

事務事業一覧表

施策コード	事業名称	部局名	所属名	シート区分	ページ
32112	坂の上の雲ミュージアム施設管理運営事業	坂の上の雲まちづくり部	坂の上の雲ミュージアム	シートB	2
32112	坂の上の雲ミュージアム企画展示事業	坂の上の雲まちづくり部	坂の上の雲ミュージアム	シートB	4

令和2年度 松山市 事務事業シート <シートB>

評価実施年度	令和2年度	評価対象年度	令和元年度
--------	-------	--------	-------

令和2年度	部局等名	坂の上の雲まちづくり部	課等名	坂の上の雲ミュージアム	担当グループ名	坂の上の雲ミュージアム担当	連絡先	915-2601				
	部等長名	吉田 健二	課等長名	石丸 耕一	リーダー名	主幹	伊藤 彰規	担当者名	副主幹	則内 関博	主任	井上 敦子
令和元年度	部局等名	総合政策部(坂の上の雲まちづくり担当)		課等名	坂の上の雲ミュージアム事務所	担当グループ名	坂の上の雲ミュージアム担当	連絡先	915-2601			
	部等長名	片本 悦央	課等長名	石丸 耕一	リーダー名	主幹	池内 伸二	担当者名	副主幹	則内 関博	副主幹	伊藤 彰規

1. 事業概要【Plan】 ※令和元年度の内容

事務事業名(施策コード)	32112	坂の上の雲ミュージアム施設管理運営事業					事業性質	1-1:自治事務(実施規定なし)	事業区分	3:指定管理	
基本目標	地域の魅力・活力がふれるまち【産業・交流】					笑顔プログラム	221	個別プログラム	笑顔を育むプログラム		
政策	都市全体の価値や魅力を向上する							重点プロジェクト	わがまち松山への愛着と誇りの醸成による「住み続けたいまちづくり」プロジェクト		
施策	選ばれる都市づくり					市長公約	531	主な取り組み	地域資源の利活用と知る機会の充実		
主な取り組み	まちの特性を生かした魅力づくり							自分たちのまちに愛着や誇りをもち、住み続けたい松山をつくります			
取り組みの柱	坂の上の雲ミュージアムの活用					風早・忽那諸島をはじめ、各地域の歴史や文化、自然などを活かし、松山のさまざまな魅力を磨きます。さらに、地域の魅力を知る機会を充実させることで、子どもや若者のシビックプライドを醸成します。					
総合戦略	基本目標						取組み			(総合戦略) 未来プロジェクト 該当有無	
	政策										
	施策										
総合計画の実施計画掲載有無(R元)	1:有り	重点的取組事業該当有無(R元)			1:有り						
根拠法令,条例,個別計画等	なし										
事業の目的(どのような状態にするか)	坂の上の雲ミュージアムは、松山市が進める『坂の上の雲』を軸とした21世紀のまちづくり構想(市内各所に点在している小説ゆかりの史跡や、地域固有の文化資源を発掘・再評価し、結び付けて、まち全体を屋根のない博物館＝フィールドミュージアムに見立てたまちづくり)の中核施設として県内外に向け様々な情報発信を行っていく。また、ミュージアムは、まちづくりに取り組む市民活動の拠点として、活動支援の場としての機能も発揮していく。										
背景(どのような経緯で開始したか)	小説『坂の上の雲』の3人の主人公(正岡子規、秋山好古、秋山真之)が抱いた高い志とひたむきな努力、夢や希望をまちづくりに取り入れた『坂の上の雲』のまちづくりを实践するため、官民一体となって「物語」感じられるまちを目指していくという理念に基づく。										
対象・事業内容(誰に対して、何をやるのか)	<ul style="list-style-type: none"> 指定管理者制度によるミュージアムの施設維持管理を行う。(指定管理者である四電ビジネス兩愛媛支店に指定管理料を支出) ミュージアムが持つ「展示機能」「情報発信機能」「まちづくり支援機能」を果たすため、資料調査、展示物の維持管理、充実、周知啓発、各種活性化事業のほか、以下のような魅力発信事業を実施する。 <ul style="list-style-type: none"> (1)市民への発信:各種講座の実施(ミュージアム講座、大学連携講座)、子供向け普及啓発事業の実施(講座、ワークショップ等)、市民主体のまちづくり活動の紹介等 (2)観光客への発信:関係部門や他博物館等との連携によるPR活動や旅行商品の販売、館内で体験できる特別メニューの開発・実施 (3)外国人への発信:施設案内パンフレットの多言語化 										
受益者負担の状況	負担の有無	1:有り	「有り」の場合,基準や金額等「無し」の場合,その理由			観覧料 一般400円(320円)、高校生200円(100円)、高齢者200円(160円) 中学生以下無料 ()内は20名以上の団体割引料金 音声ガイド 100円、イベント等は、その都度金額を設定。					
始期・終期(年度)	平成 18 ~ 令和 4	終期の種別		2:事業の継続・終了の検討時期							

2. 事業実施に係る資源の投入量【Do】

予算科目	会計	一般会計	款	商工費	項	観光費	目	観光資源開発費	R元 予算措置時期		当初
									H30年度	R元年度	
現計予算額(A) (単位:千円)						104,043		111,340		107,826	
決算額(B) (単位:千円)						101,320		110,489			
内訳(単位:千円) ※H30→R元 決算内訳, R2→予算内訳			国支出金			0		0		0	
			県支出金			0		0		0	
			市債			0		0		0	
			その他			30,437		23,150		37,729	
			一般財源			70,883		87,339		70,097	
主な経費(単位:千円) ※R元→決算,R2→予算							指定管理料:77,177千円	指定管理料:88,000千円			
特記事項(単位:千円) ※繰越,補正,流用,事業統合等							9月補正で1,123千円追加 12月補正で181千円追加 流用による増あり				
予算執行残額(単位:千円)	(A)-(B)					2,723		851			

※決算額(内訳含む。)は四捨五入のため、実際の額とは異なる場合あり。

3. 前年度(R元年度)の事業検証・改善【Check・Action】

主な取り組み内容	<ul style="list-style-type: none"> 指定管理者によるミュージアムの施設維持管理 市民や子どもを対象とした講座等の実施 観光部門や他博物館等と連携したPR活動や旅行商品の販売 市制施行130周年、秋山好古生誕160年記念事業の実施 											
主な取り組み内容の達成度	→	↑:年度当初目標以上 ↓:年度当初目標未満 ○:年度当初目標どおり		左記の理由として良かった点,悪かった点など			市制施行130周年、秋山好古生誕160年を記念した展示やイベントを実施し、『坂の上の雲』の魅力を市内外の多くの方に発信できた。一方、新型コロナウイルスの影響により、年間の入館者数は昨年度より減少した。					
施策への貢献度(目的の達成度を含む)	1:貢献している	左記の理由		ミュージアムがまちづくりの中核施設としてだけでなく、観光面でも松山の魅力の一つとして定着してきているため。								
事業の公共性	必要性	2	1:日常生活に不可欠(必需) 2:日常生活に不可欠ではない(選択) 3:どちらにも該当しない			公益性	1	1:より多くの市民に提供(共同型) 2:特定の個人・団体等に提供(個人型) 3:どちらにも該当しない				
R元年度終了までに把握している環境の変化,障害,課題となっている事項	市制施行130周年、秋山好古生誕160年を記念した展示やイベントの終了。令和2年度は新たに博物館明治村との連携事業を行い誘客を図る必要がある。また、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、イベントや2階ホール及び会議室の利用が中止となった。今後さらなる感染拡大による休館や関連事業の中止・縮小等が懸念される。											
R2年度の目標	展示事業と合わせ、各種活性化事業を行い、ミュージアムの魅力をさらに高め、周知することでより多くの方に来館していただく。そのため目標値として、メディア等へのPR回数を360回とし、2階ホール等を活用したイベント・展示等開催数を150回とする。			R2年度の主な取り組み内容(予定含む)			<ul style="list-style-type: none"> 指定管理者によるミュージアムの施設維持管理やPR活動 市民や子どもを対象とした講座等の実施 観光部門や他博物館等と連携したPR活動 		特に環境変化,障害,課題等解決のため,R2年度で取り組む改善策		博物館明治村との連携事業を、指定管理者や関係各所と協力して計画的に開催する。新しい指定管理者と協力し、いろいろな周知・広報に努める。また、新型コロナウイルス感染拡大に対し、ホームページ等での効果的な情報発信の方法や、収束後の各種事業の実施を検討し、来館者数の回復を図る。	

【活動指標】とは…事業の具体的な活動量(アウトプット/「市」が何をしたか)

【成果指標】とは…事業実施により得られる成果(アウトカム/活動の結果、「市民等」がどうなったか)

<業績の分析>

目標達成度	指標名	単位	区分	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	R3年度	最終目標			
活動指標 (3つまで設定可)	メディア等へのPR(広告)回数	回	目標値	340	350	360	360	360	目標値	360		
			実績値	315	342	340			達成年度	R3年度		
		%	達成度	92.6%	97.7%	94.4%						
	指標の種類	5:現状維持を目指す指標(増を良しとする)				最終目標値の設定の考え方	過去の最高値を参考に目標を定めた					
	本指標の設定理由	市内外に対するミュージアムの情報発信を表す指標であるため										
	2階ホール等を活用したイベント・展示等開催数	回	目標値		150	150	150	150	150	目標値	150	
				実績値		133	131	108			達成年度	R3年度
			%	達成度	88.7%	87.3%	72.0%					
		指標の種類	5:現状維持を目指す指標(増を良しとする)				最終目標値の設定の考え方	過去の最高値を参考に目標を定めた				
		本指標の設定理由	ミュージアムの市民利用を表す指標であるため									
			目標値						目標値			
		実績値						達成年度				
	%	達成度										
	指標の種類					最終目標値の設定の考え方						
	本指標の設定理由											
成果指標 (3つまで設定可)	入館者数	人	目標値	130,000	130,000	130,000	130,000	130,000	目標値	130,000		
			実績値	115,672	113,386	108,882			達成年度	R3年度		
		%	達成度	89.0%	87.2%	83.8%						
	指標の種類	5:現状維持を目指す指標(増を良しとする)				最終目標値の設定の考え方	日本の同種、同規模の文学館の入館者数のデータと比較すると、目標とするべき妥当な数字である					
	本指標の設定理由	市内外からのミュージアムの利用を表す指標であるため										
			目標値						目標値			
			実績値						達成年度			
		%	達成度									
		指標の種類					最終目標値の設定の考え方					
		本指標の設定理由										
上記指標の実績に対する評価(達成又は未達成要因の分析)	活動指標	様々なイベント・展示等開催しメディア等でもPRを行っているが、今後も2階ホールを活用した様々なイベント等を開催し、市民利用の増加を図る必要がある。										
	成果指標	松山を訪れている観光客を充分に取り込んでいないため、観光と文化両面にて松山市の魅力を高める施設となるよう、PR等さらに努力していく必要がある。										
上記の指標以外に、指標では表すことができない定性的な成果がある場合、その内容												

令和2年度 松山市 事務事業シート <シートB>

評価実施年度	令和2年度	評価対象年度	令和元年度
--------	-------	--------	-------

令和2年度	部局等名	坂の上の雲まちづくり部	課等名	坂の上の雲ミュージアム	担当グループ名	坂の上の雲ミュージアム担当	連絡先	915-2601				
	部等長名	吉田 健二	課等長名	石丸 耕一	リーダー名	主幹	伊藤 彰規	担当者名	主査	上田 一樹	主任	川島 佳弘
令和元年度	部局等名	総合政策部(坂の上の雲まちづくり担当)	課等名	坂の上の雲ミュージアム事務所	担当グループ名	坂の上の雲ミュージアム担当	連絡先	915-2601				
	部等長名	片本 悦央	課等長名	石丸 耕一	リーダー名	主幹	池内 伸二	担当者名	主査	上田 一樹	主任	川島 佳弘

1. 事業概要【Plan】 ※令和元年度の内容

事務事業名(施策コード)	32112	坂の上の雲ミュージアム企画展示事業					事業性質	1-1:自治事務(実施規定なし)	事業区分	3:指定管理		
基本目標	地域の魅力・活力がふれるまち【産業・交流】					笑顔プログラム	221	個別プログラム	笑顔を育むプログラム			
政策	都市全体の価値や魅力を向上する							重点プロジェクト	わがまち松山への愛着と誇りの醸成による「住み続けたいまちづくり」プロジェクト			
施策	選ばれる都市づくり					市長公約	531	主な取り組み	地域資源の利活用と知る機会の充実			
主な取り組み	まちの特性を生かした魅力づくり							自分たちのまちに愛着や誇りをもち、住み続けたい松山をつくります				
取り組みの柱	坂の上の雲ミュージアムの活用					風早・忽那諸島をはじめ、各地域の歴史や文化、自然などを活かし、松山のさまざまな魅力を磨きます。さらに、地域の魅力を知る機会を充実させることで、子どもや若者のシビックプライドを醸成します。						
総合戦略	基本目標						取組み					
	政策							(総合戦略) 未来プロジェクト 該当有無				
	施策											
総合計画の実施計画掲載有無(R元)	1:有り	重点的取組事業該当有無(R元)					1:有り					
根拠法令,条例,個別計画等	なし											
事業の目的(どのような状態にするか)	小説『坂の上の雲』の松山出身の3人の主人公が抱いた高い志とひたむきな努力、夢や希望をまちづくりに採り入れた『坂の上の雲』のまちづくりの中核施設として、毎年、多角的な視点から『坂の上の雲』の時代と世界に関する企画展を開催し市内外へ広く発信することで、市民に『坂の上の雲』のまち松山への愛着と誇りを感じてもらい、市外の方々に「行ってみたい」「住んでみたい」と思ってもらうことを目的とする。											
背景(どのような経緯で開始したか)	小説を活かした松山ならではのまちづくりを推進するための中核施設として、開館前の平成16年度(第1回会合 H16.2.27)から平成17年度の2か年(計5回開催)にわたって開催した『坂の上の雲 記念館展示専門委員会』からの答申を最大限に尊重し、小説『坂の上の雲』の松山出身の3人の主人公の生き方や、小説に描かれた近代国家として成長していく明治期日本の歴史や文化、世界の国々との関わりなどを広く発信し、多くの方々に興味関心を持っていただくために、毎年テーマを変える企画展を開催することが目的達成のための有効な手段であると考えたため。											
対象・事業内容(誰に対して、何をやるのか)	松山市民、観光客を対象とした企画展示 ・坂の上の雲ミュージアム企画展示の企画、調査、展示設計、展示制作を行う。(2月頃展示入れ替え) ・企画展示に関連したイベント等を行う。 ・企画展示の図録を製作する。 ・音声ガイドに関する業務を行う。(内容更新、機器の賃借) ・そのほか大規模に行う展示にかかる業務を行う。											
受益者負担の状況	負担の有無	1:有り	「有り」の場合、基準金額等 「無し」の場合、その理由			観覧料 一般400円(320円)、高校生200円(100円)、高齢者200円(160円) 中学生以下無料 ()内は20名以上の団体割引料金 音声ガイド 100円、イベント等は、その都度金額を設定。						
始期・終期(年度)	平成	18	～	令和	4	終期の種別	2:事業の継続・終了の検討時期					

2. 事業実施に係る資源の投入量【Do】

予算科目	会計	一般会計	款	商工費	項	観光費	目	観光資源開発費	R元 予算措置時期		当初	
									R元	R2年度		
				H30年度			R元年度		R2年度			
現計予算額(A) (単位:千円)				26,850			25,423		24,572			
決算額(B) (単位:千円)				24,657			20,214					
内訳(単位:千円) ※H30→R元 決算内訳, R2→予算内訳	国支出金			0			0		0			
	県支出金			0			0		0			
	市債			0			0		0			
	その他			1,437			1,000		1,790			
一般財源			23,220			19,214		22,782				
主な経費(単位:千円) ※R元→決算,R2→予算				展示の設計、制作、資料輸送等にかかる経費15,366千円			展示の設計、制作、資料輸送等にかかる経費19,136千円					
特記事項(単位:千円) ※繰越,補正,流用,事業統合等				流用による減あり								
予算執行残額(単位:千円)				(A)-(B)			2,193		5,209			

※決算額(内訳含む。)は四捨五入のため、実際の額とは異なる場合あり。

3. 前年度(R元年度)の事業検証・改善【Check・Action】

主な取り組み内容	第14回企画展の企画・展示設計と展示制作											
主な取り組み内容の達成度	→	↑:年度当初目標以上 →:年度当初目標どおり ↓:年度当初目標以下			左記の理由として良かった点,悪かった点など			第14回企画展では、小説『坂の上の雲』に描かれたひとびとをテーマにした展示を行った。主要な登場人物たちが、それぞれの置かれた状況でどのようにふるまったかを初公開の資料等で紹介することができた。				
施策への貢献度(目的の達成度を含む)	1:貢献している		左記の理由			小説『坂の上の雲』をきっかけとして、ミュージアムが新たな松山の魅力となっている。						
事業の公共性	必要性	2	1:日常生活に不可欠(必需) 2:日常生活に不可欠ではない(選択) 3:どちらにも該当しない			公益性	1	1:より多くの市民に提供(共同型) 2:特定の個人・団体等に提供(個人型) 3:どちらにも該当しない				
R元年度終了までに把握している環境の変化,障害,課題となっている事項	新たな企画展の実施に向けて、専門性だけでなく来館のための興味・関心をひくさらなる工夫が必要。また、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、企画展の記念講演が中止となった。今後、さらなる感染拡大による休館や関連事業の中止・縮小等が懸念される。											
R2年度の目標	より多くの観光客と松山市民に、小説『坂の上の雲』が発するメッセージを感じてもらえるよう努める。そのための目標値として、メディア等へのPR回数を360回とする。			R2年度の主な取り組み内容(予定含む)			第15回企画展の企画・設計・展示制作。		特に環境変化,障害,課題等解決のため,R2年度で取り組む改善策			より多くの人に『坂の上の雲』に描かれた世界や明治という時代に興味をもってもらえるような展示内容を心がける。また、新型コロナウイルス感染拡大に対し、ホームページ等での効果的な情報発信の方法や、収束後の関連事業の実施を検討し、来館者数の回復を図る。

【活動指標】とは…事業の具体的な活動量(アウトプット/「市」が何をしたか)

【成果指標】とは…事業実施により得られる成果(アウトカム/活動の結果、「市民等」がどうなったか)

<業績の分析>

目標達成度	指標名	単位	区分	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	R3年度	最終目標		
活動指標 (3つまで設定可)	メディア等へのPR(広告)回数	回	目標値	340	350	360	360	360	目標値	360	
			実績値	315	342	340			達成年度	R3年度	
			% 達成度	92.6%	97.7%	94.4%					
	指標の種類	5:現状維持を目指す指標(増を良しとする)					最終目標値の設定の考え方	過去の最高値を参考に目標を定めた			
	本指標の設定理由	市内外に対するミュージアムの情報発信を表す指標であるため									
				目標値						目標値	
				実績値						達成年度	
				% 達成度							
	指標の種類						最終目標値の設定の考え方				
	本指標の設定理由										
				目標値						目標値	
				実績値						達成年度	
% 達成度											
指標の種類						最終目標値の設定の考え方					
本指標の設定理由											
成果指標 (3つまで設定可)	入館者数	人	目標値	130,000	130,000	130,000	130,000	130,000	目標値	130,000	
			実績値	115,672	113,386	108,882			達成年度	R3年度	
			% 達成度	89.0%	87.2%	83.8%					
	指標の種類	5:現状維持を目指す指標(増を良しとする)					最終目標値の設定の考え方	日本の同種、同規模の文学館の入館者数のデータと比較すると、目標とするべき妥当な数字である			
	本指標の設定理由	市内外からのミュージアムの利用を表す指標であるため									
				目標値						目標値	
				実績値						達成年度	
				% 達成度							
	指標の種類						最終目標値の設定の考え方				
	本指標の設定理由										
				目標値						目標値	
				実績値						達成年度	
% 達成度											
指標の種類						最終目標値の設定の考え方					
本指標の設定理由											
上記指標の実績に対する評価(達成又は未達成要因の分析)	活動指標	メディア等で多くのPRを行っているが、今後も様々なメディアを活用したPRを行い、来館者の増加に繋げる必要がある。									
	成果指標	松山を訪れている観光客を充分に取り込んでいないため、観光と文化両面にて松山市の魅力を高める施設となるよう、PR等さらに努力していく必要がある。									
上記の指標以外に、指標では表すことができない定性的な成果がある場合、その内容											