社会的インパクト評価ツールセット
文化芸術

Version 1.0

2017 年 6 月 29 日

GSG 国内諮問委員会

社会的インパクト評価ワーキング・グループ

I. はじめに

本評価ツールでは「文化芸術」を分野として取り上げています。文化芸術分野における事業は多様で、事業毎の目標や事業規模、関わるステークホルダーなども様々に異なります。また、文化芸術に関してはその定義や、範疇が様々に変化し、その事業のスタイルも多様です。そのため網羅的に全てを取り上げることは困難なため、今回は便宜的に文化芸術の事業を分類し、社会的インパクトの測定方法を提示します。

I.1. 事業の分類と特徴

文化芸術事業の形式は多岐に渡るため、今回は対象を絞り、下記の三つの類型を仮説として提案し、その上で社会的インパクトを抽出しやすいタイプの事業に絞り記述します。

図表１：文化芸術事業の分類

分類	目標	提供する形態	中心的な事業内容	対応する文化施設や事業
ハード型	組織のミッションにかなった施設運営。恒常的な芸術鑑賞の機会提供。	ハード（施設）	展示	博物館、美術館、劇場、コンサートホール、公共の文化施設、等
ハイブリッド型	文化施設（ハード）運営に加え、教育普及活動等を実施する。	ハード＋ソフト	参加型展示、教育普及活動、アウトリーチ活動	博物館、美術館、劇場、コンサートホール、アートセンター、練習室、等
ソフト型	必ずしも文化施設のないエリアで文化事業を実施し、広く機会提供をする。	ソフト、システム	イベント事業	スポーツイベント、祭り、等
			コミュニティ事業	地域アートプロジェクト、等

ここでは、事業モデルは施設運営を主とするハード型、施設運営に教育普及活動等の様々な活動を組み合わせたハイブリッド型（ハード＋ソフト）、施設運営から離れ様々な活動を実践するソフト型の三つに大別します。具体的にはハード型は、従来の博物館や美術館や公共ホールを主たる活動とす

るものを指し、そこに教育普及活動等の事業実施が重要な軸として加わったものをハイブリッド型とし、最後に地域に密着した活動等、ソフト事業運営を主とした芸術祭やアートプロジェクトなどをソフト型とします。

今回は、主に周辺社会と密接に関係し事業を展開する、ハイブリッド型、ソフト型にフォーカスして社会的インパクト評価のための方法論を提示します。また、ソフト型は２つ取り上げます。ソフト型の一つ目の型はソフト型イベント事業で、地域の芸術祭等を想定しています。ソフト型の二つ目はソフト型コミュニティ事業で、地域のアートプロジェクト等を想定しています。

今回取り上げたのは、あくまでも多様な文化芸術事業のいくつかの型に過ぎません。ここには掲載できませんでしたが、上記以外の分類にあたる事業も存在しています。今後は、事例収集なども進め改善を図る予定です。

II. ロジック・モデルをつくる

社会的インパクト評価ツールセット実践マニュアル 「Step 1: ロジック・モデルをつくる」参照

II.1. 事業の目標と受益者の特定

文化芸術分野の受益者は多様であり、各事業の型毎に特定が必要ですが、広くは文化芸術を享受する市民一般とします。その中には、事業を参加者として享受する層、実際に主体的に文化芸術活動に関わる層などが存在し、参加の度合いには大きな差があります。その関わり度合いや社会的立場の違う様々な層を内包し、ある特定の個人の関わり方も、状況に応じ多様に変化していくのが文化芸術事業の享受者、参加者であり受益者であるということが特徴です。

そのため、本評価ツールでは、事業の型毎に大きく異なるプログラム構造やステークホルダーを踏まえ、受益者を特定し、別途ロジック・モデルの概要を提示します。固有の活動の変化のストーリーを踏まえ、モデル別の凡例となるロジック・モデルはケーススタディから抽出作成しました。

II.2. 時間軸

本評価ツールでは、活動の社会的インパクトがどの程度の時間を経て生まれることを想定しているかを仮説としてまず示します。文化事業は概して何十年、何百年先の社会における市民の幸福に寄与することを長期的なミッションとして掲げています。一方で事業主体はその手前の 3 年 5 年 10 年など比較的短期や中期のスパンで、事業の価値を社会化することを目指しています。そのため、本評価ツールでは、事業の最終必達目標であり、すぐに実現できるものではない長期的なインパクトを見据えながら、おおよそ 10 年以内の達成目標としてのアウトカムを定義し、指標を検討していきます。事業の規模などにより、最終アウトカムへ到達する時間も異なることもありえるので、対象事業毎に検討するのがいいでしょう。

コラム

文化芸術事業の内在的アウトカム、社会的アウトカム、教育的アウトカム、経済的アウトカム

文化芸術事業に関しては、まずプログラムが実施されます。その価値によってその後、社会的インパクトが、どのようなものになるか変化します。Kail ら（2015 ）によると、文化芸術の活動に参加した個人の経験や、そこで生まれた文化芸術活動と鑑賞者の個人的なつながりを、文化芸術の内在的アウトカムとしています。そして、そこから生まれるアウトカムを、教育的アウトカム、経済的アウトカム、社会的アウトカムと定義しています。*[1]

今回は事業自体の芸術としてのコンテンツの質から生まれる、鑑賞者の個人的体験自体については簡単に触れるに留め、その事業が社会において、どのようなインパクトを持ちうるかという点に重点を置き、ロジック・モデルを構築します。

なお、教育的アウトカムは知識、スキル、能力の変化を伴うものです。また、経済的アウトカムは、アート活動に対する消費、アート領域の雇用、地域経済の発展を引き起こすものです。そして、社会的アウトカムはコミュニティの変化、個人や家族のウェルビーイングの変化を生み出すものとします。

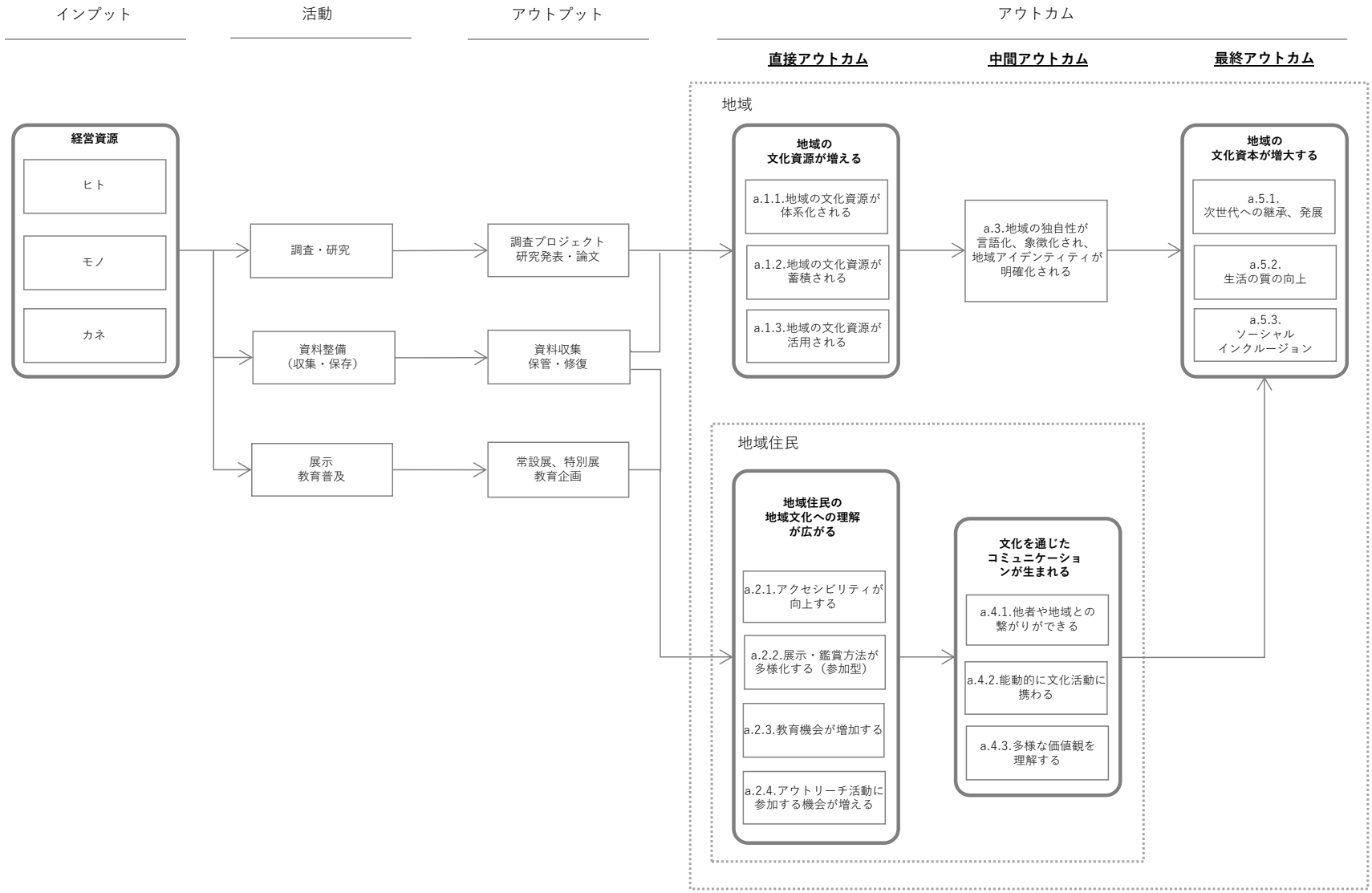
本評価ツールでは具体的に、アウトカム例を分類することはしませんが、芸術活動の内在的アウトカムを踏まえて、そこから教育的アウトカム、経済的アウトカム、社会的アウトカムを生み出すストーリーを検討すれば、より具体的に個別事業のアウトカムを想定し、ロジック・モデルを作成することができます。

事業のストーリーを明確化した上で、何を指標とし、アウトカムを測定するかを明確にするため、どの分類のアウトカムをロジック・モデルに含むかはケースによって検討してください。

*[1] Angela Kail, Lynn Simmonds and Sally Agwell. (2015). *The Art of philanthropy; Making the most of your giving to the arts,* New Philanthropy Capital.

II.3. ハイブリッド型（博物館等）

図表 2：文化芸術分野におけるロジック・モデル例　ハイブリッド型（博物館等）



本評価ツールにおける便宜的分類として、文化芸術に関わる事業の中でも、博物館や美術館、アートセンター、オルタナティブスペース等、ハード（施設）を保有しながら、ソフト（教育普及事業等）にも注力した事業形態をハイブリッド型と分類しています。その中でも、よりハード（施設）での事業を中心に活動している事例として、博物館を想定した事例を採り上げてツールの作成を行いました。

II.3.1.　事業の目標と受益者の特定

博物館を想定したロジック・モデルであるため、国際博物館会議（International Council of Museums）の定義や日本の博物館法を参照して、活動内容を「調査・研究」、「資料整備（収集・保存）」、及び「展示・教育普及」の三つに設定しています。その活動の分類や資源配分、評価のスコープ（対象範囲）については、それぞれの施設におけるミッションやビジョン等によって異なってくることに注意が必要です。

本評価ツールにおいては、社会的インパクト評価のニーズが比較的高いと考えられる、「地域」への影響をアウトカムの中心においてロジック・モデルを作成しました。また、一部のアウトカムについては「地域住民」へのアウトカムを記載しています。

II.3.2.　直接アウトカム

直接アウトカムは、事業の結果として直接的に発生する変化を指しています。博物館事業の結果として期待される直接アウトカムは、大きく分けて「地域の文化資源が増える」ことと「地域住民の地域文化への理解が広がる」ことに整理しました。

前者の「地域の文化資源が増える」ことは、「地域」への影響を主眼においた際、特に調査・研究活動や、資料整備（収集・保存）活動における主要なアウトカムであり、具体的には「地域の文化資源が体系化される」、「地域の文化資源が蓄積される」、「地域の文化資源が活用される」の三つに分解しました。

後者の「地域住民の地域文化への理解が広がる」ことは、展示・教育普及活動や、資料整備（収集・保存）活動におけるアウトカムとして「アクセシビリティが向上する」、「展示・鑑賞方法が多様化する（参加型）」、「教育機会が増加する」及び「アウトリーチ活動に参加する機会が増える」に分解を試みました。この箇所は各々の活動内容によって特に多様なアウトカムが発生すると考えられます。本ロジック・モデルでは地域への影響を主眼においており、この部分においては、使用整備（収集・保存）活動によって集められた所蔵品による展示・教育普及活動を通じた、地域住民への影響を中心にアウトカムを設定しています。

II.3.3.　中間アウトカム

上記の「地域の文化資源が増える」という初期アウトカムの結果として期待される中間アウトカムとしては、「地域の独自性が言語化、象徴化され、地域アイデンティティが明確化される」を設定しました。

また、「地域住民の地域文化への理解が広がる」という初期アウトカムに対しては、具体的なプログラムのアウトカム指標の向上からつながる中間アウトカムとして、「文化を通じたコミュニケーションが生まれる」という中間アウトカムを設定しました。これは「他者や地域との繋がりができる」「能動的に文化活動に携わる」「多様な価値観を理解する」という三つの要素に分解しています。これらは、様々な活動の直接的な成果が、複合的に効果を生むことで得られる中間的な成果であると考えられます。

II.3.4.　最終アウトカム

本評価ツールでは、直接アウトカムや中間アウトカムの結果として期待される最終的なアウトカムとして、「地域の文化資本が増大する」を設定しました。これは、「次世代への継承、発展」、「生活の質の向上」、「ソーシャルインクルージョン」に整理しました。博物館事業における、調査・研究活動、資料整備（収集・保存）活動や展示・教育普及活動は、このような長期的なアウトカムにつながっており、このような長期的なアウトカムを測定、言語化することで、説得力をもたせることが可能です。この最終アウトカムは事業の使命や目的等と重なってくると考えています。

コラム

組織評価について

ハード型、ハイブリッド型の事業評価には、その事業を運営する組織の評価が密接に関わります。そこで、ここでは簡単に博物館の評価をケーススタディとして、組織評価について説明します。ここでは海外の事例ではありますが、分類などが明確で参考にしやすいアメリカの博物館協会を例として引用しますが、日本の博物館に関する法律等と異なる部分があるため、注意が必要です。

アメリカの博物館協会（AAM）による、事業の評価基準としてはまず、組織が評価をするための核となる質問を２つ挙げています。

１.その博物館は、明文化された使命や目標をどの程度達成しているか

２.その博物館の運営実体は、博物館界で受け入れられている水準と実績をどの程度満たしているか

上記のように、博物館などの公立の組織にはその使命があります。それを果たしているか、またそれがその文化事業の業界内の水準を満たしているかを明らかにすることが組織の評価にとって重要です。

その上で、各組織の「使命、管理運営、コレクション、解説と提示、管理と財務」が、より発展的な組織と、持続的な事業運営のために十全に機能していることを確認し、評価することが重要です。

図表３：アメリカ博物館協会（AAM）による基準認定事業の基準・自己点検項目

核となる質問	その博物館は、明文化された使命や目標をどの程度達成しているか
	その博物館の運営実体は、博物館界で受け入れられている水準と実績をどの程度満たしているか
使命	明確な使命を有し、明文化された正式な使命を達成することを目的として、管理経営陣、スタッフ、財源、コレクション、パブリック・プログラム、諸活動を組織していること
管理運営	管理運営の構造とプロセスは、博物館の使命を効果的に前進させていること
	管理経営陣とスタッフは、自分たちの役割と責任について、共通の明確な理解を持っていること
	博物館の将来について計画が立てられるような、最新の適切な情報があること
コレクションの位置づけ	コレクションおよびまたは有形の資料が、使命にふさわしいものであること
	コレクションが効果的に、管理され、収蔵され、安全に保たれ、ドキュメンテーション処理を施され、修復されていること

解説と提示	パブリック・プログラムとコレクション、展示は使命を効果的に前進させていること
	パブリック・プログラムと展示は、アイディアやコンセプトや資料を効果的に活用し、学習と娯楽の機会を提供していること
	パブリック・プログラムと展示は、適切な調査研究に裏付けられ、効果的に提供されていること。既存の利用者および潜在的な利用者の性格について、効果的に同定し理解していること
	パブリック・プログラムと展示の開発において、効果的に利用者と関わっていること
	プログラムと展示について効果的に評価を行っていること
	プログラムと展示について、効果的に市民とコミュニケーションをとっていること
	プログラムと展示について効果的に評価を行っていること
	調査研究活動は学術的に適切な水準に従って行われていること
管理と財務	使命を前進させ、かつ、経済力を維持しうる方法で、さまざまなリソースを獲得し、発展させ、配分することができるよう、計画と手続きを開発し管理するリーダーシップが適切に発揮されていること
	スタッフは適切な教育と研修と経験を有していること

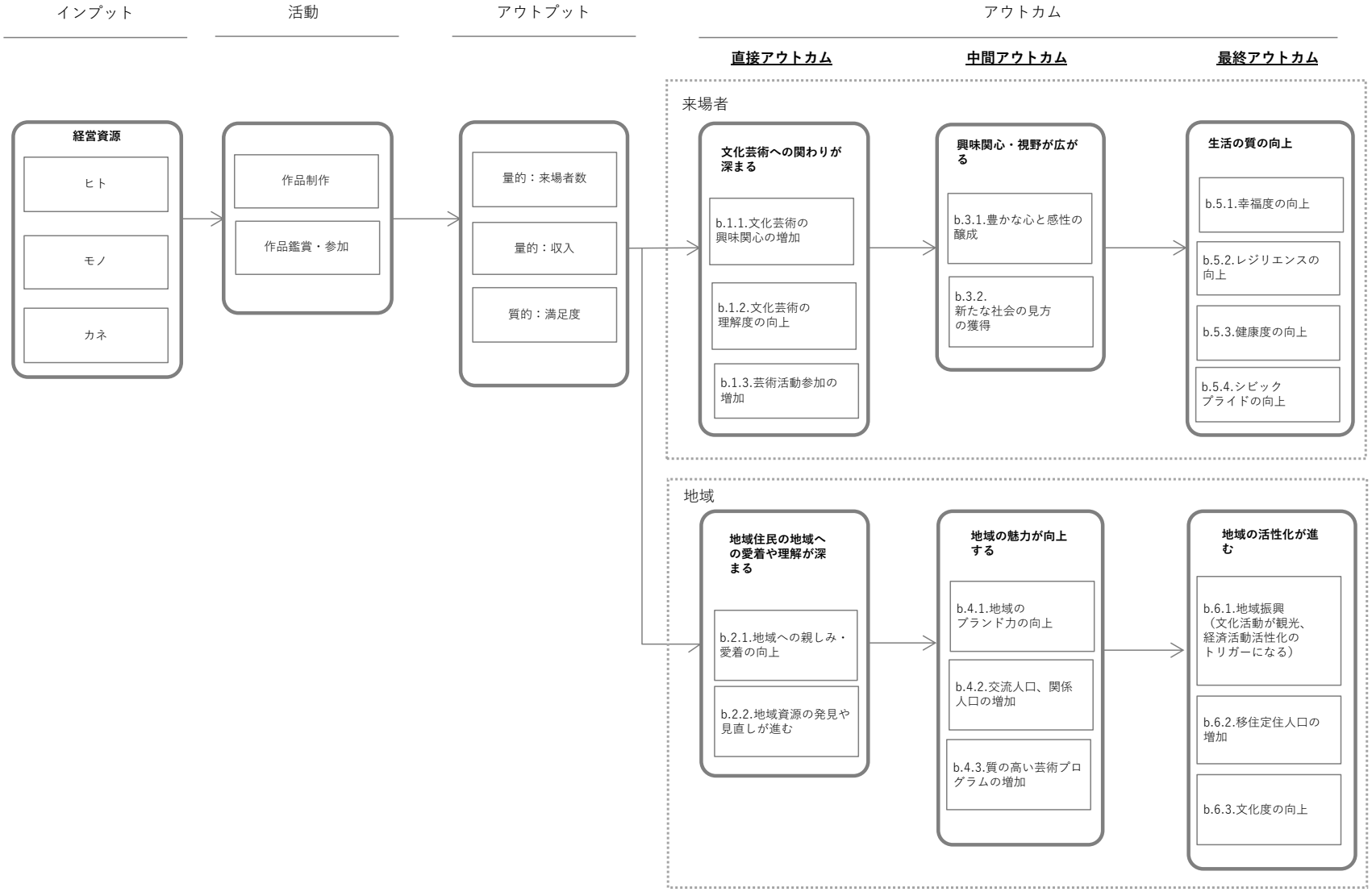
出所：村井良子編著『入門　ミュージアムの評価と改善ー行政評価や来館者調査を戦略的に活かすー』、株式会社アム・プロモーション、2002 年、pp12　表２　「アメリカ博物館協会（AAM）による基準認定事業の基準・自己点検 1971~」より一部抜粋

往々にして、日本の組織は使命の部分が不明瞭なこともあるため、まずは使命を改めて再認識及び定義し、事業を展開することも必要なのかもしれません。個別の事業評価とは別に、組織評価がなされ、組織の運営が明確化された上で、個別の事業の社会的インパクト評価を行う方が効果的であると考えられます。

出所：村井良子編著『入門　ミュージアムの評価と改善ー行政評価や来館者調査を戦略的に活かすー』、株式会社アム・プロモーション、2002 年、pp12「アメリカ博物館協会（AAM）による基準認定事業の基準・自己点検 1971~」を引用。

II.4. ソフト型（イベント事業）

図表 4：文化芸術分野におけるロジック・モデル例 ソフト型（イベント事業）



Ⅱ.4.1.　受益者の特定

地域を巻き込んだ文化芸術のイベント事業は、ステークホルダーが多様です。一方で主たる受益者は参加可能な一般市民全般、特に地域住民や地域外からの来場者となります。そうした参加者の意識の変化や、彼らの抱く地域のイメージの向上などを経て、文化による「地域活性化」や、市民の「生活の質の向上」といった長期的なアウトカムを、経年変化を踏まえて抽出することが重要となります。

Ⅱ.4.2. 直接アウトカム

直接アウトカムは事業の結果として直接的に発生する変化のことを指します。地域の芸術祭等のイベントでは、まず文化芸術に触れる機会を提供します。参加者である市民はその機会を経て、「芸術への関わりが深まる」ことにより、「文化芸術の興味関心の増加」や「文化芸術の理解度の向上」を経て、「芸術活動参加の増加」が起きます。また、地域の芸術祭などでは部外者であるアーティスト等により、制作活動の一環として地域住民が見過ごしていた「地域資源の発見や見直しが進む」結果、様々な価値が見出され、「地域への親しみ・愛着の向上」が起こります。

Ⅱ.4.3. 中間アウトカム

中間アウトカムとしては、芸術活動に直接関係する変化として、市民の文化芸術への理解度の向上に対応し、市民の「興味関心・視野が広がる」ことで、「豊かな心と感性が醸成」され、「新たな社会の見方の獲得」が促されます。また、「質の高い芸術プログラムが増加」します。地域に関わる変化としては、そうした文化的に豊かな状況が前提となり、「地域のブランド力の向上」につながります。こうしたなかで、質の高い芸術プログラムが増加し、「交流人口、関係人口の増加」が生まれます。

Ⅱ.4.4. 最終アウトカム

様々な創造的な活動の増加により、幸福度、レジリエンス、健康度、シビックプライドが向上し、生活の質が向上します。個人の変化と関連し、文化面、経済面、観光面などの面で地域振興が実現されます

コラム

ケーススタディ：大型の文化芸術イベントの事例「六本木アートナイト」

ここ数十年ほど、地方創生が重要視されるようになるにつれ、その一環として様々な地域で大小様々なアートフェスティバル、芸術祭、アートプロジェクトなどが実施されることが増えてきました。

代表的な例としては、2000 年にスタートした「大地の芸術祭　越後妻有アートトリエンナーレ」、2001 年開始の「横浜トリエンナーレ」、2002 年スタートの「アサヒ・アート・フェスティバル」などが挙げられます。「大地の芸術祭　越後妻有アートトリエンナーレ」は地方の里山での開催で地域振興を期待され、「横浜トリエンナーレ」は大都市圏での開催である点と、創造都市政策と密接に関わる点が特徴として挙げられます。また、「アサヒ・アート・フェスティバル」はアサヒビールの資金援助により民間企業の CSR 事業として、様々な地域での市民参加型のアートプロジェクト実施とネットワーク作りを支援してきました。

ここで取り上げる六本木アートナイトは、2009 年にスタートし過去 7 回開催された、都市型の大型文化芸術イベントです。この事業は東京都、アーツカウンシル東京（公益財団法人東京都歴史文化財団）、港区（2016 年より）、六本木アートナイト実行委員会による主催です。もとは東京のオリンピック招致のための文化事業という趣旨があるため、都市型の盛り上がりをつくるイベントとしての構成です。そのために一晩限りの開催であり、数ヶ月に渡り開催される他の芸術祭と性質は異なりますが、文化による地域振興の促進を目指す大型アートフェスティバルとして、日本国内では先行事例といえます。

このイベントの目的は、都心における感度の高い市民を対象に、文化芸術イベントや文化施設に馴染みのない層にも、先端的でエンターテインメント性も高い文化芸術のイベントに触れる機会を提供し、文化度の高い街として地域の夜間昼間人口のシビックプライドの醸成を促すことなどです。美術館などの文化施設が集積する地区である六本木が拠点ですが、各文化施設のほか商店街振興組合や総合デベロッパーなど、多様なステークホルダーで実行委員会を形成して運営し、共同主催の自治体含めてその連携により多様な価値が生み出されています。

こうした大型文化芸術事業の背景には、地方行政単位等で策定されている文化振興法などの文化政策があり、そこに基づき事業が計画されていることも多いため、より質が高く恒常的な文化プログラムの提供には、現場から文化行政へのフィードバックが行われることも重要です。

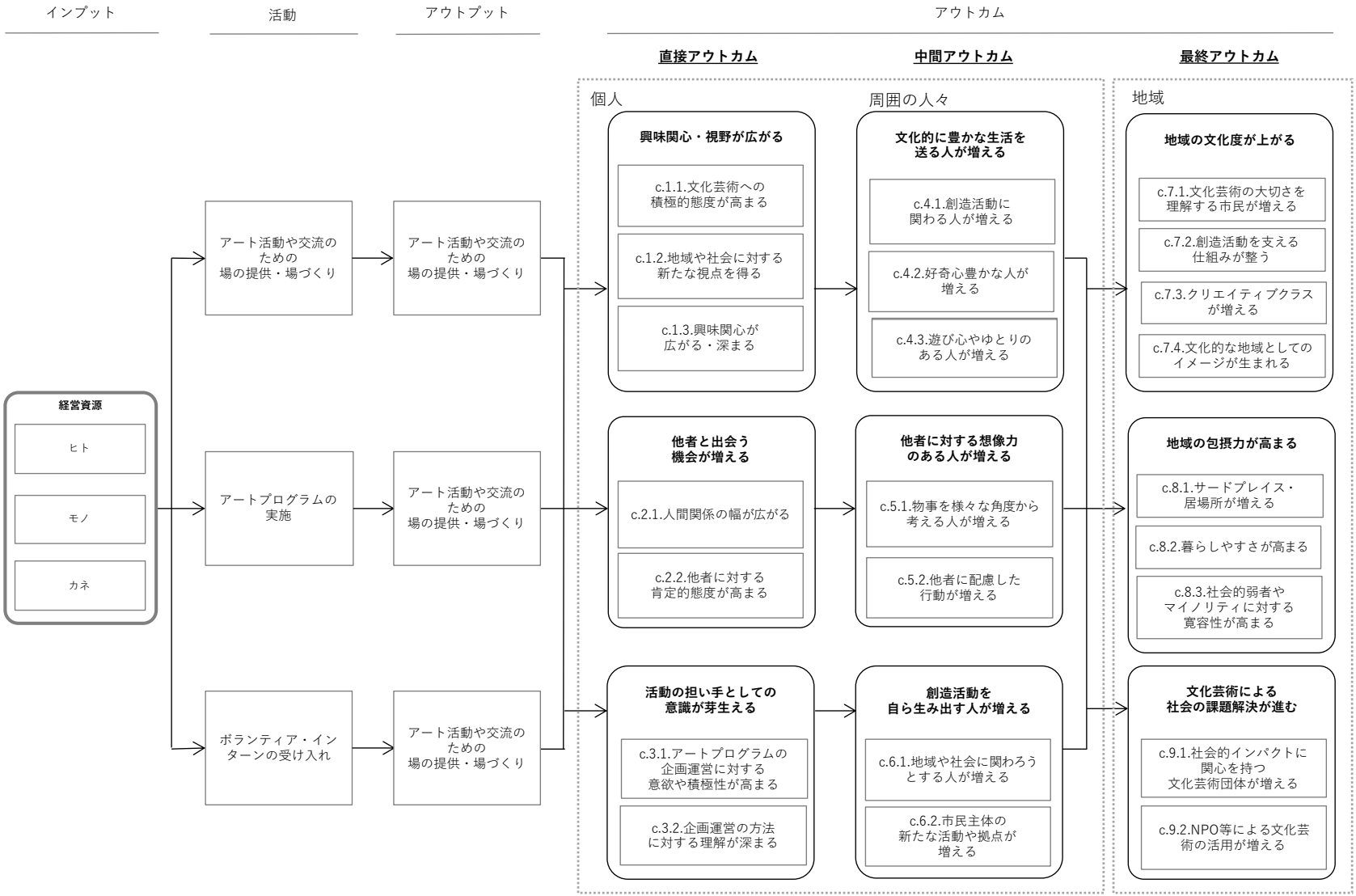
大型イベントは、従来の文化施設外で展開することにより、多くの人に多様な文化芸術イベントの体験機会を創出し、地域振興にも寄与することが期待されます。さらには、関わる人材の育成を促し、地域イメージの向上に貢献し、文化芸術事業がまちづくりの基盤として機能します。こうした文化によるまちづくり事業は、様々な課題解決事業が行われる前のインフラとして、まさに文化の語源であるところの、地域を「耕す」機能を有しているといえるでしょう。

図表 5：六本木アートナイトのステークホルダー毎のロジック・モデル

出所：六本木アートナイト 2016 事業評価検討会報告書
http://www.roppongiartnight.com/2016/evaluation.html

Ⅱ.4. ソフト型（コミュニティ事業）

図表 6：文化芸術分野におけるロジック・モデル例 ソフト型（コミュニティ事業）



Ⅱ.5.1. 受益者の特定

この事業の受益者は主に事業主体のある地域の一般市民であり、主たる目的は文化芸術を基盤としたコミュニティを活性化・豊穣化することです。このタイプの文化芸術事業では、市民が参加者やボランティアとして、新たな視点や価値観に触れ、主体的な活動を実施していく機会が提供されます。それによって生じる参加者の変化が、参加者の日常的な態度や行動、ひいては、参加者の周りにいる人々にも影響し、直接的にこの事業に参加しない地域住民へもインパクトが波及していくことを想定しています。

Ⅱ.5.2. 直接アウトカム

直接アウトカムは、事業の結果として直接的に発生する変化を指します。文化芸術分野におけるソフト型コミュニティ事業の結果として期待される初期アウトカムは、参加者の意識が変化し、「興味関心・視野が広がる」ことや、実際に「他者と出会う機会が増える」こと、さらには主体的な市民となり、「活動の担い手としての意識が芽生える」ことと整理しました。

Ⅱ.5.3. 中間アウトカム

上記の直接アウトカムの結果であり、文化芸術による地域コミュニティの活性化に達するまでの中間アウトカムとしては、参加者やその人が普段属するコミュニティのメンバーの、日常的な態度や行動の変化が見られます。例えば、「人々の生活が文化的に豊かになる」「他者に対する想像力が高まる」「市民主体の創造活動が増える」などが見られるようになります。

Ⅱ.5.4. 最終アウトカム

これまでの変化の結果、最終アウトカムとして、地域の「文化度」「包接度」の向上、さらには「文化芸術による社会活動が増える」ことが想定されます。文化芸術事業は、課題解決を必ずしも直接の目的とはしませんが、魅力的な文化芸術活動は、具体的な課題解決事業とは違う層の市民を引きつけ、様々な情報提供や、新たな視点の獲得を促します。その結果、地域住民が他分野の活動へ参加する橋渡しの役割を果たすことによって、他分野の社会活動と連動し、様々な課題解決の一助となります。そのため、具体的な課題解決の度合いを測定するためには、本評価ツールの他分野の指標や測定方法を参考にするとよいでしょう。

コラム

市民主体の地域に根ざした創造活動を支援する環境づくりを行う「としまアートステーション構想」

ソフト型コミュニティ事業の一例として、ここでは、東京都豊島区において実施された「としまアートステーション構想」（2011～2016 年度）を紹介します。この事業は、豊島区民をはじめとするさまざまな人々が、区内の魅力あふれる地域資源を活用し、アート活動を展開できる「環境システムの構築」と、それによる「コミュニティ形成の促進」を目指し、東京都、アーツカウンシル東京（公益財団法人東京都歴史文化財団）、豊島区、NPO 法人アートネットワーク・ジャパン（2011～2012 年度）、一般社団法人オノコロ（2013～2016 年度）の共催により実施されました。

この事業の拠点であった「としまアートステーション Z（以下、Z）」は、公共施設の一角にある元食堂を活用したスペースです。来場者は、通りがかってふらっと立ち寄る人、お昼休憩をしに来る人、自分の活動を持ち込む人、おしゃべりをしに来る人など、さまざまです。Z では、アートや地域に関心がある人はもちろんのこと、そうでない人でも気軽に立ち寄り、自由に過ごしたり、やりたいことを表現したり試したりできる場づくりを行いました。

招聘アーティストによるプロジェクトでは、アーティストが、豊島区の地域性や人々の暮らしに対する独自の視点や深い洞察をもとに、作品を制作します。その姿を区民に見せ、ときには区民を巻き込んでいくことで、日常では気付くことのなかった新たな価値観や、自分でもやってみたいという意欲を触発し、地域への創造的な関わりを促していきました。

また、地域でアート活動をはじめたい人たちを「オノコラー（おのずところがる＝自発的に活動をはじめる人）」と名付けて募集しました。そして、地域に根ざしてアート活動をはじめるための各要素を、それぞれの興味関心に合わせて経験できる機会を提供しました。

アンケートによれば、来場者はアーティストの作品を通して、普段何気なく暮らしている地域を違った角度から見る体験をしていました。豊島区内の具体的な地域資源に対する発見もあれば、都心における空間や暮らしのありかたに対する発見やアート観の変容など、より抽象的な気づきもありました。イベントがきっかけとなり、その後も継続的に Z に来場したり、オノコラーとして活動をはじめる人も見られました。

Z は、さまざまな世代・職業・所属の人たちの受け皿として、普段の生活では接点のない人とも出会える場となっていました。Z で仲間を見つけてはじまった活動や、他の来場者を巻き込んで行われた活動は、年間 50～70 件ありました（開館日は年間約 120 日）。Z の常連であった区民のなかには、「自分とは価値観が違う人に戸惑うこともあるけれど、それも含めて社会だということを忘れないでいたい」という感想を持った人もいました。

オノコラーという市民参加の枠組みは、多様な人が交わる場づくり、アーティストの作品制作のサポート、自主企画の立案〜実施など、アートプロジェクトをつくる側の活動を体験する機会であり、活動の担い手としての意識とスキルを育てる場として機能しました。オノコラーたちが中心となって生みだした拠点や活動のなかには、事業終了後も、彼らが主体となって続けられているものもあります。また、アート NPO に転職した人、自分の制作活動をはじめた人など、アートの分野でそれぞれの興味を深めていく人や、子どもや若者、高齢者が集まる公民館のようなスペースなどで、地域に関わる活動を続けている人もいます。

ここに挙げた参加者の意識や行動の変化は、この事業の直接の受益者（来場者・参加者）からのアンケートやヒアリングでわかった直接アウトカム〜中間アウトカムの一部です。これが、直接の受益者の周辺にいる間接的な受益者や、地域全体にどのような効果をもたらしていくのかを検証するためには、より幅広い対象者への長期的なフォローアップ調査と、因果関係を推定するための分析が必要です。

参考：

としまアートステーション構想事務局. (2013). としまアートステーション構想コンセプトブック 2011-12 年度

としまアートステーション構想事務局. (2016). としまアートステーション Z のつくりかた

としまアートステーション構想事務局. (2016). としまアートステーション Y のつくりかた

としまアートステーション構想事務局. (2017). としまアートステーション X のつくりかた

としまアートステーション構想ウェブサイト　http://toshima-as.wixsite.com/toshima

III. アウトカムを測定する方法を決める

社会的インパクト評価ツールセット実践マニュアル 「Step 4: 指標・測定方法を考える」参照

「II. ロジック・モデルをつくる」で挙げたアウトカムを測定するためには、一般的には図表 7、図表 8、図表 9 に示すような指標、測定方法が有用です。また、文化芸術の効果の測定方法は、解決する課題や生み出す価値の種類により、多様な尺度を用いることが想定されます。状況により、他分野の尺度を援用することも検討すべきでしょう。

なお、以降で示す指標とその測定方法は、あくまで例を示したものであり、必ずこの指標や測定方法を用いて評価を行わなければならないわけではありません。評価を事業改善といった内部向けの目的で行う場合は、既存の指標や測定方法を用いるよりも、自団体が目指す具体的なアウトカムの内容に応じて、以降で例示されている指標や測定方法以外のものを用いるのはもちろんのこと、例示されている測定方法の質問項目を変えることが望ましい場合もあります。

以降で例示されている指標や測定方法は特定の価値判断を暗黙のうちに前提としている場合があります。評価を実施する目的を明確化した上で、以降に例示されている指標や測定方法、具体的な質問項目を確認し、自団体が考える価値、アウトカムを測定する上で適切かどうかを判断してください。

また、最終アウトカムについては、その実現までに長期間を要するものも多く、指標を設定することが難しかったり、仮に指標を設定し測定することができてもその変化に事業が「貢献」したことを評価することが難しかったりする場合がほとんどです。ただし、そうだとしても事業の最終的な目的を明確化するためにも、最終アウトカムをロジック・モデルとして明確化することは重要だと考えます。

【アウトカム指標と測定方法目次】

III.1.　アウトカム指標と測定方法　ハイブリッド型・・・・・・・・・・p.19

III.2.　アウトカム指標と測定方法　ソフト型（イベント事業）・・・・p.38

III.3.　アウトカム指標と測定方法　ソフト型（コミュニティ事業）・・p.47

Ⅲ.1.　アウトカム指標と測定方法　ハイブリッド型

図表６：アウトカム指標と測定方法の一覧　ハイブリッド型

ステイクホルダー	アウトカムのカテゴリ	詳細アウトカム	指標	測定方法
地域	1. 地域の文化資源が増える	a. 1. 1.　地域の文化資源が体系化される	地域の文化資源に関する調査研究成果	p, 20
		a. 1. 2.　地域の文化資源が蓄積される	資料保存・修復及びアーカイブ化の状況	p. 21
		a. 1. 3.　地域の文化資源が活用される	地域での博物館保有資源の活用状況	p. 22
地域住民	2. 地域住民の地域文化への理解が広がる	a. 2. 1.　アクセシビリティが向上する	来館者数（社会的弱者を含むすべての地域住民）の増加、満足度	p. 23
		a. 2. 2.　展示・鑑賞方法が多様化する（参加型）	参加型の展示や鑑賞機会の提供増加数、参加者数、満足度	p. 24
		a. 2. 3.　教育機会が増加する	教育プログラム（児童、学生、家族、生涯学習等）の提供数、参加者数、満足度	p. 25
		a. 2. 4.　アウトリーチ活動に参加する機会が増える	学校教育・社会教育連携、他団体との協働、講演、サテライト展示等の企画数、参加者数、満足度	p. 26
地域	3. 地域アイデンティティの確立	a. 3. 1.　地域の独自性が言語化、象徴化され、地域アイデンティティが明確化される	地域アイデンティティ意識の明確度、地域愛着度	p. 27
地域住民	4. 文化を通じたコミュニケーションが生まれる	a. 4. 1.　他者や地域との繋がりができる	住民相互や地域とのコミュニケーションの創出状況	p. 30
		a. 4. 2.　能動的に文化に携わる	コミュニティ意識尺度の連帯・積極性因子、及び他者依頼因子（逆転項目）の尺度得点	p. 31
		a. 4. 3.　多様な価値観を理解する	自文化及び他文化への理解度、文化的差異の経験の認知程度	p. 32
地域	5. 地域の文化資本が増大する	a. 5. 1.　次世代への継承、発展	当該事業の文化継承・発展への貢献度	p. 34
		a. 5. 2.　生活の質の向上	該当事業の生活の質向上への貢献度	p. 36
		a. 5. 3.　ソーシャルインクルージョン	排除対象意識の尺度得点	p. 37

アウトカム　a.1.1.地域の文化資源が体系化される
指標　地域の文化資源に関する調査研究成果
測定方法　事業主体保有データ

出所：財団法人日本博物館協会（2006）文部科学省委託事業　平成 17 年度社会教育活性化 21 世紀プラン「現代的課題に関するモデルプログラムの開発等」博物館の経営・運営指標（ベンチマーク）づくり報告書「新しい時代の博物館への視点」【5】資料、【6】調査研究を参照して筆者作成

（データ抽出）
・所蔵資料やその地域に関する調査プロジェクトや、報告、論文数の変化
・他の博物館や機関・団体との共同研究の件数、提携・協力先の数とその増減
・論文等に引用された報告書や論文の数とその増減
・調査研究活動に対する各種賞の受賞数とその増減
・資料登録原簿に登録された資料の点数、割合

アウトカム　a.1.2.地域の文化資源が蓄積される
指標　資料保存・修復及びアーカイブ化の状況
測定方法　事業主体保有データ

出所：財団法人日本博物館協会（2006）文部科学省委託事業　平成 17 年度社会教育活性化 21 世紀プラン「現代的課題に関するモデルプログラムの開発等」博物館の経営・運営指標（ベンチマーク）づくり報告書「新しい時代の博物館への視点」【5】資料、【6】調査研究を参照して筆者作成

（データ抽出）
・資料管理や保存、修復に関する所蔵文献数、研修参加者数、報告・論文とその増減
・調査研究活動の数に対して成果が公表（要覧や年報、ホームページ等）された割合の増減
・収集計画に即した新規収集資料の点数、資料購入予算の増減
・地域の文化財や自然環境の保護・継承のための、地域からの資料の寄贈・寄託状況
・地域の資料の現地保存支援の件数
・データベース化された資料の割合
・インターネット上で検索できる資料数

アウトカム　a.1.3.地域の文化資源が活用される
指標　地域での博物館保有資源の活用状況
測定方法　事業主体保有データ

出所：財団法人日本博物館協会（2006）文部科学省委託事業　平成 17 年度社会教育活性化 21 世紀プラン「現代的課題に関するモデルプログラムの開発等」博物館の経営・運営指標（ベンチマーク）づくり報告書「新しい時代の博物館への視点」【5】資料、【6】調査研究を参照して筆者作成

（データ抽出）
・利用者や地域に向けた発表の方法と回数
・新聞やインターネット上での研究成果発現数
・収蔵資料の活用率とその増減
・資料閲覧や研究利用の件数
・データベースやその他の資料利用サービスの利用件数
・他館・他機関への資料貸出の件数

アウトカム　a.2.1.アクセシビリティが向上する
指標　　来館者数（社会的弱者を含むすべての地域住民）の増加、満足度
測定方法　　事業主体保有データ、及び対象者への質問紙調査

出所：財団法人日本博物館協会（2006）文部科学省委託事業　平成 17 年度社会教育活性化 21 世紀プラン「現代的課題に関するモデルプログラムの開発等」博物館の経営・運営指標（ベンチマーク）づくり報告書「新しい時代の博物館への視点」【4】施設利用を参照して筆者作成

（データ抽出）
・来館者数、及び初回来館者数とその変化
・施設の稼働率の変化
・施設毎（休憩所、トイレ、レストラン、ショップ等）の利用者数の変化、苦情処理件数
・高齢者や障がい者、社会的少数者等のカテゴリ別利用件数の変化

（質問紙調査）
・利用状況や、開館日や開館時間に関する利用者の満足度
・案内表示等アクセスに関する利用者の満足度
・施設毎（休憩所、トイレ、レストラン、ショップ等）の利用満足度
・高齢者や障がい者、社会的少数者等のカテゴリ別利用満足度

出所： The Urban Institute and The Center for What Works. アウトカム指標プロジェクト「舞台芸術プログラムに関するアウトカム指標例」（Outcome Indicators Project “Performing Arts”）筆者訳

・公演が多様な観客にとって高価すぎると報告したコミュニティの数と割合
・公演が多様な観客にとって参加しづらい、または知られていないと報告したコミュニティの数と割合
・公演が障がい者にとってアクセスがよくないと報告したコミュニティの数と割合
・公演が自分たちのコミュニティの文化にとって微妙な問題を含んでいたと報告したコミュニティの数と割合

アウトカム　a.2.2.展示・鑑賞方法が多様化する（参加型）
指標　参加型の展示や鑑賞機会の提供増加数、参加者数、満足度
測定方法　事業主体保有データ、及び対象者への質問紙調査

出所：山本哲也（2002），ハンズ・オンの解釈をめぐって，博物館学雑誌第 27 巻第 2 号(通巻 36 号) 19-27 ページ、足立拓朗・四角隆二（2012），日本国内の西アジア系博物館における体験展示 : 体験展示とハンズ ・オン展示の分類案から，金沢大学考古学紀要 = Archaeology Bulletin, Kanazawa University, 33: 83-91 らの分類を参照して筆者作成

（データ抽出）
・博物館の使命に即した体験型、参加型、知覚型の展示（ハンズ・オン展示、インタラクティブ展示等）数とその増減
・対話型鑑賞等の能動的鑑賞機会の実施数、参加者数とその増減

（質問紙調査）
・展示内容を理解するのに効果的な展示だと感じた鑑賞者の数と割合
・能動的に鑑賞することができたと感じた鑑賞者の数と割合

アウトカム　a.2.3.教育機会の増加

指標　教育プログラム（児童、学生、家族、生涯学習等）の提供数、参加者数、満足度

測定方法　事業主体保有データ、及び対象者への質問紙調査

出所：財団法人日本博物館協会（2006）文部科学省委託事業　平成 17 年度社会教育活性化 21 世紀プラン「現代的課題に関するモデルプログラムの開発等」博物館の経営・運営指標（ベンチマーク）づくり報告書「新しい時代の博物館への視点」【8】教育普及・学習支援を参照して筆者作成

（データ抽出）

・教育普及プログラムの実施回数の変化
・教育普及プログラムの参加者数の変化
・はじめて教育普及活動に参加した人の数の変化
・人材養成・研修の受け入れ件数の変化（学校利用、児童・生徒の職場体験、教員向け講習会、教員研修、学芸員実習生、インターン、研修生等）

（質問紙調査）

・利用者の満足度とその変化

アウトカム　a.2.4.アウトリーチ活動への参加
指標　学校教育・社会教育連携、他団体との協働、講演、サテライト展示等の企画数、参加者数、満足度
測定方法　事業主体保有データ、及び対象者への質問紙調査

出所：筆者作成

（データ抽出）
・学校教育、社会教育連携数（出張授業等）とその参加者数の増減
・他団体との協働事業数とその参加者数の増減
・講演回数とその参加者数の増減
・サテライト展示等の企画数、参加者数の増減
・市民と協働した資料収集や調査研究数

（質問紙調査）
・アウトリーチ活動への満足度

アウトカム　a.3.1.独自性が言語化、象徴化され、
地域のアイデンティティが明確化される

指標　地域アイデンティティ意識の明確度、地域愛着度

測定方法　対象者への質問紙調査

出所：中川幾郎（2003）、地域文化施設と政策・施策「評価」について、一般社団法人地域創造調査報告書 pp.68

“地域アイデンティティ開発事業であれば、市民側のアイデンティティ（誇り、特性への愛着）意識の明確化もその指標となる。演劇活動などを通じた地域コミュニティ再生のプログラムなどがあれば、地域コミュニケーションや自治の活性化にどれほどつながったか、も指標となる。”

出所：香港芸術発展局（2005）、Hong Kong Arts & Culture Indicators Final Report pp.63-64 pp.70 をもとに筆者訳、質問票の作成

社会的便益とインパクト

文化や社会、人的資本の形成と発展に関する活動の以下の質問について、いずれか１つに〇をしてください。

・コミュニティのアイデンティティの明確化の助けになった。

1．全くその通りだ
2．その通りだ
3．あまりそうではない
4．全くそうではない
5．わからない

・香港の地域的／国際的プロフィールの確立を助けた。

1．全くその通りだ
2．その通りだ
3．あまりそうではない
4．全くそうではない
5．わからない

出所：鷲見英司（2012）、越後妻有大地の芸術祭 2012 に関する質問紙調査報告、新潟大学経済論集第 94 号　2012－Ⅱ

問４　あなたの住む地域について

（６）あなたの住む地域に愛着がありますか？

１．とても愛着がある
２．ある程度愛着がある
３．どちらともいえない
４．あまり愛着がない
５．まったく愛着がない

（７）あなたの住む地域での生活に満足していますか？

１．とても満足がある
２．ある程度満足がある
３．どちらともいえない
４．あまり満足していない
５．まったく満足していない

（８）今住んでいる地域に住み続けたいですか？

１．住み続けたい
２．どちらともいえない
３．住み続けたくない

出所：鈴木春菜・藤井聡. (2008). 地域愛着が地域への協力行動に及ぼす影響に関する研究. 土木計画学研究・論文集. 25(2), pp.357-362.

地域愛着尺度の地域愛着（感情）因子の得点

※〇〇に対象エリア名を入れる

	全然そう思わない	あまりそう思わない	どちらともいえない	ややそう思う	とてもそう思う
〇〇は大切だと思う					
〇〇に自分の居場所がある気がする					
〇〇にずっと住み続けたい					
〇〇に愛着を感じている					
〇〇は自分のまちだという感じがする					

アウトカム　a.4.1.他者や地域との繋がりができる
指標　住民相互や地域とのコミュニケーションの創出状況
測定方法　対象者への質問紙調査、訪問調査

出所：香港芸術発展局（2005）、Hong Kong Arts & Culture Indicators Final Report pp.63-64 pp.70、をもとに筆者訳、質問票の作成

社会的便益とインパクト
文化や社会、人的資本の形成と発展に関する活動の以下の質問について、いずれか１つに〇をしてください。

・アイディアや情報、価値についてのより良いコミュニケーションができた。
1．全くその通りだ
2．その通りだ
3．あまりそうではない
4．全くそうではない
5．わからない

出所： 株式会社ニッセイ基礎研究所（2012）、文化庁委託調査　文化政策の評価手法に関する調査研究報告書 pp.65－80

B. 文化遺産を活かした観光振興・地域活性化事業
①地域の文化遺産を活かした観光振興・地域活性化事業
（4）③訪問調査の記入フォーム
13 「地域の文化遺産を媒介とすることで、地域の誇りや住民相互の絆を生み出すこと」への寄与の有無、内容、可能性

出所：筆者作成

・博物館の活動を通じて、新たに人との繋がりができましたか？いずれか一つに〇をしてください。
1．できた
2．できなかった
3．わからない

・博物館の活動を通じて、新たに地域との繋がりができましたか？いずれか一つに〇をしてください。
1．できた
2．できなかった
3．わからない

アウトカム　a.4.2.能動的に文化活動に携わる
指標　コミュニティ意識尺度の連帯・積極性因子、及び他者依頼因子（逆転項目）の尺度得点
測定方法　対象者への質問紙調査

出所：石盛真徳・岡本卓也・加藤潤三. (2013). コミュニティ意識尺度（短縮版）の開発. 実験社会心理学研究 Vol. 53 (2013-2014) No. 1 pp. 22-29 より一部抜粋.

コミュニティ意識尺度（短縮版）の連帯・積極性因子、及び他者依頼因子（逆転項目）項目を抜粋

	そう思わない	あまりそう思わない	どちらともいえない	ややそう思う	そう思う
地域でのボランティアなどの社会的活動に参加してみたい					
住み良い地域づくりのために自分から積極的に活動していきたい					
地域のみんなと何かをすることで、自分の生活の豊かさを求めたい					
自分の住んでいる地域で住民運動が起きても、できればそれにかかわりたくない（逆転項目）					
地域をよくする活動は、熱心な人たちに任せておけばよい（逆転項目）					
地域での環境整備は、行政に任せておけばよい（逆転項目）					

アウトカム　a.4.3.多様な価値観を理解する
指標　自文化及び他文化への理解度、文化的差異の経験の認知程度
測定方法　対象者への質問紙調査

出所： The Urban Institute and The Center for What Works.アウトカム指標プロジェクト「舞台芸術プログラムに関するアウトカム指標例」（Outcome Indicators Project “Performing Arts”）筆者訳

- プログラム参加の結果、地域文化理解が深まったと回答した人の数と割合
- プログラム参加後、態度や感情が豊かになったと回答した人の数と割合
- コミュニティ組織とのパートナーシップ件数、無料のチケット提供数

出所：香港芸術発展局（2005）、Hong Kong Arts & Culture Indicators Final Report pp.63-64 pp.70、をもとに筆者訳、質問票の作成

社会的便益とインパクト
　文化や社会、人的資本の形成と発展に関する活動の以下の質問について、いずれか１つに〇をしてください。

・異なる文化やライフスタイルの理解に貢献した。
　１．全くその通りだ
　２．その通りだ
　３．あまりそうではない
　４．全くそうではない
　５．わからない

出所：山本 志都（2014）、文化的差異の経験の認知―異文化感受性発達モデルに基づく日本的観点からの記述―、多文化関係学 2014,11,67-86

F1 違いの克服―2 積極性、及び F4 違いの内面化因子より一部抜粋

・見方ややり方が違う人たちに深く関わった結果、その見方ややり方を実践できるようになった経験がある。

1．　そう思う
2．　ややそう思う
3．　どちらともいえない
4．　あまりそう思わない
5．　そう思わない

・価値観や行動の基準のことで相手との違いに直面したとき、わくわくする。

1．　そう思う
2．　ややそう思う
3．　どちらともいえない
4．　あまりそう思わない
5．　そう思わない

・見方ややり方が違う人に触れると、どんな所が違い、どんな共通点があるのかきちんとわかりたい。

1．　そう思う
2．　ややそう思う
3．　どちらともいえない
4．　あまりそう思わない
5．　そう思わない

・価値観や行動の基準が異なる相手とぶつかりあう苦労を嫌がらずに、そこから得られる新しい発見や気づきを重視する。

1．　そう思う
2．　ややそう思う
3．　どちらともいえない
4．　あまりそう思わない
5．　そう思わない

・これから相手と一緒に何かに取り組まなければならないという前提のとき、想定外のことを言われたり、されたりすると、興味がわいてくる。

1．　そう思う
2．　ややそう思う
3．　どちらともいえない
4．　あまりそう思わない
5．　そう思わない

アウトカム　a.5.1.次世代への継承、発展
指標　当該事業の文化継承・発展への貢献度
測定方法　対象者への質問紙調査

出所：香港芸術発展局（2005）、Hong Kong Arts & Culture Indicators Final Report pp.63-64 pp.70、をもとに筆者訳、質問票の作成

社会的便益とインパクト
文化や社会、人的資本の形成と発展に関する活動の以下の質問について、いずれか１つに〇をしてください。

・香港の歴史や遺産の継承を進めた。
1．全くその通りだ
2．その通りだ
3．あまりそうではない
4．全くそうではない
5．わからない

出所： 株式会社ニッセイ基礎研究所（2012）、文化庁委託調査　文化政策の評価手法に関する調査研究　報告書　pp.65－80

B. 文化遺産を活かした観光振興・地域活性化事業
①地域の文化遺産を活かした観光振興・地域活性化事業
（２）①採択団体アンケート調査
Q7 文化庁の補助によって地域の文化遺産の保存や活用等について、どのような成果があったかお答えください。（〇はいくつでも可）。
1 地域の文化遺産の保存や継承を充実させることができた。
2 地域の文化遺産を公開する機会が充実した。
3 地域の文化遺産の後継者の保存や継承に関する専門的知識や技術を向上させることができた。
4 地域の文化遺産を訪問、体験する地域住民が増え、文化遺産への理解、関心を持つようになった。
5 地域の文化遺産の事業に自主的に参加するボランティアが増えた。
6 地域の教育機関と連携し、地域の子どもや青少年が文化遺産を訪問、体験する機会が増えた。
7 地域の文化遺産に関する情報発信のツールが充実する等、国内での認知度を向上させることができた。
8 地域の文化遺産に関する情報発信のツールが充実する等、海外での認知度を向上させることができた。
9 国内の文化遺産を有する他の地域とのネットワークが構築した。
10 運営スタッフやボランティア等が、地域の文化遺産の知識、運営の知識や技術等を向上させ

ることができた。
11 地域の文化遺産の新たな活用方法を発見した。
12 その他（以下の自由記述欄に具体的に充実できた内容を御記入ください） 補助によってどのような効果があったか、上記の項目に該当する具体的な内容を簡潔に御記入ください。
（　　）

Q8 文化庁の補助によって観光振興や地域活性化にどのような波及効果があったかお答えください。（○はいくつでも可）。
1 地域の文化遺産が地域における象徴的存在として位置付けられるようになった。
2 地域の文化遺産を継承するために、文化遺産所有者や保存会等との関係が向上した。
3 地域の NPO、市民団体、観光産業とのネットワークを構築することができた。
4 地域の若者の定住が促進され、また、地域への転入者が増加した。
5 地域内外及び海外からの観光客が増加した。
6 地域の文化遺産が地域での観光資産として、地域のブランド向上に貢献した。
7 地域の飲食店、お土産店等が増加する等、地域経済の活性化につながった。
8 その他（以下の自由記述欄に具体的に充実できた内容を御記入ください） 補助によってどのような効果があったか、上記の項目に該当する具体的な内容を簡潔に御記入ください。
（　　）

（4）③訪問調査の記入フォーム
II 補助事業による成果（outcome）や波及効果（impact）について
11 「人材育成や技術・技能の伝承により、地域の文化遺産を次世代に継承すること」への寄与の有無、内容、可能性
12 「地域の文化遺産を適切に保存、公開し、広く国民が親しむ機会を提供」への寄与の有無、内容、可能性

アウトカム　a.5.2.生活の質の向上
指標　当該事業の生活の質の向上への貢献度
測定方法　対象者への質問紙調査

出所：香港芸術発展局（2005）、Hong Kong Arts & Culture Indicators Final Report pp.63-64 pp.70、をもとに筆者訳、質問票の作成

社会的便益とインパクト
文化や社会、人的資本の形成と発展に関する活動の以下の質問について、いずれか１つに〇をしてください。

・ウェルビーイングや生活の質の向上に貢献したと感じる。
１．全くその通りだ
２．その通りだ
３．あまりそうではない
４．全くそうではない
５．わからない

アウトカム　a.5.3.ソーシャルインクルージョン
指標　排除対象意識の尺度得点
測定方法　対象者への質問紙調査

出所：小坂啓史. (2005). 社会的排除と包摂についての社会意識的基盤―排除の対象と社会政策意識に関する実証的研究―.　愛知学泉大学コミュニティ政策学部紀要 8, 93-112, 2005-12

排除対象意識の尺度得点

駅や道ばたなどお互い見知らぬ者同士の空間で、隣に座ったり話しかけたりしなければならないような場面において、以下の人はどれくらい気にさわりますか。

	気にならない	やや気にさわる	とても気にさわる
生活に困っている人			
ホームレス			
身体に障害を持つ人			
精神病にかかっている人			
知的能力に障害がある人			
民族・国籍の異なる人			
同性愛・両性愛の人			

III.2.　アウトカム指標と測定方法　ソフト型（イベント事業）

図表７：アウトカム指標と測定方法の一覧　ソフト型（イベント事業）

ステークホルダー	アウトカムのカテゴリ	詳細アウトカム	指標	測定方法
来場者と地域	1.芸術に関わる個人の変化	b.1.1.文化芸術への興味関心の増加	回答者自身の文化芸術の関心度	p.39
		b.1.2.文化芸術の理解度が上がる	回答者自身の文化芸術の重要性	p.39
		b.1.3.芸術活動参加の増加	芸術文化活動数、文化活動参加数（経年変化を把握）	p.40
	2.地域の資産が増加する	b.2.1.地域への親しみ・愛着の向上	回答者自身の地域愛着度	p.40
		b.2.2.地域資源の発見や見直しが進む	当該プログラムを通しての地域資源活用	p.41
	3.興味関心・視野が広がる	b.3.1,豊かな心と感性の醸成	回答者自身の当該プログラムへの感想などの自由記述	p.41
		b.3.2.新たな社会の見方の獲得	当該プログラムを通しての気づき・発見・学びの自己評価 その内容の自由記述	p.42
	4,地域の魅力が向上する	b.4.1.地域のブランド力の向上	当該プログラムによる地域イメージの変化 外部調査データ	p.42
		b.4.2.交流人口、関係人口の増加	行政調査での各人口変化	p.43
		b.4.2.質の高い芸術プログラムの増加	当該プログラムによる地域の芸術文化環境の変化（や満足度） 地域の文化専門職（運営者、表現者）の人材育成度 当該プログラム運営団体の提供プログラム数の変化（経年変化を把握）	p.43
	5.生活の質の向上	b.5.1.幸福度の向上	主観的幸福度、地域の幸福度調査	p.44
		b.5.2.レジリエンス	レジリエンス尺度	p.44
		b.5.3.健康度の向上	主観的健康感、アンケート	p.45
		b.5.4.シビックプライドの向上	地域への愛着、町づくりへの当事者意識や共感の向上、町への誇りの変化、地域への定住意向	p.45
	6.地域の活性化が進む	b.6.1地域振興（文化活動が経済活動・観光資源のトリガーになる）	周辺地域における経済や雇用に対する当該プログラムの影響	p.45
		b.6.2.移住定住人口の増加	各人口増減数	p.46
		b.6.3文化度の向上	文化振興法の策定・改善、地域住民の地域文化へのイメージ変化	p.46

アウトカム　b.1.1.文化芸術への興味関心の増加
指標　　回答者自身の文化芸術の関心度
測定方法　　質問紙調査

出所：株式会社ニッセイ基礎研究所（2012）、文化庁委託調査　文化政策の評価手法に関する調査研究　報告書、「来場者アンケート」を参考に筆者作成

質問１：あなた自身はプログラムに参加したことで文化芸術への興味・関心が高まりましたか。
1.　大変高まった
2.　まあ高まった
3.　あまり高まっていない
4.　まったく高まらない

質問 2：あなたは日常生活の中で文化芸術の体験をしたり、みずから文化芸術活動を行ったりすることについて、どのように思いますか。
1.　非常に大切だ
2.　ある程度大切だ
3.　あまり大切ではない
4.　全く大切ではない
5.　わからない

アウトカム　b.1.2.文化芸術の理解度が上がる
指標　　回答者自身の文化芸術の理解度の向上
測定方法　　プログラム参加者に対する、プログラム実施後の質問紙調査

出所：株式会社ニッセイ基礎研究所（2012）、文化庁委託調査　文化政策の評価手法に関する調査研究　報告書、「来場者アンケート」を参考に筆者作成

質問：あなた自身はプログラム参加後、どのような変化がありましたか。あてはまるものを選択してください。（複数回答可）
１.文化芸術への理解が高まった。
２.文化芸術に触れることで、考え方や価値観が広がった。
３.その他（自由筆記　　）

アウトカム　b.1.3.芸術活動参加の増加

指標　文化芸術活動数、文化活動参加数（経年変化を把握）

測定方法　プログラム参加者に対するプログラム実施後の質問紙調査
行政単位の調査参照

出所：株式会社ニッセイ基礎研究所（2012）、文化庁委託調査　文化政策の評価手法に関する調査研究　報告書、「来場者アンケート」を参考に筆者作成

質問：あなた自身はプログラム参加後、どのような変化がありましたか。
プログラム参加後、文化芸術に関する活動が増えましたか（物品の購入、習い事を始めた）

1. 大変増えた
2. まあ増えた
3. あまり増えていない
4. まったく増えない

アウトカム　b.2.1. 地域への親しみ・愛着の向上

指標　回答者自身の地域愛着度

測定方法　質問紙調査

出所：株式会社ニッセイ基礎研究所（2012）、文化庁委託調査　文化政策の評価手法に関する調査研究　報告書、「来場者アンケート」を参考に筆者作成

質問：文化芸術プログラム参加を通じて、地域に対する誇りや愛着心が高まった。

1. 大変高まった
2. まあ高まった
3. 高まっていない
4. まったく高まらない。

その他、イベント型コミュニティ事業 c7.4.参照

アウトカム　b.2.2.地域資源の発見や見直しが進む
指標　当該プログラムを通しての地域資源活用
測定方法　プログラム参加者に対する、プログラム実施後の質問紙調査

出所：アサヒ・アート・フェスティバル 2016 広報＋検証シートを参考に筆者作成

質問：プログラム参加を通じて、下記の地域資源が発見や見直しがされていたと思いますか。あてはまるものに◯をつけてください。（複数回答可）

1. まちなみ
2. 地域の記憶・風習
3. 歴史的建造物
4. 学校
5. 島・里山・自然
6. 温泉
7. 農業・食
8. その他（　　）

アウトカム　b.3.1.豊かな心と感性の醸成
指標　当該プログラムを通しての心の豊かさや感性の変化に対する自己評価
測定方法　アンケートの自由筆記をテキストマイニング等で分析

ある程度分量のある自由記述を含めた質問票には、テキストマイニングを活用すると参加者全体の反応を俯瞰して読み解き、傾向をつかむことができます。文章を自動的に単語に区切って分解し、どの質問票にどの単語が何回でてくるか、という集計を行なってから、各種統計的な処理を行なう分析方法です。現在、KH Coder というフリーソフトも存在します。

出所：
公益財団法人日本環境教育フォーラム　ニュースレター『地球のこども　2016 年 11,12 月号』
KH Coder　http://khc.sourceforge.net/

その他、ソフト型イベント事業 c.4.1~4.3、c.5.1.~5.2.なども参照

アウトカム　b.3.2.新たな社会の見方の獲得
指標　当該プログラムを通しての気づき・発見・学びの自己評価
測定方法　その内容の自由記述

出所： 筆者作成

質問：文化芸術プログラムに参加して、新たな気付き、発見、学びはありましたか？あなたの実感に最も近い番号１つに〇を付けてください。（〇は１つだけ）
1. 全く感じない
2. どちらかといえば感じない
3. どちらともいえない
4. どちらかといえば感じる
5. おおいにかんじる
0. わからない

アウトカム　b.4.1.地域のブランド力の向上
指標　当該プログラムによる地域イメージの変化、地域ブランドの向上
測定方法　アンケート調査

出所：六本木アートナイト 2016 来場者アンケートをもとに筆者作成

質問：文化芸術プログラムに参加して、街のイメージに変化はありましたか？
1. イメージが良くなった
2. ややイメージが良くなった
3. 変化はない
4. ややイメージが悪くなった
5. イメージが悪くなった

その他、地域のブランド力などに関する外部調査はイベント型コミュニティ事業 c.7.4.参照

アウトカム　b.4.2.交流人口、関係人口の増加
指標　各人口増減数
測定方法　地方行政単位の各人口調査を参照

アウトカム　b.4.3.より質の高い芸術プログラムの恒常的提供
指標　当該プログラムによる地域の文化芸術環境の変化（や満足度）、
地域の文化専門職（運営者、表現者）の人材育成度、
専門家による評価
測定方法　アンケート調査、
専門誌への掲載数、及び、掲載記事をテキストマイニング等で評価。

テキストマイニングについては b.3.1.参照

出所：筆者作成

アウトカム　b.5.1.幸福度の向上
指標　主観的幸福度
測定方法　質問紙を用いた調査

出所：東京都荒川区（2017）「平成 28 年度荒川区民総幸福度（GAH）に関する区民アンケート調査」p.62 https://www.city.arakawa.tokyo.jp/kusei/chosa/GAH_Q.html を参照して筆者作成

あなたは、幸せだと感じますか？あなたの実感に最も近い番号１つに○を付けてください。（○は 1 つだけ）
6. 全く感じない
7. どちらかといえば感じない
8. どちらともいえない
9. どちらかといえば感じる
10. おおいにかんじる
1. わからない

アウトカム　b.5.1.幸福度の向上
指標　　現在の生活に対する満足度
測定方法　　質問紙を用いた調査

出所：CSO ネットワーク（2016）『「地域の力」診断ツール ワークブック』p.53
http://www.csonj.org/infoarchive/publication/workbook001

現在の生活にどのくらい満足していますか？
1. 非常に不満
2. どちらかといえば不満
3. どちらかといえば満足
4. 非常に満足

アウトカム　b.5.2.レジリエンス
指標　　レジリエンス尺度
測定方法

出所：平野真理（2010). レジリエンスの資質的要因・獲得的要因の分類の試み――二次元レジリエンス要因尺度（BRS）の作成　パーソナリティ研究, 19, 94-106. より一部抜粋。
実際の検証には資質的要因も踏まえることが必要。

質問：「あなた自身についてお答えください。以下の項目について、1「まったくあてはまらない」～5「よくあてはまる」の中で、もっとも当てはまると思う数字に〇をつけて下さい。」

＜獲得的レジリエンス要因（9 項目）＞
1. 思いやりを持って人と接している。
2. 自分の性格についてよく理解している。
3. 嫌な出来事があったとき、今の経験から得られるものを探す。
4. 自分の考えや気持ちがよくわからないことが多い。
5. 人の気持ちや、微妙な表情の変化を読み取るのが上手だ。
6. 人と誤解が生じたときには積極的に話をしようとする。
7. 嫌な出来事が、どんな風に自分の気持ちに影響するか理解している。
8. 嫌な出来事があったとき、その問題を解決するために情報を集める。
9. 他人の考え方を理解するのが比較的得意だ。

アウトカム　b.5.3.健康度の向上
指標　健康尺度
測定方法　地方行政単位の意識調査を参照。
個人の当該プログラムを通じての主観的健康度の変化を質問紙調査。

出所：筆者作成

質問：文化芸術プログラムへの参加を通じて、あなたは健康になったと感じますか？
あなたの実感に最も近い番号１つに〇を付けてください。（〇は１つだけ）
1. 全く感じない
2. どちらかといえば感じない
3. どちらともいえない
4. どちらかといえば感じる
0. おおいにかんじる
1. わからない

アウトカム　b.5.4. シビックプライドの向上
指標　地域への愛着、町づくりへの当事者意識や共感の向上、
町への誇りの変化、地域への定住意向
測定方法　地方行政単位の意識調査を参照。フォローアップ調査。

出所：都市の評価指標としての「地域愛着度」 - 慶應義塾大学 SFC 研究所
上記プレゼン資料内に引用された海老名市での調査をもとに筆者作成

地域への愛着
質問：あなたは〇〇へ愛着や誇りを感じていますか？
1. とても感じている
2. どちらかといえば感じている
3. あまり感じていない
4. まったく感じていない

定住意向
質問：あなたは、これからも〇〇へ住み続けたいと思いますか。
1. １ずっと住み続けたい
2. できれば住み続けたい
3. できれば〇〇外に移りたい
4. すぐにでも〇〇外に移りたい

注：〇〇内には該当地域名をいれる

ハイブリット型 a.3.も参照

アウトカム　b.6.1 地域振興（文化活動が経済活動・観光資源のトリガーになる）
指標　周辺地域における経済や雇用に対する当該プログラムの影響
測定方法　地方行政単位の意識調査を参照、フォローアップ調査

測定方法は地域・まちづくり分野のツールセットを参照

アウトカム　b.6.2.移住定住人口の増加
指標　各人口増減数
測定方法　地方行政単位の人口調査を参照

アウトカム　b.6.3.文化度の向上
指標　文化振興法の策定・改善、地域住民の地域文化へのイメージ変化
測定方法　地方行政の文化振興法の有無の確認、
クリエイティブクラスの人数増加、市民の文化活動数

出所：平成 26 年　板橋区 文化芸術振興に関するアンケート調査報告書を参考に筆者作成

質問：この町は「文化的」だと思うか
1. 思う
2. やや思う
3. あまり思わない
4. 思わない

クリエイティブクラスの人数増加はソフト型コミュニティ事業　c.7.2.参照
市民の文化活動数は c.6.1.、c.6.2.参照
その他、c.7.1.、c.7.3、c.7.4.も参照

III.3.　アウトカム指標と測定方法　ソフト型（コミュニティ事業）

図表８：アウトカム指標と測定方法の一覧　ソフト型（コミュニティ事業）

ステークホルダー	アウトカムのカテゴリ	詳細アウトカム	指標	測定方法
プログラム等の参加者、および、地域住民	1.興味関心・視野が広がる	c.1.1.文化芸術への積極的態度が高まる	当該プログラムに対する積極的態度 文化芸術活動全般に対するイメージ	p.48
		c.1.2.地域や社会に対する新たな視点を得る	当該プログラムを通しての気づき・発見・学びの自己評価	p.49
		c.1.3.興味関心が広がる・深まる	当該プログラムを通しての興味関心の広がり・深まりに関する自己評価	p.49
	2.他者と出会う機会が増える	c.2.1.人間関係の幅が広がる	当該プログラムを通しての、人間関係・視野の広がりに関する自己評価 当該プログラムを通して生まれたコラボレーションの数や活動量	p.50
		c.2.2.他者に対する肯定的態度が高まる	寛容性尺度の得点	p.51
	3.活動の担い手としての意欲が芽生える	c.3.1.アートプログラムの企画運営に対する意欲や積極性が高まる	文化芸術や地域活動の企画運営に携わる意欲	p.52
		c.3.2.企画運営の方法に対する理解が深まる	理解度の自己評価	p.52
	4.人々の生活が文化的に豊かになる	c.4.1.創造活動への関わりが増える	文化芸術活動への参加度	p.53
		c.4.2.好奇心が豊かになる	創造性尺度の好奇心因子の尺度得点	p.54
		c.4.3.遊び心やゆとりが増える	ゆとり尺度の遊楽性因子の尺度得点	p.55
	5.他者に対する想像力が高まる	c.5.1.多角的な視点を獲得する	共感性尺度の認知的共感性因子の尺度得点 批判的思考尺度の探究心因子・客観性因子の尺度得点 創造性尺度の柔軟性因子の尺度得点	p.56
		c.5.2.他者に配慮した行動が増える	向社会的行動尺度の尺度得点	p.59
	6.市民主体の創造活動が増える	c.6.1.地域や社会への関わりが増える	コミュニティ意識尺度の連帯・積極性因子の尺度得点 コミュニティ意識尺度の他者依頼因子の尺度得点（逆転項目）	p.61
		c.6.2.市民主体の活動や拠点が充実する	対象エリア内の文化芸術活動や拠点（スペース等）の数 対象エリア内の文化芸術活動の数	p.61
	7.地域の文化度が上がる	c.7.1.文化芸術の大切さを理解する市民が増える	日常的な文化芸術体験への意識 文化芸術の効用に関する意識	p.62
		c.7.2.創造活動を支える仕組みが整う	文化芸術活動に対する助成・委託・補助金事業の数、応募数、採択数、金額 文化芸術活動に関する相談窓口・支援機関の数、職員数、相談件数	p.63
		c.7.3.クリエイティブクラスが増える	先端技術の研究開発に関わる職業集団・人の数 芸術分野の職業集団・人の数	p.64
		c.7.4.文化的な地域としてのイメージが生まれる	地域のイメージ調査	p.65
	8.地域の包摂力が高まる	c.8.1.サードプレイス・居場所が増える	家や職場以外の居場所の有無	p.66
		c.8.2.暮らしやすさが高まる	地域愛着尺度の地域選好因子の得点 地域愛着尺度の地域愛着（感情）因子の得点	p.67
		c.8.3.社会的弱者やマイノリティに対する寛容性が高まる	排除対象意識の尺度得点	p.68
	9.文化芸術による社会的活動が増える	c.9.1.社会的課題に対する文化芸術によるアプローチが増える	文化芸術×社会的課題に取り組む団体の数 文化芸術団体の活動目標における社会的インパクトの重要度 社会的課題に取り組む組織における文化芸術系人材の活用	p.69
		c.9.2.社会の課題解決や価値創造が進む	社会的課題の解決・達成度	p.71

アウトカム　c.1.1.文化芸術への積極的態度が高まる
指標　当該プログラムに対する積極的態度
測定方法　プログラム参加者に対する、プログラム実施後の質問紙調査

出所：筆者作成

本プログラムにまた参加したいと思いますか。

1. まったくそう思わない
2. あまりそう思わない
3. どちらともいえない
4. ややそう思う
5. とてもそう思う

指標　文化芸術活動全般に対するイメージ
測定方法　プログラム参加者に対する、プログラム実施後の質問紙調査

出所：筆者作成

本プログラムに参加して感じた、文化芸術活動（※）全般に対するイメージが、以下の対になる語のどちらにどのくらい近いかお答えください。
※その事業者が想定している範囲によって「アートプロジェクト」「アートイベント」などの言い換えも可

	左の語に近い	どちらかといえば左の語に近い	どちらかといえば右の語に近い	右の語に近い	
つまらない					おもしろい
嫌い					好き
避けたい					関わりたい

アウトカム　c.1.2.地域や社会に対する新たな視点を得る
指標　当該プログラムを通しての気づき・発見・学びの自己評価
測定方法　プログラム参加者に対する、プログラム実施後の質問紙調査

出所：筆者作成

本プログラムを通して、地域資源や社会課題について、新たな視点、気づき、学びなどを得ることはできましたか？
1. まったくできなかった
2. あまりできなかった
3. どちらともいえない
4. 少しできた
5. じゅうぶんにできた

「4.少しできた」「5.じゅうぶんにできた」と回答した方は、その内容をお書きください。
【　　】

アウトカム　c.1.3.興味関心が広がる・深まる
指標　当該プログラムを通しての興味関心の広がり・深まりに関する自己評価
測定方法　プログラム参加者に対する、プログラム実施後の質問紙調査

出所：筆者作成

本プログラムを通して、興味関心を広げたり深めたりすることができたと思いますか？
1. まったくそう思わない
2. あまりそう思わない
3. どちらともいえない
4. ややそう思う
5. とてもそう思う

「4.ややそう思う」「5.とてもそう思う」と回答した方は、その内容をお書きください。
【　　】

アウトカム　c.2.1.人間関係の幅が広がる
指標　当該プログラムを通しての人間関係・視野の広がりに関する自己評価
測定方法　プログラム参加者に対する、プログラム実施後の質問紙調査

出所：筆者作成

本プログラムを通して、これまでの生活で接点のなかった世代や分野や所属などの人と交流することができましたか？
1. まったくできなかった
2. あまりできなかった
3. どちらともいえない
4. 少しできた
5. じゅうぶんにできた

本プログラムを通して、自分と異なる物事の見方や価値観に触れることができましたか？
1. まったくできなかった
2. あまりできなかった
3. どちらともいえない
4. 少しできた
5. じゅうぶんにできた

指標　当該プログラムを通して生まれたコラボレーションの数や活動量
測定方法　プログラム実施現場の観察、実施者に対するヒアリング、
プログラムの実施記録等によるカウント

出所：筆者作成

当該プログラムやアートスペース内で生まれた、新たなコミュニティ（複数人による活動等と、その活動実施回数、参加者数について以下のフォーマットを使用して集計。

コミュニティ・活動名	活動実施回数	参加者数
例）〇〇の会	10 回	50 人

アウトカム　c.2.2.他者に対する肯定的態度が高まる
指標　寛容性尺度の得点
測定方法　プログラム参加者に対する、プログラム実施後の質問紙調査

出所：片岡えみ. (2016). 信頼社会―寛容性とソーシャル・キャピタル

	全く当てはまらない	あまり当てはまらない	少し当てはまる	よく当てはまる
自分の考え方や好み、やり方が違うからと言って、その人を遠ざけることはしない				
考え方や価値観の合わない人とは付き合わないようにしている（逆転項目）				

アウトカム　c.3.1.アートプログラムの企画運営に対する意欲や積極性が高まる
指標　文化芸術や地域活動の企画運営に携わる意欲
測定方法　プログラム参加者に対する、プログラム実施後の質問紙調査

出所：筆者作成

今後、アートプロジェクトや地域に関わる創造活動の企画運営に携わってみたいと思いますか？
1. まったくそう思わない
2. あまりそう思わない
3. どちらともいえない
4. ややそう思う
5. とてもそう思う

アウトカム　c.3.2.企画運営の方法に対する理解が深まる
指標　企画運営に関する理解度の自己評価
測定方法　プログラム参加者に対する、プログラム実施後の質問紙調査

出所：筆者作成

本プログラムを通して、アートプロジェクトの運営方法（※）について、理解を深めることができましたか？
※その事業者が想定している内容によって、「アートスペースの立ち上げ方」「アートイベントのつくりかた」などの言い換えも可

1. まったくできなかった
2. あまりできなかった
3. どちらともいえない
4. 少しできた
5. じゅうぶんにできた

「4.少しできた」「5.じゅうぶんにできた」と回答した方は、本プログラムを通して気づいたこと、考えたことなどについてお書きください。
【　　】

アウトカム　c.4.1.創造活動への関わりが増える
指標　文化芸術活動への参加度
測定方法　対象エリアの住民に対する質問紙調査

出所：内閣府大臣官房政府広報室. 文化に関する世論調査.

内閣府大臣官房政府広報室では、無作為抽出した全国の 18 歳以上の男女 3,000 人を対象に、実施年ごとに様々なテーマで世論調査をおこなっています。文化に関する世論調査は、平成以降の直近のものから平成 28 年、21 年、15 年、8 年に実施されており、質問票および集計表がウェブサイトで公開されています。そのなかで、「文化芸術活動への参加度」の測定方法として有効な項目は、以下のようなものがあります。

あなたは，この 1 年間で，美術館・博物館に何回くらい行きましたか。
1. 1〜2 回
2. 3〜5 回
3. 6 回以上
4. 行かなかった
0. わからない

あなたは，この 1 年間に，鑑賞を除いて，自分で創作・参加したり，文化芸術体験を支援する文化ボランティアの活動を行ったりするなど，文化芸術に関わる活動をしたことはありますか。この中からいくつでもあげてください。

□文学，音楽，美術，演劇，舞踊，映画などの創作・参加
□音楽，舞踊，華道，茶道，書道などの習い事
□地域の芸能や祭りへの参加
□子どもの文化芸術体験のための支援活動
□文化施設（ホール・劇場，美術館・博物館等）における支援活動
□文化的行事（音楽祭，演劇祭，映画祭など）の開催のための支援活動
□歴史的な建物や遺跡などを保存・活用するための支援活動
□特に行ったことはない
□その他
□わからない

アウトカム　c.4.2.好奇心が豊かになる
指標　創造性尺度の好奇心因子の尺度得点
測定方法　対象エリアの住民に対する質問紙調査

出所：林文俊. (1999). 創造的態度の測定尺度に関する研究―理工系男子大学生を対象とした予備的検討―

	当てはまらない	あまり当てはまらなる	どちらともいえない	少し当てはまらない	当てはまる
好きなことや、やりたいことがいっぱいある					
好奇心が強い					
新しいことを試みるのが好きである					
毎日の生活で新しいことや変わったことを経験して見たい					
いろいろなことに興味を持っている					
新しいことを試すチャンスがあったら、すぐにやってみる					
何でも見てやろう知ってやろうという気持ちが強いほうである					
自分が得意になれることなら、何でも知っておきたい					

アウトカム　c.4.3.遊び心やゆとりが増える
指標　ゆとり尺度の遊楽性因子の尺度得点
測定方法　対象エリアの住民に対する質問紙調査

出所：古川秀夫・山下京・八木隆一郎. (1993). ゆとりの構造

	まったくちがう	かなりちがう	ややちがう	どちらとも言えない	ややそうだ	かなりそうだ	まったくそうだ
仕事抜きでよく遊ぶ							
私には遊び心がある							
感情を素直に表すことができる							
交友関係は豊かだ							
何事も楽しんでやる							
家族や友人とよく旅行に出かける							
精神的な余裕がある							
人生について考える余裕がない（逆転項目）							
仕事以外には趣味がない（逆転項目）							

アウトカム　c.5.1.多角的な視点を獲得する
指標　共感性尺度の認知的共感性因子の尺度得点
測定方法　対象エリアの住民に対する質問紙調査

出所：小池はるか.(2003).共感性尺度の再構成―場面想定法に特化した共感性尺度の作成―

	当てはまらない	どちらかといえば当てはまらない	どちらともいえない	どちらかといえば当てはまる	当てはまる
どんな問題にも２つの側面があるから、その両面を見るようにしている。					
人と意見が合わない時には、その人がそうした意見を持つ理由を心の中であれこれと考えてみる。					
友だちのすることを理解しようとするときには、向こうから見るとどう見えるのかを想像することがある。					
非常に不機嫌そうな人に出会うと、私がもしその人だったらどんな感じをもつだろうかと考えてみる。					
物事を決めるには、みんなの反対意見をよく聞いてからにしようとする。					
自分が正しいと確信している場合には、他人の意見を聞くのに時間を使ったりはしない（逆転項目）					

指標　　批判的思考尺度の探究心因子・客観性因子の尺度得点
測定方法　　対象エリアの住民に対する質問紙調査

平山るみ・楠見孝. (2004). 批判的思考態度が結論導出プロセスに及ぼす影響ー証拠評価と結論生成課題を用いての検討ー.

	当てはまらない	あまり当てはまらなる	どちらともいえない	少し当てはまらない	当てはまる
いろいろな考え方の人と接して多くのことを学びたい					
生涯にわたり新しいことを学び続けたいと思う					
新しいものにチャレンジするのが好きである					
さまざまな文化について学びたいと思う					
外国人がどのように考えるかを勉強することは、意義のあることだと思う					
自分とは違う考え方の人に興味を持つ					
どんな話題に対しても、もっと知りたいと思う					
役に立つか分からないことでも、出来る限り多くのことを学びたい					
自分とは異なった考えの人と議論するのは面白い					
分からないことがあると質問したくなる					

指標　　創造性尺度の柔軟性因子の尺度得点

測定方法　　対象エリアの住民に対する質問紙調査

出所：林文俊. (1999). 創造的態度の測定尺度に関する研究―理工系男子大学生を対象とした予備的検討―

	当てはまらない	あまり当てはまらなる	どちらともいえない	少し当てはまらない	当てはまる
人が違った考え方を持っているとき、その人の気持ちになって考えることができる					
自分のことを客観的に見ることができる					
既成の枠組みにとらわれず、新しい視点から物事を見ることができる					
事実をありのままに客観的に見ることができる					
物事を考える時、人とは変わった考え方をすることができる					

アウトカム　c.5.2.他者に配慮した行動が増える
指標　向社会的行動尺度の尺度得点
測定方法　対象エリアの住民に対する質問紙

出所：太田直美・米澤好史. (2012). 大学生の向社会的行動と友人関係及び自己像の形成との関連

	したことがない	ほとんどしたことがない	どちらともいえない	しばしばしている	いつもしている
知らない人が落として散らばった荷物をいっしょに集めてあげる					
何か探している人には、こちらから声をかける					
見知らぬ人がハンカチなどを落としたとき、教えてあげる					
知らない人に頼まれて、カメラのシャッターを押してやる					
転んだ子どもを起こしてやる					
自動販売機や切符売機などの使い方を教えてあげる					
気持ちの悪くなった友人を、保健室などに連れていく					
電車などで相席になったお年寄りの話し相手になる					
気の落ち込んだ友人に電話したり、メールしたりする					
ケガ人や急病人が出たとき、解放したり救急車を呼んだりする					
雨降りのとき、あまり親しくない友人でも傘に入れてやる					
授業を休んだ友人のために、プリントなどをもらう					

バスや電車などで立っている人に席をゆずる					
お店で渡されたお釣りが多かったとき、注意してあげる					
バスや電車で、荷物を網棚にのせてあげる					
列に並んでいて、急いでいる人のために順番をゆずる					
家族の誕生日や母の日などに、家に電話したりプレゼントを贈る					

アウトカム　c.6.1.地域や社会への関わりが増える
指標　コミュニティ意識尺度の連帯・積極性因子、および、
他者依頼因子（逆転項目）の尺度得点
測定方法　対象エリアの住民に対する質問紙調査

詳細はハイブリッド型 a.4.2.を参照

アウトカム　c.6.2.市民主体の活動や拠点が充実する
指標　対象エリア内の文化芸術活動拠点（スペース等）の数
測定方法　市民活動や文化政策を担当する行政機関へのヒアリング

出所：筆者作成

〇〇市区町村内で、市民が文化芸術活動のために利用できる館（ギャラリー、劇場、練習室、イベントスペース、交流スペースなど。公営民営問わず）について以下のフォーマットを使用して集計。

スペース名	種別・ジャンル	収容人数	〇年度開館日数	〇年度利用者数

指標　対象エリア内の文化芸術活動の数
測定方法　上の設問への回答として挙がった文化芸術活動拠点運営者への
ヒアリング

出所：筆者作成

あなたの運営するスペースで活動している文化芸術活動団体（法人格の有無を問わず）の団体数についてお答えください。

利用登録団体数　（　　）
この１年間で１回以上利用している団体数（　　）

アウトカム　c.7.1.文化芸術の大切さを理解する市民が増える
指標　日常的な文化芸術体験への意識
測定方法　対象エリアの住民に対する質問紙調査

出所：内閣府大臣官房政府広報室. 文化に関する世論調査.

内閣府大臣官房政府広報室では、無作為抽出した全国の 18 歳以上の男女 3,000 人を対象に、実施年ごとに様々なテーマで世論調査をおこなっています。文化に関する世論調査は、平成以降の直近のものから平成 28 年、21 年、15 年、8 年に実施されており、質問票および集計表がウェブサイトで公開されています。そのなかで、「日常的な文化芸術体験への意識」の測定方法として有効な項目は、以下のようなものがあります。

あなたは、日常生活の中で、優れた文化芸術体験をしたり、自ら文化芸術活動を行ったりすることについて、どのように思いますか。
1. 全く大切ではない
2. あまり大切ではない
3. ある程度大切だ
4. 非常に大切だ
0. わからない

指標　文化芸術の効用に関する意識
測定方法　対象エリアの住民に対する質問紙調査

出所：内閣府大臣官房政府広報室. 文化に関する世論調査.

内閣府大臣官房政府広報室では、無作為抽出した全国の 18 歳以上の男女 3,000 人を対象に、実施年ごとに様々なテーマで世論調査をおこなっています。文化に関する世論調査は、平成以降の直近のものから平成 28 年、21 年、15 年、8 年に実施されており、質問票および集計表がウェブサイトで公開されています。そのなかで、「文化芸術の効用に関する意識」の測定方法として有効な項目は、以下のようなものがあります。

文化芸術への金銭的・人的その他の支援を行うことにより、人々が文化芸術により親しむことができるようになり、それにより培われた感性や創造性を発揮することで、社会の活性化や経済振興に貢献するとの考え方について、あなたはどのように思いますか。
1. そうは思わない
2. どちらかといえばそう思わない
3. どちらかといえばそう思う
4. そう思う
0. わからない

アウトカム　c.7.2.創造活動を支える仕組みが整う
指標　文化芸術活動に対する助成・委託・補助金事業の数、応募数、採択数、金額
測定方法　市民活動や文化政策を担当する行政機関への質問紙調査、ヒアリング

出所：筆者作成

〇年度の〇〇市区町村における文化芸術活動に対する助成・委託・補助金事業について、以下の項目にご回答ください。

事業名	概要や対象	応募数	採択数	助成総額
例）〇〇助成金	文化芸術を通して地域活性化をはかる非営利活動に対する助成。法人、実行委員会、任意団体。	30	10	1000 万円

指標　文化芸術活動に関する相談窓口・支援機関の数、職員数、相談件数
測定方法　市民活動や文化政策を担当する行政機関への質問紙調査、ヒアリング

出所：筆者作成

〇〇市区町村における文化芸術活動に関する相談窓口・支援機関について、以下の項目にご回答ください。

窓口・機関名	どのような支援を提供しているか	職員数	年間相談件数、利用者数
例）〇〇課〇〇係	助成金、公共文化施設に関する情報提供	2	50 件
例）〇〇センター	市民活動（文化芸術活動を含む）の立ち上げ支援、既存サークル等の紹介、スペース提供、交流イベントの開催	5	3000 人

アウトカム　c.7.3.クリエイティブクラスが増える

指標　先端技術の研究開発に関わる職業集団・人の数、
芸術分野の職業集団・人の数

測定方法　企業を対象とする質問紙調査（経済センサス-基礎調査）

出所：総務省統計局. 経済センサス基礎調査.
http://www.stat.go.jp/data/e-census/2014/index.htm
東京都産業労働局. (2010). クリエイティブ産業の実態と課題に関する調査.
http://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.jp/toukei/pdf/monthly/creative.pdf

経済センサス-基礎調査では、都道府県・市区町村ごとの産業分類別事業所数・従業員数のデータを、Web ページで公開しています。「事業所に関する集計」では、総務省による日本標準産業分類の小分類に基づく、各地域の事業所数・従業員数を知ることができます。

クリエイティブ産業の定義は諸説ありますが、一般公開されている大規模統計データを分析に活用する場合には、東京都産業労働局(2010)による定義が適当でしょう。東京都産業労働局(2010)は、日本標準産業分類の小分類のうち、以下の産業をクリエイティブ産業と定義しています。

映像情報制作・配給業　／　写真業　／　公共放送業　／　民間放送業　／　ニュース供給業　／　その他情報制作に附帯するサービス業　／　音声情報制作業　／　ソフトウェア業　／　新聞業　／　出版業　／　広告制作業　／　広告業　／　建築設計業　／　デザイン業　／　漆器製造業　／　興行場・興行団　／　中古品小売業　／　著述・芸術家業

アウトカム　c.7.4.文化的な地域としてのイメージが生まれる
指標　地域のイメージ調査
測定方法　対象エリアの住民に対する質問紙調査

出所：ブランド総合研究所. 地域ブランド調査. http://tiiki.jp/news/05_research

ブランド総合研究所は、2006 年から年 1 回、全 790 市（2015 年 4 月末現在）、東京 23 区、地域ブランドへの取り組みに熱心な 187 町村を加えた計 1000 の市区町村と 47 都道府県を対象に、「地域ブランド調査」を実施しています。地域イメージに関する調査としては、以下 16 項目について想起する市区町村を回答してもらい、想起率のランキングを発表しています。

歴史・文化の地域　／　学術・芸術の地域　／　観光・レジャーの地域　／　スポーツの地域　／　国際交流の地域　／　環境にやさしい地域　／　デザインやセンスの良い地域　／　住民参加の地域　／　教育・子育ての地域　／　健康増進・医療福祉の地域　／　農林水産業が盛んな地域　／　地場産業が盛んな地域　／　IT・先端技術の地域　／　生活に便利・快適な地域　／　災害リスクが大きい地域　／　事件・事故が多い地域

アウトカム　c.8.1.サードプレイス・居場所が増える
指標　家や職場以外の居場所の有無
測定方法　対象エリアの住民に対する質問紙調査

出所：筆者作成
参考：株式会社読売広告社 都市生活研究所.（2014）. 自分の居場所（サードプレイス）に関する調査. http://www.yomiko.co.jp/news/item/old/pdf/20141201_2.pdf

あなたは、家でも職場や学校でもない、自分が自分らしく過ごせる居場所を持っていますか。
1. 持っている
2. 欲しいが持っていない
3. 持ってないし欲しいと思ったことはない

指標　家や職場以外の居場所の有無
測定方法　市民の居場所づくりを担当する行政機関や中間支援組織へのヒアリング

出所：筆者作成

〇〇市区町村内で、市民が、家や職場・学校以外の居場所や市民同士の交流の場として利用できる館（公民館、児童館、コミュニティスペースなど。公営民営問わず）についてお答えください。

スペース名	種別・ジャンル	〇年度開館日数	〇年度利用者数

アウトカム　c.8.2.暮らしやすさが高まる
指標　地域愛着尺度の地域愛着（選好）因子の得点
測定方法　対象エリアの住民に対する質問紙調査

出所：鈴木春菜・藤井聡. (2008). 地域愛着が地域への協力行動に及ぼす影響に関する研究. 土木計画学研究・論文集. 25(2), pp.357-362.

※〇〇に対象エリア名を入れる

	全然そう思わない	あまりそう思わない	どちらともいえない	ややそう思う	とてもそう思う
〇〇は住みやすいと思う					
〇〇にお気に入りの場所がある					
〇〇を歩くのは気持ちよい					
〇〇はリラックスできる					
〇〇の雰囲気や土地柄が気に入っている					
〇〇が好きだ					

指標　地域愛着尺度の地域愛着（感情）因子の得点
測定方法　対象エリアの住民に対する質問紙調査

詳細はハイブリッド型 a.3.1.の地域愛着度に関する測定方法を参照

アウトカム　c.8.3.社会的弱者やマイノリティに対する寛容性が高まる
指標　排除対象意識の尺度得点
測定方法　対象エリアの住民に対する質問紙調査

詳細はハイブリッド型 a.5.3.を参照

アウトカム　c.9.1.社会的課題に対する文化芸術によるアプローチが増える
指標　文化芸術×社会的課題に取り組む団体の数
測定方法　文化芸術団体および社会的課題に取り組む組織を対象とする質問紙調査

出所：特定非営利活動法第２条を参考に筆者作成

内閣府 NPO ホームページでは、定款に定める特定非営利活動分野ごとに、各都道府県・市区町村に所在する NPO 法人を検索することができ、「学術・文化・芸術・スポーツ」を活動分野として定める法人の数を調べることができます。
https://www.npo-homepage.go.jp/npoportal/

ただし、定款に定める特定非営利活動分野は、あくまでも実施可能性を示すものであり、現在、その法人が学術・文化・芸術・スポーツに関する事業を実施しているかどうかはわかりません。また、任意団体や社会的企業などはこのデータベースの対象外となっています。

文化芸術×社会的課題に取り組む団体の数をより正確に把握するために、以下の質問項目を用いて、さまざまな団体の現在の活動の実態を探ることもできます。

貴団体で現在実施している事業の主な活動分野について、当てはまるものをすべて選択してください。
□保健、医療、福祉
□社会教育
□まちづくり
□観光
□農山漁村又は中山間地域の振興
□学術、文化、芸術、スポーツ
□環境保全
□災害救援
□地域安全
□人権の擁護、平和の推進
□国際協力
□男女共同参画社会の形成
□子どもの健全育成
□情報化社会の促進
□科学技術の振興
□経済活動の活性化
□職業能力の開発、雇用機会の拡充支援
□消費者保護

指標　　文化芸術団体の活動目標における社会的インパクトの重要度
測定方法　　文化芸術団体を対象とする質問紙調査

出所：アサヒ・アート・フェスティバル広報検証シートを参考に筆者作成

貴団体の活動目標において、重要だと思うものを 1〜3 位まで選択してください。
1.地域の知名度を上げる
2.地域の産業や商業の活性化につながる
3.地域や地域の人々の魅力を引き出す
4.アートを通じ、地域や社会の課題を発見・解決していく
5.様々な人々の社会との新しい関わり方を創造・提案する
6.地域の人々のやる気を生み出す
7.地域の人的ネットワークを育てる
8.様々な人々や地域とネットワークをつくる
9.次のステップの新しい企画やムーブメントにつながる
10.全く新しいアート作品・企画をうみだす
11.アーティストにとってスキルアップや刺激となる
12.質の高い芸術作品をうみだす
13.アーティスト同士の新しい出会いやコラボレーションのきっかけが生まれる
14.新たに芸術･活動に興味を持ってくれる人が増える
15.参加者（観客）やスタッフが楽しむことができる
16.資金をうまくマネジメントすることができる
17.運営組織の体制が整う
18.より多くの地域の人が運営や企画に参加してくれる
19.より多くの人が観客として参加してくれる
20.他の地域からも人が集まる
21.話題性を高め、活動の認知を広げる
22.国際的に事業が紹介・評価される
23.その他

1 位（　　）　2 位（　　）　3 位（　　）

指標　社会的課題に取り組む組織における文化芸術系人材の活用
測定方法　社会的課題に取り組む組織を対象とする質問紙調査

出所：文部科学省「学校基本調査」の高等教育機関の専攻分野の分類を参考に筆者作成

貴団体の構成員の専門分野と、その人数についてお答えください。
人文科学（　　人）
社会科学（　　人）
理学（　　人）
工学（　　人）
農学（　　人）
医・歯学（　　人）
薬学（　　人）
家政（　　人）
教育（　　人）
芸術（　　人）
その他（　　人）

アウトカム　c.9.2.社会の課題解決や価値創造が進む
指標　社会的課題の解決・達成度
測定方法　他分野のツールセットを参照

GSG 国内諮問委員会社会的インパクト評価ワーキング・グループでは、これまで、「教育」「就労支援」「地域・まちづくり」分野のツールセットを作成しています。社会的課題の解決・達成度を測定する際は、各分野の指標を参考にしてください。

GSG 国内諮問委員会
社会的インパクト評価ワーキング・グループ

伊藤 健
石幡 愛
今田 克司
梅原 あすな
大沢 望
鴨崎 貴泰
川合 朋音
熊谷 薫
下田 聖実
藤田 滋
松田 典子
森田 修康

お問い合わせ先
GSG 国内諮問委員会 事務局
一般財団法人社会的投資推進財団
03-6229-2622 / info@siif.or.jp