

琵琶湖博物館の上半期の来館者数が 過去4番目の人数を達成しました

概要

- ・約32万人が4月から9月までに来館した(過去10年間で最多)
- ・上半期来館者数が30万人を超えたのは過去6回あり、うち今回は4番目の人数となる
- ・現在、SNSなどを通して、琵琶湖博物館の存在や、その魅力をアピールしている

詳細

・来館者数の推移

H27年度から始まった、3期にわたるリニューアルにより、来館者数の回復が見られたものの、ランドオープンとなったR2年度には新型コロナウイルスによる入館制限が、また、R4年度にはビワコオオナマズ水槽の破損による水族展示の制限により、入館者数が減っている状況であった。しかし、R6年度では来館者数の大幅な回復が見られ、上半期の来館者数は321,864人となった。

上半期で30万人を突破したのは、今回を含めて6回あるが、今回は過去4番目の数値となっている。さらに、例年通りのペースであれば、今期は年間来館者数50万人を超える可能性があり、開館以降の累計来館者数1,300万人が近づいている(R6年10月末時点12,896,055人)。

・博物館の存在の周知

現在、「琵琶湖博物館は何をしているのか、行けば何ができるのか」を知ってもらうと言う点を重視して広報を行っている。そのために主に下記のコンテンツを活用している。

- ・SNSを利用した広報
- ・YouTubeによる解説
- ・資料提供による公知
- ・SNSを利用した広報

X(旧Twitter)、Instagram、Facebookを活用し、R6年度は186件(発信するコンテンツは各SNS用に編集するため、合計投稿数は558件)、1日あたりおよそ1件ずつは各SNSへ投稿している。

投稿内容は博物館の収蔵品やイベントの公知に留まらず、周辺で採集された動植物や、研究活動、水槽整備の様子など活動の裏側を載せるなど、博物館に興味を持ってもらえるよう工夫を凝らして投稿している。



・YouTube による解説

学芸員の活動紹介のほかに、博物館そのものの紹介や、博物館をいかに利用するかをテーマにしたものを投稿した。投稿ペースとしてはR 6年度は9月までに9本発信しており1月あたり1.5本となっている。

<展示の注目ポイントを解説した動画>

Vlog として投稿したもののの中には、15分ほどの長尺であるにもかかわらず、これまでに8万回を超える再生数があり、「博物館に行けば何を見ることができるのか」、「この展示はどういう視点で見たら面白いのか」と言った情報を先に伝えることで、より注目してほしいポイントを知らせ、ぜひ実際に行ってみてみたいという気持ちにさせることを目的としている。

<学校向けにも解説動画>

遠足や野外学習先の選定資料として使ってもらったり、見学コースの確認、手続きの確認に使ったりしている。実際に来館した生徒から「YouTubeに出た人だ!」と声をかけられた学芸員もおり、当館の狙い通り、事前学習用としても使われていることがわかる。



【Vlog】琵琶湖博物館の歩き方！水族展示など見所を現役学芸員さんが案内

8.7万回視聴・3か月前



・資料提供による告知

資料提供を積極的に行っており、9月までに39件、1週間あたり約1.5件の資料提供をしている。

琵琶湖博物館は琵琶湖と言う広大で重要なフィールドに接していることから、外部研究者の施設利用や、世界各地からの視察などを多く受けているが、それらの活動がほとんど知られていなかった。

地域との繋がりを持ちながら活動する博物館として設立されており、このような地域密着型の博物館を作りたいという要望は世界レベルでも多く、これまでも国際協力機構（JICA）を通じた実習、講義や、海外の政府関係者による視察が実施されている。現在はこうした国内外からの視察や研究活動も含めて、琵琶湖博物館の活動を積極的に報告している。

・来館者増の要因について

本年度においては、水槽再開のニュースを上記すべての方法で発信しており、SNS や YouTube を利用して各水槽の魅力を伝えるだけでなく、資料提供を通じて多くのメディアに取材に来てもらうことができた。そのため、学芸員の口から直接その魅力を伝える機会が多くできており、その結果が今回の来館者増に繋がったものと考えている。

博物館の、そして琵琶湖の魅力を伝えることが来館者の増加に繋がっている可能性が高いことから、今後も積極的に魅力的な琵琶湖を全国へ向けて発信していきたい。