

静岡県立美術館評価業務
報告書

平成 25 年 3 月
静岡県立美術館

目 次

1	調査概要	1
(1)	調査目的	1
(2)	実施概要	1
(3)	報告書内のデータ記述について	1
2	調査結果概要	2
(1)	結果概要	2
(2)	提言	2
3	美術館評価指標の現状値	3
4	展覧会アンケート結果	4
(1)	回収状況	4
(2)	観覧者の属性	5
(3)	観覧者行動	11
(4)	展覧会の評価	19
5	レストランアンケート結果	39
(1)	実施数（回答数）	39
6	カフェアンケート結果	44
(1)	実施数（回答数）	44
7	ミュージアム・ショップアンケート結果	49
(1)	実施数（回答数）	49
(2)	アンケート結果	49
8	美術館ホームページアンケート結果	52
(1)	実施数（回答数）	52
(2)	アンケート結果	52
9	佐々木先生の提言	55
(1)	佐々木先生の提言	55
10	「静岡県立美術館 第三者評価委員会評価報告書」に関する評価学の視点からの考察	56
	資料編（自由意見）	67

1 調査概要

(1) 調査目的

静岡県立美術館では、評価委員会提言「評価と経営の確立に向けて」(平成17年3月)を踏まえ、館長公約を柱とする自己評価システムの体系を構築している。

今般、館の全体像を把握する評価指標を整理するためアンケートを実施した。

(2) 実施概要

	ユベール・ロベール展	江戸絵画の楽園展	川村清雄展			
会 期	平成24年8月9日 ～9月30日	平成24年10月7日 ～11月18日	平成25年2月9日 ～3月27日			
開催日数	46日	37日	40日			
観覧者数	13,541人	10,758人	10,209人			
1日あたり平均観覧者数	294.4人/日	290.8人/日	255.2/日			
アンケート実施日	8/9 (木)	52件	10/7 (日)	68件	2/9 (土)	59件
	8/12 (日)	69件	10/10 (水)	31件	2/15 (金)	45件
	8/28 (火)	43件	10/26 (金)	39件	2/16 (土)	62件
	9/8 (土)	39件	10/27 (土)	63件	2/20 (水)	37件
	9/22 (土)	38件	11/11 (日)	43件	2/28 (木)	29件
	9/26 (水)	36件	11/16 (金)	34件	3/3 (日)	44件
アンケート実施数	277件	278件	276件			
アンケート実施数(回収率) ※観覧者数に占める実施の割合	2.05%	2.58%	2.7%			

(3) 報告書内のデータ記述について

- ・比率はすべて百分率で表し、小数点第2位を四捨五入して算出した。そのために、比率の合計が100%にならないことがある。
- ・基数とすべき実数は、表中に「件数」として記載した。比率はこの基数を100%として算出している。
- ・質問の選択肢から複数回答を認めている場合、比率の合計は通常100%を超える。

2 調査結果概要

(1) 結果概要

	ユベール・ロベール展	江戸絵画の楽園展	川村清雄展		
①展覧会満足度（展覧会別）	93.4%		92.2%		94.3%
	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
②展覧会満足度（経年）	89.9%	86.8%	90.8%	90.8%	93.3%
③レストラン満足度	54.5%	68.8%	53.8%	71.3%	82.2%
④ミュージアム・ショップ満足度	80.6%	84.4%	85.6%	86.8%	82.8%
⑤ホームページ満足度	74.3%	71.9%	74.3%	71.7%	71.6%

(2) 提言

満足度と評価の相関係数

問	B (1)	B (2)	B (3)	B (4)	B (5)	B (6)
評 価	作品やテーマについての興味・関心	展覧会会場の心地よさ	美術館のスタッフの対応	展覧会のことを誰かに伝え、来館を勧めたいか	当美術館に関する情報入手のしやすさ	交通機関の利用のスムーズさ
ユベール・ロベール展	0.484	0.548	0.447	0.520	0.327	0.320
江戸絵画の楽園展	0.642	0.507	0.370	0.475	0.352	0.315
川村清雄展	0.526	0.444	0.359	0.468	0.289	0.396
全 体	0.545	0.502	0.393	0.487	0.324	0.340

※算出方法：展覧会の評価【B (1)～(7)】の5段階評価を1点～5点に置き換えて相関係数を算出した。ただし無回答については「どちらともいえない(3点)」と換算した。

※相関係数：-1～1をとる係数で、0に近いほど相関は薄い。1に近づくほど正の相関が、-1に近づくほど負の相関がある。(0.0～±0.2…ほとんど相関がない／±0.2～±0.4…やや相関がある／±0.4～±0.7…相関がある／±0.7～±0.9…強い相関がある／±0.9～±1.0…極めて強い相関がある)

相関係数をみると、評価が高いほど満足度も高い傾向にある項目は、下表のとおり。

ユベール・ロベール展	1位	B (2) 展覧会場の心地よさ	[0.548]
	2位	B (4) 展覧会のことを誰かに伝え、来館を勧めたいか	[0.520]
	3位	B (1) 作品やテーマについての興味関心	[0.484]
江戸絵画の楽園展	1位	B (1) 作品やテーマについての興味関心	[0.642]
	2位	B (2) 展覧会場の心地よさ	[0.507]
	3位	B (4) 展覧会のことを誰かに伝え、来館を勧めたいか	[0.475]
川村清雄展	1位	B (1) 作品やテーマについての興味関心	[0.526]
	2位	B (4) 展覧会のことを誰かに伝え、来館を勧めたいか	[0.468]
	3位	B (2) 展覧会場の心地よさ	[0.444]
全 体	1位	B (1) 作品やテーマについての興味関心	[0.545]
	2位	B (2) 展覧会場の心地よさ	[0.502]
	3位	B (4) 展覧会のことを誰かに伝え、来館を勧めたいか	[0.487]

3 美術館評価指標の現状値

			H23 実績	H24 実績	展覧会			
					A*	B*	C*	
A	2	展覧会リピート率	84.3%	80.4%	74.7%	84.0%	82.6%	
	3	展覧会満足度	90.8%	93.3%	93.4%	92.2%	94.3%	
	8	鑑賞環境満足度	90.4%	92.5%	93.2%	92.0%	92.3%	
B	23	風景美術館認知度	32.2%	22.7%	18.5%	29.2%	20.5%	
C	25	情報が「入手しやすい」	70.6%	71.6%	71.4%	71.0%	72.4%	
	26	公共交通機関アクセス満足度	81.8%	80.0%	76.6%	80.8%	82.7%	
	27	自家用車アクセス満足度	69.2%	83.1%	74.8%	85.5%	89.5%	
	29	スタッフ対応満足度	85.8%	88.7%	88.7%	88.9%	88.3%	
	34	レストラン満足度	71.3%	80.8%				
	36	ミュージアム・ショップ満足度	86.8%	82.8%				
D	46	ホームページ満足度	71.7%	71.6%				
	51	展覧会での新規観覧者の割合	15.7%	19.5%	25.3%	15.9%	17.4%	
	52	展覧会での新規観覧者満足度	92.8%	93.0%	92.7%	90.4%	95.6%	
	53	地域別利用者割合	東部	17.4%	15.6%	16.2%	15.0%	15.6%
			中部	56.4%	58.0%	53.9%	59.1%	60.9%
			西部	15.9%	16.1%	18.1%	13.9%	16.3%
			県外	10.3%	10.4%	11.8%	12.0%	7.2%
54	2・3世代観覧割合	22.8%	31.6%	45.4%	23.9%	24.0%		

※) 展覧会A・・・ユベール・ロベール展

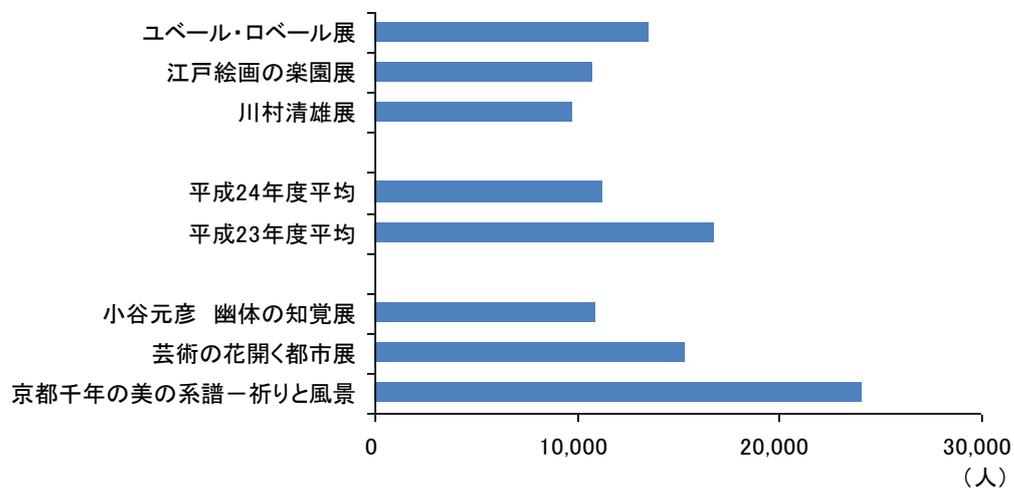
展覧会B・・・江戸絵画の楽園展

展覧会C・・・川村清雄展

4 展覧会アンケート結果

(1) 回収状況

		観覧者数 (人)	回収数 (件)	回収率 (%)
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	13,541	277	2.1
	江戸絵画の楽園展	10,758	278	2.6
	川村清雄展	9,722	276	2.8
経 年	平成24年度平均	11,340	277	2.5
	平成23年度平均	16,804	238	1.4
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	10,904	249	2.3
	芸術の花開く都市展	15,368	224	1.5
	京都千年の美の系譜 —祈りと風景	24,140	240	1.0



(2) 観覧者の属性

① 性別

全体

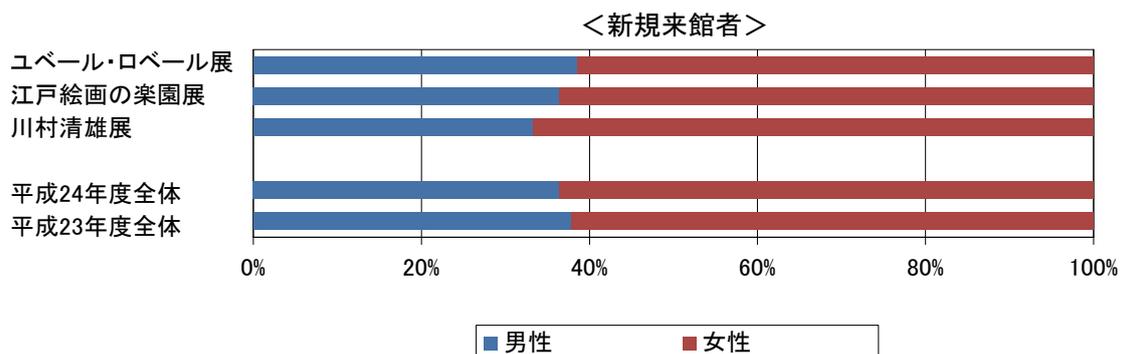
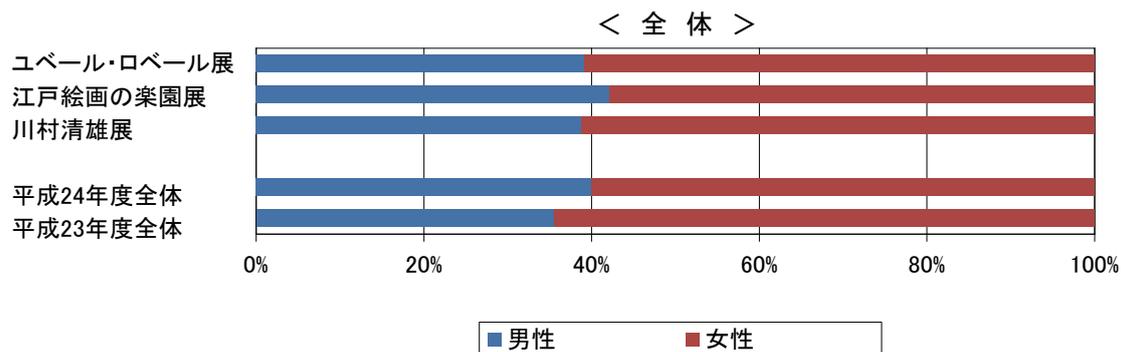
		件数 (件)	男性	女性
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	276	39.1	60.9
	江戸絵画の楽園展	278	42.1	57.9
	川村清雄展	276	38.8	61.2
経 年	平成 24 年度全体		40.0	60.0
	平成 23 年度全体		35.6	64.4
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	248	36.3	63.7
	芸術の花開く都市展	221	37.6	62.4
	京都千年の美の系譜 —祈りと風景	239	33.1	66.9

単位：%

新規来館者

		件数 (件)	男性	女性
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	70	38.6	61.4
	江戸絵画の楽園展	44	36.4	63.6
	川村清雄展	48	33.3	66.7
経 年	平成 24 年度全体		36.4	63.6
	平成 23 年度全体		37.8	62.2
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	51	41.2	58.8
	芸術の花開く都市展	36	25.0	75.0
	京都千年の美の系譜 —祈りと風景	24	50.0	50.0

単位：%



〈全体〉をみると、平成24年度全体は、「男性」が40.0%、「女性」が60.0%と、例年同様、女性が多い傾向となっている。『江戸絵画の楽園展』では、「男性」(42.1%)が通常より多くなっている。

〈新規来館者〉をみると、『川村清雄展』では「女性」(66.7%)が通常より多く、『ユベール・ロペール展』では、「男性」(38.6%)が通常より多くなっている。

② 年齢層

全体

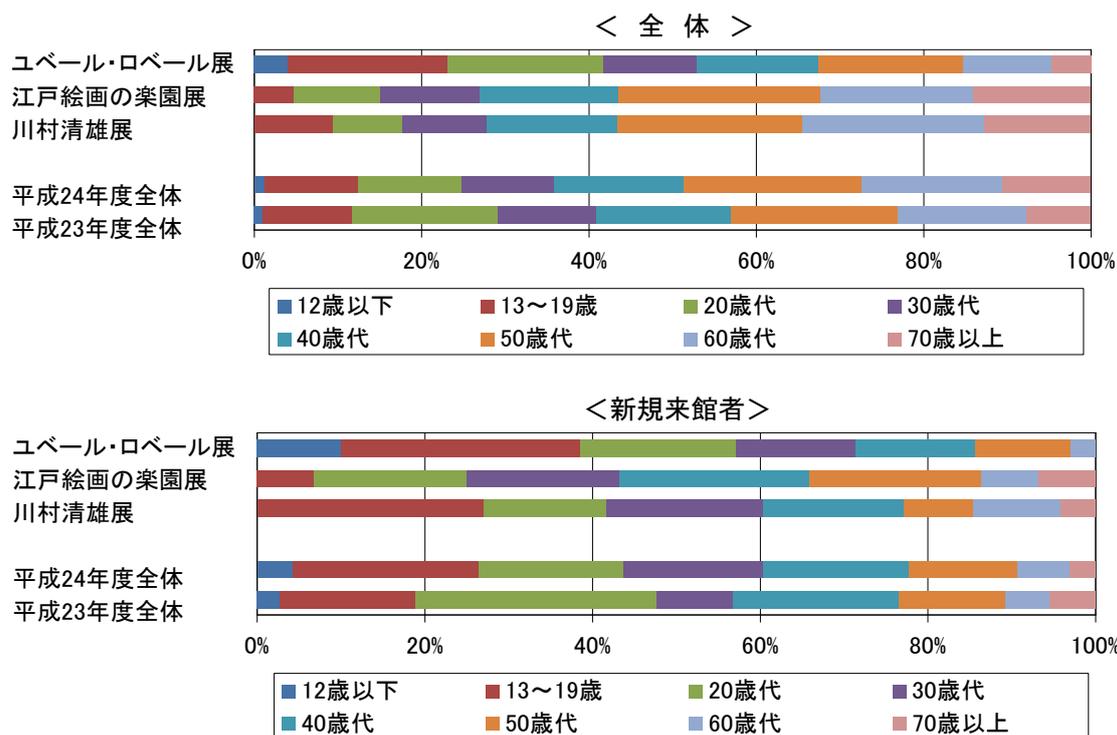
		件数 (件)	12 歳 以下	13 ～ 19 歳	20 歳 代	30 歳 代	40 歳 代	50 歳 代	60 歳 代	70 歳 以上
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	276	4.0	19.2	18.5	11.2	14.5	17.4	10.5	4.7
	江戸絵画の楽園展	278	0.0	4.7	10.4	11.9	16.5	24.1	18.3	14.0
	川村清雄展	276	0.0	9.4	8.3	10.1	15.6	22.1	21.7	12.7
経 年	平成 24 年度全体		1.3	11.1	12.4	11.1	15.5	21.2	16.9	10.5
	平成 23 年度全体		1.0	10.7	17.5	11.7	16.1	20.0	15.4	7.6
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	248	1.2	17.3	27.0	13.3	16.1	13.3	8.9	2.8
	芸術の花開く都市展	221	0.5	12.2	14.9	9.0	16.7	19.5	15.4	11.8
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	240	1.3	2.5	10.0	12.5	15.4	27.5	22.1	8.8

単位：%

新規来館者

		件数 (件)	12 歳 以下	13 ～ 19 歳	20 歳 代	30 歳 代	40 歳 代	50 歳 代	60 歳 代	70 歳 以上
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	70	10.0	28.6	18.6	14.3	14.3	11.4	2.9	0.0
	江戸絵画の楽園展	44	0.0	6.8	18.2	18.2	22.7	20.5	6.8	6.8
	川村清雄展	48	0.0	27.1	14.6	18.8	16.7	8.3	10.4	4.2
経 年	平成 24 年度全体		4.3	22.2	17.3	16.7	17.3	13.0	6.2	3.1
	平成 23 年度全体		2.7	16.2	28.8	9.0	19.8	12.6	5.4	5.4
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	50	4.0	16.0	38.0	16.0	16.0	6.0	4.0	0.0
	芸術の花開く都市展	36	2.8	19.4	25.0	5.6	27.8	13.9	2.8	2.8
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	25	0.0	12.0	16.0	0.0	16.0	24.0	12.0	20.0

単位：%



〈全体〉をみると、平成24年度で最も多い年代は「50歳代」の21.2%となっている。『ユベール・ロベール展』は他の展覧会と比べて「13~19歳」(19.2%)が多く、また『江戸絵画の楽園展』は「50歳代」(24.1%)が多いという特長がみられる。

〈新規来館者〉をみると、平成24年度で最も多い年代は「13~19歳代」の22.2%で、〈全体〉とは異なる傾向となっている。展覧会別でみると、特に『江戸絵画の楽園展』で「40歳代」(22.7%)と「50歳代」(20.5%)の新規来館者が多い。

③ 居住地

全体

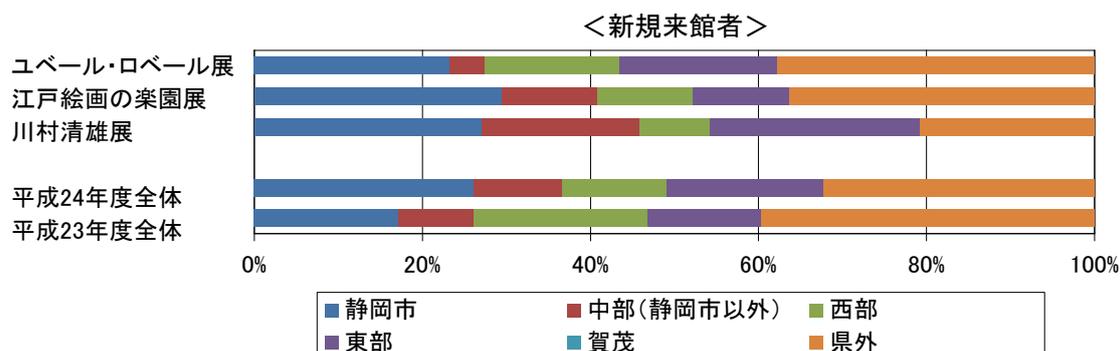
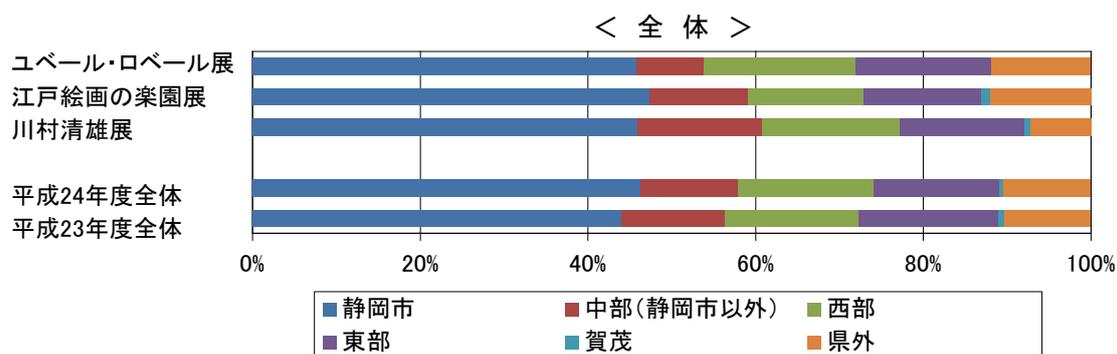
		件数 (件)	静岡 市	中部 (静岡 市以外)	西部	東部	賀茂	県外
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	271	45.8	8.1	18.1	16.2	0.0	11.8
	江戸絵画の楽園展	274	47.4	11.7	13.9	13.9	1.1	12.0
	川村清雄展	276	46.0	14.9	16.3	14.9	0.7	7.2
経 年	平成 24 年度全体		46.4	11.6	16.1	15.0	0.6	10.4
	平成 23 年度全体		44.0	12.4	15.9	16.7	0.7	10.3
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	239	41.0	14.2	17.2	13.0	0.0	14.6
	芸術の花開く都市展	218	45.9	9.6	15.1	19.3	0.0	10.1
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	239	45.2	13.0	15.5	18.0	2.1	6.3

単位：%

新規来館者

		件数 (件)	静岡 市	中部 (静岡 市以外)	西部	東部	賀茂	県外
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	69	23.2	4.3	15.9	18.8	0.0	37.7
	江戸絵画の楽園展	44	29.5	11.4	11.4	11.4	0.0	36.4
	川村清雄展	48	27.1	18.8	8.3	25.0	0.0	20.8
経 年	平成 24 年度全体		26.1	10.6	12.4	18.6	0.0	32.3
	平成 23 年度全体		17.1	9.0	20.7	13.5	0.0	39.6
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	51	19.6	11.8	25.5	3.9	0.0	39.2
	芸術の花開く都市展	35	20.0	2.9	17.1	14.3	0.0	45.7
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	25	8.0	12.0	16.0	32.0	0.0	32.0

単位：%



〈全体〉をみると、「静岡市」が46.4%と最も多く4割半以上を占め、「西部」(16.1%)、「東部」(15.0%)は、「中部(静岡市以外)」(11.6%)はそれぞれ1割台と、例年同様の傾向となっている。いずれの企画展も「静岡市」と「中部(静岡市以外)」を合わせた《中部》が半数超となっている。

〈新規来館者〉をみると、〈全体〉に比べて「県外」来館者が多い傾向となっており、『ユベール・ロベール展』(37.7%)、『江戸絵画の楽園展』(36.4%)では、「県外」来館者が3割半以上と最も多くなっている。これは昨年とほぼ同様の傾向。

美術館カルテ 53

地域別の利用者の割合

		中部	西部	東部
平成24年度	ユベール・ロベール展	53.9	18.1	16.2
	江戸絵画の楽園展	59.1	13.9	15.0
	川村清雄展	60.9	16.3	15.6
経年	平成24年度全体	58.0	16.1	15.6
	平成23年度全体	56.4	15.9	17.4
平成23年度	小谷元彦 幽体の知覚展	55.2	17.2	13.0
	芸術の花開く都市展	55.5	15.1	19.3
	京都千年の美の系譜 —折りと風景	58.2	15.5	20.1

単位：%

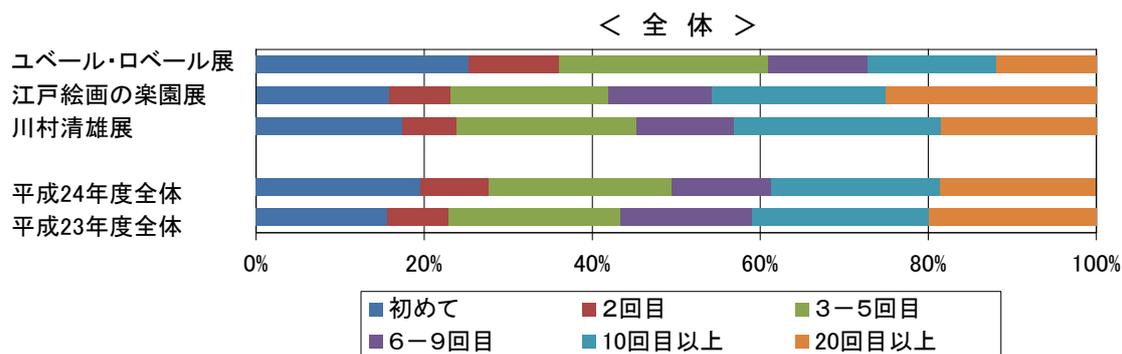
(3) 観覧者行動

① 来館回数

全体

		件数 (件)	初 め て	2 回 目	3 - 5 回 目	6 - 9 回 目	10 回 目 以 上	20 回 目 以 上
平成 24 年 度	ユベール・ロベール展	277	25.3	10.8	24.9	11.9	15.2	11.9
	江戸絵画の楽園展	276	15.9	7.2	18.8	12.3	20.7	25.0
	川村清雄展	276	17.4	6.5	21.4	11.6	24.6	18.5
経 年	平成 24 年度全体		19.5	8.2	21.7	11.9	20.1	18.5
	平成 23 年度全体		15.7	7.2	20.5	15.7	21.0	19.9
平成 23 年 度	小谷元彦 幽体の知覚展	249	20.5	5.6	20.9	18.1	14.9	20.1
	芸術の花開く都市展	224	16.1	7.1	17.4	15.2	22.8	21.4
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	240	10.4	8.8	22.9	13.8	25.8	18.3

単位：%



平成24年度の「初めて」〈新規来館者〉は19.5%と、前年度に比べ多くなっている。展覧会別にみると、「初めて」〈新規来館者〉が最も多いのは『ユベール・ロベール展』の25.3%、次いで『川村清雄展』の17.4%、『江戸絵画の楽園展』が最も少なく、15.9%となっている。

評価指標 4

新規来館者の割合

美術館カルテ 2

リピート率

		新規来館者の割合	リピート率
平成24年度	ユベール・ロベール展	25.3	74.7
	江戸絵画の楽園展	15.9	84.0
	川村清雄展	17.4	82.6
経年	平成24年度全体	19.5	80.4
	平成23年度全体	15.7	84.3
平成23年度	小谷元彦 幽体の知覚展	20.5	79.6
	芸術の花開く都市展	16.1	83.9
	京都千年の美の系譜 —祈りと風景	10.4	89.6

単位：%

② 来館人数

全体

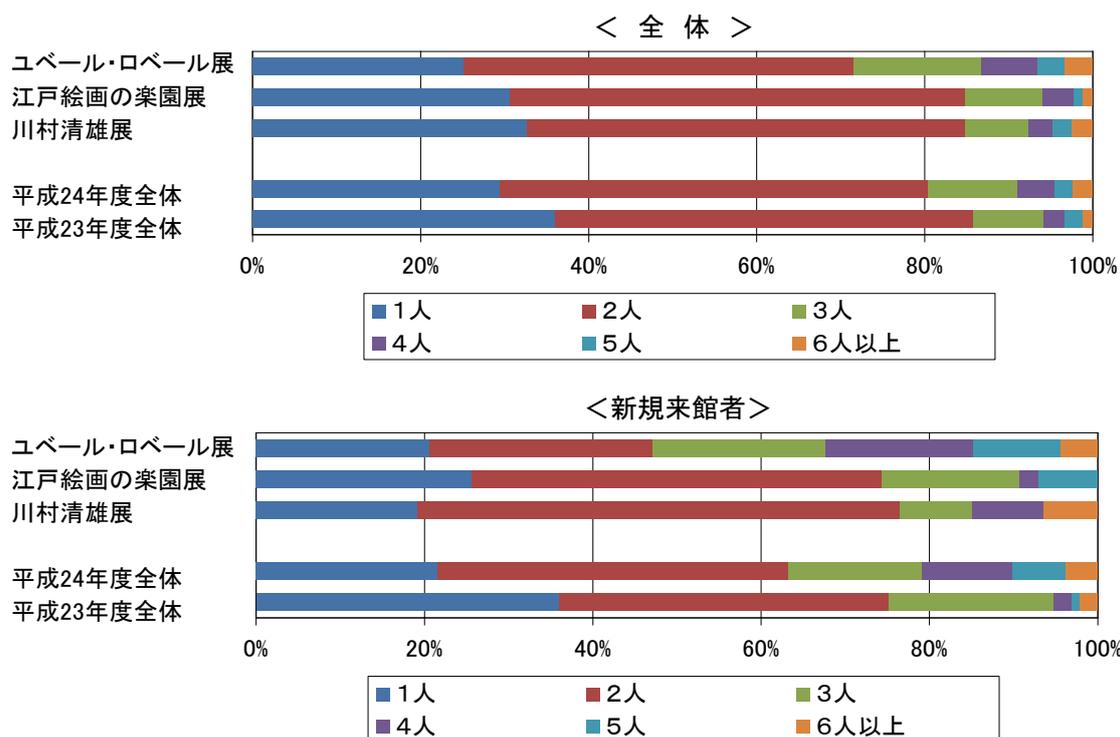
		件数 (件)	1 人	2 人	3 人	4 人	5 人	6 人 以上
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	274	25.2	46.4	15.3	6.6	3.3	3.3
	江戸絵画の楽園展	271	30.6	54.2	9.2	3.7	1.1	1.1
	川村清雄展	275	32.7	52.0	7.6	2.9	2.2	2.5
経 年	平成 24 年度全体		29.5	50.9	10.7	4.4	2.2	2.3
	平成 23 年度全体		36.0	49.9	8.4	2.5	2.1	1.2
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	236	39.0	45.3	8.1	4.7	2.1	0.8
	芸術の花開く都市展	211	32.7	54.5	10.4	1.9	0.0	0.5
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	223	35.9	50.2	6.7	0.9	4.0	2.2

単位：%

新規来館者

		件数 (件)	1 人	2 人	3 人	4 人	5 人	6 人 以上
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	68	20.6	26.5	20.6	17.6	10.3	4.4
	江戸絵画の楽園展	43	25.6	48.8	16.3	2.3	7.0	0.0
	川村清雄展	47	19.1	57.4	8.5	8.5	0.0	6.4
経 年	平成 24 年度全体		21.5	41.8	15.8	10.8	6.3	3.8
	平成 23 年度全体		36.1	39.2	19.6	2.1	1.0	2.1
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	62	27.4	50.0	11.3	6.5	0.0	4.8
	芸術の花開く都市展	74	35.1	48.6	5.4	1.4	5.4	4.1
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	18	33.3	55.6	0.0	0.0	0.0	11.1

単位：%



〈全体〉をみると、平成24年度は「2人」が50.9%と最も多く、半数超となっている。次いで「1人」が29.5%、「3人」が10.7%とこれらが合わせて9割以上を占め、前年度と同様の傾向となっている。『川村清雄展』で「1人」(32.7%)での来館が多くなっている。

〈新規来館者〉をみても、「2人」が41.8%と最も多くなっている。『江戸絵画の楽園展』、『川村清雄展』では、「2人」での来館が最も多く、それぞれ5割弱～5割台半ばを占めるが、『ユベール・ロペール展』では、「1人」(20.6%)、「2人」(26.5%)、「3人」(20.6%)がそれぞれ2割台と、来館人数の分散傾向がみられる。

③ 来館時の同伴者

全体

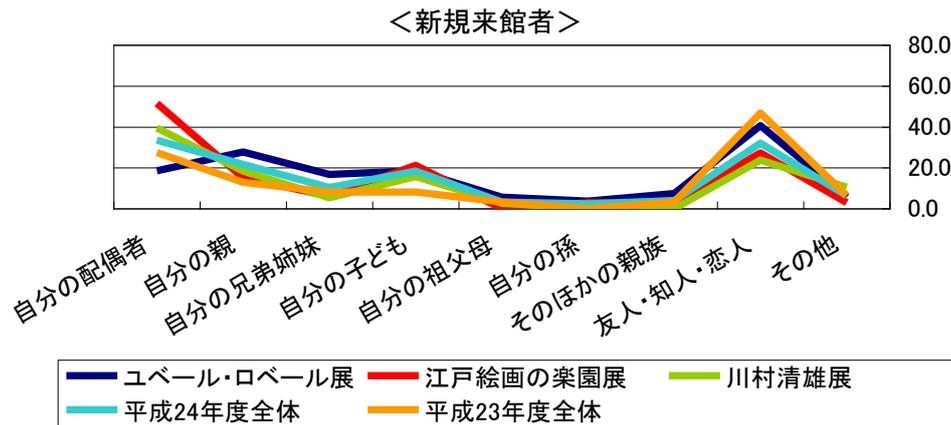
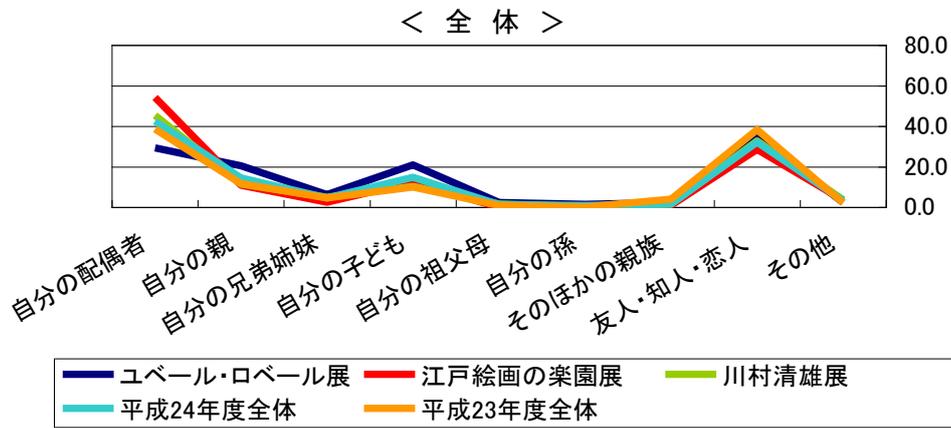
		件数 (件)	自分の 配偶者	自分の 親	姉妹 自分の 兄弟	自分の 子ども	自分の 祖父母	自分の 孫	親族 そのほかの	恋人 友人・知人・	その他
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	205	29.3	20.5	6.3	21.0	2.4	1.5	2.4	35.1	2.4
	江戸絵画の楽園展	192	54.2	10.9	2.6	12.5	0.0	0.5	1.0	28.6	3.6
	川村清雄展	183	45.4	11.5	4.9	10.4	1.6	0.5	1.6	32.8	3.8
経 年	平成 24 年度全体		42.6	14.5	4.7	14.8	1.4	0.9	1.7	32.2	3.3
	平成 23 年度全体		38.6	11.7	4.7	10.0	0.9	0.2	4.0	38.3	2.3
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	144	22.2	7.6	5.6	7.6	0.0	0.7	4.2	56.3	3.5
	芸術の花開く都市展	141	36.2	14.9	4.3	12.1	2.8	0.0	2.8	35.5	1.4
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	143	57.3	12.6	4.2	10.5	0.0	0.0	4.9	23.1	2.1

単位：%

新規来館者

		件数 (件)	自分の 配偶者	自分の 親	姉妹 自分の 兄弟	自分の 子ども	自分の 祖父母	自分の 孫	親族 そのほかの	恋人 友人・知人・	その他
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	54	18.5	27.8	16.7	18.5	5.6	3.7	7.4	40.7	5.6
	江戸絵画の楽園展	33	51.5	15.2	6.1	21.2	0.0	3.0	3.0	27.3	3.0
	川村清雄展	38	39.5	18.4	5.3	15.8	2.6	0.0	0.0	23.7	10.5
経 年	平成 24 年度全体		33.6	21.6	10.4	18.4	3.2	2.4	4.0	32.0	6.4
	平成 23 年度全体		27.4	12.9	8.1	8.1	3.2	0.0	3.2	46.8	6.5
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	29	20.7	3.4	3.4	3.4	0.0	0.0	0.0	62.1	10.3
	芸術の花開く都市展	22	27.3	27.3	9.1	13.6	9.1	0.0	0.0	36.4	0.0
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	11	45.5	9.1	18.2	9.1	0.0	0.0	18.2	27.3	9.1

単位：%



〈全体〉をみると、平成24年度は「自分の配偶者」(42.6%)、次いで「友人・知人・恋人」(32.2%)が前年と同じく多数を占めている。『江戸絵画の楽園展』では、「自分の配偶者」(54.2%)が他の展覧会と比較して特に多くなっている。なお昨年度に比べて、「友人・知人・恋人」の割合は6.1ポイント減少しているが、「自分の配偶者」(4.0ポイント増)や「自分の親」(2.8ポイント増)、「自分の子ども」(4.8ポイント増)など2世代での来訪割合が増加している。

〈新規来館者〉も〈全体〉同様、「自分の配偶者」(33.6%)、次いで「友人・知人・恋人」(32.0%)が多数を占めている。

美術館カルテ 54

2・3世代で一緒に観覧に来ている割合

平成24年度	ユベール・ロベール展	45.4
	江戸絵画の楽園展	23.9
	川村清雄展	24.0
経年	平成24年度全体	31.6
	平成23年度全体	22.8
平成23年度	小谷元彦 幽体の知覚展	15.9
	芸術の花開く都市展	29.8
	京都千年の美の系譜 —祈りと風景	23.1

単位：%

④ 来館のきっかけ

全体

		件数 (件)	ポスターを見て	チラシを見て	新聞を見て	テレビを見て	「県民だより」を見て	インターネットの ホームページを見て	もよく来ているので 静岡県立美術館にいつ	誘われて・勧められて 友人・知人・家族などに	一度、静岡県立美術館 にきたいと思っていた	たまたま時間があった	その他
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	277	18.4	5.8	12.3	10.5	1.1	14.1	10.1	21.7	5.1	11.9	19.1
	江戸絵画の楽園展	275	14.9	9.1	15.3	4.4	1.8	14.9	21.8	21.1	4.4	10.9	11.3
	川村清雄展	274	15.3	6.9	15.0	23.7	1.5	12.8	16.4	17.5	5.8	14.2	9.1
経 年	平成 24 年度全体		16.2	7.3	14.2	12.8	1.5	13.9	16.1	20.1	5.1	12.3	13.2
	平成 23 年度全体		22.9	6.3	16.2	16.6	3.7	12.2	12.7	18.6	4.4	9.8	10.0
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	248	28.2	8.5	4.8	11.3	0.0	11.3	11.3	23.8	4.8	11.7	13.7
	芸術の花開く都市展	224	17.4	5.8	19.2	8.0	3.1	15.6	15.2	17.4	7.1	13.8	6.7
	京都千年の美の系譜 —祈りと風景	239	22.6	4.6	25.1	30.1	7.9	10.0	11.7	14.2	1.3	4.2	9.2

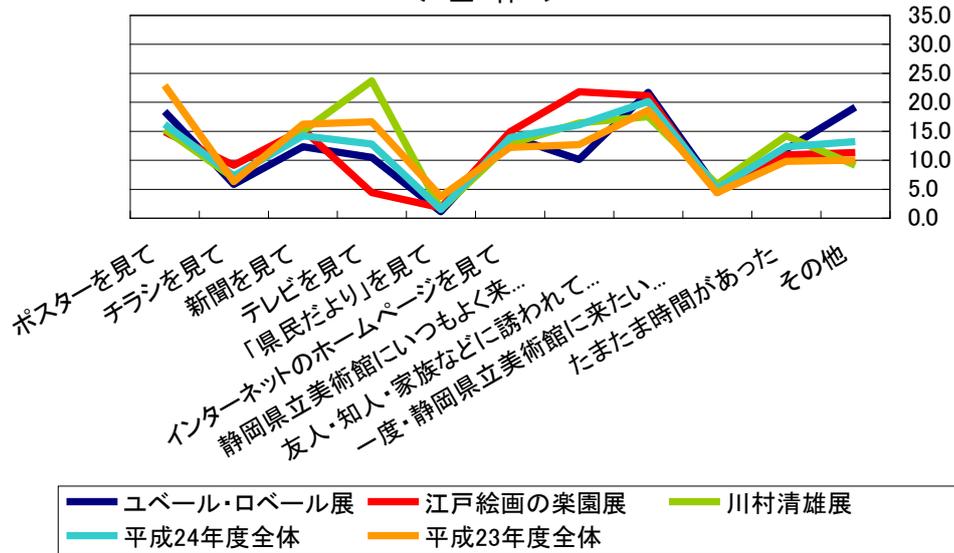
単位：%

新規来館者

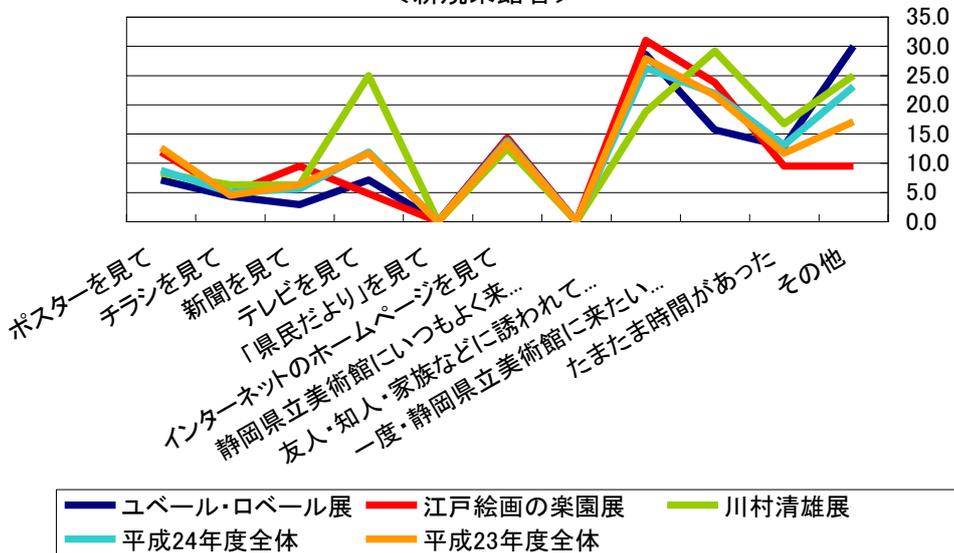
		件数 (件)	ポスターを見て	チラシを見て	新聞を見て	テレビを見て	「県民だより」を見て	インターネットの ホームページを見て	もよく来ているので 静岡県立美術館にいつ	誘われて・勧められて 友人・知人・家族などに	一度、静岡県立美術館 にきたいと思っていた	たまたま時間があった	その他
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	70	7.1	4.3	2.9	7.1	0.0	14.3	0.0	28.6	15.7	12.9	30.0
	江戸絵画の楽園展	42	11.9	4.8	9.5	4.8	0.0	14.3	0.0	31.0	23.8	9.5	9.5
	川村清雄展	48	8.3	6.3	6.3	25.0	0.0	12.5	0.0	18.8	29.2	16.7	25.0
経 年	平成 24 年度全体		8.8	5.0	5.6	11.9	0.0	13.8	0.0	26.3	21.9	13.1	23.1
	平成 23 年度全体		12.6	4.5	6.3	11.7	0.0	13.5	0.0	27.9	21.6	11.7	17.1
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	51	15.7	5.9	0.0	9.8	0.0	17.6	0.0	33.3	23.5	13.7	11.8
	芸術の花開く都市展	36	8.3	5.6	2.8	11.1	0.0	13.9	0.0	25.0	30.6	11.1	19.4
	京都千年の美の系譜 —祈りと風景	24	12.5	0.0	25.0	16.7	0.0	4.2	0.0	20.8	4.2	8.3	25.0

単位：%

< 全体 >



< 新規来館者 >



〈全体〉をみると、平成24年度は「友人・知人・家族などに誘われて・勧められて」が20.1%と最も多い。展覧会別でみると、『ユベール・ロベール展』は「友人・知人・家族などに誘われて・勧められて」(21.7%)が、『江戸絵画の楽園展』は「静岡県立美術館にいつもよく来ているので」(21.8%)が、『川村清雄展』は「テレビを見て」(23.7%)がそれぞれ最も多く、異なる傾向となっている。特に、「新聞を見て」及び「テレビを見て」は展覧会により差が大きく(『ユベール・ロベール展』=22.8%、『江戸絵画の楽園展』=19.7%、『川村清雄展』=38.7%)、情報源メディアの効果に差が出る結果となっている。

〈新規来館者〉をみると、平成24年度は〈全体〉同様、「友人・知人・家族などに誘われて・勧められて」が26.3%と最も多くなっている。『川村清雄展』では、他の展覧会に比べ、「一度、静岡県立美術館に来たいと思っていた」(29.2%)が多くなっている。

(4) 展覧会の評価

① 作品やテーマについての興味・関心の深まり

全体

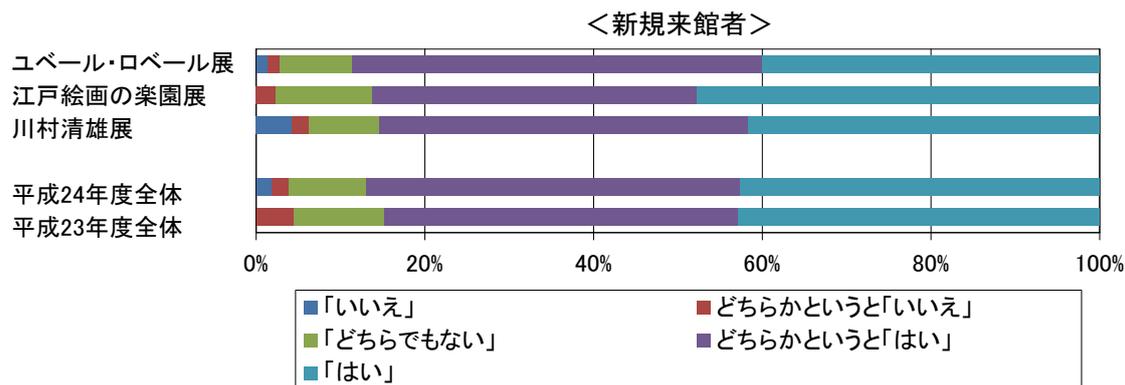
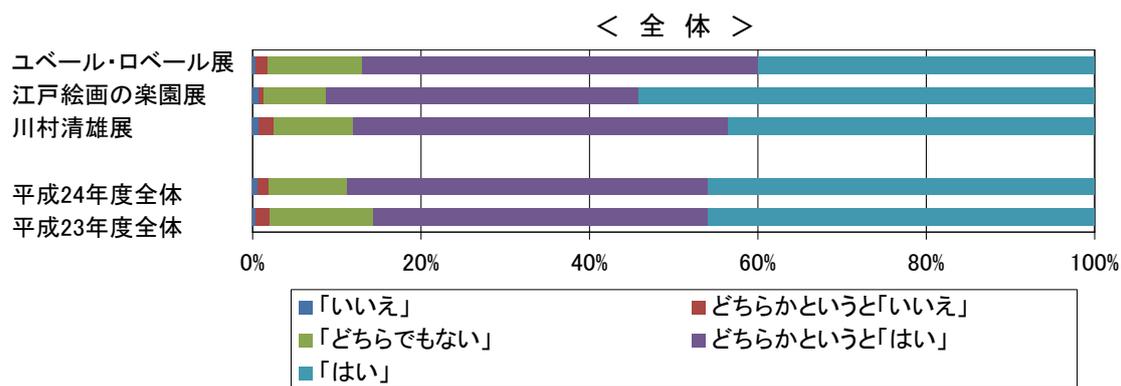
		件数 (件)	「いいえ」	「どちらかとい うと」「いいえ」	「どちららで もない」	「どちらかとい うと」「はい」	「はい」
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	276	0.4	1.4	11.2	47.1	39.9
	江戸絵画の楽園展	275	0.7	0.7	7.3	37.1	54.2
	川村清雄展	276	0.7	1.8	9.4	44.6	43.5
経 年	平成 24 年度全体		0.6	1.3	9.3	42.9	45.8
	平成 23 年度全体		0.4	1.6	12.3	39.8	45.9
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	248	0.8	2.4	9.3	31.5	56.0
	芸術の花開く都市展	222	0.0	1.4	17.6	42.3	38.7
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	238	0.4	0.8	10.5	46.2	42.0

単位：%

新規来館者

		件数 (件)	「いいえ」	「どちらかとい うと」「いいえ」	「どちららで もない」	「どちらかとい うと」「はい」	「はい」
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	70	1.4	1.4	8.6	48.6	40.0
	江戸絵画の楽園展	44	0.0	2.3	11.4	38.6	47.7
	川村清雄展	48	4.2	2.1	8.3	43.8	41.7
経 年	平成 24 年度全体		1.9	1.9	9.3	44.4	42.6
	平成 23 年度全体		0.0	4.5	10.7	42.0	42.9
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	51	0.0	2.0	11.8	39.2	47.1
	芸術の花開く都市展	36	0.0	5.6	8.3	41.7	44.4
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	25	0.0	8.0	12.0	48.0	32.0

単位：%



〈全体〉をみると、平成24年度は「どちらかという「はい」と「はい」を合わせた肯定的評価が88.7%となっている。肯定的評価が最も高かった展覧会は『江戸絵画の楽園展』の91.3%、次いで『川村清雄展』が88.1%、『ユベール・ロベール展』が87.0%と、いずれも8割半以上となっている。

〈新規来館者〉をみると、平成24年度は肯定的評価が87.0%で〈全体〉とほぼ同様となっている。

評価指標 3

作品やテーマに興味を持った人の割合

平成24年度	ユベール・ロベール展	87.0
	江戸絵画の楽園展	91.3
	川村清雄展	88.1
経年	平成24年度全体	88.7
	平成23年度全体	85.7
平成23年度	小谷元彦 幽体の知覚展	87.5
	芸術の花開く都市展	81.0
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	88.2

単位：%

② 展覧会の会場で心地よく観覧できたか

全体

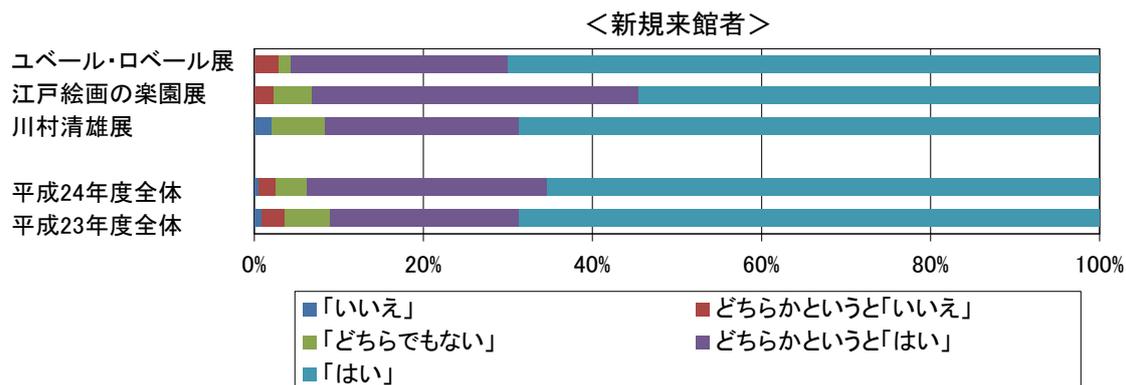
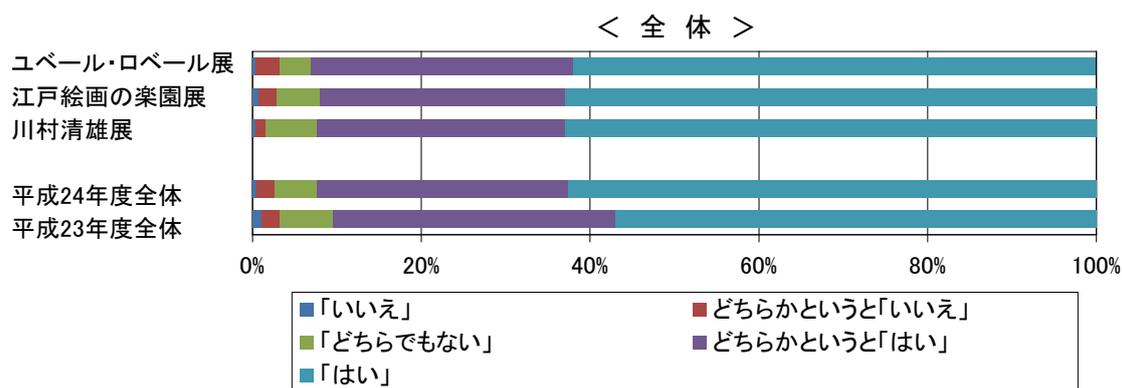
		件数 (件)	「いいえ」	どちらかとい うと「いいえ」	「どちら でもない」	どちらかとい うと「はい」	「はい」
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	276	0.4	2.9	3.6	31.2	62.0
	江戸絵画の楽園展	276	0.7	2.2	5.1	29.0	63.0
	川村清雄展	276	0.4	1.1	6.2	29.3	63.0
経 年	平成 24 年度全体		0.5	2.1	5.0	29.8	62.7
	平成 23 年度全体		1.1	2.1	6.3	33.5	56.9
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	249	1.6	3.2	6.0	30.1	59.0
	芸術の花開く都市展	222	0.9	1.8	5.0	29.7	62.6
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	239	0.8	1.3	7.9	40.6	49.4

単位：%

新規来館者

		件数 (件)	「いいえ」	どちらかとい うと「いいえ」	「どちら でもない」	どちらかとい うと「はい」	「はい」
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	70	0.0	2.9	1.4	25.7	70.0
	江戸絵画の楽園展	44	0.0	2.3	4.5	38.6	54.5
	川村清雄展	48	2.1	0.0	6.3	22.9	68.8
経 年	平成 24 年度全体		0.6	1.9	3.7	28.4	65.4
	平成 23 年度全体		0.9	2.7	5.4	22.3	68.8
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	51	2.0	0.0	7.8	29.4	60.8
	芸術の花開く都市展	36	0.0	2.8	2.8	13.9	80.6
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	25	0.0	8.0	4.0	20.0	68.0

単位：%



〈全体〉をみると、平成24年度は「どちらかという はい」と「はい」を合わせた肯定的評価が92.5%となっている。肯定的評価が最も高かった展覧会は『ユベール・ロベール展』の93.2%、次いで『川村清雄展』が92.3%、『江戸絵画の楽園展』が92.0%と、いずれも9割以上となっている。

〈新規来館者〉をみると、平成24年度は肯定的評価が93.8%で〈全体〉とほぼ同様となっている。

美術館カルテ 32

鑑賞環境に対する満足度

平成 24 年 度	ユベール・ロベール展	93.2
	江戸絵画の楽園展	92.0
	川村清雄展	92.3
経 年	平成24年度全体	92.5
	平成23年度全体	90.4
平成 23 年 度	小谷元彦 幽体の知覚展	89.1
	芸術の花開く都市展	92.3
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	90.0

単位：%

③ スタッフの対応は適切であったか

全体

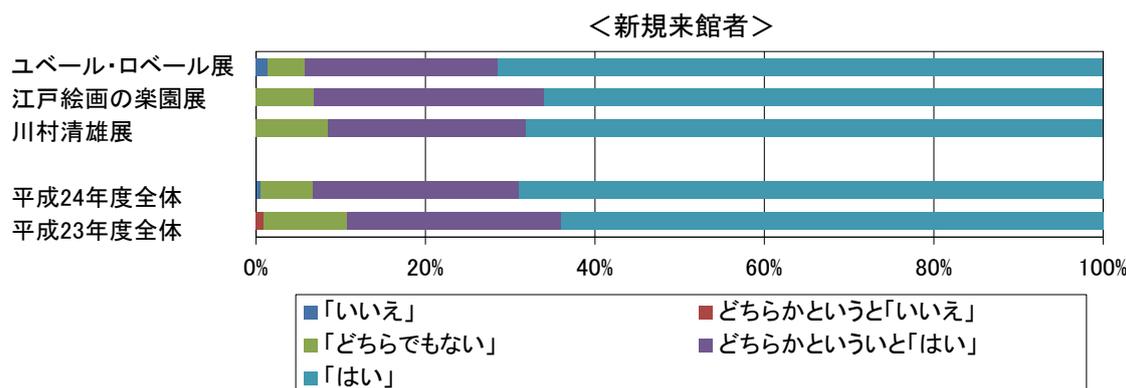
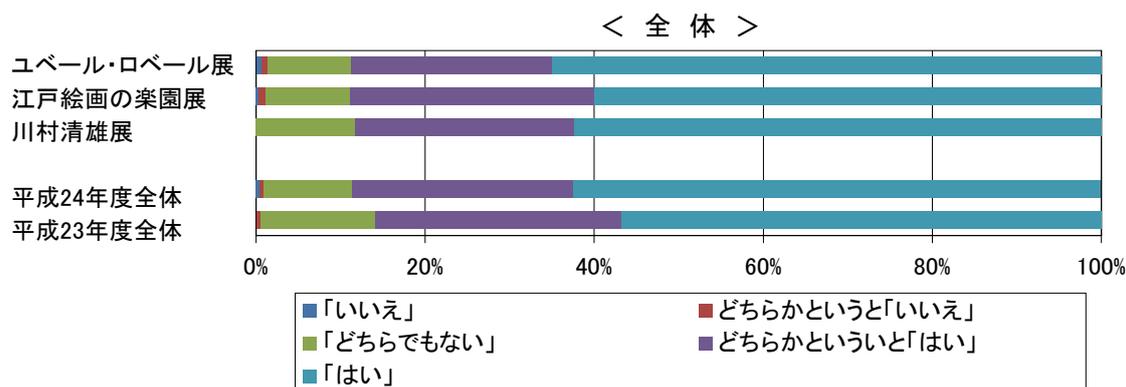
		件数 (件)	「いいえ」	どちらかとい うと「いいえ」	「どちら でもない」	どちらかとい うと「はい」	「はい」
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	274	0.7	0.7	9.9	23.7	65.0
	江戸絵画の楽園展	270	0.4	0.7	10.0	28.9	60.0
	川村清雄展	274	0.0	0.0	11.7	25.9	62.4
経 年	平成 24 年度全体		0.4	0.5	10.5	26.2	62.5
	平成 23 年度全体		0.1	0.4	13.6	29.1	56.7
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	248	0.0	0.4	10.9	27.4	61.3
	芸術の花開く都市展	222	0.0	0.5	14.9	29.7	55.0
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	237	0.4	0.4	15.2	30.4	53.6

単位：%

新規来館者

		件数 (件)	「いいえ」	どちらかとい うと「いいえ」	「どちら でもない」	どちらかとい うと「はい」	「はい」
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	70	1.4	0.0	4.3	22.9	71.4
	江戸絵画の楽園展	44	0.0	0.0	6.8	27.3	65.9
	川村清雄展	47	0.0	0.0	8.5	23.4	68.1
経 年	平成 24 年度全体		0.6	0.0	6.2	24.2	68.9
	平成 23 年度全体		0.0	0.9	9.9	25.2	64.0
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	51	0.0	0.0	7.8	33.3	58.8
	芸術の花開く都市展	36	0.0	2.8	13.9	22.2	61.1
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	24	0.0	0.0	8.3	12.5	79.2

単位：%



〈全体〉をみると、平成24年度は「どちらかというといい」と「はい」と「はい」を合わせた肯定的評価が88.7%となっている。肯定的評価が最も高かった展覧会は『江戸絵画の楽園展』の88.9%、次いで『ユベール・ロベール展』が88.7%、『川村清雄展』が88.3%と、いずれも8割半以上となっている。

〈新規来館者〉をみると、平成24年度は肯定的評価が93.1%で〈全体〉を少し上回っている。

美術館カルテ 29

美術館スタッフの対応に満足した人の割合

平成24年度	ユベール・ロベール展	88.7
	江戸絵画の楽園展	88.9
	川村清雄展	88.3
経年	平成24年度全体	88.7
	平成23年度全体	85.8
平成23年度	小谷元彦 幽体の知覚展	88.7
	芸術の花開く都市展	84.7
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	84.0

単位：%

④ この展覧会のことを誰かに伝え、来館を勧めたいか

全体

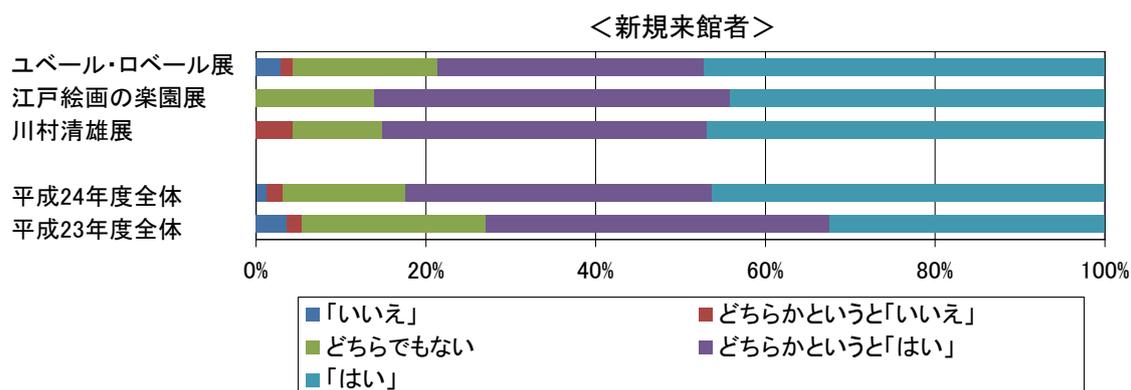
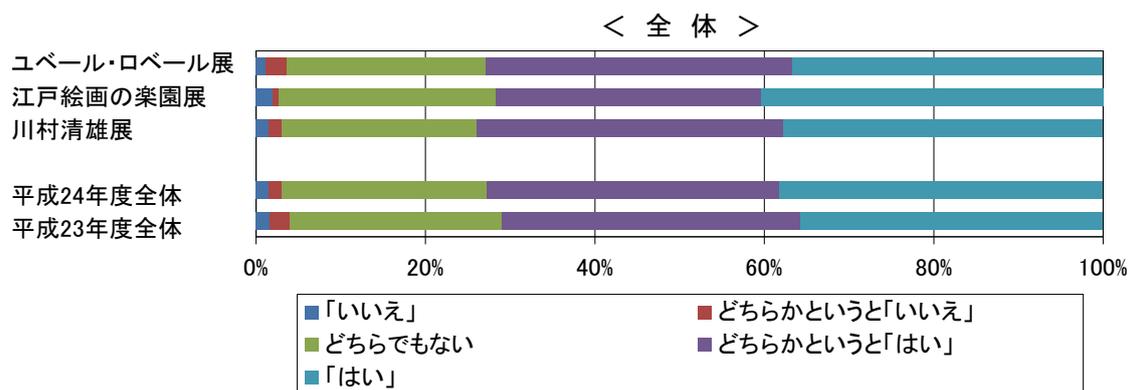
		件数 (件)	「いいえ」	どちらかとい うと「いいえ」	「どちらで もない」	どちらかとい うと「はい」	「はい」
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	273	1.1	2.6	23.4	36.3	36.6
	江戸絵画の楽園展	268	1.9	0.7	25.7	31.3	40.3
	川村清雄展	273	1.5	1.5	23.1	36.3	37.7
経 年	平成 24 年度全体		1.5	1.6	24.1	34.6	38.2
	平成 23 年度全体		1.6	2.4	25.0	35.3	35.7
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	247	2.4	3.6	15.0	36.8	42.1
	芸術の花開く都市展	220	1.4	1.4	30.9	37.3	29.1
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	238	0.8	2.1	29.8	31.9	35.3

単位：%

新規来館者

		件数 (件)	「いいえ」	どちらかとい うと「いいえ」	「どちらで もない」	どちらかとい うと「はい」	「はい」
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	70	2.9	1.4	17.1	31.4	47.1
	江戸絵画の楽園展	43	0.0	0.0	14.0	41.9	44.2
	川村清雄展	47	0.0	4.3	10.6	38.3	46.8
経 年	平成 24 年度全体		1.3	1.9	14.4	36.3	46.3
	平成 23 年度全体		3.6	1.8	21.6	40.5	32.4
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	51	3.9	2.0	17.6	45.1	31.4
	芸術の花開く都市展	36	5.6	0.0	19.4	33.3	41.7
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	24	0.0	4.2	33.3	41.7	20.8

単位：%



〈全体〉をみると、平成24年度は「どちらかという はい」と「はい」を合わせた肯定的評価が72.8%となっている。肯定的評価が最も高かった展覧会は『川村清雄展』の74.0%、次いで『ユベール・ロベール展』が72.9%、『江戸絵画の楽園展』が71.6%と、いずれも7割以上となっている。

〈新規来館者〉をみると、平成24年度は肯定的評価が82.6%で〈全体〉を1割程度上回っている。

⑤ 当美術館に関する情報は入手しやすいか

全体

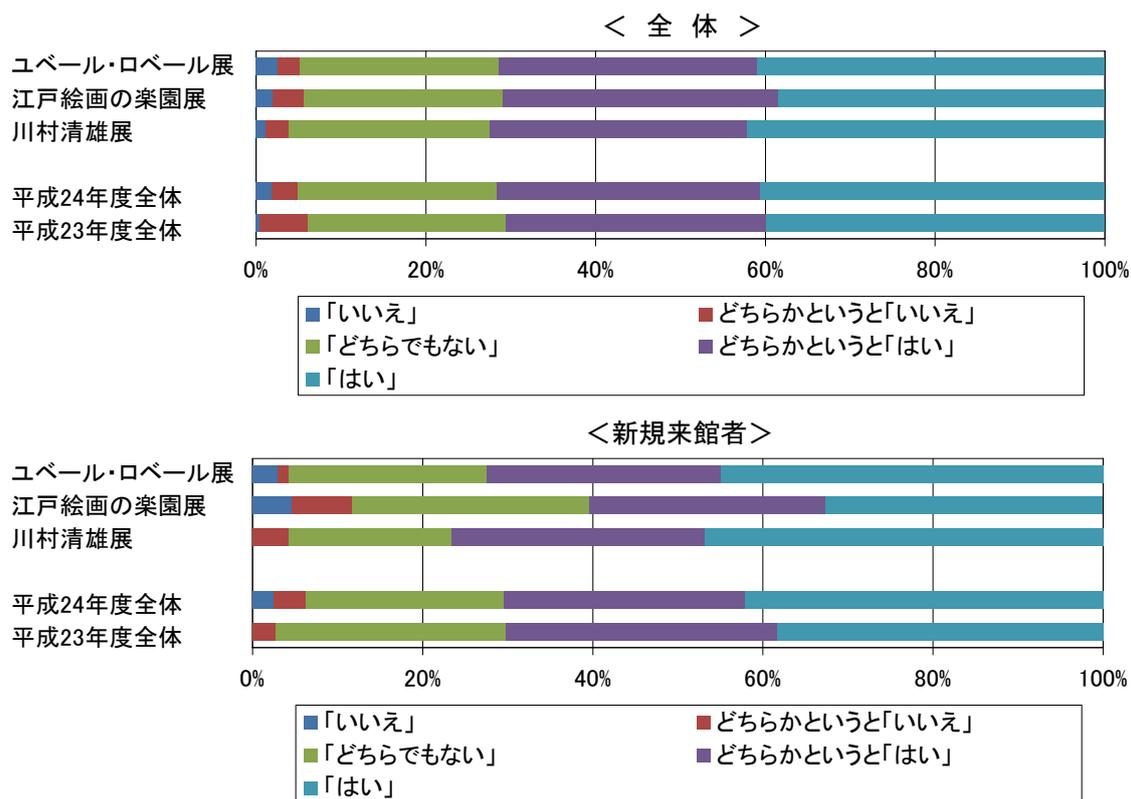
		件数 (件)	「いいえ」	どちらかとい うと「いいえ」	「どちらで もない」	どちらかとい うと「はい」	「はい」
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	269	2.6	2.6	23.4	30.5	40.9
	江戸絵画の楽園展	265	1.9	3.8	23.4	32.5	38.5
	川村清雄展	261	1.1	2.7	23.8	30.3	42.1
経 年	平成 24 年度全体		1.9	3.0	23.5	31.1	40.5
	平成 23 年度全体		0.4	5.7	23.4	30.7	39.9
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	243	1.2	7.4	21.8	27.2	42.4
	芸術の花開く都市展	211	0.0	7.1	26.1	31.3	35.5
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	231	0.0	2.6	22.5	33.8	41.1

単位：%

新規来館者

		件数 (件)	「いいえ」	どちらかとい うと「いいえ」	「どちらで もない」	どちらかとい うと「はい」	「はい」
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	69	2.9	1.4	23.2	27.5	44.9
	江戸絵画の楽園展	43	4.7	7.0	27.9	27.9	32.6
	川村清雄展	47	0.0	4.3	19.1	29.8	46.8
経 年	平成 24 年度全体		2.5	3.8	23.3	28.3	42.1
	平成 23 年度全体		0.0	2.8	27.1	31.8	38.3
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	50	0.0	0.0	26.0	36.0	38.0
	芸術の花開く都市展	35	0.0	8.6	25.7	22.9	42.9
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	22	0.0	0.0	31.8	36.4	31.8

単位：%



〈全体〉をみると、平成24年度は「どちらかという「はい」と「はい」を合わせた肯定的評価が71.6%となっている。肯定的評価が最も高かった展覧会は『川村清雄展』の72.4%、次いで『ユベール・ロベール展』が71.4%、『江戸絵画の楽園展』が71.0%と、いずれも7割以上となっている。

〈新規来館者〉をみると、平成24年度は肯定的評価が70.4%で〈全体〉とほぼ同様となっている。

評価指標 24

当館に関する情報が入手しやすいとする人の割合

平成 24 年度	ユベール・ロベール展	71.4
	江戸絵画の楽園展	71.0
	川村清雄展	72.4
経 年	平成24年度全体	71.6
	平成23年度全体	70.6
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	69.6
	芸術の花開く都市展	66.8
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	74.9

単位：%

⑥-1 利用交通機関

全体

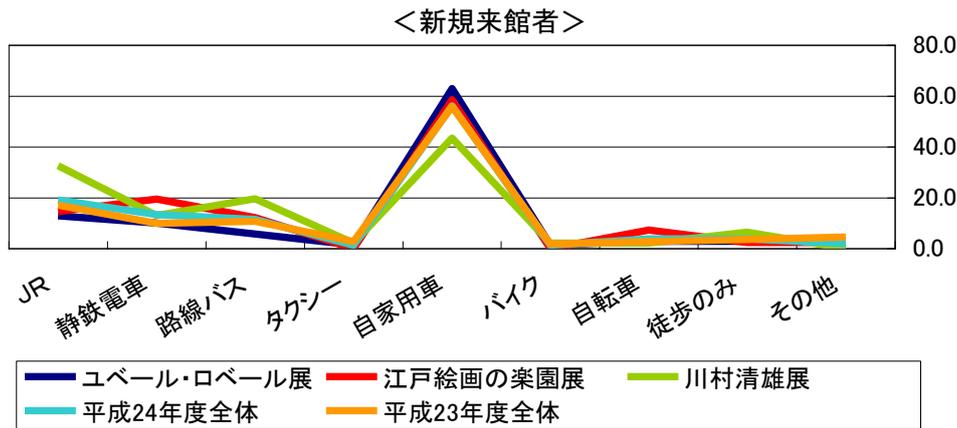
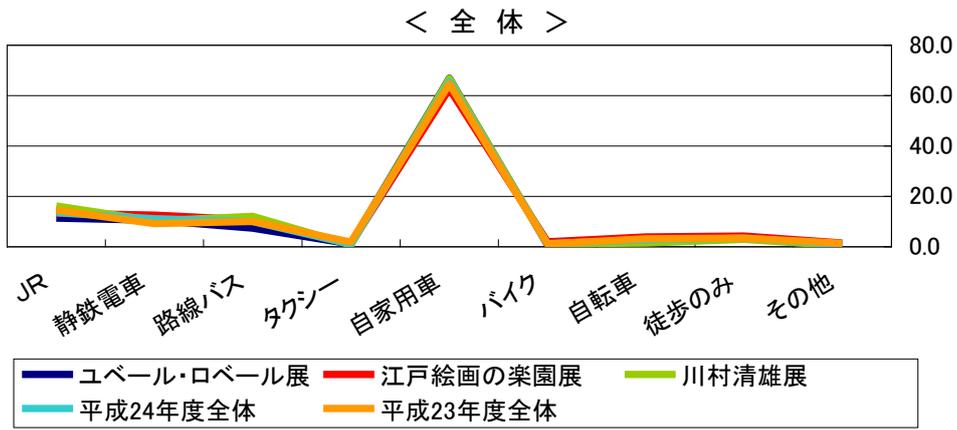
		件数 (件)	JR	静鉄電車	路線バス	タクシー	自家用車	バイク	自転車	徒歩のみ	その他
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	275	11.3	10.5	7.3	1.1	66.9	0.7	2.9	3.3	0.7
	江戸絵画の楽園展	265	13.2	12.5	10.6	1.1	62.6	1.9	3.8	4.2	1.5
	川村清雄展	273	16.1	10.3	12.1	0.7	66.7	1.1	1.5	2.9	0.4
経 年	平成 24 年度全体		13.5	11.1	10.0	1.0	65.4	1.2	2.7	3.4	0.9
	平成 23 年度全体		14.5	9.2	10.0	1.8	64.6	1.1	3.1	3.4	1.3
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	247	15.4	10.9	6.5	2.0	57.9	2.0	6.5	6.5	0.4
	芸術の花開く都市展	222	13.5	6.8	14.0	0.0	70.3	1.4	1.8	1.4	0.5
	京都千年の美の系譜 —祈りと風景	240	14.6	9.6	10.0	3.3	66.3	0.0	0.8	2.1	2.9

単位：%

新規来館者

		件数 (件)	JR	静鉄電車	路線バス	タクシー	自家用車	バイク	自転車	徒歩のみ	その他
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	70	12.9	10.0	5.7	1.4	62.9	1.4	2.9	2.9	2.9
	江戸絵画の楽園展	41	14.6	19.5	12.2	0.0	58.5	0.0	7.3	2.4	2.4
	川村清雄展	46	32.6	13.0	19.6	2.2	43.5	2.2	2.2	6.5	0.0
経 年	平成 24 年度全体		19.1	13.4	11.5	1.3	56.1	1.3	3.8	3.8	1.9
	平成 23 年度全体		17.1	9.9	10.8	2.7	55.9	1.8	2.7	3.6	4.5
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	50	16.0	12.0	6.0	4.0	52.0	4.0	4.0	6.0	2.0
	芸術の花開く都市展	36	19.4	8.3	13.9	0.0	66.7	0.0	2.8	0.0	0.0
	京都千年の美の系譜 —祈りと風景	25	16.0	8.0	16.0	4.0	48.0	0.0	0.0	4.0	16.0

単位：%



〈全体〉をみると、平成24年度は「自家用車」が65.4%と最も多く、前年度、また、いずれの展覧会も同様の傾向となっている。

〈新規来館者〉をみると、平成24年度は「自家用車」が56.1%と最も多く、〈全体〉を下回るものの半数超となっている。

⑥-2 公共交通機関の利用はスムーズであったか

全体

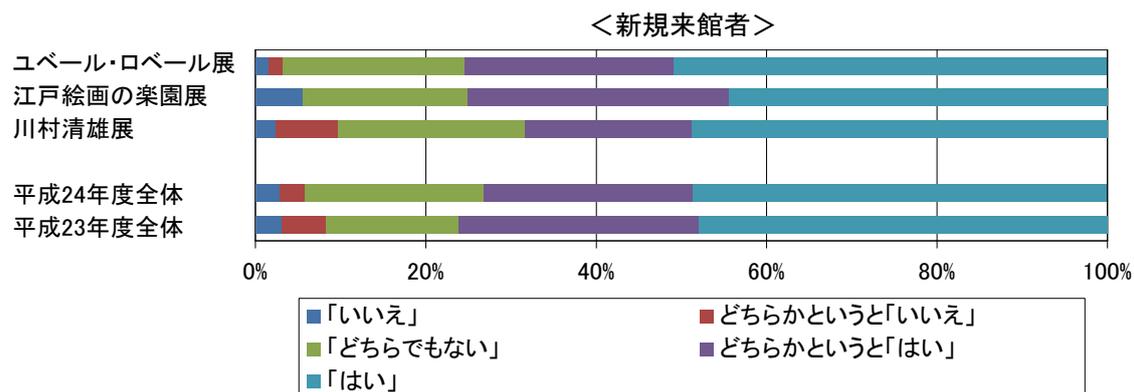
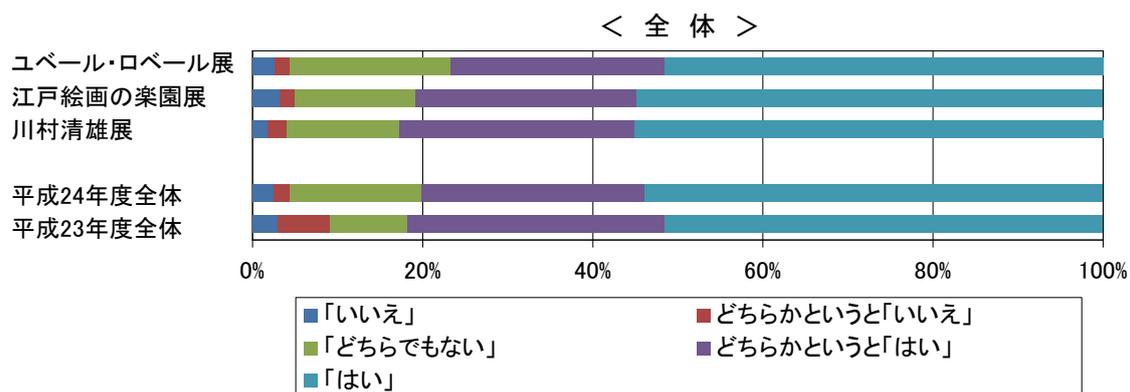
		件数 (件)	「いいえ」	どちらかとい うと「いいえ」	「どちら でもない」	どちらかとい うと「はい」	「はい」
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	227	2.6	1.8	18.9	25.1	51.5
	江戸絵画の楽園展	219	3.2	1.8	14.2	26.0	54.8
	川村清雄展	225	1.8	2.2	13.3	27.6	55.1
経 年	平成 24 年度全体		2.5	1.9	15.5	26.2	53.8
	平成 23 年度全体		3.0	6.1	9.1	30.3	51.5
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	15	6.7	0.0	13.3	33.3	46.7
	芸術の花開く都市展	11	0.0	9.1	9.1	18.2	63.6
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	7	0.0	14.3	0.0	42.9	42.9

単位：%

新規来館者

		件数 (件)	「いいえ」	どちらかとい うと「いいえ」	「どちら でもない」	どちらかとい うと「はい」	「はい」
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	61	1.6	1.6	21.3	24.6	50.8
	江戸絵画の楽園展	36	5.6	0.0	19.4	30.6	44.4
	川村清雄展	41	2.4	7.3	22.0	19.5	48.8
経 年	平成 24 年度全体		2.9	2.9	21.0	24.6	48.6
	平成 23 年度全体		3.1	5.2	15.6	28.1	47.9
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	42	4.8	4.8	14.3	28.6	47.6
	芸術の花開く都市展	35	0.0	5.7	22.9	25.7	45.7
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	19	5.3	5.3	5.3	31.6	52.6

単位：%



〈全体〉をみると、平成24年度は「どちらかというとはいい」と「はい」を合わせた肯定的評価が8割を占める。肯定的評価が最も高かった展覧会は『川村清雄展』の82.7%、次いで『江戸絵画の楽園展』が80.8%、『ユベール・ロベール展』が76.6%となっている。

〈新規来館者〉をみると、平成24年度は肯定的評価が73.2%で〈全体〉をやや下回る。

評価指標 35

公共交通機関で来館した人のアクセス満足度

美術館カルテ 26

公共交通機関で来館した人のアクセス満足度

平成24年度	ユベール・ロベール展	76.6
	江戸絵画の楽園展	80.8
	川村清雄展	82.7
経年	平成24年度全体	80.0
	平成23年度全体	81.8
平成23年度	小谷元彦 幽体の知覚展	80.0
	芸術の花開く都市展	81.8
	京都千年の美の系譜 —祈りと風景	85.8

単位：%

⑥-3 自家用車の利用はスムーズであったか

全体

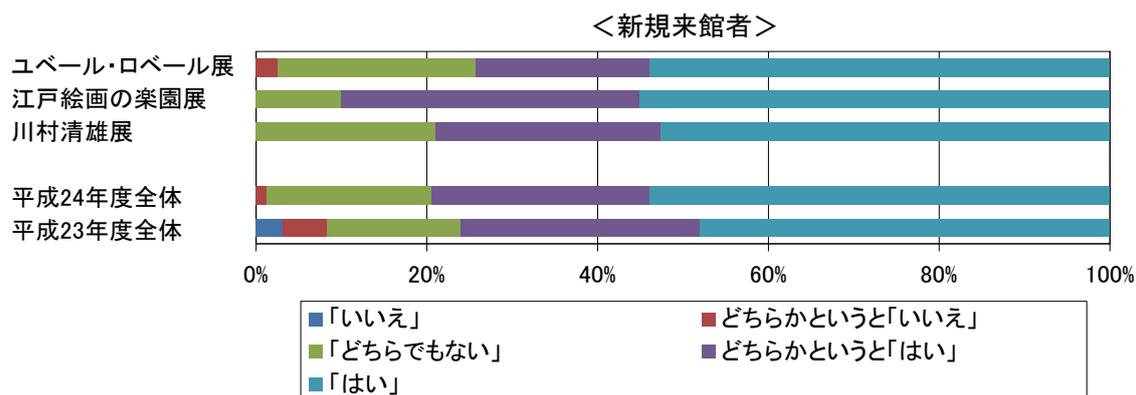
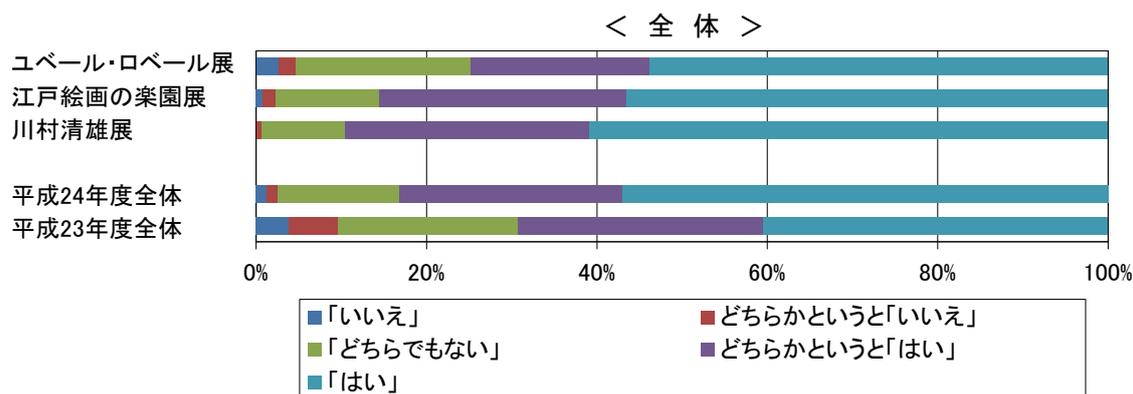
		件数 (件)	「いいえ」	どちらかとい うと「いいえ」	「どちらで もない」	どちらかとい うと「はい」	「はい」
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	147	2.7	2.0	20.4	21.1	53.7
	江戸絵画の楽園展	131	0.8	1.5	12.2	29.0	56.5
	川村清雄展	143	0.0	0.7	9.8	28.7	60.8
経 年	平成 24 年度全体		1.2	1.4	14.3	26.1	57.0
	平成 23 年度全体		3.8	5.8	21.2	28.8	40.4
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	21	4.8	9.5	14.3	28.6	42.9
	芸術の花開く都市展	23	0.0	4.3	30.4	30.4	34.8
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	8	12.5	0.0	12.5	25.0	50.0

単位：%

新規来館者

		件数 (件)	「いいえ」	どちらかとい うと「いいえ」	「どちらで もない」	どちらかとい うと「はい」	「はい」
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	39	0.0	2.6	23.1	20.5	53.8
	江戸絵画の楽園展	20	0.0	0.0	10.0	35.0	55.0
	川村清雄展	19	0.0	0.0	21.1	26.3	52.6
経 年	平成 24 年度全体		0.0	1.3	19.2	25.6	53.8
	平成 23 年度全体		3.1	5.2	15.6	28.1	47.9
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	42	4.8	4.8	14.3	28.6	47.6
	芸術の花開く都市展	35	0.0	5.7	22.9	25.7	45.7
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	19	5.3	5.3	5.3	31.6	52.6

単位：%



〈全体〉をみると、平成24年度は「どちらかという はい」と「はい」を合わせた肯定的評価が83.1%となっており、前年度に比べて13.9ポイント増加している。肯定的評価が最も高かった展覧会は『川村清雄展』の89.5%、次いで『江戸絵画の楽園展』が85.5%、『ユベール・ロベール展』が74.8%と、展覧会により差がみられた。

〈新規来館者〉をみると、平成24年度は肯定的評価が79.4%で〈全体〉をやや下回る。

評価指標 35

自家用車で来館した人のアクセス満足度

美術館カルテ 27

自家用車で来館した人のアクセス満足度

平成24年度	ユベール・ロベール展	74.8
	江戸絵画の楽園展	85.5
	川村清雄展	89.5
経年	平成24年度全体	83.1
	平成23年度全体	69.2
平成23年度	小谷元彦 幽体の知覚展	71.5
	芸術の花開く都市展	65.2
	京都千年の美の系譜 —折りと風景	75.0

単位：%

⑦ 全体的に見て、今回の来館は満足いただけたか（総合満足度）

全体

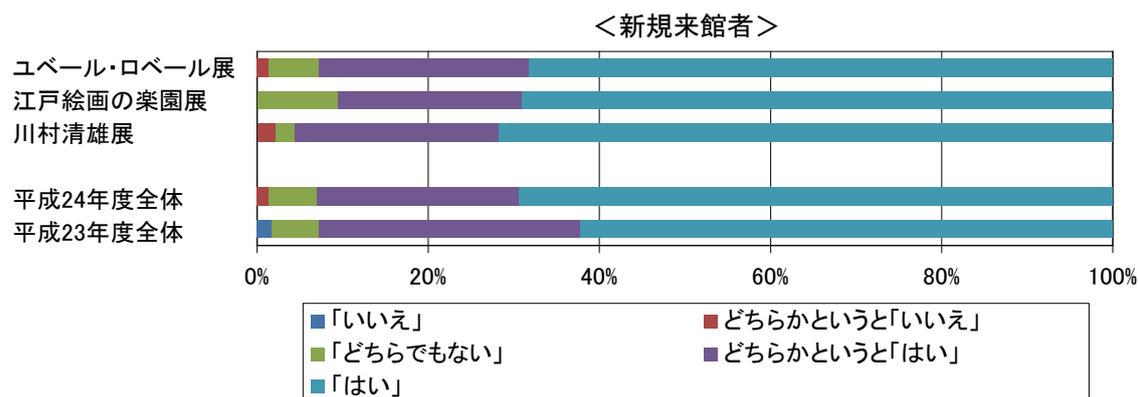
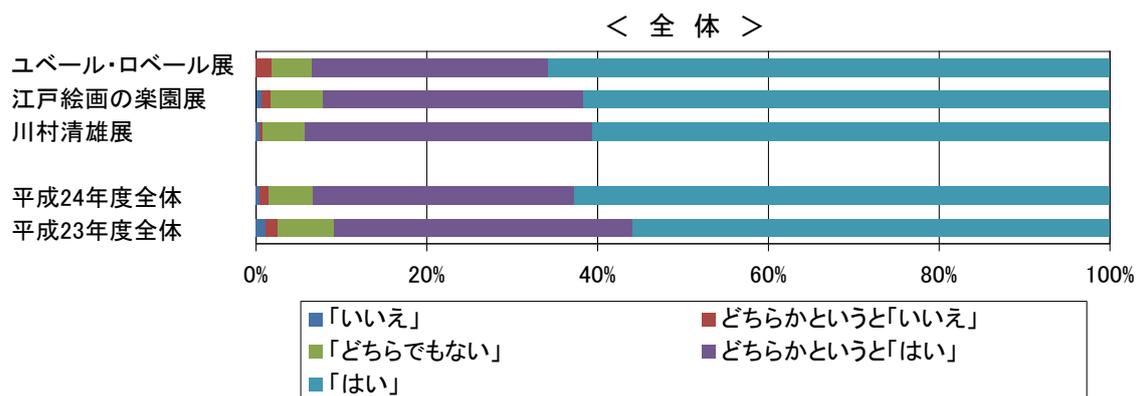
		件数 (件)	「いいえ」	「どちらか うと」「いいえ」	「どちら でもない」	「どちらか うと」「はい」	「はい」
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	272	0.0	1.8	4.8	27.6	65.8
	江戸絵画の楽園展	268	0.7	1.1	6.0	30.6	61.6
	川村清雄展	264	0.4	0.4	4.9	33.7	60.6
経 年	平成 24 年度全体		0.4	1.1	5.2	30.6	62.7
	平成 23 年度全体		1.1	1.4	6.7	34.9	55.9
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	246	1.2	1.2	5.3	28.9	63.4
	芸術の花開く都市展	220	0.9	1.8	7.3	37.3	52.7
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	237	1.3	1.3	7.6	38.8	51.1

単位：%

新規来館者

		件数 (件)	「いいえ」	「どちらか うと」「いいえ」	「どちら でもない」	「どちらか うと」「はい」	「はい」
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	69	0.0	1.4	5.8	24.6	68.1
	江戸絵画の楽園展	42	0.0	0.0	9.5	21.4	69.0
	川村清雄展	46	0.0	2.2	2.2	23.9	71.7
経 年	平成 24 年度全体		0.0	1.3	5.7	23.6	69.4
	平成 23 年度全体		1.8	0.0	5.4	30.6	62.2
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	50	2.0	0.0	8.0	26.0	64.0
	芸術の花開く都市展	36	2.8	0.0	2.8	27.8	66.7
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	25	0.0	0.0	4.0	44.0	52.0

単位：%



〈全体〉をみると、平成24年度は「どちらかという はい」と「はい」を合わせた肯定的評価が93.3%となっている。肯定的評価が最も高かった展覧会は『川村清雄展』の94.3%、次いで『ユベール・ロベール展』が93.4%、『江戸絵画の楽園展』が92.2%と、いずれも9割以上となっている。

〈新規来館者〉をみると、平成24は肯定的評価が93.0%と〈全体〉と同様となっている。

美術館カルテ 5

展覧会の満足度

美術館カルテ 52

展覧会における新規観覧者の満足度

		展覧会の満足度	展覧会の満足度 (新規来館者)
平成24年度	ユベール・ロベール展	93.4	92.7
	江戸絵画の楽園展	92.2	90.4
	川村清雄展	94.3	95.6
経年	平成24年度全体	93.3	93.0
	平成23年度全体	90.8	92.8
平成23年度	小谷元彦 幽体の知覚展	92.3	90.0
	芸術の花開く都市展	90.0	94.5
	京都千年の美の系譜 —祈りと風景	89.9	96.0

単位：%

⑧ 「風景の美術館」であることを知っているか

全体

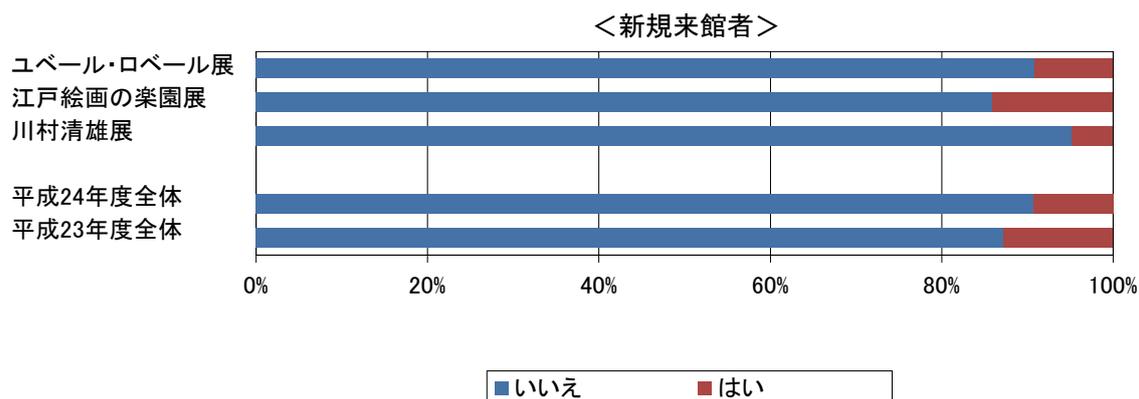
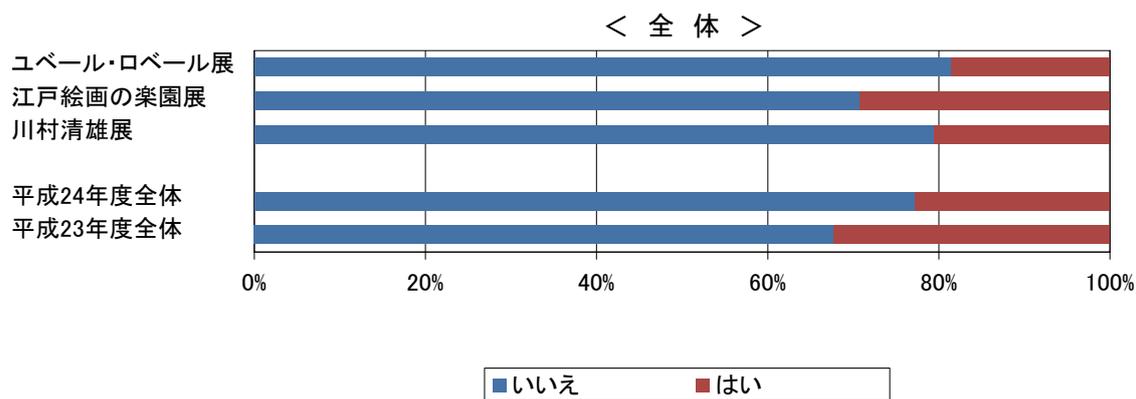
		件数 (件)	「 いいえ 」	「 はい 」
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	265	81.5	18.5
	江戸絵画の楽園展	260	70.8	29.2
	川村清雄展	258	79.5	20.5
経 年	平成 24 年度全体		77.3	22.7
	平成 23 年度全体		67.8	32.2
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	243	70.0	30.0
	芸術の花開く都市展	213	65.7	34.3
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	234	67.5	32.5

単位：%

新規来館者

		件数 (件)	「 いいえ 」	「 はい 」
平成 24 年度	ユベール・ロベール展	66	90.9	9.1
	江戸絵画の楽園展	43	86.0	14.0
	川村清雄展	42	95.2	4.8
経 年	平成 24 年度全体		90.7	9.3
	平成 23 年度全体		87.3	12.7
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	50	84.0	16.0
	芸術の花開く都市展	35	91.4	8.6
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	25	88.0	12.0

単位：%



〈全体〉をみると、平成24年度は「はい」が22.7%と2割台となり、前年度を下回っている。

〈新規来館者〉をみると、平成24年度は「はい」が9.3%と、〈全体〉と比較するとその半数以下となっている。

美術館カルテ 23

風景の美術館としての認知度

平成 24 年度	ユベール・ロベール展	18.5
	江戸絵画の楽園展	29.2
	川村清雄展	20.5
経 年	平成24年度全体	22.7
	平成23年度全体	32.2
平成 23 年度	小谷元彦 幽体の知覚展	30.0
	芸術の花開く都市展	34.3
	京都千年の美の系譜 — 祈りと風景	32.5

単位：%

5 レストランアンケート結果

(1) 実施数 (回答数)

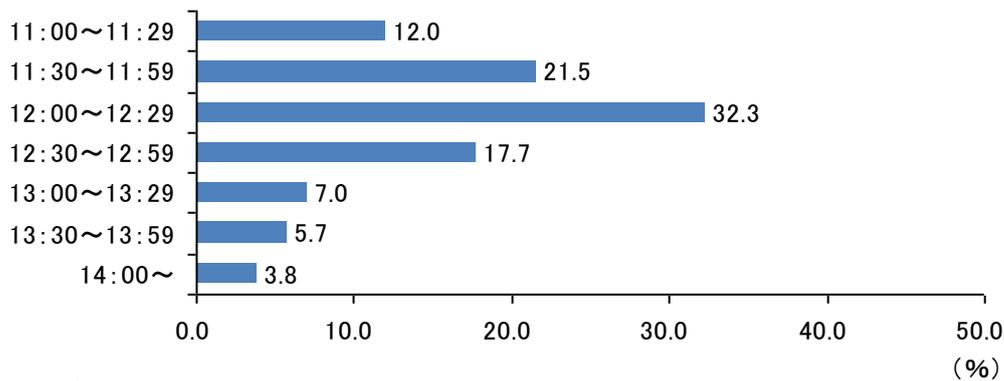
ユベール・ロベール展	51件
江戸絵画の楽園展	52件
川村清雄展	55件
合計	158件

(2) アンケート結果

A1 入店時刻

	全 体	11:00~ 11:29	11:30~ 11:59	12:00~ 12:29	12:30~ 12:59	13:00~ 13:29	13:30~ 13:59	14:00~
回答数(件)	158	19	34	51	28	11	9	6
割合(%)	100.0	12.0	21.5	32.3	17.7	7.0	5.7	3.8

【A1】



A2 注文内容

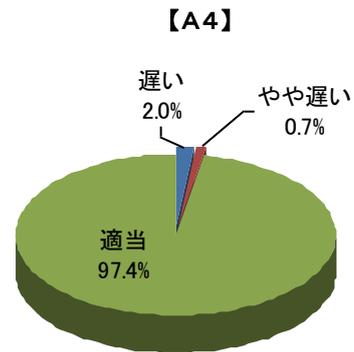
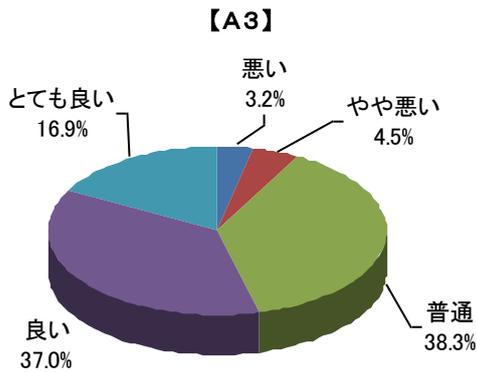
注文した料理	回答数(件)	注文した料理	回答数(件)
Aランチ	51件	デザートセット	2件
Bランチ	28件	ケーキ単品	2件
スペシャルセット(エビ・カニクリーム)	20件	ブレンドコーヒー	2件
特別料理	18件	朝霧ヨーグル豚のマスタードクリーム	1件
ハンバーグステーキ三島茄子添え	13件	富士の国豚黒酢煮込み	1件
キノコとチキンの和風スパゲッティ	7件	お子様オムライス	1件
牛ステーキ&オムライス	4件	ベーグル(ベーコン&オムレツ)サラダセット	1件
牛ハヤシライス	3件	アイスコーヒー	1件
ハンバーグカレー	3件	カフェ・オレ(アイス)	1件
シラスとカニのあんかけピラフ	2件	アイ스티ー	1件
牛ロースステーキ	2件	ビール(中瓶)	1件
駿河の海幸トマト風味スパゲッティ	2件		

A 3 内容表示のわかりやすさ

	全体	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い
回答数 (件)	154	5	7	59	57	26
割合 (%)	100.0	3.2	4.5	38.3	37.0	16.9

A 4 席に案内するまでの時間

	全体	遅い	やや遅い	適当
回答数 (件)	152	3	1	148
割合 (%)	100.0	2.0	0.7	97.4

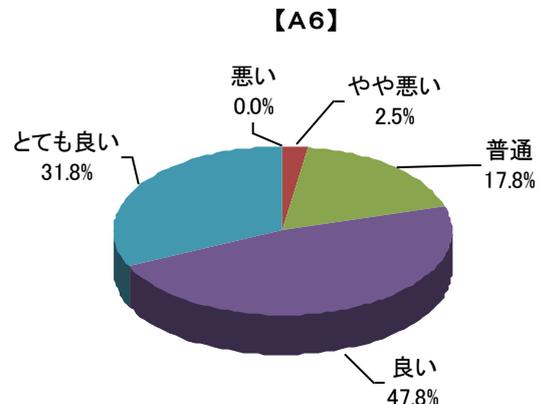
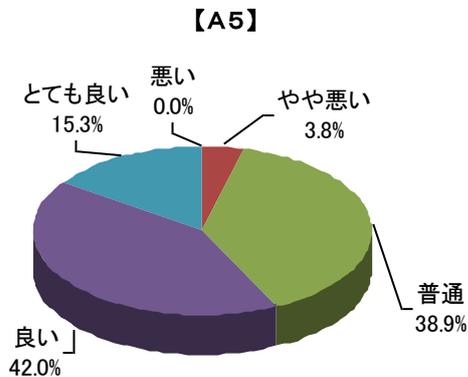


A 5 メニューの種類

	全体	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い
回答数 (件)	157	0	6	61	66	24
割合 (%)	100.0	0.0	3.8	38.9	42.0	15.3

A 6 味

	全体	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い
回答数 (件)	157	0	4	28	75	50
割合 (%)	100.0	0.0	2.5	17.8	47.8	31.8

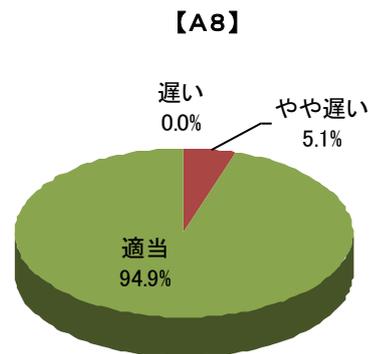
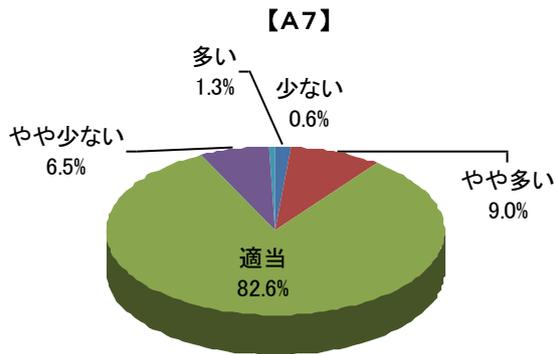


A 7 量

	全体	多い	やや多い	適当	やや少ない	少ない
回答数 (件)	155	2	14	128	10	1
割合 (%)	100.0	1.3	9.0	82.6	6.5	0.6

A 8 料理が出るまでの時間

	全体	遅い	やや遅い	適当
回答数 (件)	157	0	8	149
割合 (%)	100.0	0.0	5.1	94.9

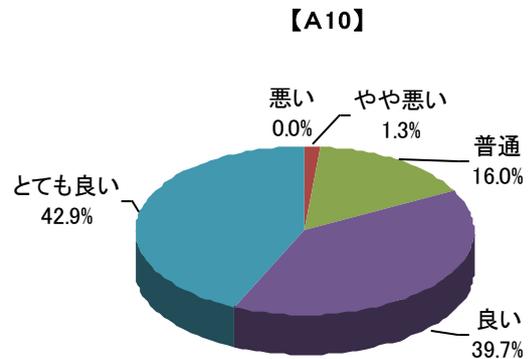
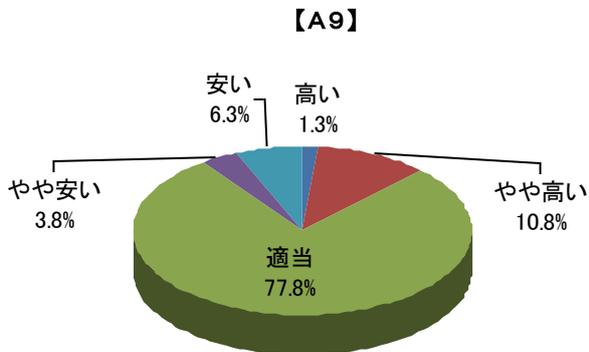


A 9 値段

	全体	高い	やや高い	適当	やや安い	安い
回答数 (件)	158	2	17	123	6	10
割合 (%)	100.0	1.3	10.8	77.8	3.8	6.3

A 10 店の雰囲気、清潔さ

	全体	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い
回答数 (件)	156	0	2	25	62	67
割合 (%)	100.0	0.0	1.3	16.0	39.7	42.9



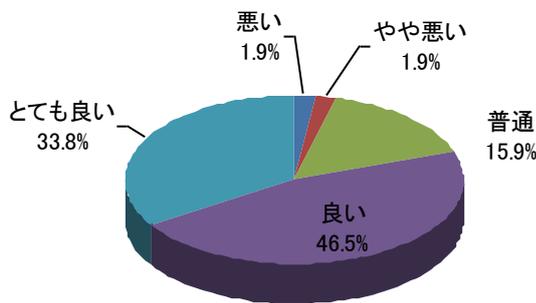
A11 従業員の言葉遣いや態度

	全体	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い
回答数 (件)	157	3	3	25	73	53
割合 (%)	100.0	1.9	1.9	15.9	46.5	33.8

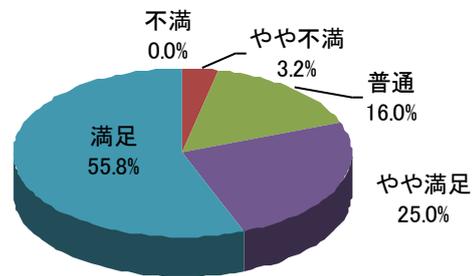
A12 満足度

	全体	不満	やや不満	普通	やや満足	満足
回答数 (件)	156	0	5	25	39	87
割合 (%)	100.0	0.0	3.2	16.0	25.0	55.8

【A11】



【A12】



A13 不満や改善点 (略)

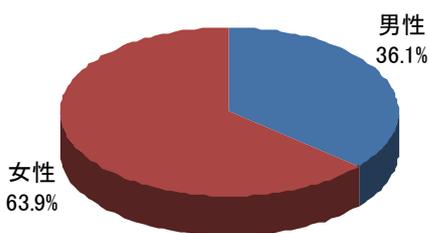
B1 性別

	全体	男性	女性
回答数 (件)	158	57	101
割合 (%)	100.0	36.1	63.9

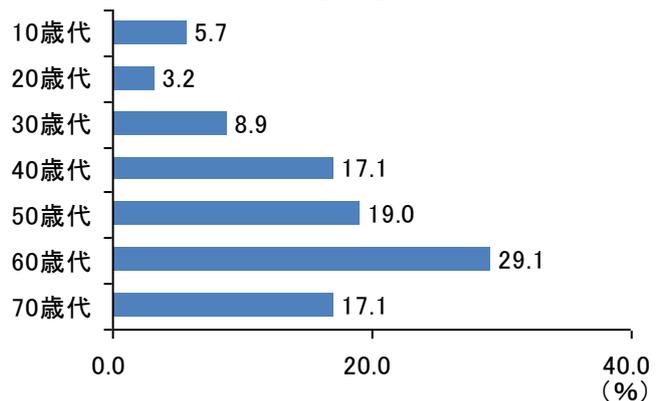
B2 年齢

	全体	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代
回答数 (件)	158	9	5	14	27	30	46	27
割合 (%)	100.0	5.7	3.2	8.9	17.1	19.0	29.1	17.1

【B1】



【B2】

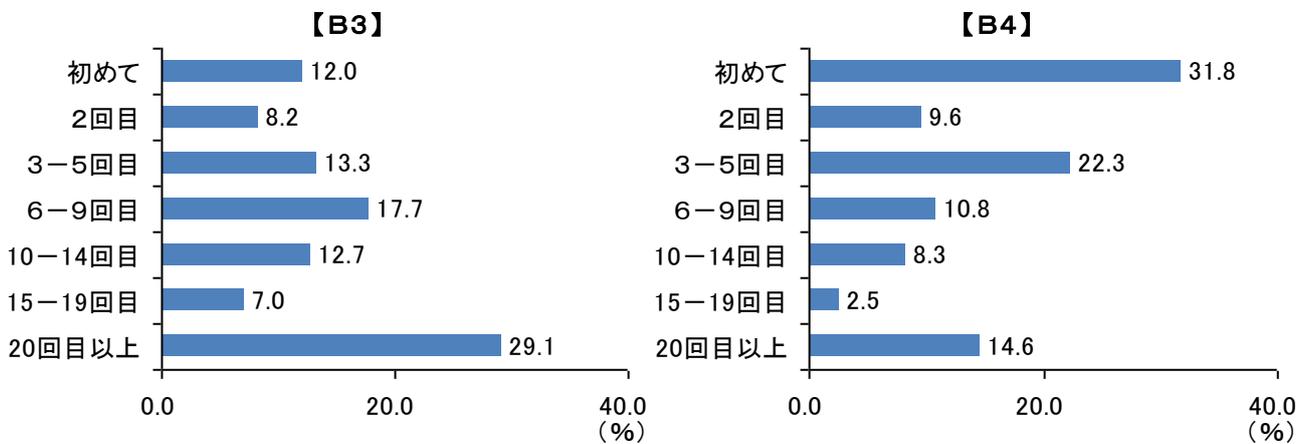


B 3 来館回数

	全体	初めて	2回目	3-5回目	6-9回目	10-14回目	15-19回目	20回目以上
回答数(件)	158	19	13	21	28	20	11	46
割合(%)	100.0	12.0	8.2	13.3	17.7	12.7	7.0	29.1

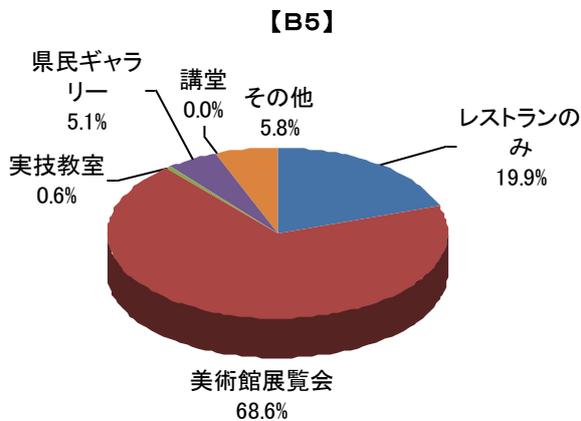
B 4 レストランの利用回数

	全体	初めて	2回目	3-5回目	6-9回目	10-14回目	15-19回目	20回目以上
回答数(件)	157	50	15	35	17	13	4	23
割合(%)	100.0	31.8	9.6	22.3	10.8	8.3	2.5	14.6



B 5 主な来館目的

	全体	レストランのみ	美術館 展覧会	実技教室	県民ギャ ラリー	講堂	その他
回答数(件)	156	31	107	1	8	0	9
割合(%)	100.0	19.9	68.6	0.6	5.1	0.0	5.8



6 カフェアンケート結果

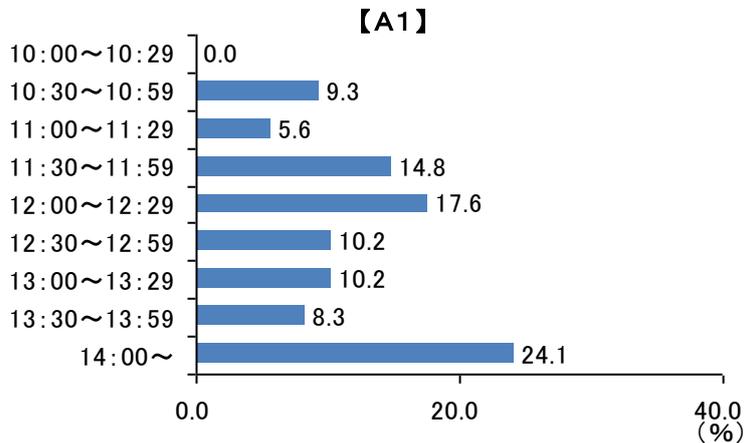
(1) 実施数 (回答数)

ユベール・ロベール展	38 件
江戸絵画の楽園展	37 件
川村清雄展	33 件
合計	108 件

(2) アンケート結果

A 1 入店時刻

	全体	10:00 ~10:29	10:30 ~10:59	11:00 ~11:29	11:30 ~11:59	12:00 ~12:29	12:30 ~12:59	13:00 ~13:29	13:30 ~13:59	14:00 ~
回答数 (件)	108	0	10	6	16	19	11	11	9	26
割合 (%)	100.0	0.0	9.3	5.6	14.8	17.6	10.2	10.2	8.3	24.1



A 2 注文内容

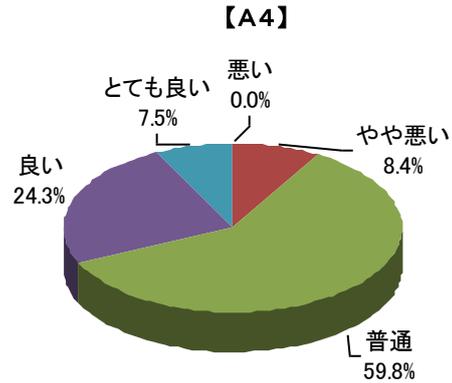
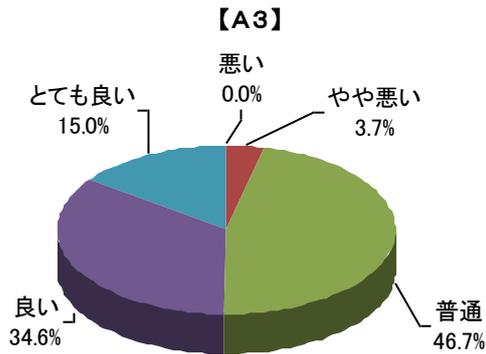
注文した料理	回答数 (件)	注文した料理	回答数 (件)
ブレンドコーヒー	33 件	ケーキ単品	2 件
ケーキセット	21 件	アイスクリーム	2 件
ベーグル (照り焼きチキン)	16 件	アイスティー (セイロン)	2 件
アイスコーヒー	12 件	レモンスカッシュ	2 件
カニドリア	11 件	クリームソーダ	2 件
スープカレー	11 件	海老のパスタサラダ	1 件
ベーグル (アボガドシュリンプ)	9 件	海老カツドッグ	1 件
紅茶 (ホット) ダージリン	5 件	ソーセージドッグ	1 件
クリームあんみつ	4 件	オニオンスープ	1 件
カフェ・オレ	4 件	ケーキ単品	2 件

A 3 内容表示のわかりやすさ

	全体	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い
回答数 (件)	107	0	4	50	37	16
割合 (%)	100.0	0.0	3.7	46.7	34.6	15.0

A 4 メニューの種類

	全体	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い
回答数 (件)	107	0	9	64	26	8
割合 (%)	100.0	0.0	8.4	59.8	24.3	7.5

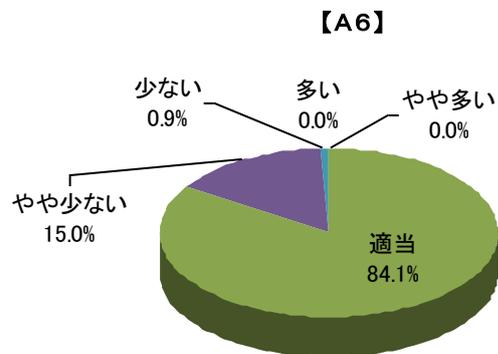
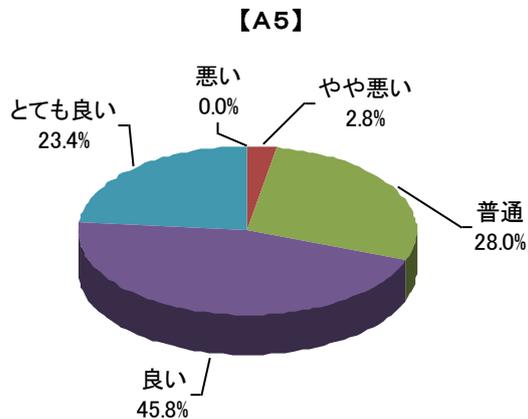


A 5 味

	全体	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い
回答数 (件)	107	0	3	30	49	25
割合 (%)	100.0	0.0	2.8	28.0	45.8	23.4

A 6 量

	全体	多い	やや多い	適当	やや少ない	少ない
回答数 (件)	107	0	0	90	16	1
割合 (%)	100.0	0.0	0.0	84.1	15.0	0.9



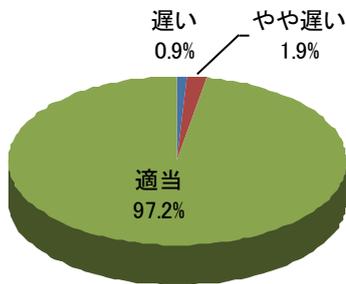
A 7 料理が出るまでの時間

	全体	遅い	やや遅い	適当
回答数 (件)	107	1	2	104
割合 (%)	100.0	0.9	1.9	97.2

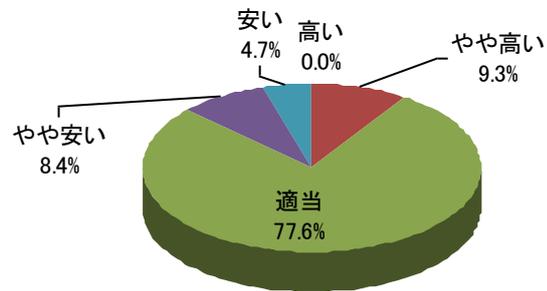
A 8 値段

	全体	高い	やや高い	適当	やや安い	安い
回答数 (件)	107	0	10	83	9	5
割合 (%)	100.0	0.0	9.3	77.6	8.4	4.7

【A7】



【A8】



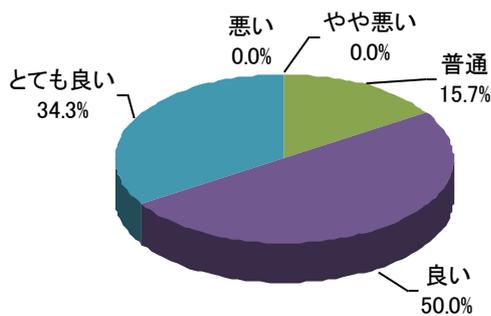
A 9 店の雰囲気、清潔さ

	全体	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い
回答数 (件)	108	0	0	17	54	37
割合 (%)	100.0	0.0	0.0	15.7	50.0	34.3

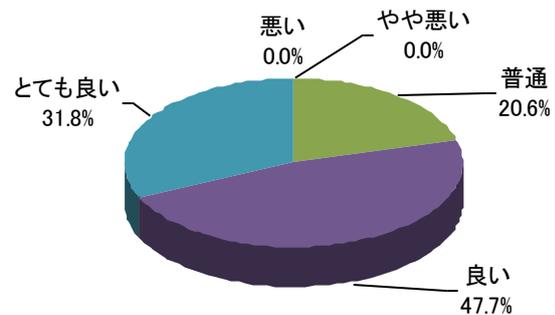
A 10 従業員の言葉遣いや態度

	全体	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い
回答数 (件)	107	0	0	22	51	34
割合 (%)	100.0	0.0	0.0	20.6	47.7	31.8

【A9】



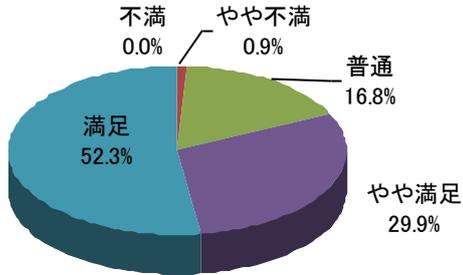
【A10】



A11 満足度

	全体	不満	やや不満	普通	やや満足	満足
回答数(件)	107	0	1	18	32	56
割合(%)	100.0	0.0	0.9	16.8	29.9	52.3

【A11】



A12 不満や改善点 (略)

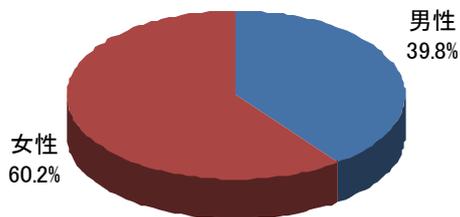
B1 性別

	全体	男性	女性
回答数(件)	108	43	65
割合(%)	100.0	39.8	60.2

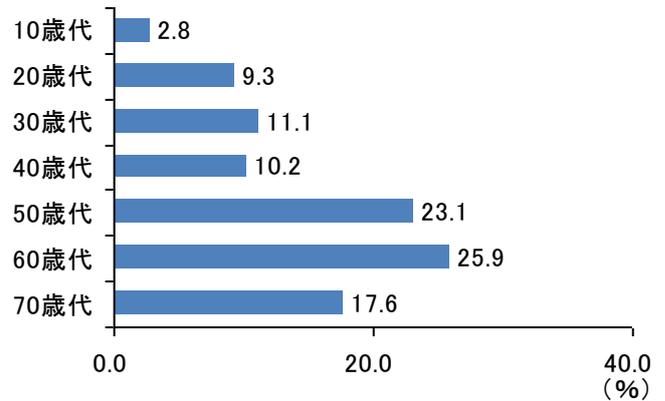
B2 年齢

	全体	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代
回答数(件)	108	3	10	12	11	25	28	19
割合(%)	100.0	2.8	9.3	11.1	10.2	23.1	25.9	17.6

【B1】



【B2】

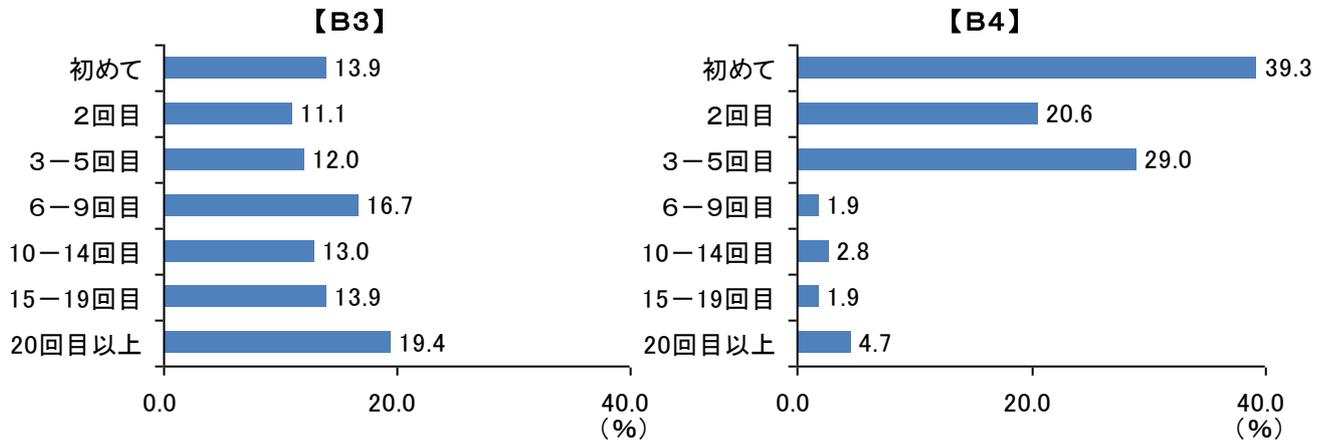


B3 来館回数

	全体	初めて	2回目	3-5回目	6-9回目	10-14回目	15-19回目	20回目以上
回答数(件)	108	15	12	13	18	14	15	21
割合(%)	100.0	13.9	11.1	12.0	16.7	13.0	13.9	19.4

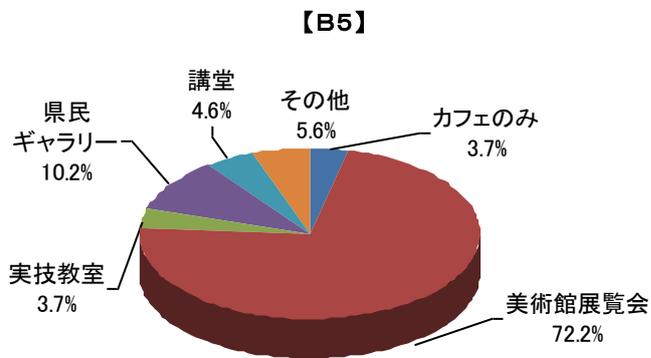
B 4 カフェの利用回数

	全体	初めて	2回目	3-5回目	6-9回目	10-14回目	15-19回目	20回目以上
回答数(件)	107	42	22	31	2	3	2	5
割合(%)	100.0	39.3	20.6	29.0	1.9	2.8	1.9	4.7



B 5 主な来館目的

	全体	カフェのみ	美術館 展覧会	実技教室	県民ギャ ラリー	講堂	その他
回答数(件)	108	4	78	4	11	5	6
割合(%)	100.0	3.7	72.2	3.7	10.2	4.6	5.6



7 ミュージアム・ショップアンケート結果

(1) 実施数 (回答数)

ユベール・ロベール展	52 件
江戸絵画の楽園展	55 件
川村清雄展	53 件
合計	160 件

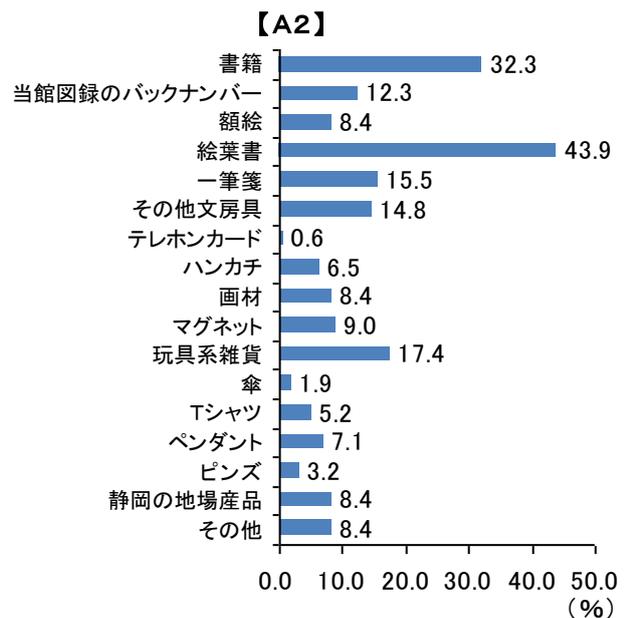
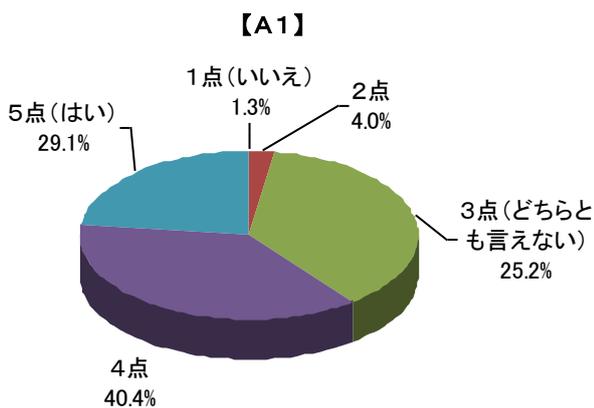
(2) アンケート結果

A 1 品揃えの充実

	全体	1点 (いいえ)	2点	3点 (どちらとも言えない)	4点	5点 (はい)
回答数 (件)	151	2	6	38	61	44
割合 (%)	100.0	1.3	4.0	25.2	40.4	29.1

A 2 充実してほしい商品 (複数回答)

	全体	書籍	当館図録のバックナンバー	額絵	絵葉書	一筆箋	その他文房具	テレホンカード	ハンカチ
回答数 (件)	155	50	19	13	68	24	23	1	10
割合 (%)	100.0	32.3	12.3	8.4	43.9	15.5	14.8	0.6	6.5
	画材	マグネット	玩具系雑貨	傘	Tシャツ	ペンダント	ピンズ	静岡の地場産品	その他
回答数 (件)	13	14	27	3	8	11	5	13	13
割合 (%)	8.4	9.0	17.4	1.9	5.2	7.1	3.2	8.4	8.4

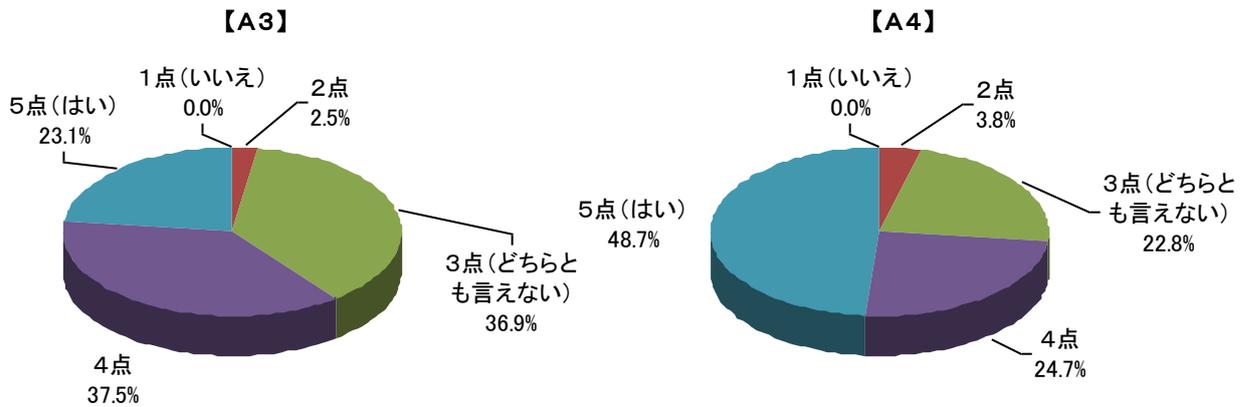


A 3 価格は適当か

	全体	1点 (いいえ)	2点	3点(どちらとも 言えない)	4点	5点 (はい)
回答数(件)	160	0	4	59	60	37
割合(%)	100.0	0.0	2.5	36.9	37.5	23.1

A 4 従業員の対応

	全体	1点 (いいえ)	2点	3点(どちらとも 言えない)	4点	5点 (はい)
回答数(件)	158	0	6	36	39	77
割合(%)	100.0	0.0	3.8	22.8	24.7	48.7

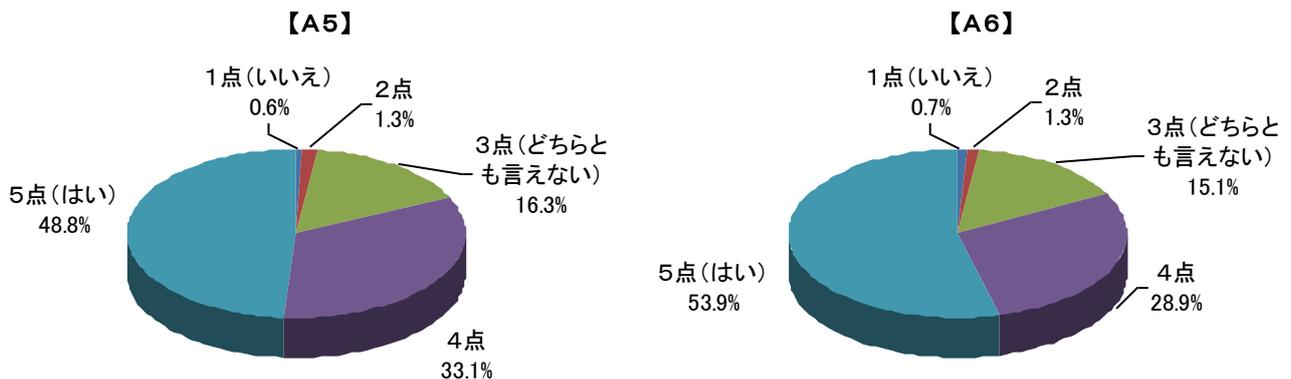


A 5 静岡美術館にふさわしい雰囲気か

	全体	1点 (いいえ)	2点	3点(どちらとも 言えない)	4点	5点 (はい)
回答数(件)	160	1	2	26	53	78
割合(%)	100.0	0.6	1.3	16.3	33.1	48.8

A 6 次回も来店したいか(満足度)

	全体	1点 (いいえ)	2点	3点(どちらとも 言えない)	4点	5点 (はい)
回答数(件)	152	1	2	23	44	82
割合(%)	100.0	0.7	1.3	15.1	28.9	53.9



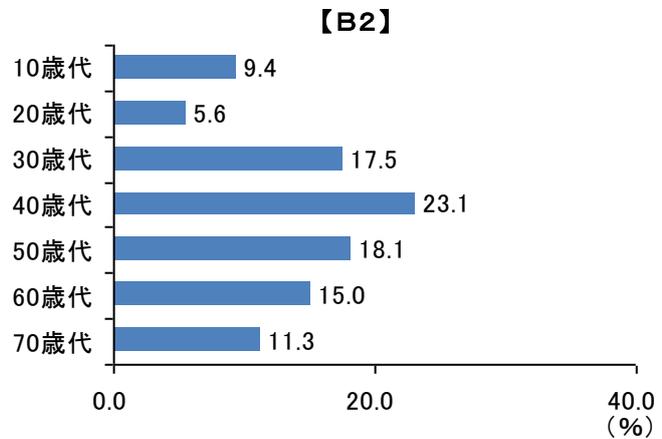
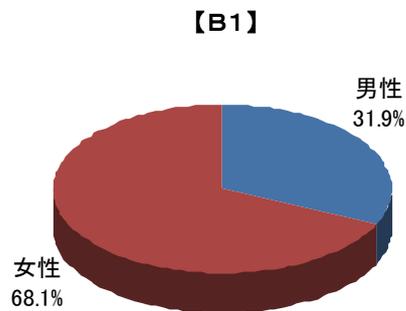
A 7 ご意見・ご感想（略）

B 1 性別

	全体	男性	女性
回答数(件)	160	51	109
割合(%)	100.0	31.9	68.1

B 2 年齢

	全体	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代
回答数(件)	160	15	9	28	37	29	24	18
割合(%)	100.0	9.4	5.6	17.5	23.1	18.1	15.0	11.3

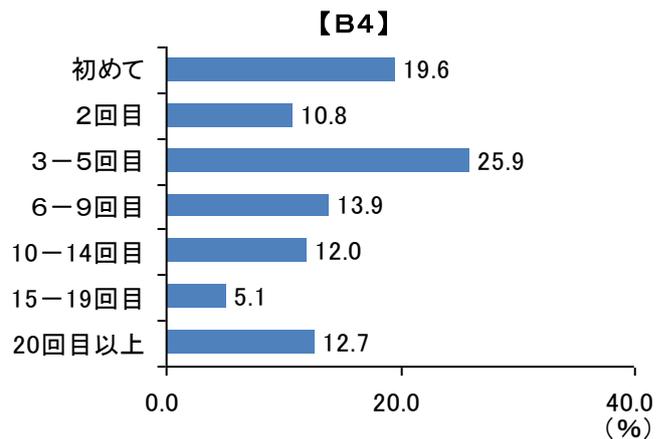
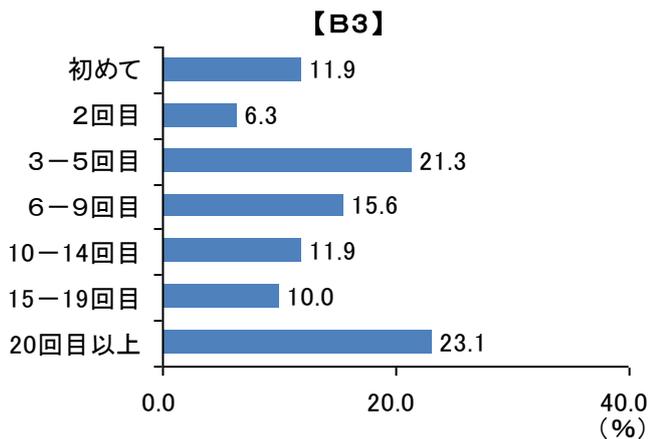


B 3 来館回数

	全体	初めて	2回目	3-5回目	6-9回目	10-14回目	15-19回目	20回目以上
回答数(件)	160	19	10	34	25	19	16	37
割合(%)	100.0	11.9	6.3	21.3	15.6	11.9	10.0	23.1

B 4 ミュージアム・ショップの利用回数

	全体	初めて	2回目	3-5回目	6-9回目	10-14回目	15-19回目	20回目以上
回答数(件)	158	31	17	41	22	19	8	20
割合(%)	100.0	19.6	10.8	25.9	13.9	12.0	5.1	12.7



8 美術館ホームページアンケート結果

(1) 実施数 (回答数)

197 件

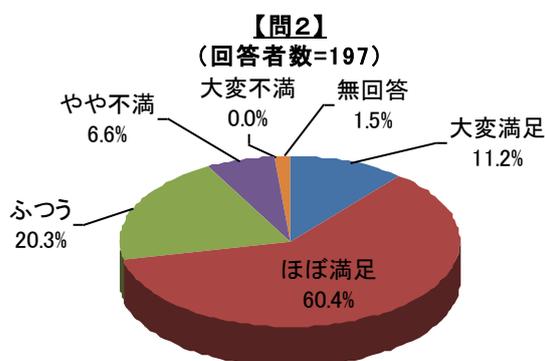
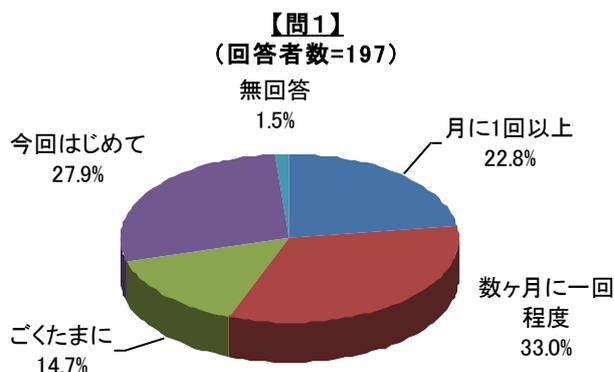
(2) アンケート結果

問1. 当ホームページをどのくらいの頻度でご覧になりますか？

	全体	月に1回以上	数ヶ月に1回程度	ごくたまに	今回はじめて	無回答
回答数 (件)	197	45	65	29	55	3
割合 (%)	100.0	22.8	33.0	14.7	27.9	1.5

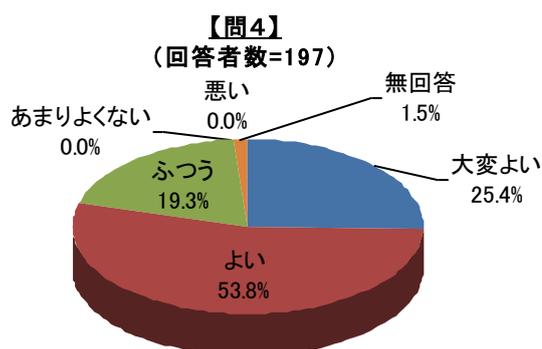
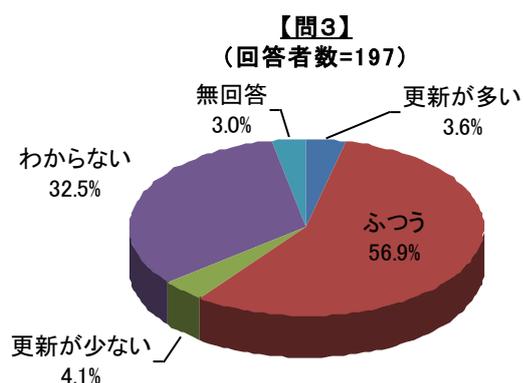
問2. 当ホームページの情報内容について

	全体	大変満足	ほぼ満足	ふつう	やや不満	大変不満	無回答
回答数 (件)	197	22	119	40	13	0	3
割合 (%)	100.0	11.2	60.4	20.3	6.6	0.0	1.5



問3. 当ホームページの更新頻度について

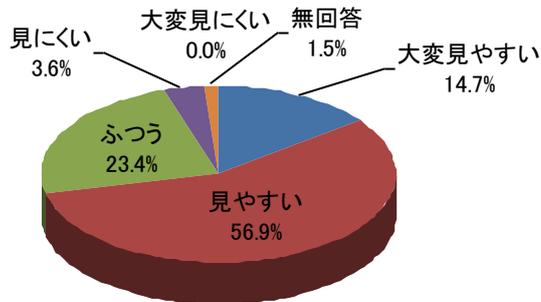
	全体	更新が多い	ふつう	更新が少ない	わからない	無回答
回答数 (件)	197	7	112	8	64	6
割合 (%)	100.0	3.6	56.9	4.1	32.5	3.0



問5. 当ホームページの見やすさについて

	全体	大変見やすい	見やすい	ふつう	見にくい	大変見にくい	無回答
回答数 (件)	197	29	112	46	7	0	3
割合 (%)	100.0	14.7	56.9	23.4	3.6	0.0	1.5

【問5】
(回答者数=197)



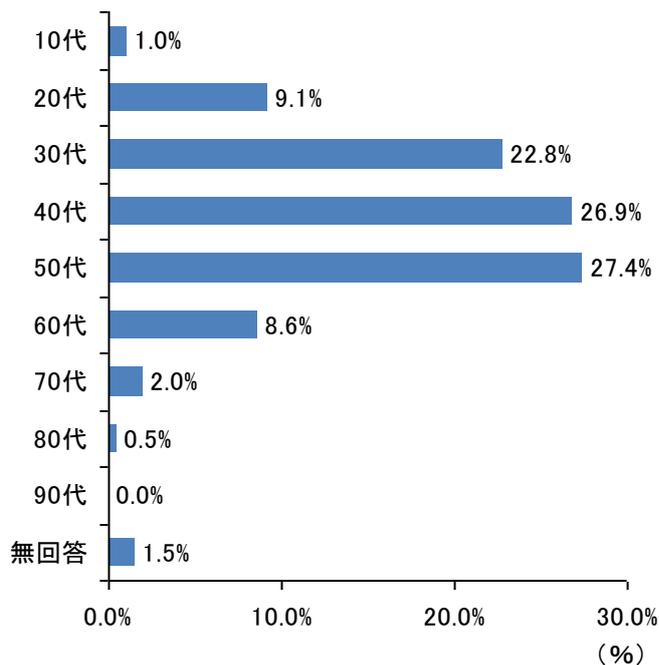
※1 年齢

	全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代	90代	無回答
回答数 (件)	197	2	18	45	53	54	17	4	1	0	3
割合 (%)	100.0	1.0	9.1	22.8	26.9	27.4	8.6	2.0	0.5	0.0	1.5

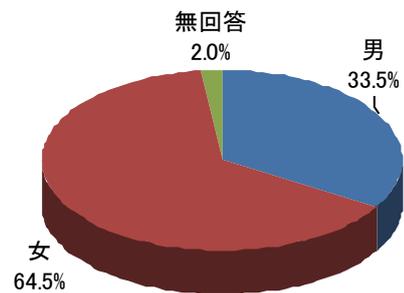
※2 性別

	全体	男	女	無回答
回答数 (件)	197	66	127	4
割合 (%)	100.0	33.5	64.5	2.0

【※1】
(回答者数=197)



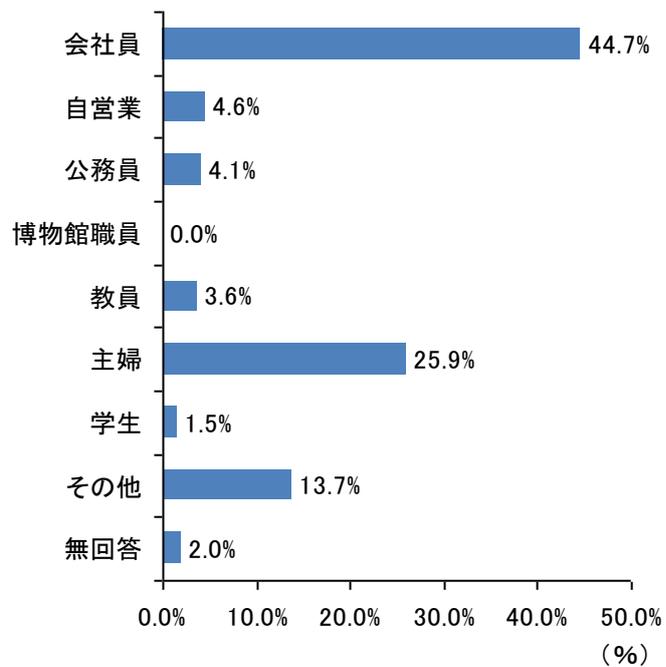
【※2】
(回答者数=197)



※3 職業

	全体	会社員	自営業	公務員	博物館職員	教員	主婦	学生	その他	無回答
回答数 (件)	197	88	9	8	0	7	51	3	27	4
割合 (%)	100.0	44.7	4.6	4.1	0.0	3.6	25.9	1.5	13.7	2.0

【※3】
(回答者数=197)



9 佐々木先生の提言

(1) 佐々木先生の提言

○2 ページの提言：

- ・ B (4) は、本来、満足度を別の表現で問うている設問であり、(1) ～ (6) と同列ではない。むしろ、観覧後の口コミ状況、またはA I S A S理論の最後の「S」(share：情報共有)として取り上げるべきではないか。

○16 ページの同伴者：

- ・ 同伴者の選択肢を、今後、再検討しても良いのではないか。この設問をはじめた当初のままであるが、割合の多い「友人・知人・恋人」は、他の要素も検討した上で、いくつかの選択肢に分割しても良いのではないか。
- ・ 選択肢の検討は、この設問から何を知り、何に役立てたいかを明確にしてから進めるべきである。

○18 ページの来館のきっかけ：

- ・ 先に述べた「同伴者」と同様、選択肢を今後、リニューアルしても良いのではないか。この設問をはじめた当初のままであるが、割合の多い「友人・知人・家族などに誘われて・勧められて」は、他の要素も検討した上で、いくつかの選択肢に分割しても良いのではないか。
- ・ その際、オフライン（面と向かった会話）とオンライン（ネット）の別も分かった方が良いのではないか。

○38 ページの「風景の美術館」であることを知っているか：

- ・ この設問は、同館のコレクションの柱を認識しているかどうかを問う、非常に重要な設問と考える。当初は数値が10%以下であったので、その伸び方は堅調であるといえる。一方で、全体では昨年度より約10%数値が減少している。その背景や要因について、何らかの言及があっても良いのではないか。

○52 ページの美術館HPアンケート結果：

- ・ 展覧会と同様に、総合的な満足度を尋ねる際は、「当HPの情報内容」とはせずに、「HPの全体的な満足度」として尋ねた方がわかりやすい。「情報内容」とすると、以下の設問である「更新頻度」「デザイン」「見やすさ」から考えて、「コンテンツの充実」と捉えるのではないか。
- ・ HPに関する5つの設問は、HPの満足度を測定しはじめた当初から変わっていない。評価指標として、満足度を測定ができればいいので、HPの改善に向けてより有効な設問にバージョンアップすべきではないか。

10 「静岡県立美術館 第三者評価委員会評価報告書」に関する評価学の視点からの考察

株式会社 国際開発センター 主任研究員 佐々木 亮氏
立教大学 21世紀社会デザイン研究科 兼任講師
大阪大学 グローバルコラボレーションセンター

本日は、静岡県立美術館の第三者評価委員会報告書（平成 23 年 3 月）を読んで、評価学の観点からお話したいと思います。

PPT 2 頁：i. 最初に指摘したい諸点と改善の方策

まず全般的な印象としては、他の国内の美術館と比較しても十分水準に達しているといえます。県立美術館で行われている評価はいわゆる Performance Measurement（業績測定型）（以下「PM」）の評価システム課題が随所に現れているといえます。

このPMという考え方を我が国にはじめて紹介したのは上山信一先生です。

PPT 3～4 頁：自己評価システムの体系図、自己評価点検表

業績測定とは、静岡県立美術館の場合、まず「自己評価システムの体系」としての使命があり、館長公約、重点目標、評価指標があります。そして、自己点検評価表にあるように、数値目標、実績値があり、その達成度を計測しています。

PPT 5～7 頁：ii. 現行の自己評価システムの直近の課題と改善の方策

数値目標と実績値を比較して達成度を計測するのはよいのですが、現行の自己評価システムを考えますと課題と改善策があります。課題といいましても、公共セクターでは一般的なことです。目標水準を誰がどのように決めるのか、そのプロセスが不明瞭だということです。例えば、民間企業では、ごく一般的な手法としてPMが使われています。営業マンの目標設定はその典型的な例です。年間目標をたて、その達成度合いを計測するというものです。公共非営利セクターでもずいぶん浸透してきました。大学関係は比較的遅れていて、私大の先進的なところでは導入が進められていますが、国立大学は遅れています。

では、どうすれば合理的な手法で目標数値が決まっていくのかについては、後ほど説明します。報告書に目を通させていただいた際に、達成度が数値や文章で書かれているので一目見てわかりにくい部分があるといえます。例えば、「A～D」・「優良可」・「満足⇔不満足」といったようにわかりやすい評価指標が使われるべきだと思います。中央官庁では、財務省がわかりやすい指標を用いており実際の政策判断する際の意思決定に使われています。

PPT 5 頁の、2 点目ですが、目標水準設定の上では、達成度合 85%に達したものは、目標を入れ替えたほうがよいと思います。といいますのは、85%ぐらいに到達しますと、一定の割合で満足と回答しない層があるので、以後なかなか達成度合いをあげることが困難だからです。

PPT15 頁：県庁の支援体制

少し話が飛びますが、県庁の支援資料はわかりやすい内容になっています。方針⇒実績⇒達成度と

あり、達成度がアルファベットでレイティングされています。

PPT 7 頁：館長公約Dの達成状況

例えば、実績評価を見る場合において、入館者が増加したという場合においては、外的要因が含まれている可能性があるため、その要因を明らかにしておく必要があります。「美術ブームが全国的に発生しており、全国にある美術館の来場者が増加していることで、静岡県立美術館来館者も増加している」のか。あるいは、「静岡県立美術館の企画内容がよいから、来館者が増加しているのか」を分析する必要があります。

民間企業で導入されているPMは、PMのみで成り立つものではなくて、戦略的計画（以下「ST」）と一体で運用されるものなのです。戦略的計画の下、計画を実行して実績評価を行う必要があります。

この手法は、1980年代のアメリカレーガン政権の頃から導入された考え方で、1990年代のクリントン政権下において本格的に公共セクターで導入されました。公共セクターで収益という考え方はなじみがありませんが、社会的成果（social outcome）で代替することができると考えられています。経済セクターでは「GDPや就業率」、保健セクターでは「疾病率」、教育セクターでは「卒業率」などが例に挙げられます。

日本では、2000年代に入り、小泉政権下の竹中平蔵氏によって導入されました。

参考1：改善効果（インパクト）評価の基本デザイン

ここからは、資料を変えて改善効果（インパクト）評価の基本デザインについて説明します。

1の事前事後比較デザインについては、非常にわかりやすい考え方で、いわゆる before-after という考え方です。但し、先ほど説明したように、外部要因による影響が何かはわかりにくい欠点があります。

2の時系列デザインは、3ヵ年程度連続で観測した数値であれば、比較的安定して把握することができます。PPT 6 頁のスライドはネパールの初等教育の就業率の変化についてです。

3の一般指標デザインは、全国平均値等を一般指標として用います。例えば、全国的に来館者数が増えているから、県立美術館も来館者が増えている場合は、全国平均のトレンドに近い動きをしているということになります。

4のマッチングデザインは、似たようなグループ等と比較して、いわゆるベンチマークよりよくやったかどうかを比較するものです。ただライバルも外部要因を同じように受けます。

5の実験デザインは、施設マネジメントではあまり使われない方法で、新薬のテスト等に用いられます。

実績評価については、他にもFOS（フィーシヴル エグゼグティヴ セッティング）という考え方も紹介したいと思います。この考え方は民間企業で導入されているものですが、目標設定する際に、全員に同じ目標を設定すると、仕事のできる人は、軽く目標達成をしてあとは遊んでしまう。できない人は達成できない。いわゆるできる人、フィーシヴルがぎりぎり達成可能な目標を設定することをいいます。一般に器量のないマネージャーは全員一律に目標値を設定するが、器量のあるマネージャーは、それぞれの能力に合わせた目標設定をすることです。こうした話をしますと、能力のある人は、目標値が高く設定されて不公平ではないかとの指摘を受けますが、できる人が高い目標数値を設定した場合は、次の二つの点で評価をします。一点目は、いかに意欲的に目標を高く設定したか。二点目は、一点目をいかに達成したかです。できる人というのは、

目標設定の際に、ぎりぎり達成できるかどうかを交渉して目標設定をしようとする。このように能力にあわせて目標数値を設定することが組織全体のパフォーマンスを底上げすることになります。

ここで例をあげて話をしたいと思います。例えば、ホテルチェーンや航空会社の顧客満足度を向上させるためにはどのようにすればよろしいでしょうか。実は、一律にサービス水準をあわせて提供しているわけではありません。ホテルチェーンや航空会社で顧客満足度を上昇させるために必要な、CPC（ケアフルパーソンクレーム：どのお客さんがクレームをつけてきやすいか）、CPY（ケアフルパーソンヤクザ：どのお客さんが要注意人物か）といった情報がなくては適切な対応ができません。つまり、うるさそうなお客さんには、さらに丁寧な接客を、おとなしそうな人には、通常の接客をするといった形で対応することで、顧客満足度を上昇させているのです。つまり、サービス業といいましても、その水準はさまざまということです。

PPT 8～12 頁：ベストプラクティスによる設定

ではいよいよ、目標値をいかに合理的に設定するのかについてお話します。

①**受益者のニーズによる設定**とは、一番、器量の必要な目標値の設定です。②**ベストプラクティスによる設定**は、その業界でベストな目標値を設定する。つまり業界一位を目指すという考え方です。公共、NPOセクターは、営利を追求しない関係で社会全体のためということと教えてもらいやすいということもあり設定しやすい方法です。③**全国平均ぐらいはやろう**ということ、ただ**保守的な目標数値の設定方法**です。

全体報告書を見ると、体系図に基づいて、活動にしか指標が設けられていないように思います。本来は、レベル毎に指標が設定されていなければなりません。

PPT12 頁の図にありますように、左側に活動の戦略体系図、右側に業績指標の体系図を置きます。業務指標の計測には、社会調査を行う外部リソースが必要です。

前半でお話をしたSTの導入事例についていまだ少し紹介したいと思います。このスライドは、カナダのアルバータ州の事例でSTを導入したところです。左のグラフは暴力犯罪の発生数、右のグラフは窃盗犯罪の発生数です。この州では、公務員の雇用形態を改革しました。いわゆるパフォーマンス契約を結ぶということです。つまり全員が契約社員ということです。目標を達成できない場合は、契約違反ということで解雇もありうるということです。但し再就職のために手当等は割り増し支給するなど手厚く報いるものです。ただ、実際は、目標を達成しなかったからといって解雇することはなかったそうです。

PPT14 頁：県の支援施策、その他さらなる気づきの点

本題に戻ります。一点目の県の支援施策の評価については、前半でも少しふれたように評価できるものです。その他としては、美術館であっても、レストラン、カフェ、ショップの評判は非常に重要だということです。例えば、ODAの関係で研修にでると、宿泊施設やレストランの良し悪しが参加者の満足度に影響を与えています。このことは統計学的にも相関関係あります。美術館で美術品を鑑賞して、その後、食事やお茶をゆっくりとすることも来館者の重要な目的といえます。

PPT16 頁：その他の点：有識者による評価

有識者による評価を交えているのは適切だといえます。

PPT17 頁：評価指標

タイトルに定性的評価と記載がありますが、この場合は、有識者による評価を記載するのが適切であると思います。

PPT18 頁：iii. 学術的枠組による現行の自己評価システムの分析

ここからは学術的枠組における現行の自己評価システムの分析について話を進めていきます。先ほどからお話をしているとおり、県立美術館では業績測定型の評価システムを導入していることなのですが、改善についてお話しする前に、学術的なお話と参考文献などについてご紹介したいと思います。

PPT19 頁：Strategic Plan/Performance Measurement

1 点目は戦略的に生き残るためには、戦略的計画（Strategic Plan/Performance Measurement）が必要であるといえます。もともとこの考え方は、軍事的なものからきています。ただ日本でこの考え方をすると、民間セクターや、NPO、公共セクターでは、抵抗が大きいのです。つまり、軍事的な考え方からすると、敵を消滅させる、誰かを消滅させるといったような捉え方がされるわけです。

PPT20 頁：静岡県立美術館 自己評価システムの全体像

県立美術館の評価システムの全体像です。PDCAサイクルをまわして、【使命】美術館の目指す姿を目指しているということです。

PPT21・22 頁：参考文献紹介

ここからは参考文献を紹介したいと思います。まず、上山信一氏の『行政評価の時代』です。上山氏は、橋下大阪市長のブレーンとしても著名な方です。この本は、政策評価について一番売れた本だと思います。パフォーマンスマネジメントを日本に紹介したことで有名です。翌年、『行政経営の時代』を刊行しましたが、これはあまり売れなかったそうです。先ほど触れた戦略的計画（ST）について触れたものですが、我が国にはあまり広がらず業績評価（PM）ばかりがよく知られるようになりました。

PPT23 頁：参考文献紹介

『「政策評価」の理論と技法』は、評価の手法と、先にもふれている業績評価について解説したものです。

PPT24 頁：参考文献紹介

『大学の戦略的マネジメント』は、大学に特化したもので、アメリカの大学の事例を紹介したものです。

PPT26 頁：Strategic Plan/Performance Measurement の導入について

本来、STとPMは両輪で運用されるもので、本来はワンセットで導入されるべきものなのですが、先にお話したように、我が国ではPMばかりが認知され、STはあまり広がらなかったのです。アメ

リカの中央官庁は、S TとPMをワンセットでの運用が義務付けられています。

PPT27 頁：総務省「政策評価に関する標準的ガイドライン」

総務省の政策評価に関するガイドラインです。事業評価については、いわゆるB/Cといわれる費用便益の考え方、実績評価については、本日ご紹介したPMです。これらをあわせて総合評価をすることになります。ただ総務省のガイドラインはもっと解説が必要だと思います。

PPT29 頁：図3 アメリカの国際シティ・カウンティ経営協会

図3は、アメリカの中央官庁で運用されている考え方です。ビジョンをつくってミッションを決めていくべきなのです。公共セクターでよくある総合計画と戦略計画は別物です。組織体系が単にぶらさがっているだけのものは戦略計画ではないのです。組織が戦略を作るのではなく、戦略が組織を作るのです。

PPT30 頁：図6、SWOT分析図

図6はSWOT分析図です。強み、弱みを成長機会等で分析をして戦略を立てます。

PPT31 頁：図7、SWOT分析図から戦略目標の選択への概念図

図7は、SWOT分析をして、戦略目標にどのように反映させるかのイメージを図示したものです。SWOT分析をした上で、戦略目標を選択していくのです。戦略を立てるためには、必ず強み、弱みを把握して、限られたリソースを優先順位づけて投入していかなければなりません。

参考資料4、1～2頁：戦略的計画の策定の5ステップ

ここまでSWOT分析をして戦略目標をたてる話を進めてきましたが、戦略的策定の5つのステップについて解説したいと思います。時間も残り少なくなってきましたので駆け足で説明します。詳細は資料を参考にしてください。

第1ステップは、外部環境分析を行います。つまりどの分野がチャンスで何が脅威かを分析して外部環境として自分がどのような状況に置かれているかを分析するという事です。**第2ステップ**は、内部要因分析です。自身が持つ資源や特性について、強みと弱みを分析するのです。この二つのステップは先ほどお話したSWOT分析の考え方と同じです。**第3ステップ**は、組織とミッションと5年後のビジョンを決めます。外部環境の分析をして、自らの強み弱みを把握してビジョンを策定するという事です。**第4ステップ**は、先ほどご紹介したSWOT分析図を作成することです。分析図を作成するという事は、戦略目標の候補を並べてみるということになります。最後に**第5ステップ**では、組織の最重要ミッションを達成するために貢献度が高そうな戦略目標を選択するという事です。

参考資料4、3～12頁：戦略的計画の策定の5ステップの続き

いままで説明してきたことをまとめますと、戦略タイプには4タイプ11種類があるということになります。重要なポイントとしては、3頁の図にあるように、撤退戦略部分に投入されていた資源を成長戦略部分に投入することが重要だということなのです。

まずは、包括戦略として、成長戦略の3パターン7種類のものについて主なもののみ解説して

いきます。まず「成長機会」×「比較優位」のマスについては、例えば、グーグルやアマゾンのような業界において圧倒的優位な地位を占めるプレーヤーがそのイメージです。両社とも、創生期は、利益を上回る投資をして地位を確固たるものにしてきました。数年前に、1番じゃなきゃだめなんじゃないですかという発言が物議をかもしましたが、2番じゃだめなのです。やはり業界で1番という意味は大きいのです。

(1)の集中戦略には、(1-1)一点集中、(1-2)水平集中、(1-3)垂直集中があります。(2)多様化戦略には、(2-1)類似サービスへの多様化、(2-2)完全別サービスへの多様化があります。(3)の連携戦略には、(3-1)地域連携、(3-2)層連携があります。

包括戦略の2としては、撤退戦略の3パターンがあります。これは、「致死脅威」×「比較劣位」のマスは、どんどんと縮小していくだけの状態で、いかにダメージを抑えながら撤退をして、成長戦略部分に資源を投入できるかが重要となります。(1)引き上げ戦略、(2)身売り戦略、(3)精算戦略があります。

包括戦略その3としては、改善戦略の3パターンで、ここが一番器量が必要とされる部分となります。(1)内部強化戦略、(2)ヘッドハンティング戦略、(3)外部委託戦略があります。

包括戦略その4としては、回避戦略の2パターンがあります。最後に残ったこの部分ですが、「致死脅威」×「比較脅威」のセルです。致死脅威は、言い換えるとニーズがしぼんでいくことを言いますので、撤退戦略のセルに陥らないよう、残存者利益を得ていくというものです。新たに投資をせず、拾えるものを拾うということになります。(1)無投資戦略、(2)暫時撤退戦略があります。

PPT33 頁：iv. 静岡県立美術館の自己評価システムの抜本的な改善に向けた若干の提言

話を本題に戻します。最後に、静岡県立美術館の自己評価システムの抜本的な改善に向けた若干の提言をして話を終わりたいと思います。昨今の県立美術館の評価システムは、アウトプットよりになっているように思います。今後は、これまで説明してきた戦略手法を加味しながら策定していくべきと考えます。

PPT34 頁：Strategic Plan/PMのシャープな運用

まず一点目としては、Strategic Plan は例えば3年ごとにゼロベースで作り直すことです。Strategic Plan は内部の人間だけで作っても意味がないので、先ほど申し上げたように、外部の社会調査リソースが必要なのです。Strategic Plan 立案については、SWOT分析を活用してもらおうとよいと思います。

PPT35 頁：評価の本格的な運用

何をもちいて評価指標となる数値が変動したかの、事実特定が重要となります。このためには同規模、同タイプの美術館との比較が重要といえます。

PPT36~38 頁：評価と調査の目的の違い

評価と調査の目的の違いについては、評価とは、価値判断を下すものです。農林水産省で調査と言われるものには、単に測定しているだけのものもあります。

まずは新規企画展等、小規模な点から、プログラム評価をやりはじめることを進めます。美術館全

体についてプログラム評価を用いるのは難しいといえます。これまでの報告書にあるように、目標値と比べて「達成した・しなかった」で判断するのは評価とは厳密にはいえないため、S～D等の明確な評価指標で結果をのせれば評価報告書といえます。また評価の枠組みを定めておくのがベターといえます。妥当性として、導入したのがよかったのか、最終的に目指すものが実現するのか。有効性として、改善したのか。効率性は費用便益で計算する。継続性として、事業が終了した後も発展していくのかといった視点であらかじめ評価の枠組みを決めておくことが重要です。これは県立美術館の企画展の評価に活用できると思います。

PPT39 頁：特殊な加重・合計方法の一種：フローチャートの利用（例）

さらに応用してフローチャートで考えることも有効です。総合評価まで帰結して評価がされたといえます。

PPT40 頁：合理的な意思決定に役立つ新たな分析ツール

それでは合理的な意思決定に役立つ新たな分析ツールをいくつかご紹介します。まず、フォーカスグループインタビューです。これはグループインタビューとも言いますが、普通の来館者から何人か選んで、美術館について様々なテーマで議論してもらうものです。いわゆる生の声を拾うというものです。但し、モニターは任期制としなければなりません、任期が長くなればなるほど、いいことしか言わなくなる傾向があるからです。また社会調査会社を活用するのも指標の測定には有効といえます。外部のリソースを活用することは必要不可欠といえます。

PPT41 頁：v. 静岡県立美術館の第三者評価委員会の改善に向けた若干の提言

最後に第三者評価委員会の改善に向けた提言をします。第三者評価委員会の現状はお目付け役的な役割となっており、先ほど話をしたフォーカスグループインタビュー等も活用することが重要といえます。その第1歩としては、例えば、新規企画展について独立して評価をすることだと思います。本日のお話はここまでとなります。

PPT p 1

「静岡県立美術館 第三者評価委員会 評価報告書」(平成23年3月)に関する 評価学の視点からの考察

2013年1月22日
国際開発センター(IDC)/立教大学
佐々木亮

PPT p 2

I. 最初に指摘したい諸点と改善の方策

- 「自己評価システムの体系(平成20~22年度)」に論理的にまとめられた評価指標に基づいて経年データが収集整理されている点は十分に満足できる。
- Performance Measurement(業績測定)型の評価システムの課題が随所に現れている。(次のII, IIIはほぼその指摘をあげている。)

PPT p 3

PPT p 4

PPT p 5

II. 現行の自己評価システムの直近の課題と改善の方策

- 目標水準の決め方・根拠が不明 =>決め方のタイプを明示する(4タイプ)。
- 「天井効果」が随所に見られる =>天井水準に達した指標を入れ替える(経験的には達成度が85%以上のもの)。

PPT p 6

Case Example:
Nepal : Joint Government – Donor
Evaluation of Basic and Primary
Education Programme II

Figure 4-1: Grades 1-5, Net Enrolment Ratios 1998-2004

Legend: Primary School Net Enrolment Rate (Total), Girls, Boys

Source: School Level Educational Statistics of Nepal, HMG/N, DOE

PPT p 7

PPT p 8

1) 受益者のニーズによる設定
2) ベスト・プラクティスによる設定
3) 一般指標値による設定
4) 予想される効果分の追加による設定

龍・佐々木(2000,2004)『政策評価の理論と技法』pp179-181.

PPT p 9

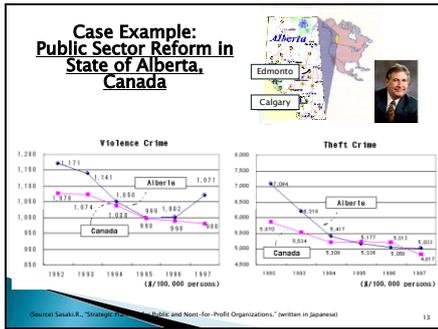
- 「活動」と「アウトプット」の報告が主になっている =>アウトカムの報告が重要(「館長公約」、「重点目標」レベルの指標群)。
- 事業実施による純粋な効果(インパクト)の推定が重要 =>1) 日本全体の指標値と比較する。2) 同じレベルの案件の美術館の指標値等と比較する。

PPT p10

PPT p11

PPT p12

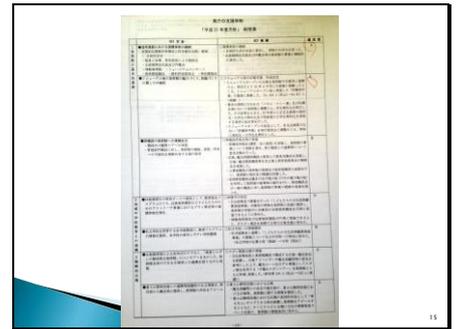
PPT p 13



PPT p 14

- ▶ 県支援施策は評価の論理に沿っている =>この点は見習うべき(評価水準A,B,C,Dを用いて絶対評価を行っている)。
- ▶ その他さらなる気づきの点
 - ・レストラン、カフェ、ショップの評判は重要 =>じつはたいへんな影響力がある(ODA分野の研修もそう。統計分析が相関関係を明確に示している)。

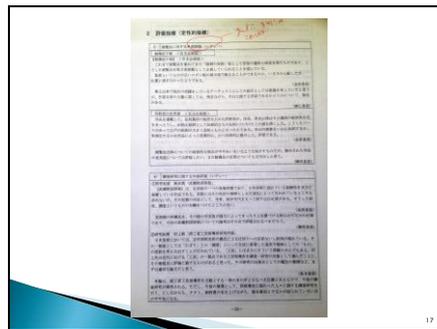
PPT p 15



PPT p 16

- ▶ その他の点: 有識者による評価(Connoisseur evaluation)を併用している点は適切。

PPT p 17



PPT p 18

III. 学術的枠組による現行の自己評価システムの分析

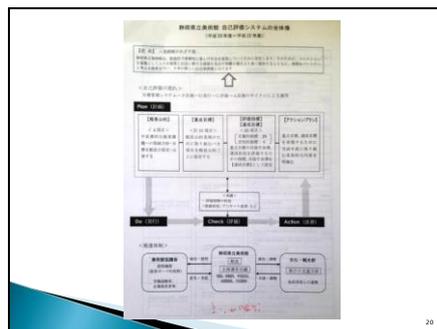
- ▶ 静岡県立美術館の自己評価システムは、Performance Measurement(業績測定)型のモニタリングシステムである。ただし(日本の他の公共組織と同様に)Strategic Planの策定と運用がやや不明確であると見受けられる。このシステムの抜本的な改善を議論する前に、学術的な分析枠組を用いた分析を試みてみる。

PPT p 19

1. Strategic Plan/Performance Measurementは民間経営で最初に導入されたもの

- 軍事 =>民間経営(1960s~)=>公共経営(1990s~アメリカ、2000s~日本)
- 民間経営における明快な指標であるSales & Profitを、公共経営ではOutcome(社会状況の変化)と読み替えば、民間経営の多くの手法がそのまま適用可能であるはずという考え方。

PPT p 20



PPT p 21



PPT p 22



PPT p 23



PPT p 24



Harry Hatry, Urban Institute
Joe Wholey, Urban Institute & Univ. South California

(2000)
だがそもそもはこの二人、
⇒アメリカのGPRAを導入をリードした。それが世界中に普及。

2. Strategic PlanとPerformance Measurementは
ワンセットで導入されるべきもの

- 日本では十分に紹介されることなく、Performance Measurement(業績測定)だけが普及した。
- アメリカの省庁の両者のワンセットでの適用を義務付けたGPRAが望ましい例。
- Strategic Planの例の解説(アメリカの省庁、アメリカの大学、アメリカの美術館)。

Cost-Benefit Analysis (費用便益分析) Performance Measurement (業績測定) Program Evaluation (評価)

図5 自評システムの構築プロセス(戦略的計画と業績測定との関係)

この図は、戦略的計画、業績測定、および評価の相互関係を示しています。戦略的計画は業績測定の基礎となり、業績測定は評価のデータを提供します。評価は戦略的計画の効果を検証し、改善の方向性を示します。

図8 戦略計画と実績評価の関係の概念図

この図は、戦略計画と実績評価の循環的な関係を示しています。戦略計画は実績評価の目標を設定し、実績評価は戦略計画の進捗を監視し、必要に応じて計画を修正します。

図3 アメリカの国際シティ・カウンティ経営協会発行の文獻で示された自治体向けの戦略計画と業績測定の仕事

1. 事業の明確化 (Identify the mission)
 - (1) 法律、憲法、その他の規程からの使命を特定する。
 - (2) 使命が存在しない場合には新たに特定する。
2. 環境分析 (Environmental Scan)
 - (1) 将来の特定、将来の「機会」と「課題」の特定
 - (2) 組織の強み、弱みの「強み」と「弱み」の特定
 - (3) SWOTマトリックスの作成と代替シナリオの検討
3. 戦略計画の策定 (ゴール設定、目標設定、実行計画策定、資源配分)
 - (1) 組織が目指すべき複数のゴールについて合意する。
 - (2) ゴールそれぞれに関する目標を立てて合意する。
 - (3) 目標を達成するための実行計画 (Implementation Plan) を立てる。
 - (4) 人的資源、物理的資源、予算の配分の決定
 - (5) 目標達成のための組織内インセンティブの設定
4. 戦略計画の実行 (Implement the plan)
 - (1) 戦略の実行
 - (2) 管理の実施
 - (3) 業績の測定と検討 (Monitor and assess ongoing performance)
 - (4) フォードバックと、必要に応じた実行計画の修正
5. 戦略計画の準備 (Prepare for next planning cycle)

図6 SWOT (成長機会、脅威、比較優位、比較劣位) 分析図

	内部	比較優位 (強み)	比較劣位 (弱み)
外部	成長機会	①	③
	脅威	②	④

(出所) 筆者作成

図7 SWOT分析図から戦略目標の選択への概念図

この図は、SWOT分析の結果に基づいて戦略目標を選択するプロセスを示しています。成長機会と強みの組み合わせが最も優先されるべき戦略目標となります。

3. Strategic Plan/PMと評価は違うものである(ルーツ、哲学、手法)

- Strategic Plan/PMは、経営学をルーツとしている。モニタリングで事足りると考えられており、評価の視点が希薄。
- 評価は、社会科学の各分野の分析ツールをルーツとするともに評価独自のロジックにも基づいている。Planningの視点は非常に希薄。また科学的な厳密さを過度に追及する研究者も多い。

IV. 静岡県立美術館の自己評価システムの抜本的な改善に向けた若干の提言

- 冒頭のI.で指摘したすぐに取り組み始める諸点に加えて、現行の自己評価システムの抜本的な改善に向けた提言として以下が考えられる。

1. Strategic Plan/PMのシャープな適用

- ▶ Strategic Planは、定期的(3年毎、あるいは5年毎)にゼロから作り直す。館長交代時の最初の1年間を使って作り直してもいい。
- ▶ Strategic Planに必要な条件。1)組織トップの決断、2) 予算部署、人事部署のトップの参加、3) 外部の理解関係者の参加。なお、Strategic Planは内部の職員だけで作っても意味がない。
- ▶ Strategic Planの立案の際には、1) (静岡県立美術館の現状から離れて)SWOT分析を行うこと。2) 4マスの組み合わせから合理的に戦略を選択する。

2. 評価の本格的な適用

- 評価とは何か? => 評価 = 事実特定 + 価値判断
- 事実特定に関して単なる経年変化ではなく、全国の美術館の統計値および同じ規模・タイプの美術館数値と比較してみることが進められる(一般指標比較デザイン、類似群比較デザインの応用)。

評価と調査の目的の違い

調査の目的は、因果関係を含む物事の現象を明らかにすることである(=事実特定)と考えることができる。一方、明らかにされた事実に関して何らかの価値判断を下して初めて、評価足りえると言える。

評価 = 事実特定 + 価値判断
(Evaluation) (Factual identification) (Value determination)

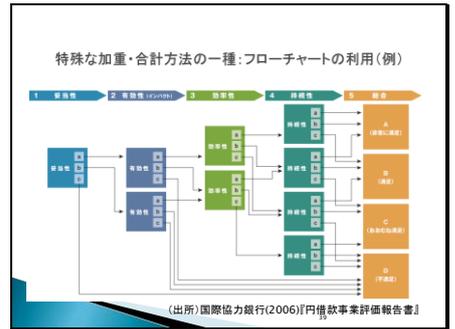
- 組織全体の活動をプログラムとみなしてプログラム評価を適用することは難しいので、まずは小規模な新規事業をプログラムとみなして適用してみることを進める。
- 妥当性、有効性、効率性、自立発展性などワンセットの視点から評価するのが「プログラム評価」。
- 「たいへん有意義であった(S)」～「まったく有意義ではなかった(D)」、「たいへん満足(S)」～「まったく不満足(D)」などの価値を表現する言葉で結論を書くのが評価。目標値と比べて達成した／しないと書くのはじつは評価とは言いがたい。

(参考)等級付けの基本的な評価枠組の例

(i) 評価項目 (Criteria of Merit)

	妥当性	有効性	効率性	持続性
a (非常に満足)	(定義文)	(定義文)	(定義文)	(定義文)
b (満足)	(定義文)	(定義文)	(定義文)	(定義文)
c (どちらとも言えない)	(定義文)	(定義文)	(定義文)	(定義文)
d (不満足)	(定義文)	(定義文)	(定義文)	(定義文)
e (非常に不満足)	(定義文)	(定義文)	(定義文)	(定義文)

(ii) 評価水準 (Standards of Merit)



3. 合理的な意思決定に役立つ新たな分析ツールの導入

- フォーカスグループ (毎年テーマを決める) (アンケートとは根本的に違う効果あり)
- 市民会員 (市民モニター) の決定。ただし有期で再任なしとすべき。
- 社会調査会社を使った社会調査も有用。館長公約、重点目標のレベルの指標のデータが生成できる。
- プログラム評価の導入が有用 (個別の研修事業に關して適用する)。

V. 静岡県立美術館の第三者評価委員会の改善に向けた若干の提言

- 外部有識者の視点から、データの客観性や評価方法の妥当性を吟味するのは重要な役割である。
- 第三者評価委員の「役職等」からは各人の専門分野は分らないが、以下の構成とすべき。
- 第三者評価委員会の役割は「お目付け役」に留まっており、より積極的な活用が望まれる(「外部評価」として、一部の新規事業に関する独立的な評価を依頼することがまずは第一歩と考えられる)。

資料編（自由意見）

「作品やテーマについての興味関心」及び「展覧会場の心地よさ」について自由解答（B（10）展覧会や美術館へのご指摘・ご意見）より質的データを吸い上げ、満足度向上のための効果的な改善点を導き出す。分類と性質に分けて整理した自由意見（下表）のうち、「作品やテーマについての興味関心」については“2-B：企画全般への要望”及び“3-B：展示方法への要望”から、「展覧会場の心地よさ」については“4-B：施設・環境への要望”及び“4-C：施設・環境への苦情”から多くみられたものを抜粋する。

自由意見の分類・性質別件数

	1			2			3			4			5		
	今回の展覧会			企画全般			展示方法			施設・環境			運営・スタッフ		
	A 感想	B 要望	C 苦情												
ユベール・ロベール展	15	2	0	6	7	0	5	1	0	11	2	7	5	5	3
江戸絵画の楽園展	32	1	1	4	13	0	1	6	1	12	3	2	3	10	5
川村清雄展	20	1	2	1	10	1	0	2	1	7	3	2	3	7	1
全体	67	4	3	11	30	1	6	9	2	30	8	11	11	22	9

単位：件

① 作品やテーマについての興味関心に関わるご意見（2-B、3-Bより）

代表的な画家や作品にフォーカスする企画展を要望する声

古典絵画から現代アートまで著名な画家、また話題性のある展覧会を要望する意見が多数挙がった。

- ▶ 一作者や一時代にクローズアップした企画。遺跡やミイラの展示企画。ダリ、ピカソ、ルオーの企画をよろしくお願ひします！【女性／50歳代】
- ▶ ゴッホの企画をやってほしい。【女性／60歳代】
- ▶ 藤城清治の展覧会を是非やっていただきたいと思ひます。【女性／13～19歳】
- ▶ 若沖に注力してほしい。日本の宝だと思ひます。【男性／40歳代】
- ▶ 以前のようなは迫力のある企画をしてほしい（ガンダーラ、若沖展など）。【女性／60歳代】
- ▶ 明治大正時代の浮世絵・美人画なども！【男性／50歳代】
- ▶ 古代遺跡などが好きなので、増やして欲しい。【男性／50歳代】
- ▶ 狩野派の絵を見たいと思ひます。【男性／60歳代】
- ▶ 大正～昭和にかけての風景版画の展覧会を企画してほしい。【女性／40歳代】
- ▶ 印象派の展示が観たいです。【男性／40歳代】
- ▶ 現代美術の作品（絵画）の企画展をやってほしいです。【女性／20歳代】
- ▶ 日本画の展示をお願いします。【女性／70歳代以上】

多様な作品の展示を望む声

絵画以外の作品を展示するなど、多様な作品群で観覧者を飽きさせない工夫が必要。

- ▶ 古陶磁等の工芸品の展示もたまには開催して頂けると楽しみです。【男性／60 歳代】
- ▶ マンガっぽい絵の展示を…。(初音ミクとか)【女性／13～19 歳】
- ▶ 絵画以外の物を多く展示してほしい。【男性／50 歳代】
- ▶ 色々な年代の人が来るように、企画内容を幅広く考えて賑やかな美術館になるといいですね。【女性／40 歳代】

作品解説の工夫や充実への要望多数

作品への理解を深めるために、詳細かつユニークな作品説明や、学芸員によるレクチャーの機会等が求められている。

- ▶ 作品にマテリアルの表示をほしい。【男性／40 歳代】
- ▶ 説明文章をもう少し詳しく。【男性／50 歳代】
- ▶ 展示物についての詳細。【女性／40 歳代】
- ▶ 今回は美術館の方の説明があり、大変良かった。このように説明があっても良いのではないのでしょうか。ただ、一人で鑑賞するというには、私など知識がないので、ただ見るだけになってしまう。一人静かにという方とどこかで線を引いて、今回の様な説明有りを多くしてほしい。【女性／60 歳代】
- ▶ 音声ガイドがあると楽しさが倍増するので、できるだけあると嬉しいです。【女性／40 歳代】
- ▶ フロアレクチャーの回数を多めにお問い合わせ致します。【男性／70 歳代以上】
- ▶ 絵の中には、古典や故事を題材にしているものが多いと思うのですが、どんな場面なのか解説があると理解が深まると思います。【女性／30 歳代】
- ▶ 作者について、更に詳しい説明文。【男性／30 歳代】
- ▶ もう少し説明にふりがながあると助かった。【女性／20 歳代】
- ▶ 今回の展覧会については、漢詩の部分の意味について解説があればもっと楽しめたように思う。【男性／20 歳代】

② 展覧会会場の心地よさに関わるご意見（4-B、4-Cより）

館内の照明について

館内の照明を「暗い」と感じる人がいる。作品及び作品説明を見やすくする等の工夫が必要。

- ▶ 歳のせいか目が悪い為、暗くて絵が見にくかった。もう少し明るくして頂けると助かるのですが、無理ですね。【女性／70 歳代以上】
- ▶ 作品保護の観点から、照明を落としていると思うが、もう少し調整されたほうが見やすいと思料する。【男性／50 歳代】
- ▶ また、出来れば照明の光量ももう少し上げてほしい。でなければ、文字等が少し見にくいよう

に感じた。【男性／20 歳代】

- 説明展示の字を大きくしてほしい。絵の保護のため全体的に照明が暗いので、字が見えません。

【女性／50 歳代】

- 少し照明が暗い気がする。【男性／60 歳代】

館内の温度について

昨年度と同様、館内の温度については、各年齢層で「寒い」と感じている人がいる。

- 冷房が効きすぎていて少し寒かった。【女性／20 歳代】
- とても寒くて困りました。【男性／50 歳代】
- 冷房が強すぎて寒い。【女性／30 歳代】
- 少し寒かった。【女性／50 歳代】
- 少し冷房が寒い。【男性／20 歳代】
- 少し寒かった。【女性／40 歳代】

駐車場について

中年・高齢者層では、駐車場の利便性を悪いと感じる人も少なくない。

- 駐車場が遠すぎる。近くの駐車場はいつも満車である。【男性／70 歳代以上】
- 駐車場が少ない。【男性／50 歳代】
- 駐車場がたくさんあればと思います。【男性／70 歳代以上】
- 建物近くに駐車できるともっとよい。【女性／50 歳代】

静岡県立美術館評価業務 報告書
平成 25 年 3 月

発行 静岡県立美術館
〒422-8002 静岡市駿河区谷田 53-2
TEL 054-263-5755

委託先 株式会社サーベイリサーチセンター
〒420-0853 静岡市葵区追手町 8-1
TEL 054-251-3661
