

# 新潟市水族館の管理に関する基本協定に係る 平成 23 年度 業務報告書

## 1. 入館状況について

平成 23 年度総入館者数 481,908 人  
(対前年度比 104.6%)

### [総括]

平成 23 年度は、22 年度に引続き新潟市内に大きなイベントなどがなく、入館者増に結びつくものがなかったが、夏場を中心にイルカスプラッシュなどの体験型パフォーマンスガイドを実施し、魅力ある水族館を目指した。

平成 23 年 3 月 11 日に「東日本大震災」及び「東京電力福島第一原子力発電所事故」に見舞われ、入館者数が伸び悩むのではとの心配もあった。しかし、結果的には、ますますの入館者数を確保できたと考えている。

入館者数について前年度と今年度を比べて特徴的なことは、4 月については、大震災の避難者に対する無料入館を実施したことで、前年度比約 2,400 人増となっている。ちなみに 4 月の避難者無料入館は、1,597 人であった。

また、夏場の 7～9 月で見ると、7 月末新潟・福島豪雨という大災害もあったにもかかわらず、3 か月計で 235,222 人で、22 年度の 195,723 人に比べて 39,499 人増となっている。これは、特に 22 年 8 月の最高気温の平均が 33 度と今年度に比べて 2.3 度も高かったことなど 22 年度の猛暑が入館者数に影響していると考えられる。もう一つは今年度の大震災がらみの国をあげた節電計画により各家庭の中にいるより水族館など公共の施設を利用しようという市をあげた「コミュニティオアシス」の運動にもよると考えられる。

次に、今年度の特別な企画として、7 月から 9 月にかけてイルカスプラッシュをはじめとしたさまざまな体験型パフォーマンスガイドを実施した。これは水族館に入館された主に子供を対象に、生き物にもっと近づきふれあうことで、正しい知識と興味を持ってもらい、水族館を身近に感じてもらうことができたと考えている。

次に、入館者数増やリピーターの確保を目指し、平成 20 年 4 月 1 日から発売を開始した「年間入館パスポート（パスポート）」については、全入館者の 0.8% から購入してもらうことができた。平成 22 年度の購入者一人当たりの入館回数は 5.8 回であったが、平成 23 年度は 5.6 回であった。

入館者数は、「休みの連なり方」や天候によりかなり左右されるが、今後も展示や企画内容・実施時期等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。

申請や手帳による減免での入館者は、「児童福祉施設（対前年度比 212.3%）」「特別支援学校（対前年度比 187.1%）」「身障者等施設（対前年度比 155.2%）」については増えている。

減免利用者は 24,326 人で、総入館者に占める減免利用者の割合は 5.0% 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。

開館 20 周年という節目の年となった平成 22 年度は、開館 20 周年を記念したオリジナルデザインのメダルを作成・販売など様々な集客サービスに努めたが、23 年度もマリニピアホールへのクリスマスツリーの設置、オリジナルカレンダープレゼント、記念メダルのプレゼント、門松の設置等、季節や行事に

合わせたサービスを展開した。

毎月実施しているアンケート調査で「被災して以来はじめての楽しめる場所になりありがとう。」「知らない生き物の話が聞けて楽しかった。」「施設の維持管理に努力されていると感じた。」等の感想が寄せられており、24年度も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、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) 臨時閉館・閉館及び開館時間の変更

#### [総括]

臨時閉館・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。

臨時閉館・開館時間の繰り上げ及び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。

例年実施している1月2日・3日の臨時開館であるが、みなとトンネル開通後、車の流れが変わってきており、ここ数年護国神社への初詣客が増加し、三が日の朝早い時間からマリンピア日本海周辺が混み合うようになってきたことから、従来午前10時から午後5時までとしていた開館時間を、平成21年度から周辺の人出に対応し午前9時から午後5時までに変更した。開館時間の前倒しが多少なりとも周辺の混雑緩和に役立ったと考えている。

また、電気事業法第42条に基づく電気設備法定点検を、3月1日から2日を臨時休館日とし実施した。従来から、「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に臨時休館している3月の第1木曜日とその翌日」を休館日としており、年末年始は基本的に工事施工業者も休みであり、3月の電気設備法定点検の初日は全停電を伴う作業であることから、他の工事を行うことは難しく、養生を伴う補修工事なども工夫しながら夜間等に実施している状況である。

原則、客動線に関係する箇所は極力夜間工事で対処するようにしているが、夜間は施工性が悪く、割増工費と当館施工監理職員の配備に係る経費の問題が生じる。本来、開館中の施工は入館者への危険性が高まること、勞働の低下等を招くことから行うべきではないが、一夜の施工時間には限りがあることやモルタル・塗装等の養生の必要性もあり、開館中の施工もやむを得ない状態であった。その際は、入館者への迷惑を最小限にとどめるため、過去の入館者数データを基に閉散期の平日等に実施してきた。また、各種修繕工事については、平成24年度9月から始まる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。

一方で、閉散期の平日とはいえ、3月でも一日当たり600人以上の入館者が見込めることから、必要最小限の臨時休館日数にすることは必要である。平成23年度は、工事内容・スケジュール調整等を行うことで、前年度3日間であった臨時休館日を1日短くすることができた。(3月1日、2日)

また、12月24日(土曜日)16時3分落雷による館内停電という事故に見舞われた。速やかに非常放送し、100人程度の入館者及び生物に危険はなかった。東北電力と連携し16時14分に復旧した。

停電事故は従来もたびたび起きており、理由はその都度さまざまだが、開館以来21年間にわたり大規模な電気設備の改修工事をしていないこと及びコジェネと東北電力の2系統の電気設備によることが根本的な原因であると考えられる。停電については、お客様へのご迷惑を最小限にするため、職員及び関係業者の迅速な対応と密接な連携を図っていきたい。

最後に、大震災・原発事故に伴う夏場の節電計画については、昨年度比の15%抑制するという節電計画を設定した。不要な照明の消灯、室温管理の徹底のみならず、生物に影響のない範囲で空調設備・飼育設備などの間欠運転を実施し、東北電力の使用電力量を25%節電した。また、冬場の節電については、5%抑制の節電計画を設定し、実施した。

## (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。

3月の東日本大震災で被災した友好提携館であるアクアマリンふくしまからの生物緊急避難を受け入れ、7月の営業再開までの期間に22種206個体の飼育を受託した。受託期間中はこれらの生物を積極的に展示し、特に福島県からの避難者が来館した際に喜ばれた。平成23年6月15日にはマリンサファリで飼育中のトドが出産した。生まれた仔は順調に成長し、

翌年3月24日に一般公募から決定した愛称の命名セレモニーを実施した。23年10月27日にはオスのゴマフアザラシ1頭をフリーディングローン契約でいしかわ動物園に貸し出した。平成24年1月10日には別館で飼育中のバイカルアザラシが死産した。胎児に奇形が認められ、生存は困難な状態であった。当館は本種の人工哺育に世界で唯一成功している水族館として、さらにノウハウを蓄積して次回の繁殖成功に活かしていきたいと考えている。24年3月20日には須磨水族園よりフリーディングローンで借り受けていたメスのラッコを返却した。当館で飼育中のオスとの繁殖を目的に21年より借り受けていたが、リニューアル工事の都合により返却した。

飼育下で繁殖した生物を積極的に展示した。ホトケドジョウやタツノオトシゴの仔魚・稚魚をエントランスホール特設水槽に、イトヨ、イバラトミヨとシナイモツゴを信濃川水槽に、イトヨをマリンピアホール特設水槽に展示した。これらの仔魚・稚魚の育成技術を確立し、成長過程を効果的に展示するとともに、希少淡水魚の域外保全への取り組みも紹介することができ、非常に有意義であったと考えている。

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、キアンコウ、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。残念ながらキアンコウについては1ヶ月間の展示に留まったが、多くの来館者に本種を紹介することができたと思われる。アカムツについては、全国の水族館で展示しているのはマリンピア日本海を含め2館のみであり、生時にのみ観察される体色変化などの発見もなされた。キダイについても複数尾の展示が実現し、貴重な群れ行動を観察できるなど、有意義な展示が実現できた。

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名としているが、担当者が2名出勤している日は定員を倍増して実施している。

動線の安全確保に十分に配慮し、平成23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、来館者の水生野生動物への理解を促し、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3~5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日の実施回数の増加、冬期間の悪天候時には暖房設備の整った屋内プールでの実施等、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

平成23年11月1日から12月22日の平日に生物解説を目的としたスポットガイドを行った。

ガイドスポットは、ホームページで広報するとともに、受付脇と集合場所に看板を立て、事前に館内放送で来館者に案内した。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、生物に沿った内容を担当者が紹介した。開催した水槽数は合計 11 個、開催回数は 36 回であった。閉歇期であるが故に行える企画であり、ゆっくりと解説を聞きながら生物を観察される来館者が多かった。合計 300 人の方が参加し、積極的に質問するなど来館者の反応は良かった。短い解説であったが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。スポットガイドは、教育的効果が高いことから、今後もいろいろと工夫を重ね、継続して実施していきたい。

#### (4) イベント等の実施状況について

##### [総括]

##### ① 春期特別展「新潟市レッドデータブックの水生生物」

新潟市域に生息・生育する陸産・淡水産の動植物を対象生物とした「大切にしたい野生生物～新潟市レッドデータブック～」を、新潟市が平成 22 年 3 月に刊行した。同ブックの作成目的のひとつとして、市民に生物の保護について広く啓発することを掲げているが、紙版は発行部数が少なく、非売品である。電子版は新潟市のホームページから自由にダウンロードできるようになってはいるが、その有効活用のためには市民への積極的な周知が必要と考え、この特別展を企画した。

掲載種の中から特に上位ランク（絶滅、野生絶滅、絶滅危惧Ⅰ類、絶滅危惧Ⅱ類）のイトヨ等 9 種の水生生物を展示し、新潟市レッドデータブックの紹介と、掲載種の生息状況や保護の現状等についての解説を行った。

展示生物は両生類 3 種、魚類 4 種、貝類 3 種、昆虫類 1 種、水生植物 5 種である。種ごとに新潟市レッドデータブックの評価ランクに加え、環境省、新潟県での評価ランクも表示することで、全国的な状況と対比しながら、新潟市の希少水生生物の生息状況を理解してもらうことができたと考えている。

水生植物は、開催時点では越冬状態であったが、開催直後から伸長を開始し、日々変化する様子を観察できたので、パスポート来館者等に楽しんでもらえたと考えている。

##### ② 夏期特別展「海の生物 色のひみつ」

海洋動植物の体色について、実際の生物や模型などを用いて解りやすい解説を行った。色に関する展示テーマを 7 つ用意し、海が青く見える理由と言った科学的なテーマから海藻の色に関するテーマなど、生物以外の展示にも積極的に取り組んだ。専門的な内容になり易い特別展において、幅広い年齢層の来館者に興味を持ってもらえるよう配慮し、各テーマの見出しを「海はどうして青く見えるの?」と言った問いかけ風にするすることで、疑問に思っていることを興味深く解決していける構成となるよう工夫した。解説パネルは専門的な内容とすることで、専門的知識が欠けることのないように努める一方、解説パネルを読めない低年齢層でも疑問が解決できるよう、サンゴの発光現象や深海生物の体色については、暗室の水槽や波長を変えた水槽を並列させることで現象が視覚的に確認できるように工夫した。また、人工環境下では現象が発現しにくい水槽においては、液晶パネルを用いた映像による展示を併用した。

さらに、グループでの来館が多い夏季休暇中に実施する特別展であるため、実験コーナーと称したハンズオン展示を会場の中央に設け、家族や友人同士で楽しみながら実際に展示物に触れて確認する

ことができるスペースを設置した。

熱帯魚がカラフルな理由など、身近な事象であるが疑問に思うと解決したい事象をテーマにした結果、開催期間中に無料配布したパンフレットを当初 8,000 部準備したにもかかわらず、期間中に 3,000 部増刷したことから大変好評であったと思われ、来館者の満足度が高かったことが裏付けられた。今後も、来館者の疑問に答えられるような特別展を企画することで、海洋生物に興味を持つきっかけ作りに努めたい。

③ サマースクール（自主事業）

a. 心れあい探検

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。大人は知っていることでも、意外と子どもは知らないことが多く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選けた計 16 日実施し、合計 155 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月中旬の16日間実施した。参加者は139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 97.8%、また参加したい 94.9%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2回の計4回実施した。各回4人の定員で、合計16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、昼間の閉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。

前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 23 年度は東日本大震災に関連した大幅節電の必要性から、空調費用が比較的安く抑えられる 9-10 月に変更した。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。夏の定番企画の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。9月下旬から10月中旬までの週末、計6日実施し、合計112人が参加した。

④ 「よみがえれ、日本の希少淡水魚」展

日本産希少淡水魚繁殖検討委員会 20 周年記念事業の全国一斉開催企画展示に参加し「明日へつなく日本の自然—よみがえれ、日本の希少淡水魚—」展を平成 24 年 1 月 14 日から 2 月 29 日の間タッチ脇のイベントスペースにて開催した。開催のテーマが国内外来種の引き起こす問題に着目してもらうことであり、水族館として無秩序放流の禁止を呼びかけることを目的とした。

当館は 1995 年からシナイモツゴが対象種となった時より参加し現在も種別調整者として活動をしている。また 2010 年よりホトケドジョウの繁殖担当館としても参加し繁殖と保存に力を注いでいる。このためシナイモツゴとホトケドジョウの生体と共に、この 2 種に関するオリジナルパネルを作成し合わせて展示した。また無秩序放流が引き起こす問題の 1 つとして上げられる遺伝子の攪乱をテーマに、対象種ではないがメダカ（北日本集団）の生体と共にパネルも作成し展示した。オオクチバスによる食害は理解し易いが、メダカの放流による遺伝子の攪乱やモツゴの侵入によるシナイモツゴ絶滅は理解しにくい問題である。特別展としてコーナーを設け展示する事で来館者も受け取りやすいメッセージとなったであろう。

また今回開催したコーナーはタッチ脇であり、より来館者の目に触れやすい場所であったため、気負わず展示を見ることができたのではないだろうか。絶滅の危機に瀕している生物の展示とともに生物の置かれている現状や、水族館として行っている取り組み等の紹介、また来館者が自然環境や生物のためにできることを伝えるのも水族館の大切な役割のひとつである。今回日本産希少淡水魚繁殖検討委員会 20 周年記念事業の一環での特別展示であったが、周年を通して伝えたいテーマである。

#### ⑤ 第 14 回児童絵画展（自主事業）

描くことを通して、水生生物への関心を高めてもらうよい機会になったと考えている。また、入選作品の館内展示や、出展者全員への家族割引券配布が、閑散期の来館促進に貢献していると考えている。さらに、学校経由で作品を募集していることにより、学校遠征での利用促進の動機付けともなっている。

平成 22 年度では 1,611 点だった応募作品が今年度は 1,050 点となり 561 点減少（対前年比 65%）したが、入選者や出展者へ配布した招待券や割引券での入館者数は平成 22 年度より 32 人多い 523 人（利用率は 8.5%～13.8%に増加）であったことから、目的のひとつである閑散期の来館促進への貢献は大きかったと考えている。応募点数の減少についての正確な要因は不明であるが、過去 13 回の推移として、年度による変動が大きいことと徐々に減少傾向にあるという特徴をもつことから、その特徴に沿った結果になったと考えている。当絵画展は「水生生物」に特化した他に類をみない絵画展であることから、県ジュニア展などと違い、各学校や担当教諭の授業計画の中に毎年確実に組み込まれることはむしろまれであることも一因と考える。

なお、平成 24 年度は 9 月よりリニューアル工事のため休館することから当絵画展は実施しない。

#### ⑥ いきもの教室（自主事業）

毎月 1 回、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、対象年齢を原則小学生以上（4 歳以上が 1 回、小学 4 年生以上が 1 回）に設定した。応募数は平均 225%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 555%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。

また、今回は 12 回の内、平成 22 年度と同じプログラムは 5 回のみで、他の 7 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、5 回を新規開発のプログラムとすることで保有プ

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、98%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。また、理解度を問う設問では「よく分かった」が90%以上(100%の回数あり)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、「知らないことが多く、非常に参考になりました」「親子で楽しく学べて良かったです」「実際に海で採れた生物を顕微鏡で観察できたことが良かった」「生き物の観察方法が分かりやすくなった」「標本(クラゲ)を作れるところが面白かった」「魚をスケッチしないといけないので、普通に見るよりよく観察できた」といった肯定的なものが多かった。

また、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。

#### ⑦ 大人のための水族館講座(自主事業)

高校生以上の「大人向け」プログラムを行うことで、「多様な学習機会を提供する生涯学習の場」としてのマリンピア日本海の位置づけをより明確にするとともに、大人が持っている潜在的な学びへの意欲に対応するプログラムを実施することで、啓発・普及プログラムに幅を持たせることを目的として実施した。

連続性のある5回プログラムとし、全5回参加を条件として募集した。全5回参加という条件が厳しいため、定員割れも心配していたが、定員20人を超える24人の応募があった。潜在的に存在する大人のファン層の掘り起こしができたと考えている。講座内容は、講義と見学、ワークショップ的な内容を取り入れ、参加者が自主的に学べるような雰囲気を持った講座をデザインするようにした。水族館についての概論的な内容とマリンピア日本海に特化した内容を織り交ぜて実施した。

初回は水族館学を専門とする西源二郎 葛西臨海水族園園長(前東海大学教授)を招聘することで講座の客観性を保つと共に学術的、科学的にも意味のある講座となるよう計画、実施した。「水族館とは」「水族館の歴史」「世界の水族館」の3つのタイトルで講演をいただいたところ、22人の参加者の内19人が「良かった」とアンケートに回答し、満足度の高いスタートを切ることができた。2回目から4回目は職員の解説による展示やバックヤードの見学を主におこなった。実際に見学しながら展示課職員の生の声を聞く事ができるプログラムであるため満足度が高いことが予想されたが、アンケート結果も100%の参加者が「良かった」と回答し、満足度の高いプログラムを行うことができた。5回目は最終回ということもあり、参加者同士でのふり返りの話し合いを行った。1グループ4人程度に分かれての話し合いを、組み合わせを変えながら4セットおこなうという手法をとった。それまでの4回と内容が違いため、実施前は参加者が楽しんでくださるか心配であったが、ほぼ全員が「良かった」と回答した(悪かったという回答は無し)。大人は目的意識がある程度明確であるため、学びへの姿勢が積極的である。その一方で、目的意識が明確な分、「思っていた内容と違って失望した」ということにもなりかねない。今回のプログラム作成は、その点を考慮し、毎回参加者の反応を見ながら次のプログラムに修正をかけるという方法をとった。満足度の高さは、その点が上手く機能した結果であると考えられる。



今回の5回シリーズでは水族館の全体を網羅的に講義、見学できるようなプログラムとしたが、5回連続は参加者側も実施者側も負担が大きいことから、平成24年度については独立したプログラムを数回実施したいと考えている。

#### (5) 新規イベントの実施状況について

##### 【総括】

##### ① イルカのスプラッシュ（自主事業）

夏休みのマリンピア日本海をより楽しんでもらうことを目的に、初めて試みた企画である。

企画内容は、参加者にレインコート（参加申込時に支給）を着用のうえ、イルカショープールのアクリルガラス前に並んでもらう。その後、司会（飼育員）の合図により、アクリルガラス沿いにイルカをジャンプさせ、着水時に起こるスプラッシュ（大量の水しぶき）を参加者に浴びてもらうものである。この企画の実施時間は約5分間と短い、「迫力あるイルカのジャンプを間近で見ることができたこと」、また「スプラッシュを浴びることで清涼感を味わえたこと」等、参加者にとって満足度の高い企画であったと思われる。

しかしその反面、この企画自体が気温や天候等に左右されやすいため、安定した参加者数が見込めないことや、1回当たりの対応職員が5～6名必要であること、海水に濡れた参加者のケア（水洗設備の提供）などの課題が残された。今後、レギュラーイベントとしていくかは未定だが、これらの課題を改善したうえで次回の実施に望みたい。また、支給したレインコートについても、殆どの参加者から廃棄処分を依頼されたため、今回は記念品として持ち帰ってもらえるような「マリンピア日本海のロゴ入りポンチョ」などを作製し、参加者からも喜ばれ、地球環境にも優しい企画を提供していきたい。

##### ② イワシの月光トルネード（自主事業）

この企画も「イルカのスプラッシュ」同様、夏休みのマリンピア日本海をより楽しんでもらうことを目的に、初めて試みた企画である。営業時間延長日の午後5時から、解説者（展示課職員）の進行に従い、マリンピアホールの天井照明を減光し、日本海大水槽真上のダウンライトを2灯だけにすることで大水槽を「月夜の海中」のような光景にする。その後、イワシの習性により「5千尾のイワシが次第に渦巻き状に回遊していく光景」などを解説付きで入館者に見てもらうものである。また、照明の変化に伴う大水槽内の状況変化（水生生物の動きなど）についても解説を行う。解説時間は、午後5時から約5分間とし、その後の閉館時間18時までの約55分間を自由観覧イベントとした。

実施前から想定されていたが、夕方早い時間は、信濃川水槽側からの自然光が入り込み、「理想的な大水槽の状況」を作り出すことができず、「理想的なイワシの月光トルネード」の状態になるまで時間を要してしまった。この課題の改善には、多額の費用を費やすこととなるため、費用対効果を考えると対応は困難であるが、リニューアルオープン後には大水槽側へ入り込む自然光は完全に遮断されるため、季節を問わず、短時間で理想的なイワシの月光トルネードを入館者に観て頂けるものと思われる。

##### ③ トドの給餌体験（自主事業）

昨年の20周年記念イベントで初めて実施した企画であったが、非常に満足度が高く、需要も見込

まれるため、平成23年度も実施することとした企画である。

参加者の満足度が高い理由としては、体重約1トンの雄のトド（愛称タケ）を間近で見ることができ、さらに柵越しではあるが直接手渡しで餌を与えられることである。現に、今回の殆どの参加者から「すごい」、「大きい」といった歓声があがっており、初めて間近で見たときのタケのインパクトは想像以上であったと思われる。今回も昨年同様、実施日の初日には開館30分前から並んでいた参加者もいたように、タケの隠れファンは多く、集客効果の高い企画であることを再確認させられた。

昨年度の反省点を踏まえ、参加者と飼育生物の負担軽減の観点から、実施時期と実施時間について、次の改善を図った。実施時期については、本来トドの繁殖期である夏期を避け、タケを比較的コントロールしやすい秋期に実施した。これは、参加者にとっても熱中症になる危険性が低くなり、飼育生物にとっても負担は小さくなる。実施時間においては、受付後から実施時間までの待ち時間を短縮するため、昨年度より2時間前倒し（午前11時）にし、参加者の負担軽減を図った。以上の改善により、昨年度と比較して「安全で、安定して、参加しやすい企画」とすることができたと思われる。

#### ④ 65歳以上入館料割引（シニア割引）

近年の急速な高齢化社会の状況に鑑み、潜在的に高齢者割引に対する要望が多いと思われることから、夏期の繁忙期が終了し客足が落ち着き、天候が安定する「敬老の日」の週に効果的に実施することとした企画である。

（社）日本動物園水族館協会加盟の全水族館67施設を調査（インターネットによる独自調査）したところ、「年齢」、「対象者の所在地」、「実施期間」に違いはあるものの、何らかの高齢者に対する入館料割引を導入している施設は、17施設（約25%）であった。これは、高齢者福祉サービスの観点から導入しているものと思われ、今後も高齢者社会が進むにつれて、市民からの要望が高まっていき、導入施設は増加していくものと思われる。

平成24年度の同期間は、リニューアル工事期間中で実施できないこともあり、試験的な実施に留め、大々的な宣伝活動を実施しなかった。このため、実施期間の総入館者数9,808人に対して65歳以上の割引入館者数は、341人（約3.5%）という残念な結果に終わった。しかし、推計値ではあるが平成22年度の同時期に比べ、全体に対する65歳以上割合比率が約1.5倍（H22：約2%→H23：約3.5%）に増加しており多少なりとも実施効果は出ている。もちろん、実施期間が短いため、データ不足は否めないが、アンケートによれば、市内からの割引対象者の殆どは、「65歳以上割引」があることを知った上で来館している。新潟県外に対する大きな集客効果は期待できないが、新潟市内の集客効果については、「実施期間」、「割引後の入館料設定」及び「対象年齢」等を十分検討し、恒例化していけば、今回以上の効果は十分に期待できる。

#### ⑤ トドの愛称募集（自主事業）

平成23年6月15日（水）に誕生したトドの0オ（メス）と、今まで心機能の異常から成育が安定せず、愛称をつけることができなかった5オのトド（メス）の愛称を同時に募集することとした企画である。募集期間は、2月16日（木）（市報掲載2月19日曜日）から3月10日（土）までの24日間とし、ハガキ1通につき愛称2点を記入してもらうこととした。その結果、270名（愛称総数399点）から応募があり、愛称数399種類（重複を除く）の中から、0オトドには「パール」、そして5オのトドには「ルビー」という愛称に決定した。各付け親の各代表者1名（計2名）は、3月24日（土）の「トドの愛称命名式」に出席してもらうため、マリンピア日本海に招待した。式典会場は、マリンサファリ2階で行い、館長から各代表者1名へ記念品（トドのぬいぐるみ、招待券）をそれぞれ贈呈した。また、代表者以外の命名者にはオリジナルグッズ（キーホルダー2個、ステッ

カー)と招待券を郵送でプレゼントした。この命名式については、事前に報道各社へ連絡していたため、各新聞社より写真撮影や取材が行われ、翌日の新聞で報道された。

#### ⑥ 入館者 1,200 万人達成記念イベント

平成2年7月27日の開館以来、延べ入館者数 1,200 万人達成を祝して、記念イベントを実施することとした企画である。

達成日時は、平成23年11月14日(月)11時ごろで、宮城県仙台市から旅行に来ていたご家族(親子3名)が1,200万人目の達成者となった。記念セレモニーは、11時00分ごろから10分程度、正面玄関入口のもぎりカウンター付近で行い、館長から認定証及び記念品(大きなイルカのぬいぐるみ、旅行券3万円分)を贈呈した。

このセレモニーの様子は、事前連絡によって来館した各テレビ局及び各新聞社より取材され、当日の夕方のニュースなどで報道された。この他、1,200万人達成後の入館者5組には、副館長より記念品(小さなイルカのぬいぐるみ、招待券2名分)をそれぞれ贈呈した。達成日時が幸いにも、繁忙期や団体客などが入館する時間帯と重ならなかったため、他の入館者へご迷惑をかけることもなく、セレモニーはスムーズに進行することができた。

#### ⑦ お正月プレゼント(自主事業)

平成24年1月2日(月・祝)より、入館した中学生以下の子どもを対象(先着1,000名)にオリジナルメダル(旧ラッコ刻印)をプレゼントすることとした新企画である。1月2日から1月5日までの4日間の総入館者数が3,160人(中学生以下1,098人)ということもあり、1月5日(木)午後2時にはプレゼント品のオリジナルメダルを配り終わることができた。プレゼントをもらった入館者からは、「同種のメダルを購入した場合、400円相当の価値があること」や「非売品のメダルであること」から喜びの声が寄せられていたようである。

### (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」「鳍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、8件の漂着生物調査や3つの地域の生物調査等、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。

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、時間をすらして対応する等、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引き起こす機会・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、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きたいと考えている。

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。

今年度、講師派遣の新たな形態としてカフェ的な場への派遣が2件あった。ひとつは「まちなかキャンパス長岡」主催した「カフェマーケット」への派遣。ふたつめは「新潟大学・NPO 新潟の科学・自然探偵団」主催の「サイエンス宿」への派遣である。カフェ的とはいわゆる堅苦しい講演会の形式ではなく、お茶やコーヒーを飲みながら気軽に話を聴く、という新しい学びの場である。今回は2件ともイルカに関する話題提供であったが、今後もこのような場への積極的に参加することで水族館への理解を深めてもらう機会としたい。

他にも、定番とも言える中学生への「職業講話」や小学生への「生活科」関係について講師派遣を行った。

また、朝日新聞に12月1日から毎週木曜日に連載記事「水中めがね」を掲載した。執筆は展示課職員が分担し、記事に関連したモノクロ写真1枚が添付された。記事は小学生でも理解できる内容となるよう、留意した。新聞掲載と同時に朝日新聞のホームページ上にもカラー写真添付で掲載された。

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23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る場となっている。なお、教室参加者へのアンケートには「ボランティアさんが丁寧に教えて下さって戸惑うことなく作業ができた」「ボランティアの方たちも親切で楽しい時間でした」といった声が寄せられている。

「研修」として、新規応募者研修（3回）と水槽写真入門研修、視察研修（アクアマリンふくしま）を行った。新規応募者研修を既存メンバーへのリカレント研修の場（希望者のみ）と設定し、参加を呼びかけたところ毎回10人前後の参加があった。また、「水槽写真入門」は館内案内の際に来館者から記念撮影を頼まれることが多いことなどから研修として実施したところ17人の参加があり、必要性が高い研修であったことが伺える。この他にも、アクアマリンふくしまのボランティアとの相互交流ではボランティアとしての姿勢など多くのことを学ぶことができ、活動への刺激となった。

平成23年度も新規募集を行ったことでメンバー層に厚みが増えた。登録者数は12人増えて50人となった。

特記事項として、5月29日、東日本大震災で被災したアクアマリンふくしまへ当館ボランティア13人を含む計22人で復旧支援活動のため訪問し、敷地内のがれき撤去や館内の清掃を行った。

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23年度の広告や広報は、東日本大震災の影響をどのように考えて展開するか、というこれまで経験したことの無い手探りの状態で実施することとなった。従来実施している広告・広報のエリアの内、福島県は震災の影響を直接受けており、また、群馬や埼玉なども直接的間接的に影響を受けている地域である。そのため、各種メディアを通じた情報収集や広告代理店からの情報、刻々と変わる状況などを判断材料として実施した。広告や広報を広い意味でのPR（パブリック・リレーションズ）活動と考えると、周辺地域や市民（広義の）との関係を、震災後という状況の中、上手く構築するにはどのようなアプローチをすべきか、という事を深く考えさせられる年となった。

年度当初は震災の影響が大きい時期であることから、福島県へのCMなどを自粛し、展開エリアや内容なども例年以上に吟味しながら実施した。また、津波による多大な被害を考慮して、CMのバリエーションの内、水中や水塊といったイメージが強調されるような内容のものは避けるように配慮した。

夏休み前頃より来館者が増加傾向になり、福島県からの来館者数も増加したため、夏休みに向けての折込チラシやCMなどは例年をふまえた展開とした。年度当初、全体的に自粛したこともあり、年度後半に若干の予算的な余裕ができたため、例年実施していない冬期から春期にかけての新潟県内へのCMを展開した。同様に初めての試みとして、冬期間から早春の県内向けの広報として12月と3月に毎週定時、全10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の特徴は、年度前半は震災に関連したアクアマリンふくしまへの協力についてのリリース、年度後半は高齢の動物の死亡についてのリリースが目立った。

以下、①テレビCMとラジオCM、②クーポン付折り込みチラシ、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、震災の影響をふまえ、該当エリアの状況や来館者の動向を予測しながら実施した。例年は4月末から9月にかけて新潟・山形・福島の民報全局で放映していたが、平成23年度は月毎に放映エリアを変えて実施した。もっとも震災の影響のあった福島については、4月は自粛、5・6・7・9月は例年の2割弱で実施し、8月のみ例年並みの放映とした。新潟と山形については4月は若干少なめの放映としたが、その後は9月まで例年よりも若干多めに放映した。試みとして、7・8・9月の3ヶ月間長野県への放映を行った。また、12月から3月までの4ヶ月間、新潟での放映を実施した。

制作については、例年通りコンペを実施した。平成22年度のコンペは当館から内容についての細かい指示を出したコンペとしたが、平成23年度は指示する項目を必要最低限として実施した。コンペに際しての指示項目の量については一長一短があり、どちらが良いとは一概には言えない。しかし、平成22年度に指示項目が多いコンペを実施したことで、当館の基本的な考え方を各代理店に浸透させる効果があったと考えている。また、制約の多いコンペから制約が少ないコンペになったことで、当館の考え方をふまえつつ自由で意欲的な作品が多くなった。その結果、コンペで1位となり放映されたCM作品が平成23年度の第53回新潟広告賞のテレビCM部門で奨励賞を受賞するという評価を得ることができた。

ラジオCMは、平成22年度の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）でも放送することとした。なお、FM福島は震災の影響に配慮して7月以降の放送とした。CMのくくりでは無いが、12月と3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 クーポン付折り込みチラシ

クーポン付折り込みチラシは、平成22年度同様GW前と夏休み前の2回実施した。福島県への折り込みは、例年GW前と夏休み前の2回とも、中通り地方と会津地方に実施しているが、震災の影響をふまえ、GW前は会津地方のみ、夏休み前は両地域に実施した。それ以外の5県（新潟、山形、埼玉、群馬、長野）については、平成22年度の結果をふまえ、より効果的になるように地域を選択した。

例年は、券売窓口でクーポンを受け取る際、クーポンに印刷されている「どこの県からおいでになりましたか？○をつけてください」のアンケートに○が書かれていない場合、口頭で確認するようにして

いた。しかし、平成 23 年度は原発事故の影響による福島県民に対する風評被害の事例がニュースで取り上げられていたことから、福島県民の心情に配慮して窓口での確認を行わなかった。そのため、回収したクーポンの 3 分の 2 くらいが未記入となり、各県毎の回収率に関しては例年通りの正確な分析ができなかった。

しかしながら、全体の回収率は例年通りであったことから、クーポン付き折り込みチラシは効果的であることが改めて確認できた。今後も、折り込み地域を精査しながら継続していくつもりである。

### 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、震災の影響をふまえ選択と集中を行った。

### ④ WEB

ホームページのトップページを含む 3 ページを 12 月に新規作成しリニューアルした。トップページはマリンピア日本海らしく、トンネルをイメージしたデザインとし、使いやすさと親しみやすさを両立させるよう工夫した。リニューアル前は「生物情報」と「お知らせ」がニュース項目としてひとくくりになっていたため、発信する側も利用する側も使い勝手が悪かったが、今回のリニューアルで「いきもの情報」と「お知らせ」を分けて表示するようにしたことでより使いやすくなったと考えている。

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、月平均で 10 回の更新となった。また、パスポート利用者を意識して、特に「いきもの観察情報」のこまめな更新に努めた。

### 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 23 年度はプレスリリースと市報を除く新聞・雑誌・WEB への情報提供を 67 件行い、その全てでマリンピア日本海の情報が掲載された。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。特記事項として、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。この連載は平成 24 年度も継続中である。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ことから、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 49 件行った。平成 23 年度の特徴として、テレビは震災に関連したアクアマリンふくしまとの交流についての話題が多く、在京キー局への情報提供が例年にくらべ目立った。ラジオについては例年通りの情報提供に加え、FM にいがたへの連続出演（計 10 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。この連続出演は平成 24 年度も継続して実施している。

また、特別展などの展示イベントや動物の出産・死亡、動物輸送などの展示外での活動について、報道機関へのプレスリリースを積極的に行った。リリース数は 24 件、掲載や放送は 117 件であった。年度前半は震災で被害を受けたアクアマリンふくしま復興への協力、特に魚類等の緊急避難や避難生物の繁殖（ポットベリードシーホース）が大きく取り上げられた。年度後半は 1990 年の開館以来飼育していた動物（イルカ、ゴマフアザラシ、カナダカワウソ）の死亡についてのリリースが続いたが、どの個体も高齢（2 例は国内最高齢個体）であったことから、好意的な報道が目立った。また、報道で知った市民からの花束やメールによる弔文なども届いた。

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無いが、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) 友好館提携を結んだアクアマリンふくしまとの協力について

##### 【総括】

平成 19 年 11 月 23 日に友好館提携を結んだアクアマリンふくしまとは、活発な生物交換、両館の市民ボランティアの交流等、さまざまな方向で友好館提携の効果が現れている。

平成 23 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災で、アクアマリンふくしまは壊滅的な被害を受けてしまった。哺乳類と鳥類は(社)日本動物園水族館協会が関東方面へ避難させたが、魚類の大半が死亡するに至った。そうした中、3 月 28 日にアクアマリンふくしまから、僅かに生き残った魚類をマリンピアへ緊急避難させてほしいという要請を受け、4 月 1 日に魚类等 22 種 206 個体の飼育を受託した。受託期間中はこれらの生物を積極的に展示し、特に福島県からの避難者が来館した際に喜ばれた。7 月 15 日の再開館までに、預かった生物 21 種 134 個体とともに、この間に繁殖に成功したポッドベリードシーホースの稚魚 87 個体を、3 回に分けて無事にアクアマリンふくしまへ戻すことができた。さらに、再開館の援助としてホッコクアカエビ等 10 種 135 個体を譲渡した。

5 月 29 日には、マリンピア日本海の職員とボランティア合同の支援部隊がアクアマリンふくしまのボランティアグループと協力して瓦礫や泥の撤去を行った。

12 月 7-8 日には、アクアマリンふくしまから移動水族館「アクアラバン」が来館し、スタッフの解説付きのタッチ水槽が特に好評を博した。

平成 24 年 2 月にはアクアマリンふくしまより入手困難種であるハダカカメガイを譲受け、複数年にわたる展示が可能となった。

市民ボランティア活動では、アクアマリンふくしまのボランティアが 11 月 27 日に来館、マリンピア日本海のボランティアが 3 月 18 日にアクアマリンふくしまを訪れ、ボランティア活動状況の情報交換等を行い、交流を深めた。

#### (12) 年間入館パスポートについて

平成 20 年 4 月 1 日より発売開始

大人(高校生以上) 3,500 円、小人(小・中学生) 1,300 円

平成 21 年 4 月 1 日より幼児用を新たに発売開始

幼児(4 歳以上未就学児) 400 円

##### 【総括】

展示生物の継続的な観察の機会を低い経済負担で提供できる方法として、平成 20 年 4 月より「年間入館パスポート(パスポート)」を導入し(当初、大人用と小人用のみ発売)、平成 21 年 4 月からは幼児用も発売を開始した。

平成 23 年 9 月販売分からは、平成 24 年 9 月から始まるリニューアル工事に伴い、パスポートの有効期間が工事期間中に入ってしまうため、リニューアルオープン後も、工事中断入館できなかった期間を有効



として、正味1年間使用できるという運用で販売した。

パスポート購入者は3,973人(総入館者の0.8%)、パスポート利用者(購入者+リピーター)は22,292人(総入館者数の4.6%)であり、パスポート利用者の平均入館回数は5.6回であった。(別紙1-2)

毎月実施しているアンケート調査で「イルカショーのパターンが決まっていて、いまいち魅力に欠ける。年間パスの人にも何度でも楽しめるよう違うメニューにしてほしい。」「子供が大好きでよく利用しています。」「来るたびに変化があり、楽しんでいます。」等の声が寄せられている。

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、約57.7%の人が「発見できた」と回答しており、「新鮮味が感じられる・季節感のある展示」を心掛けてきたことが、ある程度評価されたと考えている。

また、「次回の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3.6%で、約77.7%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) リニューアル実施設計策定への協力について

#### 【総括】

水族館のリニューアルに向けて、開館準備及び開館当初からの運営経験を基に、市に対して専門的見地からの助言・提案をここ数年継続的に行っている。

本年度は、リニューアル工事を来年度に控え、22年度の「基本設計」に次ぐ「実施設計」の年度であった。月2回ベースの定例検討会議に参加し、実施設計に関わるソフト・ハード両面にわたる提案を行った。それらは大略、以下の専門的分野である。

先進的情報収集や先進地視察に基づく水族館としての将来的方向性の把握、及びこれらに基づく展示設計、水質水温等水槽維持管理設計、ソフトを含めた実現可能性検討、工事期間、動物収集及び仮収容計画、動線管理、券売管理、物販管理、人事管理等。提案は、開館以来22年にわたる水族館運営経験と、蓄積された様々な知見から導き出されたものであり、成果品としての実施設計書に大きく反映されている。

### (14) 市・他団体等との協力

#### 【総括】

平成23年度に市・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21年を経過してい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到底なしえなかったサービスを展開できたと考えている。多くの市民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4日（土）から12日（日）の間、館内での展示に協力した。

② 市 食と花の推進課「食と花のまちPR事業」（ホワイト阿賀）

新潟市の名産品である「ホワイト阿賀」をPRするためにイベント広場の一角に装飾展示をして、入館者に鑑賞してもらった。

③ ふるまちヌーボー割引券

新潟市のまちなかにぎわい創出事業の一環として、マリニピア日本海のお客様を古町に誘導するために、「ふるまちヌーボー割引券」を配布した。

④ 中央図書館（ほんぽーと）パネル展示

平成22年度に引きつづき、中央図書館（ほんぽーと）でのパネル展示を行った。平成23年度は8月という水族館としては最適な時期に実施することができた。

⑤ マリニピア日本海-AR記念写真

にいがたアニメプロダクションパイロット事業（新潟市ふるさと雇用再生特別基金事業）への協力として「マリニピア日本海-AR記念写真」を7月29日（金）から12月28日（水）まで実施した。これは、スマートフォン（iPhone）のアプリを使った企画で、ペンギン島とイルカショープールでAR（拡張現実）技術によるペンギンやイルカとの記念撮影を行えるようにした。新しい技術を実際に試してみることができたことは有意義であった。

⑥ アクアマリンふくしま移動水族館車「アクアラバン」出張展示

アクアマリンふくしまの移動水族館車「アクアラバン」の出張展示を12月7日（水）に行った。12月の平日で、小雨の降るあいにくの天候であったが、遠足の幼稚園児などでにぎわい、また報道の取材もあったため、アクアマリンふくしまへの応援という目的はある程度達成できたと考えている。

⑦ 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ニ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。

⑧ 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あったことから、「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多くの人からマリニピア日本海へ来館してもらえた。

⑨ ベネッセ「クイズスタンプラリー」

この事業は、進研ゼミで知られる（株）ベネッセコーポレーションが全国の博物館、科学館、動物園、水族館で展開しているものである。平成22年度に初めて実施し、平成23年度は2回目の実施となる。「クイズスタンプラリー」は小学校低学年くらいを想定したクイズ内容とスタンプ図柄であるため、学生がいきいきとスタンプを押していたのが印象的であった。クイズはマリニピア日本海が監修しているため、展示の意図にそった内容とすることができたのは良かった。

### 3. 入館料収入の実績について

平成23年度入館料収入 450,487,018円  
(対前年度比 116.0%)

#### [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。

日本海大水槽展示魚類等の大量死亡事故による無料開館を行ったこと、夏に猛暑が続いたこと、さらに3月11日の東日本大震災の発生等、様々な影響を受けた平成22年度と比較して大幅に増加した(62,008,802円増、対前年度比116.0%)。月別で見ても、遠足の雨天コースとして当館を見学を予定していた市内及び市内近郊の幼稚園・保育園等が晴天のため来館しなかった日が多かった5月と、降雪日・降雪量が共に多く、気温の低い日が続いた2月を除いては昨年度を上回っている。

東日本大震災の発生後、広範囲で余震が続いたり原発の事故が収束していなかったことで、入館者数や入館料収入について推測が困難であったが、ゴールデンウィーク以降、正面駐車場では福島・山形ナンバーの車が多く見られ、また、東北地方等からの修学旅行と思われる小学校等の団体も昨年より多かったこと等が入館料収入の増加に繋がったのではないかと思う。

3月29日から4月30日まで、東日本大震災により市の避難施設で避難をしている被災者や地震で避難されてきた方に無料入館を行った。また、夏休みには被災した児童(石巻市、相馬市、南相馬市、伊達市の小学5、6年生)約150人にも無料入館を行った。児童達は魚類やイルカショー等を見て非常に楽しそうな様子であったため気分転換になったのではないかと思う。

敬老の日になみ9月19日から23日の間、65歳以上(シニア)の方すべてを対象に入館料の割引を実施した。通常1,500円のところ600円に割引き、期間中341人の市民から来館していただいた。このことがきっかけとなりシニアの方だけでなく、その家族も一緒に来館された市民も多かったため少しは入館料収入の増加に貢献できたと思う。事業が継続され市民に周知されればさらなる入館者数、入館料収入増に繋がるであろう。

パスポート購入者については、希望者に対し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または窓口で行っているため、昨年度と比較し多少減ってはいるものの影響はないと思われる。

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。減免業務を行っている指定管理者として、全ての施設に不公平がないよう児童福祉法、障害者自立支援法等関係する法令を読みこなす能力が必要であり、実務を行っていなければ分からない部分も多いことから、今後も社会のニーズを的確に把握し、新たに対象とすべき事由があれば、必要に応じて市へ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]

コ・ジェネの運転燃料として使用しているA重油について、東日本大震災で千葉や仙台等の製油所が被災し供給不足が発生したことで、平成23年3月の単価68.0円/リットルが4月には82.0円/リットル

ルに急上昇した。納入も困難な状況のなか、1・2回目の納入を前月の納入業者に依頼し、早めの手配を行った結果、営業に支障なく納入してもらうことが出来た。その後10月には64.2円/リットルに下落したものの、平成24年3月には中東情勢の悪化から原油価格が高騰し76.8円/リットルに再度上昇した。情勢が未だに不安定なことから、今後の価格推移は不透明である。

A重油経費の予算上の単価は52.2円で設定されていたが、実際はそれより12円から25円程度高く推移し、当初予算額を大幅に上回る結果となった。

下水道使用料について、リニューアル工事期間中、マリンサファリで飼育している生物が、出産時に工事の騒音などによるストレスを回避するため、また出産により飼育職員が他の業務に影響を及ぼさないよう繁殖期にバックヤードへ隔離した。これにより通常より排水量が多くなり、下水道使用料経費が嵩む結果となった。

東日本大震災により東北電力管内における夏季の電力不足解消のため積極的に節電に努めた。7月1日から政府が定めた「電力使用制限」が発動され、契約電力500kwh以上の大口需要家は、昨年同時期の15%削減が強制されたが、当館は大口需要家に該当しない施設であったが自主的な節電に努めた。昨年の7月から9月においては、約25%の削減を達成することが出来、1年を通して経費的に大きく削減することが出来た。

工事費・修繕費について、リニューアルを見据え出戻りがないよう精査しながら工事を行った。また、平成20・21年に施設・設備の老朽化や損耗が激しかった箇所集中的に工事を行ったこともあり、修繕箇所及び規模が小さく済み、当初予算で500万円程の残が出た。ただし、今後リニューアルまでの間、突発的な故障により経費が嵩むことは十分考えられる。

電気代の節約、工事・修繕箇所の精査、その他委託契約の見直し等できる限りの経費削減に努めたが、原油価格高騰によるA重油経費の増加が主な要因となり、年度当初に年度協定書で定めた指定管理料に不足が生じたため変更協定を締結した。

平成24年度当初予算において、工事費が大きく削減され、さらに修繕費は全く予算を付けてもらえなかった。しかし入館者の安心・安全確保の観点からリニューアルまでの間であっても必要な工事・修繕は行わなければならない。経費が嵩んだ場合平成23年度同様、指定管理料に不足が生じないか不安である。9月以降、リニューアル工事に入り通常とは異なる業務が多々あると予想されるが、さらなる経費削減に努めながら予算執行を心がけていきたいと思う。

## 5. 自己評価に関する事項について

## 6. まとめ

23年度は、入館者については、481,908人（前年度比4.6%アップ）。入館料収入については、450,487,018円（前年度比16.0%アップ）で、平成22年6月の大水槽魚類大量死亡事故の影響で伸び悩んだ前年度に比べて、順調であった。しかし、23年3月の東日本大震災と東京電力福島第一原子力発電所事故による影響も少なからずあったと考えている。

また、リピーターの確保を目指し、平成20年4月からパスポートの販売をスタートした。平成23年度のパスポート購入者数は3,973人であるが、パスポート購入者のリピート回数は増加傾向であり、1人平均5.6回（平成20年度4.6回、21年度は5.3回、22年度5.8回）であった。パスポート利用者の入館回数が多

くなれば多くなるほど、入館料収入に結びつかないといったジレンマはあるが、生物継続観察の機会を低い経済負担で提供できるといった目的は十分に達しているのではないかと思う。

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、見学を念頭に置いていないバックヤードの造り、繁殖や保護・治療のための予備施設の不足、図書・資料・標本等を配した情報コーナーの未整備等、多くの課題を抱えている。

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。今後の方針について行政全体としての判断が必要になってきている。

また、開館から21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（置）の調達が困難となる可能性が高いことから、取水システムの管理が難しくなっている。

予算上の制約はもちろんのこと、躯体・設備等構造上の制約もあることから、それら全てがリニューアルによって解消されるわけではないが、市民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）や設計事務所との連携を密に図り、実態に即したより具体的な助言や提案を行っていきたい。

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、入館者を大きく伸ばす要因とはなっていない。平成26年度内の北陸新幹線全線開通も控えており、リニューアルによる新たな魅力づくりは急務であると考えている。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・解決方法の検討等を進めていきたい。「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市民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。

