

## 要 旨

1990年代前後、ミュージアムショップは「もう一つの展示室」と呼ばれてきた。近年、ミュージアムにおけるグッズの販売スペースが増加し、取扱う商品も多様化している。このような状況の中、博物館学界でもミュージアムショップやオリジナルグッズの重要性が論じられるようになった。一方、これまで行われたグッズ実態に関する調査では、いくつか顕著な課題が浮かび上がっている。例えば、オリジナルグッズの種類が少ないことや、販売されているグッズと展示活動・教育プログラムとの関連の希薄さが挙げられる。

筆者は、博物館の教育普及や文化発信、アイデンティティの構築を考える際、ミュージアムのコンセプトやテーマに相応しいグッズを販売すること、または多様なオリジナルグッズを開発することが重要であると考えている。しかし、筆者が訪れた多くの博物館では、先行研究で指摘された通り、ミュージアムショップにオリジナルグッズが少なく、無関係な商品も販売されていたことだった。そのため、オリジナルグッズの重要性や少ない原因、そして地方分権による博物館の運営主体の違いがショップに与えた影響といった課題を明らかにすることが必要である。

そのため、本研究では、アンケート調査とヒアリング調査を通じて、地方自治法が改正された背景下で、公立博物館において運営者が直営するミュージアムショップの現状を示し、オリジナルグッズの意義を再検討することを目的とした。同時に、直営であることがミュージアムショップ・グッズに与える影響を調査し、オリジナルグッズの多寡に関する要因を明らかにした。

序章では、研究背景、先行研究、研究目的と意義、用語の定義及び研究手法と対象について述べた。

第1章では、公立博物館における運営者が直営するミュージアムショップ（90館）の現状を調査した。調査の結果、公立博物館において運営主体が直営するショップでは、オリジナルグッズが少ない一方で、商品のライナップは博物館の展示内容やテーマとの関連性が低くないという実態が確認された。

第2章では、ヒアリング調査を実施する経緯と抽出した対象施設から得られた情報を説明し・整理した。

第3章では、公立美術館、公立自然史系・理工系博物館についての先行研究から得た情報を元に、今回調査した2つの歴史博物館のショップと比較した。主に市が直営するショップと指定管理館の直営ショップに焦点を当てて、それぞれの直営主体がミュージアムショップの運営やオリジナルグッズの開発に与えた影響について考察した。

第4章では、第3章の影響を分析した上で、オリジナルグッズの多寡に関わる要因を考察した。その結果、オリジナルグッズの多寡は、博物館の運営主体の違い、館内スタッフのモチベーション、そして地域との連携意識と密接に関連していることが明らかになった。

第5章では、既存のミュージアムグッズ、オリジナルグッズに関する定義を振り返りつつ、オリジナルグッズの新たな役割について論じた。その上で、第3章、4章の内容を基に、今後のオリジナルグッズの開発の方向性を提案した。

終章では、本研究全体のまとめを行い、本研究で至らなかった点を今後の課題として提示した。