

出國報告（任務類別：考察）

2023 Tokyo Gift Show 及博物館考察

服務機關：國立科學工藝博物館

姓名職稱：楊憶婷(副研究員)、莊映雪(組員)

派赴國家/地區：日本/東京

出國期間：112年9月4日至8日

報告日期：112年9月15日

摘要

本次出國計畫旨在藉由日本東京辦理超過 50 年的第 96 屆 Tokyo Gift Show 大型國際禮品展覽的機會，考察各種類型文創商品設計，除了有日本當地商品公司參展外，更有包含臺灣及其他國家參展。併同參觀日本科學未來館、國立科學博物館及印刷博物館，考察日本的科學博物館及工藝博物館結合博物館商店規劃及文創商品的設計與銷售方式。本次出國計畫成員為媒體宣傳小組召集人楊憶婷及公共服務組組員莊映雪，考察期間為 112 年 9 月 4 日至 8 日。本報告除提出考察心得外，也將提出可應用於本館的具體建議。

目錄

摘要.....	I
目錄.....	II
壹、計畫緣起.....	3
貳、計畫目的.....	3
參、行程說明.....	3
肆、參訪場域及內容概述.....	3
一、日本科學未來館(National Museum of Emerging Science and Innovation) ...	3
二、國立科學博物館(National Museum of Nature and Science)	7
三、印刷博物館(Printing Museum, Tokyo).....	9
四、Tokyo Gift Show 大型國際禮品展	10
五、富士山附近河口湖.....	12
六、東京華納兄弟哈利波特影城.....	14
伍、心得.....	16
陸、建議.....	16

壹、計畫緣起

為開發具館所特色及科學教育意涵文創商品，延伸拓展博物館參訪的軌跡和學習歷程，規劃前往日本第 96 屆 Tokyo Gift Show 大型國際禮品展、日本科學未來館、國立科學博物館及印刷博物館。考察最新國際市場商品設計、科學及工藝博物館文創商店規劃、及博物館文創商品設計及販售模式。此外，也參訪河口湖及東京華納兄弟哈利波特影城，參考熱門觀光地文創商品規劃及設計販售方式，作為本館未來商店經營及文創商品規劃參考。

貳、計畫目的

- 一、 前往日本東京第 96 屆 Tokyo Gift Show 大型國際禮品展考察各種類型商品設計，及認識亞洲地區 ODM (Original Design Manufacturer) 設計製造商、OEM (Original Equipment Manufacturer) 設備製造商。
- 二、 考察科學及工藝博物館、觀光勝地之文創商店規劃、商品設計及販售模式。

參、行程說明

9 月 4 日(一)

原定 7 時 45 分自高雄國際機場搭乘中華航空(CI102)前往日本成田國際機場，因海葵颱風影響改為 14 時 45 分出發，並於當地時間 19 時 15 分抵達，隨即下榻於上野 APA Hotel。

9 月 5 日(二)

前往河口湖參觀富岳風穴及鳴澤冰穴自然景觀，及考察該區連結自然景觀及商品銷售模式。

9 月 6 日(三)

前往日本科學未來館(National Museum of Emerging Science and Innovation, 又稱 Miraikan) 及 Tokyo Big Sight 參加 Tokyo Gift Show 大型國際禮品展。

9 月 7 日(四)

參訪國立科學博物館(National Museum of Nature and Science)、印刷博物館(Printing Museum, Tokyo)及東京華納兄弟哈利波特影城。

9 月 8 日(五)

原定當地時間 13 時 45 分自日本成田國際機場搭乘中華航空班機(CI103)回台，因受鴛鴦颱風影響，延遲至 14 時 25 分啟程，並於臺灣時間 17 時抵達高雄國際機場。

肆、參訪場域及內容概述

本次行程共參訪 3 個博物館所及禮品展等場域，場域簡介、參觀重點及訪談摘要說明如下。

一、 日本科學未來館(National Museum of Emerging Science and Innovation, 又稱 Miraikan)

日本科學未來館於 2001 年開館，主要的展示區分布在 1 樓-與地球相連、3 樓-創造未來及 5 樓-探索世界(如圖 1)，其中文創商店(Miraikan shop)設置在 1 樓。

1 樓-與地球相連區，是以地球球面投影為展示，並懸掛在天花板，旁邊有斜坡連結

到 5 樓可緩步各角度觀察地球的動態情形。另可將衛星雲圖或其他統計圖層(如降水量等)，疊加在地球投影上，1 樓提供躺椅觀察及平板控制圖層，互動便利。3 樓-創造未來區，是以日本的諾貝爾獎得主、機器人、自然界中的數字等作為展示主題，其中令人印象較深刻的是「逆向思考未來」主題，這個區域的展示包含聯合國的永續發展目標，讓觀眾思考如果 50 年後人類的子孫要達到各目標，現在需要對地球做什麼樣的行動。5 樓-探索世界區，是以探索宇宙、地球環境及生命為主題。綜觀本次參訪的日本科學未來館及國立科學博物館，日本科學未來館有許多展覽主題與本館較為相似，例如有許多著重於地球永續發展及科技發展的議題，而國立科學博物館展覽內容則屬性與國立自然科學博物館較為相近。

日本科學未來館的賣店主要在一樓且空間小，共有兩個方向可以走進賣店，周圍有許多扭蛋機，減少人力成本但仍可以販售商品。該賣店販售商品中較具有特色的有三種，分別是各式種類的太空食物、昆蟲零食及基礎科學的文創商品。太空食物類應屬於寄售類型商品，因本計畫成員至國立科學博物館參觀也有相同產品，但科學未來館的種類及數量較多。昆蟲零食商品主因是展廳中介紹到昆蟲營養價值高且對環境的負擔小，聯合國糧食及農業組織也提出食用昆蟲或將昆蟲作為飼料，可解決糧食問題，因此賣店有許多可食用的昆蟲零食。基礎科學的文創商品多元(如圖 3)，以數學為例，高中數學曾學到在 $r = 1 + \cos \theta$ 可呈現出一個似愛心的圖形，該館利用此數學函式製作許多告白商品，並用卡通圖方式讓數學式變得可愛又有趣味。化學及物理也都有相似且令人會心一笑的商品，即具有科學博物館特色。本次考察僅有在科學未來館看到昆蟲及基礎科學商品。



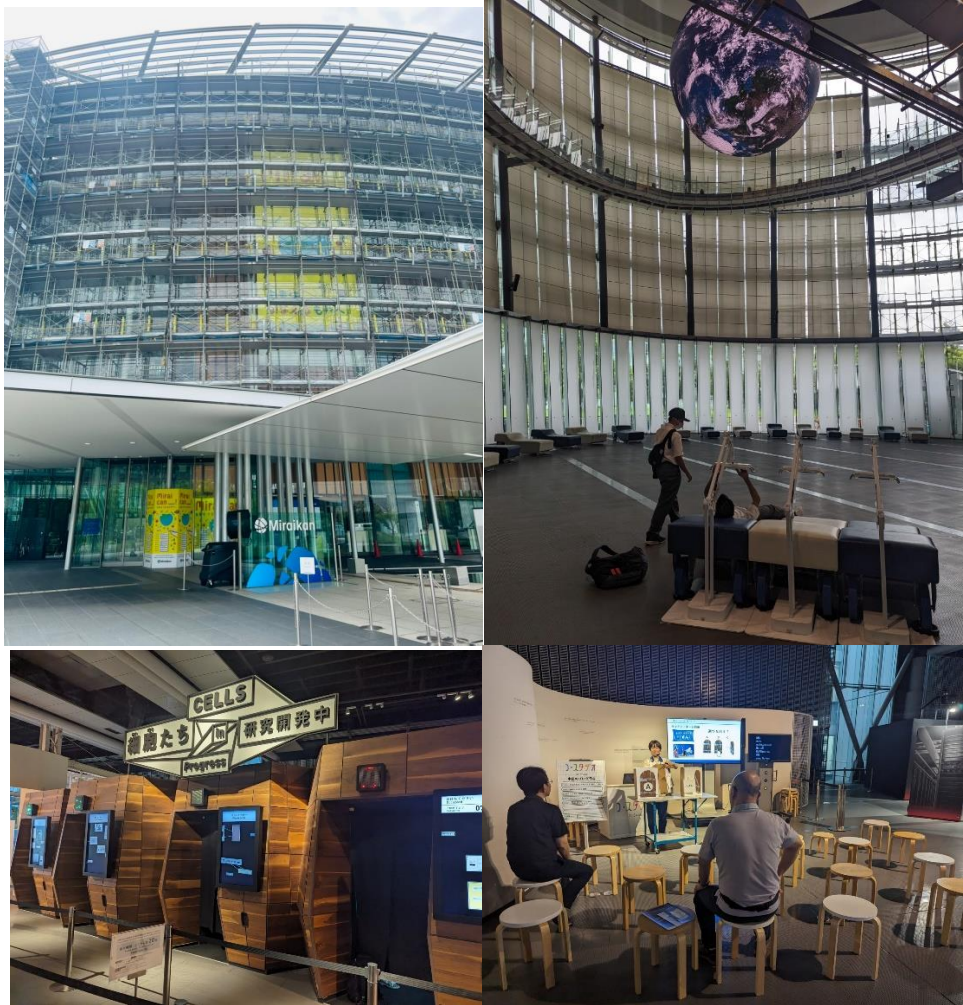
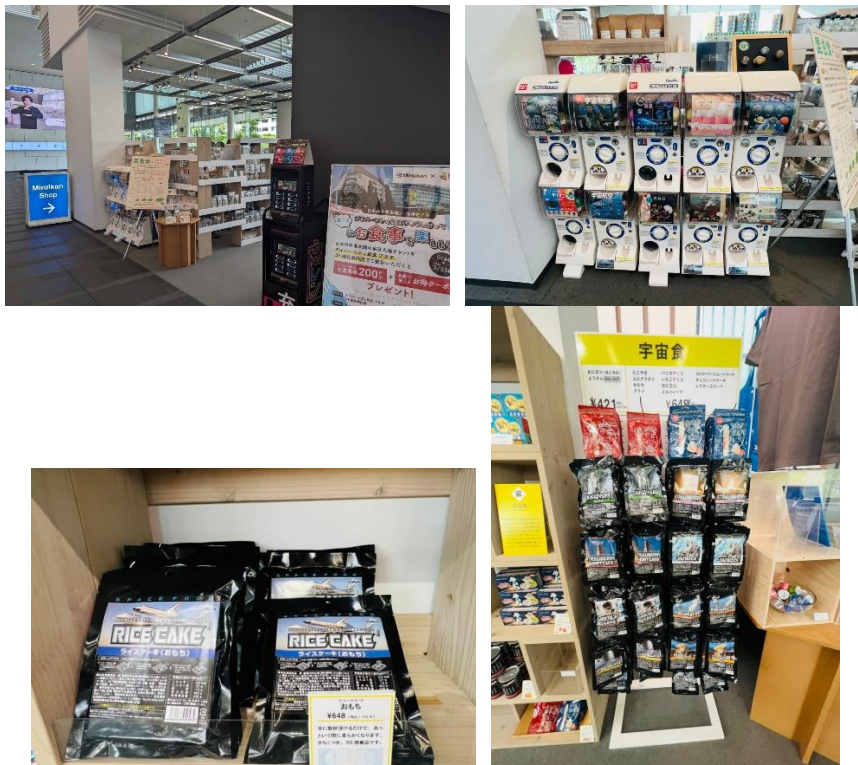


圖 1 平面圖、外部建築及展示廳



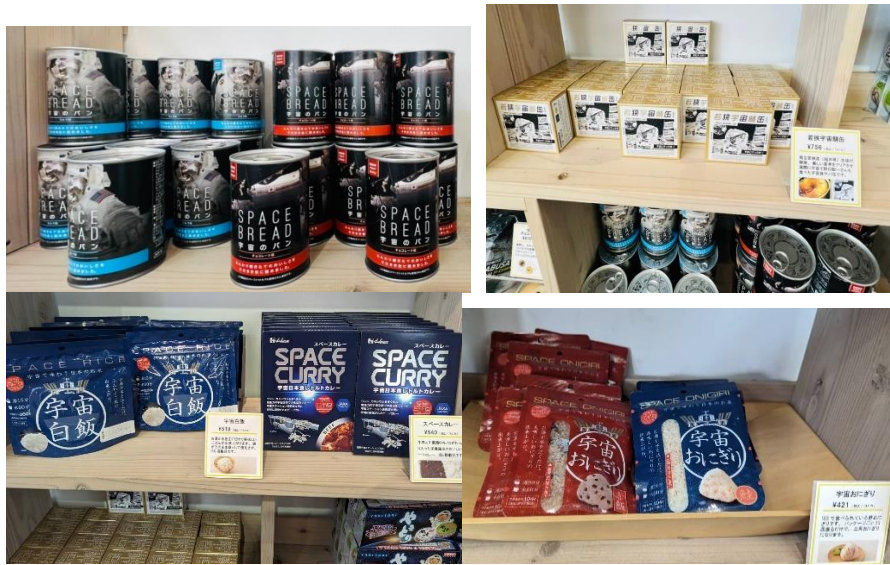


圖 2 文創商店及各式太空食物



圖 3 以基礎科學開發趣味文創商品

二、國立科學博物館(National Museum of Nature and Science)

國立科學博物館是 1877 年創立，距今已經有將近 150 年歷史。主要包含地球館跟日本館館區。當天有一海洋-生命之源特展，恰好遇到海生館同仁執行出國計畫參觀本特展。因國立科學博物館雖然不似其他博物館樓地板較高或雄偉，但展示內容相當豐富，是日本具有指標性的博物館。不論是地球館或是日本館，都不乏可以見到策展人想將日本當地元素納入展示中。以地球館為例，有部分區域介紹諾貝爾獎的日本人得主以及其貢獻，並且也有許多日本主持的國際大型研究計畫成果。希望透過教育讓日本民眾了解日本科學家在科學研究的貢獻，並深耕到各年齡層的民眾心中。

日本的國立科學博物館是有接受募資的，且可提供極具特色的回饋，誘使民眾認同博物館蒐藏及支持，因此博物館也有提供小型募款箱。賣店則位於一樓，有許多與科學未來館相同的扭蛋機外，也有提供生活用品或食品的文創品。些許博物館的文創商品設計上結合館內展品，兼具美感及實用性，亦有於食品包裝設計加入「國立科學博物館」字樣，均是該館熱門商品。



圖 4 國立科學博物館入口



圖 5 地球館及日本館展廳介紹

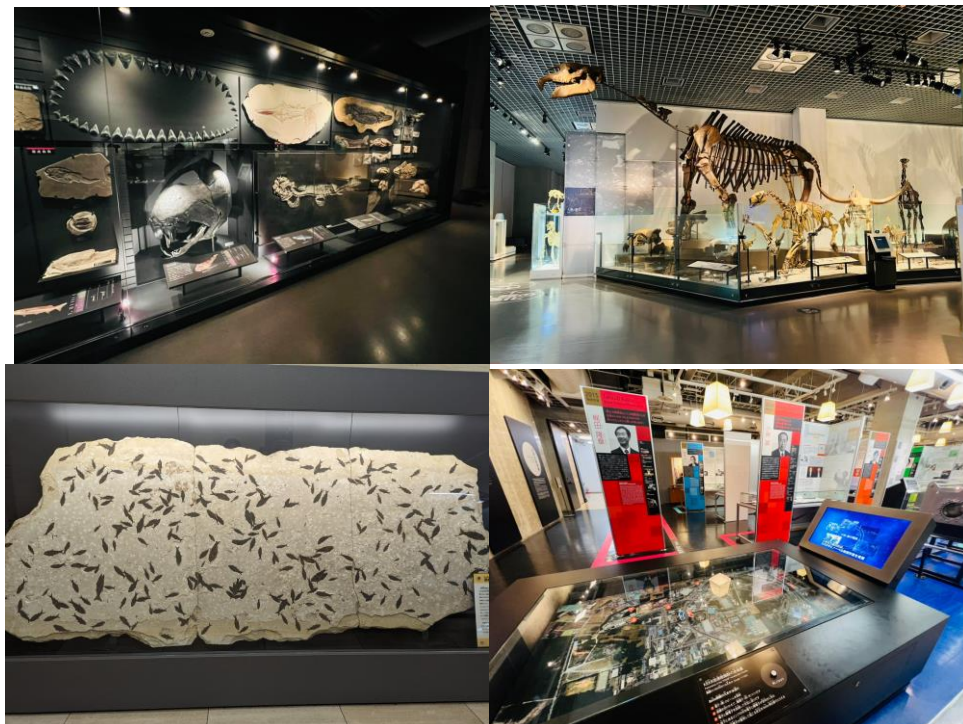


圖 6 地球館展示廳



圖 7 日本館展示廳



圖 8 募款箱





圖 9 文創商店及商品

三、印刷博物館(Printing Museum, Tokyo)

位在東京的印刷博物館是日本印刷企業「凸版印刷株式会社 (TOPPAN)」100 週年紀念事業的精神象徵，不是公立的博物館，是一較冷門的博物館，較少有國際觀光客參訪，主要的標誌使用甲骨文的「見」字。因印刷博物館與本館的蒐藏屬性相關，因此特別安排前往參觀，可惜的是印刷博物館展示廳及商品區無法拍照，故本報告使用官網照片及入口可拍照區照片。

印刷博物館在西元 2000 年開館，主要展示與印刷有關的各種主題展覽。整個博物館共分為四個區域，分別介紹日本印刷史、世界印刷史、印刷技術及印刷體驗區。在日本

印刷史區，介紹印刷與不同年代的日本人民生活和文化間的關係，印刷術如何影響日本的政治、宗教、娛樂、教育及新聞，從古代日本宮廷或廟宇的印刷、到民間浮世繪版畫興起、接著影響近代報章雜誌發展及教育推廣、甚至廣告所需，完整的收藏紀錄了日本印刷發展。世界印刷史的展區完整統整了東西方的印刷歷史發展，從甲骨文及結繩記事、抄寫、印刷發展、甚至到戰爭及政治宣傳，該展區綜整了大幅的世界年代表，將各國間的印刷技術相互影響清楚呈現。印刷技術展區透過機械模型實際操作方式，讓觀眾清楚了解古代印刷機的使用方式，介紹凸、凹、平、孔四種版，並設計各種版的互動操作，另介紹色彩及濃淡如何分解及重現。

印刷體驗區則需要預約，各式印刷機器可以在工作人員指導下體驗使用，與本館的開放式典藏庫中有相似之處，除了印刷機外，有公模母模的雕刻機、手搖式活字鑄造機。文創商品區包含活字甜點、古代天文圖及各式印刷相關書籍。

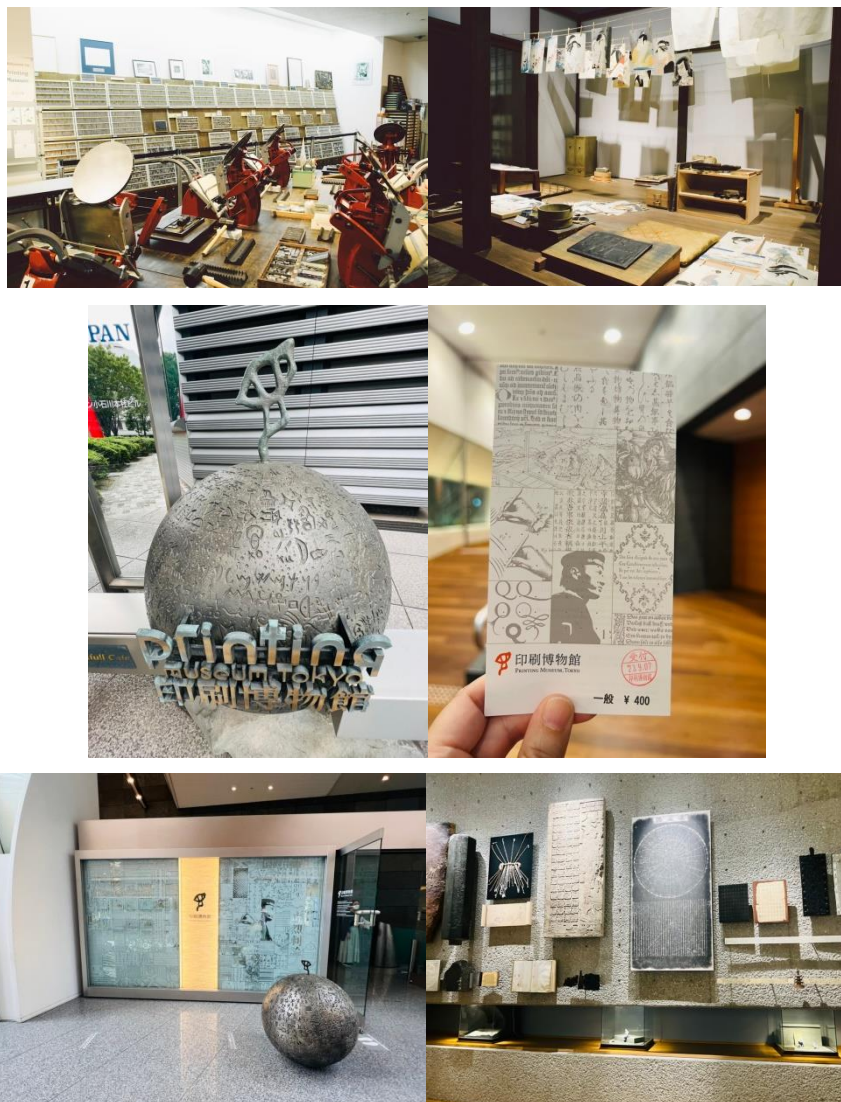


圖 10 印刷博物館印刷體驗區、入口區及門票

四、Tokyo Gift Show 大型國際禮品展

Tokyo Gift Show 東京國際禮品展為日本最大、最具指標性的國際禮品展，有最時尚、多元及新穎商品展出，向來也是臺灣禮品產業拓銷日本及亞洲市場的重要平台之一，已經舉辦超過 50 年，計畫成員本次參加的是第 96 屆。禮品展的展示總類繁多，包含家居

用品、家具、飾品、食品或保健食品、寵物用品、旅遊用品、傳統工藝、香氛或香料、美容及保健用品、文具類、玩具類、動漫遊戲品牌結合產品等。本次展覽期間自 9 月 6 日(週三)至 8 日(週五)，展覽期間 3 天共吸引 192,334 人次參觀，共有 1,988 攤位，其中非日本的攤位共有 305 攤。展示面積共有 51,380 平方公尺。

國際禮品展展場內不得拍照且不販售商品，僅提供商品目錄及名片交換等，且因為是國際展覽，故不時會用各種語言提醒，屢勸不聽則會有展場人員現場勸離。雖然有將近 2,000 個單位參展，但相較於疫情前該禮品展可超過 3,000 攤位展出，規模明顯變小。臺灣也有展出廠商，其中屏東縣政府的展出令人印象深刻。屏東縣近年扶植的當地文創商品，包括食品、風格配件及生活用品等；共挑選 17 家輔導品牌參展，商品包含特製蛋捲、醬油、各式果乾、紅豆、麵條、巧克力、具有原住民元素的除臭劑及檳榔子染布包，都顯示出屏東當地文化原創性及農產品的獨特性，藉由屏東縣文化處的努力讓屏東品牌打出國際知名度。

另外，展區內禮品除兼顧功能性、美觀及創意外，將文化、質感或趣味注入生活，結合設計提升禮品價值；另客製化商品、手作類商品及特殊包材亦蔚為風潮。



圖 11 Tokyo gift show 入口及人潮





圖 12 入口處及展出攤位同意可開放照相商品



圖 13 屏東縣政府輔導文創商品

五、富士山附近河口湖

博物館具有休閒娛樂的功能，國際觀光勝地的文創賣店及商品也可以作為未來博物館文創商品販售參考，特別安排東京近郊的觀光勝地-河口湖，因具有獨特的地形及景觀是一極具特色的觀光勝地，故安排考察其賣店與商品設計。

河口湖的富岳風穴和鳴澤冰穴是富士山青木原樹海天然洞穴，一年四季的溫度都很低，因此可作為保存冰塊、種子及蠶繭的天然冰箱。由於鄰近富士山，所以賣店多以富士山為造型販售各項商品，與博物館不同的地方是，商品以食品類型最多，其次為價格較低廉的生活用品，但幾乎所有的文創商品都是掛上富士山造型。在賣店位置的規劃上，不如博物館類型都放在一樓售票口旁或附近，幾乎景點的文創賣店都會設置在離開前必經過處，距離洗手間相當靠近的位置，在離開觀光地前、團體互相等待集合時、參觀後印象最深刻的同時便能讓觀眾採購商品。





圖 14 各式食品類文創商品



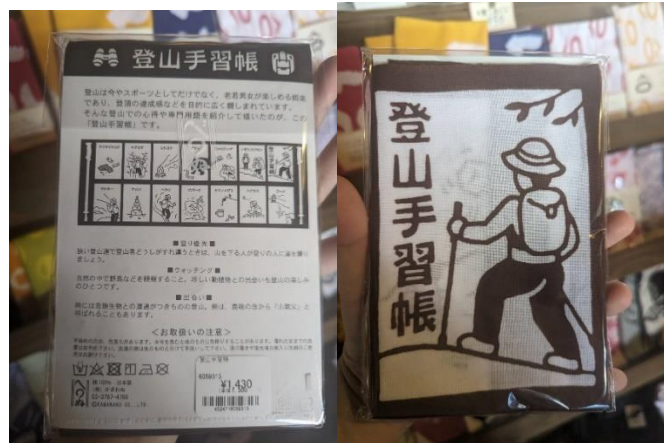
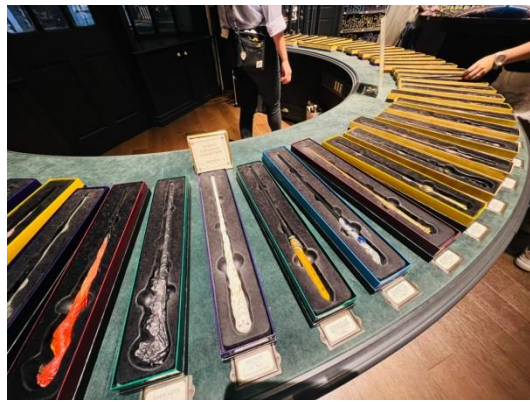


圖 15 富士山造型生活文創品

六、東京華納兄弟哈利波特影城

2023 年 6 月 16 日亞洲迎來首座「哈利波特影城」，位置就在日本東京，是世界上最大的哈利波特商店，本次出國計畫成員於規劃行程時，剛好 9 月 7 日傍晚尚有名額，因此預約參觀。

周邊商品販賣區比較特別的 4 大區域，包括魔杖區、魔法袍區、東京限定商品區、零食與客製化商品區。魔杖、魔法袍(繡上名字)、入學信、T-Shirt、吊飾、皮箱、筆記本可以客製化，網上參觀攻略誘導民眾參觀前先購物，購買 Q 版髮箍、魔法袍、魔杖，拍照效果更佳，部份魔法袍和魔杖又有缺貨的可能性，即使魔杖買回家後塵封，魔法袍材質不佳，價格又高(魔杖約 4,600 日圓、魔法袍約 13,000 日圓)，依舊造成年輕族群搶購潮。再者，東京限定商品區如印有 TOKYO 的杯款、T 恤、糖果和霍格華茲特快徽章，強調「只有這裡買得到」，價格也較親民，約 350 日圓至 3,000 日圓不等，是很多人必買的伴手禮。



伍、心得

1. 博物館販售商品規劃有許多為寄售商品，自行設計的文創商品僅占賣店的極小櫃位。扭蛋機不需人工結帳，每個博物館及觀光勝地都會設置。
2. 即便食品有保存期限及食品安全問題，但食品類型的文創商品出現在所有本次參觀的博物館(包含印刷博物館)及觀光勝地。
3. 國際禮品展攤位數量及參觀人數均比疫情前更少，全世界的經濟趨勢可能維持不景氣。
4. 印刷博物館的館藏品因該企業已具有百年以上歷史，故有很明確的蒐藏目標和脈絡，設置博物館特色明確，印刷館藏品完整，難以被國立博物館取代。博物館的簡介文宣內容知識性高，可作為印刷史入門說明。
5. 觀光勝地的文創商品相較博物館種類眾多，但僅為富士山造型，不如博物館創意，但卻比博物館價格多元、種類繁多，不論高貴或平價都可以找到適當的商品，因此更好買。
6. 「創意」運用於商品上，簡而言之即是「創造生意」，透過提升商品質感，行銷手法，如「必買」、「限定」、「人氣商品排行」，讓消費者願意買單，甚至沒有需求也會購買，也會增加對博物館的印象。

陸、建議

1. 連結外界合作文創品開發：
透過外界文創公司合作，開發文創品。例如：本館因考量食品安全及保存期限，較少食品相關的文創品，但本館有餐廳出租，在廠商能力範圍內，也可合作特色飲料或餐點，減少食品安全或保存期限的販售壓力。
2. 提供價格及種類多元商品：
觀光勝地的文創商品種類及價格多元，相較博物館更好買，讓本館文創商品及價格更多元，才能讓民眾更流連忘返、更好逛、更好買。
3. 商品展覽中可推出本館文創品：
全世界經濟不景氣可能還會持續，極具特色的商品才可能在不景氣的大環境中被注意到，屏東縣政府文化處嘗試在國際大型禮品展中，將所輔導的文創商品推向國際，爭取國際訂單，對許多國家而言，芒果乾、紅豆、醬油等產品可能是少見、好吃又營養的產品。本館有渾儀、印刷、古鎖等蒐藏品相較於其他博物館十分具有特色，未來如本館累積足夠多種類文創商品，可以嘗試將文創品在國際禮品展中亮相，或是從文博會、台北國際書展等國內大型展覽中推出。
4. 販售商店位置調整：
本館的賣店在創客工廠，不是旅客離開前、互相等待集合的必經地，且需要購票後才能購買商品，如未來要透過販售文創商品獲利，該區域並非適當位置。未來可朝向寄售在一樓大廳綠品店中，由得標廠商協助本館販售。