

# 新潟市水族館の管理に関する基本協定に係る 平成 25 年度 業務報告書

## 1. 入館状況について

平成 25 年度総入館者数 586,288 人（対前年度比 189.3%）

- ※ 平成 24 年 9 月 1 日から 25 年 7 月 14 日までリニューアルのため休館  
平成 25 年 7 月 15 日リニューアルオープン

### [総括]

平成 25 年度は、生まれ変わったマリンピア日本海の新たなる飛躍の年であり、平成 2 年から積み上げてきた水族館運営の知識と経験を十分に発揮し、お客様サービスを第一に努めた。

入館者については、586,288 人と平成 2 年のオープンの年には及ばないまでも健闘した。（平成 2 年度 641,443 人）

オープン以降も継続して実施したアンケート調査では、展示生物に対する満足度は常に 96%以上を確保しており、他の調査項目でも顧客満足度の高い数値を頂戴しており、マリンピア日本海の人気を裏付けている。

リニューアルオープン後の入館者の最大の特徴は、年間パスポートの新規購入者の大幅な伸びである。平成 23 年度 1 年間の年間パスポート購入者は 3,973 人であったのに対して、平成 25 年度は 7 月からもかかわらず、購入者が 11,097 人で平成 23 年度比 279.3%と大幅に増加した。リニューアルされたことで価格的にも値打ち感が増した結果と考えられる。パスポート所持者の平均年間来館回数が 1 人あたり 6 回程度であることから、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。

個別に見ていくと、開館日数は異なるものの、申請や手帳による入館料減免の入館者は、「幼稚園・保育園」「身障者等手帳」などをはじめ大幅に伸び、平成 24 年度比 199.7%と同様に大幅増となった。これは、リニューアルにより総合的に施設の魅力がアップしたためだけでなく、身障者のお客様などが利用しやすいように、身障者用のお手洗いの増設やエレベーターの増設・スロープの設置などホスピタリティの充実によるものと考えられる。

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。

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。

まず、リニューアルオープン日である海の日 7 月 15 日（祝・月）とその週末 20 日、21 日及び 8 月 24 日、25 日の土日については、市民サービスのために、閉館時間の 1 時間繰り延べを実施した。多数の入館者数となり、目的を十分達成した。

また、夏休みに入った 7 月 27 日、28 日及び 8 月 3 日、4 日の土日曜日について、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）

8 月上旬の平日である 1 日、2 日、5 日から 9 日までは、閉館時間の 1 時間繰り延べを実施した。

夏季の最多客時であるお盆期間は、8 月 10 日から 18 日まで開館時間の 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）

上記の期間については、従来どおりイルカショーなどの回数などを増やしお客様サービスに努めた。

## （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 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）の稚魚を特別展示室で公開した。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）をリニューアル工事で新設された「にいがたフィールド」に、シロボシアカモエビを新設「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。

7 月のリニューアルオープンにあわせて、作業工程を考慮して生物の収集や他園館に預託依頼した生物の輸送など、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 ペンギン解説

ペンギン海岸ゾーンがリニューアルしたことに伴い新規イベントとして開始した。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た。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は多かった。

#### ② イルカショー・トドの給餌解説

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。

「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。

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。

### ③ ひれあし解説

ひれあしパフォーマンス広場にカリフォルニアアシカ 1 頭をトレーナーが連れて行き解説する形で実施した。普段はマリンサファリ内にいる動物を来館者の目の前に連れ出す形はこれまで行ったことがなく、参加者の反応が非常に良かった。近づかなければ分からない体毛や口ヒゲの質感、前肢の爪の痕跡などを観察してもらい、より深い情報を提供できた。

### ④ 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。参加者は新設された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。

### ⑤ 磯の生き物解説

リニューアルで解説ブースが新設された磯の体験水槽で、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。

### ⑥ アクアラボ体験

新設された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) 生物展示関係イベント等の実施状況について

### [総括]

#### ① 夏期特別展「写真展 マリンピア日本海リニューアルの歩み」

閉館前の生物搬出、リニューアル工事、オープン前の生物搬入の様子などを写真パネルで紹介した。

#### ② 特別展示「アカムツ稚魚 世界初公開」

世界で初めて育成に成功したアカムツ稚魚の公開を実施した。本研究で初めて解明されたアカムツの生態や育成方法などをパネルや動画を用いてわかりやすく解説した。新潟市の「食と花の銘産品」

に指定されているアカムツの現状について、理解を深めていただける展示ができた。

③ 特別展示「越佐海峡 漁の副産物」

水族館の採集活動で重要な「漁業者との連携による採集活動」によって得られる生物を紹介した。漁獲対象種ではなく、水族館の採集活動がなければ目に触れる機会の少ない漁獲生物（混獲生物）に着眼した内容とし、生物収集の方法、調査によって佐渡海峡で初めて生息が確認された生物などを水槽、パネル解説、乾燥標本を用いて紹介した。普段目に触れる機会の少ない生物を多く展示したことで、新潟の海の豊かさや種の多様性などについて知ってもらうことができた。

④ 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。

⑤ 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のできない新設された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。

⑥ 骨格標本ガイド「骨から学ぶイルカのあれこれ」（自主事業）

新設された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。

⑦ 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。

以前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 25 年度は、リニューアル直後で多客となった夏休み期間を避け、3月に3日間（各日定員 20 人×3 日間=60 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、106 組 291 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3日間の実施としたが、合計 64 人が参加した。

⑧ いきもの教室（自主事業）

9 月から 3 月まで、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 382%、2 月の「クラゲの標本をつくろう」では 630%となり、「いきもの教室」が市民に浸透してきたと言える。今回は 5 回の内、平成 24 年度と同じプログラムは 1 回とし、他の 4 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。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%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 92%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、「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」「クラゲがエサを食べる所や刺す仕組みが面白かった」「ミズクラゲの雌雄が見分けられるようになった」「サメを解剖して内臓が良く解った」「説明がわかりやすかった」「ヤドカリの中身や引っ越す様子を見る事ができてよかった」「スタッフが親切にサポートしてくれて助かった」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。

## (5) 企画イベントの実施状況について

### [総括]

#### ① リニューアルオープン記念ピンバッジプレゼント

リニューアルオープン初日(7月15日)限定で入館者先着 10,000 名を対象に、「リニューアルオープン記念ピンバッジ」をプレゼントすることとした企画である。

実施方法はモグリカウンターを通過したすべての入館者 1 名(幼児も含め)に対して 1 個のオリジナルピンバッジを渡すこととした。

リニューアルオープン当日が夏休み前の 3 連休最後の祝日であったが、約 9,000 名以上の入館者が訪れ、予想以上の賑わいをみせ、ピンズをもらった入館者からは、「バイカルアザラシ」をあしらったデザインに「可愛い」、「今日、来てよかった」、「間に合ってよかった」など喜びの声があがり高評価であった。

#### ② オリジナルカレンダープレゼント(自主事業)

平成 25 年 1 2 月 1 日から入館した先着 800 組を対象として、「マリンピア日本海オリジナルカレンダー」をプレゼントすることとした年末の恒例企画である。

当企画は、20 年以上継続している人気企画で、当館の人気生物や話題性のある生物を取り入れたもので構成しているため、毎年期待している入館者は多く、マリンピアにとって必要不可欠な企画となっている。

今後も入館者の期待に応えられるデザインや内容を検討し、入館者により喜んでもらえる企画にしていきたい。

#### ③ お正月プレゼント「リニューアルオープン記念ピンズ」

平成 26 年 1 月 2 日(木)から 1 月 5 日(日)の期間で、入館した先着 5,000 名を対象に「オリジナルピンバッジ(リニューアルオープン記念ピンバッジ)」をプレゼントすることとした企画である。リニューアルオープン最初のお正月ということもあり、1 月 2 日 2,751 名、1 月 3 日 3,356 名と

通年（22、23年度と比較）の2.5～3.0倍の入館者数となり、定数5,000個のピンバッジも1月3日の夕方には配り終え、入館者の評価もオープン時と同様に高評価であった。

#### ④ クリスマスツリー展示

平成25年12月1日（日）～28日（土）の間、マリンピアホール（円柱水槽側）に高さ4.5メートルのクリスマスツリー（天然モミの木）を展示した。リニューアル前から継続している季節展示であるが、リニューアル後に幻想的な雰囲気となったマリンピアホールに展示された大きなクリスマスツリーは入館者に人気となっていた。

#### ⑤ 門松展示

平成26年1月2日（木）から7日（火）の間、エントランスに門松を設置した。

### （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」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を新潟市で開催し、その準備・運営を勤め、滞りなく研究会を終えることができた。域外保存に取り組み毎年成果を挙げている希少種シナイモツゴについて、遺伝的系統解析に関する研究発表を行った。

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。

### （7） 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、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。

また、新潟県立新潟盲学校の小学部（5年生、6年生）と中学部（1年生、2年生）の校外学習を受け入れた。昨年度、初めて小学部を受け入れたが、今年度は小学部だけでなく中学部からも依頼を受け、実施することとした。1時間半から2時間程の盲学校用の視覚以外の感覚を使った教育プログラムを作成し実施したが、児童生徒および付き添いの先生から高い評価を得ることができた。

## (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「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。

毎年、数件の依頼がある小中学校への講師派遣は、中学生への「職業講話」が2校、小学生への「環境教育」が1校であった。

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年度はリニューアル休館前ということで新規募集はおこなわなかったが、平成25年度はリニューアルオープン前の5月に新規募集をおこなった。新たに19名のボランティアを迎え、総勢64名となった。

平成25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。

「研修」として、継続メンバー向けのリニューアル前研修、新規ボランティア研修（3回）、視察研修（マリンピア松島水族館）をおこなった。

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きたい。

## (10) 広報および広告宣伝について

### [総括]

平成25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「リニューアル

プン」をアピールすることに重点をおいて行った。秋以降は「リニューアル」による「ホスピタリティーの充実」を浸透させること、および水族館本来の飼育展示活動のアピールに重点をおいて行った。

リニューアルオープン前は、リニューアルへの機運を高めるため、報道への工事状況の公開を実施、また生物の搬入などを積極的にプレスリリースし報道各社に取り上げていただいた。他にもオープン前のイベントとして「田植え」「メダカの放流」「内覧会」などをプレスリリースした。いくつかのテレビ局が独自の報道企画として、オープンに向けての職員の活動に焦点を当てて取材し、ニュース内での特集として放映した。新聞は主に「リニューアルの概要」に焦点を当てた記事が取材、掲載された。

有料の広告枠であるが、テレビ新潟（TeNY）でリニューアルをテーマに30分の特別番組「未来へ！！僕らの水族館～マリニピア日本海・リニューアルぜんぶ見せます！」を制作、オープン直後の7月20日に放映した。この特別番組はTeNYと同系列のYBC山形放送、FCT福島中央テレビでも放映された。

秋以降の広報・広告について、ここでは大きなものとして3つあげる。ひとつは11月から3月まで毎週定時にFMにいがたの「Sound Splash」に生出演して生き物のことや水族館での過ごし方などの情報を提供した。ふたつ目は飼育展示活動についてのリリースを積極的に実施、その中でも「アカムツの稚魚育成」については、世界初ということもあり、新聞やテレビなど多くのメディアが取り上げ、当館の技術力をアピールすることができた。3つ目としてホームページのリニューアルがあげられる。これは新潟市の事業として実施されたものであるが、計画当初から協力し、実際の制作段階ではデザインへの意見やコンテンツの提供など、全面的に協力した。11月に一部運用開始、3月に全面リニューアルをした。

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、リニューアルオープン前に提案型のコンペティションを実施した。結果、リニューアル前に放送していたキャラクター（マーくん）を使ったCMが採用されることとなった。7月初旬からオープン直前までの「オープン告知バージョン」、オープン後の「リニューアルをアピールするバージョン」を制作し、新潟・福島・山形の3県で放映した。新潟県については、初めての試みとして通年でCMを放映した。福島と山形については7月から10月までと3月に放映した。

ラジオCMは、例年実施しているFM新潟、FMポート、FM山形、FM福島、FM群馬、FM善光寺の6局に加えて7月と8月のみ文化放送（AM）で放送した。CMのくくりでは無いが、11月から3月の毎週火曜日夕方のFMにいがた「サウンドスプラッシュ」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。サウンドスプラッシュは、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

当館ホームページについて、リニューアル工事期間中は工事状況や生物輸送などの情報を発信するように努めた。リニューアル後はより多くの情報を提供すべく、月平均で15回の更新を行った。ホームページリニューアルでソーシャルメディアの代表格であるTwitterを始めたが、11月1日の一部リ

リニューアル以降、ほぼ毎日ツイートし、情報発信している。

Web 広告として、3 月下旬の 1 週間のみ Yahoo! のトップページ（新潟県）と 2 階層目のページ（山形、福島、群馬）に FLASH の広告を掲載した。これは非常にインパクトがあり、予測の 4 倍程度のクリック数となった。また、3 月中、Facebook に広告（新潟、山形、福島、群馬）を掲載した。

#### 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 25 年度はリニューアル効果で掲載数が例年に比べて多く、新聞・雑誌・WEB にのべ 144 件の情報が掲載された。これは、プレスリリース（16 件）による取材、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のまでいろいろな形式が含まれる。

### （11） 他園館との協力について

#### [総括]

リニューアルオープンにあわせて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、アクアワールド茨城県大洗水族館、東海大学海洋科学博物館、大阪・海遊館、九十九島水族館、かごしま水族館から、生物交換として魚類等の収集にご協力いただいた。

25 年 4 月に神戸市立須磨海浜水族園で開催された日本海ウミガメ漂着ワークショップでの発表に際し、また、26 年 3 月の外来カメ類に関するシンポジウム参加に際し、上越市立水族博物館と長岡市寺泊水族博物館からデータ提供を受け、新潟県内の情報をまとめることができた。

哺乳動物のリニューアル工事に伴う飼育預託で、ラッコを神戸市立須磨海浜水族園に平成 24 年 9 月～25 年 6 月、バイカルアザラシを南知多ビーチランドと鳥羽水族館に 24 年 9 月～25 年 6 月、カリフォルニアアシカを鶴岡市立加茂水族館に 24 年 11 月～25 年 10 月の間協力いただいた。また、フリーディンググローンとして 25 年 11 月にゴマフアザラシ 1 頭を下関市立しものせき水族館より借り受け、繁殖計画への協力として 26 年 3 月にユーラシアカワウソ 2 頭をふくしま海洋科学館より借り受けた。26 年 3 月に上越市立水族博物館で行われた鯨類の解剖では獣医を派遣した。

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 21 名が 3 月 9 日にマリニピア松島水族館を訪れ、バックヤード見学など有益な体験を得る事ができた。

### （12） 年間入館パスポートについて

#### [総括]

平成 24 年 9 月 1 日から平成 25 年 7 月 14 日までの間（317 日）、リニューアル工事のため年間パスポートを利用できなかった会員に対して、利用できなかった日数を、有効期間に加えて正味 1 年間としてリニューアル後も利用できることとした。

リニューアル後、パスポート購入者は、11,097 人（総入館者の 1.9%）となり、パスポート利用者（購入者+リピーター）は 45,789 人（総入館者数の 7.8%）となった。また、パスポート利用者の平均入館回数は 4.1 回であった。

リニューアル工事で開館日数が異なるので単純に比較はできないが、導入直後から比較すると、平成 2

0年度は4,393人、平成21年度は4,136人、平成22年度は3,431人、平成23年度は3,973人、平成24年度は1,482人と、リニューアル後は特に、年間パスポートの高い人気がこの数字で顕著に表されている。

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

昨年度から旧施設、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・改善案の発案など、専門的な立場で各工事に協力した。新年度からはその最終段階に入り、より細分化された多分野での協力体制を敷き、各工事の進行に遅滞や支障をきたさないよう努めた。

引渡し後、施設・設備の不備・不具合（瑕疵）などについては、市へ報告・協議のうえ、今日までの経験や知識に基づいて柔軟かつ適切に応急的な対応をおこなった。引渡し後からリニューアルオープン日まで期間は、予定されていた期間より短縮されたが、職員の全精力を傾注した結果、オープンに間に合わせることができた。

また、竣工後の1年点検を控えていることから、これから新たな不具合の発生が予想されるため、随時、市へ報告・協議し、通常営業に支障を来たさぬよう安定的で円滑な運営に努めたい。

#### ③ 内覧会

7月15日（海の日）のオープン日に先立ち、7月10日に新潟市主催で内覧会を開催した。国・県・市の関係機関、新潟市議会、動物園・水族館関係、観光業・ホテル関係、報道機関、市内学校・保育園・幼稚園など、約800の個人・機関を招待し、約700人が来館した。実施にあたり、市と協議し、事前準備および当日の運営を行った。

### (14) 市・他団体等との協力

#### [総括]

平成25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23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。

今年度はリニューアルオープンでお客様が大幅に増加したため、他団体や民間の持つ多様なチャンネルを活かした事業まで手が回らなかったが、来年度は積極的に機会をとらえ取り組んでいきたい。

① 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ニピア日本海へ来館してもらえた。

② ビーチサンダルデザインコンテスト 新潟三越伊勢丹 × 新潟デザイン専門学校 × マリニピア日本海

新潟三越伊勢丹が企画運営し新潟デザイン専門学校の学生がデザイン制作。そのモチーフ（イメージやキャラクターなど）を地元企業団体が提供し、「新潟愛」をテーマにビーチサンダルデザインコンテストを実施（4月30日～5月14日）、地元企業団体としてマリニピア日本海も参加した。マリニピア日本海は海の生き物とロゴを配置するというテーマを設定した。他の参加企業団体は（株）アルビレックス新潟、新潟県（トッキキ）。また、コンテストで第1位となったデザインを（有）ゲンベイ商店が商品化し、新潟三越と新潟伊勢丹で販売した（7月2日～16日）。

コンテストの期間および販売期間がリニューアル休館中であったが、リニューアル直前の機運を盛り上げる意味で、有意義であった。

③ 新潟伊勢丹「夏休みわんだあらんど」お魚ぬり絵 & お魚かんむり作り

「夏休みわんだあらんど」は新潟伊勢丹が企画運営するイベントで、新潟県内の企業団体の協力により「お仕事体験」や「工作体験」などを来店した子ども達に提供するものである。約20の企業団体が協力し28の体験を提供した。公的機関としては、新潟県警察（白バイに乗ろう）、新潟市消防局（レスキュー体験）、新潟県立自然科学館（各種工作体験など）なども協力していた。

マリニピア日本海は、オリジナルぬり絵を提供した。会場で来店客（小学生以下対象）がぬり絵をし、ぬり絵完成後、そのぬり絵でかんむりを作るというものであった。期間中、600名が当館提供のぬり絵イベントに参加した。

ぬり絵は低年齢層へ「生きものの形や色」を認識してもらう教材として有用であるため、今回の協力は有意義であった。また、リニューアルオープン直後であり、リニューアルオープンの広報としても機能したと考えている。

### 3. 入館料収入の実績について

平成25年度入館料収入 566,936,564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。

リニューアルオープンの大幅な入館者数の増加に伴い、入館料収入も増加した。特に年間パスポートについては、11,097人のお客様が購入し、入館料収入全体に占める割合が平成24年度の1.3%に対し、平成25年度は5.2%であった。2年目を引き続き購入していただけるよう、また新規でも購入者が増えるよう展示の工夫や更新を行ってきたい。

リニューアルオープンを契機に、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」を導入した。6月15日より販売を開始し3月末まで14,126枚を販売した。これにより、券買窓口で購入するお客様が減り、また、券買窓口が1箇所増設されたことで、繁忙期のチケット購入のための行列が解消されお客様の入場が円滑に行われた。また、「JAFカード割引」も導入し、会員証窓口提示で本人及び同行者4人計5人まで2割引を実施した。リニューアルオープンから3月末まで16,610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。リニューアルオープン後初めて迎える5・6月の遠足シーズンでは、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きたい。

#### 4. 管理経費等の収支決算について

##### [総括]

平成25年度は、当初予算においてリニューアルオープン年度として、どれくらい経費を要するか手探り状態の中で始まった。実際、予算が不足した科目があり、それについては他の科目から賄うこととした。特に工事費については、市のリニューアル工事予算の対象外であった箇所約500万円の修繕工事が発生し、この部分については、指定管理料とは別に市と工事請負業務委託契約を締結した。また、リニューアルオープン後、大変多くのお客様が来館したため、周辺道路・駐車場で混雑が生じ、これらを解消し、安全かつ円滑に駐車してもらうため警備員を増加した。当初の予定以上の警備員を配置したことで経費が嵩んでしまった。他にも、リニューアルオープンが近づくにつれ、生物の搬入、移動、打ち合わせ、その他準備等で多くの職員が時間外勤務を行った。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、別途工事請負業務委託契約を締結したが、指定管理者として当初予算の範囲内で適切に執行した。

平成26年度は、リニューアル後初めて1年を通しての執行となるため、どれくらい経費を要するかが見えてくる。しかし、前述したとおりリニューアル工事の対象外であった箇所突発的な故障、不具合による工事や電気・ガスなどのエネルギー系の値上げなどで経費が嵩むことが十分考えられる。

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。

#### 5. 最後に

平成25年度の入館者数は、7月15日のリニューアルオープン日からで、586,288人（前年度比189.3%）。入館料収入は、566,936,564円（前年度比193.8%）であった。平成23年度の同期間の342,393人（平成23年度比171.2%）と比較しても、大幅に増加した。

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」と「満足」の計は97.7%であった。平成24年度の96.8%よりアップしている。

また、来館回数については、「はじめて」が40.3%（前年度30.4%）で、はじめての入館者が10%アップした。このことは、リニューアルしたマリニピア日本海に魅力を感じていただいたと考えている。はじめての入館者が10%アップしたことは、年間パスポート購入者の大幅な伸びと結びついており、初めて来て、また来てみようということで年間パスポートを購入したお客様もたくさんいたと思われる。

施設については、従来施設の老朽化、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、スロープの設置、雨に濡れずに観覧できるなどホスピタリティー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ったと考えている。

また、駐車場不足は、従来から変わらない大きな問題で市側の対応が待たれる。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。

今回のリニューアルで対応できなかった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、平成 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。

ソフト面については、リニューアル後の大きな柱である「体験型水族館」の展開である。従来のイルカショーやマリンサファリ給餌解説などだけでなく、アクアラボ体験プログラムやひれあし類解説など見て触って感じる体験型プログラムを充実させている。また、小プログラムとして、期間限定で「育成室ガイド」や「ハンズ・オンガイド」などを実施し、お客様に喜ばれている。

リニューアル効果を最大限発揮するべく 2 年目の平成 26 年度にどのような事業展開を図り今後の入館者数の伸びに結びつけていくかが最大の課題である。

3 月に平成 26 年度からの指定管理者の指定決定を頂戴したところであるが、「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。