

コロナ禍を見据えた

大阪市博物館機構中期戦略 ver.1 (案)  
Covid-19 Response Strategy  
について

地方独立行政法人大阪市博物館機構  
令和 3 年度

# はじめに

令和元年度の当機構の経営は、過去最高の入館者数を獲得するとともに、収支面においても収入増と経費縮減に努めた結果、一定額の剩余金を計上することができた。

しかし、年明け1月からは新型コロナウイルスが拡大し、2月末には全館で休館を余儀なくされ、事態は年度が明けても継続し、ようやく5月下旬から順次再開（開館）に漕ぎつけた。

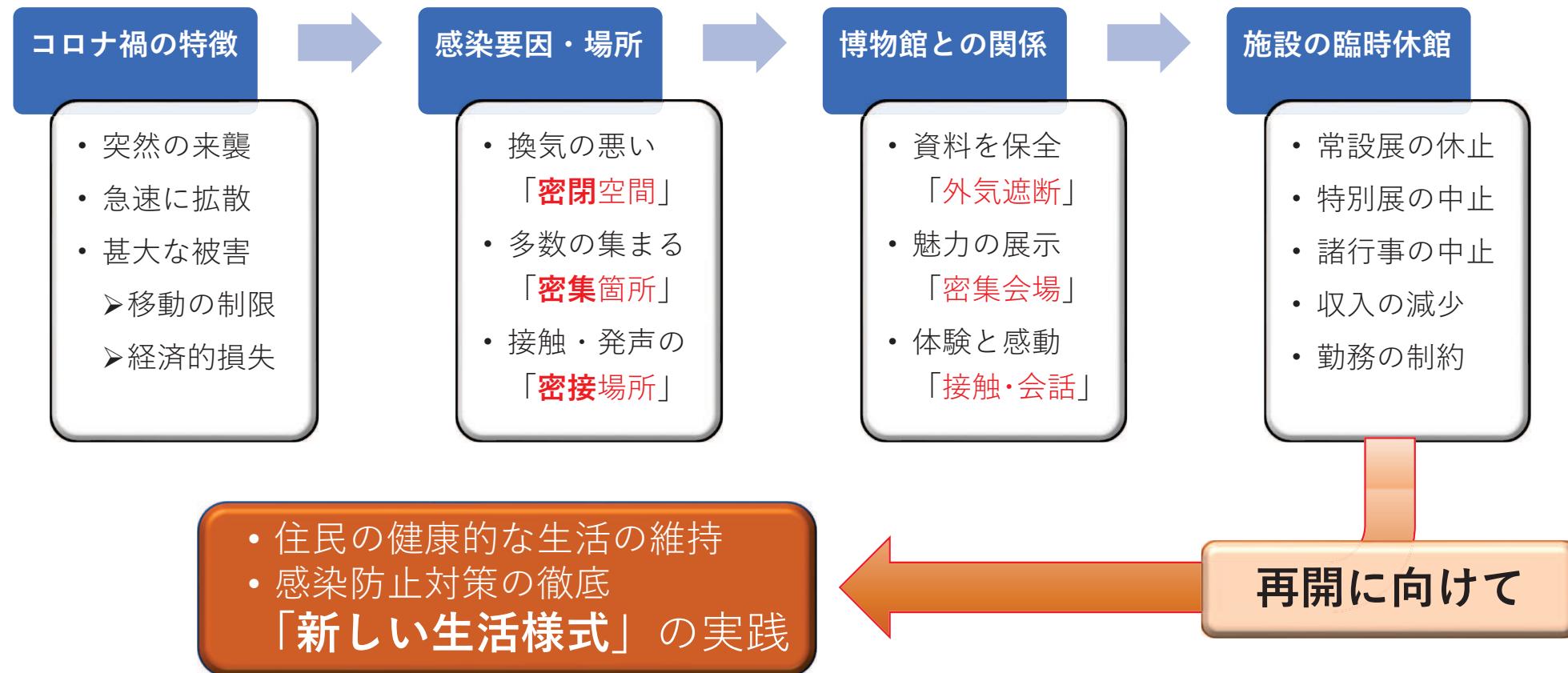
コロナ禍は、当機構の設立団体である大阪市の財政状況にも大きな影響を及ぼし、大幅に税収が減少する見込みであり、これまでにない厳しい財政状況のなか、全市的に一層の選択と集中が求められることが想定される。

こうした状況下にあって、今後のコロナ禍を見据え、安全・安心な施設運営をめざすとともに、持続的な経営に必要となる財源の確保が喫緊の課題となっている。

そこで、今中期計画の期間中に新たに展開する戦略を「**CRS**」として策定した。本戦略に沿い、幅広い利用者に向けて安全・安心で魅力的なコンテンツを提供することで博物館の価値向上を図るとともに、コロナ禍のみならず、アフターコロナも視野に入れた持続的な経営の実現を目指すものである。

\*CRSとは、Covid-19 Response Strategyの略であり、コロナ禍に対応し経営を立て直すための新たな取り組みのことである

# 環境変化－コロナ禍の影響



# 新たな戦略(CRS)の展開－目標・方針

## 【最終目標】

### ➤ 博物館・美術館の価値向上

ミュージアムビジョンの実現に貢献するため、その基礎・源泉となるミュージアムの価値を向上させる  
(顧客ロイヤリティの向上)

## 【中期戦略目標】

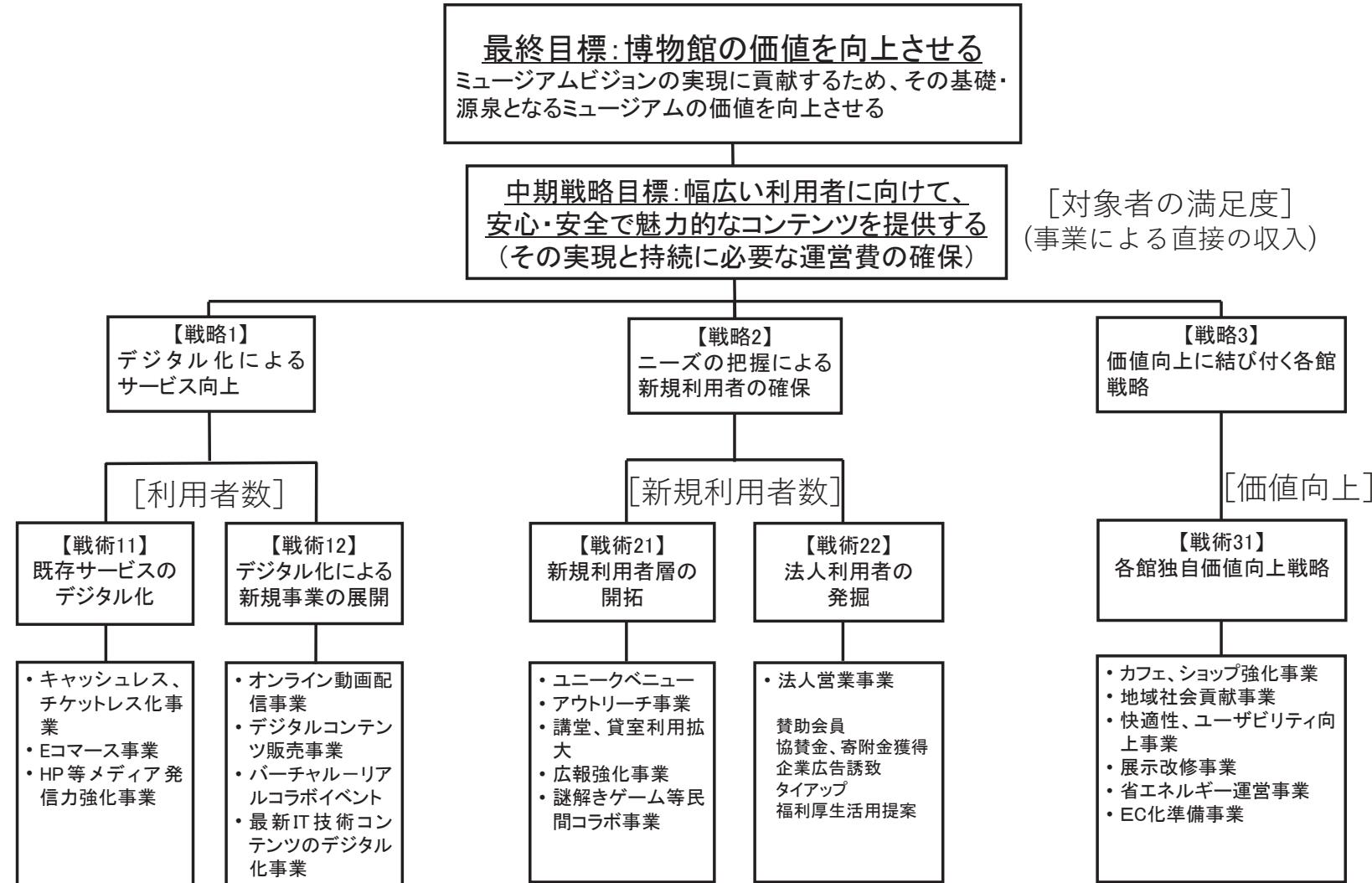
### ➤ 幅広い利用者に向けた、安心・安全で、魅力的なコンテンツの提供

その実現・継続に必要な運営費の安定的確保

## 【具体的には】

- ・ [目的] ハード・ソフトの充実による魅力向上と収益の確保
- ・ [方針] 安全確保が最優先
- ・ [手段] DXなど新たな手法を導入
- ・ [期間] 現在の中期計画期間中

# 新たな戦略(CRS)の展開－体系図



# 事務局：各館共通事業

## 1. 『Pass Market』導入促進によるキャッシュレス化とチケットレス化

市美、自然史、東陶、歴博導入済。  
科学館は以前よりオンラインチケットサービス『Webket』を導入



## 2. 通販プラットフォーム『BASE』の導入と活用促進

同システムを使ったEC店舗の開設を推進。  
市美、東陶は店舗開設済。  
科学、歴博は4月以降に開設予定。



# 事務局・各館：オンライン事業の導入

## 1. Zoomの導入

講演会等をオンラインで配信できるZoomを導入。  
オンラインでの学芸員実習の取り組みを始め、各館  
で無料・有料の様々なスタイルのオンライン事業を  
実施できるようになった。



## 2. TALK & THINKの実施

これまで、対面で行ってきた機構学芸員の講演会を  
オンライン配信で実施（右写真上下）  
全国、世界中への発信が可能となった。  
展覧会の紹介、学芸員の研究などを発信することで  
市民の来館誘致にもなる。



# 各館：オンライン動画の配信

各館、YouTubeチャンネルなどを活用して、オンライン動画配信を実施

市 美：展覧会PR

科学館：サイエンスショー

自然史：

東 陶：} セミナー・講演など

歴 博：



# 科学/中之島：バーチャル・リアル融合のコラボイベント

戦術12



クリエイティブアイランド中之島実行委員会  
構成団体

大阪府立国際会議場、大阪市中央公会堂、大阪市立科学館、大阪市立東洋陶磁美術館、  
大阪大学・ダンスボックス・京阪ホールディングス（アートエリアB1）、  
大阪中之島美術館準備室、graf、国立国際美術館、こども本の森 中之島、  
中之島香雪美術館、中之島まちみらい協議会、フェスティバルホール

