

2022 年度事業報告

I. 調査研究事業部門

2022 年度事業計画に基づき、嗜好品と人間・社会に関する心理学・社会学等の研究手法を用いた調査研究を実施すると共に、過去の調査研究によって得られた成果についての学会発表や論文投稿を行った。また、たばこ史・たばこ産業史上有意義な文献資料等の情報収集、論考の取り纏めに取り組んだ。研究助成については、嗜好品に関する人文・社会科学分野の研究を促進し学術の振興に寄与することを目的に、大学等の研究者への助成を引き続き実施した。

これらに関する考察等については財団機関誌や研究誌等の定期出版物、TASC ウェブサイトを通じて広く国民へ普及啓発を図った。

1. 調査研究事業

当年度に実施した調査研究活動は次のとおりである。

(1) 嗜好品と人間・社会に関する調査研究

① 心理学の手法を用いた調査研究

- ✓ 2020 年度および 2021 年度に実施した調査研究について学会発表および論文を学術誌へ投稿した。本論文については学術誌に掲載され次第、TASC ウェブサイト等で周知する予定。
- ✓ 2022 年度調査研究として、「嗜好品（たばこ）摂取とレジリエンスに関する実験」をオンラインにより実施した。
- ✓ 嗜好品と人間・社会の関わりに対する研究意義について広く啓発させることを目的に専門誌へ論考掲載、研究イベント等で発表した。

② 社会学の手法を用いた調査研究

- ✓ 2018-2019 年度に実施した調査研究についての論文を学術誌へ投稿した。本論文については学術誌に掲載され次第、TASC ウェブサイト等で周知する予定。
- ✓ 2022 年度調査研究として、「嗜好品と社会階層や社会関係資本との関係」についての社会調査を実施した。

(2) たばこ史・たばこ産業史研究

たばこに関わる大学等研究機関の研究者や在野の研究者等との連携を図り、たばこ史・たばこ産業史上有意義な文献資料等の情報を収集し、論考の取り纏めを行った。

(3) 研究関連情報の整備

調査・研究事業への効果的な活用を図るため、TASC 所蔵の書籍や研究報告書等諸情報の継続的な資料整備を行った。

2. 研究助成事業

- ・ 2021 年度分の研究結果の報告会を実施し、助成研究報告書を作成した。また、当該報告書を国会図書館に納本するとともに、要約版と全編を TASC ウェブサイトに掲載した。
- ・ コロナ感染症対策の渡航制限等により研究開始・報告延期となった 2020 年度採択（2 件）および 2021 年度採択（2 件）の期限を 2022 年度末までとし、2022 年度採択（11 件）と共に研究進捗確認を実施した。このうち、2022 年度採択の 1 件については研究者の研究計画変更により期間を 2024 年度末まで延期予定。
- ・ 2023 年度分の応募があった助成研究について審査した結果、8 件を採択した。

3. 普及啓発事業

当年度に実施した普及啓発活動は次のとおりである。

(1) TASC 定期出版物の発行

- ① 研究誌「談」124 号～126 号発行
- ② 機関誌「TASC MONTHLY」556 号～567 号発行
- ③ 研究誌「たばこ史研究」155 号～156 号発行
- ④ 「2021 年度事業概要」発行

(2) TASC ウェブサイトによる情報発信

調査結果や助成研究の成果、定期出版物等の情報を適時掲載し、発信情報の充実を図った。

(3) 雑誌での企画広告掲載

月刊総合誌『文藝春秋』にて、学識者の嗜好品に関する考察等を発表するインタビュー企画広告を 6 回実施した。（詳細：P. 6 表 5）

(4) その他

TASC 創立から 50 年を迎えたことから、小冊子「TASC 創立 50 周年記念誌」を発行した。

4. 受託調査研究事業

現代社会の諸問題等を研究領域としている学識者の探索を実施した。

II. 博物館事業部門

2022年度の入館者数は45,587人（対前年度比142%）となった。これは、新型コロナウイルスの感染拡大前に比べて7割弱（対2019年度比）に相当する入館者数である。また、昨年12月には1978年の開館以来の入館者数が350万人を超すことができた。

本年度は、同ウイルスの感染拡大防止対策に留意しつつ、事業計画に基づき、安定した博物館運営と充実した情報発信力の維持強化に向けて、以下のとおり取り組んだ。

1. 安定かつ充実した博物館運営

- (1) これまで蓄積してきた各種知見を踏まえ、業務・運営面の課題等への対応を適時適切に行い、質の高い入館者サービスの維持に努めた。
- (2) 新型コロナウイルスの感染拡大防止については、来館者および従業員の安全を第一に、マスク着用の徹底、ソーシャルディスタンスの確保ならびにアルコール消毒液の設置等、公益財団法人日本博物館協会のガイドラインに基づいた措置を行った。
- (3) 電力需給の逼迫に伴う政府からの節電要請や電気料金高騰に対し、収蔵資料の保管・来館者サービスに影響を与えない範囲内で、空調設定や照明等に関する節電対策を講じた。

2. 調査研究の着実な推進

- ・ 2022年度以降の展示企画に向けたテーマや以下の領域・分野を中心に、「たばこと塩の歴史と文化」および収蔵資料に関する調査研究を着実に推進した。
 - (1) たばこ文化の発生と伝播
 - ・ たばこ文化の発生と伝播
 - ・ 世界のたばこ文化
 - (2) 江戸時代の文化とたばこ
 - ・ 浮世絵・版本
 - ・ 江戸時代の各地の葉たばこ生産
 - ・ 江戸・明治期の喫煙具
 - (3) 近現代のたばこ文化・産業史
 - ・ 近現代のたばこ文化・産業史
 - ・ 戦前期の満州・朝鮮・台湾他、旧植民地関係たばこ調査
 - ・ 葉たばこ生産に関する調査、外部との連携
 - (4) 塩の文化・サイエンス
 - ・ 塩利用や塩生産の文化
 - ・ 塩のサイエンス
 - (5) 産業・企業系博物館論についての調査研究
 - ・ 産業文化博物館コンソーシアム（略称、COMIC）や各種学会への参加

3. 情報発信力の維持強化

(1) 情報発信活動

① 特別展等の開催

- ・ 2022 年度は当初計画どおり、「ヴィンテージライターの世界 炎と魅せるメタルワーク」を含めて特別展を 5 回、各々の展示に関連する講演会を計 7 回開催し、質の高い情報発信に努めた。

② イベント・講座

- ・ 「古文献・古文書を読む会」をほぼ月 1 回のペースで 10 回開催した。

③ 刊行物

- ・ 2022 年 7 月に「2021 年度版 たばこと塩の博物館年報第 37 号」を発行した。

④ 常設展示・視聴覚ホール・図書閲覧室

- ・ 常設展示の展示替え

江戸時代のたばこ文化コーナーは、時節に合わせた展示替えを 6 回行い、また、コレクションギャラリーは、特別展と一部連動するかたちで同 4 回を実施した。

- ・ 視聴覚ホール

主に特別展に関連する講演会の会場やメディア対応で活用した。なお、講演会は、感染防止の観点から事前申込・抽選方式とし、会場定員の半分以下での開催とした。

- ・ 図書閲覧室

特別展に合わせて開架図書を変える等、来館者サービスの向上に努めた。

(2) 収蔵資料等のデータベース化と活用

- ・ 収蔵資料等のデータベース化を進め、来館者へのサービス向上を図った。

(3) 周知・広報活動

① 所在地・アクセス案内

- ・ 公式ホームページ、最寄り駅でのポスター・出口案内板の掲出、電柱広告ならびに消火栓標識広告等による案内を行った。

② 特別展・イベントや休館等の周知

- ・ ニュースリリース、公式ホームページ、SNS や新聞等、多様なメディア・手段によって、特別展等の開催の事前周知を行った。
- ・ 展示期間中においても、ウェブ展覧会や動画サイトに展示解説をアップする等、興味関心のあるお客様が楽しめるコンテンツを作成した。
- ・ 定期メンテナンスに伴う休館や感染防止対策の状況等について、SNS を積極的に活用することで最新情報をタイムリーに発信した。

③ 他施設等との連携

- ・ 東京を中心とする美術館・博物館等 101 施設の共通入場券&割引券「ぐるっとパス 2022」に参加した。

4. 地域社会との良好な関係維持

- ・ すみだ企業博物館連携協議会等への参加を通じ、近隣博物館との意見交換や交流を実施した。

5. 資料整理・保管・収集等

(1) 資料整理の継続、保管体制の維持

- ・ 収蔵資料の整理を順次進めるとともに、収蔵庫を始めとした館内の定期的な環境モニタリングおよび総合的有害生物管理（略称、IPM）の体制を維持した。

(2) 寄贈資料への対応

- ・ 寄贈資料については、適切なリファレンスを行った上で、資料検討委員会において受入要否の評価を行い、424件を受入・登録した。

(3) 資料購入・収集

- ・ 収蔵資料の更なる充実を図るため、優先度や必要性の高い124件を購入した。
- ・ 引き続き、たばこの新製品に関するパッケージやポスター等の実物の資料収集を行った。

6. その他の活動

(1) 職員の教育・研修

- ・ 関連団体・各種学会の研究・研修会等に積極的に参加した。

(2) ミュージアムショップ

- ・ オリジナル商品の製作・販売に加え、特別展毎に関連商品の販売を行い、定番商品とともに来館者から高い評価を獲得することができた。

(3) 博物館実習の受入

- ・ 6大学6名を受け入れ、収蔵資料の整理・保管や展示に関する基礎的な知見・スキルを指導した。

以上