

新潟市水族館の管理に関する基本協定に係る 平成26年度 業務報告書

1. 入館状況について

平成26年度総入館者数 564,629人（対前年度比 96.3%）

[総括]

平成26年度はリニューアル後、初めての通年営業となった。リニューアルにより、充実した施設を活用し、豊富な経験・知識・技術を持った職員による適切な管理運営に心掛け、お客様サービスを第一に努めた。

入館者数は、平成25年度のリニューアルオープン効果が引き続きあり、564,629人のお客様にお越しいただいた。しかし、平成26年4月1日に施行された消費税増税による旅行の出控えや6月にリニューアルオープンした山形県鶴岡市立加茂水族館への観光客の流失、12月として5年ぶりに新潟市内の積雪が30cmを超えるなどの影響により、事業計画書で掲げた目標値636,000人には及ばなかった。

冬場の集客対策で、クリスマス企画「開館1時間延長」、成人の日企画「新成人及びその同行者の入館料免除」、バレンタインデー企画「開館2時間延長」、ホワイトデー企画「開館2時間延長及び夜間割引」を実施した。閑散期の実施であったため、僅かながらの入館者増が図れた。

年間入館者数で見れば、平成11年度の667,844人以来15年ぶりに500,000人を超え、一定の水準は達成できたと考えている。入館者数は、「休みの連なり方」や天候により左右されるが、今後も展示や企画内容・実施時期などに工夫を凝らすことで、入館者数の増加及び平準化に努めていきたい。

リニューアルオープン後の特徴であった年間パスポート購入者であるが、平成25年度11,097人に対し、平成26年度7,969人と減少はしているものの、リニューアル前の平成23年度3,973人と比べれば、依然購入者は多い。パスポート所持者の平均年間来館回数が1人あたり6.7回であることから、パスポート購入者の増が入館者数の増に結びつくものと今後も期待できる。

申請や手帳による減免での入館者は、「身障者等施設（対前年度比100.7%）」「老人施設（対前年度比116.6%）」「小・中学校（対前年度比110.9%）」「保育園・幼稚園等（対前年度比130.6%）」と増えている。減免利用者は、28,933人と総入館者に占める減免利用者の割合は5.1%となっており、当館の果たすべき社会的役割はますます大きくなっていると考えている。

毎月実施しているアンケート調査では、展示生物に対する満足度が98%以上を確保しており、「楽しかった。また来たい」「見やすくて良かった」「見せ方が素晴らしいと思いました」「魚などがとても近くで見れて良かった。施設も綺麗だった」「楽しく見学できる様考えていることがよく分かり、とても満足です」などの感想が寄せられている。レストランについても「接客が好印象」「笑顔で接してもらいました」などの声も寄せられている。

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。

繁忙期における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過しており、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。また、今年度実施したクリスマス・バレンタインデー・ホワイトデーにおける期間限定で実施した開館時間延長では、十分な入館者増が図れなかったが、同様に市民サービスの提供という目的を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～6日について、開館時間を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)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20日と21日及び7月21日～8月24日までの土・日曜日及び8月14日と15日のお盆時期について、ゴールデンウィーク同様、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。また、お盆時期前の8月11日から13日について、開館時間を30分繰り上げた。例年のお客様の入館動向を把握し、適切な開館時間の繰り上げ・繰り延べを実施し市民サービスのため目的を十分達成した。

上記の期間については、イルカショーの回数を増やす等、お客様サービスに努めた。

例年1月2日・3日は、市民サービスのため臨時開館を実施している。みなとトンネルからの人の流れも多く、マリンピア日本海の周辺道路は、護国神社の初詣客で、三が日は朝早い時間から込み合う。初詣客の入館促進を図り、正月開館も定着しているため今後も実施していきたい。

電気事業法第42条に基づく電気設備法定点検を3月5日・6日で実施した。昨年度のリニューアルで、多くの部分で建物・設備は新しくなったが、未着手の箇所も少なくない。従来からの休館日は「12月29日から1月1日」と「電気事業法に基づく電気設備法定点検実施のため3月の第1木曜日とその翌日」しかなく、今後も工事スケジュールを組むことが困難となる場合がある。

平成26年度は、冬場の集客対策で、12月21日から24日にクリスマス企画として閉館時間1時間繰り延べ、2月13日と14日にバレンタインデー企画として閉館時間2時間繰り延べ、ホワイトデー企画として閉館時間2時間繰り延べに加え夜間割引を実施した。閑散期の実施であったため、僅かながらの入館者増が図れたが、費用対効果を含め、今後も継続するかは検討が必要である。

(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500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。世界初の成功例となったアカムツ(通称=ノドグロ)の幼魚を#19水槽で公開した。ホトケドジョウ、シナイモツゴ、トウヨシノボリを「信濃川水槽」に、キタノメダカやトミヨ属淡水型(イバラトミヨ)を「にいがたフィールド」に、シロボシアカモエビとアカテガニを新設「育成室」に、タコクラゲを新設「円柱水槽」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、1～2ヶ月で内容を更新する特別展示を行った。

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 ペンギン解説

ペンギン散歩道（夏期はペンギン海岸）でペンギンが歩く様子等を見ながら、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・繁殖の実施等について解説している。実施場所は屋外観覧導線に面しており、およそ15分の解説時間の中で気軽に立ち寄って解説を聞き、満足すると立ち去る来館者も多く、実施規模の割に参加人数の多いイベントとなっている。

② イルカショー

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4～5回、1回約20分のイルカショーを行った。イルカの認知、行動能力などを解説し、楽しく学べるイルカショーを心がけた。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た。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た。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。

③ マリンサファリ給餌解説

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。

④ ひれあし類解説

来館者の目の前にカリフォルニアアシカをトレーナーが連れて行き解説する形で行っている。普段はマリンサファリ内にいる動物を間近で見られる形はこれまでになく、参加者の反応が良い。近づかなければ分からない体毛やロヒゲの質感など細部まで観察してもらい、より深い情報を提供できている。今年度より冬季イルカ屋内プール観覧席前で実施し(多客時は除く)、自然条件に左右されず観覧できるようになった。

⑤ 日本海大水槽解説

水生生物や海洋環境に関する知識の普及を目的に、日本海大水槽前で飼育員が解説を行った。参加者は大水槽前のベンチに腰掛けてゆったりと解説を聞くことができる。展示生物の紹介から水族館のしくみまで多角的な情報を伝えられた。

⑥ 磯の生き物解説

磯の体験水槽で、生物を1日1回、解説を交えながら近くで観察してもらう。生物の扱い方や、生息環境への理解を深めるのに有効であると実感している。

⑦ アクアラボ体験

アクアラボで水生生物に対する知識と理解を深めることを目的に、顕微鏡・カメラ・大型液晶モニターを用いて、観察や解説を行った。参加者の年齢に合わせて季節感を考慮した日替わりのテーマに沿って実施し、たいへん好評であった。

(4) 時間延長に伴う追加プログラムの実施について

[総括]

クリスマス・バレンタイン・ホワイトデーの開館時間延長特別企画で下記追加プログラムを実施した。イルカショーや通常の解説プログラムが終わった後、特別解説プログラムとして実施した。集まっていたお客様は少人数であったが、興味を引く内容であり、解説終了後は拍手をいただいたこともあり好評であった。なお、開館時間延長当日は、日没後、屋外施設を閉鎖し観覧スペースを制限した。

① ラッコの給餌解説

イタチ科の中で最も海洋生活に適応したラッコについて、その特殊性を形態や食性から解説。また、毛皮目的の乱獲の歴史やその後の保護活動についても紹介した。

② ビーバーの給餌解説

夜間に行動が活発化するビーバーに餌のヤナギを与え、その後の様子を観察しながら解説を行った。健康的に飼育するため、餌料としてほとんどヤナギだけしか与えていないこと、またヤナギの確保の苦労話などを紹介し、観覧者の興味を引くことができた。

③ 大水槽給餌解説

水生生物や海洋環境に関する知識の普及を目的に、日本海大水槽前で飼育員が解説を行った。参加者は大水槽前のベンチに腰掛けてゆったりと解説を聞くことができる。展示生物の紹介から水族館のしくみまで多角的な情報を伝えられた。

④ テッポウウオの射的

N4水槽(マングローブ)のテッポウウオに給餌を行い、特徴的な餌の捕り方などの解説を行った。水鉄砲の射的のような餌の捕り方を間近で見ること、摂餌行動の多様性などの情報を伝えられた。

(5) 生物展示関係イベント等の実施状況について

[総括]

① 特別展示「春の風物詩 シロウオ」

春になると産卵のために遡上し、新潟県では「いさざ」「しらす」と呼ばれ親しまれているシロウオを生体展示した。全国や新潟県内の分布状況、全国の遡上時期、館内での繁殖の取り組みなどをパネルで紹介した。また、名前や形が似ていることから混同されやすいシラウオの生体を入手し、比較観察できる展示とした。河川改修などにより全国的に減少傾向にある状況も紹介し、河川環境に対する意識を高めてもらう良い機会となった。

② 特別展示「にいがたフィールドの水生生物」

新潟近郊で見られる陸水環境に親しんでもらうことを目的としている「にいがたフィールド」だが、個々の水生生物を観察するのは容易ではない。それらを水槽やパネルで展示し、わかりやすく解説した。屋外展示「にいがたフィールド」の積極的利用を促すことができた。

③ 特別展示「新潟の魚 ～名前の由来～」

新潟県で見られる海水魚を例にあげ、名前の由来や和名、学名、英名など、様々な「名前」について解説した。魚の名前について知ることで、水族館の楽しみ方をより一層広げてもらう良い機会となった。

④ 特別展示「アカムツ幼魚公開記念 ～人工授精から育成までの軌跡～」

アカムツの人工授精により仔魚が孵化してから1年、13cmに成長した幼魚を公開展示するのに併せて、パネル展示により人工授精や育成の様子を紹介した。アカムツの飼育や展示に向けた活動を理解してもらう良い機会となった。

⑤ 特別展示「展示スタッフの一押し生物（魚類・無脊椎動物）」

生物収集から、搬入、育成や治療、繁殖等を日々行っている。飼育の裏話や展示することへの思いを各職員一種を取り上げて、普段伝えきれていない情報を詳しく解説し、館内の生物がどのようにして展示され、日々飼育されているかを紹介する機会となった。

⑥ 特別展示「シロウオ ～春を告げる魚～」

今年度の初めに実施した「春の風物詩 シロウオ」では、シロウオとの比較展示を行ったが、この展示では、シロウオと同様に通し回遊を行うサケの稚魚を合わせて紹介した。河川改修などにより全国的に減少傾向にある状況も紹介し、河川環境に対する意識を高めてもらう良い機会となった。

⑦ フォトコンテスト

今年度初めて実施した。募集期間を夏から秋にかけてのオンシーズンとし、入賞作品の展示を冬期のオフシーズンにすることで、長期間に渡っての話題づくりとなることを想定して実施した。水族館で写真を撮影することはごく普通の光景であるが、そこに「コンテスト」「作品展」という付加価値をつけることで、写真撮影という行為を通して水族館でしかできない体験を提供することができた。

⑧ 特別展示：リュウグウノツカイ

平成26年12月28日に越前浜に漂着した全長3.8mのリュウグウノツカイを展示した。本種を取り扱うのは平成2年の開館以来初であり、実物を見る貴重な機会となった。

⑨ ハンズオンガイド（自主事業）

ハンズオングッズの楽しみ方や設置の主旨を解説することで、実際の生物観察のポイントに気付いてもらう良い機会となった。

⑩ 育成室ガイド（自主事業）

普段はガラス越しにしか見ることでできない育成室の内部を飼育員の案内で見学する。幼生や仔稚魚の育成の様子を間近で観察できる貴重な体験は、大変好評であった。

⑪ 骨格標本ガイド「骨から学ぶイルカのあれこれ」（自主事業）

アクアラボのイルカの骨格標本、屋内プールの生体を観察しながら、鯨類の体のつくりについて解説する。骨格と生体を解説付きで観察することで、泳ぎ方など、イルカについて正確に知ってもらう良い機会となった。

⑫ ナイトツアー（自主事業）

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、生物発光の観察など、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、リニューアル後の新たな魅力を加えて内容を刷新して、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。

3月に4日間（各日定員20人×4日間＝80人）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、84組214人の応募者があり、ナイトツアーの人気は依然高い。定番企画の1つとして続けてきた本プログラムであるが、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日間の実施で合計87人が参加した。

⑬ いきもの教室（自主事業）

4月から3月まで、全12回のプログラムを計画し実施した。12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（4月のみ小学4年生以上）。全12回の応募数は定員に対して250%、8月の「貝の標本づくり」では670%となった。今回は12回の内、6個の新規のプログラムを開発実施した。マンネリ化を防ぐと共に、いわゆる「持ちネタ」を増やすことで教育事業の厚みを増すことにつながったと考えている。

アンケート結果を見ると、参加者の満足度は非常に高く、93.5%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90.7%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。具体的な感想についても、「野生の動物に興味があた」「質問にもわかりやすく答えていただき充実した教室でした」「クラゲのことがよく分かった」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。

⑭ 田んぼ体験

リニューアルで造成した田んぼで田植えから稲刈り、脱穀までの稲作の体験を実施した。昨年に続き2回目の実施となる。当館の募集プログラムとしては唯一の4歳以上という幼児も対象にしたプログラムであることから幼児を含む親子の応募が多かった。応募の動機なども「子供に体験させたかった」という保護者が多く、今後幼児向けのプログラムを充実させる必要があると感じた。

田植え、稲刈り、稲架がけ、脱穀と稲作の一連の流れを体験でき、またそこにいる生きものと田んぼとの関係なども観察できることから、環境教育としても十分機能していると考えられる。参加者からの感想を見ても「子供にとっても親にとっても貴重な体験となった」「農家の人が一生懸命作ったお米をいただいているというイメージを小さい内から持つ事ができて大変よかった」「水を張った水田にあんなにたくさんの生きものがいたこと」など多くの肯定的な感想をいただいた。

なお、収穫した約15kgの玄米は参加者に配布して食していただいた。

⑮ 夏期体験プログラム「どんないきもの？イルカに注目」

リニューアル前より実施していたサマースクールでのイルカ関連プログラムを改良して実施した。応募は定員の226%で、イルカ関連プログラムは依然人気が高いことが裏付けられた。一方で高校生以上の大人のみを対象とした日程を組んだところ、定員に達しない日もあったことから、対象者の選択や広報の方法なども含めて検討する必要があると思われる。

アンケートの内容を見ると「わかりやすかった」が8割を超えたが、一方で「長かった」という参加者が1割ほどいたことから、飽きさせないプログラム作りを今後も取り組んでいきたい。

⑯ 水族館写真教室

フォトコンテストと連動する形で実施した。水族館での楽しみのひとつとして写真撮影があるが、アクリルガラス越しであることや暗い中での撮影のため、綺麗な写真を撮影することはとても難しい。しかし、これらの難しさはカメラの設定や撮影する際のちょっとした工夫によってある程度改善することができる。それらの「工夫」について当館職員がレクチャーすることで水族館での楽しみ方の幅を広げてもらえたと考えている。

⑰ 大人のための水族館講座

水族館や水生生物についてより深く知ってもらう事で、水環境について考えてもらうきっかけとし、大人に対しての環境教育の機会とすることを目的に実施した。

4回連続講座（全て同じ参加者）であるため、定員（20人）に達するか不安があった。結果19人の応募があり1名欠員となった。また、4回全てに参加できた方は半数程度だったことから、次年度は連続講座ではなく1回毎に参加者を募集する形式で試してみたい。

1回目から3回目までは日曜の午前中に座学と見学というプログラム構成としたが、4回目は土曜の夜（閉館後）にアクアマリンふくしまの安部館長を招聘してのミニシンポジウムを開催した。大水槽前に移動式のスクリーンを設置、フロアに椅子をならべてシンポジウム会場とした。大水槽の魚をバックに行うシンポジウムは、雰囲気も良かったため参加者に好評であった。全体を通して、参加者から

のフィードバックは好意的であり、「ためになった」「水族館の仕組みがわかった」「館長の考え方が聞けて良かった」「アクアマリンふくしまとマリニピア日本海の違いが聞けてよかった」などの感想が寄せられた。

(6) 企画イベントの実施状況について

[総括]

① オリジナル缶バッジプレゼント

7月15日(火)から21日(月・祝)まで、入館者へ缶バッジをプレゼントした。15日から18日の平日は各日先着1,000人、19日～21日の土日祝は先着2,000人に配布し、全て配布した。図柄は4種類を用意した(ゴマフアザラシの写真、アカムツの写真、アカシュモクザメのイラスト、トドのイラスト)。

② オリジナルカレンダープレゼント

毎年恒例のプレゼントとして、11月30日(日)から入館した先着800組へオリジナルカレンダーをプレゼントした。

③ クリスマスツリー展示

11月22日(土)から12月28日(日)の間、マリニピアホール(円柱水槽側)に高さ4.5メートルのクリスマスツリーを展示した。

④ クリスマスオリジナルマグネットプレゼント

12月21日(日)から24日(水)の間、フンボルトペンギンの写真をデザインしたオリジナルマグネットを先着750人に配布した。

⑤ お正月オリジナルマグネットプレゼント

1月2日(金)から4日(日)の間、大水槽の写真をデザインしたオリジナルマグネットを各日先着1,000人に配布した。

⑥ 門松展示

1月2日(木)から7日(水)の間、エントランスに門松を設置した。

⑦ バレンタインオリジナルマグネットプレゼント

2月13日(金)14日(土)にフンボルトペンギンのペアの写真をデザインしたオリジナルマグネットを来館者全員に配布。約2,000人に配布。

(7) 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」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と共に、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している。

特に今年度は、水族館技術者研究会で毎年課題を定めて実施している宿題調査を担当した。屋外水族展示施設について、アンケート調査を行い、その結果を取りまとめ、研究会で報告した。また、世界初となったアカムツの人工授精から育成について、研究成果を発表した。

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きたい。

(8) 総合学習等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。質問・インタビューを通して、子供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。また、職業に対する関心を高めることや、職業・職種の内容や働く意義について考えを深めることを目的とした職場訪問といった目的の総合学習にも対応している。

また、イレギュラーな形ではあるが、盲学校（小学部、中学部）、養護学校、幼稚園の児童生徒へのレクチャー、プログラムを実施した。対応する職員のスキルなどが求められ負担も大きいですが、各種学校へ門戸をひろげていくのはこれからの流れであることから、今後もできる限り受け入れていきたい。

来館した児童・生徒から、多数の礼状や感想が寄せられている。水族館や水生生物への関心を呼び起こす機会や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非常に役立っていることから、今後も可能な限り受け入れを行っていきたい。

(9) 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「インターンシップ」「飼育実習・研修」「獣医実習」「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ので、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。

小中学校への講師派遣は、小学生への職業講話が1校、小学校の校外学習への事前レクチャーが1校、中学校への職業講話が2校、であった。

また、一般向けの講演会として、関屋公民館の自主事業「関屋モーニングサロン」へ講師を派遣した。

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。

(10) 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26年度は5月に新規募集をおこなった。新たに14人のボランティアを迎え、総勢77人となった。活動状況は活動日数196日、活動延べ人数508人であった。300日の開館日のうち56%はボランティアが活動していることになる。77人の登録者規模を考えると活発に活動していると考えている。

平成26年度の活動の柱として「館内案内」「いきもの教室の補助」「アンケート調査」「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るようになっている。館内での「アンケート調査」については、これまでは補助的な手伝いのみであったが、11月よりボランティア主体で実施するようにした。「研修」として、新規ボランティア研修（3回）、をおこなった。この新規ボランティア研修については継続ボランティアの希望者も参加し、新人との交流およびリカレント教育の場としても機能している。

11月に「総会」を実施した。これまで総会は行っていなかったが、ボランティアからの要望もあり、またこれまでも活動のふり返りと今後の活動について意見を出し合う場として実施した。さまざまな意見が出されたが、活動の幅をもっと広げることが必要ということが共通認識として共有された。今後、具体的に幅を広げるための施策を検討実施する必要がある。

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。

(11) 広報および広告宣伝について

[総括]

平成26年度の広報および広告宣伝について、前半（4月から9月くらいまで）は県外への広報、秋以

降は県内への広報を重点的に行った。

新規の取り組みとして、CM 予算枠で実施したテレビ新潟 (TeNY) 「夕方ワイド新潟 1 番」内の新コーナー「わくわくマリンピア」を 4 月から 10 月まで月 1 回 (7 月は休み) のペースで計 6 回放送した。各回毎に「イルカの健康管理」「日本海大水槽のメンテナンス」「地先の海での生物採集」など、マリンピア日本海を深く知るためのテーマを設けて収録、放送した。毎回同じアナウンサーと当館館長が出演し、息の合ったやりとりで、完成度が高く人気のあるコーナーとなった。このコーナーは引き続き H27 年度も実施する予定。

平成 25 年度の秋以降に実施した FM にいがたの「Sound Splash」への毎週火曜日の生出演は、好評のため平成 26 年度は年間を通して実施した。

Web 広告として、H25 年度は 3 月に Yahoo! と Facebook の広告を実施したが、その結果を元に、平成 26 年度は Yahoo! のみ拡充して実施した。実施地域は新潟県、山形県、宮城県、福島県とし、2 月から 3 月にかけて 1 週間から 1 ヶ月の掲出で実施した。

無料でのメディア掲出は、リニューアル前後にくらべてプレスリリースが少なかった影響で、特に新聞記事とテレビニュースでの掲載・放映が少なかった。その一方で、Web での情報掲載は多くなった。

以下、①テレビ CM とラジオ CM、②雑誌などの紙媒体への広告、③WEB、④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 25 年度の CM を引き続き放映したが、夏前と冬前に新バージョンの CM を制作した。冬期間に放送する新バージョンは「イルカショーは冬でも屋内で実施している」という情報を追加して制作した。

ラジオ CM は、平成 25 年度と同様に FM 新潟、FM ポート、FM 山形、FM 福島、FM 群馬、FM 善光寺、文化放送 (AM) で放送した。また、年間を通して毎週火曜日夕方の 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 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、効果的にリニューアルをアピールできる媒体を取捨選択して掲載した。

③ WEB

Twitter を平成 25 年に始めたが、平成 26 年度も引き続き高頻度の更新を行った。Web 広告として、2 月から 3 月にかけて Yahoo! のトップページ (新潟県、1 週間) と 2 階層以降のページ (山形、福島、宮城) に広告を掲載した。また、Yahoo! スマートフォン対応ページへの広告も新潟と山形で掲載した。

④ 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 26 年度は平成 25 年度にくらべてプレスリリースの回数が少なかったことで、新聞記事およびテレビニュースでの掲載・放映が少なかった。大きな話題が少なかったこと

もあるが、主体的に「話題を作る」努力が少なかったと反省している。

(12) 他園館との協力について

[総括]

魚類等の収集に際し、のとじま臨海公園水族館に現地採集の機会をいただき、現地作業にも協力いただくなど、便宜を図っていただいた。市立室蘭水族館、ふくしま海洋科学館、東海大学海洋科学博物館から、生物交換として魚類等の収集にご協力いただいた。

哺乳動物の繁殖促進への協力として、26年12月にコツメカワウソ2頭を上越市立水族博物館へブリーディングローンで貸し出した。上野動物園からの依頼で、26年10月にゼニガタアザラシの麻酔診断の指導に獣医を派遣した。

(13) 年間入館パスポートについて

[総括]

平成26年度の年間パスポートの購入者は、7,969人（総入館者の1.4%）、パスポート利用者（購入者＋リピーター）は53,186人（総入館者の9.4%）となった。また、パスポート利用者の平均入館回数は6.7回であった。（別紙1-2）

購入者数は、リニューアルオープンした平成25年度の11,097人と比べ減少したものの、リニューアル前の平成22年度3,431人、平成23年度3,973人と倍以上のお客様から購入していただき、総入館者数のパスポート利用者（購入者＋リピーター）が占める割合も、平成25年度の7.8%から増加している。

アンケート調査での「生物の変化を発見できたか」との問いに対して、57.5%の人が「発見できた」と回答しており、テーマや季節感に沿った特別展示などを行ったことが評価されたと考えている。他にも「いつも楽しみに来場している」や「毎日来たいくらい楽しいです」などの声もいただいている。

また、「次回パスポート購入予定は」との問いに対しては、「購入の予定なし」と答えた人が2.5%で、85.8%の人からは「購入したい」と回答してもらうことができた。

今後も、生物の成長や変化が体感できる展示等を心掛け、リピーターに十分満足してもらえるようにしていきたい。

(14) 市・他団体等との協力

[総括]

平成26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。

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。

今後も、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組んでいく

いと考えている。

① 財)新潟観光コンベンション協会「SLばんえつ物語号」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ニピア日本海へ来館してもらえた。

② NEXCO「新潟・北信濃・会津 週末フリーパス」利用者への入館料割引

ETC 車限定の新潟県内及び長野県北信濃地方・福島県会津地方のエリア内で、休日を少なくとも 1 日含む連続する 2 日間が高速道路乗り降り自由という内容で、申し込み画面を提示すると優待施設で割引のサービスが受けられるという企画に参加し、新潟の観光促進と入館促進が図られた。

③ 新潟伊勢丹店イベントへの協力

・ 3月11日(水)～16日(月) 7階催事場での子供服バーゲン会場内での当館紹介(写真パネル・ビデオ放映など)

・ 3月18日(水)～31日(火) 6階子供服売り場 特設会場での当館ミュージアムショップ(マリニピアハート:三越伊勢丹商品)オリジナル商品販売イベントで当館紹介(写真パネル・ビデオ放映など)を実施。一定額以上の商品購入者への当館「小人チケット」プレゼントへの協賛。

3. 入館料収入の実績について

平成26年度入館料収入 518,016,218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。

リニューアル効果による入館者数及び年間パスポート新規購入者の大幅な増加に伴い、入館料収入が566,936,564円であった平成25年度と比較して、平成26年度は消費税の増税、鶴岡市立加茂水族館のリニューアルオープンの影響を受け518,016,218円(48,920,346円減、対前年度比91.4%)と減少したものの、平成14年度以来、500,000,000円を超える結果となった。

閑散期である1月に、市内小学校、幼稚園・保育園の全児童、全園児に向けて、3月31日まで使用できる市民割引券付のチラシを配布した。期間中、同行した大人を含め2,648人のお客様に来館していただき1,951,200円の入館料収入があった。入館者数が減る冬場に入館料収入の増加が図れたと考えている。

また、リニューアル後導入した大手コンビニエンスストアのオンライン端末機で入館チケットが購入できる「コンビニチケット販売」は11,679枚を販売し、会員証の窓口提示で5人まで2割引となる「JAFカード割引」は21,658人のお客様が入館した。今後もお客様の利便性を図り、入館者増加に繋がるような提案を行っていききたい。

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。今後も来館する幼稚園・保育園、小学校、老人施設、福祉施設などが増え、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を行っていききたい。

4. 管理経費等の収支決算について

[総括]

平成 26 年度は、取水設備の予期せぬトラブルにより突発的な業務が発生した。最初は 5 月の保守点検時の取水管清掃作業において、ポリピグ（配管内の清掃材）が取水管内で詰まってしまう、海水取水が出来なくなってしまった。原因は、配管内面のカキなどの付着や、プラスチック系浮遊物でポリピグが詰まったものと考えられたが、このポリピグを取り除く作業で 2,678,400 円の経費がかかった。また、12 月には、海水着水槽への植物片の流入により、排砂ポンプの排出ができない状態となり、大型吸引車を使い除去作業を行った。この作業で污泥処分費を含め 1,965,600 円の経費がかかった。さらに、3 月にも海水着水槽の植物片の流入により同様の作業を行い 388,800 円の経費がかかった。

この取水設備の業務で、約 5,000 千円経費を要したが、平成 26 年度では人事異動や委託業務の見直しなどを行ったことで、決算見込みが当初予算より 15,000 千円の余剰を生じることとなった。このため年度途中で減額の変更契約を締結した。

委託契約の見直しでは、指定管理期間に合わせ複数年契約していた各委託業務が満了となり、平成 26 年度に新たな契約を締結した。前年の予算要求時、まだ通年営業としてどれくらい経費を要するか不明確な状況の中、大まかな業務内容で要求した額がそのまま予算措置されたため、その後の業務で実態が把握でき、契約締結時に内容を精査したことから余剰が生じた。他にも、リニューアルオープン直後、周辺道路・駐車場の混雑で大幅な増員を行った警備員を、平成 26 年度では目立った渋滞や混雑がなかったため増員を行わなかったり、特別展示の会場設営を自前で行ったりと経費削減に努めたことで余剰が生じた。

工事費については、リニューアル工事で未着手だった建物・設備箇所での不具合が幾つか発生し修繕工事を行ってきた。

最初に述べた取水設備では、取水先端部の海底面上昇により今後もトラブルが発生することが予想され、また、工事についても、未着手箇所での不具合による修繕工事費が嵩むことが予想されることから、平成 27 年度大規模修繕が発生した場合は、市と相談しながら行っていきたい。

5. 自己評価に関する事項について

6. 最後に

平成 26 年度の入館者数は、564,629 人（対前年度比 96.3%）、入館料収入は、518,016,218 円（対前年度比 91.4%）と、リニューアルオープンした平成 25 年度と比べ共に減少し、また、事業計画書で掲げた目標値 636,000 人にも及ばなかった。リニューアル効果が薄れ減少することは一般的な傾向ではあるが、入館者数では、平成 11 年以来 500,000 人を超え、入館収入では平成 14 年以来 500,000,000 円を超える結果となった。

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」と「満足」の計が 98.2%、イルカショー、解説プログラムで「非常に満足」と「満足」の計が 94.38%とリニューアルオープン 2 年目を迎えた平成 26 年度も満足度は高水準を保っている。

また、年間パスポート会員を除くお客様の来館回数については、「はじめて」が 53.8%（前年度 40.3%）と

昨年度より増えていることから、市内を含めまだ来たことがない観光客が潜在的に多いことが伺える。逆に、「2回目」「3回目」「4回以上」がそれぞれ20%を下回っていることから、また来たいと思えるような施設づくりを心がけ、いつも来ても新鮮味のある展示に努めたい。このことが、年間パスポート購入者の増加に繋がると同時に、リピーターとして来館していただくことでの入館者数増にも繋がると考えている。

施設については、リニューアル工事の対象外であった箇所です突発的な不具合が生じ、昨年度は、指定管理料とは別に工事請負業務委託契約を締結し対応した。平成26年度も同様に不具合が生じたことで経費が嵩み、指定管理料の予算の範囲内で対応したが、今後も十分考えられることから、工事未着手の箇所は注意深く維持管理し、来館者に迷惑がからないよう努めたい。

また、駐車場不足は、従来から変わらない問題で、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。

水族館の課題のうち大きな問題として、取水設備がある。国土交通省の養浜工事の進展により、沖合200mの取水口付近の海底面上昇が経年的に進行していると思われ、平成26年度はその症状が顕著であった。5月の保守点検では取水管清掃作業において、配管内面にカキなどの付着が多くまた、ポリピグ（配管内の清掃材）がプラスチック系浮遊物と配管内面で詰まったことにより、海水取水が出来なくなりました。12月と1月には、河川由来の陸上植物片の大量流入により海水着水槽内取水縦管が全閉塞し、人力や高速吸引車による排出を行った。さらに、2月12日と3月1日には、砂泥や陸上植物片の流入により取水本配管が全閉塞した。平成2年の開館以来、初めての事例であり、取水先端部の海底面は危機的状況にあることは間違いない。今後、水族館の生命線である海水（量）の調達が出来なくなる恐れがあり、早急に取水設備の改修をするよう市にはたらしかけていきたい。

ソフト面については、リニューアル後、従来のイルカショーやマリンサファリ給餌解説に加え、アクアラボ体験プログラムやひれあし類解説など体験型プログラムを充実させている。また、秋期から冬期にかけての閑散期には「育成室ガイド」や「ハンズ・オンガイド」などを実施した。

平成26年リニューアルオープンした鶴岡市立加茂水族館や北陸新幹線の開通、さらに平成27年オープンする仙台うみの杜水族館など、県外への観光客の流失が考えられる中、新潟市水族館のさらなる魅力づくりを目指し「水族館業務を行う専門家集団」として平成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、多くのお客様から喜んでもらえるよう、スタッフがー丸となって頑張っていきたい。