

## 企業博物館における利用促進活動と利用者意識

飯村 美晴

博物館法において、企業博物館という言葉は存在していない。先行研究では筆者によって個別の定義、名称が使用されており統一されておらず、その内容も企業博物館の経営分析や事業内容の分類・検討が主で利用者との関係に目を向けたものは十分に検討されていないという現状がある。そこで本研究の目的は、企業博物館の運営目的に注目し、現在の企業博物館の運営体系と企業博物館の利用者の意識を明らかにすることによって利用者の視点から企業博物館の活動の提案の一助となることを目的とする。

本研究では先行研究を参考に、企業博物館を「企業が自社の企業理念を利用者に理解してもらうため、また自社事業について広く認知してもらうために設立した博物館。自社の理念や事業にまつわる、資料の保存や展示を行う施設。」と定義した上で研究を進める。

研究方法は、郵送調査と訪問調査を行う。郵送調査では企業史料協議会、産業文化コンソーシアムの参加館と参加企業を参考に、本研究の企業博物館の定義と照らし合わせて選定した 64 館を調査対象とした。訪問調査では許可を頂いた印刷博物館と東武博物館の 2 館に赴いて利用者へのアンケートを行った。

アンケート調査の結果として、企業博物館が想定する利用者層は一般利用者、設立企業の取引先、社員、製品利用者・愛好者、次いでその他という順で多いことなどが明らかとなった。また、自館の運営目的の達成度を測る指標として自館で行うアンケートのほかに講演依頼などの外部からの評価を一つの指針としていることが分かった。

訪問調査では、それぞれの運営目的を利用者がどの程度理解しているかに重点を置いて調査を行った。結果としてすべてが理解できたとする人は多くはいなかった。1つ以上運営目的が理解できたとする根拠で最も多く挙げられた項目は展示であった。このことから、企業博物館における展示活動は運営目的を利用者に伝えるために有効な活動であるといえる。

今回は企業博物館内でのみ調査を行ったため館内で行っている活動から企業博物館の運営目的を問う形となったが館外での活動も含めた調査ではより詳細な結果が得られるのではないかと期待をしている。

(指導教員 白井哲哉)