

に残すようにすべきと考える。

3. 収支に関する事務について

平成16年度における陶磁文化館の収支項目について、一部抽出ではあるが収入項目に関し帳簿計上額と各種関連資料の照合、並びに支出項目に関しては起案・決裁・実際の支出手続の検証等を行った。

支払事務に関しては、通常事前に「支出負担行為」なる書類を作成し、その後「支払(払出)命令書」を作成し、これに決裁承認が得られれば、「支払日入力確認表」を作成する。これは、支出をしようとする日の2日前までに作成する必要がある、支出する日の2日前まででなければ、システム上入力ができないようになっている。

今回検証したなかで、「支出(払出)命令書」の作成を行っていたが、連休等の関係上、決裁手続きや「支払日入力確認表」への入力が間に合わず、結果としてそれまでの手続は取り消され、緊急支払という制度によって当日起案・当日支払という方法で支出されているものがあった。

この支払は電話料の支払で金額も僅少であったが、支出に関する諸手続は、適正な支出が一定の承認のもとに適切になされるように定められているわけであるから、あらかじめ定められた適正な手続によって支出がなされるように十分に留意すべきである。

また、当初の手続を取り消すことについて、今回の場合はその履歴やその事由が書類等において示されていなかったが、出納事務をより厳格に明確に行うためには、その取り消し事由等が書類等において明確に残されるようにすべきであると考え。

第4. 監査意見

1. 入館者増加努力について

全国における公立の博物館は、いずれも経営が非常に厳しい状況に陥っており、特に昨今のように地方自治体の財政が厳しいなかでは、博物館に係る予算も削減されがちである。もともと博物館は社会教育の普及を目的として運営され、収益性の面は重要視されにくいものである。ところが、現状のように予算削減が強いられる状況のなかその活動が制約されていけば、本来の目的の達成がますます厳しくなっていく状況になる。本来の目的達成のために最低限の予算は確保されるべきであるが、運営はより効率的・効果的になされなければならない。博物館運営が活性化されより多くの方が来場していただけるような創意工夫が積極的に展開されていかなければならない。

陶磁文化館では、特別企画展以外の展示は観覧料を無料としているが、無料として収入が得られないことや、予算削減による運営費不足を口実に、博物館の運営が後退してしまうようなことがないようにしなければならないと考える。

以下では、陶磁文化館の運営の目的達成に大きく結びつく来館者数の増加という点に着目して、様々な点を検討してみた。

① 特別企画展の隔年開催について

特別企画展の開催については、平成15年度から隔年開催になった。これは主に準備期間の観点から質の高い特別企画展が開催できるように、また、開催費用の面から費用削減を目的として、さらには、他の調査研究・教育普及活動を充実させる等の観点から変更されたものである。特別企画展開催の費用は、通常10,000千円から15,000千円程度かかるということであった。特別企画展の場合、特別のテーマのもと、陶磁文化館にない資料については他の施設等から借りるが、その輸送コストや輸送時や展示期間中の破損等に備えるための保険料、さらにはポスターやチラシの作成費、資料を借りる場合やその他の準備をするための旅費、会場設営費等の費用が発生する。

特別企画展を行わない年度に特別企画展の代わりに開催される常設特別展の場合には、僅かに1,000千円程度の費用で行われている。

特別企画展は観覧料を大人620円、大学生300円を徴収する（高校生以下無料）。平成16年度の場合特別企画展の観覧料が、3,700千円程度で、図録の販売代金が1,300千円となっている。16年度

の場合には特別企画展を開催するために、収支差し引きで8,000千円程度の費用負担が発生している。平成16年度は、国内の他の博物館等と共同で外部の企画業者が企画した巡回の特別企画展を開催し、従来の特別企画展に比べればかなり内容の充実したものをいつもより少ないコストで開催することができた。

特別企画展を開催しなかった平成15年度とその前後の入館者数は、平成14年度は72,113人(うち特別企画展観覧者15,890人)、平成15年度は66,638人、平成16年度は70,429人(うち特別企画展観覧者10,691人)となっており、特別企画展を行わなかった平成15年度の入館者数が少なくなっている。陶磁文化館の運営の目的や利用促進という観点からすれば、この特別企画展の隔年開催ということは明らかに後退しているといえる。

コスト削減の観点からすると、特別企画展の開催は少ない方がよいということになるのかもしれないが、来館者数が年々減少しているなかで県外の他の博物館では、年に複数回の特別企画展を開催し、集客数を高めていこうとしている博物館もある。隔年開催は広く県民に社会教育の場を提供するという本来の目的から後退しているように思える。

陶磁文化館の存在をアピールするためには、通常の特設展のみを開催しても注目される機会は少ないであろうが、特別企画展の開催等の際して積極的なPRを行うことも必要であろう。そのためには注目を集めるような充実した特別企画展を企画していく必要がある。

いままで陶磁文化館の存在を知らなかった方に注目され、既に来館したことのある方には、繰り返し一人でも多くの方に再び来館していただくような様々な企画や催しが必要ではないかと考える。もちろん常設特別展においても、様々な企画検討を重ねて、より少ない費用のなかで充実した企画展を開催しようと努力されており、開催コスト等の面を十分に考慮すべきことは当然のことであるが、来館者数が減少している陶磁文化館の現状からすると、やはりいかにして多くの県民の方に、さらには全国の方に注目されるかということが重要なわけであり、集客力のある展覧会や様々な催しを積極的に企画し、より多くの方々が陶磁文化館の情報に接したり、注目していただけるような機会を少しでも増やしていけるような活発な運営を期待するものである。常設展が博物館・美術館の命だとも言われており、魅力ある常設展への努力は大いに続けていくべきである。

② 収蔵品の閲覧の機会や、展示品の案内等について

集客力を高めるといふ点では、創意工夫も当然に必要となってくる。そのためには、入館者に対して印象に残るようなサービスの提供や、気配り等が必要であり、例えば、入館時には展示されていない収蔵品の閲覧や、入館者に対する説明等があげられるであろう。

展示物以外の収蔵品の閲覧という点では、入館者が申請書を提出すれば、閲覧できるようになっている。ただ、実際の閲覧件数は年間数件程度である。収蔵品は高価なものや、壊れやすいものばかりであり、学芸員が他の業務もあるなかで全ての依頼に対応するという事は難しいかもしれないが、時間的に余裕があるような場合には、博物館の舞台裏を見せるなどして、興味や親近感を持っていただくようなことも有効であろうし、現状あまり活用されていない閲覧制度について、閲覧の方法や広報の方法を再度検討することが必要であると考えます。

展示品の案内という点では1日2回定時に案内を行ったり、それ以外にも入館者の希望により随時展示品の案内を行うようになっている。また、団体の場合、学芸員がホールにてガイダンスを行ったり、定時案内とは別に個別に展示品の案内も行っている。平成17年度の4月から11月までの8ヶ月間で、定時案内も含め592回、326人（1ヶ月平均74回、916人）の入館者に対して案内が実施されている。これは、年間の入館者数を約70,000人とした場合の約16%の入館者に案内が実施されたことになる。

入館者の多くは、例えば展示されている陶磁器の製作された時代背景やその当時の技術水準、陶磁器がどのような人にどのような利用のされ方をしたのか、その当時の物価水準や流通価格などについて詳しくはないと思われる。案内は、入館者に対し陶磁器の世界の面白さを伝え、多くの展示品に印象深く目を留めてもらい、陶磁文化館のよき広報マンになっていただくよい機会でもあるわけである。現在でも案内が実施されているが、より多くの方に興味を持っていただくために、さらに積極的に案内を実施すべきであろうし、案内を随時行っている旨を、受付にて必ず入館者に伝えたり、その旨の広報も積極的に行うことも必要であろう。学芸員以外に嘱託職員の方も案内を実施しているが、そのほかに解説ボランティアの方をさらに積極的に養成することなども有効であろう。

また、要望があった場合のみでなく、学芸員や嘱託職員、さらにはボランティアの方が随時館内を巡回して周り、気軽に声を掛けるなどして、陶磁文化館のよさを積極的に伝えていこうという姿勢を持って従来以上に積極的な案内を行っていけば入館者にいい印象を与えることが出来る

のではないだろうか。

案内の方法としては、音声による常時の案内が考えられる。平成8年の世界焔の博覧会開催時には音声によるガイダンスを実施したが、展示内容が変われば音声案内の内容を変えなければならないことや、もともとの設備などコスト面での問題があり現状での実施は難しいということであった。確かにある程度の入館者が予想される場合には有効であろうが、現状では入館者数が減少傾向にあり、そのような中での音声によるガイダンスはコスト的にもあまり効率的ではないであろう。

そういう状況であるからこそ、学芸員・嘱託・解説ボランティアの方による親身な丁寧な案内こそが期待されるところであり、そのような地道な活動が入館者数の増加に少しずつでも結びついていくものと考えている。

③ 広報活動について

館外への広報活動を如何に行うかということは、集客力を高めるための一番重要な点である。

・ホームページによる広報

陶磁文化館単独でホームページを開設し、佐賀県のホームページや県内の各博物館のホームページからもリンクされている。ホームページ上では、開館日や開館時間等の情報、館の紹介、行事案内、展示室の案内、各種講座の紹介、館内施設の紹介のほか、Q&A方式による小学生質問コーナー、販売されている図録の解説・紹介等が行われている。

また、県教育庁文化課が作成している「SAGAデジタルミュージアム」においては、インターネット上で県内各博物館の収藏品や収蔵図書の検索が行えたり、各館の周辺地図や展示スケジュール、施設情報、おすすめ収藏品等の情報の配信も行われている。

情報の発信という点については、いかに多くの方にホームページを見ていただくかということが重要である。そのためには一つでも多くの他のホームページからリンクされることも一つの手段であり、例えば陶磁文化館が所在する有田町のみでなく、県内各市町村のホームページにリンクを依頼することも有効であろう。また、現在佐賀県のホームページから検索できるようになっているが、若干わかりにくい感じがした。もともと陶磁文化館に興味があって、その施設を探すということであれば確かに検索はできるが、全く別の目的にて県のホームページを見た方が、たまたま陶磁文化館をはじめとする県内博物館の情報に触れ、そこから興味を抱いていただくような構成にはなっていない。県は様々な重要な情報を配信しなければならず、県の危機管理広報課ではホームページの

作成にも大変苦心されているところであろうが、他の情報とは異なり、多くの方に目に留めていただいて、来館してもらいたいという情報であるので、佐賀県のホームページのトップページにて何らかの形で博物館に関する情報が目に付きやすい形で掲載できないか検討していただきたい。

・パンフレット・チラシの配布やポスターの掲示

パンフレットについては、有田・武雄・嬉野地区の旅館・ホテル・各種店舗・窯元等へ設置を依頼したり、ポスターやチラシに関しては、県内の学校・旅行代理店・県外の県の施設では福岡の情報センターや東京事務所等にも配布・掲示を依頼している。

個人的な見解ではあるが、佐賀県の中部・東部地区の県民は陶磁文化館の存在を知らない方も多数存在するようである。陶磁文化館の来館者は、県内よりも県外のほうが多いが、県が運営する施設でもあり、まずは県民に如何に知っていただくかということは重要であり、今一度県民に対する広報を大々的にやってみてはいかがなものかと考える。ポスター・パンフレットなど、いずれも作成コストの問題があるが、より多くの方に目に触れていただくためには、現状でもある程度は行われているが、県内各市町村の施設やその他県内の民間の施設等に対し、従来以上に、より積極的に働きかけてポスターの掲示等を依頼していくべきであると考えます。

JR等にポスターの掲示を依頼する場合には掲示のための費用が発生するが、都市部のJRの主要駅や主要都市の空港等において掲示を行うなど、費用対効果を十分に検討した上で効果的な広報活動を展開していくべきである。

・常設展に関する広報について

常設展というと、その内容は常にあまり変わらないという印象を持っている方も多いのではないかと考える。陶磁文化館では、パンフレット等において年に一度全面的に入れ替えている旨を記載しているものの、非常に小さな記載でわかりにくい。テーマ名こそ同じであれ、全面的に全く違った展示を行っているのであるから、そのことをもっと大々的に広報すべきではないだろうか。テーマは同じであっても、例えば「2006年版」などの名称を加えるなどの工夫も必要ではなかろうかと考える。特別企画展を隔年で行うようになった現状において、入館者数を維持し増加させていくためには、入館者の興味を沸かせるような展示や展示品の案内にも工夫を凝らし、常設展を何度も見てもらうことが重要となってくるであろうし、なおさら工夫を凝らした積極的広報活動が必要

であるとする。

・報道機関への情報提供

陶磁文化館に関する様々な情報は、報道機関へもリリースされるようになっている。情報の提供先としては県政記者クラブ、伊万里記者会（有田地区も統括している）、佐賀新聞有田支局等である。また、各種報道機関の取材は積極的に受け、そのほかにも旅行関係雑誌等の取材を積極的に受けており、これによって県外からの来館者を得ている部分も大きいということであった。

報道機関への情報提供については、通常は陶磁文化館から情報を提供しない限り報道機関側では情報を入手できないわけであるから、様々な展示内容や企画について、不断の積極的な情報提供を行っていくことが肝要である。提供先についても、福岡・長崎など近隣の地域も含めて情報提供先の再検討も必要とする。

④ 入館者へのアンケートについて

陶磁文化館では、常に入館者に対してアンケートを記入していただくようにしており、館に入る際に受付にて呼びかけ回答をいただいている。これとは別に、特別な催し物を行った場合や新たな試みに取り組んだ場合などに、別途アンケートを実施している。常時行われているアンケートは、従来から年齢・来館回数・来館目的・陶磁文化館の存在を知った経緯の4項目について行われており、毎月その結果が集計されグラフ化されている。

ただ、長年同一の4項目で質問・集計がなされており、長期的な期間での大きな流れをつかむという点では何らかの意味があるかもしれないが、長い間同様の項目を質問し続けることにどれだけの意義があるのか、また、これらアンケート結果がどのように活用・分析されているのかという点に疑問を感じた。

この4項目は、入館者が陶磁文化館に訪れた状況などを探るもので、広報活動には有効な項目であろうが、このほかにも観覧してみてよかった点、悪かった点、気になった点、改善して欲しい点、今後の企画として希望するものなど、館の運営に関しての質問も非常に重要な項目であるとする。これらの項目は、観覧後に質問しなければ意味が無いもので、従来とは当然にやり方が変わってくる。

特別な企画の際に行うアンケートの場合は、館の運営についての質問項目も存在するが、常時行うアンケートについても質問項目の見直しや、詳細な分析が必要である。また、その分析により質問したい事項が新た

に出てくるものと思われる。さらに、質問項目があまり多くなるとアンケートの依頼や、真剣な内容の回答が得られにくいといった懸念点もあるかもしれないが、毎日同様のアンケートを行う必要は無く、項目をいくつかに分けて、日ごと週ごとに違った内容のアンケートを行ってもよいわけである。

アンケート項目や分析方法等の見直しを行うべきであると考え。

現在行われているアンケートは陶磁文化館へ入館された方へのアンケートであるが、陶磁文化館の周知状況を把握するためや、過去に来館された方の声を聴くなどするために積極的に県民の声を聞きに行く工夫をしなければならないと考える。なかなか難しい問題であるが、例えばホームページ上において、一般の方からの質問や要望等を受け付ける旨の広報を行ったり、県内の来館者数が少ないと思われる地域でのアンケートを行うなどの方法により、より県民の意見・声・認識が伝わってくるような工夫をすべきである。

⑤ 県関係の諸機関・施設等の連携

県内にある博物館は当然のこと、県の各種機関や関連施設等の協力を得ながら連携のとれた広報活動を展開できるように心がけるべきである。

県内の博物館の連携という観点では、平成17年度から年に4回「博物館施設連絡会議」と称して各館の館長や課長クラス以上の担当者が出席し、連携した広報活動等の検討も行っている。実際に、それぞれの博物館において、他の博物館の広報資料を設置し、佐賀県地図においてそれぞれの博物館の位置が示されたものを設置したり、それぞれのアクセスを紹介するなど博物館同士の連携が徐々に図られつつある状況である。

県の機関として観光課や流通課、東京事務所との関連においても、現状の協力関係を整理し、今後さらに協力を得られるようなものがないか、十分に検討すべきである。例えば流通課からの協力という点では、流通課が企画する県内外の各種物産展や催し物において、広報活動やポスターの掲示を依頼するなどの協力が可能であるかもしれないし、県が行う事業として担当部署にこだわらず、関連部署や協力できる可能性があるような部署に対しては、積極的な働きかけを行うべきである。

⑥ その他の諸活動について

・旅行代理店への働きかけ

最近では、福岡・長崎・熊本等の旅行代理店や観光バス会社に出向き、嬉野・武雄など周辺の温泉地と陶磁文化館を結んだバス旅行の企画を提