

新県立博物館に係る広報戦略の考え方について（案）

《広報戦略（平成23年度中に作成）の構成（案）》

1. 基本的な考え方について
2. 開館前の広報について（博物館との関わり度合い別、地域別、世代別、時期別）
3. 開館後の広報について（同上）
4. 重点的に取り組む点について
5. 広報体制について

1. 基本的な考え方

新県立博物館は、

- ・ 県民に親しまれ、多くの人に博物館活動に参加・参画してもらうことで、“わたしの博物館”と感じてもらう場（三重のもつすばらしさを実感して三重に対するアイデンティティや誇りを醸成してもらう場）
- ・ 三重のもつすばらしさを外（県外、海外）に発信し、県外や海外での三重の存在感を高めていくための場

となることを目指しています。

これらを実現していくためには、新県立博物館の魅力や参画することによるメリットを、分かりやすく情報発信していくことが必要です。

そこで、まずは博物館の存在や参加することの面白さを知ってもらうための幅広い広報活動を行いつつ、県民一人ひとりの興味や関心に応じた博物館活動を可能とするために、また、県外に対して効果的なメッセージを発信していくために、地域・世代・博物館との関わり度合いなど、様々な視点でターゲットを絞った広報活動も展開します。

2. 各段階に応じた広報戦略

開館に向けては、認知度について地域差があること、また、これまでの博物館との関わり度合いについても様々な層が存在することから、広報についてもこれらを考慮しながら、時期、地域、世代ごとに展開を考えていく必要があります。

- (1) 「存在を知らない、関心がない方」に対する、**博物館との出会いを促す取組**
- (2) 「興味はあるものの、どう携わっていいか分からない方」に対する、**博物館活動への参加・参画を促す取組**
- (3) 「博物館利用を究め、自らの活動に生かそうとしている方」に対する、**博物館利用を究め、自らの活動や地域づくりに活かすことを促す取組**

なお、開館後における継続的かつ効果的な広報を実施していくために、開館後の広報体制のあり方についても併せて検討を進めることが必要となっています。

(1) 認知度の向上に向けて（博物館と出会う）

[方針]

- ・ 認知度の向上が進まないこと、また、認知度に地域差があることから、引き続き認知度向上のための広報を行います。

(参考：認知度調査の結果概要)

① 1万人アンケート

「新県立博物館ができることを知っている」 38.7% (平成21年度)
42.0% (平成22年度)

② キッズ・モニターによるアンケート (平成23年10月まとめ 県内の小学4年生～高校生159名が回答)

「新県立博物館ができることを知っている」 47.0%

※ いずれも、津市：約7割、津市以外：約4割の認知度

- ・ メインターゲットは、「存在を知らない方」「関心のない方」「関係ないと思っている方」(個人、法人を問わず)及び県外からの観光客であることから、自分からアクションを起こさないと情報が入手できない手法だけでなく、受動的に「目や耳に入る」方法が必要です。
- ・ なお、県外への広報については、あまり早い段階で周知しても間延びする(忘れられる)可能性があることから、開館前年に集中的に実施します。

[広報内容]

- 様々な広報媒体を活用することにより、まずは博物館の存在(場所、開館時期等)を継続して周知

(参考：現在実施中の取組)

- ✓ ホームページ、メールマガジン、県(市町)政だより、出前トーク、県提供テレビ・ラジオ番組、新博物館ニュース等、各種広聴広報媒体の活用
- ✓ 新聞(毎日新聞「続紙上博物館」)、博物館・美術館ジャーナル「ミュゼ」への連載(いずれも別紙参照)
- ✓ 県庁、各県民センター、各市町役場のホール、公共施設、三重県博物館協会会員等へのチラシ、ポスター、看板等の配布や設置

近鉄津駅構内の看板



大紀町 紀勢大内山IC付近の看板



- ✓ 移動展示、M祭、フィールドワーク、リーディング産業展など、各種イベ

ントにおけるチラシ、パンフレットの配布

- ✓ 駅、スーパー、SA・PA等でのアンケートを通じた広報（併せてノベルティ（栞、ボールペン）を配布）

- 建設工事は外観の大枠が出来てくこと、また、展示工事が始まることから、徐々に具体的な内容（コンテンツ）について広報を始め、開館前年には、開館後の姿（入館料、入館時間、オープニングイベント等）が分かるものに展開
- 愛称、キャラクター等の募集
- 開館1年前イベント、開館記念イベントの開催
- 現地見学会や、地域住民、学校（こども）、報道機関等を対象とした内覧会の開催

（参考：今年度の取組（建設現場見学会「新県立博物館の建設現場を見てみよう」）

日 時：平成23年10月30日（日）小雨決行

第1回見学会 10：00～11：00

第2回見学会 13：30～14：30

場 所：新県立博物館建設地

内 容：1）新県立博物館について

2）新県立博物館の各種工法と工事の進め方について

3）建設現場見学

4）質疑等

定 員：各回30名（計60名）

対 象：小学生以上（小学生は、保護者同伴）

- 周辺施設（総合文化センター、美術館等）や観光施設と連携したマップや観光メニューの作成

（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）



- ✓ 名古屋市博物館が、地元の商店街（瑞穂通商店街（通称：博物館前商店街））と共同で夏祭りを実施。（ナイトミュージアム、盆踊り大会、はくぶつかん茶屋（屋台とフリーマーケット）などを実施）



○ 観光業界や出版、マスコミ業界との連携による広報

(参考：開館時期（平成26年）前後の主な出来事）

- ✓ 式年遷宮（平成25年）
- ✓ 現三重県立博物館60周年（平成25年）
- ✓ 三重県博物館協会40周年（平成25年）
- ✓ 熊野古道世界遺産10周年（平成26年）
- ✓ 三重県総合文化センター開館20周年（平成26年）
- ✓ 美し国おこし・三重「集大成イベント」（平成26年）

(2)「博物館の使い方」の周知に向けて（博物館活動に参加・参画する）

[方針]

- ・ メインターゲットは、「博物館の存在は知っているがそこで止まっている方」もしくは「興味はあるものの、どう携わっていいかわからない方」であることから、自分からアクションを起こした際に、新しい発見があるような情報提供をする必要があります。
- ・ 「従来の博物館とは違って、こんな使い方がある」という提案型の広報を展開します。（家族連れ、若者、高齢者など、様々な層に訴える活動を展開。）

[広報内容]（(1)に加えて）

○ 新県立博物館の整備状況（定点観測）の写真を、ホームページで毎週更新

(参考：掲載アドレス)

http://www.pref.mie.lg.jp/SHINHAKU/HP/kenchiku/kenchiku_top.htm#genba_hukei

○ 大学、企業、NPO等と連携によるシンポジウム等を開催することで、新たに新県立博物館に興味を持っていただく方を発掘

(参考：今年度の取組（三重大学との連携によるシンポジウム）)

日 時：平成23年11月19日（土）13：30～16：30

会 場：四日市市総合会館8階視聴覚センター視聴覚室

主 催：三重県、三重大学

後 援：四日市市、四日市市教育委員会、四日市商工会議所、三重県博物館協会

テーマ：「三重の近代史から地域の明日を探る」

定 員：約220人（聴講無料、事前申込）

内 容：

【基調講演】

講師 安蘇 龍生 氏（田川市石炭・歴史博物館館長）

演題 「世界記憶遺産山本作兵衛炭鉱記録画について

～田川市石炭・歴史博物館の取組～」(仮題)

【問題提起】

「地域の価値を明日に伝える」

菅原 洋一 氏（三重大学大学院工学研究科建築学専攻教授）

【事例報告】

① 三重の近代史から地域の資産を考える

吉村 利男 氏（三重県史編さん専門員、三重大学附属図書館研究
開発室客員教授）

② 博物館に関わる市民や県民の立場からの取組

木下 辻松 氏（三重県立博物館サポートスタッフ民俗グループメ
ンバー）

③ 四日市市で地域資産を活用する取組

久安 典之 氏（建築家、四日市まちかど博物館推進委員代表）

【パネルディスカッション】

テーマ「三重の近代史から地域の明日を探る」

コーディネーター 菅原 洋一 氏

パネリスト 安蘇 龍生 氏、吉村 利男 氏、木下 辻松 氏、
久安 典之 氏

○ 博物館の活用事例（こういう使い方ができる、というモデル）の提示

（参考：過去の取組事例）※いずれも文化庁支援事業

✓ 博物館きわめるプロジェクト

「博物館ってどんなところ？」をメインテ
ーマに、子どもを対象としたワークショッ
プを開催し、その成果をもとに、博物館を
知るワークショッププログラムの開発に役
立てるために実施。

平成21年度テーマ：モノって何だろう？

平成22年度テーマ：展示って何だろう？

ワークショップ「ワクワク博物館のつくりかた」



✓ 新博ティーンズプロジェクト、こども会議

子どもたちが、博物館見学ツアーやワークショップ等を通じて博物館への
認識を深め、魅力的な博物館について大人との対話（こども会議）を行うこ
とで、博物館づくりに子どもが参画できる仕組みを探るために、7回シリ
ーズのプログラムを実施。

ワークショップ「行ってみたい博物館を考えよう！」



こども会議



- 県内外学校、子ども会等への働きかけにより、遠足・社会見学・修学旅行を誘致
(参考：他地域の事例)

- ✓ 金沢 21 世紀美術館では、小学 4 年生を招待し、来てもらった子どもには「もう 1 回券」を配付。
- ✓ 兵庫県立美術館では、小学 3, 4 年生に招待状を出して、来てもらった子どもには下敷きをプレゼントしたり「キッズ定期券（ドコカカード）」を発行して、来てもらえるように仕組んでいる。
(「ポイントカード」ではなく「定期券」を持たせることで、子どもたちは喜ぶ)

(兵庫県立美術館のドコカカード)



(3)「博物館利用の究め方」の周知に向けて（博物館利用を究め、自らの活動に生かす） [方針]

- ・ メインターゲットは、研究者や、既に博物館活動に取り組んでいる方（例えば、サポートスタッフ（※））であることから、様々な立場の人と交流の場や、自らの発表の場を設けることにより、自己実現につながったことをアピールし（成功事例の周知）、自分もやってみたいと思ってもらえるような広報を展開する必要があります。
- (※) サポートスタッフ

博物館活動に興味関心を持つ県民の方々が、自ら学ぶ楽しさや知的好奇心を育みながら、世代や興味関心を越えた交流や、資料を通じた地域の再発見などを行うことで、協創活動の場づくりとしていただくため、平成 18 年度に開始。「生きものグループ」「化石・鉱物グループ」「民俗グループ」「情報局グループ」「織物・染織グループ」「おもしろ博物館グループ」「歴史グループ」の 7 グループでグループ活動も実施。現在は、小学生から 80 歳代の方まで約 280 名が登録。

[広報内容]（(1) (2) に加えて）

- 公開によるサポートスタッフ成果発表会の実施

(参考：昨年度の実施状況)

日 時：平成 23 年 2 月 19 日（土）

場 所：三重県総合文化センター 大研修室

参加者：約 80 名

内 容：各グループによる 1 年間の活動報告、ブース展示等を実施



- 県民広報マン（博物館営業本部員として、博物館の魅力をアピール）制度の立ち上げ
- 「友の会」「モニター会員」等の募集
- 学会等の誘致活動

3. M I E・マイミュージアム・プロジェクト（MMMプロジェクト）について

新県立博物館では、県民・利用者みなさんに“わたしの博物館”と親しみを持っていただけるようになることを目指しています。

そこで、開館に至る過程においても、県民・利用者の方自らが、新県立博物館の活動や運営の構築に向けた取組や、広報（宣伝）等に携わっていただくことで、新しい博物館に思い入れを持っていただけるようなプロジェクトを実施したいと考えています。

そこで、2. で示した様々な広報内容のうち、県民の方々の参加型による広報活動を「M I E・マイミュージアム・プロジェクト（MMMプロジェクト）」と名付け、開館まで連続して展開していく予定です。