

平成26年度MieMuの活動と運営の内部評価・外部評価結果の概要

計画期間(3年):平成26年度～平成28年度

三重県総合博物館(MieMu)が、長期にめざす姿(ビジョン)の実現に向けて、当面3年間(＝計画期間)に戦略的に取り組むための計画とそのマネジメントのしくみを、以下のとおりとしています。
ビジョン 三重は、日本列島のほぼ中央に位置し、南北に長く水深2, 000mの深海から標高1, 700m近くの山岳までも含んだ多様な自然環境をもち、亜寒帯から亜熱帯までの幅広い生物種を育む日本列島の縮図のような自然を有している。この自然を背景に、伊勢・伊賀・志摩国と紀伊国の一部から成り立つ三重は、それぞれの地域で特色あるくらしや歴史が育まれてきた。また、三重は古くから陸海の交通の要衝にあり、都に近く、信仰と商業の拠点をも有したことから、人・モノ・情報が集まり交流が生まれることで、東西文化の結節点となり、多様な文化を生みだしてきた。 三重県総合博物館は、このような三重の多様で豊かな自然と歴史・文化について、県民・利用者の皆さんとともに総合力を発揮して探究し、保全・継承し、広くその意義を伝える。このことにより、三重の特徴と素晴らしさに気づき、多様な価値観のもとで、誇りをもって地域をより良くしようとする人々が集う活気ある社会の形成を目指す。

戦略目標		達成度	戦略を評価するための指標		評価結果		戦術		達成度	戦術を評価するための指標			評価結果		平成27年度の改善した点
			アウトカム(成果)	各戦略の内部評価概要						外部評価	アウトプット(産出量)	アウトカム(成果)			
										短期的(定量)	短期的(定性)		内部評価	外部評価	
1	新たな利用者のすそ野が広がり、何度も利用してもらえるために、事業内容を充実させます	4	新規来館者の割合(ア) (約80%:年度後半でも約40%を確保)	・開館初年度ということもあり、11本の企画展を実施することにより、幅広い層の新規展示観覧者をたくさん獲得することができた。 ・一方で、多くの企画展を開催したことから、それらの準備等に館全体の経営資源が不足し、その穴埋めとしての人員増と時間外業務量を極めて多くしたが、それでも手が足りなかった。そのため、他のいくつかの戦略と戦術(例えば、戦術2、3、5や戦略5など)や業務に時間を割く事ができなかった。 ・館にある経営資源で充分こなせるよう、無理のない適正な企画展数の設定や人員配置体制、準備期間を設ける必要がある。	・結果として、新規来館者割合が多かったことから、達成度4と考える。ただし、それが初年度の開館効果に起因するものか、各々の展示会の魅力によるものかについては、判断できず、今後も経過を注視していく必要がある。	1	多様な層を獲得するため、行ってみたくなる企画展を実施します	4	企画展の数(11本)	観覧者内訳(ア) 12～19才が少ないが幅広い年齢層を獲得	企画展の満足度(ア) 満足が各展示50%以上	・多様な幅広い年代層を獲得できた。 ・12～19才を獲得する工夫が必要である。 ・館内の経営資源を投入しすぎたので、実施体制や企画展数を検討する必要がある。	・多様な幅広い年代層を獲得できたと考える。		
						2	基本展示を何度も利用してもらうために、展示の更新や解説を実施します	2	定期的な展示解説の数(0本)	再来館(観覧)者数(の割合)(ア)(約20%)	基本展示の満足度(ア)(約60%)	・展示解説は担当の手が回らなかったので、実施しなかった。ただし、依頼案件の展示解説は適宜、展示の更新は4回行った。	・定期的な展示解説を実施しなかったこともあり、達成度2と考える。本当初に初年度の展示更新が必要であったか、また、定期的解説は0回としても個別に要請を受け、オーダーメイドの解説を実施していたことなどを含め、満足度が高いのであれば、そこまで行う必要があるのか、指標の再考が肝要である。	・基本展示スポットガイドを偶数月の第2土曜11時から実施している(年6回)	
						3	学校利用を促進するために、館内プログラムを充実します	2	館内プログラムの数(1本:5分程度の開催案内)	来館学年内訳 321校 幅広く各学年が来館	プログラムの満足度(ア) 実施せず	・担当の手が回らなかったので、簡易な館内プログラム1本しか実施できず充実できなかった。学校利用の営業や受け入れ態勢の整備に注力したためである。	・簡易なプログラムを1本するにとどまり、充実できたとはいえず、達成度2と考える。満足度の低下、来館校数の減少といった問題がなければ、初年度にプログラムを増やす必要があるか、再考の余地がある。	・こども向け基本展示イラストマップと企画展示用のガイドをつくった	
2	博物館の存在が広く伝わるために、開館の利点を活かして積極的な広報を展開します	3	一般のMieMuの知名度(ア) (67%:県のこどもモニターアンケートで実施)	・インターネットを利用した広報は、更新頻度が多かったことにより、多くの閲覧者を獲得できたが、一方、メディア向け説明会やみりよく発信隊の運用をほとんど実施することができなかった。 ・企画展の準備に経営資源が偏り、担当の手が回らなかったの、説明会やみりよく発信隊の実施に向けて、また、インターネットの更新が一部の職員の努力に偏っているため更新回数のさらなる増加や情報ソースの多様化に向けて、より多くの職員が関わるなど、館内の経営資源の内での配分増が求められる。	・キッズモニターの認知度が67%であったことなどから達成度3と考える。 ・広報はノウハウを持った専門性の高い人が、全体の広報を取り仕切って担当しないと難しい。片手間ではできない仕事で、担当の能力とスキルが求められる。どう広報のプロパーを育てるかが課題である。 ・発信ありきの戦術なので、記者との関係性などメディア対策が課題である。 ・記者に対しては、小さくても親しみがもてる出来事や話題、またカラーページに適した写真や被写体の提供など記事掲載につながる戦略や関係性を構築することを検討してほしい。 ・口コミで博物館の魅力を伝える伝道者をより多くつくる取り組みを進めてほしい。	4	利用者が受動的に目に入るメディアに掲載してもらうため、メディア向け説明会や内覧会をします	3	説明会(1回:開館前)・内覧会の数(6回)	参加したメディアの露出回数(21回)	説明会の満足度(ア)実施せず	・開館後に説明会は、担当の手が回らなかったので実施できなかったが、内覧会は実施できた。	・説明会は実施していないが、内覧会は実施しているため、達成度3と考える。 ・定期的に館独自の記者懇談会を実施し、自前の広報ルートを構築した方がよい。	・F1展でプレス向けの説明会を行った ・内覧会を5回開催	・F1展でプレス向けの説明会を行った ・内覧会を5回開催
						5	利用者が受動的に目に入る広報ツール(ポスター)を活用するために、みりよく発信隊による広報活動を強化します	1	みりよく発信隊への情報提供回数(1回:開館時)	みりよく発信隊登録者数(161名)	登録者が実感する広報効果(登録者がレビュー)実施せず	・開館後、担当の手が回らなかったので、みりよく発信隊へ情報提供できなかった。	・情報を提供できていないので達成度1と考える。 ・みりよく発信隊が博物館の魅力を口コミで県民に伝える伝道者であるという取り組みであれば良いが、そうでなければ再検討した方がよい。ミュージアム・パートナーがその役割であるならそれで十分である。 ・必要性や活用のあり方を検討	・Web媒体に限定して、活動を再開する予定	
						6	多くの人に博物館を利用してもらうために、利用者が能動的に情報を得る広報ツールであるホームページを充実させます	4	ホームページの更新数(200回)	閲覧数(629,701回)	ホームページ内容の満足度(ア)(60%)	・多くの閲覧者を獲得できた。	・多くの閲覧者を獲得できたことにより達成度4と考える。	・職員が協力しつつある	
						7	多くの人に博物館を利用してもらうために、利用者が能動的に情報を得るツイッターを定期的に更新します	4	ツイッターの発信数(3009回)	フォロワーの数(2376人)	MieMuに該当するツイート話題の好意的だった件数(否定的なものはほとんどなし)	・多くの閲覧者を獲得できた。	・多くの閲覧者を獲得できたことにより達成度4と考える。	・職員が協力しつつある	
						8	多くの人に博物館を利用してもらうために、利用者が能動的に情報を得るフェイスブックを定期的に更新します	4	フェイスブックの発信数(68回)	いいね!の数(1786)	コメントの好意的だった割合件数(64%)	・多くの閲覧者を獲得できた。	・多くの閲覧者を獲得できたことにより達成度4と考える。	・職員が協力しつつある	

戦略目標		達成度	戦略を評価するための指標		評価結果		戦術		達成度	戦術を評価するための指標			評価結果		平成27年度の改善した点
			アウトカム(成果)							アウトプット(産出量)	アウトカム(成果)				
				各戦略の内部評価概要	外部評価					短期的(定量)	短期的(定性)	内部評価	外部評価		
3	「ともに考え、活動し、成長する博物館」にするために、博物館の活動と経営への県民・利用者の参画を促進します	3	参画者数(262名、20社)	・多様な参画の機会をつくり、多くの参画者や団体を獲得できたが、参画者が少ない事業もあり、事業の内容や時期、参画者の集め方に課題があった。	・左記の理由から、達成度3と考える。	9	活動への参画促進のために、ミュージアム・パートナー制度を支援します	3 ↓ 4	ミュージアムパートナーへの支援回数(254回)	登録者数(230名、旧博物館の前身団体から80名減)	登録者への支援に対する満足度(A)(30%)	・ミュージアム・パートナー向けの事業は実施してきたが、従前制度と比べて会員数が減り、パートナーへの支援に対する満足度も低かった。引き続き、自立に向けた段階的な支援が必要と考えている。	・平成26年度は自立に向けたステップを着実に進んでいた。 ・博物館の関連団体として発足し、格好はついてきたが、独り立ちには今後1年はかかり、平成27年度はまだ館からの手厚い支援が必要である。 ・登録者数の減少と低い満足度は、前身団体から新たに受益者負担として会費が無料から有料になったことが大きいことによる。 ・事業は充分実施しているため達成度4と考える。		
						10	活動への企業の参画促進のために、企業との協働による事業を実施します	4	協働事業数(25件)	協賛金額(71,470千円)	企業の連携事業への満足度(A)(70%)	・企業とは、20社との連携事業の実施や企業パートナーシップや、寄付といった賛助金収入も多く、拡大し、続けてほしい。他館では多くの企業と多様で良好な関係を築くことができた。	・多くの企業と多様で良好な関係を築いており、達成度4と考える。 ・直営館として極めて先駆的・画期的な仕組みですばらしいので、拡大し、続けてほしい。他館では一般財源化されてしまうことが多く、博物館のためだけの特定の財源をつくるのは行政として難しい。		
						11	経営への参画促進のために、みんなでつくる博物館会議をします	2	みんなでつくる博物館会議(分科会も含め)の実施回数(2回)	参加者数(32名)	参加者の満足度(A)(31%)	・参加者が少なく満足度も低かったことから、より参画しやすい仕組みの構築が課題である。 ・会議では活発な議論がなされた。 ・参加者が定員に達せず、満足度も低かったことから達成度2と考える。 ・館の運営に県民が参画するための会議自体は重要で、画期的な取り組みであり、試み自体は良い。 ・開館前と開館後で参画の仕方や位置づけが異なるので、会議のネーミングや、あり方、募集人員を検討し、人が集まるように工夫をしたほうがいい。 ・こども会議については、こども体験展示室や子ども向け事業などとの関連性をつけて実施したほうがよい。 ・参加者がゲストからホストになるようにしていけると良い。	・みんなでつくる博物館会議については、平成28年度は会議のあり方を変更することを含めて検討している。 ・こども会議はナイトミュージアムと関連付けて実施(14名参加)		
4	博物館活動の基盤となる資料の劣化を防ぎ、将来活用できるようにするために、収蔵資料及び地域の文化財等の保存・保全に注力します	3	地域の保存・保全方法の改善内容(定性)	・当館の収蔵庫及び展示室の収蔵資料の適切な保存・管理を行うことができた。また文化財等の保存・保全についての多数の相談案件に協力することができた。しかしながら、業務が特定職員に偏っているのが課題である。	・戦術12と13が達成できていることから達成度3と考える。	12	収蔵資料を保全するために、収蔵庫と展示室の定期清掃を行います	3	清掃回数(1,242回)	収蔵庫の虫の捕獲数(0匹)	IPMの外部評価(東京文化財研究所に依頼)実施できない	・収蔵庫と展示室は、虫害もなく温湿度等の保存環境も適切に管理することができたが、収蔵庫については保存担当者に業務が偏っており、収蔵庫を管理する職員全体のIPM意識の醸成や定期清掃と日常的な環境観察のスケジュールを確立する必要がある。	・適切に管理できていたと考える。 ・保存業務が担当に偏っていたようであり、内部評価で改善の方向性が示されているので、達成度3とする。他の職員も保存業務を分担すべきと考える。	・収蔵庫の清掃日を決めて、職員が集まって実施している	
						13	地域の文化財等を保全するために、相談窓口を用意し、保存・保全環境を改善します	4	レファレンス窓口開設日数(293日、開館日常時)	相談件数(87件)	相談結果の満足度(A)実施せず	・地域の文化財等の保存・保全に協力することができたが、依頼が特定の専門を持つ職員に偏っており、当該職員の業務の適正化を検討する必要がある。	・地域の文化財等の保存・保全に協力することができており、達成度4と考える		

戦略目標	達成度	戦略を評価するための指標		評価結果		戦術	達成度	戦術を評価するための指標			評価結果		平成27年度の改善した点
		アウトカム(成果)	各戦略の内部評価概要	外部評価	アウトプット(産出量)			アウトカム(成果)		内部評価	外部評価		
								短期的(定量)	短期的(定性)				
5地域にある資料の学術的価値づけとその意義を伝えるために、地域づくりに貢献できるような(館が決めた特定の地域の)総合的な研究に対象を絞って集中的に取り組めます	1	研究成果の認知度(ア) <u>実施せず</u>	・散発的に準備作業と調査研究を実施したが、戦略5と戦術14～16を実施することができなかった。理由として、開館初年度ということもあり、来館者の対応や企画展の準備に館全体の経営資源の配分が極めて多くなり、戦略5などへの配分が不足したことによる。 ・共同研究機関とともに円滑な実施ができるよう館内の経営資源の中での配分増が求められる。	・3年計画での戦略になるため、初年度においては、戦術14、15は低調、戦術16は未実施という結果でもいたしかたないと考える。平成27、28年度の活動に負うところが大きく、今後、計画的に遂行していったほしい。 ・3年間で対象地域の県民とともに調査し、成果を対象地域において展示や講演会などを実施することによって、地域に還元していくことが戦術の指標になっており、戦略1と関連しているので、博物館としては画期的で理想の高い研究の取り組みであり、意欲が認められる。 ・開館年度で、館内の経営資源である人員と時間が戦略5に回せず、資源が不足していたと推測されるが、全く手が付けられなかったわけではなく、計画を立て散発的ではあるが研究活動を行っていた。しかしながら、戦略に記述されている社会還元ができなかったことから、達成度1と考える。	14地域が研究に参画するために、小中学校に調査カードを配布し一緒に調べます	1	調査カード配布数	調査カード回収数	調査成果の満足度(ア)	・調査カードの配布は、担当の手が回らなかったため、実施しなかった。	・計画を立て、協力相手先に協力を依頼しているものの、実際には実施していないため達成度1と考える。	・協力の段取りとカードの構成を検討中	
					15地域の人々が研究に参画するために、研究調査を兼ねた観察会などの事業を実施します	1	事業実施回数(0回)	参加者数	事業の満足度(ア)	・観察会などの事業は、担当の手が回らなかったため、実施しなかった。	・観察会などを実施していないため、達成度1と考える。	・9月に1回企画したが、荒天のため中止となった	
					16研究成果の意義を伝えるために、発表会や企画展示、シンポジウムを開催します	1	事業実施回数(0回)	参加者数	事業の満足度(ア)	・調査の成果をとりまとめたから実施するため、成果がまとまらなかったため平成26年度は実施しなかった。	・成果の公表が3年計画の最終年度に位置付けられており、初年度については実施なしということ支障はないが、研究事業自体があまり実施されていないことから、達成度1と考える。	・平成28年度に移動展示とシンポジウムの開催を計画中で、志摩市と調整している	
6経営資源を効果的に配分するために、評価制度を活用して事業を選択します	× ↓ 1	各事業のコスト・パフォーマンスの改善(定性) (副館長レビュー)	・開館年度であったために、評価制度が未運用であり、これによる事業選択や改善について分析できないことから、戦略6については評価できなかった。	・意欲的な評価制度を構築したことは大変意義深く、その運用を通じて今後の博物館の経営の改善につなげていくことに期待したい。 ・評価制度により事業が効果的に選択・改善することができるか、また、いつ、どこで、だれが意思決定できるのか、システムになっているのか次のサイクルで評価することになる。 ・県の博物館として、なすべきことを網羅的に戦略に上げ、取捨選択することが困難であったことから、事業を積極的に選択できていない。また、経営資源を効果的に配分できていない様子がうかがえるため、達成度1とした。 ・経営資源をもっと効果的に配分、あるいは年度途中で再配分するべく何らかの対策が必要である。 ・戦略6は全体の運営を、戦術17は日常の運営の改善であり、戦略と戦術の間にかい離がある。 ・評価ありきではない。評価制度がうまく経営資源を配分できないのであれば再考すべきと考える	17事業を日常的に確認し改善するために、定期および臨時の戦略会議の場をもちます	4	内部の戦略会議の数(54回)	確認して改善した数(37件)	改善の効果(学芸員がレビュー)	・戦術17については、戦略会議に相当する課長会議と運営ミーティングを定期的開催し、館運営の諸課題に恒常的に対応して多くの改善を行うことができた。しかし、会議運営の効率化、また、会議結果の共有と業務反映をさらに進める必要がある。	・毎週開催される「課長会議」や月一回の「運営ミーティング」が日常的な業務やオペレーションを改善する場となり、改善を行っていたことから達成度4と考える。		
					18評価制度が有効に働いているかを確認するために、評価士に定性評価していただきます	×	外部評価を依頼 <u>実施せず</u>		評価レポート <u>実施せず</u>	・評価制度が有効に働いているかどうかを、平成27年度の結果を見て、平成28年度に評価するので、評価することはできない。	・平成27年度の結果を見て、平成28年度に評価することとなっているため、「評価せず」とする。		

【達成度】(※4段階評価：1. 達成できていない(20点以下)、2. どちらかという達成できていない(21～49点)、3. どちらかという達成できた(51～79点)、4. 達成できた(80点以上)、×. 評価できず)

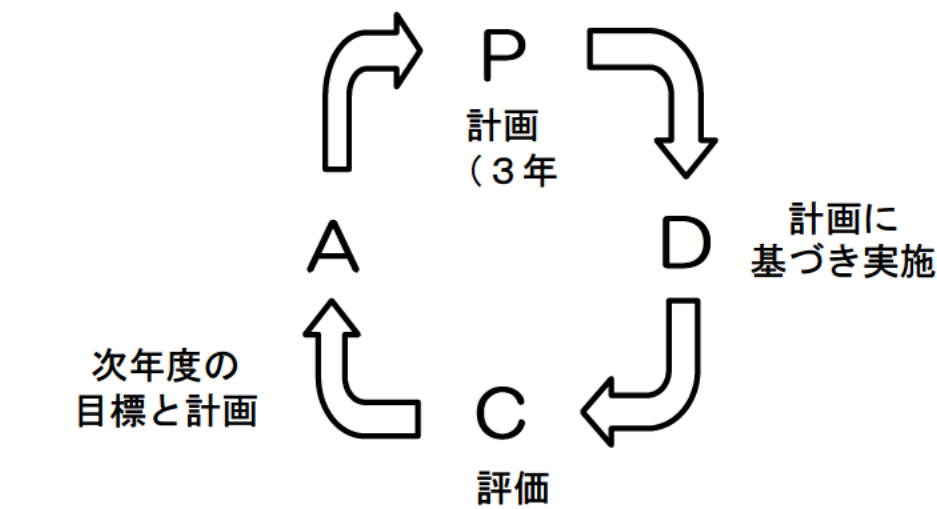
※(ア)はアンケートによるデータ収集

- 用語
- ・戦略目標： 計画期間中、重点的に目的を持って取り組むこと
 - ・戦術： 戦略目標達成のために、具体的に取り組むこと

○評価体制

内部評価： 内部評価委員会(北村・杉谷・山崎・宇河・中村)
外部評価： 博物館協議会評価部会(山下・泰井・亀山・田原・中尾委員)
評価結果を報告、意見聴取
→みんなでつくる博物館会議・こども会議
→博物館協議会

○マネジメントのしくみ



	4月	5月	6月
評価者の階層	①自己点検評価	②内部評価 →	③外部評価
評価者	館担当課・者	館内部評価委員会	博物館協議会評価部会
評価作業内容	・指標データ整理	・評価結果(価値判断)	・評価結果(価値判断)
	・評価結果(価値判断)	・改善視点	・改善視点