

【令和4年度 MieMu の活動と運営全体の内部評価概要】

計画期間（4年）：令和2年度～令和5年度

1 計画について

博物館の3つの使命 ①三重の自然と歴史・文化に関する資産を保全・継承し、次代へ生かす ②学びと交流を通じて人づくりに貢献する ③地域への愛着と誇りを育み、地域づくりに貢献する を達成するために、中間アウトカムを「(A) 三重の魅力を知り、(B) 博物館を利用してもらう」とした。この中間アウトカムを達成するために6戦略 15 戦術を考え、それらにマネジメントを評価する戦略と戦術を付け加えた計7戦略 16 戦術を設定して2年間取り組んできた。その過程で、課題のある指標やコロナ禍のもと現状の博物館の活動と運営に適さない目標値が明らかとなった。外部評価委員会からも再検討の提言を受け、内部評価委員会、全体会議で検討を行い戦略7、戦術10、戦術13において新たな指標、目標値を設定した。なお、戦術1については成果の把握方法を見直すこととした。

2 内部評価概要

○ 「(A) 三重の魅力を知り」について

- ・ 館内学芸員の年間研究成果公表数(25回)、資料データベースの閲覧回数(5,516回)は目標(13回、5,000回)を上回った。研究成果公表数の把握方法を見直したこともあり、公表のない学芸員数は減少した。
資料保存は、毎月定期的に収蔵庫内の清掃・点検を実施し、生物被害を発生させないための環境づくりができた。資料の毀損もなく、学芸員個々人が収蔵庫内の状態を認識することにもなった。
学芸員は資料の収集、保管、展示、調査研究、教育普及活動の他、事務や広報等の業務を担当している。専門性を発揮するための「調査研究活動」を進めていくには、館としての推進体制づくりが必要である。
- ・ 基本展示ではR3年度比126.1%の観覧者(44,120人)があり、「初めて」「リピーター」の客層からも70%弱以上の評価を得た。企画展示観覧者数(36,704人)は目標(55,500人)には達しなかったが、3企画展の平均満足度は71.6%であった。企画展示では主たる観覧者層とした客層と企画展示の満足度の関連性が読み取れ、展示観覧の多数を占めるターゲット層の満足度が全体の満足度を押し上げる結果となった。観覧者を居住地別で見ると、過去の人文・自然系展示と酷似した地域からの来館が多く、観覧者のニーズに十分に答えられたと考える。今後は、ターゲット層に対し展示のメッセージを効果的に伝えられるよう展示を構築する手法や技術を駆使していくことも重要になると思われる。
- ・ 移動展の準備年度として、人文分野の参加型調査1件を伊賀市内全小学校3～5年生を対象に実施し1,161人が取り組んだ。ただ、子どもたちが地域への理解を深めるには自然分野や他学年への調査も必要であったと考える。
学芸員による出張講座は利用者数(2,619人)、満足度(95%)ともに目標(1,120人、75%)を大幅に上回ったが、一部講座に学校利用が集中する現状や一般利用が少ない課題もみえてきた。教員には授業で活用できるよう博物館内にある教育資源とその活用法を学ぶ機会を提供したい。一般団体には利用者の課題や関心に基づくような講座の開設や広報面の見直しを考える。

○ 「(B) 館を利用してもらう」について

- ・ ミュージアムパートナーについては、会員向けイベントやグループ活動等を定期的実施し R3 年度 (1,711 人) を越える利用者 (2,352 人) があった。イベントでは参加者の 6 割が一般会員であり、会員の需要に応えられるイベントを実施できた。グループ活動等に所属する会員は、イベントへの参加回数も多い傾向がみられた。

企業と連携するコーポレーション・デーでは、2 団体がコロナ禍前に近い形で実施し、入館者 (5,726 人) が目標 (5,000 人) を上回り満足度も 100% だった。今後、コロナ禍の中実施できた 2 団体の取組を広報していきけるような営業活動を行っていく。コロナ禍前のような企業への職員研修や社会貢献活動等、館外での連携活動の検討も必要である。

研究機関等との連携では、利用者数を連携事業への参加者数と規定して目標 (240 人) も変更したが、参加者 (343 人)、満足度 (100%) と目標 (200 人、75%) を上回った。今後は、博物館側から相手先へ連携を働きかけることや、成果を高めるためにも連携の意義や運営等についての意見交換を積み重ねていくことを大事にしたい。

- ・ R4 年度は、e モニター制度の実施方法の変更のため「HP での情報の見つけやすさ」についてのアンケートを実施できず評価不能とした。来年度のアンケートについては、担当課と調整中である。

自宅からでも楽しく学べる「MieMu@ほーむ」へのアクセス数は、外出自粛の緩和もあり HP から展覧会情報を求める人が増えたためか、R3 年度と比べ低下 (5,926 回→4,871 回) した。博物館の情報を県内遠隔地や全国に広めていくには、広報メディアとして SNS の活用や、オンライン講座の検討が必要である。

「調べ方」を学ぶ事業では目標 (160 人) を達成する参加 (195 人) があった。事前申込事業では高倍率 (1.9~4.6 倍) となり需要があった。参加者が主体的に学ぶだけでなく学芸員との対話をとおして資質向上に努める機会を設けることで、参加者、博物館がともに社会に貢献していくことを目指したい。

- ・ こども体験展示室の利用者数の目標値を運営方針に沿って変更した。R4 年度も実施回数・組数・定員を制限しての開室となったが、新型コロナウイルス感染症の感染状況を踏まえた弾力的な運営を行うことで目標 (5,300 人) を達成する利用者 (8,154 人) があった。

子どもたちに学習の楽しさを伝える事業では目標 (1,200 人) を上回る参加 (1,440 人) があり、博物館に親しみをもってもらおうと同時に、参加者の疑問や関心に基づく学習機会を提供できた。

課題探究学習の支援は依頼を待つ状況であったため、R3 年度と比べ支援した生徒数 (2,714 人→1,019 人)、回数 (48 日→13 日) が大幅に下回った。対象校種を小中学校にも広げ、市町校長会等を通して事業の PR を行う。

次世代育成のための子どもたちへの学習機会の充実では、19 才以下の満足度 (84.7%) が高く目標値 (75%) を達成した。しかし 13 才以上の回答 (9%) が少なく、中高校生への適切な学習機会の提供が今後の課題である。

- 定期的な進捗管理では、一定数の課題の抽出 (6 件) と外部評価での指摘事項 (11 件) を 4 半期ごとの全体会議で共有し改善を図った。戦略 5 については e モニター制度を使ったアンケートの実施方法が変更となったためアンケートを実施できず「目的の情報が得られた」と回答しなかった理由についての分析ができなかった。