

ミュージアムの地域的価値に関する文献レビュー ～ 文化財の有形無形の地域的貢献を評価する ～

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2023-03-22 キーワード (Ja): キーワード (En): Regional Contribution, Cultural Economy, CVM (Contingent Valuation Method) 作成者: 北川, 有美子, KITAGAWA, Yumiko メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.24517/00068981

This work is licensed under a Creative Commons
Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0
International License.



ミュージアムの地域的価値に関する文献レビュー ～文化財の有形無形の地域的貢献を評価する～

人間社会環境研究科 経済学専攻

北 川 有美子

要旨

ミュージアムとは、いかに成功事例と謳われる館であっても、事業収入だけを抽出した場合には赤字のところが多い。一方で、それ以上に地域にとっては有形無形の便益や効果がもたらされているケースも少なくない。近年ミュージアムという文化財は、作品の展示や保存といった従来の役割のほか観光を含む地域振興にも効果を及ぼし、ミュージアム建設を長い目で見た場合に、まちづくりを牽引する存在になる可能性があるとして、特に欧米では早くから実践的研究がなされてきた。

以上のことから、ミュージアムの発する価値とは、本来であれば多方面から多角的に分析されるべきだが、現実にはその価値判断は難しく、殆ど事業収入を中心とした評価しかなされていない。本稿における目的は、「ミュージアムの地域的価値を測る方法論と実用的な手段は何か」を国内外より文献探索することである。文化財が、内部と周辺に及ぼす有形無形の貢献的価値を「地域的価値」と位置づけ、それを測定できる方法論を広く探索した結果、以下のように集約された。①「ミュージアムを持続可能にするためには文化経済や文化観光への理解が不可欠である」とする文化先進国での指針と、②既存の評価手法を用いた方法論からの発展的研究で、地域的価値の測定を可能にする「実践的な方法論モデル」の提案が、主に海外文献より確認できた。

本稿ではまず「博物館法」の変遷や改訂に沿って創意工夫しながら美術館評価を行ってきた代表的な2つの公立美術館における「ベンチマークス」と呼ばれる指標の歴史を辿った。第二に、ベンチマークスでの評価手法の限界や問題点を踏まえ、公共財や文化財全般の地域的貢献を測る際に汎用性の高い手法として日本でも重用されてきたCVMの有用性と課題点について検討した。第三に、文化先進国の海外文献を探索した結果、CVM手法に「選択実験法」手法を加えたミックスメソッドの提案が文献上でなされていることが分かった。今後、日本のミュージアムを核としたまちづくりを検討するにあたり、本稿で抽出された方法論や評価手法を自分の研究に適用し、実際にミュージアムの地域的価値を測っていくことを検討したいと考えている。

キーワード

地域的貢献, 文化経済, CVM (仮想市場評価法)

Literature review on the Regional Value of Museums

～ From the perspective of Regional Economics and Cultural Economics Contribution ～

Division of Economics

Graduate School of Human and Socio-Environmental Studies

KITAGAWA Yumiko

Abstract

No matter how successful museums may be, they are often in the red when only their operating revenues are extracted. However, museums, as cultural assets, have also brought tangible and intangible benefits and effects to the community. In addition to their traditional roles of exhibiting and preserving artworks, museums have been affecting regional development, including tourism. Practical studies have been conducted from early on, especially in Europe and the United States, in the long run, on the possibility of museums becoming a driving force for urban development.

The value of a museum should be analyzed from multiple perspectives. However, it is difficult to determine this value, and currently, evaluation is based mainly on income from business activities. This paper aims to conduct a literature review from Japan and abroad to determine the methodologies and practical means to measure the regional value of a museum. Regional value is defined as the tangible and intangible contribution cultural properties make internally and to the surrounding community. The results of a broad search for methodologies that can measure "regional value" were summarized as follows: 1) the guiding principle in culturally advanced countries that "an understanding of cultural economy and cultural tourism is essential to make museums sustainable," and 2) a methodological development study using existing evaluation methodologies. A proposal for a "practical methodological model" that enables the measurement of local values was confirmed from the international literature in a developmental study of the theory.

This paper traces the history of an indicator called "Benchmarks" in two representative public museums that have been creatively evaluating museums in line with the changes and revisions of the "Museum Law." Second, based on the limitations and problems of the evaluation method in the Benchmarks, we discussed the usefulness and issues of the CVM. CVM has been heavily used in Japan as a versatile method for measuring the regional contribution of public goods and cultural assets. Third, as a result of searching overseas literature from culturally advanced countries, a mixed-method proposal that adds a "choice experiment method" approach to the CVM method has been proposed in the literature. In the future, as I consider urban development with museums at its core in Japan, I would like to consider applying the museum evaluation methods and methodologies extracted in this paper to my research and measuring the regional value of museums.

Keyword

Regional Contribution, Cultural Economy, CVM (Contingent Valuation Method)

1. はじめに

ミュージアムという文化財の発する地域的価値は、どういう価値基準で評価されることが妥当なのだろうか。ここでは、本稿の研究目的や意義を、時代的背景を踏まえて概説する。

近年になって、ミュージアムは作品の展示や保存と言った従来の役割のほか、観光を含む地域の発展にも効果があることが国内外で認められてきた。特に欧米では、ミュージアムを核としたまちづくり戦略において「経済活動の源泉となるイ

ンフラ」と称されるほどの数々の実績があり、ミュージアム存続に説得力を与えてきた（蓑ほか、2006）。ミュージアムの経済的可能性を鑑みて、米国とヨーロッパではますます多くの都市が開発戦略を展開している。ミュージアムによる観光開発戦略の成功事例として筆頭とされるものは、さびれた地方都市になっていたスペインのビルバオにグッゲンハイム財団の補助金によって建設されたグッゲンハイムミュージアムである（後藤、2020）。他にも、Pop and Borza（2016）は、英国のペンディーンにある閉鎖された鉱山がミュー

ジウムになったことで、住民の新しい雇用の創出、年間40,000人もの訪問客の召集など、それぞれの地域の自然および文化資源の価値化につながったプロジェクトの事例を示している (Pop and Borza, 2016)。Popらは、さらに、博物館部門の英国経済への貢献は自動車産業や宣伝および映画産業の貢献よりも大きく、英国全体で推定195,000人のフルタイム相当の仕事を直接支援していることを強調している。「英国の政治立法の枠組みは、博物館の社会的役割の再構成を視野に入れており、博物館の使命には、社会的排除と戦う機能、および前向きな社会的変化の手段として躍動する機能が含まれる」とする。(Pop, Borza, Buiga, Ighian, and Toader, 2019)

1-1. 研究背景と問題意識

以上の事例は、地域経済学や文化経済学的貢献という見地からミュージアム建設をみた場合、結果的には、福祉や衣食住に直結する、人にやさしく住みやすいまちづくりを牽引する存在になる可能性を秘めているという示唆を与えた。後藤 (2020, p.199) によれば、「スウェーデンでは、1974年に文化を福祉国家の構成要素とみなす決議を国会で行った」とあり、欧米では実に約50年も前から文化施策を経済発展に不可欠な要素と位置付け、長期的かつ俯瞰的視点で投資してきた。これは、日本での定説と対極をなす考えである。後藤は、同書の中で「日本では、従来より文化は私的なこと、あるいは衣食足りて行う贅沢なものという考えが根強く (中略) 驚くべきことに、福祉と文化を対立的にとらえ、文化に回す予算があるくらいなら福祉に使うべきだと唱える政治家も少なくない」と述べる。つまり、先進国であるはずの日本は、文化や福祉に対する理解にかけては世界水準と比較しても十分とは言えない背景にあり、(地方創生のためにも) 今後ミュージアムの多岐にわたる有形無形の便益や効果は十分に評価されるべき必然性があると言える。

1-2. 研究目的

本稿の目的は、「ミュージアムの地域的価値を測る方法論と実用的な手段」を文献レビューし、実践的研究への準備を行うことである。①地域的価値に特化した評価を行う際に、適用可能な方法論モデルを国内外の先行文献から探索し、②地域的価値を測る実用的な手段(=指標)を検討する。

2. では、我が国のミュージアムの定義と「博物館法」を、現代的背景や課題を含め概観する。具体的には博物館法の変遷とともに手探りで創意工夫を重ねながら「ベンチマークス」という評価指標を創出し、昨今に至るまで美術館評価に尽力してきた2つの公立ミュージアムを事例に到達点や課題点を検討する。3. では、「ベンチマークス」の限界と課題点を踏まえ、日本において実務的な業績評価とは別にアカデミックな領域において、文化財や公共財全般の地域的貢献はどのような手法で測られてきたのかを探索する。ここでは「非利用価値が計測できることを特徴とする汎用性も高い評価手法」(垣内, 2007, p.2)として重用されてきた代表的手法であるCVM (Contingent Valuation Method: 仮想市場評価法) 及び、その一種であるヘドニック法の到達点と問題点を検討する。4. では、海外文献に基づいて、CVM手法に「選択実験法」手法を加えたミックスメソッドの提案を取り上げる。管見の限りでは、この手法は日本ではまだ適用事例が示されていない。本研究は筆者の地域ミュージアム研究の準備調査となる。すなわち、最終的には、本研究で抽出されたミュージアムの評価手法を実際に地域ミュージアムに当てはめて数値化・基準化する。そのことで行政機関での資金繰りがより得られるようになることを想定し、その測定が日本の地域ミュージアムを刷新し、更なる持続可能性に繋がってゆくことを検討したい。

2. 日本におけるミュージアム評価の歴史

～博物館法の変遷と、静岡県立美術館、

三重総合博物館を事例に～

本節では、博物館法の変遷や改訂に沿って創意工夫されてきた日本におけるミュージアム評価の歴史を概観する。まず日本でのミュージアムの定義を確認したい。1951年制定の博物館法第2条によれば、博物館とは「歴史、芸術、民俗、産業、自然科学等に関する資料を収集し、保管（育成を含む）し、展示して教育的配慮の下に一般公衆の利用に供し、その教養、調査研究、レクリエーション等に資するために必要な事業を行い、あわせてこれらの資料に関する調査研究をすることを目的とする機関（以下略）」である。一般的に総合博物館、科学博物館、歴史博物館、美術博物館、野外博物館、動物園、動植物園、水族館が含まれる。法律上、美術館は博物館の一つである。現代的課題に関するところで補足すると、「博物館法は、博物館の基盤整備としての役割はあったが、制定後70年が経過し、担うべき使命や機能が、生涯学習社会の展開とともに大きく拡大、変化している」という（文化庁, 2021）。²

2-1. 日本のミュージアム（博物館）評価の歴史

引き続いて、ミュージアム（博物館）評価の歴史を時系列で見ていきたい。重盛（2000）は、日本における来館者研究や博物館評価を5つの時期に区分して概観している。①1950年代後半から60年代：博物館の学芸員や先進的な研究を行う博物館学の専門家によって、盛んに行われた。②1970年代：際立った活動がなかった。③1980年代：博物館の濫立期であり研究も多様化した。ただし、建築計画や展示計画の研究者の集団において、継続的な実績が集中している。④1990年代前半：バブル経済の余韻を残しつつ、博物館の経営やマーケティングへの視野が広がるとともに、アメリカの来館者研究にエヴァリュエーション（＝評価）という観点が生まれつつあることが知られ始めた。⑤1990年代後半：博物館評価が実践に取りこ

まれ、または取り込むことを真剣に考えられ始めた時期（後略）であると言う。以下、この時期区分を踏まえて詳細を示す。

1973年、文部省により告示された「公立博物館の設置及び運営に関する望ましい基準」（以下「望ましい基準」と表記）では、「博物館の設置、博物館内の施設および設備、延床面積、学芸員数、職員の研修等について（後略）」等、具体的な数字や例を挙げている。そのほか、博物館で収集・保管すべき資料、展示方法、教育活動、開館日数、延床面積など具体的に書かれた（佐々木, 2019）。

1980年代は博物館の濫立期であり、研究も多様化した。ただし、建築計画や展示計画の研究者の集団において、継続的な実績が集中している（重盛, 2000）。（1960年代の）欧米の国際機関などで用いられたODA（政府開発援助）評価、保健医療評価、公共事業評価などを基に、美術館評価システムを試行錯誤しながら構築し始めた時期であると言う（佐々木, 2012）。

1990年代前半には、バブル経済の余韻を残しつつ博物館の経営やマーケティングへの視野が広がるとともに、アメリカの来館者研究にエヴァリュエーション（＝評価）という観点が生まれつつあることが知らされた（重盛, 2000）。1990年代半ばには、佐々木（2017）によれば、地方公共団体において「政策評価」「行政評価」が定着した。その流れを受けて公立美術館でも2000年頃から評価が導入されるようになり、博物館評価が実践に取りこまれるようになった時期だという。一方で、博物館評価の内容は「先行する地方公共団体での評価手法の多くが業績測定型評価であったことに影響されてか、博物館評価でもほとんどの館が業績測定型評価を導入した」とされる（佐々木, 2017, p.107）。以降、日本の博物館評価は定量的評価が中心となる。

2003年、「望ましい基準」は大幅に改定された。1973年に掲げられた具体的な数字や例が明示されなくなった。面積基準が撤廃され、基準が弾力化されたほか、具体的な数字や例が明示されなくなり、各ミュージアムの「基本的運営方針」が重要

視されるようになった（小池，2011）。「学校、家庭及び地域社会との連携等」では、青少年、高齢者、障害者、乳幼児の保護者、外国人等の参加や利用の促進に努めるよう記されている。（佐々木，2019，p.311）。この2003年の改定では、「単なる収蔵や展示にとどまらず，調査研究や教育普及活動，さらには参加型活動の充実」「学校、家庭及び地域社会との連携等」など，多様な層の人に枠を広げる意図が見受けられる。他にも「博物館が定める事業計画の達成状況が適切に判断できる方法で評価を実施することが望ましい」など，博物館側が結果を公開するよう明記された。

2008年には、「日本博物館協会」が日本の博物館評価を導入し，事業レベルで定量的にミュージアムを評価することが始まった（佐々木，2012）。

2011年には，文部省「望ましい基準」の2回目の改定が行われた。佐々木は，「館数がピークである2008年の直後の2011年に，第2回目の「望ま

しい基準」改正が行われたことを考慮すると，数による成熟から，質による成熟への移行を国の博物館政策として掲げているといえるであろう」と評価している（佐々木，2019，p.312）。2011年改定「望ましい基準」では，第4条にインターネット等の活用や，第11条に「地域住民等の学習の成果に基づく知識及び技能，講演会等，活動の機会の提供」などが見受けられる。

ここで，早くから積極的に美術館の評価活動に取り組み，報告書を作成してきた静岡県立美術館，三重県総合博物館の事例を挙げ，この時期の美術館評価の到達点と課題を確認したい。静岡県立美術館，三重県総合博物館はともに，博物館の諸活動をいくつかのグループ（大項目や中項目）に分類し，それらを構成する日常の具体的活動や個別の手段（小項目）について，実績を評価する方法を採っている（高井，2020）。

2001年，静岡県立美術館では，美術館活動を評

表1：平成30年度静岡県立美術館第三者評価委員会評価 <2 総括表>

2 平成30年度静岡県立美術館第三者評価委員会評価 <2総括表>		【使命】＝美術館のめざす姿		静岡県立美術館は，創造的で多様な文化社会を実現していくために存在します。そのためにコレクションを基盤として人々が美術館と出会う新たな価値を見出す体験の場をより多く提供するとともに，地域をパートナーと考える経営を行い，日本の新しい公立美術館と	
基本方針	重点目標	計画(D)		実績	
		計画目標	目標	実績	自己評価
A 人々の感性を豊かにし，生活に新たな感動をもたらすような展示会を開催します	1 新たな視点や工夫に基づく企画展を積極的に開催します	1 展示会の来館者数(人)	108,000 人	75,750 人	【成果】「安野光雅のふしぎな絵本展」では，本年度の未就学児来館者の約8割，約7割を確保し，「子どもたちの美術館デビュー」の機会とすることができた。
		2 自主企画・企画参加型の展示会の回数(回)	3 回	3 回	「草葉狩野展」及び「あがねと旅する美術」展，「1988年 激動の時代の造形芸術の初次成果展」を企画することで，これまで美術館にあまり来館しなかった来館者への来館を促した。
		3 作品やテーマに興味を持った人の割合(%)	88.0 %	87.9 %	「展示会における新規来館者の割合」が目標を達成したこと，「作品やテーマ」の割合も目標を達成したこと，上記に述べた事柄については，数値の『来館者の来館者数』は，目標を達成することができた。学芸員によるコアにより充実した展示が評価されたものといえる。
		4 展示会における新規来館者の割合(%)	20.0 %	22.1 %	【課題】「展示会の来館者数」は，目標を達成することができなかった。美術史上，数ある展示会を，いかに分かりやすく伝え，来館を促すが，今後課題。
		5 展示会に対する外部評価【資料1～4】	—	—	展示会の広がりについては，展示会ごとに主催者であるマスコミと連携し，行なったが，県民等の利用への浸透度が十分と思える点があるため，充実を図ることが課題である。
	2 他の美術館・大学との連携を深め，企画力を強化します	6 調査研究の発表回数(回)	15 回	10 回	「展示会の来館者数」は，目標を達成することができなかった。美術史上，数ある展示会を，いかに分かりやすく伝え，来館を促すが，今後課題。
		7 内部セミナー・研究会・研修の回数(回)	14 回	10 回	「展示会の来館者数」は，目標を達成することができなかった。美術史上，数ある展示会を，いかに分かりやすく伝え，来館を促すが，今後課題。
		8 他の美術館や大学と連携した取組回数(回)	3 回	3 回	「展示会の来館者数」は，目標を達成することができなかった。美術史上，数ある展示会を，いかに分かりやすく伝え，来館を促すが，今後課題。
		9 調査研究に関する外部評価【資料1～4】	—	—	「展示会の来館者数」は，目標を達成することができなかった。美術史上，数ある展示会を，いかに分かりやすく伝え，来館を促すが，今後課題。
	3 特徴あるコレクションを形成し，効果的に活用します	10 収蔵品展の観覧者数	12,000 人	12,815 人	「展示会の来館者数」は，目標を達成することができなかった。美術史上，数ある展示会を，いかに分かりやすく伝え，来館を促すが，今後課題。
		11 収蔵品の公開件数	300 件	308 件	「展示会の来館者数」は，目標を達成することができなかった。美術史上，数ある展示会を，いかに分かりやすく伝え，来館を促すが，今後課題。
		12 作品購入件数・価格(件・千円)	4 件 10,000 千円	4 件 9,305 千円	「展示会の来館者数」は，目標を達成することができなかった。美術史上，数ある展示会を，いかに分かりやすく伝え，来館を促すが，今後課題。
		13 作品寄贈件数・価格(件・千円)	10 件	7 件 37,250 千円	「展示会の来館者数」は，目標を達成することができなかった。美術史上，数ある展示会を，いかに分かりやすく伝え，来館を促すが，今後課題。
		14 公開・貸出した展示会における学芸員のレポート【資料1～4】	—	—	「展示会の来館者数」は，目標を達成することができなかった。美術史上，数ある展示会を，いかに分かりやすく伝え，来館を促すが，今後課題。
B 地域や学校教育との連携を深め，質の高い芸術教育と普及のプログラムを開発します	1 質の高い芸術教育と普及のプログラムを開発します	15 学校教育と連携した取組回数(件)	250 件	170 件	【成果】出張授業での鑑賞教育及びアートカードの貸出・利用において，一定の評価が得られた。
		16 鑑賞系プログラム数(件)	15 件	18 件	「展示会の来館者数」は，目標を達成することができなかった。美術史上，数ある展示会を，いかに分かりやすく伝え，来館を促すが，今後課題。
		17 コレクションを活用したプログラム数(件)	15 件	18 件	「展示会の来館者数」は，目標を達成することができなかった。美術史上，数ある展示会を，いかに分かりやすく伝え，来館を促すが，今後課題。
		18 普及・教育プログラムに関する美術館職員のレポート【資料1～4】	—	—	「展示会の来館者数」は，目標を達成することができなかった。美術史上，数ある展示会を，いかに分かりやすく伝え，来館を促すが，今後課題。
	2 講座・講演会・シンポジウム・演奏会等を実施します	19 講演会等の開催回数(回)	140 回	130 回	【課題】「学校教育と連携した取組回数」は，目標を達成できなかった。学校の授業で，美術館での十分な鑑賞・体験時間が取れないこと，アートカードの認知度の低さである。
		20 学芸員のフロンティア等者の数(回)	90 回	71 回	「展示会の来館者数」は，目標を達成することができなかった。美術史上，数ある展示会を，いかに分かりやすく伝え，来館を促すが，今後課題。
	3 地域住民・企業・NPO等と連携した美術館活動を実施します	21 地域住民等と連携した取組回数(件)	4 件	6 件	「展示会の来館者数」は，目標を達成することができなかった。美術史上，数ある展示会を，いかに分かりやすく伝え，来館を促すが，今後課題。
		22 館内空間を生かした催事の件数・参加者数(件・人)	90 件 5,000 人	56 件 8,871 人	「展示会の来館者数」は，目標を達成することができなかった。美術史上，数ある展示会を，いかに分かりやすく伝え，来館を促すが，今後課題。
		23 地域空間・住民等と連携した取組に関する職員レ	—	—	「展示会の来館者数」は，目標を達成することができなかった。美術史上，数ある展示会を，いかに分かりやすく伝え，来館を促すが，今後課題。
		24 地域空間・住民等と連携した取組に関する職員レ	—	—	「展示会の来館者数」は，目標を達成することができなかった。美術史上，数ある展示会を，いかに分かりやすく伝え，来館を促すが，今後課題。

出典：静岡県立美術館評価委員会中間報告書：平成30年度（2018）

価する指標（ベンチマーク）設定に関する研究会を開始した。研究会メンバーは、「入館者数」と「収支」だけで美術館活動を評価する従来の方法へ疑問を抱いていたが、どのような指標で評価すべきかわからない状況の中で、2年間にわたって74の評価指標からなるベンチマークを策定した（佐々木・泰井, 2012）。静岡県立美術館では、2004年度に、74の評価指標からなるベンチマークの策定を主とする一連の取り組みを提言書にまとめ、「業績測定」の評価システムの原型を築いた（静岡県立美術館評価委員会, 2004）。2009年には、「自己評価」「県庁の評価」「第三者評価委員会の評価」を含む評価活動が行われ、改訂を重ねながら現在に至るまで継続されている（佐々木・泰井, 2012）。表1を見ると、地域的価値に関連の深い指標として大項目の中に「地域」「学校教育との連携」、中項目の中に「地域住民と企業とNPOとの連携」などが見える。

三重県総合博物館では、2014年の新館開館以来、同館の博物館協議会の下部組織として「評価部会」を設置し、自己評価及び外部評価を行い、

年報で公開している。表2を見ると、定量的な業績測定型を基礎としながらもアウトプット（結果指標）に加え、アウトカム（成果指標）の視点を加えたロジックツリーシステム[=様々な問題を分解のツリーとして原因や解決法を発見する際に活用できる一つの課題解決フレームワーク]で構成されていることが分かる。地域的価値に関連の深い項目としては、リピーターの増加割合によって市民への影響力などを測っているほか、「来館者数」（アウトプット）の他に「リピーター」（アウトカム）の指標を加えていることが特徴的である。

以上のように、日本では標準的あるいは定型的と言えるような制度が存在しない中で美術館評価が実施されたが、昨今の静岡での年報からは、例えば表1（静岡県立美術館評価委員会, 2018）をみると、収蔵品展の回覧件数が目標数を上回る人数に到達したり、公開件数も目標件数を上回る数字になったり、表2（三重県総合博物館協議会, 2020）を見ると、アウトカム（成果）として、リピーターの数が50→60%という目標値に対して71%の再来者（観覧者）割合を達成したり等、各館ごと

表2：三重県総合博物館（Miemu）が長期に目指す姿（ビジョン）/当面3年間のマネジメントプランなど

三重県総合博物館(MieMu)が、長期にめざす姿(ビジョン)の実現に向けて、当面3年間(＝計画期間)に戦略的に取り組むための計画

三重は、日本列島のほぼ中央に位置し、南北に長く水深2,000mの深海から標高1,700m近くの山岳までも含んだ多様な自然環境をもち、亜寒帯の自然を背景に、伊勢・伊賀・志摩国と紀伊国の一部から成り立つ三重は、それぞれの地域で特色あるくらしや歴史が育まれてきた。また、三重は三重県総合博物館は、このような三重の多様で豊かな自然と歴史・文化について、県民・利用者の皆さんとともに総合力を発揮して探究し、保全・継承

戦略目標	達成度	戦略を評価するための指標		評価結果	
		アウトカム(成果)		各戦略の内部評価概要	外部評価
1 何度も利用していただくために、展示(基本展示・展覧会)を充実させます(展示)	4 ↓ 3	リピーターの割合 目標値:50→60% 実績値:71%		<ul style="list-style-type: none"> ・目標を達成したので4とした。 ・71%の再来館(観覧)者割合を達成した。 ・企画展のリピーターが80%近くあるのに対して、基本展示は56%であるが、満足度は92%と高く、基本展示の内容に大きな問題はないと思われる。展示の魅力を発信する取組の強化が必要で、不調の映像機器に関する修理等が望まれる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・目標を企画展は達成しているが、基本展示は達成していないので3と評価した。 ・リピーター数は、特に企画展示(76%)でかなり高い割合を得ており、「何度も利用してもらおう」という戦略目標は、企画展示では達成できたと判断できるが、基本展示における値(56%)は、むしろ、新規来館者が期待できることを示している。

では業績改善の指標となっていることは判断できる。

その一方で、高井（2020, p.84）によれば、従来の評価手法には以下の課題点がある。①事務量が膨大であること、②業績を数量的に判断してきたこと（業績測定型）、③結果を単純に予算編成に反映させてきたこと、④目標が観念的、抽象的かつ総花的であること等である。また、佐々木（2019, p.316）によれば、展示を見に来た来館者や教育プログラムの参加者に与えられる便益や価値だけが測定されており、「評価結果を通していくら活動の良さをアピールしても、ミュージアムに足を運ばない大多数の地域住民や納税者にはその存在価値を理解出来ない」と示唆する。

つまり、いずれも地域創生（地方創生）や経営改善にどれだけ役立っているかは不明な点が多い。今後のミュージアム評価に求められるものの記述の中で、「業績測定に止まるのではなく事業の結果がもたらす成果（社会への影響）を問われる」と言う指摘（高井, 2020, p.84）や、社会的インパクト評価までを視野に入れた制度の構築が急がれると言う意見（佐々木, 2017, p.109）など、ミュージアムの社会的価値（地域的価値）の可視化・顕在化が焦点となっていると言える。

3. CVMを用いたミュージアム評価の事例とその課題点

前節（2.）では、ベンチマークスを用いた評価手法があくまでもミュージアム内の文化的価値をどれだけ発信できるかを調べる手法であり、来館しない市民（納税者）には意味をなさない等の限界があることを確認した。

では次に、本節では日本において実務的な業績評価とは別に、アカデミックな領域において文化財や公共財の地域的貢献はどのような手法で測られてきたのか探索したい。ここでは、文化財の周りの環境や人への影響、文化財そのものの評価などを測ってきたCVMという手法を詳説する。

3-1. CVMと、ミュージアム調査への応用

垣内（2011）によれば、日本でのCVM（仮想市場評価法）研究は、1990年以降、公共セクターの政策やプロジェクト評価のために特に観光分野、農村機能の評価に関係して大きく進展した。CVMの考え方は「さまざまな財やサービスの改善あるいは破壊の状況を回答者に説明し、これに対して最大払っても構わない金額（＝支払意思額：WTP）や必要な補償額を直接たずねることで、対象財の価値を評価しようとするもの」である。「非利用価値が計測できることを特徴とする汎用性も高い評価手法」（垣内, 2007, p.2）である一方で、調査費用が膨大でバイアスも大きいといった問題点が指摘される。CVMの一種であるヘドニック法は、「土地や住宅などの価格を代理市場として捉える方法」で「環境アメニティなどを評価するために地代や住宅選好との関係を分析」する手法だが、「地域的なものに限定されたり、完全市場の存在が必要である点などの問題がある」（垣内, 2011, p.37）。

ミュージアムを、CVM、あるいはヘドニック法で評価した事例は、倉敷市大原美術館（垣内・寺田, 2007; 垣内・奥田・寺田, 2009）、公益施設（美術館、図書館）を事例にした研究（唐鎌・石坂, 2009）、神戸市立美術館（林, 2017）が見られるが、得られた評価結果をもとに、各々の到達点や課題点を順に示したい。「大原美術館が存立する倉敷市民は平均値、中央値ともに高いWTPを有しており、一定規模の公的支援に賛同すると考えられるが、岡山市民の場合は平均値と中央値が乖離し、一部の市民が相対的に大きなWTPを有している。（中略）受益者の属性の特定、WTPへの影響要因の詳細分析については今後の研究課題としたい（坪内・奥山・寺田, 2009, p.408）。」（ヘドニック法に関して）1. 地価データが得やすい地域でしかできない/2. 複数の施設が近接した場所では施設ごと個別に価値を計測できない/3. 地価への影響範囲外から来る利用者への影響分が計算に入られていない/4. 施設に近接して地価に大きな影響力を持つ物があると独立に評価できない」

「CVMなど他の評価手法と組み合わせなどによる克服が必要」(唐鎌・石坂, 2009, p.274)。「WTP(=この場合2億7,270万円)が公的資金の投入額を上回るという本章で得られた結果は、神戸市立博物館を維持していくことを正当化するものではあるが、発生した赤字分を事後的に税によって補填していく方式が望ましいと意味しているわけではない。博物館の財源をどのように調達するかは、入場料、寄付等を含めて別途検討する必要がある」(林, 2017, p.34)。次章で触れるOrea-Ginerら(2019)の中でも、「WTP法(=支払意思額法: 最大払っても構わない金額を分析)」が、(先述の日本の例と同じく)ミュージアム調査に応用した従来と異なる使用方法であることが強調される。この方法は、公共財や公共サービスを利用することなく、そこから利益を得る消費者(フリーライダー)が存在するため、過剰利用を前提とした評価になりがちであり、適用の仕方とその後の分析方法に関して一連の課題点があると指摘されている。

4. 選択実験法を用いたミュージアムの評価法

本節では、文化先進国でのミュージアムの地域的価値を評価するための方法論に関する文献分析を進める。欧米ではミュージアムの持続可能性に関して必須とされている、文化経済・文化観光の概念を含む。ミュージアムの持続可能性や文化観光・文化経済との関与に関して、「ミュージアムの発する価値が多方面から多角的に分析される手法」の可能性に焦点を絞り、海外での評価手法より「CVMとCE法」とのミックスメソッドの新たな提案を取り上げる。

4-1. ミュージアムの持続可能性と、文化経済・文化観光への理解

国際基準であるUNESCO勧告によれば、ミュージアムは文化産業や創造産業を包括する経済的發展を促進させるということで「文化経済」と

の関わりは殊更深いという(UNESCO, 2015)。Noonan and Rizzo(2017)によれば、観光地に位置するミュージアムは訪問を促すアトラクションであるため、「文化観光」の概念とも親和性が高い。Noonan and Rizzo(2017)はさらに、世界的潮流として文化観光にまつわる有形無形の利益(便益)を多方面から分析することは困難を極めるものの大いに価値があり、その捉えどころのなさに関わらず十分に包括的な概念(筆者解釈: 排他的でなく社会的包摂の概念)だとしている。ミュージアムは、パフォーマンスと成果を向上させるために持続可能な基準を適用させる必要があり、地域社会と観光客双方の認識に関連するアプローチが必要である。それを満たすためには、ミュージアムの社会文化的影響の文脈の延長線上にある「文化経済」「文化観光」への理解が不可欠であると言う(Noonan and Rizzo, 2017)。

Orea-Giner, De-Pablos-Heredero and Guerrero(2019)は、「ミュージアムの持続可能性や社会文化的影響に関する文献」の中で、既存の評価手法を踏まえた上で、新たな提案を行っている。Orea-Ginerらによれば、1980年代、経済と文化の関係に関して「文化経済」と呼ばれる研究分野が生まれた。Orea-Ginerらは、Prieto(2009)を引用する形で、文化経済という概念を「公的または私的に提供される創造的な舞台芸術、遺産、文化産業の全てに経済分析を適用し、文化部門の経済組織とこの分野での生産者、消費者、政府の行動も検討する」と定義している。

4-2. 「文化財の有形無形の利益を評価する」海外手法の具体的概要

4-2-1. ミュージアムにとっての「事業収入」という評価軸

「文化経済」の文脈でミュージアムの事業収入を問うならば、チケットの販売から得られる収入は重要である。チケット1枚あたりの平均価格を算出し、一定期間の来館者数を掛けることで来館者総収入となる。一方で、教育機関などの訪問は無料であることが多いが、この場合、ミュージア

ムは有形無形の利益を提供し、美術館が生み出す正の外部性は社会福祉の改善をもたらすと考えられる。Orea-Ginerらは、有形無形の利益を評価する具体的な手法として、文化財が生み出す「事業収入」の測定に軸足を置きつつ、社会的な収支をも評価する手法としては、①純粋な経済的研究、②未来の予測も含めるキャッシュフロー（DCF）法（Discounted Cash Flow：割引キャッシュフロー法＝資産が生み出すキャッシュフローの割引現在価格をもってその理論価値とする方法）、③CVM法があるが、特にCVM法について詳説している。

4-2-2. 仮想市場を評価するCVM（Contingent Valuation Method：仮想市場評価法）と、その種類

CVM法は、仮想市場を想定するという意味合いにおいて、様々なサブメソッドで構成される。第一に、「トラベルコスト法（旅行費法）」である。旅行の目的が、唯一ミュージアム訪問であり、旅行の理由が余暇活動とは無関係であると考え、訪問者が美術館訪問のために滞在中に発生した費用に関する情報を収集することから構成される。第二に、「ヘドニックアプローチ法」は、消費者が美術館周辺にある宿泊施設に対して、他の場所と比較していくらなら支払ってもよいと思うかを分析する。第三に、「WTP法（支払意思額法）」であり、仮想的市場における公共財を分析するために適用される。第四に、「WTA法（受入意思額法）」である。これは、来館者が同じような状況下で、いくらなら受諾したいかと思うかを分析する。最後に、以下に詳述する選択実験法（CE法）がある。

「選択実験法（Choice Experiments：CE法）」は、Lancasterの理論（1966）に由来する仮想市場評価の一形態である。これは、調査を通じて、消費者の嗜好に応じた商品の特性の分析を行い、提案された各代替案（オプション）に関連するコストを提示するものである。選択実験法により、来館者の特性や属性に従って嗜好に関する具体的な情報を得ることで美術館の評価が可能である

（Kinghorn and Willis, 2008）。美術館の価値を推定するために、この方法を適用したものとして、Mazzantiの研究（2003）があり、ローマにあるボルゲーゼ美術館の属性を評価したと言う。この研究では、（1）入場料、（2）保存活動、（3）アクセスポリシーと追加サービスという3段階の属性が分析されている（Orea-Ginerほか, 2019）。選択実験法の主な利点は、WTP法やWTA法の手法の弱点（不完全な部分）を克服し、ミュージアムの各属性を独立して評価できることである。この指標システムは、地元住民や観光客が感じる社会文化的な影響を考慮し、「確立された目的地における観光活動の持続可能性」を向上させることを目的とする。CE法は消費者行動論に関するMcFaddenの提案（1973）に従い、以下のようになる。

$$U_{ij} = V_{ij} + \varepsilon_{ij}$$

上記の数式は、 U は消費者が提案の中で最も有用と考える選択肢を表し、 i は調査対象者、 j は属性を表す。 V は観測される i と j の属性、イプシロンは観測されない属性、観測されない嗜好の変動または測定誤差である。これを多項ロジットモデル（McFadden, 1973）にて検討することにより、 j 個のオプション（あるいは代替案）がある中からオプション a が選択される確率は、以下の式で示される（亀山・合田, 2009）。

$$P(Y_{i=j}) = \frac{e^{V_{ij}}}{\sum_{k=0}^J e^{V_{ik}}}, j = 0, \dots, J.$$

上記の数式は、 V_{ij} という変数から $P(Y_{ij})$ に変換する意味は、 V_{ij} は定義が+も-も取りうる制限のない変数だが、Logit変換 $e^{V_{ij}}$ の変換で0以上の符号の値、正の値に変換される。分母の $\sum e^{V_{ij}}$ はその和で、 $e^{V_{ij}} / \sum e^{V_{ij}}$ は、(0, 1)上の値に変換される。すなわち正の値に変換される。また、 $e^{V_{ij}} / \sum e^{V_{ij}}$ の和を取ると $\sum e^{V_{ij}} / \sum e^{V_{ij}} = 1$ で確率に変換させていることが分かる。個々の $P(Y_{ij})$ は $j = 1, \dots, J$ で属性の数が J 個あるので離散確率の多項分布としてモデル化

されていることがわかる。

4-3. 課題点より発展的に考案されたミックスメソッドの提案と活用

Orea-Ginerらは、美術館の分析に焦点を当て、主観的指標の適用によって「美術館の価値を経済的に推定する方法」と、「美術館が住民や観光客に与える社会文化的影響」の双方を分析しうるモデルを提案している。

このモデルは、経済的影響と社会文化的影響を、それぞれ異なる原因を理解するのに役立つ。研究者は、手法に関する知識を得ることで、どの手法が特定の美術館研究に最も適しているかを判断し、一連の結果からそれを収集・分析し、意思決定の改善に役立てることができる。本研究では、多様な手法を分析・比較した結果、美術館の「経済価値」と「社会文化的影響」を分析するための特殊な一つの手法を提案する。

1) 多くの中で選定された手法は、「定性的手法（フォーカスグループインタビュー）」と「定量的手法（選択実験法、WTP法）」からなるミックス

メソッドである。この方法によって、美術館を、属性（あるいは特性）から評価することが可能となり、来館者の嗜好を正確に把握することができる。情報収集については、①まず専門家で構成されたフォーカス・グループの意見を取り入れ、美術館の様々な属性を評価する必要がある。②その後、「観光客」と「地域住民」を対象としたアンケートを作成する。③次に、「選択実験法」と「WTPアプリケーション」を組み合わせ、美術館を経済的に評価するための情報で得られたデータをより精度の高いものに近づける。結果の分析は、社会文化的側面やその他の結果も容易に分析することができる。最後に、得られたデータを処理し、主観的な指標体系を適用する。この方法によって、ミュージアムの経営陣が意思決定を改善し、美術館の持続可能性と回復力を発展させるために汎用性があり、他に応用できると述べている。

2) 選択実験法を解析する方法は5つのフェーズに分かれる。フェーズ1（第1段階）では、既存の文献と電子口コミ（eWOM）をレビューすることによって、消費者（来館者）の求めるミュー

表3：選択実験法の実施フェーズ

フェーズ

1.ミュージアム属性の選定	既存文献のレビューとeWOMからのミュージアム属性の特定。 (フォーカスグループの実施により事前に検出された属性を分析し、美術館の最も代表的な属性を選択し、リスト化する。)
2.ミュージアム属性に応じたレベルの割り振り	属性のレベルは、定量的な用語で表現され、それが不可能な場合は定性的な用語で表現される。 (属性は、回答者のWTP値の範囲をカバーする必要がある。)
3.アンケートの質問項目設計	ディフュージョン（拡散、普及）させるための、シナリオ設計を提起する。 (質問内容がわかりやすいこと、長さは、答えやすさにつながる。複雑な問題や多くの属性を選択すると、非合理的な選択がなされる。)
4.シナリオのグループ化	属性との関連で、グループ化されている。
5.嗜好性の測定	アンケートを通じて、一般のかたの嗜好性を評価します。 (代替案や優先順位を提案する。)

出典：Orea-Ginerらによる「Mourato and Mazzanti (2002) と、Kunghorn and Willis (2008) が提案した選択実験法のフェーズデザインに基づく資料」より筆者作成。

- 1st. ミュージアムを選択するに当たって、最も代表的な属性を熟知する専門家グループを収集。
- 2nd. ミュージアムの属性についての話し合いと、概要の作成。
- 3rd. Likert scales（心理学のリッカート尺度）によって、あらかじめ定義された属性を評価。
- 4th. 情報収集に関するアンケートの考案。（筆者;訳）

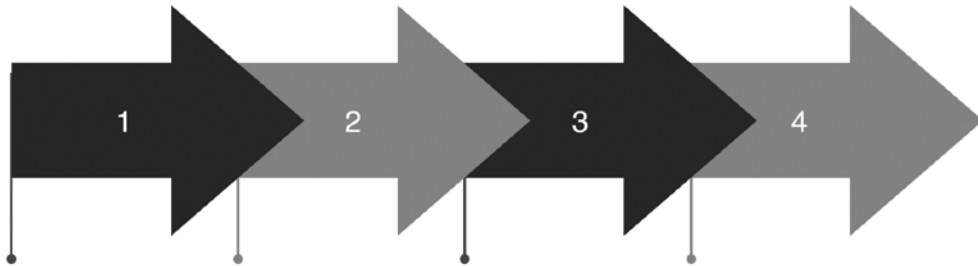


図1：フォーカスグループ（専門家グループ）による開発ステップ

出典：Orea-Ginerら（2019）の資料に基づき筆者が翻訳，作成。

ジアムの属性を選定する。選定された属性は、フォーカス・グループ（専門家グループ）によって議論され、ミュージアムの最も代表的な属性（どんな特長、顔をもつミュージアムか）が決定される。フェーズ1（第1段階）での目的は、フォーカス・グループ（専門家グループ）を集めて、美術館のブランドイメージを構成する最も代表的な属性と、その属性に対する評価を理解することである。こうすることで、専門家グループの意見に対する評価を得ることができ、調査を継続し、美術館の属性にレベルを割り当てることができるようになる。さらに、eWOM（電子口コミ）のテキストマイニング分析によって検出された属性の以前の選択を追加することによって、選択された方法はより完成度の高いものとなる。（表3）（図1）

3）フォーカス・グループ（専門家グループ）は、美術館の属性にレベルを設定する役割を担い、続いて、地元住民と観光客にそれぞれ配布される2つのアンケートの設計を行うのに適している。フォーカスグループ（専門家グループ）は、「美術館に関する専門家」という共通の条件で構成される。人数については、最小4名、最大8名とした。フォーカス・グループの所要時間は1時間15

分とした。完全な記録文書が作成できるよう、音声とビデオで記録されることになった。フォーカス・グループ（専門家グループ）のアプローチを適切に開発するために、半構造化面接 [=あらかじめ面接の目的や質問をある程度決めておくけれども、状況や相談者の反応によって面接者が自由に質問を変えていくもの] が設計された。①博物館の属性を選択し、集計する。②その後、専門家に最も代表的な属性は何かを尋ね、属性に関する定量的な順序を確立する。③続いて、美術館の属性に一定水準（レベル）を割り当てるために、これまで議論されてきた様々な属性に項目（名前）を付ける。

4）属性のレベルは定量的に表現される。そのため、心理学のLikertスケール（＝アンケートなどで使われる心理検査の回答尺度の一種。アメリカの社会学者レンシス＝リッカートに由来する）を用いて、事前に属性を評価する。各属性に水準を設定する過程では、「属性の水準が実現可能で、現実的で回答者のWTP値の範囲を包含する」ことが不可欠である（Mourato and Mazzanti 2002, p.64に依拠）。フェーズ2（第2段階）では、博物館の属性にレベルを割り当てることに専念し、それは定量的な用語で表現されるが、それが不可能

な場合は定性的な用語で表現されることになる。フェーズ3（第3段階）は、様々なシナリオを想定した質問票を作成する段階である。観光客と地域社会に関する情報を得るために、それぞれの項目（区分）に対して2つの質問票を作成し、両者に対してインタビューを実施する。統計を使用して、様々なシナリオを属性と関連付ける。フェーズ4（第4段階）は、属性に関するシナリオのグループ化である。最後に、フェーズ5（第5段階）は、嗜好の測定からなる。プリファレンス（嗜好）を測定した後、その結果を評価するために指標システムを適用する。指標体系を構築することで、「責任者が意思決定することによって有意な指標」を設定できるように、評価結果を得ることができる。

分析のために提案された主観的指標システムは、社会文化的・経済的指標に注目したもので、選択実験法の開発・完成後に適用することが可能である。表4「社会文化的範囲を分析するための主観的指標」は、これまでの美術館分析手法の開発で得られた結果を評価するために用いることが可能な、主観的指標を示したものである。これらの主観的指標は2種類に分類される。前者は「観

光客」、後者は「地域住民」に関するものである。（表4）

4-4. 小括

これらの方法は、美術館という文化財を多方面から分析できる。これらの手法の適用によって得られる結果は、美術館の経営者の意思決定プロセスを改善するものである。「WTPと組み合わせた選択実験法」は、美術館の特性を分析・評価し、「来館者の嗜好」に関する正確な情報を得られるようになる。提案された方法は、美術館のパフォーマンスに関連する情報を得ることができるため、美術館の持続可能性と直結している。ミュージアムは、文化観光の重要な一部である。観光客はミュージアムを訪れることに魅力を感じており、期待により添えるために、その役割を分析する必要がある。

「主観的指標システム」の適用により、得られた結果を分析することができる。その結果、Mourato and Mazzanti (2002) と Kinghorn and Willis (2008) に基づく方法論モデルを決定し、住民と観光客が認識する美術館の経済的・社会文化的価値を分析し、美術館の持続可能性を向上さ

表4：社会文化的範囲を分析するための主観的指標

主観的指標 社会文化的範囲	
観光客	地域住民
観光客が地域住民に与えるポジティブな影響について評価する。	観光が地域住民に与えるポジティブな影響に関する地域住民のアセスメント
観光が地域住民に与える悪影響に関する観光客の評価	観光が地域住民に与えるマイナス影響に関する地域住民の評価
観光地における博物館の存在に関する観光客の評価	観光地における観光と博物館の開設・維持の関係についての地元住民の評価
調査対象の博物館がもたらす経済的影響（および／またはプラス）に関して、観光客を評価する。	調査対象の博物館がもたらす経済的影響（および／またはプラス効果）に関する地元住民の評価
観光地の地域文化振興における調査対象博物館の影響に関する観光客への評価	観光地の地域文化振興における調査対象博物館の影響に関する地元住民の評価。
観光地における調査対象の博物館の質に関する観光客の評価	観光地における調査対象の博物館の質に関する地元住民の評価
研究対象の博物館が一般に提供する教育資源に関する観光客の価値評価	調査対象の博物館が一般に公開している教育資源に関する地域住民の評価

出典：Orea-Ginerら（2019）の資料に基づき筆者作成。

せてその意思決定プロセスを支援することで、目的を達成することができる。eWOM（電子クチコミ）からミュージアムの属性を特定するために、テキストマイニング¹方法論を用いてミュージアムの属性を特定する。

この手法の限界は、第一に、客観的な視点からミュージアムの属性を決定することが困難である点である。そこでText MiningをTripAdvisorに適用し、来館者が特に言及した属性を発見することで、より完成度の高いものに近づける提案がなされている。第二に、美術館関係者のフォーカスグループへの参加を保証できるかということも本手法での限界となりうる。今後の発展的研究課題としては、実際にテキストマイニング手法を用いた美術館属性の抽出を含め、本手法を実践し評価することである。実際のケーススタディを通じて検証されるべきであり、その外挿性も考慮されるべきであると示されている。

5. おわりに

本稿では、地域経済学、文化経済学的貢献という切り口で「ミュージアムの地域的価値を測る方法論と実用的な手段は何か」、広く国内外の文献をトレースした。文献探索に際してまず、文化財が内部と周辺に及ぼす有形無形の価値を「地域的価値」と定義づけ、地域的価値を測定できる方法論を広く探索した結果、①「ミュージアムを持続可能にするためには文化経済や文化観光への理解が不可欠である」とする文化先進国での指針に加え、②既存の評価手法を用いた方法論からの発展的研究で、地域的価値の測定を可能にする「実践的な方法論モデル」としての新たな提案が海外文献より探索できた。

CVM（仮想市場評価法）は、日本でも文化財の社会的貢献・地域的貢献や価値を測る際に汎用性の高い手法として重用されてきたが、今回のトレースにより、CVM単独手法における反省点からCVM手法に「選択実験法」手法を加えるミックスメソッドの提案が海外文献より確認できた。

この提案によって訪問者の嗜好を正確に把握できることで、訪問者が何を望み、期待しているか、何が求められ、何が足りないか、改善項目を知ることができ、引いては細分化された属性項目によってミュージアムの「地域的価値」「社会的価値」に繋がる詳細をつかむことを期待できる。（現時点において）管見の限りでは、この手法は日本ではまだ適用事例が示されておらず、現実に展開できる余地がある。今後、日本のミュージアムを核としたまちづくりを検討するにあたり、以上の手法を活用して地域的価値を測り、地域に関わる多様な項目を数値化・基準化していきたい。

基準化され、可視化された評価軸が、ゆくゆくは行政機関での資金繰りがより得られるようになることを導き、その測定が、日本の地域ミュージアムを刷新し、更なる持続可能性に繋がってゆくことを検討したい。

【注】

- 1 テキストマイニング:文章を定量的に扱うための分析手法。通常の文章からなるデータを単語や文節で区切り、それらの出現の頻度や共出現の相関、出現傾向、時系列などを解析することで有用な情報を取り出す、テキストデータの分析方法である。（株式会社日経リサーチより筆者要約）
- 2 2022年の国会で博物館法の一部が改正された。（2023年4月より施行予定）改正法では、まちづくりや国際交流、観光・産業、福祉・教育等の関連機関と連携した文化施設としての博物館の役割・機能を規定する内容が付け加えられた。（文化庁HP, 2023より筆者要約）

【参考資料】

「博物館法の一部を改正する法律の概要」

要旨/近年、博物館に求められる役割が多様化・高度化していることを踏まえ、博物館の設置主体の多様化を図りつつその適正な運営を確保するため、法律の目的や博物館の事業、博物館の登録の要件

等を見直すなど、これからの博物館が、その求められる役割を果たしていくための規定を整備する。

概要/ 1 法律の目的及び博物館の事業の見直し

- ・博物館法の目的について、社会教育法に加えて文化芸術基本法に基づくことを定める（第1条）
- ・博物館の事業に博物館資料のデジタル・アーカイブ化を追加するとともに、他の博物館等と連携すること、及び地域の多様な主体との連携・協力による文化観光その他の活動を図り地域の活力の向上に取り組むことを努力義務とする。（第3条）（後略）（文化庁HP, 2023より一部引用）

【参考文献】

- ・垣内恵美子・寺田鮎美「文化施設の便益計測と来館者の価値意識に関する実証分析 ～大原美術館を事例に～」『日本都市計画学会論文集』, 第44-3号, 2007, pp. 1-8.
- ・垣内恵美子・奥山忠裕・寺田鮎美「美術館を対象とした市民の便益評価 ～倉敷市大原美術館を事例に～」『(社)日本都市計画学会 都市計画論文集』第44-3号, 2009, pp. 403-408.
- ・垣内恵美子編著『文化財の価値を評価する 景観・観光・まちづくり』水曜社, 2011.
- ・亀山宏・合田憲治「選択実験による消費者評価」『香川大学農学部学術報告』第61号, 2009, pp. 27-33.
- ・唐鎌新・石坂公一「ヘドニックアプローチによる公益施設の評価手法に関する研究」『日本建築学会技術報告書』第15巻, 29号, 2009, pp.271-274.
- ・小池志保子, 中川理「空間構成からみた日本の公設美術館の変化に関する考察」『日本建築学会計画系論文集』第76巻, 659号, 2011, pp.221-227.
- ・後藤和子「文化・観光と社会資本 ～私的セクターが担う社会資本」森裕之・諸富徹・川勝健志編『現代社会資本論』有斐閣, 2020, pp. 119-222.
- ・佐々木亨「博物館評価を評価する：現状・課題と今後の展望」『博物館研究』no.534, 47 (12), 2012, pp.10-13.
- ・佐々木亨・泰井良「博物館評価を評価する～ODAの評価方法・枠組みと比較して～」『日本ミュージアム・マネジメント学会研究紀要』16号, 2012, pp.103-111.
- ・佐々木亨「博物館における外部性と評価の今後の展開」『日本の博物館のこれから～対話と連携の深化と多様化する博物館経営～』大阪市立自然史博物館, 2017, pp.105-110.
- ・佐々木亨「ミュージアムの文化経済学」, 後藤和子・勝浦正樹編『文化経済学』有斐閣, 2019, pp.307-328.
- ・重盛恭一「日本における来館者研究, 博物館評価, 文献リスト」「付：文献リスト概観」『琵琶湖博物館研究調査報告』17号, 2000, pp.150-172.
- ・静岡県立美術館評価委員会「静岡県立美術館評価委員会 中間報告書 ニューパブリックミュージアム（NPM）の実現をめざして（提言）」, 2004.
- ・静岡県立美術館評価委員会「静岡県立美術館評価委員会 中間報告書（平成30年度）」, 2018.
- ・静岡県立美術館第三者評価委員会「静岡県立美術館第三者評価委員会評価報告書」, 2020.
- ・高井健司「博物館の評価の現状と今後 ～新たな制度の構築に向けて～」『日本の博物館のこれから II ～博物館の在り方と博物館法を考える』大阪市立自然史博物館, 2020, pp.59-77.
- ・文化庁/資料5 (2021.5.28)「1. これからの博物館に求められる役割について」/法制度の在り方に関するワーキンググループ/座長 浜田弘明 取りまとめ資料.
- ・三重県総合博物館『三重県総合博物館協議会 報告書』, 2018.
- ・三重県総合博物館『三重県総合博物館協議会 報告書』, 2019.
- ・三重県総合博物館『三重県総合博物館協議会 報告書』, 2020.
- ・蓑豊「III-2. ケーススタディ 金沢21世紀美術館」高階秀爾・蓑豊編『ミュージアム・パワー』慶應義塾大学出版会, 2006, pp.227-236.
- ・山谷清志「地方分権改革と財政危機の自治体評価～20年のレビューから～」『日本評価研究』16号, 2016, pp.31-45.
- ・UNESCO「ミュージアムとコレクションの保存活用, その多様性と社会における役割に関する勧告」(2015.11.20: パリ)
- ・Choi, A.S., Ritchie, B.S., Papandrea, F., Bennett, J., "Economic Valuation of Cultural Heritage Sites: A Choice Modeling Approach.", *Tourism Management*, 31, 2010, pp.213-220.
- ・Franklin, A., "Art Tourism: A New Field for Tourist Studies.", *Tourist Studies*, 18, 2018, pp.399-

- 416.
- Gómez-Zapata, J.D., Espinal-Monsalve, N.E., Herrero-Prieto, L.C., “Economic Valuation of Museum as Public Club Goods: Why Build Loyalty in Cultural Heritage Consumption?”, *Journal of Cultural Heritage*, 30, 2018, pp.190–198.
 - Kinghorn, N., Willis, K., “Measuring Museum Visitor Preferences Towards Opportunities for Developing Social Capital: An Application of a Choice Experiment to the Discovery Museum.”, *International Journal of Heritage Studies*, 14, 2008, pp.555–572.
 - Lancaster, K., “A New Approach to Consumer Theory,” *Journal of Political Economy*, 74, (2), 1966, pp.132–157.
 - Mazzanti, M., “Cultural Heritage as Multi-dimensional, Multi-value and Multi-attribute Economic Good: Toward a New Framework for Economic Analysis and Valuation.”, *The Journal of Socio-Economics*, 31, 2002, pp.529–558.
 - Mazzanti, M., “Discrete Choice Models and Valuation Experiments.”, *Journal of Economic Studies*, 30, 2003, pp.584–604.
 - McFadden, D., “Conditional Logit Analysis of Qualitative Choice Behavior.”, In Zarembka, P., ed., *Frontiers in Econometrics*, Academic Press, 1973, pp.105–142.
 - Mourato, S., Mazzanti, M., “Economic Valuation of Cultural Heritage: Evidence and Prospects.”, In de la Torre, M.ed., *Assessing the Values of Cultural Heritage: Research Report*, Getty Conservation Institute, 2002, pp.51–76.
 - Mousavi, S.S., Doratli, N., Mousavi, S.N., Moradiahari, F., “Defining Cultural Tourism.”, International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development (CASD-2016), 2016, London (UK), pp.70–75.
 - Noonan, D. S., Rizzo, I., “Economics of cultural tourism: issue and perspectives”, *Journal of Cultural Economics*, 41, 2017, pp. 95–107.
 - Orea-Giner, A., De-Pablos-Heredero, C., Guerrero, T.G., “Sustainability, economic value and socio-cultural impacts of museums: a theoretical proposition of a research method”, *Museum Management and Curatorship*, 36, 2021, pp.48–61.
 - Plaza, B., “Valuing Museums as Economic Engines: Willingness to Pay or Discounting of Cash- flows?”, *Journal of Cultural Heritage*, 11, 2010, pp.155–162.
 - Petrin, A., Train, K., “Omitted Product Attributes in Discrete Choice Models”, *NBER Working Paper Series*, No. w9452, 2003.
 - Pop, I.L., Borza, A., “Factors Influencing Museum Sustainability and Indicators for Museum, Sustainability Measurement.”, *Sustainability*, 8, 2016, 101.
 - Pop, I.L., Borza, A., Buiga, A., Ighian, D., Toader, R., “Achieving Cultural Sustainability in Museums: A Step Toward Sustainable Development”, *Sustainability*, 11, 2019, 970.
 - Prieto, L. C. H., “La Investigación en Economía de la Cultura en España: Un Estudio Bibliométrico.” *Estudios de Economía Aplicada* 27 (1), 2009, pp.35–62.
 - Santa-Cruz, F.G., López-Guzmán, T., “Culture, Tourism and World Heritage Sites.”, *Tourism Management Perspectives*, 24, 2017, pp.111–116.
 - Scott, C.A., “Exploring the Evidence Base for Museum Value.”, *Museum Management and Curatorship*, 24, 2009, pp.195–212.
 - Snowball, J.D., *Measuring the Value of Culture : Methods and Examples in Cultural Economics*, Springer, 2007.