

福岡市博物館 デザインポリシー

Fukuoka City Museum Design Policy



福岡市博物館
Fukuoka City Museum

1. はじめに ----- 02

デザインポリシー策定のねらい

2. 福岡市博物館について ----- 03

留意すべき事柄

これまでのコミュニケーションツール

ビジュアルアイデンティティのあゆみ

- (1) 基本のビジュアルアイデンティティ制定の過程
- (2) シンボルマークとロゴタイプ制定時のデザインコンセプト
- (3) シンボルマークとロゴタイプの展開

理念の共有を示すデザイン

日々の「らしさ」やふさわしい空気感の醸成

3. 実現されるべき事柄 ----- 11

私たちが目指すところ

- (1) 施設の利用
- (2) 展示・展覧会
- (3) 広報・情報媒体の運用
- (4) 観光・MICE 推進

4. デザインポリシー ----- 13

私たちが大切にすべきこと

1.はじめに

デザインポリシー策定のねらい

ここに福岡市博物館デザインポリシーを定めます。このポリシーは、福岡市博物館が、広く情報を発信する際、また、市民や利用者の方々とのコミュニケーションにおいて大切にすべきことを記したものです。

このポリシーは、これを福岡市博物館の運営や事業に携わる人々がもれなくふまえることで、平成2（1990）年10月の博物館開館時に定義された福岡市博物館の基本性格、すなわち、

- 1.先人の残した文化遺産を保存、継承し、東アジアにおける福岡の歴史と民俗を学ぶ博物館
- 2.文化遺産を通して市民とのコミュニケーションをすすめ、新しい市民文化を育む博物館
- 3.調査研究機能と共に高度の情報サービス機能をもち、市民の生涯学習の場としての博物館

に対する社会・市民の理解、信頼や期待が高まり、博物館がより良く機能することをねらいとしています。また、このポリシーは、福岡市博物館が令和3（2021）年度から取り組んできた博物館リニューアル推進事業（※1）を通して実現すべき事柄として定めた

目標1 交流と多様性が創る都市の過去 — 現在 — 未来にむかうストーリーを発信する

目標2 すべての人の学び・楽しみを支え、人々の関わり合いを豊かにする

目標3 資産・資源をより有効に活用し、博物館とエリアの魅力を高める

の達成水準をより高めることをねらいとしています。



▲平成2年の博物館施設と周辺

（※1） <https://www.city.fukuoka.lg.jp/keizai/museum-kanri/shisei/fukuoka-city-museum-renewal.html>

2. 福岡市博物館について

留意すべき事柄

福岡市博物館において広く情報発信を行う際、また、市民や利用者の方々とのコミュニケーションをとる際、施設や事業について留意すべき事柄は以下のとおりです。

- 博物館は、展覧会の観覧、講演会・講座の聴講や催事への参加、学校の遠足や修学旅行や校外学習、旅行中の立ち寄り、飲食や物販等のサービス享受、博物館資料や図書資料の閲覧等、多様な目的をもった多様な利用者が行き交う場所であること
- 博物館は、運営者だけでなく、施設の許可利用者を含む多様な主体が、同時多発的に事業を展開する場であること
- 博物館は、多くの利用者にとって、機能の配置、動線や施設の中で展開している事業やその実施場所について、他の施設からの類推や予想がしづらい施設であること
- 博物館資料や地域の文化財、展示中の文化遺産の保全のために、例えば施設内での飲食や傘の建物への持ち込みに制約をつける等、一般的な公共施設、集客施設に比べて利用者に協力を求める事項が多いこと
- 博物館は、さまざまな事業を通じて地域の歴史や文化に関する情報を集積しており、社会に対して、施設への来館や展示の観覧以外の手段を通してそれらにアクセスし活用できる機会を提供しなければならないこと

なお、令和5年9月に策定した「福岡市博物館リニューアル基本計画」に、施設の概要や事業の現状や課題についての記載があります。



▲平成28年1月、館蔵の刀 名物「庄切長谷部」(国宝)の公開初日のようす

これまでのコミュニケーションツール

福岡市博物館は、これまで、以下のような情報媒体やコミュニケーションツールを活用してきました。

大分類	中分類	小分類	詳細
公衆送信	Webサイト ソーシャルネットワーキングサービス ブログ 常設展示 音声ガイド 収蔵品データベース		
掲示、設置	施設外	看板・標識類	
		街頭ビジョン	等
		ポスター	等
	施設内	看板・標識類	
		ポスター	
	展示室内	解説グラフィック	等
頒布	無償で配布	案内印刷物	「福岡市博物館 施設のごあんない」（在庫切れ） 「福岡市博物館 常設展示のごあんない」 「福岡市博物館 年間スケジュール」
		解説印刷物	企画展の解説リーフレット
		広報印刷物	「福岡市博物館だより Facata」 「市史だより」
	有償で販売	図録等	「常設展示 公式ガイドブック」 「黒田家の甲冑と刀剣」 「黒田家文書」 等
		書籍	「新修 福岡市史」
		グッズ	金印レプリカ 等
	用品	封筒類	
		紙袋、包装材	
		観覧券	
	その他の刊行物	「福岡市博物館 収蔵品目録」 「福岡市博物館 研究紀要」 「福岡市博物館 年報」	等

これらの媒体やツールは、以下のような役割を果たしています。

- 博物館の存在と基本的な機能の周知
- 博物館の基本的な利用条件（開館時間・休館日・観覧料）や来館のための交通手段の周知
- 施設にある機能やその配置の明示
- 施設利用時の注意事項の明示
- 博物館で実施される展示・展覧会や催事等の周知
- 展示の趣旨や展示物についての解説
- 福岡の歴史や民俗、文化財についての案内や解説
- 博物館資料に関するデータの公開
- 博物館の収集、展示、調査研究等の事業成果や活動記録の公開

ビジュアルアイデンティティのあゆみ

福岡市博物館は、平成2年の博物館開館直後にロゴを制定しています。開館時に用意された館の案内印刷物や図録、封筒や紙袋などに用いられていましたが、定着せず、博物館の運営に携わる者が共有するビジュアルアイデンティティが事実上ないという状態が長くつづきました。

現行のビジュアルアイデンティティは、平成25年の常設展示室のリニューアルオープンを契機に制定しました。

(1) 基本のビジュアルアイデンティティ制定の過程

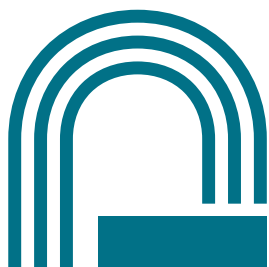
平成25年7月、ビジュアルアイデンティティの制定やリニューアルオープン時の広報戦略等を行う「福岡市博物館ブランディング事業」を委託する事業者を選定しました（公募型提案競技による）。事業者公募に関する資料では、ブランディング事業の意義を、「福岡市博物館の新しい『顔づくり』」とし、事業者には「福岡市博物館の『らしさ』と一緒に構築するパートナー」としての役割を求めました。同年10月にシンボルマークとロゴタイプを発表し、ビジュアルアイデンティティシステム等も制定しました。

ロゴタイプ、シンボルマークの制定にあたっては、その後の確実な定着を図るため、インナーブランディングとして、博物館職員、博物館の運営に携わる委託事業者のスタッフ、レストランやミュージアムショップのスタッフに、「博物館のイメージやイメージカラー、博物館の長所、こうなったらいいという将来のビジョン」についてヒアリングをし、デザインに反映させました。

(2) シンボルマークとロゴタイプ制定時のデザインコンセプト

福岡市博物館のシンボルマークは、博物館を南側の正面から見たときに、強く印象に残る3つのアーチ、そして、福岡市の文化財を代表する国宝 金印「漢委奴国王」のかたちをもとに、デザインしました。マークのアーチ部分には、歴史と未来を結び、くらしと風土をつなぐ架け橋としての意味も込めています。また、マークの右下の矩形部分は、この地に流れてきた時間の堆積が地域の将来像を育む土壌となるという意味を込めています。

ロゴタイプは、漢字文化圏のなかで知識と思想の広まりに大きな役割を果たした活字・明朝体をもとに、福岡という都市の空気にふさわしい活気や軽やかさが感じられるようにデザインしました。



福岡市博物館
Fukuoka City Museum

(3) シンボルマーク、ロゴタイプの展開

①施設や展示を紹介するリーフレット



②年間スケジュール

福岡市博物館 Fukuoka City Museum

年間スケジュール 2025 — 2026

魔法の歴史スコープ
〜見つめてみよう福岡の今〜

	2025年4月	5月	6月	7月	8月	9月
特別展示室	4.24(木) アニメ「鬼滅の刃」柱 一そして無限城へ〜	6.22(日) 戦争とわたしたちのくらし34	7.12(土) 松本健山と旧友長寿杉戸輪	9.28(日) アジアの諸島と福岡ゆかりの人びと2		
企画展示室1	4.15(水) 戦国と志士	6.15(日) 戦国と志士	7.21(月) 道徳と志士	8.15(水) 道徳と志士	9.15(月) 道徳と志士	9.28(日) 道徳と志士
企画展示室2	4.15(水) 戦国と志士	6.15(日) 戦国と志士	7.21(月) 道徳と志士	8.15(水) 道徳と志士	9.15(月) 道徳と志士	9.28(日) 道徳と志士
企画展示室3	4.15(水) 戦国と志士	6.15(日) 戦国と志士	7.21(月) 道徳と志士	8.15(水) 道徳と志士	9.15(月) 道徳と志士	9.28(日) 道徳と志士
企画展示室4	4.15(水) 戦国と志士	6.15(日) 戦国と志士	7.21(月) 道徳と志士	8.15(水) 道徳と志士	9.15(月) 道徳と志士	9.28(日) 道徳と志士

春～夏の特別展のご案内

4.24(木)～6.22(日) アニメ「鬼滅の刃」柱 一そして無限城へ〜

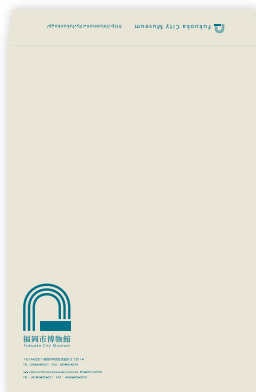
7.12(土)～9.28(日) 戦争とわたしたちのくらし34

秋～冬の特別展のご案内

9.15(月)～11.9(日) 松本健山と旧友長寿杉戸輪

11.9(日)～1.12(土) アジアの諸島と福岡ゆかりの人びと2

③封筒



④観覧券

常設展・企画展 共通観覧券

Permanent Exhibition Feature Exhibition Ticket

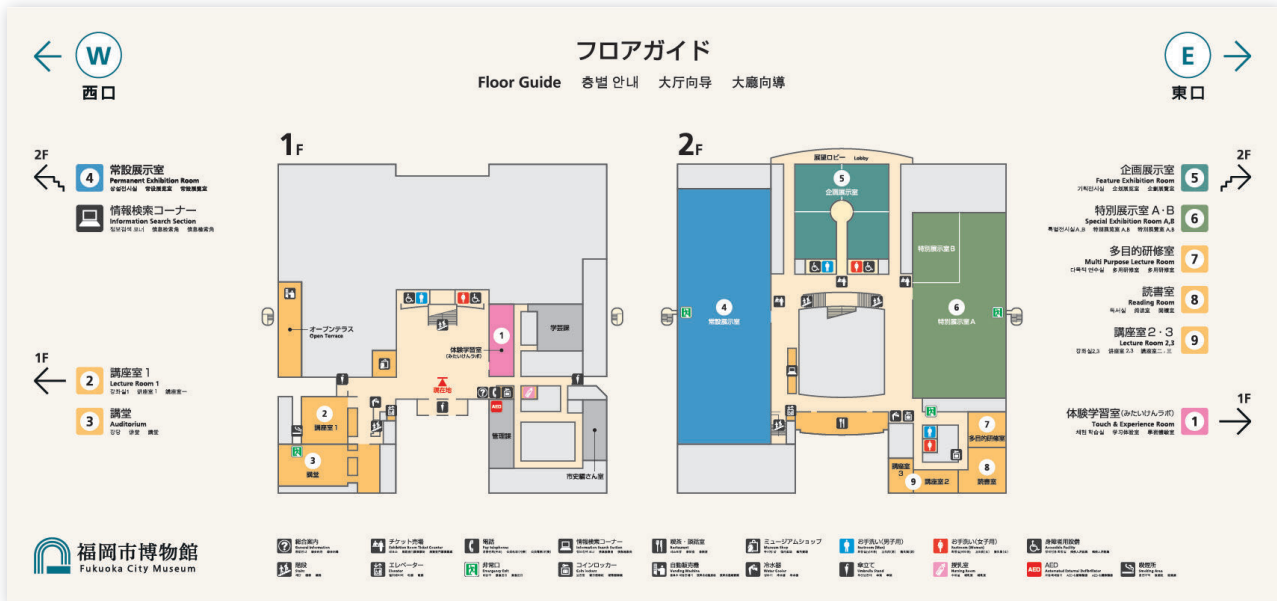
割引 高校生・大学生 100円
High School/University Students 100yen
(Special discount)

福岡市博物館 Fukuoka City Museum

常設展・企画展 観覧券

割引 高大生 100円
割引 高大生 100円

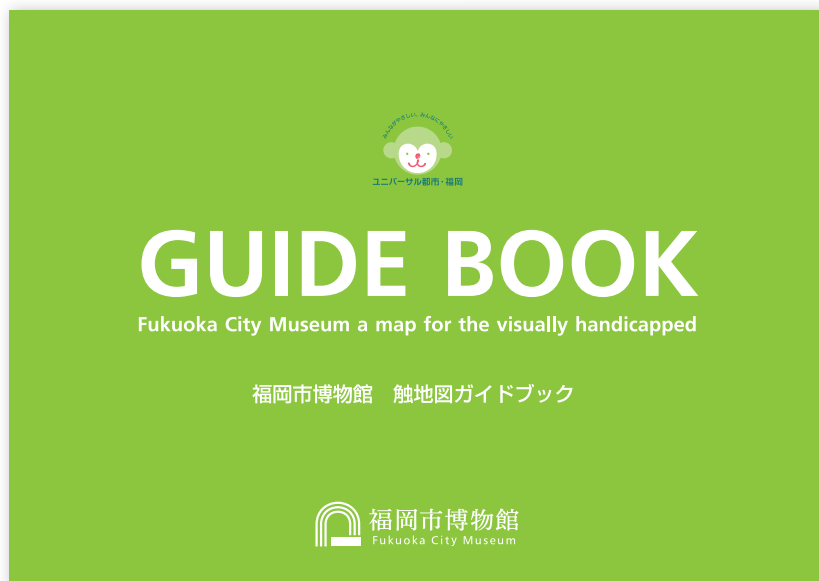
⑤サインとフロアガイド



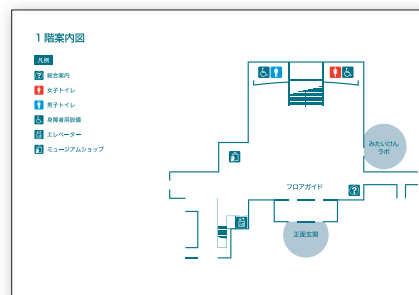
理念の共有を示すデザイン

福岡市では、目指す都市像や都市像を体現する政策・施策の理念を象徴するロゴ等のアイキャッチを整備しています。福岡市博物館では、それらを館の媒体やコミュニケーションツールに取り入れることで、目指す都市像の実現にコミットする姿勢を表してきました。政策・施策のロゴ等を取り入れる際は、無頓着にデータを挿入するのではなく、それらのビジュアルに込められた意図がよく発揮されるような媒体のデザインを心掛けてきました。この姿勢と取組は、今後も続けていくべきものです。

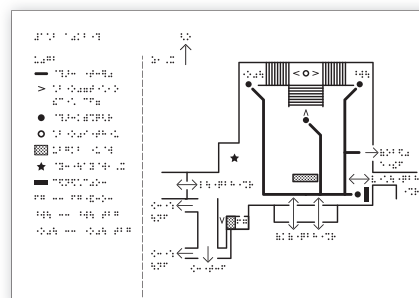
①常設展示室のリニューアルにあわせて作成した冊子式の触地図ガイドブック／ユニバーサル都市・福岡



▲表紙



▲目に見える印刷内容



▲触ってわかる透明なインクを重ねて印刷

②イベントシリーズ「五感をよびさます古代体験」のパンフレット／ユニバーサル都市・福岡



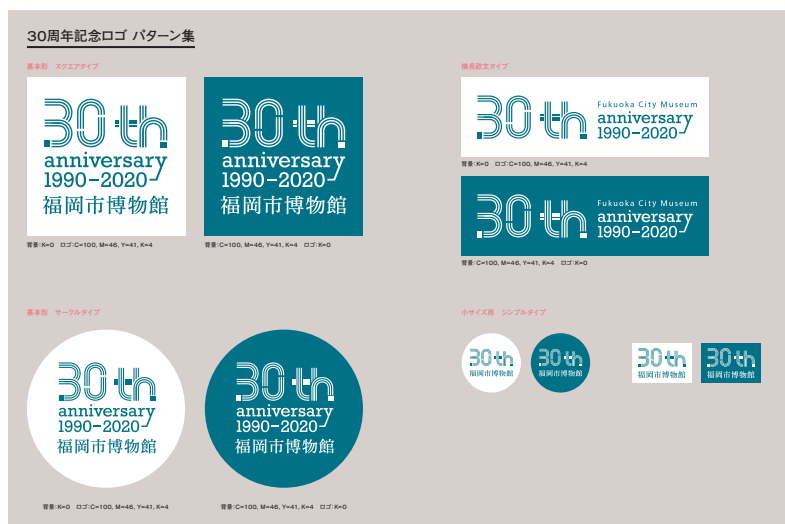
日々の「らしさ」やふさわしい空気感の醸成

福岡市博物館では、ロゴやシンボルマークの運用により統一的な「らしさ」を打ち出すことに加え、イベントやキャンペーンの際には、アイキャッチや様々なコミュニケーションツールを作成、運用することで、ふさわしい空気感の醸成に努めてきました。この姿勢と取組は、今後も続けていくべきものです。

①事例：常設展示室のリニューアルオープン（キャンペーンのポスター）



②事例：開館30周年記念（令和2年）のロゴ（キャンペーンのアイキャッチ）



福岡市博物館 / Fukuoka City Museum @fukuokaC_mus... 2020/10/18 ...
2020年10月18日、福岡市博物館の開館30周年記念日です皆さまへの感謝を
込めて、「ふくおかの名宝」展も含め、観覧料無料です。福岡おもてなし武
利障の皆さんとサザエさんも駆けつけてくださる予定です。写真は開館当初
の様子と2019年のシーサイドももち。#福岡市博物館30周年
museum.city.fukuoka.jp/about/news/202...



③事例：「みんなのミュージアム」のロゴ（教育普及プログラムのアイキャッチ）

■ ユニット 1

みんなのミュージアム

■ ユニット 2

みんなのミュージアム

■ ユニット 3

みんなのミュージアム

■ ロゴカラー

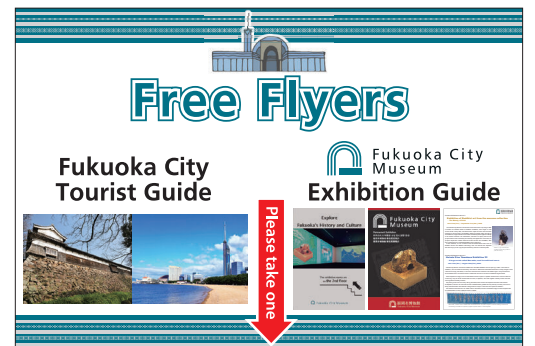
DIC209	C 2%	R 190	C 0%	R 0
	M 2%	G 176	M 0%	G 0
	Y 100%	B 0	Y 0%	B 0
	K 30%	#BEB000	K 100%	#000000



④事例：インバウンドを意識したサインや配布物（第20回FINA世界水泳選手権2023福岡大会にあわせた取り組み）



【コーナー背面装飾】1500×1000



3. 実現されるべき事柄

私たちが目指すところ

福岡市博物館の対外的な情報発信や市民や利用者の方々とのコミュニケーションにおいて実現されるべき事柄を、以下のとおり局面ごとに定めます。

(1) 施設の利用

- 敷地や建物に進入後、速やかに、施設において利用できる機能やサービスの種類や所在について利用者の誰もが網羅的に知ることができる
- 施設内で利用したい機能・サービスに、利用者の誰もがスムーズにアクセスできる
- 機能・サービスの利用にあたり必要な手順や手続き、また、とるべきでない行動が、全ての利用者に対して適切なタイミングで明瞭かつ納得できるように示されている
- 施設の諸機能、標識・サイン、案内配布物、そして、運営上の配慮や職員スタッフの接遇が、一体となって稼働することで、利用者の過ごしやすさ、行動のしやすさがつくられている
- 博物館の運営にかかわる全ての職員スタッフは、それぞれの役割がより良く果たせるコミュニケーションスタイルを保っており、利用者の誰もが、施設全体の雰囲気にも高い価値を感じることができる

(2) 展示・展覧会

- 博物館資料、文化財や文化遺産等の展示物を、そのもの自体の存在価値や魅力が十全にひきたつよう配慮の行き届いた展示空間で鑑賞することができる
- タイトル、コーナータイトル、解説パネル類のグラフィックや装飾は、展示物そのものの鑑賞を妨げることがないように設置されている。また、展示全体や展示を構成する各テーマがよく引き立つようなメリハリや抑揚と、全体における統一感・シリーズ感の双方を享受できるものが整備されている
- 文章や図表による解説は、文字の大きさや文字量が適切で、書体の選択、行間や余白の設定を含むレイアウト、コントラスト等に配慮が行き届いたものが整備されている
- 識字の困難を含む様々な障がいのある人や日本語を母語としない人に対しても、それぞれの特性に適した十分な情報保障がなされ、福岡の歴史や文化に対する興味や関心を満たすことができる

(3) 広報・情報媒体の運用

- 情報の享受者が、博物館を利用すると何が得られるのかを具体的にイメージすることができ、来館動機が高まる
- 博物館を利用する際に知りたい情報を、スムーズに得ることができる
- 博物館を会場とする多彩な歴史文化に親しむ機会について、誰でもが確実に情報をキャッチできる
- 福岡市の歴史文化に興味を持つ「きっかけ」となる情報や、興味関心を満たす情報に、ひんぱんに触れることができる
- 福岡市の歴史文化に関する情報集積にアクセスする「窓口」となる情報を、容易に探しあてることができる
- 福岡市の歴史文化や博物館の事業に関する市民の貢献に対し、敬意や謝意が払われていることを感じることができる

(4) 観光・MICE推進

- 日本・福岡の歴史文化や文化財について前提となる知識や情報がなくても、展示や解説を通してその魅力を感じることができる
- 案内や解説ツールにおいて、多言語発信と洗練されたデザインが両立している
- 観光・MICEの推進に取り組むさまざまな主体との連携により、それらが運用する媒体に博物館への関心、期待感や来館動機が高まる情報が搭載されている。またニーズの確実な把握により、具体的なターゲットに対して訴求力がある素材による情報が発信されている
- 「まちをあげてのおもてなし」が企画されるような規模のMICE案件やイベントに呼応する際は、そのアイキャッチやキービジュアルを効果的に引用し、博物館の施設内においても、ふさわしい祝祭感や雰囲気が出されている
- 博物館の事業、施設や媒体の意匠等を通して、日本や地域の伝統的な文化について質の高い優れたものに親しむことができる

4. デザインポリシー

私たちが大切にすべきこと

福岡市博物館の対外的な情報発信や市民や利用者とのコミュニケーションにおいてふまえるべき、デザインポリシーを以下に定めます。

市民や利用者にとって必要性が高く価値のある情報を前景化して発信する。

【解消・回避すべき事例】

- 博物館運営に恒常的に携わる者にとって新規性のある事柄や自分たちが知ってほしい事柄が強調され、利用者が知りたいと思う基本的な情報が探し当てづらい媒体運用
- 趣旨ばかりが述べられ、具体的に何が観覧・体験できるのか伝わってこない展覧会や催事の広報

視認しづらい、判読しづらい、意図がわかりづらい情報に利用者をさらさない。

【解消・回避すべき事例】

- 光の反射や影で見づらい標識や掲示物の設置
- 雑然としたチラシやパンフレット類の配架
- 褪色や劣化した掲示物や間に合わせで作成した掲示物の放置

運用する情報媒体や施設における利用者とのコミュニケーションツールにおいて用いられるフォント、ピクトグラム、カラーリングを適切に管理する。

【解消・回避すべき事例】

- 館内の標識類について、視界の中に役割が同じだが異なるデザインのピクトが併存している
- 必要以上に多種類のフォントを用い、かつ、フォントの選択意図や役割が明瞭でない掲示物や解説物
- 安全に関わる情報、緊急性のある情報が目立たない

情報および媒体は、そのデリバリーの方法まで考慮に入れ、享受者の元に届いたときに価値を十全に発揮するようにデザインする。

【解消・回避すべき事例】

- モノクロになると著しく情報量が減るカラーリングのビジュアル
- 画素数の足りない画像の掲載
- インターネット上で読み込みに時間のかかる適切でないデータ量の情報
- ラックに配架されるとほとんどの情報が視認できなくなるチラシや、フレーム等にセットすると文言が欠けるポスター
- 封筒詰め用に折ると折り目が展示品等のイメージを著しく損なうポスターやチラシ

1つの媒体（ひとつながりの展示空間を含む）に盛り込む情報は、享受者が全体像や構成を把握しやすいよう、適切に体系化、序列化する。全体を構成するチャプターやセクションの内容を、それぞれにふさわしい語り口のテキストやビジュアルを通して効果的に表現し、かつ、全体の調和や全体を通した構成の意図や妙を享受者が感じとることができるよう、媒体をデザインする。

【解消・回避すべき事例】

- どこにどんな情報があるのか把握しづらいWEBサイト
- メリハリや抑揚に欠けた冊子

福岡市博物館「らしさ」が市民や利用者の間に共有されるよう、あるいは、展示・展覧会を含む企画の意図する空気感や世界観がよく伝わるよう、意匠の統一感や一貫性を構築、堅持する。

【解消・回避すべき事例】

- 博物館が制定しているビジュアルアイデンティティが適切に運用されていない
- ビジュアルの基調や一貫性に欠ける展覧会や催事の広報印刷物、会場造作や装飾、運営アイテム、図録や記念グッズ

1つの媒体に万能性を求めず、公衆送信、掲示、頒布等の様々な情報伝達に加え、博物館の運営や事業に携わる者が払うべき配慮や適切な接遇を含めて、コミュニケーションやサービスをトータルにデザインし、高いホスピタリティを発揮することで、博物館における体験価値を最大化する。



福岡市博物館
Fukuoka City Museum