

平成 26 年度
横須賀美術館 評価報告書
(一次評価)

平成 27 年 (2015 年) 7 月

横須賀美術館

I 美術を通じた交流を促進する

① 広く認知され、多くの人にとって横須賀市を訪れる契機となる。

〔一次評価〕

達成目標	実施目標
S	A

【達成目標】年間観覧者数 102,000 人

〔目標設定の理由〕

- ・「横須賀市立美術館 基本計画」（平成12年6月策定）では、他の公立美術館の実績を参考に、施設の規模、本市の人口などを勘案し、年間観覧者数を10万人と予測しました。開館後は、その予測を年間観覧者数の判断基準としています。
- ・今年度の達成目標は、各展覧会の観覧者数見込から102,000人を達成目標としました。

	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度
観覧者数	108,985 人	97,535 人	101,841 人	113,007 人
来館者数	224,109 人	242,229 人	220,740 人	242,833 人

〔一次評価の理由〕

- ・年間観覧者数 102,000 人という目標設定に対し、実績は 113,007 人となり、達成率 111%と大幅に目標を上回ったことから、「S」評価としました。

展覧会名		観覧者数 見込(人)	観覧者数 実績(人)	達成率
企 画 展	海辺のミュージアムでみる日本画展	2,500	3,204	128%
	アール・ヌーヴォーとアール・デコ展	17,000	15,975	94%
	キラキラ、ざわざわ、ハラハラ展	22,000	36,702	167%
	おいしいアート展	17,000	19,320	114%
	小林孝亘展	12,000	6,787	57%
	第67回児童生徒造形作品展	15,000	13,868	92%
	生誕110周年 海老原喜之助展	11,000	11,109	101%
	所蔵品展のみの期間	5,500	6,042	110%
合 計		102,000	113,007	111%

【実施目標】 広報、パブリシティ活動を通じて、市内外の広い層に美術館の魅力をアピールする。

〔目標設定の理由〕

- ・横須賀美術館の魅力は、本市の貴重な都市資源であり、これを有効活用することは、本市のシティセールスや交流都市の推進という観点からも重要です。
- ・市内外に積極的に情報を発信して広い層に美術館の魅力をアピールすることで知名度や認知度を向上させていくことが必要と考え、実施目標として設定しました。

〔一次評価の理由〕

- ・無料での情報掲載数、ツイッターのフォロワー数、商業撮影の件数等が目標を上回ったため、評価ができるものと考えて「A」評価としました。

(無料での情報掲載数)

- ・新聞、雑誌等の無料での情報掲載数は285件となり、目標の220件を達成することができました。

(単位：件)

媒体	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度
新聞	48	42	53	63
雑誌	55	52	64	85
Web	21	35	21	34
フリーペーパー	36	35	47	62
書籍	9	7	10	7
会報誌	20	14	5	8
TV	16	16	13	16
ラジオ	7	6	1	6
その他 (カタログ等)	0	0	1	4
合計	212	207	215	285

(美術館公式ツイッターの運用状況)

- ・フォロワー数は当初より2,000人を目標としていましたが、2,338人となり、一定の目標を達成しました。現在もフォロワー数は伸びている状況です。

【参考】平成27年3月30日現在 フォロワー：2,338人、ツイート：1,654回

※ ツイッターは平成24年9月29日より運用開始

- ・展覧会やイベント等の情報とともに、美術館周辺の情報のツイートなど、フォロワーに親しみをもってもらえるような情報を随時ツイートしています。

(インバウンド推進のための環境づくり)

- ・ 外国語表記（英語版）のパンフレットを自主制作し、英語圏と思われる外国人の来館時に受付で配布しています。
- ・ 外国人の利用が多いフェイスブックの導入や、米海軍横須賀基地への効率的な広報と連携については引き続き検討している段階です。

(商業撮影の受け入れ件数)

- ・ イメージアップと認知度の向上を目的に商業撮影を受け入れています。昨年度は30件を目標としましたが、最終的に45件となり目標を達成しました。撮影の時間や場所など、撮影者のニーズに柔軟に対応してきたこれまでの取り組みの効果が表れたと考えています。

年度	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度
撮影件数	21 件	22 件	23 件	45 件
使用料	494,000 円	677,500 円	1,970,500 円	2,661,751 円

※ 問い合わせ件数・・・スチール 70 件、動画 25 件

(その他の広報・集客促進事業)

(1) 展覧会やイベント等の広報宣伝による集客促進

- ・ 京浜急行電鉄等への広告掲出
 - ⇒京浜急行線 駅貼り（2週間）5回、窓上（4週間）5回
 - ※ アール・ヌーヴォー展、キラキラ展、おいしいアート展、小林孝亘展、海老原喜之助展で実施
 - ⇒東急東横線 窓上（1ヶ月）1回
 - ※ キラキラ展で実施
 - ⇒京王線 新宿駅・渋谷駅など駅貼り（会期中随時）4回
 - ※ アール・ヌーヴォー展、おいしいアート展、小林孝亘展、海老原喜之助展
- ・ 美術系雑誌やタウン紙等、有料での情報掲載
 - ⇒美術系雑誌での広告 月刊ギャラリー 1回
 - ※ 小林孝亘展で実施
 - ⇒タウン紙等での広告 横浜ウォーカー、情報誌ぱど 各1回
 - ※ 横浜ウォーカー：おいしいアート展、情報誌ぱど：春のお出掛け情報
- ・ 広報よこすか等、他部局の広報媒体を活用した情報発信
 - ⇒毎月の広報よこすかへの毎月の展覧会情報、美術館のイベント等の掲載
- ・ 展覧会チラシの配架やポスターの掲出
 - ⇒横須賀市と三浦市の京急線全駅へのチラシの配架
 - ⇒宿泊施設や周辺観光施設へのポスター、チラシの配架
 - ⇒市内施設（各行政センター、役所屋等）へのポスター、チラシの配布

(2) イベント開催を通じた知名度・イメージの向上による集客促進

- ・コンサート等のイベントの開催

⇒マジックワークショップ2回、クリスマスコンサート1回、横須賀芸術劇場とのコラボレーションコンサート1回を開催

(3) 来館者サービスによる集客促進

- ・年間パスポート、前売り券の販売

⇒年間パスポート 229枚（一般181枚、高大生65歳以上48枚）

前売り券 74枚（一般66枚、高大生65歳以上8枚）

- ・福利厚生団体や宿泊施設と提携し、割引契約の締結

⇒提携団体：24件、その他期間限定のクーポン等

(4) 他部局、事業者との連携による集客促進

- ・各種イベントへの参加や協力

⇒日産スタジアムでの横浜F・マリノス戦、観音崎フェスタ等の連携企画

(5) 団体集客の推進

- ・旅行事業者との協定の締結等による団体集客の促進

⇒クラブツーリズム、小田急トラベルと協定を締結

クラブツーリズム 1,806人（昨年度 2,755人）

小田急トラベル 327人（昨年度 213人）

② 市民に親しまれ、市民の交流、活動の拠点となる

〔一次評価〕

達成目標	実施目標
B	A

【達成目標】 市民ボランティア協働事業への参加者数のべ2,400人
(事業ごとに加算、登録者・一般参加者を総合して)

〔目標設定の理由〕

- ・参加者数は「活動が活発に行われているか」「魅力的な活動を企画しているか」をはかるための指標の1つとなるものです。
- ・少しずつ新たな担い手を迎え入れ、安定した活動をしています。
- ・ボランティアの活動内容を整理し、選択肢を明示したことにより、これからボランティア活動に参加しようとする方にとって、よりスタートを切りやすい環境が整えられたと考えています。
- ・プロジェクトボランティアの活動では、平日の活動がやや増えています。また近年、イベントへの一般参加者数は、スタッフの人数と会場のキャパシティからみて、安全に楽しむことのできる限界に近づいていると考えられます。
- ・ギャラリートークボランティアの第3期メンバーが研修を終え、本格的な活動を始めています。
- ・年間の活動日数、ボランティアの参加状況、イベント参加者数の動向をふまえ、26年度の目標は、のべ2,400人とします。

〔一次評価の理由〕

- ・26年度ののべ参加者数は2,255人となり、目標を下回りましたが、その理由として、プロジェクトボランティアのGWおよび夏イベントが定員制であったことが挙げられます。また、夏イベントの一部は自由参加とはいえ、近年、参加者数が増加傾向にあり、安全に楽しめる限界に近づいていたため、試験的に夕刻に実施したことも、参加者が減少した理由と考えられます。
- ・目標を下回りましたが、主催者側が意図したことでもあるので、B評価としました。

市民ボランティア協働事業へののべ参加者数

(単位：人)

	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度
ギャラリートークボランティア	434	392	477	323
小学校鑑賞会ボランティア				194
みんなのアトリエボランティア				28
ギャラリートーク参加者	274	309	326	345
プロジェクトボランティア	197	258	337	229
プロジェクト当日ボランティア				50
企画イベント参加者	533	1,116	1,434	1,086
計	1,438	2,075	2,574	2,255

【実施目標】

- ・市民が美術館に親しみを感じ、訪れる機会をつくる。
- ・市民ボランティアが、やりがいを持っていきいきと活動できる場を提供する。

【目標設定の理由】

- ・市民感覚を持ったボランティアと協働することにより、市民にとって親しみやすい美術館により近づくことができます。また、美術館への親しみ、愛着を持ったボランティアの方々を架け橋として、より広い層の市民に美術館の魅力を知っていただく機会を増やしたいと考えています。
- ・横須賀美術館のボランティア活動は労働ではなく、美術館の担うべき社会教育の一環です。ボランティアがそれぞれの創意と経験を活かし、仲間どうし協力し、美術館ならではの活動をしていくこと、そして、やがてそれが地域の新しいコミュニティとなることを期待しています。

【一次評価の理由】

- ・ボランティアの多様な活動の実態と、ボランティアからの近年の要望に応じて、活動内容、募集の方法を見直し、サポートボランティア活動の目的を明確にし、細分化しました。組織を組み替えたことにより、ボランティアの参加数が増加しました。

(プロジェクトボランティア)

- ・「だれでもやることできる」「美術館を活かした活動をする」という点に留意しながら、年3回(ゴールデンウィーク、夏休み、クリスマスに近い時期)、ボランティア自身が発案し運営するイベントを行いました。それぞれのイベントは地域の行事とすでに定着し、市民を中心に多くの方が参加しています。
- ・イベントの参加者、特に子どもたちと交流を持つことが、企画するボランティアのやりがい、喜びの大きな要因となっています。

- ・活動に興味を持ち、企画段階から主体的に参加するボランティアが増えています。
- ・若い世代や主婦層の参加者が増え、異世代交流の機会となっています。
- ・イベントの準備や当日の進行がスムーズに行われているのは、これまでのイベントで積み重ねてきたボランティアの経験が活かされているからです。

(ギャラリートークボランティア)

- ・ボランティアを新規募集し、月に一度、日曜日に研修を行いました。新人に向けた研修に加え、会期ごとに所蔵品展のレクチャーを実施し、ギャラリートークボランティアとして活動するために必要な知識とスキルの向上に努めています。
- ・24年度に募集した第3期生が、他のボランティアと並んで本格的に活動をしています。
- ・研修の一環として、神奈川県立近代美術館（鎌倉館）を訪問するツアーを実施しました。先方の学芸員の解説を聞くことができ、大変好評でした。
- ・ギャラリートークでは、当日の担当者間で取り扱う作品を分担し、それぞれ工夫した個性的なトークを展開しています。

(小学生美術鑑賞会ボランティア)

- ・ボランティアを新規募集し、6月に集中して学校受け入れのための研修を行いました。
- ・企画展毎に、担当学芸員によるレクチャーを行い、企画展でもボランティアが安心して受け入れられるようにしました。
- ・ボランティア1名につき1クラスの引率をお任せしており、責任感とやりがいをもって取り組んでいただいています。

(みんなのアトリエボランティア)

- ・障害児者を対象としたワークショップ「みんなのアトリエ」の補助は、26年度もボランティアに登録者が増えました。

(プロジェクトボランティア)

- ・開催時期や、海の広場の立地条件を考慮した企画が、たくさんの方が集まるイベントの魅力につながっています。
- ・26年度は、年3回（ゴールデンウィーク、夏、冬）イベントを実施しました。
- ・GWのイベントは、150名×3回の定員制だったため、昨年度よりも参加者がやや減少しました。夏のイベントも定員制でしたが、一部を夕刻に自由参加型で開催したため、参加者は安全に楽しみ、ボランティアは余裕をもってイベントを見守ることができました。
- ・企画側が経験値を積み、小さな子どもでも参加できる内容の工夫や、気軽に参加しやすい運営方法を取り入れたことが、参加者数の増加につながっています。

- ・季節を問わず、海の広場を用いたイベントについては、市内の子どもを持つ家庭に定評があり、すでに恒例行事として定着していると考えられます。

[次年度への課題]

- ・ボランティアの活動の目的を明確にし、細分化したため、それぞれの活動に応じたきめ細やかな研修を行っていきたいと考えています。
- ・小学生美術鑑賞会ボランティアについては、毎年募集する予定であり、さらなる増加を期待したいところです。同時に、児童の鑑賞活動をよりサポートできる体制を整えられるよう、検討を進めます。
- ・ギャラリートークボランティアの活動周知について、ボランティアと相談しながら、仕組みや方策を検討していきます。

Ⅱ 美術に対する理解と親しみを深める

③ 調査研究の成果を活かし、利用者の知的欲求を満たす

〔一次評価〕

達成目標	実施目標
A	A

【達成目標】 企画展の満足度（補正值）80%以上

〔目標設定の理由〕

展覧会を企画・実施することは、美術館にとって基本的な活動のひとつであり、中でも、年間6回開催している企画展は、波及効果が高く、最も力を注ぐべき事業といえます。こうした認識から、企画展に対する来館者の満足度を、美術館の社会教育機能の高さを示す目安の代表として掲げることとしました。

満足度は来館者へのアンケートによって算出しています。同じ方法の調査を継続的に行っており、満足度の内訳を見ていくと、「観覧料」「解説・順路」の内の順路については、数値を上げていくことには限界があり、「作品」「配置・見やすさ」そして「解説」について改善の余地があります。ここ数年の数値の変化の経緯を総合的に判断し、目標を80%としました。

〔一次評価の理由〕

目標の「80%以上」を超える84.6%という数値となりました。

	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度
企画展満足度	80.6%	80.9%	77.6%	84.6%

企画展別にみると、「アール・ヌーヴォーとアール・デコ展」は、人気のあるテーマと受け入れられやすいタイトルであり、作品の満足度は81%でした。しかし、解説・順路についての満足度が66%と低く、全体の満足度を下げてしまいました。

「キラキラ・ざわざわ・ハラハラ展」は、井上涼、重田佑介、tupera tupera、西村正徳、ミロコマチコの5組による現代作家の展覧会。夏休みの子ども向けの展覧会が市民に認知されつつあること、また人気の高い作家への期待から満足度が上がっています。市民率が高いことも特徴の一つです。

「おいしいアート」展は「食」という親しみやすくユニークなテーマ、海外作家も含めた油彩、版画、日本画などバラエティ豊かな作品群により、とりわけ作品への満足度が高かったです。

「小林孝亘」展は現在活躍している作家の10年振りの大きな個展であり、期待値は高かったといえます。作家本人が作品配置、会場設営にこだわり、「配置」について満足度が90.6%と最も高く、次いで作品が85.4%という数字が全体を押し上げました。

「海老原喜之助展」は、首都圏では24年振りの回顧展で、期待値も高く、満足度は90%と高い数値を超えました。新出の大量のデッサン類の出品などがあり、質量ともにファンの期待にこたえたことが数字に表れています。

毎年恒例となっている「児童生徒造形作品展」の観覧者の多くは出品された子どもたちの関係者であり、内容を批判する要素に乏しいことから、他の企画展と満足度を比較するには注意が必要ですが、90.4%と高い数値を得られました。

また、要素別に満足度を検討すると、「解説・順路」については、改善の余地がある高くない数値となっています。アンケートでも、「キャプションの漢字が読めない」「解説が難しい」などの意見が寄せられているので、より分かりやすい表示をしていくなど、今後の課題とします。

なお、年度ごとの「企画展満足度」を算出する際には、それぞれの企画展の観覧者数の比率を反映させています。企画展Aの観覧者数をA（人）、企画展Aの満足度をa（%）とするとき、年度ごとの満足度（%）は

$$(A a + B b + C c + D d + E e + F f) / (A + B + C + D + E + F)$$

で表します。

【実施目標】

- ・幅広い興味に対応するようバランスをとりながら、年間6回（児童生徒造形作品展を含む）の企画展を開催する。
- ・所蔵品展・谷内六郎展を年間4回開催する。
- ・知的好奇心を満たし、美術への理解を深める教育普及事業を企画・実施する。
- ・所蔵図書資料を充実させる。
- ・多くの人が気軽に利用できるよう、図書室の環境を整える。
- ・主として所蔵作品・資料に関する調査研究を行い、その成果を美術館活動に還元する。

〔目標設定の理由〕

社会教育機関としての美術館は、常に知的好奇心を満足させる事業を発信し、また、そのための環境を整えていかななくてはなりません。

美術として扱うべき領域はとても広く、利用者の幅広い興味に応えるためには、所蔵品展以外にもさまざまなテーマを設けた企画展を開催する必要があります。作品の借用が許される期間に限度があることなどを考慮し、1カ月半から2カ月程度を目安とした年間5回の企画展を計画・開催しています。

また、コレクションの魅力を紹介するために、所蔵品展および谷内六郎展を年間4本開催しています。

さらに、横須賀美術館では、美術への親しみ、理解を深めるために、講演会やワークショップなど、年間を通じてさまざまな教育普及事業を展開しています。ここでは、広く一般向けの教育普及事業について、評価の対象とします。

これらの事業を企画・実施するための基礎となっているのが、日々の調査研究です。その範囲は、所蔵作品に関することを中心に、広く美術に関すること、美術の教育普及に関することを含んでいます。

〔一次評価の理由〕

26年度の企画展は、絵画以外の領域で関心の高いアール・ヌーヴォー展、親子で楽しめる現代美術、親しみやすいテーマ展、日本近現代美術の作家の個展など多岐にわたっていました。

「アール・ヌーヴォーとアール・デコ展」は、東京国立近代美術館との共同主催による「東京国立近代美術館工芸館所蔵名品巡回展」として実施した事業で、東京国立近代美術館が所蔵する、ヨーロッパと日本の工芸作品約140点を紹介しました。本格的な海外美術展ではありませんでしたが、2012年のストラスブル美術展以来、2年ぶりにヨーロッパの作品を扱った展覧会になりました。

「キラキラ、ざわざわ、ハラハラ展」は、主に夏休みの親子に向けて、まるで物語を読むように美術を読み解きながら楽しんでもらうことを意図した展覧会でした。アニメーションや絵本原画に加え、自ら積極的に関わることで楽しめる作品も紹介し、普段敷居が高いと思われがちな美術館が、子どもをもつ親にとって親しみが持てる場所となるよう努めました。

「おいしいアート」展は、「食」を切り口に西洋・日本の油彩画、日本画、版画、立体など近現代を中心として多様な作品約120点を展示しました。「食べる」という誰でも親しめるテーマ設定をし、「食事の前に」「食材の姿、色、かたち」「食卓の情景」「現代アート×食」の4章で構成しました。

「小林孝亘」展は、現在活躍している作家の10年振りの個展。初期作品から最新作に加え、多くの素描、版画、資料など約100点を展示しました。小林自ら展示構成、設営のアイデアを出し、「年代順」ではない新鮮な作品の見せ方に工夫をしました。

「海老原喜之助展」は、首都圏では24年ぶりの大回顧展でした。代表作を含めた約80点の油彩作品のほか、近年発見された膨大な素描の中から約120点を併せて展示しました。また、陶彫作品や表紙絵を担当した雑誌、貴重なパリ時代の資料など関連資料を多く紹介し、質・量ともに満足してもらえることを目指しました。

所蔵品展では、会期ごとに特集を組み借用作品も加えて、より魅力のある展示となるよう努めました。結果的に小企画展を行ったこととなり、総合で満足度が75.4%と昨年度より10%近く上がっています。

第1期では、横須賀出身の若手作家である「広瀬美帆」を特集しました。また、多数寄贈をされた伊藤久三郎作品の中から、新たに修復、額装したものを加えて16点を展示しました。

第2期では、戦前、戦後を通して日本の前衛美術の最前線で活躍した斎藤義重を、当館所蔵作品や寄託作品、借用作品によって特集展示しました。

第3期では、横須賀で晩年を過ごした彫刻家・川村吾蔵の作品を特集しました。また、海老塚耕一氏の触察を意図した作品を借用して展示し、会期中に実施した福祉ワークショップでは、フロッタージュ[※]の対象としました。

※ フロッタージュ：こすり出し。凹凸のあるものの上に紙を置き、鉛筆などの描画材でこする事によって、凹凸や形状を写し取る技法。

第4期では、絵画と小さな彫刻を組み合わせて発表し注目されている、前田昌良氏の作品世界を紹介しました。また、横須賀市出身の日本画家、吉田多最氏が手掛けた襖絵の大作「松龍図」を借用し、特別展示しました。

谷内六郎館では、所蔵品展の会期と連動して、年4回の展示替えを行っています。25年度は、第1期では「かぞくの時間」、2期では「子どもの一日」、3期では「四季のうた」、4期では「新春から春へ」とテーマを立てて、展示をしました。

教育普及事業（一般向け）については、一覧すると下表のようになります。

いずれも規模は大きくありませんが、参加者が満足できるよう、講師と美術館スタッフが打合せを重ねて入念な準備を行なっています。参加者と講師、主催者の距離が近く、より密なコミュニケーションが可能であることが、事業効果の高さにつながっています。

講演会・アーティストトーク

タイトル	実施日	講師	定員	応募	参加
「アール・ヌーヴォー、アール・デコと日本の工芸」	5月10日	木田拓也（東京国立近代美術館工芸課主任研究員）	40	—	29
トークセッション「井上涼×亀山達矢」	8月2日	井上涼（ハイパーメディアクリエイター） 亀山達矢（tupera tupera／絵本作家）	70	—	130
「セザンヌと、ヨーロッパで最も愛されてきた果物りんごについて」	10月4日	山本ゆりこ（菓子・料理研究家）	25	—	21
「あこのころの音楽 — 谷内六郎と、同時代のレコードたち—」	10月19日	山口‘Gucci’佳宏（音楽人／蒐集家）×鈴木啓之（アーカイヴァー）	40	—	13
「小林孝亘×中沢けい」	12月7日	小林孝亘（出品作家）、中沢けい（小説家、法政大学教授）	60	—	65
「南から来た画家、海老原喜之助」	2月15日	酒井忠康（世田谷美術館館長）	40	—	35

展覧会関連ワークショップ

タイトル	実施日	講師	定員	応募	参加
アール・ヌーヴォーとアール・デコ展関連「パート・ド・ヴェール技法でつくるガラス小物」	5月18日	HALI'S Glass Art Studio	30	56	26
所蔵品展関連「バレンタインのプレゼントを作ろう！大人の工作教室」	1月31日	前田昌良 (出品作家)	8組 16人	40	8組 16人

オトナ・ワークショップ

タイトル	実施日	講師	定員	応募	参加
「トンテンカン！真鍮のピンバッジ作り」	6月22日 午前	小原聖子 (金工作家)	7	28	8
	6月22日 午後		7	15	8
「アクセサリボックスをつくろう！」	3月14日	ウエハラサチコ (箱作家)	8	14	8
	3月15日		8	14	8

映画上映会

タイトル	実施日	講師	定員	応募	参加
冬のシネマパーティー 『ぼくの伯父さん』	2月7日	キノ・イグルー (シネクラブ)	25	27	22
	2月8日		25	28	22

企画展・谷内六郎展に関連して、6回の講演会と、2回のワークショップを行いました。

講演会では、キラキラ・ざわざわ・ハラハラ展関連事業として、出品作家二人によるトーク・セッションの試みを取り入れました。作家それぞれに異なるファン層があったため、通常の講演会やアーティストトークに比べ、多くの参加を得ることができました。内容の面でも、現代美術の展覧会にふさわしい、いきいきとしたトークになりました。

ワークショップでは、パート・ド・ヴェール、モビールといったやや難易度の高い内容を取り入れましたが、1回の時間を長くする、準備をより確実にこなすなどの工夫により、参加者のなかで途中放棄等が出ないように配慮しました。

また、当館の特徴的な事業の一つである「オトナ・ワークショップ」でも、引き続き、やや難易度の高い内容をあえて取り入れることで大人の興味を喚起し、リピーターや他都市からの参加者の獲得に成功しています。

なお、大人対象のワークショップについては、歳入増加を求められている状況の中、25年度から1,000円程度の参加費を徴収することとしました。応募者の減少など目立ったマイナスは見られません。

映画上映会は、「シネマパーティー」として恒例化しているイベントで、例年通り、安定した参加者数を得ています。

図書室に関しましては、定期購読雑誌や作品集をはじめ、美術史・デザイン・建築・写真など幅広い分野での美術図書、自館で開催する展覧会に関連する資料、子供向けの美術入門書やアーティストによる絵本などを収集しています。また、配架の工夫や室内案内表示など、利用しやすい環境づくりに努めています。

④ 学校と連携し、子どもたちへの美術館教育を推進する

〔一次評価〕

達成目標	実施目標
A	A

【達成目標】中学生以下の年間観覧者数 22,000 人

〔目標設定の理由〕

子どもたちが美術館に親しみを持ち、利用しやすくするためのさまざまな取り組みをしていますが、その成否は、実際の観覧者数に反映されるはずです。

横須賀美術館では、市立小学校、中学校および保育園と連携した鑑賞支援活動が、ここ数年、安定的に実施されていること、また特に平成26年度は、家族連れが最も訪れやすい夏季に「親子で美術を楽しみたい！キラキラ、ざわざわ、ハラハラ展」を開催する計画であったことなどから、中学生以下の年間観覧者数が増加することを見込み、これまでの目標を2,000人引き上げて、22,000人としました。

〔一次評価の理由〕

26年度の年間観覧者数は26,070人となり、目標を達成しました。

中学生以下の観覧者数

	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度
幼児	4,041	4,314	5,358	9,216
小学生	14,442	11,301	11,819	12,851
中学生	4,285	3,881	4,119	4,003
計	22,768	19,496	21,296	26,070

若年層に配慮した事業と、そのPR計画の成功が、目標達成につながっています。

7～9月の夏休み中に開催した「親子で美術を楽しみたい！キラキラ、ざわざわ、ハラハラ展」は、展覧会タイトル中に、親子・家族層向けの展覧会であることを明快に示したことで、幼児連れでも安心して来館できる点を効果的にアピールできたと推測します。平成26年度の7、8月の中学生以下の観覧者数は13,808人、8月だけでも1万人を超え、この時期の全観覧者に占める割合が約36%となりました。特に、小学生と幼児の増加が顕著でした。

なお、同展および9～11月の「おいしいアート」展では、市内の小中学校を通して全児童生徒にチラシを配布しました。10月、11月の中学生以下の観覧者数が、7月、8月に次いで多い理由、特に10～11月に中学生の観覧者が上向いた理由の一つとしては、「おいしいアート」展が、著名な作品が多く出品される質のよい美術展だったことが考えられますが、同時に、こうした展覧会情報を、学校からの配布物という確実な手法で周知

したことの効果もあると推測します。

このほか、美術館では、子供向けワークショップや児童生徒造形作品の開催等によって、小・中学生の造形活動を支援しています。

鑑賞の面では、24年度から継続して、①すべての企画展で親子向けの展示案内（親子ツアー）を実施、②全市立保育園と連携し、出前授業を含む鑑賞プログラムを園ごとに実施、③小学生美術鑑賞会の充実に向けた、鑑賞会内容および教材開発のための教員との勉強会に参加、以上3つに着手しています。展覧会など、各事業の性格はもちろん、これらの継続的な鑑賞支援活動も、今年度の観覧者数に確実に反映していると考えます。

【実施目標】

- ・学校における造形教育の発表の場として、児童生徒造形作品展を実施する。
- ・学校と緊密に連携し、子どもたちにとって親しみやすい鑑賞の場をつくる。
- ・子どもたちとのコミュニケーションを通じて、美術の意味や価値、美術館の役割などに気づき、考え、楽しみながら学ぶ機会を提供する。
- ・鑑賞と表現の両方を結びつけたプログラムを実施する。
- ・小学校鑑賞会を充実させるため学校との連携を強化する。鑑賞会と連動した教材の共同開発と活用、出前授業の実施などを教員と協力しながら実施する。

【目標設定の理由】

美術教育は表現と鑑賞との両輪によってなりたつものですが、多くの学校教育現場では鑑賞の機会に乏しく、造形教育に偏りがちでした。

近年の年度にわたる学習指導要領の改訂にともなって、小・中学校における鑑賞教育がより重視されるようになってきています。23年度から実施された小学校の新学習指導要領では、鑑賞教育のために地域の美術館を利用することに加え、学校と美術館との連携を図ることが明示されています。

学校教育ではできない、美術館にしかできないことは何かをじゅうぶん意識しながら、鑑賞教室やワークショップ、作家との連携等充実したプログラムを企画、提供することによって、子どもたちが美術に親しみをもつ機会の拡充につとめていきたいと考えています。

【一次評価の理由】

- ・開館2年目の20年度から、市内の子どもたちの作品を一堂に展示する「児童生徒造形作品展」の会場となっています。学校・幼稚園と緊密に連携しながら、運営にあたっています。
- ・市内の全46小学校の6年生を対象として、「小学生美術鑑賞会」を実施しています。対応には学芸員と鑑賞サポートボランティアが複数あたり、ワークシートなどを利用して、鑑賞の楽しさを知ってもらえるよう努力しています。受け入れ側が経験を積むことによって、鑑賞内容も充実に向かっていきます。
- ・市外や私立の小・中学校の団体に対しても、事前の相談を経て、注意事項についての話やワークシートの提供を行うことがあります。

- ・夏休みの時期にあわせ、「中学生のための美術鑑賞教室」を実施しています。参加は任意ですが、広報する地域を拡げたため、市外中学生の割合も増えています。
- ・「アーティストと出会う会」では、実物や仕事の資料を持ち込み、仕事について具体的にお話いただくスタイルが人気を呼んでいます。しかし、現在の日程設定（夏休み中の平日）では、学校単位または部活単位のまとまった参加が得られるかどうかで参加者数が左右されがちです。また、これまでの参加者の反応から、講演会という形式自体が中高生にはなじみが薄いのではないかとも思われます。
- ・子どもを対象とした普及事業に積極的に取り組んでいます。ワークショップをはじめとした造形活動のほか、野外映画会や、親子向けのギャラリートツアーなど、さまざまな方向から、幅広く美術を楽しむ機会を設けています。
- ・鑑賞支援活動については、対象となる年齢層の幅を広げています。親子向けのギャラリートツアーを企画展ごとに実施したほか、平成24年度から市の保育運営課と連携し、市立保育園全10園に対し、出前授業と来館時の鑑賞プログラムを実施しました。
- ・平成25年度、文化庁の補助事業として、横須賀市造形教育研究会に所属する教員と協力し、「小学校美術館鑑賞会」の事前授業などに活用できる鑑賞教材「横須賀美術館アートカード」を制作しました。平成26年度は、これを活用して、鑑賞教育の質をあげることを目的に教員向けの研修を行いました。また、文科省および各地の美術館の関係者を招き、フォーラムを開催しました（いずれも、横須賀美術館学芸員と教員で組織する「地域とはぐくむ子どものための鑑賞教育基盤整備事業実行委員会」の事業）。

【次年度への課題】

- ・平成26年度は、鑑賞教育の質的向上のツールとして平成25年度に開発したアートカードについて、その活用促進を進めつつ、学校連携および教員との関係強化に積極的に取り組みました。こうした活動は、継続することが重要です。
- ・小学校鑑賞会の事前授業で「アートカード」を使う学校が9割近くにのぼっていることを踏まえ、平成27年度は、それに合わせた来館プログラムの開発を検討します。また、「アートカード」が市内小中学校に配備されたことで、今後は、学校での鑑賞教育の機会も増加することが見込まれます。こうした状況に対応するため、発達段階や各学年の指導事項と合わせた鑑賞教育について研究を進め、実践を重ねていく必要があります。
- ・中学生以下の観覧者数は増加しているものの、子どもや幼児向け事業の対象からははずれる中学生は、観覧者数で見ると横ばいです。
- ・キャリア教育の面では、「職業体験」や「インターンシップ」の受け入れのほか、平成19年度より「アーティストと出会う会」を実施してきましたが、この事業は平成26年度をもって終了とします。今後のキャリア教育の機能は、美術館の仕事に興味のある生徒を対象とした「職業体験」と「インターンシップ」の受け入れに集約することとします。

⑤ 所蔵作品を充実させ、適切に管理する

〔一次評価〕

達成目標	実施目標
A	C

【達成目標】 環境調査の実施（年2回） 美術品評価委員会の開催（年1回）

〔目標設定の理由〕

購入費（基金）が充当されていないため、収集は寄贈に頼っている状況です。

寄贈される作品の質については、専門家による外部委員会である「美術品評価委員会」によってすでに保証されていますが、作品の収集は数量によって評価されるべきではありません。

作品の修復、額装等の処置についても、個々の事例に即して対処しているため、やはり数量的な評価に適していません。

作品の貸出は、依頼に応じて行う性格のものであり、また、作品保護の観点からも数量的な評価をすべきではないと考えます。

したがって、所蔵作品の管理と美術品の収集については達成目標を設けず、年2回の環境調査の実施と、年1回の美術品評価委員会の開催を達成目標とします。

〔一次評価の理由〕

収蔵施設の環境調査を、5月16日～6月24日、8月19日～9月17日の2回実施しました。また、寄贈のお申し出のあった作品についての調査を行い、諮問のため美術品評価委員会を3月14日に開催しました。

【実施目標】

- ・ 収集方針に基づき、主体性を持って積極的な収集活動を行う。
 - ・ 適正な保管環境を維持し、そのチェックのため必要な調査を実施する。
 - ・ 計画的に所蔵作品の修復、額装を行う。
 - ・ 所蔵作品がひろく価値を認められ、他の美術館等で開催する企画展などに活用されている。
-

〔目標設定の理由〕

すぐれた美術作品をひろく収集し、次世代に伝えてゆくことは、美術館の果たすべき基本的な役割です。そのために、保管のための適切な環境整備と、作品そのものの修復および保護を行っています。他の機関での展示等の所蔵品の活用は、作品への影響をじゅうぶんに考慮したうえ、可能な範囲で行っています。

〔一次評価の理由〕

26年度は寄贈63点を受入れました。その中で、2014年に亡くなった本市出身の画家、木村利三郎の版画37点が半数近くを占めています。海老塚耕一作品は平成26年度所蔵品展特集展示が寄贈のきっかけになりました。また、藤田修の版画作品は平成25年度企画展「街の記憶」の出品作です。

20年度以降、毎年50点を超える作品を受け入れています。昨年度は37点と例年を下回りましたが、平成26年度は60点を超える寄贈を受けることになりました。これまでと同様のペースで短期間に多くの作品を寄贈によって受け入れることには、長期的にみたときに、コレクションのバランスを崩してしまうおそれもあります。今後も作品を厳選し、より慎重な作品収集を行うべきと考えます。

収蔵庫・保管庫について、昆虫類、菌類、気相についての調査（環境調査）を年度内に2回実施し、概ね良好であることを確認しています。開館以来継続的に行っていることには、環境の長期的な変化を観察する意味があります。

修復、額装は、所蔵品展特集展示に出品する作品や他館貸出作品を中心に額装を行いました。平成26年度は額装が中心となりましたが、平成27年度以降も引き続き、近年の寄贈作品を中心に必要な修復、額装を行ない、既存の作品でも画面への映り込みがはなはだしいものについては、アクリルやガラスを外して額縁改修を行うなど見直しを行ってまいります。

所蔵作品の活用について、所蔵作品のうち8件12点を他機関に貸出しました。件数から見ると、21年度実績の16件、22年度実績の12件、23年度実績の18件、24年度実績14件、25年度実績14件よりも減少していますが、近代日本美術に限定される当館所蔵作品を作家の個展を中心に貸出した点は評価します。

以上により、例年並みの活動をしているといえますが、作品購入費の充当が途絶えている状況が解消されていないことから、一次評価を「C」としました。

〔次年度への課題〕

- ・作品購入の必要性を説明していくと共に、財源についても一層の検討を進め、たとえ少額でも作品購入費が予算配当されるよう引き続き努力します。
- ・収集作品を精選します。
- ・貸出作品の偏りを減らすため、所蔵作品の活用と周知に努めます。
- ・収蔵作品の増加に伴い、将来の収蔵庫拡張の必要性・時機について検討します。

Ⅲ 訪れるすべての人にやすらぎの場を提供する

⑥ 利用者にとって心地よい空間、サービスを提供する

〔一次評価〕

達成目標	実施目標
B	A

【達成目標】

- ・館内アメニティ満足度 91%以上
- ・スタッフ対応の満足度 80%以上

〔目標設定の理由〕

館内アメニティ満足度については、来館者が気持ちのよい時間を過ごしていることを示す指標であると考えます。平成21年度から、アンケートのなかに質問事項を加え、「全体的にみて、館内では気持ちよく過ごすことができた」という項目に対する満足度を指標（総合満足度）としました。平成26年度の目標は、これまでの最高値を上回る91%以上としました。

スタッフ対応の満足度については、来館者アンケート「スタッフの対応・案内は適切だった」という項目に対する満足度であり、こちらもこれまでの最高値を上回る80%以上としました。

〔一次評価の理由〕

館内アメニティ満足度、スタッフ対応の満足度はともに高水準で推移しており、特に「スタッフ対応の満足度」については、評価開始以来、初めて目標を達成しました。

「館内アメニティ満足度」についても、目標値にわずかに届きませんでした。概ね目標達成されていると判断し、B評価とします。

	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度
館内アメニティ満足度	90.4%	87.6%	88.8%	89.9%
スタッフ対応の満足度	78.5%	79.1%	78.5%	81.9%

館内アメニティ満足度につきましては、「美術館入口やトイレの場所がわかりにくい」といった案内サインに関することへの、お客様からのご意見が見受けられますので、そのあたりが目標値に届かなかった主たる要因であると推察されます。

【実施目標】

- ・ 建築のイメージを損なわないよう、じゅうぶんなメンテナンス、館内清掃を行う。
 - ・ 受託事業者と協力して、ホスピタリティのある来館者サービスを実践する。
 - ・ 受託事業者と協力して、付帯施設（レストランおよびミュージアムショップ）を来館者ニーズに応じて運営する。
-

〔目標設定の理由〕

横須賀美術館が来館者に好ましい印象を持たれている大きな要因として、周囲の豊かな自然と、その風景と調和したユニークな建物があります。しかし、海のそばに立地しているため強い風雨にさらされることも多く、また塩害によって老朽化の速度が進んでいることも事実です。建築の魅力をいつまでも来館者に伝えていくためには、適切なメンテナンス、清掃を継続していくことが重要となります。

さらに、ご案内をするスタッフの対応いかんによって、美術館に対する印象は大きく左右されます。受付・展示監視スタッフは受託事業者ですが、市職員との緊密な連携を図り、一体となって、来館者の立場に立ったより良い接客を目指します。

美術館を訪れた際に買い物や食事をすることも、来館者の大きな楽しみです。やはり民間事業者であるレストランおよびミュージアムショップと連携し、来館者のニーズに即応したサービスの提供がなされるよう、知恵を出し合い、工夫を重ねていきます。

〔一次評価の理由〕

(メンテナンス)

- ・ 本館出入口に近いことから、外気の進入により冷暖房効率の悪かったミュージアムショップに、空調機を増設しました。
- ・ 不慮の災害に備え、消防設備の電源機器一式を交換しました。
- ・ 経年劣化や雨水の侵入による不点灯箇所のありました、正面底下の足元灯を全交換しました。

(清掃)

- ・ 日常の清掃について、人員が必ずしも充分ではない（開館前4名・日中1名）ので、利用状況に応じて重点を移す効率的な清掃を心がけています。

(休憩所)

- ・ 繁忙期（GW・夏季）の休憩所を確保するため、山の広場に屋外休憩所（テント）を設置（平成20年度以降毎年）しておりましたが、強風等によるテントの劣化が激しいため平成25年度にて終了とし、26年度新たにワークショップ室前に簡易休憩所（屋外用テーブル・椅子）の設営を試行しました。
利用率も高く、ご好評いただきましたので、今後も継続していきます。

(受付・展示監視)

- ・受付や展示監視に従事するスタッフは、来館者と直に接するためクレームの対象となりやすく、特に展示監視は来館者への注意などを行うため、どうしてもクレームとは切り離せない業務となっています。
以前は年に数件のクレームがありましたが、受託事業者の自助努力（研修、スタッフの入替など）や、館内における情報の共有化の促進によって日々改善の努力を続けており、満足度の数値も一定以上の水準に達しています。
- ・情報の共有や、来館者への対応方法の指示などをきめ細かく行う目的で、来館者からのクレーム内容や対応の記録を日報として毎日提出するよう、平成21年度より展示監視スタッフに義務付けています。
なお、平成26年10月の受託事業者変更を機に、受付スタッフに対しても日報の提出を義務付けました。
- ・平成26年10月より新たな受託事業者となり、社内講師による研修のほか、外部講師による接客マナー研修を実施。また、事業者独自の覆面調査員による接客チェックも行なわれており、その結果は今後の研修等に活かされる予定です。

(ミュージアムショップ)

- ・横須賀美術館オリジナル商品（エコバッグ、ボールペンなど各種）の作製販売や、季節に合わせた商品展開、新商品の販売試行など、満足度向上のための自助努力を継続しています。
- ・室温に対する苦情（夏暑く、冬寒い）が見受けられましたので、前述のとおり空調機の増設工事を実施しました。12月の工事完了以降、苦情は受けていません。

(レストラン)

- ・メニューの見直しなど運営事業者の自助努力により満足度はかなり向上しています。
満足いただける理由としては、「質の高い食事」「おいしい」のほか、「景色がよい」こともあげられています。また、低価格帯メニューが豊富になったことで、過去に意見が多かった「価格が高い」という意見は激減し、ランチタイムの客数は目に見えて増加しています。
満足いただけていない理由としては、「長時間待たされる」、「混んでいて入れない」など、利用したくてもできないケースへの意見をいただいています。
- ・企画展ごとに、展示のイメージや内容に合わせた「コラボレーションメニュー」を考案して提供しており、好評を博しています。
- ・混雑時の顧客のストレスを軽減するため、土日祝日については事前予約をとらず、先着順に対応しています。

(災害への備え)

- ・例年通り年2回の防災訓練を実施しました。
平成26年度2回目の訓練は、受付展示監視スタッフが変わってから初めての訓練でしたので、避難経路の確認および誘導に重点を置き、かつ、消防士によるAEDや消火器の操作講習も行うなど、実践に即した内容としましたので、訓練参加者の関心も高く、充実した訓練となりました。

(その他)

- ・社会情勢を鑑み、来館者に影響を与えない範囲での節電を継続しています。
- ・平成21年度より、毎月1回、レストラン、ショップ、受付、展示監視、警備、広報、総務、学芸より出席いただき、運営事業者連絡会議として、館内で起こっている諸問題について情報共有、改善の提案、検討を行なっています。
平成26年度から設備日常監視業務の受託事業者にも参加いただくこととしました。
- ・混雑が予想される連休等にあわせて、ケータリングカーを誘致し、より多くの来館者に軽食等を提供できるようにしています。(平成20年度以降継続)

⑦ すべての人にとって利用しやすい環境を整える

〔一次評価〕

達成目標	実施目標
S	A

【達成目標】 福祉関連事業への参加者数のべ 340 人

〔目標設定の理由〕

- ・福祉関連の事業は、対象を限定すればするほど参加者数が減る傾向にあります。しかし一方で、対象を限定した事業展開こそ必要な分野でもあります。
- ・上記のような事情により、福祉関連事業は、その年の事業の性格次第で参加者数の増減が大きくなりがちです。そこで、過去2年間の参加者の平均値から算出した340人を平成26年度の目標値としました。

〔一次評価の理由〕

- ・26年度の福祉関連事業への参加者数はのべ457人となり、目標を大きく上回りました。

福祉関連事業への参加者数

	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度
講演会	22	29	29	31
ワークショップ	22	19	26	50
みんなのアトリエ	111	169	214	191
その他	0	55	125	185
計	153	272	394	457

- ・講演会の参加人数は、ほぼ例年並みだったといえます。
- ・ワークショップについては、当日参加を受け入れたこともあり、参加者数は大幅に増加しました。
- ・みんなのアトリエの参加者数は昨年より少なくなりましたが、応募者数が減ったのではなく、体調の都合などによる当日キャンセルによるものといえます。
- ・「その他」には、パフォーマンスの鑑賞者（125人）、同一講師によるワークショップへの参加者（26人）を含んでいます。また、託児の受託児数（34人）も加えています。
- ・今年度は、パフォーマンス講師にワークショップも実施してもらいました。パフォーマンスとワークショップを一体化することで、パフォーマンスの広報および集客を効果的に行うことができました。

【実施目標】

- ・年齢や障害の有無などにかかわらず、美術に親しんでもらう（環境づくりの）ための各種事業を行う。
 - ・必要に応じて、対話鑑賞等の人的サポートを実践する。
-

〔目標設定の理由〕

- ・各種事業を通じて、美術館が健常者のみの施設ではないこと、障害の有無に関わらず美術を楽しめること、また各年齢や状況に応じた楽しみ方があることを伝えていきたいと考えています。
- ・設備や什器を新規に導入するよりも、対話鑑賞のような人的対応を充実させることのほうが、福祉の充実につながると考えています。
- ・障害者のニーズを、職員が実践を通して知ることによって、次年度以降の取り組みや長期計画に活かしていきたいと考えています。

〔一次評価の理由〕

- ・障害児向けワークショップ「みんなのアトリエ」では、2008年の開催初年度から参加していただいているリピーターに加え、新規での参加希望者が増え続けています。チラシやHPでの広報活動や、参加者の口コミが広がっている表れと感じます。リピーターの方も、新しく参加しはじめた方も、リラックスして各々のペースで制作を行うことができているようです。
- ・福祉講演会では、イタリアから国立オメロ触覚美術館で活躍している講師を招き、立体作品の触察による鑑賞だけでなく、詩や音楽を用いた鑑賞や館外活動など、ジャンルや場所にとらわれない活動も紹介してもらいました。参加者にとって、柔軟な思考で行われる普及活動の事例は興味深かったようです。
- ・福祉ワークショップでは、障害者の参加はありませんでしたが、「見る」ことや「触る」こと、「ものの表面」の存在を、フロッターージュというシンプルな技法を通して、理解することのできる良いワークショップとなりました。展示室で作品を使ってフロッターージュするという体験も貴重なもので、参加者から好評を得ました。
- ・パフォーマンスでは、同一講師に年中～年長の幼児を対象としたワークショップも実施してもらいました。ワークショップでは、「聴く」ことを楽しむために、日頃見落としがちな身の回りにあるさまざまな音を見つけてもらいました。保育園経営者を含む講師らのリードによって、「音」や「聴く」ことを楽しみながら、それぞれが新鮮な発見をしていました。続くパフォーマンスも参加者が多く、好評でした。
- ・養護学校への事前（出前）授業については、2校から依頼があり、計2回の授業を行いました。学校や学年によって障害の程度が大きく変わりますが、教員との打合わせと入念な準備を行い、その都度適した内容にアレンジしながら実施することができました。

[次年度への課題]

- ・「みんなのアトリエ」についてはリピーターも多いため、新たな素材を取り入れるなどして活動内容を見直し、参加者の期待を維持していく必要があります。また、毎年3月にワークショップ室で行っている1年分の作品展示については、観覧者から好評をいただいているため、情報の充実を図るなど、広報活動の場としてさらに活用できると感じました。
- ・福祉ワークショップは、子どもから高齢者までの参加があり、さまざまな世代の人が一緒に楽しむという目的を達成することができたと思います。しかし、障害のある方の参加には至りませんでした。障害のある方に参加を無理強いすることはしませんが、養護学校や高齢者団体への広報を手厚く行うなど、より広い層に向けた情報発信を心がけます。
- ・養護学校への事前授業については、教員の評価も高く、今後も依頼があると推測されます。その場合、すでに事前授業を受けた生徒も多くいるため、授業内容や活動プログラム等が重複し過ぎないように工夫する必要があります。

⑧ 事業の質を担保しながら、経営的な視点をもって、効率的に運営・管理する

〔一次評価〕

達成目標	実施目標
C	B

【達成目標】電気使用量、水道使用量、事務用紙使用枚数、公用車走行距離を前年度以下とする

〔目標設定の理由〕

- ・美術館の総事業費の約12.9%を占める電気料、水道使用料、下水道使用料は、達成目標を定め管理していく必要があります。
- ・職員が努力した効果を目に見えて感じることができる目標として、引き続き電気使用量、水道使用量、事務用紙使用枚数、公用車走行距離を、最終的に前年度実績以下とすることを目標とします。

〔一次評価の理由〕

	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度
総電気使用量(kwh)	2,525,376	2,559,600	2,571,895	2,582,595
電気使用量(昼間)(kwh)	1,744,038	1,696,578	1,754,173	1,800,387
電気使用量(夜間)(kwh)	781,338	863,022	817,722	782,208
水道使用量(m ³)	4,426	4,227	4,055	4,077
事務用紙使用枚数(枚)	244,176	216,595	209,241	216,104
公用車走行距離(km)	4,921	4,756	4,413	4,297

公用車走行距離については前年度実績以下の数値を達成することができました。
 しかしながら、電気使用量（前年比0.4%増）・水道使用量（前年比0.5%増）・事務用紙使用枚数（前年比3.2%増）については目標を達成できませんでした。
 理由としては、以下のようなものが挙げられます。

（電気）

- ・来館者や観覧者数の増に伴い、室温維持のために空調がより稼働したこと。

（水道）

- ・来館者や観覧者数の増に伴う手洗い利用の増。その一方でレストランの水道使用量は下がっているため、その差で前年比微増になっているものと考えられます。

（事務用紙）

- ・特別展示のチラシや在庫切れした館内配布用パンフレットを印刷したため。

目標値を前年度以下としたことで、観覧者数を増やすための努力をすればするほど当該目標をクリアできないという矛盾した状態になってしまっています。

よって、次年度から目標値を前年度のみとするのではなく、直近3年間の数字を参考にすることで、短期的な増減要因の影響を抑えた目標になるようにしていきます。

【実施目標】職員全てが費用対効果を常に意識し、事業に取り組む。

〔目標設定の理由〕

- ・サービスを低下させず経費を削減しスリムな運営体制を目指すためには、職員全員が費用対効果を常に意識した行動が必須であると考え、実施目標としました。

〔一次評価の理由〕

事業者選定において、複数業者から見積書を徴収し競争入札を行い、業務の質を担保しつつ最も少ない経費で業務を執行し、経費削減を実現しています。

具体的な内容の主なものは、次のとおりです。

- ・特に展覧会の委託関連の予算執行にあたっては、費用対効果の観点から委託内容を見直し、仕様書を再点検し、経費削減に努めました。
- ・事業者選定においては、定められた基準等により契約額及び契約先は入札によって決定することになります。26年度も、特定の業者でなければ実施できない業務を除き、基準外の業務でも見積り合せを実施しました。この結果、事業の質を担保しつつ最も少ない経費で業務を実施できました。
- ・展覧会関連の出張については、スケジュールをまとめ、出張経路を最短に設定し、経費を削減しています。
- ・事務用品についても在庫の整理を実施しながら、必要な物の調達を行っております。

〔次年度への課題〕

- ・電気、水道、事務用紙等、無駄な使用を抑えていくことはもちろんですが、観覧者数や天候の影響は大きいので、前年度（単年度）の実績を追うのではなく、長期的な平均を取っていくことで実効性のある目標設定を行っていきます。