

# 新潟市水族館の管理に関する基本協定に係る 平成24年度 業務報告書

## 1. 入館状況について

平成24年度総入館者数 309,716 人（対前年度比 64.3%）

※ 24年9月1日からリニューアル工事

### [総括]

平成24年度は、全市的には「水と土の芸術祭2012」や7月から8月にかけて「全国高等学校総合体育大会（かがやき総体）」などがあったが、直接入館者増に結びつくものはみられなかった。

24年度は、22年度の開館20周年事業や、閉館準備上バックヤードが利用できなかったことから、例年実施してきた体験型パフォーマンスガイドなどのイベントがなかったが、8月末までの入館者数は、23年度同期と比べて、0.7%増となり、昨年度並みを維持した。

個別に見ていくと、申請や手帳による入館料減免の入館者は、「小・中学校」「幼稚園・保育園」「身障者等施設」などをはじめ大幅に伸び、23年度同期と比較すると、32.9%増加した。これは、リニューアル工事による休館の広報が周知され、例年秋季入館のお客様が前倒して入館されたと思われる。（別紙1-3）

毎月実施しているアンケート調査で「なくならずにずっとやってください。」や「新潟にしか展示しない生物など新水族館に期待します。」などリニューアル後の水族館に対するエールも聞かれ、引き続きお客様第一を心掛けていきたい。

今後も、常におもてなしの心を持ち「来てよかった、また来たい」と感じてもらえるようなサービス提供を心掛け、新たなお客様の獲得とリピーターの確保に努めたい。

## 2. 施設の管理運営状況について

### (1) 臨時開館・閉館及び開館時間の変更

#### [総括]

臨時開館・閉館及び開館時間の変更については、新潟市水族館条例に基づき適切に実施した。

開館時間の繰り上げ・延長を行った日すべてが、年間平均入館者数を超えており、市民サービスの提供という目的を十分に果たしたのではないかと考えている。

まず、ゴールデンウィークは、5月3日から5日について、開館時間を30分繰り上げて8時30分に開館した。入館者の時間帯ごとの平準化や、周辺道路の混雑緩和に有効であった。

次に、海の日とその前日である7月15日と16日の連休について、市民サービスのために、開館時間を30分繰り上げて8時30分に開館した。お盆時期並みの入館者数となり、目的を十分達成した。

また、夏休み期間である7月28日から8月26日の土・日曜日、8月12日から16日までのお盆時期及び8月17日金曜日について、開館時間の30分繰り上げ及び閉館時間の1時間繰り延べを実施した。（開館9時⇒8時30分、閉館17時⇒18時）

例年は、夏休みは平日についても時間延長を実施したが、昨年度から原則、大震災による節電のため土・日曜日に限定した。それによる入館者数の落ち込みはなく、例年並みを確保した。

また、各種修繕や工事については、平成 24 年度 9 月から始まったリニューアル工事の対象となる施設・設備かどうか調査してから施工するなどできる限りの経費削減を図った。

## (2) 展示生物の状況について

### [総括]

協定書の仕様書に謳われている約 450 種、20,000 点の魚類、海獣その他水生生物の飼育展示規模を維持するとともに、展示内容の魅力の向上に努めた。

飼育下で繁殖した生物を積極的に展示した。ホトケドジョウ、タツノオトシゴの仔稚魚をエントランスホール特設水槽に、イトヨ、イバラトミヨ、シナイモツゴ、ヤマメを信濃川水槽に、アカテガニをイベント広場特設水槽に展示した。

パスポート利用者を意識し、季節感のある展示更新を心掛けた。サケ、アカムツ（通称＝ノドグロ）、カワヤツメ等、季節だけではなく、地域を特徴づける生物を積極的に導入した。

飼育困難魚への飼育にも積極的に取り組んだ。日本海を特徴づける生物として展示意義の高い、アカムツ、キダイ、クロヌタウナギ等の飼育を実現させた。いずれも水族館での生態展示の乏しい種であり、高度な飼育技術が要求されたが、生息水温や採集方法、採集時期等の綿密な調査により、展示を実現させることができた。アカムツとキダイは、成魚の安定的な展示を実現し、特にアカムツは昨年に引き続き人工授精により得た仔魚の育成に取り組んだ。

9 月からのリニューアル工事に伴い、作業工程を考慮して生物を仮収容水槽に移動、もしくは他園館に預託依頼するなど、生物ごとに適切な対応を行った。

今後とも、開館以来の管理運営により蓄積してきた豊富な知見に基づき、創意工夫を重ね、展示生物の充実や、入館者に対する正確かつタイムリーな情報提供に努めていきたい。また、常に新鮮味のある展示を心掛け、リピーターにも十分満足してもらえるような魅力あふれる展示を行っていきたい。

## (3) 通年事業の実施状況について

### [総括]

#### ① バックヤードツアー

通常は公開していない水族館のバックヤードを職員の引率で見学してもらい、水質管理の仕組みや餌の解説等を通じて、水生生物やその生息環境についての関心を高めてもらうことを目的に実施している。平日は1日2回、土・日曜日は1日3回実施し、各回の定員を10名とした。

動線の安全確保に十分に配慮し、平成 24 年度も無事故で実施することができた。

#### ② ペンギンガイドツアー

通常は公開していないバックヤードで、パネル・巣箱・羽毛・卵の標本やレプリカを用いて、分類や生態、生息地の環境、フンボルトペンギンが絶滅に瀕している背景、水族館における域外保全活動・繁殖の実施等の解説を行い、ペンギン類とその生息環境への理解を深めてもらうことを目的に実施している。

#### ③ イルカショー・トドの給餌タイム・ラッコの給餌タイム

時刻を定めて解説を行う行動展示で、高い展示・教育効果が期待される。

水生哺乳類の自然史や環境との関わり、飼育下の健康管理、トレーニングなどを解説し、来館者の水生野生生物への理解を促し、環境保全への関心を高めてもらうことに目的をおいている。

「イルカショー」では、ハンドウイルカ2～3頭、カマイルカ1～2頭を交代で用いて1日に4～6回、1回約20分のイルカショーを実施した。多客期には1日の実施回数を増加し、より多くの来館者が快適にショーを楽しんでもらえるよう配慮している。毎回のイルカショー後には、イルカに関する疑問が解消できるよう質問受付を実施している。毎月実施しているアンケート調査では、概ね高評価を頂いている。

「トドの給餌タイム」では、主にオスのトドを用いて1日2回、およそ10分間の解説を実施した。体重1トンを超える大型のオスを直接コントロールして飛び込みなどをさせる園館は他にほとんどなく、来館者から大変好評を得ている。

「ラッコの給餌タイム」では、1日3回の給餌時間に合わせ、水槽前で約10分間の解説を実施した。毛皮標本を来館者に実際に触ってもらうなど、ハンズオンの手法もとり入れて理解度が高まるように工夫している。

今後もこれらの事業を通して、解説パネル等では説明しきれない行動や生態・形態を、正確に具体的に分かりやすく解説していきたいと考えている。

#### ④ タッチ水槽ガイド

裏返したヒトデの起き上がり行動を観察しながら解説する等、生き物のちょっとした不思議を体感してもらおうと、タッチ水槽脇で1日1回、簡単な実験を見せながら生き物の生態を紹介している。簡単な解説や実験といった動機付けが、生き物へ興味を広げるきっかけづくりとして有益であると実感している。

#### ⑤ スポットガイド

生物水槽の前でその水槽を担当している飼育員が解説を行った。巡回時や給餌時など随時実施し、解説内容は展示生物の生態や野生下での生活、摂餌の仕方など、生物に沿った内容とした。短い解説であっても、展示を見るだけでは解らない生物情報を伝えられたと考えている。

### (4) イベント等の実施状況について

#### [総括]

#### ① 春期特別展「鳥屋野潟の水生生物」

鳥屋野潟は、新潟市中央区の都市化が進んだ駅南地域と旧来の亀田郷田園地帯に接して位置し、県内では佐渡市加茂湖に次ぐ水面積の湖沼である。周辺の都市化によって水質悪化が問題となり、近年は水質改善の様々な試みが行われている。周辺地域の再開発に伴って、地域住民による自然再生・保全活動も活発化している。南岸の県立鳥屋野潟公園には多くの市民が集まるが、潟自体の水辺への接近は困難で、その自然に市民が接する機会は少ない。そこで、市街地近郊にある貴重な大規模水域である鳥屋野潟の自然とそこにすむ生きものを紹介し、身近な自然の大切さについて考えるきっかけとして開催した。

展示生物は両生類3種、魚類6種、貝類5種、昆虫類1種、水生植物6種で、9基の水槽で展示した。鳥屋野潟漁業協同組合の協力を得て実施した現地調査も含めた水生生物の生息状況、地理的特徴、水質の変遷などをパネルで解説した。

来館者に鳥屋野潟を身近に感じてもらい、その環境に関心を向けるきっかけ作りとなったと考えている。

## ② 夏期特別展「ハゼのなぜ」

スズキ目に分類される一特化群であるハゼ亜目は、現生魚種 2 万 8500 種のうち 272 属 2236 種とされ、最も種分化の大きい系群である。生息場所も海洋から河川にまでおよび、生息環境が著しく多様性に富む。この放散度の大きさにより、食性の相違、毒の保有、他生物との共生、性転換など様々な独自の進化が見られる特徴がある。身近なハゼに関する「なぜ」に着目し、ハゼ亜目魚類の系統進化や生態などを分かりやすく解説し、海洋生物に興味を持つきっかけ作りに努めた。

13 基の水槽を用いて 44 種 800 個体を展示した。ハゼを特徴付ける吸盤状の腹鰭に注目して系統進化や環境適応について解説するなど、13 のテーマに沿って展示解説した。

解説冊子は 10,000 部を用意したが、残部が出ることなく、大変好評であった。

## ③ サマースクール（自主事業）

※応募状況は別紙 5-1 のとおり

### a. ふれあい探検

飼育生物に実際に触れ、給餌体験をすることで、楽しみながら水生生物の知識を習得できるプログラムになったと考えている。特に海の生物については、大人も子どもも知らないことが多いため、実際に自ら体験することで、多くのことを学んでもらうことを目的として実施した。7 月下旬から 8 月中旬までの繁忙日を避けた計 15 日実施し、合計 153 人が参加した。

### b. ドルフィンスクール

イルカに関する正確な知識向上を目的として、講義、観察、体験学習を組み込んだプログラムを実施した。小学校 4 年生以上を対象とし、7 月下旬より 8 月下旬の 12 日間実施した。参加者は 112 人であった。アンケート結果を見ると、参加者の評価は高く、満足 97.3%、また参加したい 96.4%であった。

### c. イルカトレーナー体験

イルカ学、飼育する上で必要不可欠な生飼育環境などについて体験を通して学んでもらうことを目的に実施した。高校生以上を対象とし、7 月に 2 回、8 月に 1 回の計 3 回実施した。各回 4 人の定員で、合計 11 人の参加であった。アンケート結果を見ると、参加者の評価は高く、満足 100%、また参加したい 100%であった。

### d. ナイトツアー

飼育生物の夜間の様子を観察してもらうことで、昼間の開館時間内では知ることのできない新たな発見や、違った視点からの観察方法を提案することができたと考えている。照度変化に伴う体色の変化、体内時計の作用、夜行性動物の行動観察、発行生物の実験等、ナイトツアーならではのコンテンツをできるだけ盛り込み、日中のプログラムとの差別化を図ることにより、他のプログラムへの参加経験者にも満足してもらえる内容となるよう努めた。

平成 22 年度まではサマースクールの一環として夏休み期間中に実施していたが、平成 24 年度は、昨年度に引き続き節電の必要性に加え、9 月からのリニューアル工事に対する準備業務を考慮して、6 月に実施した。参加費が大人 2,000 円、小人 1,000 円と、当館のイベントの中では高額な部

類に入る企画であるにもかかわらず、応募総数が示すとおりナイトツアーの人気は依然高い。定番企画の1つとして今後も続くと思われる本プログラムをリピーターにも飽きられることのないよう、毎年工夫し、水族館の魅力アップに役立てていきたい。今年は4日間のみの実施としたが、合計83人が参加した。

#### ④ いきもの教室（自主事業）

※応募状況は別紙5-1のとおり

8月までの毎月1回、全5回のプログラムを計画し実施した。5回は全て違うプログラムとし、対象年齢を小学生以上に設定した。応募数は定員に対して平均269%であり、「いきもの教室」が市民に浸透してきたことが伺える。応募数が最大の730%であった8月の「貝の標本づくり」は、毎年同じテーマで実施しているが、夏休みの宿題対策として根強い人気があるプログラムである。今回は5回の内、平成23年度と同じプログラムは2回とし、他の3回は別のプログラムとすることでマンネリ化を避けるようにした。なお、1回を新規開発のプログラムとすることで保有プログラムの蓄積をすることができた。

アンケート結果を見ると、参加者の満足度は非常に高く、96.8%の方が「とてもおもしろかった」「おもしろかった」と回答している。理解度を問う設問では「よく分かった」が82.9%であった。対象年齢をひとつの学年に絞らないプログラムであるにも関わらず、このような高い理解度を得ることができたことは、プログラムデザインと実施のスキルについて長年の経験の蓄積があるためと考えられる。また、今後のいきもの教室への参加希望についての質問では、「ぜひ参加したい」「参加したい」が87.4%にのぼり、プログラムが好印象であったことが伺えた。具体的な感想についても、「図で解説したり、解剖したり、顕微鏡で拡大して見られて面白かった」「ウロコの役目についての話が面白かった」「普段うんちに注目することが無いのでとても新鮮でした」「うんちペーパーを作ることができて良い体験になった」「説明がわかりやすかった」「身近でいろいろな種類の貝が沢山いることが分かって良かった」「（海岸での貝の採集について）スタッフにとっても親切にいただき母子で参加でも難なく作業が終了されました」といった肯定的なものが多かった。

いきもの教室の終了後に行う担当職員とボランティアとのミーティングでは、「継続すべき良かった点（keep）」「問題点（problem）」「次にやってみたいこと（try）」の3つに分けて考えるKPT法（プロジェクトマネジメントでよく行われる方法）を用いてふりかえりを行っている。このミーティングの内容を活かすことで、いわゆるPDCAサイクルを回しながら実施できたと考えている。水の生きものについての専門的な事柄を一般の方々に分かりやすく紹介するという、水族館の重要な役割を具現化するプログラムとして、この「生きもの教室」は今後も新たな工夫を折り込みながら継続していくことが重要である。

#### （5）新規イベントの実施状況について

[総括]

##### ① 夏休みプレゼント企画「マリンピア日本海 オリジナルグッズ プレゼント」（自主事業）

「長期休館前の最後のサービス」として、夏休み最後の日曜日である8月26日に入館した小学生以下の子ども（先着約1,000人）を対象にマリンピア日本海のオリジナルグッズをプレゼントすることとした企画である。

実施方法は、まず受付（モギリ時）で入館した小学生の子ども1名に対して1枚（1品）のプレゼント引換券を渡し、レクチャールームのテーブル上に陳列した品物の中から、好きな物を選んでもら

い、渡すこととした。当日は、夏休み最後の日曜日とリニューアル前の最後の日曜日が重なったこともあり、開館前から150人以上の列ができており、例年（過去5年間は3,000～4,000人）に比べ1,000人以上の入館者増（H24 - 5,525人）となった。開館前から並んだ入館者の中には市外（柏崎など）からこのプレゼント企画のために朝早く出かけてきたという人や、「やっぱり、選べるんだ。早く来てよかった」といったように好きな品物を選べることを予想し、早くから列に並んだ入館者もいたようである。

引換券の約1,000枚は午前10時ごろ配り終わり、12時ごろに殆ど品物の引換は終了した。当該企画は「実施時期・日」、「品物の種類」、「引換方法」、「引換場所」を考慮すれば、品物の選定時間や引換時間の短縮を図ることができるため、閑散期（初春、晩秋）に実施すれば十分な効果が期待できる企画と思われる。

## （6）専門的な調査・研究等について

### 〔総括〕

「鯨類の繁殖生理に関する調査」「鰐脚類の繁殖生理に関する調査」等、飼育水族に関する様々な調査研究を行っている。また、「漂着生物調査」「地域生物調査」等、野生水族に関する調査を行い、地域の自然史に関する知見の蓄積に努めている。

日本動物園水族館協会の会議や研修会へ出席し、積極的な調査研究成果を発表する共に、最新情報の交換等を通して飼育技術の一層の向上を図っている。また、日本動物園水族館協会種保存委員会との協力体制を維持し、絶滅の危機に瀕している種の保存に努めるとともに、調査研究を行っている。

これらの様々な研究の成果をホームページで公開する等、新潟における水辺の環境・水生生物についての情報の収集・発信基地としての役割を担っている。

状況に応じて、特定外来生物が生態系に与える影響や、絶滅が危惧されている希少種についての情報を積極的に発信。アカウミガメの産卵が7月に新潟市北区の太夫浜で確認された際には、新聞紙上（新潟日報、朝日、読売）を通して日本海側では最北記録であること伝え、産卵場所を柵で囲ったり看板の設置に協力し自然保護の啓発に協力した。

今後も、より一層専門的な調査・研究に努め、その成果を市民へ還元していくように心掛けていきたい。

## （7）総合学習の受け入れ状況について

### 〔総括〕

文部科学省の提唱に基づく学習支援活動としての「総合学習」の受け入れを行っている。質疑応答やキーパーエリアガイドを通して、児童・生徒たちに生き物や環境に関する知識を伝える場となっている。

キーパーエリアガイドは、人数を制限し、時間をずらして対応する等、安全に配慮して実施した。児童・生徒たちにとって、水族館や水族への関心を呼び起こす機会・環境保全について考える機会として、また、社会に目を向け、働くことや学ぶことの意義や大切さを理解していく場として、役立っていることから、今後も可能な限り受け入れていきたい。

平成24年度は初めて盲学校の児童（新潟盲学校小学部6年生）2名を受け入れた。担当教諭と数回の打合せを行い、視覚以外の感覚を使った説明として、「ペンギンの羽毛に触る」「アシカに触る」「ラッコの毛皮に触る」「ペンギンの鳴き声を聴く」などを中心に行った。終了後、担当教諭から「子どもたちには、触るのが怖い気持ちはもちろんありますが、実際に触ってみることで、納得できたり次に生かされたりするのだと私たちも大変勉強になりました」という肯定的なコメントをいただいた。盲学校の児童生徒へのプ

プログラム実施は、視覚による展示を主とする水族館では難しいもののひとつであるが、今回の経験をもとに新たなプログラムを模索していくことが必要と考える。今後も可能な限り受け入れていきたい。

#### (8) 実習生等の受け入れ及び講師派遣の状況について

##### [総括]

実習生等の受け入れとして、大学生および専門学校生を対象に「飼育実習・研修」「博物館実習」を行った。これは、博物館類似施設としての一面を持つ水族館として、大学生・専門学校生に実習の場を提供するという社会的貢献の側面はもちろんのことであるが、指導を通じて職員の自己研鑽の場ともなっているため、今後も継続して受け入れを行っていきたい。

また、アウトリーチ事業の一環として、様々な「場」への講師派遣を積極的に行った。内容は、大きく分けて「野外での観察等の指導」と「教室（屋内）での生物や仕事についての講義・指導」であるが、対象が小学生から一般、学校教諭と幅広く、また、派遣先のニーズに合わせた内容にする必要があることから、派遣職員の指導者としての専門性が要求される取り組みとなっている。

毎年度継続して実施している臨海実習については、海洋フィールドを題材にできる貴重な教育学習機会であることから、今後も継続して指導者を派遣していきたいと考えている。

6月と8月には、昨年度に引き続き、関川村地域でシナイモツゴの保全に取り組む保護団体の観察会に職員を派遣し、地域とのつながりをより深める事ができた。

他にも、定番とも言える中学生への「職業講話」が2校、小学生への「環境教育」が1校について講師派遣を行った。

今後も、実習生受け入れやアウトリーチ事業を地道にそして積極的に行っていくことが、水族館と地域・社会とのつながりを強固にし、広げていく基礎となると考え、継続していきたい。

#### (9) 市民ボランティアの活動の状況について

##### [総括]

ボランティア活動の目的を大きく「水族館（専門家）と来館者（非専門家）をつなぐ役割」「生涯学習の場」「自己実現の場」の3つとして活動をサポート、コーディネートした。

平成24年度の活動の柱として「館内案内」「いきもの教室の補助」「研修」を設定した。

「館内案内」では、来館者との直接的な交流だけでなく、館内で気づいたことを活動日誌に記入して貰うことによるフィードバックを行うことで、来館者と水族館を間接的につなげる役割も担った。

「いきもの教室の補助」では、教室参加者との交流だけでなく自らの学習にもなることから毎回多数のボランティアが活動した。また、いきもの教室の終了後に行う担当職員とのミーティングの内容が次の教室で反映されることもあり、運営への参加の実感を得ることができている。なお、教室参加者へのアンケートには「ボランティアさんなどのスタッフが親切にサポートして下さり楽しい時間でした」といった声が寄せられている。

「研修」として、リニューアル関係の研修（3回）と視察研修（鶴岡市立加茂水族館）を行った。リニューアルオープン後にはいままでも以上にボランティアが重要となることから、リニューアル後を見据えた「リニューアル概要の説明と今後の活動を考える」研修を行った。

平成24年度は9月から休館するため、新規募集は行わなかった。新潟を離れるなどの理由で4月に4名が退会したため、平成23年度の50名から46名に登録者数が減少した。

今後とも、水族館、来館者、ボランティアの3者が満足できる活動を推進し、持続的なボランティア活

動を目指していきたい。

## (10) 広告宣伝について

### [総括]

平成24年度の広告や広報は、9月からのリニューアル休館をひかえて、次の2点について重点的に行った。ひとつは「リニューアル前、最後となるマリンピア日本海をアピールする」ことであり、もう1点は「9月からの休館を確実に告知する」ことである。特に「休館」の告知は、9月以降に「知らずに来館してしまった」というお客様を極力減らすための広告・広報をすることが、結果的にリニューアルへの宣伝ともなり、また期待感にもつながると考えて徹底するようにした。ただし、単に「休館」を告知することではなく、もう1点の重点項目である「リニューアル前、最後となるマリンピア日本海をアピールする」と合わせて、「リニューアルの前と後、両方のマリンピア日本海を見に来て見比べて下さい」というようなアプローチを行った。

8月後半からは報道各社による「リニューアル休館直前の水族館の様子」の取材が多くあった。各社とも、休館とリニューアルをセットで、かつ特集的に取り上げて放映・掲載したため、広報として非常に効果的であったと思われる。NHK新潟放送局は夕方の番組内でマリンピア日本海からの生中継を行った。また、県内向けの広報として、4月から8月まで毎週定時、全22回FMにいがたに出演して旬な情報を提供した。

広告や広報の基本的な内容は、昨年度と同様に「水族館での過ごし方や観察の仕方などを提案する」提案型として作成するようにした。

プレスリリースについて今年度は、リニューアル工事に伴う生物の搬出についてのリリースが主体であった。7月16日の「アカウミガメの新潟市での産卵」、9月5日と19日の「アカウミガメのふ化」についてのリリースは、通信社が配信するなど、全国的にも取り上げられるニュースとなった。

以下、①テレビCMとラジオCM、②クーポン付き折り込みチラシ、③雑誌などの紙媒体への広告、④WEB、⑤広報・プレスリリースについてそれぞれ総括する。

#### ① テレビCMとラジオCM

テレビCMは、平成23年度に制作したCMをベースに引きつづき放映した。4月後半のGW前から8月中旬までは基本バージョンのCMを例年通り（平成22年度比）の厚みで新潟県、福島県、山形県の民放全社で放映した。8月後半は、既存CMをベースに「休館告知バージョン」を制作し、新潟・福島・山形の3県で放映した。

ラジオCMは、平成23年度同様、6局（FM山形、FM福島、FM群馬、FM善光寺、FM新潟、FMポート）に加えて8月のみFMNACK5（埼玉）で放送した。ラジオCMも8月後半から「休館告知バージョン」の放送を行った。CMのくくりでは無いが、4月から8月の毎週木曜日夕方のFMにいがた「サウンドブラッシュ」内で職員が生出演して旬な情報を提供した。番組内で当館への質問を募集したところ、毎回多くのリスナーから質問が集まり、番組内で回答するという試みも行った。サウンドブラッシュは、訴求したい年齢層である幼児から小学生の子どもを持つ親世代や20代青年層から支持されている番組であることから、有効な広報手段であると考えている。

#### ② クーポン付き折り込みチラシ

クーポン付き折り込みチラシは、平成23年度同様GW前と夏休み前の2回実施した。折り込み地域は、新潟、福島、山形、埼玉、群馬、長野の6県の中で、過去に折り込みした地域については、少なく



ともGW前か夏休み前のどちらか一方に折り込まれるように選択した。これは、リニューアル休館の告知を徹底するためである。すなわち、過去に折り込まれた地域の住民には「マリンピア日本海」という名前がすり込まれていると考えられたため、休館の告知を他の地域以上にしっかりとする必要がある。同時にリニューアル前に“もう一度”来館する行動を誘発することも意図している。

クーポン付き折り込みチラシは訴求したい地域に確実に投下でき保存性の高いメディアであるため、今後も、折り込み地域を精査しながら継続していくこととしている。

### ③ 雑誌などの紙媒体への広告

雑誌などの紙媒体への広告は昨年度実績をベースにしつつ、効果的に来館促進とリニューアル休館の告知を両立できる媒体を選択して実施した。

### ④ WEB

ホームページについては、今まで以上に更新頻度をあげるようにして、常に最新の情報を発信することを心がけ、開館中の4月から8月の月平均で13回の更新となった。また、休館中も、リニューアル工事の状況や飼育動物の情報を発信することにつとめ、9月から3月の月平均で4回以上更新した。

### ⑤ 広報・プレスリリース

ここでは、プレスリリースの他、いわゆる「広告料」を必要としない誘客・宣伝活動も「広報」と位置づけることとする。平成24年度は新聞・雑誌・WEBへの情報提供を42件行い、その全てでマリンピア日本海の情報に掲載された。これは、新聞からの情報提供の依頼、タウン情報誌などの「インフォメーションコーナー」への主体的な情報提供、旅行雑誌の記事中での紹介というものまでいろいろな形式が含まれる。平成23年12月より朝日新聞の新潟県紙面で週1回の連載「水中めがね」を開始したが、平成24年度もひきつづき8月まで連載した。いずれにせよ、これまでの繋がりによって掲載可能となったものも多いため、いろいろな媒体との繋がりを保ち続けることが非常に重要である。

また、テレビやラジオへの出演も54件行った。FMにいがたへの連続出演(計22回)による情報提供は、旬な情報や伝えたい情報を職員の生の声で伝えることができるため、有効な手法である。

また、報道機関へのプレスリリースは、特別展や新規展示(コツメカワウソ)など展示の話題、リニューアル工事に伴う動物の搬出などについて積極的に行った。その結果、生物の搬出などは主要報道機関が全て取材に来館した。その他、新潟市北区太夫浜でのアカウミガメの産卵のニュースは日本海側最北の産卵・人工ふ化・自然ふ化の記録として大きく取り上げられた。

報道機関への情報のリリースは、上記の広告・広報と違い、取捨選択の自由は報道機関にあるため必ず報道されるわけではないが、それゆえに報道された際の「情報の信頼度」や「広がり」は他の媒体には無いものである。しかし、その一方で編集権が報道機関にあるため、こちらの「伝えたいこと」に必ずしもならない事がある。「伝えたいこと」を正確に取り上げて貰えるような「情報提供の仕方」が重要であるので、今後ともこの点に気を配りながら積極的に情報を提供していきたいと考えている。

## (11) 他園館との協力について

### [総括]

リニューアル工事のために平成24年9月1日から平成25年7月まで閉館するにあたり、他園館へ生物預託等を依頼したところ、友好館であるアクアマリンふくしまから魚類の大部分、南知多ビーチランドからウミガメ類、山梨県立富士湧水の里水族館からベステル、のとじま水族館からツマグロの受入協力を

いただいた。特に、アクアマリンふくしまからは、5回にわたるアクアマリン所有の活魚輸送車による輸送協力を受けた。うち2回は山梨県立富士湧水の里水族館と、のとじま水族館への輸送に対する全面的な協力であった。

哺乳動物の預託では、神戸市立須磨海浜水族園と海遊館にラッコ、南知多ビーチランドと鳥羽水族館にバイカルアザラシ、鶴岡市立加茂水族館にカリフォルニアアシカの預託飼育協力をいただいた。

4月3日に高齢のカナダカワウソが死亡した際には、海遊館からコツメカワウソ2頭の貸与協力をいただき、5月12日よりカワウソ水槽の展示を再開できた。

市民ボランティア活動では、他園館視察としてボランティア13名が11月17日に鶴岡市立加茂水族館を訪れ、クラゲマイスター制度などについての有益な情報を得る事ができた。

## (12) 年間入館パスポートについて

### [総括]

平成24年9月から始まったリニューアル工事に伴い新規パスポートの購入者はいないため、有効期間の残っている登録者数は漸減している。

しかし、リニューアル工事中で入館できなかった期間を、再オープン後、有効期間に加えて正味1年間使用できることとしている。

パスポート購入者は1,482人(総入館者の0.5%)、パスポート利用者(購入者+リピーター)は10,508人(総入館者数の3.4%)であり、パスポート利用者の平均入館回数は7.1回であった。(別紙1-2)

23年度はパスポート購入者は3,973人であるが、リニューアル工事のため8月末までで比べてみると、23年度は2,099人で24年度は29.4%減となっている。リニューアルオープンしたら購入しようというお客様が多かったものと考えられる。

リニューアルを機に、いっそう生物の成長や変化が体感できる展示等を心掛け、リピーターにも十分満足してもらえるようにしていきたい。

## (13) リニューアル工事への協力について

### ① 生物関係

リニューアル工事の工程を踏まえ、事前に生物を仮収容施設へ移動、もしくは他園館へ飼育預託するなど、工事の支障とならないよう配慮した。生物の移動に際し、細心の注意を払って慎重に作業を行い、無事に仮収容状態へ移行できた。

開館以来蓄積してきた経験を活かして飼育設備工事の細部にわたる仕様等を検討し、改善案を提示するなど、生物飼育面での問題解決に協力した。

水槽工事終了時の水質検査、試験魚の手配、水槽の仮貯水・排水、循環設備の試運転等にも積極的に協力し、工事後に生物を適正に飼育できる状態であるかなどの確認を行った。

### ② 工事関係

リニューアル工事への協力は、営業期間中の4月ごろより営業に支障のないバックヤードエリアの設備・備品・書類等の整理及び移動などから開始し、着工される前の事前作業は余裕をもって完了させた。目的外使用関係における設備・機器・備品の撤去作業は十数社におよび、また9月初旬の本体工事時期と重なるため、搬出日・搬出口や経路の調整を行い、本体工事へ影響を与えることなく終えることができた(厨房機器、売店什器備品、自動販売機、バス・タクシー停留所標識、電話ボックス、レンタサイクル案内板

等)。

7月12日から週1回開催されたリニューアル工事の定例会議(全体会議7~9名、分科会8名以上)には係長以上の職員が主流となって参加し、「水生生物の最適な環境確保」や「利用者(入館者)目線」に重点をおいた問題提議や具体的な対策案を提示した。もちろん、出席者以外の職員においても飼育状況や飼育・設備データ、及び提案を係長以上に集約させ、積極的に協力した。その提案の中には工事進行の遅延や妨げにならないよう配慮した折衷案もあった。

工事期間中において注意を払ったのは、工事エリア内で飼育する水生生物(イルカ、トド、アシカ、アザラシ、ペンギン、魚類等)の飼育環境の適正化であったため、工事の内容・状況(音、振動、光、臭いを伴う工事)に応じて飼育施設に待機し、飼育生物に対する施工時の影響を観察・監視することで「異常行動の早期発見(緊急対応対策)」や「現状における飼育環境の適正化」に努めた。また工事の進行に伴い、敷地内車路の全面通行止め日や使用できない施設・設備が拡張された時には、水族館出入事業者の日程調整や職員へ連絡調整を行った。その他、資材・廃材の搬出入のためダムウェーダーの貸出や停電期間中(高圧関連工事)の商用電源と仮設発電機との切替作業の立合い(1日2回、17日間)などをはじめとする設備・人的な協力要請があれば、できる限り対応した。

以上のように、旧施設、設備の飼育・運転状況などの情報提供、及び実施設計における問題点の提議・改善案の発案、また市や工事関係者との緊密な連携のもと、リニューアルオープンを見据えた提案を行い、今後もリニューアル工事に貢献してまいりたい。

#### (14) 市・他団体等との協力

##### [総括]

平成24年度に行政や他団体等と協力して実施した事業は以下のとおりである。

開館以来22年を経過する水族館にとっては、集客力アップのため、他施設・他団体との協力が不可欠であり、指定管理者だけではなしえなかったサービスを展開できたと考えている。多くのお客様から楽しんでもらい、満足してもらえたと思う。

リニューアル後も、積極的に機会をとらえ、他団体や民間の持つ多様なチャンネルを活かした事業に取り組んでいきたいと考えている。

##### ① 海の環境保全展(うみまる、パネル展示)

毎年6月の海洋環境保全月間に合わせて第九管区海上保安本部が実施している「海の環境保全についてのパネル展示」に、6月2日(土)から10日(日)の間、館内での展示に協力した。

##### ② 観光政策課「新潟をもらいにいこう!!」応募券

チラシを持ってマリンピア日本海など市内の所定の観光・文化施設に入館して応募すると市特産品が当たるという企画で、入館者増に結びつくものである。

##### ③ 財)新潟観光コンベンション協会「SLばんえつ物語号」スタンプラリー・クーポン入館料割引

「SLばんえつ物語号」に乗車した人に配付されるクーポン券を持って来た入館者に対して入館料の割引を行うという企画で、「SLばんえつ物語号」に乗車し、新潟での観光を楽しもうという人からマリンピア日本海へ来館してもらえた。

##### ④ 2012NIIGATA オフィス・アート・ストリート出展作品制作ワークショップ

2012NIIGATA オフィス・アート・ストリート に出展する新潟大学教育学部 芸術環境講座 橋本研究室の作品「にいがたあくありむ」のパーツとなる海の生き物の造形作品を入館者（特に子供）に作ってもらうワークショップを本館2階団体休憩室で8月20日と21日に実施した。そこで制作された作品は9月8日（土）～10月21日（日）の間、三井住友信託銀行 新潟支店のショーウィンドーに飾られた。

⑤ ガルベストーン水族館（The Aquarimu Pyramid）の紹介展示

新潟市の姉妹友好都市、アメリカ合衆国テキサス州ガルベストーン市にあるガルベストーン水族館（The Aquarimu Pyramid）から新潟市に寄贈された生物写真パネルとガルベストーン水族館の紹介パネルを本館1階通路の壁面に8月9日から31日まで展示した。

3. 入館料収入の実績について

平成24年度入館料収入 292,503,700円

[総括]

入館料の徴収事務については、協定書に基づき適切に実施した。

リニューアル工事に伴い、開館の4月から8月末までの入館料収入を対前年度比で見ると1.1%減となり、殆ど変化がなかった。新潟市内や近郊で要因となる大きなイベントや事業等がなかったためと思われる。月別で見ると、4月が昨年度を2割ほど上回ったが、曜日や天候によるものと思われる。また、市報にいがたやTVCM、雑誌等で休館の告知を行ったため、夏休みの後半、お盆過ぎから最後に水族館を見たいという市民の方から多数来館して頂いた。

パスポート購入者については、リニューアル工事期間中の有効日数をパスポートの有効期限に追加して、正味1年間利用できるという案内をホームページや窓口で行っていたが、大幅に減少した。

入館料の免除については、新潟市水族館条例・施行規則に基づき適切に実施した。リニューアルオープン後も来館する学校・施設等が増え、質量ともに負担のかかる業務になることが予想されるため、必要に応じて予約手法の簡略化などの提案を行っていきたい。

4. 管理経費等の収支決算について

[総括]

平成24年度は、当初予算より20,000千円の余剰を生じ、その分の減額の変更協定を締結した。

主な要因としては、コ・ジェネレーションシステムが、当初の予定より早く撤去されたことにより、運転燃料として使用していたA重油の量を大幅に抑えられたためで、その他、当初予定していた業務で、工事の進行具合により業務を見直したことも要因の一つであった。リニューアル工事により、通常とは異なる業務が多々あったが、節約できるところは出来る限り節約し、指定管理者として当初予算の範囲内で適切に執行した。

工事費・修繕費について、リニューアル前ということで工事費は大きく削減され、修繕費が全く予算配当されなかった。しかし、8月までの開館中、入館者の安心・安全確保の観点から必要な工事・修繕を行い、当該予算の不足分については、他の科目から賄うこととした。リニューアル後であっても、工事の対象外であった箇所です突発的な故障により経費が嵩むことは十分考えられる。

昨年同様、東日本大震災により夏季の東北電力管内における電力不足解消のため、積極的に節電に努めた。また、工事期間中も当初の予定より節約でき、1年を通して経費的に大きく削減することが出来た。

平成25年度当初予算において、リニューアルオープンにより実際、どれくらいの経費がかかるのか不詳なところが多く、例えば、電気料はコ・ジェネレーションシステムの撤去により全て買電になることや、東北電力の値上げ、空調の熱源がボイラーからガスに変わること等、従来と大きく変化するところがある。しかし、予算執行に当たっては、今までどおり費用対効果を考慮し、手戻りがないよう精査しながら経費削減を心がけていきたいと思う。

## 5. 最後に

24年度は、通年比入館者については、309,716人（前年度比 64.3%）。入館料収入については、292,503,700円（前年度比 69.5%）で、9月1日からのリニューアル工事、休館によるものである。8月末までの入館者数で比べると、23年度8月末までと比べて、0.7%増となり、昨年度並みを維持した。

入館者の満足度については、アンケート結果によれば、展示生物全般で、「非常に満足」31.6%、「満足」は65.2%、計96.8%であった。

また、来館回数については、「はじめて」が30.4%で、2~3回目34.4%、4回以上が33.2%であった。このことは、満足度が高いため、2回以上のリピーターにつながっていると考えられる。

施設については、多客時における駐車場不足、バリアフリー対応の不足など多くの課題を抱えていたが、今回のリニューアル工事で、段差の解消やエレベーター増設、雨に濡れずに観覧できるなどホスピタリティの充実を図ることができ、従来に比べていっそうの魅力アップ、集客力アップにつながると考えている。

海岸側臨時駐車場（ブロックヤード）の管理については、「みなとトンネル」開通後、水族館のお客様以外の駐車車両が一層増加し、いつ事故が発生しても不思議ではない状況だが、海岸保全区域内の公有財産を使用承認を受けて活用している土地であり、指定管理者単独による管理は非常に困難になってきている。とくに、海岸側臨時駐車場からの道路の横断について、交通信号がなくお客様の安全が確保できないことが懸念されることから引き続き市や警察に働きかけていく必要がある。

また、開館から22年を経た現在、施設・設備の老朽化や損耗が激しくなっている。特に取水設備については国土交通省の養浜工事の進展により、沖合200mの取水口付近の着砂がここ数年非常に顕著になっている。応急措置的な排砂作業・工事を繰返してきたが、今後、最悪の場合は配管が砂や河川由来の有機物により完全に閉塞する恐れがある。水族館の生命線である海水（量）の調達が困難となる可能性が高まっており、取水システムの管理がいっそう難しくなっている。これに対しては、ここ数年、冬場に着水層の排砂・清掃委託を実施し取水を確保している。また、24年度からは応急的な措置として、直営で小型水中ポンプによる排砂排水を実施している。

リニューアル工事によってお客様サービスの向上が図られるよう、市の担当部門（文化政策課・公共建築第1課）や設計事務所・工事業者と連携を密に図り、お客様の視線に立った具体的な提案や個々の対策案を提示した。

ソフト面については、「いきもの教室」「バックヤードツアー」「ペンギンガイドツアー」「サマースクール」等教育的効果の高いプログラムの充実を図っているが、教育効果に重きを置けば置くほど、定員を設けた企画にならざるを得ないのが現状であり、リニューアルによる新たな魅力づくりが必要である。

新たな魅力の付加については、従来のショープログラムの見直しや内容の刷新だけでなく、アプローチ棟の新水槽の展示手法や、「いしがたフィールド」のお客様を巻き込んだ活用方法、体験学習コーナーにおける観察・解説など、「見る」「聞く」「触る」を重視した体験型イベントプログラムを充実させるべく、検討を続けている。

リニューアル後の事業展開や管理運営に関する諸課題の整理・解決方法の検討を引き続き進めていきたい。まさに、「水族館業務を行う専門家集団」としての力量が試される時と自覚し、平成2年の開館当初から培ってきた豊富な知識と経験を生かし、リニューアルを機に多くのお客様から喜んでもらえるよう、スタッフが一丸となって頑張っていきたい。