

研究ノート

ポピュラー文化を展示する
スポーツ・マンガ・ポピュラー音楽を事例に

村 田 麻里子

Exhibiting Popular Culture

Focusing on sports, manga comics, and popular music museums in Japan

Mariko MURATA

Abstract

This paper analyses how popular culture is exhibited in museums in Japan. The paper consists of two parts. First, it focuses on sports museums, manga comics museums, and popular music museums in order to describe how these genres are typically displayed. While all three have issues, some similar and some unique to each genre, popular music is the most difficult to adapt to an exhibit. As yet in Japan, there are no popular music museums. However, some exhibitions on popular music are occasionally held. The second part of this paper includes an interview of the producer of the special exhibition "70's Vibration" and will seek to understand what underlying issues are present in the exhibition of popular music.

Keywords: Popular culture, museum, exhibit, display technique, sports, manga comics, popular music

抄 録

本稿では、ポピュラー文化を扱うミュージアムが、ポピュラー文化をどのように展示しているのか、その展示手法に着目する。スポーツ、マンガ、ポピュラー音楽それぞれの分野に関する展示の特徴と傾向を併置・比較してみると、ポピュラー文化としての共通課題と、そのジャンル特有の課題の双方が浮き彫りになった。また、ポピュラー音楽を展示することの課題と困難は、前者ふたつに比して格段に大きいことがわかった。そこで、本稿の後半では、日本のポピュラー音楽シーンに焦点を当てた「70's バイブレーション！」展の総合プロデューサーへのインタビューを元に、ポピュラー音楽の展示について特化して考える。

キーワード：ポピュラー文化、ミュージアム、展示、展示手法、スポーツ、マンガ、ポピュラー音楽

序

本稿では、ポピュラー文化を扱うミュージアム¹⁾が、ポピュラー文化をどのように展示しているのか、その展示手法に着目する。中でもポピュラー文化の典型例といえるスポーツ、マンガ、ポピュラー音楽を展示するミュージアムの具体例を取り上げる。

この考察を通じてあきらかになるのは、スポーツ、マンガ、ポピュラー音楽それぞれの分野に関する展示の特徴と傾向であるが、三者を併置・比較してみると、ポピュラー文化としての共通課題と、そのジャンル特有の課題の双方が浮き彫りになる。また、とりわけポピュラー音楽を展示することの課題と困難は、前者ふたつに比して格段に大きいことがあきらかになった。

そこで、本稿の後半では、ポピュラー音楽の展示に特化して考える。実際ポピュラー音楽の展示を手掛ける際にどのような課題に直面するのかを、日本のポピュラー音楽シーンに焦点を当てた「70's バイブレーション！」展²⁾の総合プロデューサーである山中聡氏³⁾のインタビューを元に考察する。

なお、本稿ではこのような目的に鑑み、敢えてスポーツ、マンガ、ポピュラー音楽の展示手法について併行して扱っている。ただ、ポピュラー音楽の展示に関しては、インタビューを中心に論を組み立てているため、結果的に比重が大きくなっている。やや例外的なバランスのため、以下に本稿の構成を記しておく。

第I部 ポピュラー文化ミュージアムの展示手法

1. スポーツを展示する
2. マンガを展示する
3. ポピュラー音楽を展示する

第II部 ポピュラー音楽展示の課題——山中聡氏へのインタビューを中心に

4. ポピュラー音楽の展示空間
5. 展示で音を出すこと
6. 権利と許諾
7. 展示とデジタルアーカイブの関係

1) ポピュラー文化ミュージアムの定義や範囲等に関する議論は石田・村田・山中 2013を参照されたい。
2) 横須賀美術館で2013年3月16日～4月14日、横浜赤レンガ倉庫で2015年8月1日～9月13日にかけて開催された。
3) 一般社団法人日本音楽制作者連盟のアーカイブプロジェクト MOMM (Museum of Modern Music) のキュレーター。元同連盟副理事長。

第 I 部 ポピュラー文化ミュージアムの展示

ミュージアムと言えば、一般的には博物館や美術館などの総称で、資料を収集・保存・展示・研究し、それらを「一般公衆の利用に供」⁴⁾する文化施設である。一方、ポピュラー文化とは人々によって生きられた (lived) 文化そのものであり、転じてテレビ、アニメ、マンガ、スポーツ、音楽など、私たちの日常的な娯楽文化を指している。

では、そのような日常の娯楽をテーマとして扱うポピュラー文化ミュージアムでは、何を、どのように展示し、みせているのだろうか。展示という行為が、企画に沿って収集・編集したモノや情報をみせることで何らかのメッセージを伝える営みであることに鑑みれば、ポピュラー文化の展示は、おのずと当該文化を切り取り、編集して提示することを意味する。しかし、それは雑誌や映像等における編集とは異なり、空間に物理的に配置されなくてはならない。以下では、スポーツ、マンガ、ポピュラー音楽それぞれのジャンルの典型的な館の展示手法を、順を追ってみていく。なお、必要に応じてアーカイブ等についても触れるが、あくまで展示の仕方を中心に記述する。

1. スポーツを展示する

スポーツに関するミュージアムは日本ではそれほど多くないが、いくつかの展示施設がある⁵⁾。その多くは簡単なパネル展示や資料室程度のものだが、日本サッカーミュージアム⁶⁾や札幌ウィンタースポーツミュージアム⁷⁾、野球殿堂博物館⁸⁾など、ミュージアムと呼べる施設もいくつかは存在する。ここでは日本でもっとも浸透しているスポーツである野球を扱っているミュージアムを2館紹介する。スポーツミュージアムとして比較的規模の大きい甲子園歴史館と、個人を顕彰するタイプの館としての星野仙一記念館である。また、野球と対比させるため、そして日本のスポーツミュージアムの特徴を逆照射するために、イギリスにある World Rugby Museum もとりあげる。

4) 博物館法第2条第1項より。

5) 「スポーツ博物館データベース」(NPO法人日本スポーツ芸術協会作成) <http://www.sportsarts.gr.jp/museum/> (2015年11月26日閲覧) 及び「スポーツ関連文化施設一覧」(西山哲朗作成、石田・村田・山中2013: 26-28) 等を参照されたい。

6) 2002年FIFAワールドカップ日韓大会の開催を記念して2003年開館。東京都文京区の日本サッカー協会ビル内にある。運営は公益財団法人日本サッカー協会。

7) 2000年に大倉山ジャンプ競技場敷地内に開館した市の施設。運営は札幌振興公社。

8) 1959年に日本で最初の野球専門博物館として後楽園球場付近に開館。1988年に東京ドーム内に移転。公益財団法人野球殿堂博物館が運営している。

甲子園歴史館は2010年に阪神甲子園球場リニューアル完了に伴いオープンした⁹⁾。展示は大きく3つのパートから成る：高校野球ゾーン、阪神タイガースゾーン、甲子園球場にまつわる各種展示コーナーである。順路の一番はじめに位置する高校野球ゾーンは、名シーンや名勝負ごとのパネル紹介と映像で構成されている。また、グローブ、バット、トロフィーなどの「モノ」が展示品として並んでいる。次に阪神タイガースゾーンでは、阪神タイガースの名選手を紹介する「ヒーロー列伝」、1985年以降の優勝監督のユニフォーム、優勝ペナントやトロフィーを展示する「歓喜の瞬間」、そして1935年以降のタイガースの歴史を示す「虎の足跡」というコーナーが設けられている（図1・2）。甲子園球場にまつわるコーナーには、球場の歴史やエピソード、アメリカンフットボールの大学日本一決定戦である甲子園ボウルの展示などがあり、そのほかにも甲子園を題材にしたマンガを壁紙にした廊下「まんがと甲子園」や、映像視聴やクイズができる「甲子園ひろば」などがある。また、普段は入ることが出来ない球場のバックスクリーン前に実際に入ることができる。



図1 「ヒーロー列伝」コーナー。展示の前に立つとセンサーが反応してモニターの映像がはじまる。筆者撮影（以下、特に記載のない限り同様）。



図2 「虎の足跡」コーナー。年表とともに選手たちの道具やトロフィーが展示されている。

このように、甲子園歴史館は、文字通り「甲子園の」活動を概観するミュージアムとしての展示構成になっている¹⁰⁾。また、展示は「選手」や「プレー」を単位としており、野球好きや、野球の知識がある人を前提としてつくられていることがわかる。野球のルールや、

9) 前身は1985年に開館した阪神タイガース史料館。阪神電気鉄道が運営している。

10) 甲子園に関わるアーカイブも収集している。

野球の歴史を概説する展示はないため、野球というスポーツについてここで理解することはできない。

次に、個人顕彰型のミュージアムである星野仙一記念館は、星野の郷土である岡山県倉敷市にあり、2008年に開館している。一般社団法人が運営しているが、星野監督の知人でありファンでもある人物が創設したものである。このように個人を顕彰する目的でつくられたミュージアムにはほかにイチロー展示ルーム¹¹⁾ や落合博満野球記念館¹²⁾ などがあり、いずれも選手の出身地で親族や関係者が創設するパターンがほとんどである。したがって、展示は自ずとユニフォーム、バット、グローブといった本人の所有品と、本人の活躍を伝えるトロフィーや、雑誌・新聞等になる（図3）。



図3 星野仙一記念館の展示室。記念館にはこの1室のほか、試写室とショップコーナーがある。

次に、少し異なる角度からのスポーツミュージアムとして、イギリスのトゥイッケナムスタジアム内にある World Rugby Museum¹³⁾ をみてみよう。「ラグビーの聖地」にあるこのミュージアムの目的は「世界最大かつ広範囲にわたるラグビーのメモラビリア（記憶を留める品々）を収集、記録、解説、展示すること」¹⁴⁾ と明文化されていることから、ラグ

11) 正式名は「イチロー展示ルーム I-fain (アイファイン)」。2000年に愛知県西春日井郡豊山町に開館。運営はイチローの父鈴木宣之が代表をつとめる BTR。

12) 和歌山県太地町に1993年に開館。元は落合個人の別荘だった場所に建つ個人の記念館。

13) 1996年に開館し、2007年から現在の展示になった。

14) World Rugby Museum ホームページ (Home>Twickenham>About The World Rugby Museum) <http://www.englishrugby.com/> (2015年11月26日閲覧)

ビー全体を射程に入れていることがわかる¹⁵⁾。展示は、選手のユニフォームやトロフィー等の典型的なものもあるが、それ以外にもラグビーの構造や歴史を包括的にみせようとするものが複数ある。もっとも印象的なのは、ラグビーのバックヤードの再現展示である(図4)。選手たちのロッカールーム、風呂、医務室などが再現されており、床に散乱する包帯や血の付いたタオルなどから、接触プレーによる怪我の多いラグビーの選手たちの日常が垣間みえる。そのほかにも、中継室の再現展示やスクラムマシーン体験にくわえ、ラグビーの歴史(図5)、世界のラグビー状況、英国ラグビーの構造(図6)など、ラグビーをひとつの文化として捉えようとする意図がみてとれる。ここでは選手やプレーを単位として構成する展示とはあきらかに異なるスポーツ観から展示が作られていることがわかる。

さしあたって、日本のスポーツミュージアムにおける現在の展示の傾向を次のようにまとめることができよう。まず、ミュージアムにとって重要な一次資料としての「モノ」は一定数存在するが、そのパターンは決まっている。すなわち、トロフィー、ユニフォーム、道具(バット、グローブ、球など)などの一次資料と、選手の試合中の姿を収めた写真や映像などの二次資料によって構成されている¹⁶⁾。その一方で、たとえば試合のチケットや球



図4 ロッカールームや風呂、医務室が再現されている。



図5 左からラグビーの起源についての解説パネル、初期のラグビーボール、ラグビーを描いた油絵が展示されている。

15) 図書室では、ワールドラグビー、女子ラグビー、クラブの歴史、ラグビー協会など様々な分野の図書の他に、プログラム、手紙、雑誌、新聞の切り抜きなどもアーカイブしている。

16) ただし、永井良和によれば、スポーツ選手の写真や映像は一般的に使用許諾を得るのが難しく、スポーツを常設展で扱っているミュージアム以外の場で企画展や展覧会などを企画する際には困難を伴うという(永井良和氏へのインタビュー、2015年9月1日13時~15時、横浜赤レンガ倉庫にて実施。)

場のパンフレット、応援グッズや選手をあしらった日用グッズ等、観戦者やファンの中で流通していた「モノ」に関しては、これまでミュージアムは体系的にコレクションしてこなかったという¹⁷⁾。現在でも、その多くは個人が所有している。

次に、スポーツの展示はファンを前提としてつくられており、ルールや歴史、そのスポーツが置かれた国内及び世界的状況、選手が輩出されるための国家的・地域的な仕組みなど、スポーツを文化として言語化・構造化する視点や意識は希薄で、選手の活躍やプレーなどに重きが置かれた展示内容となっている¹⁸⁾。また、ファンを喜ばせるためか、モノ・写真・映像を常に組み合わせて「飾る」ことで、華やかにみせようとする展示になっている。その意味で、ミュージアムという公共性を伴う施設においても、もっぱらファンやそのコミュニティに向けてポピュラー文化をみせる展示になっている傾向にあるといえよう。

2. マンガを展示する

マンガのミュージアムは、スポーツのそれと比べて圧倒的に数が多く、現在全国に70館程度存在する¹⁹⁾。その大多数が市区町村立で、地元の作家を取り上げる個人顕彰館である。そのため、マンガ文化全体を射程にいったような展示やアーカイブをもつミュージアムはほとんど存在しない（現時点で、マンガの文化や仕組みを視野に入れてつくられている展



図6 幼少期から、プロ入りするまでのイギリス・ラグビーの仕組みが説明されている。

17) 永井良和氏へのインタビューより。このインタビューに関しては、稿を改めて記述する。

18) もちろん例外はある。たとえば先に言及した野球殿堂博物館では野球文化全般を射程にアーカイブしており、野球の歴史や道具のつくりに関する展示にも比較的スペースが割かれている。

19) 表・村田2009、伊藤・谷川・村田・山中2014、及び「おすすめの調査地リスト：マンガ系」（増田のぞみ作成、石田・村田・山中2013：23-25）を参照されたい。

示があるのは、京都市国際マンガミュージアム²⁰⁾、北九州市漫画ミュージアム²¹⁾、新潟市アニメ・マンガ情報館²²⁾の3館であろう)。ここではもっとも新しいマンガミュージアムである新潟市アニメ・マンガ情報館と、川崎市藤子・F・不二雄ミュージアムの展示をみてみよう。

新潟市アニメ・マンガ情報館は、新潟市のマンガによるまちおこしの一環として2013年に開館した。マンガで多用される集中線などを体で演じる体験コーナー(図7)や、カメラの位置からマンガのコマの「視点」について考えさせる展示(図8)、マンガが描かれるプロセスを追体験できるキオスク端末など、マンガ表現論²³⁾をベースとした常設展示を持つのが特徴で、京都国際マンガミュージアムや、北九州市漫画ミュージアム等既存のマンガミュージアムを参考にしてつくった様子が伺える²⁴⁾。

一方、2011年に川崎市に開館し、マンガミュージアムとしても規模の大きい川崎市藤子・



図7 展示室全体がマンガのコマ内を歩き回るイメージで造作されている。左奥には、マンガの集中線やオノマトベの「体験」ができるコーナーがある。

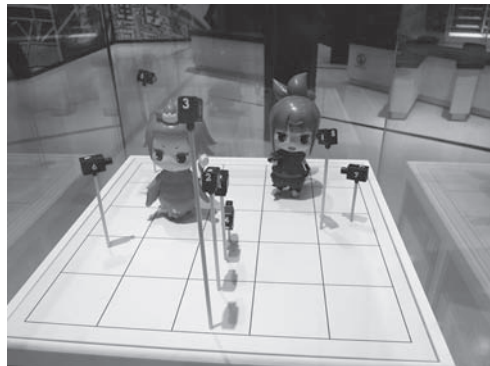


図8 新潟市のキャラクターの花野小町と笹団子郎にカメラをさまざまな位置から向け、カットの意味を説明している。

20) 2006年に開館。京都市中京区の旧龍池小学校跡地にあり、市と京都精華大学で組織される運営委員会の下、大学がミュージアムを管理・運営している。マンガを文化として捉えることを意識した企画展が定期的に開催されている。

21) 2012年にJR小倉駅の「あるあるCity」内に開館した市の施設。名誉館長は松本零士。

22) 現在「にいがたマンガアニメプロジェクト共同体」が指定管理者となっている。新潟市及び指定管理者へのインタビューは谷川他編2015を参照されたい。

23) それまで大半を占めていたマンガの内容を批評するマンガ論ではなく、たとえばコマ割やオノマトベをはじめ、マンガという媒体そのものを成立させている表現方法そのものに着目して論じる研究。

24) 実際のこの館の常設展を手掛けた株式会社丹青社は、北九州市漫画ミュージアムの展示も手掛けている。



図9(上) 来館者はキャラクターの撮影に夢中。ジャイアンが井戸水の中から出てきたところ。



図10(右) マンガが読めるスペース。壁にもキャラクターが描かれている。

F・不二雄ミュージアムでは、「キャラクター」と「原画」と「作者」をみせるというマンガミュージアムの典型的な文法に沿った展示をみることができる。展示は、藤子・F・不二雄の生い立ち、カラー原画展、書斎の再現や、マンガを自由に読めるマンガコーナーなどで構成されているほか、館内外のあちこちに、撮影されることを想定したキャラクターの挿絵やフィギュアがちりばめられている（図9・10）。

各館が開催する企画展は、主に原画を中心とした構成になっている。原画や雑誌など、マンガの「一次資料」は絵画等の美術品や図書としての体裁に比較的近いといえる。また、キャラクター展示は、アミューズメントパークの展示手法に近い。そのどちらをとっても、マンガが空間に展示される際にスポーツほどの困難はない。前節でみたように、スポーツの一次資料は、主に道具や衣類になるが、これらはスポーツそのものを現しているわけではない。スポーツとは試合やルールやそれをファンが観戦することそのものを指すのであり、その活動自体を一次資料としてミュージアムに持ち込むことはできないのである。

とはいえ、ミュージアムでマンガを扱うことが、美術品を扱うのと同様かといえば、そうではない。マンガとは、元来本や雑誌等の複製品（コピー）を指しており、原画はその副産物にすぎなかった。したがって、原画は作家によって知人にプレゼントされたり、場合によっては出版社で破棄されていることも少なくなかったのである。「オリジナル」としての価値が急上昇し、ミュージアムの展示コンテンツとしてここまで求められるようになったのは、ごく最近のことである。

また、本としての形態を持つマンガは、一人で読むことを基本とするメディアであるため、大勢が鑑賞する公共的な空間に展示されることは、必ずしも座りがいいわけではない。ただし、マンガを読む人口は圧倒的に多く、マンガの読み方も大多数の来館者が知っているため、ファンしか足を踏み入れないスポーツミュージアムよりも広い来館者層を持っている。一方で、マンガの熱狂的なファンや作家のファンは、マンガを展示という形でみることに對する関心は希薄であるため、ミュージアムにマンガをみにくのは好きな作家の原画展などに限られている。その意味で、ファンと来館者との層の重なりは、スポーツとマンガとでは異なっているといえよう。

3. ポピュラー音楽を展示する

マンガやスポーツの展示以上に困難を伴うのは、ポピュラー音楽の展示である。日本にはオルゴールミュージアムや歌手・作曲家など個人顕彰型の音楽ミュージアムが点在しているものの²⁵⁾、ポピュラー音楽をひとつのジャンルとして扱っているミュージアムは今のところ存在しない。山田晴道によれば、広く音楽業界によって支えられており、ポピュラー音楽系博物館と明確に呼べる古賀政男音楽博物館²⁶⁾ですら、「偉大な一作家を顕彰する個人記念館としての性格に寄り添う形でしか」(山田 2013:5) 実現しておらず、日本には「特定の個人の顕彰という性格を脱した中規模から大規模の展示施設がほとんど欠けている」(山田 2013:5) という。

そこで、もっとも充実したポピュラー音楽のミュージアムのひとつである、米国オハイオ州クリーブランドのRock & Roll Hall of Fame and Museum, Libraries and Archivesの展示をみしてみる。音楽産業関係者らの創設した財団をもとに1995年に開館したミュージアムは、1年で44万人もの来館者を迎え、収入の半分が入館料(35%)とショップ(15%)で賄われているという²⁷⁾。

展示は、「ロックの起源と発展」からスタートするが、ここでは膨大な研究に裏打ちされたロック史が語られる²⁸⁾。また、ロックそのものの歴史のみならず、ロックを支えたレコーデ

25) 山田 2013、井上 2012、および「おすすめの調査地リスト：ミュージック系」(南田勝也・永井純一・山崎晶作成、石田・村田・山中2013:19-20)を参照されたい。

26) 1979年に古賀政男記念博物館として開館し、1991年に休館。1997年に全面改装を経て現在の形で開館。運営は一般財団法人古賀政男音楽文化振興財団。

27) https://rockhall.com/media/assets/files/RockHallAnnual_2013-2014_062614.pdf (2015年11月26日閲覧)

28) 以下、展示内容に関しては、館のホームページ <http://www.rockhall.com> (2015年11月26日閲覧) の他、関西大学音楽アーカイブ・ミュージアムプロジェクト定例会における杉本舞の視察報告(2014年8月28日、於関西大学)及び杉本2015に基づいて記述している。

ィング技術やラジオ文化なども紹介されている。キオスク端末でのアーカイブ、試写室、スピーカー、ヘッドフォンなどで視聴する資料が圧倒的に多く、その元となるデジタルアーカイブは、音楽史研究に基づいて構成されている。杉本舞による館スタッフへのインタビューによると、ミュージアムや財団のイベントでこれらの映像や音源を使用するにあたっては、パブリックパフォーマンス権（public performance rights）のためのライセンス料を支払っているという（杉本 2015）。当然潤沢な予算が必要で、館の収益の良さが音源や映像の使用を可能にしているといえよう。

このミュージアムに似た展示事例として、イギリス・ロンドンに British Music Experience²⁹⁾ があったが、現在閉鎖中である。リバプールに移転することが決定しており、2016年春には開館が予定されている。リバプールといえば、ビートルズ生誕の地であり、The Beatles Story³⁰⁾ をはじめとする音楽にまつわる観光施設や名所が数多く存在する。また、街のウォーターフロントにある Museum of Liverpool³¹⁾ は、歴史をポピュラー文化の視点から語ることに力をいれており、スポーツや音楽に関する展示もある。移転後の展示はリバプールの土地性が意識されたものになるだろう。

ポピュラー音楽の二つの代表的な館、そして日本にあるいくつかの個人顕彰型の音楽ミュージアムをみても、ポピュラー音楽に関しても展示手法には傾向があることがわかる。まず、衣装、楽器、楽譜など、アーティスト（作曲家や歌手）にまつわる「モノ」の展示があり、これはスポーツ選手の衣装や道具を展示するのと同等の手法といえる。次に、音源や映像のアーカイブは重要な展示の一部だが、先述のようにその使用許諾に関しては、それなりの費用と手続きを要する。さらに、スピーカーやミキサーをはじめとする機材の展示やスタジオの再現展示なども多い。その意味で、ポピュラー音楽の展示にもある程度のパターンがあるといえよう。ただ、スポーツ選手の道具と違い、アーティストにまつわるモノは時代の流行や社会の雰囲気などそこから読み取れる情報に富んでおり、ポピュラー音楽を都市と結びつける視点や、ファッション、映画、文学などの周辺文化と結びつける視点に裏打ちされた展示も少なくない。その意味において、ポピュラー音楽は社会(学)的な文脈が予め内在しているコンテンツであるといえよう。

29) 2009年から2014年までロンドンのO2内でNPO法人（登録チャリティ団体）によって運営されていた。

30) 1990年に開館。2008年にはマージーサイド州政府が運営する Merseytravel が施設を購入し、現在に至る。

31) 2011年に開館した国立の博物館。

第Ⅱ部 ポピュラー音楽展示の課題——山中聡氏のインタビューを中心に

日本になぜこのようなポピュラー音楽のミュージアムが存在しないのかについては別稿に譲るが³²⁾、本稿では、日本のポピュラー音楽をテーマとする企画展（展覧会）についてみていくことで、ポピュラー音楽の展示の在り方や諸課題について考察する。ここからは、「70's バイブレーション！」展の総合プロデューサーを務めた山中聡氏のインタビュー³³⁾から話を組み立てていくが、とりわけ①ポピュラー音楽の展示空間、②展示で音を出すこと、③権利と許諾、そして④展示とデジタルアーカイブの関係という4点についてみていきたい。また、制作サイドへの聞き取りである点をいかすため、展示手法の話を超えて、展示を実現する際の経緯や諸課題についても含めて記述する。それにより、日本にポピュラー音楽の展示施設をつくることの意義と課題が浮彫りになるであろう。

4. ポピュラー音楽の展示空間

「70's バイブレーション！」展（以下、バイブレーション展）は、2013年3月16日から4月14日にかけて横須賀美術館で、また2015年8月1日から9月13日まで横浜赤レンガ倉庫で開催された展覧会である。

まずは展示の構成をみてみよう。図11は、横須賀美術館での展示会場の構成である。入り口から、来館者はまず「タイムトンネル」を通り抜ける。ここでは当時の社会情勢を伝える新聞記事やニュース映像とともに、その時代に流れていた音楽がTFLスピーカー（指向性スピーカー）から流れている。次に、「音と映像で綴る70's 視聴室」では、800枚におよぶアナログレコードのジャケットが並び、決まった時間に試聴会を行っている。「70年代資料館」では、牧村憲一³⁴⁾によって構成された、70年代音楽シーンを表すジャケット、チラシ、ポスターなどさまざまな媒体をコラージュして展示している。さらに「1970年の青年の部屋」の再現、国産エレキギターの代表格であるヤマハSGシリーズの展示、矢吹申彦の原画展示などを経て、壁面一面を使った「日本ポップカルチャー年表」へと進む。この年表は、展覧会のメイン展示ともいえるべき資料群であり、1967年から1980年までの音楽、映画、文学、ファッション、雑誌などにまつわるさまざまな資料が各年単位でコラージュ

32) 南田 2014に、ポピュラー音楽をミュージアムにすることの困難が整理されている。

33) 2015年9月2日11時～13時、及び15時～17時30分にかけて、横浜赤レンガ倉庫会議室にて実施。

34) 1946年生まれ、音楽プロデューサー。音楽産業界での豊富なプロデュース経験を元に2013年には『ニッポン・ポップス・クロニクル 1969-1989』（スペースシャワーネットワーク）を執筆。

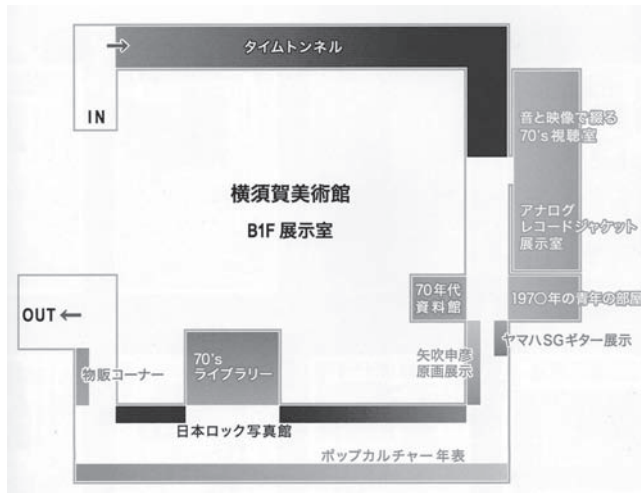


図11 横須賀美術館での「70's バイブレーション！」展の展示構成
（『70's バイブレーション！開催結果報告書』より転載）

されている（図12）。

横浜赤レンガ倉庫での展覧会（図13）も、構成や展示品に多少の違いはあるものの³⁵⁾、基本的な展示コンセプトは横須賀のそれと大きくは変わっていない。しかし、両者の決定的な違いは、利用空間の違いである。

第1回目の展覧会の場所は、ランドスケープを意識したデザイン性の高い美術館であり、普段は絵画や彫刻などの美術品が展示される空間である。一方、第2回目の会場は、貸し展示会場であり、展示空間は商業施設と隣接した観光地にある。展示はどの入れ物に入るかによって、全く異なる雰囲気になる。また、入れ物が違えば、自ずと展示内容や手続きにも違いが出てくる。なぜ1回目と2回目で、このような違う空間が選ばれたのだろうか。

そもそも横須賀美術館でのバイブレーション展は、その前に開催された「ラルク アンシエル20周年」展（以下、ラルク展）とともに、館を「集客施設として生まれ変わらせる」³⁶⁾ 目的で、市長の肝いりで開催されたものであった³⁷⁾。2007年に開館して以来毎年莫大な赤字

35) 赤レンガ倉庫では「70年代資料館」や「1970年の青年の部屋」のかわりに、鋤田正義・井出情児・迫水正一ら計5人のロックカメラマンによる写真展、YMO コーナー、大滝詠一所蔵品コーナーと、NPO 法人アークシップによる「70年代の横浜」コーナーがあり、横須賀美術館の時に比べて全体の展示量はやや多いという。

36) 横須賀市長吉田雄人 活動日記「横須賀美術館でラルクアンシエルの特別企画展を行います！（2012年5月17日投稿）」<http://yuto.net/?p=1146>（2015年11月25日閲覧）

37) 横須賀市長記者会見2013年5月17日／「横須賀美術館「ラルク展」チケット販売2万枚突破——開館以来、最高記



図12 「日本ポップカルチャー年表」の一例（1970年のもの）。著作権処理の必要なビジュアルがずらりと並ぶ。（『70's バイブレーション！開催結果報告書』より転載。）



図13 横浜赤レンガ倉庫での展覧会の様子。壁には「日本ポップカルチャー年表」が展示され、手前のベンチでは、その時代の雑誌が手に取れるようになっている。（山中氏のご厚意により筆者撮影。）

を出し続け、ハコモロ行政と批判されてきた横須賀美術館の収益を改善すべく、当時の市長である吉田雄人が後押しした展覧会なのである。つまり、ラルク展とバイブレーション展は、ミュージアムでポピュラー文化（ポピュラー音楽）を扱うことで集客を測ろうとする行政の期待を担っていたことがわかる。しかし、若い新市長のアイデアは議会では必ずしも理解を得られず（電通に業務を委託したことも批判的となった）、既に開催が決まっていたバイブレーション展も、最終的に動き出してよいというゴーサインが出たのは、実に開催の3ヶ月前だったという。そのような経緯をみても、こうしたポピュラー音楽を扱う展示が、そもそもミュージアムという容れ物に想定されているテーマの範囲外にあることが伺える。議会の反対もあり、ポピュラー文化で集客を測ろうとする市長のアイデアは上記の2展で打ち止めになった³⁸⁾。

その後、山中氏自身が自ら開催地に選んだ³⁹⁾ 2回目の会場が赤レンガ倉庫になったのには、そうしたミュージアムのハードルが高かったからでもあるという。

録に』『横須賀経済新聞』2012年7月7日。

38) 横須賀市議会および委員会議事録より。平成24年教育福祉常任委員会 第2回定例会（2012年6月12日）、総務常任委員会 第2回定例会（2012年6月14日）、平成25年教育福祉常任委員会 第1回定例会（2013年3月12日）、延会（2013年3月14日）、総務常任委員会 第1回定例会（2013年3月15日）、予算決算常任委員会 第1回定例会（2013年3月25日）、総務常任委員会 第3回定例会（2013年10月1日）、市議会第3回定例会（10月8日）。その後平成27年市議会 第1回定例会（2015年2月25日）にも言及あり。

39) 赤レンガ倉庫での開催は横浜市文化観光局を通じて地元のNPO法人アークシップとともに進められた。

筆者「山中さんとしては今回もミュージアムでできたら、それでもよかったという感じですか？」

山中「どっちもどっちじゃないですか。やっぱり音が出せないっていうのと、なんか少し、敷居を上げてしまう感じもあるでしょ。難しいとこですよ、判断がね。でも割り切って言うなら、アート性の高いものよりも、人が見たらゴミだよっていうもののほうが面白かったりするじゃないですか。」

筆者「逆に人が見たらゴミみたいなものをアート性の高いものにするのがミュージアムって空間でもあるわけですよ。」

山中「だから横須賀美術館のときは箱ゆえにそういうきらいはあったんですよ。なんか偉そうに見えるという意味では。」

ここで「敷居を上げる」とは、ミュージアムで展示することによって、ミュージアムが通常扱う美術などの「ハイカルチャー」に、ポピュラー音楽がおのずと引き上げられることを指している。その是非はここでは問わないが、人々が実際に日常の中で体験していたポピュラー音楽とは異なるものになることはあきらかである（詳細は石田・村田・山中 2013）。

5. 展示で音を出すこと

先の発言でもうひとつ指摘されているのは、「音を出す」という問題である。一般的に、美術館という場所では、展示室で音や音楽を流すことは作品（鑑賞）の妨げになると考えられている。また、仮に音楽を流すとしても、クラシック音楽や民俗音楽などに比して、ポピュラー音楽を館内で流すことへの抵抗が強いことは容易に想像がつかだろう。

一方で、ミュージアムという公共文化施設だからこそ個々の権利者から使用許諾が得られたという業界側の事情もあるようだ。第1回目の横須賀美術館では、独立した部屋で時間を決めてテレビ神奈川の希少な音楽映像を流していたが、2回目は断念したという。ミュージアの空間がきちんと仕切れ、音の洩れない独立した閉鎖空間を確保できるからという理由もあるが、それだけでなく、貸し展示会場では、文化を「一般公衆の利用に供する」公共性や教育的意義が担保できていないという認識が、権利者らにも漠然とあるということだろう。

最終的には貸し展示会場で行った2回目も、音を出すことは最小限にとどめることになった。横須賀美術館では展示への導入となる第一室のみでTFLスピーカーが使用されたが、赤レンガ倉庫でも、部屋と部屋のつなぎにのみに配された（図14）。



図14 部屋と部屋をつなぐ空間に配したTFLスピーカー。音はスピーカーの前を通過する瞬間にしか聞こえない。(山中氏のご厚意により筆者撮影。)

筆者「展示を見ながら音を聞かっていう想定はしなかったんですか。」

山中「(最終的には)しなかった。それはやっぱり特定されちゃうんで。音を。たとえば大瀧詠一さんの(展示の)前だから大瀧さんのをかけようっていうのは、ちょっとイージーすぎるだろうっていうね。あとはたとえば大瀧さんの音をループで流すのは全然いいんだけど、逆に言ったらこっち側(※写真を展示している場所)まで来ちゃうわけでしょ、音が。そうすると果たしていいんだろうかっていうね。写真の世界でいうと、やっぱりこれは自分なりに(その世界に)入ってみたいってことになるので。今回5人のロックカメラマンの方にお問い合わせしてるんですけど。」

当初はミュージアムだと音が出せないという感覚もあったが、実際には赤レンガ倉庫でも、展示室で音を流すこと自体が鑑賞に与える影響を考えて避けたと山中氏はいう。音楽の展示であっても、音楽を聴きながらの鑑賞は、必ずしも理想的ではないということだ。

この点に関して、2013年にロンドンのヴィクトリア・アンド・アルバート美術館に始まり、ベルリン、シカゴ、サンパウロ、パリを巡回したデヴィッド・ボウイの回顧展 'David Bowie Is' 展では、参加者が全員ヘッドフォンをすることで、展示室の静寂と、音楽を聴きながらの展示という双方を実現していた。ヘッドフォンからどの音楽が流れるかは、センサーによってその人が移動する位置(展示)ごとに変わるが、一方で、無音で展示を鑑

賞したい人はヘッドフォンを外すことができるという仕掛けだ。ただ、この実現には費用がかかることは言うまでもない。

6. 権利と許諾

ポピュラー音楽の展示において、真っ先に実質的な問題として立ちはだかるのは、やはり権利と許諾の問題である。

山中「ポピュラー音楽って結局、誰かが展覧会やろうよって言っても、おそらく日本レコード協会とか音事協⁴⁰⁾とか音制連⁴¹⁾とかの協力のもとでやりますと言わない限りは無理でしょうね。で、それは時間がたてばたつほど難しい。」

ミュージアムという公的な場でポピュラー音楽を流したり、アーティストらのビジュアルを展示しようとするれば、クレジット（氏名）表示などにまつわる著作人格権や、複製権、展示権、上映権など公開という形を取る際に発生する複数の著作財産権をクリアしなくてはならない。著作物の伝達に際しては、著作隣接権が与えられている実演家⁴²⁾、レコード製作者や放送事業者などの権利者への許諾が必須となってくる。その意味で、今回かろうじてこのような展示が実現できたのは、音楽制作者連盟の役員経験者で、業界に精通している山中氏だったからという理由も大きい。それでもルーティンとして必要な手続きや諸費用は膨大にある。

まず、販売されている音源を展示室内で流すには、JASRAC⁴³⁾への支払い（すなわち使用許諾）が必要となる。また、映像を伴うものであれば、JASRACとは別に、さらに個々の権利者にそれぞれ許諾を得る必要がある。ただし、仮に許諾がとれたとしても、そこで要求される使用料はケースバイケースである。したがって、最終的に何を使用できるかは、当初の展示コンセプト以上に、どれに関する許諾がとれて、どれだけの使用料を求められるか（払えるか）という問題に大きく左右される。

40) 一般社団法人日本音楽事業者協会。1963年に設立された、芸能界を中心とした事務所によって構成される業界団体。タレントの肖像権、パブリシティ権などの権利確立、地位向上、映像コンテンツ使用、商業用レコード二次使用に関する実演家の公正な対価の還元などの活動を行っている。

41) 一般社団法人日本音楽制作者連盟。1986年に設立された、音楽業界を中心とした事務所によって構成される業界団体。商業用レコードの二次使用、貸しレコード使用料に関する実演家の公正な対価の還元、ビジネス支援などの活動を行っている。

42) いわゆる歌手やアーティストを指す。著作人格権も持つ。

43) 日本音楽著作権協会の略称。会場内で音楽を流す場合、ここに著作権（演奏権）の許諾を得る必要がある。

しかし、山中氏によれば、そうした諸々の手続きと費用が発生するわりには、既にYoutubeなどで映像は拡散しているため、来館者にそこまでのアピールにはならないのだという（今回は主にカフェのトークショーで、関係者等のトークとともに音源を流すことで付加価値をつけた）。その結果、先にみた展示室で音楽を流すことの難しさもあいまって、結局はビジュアルを重視した展覧会になった。

山中「結局この決められた空間のなかで、何を入れようかっていうことですよ。

基本的にやっぱり映画とコンサートとレコードジャケット⁴⁴⁾になってしまうんですけどね。結局グラフィックの展覧会になっちゃいますよね、ここではね。」

筆者「もっと映像が流れているイメージがあったんですが、それをあえて避けたのはなにか理由があるんですか。」

山中「やっぱり権利系のことも大きいんですよ。今さらYoutubeで流れてるものここでループしてもしようがないので。Youtubeにあがってないようなレアなものもあるんですけど、許諾が難しいのがあるので、そうするとみせられるものが決まっちゃうんですよ。」

筆者「確かに。」

山中「70年代ってフィルムの時代なので、結構そういうのは少ないですね。……かたやたとえばキャロルに許諾を取るって絶対無理だから、言ってもしょうがないかな、みたいなね。」

派生する権利と、必要な許諾の手続きと、発生する金額の問題は、重なりつつも常に別の問題である。果たしてどの作品にどのような許諾が必要で、どれくらいの費用が発生するかは、相手がどこまで権利を主張してくるかにかかっている、いわばグレーゾーンの領域である。たとえば2回目のバイブレーション展のポスター（図15）には複数のレコードジャケットが映っているが、山中氏によると、1点につき1万円の使用料をレコード会社に支払い、かつミュージシャンにもこちら側が許諾をとらなくてはならなかったという。

山中「実は、このポスター作るのに相当お金がかかってるんですよ。許諾が全部要る

44) ジャケットは、金沢工業大学のポピュラーミュージックコレクションから一括して借り、足りないものを個人などから借りて補填しているという。

わけじゃないですか。レコード会社ごとにばらつきはあるけど、許諾料を1点につき1万円払わなくてはいけない。しかも、レコード会社にお金払ったらアーティスト許諾はOKと思っていたら、最近アーティストへもこちらが許諾をとらなくてはいけないと言われたり。例えば矢野顕子さんにこちらが確認とるか。その他にも、雑誌の表紙や映画のポスターを使うのも会社ごとにルールが違って、カドカワさんは映画ポスター1点につき3万円とか。そのルールが曖昧故に、使いづらくなる一方なわけですよ。」



図15 赤レンガ倉庫での「70's バイブレーション！」展のポスター

また、メイン展示である「日本ポップカルチャー年表」(再び図12・13)では、レコードジャケットのみならず、時代の音楽と密接に関わっていた周辺の視覚文化を共に展示したいということから、映画のポスターや情報系の雑誌が展示されたが、許諾をとるべき権利者を探り当てること自体が困難だったという。

山中「はじめはだから、キネマ旬報とかにお願いして、話を詰めていって、たとえばATG(※日本アートシアターギルド)に話をしに行かなきゃって言うんだけど、全然わからないわけですよ。やれ東宝だ、やれ今DVD権はキングレコードにあるとか、でも当時のポスターは今度はまったく違う権利者がいるとか、映画によって違うとか、いろんなこと言われる。結局それで古物販売をすれば……みたいなことを囁いてくれる人がいた。売ること(展示が)成立するんですね。値段つければいい。古物商免許を持ってる人がいればいい。」

こうして、ポスターを展示するのではなく、「古物販売」しているという体裁をとることで、さまざまな権利許諾をとることを免れたという。これは逆にミュージアムなどの公的

な文化施設では不可能な方法であり、貸し展示会場ならではの手法である。そして、このような苦肉の策の結果、実際に買い手が次々と現れ、展示場のあちこちに「売約済」の文字が並んだのである。

総合芸術である映画に関わる権利許諾の複雑さは音楽以上のものであり、ここではやや例外的な話ではあるが、いずれにせよ、音楽業界にとって、複製にまつわる権利を行使すること自体が業界を支える存立基盤であることに鑑みれば、彼らが金銭を要求することを安易に否定することはできない。しかし、ミュージアムや展覧会で多くの人とその文化に触れることに対する社会的意義や公共性に対する理解も、いくらかは必要ではないだろうか。今後、ポピュラー音楽のミュージアムをつくる際にもっとも足枷となるのが、音楽の、商品（コモディティ）としての側面である。

山中「なんかある種の文化パトロニズム的なものの感覚がないのかな。これがデパートの催事場だったらね、それ（※使用料のこと）言われてもしかりですよ。物売りたいだけでしょって話になるんだけど……。」

しかし、今回のバイブレーション展では、貸し展示会場であることを最大限にいかし、物販に力をいれることに成功した。赤レンガ倉庫では、入り口前に大きな物販コーナーを設け、そこにパイドパイパーハウス⁴⁵⁾が期間限定で25年ぶりに「復活」した（図16）。その結果、物販目当ての来場者が続出したという。展示をみて昔を思い出したり、さまざまな思いを巡らせては、ショップでそのCDを購入する。この循環が実現できる時、それは展示という形に落とし込む際にそぎ落とされがちなポピュラー文化のもっとも大きな快楽を掬い上げられているといえる。

物販の話は、展示の範疇の外にあると思われがちだが、実は「買う」という行為は、ポピュラー文化の快楽にとって、もっとも重要なもののひとつである。そもそもミュージアムショップとは、来館者のミュージアムでの体験を持ち帰る品を買い求める場所である。その意味で、「買う」快楽を内在させているポピュラー文化の展示においては、物販は展示と地続きに存在しており、来館者の「体験」としては展示の一環になる。しかも、展示で見たものと全く同じものをそのまま買って帰れるのは、ポピュラー文化ならではの醍醐味である。

45) 70年代に南青山骨董通りにあった伝説のレコードのセレクトショップ。



図16 展覧会にあわせて復活したパイパーハウス。

山中「やってみて今すごく思うのは、こういう展示で循環させていく、要するに、いい意味でペイすることってのは（大事で）、マーチャンダイジングをきちんとやらないと駄目ですね。あと、しょせん1000円程度のお金（※入場料）で、収益を上げるって難しさは当然壁になるじゃないですか。」

しかし、公的な施設では商売につながるような要素は、もっとも排除しなくてはならないもののひとつだ。公立のミュージアムでは、そもそも物販が難しく、第1回目の横須賀美術館では、一般的に流通しているCDを数枚並べるのでせいっぱいだったという。こうした公共施設がもつ商品や商業との相性の悪さもまた、ポピュラー音楽を展示することの難しさにつながっている。

7. 展示とデジタルアーカイブの関係

今回のインタビューでもっとも興味深かったのは、展示とデジタルアーカイブとの関係である。今後、なんらかの形でポピュラー文化ミュージアムをつくろうとすれば、そのジャンルを問わずアーカイブは必須のものとなる。なぜなら、日常的なポピュラー文化がミュージアムを必要とする最も大きな理由のひとつは、消えゆく文化を保存していくことにあるからだ。また、とりわけポピュラー音楽に関しては、展示をするにあたってさまざまなデジタルアーカイブが必要であることは、先のクリーブランドのRock & Roll Hall of Fame and Museum, Libraries and Archivesの例にみたとおりである。

山中氏は、現在音制連によるオンラインのアーカイブサイトMOMM (Museum of Modern

Music)⁴⁶⁾をプロデュース・管理している。このサイトでは、70年代を中心に、日本のポピュラー音楽やアーティストに関するさまざまな情報を収集・記録・公開し、文化として共有できることを目指している。したがって、山中氏にとっては、今回の展示という手段は、このデジタルアーカイブ構築のためのひとつのプロセスとして、あるいはデジタルアーカイブの充実を方向付ける舵取り役として存在している。

では、そもそものバイブレーション展をプロデュースした経緯はなんだったのか。

山中「ウェブで1967年以降の音楽のデータ、要するにレコードのリリースとか、コンサートやイベントをいつやった、誰が出たとか、そういうようなことのアーカイブをしていくなかで、それだけやってるだけだと、つまらなくなってくる。あとは、『代官山 TSUTAYA』っていう、大人のための TSUTAYA っていうののオープニングをご一緒してた時期で、ただ売るだけじゃなくて、ある種の展示も含めてきっちりなんかできたらいいなあというふうなことだった。だったら美術館を使って、70年代を見せるっていうのはどうやればいいのかなんて考えて、(展示のオファーを)受けてみようか、と。」

筆者「では先方の意図とは別に、山中さんとしては自分が今まで集めてきたアーカイブを別の形で見せる場が欲しいという気持ちで引き受けた感じなんですかね。」

山中「そうですね。だから、初めはどうしたいなんてまったく考えてなかった。どうしたらいいだろうから入るわけですよ。」

しかし、先述の経緯から、横須賀美術館でのバイブレーション展は短期間の準備を余儀なくされ、勢いでできたメリットもあると同時に、不本意な点もあった。

筆者「その横須賀を経たあとに、おひとりで2回目をやりたいと思ったのはどういう理由なんですか？」

山中「単純に言っちゃおうと、やっぱりもっとできるはずだっていうのと、あともう1つは、たぶん単純にウェブだけで自立できるとは思えないので、なにかひとつそういう事業体として成功できればいいのかもしれないっていうことなんですけどね。」

46) <http://www.momm.jp/> (2015年11月25日閲覧)

この発言からも、ウェブがまずは念頭にあり、それと連動するものとして展示に意義を見いだしていることがわかる。さらに、展示をすることは、業界の関係者から過去のさまざまなデータを収集するきっかけや理由になるのだという。

筆者「山中さんの一番の関心は、こういうものをアーカイブして、それを社会的に活用するっていうところにあるということですね。」

山中「一番の目的はそこです。レコード会社の宣伝材料のパンフレットとかチラシって、1970年前後のほとんど創世記のものを、限られた方が持ってるんですけど、全部スキャンしたんですね。でも今回（展示として）出してない。今回はジャケットに本物をああやっけて置いています。そういう意味で言うと、スキャンデータではものすごい膨大なものが集められたんですね。だって所有者がもし亡くなったら、あれ絶対捨てられちゃうんですよ。それはやっぱり大事なことだと思いますけどね。」

筆者「ミュージアム的な発想で言うと、結局はモノが一番で、デジタルアーカイブっていうのは実物の補完物でしかない。でも山中さんのなかでは、たとえばジャケットのデジタルアーカイブはもう一次資料と同じ価値だというふうに考えていらっしゃいますか。」

山中「デザインや歌詞カードなど情報性という意味では同価値だと思いますけどね。もちろん現物大事ですが。この2年間でも亡くなった方がいっぱいいて、遺品として捨てられたしまったものが多々あるわけで。それを保全をしようと思うと、場所代や、どういう手段でどうやって保管をするんだということが出てくると思うんですね。」

このように、展示をきっかけにアーカイブのさらなる意義や活用方法を模索する一方、現実問題として、捨てられるポピュラー文化のモノの救済（特にSPレコードなど劣化の激しいもの）という切実な事情があるという。しかも、目利きのきくプロがいないと、アーカイブはできても、レア度の高いものを分別できず、アーカイブの質に関わるという。にもかかわらず、こうした膨大なモノの整理は誰が、どの予算でやるのかに関しては、あてがない。

いや、本来ここに資金と労力を投じるべきなのは、音楽産業界ではないだろうか。ここまでみてきたように、音楽産業界のもつ制度的な仕組み自体が、ポピュラー音楽の展示や

ミュージアムをつくることを結果的に妨げてきたとすれば、その業界がなんらかの形で自らの文化を保存しなければ、それはやがて消えゆくであろう。「企業によるポピュラー音楽のコモデティ化が進行しているがゆえに、国家や行政、非営利団体による取り纏めが、今さら求められない」（南田 2013：137）状態のなかで、山中氏の挑戦は続いている。

結

本稿では、スポーツ、マンガ、ポピュラー音楽がどのようにミュージアム等で展示されているのか、その大きな傾向を指摘し、同時に三者を比較することで、今後ポピュラー文化の展示手法について議論するための何らかの足がかりとなることを目指してきた。また、日本にポピュラー音楽のミュージアムが存在しないことから、ポピュラー音楽を展示という形にした貴重な展覧会として、「70's バイブレーション！」展に着目し、そのプロデューサーへの聞き取りから、ポピュラー音楽を展示する諸課題についていくつかのポイントを指摘した。

今回は主に技術的な側面に焦点を当てて論じてきたが、総じて、日常的娯楽であるポピュラー文化をミュージアムで展示する難しさは、ポピュラー文化が美術史、歴史学、民俗学、科学などミュージアムの存立基盤となる学問が扱ってきた範疇の外にあることに尽きる。学芸員や館の専属スタッフで、ポピュラー文化とその展示に関する（構想はもちろんのこと）技術的なノウハウを持っている人は、現段階ではきわめて少ない。選手や歌手の写真や映像の許諾をどのようであればよいのか、野球の球をどのようにカタログのために撮影すればよいのか、ファンの手元に散逸しているグッズをどのように探し出したら良いのか。一方、一部の専門家（業界関係者やライター）が当該ポピュラー文化に関する膨大な知識を持つが、彼らは展示のプロではない。つまり、その膨大な専門知を専門誌等の媒体で発信する能力も持っていたとしても、ミュージアムの展示が前提とする公共的な語りに変換すること、さらにそれを展示という「空間」に落とし込むには別の所作が必要なのである。ここにポピュラー文化の展示をめぐる「知の分断」がある。ポピュラー文化を展示する方法論はいまだ十分に言語化も、共有も、確立もされていない。専門的な知識を持つ双方が協力しあい、こうした「知の分断」をいかに乗り越えていくかが、ミュージアムでポピュラー文化を展示することの大きな課題のひとつといえよう。

さいごに、長時間のインタビューやその後の筆者からの問いあわせに真摯にご対応くださった山中聡氏に厚く御礼申し上げます。

【参考文献資料一覧】

- 石田佐恵子・村田麻里子・山中千恵（編著）『ポピュラー文化ミュージアム ― 文化の収集・共有・消費』ミネルヴァ書房、2013年。
- 伊藤敬「スポーツ博物館とスポーツ図書館」『専門図書館』233号、2008年。
- 伊藤遊・谷川竜一・村田麻里子・山中千恵『マンガミュージアムへ行こう』岩波書店、2014年。
- 井上裕太「音楽博物館の分類と提唱」『博物館学雑誌』第37巻第2号、2012年。
- 表智之・金沢韻・村田麻里子『マンガとミュージアムが出会うとき』臨川書展、2009年。
- 杉本舞「米国のポピュラー音楽ミュージアムとアーカイブに関する事例調査」『関西大学社会学部紀要』第47巻第1号、2015年。
- 谷川竜一・山中千恵・伊藤遊・村田麻里子（編）『日本のマンガミュージアム2 ― マンガミュージアムを介した地域力の再生/地域力によるマンガ文化の創出』(CIAS Discussion Paper No.52) 京都大学地域研究総合情報センター、2015年。
- 南田勝也「ポピュラー音楽関連ミュージアム」『ポピュラー文化ミュージアム ― 文化の収集・共有・消費』石田佐恵子・村田麻里子・山中千恵（編著）、ミネルヴァ書房、2013年。
- 山田晴道「規模と立地からみた米国のポピュラー音楽系博物館等展示施設の諸類型」『東京経済大学 人文自然科学論集』第132号、2012年。
- 山田晴道「立地からみた日本のポピュラー音楽系博物館等展示施設の諸類型」『東京経済大学 人文自然科学論集』第134号、2013年。
- 山中聡（編）『70's バイブレーション！開催結果報告書』（非公式）、2013年。
- 『SWITCH SPECIAL ISSUE 70's VIBRATION YOKOHAMA』株式会社スイッチパブリッシング、2015年。
- NPO法人日本スポーツ芸術協会「スポーツ博物館データベース」<http://www.sportsarts.gr.jp/museum/>
- 横須賀市長吉田雄人 活動日記「横須賀美術館でラルクアンシエルの特別企画展を行います！（2012年5月17日投稿）」<http://yuto.net/?p=1146>（2015年11月25日閲覧）
- 「横須賀美術館「ラルク展」チケット販売2万枚突破 ― 開館以来、最高記録に」『横須賀経済新聞』2012年7月7日

※本稿校正中の2016年1月25日、ロックの殿堂ジャパンミュージアムの開設が発表された。「金沢に『ロックの殿堂』旧書店本店に4月開設」『北國新聞』<http://www.hokkoku.co.jp/subpage/H201601250101.htm>（2016年1月28日閲覧）

※本稿は平成27～29年度学術研究助成基金助成金・基盤研究（C）「ポピュラー文化展示の手法開発及び公共性のメカニズム解明に関する実践的メディア研究」（研究課題番号15K03898：代表・村田麻里子）の成果の一部である。

※本稿は日本マス・コミュニケーション学会2015年度秋季研究発表会ワークショップ「文化資源としてのポピュラー文化 ― ポピュラー音楽のミュージアムとアーカイブを事例に」において口頭発表した内容を一部含んでいる。

