

# 平成17年度 静岡県立美術館自己評価結果表(一次評価)

## 目 次

1 館長の自己評価	
① 使命に対する取組の評価	..... 1
② 館長公約に対する自己評価	..... 1
2 達成目標に対する評価	
① 「美術館利用者35万人」に対する達成状況	..... 2
② 「利用者満足度70%」に対する達成状況	..... 3
③ 「地域との連携を深めます」に対する達成状況	..... 4
3 評価指標一覧	
① 定量的評価指標	..... 5
② 定性的評価指標	..... 5
4 評価指標にかかる実績と評価	
① 定量的評価指標にかかる実績一覧	..... 8
② 戦略ごとの評価(美術館による一次評価)	.....11
③ 定性的評価指標にかかる評価結果	.....14
5 各種アンケート結果のまとめ	.....17
6 平成17年度に開催した各展覧会の自己評価	
① 『アルタイの至宝』展	.....20
② 『文人の夢・田能村竹田』展	.....22
③ 『誘惑の光景』展	.....24
④ 『花鳥風月』展	.....26
7 18年度に重点的に取組むべき課題	.....28

## 1 館長の自己評価

17年度は、館長が年度途中での就任と急逝という館長不在の状態になったため自己評価をすることはできないが、これまでの取組の状況を以下に記載する。

### ① 使命に対する取組の評価

#### 【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。

#### <取組状況>

- ・ 17年度は試行的な運用であるが、自己評価システムの5つの戦略目標、18の戦略、これに対応するアクションプランに基き、使命達成に向けて様々な取組を行った。
- ・ また、こうした自己評価の取組を県民によりわかりやすくするために、年度毎の達成目標を立てて重点的に取組んできた。
- ・ 結果は美術館を利用した人の満足度もこれまでより高まり、また、地域との連携も徐々に深まりつつあるなど、成果が現れてきている。
- ・ 使命達成のためには、こうした取組を一つ一つ着実に、かつ継続していくことが必要であり、18年度から自己評価システムを本格的に運用する中で、P(計画)、D(実行)、C(評価)、A(改善)の目標管理サイクルに沿って経営改革等を進め使命の達成に努めていく。

### ② 館長公約に対する評価

#### 【館長公約】

評価システムを軌道に乗せ、円滑に運営する体制を整えます。

#### <取組状況>

- ・ 県立美術館協議会の委員に、美術館評価に対する提言をいただいた県立美術館評価委員会の岡本一八委員、田嶋清子委員を加え、経営の視点からも意見、提言をいただく体制を整え、経営面を含めた実質的な美術館運営について協議する機関として位置付けるとともに、開催回数もこれまでの年1回から年4回とした。
- ・ 内部の推進体制は、館長の意思決定を補佐する企画運営会議、システムの推進を担う自己評価システム推進委員会、個別事業を推進する担当チームを組織するとともに、権限の明確化を図った。
- ・ 18年度に向けて、自己評価システム全体を掌握し、5つの戦略目標、18の戦略及びこれに対するアクションプランに基づいて、より具体的な取組を推進するために、企画広報担当を置くこととした。

## 2 達成目標に対する評価

### ① 「美術館利用者数35万人」に対する達成状況

区 分	目標 A	実績 B	達成率 B/A
展覧会観覧者数	175,000	134,258	76.7%
『美術の20世紀』展	10,000	8,098	81.0%
『物語のある絵画』展	12,000	7,437	62.0%
『アルタイの至宝』展	60,000	48,276	80.5%
『文人の夢・田能村竹田』展	12,000	7,173	59.8%
『誘惑の光景』展	10,000	5,460	54.6%
『花鳥風月』展	10,000	13,941	139.4%
『静岡ゆかりの画家たち』展	10,000	10,281	102.8%
静岡県芸術祭	10,000	10,597	106.0%
静岡ニューアート展2005	1,000	1,641	164.1%
収蔵品展	36,000	16,864	46.8%
(ロダン館への入場者数)	( — )	(62,768)	( — )
移動美術展	4,000	4,490	112.3%
県民ギャラリー入場者数	76,000	69,357	91.3%
講堂入場者数	11,000	11,762	106.9%
教育普及プログラム参加者数	13,000	18,985	146.0%
レストラン利用者数	44,000	35,634	81.0%
ミュージアムショップ利用者数	26,000	13,106	50.4%
図書閲覧室利用者数	5,000	4,700	94.0%
ミュージアムコンサート入場者数	—	1,934	—
合 計	350,000	289,736	82.8%

注) 35万人の目標数値は、それぞれ区分した項目の過去3年の平均値を合計し、努力値としてプラス5%を上乗せした数値である。

#### <結 果>

利用者35万人以上の目標は達成できなかった。その要因は次のように考えられる。

- ・ 展覧会観覧者数が目標値を大幅に下回ったこと。(△40,742人)
- ・ レストラン利用者数は、展覧会観覧者数に比例する傾向が強いため、展覧会観覧者の減少の影響を受けたと思われること。(△8,366人)
- ・ ショップ利用者数は、目標数値の根拠となる過去の実績数値がなく推測に頼らざるを得なかったが、この推測値が適切でなかった。(△12,894人)
- ・ 教育普及プログラムは、目標を46%上回る参加者数の大幅な伸びであった。
- ・ 県民ギャラリーと講堂は、過去3年平均より少ないがまずまずの入場者数であった。

② 「利用者満足度70%」に対する達成状況

区 分	過去3年間の平均	満足度 A	利用者数 B	満足数 B×A=C	総合的満足度 C/B
展覧会観覧者	61.8%	65.8%	134,258	88,342	/
教育普及プログラム参加者	91.2%	93.9%	18,985	17,827	
レストラン利用者	45.3%	63.2%	35,634	22,521	
ミュージアムショップ利用者	77.8%	89.3%	13,106	11,704	
図書閲覧室利用者	47.9%	72.4%	4,700	3,403	
合 計	—	—	206,683	143,796	69.5%

- 注1) 利用者の総合満足度は、区分した対象項目毎の利用者数に満足度の比率に応じて満足数として算出し、総合満足度として示すこととした。
- 注2) この総合満足度の目標数値70%は、過去3年の平均値の60.9%に努力目標として10%程度を上乗せしたものである。
- 注3) 県民ギャラリーと講堂は対象項目から除いている。県民ギャラリーと講堂の入場者の満足度は、利用する団体等の企画に影響されるもので、県立美術館側の取組の努力が及ばないため満足度の対象にはならない、このためアンケートも実施していない。

<結 果>

- ・ 総合満足度69.5%と僅かに及ばなかった。
- ・ 対象項目のすべてが過去3年の満足度の平均を上回り、特にレストラン、ショップ、図書閲覧室の利用者の満足度は大幅に上回った。対象項目の中ではレストラン利用者の満足度が最も低い、利用者数の比率から見ると、展覧会観覧者の満足度が低いことが全体の総合満足度に大きく影響している。
- ・ 教育普及プログラムは参加者数としては少ないが、参加した多くの人に満足してもらった。

<評 価>

- ・ 利用者数は、大半を占める展覧会の観覧者数が大きく影響するが、目標を達成できなかった要因は、展覧会の観覧者が少なかったことが大きな要因である。
- ・ その理由は、企画展の内容が観覧者に評価されなかったこと、収蔵品展の観覧者数の見込みが甘かったこと、展覧会の広報が十分でなかったことなどが考えられる。今後は、展覧会の企画内容や広報に対する工夫が必要である。
- ・ 総合満足度は僅かに及ばなかったが、対象項目のすべてが過去3年の平均を上回るなど、取組の成果が現れている。
- ・ しかし、利用者の大半を占める展覧会観覧者の総合満足度は65.8%で、これまでより伸びてはいるが低くとどまったことが全体の総合満足度に大きく影響している。
- ・ これをさらに詳しく見ると、展覧会の中で「アルタイの至宝展」、いわゆる文明展は特に満足度が高く、展覧会全体の満足度を押し上げていることから、文明展以外の美術展の満足度はさらに低い水準にあるといわざるを得ない。これらを踏まえ、今後美術展の満足度を高めていく工夫が必要である。
- ・ ミュージアムショップは、16年度に改装して明るくしたこと、案内サインを工夫したことなどにより高い満足度を得ている。
- ・ なお、17年度はシステムの運用開始の初年度であり、評価指標に対応する過去の実績データが存在しない対象項目が一部にあったことから推計による数値を含むなど、目標数値の根拠が明確でなかったことは反省点である。

### ③ 「地域との連携を深めます」に対する達成状況

#### <実施結果及び内容>

- ・ 美術館周辺の駿河区谷田、清水区谷田、草薙西の3自治会との意見交換及び各組長へのアンケートを実施した。その成果として、今後公民館へのポスター掲示、自治会へのチラシの配布を行うこととした。
- ・ 有度地区連合自治会長との意見交換を実施し、今後、自治会が実施する講演会等への講師派遣等を行うこととした。
- ・ 有度地区在住の有志により結成している有度愛好会との意見交換会、懇親会を実施した。18年度は、有度愛好会との共催により地域づくりシンポジウムを実施することとした。
- ・ 草薙駅前商店会と施設利用契約を結び、商店会が展開している「Kシール」(クーポン券)事業に参画し美術館の観覧料に充当するサービスを行うこととした。
- ・ 県民ギャラリーの利用団体の協力を得て、利用団体の展示会を観覧する会員に団体割引券を配布し、企画展の観覧を誘導する試みを実施した。
- ・ 学校教育以外の社会教育や生涯学習等との連携を図りながら学芸員による出前講座を実施した。(17年度15校実施)
- ・ つなぐNPOと当館ボランティア有志による共同企画で、「草薙のんびりツアー」「美術館の通信簿」を実施。特に、「草薙のんびりツアー」では、草薙地域の住民の方々に多大なる協力を頂いた。
- ・ 「静岡New Art展」では、静岡文化芸術大学及び浜松、裾野など遠隔地の市民の方々との連携を積極的に行った。
- ・ 県立大学との連携によるデジタル、バーチャルミュージアム構想を推進した。
- ・ これまでの県下各地域の広報サポーターを県立美術館の地域モニターとして活用するシステムを導入した。

#### <評 価>

- ・ 成果はまだ数少ないが、これまでにない新たな取組であり、地域住民をはじめ関係機関・団体との連携の端緒となる窓口ができたこと、また、取組を通して職員の意識も高まるなど、これからさらに連携を深める環境が整いつつあることは、大きな成果である。

### 3 評価指標一覧

戦略目標・戦略	① 定量的評価指標	② 定性的評価指標
<b>戦略目標 A</b>	<b>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</b>	
<b>戦略 1</b>	<b>新たな視点に基づく展示を行います</b>	
	1 展覧会の観覧者数	60 展覧会に対する外部評価(専門家のレビュー)
	2 展覧会のレポート率	61 観覧者の生活に変化をもたらしたかどうか (グループインタビュー、テキスト・マイニング)
	3 展覧会の満足度	
	4 学芸員フロアレクチャーの回数	
<b>戦略 2</b>	<b>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</b>	
	5 教育・普及プログラムの参加者数	62 参加者の生活に変化をもたらしたかどうか (グループインタビュー、テキスト・マイニング)
	6 教育・普及プログラムの満足度	
	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	
<b>戦略 3</b>	<b>豊かな美術体験のために非日常的な環境を演出します</b>	
	8 鑑賞環境に対する満足度	
<b>戦略 4</b>	<b>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</b>	
	9 学芸員の調査・研究の発表件数	63 調査・研究に対する外部評価(専門家のレビュー)
<b>戦略 5</b>	<b>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</b>	
	10 企画展毎の媒体別利用件数	64 展覧会広報に対する外部評価 (県広報アドバイザー等によるレビュー)
<b>戦略目標 B</b>	<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</b>	
<b>戦略 1</b>	<b>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</b>	
	11 作品購入件数、購入価格	65 作品保存に関する館の取組(IPM手法)に対する外部評価 (専門家のレビュー)
	12 作品寄贈・寄託の件数・評価額	
	13 コレクションの資産価値	
<b>戦略 2</b>	<b>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</b>	
	14 収蔵品展の入館者数	66 公開又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(内部レビュー)
	15 収蔵品展の企画数	
	16 収蔵作品の公開件数	
	17 収蔵作品の稼働率	
	18 他館への貸出件数	
	19 特別観覧の件数	
	20 ロダン館への入館者数	
	21 ロダン館を使った催事の件数、観覧者数	
	22 ロダン美術館としての情報発信の媒体別発信回数	
	23 風景の美術館としての認知度	
<b>戦略 3</b>	<b>コレクションについての研究活動を行います</b>	
	24 収蔵作品に関する学芸員による調査・研究の発表件数	67 収蔵品に関する学芸員の調査・研究に対する外部評価 (専門家のレビュー)

戦略目標・戦略	① 定量的評価指標	② 定性的評価指標
<b>戦略目標 C</b>	<b>「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</b>	
<b>戦略 1</b>	<b>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</b>	
	25 当館に関する情報が「入手しやすい」とする方の割合	
	26 公共交通機関で来館した人のアクセス満足度	
	27 自家用車で来館した人のアクセス満足度	
	28 ユニバーサルデザイン面での取組み数	
	29 美術館スタッフの対応に満足した人の割合	
<b>戦略 2</b>	<b>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</b>	
	30 ロダン館、エントランス等での催事件数	
	31 ロダン館、エントランス等での催事の参加者数	
	32 ロダン館、エントランス等での催事の満足度	
<b>戦略 3</b>	<b>「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</b>	
	33 レストランの利用者数	
	34 レストランの満足度	
	35 ミュージアムショップの利用者数	
	36 ミュージアムショップの満足度	
<b>戦略目標 D</b>	<b>地域とともに進化する美術館となります</b>	
<b>戦略 1</b>	<b>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</b>	
	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	68 NPO、大学などの外部組織と実施した協働事業に関する美術館職員によるレポート
	38 ボランティアの人数	69 企業協賛・助成に関する美術館職員によるレポート
	39 ボランティアの満足度	
	40 友の会会員の人数	
	41 友の会会員の満足度	
	42 県民ギャラリー・講堂の利用団体数、稼働率	
	43 移動美術展の開催回数、入場者数	
	44 広報サポーターの人数	
<b>戦略 2</b>	<b>美術に関する情報集散地を目指します</b>	
	45 HPへのアクセス件数	
	46 HPの満足度	
	47 図書閲覧室の利用者数	
	48 図書閲覧室の満足度	
<b>戦略 3</b>	<b>新たな顧客層・支持層を開拓していきます</b>	
	49 展覧会における小中高生の割合	
	50 小中高生を対象にした実技系プログラムの回数	
	51 展覧会における新規来館者の割合	
	52 展覧会における新規来館者の満足度	
	53 地域別の利用者数	
	54 2世代・3世代一緒に観覧に来ている割合	
	55 観光ルート化を実現するための会議の開催	

戦略目標・戦略		① 定量的評価指標	② 定性的評価指標
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	70 館長の経営改革に対する自己評価(第三者評価委員会のレビュー)
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	
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	
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	71 第三者評価委員会の場が出た提言や意見に対する取組状況(次回の第三者評価委員会のレビュー)



#### 4 評価指標にかかる実績と評価

##### ① 定量的評価指標にかかる実績一覧

戦略計画	戦 略		No	定量的評価指標	単位	過去の実績	H17			
						H14～16の平均	目標	実績	達成率	平均との比較
美術体験	1	展覧会	1	展覧会の観覧者数	人	167,064		129,768		77.7%
			2	展覧会のレポート率	%	82.3		82.8		100.6%
			3	展覧会の満足度	%	61.8		65.8		106.5%
			4	学芸員によるフロアレクチャーの回数	回	13		31		244.7%
	2	プログラム	5	教育・普及プログラムの参加者数	人	12,140		18,985		156.4%
			6	教育・普及プログラムの満足度	%	91.2		93.9		103.0%
			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	%	11.1		37.5		337.8%
	3	非日常的環境	8	鑑賞環境に対する満足度	%	82.7		89.6		108.3%
	4	調査・研究	9	学芸員の調査・研究の発表件数	件	216		166		76.9%
	5	広報	10	企画展毎の媒体別利用件数	件	—		36,303		—
B コレクション	1	保全	11	作品購入点数	点	12		11		89.2%
				作品購入価格	千円	50,988		40,834		80.1%
			12	作品寄贈の点数	点	16		3		18.8%
				寄贈作品の評価額	千円	—		5,300		—
				作品寄託の点数	点	—		1		—
			13	コレクションの資産価値 (※)	千円	—		1,026,600		—
	2	活用	14	収蔵品展の入館者数	人	21,737		16,864		77.6%
			15	収蔵品展の企画数	本	11		15		132.4%
			16	収蔵作品の公開件数	点	—		668		—
			17	収蔵作品の稼働率	%	—		39.7		—
			18	他館への貸出件数	件	66		97		146.2%
			19	特別観覧の件数	件	72		76		105.1%
			20	ロダン館への入館者数	人	58,733		62,768		106.9%
				ロダン館を使った催事の件数	件	4		46		1150.0%
21	ロダン館を使った催事の観覧者数	人	—		2,336		—			
	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		—		
23	風景の美術館としての認知度	%	—		観覧者インターネット 30.3 8.7		—			
3	研究	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		—	

戦略計画	戦 略	No	定量的評価指標	単 位	過去の実績	H17			
					H14~16 の平均	目標	実績	達成率	平均との 比較
C 環 境 整 備	1 誘う環境整備	25	当館に関する情報が「入手しやすい」とする方の割合	%	38.2		71.5		187.4%
		26	公共交通機関で来館した人のアクセス満足度	%	61.6		82.4		133.9%
		27	自家用車で来館した人のアクセス満足度	%	81.5		76.0		93.3%
		28	ユニバーサルデザイン面での取組み数	件	1		2		200.0%
		29	美術館スタッフの対応に満足した人の割合	%	83.1		82.3		99.0%
	2 空間活用	30	ロダン館、エントランス等での催事件数	件	4		61		1663.6%
		31	ロダン館、エントランス等での催事の参加者数	人	—		3,504		—
		32	ロダン館、エントランス等での催事の満足度	%	—		94.8		—
	3 レストラン等	33	レストランの利用者数	人	41,981		35,634		84.9%
		34	レストランの満足度	%	45.3		63.2		139.5%
		35	ミュージアムショップの利用者数	人	販売点数 (24,329点)		13,106		—
		36	ミュージアムショップの満足度	%	77.8		89.3		114.9%
D 地 域 連 携	1 市民参画	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	0		7		—
		38	ボランティアの人数	人	—		277		—
		39	ボランティアの満足度	%	89.4		78.8		88.1%
		40	友の会会員の人数	人	629		557		88.5%
		41	友の会会員の満足度	%	82.8		90.0		108.7%
		42	県民ギャラリーの利用団体数	団体	39		41		105.1%
			県民ギャラリーの稼働率	%	88.6		93.4		105.4%
			講堂の利用団体数	団体	76		78		102.6%
			講堂の稼働率	%	32.0		27.4		85.6%
		43	移動美術展の開催回数	回	2		2		100.0%
	移動美術展の入場者数		人	5,361		4,490		83.7%	
	44		広報サポーターの人数	人	167		155		93.0%
	2 情報集散地		45	HPへのアクセス件数	件	90,100		103,500	
		46	HPの満足度	%	64.4		69.6		108.1%
47		図書閲覧室の利用者数	人	4,435		4,700		106.0%	
48		図書閲覧室の満足度	%	47.9		72.4		151.3%	

戦略計画	戦 略	定量的評価指標			過去の実績	H17			
		No		単 位	H14～16 の平均	目標	実績	達成率	平均との 比較
D 地 域 連 携	3 顧客開発	49	展覧会における小中高生の割合	%	10.9		14.0		128.0%
		50	小中高生を対象にした 実技系プログラムの回数	回	—		107		—
		51	展覧会における 新規来館者の割合	%	17.7		17.2		97.2%
		52	展覧会における 新規来館者の満足度	%	54.4		65.7		120.9%
		53	地域別の利用者数の割合(東部)	%	—		16.4		—
			地域別の利用者数の割合(中部)	%	—		63.8		—
			地域別の利用者数の割合(西部)	%	—		12.8		—
			地域別の利用者数の割合(県外)	%	—		7.0		—
		54	2世代・3世代一緒に観覧に来ている 割合	%	—		26.7		—
55	観光ルート化を実現するための 会議の開催	回	—		4		—		
E 経 営 改 革	1 経営の透明性	56	経営に関する情報の公開件数	件	—		8		—
	2 経営の研究	57	経営に関する調査・研究件数	件	—		4		—
	3 職員教育	58	職員研修の件数	件	—		18		—
	4 改革の持続性	59	美術館協議会及び経営部会の 開催回数	回	1		4		400.0%

※ No.13「コレクションの資産価値」は基金で購入した作品2点(シニャック、ゴーギャン)

② 戦略ごとの評価(美術館による一次評価)

平成17年度は、これまでに実績数値として把握していない評価指標が多いことに加え、システムの運用が年度途中であり、試行的な位置付けとなっていることから、各戦略に対応する個別の定量的評価指標の目標数値を設定していない。

しかし、これまでの実績数値がある評価指標は、自己評価に際して過去3年の実績数値の平均と比較することとした。

戦略目標	戦略	評価
<p>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。</p> <p>(展覧会)</p>	1 新たな視点に基づく展示を行います	<p>17年度の企画展は、美術館評価システムの導入前に企画した展覧会ではあるが、新たな視点に基づく展示を行うことはこれまでも努めてきたところであり、他館との共同企画や館蔵品の交換展、館蔵品の活用などによる企画展を実施した。</p> <p>企画展については、専門委員や研究活動評価委員会による定性的評価では、目的、内容等とも良い評価を得たが、観覧者数は企画展のほとんどが目標に達せず、達成率も低いなど、結果として観覧者の増にはつながっていない。</p> <p>展覧会の満足度は過去3年の平均と比べると満足度は高くなっているが、これは「アルタイの至宝展」の高い満足度が平均を押し上げたこと、また「花鳥風月展」も平均より高いが、残る4本の企画展はいずれも過去3年の平均より大幅に下回っている。特に「文人の夢展」と「誘惑の光景展」は、満足度が60%にも満たない。</p> <p>これは、リピート率が過去3年の平均と大きく変わっていないこと等も踏まえると、企画内容がリピータから評価が得られなかったこと、及び広報面で展覧会の魅力が十分伝えられなかったことなど、が理由といえる。</p> <p>フロアレクチャーは、これまでより多く実施しているが、展覧会の満足度などの成果にはつながっていないように思われる。</p> <p>こうした結果から、今後戦略的な広報を進める中で、展覧会の企画意図や内容等を観覧者にどのように伝えるのか、また、分かりやすく伝えるにはどうすればよいか、などについて工夫する必要がある。</p>
	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	<p>教育・普及プログラムは、アンケートのサンプル数が少ないものの参加者数及び満足度も過去3年の平均を上回っており、努力の成果である。</p> <p>また、実技系プログラムに参加した人で展覧会を観覧した人の割合は、37.5%であり、多いとはいえませんが過去の平均より上回っている。</p> <p>今後、さらに作品鑑賞にもつながる工夫に努める必要がある。</p>
	3 豊かな美術体験のために非日常的な環境を演出します	<p>鑑賞環境に対する満足度は、過去3年の平均より大幅に上回っている。</p> <p>アンケートの「心地よく観覧できたか」、「スタッフの対応は適切だったか」という問いに、いずれも高い満足度を示しており、今後もこれらを堅持していく。</p>
	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	<p>学芸員の調査・研究の発表件数は、過去3年の平均より下回っているため、さらに努力する必要がある。それと同時にその成果を県民に分かりやすく伝える必要がある。</p>
	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	<p>広報の必要性については、これまで十分認識しながらも体系的かつ計画性を持った取組をしてこなかった。</p> <p>今年度から新たにその重要性を再認識し、掲示物、テレビ・ラジオ、新聞、取材、広告等の様々な媒体を使って広報を行ったが、展覧会の観覧者増に直接つながっていない。</p> <p>また、県の広報アドバイザーの支援を得て、18年度に向けたキャッチコピーやロゴを作成するなど、新しい取組を進めている。今後は、さらに戦略的な広報展開が必要である。</p>

戦略目標	戦略	評価
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。 (コレクション)	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	17年度は11作品を購入した。作品数、購入価格とも過去3年の平均には満たないが、予算の許す範囲で積極的に新しい作品の収集に努めた。 基金で購入したコレクションは、現在の資産価値が上がっている。 館蔵品の保全等に係る定性的評価は、外部評価委員の評価は概ね良好であった。
	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	収蔵品展は、過去3年の平均を超える企画をしているが入館者数は下回った。 ロダン館での催事等を積極的に実施した結果、ロダン館の入館者は昨年より増加した。また、ロダン体操のテレビコマーシャルの放映など、ロダン館の魅力を情報発信したが、企画展の観覧者数と比べるとまだまだロダン館の入館者は少ない。 収蔵作品の公開や他館への貸出など、積極的にコレクションの活用を進めるとともに、収蔵品展の開催を増やすなど、風景画の美術館の認知度を高めるため工夫に努めているが、まだまだ認知度は低い。
	3 コレクションについての研究活動を行います	収蔵品に関する調査・研究について4件の発表を行った。 外部評価の専門委員、研究活動評価委員会には、その研究内容の評価を得ているが、引き続き積極的に取り組むとともに、その成果としてのコレクションの魅力を伝える工夫が必要である。
「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。 (環境整備)	1 美術館へ誘う環境を整え、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	「美術館情報の入手しやすさ」は、これまでより高い数字が出ているが、マスコミと共催した「アルタイの至宝展」が86.7%と最も高く、これを除くと「入手しやすい」とした人の割合は60%台で決して高いとはいえず、一層の工夫が必要である。 「公共交通機関のアクセスの満足度」は82.4%で過去3年の平均より高く、満足した人は多い。しかし「駐車場の利用しやすさ」は76%で低いとはいえないが、過去3年の平均を下回り、また公共交通機関より低く、改善の余地がある。 美術館のスタッフの対応は、過去3年の平均より低いものの80%を超える人が満足しているなど、概ね適切といえる。
	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	ロダン館、エントランス等での催事は、過去3年より大幅に増やすとともに、参加者の満足度も90%を超えるなど、成果も上がっている。今後も積極的に取り組む必要がある。
	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	レストランやショップの利用者は展覧会の観覧者数に影響されるため、利用者数は過去3年の平均より少ないが、利用者の満足度では、レストランはこれまでより満足度が大幅に高くなった。 また、ショップは改装等に取り組んだ結果、過去3年の平均を上回り、90%近い高い満足度となるなど改善の成果が出ている。

戦略目標	戦略	評価
地域とともに進化する美術館 D となります。  (地域連携)	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	<p>地元自治会等とはこれまで全く関係を持たなかったが、17年度は意見交換会を積極的に行い、自治会への展示会のチラシ配布を定期的実施することをはじめ、有度地域のまちづくりに取組む団体や草薙駅前商店会等との協働事業に取組むなどの成果も出ている。引き続きこうした取組を通して地域との連携を深めていく必要がある。</p> <p>ボランティアとの連携や友の会との意見交換や協働事業も手がけており、それぞれ満足度も高いが、館との意思疎通の面で厳しい意見もあり、さらに理解促進に努め、良好な関係を築いていく必要がある。</p>
	2 美術に関する情報集散地を目指します	<p>ホームページのアクセス件数や図書閲覧室の利用者数、また、それぞれの満足度も、過去3年の平均より高くなっており、大きな問題はない。</p> <p>しかし、ホームページの更新頻度に対するアンケートの答えで「わからない」が約40%もあり、情報が更新の内容であることを分かりやすくする工夫も必要である。</p> <p>また、図書閲覧室は、展示会の観覧者数の割には、利用者が少ないという見方もあり、利用案内等の広報に努める必要がある。</p>
	3 新たな顧客層・支持層を開拓していきます	<p>展示会の小中高生の割合は、14.0%と過去3年の平均より多い。また、小中高生を対象にした実技系プログラムも積極的に実施したが、引き続き着実に取組んでいく。</p> <p>展示会の新規来館者の割合は、過去3年の平均と変わらないが、満足度は高くなっている。今後も新規来館者を増やす取組が必要である。</p> <p>また、2世代・3世代と一緒に観覧に来ている割合は26.7%であるが、文明展の「アルタイの至宝展」は41.7%で最も高く、他の展示会は20%そこそこであった。これは展示会によって観覧する客層が異なることを示唆するもので、今後の展示会を企画する上での参考にすべきものである。</p> <p>地域別の利用者数の割合は、中部(63.8%)&gt;東部(16.4%)&gt;西部(12.8%)&gt;県外(7.0%)の順番となっている。東部、西部で移動美術展を開催しているが、県立の美術館として、今後こうした地域格差について、どう考察し、どのような戦略を立てて臨むかは大きな課題である。</p> <p>観光ルート化にも取組んだが、今後、県外、国外を視野にして観光と一体となった誘客戦略が必要である</p>
美術館経営を改革していきます。  (経営改革)	1 経営に関する考えを常に社会に伝え、ガラス張りでの責任の明確な経営を行います	<p>美術館協議会を年4回開催し、その議事録をホームページ等に公表するなど、経営に対する考えを明確に伝えている。</p> <p>館内の企画運営会議、自己評価システム推進委員会等において、経営に関する重要事項を協議するとともに情報共有の場としている</p>
	2 進化していく美術館について研究します	<p>先進的な取組を行っている他県の美術館、博物館等を調査した。</p> <p>職員海外研修でアメリカの美術館の取組を調査した。</p> <p>指定管理者制度を導入している他県の美術館を調査した。</p>
	3 美術館が社会に役立つための職員教育を徹底します	<p>全国美術館協議会等の各種研修プログラムに積極的に職員を参加させている。</p> <p>公立美術館等活性化事業(地域創造主催)に委員として参画している。</p>
	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	<p>美術館協議会を年4回開催し、事業内容や経営状況を報告するとともに改善意見を運営に反映している。</p> <p>人的な資源である館内のサービス部門の従事者による、サービス改善委員会を設置して相互の意思疎通を図り、美術館の運営方針等について共通認識をもってサービスに当ることとした。</p> <p>ボランティアや友の会との連携事業を推進するなど効率的かつ効果的な経営を図っている</p>

③ 定性的評価指標にかかる評価結果

戦略目標	戦略	No.	定 性 的 評 価 結 果
A	1	60	展覧会に対する外部評価(専門家のレビュー)
			<p>美術の20世紀展</p> <p>① 「館藏品や資料を活用した独自の視点の試みであると言える。ただ「20世紀」を語るという視点と展示作品とのブレは完全に克服しているとは言えない。地域作家の作品も活用されている。」</p> <p>② 「20世紀美術の中から8章に分けて見せたという点での独自性があった。しかし、タイトルと内容との整合性に欠けるところがあった。」</p> <p>(坂本満委員、潮江宏三委員、山梨絵美子委員)</p>
			<p>物語のある絵画展</p> <p>① 現代の様々な条件と制約のもとでまとまりよく成果を上げ得たが、独自の視点を打ち出すため地元に着した内容に絞り込むなどの工夫があってもよかった。館藏品や寄託品は効果的に使用できている。</p> <p>② 6章に分けた切り口が新鮮で好感が持てる。藏品を軸に構成しているところは、これからの美術館の企画のあり方も示唆している。並べ方やキャプション類に分かりやすくする工夫が見られたが、今後さらに再現的会場を作ったりワークシートを用意したりと工夫を期待したい。</p> <p>(金原宏行委員、榊原悟委員)</p>
			<p>アルタイの至宝展</p> <p>実施せず。</p>
			<p>田能村竹田の世界展</p> <p>① 学芸員の日ごろの情報収集、近世絵画史全体への目配りやネットワークの賜物たる企画であり、近世絵画史上重要な位置を占める竹田を改めて見直す待望の展覧会といえる。</p> <p>② 大分市美術館所藏品は竹田を知る上で格好のものであり、それを収蔵品の交換展として実現したのは意義深い。館同士の研究交流で生まれた企画展として地味ながら秀逸なものである。</p> <p>(金原宏行委員、榊原悟委員)</p>
			<p>誘惑の光景展</p> <p>① 19世紀的な芸術のあり方の一つ(文学と絵画の共通性)を再考させる点で興味深い。この点は、カタログにも生かされている。地味ではあるが、啓蒙的かつ丁寧でわかりやすい展示であり、鑑賞者に満足感を与えたと思われる。今後も「文学と絵画」というテーマを拡大深化させることが課題。</p> <p>② 企画性の高い充実した展覧会である。挿絵芸術の面白さを十分楽しめ、かつ「誘惑」という切り口で、現代にも通じるような側面を見せた。</p> <p>(坂本満委員、潮江宏三委員)</p>
			<p>花鳥風月展</p> <p>実施せず。</p>
			<p>静岡ゆかりの画家たち展</p> <p>実施せず。</p>
A	1	61	観覧者の生活に変化をもたらしたかどうか(グループインタビュー、テキスト・マイニング)
			<p>平成14年度から17年度までの13の展覧会アンケートの「自由回答欄」に記されたコメントを「テキスト・マイニング」(SPSS社)を用いて、クラスタ分析を行った。結果は、別表の通りだが、クラスタの中で率の高いものを記すと次のようになる。</p> <p>① 精神的充足を美術館に求めているクラスタ群: 35. 7%</p> <p>② 絵画の勉強や知識習得の場として美術館を位置づけるクラスタ群: 17. 6%</p> <p>③ 自らの感性を磨く場として美術館を位置づけるクラスタ群: 13. 5%</p>
A	2	62	参加者の生活に変化をもたらしたかどうか(グループインタビュー、テキスト・マイニング)
			<p>実施せず。</p>

戦略目標	戦略	No.	定性的評価結果
A	4	63	<p>調査・研究に対する外部評価(専門家のレビュー)</p> <p>① 研究紀要 小針由紀隆「狩猟図とパレルゴン—フェデリコ・ズッコロの素描を始点にした一考察」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「狩猟図」のなかの一モチーフを取り扱った論考ではあるが、時代を画する作画態度、もしくは芸術受容態度の変化を指摘したことに大きな意義を認めるものである。</li> <li>狩猟図は、旧石器時代の洞窟壁画以来、人間社会の中で少なからぬ意味をもってきたはずである。古代メソポタミアやエジプトの、またエーゲ海文明でも同様に、決して小さな主題ではなかった。それを16世紀の概念でパレルゴンとして歪少化したようにも私には思われた。17世紀にそれは再び重要性を帯びるというのが論文の骨子のようである。パレルゴンなる概念はその上で興味深く、他のモチーフにも応用できそうで、興味深い。しかし、16世紀のパオロ、シューヴィオがD.ロッソについて評したこのパレルゴンという言葉は、狩猟図全体については妥当しないのではないかと、というのが私の感じた疑問である。</li> </ul> <p>(坂本満委員、潮江宏三委員)</p> <p>② 研究紀要 森 充代「今村紫紅《宇津の山路》考」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>近代の日本画についても、作品研究として、主題、手法、画面構成など、さまざまな点からの分析が必要となるはずで、それを試みた森論文を評価したい。「点描」がその際のキーワードとなっているようだが、「宇津の山路」について言えば、「点描」が使用されているのは、おおむね樹葉に対して用いられているはずで、そうした例ならば、蕪村や呉春の作品にも見られるはず(論文中でも言及するように、米点もその一つ)。「点描」が後期印象派の流入や南画の再評価に関係あるというなら、その点について、もう少し突っ込んだ議論があってもよいのでは。</li> <li>《鶯の細道》という地元ゆかりの主題を取り上げ、古典を絵画化するという興味深い課題に独自の視点を導入して、今村紅紫研究に一石を投ずるものであると思う。実作品に即して考察するという方法論をもっと深めて学芸員として独自の鋸を入れてもらいたい。総じて言えば、近代日本画に屹立する今村紅紫の芸術に最初の緻密な調査を加えた論であり、次の展開が期待される。</li> </ul> <p>(金原宏行委員、榊原悟委員)</p> <p>③ 研究紀要 堀切正人「黒川翠山の富士山写真—写真の虚構性をめぐって—」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>本論は、美術館の調査研究活動の基礎となる、館蔵品の詳細な調査・研究成果のひとつであり、2004年度に行われた「富士山の絵画」展での展示の際の考察をさらに展開させたものであることを、まず評価したい。近年、美術館のさまざまな活動のなかで、展示活動を偏重する傾向が顕著に見られるようになり、本来、展示活動を支える重要な活動として位置づけられていた作品の調査研究がなされにくい状況が、多くの美術館・博物館で生まれている。そうした中、本論のような堅実な調査研究がなされたことは、著者の意志的な姿勢と、学芸的な環境があってこそと推察する。作品とその周辺資料を丁寧に調査した上で論を展開しており、これまで美術史的視点から考察されることが従来あまりなかった名所写真について、ガラス乾板と焼付け写真を比較し、トリミングの状況を明らかにし、黒川翠山が写真の虚構性を「自然な演出」によって保持する姿勢をとったことを明らかにしている。名所をモチーフとする近代絵画、写真を美術史的視点で考察する上で、貴重な論考となっている。</li> <li>黒川翠山の全体像と所蔵品群との地位関係の明確化が、少しほしいと思った。翠山のピクトリアリズムとそれからのずれについても、他の作者のそういう傾向との比較・対照によって、よりはっきりしてくるのではなかろうか。概説程度の知識しかない私としては、周辺のことも、もっと知りたいと思った。当時の雑誌『写真例題集』の批評と翠山の反応など初めて知って興味深かった。批評そのものがピクトリアリズムでもあるのも当然ではあるが。</li> </ul> <p>(坂本満委員、山梨絵美子委員)</p>
A	5	64	<p>展覧会広報に対する外部評価(県広報アドバイザー等によるレビュー)</p> <p>実施せず。</p>
B	1	65	<p>作品保存に関する館の取組(IPM手法)に対する外部評価(専門家のレビュー)</p> <p>静岡県立美術館の平常時の環境保全対策と災害時の環境保全対策に関しては、保存担当の学芸員が中心となって努力しており、概ね良好と考えられる。また、臭化メチル全廃後の総合的有害生物対策(IPM)を実行していくためには、館員全員の協力体制が必要であるので、今後とも努力して頂きたい。</p> <p>(石崎武志・東京文化財研究所保存科学部長)</p>



戦略 目標	戦略	No.	定 性 的 評 価 結 果
B	2	66	公開又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(内部レビュー)
			(西洋) 「ゴッホ展－孤高の画家の原風景」(2005年3月23日～5月22日、東京国立近代美術館、ほか)にポール・ゴーギャン《家畜番の少女》を貸出。同展は、ゴッホの短い画業の全容を辿った画期的な展覧会で、世界最大のゴッホ作品所蔵館であるファン・ゴッホ美術館およびクレラー＝ミュラー美術館より代表作品が出品された。当館作品は、アルル時代におけるゴッホとゴーギャンの交流を語る上で外せない作品として出品された。 (日本洋画) 「須田国太郎展」(2005年11月1日～12月18日 京都国立近代美術館、ほか)に、須田国太郎《筆石村》を貸出。同展は、1962年に東京国立近代美術館で遺作展が開催されて以来の回顧展で、須田の代表作および新出作品が多く出品された。当館所蔵《筆石村》は、同じ題材の異作(ヴァリエーション)である《時雨(筆石村)》と並置して展示され、本作の制作に関わる作画過程や位置づけが明確に示された。 (日本画) 大分市美術館の「近世絵画の水脈－狩野派から若冲、大雅へ」(2005/11/18～12/25)に、狩野派作品を中心とする館蔵の近世日本絵画44作品(初期狩野派《四季花鳥図屏風》ほか)を貸出。この大量貸出は、大分市美術館にひとつの企画展を提供するものであった。この貸出があったから、反対に、当館は大分市美術館から重要文化財23件をふくむ田能村竹田の代表作など64作品を借用することができ、企画展「文人の夢・田能村竹田の世界」展(2005/9/30～11/6)を開催することができた。
B	3	67	収蔵品に関する学芸員の調査・研究に対する外部評価(専門家のレビュー)
			A-4-63 に記載。
D	1	68	NPO、大学などの外部組織と実施した協働事業に関する美術館職員によるレポート
			「つなぐNPO」と当館ボランティア有志との共同企画により、「草薙のんびりツアー」「美術館の通信簿」を実施。 静岡県立大学とのデジタルネットワークに関する共同研究。 静岡New Art展に関連して、大学・地域住民との連携。
D	1	69	企業協賛・助成に関する美術館職員によるレポート
			企業協賛については、可能性を調査・検討中。 助成は、財団法人地域創造から「美術の20世紀」展、「田能村竹田」展に対して助成を受けた。
E	1	70	館長の経営改革に対する自己評価(第三者評価委員会のレビュー)
			なし
E	4	71	第三者評価委員会の場で出た提言や意見に対する取組状況(次回の第三者評価委員会のレビュー)
			なし

## 5 各種アンケート結果のまとめ

### ① 企画展アンケート

半分の展覧会において男性観覧者の割合が40%を超えており、この年度の特徴といえる。展覧会ごとの満足度はおおむね6割前後、不満足度はおおむね1割弱の結果に落ち着いている。なお、満足度が50%台であった「文人の夢展」と「誘惑展」は、不満足度ともに10%を超えている(ただし、「アルタイ展」は除外する)。  
また、「風景の美術館」であることを知っているか」に「はい」と答えた回答は約3割にとどまっている。

### ② 教育普及プログラムアンケート

かなり高い満足度が示されている。しかしながら、イベント参加の前後での観覧行動について訪ねたところ、62.9%が観覧しないと回答した。  
その理由として「時間がない」「有料だから、または料金が安いから」、「展覧会をやっていることを知らなかった」という回答が多く、「その他」の内容としては、「子ども」と展示室に入ることに戸惑いや躊躇がほとんどであった。  
また、「風景の美術館」としての認知度は18.7%にとどまった。

### ③ レストラン利用者アンケート

レストラン利用者に関しては、「アルタイ展」と「文人の夢展」開催時の2回に分けて、アンケートを行った。2つの調査を合計すると満足度は63.2%、不満の理由はメニューの種類や料金、及びレストランの場所を示す案内表示に対するものであることが分かった。

### ④ ミュージアムショップ利用者アンケート

展覧会と比較して女性の割合が高い。ショップの利用が「初めて」の割合が24.4%であるのに対し、静岡県立美術館への来館が「初めて」が16.3%であり、あまり差がないことが分かる。満足度は89.3%である。  
充実してもらいたい商品としては「絵葉書」49.7%、次いで「書籍」44.2%(複数回答)が、際だって高かった。

### ⑤ ボランティアアンケート

満足度は表の通りであり、78.8%と高い値ではある。しかし、ボランティア自身の能力の発揮や意思疎通・連携に関して、半分以上のボランティアは満足していない。人数・仕事にゆとりがありすぎる、仕事内容のマンネリ化、美術館職員やミュージズスタッフとの挨拶や平素の会話が不足しているとの意見が多かった。

### ⑥ 友の会会員アンケート

どの会員種別においても高い満足度を示しているといえる。しかし、「研修旅行の内容・回数」、「エスタでの割引」に関しては、4分の1から3分の1の会員が不満と感じている。その理由としては前者では、研修旅行の予定発表が遅い、値段が高い、曜日設定が良くないなどがあった。後者では、本人のみの割引では使いにくい、同伴者も割り引いてほしいという理由が多かった。

⑦ HP利用者アンケート

回答者の男女比は展覧会とほぼ共通の比率になっている。「情報内容」に関する満足度は約7割と高いが、「たいへん満足」11.5%、「ほぼ満足」58.1%、「ふつう」29.1%と言うことで、実質的には「普通よりやや満足」というあたりに重心がある。「デザイン」、「見やすさ」については情報内容よりもやや高い評価が寄せられた。

⑧ 図書閲覧室利用者アンケート

展覧会では、男女比が4:6程度であるのに対して、図書閲覧室では5:5となっている。また、20歳代の利用者が18.9%と展覧会の約2倍の数値が出ている。利用目的(複数回答)では、「(展覧会で紹介されていた作品や作家)以外に関して、美術について調べるため」、「のんびりと図書や雑誌を読むため」のように、展覧会の内容とは直接関係のない目的での利用や一般的な読書といった目的が30%を超えている。次回来館時の再利用では、72.4%(「ミュージアム・ナビ」の満足度)が「はい」または「どちらか」と「はい」と回答している。

⑨ 来館しない人に対するアンケート

未実施。

## 6 平成17年度に開催した各展覧会の自己評価

(専門家のレビューやアンケート結果を踏まえて)

- ①『アルタイの至宝』展
- ②『文人の夢・田能村竹田の世界』展
- ③『誘惑の光景』展
- ④『花鳥風月』展

## 展覧会評価表

### 『アルタイの至宝』展

- 1 開催期間 平成17年7月26日 ～ 平成17年9月4日（会期：36日間）
- 2 企画 巡回企画
- 3 開催形態 静岡新聞社・SBS静岡放送との実行委員会方式
- 4 巡回先 福岡市博物館 4月13日～5月22日  
仙台市博物館 6月10日～7月18日  
福井市美術館 9月10日～10月16日
- 5 展覧会の開催目的
  - (1)例年好評を博している文明展シリーズの一環として、未紹介の異文化に接していただく。
  - (2)「ミイラ」「マンモス骨格」といった興味深い資料の展示を通じて、新規来館者の誘引につとめる。
- 6 アンケートから見た特徴
  - (1)観覧者属性
    - ・ 来館回数「はじめて」(16.8%)「2回目」(13.9%)と、比較的来館回数の少ない層の誘引には成功している。一方、「20回目以上」というリピーター層の割合も15.9%と低からぬ数値を示している。
  - (2)来館者の反応
    - ・ 満足度は高いが、来館回数の少ない層が多いため安心はできない。
    - ・ 例年の文明展同様、内容よりも施設や他の来館者、スタッフ対応等についての苦情が目につく。
- 7 研究活動評価委員会からの意見(要約)  
本展についてはなし
- 8 評価
  - (1)目標の達成度と課題
    - ・ 国外初出品のミイラをはじめ、展覧会の趣旨を伝えるための資料として良いものがあつめられた。
    - ・ マンモスのエントランス展示などは好評で、記念写真を撮る家族づれの姿が多くみられた。一般の美術ファン以外にも喜んでいただけたと思う。
    - ・ 2度の講演会はいずれも好評であり、「歴史ファン」を引きつけることはできた。今後は、彼らを引き続きつなぎ止めていく工夫が求められる。
    - ・ アルタイという地域がよく知られていないこともあり、広報面で難しいところがあった。今後は、そういったハードルを越える方法の創出が求められる。
  - (2)その他、成果・課題
    - ・ 学芸、総務、静岡新聞の地元三者による打合せを積極的に行い、意思の疎通を図った。物販や展示について活発なアイデア交換が行われ、展覧会に良い影響を与えた。
  - (3)課題の解決・改善のための提案
    - ・ 企画への早期参加につとめる  
→文明展については、企画者の案をたたき台にして開催各館の事情にあわせ、内容面において積極的に注文をつけていく必要がある。展覧会開催を何年も前から決定することが実際には難しいことなどのハードルもあるが、この点は重要であろう。
    - ・ 展覧会名称、キャッチコピーの熟慮をはじめとする「売り方の工夫」。今回は関係各所の意見を吸い上げる事ができたが、県内に「アルタイブーム」を巻き起こすほどのブレイクスルーはなかったのも事実。煽情的な情報の乱れ飛ぶ現代社会では「良いものを作っていれば誰かが認めてくれる」という超然主義は成り立たない。今後も、この点については力を注いでいく必要がある。

9 展覧会アンケートの集計結果

別添資料参照

10 入場者の状況

- (1) 目標 60,000 人  
 (2) 実績 48,276 人 … X  
 (3) 実績／目標 80.5 %  
 (4) 内訳

区 分		人数(人)	割合
有 料	大学・一般	28,210	58.4%
	小・中・高	6,108	12.7%
	前売	1,432	3.0%
	小計	35,750	74.1%
無 料	70歳以上	6,256	13.0%
	招待者	6,270	13.0%
	小計	12,526	25.9%
合 計		48,276	100.0%

11 決算

(1) 収入

科 目	見込み A	実績 B	利益 B-A	割合 B/A
	千円	千円	千円	%
特別展共催収入 (観覧料) (物販)	20,850	17,088 516	▲ 3,762 516	82.0 皆増
合 計	20,850	17,604	▲ 3,246	84.4

(2) 支出

科 目	見込み C	実績 D	不用残 C-D	割合 D/C
	千円	千円	千円	%
支出額	16,000	13,704	2,296	85.7

(3) 分析

ア 収入－支出 (B－D)	3,900 千円
イ 収支バランス(B/D)	128.5 %
ウ 入場者1人当りの経費 (D/X)	284 円

12 収蔵品の活用

	当館収蔵品	/	出品延点数
=	0	/	238
=	0	%	

## 展覧会評価表

### 『文人の夢・田能村竹田の世界』展

- 1 開催期間 平成17年9月30日 ～ 平成17年11月6日（会期：33日間）
- 2 企画 大分市美術館との共同企画
- 3 開催形態 単独開催
- 4 巡回先 なし
- 5 展覧会の開催目的
  - (1)江戸時代の代表的な文人画家、田能村竹田の質の高い作品を鑑賞できる場を提供（重要文化財23件）
  - (2)九州・大分の富春館コレクションを東日本で初公開
  - (3)静岡県立美術館が他館と初めて行なう所蔵品交換展の試み
- 6 アンケートから見た特徴
  - (1) 観覧者属性
    - ・ 女性53.7%、男性46.3%でほぼ均衡（通常、女性の占める割合がもっと高い）
    - ・ 5～60代計＝45.2%が多いが、40代以下の計36.6%に上り、文人画＝高齢者に偏るという予想とは反した結果になった。
    - ・ 20回以上来館のハードリピーター28.5%が最も多い一方で、初めての方も16.9%を占め、新たな来館者を呼んでいることが分かる。
  - (2) 来館者の反応  
肯定的な反応（はい）が、興味・関心を引いた77.9%、観覧料に見合う75.3%、心地よさ86.9%、総合満足度60%と、否定的な反応の1ケタ%を大きく上回った。なお、今回の展覧会のテーマのひとつは「魅力的な風景表現」でもあったのだが、当館が「風景の美術館」であることを認識されているかの問いに、いいえ＝67.2%、はい＝32.8%であったことが特記される。
- 7 研究活動評価委員からの意見(要約)
  - ・ 学芸員の日ごろの情報収集、近世絵画史全体への目配りやネットワークの賜物たる企画であり、近世絵画史上重要な位置を占める竹田を改めて見直す待望の展覧会といえる。
  - ・ 大分市美術館所蔵品は竹田を知る上で格好のものであり、それを収蔵品の交換展として実現したのは意義深い。館同士の研究交流で生まれた企画展として地味ながら秀逸なものである。
- 8 評価
  - (1) 目的の達成度と課題  
観覧者の自由記述項目の内容をみると、「癒し」「安らぎ」「なごみ」という言葉がつつぎと登場し、展覧会広報で「書画に理想郷をたずね、日々の疲れを癒しませんか。」というキャッチフレーズに呼応した感じ方をしていただけのもとの受け取れる。  
また、アンケートの範囲だけでも、大阪府、京都府、新潟県、千葉県、埼玉県、東京都など、県外の遠方から、この展覧会を目指して来られた方々が、とても多いことがうかがえる。目標の「東日本で初公開」という点に対する、積極的な反応として受けとめていこう。  
質的には十分な内容の展覧会であったが、観覧者目標の1万2千人には遠く及ばなかった。効果的な広報等、再点検しなければならない。  
ただ、他県の日本画系学芸員経験者から、「大事な分野であることは分かっているが、文人画の展覧会は多くは集まらない。5千人を超えることも難しいだろう。その点では、健闘したといっていい」という言葉があったことを付記しておく。
  - (2) その他、成果・課題  
この種、所蔵品交換展は、「他館の作品を当地でみていただく」だけでなく、「当館の作品を他の地でより広く見ていただき検証していただける」という利点をもつ。竹田展は、完全な交換展としては、当館初のスタイルの展覧会になった。  
公立館同志が協力しあって実施する展覧会のひとつの姿をしめすものであった。そのノウハウを実践を通して獲得できたことは、確かな収穫であった。（別紙、日経新聞記事参照）  
今後、交換展を企画する場合には、双方のコレクションの均衡と両館担当者同志の十分な理解がまず求められるだろう。

(3) 課題の解決・改善のための提案

この種、自主企画の手作り展の場合、担当学芸員は展覧会自体の成立に向けての部分にかなり時間を費やすことになる。実際、広報面等には、充分手が回らなかった部分もあった。ひるがって、展覧会本体以外のことに時間を費やせば費やすほど、本体部分(作品の展示そのもの解説等)がおろそかになり、展示内容の充実が図りづらくなっていく。展覧会は担当者だけではなく、館全体の問題であることはいままでもない。展覧会の形式(自主企画か買取展か)や実施態勢(単独主催かマスコミ共催か)に応じて、広報体制の仕組みや強化策等を変化させていく必要があり、次年度以降については、その点への配慮が求められる。

なお、静岡一大分間の所蔵品交換展であったが、その会期が連続していたことから、図録製作などかなり厳しい日程となった。今後、このような交換展を行なう場合は、年度を分けるか、両館の会期の間を連続でなく、少なくとも1か月半(展覧会1本分)あけて、行なうようにした方がよい。

9 展覧会アンケートの集計結果

別添資料参照

10 入場者の状況

- (1) 目標 12,000 人
- (2) 実績 7,173 人 … X
- (3) 実績/目標 59.8 %
- (4) 内 訳

	区 分	人数(人)	割合
有 料	大学・一般	3,266	45.5%
	小・中・高	271	3.8%
	前売	139	1.9%
	小計	3,676	51.2%
無 料	70歳以上	1,544	21.5%
	招待者	1,953	27.2%
	小計	3,497	48.8%
合 計		7,173	100.0%

→うち468人(7%)は障害者等

11 決算

(1) 収 入

科目	見込み A	実績 B	利益 B-A	割合 B/A
	千円	千円	千円	%
観覧料収入	6,744	3,011	▲ 3,733	44.6
図録売上収入		629	629	皆増
地域創造助成金	3,100	3,300	200	106.5
合計	9,844	6,940	▲ 2,904	70.5

(2) 支 出

科目	見込み C	実績 D	不用残 C-D	割合 D/C
	千円	千円	千円	%
支出額	11,800	10,094	1,706	85.5

但し、職員人件費を除く

(3) 分 析

- ア 収入-支出 (B-D) ▲ 3,154 千円
- イ 収支バランス(B/D) 68.8 %
- ウ 入場者1人当りの経費 (D/X) 1,407 円

12 収蔵品の活用

	当館収蔵品	/	出品延点数	
=	0	/	64	※所蔵品交換展である点では、まさに100%
=	0	%		



## 展覧会評価表

### 『誘惑の光景』展

- 1 開催期間 平成17年11月12日 ～ 平成17年12月18日（会期:32日間）
- 2 企画 自主企画
- 3 開催形態 単独開催
- 4 巡回先 なし
- 5 展覧会の開催目的
  - (1)今年度唯一の西洋美術の企画展を提供(人間の「欲望への誘惑」をキーワードに、文学と芸術とが一体となった版画展)。
  - (2)当館の収蔵品の普及。充実した西洋版画コレクションを核に企画・構成。
- 6 アンケート結果から見る特徴
  - (1)観覧者属性
    - ・ 来館回数は、「初めて」(21.3%)と「20回目以上」(21.7%)がほぼ同じ数値。新規来館者の開拓に成功している。
    - ・ マスコミのつかない単館開催形式だったため、来館理由は「ポスター」(23.4%)と「誘われて」(24.6%)が最も多く、また「市内」からの来館者が全入場者のほぼ半分を占めた(44.1%)。
  - (2)来館者の反応
    - ・ 興味・関心を引いた75.8%、観覧料に見合う80.3%、心地よさ84.1%、スタッフの対応75.8%という数値は、非常に肯定的な反応を示している。その一方で総合満足度は51.4%であり、展覧会をより充実させると同時に、それ以外に課題があることを示している。
    - ・ 「風景の美術館」の認知度は低い(25.0%)。
- 7 研究活動評価委員からの意見(要約)
  - ・ 19世紀的な芸術のあり方の一つ(文学と絵画の共通性)を再考させる点で興味深い。この点はカタログにも生かされている。地味ではあるが、啓蒙的かつ丁寧でわかりやすい展示であり、鑑賞者に満足感を与えたと思われる。今後も「文学と絵画」というテーマを拡大深化させることが課題。
  - ・ 企画性の高い充実した展覧会である。挿絵芸術の面白さを十分楽しめ、かつ「誘惑」という切り口で、現代にも通じるような側面を見せた。
- 8 評価
  - (1)目的の達成度と課題
    - ・ 質、ヴォリュームともに、展覧会の内容の充実度は目的を達成したと思われる。このことはアンケートからもうかがえる。しかし、版画の展覧会だったため、「おとなしい」「単調」という意見もあった。
    - ・ 他の展覧会よりも外国人の姿が多く見られたことも特徴の一つである。外国人は通常日本美術に関心を示すものと思いがちだが、そうした先入観が覆された。
  - (2)その他、成果・課題
    - ・ ロダン館でのミュージアム・コンサート、山本容子氏の特別講演会は、何れも大盛況であった。これらは企画展に結びつけた内容のイベントであったため、展覧会理解の大きい一助になったと思われる。
    - ・ 学芸員が行なうイベントも、「親子探検ツアー」、「フロア・レクチャー・プラス」など新規のものを導入。好評であったため、今後の継続が不可欠である。
    - ・ 内容の質的充実とその普及に努力したものの、入場者数は目標の1万人には遠く及ばなかった。

(3)課題の解決・改善のための提案

・マスコミの協力とつりつけ

館単独の手法と努力では、「入場者の確保」には限りがある。早期にマスコミの協力をとつりつけ、広報面でのバックアップ体制を獲得することが不可欠である。

9 展覧会アンケートの集計結果

別添資料参照

10 入場者の状況

(1) 目標 10,000 人

(2) 実績 5,460 人 … X

(3) 実績/目標 54.6 %

(4) 内訳

	区 分	人数(人)	割合
有 料	大学・一般	2,845	52.1%
	小・中・高	365	6.7%
	前売	112	2.1%
	小計	3,322	60.8%
無 料	70歳以上	823	15.1%
	招待者	1,315	24.1%
	小計	2,138	39.2%
合 計		5,460	100.0%

11 決算

(1) 収入

科目	見込み A	実績 B	利益 B-A	割合 B/A
	千円	千円	千円	%
観覧料収入	3,670	1,729	▲ 1,941	47.1
寄附金	0	0	0	0.0
芸文基金助成金	0	0	0	0.0
合計	3,670	1,729	▲ 1,941	47.1

(2) 支出

科目	見込み C	実績 D	不用残 C-D	割合 D/C
	千円	千円	千円	%
支出額	7,000	8,737	▲ 1,737	124.8

但し、職員人件費を除く

(3) 分析

ア 収入－支出 (B-D)	▲ 7,008 千円
イ 収支バランス(B/D)	19.8 %
ウ 入場者1人当りの経費 (D/X)	1,600 円

12 収蔵品の活用

	当館収蔵品	/	出品延点数
=	42	/	148
=	28.4%	%	

## 展覧会評価表

### 『花鳥風月』展

- 1 開催期間 平成17年12月23日 ～ 平成18年2月12日（会期：40日間）
- 2 企画 自主企画
- 3 開催形態 単独開催
- 4 巡回先 なし
- 5 展覧会の開催目的
  - (1)所蔵作品・寄託作品を活用して、鑑賞満足度の高い展示を行う。
  - (2)「屏風絵」「花鳥風月」をテーマとして、和の魅力を再認識する機会を提供する。
- 6 アンケート結果から見る特徴
  - (1)観覧者属性
    - ・ 来館回数20回以上が26.2%、来館のきっかけとして「いつも来ている」が19.5%と、ともども高い数値を示しており、当館のハードリピーターにアピールできる内容であったことがうかがえる。一方で初めて来館した人も16.6%を占め、新規来館者も獲得している。
  - (2)来館者の反応
    - ・ 「興味や関心を持ったか」、「観覧料に見合う内容であったか」という設問に対し、「はい」と答えた人の割合が他展に比して目立って高い(55.1%、65.9%)。また心地よく観覧できたとする人の割合も高く、これらが66.6%という総合満足度の高さにつながったものと思われる。
    - ・ 自由回答欄では日本画の展示に対する要望が多く見られたが、本展覧会はこの期待に応えられる内容であったと思われる。
- 7 研究活動評価委員からの意見(要約)  
実施せず
- 8 評価
  - (1)目的の達成度と課題
    - ・ 収蔵品・寄託品を活用しての展覧会であったため、比較的リーズナブル(一般500円)に質の高い作品をご覧いただくことができた。また、特別出品作を除きほぼすべてが屏風絵の展示であったこと、「吉祥」「富士」「花鳥」などといった明快さと季節感を備えた「和」のテーマで全体を構成したこと、などにより、安心感と落ち着きのある展示空間を演出できた。これらのことが、観覧料への満足や興味・関心の誘発、心地よい鑑賞体験につながり、総合満足度を押し上げる結果となったのではないかと。
    - ・ 収蔵品・寄託品を活用して、観覧者にとって魅力的な展覧会を成立させ得ることが改めて確認され、観覧者数・満足度ともに高い数値を示し、予想を上回る成果を得た。
    - ・ これらのことから、当初の目的はある程度達成できたものと考えられる。
    - ・ 観覧者数は、目標値10,000人に対し13,941人と大きく上回った。
  - (2)その他、成果・課題
    - ・ 収蔵品・寄託品を生かした展覧会であり、図録作成も無かったため、展覧会本体の成立に関しては比較的余力をもってあてられた。これを生かして、会期中イベントの充実など展覧会にからめた多様な展開をより一層試みてもよかった。

(3)課題の解決・改善のための提案

- ・低予算でまとめあげられた展覧会であったが、当館のコアなファン層にとって魅力的な内容であり、実際の来館にも結びついた。この意味では、若年層を中心とした未来館者層の獲得などにも、予算・労力を投入していく余地があったものと考えられる。当館の強みを確保しながら弱点を補強していく可能性を持った展覧会であり、今後おおいに参考になりうるのではない。
- ・他展にも言えることだが、早期に展覧会の目的を明確化し、全館的に美術館活動の充実に向けて取組む体制を整えるべき。たとえば本展の場合、(2)で既述したことから美術館への基本的な不満～他の来館者の鑑賞態度、駐車場の利便性などへの対策について実験をするチャンスであったかもしれない。

9 展覧会アンケートの集計結果  
別添資料参照

10 入場者の状況

- (1) 目標  
 (2) 実績 10,000 人  
 (3) 実績/目標 13,941 人 … X  
 (4) 内訳 139.4 %

	区 分	人数(人)	割合
有 料	大学・一般	5,340	38.3%
	小・中・高	5,430	38.9%
	前売	—	—
	小計	10,770	77.3%
無 料	70歳以上	1,483	10.6%
	招待者	1,688	12.1%
	小計	3,171	22.7%
合 計		13,941	100.0%

11 決算

(1) 収入

科目	見込み A	実績 B	利益 B-A	割合 B/A
	千円	千円	千円	%
観覧料収入	4,081	5,443	1,362	133.4
寄附金	0	1,574	1,574	皆増
芸文基金助成金	1,500	500	▲ 1,000	33.3
合計	5,581	7,517	1,936	134.7

(2) 支出

科目	見込み C	実績 D	不用残 C-D	割合 D/C
	千円	千円	千円	%
支出額	6,800	6,535	265	96.1

但し、職員人件費を除く

(3) 分析

ア 収入ー支出 (B-D)	982 千円
イ 収支バランス(B/D)	115.0 %
ウ 入場者1人当りの経費 (D/X)	469 円

12 収蔵品の活用

	当館収蔵品	/	出品延点数
=	42	/	57
=	73.7	%	

## 7 18年度に重点的に取り組むべき課題

### ① 評価システムの運用

- ・ 評価システムを円滑に推進する体制を確立する。

### ② 経営改革

- 美術館経営についての研究をさらに深める。

### ③ 展覧会

- ・ 企画展の内容やその魅力をより分かりやすく伝える。
- ・ 企画展については、企画段階から開催方針や開催目的、観覧対象等を明確にするとともに、事後点検等を実施し以後の改善につなげる。
- ・ 未来館者へのアプローチ対策と小中高生等の観覧者増加対策を推進する。

### ④ 広報関係

- ・ 20周年記念事業の推進を通して県立美術館の認知度を高めるとともに、来館者の満足度をより一層高める。
- ・ 「風景の美術館」と「ロダン美術館」を内外に情報発信し認知度を高める。
- ・ 戦略広報計画を策定し、より効果的な広報を推進する。

### ⑤ 地域連携

- ・ 地域連携をより一層深める。  
(地域住民、友の会、ボランティア、企業、大学等との連携をより一層深めること。)