

【研究ノート】

博物館評価の考え方と事例

The View of the Museum Evaluations and its Two Cases

布谷 知夫* 芦谷 美奈子*
Tomoo NUNOTANI Minako ASHIYA

琵琶湖博物館では、平成12年度に博物館評価に関わる二つの事業を行った。一つは「博物館を評価する視点」というテーマのワークショップとシンポジウムの開催であり、もう一つは「琵琶湖博物館における経済的・文化的・社会的効果に関する研究」というテーマの、立命館大学地域情報研究センターの研究者と博物館との共同研究である。この二つの事業は、一方は博物館内部からの博物館学的な評価について考える場の設定であり、もう一方は博物館の外部からの、すなわち博物館が置かれている地域住民からの博物館評価についての調査である。博物館を評価するための手法については幾つかの試みがされている段階であるので、この事業を進めるに至った考え方などと最近の議論を簡単に整理しておきたい。そしてこの二つの事業の内容とその結果をまとめることで、博物館の評価について今後どのように進めることができるのかを考えるということが、本文の目的である。なお、この事業は文部省による科学系博物館活用ネットワーク推進事業委嘱の経費で行った。

1. なぜ博物館評価なのか

日本博物館協会によれば、我が国では現在4500を越える博物館があるとされている。しかしそこにカウントされていない私立の博物館などを加えると1万を越えるだろうといわれたのはずいぶん以前のこ

とである。そして近年ではそれらの博物館の目標が、例えば国立の博物館の模倣をして数多くの基本的なテーマについて完全な展示を持つことではなく、地域に関わった非常に個性的で多様な展示と活動を行うようになってきている。

しかしそのような多様化の一方で、博物館界全体として何をめざすのか、ということについては必ずしも共通の議論があるわけではない。また現在の博物館の事業についても、どのような状態を目指すのかは各博物館の課題としてはあっても、博物館の一般論としては、共通認識があるわけではない。近年は博物館についての議論は比較的活発に行われるようになってきているが、そのような課題についてはまだあまり議論が進んでいない。

またそのような議論に現場の学芸員がほとんど加わっていないということも、ひとつの問題である。現場ではそのような議論をするよりも、まず目の前の幾つもの課題があり、それをこなすことで毎日が過ぎてしまうという現実があるということも事実である。しかし博物館学の議論は現実の博物館をどのような場にするのか、ということが中心のはずであり、現場の博物館の実情や学芸員の意見を含まずに議論をしても不十分のまま終わってしまうことは明らかである。

このような博物館の現状は、結果として博物館の社会的な位置を高くはしていない。博物館という言

*琵琶湖博物館

平成12年7月13日受理

業に対してマイナスのイメージを持つ人はまだまだ多く、博物館側が考えているような生涯学習の基地として地域から活用されるような状態にはなっていない。逆に多くのテーマパークができ、イベントが次々に各地で開催される中で、博物館よりもそのようなイベントに人が流れ、多くの博物館の来館者数は減少しているという状況がある。そうした中で最近の不景気のあおりを受けて、大手の私立美術館が閉館となったり、博物館の来館者の減少がマスコミや議会などから指摘され、結果として予算の減少につながったり、というような話を聞くことが多い。そして国立博物館が独立行政法人になることが決まり、また博物館の館長に経済界の人を抜てきするような例もあらわれ始めている。

これまで博物館に対する評価を社会から要請されたことがあったのだろうか。その要請がないこと自体が、博物館への期待感の少なさを物語るものかもしれない。しかし今後は博物館の社会的な位置と役割を確認するために、外部からの評価が行われるにちがいない。

すでに大学による自己評価(細井・他 1993、H. R.ケルズ 1998)は幾つかの大学で行われている。これは情報公開の拡大や社会的な説明責任の要請、あるいは税金を使つての活動であるために効果的効率的に事業を行うことが世論として要請されていることによる。そしてそのような社会的要請に応じて、まさしく生き残り対策として自己評価を行い、改善をしていくために行われているのである。例えばすでにその提案の7割が実行されているといわれる国の経済戦略会議の提言(1999)「日本経済再生への戦略」の中でも大学の評価がうたわれており、これは今後当然の動きとして、文化施設などでも定着するものと考えられる。

博物館の評価の場合には、一方的に入館者の数だけで評価されている場合が多い。しかし、博物館の入館者数は非常に大切であることは確かであるが、その数が博物館の評価の絶対的なものではないことは明らかである。博物館は展示がされているだけではなく、研究や資料整理を通じて地域の情報センターとなり、また日常の多くの事業によって利用者にとっての生涯学習の場となっている。これらの社会的効果は非常に大きなものである。博物館の外部か

ら、博物館の事業の内容や目的などをまったく知らないままに評価をされるのでは、その結果は博物館としては不本意なことになる可能性が高い。むしろ今後は博物館の社会的な存在意義を博物館の側から打出して、博物館を自己評価し、大学と同じように、その評価を通じて博物館の事業を改善していくような作業を行うことが必要になってくるのではないだろうか。

ただこの場合、大学の評価は、すでに社会的な認識が定まっているため、大学が何を求められ、何をすればいいのか、というところから議論をする必要はない。しかし博物館の場合には、社会的な共通認識がなく、まず博物館は何をする所か、という点からの議論が必要であり、社会的な意義を定め、その結果として、何を基準として博物館を評価するのか、ということを決めていく必要がある。

そして逆にそのような作業を通して、博物館が社会から何を求められているのか、そしてそれに応えるためにはどのような活動を行えばいいのかというような博物館本来の活動の在り方についても、自己検証が可能になるのではないかと思われる。

博物館を評価する事が必要であるという議論は古くから(宮本 1952)あり、そして後に述べるようにその試みや研究は近年に幾つか始まりつつあるが、まだ何をすることが博物館の評価になるのかが定まっていない。今回は、博物館評価に関する議論を進め、また実際の事例を作ることをめざして、博物館の内部からの評価と外部からの評価の両方を行って見た。

2. 博物館評価研究の現状

前述のように、我が国では評価作業は大学や行政の中では実際に始まりつつあるが、博物館で行われた例はごく少ない。もちろん来館者が博物館の展示をどのように見ているのか、ということは学芸員にとっては大きな課題であるために、館内でのアンケートや来館者調査等は昔から各地の博物館で行われている。しかしそれらの調査の大部分は博物館内部で処理されて公表されているものは少なく、そのために調査方法などについても共通の議論がほとんどされてこなかった。ごく最近になって幾つかの研究が始まり、現在はその方法に従って調査例が行われ

始めたところという段階である。

博物館評価ということに対しては幾つかの評価の考え方と方法があり、それらの方法にしたがった研究が始まっている。これらの研究を整理すると、大きく四つの考え方に区別ができる。

一つ目は、博物館の理想像を求めて、その理想の姿と比較して今はどの段階にあるのか、ということと比較するような研究である。博物館の個別の事業についてはこれまで数多くの議論がされてきているが、博物館の理想的な姿については、その議論はごく少ない。その典型的な例は、伊藤（1991、1993）と諸岡（1990）が述べた第三世代の博物館という議論であろう。両者が述べる第三世代の内容は少し異なるが、第一世代を収集と保存をめざす博物館、第二世代を展示を目的とした博物館、第三世代を利用者のための博物館というように位置付けて、利用者が利用しやすい博物館を現在の博物館の理想像として考え、そのような理想像を理念とともに実際の事業ごとに具体的に設定し、現実の活動と比較することで、博物館の現状を考えようという議論である。

博物館の個別の活動については数多くの議論がされているが、この様な求められる理想像については、近年の博物館の議論が活発なわりには、あまり議論はされていない。しかし大きな目標を明らかにしておくことは博物館学の立場からも、同時に現場の博物館運営を進めるためにも大切なことであろう。この第三世代の博物館をさらに発展させた第四世代の博物館についての議論（高橋・他 1996）もあるが、その内容はさらに博物館の活動項目を工夫した理想像というような内容で、第三世代をさらに理論的に発展させたものとはいえない。

二つ目の議論は、具体的な博物館の基準を設けて、その基準に従って、現実の博物館の運営を改善していくという議論である。博物館の基準については日本では博物館法に登録、相当、類似という三つの博物館の基準が作られているが、ほとんど実質的にはその機能がはたせていないということは周知の通りである。しかしイギリスやアメリカでは博物館の基準が決められており、その基準にしたがって第三者の団体がその基準に従って評価をし、その評価に合格した博物館だけに補助金の交付などの処置がされるというような非常に明確な制度が作られている。

そのための評価の基準は客観的に作られたものが公開されており、各博物館には活動や組織、理念などの多岐にわたる幾つかの項目についての現状と今後の計画などを含んだ自己評価の報告書の提出が求められるということである。

まずアメリカやイギリスでの議論の紹介とその背景などについて分析をすることで、日本で導入可能な博物館基準について考えることができるであろう。もちろん日本とそのような国とはまったく博物館の制度が異なっているので、日本でその制度と基準をそのままに持込むことはまったく考えられないが、その考え方と背景とを学び、日本での現状とを比較的に研究することで、日本での博物館の基準を考えてみようというような研究（博物館基準研究会 1999、斎藤 竹内 1999）である。

海外で行われている制度などの単なる紹介ではなく、日本でどのように応用できるのかというところまで議論が進めば、現実の博物館の中にも影響力を持つような研究になると考えられる。

三つ目は、来館者研究による博物館評価である。近年になってアメリカでの研究と実際の評価の例が日本でも紹介されるようになり（三木 1999、川島 1999）、話題になることが多いが、日本でもかなり以前から同じような来館者の調査などは行われてきた。この研究例については後に述べる「博物館を評価する視点」の報告書で重盛（2000）が詳細な文献リストを発表している。

来館者調査は、基本的には来館者の動向調査や展示に対する意見を直接に聞き、その結果を活かして、展示の改善作業を行うという方法である。そしてその背景には来館者の動向などについての詳細な研究が行われている。

しかし日本でこれまでに行われてきた来館者調査は、方法のみが日本に伝わって、テクニックとして行われていたような事例が多いように思われる。もっともアメリカでもその方法論が理論的に整理されてきたのはそれほど古いことではなく、せいぜい1970年代のことという。いずれにしても博物館からのメッセージをどのようにして来館者に伝えるのか、ということを目的に、来館者の視点で、展示と博物館を評価するという展示室での調査がアメリカで行われるようになり、日本でもそのような立場での研究

と実際の展示室での評価活動が行われ始めている。

そして四つ目の研究は、マーケティング調査の手法などを使った利用者アンケートや地域情報の把握による博物館評価（佐々木 1999a, 1999b）である。地域の潜在的な博物館利用者やあるいは実際に博物館を訪れた人を対象にして、アンケート調査を行い、またさまざまなデータを集めて地域の中での博物館の在り方やその位置、あるいは来館した人からのアンケートなどによって、より具体的な博物館の印象などを聞くことで、社会調査の方法により、博物館の評価を行おうということである。

以上に上げた四つの研究方法は、博物館の評価ということでは共通している面はあるが、実際にはその内容も目的もかなり異なるものであることは明らかである。博物館の評価にかかわって行われている研究を整理しながら、目的によって研究方法あるいは実際の調査の方法を変えることが必要である。異なる目的や内容の研究が行われ、相互に比較成果を上げていくことで、全体として博物館を評価する研究がより効果的になるように進めていくことができるのではないだろうか。

3. 博物館の何を評価するのか

博物館を評価するために幾つかの研究手法がとられているが、博物館の何を評価するのか、ということにも幾つかの考えかたがある。例えば博物館の抱えている課題を列記して今後の博物館が目指すことについて提案をした高橋（1998, 1999）によれば、博物館の課題は非常に多岐にわたっており、そのリストのひとつひとつをチェックしていくことで、それぞれの課題について、その達成度を評価することができるかもしれない。そのリストの中には、館長人事や広報、マネージメントの状況なども含まれている。もちろんそれらの内容は現実の博物館の運営では非常に大きな影響力を持つものであることは事実であるが、どちらかといえば政策的な課題や理念にかかわるものであって、博物館の評価としては扱いにくいものも含まれる。むしろマネージメントの結果として、博物館の運営の内容が変わっていくということであろう。

佐々木（1999a）は博物館を評価するための項目を整理し、5項目と20の細目に区別したリストを公

表している。特に事業として何をしているかだけではなく、事業の量とその成果を評価することが必要と提案している。また伊藤（1991）では、逆の視点から利用者の立場でこれだけは求めるべきという項目、さらにこれも求めたいという項目をあげて、博物館を評価するチェックリストを作成している。

このような評価項目の整理を行いながら実際に評価の作業を積み重ねるなかで、客観的な評価の基準が決められていくことが期待できる。しかし評価のための事業項目の選定に対して、いわば縦軸に対する横軸のようにして、その項目を評価するための視点があわせて必要である。

その第一の視点は、来館者あるいは博物館利用者の立場にたった運営がされているかどうかということであろう。近年の博物館は利用者にどのように利用されているか、いかに利用しやすいか、また利用するための窓口が多様であるか、ということが大切な要素となっている。展示においても単に説明するための展示ではなく、来館者が楽しく学ぶことができるような、ハンズオンの手法をつかった展示や双方向の情報交換ができるような展示が求められている。このような考え方は展示のみではなく、博物館の研究や資料収集においても同様であり、博物館の事業全体として利用者の視点で見た運営方法を工夫するということが大切であろう。

二つ目は、博物館からのメッセージ性の確かさである。博物館は利用者に対して博物館からのメッセージを伝える場であると考えられる。そのメッセージが分かりやすく社会の要請に沿ったものであることが求められるであろう。そのメッセージを意図の通りに伝えることができているのかどうかは、博物館の事業を行うための大切な要素である。そしてメッセージを伝えるためには、そのことを目指した展示や日常の事業の工夫が必要になってくる。

三つ目は、博物館の基本的な活動が、総合的に行われているか、ということではないだろうか。博物館の事業は、従来博物館法に従って、資料収集・保管、展示、普及、調査研究であるとされてきた。この分類についての意見はここでは触れないが、このような博物館の事業の全てを関連させながらもれなく行うことが、博物館の事業の大切な要件であると思われる。博物館の方針によって、特にその一部の

事業を強調して行うこともあり得るだろうし、あるいは事業の一部しかしていないということもあり得る。しかし本来は博物館の事業は全体が総合的に行われ、そして互いにその成果を活用することで全体が進むというような活動形態を持つところに特徴がある。したがって、一部の事業だけが際立って進んでいることなく、全体の事業がもれなく進んでいることを評価の視点とすることがふさわしい。

四つ目の評価の視点は、研究と事業のバランスであると考えられる。博物館における研究は軽視されがちであるが、研究を行うことが博物館の活動を魅力的にするための基本的なエネルギーとなる。したがって研究を行ってその成果を上げ、その結果を博物館の展示や日常の事業の中で活かしていくという活動形態を目指すことは大切なことであろう。

一般に研究の成果は論文や学会での発表が評価されるが、研究をしてその成果を博物館で活かすということは、評価基準として扱いにくい。しかし、逆に考えると、大学や研究施設の研究者にとっては、研究の発表の場が学会しかないことに対して、博物館の研究者にとっては、その結果をすぐに発表する場が、展示や日常活動の場に用意されているということは大きな特徴であり、成果をすぐに利用者から批判されるということも研究を進める上で有利な特徴である。

研究と事業との両方をバランスよく行うことによってその全体が効果的に進むと考えるが、そのバランスの実態は一般論としては決めにくい。理想的にはその時間を同じ程度にできることが考えられるが、これについては博物館の事業によって異なるであろう。

これらの四つの視点に対して現実に議論になる評価の基準は来館者数の多少である。この数字については博物館の規模や目的に応じて決めにくいものであり、またこの数字だけで博物館を評価することは誤りである。しかし、博物館ごとにおのずと目標とする数はあると考えられる。従って、その数を大きく下回ることがないようにしておく必要はある。それは博物館の事務担当者の仕事ではなく、むしろ学芸員の側の仕事である。一般的に開館年とその後の数年は来館者数が多く、その後は減少するのが普通である。そしてある程度の数に落ちついて安

定する。しかしそこで安心してしまっているのではなく、目標とする入館者数を達成できるように努力することはやはり必要であろう。経営的な立場からは当然であるが、同時に博物館が利用者に対してメッセージを伝える場である以上は、まず博物館に足を運んでもらわなければメッセージの伝えようもないわけであり、より多くの人に利用してもらい、メッセージを伝えたいということは博物館の側の望むところでもある。

4. 博物館内部からの評価の視点

ワークショップ&シンポジウム「博物館を評価する視点」の開催

以上に述べてきたような考え方を背景として、「博物館を評価する視点」というテーマのワークショップとシンポジウムを開催した。この催しは主としてアメリカで発達し、日本でも試みられ始めている来館者調査を、アメリカの専門家に講師として来ていただいて実際にワークショップを行い、またゲスト講師の講演と日本での実際の来館者調査の例を報告してもらい、最後に全体のシンポジウムを行うという内容であった。

来館者調査は、日本でも古くから各博物館の学芸員が行う調査として行われているが、共通の議論等が行われているわけではない。どちらかというと調査の方法が伝わっており、学芸員が自分の考えで行ってきた。近年になって、アメリカの調査の内容が日本にも伝えられるようになってきたが、主として調査方法等の技術のみが伝わり、背景にある考え方などはほとんど伝わっていないように思われる。展示は博物館にとっては博物館のメッセージを利用者に伝える場であり、博物館の日常の活動が凝縮した場である。したがって展示の評価は、博物館の評価に連なるものと考えられる。このような展示の評価を単にテクニックとして行くと、形式のみの評価となり、利用者の声に左右されるだけで、メッセージの伝達からは離れてしまうのではないかと考えられる。

また展示は博物館の活動方針や日常活動全体を反映したものであるため、展示の評価を通して博物館そのものの評価に結びつけることができるはずである。しかし日本に文献などで紹介されているアメリ

カの来館者調査の方法では、どうしても詳細がわからず、その背景にある考え方等も伝わってこない。また日本とアメリカの博物館をめぐる社会的なシステムの違いも大きいために、アメリカで行われている来館者調査がどの程度に日本でも通用し、効果があるのかも良く分からないというのが現状であった。

従って今回の催しでは、アメリカの展示評価の専門家に来ていただき、その方法と考え方を実際に知ること、その中の日本の博物館で取り入れることができる部分と相いれない部分とを考えてみたいということ、もう一つは来館者調査という方法によって、博物館から来館者にたいするメッセージをどのように伝えることができているのかということを考える場としたいということが目的であった。全体のスケジュールと講師は以下のものであった。

平成 12 年

2 月 24 日(木) 午後

ワークショップ「琵琶湖博物館を評価する」

2 月 25 日(金) 終日

ワークショップ「琵琶湖博物館を評価する」

2 月 26 日(土) 午前

ワークショップのまとめ

午後 講演会

「アメリカの展示開発の考え方 そのこだわりと深さ」

ブライアン・マクラレーン

(コロラド大学自然史博物館)

2 月 27 日(日)

シンポジウム「博物館を評価する視点」

報告「ワークショップ：琵琶湖博物館を評価する」

芦谷美奈子(琵琶湖博物館)

講演「アメリカの博物館評価」

ロス・J・ルーミス(コロラド州立大学)

講演「科学博物館における評価とその生かし方」

ミンダ・ボーラン(フランクリン科学博物館)

講演「お客様の顔をするところから始まった展示評価と改善」

佐々木秀彦(江戸東京博物館)

村井 良子(プランニング・ラボ)

パネルディスカッション「評価して何がわかるか」

パネリスト

ロス・J・ルーミス(コロラド州立大学)

ミンダ・ボーラン(フランクリン科学博物館)

ブライアン・マクラレーン

(コロラド大学自然史博物館)

佐藤 茂樹(江戸東京博物館)

布谷 知夫(琵琶湖博物館)

コーディネーター

嘉田由紀子(琵琶湖博物館)

展示評価の背景にある考え方等を知るために、充分な時間をかけて実際に琵琶湖博物館の展示を使ったワークショップを行い、また三名のゲスト講師からそれぞれのテーマにしたがった講演を受け、最後に日本の例も紹介してもらいながらパネルディスカッションを行って、議論をし、疑問もぶつけあってみようという計画であった。従ってアメリカからのゲスト講師は、展示を作る立場のエバリュエーター、博物館現場に所属するエバリュエーター、そして大学の教員でエバリュエーターとしての仕事をしている研究者という立場の異なる人を選んで、日本においていただいた。

シンポジウム&ワークショップの詳細についてはすでに報告書(琵琶湖博物館 2000)が発行されている。この報告書では、四日間にわたる催しのほぼすべての録音を起こした文書と、配布された資料、参加者のレポート、日本の展示評価に関わる文献集、用語集などが集録されており、生の資料ではあるが、今後の来館者調査の議論をする際に共通認識をもって議論ができることを目指して発行したものである。

ワークショップは初日の午後から三日目の午前にかけて行われ、講師の講義をはさみながら、実際に琵琶湖博物館の展示室で来館者調査を行い、展示評価の作業を行った。講義は項目ごとに三人の講師が交代で行われた。この講義は今回の催しの中心的な部分であるため、その内容を少し詳しく以下に記録する。

初日の講義内容

1) 展示評価の種類(ボーラン)

展示開発にあたっては、展示制作の段階に応じて三つの異なる評価の段階がある。まず展示の企画段階では「企画段階評価(Front-end evaluation)」を行い、計画しているプランについて観客が何を知っているかを広く調べる。そして準備する段階では「制

作途中評価 (Formative evaluation)」を行い、観覧者からのフィードバックを得て、博物館からのメッセージが伝わっているかどうかを調べ、展示が公開された後には専門家による「批評的評価 (Critical appraisal)」とさらに変更を行う「修正的評価 (Remedial evaluation)」、そして最終的な「総括的評価 (Summative evaluation)」を行う。もちろんこの全てを行うのがベストであるが、このいくつかを組合わせて行うのが普通。

2) 制作途中評価とは (マクラーレン)

展示評価の中ではこの制作途中評価が最も大切である。展示を作る側が来館者に意識を向けるための方法であり、展示をどのように開発すればいいかという情報を観覧者から得る方法である。個人的な判断で展示を作るのではなく、またいい展示づくりについて多くの意見を聞きながら作っていく方法である。

3) 研究と評価の違い (ルーミス)

研究と評価とは、同じ調査方法を使い、結果の公正さや有効性、信頼性などを気にすることについては同じであるが違いも大きい。研究では展示室での一般的な原理法則を求めるが、評価では具体的な展示の更新のための方法を考える。そのため研究では判断の基準が厳しく、多量の調査サンプルが必要であるが、評価では少ないサンプルでの傾向が分かればよい。そして研究は公表され、共通の成果となるが、評価ではすぐに展示更新に活かされ、普通は公開されない。

4) さまざまな調査方法 (ルーミス)

記入式のアンケート調査は利用者への調査と専門的な知識を持った人に対する調査があり、次に直接に質問形式で行うインタビュー、展示室内での利用者の行動を調査する行動観察、展示を見た後で展示内容について何を覚えているかを調べる達成度テスト、6人から10人程度のグループに対して集団で議論してもらい意見を聞くフォーカスグループ、そして特定のグループ (例えば子供、視覚障害者など) に対して質問をする特殊調査などの方法がある。これらは評価の段階に応じて使い分ける必要があり、段階によっては効果的な方法と効果的ではない方法とがある。

5) 調査に用いる質問 (ルーミス)

何を覚えているかを聞く一般的な質問、穴埋めで文書を完成させることで意識を確認するような質問、ある文章に対して、幾つかの選択肢からあうものを選びだす他項選択式の質問、利用者にランクをつけて評価してもらうランク付け、言葉の連想や直接的ではない質問を通して、展示でどういう質問をすればいいかを考えるための質問などがある。調査方法と同じく、必要な評価段階にむいた質問方法がある。

6) サンプルングについて (ルーミス)

まず母集団を何にするかを決め、次にサンプルングの手順 (たとえばまったくランダムなサンプルングか、ある任意の条件のサンプルングか) を決める。最後に反応として回答率を明確にしておく。

7) ねらい (goals) と目標 (objectives) (マクラーレン)

展示は明確なねらいと目標を持つことが必要。ねらいとは目的の概略であり、展示からのメッセージとして何を受け取ってもらうか、というような幅の広いものであり、そのねらいが達成されているかどうかを知るために目標がある。目標は測定できる具体的なものである必要がある。このねらいと目標を博物館の理念にあうものとして設定して、その達成度を測定するのが評価であるということになる。

8) 行動的な目標 (マクラーレン)

目標を設定するにあたって、対象は誰なのか、利用者のどの様な行動を期待するのか、を決める必要がある、そしてこの評価をして、合格というのは、来館者が合格ではなく、また来館者の記憶が合格なのではなく、対象とした展示がメッセージを伝えるという機能において合格かどうか、ということ。

9) 五つの力 (ポーラン)

展示には五つの力がある。それは引きつける力 (誰がくるか)、保持する力 (どのくらいの時間とどまるか)、手順の力 (彼等にそれが使えるか)、教育的な力 (彼等は何を学ぶか)、感情の力 (彼等はそれが気に入るか) であり、これらの力がどの程度に伝わっているかを評価として行う。

この講義で基本的な展示評価の内容を確認し、琵琶湖博物館の展示を使って実際に制作途中評価を行った。博物館の展示がまだ制作途中という想定で、いわゆる制作途中評価を行うという設定である。参

加者30人を三班に分け、講師が一人づつつき、インタビューの調査や展示室内の追跡調査等を行って調査の概要を確認した後、班ごとに課題をもって評価のための調査を開始した。

例えば一つの班には展示室のあるコーナーについて、展示の意図を理解する人が70%以上になることを目標として、測定作業が行われた。ここではある展示のねらいが水のリサイクルの大切さを知ってもらうことであるとまず決め、展示を見た人にインタビューの調査を行って、展示を見て何を考えたかなどを聞き、結果を分析することで、ねらいが伝わっている率がほぼ50%程度であることを確認した。

そこでこの数字を目標の70%に引き上げるためには、展示をどのように改良すればいいかを相談し、パネルの内容や展示物の配置などについての改良案を決め、案の通りにモックアップとよぶ仮のパネルや展示物を作って展示室に置いてみる。そして先ほどと同じように展示を見た後の来館者にインタビューを行い、今度はどれだけの人がねらいを理解しているかを調査した。実際にやってみた結果は60%程度の人がねらいを理解していたという数字であった。このワークショップでは時間が無いためにここまでできなかったが、実際にはさらに数字を目標に近づけるにはどうすればいいかを考え、具体的に展示を変えていく作業を続けるということである。

来館者の行動調査をした班では、あまり来館者が近づかないコーナーがあるために、そのコーナーに人を向けるためには展示室でどういう工夫をすればいいのかを検討し、やはりモックアップを作ってどの様に来館者の動線が変わるのかを体験した。

ワークショップの三日目の午前中には予定にはなかったが、参加者と講師がより具体的に参加者の所属する博物館での展示の内容に即して議論を行った。ここまでのスケジュールは定員30名だけで行い、午後の講演会からは公開で行った。

三日目の午後からは、順に3人のゲストからの講演をお聞きして、アメリカの展示作りと来館者調査の考え方、あるいは具体的な実例を紹介していただいた。内容は初日の講義をより具体的に例を上げながら説明をするというようなものであった。

四日目にはワークショップの内容の紹介と企画の主旨、そして日本で本格的に来館者調査を行って、

その結果をいかして実際に展示室の改善の作業を行ったおそらく唯一の例である江戸東京博物館での例を聞いた後に、パネルディスカッション「評価して何がわかるのか」を行った。このディスカッションでは四日間にわたって行われたワークショップと講演のまとめとして、ゲスト講師の講演や意見に対して、さまざまな意見が出され、改めて来館者評価は何を求めて行われているのか、そして何がわかるのか、が議論された。文献的には来館者調査についてはこれまでもさまざまな紹介はされてきたが、実際のエバリュエーターから直接に意見を聞く機会であったため、疑問や批判的な意見も数多く出され、特に前半は来館者調査で博物館が考えるメッセージの伝わり方を本当に評価できるのかどうかという議論、後半では具体的な評価手法の検討や、行政および支援団体との関わり、あるいは予算の獲得等、幅広い議論が行われた。もちろん結論がでるような場ではないが、来館者調査に関するさまざまな課題がかなり整理できたのではないと思う。

特に講師が強調された内容は、今回の展示評価は、展示のねらいと到達目的とを明確に決め、その目的がどの程度に達成できるのか、を来館者の調査やアンケートを通して調べる方法である。従って、博物館の展示で伝えたいメッセージがどの様に伝わっているのか、あるいは伝えられていないのかを具体的に知り、より正確に、多くの人に伝えられるように展示を変えていくということである。また展示評価という手法は、展示を作った学芸員を評価するのではなく、また展示のできを評価するのでもない、あくまで展示の意図が伝わっているかどうかを評価する手法である。したがって展示評価は改善をするために行うのであり、改善の計画の無い評価は、最初からありえない。

また評価は研究ではなく、あくまで実践的な方法であって、評価を行う事ですぐに展示更新の対応を行い、その展示更新が効果があったのかどうかを続いて評価する。したがって、計画あるいはでき上がった展示が制作者のメッセージを伝える事ができているかどうかを来館者の行動や発言から判断して、ただちに展示を変えていくという方法である。

そしてこの評価の背景に研究があるが、研究はより多くのデータを集め厳密な考察によって不偏的な

結論を出すものであり、一方評価は展示を改善するために行うのであり、データの数の問題ではなく、また傾向が分かれば、すぐに改善をして結果を見ることに意味がある。

そしてこの様な評価をする事は、アメリカでは展示を開発する過程の中の一部であり、最初から展示制作経費の中に入れるようになってきている、というような事であった。

筆者らの印象は、来館者調査の方法は単なるテクニックではなく、博物館の理念を充分に確認をしてその理念に基づいたメッセージを、心理学や教育学の基本に学びながら来館者に伝わっているかどうかを確認し、その結果を活かして改善をしていくための非常に実践的な方法であるということであった。したがって展示の評価を通してその展示を作った学芸員の考え方や博物館の理念にまで迫ることができ、博物館のメッセージを考えるうえでも非常に有効な方法であると思った。方法は非常に明確であるため、何を目的にして展示を行うのか、ということを博物館の側できちんと詰めて調査の設計をしてあれば、かなり大きな効果を上げることができるよう感じた。そして評価と研究とははっきり異なるものであるという指摘は興味深いものである。

しかし半面、最終的なねらいに対する理解にたいして数値で評価する事ができる目的を決めて、その目的の達成度を計るという方法は、ねらいの理解に対する判断や目的をどこに置くかによって結果が変わってしまう。教育的であることを意識したような展示についてはすぐに目的が設定できるが、例えば琵琶湖博物館のように、暮らしにかかわる情報を楽しく伝え、自分のくらしと比較して、地域に目を向けてもらう事を目指したような展示では、個別の展示の評価はできても、そのもとの理念についての評価は難しい。したがって、このような展示評価は、来館者の目線で展示を考えるということについては非常に効果的であるが、その結果がすぐに効果的な展示に結びつくわけではない。

いずれにしても講師がいうように、展示評価はツールであるということであり、そのツールを使う博物館の側が充分に考えて使う必要があるのであろう。

また手法としては優れたものであることは明らかでも、日本の現実ではその手法を活かし切れない事

情がある。それは欧米では展示を作るためには、多くの分野の専門家が分業をして作り上げていくが、日本では博物館の側には展示の経験はあまりない学芸員しかおらず、実際には展示会社のスタッフの力を借りて作り上げてしまうことが多い。来館者評価は、欧米の大型博物館のような博物館内外にさまざまな分野の専門家があり、それぞれの専門を活かして展示を作り上げていくというシステムの中にあるものであり、エバリュエーターという専門家と学芸員にあたるスタッフ、および教育の専門家などが存在して最も効果をあげることができる手法といえる。そのため、その手法だけを真似しようとしても無理な点があるように思える。

しかしそうはいうものの、来館者調査という方法は、来館者の視点で展示や博物館を考え直すということであり、日本の博物館にとって非常に大切な視点であると思われる。したがって、全体的なシステムをそのまま受け入れるのではなく、まずできるところから来館者調査を行い、来館者の声を聞いておくことは博物館にとって大きな効果があるだろう。そういう意味でも評価作業は、いろいろな段階でいろいろな方法を組合わせて行うものであり、そのなかのできることをまずやり、展示を変えてみるのがいい、という講師の話は納得のいくことであった。

したがって今後日本でこのような展示評価を取り入れていくためには、博物館ごとに実施するための必然性とプランを細部にわたって議論をして十分な詰めが必要であるが、それにもまして多くの実施例を作ってみることに、同時に展示評価を職業とすることができるよう専門家が活動できるような場を作ることで、そういう専門家を博物館界として育てていくことが必要となるであろう。

また展示評価という用語は、Evaluationを訳した用語として使用されており、本報告でもそれに従ったが、その内容からすれば評価というよりも検証（三木 1999）というような用語のほうが日本語としては近い意味のようである。

この催しの二週間ほど後に、ワークショップの参加者を中心にして、今回の催しの準備の協力者に声をかけて、まとめのミーティングを行った。この場では、何がわかったのか、何が宿題として残ったのか、そして今後この議論をどう進めていくか、など

を自由に話し合い、今回の催しの成果を共通認識として確認した。この内容も先の報告書に記録されているので詳細は省略するが、成果として、方法論としてはさまざまな課題を持ちつつも、博物館の展示を来館者の立場で改善していくためには非常に効果のある方法であり、またその方法は実際に改善を行うのであれば意味がないこと、そのために今後も実際の評価作業と改善を行う機会を作る必要があること、そしてそういう実践例を重ねながら、議論を続けていきたいこと、などを確認した。

この催しは筆者らの手で企画がされたが、その準備の段階で博物館の関係者の協力を得て、事実上はいわゆる実行委員会の様な形で運営がされていった。そのメンバーは博物館の学芸員や展示製作会社の職員、フリーの研究者等を含んでおり、博物館の在り方について議論をするのにふさわしい、多分野の人を含んでいたことも特徴的であった。博物館の現場の学芸員がまったく関わらずに議論が行われるという例が多いだけに、有意義な議論ができたと思う。特に講師の選定やその後の交渉、および実際の運営などについて、ハンズ・オン・プランニングの染川香澄氏には大変お世話をかけた。

なお、来館者調査に関する用語については、まだ確定した用語ではないものが使われている。特に今回は来館者調査全体を扱ったために、これまで使用されていなかった英語の用語も扱ったために、報告書では仮の訳をつけて用語集を掲載した。今後の議論の参考になればと思う。

5. 博物館外部からの博物館評価

「琵琶湖博物館における経済的・文化的・社会的効果についての共同研究」

前節のシンポジウムとは逆に、博物館がおかれている地域社会の中で博物館という機関はどのようにとらえられているのか、という研究を行った。このような研究は意外と実施例は少なく、本格的な経済効果についての調査が行われたのは、国立民族学博物館の建設を材料として行われた経済効果の研究（総合研究開発機構 1981）が最初ではないかと思われる。その後も博物館に関するアンケート調査などは各地で行われているが、博物館の評価を探ることははっきりと意図して経済的效果のみならず、文化的、

社会的効果についての研究を行った例はおそらくないのではないと思われる。

今回は平成8年（1996年）に開館した琵琶湖博物館を材料として、滋賀県を中心とした地域に、どのような効果があったのかについて、立命館大学地域情報研究センターの研究者（代表：村山皓政策科学部教授）と琵琶湖博物館との共同研究として行った。

その準備段階では、博物館がどのような意図で作られたのか、あるいはどのような文化的、社会的な効果をねらっていたのか、などを細かに議論して、博物館側の考え方を大学研究者の側に十分に伝え、まず、何を調べる必要があるのかということについての共通理解を作る作業を行った。そしてその内容について、たとえば経済的效果を金額で出すために必要な資料類の準備、社会的効果や文化的効果を出すためのアンケート調査の実施やこれまでに博物館で行ってきた来館者アンケート調査の結果や、雑誌や新聞、マスコミなどで取り上げられてきた記事などの内容の一覧、博物館の日常の事業内容などの関連資料の掘出しなどを行った。

そして昨年度末に経済、文化、社会的な効果の記載と今後の取り組みについてのそれぞれの分野ごとの提言が中間的な報告書（立命館大学地域情報研究センター 2000）として出された。

あくまで中間的な報告であり、特に経済・文化・社会の三つの分野がまだ独立しており、その三者の総合的な議論が終わっておらず、最終的な報告書に向けての議論をしている途中ではあるが、その個別の内容を簡単に紹介すると、以下ようになる。

経済的效果については、産業連関表に基づく経済効果の分析と、その建設や運営による経費に対する費用対効果分析とが行われた。工事費の推定や日帰り宿泊の観光客の消費支出の推定、来館者数の変化などの結果、博物館の建設期間と開館以後平成11年度までにもたらした経済効果は、生産誘発額合計で332.99億円、付加価値額で160.93億円となった。その結果、琵琶湖博物館が滋賀県の経済に一定の役割を果たしていることがわかった。

また費用対効果分析については、博物館の耐用年数を50年としてその間に発生する建設投資と運営費の合計の現在価値を費用とみなし、地域への経済効果の集計値の現在価値を経済的便益とみなして、そ

の両者の額を比較するという事で効果を検証するという作業が行われた。そして社会的な便益については、利用者の満足度をアンケートの結果などから推定して金額で示す事が行われた。

これらの結果は、経済的便益から見た評価としては、おおよそ来館者52万人程度の来館者数水準で便益額が費用額を上回ることがわかった。また社会的な便益としては、来館者による博物館利用の印象評価平均価格は1468円となり、また入館料評価の平均価格は、456円となった。この差が非常に大きい、琵琶湖博物館が交通の不便な場所にあるため、その経費がコスト意識として働き、交通費と入館料との合計額程度の額が、満足度の額として現れてきたのだろうという分析である。

滋賀県の人口は130万人余りであり、今後とも52万人を上回る程度の入館者を確保するためには、滋賀県内からのリピーターを確保することとともに、近県からの新規客の呼び込みを可能にするような取り組みの重要さや、具体的な目標達成客数を設定し、その目標が達成できない場合には、運営コストを見直すべき、という指摘を受けた。

文化的効果は、文化接触の効果、文化貢献の効果、文化実践の効果と分けて分析が行われた。文化接触の効果については、アンケート調査に基づいて、人々の琵琶湖博物館への期待や満足と、知識および利用関与との関係についての分析が行われた。この分析では文化接触にもたらす効果は、観念的な効果と経験的な効果とがあり、琵琶湖博物館の経験者は文化に接触する楽しみに満足する傾向があり、未経験者は学ぶところ、という理解が博物館の存在観に対する満足につながる傾向があるという。また琵琶湖博物館のことをよく知っている人ほど楽しみに満足する傾向があり、知らない人ほど専門的な研究や学びに関わる項目で満足する傾向がある。琵琶湖博物館への期待についてもほぼ同じような傾向があるが、水環境問題については、利用経験者についても学ぶ場としての強い期待がある事で、文化接触の効果が見られる。

文化貢献の効果については、経費の負担としては博物館の存在に対して貢献しようという可能性はさほど高くない。しかし琵琶湖博物館観を経験する事で受益者負担による文化への貢献の意識はより明確に

なり、その点では文化行政への県民の評価の契機となっていると分析がされている。そして利用関与経験者ほど、琵琶湖博物館への税負担を考える傾向がある。それに対して、博物館の非利用経験者では、琵琶湖への愛着が強いほど、税負担を通じての文化貢献を好む経験がある。

文化実践の効果では、琵琶湖の自然に関する観察や調査への参加意欲が高く、特に中高年層の男性での参加への文化的な効果の高さが示されている。しかし一方で、能動的な参加よりも受動的な参加への意欲が目立つ。それに対して若年層の非利用関与者で、展示の企画や製作、ボランティアとしての活動にたいして能動的な参加意欲が相対的に目立つため、その方向での今後の展開に期待がされる。そして博物館に対する話題については、来館した事がない人ほど、琵琶湖博物館を「自然環境保全についての啓発施設」であると意識をし、また多様なイメージをもって話題にしており、来館経験者ほど、展示や催しについての具体的な話題を話しているということが分かる。

社会的な効果については、まず博物館への参加者ほど地域や琵琶湖に対する愛着度が高い事が分かる。即ち、博物館の社会的な意義は、琵琶湖博物館の存在や諸活動が、県や市町村への愛着度を増し、地域の構成員であるという意識を高める事につながるという効果がある。そして博物館という場の社会的な位置がかわり、琵琶湖博物館のコンセプトとした「参加」ということが、これからの博物館の課題となり、今回の調査からは、琵琶湖博物館の活動への参加を通して、琵琶湖をめぐる自然、人間、社会にまつわる知の探求について、従来の博物館利用者のニーズを超えた多様なニーズが存在する事が明らかになった。そして博物館が「見る」「見せる」という関係から、来館者自らの知識の創造へと変化しつつある事がわかる。

そしてこのような「知のシステム」の外延拡大をいっそう確実なものにするためには、情報技術の高度利用がはたす役割は大きく、博物館は知識と情報をストックしながら、自然誌、社会誌、生活誌にまつわる知識と情報の一種のハブとしての役割を果たすであろうという指摘がされている。

そしてこれらの分析に従って、琵琶湖博物館の今

後の活動に対して、経済的效果、文化的効果、社会的効果に対する具体的な提言をまとめて提案をいただいた。これらの結果はあくまで中間的な報告であり、今後はこの報告を元にしながら議論を深めて、特に文化的、社会的な効果についての議論においては、例えば研究成果等のように評価されていない項目をどのように取上げて評価するのかなどを考慮し、最終的な報告に上げる計画である。

今回の研究は、博物館側の資料や建設意図、あるいは運営の意図を伝えて、また運営に関わる多くのデータをそろえて、その資料を元にしてデータ整理と新たなアンケート調査を行い、解析の作業は博物館外部の研究者が行った形である。経済的な効果については一定の評価手法が確立されているようであるが、文化的あるいは社会的な効果の評価については、全くといっていいほどに手法が確立されておらず、まずは実際に行ってみて、その結果を見ながら今後の議論をしてみようというような段階であると考えている。実際にやってみると、今回の報告ではまだ基礎的なデータが使いきれていないようであり、また文化、社会的な効果を経済的な効果に加えるためには、さらに工夫は必要と感じるが、地域が博物館ができた事によって、どのような影響を受けるかということについては、さまざまな視点で解析をすることができること、そしてそれらの結果からは実践的な博物館運営の課題についての解決策を考えるための提言を行い得る事が分かった。

しかし一方で、このような調査の場合には、博物館の側の、どのような理念とどのような活動を材料として効果を評価していくのか、という博物館の側の意図が非常に明確になっているほど、結果がはっきりと出るという性格の調査であると思われる。この点は、博物館の側の課題である。いずれにしても、このような調査の例を各地で積み上げていくことで、博物館を社会的に評価するという作業についての客観性が作られていくと思われる。

6. おわりに

博物館評価に関する研究の現状を整理し、あわせて琵琶湖博物館で行った二つの事業の紹介を行った。近年の行政評価や大学の評価につづいて、今後は博物館も社会的に評価がされていくようになると思わ

れる。しかしながら博物館の場合には、社会的な位置づけ等が不明確であり、何をどの様に評価するかについての共通認識がない。そしてそのまま博物館のことを理解しないままに評価がされると、単なる来館者数等で博物館が評価されるという博物館にとっては非常に不本意な結果になる可能性が高い。

そのために何を評価するかを博物館の側から打出し、自己評価を含めて、博物館の側からその評価の基準や項目を提案し、博物館の意向にあうような評価を博物館の立場で行う事ができるようになることが望ましいであろう。

そのためには博物館内外のさまざまな博物館評価の研究を行い、また整理をしながら、理論的な裏付けをもって、評価の実例を数多く作っていくことが早急に必要と思われる。今回の事例をそのようなものの一つと考えたい。

文献

- 琵琶湖博物館 2000 ワークショップ&シンポジウム「博物館を評価する視点」 琵琶湖博物館研究報告書 (17) : 209pp
- 博物館基準研究会 1999 博物館基準に関する基礎研究 博物館基準研究会 159pp
- 細井克彦・千賀康利・佐藤春吉・林 昭 1993 大学評価と大学創造 東信社 210pp
- H. R. ケルズ (喜多村和之・館昭・坂本辰郎 訳) 1998 大学評価の理論と実際 東信社 197pp
- 伊藤寿朗 1991 ひらけ博物館 岩波ブックレット No. 188 62pp
- 伊藤寿朗 1993 市民の中の博物館 吉川弘文堂 190pp
- 経済戦略会議 1999 日本経済再生への戦略 (答申) 川島敦子 1999 来館者研究の歴史的諸相 展示学 (27) 16-22
- 三木美裕 1999 博物館・美術館の来館者研究 アメリカの事例から 国立民族学博物館研究報告 24(3) 633-701
- 諸岡博熊 1990 変革する博物館第三世代 創元社 494pp
- 宮本馨太郎 1952 博物館学講義要綱 (再掲 1985 民俗博物館論講 慶友社 51-80)
- 立命館大学地域情報研究センター 2000 琵琶湖博

-
- 物館についての経済的・文化的・社会的効果に関する研究報告書
- 斎藤恵理・竹内有里 1999 博物館の環境評価を考える 文環研レポート：(13) 5-12
- 佐々木亨 1999a 公立博物館における行政評価 評価手法構築に向けて 日本ミュージアム・マネージメント学会研究紀要：(3) 13-24
- 佐々木亨 1999b 公立博物館における事業評価の現状 協議会・内部評価・利用者調査 文化経済学1：(3) 29-37
- 重盛恭一 2000 日本における来館者研究・博物館評価文献リスト 1957-1999 ワークショップ&シンポジウム「博物館を評価する視点」琵琶湖博物館研究報告 (17)：150-172
- 総合研究開発機構 1981 文化施設の経済効果—国立民族学博物館をモデルにして
- 高橋信裕・亀山裕市・越真澄 1996 第四世代の博物館 博物館の将来像(2) Cultivate (2) 40-42
- 高橋信裕 1998 博物館が日本に根付かない理由 (1) 文環研レポート：(12) 1-4
- 高橋信裕 1999 博物館が日本に根付かない理由 (2) 文環研レポート：(13) 1-4