



**HAL**  
open science

## Comment l'histoire peut-elle devenir un objet de consommation dans les musées japonais ?

Alice Berthon

► **To cite this version:**

Alice Berthon. Comment l'histoire peut-elle devenir un objet de consommation dans les musées japonais ?. Extrême-Orient Extrême-Occident, 2020, 44, pp.119 - 148. 10.4000/extremeorient.1821 . hal-04129590

**HAL Id: hal-04129590**

**<https://hal.science/hal-04129590>**

Submitted on 15 Jun 2023

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License



# Comment l'histoire peut-elle devenir un objet de consommation dans les musées japonais ?

**Alice Berthon**

DANS **EXTRÊME-ORIENT EXTRÊME-OCCIDENT** 2020/1 (N° 44), PAGES 119 À 148  
ÉDITIONS **PRESSES UNIVERSITAIRES DE VINCENNES**

ISSN 0754-5010

ISBN 9782379241383

DOI 10.4000/extremeorient.1821

Article disponible en ligne à l'adresse

<https://www.cairn.info/revue-extreme-orient-extreme-occident-2020-1-page-119.htm>



**CAIRN.INFO**  
MATIÈRES À RÉFLEXION

Découvrir le sommaire de ce numéro, suivre la revue par email, s'abonner...

Flashez ce QR Code pour accéder à la page de ce numéro sur Cairn.info.



**Distribution électronique Cairn.info pour Presses universitaires de Vincennes.**

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

## Comment l'histoire peut-elle devenir un objet de consommation dans les musées japonais ?

*How Can History Become an Object of Consumption within Japanese Museums?*

博物館における歴史の商品化の過程

Alice Berthon

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/extremeorient/1821>

DOI : [10.4000/extremeorient.1821](https://doi.org/10.4000/extremeorient.1821)

ISSN : 2108-7105

### Éditeur

Presses universitaires de Vincennes

### Édition imprimée

Date de publication : 7 décembre 2020

Pagination : 119-148

ISBN : 978-2-37924-138-3

ISSN : 0754-5010

Distribution électronique Cairn



CHERCHER, REPÉRER, AVANCER.

### Référence électronique

Alice Berthon, « Comment l'histoire peut-elle devenir un objet de consommation dans les musées japonais ? », *Extrême-Orient Extrême-Occident* [En ligne], 44 | 2020, mis en ligne le 02 janvier 2024, consulté le 02 février 2021. URL : <http://journals.openedition.org/extremeorient/1821> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/extremeorient.1821>

---

## Comment l'histoire peut-elle devenir un objet de consommation dans les musées japonais ?

Alice Berthon アリス・ベルトン

L'instrumentalisation des musées à des fins idéologiques ou de reformulation de l'histoire n'est pas un phénomène propre aux institutions occidentales. Dans l'ouvrage d'Anne-Marie Thiesse, *La Création des identités nationales : Europe, XVIII<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècle*, les musées sont appelés au renfort de l'élaboration et de la diffusion d'une idéologie de la nation construite à travers ses héros, son histoire et sa mythologie<sup>1</sup>. Plus récemment, le projet d'une Maison d'histoire de France dans un contexte de débats sur l'identité nationale, sous la présidence de Nicolas Sarkozy, et les vives réactions de la communauté scientifique qu'elle avait suscitée concernant la peur d'une instrumentalisation, témoignent aujourd'hui encore de l'actualité de la dimension idéologique des musées<sup>2</sup>.

Au Japon également, les musées ont été les instruments du pouvoir politique. Bien que resté à l'état de projet, le Musée de l'histoire nationale (*Kokushikan*), projeté dans le cadre des commémorations célébrant le 2 600<sup>e</sup> anniversaire de la fondation mythique du Japon en 1940, était appelé à jouer un rôle prééminent dans la représentation d'une histoire officielle, à travers la généalogie d'une famille impériale d'ascendance divine<sup>3</sup>. Si ces commémorations répondaient déjà à des enjeux aussi politiques que touristiques, on peut se demander si les transformations économiques survenues durant la seconde moitié du XX<sup>e</sup> siècle n'ont pas contribué à changer le rôle des institutions muséales.

Dans un numéro de *Publics & Musées*, Jean Davallon cite le constat qu'avait fait Jacques Rigaud dans *Libre culture* : « De façon empirique et quelque peu désordonnée, la culture est donc, de nos jours, soumise à un

---

1. Thiesse 2001.

2. Babelon *et al.* 2011.

3. Ruoff 2010 ; Kaneko 2001.

système d'économie mixte qui mêle, dans des proportions variables selon les secteurs, les normes et les principes public et les pratiques et critères du marché<sup>4</sup> ». Davallon poursuit :

Le musée n'échappe pas à cette tendance. [...] C'est ainsi que la conservation, la présentation au public ou la recherche, fonctions traditionnelles du musée, qui étaient appréhendées autrefois selon l'unique critère de la nécessité sociale, sont aujourd'hui pensées à l'aune d'un calcul des coûts et d'une offre de produits<sup>5</sup>.

Nous sommes au début des années 1990 et cette insertion du musée dans l'économie que certains qualifient de « tournant commercial » n'a fait que s'amplifier<sup>6</sup>.

La relation entre histoire, musée et logique économique, peut être mesurée suivant deux échelles. D'une part, celle de la fabrique d'une histoire et d'une identité culturelle qui relève du *soft power* et de la création d'une image de marque (*nation branding*) à l'intérieur de laquelle la fonction symbolique et la capacité du musée à créer et légitimer un discours peut conduire à une réécriture de l'histoire<sup>7</sup>. D'autre part, celle qui sera au cœur du présent article, à savoir la sélection par le musée d'une histoire plus attractive, consensuelle et « consommable », dans l'attente d'attirer davantage de visiteurs et ainsi, de bénéficier des retombées économiques désormais nécessaires au bon fonctionnement de l'institution.

Comment peut-on alors y « vendre l'histoire » ? Et quelle(s) histoire(s), quel(s) passé(s) y sélectionne-t-on, quelles dérives ou opportunités cela peut-il représenter ? La question est vaste, tant aussi la notion de musée englobe des réalités multiples. Dans cette contribution, l'on s'attachera à interroger avant tout les institutions muséales traitant d'histoire, telles qu'elles sont enregistrées selon la loi des musées au Japon, davantage que les établissements qui, tout en y étant apparentés, ne relèvent pas de cette loi. En effet, dans le premier cas l'instrumentalisation de l'histoire pour des finalités commerciales revêt des enjeux plus sensibles du fait du statut officiel des institutions. Il s'agit toutefois d'un choix avant tout pragmatique, puisque du point de vue de la réception du public de cette dite histoire, le statut du musée visité n'est pas forcément pris en considération.

---

4. Rigaud 1990.

5. Davallon 1992 : 11.

6. Bayard & Benghozi 1993.

7. Le processus semble en cours dans le cadre des réformes touristico-culturelles que connaît actuellement le Japon.

Nous reviendrons dans un premier temps sur l'histoire muséale japonaise avant d'aborder successivement les nouvelles pratiques muséales qui s'insèrent de plus en plus dans une logique économique ainsi que les conséquences en termes de représentation de l'histoire.

## Une brève histoire des musées au Japon

Vendre, commercialiser, ou consommer l'histoire sous-entend que l'histoire devient un produit, qu'elle devient monnayable en même temps qu'elle suppose un objet, un support. Dans le cadre d'une institution muséale, cela reviendrait à considérer le musée davantage sous l'angle de sa pratique récréative, différente mais non antinomique de la mission éducative à laquelle il est, au Japon, fortement associé. Aussi, sa fonction n'étant pas traditionnellement de générer du profit, il semble ainsi nécessaire d'élaborer un cadre contextuel en définissant le rôle que l'on attribue au musée et ses rapports avec l'économie ou la logique du marché avant de poser la question de la commercialisation de l'histoire à travers le musée.

Le musée « moderne », tel qu'il s'est développé en Occident, est importé au Japon à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. Des expositions temporaires s'inscrivant dans le cadre des politiques de modernisation de l'industrie (*shokusan kōgyō seisaku*) et de « l'ouverture à la civilisation » (*bunmei kaika*) sont organisées, à l'issue desquelles les premiers musées sont créés. C'est le cas notamment de l'actuel Musée national de Tokyo en 1872<sup>8</sup>. Le « *museum* » tel qu'il a été observé en Occident par les missions diplomatiques japonaises est alors traduit par *hakubutsukan* (bâtiment dans lequel on trouve des objets relatifs à l'histoire naturelle). La première mention de « musée » se retrouve dans le *Seiyō jijō* (État de l'Occident), ouvrage de l'intellectuel réformateur Fukuzawa Yukichi publié en plusieurs fois entre 1866 et 1870. C'est une acception large qui comprend non seulement l'exposition d'œuvres d'art, d'antiquités, de minéraux, mais également les zoos et jardins des plantes. Cela ne doit pas nous surprendre : le terme *hakubutsu* fait référence à l'étude de l'histoire naturelle (*hakubutsugaku*) héritée de la Chine et aux pratiques de collection qui existaient dès la fin de l'époque d'Edo (1603-1868), avant même l'introduction des sciences naturelles occidentales<sup>9</sup>.

---

8. À propos du début de l'histoire muséale japonaise, voir Shiina 2005. Plus particulièrement sur le Musée national de Tokyo : Seki 2005.

9. Cette « histoire naturelle » représente elle-même un développement à partir de l'étude de la matière médicale, *honzo gaku*. Voir Ueno 1989 ; Metaillié 2006.

Les premières lois relatives au patrimoine voient également le jour à la même période<sup>10</sup>. Ce sont les musées des arts et des antiquités qui sont nettement privilégiés et les musées impériaux (actuels musées nationaux de Tokyo, Nara et Kyoto) sont mis sous l'autorité de la Maison impériale au tournant du siècle, garante de la production artistique japonaise ancienne et moderne<sup>11</sup>. Ces musées qui tiennent une place hégémonique dans le paysage muséal et patrimonial japonais n'ont, par la suite, pas cessé de se spécialiser dans le domaine des beaux-arts. Ils conservent jusqu'à nos jours le qualificatif de musée, *hakubutsukan*, et ce malgré l'usage, de plus en plus fréquent après-guerre, d'une seconde désignation courante des musées relatifs aux beaux-arts, les *bijutsukan* (bâtiment dans lequel on trouve des productions relatives aux beaux-arts).

Après la défaite en 1945, les collections sont cédées à la nation et les musées impériaux deviennent nationaux. Ils dépendent désormais de l'Agence des affaires culturelles (*Bunka-chō*), à la différence des autres musées qui sont placés sous l'autorité du Comité éducatif (*Kyōiku iinkai*) administrés par les collectivités territoriales, qui relèvent tous deux du ministre de l'Éducation. La loi sur les musées (*hakubutsukan-hō*) dont ils ressortent, est promulguée en décembre 1951. Elle s'appuie sur l'esprit de la loi fondamentale sur l'éducation (*kyōiku kihon hō*) et la loi relative à l'éducation sociale de 1949 (*shakai kyōiku-hō*), dans le cadre du renforcement de la politique éducative. Les musées soutiennent l'instruction et l'éducation des Japonais, et sont ainsi partie prenante et intégrante de cette politique<sup>12</sup>.

Une première distinction s'impose alors : les musées dont la mission est de préserver le patrimoine culturel, les musées nationaux, et ceux dont la mission principale est de participer à l'éducation et à l'instruction sociale. Cette partition stricte s'explique par le fait que la loi sur le patrimoine (1950) – qui rassemble une série de lois adoptées dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle – a précédé celle des musées, en raison de l'urgence de sa mise en application suite à un incendie dont fut victime le temple Hōryū-ji. Ainsi, le nouveau modèle muséal qui est promu après-guerre, et qui constitue la majeure partie du paysage institutionnel muséal, est celui de type éducatif. Dans le cadre de cette loi relative aux musées, sont intégrés sans distinction les musées des beaux-arts, d'histoire, d'archéologie, des sciences, les zoos...

- 
10. Loi relative à la protection des antiquités et des choses anciennes (*koki kyūbutsu hogo-hō*) de 1871 et celle pour la protection des anciens temples et sanctuaires (*koshaji hogo-hō*) de 1897. Marquet 2002 ; Inada 2015.
  11. À l'exception de la période militariste qui voit un soudain développement des musées éducatifs ou de sciences.
  12. Kakiuchi & Neki 1998 : 96.

Les musées japonais dépendant de la loi sur les musées regroupent deux catégories : d'une part, les « musées enregistrés » (*tōroku hakubutsukan*), c'est à dire ceux qui ont été enregistrés au Comité éducatif des collectivités territoriales et duquel ils dépendent, et d'autre part, les « établissements assimilés aux musées enregistrés » (*hakubutsukan sōtō shisetsu*), dont l'activité et les missions sont comparables à un musée enregistré et qui a été considéré comme tel par le ministère de l'Éducation. Parmi les musées enregistrés ou assimilés, l'établissement peut être public ou privé ; ceux publics peuvent être la propriété d'un village (*chōson*), d'une municipalité (*shi*) ou d'un département (*to-dō-fu-ken*) et ceux privés, la propriété d'une fondation d'utilité publique, d'une fondation religieuse, d'une entreprise, ou d'une personne morale. À ces musées officiels, s'ajoutent les musées apparentés, à savoir les « établissements ressemblant à des musées » (*hakubutsukan ruiji shisetsu*) que le ministère de l'Éducation intègre dans ses statistiques relatives aux musées, mais qui n'en sont pas strictement aux yeux de la loi.

Au total, selon les chiffres de 2011, 4485 musées non-officiels/apparentés et 1262 musées officiels/enregistrés ou assimilés composent le paysage muséal japonais<sup>13</sup>. Le nombre total de musées au Japon est considérable, mais c'est surtout la part des musées d'histoire, tous types confondus, qui saute aux yeux avec 2869 établissements (voir graphique 1)<sup>14</sup>. La proportion des musées publics et privés n'est pas très significative parmi les musées enregistrés et assimilés si ce n'est qu'elle est équilibrée, tandis que les musées privés sont significativement moins importants parmi ceux ne s'inscrivant pas dans la loi des musées.

À partir des années 1970, l'histoire muséale connaît un tournant majeur, corollaire de la forte croissance économique. L'essor qui s'en suit se prolonge durant les années 1980. Il est associé à des événements commémoratifs tels que le centenaire de l'ère Meiji (1968) ou le centenaire des départements, qui donnent le prétexte à la création de nombreuses institutions : le Musée national d'histoire et de folklore s'inscrit dans le centenaire de l'ère Meiji, et 16 musées de niveau départemental pour le second centenaire. Il s'agit d'une constante dans l'histoire des musées japonais : la création des institutions muséales est intimement liée à des événements commémoratifs pour leur valeur fortement symbolique. Ainsi, les collectivités territoriales japonaises, très autonomes administrativement, entrent en concurrence avec des

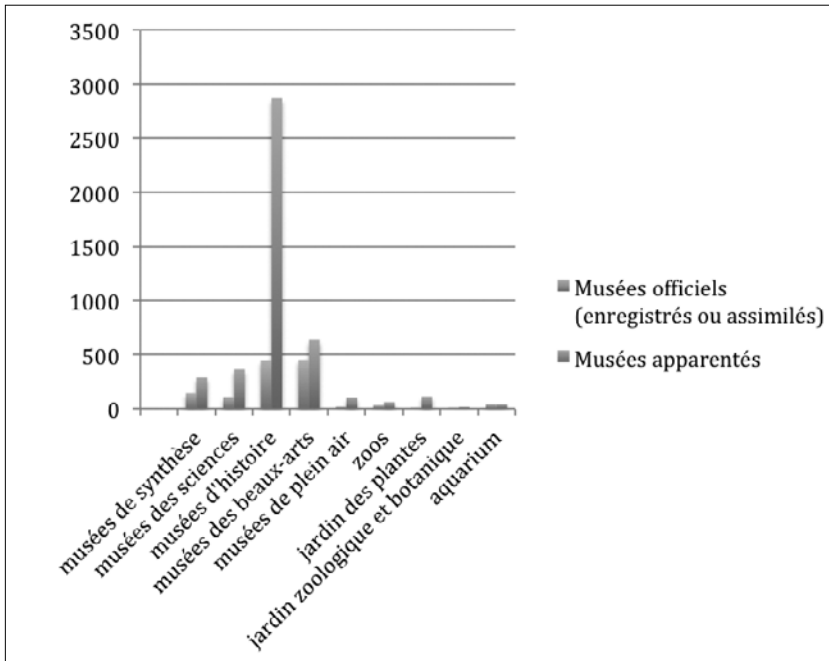
---

13. À titre de comparaison, la France dénombrait 1315 musées enregistrés selon la « loi musée » de 2002. Le nombre est en constante d'augmentation depuis la création de la loi et il est ainsi difficile de tenir une comparaison stricte.

14. Selon les chiffres de 2011 publiés par le ministère de l'Éducation et repris dans le rapport du Conseil scientifique japonais de 2015. *Rapport de synthèse sur les musées japonais* disponible en ligne : [<http://www.museum-census.jp/report2015/>].



institutions culturelles bâties à grand frais : halls public, auditoriums, salles de spectacle ou de théâtre, mais également musées. Ils participent de ce qui fut appelé la « politique des boîtes » (*hakomono gyōsei*) : la programmation. Dans le cas des musées, les collections et la réflexion sur le contenu ou la gestion future ne précèdent pas leur création. Aussitôt créés, ils deviennent des boîtes vides qui peinent à remplir leur mission. La fonction de ces musées est avant tout de démontrer la prospérité des régions. Quoi qu'il en soit, ce seul phénomène ne permet pas d'expliquer pour autant la place prépondérante des musées d'histoire.



Graphique 1. Les grandes catégories de musées en distinguant les musées officiels des musées apparentés. Source : A. Berthon.

La création de ces musées est également le reflet de l'intérêt pour l'histoire régionale et de la préservation des modes de vie qui sont en voie de disparition, suite aux transformations profondes que connaît le Japon depuis l'après-guerre. Le développement de cette histoire régionale conduit non seulement à la recension et à la publication d'ouvrages sur l'histoire locale et les modes de vie propres aux territoires, mais également à la création de nombreux centres de documentation historique (*shiryōkan*) d'échelles municipale et locale. Ces

derniers, dont la construction est encouragée par un financement de l'État qui souhaite valoriser le patrimoine culturel local et folklorique, sont parfois à l'origine d'institutions muséales.

C'est donc également en suivant cette tendance historiographique et patrimoniale que les musées régionaux apparaissent. Plus généralement, et parallèlement à cet essor institutionnel des années 1970, la littérature muséale en vient à les qualifier de musées territoriaux (*chiiki hakubutsukan*) ; *chiiki* ne correspond pas à une entité administrative et désigne ici l'échelle des musées. Les établissements ainsi dénommés à partir des années 1970 étaient auparavant qualifiés de musées régionaux (*chihō hakubutsukan*) ou musées locaux (littéralement, du « terroir », *kyōdo hakubutsukan*). Cette acception était proche de leur modèle, les *heimatmuseum* allemands, et participait de l'encouragement au patriotisme du Japon impérial<sup>15</sup>.

Leur définition ne fait toutefois pas consensus parmi les chercheurs s'intéressant à la muséologie ou à l'histoire muséale. Parmi ceux-là, Kanayama Yoshiaki perçoit des objectifs distincts : éducation collective pour un sentiment d'appartenance à un groupe (musées locaux et régionaux), tandis que les musées territoriaux cibleraient l'éducation individuelle<sup>16</sup>. Quant à Arai Jūzō, qui sera le premier à présenter le concept d'« écomusée » au Japon, il y souligne l'aspect participatif des communautés<sup>17</sup>. Bien que ces deux auteurs ne semblent pas d'accord sur les caractéristiques à donner à ces musées dits territoriaux, ils se rejoignent dans l'idée qu'il s'agit là d'institutions qui ne se réduisent pas à leur seule dimension éducative, et que cette nouvelle désignation sert à rompre avec l'image de lieux d'éducation patriotique. Ces débats concernent toutefois surtout la littérature muséale dans la mesure où les musées utilisent encore bien souvent le qualificatif de « *kyōdo* » et ce que revêt cette désignation relève d'une dimension opératoire que les chercheurs tentent d'insuffler aux musées de la seconde moitié du XX<sup>e</sup> siècle<sup>18</sup>.

Quoi qu'il en soit, ces musées ont un ancrage territorial fort à l'image des écomusées français sans pour autant présenter les mêmes caractéristiques. En effet, si l'essor des musées relatif à un territoire dans les années 1970 est comparable avec la France, la dimension participative des citoyens, ou leur inscription dans une dynamique de revitalisation du territoire, bien visibles dans l'hexagone, ne sont pas encore présentes dans le Japon de cette même période.

---

15. Le *heimatmuseum* est le nom donné aux musées régionaux allemands apparus au tournant du XIX<sup>e</sup> et du XX<sup>e</sup> siècle dans un élan de sauvegarde d'une identité locale, puis repris par la République de Weimar dans le cadre d'une éducation patriotique.

16. Kanayama 2001.

17. Arai 1978.

18. Uchiyama 2007 : 49-51.

Le concept d'écomusée est introduit au Japon dans les années 1990, et alors que les écomusées français font face à une crise, notamment générationnelle, les collectivités territoriales japonaises commencent à s'intéresser au potentiel d'associer à la conservation et à la valorisation du patrimoine la population locale afin de favoriser le développement économique du territoire<sup>19</sup>.

Pour revenir à notre perspective historique, lorsque la bulle spéculative éclate au tournant des années 1980 et 1990, ces institutions sont mises à mal. Cette crise n'a d'abord pas d'effet immédiat. Elle se conjugue notamment avec la volonté de prendre davantage en compte le public et d'inscrire le musée au sein de la communauté locale<sup>20</sup>. À terme, cela se traduit par des reconversions, des rénovations, mais aussi des fermetures<sup>21</sup>.

Murata Mariko, qui a notamment publié un ouvrage qui fait date sur l'histoire des musées japonais en tant qu'espace communicationnel, résume dès lors la transition qui va suivre :

Ayant perdu leur rôle de transmission d'un message – celui de la « prospérité » des régions –, les musées japonais faisant face à la détérioration des finances publiques, n'ont eu d'autres choix que de reconsidérer leur public : de « citoyens » tels que pensés par les administrations, ils viennent à être considérés comme des « consommateurs » dans le cadre de la société capitaliste<sup>22</sup>.

Ce qui, selon l'auteure, conduit à la perte de la nécessité de financer l'institution muséale : conserver le précieux patrimoine ou son rôle éducatif ne suffisent plus à justifier le financement public de ce type d'institutions.

En 2003, la loi sur les collectivités territoriales (*chihō jichitai-hō*) a été modifiée et a introduit le « système d'administrateur désigné » (*shitei kanrisha seido*), qui permet désormais aux musées publics d'être administrés par le secteur privé pour une durée limitée et renouvelable. Le changement de gestionnaire ne remet pas en cause leur statut (au sein de la loi des musées), leur positionnement (au sein de la loi fondamentale sur l'éducation), ni l'autorité de tutelle (les comités éducatifs), mais uniquement leur gestion et leur financement.

Cette entrée du secteur privé dans la gestion des administrations publiques ne se limite pas aux musées, mais couvre l'ensemble des institutions culturelles et participe également à la transformation et à la refonte des collectivités territoriales, entamées depuis les années 1990, voire des années 1980, avec

---

19. Drouguet 2015.

20. Fukuda 1997 : 24-46.

21. Pour la première fois de son histoire après-guerre, en 2013, le Japon décompte 28 musées. Il s'agissait essentiellement de musées privés.

22. Murata 2014 : 187.

l'introduction du nouveau management public. Les institutions muséales japonaises ne sont ainsi pas en reste concernant cette nouvelle gestion. Dans la même lignée, depuis 2001, les musées nationaux ont également connu un changement de taille avec la loi d'administration indépendante des institutions (*dokuritsu gyōsei hōjin seido*). Une fois cette loi adoptée, bien que l'État continue d'apporter une aide financière, l'institution doit également participer à son propre financement.

Dans les deux cas, les recettes générées par les activités du musée qui étaient jusque-là indépendantes du budget de fonctionnement, deviennent désormais une préoccupation primordiale, ce qui pousse les musées à penser en termes d'attractivité. La principale crainte est l'amoindrissement des activités de recherche, de la place des conservateurs, et donc de la fonction éducative au profit d'événements rentables et à moindre coût. Avec cette nouvelle ère gestionnaire, qu'il s'agisse de musées publics ou de droit privé, ou bien encore, de musées nationaux, tous sont confrontés à ce même enjeu économique et sont amenés, si ce n'était pas déjà le cas, à reformuler et à repenser leur offre en termes d'attractivité. L'institution muséale fait donc son entrée de plein pied dans le circuit de l'économie<sup>23</sup>.

La crise des musées en Occident débute dans les années 1970 à la suite des chocs pétroliers, et les difficultés des finances publiques se conjuguent à la remise en cause d'un modèle de musée élitiste. Le Japon n'a pas subi les mêmes conséquences économiques suite aux chocs pétroliers. La critique des musées, ou du moins les tentatives de dépoussiérage de l'institution muséale ne débutent qu'au milieu des années 1980. Au-delà de ce décalage temporel qui s'explique aisément, il est intéressant de noter à cet égard que la critique se cristallise autour de la fonction éducative des musées (*kyōikushugi-teki katsuyō*). En effet, certains auteurs, notamment ceux qui vont par la suite promouvoir le management muséal, ou le principe du « musée-entrepreneurial » (*kigyō hakubutsukan-ron*), condamnent l'hégémonie de cette mission principale que s'est vu imposer le musée d'après-guerre et rappellent qu'au moment où le musée fut importé au Japon, il fut également utilisé pour promouvoir l'industrie (*sangyōshugi-teki katsuyō*)<sup>24</sup>.

---

23. Précisons que Yoshiaki Kanayama s'est intéressé à un phénomène de réappropriation par les citoyens des institutions muséales à travers leur reconversion en organisation à but non lucratif, montrant ainsi que les voies de salut ne sont pas uniquement le fait de décisions ascendantes. Kanayama 2017.

24. La réflexion sur le management des musées est bien antérieure à cette révision de loi comme en témoigne la création de la Société d'études japonaises de management muséal en 1995 (*Nihon myūjiamu manejimento gakkai*). Sur ces critiques, voir Inuzuka 2008 : 120-127.

À travers cette histoire muséale institutionnelle, qui semble s'éloigner rapidement de la sphère économique, ne pourrait-on pas revenir sur quelques pratiques passées pour élargir notre perspective ? Lieu d'éducation, du déploiement d'une culture savante, espace sacralisé en dehors de logiques lucratives, le musée tel qu'il se présente au XX<sup>e</sup> siècle nous ferait presque oublier un développement historique qui n'isole pourtant pas le musée, ou du moins, l'« acte expositionnel » auquel il est associé, en un espace déconnecté de ce qui l'entoure et par extension, d'une logique économique – qu'elle soit du divertissement ou de la commercialisation.

Dans les ouvrages retraçant l'histoire des musées au Japon, les auteurs japonais ne manquent pas de rappeler l'existence, antérieure à l'importation du musée occidental, de plusieurs fonctions des musées. Il s'agit notamment des « présentations temporaires » (*kaichō*) des trésors conservés dans les temples et statuaires bouddhiques qui avaient lieu à plusieurs années, voire plusieurs décennies d'intervalle. À partir de l'époque d'Edo, les bâtiments conservant ces reliques ou trésors du temple organisaient ces expositions – parfois même des expositions itinérantes (*degaichō*) – qui pouvaient attirer, pour les plus importantes d'entre elles, jusqu'à 600 000 personnes. Conservation, exposition et ici, instruction [religieuse] se retrouvent dans ces pratiques. Ajoutons également les rassemblements des réseaux de lettrés s'intéressant au savoir naturaliste qui se retrouvaient lors de *bussankai*. Littéralement, il s'agit de réunions relatives à la production *bussan* qui ont pu également être appelées *honzōe* (réunion sur la matière médicale) ou *yakuhinkai* (réunion sur la pharmacopée) en raison de la coloration botaniste et médicale du savoir partagé lors de ces rassemblements temporaires. On y échangeait et exposait divers échantillons et spécimens, ceci donnant lieu parfois à la compilation de catalogues<sup>25</sup>.

Associées à ces *kaichō*, et avec le développement des villes et des pratiques de divertissement, est apparue une culture du *misemono* (littéralement, « des choses que l'on montre »), à savoir, des échoppes temporaires qui se sont parfois pérennisées et qui exposaient ou proposaient des spectacles de divertissement avec des poupées articulées, des animaux, ou autres curiosités à la manière des foires du XIX<sup>e</sup> siècle. Il ne faut pourtant pas réduire ces *misemono* à des simples lieux de divertissement dans la mesure où l'on pouvait y retrouver des produits régionaux et des inventions technologiques. Ils peuvent également être considérés comme des lieux de diffusion de nouvelles connaissances techniques, par ailleurs visités aussi bien par la population « ordinaire » que des seigneurs et autres vassaux. Ces *misemono* sont intéressants à bien des égards, mais en ce qui nous concerne, leur développement rend compte d'un phénomène économique autour des *kaichō*.

---

25. Aoki 1998 : 1-36.



Fig. 1. Illustration d'un *kaichō* au temple de Ekō (*Ekō-in*) dans le *Edo meisho zue*, vol. 18, p. 31. Source : Bibliothèque nationale de la Diète du Japon. Disponible en ligne : [http://dl.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/994947].

Profitant de l'attraction générée par les *kaichō*, ces entreprises du savoir et du divertissement fleurissent et nous montrent une plus large étendue des pratiques « expositionnelles » avant l'apparition du musée occidental. Par ailleurs, concernant les rassemblements des lettrés, Fukui Yōko nous montre qu'il n'était pas rare que les professionnels des *misemono* soient les organisateurs de ces manifestations et que spécimens minéraux, zoologiques et botaniques y côtoyaient des objets de type archéologique, ou encore des objets du quotidien<sup>26</sup>. Les *bussankai*, à la fin de l'époque d'Edo, dépassèrent le simple cadre des lettrés et devinrent des lieux de rassemblement populaire. Que les membres des associations comme la *Shabenkai*, qui réunissait des seigneurs lettrés et organisait ces réunions, aient été appelées à participer à l'organisation des premières expositions industrielles du Japon ne manque pas d'attiser notre curiosité concernant l'influence de ces pratiques autochtones sur le musée japonais moderne.

26. Fukui 2009 : 54-83.



Fig. 2. Illustration d'un *bussankai* de l'ère Tenpō (1831-1845) tiré de *Owari meisho zue* et reproduite dans *Nihon hakubutsukan-gaku nenpyō* 日本博物館學年表, 1908, p. 16. Source : Bibliothèque nationale de la Diète du Japon. Disponible en ligne : [http://dl.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/1870590/16].

Peut-être encore plus intéressant, et bien qu'encore une fois il ne s'agisse pas à proprement parler de musée, les expositions des grands magasins sont une pratique qui mérite quelque peu que l'on s'y attarde, d'autant qu'elles semblent tenir une place importante, et ce de manière unique au Japon. Importés de l'Occident, les grands magasins tels que les actuels Mitsukoshi ou Takashimaya, pour ne citer que les plus connus, voient le jour au tout début du XX<sup>e</sup> siècle. Dès leurs origines, ils organisent des expositions (1909 pour Mitsukoshi), se dotent d'espaces conçus et désignés à cet effet et certaines de ces galeries se transformeront par la suite en musée. Les expositions peuvent être de natures très diverses : de l'exposition de cultures étrangères à l'exposition artistique, en passant par des expositions scientifiques ou

industrielles. L'objectif étant d'attirer des visiteurs-consommateurs en proposant des manifestations culturelles et d'associer ces expositions aux ventes du grand magasin<sup>27</sup>. Les nombreuses études montrent, au-delà des ventes et des simples retombées sur l'écosystème des magasins, la portée non négligeable de ces commerces dans l'histoire culturelle, comme en témoigne l'exposition temporaire organisée par le Musée national d'histoire et de folklore sur l'engouement pour la période d'Edo au tout début du XX<sup>e</sup> siècle, et le rôle des grands magasins dans ce phénomène culturel. À eux seuls, ils associaient déjà la pratique récréative à l'exposition, et influençaient les consommateurs par la création et la diffusion d'effets de mode, conjuguant ainsi aux aspects représentationnels de l'exposition, des fonctions et capacités commerciales<sup>28</sup>.

Ces pratiques antérieures permettent de relativiser une vision de l'institution muséale qui écarterait d'emblée toutes logiques économique et récréative. Il semblerait que la fonction sociale et pédagogique que l'on a attribuée aux musées à partir de la seconde moitié du XX<sup>e</sup> siècle – ce qui ne veut pas dire qu'ils n'en avaient pas la fonction avant-guerre<sup>29</sup> – a fait oublier certaines réalités passées.

### **Le musée éducatif et récréatif : vers une hybridation par la marchandisation de la pratique muséale ?**

Lorsque la littérature muséale s'empare de la question de l'entrée dans l'économie de marché des institutions, les mises en garde sont nombreuses, et les plus virulentes pointent du doigt une « disneylandisation » des institutions culturelles et, par extension, des musées<sup>30</sup>. Sans pousser davantage la comparaison avec ce haut lieu du divertissement, cette discussion « fait écho à l'ambiguïté croissante entre culture et loisir, éducation et *entertainment* [divertissement]<sup>31</sup> », comme le résume l'auteure d'un article sur ce phénomène. Traditionnellement associés aux visites scolaires au Japon, les musées territoriaux d'histoire seraient en passe de privilégier la dimension récréative à celle éducative. Autrefois lieu d'apprentissage, ils revêtent de plus en plus

---

27. Voir l'exemple de la marchandisation de l'époque d'Edo par Mitsukoshi. Iwabuchi 2016 : 49-104 ; Iwabuchi 2019.

28. Zhou 2005 : 23-37.

29. Citons par exemple, l'ancêtre de l'actuel Musée national des sciences et de la nature (Kokuritsu shizen kagaku hakubutsukan), le Musée éducatif (Kyōiku hakubutsukan) de 1877, ainsi que l'ensemble des musées de folklore locaux susmentionnés.

30. Chaumier 2005.

31. C'est Alan Bryman qui utilise d'abord cette expression pour l'appliquer à l'ensemble de la société. Il sera repris par la suite dans le champ muséal (Casedas 2011 : 41-64).



les fonctions des parcs d'attraction et en épousent les pratiques pour devenir des lieux de consommation et de distraction ; des « musées hybrides » pour reprendre les termes de Mairesse<sup>32</sup>.

Les musées territoriaux d'histoire quadrillent le territoire japonais. Ils respectent tous une sorte de cahier des charges, publié sous forme de recommandations en 1973. Ils abordent l'histoire en fonction de la localité, et répondent à la fonction muséale éducative à travers le travail des conservateurs, chargés de collecter, d'étudier et de transmettre au public, sous l'autorité du comité éducatif. Le cas du Musée de la ville de Nagoya (*Nagoya-shi hakubutsukan*), ouvert en 1977 pour célébrer le passage du nombre d'habitants de la ville à 2 millions d'âmes, est un bon exemple de cette corrélation. Lorsque le programme muséographique fut rédigé, des instituteurs d'écoles primaires et des professeurs d'établissements secondaires examinèrent son contenu en annotant ce qui devait absolument être exposé et ce qui ne devait pas l'être, ainsi que ce qui leur était indifférent<sup>33</sup>. Cette manière de procéder illustre le rôle pédagogique du musée, conçu de façon complémentaire à l'apprentissage de l'histoire dans l'enseignement public.

La prise en compte d'une histoire locale ou régionale est de mise dès le début pour ces institutions. Néanmoins, l'on assiste depuis les années 1990 à des tentatives de singularisation plus poussées, renforcées dans le cadre d'une concurrence des institutions dans le jeu de la revitalisation régionale et des effets de la privatisation de la gestion des musées. En effet, les musées tendent à rendre leurs expositions permanentes de plus en plus thématiques<sup>34</sup>. En d'autres termes, les expositions de type disciplinaire (archéologie, histoire, folklore) tout en conservant une organisation chronologique, choisissent une thématique principale ou complémentaire agissant comme un « produit d'appel », et qui permet de rendre le musée unique et de le distinguer des autres. Ces musées se rejoignent dans les nouvelles pratiques d'exposition et de « prestations » muséales. Comme nous allons le voir, ces offres ou stratégies mises en œuvre se rapprochent de ce qui était auparavant les caractéristiques des établissements récréatifs, et plus largement, des pratiques du secteur du commerce.

Phénomène très visible, les musées publics d'histoire font appel à des reconstitutions ou autres *diorama* (restitution d'une scène avec des mannequins mis en situation) de plus en plus importants. Historiquement, cette technique d'exposition s'est d'abord développée dans les musées de sciences naturelles afin de restituer l'habitat naturel et l'environnement de vie. Si elle connaît un

---

32. Mairesse 2010.

33. Fukuoka 1986 : 95.

34. Masuda *et al.* 2011.

second souffle dans les musées de folklore et d'histoire qui se sont multipliés après-guerre, ce qu'on observe actuellement est un glissement de l'usage autrefois pédagogique, au profit d'une visée immersive et spectaculaire qui s'apparenterait davantage à la pratique des parcs d'attraction.

À cette expérience muséale qui se veut de plus en plus divertissante au sein de l'espace d'exposition, il faut également prendre en compte les transformations de l'offre et des dispositifs annexes. Les musées organisent, en plus des expositions temporaires, des ateliers, des conférences ou autres événements ponctuels qui sont autant d'occasions de faire venir le public. Si ces activités dynamisent le musée qui devient un lieu de dialogue avec le public, les musées dotés d'espaces de restauration, de détente, ou encore, de boutiques poussent les visiteurs à la consommation. L'ensemble des services, qui vont de la bibliothèque, des espaces interactifs avec des objets que l'on peut toucher, aux boutiques, en passant par des activités ludiques, en font des centres, des complexes où la place et le temps accordés à l'exposition permanente s'amointrissent. Il est alors de plus en plus difficile de distinguer ce qui est de l'ordre de la démarche muséale ou d'une démarche commerciale.

Par ailleurs, le fait d'attirer les visiteurs-clients s'accompagne d'un dispositif communicationnel et de nouveaux acteurs qui participent au *museum branding*. Les logos ou bien encore les mascottes des musées font leur apparition. Le musée se crée ainsi une image de marque. Ces mascottes, ou *yurukyara* en japonais (qui est la contraction de *yurui* pour leur expression décontractée et *kyara* personnage), ont été développées à l'origine pour participer à la promotion des régions, mais face à leur succès, les musées s'en sont également emparés. Depuis 2010, il existe même un vote en ligne pour élire les mascottes les plus populaires<sup>35</sup>. On y rencontre des personnages historiques, mais aussi des objets archéologiques anthropomorphisés, utilisés aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'enceinte muséale afin de promouvoir le musée, et que l'on retrouve également sous forme de produits dérivés dans les boutiques des musées.

Les boutiques et les produits dérivés du musée qui y sont vendus sont les témoins forts de cette logique de consommation et des pratiques de marketing. On y vend les catalogues d'expositions ou la littérature permettant de prolonger les thématiques abordées au sein des galeries, ainsi que des répliques d'objets. Outre ces produits très répandus dans les boutiques des musées, on observe la présence d'un important éventail de produits dérivés qui se déclinent sous forme de porte-clés, marque-pages ou cartes postales dont l'iconographie ou la forme est en rapport avec l'exposition temporaire ou permanente, mais également – plus surprenant – des produits alimentaires régionaux et même des produits à l'effigie

---

35. [<https://www.museum.or.jp/museum-chara/>] consulté le 5 janvier 2018.

du musée (les mascottes notamment). L'économie des cadeaux-souvenirs au Japon, les *omiyage*, est particulièrement développée et a accompagné les transformations des pratiques touristiques depuis l'époque d'Edo. Ces souvenirs ont également évolué dans leur forme, suivant les tendances du marché. Lorsque l'image des artistes commence à se retrouver sous forme de produits dérivés, les personnages historiques suivent le même mouvement et notamment dans la sphère des souvenirs. On les retrouve alors dans les boutiques des musées : c'est le cas, pour ne prendre qu'un exemple, de Sakamoto Ryōma, figure historique très populaire dont la célèbre photographie-portrait se retrouve imprimée sur des T-shirts vendus dans le Mémorial de Sakamoto Ryōma du département de Kōchi (*Kōchi kenritsu Sakamoto Ryōma kinenkan*).

Tant que la présence de conservateurs garantit la scientificité du propos, le fait que le musée adopte les traits d'un établissement récréatif pour être plus attractif, offrant ainsi la possibilité au visiteur de se divertir, ne semble pas constituer fondamentalement une dérive. Peut-être plus problématiques sont les institutions récréatives qui se présentent comme des musées où le visiteur n'est pas forcément conscient des anachronismes ou autres détournements historiques. Le Musée de plein air de Meiji (*Hakubutsukan meiji-mura*), ou bien encore le Musée de la préfecture de Nara (*Nara kenritsu minzoku hakubutsukan*) sont des musées enregistrés selon la loi des musées, tandis que le Village d'Edo de Nikkō (*Nikko edo mura*, département de Tochigi) et le Village historique de Date à Noboribetsu (*Noboribetsu Date jidai mura*, département de Hokkaidō), bien que se présentant comme des institutions pédagogiques ayant pour objectif de transmettre l'histoire ou « l'esprit des Japonais » aux générations suivantes, sont des parcs d'attraction qui font partie de la compagnie Jidaimura (qui signifie littéralement « village d'une période historique »). Ces établissements font fonds sur l'histoire régionale et les personnages historiques illustres comme c'est le cas de la deuxième institution avec le célèbre seigneur de guerre Date Masamune (1567-1636). Ils proposent également des espaces d'exposition sous forme de centres de documentation (*shiryōkan*), comme sur l'histoire des *katana* (sabres) ou des ninjas, ou encore, des reconstitutions fidèles de bâtiments historiques. Inversement, dans les musées officiels comme au Musée de plein air de Meiji, en plus des bâtiments dont nombre d'entre eux sont enregistrés parmi les biens culturels japonais (*jūyū bunkazai*), le musée offre la possibilité de se déguiser en costume de Meiji, ou de faire l'expérience de jouets ou d'objets d'époque. Par ailleurs, dans l'ensemble du complexe, on ne trouve pas moins de cinq boutiques.

La commercialisation de l'histoire à travers le musée, et la pratique de la visite muséale qui se mue en pratique de consommation à travers l'histoire qu'elle expose, sont indissociables. Ces deux phénomènes font également

partie d'un troisième : la tentative de prise en compte croissante du public dans les musées à partir des années 1990. Selon Iwashita Tadateru, auteur d'un article sur les établissements récréatifs sur l'histoire au Japon, ce qui distingue ces derniers des musées officiels, c'est la priorité accordée à la fonction divertissante<sup>36</sup>. Ainsi, bien que les deux types de structures puissent offrir des formes similaires – reconstitutions basées sur un travail de recherche ou espaces d'exposition complémentaires – il n'y a pas de garantie d'authenticité pour les musées-parcs d'attraction, ce qui peut ainsi conduire à représenter un passé fictif, voire idéalisé. Toutefois, il semblerait que ce travers ne soit plus l'apanage des seules institutions apparentées à des musées, mais qu'on puisse les rencontrer également dans des musées « officiels ».

### **La marchandisation de l'histoire ou la nostalgie du passé**

Les reconstitutions sont désormais monnaie courante dans les projets de réaménagement des musées. De nombreuses institutions soumises à un impératif d'attractivité optent pour cette forme. La pratique n'est pas récente, mais elle se multiplie à mesure des réaménagements effectués par les musées. L'intérêt de ce mode d'exposition est de pouvoir replacer l'objet dans son contexte d'utilisation ou dans le paysage d'une époque, et de ne pas isoler les objets les uns des autres, derrière des vitrines. Dans une optique pédagogique, elles représentent un certain intérêt et offrent également des visites plus ludiques qui font parfois appel au sens olfactif (possibilité de sentir des produits), au toucher (de plus en plus courant) ou à l'ouïe qui sont traditionnellement moins utilisés dans les musées. Lorsque le visiteur peut se promener au sein de ces reconstitutions, l'expérience devient totalement immersive. Toutefois, ces dispositifs ont tendance à figer les objets. L'histoire abordée à travers des tableaux et des paysages conduit à une certaine unilatéralité du propos. Elle demande moins d'effort au visiteur et s'apparente davantage à une pratique de divertissement, avec un faible besoin d'investissement intellectuel ; les panneaux ou autres descriptifs étant bien souvent très réduits, voire absents.

Or, comme le font remarquer les deux chercheurs Kaneko Atsushi et Aoki Tetsushi, depuis le milieu des années 1990, il s'agit de reconstitutions des paysages et de modes de vie associés aux années 30 de l'ère Shōwa, ce qui correspond au milieu des années 1950. Ce phénomène et ce choix de thématique se retrouve aussi bien dans les musées enregistrés ou assimilés que ceux apparentés. De plus en plus de musées exposent dans leur galerie contemporaine cette période récente de l'histoire, en mettant l'accent

---

36. Iwashita 2018 : 290-297.

sur les transformations du quotidien du peuple à travers, notamment, des reconstitutions de l'intérieur des ménages et des nouveaux logements collectifs qui font leur apparition après-guerre, les *shūgō jūtaku*<sup>37</sup>.

Ces scènes de la vie quotidienne et du paysage urbain diffèrent selon les musées qui adaptent leur contenu en fonction de l'histoire et de l'identité régionale, mais ont pour point commun de présenter un Japon « pauvre, mais qui avait espoir dans le lendemain<sup>38</sup> ». L'article d'Aoki montre comment ces reconstitutions, et les musées qui les exposent, sont cités au même titre que les ruelles marchandes ou les parcs de loisir dans des numéros thématiques de magazines qui naviguent sur la tendance des années 30 de Shōwa ; et l'auteur de supposer que les visiteurs abordent le musée comme un parc de loisir qui leur permet de replonger dans un univers dont ils sont nostalgiques. La « nostalgie de Shōwa » (*shōwa nosutarujī*) est un phénomène de société qui n'est pas propre au domaine muséal comme en rendent compte la littérature, les feuillets télévisuels, les mangas, mais également le visuel du packaging des produits de consommation alimentaire, des restaurants ou autres quartiers commerçants<sup>39</sup>.

On assiste, et pas seulement au Japon, à une économie du « rétro », soit de ce « qui imite, évoque ou exalte les mœurs et la mode d'une époque du passé récent<sup>40</sup> », et même plus largement, à une économie de la nostalgie dont s'est emparé très tôt le monde publicitaire<sup>41</sup>. Les contours de ce passé récent semblent d'ailleurs être devenus flous, au point que le sentiment de nostalgie induit par sa seule évocation, suffise à en faire un produit aisément commercialisable, car agréable et réconfortant.

Les musées y participent également, en s'engouffrant dans cette brèche. Lorsque les conservateurs réfléchissent à ce qui pourrait attirer le public, cette nostalgie représenterait une valeur sûre tant elle est plébiscitée par les visiteurs<sup>42</sup>. Les expositions temporaires utilisent aussi cette thématique. Il est courant qu'une exposition ayant eu un fort impact, ou ayant rencontré un grand succès, se retrouve dans l'espace d'exposition permanente. L'offre du musée se façonne ainsi de plus en plus en fonction des attentes du public, qui correspondent également à des effets de mode. Une pratique du secteur de l'économie à laquelle les musées d'histoire n'échappent pas. On voit ainsi les premiers effets, ou du moins le renforcement de ce genre de logique, depuis la

---

37. Aoki 2003 : 79-108.

38. Aoki 2003b : 82.

39. Kaneko 2013 : 6-16.

40. La définition provient du site en ligne du Centre national de ressources textuelles et lexicales : [<http://www.cnrtl.fr/definition/retro>].

41. Sur la consommation de la nostalgie, voir Horiuchi 2007 : 198-179.

42. Propos d'un conservateur que restitue Kaneko Atsushi : Kaneko 2008 : 7.

privatisation de la gestion des musées publics. Les conservateurs, accompagnés parfois par de nouveaux acteurs, tels que les chargés de communication, doivent désormais penser en termes de rentabilité et d'entrées.

On ne peut alors s'empêcher de faire un parallèle : la campagne pour le tourisme régional des années 1970, organisée par les compagnies de chemin de fer japonais, intitulée *Discover Japan* avait contribué à brosser une image nostalgique et fictive d'un « paysage » de la ruralité, autour des notions de *kokyōfurusato* – deux lectures différentes des mêmes caractères chinois (la seconde s'étant juxtaposée par la suite) qui signifient « pays natal » avec une forte connotation émotionnelle. À cette nostalgie fondée sur une vision idéalisée et intemporelle de la ruralité, semble à présent se substituer une nostalgie pour un passé proche, à travers un « paysage » du mode de vie urbain.

L'effet de nostalgie se transmet dans les musées par le biais des reconstitutions, mais également parce que bien souvent, elles se conjuguent avec une approche particulière : celle de l'histoire de la vie quotidienne du peuple. Dans un musée d'histoire, elle a tendance à laisser de côté l'histoire politique et événementielle, plus facilement sujette à discussion, voire à polémique. L'article de Jordan Sand sur le Musée municipal Edo-Tokyo, ouvert en 1993 sous une forme architecturale spectaculaire, rend particulièrement bien compte de la dimension idéologique de l'approche qui a été choisie ici<sup>43</sup>. Le musée, qui retrace l'histoire de la ville de Tokyo depuis l'époque d'Edo, se compose de nombreuses reconstitutions et maquettes de la ville, qui avaient fait l'objet de critiques par une partie de la communauté des historiens :

*[I]t goes without saying that [the form of the exhibits] will greatly influence historical consciousness of the nation, or the people of Metropolitan Tokyo [tomin]. Therefore, we oppose unscientific plans or exhibits designed for mere amusement, ungrounded in the results of historical research. If scenes severed from the structure of history are constructed as « spectacles », not only will historical consciousness not be correctly formed, it may even be distorted<sup>44</sup>.*

L'article de Sand montre les tensions entre les différents protagonistes et les enjeux qui ont présidé au choix de cette approche muséale : i) les acteurs publics et politiques étaient satisfaits, car elle présentait de manière positive la capitale, ii) ce choix était conforté et trouvait un écho chez des personnalités scientifiques, dans les tendances historiographiques des études folkloriques et

---

43. Sand 2001 : 351-378.

44. Sand 2001 : XX. Il s'agit de la traduction de l'auteur d'un extrait de l'article publié dans la revue *Rekishi hyōron* (n° 477, 1990) qui semble avoir été signé par six sociétés d'études et associations sur l'histoire.

des études urbaines notamment, et enfin, iii) le public était pris en compte, car il allait pouvoir faire l'expérience du Tokyo d'antan...

Finalement, le principal danger, comme le souligne Kaneko, est que ces musées participent à la mise en place d'une vision idéalisée du passé en ne sélectionnant que les images positives. Si on laisse quelque peu de côté la dimension économique, les musées d'histoire, et plus particulièrement les musées traitant de l'époque contemporaine, font face à des enjeux mémoriels qui conduisent à de nombreuses réflexions sur la manière d'« interroger de façon problématique l'histoire<sup>45</sup> » contemporaine, pour reprendre l'expression de Laurent Gervereau. Lorsqu'une galerie contemporaine est modifiée, ou aborde uniquement l'histoire et les paysages du quotidien d'après-guerre, comme si les musées étaient frappés d'amnésie. Dans le numéro spécial consacré aux musées d'histoire de la revue *Rekishigaku kenkyū* (recherches sur les sciences historiques) de 1994, Arai Katsuhiko explique les trois postulats sur lesquels repose, jusque dans les années 1990, l'absence de prise en compte de l'histoire du XX<sup>e</sup> siècle. Le premier consiste à penser que les cent dernières années « ne font pas encore partie de l'histoire » et qu'il n'est donc pas nécessaire de les exposer dans un musée d'histoire. Le second, que ces années « intéressent peu les citoyens ». Enfin, ces périodes poseraient « trop de problèmes et d'obstacles »<sup>46</sup>.

Si les deux premières raisons avancées peuvent prêter à discussion, il semblerait qu'il s'agisse effectivement d'un sujet sensible à exposer, et qu'il soit ainsi évité dans de nombreux musées. En effet, à l'image des mentions dans les manuels scolaires d'histoire, le musée public est un lieu de controverse car il existe des discours très différents concernant la Guerre de quinze ans (1931-1945) et la période coloniale<sup>47</sup>. Que la solution trouvée soit celle du saut chronologique ou de la seule mention de l'après-guerre est problématique. Concernant ce traitement elliptique, soulignons qu'il n'est pas l'unique fait de l'entrée dans une logique économique du musée. Le musée public, lorsqu'il aborde cette période – notamment dans les musées publics pour la paix – est soumis à une forme de censure par les politiciens locaux, voire par ceux d'envergure nationale, qui peuvent pousser à la reformulation du contenu des expositions permanentes, voire parfois à la fermeture de musées<sup>48</sup>.

---

45. Gervereau 2012 : 14.

46. Arai 1994 : 164.

47. Nanta 2001 : 127-153.

48. Le Musée pour les droits de l'Homme à Osaka (*Ōsaka jinken hakubutsukan*) est sur le point de fermer ses portes à la suite des pressions incessantes de la part de Hashimoto Tōru, ancien maire de Osaka. On peut également citer le Musée international pour la paix de Osaka qui a été contraint, toujours sous la même pression, de réaménager

Ces questions dépassent bien évidemment le strict cadre de la commercialisation de l'histoire par et/ou à travers le musée. L'ingérence du politique dans le discours des musées renvoie aussi bien à la définition de la vocation même du musée, qu'à la liberté d'expression et ses limites. Aussi, l'économie de la nostalgie n'est qu'un exemple de la manière dont l'histoire est convoquée et mobilisée à des fins commerciales. Bien qu'elle présente l'intérêt d'englober de nombreux exemples et ainsi de dégager un des aspects de la question étudiée dans le présent article, il conviendrait également de partir d'exemples plus précis, et d'étudier la représentation de personnages historiques, de périodes historiques, ou encore de thématiques en les comparant à d'autres supports, comme les manuels scolaires et les feuillets historiques très populaires.

### **Conclusion : les musées dans la fabrique d'une réécriture de l'histoire**

Lorsque l'on constate les effets de l'entrée dans une logique d'économie de marché des musées, et par la suite sur l'appréhension et la représentation de l'histoire, on se doit d'observer une certaine prudence quant au tournant pris actuellement par les musées du Japon. L'évolution à venir est peut-être la plus importante que va connaître l'histoire muséale japonaise. En effet, les musées sont appelés à contribuer à la politique touristique que met en place le gouvernement japonais actuel, et en viennent ainsi à être englobés dans les « ressources touristiques » (*kankō shigen*) et « régionales » (*chiiki shigen*), notamment dans le cadre de la revitalisation des régions, au point que l'on parle désormais de « musée de type touristique » (*kankōkei hakubutsukan*), soulignant ainsi une nouvelle fonction attribuée aux musées<sup>49</sup>.

Cette insertion du musée dans l'économie du tourisme s'intègre dans l'orientation actuelle de la politique touristique du Japon qui connaît un grand bouleversement. En 2004, la loi sur le tourisme est entièrement réformée et devient la loi pour la promotion d'une nation touristique (*kankō ritsukoku suishin kihonhō*). En 2008, l'Agence des affaires touristiques (*Kankō-chō*) est créée, et le tourisme devient l'un des grands chantiers du gouvernement pour le XXI<sup>e</sup> siècle, dans le cadre des politiques économiques. Si les réunions se succèdent, brossant rapidement de nouvelles directions, la décision en 2013

---

son espace d'exposition permanente pour atténuer les mentions sur l'agression par le Japon. Pour d'autres exemples, voir Kimizuka 1993 : 139-148.

49. Il ne s'agit bien entendu pas d'une spécificité japonaise (Gravari-Barbas & Fagnoni 2015).



de la tenue des Jeux olympiques et paralympiques pour 2020, offre à cette politique une impulsion exceptionnelle. Désormais, la promotion de l'histoire et de la culture japonaises – par extension celle du patrimoine et des institutions muséales – à des fins touristiques, représente une solution aux crises actuelles : difficultés financières des collectivités territoriales, vieillissement de la population qui conduit à une diminution de la consommation intérieure... Dès lors, des protocoles de collaboration entre les agences pour le sport, la culture et le tourisme ont été mis en place en 2017. Résumant assez clairement la nouvelle vision de l'État envers le champ de la culture, l'expression « développement pour une culture rentable » fait son apparition<sup>50</sup>. Résultat de cette convergence des intérêts, le Cabinet du secrétariat (*Naikaku kanbō*) a formé en mars 2017 l'« Équipe stratégique spéciale de l'économie de la culture » (*Bunka keizai senryaku tokubetsu chiimu*).

Dans le cadre de la politique touristico-culturelle, on passe désormais d'une stratégie de conservation du patrimoine à une autre fondée sur son utilisation, voire son exploitation. Depuis le mois d'octobre 2018, les fonctions et prérogatives de l'Agence des affaires culturelles ont été renforcées : l'administration muséale lui est confiée, alors qu'elle ne s'occupait auparavant que des musées nationaux. À l'échelle régionale, les transferts de l'autorité de tutelle des musées depuis le comité éducatif au cabinet exécutif des collectivités (*Shuchō bukyoku*, en charge de la promotion locale en matière de tourisme et d'industrie), sont encouragés par le gouvernement depuis 2017 pour renforcer l'efficacité des coopérations.

Après le concept de *Cool Japan* comme promoteur de la culture populaire japonaise à l'étranger – dont on constate aujourd'hui amplement les retombées économiques (tant en termes d'exportation de produits et de consommation à l'étranger, qu'en nombre de touristes étrangers) – le pays est entré dans une nouvelle phase de *nation branding* et de diplomatie culturelle avec le projet nommé « *Nihon no bi* » (Le Beau au Japon) débuté en 2015 sous l'impulsion du Cabinet du gouvernement. C'est, semble-t-il, l'avènement d'un nouveau nationalisme culturel. Le concept désormais entériné de *Nihon-haku* (littéralement « expo-Japon » ou « *Japan Cultural Expo* » dans sa traduction anglaise officielle) aurait dû conduire le Japon en 2020 à devenir en quelque sorte un musée à ciel ouvert lors de la tenue des Jeux olympiques et paralympiques<sup>51</sup>. Ce concept s'inscrit dans le projet du cabinet exécutif des

---

50. Kurihara 2018 : 33.

51. Une première étape dans cette muséification du pays fut l'organisation en France, entre 2018 et 2019, d'événements culturels sous l'intitulé « Japonisme 2018 : les âmes en résonance ». De nombreux documents sont disponibles sur le site de l'Agence

collectivités et les institutions muséales ont été appelées en renfort de cette promotion culturelle du Japon intitulée : « De l'époque Jōmon aux animés ». Lorsqu'on sait que sur les plus de 5000 institutions muséales apparentées ou non, plus de la moitié d'entre elles traitent d'histoire, ne peut-on pas y voir un danger de reformulation ou de réécriture d'une histoire nationale dans un but mercantile ?

Suite à la pandémie de covid 19 et le report des Jeux olympiques à 2021, il est possible que le gouvernement propose certains changements d'orientation, mais il est peu probable que ce risque lui-même disparaisse entièrement. En effet, le concept déjà mis en place de « *Japan Heritage* » (*Nihon isan*), sorte de circuits touristique-patrimoniaux enregistrés et validés auprès de l'Agence des affaires culturelles, amène à construire des « *story* » (selon les termes officiels), une sorte de mise en récit de l'histoire et de la culture et dans lesquels sont intégrés musées, sites patrimoniaux, restaurants et autres hébergements<sup>52</sup>. Ces initiatives s'inscrivent dans une patrimonialisation effrénée, à commencer par les sites archéologiques de l'époque Jōmon du Nord du Tōhōku et de Hokkaidō. Ceux-ci tentent actuellement d'être enregistrés au patrimoine mondial de l'UNESCO, et ils servent de témoignage, voire d'affirmation idéologique d'une longue, unique et intangible histoire japonaise.

Ces nouvelles directives décidées dans les cabinets ou autres agences ministérielles ne sont toutefois qu'une dynamique, et sont loin d'être linéaires et unilatérales. En effet, ces décisions, jusqu'à leur mise en application, vont être confrontées à une multiplicité d'acteurs, institutionnels ou non, mais également à des difficultés et réalités locales et muséales plurielles. Qu'il s'agisse des décisions prises à l'échelle des collectivités territoriales, des bénévoles et conservateurs des musées, ou des comités et associations de citoyens à l'origine d'une demande d'inscription au *Japan Heritage*, les directives nationales sont renégociées, voire réappropriées à l'échelle locale. Cette réaction à l'échelle locale et dans sa dimension humaine fait alors émerger d'autres forces en présence et d'autres initiatives moins verticales. Il n'est évidemment pas question de les omettre dans les lectures de la reconstruction du paysage muséal japonais, mais un travail de terrain serait nécessaire pour en saisir toutes les implications.

---

des affaires culturelles : [<https://www.bunka.go.jp/seisaku/nihonhaku/index.html>]. Il existe également un portail qui recense les événements du *Nihon-haku* : [<https://japanculturalexpo.bunka.go.jp/>], consulté le 16 juin 2020.

52. Masubuchi 2018 : 56-65.

BIBLIOGRAPHIE

- AOKI Toshiya 青木俊也 (2003a). « Gendai seikatsu-saigen wo tenji suru : danchi 2DK seikatsu saigen-tenji no sono go » 現代生活を展示する :団地2DK生活再現展示のその後. In Kurushima Hiroshi 久留島浩 *et. alii* (dirs), *Rekishu tenji to wa nani ka* 歴史展示とは何か. Sakura, Musée national d'histoire et de folklore : 79-108.
- AOKI Toshiya 青木俊也 (2003b). « Shōwa sanjū nen dai seikatsu saigen tenji to nosutarujia ni miru fōkurorizumu-teki genjō » 昭和三十年代生活再現展示とノスタルジアにみるフォークロリズムの現状. *Nihon minzokugaku* 日本民俗学 236 : 82-91.
- AOKI Yutaka 青木豊 (1998). « Kindai hakubutsukan izen no tenji » 近代博物館以前の展示. *Kokugakuin daigaku Hakubutsukangaku kiyō* 国学院大学博物館学紀要 23 : 1-36.
- ARAI Jūzō 新井重三 (1978). « Kyōdo kyōiku to hakubutsukan : kyōdo hakubutsukan no kokoro wo motomete » 郷土教育と博物館 : 郷土博物館の心を求めて. *Hakubutsukan kenkyū* 13.8-9 : 21-24.
- ARAI Katsuhiko 新井勝紘 (1994). « Kindai minshū-shi to tenji hyōgen no jiyū » 近代民衆と展示表現の自由. *Rekishigaku kenkyū* 歴史学研究 664 : 164-161.
- BABELON, Jean-Pierre, BACKOUCHE, Isabelle, DUCLET, Vincent, JAMES-SARAZIN Ariane, *et. alii*. (dirs.) (2011). *Quel musée d'Histoire pour la France ?* Paris, Armand Colin.
- BAYARD, Denis & BENGHOZI, Jean-Pierre (1993). *Le Tournant commercial des musées en France et à l'étranger*, Paris, La Documentation française.
- Cabinet du Premier ministre, *Nihon-haku sōgō suishin kaigi (dai 1 kai)* 日本博総合推進会議(第1回)Rapport de la première réunion pour la promotion du *Nihon haku* du 26 décembre 2018 : [<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/nihonhaku/dai1/gijisidai.pdf>], consulté le 10 janvier 2018.
- CASEDAS, Claire (2011). « La Disneylandisation des musées ». In Serge Chaumier (dir.), *Expoland : Ce que le parc fait au musée : ambivalence des formes de l'exposition*. Paris, Complicités : 41-64.
- CHAUMIER, Serge (dir.) (2005). *Culture & Musées 5* « Du musée au parc d'attractions : ambivalence des formes de l'exposition ».
- Conseil scientifique japonais, *Nihon no hakubutsukan sōgō chōsa kenkyū* 日本の博物館総合調査研究 Rapport de synthèse sur les musées japonais, 2011 : [<http://www.museum-census.jp/report2015/>], consulté le 16 décembre 2019.
- DAVALLON, Jean (1992). « Introduction. Le public au centre de l'évolution du musée », *Culture & Musées 2* : 10-18.
- FUKUDA Tamami 福田珠己 (1997). « Chihō wo tenji suru : chiri-gaku ni okeru chi.iki hakubutsukan-ron no tenkai » 地方を展示する :地理学における地域博物館論の展開. *Jinbun chiri* 人文地理 49.5 : 24-46.
- FUKUI Yōko 福井庸子 (2009). « Waga kuni ni okeru hakubutsukan seiritsu katei no kenkyū : tenjikūkan no kyōikuteki tokushitsu » わが国における博物館成立過程の研究 : 展示空間の教育的特質, Thèse doctorale soutenue à l'université de Waseda.

- FUKUOKA Takeshi 福岡猛志 (1986). « Rekishi hakubutsukan no arikata ni tsuite » 歴史博物館のあり方について. *Rekishi hyōron* 歴史評論 436 : 89-105.
- GERVEREAU, Laurent (2012). « Avons-nous besoin de musées d'histoire ? Essai de typologie comparée et perspectives ». In *Lieux de mémoire, musées d'histoire, La documentation française*, « Musées-Mondes ».
- GRAVARI-BARBAS, Maria & FAGNONI, Edith (dirs.) (2015). *Nouveaux musées, nouvelles ères urbaines, nouvelles pratiques touristiques*. Québec, Presses de l'Université de Laval.
- HORIUCHI Keiko 堀内圭子 (2007). « Shōhisha no nosutarujī : kenkyū no dōkō to kongo no kadai » 消費者のノスタルジー : 研究の動向と今後の課題. *Seijō bungei* 成城文芸 201 : 198-179.
- INADA Takashi (2015). « L'évolution de la protection du patrimoine au Japon depuis 1950 : sa place dans la construction des identités régionales ». *Ebisu* 52 : 21-46.
- INUZUKA, Yasuhiro 犬塚康博 (2008). « 20 seiki nihon no hakubutsukan ni kansuru kenkyū » 20世紀日本の博物館に関する研究. Thèse de doctorat à l'université de Chiba.
- IWABUCHI Reiji 岩淵令治 (2016). « “Edo” no hakken to shōhinka » 「江戸」の発見と商品化. *Kokuritsu rekishi minzoku hakubutsukan kenkyū hōkoku* 国立歴史民俗博物館研究報告 197 : 49-104.
- IWASHITA Tadateru 岩下忠輝 (2018). « Rekishi-kei amyūzumento shisetsu to hakubutsukan » 歴史系アミューズメント施設と博物館. In Aoki Yutaka 青木豊 *et al.* (dirs.), *Hakubutsukan to kankō : shakai-shigen toshitenō hakubutsukan-ron* 博物館と観光 : 社会資源としての博物館論, Tokyo, Yūzankaku : 290-297.
- KAKIUCHI Emiko 垣内恵美子 & NEKI Akira 根木昭 (1998). « Sengo no kokkai shingi to hōsei ni miru “bunka” to sono hensen » 戦後の国家審議と法制に見る「文化」の意味とその変遷. *Nagaoka gijutsu kagaku daigaku kenkyū hōkoku* 長岡技術科学大学研究報告 20 : 95-99.
- KANAYAMA Yoshiaki 金山喜昭 (2001). *Nihon no hakubutsukan-shi* 日本の博物館史 (Histoire des musées au Japon). Tokyo, Keiyūsha.
- KANAYAMA Yoshiaki 金山喜昭 (2017). *Kōritsu hakubutsukan wo NPO ni makasetara* 公立博物館をNPOに任せたら. Tokyo, Dōseisha.
- KANEKO Atsushi 金子淳 (2008). « Hakubutsukan no “kiki” to rekishi tenji : natsukashi-kei/roman-kei tenji kara miru rekishi-kei hakubutsukan no kadai » 博物館の「危機」と歴史展示 : 懐かし系/ロマン系展示から見る歴史系博物館の課題. *Rekishigaku kenkyū* 歴史学研究 838 : 6-16.
- KANEKO Atsushi (2001). *Hakubutsukan no seiji-gaku* 博物館の政治学, Tokyo, Seikyūsha.
- KANEKO Atsushi (2013). « Nosutarujī kenkyū no genzai tohakubutsukan ni okeru shōwa nosutarujī no yukue » ノスタルジー研究の現在と博物館における昭和ノスタルジীরのゆくえ. *Shizuoka-ken minzoku gakkai-shi* 静岡県民俗学会誌 28-29 : 6-16.
- KIMIZUKA Yoshihiko 君塚仁彦 (1993). « Rekishi-kei hakubutsukan ni okeru hyōgen no fujiyū : sensō/heiwa shiryō no tori atsukai ni kansuru jirei wo chūshin ni » 歴史系博物館における表現の不自由 : 戦争・平和資料の取り扱いに関する事例を中心に. *Tōkyō geidai kiyō* 東京芸大紀要 44 : 139-148.

- KURIHARA Yūji 栗原祐司 (2018). « Kankō gyōsei/bunkagyōsei to hakubutsukan » 観光行政・文化行政と博物館 (L'administration touristique-culturelle et les musées). In Aoki Yutaka 青木豊 *et al.* (dirs.), *Hakubutsukan to kankō : shakai-shigen toshitenno hakubutsukan-ron* 博物館と観光 : 社会資源としての博物館論, Tokyo, Yūzankaku : 33.
- MAIRESSE, François (2010). *Le musée hybride*. Paris, La documentation française, 2010.
- MARQUET, Christophe (2002). « Le Japon moderne face à son patrimoine artistique » . *Cipango* hors-série : 243-304.
- MASABUCHI Noriaki 柘淵規彰 (2018). « Kankō seisaku toshitenno Nihon isan ni miru hakubutsukan no ichiduke » 観光施設としての日本遺産にみる博物館の位置付け. In Aoki, Yutaka 青木豊 (dirs.), *Hakubutsukan to kankō : shakai-shigen toshitenno hakubutsukan-ron* 博物館と観光 : 社会資源としての博物館論, Tokyo, Yūzankaku : 56-65.
- MASUDA Aki 増田亜樹, Tani Naoki 谷直樹, Usuda, Tomoko 碓田智子 (2011). « Kōritsu rekishi hakubutsukan no jōsetsu tenji no ruikai to sono hensen ni kansuru kenkyū 公立歴史博物館の常設展示の類型とその変遷に関する研究. *Nihon kenchiku gakkai keikakukei ronbun-shū* 日本建築学会計画系論文集 76.667 : 1745-1751.
- MÉTAILLIÉ, Georges (2006). « Le Bencao gangmu de Li Shizhen et l'histoire naturelle au Japon durant la période d'Edo (1600-1868) ». *Études chinoises* 25 : 41-68.
- MURATA Mariko (2014). *Shisō to shite no hakubutsukan : mono to kūkan no media-ron* 思想としての博物館 : ものと空間のメディア論. Tokyo, Jinbunsho-in.
- NANTA Arnaud (2001). « L'actualité du révisionnisme historique au Japon ». *Ebisu* 26 : 127-153.
- RIGAUD, Jacques (1990). *Libre culture*. Paris, Gallimard.
- RUOFF, Kenneth ルオフ・ケネス (2010). *Kigen nisen roppyaku nen. Shōhi to kankō no nashonarizumu* 紀元 二千六百年. 消費と観光のナショナルリズム. Tokyo, Asahi shinbun shuppan. [Version originale en anglaise : Ruoff, Kenneth (2010). *Imperial Japan at its zenith : the wartime celebration of the empire's 2,600th anniversary*. London, Cornell University Press.]
- SAND, Jordan (2001). « Monumentalizing the everyday : The Edo-Tokyo Museum ». *Critical Asian Studies* 33.3 : 351-378.
- SEKI Hideo 関秀夫 (2005). *Hakubutsukan no tanjō : Machida Hisanari to Tōkyō teishitsu hakubutsukan* 博物館の誕生 : 町田久成と東京帝室博物館. Tokyo, Iwanami shoten.
- SHIINA Takanori 椎名仙卓 (2000). *Zudoku hakubutsukan-shi* 図解博物館史. Tokyo, Yūzankaku.
- SHIINA Takanori 椎名仙卓 (2005). *Nihon hakubutsukan seiritsu-shi : hakurankai kara hakubutsukan he* 日本博物館成立史 : 博覧会から博物館へ. Tokyo, Yūzankaku.
- THIESSE, Anne-Marie (2001 [1999]). *La création des identités nationales : Europe, XVIII<sup>e</sup>- XX<sup>e</sup> siècle*. Paris, Éditions du Seuil.
- UCHIYAMA Daisuke 内山大介 (2007). « Hakubutsukan ni okeru “kyōdō” / “chiiki” to sono tenji : “sōgō” to iu shikaku no keifu » 博物館における「郷土」・「地域」とその展示—「総合」という視角の系譜—. *Rekishi minzoku shiryō-gaku kenkyū* 歴史民俗資料学研究 12 : 49-63.

## Comment l'histoire peut-elle devenir un objet de consommation...

UENO Masuzō 上野益三 (1989). *Nihon hakubutsugaku-shi* 日本博物学史. Tokyo, Kōdansha.

ZHOU Song (2005). « Hyakkaten ni okeru bunka saiji no yakuwari : Hankyū hyakkatenno kēsu wo chūshin ni » 百貨店における文化催事の役割 : 阪急百貨店のケースを中心に. *Kobe gakuin daigaku keieigaku-ronshū* 神戸学院大学経営学論集 2.1 : 23-37.

### GLOSSAIRE

bijutsukan 美術館

Bunka keizai senryaku tokubetsu chi-mu 文化経済戦略特別チーム

Bunka-chō 文化庁

bunmei kaika 文明開化

bussankai 物産会

chihō jichitai-hō 地方自治体法

chiiki hakubutsukan 地域博物館

chiiki shigen 地域資源

chōson 町村

Date Masamune 伊達政宗

degaichō 出開帳

Dokuritsu gyōsei hōjin seido 独立行政法人制度

Edo meisho zue 江戸名所図会

Edo Tōkyō hakubutsukan 江戸東京博物館

Ekō-in 回向院

hakomono gyōsei 箱物行政

hakubutsugaku 博物学

hakubutsukan 博物館

Hakubutsukan meiji-mura 博物館明治村

hakubutsukan ruiji shisetsu 博物館類似施設

hakubutsukan sōtō shisetsu 博物館相当施設

hakubutsukan-hō 博物館法

honzōgaku 本草学

honzō.e 本草会

jinbunkei 人文系

kyūyō bunkazai 重要文化財

kaichō 開帳

kankō ritsukoku suishin kihonhō 観光立国推進基本法

kankō shigen 観光資源

Kankō-chō 観光庁

kankōkei hakubutsukan 観光型博物館

kigyō hakubutsukan-ron 企業博物館論

Kitanagoya-shi rekishi minzoku shiryōkan 北名古屋市歴史民族資料館

Kōchi kenritsu Sakamoto Ryōma kinenkan 高知県立坂本龍馬記念館  
Kokuritsu shizen kagaku hakubutsukan 国立自然科学博物館  
Kokushikan 国史館  
koki kyūbutsu hogo-hō 古器旧物保護方  
kokyō/furusato 故郷  
koshaji hogo-hō 古社寺保護法  
kyōdo hakubutsukan 郷土博物館  
Kyōiku hakubutsukan 教育博物館  
Kyōiku iinkai 教育委員会  
kyōiku kihon hō 教育基本法  
kyōikushugi-teki katsuyō 教育主義的活用  
misemono 見世物  
Nagoya-shi hakubutsukan 名古屋市博物館  
Naikaku kanbō 内閣官房  
Nara kenritsu minzoku hakubutsukan 奈良県立民俗博物館  
Nihon isan 日本遺産  
Nihon-haku 日本博  
Nihon myūjiamu manejimento gakkai 日本ミュージアム・マネジメント学会  
Nihon no bi 日本の美  
Nikko edo mura 日光江戸村  
Noboribetsu date jidai mura 登別伊達時代村  
omiyage お土産  
Ōsaka jinken hakubutsukan 大阪人権博物館  
Owari meisho zue 尾張名所図会  
Rekishigaku kenkyū 歴史学研究  
Sakamoto Ryōma 坂本龍馬  
sangyōshugi-teki katsuyō 産業主義的活用  
Sasaki Jōhei 佐々木丞平  
Seiyō jijō 西洋事情  
Shabenkai 楮鞭会  
shakai kyōiku-hō 社会教育法  
shi 市  
shiryōkan 史料館  
shitei kanrisha seido 指定管理者制度  
shokusan kōgyō seisaku 殖産興業政策  
Shōwa nichijō hakubutsukan 昭和日常博物館  
shōwa nosutarujī 昭和ノスタルジー  
Shuchō bukyoku 首長部局  
shūgō jūtaku 集合住宅  
to-dō-fu-ken 都道府県

tōroku hakubutsukan 登録博物館  
yakuhinkai 薬品会



