

魅力あるミュージアムグッズのデザイン開発

福 岡 崇^{*1}

古 郷 彰 治^{*2}

一 色 貴 子^{*3}

〔要 旨〕

本研究は、京都文化博物館（以下：文博）におけるミュージアムグッズ及びショップのあり方を検討することによって、博物館業界の活性化と同時に、デザイン開発の基礎となるコンセプト作りの重要性を知らしめ、産業でサインの活用を促進することを目的とする。

本年度研究においては、文博におけるミュージアムグッズ及びショップのあり方として、単なる土産品とその売り場という観点ではなく「社会教育の場」である博物館の役割を基本に置くことにより、一般の店舗とは一線を画したショップ展開が可能となり、そこで提供するグッズは、「オリジナルを開発する」ことに固執する必要はなく、既存商品の持つ文化的背景を博物的視点で解説・再構成することにより、独自の魅力を演出することが可能であることが確認された。

1 緒 言

近年、余暇時間の増大と「もの」から「こと・心」の豊かさへの価値観の変化を受け、学習レジャーに対するニーズが大きな高まりを見せている。しかしその中であって、博物館における参加率は横ばいからやや減少という傾向を示しており、日本の博物館は、旧来の運営方法の見直しを迫られている。

従来、博物館の主たる業務は、テーマに応じた調査・研究と、それらの成果の展示・普及等を通じた社会教育が基本であり、この基本は今後も変わることはない。それに対し、今回対象としているミュージアムショップ、飲食店をはじめとする、博物館に付随するサービスとして位置付けられてきたものに対し、近年、それらの重要性が認識されるようになってきている。しかし、その議論の多

くはすなわち収入源の確保であり、アミューズメント的な空間の提供であるが、本研究では、博物館の本来の役割である「社会教育の場」という基本に注目し、その中におけるミュージアムグッズ・ショップの役割について検討を行い、そのあり方について一定の方向性を見出した。

2 検討方法

2-1 ミュージアムグッズ及びショップの実態把握

文博には、ミュージアムグッズを販売する場所が2ヶ所あり、そのうちの1ヶ所は3階展示室内のミュージアムショップであり、そこに入居するテナントが独自のアイテム展開を行っている。もう1ヶ所が1階受付であり、文博オリジナルのテレフォンカード、しおり、絵葉書及び図録等を販売している。また、それとは別に館内には「ろうじ店舗」と呼ばれる京都の古い町並みを再現したスペースが設けられ、伝統工芸品・土産物の販売や和食の飲食店等がテナントとして入居している。

*1 産業振興課 技師

*2 同課 係長

*3 同課 主事

そのほか、喫茶店もあり、展示以外のサービスもハードウェアとしては充実している。しかし、その実態を詳細に見ていくと、それぞれのテナントが個々に展開を行っており、その集客はそれぞれの店舗の魅力、営業努力に依存している。次に、そこで販売されている商品、あるいは提供しているメニューについて目を移すと、京都文化をイメージした品揃えではあるが、市内各地の観光地であればどこでも見ることができるものである、ともいえる。そのため、文博ならではのというアピール力を発揮できていない。以上を踏まえた上で、新たな改善策を考えていきたい。

まず、館内における展示と、各テナントにおける商品の直接的な連携についてはほとんど感じられない。次に、文博は文字通り、「京都文化」の博物館であるが、前述のとおり、京都文化を素材としたコンテンツは、京都の各地で販売されており、単に京都の伝統に根ざしているというだけのセレクトでは他の、例えば観光地の土産物屋との差別化が十分にできない等が挙げられる。

2-2 コンセプトの策定

以上の背景には、博物館スタッフの「テナントの物販は自分達の仕事とは関係がない」「博物館はあくまで社会教育の場であり、ショップは別」という旧来の認識が強いと考えられる。この課題はしかし、国内の多くの博物館が抱えるものであり、ミュージアムグッズを博物館展示の一環として考えるという方向性は、まだ未開拓の分野であるともいえる。そこで今回のプロジェクトでは、博物館の社会教育の手法のひとつの形としてのミュージアムグッズを考えることとし、そのためのコンセプトとして「京都文化を楽しく学ぶ」を定め、キーワードとして「京都文化楽物館」を置き、開発を進めることとした。

2-3 グッズの方向性検討

博物館展示の一環として考えると、ミュージアムグッズには大きな可能性がある。特に、文博のような美術工芸品や考古・歴史資料等、代替の利かないものの展示が多い博物館では実現させることが難しい「資料に触れること」に代表される多くのメリットが考えられる。具体的には

- (a) 触わる→実際に手にとる
- (b) 体験する→使ってみることにより、実体験となる
- (c) 手に入れる→買って自分のものにし、より身近に感じる
- (d) 深く知る→特徴をよりわかりやすくアレンジし、知ってもらう
- (e) 気軽に見る→お気に入りの店としてふらりと立ち寄る

以上のことがミュージアムショップを活用することで「容易に」可能になる。これらの特徴を十分に活かし、楽しみながら、知らず知らずのうちに京都文化を学べる仕掛けとしてのグッズを考えていくこととした。

2-4 バリエーションの整理

今回のコンセプトにもとづき、ミュージアムグッズの構成について検討した。

(a) 記念品

従来の来館記念品的な商品は、ミュージアムショップの定番として認識されており、サービスの一環として考えた場合は必ずこのできない商品群である。

(b) 文博セレクション

既に市場で販売されている商品の中で、京都文化に根ざしたものを文博独自のフィルターで選び、系統立てた陳列を行う。また、商品ごとに学芸員による解説カードを作成、添付することによって、

思いがけないものに京都文化の息吹が様々な形で存在することを知らう商品群である。この群は、博物館が開発や在庫のコスト・リスクを押さえつつアイテム数を増やすことができる。

(c) 楽しく学べるオリジナルグッズ

現在では既に失われてしまったものや、具体的な完成品からは知ることが難しい技術的な要素などをわかりやすく伝えるためのものなど、独自に再現・工夫したグッズ。

今回は、これらの中で特にc.楽しく学べるオリジナルグッズについて開発を行った。

や、現状のミュージアムグッズなどから発想できる新しいアイテムや、そのものの持つおもしろさ、学術的な価値などを検討し、具体的なミュージアムグッズ開発のための叩き台をつくる。

※注意事項

- (a) ダメ出しはしない。
- (b) 気になったアイテムは可能な限り書き出す。
- (c) 書けない部分は空白でよい。
- (d) 展示品になくても、同じような展開ができそうなものを思いついたときは書いていく。

3 開発プロセス

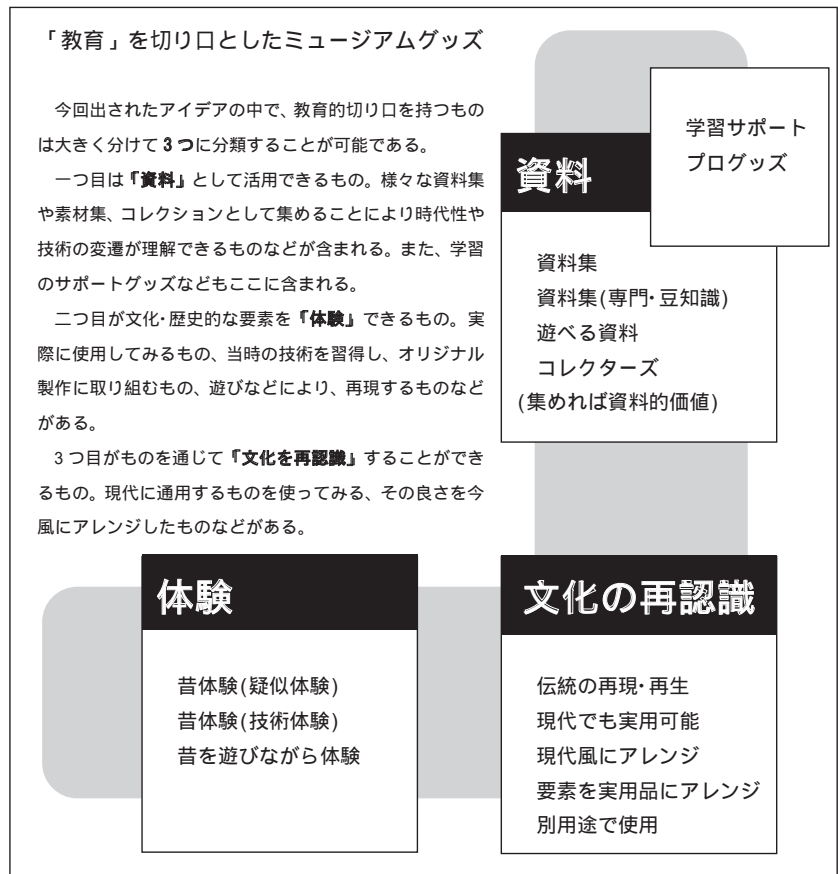
3-1 文博内の展示物からオリジナルグッズのアイデアを集める。

「アイデアMEMO」(図1)を使って、展示品

3-2 アイデア集に挙げられたアイテムの要素を完成させる。

- (a) 個々のアイデアについて、空白欄を埋める
- (b) 更なるアイデアがあれば追加する

3-3 アイデアのグループ化を行なう



3-4 アイデアの具体化

思い入れシート(図2)を作成し、製品のイメージ、想定単価、想定ユーザー層、予定販売数等を含めた具体的イメージを詰める。

(a) 自分がほしいと思うアイデアを具体的なビジュアルにする。

3-5 一次試作

思い入れシートから、試作可能なもの3点について試作を行った。

(a) 地層のメモブロック(図3)

実際の地層の写真が側面に印刷されたメモブロック。使用し、めくっていく(地層を掘り下がっていく)と遺物の写真とその解説が出てくる(発掘される)もの。様々なものが自分の足元に埋まっていることを実感すると共に、京都の歴史の厚み、積み重なった時間を体感できるグッズ。

(b) いっすんキューブ(図4)

漆の工程・技法の見本キューブ。従来の平板な見本ではわからない下地の厚みや役割、重要性や、上塗りに至るまでの、それぞれの工程で見せる漆の魅力等が具体的に目に見える形で体験でき、文字データとしてではなく、直感的にそれぞれの工程の持つ意味や、技術の重要性がわかると同時に、それ自体をただ手のひらに載せているだけでうれしくなるようなグッズである。

(c) 石器のレプリカ(図5)

石は非常に身近なマテリアルであるが、現在では、それを使った刃物に触れるという機会はほぼないといってよい。石包丁は社会科でも習う、弥生時代の代表的な石器であるが、現代人が持つ石のイメージの中には刃物という概念がないため、

その実際の用途や切れ味、材質感や大きさなど、実際には教科書の写真以上の知識はないといってよい。このようなものの忠実なレプリカをミュージアムグッズとし、実際に手に持ち、稲穂等の切断に使ってみることで、知っているつもりであった物についても新たな興味を引き出すことができる。

4 結 言

今回のミュージアムグッズのデザイン開発では、一次試作の段階までを行った。その結果、漠然とした言葉ではなく、具体的なグッズのイメージを提案し伝えることができた。ただし、これら試作品では、素材のリアリティであったり本物と同じ技法を使用するなど、通常の商品とは異なり、ごまかしの利かない要素が多く含まれるため、商品としての単価が高くなる、技術的に再現が難しい、均一の品質のものが作りにくい等の課題が残されている。しかし、それぞれのグッズが伝える要素の面白さと、それにより興味を持って文化と向き合えるという特徴については一定の評価を得ることができた。また、オリジナルグッズ以外の提案として、「文博セレクション」の項でも述べた「学芸員による解説カード」の提案に対しては、その効果と必要性について強い賛同を得ることができた。

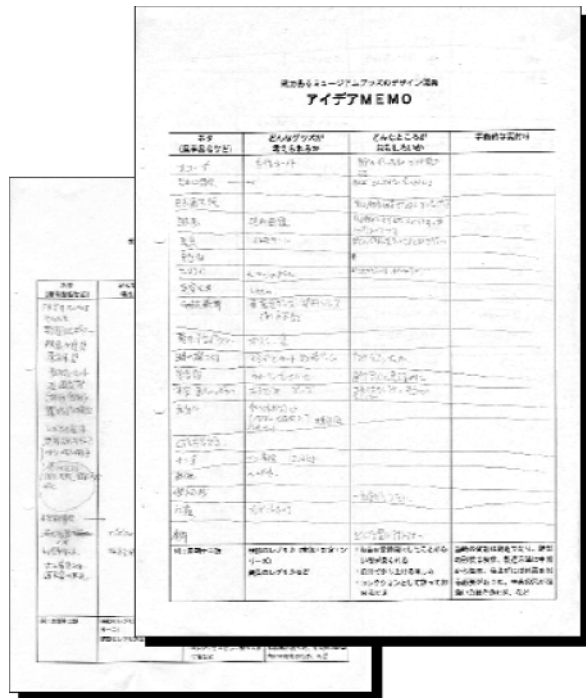


図1 アイデアMEMO

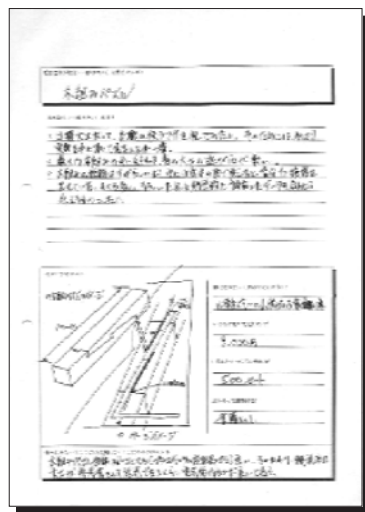


図2 思い入れシート



図3 地層のメモブロック

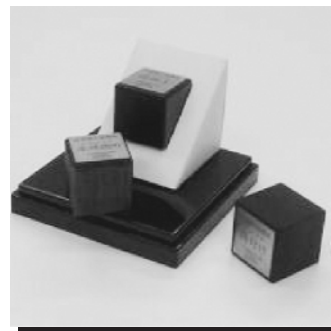


図4 いっすんキューブ



図5 石器のレプリカ