

# 海外科学博物館等におけるミュージアムショップ 実状調査レポート

調査期間：平成25年8月3日～6日

調査先：英国



全国科学博物館振興財団

# 1. 調査概要

## 1-1) 調査目的

海外科学博物館等の先駆的なミュージアムショップについて、管理運営及び商品開発体制の実状を調査し、その成果を国内科学博物館等におけるミュージアムショップ運営の活性化につなげることを目的とする。

## 1-2) 調査先および日程

(英国)

- ① ロンドン自然史博物館 (平成25年8月3日及び6日)
- ② ロンドン科学館 (平成25年8月4日)
- ③ ロンドン市交通博物館 (平成25年8月5日)
- ④ 大英博物館 (平成25年8月4日及び6日)

## 1-3) 調査者

アドバイザー 牧野 奈緒 (有限会社アールプラント代表)

## 1-4) 調査方法

- ・ 現地における訪問観察、写真撮影記録、及び参考商品購入 (①②③④)
- ・ ショップ責任者等から約1時間の聞き取りを実施 (①④)
- ・ その他、各館発行の年次報告書、各館及びオンラインショップのホームページを参照

## 1-5) 調査項目

- ・ 館の概要 (立地、歴史、年間入館者数など)
- ・ 館内ショップの概要 (店舗数、名称など)
- ・ 特徴 (品揃え、陳列、サービスなど)
- ・ ブランディングについて (館本体のブランディングの背景、ロゴマークや使用書体の特徴、ショップ内装や商品デザインへの反映度など)
- ・ 管理運営形態等 (運営事業者、博物館との関係、通販への取り組みなど)

## 2. 調査報告

### 2-1) ロンドン自然史博物館

Natural History Museum, Cromwell Road, London SW7 5BD

調査日 平成25年8月3日(土)及び8月6日(火)

対応者 ロンドン自然史博物館 リテール責任者 A氏  
(※8/6 11:00～、館内オフィスにてヒアリング)



1.館内マップ



2.メインショップ入口



3.メインショップ内観



4.ブックコーナーの案内デスク



5.アースショップ



6.ディノショップ



7.バタフライショップ



8.絶滅種展ショップ



9.サルガド展ショップ

### i) 館の概要

- ・ サウスケンジントンの博物館街に位置する、世界有数の自然史の総合ミュージアム。歴史的には大英博物館の自然史分館としてスタートした経緯をもち、組織として大英から完全に独立したのは20世紀後半。
- ・ 展示室はグリーン(生態系)、レッド(地学)、ブルー(恐竜、生命の多様性など)、オレンジ

ジ（ダーウィンセンター等）の4つのゾーンに分かれている。入場無料、年間来館者数494万人（2012年）※<sup>1</sup>。

## ii) 館内ショップの概要

- ・ 訪問時は、計6店が営業中。常設の3店舗（①Main Shop、②Earth Shop、③Dino Shop）と、特別展や企画展に対応する3店舗（④Butterfly Shop、⑤Extinction（特別展「絶滅種」ショップ）、⑥Sebastião Salgado（写真家「サルガド」展ショップ））。

## iii) 特徴

- ・ 展示内容に呼応して複数のショップを置いている。共通の商材も多いが、店舗ごとに品揃えの比重や陳列など「見せ方」「売り方」を変えることで、個性を演出している。
- ・ メインショップは売場全体で「ネイチャーワールド」を表現。ブックコーナーにもまとまったスペースが割かれ、書籍専任の案内デスクを置いている。
- ・ アースショップは、貴石アクセサリなど地学関係のグッズが中心。ディノショップは、人気の恐竜レプリカやぬいぐるみ。バタフライショップは蝶グッズに特化した品揃え。
- ・ いずれのショップも、コーナーごとに趣向を凝らしたカラフルなディスプレイが施され、意図をもって売場のストーリー作りがなされている。高度なスキルを持つスタッフが専属で雇用されており、営業中も各ショップを巡回してショーウィンドウや陳列棚のディスプレイを手直ししている。
- ・ 職員の説明によるとオリジナル商品は一割程度だが、どの売場にもロゴ入り商品が核となって大量陳列されているため、大半が館固有の商材であるような印象を与えている。

## iv) ブランディングについて

- ・ 2004年にブランディングの見直しが行われ、全面改訂された（hat-trick design）。
- ・ ロゴマークの特徴である角アール形状がPOP類にも共通要素として使用されている（写真右）ほか、説明書きの1つひとつにまで館固有の書体が使われるなど、ショップにおけるブランド表現のルールが徹底しており、館と一体となったブランド管理が売場の隅々にも浸透している。



## v) 管理運営形態等

- ・ 6つのショップは全て館の直接子会社「The Natural History Museum Trading Company Limited」が運営する。ロンドン市内の他の国立ミュージアムも、同様に子会社にショップ運営を委ねるが、組織としての形態には若干の違いがあるとのこと。職員の説明によると自然史博の子会社はオフィスも館内にあり、さまざまな面で「館との距離がより近い」。
- ・ 販売スタッフは通常時20人程度、夏のピークシーズンには40人超の体制で対応。企画や仕入れ業務には、マーチャンダイジングの専門家チームがあたっている。訪問時も、バックヤードのオフィスでは10人ほどのスタッフがデスクワークに従事していた。
- ・ 商品デザインは、一部、館のデザインチームによるものもあるが、ほとんどは外注。
- ・ オンラインショップにも力を入れており、海外配送にも対応している。

## 2-2) ロンドン科学館

Science Museum, Exhibition Road,  
South Kensington, London

調査日 平成25年8月4日(日)



1.フロアマップ (メインフロア)

2.ブックコーナー

3.レジ



4.デモンストレーション

5.幼児向けグッズの棚

6.学童向けワンコイン商品



7.ロゴ入り商品の面出し陳列

8.特徴的なフォントのグッズ展開

9.チャリティの精神をアピール

### i) 館の概要

- ・ 自然史博物館に隣接する、産業革命など科学技術と社会の関わりを展示する国立博物館。展示空間は地上6階地下1階の7層構造で、向かいに建つV&Aの一部として19世紀半ばにスタートしたという起源をもつ。入場無料、年間来館者数299万人(2012年)<sup>※1</sup>。

### ii) 館内ショップの概要

- ・ ショップはメインエントランスをに入って右手、中央の吹き抜けに面した、グランドフロアの広い空間に集約されている。
- ・ 目視では奥の方約4分の1が書籍を中心とするブックコーナー、約4分の1が光学機器な

ど中～高価格帯の商品、残り半分が科学玩具や来館記念グッズといった比較的low価格帯の雑貨の売場に充てられている。白色系の照明で、明るく広々とした内装。

### iii) 特徴

- ・ 夏休みの店内は、幼児を連れた家族や学童のグループで大混雑。小さな子供の姿も多いが、ディスプレイは整然と保たれ、陳列技術のレベルは高い。
- ・ 商品は、理工系の学びにつながる教育系のキット、実験・観察道具、ガジェット、おもちゃ、生活雑貨などが、幅広く取り揃えられている。書籍コーナーも充実。
- ・ 美術館や歴史系博物館に比べると、館固有ではない商材の割合が多いが、各所に館ロゴの入った商品を面出しボリューム陳列することでオリジナル感を出している。
- ・ オリジナル商品は、スクールキッズ向けのワンコインで買える来館記念グッズから、「ニュートonz・クレイドル」に代表される「数十ポンド（数千円）」を超える科学オブジェのシリーズまで、価格帯も幅広い。
- ・ レジ方式は、いわゆる「フォーク並び」。今回訪問したミュージアムのなかで、フォーク並びを採用していたのは、この科学館のみであったが、他館ショップに比べてレジの動作が機敏で、対応も比較的フレンドリーな印象。店内には商品のデモンストレーションをするスタッフもおり、接客サービスへの努力もうかがえる。
- ・ ショップの壁面には「Every Purchase Supports the Museum（一人ひとりのお買い上げが博物館の活動を支えます）」という文言が掲げられ、「チャリティ」の精神を積極的にアピールしている。

### iv) ブランディングについて

- ・ 現行のブランディングは、2010年に全面的に改訂されたもの（Johnson Banks）。
- ・ 内装、サイン、パッケージや商品そのものにいたるまで、展示空間と同様に「SM GRID」と名付けられた個性的なミュージアムフォントが多用され、計算された色彩計画とあわせてひと目で同館とわかる特徴となっている。

### v) 管理運営形態等

- ・ 館の直接子会社「SCMG Enterprises Ltd」が運営する。
- ・ オンラインショップも充実している。海外配送はEU圏内のみの対応。

### ③ ロンドン市交通博物館

London Transport Museum,  
Covent Garden Piazza, London WC2E 7BB

調査日 平成25年8月5日(月)



1.フロアマップ(メインフロア)



2.上下2フロアの店内



3.地下鉄マークや路線図を商品化



4.モケット素材のインテリア用品



5.路線カラーのトラベルグッズ



6.歴代地下鉄ポスターの復刻版



7.ポスター収納も路線色で色分け



8.什器にも遊び心がいっぱい



9.店内にも「頭上注意」の標識

#### i) 館の概要

- ・ 地下鉄コヴェントガーデン駅前にある、ロンドンの公共交通の歴史を展示するミュージアム。入場大人 15 ポンド (=約 2300 円、1 年間有効、16 歳以下無料)。ショップはエントランス改札外にあるため、ショップに立ち寄るだけなら入場料は不要。
- ・ スタンプラリーや木製おもちゃ、持参のお弁当をひろげるスペースなど、子連れへの配慮が展示室のあちこちにあり、夏休みの館内にはベビーカーをひいた親子の姿も多くみられた。乳幼児から大人まで幅広い層に人気の、個性的なミュージアム。

## ii) 館内ショップの概要

- ・ ショップは2フロアに分かれ、1階がグッズ、階段を上った2階部分が書籍と模型とポスターという構成。子供向けの商品も置かれているが、どちらかという子連れはあまりショップには立ち寄らず、売場で品定めに夢中になっているのは大人やマニアが中心。

## iii) 特徴

- ・ 数々のアイコン的な無形資産を有するロンドン交通博物館ならではの、他では真似できない商品開発が魅力となっている。ロンドンの象徴である地下鉄 Tube や真っ赤な二階建てバスにインスパイアされたユニークなオリジナルグッズの数々は、ロンドン土産としても人気が高く、ショップでの買い物を目的に来館する人もいる。
- ・ たとえば地下鉄各路線のモケット（座席シート用のファブリック）で作られたインテリア用品、路線図カラーで染められたトラベルグッズ、世界中の公共デザインの原型ともいべきロンドン地下鉄のマークや路線図をあしらったステイショナリーなど。
- ・ 名作揃いで知られるロンドン地下鉄の歴代ポスターの複製も売られており、人気商品の1つとなっている。訪問の2週間ほど前に生まれたばかりのジョージ王子の誕生を祝う地下鉄ポスターも、さっそく商品化され販売されていた。
- ・ 2013年はロンドン地下鉄 150周年とあって、周年記念グッズも充実。

## iv) ブランディングについて

- ・ CIの長い歴史を持つロンドン地下鉄（>現、ロンドン交通局傘下）を母体とするミュージアムだけあって、展示空間はもちろん、付帯施設であるショップ空間やその商品もしっかりとしたブランド表現規程にのっとって開発されている。
- ・ 今日、ロンドンの地下鉄やバスなどの駅名表示や構内サインにはすべて、1916年ロンドン地下鉄のためにデザインされた「ジョンストン」という書体が使われている（1979年、日本人のタイポグラファー河野英一氏によって、New Johnston という各種ウェイトの揃ったタイプフェイスにリファインされている）。地下鉄構内と同様に交通博物館の館内でも、フライヤーやショップのPOPにいたるまで、使用書体はこの New Johnston で統一され、一貫したイメージを与えている。
- ・ ショップのインテリアもまた、地下鉄構内を模していて、遊び心のある楽しいものとなっている。

## v) 管理運営形態等

- ・ 館の直接子会社「London Transport Museum (Trading) Limited」が運営する。
- ・ オンラインショップは、海外配送にも対応している。

#### ④大英博物館

The British Museum, Great Russell Street,  
London WC1B 3DG

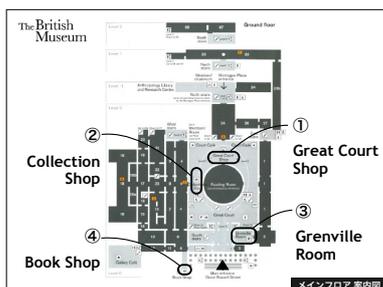


調査日 平成25年8月4日(日)及び8月6日(火)

対応者 ブリティッシュミュージアムカンパニー

仕入部門責任者 B氏

※ 8/6 16:00～、ラッセルスクエアの同社オフィスにてヒアリング



1.フロアマップ (メインフロア)



2.ショップが集まるグレートコート



3.グレートコートショップ (①)



4.グレートコートショップ (①)



5.コレクションショップ (②)



6.グレンヴィルルーム (③)



7.グレンヴィルルーム (③)



8.グレンヴィルルーム (③)



9.ブックショップ (④)

#### i) 館の概要

- ・ 1753年の設立から250年以上の歴史を持つ、英国最古の博物館。ノーマン・フォスター設計の2000年の改築によって、主なショップや飲食施設はグレートコートと呼ばれるガラス屋根で覆われた中庭周辺に集約された。入場無料、年間来館者数558万人(2012年)<sup>※1</sup>。

## ii) 館内ショップの概要

- ・ 館内の店舗はブックショップを含めて4店（訪問時）。担当者へのヒアリングおよび観察による、各店舗のターゲット、特徴は以下のとおり。

①**Great Court Shop**：ロープライス、大量生産の商材を扱う。現在開催中のポンペイ展への出入口にも近いことから、特別展ショップも兼ねている。観光客が多く訪れるため、展示と関係ない観光ガイドブックなども置いている。

②**Collection Shop**：ミドルプライス、館の所蔵コレクションをモチーフとした商材を中心に扱う。一番人気のロゼッタストーンの展示場所に近いことから、ロゼッタストーン関連グッズを多く置いている。エジプトミイラ、北斎版画をあしらったグッズなども売れ筋。アイテムとしては箸や傘などが、近年増えている中国からの団体客に人気。

③**Grenville Room**：ハイエンドショップ。数百ポンド（数十万円～）を超える高額レプリカ、1点もののジュエリー、ハンドメイドの工芸品など、高級品を扱う。「欲しいと思ったものがあれば買う」「値札なんて見ずに買う」富裕層がターゲット。

④**Book Shop**：研究者や学習目的で来館する「アカデミックな興味を持つ人」がターゲット。ショップが集まるグレートコート周辺ではなく、展示動線からもはずれた場所に設置され、「ツーリストに邪魔されず、静かにゆっくり本を探すことができるように」している。

## iii) 特徴

- ・ ターゲットセグメンテーションを行い、意図的にそれぞれの店舗の客層を絞り込み、棲み分けている。とくに高額品を揃えたショップの存在は、世界中から訪れる膨大な数の団体ツアー観光客の一方で、一定の富裕層の来館も見込めるといふ、同館独特の客層の特性・ニーズを反映している。
- ・ 商材は、多売する大量生産品と、一点もののレプリカや工芸品とに二極化している。商品開発や販売方法に特に際立った個性はないが、同館の比類なきコレクションが、他館には真似のできない強みとなっている。

## iv) ブランディングについて

- ・ ロゴタイプやフォントの使用規程等、館のブランディングマニュアルはあるが、ショップの内装や商品にまでは運用が徹底していない。

## v) 管理運営形態等

- ・ 館の直接子会社「The British Museum Company」が運営する。館裏手のラッセルスクエアにある建物一棟をオフィスとし、リテールのほか出版部門を擁する。他館のリテール子会社同様、100%館のサポートのために存在するチャリティーカンパニー。
- ・ B氏率いる仕入部門には8人が所属し、特別展ショップのグッズも含めて、全ての商品の企画と買い付けを行っている。販売は別部門が担当。
- ・ 社内にはインハウスのデザイナーが2名いるが、出版関連の業務が主であり、グッズのデザインに関しては外部のデザイナーに依頼している。
- ・ 新商品開発の際は「決定したら担当研究者に見せ、学術的なチェックは受ける」が、館側

から企画アイデアや開発の指示が出ることはないとのこと。「彼らは学術研究の専門家ではあるが商品企画やマーケティングの専門家ではない。それは私たちの仕事」と、プロフェッショナルとしての誇りのある回答であった。

- ・ 館内の4店舗に次ぐ5番目のチャンネルとして「オンラインショップ」を重視している。海外配送にも対応しており、ターゲットはインターナショナル。売上に占める割合は現在、全体の5%位。増加傾向にあり、より一層の充実に力を入れている。
- ・ 館外のサテライトショップに関しては、かつてヒースロー空港等に店を出していたこともあったが、賃料が高く割に合わないため、現在ではすべて撤退している。
- ・ 英国内のミュージアムショップの「横のつながり」としては、「ACE (Association for Cultural Enterprises)」という組織が存在する。ただし、比較的規模が小さく、リソースも人材も少ない館のショップのための組織であり、大英博のような大規模館は「一応加盟はしているが特に活動には参加していない」とのこと。(自然史博のリテール担当者からも、同様の回答を得た)。力のある大規模館は、リテールに関してもそれぞれが独自に、自主性の高い活動を行っていることがうかがえる。

## 謝辞

訪英にあたり、国立科学博物館地学研究部生命進化史研究グループ研究主幹の真鍋真氏、同学習企画・調整課支援研究員の松尾美佳氏に訪問先博物館の関係者をご紹介いただき、先方のショップ担当者と貴重な交流の機会を持つことができました。心よりお礼申し上げます。

## 注：

※1) Top 20 Museums in Europe. *The Global Attractions Attendance Report*, 2013, TEA/AECOM, pp64-65

以上.