



Title	企業博物館とは何か : 企業博物館に見られる多機能性の検証から [論文内容及び審査の要旨]
Author(s)	古田, ゆかり
Citation	北海道大学. 博士(文学) 甲第14567号
Issue Date	2021-03-25
Doc URL	<a href="http://hdl.handle.net/2115/81430">http://hdl.handle.net/2115/81430</a>
Rights(URL)	<a href="https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/">https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/</a>
Type	theses (doctoral - abstract and summary of review)
Additional Information	There are other files related to this item in HUSCAP. Check the above URL.
File Information	Yukari_Furuta_abstract.pdf (論文内容の要旨)



[Instructions for use](#)

# 学位論文内容の要旨

博士の専攻分野の名称：博士（文学）

氏名： 古田 ゆかり

## 学位論文題名

企業博物館とは何か - 企業博物館に見られる多機能性の検証から

### ・本論文の観点と方法

本研究は、企業博物館が存在する理由やその目的を、企業が自社の企業博物館に期待する機能から明らかにするものである。

現在、さまざまな企業が博物館施設を設置・運営している。歴史ある企業が創業当時の製品や開発ストーリーなどを企業博物館で展示すれば、技術史、産業史、生活史を学ぶことができるなど、企業博物館は社会教育施設として認知されることが少なくない。

一般に、博物館は「収集・保存、調査・研究、展示、教育・普及」を行う機関であるとされる。一方、企業は、営利を目的としてものやサービスを社会に提供し利益を得るとともに、人々に労働の機会を提供し持続的に活動する組織であり、目的の達成のためには効率的な経営を行うことが求められる。継続的な社会教育機関であることと、営利企業の一部門という側面が、活動としても呼称としても共存しているのが企業博物館である。近年、企業には、社会的責任（CSR）や社会貢献に関わる活動も求められており、企業博物館はそのような社会サービスの一部として認識されることもある。本研究は、「企業は企業博物館にどのような機能を期待しているのか」という問いから、企業博物館の機能を調査・分析し、企業博物館の本質を実証的に明らかにすることを目的とした。

研究の方法は以下の通りである。先行研究を吟味した結果、企業博物館が企業活動に関わる多様な機能を有していることが報告されており、これらの機能を抽出し、企業博物館を有する企業 15 社に、運営の目的、施設に関する意思決定部署、運営体制、展示・活動内容、対象者などについてヒアリングを行った。

ヒアリングの結果を踏まえて、アンケート調査を実施した。調査対象は、博物館施設の有無に関わらず東証一部上場企業のすべて（2126 社）と、企業博物館を設置していることが分かっている非上場企業（175 社）とした。設問項目は、展示の内容、設置の理由、施設を管理する部署、対象者、企業が期待する企業博物館の機能、非公開施設の有無などである。

### ・本論文の内容

第 1 章では、本研究の背景、目的などを記した。社会教育施設としての博物館と営利を目的とする企業の双方の概念を含む企業博物館の背景を示し、「企業は企業博物館にどのような機能を期待しているのか」を明らかにすることを目的とした。

第 2 章では、企業博物館について論じた先行研究について吟味した。初期の先行研究では、企業博物館は一般の公立博物館に倣い、地域社会の文化を豊かにすることに役立つべきであり、自社のアピールのような発想のものを企業博物館とは呼べない、という主張があった。しかし、企業博物館に関する論考が徐々に増えるにつれ、文化への貢献に関する検討だけではなく、設置主体が民間企業であることの特性に言及する論考が現れる。自社事業を中心的に扱った施設や企業イメージの形成に貢献するといった論考や、自社アーカイブズ、社員やステークホルダーとのコミュニケーションツールとしての役割などに言及する論考が見られた。

これらの先行研究から、企業博物館には、「文化施設」「CSR」「社員教育など社内に視点をお

いた「インターナル・コミュニケーション」「アーカイブズ」「アイデアの創出や技術開発のシーズ」「PRや企業イメージ向上など営業活動に関わる活動」の6つの機能があると整理した。「文化施設」「CSR」など、営利活動とは直接関わらないと思われる機能がありつつも、「社員教育」「企業史料の保存」「PR」にも活用しているという、生業に関わる活動が存在することが認められた。

第3章では、先行研究で得られた6つの機能をもとに、ヒアリングを行った結果を記した。企業博物館担当者ではなく、企業博物館を管理する部署を対象とし、企業における経営の視点からの企業博物館の位置づけ、役割などについて調査した。その結果、先行研究で得られた6つの機能がさらに細かく分化され、「社会教育・公共的役割」「博物館」「CSR」「社員教育」「社員や会社のアイデンティティの形成」「技術者教育」「社員交流の場」「企業史料の保存」「技術資料や製品の保存」「イノベーション・アイデア創発」「PR」「自社ブランド向上」「業界認知度向上」「新たなブランディング」の14の機能があることがわかった。またヒアリングでは、企業博物館が伝統的な博物館と同等の活動を行うことを目指していないとする考えや、一般に公開することを前提としない非公開施設が存在すること、公立博物館ではみられない、未来について扱う施設があることなどが明らかになった。

非公開施設は、これまでの企業博物館研究や博物館という概念の枠の中ではイメージしづらいものであるが、企業博物館の機能と非公開施設の機能には類似点が認められ、非公開施設と公開施設の共通性、連続性が認められたことから研究の対象とした。

第4章では、ヒアリングから得られた企業博物館の機能や非公開施設の現状などを踏まえて行ったアンケート調査の結果を記した。アンケート調査からは、企業博物館の機能としてインターナル・コミュニケーション、営業活動、顧客への対応、CSR、企業史料の保存などの回答が得られたが、社員や顧客に向けた機能により大きな期待が認められ、伝統的な博物館であることを強く求めている傾向がみられた。

企業が企業博物館にどのような機能を期待しているのかをさらに明確にするために、展示の内容と機能の関連についてカイ2乗検定を行い、企業博物館の展示がどのような機能と有意な関係にあるのか分析を行った。その結果、社員教育、企業史料の保存、自社ブランド向上などの機能に有意な関係となる展示内容が多いことがわかった。

非公開施設については、回答した企業のうちそれを有する企業が27.7%という結果となり、非公開の展示施設の存在が例外的なものではないことが判明した。非公開施設は、博物館施設のイメージを前提とした企業博物館研究においては研究対象とはなっていないが、公開施設におけるインターナル・コミュニケーションや企業史料の保存の機能と非公開施設の機能には連続性が認められた。

企業博物館が、伝統的な博物館の形態のみを志向する存在ではないことがわかった。併せて、企業博物館の多義性が明らかになり、多くの機能が伝統的な博物館機能に付随的に期待されているのではなく、企業の意図や目的などによってフレキシブルに機能が選択されることがわかった。

第5章では、企業博物館はさまざまなステークホルダーを対象とし、複数の機能が重層的に共存するコミュニケーション装置であると結論した。そして、企業博物館を従来のように伝統的な博物館の一部としてとらえることや「企業博物館」という呼称は実態を適切に反映していないとした上で、新たな概念形成や呼称、研究の枠組みが必要であることを述べた。併せて、伝統的な博物館が今日において基本的機能だけでなく、社会からより広い機能も求められていることから、企業博物館の概念が逆に伝統的な博物館を含み、博物館について改めて考えるモデルとなる可能性があるとした。

第6章の今後の課題では、実態に則した呼称の開発とともに、企業が有する産業機械等の保存や活用とその道筋への検討を挙げた。