

## 三重県総合博物館 令和6年度の戦略目標と戦術の評価結果概要

### 外部評価概要

今回の外部評価を終えて、各戦術の活動が軒並み高い成果を上げており、特に大規模企画展や出張講座、子ども向けプログラムなどが利用者から好評を得ていることを確認した。しかし、評価指標の設定やアンケートの設問、そしてその分析方法において、より実態を正確に反映し、質的な側面も評価できるような方法の検討と改善については今後の課題とする。特に、戦略のアウトカム評価については、戦術の個別の達成度と整合性を持たせることや、アンケート結果の解釈と目標設定の妥当性について、引き続き議論を深めていく必要がある。

#### ①中間アウトカムについて

##### A:利用者が三重への愛着・魅力を感じる

- ・「博物館事業で三重の魅力を知った割合」： 展示観覧者アンケートの回答より抽出した結果、目標値 75% に対し実績値 66.6%と下回ったため、評価 2 とした。
- ・成果をはかるアンケートの設問について、聞きたいことが聞けているのか疑問。アンケートの分析方法について見直す必要がある。また、MieMu の価値については質的な評価が必要だと指摘した。

##### B:MieMu が気軽に利用できる場となる

- ・「MieMu を身近に感じた割合」： 県政 e モニターアンケートの結果、目標値 75%に対し実績値 11.4%と大きく下回ったため、評価 1 とした。
- ・委員からは、アンケート設問「ご自身の普段の生活の中で MieMu を身近に感じることはありますか？」が抽象的であり、回答者にとって「身近さ」の解釈の幅が大きいため回答が難しいのではないかと指摘があった。
- ・県民全体を対象とした調査のため、来館者数(県民の約 1 割)と比較しても「11.4%」という数字は、実態を示すもので真摯に受け止めるべきで、この結果を受け、今後の 5 年間でどこまでこの割合を伸ばしていくかが大事であるとの指摘もあった。
- ・目標値の設定が適切ではないとも考えられるので、設問の再考もあわせ、再検討を求めたい。

#### ②各戦略と戦術について

**戦略 1**：三重県の魅力を向上させるために、学芸員が収蔵資料の収集整理管理、調査研究を強化します

**戦術 1(資料収集)**：目標を大きく上回り、評価 4。

**戦術 2(調査研究)**：目標を上回ったものの、調査日数が目標を下回った点、成果公表数の偏り、学術的信頼性確保のための体制・方針に対する課題がある。これらの課題を踏まえ、評価 3 とした。

**戦術 3(資料公開)**：目標を上回り、評価 4。

**戦術 4(資料保全スキルアップ)**：目標達成し、評価 4。

**戦略 1 の達成度**：内部評価 2 だが、各戦術の達成度が高く、戦略目標と戦術目標の関連を勘案し、外部評価は達成度 3 とした。資料の収集整理管理の体制方針づくりが不十分な点については今後の課題とする。

**戦略 2**：県民・事業者に、三重の魅力を知っていただくために学芸員が展示を行います

**戦術 5(基本展示の工夫)**：観覧者数が目標を大きく上回り、評価 4。工夫の詳細がわからない、という委員の意見に対して、館からは、具体的な工夫(スポットガイド、クイズラリー、ワークシート改善など)が多岐にわたることが説明された。評価部会では、質的な工夫の内容が読み取れるよう評価シートに明記することが重要であることを確認した。

**戦術 6(企画展の開催)**：観覧者数が目標を大きく上回り、特にジブリ展の大成功は価値があるとして評価 4。大規模展開催における職員の業務負担が、運営上の課題。ニコニコ美術館での配信などの新たな広報

手法への挑戦は評価できる。

**戦略2の達成度:**満足度が目標を上回り、かつ前年度よりも向上したため、達成度4。

**戦略3:**三重を身近に感じてもらうために、子どもが楽しめる学びを提供します

**戦術7(こども体験展示室):**利用者数が目標を大きく上回り、評価4。子どもの利用が多く、取組を高く評価できる。

**戦術8(学校連携):**利用件数は目標を達成し、評価4。交通費や交通の便の悪さといった外的要因による来館困難さへの対応は課題であるが、丁寧な営業活動が行われていることを評価したい。

**戦略3の達成度:**内部評価は3としたが、各戦術の達成度が高く、また活動内容も評価できるため、外部評価は達成度4とした。

**戦略4:**様々な人々がMieMuを利用しやすいよう、多様な機会を提供します

**戦術9(五感を使った能動的学び):**利用者数が目標を上回り、評価4。

**戦術10(誰もが楽しめる工夫):**アンケートの「誰もが楽しめる工夫がされていると感じた割合」が目標を上回り、評価4。ユニバーサルデザインの視点も含め、様々な工夫を行っている。工夫の内容など質的な部分も具体的に明記すべき。

**戦術11(ICT活用):**ウェブサイトアクセス数が目標を大きく上回り、評価4。しかし、大規模展覧会による業務過多により、計画されていた三重の食文化に関する特集ページ公開が遅れたことなどの課題を重要視すべきと指摘した。

**戦術12(出張講座):**利用者数が目標を大きく上回り、評価4。学芸員の出張講座における職員間の負担の偏りや、学校側のニーズに対応するための体制の見直しなどは今後の課題。

**戦略4の達成度:**内部評価は3だが、各戦術の達成度が高く、委員からの「努力を評価すべき」という意見を受け、外部評価は達成度4とした。

**戦略5:**県民・利用者が参画・交流を通じた学びを促進するために、多様な主体と連携します

**戦術13(ミュージアムパートナー支援):**利用者数が目標を上回り、評価4。

**戦術14(企業・団体連携):**参加人数が目標を大きく上回り、評価4。特に大規模なコーポレーション・デーが目標達成に貢献。目標値と実績値の大きな乖離について委員から指摘があり、館からは、誘致努力による成果であると説明があった。評価部会では、誘致努力の詳細についても、評価シートに記載する必要を確認した。

**戦略5の達成度:**内部評価は3だが、各戦術の達成度が高く、職員の事業への努力も評価できるため、外部評価は達成度4とした。ただし、アンケート回収率の低さについては今後改善を要する。