

平成 20 年度
静岡県立美術館自己評価報告書
(一次評価)

静岡県立美術館

目 次

はじめに	3
・ 自己評価システム全体図	4
第1章 館長の自己評価	
1 平成20年度事業評価結果（総括要旨）	6
2 館長公約に対する自己評価	7
第2章 達成目標等に対する評価	
1 館長公約Aの達成状況	9
2 館長公約Bの達成状況	17
3 館長公約Cの達成状況	19
4 館長公約Dの達成状況	21
第3章 評価指標等の状況	
1 評価指標（定量的指標）	23
2 評価指標（定性的指標）	25
3 展覧会に関する自己点検評価表	29
4 アンケート調査結果のまとめ	31
5 「美術館カルテ」の状況	33
第4章 今後の取組方針	
1 達成目標	37
2 平成21年度取組方針	39
3 平成21年度アクションプラン	40

<別添>

「平成20年度静岡県立美術館評価業務報告書」（(財)静岡総合研究機構）

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。

この度、この新たな自己評価システムに基づき、平成20年度の取組に関する自己評価結果を報告書にとりまとめたので公表する。

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、最終章では、これらの自己評価結果を踏まえた平成21年度以降の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ある。

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

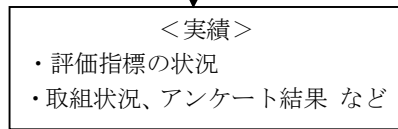
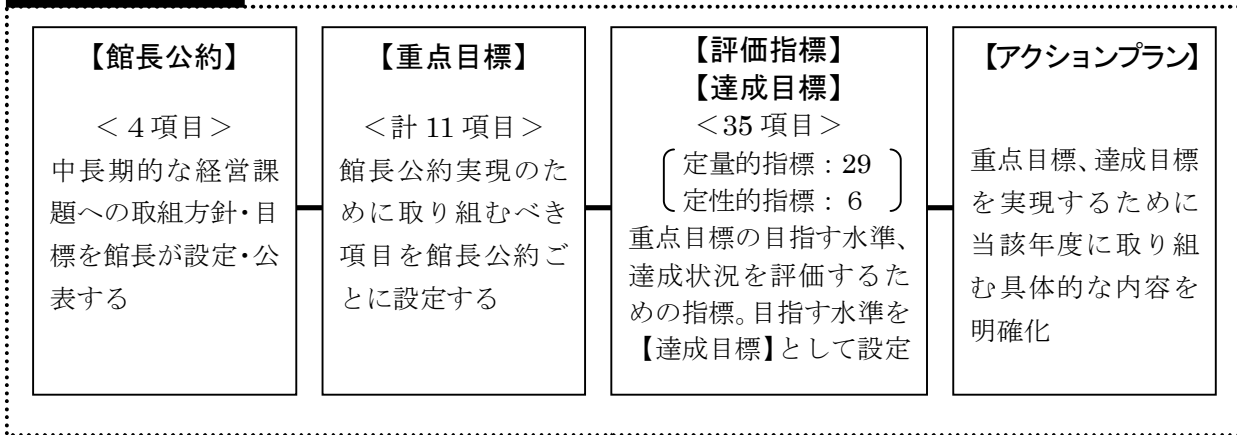
静岡県立美術館は、創造的で多様性に富んだ社会を実現していくために存在します。そのために、コレクションを基盤として人々が美術と出会い新たな価値を見出す体験の場をより多く提供するとともに、地域をパートナーと考える経営を行い、日本の新しい公立美術館となります



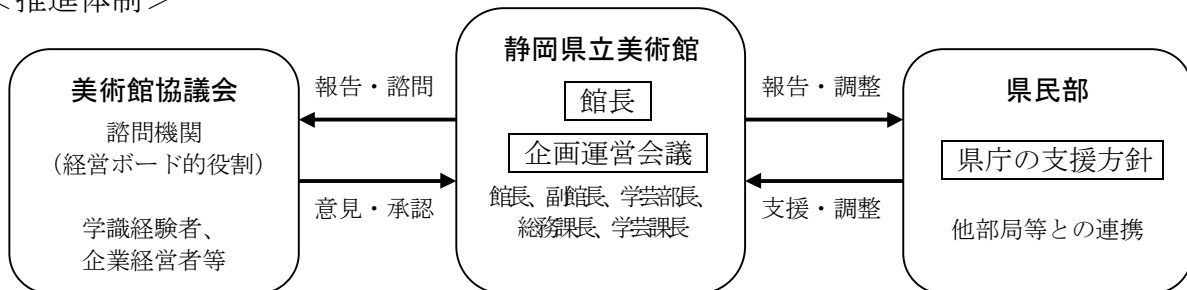
< 自己評価の流れ >

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20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20年度の館を取り巻く状況とそれに対する館の取組状況を全体として総括し、次に、平成20年度に重点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20年度事業評価結果（総括要旨）

平成21年度の富士山静岡空港の開港に向けて、本県では観光客誘致のための様々な取組を行っている。県立美術館においても、広報・PRを推進するべく「風景とロダンの静岡県立美術館」のロゴを考案したのに加えて、外国人観光客の増加を見込んで、館内に外国語案内板を設置、パンフレットを作成するなどの対応を行った。

こうした状況の中で、平成20年度は、以下に示す通り、4つの館長公約を掲げ、重点的に事業に取り組んだところである。

全体的な成果として、美術館利用者数が、目標の380,000人を超え、389,194人に達したことが挙げられる。また展覧会の来館者数(企画展等)及び収蔵品展、ロダン館の観覧者数も概ね目標を達成した。

個別にみると、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】については、「風景ルル」展は当館学芸員による自主企画展であり、また「シャガール展」、「十二の旅」展、「朝鮮王朝の絵画と日本」展についても、学芸員が企画及び図録執筆等に参画したことで、重点目標である「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」に貢献することができた。また、来館者数の点では、「シャガール展」、「国宝 鑑真和上展」、「風景ルル」展は、目標数値に達しなかったが、「十二の旅」展は目標を達成し、また「朝鮮王朝の絵画と日本」展については、マスコミの積極的な広報が功を奏し、大きく目標を達成することができた。

つぎに館長公約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】については、当館の教育普及活動が広く認知されるようになり、学校との連携の機会が増加したとともに、これまでの実技系プログラムだけではなく、鑑賞系プログラム、多様な講演会等の実施により、鑑賞教育の充実を図ることができた。また、谷田サミットを通じた地区文化機関の連携が定着し、展覧会開催や講演会運営等、具体的な成果に結びついた。

館長公約C【戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます】については、ホームページをリニューアルすることで活用を促進し、また展覧会ごとにターゲットを絞り込んで効果的な広報を実施したが、館全体としての広報戦略の策定に取り組むことができず、課題を残した。

最後に館長公約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】については、ミュージアムショップの1階から2階への移転、カフェの新設等により、利用者のアメニティの向上を図ったことで、美術館全体の利用者数増加に繋げることができた。また、平成21年度に展示室の改修を実施するべく、その検討及び準備を行った。

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】

- ・ 展覧会の来館者数は190,669人であり、目標値191,000人を概ね達成することができた。
- ・ 「風景ルルル」展、「シャガール展」、「十二の旅」展、「朝鮮王朝の絵画と日本」展など、学芸員の日頃の調査・研究をふまえた自主企画及び企画参加型展覧会を積極的に開催したことで、来館者から新鮮で独自性のある内容が評価された。
- ・ 収蔵品展の観覧者数は、目標を達成した。また、収蔵品の購入予算は、依然厳しい状況にあるが、寄贈による収蔵品が増加したことは大きな成果である。
- ・ 静岡大学人文学部との連携による当館所蔵歴史資料活用グループが発足し、当館所蔵の古文書の研究を始めた。
- ・ インターンシップを受け入れることで、展覧会運営、教育普及活動等、事業の充実を図ることができた。

(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】

- ・ 鑑賞教育の充実を図るため、各展覧会及び教育普及活動で積極的に多様な講演会、フロアレクチャー等を実施した。
- ・ 教育普及活動が、広く認知されるようになり、学校との連携の機会が増加した。実技系プログラムだけでなく、鑑賞系プログラムも活用されるようになり、充実してきている。
- ・ 「国宝鑑真和上展」での子供向けパンフレット作成及び県教育委員会との連携によって当館への誘導を促進したことで、県庁が推進する「ひとり一改革運動」〈県民サービス賞〉を受賞した。
- ・ 「風景ルルル」展に併せて、他の文化機関と連携したイベントを実施することで、地域住民や他機関との協力関係及び今後の持続的・発展的な連携に端緒を開いた。
- ・ 県立美術館ボランティア・草薙ツアーグループによる美術館周辺散策ツアーや彫刻プロムナード茶畑の茶摘み会など、「地域と美術館を結ぶ」活動が成果を挙げた。
- ・ ボランティアが自主的な組織運営を行うための組織作りや活動指針等を策定したが、抜本的な組織改革には至らず、課題を残した。
- ・ 谷田サミットを通じた地区文化機関の連携が定着し、当館県民ギャラリーを会場とした「徳川家康と静岡展」開催や講演会運営等、具体的な成果に結びついた。

(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】

- ・ 富士山静岡空港の開港に向けて、ロダン館及び当館の魅力を発信するための様々な工夫を行った。
- ・ ホームページをリニューアルすることで活用を促進し、また展覧会ごとにターゲットを絞り込んで効果的な広報を実施した。

- ・ 企画展観覧者をロダン館に誘引し、またロダン館でのイベントを実施したことで、ロダン館の入館者数は、目標を達成することができた。

(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】

- ・ ミュージアムショップの1階から2階への移転、カフェの新設、トイレの改修、外国語案内版の設置により、利用者のアメニティの向上を図った。
- ・ 平成21年度に展示室の改修を実施するべく、その検討及び準備を行った。

第2章 達成目標等に対する評価

第2章では、平成20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

(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		H17	H18	H19	H20目標	H20実績
1	展覧会の来館者数(人)	129,768	222,608	184,535	191,000	190,669
2	自主企画・企画参加型展覧会の回数(回)	6	4	3	4	4
3	作品やテーマに興味を持った人の割合(%)	-	86.8	87.5	88.0	86.0
4	展覧会における新規来館者の割合(%)	17.2	22.7	19.7	20.0	17.3

(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>【風景ルルル】 <自主企画展> 個性的な作家の風景というコンセプトによる集合のようにみえ、展覧会から確固としたものが見えてこないという傾きはまぬがれないが、これは8人の作家が多様多彩の眼差しをもっているということであり、現在の美術状況でもある。 映像によるアルフレッドの作品を入れたのは、世界性、グローバルゼーションを意味するのであろう。空間が小さく区切られて、開放感がないために息苦しく感じた。 (金原委員)</p> <p>個々の作家の特性についてはよく把握しているように思われるが、コンテンポラリー・アート展であるから、批評的観点がもう少し明確に出ていれば、と感じた。 (潮江委員)</p>
	<p>【シャガール展 色彩の詩人】 <企画参加型展> 展示品の数も多く、全体として充実度の高い展覧会として、日本全国で数多く催される展覧会の中でも注目されるべき品質のものと思う。 (坂本委員)</p> <p>展覧会としては、十分な及第点なのだが、敢えて言えば、人気画家の展覧会独特の難</p>

しさを感させた展覧会であった。たとえば、「色彩の詩人」という副題が付くと、そこでシャガールをどう見てもらいたいかが見えてしまう、という難しさを感じた。これは、シャガールにふさわしい呼称だが、このロマンチックな言葉に画家を重ね合わせてイメージして終わるシャガールの見方へとどうしても導かれる部分があり、いくら独自の作品選定、構成を行ってもいつものシャガール展になり、そして人を呼べて、結果としてよかったということになってしまう。そうではなく、意図的にその副題が決められたのなら、なぜ、彼の「色彩表現」にこだわり、彼自身の様式の変化に気づかせるような展示にならなかったのだろうか。ことに後期作品の選定基準の弱さは、全体に対して傷にもなっていた。

(潮江委員)

【十二の旅 ～感性と経験のイギリス美術～】 <企画参加型展>

複数の美術館の連携の下、切り口を共有して、イギリスという一つの文化の諸相を感性と経験という側面から感じさせようとする展示であった。その点には創意が感じられる。その一方で、どうしても押し付け的な危うさも伴う面が無きにしも非ずだと思う。出品作についても、インパクトが多少不足していた。

(潮江委員)

本展は、特定の分野あるいは個々の作家を除いては、日本ではあまり紹介されることのないイギリス美術を、異なる切り口で紹介しようとする意欲的な試みであった。4館による共同企画として、各館の所蔵品を合わせて構成することで、出品作品に関する調査研究の精度を高め、かつ学芸員間の議論によって研究交流を図ろうとしてことも高く評価される。出品作品はそれぞれ質の高いものであった。

しかし、図録の巻頭の文章で述べられている「旅」そして「日本におけるイギリス美術コレクション」という本展の趣旨が、作品を通して力強く伝わってきたかと言えば、疑問が残る。「『日本から見た歪んだイギリス美術像』にあるアドヴァンテージを見る」ためには、本展が開催館の所蔵作品で構成されていることを明示し、日本におけるイギリス美術コレクションの全容のなかで、本展がどのような位置にあるかを示していたら、よりわかり易かったのではないだろうか。

(山梨委員)

【朝鮮王朝の絵画と日本】 <企画参加型展>

展覧会として斬新なところが見られ、学問的な、これまでの研究を踏まえたすぐれた企画であり、巡回展としてのリスト（出品作品）など運営面でも共同企画が成果を上げたと考えている。展覧会の性格、作品保存の上から多数の作品の展示替は致し方ないところがあるけれど、巡回館として一番多くの作品を展示できたのは良かった。

(金原委員)

平成20年度開催のすべての展覧会の中で最も充実したものの1つではないか。

従来から個別的には指摘されてきた日本の絵師たちへの朝鮮絵画からの影響を、全体として見通した点は意義深い。しかもその指摘は十分な説得力を持つ。

(榊原委員)

(その他参考指標)

・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	○シャガール展 色彩の詩人	4/12～ 5/25 (39 日間)	50,000	45,568
	国宝 鑑真和上展	7/12～ 8/31 (44 日間)	80,000	73,639
	○十二の旅 感性と経験のイギリス美術	9/12～10/26 (39 日間)	8,000	9,262
	◎風景ルルル	11/ 3～12/21 (42 日間)	12,000	9,302
	○朝鮮王朝の絵画と日本	2/17～ 3/29 (36 日間)	15,000	22,807
第 19 回富嶽ビエンナーレ		1/ 2～ 1/28 (24 日間)	11,000	12,241
収蔵品展		年 間	15,000	17,850
合 計			191,000	190,669

◎は自主企画展、○は企画参加型展を示す。

・自主企画展・企画参加型展覧会の個別分析

(単位：%)

区 分		シャガール展	十二の旅	風景ルルル	朝鮮王朝
観覧者の性別	男 性	34.4	36.1	35.3	40.8
	女 性	65.6	63.9	64.7	59.2
小中生の割合※					
観覧者満足度		75.2	48.0	70.3	64.2
リピート観覧者		88.6	84.1	74.8	83.4
新規観覧者		11.4	15.9	25.2	16.6
新規観覧者満足度		71.4	71.8	76.9	66.7
作品やテーマに興味を持った人の割合		59.3	33.5	53.3	47.8
地域別観覧者数	中 部	64.9	68.3	58.5	52.3
	西 部	15.8	10.6	15.0	15.3
	東 部	16.4	15.4	10.9	16.4
	県 外	3.0	5.7	15.6	15.9

※平成 20 年度より、入場料金の改定を行ったため、「小中高生」の割合は、「小中生の割合」に変更した。

<分析と評価>

- ・ 展覧会総観覧者数は 190,669 人であり、目標値 191,000 人をほぼ達成することができた。
- ・ 「国宝 鑑真和上展」以外はすべて自主企画・企画参加型の展覧会であり、来館者から新鮮で独自性のある内容が評価されたものと考えられる。またマスコミとの効果的な連携も功を奏した。
- ・ 自主企画展「風景ルルル」展は、当館の収集方針である「風景」をテーマとした現代美術展であり、館の独自性と歴史を踏まえつつ、現代という時代性やその表現の特性を浮かび上がらせ、新たな視点を提示した。
- ・ 「風景ルルル」展会期中は収蔵品展において企画展出品作家と当館所蔵品とを組み合わせた展示を行い、収蔵品に関する新たな視点を提示することができた。

- ・ 「朝鮮王朝の絵画と日本」展は、学術的には意義深いですが一般にはあまりなじみのない内容だったにもかかわらず、22,807人（対目標152%）という観覧者数を記録した。内容の独自性とその魅力を伝える広報戦略が効果的に関連し、成果を挙げたものと考えられる。
- ・ 作品やテーマに興味を持った人の割合（86.0%）は目標（88.0%）をやや下回ったが、安定的に高水準を維持している。
- ・ 新規来館者の割合（17.3%）は、全体でやや目標値（20.0%）を下回ったが、「風景ルルル」展は25.2%と高い数値を示した。「シャガール展」で美術館の固定ファン層にアピールするとともに（リピート率88.6%と本年度最高値）、「風景ルルル」展においては、未・来館者の興味喚起にも成功した。

(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		H17	H18	H19	H20 目標	H20 実績
6	調査研究の発表件数（種類別）（回）	166	172	※10	10	14
7	内部セミナー・研究会・研修の回数（回）	11	11	12	12	12
8	大学等と連携した取組件数（件）	4	3	3	5	5
9	インターンシップの受入人数（人）	-	-	-	4	4

(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 小針由紀隆「1818-21 年のアシル=エトナ・ミシャロン—歴史的風景画家のアイデンティティはどのように形成されたのか?—」</p> <p>注目すべき領域を、できるだけよく調査し、紹介している。この美術館ならではの研究ともいえるだろう。日本の学会の欠点をおぎなうものとしてもよい論文だと思う。</p> <p style="text-align: right;">(坂本委員)</p> <p>手法的には地道で堅実な、成果としては具体性に富んだ示唆的な成果が見られる、研究であると言える。理論と制作実態の面での歴史的風景画の確立の過程を明らかにするとともに、その嚆矢としての役割を担ったミシャロンその人の意義についても、明らかにするという成果が挙げられている。</p> <p style="text-align: right;">(潮江委員)</p>
	<p>② 研究紀要 堀切正人「石田徹也の自画像について—《(無題7)》を中心に—」</p> <p>画家の夭折という事件と、その表現の特質から、主観的な思い入れはいくらでも可能なテーマでありうるところを、作品群と画家の手記とに可能な限り密着して、主観的な解釈を自制したことは、今後の諸研究の基礎になるよい論文だと思う。</p> <p style="text-align: right;">(坂本委員)</p> <p>本稿では、石田徹也の作品に、現代という時代を色濃く反映している性格を認めた稿者によって、アイデア帳やスケッチブックあるいは類例作品との比較、という美術史の方法を用いて、石田にとっての「自画像」の位置が掘り下げられている。現代美術の作品に対して印象批評的な文章が多く見られるなかで、実証性をもった論考となっている点を評価したい。評価の揺らぐ現代美術の作品に対し、時代を超えていく力を見出し、紹介していくことは美術館の大きな役割と考える。静岡県立美術館で以前に開催した石田徹也展の調査研究の蓄積の上に、寄贈された作品についての地道は調査を積み上げ、本稿が成り立っていることは明らかで、これを支えている美術館の基礎体力と稿者自身の意識と努力を評価したいと思う。</p> <p style="text-align: right;">(山梨委員)</p>
	<p>③ 研究紀要 森 充代「中村岳陵《牡鹿啼く》について—古典文学主題再生の試み—」</p> <p>川辺御楯門に入り、一年足らずで師と幽明を異にした岳陵が、光琳芸術を考究して琳派の遺法を換骨奪胎して自己の屏風《牡鹿啼く》に新機軸を打出した。これを具体的に解析して成功している。</p> <p>館の収蔵品、それも長らく県民に愛蔵されてきた作品であるので、私もこの作品への思いは一入で、「常磐なる松の緑も春来れば今一入の色増さりけり」と思ったことである。</p> <p style="text-align: right;">(金原委員)</p> <p>近代日本画と古典絵画との関連性を考察した点は、現在の学会の関心に応えるもので評価したい。</p> <p>個々の分析でも興味深い指摘が少なくない。「琳派風の強調は、作品のテーマを古典文学主題へと飛躍させる装置だったのではないか」との指摘もその1つ。しかし</p>

しそうならば、どうしてこの絵の季節が「深まりゆく秋」ではなく「清新なる春夏」なのか、単に「常識的な定型が作品の中で自己完結することを避けてあえて破調を持ち込む」ためだけであったのか。論文が作品の主題論であっただけに、もう少しこの点についての説明があってもよかったのではないか。また鹿の首と土坡を重ねた空間表現の関連性についても一考の余地があるように思う。この分析には、作品が折り畳むことのできる屏風に描かれていることが抜け落ちているのではないか。屏風に描かれていることを考慮すれば、この部分のすなわち鹿と空間表現の分析は異なったものになっていたかも知れない、とも思うのだが。

(榊原委員)

<分析と評価>

- ・ 研究紀要所載の3本うち2本が所蔵品について、1本が所蔵作家についての論文であり、所蔵品に関する調査研究の成果の公表を目的とする紀要刊行の主旨に沿うものである。
- ・ 「十二の旅」展、「朝鮮王朝の絵画と日本」展は、他館との連携・共同企画による巡回型自主企画展であり、ともに来館者数目標値を上回り、連携による企画力強化が成果を挙げた例といえる。
- ・ 静岡大学人文学部との連携による当館所蔵歴史資料活用グループが発足し、当館所蔵の古文書の研究を始めた。
- ・ 学芸員による月例研究会の他、客員講師を招いた研究会を実施。充実した内容であったが、年間1回の開催にとどまった点に課題を残した。
- ・ 初となるインターンの受け入れは、展覧会運営、教育普及プログラム開発等の活動において互いに有益であった。インターンの活力導入は新たな事業の試みを後押しするものともなる。今後は継続的な受け入れ態勢の整備が課題である。

(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		H17	H18	H19	H20目標	H20実績
11	収蔵品展の観覧者数(人)	16,864	13,265	18,196	15,000	17,850
12	収蔵品の公開件数(貸出し含む)(件)	668	557	465	500	446
13	作品購入件数・購入価格(件・千円)	11 40,834	4 6,388	2 29,896	3 12,757	3 12,757
14	作品寄贈件数・評価価格(件・千円)	3 5,300	10 46,200	23 26,435	10 10,000	47 69,625

(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	<p>(西洋画)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・町田市立国際版画美術館で開催された「ピラネージ版画展 2008」に、ピラネージその他の作品を61点貸し出した。これは、同展の総出品点数の約3分の1にあたる数である。また、この展覧会には当館の学芸員も企画者として参加しており、カタログその他で当館のコレクションの魅力を十分に伝達・普及する役割を担っている。 <p>(日本画)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「富士山」展(山梨県立美術館 6月7日～7月21日 11件)、「山水に遊ぶー江戸絵画の風景250年」展(府中市美術館 09年3月20日～5月10日 5件)へのまとまった出品は、収集方針の柱である山水・風景画コレクションの充実を示すものとなった。 ・県出身作家の回顧展である「中村岳陵展」(横須賀美術館 4月1日～5月11日)、「秋野不矩展」(京都国立近代美術館・浜松市秋野不矩美術館・神奈川県立近代美術館 4月8日～10月5日)にそれぞれ3件、6件を出品、展覧会に不可欠の重要作であるという、たつての依頼に応えたものであり、県ゆかり作家の代表作の所蔵は県立美術館として存在意義のひとつを示すものといえる。 ・「郷土の発見ー小杉楹邨と郷土史研究の曙」展(徳島県立博物館 4月22日～6月8日)への「小杉文庫」18件の出品。当館コレクションの特徴的な一群をなす小杉文庫の意義と重要性を示すものとなった。 <p>(日本洋画)</p> <p>ブリヂストン美術館でおよそ四半世紀ぶりに開催された岡鹿之助の回顧展(「岡鹿之助展」)に当館所蔵作《観測所》が出品された。本展覧会は岡の初期から最晩年までの画業から9つのテーマを選び出し構成した展覧会であった。当館出品作は「第5章 灯台」を構成する作品群のもっとも初期の作例として重要な位置を占めており、カタログにおいても、作者自身の言を引いた貝塚健氏の充実した解説が付された。</p> <p>(現代美術)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「モーリス・ルイス 秘密の色層」展(川村記念美術館 9月13日～11月30日)にモーリス・ルイス《ベス・アイン》を貸出。同展は日本では20年ぶりとなるルイス展で、国内にある「ヴェール」型作品を集結し、その異同を見られるまたとない機会であった。当館所蔵作品もその欠かせぬ一品として出展を請われた。 ・「石田徹也ー僕たちの自画像」展(練馬区立美術館 11月9日～12月28日)に石田徹也作品21点を貸出。石田徹也の東京での初めての大型追悼展であり、その中心的な作品群として当館所蔵作品は不可欠であった。 <p>(ロダン・彫刻)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当館を含む4館に巡回された「十二の旅」展に、ヘンリー・ムーアの《横たわる人体》を貸し出した。この展覧会は、公立美術館4館のコレクションを軸に、約1年間にわたって開催された。当館のムーア作品は小品ではあるものの、ロダン以外の彫刻コレクションを広く全国に周知する機会となったと思われる。

<分析と評価>

- ・ 収蔵品展の観覧者数は企画展のそれに左右される面が多く単独では評価しにくいですが、概ね目標を達成することができた。
- ・ 公開件数については、当館の展示スペースからは、ほぼ妥当な数値である。
- ・ このところ寄贈件数が増えている。既存コレクションに対する評価が高いことが要因ともなるので、引き続き作品の質を確保しつつ受け入れを進めていくべきであろう。
- ・ 当館収蔵品が貸出先の展覧会において、回顧展の重要作と位置づけられる等、安定した評価を受けている様子が伺われる。
- ・ 「十二の旅」展、「朝鮮王朝の絵画と日本」展は、当館収蔵品も活用した企画展であり、優れた作品の収蔵が企画展開催に結びついた好例といえる。

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

(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		H17	H18	H19	H20目標	H20実績
16	学校教育と連携した取組数 (件)	-	-	290	350	385
17	鑑賞系プログラム数 (件)	-	-	11	13	15
18	コレクションを活用したプログラム数 (件)	-	-	14	16	16

(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	<p>① 当館での教育普及事業が広く認知されるようになり、学校との連携の機会が増えた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ボランティアによるギャラリートークを実施し、鑑賞の手伝いをさせていただくプログラムを試験的に行った。 ・粘土WS、粘土あそび、絵の具WSを複数園・校で行い、希望される園・学校をできるだけ受け入れるようにした。 ・中学生を中心に職場体験学習を積極的に受け入れた。 <p>② 収蔵品に係る鑑賞系プログラムを核にしながら、企画展でも積極的に実施することができた。子供・親子向けの鑑賞系プログラムが充実してきた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小・中学生に対し、企画展ではできる限りセルフガイドを作成し、鑑賞の手助けを行った。 ・高校生ギャラリートーカー養成のためのプログラムを実施し、この年代への来館を促すようにした。 ・三世代にまたがる鑑賞プログラムを企画し、親子だけでなく、家族で楽しめる機会を設けた。

<分析と評価>

- ・ 粘土、絵の具などの実技系プログラムの活用だけでなく、鑑賞系プログラムの活用も行われるようになった。
- ・ 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。

(2) 講座・講演会等を充実します

(達成目標の実績)

評価指標		H17	H18	H19	H20 目標	H20 実績
20	講演会等の開催回数 (回)	283	214	211	210	240
21	学芸員のフロアレクチャー等の数(回)	31	16	17	20	58

<分析と評価>

- ・ 開催回数は目標を超えた。鑑賞教育の充実が目される中、各企画展や教育普及活動で積極的に講演会、フロアレクチャー等を実施した結果である。
- ・ 親子対象のものや、高校生と学芸員が一緒に行うもの、現代作家を交えて行うものなど、内容についても、バラエティに富むよう工夫した。

(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		H17	H18	H19	H20 目標	H20 実績
22	地域住民等と連携した取組数 (件)	2	2	2	3	10
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	90 5,500	101 4,054

(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>・ 久々の現代アート展となる「風景ルルル」展では、地域と連携したイベント実施・広報活動によって広範囲の波及効果を目指した。県立大学や静岡市文化振興財団との共同企画等、館内にとどまらない幅広い活動を行い、若年層を中心とした未・来館者層に県立美術館の活動をアピールすることができた。</p> <p style="text-align: right;">※p29 展覧会事業自己評価表 参照。</p> <p>・ 県立美術館ボランティア「草薙ツアーグループ」による美術館周辺散策ツアーや彫刻プロムナード茶畑の茶摘み会、茶会等が定着、地域住民を主体とする連携事業により、美術館と地域との距離を縮めることに繋がっている。</p> <p>・ 「シャガール展」において、静岡県舞台芸術センター (SPAC) と協力し、観劇チケットと展覧会観覧券を組み合わせた割引セット券を販売した。</p>

<分析と評価>

- ・ 谷田サミットを通じた谷田地区文化機関の連携が定着し、当館県民ギャラリーを会場とした「徳川家康と静岡展」(主催：静岡県立中央図書館、静岡県立美術館等)開催や講演会運営等、具体的な成果に結びついた。
- ・ 「風景ルルル」展に併せ、他の文化機関と連携したイベントを幅広く実施。地域住民や他機関との協力関係を新たに築ききっかけとなり、今後の持続的・発展的な連携に端緒を開いた。
- ・ 県立美術館ボランティア「草薙ツアーグループ」による「地域と美術館を結ぶ」活動が成果を挙げた。

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

(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		H17	H18	H19	H20目標	H20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(%)	71.5	69.7	67.9	70.0	69.8
25	ホームページへのアクセス件数(件)	103,500	155,400	164,500	170,000	164,000
26	ホームページの満足度(%)	69.6	77.8	70.0	70.0	74.3

<分析と評価>

- ・ 「入手しやすさ」についての数値は7割を挟んでほぼ一定。特別なブレイクスルー(テレビスポットが劇的に増えるなど)がない限り大きな改善は望めない。
- ・ ホームページへのアクセス件数も平成10年代後半の大きな伸びも収まり安定期に入った。ホームページ利用が若者やコンピュータに詳しい若年層のものだけではなくなくなった感があるので、広報媒体としての価値をより増してきたと考えられる。

(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		H17	H18	H19	H20目標	H20実績
28	取材の件数(件)	-	-	-	30	40

(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"> ・ 県内外にロダン館の存在と当館の魅力を広く発信するため、県立美術館の新しいロゴを作成し、美術館職員が名刺交換の際にロゴの説明をして広報活動している。 ・ 平成21年6月に開港する富士山静岡空港内観光情報エリア等に、アジアからの観光客に向けて、ロダン館の存在と当館の魅力をPRするために当館収蔵品レプリカを設置するべく準備に取り組んだ。 ・ 「朝鮮王朝の絵画と日本」展で、密接な交流を持つ韓国の観光情報等をビデオブースで紹介し観光ルート化に向けた試みを行った。

<分析と評価>

- ・ 美術館職員一人一人が広報マンとしての自覚をもち、名刺交換の際に緑に囲まれた美術館とロダン館を表した新しいロゴを説明することは、地味ではあるが、効果的な広報手法である。
- ・ 平成21年度早々に富士山静岡空港内観光情報エリア等に当館収蔵品レプリカが設置されることになった。
- ・ 観光ルート化にのせるには、様々な課題があるが、アジアからの観光客にアピールするきっかけとなる。

(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		H17	H18	H19	H20 目標	H20 実績
30	ロダン館の入館者数(人)	62,768	105,545	74,290	80,000	81,771

<分析と評価>

- ・ 今年度は目標者数を上回った。これは、企画展観覧者が収蔵品展・ロダン館でも鑑賞したことや、またロダン館でのイベント参加者が増加したことと関連していると思われる。

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

(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		H17	H18	H19	H20目標	H20実績
31	美術館利用者数（内訳）（人）	289,763	423,834	373,556	380,000	388,077
32	鑑賞環境に対する満足度（%）	89.6	84.6	87.1	90.0	87.4
33	レストラン・カフェ利用者の満足度（%）	63.2	57.1	61.7	70.0	54.5
34	ミュージアムショップ利用者の満足度（%）	89.3	77.1	76.9	80.0	80.6

(参考指標の状況)

・利用者数の内訳

(単位：人)

区 分	H20 目標	H20 実績
展覧会観覧者数	191,000	190,669
移動美術展	3,000	1,507
教育普及プログラム参加者数	30,000	36,664
ミュージアムコンサート入場者数	2,000	1,934
県民ギャラリー入場者数	70,000	75,238
講堂入場者数	8,000	11,804
レストラン利用者数	40,000	45,211
ミュージアムショップ利用者数	22,000	19,980
図書閲覧室利用者数	14,000	5,070
合 計	380,000	388,077

<分析と評価>

- ・ 展示室鑑賞後の余韻が残る中でグッズ等を購入できるよう、ミュージアムショップを1階から2階へ移設した。
- ・ レストランと住み分けを図り、気軽にくつろぐ場所を提供するため、カフェを新設した。
- ・ ユニバーサルデザインを推進するため、和式便器の洋式化と、洋式便器への温水暖房便座の設置を行った。
- ・ 富士山静岡空港開港により、海外からの観覧者の増加が見込まれるため、日本語、英語、韓国語及び中国語（簡体字）の標記を盛り込んだ案内板を作成、設置した。

(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		H17	H18	H19	H20 目標	H20 実績
35	来館者のアクセス満足度 (%)	※82.4 76.0	78.9 67.3	78.1 80.1	80.0	76.4 80.7

※ 実績の上段：公共交通機関で来所した方、下段：自家用車で来所した方

<分析と評価>

- ・ 自家用車での来館者の満足度は目標値を上回ったが、公共交通機関での来館者の満足度は目標を下回った。
- ・ 自家用車での来館者に対する対策としては、案内標識を見えにくくしている街路樹の剪定（市役所に依頼）を行った。
- ・ JR草薙駅、静鉄美術館前駅から歩いて来館する方の中には、坂を歩いて上るのが大変で、アクセスが悪いという印象を持たれる方がいると思われる。平成21年度は、電話でのアクセスの問い合わせ等に対して、最寄り駅から更にバスを利用するのが便利である旨をもっとPRするようにしたい。

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	H15実績	H16実績	H17実績	H18実績	H19実績	H20目標	H20実績
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	展覧会の来館者数(人)			129,768	222,608	184,535	191,000	190,669
2	自主企画・企画参加型展覧会の回数(回)			6	4	3	4	4
3	作品やテーマに興味を持った人の割合(%)			-	86.8	87.5	88.0	86.0
4	展覧会における新規来館者の割合(%)			17.2	22.7	19.7	20.0	17.3
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	10	14
7	内部セミナー・研究会・研修の回数(回)			11	11	12	12	12
8	大学等と連携した取組件数(件)			4	3	3	5	5
9	インターンシップの受入人数(人)			-	-	-	4	4
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	15,000	17,850
12	収蔵品の公開件数(貸出し含む)(件)			668	557	465	500	446
13	作品購入件数・購入価格(件・千円)			11 40,834	4 6,388	2 29,896	3 12,757	3 12,757
14	作品寄贈件数・評価価格(件・千円)			3 5,300	10 46,200	23 26,435	10 10,000	47 69,625
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								
16	学校教育と連携した取組数(件)			-	-	290	350	385
17	鑑賞系プログラム数(件)			-	-	11	13	15
18	コレクションを活用したプログラム数(件)			-	-	14	16	16

※ 平成19年度から対象を変更

	評価指標	H15実績	H16実績	H17実績	H18実績	H19実績	H20目標	H20実績
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	210	240
21	学芸員のフロアレクチャー等の数（回）			31	16	17	20	58
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	3	10
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	90 5,500	101 4,054
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								
25	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	70.0	69.8
26	ホームページへのアクセス件数（件）			103,500	155,400	164,500	170,000	164,000
27	ホームページの満足度（%）			69.6	77.8	70.0	70.0	74.3
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）			-	-	-	30	40
30 ロダン館の入館者数（人）								
30	ロダン館の入館者数（人）			62,768	105,545	74,290	80,000	81,771
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								
31	美術館利用者数（内訳）（人）			289,763	423,834	373,556	380,000	389,194
32	鑑賞環境に対する満足度（%）			89.6	84.6	87.1	90.0	87.4
33	レストラン・カフェ利用者の満足度（%）			63.2	57.1	61.7	70.0	54.5
34	ミュージアムショップ利用者の満足度（%）			89.3	77.1	76.9	80.0	80.6
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	80.0	76.4 80.7

※ 実績の上段：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）	
<table border="1" data-bbox="177 282 660 327"> <tr> <td data-bbox="177 282 660 327">シャガール展 <企画参加型展></td> </tr> </table> <p data-bbox="177 371 1366 450">展示品の数も多く、全体として充実度の高い展覧会として、日本全国で数多く催される展覧会の中でも注目されるべき品質のものと思う。</p> <p data-bbox="1222 454 1366 483" style="text-align: right;">（坂本委員）</p> <p data-bbox="177 495 1366 842">展覧会としては、十分な及第点なのだが、敢えて言えば、人気画家の展覧会独特の難しさを感じさせた展覧会であった。たとえば、「色彩の詩人」という副題が付くと、そこでシャガールをどう見てもらいたいかが見えてしまう、という難しさを感じた。これは、シャガールにふさわしい呼称だが、このロマンチックな言葉に画家を重ね合わせてイメージして終わるシャガールの見方へとどうしても導かれる部分があり、いくら独自の作品選定、構成を行ってもいつものシャガール展になり、そして人を呼べて、結果としてよかったということになってしまう。そうではなく、意図的にその副題が決められたのなら、なぜ、彼の「色彩表現」にこだわり、彼自身の様式の変化に気づかせるような展示にならなかったのだろうか。ことに後期作品の選定基準の弱さは、全体に対して傷にもなっていた。</p> <p data-bbox="1222 853 1366 882" style="text-align: right;">（潮江委員）</p>		シャガール展 <企画参加型展>
シャガール展 <企画参加型展>		
<table border="1" data-bbox="177 887 660 931"> <tr> <td data-bbox="177 887 660 931">十二の旅展 <企画参加型展></td> </tr> </table> <p data-bbox="177 976 1366 1122">複数の美術館の連携の下、切り口を共有して、イギリスという一つの文化の諸相を感性と経験という側面から感じさせようとする展示であった。その点には創意が感じられる。その一方で、どうしても押し付け的な危うさも伴う面が無きにしても非ずだと思ふ。出品作についても、インパクトが多少不足していた。</p> <p data-bbox="1222 1133 1366 1162" style="text-align: right;">（潮江委員）</p> <p data-bbox="177 1173 1366 1364">本展は、特定の分野あるいは個々の作家を除いては、日本ではあまり紹介されることのないイギリス美術を、異なる切り口で紹介しようとする意欲的な試みであった。4館による共同企画として、各館の所蔵品を合わせて構成することで、出品作品に関する調査研究の精度を高め、かつ学芸員間の議論によって研究交流を図ろうとしてことも高く評価される。出品作品はそれぞれ質の高いものであった。</p> <p data-bbox="177 1375 1366 1568">しかし、図録の巻頭の文章で述べられている「旅」そして「日本におけるイギリス美術コレクション」という本展の趣旨が、作品を通して力強く伝わってきたかと言えば、疑問が残る。「『日本から見た歪んだイギリス美術像』にあるアドヴァンテージを見る」ためには、本展が開催館の所蔵作品で構成されていることを明示し、日本におけるイギリス美術コレクションの全容のなかで、本展がどのような位置にあるかを示していたら、よりわかり易かったのではないだろうか。</p> <p data-bbox="1222 1579 1366 1608" style="text-align: right;">（山梨委員）</p>		十二の旅展 <企画参加型展>
十二の旅展 <企画参加型展>		
<table border="1" data-bbox="177 1603 660 1648"> <tr> <td data-bbox="177 1603 660 1648">風景ルル展 <自主企画展></td> </tr> </table> <p data-bbox="177 1693 1366 1805">個性的な作家の風景というコンセプトによる集合のように見え、展覧会から確固としたものが見えてこないという傾きはまぬがれないが、これは8人の作家が多様多彩の眼差しをもっているということであり、現在の美術状況でもある。</p> <p data-bbox="177 1816 1366 1895">映像によるアルフレッドの作品を入れたのは、世界性、グローバル化を意味するのであろう。空間が小さく区切られて、開放感がないために息苦しく感じた。</p> <p data-bbox="1222 1906 1366 1935" style="text-align: right;">（金原委員）</p> <p data-bbox="177 1946 1366 2013">個々の作家の特性についてはよく把握しているように思われるが、コンテンポラリー・アート展であるから、批評的観点もう少し明確に出れば、と感じた。</p> <p data-bbox="1222 2024 1366 2054" style="text-align: right;">（潮江委員）</p>		風景ルル展 <自主企画展>
風景ルル展 <自主企画展>		

展覧会として斬新なところが見られ、学問的な、これまでの研究を踏まえたすぐれた企画であり、巡回展としてのリスト（出品作品）など運営面でも共同企画が成果を上げたと考えている。展覧会の性格、作品保存の上から多数の作品の展示替は致し方ないところがあるけれど、巡回館として一番多くの作品を展示できたのは良かった。

（金原委員）

平成20年度開催のすべての展覧会の中で最も充実したものの1つではないか。

従来から個別的には指摘されてきた日本の絵師たちへの朝鮮絵画からの影響を、全体として見通した点は意義深い。しかもその指摘は十分な説得力を持つ。

（榊原委員）

10 調査研究に関する外部評価（レビュー）

① 研究紀要 小針由紀隆「1818-21年のアシル=エトナ・ミシャロン—歴史的風景画家のアイデンティティはどのように形成されたのか?—」

注目すべき領域を、できるだけよく調査し、紹介している。この美術館ならではの研究ともいえるだろう。日本の学会の欠点をおぎなうものとしてもよい論文だと思う。

（坂本委員）

手法的には地道で堅実な、成果としては具体性に富んだ示唆的な成果が見られる、研究であると言える。理論と制作実態の面での歴史的風景画の確立の過程を明らかにするとともに、その嚆矢としての役割を担ったミシャロンその人の意義についても、明らかにするという成果が挙げられている。

（潮江委員）

② 研究紀要 堀切正人「石田徹也の自画像について—《(無題7)》を中心に—」

画家の夭折という事件と、その表現の特質から、主観的な思い入れはいくらでも可能なテーマでありうるところを、作品群と画家の手記とに可能な限り密着して、主観的な解釈を自制したことは、今後の諸研究の基礎になるよい論文だと思う。

（坂本委員）

本稿では、石田徹也の作品に、現代という時代を色濃く反映している性格を認めた稿者によって、アイデア帳やスケッチブックあるいは類例作品との比較、という美術史の方法を用いて、石田にとっての「自画像」の位置が掘り下げられている。現代美術の作品に対して印象批評的な文章が多く見られるなかで、実証性をもった論考となっている点を評価したい。評価の揺らぐ現代美術の作品に対し、時代を超えていく力を見出し、紹介していくことは美術館の大きな役割と考える。静岡県立美術館で以前に開催した石田徹也展の調査研究の蓄積の上に、寄贈された作品についての地道な調査を積み上げ、本稿が成り立っていることは明らかで、これを支えている美術館の基礎体力と稿者自身の意識と努力を評価したいと思う。

（山梨委員）

③ 研究紀要 森 充代「中村岳陵《牡鹿啼く》について—古典文学主題再生の試み—」

川辺御楯門に入り、一年足らずで師と幽明を異にした岳陵が、光琳芸術を考究して琳派の遺法を換骨奪胎して自己の屏風《牡鹿啼く》に新機軸を打出した。これを具体的に解析して成功している。館の収蔵品、それも長らく県民に愛蔵されてきた作品であるので、私もこの作品への思いは一入で、「常磐なる松の緑も春来れば今一入の色増さりけり」と思ったことである。

（金原委員）

近代日本画と古典絵画との関連性を考察した点は、現在の学会の関心に応えるもので評価したい。個々の分析でも興味深い指摘が少なくない。「琳派風の強調は、作品のテーマを古典文学主題へと飛躍させる装置だったのではないか」との指摘もその1つ。しかしもしそうならば、どうしてこの絵の季節が「深まりゆく秋」ではなく「清新なる春夏」なのか、単に「常識的な定型が

作品の中で自己完結することを避けてあえて破調を持ち込む」ためだけであったのか。論文が作品の主題論であっただけに、もう少しこの点についての説明があってもよかったのではないか。また鹿の首と土坡を重ねた空間表現の関連性についても一考の余地があるように思う。この分析には、作品が折り畳むことのできる屏風に描かれていることが抜け落ちているのではないか。屏風に描かれていることを考慮すれば、この部分のすなわち鹿と空間表現の分析は異なったものになっていたかも知れない、とも思うのだが。

(榊原委員)

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)

・町田市立国際版画美術館で開催された「ピラネージ版画展 2008」に、ピラネージその他の作品を 61 点貸し出した。これは、同展の総出品点数の約 3 分の 1 にあたる数である。また、この展覧会には当館の学芸員も企画者として参加しており、カタログその他で当館のコレクションの魅力を十分に伝達・普及する役割を担っている。

(日本画)

・「富士山」展（山梨県立美術館 6 月 7 日～7 月 21 日 11 件）、「山水に遊ぶ—江戸絵画の風景 250 年」展（府中市美術館 09 年 3 月 20 日～5 月 10 日 5 件）へのまとまった出品は、収集方針の柱である山水・風景画コレクションの充実を示すものとなった。

・県出身作家の回顧展である「中村岳陵展」（横須賀美術館 4 月 1 日～5 月 11 日）、「秋野不矩展」（京都国立近代美術館・浜松市秋野不矩美術館・神奈川県立近代美術館 4 月 8 日～10 月 5 日）にそれぞれ 3 件、6 件を出品、展覧会に不可欠の重要作であるという、たつての依頼に応えたものであり、県ゆかり作家の代表作の所蔵は県立美術館として存在意義のひとつを示すものといえる。

・「郷土の発見—小杉楡邨 と郷土史研究の曙」展（徳島県立博物館 4 月 22 日～6 月 8 日）への「小杉文庫」18 件の出品。当館コレクションの特徴的な一群をなす小杉文庫の意義と重要性を示すものとなった。

(日本洋画)

・ブリヂストン美術館でおよそ四半世紀ぶりに開催された岡鹿之助の回顧展（「岡鹿之助展」）に当館所蔵作《観測所》が出品された。本展覧会は岡の初期から最晩年までの画業から 9 つのテーマを選び出し構成した展覧会であった。当館出品作は「第 5 章 灯台」を構成する作品群のもっとも初期の作例として重要な位置を占めており、カタログにおいても、作者自身の言を引いた貝塚健氏の充実した解説が付された。

(現代美術)

・「モーリス・ルイス 秘密の色層」展（川村記念美術館 9 月 13 日～11 月 30 日）にモーリス・ルイス《ベス・アイン》を貸出。同展は日本では 20 年ぶりとなるルイス展で、国内にある「ヴェール」型作品を集結し、その異同を見られるまたとない機会であった。当館所蔵作品もその欠かせぬ一品として出展を請われた。

・「石田徹也—僕たちの自画像」展（練馬区立美術館 11 月 9 日～12 月 28 日）に石田徹也作品 21 点を貸出。石田徹也の東京での初めての大型追悼展であり、その中心的な作品群として当館所蔵作品は不可欠であった。

(ロダン・彫刻)

・当館を含む 4 館に巡回された「十二の旅」展に、ヘンリー・ムーアの《横たわる人体》を貸し出した。この展覧会は、公立美術館 4 館のコレクションを軸に、約 1 年間にわたって開催された。当館のムーア作品は小品ではあるものの、ロダン以外の彫刻コレクションを広く全国に周知する機会となったと思われる。

19	教育・普及プログラムに関する美術館職員のレポート
<ul style="list-style-type: none"> ・当館での教育普及事業が広く認知されるようになり、学校との連携の機会が増えた。 ・粘土、絵の具などの実技系プログラムの活用だけでなく、鑑賞系プログラムの活用も行われるようになり、展覧会の入館者数増大へと繋げることができた。 ・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。 	
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
<p>・久々の現代アート展となる「風景ルルル」展では、地域と連携したイベント実施・広報活動によって広範囲の波及効果を目指した。県立大学や静岡市文化振興財団との共同企画など館内にとどまらない幅広い活動を行い、若年層を中心とした未・来館者層に県立美術館の活動をアピールすることができた。</p> <p style="text-align: right;">※p29 展覧会事業自己評価表 参照。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県立美術館ボランティア「草薙ツアーグループ」による美術館周辺散策ツアーや彫刻プロムナード茶畑の茶摘み会、茶会などが定着、地域住民を主体とする連携事業により、美術館と地域との距離を縮めることにつながっている。 ・「シャガール展」、「風景ルルル」展において、静岡県舞台芸術センター（SPAC）と協力し、観劇チケットと展覧会観覧券を組み合わせた割引セット券を販売した。 	
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
<ul style="list-style-type: none"> ・県内外にロダン館の存在と当館の魅力を広く発信するため県立美術館の新しいロゴを作成し、美術館職員が名刺交換の際にロゴの説明をして広報活動している。 ・平成21年6月に開港する富士山静岡空港内観光情報エリア等に、アジアからの観光客に向けて、ロダン館の存在と当館の魅力をPRするために当館収蔵品レプリカを設置するべく準備に取り組んだ。 ・「朝鮮王朝の絵画と日本」展で、密接な交流を持つ韓国の観光情報等をビデオブースで紹介し観光ルート化に向けた試みを行った。 	

3 展覧会に関する自己点検評価表

- 1 シャガール展 色彩の詩人ー終生、抱き続けた故郷ヴィテブスクへの想いー
(※別添 展覧会に関する自己点検評価表参照)

- 2 唐招提寺金堂 平成大修理記念 国宝鑑真和上展
(※別添 展覧会に関する自己点検評価表参照)

- 3 十二の旅 感性と経験のイギリス美術展
(※別添 展覧会に関する自己点検評価表参照)

- 4 風景ルルル～わたしのソトガワとのかかわり方～
(※別添 展覧会に関する自己点検評価表参照)

- 5 朝鮮王朝の絵画と日本ー宗達、大雅、若冲も学んだ隣国の美ー
(※別添 展覧会に関する自己点検評価表参照)

4 アンケート調査結果のまとめ

(1) 企画展アンケート

- ・リピーターの割合は全体で 82.7%であり、19 年度に比較して 2.4%の増加。「風景ルルル」展での初来館者の割合の高さ (25.2%)が目を引きだが、その他に展覧会においては 19 年度に比してリピーター中心の傾向をみせている。
- ・観覧者属性について。今年度はすべての展覧会において女性の割合が男性を上回っている(19 年度はボックスアート展のみ男性が多かった。なお、20 年度全体では女性の割合が 61.8%)。比較的オーソドックスな美術展を展開した年度ゆえと思われる。また、鑑真和上展の「12 歳以下」の割合が高い(5.5%。20 年度の平均は 2.5%)。「家族で美術鑑賞を楽しむきっかけづくり」の取り組みが結実している様子が見えてくる。
- ・来館のきっかけについてみると、19 年度同様展覧会ごとの差が著しい。とりわけ「新聞」における変動が著しく、20 年度の来館者数 1・2 位を占める「鑑真和上」「シャガール」においては「新聞」を来館のきっかけとする来館者が半数を越えているが、「十二の旅」では 6.3%、「風景ルルル」では 12.3%といった具合である。「新聞」を来館のきっかけとする率が高い展覧会の順に総入場者数も多く、このような新聞の集客力を鑑みるに、紙面に安定的に露出していく戦略の重要性が見えてくる。
- ・満足度については 89.9%(19 年度は 88.3%)と高めで安定している。また、19 年度に 75.0%まで低下した「観覧料に見合う内容であったか」に対する肯定的評価は 81.9%まで上昇し、18 年度(83.3%)の水準に復帰した。

(2) 教育・普及プログラムアンケート

- ・プログラムの満足度は 97.8%と著しく高い。
- ・プログラムの前後に展覧会を観賞する割合は 41.8%であり、19 年度(35.8%)より 6 ポイントの増加が見られる。またその理由も「ロダン館デッサン会スペシャル」といった制作を生活に取り入れている方が多いプログラムを除けば「時間がない」という物理的理由がほとんどであり、「今の展覧会に興味がない」「展覧会の内容を知らない」といった展覧会との精神的距離を思わせる回答は少ない。
- ・これらのことを考え合わせると、教育・普及プログラムについてのアンケート調査は一段落つけても良いのかもしれない。

(3) レストラン利用者アンケート

- ・満足度の肯定的評価は 54.5%。前年度の 61.7%を下回っている。否定的な回答の割合を拾うと、「料理が出るまでの時間」(25.0%)、「席に案内するまでの時間」(22.2%)、「値段」(20.1%)「メニューの種類」(16.3%)といった内容になっており、時間についての不満が目につく。11 時台～13 時台までのランチタイムに全体の 83.1%が利用するという状況から、混雑の解消が難しいことも理由に上げられるかもしれない。

(4) ミュージアムショップ利用者アンケート

- ・利用者のうち女性の占める割合は70.5%であり、展覧会入場者以上に女性の割合が高い。
- ・年齢を見ると「展覧会入場者に占める割合よりショップ利用者に占める割合の方が高い」のは「10代～50代の全世代」、その逆は「60代および70代以上」となっており、ショップ利用者の方が全体的に若いと想定される。より高齢者を呼び込む品揃えにするか、10代～50代に喜ばれる品揃えを目指すか、いずれの戦略も考えうるだろう。
- ・充実してほしい商品は「絵葉書」(48.0%)、「書籍」(31.7%)、「その他文房具」(25.8%)が多数を占めており、比較的オーソドックスな店舗づくりが求められている様子である。

(5) 図書閲覧室利用者アンケート

- ・閲覧室については十分なサンプル数を確保できなかった。利用者の絶対数が必ずしも多くないことも要因であるが、調査自体をきちんと見直す必要がある。
- ・その範囲で考察すれば、利用時間が30分以上の方が比較的多く(55.6%)、待ち合わせの場というよりも図書や雑誌を読む場としてじっくり利用するタイプの利用者が多い様子である。

(6) ホームページ利用者アンケート

- ・インターネットの特性を活かすことが期待される部分だが、実際の利用者は県内在住者が多い(84.0%)。これは推測の域を出ないが、美術館来館を前提とした情報収集のために利用する利用者が多いということを示しているのではないだろうか。
- ・閲覧頻度が月1回以上の利用者は21.1%に留まっている。また、更新頻度が多いと感じた利用者は5.5%である。このことから、ホームページはいわゆるブログのように毎日新着情報を期待してみるのではなく、いざ出かけようとする際にそのための情報を得るという目的で利用されている様子がうかがわれる。
- ・満足度は74.3%とおおむね高い。新着情報を頻繁に更新するブログ形式の展開は、現状とは比較にならない発信者の負担を要するため、この路線で引き続き行っても良いかと判断される。

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	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度
No.									
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	展示会の観覧者数	人	184,095	146,706	129,768	222,608	184,535	190,669
	2	展示会のリピート率	%	82.2	-	82.8	77.3	80.3	82.7
	3	展示会の満足度	%	62.4	62.8	65.8	67.7	71.7	67.4
	4	講義系の特別講演会等の回数	回	186	184	283	214	211	210
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	14,285	14,554	21,297	24,263	32,225	37,781
	6	教育・普及プログラムの満足度	%	98.6	86.0	93.9	84.8	82.1	83.7
	7	実技系プログラムに参加した人で、展示会も観覧した人の割合	%	-	11.1	37.5	35.6	35.8	41.8
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	%	78.2	87.2	89.6	84.6	87.1	87.4
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	200	223	166	172	*10	14
戦略 5	より多くの方に展示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
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	9	67	11	4	2	3
		作品購入価格	千円	52,425	55,769	40,834	6,388	29,896	12,757
	12	作品寄贈の点数	点	20	0	3	10	23	47
		寄贈作品の評価額	千円	-	-	5,300	46,200	26,435	69,625
		作品寄託の点数	点	-	-	1	9	27	13
	13	コレクションの資産価値(※)	千円	-	-	1,026,600	1,144,600		※

戦略目標 戦略	定量的評価指標		実績値					
			単 位	15年度	16年度	17年度	18年度	19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	27,373	18,663	16,864	13,265	18,196	17,850
15	収蔵品展の企画数	本	12	10	15	9	12	11
16	収蔵作品の公開件数	点	-	-	668	557	465	446
17	収蔵作品の移動率	%	-	-	39.7	32.9	18.5	32.8
18	他館への貸出件数	件	73	80	97	123	161	199
19	特別観覧の件数	件	76	87	76	79	85	84
20	ロダン館への入館者数	人	-	58,733	62,768	105,545	74,290	81,771
21	ロダン館を使った催事の件数	件	5	6	46	58	45	83
	ロダン館を使った催事の観覧者数	人	-	-	2,336	3,174	2,700	3,143
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
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
	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
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	%	37.0	-	71.5	69.7	67.9	69.8
26	公共交通機関で来館した人のアクセス満足度	%	77.8	-	82.4	78.9	78.1	76.4
27	自家用車で来館した人のアクセス満足度	%	78.4	-	76.0	67.3	80.1	80.7
28	ユニバーサルデザイン面での取組み数	件	1	1	2	2	3	2
29	美術館スタッフの対応に満足した人の割合	%	90.6	74.6	82.3	78.7	78.5	82.5

戦略目標 戦略	定量的評価指標		実績値					
			単 位	15年度	16年度	17年度	18年度	19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	5	5	61	92	90	101
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
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	42,727	34,213	35,634	47,770	43,727	45,211
34	レストランの満足度	%	57.6	-	63.2	57.1	61.7	54.5
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
36	ミュージアムショップの満足度	%	82.8	-	89.3	77.1	76.9	80.6
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
38	ボランティアの人数	人	426	-	277	277	284	282
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	632	623	557	636	608	680
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	45	34	41	38	39	43
	県民ギャラリーの稼働率	%	87.1	88.1	93.4	97.7	91.3	98.8
	講堂の利用団体数	団体	78	68	78	88	71	80
	講堂の稼働率	%	35.3	27.2	27.4	29.4	25.2	31.2
43	移動美術展の開催回数	回	2	2	2	2	2	2
	移動美術展の入場者数	人	6,500	4,553	4,490	6,082	2,669	1,507
44	広報サポーターの人数	人	170	156	155	112	98	88

戦略目標 戦略	定量的評価指標		実績値					
			単 位	15年度	16年度	17年度	18年度	19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	85,000	98,000	103,500	155,400	164,500	164,000
46	HPの満足度	%	68.7	-	69.6	77.8	70.0	74.3
47	図書閲覧室の利用者数	人	4627	4377	4,700	5,090	5,580	5,070
48	図書閲覧室の満足度	%	65.2	-	67.5	73.5	87.0	77.8
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	%	11.4	12.3	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
51	展覧会における新規来館者の割合	%	17.8	-	17.2	22.7	19.7	17.3
52	展覧会における新規来館者の満足度	%	52.2	-	65.7	67.7	70.9	74.2
53	地域別の利用者数の割合（東部）		静岡市内 45.0	静岡市内 42.0	16.4	14.5	15.8	15.9
	地域別の利用者数の割合（中部）		県内 46.0	県内 42.0	63.8	61.3	57.7	60.0
	地域別の利用者数の割合（西部）		(市内除く)	(市内除く)	12.8	13.4	16.4	15.0
	地域別の利用者数の割合（県外）		9.0	11.0	7.0	10.8	10.1	9.2
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
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
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
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
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
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	1	1	4	2	2	2

第4章 今後の取組方針

第4章では、平成20年度の自己評価を踏まえた平成21年度以降の取組方針について記載している。

まず、平成22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21年度 of 取組に関する全体的な考え方を整理した上で、平成21年度に取り組む具体的な行動計画を記載した。

1 平成21年度以降の達成目標

評価指標	実績				目標値		
	H17	H18	H19	H20	H21	H22	
A 人々の完成を磨き、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	展覧会の来館者数(人)	129,768	222,608	184,535	190,669	145,000	190,000
2	自主企画・企画参加型展覧会の回数(回)	6	4	3	4	2	4
3	作品やテーマに興味を持った人の割合(%)	-	86.8	87.5	86.0	88.0	88.0
4	展覧会における新規来館者の割合(%)	17.2	22.7	19.7	17.3	20.0	20.0
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	10	10
7	内部セミナー・研究会・研修の回数(回)	11	11	12	12	14	14
8	大学等と連携した取組件数(件)	4	3	3	5	5	5
9	インターンシップの受入人数(人)	-	-	-	4	4	4
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	15,000	20,000
12	収蔵品の公開件数(貸出し含む)(件)	668	557	465	446	400	500
13	作品購入件数・購入価格(件・千円)	11 40,834	4 6,388	2 29,896	3 12,757	3 20,000	3 20,000
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	10 10,000	10 10,000
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							
16	学校教育と連携した取組数(件)	-	-	290	385	300	350

評価指標		実績				目標値	
		H17	H18	H19	H20	H21	H22
17	鑑賞系プログラム数 (件)	-	-	11	15	10	13
18	コレクションを活用したプログラム数 (件)	-	-	14	16	12	16

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	180	210
21	学芸員のフロアレクチャー等の数(回)	31	16	17	58	17	20

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	3	4
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	60 5,500	90 5,500

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

25	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	70.0	70.0
26	ホームページへのアクセス件数(件)	103,500	155,400	164,500	164,000	170,000	170,000
27	ホームページの満足度 (%)	69.6	77.8	70.0	74.3	70.0	70.0

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	25	30
----	-----------	---	---	---	----	----	----

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	80,000	80,000
----	--------------	--------	---------	--------	--------	--------	--------

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

31	美術館利用者数 (内訳) (人)	289,763	423,834	373,556	389,194	320,000	400,000
32	鑑賞環境に対する満足度 (%)	89.6	84.6	87.1	87.4	90.0	90.0
33	レストラン・カフェ利用者の満足度 (%)	63.2	57.1	61.7	54.5	70.0	70.0
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	80.0	80.0

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	80.0	80.0
----	-----------------	---------------	--------------	--------------	--------------	------	------

2 平成 21 年度の取組方針

(1) 収蔵品展の充実

当館では、これまで、収蔵品を活用した展覧会を開催するなど、収蔵品を鑑賞していただく機会を提供してきている。また、平成 21 年度には、当館が誇る狩野派作品を一堂に展示する「特集 狩野派の世界展」を開催することとしている。将来的に、当館が全国に対して、その価値と魅力を発信していくにあたって、学芸員の調査・研究にもとづいた収蔵品展は、極めて重要なものとなる。そこで、今年度は、県民ギャラリー及び本館展示室等の利用方法について再検討を行い、収蔵品展の内容の更なる充実を図ることとする。

(2) 展覧会企画と戦略的な広報

人々に作品の魅力を伝え、そのことで人々の感性を磨き、生活に変化をもたらすことができるような展覧会を開催する。また、コレクションを有効に活用し、他の美術館、大学及び学校、地域との多様な連携を推進し、効果的かつ戦略的な広報を実施することで、当館の価値と魅力を積極的に発信する。

(3) ボランティアの組織改革への取組

当館ボランティアは、開館以来、大きな組織改革を行うことなく継続してきたが、時代や社会状況の変化とともに、新しいあるべき姿を検討する時期にきている。そこで、平成 21 年度は、ボランティアの存在意義や役割を確認した上で、現在のボランティア組織を抜本的に改革し、新たな組織作りを取組むこととする。

3 平成 21 年度のアクションプラン

【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

(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

- ・ 広く県民に支持される文明展を開催する。（「よみがえる黄金文明展」）
- ・ 静岡出身で世界的に活躍する作家を紹介する。（「柳澤紀子展」）
- ・ 東洋との関わりから知られざる作家の生涯と芸術を紹介する。（「パウル・クレー展」）
- ・ 近年収蔵された作品を加え、当館が誇る狩野派の作品を一堂に公開する。（「狩野派の世界展」）
- ・ 県内美術館の協力により、展示設備の整った会場に収蔵品を展示することで、広く県民に収蔵品の魅力を伝える。（「移動美術展」）

<平成 21 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	よみがえる黄金文明展	4/11～ 5/15 (31 日間)	50,000
	静岡の美術IX 柳澤紀子展	5/26～ 7/5 (36 日間)	8,000
	パウル・クレー—東洋への夢展	7/14～8/30 (42 日間)	30,000
	特集 狩野派の世界展	9/10～10/18 (35 日間)	15,000
第 24 回国民文化祭 美術展（洋画・彫刻・造形）		10/24～11/8 (14 日間)	12,000
収蔵品展		年 間	15,000
計			130,000
静岡県立美術館・浜松市美術館合同企画展		4/18～5/17	6,000
移動美術展(佐野美)		1/5～2/14	5,500
移動美術展(掛川)		2/20～3/28	3,500
合 計			145,000

(2) 他の美術館・大学との連携を進め、企画力を強化します

- ・ 県民部国民文化祭推進室及び静岡市と共同して、第 24 回国民文化祭を開催する。
- ・ 県内出身作家と協働して、企画展および関連事業を実施する。（「柳澤紀子展」）
- ・ 静岡県立中央図書館、静岡県教育委員会と共催し展覧会を開催する。
- ・ 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。

(3) 特徴あるコレクションを形成し、効果的に活用します

- ・ エントランス名品コーナーで富士山の収蔵品を紹介する。
- ・ 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。
- ・ 狩野派の作品を購入し、収蔵品の充実を図る。（美術博物館建設基金積立金）

<平成21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	3/31～5/15	狩野探信守道《井手玉川・大堰川図屏風》 ほか
石田徹也展と静岡県ゆかりの画家	3/31～5/17	
体で感じるアート	5/26～7/5	草間彌生《水上の蛍》ほか
クレーの時代の日本洋画	7/7～9/6	長谷川潔《南仏風景》ほか
ランドスケープ・ペインティング [西洋編]	9/8～11/8	クロード・ロラン《笛を吹く人物のいる 牧歌的風景》ほか
「江戸から明治へ しずおかの貴重書 と初代県知事関口隆吉」展	10/7～10/17	
しずおか発掘物語 —しずおか発掘最 前線—	10/7～10/18	

【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

(1) 質の高い教育・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21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48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9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8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7回
美術館教室	学校連携普及事業 来館児童・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157回

(2) 講座・講演会等を充実します

- ・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フロアレクチャーを実施する。
- ・貸出可能な新しい教材を開発し、休館期間中の利用や、学芸員が出かけて授業を行う出張美術館講座を充実させる。

(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

- ・地域住民、友の会等と連携した催事を充実する。
- ・「谷田サミット」を定期的で開催し、谷田地区4機関の連携を深める。
- ・ボランティアの組織改革に取り組む。
- ・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。

【館長公約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

- ・企画展毎に総務課・学芸課のチームづくりを推進し、マーケティングによる効果的な広報に努める。
- ・富士山静岡空港の開港に連動した広報を展開する。

(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

- ・県の組織の縦横的連携をはじめ、観光諸団体との連携を進める。
- ・企画展の内容に応じて効果的な告知先を検討・変更する。

(3) ロダン館の認知度を高め、来館者を増やします

- ・富士山静岡空港内に美術館（ロダン館）をPRできる仕掛けを考える。

【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

(1) 館内施設を充実し、満足度を高めます

- ・展示室の展示パネル改修、カーペット貼替えにより展示環境の充実を図る。
- ・県民ギャラリー及び本館展示室等の利用方法について再検討を行い、収蔵品展の内容の充実を図る。
- ・外国人観光客やユニバーサルデザインの観点から、外国語を併記した案内サインを整備する。

(2) 周辺環境やアクセス環境の向上を進めます

- ・美術館の将来構想や周辺環境の整備について検討する。