ビジターセンターにおける「施設リーフレット」の課題

増田 速人（帝京科学大学 環境教育・インタープリテーション研究室）

指導：古瀬浩史

キーワード：ビジターセンター、インタープリテーション、印刷物、リーフレット

1. はじめに

自然公園には、来訪者への情報提供や自然保護の啓発を目的として、しばしばビジターセンターや自然観察センター等の名称を持つ施設が設置される（以下ビジターセンターとする）。ビジターセンターにおける解説、情報発信、体験促進等はインタープリテーションと呼ばれる。インタープリテーションとは、「環境保全地域、公園、博物館など、社会教育の場における持続可能な社会づくりのための教育的コミュニケーション」と定義される[1)]。国立公園等のインタープリテーションの全体計画策定では、利用者に伝えたいメッセージである「テーマ」、どのような体験を促すかを整理した「利用者に望まれる体験(以下体験促進)」、公園に保全されていて来訪者と共有したい資源を整理した「重要な資源（以下、資源)」など、記述するべき重要な項目が整理されている[2)]。

インタープリテーションは、人が直接関わるパーソナル・インタープリテーションと人が直接関わらないノンパーソナル・インタープリテーションの２種類に分類され、それぞれに利点や適切な役割があると考えられている。ノンパーソナルの媒体としては、印刷物、展示、映像プログラムなどが典型的な方法として使われている。この中で、印刷物を用いる利点として、設置や収納がしやすいこと、多くの情報を扱えること、利用者が持ち帰ることができること、比較的安価なことなどが考えられる。上述のインタープリテーション全体計画策定の重要要素である「資源」、「体験促進」、「テーマ」に関する情報を幅広い来訪者に伝えるために、印刷物はインタープリテーションの中でも重要な手法の一つであると考える。

日本のビジターセンターでは施設を紹介した「施設リーフレット」が作られることが多い。「施設リーフレット」が館内で配布されている唯一の印刷物であるケースもある。しかし、「施設リーフレット」では、館内案内図が多くの面積を占めるものもあり、インタープリテーションの機能があまり見られないものも作られている。

そこで本研究では、ビジターセンターの「施設リーフレット」を中心に、ビジターセンターで配布されている印刷物について調査・分析し、ビジターセンターでの印刷物を利用したインタープリテーションの現状や課題について考察した。

2. 方法

２−１　調査対象

本研究で主な調査対象とする「施設リーフレット」とは、ビジターセンターの紹介を中心に、その周辺のフィールド等を紹介した内容で、一枚の紙を折り畳んだ形態を持った印刷物とする（図−１）。

図−１：洞爺湖ビジターセンターの施設紹介リーフレット

研究室内に保管されていた資料と、筆者が直接訪問して収集した資料を併せ、日本全国の 34 施設の「施設リーフレット」を調査対象とした。また、直接訪問した施設、高尾ビジターセンター、四季の森公園ビジターセンター、大房岬ビジターセンター、横浜自然観察の森自然観察センター、生田緑地東口ビジターセンターでは、調査日時点に配布されていた「施設リーフレット」以外の印刷物も収集し、どのような印刷物によるインタープリテーションが行われているのか調査を行った。

２−２「施設リーフレット」の分析項目

施設リーフレットについて、以下の項目を分析した。

(1) 判型・折り方

たたんだ状態と開いた状態のサイズ、縦×横(cm)を集計した。また、折り方を分類した。

(2)「表紙」「施設紹介」が占める割合

「施設リーフレット」に扱われている内容の中で、インタープリテーションではない部分として「表紙」、および「施設紹介」が挙げられる。施設の展示配置図（館内マップ)、アクセスマップなど、施設そのものを紹介した部分を「施設紹介」とした。それらの占める割合を面積から算出した。

(3) インタープリテーションの機能

インタープリテーションの要素として、「資源」「体験促進」「テーマ」について扱いの有無や全体に占める割合を計測した。

「資源」：公園に特有な景観、動植物、特徴的な物産などを紹介した写真や文章。リーフレット全体に占める割合を面積で算出した。

「体験促進」：公園内での体験促進につながるプログラム紹介やフィールドマップ。プログラム紹介の記載の有無と全体でフィールドマップが占める割合を算出した。

「テーマ」：公園について人々に伝えられるべき重要な知識や概念[2)]と定義される。本研究では公園の自然の成り立ち・ストーリーをテーマとし、テーマ記載の有無を調査した。

3. 結果、考察

(1) 折り方・判型

折り方の種類について図-２に、閉じた時の判型については図-３、開いた時の判型については図-４に示した。全体では A４サイズを基本として作られており、閉じたときは A4 の 1/3(三つ折り)の形態が多かった。A4 は一般的にパンフレットでよく使われるサイズであり、汎用の架台にも設置がしやすく、持ち運びを想定された形態であると考えられる。

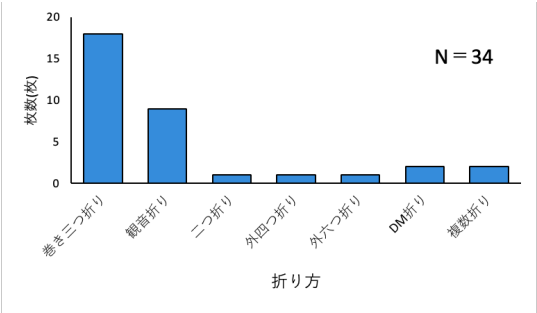


図-２　確認した折り方の種類

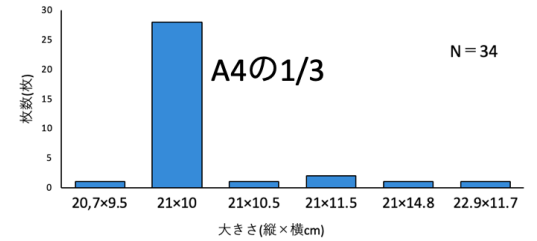


図-３　閉じたときの判型

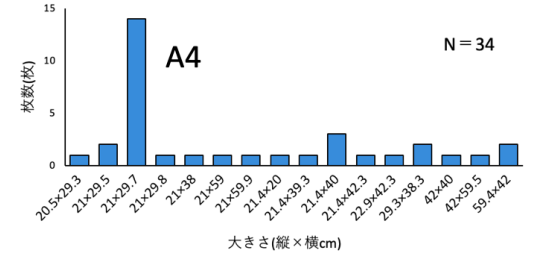


図-４　開いたときの判型

(2) 各要素が占める割合

各施設のリーフレットに、「表紙」「施設紹介」「資源」「体験促進」が占める割合について図-５に示した。34 施設中 20 施設で「施設紹介」の要素が最も多く、「表紙」と「施設紹介」を合わせた割合が 20 施設で 50%以上を占めていた。インタープリテーションに関する要素は全体に少なく、「施設紹介」の内容を主体としているものが多かった。

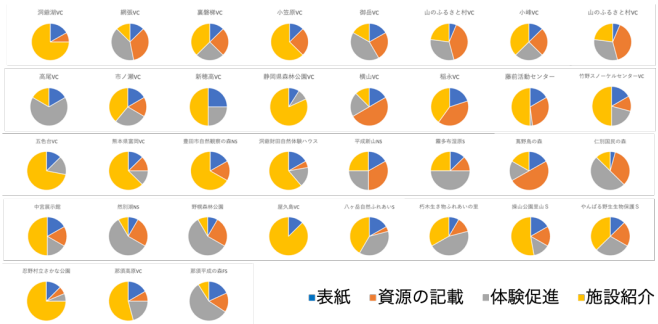


図-５　施設紹介と他の項目が占める割合

(3) インタープリテーションの機能

「資源」の要素

施設リーフレットに、「資源」の記載が占める割合は 11～20%のリーフレットが多く、全体として扱いが少ない結果となった。

「体験促進」の要素

「体験促進」の機能にうち、「プログラムの紹介」が掲載されていたリーフレットは、全体の半数であった。

「体験促進」のもうひとつの要素として検討したフィールドマップは紙面の中での割合は 10～30%が多かったが、掲載が無いものも 34 例中 9 例あった（図-６）。これらのことから、「体験促進」の機能は十分でないと考える。

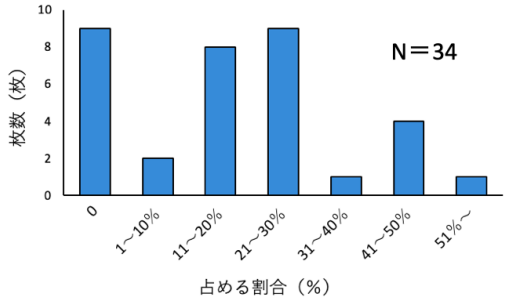


図-６　マップの記載の有無と占める割合

「テーマ」の記載

「テーマ」の記載の有無について図-７示した。「テーマ」はインタープリテーション計画ではもっとも基礎的で重要な要素であるが、「テーマ」に相当する記述があるリーフレットは全体の 26%に留まった。多くの施設でテーマの記載が無かったことから、公園地域の重要なストーリーやメッセージを施設リーフレットで伝える意図はあまり設定されていないものと思われる。

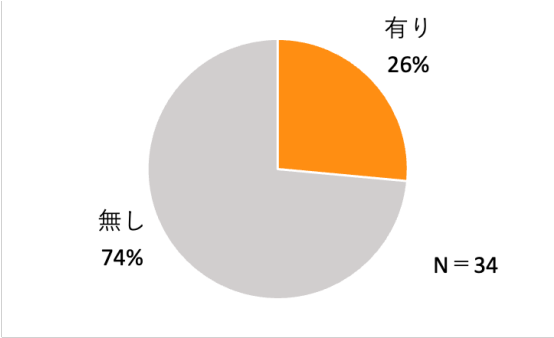


図-７　テーマの記載の有無

以上３項目の分析結果から、施設リーフレットにおける、インタープリテーションの媒体としての機能は低いと言える。

「施設紹介」の要素が中心の施設リーフレットは、ビジターセンター以外の場所で配布される場合は、施設の存在を告知する意義があると思われるが、インタープリテーションの機能は小さく、ビジターセンターの館内で配布される印刷物としては大きな意味が感じられない。ビジターセンターは、博物館などより小規模な施設が多く、館内の案内図を必要とするほどの展示スペースは無い場合がほとんどであり、アクセスマップは、すでに来館している人には不要である。「施設リーフレット」は本来、設立時に施設の周知のため関係者に送付したり、空港や観光案内所などの当該施設以外の場所で配布することを目的につくられたものと推察される。しかし、実際にはビジターセンターで配布されており、それが唯

一の印刷物である場合もある。「施設リーフレット」を作るのであれば、施設紹介の要素だけでなく、積極的にインタープリテーションの機能を含めるべきだと考える。

（4）印刷物を利用したインタープリテーションの事例

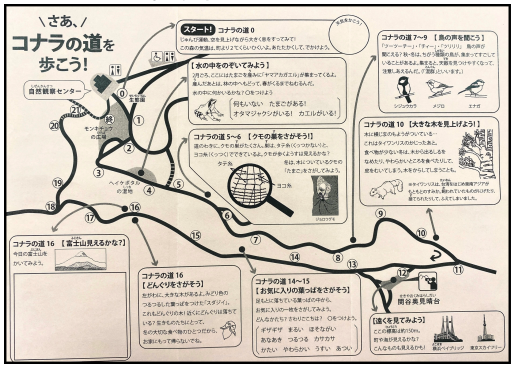
表−１　５施設で確認された印刷物

種類＼施設名	高尾ビジターセンター	四季の森公園ビジターセンター	大房岬ビジターセンター	横浜自然観察の森自然観察センター	生田緑地ビジターセンター
施設案内	○				
ニュースレター	○			○	○
フィールドマップ		○	○	○	○
生き物観察、紹介シート	○			○	
セルフガイドシート				○	

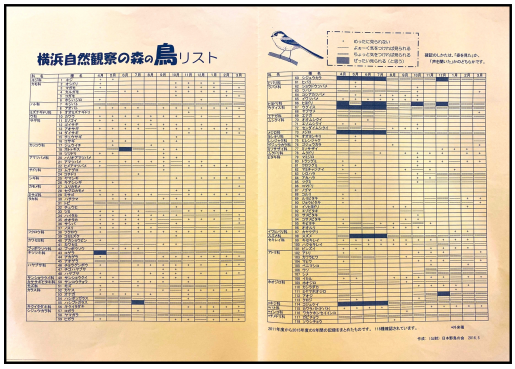
直接訪問した５施設で確認された印刷物について表−１に示した。５種類の印刷物を確認でき、中でも横浜自然観察の森の自然観察センターでは、「セルフガイドシート」や「生き物観察シート」がコース、種類、季節ごとで作られており、今回の調査した施設の中で最も多く印刷物が作られていた（図−８〜図−１０）。

これらは「体験促進」や「重要な資源」を紹介する機能などを持ち、情報をたくさん掲載でき、価値持ち運びが可能である印刷物の特徴を活かした利用がされていた。

図−８　横浜自然観察の森自然観察センターのセルフガイドシート・生き物観察シート



図−９　書き込むことで体験を促しているセルフガイドシート



図−１０　多くの情報を一目で確認できるように整理された生き物観察シート

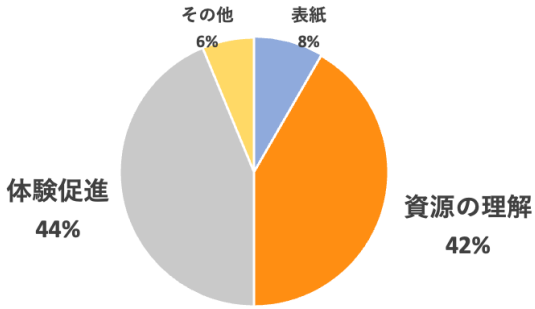
4　まとめ

アメリカの国立公園では、ビジターセンターを紹介した「施設リーフレット」というものは存在していない。そのかわりに、おそらくすべての公園について作成され、公園のほとんどの入場者が必ず手にするリーフレットがある。図−１１、図−１２はアメリカのハワイ火山国立公園で配布されている印刷物である。このリーフレットについて、本研究で行った方法と同じ方法で要素の検討を試みると、「資源」の要素が 42%、「体験促進」が 44%という結果になった（図−１３）。日本の「施設リーフレット」に比べると、インタープリテーションのためのメディアとしての位置付けが明確にされていることが伺える。

日本のビジターセンターで作られている「施設リーフレット」にも、このようなインタープリテーションの機能を取り入れる改善が必要であると考える。

図−１１　ハワイ火山国立公園の印刷物

図−１２　ハワイ火山国立公園の印刷物



図−１３　項目ごとが占める割合

参考文献

[1] 津村俊充. 増田直広. 古瀬浩史. 小林毅, インタープリテーション・トレーニング, ナカニシヤ出版, 2016
[2] 包括的なインタープリテーション計画−国立公園局「インタープリテーションと教育のガイドライン」