

平成 29 年度
横須賀美術館 運営評価報告書

平成 30 年（2018 年）10 月

横須賀市教育委員会

美術館運営課

目 次

1 平成 29 年度 横須賀美術館の運営評価について	1
2 平成 29 年度の運営評価システム	3
3 平成 29 年度の運営評価結果	6
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。 ..	7
② 市民に親しまれ、市民の交流、活動の拠点となる。	14
③ 調査研究の成果を活かし、利用者の知的欲求を満たす。	19
④ 学校と連携し、子どもたちへの美術館教育を推進する。	25
⑤ 所蔵作品を充実させ、適切に管理する。	30
⑥ 利用者にとって心地よい空間、サービスを提供する。	33
⑦ すべての人にとって利用しやすい環境を整える。	37
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。	41
4 横須賀美術館運営評価委員会 委員名簿	44
5 横須賀美術館運営評価委員会条例	45

はじめに

横須賀美術館の運営評価委員会は、開館前の平成 19 年 3 月に発足しました。それから 3 年間ほど評価システムの構築に関して議論を重ね、点検評価の初年度版になります平成 21 年度の活動の評価を行いました。その後も毎年度評価活動を行いつつ自己点検・自己評価における課題や改善点の検討を繰り返し、横須賀美術館独自の評価システムとして運用し、このたび平成 29 年度の評価を行いました。

平成 29 年度の評価は、従来のシステムと同様、3 つの使命に基づく 7 つの目標と、経営的視点による目標を加えた計 8 つの目標について評価しました。評価結果を昨年度と比較してみると、全体的には評価を上げたものの、依然として改善が見られない項目、達成目標に至らず評価を下げた項目、また、評価の高い項目であっても、今後の課題として各所に改善を検討すべき点が見受けられました。

しかし、年を追うごとに評価は上がっており、評価システムの PDCA サイクルが正しく機能し、それが成果につながっているものを感じています。

評価システムは、日常的に行われている美術館活動を点検評価し、課題の改善や解決につなげるツールとして活用するものです。このツールを最大限活用し、良い評価を得た活動は現状の継続維持と更なる改善に努め、課題については解決へ取り組んでいくことで、市民に親しまれる美術館として活動を続けてまいります。

平成 30 年 10 月

横須賀美術館

館長 阪元 美幸

1 平成 29 年度 横須賀美術館の運営評価について

(1) 運営評価の目的

横須賀美術館の運営評価は、現在行っている活動を振り返り、適正に行われているかを自己点検することで課題や反省を自覚し、改善点の検討につなげるものです。

美術館は 1 年間の活動をまとめ、自らの評価（一次評価）を行います。一次評価を運営評価委員会に報告し、運営評価委員会は活動内容を市民目線でチェックし、二次評価を行います。併せて、美術館の業務改善、よりよい活動につなげていくことを目的として、改善点や活動の提言を行います。

5 頁に掲載した図のとおり評価全体の流れは PDCA サイクルによる改善を基本としています。個々の業務を計画(P:Plan)し、実行(D:Do)していく、その内容を評価(C:Check)し、これを改善(A:Action)につなげていきます。

毎年この活動を繰り返していくことで、よりよい横須賀美術館を目指していくものです。

(2) 評価項目

横須賀美術館は、その設置条例第 1 条に「美術を通じたさまざまな交流の機会を促進し、市民の美術に対する理解と親しみを深め、もって文化の向上を図る」と、設置の目的を明記しています。そしてこの目的に沿った「使命」を掲げ、「使命」に基づいた「目標」を示し、この目標を評価項目として体系づけました。それぞれの目標には、「達成目標」と「実施目標」を掲げ、これが具体的な評価をしていく項目となります。

なお、「達成目標」は数的指標であり、具体的な数値目標が示されるため、達成の成否は客観的に明らかです。評価者は、その他の資料もあわせみたうえで、達成の度合いを判断し、総合的な評価を行います。

いっぽう、「実施目標」は質的指標であり、評価者は、運営者の行動報告に基づいて、主観的評価を行います。

評価項目は、「平成 29 年度評価システム」として 3 ~ 4 頁をご覧ください。

(3) 評価基準

達成目標と実施目標共通の基準を設けています。

目標に到達したかを「S」から「D」の 5 段階とし、以下の基準としました。

S : 優れた成果を挙げている

A : 目標を達成している

B : 目標をほぼ達成している

C : 目標にはほど遠い。より一層の努力を要する

D : 努力が結果に結びついていない。方法そのものについて再検討をする

二次評価を評価委員が行う際には、上記のほか、F : 判定不能を設けています。

* 現在の評価項目は、平成 22 年度に見直し、現在に至っています。

【目標の性格】(平成 22 年度から)

「目標」ごとに、「達成目標」と「実施目標」を設けた。

「達成目標」：数的指標

- ・「目標」の達成度合いを端的にしめす数値目標。
- ・主に外的要因（来館者の動向など）によって結果が左右される。
- ・達成したかどうかは客観的に判断される。
(達成した場合の S/A の別、達成しなかった場合の B～D の別は、各委員の裁量の範囲。)

「実施目標」：質的指標

- ・「目標」を達成するための行動計画。
- ・運営者側の計画的な行動であり、充分であるかどうかは各委員の主観的な判断による。
- ・端的な指標に過ぎない「達成目標」のみでは把握できない部分を補う役割がある。

【評価基準】

「達成目標」と「実施目標」に共通の評価基準を適用する。

評価基準 (平成 22 年度から)	
すぐれた成果を挙げている。	S
目標を達成している。	A
目標をほぼ達成している。	B
目標にはほど遠い。 より一層の努力を要する。	C
努力が結果に結びついていない。 方法そのものについて再検討を要する。	D
判定不能	F

S～D の 5 段階評価に、「F」(判定不能) を加えた。「A」と「B」の間に「目標」がある。

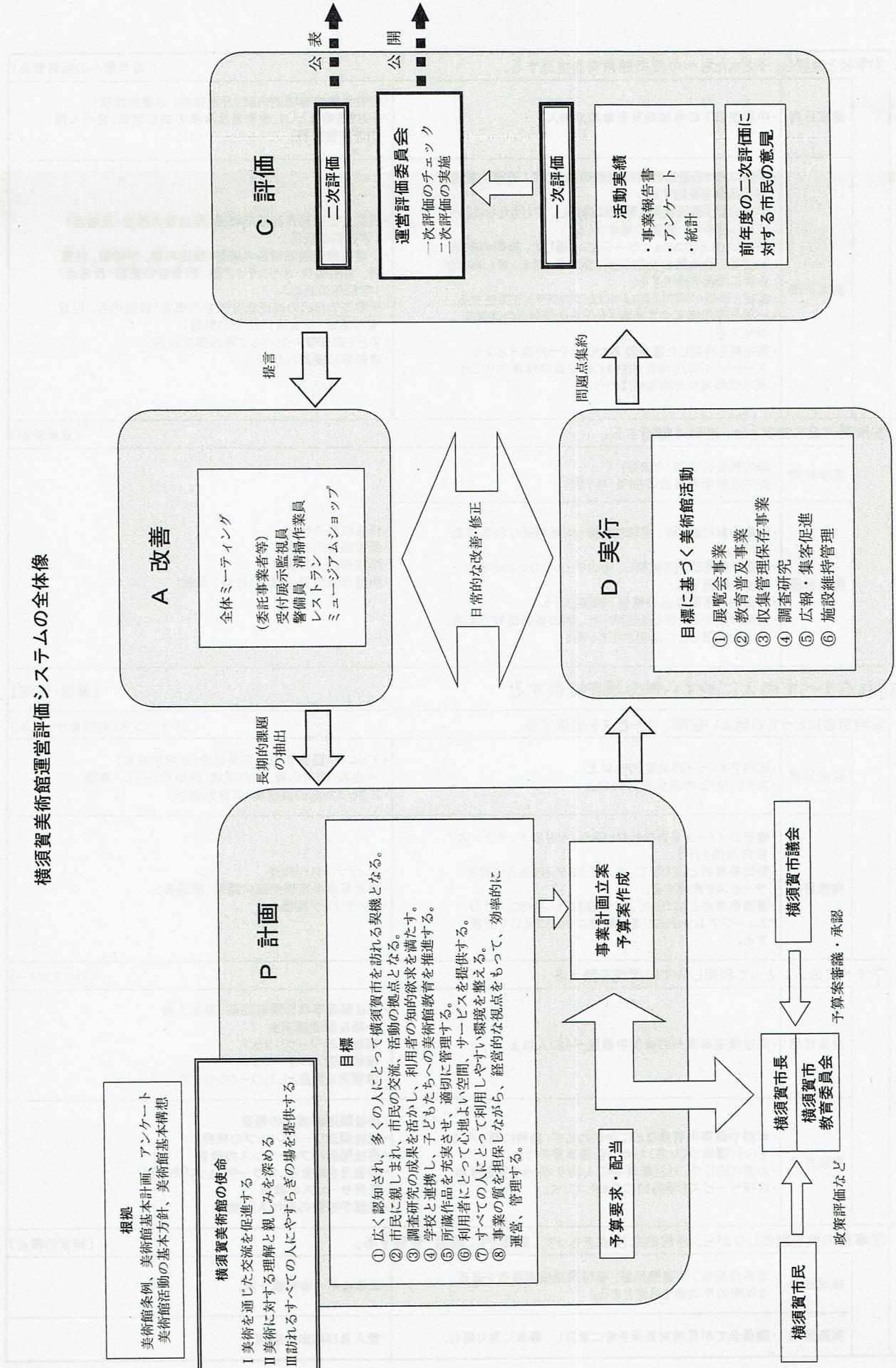
- ・目標を達成していれば「A」以上となり、よい評価であることがわかりやすい。
- ・目標より下に段階を設けることにより、目標を達成していない場合、その度合いを表現しやすくなった。
- ・結果が著しく劣っている、あるいは努力の方向が間違っているために、方法そのものの再検討が必要な場合のために、「D」評価を設けた。
- ・専門的な知識が必要であるなどの理由から、評価ができないという場合のために「F」(判定不能) を設けた。

2 平成 29 年度の運営評価システム

使命	目標	指標	参考資料		
I 美術を通じた交流を促進する			【集客・交流推進】		
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。			【広報】		
達成目標	・年間観覧者数100,000人以上		<ul style="list-style-type: none"> ・年間観覧者数(年度別推移) ・年間来館者数(年度別推移) ・駐車場利用状況(年度別推移) ・来館回数(年度別推移) *リピート率 ・居住地域(年度別推移) *市民率 ・交通手段(年度別推移) 		
	実施目標		<ul style="list-style-type: none"> ・様々な広報媒体の特性を生かして、効果的な広報活動を実施し、交流を促進する。 ・各種イベントを開催し、展覧会以外の要因での利用を増やす。 ・外部連携を推進し、様々な機会と場所を捉えて、美術館の情報を発信する。 ・旅行会社などへの働きかけを通じて、団体集客を促進する。 ・商業撮影の受入と誘致を推進し、美術館のイメージアップを図る。 		
②市民に親しまれ、市民の交流、活動の拠点となる。			【市民協働】		
達成目標	・市民ボランティア協働事業への参加者数延べ2,000人 (事業ごとに加算。登録者・一般参加者を総合して)		<ul style="list-style-type: none"> ・各事業ごとの開催回数、参加者数の一覧 →サボボラ研修 所蔵品展ギャラリートーク(参加者数、参加ボランティア数) 小学校鑑賞会補助(参加ボランティア数のみ) ワークショップ補助(参加ボランティア数のみ) プロジェクトボランティア会議 プロジェクトボランティアイベント(参加者数、参加ボランティア数) 		
	実施目標		<ul style="list-style-type: none"> ・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。 		
II 美術に対する理解と親しみを深める			【社会教育】		
③調査研究の成果を活かし、利用者の知的欲求を満たす。			【展覧会・教育普及】		
達成目標	・企画展の満足度80%以上		<ul style="list-style-type: none"> ・各企画展の満足度 ・所蔵品展の満足度(年度別推移) ・谷内六郎展の満足度(年度別推移) 		
	実施目標		<ul style="list-style-type: none"> ・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・谷内六郎展をそれぞれ年間4回、テーマをもたせた特集を組みながら開催する。 ・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。 ・美術への興味や関心が深まる美術関連の資料(図書、カタログ等)を、図書室で収集・整理・保管・公開する。 ・資料が探しやすく、快適に利用できる図書室環境を維持する。 ・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。 		

④学校と連携し、子どもたちへの美術館教育を推進する。				
達成目標	・中学生以下の年間観覧者数22,000人	・観覧者数の券種別内訳(月別推移、年度別推移) ・子どもを対象とした教育普及事業の参加者数(延べ人数の年度別推移)		
実施目標	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・学校および関係機関と緊密に連携し、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。 ・小学生美術鑑賞会を充実させるため学校との連携を強化する。 ・美術館を活用した鑑賞教育がいっそう充実するよう、アートカードの活用促進をはじめ教員の授業作りに有益な情報提供を積極的に行う。 			
⑤所蔵作品を充実させ、適切に管理する。				
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)			
実施目標	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・所蔵作品が広く価値を認められ、他の美術館等で開催する企画展などに活用されている。 			
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。				
達成目標	・館内アメニティ満足度90%以上 ・スタッフ対応の満足度80%以上	・アメニティ関連各項目の満足度(年度別推移) →全般・館内印象・館内環境・休憩所・トイレ・清掃 ・スタッフ対応の満足度(年度別推移)		
実施目標	<ul style="list-style-type: none"> ・建築のイメージを損なわないよう、十分なメンテナンス、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。 ・運営事業者と協力して、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。 			
⑦すべての人にとって利用しやすい環境を整える。				
達成目標	・福祉関連事業への参加者数延べ420人以上	・福祉関連事業の開催回数、参加人数 →福祉関連講演会 福祉関連ワークショップ 福祉関連パフォーマンス 障害児を対象としたワークショップ		
実施目標	<ul style="list-style-type: none"> ・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、対話鑑賞等の人のサポートを実践する。 ・託児サービスを積極的に周知していく。 			
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。				
達成目標	・電気使用量、水道使用量、事務用紙使用枚数を直近3年間の平均値を目安とする。	・エネルギー消費量一覧		
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。	・歳入及び歳出の内訳		

横須賀美術館運営評価システムの全体像



3. 平成29年度の運営評価結果

【主要の実績項目】

令和元年1月より、本署は新規に「高齢者虐待防止対応専門窓口」を設置する。この窓口では、高齢者虐待の相談を受け付けるとともに、虐待の発見や早期発見のための啓発活動を行っている。また、虐待の発見や早期発見のための啓発活動として、「高齢者虐待防止セミナー」を開催している。このセミナーでは、高齢者虐待の特徴や対応方法などを学ぶことができる。また、高齢者虐待の発見や早期発見のための啓発活動として、「高齢者虐待防止セミナー」を開催している。このセミナーでは、高齢者虐待の特徴や対応方法などを学ぶことができる。

【主要の運営方針】

本署は、高齢者虐待の発見や早期発見のための啓発活動を行っている。また、高齢者虐待の発見や早期発見のための啓発活動を行っている。このセミナーでは、高齢者虐待の特徴や対応方法などを学ぶことができる。

実績項目	実績目標	実績実現度	実績実現度	達成率
人 035,811	人 811,801	人 1,801	人 1,801	達成率

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
A	A

【達成目標】年間観覧者数 100,000人以上

[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、本市の人口などから年間観覧者数を10万人と推定し、開館後の実績としても初年度を除き10万人前後で推移しています。
- ・そのため当館では、まず観覧者目標を10万人以上とし、展覧会内容のバランスを考えながら展覧会を決定しています。
- ・観覧者の見込み数は、展覧会ごとの開催時期や過去に開催したターゲットの近い展覧会の実績などを勘案し算定しています。
- ・平成29年度は、これまで毎年達成すべき観覧者数としてきたミニマムライン10万人以上を達成目標とします。

[一次評価の理由]

- ・年間観覧者数100,000人という目標設定に対し実績は、開館初年度を除く過去最高となる118,370人となり、達成率118.4%と目標を上回りましたことから「A」評価としました。

	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
観覧者数	113,007人	114,861人	108,413人	118,370人

企画展	展覧会名	観覧者数 見込(人)	観覧者数 実績(人)	達成率
企画展	中村光哉展	2,000	2,672	134%
	デンマーク・デザイン	18,000	19,175	107%
	美術でめぐる日本の海	24,000	17,634	73%
	ぼくとわたしとみんなの tuperatupera 絵本の世界展	25,000	46,091	184%
	没後40年伊藤久三郎展	7,000	4,861	69%
	第70回児童生徒造形作品展	13,000	13,175	101%
	青山義雄展 きらめく航跡をたどる	10,000	7,945	79%
所蔵品展のみの期間		6,000	6,817	110%
合 計		105,000	118,370	113%

【実施目標】

- ・様々な広報媒体の特性を生かして、効果的な広報活動を実施し、交流を促進する。
- ・各種イベントを開催し、展覧会以外の要因での利用を増やす。
- ・外部連携を推進し、様々な機会と場所を捉えて、美術館の情報を発信する。
- ・旅行会社などへの働きかけを通じて、団体集客を促進する。
- ・商業撮影の受入と誘致を推進し、美術館のイメージアップを図る。

【目標設定の理由】

- ・横須賀美術館は、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になります。
- ・市内外に積極的に情報を発信して広い層に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す。
- ・広報、パブリシティ活動にあたっては、当館の利用者層や展覧会ごとのターゲット層に応じた効果的な広報を実施します。
- ・そのために、様々な広報媒体をその特性を踏まえて効果的に活用し、特に若い世代に対しては積極的にツイッターなどのSNSを活用していきます。

【一次評価の理由】

- ・無料での情報掲載数及び商業撮影の件数等が目標を達成し、またツイッターのフォロワー数が前年に比べさらに増加し9,020人となったことから、「A」評価としました。

《広報・集客促進事業》

展覧会、イベント、ロケーションなど横須賀美術館の魅力をフル活用し、横須賀の交流拠点として集客に取り組んでいきます。そのために、企画展情報だけでなく、美術館の総合的な魅力や外部との連携による地域情報を積極的に発信していきます。

(1) 訴求活動による集客促進

- ・パブリシティを期待した新聞、雑誌等への展覧会リリース
- ・新聞、雑誌等の無料での情報掲載数は 248 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 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
新聞	63	53	52	131
雑誌	85	55	64	65
Web	34	26	11	4
フリーペーパー	62	57	42	22
書籍	7	4	5	2
会報誌	8	8	4	0
TV	16	12	13	13
ラジオ	6	6	3	10
その他 (カタログ等)	4	6	1	4
合計	285	227	195	251

- ・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展覧会情報、美術館のイベント等の掲載
- ・公共交通機関への広告掲出
⇒京浜急行線 駅貼り（2週間）5回、窓上（4週間）5回
※ 児童生徒造形作品展を除く各企画展で実施
⇒東急東横線 窓上（1ヶ月）1回
※ tupera 展で実施
⇒京王線 新宿駅・渋谷駅など駅貼り（会期中随時）3回
※ 児童生徒造形作品展を除く各企画展で実施
⇒山手線 窓上チャンネル（tupera 展）
横浜駅デジタルサイネージ（tupera 展）
品川駅デジタルサイネージ（青山展）
- ・美術系雑誌やタウン紙等、有料での情報掲載
⇒新聞、タウン紙等での広告
毎日新聞（tupera 展）、タウンニュース（青山展）

- ・ホームページ、ツイッター、フェイスブックを活用した情報発信
⇒ホームページは随時更新しています。
⇒美術館公式ツイッターの運用状況
　フォロワー数は9,017人で昨年度末8,303人より約714人増加しました。

【参考】平成29年3月31日現在 フォロワー：9,017人、ツイート：3,672回

※ ツイッターは平成24年9月29日より運用開始

⇒フェイスブックの運用状況

(運用開始:谷内六郎館 平成27年7月31日～、横須賀美術館9月9日～)

横須賀美術館：1,280「いいね！」、谷内六郎館：170「いいね！」

SNS毎の特性を生かした情報発信に努めています。

(2) イベント開催など展覧会以外の要因で利用者を増やす取り組みの推進

- ・コンサート等、各種イベントの開催
⇒マジックワークショップ、クリスマスコンサート、
　春のミュージアムコンサートを開催
- ・10周年記念イベントの開催（展覧会、ボランティア事業を除く）
⇒横須賀芸術劇場少年少女合唱団コンサート 4/29
　開館10周年記念レ・フレールコンサート 2/17
　10周年記念レゴRブロックモザイクアート展示 4/28～6/25
　開館10周年パネル展示 4/28～8/27
　その他プレゼント企画として展覧会の開催に合わせポストカードや
　記念品を来館者にプレゼント
- ・年間パスポート、前売り券の販売

	販売場所	28年度		29年度	
		販売枚数	利用回数	販売枚数	利用回数
パスポート	美術館	318枚	1,949回	325枚	2,027回
	芸術劇場	15枚		29枚	
	計	335枚		354枚	
前売り券	美術館	53枚	228回	44枚	170回
	芸術劇場	204枚		146枚	
	計	257枚		190枚	

(3) 外部連携の推進

①他部局との連携

- ・カレーフェスティバルなどイベント参加による情報発信
⇒カレーフェスティバル(6/3-4)や産業まつり(11/11-12)などへの協賛
- ・集客促進事業への協力
⇒横須賀体感モニターバスツアー
- ・米海軍横須賀基地在住者の誘致
⇒What's New in Yokosuka(外国人向け広報紙)への展覧会情報の掲載
YOKOSUKA Circle bus(10/17・10/21)

外国人観覧者数 1,461 人

★西洋系=712 人 ★東洋系=694 人 ★その他=55 人

- ・ふるさと納税へ商品提供

⇒観覧券+レストランアクアマーレの食事券の提供

②民間事業者との連携

- ・民間事業者との広報協力、イベント参加による情報発信

⇒広報協力（観音崎京急ホテル、ソレイユの丘、うらり、すかなごつそ ほか）

⇒日本大学学園祭（法桜祭 11/3-5）、

立正大学（橘花祭 11/3-5）

立正大学（星霜祭 11/3-5）

慶應大学（矢上祭 10/7-8）

聖心女子大（聖心祭 10/21-22）

高千穂大学（高千穂祭 10/20-22）

フェリス女学院大（FerrisFestival 11/3-4）

早稲田大学（理工祭）

⇒横須賀観光協会主催の米海軍基地居住者向けヨコスカサークルバスへの参加

- ・福利厚生団体等との割引施設契約の実施

⇒J A F、J T Bベネフィット、リロクラブ、神奈川県厚生福利振興会

神奈川県市町村職員共済組合 など

- ・京浜急行電鉄発行のよこすか満喫きっぷへの参加

7月にスタートし、29年度は1,432人が利用

③近隣地域との連携

- ・町内清掃、防犯パトロールなど地域活動への参加

⇒町内清掃などの地域活動への参加や町内会での美術館 P R

- ・観音崎全体の魅力を向上させるためのイベントの開催

⇒観音崎フェスタへのブース出店（11/3）

- ・地域での消費活動を促進する取り組みの検討

⇒タイアップメニューの実施

各企画展で実施している併設のレストランアクアマーレに加え、観音崎京急ホテルにおいてtupera展を除いて年5回実施。

（4）団体集客の推進

- ・市内民間事業者と連携した企画を含めた旅行会社への団体ツアーの企画提案、誘致

⇒旅行事業者営業訪問 7/6

（クラブツーリズム、四季の旅、京王観光、）

経済部主催の観光商談会（11/16）への参加

⇒募集型企画旅行による観覧者が大幅に減少する傾向

- ・ウェルカムトークの実施

⇒希望に応じて実施