

静岡県立美術館

第三者評価委員会評価報告書

平成 23 年 11 月

静岡県立美術館第三者評価委員会

目次

| | |
|--|-----|
| はじめに | 1 |
| I—1 平成22年度「静岡県立美術館自己評価報告書」(一次評価) | 5 |
| 第1章 館長の自己評価 | 9 |
| 第2章 達成目標等に対する評価 | 11 |
| 第3章 評価指標等の状況 | 26 |
| 第4章 今後の達成目標・取組方針 | 44 |
| 参考資料1 平成22年度 調査・研究に関する自己点検評価報告書 | 50 |
| 参考資料2 静岡県立美術館自己評価システムの見直し | 64 |
| I—2 平成22年度静岡県立美術館評価業務 報告書 | 78 |
| II 県庁の支援体制 | 128 |
| (1) 平成22年度実績 | 132 |
| (2) 平成23年度方針 | 135 |
| III 平成23年度「静岡県立美術館第三者評価委員会」の報告 | 137 |
| 1 平成22年度「静岡県立美術館自己評価結果表」に対する二次評価 | |
| (1) 平成22年度取組方針に対する二次評価 | 138 |
| (2) 館長公約に対する評価 | 139 |
| 2 「県庁の支援体制」に対する一次評価 | |
| (1) 支援全体体制について | 142 |
| (2) 広報の支援体制について | 142 |
| (3) 空港・観光施設との連携について | 142 |
| 3 改善に向けた提言 | |
| (1) 収蔵品の収集方針について | 143 |
| (2) 今後の第三者評価委員会の進め方について | 143 |

はじめに

本委員会は、評価を通じて静岡県立美術館の自律的かつ継続的な運営改善を推進することを目的として、平成 18 年 9 月に発足しました。

本委員会の使命は三つあります。第一は、県立美術館が自ら行う自己評価（一次評価）に対して、外部の視点から二次評価することです。第二には、美術館に対する県庁（本庁）の支援体制を委員会が独自の視点に立って評価することです。第三は、美術館の運営及び評価の方法について、次年度の改善に向けた提言をすることです。

本年度の本委員会の活動としては、平成 23 年 8 月に会合を開き、平成 22 年度の美術館自己評価に対する二次評価、県庁の支援体制に対する一次評価、今後の改善課題について討議しました。この報告書はその結果に基づき作成したものです。

本報告書では、読者の便宜を考え、最初に、美術館が自ら行った自己評価（一次評価）をⅠ－１、自己評価の参考資料となる評価業務報告書をⅠ－２に掲載し、次に県庁の支援体制に関して、県庁から提出された資料をⅡに掲載しました。そして最後に、Ⅲとして本委員会の報告を掲載するという構成としています。

本報告書が県庁と県立美術館のますますの発展と充実に資することを期待します。

平成 23 年 11 月

静岡県立美術館第三者評価委員会

委員長 木下 直之

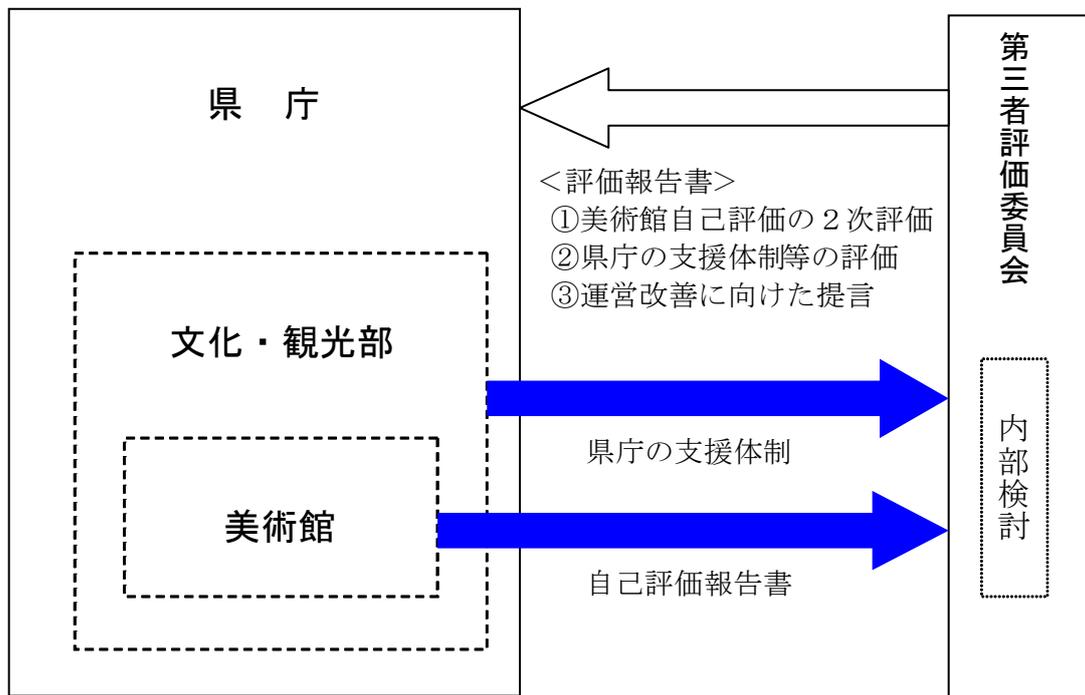
静岡県立美術館第三者評価委員会委員名簿（敬称略、五十音順）

| | 氏 名 | 役 職 等 |
|-----|--------------------|----------------------|
| 委員長 | きのした なおゆき 木下 直之 | 東京大学大学院教授 |
| 委員 | きんばら ひろゆき 金原 宏行 | 常葉学園大学教授 |
| 〃 | すぎもと ゆきこ 杉本 幸子 | 株式会社静岡リビング新聞社総合企画室部長 |
| 〃 | たにがわ まみ 谷川 眞美 | 静岡文化芸術大学教授 |
| 〃 | にし まさひろ 西 雅寛 | 協立電機株式会社取締役社長 |
| 〃 | むらい よしこ 村井 良子 | 有限会社プランニング・ラボ代表 |
| 〃 | やまなし としお 山梨 俊夫 | 国立国際美術館館長 |

平成 23 年度の活動

| 会議名等 | 内容等 |
|---------------|--|
| 第 1 回第三者評価委員会 | 日時：平成 23 年 8 月 17 日（水）13:30～15:45 会場：静岡県立美術館 講座室 内容：（1）平成 22 年度美術館自己評価結果および 平成 23 年度の取組方針について （2）県庁の支援体制について |

評価システム全体図（第三者評価委員会の位置付け）



静岡県立美術館第三者評価委員会設置要綱

(設置)

第1条 静岡県立美術館（以下「美術館」という。）では、より良いサービスの提供を図るため、事業の運営等の効果について、多面的かつ客観的な測定・評価を行う自己評価活動を実施しているが、美術館の自律的かつ継続的な運営改善を推進するため、美術館の自己評価及び県庁の支援体制等を第三者の視点から評価する「静岡県立美術館第三者評価委員会」（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、次に掲げる事項を所管する。

- (1) 美術館の自己評価に対する2次評価
- (2) 県庁の支援体制等に関する評価
- (3) 評価結果の報告及びそれに基づく美術館の運営改善に向けた提言
- (4) その他、この委員会の目的達成に関すること

(委員)

第3条 委員は、知事が委嘱する。

- 2 委員の人数は、10名以内とする。
- 3 委員の任期は2年とする。ただし、再任は妨げない。

(委員長)

第4条 委員会に、委員長1人を置く。

- 2 委員長は、知事が指名する。
- 3 委員長は、会務を総理し、会議の議長となる。

(会議)

第5条 委員会は、委員長が招集する。

- 2 委員会は公開とし、その傍聴に関して必要な事項は、別に定める。
- 3 委員会は、必要に応じて個別課題検討のための分科会を置くことができる。
- 4 委員会及び分科会には、委員以外の者に出席を求めることができる。

(事務局)

第6条 委員会の事務を処理するため、事務局を静岡県県民部文化政策室内に置く。

(その他)

第7条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に必要な事項は、委員長が別に定める。

附 則

- 1 この要綱は、平成18年9月21日から施行する。
- 2 この要綱の施行の日に委嘱する委員の任期は、第3条第3項の規定にかかわらず、平成20年3月31日までとする。

I

平成 22 年度

「静岡県立美術館自己評価報告書」（一次評価）

第 1 章 館長の自己評価

第 2 章 達成目標等に対する評価

第 3 章 評価指標等の状況

第 4 章 今後の達成目標・取組方針

参考資料 1 平成 22 年度 調査・研究に関する自己点検評価報告書

参考資料 2 静岡県立美術館自己評価システムの見直し

はじめに

静岡県立美術館では、美術館をとりまく環境が大きく変化する中で、時代の要請に適った公立美術館の実現を目指し、客観的な評価システムの構築とそれに基づく自律的な運営改善に取り組んできた。

平成13年度に職員によるワーキンググループを設置して評価指標に関する検討を開始し、平成15年7月には評価システムの構築に向けて、「静岡県立美術館評価委員会」（高階秀爾委員長）を設置し、本格的な検討を行った。

「静岡県立美術館評価委員会」による平成16年3月の中間報告書「ニューパブリックミュージアム（NPM）の実現をめざして」、平成17年4月の最終提言書「評価と経営の確立に向けて」の2つの提言を踏まえて、県立美術館では、戦略計画方式による自己評価システム（通称：ミュージアム・ナビ）を構築し、平成17年7月から運用を開始した。

また、平成18年9月には、美術館の自己評価に対する2次評価を行う「静岡県立美術館第三者評価委員会」を設置し、評価結果を運営改善につなげる評価の体制を整えた。これまでの自己評価報告書をはじめ、評価に関する資料はすべてホームページ等を通じて情報公開を行っている。

さらに、平成20年度には、3年間の取組を踏まえ、より適切な評価事業を進めるため、自己評価システムの見直しに取り組み、第三者評価委員会の意見も踏まえながら、平成20年度から平成22年度を計画期間とする新たな自己評価システムと、その目標等の設定を行った。

昨年度は、第三者評価委員会の意見も踏まえながら、平成23年度から25年度までの3カ年の自己評価システムの見直しに取り組み、評価指標等の見直しを行い、今年度は新たな評価指標に目標値を設定した上で、平成22年度取組に関する自己評価結果及び平成23年度以降取組について報告書にとりまとめた。

報告書は、まず第1章において、館長による全体的な自己評価結果を示した上で、第2章で、4つの館長公約それぞれについて、評価指標による達成目標等の実績に基づいて自己評価を行った結果を記載している。第3章では、自己評価の基礎となった評価指標等の状況を整理し、第4章では、これらの自己評価結果を踏まえた平成23年度以降取組方針を記載している。

皆様には、静岡県立美術館のより一層の業務改善と適切な評価システムの構築に向けた御意見・御提案をいただければ幸いです。

静岡県立美術館 自己評価システムの全体像

(平成 20 年度～平成 22 年度)

【使 命】 =美術館のめざす姿

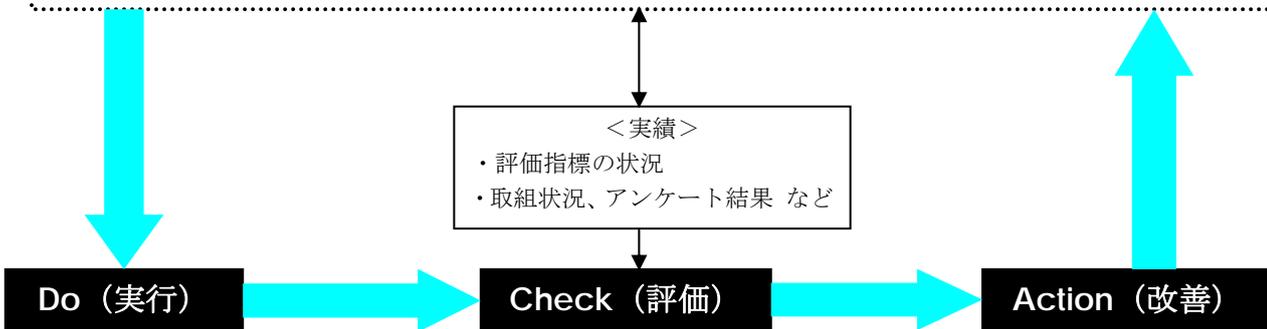
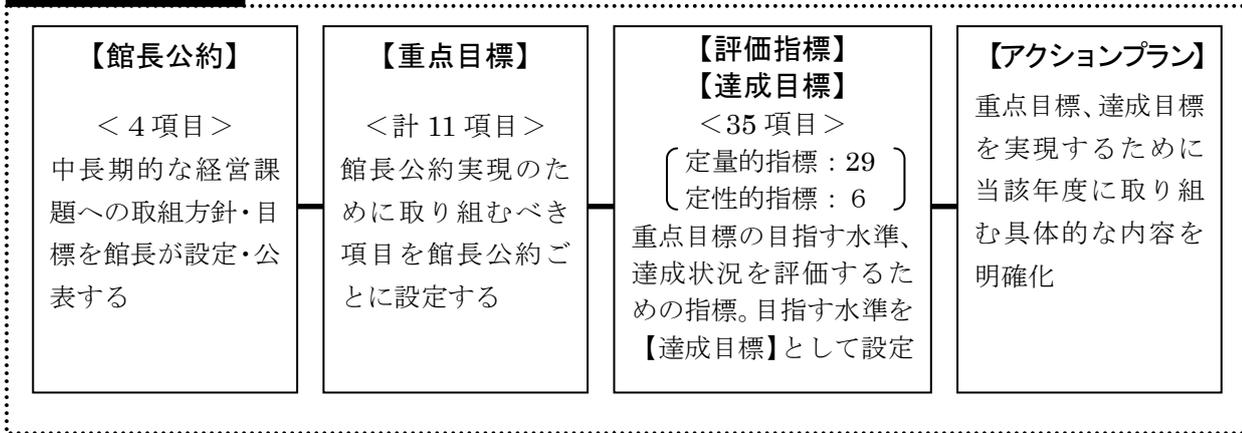
静岡県立美術館は、創造的で多様性に富んだ社会を実現していくために存在します。そのために、コレクションを基盤として人々が美術と出会い新たな価値を見出す体験の場をより多く提供するとともに、地域をパートナーと考える経営を行い、日本の新しい公立美術館となります



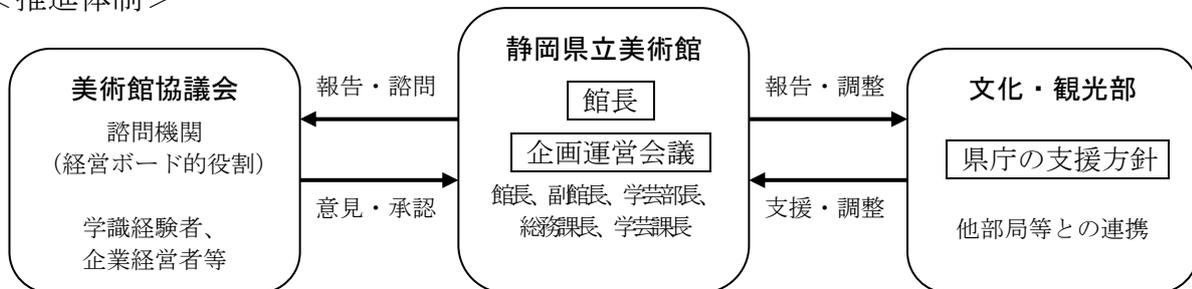
<自己評価の流れ>

目標管理システム＝P計画→D実行→C評価→A改善のサイクルによる運用

Plan (計画)



<推進体制>



自己評価システムの体系

(平成 20 年度～平成 22 年度)

使 命

静岡県立美術館は、創造的で多様性に富んだ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と出会い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なります。

| 館長公約 | 重点目標 | 評価指標 |
|--|------------------------------------|---|
| A 人々の感性を磨き、生活に変化をもたらすような魅力的な展覧会を開催します | 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 展覧会の観覧者数 |
| | 2 他の美術館・大学との連携を進め、企画力を強化します | 2 自主企画・企画参加型展覧会の回数(レベル別) |
| | 3 特徴あるコレクションを形成し、効果的に活用します | 3 作品やテーマに興味を持った人の割合 |
| B 地域や学校教育との連携を深め、質の高い教育・普及活動を展開します | 1 質の高い教育・普及プログラムを開発します | 4 展覧会における新規来館者数の割合 |
| | 2 講座・講演会等を充実します | 5 展覧会に対する外部評価(レビュー) 【定性】 |
| | 3 地域住民、企業、NPO等と連携した美術館活動を充実します | 6 調査研究の発表件数(種類別) |
| C 戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます | 1 広報戦略を策定し、広報の質を高めます | 7 内部セミナー・研究会・研修の回数 |
| | 2 観光などとの連携や新たな広報チャンネルの開拓に取り組みます | 8 大学等と連携した取組件数 |
| | 3 ロダン館の認知度を高め、来館者を増やします | 9 インターンシップ受入人数 |
| D 施設の改修を推進し、美術館のアメニティを高めていきます | 1 館内施設を充実し、満足度を高めます | 10 調査研究に関する外部評価(レビュー) 【定性】 |
| | 2 周辺環境やアクセス環境の向上を進めます | 11 収蔵品展の観覧者数 |
| | | 12 収蔵品の公開件数(貸出し含む) |
| | | 13 作品購入件数・購入価格 |
| | | 14 作品寄贈件数・評価価格 |
| | | 15 公開または貸出した展覧会における作品の位置付け等に関する学芸員レポート 【定性】 |
| | | 16 学校教育と連携した取組数 |
| | | 17 鑑賞系プログラム数 |
| | | 18 コレクションを活用したプログラム数 |
| | | 19 教育・普及プログラムに関する美術館職員のレポート 【定性】 |
| | | 20 講演会等の開催回数 |
| | | 21 学芸員のフロアレクチャー等の数 |
| | | 22 地域住民等と連携した取組件数 |
| | | 23 館内空間を生かした催事の件数・参加者数 |
| | | 24 地域住民等と連携した取組に関する美術館職員のレポート 【定性】 |
| | | 25 美術館に関する情報が「入手しやすい」とする人の割合 |
| | | 26 ホームページのアクセス数 |
| | | 27 ホームページの満足度 |
| | | 28 取材の件数 |
| | | 29 広報手法における新たな取組状況に関する美術館職員のレポート 【定性】 |
| | | 30 ロダン館の入館者数 |
| | | 31 美術館利用者数(計) |
| | | 32 鑑賞環境に対する満足度 |
| | | 33 レストラン・カフェ利用者の満足度 |
| | | 34 ミュージアムショップ利用者の満足度 |
| | | 35 来館者のアクセス満足度 |

第1章 館長の自己評価

第1章では、館長が平成22年度の静岡県立美術館の運営全体について自己評価を行った。まず、平成22年度の取組方針に対する結果を総括し、次に、平成22年度に中長期的に取り組むこととした4つの館長公約に関して、総括的な自己評価を行った。

1 平成22年度取組方針に対する結果

本年度は、本館リニューアルオープンに加え、懸案である当館の観光ルート化に取り組むべく、静岡県舞台芸術センター(SPAC)との共催による「ロダンと詩の朗読」を2回実施した。また以下に示す通り、3つの取組方針を掲げ事業に取り組んだ。

全体的な成果として、美術館利用者数が、目標の359,600人を超え、459,489人に達したことが挙げられる。内訳を見ると、展覧会の来館者数が、目標の195,600人を超え、266,786人に達し、充実した作品鑑賞の機会を提供することができた。一方、収蔵品展は、目標の17,000人に及ばず、12,526人とどまり、コレクション活用の方法に課題を残す結果となった。

個別に見ると、(1)「展覧会の充実、多様な連携」については、千葉市美術館と共同企画した「伊藤若冲-アナザーワールド-」展において、若冲の知られざる水墨画の魅力を紹介したことで、54,937人(対見込:21,000人)の方々にご覧いただくことができた。また青森県立美術館、島根県立石見美術館と共同企画した「ロボットと美術」展においては、美術と科学技術における人体表現を考察する新機軸を打ち立てることができたことで、県外からもこれまでより多くの来館者を迎えることができた。

(2)「収蔵品展の充実」については、フランソワ・ブーシェの油彩画作品の基金購入を機に、「あなたの愛する風景」展と題した企画展を開催し、西洋画、日本画、日本洋画、現代の写真に至るまで、当館コレクションの多様性とその魅力を紹介することができた。またそれぞれの収蔵品展についても、担当学芸員がテーマ性をもって構成し、充実した展示となった。

(3)「戦略的な広報及びロダン館の観光ルート化」については、冒頭でも述べたが、静岡県舞台芸術センター(SPAC)との共催により、ロダン館での詩の朗読を2回実施したのに加えて、ロダン作品を人工照明で見せる「夕暮れロダンツアー」や静岡音楽館AOIとの共催による「ロダン賞コンサート」を実施するなど、ロダン館の観光化に向けた戦略的な広報に取り組んだところである。

平成22年度取組方針

- (1) 展覧会の充実、多様な連携
- (2) 収蔵品展の充実
- (3) 戦略的な広報及びロダン館の観光ルート化

2 館長公約に対する評価

(1) 館長公約A

【人々の感性を磨き、生活に変化をもたらすような魅力的な展覧会を開催します】

- ・伊藤若沖の水墨画の世界に着目した「伊藤若沖-アナザーワールド-」展を開催し、入館者数、観覧者の満足度、新規来館者率が高い数値を得た。【新規】
- ・「ロボットと美術」展では、美術と科学、さらには近代から現代に至る幅広い対象を扱い、人体表現を考察する新機軸を打ち立てたことで、研究面での独自性が評価された。【新規】
- ・当館のコレクション方針である風景をテーマとした「あなたの愛する風景」展を開催し、88.8%という高いリピート率を得た。【新規】

(2) 館長公約B

【地域や学校教育との連携を深め、質の高い教育・普及活動を展開します】

- ・親子を対象にした鑑賞用ガイドブックを作成した。【新規】
- ・ボランティア組織を改編し、収蔵品を解説するフロアレクチャーの内容を充実した。【新規】
- ・「第2回鑑賞教育指導者研修会」を実施するなど、人材育成に重点を置くとともに、多く教育機関や美術館学芸員に対して、鑑賞教育の重要性を普及することに努めた。
- ・コレクションを活用したプログラムを美術館教室や体験系プログラム等にまで展開し、さらなる充実を図った。
- ・出張美術講座等、学校と連携した館外での教育普及活動を継続して実施した。

(3) 館長公約C

【戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます】

- ・静岡県舞台芸術センター(SPAC)との共催により「ロダンと朗読とピアノの午後～初秋のひととき～」を実施した(9/13)。【新規】
- ・SPACとの共催により「ロダンと朗読とチェロの午後～木枯に眞珠の如きまひるかな～」を実施した(12/16)。【新規】
- ・ロダン館の中に糸を張って空間を演出する中高生向けアートイベント「ART!」を実施した。【新規】
- ・ロダン館《地獄の門》下の床カーペットにダンテ『神曲』の原文、英訳、日本語訳を印字し、《地獄の門》にまつわる物語を分かりやすく伝えるよう工夫した。【新規】
- ・静岡音楽館 AOI との連携による「ロダン賞コンサート」を実施した。【新規】
- ・ムセイオン静岡檜円堂講座を2回(11月3日、1月10日)開催した。【新規】
- ・「ロボットと美術」展と同時開催の静岡ホビーフェア会場内での広報に努めた。【新規】
- ・静岡県立清水南高等学校の協力を得て「夕暮れロダンツアー」を実施した(1/29)。

(4) 館長公約D

【施設の改修を推進し、美術館のアメニティを高めていきます】

- ・本館講堂の舞台照明の交換等の改修工事を行い、利用者の利便性向上を図った。【新規】
- ・収蔵庫絵画ラックの改修工事を実施し、収蔵庫の効率性・利便性の向上を図った。【新規】
- ・草薙駅からのワンコインバス(100円)の利用周知に努めた。

※【新規】は、今年度からの新たな取組。

第2章 達成目標等に対する評価

第2章では、平成22年度当初に掲げた4つの館長公約それぞれについて、評価指標の実績に基づいて自己評価を行った結果を記載した。

自己評価システムでは、4つの館長公約を実現するために取り組むべき項目を具体化した「重点目標」を設定した上で、重点目標それぞれについて、達成状況を評価するための評価指標（＝「達成目標」）を設定している。

したがって、以下では、重点目標を単位に、達成目標の実績、定性的評価指標の状況を記載した上で、その重点目標の達成状況全体に対する自己評価を記載した。

1 館長公約Aの達成状況

【館長公約A】

人々の感性を磨き、生活に変化をもたらすような魅力的な展覧会を開催します

（重点目標1）新たな視点や工夫に基づく自主企画展を積極的に開催します

（達成目標の実績）

| 評価指標 | | H19 | H20 | H21 | H22目標 | H22実績 |
|------|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 1 | 展覧会の来館者数(人) | 184,535 | 190,669 | 119,416 | 195,600 | 266,786 |
| 2 | 自主企画・企画参加型展覧会の回数(回) | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 |
| 3 | 作品やテーマに興味を持った人の割合(%) | 87.5 | 86.0 | 80.9 | 88.0 | 85.2 |
| 4 | 展覧会における新規来館者の割合(%) | 19.7 | 17.3 | 21.4 | 20.0 | 21.5 |

（定性的指標の状況）

| 評価指標5 | 展覧会に対する外部評価（レビュー） |
|-------|--|
| 主な状況 | <p>【伊藤若冲－アナザーワールド－展】 <参加型企画展></p> <p>若冲の墨と彩色という両極を対照的に展示したことで見えてきたものがある。即ち、日本人の持っている美意識の対極である。これを鮮やかに示してくれたことにこの展覧会の意義があろう。会場を若冲前史、初期、着色と水墨、晩期（年）と区分し、理解しやすく工夫しているところに企画者の苦労が偲ばれる。</p> <p>なお、展覧会が大学生以下無料であったことは画期的で、若人が多数見学していた。大変望ましいことである。</p> <p style="text-align: right;">（金原委員）</p> |
| | <p>企画の勝利。水墨画に限ったことがよかったのでは。</p> <p>展覧会名はどうか。ワンダーランドがあったからアナザーワールドなのか。知る人ぞ知ることでもよいと言えばよいのだろうか。このネーミングは賛否あると思うのだが。</p> <p style="text-align: right;">（榎原委員）</p> <p>【ロボットと美術展】 <参加型企画展></p> <p>「ロボットと美術」という主題は、「機械と人間」の問題である以上、近代における重要な関心事のはずである。にもかかわらず、「美術」の分野では未来派などを除くと、ともすれば避けられたり軽視されがちである。ロボット展はそういう点では、まさに中心的にこの問題に対応するものといえるだろう。そういう点では、刺激的で現代的な展</p> |

示といえる。絵画作品や出版物など、20世紀初期の諸試行は、よく調査されていて、展示も興味深かった。

しかし、私見に過ぎないが、第2、第3部門の展示品はまず大衆的で、しばしば商品として流布するものの形が圧倒的に多いこと。やはり個人的な製作物（一般にアートとはそういう方が主であるが）は少ないのか、疑問をもった。つぎに、そういうロボットの大半が戦闘力を最大の魅力にしているらしいことは、前のBOX ARTにも通じるもので、機械≒戦いというのはうんざりする要素である。アニメ類も同様。こういうものをつくる人々に共通する問題があるのかどうか。そうでない分野をもっと展開させることはできないか。第3として私の感じるのは、第2点とも関係あるが、人間と物との重なり合うイメージは、私の知る限りでは16世紀ごろからかと思うが（デューラーの顔面デッサン、D. ベッカフーミのデッサン、W. ホーガース（1724）の版画）、解剖図との関係も無視できない。人体の部品、内臓のあれこれの合成物としての人体観は、アルチンボルト的表現を誘発したと思われるが、これは機械的人体観（G: B. Bracelli 162(?)）→人間機械論→ロボットへの入口でもあろう。ただし、解剖図と機械との重複イメージは、意外に例が少ないようである。「メカ」が戦闘行為へ向い易いとすれば、解剖学的肉体と内臓を利用する、あるいは人間の肉体・筋肉・皮膚を再現させる傾向のものは、村上氏の言及する「不気味の谷」とかかわりが起り易いではなからうか。その傾向のものは四谷シモンとか3-8, 9, 10, 11, 13など、いくつかの出品があったが、概して数が少な過ぎる。「S. M. H」(Sensational Model & Hobby)という雑誌(MOOK)など、「悪趣味」な「オタク」系かもしれないが、無視するには理由が必要ではないか。「オタク」系で、かつ「大衆文化」的でもあるように思われる。疑問とともに記しておきます。

(坂本委員)

人の形というテーマは美術の分野のみならず、日常生活の中にまで深く入り込んだものであるだけに、本展は鑑賞者それぞれに興味の対象は異なるとしても、身近な企画であったと思う。美術という枠組みがかかえる今日の問題、科学技術の産物と人間の生活がいかに並び立つかといったことを含め、多くのことを考えさせる展覧会であった。

開催館3機関の共同企画で、独自にアニメーションを作成して会場で公開するなど意欲的な試みが随所に見られ、学芸員の熱意が伝わって好ましかった。

機械は人間生活に必要な労働を、人に代わって行う機能を担うのが第一の存在意義であろう。それには人型である必要は必ずしもない。図録論考にもあるように、ロボットを人型にしようとする試みの根底には人間の欲望の諸相が見え、そこには、物質に生命的なものを帯びさせようとする意味で、造形行為に通ずるものがある点が興味深い。

(山梨委員)

【あなたの愛する風景展】 <自主企画展>

“あなたの愛する風景”展は収蔵品展に味つけをして多くの県民に見てもらいたいという意図があろうと思われる。このことは今後の収蔵品展のあり方を示すもので評価できる。ブーシェの2点をより理解させるため、フランス・ロココの作家たちの個人所蔵の作品が展示され、時代背景がより分かりやすくなっていた。日本の山水画、風景画との成立のちがいなども考えさせるもので、秋の「ロボットと美術」のマンガやアニメが日本の表象文化を考えさせてくれたのとよき対照となっていた。

(金原委員)

貴美術館の収集方針、活動方針に沿った収蔵作品、それもきわめて良質の収蔵作品を展示公開して、日本人に身に着いた楽しみの一つである風景、山水に遊ぶことを誘う展覧会として成り立っているものと理解しているが、先に記したように、個々の作品解説ではなく（これは充実している）、展覧会全体を読み解く指標を、もう少し鮮明に打ち出してもよかったのではないだろうか。もちろん、描かれた東西の自然を楽しんでください、だけでもいいとは思いますが、これなら、歯切れよく、押しつけがましく言った方がよかったのではないか。

(潮江委員)

(参考指標の状況)

・展覧会の開催状況

(単位：人)

| 展 覧 会 名 | | 期 間 | 観覧者見込み | 観覧者実績 |
|-----------------|--------------------------------|---------------------|---------|---------|
| 企 画 展 | ○伊藤若冲-アナザーワールド-展 | 4/10～ 5/16 (33 日間) | 21,000 | 54,937 |
| | トリノ・エジプト展 | 6/12～ 8/22 (62 日間) | 83,000 | 139,355 |
| | ○ロボットと美術展 | 9/18～ 11/7 (44 日間) | 15,600 | 16,197 |
| | ◎出会えます。あなたの愛する風景展 | 11/16～12/23 (33 日間) | 13,600 | 8,417 |
| | 帰ってきた江戸絵画 ニューオリンズ ギッター・コレクション展 | 2/5～3/27 (44 日間) | 17,800 | 12,955 |
| 収蔵品展 | | 年 間 | 17,000 | 12,526 |
| 第 50 回記念静岡県芸術祭 | | 8/31～9/12 (12 日間) | 10,000 | 5,729 |
| 第 20 回富嶽ビエンナーレ展 | | 1/2～1/30 (26 日間) | 14,000 | 14,091 |
| 計 | | | 192,000 | 264,207 |
| 移動美術展 | 川根本町 | 11/11～11/14 (4 日間) | 600 | 636 |
| | 島田市 | 1/15～2/27 (38 日間) | 3,000 | 1,943 |
| 合 計 | | | 195,600 | 266,786 |

◎は自主企画展 ○は参加型企画展

・自主企画展等の個別分析

(単位：%)

| 区 分 | | 伊藤若冲展 | ロボットと美術展 | あなたの愛する風景展 |
|-------------------|-----|-------|----------|------------|
| 観覧者の性別 | 男 性 | 31.9 | 51.8 | 31.8 |
| | 女 性 | 68.1 | 48.2 | 68.2 |
| 観覧者満足度 | | 93.5 | 90.0 | 88.7 |
| リピート観覧者 | | 76.3 | 70.5 | 88.8 |
| 新規観覧者 | | 23.7 | 29.5 | 11.2 |
| 新規観覧者満足度 | | 88.0 | 92.5 | 89.5 |
| 作品やテーマに興味を持った人の割合 | | 93.1 | 81.3 | 81.4 |
| 地域別観覧者数 | 中 部 | 48.5 | 58.5 | 57.7 |
| | 西 部 | 17.2 | 13.0 | 15.4 |
| | 東 部 | 17.2 | 11.9 | 17.7 |
| | 県 外 | 17.2 | 16.7 | 9.1 |

<分析と評価>

- ・他館との連携による参加型企画展として「伊藤若冲-アナザーワールド」展、「ロボットと美術」展、自主企画展として「あなたの愛する風景」展を開催した。
- ・「伊藤若冲-アナザーワールド-」展は、伊藤若冲に対する一般的な評価が着色画に偏りがちであることに対し、水墨画に着目することによって絵師の新たな魅力を提示したものである。調査・研究による新知見、一般的な若冲に対する興味・関心の高さ等により、目標の約2倍に及ぶ観覧者数(54,937人)を達成することができた。特に観覧者の満足度(93.5%)、作品やテーマに興味を持った人の割合(93.1%)が高い数値を示した。また県外在住者(17.2%)、新

規来館者（23.7%）も過去の例に比して高い数値を示し、広範囲にわたる新たな顧客層の開拓につながった。

- ・「ロボットと美術」展は、人体表現をテーマとして、ジャンルとしての“美術”または“科学”に限らず、近代から現代に至る幅広い対象を扱った企画で、その独自性が評価された。またHPやツイッターを活用した広報、学芸員の共同シナリオによるオリジナルアニメーションの作成等、企画趣旨と連動した新たな試みを行い、展覧会を独自性あるものとすることに努めた。観覧者数が目標を超えたのに加えて、来館者の属性として男性（51.8%）、県外在住者（16.7%）、新規来館者率（29.5%）が、過去の平均値と比較していずれも高い数値を示し、当館の企画展としては際立った特徴を示した。
- ・「あなたの愛する風景」展は、当館の活動方針である風景画をテーマとしたコレクション展で、リピート観覧者率（88.8%）が高い数値を示し、コアな利用者層のニーズに応えるものとなった。

（重点目標2）他の美術館・大学との連携を進め、企画力を強化します

（達成目標の実績）

| 評価指標 | | H19 | H20 | H21 | H22 目標 | H22 実績 |
|------|---------------------|-----|-----|-----|--------|--------|
| 6 | 調査研究の発表件数（種類別）（回） | ※10 | 14 | 11 | 10 | 14 |
| 7 | 内部セミナー・研究会・研修の回数（回） | 12 | 12 | 14 | 14 | 12 |
| 8 | 大学等と連携した取組件数（件） | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 |
| 9 | インターンシップの受入人数（人） | - | 4 | 2 | 4 | 4 |

※調査研究の発表件数とは、主な論文（カタログ論文・研究紀要・学术论文・学会発表等）の発表件数である。

なお、詳細は「別添参考資料1 平成22年度 調査・研究に関する自己点検評価報告書」を参照。

（定性的指標の状況）

| 評価指標 10 | 調査研究に関する外部評価（レビュー） |
|---------|--|
| 主な状況 | <p>①研究紀要 南美幸「ゼバルト・ペーハム『ヘラクレスの事績』について」 表面1で記したように研究条件はあまりよくないので、苦勞に比して成果は挙らないことは想像できる。ヘラクレスの図像も、よく知られた主題の割に比較作品が少ないことに気づかされた。 資料調査や文献の利用についても、よく努力していることが理解できるが、何かもの足りないものを感じるのはなぜなのか、私自身よく説明できない。敢えて言葉にすると「小ものの作家」たち相互の様式や表現の類似や差異（同じことをデューラーやクラーナハなどとも）などへの言及があってもよかったかもしれないと思われるが…。</p> <p style="text-align: right;">（坂本委員）</p> <p>②研究紀要 泰井良「児島善三郎《箱根》に関する考察」 風景に限って児島作品を検討している。それが内容を濃いものになっているが、人物、静物などにも研究を深めていてもらいたい。 戦前から（大正11年頃）戦後（昭和37年）まで40年の作品は、日本洋画の近代から現代への歩みを如実にしめしている。もう一つの代表作《アルプスへの道》（昭和26年）にも10年後の《熱海》についても、どのようにしてそうした代表作が生まれたか、その創作の秘密に逼ってもらいたい。</p> <p style="text-align: right;">（金原委員）</p> |

児島善三郎は明治期から我国の油彩画家の課題であった「日本の洋画」の確立に取り組み、興味深い制作をした作家である。特に1930年代に自らが「新日本主義」を提唱した時期の作品は、文人画、琳派など、日本絵画の歴史的蓄積とそれについての調査研究、すなわち日本美術史の編纂とその普及を踏まえており、日本洋画史を語る上で欠かせない存在である。本稿は、館蔵品となっている児島の1930年代の作品である《箱根》に見られる画風が戦中期に揺らぎを見せ「写實的」になっていることについて戦争との関連を指摘している。今後の課題について以下を指摘しておきたい。

1) 所蔵作品についての論考なので、作品や額等についての基礎データ、目視によって得られる作品についての情報を記述してほしかった。作品を額からはずし、直接に絵肌やカンヴァスの裏を見られるのは学芸員の特権であるが、情報の共有化が望まれる。

2) 本稿では作家自筆の文献が作品解釈の論拠としてたびたび引用されている。作家のことばが作品解釈に重要な資料となるのは疑いないが、一方でその客観性については検証が必要である。特に1930年、40年代は思想統制が行われていたことを踏まえる必要がある。

3) 絵画におけるリアリズムの問題は常に大変大きく、戦中、戦後のそれについては、1946年から数年間、林文雄、土方定一、植村鷹千代らによって行われたリアリズム論争が作家をもまきこんだものとして知られる。そうしたコンテクストに本稿を位置づけて論を展開すれば、より意義深いのではないか。

(山梨委員)

<分析と評価>

- ・「伊藤若冲ーアナザーワールド」展は、千葉市美術館、「ロボットと美術」展は、青森県立美術館・島根県立石見美術館との相互協力による企画展である。日頃の美術館及び学芸員同士の連携が企画力を高めることにつながった。
- ・「日本絵画の400年ー狩野派から現代美術までー」展は、収蔵品を活用した、島田市博物館との共同企画による展覧会である。観覧者数が目標値を下回ったが、県内他館との連携強化という点で、拠点館である島田市博物館との協力関係を強化していくことは今後の課題である。
- ・インターンシップでは、展覧会企画への参画、コレクションセルフガイド作成等、具体的な成果を上げた。

(重点目標3) 特徴あるコレクションを形成し、効果的に活用します

(達成目標の実績)

| 評価指標 | | H19 | H20 | H21 | H22 目標 | H22 実績 |
|------|-------------------------------|--------------|--------------|---------------------------|--------------|-------------------------|
| 11 | 収蔵品展の観覧者数 (人) | 18,196 | 17,850 | 18,042 | 17,000 | 12,526 |
| 12 | 収蔵品の公開件数 (貸出し含む) (件) | 465 | 446 | 496 | 500 | 337 |
| 13 | 作品購入件数・購入価格 (基金対応額) (件・千円) | 2 29,896 | 3 12,757 | 3 133,350 (113,400) | 3 20,000 | 4 98,400 (86,000) |
| 14 | 作品寄贈件数・評価価格 (件・千円) | 23 26,435 | 47 69,625 | 20 22,950 | 10 10,000 | 2 92,500 |

(定性的指標の状況)

| | |
|---------|---|
| 評価指標 15 | 公開または貸し出した展覧会における作品の位置付け等に関する学芸員レポート |
| 主な状況 | (西洋画・ロダン・彫刻) 近年、当館のコレクションは海外の展覧会に貸出・出品される機会が増えた。今年度、イタリアで開催された「ヴィンセント・ヴァン・ゴッホ：永遠の田園、近代の都 |

市」展に、ポール・ゴーギャンの《家畜番の少女》が展示された。この展覧会は、副題にあるように、ゴッホとその同時代人による主題選択の二面性に焦点を当てたものである。すなわち、一つは理想化された永遠の田園生活、他方は変わりゆく現代生活で、これら相反する主題のうち、当館のゴーギャン作品は前者の好例として出品された。

(日本画)

「楊谷と元旦」展（鳥取県立博物館）に谷文晁《連山春色図》、円山応挙《木賊兎図》及び島田元旦《秋江独釣図》（寄託品）を出品、両画家の画業の再評価・再認識を目指した学術的にも意義深い展覧会であり、その中でそれぞれの作品が重要な位置を占めた。「円山応挙 空間の創造」（三井記念美術館）に円山応挙《竹雀図屏風》を出品、応挙の画業について空間という視点から再検証する中で、テーマに関する重要作品として位置付けられた。また「神々のすがた 古事記と近代美術」（島根県立石見美術館）に横山大観《日出処日本》、鈴木松年《日本武尊・素戔鳴尊》（いずれも寄託品）を出品、近代美術における古事記の意義について考察する文脈において各作品の新たな意義が見出されることとなった。なお、今年度は依頼に基づき計 14 件の寄託作品を貸し出した。調査・展覧会活動等を通してお預りすることとなったこれら寄託作品の充実は、日頃の地道な活動の意義を示すものといえる。

(日本洋画)

徳川慶喜《風景》が、「家康と慶喜」展（静岡市美術館）に出品され、他の徳川慶喜の油彩画とともに比較展示されたことで、当館所蔵作品の美術史的な位置付けが明確になった。また清水登之《セーヌ河畔》及び高島達四郎《エトルタ》が、「セーヌ川の流れて沿って」（ブリヂストン美術館・ひろしま美術館）に出品されたことで、その芸術・地理学的な視点が新たに見出される結果となったことは、今後の当館の所蔵品研究にとって大きな成果である。

(現代美術)

小谷元彦《SP1 'Beginning' (The Whorl of Lanugo01)》ほか 2 点が、「小谷元彦」展（森美術館）に出品された。この作家の制作経歴における転換期の主要作品群のひとつとして、重要な位置を示した。本展は、平成 23 年度に当館にも巡回することとなり、収蔵品がとりもつ他館との連携事業のひとつともなった。寄託品では、オノデラユキ作品が東京都写真美術館へ、辻晋堂作品が神奈川県立近代美術館（葉山館）と鳥取県立博物館へ、小西真奈作品が神奈川県立近代美術館（鎌倉別館）へ貸し出され、それぞれの作家の作風変遷を知る好機となった。

(参考指標の状況)

作品購入の内容

| 作者名 | 作品名 | 材質・形状 | 価格(単位・千円) |
|------------|---------------------------|-------------|-----------|
| フランソワ・ブーシェ | 石橋のある風景/ 水車のある風景【2点1組】 | 油彩・キャンヴァス | 86,000 |
| 伊藤若冲ほか諸家 | 縮地妙詮帖 | 画帖一冊 | 3,950 |
| ゼバルト・ベーハム | ヘラクレスの事蹟 | 紙・エングレーヴィング | 3,200 |
| 原勝郎 | 風景 | 油彩・キャンヴァス | 5,250 |

<分析と評価>

- ・収蔵品展の観覧者数は、目標の 17,000 人に及ばず、12,526 人とどまり、コレクション活用の方法に課題を残す結果となった。
- ・収蔵品の公開件数については、目標を下回った。収蔵品展の会期を長くしたため、一度に展示する作品数が減少したことによるものである。一方、会期を長くしたことで、作品をじっ

くりと鑑賞してもらえたことに加えて、教育・普及事業に重点を置くことができた。

- 作品購入件数は、基金による作品購入額が加わったため、昨年同様、増加した。通常の作品購入枠の予算が年々減少している中で、基金により収集方針に合致する西洋画（フランソワ・ブーシェの風景画）2点1組を購入できたことは、特色あるコレクション形成に大きく寄与したといえる。
- 例年同様、作品の寄贈があった。なかでも県内企業はごろもフーズ株式会社より《富士三保松原図屏風》を寄贈いただいたことは、当館の「風景画コレクション」の充実に大きく寄与するものである。
- 当館収蔵品の貸出については、他館開催の意義深い展覧会への出展要請を受け、それぞれが展覧会コンセプトに対して重要な位置を占める役割を果たしたと同時に、当館コレクションの普及にも寄与した。

2 館長公約Bの達成状況

【館長公約B】

地域や学校教育との連携を深め、質の高い教育・普及活動を展開します

(重点目標1) 質の高い普及プログラムを開発します

(達成目標の実績)

| 評価指標 | | H19 | H20 | H21 | H22 目標 | H22 実績 |
|------|-----------------------|-----|-----|-----|--------|--------|
| 16 | 学校教育と連携した取組数 (件) | 290 | 385 | 305 | 350 | 348 |
| 17 | 鑑賞系プログラム数 (件) | 11 | 15 | 13 | 13 | 13 |
| 18 | コレクションを活用したプログラム数 (件) | 14 | 16 | 17 | 16 | 19 |

(定性的指標の状況)

| 評価指標 19 | 普及・教育プログラムに関する美術館職員のレポート |
|---------|---|
| 主な状況 | <ul style="list-style-type: none"> ・学校教育との連携機会が増え、さらに連携の目標を学校と共有するまで発展してきた。 ・教育普及における人材育成にも力を入れ、特に教員研修やインターンシップは具体的な取組によって成果をあげることができた。 ・鑑賞系プログラムの一部は、実技系プログラムとセットにすることで相互の動機付けにつながり充実した内容になった。 ・実技系プログラムでは、コレクションをテーマにしたものを実施することで、プログラムの目的や到達目標が明確化し、質が高まったとともに、講師の作家性を前面に出した個性的なワークショップは参加者の興味をひく魅力的な内容となった。 |

(参考指標の状況)

普及プログラムの実績(定量的評価の内訳)

| プログラム名 | 学校教育と連携した取組数 | 人数 | 鑑賞系プログラム数 | コレクションを活用したプログラム数 |
|---|--------------|-------|-----------|-------------------|
| 特別講演会 | 0 | 853 | ○ | |
| 美術講座 | 1 | 388 | ○ | ○ |
| 鑑賞講座 | 0 | 175 | ○ | ○ |
| 日本画をじかに見る | 1 | 45 | ○ | ○ |
| フロアレクチャー | 1 | 1,021 | ○ | ○ |
| 講演会シリーズ「風景」を考える | 0 | 112 | ○ | ○ |
| ギャラリーツアー (学校) | 33 | 3,884 | ○ | ○ |
| オリエンテーション | 86 | 5,723 | ○ | ○ |
| 出張ロダン体操 | 1 | 63 | | ○ |
| タッチツアー | 2 | 23 | ○ | ○ |
| 展覧会関連普及事業 (高校生ギャラリートーク、ヒエログリフを 解読せよ、エジプト古代文字を石に彫る、第 2回鑑賞教育指導者研修会等) | 12 | 2,865 | ○ | ○ |
| 音のかけらWS | 6 | 106 | | ○ |
| 美術館の秘密を探れ | 11 | 115 | | |
| ロダン館ななふしぎ | 15 | 1,091 | ○ | ○ |

| | | | | |
|---------------|-----|--------|----|----|
| 色彩アトリエスペシャル | 0 | 52 | | ○ |
| 粘土開放、絵の具開放 | 0 | 3,449 | | |
| ロダン館デッサン会 | 0 | 427 | | ○ |
| ロダン館コンサート | 0 | 617 | | ○ |
| ロダン館デッサン実習 | 12 | 303 | | ○ |
| 技法セミナー | 0 | 2,244 | ○ | ○ |
| 実技講座 | 0 | 192 | | ○ |
| 出張美術講座 | 55 | 4,140 | ○ | ○ |
| 教員研修 | 7 | 38 | | |
| 職場体験 | 8 | 106 | | |
| 粘土教室、絵具教室 | 70 | 8,290 | | |
| 貸出し（粘土、レプリカ等） | 23 | 25 | | |
| 合計 | 348 | 36,347 | 13 | 19 |

<分析と評価>

- ・鑑賞系プログラムは、レクチャーや対話型だけでなく、親が子に対話しながら鑑賞するためのガイドブックを作成するなど、他館にない取組ができた。
- ・学校との連携における大きな成果としては、多くの教育関係者や他館の学芸員に、言語活動を大切にしている鑑賞教育が教室で行われていることが伝わったことである（第2回鑑賞教育指導者研修会（教員向け）「出張美術講座実施校の事例発表」より）。
- ・コレクションを活用したプログラムは、美術館教室や体験系プログラムにも広げており、今後は、レプリカの追加作成も視野に入れた体制づくりが必要であると考えている。

（重点目標2）講座・講演会等を充実します

（達成目標の実績）

| 評価指標 | | H19 | H20 | H21 | H22 目標 | H22 実績 |
|------|--------------------|-----|-----|-----|--------|--------|
| 20 | 講演会等の開催回数（回） | 211 | 240 | 173 | 210 | 179 |
| 21 | 学芸員のフロアレクチャー等の数（回） | 17 | 58 | 86 | 130 | 123 |

（参考指標の状況）

講演会等の開催回数（プログラム別）

| | プログラム内容 | 回数 |
|---|----------------|----|
| 1 | 学芸員 オリエンテーション | 20 |
| 2 | 学芸員 美術講座 | 9 |
| 3 | 学芸員 鑑賞講座 | 6 |
| 4 | 学芸員 日本画のじか見 | 1 |
| 5 | 学芸員 フロアレクチャー | 30 |
| 6 | 学芸員 出張美術講座 | 55 |
| 7 | 特別講演会【外部講師による】 | 8 |

| | | |
|----|----------------------------|-----|
| 8 | 美術講座【外部講師による】 | 0 |
| 9 | 「あなたの愛する風景展」ボランティアギャラリーツアー | 3 |
| 10 | 収蔵品展ボランティアギャラリーツアー | 45 |
| 合計 | | 177 |

(注)「2 学芸員 美術講座」は、美術作品について美術史の知識等を用いながら解説をする講座であり、「3 学芸員 鑑賞講座」は、例えば親子の鑑賞者に対して、解説を交えながら、作品をじっくりとご覧いただく講座である。

<分析と評価>

- ・講座・講演会等の回数は、改修工事期間中の昨年度とほぼ同様であるが、一昨年度以前に比べると減少した。その要因は、今年度のボランティア組織の改変に伴って、スタイルや回数を変更したことで、ボランティアによるギャラリーツアーの回数が半分程度に減少したためである。回数は減少したが、対象を収蔵品に限定したことで、ナビゲーターを務めるボランティアの収蔵品に対する理解が深まると同時に、一般観覧者への収蔵品の普及にも寄与した。
- ・学芸員による講座・講演会は、回数を増加して実施した。特に、増加したのは、フロアレクチャーで、「トリノ・エジプト展ギャラリートーク」(7回)、「あなたを愛する風景」展(3回)である。
- ・出張美術講座は、昨年度と同じ 55 回実施した。学校側が、美術館の役割や意義を改めて認識するようになってきたことは成果の一つである。

(重点目標 3) 地域住民・企業・NPO等と連携した美術館活動を充実します

(達成目標の実績)

| 評価指標 | | H19 | H20 | H21 | H22 目標 | H22 実績 |
|------|--------------------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|
| 22 | 地域住民等と連携した取組数(件) | 2 | 10 | 6 | 4 | 6 |
| 23 | 館内空間を生かした催事の件数・参加者数(件・人) | 90 5,400 | 101 4,054 | 34 6,506 | 90 5,500 | 62 4,908 |

(定性的指標の状況)

| 評価指標 24 | 地域住民等と連携した取組に関する美術館職員のレポート |
|---------|---|
| 主な状況 | <p>・前年度の募集・研修を経て、平成 22 年度より新規ボランティア活動が始動した。グループ個々の担当職員を通じて美術館とより密な連絡調整ができるようになり、美術館繁忙期の来館者案内や学校団体観覧に対するきめ細かな対応等で活躍する姿が多く見られた。一方、グループによっては活動人数の不足等による課題も見られ、残り 2 年の活動(任期 3 年)及び次回再募集に向けて、より充実したボランティア活動のための改善策を継続的に検討していく必要がある。</p> <p>・ボランティア・地域連携 草薙ツアーグループによる地域連携活動——草薙のんびりツアー、美術館での茶会、彫刻プロムナード茶畑保存の手伝い等——を継続・発展させた。特に第 7 回草薙のんびりツアー(美術館周辺地域の散策ツアー 10/3)では、隣接する県立大学の薬学部の協力を得て薬草園の見学を組み込み、美術館と周辺機関を含む地域の魅力発掘に貢献した。</p> <p>・上記ツアーをきっかけとして、地域住民—大学—美術館との連携により特別公開講座「薬草のお話」(薬草に関する講演+美術館企画展のオリエンテーション+彫刻プロムナード茶畑での茶の試飲等 3/26)を開催し、新たな連携協力体制を作ることができた。</p> |

<分析と評価>

- ・新組織で活動を開始したボランティア活動は、「来館者サービスの充実」、「美術館運営支援」、「地域連携の推進」を活動の基本方針としており、各グループ活動を通して、この3点が充実してきている。ボランティアによる日常的な活動は、市民連携の重要な要素であり、また新組織についての検証と改善は継続的な課題である。
- ・「ムセイオン静岡」（谷田地区文化連携機関）による初の講座を実施した。今後も多分野の文化施設との連携を促進し、積極的な文化の情報発信を行う必要がある。

3 館長公約Cの達成状況

【館長公約C】

戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます

(重点目標1) 広報戦略を策定し、広報の質を高めます

(達成目標の実績)

| 評価指標 | | H19 | H20 | H21 | H22目標 | H22実績 |
|------|------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 24 | 美術館に関する情報が「入手しやすい」とする人の割合(%) | 67.9 | 69.8 | 66.5 | 70.0 | 69.4 |
| 25 | ホームページへのアクセス件数(件) | 164,500 | 164,000 | 147,225 | 170,000 | 353,500 |
| 26 | ホームページの満足度(%) | 70.0 | 74.3 | 71.9 | 70.0 | 74.3 |

<分析と評価>

- ・「美術館に関する情報が「入手しやすい」とする人の割合(%)」と「ホームページの満足度(%)」は、昨年度は低下したが、今年度はともに過去3年間で最も高い平成20年度並みに回復した。昨年度に数値が低下した主な要因は、改修工事期間中に、ホームページの更新頻度が減少したことによるものと推測される。一方で、3年間連続して行ってきたホームページのリニューアル作業が、平成21年度末に完了し、質量ともに内容が充実してきたことが数値回復の要因の一つと考えられる。
- ・「ホームページのアクセス件数」は、前年度比の2倍となった。このことは、インターネットの普及率が増え、日常的な利用人数が増えてきたことを示している。情報発信ツールとしてのホームページは、より一層重要度を増しており、今後も魅力あるページ作りが必要である。

(重点目標2) 観光などとの連携や新たな広報チャンネルの開拓に取り組みます

(達成目標の実績)

| 評価指標 | | H19 | H20 | H21 | H22目標 | H22実績 |
|------|----------|-----|-----|-----|-------|-------|
| 28 | 取材の件数(件) | - | 40 | 21 | 30 | 58 |

(定性的指標の状況)

| 評価指標 29 | 広報手法における新たな取組状況に関する美術館職員のレポート |
|---------|--|
| 主な状況 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 展覧会「トリノ・エジプト展」で共催先のテレビ局へ働きかけ、近隣県へ積極的な広報活動を行った。 ・ 展覧会「ロボットと美術」展では、静岡ホビーフェアを主催している静岡市及び静岡市旅館協同組合と連携して、共通チラシを作成し、チラシ持参者の相互入場料を割引とするなど、同フェア会場の県内外の来場者に対する誘客活動を行った。 ・ 各企画展でブログを開設し、情報の発信に努めた。 |

<分析と評価>

- ・「トリノ・エジプト展」は、当館が最終会場ということと、会期が夏休みを含む期間であることから、近隣県への効果的な広報による誘客に成功した。また「ロボットと美術」展における

静岡ホビーフェア会場内での広報は、展覧会内容に応じた効果的な告知ができ、県外の多くの来場者に当館の活動と存在を広くアピールすることができた。

- ・ブログによる情報発信は、従来の Web サイトとは異なり、新たな広報ツールとして期待できる。

(重点目標 3) ロダン館の認知度を高め、来館者を増やします

(達成目標の実績)

| 評価指標 | | H19 | H20 | H21 | H22 目標 | H22 実績 |
|------|--------------|--------|--------|--------|--------|---------|
| 30 | ロダン館の入館者数(人) | 74,290 | 81,771 | 45,751 | 80,000 | 131,240 |

<分析と評価>

- ・ロダン館の入館者数は、目標者数を大きく上回ったが、これは「伊藤若冲-アナザーワールド-」展、「トリノ・エジプト展」の目標を大きく上回る来館者数によるものと考えられ、ロダン館の広報・周知による効果については、さらなる検証が必要である。
- ・しかし、静岡県舞台芸術センター (SPAC) との共催による詩の朗読、ロダン作品を人工照明で見せる「夕暮れロダンツアー」、静岡音楽館 AOI との連携による「ロダン賞コンサート」、ロダン館の中に糸を張って空間を演出する中高生向けアートイベント「ART!」といった新規事業を実施したことは、従来の美術ファン以外の新たな顧客を開拓し、ロダン館の空間活用の幅を広げ、ロダン館の観光資源としての魅力を発信する上で一定の効果があったと考えられる。
- ・今後は、前述のロダン館を活用した事業を引き続き実施すると同時に、旅行会社・観光協会等を対象としたプレゼンテーションの実施や、学芸員によるロダン彫刻の解説の定期的な実施を検討する必要がある。

4 館長公約Dの達成状況

【館長公約D】

施設の改修を推進し、美術館のアメニティを高めていきます

(重点目標1) 館内施設を充実し、満足度を高めます

(達成目標の実績)

| 評価指標 | | H19 | H20 | H21 | H22目標 | H22実績 |
|------|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 31 | 美術館利用者数(内訳)(人) | 373,556 | 389,194 | 221,185 | 359,600 | 459,489 |
| 32 | 鑑賞環境に対する満足度(%) | 87.1 | 87.4 | 84.4 | 90.0 | 89.8 |
| 33 | レストラン・カフェ利用者の満足度(%) | 61.7 | 54.5 | 68.8 | 70.0 | 53.8 |
| 34 | ミュージアムショップ利用者の満足度(%) | 76.9 | 80.6 | 84.4 | 80.0 | 85.6 |

(参考指標の状況)

・利用者数の内訳

(単位：人)

| 区分 | H22目標 | H22実績 |
|-----------------|---------|---------|
| 展覧会観覧者数 | 192,000 | 264,207 |
| 移動美術展 | 3,600 | 2,579 |
| 教育普及プログラム参加者数 | 22,000 | 36,347 |
| ミュージアムコンサート入場者数 | 2,000 | 1,507 |
| 県民ギャラリー入場者数 | 68,000 | 58,211 |
| 講堂入場者数 | 6,000 | 7,275 |
| レストラン利用者数 | 38,000 | 52,928 |
| ミュージアムショップ利用者数 | 23,000 | 32,533 |
| 図書閲覧室利用者数 | 5,000 | 3,902 |
| 合計 | 359,600 | 459,489 |

<分析と評価>

- ・「トリノ・エジプト展」の影響で、展覧会観覧者数が大幅に増加し、利用者数が増加した。
- ・講堂舞台照明の交換等の改修工事を行い利用者の利便性の向上を図った。
- ・本館外壁の劣化部分を点検調査し、落下防止のための補修を実施し、来館者の安全に配慮した環境整備を行った。
- ・既設の本館屋上のソーラーパネルが老朽化したため、全てのソーラーパネルを更新するとともに、太陽光発電パネルを設置し、美術館で使用する電力量の抑制を図った。また本館の照明灯をLED電球に交換した。
- ・収蔵庫絵画ラックの改修工事を実施し、収蔵庫の効率性・利便性の向上に努めた。
- ・カフェについての検討が必要であると考えられる。

(重点目標2) 周辺環境やアクセス環境の向上を図ります

(達成目標の実績)

| 評価指標 | | H19 | H20 | H21 | H22目標 | H22実績 |
|------|----------------|------|------|------|-------|-------|
| 35 | 来館者のアクセス満足度(%) | 78.1 | 76.4 | 78.0 | 80.0 | 75.8 |
| | | 80.1 | 80.7 | 75.8 | | 72.0 |

※ 実績の上段：公共交通機関で来館した方、下段：自家用車で来館した方

<分析と評価>

- ・「来館者のアクセス満足度」については、目標の 80%を下回った。「伊藤若冲-アナザーワールド-」展や「ロボットと美術」展等の県外からの来館者には、アクセス満足度が低いと考える。
- ・1号園路西側遊歩道の樹木の根を除去する等の舗装面を改修する工事を行った。また中央図書館と県立大学の中の遊歩道の危険箇所についても部分改修工事を実施し、周辺環境を整備した。
- ・公共交通機関利用者からのアクセスの問合せに対して、「JR 草薙駅から 20 分間隔で運行する 100 円バスを利用するのが便利であること」を引き続き周知するよう配慮した。
- ・駐車場の確保について、来館者の多い企画展の土、日、休日には、隣接する県立大学の職員駐車場を借用し、美術館来館者用に充てた。併せて、県立大学で実施する各種試験の受験者が、美術館駐車場に乗り入れないように事前に看板を設置し、ホームページに掲載すると同時に、交通警察員を増員して渋滞車両の交通整理を行い、美術館来館者の駐車場を確保に努めた。

第3章 評価指標等の状況

第3章では、第2章で記載した自己評価の基礎となった評価指標等の実績データについて整理して記載した。

1 評価指標（定量的指標）

| 評価指標 | | H17実績 | H18実績 | H19実績 | H20実績 | H21実績 | H22目標 | H22実績 |
|---|--------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------------------|--------------|-------------------------|
| 館長公約A 人々の感性を磨き、生活に変化をもたらすような魅力的な展覧会を開催します | | | | | | | | |
| 重点目標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 | 展覧会の来館者数(人) | 129,768 | 222,608 | 184,535 | 190,669 | 119,416 | 195,600 | 266,786 |
| 2 | 自主企画・企画参加型展覧会の回数(回) | 6 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 |
| 3 | 作品やテーマに興味を持った人の割合(%) | - | 86.8 | 87.5 | 86.0 | 80.9 | 88.0 | 85.2 |
| 4 | 展覧会における新規来館者の割合(%) | 17.2 | 22.7 | 19.7 | 17.3 | 21.4 | 20.0 | 21.5 |
| 重点目標2 大学・他美術館との連携・交流を進め、企画力を強化します | | | | | | | | |
| 6 | 調査研究の発表件数(種別)(回) | 166 | 172 | ※10 | 14 | 11 | 10 | 14 |
| 7 | 内部セミナー・研究会・研修の回数(回) | 11 | 11 | 12 | 12 | 14 | 14 | 12 |
| 8 | 大学等と連携した取組件数(件) | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 |
| 9 | インターンシップの受入人数(人) | - | - | - | 4 | 2 | 4 | 4 |
| 重点目標3 特徴あるコレクションを形成し、効果的に活用します | | | | | | | | |
| 11 | 収蔵品展の観覧者数(人) | 16,864 | 13,265 | 18,196 | 17,850 | 18,042 | 17,000 | 12,526 |
| 12 | 収蔵品の公開件数(貸出し含む)(件) | 668 | 557 | 465 | 446 | 496 | 500 | 337 |
| 13 | 作品購入件数・購入価格(基金対応額)(件・千円) | 11 40,834 | 4 6,388 | 2 29,896 | 3 12,757 | 3 133,350 (113,400) | 3 20,000 | 4 98,400 (86,000) |
| 14 | 作品寄贈件数・評価価格(件・千円) | 3 5,300 | 10 46,200 | 23 26,435 | 47 69,625 | 20 22,950 | 10 10,000 | 2 92,500 |
| 館長公約B 地域や学校教育との連携を深め、質の高い教育・普及活動を展開します | | | | | | | | |
| 重点目標1 質の高い教育・普及プログラムを開発します | | | | | | | | |
| 16 | 学校教育と連携した取組数(件) | - | - | 290 | 385 | 305 | 350 | 348 |
| 17 | 鑑賞系プログラム数(件) | - | - | 11 | 15 | 13 | 13 | 13 |
| 18 | コレクションを活用したプログラム数(件) | - | - | 14 | 16 | 17 | 16 | 19 |

※調査研究の発表件数とは、主な論文(カタログ論文・研究紀要・学術論文・学会発表等)の発表件数である。

なお、詳細は「平成22年度 調査・研究に関する自己点検評価報告書」を参照。

| | 評価指標 | H17実績 | H18実績 | H19実績 | H20実績 | H21実績 | H22目標 | H22実績 |
|-------------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|--------------|
| 重点目標2 講座・講演会等を充実します | | | | | | | | |
| 20 | 講演会等の開催回数(回) | 283 | 214 | 211 | 240 | 173 | 210 | 177 |
| 21 | 学芸員のフロアレクチャー等の数(回) | 31 | 16 | 17 | 58 | 86 | 130 | 123 |
| 重点目標3 地域住民、企業、NPO等と連携した美術館活動を充実します | | | | | | | | |
| 22 | 地域住民等と連携した取組数(件) | 2 | 2 | 2 | 10 | 6 | 4 | 6 |
| 23 | 館内空間を生かした催事の件数・参加者数(件・人) | 61 3,504 | 92 5,914 | 90 5,400 | 101 4,054 | 34 6,506 | 90 5,500 | 62 4,908 |
| 館長公約C 戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます | | | | | | | | |
| 重点目標1 広報戦略を策定し、広報の質を高めます | | | | | | | | |
| 24 | 美術館に関する情報が「入手しやすい」とする人の割合(%) | 71.5 | 69.7 | 67.9 | 69.8 | 66.5 | 70.0 | 69.4 |
| 25 | ホームページへのアクセス件数(件) | 103,500 | 155,400 | 164,500 | 164,000 | 147,225 | 170,000 | 353,500 |
| 26 | ホームページの満足度(%) | 69.6 | 77.8 | 70.0 | 74.3 | 71.9 | 70.0 | 74.3 |
| 重点目標2 観光などとの連携や新たな広報チャンネルの開拓に取り組みます | | | | | | | | |
| 28 | 取材の件数(件) | - | - | - | 40 | 21 | 30 | 58 |
| 重点目標3 ロダン館の認知度を高め、来館者を増やします。 | | | | | | | | |
| 30 | ロダン館の入館者数(人) | 62,768 | 105,545 | 74,290 | 81,771 | 45,751 | 80,000 | 131,240 |
| 館長公約D 施設の改修を推進し、美術館のアメニティを高めていきます | | | | | | | | |
| 重点目標1 館内施設を充実し、満足度を高めます | | | | | | | | |
| 31 | 美術館利用者数(内訳)(人) | 289,763 | 423,834 | 373,556 | 389,194 | 221,185 | 359,600 | 459,489 |
| 32 | 鑑賞環境に対する満足度(%) | 89.6 | 84.6 | 87.1 | 87.4 | 84.4 | 90.0 | 89.8 |
| 33 | レストラン・カフェ利用者の満足度(%) | 63.2 | 57.1 | 61.7 | 54.5 | 68.8 | 70.0 | 53.8 |
| 34 | ミュージアムショップ利用者の満足度(%) | 89.3 | 77.1 | 76.9 | 80.6 | 84.8 | 80.0 | 85.6 |
| 重点目標2 周辺環境やアクセス環境の向上を進めます | | | | | | | | |
| 35 | 来館者のアクセス満足度(%) | ※82.4 76.0 | 78.9 67.3 | 78.1 80.1 | 76.4 80.7 | 78.0 75.8 | 80.0 | 75.8 72.0 |

※35 上段：公共交通機関で来所した方、下段：自家用車で来所した方

2 評価指標（定性的指標）

| | |
|---|-------------------|
| 5 | 展覧会に対する外部評価（レビュー） |
| <p data-bbox="201 293 655 327">伊藤若冲展 <参加型企画展></p> <p data-bbox="201 338 1348 483">若冲の墨と彩色という両極を対照的に展示したことで見えてきたものがある。即ち、日本人の持っている美意識の対極である。これを鮮やかに示してくれたことにこの展覧会の意義があろう。会場を若冲前史、初期、着色と水墨、晩期（年）と区分し、理解しやすく工夫しているところに企画者の苦勞が偲ばれる。</p> <p data-bbox="201 495 1348 562">なお、展覧会が大学生以下無料であったことは画期的で、若人が多数見学していた。大変望ましいことである。</p> <p data-bbox="1214 573 1348 607" style="text-align: right;">（金原委員）</p> <p data-bbox="217 618 847 651">企画の勝利。水墨画に限ったことがよかったのでは。</p> <p data-bbox="201 663 1348 730">展覧会名はどうか。ワンダーランドがあったのからアナザーワールドなのか。知る人ぞ知ることでもうでもよいと言えばよいのだろうか。このネーミングは賛否あると思うのだが。</p> <p data-bbox="1222 741 1348 775" style="text-align: right;">（榎原委員）</p> | |
| <p data-bbox="217 775 687 808">ロボットと美術展 <参加型企画展></p> <p data-bbox="201 819 1348 1010">「ロボットと美術」という主題は、「機械と人間」の問題である以上、近代における重要な関心事のはずである。にもかかわらず、「美術」の分野では未来派などを除くと、ともすれば避けられたり軽視されがちである。ロボット展はそういう点では、まさに中心的にこの問題に対応するものといえるだろう。そういう点では、刺激的で現代的な展示といえる。絵画作品や出版物など、20世紀初期の諸試行は、よく調査されていて、展示も興味深かった。</p> <p data-bbox="201 1021 1348 1727">しかし、私見に過ぎないが、第2、第3部門の展示品はまず大衆的で、しばしば商品として流布するものの形が圧倒的に多いこと。やはり個人的な製作物（一般にアートとはそういう方が主である）は少ないのか、疑問をもった。つぎに、そういうロボットの大半が戦闘力を最大の魅力にしているらしいことは、前のBOX ARTにも通じるもので、機械⇔戦いというのはうんざりする要素である。アニメ類も同様。こういうものをつくる人々に共通する問題があるのかどうか。そうでない分野をもっと展開させることはできないか。第3として私の感じるのは、第2点とも関係あるが、人間と物との重なり合うイメージは、私の知る限りでは16世紀ごろからかと思うが（デュラーの顔面デッサン、D. ベッカフーミのデッサン、W. ホーガース（1724）の版画）、解剖図との関係も無視できない。人体の部品、内臓のあれこれの合成物としての人体観は、アルチンボルト的表現を誘発したと思われるが、これは機械的人体観 G: B. Bracelli 162(?)→人間機械論→ロボットへの入口でもあろう。ただし、解剖図と機械との重複イメージは、意外に例が少ないようである。「メカ」が戦闘行為へ向い易いとすれば、解剖学的肉体と内臓を利用する、あるいは人間の肉体・筋肉・皮膚を再現させる傾向のものは、村上氏の言及する「不気味の谷」とかわかりが起り易いではなかろうか。その傾向のものは四谷シモンとか3-8, 9, 10, 11, 13など、いくつかの出品があったが、概して数が少な過ぎる。「S. M. H」(Sensational Model & Hobby)という雑誌(MOOK)など、「悪趣味」な「オタク」系かもしれないが、無視するには理由が必要ではないか。「オタク」系で、かつ「大衆文化」的でもあるように思われる。疑問とともに記しておきます。</p> <p data-bbox="1222 1738 1348 1771" style="text-align: right;">（坂本委員）</p> <p data-bbox="201 1783 1348 1928">人の形というテーマは美術の分野のみならず、日常生活の中にまで深く入り込んだものであるだけに、本展は鑑賞者それぞれに興味の対象は異なるとしても、身近な企画であったと思う。美術という枠組みがかかえる今日の問題、科学技術の産物と人間の生活がいかに並び立つかといったことを含め、多くのことを考えさせる展覧会であった。</p> <p data-bbox="201 1939 1348 2007">開催館3機関の共同企画で、独自にアニメーションを作成して会場で公開するなど意欲的な試みが随所に見られ、学芸員の熱意が伝わって好ましかった。</p> <p data-bbox="201 2018 1348 2085">機械は人間生活に必要な労働を、人に代わって行う機能を担うのが第一の存在意義であろう。それには人型である必要は必ずしもない。図録論考にもあるように、ロボットを人型にしようとす</p> | |

る試みの根底には人間の欲望の諸相が見え、そこには、物質に生命的なものを帯びさせようとする意味で、造形行為に通ずるものがある点が興味深い。

(山梨委員)

あなたの愛する風景展 <自主企画展>

“あなたの愛する風景”展は収蔵品展に味つけをして多くの県民に見てもらいたいという意図があると思われる。このことは今後の収蔵品展のあり方を示すもので評価できる。

ブーシェの2点をより理解させるため、フランス・ロココの作家たちの個人所蔵の作品が展示され、時代背景がより分かりやすくなっていた。

日本の山水画、風景画との成立のちがいなども考えさせるもので、秋の「ロボットと美術」のマンガやアニメが日本の表象文化を考えさせてくれたのとよき対照となっていた。(金原委員)

貴美術館の収集方針、活動方針に沿った収蔵作品、それもきわめて良質の収蔵作品を展示公開して、日本人に身に着的な楽しみの一つである風景、山水に遊ぶことを誘う展覧会として成り立っているものと理解しているが、先に記したように、個々の作品解説ではなく(これは充実している)、展覧会全体を読み解く指標を、もう少し鮮明に打ち出してもよかったのではないだろうか。もちろん、描かれた東西の自然を楽しんでください、だけでもいいとは思いますが、これなら、歯切れよく、押しつけがましく言った方がよかったのではないかと。

(潮江委員)

10 調査研究に関する外部評価(レビュー)

①研究紀要 南美幸「ゼバルト・ベーハム『ヘラクレスの事績』について」

表面1で記したように研究条件はあまりよくないので、苦勞に比して成果は挙らないことは想像できる。ヘラクレスの図像も、よく知られた主題の割に比較作品が少ないことに気づかされた。

資料調査や文献の利用についても、よく努力していることが理解できるが、何かもの足りないものを感じるのはなぜなのか、私自身よく説明できない。敢えて言葉にすると「小ものの作家」たち相互の様式や表現の類似や差異(同じことをデューラーやクラーナハなどとも)などへの言及があってもよかったかもしれないと思われるが…。

(坂本委員)

②研究紀要 泰井良「児島善三郎《箱根》に関する考察」

風景に限って児島作品を検討している。それが内容を濃いものになっているが、人物、静物などにも研究を深めていってほしい。

戦前から(大正11年頃)戦後(昭和37年)まで40年の作品は、日本洋画の近代から現代への歩みを如実にしめしている。もう一つの代表作《アルプスへの道》(昭和26年)にも10年後の《熱海》についても、どのようにしてそうした代表作が生まれたか、その創作の秘密に逼ってほしい。

(金原委員)

児島善三郎は明治期から我国の油彩画家の課題であった「日本の洋画」の確立に取り組み、興味深い制作をした作家である。特に1930年代に自らが「新日本主義」を提唱した時期の作品は、文人画、琳派など、日本絵画の歴史的蓄積とそれについての調査研究、すなわち日本美術史の編纂とその普及を踏まえており、日本洋画史を語る上で欠かせない存在である。本稿は、館蔵品となっている児島の1930年代の作品である《箱根》に見られる画風が戦中期に揺らぎを見せ「写实的」になっていることについて戦争との関連を指摘している。今後の課題について以下を指摘しておきたい。

1) 所蔵作品についての論考なので、作品や額等についての基礎データ、目視によって得られる作品についての情報を記述してほしかった。作品を額からはずし、直接に絵肌やカンヴァスの裏を見られるのは学芸員の特権であるが、情報の共有化が望まれる。

2) 本稿では作家自筆の文献が作品解釈の論拠としてたびたび引用されている。作家のことが作品解釈に重要な資料となるのは疑いないが、一方でその客観性については検証が必要である。

特に 1930 年、40 年代は思想統制が行われていたことを踏まえる必要がある。

3) 絵画におけるリアリズムの問題は常に大変大きく、戦中、戦後のそれについては、1946 年から数年間、林文雄、土方定一、植村鷹千代らによって行われたリアリズム論争が作家をもまきこんだものとして知られる。そうしたコンテクストに本稿を位置づけて論を展開すれば、より意義深いのではないか。

(山梨委員)

15 公開または貸し出した展覧会における作品の位置付け等に関する学芸員レポート

(西洋画・ロダン・彫刻)

近年、当館のコレクションは海外の展覧会に貸出・出品される機会が増えた。今年度、イタリアで開催された「ヴィンセント・ヴァン・ゴッホ：永遠の田園、近代の都市」展に、ポール・ゴーギャンの《家畜番の少女》が展示された。この展覧会は、副題にあるように、ゴッホとその同時代人による主題選択の二面性に焦点を当てたものである。すなわち、一つは理想化された永遠の田園生活、他方は変わりゆく現代生活で、これら相反する主題のうち、当館のゴーギャン作品は前者の好例として出品された。

(日本画)

「楊谷と元旦」展（鳥取県立博物館）に谷文晁《連山春色図》、円山応挙《木賊兔図》及び島田元旦《秋江独釣図》（寄託品）を出品、両画家の画業の再評価・再認識を目指した学術的にも意義深い展覧会であり、その中でそれぞれの作品が重要な位置を占めた。「円山応挙 空間の創造」（三井記念美術館）に円山応挙《竹雀図屏風》を出品、応挙の画業について空間という視点から再検証する中で、テーマに関する重要作品として位置付けられた。また、「神々のすがた 古事記と近代美術」（島根県立石見美術館）に横山大観《日出処日本》、鈴木松年《日本武尊・素戔鳴尊》（いずれも寄託品）を出品、近代美術における古事記の意義について考察する文脈において各作品の新たな意義が見出されることとなった。なお、今年度は依頼に基づき計 14 件の寄託作品を貸し出した。調査・展覧会活動等を通してお預りする事となったこれら寄託作品の充実、日頃の地道な活動の意義を示すものといえる。

(日本洋画)

徳川慶喜《風景》が、「家康と慶喜」展（静岡市美術館）に出品され、他の徳川慶喜の油彩画とともに比較展示されたことで、当館所蔵作品の美術史的な位置付けが明確になった。また清水登之《セーヌ河畔》及び高島達四郎《エトルタ》が、「セーヌ川の流れて沿って」（ブリヂストン美術館・ひろしま美術館）に出品されたことで、その芸術・地理学的な視点が新たに見出される結果となったことは、今後の当館の所蔵品研究にとって大きな成果である。

(現代美術)

小谷元彦《SP1 'Beginning' (The Whorl of Lanugo01)》ほか 2 点が、「小谷元彦」展（森美術館）に出品された。この作家の制作経歴における転換期の主要作品群のひとつとして、重要な位置を示した。本展は、平成 23 年度に当館にも巡回することとなり、収蔵品がとりもつ他館との連携事業のひとつともなった。寄託品では、オノデラユキ作品が東京都写真美術館へ、辻晋堂作品が神奈川県立近代美術館（葉山館）と鳥取県立博物館へ、小西真奈作品が神奈川県立近代美術館（鎌倉別館）へ貸し出され、それぞれの作家の作風変遷を知る好機となった。

19 教育・普及プログラムに関する美術館職員のレポート

- ・学校教育との連携機会が増え、さらに連携の目標を学校と共有するまで発展してきた。
- ・教育普及における人材育成にも力を入れ、特に教員研修やインターンシップは具体的な取組によって成果をあげることができた。
- ・鑑賞系プログラムの一部は、実技系プログラムとセットにすることで相互の動機付けにつながり充実した内容になった。
- ・実技系プログラムでは、コレクションをテーマにしたものを実施することで、プログラムの目

的や到達目標が明確化し、質が高まったとともに、講師の作家性を前面に出した個性的なワークショップは参加者の興味をひく魅力的な内容となった。

24 地域住民等と連携した取組に関する美術館職員のレポート

- ・前年度の募集・研修を経て、平成22年度より新規ボランティア活動が始動した。グループ個々の担当職員を通じて美術館とより密な連絡調整ができるようになり、美術館繁忙期の来館者案内や学校団体観覧に対するきめ細かな対応等で活躍する姿が多く見られた。一方、グループによっては活動人数の不足等による課題も見られ、残り2年の活動（任期3年）及び次回再募集に向けて、より充実したボランティア活動のための改善策を継続的に検討していく必要がある。
- ・ボランティア・地域連携 草薙ツアーグループによる地域連携活動——草薙のんびりツアー、美術館での茶会、彫刻プロムナード茶畑保存の手伝い等——を継続・発展させた。特に第7回草薙のんびりツアー（美術館周辺地域の散策ツアー 10/3）では、隣接する県立大学の薬学部の協力を得て薬草園の見学を組み込み、美術館と周辺機関を含む地域の魅力発掘に貢献した。
- ・上記ツアーをきっかけとして、地域住民－大学－美術館との連携により特別公開講座「薬草のお話」（薬草に関する講演＋美術館企画展のオリエンテーション＋彫刻プロムナード茶畑での茶の試飲等 3/26）を開催し、新たな連携協力体制を作ることができた。

29 広報手法における新たな取組状況に関しての美術館職員のレポート

- ・展覧会「トリノ・エジプト展」で共催先のテレビ局へ働きかけ、近隣県へ積極的な広報活動を行った。
- ・展覧会「ロボットと美術展」では、静岡ホビーフェアを主催している静岡市及び静岡市旅館協同組合と連携して、共通チラシを作成し、チラシ持参者の相互入場料を割引とするなど、同フェア会場の県内外の来場者に対する誘客活動を行った。
- ・各企画展でブログを開設し、情報の発信に努めた。

3 展覧会に関する自己点検評価表

1 伊藤若冲-アナザーワールド-展

2 トリノ・エジプト展

3 ロボットと美術展

4 あなたの愛する風景展

5 帰ってきた江戸絵画

ニューオリンズ ギッター・コレクション展

■静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成22年度)

| | |
|---------------------|--|
| 事業名称 | 「伊藤若冲-アナザーワールド-」展 |
| 企画(事前) | |
| 目的・内容 | 伊藤若冲(1716-1800)は近年大規模展が相次ぎ、一般の美術愛好家にも広くその名を知られる存在となった。しかし、その作品に関しては華麗な着色作品を中心に語られることが多く、遺作の大部分を占める水墨画については未だ必ずしも正当な評価を得ているとは言えない。本展は若冲の水墨画を中心に構成し、新資料も交えながらその知られざる魅力に迫る。 |
| 期待される成果 | ・遺作の大半を占める水墨作品をなおざりにした若冲評価は、正当な作家評価とは言えない。水墨作品の再評価は、偏重の無い作家の実像を明らかにしてくれるだろう。 ・新たな資料・作品を紹介することで、作家・作品研究はもとより、広く文化史上における若冲の位置を探る手がかりを提示することができると思われる。 |
| 指標(数値目標) | 観覧者数 21,000人、作品やテーマに興味を持った人の割合 88.0% |
| 収支(予算) /観覧者数(見込) | ・観覧者数 21,000人 ・歳出 10,000千円 ・歳入 7,854千円 ・特財率 78.5% |
| 広報戦略 | ・工事休館後最初の特別展であることから、リニューアルオープン記念展と位置付け、全館的な体制で広報を展開する。 ・地元テレビ局との共催展であるので、CMスポットを中心に早期から広報を展開する。 ・後援の各新聞社紙面、そのほか美術雑誌等への掲載依頼を積極的に行っていく。 |

| | | | |
|---------------|-------------------------------------|-------------------------------|--------------------------|
| 部署 | 学芸課 | 記入日 | 企画 平成22年4月1日 |
| 担当者名 | 福士(石上) | | 総括 平成23年3月31日 |
| 実施日・場所 | 4月10日(土)~5月16日(日) 静岡県立美術館第1~6展示室 | | |
| 学芸員の企画への参加の有無 | 有 ・ 無 | 学芸員の企画への参加状況 ※カタログ執筆、出品交渉等 | 作品調査・選定、出品交渉、カタログ執筆、作品借用 |
| マスコミ等による共催の有無 | 有 ・ 無 | 巡回の有無 | 有 ・ 無 |

| | | | |
|---------------------|--|--|--|
| 総括(事後) | | | |
| 目的の達成度 | 水墨画を中心に、代表作のみならず新出作品も数多く出品することができたという点では、当初の目的は十分に達成されたと言える。さらに、それらを着色画との比較のうちに捉えることで、水墨画の面白さをより鮮明に浮かび上がらせることができた。また、先行する関連作品によって若冲の水墨画をより広い文脈から捉える試みも、ある程度成功をおさめたと考えている。いくつかの新出作品については、展覧会開幕直後の学会で早速言及されるなど、研究上注目されるものもあった。 | | |
| アンケートにみる特徴 | ・県外からの新規来館者が多かった(4%、平均は20%程度)。 ・テレビをきっかけとして来館された方が多い(35%、平均は20%程度)。 ・全体的な満足度が高い(93.5%) | | |
| 指標に基づく成果 | 観覧者数 54,937人(262%)、作品やテーマに興味を持った人の割合 93.1% | | |
| 研究活動評価委員会からの意見(要約) | ・若冲の水墨画を軸としたところが良く、展覧会の章立ても理解しやすかった。図録はボリュームに圧倒されるが、担当者の研究成果が盛り込まれているもので評価できる。(金原) ・水墨画をメインとした企画が良かった。出品作は充実していたが、鶴亭ら若冲前史の部分をもっと手厚くしても良かったのでは。特に、依山の水墨画は出品すべきだった。図録は充実した内容で、このような大部な図録の売れ行きが気になる。(榎原) | | |
| 収支(決算) /観覧者数(実績) | ・観覧者数 54,937人(目標 21,000人: 262%) ・歳出 8,275千円(予算 10,000千円: 82.8%) ・歳入 22,956千円(目標 7,854千円: 292.3%) ・特財率 277.4%(目標 78.5%) | | |
| 今後の改善点・課題 | ・展示替え作品が予想以上に多くなった。数を多く集めることも一つの目的ではあったが、もう少し絞り込むことも可能であったかもしれない。 ・1章(若冲前史)の出品作品については、必ずしも若冲との関連を指摘できるものばかりではなかった。この点を含め、もう少し作品セレクトについての議論ができれば良かった。 | | |

■静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成22年度)

| | |
|------|-------------|
| 事業名称 | 「トリノ・エジプト」展 |
|------|-------------|

| 企画(事前) | |
|---------------------|--|
| 目的・内容 | イタリア、トリノにあるエジプト博物館は、エジプト本国を除けば世界有数のエジプト美術の所蔵館である。同館からの作品約120点を展示することで、時代、地域共に現代日本とは隔たった古代エジプト文明を紹介し、人類が開花させてきた文明の広がり、奥行をお客様に感じていただく。展示作品には大型彫像やミイラ、彩色木棺やパピルス、ステラなど、幅広い内容が含まれている。 |
| 期待される成果 | エジプトという異文化への興味が喚起されると共に、美術館への来館回数少ない層へ訴えかけ、美術館施設の周知を図ることが出来る。 |
| 指標(数値目標) | 観覧者数 83,000人 |
| 収支(予算) /観覧者数(見込) | ・観覧者数 83,000人 ・歳出 17,000千円 ・歳入 16,074千円 ・特財率 94.6% |
| 広報戦略 | 会期冒頭が梅雨時期であり、出足の来場者数が見込み難いことから、宣伝告知を通常の展覧会より早めに露出させた。テレビでの告知は4月の2週目から既に行なわれる。また広報と普及両方の目的を兼ね、県内の東部、中部、西部それぞれへ出張の展覧会講演会と実技講座を実施する。 |

| | | | |
|--------|-------------------------------------|-----|---------------|
| 部署 | 学芸課 | 記入日 | 企画 平成22年4月1日 |
| 担当者名 | 新田(南、泰井) | | 総括 平成23年3月31日 |
| 実施日・場所 | 6月12日(土)~8月22日(日) 静岡県立美術館第1~6展示室 | | |

| | | | |
|---------------|-------|-------------------------------|-------|
| 学芸員の企画への参加の有無 | 有 ・ 無 | 学芸員の企画への参加状況 ※カタログ執筆、出品交渉等 | |
| マスコミ等による共催の有無 | 有 ・ 無 | 巡回の有無 | 有 ・ 無 |

| 総括(事後) | |
|---------------------|--|
| 目的の達成度 | アンケートを取られていないが、展覧会を紹介したブログからは、展覧会の意図が十分に伝わっていると判断し得た。目的は達成されたと思われる。 |
| アンケートにみる特徴 | |
| 指標に基づく成果 | 観覧者数 139,355人(167.9%) |
| 研究活動評価委員会からの意見(要約) | |
| 収支(決算) /観覧者数(実績) | ・観覧者数 139,355人(目標 83,000人: 167.9%) ・歳出 15,566千円(予算 17,000千円: 91.6%) ・歳入 32,845千円(目標 16,074千円: 204.3%) ・特財率 211.0%(目標 94.6%) |
| 今後の改善点・課題 | 会期中、1日の入場者数が3,000人近くなると、展示室内炭酸ガス濃度が上がり、温湿度管理との調整が難しくなる。空調システムが改善されることが望ましい。駐車場の案内には綿密なプランが構想されたが、現場の差配が必ずしも機能しなかったのは残念である。 |

■静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成22年度)

| | |
|-----------------|---|
| 事業名称 | 「ロボットと美術」展 |
| 企画(事前) | |
| 目的・内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・1920-30年代のロボットブームと同時代の前衛芸術に示された身体観に共通する時代意識を探る。 ・戦後大衆文化に引き継がれ、さらに日本で独自の深化を遂げたロボット文化と、その結実としてのロボティクスの成果、さらには現代アートにおけるロボットの表象を一堂に示してみせることにより、アート/サブカルチャーの垣根を越えた「身体」「機械」といった問題への作り手たちの問いかけを再考してみる。 |
| 期待される成果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ともすれば「科学館の狂言回し」「オタク文化のヒーロー」といった水準でしか見られないロボットという文化的現象が投げかけられる問題について、あらためて考える機会を提供する。 ・静岡市が誘致した東静岡駅のガンダム像目当てで来静したロボットファンを美術館へ引き寄せる。 |
| 指標(数値目標) | 観覧者数 15,600人、作品やテーマに興味を持った人の割合 88.0% |
| 収支(予算)/観覧者数(見込) | <ul style="list-style-type: none"> ・観覧者数 15,600人 ・歳出 17,870千円 ・歳入 8,300千円 ・特財率 46.4% |
| 広報戦略 | <ul style="list-style-type: none"> ・SBS静岡放送グループの広報力を利用した紙面と電波による広報。 ・ロボットと美術展実行委員会で作成する展覧会ホームページ等による草の根的ウェブ広報。 |

| | | | |
|--------|-------------------------------------|-----|---------------|
| 部署 | 学芸課 | 記入日 | 企画 平成22年4月1日 |
| 担当者名 | 村上(堀切) | | 総括 平成23年3月31日 |
| 実施日・場所 | 9月18日(土)~11月7日(日) 静岡県立美術館第1~6展示室 | | |

| | | | |
|---------------|-------|-------------------------------|--------------------------|
| 学芸員の企画への参加の有無 | 有 ・ 無 | 学芸員の企画への参加状況 ※カタログ執筆、出品交渉等 | 作品調査・選定、出品交渉、カタログ執筆、作品借用 |
| マスコミ等による共催の有無 | 有 ・ 無 | 巡回の有無 | 有 ・ 無 |

| | |
|--------------------|---|
| 総括(事後) | |
| 目的の達成度 | <ul style="list-style-type: none"> ・研究活動評価委員のコメントからも、企画の内容についてはおおむね目標を達成できたのではないかと思います。 ・戦後の美術界ではロボットがほぼ問題にされなくなるという企画側の歴史観から、戦後についてはサブカルチャーの出品物が多かったが、委員の指摘するとおり、SF戦闘ロボット以外の戦後ロボットイメージについては考察の余地がある。 ・『読売新聞』(12月16日付)で中原佑介氏が本展を今年の展覧会ベスト4に推奨した。内容について専門家の一定の評価を得たと捉えることができるのではないかと。 |
| アンケートにみる特徴 | <p>男性(51.8%)、若年層(30代以下が61.6%)、県外来館者(16.7%)が多い。また、新規来館者に占める県外来館者割合が高い(47.5%)。</p> <p>総じて、当館のオーソドックスな客層の逆を行くタイプの観衆を動員しているといえる。それ自体は善し悪しで評価できるものではないが、他の展覧会と補完しあうという意味で好意的に評価できるだろう。満足度も90.0%を達成し、新規客の多くに満足体験を与えることが出来たのではないだろうか。</p> |
| 指標に基づく成果 | 16,197人(目標 15,600人:103.8%)、作品やテーマに興味を持った人の割合81.3% |
| 研究活動評価委員会からの意見(要約) | <ul style="list-style-type: none"> ・美術という枠組みがかかえる今日の問題、科学技術の産物と人間の生活がいかに並び立つかといったことを含め、多くのことを考えさせる展覧会。ただし、狭義の美術の範疇にある戦後作品と機械的身体イメージを考察する一面があってもよかった(山梨) ・「機械と人間」は近代における巨大なテーマであり、ロボットを取り上げたことは評価できる。戦前部分についての資料興味深かった。戦後については、SFの戦闘ロボット以外の側面をもっと観たかった。(坂本) |
| 収支(決算)/観覧者数(実績) | <ul style="list-style-type: none"> ・観覧者数 16,197人(目標 15,600人: 103.8%) ・歳出 15,172千円(予算 17,870千円: 84.9%) ・歳入 8,113千円(目標 8,300千円: 97.7%) ・特財率 53.5%(目標 46.4%) |
| 今後の改善点・課題 | <ul style="list-style-type: none"> ・イベントが開幕直後に集中したため、中だるみとなる中盤の集客に利用できなかった。講演者の都合もあるが、分散させた方がよかった。 ・学生無料のうえ、若年層も十分楽しめる内容であったため、市内の中高校生に対し学校を通じてひとり一枚のピラを配るくらいのPRをしてもよかった。 ・アンケートでも指摘されたとおり、動くロボットが少なかった。これについては、技術者帯同などの条件を満たすことが必須となるが、その人件費を見込んでいなかった。こういった点については予算策定段階で予見して手厚くする必要があった。 |

■静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成22年度)

| | |
|---------------------|--|
| 事業名称 | 「出会えます。あなたの愛する風景」展 |
| 企画(事前) | |
| 目的・内容 | ・当館収蔵品の核である風景画を中心に、コレクションの特質をアピールする。 ・西洋画を中心に、日本画・日本洋画などの全ジャンルの作品に加え、現代写真の寄託品も併せて展示し、コレクションの幅の広さを見せる。 |
| 期待される成果 | ・「風景の美術館」としての再認知。 |
| 指標(数値目標) | 観覧者数 13,600人、作品やテーマに興味を持った人の割合 88.0% |
| 収支(予算) /観覧者数(見込) | ・観覧者数 13,600人 ・歳出 5,930千円 ・歳入 4,244千円 ・特財率 71.6% |
| 広報戦略 | 静岡第一テレビのバックアップによる特別広報。 |

| | | | |
|--------|---|-----|---------------|
| 部署 | 学芸課 | 記入日 | 企画 平成22年4月1日 |
| 担当者名 | 南(泰井・石上・川谷) | | 総括 平成23年3月31日 |
| 実施日・場所 | 11月16日(火)~12月23日(木・祝) 静岡県立美術館第1~6展示室 | | |

| | | | |
|---------------|--------|-------------------------------|----------------|
| 学芸員の企画への参加の有無 | ○有 ・ 無 | 学芸員の企画への参加状況 ※カタログ執筆、出品交渉等 | 作品選定、解説執筆、作品借用 |
| マスコミ等による共催の有無 | ○有 ・ 無 | 巡回の有無 | 有 ・ ○無 |

| | |
|---------------------|--|
| 総括(事後) | |
| 目的の達成度 | 当館の収蔵品全ジャンルと現代美術の寄託品を併せて展示・構成することにより、幅広いコレクションの魅力を前面に押し出すという当初目的は達成されたとと思われる。 |
| アンケートにみる特徴 | ①来館者の比率を見ると、女性が68%、静岡市内の居住者が48%、来館回数が「3-5回」が28%と、多数を占めている。また、県外からの新規来館者が45%と、全体の半分近くを占めている。 ②「作品やテーマへの興味・関心の高まり」に対し肯定的な回答が81%、また「心地よく鑑賞」できたかについても92%の回答を得ているので、鑑賞環境や展示構成への満足度は高かったと思われる。それは、「全体的な満足度」に88%以上の肯定的な回答を得ていることから判明する。 |
| 指標に基づく成果 | 観覧者数 8,417人(64.7%)、作品やテーマに興味を持った人の割合 81.2% (「どちらかというとい」49.4%、「はい」32.0%を加算) |
| 研究活動評価委員会からの意見(要約) | ・“あなたの愛する風景”展は収蔵品展に味つけをして多くの県民に見てもらいたいという意図があろうと思われる。このことは今後の収蔵品展のあり方を示すもので評価できる。ブーシェの2点をより理解させるため、フランス・ロココの作家たちの個人所蔵の作品が展示され、時代背景がより分かりやすくなった。日本の山水画、風景画との成立のちがいないとも考えさせるもので、昨年秋の「ロボットと美術」のマンガやアニメが日本の表象文化を考えさせてくれたのとよき対照となっていた。(金原委員) ・貴美術館の収集方針、活動方針に沿った収蔵作品、それもきわめて良質の収蔵作品を展示公開して、日本人に身に着いた楽しみの一つである風景、山水に遊ぶことを誘う展覧会として成り立っているものと理解しているが、個々の作品解説ではなくこれは充実している、展覧会全体を読み解く指標を、もう少し鮮明に打ち出してもよかったですのではないだろうか。もちろん、描かれた東西の自然を楽しんでください、だけでもいいとは思いますが、これなら、歯切れよく、押しつけがましく言った方がよかったですのではないかと。(潮江委員) |
| 収支(決算) /観覧者数(実績) | ・観覧者数 8,417人(目標 13,600人: 61.9%) ・歳出 5,404千円(予算 5,930千円: 91.1%) ・歳入 2,444千円(目標 4,244千円: 57.6%) ・特財率 45.2%(目標 71.6%) |
| 今後の改善点・課題 | ①県外からの新規来館者が45%に達しているため、ここからの「来館のきっかけ」を分析すれば、今後の広報計画の一助になるとと思われる。 ②来館者の満足度は比較的高かったが、入場者数は伸び悩んだ。広報面での第一TVによる積極的なバックアップも得たため、この原因は、当初の目標が高すぎたためと考えられる。予算面だけではなく、過去の展覧会の会期の時期、内容・構成などを鑑みた上での目標設定が必要と思われる。 |

■静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成22年度)

| | |
|------|--------------------------------------|
| 事業名称 | 「帰ってきた江戸絵画 ニューオーリンズ ギッター・コレクション」展 |
|------|--------------------------------------|

| 企画(事前) | |
|---------------------|--|
| 目的・内容 | 若冲、琳派、禅画など、ニューオーリンズ在住の医師ギッター夫妻が収集したユニークな江戸時代の絵画を以下の構成により展覧。第一部①若冲と奇想の画家たち②琳派③禅画、第二部①自然との親しみ②理想の山水③楽しい人生 102点の江戸絵画が一挙里帰り公開される。 |
| 期待される成果 | ・アメリカ人が収集した江戸絵画コレクションを通して、日本美術の魅力を再発見する。 ・江戸絵画の世界を多角的に紹介する機会となる。 |
| 指標(数値目標) | 観覧者数 17,800人 |
| 収支(予算) /観覧者数(見込) | ・観覧者数 17,800人 ・歳出 20,000千円 ・歳入 9,700千円 ・特財率 48.5% |
| 広報戦略 | ・NHKの放送メディアを有効に活用した広報を展開する。 ・静岡中部に偏らず、東部・西部からの集客を増やすことを目指す。 |

| | | | |
|--------|------------------------------------|-----|---------------|
| 部署 | 学芸課 | 記入日 | 企画 平成22年4月1日 |
| 担当者名 | 飯田(石上) | | 総括 平成22年4月28日 |
| 実施日・場所 | 2月5日(土)～3月27日(日) 静岡県立美術館第1～6展示室 | | |

| | | | |
|---------------|-------|-------------------------------|-------|
| 学芸員の企画への参加の有無 | 有 ・ 無 | 学芸員の企画への参加状況 ※カタログ執筆、出品交渉等 | 解説執筆 |
| マスコミ等による共催の有無 | 有 ・ 無 | 巡回の有無 | 有 ・ 無 |

| 総括(事後) | |
|---------------------|--|
| 目的の達成度 | ・観覧者数が会期後半伸び悩み、目標の76.2%にとどまったが、これは震災による影響が大であり、その影響がなければ目標を達成したものと思われる。 ・内容面においては、アメリカ人が蒐集した個性的なコレクションにより、江戸絵画の多様性を紹介することができ、観覧者には、日本美術の魅力の再発見に資するものを提供できた。 |
| アンケートにみる特徴 | |
| 指標に基づく成果 | 観覧者数 12,955 人(72.8%) |
| 研究活動評価委員会からの意見(要約) | |
| 収支(決算) /観覧者数(実績) | ・観覧者数 12,955人(目標 17,800人:72.8%) ・歳出 未算定(目標 20,000千円) ・歳入 7,474,800円(目標 9,700千円:77.1%) ・特財率 未算定(目標 48.5%) |
| 今後の改善点・課題 | ・魅力あるコレクション展であったが、広報として打ち出す目玉作品を決め切れず、広報戦略に苦勞した。今後は、ストーリー作りなど事前に計画する必要がある。またメディアへの露出も多いとは言えなかった。共催者との綿密な打ち合わせに欠けていたことは、今後の課題である。 ・話題を呼ぶ展示手法を取り入れるなど、展示面での工夫も今後の課題である。 |

4 アンケート調査結果のまとめ

(1) 企画展アンケート

- ・今年度よりアンケート調査の対象を自主企画展に絞った。
- ・リピーターの割合は78.5%。ここ数年はほぼ横ばい傾向で、当館の特徴として定着した感がある。なかでも、「あなたの愛する風景」展のリピーター率の高さ(88.8%)が目目を引く。一方で、「ロボットと美術」展の新規来館者の割合(29.5%)は、他の企画展に比べて高い。この結果から、今後は、コレクションを活かした企画展と併せて新たな顧客層を開拓する斬新な企画展との開催のバランスが重要であることが伺える。
- ・「風景の美術館としての認知度」は20%台前半にとどまっている(22.6%)。「風景の美術館」が館のブランドイメージとして定着しているとは言い難い。
- ・「情報の入手しやすさ」では「伊藤若冲-アナザーワールド-」展が最も高い(75.5%)。同展の「来館のきっかけ」としては「テレビ」(34.5%)と「新聞」(28.2%)の割合が大きく、マスメディアの広報力の高さが示されたかたちとなった。
- ・「県外来館者の割合」では、「あなたの愛する風景」展(9.1%)と、「伊藤若冲」展(17.2%)及び「ロボットと美術」展(16.7%)との差が目立つ。マスコミ等のメディアによる広報が出来ない企画展については、今後の広報戦略がその課題である。

(2) 教育・普及プログラムアンケート

- ・平成21年度のプログラムの満足度は、96.9%と極めて高い数値を示し、また過去5カ年の数値も高どまりであるため、今年度はアンケートを実施しなかった。

(3) レストラン利用者アンケート

- ・レストランの満足度は53.8%であり、19年度(61.7%)、20年度(54.5%)、21年度(68.8%)を下回った。
- ・この原因としては、一つはサンプル数が71と極めて少ないこと、もう一つは、レストランに誘客を促す文明展でのアンケートを実施しなかったことによるものと考えられる。
- ・また、各項目とも「悪い」は少なく、「普通」と回答されているものが多いため、改善の余地があると考えられる。

(4) ミュージアムショップ利用者アンケート

- ・ミュージアムショップ利用者の満足度は85.6%であった。20年度の80.6%、21年度の84.8%と比べて、ほぼ横ばいである。
- ・性別は女性が65.3%、男性が34.7%であり、女性顧客を取り込みつつ、新たに男性へとターゲットを広げることが今後の課題である。
- ・充実して欲しい商品として「絵葉書」、「書籍」が突出して高いので、そのあたりをピンポイント的に手当するだけでもだいぶ評価は改善するのではないだろうか。

(5) 図書閲覧室利用者アンケート

- ・平成 21 年度のサンプル回収数は 7 件にとどまったこと、そのうち 20 回以上のハードリピーターが 4 件、30 分以上の滞在者が 5 件であった。
- ・ハードリピーターによる固定化が進んでいることから、今年度は、アンケートを実施しなかった。

(6) ホームページ利用者アンケート

- ・ホームページの情報内容の満足度について、肯定的評価は 74.3%である。平成 21 年度 71.9%、平成 20 年度 74.3%と横ばいで推移している。
- ・デザインや見やすさについての肯定的評価は、それぞれ 83.1%、72.5%となっている。
- ・また新たな広報メディアの開拓として、ブログの開設に向けた検討を行った。

5 「美術館カルテ」の状況

- ・平成17年7月に運用を開始した戦略目標を基礎とする体系は、平成20年度の見直しによって現在の館長公約を基礎とする体系に置き換えたが、館の全体像を把握するための基礎データの体系として有用であることから、「美術館カルテ」として、データ整理を継続する。
- ・なお、データ収集の負担から今回はデータ収集をしていない指標もある。※

| 戦略目標 戦略 | 定量的評価指標 | | 実績値 | | | | | | |
|------------|--|------------------------------|--------|-----------|-----------|---------|---------|----------------------|--------------------|
| | | | 単 位 | 17年度 | 18年度 | 19年度 | 20年度 | 21年度 | 22年度 |
| 戦略目標 A | 質の高い美術体験を提供することにより、人々の感性を磨き、生活に変化をもたらします | | | | | | | | |
| 戦略 1 | 新たな視点に基づく展示を行います | | | | | | | | |
| | 1 | 展覧会の観覧者数 | 人 | 129,768 | 222,608 | 184,535 | 190,669 | 119,416 | 266,786 |
| | 2 | 展覧会のリピート率 | % | 82.8 | 77.3 | 80.3 | 82.7 | 78.6 | 78.5 |
| | 3 | 展覧会の満足度 | % | 65.8 | 67.7 | 71.7 | 67.4 | 86.8 | 90.8 |
| | 4 | 講義系の特別講演会等の回数 | 回 | 283 | 214 | 211 | 210 | 173 | 177 |
| 戦略 2 | 新たな発見を促し、創造性を体感できるプログラムを提供します | | | | | | | | |
| | 5 | 教育・普及プログラムの参加者数 | 人 | 21,297 | 24,263 | 32,225 | 37,781 | 26,325 | 36,347 |
| | 6 | 教育・普及プログラムの満足度 | % | 93.9 | 84.8 | 82.1 | 83.7 | 88.2 | ※ |
| | 7 | 実技系プログラムに参加した人で、展覧会も観覧した人の割合 | % | 37.5 | 35.6 | 35.8 | 41.8 | 47.6 | ※ |
| 戦略 3 | 豊かな美術体験のための非日常的な環境を演出します | | | | | | | | |
| | 8 | 鑑賞環境に対する満足度 | % | 89.6 | 84.6 | 87.1 | 87.4 | 84.4 | 89.8 |
| 戦略 4 | すべての美術館活動の基盤となる調査・研究活動を重視します | | | | | | | | |
| | 9 | 学芸員の調査・研究の発表件数 | 件 | 166 | 172 | *10 | 14 | 11 | 14 |
| 戦略 5 | より多くの方に展覧会をご覧いただくための広報に努めます | | | | | | | | |
| | 10 | 企画展ごとの取材等の件数 | 件 | - | 1,860 | *927 | 29 | 25 | 51 |
| 戦略目標 B | コレクションを充実し、活用することで、その価値を広く明らかにします | | | | | | | | |
| 戦略 1 | 社会的資産としてのコレクションを保全し、後世に伝えていきます | | | | | | | | |
| | 11 | 作品購入点数 | 点 | 11 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 |
| | | 作品購入価格 | 千円 | 40,834 | 6,388 | 29,896 | 12,757 | 133,350 (113,400) | 98,400 (86,000) |
| | 12 | 作品寄贈の点数 | 点 | 3 | 10 | 23 | 47 | 20 | 2 |
| | | 寄贈作品の評価額 | 千円 | 5,300 | 46,200 | 26,435 | 69,625 | 22,950 | 92,500 |
| | | 作品寄託の点数 | 点 | 1 | 9 | 27 | 13 | 6 | 0 |
| | 13 | コレクションの資産価値(※) | 千円 | 1,026,600 | 1,144,600 | | ※ | ※ | ※ |

11()内は、基金対応額。

| 戦略目標 戦略 | 定量的評価指標 | | 実績値 | | | | | |
|------------|--|---|--------|---------|--------|--------|--------|---------|
| | | | 単 位 | 17年度 | 18年度 | 19年度 | 20年度 | 21年度 |
| No. | | | | | | | | |
| 戦略 2 | 特徴あるコレクションを形成し、効果的な活用を通じてその魅力をアピールします | | | | | | | |
| 14 | 収蔵品展の入館者数 | 人 | 16,864 | 13,265 | 18,196 | 17,850 | 18,042 | 12,526 |
| 15 | 収蔵品展の企画数 | 本 | 15 | 9 | 12 | 11 | 6 | 6 |
| 16 | 収蔵作品の公開件数 | 点 | 668 | 557 | 465 | 446 | 496 | 337 |
| 17 | 収蔵作品の移動率 | % | 39.7 | 32.9 | 18.5 | 32.8 | 19 | 13.3 |
| 18 | 他館への貸出件数 | 件 | 97 | 123 | 161 | 199 | 180 | 53 |
| 19 | 特別観覧の件数 | 件 | 76 | 79 | 85 | 84 | 78 | 71 |
| 20 | ロダン館への入館者数 | 人 | 62,768 | 105,545 | 74,290 | 81,771 | 45,751 | 131,240 |
| 21 | ロダン館を使った催事の件数 | 件 | 46 | 58 | 45 | 83 | 136 | 57 |
| | ロダン館を使った催事の観覧者数 | 人 | 2,336 | 3,174 | 2,700 | 3,143 | 6,423 | 2,739 |
| 22 | ロダン美術館としての情報発信の媒体別発信回数 | 回 | 57 | 14 | 57 | 12 | 13 | 13 |
| 23 | 風景の美術館としての認知度（観覧者） | % | 30.3 | 27.3 | 25.4 | 22.9 | 24.8 | 22.6 |
| | 風景の美術館としての認知度（インターネット） | % | 8.7 | 14.4 | - | ※ | ※ | ※ |
| 戦略 3 | コレクションについての研究活動を行います | | | | | | | |
| 24 | 収蔵作品に関する学芸員による調査・研究の発表件数 | 件 | 4 | 11 | * 2 | 2 | 5 | 6 |
| 戦略目標 C | 「ここでなければ得られない」楽しく充実した一日をすごしていただける場所となります | | | | | | | |
| 戦略 1 | 美術館へ誘（いざな）う環境を整え、安全快適に過ごしていただけるための設備や計画を整えます | | | | | | | |
| 25 | 当館に関する情報が「入手しやすい」とする方の割合 | % | 71.5 | 69.7 | 67.9 | 69.8 | 66.5 | 69.4 |
| 26 | 公共交通機関で来館した人のアクセス満足度 | % | 82.4 | 78.9 | 78.1 | 76.4 | 78.0 | 75.8 |
| 27 | 自家用車で来館した人のアクセス満足度 | % | 76.0 | 67.3 | 80.1 | 80.7 | 75.8 | 72.0 |
| 28 | ユニバーサルデザイン面での取組み数 | 件 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 5 |
| 29 | 美術館スタッフの対応に満足した人の割合 | % | 82.3 | 78.7 | 78.5 | 82.5 | 79.0 | 79.6 |

| 戦略目標 戦略 | 定量的評価指標 | | 実績値 | | | | | |
|------------|-----------------------------------|----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | | 単 位 | 17年度 | 18年度 | 19年度 | 20年度 | 21年度 |
| No. | | | | | | | | |
| 戦略 2 | ロダン館をはじめとする館内外の空間を活かした事業展開をします | | | | | | | |
| 30 | ロダン館、エントランス等での催事件数 | 件 | 61 | 92 | 90 | 101 | 34 | 62 |
| 31 | ロダン館、エントランス等での催事の参加者数 | 人 | 3,504 | 5,914 | 5,400 | 4,054 | 6,506 | 4,908 |
| 32 | ロダン館、エントランス等での催事の満足度 | % | 94.8 | 93.6 | 94.6 | 92.3 | ※ | ※ |
| 戦略 3 | 「それだけのために来館したくなる」レストラン、ショップを目指します | | | | | | | |
| 33 | レストランの利用者数 | 人 | 35,634 | 47,770 | 43,727 | 45,211 | 15,679 | 52,928 |
| 34 | レストランの満足度 | % | 63.2 | 57.1 | 61.7 | 54.5 | 68.8 | 53.8 |
| 35 | ミュージアムショップの利用者数 | 人 | 13,106 | 23,651 | 24,542 | 19,980 | 12,236 | 32,533 |
| 36 | ミュージアムショップの満足度 | % | 89.3 | 77.1 | 76.9 | 80.6 | 84.8 | 85.6 |
| 戦略目標 D | 地域とともに進化する美術館となります | | | | | | | |
| 戦略 1 | 市民が参画し、地域とメリットを共にする美術館活動を展開します | | | | | | | |
| 37 | 地域住民・団体との連携を図るための意見交換会の開催回数 | 回 | 7 | 14 | 11 | 12 | 10 | 10 |
| 38 | ボランティアの人数 | 人 | 277 | 277 | 284 | 282 | 212 | 118 |
| 39 | ボランティアの満足度 | % | 78.8 | - | 59.7 | 54.6 | ※ | ※ |
| 40 | 友の会会員の人数 | 人 | 557 | 636 | 608 | 680 | 588 | 696 |
| 41 | 友の会会員の満足度 | % | 90.0 | - | - | ※ | ※ | ※ |
| 42 | 県民ギャラリーの利用団体数 | 団体 | 41 | 38 | 39 | 43 | 26 | 34 |
| | 県民ギャラリーの稼働率 | % | 93.4 | 97.7 | 91.3 | 98.8 | 94.5 | 96.1 |
| | 講堂の利用団体数 | 団体 | 78 | 88 | 71 | 80 | 38 | 69 |
| | 講堂の稼働率 | % | 27.4 | 29.4 | 25.2 | 31.2 | 22.3 | 31.2 |
| 43 | 移動美術展の開催回数 | 回 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| | 移動美術展の入場者数 | 人 | 4,490 | 6,082 | 2,669 | 1,507 | 17,624 | 2,579 |
| 44 | 広報サポーターの人数 | 人 | 155 | 112 | 98 | 88 | 84 | 91 |

| 戦略目標 戦略 | 定量的評価指標 | | 実績値 | | | | | |
|------------|---|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | | | 単 位 | 17年度 | 18年度 | 19年度 | 20年度 | 21年度 |
| No. | | | | | | | | |
| 戦略 2 | 美術に関する情報集散地を目指します | | | | | | | |
| 45 | HPへのアクセス件数 | 件 | 103,500 | 155,400 | 164,500 | 164,000 | 147,225 | 353,500 |
| 46 | HPの満足度 | % | 69.6 | 77.8 | 70.0 | 74.3 | 71.9 | 74.3 |
| 47 | 図書閲覧室の利用者数 | 人 | 4,700 | 5,090 | 5,580 | 5,070 | 3,716 | 3,902 |
| 48 | 図書閲覧室の満足度 | % | 67.5 | 73.5 | 87.0 | 77.8 | 85.8 | ※ |
| 戦略 3 | 新たな顧客層・支持層を開拓していきます | | | | | | | |
| 49 | 展覧会における小中高生の割合 | % | 14.0 | 8.6 | 9.6 | ※ | ※ | ※ |
| 50 | 小中高生を対象にした実技系プログラムの回数 | 回 | 107 | 120 | 145 | 157 | 118 | 155 |
| 51 | 展覧会における新規来館者の割合 | % | 17.2 | 22.7 | 19.7 | 17.3 | 21.4 | 21.5 |
| 52 | 展覧会における新規来館者の満足度 | % | 65.7 | 67.7 | 70.9 | 74.2 | 71.2 | 90.0 |
| 53 | 地域別の利用者数の割合（東部） | % | 16.4 | 14.5 | 15.8 | 15.9 | 16.8 | 15.6 |
| | 地域別の利用者数の割合（中部） | % | 63.8 | 61.3 | 57.7 | 60.0 | 54.4 | 54.9 |
| | 地域別の利用者数の割合（西部） | % | 12.8 | 13.4 | 16.4 | 15.0 | 15.2 | 15.2 |
| | 地域別の利用者数の割合（県外） | % | 7.0 | 10.8 | 10.1 | 9.2 | 13.6 | 14.3 |
| 54 | 2世代・3世代一緒に観覧に来ている割合 | % | 26.7 | 29.7 | 25.9 | 26.0 | 29.6 | 26.5 |
| 55 | 観光ルート化を実現するための会議の開催 | 回 | 4 | 3 | 7 | 7 | 4 | 5 |
| 戦略目標 E | 美術館経営を改革していきます | | | | | | | |
| 戦略 1 | 経営に関する考えを常に社会に伝え、ガラス張りで責任の明確な経営を行います | | | | | | | |
| 56 | 経営に関する情報の公開件数 | 件 | 8 | 13 | 10 | 7 | 5 | 7 |
| 戦略 2 | 進化していく美術館について研究します | | | | | | | |
| 57 | 経営に関する調査・研究件数 | 件 | 4 | 15 | 6 | 6 | 5 | 11 |
| 戦略 3 | 美術館が社会に役立つための職員教育を徹底します | | | | | | | |
| 58 | 職員研修の件数 | 件 | 18 | 10 | 21 | 11 | 9 | 10 |
| 戦略 4 | 美術館が持つ全ての資源（人、作品、施設など）が、効果的に力を発揮できるようにします | | | | | | | |
| 59 | 美術館協議会及び経営部会の開催回数 | 回 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |

第4章 今後の達成目標・取組方針

第4章では、平成22年度の自己評価を踏まえた平成23年度以降の取組方針について記載している。

まず、平成24年度までの達成目標を設定し、年次計画的な観点に立って、平成23年度の取組に関する考え方を整理した上で、運営基本方針・重点目標に基づく平成23年度に取り組む具体的なアクションプランを記載した。(※平成22年度に自己評価システムの見直しを行い、平成23年度～平成25年度は新たな評価システムとなっている。別添参考資料2「静岡県立美術館自己評価システムの見直し」参照)

1 平成23年度以降の達成目標

| 評価指標 | 実績 | | | | 目標値 | | |
|--|------------------------------|--------------|--------------|---------------------------|-------------------------|--------------|--------------|
| | H19 | H20 | H21 | H22 | H23 | H24 | |
| 運営基本方針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覧会を催します | | | | | | | |
| 重点目標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 | 展覧会の来館者数(人) | 184,535 | 190,669 | 119,416 | 266,786 | 170,000 | 170,000 |
| 2 | 自主企画・企画参加型展覧会の回数(回) | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 |
| 3 | 作品やテーマに興味を持った人の割合(%) | 87.5 | 86.0 | 80.9 | 85.2 | 88.0 | 88.0 |
| 4 | 展覧会における新規来館者の割合(%) | 19.7 | 17.3 | 21.4 | 21.5 | 20.0 | 20.0 |
| 重点目標2 大学・他美術館との連携・交流を進め、企画力を強化します | | | | | | | |
| 6 | 調査研究の発表件数(種類別)(回) | 10 | 14 | 11 | 14 | 10 | 10 |
| 7 | 内部セミナー・研究会・研修の回数(回) | 12 | 12 | 14 | 12 | 14 | 14 |
| 8 | 他の美術館や大学と連携した取組件数(件) | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 重点目標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(人) | 18,196 | 17,850 | 18,042 | 12,526 | 20,000 | 20,000 |
| 11 | 収蔵品の公開件数(貸出し含む)(件) | 465 | 446 | 496 | 337 | 500 | 500 |
| 12 | 作品購入件数・購入価格 (基金対応額)(件・千円) | 2 29,896 | 3 12,757 | 3 133,350 (113,400) | 4 98,400 (86,000) | 1 5,000 | - |
| 13 | 作品寄贈件数・評価価格(件・千円) | 23 26,435 | 47 69,625 | 20 22,950 | 2 92,500 | 10 10,000 | 10 10,000 |
| 運営基本方針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活動を展開します | | | | | | | |
| 重点目標1 質の高い芸術教育と普及プログラムを開発します | | | | | | | |
| 15 | 学校教育と連携した取組数(件) | 290 | 385 | 305 | 348 | 350 | 350 |
| 16 | 鑑賞系プログラム数(件) | 11 | 15 | 13 | 13 | 13 | 13 |

| 評価指標 | | 実績 | | | | 目標値 | |
|------|----------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | | H19 | H20 | H21 | H22 | H23 | H24 |
| 17 | コレクションを活用したプログラム数(件) | 14 | 16 | 17 | 19 | 16 | 16 |

重点目標2 講座・講演会・シンポジウム・演奏会等を企画し開催します

| | | | | | | | |
|----|--------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 19 | 講演会等の開催回数(回) | 211 | 240 | 173 | 177 | 210 | 210 |
| 20 | 学芸員のフロアレクチャー等の数(回) | 17 | 58 | 86 | 123 | 130 | 130 |

重点目標3 地域住民、企業、NPO等と連携した美術館活動を充実させます

| | | | | | | | |
|----|--------------------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 21 | 地域住民等と連携した取組数(件) | 2 | 10 | 6 | 6 | 4 | 4 |
| 22 | 館内空間を生かした催事の件数・参加者数(件・人) | 90 5,400 | 101 4,054 | 34 6,506 | 62 4,908 | 90 5,500 | 90 5,500 |

運営基本方針C さらに積極的な広報を工夫し、美術館活動の情報発信に努めます

重点目標1 広報戦略を策定し、広報の質を高めます

| | | | | | | | |
|----|------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 24 | 美術館に関する情報が「入手しやすい」とする人の割合(%) | 67.9 | 69.8 | 66.5 | 69.4 | 70.0 | 70.0 |
| 25 | ホームページへのアクセス件数(件) | 164,500 | 164,000 | 147,225 | 353,500 | 170,000 | 250,000 |
| 26 | ホームページの満足度(%) | 70.0 | 74.3 | 71.9 | 74.3 | 70.0 | 75.0 |

重点目標2 観光業界などとの連携や新たな広報チャンネルの開拓に取り組みます

| | | | | | | | |
|----|------------------------------|---|---|---|---|---|---|
| 28 | 観光業界や他のイベントとの広報連携を行った取組数(新規) | - | - | - | - | 2 | 2 |
|----|------------------------------|---|---|---|---|---|---|

重点目標3 ロダン館の認知度を高め、来館者を増やします

| | | | | | | | |
|----|--------------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|
| 29 | ロダン館の入館者数(人) | 74,290 | 81,771 | 45,751 | 131,240 | 80,000 | 90,000 |
|----|--------------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|

運営基本方針D 常に施設の改善に努め、美術館の快適度を高めていきます

重点目標1 館内施設を充実させ、満足度を高めます

| | | | | | | | |
|----|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 30 | 美術館利用者数(内訳)(人) | 373,556 | 389,194 | 221,185 | 459,489 | 400,000 | 400,000 |
| 31 | 鑑賞環境に対する満足度(%) | 87.1 | 87.4 | 84.4 | 89.8 | 90.0 | 90.0 |
| 32 | レストラン・カフェ利用者の満足度(%) | 61.7 | 54.5 | 68.8 | 53.8 | 70.0 | 70.0 |
| 33 | ミュージアムショップ利用者の満足度(%) | 76.9 | 80.6 | 84.8 | 85.6 | 85.0 | 85.0 |

重点目標2 周辺環境やアクセスの利便を向上させます

| | | | | | | | |
|----|----------------|------|------|------|------|------|------|
| 34 | 来館者のアクセス満足度(%) | 78.1 | 76.4 | 78.0 | 75.8 | 80.0 | 80.0 |
| | | 80.1 | 80.7 | 75.8 | 72.0 | | |

※1 展覧会の来館者数は、H24展覧会計画未定のため、暫定数値を示した。

※6 調査研究の発表件数とは、主な論文(カタログ論文・研究紀要・学術論文・学会発表等)の発表件数である。

※34 上段:公共交通機関で来館した方、下段:自家用車で来館した方。

2 平成 23 年度の取組方針

平成 23 年度～25 年度の中期計画における「運営基本方針 A・C」を平成 23 年度の主な課題ととらえ、取組方針を下記のとおり示した。

(1) 他館との連携強化による企画展の充実

当館学芸員のネットワークを活用し、他館との連携を強化して、企画展の充実を図る。森美術館をはじめ国内公立美術館との連携による「小谷元彦 幽体の知覚」展、石橋財団ブリヂストン美術館の出品協力による「開館 25 周年記念 芸術の花開く都市」展、また京都国立博物館の所蔵品を通して、およそ千年に及ぶ日本・東洋美術の粋を紹介する「京都国立博物館名品展 京都千年の美の系譜―祈りと風景」を開催する。（「運営基本方針 A 重点目標 1・2」として実施）

(2) 収蔵品展の充実

1986(昭和 61)年に開館した当館は、平成 23 年度に開館 25 周年を迎え、準備室以来、継続して収集してきたコレクションは、2,500 点を超える。今年度は、利用者の声を企画に反映させる「開館 25 周年 静岡県立美術館コレクション 百花繚乱展」を開催するとともに、学芸員によるテーマに工夫を凝らした収蔵品展を開催し、多くの利用者に当館のコレクションの魅力を伝えるよう努める。（「運営基本方針 A 重点目標 3」として実施）

(3) より積極的な広報の工夫とロダン館の観光ルート化に向けた取組

これまでの展覧会等の事業ごとの広報に加えて、「静岡県立美術館」という館自体の価値と魅力を多くの人々に伝えていくための広報をさらに積極的に行う。また空港との連携を図って、ロダン館の観光ルート化に向けた取組を引き続き実施する。（「運営基本方針 C 重点目標 1・2・3」として実施）

3 平成 23 年度のアクションプラン

平成 23 年度～25 年度の中期計画における運営基本方針・重点目標を達成するため、平成 23 年度の具体的な計画「アクションプラン」を展開する。

【運営基本方針 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覧会を催します

(重点目標 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

- ・利用者の声を企画に反映させるコレクション展を開催する。
(「開館 25 周年記念 百花繚乱展」)
- ・現代美術表現のトップランナーとして進化し続ける作家を紹介する。(「小谷元彦展」)
- ・石橋財団ブリヂストン美術館の協力による「都市と芸術」をテーマとした企画展を開催する。
(「芸術の花開く都市展」)
- ・京都国立博物館の所蔵品を通して、およそ千年に及ぶ日本・東洋美術の粋を紹介する。
(「京都千年の美の系譜展」)
- ・近年の発掘調査によって明らかになった契丹の文化を紹介する。
(「草原の正倉院展」)

<平成 23 年度企画展開催計画>

| 展 覧 会 名 | | 期 間 | 観覧者数見込(人) |
|------------------|--------------------------------|--------------------|-----------|
| 企 画 展 | 開館 25 周年記念 静岡県立美術館コレクション 百花繚乱展 | 4/9～ 5/15 (33 日間) | 15,000 |
| | 小谷元彦展 幽体の知覚 | 5/28～7/10 (37 日間) | 13,900 |
| | 開館 25 周年記念 芸術の花開く都市展 | 7/19～9/8 (46 日間) | 25,600 |
| | 京都千年の美の系譜展 | 10/22～12/4 (38 日間) | 32,000 |
| | プリンセス・オブ・キャセイ展 | 12/17～3/4 (65 日間) | 44,000 |
| ふじのくに芸術祭 2011 | | 9/16～10/10 (22 日間) | 14,000 |
| 収蔵品展 | | 年間 | 21,000 |
| 計 | | | 165,500 |
| 移動美術展(沼津市庄司美術館) | | 9/10～9/25 (16 日間) | 4,500 |
| 移動美術展(県立浜松江之島高校) | | 11/1～11/5 (5 日間) | (2 会場) |
| 合 計 | | | 170,000 |

(重点目標 2) 他の美術館・大学との連携を進め、企画力を強化します

- ・他の美術館と共同して調査・研究及び巡回展を実施する。(「小谷元彦展」、「芸術の花開く都市展」、「京都千年の美の系譜展」)
- ・県文化政策課と連携して「ふじのくに芸術祭 2011」を開催する。
- ・インターンシップを受け入れる。
- ・展覧会調査や学会出席等情報収集に努める。

(重点目標 3) 特徴あるコレクションを形成し、効果的に活用します

- ・収蔵品の充実を図る。

- ・当館コレクションを活用した企画展を開催する。（「開館 25 周年記念 静岡県立美術館コレクション 百花繚乱展」）
- ・エントランス名品コーナーで富士山をモチーフとする絵画を紹介する。
- ・テーマに工夫を凝らした収蔵品展を開催する。
- ・購入・寄贈候補作品に関する情報を積極的に収集し、日常的な調査に努める。

＜平成 23 年度収蔵品展開催計画＞

| 展覧会名 | 期 間 | 展示する収蔵作品など |
|--|------------|--------------------------|
| 新収蔵品展 | 4/5～5/15 | 平成 22 年度新収蔵品 |
| 日本人の油彩画 明治から昭和まで | 5/28～7/10 | 徳川慶喜《風景》 |
| 親子で楽しむ美術館 近代日本画にみる線と面 | 7/12～8/28 | 秋野不矩《ガンガー》 |
| 彼方からの光-現代美術コレクションより | 8/30～10/16 | 今井俊満、田中敦子、キーファー他 |
| オールド・マスターズ | 10/18～12/7 | クロード・ロラン《笛を吹く人物のいる牧歌的風景》 |
| 円山・四条派の絵画 | 12/17～1/29 | 円山応挙《木賊兎図》 |
| 富士山の日関連展示 富士山の絵画 2012 | 1/31～3/11 | 《武蔵野図屏風》 |
| Girl/Woman/Mother アーティストが描き出す少女、女、母のイメージ | 3/13～3/31 | 野島青茲《母子像》 |
| マスター・プリント | 3/13～3/31 | ジャック・カロ《大狩猟》 |
| 日本画-春の景 | 3/13～3/31 | 雲谷等顔《春夏山水図屏風》（寄託品） |

【運営基本方針 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活動を展開します

（重点目標 1） 質の高い芸術教育と普及プログラムを開発します

- ・学校教育の現場との交流を図り、鑑賞系教育・普及事業をより充実させる。
- ・鑑賞との結びつきを深め、質の高い実技系教育・普及事業を実施する。

＜平成 23 年度 教育・普及プログラム 主な内容＞

| プログラム | 内 容 | 実施日数等 (予定) |
|--------|--|---------------|
| 創作週間 | 実技室とその設備を創作活動のため県民に開放する | 年60回 |
| 色彩アトリエ | 親子でも参加できる美術体験企画として絵画を取り上げ、さまざまな技法で共同制作、展示を行うワークショップ | 年11回 |
| 工作アトリエ | 親子でも参加できる美術体験企画として立体・彫刻を取り上げ、共同制作を行うワークショップ | 年11回 |
| 絵の具開放日 | 親子で参加し、絵の具で自由に遊ぶ体験の日 | 年8回 |
| 粘土開放日 | 親子で参加し、粘土で自由に遊ぶ体験の日 | 年12回 |
| 美術館教室 | 学校連携普及事業 来館園児・生徒を対象とした実技・鑑賞のプログラムと、学芸員が学校で行う出張美術講座など | 年140回 |
| 出張美術講座 | コレクションのレプリカや PC 資料を持参して、小～大学まで幅広い年齢層を対象に、県内全域の学校で授業を実施 | 年40回 |

（重点目標 2） 講座・講演会・シンポジウム・演奏会等を企画し開催します

- ・企画展に合わせ、創意工夫を凝らした講演会を開催する。
- ・収蔵品展や企画展の美術講座及びフロアレクチャー等を実施する。

(重点目標3) 地域住民、企業、NPO等と連携した美術館活動を充実させます

- ・地域住民、企業、NPO、友の会等と連携した催事を充実する。
- ・「ムセイオン静岡」を定期的に開催し、市内文化施設6機関の連携を深める。
- ・ボランティアによる地域連携活動を支援し推進する。
- ・NPOとの連携についての可能性を模索する。

【運営基本方針C】

さらに積極的な広報を工夫し、美術館活動の情報発信に努めます

(重点目標1) 広報戦略を策定し、広報の質を高めます

- ・諸機関と連携して、新たなニュース・リソースを生み出すための素材を開拓する。
- ・富士山静岡空港の就航先等と連携した広報を展開し、新規の観光客の誘致に努める。
- ・企画展毎に総務課・学芸課のチームづくりを推進し、戦略的効果的な広報に努める。

(重点目標2) 観光業界などとの連携や新たな広報チャンネルの開拓に取り組みます

- ・県文化・観光部を中心として、観光諸団体との連携を進める。
- ・企画展及びイベントの内容に応じて効果的な告知先を検討・変更する。

(重点目標3) ロダン館の認知度を高め、来館者を増やします

- ・県文化・観光部と連携し、ロダン館の観光ルート化に向けた取組を行う。
- ・イベント等を通して、ロダン館の魅力を発信する。

【運営基本方針D】

常に施設の改善に努め、美術館の快適度を高めていきます

(重点目標1) 館内施設を充実させ、満足度を高めます

- ・レストラン・カフェのメニューの刷新及び更なるサービス改善に努める。

(重点目標2) 周辺環境やアクセスの利便を向上させます

- ・美術館の将来構想や周辺環境の整備について検討する。

平成 22 年度 調査・研究に関する自己点検評価報告書

調査・研究に関する自己点検評価報告書

| | |
|---|-------------------------|
| 提出日 平成 23 年 3 月 31 日 | |
| 職・氏名 | 学芸部長・小針由紀隆 |
| ●専門分野 | 西洋美術史 |
| ●所属学会 | 美術史学会、三田芸術学会 |
| ●主要研究テーマ | 17～19 世紀イタリアにおける風景画の諸問題 |
| 1. 今年一年間に執筆した主な論文(カタログ論文・研究紀要・学術論文・学会発表・その他美術・美術館に関わる研究論文等) | 小計 0 本 |
| 2. 今年 1 年間に携わった展覧会及び普及事業 | |
| 1 企画展「あなたの愛する風景」副担当 | |
| 2 「第 20 回富嶽ビエンナーレ展」担当 | |
| 3 ブーシェ購入作品パンフレット制作 | |
| 4 静岡県立大学「MUSEUMと文化」レクチャー | |
| 5 美術講座「フランソワ・ブーシェと悦楽の光景」 | |
| 6 中学生事業出張美術講座 1 回 | |
| | 小計 6 本 |
| 3. 上記以外の専門領域活動及びその他の活動 | |
| 1 国立西洋美術館美術品評価委員 | |
| 2 「第 50 回静岡県芸術祭」審査 | |
| 3 「第 20 回富嶽ビエンナーレ展」審査 | |
| 4 「イタリア美術探訪」(佐野美術館研修講座) | |
| 5 「20 世紀フランス美術と伝統」(浜松市美術館講座) | |
| 6 「ブーシェと悦楽の風景」(静岡県立美術館研究会発表) | |
| 7 「世界の文化遺産・イタリアの広場」(静岡県立大学講義) | |
| 8 「ウルビーノ公フェデリーコ・ダ・モンテフェルトロの宮廷芸術をめぐって」 (静岡県立大学楢円堂講座) | |
| 9 文科省科学研究費補助金による在外調査 (2/13～23) | |
| | 小計 9 本 |
| 4. 収蔵作品に関する論文・発表等 | 小計 0 本 |
| 合計 15 本 | |

調査・研究に関する自己点検評価報告書

| | |
|---|--------------------------|
| 提出日 平成 23 年 3 月 31 日 | |
| 職・氏名 | 学芸課長・飯田 真 |
| ●専門分野 | 日本美術史 |
| ●所属学会 | 美術史学会 |
| ●主要研究テーマ | 日本近世近代絵画史 富士山と美術、日本の風景表現 |
| 1. 今年一年間に執筆した主な論文 (カタログ論文・研究紀要・学術論文・学会発表・その他美術・美術館に関わる研究論文等) | 小計 0 本 |
| 2. 今年 1 年間に携わった展覧会及び普及事業 1 「帰ってきた江戸絵画 ギッター・コレクション展」 主担当 2 収蔵品展「富士山の絵画 2010」担当 3 特別講座「日本画をじかに見る」2 回 | 小計 3 本 |
| 3. 上記以外の専門領域活動及びその他の活動 1 豊橋市美術博物館 資料収集委員 2 静岡市文化財保護審議会委員 | 小計 2 本 |
| 4. 収蔵作品に関する論文・発表等 1 「新収蔵作品《富士三保松原図屏風》について」(静岡県立美術館ニュース『アマリリス』101号 研究ノート) | 小計 1 本 |
| 合計 6 本 | |

調査・研究に関する自己点検評価報告書

| | |
|---|--------------|
| 提出日 平成 23 年 3 月 31 日 | |
| 職・氏名 | 上席学芸員 南 美幸 |
| ●専門分野 | 美学・美術史 |
| ●所属学会 | 美術史学会、日仏美術学会 |
| ●主要研究テーマ | 西洋美術史、ロダン関連 |
| 1. 今年一年間に執筆した主な論文 (カタログ論文・研究紀要・学術論文・学会発表・その他美術・美術館に関わる研究論文等) | |
| 1 「ゼバルト・ベーハム『ヘラクレスの事績』について」(『静岡県立美術館紀要』26号) | |
| 小計 1 本 | |
| 2. 今年1年間に携わった展覧会及び普及事業 | |
| 1 企画展「トリノ・エジプト」展 副担当 | |
| 2 企画展「あなたの愛する風景」展 主担当 | |
| 3 同展 フロアレクチャー 1回 | |
| 4 収蔵品展「イマジネーションの彼方へ」主担当 | |
| 5 同展 フロアレクチャー 1回 | |
| 6 ロダン館タッチ・ツアー 8件 | |
| 7 夕暮れロダン・ツアー レクチャー 1回 | |
| 8 中学生出張講座 2回 | |
| 9 静岡県立清水南高等学校 講演会 | |
| 小計 9 本 | |
| 3. 上記以外の専門領域活動及びその他の活動 | |
| 小計 0 本 | |
| 4. 収蔵作品に関する論文・発表等 | |
| (1「ゼバルト・ベーハム『ヘラクレスの事績』について」(『静岡県立美術館紀要』26号)【上記】) | |
| 小計 (1) 本 | |
| 合計 10 本 | |

調査・研究に関する自己点検評価報告書

| | |
|--|---|
| 提出日 平成 23 年 3 月 31 日 | |
| 職・氏名 | 上席学芸員・堀切正人 |
| ●専門分野 | 美術史 |
| ●所属学会 | 美術史学会、美学会 |
| ●主要研究テーマ | 日本の近現代美術（洋画家・宮芳平、森鷗外と美術、日本近代彫刻、日本現代美術の現状調査） |
| 1. 今年一年間に執筆した主な論文(カタログ論文・研究紀要・学術論文・学会発表・その他美術史に関わる研究論文等) | |
| 1 「石田徹也とその時代」(『石田徹也全作品集』求龍堂) | |
| 2 『宮芳平自伝』編集・注釈・解説(求龍堂) | |
| 3 「小谷元彦 文献」(『小谷元彦 幽体の知覚』展カタログ) | 小計 3 本 |
| 2. 今年 1 年間に携わった展覧会及び普及事業 | |
| 展覧会 | 1 企画展「あなたの愛する風景」副担当 2 企画展「小谷元彦 幽体の知覚」準備 副担当 3 収蔵品展「大きい絵～大画面の魅力～」担当 |
| 普及事業 | 4 企画展「あなたの愛する風景」トークショー 5 教育普及イベント「ART!」企画、実施 6 教育普及イベント「ARU!」企画、実施 7 高校生ギャラリートーク指導 2回 8 出張ロダン体操 4回 9 学校団体授業(浜松市立丸塚中学校) 10 出張授業(静岡市立城内中学校) 11 出張授業(静岡市立長田西中学校) 7回 12 中学生事業出張美術講座 4回 13 出張授業(富士市立岩松中学校) 5回 14 浜名教育会図工美術研修会 講演(浜松市立新居中学校) 15 「常葉学園大学造形学部卒業制作展 記念講演会」講演 16 文化祭イベント展示指導(静岡商業高校) 17 職場インタビュー対応(常葉学園中学校) 18 スタディオコミュニティー「リディラバ」訪問対応 19 テレビ番組「Nonfix」石田徹也特番への対応、指導 |
| | 小計 19 本 |
| 3. 上記以外の専門領域活動及びその他の活動 | |
| 1 講演「やっぱり彫刻が好き」(アートスペース「路地と人」) | |
| 2 講演「画家 宮芳平 柏崎でのあゆみ」(柏崎ふるさと人物館) | |
| 3 磐田市美術作品購入検討委員会 | |
| 4 浜松市美術館美術資料審査会 | 小計 4 本 |
| 4. 収蔵作品に関する論文・発表等 | |
| (1 「石田徹也とその時代」(『石田徹也全作品集』求龍堂)【上記】) | 小計 (1) 本 |
| 合計 26 本 | |

調査・研究に関する自己点検評価報告書

| | |
|---|-------------------------|
| 提出日 平成 23 年 3 月 31 日 | |
| 職・氏名 | 主査・伴野 潤 |
| ●専門分野 | 教育普及 |
| ●所属学会 | |
| ●主要研究テーマ | 静岡県立美術館における教育普及のあり方について |
| 1. 今年一年間に執筆した主な論文 (カタログ論文・研究紀要・学術論文・学会発表・その他美術・美術館に関わる研究論文等) | 小計 0 本 |
| 2. 今年 1 年間に携わった展覧会及び普及事業 | |
| 1 実技室イベント (通年) | |
| 2 関東甲信越ブロック大会静岡大会 | |
| 3 中学生事業出張美術講座 3 回 | |
| | 小計 3 本 |
| 3. 上記以外の専門領域活動及びその他の活動 | |
| | 小計 0 本 |
| 4. 収蔵作品に関する論文・発表等 | |
| | 小計 0 本 |
| 合計 3 本 | |

調査・研究に関する自己点検評価報告書

| | |
|---|-----------------------------|
| 提出日 平成 23 年 3 月 31 日 | |
| 職・氏名 | 上席学芸員 新田建史 |
| ●専門分野 | 美学美術史 |
| ●所属学会 | 地中海学会、保存修復学会 |
| ●主要研究テーマ | 西洋 16～18 世紀美術、東西美術交流史、東西版画史 |
| 1. 今年一年間に執筆した主な論文 (カタログ論文・研究紀要・学術論文・学会発表・その他美術・美術館に関わる研究論文等) | |
| 1 「静岡県立美術館の地震対策」 (『J.P.ゲッティ美術館、国立西洋美術館共催国際シンポジウム「美術館・博物館コレクションの地震対策」報告書』 国立西洋美術館) | |
| 小計 1 本 | |
| 2. 今年 1 年間に携わった展覧会及び普及事業 | |
| 1 「トリノ・エジプト展」 主担当 2 同展 記念講演会 1 回 3 同展 出張講座 3 回 4 同展 サタデー・ナイト・ツアー 6 回 5 「日本画の修復体感週間」 | |
| 小計 5 本 | |
| 3. 上記以外の専門領域活動及びその他の活動 | |
| 1 「美術館の文化財保存修復作業について」(講義 静岡県教育委員会主催 平成 22 年度文化財体験講座) | |
| 小計 1 本 | |
| 4. 収蔵作品に関する論文・発表等 | |
| 小計 0 本 | |
| 合計 7 本 | |

調査・研究に関する自己点検評価報告書

| | |
|--|---------------------|
| 提出日 平成 23 年 3 月 31 日 | |
| 職・氏名 | 主査・鈴木雅道 |
| ●専門分野 | 教育普及 |
| ●所属学会 | |
| ●主要研究テーマ | 美術館における鑑賞教育の可能性について |
| 1. 今年一年間に執筆した主な論文 (カタログ論文・研究紀要・学術論文・学会発表・その他美術・美術館に関わる研究論文等) | 小計 0 本 |
| 2. 今年 1 年間に携わった展覧会及び普及事業 1 シンポジウム「まちと博物館」 発表及びパネリスト (常葉学園大学・静岡県博物館協会主催事業) 2 実技室イベント (通年) 3 第 2 回鑑賞教育指導者研修会 | 小計 3 本 |
| 3. 上記以外の専門領域活動及びその他の活動 1 出張キャリア講座 (高校生向け) 2 「しごと場見学!美術館・博物館で働く人たち」鈴木一彦著 (ペリかん社) 掲載 | 小計 2 本 |
| 4. 収蔵作品に関する論文・発表等 | 小計 0 本 |
| 合計 5 本 | |

調査・研究に関する自己点検評価報告書

| | |
|---|--------------|
| 提出日 平成 23 年 3 月 31 日 | |
| 職・氏名 | 上席学芸員・川谷承子 |
| ●専門分野 | 現代美術 |
| ●所属学会 | |
| ●主要研究テーマ | 日本とアメリカの戦後美術 |
| 1. 今年一年間に執筆した主な論文 (カタログ論文・研究紀要・学術論文・学会発表・その他美術・美術館に関わる研究論文等) | |
| 1 「小谷元彦と日本の彫刻―「SP」シリーズ以降の小谷について思うこと」 (『小谷元彦展 幽体の知覚』カタログ) | 小計 1 本 |
| 2. 今年 1 年間に携わった展覧会及び普及事業 | |
| 1 収蔵品展「New コレ しずおか ～新収蔵品と静岡ゆかりの美術～」担当 | |
| 2 企画展「あなたの愛する風景」出展作品調査 | |
| 3 「小谷元彦展 幽体の知覚」準備 主担当 | |
| 4 「小谷元彦展 幽体の知覚」カタログ 作品解説 5 点 (2010 年 8 月～12 月まで産前産後、育児休暇) | 小計 4 本 |
| 3. 上記以外の専門領域活動及びその他の活動 | |
| 1 コレクター太田正樹氏からの寄託依頼作品の調査 | |
| 2 コレクター下田賢司氏からの預かり作品の調査 | 小計 2 本 |
| 4. 収蔵作品に関する論文・発表等 | |
| | 小計 0 本 |
| 合計 7 本 | |

調査・研究に関する自己点検評価報告書

| | |
|--|-------------------------|
| 提出日 平成 23 年 3 月 31 日 | |
| 職・氏名 | 上席学芸員・村上 敬 |
| ●専門分野 | 日本近代 |
| ●所属学会 | 美学会、美術史学会、文化資源学会、明治美術学会 |
| ●主要研究テーマ | 昭和初期産業工芸／デザインの研究 |
| 1. 今年一年間に執筆した主な論文 (カタログ論文・研究紀要・学術論文・学会発表・その他美術・美術館に関わる研究論文等) | |
| 1 「人間とロボットの間には「不気味の谷」はあるのだろうか？」 (『ロボットと美術—機械×身体—のビジュアルイメージ展』図録) | |
| | 小計 1 本 |
| 2. 今年 1 年間に携わった展覧会及び普及事業 | |
| 1 「ロボットと美術—機械×身体—のビジュアルイメージ」展 主担当 | |
| 2 同展 講演会 1 回 | |
| 3 中学生事業出張美術講座 1 回 | |
| | 小計 3 本 |
| 3. 上記以外の専門領域活動及びその他の活動 | |
| | 小計 0 本 |
| 4. 収蔵作品に関する論文・発表等 | |
| | 小計 0 本 |
| 合計 4 本 | |

調査・研究に関する自己点検評価報告書

提出日 平成 23 年 3 月 31 日

職・氏名 主任学芸員・泰井良

- 専門分野 美学・美術史、ミュージアム・マネージメント
- 所属学会 美術史学会、美学会、日本ミュージアム・マネージメント学会
- 主要研究テーマ 近代美術史、ロダン、美術館評価・文化政策

1. 今年一年間に執筆した主な論文

(カタログ論文・研究紀要・学術論文・学会発表・その他美術・美術館に関わる研究論文等)

- 1 「児島善三郎《箱根》についての考察」(『静岡県立美術館紀要』26号)
- 2 「前田守一の版画世界」(『前田守一展』カタログ フェルケール博物館)

小計 2 本

2. 今年 1 年間に携わった展覧会及び普及事業

- 1 企画展「トリノ・エジプト展」副担当
- 2 収蔵品展「あなたの愛する風景展」副担当

小計 2 本

3. 上記以外の専門領域活動及びその他の活動

- 1 「公立美術館の「公益性」に関する調査・研究」(財団法人地域創造)
- 2 「新潟市美術館の改革と評価に関する委員会 中間報告書」

小計 2 本

4. 収蔵作品に関する論文・発表等

- (1 「児島善三郎《箱根》についての考察」(『静岡県立美術館紀要』26号)【上記】)

小計 (1) 本

合計 6 本

調査・研究に関する自己点検評価報告書

| | |
|---|--------------|
| 提出日 平成 23 年 3 月 31 日 | |
| 職・氏名 | 主任学芸員・石上充代 |
| ●専門分野 | 美術史 |
| ●所属学会 | 美学美術史学会 |
| ●主要研究テーマ | 近世および近代日本絵画史 |
| <p>1. 今年一年間に執筆した主な論文 (カタログ論文・研究紀要・学術論文・学会発表・その他美術・美術館に関わる研究論文等)</p> <p>1 「《白象群獣図》の造形的特質について—明度の反転に関する考察」(『伊藤若冲—アナザーワールド』展図録)</p> <p>2 「橋本雅邦《三井寺》における先駆性について—描法と主題から」(静岡県立美術館ニュース『アマリリス』99号 研究ノート)</p> <p style="text-align: right;">小計 2 本</p> | |
| <p>2. 今年1年間に携わった展覧会及び普及事業</p> <p>1 企画展「伊藤若冲—アナザーワールド」副担当</p> <p>2 企画展「あなたの愛する風景」副担当</p> <p>3 同展 フロアレクチャー 1回</p> <p>4 移動美術展「心にしみる風景—富士山と静岡ゆかりの作家たち」(川根本町文化会館)</p> <p>5 同展フロアレクチャー 4回</p> <p>6 移動美術展「日本絵画の400年—狩野派から現代絵画まで—」(島田市博物館)</p> <p>7 同展 美術講座「静岡の狩野派と文人画」</p> <p>8 同展 フロアレクチャー 2回</p> <p>9 同展 関連出張美術講座(静岡大学教育学部附属島田中学校) 4回</p> <p>10 収蔵品展「親子で楽しむ日本画 水のある風景」担当</p> <p>11 同展 フロアレクチャー 1回</p> <p>12 同展 親子鑑賞講座 1回</p> <p>13 特別講座「日本画をじかに見る」2回</p> <p>14 「日本画の修復体感週間」</p> <p>15 出張美術講座 2回</p> <p>16 中学生事業出張美術講座 3回</p> <p style="text-align: right;">小計 16 本</p> | |
| <p>3. 上記以外の専門領域活動及びその他の活動</p> <p style="text-align: right;">小計 0 本</p> | |
| <p>4. 収蔵作品に関する論文・発表等</p> <p>(1 「橋本雅邦《三井寺》における先駆性について—描法と主題から」(『アマリリス』99号 研究ノート)【上記】)</p> <p style="text-align: right;">小計 (1) 本</p> | |
| 合計 18 本 | |

調査・研究に関する自己点検評価報告書

| | |
|---|---------------|
| 提出日 平成 23 年 3 月 31 日 | |
| 職・氏名 | 主任学芸員・福士雄也 |
| ●専門分野 | 美術史 |
| ●所属学会 | 美術史学会、近世絵画研究会 |
| ●主要研究テーマ | 近世絵画史 |
| 1. 今年一年間に執筆した主な論文 (カタログ論文・研究紀要・学術論文・学会発表・その他美術・美術館に関わる研究論文等) | |
| 1 「伊藤若冲をめぐる二、三の問題—印章分析による作品編年の試論を中心に— (『伊藤若冲—アナザーワールド—』展図録) | |
| 2 「伊藤若冲に関する史料について」(『鹿島美術研究』年報別冊 27 号) | |
| | 小計 2 本 |
| 2. 今年 1 年間に携わった展覧会及び普及事業 | |
| 1 「伊藤若冲—アナザーワールド—」展 主担当 | |
| 2 同展 特別講演会 2 回 | |
| 3 同展 美術講座 1 回 | |
| 4 同展 フロアレクチャー 2 回 | |
| 5 「帰ってきた江戸絵画 ギッター・コレクション展」図録 作品解説 | |
| | 小計 5 本 |
| 3. 上記以外の専門領域活動及びその他の活動 | |
| 1 講演「若冲の水墨画」(NHK 文化センター西宮ガーデンズ教室) | |
| 2 講義「静岡県立美術館の活動—その特色と実際」(大阪国際大学) | |
| | 小計 2 本 |
| 4. 収蔵作品に関する論文・発表等 | |
| (1 美術講座「若冲水墨画の魅力」【上記】) | |
| | 小計 (1) 本 |
| 合計 9 本 | |

調査・研究に関する自己点検評価報告書

編集・発行 静岡県立美術館

発行日 平成23年3月31日

静岡県立美術館 自己評価システムの見直し

第 1 章 現行システムの成果と問題点

第 2 章 見直しの基本的な考え方

第 3 章 新たな目標等の設定

第 4 章 自己評価報告書の改善（効率化）

■自己評価システムの全体像（平成 23 年度～平成 25 年度）

■自己評価システムの体系（平成 23 年度～平成 25 年度）

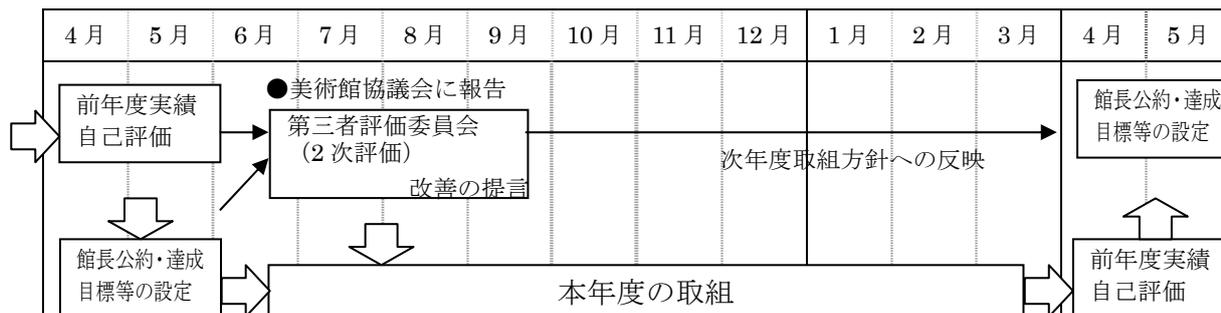
第1章 現行システムの成果と問題点

1 現行システムの構成



- ・ 現行の静岡県立美術館自己評価システムは、館の「使命」を達成するため、中期的な視点をもとに4つの「館長公約」、11の「重点目標」を設定し、それぞれに沿って毎年度事業（アクションプラン）を実施している。
- ・ これらの取組の実績・効果を評価し、次年度以降の改善に生かすため、35項目の「評価指標」（29項目の定量的指標、6項目の定性的指標）を設定している。
- ・ また、館が進める重点的な取組を県民に分かりやすく提示するため、毎年度「達成目標」（定量的目標と定性的目標）を設定・公表している。

<現在のシステム運用スケジュール>



2 現行システムの成果

- ・ 中期的な視点に立って展覧会を企画したことにより、計画の最終年度である平成22年度には、県立美術館における展覧会の観覧者数が16年ぶりに25万人を超え、歴代3位となる264,207人に達した。
- ・ 評価指標を絞り込むことで、評価作業の効率化が図られるとともに、観光局と連携した「夕暮れロ

ダンツアー」、「ムセイオン静岡」の構成員である SPAC と連携した「朗読会」の実施など、ロダン館での新たな取組が強化できた。

- ・ 定性指標の導入と定着により、調査・研究、展覧会、教育普及等の質的充実を図ることができた。

3 現行システム（報告書）の問題点

(1) 中期の視点と単年度の視点とのシステム上の位置付けが明確にされていない。

- ・ 4つの館長公約に基づく戦略体系（評価指標）は、館の使命達成に必要な施策とその評価指標を網羅した3年間の中期的な体系である。
- ・ しかし、単年度の視点については、各年度ごとに取組方針として公表しているが、システム上明確に位置づけられていない。

(2) 評価指標と関係のない調査分析の負担が大きい

- ・ 前回の見直しで71項目の「評価指標」を35項目に削減し評価の効率化に成功したが、以前の71項目のうち削除されたものは「美術館カルテ」として調査を継続し、分析作業を行っている。
- ・ 「アンケート結果まとめ」は現在の指標とは無関係であるが、「美術館カルテ」と同様、従前のおり調査分析され、報告書に掲載されている。

(3) 現状では重要性のうすれた評価指標が見られる

- ・ 「評価指標」には、これまでのデータ集積の中で、すでに重要性が薄れた指標が見られる一方、誤解のないように表現を修正すべき項目、新たな「評価指標」項目の設定が求められる。

(4) 館長公約の定義が明確ではない。

- ・ 計画の途中である平成22年度に館長の交代があった。評価システムにおける「館長公約」は中期の方針であり館長の交代により変わる性質のものではないが、「館長公約」という表現のため、館長の交代により変更するもののような誤解を与えるおそれがある。

第2章 見直しの基本的な考え方

前述のとおり、現行システムは良好に運営されていると考えられるため、基本的な体系は維持する。しかし、よりよいシステム運営を行うため。下記の点については、修正を行う。

1 システムにおける単年度の目標の位置付けの明確化

- ・システム上は、中期的な視点に基づき、3年間の目標は掲げられているが、単年度の目標が明確化されていない。そのため、単年度の具体的な方針を取組方針とし、システム上に明確化させた。

2 報告書内容の改善

- ・従前の指標である「美術館カルテ」を廃止するとともに、美術館カルテに関連したデータ分析である「アンケート結果のまとめ」を自己評価報告書から削除することで、より分かりやすい評価報告書とする。

3 表現の修正及び評価指標の再設定

- ・「館長目標」は、「運営基本方針」に改め、システムにおける定義を明確にする。
- ・「評価指標」項目は、従来の項目を基礎にしつつ、重要性の薄れた指標を削除し必要性に応じて新たな項目の設定を行う。

第3章 新たな目標等の設定

1 中期的な運営基本方針

「人々が美術と出会い新たな価値を見出す体験の場をより多く提供する」という県立美術館の使命を実現するには、魅力ある展覧会や体験講座の開催によって、質の高い美術体験を提供するという美術館の基本的機能の充実が不可欠である。

このためには、中期的に学芸部門を中心とする美術館の企画力を高めていくとともに、学校教育や生涯教育と連携した芸術教育と普及活動の充実を図ることが必要となる。

また、より多くの人々に美術館の魅力を知り、体験してもらうためには、県外からの誘客も含め、対象別の効果的なPRなど、さらに積極的な広報を工夫するとともに、来館者が満足できる館内環境を整えていくことが重要である。

したがって、今後3年間において、中期的な視点に立ち、以下の4項目を「運営基本方針」として重点的に取り組むものとする。(この内容は館長交代が生じても変わらないものであるため、「館長公約」という表現を「運営基本方針」に改めた。なお、従前のものと比べ表現の一部を変更している)

【中期的な運営基本方針】（平成23年度～平成25年度）

- 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覧会を催します
- 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活動を展開します
- C さらに積極的な広報を工夫し、美術館活動の情報発信に努めます
- D 常に施設の改善に努め、美術館の快適度を高めていきます

2 重点目標・評価指標の設定

上記で設定したそれぞれの運営基本方針を実現するため、次のとおり、具体的に取り組むべき項目を「重点目標」として設定する。

【運営基本方針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覧会を催します

- ・運営基本方針A実現のため、従前の計画に引き続き次の3項目を重点目標に設定し、取組を行う。

- ① 新たな視点や工夫に基づく自主企画展を積極的に開催します
- ② 他の美術館・大学との連携・交流を進め、企画力を強化します
- ③ 特徴あるコレクションを形成し、効果的に活用します

・ 各重点目標について、次の評価指標により目標を設定し、達成度を検証・評価する。

なお、指標の変更点として、他の美術館との連携を一層重視するため、「大学等と連携した取組件数」を「他の美術館や大学と連携した取組件数」と表現を修正し、必要に応じ補足資料として参考指標を追記することでより実態が分かりやすい報告書とする。

| 評価指標項目 | | 区分 | 備考（ねらい、【修正内容】） |
|--------------------------------------|--------------------------------------|----|--|
| 1 新たな視点や工夫に基づく自主企画展を積極的に開催します | | | |
| 1 | 展覧会の観覧者数 | 定量 | 多くの人々に展覧会を見てもらうことをめざす |
| 2 | 自主企画・企画参加型展覧会の回数 | 定量 | 単なる巡回展ではなく、館として企画に参加することを重視 |
| 3 | 作品やテーマに興味を持った人の割合 | 定量 | 展覧会の効果を検証する（アンケート調査数値） |
| 4 | 展覧会における新規来館者の割合 | 定量 | 新たな客層を着実に増やしていく（アンケート調査数値） |
| 5 | 展覧会に対する外部評価（レビュー） | 定性 | 展覧会の質を評価 |
| 2 他の美術館・大学との連携を進め、企画力を強化します | | | |
| 6 | 調査研究の発表件数（種類別） | 定量 | 学会発表、紀要での論文発表、雑誌への投稿など種類別に把握 【注釈の記載、調査研究報告書の別添掲載】 |
| 7 | 内部セミナー・研究会・研修の回数 | 定量 | 企画力向上に向けた取組を増やす |
| 8 | 他の美術館や大学と連携した取組件数 | 定量 | 連携事例を実績として検証する 【指標の表現の修正】 |
| 9 | 調査研究に関する外部評価（レビュー） | 定性 | 調査研究の質を評価 |
| 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 | 定量 | コレクションをより多くの人に見てもらう |
| 11 | 収蔵品の公開件数（貸出し含む） | 定量 | コレクションの活用状況を評価 |
| 12 | 作品購入件数・購入価格 | 定量 | コレクション充実の指標 【参考指標】 |
| 13 | 作品寄贈件数・評価価格 | 定量 | コレクション充実の指標 |
| 14 | 公開または貸し出した展覧会における作品の位置付け等に関する学芸員レポート | 定性 | コレクションの質や活用状況を、内容的に検証 |

【運営基本方針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活動を展開します

- ・運営基本方針B実現のため、従前の計画に引き続き次の3項目を重点目標に設定し、取組を行う。（一部表現の修正あり）

- ① 質の高い芸術教育と普及のプログラムを開発します
- ② 講座・講演会・シンポジウム・演奏会等を企画し開催します
- ③ 地域住民、企業、NPO等と連携した美術館活動を充実させます

- ・各重点目標について、次の評価指標により目標を設定し、達成度を検証・評価する。

| 評価指標項目 | | 区分 | 備考（ねらい・【修正内容】） |
|--|--------------------------|----|----------------------------|
| 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数 | 定量 | 学校教育との連携強化を目標として掲げる【参考指標】 |
| 16 | 鑑賞系プログラム数 | 定量 | 鑑賞系プログラムの充実を目標として掲げる【参考指標】 |
| 17 | コレクションを活用したプログラム数 | 定量 | コレクションの活用状況を検証【参考指標】 |
| 18 | 普及・教育プログラムに関する美術館職員のレポート | 定性 | プログラム実施状況を総合的に自己評価する |
| 2 講座・講演会・シンポジウム・演奏会等を企画し開催します | | | |
| 19 | 講演会等の開催回数 | 定量 | 美術に関する教育普及機会の充実を図る【参考指標】 |
| 20 | 学芸員のフロアレクチャー等の数 | 定量 | 学芸員による普及活動の活発化をめざす【参考指標】 |
| 3 地域住民、企業、NPO等と連携した美術館活動を充実させます | | | |
| 21 | 地域住民等と連携した取組件数 | 定量 | 連携実績の向上をめざす |
| 22 | 館内空間を生かした催事の件数・参加者数 | 定量 | 連携のきっかけ・成果となる催事を充実する |
| 23 | 地域住民等と連携した取組に関する職員のレポート | 定性 | 連携した取組の内容・質の検証を行う |

【運営基本方針C】

さらに積極的な広報を工夫し、美術館活動の情報発信に努めます

- ・運営基本方針C実現のため、従前の計画に引き続き次の3項目に取り組む。（一部表現の修正あり）

- ① 広報戦略を策定し、広報の質を高めます
- ② 観光業界などとの連携や新たな広報チャンネルの開拓に取り組みます
- ③ ロダン館の認知度を高め、来館者を増やします

- ・重点目標について、次の評価指標により目標を設定し、達成度を検証・評価する。
- ・観光業界などとの連携を一層推進するため、評価指標に「観光業界や他のイベントとの広報連携の取組数」を新設し、効果を検証することが難しい「取材の件数」を削除する。

| 評価指標項目 | | 区分 | 備考（ねらい・【修正内容】） |
|--|---------------------------|----|----------------------------|
| 1 広報戦略を策定し、広報の質を高めます | | | |
| 24 | 美術館に関する情報が「入手しやすい」とする人の割合 | 定量 | 情報発信手法の適切さ・効果を検証する |
| 25 | ホームページへのアクセス数 | 定量 | 美術館ホームページの活用状況を検証する |
| 26 | ホームページの満足度 | 定量 | 美術館ホームページの質を利用者の視点から検証する |
| 2 観光業界などとの連携や新たな広報チャンネルの開拓に取り組みます | | | |
| 27 | 観光業界や他のイベントとの広報連携の取組数 | 定量 | 観光業界等との広報連携の強化を行う【新設】 |
| 28 | 広報手法に関する新たな取組についてのレポート | 定性 | 美術館職員により新たな取組内容やその効果の検証を行う |
| 3 ロダン館の認知度を高め、来館者を増やします | | | |
| 29 | ロダン館の入館者数 | 定量 | ロダン館への集客を目標として掲げる |

【運営基本方針D】

常に施設の改善に努め、美術館の快適度を高めていきます

- ・運営基本方針D実現のため、従前の計画に引き続き、次の2項目に取り組む。（一部表現の修正あり）

- ① 館内施設を充実させ、満足度を高めます
- ② 周辺環境やアクセスの利便を向上させます

- ・各重点目標について、次の評価指標により目標を設定し、達成度を検証・評価する。

| 評価指標項目 | 区分 | 備考（ねらい・データ出典等） |
|------------------------------|-------------------|------------------------------------|
| 1 館内施設を充実させ、満足度を高めます | | |
| 30 | 美術館利用者数（計） | 定量 展覧会だけでなく、レストラン、ショップなど各利用者を検証 |
| 31 | 鑑賞環境に関する満足度 | 定量 利用者の視点で環境を検証する（アンケート調査） |
| 32 | レストラン・カフェ利用者の満足度 | 定量 利用者の視点で環境を検証する（アンケート調査） |
| 33 | ミュージアムショップ利用者の満足度 | 定量 利用者の視点で環境を検証する（アンケート調査） |
| 2 周辺環境やアクセスの利便を向上させます | | |
| 34 | 来館者のアクセス満足度 | 定量 利用者の視点で環境を検証する（アンケート調査） |

3 目標数値

上記の「評価指標」それぞれの項目について、3年間の段階的な数値目標を設定する。(定性的指標は除く)

以下に平成20年～平成22年の実績及び平成23年～平成25年の目標値を示す。

| 評価指標 | | 実績 | | | 目標値 | | |
|--|-----------------------|--------------|---------------------------|-------------------------|--------------|--------------|--------------|
| | | H20 | H21 | H22 | H23 | H24 | H25 |
| 運営基本方針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覧会を催します | | | | | | | |
| 重点目標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 | 展覧会の来館者数(人) | 190,669 | 119,416 | 266,786 | 170,000 | 170,000 | 170,000 |
| 2 | 自主企画・企画参加型展覧会の回数(回) | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 作品やテーマに興味を持った人の割合(%) | 86.0 | 80.9 | 85.2 | 88.0 | 88.0 | 88.0 |
| 4 | 展覧会における新規来館者の割合(%) | 17.3 | 21.4 | 21.5 | 20.0 | 20.0 | 20.0 |
| 重点目標2 他の美術館・大学との連携を進め、企画力を強化します | | | | | | | |
| 6 | 調査研究の発表件数(種類別)(回) | 14 | 11 | 14 | 10 | 10 | 10 |
| 7 | 内部セミナー・研究会・研修の回数(回) | 12 | 14 | 12 | 14 | 14 | 14 |
| 8 | 他の美術館や大学等と連携した取組件数(件) | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 重点目標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(人) | 17,850 | 18,042 | 12,526 | 20,000 | 20,000 | 20,000 |
| 11 | 収蔵品の公開件数(貸出し含む)(件) | 446 | 496 | 337 | 500 | 500 | 500 |
| 12 | 作品購入件数・購入価格(件・千円) | 3 12,757 | 3 133,350 (113,400) | 4 98,400 (86,000) | 1 5,000 | - | - |
| 13 | 作品寄贈件数・評価価格(件・千円) | 47 69,625 | 20 22,950 | 2 92,500 | 10 10,000 | 10 10,000 | 10 10,000 |
| 運営基本方針B 地域や学校教育との連携を深め、質の高い芸術教育・普及活動を展開します | | | | | | | |
| 重点目標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数(件) | 385 | 305 | 348 | 350 | 350 | 350 |
| 16 | 鑑賞系プログラム数(件) | 15 | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 |
| 17 | コレクションを活用したプログラム数(件) | 16 | 17 | 19 | 16 | 16 | 16 |

| 評価指標 | | 実績 | | | 目標値 | | |
|------|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | | H20 | H21 | H22 | H23 | H24 | H25 |

重点目標 2 講座・講演会・シンポジウム・演奏会等を充実させます

| | | | | | | | |
|----|--------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 19 | 講演会等の開催回数(回) | 240 | 173 | 177 | 210 | 210 | 210 |
| 20 | 学芸員のフロアレクチャー等の数(回) | 58 | 86 | 123 | 20 | 20 | 20 |

重点目標 3 地域住民、企業、NPO等と連携した美術館活動を充実させます

| | | | | | | | |
|----|--------------------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 21 | 地域住民等と連携した取組数(件) | 10 | 6 | 6 | 4 | 4 | 4 |
| 22 | 館内空間を生かした催事の件数・参加者数(件・人) | 101 4,054 | 34 6,506 | 62 4,908 | 90 5,500 | 90 5,500 | 90 5,500 |

運営基本方針C さらに積極的な広報を工夫し、美術館活動の情報発信に努めます

重点目標 1 広報戦略を策定し、広報の質を高めます

| | | | | | | | |
|----|------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 24 | 美術館に関する情報が「入手しやすい」とする人の割合(%) | 69.8 | 66.5 | 69.4 | 70.0 | 70.0 | 70.0 |
| 25 | ホームページへのアクセス件数(件) | 164,000 | 147,225 | 353,500 | 170,000 | 250,000 | 250,000 |
| 26 | ホームページの満足度(%) | 74.3 | 71.9 | 74.3 | 70.0 | 75.0 | 75.0 |

重点目標 2 観光業界などとの連携や新たな広報チャンネルの開拓に取り組みます

| | | | | | | | |
|----|---------------------------------|---|---|---|---|---|---|
| 27 | 観光業界や他のイベントとの広報連携を行った取組数(件) ※新設 | - | - | - | 2 | 2 | 2 |
|----|---------------------------------|---|---|---|---|---|---|

重点目標 3 ロダン館の認知度を高め、来館者を増やします

| | | | | | | | |
|----|--------------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|
| 29 | ロダン館の入館者数(人) | 81,771 | 45,751 | 131,240 | 80,000 | 90,000 | 90,000 |
|----|--------------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|

運営基本方針D 常に施設の改善に努め、美術館の快適度を高めていきます

重点目標 1 館内施設を充実させ、満足度を高めます

| | | | | | | | |
|----|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 30 | 美術館利用者数(内訳)(人) | 389,194 | 221,185 | 453,507 | 400,000 | 400,000 | 400,000 |
| 31 | 鑑賞環境に対する満足度(%) | 87.4 | 84.4 | 89.8 | 90.0 | 90.0 | 90.0 |
| 32 | レストラン・カフェ利用者の満足度(%) | 54.5 | 68.8 | 53.8 | 70.0 | 70.0 | 70.0 |
| 33 | ミュージアムショップ利用者の満足度(%) | 80.6 | 84.8 | 85.6 | 85.0 | 85.0 | 85.0 |

重点目標 2 周辺環境やアクセスの利便を向上させます

| | | | | | | | |
|----|----------------|--------------|--------------|--------------|------|------|------|
| 34 | 来館者のアクセス満足度(%) | 76.4 80.7 | 78.0 75.8 | 75.8 72.0 | 80.0 | 80.0 | 80.0 |
|----|----------------|--------------|--------------|--------------|------|------|------|

※1 H24 及び H25 の展覧会の来館者数は、展覧会計画未定のため、暫定数値を示した。

※6 調査研究の発表件数とは、主な論文(カタログ論文・研究紀要・学术论文・学会発表等)の発表件数である。

※34 上段:公共交通機関で来館した方、下段:自家用車で来館した方。

第4章 報告書の改善（効率化）

前回の見直しにより、従来の戦略体系は、「美術館カルテ」とし、美術館のパフォーマンスを検証する基礎データの枠組みとして活用することとしてきたが、現行指標による評価が定着したことにより、さらに効率的な評価システムを確立するため、自己評価報告書において「美術館カルテ」「アンケート結果まとめ」の項目を削除する。

（※自己評価システムの見直しの一環として実施した参考指標等の掲載などの報告書様式の改善は、システム変更を伴わない改善のため、平成22年度の報告書から反映されている）

静岡県立美術館 自己評価システムの全体像

(平成 23 年度～平成 25 年度)

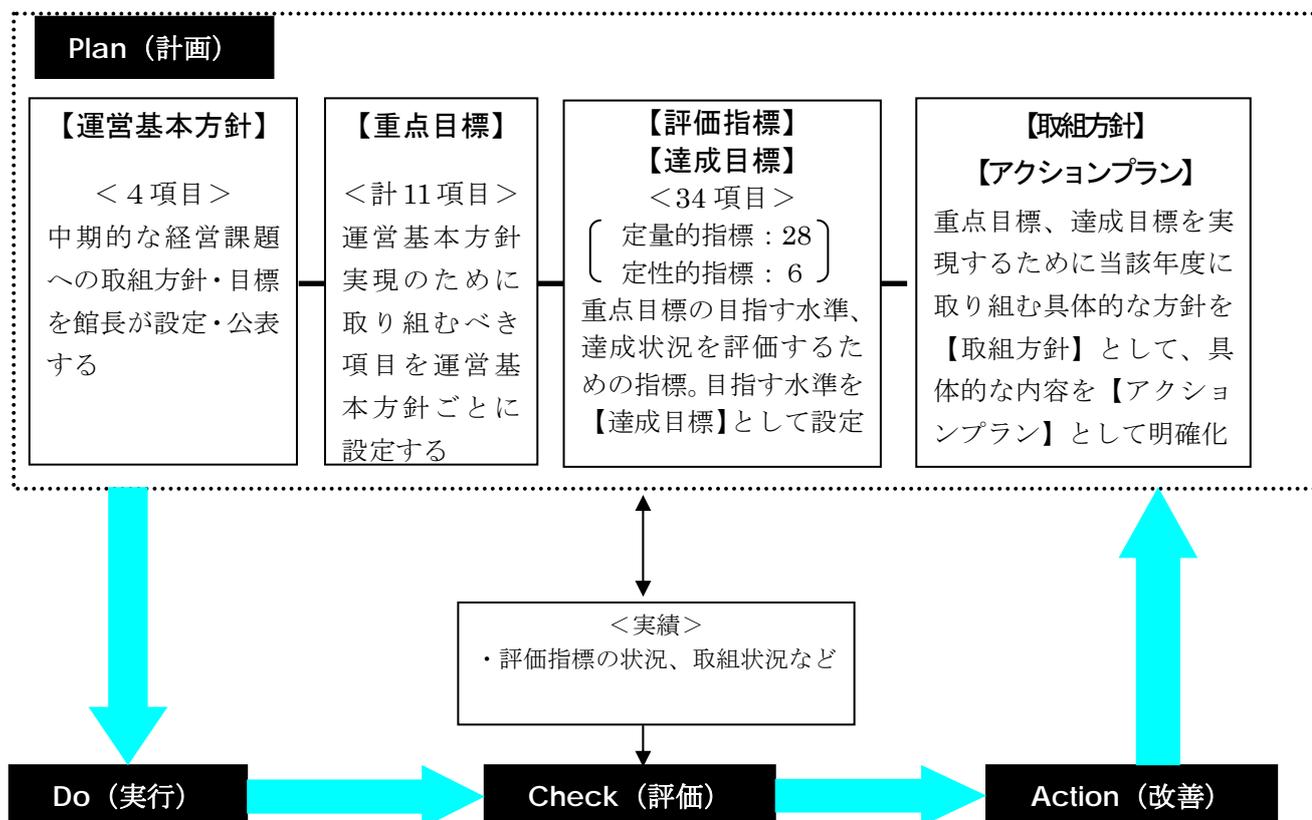
【使 命】 =美術館をめざす姿

静岡県立美術館は、創造的で多様性に富んだ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と出会い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なります

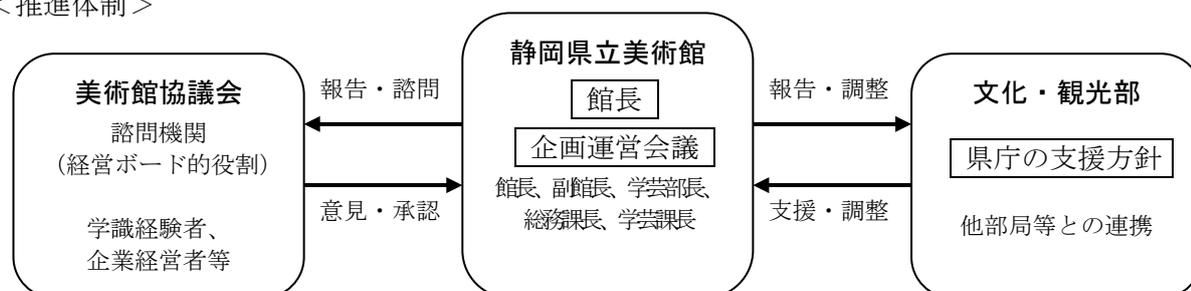


<自己評価の流れ>

目標管理システム = P 計画 → D 実行 → C 評価 → A 改善のサイクルによる運用



<推進体制>



自己評価システムの体系（平成23年度～平成25年度）

使命

静岡県立美術館は、創造的で多様性に富んだ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と出会い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なります。

| 運営基本方針 | | 重点目標 | 評価指標 |
|--------|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| 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覧会を催します | 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 展覧会の来館者数 |
| | | 2 他の美術館・大学との連携を進め、企画力を強化します | 2 自主企画・企画参加型の展覧会の回数 |
| | | 3 特徴あるコレクションを形成し、効果的に活用します | 3 作品やテーマに興味を持った人の割合 |
| 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活動を展開します | 1 質の高い芸術教育と普及のプログラムを開発します | 4 展覧会における新規来館者の割合 |
| | | 2 講座・講演会・シンポジウム・演奏会等を企画し開催します。 | 5 展覧会に対する外部評価 【定性】 |
| | | 3 地域住民、企業、NPO 等と連携した美術館活動を充実させます | 6 調査研究の発表回数 |
| C | さらに積極的な広報を工夫し、美術館活動の情報発信に努めます | 1 広報戦略を策定し、広報の質を高めます | 7 内部セミナー・研究会・研修の回数 |
| | | 2 観光業界などとの連携や新たな広報チャンネルの開拓に取り組みます | 8 他の美術館や大学と連携した取組件数 |
| | | 3 ロダン館の認知度を高め、来館者を増やします | 9 調査研究に関する外部評価 【定性】 |
| D | 常に施設の改善に努め、美術館の快適度を高めていきます | 1 館内施設を充実させ、満足度を高めます | 10 収蔵品展の観覧者数 |
| | | 2 周辺環境やアクセスの利便を向上させます | 11 収蔵品の公開件数 |
| | | | 12 作品購入件数・価格 |
| | | | 13 作品寄贈件数・価格 |
| | | | 14 公開・貸し出した展覧会における学芸員のレポート 【定性】 |
| | | | 15 学校教育と連携した取組数 |
| | | | 16 鑑賞系プログラム数 |
| | | | 17 コレクションを活用したプログラム数 |
| | | | 18 普及・教育プログラムに関する美術館職員のレポート 【定性】 |
| | | | 19 講演会等の開催件数 |
| | | | 20 学芸員のフロアレクチャー等の数 |
| | | | 21 地域住民等と連携した取組数 |
| | | | 22 館内空間を生かした催事の件数・参加者数 |
| | | | 23 地域住民等と連携した取組に関する職員レポート 【定性】 |
| | | | 24 美術館に関する情報が「入手しやすい」とする人の割合 |
| | | | 25 ホームページのアクセス件数 |
| | | | 26 ホームページの満足度 |
| | | | 27 観光業界や他のイベントとの広報連携を行った取組数 |
| | | | 28 広報手法における新たな取組状況に関しての美術館職員のレポート 【定性】 |
| | | | 29 ロダン館の入館者数 |
| | | | 30 美術館利用者数 |
| | | | 31 鑑賞環境に対する満足度 |
| | | | 32 レストラン・カフェに対する満足度 |
| | | | 33 ミュージアムショップに対する満足度 |
| | | | 34 来館者のアクセス満足度 |

平成 22 年度
静岡県立美術館評価業務 報告書

- 1 概要
- 2 「美術館カルテ」の現状値
- 3 展覧会 アンケート
- 4 レストラン アンケート
- 5 ミュージアム・ショップ アンケート
- 6 県立美術館ホームページ アンケート

(参考) 自由記述整理表

- 7 グループ・インタビュー

(参考) 森美術館 観覧者調査 ヒアリング

②静岡県立美術館評価業務 報告 (要約)

(注) 「平成 22 年度静岡県立美術館評価業務 報告書」は、平成 23 年度
第 1 回静岡県立美術館第三者評価委員会 (平成 23 年 8 月 17 日開
催)の資料として作成・公表された。

イ 附帯施設

| | ⑱ | ㉔ | ㉕ | ㉖ |
|------------|------|------|------|------|
| 満足度 (%) | | | | |
| レストラン・カフェ | 61.7 | 54.5 | 68.8 | 53.8 |
| ミュージアムショップ | 76.9 | 80.6 | 84.4 | 85.6 |

ウ 県立美術館ホームページ

| | ⑱ | ㉔ | ㉕ | ㉖ |
|---------|------|------|------|------|
| 満足度 (%) | 70.0 | 74.3 | 71.9 | 74.3 |

② グループ・インタビュー

| | | | |
|-----|----------------------------------|-----|-----------|
| 実施日 | 平成22年2月22日(火)午後 | 場 所 | 静岡リビング新聞社 |
| 参加者 | 静岡リビング新聞社 営業本部総合企画室長 杉本幸子氏 ほか3名 | | |
| 内 容 | ・美術館に対する印象 ・民間やマスコミとの連携 ・方向性 | | |

(3) 提 案 ※ 「美術館カルテ」の全データ整理を継続する場合

① アンケート

ア 設 問

- ・ほとんどの設問は「評価指標」や「美術館カルテ」指標でもある、指標の見直しをしなければ継続することが必要である。
- ・「評価指標」と「美術館カルテ」指標が重複する項目があるため、「評価指標」に計上している項目は「美術館カルテ」から削除するなどして整理することが望ましい。
- ・なお、以下のとおり、スリム化や補強する場合の案を例示する。

<スリム化案>

| | | | | | | | | | |
|---|---|-----|-------|-------|-------|-----|-----|-----|------|
| 年1回の確認にとどめる項目を検討 | | | | | | | | | |
| 回答者の負担軽減や迅速な集計のため、結果が一定している指標は、年1回の確認にとどめるなどして絞り込む。 | | | | | | | | | |
| ・スタッフ対応 ・利用交通機関 ・「風景美術館」認知度 ・来館人数、同伴者 | | | | | | | | | |
| 項目の簡素化 | | | | | | | | | |
| 民間のマーケティング分析に用いられる区分への変更を検討する。 | | | | | | | | | |
| 現在 | 男 | ～12 | 13-19 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代～ |
| | 女 | 〃 | 〃 | 〃 | 〃 | 〃 | 〃 | 〃 | 〃 |
| ↓ | | | | | | | | | |
| 案 | 男 | ～12 | 13-19 | 20-34 | 35-49 | 50～ | | | |
| | 女 | | 〃 | 〃 | 〃 | 〃 | | | |

<補強案>

| | |
|---|--------------------------------|
| 来館のきっかけ | (現 A-3) |
| 「その他」等の記述に特徴あるものが見られるため、選択肢を拡大する。 | |
| 設問の分離 ・企画展 ・収蔵品展 ・ロダン館 | (現 B-1, 6) |
| 企画展かロダン館及び収蔵品展を包含した設問か分かりにくいため、企画展と収蔵品展の項目を分割し、各評価をより正確に把握する。 | |
| 今後観たい展覧会 | (現 自由記述) |
| 自由記述に、今後観たい企画展及びコレクション展の希望・要望があるため、一定条件を付与した上で設問とすることで具体的ニーズを引き出す。 | |
| 来館主目的や前後行動の把握 | (現 ー) |
| <ul style="list-style-type: none"> 来館主目的や前後訪問施設を把握することで、他施設との連携強化、回遊性やアクセスの向上を高める方策が検討可能 | |
| 来館主目的 | 作品鑑賞、学習・研修、食事・買い物、観光 等 |
| 前後訪問施設 | 県立図書館、駅周辺、日本平、グランシップ、ドリームプラザ 等 |
| その他 | (現 ー) |
| 観覧者アンケートの末尾を利用しグループ・インタビュー協力者を募る。 | |

イ 自由記述意見の整理

要望、苦情等が寄せられる自由記述は、改善への足がかりとなる貴重な意見である。即応を要するもの、今後対応を検討するもの、対応できないもの等に視覚化の上、関係者と共有することが必要である。

ウ 新たな実施例

| |
|---|
| 迅速な集計システム |
| <ul style="list-style-type: none"> 即日処理可能で人的負担のないタッチパネルアンケートシステムの導入 異常値を検出した場合、警告機能が働き、手立てを講ずることが可能 |

② 来館者以外のニーズ把握

- 「県民の美術鑑賞機会の得やすさ」や「県民が観たいもの」としていくために、来館者以外の新たな層の把握も必要であり、ウェブアンケートの手法（県インターネットモニター調査等）を検討することが考えられる。
- 移動美術館は、幅広く県民に美術鑑賞の機会を提供しており、当該施設での来館者アンケートに静岡県立美術館に係る設問を盛り込み、参考とすることが、客観評価のために必要である。

③ 情報発信への対応

- ・「情報が「入手しやすい」とする方の割合」は他項目より低く、マスコミ関係者のグループ・インタビューでも様々な意見が出た。
- ・県の裁量が大きい展覧会で、総務課及び学芸課が一体となり、マスコミへ働き掛けるなどして、他の展覧会との効果を比較する方法が考えられる。

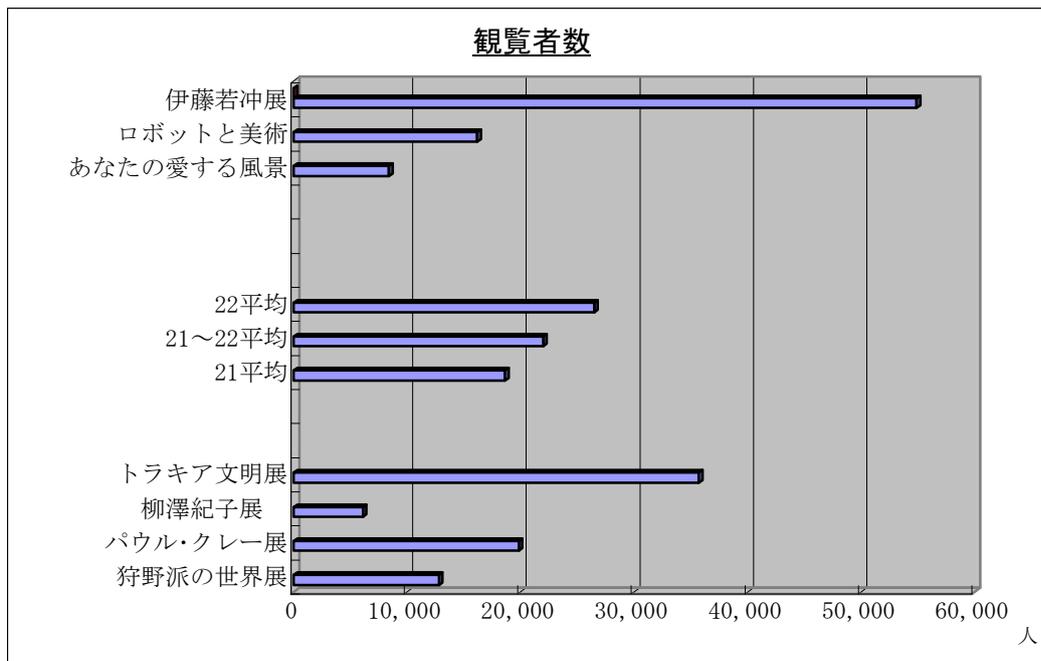
2 「美術館カルテ」の現状値

| | | H21実績 | H22測定値 | 展覧会 | | | |
|----|-----------|--------------------|--------|-------|---------|-------|-------|
| | | | | 伊藤若冲 | ロボットと美術 | 風景 | |
| A | 2 | 展覧会リピート率 | 78.6% | 78.5% | 76.3% | 70.5% | 88.8% |
| | 3 | 展覧会満足度 | 65.1% | | | | |
| | | 同 新指標 | 86.8% | 90.8% | 93.5% | 90.0% | 88.7% |
| | 5 | 教育・普及プログラム満足度 | 88.2% | | | | |
| | | 同 新指標 | 96.9% | | | | |
| | 7 | 実技プログラム参加者の展覧会観覧割合 | 47.6% | | | | |
| 8 | 鑑賞環境満足度 | 84.4% | 89.8% | 88.0% | 88.7% | 92.7% | |
| B | 23 | 風景美術館認知度 | 24.8% | 22.6% | 21.8% | 15.6% | 30.3% |
| C | 25 | 情報が「入手しやすい」 | 66.5% | 69.4% | 75.5% | 66.9% | 65.9% |
| | 26 | 公共交通機関アクセス満足度 | 78.0% | 75.8% | 84.0% | 66.0% | 77.3% |
| | 27 | 自家用車アクセス満足度 | 75.8% | 72.0% | 76.1% | 72.4% | 67.6% |
| | 29 | スタッフ対応満足度 | 79.0% | 79.6% | 79.6% | 77.7% | 81.4% |
| | 34 | レストラン満足度 | 68.8% | 53.8% | | | |
| | 36 | ミュージアムショップ満足度 | 84.8% | 85.6% | | | |
| D | 46 | HP満足度 | 71.9% | 74.3% | | | |
| | 48 | 図書閲覧室満足度 | 85.8% | | | | |
| | 51 | 展覧会での新規観覧者の割合 | 21.4% | 21.5% | 23.7% | 29.5% | 11.2% |
| | 52 | 展覧会での新規観覧者満足度 | 71.2% | | | | |
| | | 同 新指標 | 92.8% | 90.0% | 88.0% | 92.5% | 89.5% |
| | 53 | 地域別利用者数割合 東部 | 16.8% | 15.6% | 17.2% | 11.9% | 17.7% |
| | | 中部 | 54.4% | 54.9% | 48.5% | 58.5% | 57.7% |
| | | 西部 | 15.2% | 15.2% | 17.2% | 13.0% | 15.4% |
| 県外 | | 13.6% | 14.3% | 17.2% | 16.7% | 9.1% | |
| 54 | 2・3世代観覧割合 | 29.6% | 26.5% | 29.1% | 29.9% | 20.6% | |

3 展覧会アンケート結果

(1) 回収状況

| | 観覧者数 (A) | 回収数 (B) | 回収率 |
|-----------|----------|---------|------|
| 伊藤若冲展 | 54,937 | 338 | 0.6% |
| ロボットと美術 | 16,197 | 275 | 1.7% |
| あなたの愛する風景 | 8,417 | 181 | 2.2% |
| | | | |
| 22平均 | 26,517 | 265 | 1.0% |
| 21～22平均 | 22,015 | 310 | 1.4% |
| 21平均 | 18,639 | 344 | 1.8% |
| | | | |
| トラキア文明展 | 35,740 | 414 | 1.2% |
| 柳澤紀子展 | 6,129 | 296 | 4.8% |
| パウル・クレー展 | 19,878 | 476 | 2.4% |
| 狩野派の世界展 | 12,809 | 188 | 1.5% |



(2) 観覧者の属性

① 性別

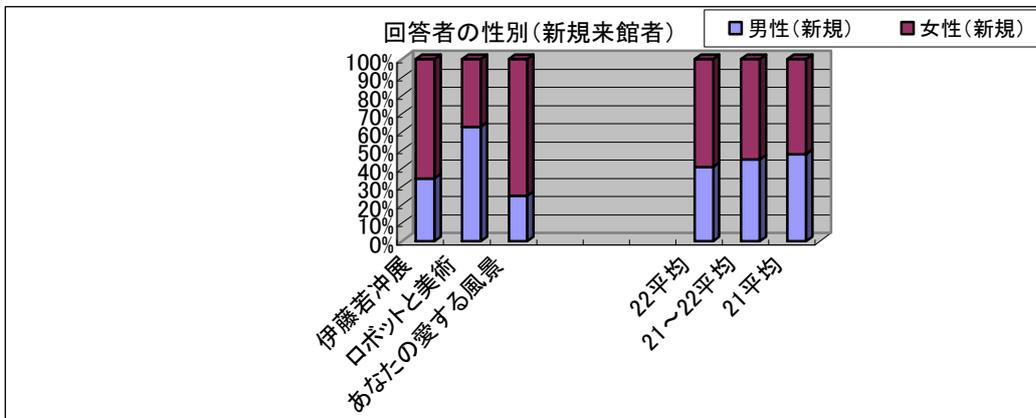
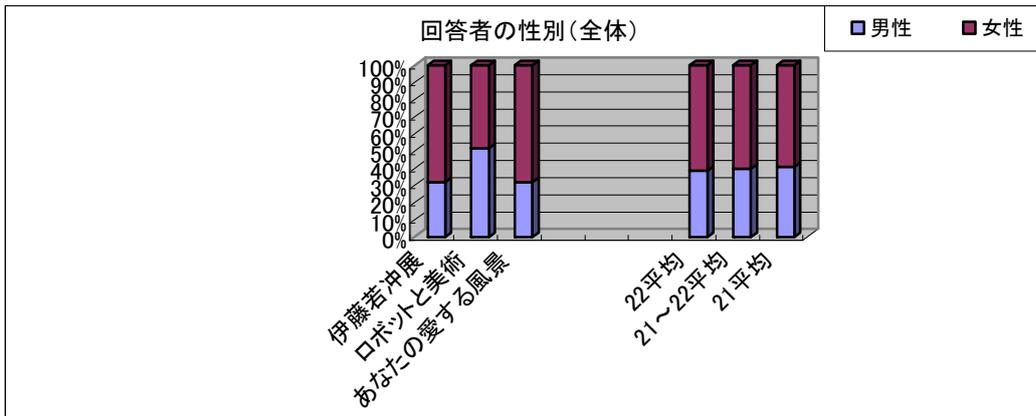
全体

| | 男性 | 女性 |
|-----------|-------|-------|
| 伊藤若冲展 | 31.9% | 68.1% |
| ロボットと美術 | 51.8% | 48.2% |
| あなたの愛する風景 | 31.8% | 68.2% |
| | | |
| | | |
| 22平均 | 38.5% | 61.5% |
| 21～22平均 | 39.8% | 60.2% |
| 21平均 | 40.8% | 59.2% |
| | | |
| | | |
| トラキア文明展 | 42.3% | 57.7% |
| 柳澤紀子展 | 38.1% | 61.9% |
| パウル・クレール展 | 34.8% | 65.2% |
| 狩野派の世界展 | 48.1% | 51.9% |

新規来館者

| | 男性(新規) | 女性(新規) |
|-----------|--------|--------|
| 伊藤若冲展 | 34.6% | 65.4% |
| ロボットと美術 | 63.0% | 37.0% |
| あなたの愛する風景 | 25.0% | 75.0% |
| | | |
| | | |
| 22平均 | 40.9% | 59.1% |
| 21～22平均 | 44.9% | 55.1% |
| 21平均 | 47.9% | 52.1% |
| | | |
| | | |
| トラキア文明展 | 50.0% | 50.0% |
| 柳澤紀子展 | 44.8% | 55.2% |
| パウル・クレール展 | 50.5% | 49.5% |
| 狩野派の世界展 | 46.4% | 53.6% |

- ・男女比率は、39：61 となり、例年通り女性比率が高い傾向にある。
- ・「ロボットと美術」は、男性が女性を上回った珍しい例である。



② 年齢層

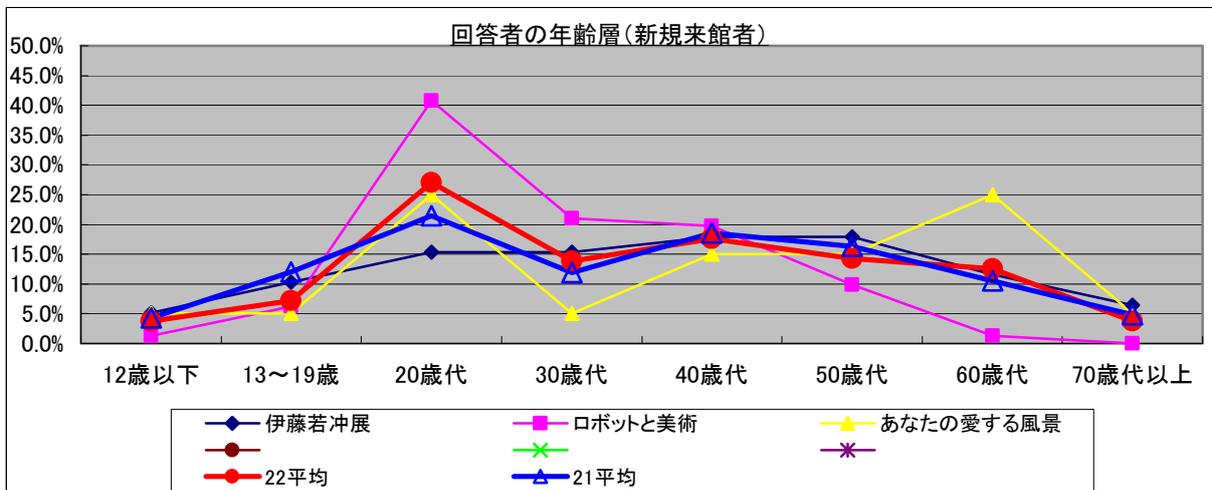
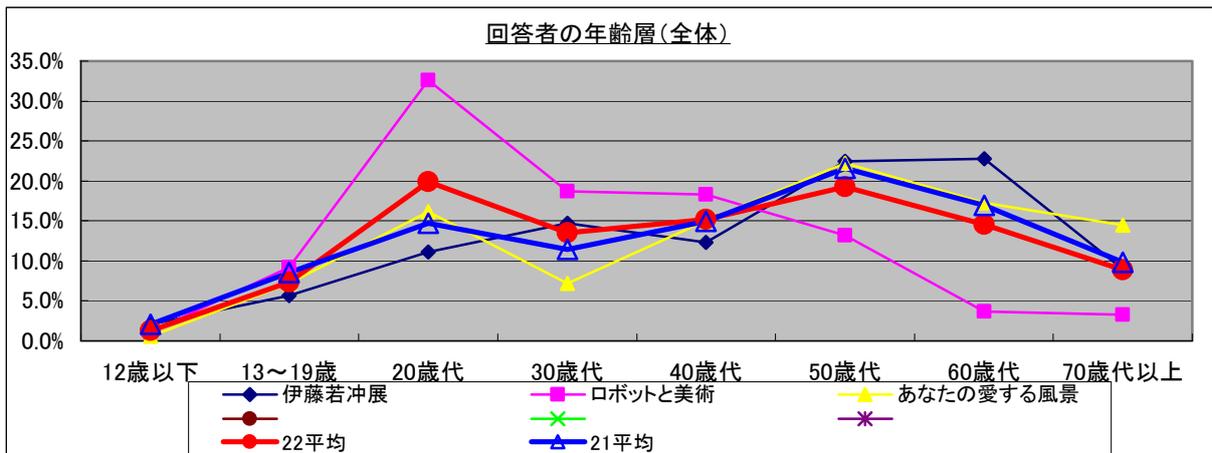
全体

| | 12歳以下 | 13～19歳 | 20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳代以上 | 計 |
|-----------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|------|
| 伊藤若冲展 | 2.1% | 5.7% | 11.1% | 14.7% | 12.3% | 22.5% | 22.8% | 9.0% | 100% |
| ロボットと美術 | 1.1% | 9.2% | 32.6% | 18.7% | 18.3% | 13.2% | 3.7% | 3.3% | 100% |
| あなたの愛する風景 | 0.6% | 7.2% | 16.1% | 7.2% | 15.0% | 22.2% | 17.2% | 14.4% | 100% |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| 22平均 | 1.3% | 7.4% | 19.9% | 13.5% | 15.2% | 19.3% | 14.5% | 8.9% | 100% |
| 21～22平均 | 1.7% | 8.0% | 16.9% | 12.3% | 15.1% | 20.6% | 15.9% | 9.4% | 100% |
| 21平均 | 2.1% | 8.6% | 14.7% | 11.4% | 15.0% | 21.6% | 16.9% | 9.8% | 100% |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| トラキア文明展 | 2.5% | 2.9% | 7.6% | 10.3% | 13.5% | 23.8% | 24.0% | 15.4% | 100% |
| 柳澤紀子展 | 1.4% | 9.2% | 18.4% | 11.6% | 12.9% | 19.0% | 18.7% | 8.8% | 100% |
| パウル・クレール展 | 2.8% | 9.2% | 14.9% | 16.2% | 22.6% | 20.3% | 9.4% | 4.7% | 100% |
| 狩野派の世界展 | 1.6% | 13.0% | 17.8% | 7.6% | 10.8% | 23.2% | 15.7% | 10.3% | 100% |

新規来館者

| | 12歳以下 | 13～19歳 | 20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳代以上 | 計 |
|-----------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|------|
| 伊藤若冲展 | 5.1% | 10.3% | 15.4% | 15.4% | 17.9% | 17.9% | 11.5% | 6.4% | 100% |
| ロボットと美術 | 1.2% | 6.2% | 40.7% | 21.0% | 19.8% | 9.9% | 1.2% | 0.0% | 100% |
| あなたの愛する風景 | 5.0% | 5.0% | 25.0% | 5.0% | 15.0% | 15.0% | 25.0% | 5.0% | 100% |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| 22平均 | 3.8% | 7.1% | 27.0% | 13.8% | 17.6% | 14.3% | 12.6% | 3.8% | 100% |
| 21～22平均 | 4.1% | 9.9% | 23.9% | 12.7% | 18.2% | 15.4% | 11.4% | 4.4% | 100% |
| 21平均 | 4.3% | 12.0% | 21.5% | 12.0% | 18.6% | 16.3% | 10.6% | 4.8% | 100% |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| トラキア文明展 | 6.8% | 6.8% | 20.5% | 9.1% | 22.7% | 15.9% | 6.8% | 11.4% | 100% |
| 柳澤紀子展 | 3.0% | 10.4% | 17.9% | 16.4% | 13.4% | 17.9% | 14.9% | 6.0% | 100% |
| パウル・クレール展 | 7.2% | 16.5% | 15.5% | 13.4% | 25.8% | 13.4% | 6.2% | 2.1% | 100% |
| 狩野派の世界展 | 0.0% | 14.3% | 32.1% | 8.9% | 12.5% | 17.9% | 14.3% | 0.0% | 100% |

- ・40～60歳代は安定的に高く、20歳代が続き、30歳代が低調という全体的な傾向自体は、前年と同様である。
- ・「若冲展」では60歳代、「風景展」では50歳代がピーク層となっている。
- ・「ロボットと美術」では30歳台以下の割合が、新規来館者では69.1%、全体では61.6%と多く、中でも20歳代の来館者は、新規来館者では40.7%、全体では32.6%と突出している。



③ 居住地 …… 美術館カルテ 53 地域別の利用者数の割合

全体

| | 静岡市 | 中部（静岡除く） | 西部 | 東部 | 賀茂 | 県外 | |
|-----------|-------|----------|-------|-------|------|-------|------|
| 伊藤若冲展 | 35.3% | 13.2% | 17.2% | 16.6% | 0.6% | 17.2% | 100% |
| ロボットと美術 | 44.8% | 13.7% | 13.0% | 11.9% | 0.0% | 16.7% | 100% |
| あなたの愛する風景 | 48.0% | 9.7% | 15.4% | 16.0% | 1.7% | 9.1% | 100% |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| 22平均 | 42.7% | 12.2% | 15.2% | 14.8% | 0.8% | 14.3% | 100% |
| 21～22平均 | 43.3% | 11.4% | 15.2% | 15.8% | 0.5% | 13.9% | 100% |
| 21平均 | 43.7% | 10.7% | 15.2% | 16.5% | 0.3% | 13.6% | 100% |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| トラキア文明展 | 46.2% | 15.2% | 13.1% | 19.7% | 0.5% | 5.3% | 100% |
| 柳澤紀子展 | 45.9% | 8.1% | 15.2% | 15.9% | 0.4% | 14.5% | 100% |
| パウル・クレー展 | 42.2% | 11.2% | 16.6% | 16.4% | 0.2% | 13.4% | 100% |
| 狩野派の世界展 | 40.4% | 8.4% | 15.7% | 14.0% | 0.0% | 21.3% | 100% |

新規来館者

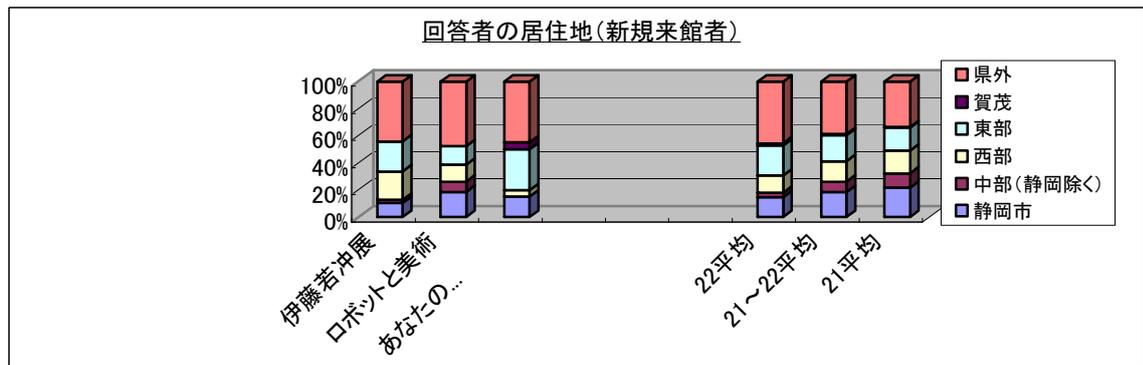
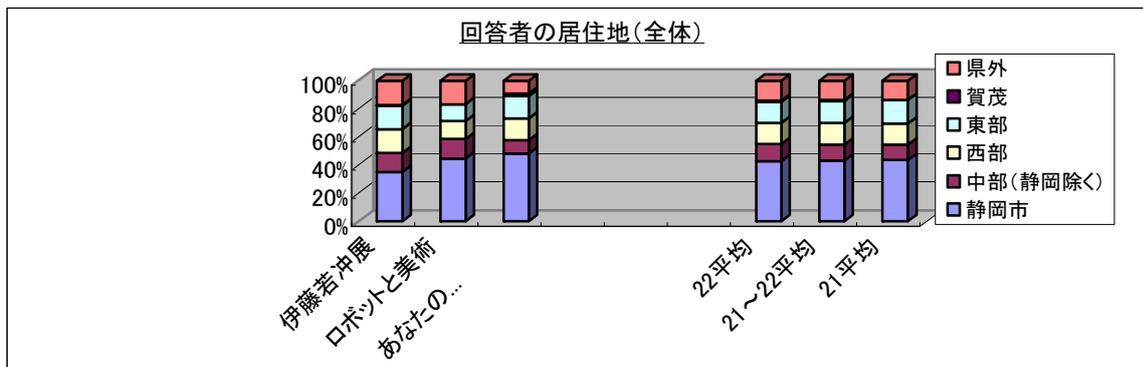
| | 静岡市 | 中部（静岡除く） | 西部 | 東部 | 賀茂 | 県外 | |
|-----------|-------|----------|-------|-------|------|-------|------|
| 伊藤若冲展 | 10.4% | 2.6% | 20.8% | 22.1% | 0.0% | 44.2% | 100% |
| ロボットと美術 | 18.8% | 7.5% | 12.5% | 13.8% | 0.0% | 47.5% | 100% |
| あなたの愛する風景 | 15.0% | 0.0% | 5.0% | 30.0% | 5.0% | 45.0% | 100% |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| 22平均 | 14.7% | 3.4% | 12.8% | 21.9% | 1.7% | 45.6% | 100% |
| 21～22平均 | 18.6% | 7.6% | 15.0% | 19.0% | 1.0% | 38.7% | 100% |
| 21平均 | 21.6% | 10.8% | 16.7% | 16.8% | 0.6% | 33.6% | 100% |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| トラキア文明展 | 11.4% | 22.7% | 18.2% | 20.5% | 2.3% | 25.0% | 100% |
| 柳澤紀子展 | 23.0% | 3.3% | 14.8% | 13.1% | 0.0% | 45.9% | 100% |
| パウル・クレー展 | 27.7% | 7.4% | 9.6% | 21.3% | 0.0% | 34.0% | 100% |
| 狩野派の世界展 | 24.4% | 9.8% | 24.4% | 12.2% | 0.0% | 29.3% | 100% |

- ・居住地は静岡市：中部：西部：東部：県外＝43：12：15：15：14 と昨年度同様の傾向となり、このところの県外割合（増）や中部（静岡市除く）割合（減）が定着しつつある。
- ・「若冲展」及び「ロボットと美術」では新規来館者を主に県外居住者が多く、「風景展」では県内居住者、中でも中部地区からの割合が高いことが特徴となっている。
- ・「ロボットと美術」をはじめ、新規来館者に県外居住者が多くなっている。

| 市内 | 県内 | 県外 |
|-------|-------|-------|
| 35.3% | 47.5% | 17.2% |
| 44.8% | 38.5% | 16.7% |
| 48.0% | 42.9% | 9.1% |
| 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| | | |
| | | |
| 42.7% | 43.0% | 14.3% |
| 43.3% | 42.8% | 13.9% |
| 43.7% | 42.7% | 13.6% |
| | | |
| | | |
| 46.2% | 48.5% | 5.3% |
| 45.9% | 39.6% | 14.5% |
| 42.2% | 44.4% | 13.4% |
| 40.4% | 38.2% | 21.3% |

「美術館カルテ」

| 東部 | 中部 | 西部 | 県外 |
|-------|-------|-------|-------|
| 17.2% | 48.5% | 17.2% | 17.2% |
| 11.9% | 58.5% | 13.0% | 16.7% |
| 17.7% | 57.7% | 15.4% | 9.1% |
| 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| | | | |
| | | | |
| 15.6% | 54.9% | 15.2% | 14.3% |
| 16.3% | 54.6% | 15.2% | 13.9% |
| 16.8% | 54.4% | 15.2% | 13.6% |
| | | | |
| | | | |
| 20.2% | 61.4% | 13.1% | 5.3% |
| 16.3% | 54.1% | 15.2% | 14.5% |
| 16.6% | 53.4% | 16.6% | 13.4% |
| 14.0% | 48.9% | 15.7% | 21.3% |

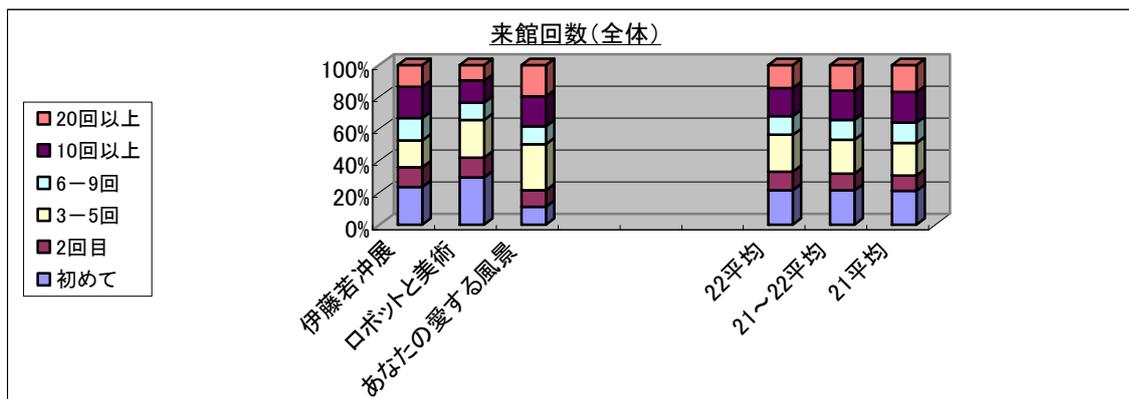


(3) 観覧者行動

① 来館回数 …… 評価指標4 新規来館者の割合、美術館カルテ2 リピート率

| 全体 | 「美術館カルテ」 | | | | | | 計 | 「美術館カルテ」 リピート率 |
|-----------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------------------|
| | 初めて | 2回目 | 3-5回 | 6-9回 | 10回以上 | 20回以上 | | |
| 伊藤若冲展 | 23.7% | 12.3% | 16.8% | 13.8% | 19.8% | 13.5% | 100% | 76.3% |
| ロボットと美術 | 29.5% | 12.7% | 23.3% | 10.9% | 13.8% | 9.8% | 100% | 70.5% |
| あなたの愛する風景 | 11.2% | 10.6% | 28.5% | 11.2% | 19.0% | 19.6% | 100% | 88.8% |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| 22平均 | 21.5% | 11.9% | 22.9% | 12.0% | 17.5% | 14.3% | 100% | 78.5% |
| 21~22平均 | 21.4% | 10.5% | 21.4% | 12.4% | 18.5% | 15.8% | 100% | 78.6% |
| 21平均 | 21.4% | 9.4% | 20.3% | 12.8% | 19.2% | 17.0% | 100% | 78.6% |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| トラキア文明展 | 11.1% | 7.7% | 20.6% | 16.5% | 24.0% | 20.1% | 100% | 88.9% |
| 柳澤紀子展 | 23.1% | 7.8% | 21.1% | 9.5% | 15.6% | 22.8% | 100% | 76.9% |
| パウル・クレー展 | 20.7% | 9.6% | 22.2% | 13.2% | 21.5% | 12.8% | 100% | 79.3% |
| 狩野派の世界展 | 30.6% | 12.4% | 17.2% | 11.8% | 15.6% | 12.4% | 100% | 69.4% |

- ・新規来館者の割合は21.5%となり、平成21年度並み(21.4%)である。これまで、平成20年度(17.3%)、平成19年度(19.7%)と横ばい傾向で推移してきており、定着してきている。
- ・新規来館者の割合は、「ロボットと美術」が29.5%と特に高く、一方、「風景展」ではリピート率が88.8%と高い。



② 来館人数

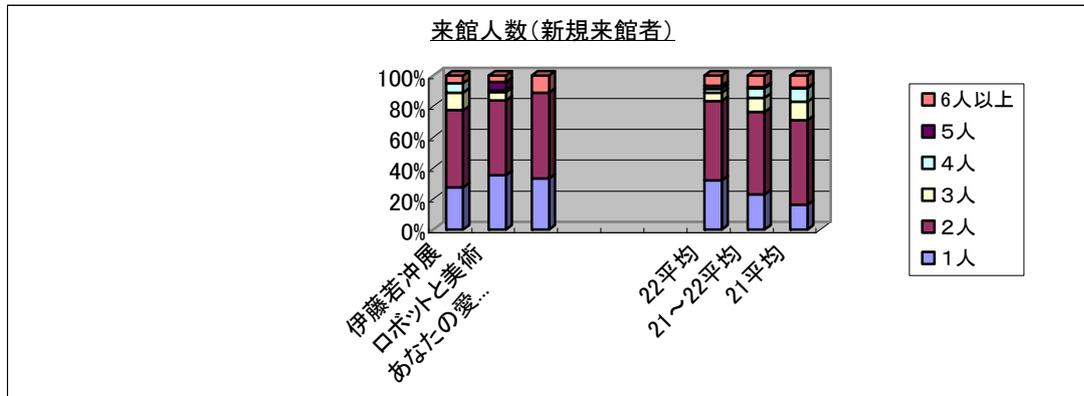
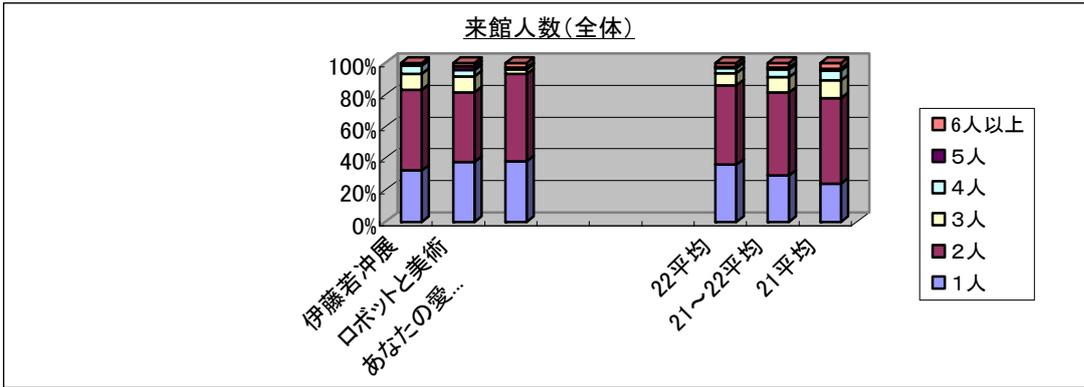
全体

| | 1人 | 2人 | 3人 | 4人 | 5人 | 6人以上 |
|-----------|-------|-------|-------|------|------|------|
| 伊藤若冲展 | 32.3% | 50.8% | 10.2% | 4.9% | 0.0% | 1.9% |
| ロボットと美術 | 37.7% | 43.8% | 10.0% | 3.8% | 2.3% | 2.3% |
| あなたの愛する風景 | 38.2% | 54.9% | 2.9% | 1.2% | 0.0% | 2.9% |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| 22平均 | 36.1% | 49.8% | 7.7% | 3.3% | 0.8% | 2.4% |
| 21～22平均 | 29.2% | 52.2% | 9.6% | 4.9% | 1.0% | 3.1% |
| 21平均 | 24.1% | 53.9% | 11.0% | 6.1% | 1.2% | 3.7% |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| トラキア文明展 | 22.3% | 57.6% | 13.4% | 5.0% | 0.8% | 1.0% |
| 柳澤紀子展 | 26.9% | 53.8% | 7.2% | 6.5% | 0.7% | 5.0% |
| パウル・クレール展 | 25.7% | 52.0% | 11.6% | 6.5% | 1.6% | 2.7% |
| 狩野派の世界展 | 21.4% | 52.4% | 11.9% | 6.5% | 1.8% | 6.0% |

新規来館者

| | 1人 | 2人 | 3人 | 4人 | 5人 | 6人以上 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|------|-------|
| 伊藤若冲展 | 27.4% | 50.0% | 11.3% | 6.5% | 0.0% | 4.8% |
| ロボットと美術 | 35.1% | 48.6% | 5.4% | 1.4% | 5.4% | 4.1% |
| あなたの愛する風景 | 33.3% | 55.6% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 11.1% |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| 22平均 | 32.0% | 51.4% | 5.6% | 2.6% | 1.8% | 6.7% |
| 21～22平均 | 22.9% | 53.3% | 9.3% | 6.0% | 1.1% | 7.3% |
| 21平均 | 16.1% | 54.8% | 12.1% | 8.6% | 0.6% | 7.8% |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| トラキア文明展 | 18.2% | 52.3% | 20.5% | 4.5% | 2.3% | 2.3% |
| 柳澤紀子展 | 14.5% | 62.9% | 6.5% | 6.5% | 0.0% | 9.7% |
| パウル・クレール展 | 20.0% | 47.1% | 11.8% | 11.8% | 0.0% | 9.4% |
| 狩野派の世界展 | 11.8% | 56.9% | 9.8% | 11.8% | 0.0% | 9.8% |

- ・ 2人での来館が49.8%、次いで1人での来館が36.1%を占める。平成21年度では、2人での来館が53.9%、1人での来館が24.1%を占め、順位変動はない。
- ・ 新規来館者では2人での来館が51.4%、1人での来館が32.0%を占める。平成21年度では、2人での来館が54.8%、1人での来館が16.1%を占めている。



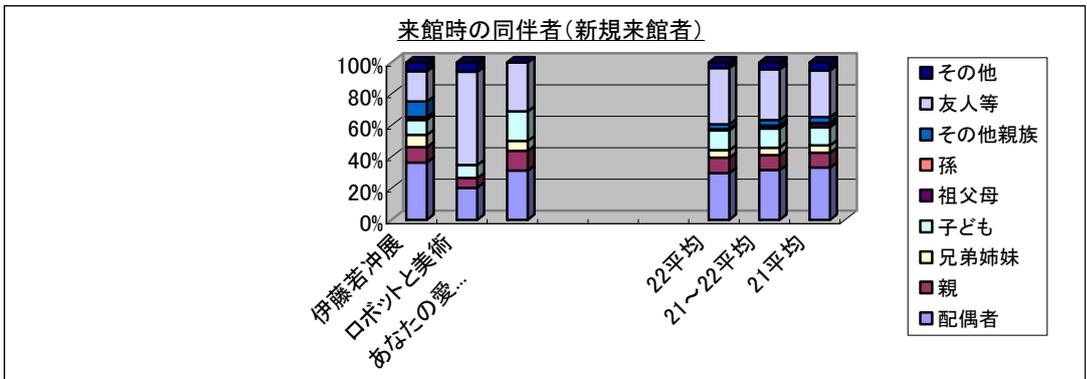
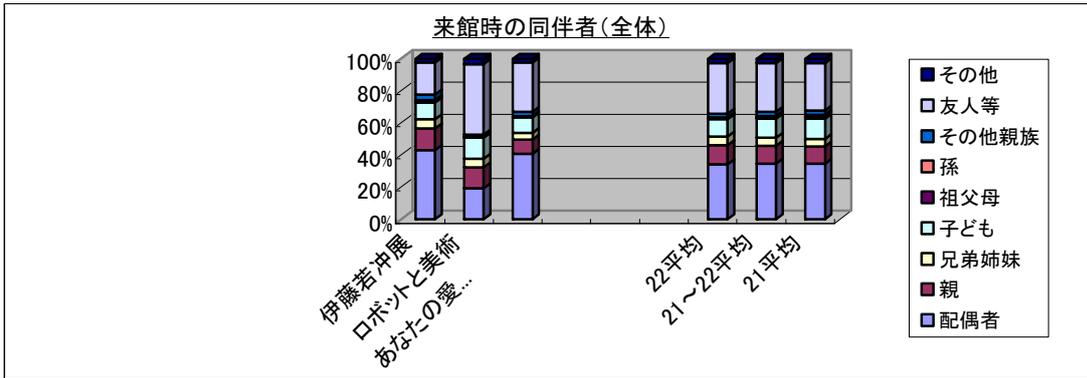
③ 来館時の同伴者 …… 美術館カルテ 54 2・3世代と一緒に観覧に来ている割合

| 全体 | 「美術館カルテ」 | | | | | | | | | 2・3世代 |
|-----------|----------|-------|------|-------|------|------|-------|-------|------|-------|
| | 配偶者 | 親 | 兄弟姉妹 | 子ども | 祖父母 | 孫 | その他親族 | 友人等 | その他 | |
| 伊藤若冲展 | 49.2% | 15.6% | 6.7% | 11.7% | 1.7% | 0.0% | 3.9% | 22.9% | 2.8% | 29.1% |
| ロボットと美術 | 21.7% | 14.6% | 6.4% | 14.6% | 0.0% | 0.6% | 1.3% | 49.7% | 3.8% | 29.9% |
| あなたの愛する風景 | 43.9% | 9.3% | 4.7% | 10.3% | 0.9% | 0.0% | 2.8% | 32.7% | 2.8% | 20.6% |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| 22平均 | 38.2% | 13.2% | 5.9% | 12.2% | 0.9% | 0.2% | 2.7% | 35.1% | 3.1% | 26.5% |
| 21～22平均 | 39.6% | 12.8% | 5.6% | 13.6% | 1.1% | 0.8% | 3.0% | 34.7% | 3.2% | 28.3% |
| 21平均 | 40.5% | 12.5% | 5.3% | 14.6% | 1.2% | 1.3% | 3.3% | 34.5% | 3.3% | 29.6% |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| トラキア文明展 | 50.5% | 13.6% | 5.4% | 15.9% | 1.7% | 1.0% | 3.4% | 25.8% | 0.7% | 32.2% |
| 柳澤紀子展 | 36.9% | 7.4% | 3.0% | 8.9% | 0.5% | 1.5% | 0.5% | 42.9% | 6.4% | 18.2% |
| パウル・クレイ展 | 38.8% | 14.5% | 4.5% | 24.2% | 1.2% | 1.2% | 4.5% | 31.8% | 2.1% | 41.2% |
| 狩野派の世界展 | 35.9% | 14.5% | 8.4% | 9.2% | 1.5% | 1.5% | 4.6% | 37.4% | 3.8% | 26.7% |

新規来館者

| | 配偶者 | 親 | 兄弟姉妹 | 子ども | 祖父母 | 孫 | その他親族 | 友人等 | その他 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|------|------|-------|-------|------|
| 伊藤若冲展 | 42.2% | 11.1% | 8.9% | 11.1% | 2.2% | 0.0% | 11.1% | 22.2% | 6.7% |
| ロボットと美術 | 21.7% | 6.5% | 0.0% | 8.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 63.0% | 6.5% |
| あなたの愛する風景 | 41.7% | 16.7% | 8.3% | 25.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 41.7% | 0.0% |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| 22平均 | 35.2% | 11.4% | 5.7% | 14.9% | 0.7% | 0.0% | 3.7% | 42.3% | 4.4% |
| 21～22平均 | 37.6% | 11.3% | 5.7% | 14.3% | 1.9% | 0.3% | 4.2% | 38.2% | 5.4% |
| 21平均 | 39.3% | 11.1% | 5.6% | 13.8% | 2.8% | 0.5% | 4.5% | 35.1% | 6.1% |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| トラキア文明展 | 58.3% | 13.9% | 2.8% | 19.4% | 2.8% | 0.0% | 5.6% | 27.8% | 0.0% |
| 柳澤紀子展 | 32.1% | 7.5% | 5.7% | 3.8% | 1.9% | 1.9% | 0.0% | 43.4% | 9.4% |
| パウル・クレイ展 | 40.3% | 11.9% | 3.0% | 29.9% | 4.5% | 0.0% | 6.0% | 31.3% | 6.0% |
| 狩野派の世界展 | 26.7% | 11.1% | 11.1% | 2.2% | 2.2% | 0.0% | 6.7% | 37.8% | 8.9% |

- ・配偶者が38.2%、友人等が35.1%と多数を占める。平成21年度においても配偶者が40.5%、友人等が34.5%であり、これらで多数を占める傾向は変わらない。また、新規来館者も同様の傾向である。
- ・「若冲展」は、配偶者と一緒に観覧する割合が49.2%と高かった。
- ・「ロボットと美術」は、友人等と一緒に観覧する割合が49.7%と高く、特に新規観覧者では63.0%と顕著であった。「ロボットと美術」は趣味の合う友人と鑑賞する展覧会と言えよう。
- ・「風景展」では、特に新規観覧者において友人等（41.7%）や子ども（25.0%）と一緒に観覧する割合が高かった。



④ 来館のきっかけ

全体（複数回答）

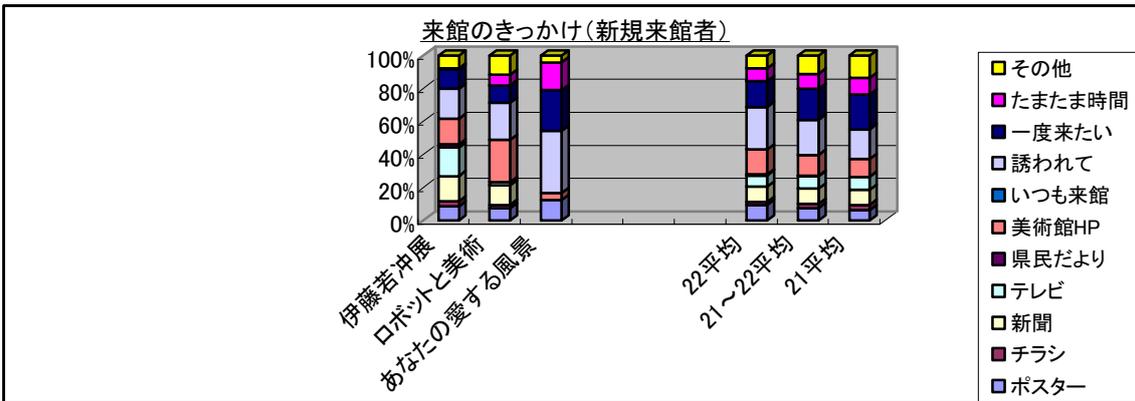
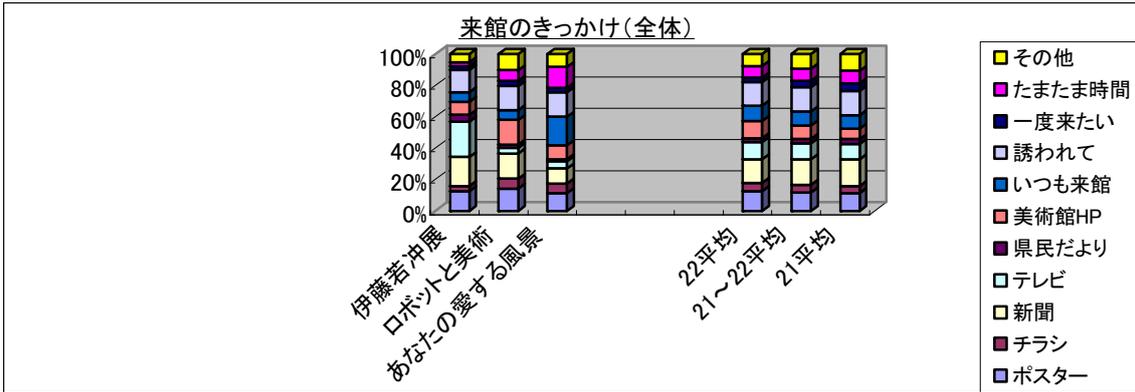
| | ポスター | チラシ | 新聞 | テレビ | 県民だより | 美術館HP | いつも来館 | 誘われて | 一度来たい | たまたま時間 | その他 |
|-----------|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|
| 伊藤若冲展 | 18.9% | 5.4% | 28.2% | 34.5% | 6.6% | 12.9% | 9.3% | 21.6% | 4.2% | 3.6% | 7.8% |
| ロボットと美術 | 19.0% | 8.8% | 21.5% | 5.1% | 2.9% | 21.2% | 8.4% | 20.8% | 4.7% | 9.1% | 13.9% |
| あなたの愛する風景 | 14.4% | 7.8% | 12.2% | 6.1% | 1.7% | 11.1% | 23.3% | 20.0% | 3.9% | 16.7% | 10.6% |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| 22平均 | 17.4% | 7.3% | 20.7% | 15.3% | 3.7% | 15.1% | 13.7% | 20.8% | 4.3% | 9.8% | 10.7% |
| 21～22平均 | 16.0% | 6.5% | 22.1% | 14.0% | 3.9% | 11.5% | 12.4% | 20.8% | 5.6% | 10.2% | 12.7% |
| 21平均 | 15.0% | 5.9% | 23.1% | 13.0% | 4.1% | 8.7% | 11.4% | 20.8% | 6.6% | 10.6% | 14.2% |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| トラキア文明展 | 14.0% | 5.8% | 56.3% | 23.4% | 7.5% | 5.3% | 12.1% | 15.7% | 2.4% | 3.9% | 3.9% |
| 柳澤紀子展 | 15.7% | 5.8% | 11.6% | 5.8% | 3.1% | 5.8% | 11.3% | 23.2% | 8.5% | 16.0% | 24.9% |
| パウル・クレー展 | 16.1% | 6.8% | 11.3% | 17.8% | 3.0% | 10.4% | 8.3% | 25.1% | 5.9% | 10.6% | 12.5% |
| 狩野派の世界展 | 14.0% | 5.4% | 13.4% | 4.8% | 2.7% | 13.4% | 14.0% | 19.4% | 9.7% | 11.8% | 15.6% |

新規来館者（複数回答）

| | ポスター | チラシ | 新聞 | テレビ | 県民だより | 美術館HP | いつも来館 | 誘われて | 一度来たい | たまたま時間 | その他 |
|-----------|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|
| 伊藤若冲展 | 11.5% | 3.8% | 20.5% | 23.1% | 2.6% | 20.5% | 0.0% | 24.4% | 15.4% | 1.3% | 10.3% |
| ロボットと美術 | 8.6% | 2.5% | 13.6% | 2.5% | 0.0% | 29.6% | 0.0% | 25.9% | 12.3% | 7.4% | 13.6% |
| あなたの愛する風景 | 15.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 5.0% | 0.0% | 45.0% | 30.0% | 20.0% | 5.0% |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| 22平均 | 11.7% | 2.1% | 11.4% | 8.5% | 0.9% | 18.4% | 0.0% | 31.8% | 19.2% | 9.6% | 9.6% |
| 21～22平均 | 9.4% | 3.3% | 11.3% | 9.1% | 0.6% | 15.5% | 0.0% | 26.3% | 23.2% | 11.3% | 13.7% |
| 21平均 | 7.7% | 4.1% | 11.2% | 9.5% | 0.4% | 13.3% | 0.0% | 22.2% | 26.2% | 12.6% | 16.8% |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| トラキア文明展 | 4.3% | 6.5% | 23.9% | 13.0% | 0.0% | 10.9% | 0.0% | 28.3% | 17.4% | 10.9% | 4.3% |
| 柳澤紀子展 | 10.4% | 4.5% | 9.0% | 9.0% | 1.5% | 9.0% | 0.0% | 22.4% | 31.3% | 16.4% | 25.4% |
| パウル・クレー展 | 7.3% | 2.1% | 3.1% | 12.5% | 0.0% | 17.7% | 0.0% | 18.8% | 28.1% | 7.3% | 19.8% |
| 狩野派の世界展 | 8.8% | 3.5% | 8.8% | 3.5% | 0.0% | 15.8% | 0.0% | 19.3% | 28.1% | 15.8% | 17.5% |

- ・主なきっかけの順は、「誘われて」「新聞」「ポスター」「テレビ」となり、平成21年度の「新聞」「誘われて」から若干変化した。
- ・「伊藤若冲展」では朝日テレビ系列も主催していることからテレビと新聞によるものが多数を占めた。
- ・「ロボットと美術」では、県立美術館ホームページだけでなく、他の美術館のホームページやツイッターなどこれまでなかなか見られなかった傾向がうかがえた。
- ・「風景展」は「いつも来館」している熱心なリピーターや「誘われて」来館した層に支えられた展覧会と言える。
- ・このように展覧会の性格による特徴が見られ、これらのばらつきは、共催者や主要来館者層の違いにより、展覧会別に情報源の違いに差異があることが原因と考えられる。
- ・新規来館者では、「誘われて」来館した口コミ効果によるものが多い傾向となっている。

（関連 p104）



(4) 展覧会の評価

① 作品やテーマについて興味・関心を持ったか

… 評価指標 3 作品やテーマに興味を持った人の割合

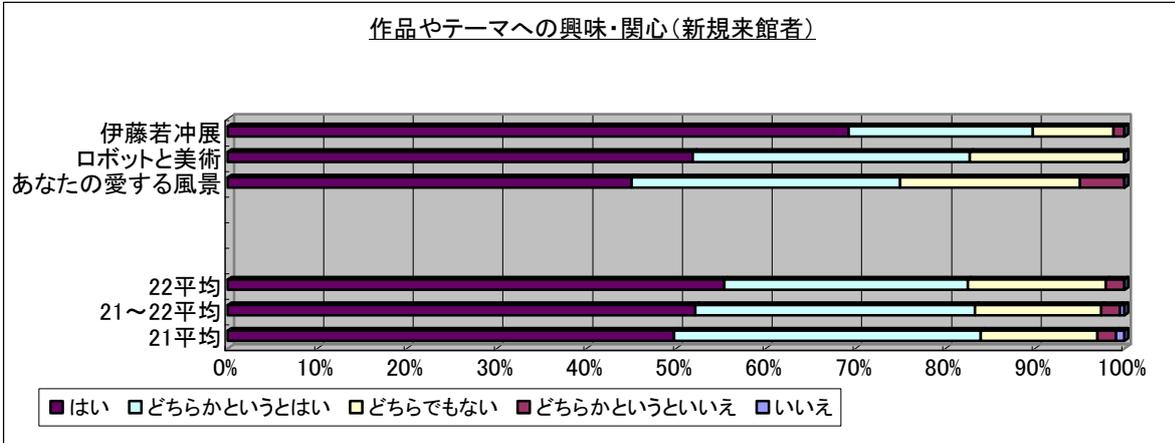
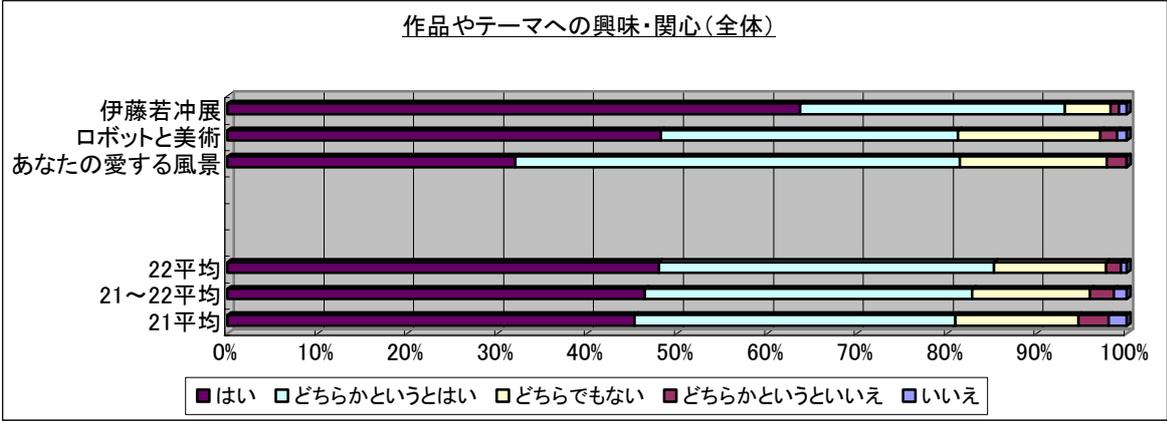
全体

| | いいえ | どちらかというといえ | どちらでもない | どちらかというとはい | はい |
|-----------|------|------------|---------|------------|-------|
| 伊藤若冲展 | 0.9% | 0.9% | 5.1% | 29.4% | 63.7% |
| ロボットと美術 | 1.1% | 1.8% | 15.8% | 33.1% | 48.2% |
| あなたの愛する風景 | 0.0% | 2.2% | 16.3% | 49.4% | 32.0% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| 22平均 | 0.7% | 1.7% | 12.4% | 37.3% | 47.9% |
| 21～22平均 | 1.4% | 2.7% | 13.1% | 36.4% | 46.4% |
| 21平均 | 2.0% | 3.4% | 13.7% | 35.7% | 45.2% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| トラキア文明展 | 0.2% | 1.2% | 3.7% | 24.2% | 70.6% |
| 柳澤紀子展 | 2.8% | 3.4% | 18.6% | 39.3% | 35.9% |
| パウル・クレー展 | 2.8% | 7.3% | 20.3% | 40.7% | 28.9% |
| 狩野派の世界展 | 2.2% | 1.6% | 12.0% | 38.6% | 45.7% |

新規来館者

| | いいえ | どちらかというといえ | どちらでもない | どちらかというとはい | はい |
|-----------|------|------------|---------|------------|-------|
| 伊藤若冲展 | 0.0% | 1.3% | 9.0% | 20.5% | 69.2% |
| ロボットと美術 | 0.0% | 0.0% | 17.3% | 30.9% | 51.9% |
| あなたの愛する風景 | 0.0% | 5.0% | 20.0% | 30.0% | 45.0% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| 22平均 | 0.0% | 2.1% | 15.4% | 27.1% | 55.4% |
| 21～22平均 | 0.6% | 2.1% | 14.0% | 31.2% | 52.2% |
| 21平均 | 1.0% | 2.0% | 13.0% | 34.2% | 49.8% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| トラキア文明展 | 0.0% | 0.0% | 4.3% | 32.6% | 63.0% |
| 柳澤紀子展 | 0.0% | 2.9% | 16.2% | 26.5% | 54.4% |
| パウル・クレー展 | 2.1% | 5.2% | 18.8% | 39.6% | 34.4% |
| 狩野派の世界展 | 1.8% | 0.0% | 12.7% | 38.2% | 47.3% |

- ・ 肯定的評価は85.2%となり、平成21年度（80.9%）よりも向上している。
- ・ 新規来館者では、肯定的評価は82.5%となる。
- ・ 特に「伊藤若冲展」では全体で93.1%、新規来館者で89.7%となっている。



② 展覧会の会場で心地よく鑑賞できたか。 …… 評価指標 32 鑑賞環境に対する満足度

全体

「美術館カルテ」

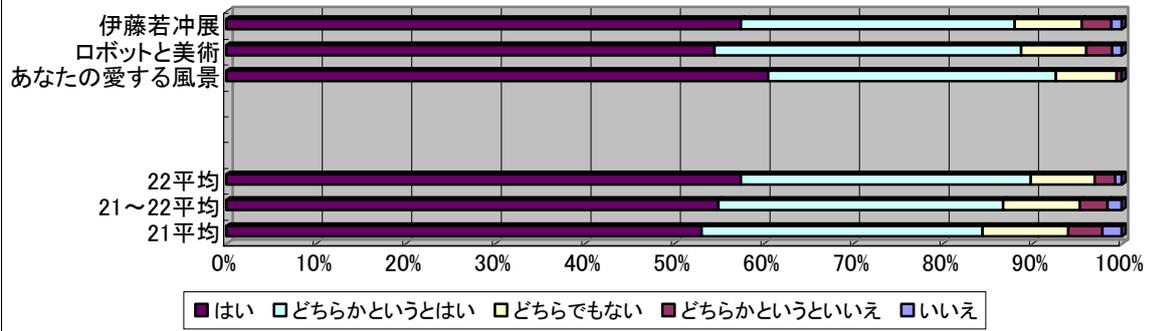
| | いいえ | どちらかというといいえ | どちらでもない | どちらかというとはい | はい | 鑑賞環境 |
|-----------|------|-------------|---------|------------|-------|-------|
| 伊藤若冲展 | 1.2% | 3.3% | 7.5% | 30.5% | 57.5% | 88.0% |
| ロボットと美術 | 1.1% | 2.9% | 7.3% | 34.2% | 54.5% | 88.7% |
| あなたの愛する風景 | 0.0% | 0.6% | 6.8% | 32.2% | 60.5% | 92.7% |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| 22平均 | 0.8% | 2.3% | 7.2% | 32.3% | 57.5% | 89.8% |
| 21～22平均 | 1.6% | 3.1% | 8.5% | 31.8% | 55.0% | 86.7% |
| 21平均 | 2.2% | 3.8% | 9.6% | 31.3% | 53.1% | 84.4% |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| トラキア文明展 | 1.3% | 3.0% | 13.0% | 28.5% | 54.3% | 82.8% |
| 柳澤紀子展 | 2.4% | 3.4% | 6.5% | 33.3% | 54.3% | 87.6% |
| パウル・クレー展 | 3.0% | 5.5% | 11.7% | 35.4% | 44.3% | 79.7% |
| 狩野派の世界展 | 2.2% | 3.2% | 7.0% | 28.1% | 59.5% | 87.6% |

新規来館者

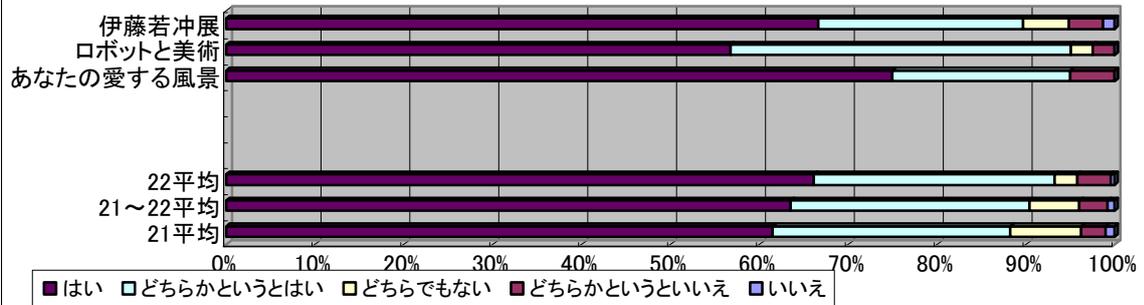
| | いいえ | どちらかというといいえ | どちらでもない | どちらかというとはい | はい |
|-----------|------|-------------|---------|------------|-------|
| 伊藤若冲展 | 1.3% | 3.8% | 5.1% | 23.1% | 66.7% |
| ロボットと美術 | 0.0% | 2.5% | 2.5% | 38.3% | 56.8% |
| あなたの愛する風景 | 0.0% | 5.0% | 0.0% | 20.0% | 75.0% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| 22平均 | 0.4% | 3.8% | 2.5% | 27.1% | 66.2% |
| 21～22平均 | 0.8% | 3.2% | 5.6% | 26.9% | 63.5% |
| 21平均 | 1.0% | 2.7% | 7.9% | 26.8% | 61.5% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| トラキア文明展 | 0.0% | 6.7% | 8.9% | 33.3% | 51.1% |
| 柳澤紀子展 | 0.0% | 1.5% | 4.4% | 20.6% | 73.5% |
| パウル・クレー展 | 4.1% | 1.0% | 11.3% | 29.9% | 53.6% |
| 狩野派の世界展 | 0.0% | 1.8% | 7.1% | 23.2% | 67.9% |

肯定的評価は 89.8%となり、平成 21 年度（84.4%）を上回り、最近の施設の改修効果が反映されてきていることがうかがわれる。

心地よく鑑賞できたか(全体)



心地よく鑑賞できたか(新規来館者)



③ スタッフ対応は適切であったか … 美術館カルテ 29 美術館スタッフの対応に満足した人の割合

全体

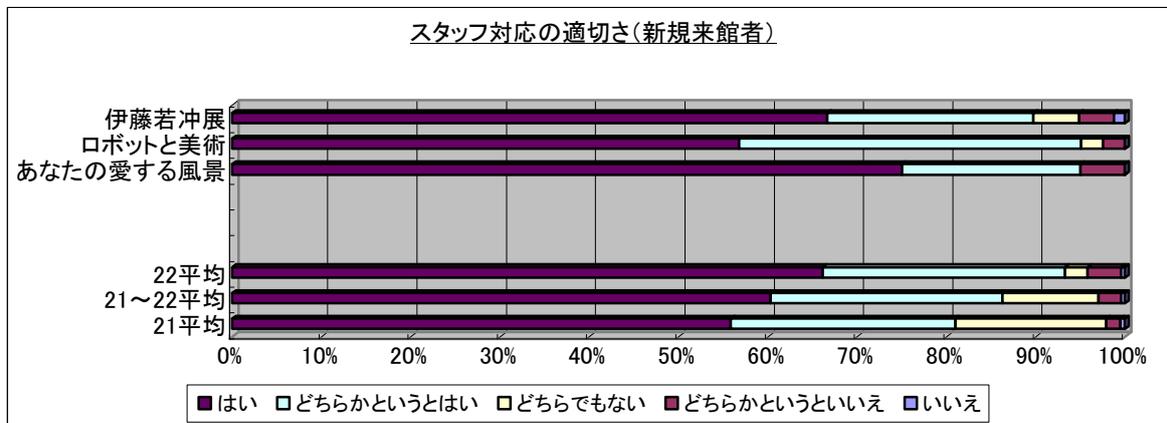
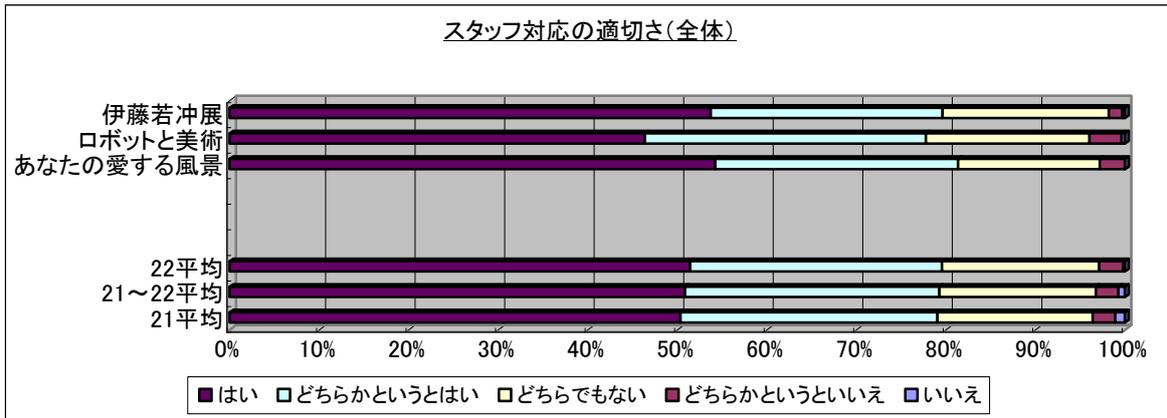
「美術館カルテ」

| | いいえ | どちらかというといいえ | どちらでもない | どちらかというとはい | はい | スタッフ対応 |
|-----------|------|-------------|---------|------------|-------|--------|
| 伊藤若冲展 | 0.3% | 1.5% | 18.6% | 25.8% | 53.8% | 79.6% |
| ロボットと美術 | 0.4% | 3.6% | 18.2% | 31.4% | 46.4% | 77.7% |
| あなたの愛する風景 | 0.0% | 2.8% | 15.8% | 27.1% | 54.2% | 81.4% |
| | | | | | | 0.0% |
| | | | | | | |
| 22平均 | 0.2% | 2.7% | 17.6% | 28.1% | 51.4% | 79.6% |
| 21～22平均 | 0.7% | 2.6% | 17.4% | 28.4% | 50.8% | 79.3% |
| 21平均 | 1.1% | 2.5% | 17.4% | 28.7% | 50.4% | 79.0% |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| トラキア文明展 | 1.0% | 2.3% | 19.4% | 23.7% | 53.6% | 77.3% |
| 柳澤紀子展 | 1.7% | 2.7% | 11.6% | 28.4% | 55.5% | 83.9% |
| パウル・クレー展 | 1.3% | 2.1% | 21.6% | 33.1% | 41.9% | 75.0% |
| 狩野派の世界展 | 0.5% | 2.7% | 16.8% | 29.3% | 50.5% | 79.9% |

新規来館者

| | いいえ | どちらかというといいえ | どちらでもない | どちらかというとはい | はい |
|-----------|------|-------------|---------|------------|-------|
| 伊藤若冲展 | 1.3% | 3.8% | 5.1% | 23.1% | 66.7% |
| ロボットと美術 | 0.0% | 2.5% | 2.5% | 38.3% | 56.8% |
| あなたの愛する風景 | 0.0% | 5.0% | 0.0% | 20.0% | 75.0% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| 22平均 | 0.4% | 3.8% | 2.5% | 27.1% | 66.2% |
| 21～22平均 | 0.5% | 2.5% | 10.7% | 26.0% | 60.3% |
| 21平均 | 0.5% | 1.6% | 16.9% | 25.1% | 55.9% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| トラキア文明展 | 0.0% | 0.0% | 18.2% | 25.0% | 56.8% |
| 柳澤紀子展 | 0.0% | 1.5% | 11.8% | 20.6% | 66.2% |
| パウル・クレー展 | 2.1% | 3.1% | 19.8% | 28.1% | 46.9% |
| 狩野派の世界展 | 0.0% | 1.8% | 17.9% | 26.8% | 53.6% |

肯定的評価は79.6%となり、ほぼ前年度並み（79.0%）である。



⑤ 当美術館に関する情報は入手しやすいか

… 評価指標 24 当館に関する情報が入手しやすいとする人の割合

| 全体 | いいえ | どちらかというといえ | どちらでもない | どちらかというとはい | はい | 「美術館カルテ」 情報入手 |
|-----------|------|------------|---------|------------|-------|------------------|
| 伊藤若冲展 | 0.6% | 1.3% | 22.6% | 30.3% | 45.2% | 75.5% |
| ロボットと美術 | 2.6% | 4.5% | 25.9% | 36.1% | 30.8% | 66.9% |
| あなたの愛する風景 | 0.0% | 4.6% | 29.5% | 27.7% | 38.2% | 65.9% |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| 22平均 | 1.1% | 3.5% | 26.0% | 31.4% | 38.0% | 69.4% |
| 21～22平均 | 1.9% | 4.4% | 25.9% | 30.3% | 37.4% | 67.7% |
| 21平均 | 2.6% | 5.1% | 25.9% | 29.5% | 37.0% | 66.5% |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| トラキア文明展 | 1.6% | 3.6% | 20.2% | 25.3% | 49.4% | 74.7% |
| 柳澤紀子展 | 4.0% | 6.2% | 28.2% | 27.5% | 34.1% | 61.5% |
| パウル・クレー展 | 1.8% | 4.7% | 22.7% | 38.8% | 32.1% | 70.8% |
| 狩野派の世界展 | 2.9% | 5.9% | 32.4% | 26.5% | 32.4% | 58.8% |

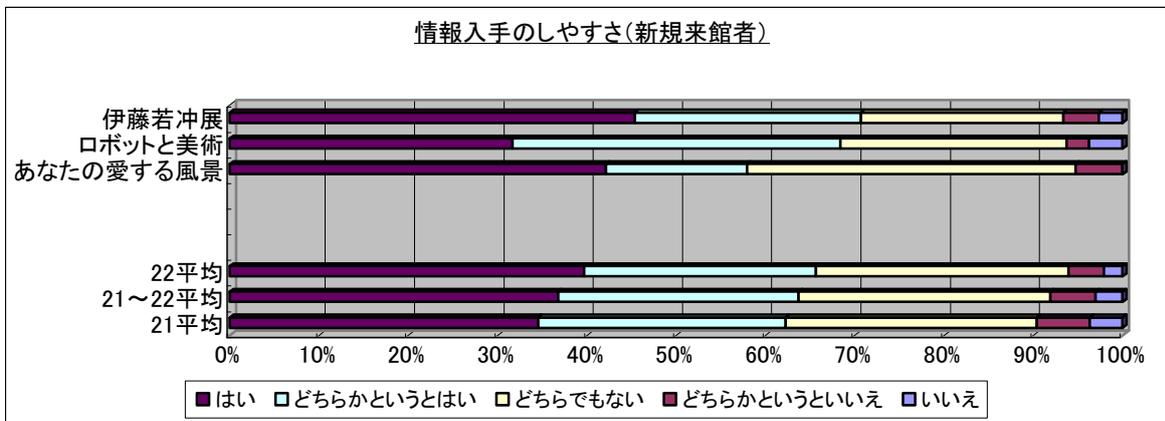
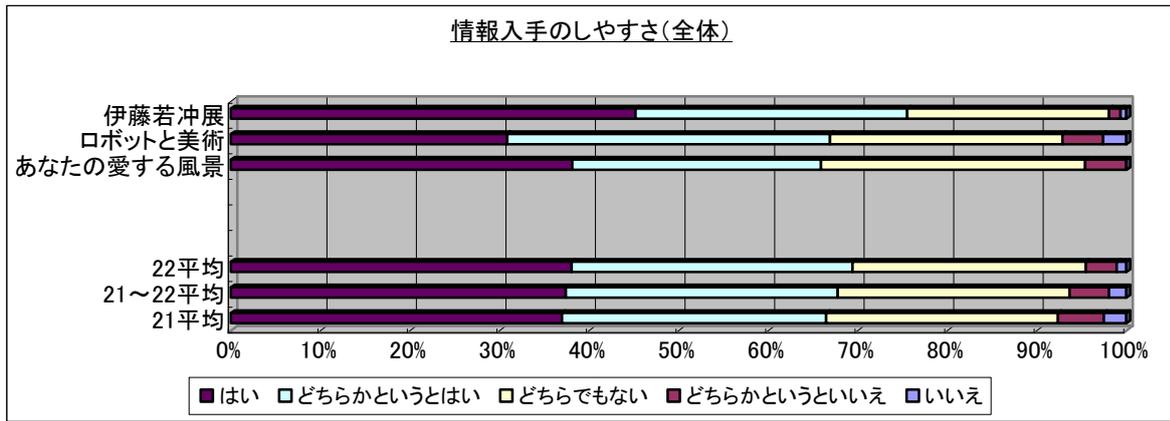
新規来館者

| | いいえ | どちらかというといえ | どちらでもない | どちらかというとはい | はい |
|-----------|------|------------|---------|------------|-------|
| 伊藤若冲展 | 2.7% | 4.0% | 22.7% | 25.3% | 45.3% |
| ロボットと美術 | 3.8% | 2.5% | 25.3% | 36.7% | 31.6% |
| あなたの愛する風景 | 0.0% | 5.3% | 36.8% | 15.8% | 42.1% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| 22平均 | 2.2% | 3.9% | 28.3% | 25.9% | 39.7% |
| 21～22平均 | 3.0% | 5.1% | 28.2% | 26.9% | 36.7% |
| 21平均 | 3.7% | 5.9% | 28.1% | 27.7% | 34.5% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| トラキア文明展 | 2.3% | 4.5% | 20.5% | 29.5% | 43.2% |
| 柳澤紀子展 | 6.3% | 4.7% | 32.8% | 17.2% | 39.1% |
| パウル・クレー展 | 2.2% | 4.3% | 22.6% | 35.5% | 35.5% |
| 狩野派の世界展 | 4.1% | 10.2% | 36.7% | 28.6% | 20.4% |

- ・肯定的評価は69.4%となり、平成21年度（66.5%）を上回った。
- ・「伊藤若冲展」が比較的高く、「来館のきっかけ」にあるとおり、テレビと新聞が多数を占め、マス媒体の訴求力の高さが示されている。

<関連 p96 「来館のきっかけ」>

- ・主なきっかけの順は、「誘われて」「新聞」「ポスター」「テレビ」となり、平成21年度の「新聞」「誘われて」から若干変化した。
- ・「伊藤若冲展」では朝日テレビ系列も主催していることからテレビと新聞によるものが多数を占めている。
- ・「ロボットと美術」では、県立美術館ホームページだけでなく、他の美術館のホームページやツイッターなどこれまでなかなか見られなかった傾向がうかがえた。
- ・「風景展」は「いつも来館」している熱心なリピーターや「誘われて」来館した層に支えられた展覧会と言える。
- ・このように展覧会の性格による特徴が見られ、これらのばらつきは、共催者や主要来館者層の違いにより、展覧会別に情報源の違いに差異があることが原因と考えられる。
- ・新規来館者では、「誘われて」来館した口コミ効果によるものが多い傾向となっている。



⑥ 交通機関の利用はスムーズであったか

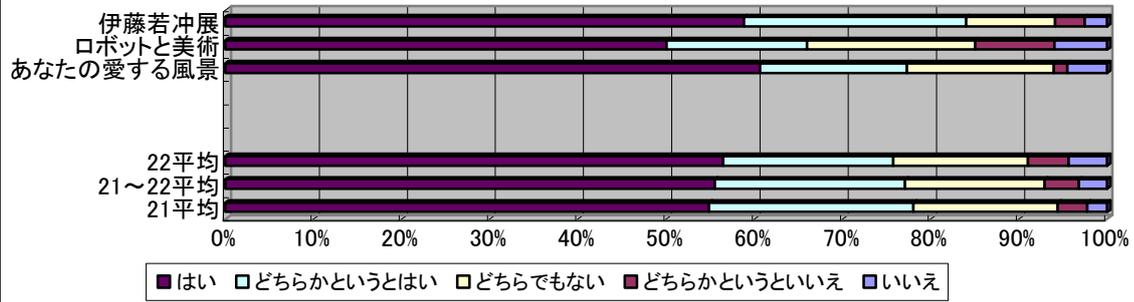
… 評価指標 35、美術館カルテ 26 共通 公共交通機関で来館した人のアクセス満足度

| 全体 | | | | | | 「美術館カルテ」 |
|-----------|------|-------------|---------|------------|-------|----------|
| | いいえ | どちらかというといいえ | どちらでもない | どちらかというとはい | はい | 公共交通 |
| 伊藤若冲展 | 2.5% | 3.4% | 10.1% | 25.2% | 58.8% | 84.0% |
| ロボットと美術 | 6.0% | 9.0% | 19.0% | 16.0% | 50.0% | 66.0% |
| あなたの愛する風景 | 4.5% | 1.5% | 16.7% | 16.7% | 60.6% | 77.3% |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| 22平均 | 4.4% | 4.6% | 15.3% | 19.3% | 56.5% | 75.8% |
| 21～22平均 | 3.2% | 3.9% | 15.9% | 21.5% | 55.5% | 77.1% |
| 21平均 | 2.3% | 3.3% | 16.3% | 23.2% | 54.9% | 78.0% |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| トラキア文明展 | 0.7% | 2.1% | 13.4% | 22.5% | 61.3% | 83.8% |
| 柳澤紀子展 | 3.3% | 3.3% | 18.0% | 22.1% | 53.3% | 75.4% |
| パウル・クレー展 | 3.7% | 5.2% | 17.0% | 32.6% | 41.5% | 74.1% |
| 狩野派の世界展 | 1.4% | 2.8% | 16.9% | 15.5% | 63.4% | 78.9% |

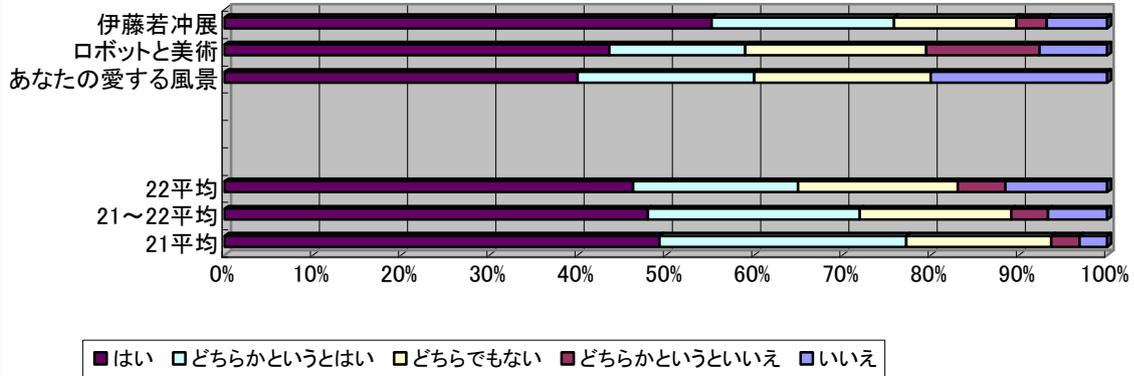
| 新規来館者 | | | | | |
|-----------|-------|-------------|---------|------------|-------|
| | いいえ | どちらかというといいえ | どちらでもない | どちらかというとはい | はい |
| 伊藤若冲展 | 6.9% | 3.4% | 13.8% | 20.7% | 55.2% |
| ロボットと美術 | 7.7% | 12.8% | 20.5% | 15.4% | 43.6% |
| あなたの愛する風景 | 20.0% | 0.0% | 20.0% | 20.0% | 40.0% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| 22平均 | 11.5% | 5.4% | 18.1% | 18.7% | 46.3% |
| 21～22平均 | 6.8% | 4.1% | 17.1% | 24.0% | 48.0% |
| 21平均 | 3.2% | 3.2% | 16.4% | 28.0% | 49.3% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| トラキア文明展 | 0.0% | 0.0% | 4.0% | 44.0% | 52.0% |
| 柳澤紀子展 | 0.0% | 3.1% | 28.1% | 12.5% | 56.3% |
| パウル・クレー展 | 9.1% | 6.1% | 12.1% | 30.3% | 42.4% |
| 狩野派の世界展 | 3.6% | 3.6% | 21.4% | 25.0% | 46.4% |

- ・ 肯定的評価は75.8%となり、平成21年度（78.0%）から若干低下している。
- ・ 展覧会別のばらつきが少ない、恒常的な評価と考えられていたが、「ロボットと美術」や「風景展」での新規来館者層の低評価（20.5%）が影響を及ぼしている。

公共交通利用のスムーズさ(全体)



公共交通利用のスムーズさ(新規来館者)



⑦ 交通機関の利用はスムーズであったか（自家用車利用者）

… 評価指標 35、美術館カルテ 27 共通 自家用車で来館した人のアクセス満足度

全体

| | いいえ | どちらかというといいえ | どちらでもない | どちらかというとはい | はい |
|-----------|------|-------------|---------|------------|-------|
| 伊藤若冲展 | 3.5% | 5.6% | 14.8% | 28.9% | 47.2% |
| ロボットと美術 | 4.1% | 5.7% | 17.9% | 35.0% | 37.4% |
| あなたの愛する風景 | 2.9% | 5.9% | 23.5% | 23.5% | 44.1% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| 22平均 | 3.5% | 5.7% | 18.7% | 29.1% | 42.9% |
| 21～22平均 | 2.8% | 4.5% | 18.5% | 25.6% | 48.5% |
| 21平均 | 2.2% | 3.6% | 18.4% | 23.0% | 52.8% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| トラキア文明展 | 2.4% | 4.2% | 14.9% | 22.6% | 56.0% |
| 柳澤紀子展 | 2.5% | 2.5% | 20.7% | 19.8% | 54.5% |
| パウル・クレー展 | 0.4% | 4.1% | 14.0% | 25.5% | 56.0% |
| 狩野派の世界展 | 3.6% | 3.6% | 24.1% | 24.1% | 44.6% |

「美術館カルテ」

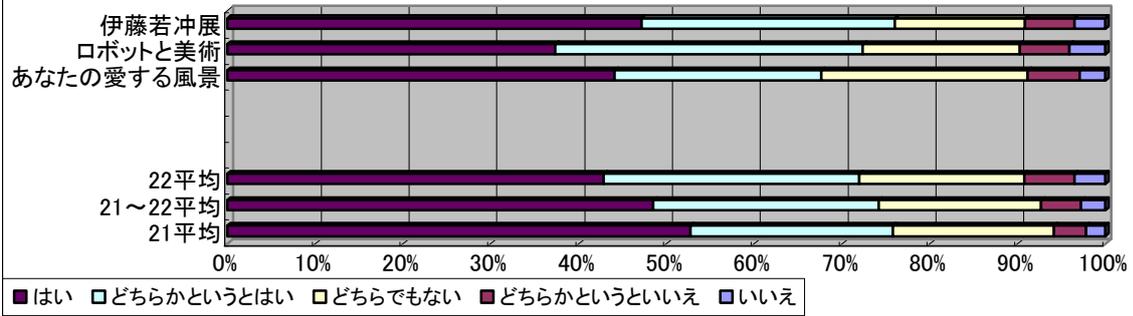
| 自動車交通 |
|-------|
| 76.1% |
| 72.4% |
| 67.6% |
| |
| |
| 72.0% |
| 74.2% |
| 75.8% |
| |
| |
| 78.6% |
| 74.4% |
| 81.5% |
| 68.7% |

新規来館者

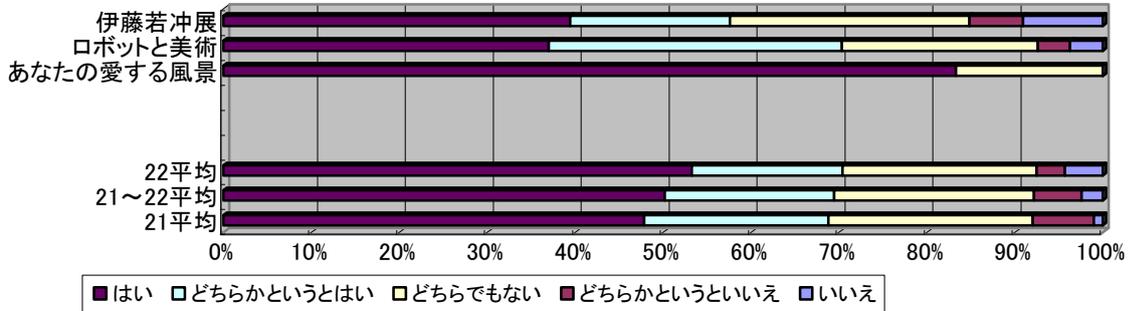
| | いいえ | どちらかというといいえ | どちらでもない | どちらかというとはい | はい |
|-----------|------|-------------|---------|------------|-------|
| 伊藤若冲展 | 9.1% | 6.1% | 27.3% | 18.2% | 39.4% |
| ロボットと美術 | 3.7% | 3.7% | 22.2% | 33.3% | 37.0% |
| あなたの愛する風景 | 0.0% | 0.0% | 16.7% | 0.0% | 83.3% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| 22平均 | 4.3% | 3.3% | 22.1% | 17.2% | 53.3% |
| 21～22平均 | 2.4% | 5.4% | 22.7% | 19.3% | 50.2% |
| 21平均 | 1.0% | 7.0% | 23.2% | 20.9% | 47.8% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| トラキア文明展 | 0.0% | 16.7% | 8.3% | 16.7% | 58.3% |
| 柳澤紀子展 | 4.0% | 4.0% | 16.0% | 28.0% | 48.0% |
| パウル・クレー展 | 0.0% | 2.0% | 16.0% | 18.0% | 64.0% |
| 狩野派の世界展 | 0.0% | 5.3% | 52.6% | 21.1% | 21.1% |

- ・ 肯定的評価は72.0%となり、平成21年度（75.8%）を下回った。
- ・ 「風景展」が70%を下回っているが、県外からの来館者が他と比較して多かったことから、東名ICや周辺観光施設などからの案内標識の状況等が影響していると考えられる。新規来館者でも、同様の傾向が顕著に見られる。

自動車利用のスムーズさ(全体)



自動車利用のスムーズさ(新規来館者)



⑧ 全体的に見て、今回の来館は満足いただけたか（いわゆる「総合満足度」）

… 美術館カルテ3 展覧会の満足度、美術館カルテ52 展覧会における新規観覧者の満足度

全体

| | いいえ | どちらかというといいえ | どちらでもない | どちらかというとはい | はい |
|-----------|------|-------------|---------|------------|-------|
| 伊藤若冲展 | 1.2% | 0.6% | 4.6% | 26.2% | 67.3% |
| ロボットと美術 | 0.7% | 1.8% | 7.4% | 39.1% | 50.9% |
| あなたの愛する風景 | 0.6% | 0.6% | 10.2% | 40.7% | 48.0% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| 22平均 | 0.8% | 1.0% | 7.4% | 35.3% | 55.4% |
| 21～22平均 | 1.1% | 2.2% | 8.2% | 34.1% | 54.4% |
| 21平均 | 1.3% | 3.1% | 8.9% | 33.1% | 53.7% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| トラキア文明展 | 0.5% | 1.5% | 4.5% | 24.5% | 69.0% |
| 柳澤紀子展 | 2.1% | 2.8% | 9.7% | 33.0% | 52.4% |
| パウル・クレー展 | 2.1% | 5.8% | 15.2% | 40.1% | 36.7% |
| 狩野派の世界展 | 0.5% | 2.2% | 6.0% | 34.8% | 56.5% |

「美術館カルテ」

| 満足度 |
|-------|
| 93.5% |
| 90.0% |
| 88.7% |
| |
| |
| 90.8% |
| 88.5% |
| 86.8% |
| |
| |
| 93.5% |
| 85.4% |
| 76.8% |
| 91.3% |

新規来館者

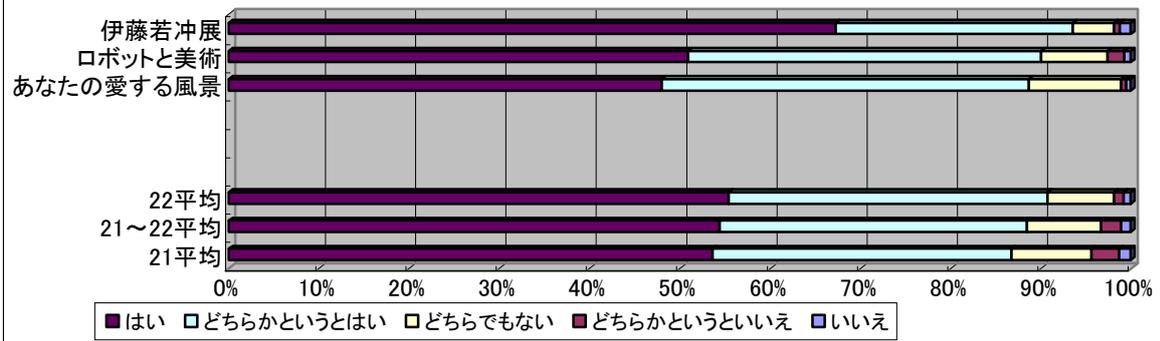
| | いいえ | どちらかというといいえ | どちらでもない | どちらかというとはい | はい |
|-----------|------|-------------|---------|------------|-------|
| 伊藤若冲展 | 1.3% | 2.7% | 8.0% | 25.3% | 62.7% |
| ロボットと美術 | 1.3% | 0.0% | 6.3% | 41.3% | 51.3% |
| あなたの愛する風景 | 5.3% | 0.0% | 5.3% | 31.6% | 57.9% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| 22平均 | 2.6% | 0.9% | 6.5% | 32.7% | 57.3% |
| 21～22平均 | 1.1% | 0.7% | 6.6% | 32.6% | 59.0% |
| 21平均 | 0.0% | 0.5% | 6.7% | 32.5% | 60.2% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| トラキア文明展 | 0.0% | 0.0% | 6.7% | 31.1% | 62.2% |
| 柳澤紀子展 | 0.0% | 0.0% | 4.4% | 23.5% | 72.1% |
| パウル・クレー展 | 0.0% | 2.1% | 10.4% | 34.4% | 53.1% |
| 狩野派の世界展 | 0.0% | 0.0% | 5.4% | 41.1% | 53.6% |

「美術館カルテ」

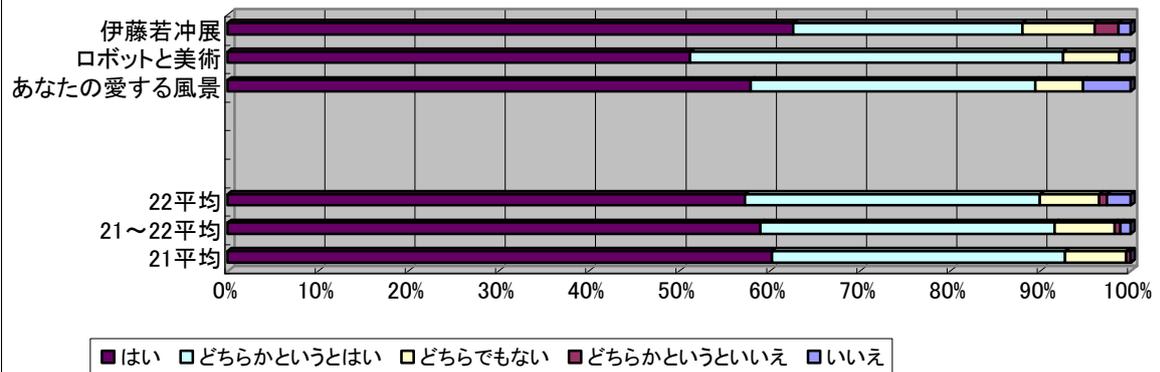
| 満足度 |
|-------|
| 88.0% |
| 92.5% |
| 89.5% |
| |
| |
| 90.0% |
| 91.6% |
| 92.8% |
| |
| |
| 93.3% |
| 95.6% |
| 87.5% |
| 94.6% |

- ・ 肯定的評価が90.8%となった。
- ・ 展覧会別では、「伊藤若冲展」「ロボットと美術」が90%を超えている。

全体的な満足度(全体)



全体的な満足度(新規来館者)

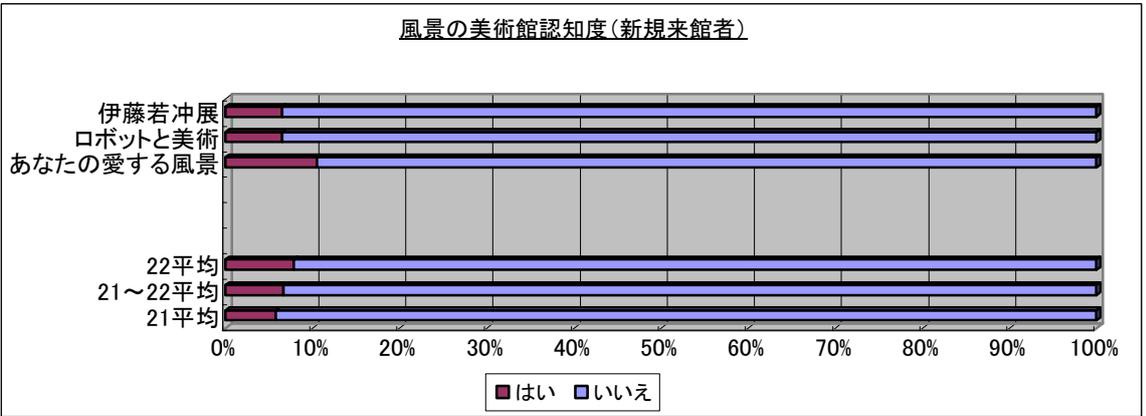
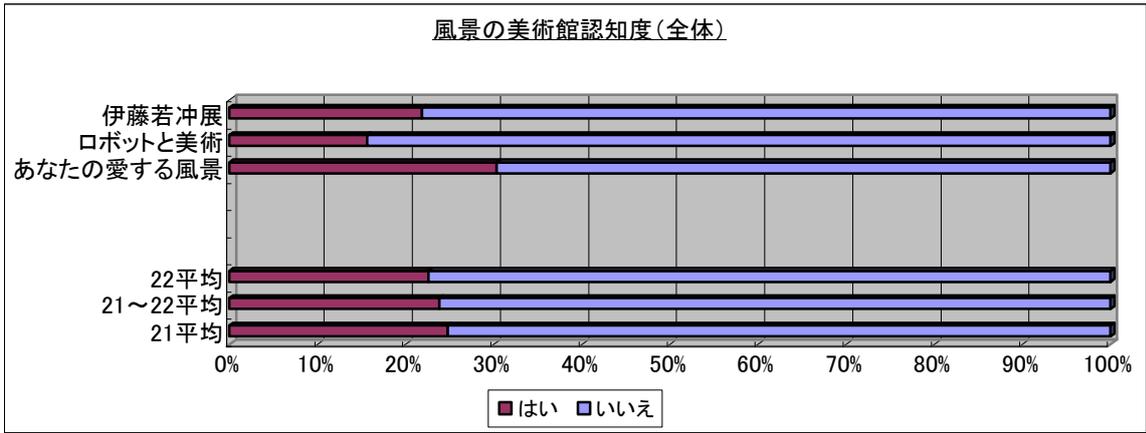


⑨ 「風景の美術館」であることを知っているか

… 美術館カルテ 23 風景の美術館としての認知度

| 全体 | 「美術館カルテ」 | | 新規来館者 | | |
|-----------|----------|-------|-----------|--------|-------|
| | いいえ | はい | | いいえ | はい |
| 伊藤若冲展 | 78.2% | 21.8% | 伊藤若冲展 | 93.5% | 6.5% |
| ロボットと美術 | 84.4% | 15.6% | ロボットと美術 | 93.5% | 6.5% |
| あなたの愛する風景 | 69.7% | 30.3% | あなたの愛する風景 | 89.5% | 10.5% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| 22平均 | 77.4% | 22.6% | 22平均 | 92.2% | 7.8% |
| 21～22平均 | 76.2% | 23.8% | 21～22平均 | 93.3% | 6.7% |
| 21平均 | 75.2% | 24.8% | 21平均 | 94.2% | 5.8% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| トラキア文明展 | 73.4% | 26.6% | トラキア文明展 | 97.5% | 2.5% |
| 柳澤紀子展 | 72.5% | 27.5% | 柳澤紀子展 | 100.0% | 0.0% |
| パウル・クレー展 | 80.9% | 19.1% | パウル・クレー展 | 88.8% | 11.2% |
| 狩野派の世界展 | 74.2% | 25.8% | 狩野派の世界展 | 90.6% | 9.4% |

- ・認知度は22.6%となっており、平成21年度（24.8%）を下回り、依然として20%台前半にとどまっている。
- ・新規来館者での認知度は7.8%となり、平成21年度（5.8%）を上回った。
- ・リピート率の高い「風景展」における認知度がそれぞれ高いが、全般的には来館者に認識されておらず、館のブランドとして定着しているとは言いがたい。



4 レストラン アンケート

アンケート数 71

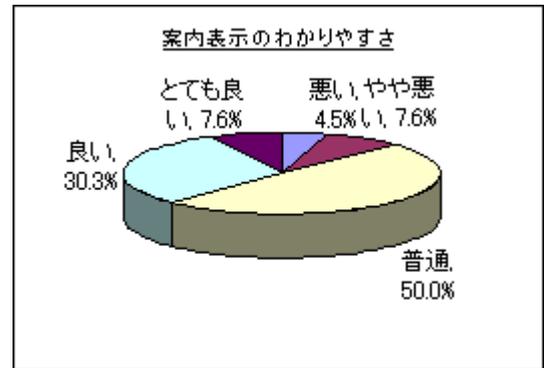
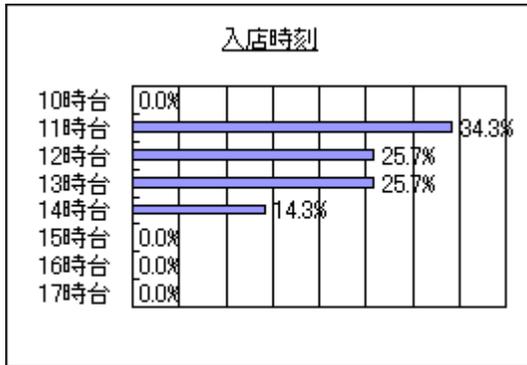
A-1 入店時刻

| | 10時台 | 11時台 | 12時台 | 13時台 | 14時台 | 15時台 | 16時台 | 17時台 | 計 |
|-----|------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|--------|
| % | 0.0% | 34.3% | 25.7% | 25.7% | 14.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| 回答数 | 0 | 24 | 18 | 18 | 10 | 0 | 0 | 0 | 70 |

A-2 注文内容 (略)

A-3 案内表示の分かりやすさ

| | 悪い | やや悪い | 普通 | 良い | とても良い | 計 |
|-----|------|------|-------|-------|-------|--------|
| % | 4.5% | 7.6% | 50.0% | 30.3% | 7.6% | 100.0% |
| 回答数 | 3 | 5 | 33 | 20 | 5 | 66 |

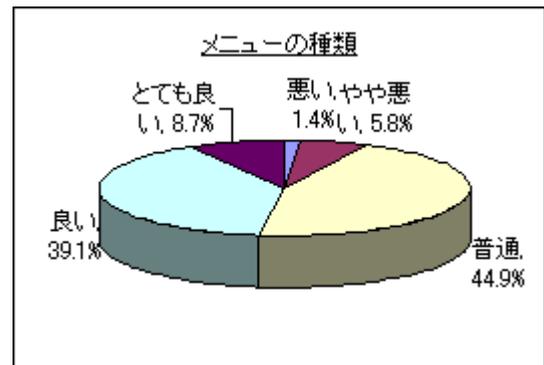
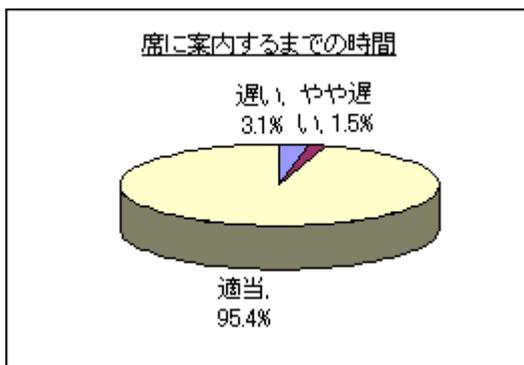


A-4 席に案内するまでの時間

| | 遅い | やや遅い | 適当 | 計 |
|-----|------|------|-------|--------|
| % | 3.1% | 1.5% | 95.4% | 100.0% |
| 回答数 | 2 | 1 | 62 | 65 |

A-5 メニューの種類

| | 悪い | やや悪い | 普通 | 良い | とても良い | 計 |
|-----|------|------|-------|-------|-------|--------|
| % | 1.4% | 5.8% | 44.9% | 39.1% | 8.7% | 100.0% |
| 回答数 | 1 | 4 | 31 | 27 | 6 | 69 |

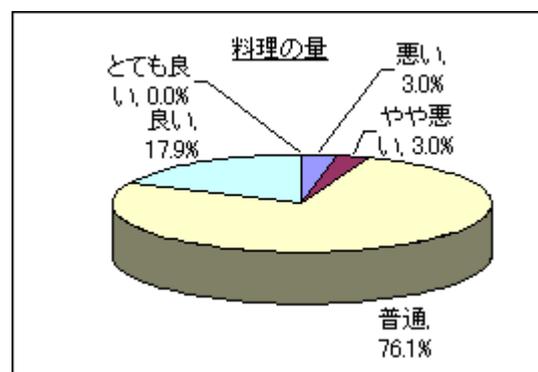
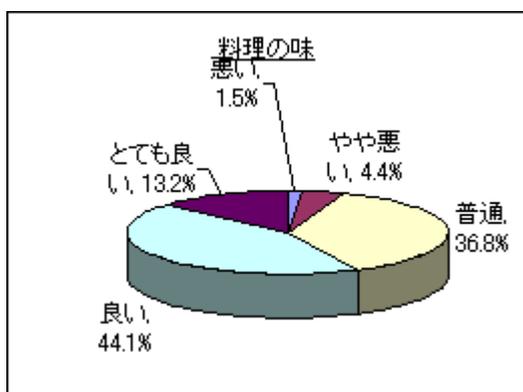


A-6 味

| | 悪い | やや悪い | 普通 | 良い | とても良い | 計 |
|-----|------|------|-------|-------|-------|--------|
| % | 1.5% | 4.4% | 36.8% | 44.1% | 13.2% | 100.0% |
| 回答数 | 1 | 3 | 25 | 30 | 9 | 68 |

A-7 量

| | 悪い | やや悪い | 普通 | 良い | とても良い | 計 |
|-----|------|------|-------|-------|-------|--------|
| % | 3.0% | 3.0% | 76.1% | 17.9% | 0.0% | 100.0% |
| 回答数 | 2 | 2 | 51 | 12 | 0 | 67 |

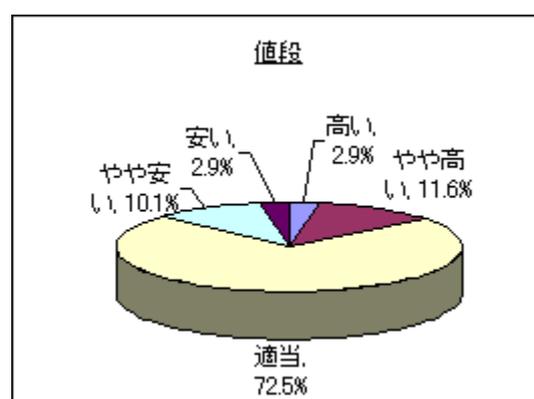
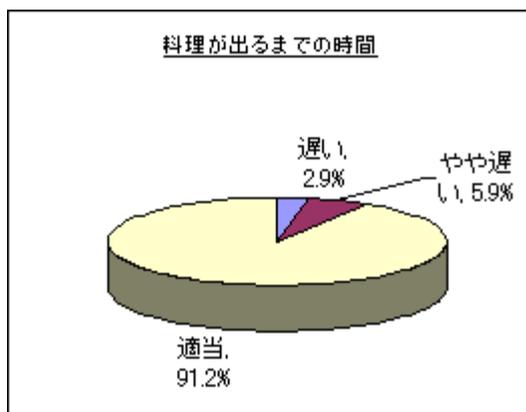


A-8 料理が出るまでの時間

| | 遅い | やや遅い | 適当 | 計 |
|-----|------|------|-------|--------|
| % | 2.9% | 5.9% | 91.2% | 100.0% |
| 回答数 | 2 | 4 | 62 | 68 |

A-9 値段

| | 高い | やや高い | 適当 | やや安い | 安い | 計 |
|-----|------|-------|-------|-------|------|--------|
| % | 2.9% | 11.6% | 72.5% | 10.1% | 2.9% | 100.0% |
| 回答数 | 2 | 8 | 50 | 7 | 2 | 69 |

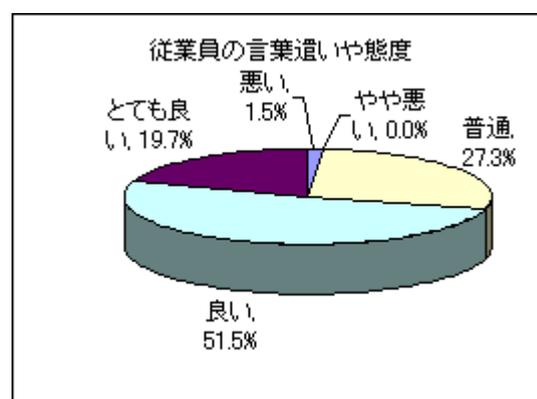
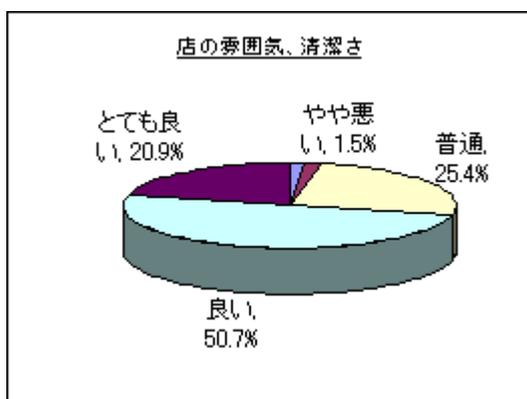


A-10 店の雰囲気、清潔さ

| | 悪い | やや悪い | 普通 | 良い | とても良い | 計 |
|-----|------|------|-------|-------|-------|--------|
| % | 1.5% | 1.5% | 25.4% | 50.7% | 20.9% | 100.0% |
| 回答数 | 1 | 1 | 17 | 34 | 14 | 67 |

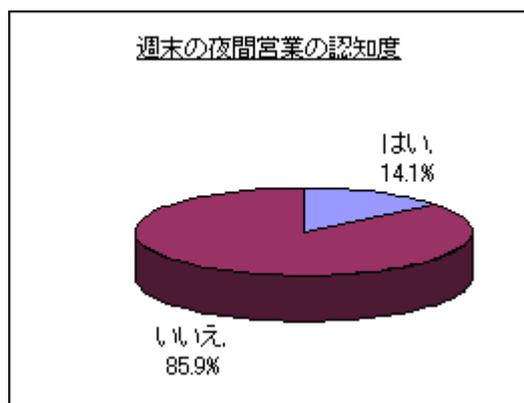
A-11 従業員の言葉遣いや態度

| | 悪い | やや悪い | 普通 | 良い | とても良い | 計 |
|-----|------|------|-------|-------|-------|--------|
| % | 1.5% | 0.0% | 27.3% | 51.5% | 19.7% | 100.0% |
| 回答数 | 1 | 0 | 18 | 34 | 13 | 66 |



A-12 週末の夜間営業の認知度

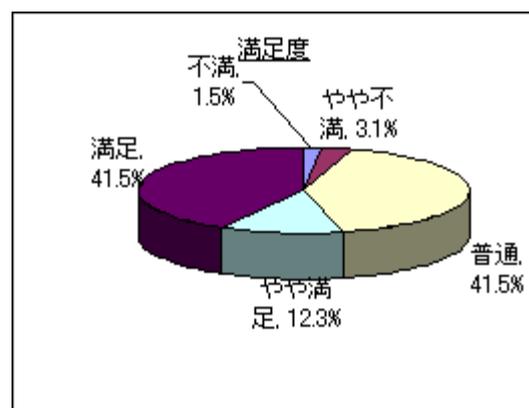
| | はい | いいえ | 計 |
|-----|-------|-------|--------|
| % | 14.1% | 85.9% | 100.0% |
| 回答数 | 9 | 55 | 64 |



A-13 満足度

満足 53.8%

| | 不満 | やや不満 | 普通 | やや満足 | 満足 | 計 |
|-----|------|------|-------|-------|-------|--------|
| % | 1.5% | 3.1% | 41.5% | 12.3% | 41.5% | 100.0% |
| 回答数 | 1 | 2 | 27 | 8 | 27 | 65 |

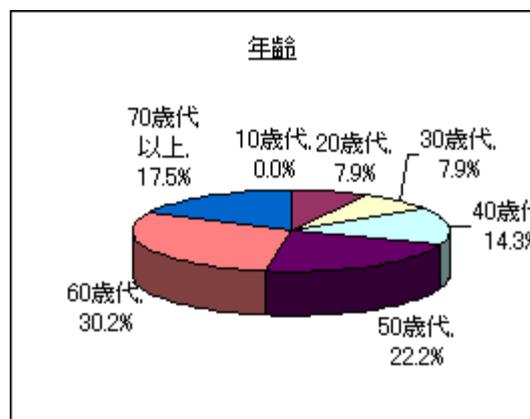
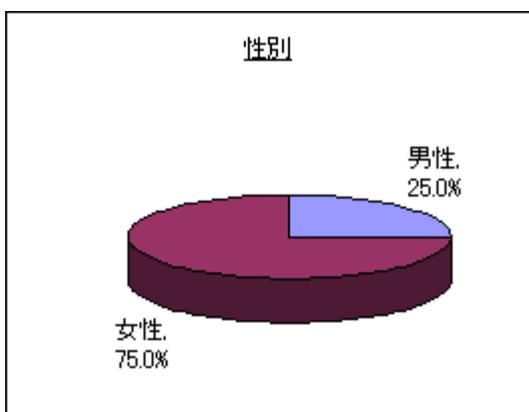


B-1 性別

| | 男性 | 女性 | 計 |
|-----|-------|-------|--------|
| % | 25.0% | 75.0% | 100.0% |
| 回答数 | 16 | 48 | 64 |

B-2 年齢

| | 10歳代 | 20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳代以上 | 計 |
|-----|------|------|------|-------|-------|-------|--------|--------|
| % | 0.0% | 7.9% | 7.9% | 14.3% | 22.2% | 30.2% | 17.5% | 100.0% |
| 回答数 | 0 | 5 | 5 | 9 | 14 | 19 | 11 | 63 |

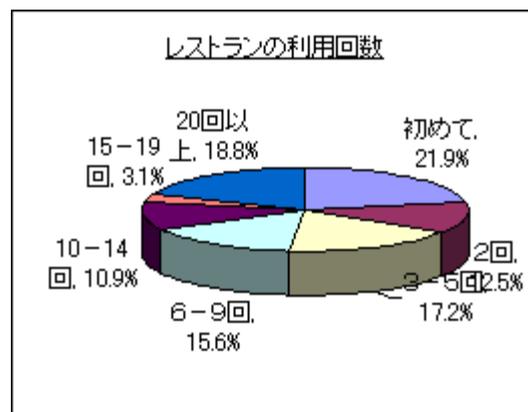
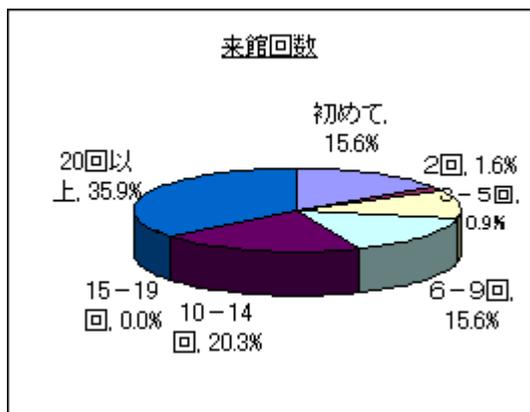


B-3 来館回数

| | 初めて | 2回 | 3-5回 | 6-9回 | 10-14回 | 15-19回 | 20回以上 | 計 |
|-----|-------|------|-------|-------|--------|--------|-------|--------|
| % | 15.6% | 1.6% | 10.9% | 15.6% | 20.3% | 0.0% | 35.9% | 100.0% |
| 回答数 | 10 | 1 | 7 | 10 | 13 | 0 | 23 | 64 |

B-4 レストランの利用回数

| | 初めて | 2回 | 3-5回 | 6-9回 | 10-14回 | 15-19回 | 20回以上 | 計 |
|-----|-------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|--------|
| % | 21.9% | 12.5% | 17.2% | 15.6% | 10.9% | 3.1% | 18.8% | 100.0% |
| 回答数 | 14 | 8 | 11 | 10 | 7 | 2 | 12 | 64 |



5 ミュージアム・ショップ アンケート

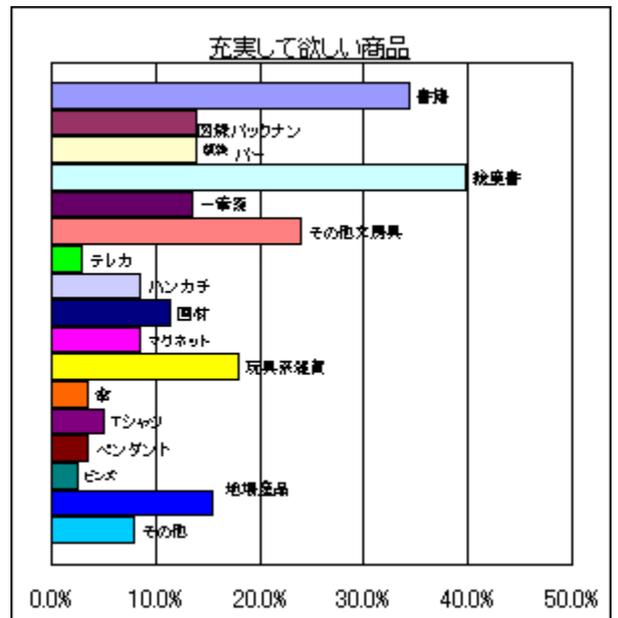
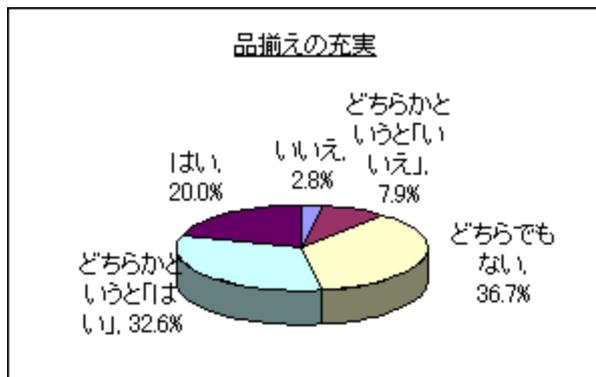
アンケート数 224

A-1 品揃えの充実

| | いいえ | どちらかという「いいえ」 | どちらでもない | どちらかという「はい」 | はい | 計 |
|-----|------|--------------|---------|-------------|-------|--------|
| % | 2.8% | 7.9% | 36.7% | 32.6% | 20.0% | 100.0% |
| 回答数 | 6 | 17 | 79 | 70 | 43 | 215 |

A-2 充実してほしい商品（複数回答）

| | 書籍 | 図録バックナンバー | 額絵 |
|-------|-------|-----------|-------|
| % | 34.3% | 13.9% | 13.9% |
| 回答数 | 69 | 28 | 28 |
| 絵葉書 | 一筆箋 | その他文房具 | テレカ |
| 39.8% | 13.4% | 23.9% | 3.0% |
| 80 | 27 | 48 | 6 |
| ハンカチ | 画材 | マグネット | 玩具系雑貨 |
| 8.5% | 11.4% | 8.5% | 17.9% |
| 17 | 23 | 17 | 36 |
| 傘 | Tシャツ | ペンダント | ピンズ |
| 3.5% | 5.0% | 3.5% | 2.5% |
| 7 | 10 | 7 | 5 |
| 地場産品 | その他 | | 回答者数 |
| 15.4% | 8.0% | | — |
| 31 | 16 | | 201 |

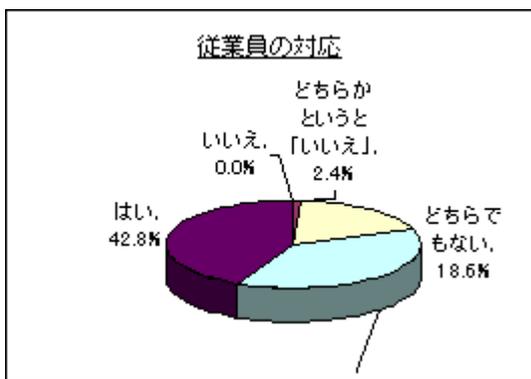
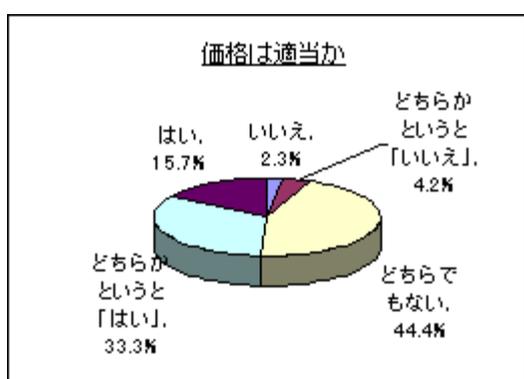


A-3 価格は適当か

| | いいえ | どちらかというと「いいえ」 | どちらでもない | どちらかというと「はい」 | はい | 計 |
|-----|------|---------------|---------|--------------|-------|--------|
| % | 2.3% | 4.2% | 44.4% | 33.3% | 15.7% | 100.0% |
| 回答数 | 5 | 9 | 96 | 72 | 34 | 216 |

A-4 従業員の対応

| | いいえ | どちらかというと「いいえ」 | どちらでもない | どちらかというと「はい」 | はい | 計 |
|-----|------|---------------|---------|--------------|-------|--------|
| % | 0.0% | 0.9% | 18.6% | 37.7% | 42.8% | 100.0% |
| 回答数 | 0 | 2 | 40 | 81 | 92 | 215 |



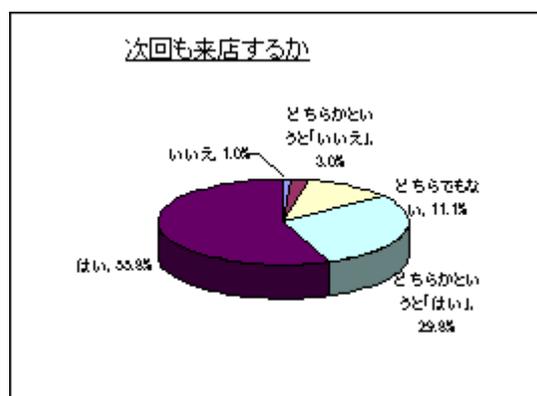
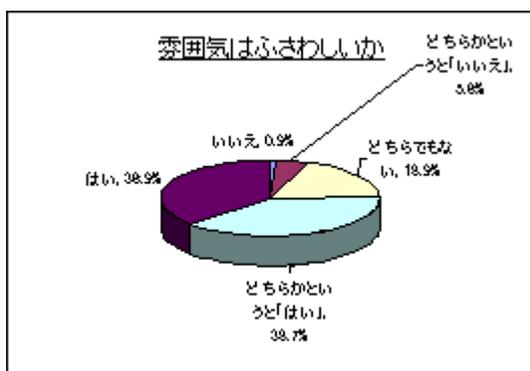
A-5 静岡県立美術館にふさわしい雰囲気か

| | いいえ | どちらかというと「いいえ」 | どちらでもない | どちらかというと「はい」 | はい | 計 |
|-----|------|---------------|---------|--------------|-------|--------|
| % | 0.9% | 4.6% | 18.9% | 38.7% | 36.9% | 100.0% |
| 回答数 | 2 | 10 | 41 | 84 | 80 | 217 |

A-6 次回も来店 (満足度)

はい 85.6%

| | いいえ | どちらかというと「いいえ」 | どちらでもない | どちらかというと「はい」 | はい | 計 |
|-----|------|---------------|---------|--------------|-------|--------|
| % | 1.0% | 2.4% | 11.1% | 29.8% | 55.8% | 100.0% |
| 回答数 | 2 | 5 | 23 | 62 | 116 | 208 |

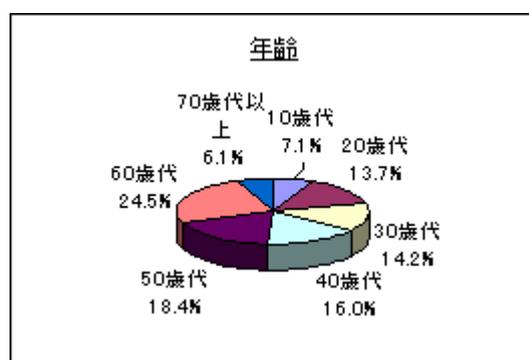
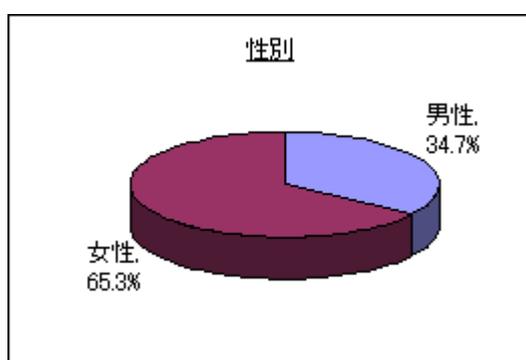


B-1 性別

| | 男性 | 女性 | 計 |
|-----|-------|-------|--------|
| % | 34.7% | 65.3% | 100.0% |
| 回答数 | 77 | 145 | 222 |

B-2 年齢

| | 10歳代 | 20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳代以上 | 計 |
|-----|------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|
| % | 7.1% | 13.7% | 14.2% | 16.0% | 18.4% | 24.5% | 6.1% | 100.0% |
| 回答数 | 15 | 29 | 30 | 34 | 39 | 52 | 13 | 212 |

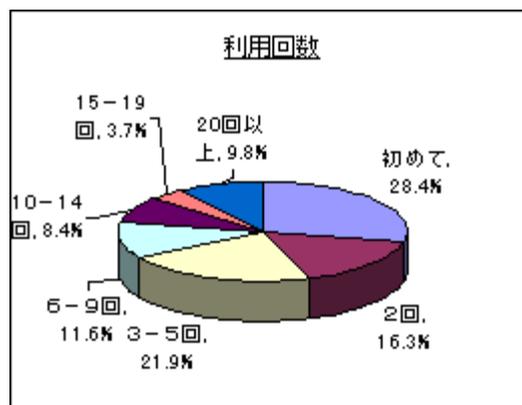
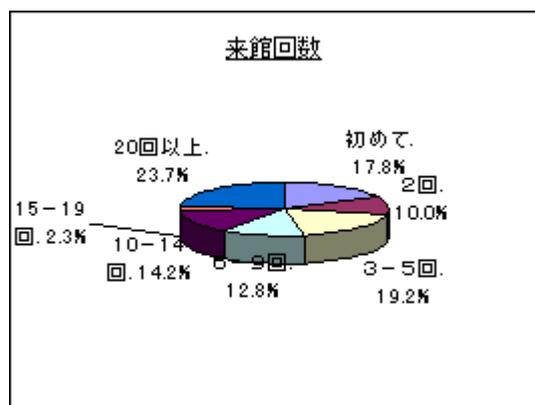


B-3 来館回数

| | 初めて | 2回 | 3-5回 | 6-9回 | 10-14回 | 15-19回 | 20回以上 | 計 |
|-----|-------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|--------|
| % | 17.8% | 10.0% | 19.2% | 12.8% | 14.2% | 2.3% | 23.7% | 100.0% |
| 回答数 | 39 | 22 | 42 | 28 | 31 | 5 | 52 | 219 |

B-4 ミュージアム・ショップの利用回数

| | 初めて | 2回 | 3-5回 | 6-9回 | 10-14回 | 15-19回 | 20回以上 | 計 |
|-----|-------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|--------|
| % | 28.4% | 16.3% | 21.9% | 11.6% | 8.4% | 3.7% | 9.8% | 100.0% |
| 回答数 | 61 | 35 | 47 | 25 | 18 | 8 | 21 | 215 |



6 県立美術館ホームページ アンケート

平成 23 年 3 月 23 日まで 総数：349

| 1 当ホームページを見る頻度 | | | | | |
|---------------------|----------|--------|---------|--------|--------|
| 月に1回以上 | 数か月に一回程度 | ごくたまに | 今回はじめて | | 計 |
| 76 | 82 | 75 | 116 | | 349 |
| 21.8% | 23.5% | 21.5% | 33.2% | | 100.0% |
| 2 当ホームページの情報内容（満足度） | | | | | |
| 大変満足 | ほぼ満足 | ふつう | やや不満 | 大変不満 | 計 |
| 41 | 218 | 74 | 14 | 2 | 349 |
| 11.8% | 62.5% | 21.2% | 4.0% | 0.6% | 100.0% |
| 3 当ホームページの更新頻度 | | | | | |
| 更新が多い | ふつう | 更新が少ない | わからない | | 計 |
| 10 | 202 | 20 | 117 | | 349 |
| 2.9% | 57.9% | 5.7% | 33.5% | | 100.0% |
| 4 当ホームページのデザイン | | | | | |
| 大変よい | よい | ふつう | あまりよくない | 悪い | 計 |
| 110 | 180 | 50 | 7 | 2 | 349 |
| 31.5% | 51.6% | 14.3% | 2.0% | 0.6% | 100.0% |
| 5 当ホームページの見やすさ | | | | | |
| 大変見やすい | 見やすい | ふつう | 見にくい | 大変見にくい | 計 |
| 80 | 173 | 87 | 9 | 0 | 349 |
| 22.9% | 49.6% | 24.9% | 2.6% | 0.0% | 100.0% |

- ・ホームページの情報内容の満足度について、肯定的評価は 74.3%である。平成 21 年度 71.9%、平成 20 年度 74.3%と横ばいで推移している。
- ・デザインや見やすさについての肯定的評価は、それぞれ 83.1%、72.5%となっている。
- ・ホームページの更新頻度については、分からないと答えた方が 33.5%を占めている。

自由記述 整理表

1 件数

| | | 感想 | 要望 | 苦情 | 計 |
|-------------|-------|-----|-----|----|-----|
| 展覧会 | 若 沖 | 28 | 8 | 2 | 38 |
| | ロ ボ 美 | 24 | 13 | 0 | 37 |
| | 風 景 | 16 | 4 | 2 | 22 |
| | | 68 | 25 | 4 | 97 |
| 展示方法 | | 5 | 19 | 10 | 34 |
| 館の企画全般 | | 17 | 32 | 1 | 50 |
| 施設・環境 | | 24 | 21 | 19 | 64 |
| スタッフ | | 7 | 15 | 13 | 35 |
| レストラン | | 4 | 4 | 0 | 8 |
| ミュージアム・ショップ | | 10 | 15 | 2 | 27 |
| 計 | | 135 | 131 | 49 | 315 |

2 主な要望・苦情

<美術館運営に関するもの>

| 館内 | | 館外 |
|--|---|--|
| 展覧会 | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ・冷房が効きすぎている ・夜間開館日の増加を ・分かりやすい案内表示を ・美術館情報の発信強化 ・MSの品揃えの充実を ・行き来自由な会場とMSに | <ul style="list-style-type: none"> ・新企画要望約20件 ・見やすいキャプションに ・照明を明るめに ・スタッフの動きが気になる ・開催期間、展示品の固定を ・多くの椅子を | <ul style="list-style-type: none"> ・分かりやすい交通機関案内を ・駐車場の整備や、適切な管理運営を ・スロープの設置を |

<②企画展に対するもの>

| 若 沖 | ロボ美 | 風景 |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・作品づくりの年齢表示を ・子ども向けがトブックを ・絵葉書の充実を | <ul style="list-style-type: none"> ・作動するロボットを ・写真撮影、模写可能に ・構成の工夫を ・図録がほしい | <ul style="list-style-type: none"> ・富士山等の静岡の風景画を ・風景画の範囲は・・・ |

7 グループ・インタビュー

(1) 日時・場所 平成 23 年 2 月 22 日 (水) 午後、静岡リビング新聞社

(2) 参加者

- ・営業本部総合企画室 杉本幸子室長
- ・同本部営業推進部 平野裕之主任
- ・編集部 小塚統子副編集長
- ・制作室 白鳥裕子チーフ



(3) 内 容

① 美術館の印象

- ・美術館に興味を持つ人同士の会話で展覧会の話題になることはあるが、行かない人からはほとんど話題にならない。
- ・静岡市美術館とは違い、県立美術館はぶらりとではなく、わざわざ行くところである。市美術館と違い、独特の敷居の高さも感じる。
- ・各方面から情報発信の依頼が来るが、県立美術館からはあまり来ない。チラシで把握する展覧会以外のワークショップ等の独自情報は知る機会がない。
- ・若い人向けにリーズナブルを狙ったかもしれないが、カフェの作りが中途半端であり、県立美術館の雰囲気合わない。

② 民間連携

- ・「伊藤若冲展」では書店のコーナーで情報発信したように、一般に触れる機会をもっと設けるといい。
- ・松坂屋が「京都展」を行った時、ホテルセンチュリーがタイアップ企画した。美術館でも民間連携による効果的な広報が有効である。「京都国立博物館収蔵品展」に併せて、カフェで静岡茶と京菓子を出しては。
- ・展覧会テーマによっては商店街との連携が可能。美術館と一緒に関連企画をやりたい店舗はたくさんあると思う。
- ・観光は美術館の活性化にとっても鍵。最近国宝に指定された久能山東照宮と協力し合い、徳川家に関する企画展をする取組ができるのでは。県庁でも観光政策課など他部署との連携を図るべきである。

③ マスコミ連携

- ・「トリノ・エジプト展」では、感想やこぼれ話、エジプトなのになぜトリノなのかを載せ、大きな集客につながった。「ギター・コレクション展」のような低知名度の展覧会でも、ギターのそもそもを、地元マスコミと連携し丁寧に紹介するとよい。
- ・静岡のマスコミは、テレビ・ラジオ・紙媒体の境を超えた横のつながりがある。うまくミックスして使えばいい。
- ・県庁は情報の宝庫、いかにマスコミがキャッチして発信できるか、その仕組みづくりが必要である。
- ・レストランで企画展特別メニューを出した時、編集者としてうれしくて一面に掲載した。読者もこんな新発見が提供されるとすごく喜ぶ。

④ 方向性

- ・コンサートやワークショップ等を積極的に開催することで、美術に興味のない人が、展覧会にも足を運んでもらうきっかけになる。
- ・SPACの元気のいい役者が外に出て積極的に情報発信をするというやり方を美術館でも進めるべき。優秀な学芸員でも人的限界がある。外部の面白いブレンを巻き込んで。
- ・静岡人は、未知のものが話題になると、足を運ぶ傾向がある。若冲展で外から屏風を持ってきた時のように、見る人がドラマを感じられる仕掛け作りにより話題性を演出できる。
- ・市美術館ではミュージアムショップ横にオシャレなカフェがあり平日でも人が多い。展示施設にとどまらない機能を持つべきである。
- ・貸し館事業を展開して、パーティーや結婚式を開催するなど有効に利用し、ロダン館をはじめとする優れた施設の魅力を発信しては。
- ・VIPを迎えるレセプション会場で利用するとか、ロダンの作品を設置した時の苦労話や感動をもっと外に発信するという工夫をすべき。
- ・「眺めのいいあそこでお茶を」という合い言葉が出るような仕掛けづくりをすることで、敷居の高さも感じられにくくなるのでは。
- ・市美術館のカジュアルさと違い、重厚さを前面に出すべきであって、例えば浮月楼のランチとの組み合わせなど高い付加価値を前面に押し出すべきである。呈茶や、県立美術館特別茶という静岡らしさを前面に出した仕掛けも有効である。県庁内の横のつながりを生かして、面白い企画を展開すべきである。
- ・夏場にあの坂道は厳しい。4～5人乗りの足があればよいが。

森美術館 観覧者調査 ヒアリング

1 調査日 平成 23 年 2 月 23 日 (水)

2 場 所 森美術館 (六本木ヒルズ)

3 内 容

(1) 「森美術館」概要

- ・不動産業を柱とする森ビルが、イメージアップを担う一事業部的に美術館事業を平成 15 年 10 月から運営
- ・六本木ヒルズ 4,000 万人/年。美術館 120 万人/年。半数は地方から
- ・展望台と美術館のセット券 1,500 円。展望台目的が多く、美術館は 2 割

(2) 観覧者調査

① タッチパネル活用

- ・六本木ヒルズでの森美術館の集客効果を把握するパーソントリップ調査
- ・平成 19 年 7 月～、タッチパネル導入
- ・選択式 16 項目、所要 1～3 分
- ・ワンタッチ集計可能
- ・回収例 8 千件/30 万人/企画展 (3 か月)
(回収率 2.7%)
- ・認知度や入手先等の情報関連 (6 項目)
や周辺施設連携 (3 項目) を重視
- ・初期経費 (概算)



| | | | |
|-----------|-------------|---------|-------------|
| ・コンテンツ制作 | 100 万円 | ・システム購入 | 3 台×30 万円/台 |
| ・外装 (カバー) | 3 台×10 万円/台 | ・取付 | 3 台×5 万円/台 |

② 自由意見の聴取

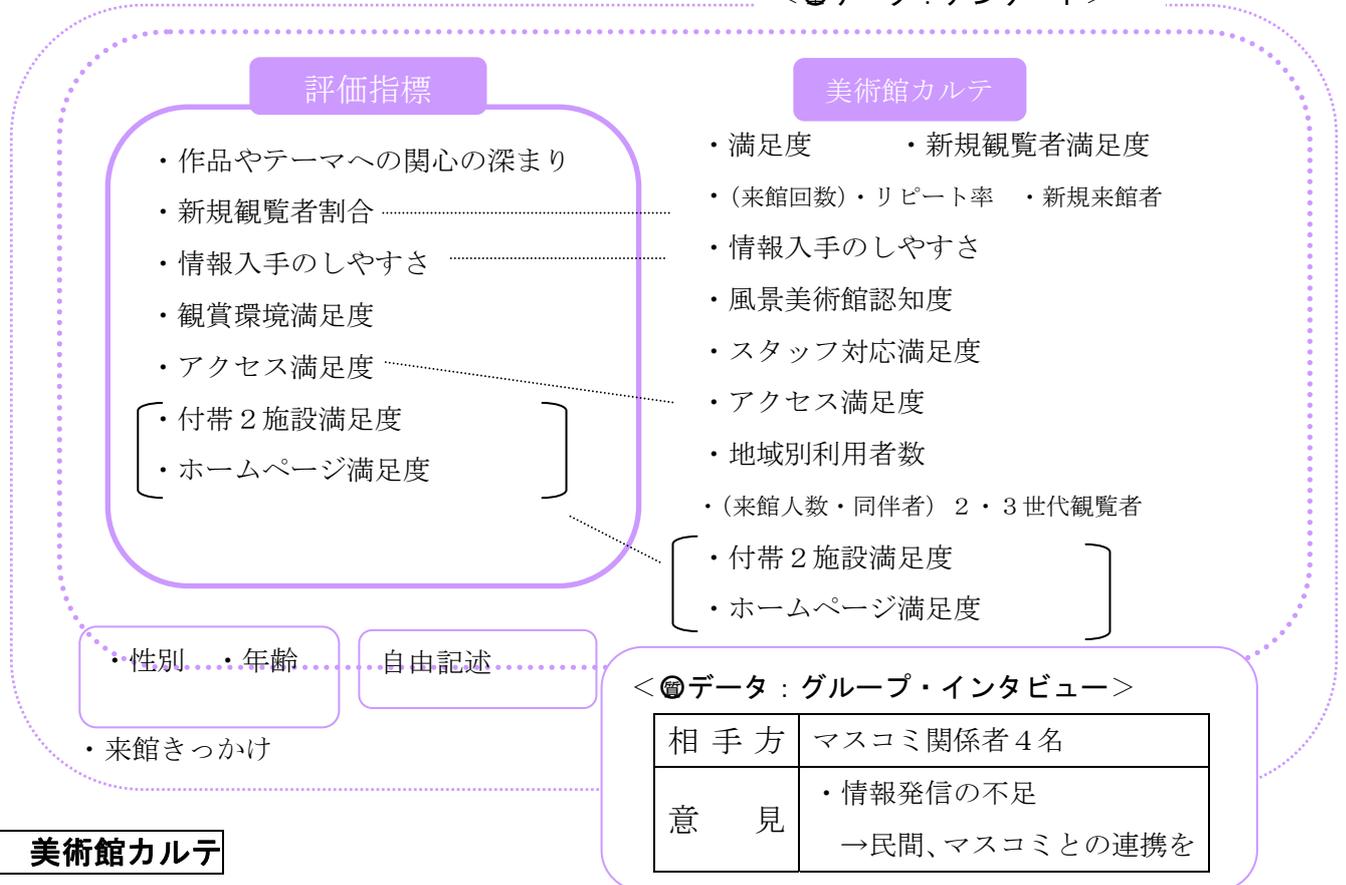
- ・タッチパネル横での自記式質問用紙法
- ・1 週間ごとに取りまとめ。回収数 30 件/週

②静岡県立美術館評価業務 報告（要約）

1 目的

館長公約が柱の自己評価システムを補完する基礎データ「美術館カルテ」を整理するアンケート及びグループ・インタビューを実施

<📊データ：アンケート>



2 美術館カルテ

| | | H21実績 | H22測定値 | 展覧会 | | | |
|----------------------|------------------|-------|--------|-------|---------|-------|-------|
| | | | | 伊藤若冲 | ロボットと美術 | 風景 | |
| A | 2 展覧会リピート率 | 78.6% | 78.5% | 76.3% | 70.5% | 88.8% | |
| | 3 展覧会満足度 | 65.1% | | | | | |
| | | 同 新指標 | 86.8% | 90.8% | 93.5% | 90.0% | 88.7% |
| | 5 教育・普及プログラム満足度 | 88.2% | | | | | |
| | | 同 新指標 | 96.9% | | | | |
| 7 実技プログラム参加者の展覧会観覧割合 | 47.6% | | | | | | |
| | 8 鑑賞環境満足度 | 84.4% | 89.8% | 88.0% | 88.7% | 92.7% | |
| B | 23 風景美術館認知度 | 24.8% | 22.6% | 21.8% | 15.6% | 30.3% | |
| C | 25 情報が「入手しやすい」 | 66.5% | 69.4% | 75.5% | 66.9% | 65.9% | |
| | 26 公共交通機関アクセス満足度 | 78.0% | 75.8% | 84.0% | 66.0% | 77.3% | |
| | 27 自家用車アクセス満足度 | 75.8% | 72.0% | 76.1% | 72.4% | 67.6% | |
| | 29 スタッフ対応満足度 | 79.0% | 79.6% | 79.6% | 77.7% | 81.4% | |
| | 34 レストラン満足度 | 68.8% | 53.8% | | | | |
| | 36 ミュージアムショップ満足度 | 84.8% | 85.6% | | | | |
| D | 46 HP満足度 | 71.9% | 74.3% | | | | |
| | 48 図書閲覧室満足度 | 85.8% | | | | | |
| | 51 展覧会での新規観覧者の割合 | 21.4% | 21.5% | 23.7% | 29.5% | 11.2% | |
| | 52 展覧会での新規観覧者満足度 | 71.2% | | | | | |
| | | 同 新指標 | 92.8% | 90.0% | 88.0% | 92.5% | 89.5% |
| | 53 地域別利用者数割合 | 東部 | 16.8% | 15.6% | 17.2% | 11.9% | 17.7% |
| | | 中部 | 54.4% | 54.9% | 48.5% | 58.5% | 57.7% |
| | | 西部 | 15.2% | 15.2% | 17.2% | 13.0% | 15.4% |
| 県外 | | 13.6% | 14.3% | 17.2% | 16.7% | 9.1% | |
| 54 2・3世代観覧割合 | 29.6% | 26.5% | 29.1% | 29.9% | 20.6% | | |

3 提案

※ 「美術館カルテ」の全データ整理を継続する場合

(1) アンケート**① 設問**

- ・ 現設問での継続は適当
- ・ 設問の再確認

| | 事項 | 内容 |
|---|------------|--|
| ⊖ | 年1回の確認に簡素化 | ・ スタッフ対応 ・ 利用交通機関 ・ 風景美術館認知度 ・ 来館人数、同伴者 |
| | 回答項目の簡素化 | 男女別、年齢別 |
| ⊕ | 来館のきっかけ | 選択肢を拡大 |
| | 対象の明確化 | 設問を分離 ・ 企画展 ・ 収蔵品展 ・ ロダン館 |
| | 今後観たい展覧会 | 条件を付与し設問 → 具体ニーズ |
| | その他 | ・ 来館主目的や前後行動の把握 ・ グループ・インタビュー等の協力者を募る |

- ・ 「評価指標」と「美術館カルテ」を整理、スリム化

② 要望等への対応

視覚化し情報共有 → 対応案作成

③ 新たな実施例

- ・ 迅速な集計方法の構築（タッチパネル活用）

| | 期間 | 回収 |
|-----|----------------------|-----------------------|
| 若 沖 | 4/10-5/16 (33日) | 338/54,937 (0.62%) |
| ロボ美 | 9/18-11/7 (44日) | 275/16,197 (1.70%) |
| 風景 | 11/16-12/23 (33日) | 181/8,417 (2.15%) |

(2) 来館者以外のニーズ把握

- ・ ウェブアンケート
- ・ 移動美術館時の県立美術館項目の設問

(3) 情報発信への対応

県の裁量が大きい展覧会での試行的情報発信強化

Ⅱ

県庁の支援体制

総括表

I 平成 22 年度実績

- 1 美術館と県庁の連携体制の確保
- 2 庁内・地域・学校教育との連携
- 3 戦略的広報
- 4 施設改修とアメニティ

Ⅱ 平成 23 年度方針

- 1 美術館と県庁の連携体制の確保
- 2 庁内・地域・学校教育との連携
- 3 積極的な広報展開
- 4 施設の改善

県庁の支援体制

「平成 22 年度方針」 総括表

| | 方針 | 実績 | 達成度 |
|-------------------------------------|--|--|-----|
| 1 美術館と 県庁の 連絡体制の 確保 | <p>●通常業務における連携体制の継続</p> <p>美術館の運営に対して適切に支援を行うため、前年度に引き続き月例打ち合わせ会や催事等に参画し、課題や情報を共有する。</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・随時、美術館との打ち合わせ会を持ち、課題や情報を共有化した。 ・企画展の開会式など催事に積極的に参画した。 | B |
| | <p>●当面の課題の解決に向けた連携</p> <p>県立美術館の当面の課題において、ワーキンググループを設け美術館と文化政策課職員が協力して対応する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自己評価システムの見直し | <ul style="list-style-type: none"> ・自己評価システム見直しのためのワーキンググループを設置し、第三者評価委員会に提出する中間素案を作成した。 ・第三者評価委員会の意見を受け自己評価システムにおける表現の修正や評価指標の見直し等を実施した。 | B |
| 2 庁内 ・地域 ・学校 教育との 連携 | <p>●県職員の美術館への理解促進</p> <p>県職員の美術館への理解を広げ、職員一人一人が美術館の広報マンとなるような取組を実施する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・管理部門職員に対し、美術館の機能、役割、将来への可能性について理解と認識を共有する機会を設ける。 ・職員向け鑑賞ツアーの実施 | <ul style="list-style-type: none"> ・定例幹部職員会議や全庁掲示板を利用し、美術館の催事をアピールし、理解の促進を図った。 | C |
| | <p>●学校への情報伝達の徹底</p> <p>中学生が美術館の鑑賞等を行う「こどもたちの文化芸術鑑賞推進事業」について、各学校への情報伝達の徹底を図る。</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・SPAC の協力を得て、新たに募集要項を県内すべての中学校へ直接配布した。 ・この結果、この事業の応募地域や学校が増加した。(21 市町 82 校→23 市町 96 校) | B |
| | <p>●他分野（教育、福祉、医療等）との連携</p> <p>美術館の機能の連携という観点から大学や病院等の分野との連携について検討を進める。</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・教育分野との連携について、静岡県立大学の授業の一環として美術館の鑑賞と館長の講演を実施した。 ・首都圏の大学生等が企画したアートツアーを受け入れ、県立美術館において美術館の運営や評価システム等の講義を実施した。 ・アートツアーにおいて、大学と美術館との連携の可能性についてアンケート調査を実施した。 | C |
| 3 戦略的 広報 | <p>●文化・観光部内組織の一層の連携による広報機能の強化</p> <p>組織改編により同じ部となった観光局と国際・交流局(旧空港局等)との連携を一層進め、広報機能を強化する。</p> | <p>(観光局)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県観光協会ホームページのトップページに各企画展の情報を掲載した。 <p>(国際・交流局)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外からの要人等にロダンバッグ及びロダン館パンフレットを配布してロダン館のPRを実施した。 <p>(富士見の祭典)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・館長の講演を実施するとともに来場者に美術館のパンフレットを配布した。 ・式典において美術館が寄贈を受けた作品の受納式を行い、マスコミへのPRを行った。 ・新たに制作したふじのくに祝祭年間情報誌「アトリエふじのくに」に美術館の記事を掲載した。 <p>(世界遺産推進課)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・世界遺産推進課と共同で県立美術館から三保松原などをめぐるツアーを企画し、ツアー参加者に対し、富士山の絵画の鑑賞講座を実施した。 <p>(東部県民生活センター)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・展示スペースを活用し、ポスターの掲示やパンフレットを配架し、県東部地区へ美術館のPRを行った。 <p>(ふじのくに関西交流会)</p> | B |

| | | | |
|-------------------------------------|---|--|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> ・美術館のパンフレットや企画展のチラシを配布し、関西地区において美術館のPRに努めた。(人事委員会) ・県職員採用希望者のガイダンスにおいて美術館のチラシを配布するとともに、美術館事業をはじめとする県の文化政策について説明を行った。 | |
| | <p>●観光客が美術館に立ち寄る仕組みづくりの検討</p> <p>観光局と連携し、観光客が美術館に立ち寄る仕組みづくりを検討する。</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・県観光協会に対し、大型バス来館者にはオリエンテーションが可能なことをPRし、美術館を含んだツアーの企画について依頼した。 ・各旅行代理店に美術館企画展のチラシを送付した。 ・「ロボットと美術展」と「静岡ホビーミュージアム」との共通割引チラシをお互いに配架するなどの方策を実施した。 | C |
| | <p>●就航先美術館との連携</p> <p>県立美術館と富士山静岡空港の路線就航先美術館の展覧会内容を相互にPRする場を検討する。</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・就航先の美術館（北海道立美術館、金沢21世紀美術館、石川県立美術館、九州国立博物館、福岡県立美術館、熊本県立美術館、鹿児島市立美術館、鹿児島県霧島アートの森、沖縄県立博物館）に「ロボットと美術展」と「静岡ホビーミュージアム」の共通割引チラシとともに県立美術館のパンフレットを配布した。 | C |
| | <p>●広報局との連携</p> <p>企画展の開催に合わせて、県庁記者クラブ等への情報提供を行うとともに、広報局の持つラジオ、県民だより等の広報媒体を有効に活用する。</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・県庁記者クラブへの情報提供、県民だより、K-MIX しずおかデイリーメッセージ (FM 放送)、SBS ラジオこんにちは県庁です (AM 放送)、遠鉄 情報掲示板 (遠鉄電車・バス) により美術館の企画展をPRした。 ・新たにコンビニエンスストア (ローソン県内約 180 店、ファミリーマート県内約 220 店) やイオン (県内 7 店) に企画展のポスターの掲示を行った。 ・中京圏、首都圏をターゲットに中日新聞・東京新聞を利用し美術館の広報を行った。 ・FDA 機内情報誌に観光ルートの 1 つとして、美術館の紹介を行った。 | B |
| 4 施設 改修 と アメ ニテ イ | <p>●修繕改修の適切な実施</p> <p>美術館と協議し必要箇所や緊急性を精査の上、計画的かつ効率的な修繕改修を実施する。</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・21年度の本館改修工事に引き続き、国の交付金を活用して22年度に「収蔵庫ラック改修工事」「電圧ケーブル改修工事」を実施するなど、当初の修繕計画を前倒しして実施した。 | A |
| | <p>●アメニティ機能の一層の充実</p> <p>カフェロダンやレストラン等の利用者の快適性の向上のための方策を美術館とともに検討する。</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・美術館のサービス改善委員会において、レストランやカフェロダンの満足度向上のための課題の整理等を行った。 | C |

※ 達成度の説明 A：方針の達成に大いに寄与した。
B：方針の達成に向けて前進があった。
C：取組はしたが達成度が低かった。
D：着手できていない。

(その他の成果)

・国の交付金を有効に活用し、2月補正予算において伊藤若冲ほか諸家が制作した画帖1作品を購入した。
・県の予算削減表彰制度を有効に活用し、平成22年度展覧会事業における支出の削減及び収入増加の取組により平成23年度予算を増額させた。

県庁の支援体制

「平成 23 年度方針」 総括表

| | 方針 | 実績 | 達成度 |
|---------------------|--|----|-----|
| 1 美術館と県庁の連絡体制の確保 | <ul style="list-style-type: none"> ●通常業務における連携体制の継続 <ul style="list-style-type: none"> ・美術館の運営に対して適切に支援を行うため、前年度に引き続き美術館との打ち合わせ会や催事等に参画し、課題や情報を共有する。(継続) ・「部長と語る会」を開催する。(新規) ・美術館で新たに発足させた広報チームに参画する。(新規) | | |
| 2 庁内・地域・学校教育との連携 | <ul style="list-style-type: none"> ●県職員の美術館への理解促進 <ul style="list-style-type: none"> ・定例幹部職員会議等、庁内の職員向けに美術館の PR を行う。(継続) ・職員向け鑑賞ツアーを実施する。(継続) | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●文化関連事業及び県内文化団体との連携 <ul style="list-style-type: none"> ・「こどもたちの文化芸術鑑賞推進事業」について引き続き学校への情報伝達を図るとともに、未実施市町に対し事業を PR する。(新規) ・「ふじのくに芸術祭 2011」における「美術展・写真展」を美術館で開催するとともに、県内文化団体と連携した関連イベントを美術館で実施する。(新規) | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●他分野（教育、福祉、医療等）との連携 <ul style="list-style-type: none"> ・美術館の機能との連携という観点から当面、主に教育分野との連携について引き続き検討を進めていく。(継続) | | |
| 3 積極的な広報展開 | <ul style="list-style-type: none"> ●庁内の広報ツールを活用した広報機能の強化 <ul style="list-style-type: none"> ・文化・観光部をはじめとする庁内の広報ツールを有効に活用するなど広報機能を強化する。(継続) | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●来館者促進のための方策の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・観光施設や文化施設等と連携した広報により、美術館の来館者を増加させる方策を検討する。(新規) ・観光局と連携し、県のツーリズムコーディネーターを活用して美術館を含めたツアーの企画化の実施に取り組む(新規) | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●就航先との連携 <ul style="list-style-type: none"> ・富士山静岡空港の就航先の美術館との展覧会内容を相互に PR するなどにより就航先美術館との連携を進める。(継続) ・観光局と連携し、県のツーリズムコーディネーターを活用して空港就航先の地域に対して美術館を含めたツアーの企画化の実施に取り組む(新規) | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●広報課との連携 <ul style="list-style-type: none"> ・美術館の展覧会やイベント情報について、引き続き県庁記者クラブ等への情報提供を行うとともに、広報課の持つラジオ、県民だより等の広報媒体を有効に活用する。(継続) | | |
| 4 施設の改善 | <ul style="list-style-type: none"> ●修繕改修の適切な実施 <ul style="list-style-type: none"> ・美術館と協議し必要箇所や緊急性を精査の上、計画的かつ効率的な修繕改修を実施する。(継続) | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●施設の改善 <ul style="list-style-type: none"> ・施設利用者の快適性の向上のための方策を美術館とともに検討する。(継続) | | |

II 平成 22 年度実績

1 美術館と県庁の連携体制の確保

(1) 通常業務における連携体制の継続

【参加した事業】

ア 企画展覧会開会式典及び内覧会

企画展：5回（各一般公開初日の前日に実施）

展覧会の内容を直接的に把握するとともに、会場での友の会会員等美術館支援者と話すことにより、展覧会に対する鑑賞者の評価の把握に努めた。

イ 特別講演会

展覧会毎のテーマにあわせ、年間5回実施。（第3回目に文化・観光部長、文化政策課員が出席）

ウ 美術館協議会

運営の円滑化のために館長の諮問機関として設置

① 7月10日

平成21年度事業報告及び自己評価結果報告、平成22年度事業計画について

② 12月8日

平成22年度事業の経過報告及び平成23年度事業計画案について

いずれも文化政策課長、課員が出席。

エ 資料評価委員会

6月18日

「静岡県美術館資料評価委員会要綱」に基づく専門評価員の算定に基づき、評価額を決定した。

会長：文化・観光部長 副会長：部長代理、委員：美術館副館長、理事（文化担当）、文化学術局長、文化政策課長

オ ムセイオン静岡

美術館がメンバーとなっている「ムセイオン静岡」の会議（年4回）に文化政策課員が出席した。

【参加できなかった事業】

ア ミュージアムコンサート（ロダン館普及事業）

イ 移動美術展

(2) 当面の課題の解決に向けた連携

・自己評価システム見直しのためのワーキンググループを設置し、第三者評価委員会に提出する中間素案を作成した。

・第三者評価委員会の意見を受け自己評価システムにおける表現の修正や評価指標の見直し等を実施した。

（見直し結果については、資料2「平成22年度静岡県立美術館自己評価報告書（一次評価）」の別添参考資料2「静岡県立美術館自己評価システム見直し」参照）

2 庁内・地域・学校教育との連携

(1) 県職員の美術館への理解促進

・県職員の県立美術館に対する理解を広げ、職員一人一人が美術館の広報マンとなるような取組を実施した。

ア 定例幹部職員会議や全庁掲示板を利用し、美術館の催事をアピールし、理解の促進を図った。

(2) 学校への情報伝達の徹底

- ・中学生が美術館の鑑賞等を行う「こどもたちの文化芸術鑑賞推進事業」について、SPAC の協力を得て、新たに募集要綱を県内すべての中学校へ直接配布した。
- ・この結果、この事業の応募地域や学校が増加した。(21 市町 82 校 (21 年度) →23 市町 96 校 (22 年度))

(3) 他分野（教育、福祉、医療等）との連携

- ・教育分野との連携について、静岡県立大学の授業の一環として美術館の鑑賞と館長の講演を実施した。
- ・首都圏の大学生等が企画したアートツアーを受け入れ、県立美術館の運営や評価システム等の講義を実施した。
- ・アートツアーにおいて、大学と美術館の連携の可能性についてアンケート調査を実施した。

3 戦略的広報

(1) 文化・観光部の組織の一層の連携による広報機能の強化

(観光局)

- ・県観光協会のホームページのトップページに各企画展の情報を掲載した。

(国際・交流局)

- ・海外からの要人等にロダンバッグ及び国ごとに4種類のロダン館パンフレット（韓国語（韓国用）、中国繁体字対応（台湾用）、中国簡体字対応（中華人民共和国用）、英語（その他の国用））を配布してロダン館のPRを実施した。（実施8回30人）

(富士見の祭典)

- ・館長の講演を実施するとともに来場者に美術館のパンフレットを配布した。
- ・式典において美術館が寄贈を受けた「富士三保松原図屏風」の受納式を行い、マスコミへのPRを行った。
- ・新たに制作したふじのくに祝祭年間情報誌「アトリエふじのくに」に美術館の記事を掲載した。

(世界遺産推進課)

- ・世界遺産推進課と共同で県立美術館から三保松原などをめぐるツアーを企画し、ツアー参加者に対し、富士山の絵画の鑑賞講座を実施した。

(東部県民生活センター)

- ・展示スペースを活用し、ポスターの掲示やパンフレットを配架し、県東部地区へ美術館のPRを行った。

(ふじのくに関西交流会)

- ・美術館のパンフレットや企画展のチラシを配布し、関西地区において美術館のPRに努めた。

(人事委員会)

- ・県職員採用希望者のガイダンスにおいて美術館のチラシを配布するとともに、美術館事業をはじめとする県の文化政策について説明を行った。

(2) 観光客が美術館に立ち寄る仕組みづくりの検討

- ・県観光協会に対し、大型バス来館者にはオリエンテーションが可能なことをPRし、美術館を含んだ

ツアーの企画について依頼した。

- ・各旅行代理店に美術館企画展のチラシを送付した。
- ・「ロボットと美術展」と「静岡ホビーミュージアム」との共通割引チラシをお互いに配架するなどの方策を実施した。

(3) 就航先美術館への広報

- ・就航先の美術館（北海道立美術館、金沢 21 世紀美術館、石川県立美術館、九州国立博物館、福岡県立美術館、熊本県立美術館、鹿児島市立美術館、鹿児島県霧島アートの森、沖縄県立博物館）に「ロボットと美術展」と「静岡ホビーミュージアム」の共通割引チラシとともに県立美術館のパンフレットを配布した。

(4) 広報局の広報ツールの活用

- ・県庁記者クラブへの情報提供を行うとともに、「K-MIX しずおかデイリーメッセージ」(FM 放送)、「SBS ラジオこんにちはは県庁です」(AM 放送)「遠鉄 情報掲示板」(遠鉄電車・バス)により広報局の持つラジオ、県民だよりの広報を定期的に行った。
- ・新たにコンビニエンスストア（ローソン県内約 180 店、ファミリーマート県内約 220 店）やイオン（県内 7 店）のポスターの掲示を行った。
- ・中京圏、首都圏をターゲットに中日新聞・東京新聞を利用し美術館の広報を行った。
- ・FDA 機内情報誌に観光ルートの 1 つとして、美術館の紹介を行った。

4 施設改修とアメニティ

(1) 修繕改修の適切な実施

- ・21 年度の本館改修工事に引き続き、国の交付金を活用して 22 年度に「収蔵庫ラック改修工事」「電圧ケーブル改修工事」を実施するなど、当初の修繕計画を前倒しして実施した。

(2) 施設改善の検討

- ・美術館のサービス改善委員会において、レストランやカフェロダンの満足度向上のための課題の整理等を行った。

(参考) その他の成果

- ・国の交付金を有効に活用し、2 月補正予算において伊藤若冲ほか諸家が制作した画帖 1 作品を購入した。
- ・県の予算節減努力評価制度を有効に活用し、平成 22 年度展覧会事業における収入の増加の取組が評価され最優秀賞となり、平成 23 年度の予算を増額させた。

II 平成 23 年度方針

1 美術館と県庁の連携体制の確保

(1) 通常業務における連携体制の継続

- ・美術館の運営に対して適切に支援を行うため、前年度に引き続き美術館との打ち合わせ会や催事等に参画し、課題や情報を共有する。(継続)
- ・部長と語る会を開催する。(新規)
- ・美術館で新たに発足させた広報チームに参画する。(新規)

2 庁内・地域・学校教育との連携

(1) 県職員の美術館への理解促進

- ・定例幹部職員会議等、庁内の職員向けに美術館の PR を行う。(継続)
- ・職員向け鑑賞ツアーを実施する。(継続)

(2) 文化関連事業及び県内文化団体との連携

- ・中学生が美術館の鑑賞等を行う「こどもたちの文化芸術鑑賞推進事業」について、引き続き学校への情報伝達の徹底を図るとともに、未実施市町に対し事業を PR する。(新規)
- ・「ふじのくに芸術祭 2011」における「美術展・写真展」を美術展で開催するとともに、県内の文化団体と連携した関連イベントを美術館で実施する。(新規)

(3) 他分野（教育、福祉、医療等）との連携

- ・美術館の機能の連携という観点から当面、主に教育分野との連携を引き続き検討を進めていく。(継続)

3 積極的な広報展開

(1) 庁内の広報ツールを活用した広報機能の強化

- ・文化・観光部をはじめとする庁内の広報ツールを有効に活用するなど広報機能を強化する。(継続)
ア 文化・観光部 HP を立ち上げ、そこで美術館の PR を行う。
イ 文化政策課が作成したふじのくに祝祭年間情報誌「アトリエふじのくに」を活用し、特集記事で美術館の企画展等を PR する。

(2) 来館者促進のための方策の検討

- ・観光施設や文化施設等と連携した広報を検討し、美術館の来館者を増加させる方策を検討する。(新規)
- ・観光局と連携し、県のツーリズムコーディネーターを活用し、美術館を含めたツアーの企画化の実施に取り組む(新規)

(3) 就航先との連携

- ・富士山静岡空港の就航先の美術館との展覧会内容を相互に PR するなどにより就航先美術館との連携を進める。(継続)
- ・観光局と連携し、県のツーリズムコーディネーターを活用して空港就航先の地域に対し美術館を含めたツアーの企画化の実施に取り組む(新規)

(4) 広報課との連携

- ・美術館の展覧会やイベント情報について、引き続き県庁記者クラブ等への情報提供を行うとともに、

広報課の持つラジオ、県民だより等の広報媒体を有効に活用する。(継続)

4 施設の改善

(1) 修繕改修の適切な実施

- ・美術館と協議し必要箇所や緊急性を精査の上、計画的かつ効率的な修繕改修を実施する。(継続)

(2) 施設の改善

- ・施設利用者の快適性の向上のための方策を美術館とともに検討する。(継続)

Ⅲ

平成 23 年度 静岡県立美術館第三者評価委員会の報告

- 1 平成 22 年度「静岡県立美術館自己評価結果表」(一次評価)に対する二次評価
 - (1) 平成 22 年度 of 取組方針に対する二次評価
 - (2) 館長公約に対する二次評価

- 2 「県庁の支援体制」に対する一次評価
 - (1) 支援体制全体について
 - (2) 広報の支援体制について
 - (3) 空港・観光施策との連携について

- 3 改善に向けた提言
 - (1) 収蔵品の収集方針について
 - (2) 今後の第三者評価委員会の進め方について

1 平成 22 年度「静岡県立美術館自己評価報告書」(一次評価)に対する二次評価

使命達成に向けて行った平成 22 年度の美術館事業の二次評価を下記観点から行った。

- (1) 平成 22 年度 of 取組方針に対する二次評価
- (2) 館長公約に対する二次評価

(1) 平成 22 年度 of 取組方針に対する二次評価

① 展覧会の充実、多様な連携

- ・ 千葉市美術館と共同企画した「伊藤若冲-アナザーワールド-」展、青森県立美術館・島根県立石見美術館と共同企画した「ロボットと美術」展を開催し、多様な連携や新機軸の取組によって、充実した展覧会事業であった。質も高く、かつ独自性のある展覧会であったと大いに評価できるものであった。
- ・ 展覧会の来館者数も、目標の 195,600 人を大きく超え、266,786 人に達している。数値からも、充実した展覧会であったことが理解できる。
- ・ 地域をパートナーとして経営を起こすという使命を掲げるならば、もっと積極的に企業と連携した方がよい。企業の中には絵や彫刻を持っている会社はかなりあり、そういったものを借り展覧会を実施することも今後検討してほしい。こうした展覧会を開催することで、美術館をよく身近に感じ、ファンも増える等、美術館を活性化する 1 つの有効な方法となりうるであろう。
- ・ 県立博物館を持たない静岡県では、県立美術館が博物館的な性格を併せ持っており、そのことを積極的に活かした展覧会（「ロボットと美術」展にそれを認めることができる）を、柔軟に発想し企画すべきである。たとえば、お茶の文化圏（韓国、中国、台湾などの東アジア世界）向けに、「お茶」をテーマとした展覧会も考えられる。展示内容はかならずしも「茶の美術」にかぎる必要はない。展覧会の幅は広がるし、海外からの来館者開拓にもつながる。さらに地場産業との連携も期待できる。

②収蔵品展の充実

- ・ 基金によってフランソワ・ブーシェの風景画を購入、県内企業のはごろもフーズ株式会社から「富士三保松原図屏風」を寄贈される等、当館の風景画コレクションの充実を図ることができる環境を得た。こうした資源を有効に活用し、収蔵品展をさらに充実したものにしていきたい。
- ・ 収蔵品展は、担当学芸員がテーマ性をもって構成し、充実した展示をめざしてはいるが、入館者数は、目標の17,000人に及ばず、12,526人であった。使命に記されているように、「新たな価値観を見出す」ことができる収蔵品展をめざしてほしい。

③戦略的な広報およびロダン館の観光ルート

- ・ 静岡県舞台芸術センターとの共催による朗読会、「夕暮れロダンツアー」「ロダン賞コンサート」が実施されているが、これらの取組では不十分と言えよう。
- ・ ロダン館で実施されたアートイベント「ART!」の企画内容とその成果の検証が十分に行われていない。参加人数の確認だけでは不十分で、企画の質をきちんと問うことが今後の展開方向を定めることにつながる。
- ・ 戦略的な広報活動も、ロダン館の観光ルート化も、美術館単独では不可能。県庁だけでなく、官民共同で取り組むべき大きな課題と言える。
- ・ 空港を活用した観光振興は県政の重要な課題である。美術館に観光客が来るような具体的な戦略を23年度以降に展開できることを期待したい。
- ・ 観光ルート化の整備には時間とお金がかかる。そこで、中国語版や韓国語版のホームページを整備し、利用者のアクセシビリティを高めることによって、利用拡大を図ることも検討していきたい。

(2) 館長公約に対する二次評価

『公約A：人々の感性を磨き、生活に変化をもたらすような魅力的な展覧会を開催します』

- ・ 館の特徴をなす風景画のコレクション・ロダンに関して、それぞれ3年に一度といったような定期性をもった展覧会の路線を打ち出してみるのも有効だと考える。
- ・ 静岡の地域と美術の関係を考究する歴史的、あるいは近現代上のテーマについての研究、展覧会

も特色となる。

- ・ 調査研究の発表件数が少ない。開館以来、研究会を設けて、非常に研究を重視してきた館であり、展覧会事業が非常に忙しいのは承知しているが、最低目標として、1人1本何かを発表すべきである。展覧会は学芸員の調査研究（館内および館外との共同研究も含めて）に基づいて開催されるべきであること、それが県民に対する良質なサービスの提供であり、そのためには研究が最重要・不可欠であることを、学芸員自身も美術館職員も県庁側も十分に認識してほしい。
- ・ 当館がこれまでにあまり開催してこなかった写真展や建築展の可能性を探ってみたらどうか。潜在的な観客層を新たに開拓できることは疑いなく、また、「公約A」の実現にも通じる。

『公約B：地域や学校教育との連携を深め、質の高い教育・普及活動を展開します』

- ・ 地域住民、企業、NPO、学校は、今後の美術館が活動を展開していく上でかなり重要な連携相手であるので、実績の確認だけではなくて、戦略として、それぞれに質の異なる連携相手とどのように取り組むのかをしっかりと考えるべきである。
- ・ 地域住民との連携の取り組み実績はわかるが、企業との連携があまり見えない。広がりのある活動をしていくには、企業との連携がカギになると思われる。その際に考えられる美術館ゆえの制約や壁となるものがあれば見直す必要もあるのではないか。
- ・ 一般的に音楽関係者に比べ美術関係者は企業へのスカウトが少ない。新しい企業へアプローチするなど、県立美術館ももっと積極的に企業との連携を進めた方がいい。
- ・ 親子対象の鑑賞用ガイドブックを作成するという新たな取り組みは評価できるが、活用方法や周知徹底の方法など、作成後の対応、成果も知りたい。
- ・ 大学との連携については、隣接する静岡県立大学以外にもその可能性を広く追求すべきである。諸学会との連携もあり得る。
- ・ 学校との連携については、すでに実施している鑑賞教育指導者研修会を有意義なものへと発展させるべきである。さらに教員研修や学生の職場体験などの既存の仕組みなどが美術館活用の有効な手段となりうるかどうかとも検討した方がよいだろう。

『公約C：戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます』

- ・ 大変よくがんばっているが、美術館としての、さらには静岡県としての「戦略的な広報」が非常に問われる。個別的、場当たりの広報（事業の宣伝）に終始しないよう十分に気をつけてほしい。
- ・ ホームページによる情報発信がまだ不十分。中国語・韓国語による情報提供も望ましい。また、美術館で行われたイベントやワークショップを動画で掲載すると、美術館活動への理解を格段に深め、親近感の増大につながるだろう。ぜひ検討していただきたい。
- ・ これまでにない、工夫を凝らしたイベント等に積極的に取り組む姿勢は大変評価できるが、広報という意味合いからすると、特に参加性のあるものは事前の周知徹底など、これらのさまざまな取り組みがどれだけ多くの人に届いたか、情報発信が徹底されたかという疑問である。これらを大いにアピールすることはもちろん、戦略的な広報においてはさらに新たな視点、手法、仕組みが必要ではないか。
- ・ 広報に関して、県庁の支援体制を一層充実させる方向を検討されたい。

『公約D：施設の改修を推進し、美術館のアメニティを高めていきます。』

- ・ 「レストラン・カフェ利用者の満足度」について目標に達していないが、一番下の分析と評価のところを見ると「カフェについての検討が必要であると考えられる」となっている。どういうふうにしようかということまで踏み込んでもらわないと分析と評価にならない。
- ・ 特色のあるレストランでありカフェであれば、美術館の1つの資源となる。満足度が低ければ業者を変えるなどの検討も必要である。
- ・ レストラン・カフェの課題は以前からあがっていたかと思う。美術館サイドが考える改善への具体策や提案が必要な時期であり、静岡県立美術館ならではのカフェになることを期待したい。
- ・ アクセス満足度が目標を下回ったことへの改善策は難しいと思うが、草薙駅から20分間隔、100円バスの周知は問い合わせに対してだけでなく、もっとアピールする必要があるのではないか。

2 県庁の支援体制に対する一次評価

(1) 支援体制全体について

- ・ ともに美術館活動をよくしていこうという姿勢は評価できる。
- ・ しかし、自己評価で「C」評価（取組はしたが達成度が低い）の項目もあり、今後の課題も多いと言える。特に、観光資源としての活用促進は、大きな課題と言える。

(2) 広報の支援体制について

- ・ 県内のコンビニエンスストアにポスターを貼るということは素晴らしい。コンビニエンスストアに美術館のポスターを貼っていただくというのも、立派な企業との連携であり、企業による美術館活動の支援といえる。
- ・ 県として、この美術館をどのように広報戦略の中に位置づけるかということが問われる。

(3) 空港・観光施策との連携について

- ・ 広報というのは、反応が非常に希薄でも続けることによって、ようやく広報として定着していくものである。そういう意味で、空港を利用した観光については足がかりとして何かをやって広めていく必要がある。
- ・ 県政として今までのものづくり中心の産業構造からの転換のためには、空港を利用した観光施策は非常に重要といえよう。

3 改善に向けた提言

(1) 収蔵品の収集方針について

- ・ 「収蔵品の充実を図る」というのはいいことだが、昨今の円高局面を利用して収蔵品は当面、海外のものを買うという視点が必要である。現在のレートでは、数年前に比べ海外の美術作品がかなり安く買えるはずである。
- ・ また、日本美術についても、厳しい経済環境の下ではあるが、継続的に収集していくことが美術館として大切である。
- ・ 地域性を考慮しながら、ゆっくり寄贈によるコレクションの充実を考えるべきである。
- ・ 22年度に寄贈を受けた「富士三保松原図屏風」のように、県内企業からの寄贈や寄託による収集活動も、今後は視野にいれたい。さらに、今回の寄贈にはNPOが仲介していた点など、今後の収集方法のあり方を見直す契機を得たと言えよう。

(2) 今後の第三者評価委員会の進め方について

- ・ 当美術館の第三者評価委員会の初期は（特に2004年、2005年）、委員が専門分野を生かして美術館事業を評価する担当分野を決め、委員会とは別に分科会を設け、現場や県庁、協力者などへのヒアリングをした上で、評価を行っていた。それが、いつの間にか、自己評価報告書（書面）だけで二次評価する体裁を取るようになってしまった。そのため、ここ数年の委員会は、自己評価報告書の読み解きの時間となっしまい、本来行うべき美術館事業に対する評価ができない状態となっしまっている。また、県庁の支援体制に対する評価も紙面だけになっており、妥当性や有効性を客観的に判断できる状況とは言い難い。こうした状況を改善していくことが望まれる。
- ・ 本委員会とは別に、分科会等を設け、委員が責任を持って、評価レポートを書くことができるような進め方を事務局で検討していただきたい。現状の進め方で行くのであれば、委員会の前に、各委員への事前説明を充分に行い、本委員会での議論が有意義なものになるように進めていただきたい。
- ・ 評価システムの中で、普及活動に活用できる美術研究、展覧会活動などの美術館の中心的業務の方向性が見えてこない。そういう点が見えてくる仕組みがほしい。

- ・ 当館の自己評価システムは時間をかけて作り上げてきたものであり、他の美術館と比べるとたいへん優れている。しかし、「館長公約」「取組方針」「アクションプラン」などの用語の整理がさらに必要である。それはシステムの根幹に関わる問題であり、この部分が揺らいではいけない。第三者評価の対象が定まりにくくなるからだ。また、自己評価の原点ともいうべき館内論議がシステム内に埋没せず、十分に活かされるように、その位置づけを常に見直し確認してほしい。

内容に関する問合せ先

静岡県文化・観光部文化政策課

〒420-8601 静岡県静岡市葵区追手町 9 番 6 号

TEL 054-221-3506

静岡県立美術館総務課

〒422-8002 静岡県静岡市駿河区谷田 53 番 2 号

TEL 054-263-5755