

新県立博物館の活動と運営に係る民間企業・団体等との連携について（案）

1. 基本的な考え方

- ・ 新県立博物館は、「ともに考え、活動し、成長する」ことを理念とし、「県民・利用者との協創」「多様な主体との連携」による博物館づくりを目指しています。そして、県民の皆さんが博物館の仕組みづくりや運営に参画いただくことで、県民一人ひとりに“わたしの博物館”と思っていただけるようにしたいと考えています。
- ・ 三重県の経済・産業・雇用・文化などの面で大きな役割を担っている県内企業や団体、NPOといった民間部門は、“わたしの博物館”さらには“みんなの博物館”づくりを実現するためには欠かせないパートナーであると考えています。
- ・ 連携にあたっては、一方的な協力依頼（企業、または博物館のみのメリット）ではなく、企業・団体、博物館（県民）双方にとってのメリットとなるような取組を念頭に置きます。
- ・ 連携方法については、いくつかの選択肢（以下のとおり）を例示し、着手可能なものから参画していただきます。金銭面の協力（寄付や協賛など）に限定するのではなく、運営面（事業への参画や管理運営など）に関する連携にも積極的に取り組めます。

2. 具体的な連携方法（例示）

(1) 県内関連企業製品の導入

① 自然エネルギー、省エネルギー関係

(例えば)

- ・ 太陽光発電、風力発電、LED照明など既に商品として販売されている製品の導入

(参考：他地域における事例)

九州国立博物館(福岡県)



兵庫県立芸術文化センター(兵庫県)



鈴鹿工業高等専門学校



② 県産材、伝統工芸品、県産品（製造品）関係

（例えば）

- ・ 展示ブースのパネル、キャプション、仕切り等への導入
- ・ 外壁、銘板、記念パネル（手型・足型）、ウッドデッキ、ミュージアムフィールドのベンチなど、展示以外への活用
- ・ ミュージアムショップへの商品提供

（参考：他地域における事例）

東京おもちゃ美術館（東京都）



九州国立博物館（福岡県） 福岡県産材を活用



（2）事業面

① 展示関係

（例えば）

- ・ 「ミエゾウ展示に参画しませんか？」「こども体験展示室に参画しませんか？」と募集し、協賛や、企業名を入れたノベルティ（うちわ、ボールペン、お菓子等）の提供を募る
- ・ 基本展示を補足するようなテーマ展示や、三重県にゆかりのある人物（創業者等）にスポットを当てたテーマ展示を行うにあたって、関連する製品や、ゆかりの品を提供していただく
- ・ 企業等が保有する収蔵品の寄贈や寄託

② 事業、イベント関係

（例えば）

- ・ 企業や団体が実施するイベント（バードサンクチュアリの観察会や社内研修会など）に、博物館の学芸員が講師として参加
- ・ 館内での講演会・講義（寄付講座）・イベント等での講師として参加
- ・ こども体験展示室等で使う備品や材料の提供
- ・ 館外での活動（移動展示やフィールドワーク）場所の提供

(参考：他地域における事例)

- ✓ (株)ブリヂストンが、(財)世界自然保護基金ジャパン(WWFジャパン)と共同で進めるプロジェクトの一環として、滋賀県立琵琶湖博物館における琵琶湖お魚ネットワークの活動事例展示に協賛。水環境に親しみながら、琵琶湖を取り巻く自然環境を守るための調査活動を行っており、その成果として琵琶湖博物館に流域調査活動事例を展示。



(3) 運営面

① アクセス関係

(例えば)

- ・ 津駅からのアクセスに、県内企業が協力して参画(例えば、総合文化センター、美術館等と共同で、バス、タクシー会社へのクリーンエネルギー自動車の導入依頼、電動アシスト自転車の活用)
- ・ 周辺観光地(榊原温泉、一身田、関の街並み等)の観光施設や商店街とのタイアップによる観光ルートづくり

(参考：他地域における事例)

- ✓ 王子動物園～阪神岩屋駅～県立美術館につながる道路を「ミュージアムロード」と命名。ロード沿い48店舗が応援店として登録しており、展覧会チケット又は友の会の会員証を提示すれば、様々な特典が受けられる(兵庫県立美術館)



② 広報・集客関係

(例えば)

- ・ ミュージアムショップの運営
- ・ ミュージアムショップへの商品提供
- ・ 自社・関連会社の従業員や、取引企業・顧客への割引入場券の配布

③ その他

(例えば)

- ・ ミュージアムフィールドの里山の管理 (例えば、三重県が進める「企業の森」のフィールドとして活用)

(参考：企業の森について)

- ✓ CSR活動の一環として、また社員の研修・福利厚生の場として、森林づくりに参加する企業を募集。間伐や植栽を行ったり、社員の家族向けの環境教育の場として活用されている (平成23年6月現在 26件)

(4) 資金面

① 寄付金及び各種事業やテーマ展示ごとの協賛金

(例えば)

- ・ エントランス等への寄付企業のパネル掲示
- ・ 御師の館、大台ヶ原の模型、カツオの群れ等の展示費用の一部を負担
- ・ 各種テーマ展示や事業ごとのスポンサーとしての参加

② ネーミングライツ

(例えば)

- ・ 「〇〇の里山」「〇〇の小径」「〇〇デー」「〇〇月間」・・・

(参考：他地域における事例)

- ✓ 神奈川県立生命の星・地球博物館の「ミュージアムシアター」を、ネーミングライツにより愛称を「SEISAミュージアムシアター」に変更
- ✓ 兵庫県立芸術文化センターのネーミングライツスポンサーとして、大ホールは神戸製鋼所が取得して「KOBELCO 大ホール」に、中ホールは阪急電鉄が取得して「阪急 中ホール」に、小ホールは学校法人神戸女学院が取得して「神戸女学院 小ホール」と変更。
- ✓ 横浜こども科学館が、ネーミングライツについて横浜銀行と合意し、「はまぎん こども宇宙科学館」に変更。
- ✓ 厚木市子ども科学館のネーミングライツを神奈川工科大学が取得し、名称を「神奈川工科大学厚木市子ども科学館」と変更。

3. 今後の取組内容

- 今年度中をめどに、民間企業等の参画形態について掘り起こしを実施
 - ・ 企業が多く集まる展示会やセミナーにおけるアンケート
 - ・ 企業訪問により、博物館活動に関してどのような連携の方法があるかを個別にヒアリング
 - ・ 企業からのアイデアを募集 (公募)
- 予算化や制度化が必要なものについて随時制度設計を行い、広報戦略とも連動させながら、各種連携事業への参加募集を開始。