

みんなの思い出ミュージアム

― ものと、ものがたりと、人の記憶が出会う場所 ―

家に眠っている大切な品々と、
そこに宿る思い出を受け取り、展示し、そして次の誰かへ。
ものを通して、人の記憶が静かにつながっていく、
海辺の小さなミュージアムの提案です。

02 ｜ 出発点

親の残したものを、これからどうするのか。

この企画の出発点は、実家で暮らす年老いた親のことを考え始めたときの、ひとつの不安でした。

長い人生の中で、親は本やレコード、カメラ、食器、旅先で集めた民芸品など、たくさんのものを大切にしてきました。どれも、ただの「物」ではなく、その時々の思い出や、家族の時間が詰まったものです。

けれど、いずれはその一切が、私たちの前に残される。正直に言えば、「そのとき、どう片付ければいいのか」「そもそも、どこに置くのか」と、考えるたびに胸がざわつきます。

捨ててしまうには、あまりにも惜しい。けれど、すべてを持ち続けるのも現実的ではない。そんな葛藤から、この企画は静かに始まりました。

> 「大切にしてきたものを、
> ただ処分するのではなく、
> 何か別のかたちで生かせないだろうか。」

03 ｜ 最初のアイデアと、心の引っかかり

「それでは、メルカリと同じではないか。」

はじめに思い浮かんだのは、そうした品々を預かって、代わりに販売するという仕組みでした。好きなものを次の持ち主につないでいくことができれば、ものも活きるし、処分の負担も減る。現実的で、シンプルな解決策に思えました。

しかし、考えを深めていくうちに、ふと立ち止まりました。

> 「それでは、メルカリと同じではないか。」

今の時代、個人でも簡単に売買ができるサービスはすでにあります。わざわざ場所をつくり、人を集める意味があるのだろうか。何より、私が本当にやりたいのは、「売ること」だけなのか――。

ただの流通の場では、ものに宿る思い出や、持ち主の人生の物語は、十分に伝わりません。便利さではなく、もっと心が動くかたちがあるはずだと、違和感が強くなっていきました。

04 | 売るだけでは、しっくりこない

それは、買取専門店でも「おたからや」でもない。

次に考えたのは、いわゆる買取専門店のようなかたちです。査定して買い取り、再販する。たとえば「おたからや」のような、リユースの仕組みも一つの選択肢です。

けれど、それもまた、どこか違うと感じました。

そこには、どうしても「価値をお金に換える」という視点が前に出てしまいます。もちろん、それ自体は大切な役割です。けれど、私が向き合いたいのは、価格だけでは測れない「思い出の価値」です。

長年そばにあったものには、持ち主の人生の一場面が刻まれています。それをただ査定し、数字で評価するだけでは、心の整理にはつながらない。売ることは手段の一つにすぎず、目的ではない——。その思いが、ますます明確になっていきました。

> 「大切なのは、売ることではなく、
> そのものに込められた時間や思いを
> きちんと受けとめること。」

05 ｜ ひとつの気づき

他の人の思い出が、自分の記憶と重なっていく。

そこで、発想を大きく転換しました。「売るための場所」ではなく、「思い出を展示する場所」にしてはどうだろうか。

他の誰かが大切にしてきたものに触れたとき、不思議と自分自身の記憶がよみがえることがあります。昔、同じようなカメラを使っていたこと。祖父の書斎にあったレコードの音。旅先で買った、あの民芸品の手ざわり――。

他人の思い出でありながら、どこか自分の人生ともつながっている。ものを通して、見知らぬ人の時間と、自分の時間が静かに重なり合う――その感覚に、強く心を動かされました。

こうして、「みんなの思い出ミュージアム」という構想が生まれました。集めたものを展示し、その背景にある物語とともに紹介する。そこで生まれる共感や懐かしさが、人と人をやさしくつなぎ、ものの新しい役割を生み出していく。

それが、この企画の核となる考え方です。

06 ｜ 仕組みと運用

思い出ごと預かり、展示し、つなぐ。

このミュージアムでは、使わなくなった実家の品や、捨てるにはしのびない大切なものを、持ち主の「ものがたり」とともにお預かりします。

▶ 基本の流れ



持ち込み
（品と物語）

→

展示
（思い出の紹介）

→

一部は販売
（希望がある場合）

▶ 3つの扱い方

お預かりした品は、持ち主のご希望に応じて、次のいずれかで扱います。

展示のみ	思い出の品として館内に展示します。 （販売は行いません）
展示＋販売	一定期間の展示後、希望に応じて販売します。 （販売価格は持ち主と相談のうえ設定）
返却	期間終了後にご返却します。

ものを託すことで、思い出が誰かの心に残り、必要とする人へとつながっていく。そんな循環をつくります。

07 ｜ 場所の選定

海の見える地方の町を、舞台に。

ミュージアムの拠点には、人気の観光地に近い、海の見える地方の町を選びます。都心に比べて固定費を抑えられることに加え、訪れること自体が「小さな旅」になる、魅力のある場所です。



選定の理由

- ✓ 家賃や土地のコストが低く、運営の負担を抑えられる
- ✓ 海や自然の景観が、「思い出」にふさわしい情緒をつくる
- ✓ 近くに主要観光地があり、旅の目的地として立ち寄りやすい

立地の比較（目安）

項目	都市部（例：都心近郊）	地方の観光地周辺
店舗賃料（月）	約60〜100万円	約15〜30万円
初期改装費	約1,000万円〜	約600万円〜
集客の性質	日常の見込が中心（リピーター重視）	観光・レジャーと組み合わせた来館（広域からの集客が可能）

08 ｜ 集客と運営のかたち

YouTube・SNSで広め、家族で育てていく。

この取り組みを多くの人に知ってもらうため、YouTubeやSNSを活用して、開館の準備から日々の展示、預かったものにまつわるエピソードを発信します。

「こんな思い出の品があった」「こんな人生の物語がある」といった動画や記事は、共感を生み、来館のきっかけにもなります。

▶ 発信の内容（例）



- 預かった品と、その物語の紹介
- 展示の入れ替えや館内の様子
- 地域の風景やイベントとの連動
- 家族での運営の裏側

▶ 運営体制

運営は、家族を中心とした小さなチームで行います。
受付・展示の管理・SNSの発信・
来館者の対応などを、家族それぞれ
分担して分担し、無理のない
持続的な運営を目指します。



09 ｜ 収支計画

無理のない規模で、持続できる事業に。

初期投資と月々の運営費、そして主な収益の柱を、現実的な規模で試算します。観光地周辺の中古物件を活用し、家族で運営することで、初期・固定費を抑えます。

▶ 初期費用の目安

項目	概算金額
物件賃借・改装（展示スペース・収納棚など）	約600万円
展示什器・照明・サイン等	約150万円
備品・システム（レジ、PC、撮影機材など）	約50万円
合計	約800万円

▶ 月の運営費（目安）

項目	月額
家賃（地方の観光地周辺）	約20万円
光熱費・通信費	約5万円
消耗品・展示入替え費	約5万円
合計	約30万円

▶ 収益の柱

① 入館料

大人　800円
（想定来館数：月800〜1,200人）

月間売上目安：
約64〜96万円

② 展示品の販売

展示後、持ち主の希望がある品を販売。

月間売上目安：
約10〜30万円

▶ 収支のイメージ

月間売上の目安：約74〜126万円　／　月の運営費：約30万円
→ 月間利益の目安：約44〜96万円
（季節や観光シーズンにより変動）

10 | まとめ：コンセプトと実現ステップ

個人の悩みから生まれた、実現可能な事業です。

「みんなの思い出ミュージアム」は、家に残されたものをどうするかという、私自身の切実な悩みから生まれた企画です。

ものを預かり、展示し、必要であれば販売する。そこにあるのは、単なるリユースではなく、ものに宿る人生の物語を受けとめ、次の誰かとつないでいくという考え方です。

▶ 実現までのステップ

STEP 1	事業計画の具体化（規模・資金・物件の具体化）
STEP 2	物件の選定・契約・改装
STEP 3	展示の準備・運営体制の整備（家族での役割分担）
STEP 4	SNS・YouTubeでの発信開始（開館前からの広報）
STEP 5	プレオープン・本開館（地域と連携したイベントも実施）

これは、ただの夢物語ではありません。
親のものをどうするかという個人的な不安から出発し、地域・観光・リユース・ストーリーの力を組み合わせた、実現可能なビジネスコンセプトです。