

経営向上懇話会でいただいた意見に対する取組状況等について

1 これまでの開催状況

[平成23年度]

日時	議題
(第1回) 平成23年10月25日(火)10:00~12:00	(1) 経営向上懇話会の設置について (2) 新県立博物館整備の進捗状況について (3) 整備にあたっての「3つの方向性」と「7つの項目」について (4) 意見交換 ①企業、団体、NPO等、民間との連携の進め方について ②広報戦略の考え方について
(第2回) 平成24年2月3日(金)10:00~12:00	(1) 報告事項 第1回経営向上懇話会でいただいた意見に対する取組状況について (2) 意見交換 ①広報戦略(最終案(たたき台))について ②多様な収入の確保策について

[平成24年度]

日時	議題
(第1回) 平成24年7月24日(火)15:00~17:00	(1) 報告事項 平成23年度第2回経営向上懇話会でいただいた意見に対する取組状況について (2) 意見交換 ①新県立博物館の運営形態に関する考え方について ②みえ マイ ミュージアムプロジェクトの進捗状況について
(準備会合：非公開) 平成24年12月6日(木)17:00~19:00	(1) 報告事項 <u>展示及び交流創造エリアの整備状況等</u> について (2) 意見交換 ①新県立博物館の運営形態等について ②企業との連携促進に向けた取組について ③新県立博物館開館後の <u>収支見込み</u> (<u>平成ベース</u>)について
(第2回) 平成25年3月29日(金)17:30~19:30	1 報告事項 (1) 経営向上懇話会でいただいた意見に対する取組状況等について (2) 経営向上懇話会の名称変更について (3) 開館年次上半期の <u>企画展示実施計画</u> (案)について 2 意見交換 (1) 開館に向けた <u>広報計画</u> について (2) <u>開館形態等</u> について (3) <u>企業との連携促進</u> について ①企業からの資金的支援メニューについて ②企業との連携促進に向けた体制等について (4) 平成25年度の経営向上懇話会について

[平成25年度]

日時	議題
(準備会合：非公開) 平成25年5月29日(水)10:00～11:00	1 報告及び意見交換 (1) 三重県総合博物館(仮称)の <u>収支計画(案)</u> (平年ベース)について
(第1回) 平成25年5月29日(水)11:00～12:00	1 報告及び意見交換 (1) 三重県総合博物館 <u>条例(案)</u> について (2) 新県立博物館開館後における <u>経営向上懇話会</u> の位置づけについて (3) 戦略的な <u>広報活動</u> の実施に向けた取組状況について 2 その他 (1) 次回の経営向上懇話会における議題(案)について
(準備会合：非公開) 平成25年7月22日(月)10:00～12:00	1 報告及び意見交換 (1) 三重県総合博物館に対する <u>企業等からの金銭的支援</u> に係る取組状況について (2) 開館に向けた <u>戦略的な広報活動</u> に向けた取組状況について
(準備会合：非公開) 平成25年9月9日(月)15:30～15:50	1 報告及び意見交換 (1) 三重県総合博物館に対する <u>企業等からの金銭的支援</u> に係る取組状況について (2) 開館年度(平成26年度)の <u>企画展示計画</u> について
(第2回) 平成25年9月9日(月)15:50～17:30	1 報告事項 (1) 開館に向けた <u>戦略的な広報活動</u> に向けた取組状況について (2) 三重県総合博物館に対する <u>企業等からの金銭的支援</u> に係る取組状況について 2 意見交換 (1) 三重県総合博物館の活動と運営に係る <u>評価体制</u> の構築について (2) <u>学習交流スペース</u> の検討状況について 3 その他 (1) 次回以降の経営向上懇話会における議題(案)について
(第3回) 平成25年11月25日(月)17:00～19:00	1 報告事項 (1) 三重県総合博物館に対する <u>企業等からの金銭的支援</u> に係る取組状況について 2 意見交換 (1) 開館に向けた <u>広報展開</u> について (2) 活動と運営に係る <u>評価</u> のしくみについて (3) 開館後における事業について ①平成26年度の <u>企画展示</u> について ②開館後における <u>諸事業</u> について
(第4回) 平成26年1月22日(水)16:00～18:00	(1) 経営向上懇話会でいただいた意見に対する取組状況等について (2) 開館までの取組について

2 取組状況及び今後の課題

(1) 広報

(主な指摘事項と取組状況)

○全庁的な取組の必要性

(主な指摘事項)

- ・ 県庁の全組織を挙げて取り組むべき。担当部局以外から人を呼び寄せて“支援隊”を形成したり、企業への協力依頼活動などで他部局の力を借りて取り組む体制づくりが重要。
- ・ 県職員全員が広報マンになる気で取り組んでほしい。

- ・開館100日前を節目に、全庁が一丸となった集中的な広報活動をスタートさせました。
- ✓ 街頭での開館100日前**県内一斉広報活動**（平成26年1月9日）
 - ✓ Mi eMu及び県庁舎（桑名、四日市、鈴鹿、津、松阪、伊勢、志摩、伊賀、尾鷲、熊野）において、Mi eMuの開館を周知する**懸垂幕を設置**
 - ✓ 三重テラス（東京・日本橋）のオープニング時における「伊勢」関連展示の実施、“美し国おこし・三重”プレ三重県民大縁会や観光交流会への出展など、**他部局と連携した広報**
 - ✓ **県職員による集中広報**として、Mi eMu名刺台紙の活用、Mi eMu缶バッチの着用、メール署名への記載、各種イベントや会議におけるPR、所属のホームページ及びツイッター・フェイスブックでの開館告知やMi eMuホームページへのリンク、フォローなどを実施

○統一イメージの確立（愛称、イメージカラーなど）

(主な指摘事項)

- ・ 博物館自体の愛称を決めてはどうか。
- ・ チラシ毎にフォントや色が異なっており、同じ新県立博物館の事業であることが分かりにくい。同じマークを入れたり、色合いを揃えるなど、「必ずこれを入れる」というものを決めた方がよい。

- ・平成25年8月に**愛称**（Mi eMu）、**ロゴマーク**、**テーマカラー**（オレンジ）、**コミュニティシンボル**（ミエゾウ）を発表し、これらを前面に出しながら広報を展開しています。

○タイミングとスピード感

(主な指摘事項)

- ・ 広報に関するトータルプラン（時期、手法、重点とすべき点）が必要。
- ・ マスコミは「節目」に弱い。「100日前」「1ヶ月前」にどのようなネタを提供できるかよく考える必要がある。

- ・節目の一つである「**開館100日前（平成26年1月9日）**」**周辺のタイミング**で、さまざまな広報を効果的に実施しました。
- ✓ マッコウクジラ全身骨格標本設置（基本展示室）報道発表（平成25年12月13日）
 - ✓ 三重テレビ「とってもしゃべり！」生出演（平成25年12月16日）
 - ✓ ミエゾウ全身骨格標本設置（学習交流スペース）報道発表（平成25年12月26日）
 - ✓ NHK「ほっとイブニングみえ」年末特番の生中継（平成25年12月26日）

- ✓ 新聞各紙への知事、館長新春インタビューの掲載（平成26年1月）
 - ✓ 開館100日前県内一斉広報活動（平成26年1月9日）
 - ✓ NHK「ほっとイブニングみえ」“今年にかける”コーナーの出演（平成26年1月10日）
- ・今後も、**展示の進捗や節目（開館1ヶ月前など）にあわせて**、切れ目なく情報を発信していきます。

○広報体制の充実（「プロ」の関与）

（主な指摘事項）

- ・統一イメージをつくるにあたってはプロに頼んだ方がよい。経費は削減しつつも、金をかけるところはかけるべき。

→・各種広報ツールのデザインや開館後のデザイン面でのマニュアルづくりなどについて、コーポレート・アイデンティティに長けていて、博物館にも関心を持っている**デザイナーの協力**を得て実施しています。

○ウェブやロコミの有効活用

（主な指摘事項）

- ・ホームページ、スマートフォンなど、ウェブを有効に活用してはどうか。例えば、ホームページ上で新県立博物館の疑似体験ができるようにしてはどうか。ウェブをうまく使えば、若い世代にロコミで広がっていく。
- ・博物館、美術館について書き込む有名なブロガーがおり、その評価を見て来る人も多い。こうしたブロガーを一度招待してみてもどうか。
- ・多額の広報費が見込めないのであれば、現博物館で活動する「サポートスタッフ」のロコミで広げていくという戦略も考えられる。

→・平成24年4月に、ボランティアで広報をしていただく「**新県立博物館みりよく発信隊**」を立ち上げました。平成26年1月15日現在、154人が登録しており、

- ✓ 近所へのポスター・チラシ等の配布（個人）
- ✓ ブログでの発信（個人）
- ✓ 博物館が実施するイベントの会場として、自社が運営する施設を提供（法人／温泉施設）
- ✓ 博物館が実施するイベント等について、番組内で積極的に告知（法人／放送局）

など、各人が独自に活動を実施中です。

・平成24年10月に**ツイッター**（平成26年1月15日現在 フォロワー数1,246）、平成25年8月に**フェイスブック**（平成26年1月15日現在 いいね!数309）を立ち上げました。また、新博物館整備のホームページをリニューアルし、「**MieMuホームページ**」を開館100日前（平成26年1月9日）に立ち上げました。

○マスコミの有効活用（大規模広報とパブリシティ活動の充実）

（主な指摘事項）

- ・マスコミを上手く活用してほしい。三重テレビやケーブルテレビで、シリーズ化して取り上げてもらえるようにしてはどうか。
- ・相当な金額をつぎ込むので、経費のかかる媒体だけでなく、お金のかからない宣伝（パブ

リシティ) も考えるべき。いかにして記事に取り上げてもらうかを考えるべき。

- ・ニュース性のあるネタを精査する必要がある。「…ができました」「…をはじめました」という事実だけでは記者は来ないので、魅力を伝える工夫が必要。
- ・普段付き合いのある窓口だけでなく、例えば名古屋本社の文化部への情報提供も必要。

- ・テレビやラジオのCM、新聞広告、交通広告（県内及び近隣府県の駅へのポスター掲出など）、雑誌等への記事掲載など、さまざまな媒体を通して**大規模かつ集中的な広報**を実施します。
- ・旅行や博物館に関する情報を発信している雑誌社やテレビ局などを訪問してMieMuの魅力を伝え、**取材や記事への掲載を依頼**するほか、各種マスコミが参加するイベント（観光交流会、メディア説明会など）に参加し、PRを実施します。

※具体的な実施内容については、「資料2開館までの取り組みについて」に記載

○懸垂幕、駐車場や館内のサインなど、建物を使用したPR

(主な指摘事項)

- ・駐車場や館内など、サイン計画をしっかりとしてほしい。全館的な統一感を意識してほしい。懸垂幕など、建物を使用したPRも実施すべき。

- ・開館100日前（平成26年1月9日）を契機に、MieMu及び県庁舎（桑名、四日市、鈴鹿、津、松阪、伊勢、志摩、伊賀、尾鷲、熊野）において、MieMuの開館を周知する**懸垂幕**を設置しました。（再掲）
- ・MieMu駐車場の交差点角に、テーマカラーを用いた**立て看板**を設置しました。
 - ・**館内サイン**（メインエントランス、フロア案内サインなど）についても、テーマカラーを用いた統一デザインを導入予定です。



MieMu に設置した懸垂幕



MieMu 駐車場の立て看板

○ターゲットの明確化

(主な指摘事項)

- ・広報の実施項目はたくさんあるが、誰に訴求するかターゲットをどう考えるか。また目標をどうするか。これらが明確になれば、この内容でいいのかも検討できるし、リリースするコンテンツも変わってくる。
- ・ターゲットは子どもだと思う。いかに子どもたちに来てもらえるかと考えた方がよい。

- ・開館という注目度の高い時期であることから、これまで博物館に興味がなかった層への周知のチャンスと捉え、テレビ、ラジオ、雑誌等マスメディアを有効活用した広報を実施します。
- ・**子どもの来館促進**については、こども体験展示室などを整備したり、展示観覧料を高校生まで無料にするなどしているほか、県教育委員会とは、遠足・社会見学などで来館利用するための周知活動について協議したり、児童生徒が博物館を利用する学習方法を検討しています。なお、県総合教育センターとは、博物館を利用して行う研修や先生方への博物館の周知方法について協議しています。
 - ・**県外**については、首都圏よりも、長期的に見て一定規模の来館が期待される**近隣府県（名古屋圏及び京阪神圏）**向けを中心に広報を実施します。（ただし、出版関係については首都圏が多いことから、首都圏向けのメディアキャラバンなども実施）

（課題）

- 開館後における継続的な広報に向けたマスコミ等とのネットワークの確立及び実施体制の確保・充実

（2） 展示

（主な指摘事項と取組状況）

- 展示テーマや見せ方の工夫（幅広い層に対応した企画展示のバリエーション、興味を持ってもらえるようなタイトルの工夫、体験型の関連事業の実施など）

（主な指摘事項）

- ・見せ方を工夫してほしい。同じものを見るにも「あれっ」と思わせる見せ方がある。
- ・展示のタイトルは、子どもでも分かるものにしてほしい。
- ・展示に「あそこに行けばこれが体験できる」という仕掛けがあると、集客しやすい。
- ・展示に多大な労力がかかるのであれば、展示という形態だけでなく講座を数多く設けるなど、参加型の企画を増やしていくことを検討してほしい。
- ・通常の博物館では見ることができない収蔵庫など「裏の見学ルート」を設定してほしい。
- ・海外では、博物館や美術館で結婚式をしており、参考にしてほしい。ミュージアムグッズも引き出物のような感じで使うこともできる。

- ・基本展示ではさまざまな手法で三重の自然と歴史・文化に関する魅力を表現しています。

【基本展示における主な工夫】

- ・高さ6メートルの天井高を活かしたダイナミックな展示
 - ・映像ディスプレイを通した臨場感あふれる展示
 - ・絵巻物などをスマートフォンのようにスクロールしながら見ることができる展示
 - ・県民参加による展示（くらしと自然コーナーにおける古い写真、東紀州・熊野灘の自然コーナーにおけるイワシなど）
 - ・季節により更新する資料
- ・企画展示では、今まで博物館に関心がなかった方にも興味を持っていただけるようなテーマや、タイトルの付け方にも配慮しながら実施します。

【新たな視点から取り組んだ企画展示の事例】

「ふたりのウェディング事情」

結婚を考えている人や華やかな結婚式に憧れる子どもたちを対象に、いまどきの結婚式の事情や、あまり知られていない三重県の結婚式の風習を紹介。

関連事業として、Mi eMuで1組限定の結婚式を実施。

- ・「こども体験展示室」や「三重の実物図鑑」において体験の場を設けるほか、ワークショップを多数開催したり、免震構造など建物の特徴を見学できるようにするなど、**体験型・参加型の取組を充実**させます。

○開館初年度の企画展示本数及び開催期間

(主な指摘事項)

- ・1年目に見せすぎという感もある。アピールしたいものを長期間見せるなど、客を引きつけるようなものをしてほしい。
- ・1ヶ月で内容が変わるのはめまぐるしい印象を受ける。3回行かなければ全体が分からないようにする展示の仕方もある。
- ・年間の展示本数が多く、このスタイルが何年も続くと息切れするのではないかと。5年くらいの長期見通しが必要。

- ・開館初年度については、Mi eMuで実施するさまざまな分野をできるだけたくさん知っていただきたいことから、**6本の開館記念企画展**を開催します。なお、**2年目以降は年間3～4本程度**の企画展示を開催予定です。

○昔のものの収集・展示だけでなく、未来への希望を与える内容

(主な指摘事項)

- ・昔のものの収集だけでなく、三重の未来像を模型で示すなど、未来への希望を与える内容にしてほしい。

- ・基本展示では、三重のアイデンティティや素晴らしさが感じられ、**将来さらに良くしていこうと考える契機となるようなメッセージ**を込めた展示を展開しています。
- ・企画展示では、例えば、県内の製造業や農林水産業で行われている最先端の取組の紹介など、**三重の未来や夢・希望などを思い描けるような展示**も検討していく予定です。

(課題)

- 基本展示を何度も見学してもらえようするための工夫（基本展示の魅力をさまざまな視点で伝える展示案内や関連企画の充実など）
- 魅力的な展示を効果的に展開するための企画・広報体制の整備

(3) 学習交流スペース

(主な指摘事項と取組状況)

- にぎわい創出の工夫（映像ブースの形状や設置する位置、相談コーナーの位置など、動線の邪魔にならないようなレイアウト）

(主な指摘事項)

- ・動きや活気があるイメージがしない。
- ・利用する人が少ない感じがする。レイアウトや動線に工夫が必要。
- ・色々なコーナーがあり、書架で区切られて見晴らしが良くない印象を受ける。公園のような、何でもできる空間にしてもよいのではないか。

→・指摘を受けて、レイアウトを工夫しました。

【変更内容】

(これまでのコンセプト)

- ・路地裏を散歩するように本棚の間へ人が入り込みながら、自分の好きな本を見つけ出すことを意図
- ・その一方で、動線が断ち切れ、背の高い本棚によって視線が遮られる

(変更のポイント)

- ・より気軽に立ち寄れるような憩いの空間として学習交流スペースを位置づけ、円卓を中心とした放射状のレイアウトに変更

(具体的な変更点)

- ✓ 本棚の高さを低くし、視界の開放感を確保
- ✓ 動線が細かく分かれるレイアウトから円卓を囲み人が集まりやすいものへ変更
- ✓ 大きな机を中心に置き、個人でもゆっくりとくつろげる空間に
- ・このことにより、
 - ✓ エントランス側や企画展示室出口からも、本棚に沿って自然に人の流れができる
 - ✓ 本の冊数は減らさずに、棚の高さを低く抑えることができる
 - ✓ ワークショップスペースやミュージアムフィールドも望むことができ、常に館内のにぎわいを感じられる空間となる



(課題)

学習交流スペースにおける本棚等の配置イメージ

- 企画展示の内容に合わせた企画本棚の運営
- 蔵書の管理方法やレファレンスカウンターの運営

(4) 県民参加組織

(主な指摘事項と取組状況)

- 利用者団体の自主的な運営に向けた準備 (中心になる人の育成、規約の整備など)

(主な指摘事項)

- ・利用者団体の対応は大変と思うが、一番大切なのは中心になる人をうまく探し、育てること。
- ・自主的な運営をまかせるにはきちんとした規約が必要。一度つくってしまうと止めるのが難しい。はじめからつukらないという思い切りも必要。
- ・市民研究員制度については基準や規約をしっかりとつくって多くの方に利用いただけるようにしてほしい。

- 平成18年から活動してきた「三重県立博物館サポートスタッフ」を発展させ、新たに「ミュージアム・パートナー」を立ち上げることとし、運営にあたっての規約等を整備して、開館までに募集を開始します。従来行ってきた、それぞれの興味関心に応じたグループ活動に加え、会員限定イベント、メンバー間情報誌の発行などを実施する予定です。会費制とし、会員自らが運営を行います。(運営が軌道に乗るまでは、博物館スタッフがサポート)
- ・ボランティアについては、「みりよく発信隊」を広報ボランティアとして位置づけて活動を継続し、その他運営に関わるボランティアについては、開館後の状況に応じて整備します。

(課題)

- ミュージアム・パートナーについて、自主的で円滑な運営に向けた事務局機能の整備
- みりよく発信隊に対する情報提供方法の改善、効果の測定
- ミュージアム・パートナー以外の制度(市民研究員など)の参加形態検討、整備

(5) 多様な主体(博物館、学校・大学、企業、市町・庁内各部署、文化交流ゾーン等)との連携

(主な指摘事項と取組状況)

〈博物館〉

○県内の博物館にとって、新県立博物館ができて自分たちも良かったと思える連携

(主な指摘事項)

- ・市町や民間の美術館・博物館との連携を図ってはどうか。新博物館に行けば他館の情報が入るような、いわば県内博物館の「ハブ」としての機能を果たしてはどうか。
- ・例えば、共通でのチケットの設定や、展示会案内パンフレットなどにより、入館者が増えることが見込まれれば応援してくれるのではないか。

- 学習交流スペースに「県内博物館コーナー」を設け、県内各地域の博物館へと誘うような情報を発信していきます。
- ・開館初年度の交流展示として、三重県博物館協会40周年記念展示や、まちかど博物館との連携展示を実施します。
 - ・災害時における文化財等のレスキューのあり方について、三重県博物館協会(三重県立博物館が事務局)が検討しています。

(課題)

- 共通チケットの設定など、情報発信以外の連携の実現

〈学校・大学〉

○具体的なプログラムの必要性（教員の研修プログラムなど）

（主な指摘事項）

- ・三重県の教育ビジョンに、教育現場での博物館利用が項目としては挙がっているが、多くの学校に実際に使ってもらえなくては意味がない。より具体的なプログラムを入れる必要がある。例えば、教育委員会の研修プログラムに位置づけられるようにしていくことが必要。
- ・学校教育における**博物館及び博物館資料の活用**について、教育委員会や市町の教育委員会、総合教育センターなどと協議を実施中です。具体的には、教育課程と連動した館内プログラムの開発や、地域の小中学校への出張講演や授業、教育用貸出ツールの開発などを検討しています。
- ・**教職員の研修プログラム**への組み入れについては、現状、学芸員をめざす学生を対象とした学芸員実習を実施しているほか、平成25年度には、教職員の新規採用者の研修として数名を受け入れの実績があります。
 - ・三重大学及び皇學館大学とは、開館後における相互協力に向けた協議を進めており、それぞれ平成26年2月に**相互協力協定を締結**する予定です。このうち、三重大学とは、共同研究、学生への人材育成支援、地域づくりに関するシンポジウムの共同開催、大学の附属施設や博物館を活用した小中学校の学習カリキュラムの検討など、大学の研究教育の内容と連動した取組を試行的に行っています。

（課題）

- 学校団体受入体制の整備（県内の小学生が皆来館し、また来たくなるしくみ（環境整備）

〈企業〉

○企業による博物館活動等への参加促進

（主な指摘事項）

- ・近年、企業から寄付を募ることが難しい状況の中、年間運営費4.5億円の2割を民間資金で賄おうとするならば、例えばIR活動（企業が株主や投資家に対し、投資判断に必要な情報を提供する活動）の一環と位置づけられるような、企業にとってのメリットを示していく必要がある。
 - ・企業に「関係ない」と思われないようにするためには、県内の主な企業にフェイス to フェイスで訪問した方がよい。
 - ・企業に関わりの深い資料を、企業や地域の「宝」と位置づけて、企業の記念日などに展示することもできるのではないかな。
 - ・博物館のミッションである、次世代の育成に寄与することを売りに、子どもたちに三重のことを知ってもらう場であることを前面に出してはどうか。
 - ・「博物館づくり」への参加だけでなく、「博物館づくり」を通じた「三重づくり」への参加を呼びかけるくらいでも良いのではないかな。
- ・県内に事業所がある大企業や中小企業、組合、団体を中心に、訪問活動を実施（平成26年1月15日現在 リストアップ企業数431社のうち218社を訪問）し、**寄付等のお願いに加えて事業面での連携も打診**しています。

【これまでの連携実績事例】

(例1) 伊勢市内A社

- ・事業所で保有する資料（古いレジスター）を、移動展示「昔の暮らし」展における展示資料として寄託

(例2) 四日市市内B社

- ・博物館が実施するイベントの会場として、自社が運営する施設を提供（法人／温泉施設）（再掲）

(例3) 四日市市内C社

- ・事業所の敷地内にある自然環境の保全に向けて、学芸員がアドバイスを実施
- ・こうした取組を、平成26年秋に企業との交流展示において紹介予定

(課題)

○連携を希望する企業を開拓する体制の確立

〈市町・庁内各部署〉

○市町・庁内各部署との施策連携

- ・三重テラス（東京・日本橋）のオープニング時には、当館が「伊勢」関連の展示を実施したほか、ミュージアムショップのオリジナル商品開発に向けた庁内関係部局との協議などを進めています。
- ・地域資産の保全に向けて、平成23年6月に県や市町の教育委員会・市町史編さん部局が参加して発足した「みえ歴史的・文化的資産保存活用連携ネットワーク」（事務局：三重県環境生活部文化振興課県史編さん班）に参加しています。平成23年度には、台風12号で発生した県熊野庁舎の被災公文書の復旧活動に対して助言などを行ったほか、各市町の資料保存環境の改善や資料の破損処理などに関する講演や助言、出張対応などを継続して行っています。

(課題)

○市町の文化担当部局や、庁内各部署の施策との連携による展示や事業の実施

〈文化交流ゾーン〉

○広報、誘客、事業などでの連携

(主な指摘事項)

- ・総合文化センターでのイベントに来た人に対して、そのチケットを持っている人は割引になるような制度をつくってはどうか。
- ・文化交流ゾーン内の連携として、各館共同の宣伝をしてはどうか。また、市町との連携による広報もメニューに入れて欲しい。

- ・総合文化センター、県立美術館と連携して、それぞれの広報活動の相互協力を行うとともに、文化交流ゾーン全体としての情報発信に取り組みます。
- ・共通のテーマによる事業を行ったり、各施設の事業にタイアップした企画を行うなど、事業面での連携を推進します。

(課題)

○文化交流ゾーンを構成する施設間の連携体制の整備

(6) 収支計画

(主な指摘事項と取組状況)

○入館者数の精査、多様な収入源の確保とその精査

(主な指摘事項)

- ・総合文化センターには年間100万人以上、県立美術館にも年間12～13万人の来館者があるのだから、入館者予想数をもっと多く見積もってもよいのではないか。
- ・事業等収入や寄付について、見込額が少ないのではないか。
- ・支出面について、展示の企画運営費をはじめとする事業費が少ないのではないか。
- ・ミュージアムショップについて、収入には挙がっているが、仕入れ等も必要であり、支出に挙がっておらず精査が必要。
- ・広報に力を入れるには広報宣伝費が少ないのではないか。

→魅力ある展示の実施と集客に向けた取組の努力（総合文化センターや県立図書館、県立美術館との連携事業の実施など）による観覧料収入の増加（来館者数（平年ベース）：[当初見込み] 15万人→[見直し後] 25万人（うち展示観覧者数14万人）と、多様な収入を確保するためのしくみ（寄付・協賛など）の構築により県費以外の収入源を確保するとともに、支出面での精査を行い、平年ベース（開館5年目：平成30年度を想定）における収支計画を策定しました。（開館初年度の収支計画については、平成26年度当初予算に反映）

(課題)

○収支計画の着実な実行

(7) 企業等からの寄付

(主な指摘事項と取組状況)

○寄付にあたっての金額設定（高額にせず、3万円や5万円に設定して幅広く集めることに重点）

(主な指摘事項)

- ・会費や協賛金の集め方にもアイデアが必要。最近の経済情勢の中で、企業が毎年10万円出し続けるのは難しい。3～5万円に設定して、幅広く集めることに重点を置いた方がよい。

→・企業パートナーシップの年会費を3万円（5年分一括支払いの場合は2万円）に設定しました。寄付についても当初設定（1口50万円）にこだわらず受付させていただいています。

○一般的な寄付以外の方法の工夫

(主な指摘事項)

- ・猪熊弦一郎現代美術館（香川県丸亀市）では、地元中小企業との連携という観点で、1口50万円で4口集まった日を「コーポレート・デー」と定め、この日に来館された方全員を無料としている。

→・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の展示観覧料を無料にするるとともに、新商品のPRなどを可能とする「コーポレーション・デー」制度を立ち上げました。

○企業への個別訪問に加え、商工会議所などの経済団体に対する働きかけ

(主な指摘事項)

- ・企業に声をかけるときは、具体的な話をした方が良く、県全体として取り組む必要があるため、商工会議所などの経済団体にも働きかけるべき。各会議所では毎月何らかの会議があるし、毎月でも言ってもらえるように働きかけが必要。

→・商工会議所連合会及び各商工会議所の協力を得て、会員企業に対する説明や資料配付の場も設けていただいております、順次実施しています。

○企業への依頼活動の実施体制確保

(主な指摘事項)

- ・収入をいかに増やすかが最重点課題であり、トップは「営業部長」という意識で取り組んでほしい。
- ・営業活動は、専属の職員がはりつかないとできない仕事であるとともに、「顔の利く人」が行かないと、職員では難しい。企業OBを雇うなど工夫が必要である。

→・平成25年7月に企業連携担当嘱託員(企業OB)を採用したほか、部内職員も当該業務に従事する体制を充実しました。幹部職員についても、随時企業訪問などを実施しています。

【企業等からの金銭的支援に係る取組状況】

◆リストアップ企業数 431 (前回(H25.11.25)報告 418)

◆訪問済企業数 218 (前回報告 182)

◆ご支援いただいた企業数

(1) 寄附 25件 2,300万円 (前回報告 20件 2,040万円)

※新県立博物館の活動(特定事業への支援を含む)や、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ご支援

金額	件数	内訳
500万円	2社	大企業2
100万円	6社	大企業2、中小企業4
60万円	1社	団体1
50万円	12社	大企業2、中小企業9、団体1
10万円	4社	大企業2、中小企業2

(2) パートナーシップ 50件 445万円 (前回報告 36件 382万円)

※一定額を会費としてお支払いいただくことで、博物館の利用に係る各種特典を受けることが可能

コース	金額	件数	内訳
A	1口(3万円)	27件	大企業4、中小企業22、団体1
	2口(6万円)	4件	大企業1、中小企業3
	10口(30万円)	1件	大企業1
B	1口(10万円)	16件	大企業3、中小企業12、団体1
	5口(50万円)	1件	大企業1
	10口(100万円)	1件	中小企業1

(課題)

- 登録企業へのきめ細やかなフォロー
- 企業パートナーシップ会員の新規開拓と依頼体制の確保

(8) 管理・運営

(主な指摘事項と取組状況)

〈開館形態〉

○利用者からの視点による設定（開館時間、休館日等の柔軟化）

(主な指摘事項)

- ・勤めている人が来られる時間帯まで延長したり、開館当初は延長してはどうか。プロ野球は7回を過ぎると無料で入場できるし、中身や季節によって観覧料を変えるという発想もある。
- ・夏と冬で営業時間を変えたり、夏季の夜間営業なども検討してはどうか。

- ・開館時間について、エントランスエリア、交流創造エリア（学習交流スペース、こども体験展示室、三重の実物図鑑等）など、**来館者の活動エリアについては19時まで開館**します。また、**展示についても、土日祝日は19時まで延長**します。（平日は17時閉館）
- ・開館時間、休館日とも、ゴールデンウィークや夏休み期間などの多客時には**柔軟に対応**できるよう条例で規定しています。

〈観覧料〉

○観覧券の価格設定とバリエーション（来館促進（もう一度来たいと思わせる）の観点からの価格設定など）

(主な指摘事項)

- ・子どもは安くすることが前提となっている感がある。子どもの権利という観点からは、子どもと大人はパートナーであり、子どもだけ特別扱いするのはどうかと思う。特別扱いしないことで対等の意識が育つ。そこで、例えば子どもから全くお金を取らないのではなく「家族券」のようなものを設定してはどうか。
- ・子どもをたくさん連れてきたら安くするというのはどうか。
- ・高齢者割引は不要ではないか。
- ・展示会の初日のチケットや、一般よりも早く入館できるチケットを設け、価格を高く設定してはどうか。
- ・リピーターを増やすためには、通常料金を仮に500円としたならパスポート券を1,000円として、必ず3回来たいと思わせる設定が必要。さらに来館回数が増えればお土産を渡すことも考えてはどうか。
- ・全国的に団体割引は20名以上となっているが、5名や10名の小グループの方が多いのではないか。時代に合った数字にしてはどうか。

- ・気軽に来館いただくため、エントランスエリア、交流創造エリア（学習交流スペース、こども体験展示室、三重の実物図鑑等）など、**来館者の活動エリアについては無料**にしました。
- ・次世代育成の観点から、**高校生以下の若年層は展示についても基本的に無料**にしました。
 - ・基本展示と企画展示の両方を、通常価格の20%割引で観覧できる「**セット券**」を設定しま

した。

- ・お得な価格（大人1,600円、大学生1,000円）とした「パスポート券」を設定しました。

（課題）

- 観覧券のバリエーションの増加（家族券↓、4枚綴り券↓、美術館や総合文化センターとの連携チケット↓、初日チケット↑、ファストパス↑など）

〈運営組織・体制〉

○効果的かつ効率的な運営に向けた組織・体制

（主な指摘事項）

- ・運営するための組織をどうするかが重要なポイント。その上で、予算、資金の使途、企画を決めていくことになる。
- ・職員に、どうやって運営していくかという視点が弱く、営業力の強化が必要。
- ・海外と比べると、知的スタッフの数は十分の一程度である。人員をあまり減らすのは良くないと思う。

- 「総務・管理部門」「事業部門」「研究部門」「資料管理・閲覧部門」「公文書部門」（組織名称はいずれも仮称）を設ける方向で検討しており、総務・管理部門には「企画広報営業担当」を置く予定です。具体的な想定業務、職員人数などを踏まえた開館時の組織体制については、平成25年度末までに構築します。

〈管理形態〉

○総合文化センター等との一体的な運営

（主な指摘事項）

- ・総合文化センター、県立美術館、新県立博物館について、運営はそれぞれが行いつつ、管理については3者で一体として考えてはどうか。コスト削減した分を事業費に持っていきべき。

- 開館年（平成26年度）については、県直営で運営します。平成27年度（総合文化センターの指定管理者更新年）以降については、文化交流ゾーンのあり方に係る文化審議会での議論を見据えながら検討を継続します。
- ・駐車場警備など、直営であっても総合文化センターとの連携が不可欠な課題については、すでに総合文化センターの指定管理者（三重県文化振興事業団）と協議を実施しています。

〈ミュージアムショップ〉

○三重らしさ、博物館らしさがあるミュージアムショップ

（主な指摘事項）

- ・あちこちから勝手に商品が集まってきて統一感のないミュージアムショップになってしまうので注意が必要。

- 昨年末に運営事業者が決定し、指摘があった事項を踏まえて開館に向けた準備を実施中です。

【ミュージアムショップについて】

◆選定事業者

株式会社オークコーポレーション（東京都）

◆運営にあたっての基本コンセプト

- ・全てのお客様が満足する商品ラインナップ（オリジナル商品や三重県産品の充実等）
- ・博物館と一体となった店舗・演出（展示や事業に合わせた演出・販売促進、バリアフリー新法を遵守した、どなたでも利用しやすい什器配置など）
- ・安定した運営計画、本社フォロー体制（豊富なショップ運営経験のノウハウにより、長期的に安定した運営）
- ・親身な接客対応、スタッフ教育の徹底

（課題）

- 単なる売店にならないよう「三重らしさ」「MieMuらしさ」が感じられる商品の開発や、三重県産品の充実
- 展示の延長（アフターフォロー）の場としての演出（企画展と関連した商品の開発など）

（9）評価

（主な指摘事項と取組状況）

○具体の指標の精査（特に定性評価の部分）

（主な指摘事項）

- ・評価の制度としてはよく考えられているが、具体の指標はまだ検討が必要と思われる。特に定性評価の部分は、どこまで具体的に考えられているか。参加者の行動変化など、どのように把握するか。
- ・ただ「面白かった」というだけではない、数字に表れない効果をどう示すかが重要で、一番難しい。例えば、子どもの学習意欲の向上など、すぐ効果が表れるものではないことも多い。
- ・あまり数値に固執するのではなく、何のための博物館か、ということも意識しながら検討して欲しい。
- ・三重でなくても通用するような戦略や指標にするのではなく、現場に直結するものにして欲しい。

→・開館当初3年間（平成26～28年度）における戦略目標や戦術を設定し、指摘があった事項も踏まえながら、**具体の目標指標（定量及び定性）**を設定しました。引き続き、目標指標のデータ収集方法や目標値について検討しています。

（課題）

- データ収集のためのアンケート項目などの精査（試行期間の必要性）
- 評価の結果を事業等に反映させていくPDCAサイクルの確立