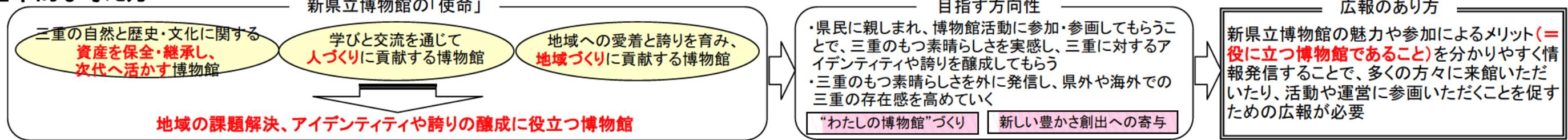


新県立博物館に係る広報戦略(最終案(たたき台))の概要

I. 基本的な考え方



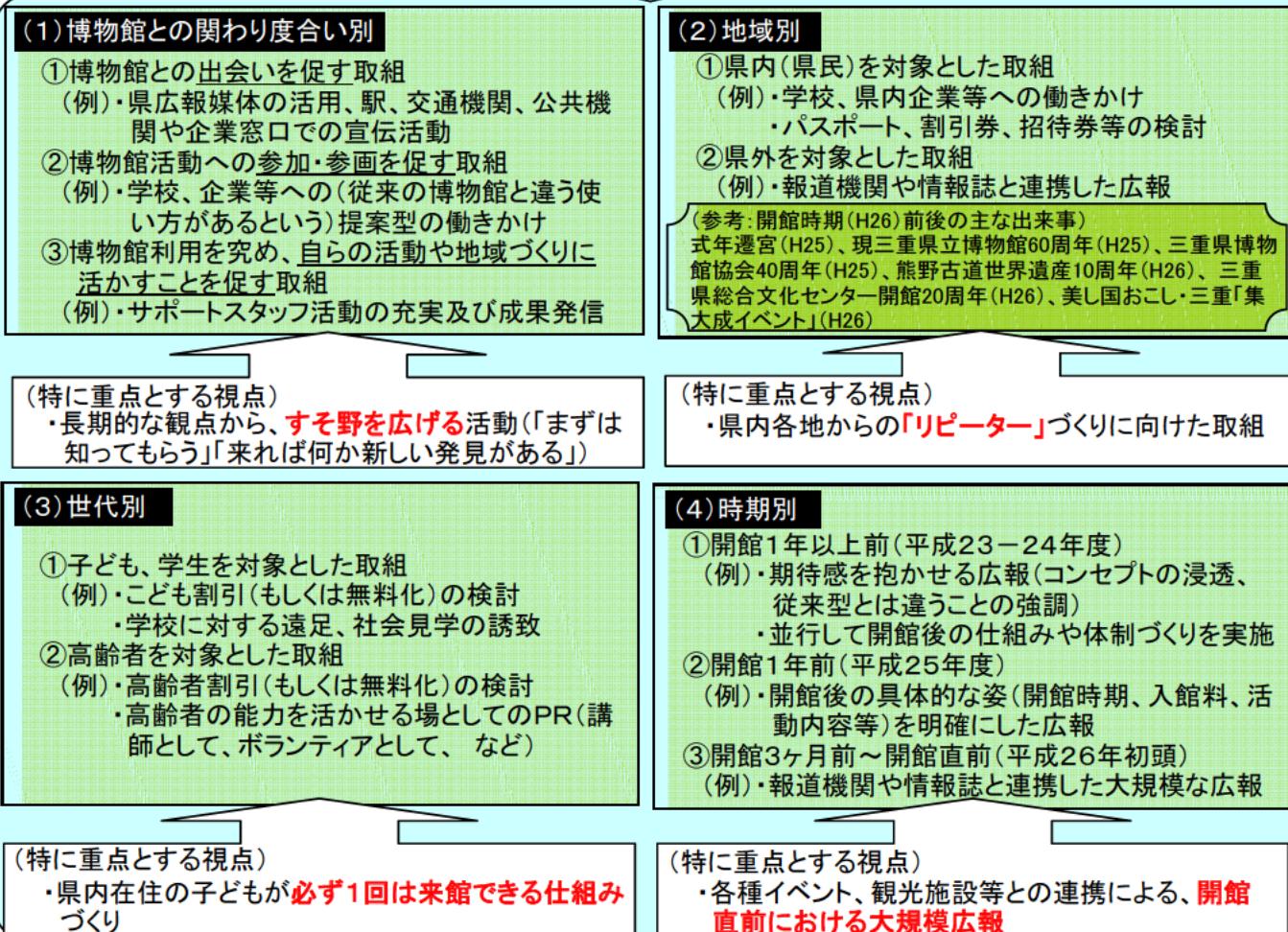
1. 使ってもらえる博物館となるために(利用者の増加に向けて)

- 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実施
- 加えて、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、「博物館との関わり度合い」「地域」「世代」など、様々な視点から、それぞれターゲットを絞った広報活動も展開

2. 活動と運営のパートナーづくりに向けて

- 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欠かせないパートナーの一つ
- そこで、こうした民間部門との連携を促進する取組も、当館における広報戦略の一つとして位置づけ

II. 開館に向けた広報戦略



- 平成23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ヒアリング
- 随時制度設計を行い、各種連携事業への参加募集を開始(連携方策の追加検討については継続的に実施)

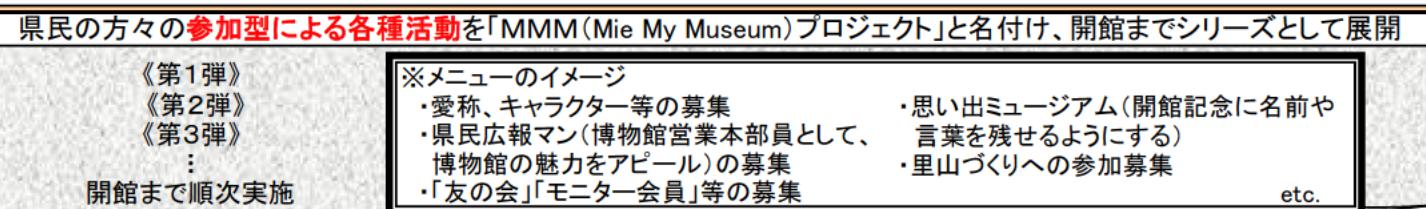
連携の方法については、いくつかの選択肢を例示し、着手可能なものから参画いただく
・その際、金銭面の協力(寄付や協賛など)に限定するのではなく、活動・運営面(事業への参画や管理運営など)での連携にも積極的に取り組む

- [連携方法(主なアイデア)]
- (1)県内関連企業製品の導入
 - ・自然エネルギー、省エネルギー関連製品
 - ・県産材、伝統工芸品、県産品(製造品)等
 - (2)事業面
 - ・三重にゆかりのある人物に関するテーマ展示
 - ・企業等が保有する収蔵品の寄贈や寄託
 - ・企業や団体が実施するイベントでの連携
 - ・館内での講演会・講義・イベント等での連携
 - ・こども体験展示室等でのノベルティの提供

- (3)運営面**
- ・アクセス面での協力
 - ・周辺観光施設や商店街とのタイアップ
 - ・ミュージアムショップの運営、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
 - ・企業店舗でのポスター掲示やチラシ配付、県内外博物館との連携による広報など、広報面での協力
 - ・ミュージアムフィールドの里山の管理
- (4)資金面**
- ・寄付金及び各種事業やテーマ展示との協賛金
 - ・ネーミングライツ

III. 県民体験参画型活動(MMM[Mie My Museum]プロジェクト)の展開

- 新県立博物館では、県民・利用者のみなさんに“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す
- そこで、開館に至る過程においても、新県立博物館の活動や運営の構築に向けた取組や広報・宣伝といった「博物館づくり」に、県民・利用者自らが携わっていただくことで、新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



IV. 効果的な広報の実施に向けて

- 新県立博物館単独での広報活動には限界があること、また、開館前後には三重を国内外にアピールできる出来事が多くあることから、これらに関連する機関等と連携しながら進める
- 開館に向けた広報を展開する中で、開館後の広報活動にどうつなげるかを念頭に置きながら活動。特に、開館直前の広報は、開館後の広報に向けた試行と位置づけ

- 県民・利用者、企業等、顧客の声(モニター)を随時受け付け、評価、改善に反映させる仕組みを構築することにより、顧客ニーズに柔軟に対応
- 継続的・効果的な広報を実施していくための体制の確立については、引き続き検討