

平成27年度MieMuの活動と運営の各戦略・戦術の内部評価結果・外部評価結果

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				
			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)						
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	3	新規来館者の割合(ア) (約60%) 平成26年度:約80%	・F1展や公文書館展など、企画展の組み合わせによって、新規来館者とともにリピーターにもご来館いただくことができた。 ・一方で、昨年度と同様にプログラム充実と業務バランス改善のために企画展チーム制を実施したが、効果は部分的であり、業務量の平準化は達成できず、他のいくつかの戦略と戦術(例えば、戦術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、 <u>効果的な展示に重点をしぼった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</u> 必要がある。また、職員が自らの能力を向上する努力をすることで、効率的に事業を実施することが課題である。	・企画展での幅広いテーマ設定と年間開催件数の増加で、幅広い年齢層を獲得し、館全体としても多くの新規来館者(60%)を得たことは評価できる。 ・リピーターについては、一定程度(40%)は確保できているが、現状割合の維持や来館回数の拡大には、陳腐化を感じさせない、基本展示の計画的な更新や解説機会の充実、学校を対象としたプログラムの開発等が急がれる。	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(14本) 平成26年度:11本	観覧者内訳(ア) 幅広い年齢層が観覧 平成26年度: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) <u>満足が各展示50%以上</u> (「満足」「やや満足」合わせて85%以上) 平成26年度:満足が各展示50%以上	・三重について総合的に発信し、幅広い年代層を獲得できた。 ・昨年度と同様に 13～19才を獲得する工夫 が必要である。 ・企画展チーム制を導入したが、 <u>その制度が実効的な体制になるよう努めるとともに、企画展数を検討</u> する必要がある。	・十分達成できている。 ・反面、館全体の経営資源の効果的な配分という観点からは、この戦術に力を入れ過ぎている。 ・観覧者数が過大目標となっており、それを達成しようとして負のスパイラルに陥っている。他館と比較し適正な目標値を設定すべき。				
						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	3	定期的な展示解説(6本) 平成26年度:0本	再来館(観覧)者数(の割合)(ア) (41%) 平成26年度:約20%	基本展示の満足度(ア)(63%) 平成26年度:約60%			・新規の取組として、基本展示室内において観覧者を対象とする 基本展示スポットガイドを6回実施 した。 ・一方で、より多くの方にスポットガイドにご参加いただくための工夫や広報が必要である。 ・ 展示の更新は4回 実施した。	・定期的な展示解説は実施できたが、「基本展示スポットガイド」の隔月開催は少ない。 ・毎月開催など頻度を増やして、「お客様感謝デー」のように開催曜日を固定化し、このガイドを目的に来館してもらえると良い。 ・博物館としては、常設である基本展示の充実が大切。企画展示を減らしてでも展示替えを増やすべき。		
						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(3件:職員による概要説明、平和展での平和学習の解説、くらしの道具展での解説) 平成26年度:1本(5分程度の開催案内)	来館学年内訳 185校小学校が多くを占める 平成26年度:321校 幅広く各学年が来館	プログラムの満足度(ア) 97%(引率者) 平成26年度:実施せず					・開館から継続している概要説明以外の館内プログラムは、職員の対応体制の制約から、定型的なものとして実施していない。 ・学校への利用促進の呼びかけや、受け入れ態勢の整備に注力した。 ・基本展示イラストマップの活用や、ワークシート等のプログラムの整備を進める必要がある。	・受入体制の整備については、平成26年度にも課題にあがっており改善できていない。 ・利用を増やす営業活動よりも、MieMuに来たらできることのウリ(＝館内プログラム)を作る方が先ではないか。 ・ニーズの把握が不十分。学校現場の先生方とのコミュニケーションが不足している。
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) (71%: <u>県のキッズモニターのアンケートで実施</u>) ※県政eモニターでは72% 平成26年度:67%(県のキッズモニターのアンケートで実施)	・認知度が約4%向上した。 ・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。 ・F1展では、メディア向けの説明会を実施し、積極的に情報発信することができた。 ・一方で、Web媒体の更新が一部の職員の努力に偏っているので更新回数のさらなる増加や発信内容の多様化に向けて、昨年度に引き続き より多くの職員が関わる など、館内での業務分担が必要である。	・広報活動に関しては、東京でのプロモーションやSNSの活用など、新たな手法を積極的に取り入れて事業が展開できたことは評価できる。	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 ↓ 4	説明会(東京・三重テラス)(1回)・内覧会(4回) 平成26年度:説明会(1回※開館前)・内覧会(6回)	参加したメディアへの露出回数(17回) 平成26年度:21回	説明会の満足度(ア) <u>アンケート実施せず</u> 平成26年度:実施せず	・注目度の高い企画展(F1展)に合わせて、記者向けの説明会を実施することが出来た。 ・一方で、館長や学芸員と記者が定期的に顔を合わせる場を設定し、継続的な関係づくりが必要である。	・メディア向けの説明会については、予定通り実施できた。 ・新たに三重テラスを活用して東京で開催したことは高く評価できる。 ・今後、忍者展や植木等展でも実施して欲しい。				
						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数(0回) 平成26年度:1回※開館時	みりよく発信隊登録者数(161名) 平成26年度:161名	登録者が実感する広報効果(達成感)(登録者がレビュー) <u>アンケート実施せず</u> 平成26年度:実施せず			・平成27年度は、みりよく発信隊を新体制に改める検討期間と位置付けたため、情報提供を行わなかった。 ・検討の結果、SNSやブログなどのWeb媒体を活用した発信協力に内容を限定することとした。	・みりよく発信隊の活動が、検討期間ということで実施できなかった。 ・館による広報は限界があるので、多くの方を巻き込む取組を進めてほしい。		
						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(約200回) 平成26年度:約200回	閲覧数(644,449回) 平成26年度:629,701回	ホームページ内容の満足度(ア)(測定不能) 平成26年度:60%					・多くの閲覧者を獲得できた。	・Web媒体を活用した広報は、定期的に情報発信することができています。 ・並行して年配の方に向けたアナログ手段による広報も考慮して欲しい。
						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(2,854回) 平成26年度:3009回	フォロワーの数(3,638人) 平成26年度:2376人	MieMuに該当するツイート話題の好意的だった件数(127件) 平成26年度: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。	
						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	3 ↓ 4	フェイスブックの発信数(47回) 平成26年度:68回	いいね!の数(2,966) 平成26年度:1786	コメントの好意的だった割合件数(63%) 平成26年度:64%					・多くの閲覧者を獲得できた。	

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	
			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)			
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 ↓ 4	参画者数(269名、21社) 平成26年度: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。	・県民や利用者との連携について、企業とは、利用者だけでなく活動資金の確保でも、他の公立館にはない、すぐれた実績を残している。 ・反面、「みりよく発信隊」や「みんなでつくる博物館会議」など、個人との連携推進については低調で、今後、現行の組織や活動のあり方について、再考を要する。	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(226回) 平成26年度:254回	登録者数(255名:平成26年度から25名増) 平成26年度:230名	登録者への支援に対する満足度(ア)(35%) 平成26年度:30%	・引き続き、自立的な運営に向けた事務局に対する段階的な支援が必要である。 ・登録者の博物館からの支援に対する満足度は低いため、活動内容を充実できるよう支援を続けていく。	・支援回数は実質的に昨年同等、参加者は増加したことから、支援体制は充実している。 ・ミュージアム・パートナーの活動に対する館側の期待が見えにくい。パートナーの方々ともすり合わせが必要。	
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	4	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。	・展示環境や資料の保全・保護については、館の資料はもとより、公立機関として全県的な活動(支援)ができたことは評価できる。	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(19件21社) 平成26年度:25件20社	協賛金額(71,580千円)※累計 平成26年度:71,470千円	企業の連携事業への満足度(ア)(83%) 平成26年度:70%	・公立館での企業連携の取組は、全国的に見ても例が無く、先進的である。 ・企業とは、19件もの連携事業を実施することができた。 ・企業パートナーシップについては5年間の長期会員が増加傾向となっており、多くの企業と多様で良好な関係を築くことができた。	・企業との取組実績については、公立館としては素晴らしい成果。 ・コーポレーション・デー等の取組は、企業のPRにとって費用対効果が高い点がアピールポイントになる。 ・連携事業に参画した社員の声なども取りまとめ、今後のアピールに繋げてほしい。	
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	4	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。	・展示環境や資料の保全・保護については、館の資料はもとより、公立機関として全県的な活動(支援)ができたことは評価できる。	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 ↓ 3	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) 平成26年度:2回	参加者数(こども会議14名、みんなでつくる博物館会議応募者4名)※みんなでつくる博物館会議は、会議形式の実施は中止、アンケート(来館者・ボランティア)103名、ミュージアム・パートナーとの意見交換15名) 平成26年度:32名	参加者の満足度(ア)(93%こども会議のみ) 平成26年度:31%	・みんなでつくる博物館会議、こども会議ともに定員割れで参加者が少なかったことから、より参画しやすい仕組みの構築が課題である。	・参加者数が少なかったり、開催方法を変更したが、意見聴取の機会は持てた。 ・開館後の現在では、「つくる」という表現の事業名では、一般の方にとってイメージが湧きにくい。事業名の検討が再度必要である。 ・当事業で、参加者に対して館が「何を聞きたいのか」が明確に伝わっていないので、参加しにくい。 ・こども会議での試行のように、みんなでつくる博物館会議についてもナイトミュージアム等の企画と組み合わせて実施してはどうか。	
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	4	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。	・展示環境や資料の保全・保護については、館の資料はもとより、公立機関として全県的な活動(支援)ができたことは評価できる。	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 ↓ 4	清掃回数(委託分308回+自主分23回) 平成26年度:1,242回	収蔵庫の虫の捕獲数(0匹) 平成26年度:0匹	IPMの外部評価(東京文化財研究所に依頼)実施せず 平成26年度: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。 ・平成27年度は職員による自主清掃を実施できたが、定例化にむけてスケジュールを確立する必要がある。 ・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意識の醸成が必要である。	・清掃が定期的な委託分に加えて自主分も実施できたことや、虫害が発生しなかったことは評価できる。 ・自主清掃については、定期スケジュール化の確立を目指すのであれば、年間での目標回数が定められていると達成度が評価しやすい。その際は収蔵庫と展示室、それぞれで適正な清掃回数を設定すべき。	
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	4	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。	・展示環境や資料の保全・保護については、館の資料はもとより、公立機関として全県的な活動(支援)ができたことは評価できる。	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(308日※開館日常時) 平成26年度:293日※開館日常時	相談件数(95件) 平成26年度:87件	相談結果の満足度(ア)実施せず 平成26年度:実施せず	・多くの相談に対応し、地域の文化財等の保存・保全に協力することができた。 ・一方で、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。	・収蔵資料に留まらず、地域の文化財や自然環境の保存・保全に寄与できたことは高く評価できる。 ・相談結果の満足度を指標としているが、変えるべきではないか。	

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	
			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みます	2 ↓ 1	研究成果の認知度(ア) 実施せず 平成26年度:実施せず	・各分野で数回の調査を行ったが、 <u>展覧会準備や連携事業実施の準備等へ館全体の人員や時間の配分が多くなったため、戦略5および戦術14～16を十分に実施できなかった。</u> ・平成28年度に実施する移動展示およびシンポジウムのため、三重大学等との事前協議を行った。 ・平成28年度は移動展示の準備を基軸として、必要な分野・項目の調査研究を行うが、 人員・時間の配分増が求められる。	・地元と連携した総合研究については、複数年に亘って成果があがっておらず、目標や計画の見直しが必要と言わざるをえない。	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(0回) 平成26年度:0回	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、調査項目の検討を行ったが、他の業務を優先したため実施できなかった。	・戦術として目標を掲げている以上、実施する努力が必要。 ・調査方法に意義が無いのであれば廃止、あるのであれば実施可能な体制を整えて確実に実行すべき。早い判断が必要。 ・検討を行ったのであれば、次の年度に向けた提案まで記載して欲しい。
						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	3 ↓ 2	事業実施回数(0回) 平成26年度:0回	参加者数(事前調査12名)	事業の満足度(ア)	・観察会を9月に予定していたが、荒天のため実施できなかった。 ・ミュージアム・パートナー生きものグループと、事業に向けた事前調査を行った。	・実施できなかったため、成果の評価は困難。 ・対象地域での事業数自体が、年間計画の中で少ない。 ・今後は、荒天でも可能な代替案を用意しておくべき。
						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	2 ↓ 1	事業実施回数(0回) 平成26年度:0回	参加者数	事業の満足度(ア)	・調査の成果をとりまとめてから実施するため、平成27年度は実施しなかったが、実施に向けての準備・事前協議等を行った。	・準備や事前協議を行っただけでは成果として不十分。 ・例えば、中間報告会等を実施するなど、対処法があったのではないか。
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	2 ↓ 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)	・平成26年度の評価結果を受けて、他事業から広報への予算積み替えを行った。また、時間外勤務の縮減に努めたが、十分な状況とは言い難い。 ・ 評価制度と行政のスケジュールがずれていることや、再配分できる予算や人的資源(人数・時間)を確保できていないことにより、制度を活用した事業選択には至っていない。	・平成26年度に指摘された改善点が、平成27年度も引き続き残存していることが明らかになった。これは評価制度を活用したPDCAサイクルのアクションが機能していないことを示しており、評価結果をふまえて活動にどのように反映していくのが問題である。 ・戦略と戦術ともに定量的な評価指標が必要。特に、企画展示ごとの収支報告は、戦術の成果を定量的に図る上でも必須だと考える。 ・評価制度で取り上げている戦略と戦術の項目を再考すべきではないか。レファレンスカウンターでの活動や、こども体験展示室の利用状況、文化交流ゾーンでの連携活動、職員の接遇など、評価すべき項目は他にもある。むやみに変更するのではなく、館の実情に合わせて順応していくべき。	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	3	内部の戦略会議の数(61回) 平成26年度:54回	確認して改善した数(104件)	改善の効果(学芸員がレビュー)	・会議の定期的な開催によって、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。 ・開催回数は適正だが、 会議運営の効率化や議論の深化が必要である。 ・日常的な運営の改善は行うことができたが、調査研究など本来の博物館業務に対する経営資源(人員・時間)の再分配までには至らなかった。	・定期的に会議を設け、日常的に改善している点は評価できるが、会議の回数や費やす時間はかなり多いので見直しが必要。 ・企画展示の振り返りの際には、ショップや受付、警備の担当職員など、お客様と最前線で接する方々からも声を聴くと良い。
						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 外部評価結果後に実施予定 平成26年度:実施せず		評価レポート 外部評価結果後に実施予定 平成26年度:実施せず	・平成26年度と平成27年度の運営状況について、 平成27年度の外部評価結果が出た時点で、評価士による評価を実施予定である。	・戦術18の評価士による定性評価の項目は、6つの戦略とは独立すべき。現状の構造では、定性評価の内容について評価を下すことになり、達成度が定められない。

【達成度】(※4段階評価: 1. 達成できていない(20点以下)、2. どちらかというと達成できていない(21～49点)、3. どちらかというと達成できた(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・小川・瀧川・中村)

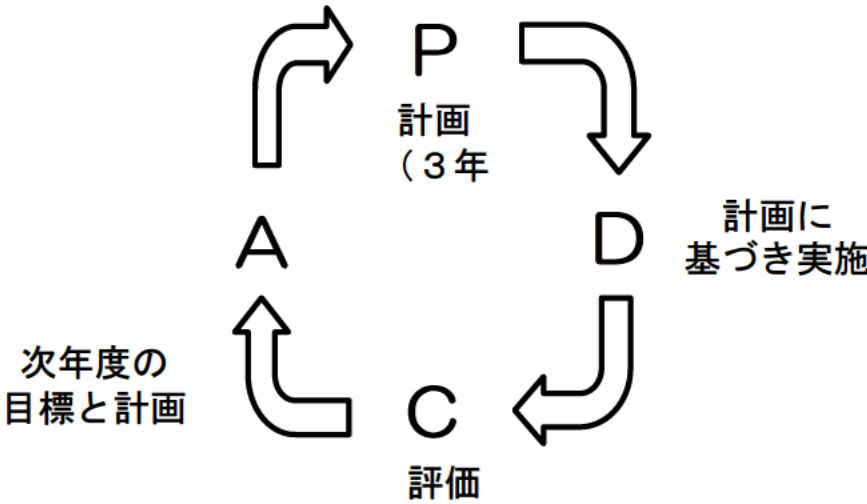
外部評価： 博物館協議会評価部会

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



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