



日本連合警備株式会社 × パラボラ舎

大分県立美術館ミュージアムショップ PortoPorta(ポルトポルタ)

地域の「文化の窓口」をまもる。

アートと生活者、大分と全国そして世界まで、
様々なヒト・モノ・コトを繋げる港(Porto)の扉(Porta)をひらく

背景と課題

- 2023年4月よりショップ運営会社に変更。現在は警備業を主とする「日本連合警備株式会社」
- 小売業へ初参入のため、ショップ運営のノウハウや、トーン&マナーの社内での共有が必要

▲ 月ごとの購入者数の変動が大きい

- 繁忙期と大型展のない閑散期の購入者数の変動が大きい
- 閑散期に「ショップ・美術館に来てもらう仕組み」が必要
- 来館者数と、購入金額は増加の相関関係がある

ショップ購入者数	[3年平均] 約1700人/月	
購入者数	繁忙期	閑散期
	約2000人/月	約600人/月

▲ 「この場所ならではの」商品・体験不足

- 「OPAMにきたからこそ買いたい」と思ってもらえる商品や体験が不足していると感じている
- 店舗リニューアルの4月、5月から企画展のない秋にかけて来館者・購入者数の「購入率」が下降気味

オリジナルアイテム数	3種7点	
[前任の委託会社からの引き継ぎ商品を除く]		
購入率 (来館者÷購入者数)	2023年 春	2023年 秋
	約13-14%	約7-8%

▲ 収益性の高い商品の仕入れ・開発

- 大型企画展は掛け率が高く、薄利多売になる
- 企画展は会場出口にショップを設けることが多く、通常ショップ商品が売れにくくなる

収益率	[ショップ仕入れ]	[企画展の商品]
	約30-40%	約10-25%
	仕入れ・商品開発	+人件費等支出


施策の方向性 「通いたくなる」地域文化のポータルサイトへ

- イベント開催や体験型プログラムで美術館利用者以外の顧客を増やす
美術館閑散期のイベント開催で、収益の安定化と新規顧客を取り込む
- 公共施設として「地域産品・作家のステージ」の役割
夜間まで閉館していることを周知し、近隣ホテルにも夜の買い物、地域産品が買えるスポットとしてPR
- 企画展に頼らない商品仕入れ・開発で「収益率向上」へ
展覧会主導ではなく、地域の生産者・クリエイターと協働した製品ラインナップを増やす

具体的な施策案


STEP1 タッチポイントの整理

1. 売り場のツールの整理整頓



販促ツールの整理
パラバラになってしまった、店内POPやショップカードなどのツールのフォントを統一しテンプレートをパワーポイントで作成&内製化
紙、デザイン、フォントの統一など

2. ECサイト、SNSの掲載素材の質をたかめる



店舗内での写真撮影講座の実施
・商品写真のスマホで撮影方法や、SNS投稿写真のポイントをプロカメラマンからレクチャー(9月実施)
・中身が見えにくい商品は中身や使い方のイメージ写真
・外観で見える商品:作り手紹介など
パッケージで不足する情報を追加する。

- Point!**
- 商品そのものではなく、背景を語るPOPづくり&内製化
 - 「商品の内容が伝わる見せ方」をスタッフ間で共有し、ECサイトやSNSで使用可能な素材を揃える

STEP2 オリジナルアイテム・プログラムの作成

「大分県立美術館」とひと目でわかるお土産づくり

1. 既存商品の「リ・パッケージ」とリニューアル



既存商品のティーバッグ(大分県産有機紅茶、緑茶)をアソートできるパッケージの作成で複数買って寄集めのアプをはかる

2. OPAM収蔵作品を生かしたグッズ開発・体験プログラム

① 所蔵品の中からプリント可能な作品を選んでミュージアムショップでグッズ印刷可能な「カスタマイズプリント」の検討

② 工芸品などこれまで使用例の少ない「写真表現の幅がある作品」を用いたアイテムの検討

(例) 立野祥全画/猫矢



1枚から印刷OK!
コレクション見て見かけた「他のお気に入りの作品」もプリント可能!

- Point!**
- 地域の農業・商業者とのオリジナル商品開発で「地域と買い手をつなぐ」場所に
 - また完成したアイテムだけでなく、体験型の商品購入で「美術館の思い出を残す」ショップの役目も

STEP3 滞留できる場づくりと「窓口」づくり

本にまつわる「OPAM BOOK MARKET」など外部と連携したポップアップイベントの開催


「ここで出会う」体験の強化

ストック商品である「展覧会図録」に光を当てて

大分県内外の作家の発表の舞台に

1. 書籍関連グッズ・古書マーケットの定期開催

- 本にまつわるポップアップストアの開催
- 古書は大分市の独立系書店「カモシカ書店」に委託
- 書籍にまつわるアイテムを仕入れショップで販売




カモシカ書店

※カモシカ書店:本・書に出会う「体験」可能な大分市の独立系書店。


2. 過去の展覧会図録を振り返る「レビュー展」

美術館を作り、まもり続ける学習員、作品をつくる美術家や商店主、クリエイターなど各分野の方に記録に残る展覧会のレビューを依頼し、図録を展示。



3. 作家・メーカーのポップアップイベント開催

企画展が開催されない閑散期に、県内外を問わずポップアップストアを開催し、展覧会の入場し左右されない顧客づくりをおこそう。



- Point!**
- 展覧会後に寄るだけではなく「ミュージアムショップが目的地」になることをめざす
 - 県内外の事業者と連携し「未知に出会う」場所に、協業先には新たな顧客に出会う場所にする