを体験することができる。現在、同センターは改装中であり、



(出所:北九州産業観光 HP)

スペースワールド跡地に開設予定の「新科学館」の一部として 2022 年春頃、再開予定である。これまでの産業博物館としての機能に加え、科学技術を普及する教育施設としての機能も加わり、広く市民や企業の交流の場として活用されることが期待される。

また博物館をはじめとする美術館や図書館などの教育・文化施設は、利用者の利便性や相乗効果を生み出すために一箇所に集積させることが望ましい。北九州市は、旧科学館を廃止して新科学館を既存の博物館が集積する地域に建設することとしており、博物館エリアの魅力がますます高まるものと思われる。

博物館には、学芸員もしくはそれに準ずるスタッフが常駐している。これらの職員・社員が、

地域とのかかわりに対して意義を見出すかどうか、また関連部門との調整を積極的に行うかどうか、住民や企業との勉強会や異業種交流会などを実施する上で重要になる。なお学芸員（後述）は、学術的な観点から博物館運営にかかわることから、広報や調整などの渉外にかかわる職務については、専門のスタッフを配置した方がよいと思われる。

また学芸員の主たる職務内容は、資料の収集・保存・展示・調査研究である。博物館資料の展示の一環で“活用”することも職務として挙げられているが、この“活用”は学術的な視点による調査研究にもとづいて収集や保存を行い、これらが十分にできていることが前提になる。一方、地方公共団体の財政は厳しく、地方公共団体が運営する博物館は費用対効果を考えざるを得ず、入館者数を増やすことになり、その結果、ユーザーの意向を汲み取って収集したり展示したりすることになる。極端な例をいえば、図書館が来館者を増やすために、漫画本や雑誌をたくさん所蔵し貸出するようなものであり、ここに学芸員のジレンマがある。

産業博物館の間の連携は、これまでも緩やかに行われており、これを強固にすることは、前述のとおり、ニーズ次第である。仮に連絡協議会などをつくって連携関係を強化する場合は、一つの博物館では事務能力に限りがあるため、立地する地方公共団体や地域を横断する経済団体、NPO 法人などが事務局を担うことが望ましい。なお企業等の参加を促し、勉強会や異業種交流会などを開催するならば、産業支援機関や地域金融機関などが属するネットワークに入る方が、自らネットワークを作って運用するよりも効率的かつ効果的であることもあり、一考の価値がある。

今回調査した産業博物館の中で、唯一「門司麦酒煉瓦館」だけが、テーマを越えて広く事業を展開し、また地域の方々と積極的に交流していた。本研究の仮説を検証する上で、貴重な事例であり、指定管理者である NPO 法人門司赤煉瓦倶楽部と委託元である北九州市との間で、どういった契約内容になっているのかなどをあらためて調査する必要がある。

また今回の調査では、供給者サイドである博物館の現状を調査したが、利用者サイドの意見や意向も聴取する必要がある。また全国には、住民との間でワークショップや協働イベントを開催している博物館や美術館、史料館などが多数ある。産業博物館に限定することなく、住民や企業との連携事例を広く調査することもまた必要である。なお連携事例は、華々しいものではなく、草の根的に行われているものがよい。

その他、北九州地域の博物館（表 3）は、石炭・鉄鋼・ロボットなど、我が国の近代化をすべて網羅しており、これら博物館と当地の歴史的建造物を組み合わせた“(仮称)近代史プラットフォーム”を形成することで、我が国の産業革命から現在にいたる産業史を学ぶことができる。歴史に興味のある方をはじめ、修学旅行生や研究者などを対象にした新たな観光スポットになるものと思われる。

謝辞

調査にあたり、大変丁寧に対応していただきました産業博物館等のみなさまに、心から感謝申し上げます。

〔注〕

- 1)北九州エコタウン (2021.10.20 参照 〈<https://www.kitaq-ecotown.com/>〉)
- 2)北九州市立大学国際環境工学部を 2001 年 4 月に開校
(2021.10.20 参照 〈<https://www.kitakyu-u.ac.jp/department/faculty/env/index.html>〉)
- 3)アジア低炭素化センターを 2010 年 10 月に設置
(2021.10.21 参照 〈<https://asiangreencamp.net/>〉)
- 4)中小企業アジア環境ビジネス展開支援事業など
(2021.10.21 参照 〈<https://asiangreencamp.net/corporation/subsidy.html>〉)
- 5)北九州市においては、北九州テクノセンターを 1990 年に設置し、その後、2001 年に北九州産業学術推進機構を設置している。他の都道府県や政令市等においても、運営形態等の差異はあれ、同様の支援機関を設置している。
- 6)インダストリー4.0 とは、ドイツが提唱する新しい生産システムのプラットフォームである。一企業の枠を越えて、異なる企業の工場と工場が繋がることを目指すものであり、生産スケジューリングが重要な役割を果たす。
- 7)5 S とは、整理(Seiri)、整頓(Seiton)、清掃(Seisou)、清潔(Seiketsu)、躰(Shitsuke)の頭文字をとったものである。作業効率の向上はもとより、企業体質の改善・強化を図るために、製造業を中心に世界中に普及している。
- 8)社会教育法 (昭和 24 年 6 月 10 日法律第 207 号) 第九条による。
- 9)博物館法 (昭和 26 年 12 月 1 日法律第 285 号) 第二条の定義による。
- 10)博物館法 (昭和 26 年 12 月 1 日法律第 285 号) 第二九条の定義による。
- 11)武田(2008)は、全国の産業博物館から 94 館を選び、その概要を関連する産業史や企業史とともに紹介している。
- 12)日外アソシエーツ(2003)が、『新訂企業博物館事典』を出版しており、258 の企業博物館を紹介している。
- 13)表 3 の産業博物館のうち、「TOTO ミュージアム」と「安川電機みらい館」については、ヒアリングを行っていない。
- 14)2021 年 12 月 20 日～12 月 28 日の間、開催。糸かけ・門司港織・編み物の作家による作品展示に加え、製作体験もできる。
- 15)北九州地区企業博物館ネットワークは、北九州産業技術保存継承センター、ゼンリン地図の資料館、TOTO ミュージアム、ニッスイパイオニア館、安川電機みらい館、わかちく史料館からなる。北九州産業技術保存継承センターが事務局を担う。

〔参考文献〕

- 上山信一他(2003)『ミュージアムが都市を再生する』日本経済新聞社
- 科学技術国際交流センター(2016)『イノベーションと科学館』実業公報社
- 小泉(2019)「資生堂企業資料館における企業資料の収集・活用の取り組みと課題」『情報の科学と技術』69巻2号、pp68-72
- 佐々木朝登(1987)「期待される企業博物館」『企業と資料』第二集、企業史料協議会、pp11-18
- 高柳直弥(2015)「企業のコミュニティ・リレーションズにおける企業博物館の活用に関する考察」『広報研究』第19号、pp32-47
- 高柳直弥(2019)「企業博物館の運営と資料管理」『情報の科学と技術』69巻2号、pp62-67
- 武田竜弥編(2008)『日本全国産業博物館めぐり』PHP研究所
- 武田竜弥(2009)「日本の産業博物館の現状と課題－産業観光による地域活性化の視点から－」
- 玉村雅敏編(2013)『地域を変えるミュージアム』英治出版
- 日外アソシエーツ編集部(2003)『新訂企業博物館事典』日外アソシエーツ
- 日本博物館協会(2020)『令和元年度日本の博物館総合調査報告書』日本博物館協会日本感性工学会論文誌 Vol.8 No.4、pp1179-1184
- 野村利則、吉村英俊(2017)「生産スケジューリングの今日的課題」『地域戦略研究所紀要』、第2号、北九州市立大学地域戦略研究所、pp39-68
- 福原編(2015)『ミュージアムが社会を変える』現代企画室
- 星合重男(1995)「企業の博物館に期待するもの」『企業と資料』第五集、企業史料協議会、pp37-44
- 文部科学省国立教育政策研究所(2020)『令和元年度博物館に関する基礎資料』文部科学省
- 吉村英俊(2009)『イノベーション構造と都市創生』海鳥社
- 北九州市企画調整局政策部企画課(2021)『北九州市統計年鑑』北九州市
- 吉村英俊(2011)「創造的コミュニティと都市再生」『創造経済と都市地域再生』大阪公立大学共同出版会、pp80-84
- Florida,R.(2002), *The Rise of the Creative Class*, Basic Books (井口典夫訳(2008)『クリエイティブ資本論』ダイヤモンド社)

〔産業博物館 HP〕

- 門司麦酒煉瓦館 (<https://mojirenga.jp/beer/>)
- 鞍手町石炭資料展示場
(http://www.fukuokayokatoko.com/?MN_disp_report=3:g=15;a=3;i=16)
- 田川市石炭・歴史博物館 (<https://www.joho.tagawa.fukuoka.jp/list00784.html>)
- 直方市石炭記念館 (<http://yumenity.jp/sekitan/>)
- 宮若市石炭記念館 (<http://fuji.pro.tok2.com/sekitan1.html>)
- ゼンリンミュージアム (<https://www.zenrin.co.jp/museum/>)

TOTO ミュージアム (<https://museum.toto.jp/about/>)

ニッセイパイオニア館 (<https://nissui.disclosure.site/ja/themes/109>)

門司電気通信レトロ館 (<https://www.ntt-west.co.jp/kyushu/moji/museum.html>)

安川電機みらい館 (<https://www.yaskawa.co.jp/robot-vil/miraikan/index.html>)

安川電機歴史館 (<https://www.yaskawa.co.jp/robot-vil/rekishi/index.html>)

わかちく史料館 (<https://www.wakachiku.co.jp/shiryo/>)

STUDIES
OF
INSTITUTE FOR
REGIONAL STRATEGY

CONTENTS

A study on creative communities that generate regional innovation
-Current status and expectations of the Industrial Museum-

Hidetoshi YOSHIMURA …… 1

No. 7
March 2022
INSTITUTE FOR REGIONAL STRATEGY
THE UNIVERSITY OF KITAKYUSHU
KITAKYUSHU CITY, JAPAN