

各法人の自己収入増大に向けた取組

1. 国立美術館

(1) 魅力ある展覧会の開催

利用者のニーズ、学術的動向を踏まえ、各館において魅力ある質の高い常設展・企画展等を実施するよう努めている。常設展は、各館の特色を十分に発揮したものとするとともに、最新の研究結果を基に美術に関する理解の促進に寄与するよう努めている。企画展は、積年の研究成果に基づき、時宜を得たものを企画し、学術水準の向上に寄与するとともに、利用者のニーズに対応しつつ実施するよう努めている。

<参考> 過去5年間の5国立美術館の入館者数及び入場料収入の推移

- 【H17】409 万人、646 百万円
- 【H18】335 万人、601 百万円
- 【H19】431 万人、921 百万円
- 【H20】441 万人、774 百万円
- 【H21】456 万人、786 百万円

(2) 寄附金獲得に向けた努力

外部資金獲得の一助として、関西2館で実施している「友の会」、東京国立近代美術館の「賛助会員」及び法人全体で実施している「キャンパスメンバーズ」(大学等の学校を対象とした会員制度)への加入者の増大や、展覧会における企業等からの支援(協賛金)を依頼するなど、寄附金獲得に向けた努力を行っている。また、各館(新美術館を除く)において美術作品の寄贈受入れに努めている。

<実施状況>

- ・法人全体(キャンパスメンバーズ) 【H19】35 団体 【H20】44 団体 【H21】59 団体
- ・東京国立近代美術館(賛助会員)【H19】3団体 【H20】1団体 【H21】1団体
- ・京都国立近代美術館(友の会)【H19】8団体 327 人【H20】5団体 343 人【H21】5団体 225 人
- ・国立国際美術館(友の会) 【H19】5団体 472 人【H20】4団体 426 人【H21】4団体 400 人

<寄附金等受入状況> 【H19】11 百万円 【H20】35 百万円 【H21】17 百万円

<寄贈作品受入状況> 【H19】853 点 【H20】427 点 【H21】229 点

2. 国立文化財機構

(1) 魅力ある展覧会の開催

常に観客のニーズ、最新の学術動向等を踏まえた質の高い展示、魅力ある展覧会を開催することにより、日本の歴史・伝統文化及び東洋文化の理解が深められるよう、国内外への情報発信に努めている。特に展覧事業については、国宝・重要文化財を初めとする古美術品や考古資料等の文化財に接し、美や感動を味わって頂くため、平常展・特別展等を開催している。海外の博物館・美術館とも連携・協力して、相互に文化を紹介する展覧会を開催している。

<参考> 過去3年間の4国立博物館の入館者数、入場料収入の推移

【H19】356 万人 1,055 百万円【H20】399 万人 1,137 百万円【H21】503 万人 1,304 百万円

(2) 寄附金獲得に向けた努力

友の会、パスポート、賛助会及びキャンパスメンバーズ等の会員確保に努め、経済状況が厳しい中、順調に会員数を増やしつつある。なお、東京国立博物館においては19年度からオンラインによる「友の会」「パスポート」の申込受付を行っている。

<友の会等会員数>

- ・東京国立博物館(友の会、パスポート)【H19】17,376 人【H20】22,318 人【H21】23,683 人
- ・京都国立博物館(友の会) 【H19】 3,224 人【H20】 2,968 人【H21】 2,612 人
- ・奈良国立博物館(パスポート) 【H19】 2,439 人【H20】 3,002 人【H21】 2,799 人
- ・九州国立博物館(友の会、パスポート)【H19】 3,419 人【H20】 3,274 人【H21】 4,120 人

<寄附金受入状況> 【H19】148 百万円 【H20】110 百万円 【H21】135 百万円

3. 日本芸術文化振興会

【芸術文化振興基金に対する寄附金増加への働き掛け】

(1) 広報活動(平成21年度)

① 広報誌「芸術文化振興基金」(発行部数8千部)

都道府県、政令指定都市、文化施設、芸術団体等に配付(ホームページにも掲載)

② 広報チラシの配布(配付部数約48万部)

芸術文化振興基金助成団体に対し、公演会場等において当該活動が基金助成事業であることを周知し、寄附の協力を呼び掛ける広報チラシを配付依頼。

③ 日本芸術文化振興会ニュース(月刊、発行部数1万部)

毎号「芸術文化振興基金情報」と題して、助成対象活動の募集及び決定のお知らせ、その他助成対象活動の紹介等の記事を掲載。

都道府県、市町村、文化施設、個人定期購読者、国立劇場来場者等に配付

④ 基金支援企業(平成21年4月現在123企業)に対して、上記①～③を送付

⑤ 基金支援企業の広報誌等に寄附金募集の案内を掲載

⑥ 広報チラシやホームページに寄附金のお願いを掲載し周知

⑦ 「芸術文化支援の新展開 芸術文化振興基金二十年を迎えて-関西からの発信-」の開催(12月3日(木)国立文楽劇場)

芸術文化振興基金創設20年を記念して、創設の経緯やこれまでの歩み、さらには今後の芸術文化支援の在り方についてシンポジウム開催に併せて、芸術文化振興基金の芸術文化支援につき広報につとめるとともに、会場に募金箱を設置し芸術文化振興基金への寄附金活動も実施した。

(2) 遺贈信託による協定

以下の信託銀行等との協定により、遺贈による寄附制度(※)を導入

① 中央三井信託銀行株式会社(20.9.30)

② 株式会社りそな銀行(21.4.1)

③ 住友信託銀行株式会社(21.6.1)

※資産の遺贈(遺言による寄附)を希望される方に信託銀行と提携して遺贈による寄附手続をサポートする制度

【観客数の増加に向けた取組】

(1)公演制作面

伝統芸能及び現代舞台芸術何れの公演においても、様々な魅力ある演目を選定し、それぞれの演目に相応しい出演者に出演を依頼するなど質の高い舞台芸術を提供することを前提として、常連の観客に加え新たな観客層の育成を図るため、以下の取組を実施している。

- ①初心者でも理解しやすい解説等を入れた青少年向けの鑑賞教室公演の実施(歌舞伎、文楽、能楽、組踊、オペラ、バレエの各公演)
- ②開演時間を遅めに設定した社会人向けの公演の実施(歌舞伎、文楽、能楽、組踊の各公演)
- ③子供でも分かりやすい内容とした親子向けの公演の実施(歌舞伎、文楽、能楽・狂言、組踊、オペラ、バレエの各公演)

(2)集客面

ア 宣伝広報活動の充実

- ①利用者に各公演の関心を高めるため、ホームページ、メールマガジン等の電子媒体を活用した公演情報や各種イベント、各種芸能に関する情報等を発信
- ②公演に関する動画をホームページで発信(国立劇場、新国立劇場)
- ③公演ポスター、チラシ、広報誌の活用
- ④テレビ、新聞等の各種メディアの協力を得た宣伝活動の実施

イ 各種イベントの充実

- ①各界の著名人を招いて伝統芸能について語る「伝統芸能サロン」の実施(国立劇場、国立演芸場)
- ②能楽の基礎知識に関する講義を行う「公開講座」(国立能楽堂)や公演にちなんだ講義や実演を行う「プレ講座」(国立文楽劇場)の実施
- ③舞台稽古・ゲネプロによる「公開稽古・リハーサル」の実施(国立劇場、新国立劇場)
- ④「トークイベント」「バックステージツアー」等各種イベントの企画実施

ウ 会員組織の充実

- ①会員のための Web サイトを立上げ、会員限定イベント、出演者インタビュー等の情報を周知(国立劇場、新国立劇場)
- ②会員限定イベントの開催やチケットの会員割引、会報の送付等のサービスの実施

エ その他の取組

- ①託児サービスの実施(国立劇場、新国立劇場)
- ②講演内容を分かりやすく紹介するため、字幕表示の実施(国立劇場、国立文楽劇場、国立劇場おきなわ、新国立劇場)や、日本語・英語が利用できる座席字幕装置の導入(国立能楽堂)
- ③幕見席(国立文楽劇場の文楽公演)やチケットのセット券・通し券(国立劇場・新国立劇場)の販売
- ④レストランや売店の商品の充実、バリアフリー化の推進等、観劇環境の改善への取組を実施

4. 国立科学博物館

(1) 入館者数を増やすための取組

○魅力ある展示の公開

常設展示の更新，特別展・企画展の開催等を行うことによって，新たな客層の掘り起こしやリピーターの拡大を図っている。

- ・常設展示の更新(平成 16 年に地球館グランドオープン，平成 19 年に日本館オープン，現在も研究の進展等に対応して小規模な展示更新を行っている。)
- ・時宜に応じた特別展・企画展の実施

	平成 12 年度		平成 20 年度
特別展:	1 回	→	5 回
企画展:	10 回	→	29 回

○開館日，開館時間の拡大

コストを考慮しつつ，より多くの人々が利用しやすいように，開館日・開館時間の拡大を図っている。

- ・正月開館，学校の長期休業期間中の月曜開館(平成 14 年度～)
- ・金曜日夜間開館(20:00 まで)(平成 17 年度～)
- ・GW・お盆期間中の開館時間延長(18:00 まで)(平成 20 年度～)

○特別展における各種割引チケットの設定

女性やカップル等の利用促進を促すため，各種割引チケットを設定している。

- ・水曜限定レディース券(女性限定，1 名 1,000 円)
- ・金曜限定ペア得ナイト券(金曜 17 時以降限定，2 名 2,000 円)
- ・フィギュア付き前売券(展示に関連したフィギュア付き前売券)

○リピーターズパス制度の新設によるリピーターの発掘(平成 19 年度～)

従来の友の会制度に加え，気軽に加入できるリピーターズパス制度(年間 1,000 円で常設展無料観覧)を作り，リピーターの獲得を図っている。

○季節に合わせたイベントの実施

お正月・バレンタインデー・七夕・クリスマスなど，季節に応じたイベントを開催することによって，自然や科学に興味の薄い新たな客層の掘り起こしを行っている。

(参考 平成 21 年度実績)

- ・科博・干支シリーズ 2010「寅年のお正月」
- ・「ハートとパチリ かはくバレンタインキャンペーン」
- ・「星に願いを☆七夕クイズラリー」
- ・「星と共に☆☆☆ハンドベルを聴きながら～クリスマスコンサート～」

○広報

特別展企画展においてマスコミ等と連携して広報を行うほか，日常的に次の取組みを行っている。

- ・利用者の目線に立ったホームページの更新(平成 20 年度～)
(平成 20 年度実績 総アクセス数 約 3 億 9,800 万件)
(平成 17 年度実績 総アクセス数 約 2 億 5,300 万件)

- ・メールマガジンの発行(平成 15 年度～)
(平成 22 年 2 月末現在 登録者数 11,052 名)
- ・論説委員等マスコミへの定期的な情報提供(平成 17 年度～)
- ・携帯用のホームページの開設(平成 19 年度～)

○地域・企業との連携

普段自然科学になじみのない客層をターゲットとしたイベントを実施。

- ・「上野学のススメ」(平成 17 年度～)
上野地区に関する歴史・人文・自然・文化を紹介する総合講座

特に科博単独での開催が難しいコンサートなどを地元の財団等と連携して開催。

「東京・春・音楽祭－東京のオペラの森 2009－」

主催:東京のオペラの森実行委員会・NHK・東京都

「夏休み子ども音楽会2009」主催:(財)東京都歴史文化財団

「ハープ室内楽で奏でる鳥の歌」主催:(財)台東区芸術文化財団

貴重な標本・資料を数多く有する展示室やホール、会議室等の施設を企業等に貸出し、講習会、研修会、発表会、パーティー、コンサート等活用してもらうことで、科博に親しむ機会の充実を図る(平成 17 年度～)

特別展「大哺乳類展」の開催にあたっては、上野動物園と連携し、「大哺乳類展の入場券」と「上野動物園の入園券」で、相互に割引を実施。

○大学との連携

大学生の科学リテラシーの向上のため、大学生の利用の促進を行っている。

- ・大学パートナーシップ(平成 17 年度～) (平成 21 年度実績 53 大学)

大学等の研究機関において進行中の研究の意義や過程、成果を紹介する「発見！体験！先端研究@上野の山」を大学等と連携して開催。

○観覧環境・アメニティの向上

来館者が観覧しやすい環境等を整備し、満足度を向上することによりリピーターの拡大を図る。

- ・来館者満足度調査の実施(平成 14 年度～)
- ・案内サイン、休憩設備、ロッカー等の整備

(2) それ以外の取組

○外部資金の獲得

○賛助会員制度

○募金

○施設の貸出