

多様な収入の確保策の検討

開館後の収入計画案では、支出を4億5千万円とし、その2割の収入を確保することとしている。これを実現するための多様な収入の確保策について、検討する。

■ 観覧料(入館料)収入 30,000千円

博物館の収支等調査結果（平成23年11月 三重県実施、32館回答）から

- ・ 人件費以外の支出に対して入館料収入の占める割合が10%未満の館が22、30%以上は2館あった。また、収入に占める入館料収入の割合は、80%以上の館が7館あった。
- ・ 常設展の一般の平均入館料約300円だが、平成10年以降に開館した館では、500円と回答した館が多い。
- ・ 企画展の入館料は、一般500円～1000円程度で、企画展ごとに定めていることが多い。
- ・ パスポート券は、10館で設定されており、一般1500円と設定している館が5館あり、3000円程度のところもある。

新県立博物館の入館料収入は、県費以外の収入目標金額（5千万円）の60%程度、支出金額（人件費を除く。）に占める割合を10%以上とすることをめざし、約12%にあたる3千万円とおいた。

（参考）

設定した3千万円は、基本展示（常設展）及びテーマ展示観覧料の一人当たりの平均収入を500円とすると、6万人分に相当する。

（その他の事例、参考取組等）

○他館や交通機関との連携割引

○子どもへの特別入館券の発行：一度来館した子どもに特別入館券（メンバーズカードのようなもの）を発行し、リピーター確保につなげる。

■ 事業等収入 12,000千円 ■ 寄付金 8,000千円

博物館の収支等調査結果（平成23年11月 三重県実施、32館回答）から

- ・ 主な事業等収入
施設使用料（駐車場利用、野外施設利用、会議室・展示室利用など）、自動販売機・ミュージアムショップ・レストラン等の施設利用料（ミュージアムショップが直営の場合は、物品売払収入）、図録など刊行物販売収入、資料利用料、講座や野外観察会参加費収入、講師派遣受託収入、ホームページ等への広告掲載料、音声ガイド等の収入があった。
- ・ 特に注目すべきものとして、大学パートナーシップ事業による収入があった。
- ・ 補助金や助成金としては、文部科学省や文化庁の科学研究費、補助金、助成金などが多く、民間の財団などの助成を受けているケースがあった。
- ・ 受託事業収入として、国や県などの受託研究を行っているものがあった。

新県立博物館の事業等収入・寄付金は、下記の収入を組み合わせ、個々に工夫・目標設定しながら、できる限り収入に占める割合を増やしていく方向で考えたいが、当面は、事業等収入及び寄付金をあわせて、県費以外の収入の40%程度を確保できるようにしたい。

○事業収入

- ・ 行事参加負担金（館主催講座等の参加者負担）
- ・ 各種受託研究（地域課題等の調査研究を受託）
- ・ 研究機器や資料燻蒸施設を活用した分析、くん蒸の受託
- ・ 出前講座など講師派遣受託料
- ・ 図録などの図書、ミュージアムグッズなどにかかる物品販売収入
- ・ 資料利用収入（営利目的の資料貸出にかかる収入）
- ・ 画像等の利用にかかる収入
- ・ 施設利用収入（ミュージアムショップ、自動販売機事業者からの収入、会議室、展示室等の施設利用にかかる収入）
- ・ 広告、協賛収入
 - 展示等にかかるネーミングライツ、協賛収入
 - 印刷物、WEB上での広告、協賛にかかる収入

○助成金、補助金

- ・ 事業に関する助成金、補助金
- ・ 研究費に関する外部資金

○寄付金

- ・ 賛助会員の年間会費（100千円／年、80社）

（その他の事例、参考取組等）

○画像資料の有料利用のしくみ

近年、東京国立博物館などの国の博物館や都道府県立の博物館などで、画像の有料利用の事務を民間企業に委託して、収入確保と業務の効率化を図っているケースがある。

この場合は、コンテンツが問題で、美術系のコンテンツをもったところは強いが、それ以外のところは、あまりメリットがない場合もある。受託側の民間企業は、海外の有名博物館などを含め、内容は言うまでもないが、より多くのコンテンツをもつことも重要であるとしている。

○ネーミングライツ

館のネーミングライツの例はないが、講堂にネーミングライツを行った例がある。しかし、受け手がないなどの事情で、料金を安価に設定すると事務手数料や人件費などの点で赤字になる危険性もある。展示の一部に協賛をつけたり、さらに、名前を付けてネーミングライツとすることも可能である。