

企業博物館と地域連携

一般社団法人国際CCO交流研究所 理事・主任研究員
栗津重光



1. はじめに

企業博物館研究に長年携わっている。企業博物館の地域連携については、ヒアリング等いくつかの取り組みや、アンケート調査を実施したこともあるが、それらは表層的な段階で終始してしまっているようにも感じていた。

今般、機会を得、規模のさほど大きくない企業へもヒアリングを何度か試みた。その結果、企業博物館という存在の認識について、規模の大きな企業の有するものとの微妙なずれがあることを感じた。現在、筆者は本誌で企業博物館に関する記事を連載しているが、綿密な取材を重ねる中、それまで体験したことのない回答をいくつか得て、少々戸惑いを感じたことすらある。今般、本稿をまとめるに際し、そうした、これまでの思いと異なる部分について筆者なりの考えをまとめてみたいと思う。

2. 先行研究

企業博物館と地域連携について、1993年、星合はアンケート調査と面接調査を335施設に対して実施した。集計後、創設時のターゲットを地域住民と回答した施設は47.1%に達した。しかし博物館設置の目的に対する成果として「地域に貢献」と答えた施設は12%であった(星合、1995)。

また高柳(2019)は、2017年に実施したアンケート調査の結果をふまえ「企業博物館は地域の博物館として、経済、社会、文化など様々な

領域での成果を地域において生み出す存在であると捉えることができる」と述べ、さらにアンケートの集計から「近隣地域の博物館・資料館の役割としても全体の4割の企業博物館が担っていると認識しており、地域への文化や社会的な貢献を果たしている企業博物館が一定数存在していることが明らかとなった」と語っている。

このように、多くの企業博物館は設立時から何らかの地域連携を試みようと考えている。しかしその取り組み方はそれぞれに異なっており、それは設立の経緯に左右されるのではないかと筆者は考えている。いくつかの事例を紹介しながら、そうした相違点について考察していきたい。

3. 事例

3-1各企業における試み

地域連携にはこのような事例がある。ROYCE'のブランドで知られる株式会社ロイズコンフェクトは北海道を中心に活動しているチョコレートメーカーである。1983年札幌市で創業し、その後、道内の当別町太美地区へ工場移転した。2023年にはその場所に工場見学と企業博物館を兼ねた「ロイズカカオ & チョコレートタウン」をオープンした。ここではカカオの栽培からチョコレートの完成までの「ファームトゥバー」の旅を、工場見学やさまざまな体験を通して楽しめる施設なのだが、オープンを機にJRの新たな駅まで誘致してしまったのだ。

ロイズのような例でなくても、企業博物館は地域連携に注力している。これまでに、いくつかの企業博物館の地域連携について調べてみたところ、次のような試みが確認されている。詳細は下表参照。

地域連携の実例	実施している企業博物館
小中学校での出前授業	オリンパスミュージアム、セイコー時の記念館 ¹ 、ブラザーミュージアム、紅ミュージアム
地域の施設（学校や福祉施設等）や公共施設との連携。また、地域のイベントへの取り組みや自施設を地域社会活動に利用	江崎記念館、オリンパスミュージアム、島津創業資料館、コンペイトウミュージアム、世界のカバン博物館、竹中大工道具館、紅ミュージアム、まほうびん記念館
大学とのコラボレーション	オリンパスミュージアム、クラブコスメックス文化資料室、コンペイトウミュージアム、世界のカバン博物館、紅ミュージアム、まほうびん記念館

表「企業博物館と地域連携の事例」（筆者作成）

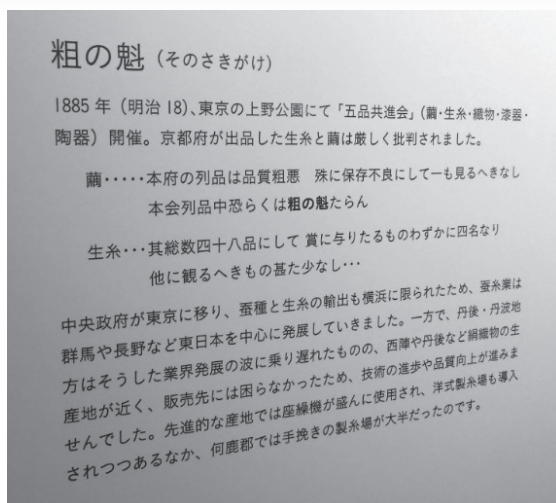
このように、各企業はそれぞれに、地域との連携を模索し実行に移しているのだが、これから紹介する事例は、地域連携をどうしても推し進めないといけないという理由の元に取り組んだケースである。規模の大きな企業と中小企業に分けて説明する。

3-2.規模の大きな企業で地域連携を重視しているケース

1 グンゼ博物苑（京都府綾部市）

グンゼ株式会社は1896年創立された。企業博物館であるグンゼ博物苑は、グンゼ創業100周年を期して開設された。

創業の地・京都府何鹿（いかるが）郡＝現在の綾部市は養蚕が盛んであったが、1885年、



グンゼ博物苑「粗の魁」の説明パネル

東京で開催された「五品共進会」（繭・生糸・織物・漆器・陶器）に京都府が出品した何鹿の生糸と繭は「粗の魁（そのさきがけ）＝品質粗悪」と厳しく批判された。グンゼ株式会社の創業者波多野鶴吉はそうした状況の中で創業を決断。何鹿郡蚕糸業組合活動の中心となって生糸の品質改良をおこない実績をあげていった。1896（明治29）年、郡是製糸株式會社を設立。社名の由来は、当時殖産興業政策を担当した官僚の前田正名の講演での「国に在りては之を国是と言ひ、県に在りては之を県是と言ひ、郡に在りては郡是といふ」という言葉に触発されて、「郡是＝何鹿郡の進むべき道」と考えたことに起因する。

創業の地を大切にした創業者。その志を踏襲し、グンゼは地元とともに歩むという経営方針を遵守しているので、グンゼ博物苑の地域への関与は通り一遍のものであるはずはない。1996年に開苑したが、2014年からは綾部市との連携で様々な企画が実施されるようになった。博物

¹ 現在は「セイコーミュージアム・銀座」となって2021年から場所が変わったが、1981年の設立当初は、東京・東向島にミュージアムが開設されていた。その時代の試みの一つが出前授業だった。

苑の前の道路では電柱を地下化し、大正浪漫を彷彿とさせる雰囲気を作りだした。敷地内には「あやべ特産館」を設け、地区の特産品を販売している。さらには広大なバラ園を造り、維持管理はボランティアの担当だが、「一株持ち主（年間費用 @3,000 円）」を募ることで、来苑の促進や資金調達をおこなっている。この、博物苑とバラ園などを併せた施設を「あやべグンゼスクエア」という名称で、入館料無料で公開しているのだ。総面積約 8,200 m² と広大なもので、地域住民の憩いの場としても利用されている。

2 ヤンマーミュージアム（滋賀県長浜市）

ヤンマーミュージアムはヤンマー創業 100 周年を記念して創業の地である滋賀県長浜市に設立された。2019 年にリニューアルオープンした際には、音と映像に合わせて体を動かしながら、バーチャル体験ができるコンテンツを豊富に設置した。未来の社会を担う子どもたちが「見て・触れて・体験しながら学ぶ」ことができる、さまざまな仕掛けが用意されている。

また同施設は当初、地元への感謝の意味を込めて設立されたこともあって、地域社会に貢献する事を大きな目的としている。そのため、地元長浜市と協力しながら各種の試みをおこなっている。長浜市は「黒壁の街」として知られているが、ミュージアム自体も黒壁を基調とした外装である。さらに、黒壁の PR をしながら、観光名所と一緒にヤンマーミュージアムを訪れるチラシを作り、配布する。観光案内の看板も町中にセットする。最近では交通安全対策として、滋賀県にルーツがある「飛び出し坊や」の長浜市版を市の警察と共同で作成した。

また同館には「五感で楽しめるオリジナル・ワークショップ」を実施。地元産の米を使った料理教室や、ものづくりの心を味わうポンポン船工作体験など、誰もが楽しめるプログラムが

用意されている。

このように創業の地に設立された企業博物館は、地域との歴史と密接な関わりをもつこともあり、地域貢献を目的として運営されているケースをいくつか目の当たりにしている。

3 YKK センターパーク（富山県黒部市）

YKK 株式会社の創業者は吉田忠雄。1934 年、東京でスライドファスナーの加工販売を行うサンエス商会を設立したが、東京大空襲で工場が焼失。吉田の故郷であった富山・魚津へ戻って事業の再興を図った。その後、現在の黒部へ移った。

東京時代に欠陥品のファスナーを扱って苦勞したこともあり、製品づくりは原材料に加えて製造する機械、金型から自社生産しなければ品質を確保できない、という思いを強くし、独自の一貫生産体制をつくりあげた。吉田のこの考え方は現在でも踏襲されており、その方針のもと、同社は徹底して品質にこだわり続けている。

黒部での再建が功を奏し、YKK は発展していった。そのこともあって、「地元を大切にする」という経営方針は長年に渡って継承されている。筆者がヒアリングを兼ねて同施設を訪れた際には、北陸新幹線の黒部宇奈月温泉駅からセンターパークへのバスでの移動中に、数多くの YKK の施設を経由することに気付いた。生産設備だけでなくまちづくりを念頭に置いた従業員用の住居、ホールや野外ステージなど文化施設も整備されている。見学冒頭の映像で「黒部から世界へ。世界から黒部へ」というナレーションが流れたが、一連の観察からそのコンセプトはよく理解できた。

センターパークは 76600m² という広大な敷地。2 万本を植林し、黒部の原風景をとり戻そうと活動している。市民には無料開放しており、訪問時もベビーカーで散歩する親子連れを何組も見かけた。

4 安川電機歴史館、未来館（福岡県北九州市）

安川電機の創業は1915年。安川第五郎が代表社員となり、合資会社安川電機製作所をおこす。しかし、その前段階があった。

第五郎の父敬一郎（1849－1934）は黒田藩の武士であった。人材育成の強い思いを長年に渡って持っており、1903年、私財410万円（約52億円）という資金を投じて「技術に堪能なる士君子」を育成する目的で私立明治専門学校（現在の国立大学法人九州工業大学）を設立した。更に敬一郎は、多くの地域振興事業をおこなっている。交通インフラとして筑豊興業鉄道や九州鉄道の経営に参加。また港湾事業をおこなう若松築港会社（現：若築建設株式会社）、若松電燈、若築貯蓄銀行、のちに黒崎窯業 株式会社（現：黒崎播磨株式会社）設立にも関与した。

敬一郎は第五郎に対し、「資金は出すが口出しはせぬ。兄二人と相談しながら事業を起こす」よう促す。第五郎は次男松本健次郎、三男安川清三郎とともに起業し安川電機が誕生する。第五郎は会社設立にあたって、先行する欧米の模倣ではなく、自らの技術をもって事業にあたるべく「技術立社」を社是とした。そしてその思いを「創立の動機」で次のように記した。「すべて我が国においてこの種の製造工場は数多く存在し、相応の実績をあげつつあるが、これら同業者と協力し、近い将来には電気器具や機械類の輸入をなくし、日本製品を海外へ輸出したい」。

現在安川電機にはコア技術として「モーション制御」・「ロボット技術」・「パワー変換」がある。これらのコア技術から生まれた「ACサーボ」「インバータ」「産業用ロボット」などが成果につながったが、すべて世界最高レベルの性能、シェアを誇っている。これらの製品を武器に、グローバルに事業を展開している。

敬一郎のインフラ整備という試みで、それまで大型船の通行ができなかった洞海湾の掘削に

成功した。このことにより、若松港は日本最大の石炭の積出港となり、さらにその実績が評価され官営八幡製鉄所（現・日本製鉄）の誘致にも成功した。

安川電機は企業博物館開設にあたって敬一郎の業績を記録に残すことにした。地元を愛した敬一郎を賞賛し、地元とともに成長していった同社の軌跡を表現しようと考えたのである。そのため、地域連携を重要視している「ヤンマーミュージアム」「YKK センターパーク」等をベンチマークとして活用した。担当者は、それらの施設を何度も訪れヒアリングを重ね、新施設建設の参考としたという。

3-3. 中小企業での同様のケース

1 角長醤油資料館（和歌山県有田郡湯浅町）

角長醤油資料館「職人蔵」は1984年、湯浅市で1842（天保13）年以来醤油の製造をしている株式会社角長によって設立された。同社はさらに1995年もうひとつの資料館「民具資料館」（別名「小さな民具館」）も開設した。

「職人蔵」では①平釜②甕③小麦割碎機④ぶんじ（現在のスコップ）⑤麴室と諸蓋（湯浅独特の丸部他の形態）⑥仕込み桶⑦締木⑧三州釜⑨澄まし桶、等々実際に使用されていたものを並べているので醤油の製造工程を理解してもらえる。この施設は基本的には自由見学。さらに、実際製造している現場を案内することもある。社会見学に訪れた小学生には、実際作っている醤油をかき回すといった体験もしてもらうことができる。

「民具資料館」では、様々な時代の暮らしの道具を中心に当社の歴史を展開している。1863（文久3）年からの大福帳が残されており、年ごとに分厚くなってくる経緯を見ることができ、発展の歴史が見えてくる。こちらは展示にも注力し、大阪芸術大学の故・福岡喜久雄教授に依頼し、

精巧な樽廻船の模型を制作してもらった。この資料館には説明が入る。同社 OB で製造工程に詳しい担当者が当たっている。

開設した理由について同社の代表取締役・加納誠氏（六代目）は「父親から『商売には浮き沈みがある。もし倒産でもしてしまったら、この湯浅の醤油づくりの伝統が消えてしまう。醤油が生まれた町ということが忘れ去られてしまう』と言われていた。そのため設立を考えた」と語った。

開設後、2006（平成 18）年 12 月に文化庁の「伝統的建築物」に認定。さらに 2017（平成 29）年 4 月に「日本遺産」に認定された。「湯浅は醤油醸造の発祥の地」という説に確証が与えられ、これら「伝建」「日本遺産」認定後、行政が力を入れるようになって、施設に対する反響が大きくなった。NHK の朝の連続ドラマ『澪（みお）つくし』で 1985 年湯浅が取り上げられ、TV の影響で来館者が増加した。

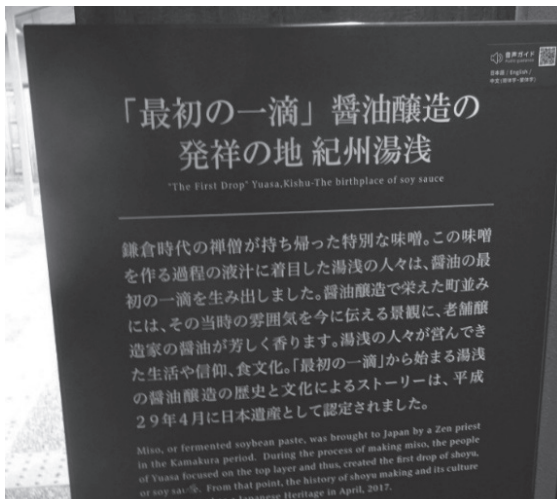
近年では、来館者は年間 5600 人程度（小学校の見学者 2000 名を含む）。ネットで見たと来館希望が寄せられる。個人来館者向けには、「資料館」の開館は土日だけ。団体へは都合に

併せて開館する。「職人蔵」は、同社の営業時間中は開館している。小学校の教員間で情報交換がなされ、学校教育の一環として見学が推薦される。こういう場合は、学年単位での児童の来館がある（50 人～160 人という単位）。

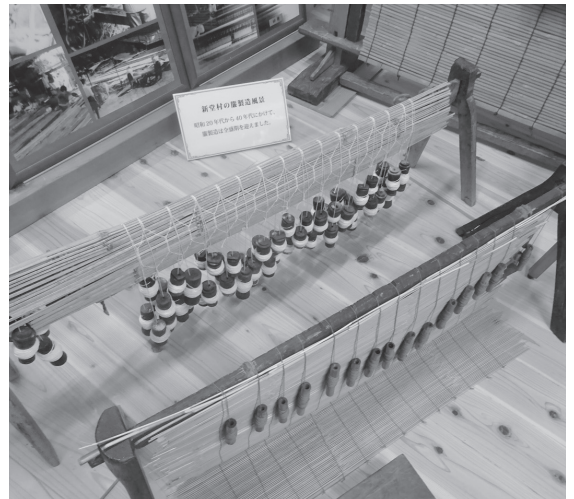
当初は海南市の学校が中心だったが、その後どんどん地域が広がり、来館者は和歌山市から白浜市まで広がってきている。小学校中心だったが、昨年は大阪桐蔭中学の生徒が学年単位で来館した。また、修学旅行先として利用されている。行政も力を入れていて、「伝建」「日本遺産」の指定があるため、地域振興の場の一環としての役割も担っている。

2 すだれ博物館（大阪府富田林市）

すだれ博物館は、2019 年に良質の真竹の産地でもある大阪府富田林市に開館した、杉多製簾株式会社の企業博物館である。同社は 1839（天保 10）年に創業しており、昔ながらの簾づくりの手法を守り続けている。背景には、地元発祥の「大阪金剛簾」が経済産業大臣指定の「伝統的工芸品」に指定されていることがあげられる。指定を受けるためには昔からの製造方法を



JR 湯浅駅に設置されている「最初の一滴」の看板



新堂村の簾製造機（昭和初期まで活用されていた）

受け継がねばならず、さらに、神社、仏閣に納品する簾は、古来からの製造方法を遵守しないと納品できないという決まりがある。そのため、簾の製法の継続が必須ということになるのだ。

博物館の1階は簾の製造に関わる道具の歴史やその時代ごとの製造工程などの説明をテーマにしたフロアで、簾編み台や初期の製簾機、昭和30年代に流行したビニール簾とその機械などを展示している。また、2階は日本と周辺国との時代に応じた繋がりや、それにまつわる世界の出来事を簾の歴史に絡めて説明するフロアで、大阪金剛簾だけでなく中国や朝鮮、東南アジアの簾などが展示されている。

かつては、経営者である現社長（創業以来六代目）の父親が、段ボール箱から出したいくつかの資料を駆使して来客に説明していたという。20年ほど前から残っている商品の補修作業、資料の整理をはじめたが、それだけで10年近くかかってしまった。現状は、ただ資料がさらけ出されたという状況となっているので、まだまだ整理しなければならないと経営者は語っている。彼の父親の時代から小規模な資料館として存在はしていたが、現在の経営者が分類・整理をおこなった後に「簾博物館」として2019（令和元）年開館した。その半年前には、市長他、市役所関係者を招いてプレオープンのセレモニーも実施した。しかし、その後コロナに突入してしまう。2020年代半ばとなった現在、やっと落ち着いて来館者を迎えることができるようになったという。

オープン後、訪問客数は380名程度。来館者は年配者が多い。ネットで調べたという人や、デザイン関係の専門家も来館する。来館予約が入った場合、大阪簾工業協同組合の森口事務局長が対応することになっている。老人大学や地元の集まりなどで利用されているそうだ。来館者全員にアンケートを依頼しており、すべてに目

を通し今後の対応や展示の参考としていきたいと語っていた。

3 コンペイトウミュージアム（大阪府八尾市）

大阪糖菓株式会社は1940年創業。当初は菓子問屋だったが、菓子製造に踏み切り、コンペイトウを主力商品として生産にあたっている。

二代目の経営者（現会長）がコンペイトウの将来に不安を抱き、子供にコンペイトウの良さを学ばせることで、将来的な顧客を育成せねばならないと考え2003年「コンペイトウプチミュージアム」を堺工場の一部に開設した。ところが開設直後、旅行代理店経由で大人数の予約が入ったため、急遽本社工場の一部を改装して対応した。その後ミュージアムは福岡にも進出した。

体験型ミュージアムなので、見学のみという来館申し込みには対応していない。来館者は1時間かけてコンペイトウづくりを体験する。体験後、販売コーナーでそれぞれが好みのコンペイトウを購入してくれるのだが、このコーナーは売れ筋品の把握や、包装の人気調査など同社のマーケティング施策にとって貴重な材料を提供してくれるという。

コンペイトウはボルトガルから渡来した南蛮菓子なのだが、現在では日本独自のものとして発展している。日本製のアニメに登場したことから、外国人ファンの注目も集めている。そのため外国人対応も充実しており、インターシップ制度を利用して積極的に説明をおこなえる外国人従業員を雇用している。

同社は企業博物館を売り上げの確保、販路の拡大に積極的に活用しているという。筆者がこれまで観察した200施設以上の企業博物館の中でも、独特の活動をしている施設だと感じた。

こちらも地域連携には熱心だ。八尾市が運営する地元品のPR施設には運営者として積極的

にかかわり、さらに、近隣の学校(高校、大学)からの問い合わせやコラボレーションの申し入れはすべて対応しているという。

三代目の現経営者は説明用に、コンペイトウを日本に導入したといわれるルイス・フロイス²の衣装を特注し、マスコミの取材にはその衣装を着用した経営者自身が対応して耳目を集めている。

4. ケーススタディの研究で得られたこと

企業博物館の地域連携というテーマはこれまでも何度か取組んできた。しかし今回のヒアリングで体験したことは、角長、杉多製簾での経営者の真剣さ、熱心さであった。両者とも六代目であったが、幼いころから先代、先々代の取り組みを目の当たりにして育ってきた。

なぜここまで熱心なのだろうと考えてみた。角長は父親から告げられた「醤油発祥の地という伝統をなくすな」という教えであり、杉多は「大阪金剛簾の伝統を絶やしてはいけない」という強い思いがあるのではないかと考えた。

規模の大きな企業においても、グンゼ、YKK、安川電機のように、地域連携に熱心に取り組んでいる例をいくつか見てきたが、どこか、熱量の違いというものも感じられた。経営者自身が負っていると感じている責任の重さなのかもしれない。

5. 今後の研究課題

これまでも数多くのヒアリングを重ねてきたが、「角長」「杉多」においてそのインパクトは大きかった。二社ともに、事業継続と発展に関

する意識が非常に強いことを感じ、生半可な拘泥ではないとさえ思った。ただ二社だけで論じるにはあまりにもサンプル数が少なすぎる。

幸い中小企業の企業博物館のリストアップはここ数年取り組んできたので、数は揃っている。今後はそれらの中で新規の中小企業の企業博物館にアプローチしヒアリングを続けていき、このような事例がほかにも存在するののかについて研究を続けて行きたいと思う。

日本は創業百年超企業が世界一多い国であるという³。なぜ多いのか、なぜ独自ののか。本研究の継続でその回答のひとつの糸口がつかめるのではないかという、まだ仮説の段階ではあるが、そのようなことを考えてみてもいい。

参考文献

- 栗津重光(2023)「企業博物館とインターナル・コミュニケーション」『BtoB communications』55(3)、10-16 ページ。
- 栗津重光(2024)「企業博物館とナラティブ」『BtoB communications』56(3)、55-59 ページ。
- 石川貴敏(2023)「変わる企業ミュージアム」企業史料協議会第11回博物館セミナー資料(2023年7月27日)。
- 佐々木朝登(1987)「期待される企業博物館」『企業と史料』第2集、11-18 ページ。
- 高柳直弥(2019)「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活用の実態－アンケート調査結果からの考察－」『広報研究』第23号、54-66 ページ。
- 星合重男(1995)「企業の博物館に期待するもの」『企業と史料』第5集、37-44 ページ。

2 ルイス・フロイス(1532年-1597年)は、ポルトガルのカトリック司祭、宣教師。イエズス会士として戦国時代の日本で宣教し、織田信長や豊臣秀吉らと会見した人物。

3 https://consult.nikkeibp.co.jp/shunenjigyo-labo/survey_data/11-03/ (2025年1月22日閲覧)。日経BPコンサルティング2020年3月調査。創業から100年以上を経過した企業の数国別に調査した。世界で最も100年企業が多いのは日本で3万3076社。世界の創業100年以上の企業の総数、8万66社の41.3%を占めた。