令和5年度MieMuの活動と運営　各戦略・戦術一覧　　計画期間（4年）：2020（令和2）年度～2023（令和5）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。
達成度は、上：内部評価結果　下：外部評価結果を表しています。

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	
				アウトカム（成果）	内部評価	外部評価
（A）三重の魅力を知ってもらう	1	三重の魅力を明らかにするために、学芸員が館蔵資料の収集整理管理・調査研究を強化します （01）（A） （調査課） （資料の収集整理管理、調査研究）	4 ↓ 4	専門家による レビュー ・調査研究については、目標値は上回ったもののR4年度より研究成果公表数の総数は減少し、公表無しの学芸員数は増加した。 ・個々の学芸員の調査内容は、企画展開催等を目的としたものや自身の研究目的の調査であった。 ・資料収集では、計9式、41件、2945点の新資料を獲得した。資料の整理・管理については、データベースに6,099点新データを追加した。資料叢書第10号を刊行した。 ・集計システムの変更もあり、資料データベースの閲覧回数は大きく減少した。ページビュー数は例年並みである。 ・人文・自然それぞれ所管する収蔵庫の定期清掃を月頭に実施した。清掃、点検を通じて学芸員個々人が収蔵庫内の状態を認識できた。可視化リストを作成し、重点的な清掃実施個所の検討が可能となった。	・調査研究の成果に関して、研究成果公表数の目標を達成できたことは評価できる。 ・評価対象に博物館活動を加えたにも関わらず研究成果数は減少し、学芸ゼミの実施回数が少ない。研究活動の停滞が見られる。成果公表数の少ない学芸員については、調査研究状況の聞き取りを行う等解消に向けて早急に取組む。研究活動が学芸員の重要なミッションと再認識し、充実した研究とそれに基づく豊かな館活動を展開する必要がある。 ・館全体として、多彩な資料の収集を積極的にはかる一方で、資料の公開・共有に努めていることは評価できる。地域資料の受け皿としての活動は、館活動の基盤の強化と直結するので今後も着実に進める必要がある。 ・デジタル化による情報公開を、博物館におけるコレクション・マネジメントの基本に位置付けるのが現代の趨勢である。今後も着実に公開数の拡大をはかる必要がある。 ・定期的な清掃と点検の実施、清掃状況の可視化等の取組は評価できる。清掃状況の可視化については、収蔵庫全体への導入を検討する。	・博物館の基礎的な活動の成果として ①研究成果公表数については、一定数行えた。 ②資料の登録数は大幅に増え、過去最多の実績値であった。 ③収蔵庫の定期点検を通じて良好な状態を維持できた。 以上のこと等から「4」と評価した。 ・研究成果公表数については、対象を広げたにもかかわらず減少している。意識的に研究活動を充実させるような工夫をしていただきたい。 ・少子高齢化のなか「新規資料の受入」は大事な事業となる。評価項目として検討してほしい。 ・何を根拠にして「普及、閲覧、活用」をカウントするのか考える必要がある。 ・「三重県全体の文化を守る」ということで、館内だけでなく他館との連携、指導についての評価も検討する必要があるのではないか。

	戦術	達成度	戦術を評価するための指標			評価結果	
			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
1	三重の魅力を明らかにし、課題を解決するために、学芸員が活動の基盤となる資料収集および調査研究を行います （調査課）	4 ↓ 4	調査日数 ※2日/月/人 目標値：336日 実績値：221.5日	当該年度研究成果公表数 （13回/年）	公表数：20回 0回：8名 1回：5名 2回：4名 3回：1名 4回：1名	・研究成果公表数はR3年度以降減少傾向であるが、20回と目標値を上回ったため「4. 達成できた」と評価した。 ・公表数の無い学芸員数が増加したのは、図録執筆者の減少が考えられる。	・研究成果公表数は目標値を上回り「4」と評価した。 ・学芸員の日常の研究活動が指標結果に反映されていないように感じる。次年度以降、研究活動の評価対象を今一度検討してほしい。
2	県民・利用者の館蔵資料の活用を促進するために、学芸員が整理を進め資料データベースを充実します （調査課）	1 ↓ 2	資料登録数 ※分野（10人）ごとに目標値決める 目標値：300点 実績値：6,099点	データベース 閲覧回数 （5,000回/年）	データベース 閲覧回数 ：1,896回	・データベース閲覧回数が1,896回であり目標値を大きく下回ったため「1. 達成できていない」と評価した。閲覧回数の減少は、集計システムの変更も一因と考えられる。 ・各分野で資料整理、登録に努めた結果、人文系資料で769点、自然系資料で5,330点、計6,099点の登録ができ、目標値を上回った。	・データベースの閲覧回数の集計システムの変更に伴いカウントが困難な状況であった。しかし、閲覧回数はR2年度から減少傾向にある。ただ、ページビュー数は伸びており、資料登録数も過去最多の6,099点であったため「2」と評価した。 ・「資料の利用」は、館のデータベースの閲覧回数だけで測れない時代になりつつある。カウント方法については、検討する必要がある。
3	貴重な県民財産（資料）を保全・継承するため、学芸員が収蔵・展示資料の定期点検や清掃を実施します （調査課）	4 ↓ 4	清掃点検回数 目標値：12回 実績値：12回	毀損資料の 発生件数 （0件）	毀損資料の 発生件数 ：0件	・毎月第1月曜日に収蔵庫内の定期清掃を実施し、毀損資料の発生件数が0件であった。目標値を達成したので「4. 達成できた」と評価した。 ・定期的に収蔵庫の清掃・点検を実施することで、学芸個々人が収蔵庫内の状態を認識でき、毀損資料が0件という結果にもつながった。 ・虫害被害への対策として、バックヤードを含めたバグトラップのモニタリング結果の全データを職員に共有していく。職員研修や清掃に活かしたい。	・定期清掃、点検を実施した結果、虫害等の発生件数が「0」となり「4」と評価した。 ・自館の保存環境整備だけでなく、他館と連携した保存環境の取組や指導ができている。

中間		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)	評価結果 内部評価	評価結果 外部評価
(A)三重の魅力を知ってもらう	2	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)	4↓4	展示観覧者アンケートで「満足度」の割合 ※4段階の4のみ 目標値:70% 実績値(平均):76.3% ＜基本展示・企画展 ・基本展示 :満足 74.7% (回答数561件) ・企画展 「親鸞と高田本山」 :満足 59.8% (回答数398件) ・特別展 「高畑勲展」 :満足 84.6% (回答数858件) ・企画展 「鳥のひみつ調べ隊！」 :満足 80.9% (回答数324件)	・基本展示と企画展示を総合した満足度が76.3%と目標値を上回り、R4年度よりも3.7%増加しており「4. 達成できた」と評価した。 ・基本展示の満足度を年齢層別でみると、4歳から12歳が82.9%と高く、50歳以上が55.1%と低かった。 　来場回数でみると、全体の50%を占める「初めて」の来場者は75.8%と高い満足度であった。しかし、4回以上の来場者は67.8%と唯一目標値を下回った。ただ、全般的にみるとリピーターからの満足度は高い。 ・企画展「親鸞と高田本山」は、資料が充実し、工夫が凝らされた展示であったが59.8%の満足度であった。ターゲット層の満足度も低く、資料保存のため低照度としていることへの意見もあった。照明に改善の余地があるか検討を行う必要がある。 ・特別展「高畑勲展」、企画展「鳥のひみつ調べ隊！」の満足度は84.6%、80.9%であった。「高畑勲展」では、50歳以上から83.4%と高い満足度が得られ、全体の満足度を引き上げることにつながった。「鳥のひみつ調べ隊！」では、ターゲット層とした4～12歳から88.0%の満足度を得られた。 　この2つの展示からは満足度が高い理由をさぐり、今後の企画展に活かしていくことが重要である。 ・企画展開幕後早期に来場者の意見・要望を反映し、改善をはかることを企画展担当者とともに組織的に取組むことが必要である。	・基本展示と企画展示を通じて満足度の目標を達成したため「4」と評価した。 ・高齢の方を対象にした企画展示の満足度が59.8%に留まった。見学環境の暗さや古文書の難しさからくる抵抗感が原因であった。それらをカバーする取組を行ったが実らなかったのは課題として残った。

	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	評価結果 外部評価
4	県民・利用者に三重の魅力を分かりやすく伝えるために、学芸員が基本展示を充実します (展示課)	3↓4	解説の実施回数 目標値:5回 実績値:5回	基本展示観覧者数 (51,300人)	基本展示 観覧者数 :52,996人 (達成率103.3%) (1)トピック展 「くらしの道具」 R6年1月13日(土) ～ 2月25日(日) (38日間) 展示観覧者数 :4,489人	・展示観覧者数は52,996人と目標値の103.3%であったため「3. どちらかというと達成できた」と評価した。 ・観覧者の年齢層は、4～12歳、35～49歳、50歳以上の世代が多く、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。 ・夏季に特別展「高畑勲展」が開催されたこともあり、観覧者の居住地は県外が29%を占め最多であった。県内では、津市、北勢といった北中部地域からの来館が多かった。 ・コーポレーション・デーでは、来館者が基本展示の情報を知る機会にもなるよう実施団体と打合を行なった。2団体とも基本展示に関するイベントを実施し、計2,271人の入室者があった。 ・スポットガイドは、基本展示室で解説を行うコロナ禍前の方式で実施したが、参加者はR4年度よりも20名減の51名であった。 ・次の10年に向けて、リーフレット作成や展示替え等基本展示の新たな魅力を伝える取組を開始し、リピーターや展示観覧者の増加につなげたい。	・基本展示の観覧者数は、目標値よりも3.3%上回った。人数で換算すると1,696人超える結果となり「4」と評価した。 ・3月には特別企画「基本展示室を見て、プレゼントをもらおう」を実施し、観覧者数増に向けての取組を行ったことは評価できる。
5	県民・利用者の幅広いニーズに応えるために、学芸員が多様なテーマによる企画展を開催します (展示課)	2↓2	展覧会の開催回数 目標値:3回 実績値:4回	企画展示観覧者数 (61,700人 ＜含移動展＞) ※3回/年	企画展示観覧者数 :61,310人 (達成率99.4%) (1)第33回企画展 「親鸞と高田本山」 4月22日(土)～ 6月18日(日) (50日間) 展示観覧者数 :9,692人 (107.6%) (2)第34回企画展・特別展「高畑勲展」 7月8日(土)～ 9月18日(月・祝) (62日間) 展示観覧者数 :40,105人 (100.3%) (3)第35回企画展 「鳥のひみつ調べ隊！」 10月7日(土)～ 12月10日(日) (56日間) 展示観覧者数 :10,442人 (100.4%) (4)移動展示 「未来へ伝える伊賀の自然、歴史・文化」 R6年1月19日(金) ～ 1月28日(日) (9日間) 展示観覧者数 :1,071人(39.7%)	・目標値61,700人のところ、観覧者数61,310人であり、移動展示以外の全企画展で目標人数を達成したため「2. どちらかというと達成していない」とした。 ・R5年度の全展覧会は、三重県に拘った企画展示や全国巡回企画の特別展示を実施し、幅広い年齢層のニーズに応えることができた。 ・「親鸞と高田本山」では「50歳以上」が6割を占め、津市を中心に県内全域から集客できた。この傾向は過去の歴史系展示と酷似しており、県民、利用者のニーズに応えられたと判断できる。 ・「高畑勲展」の観覧者は「50歳以上」が4割を占める一方、「50歳未満」の年齢層からも偏りなく集客できた。居住地別傾向は「近藤喜文展」と酷似し、県外が最多であった。特に近隣県からの利用者が多かった ・「鳥展」では主たる観覧者層とした園児、児童の来館が35%を占めた。居住地別傾向も過去の自然系展示と同じ様相を呈しており観覧者へのニーズには応えられたといえる。同じ生き物を扱った「クジラ展」との年齢層の内訳が異なっており、今後の集客見込みを考えるうえで有効なデータを得ることができた。 ・移動展示での1日平均119名の来場者は善戦したと考える。開催場所を決定した時点で目標達成に向けた開催日数の設定を行う必要があった。当館と共催団体であった2者との連携不足も集客に影響を及ぼした。 ・新規顧客獲得に向け、早期に幅広い年齢層に向けて広報活動を行い、成果があった。今後も継続して取組む。	・展覧会の開催回数は、目標値を上回る4回実施できた。 ・4回のうち3回の企画展示では設定した目標値を達成したが、残る1回の移動展示については苦戦する結果となった。全体として390人目標値を下回ったため「2」と評価した。

中間	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)	評価結果 内部評価	評価結果 外部評価
(A)三重の魅力を知ってもらう	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 目標値:75% 実績値(平均) :81.4% ※(学芸員講座 <94.4%> および 移動展示 <68.4%> ○学芸員講座 (実施数59件 回答数54件) 満足度(申込者) :94.4% (51件/54件) ○移動展示 :満足度68.4% (435人/636人)	・移動展示単独の満足度は目標値に達していないが、学芸員講座と合わせた総合した満足度は81.4%と高く「4. 達成できた」とした。 ・アンケート回答者数による移動展示の満足度は、68.4%と低かった。ただ、「興味をひく展示の有無」では回答者の98%が「はい(あった)」と回答している。会場の「寒さ」を指摘する複数の意見と合わせて考えると、展示内容以外で満足度を下げた可能性がある。今後は、観覧環境面にも目を向けた展示を考えることが大事である。 ・学芸員講座と移動展示のサンプル数(n値)が異なるため、総合の満足度の算出に課題がある。参加者アンケートに統一するとしても、学芸員講座と移動展示では受講者と観覧者の1件あたりの人数差が大きく課題は残る。アウトリーチ活動は学芸員講座のみで評価する検討が必要である。 ・受講者の意見を反映した学芸員講座としていくためにも、アンケート対象を参加者に拡大していくことも検討する必要がある。	・学芸員講座の満足度が94.4%、移動展示の満足度が68.4%であり平均して81.4%となったため「4」と評価した。

戦術		達成度	戦術を評価するための指標 具体的活動指標	戦術を評価するための指標 アウトプット指標	戦術を評価するための指標 アウトプット(実績)	評価結果 内部評価	評価結果 外部評価
6	地域の魅力を発見し伝えるために、学芸員が県内当該地域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)	1 ↓ 2	開催回数 目標値:1回/2年 実績値:1回 準備日数 目標値:40日 実績値:38日	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	移動展示 「未来へ伝える 伊賀の自然、歴史・文化」 R6年1月19日(金) ～ 1月28日(日) (9日間) 展示観覧者数: 1,071人 (達成率:39.7%)	・史跡旧崇広堂を会場としてユニークベニューの考え方を取り入れた展示であった。目標値2,700人に対して、利用者が1,071人であったため「1. 達成できていない」と評価した。 ・史跡旧崇広堂での実施は、所在地である旧上野市で目標値を考えると達成率は63.7%となり、地元の人には伊賀の魅力を知ってもらえる機会となった。駐車場不足の課題はあったが、観光と合わせた関西方面からの誘客につながった。 ・来場者の61.1%が「50歳以上」と年齢層の高い世代に関心をもってもらった一方、若い世代の来場はやや少なかった。学校団体の連携を充実させ、子どもが「移動展示」を身近に感じるような取組が必要であった。 ・準備年度である1年目から、計画的に調査研究活動を進める必要がある。	・戦術6の趣旨からいえば、実績値には「移動展示観覧者数、参加型調査参加者数、関連イベント参加者数」を含めてもよいと考える。今後内部評価の中で検討してほしい。 ・展示観覧者数を上述のように捉えると2,363人(達成率は88%)となるため「2」と評価した。 ・関連イベント参加者数については、申込者数を踏まえた上で「健闘した」「そうでなかった」等を分析し、資料に記述してほしい。
7	地域の魅力を伝えるため、県内どこでも、学芸員が出張講座に出向きます (展示課)	4 ↓ 4	利用促進のための働きかけ回数 目標値:13回 実績値:20回	利用者数 (1,120人)	利用者数 :2,723人 ・58団体 :2,723人 (学校:40団体 1,965人 一般:18団体 758人)	・58団体2,723人の利用があり目標値の1,120人を大幅に超えたため「4. 達成できた」と評価した。利用者数の72.2%は学校団体であった。R4年度と比較すると、学校団体の申込数や利用者数は減少したが、一般団体はどちらも増加となった。 ・一般団体では、講座を利用することになったきっかけは「館HPからの情報」が最多であった。学校団体へは、小中学校校長会に参加し周知を図った。 ・申込団体を地域別でみると、津地域の学校利用が多い。他地域の学校団体には、校外学習の下見等を利用して学芸員講座を紹介していきたい。一般団体には、周知方法や講座メニューの見直しを検討する。 ・講座関連動画やオンライン講座を紹介することで職員の負担軽減に努める。学校団体には、貸出資料の効果的な活用方法を紹介することで、教員の授業実践を支援したい。	・利用者数や、利用促進のための働きかけ回数も目標値を大幅に超えているため「4」と評価した。

中間		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)	評価結果 内部評価	評価結果 外部評価
(B)館を利用してもらう	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:87.5% 連携事業 8件のうち 満足7件 ○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% (4団体/5団体) ・満足:4団体 ・どちらかというと満足:1団体 ○ミュージアムパートーナー 満足度:80% (4人/5人) ・ 満足:4人 ・どちらかというと満足:1人 ※会員アンケート (回答数22人) ・満足:50.0% ・どちらかというと満足:45.5%	・連携事業8件のうち7件が満足と回答し、87.5%の満足であったため「4. 達成できた」とした。 ・コーポレーション・デーでは、連携先がより多くの人に企業(団体)の活動をアピールできることを重視しているため、開催時期を考慮して集客に努める必要がある。 ・研究機関との連携では、十分な意見交換を行い事業を実施し、結果や課題も共有することで今後の連携事業につなげる。 ・ミュージアムパートナーの満足度は、事務局に比べ会員が低い。博物館として、事業改善の取組への支援を継続していく。	・連携先団体の87.5%から「4. 満足」の評価を得られ「4」と評価した。

	戦術	達成度	戦術を評価するための指標 具体的活動指標	戦術を評価するための指標 アウトプット指標	戦術を評価するための指標 アウトプット(実績)	評価結果 内部評価	評価結果 外部評価
8	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:146回	利用者数 (1,700人)	利用者数 :1,799人	・会員向け行事や、グループ活動、学芸員の調査研究補助活動等を定期的に実施し、目標値を上回る1,799人の利用者があったため「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。10代以下、40代の入会が多く、家族での入会が多いと考えられる。 ・アンケート回収数が22と少ないことから、アンケートに代わる会員の要望を汲み取る方法を考える必要がある。 ・ミュージアムパートナーのグループ活動活性化のために、大学や他団体と連携して取組むことも考えたい。	・MPの活動回数が減少傾向にあるが、目標値を上回る利用者があったため「4」と評価した。 ・登録者数はR2年度からそれほど変わらず微減傾向の139組266名である。10代以下の加入者が多いのは評価できる。
9	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)	2 ↓ 2	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 :4,302人	・コーポレーション・デーの実施団体は2団体であった。入館者数は、4,302人と目標値に達しなかったため「2. どちらかというと達成していない」と評価した。ただ、企業独自で立てた集客目標数は2団体とも上回った。 ・実施団体とは運営体制や広報面、集客対応等について4回事前打合を行った。R4年度と比較すると打合回数は減少しているが、その分メールや電話で連絡を取るように努めた。 ・企業団体にとって、コーポレーション・デーは広報宣伝活動の意味合いがある。R4年度に引き続き、コーポレーション・デーの取組を各企業団体に紹介する営業活動を行う。	・R4年度と同じく2回実施したが、入館者目標を下回り「2」と評価した。
10	三重の魅力を様々な専門知識で広く発信し、人・もの・情報が行き交う場とするために、研究機関等と連携した事業を実施します (展示課)	4 ↓ 4	連携団体数 目標値:5件 実績値:5件	利用者数(240人)	利用者数:433人	・目標値をとなる240人を超える433人の利用があったため「4. 達成できた」と評価した。 ・連携した研究機関(利用者数) 三重大学大学院工学研究科(154人) 岐阜県博物館(98人) 三重大学大学院生物資源学研究科附属鯨類研究センター(48人) 皇学館大学教育学部(44人) 三重大学(89人) ・積極的な連携活動に取組み、同一大学内でも多様な研究機関と活動を行えた。利用者の満足感を向上させるには、「研究者の存在が『見える』事業」を考える必要があった。参加者にアンケートを取り、様々な意見を共有することで連携活動の改善を図っていく。 ・県立の多様な教育機関との連携増を目指したい。積極的な意見交流を通じた連携先との信頼関係の構築や連携がもたらす学び多き活動といった恩恵面、利点のアピールにも取組みたい。	・連携団体数は5件で、利用者の合計は目標及びR4年度の実績を上回る433人であり「4」と評価した。

中間		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）	評価結果 内部評価	評価結果 外部評価
（B）館を利用してもらう	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）	2 ↓ 2	利用者が「目的の情報が得られた」とした割合 ※「はい」の割合 目標値：75% 実績値：65.0%	・県政eモニター制度を利用して三重県、愛知県、岐阜県の1,000名からアンケートの回答を得た。そのうち「三重県総合博物館を知っている」と回答した314名に「ホームページの知りたい情報の見つけやすさ」について回答してもらった。 「見つけやすい」と回答した割合が65.0%であり、目標値（75%）を達成できなかったため「2. どちらかというと達成できていない」と評価した。 ・見つけにくい主な理由には、「知りたいページの分類が分かりづらい」「1ページの情報量が多い」という意見が多数あった。ホームページ構成の改善検討を行う。 ・MieMuの情報を活用してもらうには、広報を行い認知度を高めたい。オンラインでの情報発信としてInstagramを新たに導入した。	・県政eモニター制度によるアンケート「ホームページについて、知りたい情報が見つけやすくなっているかどうか」で「見つけやすい」の回答割合が65.0%であったため「2」と評価した。 ・戦略を評価するための指標が「HPのみで目的情報の得られやすさ」を判断することに違和感を感じる。レファレンス対応数を含める等、利用者が目的の情報を得る手段をもっと幅広く捉えてもよいのではないか。指標の検討が必要であった。

	戦術	達成度	戦術を評価するための指標 具体的活動指標	戦術を評価するための指標 アウトプット指標	戦術を評価するための指標 アウトプット（実績）	評価結果 内部評価	評価結果 外部評価
11	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）	1 ↓ 2	MieMu@ほーむ更新件数 目標値：12回 実績値：10回	MieMu@ほーむのwebページアクセス数 （4,800回）	MieMu@ほーむのwebページアクセス数 ：3,537回	・「MieMu@ほーむ」のWebページアクセス数が3,537回と目標値を達成できず、R3年度から減少傾向であるため「1. 達成できていない」と評価した。 ・アクセス数は減少しているが、YouTubeチャンネル全体の動画再生回数はR4年度を大きく上回る結果となった。このため「MieMu@ほーむ」のページがプラットフォームとして機能しているとは言えない状況になっていると考えられる。 ・コロナ以降になった現在、個人を対象にするよりも学校団体に重点をおいた「MieMu@ほーむ」のコンテンツの生成や発信を検討していく必要がある。	・現状の「MieMu@ホーム」のアクセス数の数値は「目新しさが無くなってきていること」「更新回数の減少」を示していると思われる。目標値は大きく下回っているが、YouTubeの取組を評価して「2」とする。 ・SNS（X、Facebook、Instagram、動画）による情報発信に労力をかけていることは非常に評価できる。ただ、SNSの更新回数が「活動指標」としてか評価できず「アウトプット指標に反映されない」ことに矛盾を感じる。SNSによる情報発信を評価できる術を内部評価で検討していただきたい。 ・YouTubeチャンネルの再生回数は年々増加し実績を積み上げている。現在の評価指標に反映されていないのが残念である。再生回数やチャンネル登録者数も評価できるとよい。 ・「来館動機」のアンケート結果で「SNSへの取組」をアウトプットとして評価したい。しかし、現状では「ポスター、チラシ」が来館動機では最多という結果がでている。SNS世代の来館者が紙媒体のアンケートに回答していない可能性が考えられる。ラインやグーグルフォームを使ったアンケートを作成してもよいのではないか。
12	県民・利用者に自分で学ぶ楽しさを伝えるために、学芸員が同定会やフィールドワークなど「調べ方」を学ぶことをテーマにした事業を開催します （展示課）	4 ↓ 4	実施回数 目標値：10回 実績値：14回	利用者数（160人）	利用者数：269人	・「調べ方」を学ぶことをテーマとした事業を7講座、14 回実施した。目標値を大幅に上回る269人の参加があり「4. 達成できた」と評価した。 ・事前申込事業の応募状況は、全事業で定員以上の申込があり、倍率は1.0～4.5倍であった。当事業への需要は高いといえる。各回の定員や実施日増等の対応策が求められるが、職員の負担も考慮しながら検討していきたい。 ・事前申込事業については、当日キャンセルを見越して定員の1～2割増を当選者とした。当日受付を含めた各事業への参加率は88～100%と、概ね定員に近い参加者となったことから今後も同様の対応をとっていきたい。	・学芸員との対面事業を中心に7事業14回実施し、利用者目標及びR4年度の実績を上回り「4」と評価した。

中間	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)	評価結果 内部評価	評価結果 外部評価
(B)館を利用してもらう	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 ↓ 4	19歳以下が「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:85.9% 25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848件のうち19歳以下の回答数:177件 「満足(=楽しい)」回答数:152件(85.9%)	・満足度は、R4年度より1.2%増加して85.9%であった。アンケート回答者の大半を占める12歳以下の高評価が全体の満足度を押し上げることにつながった。目標値を上回ったため「4. 達成できた」と評価した。 ・R4年度比で19歳以下が参加した事業数は12件減少し25件であった。参加人数も減少している。子どもたちの学習機会の充実を図るためにも、一定の事業数を確保した年間事業計画を策定したい。	・29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、85.9%が「4. 満足」であったため「4」と評価した。 ・次世代育成の観点で、「博物館実習等」も大学生の学習機会として、評価に入れられるように検討してほしい。

	戦術	達成度	戦術を評価するための指標 具体的活動指標	戦術を評価するための指標 アウトプット指標	戦術を評価するための指標 アウトプット(実績)	評価結果 内部評価	評価結果 外部評価
13	子どもたちに学習の楽しさを伝えるために、こども体験展示室を充実させます (展示課)	4 ↓ 4	展示替えの数 目標値:5回 実績値:13回	こども体験展示室利用者数 (22,500人)	こども体験展示室利用者数 :32,345人	・社会情勢や利用状況に併せて適宜運用方法を変更し、利用機会を増やしてきた。目標値を上回る32,345人の利用者があり「4. 達成できた」と評価した。 ・定員入替制 → 6回/日 (特別展開催時期:7回/日) ・定員数/回(5/24～) → 最大4人/組・最大15組60名 ・ミッションカード2種類の新規作成を含め、展示替えを13回行った。 ・1組あたりの定員増の要望もあり検討が必要である。	・目標値を大きく上回る32,345人の利用者があり「4」と評価した。 ・他の事業と比較しても、目標値に対する実績値が突出している。R5年度の中でも、特に評価できる戦術である。
14	子どもたちに学習の楽しさを伝えるために、学芸員が五感を使って体感できる様々な事業を実施します (展示課)	4 ↓ 4	実施件数 目標値:25日 実績値:25日	利用者数 (1,200人)	利用者数 :1,309人	・予定していた3事業に加え1講座を追加実施し4事業16回の事業に356人の参加があった。企画展関連事業と大学連携事業として実施した5事業9回の事業には953人の参加者があった。目標値を上回る計1,309人の利用があったことから「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防止対策として、定員を減員して実施してきた事業をR5年度から定員を増員して実施したところ、毎回定員に近い参加者があった。また、事前告知なしの不定期開催としていた事業については、R6年度から当日参加の事業として開催することとした。 ・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に対策を考える必要がある。	・9事業25回実施し、目標値を上回る参加者を得たことから「4」と評価した。
15	子どもたちが能動的な学びを体験できるように、学芸員が学校と連携して課題探究型学習を支援します (展示課)	2 ↓ 2	学習支援の回数 目標値:25日 実績値:20日	支援した生徒数 (1,500人)	支援した生徒数 :1,108人	・課題探究学習の時間等に、3校の高等学校へT.A.(ティーチングアシスタント)として、1校の小学校へは外部講師として関わり1,108人の児童生徒を支援した。目標値を下回ったため「2. どちらかというと達成できていない」と評価した。 ・年間を通して継続的に支援できたのは2校であったが、初めて小学校と継続的に連携した取組ができた。年度末には学習成果物をパネル展示にして当館で発表した。この実践を各市町校長会を通じて紹介することで、小中学校の先生に課題探究学習の支援事業を周知していきたい。 ・学校と連携して授業に取組むことで、児童生徒が地域の良さを見つめ直し、博物館のもつ魅力にも気づいていけるような授業を構築していきたい。 ・職員の負担を考慮した学習支援計画を作成し、各校の実践に関わっていく。	・R4年度より学習支援回数は増加し、丁寧に対応して課題探究学習の支援に取組んだことは評価できる。ただ、数値的に目標値を下回っているため「2」と評価した。支援生徒数には、大学生への対応を含めてもよいのではないか。 ・学校は地域の研究機関との連携を求めている。博物館もR2,R3年度は2,000人を超える生徒を支援していた。学校との連携方法について見直す必要がある。 ・MieMuから離れている地域ほど課題探究学習のサポートへの需要があると感じる。頑張っていただきたい。

中間		戦略目標	達成度		評価結果	
				アウトカム(成果)	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)	・全体会議等で抽出・共有した課題　10件 →　8件　改善 R5年度外部評価指摘事項11件 →　10件　改善 ・R5年度の全体会議等で抽出・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。 ・未解決課題について、引き続き改善、対応等を進める必要がある。	・21件の課題のうち18件については改善が図られたため「4」と評価した。 ・未解決の課題も継続的に検討しながら改善の方向で取組めたことは評価できる。

	戦術	達成度	戦術を評価するための指標			評価結果	
			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
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 :21件	・全体会議では各事業の進捗状況を確認し、10件の課題を抽出した。外部評価委員会からは11件の課題の指摘があり、計21件の課題が判明した。 ・全体会議ではこれらの課題について、取組方針や改善状況の確認、改善策の協議も行えたため「4. 達成できた」と評価した。	・四半期ごとの全体会議を通じて10件の課題を抽出、外部評価での11件の改善指摘事項も合わせて計21件の改善策の検討と進捗管理ができた。評価を「4」とする。

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近くの山岳までを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。

達成度	ビジョンを評価するための指標 アウトカム（成果）	評価結果 内部評価	評価結果 外部評価
1↓2	県民が三重の魅力を知った割合（75%） ※「そう思う」の割合 目標値：75% 実績値：20.8 ～45.4%	・4年間のeモニターアンケートで「三重県に歴史的資産等があり、愛着を感じることができる」と回答した人の割合は、各年度とも目標値75%に達しなかったため「1. 達成できていない」と評価した。 ・三重の自然と歴史・文化について調査研究や保全を行い、広くその意義を伝えることにより引き続き三重の魅力を発信する。 ・関心を持っていない人にも向けて積極的にPRを行う。	・R5年度から県政eモニター制度の仕組み自体が変更となった。モニター対象者も以前と異なり、R4年度までと比べると厳しい結果が出ている。 ・県政eモニターによる設問と評価指標が合致していないように思える。検討が必要であった。そのため「そう思う」「どちらかといえばそう思う」をあわせて評価したところ、68.5%の結果であった。目標値に達しなかったため「2」と評価した。 ・なお、このアンケート結果については、館側には「参考データ」として解釈していただけたらと考える。

令和2年度から令和5年度までの4年間の作戦目的（中間アウトカム）

県民の皆さんが（A）三重の魅力を知ってもらう。さらに、（B）博物館を利用していただくことを通じて、3つの使命をより具現化するため、今後の計画について次のとおり整理しました。

達成度	中間アウトカムを評価するための指標 アウトカム（成果）	評価結果 内部評価	評価結果 外部評価
3↓3	博物館事業で三重の魅力を知った割合（75%） ※「感じた」の割合 目標値：75% 実績値（平均）：78.6%	・4年間のeモニターアンケートで「『三重の良さ』や『三重の魅力』を感じた」と回答した人の年間平均値が78.6%（「行ったことがないので分からない」を除く）であった。 ・目標値を上回ったもののR5年度においては、42.7%が「当館に行ったことがない」と回答し、「三重の魅力を知った」割合が67.5%であったため「3. どちらかというと達成できた」と評価した。 ・広報活動を軸にして三重県総合博物館への来館者増につなげることで、三重の魅力度の向上を図りたい。	・県政eモニターによる設問と評価指標が合致するかどうかの検討が必要であった。 ・「博物館事業が三重の魅力を知ることにどれだけ役立ったか」を測る指標である。eモニターの設問回答例にある「行ったことがないので分からない」を含めると評価指標の趣旨と齟齬が生まれるので除いて評価した。 ・「感じた」と回答した人が78%と目標値を上回った。しかし、「MieMuに行ったことがない人」が4年間のアンケート回答者のうち42.7%を占めていた。「新規来館者への周知」が課題として残っていることが明らかとなったので「3」と評価した。 ・「行ったことがない人」の割合は「MieMuの現在地」を示すものである。R2～R5にかけて39.2%～45.3%を占めいていた事実を外部評価として付記する。

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

〇戦略外の評価項目

・評価士による評価制度に対するレポート

〇用語

・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

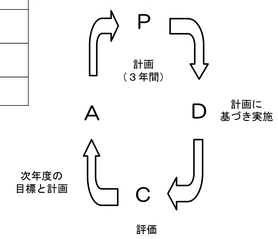
・戦術　　：戦略目標達成のために、具体的に取り組むこと

〇評価体制

・内部評価：内部評価委員会（伊藤・宇河・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

〇マネジメントのしくみ