

令和5年度第2回協議会における、諮問に関する協議会の主なご意見(確認用)

(北海道博物館企画G)

※令和5年度第2回協議会議事録から、この度の諮問に関する協議会委員の方々のご意見を抜粋したものです。また、事務局への要望があったものについては、これらのご意見を事務局としてどのように受け止め、今後の資料作成や論点整理、博物館の中期目標・計画に活かして行く方針であるか、を付記しております。

※括弧内は発言された委員のお名前です。

※本資料は、事務局において、次回協議会へ向けた資料作成や論点整理等に活かすためにまとめておりますものですが、特に委員の皆様のご意見の内容や趣旨、事務局における受け止め方等に齟齬がある場合は、恐れ入りますがご指摘いただけると有り難く思います。

■答申に向けた協議のために必要な情報や資料について

発言内容(概要)	博物館側の対応方向
諮問における「4つのポイント」と、〔R5 年度までの〕年度計画にある16項目の関連付けを示してほしい。そのうえで「このポイントにとっては、特にこの事業項目が重要だ」ということがわかると、何をすべきかがクリアになる。(小林・岡田)	「4つのポイント」と第2期の事業項目(16項目)の対応がわかる資料を作成しました。(資料4-2)
諮問のテーマが大きいので、〔「4つのポイント」やその背景等の説明が〕ある程度は抽象的な表現になるのは仕方がないが、〔事務局からの説明や資料にあった〕「社会ニーズ」「意識の変化」などの抽象的な表現を具体的にすることで、議論する全員の共通認識を持ちやすくなり、議論もしやすくなる。(岡田)	諮問のテーマや社会的な背景等の説明においては、ある程度大づかみな表現となることはやむを得ないところですが、社会的ニーズの把握や取り組みの対象・内容の把握が具体的であることが望ましいと考えます。
社会的な課題については、「世界で」「日本で」「北海道で」のように階層化すると「求められる役割」に対応しているかどうかが見えやすくなると思う。(岡田)	北海道博物館の事業の方向性、課題に向けた協議や、社会の変化・ニーズをどのように理解するかといった協議においては、委員の皆様と事務局とが、なるべく同じイメージできるよう、具体的な表現につとめます。
高齢者・若者・インバウンドなど、伝える相手が異なれば、展示方法も変わるはずだが、諮問にある「新しい時代に対応する」とは、どのような内容(展示方法)を想定しているのか。(矢野)	
どの事業に予算がかかっているか／いないかがクリアになると、予算の正当性や、職員の工夫・努力がしていることがわかるので、評価がしやすい(小林)	『北海道博物館要覧』に「予算」のページとして予算の概要を示しています(8号では122～129ページ)。

■「答申」の内容に関わる意見・質問

「4つのポイント」に関わるご意見として受け止めているもの	
基本的機能の充実 (成果の社会還元)	「北海道博物館版キッズニア」のようなことはできないか。子どもの職業体験という「社会還元」につながると思う。〔特に子どもを対象とした、展示以外の方法での博物館利用の取組の可能性についてのご指摘と受け止めている〕(小川)

求められる役割	1. 北海道の自然、産業、歴史についての資料を未来のために残していくこと、それを人々に伝えていくことが必要。 まず道民に郷土としての北海道に興味を持ってよく知ってもらうことが重要。そのための教育機能的役割を担うべき。特に利用者の高齢化が進行しているなかで、若年層に対する認知度向上と啓発が重要。 2. 加えて、道外（国内外）からの来訪者に対して、観光地としての北海道（或いは札幌市）の魅力ある重要観光施設としての役割を担う。（住吉）
	「多様な来館者が等しく楽しめる博物館とは何か」を追求していくことも大事なミッションだと思う。（岡田）
	アイヌ民族として、（モノだけではなく）アイヌの伝統的な世界観・精神文化について紹介する、という役割を求めたい。（小川）
	道民から「北海道博物館・開拓の村・森林公園が三位一体となったワールドミュージアム」として認識されるような博物館施設を目指す、という視点が加味されると、より有意義な施設になると思う。（佐々木）

「4つのポイント」にこだわらず、全体的なご意見として受け止めているもの	
（意見）	文化観光拠点計画事業に入っているデジタル化や多言語を実施するだけでも、諮問の「4つのポイント」、特に「基本的機能の充実」「求められる役割」は達成できるように見える（小林）
（意見：展示）	学芸員の専門的な知識によって、展示手法・見せ方で集客につながる工夫はできると期待している。（小川）
（意見：調査研究）	北海道遺産のような他の団体・取組と協働してネットワークをつくり、展示・研究に活かしてほしい。（矢野）
（意見：オンライン→オフラインの広がり）	ウェブサイトのアクセス数が（特に令和4・5年度は）多いことを活かして、ウェブと連携したイベントなどがあると、サイトを見て終わりにならず、来館にもつながると思う。（矢野）
（意見：アンケートの活用）	過去の企画展示の実績やアンケート結果から来館者の傾向をデータにしたうえで「この展示では若い人をターゲットにする」などの対応は狙える。来館者の多様性を踏まえながらも、ターゲットを絞った事業を実施することによって「求められる役割」が達成されたと言えるのではないかと。（小林）
（意見：広報）	若い人はウェブサイトよりもInstagramなどのSNSをよく見るので、若い世代を対象とした場合は、SNSでの継続的かつ細かい情報発信が効果的だと思う。（岡田）
（意見）	博物館を本当に良くしようと思ったときの試み・事業として、ハード面は予算が必要だが、ソフト面はアイデアがあれば予算が不要場合もあるので、外部予算に依らないアイデア・チャレンジを中・長期的に考えてもらいたい。（小林）
（意見）	学芸職員のモチベーションの向上につながるようなことが必要だと思う。（小川）
（質問：目標値の考え方）	入館者数を目標値としているが、「入館者数は多ければ多いほど良しとする」と理解していいのか。それとも「あまり多すぎても来館者にとってストレスになる」等の観点から、上限を設定しているのか〔目標値の根拠・考え方を検討し、示すべき、とのご指摘と受け止めている〕（小川）