

令和 6 年度「博物館機能強化推進事業
(経営基盤強化に向けた組織改革の促進に関する
調査研究実証)」委託業務

事業報告書

令和 7 年 3 月 31 日

株式会社 丹青研究所

目 次

第1章 事業の概要	1
1. 事業の概要	1
(1) 事業の名称	1
(2) 事業の背景と目的	1
(3) 推進体制	1
(4) 課題の整理	2
(5) 事業の内容	3
(6) 事業の工程	6
第2章 調査研究及び実証事業の展開	7
1. 課題の整理をふまえた本事業の展開	7
(1) 令和5年度における中間支援組織に関する調査研究内容、課題と成果	7
(2) 令和5年度の調査研究結果をふまえた本事業の展開	9
2. 博物館振興団体の発信力の強化と寄付受け入れの強化	12
(1) ファンドレイザーの配置、ワーキンググループの開催	12
(2) 外部資金獲得の一元管理運営に向けた基盤整備	17
3. 「博物館への寄付ポータル」の立ち上げ	53
(1) 「博物館への寄付ポータル」の基本的な考え方	53
(2) クラウドファンディング事業者とのパートナーシップ	54
(3) 会員館のクラウドファンディングプロジェクトの発掘・支援	55
(4) 「博物館への寄付ポータル」の立ち上げ	63
第3章 成果の分析と今後の課題	67
1. 成果の分析	67
(1) 中間支援体制構築のための外部資金獲得に向けた基盤整備	67
(2) 中間支援組織における博物館の外部資金獲得に向けた支援の可能性の把握	70
(3) 中間支援組織における広報の必要性の把握	72
2. 今後の課題	73
(1) 課題整理の前提	73
(2) 事業の調査研究の対象とした日本博物館協会について	74
(3) 今後の課題	75

第1章 事業の概要

1. 事業の概要

(1) 事業の名称

令和6年度「博物館機能強化推進事業（経営基盤強化に向けた組織改革の促進に関する調査研究実証）」委託業務

(2) 事業の背景と目的

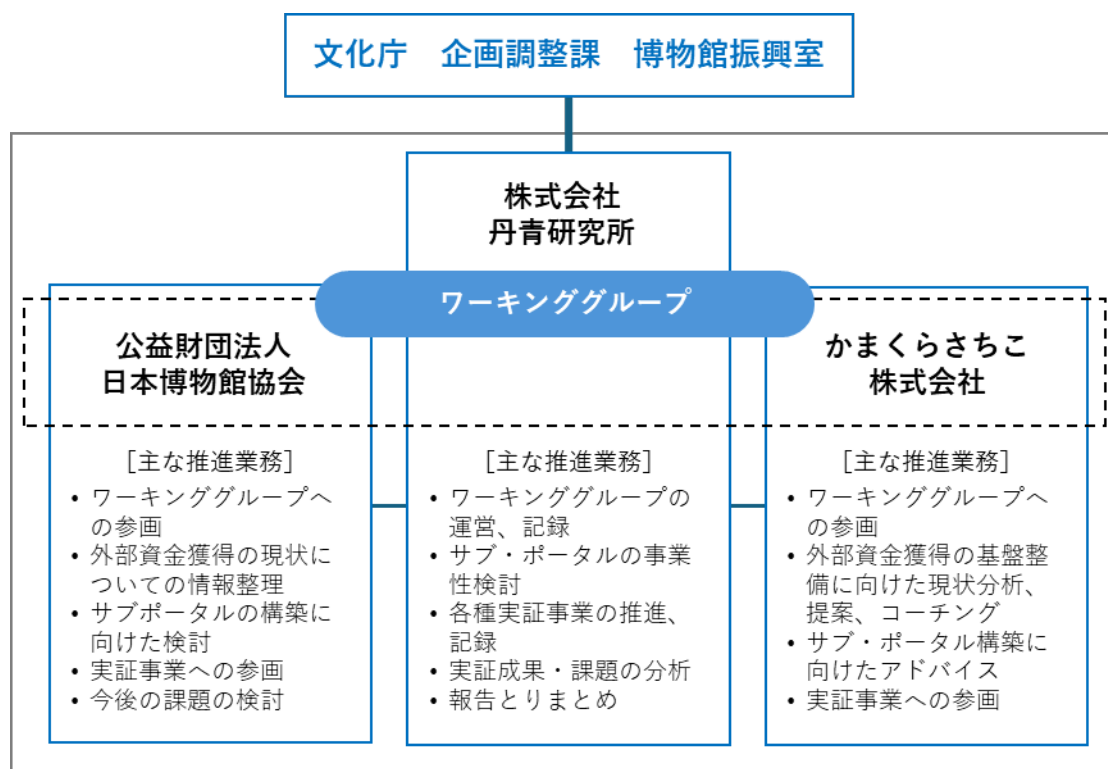
自治体財政の逼迫や国内経済の低迷で経営基盤が脆弱化する博物館において、これからの機能強化を達成するためには、博物館振興団体等による中間支援と、戦略的かつ持続的な外部資金の獲得による経営基盤の多角化と拡大を検討する必要がある。そのために、博物館振興団体における中間支援体制構築のための経営基盤強化を実施し、成果と課題を分析する。

(3) 推進体制

本事業は文化庁からの委託を受け、受託者である株式会社丹青研究所が、再委託先である公益財団法人日本博物館協会及びかまくらさちこ株式会社との協働により推進した。

博物館の全体的な振興に寄与する中間支援組織について検証を行った令和5年度の「博物館機能強化推進事業（経営基盤強化に向けた組織改革の促進に関する実証事業）」での検討をふまえて、博物館振興団体における中間支援体制構築のための経営基盤強化の調査研究を行うため、博物館振興団体を公益財団法人日本博物館協会、外部資金獲得のアドバイザー（ファンドレイザー）をかまくらさちこ株式会社として、体制を整えた。事業内において、3者でのワーキンググループを設置して実施した。

■推進体制図



(4) 課題の整理

令和5年度「博物館機能強化推進事業（経営基盤強化に向けた組織改革の促進に関する実証事業）」（以下、令和5年度事業と表記する）において、博物館振興団体が中間支援組織として担うべき役割や機能の検証、中間支援組織による新しい資金調達手法に関する実現可能性調査が行われた。令和5年度事業において、国内博物館の現状をふまえて中間支援組織に求められる役割や機能が整理され、その重要性が確認されたが、博物館振興団体において中間支援体制を構築するためには、運営資金の不足、マンパワーの不足が課題となっていることもあわせて明らかとなった。

同時に、令和5年度事業では中間支援組織の外部資金獲得手法についても調査研究を実施し、多様な手法・仕組みについて検討した。この中で、具体的に取り組める短期施策として、クラウドファンディング・寄付が位置づけられた。

現状、博物館振興団体は、団体会員から徴収する会費と、業界の振興に資する事業を実施することで得られる事業収入を主たる財源としており、中間支援体制を構築するためには、それ以外の収入の拡大が求められる。本事業においては、令和5年度事業をふまえ、博物館振興団体における寄付収入やクラウドファンディング事業者と連携した収入の拡大に向けた実証事業を行い、その成果と課題を分析することとした。本事業における課題の整理の詳細は第2章の冒頭（P7～）にて記載する。

(5) 事業の内容

本事業において実施した調査研究の概要は下記の通りである。

詳細は第2章以降において記載する。

① 博物館振興団体の発信力の強化と寄付受け入れの強化

- ・公益財団法人日本博物館協会（以下、日博協と表記する）にファンドレイザーを配置し、日博協・ファンドレイザー・丹青研究所の3者でのワーキンググループを実施した。
- ・全10回のワーキンググループの計画及びスケジュールを作成し、検討すべき事項、アクション、役割分担を行い、推進した。
- ・ワーキンググループは、計画に基づき、ファンドレイザーから日博協へのコーチングと3者での具体的な課題解決に向けた協議を行った。さらに、本事業内で実施する具体的なファンドレイジングアクションを洗い出し、同協会の発信力の強化と寄付受け入れ強化のため、外部資金獲得の一元管理に向けた基盤整備を行った。

1) ファンドレイザーの配置、ワーキンググループの開催

- ・日博協に、ファンドレイザーとしてかまくらさちこ株式会社の鎌倉幸子氏を配置した。
- ・全10回のワーキンググループについて、第1回～第4回を計画フェーズとし、日博協の外部資金獲得に関する現状把握、支援者・ステークホルダー分析、ドナーピラミッド作成と今年度の実施計画（ファンドレイジングアクション）策定を行った。事業計画書にて予定していた、ロジックモデル作成については、今後同協会内部においてミッション・ビジョンの検討を行った後に設定することとなり、本事業内では必要性の確認を行った。第5回～第10回は実施フェーズとし、主に一般寄付増加、会員増加のための基盤整備の推進確認と協議、実証のワーク等を行った。

2) 外部資金獲得の一元管理に向けた基盤整備

- ・日博協の支援者やステークホルダーを確認し、同協会のドナーピラミッドを作成した。
- ・ドナーピラミッドの中でも本事業で取り組むメインターゲットを設定し、その属性の確認を行った。
- ・日博協が外部資金獲得のために外部へ発信・支援の依頼を行う際に、基本となるメッセージ（コアメッセージ）を検討した。同協会の現行事業やその成果、今後実施したいことについて、一般に分かりやすい言葉での発信を検討した。

- ・一般寄付増加に向けて、同協会ホームページの「寄附¹のお願い」ページを改修し、上記のコアメッセージや同協会の事業と成果について一般に訴求するページとした。さらに、寄付者の利便性を高めるため、クレジットカードでの寄付に対応できるものとした。事業計画書にて案として記載した同協会のトップページ上部への寄付募集ボタン設置については、大規模なホームページの改修が必要であることが分かり、現状のバナーで対応することとなった。
- ・支援者管理の仕組み構築に向けて、今後の改善について鎌倉氏から提案を行った。
- ・会員増加に向けては、会員管理の現状把握を行った。同協会ホームページ上の会員ページに関しては、上記のコアメッセージ等を活用した改修に着手し、今後引き続き推進することとなった。会員のうち、賛助会員増加の取り組みとして、同協会ホームページの賛助会員紹介ページに、各会員の紹介文を追加することとし、新たな会員の特典として設定した。
- ・遺贈寄付の受け入れに向けて、日博協に対して遺贈寄付推進機構株式会社・齋藤氏より遺贈寄付の基本的な知識、現状についてのレクチャーを実施した。また、遺贈寄付の受け皿整備として、READYFOR 株式会社の遺贈寄付・寄付先団体に同協会を登録した。
- ・日博協のさらなる外部資金獲得に向けて、同協会のホームページ上において企業広告を掲載するための検討を行った。

② 「博物館への寄付ポータル」の立ち上げ

- ・クラウドファンディング事業者である株式会社 CAMPFIRE（以下、CAMPFIREと表記する）と日博協がパートナーシップ契約を結んだ。同協会からクラウドファンディングの実施を検討している会員館を CAMPFIRE へ紹介する案件紹介や、同協会がクラウドファンディング支援（キュレーション）を行うことに加え、パートナーシップ契約によって CAMPFIRE から得られる報酬が博物館振興団体の収入源の一つとなる可能性を検討するためである。
- ・同協会が鎌倉氏と連携し、会員館のクラウドファンディング支援を行う実証事業を行った。
- ・博物館に関するクラウドファンディングをとりまとめたサブ・ポータルの検討を行った。協議の結果、会員館が行うクラウドファンディングをはじめとした寄付募集情報を集めた「博物館への寄付ポータル」を同協会のホームページに付属して立ち上げることとなった。

¹ 日博協のホームページにおけるページタイトルとして「寄附」の漢字が使用されていたため、「寄附」の表記としている。そのほか本報告書では、原則「寄付」を使い、既存の名称として使われている場合にのみ「寄附」の漢字で表記する。

1)「博物館への寄付ポータル」の事業性の検証

- ・博物館に関するクラウドファンディングをとりまとめたサブ・ポータルの構築にあたり、その目的や事業スキームを検討した。
- ・ポータルサイトは、日博協のホームページに付属する形で、クラウドファンディング及びその他の一般寄付や会員制度等も含めた会員館の寄付活動を紹介するものとした。
- ・イニシャルコストについてはポータルサイト構築費用のみとなった。ポータルサイトに関連する運営収支については、クラウドファンディング事業者から同協会が受け取るパートナー報酬、ファンドレイザーへの委託費を設定し検討した。同協会の今後の事業展開に応じて次年度以降に詳細検討することとなった。

2) クラウドファンディング事業者とのパートナーシップ

- ・日博協が CAMPFIRE とパートナーシップ契約を結んだ。CAMPFIRE のパートナーシップ契約の枠組みである「案件紹介パートナー」と「キュレーションパートナー」を兼ねたものとし、状況やプロジェクトに応じて選択し、それに応じた報酬を受けられるものとした。具体的な報酬の試算については P55 に記載した。

3) 日博協によるクラウドファンディングプロジェクトの発掘・支援

- ・日博協において今後、会員館のクラウドファンディング支援を同協会の事業として行う可能性を検証すること、クラウドファンディング事業者のキュレーションパートナーとしてキュレーション業務を実行すること、また「博物館への寄付ポータル」への掲載事例を収集することを目的に、今年度中に会員館の中からクラウドファンディングへの挑戦を検討している実証協力館を募集した。
- ・その結果、応募のあった公益財団法人相川考古館（以下、相川考古館と表記する）を実証協力館とすることとした。
- ・クラウドファンディング事業者の「キュレーションパートナー」としてのクラウドファンディング支援の内容を実践し、ノウハウを蓄積するため、鎌倉氏とともに実証協力館である相川考古館へのクラウドファンディング支援を行った。

4)「博物館への寄付ポータル」の構築、一般公開

- ・「博物館への寄付ポータル」の機能と情報更新の仕組みを検討し、サイト構築を行った。これまでの日博協のホームページと同様に、会員館の寄付情報を会員館が情報入力するものとした。
- ・令和7（2025）年2月25日より会員館に寄付情報の入力を依頼し、同3月11日に一般公開した。

(6) 事業の工程

本事業は下記の工程で実施した。

業務内容	令和6（2024）年				令和7（2025）年		
	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
① 博物館振興団体の発信力の強化と寄付受け入れの強化							
1) ファンドレイザーの配置、ワーキンググループの開催							
2) 外部資金獲得の一元管理に向けた基盤整備							
② 「博物館への寄付ポータル」の立ち上げ							
1) 「博物館への寄付ポータル」の事業性の検証							
2) クラウドファンディング事業者とのパートナーシップ							
3) 日博協によるクラウドファンディングプロジェクトの発掘・支援							
4) 「博物館への寄付ポータル」の構築、一般公開							

第2章 調査研究及び実証事業の展開

1. 課題の整理をふまえた本事業の展開

(1) 令和5年度における中間支援組織に関する調査研究内容、課題と成果

令和5年度事業では、博物館振興団体が中間支援組織として担うべき役割や機能の検証、中間支援組織による新しい資金調達手法に関する実現可能性調査が行われた。その中で整理された課題や成果を下記に示す。

① 国内博物館の現状

中間支援組織が担うべき役割や機能の検証に向けたニーズ調査において、博物館の典型的な姿の背景に見える博物館の現状が下記のように整理されている。

【典型的な姿の背景に見える博物館の現状】

※参考資料：令和元年度 日本の博物館総合調査研究報告書 日本博物館協会

- ・指定管理者制度を導入する公立博物館は増加傾向にあるが約3割
- ・常勤職員の減少、非常勤職員の増加傾向が続いている
- ・運営予算、資料購入予算の減少傾向は続いているが、維持や増加に転じる施設も見られる
- ・入館者5,000人未満の割合が最も多い傾向は変わらない
- ・施設、設備の老朽化に苦しむ館が増えている
- 活動の力点が「収集保存活動」から「教育普及活動」に移る傾向がある
 - 第1位：展示（64.3%）
 - 第2位：教育普及（18.0%）
 - 第3位：収集保存（8.1%）
 - 第4位：調査研究（6.8%）
- 厳しい運営環境の中で成果をあげている各博物館の取り組み
 - ◎教育普及活動、利用者ニーズに即した活動の展開
 - ◎地域課題への対応等
- 現場が感じている運営上の課題
 - ◎最も多くの博物館が感じる課題は「外国人向け対応の不足」：84.5%
 - ◎「情報のデジタル化の遅れ」を感じている博物館：73.9%
 - ◎「収蔵スペースが不足」している博物館：72.1%
 - ◎「職員が不足」と感じている博物館：73.2%
 - ◎「調査研究が進んでいない」と感じている博物館：72.3%
 - ◎「必要な資料整理が進まない」と感じている博物館：70.9%
 - ◎資料購入のための予算がない博物館：60.5%（100万円未満：22.5%）
- 現場が感じている博物館界全体の課題
 - ◎国や地方公共団体の博物館振興策が十分でない：72.7%
 - ◎市民、国民が博物館を支援する体制ができていない：70.9%
 - ◎日本の博物館界と博物館界以外の連携・協力が不十分：64.5%

- ◎ 職員の能力開発が十分でない：62.1%
- ◎ 日本の博物館の国際化が進んでいない：60.0%

※出典：令和5年度「博物館機能強化推進事業（経営基盤強化に向けた組織改革の促進に関する実証事業）」

② 博物館振興団体の現状における課題

同じく、中間支援組織が担うべき役割や機能の検証に向けたニーズ調査において、下記のような博物館振興団体の現状における課題が整理されている。

【博物館振興団体の現状における課題】

- ・ 運営資金の不足：会費、中心的構成団体からの資金、協賛金、寄付金、委託事業等の受託費等が少なく、十分な活動や中間支援が行えない
- ・ マンパワーの不足：少人数での事務局運営、ボランティアを基本とする意思決定組織・委員会等の運営により、十分な活動が行えない
- ・ 望ましい資金循環の欠如：運営資金の確保、事業内容の充実、加入メリットの向上という流れを生み出す仕組みが構築できていない
- ・ 各団体相互間の連携体制の不足：施策の方向性の全体共有、協働する事業展開が可能なプラットフォームが形成できていない
- ・ 社会全体への発信不足：情報発信が会員館や博物館界等への内部向けのものに偏り、「主体としての社会」に対する発信ができていないことにより、博物館やそれを支える振興団体の意義や魅力が社会と共有できていない。

※出典：令和5年度「博物館機能強化推進事業（経営基盤強化に向けた組織改革の促進に関する実証事業）」

③ 中間支援組織に求められる役割・機能

中間支援組織の役割と機能として、「個々の博物館が、『守り、受け継ぐ』『わかち合う』『育む』『つなぐ、向き合う』『営む』機能によって『文化をつなぐ』ことにより、社会や地域に持続して貢献できるよう全国の博物館活動を支援することで、日本の博物館全体を振興する」ものとして整理されている。

さらには、中間支援組織が担うべき役割や機能の検証の成果として、「中間」が何と何の間にあるのかに視点を置き、下記のようにまとめられている。

- ・ 中間支援組織とは、これからの博物館を支える、全てのものをつなぐハブであり、上記に示すそれぞれの関係性がよりよいものとなるための支援を行う役割と機能を持つ。「中間支援」とは、下記の意味を持つことを確認した。
 - ①博物館と博物館の間であって、両者をつなぐ
 - ②博物館と、博物館を支える人の間であって、両者をつなぐ
 - ③博物館と社会の間であって、両者をつなぐ

※出典：令和5年度「博物館機能強化推進事業（経営基盤強化に向けた組織改革の促進に関する実証事業）」

④ 中間支援組織の外部資金獲得手法

令和5年度事業内において、金融機関と連携し、中間支援組織における外部資金獲得手法について、多様な手法、仕組みを検討している。その中で具体的に取り組める短期施策として、クラウドファンディング・寄付が位置づけられている。

具体的なアクションとしては、博物館に関するクラウドファンディングプロジェクトをとりまとめたサブ・ポータル構築が現実的で有効な施策として挙げられている。博物館振興団体が博物館に関するクラウドファンディングをサブ・ポータルで一般に紹介するとともに、クラウドファンディング事業者とパートナー契約を結ぶことで博物館振興団体に報酬が入る仕組みである。パートナー（ここでは博物館振興団体）がクラウドファンディングを行いたい博物館をクラウドファンディング事業者に紹介すると、事業者がパートナーに対しビジネスマッチング手数料を支払うものである。

（２）令和5年度の調査研究結果をふまえた本事業の展開

令和5年度事業において、上記③のとおり中間支援組織の役割・機能が整理された。博物館振興団体の現状の課題をふまえると、その役割・機能を果たしていくためには、団体の経営基盤強化が必要であることが明らかとなった。その具体的な施策としては、④においてクラウドファンディング・寄付が挙げられている。これをふまえ、本事業を下記のとおり実施することとした。

① 日本博物館協会を実証の場とした調査研究

本事業の目的を「博物館振興団体における中間支援体制構築のための経営基盤強化を実施し、成果と課題を分析する」ことと掲げ、博物館振興団体である日博協を実証の場として選定し、調査研究を行うこととした。選定の理由は下記である。

-
- ・日博協は、博物館総合調査の実施主体であることや、令和5年度事業において丹青研究所と協働して調査研究を行ったことから、（１）に挙げた課題について十分な認識を持っている。
 - ・令和5年度事業において博物館振興団体の実態例として同協会の事業概要について整理した際、同協会の今後の課題として、持続的経営基盤の強化と、博物館情報の積極的発信による博物館への（社会からの）理解醸成の促進が挙げられている。このことから、今回の事業の目的である「博物館振興団体における中間支援体制構築のための経営基盤強化」と同協会がめざす方向性が合致している。
 - ・中間支援組織は日本の博物館全体の振興をめざすものとして設定されている。同協会は博物館をはじめ美術館、科学館、動物園、水族館等、館種を問わず支援を行っており、令和5年度事業で設定した中間支援組織の「日本の博物館全体を支援の対象とする」という方向性に合致している。
-

② 現状の課題や調査結果をふまえた今年度の調査研究及び実証事業の内容

本事業においては、博物館振興団体における中間支援体制構築のための経営基盤強化を目的に、(1)で整理された課題や調査結果をふまえて、下記の事業を実施することとした。

A：博物館振興団体の発信力の強化

博物館の現場が感じている課題として、「市民、国民が博物館を支援する体制ができていない」ことが挙げられている。これは裏返せば市民、国民にとって博物館が支援すべき対象であると感じられていないとも言える。博物館の役割や魅力を伝え、社会的意義を高めることは、中間支援組織「博物館と社会の間にあって、両者をつなぐ」役割とも言える。本事業においては、博物館への支援の機運醸成をめざし、日博協による一般社会への発信力を強化する施策を実証する。

B：博物館振興団体の寄付受け入れの強化

博物館振興団体の課題として、運営資金の不足、マンパワーの不足、望ましい資金循環の欠如といった経営基盤の脆弱さが挙げられている。充実した中間支援を実施するためには、十分な組織体制とそれを支える運営資金が必要である。この解決に向けて、令和5年度事業で挙げられた中間支援組織の外部資金獲得手法の短期施策の一つが寄付である。本事業においては、日博協における寄付受け入れを強化するための施策を実証する。

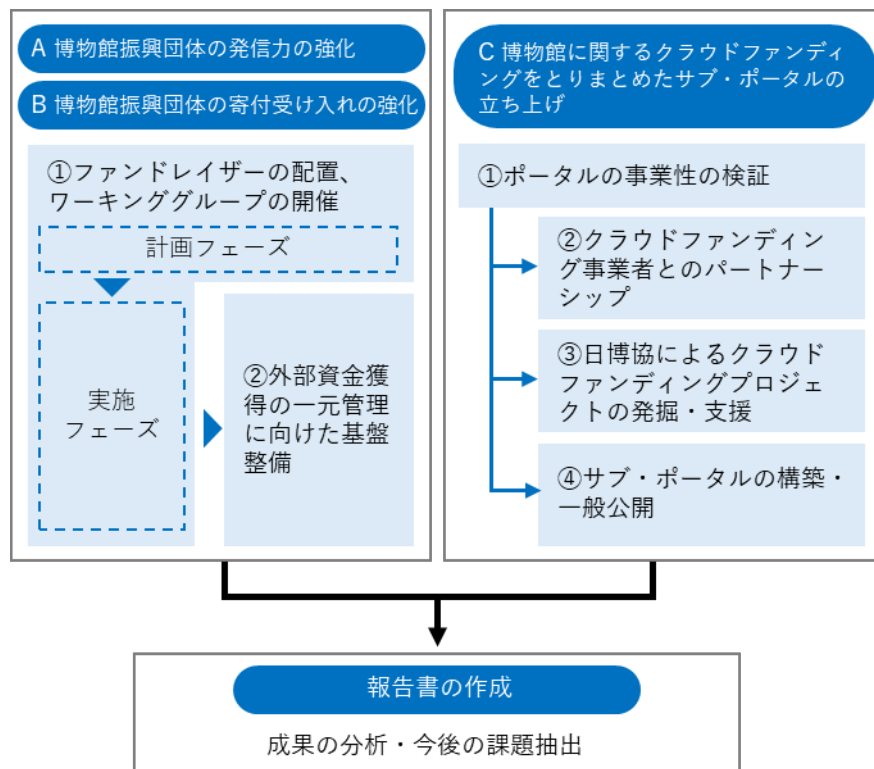
C：博物館に関するクラウドファンディングをとりまとめたサブ・ポータルの立ち上げ

博物館振興団体の外部資金獲得手法の一つとして、令和5年度事業で短期施策として有効性が認識された、クラウドファンディング事業者とのパートナー契約によるビジネスマッチング手数料を得る手法を検証する。日博協がクラウドファンディング事業者と連携し、博物館に関するクラウドファンディングプロジェクトをとりまとめて掲載するサブ・ポータルを構築、手数料を得るための仕組みを実装し、成果を検証する。

具体的な調査研究及び実証事業の内容はP12以降に記載する。なお、AとBは並行して進めることが有効と考え、AとBをあわせて実施したため、一つの項目「博物館振興団体の発信力の強化と寄付受け入れの強化」として報告する。

調査研究及び実証事業の業務構成とフローは次頁の通りとした。

■調査研究及び実証事業の業務構成・フロー



2. 博物館振興団体の発信力の強化と寄付受け入れの強化

(1) ファンドレイザーの配置、ワーキンググループの開催

博物館振興団体が中間支援体制を構築するための発信力強化、寄付受け入れ強化に向けた施策を実証するため、日博協にファンドレイザーを配置した。全10回のワーキンググループやその他の打合せの中で、ファンドレイザーによる提案、コーチングを同協会に対して行い、日博協の外部資金獲得の一元管理運営に向けた基盤整備をめざした。同協会の外部資金獲得に向けた現状確認と、発信力強化、寄付受け入れの強化のための土台となる仕組みの検討・構築、今後に向けた提案を行った。

① ファンドレイザーの配置

かまくらさちこ株式会社の鎌倉幸子氏を日博協に配置した。全10回のワーキンググループのほか、必要に応じた同協会との個別打合せへの参画、同協会の外部資金獲得に関する現状の確認や、同協会からの情報抽出・整理、協議、提案等を行うことを業務内容とした。

② ワーキンググループ、打合せ等開催概要

下記の通り、日博協・鎌倉氏・丹青研究所にてワーキンググループや打合せを実施した。

※P53以降で詳細を報告する「博物館への寄付ポータル」の立ち上げについても鎌倉氏のサポートを受けて推進した。

第1回 WG 令和6年 9月17日(火) 9:30-12:00	日博協と鎌倉氏との情報共有、外部資金獲得に関する基礎知識勉強会		
	議題①	日博協のミッション、業務内容、外部資金獲得に向けた活動の状況や課題、国内博物館の状況	日博協
	議題②	外部資金獲得に関する基礎知識レクチャー	鎌倉氏
	議題③	ポータルサイトについて	丹青研究所
9月18日(水) 10:00-11:00	【READYFOR 打合せ】 ・パートナー契約、ポータルサイトについてのヒアリング		
9月26日(木)	【鎌倉氏の日博協での活動】 ・日本博物館協会内部の組織（スタッフの数や役割）等のブリーフィング ・事業・財源・組織の情報のアップデート ・10月2日の第2回ワーキンググループの資料作り		
9月26日(木) 12:00-13:00	【CAMPFIRE 打合せ】 ・パートナー契約、ポータルサイトについてのヒアリング		

第2回 WG 10月2日（水） 14:30-17:00	支援者・ステークホルダー分析、ドナーピラミッドを確認、外部資金獲得に向けたコンセプトを協議		
	議題①	支援者・ステークホルダーについて	鎌倉氏
	議題②	ドナーピラミッドについて	鎌倉氏
	議題③	ポータルサイトについて	丹青研究所
10月15日（火）	【鎌倉氏の日博協での活動】 ・今年度行う実証事業の内容の確認 ・ドナーピラミッドの確認 ・今後の進め方を検討するための資料作成		
10月18日（金） 10:00-12:00	【3者での中間打合せ】 ・CF 事業者とのパートナーシップ、ポータルサイトのあり方について確認 ・今後の進め方について確認		
10月25日（金） 10:00-12:00	【WEB 制作会社打合せ】 「博物館への寄付ポータル」の概要説明、見積依頼		
第3回 WG 10月31日 13:00-15:30	ドナーピラミッドにあるターゲットについての深掘		
	議題①	ドナーピラミッドにある各階層の現状と課題の確認	鎌倉氏
	議題②	「博物館への寄付ポータル」についての確認	丹青研究所
11月7日（金） 10:00-11:00	【CAMPFIRE 打合せ】 ・パートナー契約の手続きについて		
11月8日（金）	【3者での中間打合せ】 ・メインターゲットの属性と流入経路の確認		
第4回 WG 11月12日 13:00-15:30	メインターゲットを深掘り／一般寄付ページ改修／博物館への寄付ポータル		
	議題①	メインターゲットの属性・流入経路の確認	鎌倉氏
	議題②	一般寄付ページの構造	鎌倉氏
	議題②	「博物館への寄付ポータル」についての確認	丹青研究所
11月20日（金） 16:00-17:00	【WEB 制作会社打合せ】 ・「博物館への寄付ポータル」の仕様、会員館の情報入力システムについて協議		

第 5 回 WG 12 月 5 日 (木) 13:30-16:00	一般寄付ページのストーリーラインの検討／博物館への寄付ポータル／CF 支援		
	議題①	一般寄付ページの改修（ストーリーラインの検討）	鎌倉氏
	議題②	「博物館への寄付ポータル」についての確認（Q & A）	丹青研究所
	議題③	日博協によるクラウドファンディング支援について	丹青研究所
12 月 10 日 (火) 10:00-11:00	【READYFOR 打合せ】 ・遺贈寄付団体登録についての紹介、手続き説明		
12 月 12 日 (木) 9:00-10:00	【相川考古館打合せ】 ・相川考古館のクラウドファンディングに対する意向確認 ・鎌倉氏よりクラウドファンディングについてプレゼンテーション		
12 月 12 日 (金) 10:00-12:00	【3 者での中間打合せ】 ・一般寄付ページに記載するタイトル、ストーリー、日博協の事業等について協議		
第 6 回 WG 12 月 19 日 (木) 13:00-15:30	一般寄付ページ改修／会員増加に向けた取り組み検討／博物館への寄付ポータル		
	議題①	コアメッセージの協議、一般寄付ページ構成の確認	鎌倉氏
	議題②	会員増加に向けた取り組み検討	鎌倉氏
	議題③	一般寄付ページ・大規模災害対応ページについて 「博物館への寄付ポータル」についての確認	丹青研究所
12 月 23 日 (月) 16:00-17:00	【WEB 制作会社打合せ】 ・ポータルサイトデザインについて確認・協議		
12 月 26 日 (木) 16:00-17:00	【相川考古館打合せ】 ・2025 年に行う事業内容とその費用 ・クラウドファンディング目標金額の設定 ・クラウドファンディングの実施体制、周辺商店街等から協力を得られる可能性等		
令和 7 年 1 月 9 日 (木) 16:00-17:00	【相川考古館打合せ】 ・プロジェクトページの確認、修正提案 ・アタックリスト（支援依頼先のリスト）の確認		

第 7 回 WG 1 月 16 日 (木) 13:00-15:30	一般寄付ページ改修／会員ページ改修検討		
	議題①	一般寄付ページ改修原稿、デザインの確認	鎌倉氏
	議題②	会員ページ改修・構成の検討	鎌倉氏
1 月 17 日 (金) 9:00-10:00	【相川考古館打合せ】 ・プロジェクトページの確認、修正提案 ・リターンの協議		
1 月 22 日 (水) 16:00-17:00	【相川考古館打合せ】 ・リターンの修正提案 ・アタックリストの確認 ・事前告知や公開日の告知メールの提案 ・CAMPFIRE への申請スケジュールの確認		
第 8 回 WG 1 月 30 日 (木) 13:00-15:30	遺贈寄付セミナー／クラウドファンディング支援／一般寄付・遺贈寄付ページ／企業協賛バナー／博物館への寄付ポータル		
	議題①	遺贈寄付セミナー	遺贈寄付推進機構 齋藤氏
	議題②	相川考古館へのクラウドファンディング支援について金額・スケジュールの確認	丹青研究所
	議題③	一般寄付・遺贈寄付ページの確認	鎌倉氏
	議題④	「博物館への寄付ポータル」デザイン案の確認	丹青研究所
1 月 30 日 (木) 16:00-17:00	【相川考古館打合せ】 ・リターンの修正提案 ・CAMPFIRE への申請の確認 ・プロジェクト期間の設定 ・広報依頼先の協議		
2 月 5 日 (水) 10:00-11:00	【WEB 制作会社打合せ】 ・「博物館への寄付ポータル」プレビュー、マニュアル説明		
2 月 5 日 (水) 11:00-12:00	【3 者での中間打合せ】 ・CAMPFIRE の支援プロジェクト紐づけ方法確認 ・「博物館への寄付ポータル」公開・運用についての確認		
2 月 6 日 (木) 16:00-17:00	【相川考古館打合せ】 ・申請後の CAMPFIRE からの修正指示について対応協議 ・事前広報の確認（チラシ、メディアへのアプローチ、SNS 活用） ・他団体への広報やコラボレーションのアイディアブレスト		

第 9 回 WG 2 月 13 日 (木) 13:00-15:30	一般寄付／会員／博物館への寄付ポータル		
	議題①	一般寄付（画像募集の確認、広報先リスト、チラシ、寄付受付のオペレーション）	鎌倉氏 丹青研究所
	議題②	会員（会員寄付ページ改修について、広報先リスト）	鎌倉氏 丹青研究所
	議題③	「博物館への寄付ポータル」（ソフトオープンに向けた準備・日程確認、広報先リスト）	丹青研究所
2 月 13 日 (木) 16:00-17:00	【相川考古館打合せ】 ・ CAMPFIRE からの修正指示について対応協議 ・ 広報の確認（チラシ郵送、プレスリリース、広報依頼先） ・ プロジェクト公開後の活動報告の確認		
2 月 20 日 (木) 16:00-17:00	【相川考古館打合せ】 ・ プロジェクト公開後の状況確認 ・ 代理支援の入金について ・ 広報依頼先との協働イベント等アイデア検討		
第 10 回 WG 2 月 27 日 (木) 13:00-15:30	一般寄付・会員／博物館への寄付ポータル／報告書作成		
	議題①	一般寄付・会員の取り組み確認（ページ改修、現状のオペレーション、広報先リスト）	鎌倉氏 丹青研究所
	議題②	「博物館への寄付ポータル」（会員館への入力依頼、広報先リスト）	丹青研究所
	議題③	報告書作成について（構成、確認スケジュール）	丹青研究所
2 月 27 日 (木) 16:00-17:00	【相川考古館打合せ】 ・ この 1 週間の活動や状況の確認 ・ 今後 1 週間の活動の確認（アタックリストにある依頼先への連絡）		

(2) 外部資金獲得の一元管理運営に向けた基盤整備

日博協における外部資金獲得の一元管理運営に向けて、ワーキンググループでの協議・検討を通じて、同協会の外部資金獲得に関する現状確認から、今年度の実施計画の策定、ツールや仕組みの実装までを実施した。その取り組みと成果を、下記に示す。

① 日博協の外部資金獲得に関する現状確認

鎌倉氏より、日博協に対してファンドレイジングの基礎についてのレクチャーを行った。その中で、事業、財源、組織の一体的成長を考慮し、それを支えるファンドレイジングアクションを選択、デザインをしていくことが重要であることが示された。これをふまえ、まず同協会の現在の事業、財源、組織について整理を行った。

■日本博物館協会の事業・財源・組織

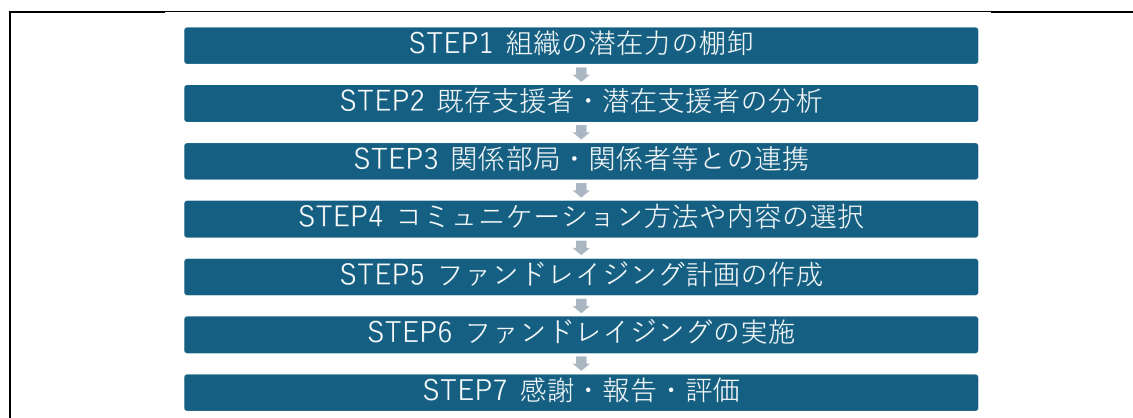
事業	1. 博物館の普及啓発に関する事業 ・ 全国博物館大会 ・ 機関誌「博物館研究」(月刊) ・ 全国博物館長会議(共催：文化庁) 2. 博物館に対する支援に関する事業 ・ 全国の博物館の整備・支援機能の強化 (1) 地域の博物館連携団体・組織との連携・支援 (2) 博物館利用支援機器の支給 ・ 博物館のリスクマネジメント体制づくりへの支援 ・ 大規模災害への対応 3. 博物館に関する調査研究及び情報の収集・提供に関する事業 ・ 博物館法改正と今後の博物館制度の在り方 ・ 博物館総合調査 4. 博物館関係者の資質向上に関する事業 ・ 研究協議会(研修会)、シンポジウム等の開催 ・ 顕彰 ・ 美術品梱包輸送技能取得士資格認定事業 5. 博物館の国際交流に関する事業 ・ ICOM(国際博物館会議)との連携、情報発信 6. その他この法人の目的を達成するために必要な事業
財源	受取会費 ・ 団体会費収入 ・ 個人会費収入 ・ 誌友会費収入 ・ 入会金収入 ・ 賛助会費収入

	事業収益 • 大会事業収益 • 研究協議会事業収益 • 博物館研究事業収益 • 博物館資料取扱調査事業収益 • 博物館振興事業収益 • 普及啓発事業収益 • 委託事業収益 受取補助金等 • 受取補助金等振替額 受取寄附金 • 受取寄附金 雑収益 • 受取利息 • 雑収益
組織	<理事>9人 • 会長（代表理事） • 副会長 • 専務理事（業務執行理事） • 理事 <監事>2人 <評議員>7人 <事務局>12人 • 事務局長 1人 • 事務局長代理（総務部長） 1人 • 総務系職員（正規） 2人 • 事業系職員（正規） 2人 • パート職員（事業専任） 1人 • パート職員（業務補助） 5人 <関係者> • 連携組織地方支部 10支部 • 加盟会員約 1,200 館

※日本博物館協会提供資料より丹青研究所作成

続いて、ファンドレイジングの7つのステップが示され、日博協における外部資金獲得に関する現状確認を行った。次頁のようなステップごとにファンドレイジング活動を行っているかを同協会内部で確認したが、ほとんどの項目が未実施であり、これまで体系的な外部資金獲得を企画・実施してきていないことが分かった。

■ファンドレイジングの7つのステップ



※かまくらさちこ株式会社作成

② 支援者・ステークホルダーの確認

日博協が同協会の過去6年間の正味財産増減計算書を分析し、現状の支援者別の外部資金獲得状況について、下記のように整理した。

- ・会費に関して団体は会員数、収入ともに通増傾向。団体会員（会員館）²中、会員規程の算出額に一定程度上乘せして会費を納付している団体もある。
- ・団体会員増加に向けて、10の支部を訪問して日博協の活動の紹介等を行い、会員獲得につなげている。会員になりたくても予算不足で会員になれていない館も多い。
- ・賛助会員は増加傾向。賛助会員は企業が多い。近年増加の背景には、ITやデジタルアーカイブ関連企業等が博物館園を対象としたビジネス機会を探索していることが挙げられる。全国博物館大会でのブース出展を希望して入会する例も多く見られる。
- ・一般寄付等については、これまで積極的な獲得活動を行ってきていない。

■日本博物館協会における外部資金のカテゴリー

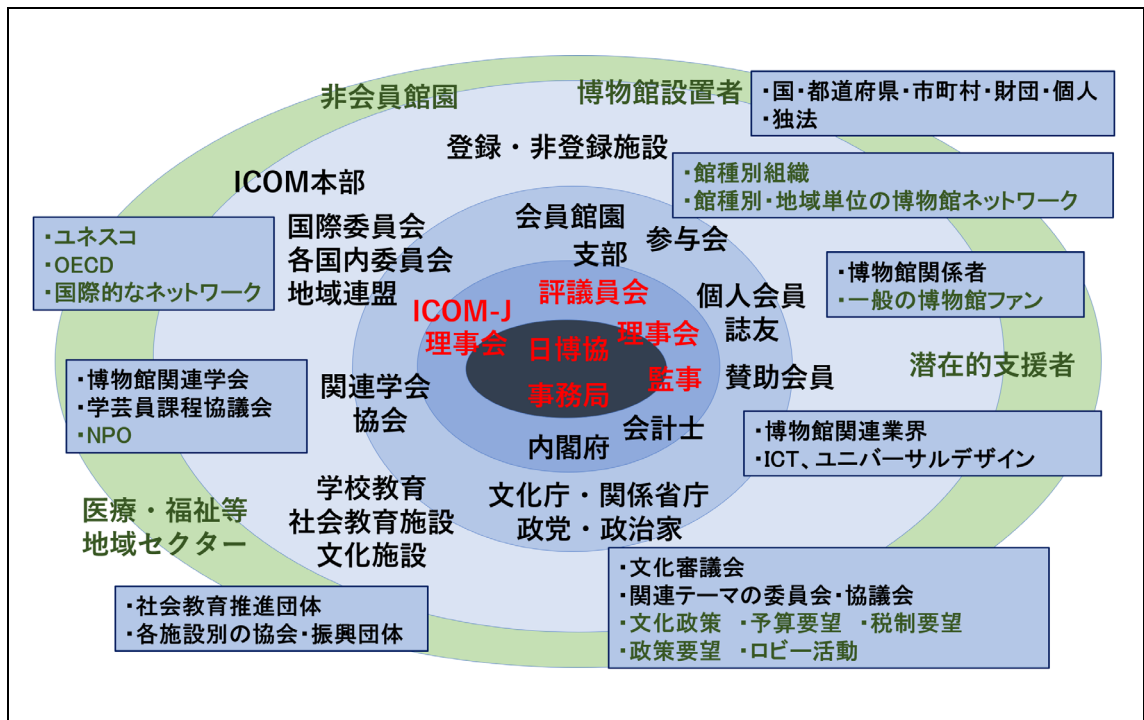
外部資金のカテゴリー		令和5（2023）年度実績
会費	団体会員	会員数：1,176 館・園 ※会費に上乘せして納付している館が9館あり
	個人会員	83 人
	賛助会員	62 団体
寄付	一般	5 件 ※1 名によるリピート寄付あり
	災害支援	28 件
助成金	宝くじ協会	1 件
	「博物館園職員録」	1 件
広告	「博物館研究」	13 件

※日本博物館協会提供資料より丹青研究所作成

² 会員のカテゴリーを示す際は「団体会員」、会員の博物館について述べる際は「会員館」と記載する。

日博協内部で、同協会のステークホルダーについて下記のように整理した。

■日本博物館協会をとりまくステークホルダー

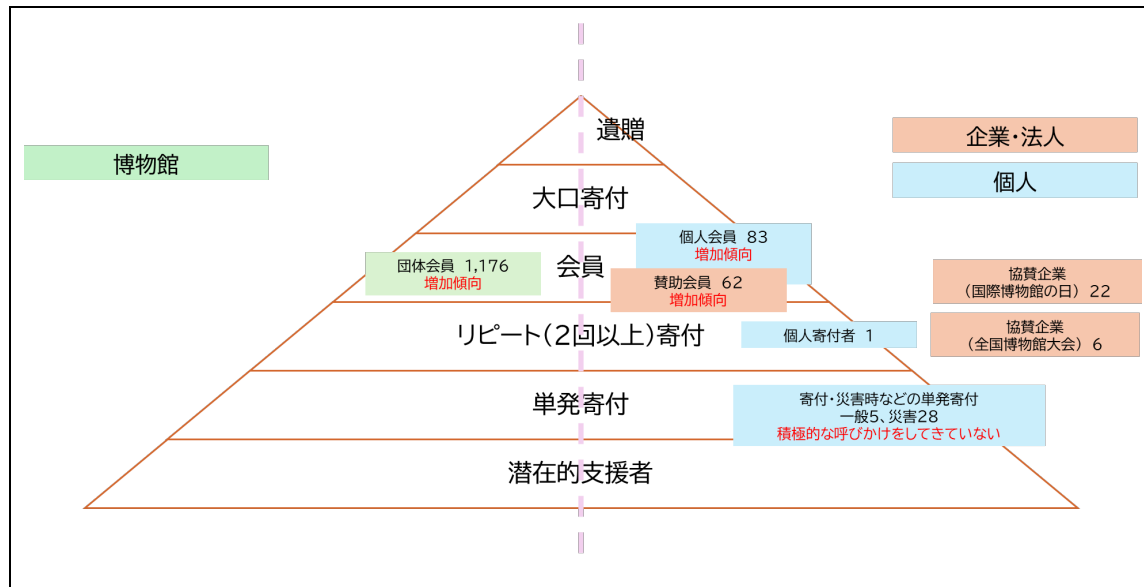


※日本博物館協会作成

③ 日本博物館協会におけるドナーピラミッドの確認

②で整理した日博協における現在の支援者の状況、外部資金の獲得状況をふまえ、鎌倉氏のサポートのもと、同協会のドナーピラミッドを作成した。同協会が博物館のアソシエーションであるという性質上、ドナーピラミッドを「博物館」と「企業・法人・個人」の左右二つに分けて表記した。

■日本博物館協会のドナーピラミッド



※かまくらさちこ株式会社作成

ワーキンググループでの協議を通して、日博協におけるドナーピラミッドの各階層における現状と課題を下記のように整理した。

■ドナーピラミッド各階層の現状と課題

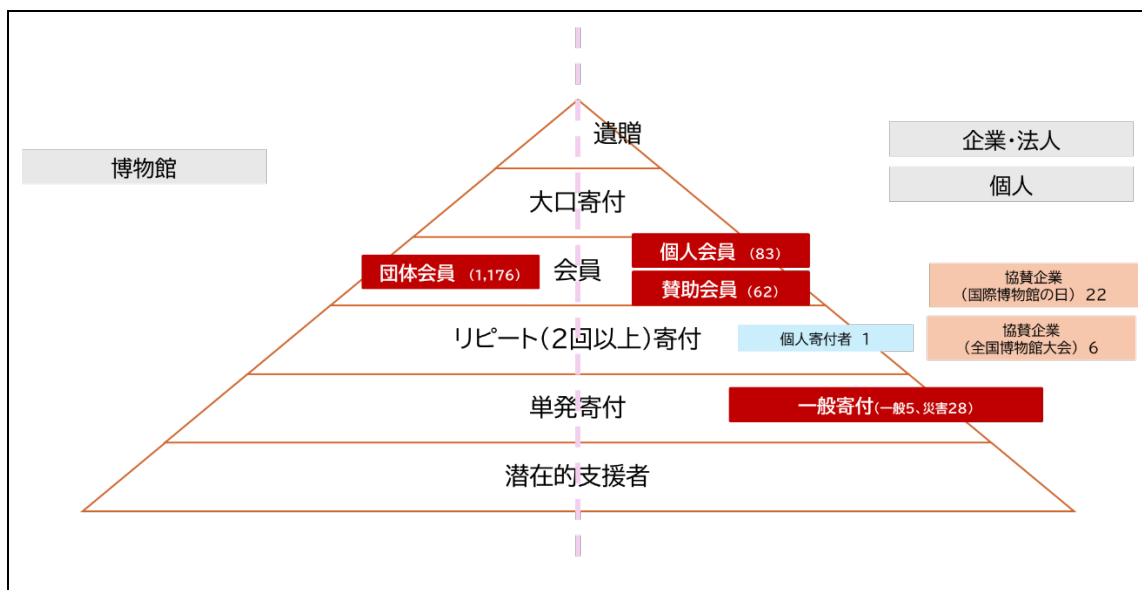
寄付の種類	個人／法人	現状と課題
遺贈	個人	- 遺贈を受ける仕組みの構築がされていない - 遺贈寄付にかかるプロセスやそろえるもの等、準備ができていない
大口寄付	個人 法人	- 博物館振興に貢献したい企業はある - 日博協の存在を知らない - 日博協に寄付するメリットが伝えきれていない（メリットとなる取り組みがされていない）
団体会員	法人	- 中小規模の館で、入会したいが会費を払う余力がない館がある - 一方、会費を支払う余力があるがまだ会員になっていない館が一定程度いると考えられる。
個人会員	個人	博物館で働く人等、博物館関係者が個人会員となっている
賛助会員	法人	- 博物館に関するビジネスを行いたい企業はある - 企業側が日博協の存在を知らない

		・日博協の賛助会員になるメリットが伝えきれていない（メリットとなる取り組みがされていない）
継続 寄付・ 単発 寄付	個人 法人	・公益法人として広く一般にも開けている組織であるべきという意識はあるが、一般向けの呼びかけを積極的に行っていない ・クレジットカード等を使って気軽に寄付をする仕組みがない ・日博協の存在を知らない。ターゲティングがなされていない ・一般の人（の中の博物館の関心層）の方向けのメッセージが発信されていない ・寄付すると博物館にどんなメリットがあるのか分からない

※かまくらさちこ株式会社提供資料より丹青研究所作成

その後、日博協の外部資金獲得の現状と課題をふまえ、本事業のメインターゲットとして、「一般寄付」「会員（団体会員、個人会員、賛助会員）」と設定することを協議し、この方向で進めることとした。

■本事業において注力するメインターゲット



※かまくらさちこ株式会社提供資料より丹青研究所作成

④ 本事業のメインターゲットの属性の確認

あらかじめ用意したフォーマットに、日博協が書き込む形で、今回設定した実証事業のメインターゲット属性について整理を行った。

■一般寄付の属性

	日本博物館協会を知っている (認知層)		日本博物館協会を知らない (非認知層)
	日本博物館協会と 直接繋がりがある個人	日本博物館協会と 直接繋がりが無いが知っている個人	日本博物館協会を知らない 個人
属性	【今までのターゲット】 【潜在寄付者の個人】 ・博物館業界全体に裨益する事業等を支えたい、応援したいと考える個人 ・社会貢献に繋がる事業等を支えたい、応援したいと考える個人 ・博物館の取り組みや文化財保護に対する重要性を認識し、支援を希望している個人・法人 ・CSRの観点から、博物館の取り組みや文化財保護に対する支援を通じて、PRの素材としての活用を希望する事業者	【今までのターゲット】 ・実際に起こった災害復興への支援 【潜在寄付者の個人】 同左	【今までのターゲット】 【潜在寄付者の個人】 左記に加えて、 ・特定の博物館への支援より社会の中での博物館の役割や文化資源の保存に意義を感じ期待感を持っている人 ・文化資源を次世代へ受け継ぐことに意義を感じている人

※青字 日本博物館協会による記入内容

■団体会員の属性

	日本博物館協会を知っている (認知層)		日本博物館協会を知らない (非認知層)
	日本博物館協会と 直接繋がりがある博物館	日本博物館協会と 直接繋がりが無いが知っている博物館	日本博物館協会を知らない 博物館
属性	【今までのターゲット】 ・評議員、役員が人的ネットワークを有する博物館 ・日博協の歴史的に果たしてきた役割や協会の位置づけを相当程度理解している博物館 ・日博協会員に何らかのプライオリティを感じている 【将来会員になりそうな博物館】 ・会員であることによるメリット（博物館研究の提供、博物館総合保険の加入、博物館利用支援機器の支給等）を受けたい博物館 （・会員になることで非会員館より優位性を感じる博物館） ・博物館法改正に伴い、新たに登録博物館、指定施設として登録する博物館 ・旧法の登録博物館、相当施設（現みなし指定施設）のうち、非会員の博物館 ※上記2つの法区分に該当する施設の会員構成比は約57%に登る。→新法のもと登録博物館になってもらうことは日博協の会員になってもらうことにもつながる。 ・改正法により、博物館に課せられた新たな期待役割（文化施設、デジタルアーカイブ、多様な主体との連携等）の遂行を企図する博物館 ・会員構成比の低い都道府県における非会員 【博物館園数100以上、会員構成比20%以下】 北海道、岐阜県、新潟県、長野県、鹿児島県	【今までのターゲット】 左記に加えて、 ・現状の非会員博物館4000館 ・博物館として、向上思考があり「つながり」を欲しがっている博物館 【将来会員になりそうな博物館】 左記に加えて、 ・これから博物館を作る、あるいはリニューアル計画がある・現状の非会員博物館4000館 ・博物館として、向上思考があり「つながり」を欲しがっている	【今までのターゲット】 左記に加えて、 ・これから博物館を作る、あるいはリニューアル計画がある・現状の非会員博物館4000館 ・博物館として、向上思考があり「つながり」を欲しがっている

※青字：日本博物館協会による記入内容

■個人会員の属性

	日本博物館協会を知っている (認知層)		日本博物館協会を知らない (非認知層)
	日本博物館協会と 直接繋がりがある個人	日本博物館協会と 直接繋がりが無いが知っている個人	日本博物館協会を知らない 個人
属性	【今までのターゲット】 ・維持会員【団体】の博物館の学芸員 ・大学の研究者 ・日博協と個人的ご縁がある人 【将来会員になりそうな個人】 ・会員であることによるメリット（博物館研究の提供、会員証の支給等）を受けたい個人（・会員になることで一般の人（非会員）より優位性を感じる個人） ・協会の実施しているプログラムに興味はあるが、所属する博物館は非会員である博物館職員 ・博物館登録課程で学ぶ学生、博物館の取り組みに関連する研究者、教員 ・博物館業界の支援を希望する博物館関係者 →博物館の職員、協会の活動に意義は感じているが、団体としては関わりが薄い。 →「博物館研究」は購読したいが団体会員になるのは難しい個人もいる ※博物館研究の購読会員の仕組みができるのではないかな ※大学教員がターゲットになりうる	【今までのターゲット】 ・団体会員になっている施設の学芸員等の職員 【将来会員になりそうな個人】 左記に加えて、 ・団体会員としての関係は館長や管理職が中心だが、博物館の課題や議論の場に個人として関わりたいという意識を持っている職員等 ・大学等の博物館学関係の研究者 等	【今までのターゲット】 【将来会員になりそうな個人】 左記に加えて、 ・特定の博物館への支援より社会の中での博物館の役割や文化資源の保存に意義を感じ期待感を持っている。

※青字：日本博物館協会による記入内容

■賛助会員の属性

	日本博物館協会を知っている (認知層)		日本博物館協会を知らない (非認知層)
	日本博物館協会と 直接繋がりがある個人	日本博物館協会と 直接繋がりが無いが知っている個人	日本博物館協会を知らない 個人
属性	【今までのターゲット】 ・維持会員【団体】の博物館の学芸員 ・大学の研究者 【将来会員になりそうな法人】 ・博物館に関わる事業部門を有し、ビジネス機会を探索している事業者 ・日博協から博物館の動向に関する情報を得たいと考えている事業者 ・CSRの観点から、博物館業界の支援を企図する事業者	【今までのターゲット】 【将来会員になりそうな法人】 左記に加えて、 ・デジタル技術、アーカイブ、省エネ、SDGs等、博物館に新たなビジネスチャンスを感じているターゲット	【今までのターゲット】 【将来会員になりそうな法人】 左記に加えて、 ・もう少し広い範囲で将来的な社会課題の解決に、博物館機能が何らかの可能性を感じている団体

※青字：日本博物館協会による記入内容

⑤ 本事業のメインターゲットに向けた特典（メリット）の確認

本事業のメインターゲットに向けた現状の特典（メリット）について確認した。

1) 一般寄付

③のドナーピラミッド各階層の現状と課題においても挙げられている通り、寄付することによるメリットがもともと検討されておらず、寄付者に伝えられていない状況である。

2) 会員（団体、個人、賛助）

現状、下記の特典が提供されている。

-
- ・月刊誌「博物館研究」の提供
 - ・研究協議会(年3回) 及び全国博物館大会参加費の割引
 - ・会員証の支給（一部会員館における入館料等の減免）
 - ・調査研究報告書の提供
 - ・博物館総合保険の加入（博物館のみ）
 - ・博物館利用支援機器（車いす・ベビーカー）の支給（博物館のみ）
 - ・日博協ホームページでの紹介（博物館、賛助会員のみ）
 - ・博物館永年勤続者・功労者等の顕彰等
-

これに加えて、日博協の持つリソースや情報を活用することにより、下記のような特典を追加できる可能性があることが確認された。

団体会員	・改正博物館法についての情報提供 ・博物館登録制度についての情報提供 ・官公庁等の助成金についての情報
賛助会員	・日博協ホームページ内の賛助会員のページにその企業が博物館に提供しているサービスを紹介する文章を追加 ・企業が博物館向けに提供している新商品の紹介や、博物館で行えるCSR活動の事例紹介等、企業と博物館のマッチング

⑥ 今年度中の実施計画（ファンドレイジングアクション）の策定

今年度中に実施する事項を設定し、下記のように実施計画を策定した。

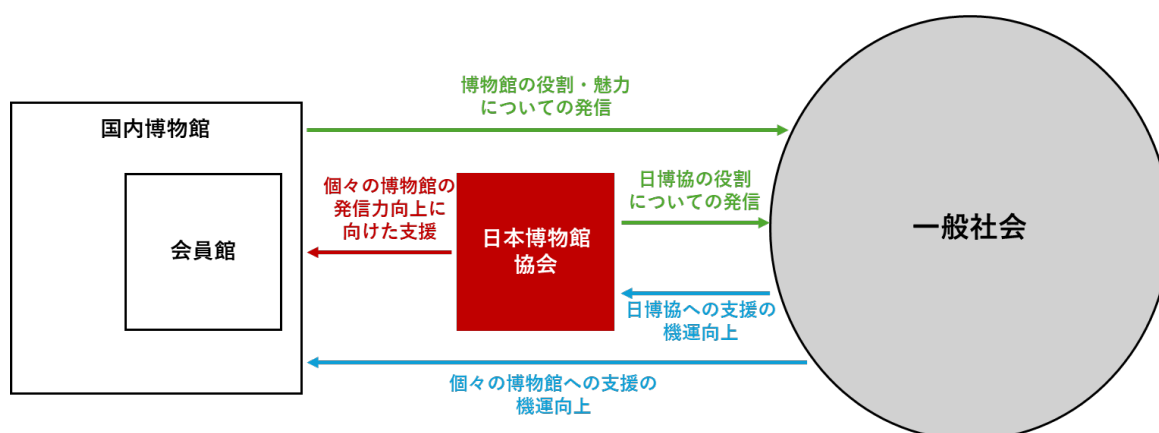
1. 日博協が発信するコアメッセージの検討	
2. 一般への発信を見据えた、日博協の現行事業や成果、今後実施したいことの洗い出しと説明原稿の作成	
2.1	日博協の事業説明
2.2	日博協の事業成果説明
2.3	今後日博協が行いたいことについての洗い出し、説明
3. 一般寄付増加のための取り組み	
3.1	ターゲット像の明確化
3.2	日博協のホームページ内「寄附のお願い」ページの改修 ・ 現在の日博協ホームページ管理画面の確認 ・ ページ構成（ストーリーライン）の検討 ・ 寄付の方法の充実化 ・ ページ文章作成 ・ 文章に合った画像の選定・収集 ・ WordPress での修正
3.3	一般寄付募集のチラシの作成
3.4	呼びかけ先のリスト化
3.5	寄付が届いてからのオペレーションの改善 ・ 現状の確認と改善点の洗い出し ・ コミュニケーションツールの修正、改善提案
4. 会員増加のための取り組み	
4.1	現在の会員希望者への提供資料の確認
4.2	入会手続きの確認
4.3	会員の継続、会費の支払い、請求書等の送付システムの確認
4.4	日博協のホームページ内「会員」ページの改修 ・ ページ構成の検討 ・ ページの文章作成 ・ 文章に合った画像の選定・収集 ・ WordPress での修正
4.5	賛助会員の企業紹介を現在のリンクページに追加 ・ 賛助会員へ掲載する紹介原稿を依頼 ・ 原稿が届き次第、ホームページへ反映
4.6	呼びかけ先のリスト化

5. 遺贈寄付獲得に向けた取り組み	
5.1	遺贈寄付の受け入れに関する基礎知識の把握
5.2	READYFOR 株式会社の遺贈寄付受け入れの団体登録
5.3	日博協ホームページ内に「遺贈による寄付」ページを追加
6. 協賛獲得のための取り組み	
6.1	日博協ホームページにおける企業による協賛バナー設置の検討

⑦ 日本博物館協会が発信するコアメッセージの検討

ワーキンググループにおいて、日博協が外部資金獲得のために外部へ発信・支援の依頼を行う際に基本となるメッセージ（コアメッセージ）を検討した。同協会は、中間支援組織として国内博物館と一般社会の「中間」に位置しているととらえ、国内の博物館を一般社会につなぐための発信を行うことを重視した。加えて、同協会への外部資金獲得のためのメッセージとして、同協会自身の役割についての発信も行う必要があることも確認された。

下記がそのイメージ図である。



上記の考え方にに基づき、博物館の役割や魅力と、それを支援する同協会の役割を分かりやすく伝えるため、ワーキンググループでの協議を重ね、下記のようなコアメッセージを作成した。

博物館・未来を考える場所
過去の自然環境、人々の営みの記録と記憶から
いまを生きる人々とともに課題を読み解き、
未来に生きる人々に知恵と希望を受け継いでいく
—日本博物館協会は日本全国の博物館を支援しています

⑧ 日本博物館協会の現行事業や成果、今後実施をめざす事業の洗い出し

寄付をはじめとした日博協への支援を向上させるためには、同協会の役割と意義を一般に広く伝える必要性を確認し、下記を実施した。

- ・日博協の現行事業とその成果の洗い出し
- ・現行事業の成果の洗い出しと、成果を示す数値等のエビデンスや、支援先・受益者からの感謝のコメント等の洗い出し
- ・外部資金を得て今後実施をめざす事業の洗い出し

上記をもとに、一般に広く伝えるための伝わりやすい言葉での説明原稿を作成した。

1) 日本博物館協会の事業説明

- ・日博協の現行事業の中でも、一般に分かりやすく伝わりやすい事業についてピックアップし、分かりやすい言葉での説明原稿を作成した。

■現行事業の紹介原稿

現在のホームページ上の事業概要	一般に伝わる言葉での事業紹介
普及啓発事業 ・「博物館研究」の発刊（月刊）：昭和3年創刊。特集テーマ論文、投稿論文、調査研究成果、国内外の博物館の動き、新設博物館情報、博物館活動情報、博物館数及び入館者数の統計等を掲載している。 ・全国博物館大会の開催：昭和28年より、毎年開催。全国から参加者が集い、3日間にわたる講演、シンポジウム、パネルディスカッション等を通して博物館に関する諸問題について研究協議を行っている。 ・全国博物館館長会議の開催：昭和52年より、主として館長等の博物館の運営・活動の責任者を対象に毎年開催。平成5年度より文部科学省との共催となり、行政報告のほか、時宜に適したテーマについて研究協議を行っている。	博物館の調査研究 ・月刊誌「博物館研究」を刊行 博物館の取り組むべき課題について毎号特集テーマを組むとともに、国内外の最新の情報をお伝えします。 ・全国博物館大会の開催 年に一度、全国から博物館関係者が集まり、博物館に関する諸問題や研究成果を話し合います。情報交換ができる貴重な機会となっています。
助成・援助事業 ・博物館整備活動：一般財団法人日本宝くじ協会からの助成をもとに、博物館利用者の快適な環境づくりのため、車いす等を博物館に寄贈している。 ・博物館総合保険：会員の博物館を対象に、博物館利用者がより安心して博物館を訪れることができるよう、博物館総合保険の加入の事業を行っている。	博物館の活動を支える ・災害支援 国内外の大規模災害等で被災した博物館・文化財に対して、現地での救援活動への職員派遣や募金・寄付金の募集等の支援を行っています。

	・ 車いすとベビーカーの無償提供 子育て世代、高齢者、障がい者の皆さまにも博物館を利用いただくために車いすとベビーカーを無料で提供しています。
調査研究及び情報の収集・提供事業 ・ 博物館活動の推進及び管理運営の改善に資するため、時宜に適した問題について調査研究委員会を組織し、国内外の調査研究を行っている。 ＊主なテーマ：平成 23 年度「学校の博物館利用の在り方」、平成 21・22 年度「博物館倫理規程」、平成 20 年度「博物館総合調査」、「博物館評価制度等の構築」、「アジア・太平洋地域の博物館連携」 ・ 博物館関係出版物の発行：「全国博物館園職員録」、「博物館関係法令集」等、博物館活動の推進に資する書籍や報告書を発行、販売している。 渉外活動 博物館振興の観点から、財政措置、税制改正、法律改正、行政施策、寄付募集等に関し、行政機関・立法機関・関係団体・企業等との情報交換及び、支援要請等の渉外活動を随時行っている。	博物館について研究する ・ 博物館総合調査 約 5 年ごとに実施する全国の博物館の実態調査。それぞれの博物館の運営状況を知ることのできる貴重な統計データで、各博物館の運営改善だけでなく、博物館政策の検討にも活用されています。 ・ 新博物館登録制度の在り方に対する調査研究 2022 年に改正された博物館法の周知とともに、博物館制度の拡充に向けた取り組みを、文化庁とも連携しながら行い、日本の博物館の充実に努めています。
資質向上事業 ・ 研究協議会の開催：主に博物館職員や博物館運営に関わる者を対象とし、全国 3 会場において博物館活動に関する諸問題の討議、最新動向の情報交換を目的として実施している。 ・ 顕彰事業の実施：我が国の博物館学及び博物館振興の先駆者である故棚橋源太郎氏の功績を記念して、月刊誌「博物館研究」掲載の優秀論文の著者に対し、毎年「棚橋賞」を授与している。また、博物館活動に功績のあった功労者や、博物館における永年勤続者、博物館への寄付・寄贈者に対する顕彰を行っている。	博物館で働く人の能力を高める ・ 美術品梱包輸送技能取得士認定事業 美術品は安心安全な輸送が不可欠です。美術品の輸送業者の梱包輸送技能の維持向上を目的として、技能認定を行っています。 ・ 研究協議会・フォーラム等の開催 博物館制度や文化財の保存・修復等、博物館の運営現場に共通する課題を取り上げ、発表や討論を行い、博物館で働く人々のスキルアップに取り組んでいます。
国際交流事業 ICOM（国際博物館会議）日本委員会事務局として、博物館の国際交流を図っている。また、ICOM が提唱する「国際博物館の日」（5 月 18 日）について実行委員会を組織し、各博物館における記念事業の実施を推進し、より多くの人々に博物館に親しんでもらうとともに、博物館の普及に取り組んでいる。	博物館の国際交流 ・ 国際発信・国際交流体制強化 国内博物館の振興に不可欠な国際化を進めるため、ICOM（国際博物館会議）を中心とする博物館の国際的な動向を紹介するとともに、国際的な博物館活動への積極的な参加を促し、国際的に活動できる人材の育成を支援しています。

	・「国際博物館の日」事業 ICOM が「国際博物館の日」に定めた 5 月 18 日を中心に、毎年、国内の博物館に参加を求め、無料開館等のイベントや記念シンポジウムの開催等を通して、広く博物館の意義を社会にアピールしています。
--	--

2) 日本博物館協会の事業成果説明

- ・日博協において、同協会の事業成果について定性的な成果とともに、数値データや支援先・受益者からの感謝コメント等、エビデンスとなるデータを洗い出した。
- ・上記を活用しながら、日博協の事業成果について、一般に伝わりやすい説明原稿を作成した。

■日本博物館協会が実施している事業成果についての原稿

【1 世紀】 昭和 3（1928）年から 1 世紀、日本の博物館の振興のために 日本博物館協会は、博物館法や制度等の情報の提供や月刊誌の発行、全国大会・研修会・シンポジウムの開催、運営の相談等、多様な事業をととして博物館を支援しています。
【5600 台】 博物館を利用するのにご不自由をお持ちの方のために 日本博物館協会は日本宝くじ協会からご支援をいただき車いす・ベビーカー合わせて約 5600 台を提供しました。 「足が不自由なので博物館へ行きゆっくりコレクションを見ることをあきらめていました。車いすがあってよかったです」
【復興支援】 大規模災害等で被害を受けた博物館や文化財の復興支援 地震や豪雨等の災害で大きな被害を受けた国内外の博物館や文化財のレスキュー、復興支援を、関係機関との連携の下で行っています。 「ウクライナの博物館、博物館の専門家、そしてウクライナの人々に対する親切で不断の支援に心から感謝申し上げます。」（ICOM ウクライナ委員長より）
【国際交流】 博物館の国際化の推進 ICOM の日本委員会の事務局機能を担い、博物館の国際動向の情報発信や、人材育成を支援しています。

3) 今後の事業展開に向けた確認

- ・今後、日博協が実施をめざす事業（外部資金を獲得することで可能となる事業）について、洗い出しを行った。それをもとに、一般に伝わりやすい説明原稿を作成した。

■今後日本博物館協会が実施をめざす事業についての原稿

博物館を支援する制度の充実 博物館法に規定される登録博物館や指定施設を増やすとともに、博物館への支援を行える機能を充実させる。
将来の博物館を担う人材を育てる 学芸員をはじめとした博物館職員に対する研修の充実と機会を強化 博物館単体では難しい、学芸員や職員の専門的スキルやノウハウを学び、現場に活かせる研修の充実や、海外での研修等への参加を支援する。
博物館に関する情報の発信・活用センター機能の整備 1世紀にわたり蓄えた博物館情報や、最新の国や自治体の博物館情報を発信・共有し課題解決に活かす仕組みを整備する。
災害発生の直後から行える博物館への支援体制の充実 支援物資や現地調査、初期のレスキュー等に必要な財源を、いつ何が起きても対応できるように備えておく。
博物館を利用しづらい人々への支援の充実 車いす等だけでなく、視力や聴力が弱い人々が博物館を利用しやすい機器の支援等、全ての人が博物館を利用できる環境を整備する。

⑨ 一般寄付増加のための取り組み

一般寄付増加に向けて、下記の取り組みを行った。

1) ターゲット像と特典（メリット）の明確化

- ・一般寄付者については、④で行った属性の確認をふまえ、ワーキンググループでの協議のうえ、広く一般社会の中において主に対象となるターゲット像を下記と設定した。

■主に対象とするターゲット像

博物館の取り組みや文化財保護に貢献したいと考えている個人（博物館職員だけではなく、博物館に思いがある人を含む）

- ・P26の「⑤本事業のメインターゲットに向けた特典（メリット）の確認」で整理したように、一般寄付者に向けては、寄付することによる特典（メリット）が伝えられていない現状がある。ワーキンググループの中で、上記ターゲットに向けては、寄付することで博物館の取り組みや文化財保護という未来への投資に貢献できて

いるという気持ちを醸成することが重要であると整理した。日博協の事業により起こった変化・インパクトを示し、寄付がどのように博物館の取り組みに貢献できているかを理解してもらうことが必要であることを確認した。

2) 日本博物館協会のホームページ内「寄附のお願い」ページの改修

- ・現在の日博協のホームページの構成と管理画面の確認を行った。ホームページはWordPressにて作成されており、管理画面は同協会スタッフ側で更新が可能となるように用意されていることが分かった。
- ・現在の「寄附のお願い」ページの構成は下記の通りである。

■現在の「寄附のお願い」ページの構成

- ①寄附タイトル
- ②寄附のお願い
 - 日本博物館協会の目的
 - 寄附の必要性
 - 支援のメリット（税法上の優遇措置）
- ③寄附の種類
 - 一般寄附金
 - 特定寄附金
 - 特別寄附金
- ④寄附のお申し込み
- ⑤寄附のお振込先口座
- ⑥受領証明書の郵送
- ⑦寄附金控除の申告
- ⑧お問合せ・お申込み先

- ・日博協のホームページは令和6（2024）年にリニューアルをしたが、旧ホームページの内容をそのまま移植した状態であり、内容については今後の改善を見据えたりリニューアルであった。このような事情をふまえつつ、ワーキンググループにおいて、現在の「寄附のお願い」ページの課題について協議し、解決策を検討した。

■現在の「寄附のお願い」ページの課題と解決策

課題	解決策
寄付金の種類として「一般寄附金」、「特定寄附金」、「特別寄附金」の3種類が記載されており、支援者にとってそれぞれの違いが分かりにくい。	当該ページは一般寄附金のみを対象とする。
クレジットカード決済での寄付ができず、寄付のプロセスが簡便でない。	クレジットカード決済システムを導入する。

支援のメリットが税法上の優遇措置のみしか示されていない。	支援者が支援のメリットを感じられるようなメッセージを追加する。
日博協がどのような団体でどのような事業を行っているのかが分かりにくい。	日博協の事業内容と成果を分かりやすく説明する。
文字だけの説明となっており、閲覧する人の興味関心を引きにくい。	画像を追加して訴求するページとする。

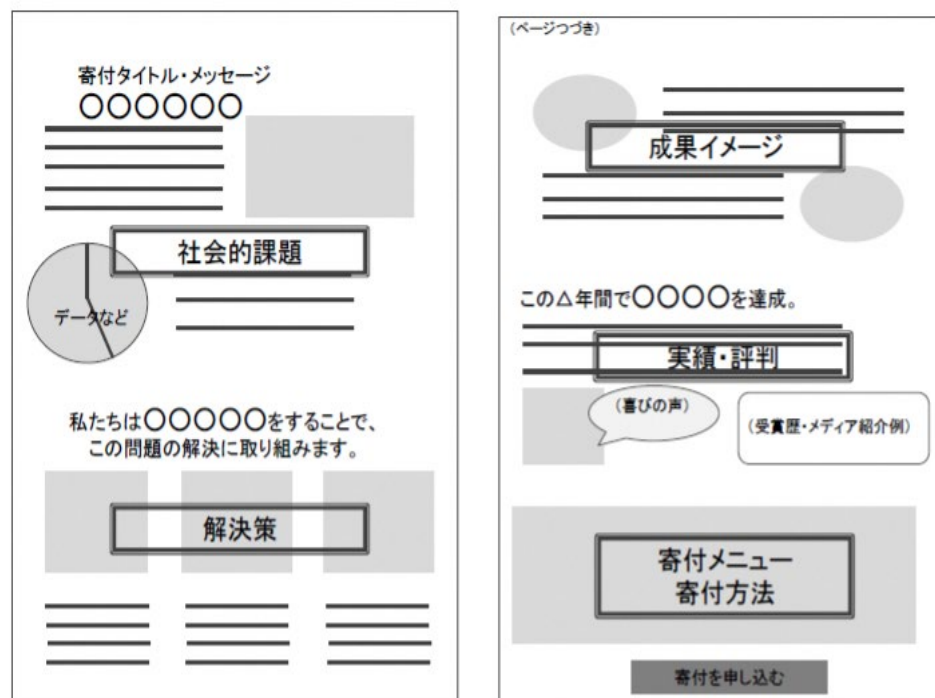
- ・ ページ構成については、下記の通り、鎌倉氏より一般的に理想とされる寄付ページのストーリーラインと画面例が示された。

■理想とされる寄付ページのストーリーラインと画面例

ストーリーライン

- ①寄付タイトル・メッセージ
- ②社会的課題
 - ・ データなどのエビデンス
- ③解決策の提示
- ④活動によって導かれる成果イメージ
- ⑤過去の実績や評判
- ⑥寄付方法の提示

寄付ページ画面例 (P.223)



※出典：日本ファンドレイジング協会「准認定ファンドレイザー必修テキスト」

- ・ワーキンググループでの協議の結果、日博協の状況や博物館の役割についての一般的な認知度を勘案し、上記で示された「社会的課題」を提示することよりも、まずは博物館の役割を分かりやすい言葉で伝えることが重要であると整理され、今回のストーリーラインは、下記のように構成することとした。

■改修後の一般寄付ページのストーリーライン

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">①寄付タイトル②コアメッセージ③博物館に求められていること、役割④博物館に求められていることをサポートするために日本博物館協会が行っていること⑤いままでに生み出された日本博物館協会の事業の成果⑥寄付方法の提示⑦さらなる事業展開 <p>※寄付の税法上の控除も掲載</p> |
|--|

- ・クレジット決済システムの導入検討を行った。検討の結果、Syncable に団体登録し、団体ページを作成した。※詳細は P42 に記載
- ・画像を効果的に活用し、伝わりやすいページとするため、文章や構成に合った画像の選定・収集を行った。当該ページの画像には、会員館からコアメッセージに合致する画像を募集し、配置した。

(該当ページ：<https://www.j-muse.or.jp/about/donations/>)

■改修したページイメージ



公益財団法人
日本博物館協会
JAPANESE ASSOCIATION OF MUSEUMS

[TOP](#)
[News](#)
[Topics](#)
[協会案内](#)
[主な事業](#)
[出版物](#)
[リンク](#)
[各種お申し込み](#)

[会員館ログイン](#)
[JP / > EN](#)

[会員館紹介](#)




[トップページ](#) > [寄付のお願い](#)

寄付のお願い

博物館・未来を考える場所



博物館・未来を考える場所

Museum

A PLACE TO THINK ABOUT
THE FUTURE

過去に自然環境、人々の営みの記録と記憶から
いまを生きる人々とともに課題を読み解き、
未来に生きる人々に知恵と希望を受け継いでいく—
日本博物館協会は日本全国の博物館を支援しています

博物館とは

博物館と聞いてどのような場所を思い浮かべるでしょうか？
博物館は過去のみを保存するだけの場所ではありません。

- (1) 博物館は、過去と現在の対話の場であり
- (2) 博物館は、過去と未来をつなぐ場であり
- (3) 博物館は、未来を考える場

なのです。



○十日町市博物館

博物館は、過去と現在の対話の場

博物館は昔の資料を収集、保存するだけの場所ではありません。人類の遺産である貴重な資料の調査研究をしたり、その成果を展示など様々な形で発信することにより、いまを生きる私たちに歴史からの学びを伝えてくれます。また、文化芸術を通じて、私たちの創造力と感性を育み、人間相互の理解を深めてくれる拠点でもあります。



博物館は、過去と未来をつなぐ場

博物館に保管されている文化資源は、学芸員の調査研究を通して価値が与えられます。その情報をデジタルアーカイブ化して、社会に公開する取り組みが進んでいます。博物館の資料や情報に、だれでも、どこからでもアクセスできて学ぶことができるようにしてはなりません。時空を超えて過去の叡智を知り、そしていまに生きる私たちが未来を考え、生み出すための「つなぎ」の場が博物館なのです。

博物館は、未来を考える場

博物館は地域の歴史・文化・アイデンティティの源泉となる知識の宝庫であり、地域のより良い未来を考えるためのさまざまなアイデアを提供してくれます。多くの人が訪れる博物館は、観光や国際交流の拠点として地域を盛り上げることもできます。また、多彩な文化資源を持つ博物館は、地域の学校や文化施設、福祉や医療の分野などと連携して活用することで、地域の人々のウェルビーイングの向上に貢献することができます。

博物館の役割を最大限に発揮してもらうために日本博物館協会が目指していること

博物館はその地域の歴史や文化、専門性等により、それぞれ唯一無二のユニークな特徴があります。また近年は、文化芸術振興、文化観光、まちづくりへの貢献等、社会資本として地域社会へのさらなる貢献が期待されています。博物館の役割の多様化が求められる一方で、財政や人材の確保等、深刻な課題を抱える博物館が多くあります。日本博物館協会は公益財団として、博物館が抱える共通の課題の解決と博物館の振興を使命としてさまざまな事業を行っています。

博物館の調査研究



月刊誌「博物館研究」を刊行

博物館の取り組むべき課題について毎号特集テーマを組むとともに、国内外の最新の情報をお伝えします。

全国博物館大会の開催

年に一度、全国から博物館関係者が集まり、博物館に関する諸問題や研究成果を話し合います。情報交換ができる貴重な機会となっています。

博物館の活動を支える



災害支援

国内外の大規模災害等で被災した博物館・文化財に対して、現地での救援活動への職員派遣や募金・寄付金の募集等の支援を行っています。

車いすとベビーカーの無償提供

子育て世代、高齢者、障がい者の皆さまにも博物館を利用いただくために車いすとベビーカーを無料で提供しています。

博物館について研究する



博物館総合調査

約5年ごとに実施する全国の博物館の実態調査。それぞれの博物館の運営状況を知ることのできる貴重な統計データで、各博物館の運営改善だけでなく、博物館政策の検討にも活用されています。

新博物館登録制度の在り方に対する調査研究

2022年に改正された博物館法の周知とともに、博物館制度の拡充に向けた取り組みを、文化庁とも連携しながら行い、日本の博物館の充実に努めています。

博物館で働く人の能力を高める



美術品梱包輸送技能取得士認定事業

美術品は安全安心な輸送が不可欠です。美術品の輸送業者の梱包輸送技能の維持向上を目的として、技能認定を行っています。

研究協議会・フォーラム等の開催

博物館制度や文化財の保存・修復等、博物館の運営現場に共通する課題を取り上げ、発表や討論を行い、博物館で働く人々のスキルアップに取り組んでいます。

博物館の国際交流



国際発信・国際交流体制強化

国内博物館の振興に不可欠な国際化を進めるため、ICOM（国際博物館会議）を中心とする博物館の国際的な動向を紹介するとともに、国際的な博物館活動への積極的な参加を促し、国際的に活動できる人材の育成を支援しています。

「国際博物館の日」事業

ICOMが「国際博物館の日」に定めた5月18日を中心に、毎年、国内の博物館に参加を求め、無料開館等のイベントや記念シンポジウムの開催等を通して、広く博物館の意義を社会にアピールしています。

日本博物館協会は2028年に創立100年を迎えます 1世紀の間 日本の博物館を応援してきました

昭和3（1928）年から1世紀、日本の博物館の振興のために

日本博物館協会は、博物館法や制度等の情報の提供や月刊誌の発行、全国大会・研修会・シンポジウム等の開催、運営の相談等、多様な事業をとおして博物館を支援しています。



博物館を利用するのにご不自由をお持ちの方のために

日本博物館協会は日本宝くじ協会からご支援をいただき車いす・ベビーカー合わせて約5600台を提供しました。

「足が不自由なので博物館へ行きゆっくりコレクションを見ることをあきらめていました。車いすがあってよかったです。」

大規模災害等で被害を受けた博物館や文化財の復興支援

地震や豪雨等の災害で大きな被害を受けた国内外の博物館や文化財のレスキュー、復興支援を、関係機関との連携の下で行っています。

「ウクライナの博物館、博物館の専門家、そしてウクライナの人々に対する親切で不断的支援に心から感謝申し上げます。」(ICOMウクライナ委員長より)



博物館の国際化の促進

ICOMの日本委員会の事務局機能を担い、博物館の国際動向の情報発信や、人材育成を支援しています。

博物館の次の100年に向けて、日本博物館協会の挑戦を応援してください！

日本博物館協会は、博物館が抱える共通の課題の解決と博物館の振興のために更なる事業を充実を計画しています。そのためには多方面からのご支援が必要です。

皆さまからのご支援は、博物館の次の100年に向けて大切にさせていただきます。

博物館を支援する制度の充実

博物館法に規定される登録博物館や指定施設を増やすとともに、博物館への支援を行える機能を充実させる。

将来の博物館を担う人材を育てる

学芸員をはじめとした博物館職員に対する研修の充実と機会を強化

博物館単体では難しい、学芸員や職員の専門的スキルやノウハウを学び、現場に活かせる研修の充実や、海外での研修等への参加を支援する。

博物館に関する情報の発信・活用センター機能の整備

1世紀にわたり蓄えた博物館情報や、最新の国や自治体の博物館情報を発信・共有し課題解決に活かす仕組みを整備する。

災害発生の直後から行える博物館への支援体制の充実

支援物資や現地調査、初期のレスキュー等に必要な財源を、いつ何が起こっても対応できるように備えておく。

博物館を利用しづらい人々への支援の充実

車いす等だけでなく、視力や聴力が弱い人々が博物館を利用しやすい機器の支援等、全ての人が博物館を利用できる環境を整備する。

その実現のためにも、皆さまのご支援、ご協力が必要です。

寄付の方法

日本博物館協会の活動にご賛同いただきありがとうございます。当協会への一般寄付はクレジットカード、銀行振込、郵便振替でお受けしております。

用途を限定した特別寄付等については協会事務局にお問い合わせください。

クレジットカードでのご寄付はこちらから

クレジットカードからの寄付はこちらから



銀行振込

みずほ銀行 虎ノ門支店 普通預金

口座名義：公益財団法人日本博物館協会

口座番号：1265847

銀行振り込みの場合、お振込み後、寄付金受領書の発行のため、事務局まで電話またはお問い合わせフォームよりご連絡ください。

電話：03-5832-9108

お問い合わせフォーム（お問い合わせ内容につきましては「その他」を選択してください。）

<https://www.j-muse.or.jp/contact/>

郵便振替

加入者名：公益財団法人日本博物館協会

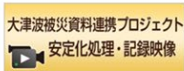
口座記号・番号：00190-3-80123

日本博物館協会への寄付は寄付控除の対象になります

当協会は、内閣総理大臣より「公益財団法人」として認定（認定日は2013年（平成25年）3月21日、法人登記日は同年4月1日）を受けておりますので、当協会への寄付金には、特定公益増進法人（※）としての税法上の優遇措置が適用され、所得税法第78条及び法人税法第37条第4項の寄付金控除対象となります。

詳しくは[国税庁のホームページ](#)をご覧ください。

※公益社団法人・公益財団法人はすべて特定公益増進法人と位置づけられています。



News

Topics

休館のお知らせ
開館時間変更のお知らせ
入場料変更のお知らせ
その他のお知らせ

協案内

会長あいさつ
目的・沿革
事業概要
組織
会員
寄附のお願い
電子広告

主な事業

博物館研究の発行
全国博物館大会
全国博物館長会議
研究協議会
調査研究
顕彰
博物館整備事業
国際博物館の日
大規模災害への対応について
美術品梱包輸送技能取得士
資格認定事業
学芸員等の在外派遣について
その他

アーカイブズ

大津波被災資料連携プロジェクト
新型コロナウイルスと博物館

出版物

博物館研究
その他の出版物
出版物の購入について

リンク

支援協力機関
関連団体
その他 関連情報等
賛助会員の方々

各種お申し込み

全国博物館大会参加申し込み
博物館園活動調査回答

会員館ログイン

会員館紹介
お問い合わせ

サイトポリシー
プライバシーポリシー

JP / > EN



公益財団法人 日本博物館協会
〒110-0007 東京都台東区上野公園12-52 黒田記念館別館3階
TEL: 03-5832-9108 FAX: 03-5832-9109

© Japanese Association of Museums

3) クレジットカード決済システムの導入

- ・近年はインターネットやクレジットカード決済を通じた寄付が郵便振替・銀行振り込みを上回っている現状をふまえ、より簡便なクレジットカード決済の仕組みを導入するための検討を行った。
- ・クレジットカード決済会社に関しては、下記3社を比較し、ワーキンググループでの協議の結果、維持管理費用が無料で、決済手数料が比較的安く、寄付に特化した Syncable を導入することとした。
- ・日博協において同サービスに団体登録を行い、使用を開始した。

■ クレジットカード決済会社比較 (2024 年 11 月調査時点の情報)

サービス名・提供者名	Congrant リタワークス株式会社	Syncable 株式会社 STYZ	Square Square 株式会社
特徴	専用の寄付募集ページや支援者管理システムがセットになった総合ファンディングツール。寄付管理や領収書の自動生成、支援者とのコミュニケーション支援が可能	寄付フォームやランディングページが簡単に作成できるので、導入のハードルが低い。初期費用や月額使用料が発生しないため、小規模な NPO でも始めやすい	クレジットカード、QR コード、リンク決済等、様々な決済手段に対応している。イベントでの販売や寄付の呼びかけ等、対面・非対面の双方で寄付集めをする団体はメリットが高い
初期費用	無料	無料	無料
審査期間	最短 1 日	通常 1 週間	通常 3-5 営業日
維持管理費用	※ () は月額 <フリープラン> 無料 (無料) <ライトプラン> 48,000 円 (4,000 円) <スタンダードプラン> 96,000 円 (8,000 円)	月額費用 無料	月額費用 無料
決済手数料	<フリープラン>8% <ライトプラン>3.4% <スタンダードプラン> 3.4%	<クレジットカード>5% (税抜) <キャンペーン手数料>6% (税抜、手数料と別途) ※クラウドファンディングのようなキャンペーンを立ち上げた際は 5%+6%= 11%	VISA、MasterCard、American Express、Diners、Discover : 3.25% JCB : 3.95%
対応クレジットカード	VISA、MasterCard、JCB、American Express、Diners	VISA、MasterCard、JCB、American Express、Diners	VISA、MasterCard、JCB、American Express、Diners
クレジットカード以外の決済手段	Apple Pay、Google Pay、銀行振込、郵便振替	Amazon Pay、銀行振込	なし

※かまくらさちこ株式会社提供資料より丹青研究所作成

4) 一般寄付の広報の検討

- ・ホームページの内容をもとに、一般寄付募集のチラシを作成した。今後、必要に応じて日博協にて印刷し、配布することとする。

■一般寄付募集チラシ（表）



博物館・未来を考える場所

Museum

A PLACE TO THINK ABOUT THE FUTURE

千葉県美術館 ボランティアスタッフによる鑑賞教育の様子

過去の自然環境、人々の営みの記録と記憶から
いまを生きる人々とともに課題を読み解き、
未来に生きる人々に知恵と希望を受け継いでいく—
日本博物館協会は日本全国の博物館を支援しています

日本博物館協会は2028年に創立100年を迎えます
1世紀の間、日本の博物館を応援してきました



1世紀

昭和3（1928）年から、
日本の博物館の振興のために
博物館法や制度等の情報の提供や月刊誌の発行、全国大会・研修会・シンポジウム等の開催、運営等の相談等、多様な事業をとらして博物館を支援しています。



復興支援

大規模災害等で被害を受けた
博物館や文化財の復興支援
地震や豪雨等の災害で大きな被害を受けた国内外の博物館や文化財のレスキュー、復興支援を、関係機関との連携の下で行っています。



国際交流

博物館の国際化の促進
ICOM（国際博物館会議）の日本委員会の事務局機能を担い、博物館の国際動向の情報発信や、人材育成を支援しています。

寄付を通じて、博物館の役割を最大限に発揮してもらうための活動を支えてください。

博物館の次の100年に向けて、 日本博物館協会の挑戦を応援してください！

日本博物館協会は、博物館が抱える共通の課題の解決と博物館の振興のために更なる事業を充実を計画しています。
そのためには多方面からのご支援が必要です。

皆さまからのご支援は、博物館の次の100年に向けて大切にさせていただきます。

博物館を支援する制度の充実

博物館法に規定される登録博物館や指定施設を増やすとともに、博物館への支援を行える機能を充実させる。

将来の博物館を担う人材を育てる

学芸員をはじめとした博物館職員に対する研修の充実と機会を強化

博物館単体では難しい、学芸員や職員の専門的スキルやノウハウを学び、現場に活かせる研修の充実や、海外での研修等への参加を支援する。

博物館に関する情報の発信・活用センター機能の整備

1世紀にわたり蓄えた博物館情報や、最新の国や自治体の博物館情報を発信・共有し課題解決に活かす仕組みを整備する。

災害発生の直後から行える博物館への支援体制の充実

支援物資や現地調査、初期のレスキュー等に必要な財源を、いつ何が起こっても対応できるように備えておく。

博物館を利用しづらい人々への支援の充実

車椅子等だけでなく、視力や聴力が弱い人々が博物館を利用しやすい機器の支援等、全ての人が博物館を利用できる環境を整備する。

日本博物館協会の活動にご賛同いただきありがとうございます。

当協会への一般寄付は郵便振替、銀行振込、クレジットカードでお受けしております。

用途を限定した特別寄付等については協会事務局にお問い合わせください。

郵便振替	銀行振込	クレジットカード
振替番号 00190-3-80123 加入者名 公益財団法人日本博物館協会	みずほ銀行 虎ノ門支店 普通 1265847 口座名義 公益財団法人日本博物館協会 ※銀行振込の場合、下記協会まで事前に御連絡をいただけますと幸いです。	寄付を専門としたプラットフォーム Syncableの当協会のサイトよりクレジットカードをご利用いただいた寄付が可能です。 https://syncable.biz/associate/j-muse/donate 

日本博物館協会への寄付は寄付控除の対象になります

当協会は、内閣総理大臣より「公益財団法人」として認定（認定日は2013年（平成25年）3月21日、法人登記日は同年4月1日）を受けておりますので、当協会への寄付金には、特定公益増進法人（※）としての税法上の優遇措置が適用され、所得税法第78条及び法人税法第37条第4項の寄付金控除対象となります。

公益財団法人日本博物館協会
〒110-0007 東京都台東区上野公園12-52 黒田記念館別館3階
TEL: 03-5832-9108 FAX: 03-5832-9109
<https://www.bunkazai.or.jp/>

- ・一般寄付の呼びかけについて、下記のような施策の可能性を検討した。加えて、日博協において PRTIMES の非営利団体向けのプログラムである「非営利団体サポートプロジェクト」に登録し、プレスリリース配信が可能となった。(非営利団体サポートプロジェクト：[https://prtimes.jp/csr-pr/](https://prt看imes.jp/csr-pr/))

■一般寄付の呼びかけ施策

- ・日博協が実施するイベントや集まり、また関連する学会において一般寄付を呼び掛けるチラシを配布する。

※チラシ配布が考えられる機会

国際博物館の日	2025 年 5 月 18 日（予定）
全国博物館大会	2025 年 11 月 19～21 日（予定）
研究協議会	2025 年度未定
全国博物館館長会議	2025 年 7 月 2 日（予定）
関連学会等	（総会の時期等を今後調査する）

- ・会員館へチラシを郵送し、会員館の職員等への呼びかけを行う。
- ・美術品梱包輸送技能取得士認定受講者、本博物館協会職員が登壇する講演会の参加者、日博協職員が登壇する講演会の参加者、同協会への相談を行った人等、同協会の公益事業の受益者に対してチラシを配布するなどして呼びかけを行う。

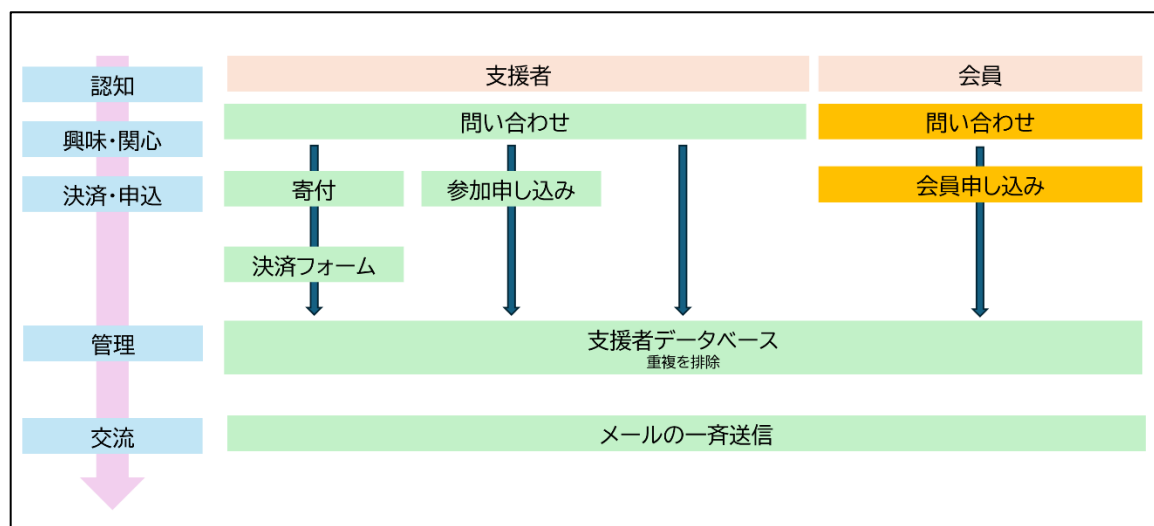
5) 支援者管理データベース導入の可能性についての確認

- ・鎌倉氏より、支援者管理データベースを活用した支援者管理（DRM=Donor Relationship Management）についての提案があった。支援者管理データベースを活用することで、下記を実現することができる。

-
- ・寄付者と適切なコミュニケーションを測れる仕組みを実現し、支援者満足度を高める
 - ・支援者からの支援の最大化（頻度、寄付単価の向上）を図る
 - ・属人化を防いでチームで取り組む体制をつくる
 - ・業務の生産性を向上させて、支援者獲得に従事する時間を捻出する
-

- ・支援者管理データベースを導入すると、様々な入口から日博協に関わる支援者や会員を一括して管理することができる。例えば、Salesforce や Cybozu のサービスは非営利団体向けの割引や特別ライセンス付与といったサービスがあり、これらを活用できる可能性がある。

■支援者管理のフロー



※かまくらさちこ株式会社作成

⑩ 会員管理の現状把握と賛助会員の特典追加

ワーキンググループにおいて会員管理の現状把握を行った。会員、特に団体会員に関しては日博協の中心的なステークホルダーとなるため、今後理事会での協議も含めて、より時間をかけて詳細な検討を行うこととした。あわせて、賛助会員向けの特典の追加を行った。

1) 現在の会員希望者への提供資料の確認

- ・現在の会員希望者へ提供している資料の確認を行った。

■団体会員：博物館又はそれに相当する事業を実施する団体

	博物館	博物館 以外
1. 入会依頼状、申込書	○	○
2. 博物館園概要記入用紙	○	○
3. 会費算出のための資料	○	○
4. 推薦状（支部長）	○	○
5. 参考資料_公益財団法人日本博物館協会 会員規程	○	○
6. 参考資料_支部長一覧	○	○
7. 参考資料_公益財団法人日本博物館協会 概要	○	○
8. 参考資料_公益財団法人日本博物館協会 定款	○	○
9. 参考資料_博物館総合保険のご案内	○	×

※日本博物館協会提供資料をもとに丹青研究所作成

■個人会員

1. 個人会員入会申込書
2. 参考資料_公益財団法人日本博物館協会 概要
3. 参考資料_公益財団法人日本博物館協会 定款

※日本博物館協会提供資料をもとに丹青研究所作成

■賛助会員

1. 賛助会員のご案内
2. 賛助会員申込書
3. 賛助会員ご入会手続きの流れ

※日本博物館協会提供資料をもとに丹青研究所作成

■新規会員申し込みのあった博物館や団体、個人、企業に送付する資料

	博物館	博物館 以外	個人 ・賛助
1. 会員証	○	○	○
2. 会員証見本	○	×	×
3. 請求書	○	○	○
4. 会費根拠、公益財団法人日本博物館協会 会員規程	○	○	×
5. 会員名簿 1冊	○	○	○
6. 日本博物館協会 ウェブサイト会員館ページ登録について (お願い)	○	×	×
7. 「博物館研究」 1冊/月	○	○	○
8. 「博物館総合保険」のご案内	○	×	×
9. 「行事月間報告」及び博物館情報提供のお願い、「行事月間報告」用紙	○	×	×
ほか「博物館研究」に同封される印刷物等	○	○	○

※日本博物館協会提供資料をもとに丹青研究所作成

2) 会員の継続、会費の支払い、請求書等の送付システムの確認

- ・会員の継続や支払い、請求書等の送付システムについては、現状下記のようなシステムとなっていることを確認した。

- ・ 会員の継続は、退会の申し出がない限り自動更新
- ・ 退会の基準は下記の通り
 会員規程第 10 条 会員は、本協会に退会通知を届けることにより退会することができる。ただし、既に納入した会費は、返還しない。
 会員規程第 11 条 会員が、正当な理由なく会費を 2 年間納入しなかった場合は、理事会の議を経て、除籍するものとする。
- ・ 会費の支払い方法は、郵便振替と銀行振込の 2 種類

- ・ 自動更新となる会員の会費の納入は、毎年4月末に会員に継続依頼書を送付し、納入を依頼する。入金の確認できない会員宛てに10月初旬に再請求している
- ・ 経理の消込台帳で入金の確認を行うことで会費の納入について管理している

※日本博物館協会提供資料をもとに丹青研究所作成

3) 賛助会員に対する特典の追加

- ・ ワーキンググループでの協議の結果、賛助会員に関しては、現在のリンクページに会員の団体名のみが記載されているため、企業紹介や博物館に対する事業展開等についての紹介文を併記することとした。日博協より賛助会員へ掲載する紹介原稿の作成・提出を依頼し、作成された原稿をホームページへ反映することとした。(該当ページ：<https://www.j-muse.or.jp/links/supporting-member/>)

4) 会員増加のための広報の検討

- ・ ワーキンググループにおいて、会員増加に向けて、下記のような施策の可能性を検討した。

■会員増加のための施策

■団体会員

- ・ 団体会員に関しては、支部総会（兼博物館協議会）の場を借りての協会事業紹介及び非会員館との対話の機会をつくる。
- ・ 館主別団体との対話、連携強化を通じた関係強化を行う。日博協の会員になることに興味がある、前向きに考えたいという施設があれば紹介してほしいという趣旨で、概要等を活用して協力を要請する。

※館主別団体例

全国科学博物館協議会	日本プラネタリウム協議会
全国科学館連携協議会	日本公開天文台協会
全国美術館会議	全国文学館協議会
全国歴史民俗系博物館協議会	大学博物館等協議会事務局
日本動物園水族館協会	歴史資料ネットワーク
日本水族館協会	西日本自然史系博物館ネットワーク
日本植物園協会	小規模ミュージアムネットワーク（小さいとこネット）

- ・ 全国博物館大会での呼びかけを行う。
- ・ 関連学会において、日博協が積極的に会員募集を行っていることを周知する。

※関連学会例

全日本博物館学会	日本展示学会
日本ミュージアム・マネジメント学会	デジタルアーカイブ学会

■個人会員

- ・ 全国博物館大会での呼びかけを行う。
- ・ SNS 登録・発信について、日博協の広報活動のあり方とともに今後検討する。
- ・ 博物館学に関する研究を行う学識者とのさらなる交流を行う。

■賛助会員

- ・ 関連学会において、日博協が積極的に賛助会員の募集を行っていることを周知する。
- ・ ディスプレイ事業者やデジタル技術やアーカイブ、省エネ技術等に関する事業者による展示会にて賛助会員となりうる企業候補を探す。

※関連する展示会例（予定）

CEATEC (シーテック)2025 日本最大級の IT・エレクトロニクス展示会 https://www.ceatec.com/ja/application/	2025 年 10 月 14-17 日
IT・DX・AI 総合展 JAPAN IT Week、Japan DX Week 等、IT や DX をテーマとした展示会 https://www.japan-it.jp/hub/ja-jp/about.html	2025 年 4 月 23-25 日
店舗総合見本市 JAPAN SHOP 小売業界向けの展示会で、店舗デザイン、ディスプレイ、デジタルサイネージ等のデジタル化や販売技術について紹介 https://messe.nikkei.co.jp/js/	例年 3 月に開催
Inter BEE 音と映像と通信の展示会。コンテンツビジネスにかかわる最新のイノベーションが国内外から一堂に会する https://www.inter-bee.com/ja/	2025 年 11 月 19-21 日
図書館総合展 図書館をテーマとする展示会 https://www.libraryfair.jp/	2025 年 10 月 22-24 日
Interop Tokyo インターネットテクノロジーの展示会。デジタルサイネージ、アプリ、画像認識 AI をテーマとした展示会も同時開催 https://www.interop.jp/	2025 年 6 月 11-13 日

- ・ 全国博物館大会や協議会への参加者、美術品梱包輸送技能取得士資格認定受講者、日博協職員が登壇する講演会の参加者、同協会への相談を行った人等、同協会の公益事業の受益者に対して個人会員加入の呼びかけを行う。

⑪ 遺贈寄付獲得に向けた取り組み

遺贈寄付については、受け入れ体制整備のため、本事業内では下記を実施した。

1) 遺贈寄付の受け入れに関する基礎知識の把握

- ・遺贈寄付の現状や課題、遺贈寄付を受けるための体制整備等、遺贈寄付に関する基礎知識について、遺贈寄附推進機構株式会社の齋藤弘道氏から、日博協へレクチャーを行った。

2) READYFOR 株式会社の遺贈寄付受け入れの団体登録

- ・READYFOR 株式会社（以下、READYFOR と表記する）が運営する「レディーフォー遺贈寄付サポートサービス」の遺贈寄付受け入れ団体に、日博協が登録した。同サービスの寄付先団体一覧のページに同協会が掲載されている。
(該当ページ：<https://izo.readyfor.jp/organizations/PYDLu70Y>)

3) 日本博物館協会ホームページ内に、「遺贈による寄付」ページを追加

- ・日博協ホームページ内に、「レディーフォー遺贈寄付サポートサービス」の遺贈寄付受け入れ団体として遺贈を受け入れていることを示すページを作成、追加した。
(該当ページ：https://www.j-muse.or.jp/bequest_donation)

■「遺贈による寄付」 ページイメージ



公益財団法人
日本博物館協会
JAPANESE ASSOCIATION OF MUSEUMS

[TOP](#) [News](#) [Topics](#) [協会案内](#) [主な事業](#) [出版物](#) [リンク](#) [各種お申し込み](#)

[会員ログイン](#) [JP](#) / [EN](#) [会員登録紹介](#) [検索](#) [お問い合わせ](#)

[トップページ](#) > [遺贈による寄付](#)

遺贈による寄付



過去の記録と記憶から
いまを生きる人々の課題を読み解き、
未来に生きる人々に希望と光を受け継いでいくために

公益財団法人日本博物館協会はREADYFOR株式会社と連携し、遺贈によるご寄付や相続財産のご寄付に関するご相談を承っております。遺贈や相続に関してご質問やご相談がございました場合は、お気軽に以下の宛先までご連絡ください。

遺贈に関するご相談を受ける窓口で、何度でも無料でご相談できます。

寄付のご意向や詳細が法まっていなくてもお気軽にご相談ください。
READYFOR社ではこれまで約2万件の社会活動を支援してきました。その経験を活かし、あなたの想いが込められた大切な財産を、想いをともにする活動へ届けるお手伝いをいたします。

<お電話でのご相談・資料請求>

レディーフォー遺贈寄付サポート窓口
0120-948-313（通話料無料）
受付時間：平日10:00～17:00（年末年始を除く）
<オンラインでのご相談・資料請求>
以下のお問合せフォームをご記入のうえ、お問合せください。

[お問い合わせフォーム](#)



日本博物館協会
入会のご案内



ICOM
日本委員会



賛助会員の方々
日博協サポーター



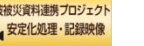
博物館振興のために
寄附のお願い



備えは十分ですか？
博物館総合保険
のご案内



大規模災害への
対応について



大津波被災資料連携プロジェクト
安定化処理・記録映像

⑫ 収入源拡大のための取り組み

ワーキンググループにおいて、日博協が今後、収入源を拡大していくための取り組みとして、企業広告バナーについて検討した。今後、下記の仕様をもとに、広告掲載期間と金額の設定を行ったうえで実装を検討する。

- ・賛助会員をはじめとした企業による広告バナーを日博協ホームページのトップページに設置する。
- ・企業や団体が博物館に向けて営業したい事項について紹介するものとし、企業・団体名、100文字以内の原稿と詳細情報のURL、画像で構成する。
- ・画像については、スライドショー形式で複数点を紹介できる動的なものを検討する。
- ・企業・団体から上記の情報・画像の提供を受け、同協会にてサイトに入力する。
- ・今後、実際のバナー構築とともに、掲載期間と金額の設定を行う必要がある。

■ 広告バナー掲載イメージ（赤枠内）

大人150円、大人団体110円

栗東歴史民俗博物館 2024/4/7

大人0円、大人団体0円、高・大生0円、高・大生団体0円、小・中生0円、小・中生団体0円

北海道開拓の村 2024/3/31

大人1000円、大人団体800円、高・大生1000円、高・大生団体800円 10名以上は団体料金

全て見る →

昭和館 2024/12/14

LED照明工事、体験ひろば改修工事及び資料交換のため、常設展示室を休業します。

相模原市立博物館 2024/7/28

令和6年12月3日から令和7年7月中旬頃まで天文研究室と天文展示室は休業、プラネタリウムは休映です。

全て見る →

協賛企業からのお知らせ（広告）

（企業名）	（企業名）	（企業名）
（画像）	（画像）	（画像）
（100文字以内の原稿とURL）	（100文字以内の原稿とURL）	（100文字以内の原稿とURL）

日本博物館協会
入会のご案内

ICOM
International Council of Museums
Japan
ICOM日本委員会

賛助会員の方々
日博協サポーター

博物館振興のために
寄附のお願い

備えは十分ですか？
博物館総合保険
のご案内

大規模災害への
対応について

大津波被災資料連携プロジェクト
安定化処理・記録映像

3. 「博物館への寄付ポータル」の立ち上げ

(1) 「博物館への寄付ポータル」の基本的な考え方

令和5年度事業をふまえ、博物館に関するクラウドファンディングをとりまとめたサブ・ポータルの立ち上げにあたり、その目的と事業スキームについて検討した。日博協との検討の中で、中間支援組織の博物館の外部資金獲得に対する支援の一環として、クラウドファンディングだけでなく、一般寄付、会員制度、ふるさと納税、物品寄付といった寄付募集の情報をとりまとめて発信し、一般社会から博物館への支援の機運を醸成していくことが重要であると整理された。そのため、このサブ・ポータルでは、クラウドファンディングのみでなく、その他の寄付も対象とすることとし、「博物館への寄付ポータル」として立ち上げを行った。

① 「博物館への寄付ポータル」の目的

当ポータルサイト設置の目的は下記の通りである。

A 会員館の寄付活動に対する一般からの支援を促進する

クラウドファンディングだけでなく、一般寄付、会員制度、ふるさと納税、物品寄付といった会員館の寄付募集の情報をとりまとめて発信する。このことで、一般社会に対する会員館による寄付募集情報の露出機会を増やす。また、日博協が博物館の寄付について広報する際に、当ポータルサイトを送客先とする。

B 博物館関係者への情報提供の場とする

博物館関係者（博物館で働く人々や設置者等）が博物館の寄付について他の事例を知ることができる。さらには、博物館関係者が、博物館における寄付活動のノウハウ等の情報や寄付に関するセミナー等の情報が得られる。

C 日博協が行う会員館へのクラウドファンディング支援の窓口とする

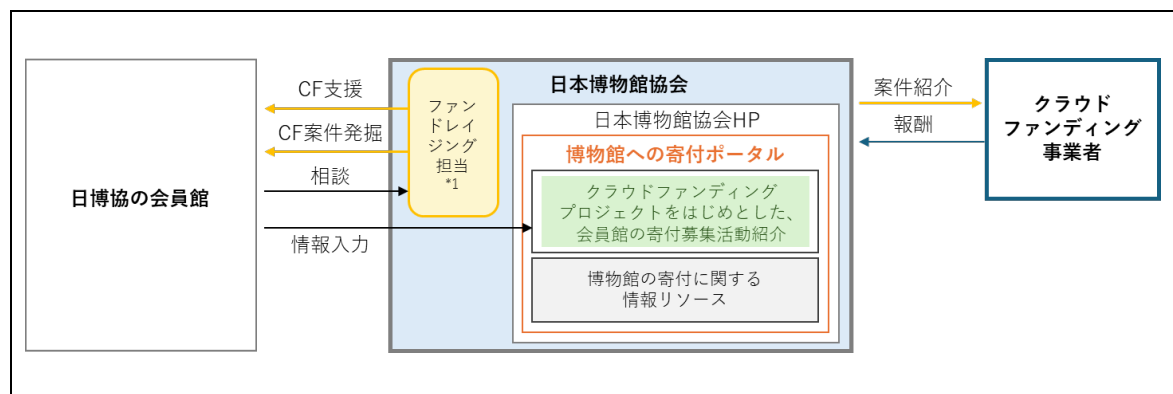
当ポータルサイトでクラウドファンディングに関する問い合わせを受け付ける機能を設け、日博協によるクラウドファンディング支援の窓口とする。

② 「博物館への寄付ポータル」の事業スキーム

下記のような事業スキームでサブ・ポータルを立ち上げることとした。名称は「博物館への寄付ポータル」とした。

- ・日博協のホームページに付属する形で、「博物館への寄付ポータル」を構築する（同じドメイン内に設置、同協会のホームページトップページに同ポータルへのリンクを設置し、誘導する）。
- ・ポータル内部は、クラウドファンディングプロジェクトをはじめとした会員館の寄付募集情報を紹介するとともに、博物館の寄付に関する情報リソースを掲載する。
- ・会員館の寄付募集情報については、会員館が情報を入力するものとする。
- ・本事業においては、日博協内部のファンドレイジング担当を中心に会員館におけるクラウドファンディング案件を発掘し、同協会からクラウドファンディング事業者へ案件紹介するとともに、クラウドファンディングの伴走支援を行い、クラウドファンディング事業者からの報酬を得る。
- ・同ポータルサイトを、会員館のクラウドファンディングを日博協が支援する窓口と位置づけ、クラウドファンディングの支援につなげるものとする。

■事業スキーム図



*1 今年度はファンドレイジング担当として鎌倉氏を配置。次年度以降の体制については今後日博協内部にて検討となった。

(2) クラウドファンディング事業者とのパートナーシップ

日博協が複数のクラウドファンディング事業者との面談を行い、本事業内ではCAMPFIRE とのパートナー契約を行った。CAMPFIRE へクラウドファンディングを実施したい博物館を紹介する案件紹介パートナーと、博物館によるクラウドファンディングプロジェクトを伴走支援するキュレーションパートナーを兼ねるものとした。案件紹介パートナーもしくはキュレーションパートナーとなるかは、案件ごとに状況やプロジェクト内容に応じて選択し、それに応じた報酬を受けられる契約とした。

受け取れる報酬についての試算を次頁の通り行った。

■支援したプロジェクトの達成金額が 500 万円の場合の報酬（試算）

キュレーションパートナーの報酬	CAMPFIRE が受領する手数料のうち、42% (決済手数料を除く)	CAMPFIRE (通常のサービス)	500 万円×手数料（12%）×42% = 252,000 円 （達成金額の約 5%）
		CAMPFIRE for Social Good	500 万円×手数料（7%）×42% = 147,000 円 （達成金額の約 3%）
案件紹介パートナーの報酬	CAMPFIRE が受領する手数料のうち、17% (決済手数料を除く)	CAMPFIRE (通常のサービス)	500 万円×手数料（12%）×17% = 102,000 円 （達成金額の約 2%）
		CAMPFIRE for Social Good	500 万円×手数料（7%）×17% = 59,500 円 （達成金額の約 1%）

（３）会員館のクラウドファンディングプロジェクトの発掘・支援

クラウドファンディング事業者からの報酬を得ること、「博物館への寄付ポータル」への掲載事例をつくること及び、日博協における会員館のクラウドファンディング支援の実証を行うため、同協会が、会員館の中で今年度、クラウドファンディングの実施を検討している館を募集した。募集の結果、公益財団法人相川考古館を実証協力館として取り組むこととなった。

① クラウドファンディング支援のための実証協力館募集と決定

- ・今年度クラウドファンディングの実施を検討している実証協力館の募集について、日博協が主催する全国博物館大会や同協会のホームページにおいて、会員館を対象に告知した。募集要項は次頁の通り。

■実証協力館の募集要項

公益財団法人日本博物館協会
会員館の皆様

今年度中にクラウドファンディングに挑戦したい会員館を募集、伴走支援を提供します —日本博物館協会による博物館のクラウドファンディング実施支援の実証事業—

現在、日本博物館協会では、文化庁による令和6年度「博物館機能強化推進事業（経営基盤強化に向けた組織改革の促進に関する調査研究実証）」委託業務に取り組んでいます。博物館への中間支援体制の構築と戦略的な経営基盤強化をめざした調査研究を行うものです。

博物館の社会的役割がますます重要視されている一方で、自治体財政のひっ迫、及び先行き不透明な経済情勢により博物館経営が厳しさを増している中、外部資金獲得の多様化が課題となっています。このような状況を踏まえ、日本博物館協会は博物館振興団体として博物館の外部資金獲得を支援する事業の可能性を検討すべく、文化庁の委託業務を通じて、博物館のクラウドファンディングを支援する実証事業を行います。

つきましては、令和6年度中にクラウドファンディングを実施したい会員館を募集します（会員館と連携している団体（NPO法人や友の会など）も当該館のためのクラウドファンディングを行う場合は対象とします）。本実証事業にご協力いただける会員館には、クラウドファンディングをはじめ、多くのファンドレイジング支援の実績を有する認定ファンドレイザーの鎌倉幸子氏とともに、日本博物館協会がクラウドファンディングの企画から実施までの伴走支援を無料で提供します。ぜひご応募ください。

応募にあたっては、下記をご確認ください。

募集期間

令和6年11月10日～令和6年12月6日まで

応募資格

日本博物館協会の会員館もしくは会員館と連携している団体（NPO法人や友の会など）

対象とするクラウドファンディングプロジェクト

会員館や連携団体が実施する、令和7年3月までに終了するクラウドファンディングプロジェクト

対象館数

最大2館（応募が多い場合は、実証事業の目的に照らして2館を選定させていただきます）

クラウドファンディング実施事業者

株式会社 CAMPFIRE

応募方法

博物館名（もしくは団体名）、実施したいクラウドファンディングの概要、担当者の氏名・連絡先（Eメールアドレス・電話番号）を記載の上、以下のお問い合わせ先までご連絡ください。

備考

- ・Zoomなどを活用したオンラインでのミーティングが可能な館・団体に限ります。
- ・協議の結果、クラウドファンディングの実施時期や実施の有無などについて再検討をご提案することもあります。

お問い合わせ先 公益財団法人日本博物館協会 担当：但馬、袖本
TEL：03-5832-9108（代）
Email：tajima@j-muse.or.jp

- ・募集に対して、相川考古館より応募があった。提案内容は下記の通りである。相川考古館との協議のうえ、同館が日博協の支援を受けてクラウドファンディングプロジェクトを推進することを決定した。

■相川考古館によるクラウドファンディングプロジェクトの提案

・伊勢崎に残る町屋建築の再活用

城下町の一角に構える当館は、江戸時代には金物屋として生業としていました。江戸時代の建物を4棟、また明治の建物を2棟所有しており、江戸時代の町役人の居宅を公開している博物館になります。

近年、伊勢崎のまちなかは空洞化が目立ち、商店街もシャッターを閉めるお店が増えました。

当館に隣接する中沢肉店も平成28年に閉店しました。中沢肉店は、建物は明治期に建てられたもので、当初は穀屋でしたが、昭和3年に肉屋に改装した建物です。伊勢崎に残る町家の雰囲気を残す建物になります。

所有者の高齢化に伴い、隣接している関係で中沢肉店の店舗・土地の所有を2023年に取得致しました。

当館では、中沢肉店を伊勢崎の町屋の雰囲気を伝える役割として今後の活用を検討しております。

現在、予定している建物の活用としましては、講演会の会場やワークショップ、またギャラリーなどの発表の場として活用して頂けるような内装を検討しております。また、まちなかの歴史が分かるパネルを設置し、まちなかを説明できるようにしたいとも考えています。旧中沢肉店の店舗を伊勢崎のまちなかの文化観光の拠点。地域の賑わいの拠点とし、伊勢崎に来てもらえるきっかけづくりを創出していきたいと考えております。

中沢肉店は、「店舗」「増築部分」「庭」「物置」があり、今回、行おうとしているのは、店舗・増築部分の改修、物置の撤去になります。地元の設計士と話を詰めており、店舗部分は残し、増築部分は水回りの整備を検討。店舗部分は明治期の時の穀屋の時代に戻す予定です。奥まで通り抜けられる土間部分は店側のみ残し、奥はすべて会場（フローリング）を検討中です。

改修費用は1000万～1500万程を想定しております。

※相川考古館作成

② クラウドファンディング伴走支援の実施

令和 7（2025）年 1 月 9 日より、相川考古館と日博協、鎌倉氏、丹青研究所との週 1 回の定例ミーティングを実施し、主に鎌倉氏からの伴走支援を行った。

※より効果的なクラウドファンディングを実施するため、CAMPFIRE で設定可能な最長のプロジェクト期間である 80 日間を当プロジェクトの実施期間として設定、令和 7（2025）年 5 月 8 日終了とした。報告書執筆の関係上、令和 7（2025）年 2 月末時点までの実施報告となる。

1) プロジェクト概要

- ・相川考古館が実施したクラウドファンディングプロジェクトの概要は下記の通りである。

館名	公益財団法人相川考古館
実施期間	令和 7（2025）年 2 月 18 日から令和 7（2025）年 5 月 8 日まで
目標金額	ファーストゴール：500 万円 セカンドゴール：1,000 万円
All-in／ All or Nothing	All-in
購入型／寄付型	寄付型クラウドファンディング
実施の枠組み	CAMPFIRE for Social Good ※社会課題の解決に関するプロジェクトを掲載する CAMPFIRE におけるブランドカテゴリ。実行者ではなく、寄付者が手数料を負担する仕組みとなっている。
クラウドファンディングで実施したい事業	・相川考古館に隣接する「中沢肉店（平成 28（2016）年に閉店）」を同館が購入しており、中沢肉店を館や町の人々が活用できる場に改修したい。 ・改修後は、同館の講演会・ワークショップの場、また町の人々の発表の場としてのギャラリーとして活用する等を想定。伊勢崎の街中の空洞化、商店街の衰退といった課題の解決の一助となることをめざす。
プロジェクトページ URL	https://camp-fire.jp/projects/819936/view

2) CAMPFIRE との連携

- ・CAMPFIRE に対しては、日博協から今回はキュレーションパートナーとして伴走支援を行うことを伝え、CAMPFIRE の同協会のアカウント上で相川考古館のプロジェクトを紐づけた。このことで、プロジェクト期間満了日の翌月末を期限として、同協会にキュレーションパートナーとしての報酬が入ることとなる。

3) 伴走支援の内容

令和7(2025)年1月9日より実施した週1回の定例ミーティング、相川考古館との電話やメールでのやりとりにより、公開前の準備から公開後の広報まで、密な伴走支援を行った。

下記に、クラウドファンディングの伴走支援を行う側が実施すべき事項についてまとめた。

■伴走支援の内容

問い合わせ受付	メール確認
	メール拝受の連絡とヒアリング会議の設定
ヒアリング会議	過去に行ったクラウドファンディングの確認
	クラウドファンディングで実施したい事業の内容
	クラウドファンディングをしたいと思った背景、ニーズ
	開始したい時期の確認
	想定しているクラウドファンディングの実施期間
	想定している目標金額
ヒアリング会議	クラウドファンディングにおける組織体制
	CAMPFIREの説明
	伴走支援としてやることの確認
	次回の会議の設定
CAMPFIREでのアカウント作成の依頼	アカウント作成のための会員登録の依頼
	クラウドファンディングのプロジェクトページの作成
	ログイン情報の共有の依頼
	ログインの実施、確認
CAMPFIREパートナーとしての登録	プロジェクトページのIDとの紐づけを管理画面で実施
目標金額の決定	事業にかかる総予算の確認
	総予算のうち、クラウドファンディングでいくら集めるかの確認
	目標金額確定
プロジェクト期間決定	いつまでに資金が必要かの確認
	プロジェクトの期間、開始日と終了日の提案
	プロジェクト期間中にイベント等の行事があるか確認

	プロジェクト期間の決定
カレンダー作成	準備期間から実施期間を反映させたカレンダーを作成
	カレンダーを実行者に共有
実行者プロフィール	実行者プロフィールの作成依頼
	実行者の写真の挿入依頼
	プロフィールと写真の確認
プロジェクトページの作成	プロジェクトページの文章作成（3500 文字程度）
	画像の挿入（120 字に 1 枚）
	事業の内容が分かる動画の有無の確認
	動画を本文に組み込むかの確認
	文章及び画像の最終チェック
リターン	金額、種類の決定
	リターンの文章作成
	リターンへの写真の挿入
プロジェクトタイトル	プロジェクトタイトル案のブレスト
	プロジェクトタイトルの決定（最大 40 字）
メイン画像	メイン画像となりうる写真の選択
	メイン画像の決定
	文字入れ等必要に応じてデザイン
	メイン画像決定
アタックリスト	支援をしてくれそうな方のリスト化
	広報を手伝ってくれそうな方のリスト化
	既存支援者、ボランティアやイベント参加者のリスト化
	ステークホルダーの確認
メディアリスト	新聞、広報誌等のリスト化
	プレスリリースの作成
	プレスリリースの配信
	メディア対応
SNS	使用できる SNS の確認
	SNS の管理者へクラウドファンディング実施のお知らせと協力依頼

プロジェクトページの公開	公開予約
	公開されたことの確認
公開後のオペレーション	支援者へお礼のメッセージ送付
	活動報告の更新
	活動報告を SNS でシェア
	中だるみを避けるためのキャンペーンやイベント等の施策づくりと実施
アタックリスト	アタックリスト先に支援のお願いをしたかの確認
	PR イベント等の実施
週次会議	週次会議の実施
クラウドファンディング終了時	振り返りの会議の設定
	振り返り会議に基づいた報告書の作成
	日本博物館協会内での報告

※かまくらさちこ株式会社提供資料より丹青研究所作成

今回のクラウドファンディングの伴走支援において、特に気づきを得た項目は下記である。

※冒頭に記載の通り、2月末までの CAMPFIRE を通じたクラウドファンディングの伴走支援における気づきである。クラウドファンディング事業者ほか、各種プラットフォームによってリターンの設定やプロジェクト公開後の編集の可能等が異なる。クラウドファンディングのプラットフォームの規約等は随時変更される可能性があるため、最新の情報を確認する必要がある。

-
- ・ All-in 方式の場合は、目標金額が未達であっても事業を実施し、寄付者へ1年以内を目途に報告を行う必要がある。そのため、未達の場合においても、プロジェクトを小規模化するなどして事業実施できることを事前にプロジェクト実行者と確認する必要がある。
 - ・ CAMPFIRE がクラウドファンディングの統計データを公表している (<https://camp-fire.jp/stats>)。成功率の高いプロジェクトページの作り方やリターン設定等について参考にできる。
 - ・ プロジェクトページ作成後、クラウドファンディング事業者に公開申請を行う必要があり、今回は最初の回答が申請の翌日に届いたが、クラウドファンディング事業者の繁忙状況により変動がある。また、クラウドファンディング事業者からプロジェクトページへの指摘、修正事項が多い場合、複数回のやりとりが発生し、公開日が延期となる可能性がある。
 - ・ クラウドファンディング事業者からはリターンに関する指摘、修正依頼が多かった。
 - ・ リターンの設定において、今回のクラウドファンディングにおいて把握できた留意点は下記である。
-

-
- ▷CAMPFIRE for Social Good に掲載する場合、リターン内容は設定金額の 3 割以内とする必要がある。加えて、CAMPFIRE for Social Good における寄付型クラウドファンディングでは、市場価値のあるものは設定できない。
 - ▷リターン内容が複数の金額において重複する場合は、支援者の誤解を招かないよう、リターン内容欄に「このリターンは〇〇円のリターンと同じ内容になります」等の表示をする。
 - ▷動画をリターンとする場合、動画配信プラットフォームの規約を確認する必要がある。
 - ▷支援者に館に来ていただく等移動を伴うリターンを設定した場合は、交通費や滞在費の取り扱いを記載する必要がある。(例：支援者様の交通費や滞在費は各自でご負担ください。)
 - ▷体験プログラム等のリターンを設定する場合は、所要時間を記載する。
 - ▷返礼品や体験プログラム等のリターンのない支援についても、領収書だけでなくお礼状を添付することを記載する。
 - ・プロジェクト公開後に編集可能であるものと、編集不可であることを把握しておく必要がある。
 - ▷編集可能：メイン画像・概要文・動画・本文・リターンの追加
 - ▷編集不可：タイトル・目標金額・募集期間・カテゴリ・ユーザー名の編集、公開中のリターンの削除及び編集
 - ・CAMPFIRE への会員登録やクレジットカード決済が困難、不慣れである人に向けて、館において現金での受け取り、銀行振り込みでの受け取りを可能にしておき、その分を館が代理でプロジェクトに支援する「代理支援」の仕組みが可能。その場合は、館のアカウントとは別のアカウントを用意し、そのアカウントから支援する。支援後、匿名の支援でなければ、コメント欄に寄付者の名前とお礼を記載する。
 - ・プロジェクトページがアクティブであることを示すため、公開後は活動報告を頻繁に更新することが重要。
-

(4) 「博物館への寄付ポータル」の立ち上げ

① 「博物館への寄付ポータル」の機能

「博物館への寄付ポータル」は、下記の機能を持つものとした。

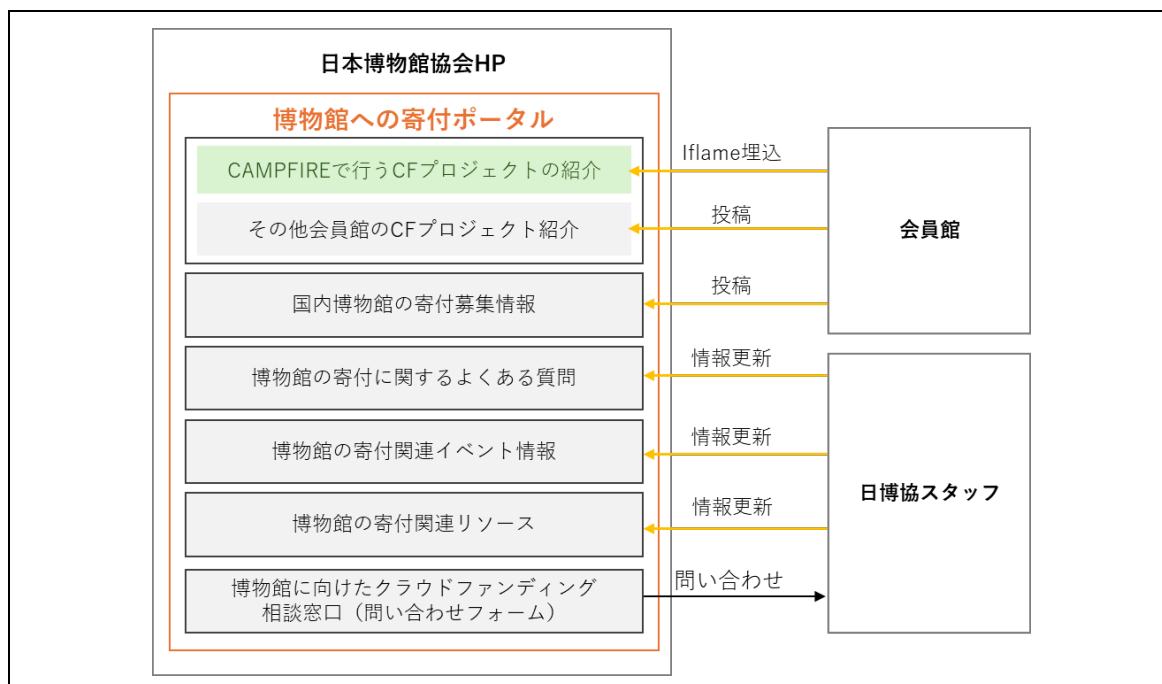
- ・ 会員館の投稿による博物館のクラウドファンディング、一般寄付、会員制度、スポンサー等の寄付募集情報の提示
- ・ 博物館の寄付に関するイベント・セミナー情報の提供
- ・ 博物館の寄付に関する調査報告書等のリソース情報の提供
- ・ 博物館の寄付に関するよくある質問コーナーの設置
- ・ 博物館に向けたクラウドファンディング相談窓口（問い合わせフォーム）の設置

② 「博物館への寄付ポータル」の構成と仕組み

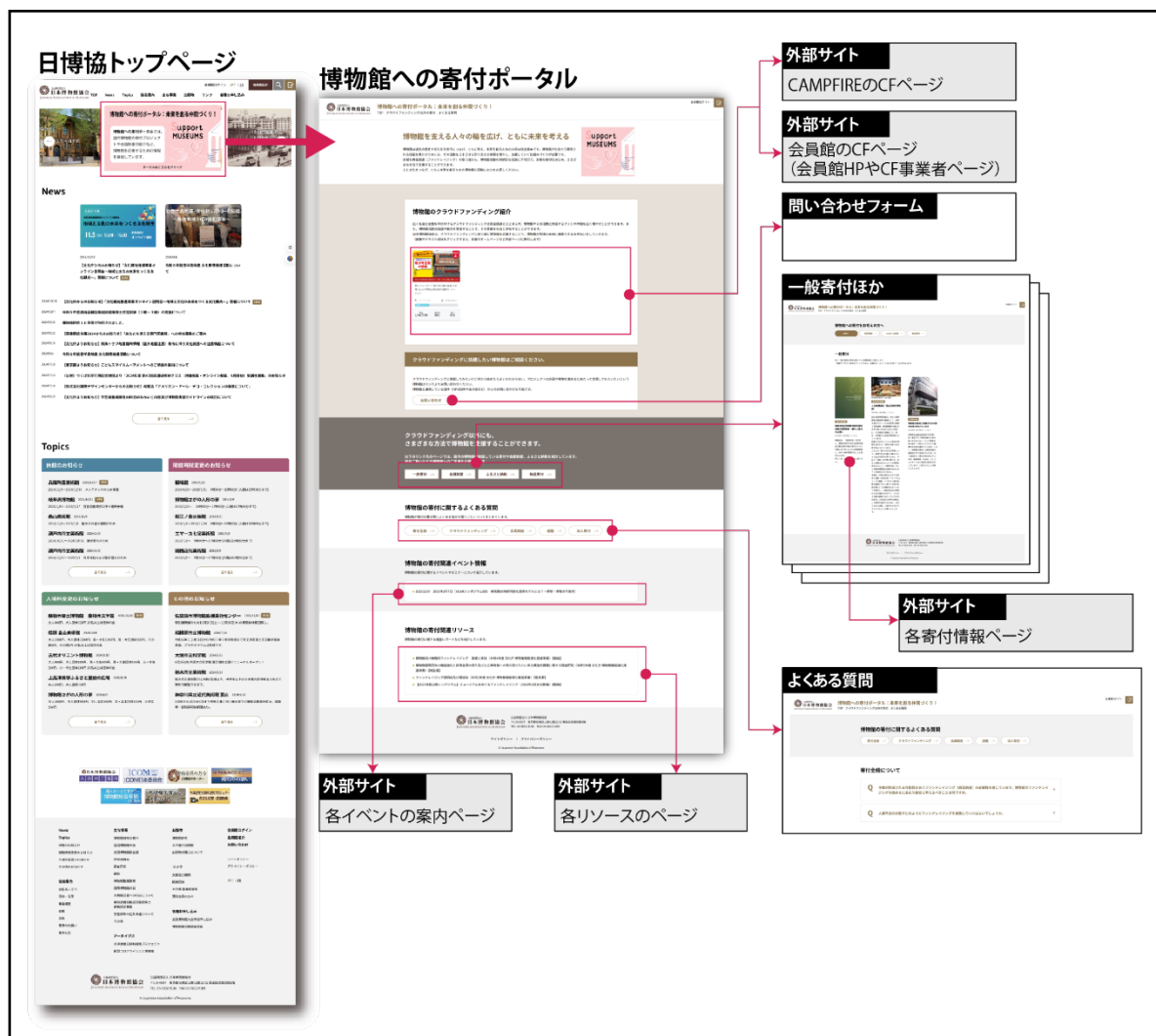
ポータルの構成と仕組みは下記の通りである。

- ・ 寄付募集情報の更新は会員館の投稿により行う仕組みとした。
- ・ CAMPFIRE においては Iflame 埋込の機能があり、指定の埋め込みコードを入力することで、CAMPFIRE のプラットフォームにて表示される形を同ポータル上に表示できる仕組みを活用した。
- ・ 寄付関連のよくある質問、イベント情報、情報リソースについては、日博協スタッフによって情報更新する仕組みとした。

■ 「博物館への寄付ポータル」の構成と情報更新の仕組み



■「博物館への寄付ポータル」の動線と遷移図



③ 「博物館への寄付ポータル」の一般公開

令和7(2025)年2月25日より会員館に情報入力を依頼、同3月11日に一般公開した。

公開 URL : https://www.j-muse.or.jp/donation_portal/

■「博物館への寄付ポータル」のトップページイメージ



公益財団法人
日本博物館協会
JAPANESE ASSOCIATION OF MUSEUMS

博物館への寄付ポータル：未来を創る仲間づくり！

TOP クラウドファンディング以外の寄付 よくある質問

[会員登録ログイン](#)

博物館を支える人々の輪を広げ、ともに未来を考える

博物館は過去の歴史や文化を次世代につなげ、ともに考え、未来を創るための大切な社会資本です。博物館が社会から期待される役割を果たすためには、その活動をさまざまな形で支える仲間を増やし、支援していく仕組みづくりが必要です。多様な資金調達（ファンディング）の取り組みも、博物館活動の持続的な充実に不可欠で、多様な寄付をはじめ、さまざまな方法で支援することができます。人と文化をつなぎ、ともに未来を創るための博物館の活動にお力をお貸しください。



博物館のクラウドファンディング紹介

広く社会に支援を呼びかけるクラウドファンディングは資金調達にとどまらず、博物館やその活動に共感するファンや仲間を広く増やすことができます。また、博物館活動の価値や魅力を発信することで、その意義を社会と共有することができます。日本博物館協会は、クラウドファンディングに取り組み博物館を応援することで、博物館が地域の未来に貢献できるお手伝いをしています。（画像やテキスト部分をクリックすると、各館のホームページなど外部ページに移ります）



クラウドファンディングに挑戦したい博物館はご相談ください。

クラウドファンディングに挑戦してみたいけど何から始めたらよいかわからない、プロジェクトの企画や実施を進めるにあたって支援してもらいたいという博物館はリンクよりお問い合わせください。博物館と連携している団体（NPO団体や友の会など）からのお問い合わせも可能です。

[お問い合わせ](#)

クラウドファンディング以外にも、さまざまな方法で博物館を支援することができます。

以下のリンク先のページでは、国内の博物館が実施している寄付や会員制度、ふるさと納税を紹介しています。是非ご興味いただき博物館へのご支援をお願いします。

[一般寄付](#)
[会員制度](#)
[ふるさと納税](#)
[物品寄付](#)

博物館の寄付に関するよくある質問

博物館が寄付を募る際によくある悩みや困りごとについてまとめています。

[寄付全般](#)
[クラウドファンディング](#)
[会員制度](#)
[遺贈](#)
[法人寄付](#)

博物館の寄付関連イベント情報

博物館の寄付に関するイベントやセミナーについて紹介しています。

- 2025/2/27 2025年3月7日【NCARシンポジウム005 美術館の持続可能な運営モデルとは？～寄付・寄贈の可能性】

博物館の寄付関連リソース

博物館の寄付に関する調査レポートなどを紹介しています。

- 博物館向け戦略的ファンディング 基礎と実践（令和6年度 文化庁 博物館機能強化推進事業）【動画】
- 博物館運営団体の機能強化と新資金源の導入及び公立博物館への寄付受け入れに係る構造的課題に関する調査研究（令和5年度 文化庁 博物館機能強化推進事業）【報告書】
- ファンディング説明会及び相談会（令和5年度 文化庁 博物館機能強化推進事業）【報告書】
- 【2021年度公開シンポジウム】ミュージアムをめぐるファンディング（2022年2月10日開催）【動画】



公益財団法人
日本博物館協会
JAPANESE ASSOCIATION OF MUSEUMS

公益財団法人 日本博物館協会
〒110-0007 東京都台東区上野公園12-52 黒田記念館別館3階
TEL: 03-5832-9108 FAX: 03-5832-9109

サイトポリシー | プライバシーポリシー

© Japanese Association of Museums

④ 「博物館への寄付ポータル」の広報

「博物館への寄付ポータル」の一般公開に際して、下記を実施した。

-
- ・ 一般向けには、PRTIMES でのプレスリリース配信、博物館総合サイトのお知らせの掲載、アイエム（インターネットミュージアム）のニュース欄への掲載を行った。
 - ・ 日博協ホームページにおいて同ポータルサイト公開のお知らせを掲載した。
 - ・ 会員（団体・個人・賛助）へは、博物館研究郵送の際にお知らせを同封（3月号）、メール配信を行った。
-

第3章 成果の分析と今後の課題

1. 成果の分析

本報告書第2章－1にて整理した通り、令和5年度「博物館機能強化推進事業（経営基盤強化に向けた組織改革の促進に関する実証事業）」において、博物館振興団体が中間支援機能を果たすためには、団体の経営基盤強化が必要であることが明らかとなった。本事業では、経営基盤強化に向けた具体策を実証し、その成果と課題を探った。本項では、その成果を分析する。

（1）中間支援体制構築のための外部資金獲得に向けた基盤整備

日博協にファンドレイザーを配置して実施した取り組みを通じて、外部資金獲得に向けた基盤整備を行った。下記にその成果を分析する。

① 日本博物館協会における外部資金獲得に関する現状把握と知識の蓄積

- ・日博協においては、外部資金獲得のノウハウやマンパワーの不足、取り組みを行うための予算不足から、寄付等の活動を積極的に行うことができていなかった。これを打開するため、本事業においてファンドレイザーを配置して一元的な取り組みを開始した。
- ・日博協の外部資金の獲得に関する現状把握を行った。現状の会員や寄付者の数や属性を把握してドナーピラミッドを作成、潜在的寄付者（今後アプローチしたい層）について同協会内部で洗い出すことができた。
- ・鎌倉氏から日博協に対して外部資金獲得に関するレクチャーを実施したことに加えて、同協会がワーキンググループ等を通じて取り組みを行う中で、外部資金獲得に関する基礎的な知識を同協会内部に蓄積する機会となった。事業の成長と組織の成長、財源の成長は結び付いていること、寄付をお願いすることと感謝することはセットで重要であること（Ask&Thanks）、一般に寄付者の多くは「寄付は未来への投資である」と考えており、寄付先が行った事業の成果を知りたいと考えていること等を同協会スタッフが知り、学ぶ機会となった。

② 日本博物館協会における外部資金獲得の位置づけの確認

- ・上記①で述べた通り、ノウハウやマンパワーの不足、予算不足が課題となり、具体的な外部資金獲得のための取り組みを行うことができていなかった。本事業を通じて、同協会が今回得た知識やファンドレイジング事業者等との外部連携先を活用して、現状の体制においても「今日できることもある」ことに気づき、実践への機運が高まったことは大きな成果と言えるだろう。具体的には、ホームページの改修を鎌倉氏とともに実施し、同協会内部でも編集可能であること（大きな

改修を伴うことなく、賛助会員の企業紹介文を追加することができた)、プレスリリース配信サービスの非営利団体向けのプログラムを活用できること(PRTIMES 非営利団体サポートプロジェクトへの登録を行った)に気づき、実践することができた。

- ・日博協は、アソシエーションとして会員館向けの支援活動を重視してきたが、その会員館向けの支援をより充実させ、中間支援体制を構築していくためには協会組織としての経営基盤を強化する必要がある、そのためには外部資金獲得が一つの手段であることを協会内部で改めて確認する機会となった。
- ・日博協から会員をはじめ外部に情報発信を行う際は、正確に全てを網羅して発信する必要があるというマインドが強く、それによって情報が伝わりづらい面やそもそも発信を控えるといった面があった。本事業において、一般寄付ページを改修するにあたり、「当該ページで一般の人々に訴えかける」、「一般の人々にも伝わりやすい言葉を使う」という視点を持つことができ、中間支援組織としての外部への情報発信のあり方について協会内部で認識することができた。

③ 日本博物館協会における今後の外部資金獲得に向けた可能性の把握

- ・日博協においては、団体会員から徴収する会費と業界の振興に資する事業を実施することで得られる事業収入を主たる財源としており、多様な収入源を持つことができていなかった。本事業において、収入源の多様化をめざし、下記のような取り組みの実証を行い、外部資金獲得を促進する可能性を模索した。

●クラウドファンディング事業者からのパートナー報酬が収入源の一つとなる

- ・日博協が CAMPFIRE とパートナーシップ契約を結び、報酬を受け取るための仕組みづくりを行ったうえで、CAMPFIRE のキュレーションパートナーとして会員館のクラウドファンディング支援の実証を行った。会員館へのクラウドファンディング支援に関しては本事業の報告時点ではプロジェクトの中盤であり今後さらなる検討が必要ではあるが、キュレーションパートナーとして、ファンドレイザーと連携することで会員館のクラウドファンディングを支援することができるという道筋が見えた。このことで、同協会が報酬を得ることができ、経営基盤強化に向けた収入源の一つとして想定することができるだろう。
- ・今回の CAMPFIRE とのパートナー契約は案件紹介パートナーとキュレーションパートナーを兼ねる形で結んだため、案件ごとにどちらかを選ぶことができる。本事業において、伴走支援をするファンドレイザーの業務量や打合せ・電話・メール等での対応量を確認した。協会内の状況に応じて案件紹介のみを行い、報酬のパーセンテージは低くなるが、持続的に収入を得ていくことが可能であると分かった。
- ・「博物館への寄付ポータル」において博物館のクラウドファンディングの情報が一元的に集まり、他館においてもクラウドファンディング実施の機運が高まることで日博協へ相談が届き、CAMPFIRE 等クラウドファンディング事業者とのパートナーとしての報酬につながる事が考えられる。

●会員のメリットをより明確化することによる会員増の可能性

- ・一方で、会員（団体会員、賛助会員）に対しては、博物館法改正に伴い、団体会員に対する博物館登録制度について情報提供や支援を行うこと、助成金についての情報提供や支援を行うこと等、同協会の持つリソースや情報が特典になりうるという確認を行った。賛助会員に関しては、博物館と企業のマッチングを行うことができれば、博物館とつながりを持ちたい企業にとってメリットとなる可能性がある。これを前面に押し出して、団体会員の増加、賛助会員の増加に取り組むことができそうである。

●広告バナーによる収入源拡大の可能性

- ・博物館と企業のマッチングのための第一歩として、また、さらなる収入源の拡大に取り組むため、まず同協会のホームページ上に企業からのお知らせを付加した広告バナーを掲載する検討を行った。

④ ファンドレイザーを配置するための前提整理

- ・予算不足等により、これまで日博協においてファンドレイザーを配置することができていなかった。本事業において、日博協内に初めてファンドレイザーを配置し、同協会スタッフとともに外部資金獲得に向けた取り組みを実施した。ファンドレイザーの業務範囲や協働のあり方について実践を通して外部資金獲得の考え方や具体的なアクションに関して明確に把握できた。
- ・中間支援組織におけるファンドレイザー配置の方法として、下記の2つの方法があることを整理した。

1) 直接雇用型	・組織内の外部資金獲得活動の全体を担うスタッフとして直接ファンドレイザーを雇用する。その場合、例えば年間1,000万円以上の調達を目標とし、そのうち約500万円をファンドレイザーの給与とすると、残りの500万円以上を事業の活動資金に充当することができる。
2) 業務委託型	・獲得した金額に応じて報酬のパーセンテージを設定する成功報酬方式とすることができる。例えば、クラウドファンディング支援を行う場合、達成金額の何%を報酬とするという取り決めを行い、業務委託契約を結ぶ。 ・この場合、組織内にも担当者を配置し、ノウハウや実績が蓄積するよう、報告書の提出や対面での報告を行うこととする。 ・プロジェクトごとに業務委託をすることで、外部資金獲得活動の種類（クラウドファンディング、法人寄付等）によって、その分野が得意なファンドレイザーを選ぶことができる。

⑤ 外部資金獲得の基盤整備としてのツールや仕組みの実装

- ・これまで日博協において、外部資金獲得に積極的に取り組んでいなかったことから、外部資金獲得を促進するためのツールや仕組みも整備されていなかった。本事業において、外部資金獲得の実務に伴う基盤整備として、各種ツールや仕組みを実装した。具体的には下記のとおり。今年度効果が認められたものや効果が予測できるものについては、その点も併記する。

-
- ・日博協が CAMPFIRE とのパートナーシップ契約を結び、案件紹介またはキュレーションにより同協会が報酬を得ることができるようになった。本事業で実証した会員館のファンドレイジング支援により、令和 7（2025）年 6 月頃にプロジェクト達成金額の約 3%の報酬を受け取れる予定である。
 - ・READYFOR が運営する「レディーフォー遺贈寄付サポートサービス」の遺贈寄付受け入れ団体として、同協会を登録した。
 - ・クレジットカード決済機能を提供する Syncable に日博協が団体登録を行った。クレジットカード決済を可能としたことで、令和 7（2025）年 2 月の導入から 1 ヶ月で 3 件の寄付を確認することができた。
 - ・PRTIMES 非営利団体サポートプロジェクトへの登録を行った。非営利団体によるプレスリリースの配信費用が無料となるプログラムであり、同協会の発信力強化の第一歩となった。本事業で構築した「博物館への寄付ポータル」の一般公開のプレスリリースを、PRTIMES にて配信した。
-

（２）中間支援組織における博物館の外部資金獲得に向けた支援の可能性の把握

本事業における日博協による会員館の外部資金獲得に向けた支援の実証をふまえ、その成果と今後の可能性について分析する。（１）と同じく、本事業における成果と中間支援組織における博物館への支援の可能性について下記に示す。

① 「博物館への寄付ポータル」の公開・運用

- ・令和 5 年度事業をふまえ、博物館に関するクラウドファンディングをとりまとめたサブ・ポータルの立ち上げに取り組んだ。これは、この数年において、クラウドファンディングに取り組む博物館が増えてきたが、それぞれの館が個別に取り組んでいる状況であったため、博物館のクラウドファンディングを取りまとめて発信するポータルサイトがあれば、博物館に関心のある支援者を効率的に取り込むことができるだろうという考えから構築したものである。本事業ではこれに加えて、中間支援組織が持つサイトとして、クラウドファンディングだけでなく、博物館の寄付活動全般を紹介することとした。中間支援組織が博物館の寄付活動を広報する際の送客先とし、寄付活動を実施する博物館への支援の一つとなることをめざした。さらには、博物館側が他館の取り組み事例を参考にできる場とするほか、博物館の寄付に関する情報リソースを一元的に取りまとめることで、知識や情報

を共有できる場とし、多面的に個々の博物館への支援となりうるサイトとなることをめざした。

- ・日博協のホームページに付属する形で「博物館への寄付ポータル」を設置した。同協会ホームページが持つ、会員館が情報を投稿する仕組みを活用し、日博協における業務負担を最小限にしつつ、会員館の寄付募集情報の露出機会を増やす場を創出した。
- ・令和7（2025）年3月11日に同ポータルを一般公開したところ、同ポータルのトップページに掲載している公益財団法人相川考古館のクラウドファンディングにおいて、プロジェクトページの閲覧数が増加した。
- ・「博物館への寄付ポータル」においては、会員館の寄付募集情報の公開だけでなく、会員館や他の博物館にとっては、博物館の寄付活動の事例を知ることができる場となる。博物館の寄付に関するよくある質問、寄付関連のイベント・セミナーの紹介、博物館の寄付に関する調査報告書等のリソースの紹介と、まさにポータルとして情報を集約した機能を持たせた。
- ・令和7（2025）年3月13日時点で、4件の会員館の寄付募集情報が掲載されており、加えて複数の会員館において掲載に向けた準備を行っている状況である。中間支援組織がこのようなポータルを持ち、会員館の外部資金獲得に向けた支援の一つとして機能する可能性を見いだせた。

② 個々の博物館の外部資金獲得を支援する事業の可能性

- ・上記①で述べた通り、クラウドファンディングに取り組む博物館が増えている。また、クラウドファンディングをはじめ、寄付を募集することは運営予算が不足している傾向にある国内博物館において、運営資金獲得の一つの手段として注目されつつある。このことから、中間支援組織が個々の博物館の外部資金獲得を支援する事業の可能性やそのあり方について検証を行うため、個別館のクラウドファンディング支援を実証した。
- ・日博協において、実証協力館である相川考古館のクラウドファンディング支援に取り組んだ。博物館のクラウドファンディングとその伴走支援についての知識・ノウハウを同協会が得たことは大きな成果であった。
- ・相川考古館からは、同協会からの支援は、これまで実行に移せなかったクラウドファンディングを実行するきっかけとなり、マンパワーの少ない小規模館において、伴走支援や広報の一部を担ってもらうことが救いであるというコメントがあった。中間支援組織として、個々の会員館がクラウドファンディングに取り組む際にアドバイス・情報提供や伴走支援を行うことの重要性や意義を確認することができた。
- ・ファンドレイザーと連携することで、個別館におけるクラウドファンディングの支援を実施することが可能であることが分かった。

(3) 中間支援組織における広報の必要性の把握

本事業の取り組みを通じて、中間支援組織の外部資金獲得について検討するには、広報についても並行して検討する必要があることが明らかとなった。下記に、本事業において中間支援組織における広報について確認されたことを下記に整理した。

① 外部資金調達に向けた広報の必要性の把握

- ・ 中間支援組織の役割は一般の人々にとって見えにくく、博物館支援団体が「中間支援組織」としての役割を果たしていることが一般に伝わりづらい。このことは、本事業内での日博協の一般寄付ページ改修や「博物館への寄付ポータル」の広報において、改めて確認され、丁寧な説明が必要であることが明らかとなった。
 - ・ 本事業を通じて、外部資金調達と広報は密接に関わっており、経営基盤強化において広報は重要な要素の一つであることを認識した。広報に関連する事項について、具体的には下記の検討・実践を行った。
-
- ・ 一般寄付ページの改修において、一般に分かりやすく伝わり、訴求するための説明やビジュアルとすることをめざした。
 - ・ ホームページにおいては、より広く閲覧されるものとなる必要があることが確認された。中間支援組織として、まずは同協会の持つ専門的情報や業界の情報等を分かりやすく発信し、外部のメディアが参照するようなホームページとなることをめざすことを確認した。
 - ・ PRTIMES に登録し、簡便にプレスリリースを配信することができるようになった。
 - ・ 一般寄付や会員の募集、「博物館への寄付ポータル」の公開を行うにあたり、広報先の検討を行った。博物館と親和性の高いメディアへのアプローチや関連する学会や展示会への参加・出展という方策を抽出した。
-
- ・ 中間支援組織は、博物館と社会の中間にあるという整理から、国内博物館の役割や魅力を発信することは重要な役割の一つである。国内博物館の広報と、自身の組織の広報の二つを両輪で行う必要があることを改めて認識した。

2. 今後の課題

以上、本章前項において取りまとめた今年度事業の成果と分析から、各事業が今後の博物館振興に向けた中間支援機能として大いに期待できることが検証できた。しかし一方で、今年度事業の実質的な実施期間が約5ヶ月と短期間であったことから、実証のために実装した機能・取り組みについて、その成果をデータとして検証・分析し今後の展開に繋げるまでには至らなかった部分が一部残される結果となった。

本項において今後の課題を整理するに際しては、今年度の本事業の成果とともに、本事業に先駆けて実施された文化庁の令和5年度「博物館機能強化推進事業（経営基盤強化に向けた組織改革の促進に関する実証事業）」（委託業務）の結果もふまえつつ、今後に継続すべき調査研究の方向性を整理したい。

さらに、本事業において博物館の中間支援組織として想定し調査研究の対象とした日博協について、これまでに実施した事業の成果をふまえ、その基本的な目的と役割、組織の現状と機能の棚卸しを行い、求められる役割を果たすための組織強化に向けた検討の必要性のもとに今後の課題を示すこととしたい。

（1）課題整理の前提

① 博物館振興団体と博物館中間支援組織

多様な業種に存在する業界団体は、基本的に対象とする業界の振興を目的に設立された組織で業界ごとの振興団体と位置づけられる。博物館の業界においては、日博協をはじめ、美術館や動物園・水族館、植物園等、それぞれの館種ごとに構成された組織が存在する。

こうした振興団体の多くは、対象とする個々の施設から会員を募り、徴収する会費を主な収入源とし、あわせて業界の振興に資する事業を実施することで得られる事業収入を主たる財源として、特定の業界の法制度整備への支援やガイドラインの策定、会員への便宜供与、業界内の情報共有、政策提言等の役割を担い、業界の発展に寄与するための事業を展開しており、業界内部、関連の立法・行政セクターを主たるステークホルダーとして機能している。

業界ごとの振興団体に対し、中間支援組織は、業界の内部に向けた活動よりも、対象とする業界や施設の外側にある社会に対して、主題とする業界や組織、あるいは個別のプロジェクト等の意義を伝え、支援を求めることを主たる目的とする。その組織形態は、NPO法人や任意の市民団体や地域団体といった多様な形態が見られる。

これらの中間支援組織の活動を支える財源の多くは、関連する行政セクターからの補助金、助成金、寄付及び会費等によって支えられている。具体の活動としては、支援対象とする組織やプロジェクトに対する資金調達支援や研修・相談支援、ネットワーク構築、行政・企業の橋渡し等が中心で、そのための研修会や普及啓蒙を目的とする事業を実施している。その主目的は、対象とする施設等への直接的な支援というよりは、地域社会の課題解決、そのための連携・ネットワーク構築の促進が中心となる。

本項における課題の整理に際しては、上記の業界団体と中間支援組織との機能的特質をふまえ、本報告書第2章で整理した②「博物館振興団体の現状における課題」と③「中間支援組織に求められる役割・機能」をあわせ持つ組織が求められていることを前提に、今後の日本における博物館振興を担う組織・機能の方向性を整理する必要がある。

② 業界支援と中間支援機能の統合としてのアーツカウンシル

令和5年度に実施した調査研究事業により、めざすべき方向性の一つとして挙げられたアーツカウンシルの機能は、①で整理した業界団体と中間支援組織の双方の機能をあわせ持つものであることを確認するとともに、我が国の博物館振興のために有効な機関として期待できることを確認した。

一方、その役割を果たすために必要な機能を有する欧米の主要な組織については、かなりのボリュームの公的資金の提供を受けて組織基盤が整備され、その上で、多様な資金調達を行うことで、事業に必要な財源と人材を確保し、業界の振興と社会からの共感を得るための情報発信という機能を両立させていることが見て取れる。

今後、日本の博物館全体の振興を担う団体は、基本的に業界団体と中間支援組織双方の機能を持つことを前提に、組織・機能を整備し、必要な事業を展開できる体制の整備を進めることが求められる。

(2) 事業の調査研究の対象とした日本博物館協会について

① 組織の概況・求められる役割

昭和3(1928)年に博物館事業促進会として創設された日博協は、博物館法の制定をめざしつつ、我が国の博物館の振興を目的として事業を展開し、およそ1世紀にわたり、博物館法制度の整備、政策の充実、情報発信や資質向上等の分野において博物館業界の中心的な振興団体として一定の役割を果たしてきた。

一方で、世界的に博物館の社会的役割が多様化・高度化する昨今の状況の中で、厳しい運営環境に置かれている我が国の博物館が、今後、持続的に社会的役割を果たすために、日博協に期待される役割は大きく多様であり、その役割は、基本的には先述のアーツカウンシル的要素を強く持つものであることは、この2カ年の事業で明らかになりつつあると思われる。

② 今年度実施した各事業と日博協の組織的状況

今年度、調査研究事業として実施した事業は、本報告書第2章－1－(2)－②に記載した通り、「A：博物館振興団体の発信力の強化」「B：博物館振興団体の寄付受け入

れの強化」「C：博物館に関するクラウドファンディングをとりまとめたサブ・ポータル

の立ち上げ」の3テーマを柱とするものであった。

上記のいずれの事業も、今後の我が国の博物館振興にとって大きな効果を期待できる事業であることは確認でき、事業に参画したファンドレイザーの専門的知見やスキルの有用性と中間支援機能の実装には欠かせないことも検証できた。

一方で、こうした博物館振興に期待される機能を、今後日博協が持続的に担っていくためには、単に事業を実施するに足る資金や人材等の要件を満たす対処療法的な対応ではなく、中長期的な展望の検討を進めつつ、組織としての改革を進めることが求められる。

(3) 今後の課題

上記(1)、(2)を念頭に、これまでの調査研究事業をふまえて中間支援体制の構築をめざすという視点と、日博協が中間支援機能も含めた新たな役割期待に応えるという視点から、下記に今後に向けた課題を整理した。

① これまでの調査研究事業の実装検証の継続と評価

令和5年度事業で検討したアーツカウンシル機能の導入に向けた具体的方策の検討に関する継続的調査研究の実施により、日本の博物館を持続的に支援するための振興・中間支援を担う機関・組織のあり方を、令和5年度事業で抽出した海外事例を参照しつつ精緻化するとともに、今年度事業で実装した事業の継続による効果の検証と評価を行い、今後に向けた改善点等の抽出と本格実装と運用に向けた基盤を整備する。

② 創立100周年を契機とする今後に向けた日博協の組織の再構築

令和10(2028)年に創立100周年を迎えるタイミングを好機ととらえ、日博協が、今後の博物館業界の振興と、博物館と社会をつなぐ中間支援の2本を柱とする役割を組織としてのあるべき姿を検討し、実現に向けた取り組みを進めることが求められる。

1) 経営的側面からの課題

- ・今年度は、外部ファンドレイザーの協力の下で、「博物館振興団体の発信力の強化」「博物館振興団体の寄付受け入れの強化」に関する事業を一体的に実施し、専門的視点から日博協の資金調達の現状を棚卸しするとともに、今後検討すべき経営的な課題を抽出した。
- ・日博協が博物館業界の振興団体としての役割・機能を強化しつつ、今後、広く社会を対象として、博物館と社会をつなぐ中間支援機能を担う団体として期待される役割を果たすために必要な検討課題を次頁に整理した。

-
- ・ 中間支援機能を実装するための定款変更の必要性（組織基盤）
 - ・ 公益財団法人としての中長期経営戦略の策定（ビジョン）
 - ・ 会員制度維持のための会員メリットの見直し（協会構成基盤）
 - ・ 博物館業界全体への支援のあり方についての公益事業の位置づけと展開に関する基本的方針の整理（公益法人改革との連携）
 - ・ ICOM 等国際組織との連携協力体制の整備（国際連携のハブ機能）
 - ・ 求められる広報機能を果たすための体制の整備（人材投資）
 - ・ 政策提言実現に向けた関係セクターに対する働きかけの強化（ロビー活動）
-

2) 財政的側面からの課題

- ・ 1) に挙げた経営的課題に取り組むためには、日博協の財政的側面からの改革が不可欠であり、今年度実証的に実施した事業の継続的検証とともに、今後に向けて検討すべき課題について下記に整理した。

-
- ・ 「博物館への寄付ポータル」で実装したクラウドファンディング事業者との連携による会員館の外部資金調達に対するサポート事業の効果検証、採算性の分析をふまえた改善点の検討、及び日博協の一般寄付ページの改善結果の評価・分析と改善（会員館サポート機能の検証と改善案・コストの検討）
 - ・ 今年度実施した日博協のステークホルダー整理とドナーピラミッド構成に対する発展的アプローチの企画とコスト把握（広報目的投資計画）
 - ・ 求められる機能に見合う資金調達に向けた戦略及び実施計画の策定と組織体制の整備（目的を明確にした資金調達）
 - ・ 現在公益目的事業として位置づけ実施されている諸事業についての意義・目的及び実施効果の再確認と採算性の見直し、並びに各事業の目的に即した資金調達手段の検討・導入（公的資金、会費、寄付等資金調達のための目的別ターゲットリスト作成）
 - ・ 基本財産等、組織内資産の運用等、投資的資金調達手段の検討・実施（現有資産の有効活用）
-