1. 主な連携メニュー（例示）

（1）展示関係

- ・ 各企業の歴史や技術を紹介する「期間限定の企業博物館」や、「三重の産業史」「三重にゆかりのある人物」等を取り上げた企画展示への参画（企画段階からの参画、所有する昔の製品・製造機器・写真等資料の寄贈・寄託等）
- ・ 基本展示の「くらしと自然」コーナーで実施する、“県民の皆さんとともに進める資料収集プロジェクト”への参画（創業当時の町並みが分かる写真や当時の世相が分かる資料の寄贈・寄託等）
- ・ 自社で所有する資料等の展示や保存に関するアドバイス

（2）イベント関係

- ・ 博物館内や企業の事業所等での各種事業（ワークショップなど）の実施（講師の相互派遣や活動・調査フィールドの提供等）
- ・ 企業内研修会や、顧客や地域住民向け会合での各種講演会の実施（館長出張講演会等）

（3）運営関係

- ・ ミュージアムショップの商品開発や商品提案
- ・ こども体験展示室等で使用する備品や材料、ノベルティ等の提供

（4）広報、誘客関係

- ・ 店舗等へのポスター・チラシ等の掲示
- ・ 企業ホームページでのリンク先の設定
- ・ 顧客や地域住民向け会合での各種講演会の実施（館長出張講演会等）
- ・ 封筒や各種印刷物への「新県立博物館を応援している」旨の表示
- ・ 自社及び関連会社の従業員の方々や、顧客や取引企業の方々への無料入館券の配布
- ・ 所有する施設との共通チケットの設定（文化・観光施設や周辺店舗との共通割引券等）
- ・ 観光商品や町歩きコースへの組み入れ（「おすすめ観光ルート」等）
- ・ 津駅等からのアクセス面での連携（公共交通機関を利用した際の共通割引券等）

（5）資金的支援関係

- ・ 新県立博物館の整備、活動と運営（特定事業への支援を含む）、及び展示・収蔵資料の保存・修繕など、博物館の活動全般に対する金銭的支援（寄附）
- ・ 企画展示や各種事業の実施に際しての金銭的支援（協賛）
- ・ 一定額を会費として支払うことで、新県立博物館の利用に関する各種特典を受けられる「企業パートナーシップ」
- ・ 企業の記念日など任意の日在一定額を協賛いただくことで、その日の来館者全員が観覧料とする「コーポレーション・デー（仮称）」

2. 連携を模索する企業の基準（切り口）

- ・ 県内に本社もしくは事業所がある企業
- ・ 文化振興事業に関心がある企業
- ・ 県出身者が要職にある企業
- ・ 創業者等が県にゆかりがある（県外）企業
- ・ 県と各種協定を結んでいる企業

3. 訪問にあたっての考え方

- ・ 県外については単独で動かず、東京事務所、大阪事務所、三重県営業本部担当課、観光（政策／誘客）課と調整しながら実施。
- ・ 本社が県外にある企業については、「本社案件」と言われる可能性が高いが、事業所を飛び越して本社に直接話をするのではなく、先に県内事業所に話をする。
- ・ 寄附について、企業としての対応が困難な場合（個人としての付き合いしかない）は、ふるさと納税について依頼。
- ・ 象徴的な案件（寄附第1号、大口案件等）については、トップセールスも実施。
- ・ 並行して、広く参画を呼びかけるための取組として、企業等が多く集まるイベントや会合に積極的に参加。

4. 当面の活動方針

- ・ まずは、県や博物館と関係の深い企業や文化振興に理解のある企業等を訪問し、“成功事例”の創出を図る。
- ・ このうち寄附については、開館初年度の収支計画に盛り込む必要があることから、平成25年度前半を一つの目処として集中的に取り組む。（営業活動はその後も引き続き実施）

5. 実施体制

- ・ 開館に向けた準備を進める中で、限られた人員で企業への連携依頼を行う必要があり、現状、博物館職員が企業訪問等を実施しているが、開館後も継続的に行う必要がある業務であり、長期にわたって専門的に取り組んでいける人員体制が必要。
- ・ また、企業等への連携働きかけを行うにあたっては、人脈やネットワークといった、いわゆる「顔が利く」ことが重要。
- ・ これらを踏まえ、平成25年度においては、企業への働きかけや関係構築後のフォロー等を専属的に行う職員（嘱託員）を1名採用するほか、国の緊急雇用創出事業を活用して、観光関連企業などへの誘客面での営業活動も行うこととしており、館職員と情報共有や役割分担をしながら活動をしていく予定。
- ・ **なお、指定管理者制度が導入された際の営業体制についても、引き続き検討。**