

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―
An Empirical Analysis of Benefit Measurement and Visitors' value attitude for Cultural Institutions : The Case of the Ohara Museum of Art

MJC06042 寺田 鮎美
Ayumi Terada

指導教官 垣内 恵美子
Adviser: Prof. Emiko Kakiuchi

Abstract.

The aim of this paper is to determine the total value of the social benefits of the cultural institutions as “cultural capital” and to evaluate them based on visitors' value attitude. A visitor survey in the Ohara Museum of Art in Kurashiki using CVM (Contingent Valuation Method) and an analysis of the result revealed that the total benefit of the museum consists of not only use value but also non-use value which increases the benefits of the museum for visitors. The finding of this study suggests that the application of CVM for the evaluation of cultural institutions is effective, though it has some limits to pay enough attention, because it enables us to evaluate quantitatively their activities as a whole.

Keyword: evaluation of cultural institutions, benefit measurement, value attitude, use / non-use value, CVM

文化施設評価、便益計測、価値意識、利用/非利用価値、CVM

第1章 本研究の枠組み

日本では高度経済成長とともに、美術館・博物館、劇場や音楽ホールなど、各地に多くの文化施設が建設されてきた。しかし、1990年代以降の景気の低迷により、その多くが経営難に陥ることとなった。また、2000年代に入り、行政改革の影響を受けた国立文化施設の独立行政法人化、公立文化施設の指定管理者制度導入といった設置形態の変化が起こり、利用者志向の施設運営のあり方と恒常的に文化施設の活動の評価システムを組み込む動きが推し進められている。さらに、2001年に成立した文化芸術振興基本法では文化芸術の重要性が謳われているが、いまだ文化芸術振興のための基盤整備および環境形成が充分でないことが指摘されている。このように、わが国における文化施設の現状を見ると、財政基盤の確保と公共的役割の推進が文化施設の運営上の課題となっており、今日では、文化施設が社会に対し、その存在意義を示すための評価が求められる時代となっていることが指摘される。したがって、文化芸術振興のためにその基盤となる文化施設の適切な評価の体制をととのえることは、わが国の文化政策にとって喫緊の課題であるといえよう。

これまでに行われてきた文化施設の評価では、運営効率や財・サービスの提供に関わる入館者数や収支バランスのみが注目される傾向にあった。しかしながら、これらの指標では文化施設の活動の質的部分に関する客観的評価が行われていたとは言えない。そこで、本研究では以下の3点を目的とし、大原美術館における来館者調査を事例とした考察を試みた。

- ① 文化施設の適切な評価を行うために、文化施設を文化資本(cultural capital)として捉え、その社会便益の総価値を示すこと。
- ② 文化施設の評価主体を価値の受益者である来館者とし、その価値意識に関する分析を行うこと。
- ③ 得られた評価結果に基づき、文化施設評価に関する課題を示すこと。

なお、本研究の構成は次の通りである。

- 第1章 本研究の枠組み
- 第2章 文化施設の評価とその問題点
- 第3章 日本の文化施設における大原美術館の位置づけと現状
- 第4章 大原美術館における来館者調査概要と単純集計結果
- 第5章 CVMを用いた大原美術館の評価および分析
- 第6章 文化施設評価に関する今後の課題―大原美術館を事例に

第2章 文化施設の評価とその問題点

1. 日本における文化施設の評価の現状と事例紹介

現在の日本における文化施設の評価をめぐる議論のなかで、もっとも大きな影響を与えているのは行政改革と行政評価であることが指摘できる。ニュー・パブリック・マネジメントを範とした行政評価では、事業の実施から目標達成までを「インプット」、「アウトプット」、「アウトカム」、「インパクト」の4つの段階に分け、三つの「E」、すなわち、①「Economy (経済性)」、②「Efficiency (効率性)」、③「Effectiveness (妥当性)」を評価指標とする。このような評価の枠組みを文化施設に適用する試みは、これまで数値化が困難とされ、消極的であった文化施設の評価に対する取り組みを進展させるきっかけとなる一方で、「アウトカム」や「インパクト」の評価が充分に行われず、評価指標として「アウトプット」に関わる経済性および効率性のみを用いる傾向が見られ、文化施設の活動目的を歪めかねないことが危惧されている。

これまで日本で行われてきた文化施設の評価事例は、①行政評価の一環として文化施設が評価されたもの(例:東京都、岐阜県立美術館、独立行政法人国立博物館・美術館など)、②文化施設が自ら評価を行ったもの(例:国立民族学博物館、高知県立美術館、琵琶湖博物館など)に大別される。②では、「アウトカム」や「インパクト」の評価に意欲的に取り組んだ事例も見られるが、文化施設を文化資本の公益性の観点から評価する試みはあまり行われてきていない。文化施設の価値とは利用価値だけではなく、市場に現れない非利用価値を含んでおり、通常の財やサービスと同様に市場価値で評価することは難しい。したがって、この利用価値と非利用価値の総計を文化施設の総価値と

考え、利用価値のみならず非利用価値に着目した評価を行う必要があると考えられる。そこで、本研究では、文化資本としての文化施設の総価値を評価するために、これまで公共事業評価や環境評価の手法として発展を遂げてきた CVM (Contingent Valuation Method: 仮想評価法) を用いることとした (図1)。

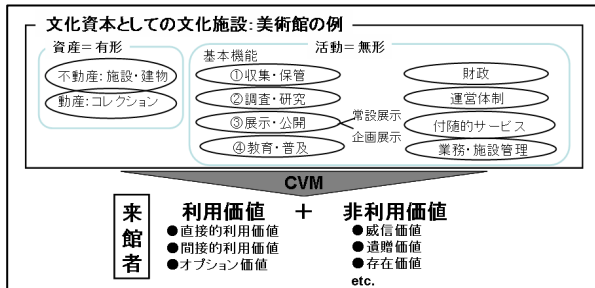


図1 文化資本としての文化施設と価値分類 (出典:筆者作成)

CVM とは、仮想的な市場を作り出し、対象財の価値について金銭換算評価を行う手法である。すなわち、評価対象財の状態の改善あるいは悪化の状況を比較し、アンケートを用いて個人の選好を「支払意志額(WTP: Willingness to pay)」あるいは「受入補償額(WTA: Willingness to accept compensation)」として直接たずねることを特徴とする。評価対象となる価値分類については、先に示したように、まず「利用価値」と「非利用価値」に大別される。さらに「利用価値」は「直接的利用価値」や「オプション価値」、「非利用価値」は「遺贈価値」、「代位価値」、「威信価値」、「審美的価値」等に分類することが可能である。CVM では、この分類に基づき、回答者がどの価値を重視しているかという価値構造の分析を行うことができる。

CVM は非利用価値が計測できることを特徴とする汎用性の高い評価手法であり、環境財をはじめとする公共財の評価手法の一つとして、わが国ではとくに1990年代から本格的に発展してきた。近年では環境財のみならず、水害リスクの軽減や行政サービスなど、日本でも様々な分野での適用が試みられている。文化資本に関するCVMの適用事例としては、海外では、芸術や文化に対する公的支援の妥当性を示した例(オーストラリア政府の芸術助成、デンマークの王立劇場など)のほか、文化遺産や文化施設の支援方策や運営形態を検討した例などがある。日本では垣内(2005)による世界遺産の五箇山合掌造りを評価対象としたCVM研究が初めての文化資本への適用事例となっている¹。本研究が扱う大原美術館におけるCVMを用いた評価事例は、日本では美術館に対するCVMの適用の初めての試みとなる²。

ただし、CVMには手法上の限界から、様々な調査バイアスがあることが指摘されている。したがって、それらをできるだけ回避するよう留意し、仮想的状況の設定、WIP(WTA)の質問形式や支払方法の選択などの調査設計を慎重に行うことが求められる。

3. 来館者に関する既存研究の整理

CVMを用いた来館者調査の実施にあたり、主に美術館・博物館の領域で蓄積が見られる来館者研究の既存研究を整理する。20世紀初頭からとくに欧米で発展してきた来館者研究は、時代背景とともに①展示の評価、②来館者のプロフィール分析、③展示の教育的効果の測定、

④マーケティングという関心の推移が見られる。一方、日本の来館者研究は欧米の影響を受けながらも、とくに1980年代以降、a.展示改良や教育普及プログラム開発を目的とした教育的アプローチ、b.来館者のプロフィール分析を目的とした社会学的アプローチ、c.施設の活動評価を目的とした総合的アプローチによる研究が並行的に発展を遂げてきた。とくに近年では「利用者中心」の美術館・博物館運営のために、わが国でもマーケティング分野における来館者研究は注目されている。本研究では、回答者にWIPをたずねる際、合わせてその理由を問い、来館者の価値意識について分析を試みるため、マーケティングの要素を加えた総合的アプローチによる来館者研究に位置づけられると考えられる。

4. 本研究の特徴

したがって、本研究の特徴は以下にまとめられる。

- ① 文化資本の公益性の観点から行う文化施設の定量的評価の試みである。
- ② 美術館に対するCVM適用の日本における初めての試みである。
- ③ 来館者のWTPに関する価値意識を分析することにより、マーケティング分野における来館者研究の一つとして位置づけられる。

第3章 日本の文化施設における大原美術館の位置づけと現状

1. 美術館の位置づけ

わが国の美術館は法制度上、博物館の一種と捉えられ、博物館法(1951年)を根拠法としている。博物館法により、美術館を含む博物館の機能は「収集・保管」、「展示・公開」、「調査・研究」、「教育・普及」の4つに大きく分けられ、また、この機能を主に担う専門職員として、博物館法に基づく登録博物館では学芸員の設置が義務づけられている。しかし、現在ではこの博物館法の意義が実情にそぐわなくなっていることに代表される制度面での問題に加え、資金確保や館の個性ある活動展開などの運営面が大きな課題となっている。

2. 大原美術館の歴史と現状

大原美術館は倉敷を基盤に幅広く活躍した事業家・大原孫三郎が、画家・児島虎次郎を記念して1930(昭和5)年に設立した日本最初の西洋美術中心の私立美術館である。倉敷駅から徒歩15分の市中心部・美観地区内に位置し、この美観地区は1979年に国の伝統的建造物群保存地区に指定されている。コレクション総数は西洋・東洋美術など約3,500点にのぼり、現在は「第三創業期」として展示や教育普及活動において多角的で活発な活動を行っている。2005年度実績による年間入館者数の合計は約37万人となっている。

今後の展望としては、社会とのつながりを強化し、来館者を中心に据えた活動展開を充実させていく方向性が示されており、来館者の特徴・ニーズの把握や老朽化の問題を抱える美術館施設のハード面の整備およびそのための自己収入力の向上が具体的な課題の一つである。

第4章 大原美術館における来館者調査概要と単純集計結果

1. 調査概要

調査の概要は以下の通りである。

調査対象：全国からの観光客を含む18歳以上の来館者
 調査方法：ランダム・サンプリングによる自記入方式
 調査期間：2006年11月3～4日(2日間)
 回収状況：196サンプル

¹ 垣内恵美子(2005)『文化的景観を評価する 世界遺産富山県五箇山合掌造り集落の事例』水曜社。

² なお、本研究は「文化施設の定量的評価プロジェクト」(代表:政策研究大学院大学 垣内恵美子教授)の一環として大原美術館を事例に行われた来館者調査のパイロットサーベイに基づくものである。

支払手段：毎年1回の寄付方式
 支払方式：セミ・オープン支払カード方式

CVMの質問は調査対象の解説と仮想的シナリオから構成され、大原美術館が活動を停止することなく、これまでのように活動を維持するためにはいくら支払うか(=WTP)をたずねるものとした。

2. 単純集計結果

(1) 回答者の属性

本調査結果における回答者の属性の特徴は、以下の通りである。

- ① 居住地域が近隣(中・四国、近畿地区)が多い(4割強)。
- ② 性別は女性が半数以上を占めた。
- ③ 学歴は大学・短大・高専卒の高学歴者が約7割を占めた。
- ④ 年齢は50代が3割弱と他の年代に比べ突出していた。
- ⑤ 回答者の約5割が初回来館者、約4割がリピーターであった。
- ⑥ 回答者の約9割が美術に関心があることが示された。

(2) WTPの平均と寄付理由

WTPの質問では、約4割が「寄付をしない」と答えた。このうち、抵抗回答は8人(10%)であり、この抵抗回答を含めた母集団および除外した母集団でWTPの平均を算出したところ、有効数字考慮済みの値でそれぞれ1,220円、1,270円となった。中央値はともに500円であった(表1)。

(表1) 平均WTP

	抵抗回答含む	抵抗回答除く
平均(mean)	1219.6809 (1220)	1271.1111 (1270)
中央値(median)	500	500
標準偏差	1943.9983	1970.8629
標本数	188	180

* 平均のカッコ内は有効数字考慮済みの値を示す

また、寄付理由としては、「遺贈価値」、「代位価値」に加え、「地域の魅力への貢献」や「威信価値」の非利用価値が示された。

(3) 望ましい支援主体

大原美術館の望ましい支援主体については「地方自治体」、「関心のある人々」という回答が多く見られた(表2)。

(表2) 望ましい支援主体 [複数回答]

関心のある人々が支援すべき	73	37.24%
来館者および施設の利用者から徴収すべき	61	31.12%
地方自治体(県・市)が支援すべき	95	48.47%
国がすべき	44	22.45%
その他	7	3.57%
無回答	20	10.20%
合計	300	

* 回答比率は有効回答者数196を母集団とする。

第5章 CVMを用いた大原美術館の評価および分析

1. 付値関数の推計

WTPに影響を与えている要因(意識、経験および価値構造)を明らかにするために、(1)回答者の属性、(2)回答者の来館状況、(3)寄付理由、(4)望ましい支援主体について、それぞれ抵抗回答を含む母集団および含まない母集団における回帰分析を行った。分析に用いる推定モデルは約4割を占めるWTPが0円という回答を考慮し、トビットモデルを採用した。

(1) 回答者の属性のうち、「女性」・「高等教育」が1%水準、「年齢」、「収入」が5%水準で統計的に有意にプラスとなり、これらの属性をもつ来館者が大原美術館からより多くの便益を受け取っていることが示唆された(表3)。

(表3) 回答者の属性

InWTP	抵抗回答含む		抵抗回答除く	
	Coef.	t-Ratio	Coef.	t-Ratio
居住地:岡山県	2.9547	1.75 *	2.3685	1.68 *
性別:女性	2.7954	2.76 ***	2.1755	2.29 **
職業:有職者	-0.9738	-0.96	-1.1009	-1.14
学歴:高等教育	3.3429	2.63 ***	2.7131	2.29 **
年齢	0.0755	2.21 **	0.0758	2.34 **
収入(ln)	1.6516	2.02 **	1.9927	2.53 **
定数項	-30.2926	-2.34 **	-34.3401	-2.73 ***
サンプル数	150		147	
Log likelihood	-326.4649		-324.6718	
Pseudo R2	0.0388		0.0379	

注1)居住地:岡山県は岡山県民=1、それ以外=0を表す。

注2)性別:女性=1、男性=0を表す。

注3)職業:有職者は有職者=1、無職者=0を表す。

注4)学歴:高等教育は高専・短大・大卒=1、それ以外=0を表す。

注5)***は1%水準、**は5%水準、*は10%水準で有意であることを示す。

(2) リピーターであることは、WTPに対し、5%水準で有意にプラスの値を示し、初回来館者に比べ、リピーターであることが来館者の便益を大きくする可能性が示唆された(表4)。また、来館経験と来館理由の交差項を用いた分析では、リピーターは「作品を見る」が5%水準で有意にプラスの値を示したのに対し、初回来館者は「文化的な雰囲気に触れるため」が5%水準でプラスとなり、来館経験によって異なる来館理由がWTPに影響すると考えられた。

(表4) 回答者の来館状況

InWTP	抵抗回答含む		抵抗回答除く	
	Coef.	t-Ratio	Coef.	t-Ratio
来館経験:リピーター	1.9310	2.05 **	1.9595	2.13 **
定数項	2.2506	4.12 ***	2.5638	4.83 ***
サンプル数	185		177	
Log likelihood	-412.8646		-401.3478	
Pseudo R2	0.0051		0.0056	

注1)来館経験:リピーターは2回以上の来館経験者=1、初回来館者=0を表す。

注2)***は1%水準、**は5%水準、*は10%水準で有意であることを示す。

(3) 寄付理由では「代位価値」、「遺贈価値」、「地域の魅力に貢献」が1%水準でプラスの値を示し、WTPには非利用価値が大きく影響することがわかった(表5)。また、岡山県民とそれ以外のモデルによる分析では、岡山県民モデルで「地域の魅力に貢献」が1%水準で有意にプラスの値を示し、WTPにもっとも影響を与えていることがわかった。一方、岡山県以外では非利用価値に加え、「利用価値」が1%の有意水準でプラスの値を示していた。したがって、WTPに関する来館者の価値構造には地域性が見られることが示された。

(表5) 寄付理由

InWTP	抵抗回答含む		抵抗回答除く	
	Coef.	t-Ratio	Coef.	t-Ratio
「直接的利用価値」	2.1967	1.90 **	2.1527	1.91 *
「オプション価値」	-0.7667	-0.68	-0.7617	-0.70
「代位価値」	2.8563	4.32 ***	2.7739	4.30 ***
「遺贈価値」	5.1907	8.16 ***	5.0618	8.14 ***
「審美的価値」	1.5975	1.93 *	1.5403	1.91 *
「威信価値」	1.8545	2.45 **	1.8010	2.44 **
「地域の魅力に貢献」	2.5370	3.75 ***	2.4645	3.74 ***
定数項	-0.9548	-1.91 *	-0.7365	-1.49
サンプル数	179		171	
Log likelihood	-321.5161		-313.6120	
Pseudo R2	0.1909		0.1883	

注1)「利用価値」は「はい」=1、それ以外=0を表す。そのほかも同様。

注2)***は1%水準、**は5%水準、*は10%水準で有意であることを示す。

(4) 望ましい支援主体については、全体のモデルでは「関心のある人々」のみが1%水準でWTPに対し有意にプラスの値を示した。また、岡山県民のみとそれ以外のモデルに分けた分析では、岡山県以外では全体と同じく「関心のある人々」のみが1%水準で有意にプラスであることが示されたが、岡山県民モデルでは「関心のある人々」および「地方自治体」が1%水準で有意にプラスとなった。したがって、望ましい支援主体に対する考え方についても、来館者の属性のうち地域性による差異の傾向が示唆された(表6)。

(表6) 望ましい支援主体(岡山県のみおよび岡山県以外)

InWTP	岡山県のみ		岡山県以外		岡山県以外	
	Coef.	t-Ratio	Coef.	t-Ratio	Coef.	t-Ratio
「関心のある人々」	3.1396	3.12 ***	2.9408	2.56 **	2.5055	2.22 **
「地方自治体」	3.8798	3.69 ***	0.4227	0.38	-0.1009	-0.1
「国」	-0.4449	-0.38	0.6019	0.46	-0.1021	-0.08
定数項	2.6673		0.7036	0.56	1.7449	1.4
サンプル数	16		153		145	
Log likelihood	-30.4449		-330.8998		-320.5769	
Pseudo R2	0.1703		0.0107		0.0103	

注1)「関心のある人々」は「はい」=1、それ以外=0を表す。そのほかも同様。

注2)***は1%水準、**は5%水準、*は10%水準で有意であることを示す。

2. TWIPの推計

本調査結果によるWTPの平均および中央値を大原美術館の2005年度来館者数実績322,096人(一般のみ)で掛け合わせ、総支払意欲額(Total Willingness to pay: TWIP)を算出し、大原美術館が来館者に与える総便益の推計を行った。抵抗回答を含む母集団で推計したTWIPは、平均で約3億9千万円、中央値で約1億6千万円の値を示した。また、抵抗回答を除いた母集団では、平均TWIPは約4億1千万円となった。

(表8) TWIPの推計

TWIPの推計(総合) 抵抗回答含む(平均WTP=1220円、中央値WTP=500円)				
	2005年度来館者数(人)	人口比	平均TWIP(円)	中央値TWIP(円)
一般個人	296,428	92.03%	361,547,555	148,214,000
一般団体	25,668	7.97%	31,306,768	12,834,000
合計	322,096	100.00%	392,854,323	161,048,000

TWIPの推計(総合) 抵抗回答除く(meanWTP=1270円、medianWTP=500円)				
	2005年度来館者数(人)	人口比	平均TWIP(円)	中央値TWIP(円)
一般個人	296,428	92.03%	376,792,924	148,214,000
一般団体	25,668	7.97%	32,626,880	12,834,000
合計	322,096	100.00%	409,419,804	161,048,000

以上の推計結果によれば、少なく見積もって中央値TWIPの約1億6千万円が大原美術館の来館者に与えている便益であると考えられた。また、大原美術館の年間あたりの入館料収入が約3億円(2005年度実績)であるため、これらを合わせ、大原美術館の総便益は約4億6千万円と推計された。なお、本研究で行った推計は、サンプル数の限られたパイロットサーベイの結果によるものであり、また他の推計方法では異なる値が算出される可能性があるため、推計値の信頼性については別途検討課題となる。

第6章 文化施設評価に関する今後の課題—大原美術館を事例に

1. 調査結果により得られた知見のまとめ

本調査により得られた知見は、以下のようにまとめられる。

- ① 本研究の推計結果によれば、中央値TWIPが約1億6千万円に入館料収入約3億円を合わせ、大原美術館の社会便益は約4億6千万円であることが示された。また、そのうちの1億6千万円はこれまで入館料収入では把握されていなかった大原美術館の利用価値および非利用価値によるものと考えられた。
- ② CVMを用いた文化施設の評価は、来館者数や収支バランスの指標のみでは評価できなかった文化施設の総価値を定量的に示すための一つの方法として利用可能である。
- ③ 来館者の価値意識として、大原美術館には直接的利用価値のほか「代位価値」、「遺贈価値」、「地域の魅力に貢献」等の正の外部性を示す非利用価値の存在が示唆された。また、統計的分析の結果、これらはWTPへのプラスの影響が考えられ、地域性による違いが見られた。
- ④ 来館者にとって、大原美術館の望ましい支援主体は「地方自治体」および「関心のある人々」であることが示された。また、統計的分析により、望ましい支援主体に対する考え方とWTPの関連性には地域性による違いが見られた。

2. 文化施設の評価におけるCVM適用の意義および課題

日本における文化施設評価をめぐる議論において、文化資本の観点から大原美術館を事例としたCVMの適用による評価を試みたことの意義は、①②および③に示したように、1) 大原美術館が来館者にもたらす総便益を定量的に示したこと、2) これまでの評価指標では示されなかった非利用価値を示したこと、3) 来館者の価値意識を示したことであるということができる。これらの意義により、CVMは文化施設評価にとって有用な手法の一つとして位置づけられるといえよう。しかし、CVMには手法上の限界が指摘される。すなわち、文化施設の活動の質的部分に関する客観的な情報伝達が難しいというバイアスの問題および実際の資金確保のインセンティブに対する実効性の問題である。また、文化施設評価の今後の課題としては、1) CVMによる評価値の妥当性を検討するために評価事例を積み上げていくこと、2) 将来世代の選好を予想的に把握し、長期的な視点に立った施設運営やそのための評価方法の工夫が求められることが挙げられる。なお、本研究はパイロットサーベイの結果に基づくものであり、また、調査対象とした来館者は文化施設がもたらす便益の受益者の一部である点に留意する必要がある。調査対象の範囲を非利用者に拡大した市民調査等、追加的な調査研究は今後の課題としたい。