

新琵琶湖博物館創造基本計画にかかる行動計画 5年間の取組総括

7つの柱	大項目	中項目	具体的な方策	説明(必要に応じて記入)	担当	5年間の総括	
1. 常設展示の再構築	琵琶湖の魅力を発信し、 現在とつながる展示空間	交流や対話が生まれる賑わい のある展示室 地域の人々と創りあげる展示	各展示室リニューアル		創造室	達成した	
			研究成果に基づく常設展示 の構築と新しい交流空間で の学びの提供	常設展示・交流空間の更新	新たな展示における恒常的な 最新成果の反映	研究部	コロナ禍により若干の遅れが生じたが、予定通り達成した。
							コロナ禍によりにより若干の遅れが生じたが、予定通り達成した。
			資料の活用		資料活用	達成した	
			運営体制の確立		展示	地域の人たちによる期間限定の展示や、地域の人たちの活動・研究成果を活かした小さな展示更新は、継続している。交流スペースの活用については、コロナ禍の影響もあって止まっているので、感染終息後の立て直しが必要になっている。	
2. 交流空間・交流機能の再構築	見える・伝わる・広がる 交流空間・交流機能	おとなも楽しめる仕掛け・プログラムを充実 展示室や交流空間で来館者に 見える交流をする 見える・伝わる・広がる参加 と交流	おとなのディスカバリー ディスカバリールーム わくわく体験スペース レストラン・ショップ		創造室	達成した	
					交流	おとなのディスカバリーのオープンラボの利用件数は多い。一方、交流コーナーの利用は限られているため、今後、学芸員によるフロアトークの実施や多様な主体との連携によるキットやプログラムの開発などを含めて検討していく必要がある。	
		樹冠トレイルで博物館から琵琶湖/屋外フィールドへ誘う 琵琶湖を感じる・体験する交流	樹冠トレイル		創造室	達成した	
					展示・交流	ガイドブックは2019年びわ博フェスにおける「森のガイドツアー」で活用するなど、屋外展示での展示交流活動に活用されている。ただし2020年以降はコロナ禍の影響により活用の機会がなくなっている。感染終息後の活用が期待される。	
		学校・一般団体向けの屋内昼食場所	団体用屋内昼食スペース		創造室	達成した	
		博物館の活動に参加しやすい 仕組みづくり	はしかけ制度の充実	担当学芸職員を増やしグループを多様化	交流	はしかけグループはH28当初の19グループ(292人) からR2末の26グループ(372人) へと多様化し、担当学芸員はR2年度末時点で学芸職員の8割以上となっている。	
			フィールドレポーター制度の新展開	ICTを活用したレポート機会の充実でレポーターのスキル向上	交流	従来の紙媒体による調査・情報共有から、オンラインを併用した調査・情報共有へと移行できた。R2年度のヌートリア調査ではオンライン回答率が70%を超えた。速報のホームページへの掲載などリアルタイムでの成果の視覚化が可能となった。同調査の回答者の30%はフィールドレポーター登録者以外からであり、参加しやすくするための工夫として一定の成果が見られた。一方、デジタルツールが苦手なスタッフや登録者もあり、そのサポートが課題となった。	
地域環境交流室の運営	会議やワークショップ・発表に使える空間の提供		交流	運営要領は完成し、実行されている			

7つの柱	大項目	中項目	具体的な方策	説明(必要に応じて記入)	担当	5年間の総括
2. 交流空間・交流機能の再構築	見える・伝わる・広がる 交流空間・交流機能	学校向けのプログラムの充実	教員用ガイドツールの作成		交流	各リニューアルに合わせて、教師用ガイドを計画的に作成し、学校団体に提供することができた。
			新体験プログラム開発		交流	新体験プログラムを開発、実施し、プログラムの内容について検証することができた。
		地域での実践を担う「人が育つ」博物館へと進化	「人が育つ」カリキュラムの開発と実践	体系的な講座・ワークショップ／館外の人を含む実行委員会	交流研究部	昨年度の新型コロナ感染拡大防止や緊急事態宣言下であった時期においては、屋内イベントをやむを得ず中止することとなった。それ以外の時期のイベントは、概ね計画とおりに進めることができた。講座内容は体系的に検討、実施したが、参加者の年齢層が比較的高く、地域での実践を担う「人が育つ」取り組みとなっているかどうかはやや不明な点が残る。
			地域で活動する人の情報交換の場づくり	課題別交流会の運営ノウハウ確立	環境学習センター	4年目までで運営者のノウハウは一定確立できたものの、新たな参画者の開拓やマニュアルづくりにまでは至らなかった。
			ウェブサイト「エコロし〜が」の改良		環境学習センター	予算獲得の成果を受け、R3年夏にウェブサイトの再構築を実施した。
3. 利用者の利便性・快適性を高める施設整備	ICTの活用	来館者が快適で楽しく情報を得られるシステムの整備	デジタルサイネージ		創造室	
			多言語音声展示ガイド		創造室→企画調整課	更新のしやすさを想定してスマートフォンアプリ形式を採用したが、度重なるOS変更で一時的に使えない機種が出る、当初想定より費用が掛かるなどの問題が顕在化している。このため、第三次中長期基本計画の中で方法の再検討を進める。
			無料公衆Wi-fi整備		総務課	達成した
	UDの推進	誰でも安心して利用できる博物館	高齢者や福祉団体の休憩室整備		創造室	達成した
		誰でも容易に理解できる表示	わかりやすい館内サイン／多言語対応／読みやすい解説パネル		創造室	達成した
		利用者が参加する使い勝手の検証			創造室	検討委員会の皆さんとの共同作業により、UDに配慮したリニューアルを行えた。この取り組みは新聞の特集で取り上げられたほか、総務省が国立博物館のUD推進の参考事例として視察に訪れるなど内外の注目を集めている。 来館者集計では障害者手帳をお持ちの方の年間来館数が平成28年以降1.5倍に増加した。

7つの柱	大項目	中項目	具体的な方策	説明(必要に応じて記入)	担当	5年間の総括
4. 多様な主体との連携	地域との連携	地域の多様な主体との協同	地域と博物館の共同事業の検討および宣伝		交流	地域連携事業の分析を行い、館内で実施した事業よりも館外で実施した事業の方が主体の種類やテーマの多様性が高いことがわかった。館外事業でも観察会より講義の依頼が多くニーズは多様だった、多様な主体との連携を拡充するには、館外に積極的に出ることが重要であり、また需要喚起のために地域連携を広くアピールする必要があることが確かめられた。
	学校との連携	学校による博物館利用の推進	地域を研究する中学生・高校生の交流会			交流会の年2回以上の開催を目標としていたが、R元～2年度は新型コロナウイルスのため、対面での開催ができなかった。そこでR2年度にはオンラインでの交流会を実施した。結果的には、遠方からの参加者やOB・OG・地域の専門家も巻き込むことが可能となった。教育機関でのインターネットの普及も踏まえ、今後は対面とオンラインを併用した交流活動が中高生の活動の活性化に有効だと考える。
	関係団体との連携	環境問題解決のため試験研究機関や行政との連携を強化	琵琶湖環境研究推進機構への参加		研究部	継続的に試験研究機関や県行政との連携ができた。
			琵琶湖再生法関連研究			継続的に県の環境問題解決のための取り組みに連携できた。
			その他の連携			順調に調査を継続し現状を把握すると共に、水草増加の要因についても絞り込みを行うなど、着実に成果をあげた。得られた定期観測データは県の沈水植物管理の指標として使用されている。
		他の博物館・美術館と連携し発信力を強化	共同イベントによる博物館の役割のアピール		企画調整課	県の試験研究機関とは、連携体制を継続することができた。なお、NORNACには発表者・傍聴者として毎年参加し、関係の構築に努めている。
	近隣施設と連携し地域の活性化と集客増	イベントの共同開催や広報における協力	烏丸半島活性化協議会への参加	広報営業課	県立近代美術館（現：県立美術館）との共催展も含め近隣博物館との共同事業を積極的に進めた。またICOM（国際博物館大会）では館の活動発表とともに自然史博物館委員会（NATHIST）のエクスカージョンで琵琶湖1周体験を提供するなど、国外へのアピールを行った。	
	企業・大学との連携	訪問活動による連携と博物館利用の促進	企業・団体等	リニューアルサポーター・企業メンバーシップ・水槽サポーター制度による支援と博物館利用の促進	広報営業課	琵琶湖・烏丸半島魅力向上活性化協議会で多くのイベントを実施し、広報における協力関係の構築ができた。近隣からの集客増としては一定の効果があつたと考えられるが、コロナ禍後により、後半は協議会自体開催できなくなった。
			大学・短大等	キャンパスメンバーズ制度による学生の博物館利用の促進	広報営業課	コロナ前については、積極的な訪問活動等により連携と博物館利用の促進を進めることができた。コロナによりこの2年間は積極的に進めることが難しかったが、びわ博サポーターとの連携は可能な限り途切れることのない対応に努めた。

7つの柱	大項目	中項目	具体的な方策	説明(必要に応じて記入)	担当	5年間の総括
5. 広報・営業活動の強化	広報・営業活動の強化	国内知名度の向上	ターゲットを想定した情報発信		広報営業課	ウェブアンケート調査では京阪神での知名度がリニューアル前の29.3%から、3期オープン直前で40.6%に上昇した。また、来館者アンケートでは、はじめての来館の比率が増加しているほか、2期以降に20代の比率が増加しており、ターゲットを設定した広報の効果を反映していると思われる。
			魅力的なイベント開催によるパブリシティ	リニューアル関連情報の発信	広報営業課	各リニューアルオープンの関連イベント、および東京情報発信拠点「ここ滋賀」での継続的な情報発信により知名度はある程度向上したと思われる(上記項目参照)。
				定常的イベントによる発信	広報営業課	コロナ前、定常的にイベントを開催したが最期の2年間はコロナ禍によりイベントが行えなかった。平成31年度のナイトミュージアムは多数の来館者を得たが、主な来館者は県内層で、県外への浸透が難しかった。
			旅行関係機関への働きかけ		広報営業課	全国的に団体旅行そのものが衰退する中で、持続性のある教育旅行に焦点を絞って働きかけを行った。残念ながら成果が出るはずの期間後半がコロナ禍となり、まだその効果は明らかでない。
			流域府県の学校の利用促進	教育委員会や校長会との連携強化	広報営業課	展示室がすべて開いているリニューアル完成後に効果を検証する予定だったが、コロナ禍による人数制限のため実現していない。そうした中で県内学校の来館率(来館/学校数)は7割から8割に上昇しており、働きかけの効果が実感された。各学校と接点ができたことが最も重要な成果と考えている。
			ウェブを利用した認知度と利用者利便性の向上	ウェブサイトの再構築(UD化・多言語化含む)	企画調整課 研究部	(企画調整課) 期間前半に情報システムの大幅刷新があり、それに合わせてウェブサイトの構成を変更、JIS8431の導入によるUD化、グーグル翻訳の装着による多言語化を行った。しかしながら構成がすでに時代遅れになりつつあり、次の改善の準備を進めている。 (研究部) おうちミュージアムの取り組みなどにより、研究成果の新たな発信を行った。しかし研究機関としての認知度の向上としては不十分なため今後も継続して進める。
		海外認知度の向上 (インバウンド招致)	外国向け広報資材作成	パンフレット(日・英)	企画調整課	博物館の目標や理念、活動・展示を簡潔にまとめたパンフレットは視察や営業の際に当館の説明をするのに役立った。
				展示ガイド冊子(英・中)		館内のWi-Fi環境整備等に伴い、今後は紙媒体からオンラインでの提供に移行する。
				総合展示ガイド(日・英)		日生財団助成事業により、同事業のシリーズのひとつとして当館の展示総合ガイドが刊行されることとなり、R3年度中に印刷・提供を受ける。英語版の作成は今後の課題である。
				ウェブサイト用PR資材		英語版・中国語版(簡体字)ガイド冊子(スミス専門学芸員作成)をウェブサイトにアップしてきたが、現在は行っていない。今後、サイトを改善していく中で冊子体のガイドブックが必要かどうかを再検討する予定である。

7つの柱	大項目	中項目	具体的な方策	説明(必要に応じて記入)	担当	5年間の総括
5. 広報・営業活動の強化	広報・営業活動の強化	海外認知度の向上 (インバウンド招致)	旅行関係機関に働きかけ		広報営業課	びわこビジターズビューローインバウンド部会との連携して旅行関係者への働きかけなどの取組を進めてきたが、コロナ禍で優先順位が低くなり期間後半は停滞している。
		料金体系の検討	利用しやすい料金体系を検討する		広報営業課 総務課	リニューアルの期間中は、閉鎖している箇所がある時期は料金を下げるなどして利用しやすい料金としてきた。 リニューアル完了に伴い、大人の常設展観覧料金は50円増しの800円となったが、内容の充実に対して低廉という評価（ウェブ上の口コミ等）に多く見られることから、妥当な設定であると考えている。 リニューアルを機に年間観覧券の値下げ（4回分→2回分）を行ったところ、好評である。ツイッターなどで「年パス保有」を書き込む人がかなりおり、繰り返し利用の増加に寄与していると思われる。
	アクセスの向上	バスの増便			広報営業課	利用促進イベントやバス利用者に対する補助制度などでアクセス改善に取り組んだものの、コロナ禍におけるバス会社の経営難により増便は見込めない状況となった。
		湖上交通			広報営業課	利用促進イベントやタイアップ企画により、琵琶湖汽船との連携に取り組み、一定の成果は出たが、コロナ禍のため、予定していた臨時便中止が相次いだ。

6. 資料を利用しやすい博物館への進化と飼育生物の計画的繁殖	資料活用の促進	重要なコレクションの活用	漁撈用具コレクション国登録		資料活用	イラストによる解説パネルを駆使した漁具コレクション、船大工道具コレクション展示を完成させた。当初の目標通り、資料の基本情報だけでなく、使い方（身体動作）まで伝える新展示を構築した。各展示は広報営業課を通じて、広報戦略の素材として運用している。
			古文書等の計画的公開			館蔵品紹介コーナーは学芸員のこだわり展示という名称で、年間計画を立て、運用を軌道にのせた。現在も計画に沿って、常設展示が不可能な文化財を対象とした期間限定展示を実施している。
		寄贈コレクションの公開促進	寄贈されたコレクションの公開			・布藤コレクションの整理、登録はR3年度中に終了し、データベースで公開できる見込みである。整理が終わった標本は、R4年度の企画展示「チョウ展ー近江から広がるチョウの世界ー」で公開予定である。 ・重点取り組み項目をほぼ達成できるように作業を進めることができた。
		写真資料の継続的保存と公開の促進	フォトCDから媒体の乗り換え			完了した
			大橋コレクションの作成と公開			5カ年計画で、コレクション寄贈手続きと整理を終了した。公開ページについては、R3年度に持ち越しになったが、寄贈感謝状の贈呈式と同時に8月24日に公開を開始した。

7つの柱	大項目	中項目	具体的な方策	説明(必要に応じて記入)	担当	5年間の総括
6. 資料を利用しやすい博物館への進化と飼育生物の計画的繁殖	資料検索機能充実	クラウド型資料データベースへ移行		汎用システム移行でセキュリティと発信力を向上	資料活用	達成した
		図書総合情報システムへの移行		全国共通図書館データベースに参加		図書総合情報システムへの移行は完遂し、当初の目標は問題なく達成した。今後は図書・雑誌の登録作業を進め、充実を図る必要がある。
	飼育生物の計画的な繁殖	新たな飼育生物の飼育技術の確立	バイカルアザラシの繁殖	発情周期を把握し、飼育管理を調整		個体の死亡等により計画の延期等を余儀なくされたが、当館施設内での安定的飼育管理および妊娠にまで至ったことから、計画は概ね順調だった。
			カヤネズミの繁殖管理	管理計画を策定し、過剰な繁殖を抑制し健全な個体数を維持		概ね計画通り順調に進めてきたが、カヤネズミにおいては、繁殖適齢期が短く、個体数の維持管理は継続して調整していく必要がある。また、他のカヤネズミ飼育施設が減少したことは予定と異なった点であり、今後の検討課題とする。
		日本産希少淡水魚の継続的な飼育	個体数減少種の入手と遺伝的な多様性の確保	他の施設との連携を強化し、資料交換や共同飼育		ネコギギ・ヒナモロコなど複数の種について、遺伝分析結果を出し、またそれに基づいた他機関からの分譲を受けたので、概ね目標は達成したと言える。未着手の種について今後も継続して事業を進める。

7. 「湖と人間」の関係を考える研究の推進	琵琶湖の価値の発見につながる研究強化	琵琶湖地域の「湖と人間」の関係変遷を探る総合的な研究の推進	専門、共同、総合研究や外部資金を組み合わせた研究	(総合研究の課題) 琵琶湖地域の自然および自然観の通時的変遷に関する研究	研究部	当初の内容から変更はあったものの、B展示リニューアルに成果を反映することができた。本の発行は、遅れてはいるが準備を進めることができた。
				(総合研究の課題) 過去から現在までの琵琶湖淀川水系の自然と人の暮らしの変遷に関する研究		計画通りR元年度に新たな総合研究を開始した。一部の分野については成果も上がってきており、琵琶湖の価値発見につながる研究が強化されている。
		「古代湖」としての琵琶湖の価値を探る比較研究 ・湖や固有種の成立 ・人の暮らしと生物の営み	協力連携機関との共同研究 ①古代湖	バイカル博物館（ロシア）、オフリド水生生物研究所（マケドニア）との連携		共同研究を科研費に申請したが、不採択となった。その後、コロナ禍により、期間の後半は海外の研究機関との連携は停滞を強いられているが、メール等可能な方法で関係を継続する努力を続けている。
			協力連携機関との共同研究 ②東アジアにおける琵琶湖淀川水系	水生生物研究所・湖南省博物館(中国)、洛東江生物資源館(韓国)との連携		海外の研究機関との連携は、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、期間の後半は予期せぬ停滞を強いられているが、メール等可能な方法で関係を継続する努力を続け、関係の維持に努めている。テナガエビの遺伝的集団構造の共同研究では、その成果を韓国の分類学会で発表することができた。
	「木から森へ」の博物館学の追求	博物館機能を活用した博物館学研究の推進	博物館学研究領域を中心とした方法の開発	博物館学の大きなテーマを扱うような研究を立ち上げることは難しかった。今後、どのような体制や方法で、当館の博物館学を進めていくのか、検討が必要と考えられる。		

7つの柱	大項目	中項目	具体的な方策	説明(必要に応じて記入)	担当	5年間の総括
7. 「湖と人間」の関係を考 える研究の推進	研究成果の発信力強化	一般向けへの発信	インターネットでの発信	研究成果に基づく情報ページ を開設	研究部	いくつかの試みは行ったが、大きく発信できるようなコンテンツ やページの開設はできなかった。第3次中長期基本計画の中で、引 き続き発信方法の検討を行っていく。
			刊行物による発信	『琵琶湖博物館』を冠にした 一般書籍の発行		ブックレットについては順調に発刊しており、継続的な発信が維 持されている。さらに、新聞や雑誌での連載が増加し、研究成果 の発信は強化された。一方で、子ども向けの発信については議論 が進まなかった。