

ミュージアムショップが与える影響 ～コロナ禍で進むミュージアムショップのWeb活用～

南川 由紀江、谷 里佐 (岐阜女子大学)

1. ミュージアムショップとは

ミュージアムショップとは、博物館の理念や目的を反映したミュージアムグッズなどの商品(博物館が刊行した書籍や収蔵・展示物に関係ある品物など)を販売する売り場や売店を指す。

近年は、「ミュージアムショップの経営」をテーマとした研修会が開催される(岐阜県博物館協議会ほか「ミュージアムショップの経営」研修会 2018/2020)など、博物館経営の観点から、ショップの運営形態や方針に従い、グッズ制作、ショップ運営にあたる動きもみられる。

筆者(南川)が現地調査を行った三重県総合博物館 MieMu(三重県津市)のミュージアムショップでは、収蔵・展示物に関係するポストカードやお菓子から、地域に関するグッズまで、幅広いグッズが販売されていた。ショップの店員に聞き取り調査したところ、博物館のロゴの入った文房具やメダル、ブローチなどオリジナルグッズがよく売れるという。また、展示・収蔵品に因んだもの以外にも、博物館のフィールドワークで利用している長靴の販売もされており、長靴を購入することが目的で博物館に来館する人もいらっしゃるという。



図3 MieMu ミュージアムショップ(南川撮影)

しかし、2019年末に検出された新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の世界各地への感染拡大により、博物館も長期の休館を余儀なくされ、ミュージアムショップも通常の運営が出来ない状態となった。

こうした事態の中、博物館のミュージアムショップのいくつかは、Web活用により、新たな魅力の創出へと進み始めている。

2. コロナ禍のミュージアムショップの試み

(1) 開催中止・延期の展示グッズ販売のWebサイト開設

新型コロナウイルス感染症の影響により、博物館の企画展や特別展の開催中止・延期が相次ぐ

中、ミュージアムグッズ制作会社の East（東京都千代田区）は、2020 年 4 月、特設の Web ショップを公開し、同社がミュージアムショップを担当した、当時、複数の博物館を巡回展中であつたが中止となつた「ハマスホイとデンマーク絵画展」および「コートールド美術館展 魅惑の印象派」のミュージアムグッズを販売した。期間を限定しての販売であつたが、開始早々売り切れとなり、増産したグッズも出たという。

また、アート専門 EC サイトである「OIL by 美術手帖」は、展覧会図録・グッズ販売特設サイトとして「Exhibition Catalogue & Goods Collection」を公開した。現在、特設サイトの公開は終了しているが、引き続き、EC サイト内で、日本全国の展覧会図録・グッズのオンライン販売を展開し、展示期間中に観覧することができなかった人、遠方で来館が難しい人への販売の対応とされている。

（2）企業などとの連携によるオリジナルグッズ開発

企画展や特別展の期間中に、人気の展示関連グッズを販売する、という博物館が従来重視していたと考えられる販売方法にとらわれず、当該博物館にとって、永続的な人気を獲得できるオリジナルグッズの開発を行う博物館も出始めた。鶴岡市立加茂水族館（山形県鶴岡市）では、通信販売事業を展開する株式会社フェリシモと共同開発し、クラゲの展示で知られる同館の特長を活かしたクラゲモチーフの透明傘（「雨空を泳ぐクラゲの傘」）を制作、販売した。「雨空を泳ぐクラゲの傘」は、販売開始後、傘を購入することを目的とした来館者も増え、初回入荷分は数週間で完売したという。現在も、同館のミュージアムショップと株式会社フェリシモの通販サイトとの両方で販売展開されている。また、京都市京セラ美術館（京都府京都市）のミュージアムショップ「ART RECTANGLE KYOTO」は、株式会社ビームスをはじめ、料理家などがグッズの監修、開発に携わり注目を集めている。

3. ミュージアムショップの活性化に向けて

コロナ禍で進んだミュージアムグッズの販売サイトの公開等の Web 活用は、特設サイト等、現在は公開終了している取り組みもあるが、継続的に公開、あるいは形を変えて公開している例も多い。また、展示期間中など、その期間に限定的に販売するグッズのみでなく、長く販売できるようなオリジナルグッズの開発に力を入れる博物館も増えてきた。オリジナルグッズの購入を目的に来館が増えるケースも見られ、ミュージアムショップの成功如何が、博物館経営に与える影響も少なくないと考える。

博物館内の実店舗としてのミュージアムショップには、店舗面積が少なく、配置に問題が生じても改装は困難、といった問題も見受けられるが、Web 活用により、面積や配置に捉われない展開が可能となる。ただし、UI（ユーザーインターフェイス）、Web ユーザビリティに配慮するなど、内容の充実は一層求められるといえる。

（本稿は、南川由紀江学士論文（令和 3 年度受理）「ミュージアムショップが与える影響」から、ミュージアムショップの Web 活用に関する考察について、最新事例を加え、まとめたものである）