

首里城公園企画展「幕末の琉球」実施結果報告

上江洲安亨*1 大城樹*2

はじめに

首里城公園南殿二階特別展示室では、常時文化財を展示公開する常設展示・企画展示を行っている。今回は、「幕末の琉球」という名称で、幕末の時代に来琉してきた異国船との歴史を、展示で解説することを意図した企画展を実施した。また、今回の展示会の実施が、入館者にどのような反響を与えたのかを確認するため、首里城公園管理センターでは、展示期間中に一定期間を設けアンケート調査を行った。そこで、企画展「幕末の琉球」の実施結果を報告しながら、アンケート集計内容を紹介し、入館者の動向を分析し考察を行ってみたい。

1. 企画展の実施概要

- (1) 企画展の名称：「幕末の琉球」
- (2) 日程：平成22年4月17日（土）～7月6日（火）
- (3) 会場：首里城公園南殿二階特別展示室
- (4) 期間中の入館者：353,211名（うち、アンケート期間中の入館者は69,424名）
- (5) 企画展の展示レイアウトと展示資料

本企画展では、テーマに沿った琉球王国時代の文化財の展示を行った。展示した文化財は6件28点で、全て海洋博覧会記念公園管理財団所蔵資料である。企画展の展示レイアウトと展示資料は附録1を参照。

(6) 解説の補助資料

本企画展では、首里城公園有料区域に入館し、企画展を見学された方にA3見開きのカラー解説パンフレットを作成して無料配布した。配布部数は25,000部。企画展の解説パンフレットの内容は附録2を参照。

(7) 広告の実施

1) 首里城公園ホームページの活用

首里城公園のホームページに、展示内容を更新して掲載し、周知を行った。

2) パブリシティ広告の活用

県内新聞紙・雑誌の無料掲載欄を積極的に活用し、開催の告知を行った。

(8) 入館者プレゼントの実施

入館者に企画展及び琉球の文化財に関心を持ってもらおうと、会場内に設置したキーワードと企画展に関するアンケートを応募用紙に記入し、会場内で応募してもらい抽選で財団所蔵の所蔵品図録をプレゼントする取り組みを行った。アンケートの実施内容及び集計結果は次項を参照してほしい。

2. アンケートの実施

(1) アンケートの記入方法

会場内に設置したキーワードと企画展に関するアンケートを応募用紙に記入し、会場内で応募してもらい、抽選で財団所蔵の文化財図録をプレゼントする取り組みを行った。

(2) アンケートの項目

アンケートの項目は下記の通り。

*1 (財)海洋博覧会記念公園管理財団 首里城公園管理センター 事業課 調査展示係 係長

*2 (財)海洋博覧会記念公園管理財団 首里城公園管理センター 事業課 調査展示係 業務補助

表面〔応募用紙〕

①氏名 ②性別 ③住所 ④キーワード

裏面〔アンケート〕

①年齢

0～10代 20代 30代 40代 50代 60代 70代以上

②今回の企画展「幕末の琉球」をどうやって知りましたか？

ホームページ チラシ 新聞 () 情報誌・雑誌 () 情報番組・ニュース
ラジオ (FM沖縄:「風にふかれて首里城めぐり」など) ここに来て知った その他 ()

③企画展の告知方法として、どのような方法が効果的だと思いますか？

ホームページ チラシ 新聞 情報誌・雑誌 CM(テレビ or ラジオ) その他 ()

④今回の企画展はどうでしたか？

非常におもしろかった おもしろかった 普通 おもしろくなかった

⑤次回は連続企画展が開催されますが…

見に行きたい 考え中 見に行かない その他 ()

⑥ご意見・ご感想

なお、プレゼントの応募用紙に記入させる方式をとったので、アンケート記入者の出身地がかなり正確に調査できた。

3. アンケート結果と分析

(1) アンケート期間

平成22年6月11日～6月28日 (企画展開催中、一定期間(13日間)でアンケートを行った。)

(2) アンケート回答数

図録プレゼントの応募件数は、期間中437件。そのうちアンケートまで記入された応募者は332件、プレゼント応募者中のアンケート回収率は75.97%であった。アンケート回答件数は、アンケート期間中(13日間)の入館者(69,424人)に占める割合で0.48%であった。

(3) 企画展見学者の出身地の割合

アンケートに回答した企画展見学者の出身地の割合は、県内客が8.13%(27人)、県外客が91.57%(304人)であった。圧倒的に県外客が多い事が分かる。

県内客の内訳は、那覇市が48.15%(13人)で最も多い。その他市町村は全て5人以下であった。

県外客の内訳は、東京12.17%、千葉10.86%、神奈川6.91%と関東圏が多い。また愛知9.21%、大阪6.91%、北海道5.92%と空港施設が整備された大都市圏からの入館も多い。

(4) 年齢

20代の28.61%、30代の23.19%が全体の上位を占め、次いで40代15.06%、10代以下13.86%、50代13.25%とほぼ近い割合であった。60代以降は、60代4.22%、70代以上1.51%で回答が少なかった。20代～30代が多い要因は、旅行商品が格安で提供される時期であるためはないかと思われる。

(5) 性別

男性38.55%、女性61.45%であり、女性の記入が多かった。NHK大河ドラマ「龍馬伝」の影響、近年の歴史好き女子、いわゆる歴女ブーム等の影響も手伝い、女性の記入が多かったものと思われる。

(6) 企画展の事前認知度

「今回の企画展を何で知りましたか？」に対して、83.53%の大多数が「ここに来て知った」と回答している。事前にマスコミリリース、首里城公園ホームページでの告知を行い、会期前半にニュース番組にて紹介されたが、広報告知は弱かったと思われる。事前に知っていて見学した入館者は、ホームページが6.18%、情報誌・雑誌が4.71%であった。告知の方法として、どのような方法が効果的か質問したところ、ホームページが54.52%と過半を占めているが、実際に企画展の認知では、ホームページは6.18%しかなかった。実際の認知方法の割合としては低いが、多くの回答がホームページとしているため、当財団が運営する首里城公園のホームページの利用率を上げる工夫（頻繁な更新、見やすいページ作り等）が必要と思われる。また情報誌・雑誌30.12%、CM29.82%、新聞13.86%とメディアの活用を回答している割合が多かった。その他、少数意見に「ツイッター」や「飛行機の中のチラシ」、「ホテルや空港の広告」、「旅行専門店で掲示」等があり、中には「入（館）料が必要な場所なので、これでいいのでは？」との意見もあった。

(7) 企画展の満足度

企画展の満足度は、「非常に面白かった」との回答が36.14%、「面白かった」との回答が51.51%と、全体の87.65%の方が満足したとしている。しかし満足度は87.65%であるが、次回も見に行きたいとした回答者は、全体で49.40%であった。要因として、その他の解答に「見に行きたいが、遠方のため、見に行けない」との回答が多かった。そのためリピーター対策として近郊の県内客の掘り起こしを行う必要性を感じた。

(8) ご意見・ご感想の記入内容

ご意見・ご感想の内容は、「ペリー（黒船）が沖縄に来ていたことに驚いた。」、「首里城をおとす際に、歴史を学ぶ機会を与えていただいたのはよかった」や、幕末というキーワードに対し、「大河ドラマとの時代と合うので、時代背景がわかります。」、「幕末」という言葉自体、日本の歴史上のイベントのタイミングを指しているの、それと同時期に琉球に何が起こっていたかが理解できた。この対比はおもしろかった」、「沖縄（琉球）の歴史と幕末の歴史をタイアップして知る良い機会になった」、「ペリーが最初沖縄に来ていたことなど。学校の授業ではわからないことが多く知ることができて良かったです。」という意見もあった。タイミング的にも大河ドラマの影響が強く、またペリー等、誰でも聞いた事がある人物が出ていたことにより、見学者にとって、知っている事と新しく知る琉球の歴史が比較しやすく、呑み込みやすい内容の展示であった事が満足度に繋がっていると思われる。また、「企画展を色々な県でやってほしい」という要望も複数あった。さらに、「これからも様々な企画を行ってください。何回も来たくりますので。」や、「地元の人々が自らの歴史を学ぶ大切さを伝えていきたい」という意見もあった。否定的な意見は、「欲を言えば、もう少し増やしてほしい」等があり、展示室の狭さ・展示物の少なさにより、物足りなさを感じている入館者もいることが伺えた。

まとめ

本企画展は、大河ドラマの影響や教科書に紹介されている内容も多かったため、好評で、アンケートの満足度も87.65%にのぼった。これまで入館者が認知している幕末の歴史と琉球王国時代の歴史文化の繋がりについて展示を通して知ることにより、新たな発見と知識の再確認という両方の特色を兼ねた普及啓発を行いながら首里城公園の利用促進を実施する事ができたのではないかとと思われる。

ただ満足度は高かったが83.53%の入館者が、企画展を「たまたま来て知った」と回答している点は今後の課題である。広報告知が弱かったため、本企画展の実施が入館者の増加に繋がったとは思えないが、満足度が高く、アンケート回答者からの意見・感想に肯定的な意見が多かったことから、見学した入館者が今後、首里城公園に対して好印象を持ち、「いつ来ても同じ施設」という意識は少しぬぐえたと思われる。おそらくメディアを活用した費用をかけた広告宣伝を増加させることは今後とも難しいと考えられるため、地道に様々なテーマの企画展を実施し続けることが、さらなる満足度の向上とリピーター対策になっていくものと思われる。