

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4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ったことから、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。

Table with columns: 戦略目標, 達成度, 戦略を評価するための指標 (アウトカム(成果), 内部評価, 外部評価), 戦術, 達成度, 戦術を評価するための指標 (具体的活動指標, アウトプット指標, アウトプット(実績)), 評価結果 (内部評価, 外部評価). Rows describe strategies for 'MieMu's charm' and 'valuable local assets'.

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4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。

中間	戦略目標	戦略を評価するための指標			戦術	戦術を評価するための指標			評価結果		
		達成度	アウトカム(成果)	内部評価		外部評価	達成度	具体的活動指標		アウトプット指標	アウトプット(実績)
A C 三重の魅力を知ってもらおう	県民・利用者に三重の魅力を 知っていただく ために、学芸員 が展示を充実し ます (01)(02)(03)(A) (展示課) (展示)	3	<p>展示観覧者アンケートで「満足度」の割合 ※4段階の4のみ</p> <p>目標値:70% 実績値(平均):72.6%</p>	<p>・基本展示、企画展示の満足度を総合すると71.9%と目標値を達成しているが、企画展で満足度を達成できないものもあったため「3. どちらかという達成できた」と評価した。</p> <p>・基本展示では中高生世代の満足度が80%以上と高いが、年齢層が上がるにつれ満足度が低下していく傾向があった。来場回数別の満足度は「初めて」「2回目」が75%以上、「それ以上」の利用者も70%近くあり安定した評価を得た。 ただ、年齢層と観覧回数の相関関係は、アンケート数の少ない年齢層もあり十分な分析ができなかった。展示の改善に観覧者の意見や要望を反映させるには、幅広い世代から数多くのアンケートを回収していく必要がある。</p>	<p>・基本展示と企画展示を通じて満足度の目標を達成できたため「3」と評価した。</p>	4	<p>2 ↓ 2</p> <p>解説の実施回数 目標値:5回 実績値:5回</p>	<p>基本展示観覧者数 (54,500人)</p>	<p>基本展示 観覧者数:44,120人 (達成率81.0%)</p> <p>(1)トピック展 「集結!学芸員の 一押し資料」 R4年1月29日(土)～ 4月6日(日) (58日間)</p> <p>R4年度 展示観覧者数 :403人</p> <p>(2)トピック展 「くらしの道具」 R5年1月7日(土)～ 2月5日(日) (26日間)</p> <p>展示観覧者数 :2,636人</p>	<p>・展示観覧者数は44,120人と目標値の81.0%であったが、R3年度比126.1%と大幅増のため「2. どちらかという達成できていない」と評価した。</p> <p>・観覧者の年齢層は、4～12歳、50歳以上、20～34歳の世代が多く、学校の社会見学・遠足利用、家族連れでの来館が多かったと窺える。</p> <p>・新型コロナウイルス感染症による移動自粛が緩和されたため、観覧者の居住地は県外が33%を占め最多であった。県内では、津市、松阪・紀勢といった近隣地域からの来館が多かった。</p> <p>・基本展示室のコーナーごとに作成した解説動画は、R4年度末現在33本を公開している。ホームページ上に完成次第随時掲載しているが、今後はオンラインを活用した解説の実施も検討していく。</p> <p>・スポットガイドは、レクチャールームを会場とする講座方式で5回実施し71名の参加があった。実施方法については、感染状況が落ち着いてきたため従来の展示室内での開催を含め検討していく。</p> <p>・リーフレット作成や展示替えをすることで、リピーターを増やし、展示観覧者数の増加につなげる。</p>	<p>・トピック展2本を併設して観覧者の獲得に努めた結果、R3年度比126.1%と一定の回復がみられた。しかし、観覧者数目標の81%であったため「2」と評価した。</p>
		3 ↓ 3	<p>・基本展示 :満足 72.7% (回答数520件)</p> <p>・企画展 「名所発見、再発見!浮世絵でめぐる三重の魅力」 :満足 64.9% (回答数490件)</p> <p>・企画展 「生まれ!三重のクジラとイルカたち」 :満足 75.8% (回答数708件)</p> <p>・企画展「三重の円空」 :満足 74.1% (回答数1,134件)</p>	<p>・「名所発見、再発見!展」では、主たる観覧者層である50歳以上の満足度が61%と低かった。照度や文字の大きさ等が、高齢者に不評であったことも一因と考えられる。</p> <p>・「クジラ展」では主たる観覧者層とした園児・児童の満足度が80%であった。観覧者の約8割を占める34歳以下においても80%以上の満足度を得られた。ただし、年齢が上がるにつれ評価が厳しくなっている。</p> <p>・「円空展」では主たる観覧者層とした35歳以上の満足度が約75%あった。ターゲット層に対し満足いただける展示を提供できたと考え、この世代の満足度が全体の満足度を押し上げる結果につながっている。</p> <p>・企画展の満足度は、主たる観覧者層の満足度と連関している。ターゲット層に見合う展示内容・手法の選択が重要である。</p>	<p>・展示観覧者数の獲得目標の未達、満足度に関しては、基本展示がR3年度と比べ低下、企画展示の一部が64.9%に留まったことは課題である。</p>	5	<p>1 ↓ 2</p> <p>展示会の開催回数 目標値:3回 実績値:3回</p>	<p>企画展示観覧者数 (55,500人) ※3回/年</p>	<p>企画展示観覧者数 :36,704人 (達成率66.1%)</p> <p>(1)第30回企画展 「名所発見、再発見!浮世絵でめぐる三重の魅力」 R4年4月16日(土)～ 6月12日(日) (50日間)</p> <p>展示観覧者数 :6,073人(52.8%)</p> <p>(2)第31回企画展 「生まれ!三重のクジラとイルカたち」 R4年7月2日(土)～ 9月11日(日) (62日間)</p> <p>展示観覧者数 :19,303人(62.2%)</p> <p>(3)第32回企画展 「三重の円空」 R4年10月8日(土)～ 12月4日(日) (50日間)</p> <p>展示観覧者数 :11,328人(87.1%)</p>	<p>・新型コロナウイルス感染症対策を講じながら3回の企画展を開催できた。目標値55,500人のところ、観覧者数が36,704人であったため「1. 達成できていない」とした。</p> <p>・「名所発見、再発見!展」の観覧者は「50歳以上」が最多であり、主たる観覧者層とした客層のニーズに応えられた。美術的要素も有する展示であったため「20-34歳」の若い世代が多かった。居住地別では、津市が全体の3割強を占めるが県内全域から広く集客できた。この傾向はR3年度の歴史系展示「戦国展」と酷似している。</p> <p>・「クジラ展」では、主たる観覧者層とした園児、児童の来館が6割を占め、来館者のニーズに応えられた。居住地別では津市、北勢で来館者の6割を占め、この傾向は過去の自然系展示と酷似している。集客を図るために「夏休みチラシ」を作成し県内全小学生に配布した。</p> <p>・「円空展」の観覧者数の7割が「50歳以上」であり、主たる観覧者層とした客層のニーズに応えられた。通常の企画展示より県外からの観覧者も多く、新聞に展示会情報を掲載する広報活動を展開したことが一因と考えられる。</p> <p>・企画展の開催内容によって来館者の居住地が固定されつつある。新しい観覧者の開拓として県外に向けた広報を行っていくことも必要である。</p>	<p>・3本の企画展示を開催した。観覧者数の目標に対して、「三重の円空」は87%、「名所発見」は52.8%、「生まれ!三重のクジラとイルカたち」は62.6%に留まった。春に開催された「名所発見」については、学校団体利用の少なさが影響していると考えられる。こうした点を考慮して「2」と評価した。</p>

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4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ったことから、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。

中間	戦略目標	達成度	戦略を評価するための指標			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)	内部評価	外部評価			具体的活動指標	アウトプット指標	アウトプット(実績)	内部評価	外部評価
3	自分たちがくらす地域への愛着を育むために、学芸員が県内各地域へのアウトリーチ活動を充実します(03)(A)(展示課)(アウトリーチ)	4 ↓ 4	利用者(参加者)が「満足した」割合 ※4段階の4のみ	<ul style="list-style-type: none"> 学芸員講座のアンケート結果は、満足度95%であり、実施件数、アンケート回答数も多く「4. 達成できた」と評価した。 全て対面実施で行ったことが満足度を向上させた可能性がある。 学芸員講座62件のうち学校利用が49件と8割弱を占め、一般利用が少ない。広報等を含め一般向けの利用促進を検討していく必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> 学芸員講座での参加型調査を実施し、その成果を用いた移動展示を実施します(展示課) 	6	開催回数 目標値:1回/2年 実績値:0回 <R5年度 実施予定>	開催市町の人口に対する利用者の割合(3%切上:2,700人) ※2022伊賀市人口:87,789人	参加型調査への参加校数:伊賀市内小学校19校3・4・5年生(計2,197人) 参加児童数:1,161人(回収率 57.5%)	<ul style="list-style-type: none"> 移動展準備年度であったため、参加型調査の実施となった。伊賀市内全19小学校3, 4, 5年生2,197人を対象に人文系調査「お雑煮調査」を実施し、1,161人から回答を得た。参加人数が目標値に達しなかったため「1. 達成できていない」とした。 子どもたちが自分の暮らす地域を知るためにも、他学年にも同様の、あるいは自然分野等別な内容の取組が必要であった。今後、展示に向けた調査や地域連携事業、家庭や学校と連携した参加型調査を採り入れていく。 	<ul style="list-style-type: none"> R4年度は伊賀市内全小学校2,197人を対象としたアンケート調査に留まった。 移動展示が開催に至らなかった状況下では、「評価不能」とする。 	
			目標値:75% 実績値:95.0%(学芸員講座)(実施数62件、回答数60件)				<ul style="list-style-type: none"> 「くらしの道具」講座が20件と全体の3分の1、学校利用の半分近くを占めている。担当職員の負担軽減のためにも、複数職員で分担できる体制づくりや年間受入れ校数の上限設定等の対策が必要である。他方、学校が利用しなくなる講座開発や、既存講座の改良、他講座のPRも必要である。申込講座の偏りが少なくなる対策を考え取り組んでいく。 					<ul style="list-style-type: none"> 学芸員講座での利用者の満足度が95%と、目標及びR3年度実績を大きく上回ったため「4」と評価した。 本来は移動展示の満足度も含めて評定する必要がある。

(A)三重の魅力を知ってもらう

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4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つたことから、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。

中間	戦略目標	達成度	戦略を評価するための指標			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)	内部評価	外部評価			具体的活動指標	アウトプット指標	アウトプット(実績)	内部評価	外部評価	
4	県民・利用者が参画・交流を通じた学びを促進するために、学芸員が多様な主体と連携します(02)(B)(展示課)(連携)	4 ↓ 4	利用者(連携者)が満足した割合 ※4段階の4のみ 目標値:75% 実績値:88.9% 連携事業9件のうち満足8件			幅広い世代が交流しながら学びを深める場を作るために、ミュージアムパートナー(MP)と連携した調査、展示、体験等の事業を充実させます(展示課)	4 ↓ 4	MPとの活動回数 目標値:200回 実績値:142回	利用者数(1,700人)	利用者数:2,352人	・MPフェスタで1,205人の来館者があり、行事やグループ活動等でも毎回一定の参加者の需要に応え目標値を達成したため「4. 達成できた」と評価した。 ・入会者数が退会者数を上回った。入会者の28%が10代以下であり、若い世代に関心を持ってもらっている。 ・MP会員とイベント参加回数の関係を見ると、グループ活動等に参加する会員はイベントへの参加回数が多い傾向がみられる。 ・アンケートを含め、会員の需要を把握する手段を考える必要がある。	・MPについては、グループ活動を含めて様々な事業を実施し、利用者数の目標及びR3年度の実績を大きく上回る参加者を獲得できたため「4」と評価した。 ・R4年度の会員数は155組276名。退会に対して入会が多く、会員が増加したことも評価できる。 ・分析結果に基づく、会員ニーズの把握に努め、計画的な事業実施が求められる。	
			・コーポレーション・デー(主催者) 満足度:100%(2件) 満足:2団体 ・研究機関 満足度:80%(5団体/6団体) 満足:5団体 どちらかという満足:1団体 ・ミュージアムパートナー(聞き取り) 満足度:100% 事務局:満足 ※会員アンケート(回答数28人) 満足:35.7% どちらかという満足:39.3%	・連携事業9件のうち、連携先の8件が満足と回答し、満足度が88.9%であったことから「4. 達成できた」とした。	・アンケートから、企業団体、研究機関ともに博物館の集客力に期待していることが窺えた。研究機関との連携では、想定と実際の客層等のズレのため集客面での成果が十分に得られず満足度に影響することとなった。 連携先とは、集客想定やねらいにあった事業計画か等、双方が意見交流を行なえるような丁寧な対応が必要である。	・連携先となった団体の89%から「4. 満足」の評価を得られ「4」とした。R3年度と比べ改善が進んでいる。 ・連携先との情報や認識の共有、意思疎通の確保に努めて欲しい。	地域で活躍する企業・団体の魅力発信と利用者との交流を支援するために、コーポレーション・デーを開催します(展示課)	3 ↓ 4	開催日数 目標値:5日 実績値:2日	開催日の入館者数(5,000人)	開催日の入館者数:5,726人	・コーポレーション・デーの実施団体は2団体で入館者数が5,726人と目標値を達成した。ただ、実施団体が少なかったため「3. どちらかという満足できた」と評価した。 ・感染症対策の緩和にともない当日の運営面や安全面、集客面等についての事前打合せを2団体と、計7回行った。結果として、コロナ禍前のイベントに近い形で安全に実施できた。 ・感染症対策は緩和されたが、実施団体は2団体にとどまった。まだまだ以前の状態に戻っていない現実がある。コロナ禍でも実施できた今回の2団体の取組を、各企業団体に広報していく営業活動を行う。	・コロナ禍で参加企業や団体の確保が困難な中、2回実施した。入館者目標及びR3年度実績を上回ったことは高く評価でき「4」とした。
					・ミュージアムパートナー会員を対象にしたアンケートでは、回答数が28件と回収率が低かった。会員のニーズを把握するためにもアンケート方法の改善を図っていく必要がある。			4 ↓ 4	連携団体数 目標値:5件 実績値:6件	利用者数(240人)	利用者数:343人	・目標値となる240人を超える343人の利用があり、6団体と連携したため「4. 達成できた」と評価した。 ・連携した研究機関(利用者数) 三重大学大学院生物資源学研究所(129人) 皇学館大学教育学部(18人) 三重県農業研究所・三重県畜産研究所(61人) 太地町立くじらの博物館(30人) 岐阜県博物館(105人) ・「連携」とは、子どもたちの集まる博物館で研究機関が各専門分野の普及・啓発を行い、博物館は広報やモノの見せ方、来館者対応等を研究機関に提供していくことと位置付ける。双方が十分に意見交換を行うことで関係性を構築していきたい。 ・現在の研究機関との連携は、相手先からの依頼を受け実施するという状況である。今後は「連携」が相互にもたらす「恩恵」にも眼をむけ、博物館側からも連携を模索していく必要がある。	・目標値を展示の観覧者数等を除いた実質的な利用者とした。利用者の合計は、目標を大きく超える343人であり「4」と評価した。 ・連携先が固定化されているため、新たなパートナーの確保に努めることを期待する。

(B)館を利用してもらう

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4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ったことから、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。

中間	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)	内部評価	外部評価	具体的活動指標			アウトプット指標	アウトプット(実績)	内部評価	外部評価	
5	博物館の情報を効果的に利用してもらうために、学芸員が知的資源やその活用方法をわかりやすく伝えます(02)(B)(経営課)(利活用)	↓	<p>利用者が「目的の情報が得られた」とした割合 ※「はい」の割合</p> <p>目標値: 75% 実績値: 測定不能</p>	<p>・従来、成果指標については、対象年度の翌年度当初に県政eモニター制度を使ったアンケートで測定してきた。その実施方法や時期が変更となったため、実績値を測定できず「評価不能」とした。 R5年度のアンケートについては、県政eモニター制度の担当課と調整中である。</p> <p>・「MieMu@ほーむ」のwebページは、R3年度とほぼ同数の定期的な更新回数を行ったが、アクセス数は減少した。一方、HPのアクセス数は回復傾向にある。新型コロナウイルス感染症対策の緩和もあり、HPで展覧会情報を求める方が増え、「MieMu@ほーむ」の閲覧まで結びついていないと推測される。</p> <p>・「調べ方」を学ぶことをテーマにした事業には、目標値を超える195人の参加があった。</p> <p>・オンラインでの情報発信については、全国からファンを獲得するためにも、新たなインターネット媒体の導入や移行を検討しなければならない。ハイブリッド形式の講演会、講座が全国的に広まる中、オンライン講座等の検討を積極的に進めていく必要がある。</p>	<p>・県側での事業手法の変更に伴い、例年通りの「eモニター」によるデータ収集ができなかったため「評価不能」とした。</p> <p>・R5年度は確実にデータ取得ができるよう求めたい。</p>	<p>11</p> <p>県民が広汎かつ手軽に情報を得られるように、学芸員がHPや館の情報誌での情報提供を充実します(経営課)</p>	<p>3</p> <p>↓</p> <p>4</p> <p>MieMu@ホーム更新件数</p> <p>目標値: 12回 実績値: 48回</p>	<p>MieMu@ホームのwebページアクセス数(4,800回)</p>	<p>MieMu@ホームのwebページアクセス数: 4,871回</p>	<p>・「MieMu@ほーむ」の定期的な更新を継続しアクセス数の目標値は達成した。しかし、R3年度と比べると減少しているため「3. どちらかという達成できた」と評価した。</p> <p>・HPのアクセス数は増加傾向にあるが「MieMu@ほーむ」の閲覧には結びついていない。新型コロナウイルス感染症の状況が落ち着いてきたためか、展覧会の情報を求める方が多くなったと推測される。</p> <p>・全国からのファンを獲得するために、Instagramなどの新しいソーシャルメディアの導入または移行、オンライン講座の実施を検討していく必要がある。</p>	<p>・「MieMu@ほーむ」のアクセス数は、年間を通してコンスタントに獲得でき、目標を越えたため「4」と評価した。</p> <p>・定期刊行誌「みえんしず」でも、平易な表現に配慮しながら、タイムリーな情報提供ができた。</p> <p>・R3年度に比べ、HPのアクセス数は増加しているが「MieMu@ほーむ」へのアクセス数は減少している。今後、工夫が必要と思われる。</p>		
			<p>4</p> <p>↓</p> <p>4</p> <p>実施回数</p> <p>目標値: 10回 実績値: 11回</p>	<p>利用者数(160人)</p>	<p>利用者数: 195人</p>	<p>・「調べ方」を学ぶことをテーマとした事業を6講座、11回実施した。新型コロナウイルス感染症対策として一部事業の定員をR3年度から減員して実施したが、目標値を上回る195人の参加があり「4. 達成できた」と評価した。</p> <p>・事前申込事業の応募状況は、倍率1.9～4.6倍と全事業で定員以上の申込があり抽選を実施した。当事業への需要は高く、受入人数の拡大を視野に入れた運営方法の検討も必要である。そのためにも参加者の安全性には留意したい。</p> <p>・事業への参加率が75～120%であり、定員の1～2割程度多く当選者とする等の調整の検討が必要。</p>	<p>・学芸員との対面事業を中心に6事業11回実施し、目標を上回る利用者を確保できたため「4」と評価した。</p> <p>・申込倍率が4.6倍に上る事業があったため、利用者のニーズに応えられる定員や回数、目標値の設定を検討する必要がある。</p>						

(B)館を利用してもらう

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4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ったことから、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。

中間	戦略目標	戦略を評価するための指標			戦術	戦術を評価するための指標			評価結果				
		達成度	アウトカム(成果)	内部評価		外部評価	達成度	具体的活動指標	アウトプット指標	アウトプット(実績)	内部評価	外部評価	
6	次世代の育成のために、学芸員が子どもたちの学習機会の充実を図ります(02)(B)(展示課)(学習交流・連携)	4	19才以下が「博物館での活動(学習)が楽しい」と感じた割合 ※4段階の4のみ 目標値:75% 実績値:84.7%			13	4	展示替えの数 ↓ 目標値:5回 実績値:2回	こども体験展示室利用者数(5,300人)	こども体験展示室利用者数:8,154人	<ul style="list-style-type: none"> ・保護者からの要望に応え、入室の人数制限の緩和や平日の一般利用を開始する等、利用方法を見直した。利用機会を増やすことで8,154人の利用者があり、目標値を達成したため「4. 達成できた」と評価した。 ・定員入替制:6回/日、定員数/回:10組40名、抽選から先着順へ移行、平日の一般利用開始を3月段階で実施している。 ・子ども連れや初めて来館する方が増える時期の運営体制については引き続き検討が必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・年間利用者数目標を5,300人と修正した。年度末に利用枠を拡大したものの、目標を大きく上回る8,154人の利用者があり「4」と評価した。 	
		4	37件の事業参加者アンケートのうち、年齢について回答があった19歳以下のものから分析。イベントの満足度を尋ねる設問(不満、やや不満、やや満足、満足)を、「活動(学習)が楽しかったもの」として分析。 回答数 930件のうち 19歳以下の回答数 359件 「満足(=楽しい)」回答数 304件(84.7%)	<ul style="list-style-type: none"> ・博物館が実施した教室、ワークショップ等で19歳以下が参加した37件の参加者アンケートにおいて、19歳以下の回答者が「満足」と答えた割合は84.7%であった。回答者の91%を占める12歳以下の満足度が84.8%あり、全体の満足度を押し上げることに繋がった。R3年度よりアンケート総数が多く、満足度も向上しているため「4. 達成できた」と評価した。 ・R2年度、R3年度の満足度を上回った点からも、事業の効果が浸透していることがうかがえる。安定した事業実施と成果の確認、改善を期待する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・37事業の参加者アンケートのうち、19歳以下の満足度を調べた結果、84.7%が「4. 満足」であったため「4」と評価した。 	14	4	4	実施件数 ↓ 目標値:25日 実績値:26日	利用者数(1,200人)	利用者数:1,440人	<ul style="list-style-type: none"> ・予定していた全事業(4事業24回)に367人、企画展開連事業(3事業9回)に1,073人の計1,440人の参加者があり、目標値を達成したことから「4. 達成できた」と評価した。わくわくワークショップでは各回の定員における参加率は、95%とR3年度から大幅に上昇した。 ・当日受付の事業は、集客面から開催時期、開始時刻の検討が必要である。講師が高齢化した事業においては、事業が継続していけるよう対策を考える必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・7事業33回実施し、目標を上回る参加者を得たことから「4」と評価した。 ・R2年度、R3年度の利用者数を上回ったことも評価できる。
		1				15	1	2	学習支援の回数 ↓ 目標値:25日 実績値:13日	支援した生徒数(1,500人)	支援した生徒数:1,019人	<ul style="list-style-type: none"> ・3校の高等学校から依頼を受けて、総合的な学習の時間等にT. A. (ティーチングアシスタント)として参加し、1,019人に支援できた。しかし、R3年度と比べ支援生徒数が減少し目標値を下回り、学習支援回数も減少したため「1. 達成できていない」と評価した。 ・担当職員が減員となり支援希望校からの依頼を待ち、活動を始めるという状況であったため、R3年度と比べ支援校の減少や学校によって支援回数の差が生じた。 ・年間支援校には授業だけでなくクラブ活動でも課題探究学習を始める新たな試みを始めた。今後は、支援校種を小・中学校にも広げ、校長会等を通じて支援希望校を募っていく。 ・博学連携事業であるため学校側と事前打合を行い、子どもたちが地域の良さや博物館の魅力に気付いていけるような事業を構築していく。 	<ul style="list-style-type: none"> ・年間を通じて高等学校3校の支援を行ったが、目標の2/3に留まったため「2」と評価した。 ・担当職員の異動、減少があったものの、R3年度を大きく下回っている。事業の実施方法や推進体制を見直す必要がある。

(B)館を利用してもらう

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4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。

中間	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)	内部評価	外部評価	具体的活動指標			アウトプット指標	アウトプット(実績)	内部評価	外部評価	
7	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(経営) 【副館長】	3 ↓ 4	評価結果に基づく改善の進捗(定性) (副館長レビュー)	<ul style="list-style-type: none"> 全体会議等で抽出・共有した課題6件 → 6件 改善 令和3年度外部評価指摘事項11件 → 10件 改善 → 1件 アンケート不実施 全体会議等で抽出・共有した課題、外部評価での指摘事項について4半期毎に進捗状況を管理し、改善に取り組んだ。 戦略5の成果指標を分析するのに県政eモニター制度によるアンケートを活用していた。しかし、アンケートの実施方法が変更したため、アンケートを実施できず分析できなかった。 	<ul style="list-style-type: none"> 17件の課題のうち16件については、改善が図られたため「4」と評価した。 R3年度の進捗管理と比較しても改善が進んだと評価できる。一部に未解決の課題が残っている。R5年度以降も引き続き解決に向けて取り組んでほしい。 	16	事業を日常的に確認し改善するために、定期的に進捗管理を行います(経営課)	4 ↓ 4	中間評価 目標値:4回 実績値:3回	確認によって判明した課題の件数(7件)	確認によって判明した課題の件数:17件	<ul style="list-style-type: none"> 全体会議等では6件、外部評価委員会からは11件の課題が指摘された。この17件の課題に対する取組方針や改善状況について、年3回の全体会議で協議できたため「4. 達成できた」と評価した。 新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあり、改善が進んでいない取り組みがみられた。今後も全体会議等を通じて、定期的に進捗状況を共有することで、各職員のPDCAサイクルの意識の向上を図っていく。 	<ul style="list-style-type: none"> 四半期ごとの全体会議を通じて、一定数の課題を抽出した。外部評価での改善指摘事項も合わせて計17件の改善策の検討と進捗管理ができた。目標が7件であったため「4」とした。 R3年度は、外部評価の指摘事項の一部が進捗管理の対象から漏れており、改善が図られた。

【達成度】(※4段階評価:1.達成できていない、2.どちらかという達成できていない、3.どちらかという達成できた、4. 達成できた)

○戦略外の評価項目

・評価士による評価制度に対するレポート

○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(伊藤・瀧川・星野・小掠・中村・田村)

・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

→博物館協議会

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 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)・改善視点

○マネジメントのしくみ

