

第6期町田市民文学館運営協議会第2回議事録

- 開催日時 2023年3月7日(火) 18:00～20:00
- 開催場所 町田市民文学館 第六会議室
- 出席委員 会長 渡邊正彦
副会長 長尾洋子
委員 阿部哲也
委員 貝原俊明
委員 草刈大介
委員 熊谷玄
委員 中垣里子
委員 名取玲子
委員 若宮和男

- 事務局出席職員
市民文学館担当課長 野澤茂樹
担当係長 加藤剛
担当係長(学芸員) 神林由貴子
主任(学芸員) 山端穂
主任(学芸員) 谷口朋子

- 資料
資料1 文学館に関する主な事項について(11月22日～3月6日)
資料2 浅野いにお展結果報告
資料3 ニューノーマル時代において展示施設に重要なことはなにか?
資料4 文化施設の経営的視点で、いま、何が求められるのか?
資料5 文ッ字フリマ2023の開催について
別紙1 浅野いにお展アンケート
別紙2 2021年度生涯学習部行政評価シート
参考 (浅野いにお展) 有料と無料のお客様の違い

○ 次第 開会

議事

1 事務局からの報告

(1) 11月22日以降の文学館の出来事について

【事務局】資料1について説明

【議長】ここまでの内容について質問・意見をお願いしたい。

【委員】貸出冊数が増えた理由はなにか?

【事務局】 コロナになってすぐに書架を大幅にリニューアルし、本の位置・内容を気軽に手に取れる本に変えた。それが大きな要因と思われる。

(2) 浅野いにお展の結果報告について

【事務局】 資料2及び別紙1、参考資料について説明

【議長】 ここまでの内容に質問・意見はあるか。

【委員】 資料2の「結果と課題」の6番の欠席が出る件について、当日先着でweb上での販売はできないのか？

【事務局】 web上での販売はできない。実際に来館してもらわないと販売できない。当日の販売はできないことはないが、短時間の間に窓口において、欠席者や遅刻者の対応を同時にするのは現時点では難しい。

【委員】 オンラインで決済できるコンテンツがいろいろある。手数料が10～20%かかるが、先着で販売できるので9割方は来ると思う。当日分はリストアップできるので元々の枠の数だけ販売でき歩留まりがなくなる。今回のように入場料をとるのであれば有料のイベントと考えて有料チケットとは別に外部のシステム（Peatixなど）を使ってやれば管理も簡単である。

【事務局】 今後検討したい。若い人が多く集まるイベントでは欠席率が高い。

【委員】 若い人のほうが事前に購入することにアレルギーがない。先行販売ならば当日の段取りが必要ない。

【委員】 無料のイベントは参加ハードルが低いからこそ来ないことが起こる。先にお金をいただいていることで歩留まりは少なくなる、今回は「当日チケットを購入していただいた方」という条件で、お金はでているようにみえるがイベント自体はタダなので、行けるときに行こうということになってしまうので先に決済した方がよい。

全体的にはすごく面白い、示唆深いチャレンジだったと思う。ターゲットを設定するときに、町田市の方とそれ以外のどちらをターゲットにするのか、Z世代・20代の方にこれだけ来ていただき、初めての方も来たときに、これらの方をどうストックユーザー化していくのが大事だと思う。外から入ってきた人の経済効果は、町田にお金が落ちるという意味でも大事。今まで来たことがない人がたくさん来ているが、その時のコンテンツに呼ばれて来ているのだとその後につながっていかない。その方を次にどういうふうにストックユーザー化していくのか（SNSを使うとか、企画展のチェーンをどう作るかなど）、新しい種がいろいろとみつかったのではないかな。

(3) 「文ッ字フリマ 2023」の開催について

【事務局】 資料5について説明

【議長】 ここまでの内容に質問・意見をお願いしたい。

【委員】 今回は準備期間がなかったので町会や商店会は実質的に参加していない。「文ッ字フリマ」にどんな形で商店会と町会が参加できるのか絵がかけない。展示がない時期に「さくらまつり」に時期をあわせてイベントを打つ

のは文学館的にはよいのだが、商店会・町会としては「さくらまつり」に出店するため、その準備にエネルギーをとられる。町会として具体的に何を協力したらいいのかわからず悩んでいる。また、「文ッ字フリマ」のターゲットは若い人で、町会の構成メンバーは年代が高く、「文ッ字」って何？という感覚を持っている。「文学館まつり」は協力してやっていくが、春のイベントが定例化するのであれば、今後の関わり方を一年かけて考えていかなければいけない。そもそもどうしたらいいのか、地元としてどうしたらいいのかアイデアをいただければありがたい。

【委員】 忙しくないときに一緒にやったらいいのでは。

【委員】 前回の時も 1000 人を超える若い人が来ているのに、その空気がちっとも地元流れてこなかった。それが残念。マニアックな感じもある。

【委員】 こういうイベントをするときには、街に開いた方が絶対いい。会議室の中だけでやるのではなく街に染み出した方がよい。

「世田谷パン祭り」のように会場のほかに公園の中などに拠点が何か所かあると、それらを周回するとき商店街を通ることによって、イベントに興味がある人も商店街で別のもを買ったりするし、街を歩いている人もイベントに興味を持って入ってきたりするので会議室の中だけでやるよりも効果的。街中にポスターを張るだけでは弱いので、飲食店が出店をだすような感じで各所に露店を出すだけでもインパクトがある。本体（文学館）に辿り着かないと何をやっているのかわからないというのではなく、辿り着く前に出店を何店かだして街に開いた方がよい。

【委員】 感想の一つ目として、この手の出展者側が多いイベントができるようになったのはコロナが収まったからでとてもいい。浅野さんのような一人のカリスマにみんなが集まるイベントではなく、1 組の出店者が 20 人を呼び、50 組でたら 1000 人呼べるようなイベントの方が遥かに文学館には向いている。そういうイベントができるようになったのはすごくよい。

「文ッ字フリマ」は名前が検索しづらいことはあるが、「紙博」のようにニッチな人たちが集まり、その世界の人たちがすごく楽しみにしている展示会もあるので、そういうものが文学館でやれるのはいいのではないか。

二つ目は、せっかく「さくらまつりウィーク」に実施するのなら、4 月 1 日に合わせられれば「文ッ字フリマ」に行った後に芹ヶ谷公園に桜を見に行こうという連動感があってよかったのではないか。三つ目は、地域に開くという点について。「文ッ字フリマ」のようなイベントは、収容できる人数と箱とのマッチングさえできればどこで実施してもいい。道すがらにサインがでているだけでも認知度が上がる。まずはそういうことから始めればいいのではないか。ホスト側がたくさんいるイベントは文学館とは相性がいいので今後も色々やっていくとよい。

2 討議

(1) ニューノーマル時代において展示施設に重要なことはなにか？

【事務局】資料3の1について説明

【議長】まずは ICOM で議論されている博物館の役割の方向性について質問・意見をお願いしたい。

【委員】「正解を学ぶではなく思考する空間」というのは何かにでている言説なのか。

【事務局】新しい方向性として考えているが、様々な問題を抱えているので ICOM がそう簡単に認めることはないと思う。しかし博物館全体としてはこういう方向性になってきているのではないかという個人の印象。

【委員】言葉としてはすごくいいと思うが、日本の現状はこうなっていない。正解を追求する場が増えているので、ここにこれが書かれていてビックリしている。とてもいいと思うが現状からはすごく遠い。目指すべきだと思うし、自分としては、正解を求める場はたくさんあるので、そうじゃないことを自分の美術館でできたらといつも思っている。これが書いてあるのはとてもよいと思った。

【委員】ICOM の定義はいいと思う。問い立てするのはいい。質問なのだが、美術館や博物館はレイヤーで存在していると思うが、こういった思想は国立や地域の博物館等それぞれの同類の組織の中で役割が体系化・構造化されているのか。

【事務局】体系化されていないのではないかと思う。少し前までは施設のミッションを作るのが流行っていたが、今は表向きに掲げている美術館はない。

【委員】「正解を学ぶから思考する空間へ」というキャッチフレーズ的なまとめ方の質問だが、「思考する空間」とは山端さんがわかりやすいようにこういう表現をしたということか？（事務局：そうである）

定義の第一文「博物館は、過去と未来に関する批評的な対話のための、包括的かつ多声的な民主化の空間である」について、「批評的な対話」「包括的かつ多声的な空間」というところは「思考」という行為とは少し違う印象を受けた。「思考」というと提示する側も見るとも黙っている感じがする。多声的な感じがしない。「正解を学ぶ」というところからのシフトはあると思うが、新しい動きは「思考する空間」に収まりきらないのではないかと思う。

ことばらんの展示を意識してこれまで見てきた印象から、文学とは何かという定義や文学へのアプローチが揺らいでいる中で、この館は写真やデザインを積極的に取り入れ横断的に文学を成立させてきたメディアの体制に対して、ある種マイノリティ的な挑戦をしてきたのではないかと受け止めている。新しいミュージアムの定義を考えると、この館がトライしてきたことを（部分的にしる）当てはめ、新しい流れを作ってきたという積極的な評価をすることは可能かもしれない。

【委員】僕は子供のころ「博物館＝つまんなそう」と思っていた。そこに飾ってあるものを勉強しに行くみたいな感じであった。それが本質的な意味で保存

活用していくということだと思う。文学の中にはたくさん資源が埋まっているが、それを下敷きにして「今これの意味はどうなんだろう」というような対話をしていくことで埋まっていた地下資源がやっと活用される場所がある。埋まっているものを活かしたものにするには色々とやりようがある。

例えば、漫画でも文学でもジェンダーやダイバーシティという切り口から考えたとき、昔は許されていた表現が社会の変化を経て、今読むと違和感が生まれる。「ジェンダーの切り口から議論してみよう」という場を作っていくことは、原典としてそれ（昔の作品）を読んでいるのだが、ただの勉強ではなく現代価値を問い直すということになる。こういったことをもっとやっていった方がよい。「思考」というより対話型触発のなかで社会的に再考するという機能を果たしていくことが必要。眠っていたものを眠らせないで現代価値化していくことができたらずばらしい。それができたら埋まっていた資源の膨大な価値を発掘することになり、すごく面白いと思う。そういうチャレンジができればいい。

【委員】ICOMの定義は山端さんがいいと思って引用したのか。

【事務局】それだけではない。ここ何年かの展覧会や前回の皆さんの意見からICOMの言葉を思い出した。

【委員】博物館をDEADな空間からLIVEな空間にするという方向性か。

【事務局】全体としてはそうだと思う。受け身ですべて教えてもらうというところから体験や体感の場に少しずつなっていくのではないかと思う。

(1) ニューノーマル時代において展示施設に重要なことはなにか？

【事務局】資料3の2について説明

【議長】次に、新型コロナウイルスによって明らかになった展示施設の遅れている部分、これからの展示施設に何が必要なのかについて質問・意見をお願いしたい。

【委員】アンケートが非常に多いという印象を受けたが、通常これぐらい集まるのか？ この中にいろいろヒントがあるのではないかと思う。これらの方たちの意見には重要なことが多くて、このアンケートを分析することが大きな財産かと思う。分析の結果を反映していくと様々な課題・解決策が見えてくるのではないか。

【委員】有料展示と無料展示の定義は何か？ 実施している側として、これは有料でやるべき、これはなんで無料にしなかったのか等のせめぎあいや疑問はないのか。

【事務局】有料と無料の定義はない。年間に1回有料展示をすることが決まっている。先に有料という条件を設け、遠方からの借用が必要なもの等の様々な条件から有料展の候補をあげて考えている。

【委員】今までの話を総括的にまとめると課題は3つある。

定性的なアンケートはすばらしい。集まったデータをどうやって分析・解析するかが大事なわけだが、一方では来館者数が指標になっている。定量的

な調査で一番大切なのはレアケースがどうだったのか、ということ。ICOMで言っているのはニューノーマル以前からあったこと。非営利機関であってもどこに予算があるのか、最初に何があって何を期待するのかという関係性を考えるとそこには利益率が存在する。ここに予算を投じたことにより何が回収できたのか（気持ちでもお金でもよい）が分析されていないから問題なのであって、ここまで定性調査できているのであれば入館者数・参加者数だけでなくもっと定性的なりザルトをだすべき。それによって有料（どこに予算をかけられるか）が判断されるべきだと思う。これが問題提起としての一つ目。

二つ目は、（有料であっても無料であってもあまり関係ないが）配信設計をするべき。アナウンスメントをすることによってキャンセラーを減らすこともでき、無料であってももう少し呼び込むこともできる。

三つ目は、ニューノーマルとはアフターコロナではなくアフターデジタルであるということ。デジタルが出現して4G、5G・・・と進んだときに、オフラインと言われているface to faceの行為そのものがどのくらい重要度があって、どのくらいの自由度があるのかということを問われているのがニューノーマルの本質だと思う。これに即した考え方でなくアフターコロナだけに限定して考えると、展示が自由になりました、こういうふうなイベントができるようになりましたという狭義的・閉塞的な考え方になってしまうのではないか。

結論としては、どれくらい人が来たのか、思ったよりも少なかったのかという定量的に見たものが、どれくらい予算をカバーしたのか、そうであればこのあとも何回そういう有料展や大きなイベントができるのか等、結果をもとに見直しをはかることが営利目的の企業でなくても絶対に必要である。

【委員】いま学校では子供たちに一人一台のタブレットが渡されている。子供たちは何に活用しているかという、知りたいことをどうやって調べればいいのか、検索して出てきたものに興味をもち、そこからさらに関心を高めて調べていくことにつながっていく。博物館や美術館には自分の興味関心がないとまったく行かないと思うので、子供にはとっかかりが必要。興味関心を持ったときに初めて「どういうところなんだろう」と思い、検索したときにそこに行けば本物が見られるということがあるところに行ってみようということにつながっていく。アンケートを見ても「何回目です」「すごくよかった」等若い人が書いていて、興味関心のある子が足を運んだのだと思いながら読んだ。検索したときに文学館の名前がでてくれば、調べたいものとマッチするから行ってみようかというふうにつながっていくのではないかと思う。

【委員】先ほどの配信設計もそうだが、もっとインターネットは活用できると思う。それはテクニカルリーということではなく「見える化」すること。これだけ厚い結果（アンケート）があっても、この会議に出席して読んでいる人にしか見えていない。「見える化」できていない、そこでの体感や埋まっている文化資源をデジタルにのせていったらいい。それは、アンケートをツイッターに

流すとかではなく、見終わった後に「こういう意見いただきました」と張っておくなど。張っておくと見た人が更に書きたくなるかもしれない。

デバイス活用の視点からみると、館内に新しいデジタルデバイスを入れる必要はなく、ユーザーがすでに高いスペックのものを持っているので発信してもらうきっかけを作ればよい。浅野いにお展を例にあげると、もっと明確にフотスポットがあつたら、入館者がもう少し伸びたのではないか。このように「見える化」を進めたらよい。

子供向けでいうと最近科学博物館が YouTube の活用をうまくやっている。コンテンツを彼らに合わせる必要はなくて、文学的なニッチなものでも YouTube だったら彼らは見る。実際、宇宙工学などの専門的・技術的なことを YouTube ではやっている。新しく機械をいれたりしなくても結構知恵と工夫で実現できる。何よりも、ここに集まっている意見や来た人の意見を外に「見える化」していくことがもっとできるとよい。

【委員】今回で3年目だが、毎回来て展覧会を見させてもらうのがとても楽しみになっている。あの質をさらに上げていき、いい展覧会をやらなければ人は集まらないが、年4回で1回2ヶ月というフォーマットが本当に正しいのかと気になっている。浅野さんの展覧会も2ヶ月開催して1か月休んで（入れ替えの準備をして）そのあと今の展覧会が始まるというサイクルが続いている。たとえば浅野さんの展覧会を半年続ければどうなったかが気になる。入館者も初動とその後の伸びがどうなっているのかとか、リピーターがどれくらいいるのかとか、そういうところからもう少し展覧会によって期間もコントロールした方がよいのではないか。年4回にしばられる必要があるのかと疑問に思っていた。勿論、どんどん変わっていく、いろいろなものを発信していく、ということの大事さもある一方で、あれだけががんばってすごいやっけるのに2ヶ月で終わってしまうのはもったいない。

文学館は全国文学館協議会に加盟している館だけで日本に107館ある。もう少し横の連携を強めていって文学館全体での発信状態が可視化されるのであれば、一つ一つの館の質を深めていく活動につながるのではないか。デジタルという即時性に意識がいきがちだが、遅いことやずっとあること、変わらないことには、ある意味すごく価値あることだと思うので、そこを少し考えてみてもいいのかなとこの二年ちょっと関わらせていただいて感じた。

【委員】よく前期と後期に分けている展示がある。一つの題材で興味のある人は2回来る。そういうやり方も考えられるかもしれない。

【委員】この館にARで「ことばの樹」をつくるべきだと思っている。芹ヶ谷公園にいろいろな言葉が下がっていて公園を歩きながらそれを拾ってきて、それをテーマに俳句を書いたり自分が伝えたい文章をしたため、「ことばの樹」（リアルでは鉢だけあって樹はみえない）に貼り付けていく。そうするとここにきてARカメラで確認でき、ネットでも確認できる。そういう常設展があつて、「ことばの樹」を中心に関連したイベントを実施していくというのも一つの手ではないかと思う。刹那でやっているとなアナウンスメントも大変

だしロングタイムでみたいと思っていた人たちを阻害しているのではない
か、せっかくいい展示をしているのに。

…休憩… (森田 MiW 展見学)

- 【議長】 討議に入る前に、森田 MiW 展の感想をお願いしたい。
- 【委員】 1月19日からやっていて、私たちが今知ったというのは極めて問題。
- 【委員】 委員はインフルエンサーになりえると思ってもらえたらいいのではない
か。素人目だが、すごい力のある作家さんであり企画展自体が力をもっている
と感じている。先日2回目のトークショーに参加した。定員20名のところ68
名が集まった。第1回目の参加者が40人台だったが、そこから数が大きく
増え、森田さん自身が発信者としてすぐれているという印象を持った。ト
ークショーで得た彼女なりの観覧者の感じ(反応等)を小出しにして上手にツ
イッターにのせたり、ことばと写真を途切れなくアップし、持続性をもって
彼女のファンを引き付け、新たなファンを開拓していくような効果的な発信
をやっている方ではないかとお見受けした。

(2) 文化施設の経営的視点で、いま何が求められるのか？

- 【事務局】 資料4及び別紙2について説明
- 【議長】 まずは ICOM で議論されている博物館の役割の方向性について質問・意
見をお願いしたい。
- 【委員】 経営で考えたときに収益とはお金をもらうことだけでない。「無料」と思っ
ているかもしれないが税金・コストがかかっている訳で、バリューがコスト
を上回っていればお金がとれていなくても存在意義はある。バリューには
色々なものがあり、町田市への愛着だったり、外からくる人であれば近隣へ
の経済効果などがある。このバリューの部分をちゃんと評価することが必要。
無料だったのを収益化するという事ではない。有料化するとしても、ただ
の無料デーを作るのではなく、町田市民だったら無料で入れるとか、外の人
から収益を得るなど、どういうバリューをだすかという設計をし町田市に還
元する。そのことで町田市民も愛着がわいたりする。チケットのもぎりも市
民参画でボランティアでやってもらうこともできるはず。文学館が町田市民
にとって、自分たちの街のアイデンティティみたいな場所になれば、協力し
たい人が出てくる。さっきの展覧会(森田 MiW 展)は、税金をかけてやっ
ている部分が多いが、あれだけいい展示なので、これをもっと多くの方に観
てもらおう努力をしないのはもったいなさすぎる。2ヶ月という短期間での展
覧会ならば、最初に内覧会をやって美術系のメディアの人などに来てもら
うとか、有料展ならば初日は必ず町田市民向けに無料開放すれば市民が「め
ちゃくちゃいい展示だったよ」と発信してくれる。その発信はタダではない。
バリュー転換する意識をもつことが経営として一番大事。
- 【委員】 バリュー転換について賛成。

- 【委員】最近企画展で人気があるものは、絶対内覧会を先にやっていて、その投稿から火がついている。
- 【委員】我々はインフルエンサーではなくてアンバサダーになり得る。内実を知っている訳だから体感して「よかったよ」と、それを外に発信できることが大切だと思う。先日、石阪市長がテレビにでていて町田にはリス園より有名なものはないと自虐的におっしゃった。あれは逆説的に発信力が大きい。彼もアンバサダーといえる。そういう発信機会をどんどん作っていくことが大事。SNS で始めは多かったがだんだん減っていった場合、ハッシュタグを足すと増えることがある。それを計画的にやっていくとか、この展覧会的时候はこの委員とこの委員がアンバサダーというように役割分担をやってもいいのではないかと。今日の展覧会も前の展覧会をみても、特にもったいないと思う。発信の仕方だと思う。
- 【委員】経営状況を初めてみたが、正直な感想をいうととても優秀だなと思った。たった1億4千万の税金(町田市の税収は2200億。その一般歳入の0.06%のコスト)で5万人来館している。町田市は40万人なので(町田市外からもくると思うが)10%以上の人たちがこの施設を利用していると思うとコスト比にしたら167倍になる。すごく優秀な施設だと感じた。その上で、でもこのままやればいいということではないので収益をどうしていくかということは、いま若宮委員がおっしゃったことになるのかなと思う。受益者負担だから収益をあげてがんばるというモチベーションではなく、「すごく市に貢献している」「誇るべきところはある」ぐらいのモチベーションでやるのがいいと思う。私も自社でアートカフェを運営しているが展覧会をするときはオープニングパーティーがすべて。そこですべて決まる。我々は作品販売もしているんで、そこで買ってもらって元を取るというのがいつものパターン。誰に伝えてどういうふうに広げていくかという戦略を練る必要がある。
- 【委員】芹ヶ谷公園の設計に携わっている。今年ついに工芸館の実設計が終わって来年から工事がはじまる。2023年度からPFIという仕組みを使った民間委託先の募集が始まる。完成するのは2026年だが、今年運営者が決まり、芹ヶ谷公園が大きく変わる。文学館もうまくチームに入ってもらえるといいと思う。審査側の人間として橋渡しはできる。芹ヶ谷公園と文学館の関係を考えてもらえるといい。
- 【委員】今回、経営的なことを問うているが、それは何がゴールなのか？何が目的なのか？ 金銭的な収益をあげたいのか、そうでなくていいということなのか、展覧会はお金がかかるから有料化したいのか、文学館の皆さんが考えているゴールはどこにあるのか。
- 【事務局】何かをするということよりも、経営的視点でここの経営をちゃんと考える必要があるのではないかと、というレベル。受益者負担だから有料化しないといけないという受け身の考えではなく、文化施設として何ができていて、それはどういう経営で成り立っていて、今後それを永続的にまわしていくの

か、という考え方に手をかけるのがスタートかと思う。自分たちの感覚になかったものを皆さんに教えてもらい、それをどこに落とし込めるのかを考えるスタート。

【委員】今まで経営的なことはあまり考えてきてなく、言語化・可視化してこなかった。現状を見たとき、具体的にそれをどう変えていきたいと思っているのか。受益者負担だからという縛りの中でやってきたことに対して主体的に取り組むときにどこを目指すのかということがすべての議論の根底・出発点だと思う。単純に利用者や入場者の数字をあげたいのか、売り上げをあげたいのか、そうではなく数字には代えられない価値を集めていくのか、そのへんがどこにあるのか。数字的なものだったらこうしたらいいというもののはっきりあるし、そうじゃなくて金銭なことではこうすべきだというのがはっきりある。どこに向かったらいいのかという根本的なことを議論した方がいい。もうひとつというと、「文学館」とは何なのか、ということをもう一回議論したほうがいい。「文学」というと、自分が20代のころの文学と今では言葉の意味合いや重さが違うと思う。むかし「文学」といったら読み物だったが、今、「文学」といったときにみんなが読み物とは思っていない。ただ「文学」の中から得られるものは水平方向にあって、だから漫画をやってみようと思ったり写真やってみようと思ったりする。それらは「文学」に含まれると思うが、価値や言葉をアップデートして行って、来てくれる人に何を期待させるのか、ということをも可視化させていくことがもう一つの大きなテーマとしてあるのではないかと思う。

プレイミュージアムではネーミングをすごく迷った。「〇〇美術館」とかわかりやすい言葉をつけたいとみんな言っていたが、わかりやすい言葉をつけると美術館ってつまんなさそうになり。あるファンに対してはいいのだが、ある人にたいしては逆にアレルギーを発生させると思って「美術館」という名前をやめて「プレイ」というよくわからない抽象的な名前をつけた。そのことで参加する人たちが自分たちの場所だと思ってもらえたらいいと思った。

ここは「文学館ことばらんど」という自分の名前があるが、そこから一回解体するというか、もう一回プレゼンテーションすることが、方向性を決める上では大事なことだと思った。

【委員】「文学館」という言葉が、目指すべきものでもあるが足かせでもある。私共が漫画の展覧会をしたのが2007年。利用者からも相当な批判を受けた。当時はどのジャンルにも文学は存在すると説明していたが、今は当たり前になっている。そこでもう一度、どういうコンセプトでどういう使命でやっていくかということを持っていないといけない。

【委員】「ことばらんど」というネーミングからして「ことばの総本山」を方向性として掲げ、まず、どこを目指していくのかというのをみんなで共有することが必要。予算は後からついてくる。有料で客がこない、だったら方法論を考えればいい。

【委員】アンバサダーとして新しい展示会になるように考えましょう。

3 その他

(1) 第3回運営協議会スケジュールの確認

【事務局】

次回は6月13日（火）か6月20日（火）のどちらかで調整。時間は18時から20時を予定。改めて皆様にご連絡を差し上げたい。