

大阪市ミュージアムビジョン

都市のコアとしてのミュージアム

～大阪の知を拓き発信することで、人々が集い賑わう都市を実現し、大阪を担う市民とあゆむミュージアムへ～

平成28年12月

大 阪 市
(経済戦略局)

はじめに

大阪市は、昭和11(1936)年の市立美術館の開設以来、長年にわたり市民をはじめさまざまな人々の支援を得ながら、歴史・美術から自然・科学に至るまで多様な博物館を設置し、充実を図ることで、伝統の都市にふさわしい傑出した博物館「群」を築き上げて来た。また、今後、新たな美術館の整備を予定し、博物館群としての一層の魅力向上をめざしている。

この間、蓄積した国宝・重要文化財から各種の標本に至る貴重な市民財産である博物館資料は、181万点に達する。また、調査・研究成果の展覧会等を通じた公開・活用を、市民とともに積極的に展開することで、広く国内外から、年間209万人(平成27年度)に上る来館者を得るに至っている。

一方で、少子高齢社会の到来や生涯学習ニーズの高まり、都市の発展や外国人観光客の急増など、施設を取り巻く周辺状況は大きく変化し、対応が急務となっている。

本ビジョンは、博物館としての使命や要件、長年の活動実績を念頭に、取り巻く環境変化にも対応しつつ、都市大阪にふさわしい次代の博物館群(ミュージアム)として、今後、おおむね10年でめざす姿とその実現に適した運営のあり方(ビジョン)を示すものである。

大阪市ミュージアムの現状と目標

ミュージアムのあゆみと実績を基礎に、環境の変化や都市の特徴を踏まえ、新たに次の目標を定める。

ミュージアムの 現状



ミュージアムの 目標

ミュージアムのあゆみと実績

- ・さまざまな専門館
- ・伝統と実績
- ・優れた資料・作品
- ・多彩な人材
- ・成果の発信

ミュージアムを取り巻く環境

- ・大型開発や大規模施設の開業
- ・外国人観光客の急増
- ・高齢化と都心回帰
- ・学習ニーズの高まり

都市大阪(伝統と市民力)

- ・伝統の都市
- ・市民のプライド

① 大阪の知を拓く

ミュージアムは、大阪が有する自然や歴史、文化・芸術、科学の伝統の素晴らしさをさまざまな博物館活動を通じて発掘し、戦略的に発信することで、都市格の向上に寄与する

② 大阪を元気に

ミュージアムは、都市大阪に立地する特徴を活かし、内外から幅広い利用者を獲得するとともに、周辺エリアや多様なパートナーとの連携を図ることで、都市の活性化と発展に貢献する

③ 学びと活動の拠点へ

ミュージアムは、人々が探究心を抱き、感受性や創造性を育み、多様なニーズに応える学びや活動の拠点となることで、大阪を担う市民力の向上に貢献する

大阪市ミュージアムのめざす姿

今後、ミュージアムとしてめざす姿と、その実現に向けての目標や取組みのイメージ。

めざす姿

都市のコアとしてのミュージアム

～大阪の知を拓き発信することで、人々が集い賑わう都市を実現し、大阪を担う市民とあゆむミュージアムへ～

① 大阪の知を拓く

- ・館相互や関連施設との連携・協働による資源の相互活用
- ・歴史的建築等を活用したユニークベニューの展開
- ・官民の特徴を活かした戦略的発信
- ・アーカイブ化による資料・情報の有効利用
- ・ICTの活用による魅力的な展示



② 大阪を元気に

- ・多言語対応による観光客の受け入れ体制の整備
- ・近隣資源の活用やイベント参加
- ・メディアと連携し大型企画展を誘致
- ・企業と協働したミュージアムグッズの開発や解説技術の開発、サービス施設の充実



③ 学びと活動の拠点へ

- ・実物と実体験を通じた「気づき」やアクティブラーニングの場を提供
- ・プロ輩出の契機となるような専門研究の支援
- ・市民参加の調査研究活動や、ボランティア・NPOによる参画機会の拡充



具体的なアクションプラン(1)

目 標		戦 略	アクションプラン
① 大阪の知を拓く	ミュージアムは、大阪が有する自然や歴史、文化・芸術、科学の伝統の素晴らしさをさまざまな博物館活動を通じて発掘し、戦略的に発信することで、都市格の向上に寄与する	1 都市格向上を図るため、伝統と実績で培った独自の資源の魅力を、さまざまな活動を通じて発掘し、効果的に活用する	対象とする各専門館のポテンシャルを引出し、多様で質の高い事業を実施するため、幅広い分野で培った知識・経験・技術等を館を超えて共有したり、展示や広報等の活動で積極的に連携する
			2 博物館資料の価値や事業魅力をいっそう高めるため、他のミュージアムや図書館、大学、企業、ナレッジキャピタルなどさまざまな主体と連携し、各々に蓄積された資源を相互に活用する
			3 伝統と実績を継承しつつ、新たな資料価値を創出し、魅力的な事業を企画・実施するため、必要な専門人材を安定的に確保する
			4 ミュージアムの新たな魅力を創出するため、歴史的な建築や貴重な資料など優れた市民財産を活用した、コンテンツビジネスやユニークベニューの展開など、付加価値サービスを充実させる
			5 利用者ニーズに即したサービス向上や効率的な運営を図るため、適切にアウトソーシングを行う
		2 大阪の素晴らしさを国内外に向けて発信するため、戦略的な広報を展開する	6 ミュージアムの認知度を高め新たな利用者を獲得するとともに、文化交流の促進を図るため、第一級の博物館資料の価値とそれを育んだ大阪の素晴らしさを国内外に向けて発信する
			7 効果的な情報発信を行うため、対象の明確化、適切な媒体の選択、プレス方法の工夫を行うとともに、公的広報手段を積極的に活用する
			8 国内外への発信力を強化するため、民間事業者の活用や人材の機動的な登用、ノウハウの積極的導入を図る
		3 大阪の素晴らしさを継承・発展させ、利用者の満足度向上を図るため、資料の充実と施設・設備の整備に努める	9 来館者の満足度を上げ、リピーターの期待に応えるため、さまざまな手段で有用な新資料を獲得し、常設展示等で活用する
			10 博物館資料の保全や地域の公共施設としての役割を果たし、利用者サービスの向上を図るため、展示環境の改善、収蔵庫や付帯施設など、計画的な施設の改修・整備に努める
			11 博物館資料や調査研究の成果、ミュージアムに集まる情報のさらなる有効活用を可能とするため、資料・情報等のアーカイブ化に取り組む
			12 他館に先駆けた魅力的な展示を実現するため、ICTなど新たな技術や機器の導入を進める

具体的なアクションプラン(2)

目 標		戦 略	アクションプラン
②大阪を元気に	ミュージアムは、都市大阪に立地する特徴を活かし、内外から幅広い利用者を獲得するとともに、周辺エリアや多様なパートナーとの連携を図ることで、都市の活性化と発展に貢献する	4 都市における多様な利用者を獲得・支援するため、ソフトの充実や受入れ体制の整備を図る	13 観光客を積極的に獲得するため、多言語対応の案内・解説やホームページの充実を図るとともに、関連施設とのネットワークや文化・観光の多様なチャネルを活かしたプロモーションを強化する
		5 周辺エリアの魅力向上のため、近隣の施設や事業者と積極的に連携する	14 市民や企業、行政などさまざまな主体の活動をサポートするため、対象とする専門館が蓄積した成果や知識の提供等を通じて、創造活動のプラットフォーム的な役割を果たす
		6 地域経済や産業の活性化のため、メディアや地元等企业との協働を推進する	15 周辺エリアの新たな魅力を創出するため、近隣の文化財等資源の活用や公的施設と連携するとともに、地域のイベント等へも積極的に参画する
③学びと活動の拠点へ	ミュージアムは、人々が探究心を抱き、感受性や創造性を育み、多様なニーズに応える学びや活動の拠点となることで、大阪を担う市民力の向上に貢献する	7 こども(※)のリテラシー向上や教員等のスキル向上のため、メニューの充実や支援強化を図る	16 相互への送客による集客力向上を図るため、周辺の鉄道事業者や商業施設と連携した施策・活動を展開する
			17 市外からもより多くの利用者を獲得するため、メディアと連携した大規模展覧会の誘致や効果的な広報・宣伝を行う
		8 人々の多様な学習ニーズに応えるため、事業の充実と環境整備に努める	18 利用者サービスの向上のため、地元をはじめとした民間企業と協働し、魅力的なレストランやショップ等を実現するとともに、ICT技術を活用した解説手段や展示機器、ミュージアムグッズの開発などをめざす
			19 本物を通じて、こどもが探究心を抱き、感動が糧となるような「気づき」やアクティブラーニングの機会を提供するため、展示やワークショップ等メニューの充実を図る
		9 市民活動に寄与するため、幅広い参画機会を提供する	20 こどもの実践的な学習スキルの向上や、ミュージアムの活用促進を図るため、研修や教材作成支援を通じた教員等のサポートを行う
			21 こどもはもとより、学生やアマチュアが専門家をめざす契機とするため、クラブ・サークルの活動や専門研究を支援する
			22 多様な学習ニーズに応えるため、自ら学びを体験できる講座や地域をめぐり見学会など、メニューの充実を図る
			23 高齢者をはじめとする多様な人々の利用促進に向け、バリアフリーやユニバーサルデザイン化など、施設の整備やサービスの充実に努める
			24 市民や利用者が自ら学ぶことを支援するため、調査研究活動への参画や、自身の学習成果を発表できる機会や場を提供する
			25 市民や利用者が学習成果や技能を活かすため、ボランティアやNPOなど、運営を含めた館活動への参画機会を創出する

※ここでは、18歳以下の児童・生徒を指す

アクションプランの要件

「①大阪の知を拓く」の実現には

- ・館相互や他の主体との連携には、事業の**継続性**や**信頼関係**の確保が欠かせない。
- ・伝統と実績の継承や、魅力的な事業の企画・実施には、**専門人材**の安定的確保が不可欠。
- ・新たな魅力創出や情報発信には、**自主性**の発揮に加え、**臨機**に官民の手法の**柔軟**な活用が必要。
- ・資料の保全と充実や、展示環境の改善、計画的な改修・整備には、**戦略的投資**が必要。

「②大阪を元気に」の実現には

- ・観光客などより多くの利用者獲得と創造活動の支援には、**機動力**を備えた**柔軟**な対応が求められる。
- ・エリアでの協働や連携の推進には、事業の**継続性**や**信頼関係**の確保と、**自主性**の発揮が求められる。
- ・大規模展覧会の誘致には、事業の**継続性**や**専門人材**の確保と、**戦略的投資**が不可欠。
- ・レストランやショップでの民間活用の推進には、**自主性**の発揮や**柔軟**な対応が求められる。

「③学びと活動の拠点へ」の実現には

- ・学校や教員等の支援には、研究成果を備えた**専門人材**や、幅広い活動を可能にする**柔軟性**の確保が必要。
- ・多様な利用者や学習ニーズに応えるには、幅広い**専門人材**の確保と、環境整備のための**戦略的投資**が必要。
- ・市民参加や協働には、事業の**継続性**や参加者との**信頼関係**の確保と、**自主性**の発揮が必要。



【まとめ】

- ・事業における**継続性**や**専門人材**の安定的確保ができ、**戦略的投資**ができること。
- ・事業の効果的实施に必要な、**機動性**、**柔軟性**、**自主性**が確保・発揮できること。
- ・経営と運営の一元化が図られ、**中長期的視点**を備えた事業展開ができる体制であること。

付編と＜参考＞

ビジョンの背景(1) ～あゆみと実績～

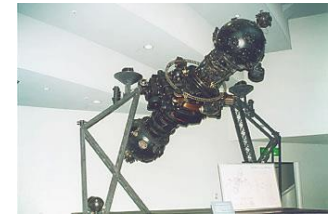
1)さまざまな専門館

本市(同じ設置者)が、半径5kmの範囲内に、戦前から、歴史、美術、自然、科学など幅広い分野の専門館を整備・運営。公の施設として、学術研究、学校教育、市民の生涯学習など、さまざまな分野からのニーズに応える。



2)伝統と実績

「東洋初」のプラネタリウム、「国内三番目」に設立された公立美術館、自然史系博物館ネットワークの「基幹館」など、全国の公立館をリード。登録博物館や重要文化財の公開承認施設に認定されるとともに、学術研究機関の指定を受け、補助金や支援金を獲得して活動を展開。



3)優れた資料・作品

大阪をはじめとするわが国や、東洋を中心に広く海外の貴重な資料・作品を収集するとともに、手入れや修復を行い、長期間にわたり大切に保管。



4)多彩な人材

さまざまな専門分野の人材が、調査・研究を基礎に、長年にわたる活動を通じて市民や寄贈者との信頼関係を構築。

5)成果の発信

収集品とその調査・研究の成果を総体として公開し、実物の価値、それらを育んだ自然・歴史・芸術・文化に関する情報、市民活動の成果を広く発信。



ビジョンの背景(2) ～環境の変化～

1) 大型開発や大規模施設の開業

キタのグランフロント大阪では、開業初年(2013)度に5,300万人、阿倍野地区では再開発が進み、平成26(2014)年春にはあべのハルカスが開業し、初年度、4,270万人の来場者を得た。



2) 外国人観光客の急増

平成27(2015)年の訪日外国人旅行者数は、1,974万人(対前年比47.1%増)。大阪に関しては、平成27(2015)年の来阪外国人旅行者数716万人(対前年比90.6%増)。



3) 高齢化と都心回帰

高齢者(65歳以上)人口は3,186万人で4人に1人の割合となり(※1)、インフラが整備され便利な都心への回帰も進む。美術館・博物館等は、利用したい施設として人気のスポット。



4) 学習ニーズの高まり

こどもが本物に触れることで自ら学ぶ力を育むことや、教員へのサポートが不可欠。生涯学習については、「公民館や生涯学習センターなどの公の機関における講座や教室」が最も支持(※2)され、開館時間の拡大や地域の人材育成などを求める声も強い。



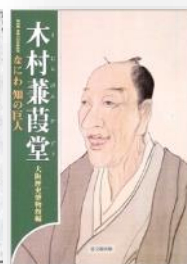
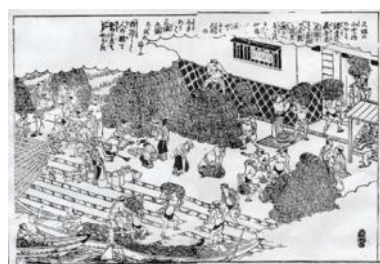
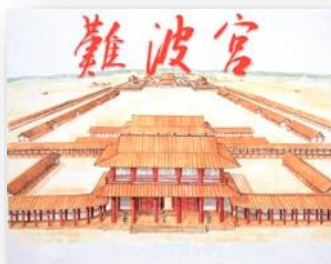
※1 「統計からみた我が国の高齢者(65歳以上)」 総務省 平成25年9月15日から

※2 「生涯学習に関する世論調査」 内閣府 平成24年7月調査から

ビジョンの背景(3) ～都市大阪～

1) 伝統の都市

前期難波宮から、大坂本願寺や大坂城と天下の台所、大大阪時代と、1300年以上にわたりわが国の中心都市として栄えたあゆみと伝統。江戸時代には、本草家、博物学者、古今東西の文物収集家(コレクター)、蔵書家として全国にその名を轟かせた「なにわ知の巨人 木村兼葭堂(※)」を輩出。



※ きむらけんかどう(1736-1802)は、大坂の北堀江(大阪市西区)生まれの造り酒屋を営む町人で、当時の日本を代表する文人

2) 市民のプライド

江戸期の町橋建設や懐徳堂・適塾など私塾の開設、明治期の愛珠幼稚園、大正期の中央公会堂や塩見理化学研究所(※)の設立、昭和期の大坂城天守閣再建のための寄付、美術館や東洋陶磁美術館への一流コレクションの寄贈など、いずれも市民の力に支えられて来た。



※ のちの大阪帝国大学理学部(昭和6年設立)の前身で、大阪の実業家の寄付を基に、大正5年に設立された理化学研究所

ビジョンの背景(4) ～博物館の使命～

1) 博物館資料等の収集と保管・継承

博物館資料及び図書等(以下、「博物館資料等」という)を、発見や採集、受贈、購入等の方法で**収集**し、標本化や修復を施しながら**保管**するとともに、将来へ確実に**継承**する。



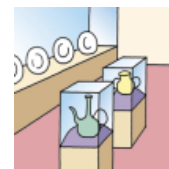
2) 博物館資料等の調査・研究

博物館資料等に対する**調査・研究**を通じて、新たな発見や理解の深化を進め、その**価値の向上**を図る。



3) 成果の公開・活用

博物館資料等とその研究成果を、**展示**や**講演**、**出版**等を通じて広く利用者に**公開**するとともに、さまざまな方面で**活用**する。



4) 教育・普及や市民協働

学校教育や生涯学習など**学びの支援**や、**市民と協働**した館活動を実施するとともに、次代を担う研究者をはじめとする**スペシャリストの養成**にも貢献する。



【博物館とは】

自然や科学、芸術・文化など幅広い分野の**博物館資料等**について、その**調査・研究**を基に、収集と保管、展示等による**公開・活用**を通じて、人々にその**魅力と正確な情報**を伝えるとともに**将来へと継承**すること、およびこれらの活動に**利用者が参画**することを通じて**学習し、成果を公表**できる場。

ビジョンの背景(5) ～博物館の要件～

1) 公共性・専門性・継続性

- 博物館資料等の収集と保管、学校教育や生涯学習への貢献、市民への参画機会の提供や協働の推進など、**高い公共性**が求められる。
- 博物館資料等の選択、調査・研究、特性に応じた管理や公開・活用には、**高度な専門性**が求められる。
- 博物館資料等の保存と将来への継承、調査・研究と企画、大規模展覧会の準備から開催、寄贈・寄託者など関係者との信頼関係の構築など、中長期的視点での事業の**継続性確保**が欠かせない。

2) 優れた人材と倫理観

- 高い専門性の確保のため、また、サービス向上と経営努力の発揮においても、**優れた人材の安定的確保と育成**が不可欠である。
- 博物館資料等の獲得から成果の公開・活用、教育・普及に至るまで、博物館活動において専門人材には、倫理規定や行動規範に準拠した**高い倫理観**が求められる。

3) 経営努力とマネジメント

- 幅広い利用者に対して、施設・設備の充実から、展示内容や鑑賞環境、イベント、その他の付帯事業に至るまで、**サービスの向上**が求められる。
- 事業収入のみで施設を運営することはできないが、公費以外の新たな資金獲得を含め、組織による**経営努力**が求められる。
- サービス向上や経営努力を可能にする**マネジメントの確立**と、運営主体による**自主性が発揮**できる環境整備が求められる。

4) 点検・評価と透明性

- 社会情勢や新たな博物館法等の規定からも、事業運営における**点検・評価・改善**や、結果の公表を通じた**透明性の確保**が求められる。

<参考> 各館の概要

	大阪歴史博物館	市立美術館	東洋陶磁美術館	自然史博物館	市立科学館
所在地	中央区大手前4-1-32	天王寺区茶臼山町1-82	北区中之島1-1-26	東住吉区長居公園1-23	北区中之島4-2-1
設立年月日	平成13(2001)年11月3日	昭和11(1936)年5月1日	昭和57(1982)年11月6日	昭和25(1950)年4月1日	平成元(1989)年10月7日
登録・公開承認	登録博物館・公開承認施設	登録博物館・公開承認施設・勸告承認出品館		登録博物館	登録博物館
管理運営	(公財)大阪市博物館協会	(公財)大阪市博物館協会	(公財)大阪市博物館協会	(公財)大阪市博物館協会	(公財)大阪科学振興協会
館の概要・特徴	・市立博物館(昭和35年12月1日開館)の新館と、考古資料センター機能を併設し、開館。 ・大阪が日本史上の中心都市として栄えた古代の難波宮、中世の大坂本願寺、近世の天下の台所、近代の大大阪時代をメインとする都市史の展示を展開。難波宮跡や大阪城の歴史的眺望も楽しめる。	・東洋の古美術を中心に、80年間にわたり、さまざまなコレクションの収集などの活動を展開。 ・重要文化財14点を含む8,373件の収蔵品と、国宝5点や重要文化財104点を含む5,171件にのぼる寄託品。 ・公募美術展を開催する地下展覧会室を有し、美術研究所を開設。	・安宅コレクションの寄贈を契機に、昭和57年に開館した陶磁器専門館で、本市では比較的新しい施設。 ・国宝2点や重要文化財13点を含む中国・韓国陶磁等、7,048点を収蔵。 ・東洋陶磁に限らず、西洋や現代の作品の展覧会も開催し、新たなファン層も獲得。	・自然史博物館の草分け的存在で、昭和49年に現在地(長居公園内)に新築。 ・西日本自然史系博物館ネットワークの基幹館。 ・種の同定作業の世界基準となる模式標本は約1,700点にのぼる。 ・市民協働の先駆者的施設で、現在もNPOと連携して事業を展開。	・東洋初のプラネタリウムを導入した、日本初の科学館「大阪市立電気科学館」(昭和12年)が前身。 ・宇宙、科学、化学の仕組み・成り立ちを、ハンズオンやサイエンスショーなどでわかりやすく展示。 ・学芸員のライブによるプラネタリウムや常設展示の日常的な改善・改良で、実物による科学を楽しむ空間を実現。
展示面積	5,011㎡	6,680㎡	1,053㎡	3,830㎡	3,156㎡
館蔵品(H27)	136,517点	8,373(件)	7,048点	1,644,633点	14,608点
開館時間	午前9時30分～午後5時、一部の金曜日は午後8時まで	午前9時30分～午後5時	午前9時30分～午後5時	午前9時30分～午後4時30分(11～2月)、5時(3～10月)	午前9時30分～午後5時
常設展観覧料	600円(大人)、400円(高校・大学生)	300円(大人)、200円(高校・大学生)	500円(大人)、300円(高校・大学生)	300円(大人)、200円(高校・大学生)	展示場400円(大人)、300円(高校・大学生)
年間観覧者(H27)	399,944人	516,818人	117,977人	330,027人	721,933人
職員数(H27)	32(うち、学芸員20)人	17(うち、学芸員9)人	11(うち、学芸員6)人	23(うち、学芸員15)人	25(うち、学芸員11)人
運営費(H27)※	673百万円	360百万円	239百万円	344百万円	239百万円
収入(H27)※	131百万円	110百万円	58百万円	25百万円	54百万円
最近の主な特別展等観覧者(人数)	H25、幽霊・妖怪画大全集(67,964人)	H25、ボストン美術館展(242,725人)	H24、マイセン磁器展(65,837人)	H24、新説・恐竜の成長(152,183人)	全天周映像HAYABUSA(58,810人)

※運営費及び収入は、自主事業によるものを除く。

用語説明

用 語	解 説(本ビジョンでの意味)
博物館資料(※1・2)	実物等資料 実物、標本、文献、図表、フィルム、レコード等の資料 複製等資料 実物等資料を複製、模造若しくは模写した資料又は実物等資料に係る模型
都市格	都市を一個人に見立て、その「人格」に相当するものという考え方。第19代(1923-1927年)大阪府知事の中川望が提唱し、大西政文の『都市格について 大阪を考える』(1995年)に継承され、広まった言葉
市民力	一般に、市民が自発的に地域課題の解決のために取り組もうとする力とされるが、ここでは、市民や企業をはじめとした地域の構成員が、学びや各種の活動を通じて街に対する誇りや愛着をいだき、地域の価値創造に取り組もうとする力
ICT	情報通信技術(Information and Communication Technology)のことで、従来から使われている「IT」に通信コミュニケーションの重要性を加味した言葉
アーカイブ化	重要な資料等をひとまとめにして、デジタルデータ化するなど、広く相互利用可能な形式で保存すること
ユニークベニュー	美術館や博物館など、イベントを開くことで特別感や地域の特性(ユニーク)を演出できる会場(ベニュー)
メディア	新聞・テレビ・ラジオなどの情報媒体を扱う事業者、会社
アクティブラーニング	「どのように学ぶか」という、学びの質や深まりを重視し、課題の発見と解決に向けて主体的・協働的に学ぶ学習
ナレッジキャピタル	グランフロント大阪内に開設された、企業人、研究者、クリエイター、一般生活者などさまざまな人たちが行き交い、それぞれの知を結び合わせて新しい価値を生み出す“知的創造拠点”
コンテンツビジネス	本来は「放送・映画・音楽・漫画・アニメ・ゲームなどのような知的生産物について、その制作・管理・提供にかかわるビジネスのこと。コンテンツ産業。」を指すが、ここでは、博物館資料について、その資料価値を活かして商品化するビジネスのこと
アウトソーシング	自社(館)で行ってきた仕事を、外部の専門業者などに委託すること
プロモーション	利用者へ、事業やサービスの内容を知らせ、利用促進を図るための活動
プラットフォーム	「壇上」や「足場」といった原義から派生して、ものごとの基礎、基盤になるもので、ここでは、「活動の基盤、交流の場」の意味
リテラシー	読み書きができるから転じて、必要な情報や知識を引き出し、活用する能力、応用力
バリアフリー	もとは建築用語で、建物内の段差など物理的な障壁の除去から、最近では、より広い意味で用いられる
ユニバーサルデザイン	文化・言語・国籍や老若男女の違い、障がい・能力の如何を問わずに利用可能な施設・製品・情報の設計
登録博物館	博物館法に基づき、都道府県等教育委員会等の審査を経て原簿に登録された施設(913館、平成23年10月)
公開承認施設	文化財保護法第53条に基づき、重要文化財の公開に適するとして文化庁長官の承認を受けた施設(111施設、平成27年1月)
図書等(※2)	博物館資料(実物等資料+複製等資料)に関する図書、文献、調査資料その他必要な資料
マネジメント	組織(館)の使命や目的を効果的に達成するために、組織の維持・発展を図ること、また、そのための手段、機能、機関

※1 『博物館法』、第2条第3項より

※2 『博物館の設置及び運営上の望ましい基準』(平成23年12月20日文部科学省告示第165号)、第5条第1～3項より