

デジタルアーカイブ、コンテンツ造成支援、知識・技術の提供

釧路市立美術館



画像：釧路市立美術館（釧路市生涯学習センター「まなぼと幣舞」）

名称	釧路市立美術館
所在地	北海道釧路市幣舞町
来場者数	非公開
館種	美術
設置者	市町村
法区分	登録博物館

課題

- 博物館法でもデジタルアーカイブの実施が定められたことから、以前外部プラットフォームを使い収蔵品情報の一部をオンライン公開したが、それだけで良いのか、今後どのように実施していけば良いのかが不明瞭だった。このため、まずは基礎的な知識の習得を図るとともに、館の規模や運営体制を踏まえた現実的かつ持続可能なデジタルアーカイブの基本構想を整理することが求められていた。

専門家概要

- デジタルアーカイブ推進協議会において「デジタルアーカイブ白書」の調査・編集責任を担うなど、当該分野における知見を有する専門家

支援の内容（詳細）

1日目：現地

- 専門家が事前に提示した質問事項に基づき、博物館が現状について回答。
- 地域のIT環境、他館との連携状況、作品画像の公開状況、著作権に関する考え方、デジタルアーカイブの目的等について整理し、意見交換を行った。

2日目：現地

- 専門家が「現在取り組めること」「取り組むべきこと」「中長期的に検討すべきこと」の観点を提示し、それに基づき議論を実施。あわせて、予算確保の考え方、システム構築手法、外部プラットフォームの活用、国内外の先行事例について助言を行った。

3日目：現地

- 博物館が撮影した作品画像をもとに、外部プラットフォームへの公開に際する留意点や、紙資料のデジタル化に関する取扱い、画像の解像度・サイズ設定等について具体的な助言を実施。また、博物館側が作成したデジタルアーカイブ化のロードマップ案について内容確認と改善提案を行った。

支援結果

- 博物館が課題として認識していたデジタルアーカイブに関する知見不足に対し、データ整理、メタデータ設計、画像公開等、各工程に関する基礎的かつ実践的な知識の習得が図られた。また、専門家からはデジタルアーカイブを単なる作業ではなく、「美術館の価値を高める基盤」として捉えるよう助言を受け、デジタルアーカイブに対する職員の意識も変化し意欲も高まった。
- デジタルアーカイブの定義や目的について現代的な整理が進むとともに、他館の事例を踏まえた具体的な活用イメージを持つことができた。これらを踏まえ、「準備・設計」から「継続的運用と改善」にいたるロードマップ（案）を作成した。保存用・公開用データの区分や、実務を通じて随時見直しを行う柔軟な運用方針を組み込んだ。

支援の効果・感想

- 支援を受けた翌年度である令和8年7月時点でも、作成したロードマップに沿って、「準備・設計」フェーズとして「メタデータ項目やデジタル化品質基準の定義・ガイドライン策定」の作業に集中して取り組んでいる。
- 応募前は「事業に申請するのであれば成果を出さなければならない」というプレッシャーがあったが、疑問や課題に思っていたことを専門家に相談することができたため、結果的には事業を受けることができて良かった。また、潤沢な予算があるわけではなかったが、成果物として必ずしもお金を使って何かを作らなければならないわけではなく、知識を付けデジタルアーカイブ化の目的を考え、ロードマップや基準のようなものを作ることも成果になり得た。また、比較的小規模館であることもチャレンジしやすい環境の要因となった。

事例の詳細はこちら

https://www.bunka.go.jp/seisaku/bijutsukan_hakubutsukan/shinko/hokoku/pdf/94388501_04.pdf

展示や広報発信の改善を行うための支援、知識・技術の提供

日本植物園協会教育普及委員会及び加盟館（1 / 2）



画像：武田薬品 京都薬用植物園
(園内フィールドの様子(本支援対象外))



画像：東南植物楽園
(支援の様子)

名称	【申請主体】日本植物園協会教育普及委員会 及び加盟する登録館である以下を含む3館 ・東南植物楽園 ・武田薬品工業株式会社 京都薬用植物園
所在地	東京都北区
来場者数	－
館種	植物園
設置者	財団法人等
法区分	博物館関連団体

課題

- 植物園の中核テーマである「多様性と保全」は、その専門性の高さや難解さから、社会一般にわかりやすく発信できている園は少ない。

日本植物園協会教育普及委員会

専門家概要

- 映像制作やコンテンツビジネス、広告代理店業務を行う事業者

支援の内容（詳細）

支援回数：3回

- 教育普及担当者向けに毎年実施しているワークショップにて、事前の組み立てを支援し、当日は「何を・誰に・何のために・どのように伝えるか」という発信構造の講義を実施した。さらにグループワークを通じて実践的な検討を促した。

支援結果

- 広報において「誰に、何を、どう伝え、何をしてほしいのか」の重要性や、その展開方法、メディアの具体的な活用方法など、専門家ならではの広報の基本的な考え方や手法を参加者にわかりやすく教示した。

支援の効果・感想

- 広報戦略の重要性や、その展開方法、メディアの具体的な活用方法など、専門家ならではの考え方や手法を参加者にわかりやすく伝え、戦略的な広報プロモーションに向けた取り組みを各施設が実施するための基盤が整った。
- 本事業での支援を契機に、翌年度である令和8年度の植物園の日（5月4日）や国際植物園教育の日（6月12日）に、新たにSNSでの発信キャンペーンを行った。

武田薬品 京都薬用植物園

専門家概要

- テレビ局や展示会関連ウェブサイト制作、集客、SNS 運用、プロモーションの専門家

支援の内容（詳細）

支援回数：2回

- 広報に関する総論の知識をインプットすることから開始し、当該園に関する具体的な打ち手の提案まで幅広い助言を実施。
- さらに園から特に要望のあった内容について詳細に支援を実施
(インフルエンサーの活用、集客の全体像、ウェブサイト改修案、アイデアTIPS)

支援結果

- 武田薬品 京都薬用植物園は、日常的には一般公開されていない施設でありながら、日本における薬用植物の歴史紹介や寺院固有のツバキの保全、京都府内の関係施設との連携など幅広い生物多様性保全活動を実施しているが、これらの活動の重要性や園のスタンスを多くの人に伝えることを課題としていた。専門家からは自分たちで発信するだけでなく、発信してくれる人をいかに巻き込んでいくのかという方向性に関する助言があった。ウェブサイトに掲載すべき情報の選定方法や、掲載情報を定期的に更新することの重要性など、実践的な広報発信に関する助言を踏まえて、園側が自発的に具体的な広報施策のアイデアを生み出すことができた。

支援の効果・感想

- 支援を通して習得したノウハウを実践すべく、翌年度である令和8年度には広報事業を専門とする企業と契約し、広報体制の強化を図っている。
- 企業立博物館特有の情報発信に関する制約が多かったが、そうした事情を専門家が汲み取り課題解決に向けて伴走したことが、取り組みを推進する上での大きな後押しとなった。

展示や広報発信の改善を行うための支援、知識・技術の提供
日本植物園協会教育普及委員会及び加盟館（２／２）

東南植物楽園

専門家概要

- ・映像制作やコンテンツビジネス、広告代理店業務を行う事業者

支援の内容（詳細）

支援回数：４回

- ・ツアーガイド及びプロモーション施策における東南植物楽園の課題の整理と、現地施策を通じたリソースの整理を行った。それを踏まえ、ストーリー構築、プロモーション施策の体系化、コンセプト設計の必要性を専門家から提言。
- ・広報の役割、投稿設計、メディア対応、施策立案等に関して、職員向けの講演・ワークショップを実施した。

支援結果

- ・東南植物楽園は、来場者数は年間で数十万人規模であることや主要旅行サイトで沖縄県内主要観光スポットの上位にランクインされるなど、集客や認知の面では他の植物園と比べても先行しているものの、園側と専門家との意見交換の中で、園が実施するそれぞれの広報が点で終わってしまっているケースも多いことから、いかにして線で繋げていくのかについて議論を重ねていた。特に、ゾーンの異なる施設の特徴をいかに選択、ブランディング化してストーリー立てて発信していくのかについては積極的に議論が交わされ、次回イベントに向けての具体的な広報展開に関するアイデアが園側担当者からも生まれた。

支援の効果・感想

- ・本支援を通して、園の魅力を「何を軸に伝えるか」という視点で整理する考え方を学んだ。翌年度である令和8年度も企画や広報を検討する際には、その視点を共通認識として活かし、植物園として伝えたい価値を意識した情報発信や教育普及活動に取り組んでいる。

事例の詳細はこちら

https://www.bunka.go.jp/seisaku/bijutsukan_hakubutsukan/shinko/hokoku/pdf/94388501_04.pdf

ファンドレイジング活動支援、知識、技術の提供

古川美術館・分館爲三郎記念館



画像：支援終了後新たに作成した寄付の案内リーフレット

名称	古川美術館・分館爲三郎記念館
所在地	愛知県名古屋市千種区
来場者数	55,707人（令和7年度）
館種	美術
設置者	財団法人等
法区分	登録博物館

課題

- ・現在受け入れている寄付支援者及びクラウドファンディング支援者について、支援を継続していただくための仕組みが未整備。
- ・遺贈寄付の受け入れ体制の構築に関するノウハウも不足。

専門家概要

- ・ファンドレイジングコンサルタントとして、業戦略策定、ファンドレイジング伴走支援、ファンドレイジング研修などを行っている専門家

支援の内容（詳細）

1日目：現地

- ・施設の見学を実施。ファンドレイジングに関する基本的なレクチャーを開催。

2日目：オンライン

- ・ACTION フレームワーク、ドナーピラミッド、ドナーレンジチャートについてレビューを実施。

3日目：現地

- ・施設を見学。ドナーレンジチャートの整理を実施。

4日目：オンライン

- ・ワークショップに向けたアジェンダの策定や内容について議論。

5日目：現地

- ・SWOT 分析と戦略策定、3 か年中長期計画作成についてのワークショップを実施。学びや気づきについてメンバー同士でフィードバックを実施。

6日目：オンライン

- ・振り返りとファンドレイジング中期計画・来年度の目標設定のドラフトを作成。ふるさと納税のトレンドのインプットを実施。

支援結果

- ・支援を通じて、従来から課題となっていた寄付の受け入れ体制及びファンドレイジングの仕組みについて現状分析を実施し、具体的な課題を整理・言語化することができた。また、館の実情に即したツールを実際に作成し、支援者・寄付者の全体像を可視化できた。
- ・SWOT分析を踏まえたファンドレイジング3か年中長期計画のドラフトを策定し、次年度以降に優先して取り組むべき課題や目標設定の道筋を明確にすることができた。
- ・遺贈寄付については、専門家から館に対して導入検討を進める上で必要な基礎知識を体系的に習得することができた。

支援の効果・感想

- ・本事業を通じて、ファンドレイジングについて館内（学芸員・事務局スタッフ）で議論する機会と風土が生まれた。
- ・支援終了後も、以下の取組を進めている。
 - ファンドレイジング中期計画：支援時にはドラフト段階だったものを、次年度の事業計画案に組み込むためにブラッシュアップ。館内職員間での情報共有・意識醸成も並行して進めている。
 - 遺贈寄付：受入れの方針について幹部間で検討を実施。体制構築や遺贈寄付の受入れに向けたパンフレットの作成を実施した。
 - 既存支援者の分析・助成金活用：クラウドファンディング支援者について階層ごとの分析を行い、継続会員化への導線を検討。また、助成金を活用した支援層の裾野拡大と事業拡大を通じた組織基盤の強化に取り組んでいる。
 - 新たな寄付メニュー：ネット決済による寄付受入れ窓口を新設、告知を開始。会員メニューが拡大し、寄付手続きが簡略化した。
 - 職員の意識・スキル向上：専門家の助言を通じてファンドレイジングの全体像を把握できた。今後もさらに知識・スキルを磨き、認定ファンドレイザー資格の取得も視野に、組織としての資質向上に取り組んでいきたいと考えている。

事例の詳細はこちら

https://www.bunka.go.jp/seisaku/bijutsukan_hakubutsukan/shinko/hokoku/pdf/94388501_04.pdf