

レビュー項目 (事業名)	ひょうごプレミアム芸術デーの開催				部(局)	県民生活部					
					所管課	芸術文化課					
					担当班	企画運営班					
					連絡先	078-362-3146					
開始年度	令和4年度	終了年度	—		関連計画等	芸術文化振興ビジョン					
事業区分	<input type="checkbox"/> 国補助事業 <input checked="" type="checkbox"/> 県単独事業										
実施方法	<input checked="" type="checkbox"/> 直執行 <input checked="" type="checkbox"/> 委託 <input type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> その他(    )				実施主体等	県・(公財)兵庫県 芸術文化協会					
事業目的	県民が芸術文化に親しみ、より身近に感じられる機会を提供し、兵庫の魅力の再発見やふるさと意識に根ざした兵庫の文化の継承・発展を図り、芸術文化立県ひょうごの実現を目指す。 ふるさと寄附については、障害者や子育ての方に配慮した取組に充当していく。										
事業概要	芸術文化施設の無料開放、無料イベント、障害のある方や子育て世帯にも配慮した取組の実施										
これまでの改善状況	R4年度は県立9施設のみで実施したが、R5年度からは新たに趣旨に賛同する市町立施設・民間施設に対象を拡充するとともに、障害のある方や子育て中の方が鑑賞しやすい環境づくりやナイトミュージアムなど子供の体験機会の創出に取り組んでいる。 また、参加者数や来館者アンケートの結果を参加施設などに提供している。										
業務フロー	①参加施設の募集 ②事業の広報 ③各施設で無料開放や無料イベントを実施、県立施設でアンケートを実施 ④アンケート結果などを参加施設へ提供										
事業に要するコスト	区 分		4年度決算額		5年度決算額		6年度決算額		7年度当初予算額		
	事業費①		7,346 千円		11,087 千円		11,445 千円		9,591 千円		
	経費内訳	報酬・賃金	0 千円		0 千円		0 千円		0 千円		
		委託料	5,000 千円		7,544 千円		7,841 千円		7,154 千円		
		補助金・交付金	1,814 千円		1,488 千円		1,124 千円		0 千円		
		貸付金	0 千円		0 千円		0 千円		0 千円		
		その他	532 千円		2,055 千円		2,480 千円		2,437 千円		
	(財源内訳)	(国庫)	(0千円)		(0千円)		(0千円)		(0千円)		
		(特定)	(0千円)		(8,495千円)		(9,910千円)		(9,591千円)		
		(起債)	(0千円)		(0千円)		(0千円)		(0千円)		
		(一般財源)	(7,346千円)		(2,592千円)		(1,535千円)		(0千円)		
	予算額② ※精算補正前の予算を記載		7,540 千円		8,495 千円		9,910 千円		9,591 千円		
	執行率((①/②)×100)		97.4%		130.5%		115.5%		100.0%		
	人件費③ (a+b+c)		従事人員	0.0人	従事人員	0.0人	従事人員	0.0人	従事人員	0.0人	
			0 千円		0 千円		0 千円		0 千円		
			職員給与費 a	0 千円		0 千円		0 千円		0 千円	
			賞与引当金繰入額 b	0 千円		0 千円		0 千円		0 千円	
		退職手当引当金繰入額 c	0 千円		0 千円		0 千円		0 千円		
総コスト(①+③)		7,346 千円		11,087 千円		11,445 千円		9,591 千円			

レビューシート(事業改善型)

様式 1

指標名		区 分	4 年度 実績	5 年度 実績	6 年度 実績	7 年度 目標	最終目標 【年度】	
評	成果指標(アウトカム指標①)	目 標	50%	50%	50%	50%	50%	
	住んでる市・町で、芸術文化に接する機会があると思う人の割合 (R4～暮らしの中で芸術文化を楽しむ機会を持っている人の割合)	実 績 ( 見 込 )	39%	37.6%	39.2%	50%	【R7年度】	
		(単位当たりコスト)	(18,836 千円)	(29,487 千円)	(29,196 千円)	(19,182 千円)		
		達 成 率 ( 見 込 )	78.0%	75.2%	78.4%	(100.0%)		
価	成果指標(アウトカム指標②)	目 標						
		実 績 ( 見 込 )						
		(単位当たりコスト)	—	—	—	—		
		達 成 率 ( 見 込 )	—	—	—	—		
指	成果指標(アウトカム指標③)	目 標						
		実 績 ( 見 込 )						
		(単位当たりコスト)	—	—	—	—		
		達 成 率 ( 見 込 )	—	—	—	—		
標	活動指標(アウトプット指標①)	目 標	603,000	603,000	603,000	603,000	603,000	
	各施設入館者数 (芸術文化センター、兵庫陶芸美術館、横尾忠則現代美術館、尼崎青少年創造劇場)	実 績 ( 見 込 )	502,359	551,061	553,799	(603,000)	【R7年度】	
		(単位当たりコスト)	(0 千円)	(0 千円)	(0 千円)	(0 千円)		
		達 成 率 ( 見 込 )	83.3%	91.4%	91.8%	(100.0%)		
	指	活動指標(アウトプット指標②)	目 標					
			実 績 ( 見 込 )					
			(単位当たりコスト)	—	—	—	—	
			達 成 率 ( 見 込 )	—	—	—	—	
	指	活動指標(アウトプット指標③)	目 標					
			実 績 ( 見 込 )					
			(単位当たりコスト)	—	—	—	—	
			達 成 率 ( 見 込 )	—	—	—	—	
終期設定	(有) (第3期芸術文化振興ビジョンの終期(R7年度)) ・ 無							
改善基準	ひょうごビジョン2050で設定している指標(暮らしの中で芸術文化を楽しむ機会を持っている人の割合)が40%を達成した時に見直し実施							
自	評価の視点		評価			目標に対する達成状況(総合的評価)		
	○有効性(評価指標に対する実績)		・以下の内容から想定された成果は一定達成出来ていると考えている。 ア 参加施設の増 令和5年度89施設→令和6年度103施設 →令和7年度114施設 イ 観覧者数の増加 令和5年度で前週比約2.6倍、令和6年度で前週比約2.3倍の方が観覧 ウ 施設への来館のきっかけ 県立施設で行ったアンケートによると、約57%が「施設への来館が初めて」と回答 エ 誰もが芸術文化に親しむための取組 一時保育や手話通訳付き解説会などにより、障害のある方や子育て中の方に配慮した支援を実施			施設入館者数は目標を未達であったが、プレミアム芸術デーに参加された方からは「引き続き実施して欲しい」という意見が多く、県民が芸術文化に親しみ、より身近に感じられる機会となっている。 県民が芸術文化に触れる機会が増加することにより、兵庫の魅力の再発見や、若者への兵庫の文化の継承・発展にも繋がっている。		
	○効率性(最小のコストで最大の効果)		・各施設において、施設における専門人材を活用しながら事業を実施している。 ・ふるさと寄附による財源確保を、令和5年度より新たに開始している。					
己	・県民ニーズを的確に踏まえた事業か ・民間での事業実施は見込めない事業か ・指標・目標設定は適切か ・活動実績は十分か ・想定された成果を達成しているか など							
評	・業務改革に取り組んでいるか ・コスト削減の工夫を行っているか ・ICTや民間活力は活用しているか ・受益者負担は適正か ・財源確保の工夫は行っているか など							
価	課題・今後の方向性							
	<input checked="" type="checkbox"/> 改善 <input type="checkbox"/> 他事業と統合 <input type="checkbox"/> その他 説明 <span style="font-size: 2em;">{</span> 一定の成果はあげているものの、参加施設数なども頭打ちが見えてきている。県の芸術文化を発信・浸透させていくための新たな展開として「プレミアム芸術デーでの来館者に再訪を促す取組(期間外の広報など)」が出来ないか検討したい							
外部委員会意見	・アウトプット指標の「各施設入館者数」について対象施設が4つのみとなっているため、可能であるなら他の施設も含めるべき。 ・再訪につながる仕掛けが必要であるため、来館者アンケートを活用し、学芸員や施設と連携して魅力的な展示や広報を検討すべき。アンケートの満足度や再訪希望度をアウトカム指標として設定することも検討していただきたい。 ・「この絵を見に来てください」といったピンポイントなPR等、年代や関心に応じた情報発信も検討していただきたい。 ・酒蔵など芸術品を有する非美術館施設の参加も検討してはどうか。芸術文化の定義を広げ、兵庫らしい文化創出を図っていただきたい。 ・イベント情報が検索で見つけにくいため、地域名や目的別でヒットしやすいサイト設計が必要ではないか。 ・美術館での感動をふるさと納税につなげる仕掛け(パンフレットや証明書等)やクラウドファンディング型の寄付も検討してはどうか。寄付企業開拓のための企業訪問回数や、SNSでの寄付に関する投稿回数等をアウトプット指標に設定してはどうか。 ・障害者や子育て世代の来訪割合を向上させるため、プレミアム芸術デー実施期間での来訪割合の変化を指標化し効果を検証するとともに、アンケート結果に基づいて打ち合わせを実施した施設数をアウトプット指標に設定することも検討してはどうか。							
改善結果								