

アート作品の展示による働き方推進に関する 調査研究報告書

2023年3月31日

アーティストコレクティブALT

株式会社Senjin Holdings

目次

- 1. 要約p3
- 2. 調査研究の背景p4
- 3. 調査研究の方法p10
- 4. 調査研究の結果と分析.....p28
- 5. 調査研究の結論p55
- 6. 補足資料p60
- 7. 質問紙項目p63

1.要約

調査目的

経済産業省内のオフィスにアートを展示し、それによる組織へのエンゲージメントや創造性等の効果・有効性を検証する

調査方法

2つのワークショップ前後での経済産業省職員へのアンケート調査

調査内容

手を動かして作品案を作るワークショップAと、完成した作品を対象に行う対話型鑑賞のワークショップBの2つについて、両方参加・片方のみ参加・どちらも不参加の4つの群について「組織コミットメント」「創造性」などについて尋ねた

結果

・組織コミットメントについて、

1-3年でのローテーションの関係か、全群において特定のジョブや専門性よりも全般的職務満足感が高かった
アート作品を介して組織について解釈し人と話すことで、参加意識の向上から愛着が湧き、満足感に繋がる可能性がある
特にジョブローテーションの多い組織で、職務を超えた組織の共通目標への愛着を持つためにアートが有効な可能性がある

・創造性について、

新しいアイデア創出への肯定的認知（※1）についてはWS A.「作品案の創出」がより効果的であった
新しいアイデアを考えるための人間関係の肯定的認知（※2）についてはWS B.「対話型鑑賞」がより効果的であった

具体的な質問項目抜粋

※1「新しいアイデアを考えることは良いことであると考える」「新しいアイデアを考えるようになれば、社会の役に立てると考える」など

※2「新しいアイデアを考えられた時に、褒めてくれるひとがいる」「新しいアイデアを考えられるように励ましてくれる人がある」など

2.調査研究の背景

2.調査研究の背景

目次

- 基本的なフレームワーク
- 企業がアートを求める背景
- 企業によるアート活用のボトルネック
- 本調査研究の目的

2.調査研究の背景

基本的なフレームワーク

- クールジャパン政策課による「アートと経済社会について考える研究会」事務局資料(2022)は、アートと経済社会の適切な距離感を考えるためのフレームワークとして「A.アートと企業・産業」「B.アートと地域・公共」「C.アートと流通・消費」「D.アートとテクノロジー」の4つの観点を提唱している。
- 本調査研究は、その中でも活性化対象の1つである「A.アートと企業・産業」の小区分「A.1. 対従業員」「A.2. 対地域」「A.3. 対顧客」のうち、「A.1.対従業員」の中でも「アート教育」に分類されるテーマを対象としている。

2.調査研究の背景

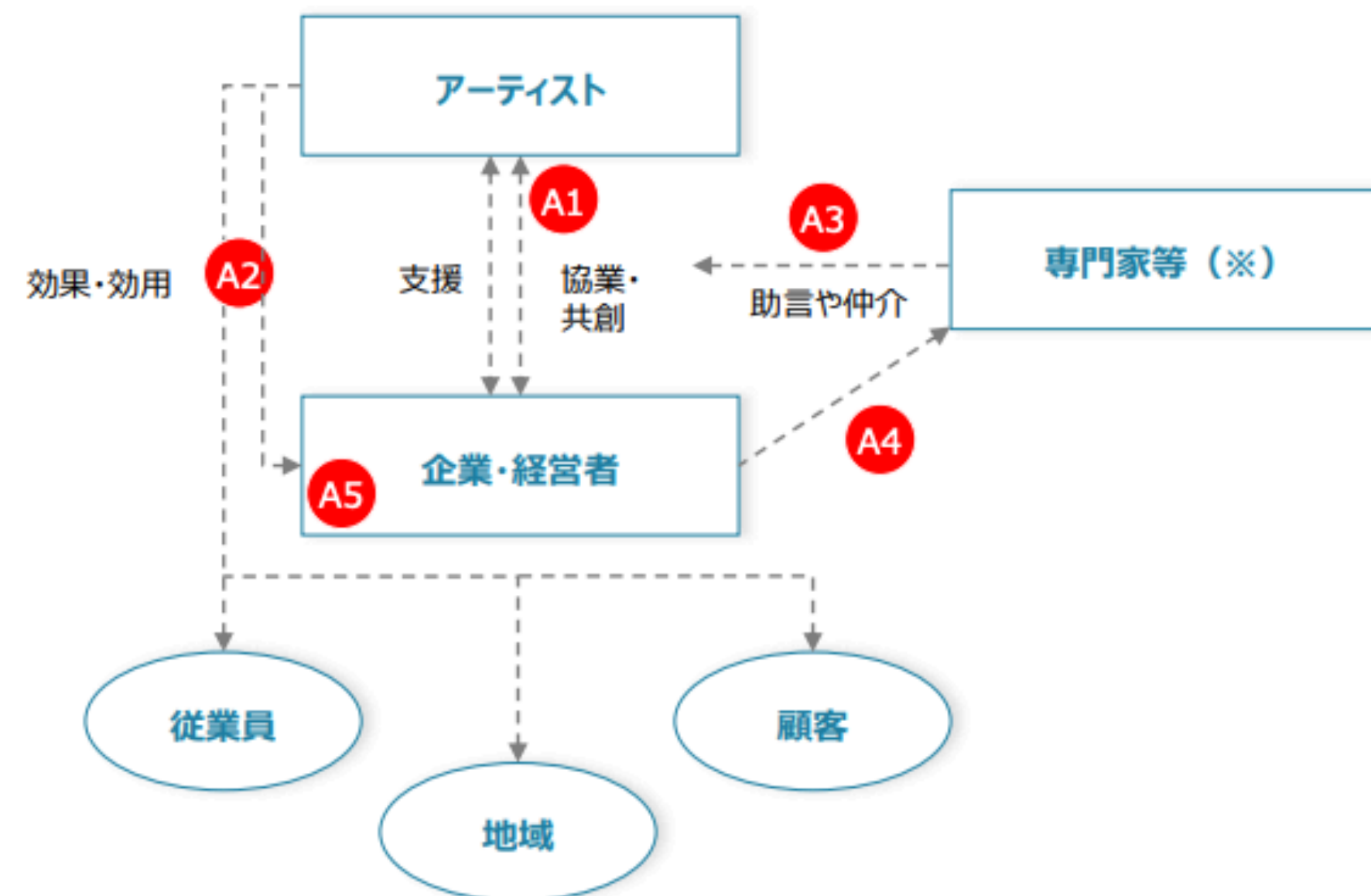
企業がアートを求める背景

同資料によれば

- 将来的に日本の労働人口の約49％が就労している職業について、人工知能やロボット等で代替される可能性が高いとの研究結果もあり（p.15）、影響を受けづらいクリエイティブ要素の高い労働人口をどのように増やしていくかが今後重要（p.16）とされる。また、創造性・発想力と経営スキルをともに重視する職業の賃金は大きく上昇していることが指摘されている（p.17）。
- アートを本業の経営力向上に活用する例が増えてきており（p.32）、パーパス経営、事業の差別化、創造性あふれる人材・働く環境づくりを支える観点からアート投資が重要になっている（p.35）。パーパスは企業の存在意義を示すものであり、理念の根拠となる存在意義そのもの（p.36）であり、パーパスは不確実性が高まる現代において、組織内外の力を結集させる際に有効（p.37）とされる。ここでは、アートがパーパス定義とパーパス浸透の2領域で効果を発揮するもの（p.38）として期待されている。

企業によるアート活用のボトルネック

アートと企業・産業のプレイヤー相関図



※関与の仕方に応じて、例えば、ギャラリーやキュレーター、ディレクター、コンサルタント等を想定。

(出典) BCG作成。

*文化庁「文化経済戦略推進事業 民間企業の美術品コレクションの形成と活用を通じた文化への投資が継続的になされる仕組みの創出に向けた実証調査」

課題

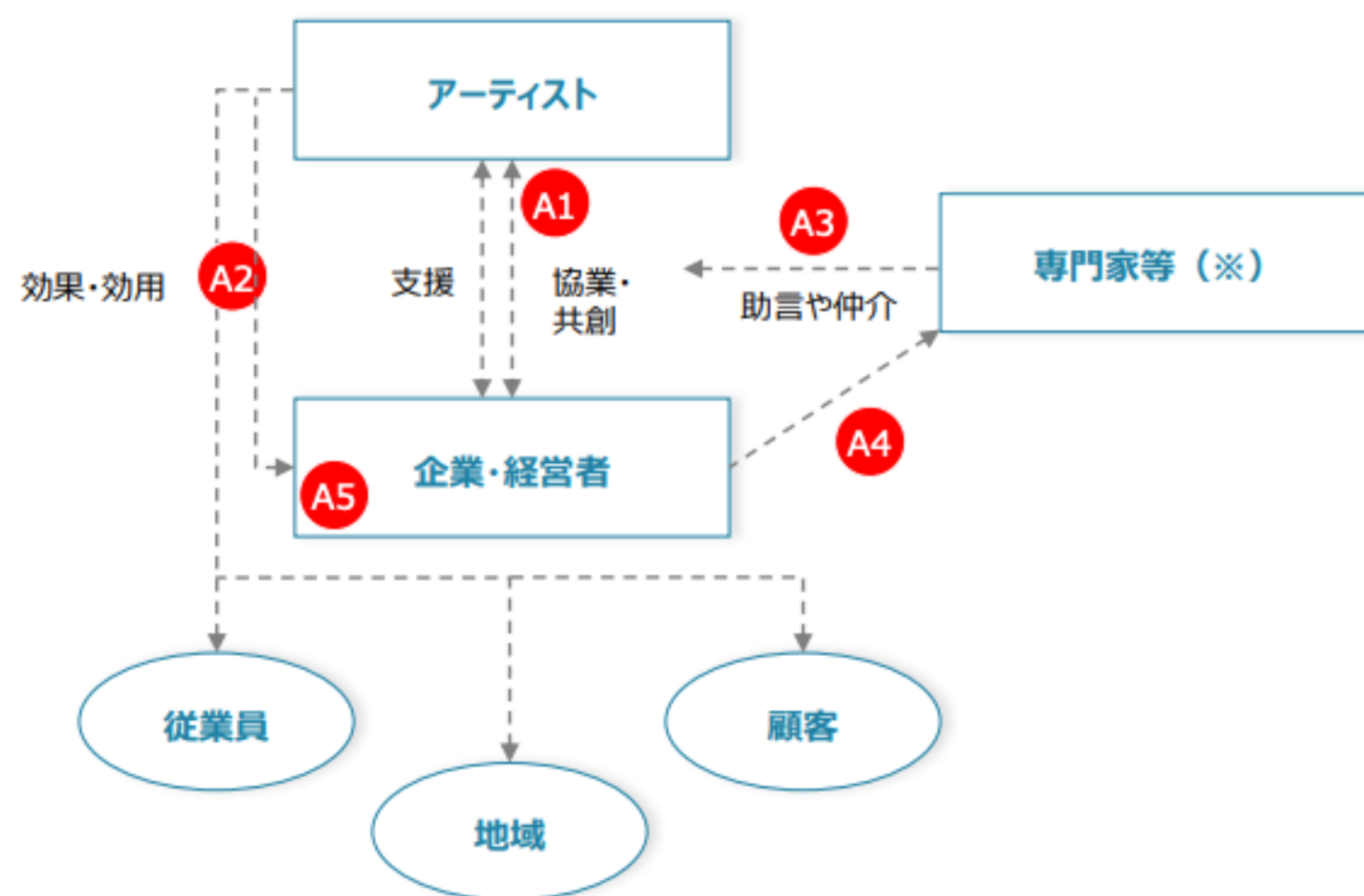
- A1 一過性の取組が多く、継続的に企業価値向上にするまでに至っていない場合が多い。
- A2 アート活用の効果やそのエビデンス、活用方法が企業や経営者に周知されていない。
- A3 アーティストとの協業を助言・仲介する専門家や事業者が不足。
- A4 企業が専門家の選び方や支援の受け方がわからない。
- A5 過去に購入したアート作品の存在が足かせになっているとの指摘*。

同資料によれば、企業によるアート活用のボトルネックについて「アーティストやアートが企業価値にもたらす効果やそれを実現する手法等の理解が進んでいないのではないか。アートの専門家と企業が遠く、マッチングが進んでいないのではないか。（p.13）」との仮説が提示されている。

2.調査研究の背景

本調査研究の目的

アートと企業・産業のプレイヤー相関図



※関与の仕方に応じて、例えば、ギャラリーやキュレーター、ディレクター、コンサルタント等を想定。

（出典）BCG作成。

*文化庁「文化経済戦略推進事業 民間企業の美術品コレクションの形成と活用を通じた文化への投資が継続的になされる仕組みの創出に向けた実証調査」

課題

- A1 一過性の取組が多く、継続的に企業価値向上にするまでに至っていない場合が多い。
- A2 アート活用の効果やそのエビデンス、活用方法が企業や経営者に周知されていない。
- A3 アーティストとの協業を助言・仲介する専門家や事業者が不足。
- A4 企業が専門家の選び方や支援の受け方がわからない。
- A5 過去に購入したアート作品の存在が足かせになっているとの指摘*。

そこで、本調査研究は、経済産業省内のオフィスにアートを制作・展示し、それによる組織へのエンゲージメントや創造性等の効果・有効性を検証することで、企業のアート投資の更なる促進を図ることを目的とする。

3.調査研究の方法

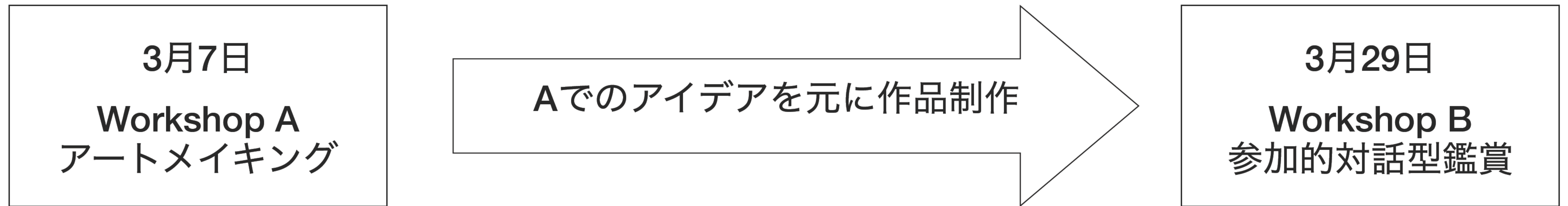
3.調査研究の方法

目次

- 調査研究デザイン
- 調査項目
- Workshop A：アートメイキング
- 作品制作
- Workshop B：参加的対話型鑑賞

3.調査研究の方法

調査研究デザイン



- 2つのワークショップ（A、B）を実施する
- AとB両方参加、Aのみ参加、Bのみ参加、どちらにも不参加の4群
- 量的分析：各群に質問紙調査を行って比較（※1）
- 質的分析：アンケートの質的テキスト分析

群	参加者※2
WS A	12
WS B	18
WS A&B	12
不参加	11

※1 慶應義塾大学 川畑秀明教授による確認をいただき、質問項目を改善した

※2 途中入退出者を除く、アンケート回答者

3.調査研究の方法

調査項目

質問紙調査項目は以下（質問項目は資料末尾7.質問紙項目を参照）

- 創造性
- 組織コミットメント
- Workshop Aの評価
- Workshop Bの評価
- UCLミュージアム体験評価（Workshop Bの後のみ）
- 類似調査との比較項目

3.調査研究の方法

Workshop A：アートメイキング

- 3月7日17:30-20:00に実施
- 途中入退出を除いた参加者12名
- 当日のタイムテーブル
 - 17:30 Opening
 - 17:50 Icebreaker
 - 18:20 Workshop
 - 19:40 Presentation
 - 20:00 Closing



3.調査研究の方法

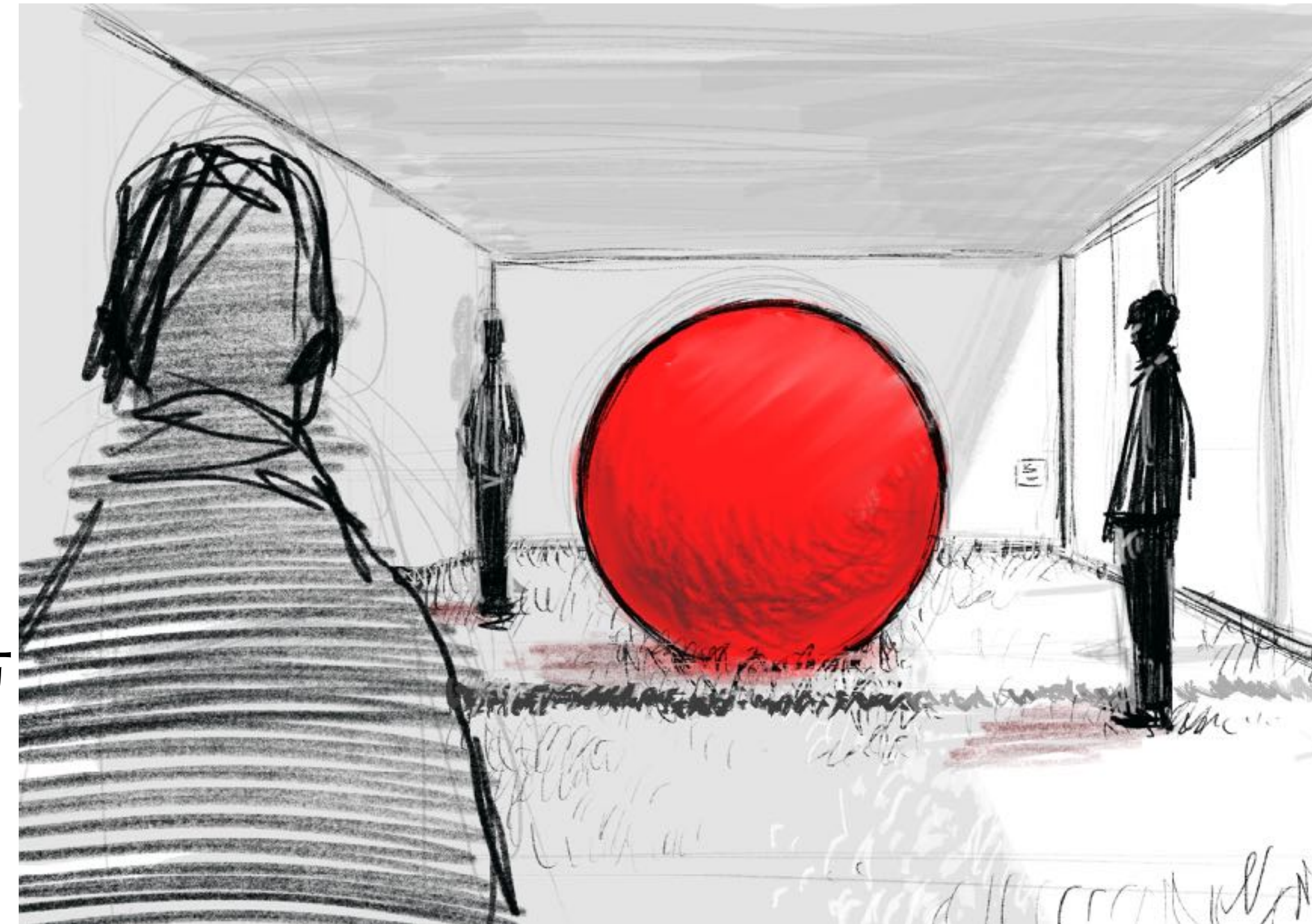
Workshop A：アートメイキング > Icebreaker

Icebreaker

作品案を作る前の準備運動

事前案と問いを対象に対話することで、
以下のイメージが湧く時間として設定

- 成果物（作品案）
- 今日の話し方、頭の使い方、手の動かし方



“三笥の1ミリ”を日の丸で見立てたとき、
ゴールや白線、キーパーやフォワードは何になるのだろう？

3.調査研究の方法

Workshop A：アートメイキング > Workshop

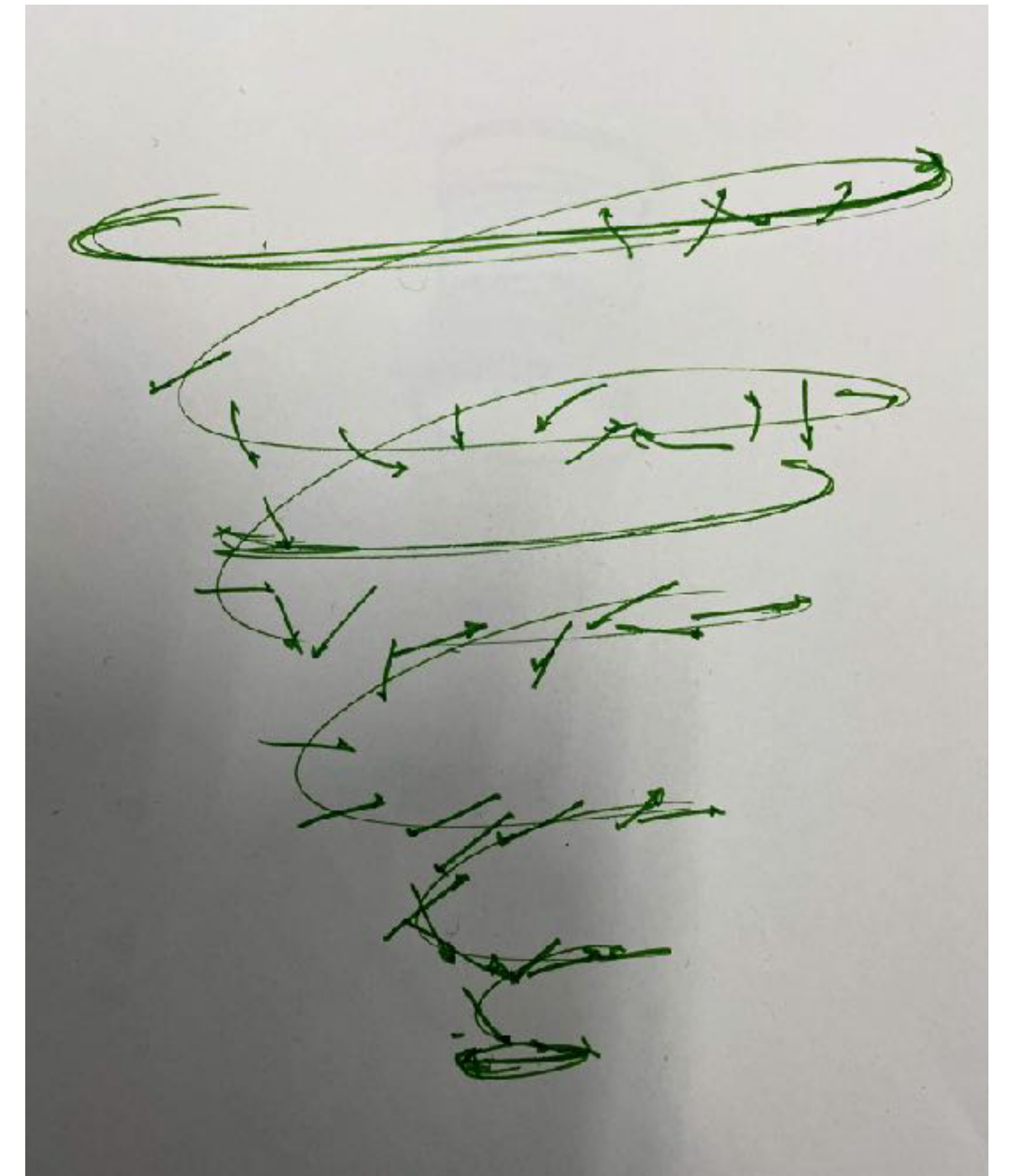
Workshop

1. 「経済的に安定した社会で生きている人」を導入ワークとして手を動かす
2. 「経産省が持つ目的が達成された世界・生活・人生・体験」について作品案化

アートコレクティブALTのメンバーが各グループ2名参加し、ファシリテート
最終的にはA4紙126枚のアイデアが生み出される
出てきたコンセプトとビジュアルは次ページ

3.調査研究の方法

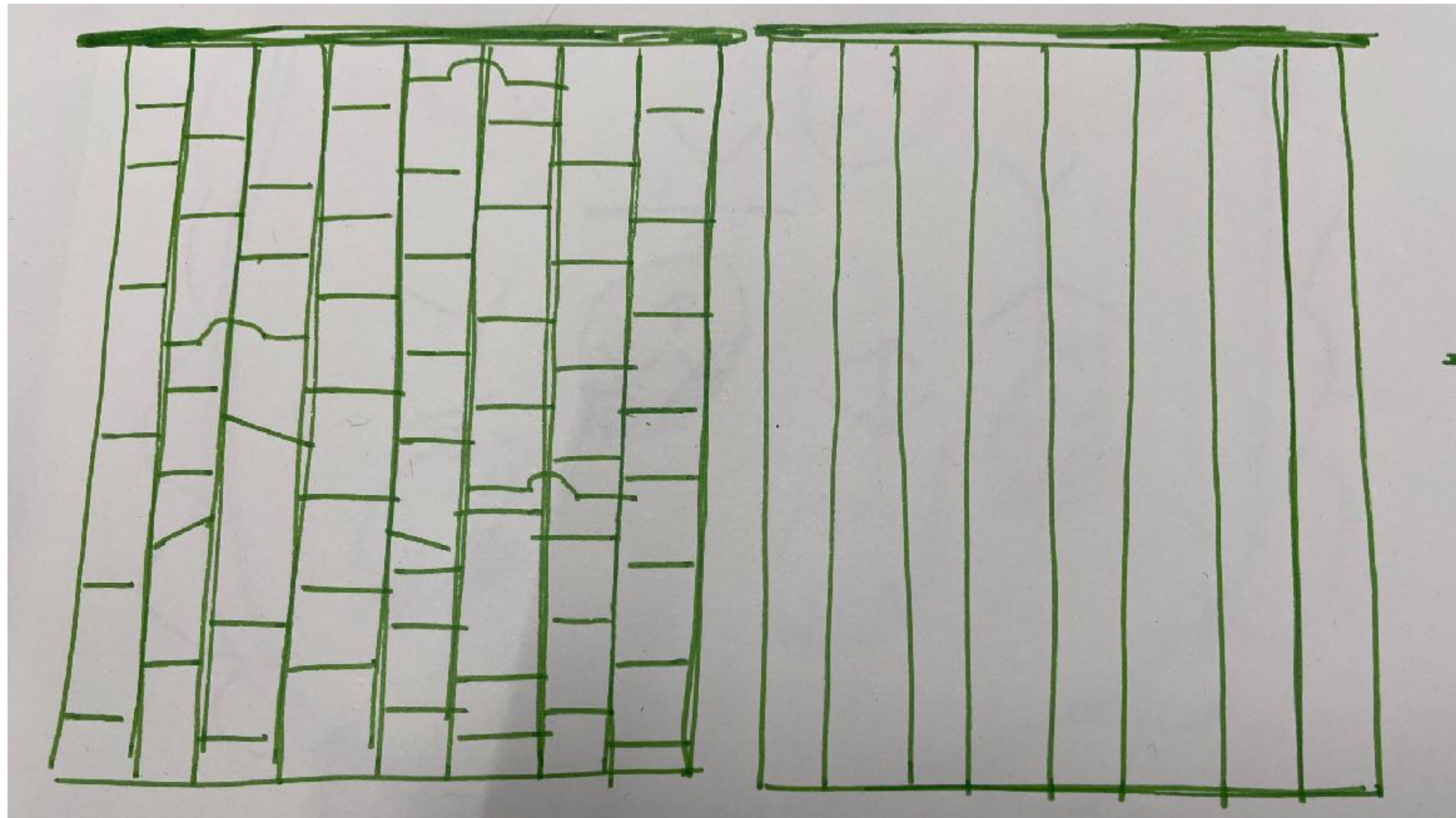
Workshop A：アートメイキング > Workshop



内部には多様なベクトルが飛び回りつつ、竜巻のように何かを巻き込みながら進んでいる？

3.調査研究の方法

Workshop A：アートメイキング > Workshop



整った未来を描いて導く時代は終わった。迷える未来ってなんだろう？

3.調査研究の方法

Workshop A：アートメイキング > Presentation

Presentation

2つのグループがそれぞれの案を
もう1つのグループに紹介する

違うグループにも関わらず、
共通するコンセプトが複数現れ、
経産省らしさが認識される



3.調査研究の方法

作品制作



Workshop AでのアイデアやコンセプトをもとにアートコレクティブALTが制作

3.調査研究の方法

作品制作



3.調査研究の方法

作品制作



3.調査研究の方法

作品制作>作品キャプション

題名：あの場所

問い：この作品が「」だとしたら、『』はどこから見たどの部分か

作家：ALT（下山明彦 神谷遼）

素材：耐光性顔料、アクリル、アクリル樹脂、大理石

制作年：2023年

3.調査研究の方法

Workshop B：参加的对話型鑑賞

- 3月29日17:30-20:30に開催
- 各回30分、全5回
- 参加者（アンケート回答者）30名
うち、ワークショップAの参加者は12名



3.調査研究の方法

Workshop B：参加的对話型鑑賞

- 通常の対話型鑑賞では、
組織外部の既存の作品が対象となる
- ALTが実施する参加的对話型鑑賞では、
Workshop Aから生まれた作品案に基づく作品が対象
- 主な問いかけは
 - 何に気づいたか、何が気になったか
 - どこからそれを見つけたか
 - 組織のビジョンや特徴と紐づく部分はあるか
 - 普段の実務や職務と関連するところはあるか



3.調査研究の方法

Workshop B：参加的対話型鑑賞



3.調査研究の方法

Workshop B：参加的对話型鑑賞キャプション

〈油絵具を塗り重ねるように、作品に解釈を塗り重ねる〉

2023年3月、経済産業省や所属するチームが持つ理念を視覚的に表現し、作品案へと昇華するワークショップをみなさんと実施しました。

言葉以外の形で表現するからこそ気付く解釈の違いや共通点が浮かび上がり、特にグループを跨いでも共有されていた重要なコンセプトには以下のようなものがありました。

経産省は、

部分と全体

部分は違う方向を向きながら、全体としては方向性を持っている

選択と集中

全体を下支えするのではなく、部分を選択し集中的に引き上げる

多元と代表

ミクロからマクロまで多元的な視座に立ち、それぞれを代表する

上記を踏まえて制作したこの作品は、私たちが解釈した〈ALT+ 経済産業省〉の理念の具体的表現です。

これは決して唯一の正解ではありません。目で見ても手で触れることで納得感もあれば、逆に違和感も必ずあるはずです。

私たちは作品と鑑賞者、そして鑑賞者間での対話によって作品の意味が生成される体験を提供します。

組織文化がメンバーより先に存在しないのと同じように、作品の意味もまた鑑賞者より先には存在せず、誠実でオープンな対話によって生成され続けるものです。

油絵が何度も色を重ねることで豊かな表現力を持つように、時に競合する多様な解釈を対話によって作品に塗り重ねてみてください。

この作品は、経済産業省の皆さんによって作られ続けていくのです。

4.調査研究の結果と分析

4.調査研究の結果と分析

目次

Workshop A

- アンケート結果全体
- アンケート結果個別分析1-4
- 定性コメント分析

Workshop B

- アンケート結果全体
- 参加的対話型鑑賞について
- UCLミュージアム体験評価
- 先行調査との比較項目
- 定性コメント分析

Workshop全体

- 組織コミットメント
- ハイレベルな組織目標の浸透
- 創造性

Workshop A

4.調査研究の結果と分析

4.調査研究の結果と分析

Workshop A > アンケート結果全体

質問文	平均	標準偏差
D.1.3月7日のWSではいつもと違う頭や手の使い方ができた実感があった	4.78	0.42
D.2.いつもと違う頭や手の使い方は楽しかった	4.67	0.67
D.3.どのように「いつも」と違ったか/違わなかったか、そしてなぜ楽しかったか/楽しくなかったかぜひ教えてください。	-	-
D.4.3月7日のWSはいつもと違うコミュニケーション・交流だと感じた	4.78	0.63
D.5.いつもと違うコミュニケーション・交流は楽しかった	4.33	0.84
D.6.どのように「いつも」と違ったか/違わなかったか、そしてなぜ楽しかったか/楽しくなかったかぜひ教えてください。	-	-
D.7.3月7日のワークショップの前にアート作品がオフィスに飾られると聞いていたら楽しみだった	4.22	1.16
D.8.いま、アート作品がオフィスに飾られるのは楽しみだ	4.44	0.71
D.9.楽しみ/楽しみでない理由があれば是非お教えてください	-	-
D.10.もし年に1度など定期的にワークショップとアート制作・展示を行うとしたらワクワクする	4.44	0.85
D.11. 3月7日のWSでは、経産省や自分の所属する局における目的・ビジョン・ミッション・バリュー・パーパスなどについて新しい理解が得られたり、理解が深まった	4.00	1.20
D.12. 3月7日のWSでは、経産省や自分の所属する局における目的・ビジョン・ミッション・バリュー・パーパスなどと、自分の人生や職場での経験の繋がりを感じられた	3.89	0.94
D.13. 3月7日のWSでは、経産省や自分の所属する局における目的・ビジョン・ミッション・バリュー・パーパスなどについて、仲間と共有できている度合いが深まった	3.67	1.32
D.14. 3月7日のWSでは、経産省や自分の所属する局における目的・ビジョン・ミッション・バリュー・パーパスなどについて、お互いの感覚や解釈のズレを認識したり、それをポジティブに楽しむために、作品案を作ることは役に立つと感じる	4.78	0.42

4.調査研究の結果と分析

Workshop A > アンケート結果個別分析1

質問文	平均	標準偏差
D.1.3月7日のWSではいつもと違う頭や手の使い方ができた実感があった	4.78	0.42
D.2.いつもと違う頭や手の使い方は楽しかった	4.67	0.67
D.3.どのように「いつも」と違ったか/違わなかったか、そしてなぜ楽しかったか/楽しくなかったかぜひ教えてください。	-	-

- コメント抜粋
 - 保身を考えなくて良い自由度と、人のアイディアに乗っかって新しいことができること
 - 頭になにも浮かんでなくてもとりあえず手を動かして絵を描くことでアイデアが浮かんできた
 - 理屈などに頼らずシンプルに感じたことを口に出せた
- 分析
 - 極めて高い得点を得たことから、普段の業務とは明らかに異なる体験となった
 - とりわけ論理ではなく、人のアイデアや、手を動かすこと自体によるアイデア発想に繋がった

4.調査研究の結果と分析

Workshop A > アンケート結果個別分析2

質問文	平均	標準偏差
D.4.3月7日のWSはいつもと違うコミュニケーション・交流だと感じた	4.78	0.63
D.5.いつもと違うコミュニケーション・交流は楽しかった	4.33	0.84
D.6.どのように「いつも」と違ったか/違わなかったか、そしてなぜ楽しかったか/楽しくなかったかぜひ教えてください。	-	-

- コメント抜粋
 - Aを表現したつもりでもCとして伝わったり、 思わぬ発想の飛躍が度々あり、新しい考えが生まれた
 - カジュアルにポンポンと意見を出していく感じ。「悪ノリ」もたくさん見られて楽しかった。
 - あまり話したことがない人とも、いきなり深めの話ができるけど、抽象的なので、ぶつからない
 - 役職や部署を問わず同じ立場で交流できた点がいつもと違い、新鮮だった
- 分析
 - 楽しかったポイントとしてはアイデア共有の気軽さと、そのアイデアの飛躍や想定外の発展が挙がる
 - 普段関わらない人や異なる立場の人と、作品案を介するからこそ、深く、かつフラットな交流に

4.調査研究の結果と分析

Workshop A > アンケート結果個別分析3

質問文	平均	標準偏差
D.7.3月7日のワークショップの前にアート作品がオフィスに飾られると聞いていたら楽しみだった	4.22	1.16
D.8.いま、アート作品がオフィスに飾られるのは楽しみだ	4.44	0.71
D.9.楽しみ/楽しみでない理由があれば是非教えてください	-	-

- コメント抜粋

- 自分たちで案を出したもので、ものづくりにかかわった感覚がある
- 飾られた後にはどのような波及があるのか

- 分析

- ものづくりに関わったという感覚が持てていることで、
- 元々アート作品への関心が高い状態がさらに高まっている
- ただし作品を作り飾るだけではなく、その後の持続的な活用が重要な可能性

4.調査研究の結果と分析

Workshop A > アンケート結果個別分析4

質問文	平均	標準偏差
D.11. 3月7日のWSでは、経産省や自分の所属する局における目的・ビジョン・ミッション・バリュー・パーパスなどについて新しい理解が得られたり、理解が深まった	4.00	1.20
D.12. 3月7日のWSでは、経産省や自分の所属する局における目的・ビジョン・ミッション・バリュー・パーパスなどと、自分の人生や職場での経験の繋がりを感じられた	3.89	0.94
D.13. 3月7日のWSでは、経産省や自分の所属する局における目的・ビジョン・ミッション・バリュー・パーパスなどについて、仲間と共有できている度合いが深まった	3.67	1.32
D.14. 3月7日のWSでは、経産省や自分の所属する局における目的・ビジョン・ミッション・バリュー・パーパスなどについて、お互いの感覚や解釈のズレを認識したり、それをポジティブに楽しむために、作品案を作ることは役に立つと感じる	4.78	0.42

このテーマは「ハイレベルな組織目標の浸透」 としてWorkshop全体の項で扱う

4.調査研究の結果と分析

Workshop A > 定性コメント

ぜひ今回のワークショップについて感じたこと、考えたこと、感想など自由に入力ください（任意回答）

- コメント抜粋

- 省庁のミッション・ビジョン・バリューやロゴマーク検討デザインワークショップに参加したことがあり、組織の理念や思想は、文章や資料だけではなく、可視化する取組が重要だと感じていた
- 何かを表現しようとするときに美術に訴えることは1つの方法としてあるし、それが役所のような堅いと思われている組織であっても場合によっては有効に活用できるのではないかと感じた
- 経産省のミッション、何に繋がっているのかがわからないことに気づいた。
- 2年で部署を異動してしまう公務員の間でどう浸透させていくか

- 分析

- アートの振る舞いがいつもと違い、それが楽しいというだけではなく、特に理念などにおいては言葉や論理以外の表現の仕方が重要であり、有効である可能性がある
- 可視化するからこそ、その先の課題である「浸透」や普段の業務とミッションの乖離を問い直す契機が生じる
- やりっぱなしではない施策への深化が重要である

4.調査研究の結果と分析

Workshop A > 定性コメント

ぜひ今回のワークショップで特に印象に残った場面について状況や感じたことなどをお教えてください（任意回答）。

- コメント抜粋

- それぞれの描いた絵が繋がっていく瞬間、共通点が見えてから一気に話が進んだ気がします
- 固まりつつある一つの絵に対して解釈と追加のアイデアがたくさん出る
- 一つの意見にプラスして絵が描かれていったこと
- バラバラなものから共通点を見つけて集約しつつも別の形にできたこと

- 分析

- 意見の多くが、集約と発散のプロセスへの驚きと面白さを示していた
- 絵に描くからこそ
 - 視覚的な共通点を見つけて収束に向かっていく側面と、
 - 悪ノリ・乗っかることがしやすく、拡散に向かっていく側面とが両立していたようだ

Workshop B

4.調査研究の結果と分析

4.調査研究の結果と分析

Workshop B > アンケート結果 > 参加的对話型鑑賞について

質問文	(A+B平均) - (Bのみ平均)
E.1.しっかり作品を見ることができた	0.03
E.2.作品をみてしっかり考えることができた	0.16
E.3.自分の意見を言うことができた	0
E.4.仲間の意見をしっかり聞くことができた	0.17
E.5.仲間の意見を聞いて、自分の意見をより深めることができた	0
E.6.対話型鑑賞によって、経産省や自分の所属する局における目的・ビジョン・ミッション・バリュー・パーパスなどについて新しい理解が得られたり、理解が深まった	0.5
E.7.対話型鑑賞によって、経産省や自分の所属する局における目的・ビジョン・ミッション・バリュー・パーパスなどと自分の人生や職場での経験の繋がりを感じられた	0.31
E.8.対話型鑑賞によって、経産省や自分の所属する局における目的・ビジョン・ミッション・バリュー・パーパスなどについて、仲間と共有できている度合いが深まった	0.42
E.9.このような鑑賞をまたやりたい	0.42

- ・ **E6-8（ハイレベルな組織の目標）については大きな差がでた**（詳細は後述）
- ・ AとB両方に参加した人の評価が全ての項目でBのみより高い

4.調査研究の結果と分析

Workshop B > アンケート結果 > UCLミュージアム体験評価

質問文	(A+B平均) - (Bのみ平均)
F.1. 対話型鑑賞の中で、健康であると感じた	-0.3
F.2. 対話型鑑賞の中で、自信が持てた	-0.33
F.3. 対話型鑑賞の中で、楽しめた	0.25
F.4. 対話型鑑賞の中で、驚きがあった	0.39
F.5. 対話型鑑賞は、面白かった	0.39
F.6. 対話型鑑賞の中で、興味を持てた	0.3
F.7. 対話型鑑賞の中で、他の参加者と話をした	-0.53
F.8. 対話型鑑賞の中で、他の人と一緒にいて楽しかった	0.19
F.9. 対話型鑑賞の中で、安心・安全を感じた	-0.16
F.10. 対話型鑑賞の中で、居心地が良かった	0.14
F.11. 対話型鑑賞の中で、参加していると感じた	0.14
F.12. 対話型鑑賞の中で、幸せだと感じた	-0.03

- ・こちらは「参加的対話型鑑賞」についてと比べて、群で比較したときの評価が曖昧である
- ・ F.7において如実に差があるのはWorkshop Aを経験した人がそれとBを比較しているからだと推察される
- ・ 世界標準の評価尺度だが、共同体から生まれたアート作品での体験評価には不十分な可能性も示唆

4.調査研究の結果と分析

Workshop B > アンケート結果 > 先行調査との比較項目

質問文	(A+B平均) - (Bのみ平均)
G.A.1. 今回描かれたアート作品が好きだ、気に入った	0.27
G.A.2. 今回描かれたアートが経産省らしさを表していると思う	0.09
G.B.1. アートがあることでオフィスが働きたい環境になったと思う	0.8
G.B.1. アートがあることで仕事に対するやる気が上がった	0.25
G.C.1. 経産省のオフィスにアート作品が増えることは、自身の仕事を進める上で良い影響を与えると思う	0.08
G.C.2. 経産省のオフィスにアート作品が増えることは、自身の創造性を発揮する上で良い影響を与えると思う	0.25
G.D.1. アートがあることで気分転換やリフレッシュに繋がることがある	0.34
G.E.1. 経産省らしさを紹介するようなアート作品を来客に積極的にアピールしたいと思う	0.31
G.G.1. 作品があることによって、オフィスへの愛着に変化がある	0.11
G.G.2. 作品があることによって、経産省という組織への印象は良くなった	0.61
G.G.1. 経産省のオフィスにアート作品が増えることは、所属する部署や組織においてコミュニケーションの質を高めることにつながると思う	0.36
G.G.2. 経産省のオフィスにアート作品が増えることは、所属する部署や組織の仕事を進める上で良い影響を与えると思う	0.64
G.G.3. 経産省のオフィスにアート作品が増えることは、所属する部署や組織の職員の創造的な業務遂行につながると思う	0.36
G.H.1. 経産省は今後もオフィス内に今回のようなアートを導入するべきだと思う	0.33

- ・ 全ての項目についてAとB両方参加者の評価の方が高い
- ・ 作品案を作るか、あるいは複数回の接触によって評価が高まっている可能性が高い

4.調査研究の結果と分析

Workshop B > 定性コメント

ワークショップで得たものや、気づいたこと、学んだことについて、自由に述べてください。

- コメント抜粋

- 絵画を介しての会話でしたが、より自然と自身の組織に対する考え方を表現できた
- 課室ごとに今回のようなアート作品を作っても面白そうだなと思います。
- 美術館に行っても、アートってさっぱりわからないな・・・と思っていましたが、
今日アートを見ながら、考え、お話することで目の前のアートを理解しようとしたことが面白かったです
アートの楽しみ方が学べたと同時に、組織について考える時間となり貴重な時間でした。
- 分からないものに、自分なりの答えを見いだすのがこれからの人生において大切なことだと学んだ気がする
- Workshop Aに参加していない人も、Aで話し合ったコンセプトと近いことを感じているのが不思議です
- アート作品に対してなら多角的な見方をすることが明確に自覚できるが、
政策を相手にするとそれを自覚するのがなかなか難しい。
政策課題をどう理解してハンドリングできるかが創造的な仕事をするのに大事だと思いました。

- 分析

- Workshop Aに参加していなくても、共通点を明確に見出し、組織について考える契機になっている
- アートの（多角的に見る）楽しみを知ると共に、それを普段の業務に落とし込む学びが得られている

Workshop 全体

4.調査研究の結果と分析

4.調査研究の結果と分析

Workshop全体 > 組織コミットメント全体

尺度	質問例と概念	WS A後 -不参加群	WS B後 -不参加群	WS A&B後 -不参加群
残留・意欲組織コミットメント	「他の会社や組織に移る気はまったくない」 など、組織に残留したいという欲求や、組織のために努力を投じる意欲	0.57	0.12	0.49
情緒的組織コミットメント	「この会社の問題があたかも自分自身の問題であるかのように感じる」 など、組織に対する同一化や愛着	0.43	-0.11	0.54
存続的組織コミットメント	「この会社を離れるとどうなるか不安である」 など、組織を離れる時に払う代償への知覚	-0.24	-0.7	-0.16
規範的組織コミットメント	「この会社の人々に義理を感じるので、今辞めようとは思わない」 など、義理や恩義にもとづく組織への忠誠心	1.45	-0.3	0.06
ジョブインボルブメント	「現在の仕事で時間がたつのも忘れてしまうほど熱中することがある」 など、現在の職務に対する思い入れの強さ	0.39	-0.14	0.58
キャリアコミットメント	「給料が下がっても、今の職務・専門分野で仕事がしたい」 など、職務・専門分野への思い入れの高さ	0.25	-0.05	0.46
全般的職務満足感	「今の仕事が好きである」 など、仕事に対する満足感の高さ	0.62	0.33	0.74

4.調査研究の結果と分析

Workshop全体 > 組織コミットメント > 残留・意欲・情緒・存続・規範

尺度	質問例と概念	WS A後 -不参加群	WS B後 -不参加群	WS A&B後 -不参加群
残留・意欲組織コミットメント	「他の会社や組織に移る気はまったくない」 など、組織に残留したいという欲求や、組織のために努力を投じる意欲	0.57	0.12	0.49
情緒的組織コミットメント	「この会社の問題があたかも自分自身の問題であるかのように感じる」 など、組織に対する同一化や愛着	0.43	-0.11	0.54
存続的組織コミットメント	「この会社を離れるとどうなるか不安である」 など、組織を離れる時に払う代償への知覚	-0.24	-0.7	-0.16
規範的組織コミットメント	「この会社の人々に義理を感じるので、今辞めようとは思わない」 など、義理や恩義にもとづく組織への忠誠心	1.45	-0.3	0.06

- WS A参加者のスコアが平均的に高くBが相対的には低いものの介入の効果は読み取りにくい
特にA参加者の規範的組織コミットメントが極めて高く、サンプルの偏りが想定される
- ただし、対照群とAB両方参加者を比べると全ての項目について後者のスコアが高く、
かつ、AとABを比較したときに情緒的組織コミットメントは後者が高いため、
組織に関する作品案を作り、それについて他者と語る経験が、組織への愛着を高めていることが推察される

4.調査研究の結果と分析

Workshop全体 > 組織コミットメント > その他の項目

尺度	質問例と概念	WS A後 -不参加群	WS B後 -不参加群	WS A&B後 -不参加群
ジョブインボルブメント	「現在の仕事で時間がたつのも忘れてしまうほど熱中することがある」 など、現在の職務に対する思い入れの強さ	0.39	-0.14	0.58
キャリアコミットメント	「給料が下がっても、今の職務・専門分野で仕事がしたい」 など、職務・専門分野への思い入れの高さ	0.25	-0.05	0.46
全般的職務満足感	「今の仕事が好きである」など、仕事に対する満足感の高さ	0.62	0.33	0.74

- 全ての群において、全般的職務満足感のスコアが上2つの項目と比べて高い
特定の業務や専門性より組織や全体の経験として、満足感を得ているメンバーが多い可能性がある
1-3年でのローテーションがこれに影響している可能性が推察される
- 全ての項目において両方参加者が最も高いスコアとなった
両方に参加することで多様な層のメンバーの仕事への満足度に繋がる可能性がある

4.調査研究の結果と分析

Workshop全体 > 組織コミットメント > サマリー

- 1-3年でのローテーションを背景として、
特定の業務や専門性よりも、全般的職務満足を感じているメンバーが多く、
AB両方に参加することで多様な層のメンバーの仕事への満足度に繋がる可能性がある
- 組織に関する作品案を作り、それについて他者と語る経験が、組織への愛着を高めていることが推察される
- アート作品という媒介を通して組織のハイレベルな目標について自ら解釈し、
更にそれを他者と共同で作り出すことで共同体に対する参加意識が高まり、
愛着が湧くことによって、全般的な職務満足感につながる可能性がある

4.調査研究の結果と分析

Workshop 全体 > ハイレベルな組織目標の浸透

質問文	Bのみ平均	A+B平均	WS Aでの 類似質問平均
E.6.対話型鑑賞によって、経産省や自分の所属する局における目的・ビジョン・ミッション・バリュー・パーパスなどについて新しい理解が得られたり、理解が深まった	3.83	4.33	4.00
E.7.対話型鑑賞によって、経産省や自分の所属する局における目的・ビジョン・ミッション・バリュー・パーパスなどと自分の人生や職場での経験の繋がりを感じられた	3.94	4.25	3.89
E.8.対話型鑑賞によって、経産省や自分の所属する局における目的・ビジョン・ミッション・バリュー・パーパスなどについて、仲間と共有できている度合いが深まった	3.83	4.25	3.67

- ・ 拡散的に解釈を生み出す（悪ノリ・乗っかる）の点においてはWorkshop Aが有効（拡散）
- ・ それ以外の、a.自分と作品の間、自分と仲間の間の繋がりは、Workshop Bが有効（収束）
- ・ そして、両方に取り組むことで3つのすべての側面において評価が高くなっている（統合）

4.調査研究の結果と分析

Workshop全体 > 創造性全体

尺度	質問例	WS A後 -不参加群	WS B後 -不参加群	WS A&B後 -不参加群
審美的価値観	B.2.物事の美しい面を捉え、どうすればより美しさが際立つか考える B.5. 自分の気持ちや感じにぴったりくる言葉を見つけようとする B.9. 美しい景色などを見ても、すぐに飽きない方だ	0.77	0.73	0.88
肯定的認知と挫折回避	B.12. 新しいアイデアを考えることは良いことであると考え B.13. 新しいアイデアを考えるようになれば、社会の役に立てると考える B.18. 新しいアイデアを考えるようになれば、私の周りの人々も幸せになると思う	0.61	0.13	0.49
コミットメントと準備	B.21. 新しいアイデアを考えられるよういつでも準備している B.22. 新しいアイデアを考えることができる、と自分に言い聞かせる B.25. 新しいアイデアを考えられるようになるための方法を調べる	0.28	0.58	0.76
他者の奨励や支援の利用	B.26. 新しいアイデアを考えられた時に、褒めてくれるひとがいる B.27. 新しいアイデアを考えられるように励ましてくれる人がある B.28. 新しいアイデアを考えられることができないときに、話を聞いてくれる人がある	0	0.94	0.99

4.調査研究の結果と分析

Workshop全体 > 創造性 > 審美的価値観

尺度	質問例	WS A後 -不参加群	WS B後 -不参加群	WS A&B後 -不参加群
審美的価値観	B.2.物事の美しい面を捉え、どうすればより美しさが際立つか考える B.5. 自分の気持ちや感じにぴったりくる言葉を見つけようとする B.9. 美しい景色などを見ても、すぐに飽きない方だ	0.77	0.73	0.88

- 不参加と比べて審美的価値観は明確に高くなっている
- ただし、アートワークショップに不参加の時点で、関心が低いことが背景にある可能性がある
- そのため、ワークショップの効果として、審美的価値観が高くなっているとは言えない

4.調査研究の結果と分析

Workshop全体 > 創造性 > 肯定的認知と挫折回避

尺度	質問例	WS A後 -不参加群	WS B後 -不参加群	WS A&B後 -不参加群
肯定的認知と挫折回避	B.12. 新しいアイデアを考えることは良いことである B.13. 新しいアイデアを考えるようになれば、社会の役に立てると考える B.18. 新しいアイデアを考えるようになれば、私の周りの人々も幸せになると思う	0.61	0.13	0.49

- 不参加者と比べると、WS参加後の方が新しいアイデアへの関心は高い
- 特にWS Aについては、最も拡散的な側面の強い体験だったからか、最も肯定的認知が高まっており、両方に参加したものよりも高い

4.調査研究の結果と分析

Workshop全体 > 創造性 > コミットメントと準備

尺度	質問例	WS A後 -不参加群	WS B後 -不参加群	WS A&B後 -不参加群
コミットメントと準備	B.21. 新しいアイデアを考えられるようにいつでも準備している B.22. 新しいアイデアを考えることができる、と自分に言い聞かせる B.25. 新しいアイデアを考えられるようになるための方法を調べる	0.28	0.58	0.76

- このスコアは総じて数字が低く、
新しいアイデアを生み出すことの関心と比して、準備が軽視される傾向がある
- ただし、人と話してアイデアを共有する場面が増えるほど、
スコアが高くなっていることがわかる

4.調査研究の結果と分析

Workshop全体 > 創造性 > 他者の奨励や支援の利用

尺度	質問例	WS A後 -不参加群	WS B後 -不参加群	WS A&B後 -不参加群
他者の奨励や支援の利用	B.26. 新しいアイデアを考えられた時に、褒めてくれるひとがいる B.27. 新しいアイデアを考えられるように励ましてくれる人がある B.28. 新しいアイデアを考えられることができないときに、話を聞いてくれる人がある	0	0.94	0.99

- 創造性とコミュニケーションという観点では、明確に違いが現れた
WS Bに参加した群において明らかにスコアに違いがあり、WS Aに参加した群は不参加の群との違いがなかった
- サンプル数が少ないため信頼性は低いものの、
ハイレベルな組織の目標浸透においても、関係性における評価はBの方が高かった
- そこから、
WS Aは作品案＝新しい解釈を生み出すことに目が向きやすく、
WS Bは「1つの作品」をみんなで解釈する＝拡散しつつも収束する側面が強く、連帯感を感じる契機になる可能性がある

4.調査研究の結果と分析

Workshop全体 > 創造性 > サマリー

- アートWorkshopに参加する人は総じて審美的価値観のスコアが高い可能性がある
これは自然な推察とも一致する
- WS AとBは、それぞれ拡散と収束の面を持ちながら、異なる特徴がある可能性がある
 - Aについては、最終的に複数の作品案が生み出される拡散的な体験となり、創造性への肯定的な態度に効く
 - Bについては、それぞれの異なる解釈に触れる点で拡散的な体験だが、最終的には目の前にある1つの作品に「解釈を塗り重ねていく＝重層的収束」に向かい、a.自分と作品（組織の価値観）ならびに、b.自分と仲間の「繋がり」の認知に効く

5.調査研究の結論

5.調査研究の結論

概要

1. 本調査研究の目的の確認と応答
2. 実践的な提案
3. 本調査研究の限界と今後の研究課題

5.調査研究の結論

本調査研究の目的の確認と応答

目的

本調査研究においては経済産業省内のオフィスにアートを制作・展示し、それによる組織へのエンゲージメントや創造性等の効果・有効性を検証することで、企業のアート投資の更なる促進を図ること

応答

作品を介する普段とは違うコミュニケーションスタイルによって、異なる立場を超えてフラットかつ深い対話に繋がり、組織のハイレベルな目標と自分の繋がりや、メンバーとの解釈の共有を通じて、作品と組織への愛着が生まれ、全般的職務満足感に繋がる。特にジョブローテーションの多い組織ほど、ジョブや専門性以外での意味づけが重要になるため、有効であることが推察される。

作品制作のワークショップAは拡散的なアイデア創出の機会となり、特に創造性における「新しいアイデアの創出への肯定的認知」に効果的であり、参加的対話型鑑賞のワークショップBは、目の前にある作品にメンバーと解釈を重ねていくことを通した創造性における「新しいアイデアを考えるための人間関係の肯定的認知」に効果的である

5.調査研究の結論

実践的な提案

1. 課題

- ・ローテーションの関係で、職務や専門性より組織への愛着や共通の理解がコミットメントには重要になる
- ・通常の論理や言語だけに依拠せず、作品を介して異なる立場とも深くかつフラットに関われる方法で、
- ・所属先を跨いだハイレベルな組織の目標の浸透が求められる

2. 提案

- ・上記より、本調査研究で行ったようなアートプロジェクトは有効な可能性がある
- ・ただし、プロジェクトの結果、職務とのつながりを見失っている自覚のある方にはフォローアップが必要
- ・また、解釈の多義性がある作品を対象に参加的対話型鑑賞を持続的に実施することで以下を期待できる。
 - a.時間的変化の認識と肯定：異なる経験をしたからこそ可能な解釈のアップデートを行って
個人と組織の間の繋がりを強められる
 - b.異質な他者の認識と肯定：それを他のメンバーと共有することで、
作品を介した自己開示と他者理解による繋がりを強められる

5.調査研究の結論

本調査研究の限界と今後の研究課題

本調査研究には以下の限界があり、今後発展的に解消することが推奨される

1. WS AB両方の参加者のスコアが高いのが、両方に参加したからなのか、接触回数の問題なのかがわからない
→定期的にWS Bの対話型鑑賞を実施することで、A未体験群とB複数回群の比較ができるようになる
2. WS参加者の回答を個人単位で特定しておらずグループ単位での比較にとどまっているため、
参加するメンバーによる変数が大きく、分析の粒度が粗い
→個人が特定できる形で実施することで解決するが、アンケート回答にバイアスが掛かる可能性がある
定期実施によりサンプル数が大きくなれば、個人特定をしなくとも意味のある数字が出てくる
3. ハイレベルな組織目標の浸透についての質問項目が粗い
→本調査研究のような活動は組織コミットメントなどよりもパーパス浸透に関する効果が高いなど、
より明確な仮説を持つことで、より詳細かつ効果的な分析が可能になる

6.補足資料

6.補足資料

アーティストコレクティブALT



- ALTは、起業家・経営者であり、東京藝術大学大学院を修了したアーティストでもある下山明彦が結成したアーティスト集団です。
- 「ありうべき未来は、アートから生まれる」をコンセプトに掲げ、世界に対して芸術的に参加する活動を展開。
- さまざまな文化共同体（企業や地域社会など）における象徴となる作品を、その共同体の構成員と共に作り、共に解釈する場をさまざまに生み出しています。
- 公式サイト
<https://www.alt-art.jp/>



6.補足資料

株式会社Senjin Holdings

- 創業：2019年6月
- 資本金：990万円
- 本社所在地：東京都千代田区富士見2丁目6-9 雄山閣ビルB1F,3F,4F,5F（受付5F）
- TEL：03-4572-0639
- 代表取締役：下山 明彦
- 事業内容：SEOコンサルティング、メディア、広告、アート、地方創生
- 主要取引金融機関：三井住友銀行

7. 質問紙項目

7.質問紙項目 創造性

下位分類	質問文	任意/必須	回答形式
審美的価値観	B.1.印象的なことに会おうと、それを文章や絵、音楽などで表現したくなる	必須	5択
審美的価値観	B.2.物事の美しい面を捉え、どうすればより美しさが際立つか考える	必須	5択
審美的価値観	B.3.身の回りの道具などに、生き物に対するような親しみを感じることがある	必須	5択
審美的価値観	B.4.自分が綺麗だと思うものを、集めたり飾ったりする	必須	5択
審美的価値観	B.5.自分の気持ちや感じにぴったりくる言葉を見つけようとする	必須	5択
審美的価値観	B.6.気に入った絵や写真などを、時間の経つのも忘れて眺めていることがある	必須	5択
審美的価値観	B.7.芸術的なものに、興味がある	必須	5択
審美的価値観	B.8.何かに見惚れることがよくある	必須	5択
審美的価値観	B.9.美しい景色などを見ても、すぐに飽きない方だ	必須	5択
審美的価値観	B.10.気に入った小説や映画の世界に入り込んで、想像を巡らせているときがある	必須	5択
審美的価値観	B.11.自分の好きな音楽の流れの中にひたっていると、とても気分が良くなる	必須	5択
肯定的認知と挫折回避	B.12.新しいアイデアを考えることは良いことであると考えてる	必須	5択
肯定的認知と挫折回避	B.13.新しいアイデアを考えるようになれば、社会の役に立てると考える	必須	5択
肯定的認知と挫折回避	B.14.新しいアイデアが思い浮かばない時は、一度中断して別の機会に考える	必須	5択
肯定的認知と挫折回避	B.15.新しいアイデアを考える自分を好ましく感じる	必須	5択
肯定的認知と挫折回避	B.16.新しいアイデアが思い浮かばない時はリラックスするようにする	必須	5択
肯定的認知と挫折回避	B.17.新しいアイデアを考えられた時に自分自身を褒める	必須	5択
肯定的認知と挫折回避	B.18.新しいアイデアを考えるようになれば、私の周りの人々も幸せになると思う	必須	5択
肯定的認知と挫折回避	B.19.新しいアイデアを考えることに関連する新しい情報を収集する	必須	5択
コミットメントと準備	B.20.新しいアイデアを考えられるよう予定を立てる	必須	5択
コミットメントと準備	B.21.新しいアイデアを考えられるよういつでも準備している	必須	5択
コミットメントと準備	B.22.新しいアイデアを考えることができる、と自分に言い聞かせる	必須	5択
コミットメントと準備	B.23.新しいアイデアを考えるということを自分自身に誓う	必須	5択
コミットメントと準備	B.24.新しいアイデアを考えるということを家族や友人に公言する	必須	5択
コミットメントと準備	B.25.新しいアイデアを考えられるようになるための方法を調べる	必須	5択
他者の奨励や支援の利用	B.26.新しいアイデアを考えられた時に、褒めてくれるひとがいる	必須	5択
他者の奨励や支援の利用	B.27.新しいアイデアを考えられるように励ましてくれる人がある	必須	5択
他者の奨励や支援の利用	B.28.新しいアイデアを考えられることができないときに、話を聞いてくれる人がある	必須	5択

7.質問紙項目

組織コミットメント

下位分類	質問文	任意/必須	回答形式
残留・意欲組織コミットメント	C.1. 他の会社や組織に移る気はまったくない	必須	5択
残留・意欲組織コミットメント	C.2. 今の会社や組織に魅力を感じているので、長く留まりたい	必須	5択
残留・意欲組織コミットメント	C.3. この会社や組織に必要なら、どんな仕事でも引き受ける	必須	5択
情緒的組織コミットメント	C.4. この組織の問題があたかも自分自身の問題であるかのように感じる	必須	5択
情緒的組織コミットメント	C.5. この組織の一員であることを誇りに思う	必須	5択
情緒的組織コミットメント	C.6. この組織のメンバーであることを強く意識している	必須	5択
存続的組織コミットメント	C.7. この組織を離れるとどうなるか不安である	必須	5択
存続的組織コミットメント	C.8. いまこの組織を辞めたら、生活上の多くのことが混乱するだろう	必須	5択
存続的組織コミットメント	C.9. いまこの組織を辞めたら損失が大きいので、この先も勤めようと思う	必須	5択
規範的組織コミットメント	C.10. この組織の人々に義理を感じるので、いま辞めようとは思わない	必須	5択
規範的組織コミットメント	C.11. この組織に多くの恩義を感じる	必須	5択
規範的組織コミットメント	C.12. いまこの組織をやめたら、罪悪感を感じるだろう	必須	5択
ジョブインボルブメント尺度	C.13. 現在の仕事で時間が経つのを忘れてしまうほど熱中することがある	必須	5択
ジョブインボルブメント尺度	C.14. いまの仕事が生き甲斐である	必須	5択
ジョブインボルブメント尺度	C.15. いまの私にとって仕事は生活の全てである	必須	5択
ジョブインボルブメント尺度	C.16. 私にとって最も重要なことが、今の仕事に密接に関連している	必須	5択
ジョブインボルブメント尺度	C.17. いまは仕事から得られる満足感が一番大きい	必須	5択
ジョブインボルブメント尺度	C.18. 今の仕事にのめり込んでいる	必須	5択
ジョブインボルブメント尺度	C.19. 最も充実していると感じられるのは仕事をしている時である	必須	5択
キャリアコミットメント尺度	C.20. 給料が下がっても、今の職務・専門分野で仕事がしたい	必須	5択
キャリアコミットメント尺度	C.21. いまの職務・専門分野でキャリアを追求したい	必須	5択
キャリアコミットメント尺度	C.22. 他の組織に移っても、今の職務・専門分野に就きたい	必須	5択
キャリアコミットメント尺度	C.23. もし働かずにお金が得られても、この職務・専門分野を続けるだろう	必須	5択
キャリアコミットメント尺度	C.24. この職務・専門分野が好きなので、この先も続けたい	必須	5択
キャリアコミットメント尺度	C.25. 私にとってこの職務・専門分野は、ライフワークとして理想的な仕事である	必須	5択
キャリアコミットメント尺度	C.26. いまの職務・専門分野に満足している	必須	5択
キャリアコミットメント尺度	C.27. いまの職務・専門分野に関わる雑誌や本を、多く読んでいる	必須	5択
全般的職務満足感	C.28. いまの仕事が好きである	必須	5択
全般的職務満足感	C.29. 現在の仕事に満足している	必須	5択
全般的職務満足感	C.30. 今の仕事に喜びを感じる	必須	5択
全般的職務満足感	C.31. 今の仕事に誇りを感じる	必須	5択
全般的職務満足感	C.32. 朝、仕事に行くのが楽しい	必須	5択
全般的職務満足感	C.33. いまの仕事にやりがいを感じる	必須	5択

7.質問紙項目

Workshop Aの評価

下位分類	質問文	任意/必須	回答形式
アートメイキング	D.1.3月7日のWSではいつもと違う頭や手の使い方ができた実感があった	必須	5択
アートメイキング	D.2.いつもと違う頭や手の使い方は楽しかった	必須	5択
アートメイキング	D.3.どのように「いつも」と違ったか/違わなかったか、そしてなぜ楽しかったか/楽しくなかったかぜひ教えてください。	任意	テキスト
アートメイキング	D.4.3月7日のWSはいつもと違うコミュニケーション・交流だと感じた	必須	5択
アートメイキング	D.5.いつもと違うコミュニケーション・交流は楽しかった	必須	5択
アートメイキング	D.6.どのように「いつも」と違ったか/違わなかったか、そしてなぜ楽しかったか/楽しくなかったかぜひ教えてください。	任意	テキスト
アートメイキング	D.7.3月7日のワークショップの前にアート作品がオフィスに飾られると聞いていたら楽しみだった	必須	5択
アートメイキング	D.8.いま、アート作品がオフィスに飾られるのは楽しみだ	必須	5択
アートメイキング	D.9.楽しみ/楽しみでない理由があれば是非お教えてください	任意	テキスト
アートメイキング	D.10.もし年に1度など定期的にワークショップとアート制作・展示を行うとしたらワクワクする	必須	5択
アートメイキング	D.11. 3月7日のWSでは、経産省や自分の所属する局における目的・ビジョン・ミッション・バリュー・パーパスなどについて新しい理解が得られたり、理解が深まった	必須	5択
アートメイキング	D.12. 3月7日のWSでは、経産省や自分の所属する局における目的・ビジョン・ミッション・バリュー・パーパスなどと、自分の人生や職場での経験の繋がりを感じられた	必須	5択
アートメイキング	D.13. 3月7日のWSでは、経産省や自分の所属する局における目的・ビジョン・ミッション・バリュー・パーパスなどについて、仲間と共有できている度合いが深まった	必須	5択
アートメイキング	D.14. 3月7日のWSでは、経産省や自分の所属する局における目的・ビジョン・ミッション・バリュー・パーパスなどについて、お互いの感覚や解釈のズレを認識したり、それをポジティブに楽しむために、作品案を作ることは役に立つと感じる	必須	5択

7.質問紙項目

Workshop Bの評価

下位分類	質問文	任意/必須	回答形式
参加的对話型鑑賞について	E.1.しっかり作品を見ることができた	必須	5択
参加的对話型鑑賞について	E.2.作品をみてしっかり考えることができた	必須	5択
参加的对話型鑑賞について	E.3.自分の意見を言うことができた	必須	5択
参加的对話型鑑賞について	E.4.仲間の意見をしっかり聞くことができた	必須	5択
参加的对話型鑑賞について	E.5.仲間の意見を聞いて、自分の意見をより深めることができた	必須	5択
参加的对話型鑑賞について	E.6.対話型鑑賞によって、経産省や自分の所属する局における目的・ビジョン・ミッション・バリュー・パーパスなどについて新しい理解が得られたり、理解が深まった	必須	5択
参加的对話型鑑賞について	E.7.対話型鑑賞によって、経産省や自分の所属する局における目的・ビジョン・ミッション・バリュー・パーパスなどと自分の人生や職場での経験の繋がりを感じられた	必須	5択
参加的对話型鑑賞について	E.8.対話型鑑賞によって、経産省や自分の所属する局における目的・ビジョン・ミッション・バリュー・パーパスなどについて、仲間と共有できている度合いが深まった	必須	5択
参加的对話型鑑賞について	E.9.このような鑑賞をまたやりたい	必須	5択

7.質問紙項目

Workshop Bの評価

下位分類	質問文	任意/必須	回答形式
.UCLミュージアム体験評価	F.1. 対話型鑑賞の中で、健康であると感じた	必須	5択
.UCLミュージアム体験評価	F.2. 対話型鑑賞の中で、自信が持てた	必須	5択
.UCLミュージアム体験評価	F.3. 対話型鑑賞の中で、楽しめた	必須	5択
.UCLミュージアム体験評価	F.4. 対話型鑑賞の中で、驚きがあった	必須	5択
.UCLミュージアム体験評価	F.5. 対話型鑑賞は、面白かった	必須	5択
.UCLミュージアム体験評価	F.6. 対話型鑑賞の中で、興味を持てた	必須	5択
.UCLミュージアム体験評価	F.7. 対話型鑑賞の中で、他の参加者と話をした	必須	5択
.UCLミュージアム体験評価	F.8. 対話型鑑賞の中で、他の人と一緒にいて楽しかった	必須	5択
.UCLミュージアム体験評価	F.9. 対話型鑑賞の中で、安心・安全を感じた	必須	5択
.UCLミュージアム体験評価	F.10. 対話型鑑賞の中で、居心地が良かった	必須	5択
.UCLミュージアム体験評価	F.11. 対話型鑑賞の中で、参加していると感じた	必須	5択
.UCLミュージアム体験評価	F.12. 対話型鑑賞の中で、幸せだと感じた	必須	5択

7.質問紙項目

類似調査との比較項目

下位分類	質問文	任意/必須	回答形式
アートの感想	G.A.1. 今回描かれたアート作品が好きだ、気に入った	必須	5択
アートの感想	G.A.2. 今回描かれたアートが経産省らしさを表していると思う	必須	5択
モチベーション	G.B.1. アートがあることでオフィスが働きたい環境になったと思う	必須	5択
モチベーション	G.B.1. アートがあることで仕事に対するやる気が上がった	必須	5択
個人への影響	G.C.1.経産省のオフィスにアート作品が増えることは、自身の仕事を進める上で良い影響を与えると思う	必須	5択
個人への影響	G.C.2.経産省のオフィスにアート作品が増えることは、自身の創造性を発揮する上で良い影響を与えると思う	必須	5択
ストレス	G.D.1. アートがあることで気分転換やリフレッシュに繋がることもある	必須	5択
組織ブランディング	G.E.1.経産省らしさを紹介するようなアート作品を来客に積極的にアピールしたいと思う	必須	5択
組織エンゲージメント	G.G.1.作品があることによって、オフィスへの愛着に変化がある	必須	5択
組織エンゲージメント	G.G.2. 作品があることによって、経産省という組織への印象は良くなった	必須	5択
組織への影響	G.G.1. 経産省のオフィスにアート作品が増えることは、所属する部署や組織においてコミュニケーションの質を高めることにつながると思う	必須	5択
組織への影響	G.G.2. 経産省のオフィスにアート作品が増えることは、所属する部署や組織の仕事を進める上で良い影響を与えると思う	必須	5択
組織への影響	G.G.3. 経産省のオフィスにアート作品が増えることは、所属する部署や組織の職員の創造的な業務遂行につながると思う	必須	5択
今後のアート導入意向	G.H.1. 経産省は今後もオフィス内に今回のようなアートを導入するべきだと思う	必須	5択