

■静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成20年度)

事業名称	「シャガール展 色彩の詩人」展
企画(事前)	
目的・内容	マルク・シャガール(1887-1985)の芸術家としての実像を、モスクワのトレチャコフ美術館とパリの個人の所蔵品によって紹介する。出品作品は、絵画、版画など100点余。タペストリーも検討する。
期待される成果	トレチャコフ美術館の全面的な協力を得ることで、故郷ヴィテブスクと深く関わっていた初期作品と、ユダヤ劇場壁画シリーズを出品することが可能となる。これによって、シャガール芸術の原点を浮き彫りにすると同時に、芸術家としての特質を明らかにすることができるだろう。
指標(数値目標)	観覧者数 50,000人、満足度 70%
収支(予算)/観覧者数(見込)	観覧者数 50,000人、歳出 20,500,000円、歳入 16,290,000円、特財率 79.5%
広報戦略	①ユダヤ劇場の壁画シリーズを前面に出しての、積極的な広報。②静岡新聞社・静岡放送の広報力をフル稼働する。③GW中は月曜日も開館し、集客増大につとめる。④美術以外の観点からも、シャガール芸術にアプローチする。

部署	学芸課	記入日	企画 平成20年4月1日
担当者名	小針		総括 平成21年3月31日
実施日・場所	平成20年4月12日～5月25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	エッセイ、章解説、作品解説を執筆。現地交渉有。
マスコミ等による共催の有無	(有) (静岡新聞社・静岡放送) ・ 無	巡回の有無	(有) (4館開催の第1会場) ・ 無

総括(事後)	
目的の達成度	当初の目的は、約100点の出品作品によって、初期のヴィテブスク時代からシャガールの人生と芸術を紹介することにあった。今回はモスクワとパリでの交渉の成果が上がり、最終的に160点を出品することができた。その中には、「ユダヤ劇場」のための壁画シリーズや大型タペストリーも含まれていた。出品リストの大幅な拡充により、当初の目的は十分達成できたと考えている。また、カタログ初版に文字、色の訂正を加え、第二版も刊行することができた。
アンケートにみる特徴	①「観覧料に見合う内容か」に対する「はい」の回答は66.6%で、「鑑賞和上展」の66.4%とほぼ同じであった。②70歳以上有料に戻した最初の企画展であったが、この年齢層は11.7%と急減しなかった。③リピート率がやや高く、新規来館者の割合がやや低かった。
指標に基づく成果	観覧者数 45,568人(91.1%)、満足度 75.2%
研究活動評価委員会からの意見(要約)	展覧会としては十分及第点をだせる。しかし、あえて言えば、人気画家の展覧会独特の難しさを感じさせた。たとえば、「色彩の詩人」という副題が付くと、いかにシャガールを見てもらいたいかが決まってしまう。このロマンティックな副題に画家を重ね合わせてイメージするため、独自の作品選定や構成を行ったとしても、いつものシャガール展になってしまう。
収支(決算)/観覧者数(実績)	<ul style="list-style-type: none"> ・観覧者数 45,568人(目標 50,000人: 91.1%) ・歳出 19,971,529円(予算 20,500,000円: 97.4%) ・歳入 17,851,944円(目標 16,290,000円: 81.3%) ・特財率 89.4%(目標 79.5%)
今後の改善点・課題	開幕の数ヶ月前に、ロシア政府が日本政府に、「貸出作品の国家による安全保障」を求めていることが発覚。これによって、本展の開催は大きな危機に直面した。特に第1会場であった当館は、開幕直前まで開催が危ぶまれ、事前の広報もほとんど不十分となった。対ロシアに限らず、海外展の受け入れを決定するにあたっては、相手国の貸出条件等を十分調べて臨むべし、という教訓を得た。

■静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成20年度)

事業名称	唐招提寺金堂平成大修理記念 国宝 鑑真和上展
企画(事前)	
目的・内容	<ul style="list-style-type: none"> 多難な航海を乗り越えて来日した唐の名僧・鑑真和上により創建された唐招提寺は、天平文化を今日に伝える名刹であり、1998年には世界文化遺産として登録されている。本展は、唐招提寺金堂平成大修理を記念し、国宝鑑真和上坐像を中心に、国宝9件、重要文化財34件を含む約140点の寺宝を一堂に公開するものである。 唐招提寺の歴史的な意義を示す文物や、唐の円熟した芸術を背景に花開いた天平時代の仏教美術を展示。日本最古の肖像彫刻である鑑真和上坐像をはじめとして、唐招提寺が受け継いできた文化・芸術の成果を紹介する。
期待される成果	<ul style="list-style-type: none"> 歴史の教科書等でなじみの深い鑑真和上坐像を入口として、日本を代表する貴重な文化遺産に接する機会を提供する。また、日中の歴史的な文化交流の成果である唐招提寺の遺産に触れることで、現代の国際文化交流について考える機会とする。 これまで当館ではなじみの薄かった仏教美術の佳品を紹介することで、昨年度末のガンダーラ美術とパーミヤン遺跡展で興味を喚起できた層へのアピールとする。
指標(数値目標)	観覧者数80,000人、満足度75%、講演会2回、子どもワークショップ6日間
収支(予算)/観覧者数(見込)	観覧者数 80,000人、歳出 32,625,000円、歳入 28,812,000円、特財率 88.3%
広報戦略	<ul style="list-style-type: none"> 美術ファンだけでなく、歴史に関心の高い層へ訴える。 中学生以下無料化の後、初めての夏休み期間の展覧会であることから、小・中学生への広報充実を図る。具体的に理解を促し、関心を高めるために子ども向けちらしを別途作成など。

部署	学芸課	記入日	企画 平成20年4月1日
担当者名	森、飯田、福士		総括 平成21年3月31日
実施日・場所	平成20年7月12日～8月31日 静岡県立美術館第1展示室～第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	教育普及イベント企画・運営
マスコミ等による共催の有無	(有) 静岡新聞社・静岡放送)・無	巡回の有無	(有) ・ 無

総括(事後)			
目的の達成度	<ul style="list-style-type: none"> 観覧者数は目標に届かなかった(対目標92.0%)。観覧者満足度や作品・テーマに興味・関心を持った人の割合は今期展覧会中最も高く、鑑真和上坐像をはじめとした仏教美術の精華を紹介する内容が、観覧者に評価されたものと考えられる。 連続講演会には予想を上回る多くの聴講者を迎え、仏教美術への高い関心に応えることができた。 若年層の新規来館を促進することが出来た(次項参照)。小・中学生向け特別チラシの作成など、夏休み期間であることを考慮した取り組みが功を奏した。 		
アンケートにみる特徴	<ul style="list-style-type: none"> 展覧会満足度79.0%、作品やテーマに興味・関心を持った人の割合91.4%といずれも今期展覧会中最も高い値となった。 新規来館者における12歳以下の割合が17.9%を占め、今年度平均値6.8%と比して突出した値を示した。また、2世代・3世代で観覧に来た人の割合も39.6%と高く(今年度平均値26.0%)、小学生以下を含む家族単位の来館契機となったものといえる。 		
指標に基づく成果	観覧者数73,639人(対目標92.0%) 満足度79.0% 講演会5回 子どもワークショップ6日間 夕食付鑑賞講座2回 法要見学会3回		
研究活動評価委員会からの意見(要約)	(実施せず)		
収支(決算)/観覧者数(実績)	<ul style="list-style-type: none"> 観覧者数 73,639人(目標 80,000人: 92.0%) 歳出 32,383,373円(予算 32,625,000円: 99.3%) 歳入 30,192,477円(目標 28,812,000円: 104.8%) 特財率 93.2%(目標 88.3%) 		
今後の改善点・課題	<ul style="list-style-type: none"> 観覧者数については、前年の福岡会場、前々年の北海道会場が共に10万有余であったことがひとつの目安となっていたが、前2会場との地理的条件の差を考れば、静岡から比較的訪問しやすい“奈良の唐招提寺”の価値は自ずと異なっているはずであり、その点を考慮した展覧会運営と広報戦略が必要であった。例えば会場設営においても前例を参照・踏襲して多額の予算を投入したが、この点も一考の余地があったのではないかと。唐招提寺をはじめ様々な立場の関係者が携わる大規模巡回展であったが、これらの調整を図り、冷静に会場側の実状に即した運営を行う機能が必要であった。 若年層の新規来館を促進できたことは、学校教育と連携した取り組みが一定の成果を得たものと考えられる。展覧会の性質にもよるが、夏休み期間という特殊性を考慮した広報は成果が得やすいのではないかと。 連続講演会の反響は大変大きく、ガンダーラ美術とパーミヤン遺跡展に続き仏教美術に関心の高い層へのアピールができたものと考えられる。また、県立大学の御協力により大講堂を借用することができたのは、多くの聴講者を収容できた点で効果的だった。しかし、来場者の便や運営に関する負担などを考えると課題も多い。隣接文化機関との連携によって会場選択のバリエーションが増えたことはすばらしいが、当館講堂の使い方を工夫するなど、柔軟で有効性ある講演会運営の手法をその都度検討していく必要があると感じた。 		

■静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成20年度)

事業名称	「十二の旅:感性と経験のイギリス美術」展
企画(事前)	
目的・内容	本展は、時代や作風が異なる12人のイギリス人作家を取り上げ、「旅」をキーワードに多彩な英国美術の軌跡を紹介する。国内の公立美術館4館による共同企画で、各館の収蔵品の魅力をアピールするとともに、日本におけるイギリス美術の受容にも踏み込んだ企画である。 なお、本展は地域創造からの助成を受けている。
期待される成果	①集客面:当館では1998年に開催した「英国ロマン派展」以来のイギリス美術展であり、また出品作品のジャンルが多様であることから、英国美術ファンのみならず、裾野の広い観覧者が期待される。 ②運営面:他館との連携を生かした企画であり、今後の展覧会においても同様のパートナーシップが期待される。 ③内容面:幅広い時代と作家を扱うことにより、専門家・アマチュアともに、イギリス美術の新たな魅力を発見し、日英交流という側面をも発見できる。
指標(数値目標)	観覧者数8,000人 特別講演会3回 フロアレクチャー2回 関連実技講座1回 関連版画入門1回 キャラリートーク複数回
収支(予算) /観覧者数(見込)	観覧者数 8,000人、歳出 11,500,000円、歳入 8,093,000円、特財率69.6%
広報戦略	

部署	学芸課	企画 平成20年4月1日	
担当者名	南、新田	記入日	
実施日・場所	平成20年9月12日～10月26日 静岡県立美術館第1展示室～第6展示室	総括 平成21年3月31日	
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	事前調査および出品交渉、企画・構成案検討、カタログ執筆
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	①集客面:目標観覧者数8千人を上回る事ができた。 ②運営面:公立美術館同士の交流を活かした共同企画・巡回展であり、今後の美術館運営に反映できるパートナーシップを改めて構築できたと思われる。 ③内容面:開催館4館の収蔵品の魅力をアピールすると同時に、日本における英国美術作品を幅広く紹介することができた。
アンケートにみる特徴	・観覧者の構成が特徴的である。女性の観覧者が63.9%(新規で63.2%)、20歳代が22.3%(新規で34.2%)と多く、当館の通常パターンとは異なる。また、中部からの来館者が最も多い(68.3%)。 ・来館のきっかけはポスターが24.7%で最も多く、美術館HPも他展に比べてポイントが高い(11.4%)。同時に、新聞(6.3%)、テレビ(3.5%)のポイントが低いのも特徴である。本展は「新日曜美術館」のアートシーンで取り上げられた点を考慮すると、本県における同番組の視聴率は低いのかもかもしれない。 ・新規来館者によるスタッフ対応の適切さのポイントが非常に高い(72.5%)。アンケート日の追跡調査を行なうことで、この項目の満足度をさらに高めることができると思われる。 ・情報入手のしやすさのポイントが低い(65.7%)。これには、マスコミの共催者が無いなどの原因が考えられるが、一方で、上記のとおり美術館HPによる来館きっかけのポイントが高いため、更新の回数・スピードのアップや情報精度の高さを目指すことによって、一層のサービス向上に結びつけることが可能と考えられる。
指標に基づく成果	観覧者数9,262人 満足度85.4% 特別講演会3回 学芸員のフロアレクチャー3回 関連版画入門1回 関連実技講座1回 ミュージアム・コンサート1回 ボランティアによるキャラリートーク8回
研究活動評価委員会からの意見(要約)	・「旅」という切口でイギリス美術を紹介する企画は意欲的であり、複数の美術館学芸員による研究交流も評価される(瀬江・山梨委員)。 ・出品作品を通して企画の趣旨が伝わったかについては疑問が残る。作品の質は高いが(山梨委員)、多少インパクト不足ではないか(瀬江委員)。
収支(決算) /観覧者数(実績)	・観覧者数 9,262人(目標 8,000人:115.8%) ・歳出 10,922,731円(予算 11,500,000円:95.0%) ・歳入 7,623,040円(目標 8,093,000円:83.8%) ・特財率 69.8%(目標 69.6%)
今後の改善点・課題	①広報面 ・マスコミへの登場回数が少ない割には、入場者見込数をクリアすることができた。しかし、県内中部からの来館者が圧倒的に多かったこと、アンケートで県西部への告知を増やしてほしいとの要望が見られることから、この評価報告を踏まえた今後の綿密な広報計画が望まれる。 ・広報戦略の一環として、企画展3本(本展、「風景ルルル」展、「朝鮮王朝」展)をまとめた合同パンフレットを作成し、従来の発送先に加えて、各展に関心を示すことが期待される諸所に発送した。今後も新たな広報戦略を立てると同時に、これらの宣伝効果をフィードバックできるツールを確立することが不可欠である。 ②内容面 ・企画の立ち上げから第一会場のオープンまで約1年半という準備期間は短すぎ、展覧会全体がやや消化不良だった感も否めない。 ・本展は日本における英国年に関した企画展としてブリティッシュ・カウンシルの後援を受けた。その一方で、開催館4館の収蔵品を核に据えていたことから、広報戦略の反省点として、収蔵品のアピールをもっと強化すべきであった点があげられる。

■静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成20年度)

事業名称	「風景ルル～わたしのノトガワとのかかわり方～」展
企画(事前)	
目的・内容	<ul style="list-style-type: none"> ・同時代の8人のアーティストの表現を、絵画、写真、映像、立体作品などから紹介する現代美術の展覧会。 ・ここ数年、当館では取り上げる機会が少なかった若手作家の表現を取り上げる。現代美術の愛好者はもちろんのこと、現代美術になじみの無い来館者にも、内容に興味を持ってもらえるように、表現の質にこだわった作家の人選を行った。 ・これまで現代美術を取り上げる機会が少なかったこともあり、他ジャンルと比較すると、この美術館で現代美術を味わい楽しむ人が育っていないのではないかと考え、本展では、質は高いが比較的わかりやすい作品の選定を行っている。玄人も好む現代美術の入門編を目指す。 ・展覧会のテーマは、開館以来の当館の収集方針である「風景」とし、美術館のコレクションや美術館のこれまでの活動とのつながりを意識した。古今東西の風景表現を紹介してきた美術館で紹介するからこそ浮かび上がる、今という時代性、現代の表現の特性を感じてもらいたい。 ・展覧会や、アーティストを媒介に、地域の団体や住民とかがわりを持てるような機会を作る。
期待される成果	<ul style="list-style-type: none"> ・アーティストの生き方、考え方、表現に触れてもらうことによって、鑑賞者の感性に刺激を与え、時には、鑑賞者の創造的活動を引き出すきっかけとなる出会いを提供することができる。 ・日常の生活の中では接点があり、現役の若手アーティストの存在や表現行為を知り、ワークショップなどを通じてさらに関わることで、美術というものをより身近に感じてもらい、現代美術の面白さを知ってもらうことができる。 ・評価が定まっていないアーティストの中から特定のアーティストや作品を選び紹介することは、美術館という場所が、新たな価値付けを行い発信するメディアであることを対外的に提示することである。このような行為を通して、美術館が「敷居の高い」場所ではなく、時代とリンクしたスリリングで新しい出会いがある場所、新たな創造に立ち会える場として認識してもらえるきっかけになる。
指標(数値目標)	観覧者数12,000人、満足度 70%、講演会およびフロアレクチャーの回数3回以上、出展作家によるワークショップ2回
収支(予算)/観覧者数(見込)	観覧者数 12,000人、歳出 14,500,000円、歳入 11,127,000円、特財率 76.7%
広報戦略	テレビ静岡、中日新聞への共催の依頼、美術館ボランティアグループ、静岡県立大学、静岡市文化振興財団、掛川市富士東製茶組合、草薙ネット(地元の情報サイト)、地元のカフェなど、内外の団体と積極的に関わり、協同で情報発信や、広報活動面での連携を行う。静岡市内の大型書店で、展覧会の割引特典付しおりを配布。

部署	学芸課	企画	平成20年4月1日
担当者名	川谷	記入日	総括 平成21年3月31日
実施日・場所	平成20年11月3日～12月21日 静岡県立美術館第1展示室～第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	カタログ執筆、出品交渉(作家8名+アートディレクター)、ワークショップの企画・運営、広報活動、渉外
マスコミ等による共催の有無	有(テレビ静岡、中日新聞)・無	巡回の有無	有・無

総括(事後)	
目的の達成度	<ul style="list-style-type: none"> ・展覧会の入場者は、目標の12000人には満たなかったものの、9300人と健闘した。 ・若者向けの広報戦略が功を奏して、会期中の展示室には、20～30歳の、これまでは当館になじみが薄かったであろう若者層が多数来館した。 ・展覧会に対するインターネットのブログへの書き込みが多数あり、それによると、県内外の現代美術ファンだけでなく、しばらく美術館には足を運んでいなかった地域の人や、これまで美術館には足を運んだことのない新規来館者などが、足を運んでくれることが読み取れる。 ・トークショー、座談会、アーティストトーク、ワークショップでは、各回熱心な参加者、聴講者を集め、好評であった。参加者から寄せられたコメントから、満足度の高さがうかがえた。とりわけ、出展作家によるワークショップには、それぞれに高い創作意欲を持った高感度の人々が参加し、しかも彼らの多くは普段、当館との接点とあまり持てこなかつた人々であった。彼らのような参加者に対して、一線で活躍するアーティストと身近に触れ合う場所を提供できたことは、美術館の新たな来館者層を開拓するのに有効であったと考える。 ・展覧会を通して、地域のさまざまな団体と関わることでできたことによって、美術館の役割を外に向けてPRすることができたと同時に、ネットワーク作りができ、これからの活動の足場を築くことができた。
アンケートにみる特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・作品やテーマに対しての関心の高さ(86.3%)は19、20年度の合計平均(86.8%)並み。 ・展覧会の質、レベルに対する満足度(83%)は19、20年度の合計平均(83.7%)並み。 ・「本展を誰かに勧めるか」の問いに基づく総合満足度(70.2%)も19、20年度の合計平均(69.8%)並み。 ・観覧料については、観覧料に見合うと感じた人の割合が、19、20年度の合計平均よりわずかに高く、料金は妥当と感じる人の割合が高かった。 ・観覧者の年齢構成は、10～20歳代が全体の約半数で(48.4%)、うち新規来館者については全体の約6割(64.1%)を占めた。過去2年間のすべての展覧会の中で、この年代層が来館した割合が圧倒的に多く、当館において課題とされていた若年層の顧客を呼び込むことについては成功したのではないだろうか。 ・県外からの来館者は過去2年で3番目に多い。巡回展とは違いここでしか見られない内容に魅力を感じてもらえたのではないかと。 ・新規来館者の数は、過去2年で2番目に多い。 ・自由記入欄に書き込み欄には「今回のような現代美術の展覧会をまたやってほしい。今回様な企画(県内・年齢別など)、色々試してほしい。」などの意見が寄せられた。今回のような現代美術に特化した展覧会を肯定的に受け止めており、これからも開催を望んでいる意見が多く寄せられた。
指標に基づく成果	入館者数 9,302人、満足度 70.2%、講演会およびフロアレクチャーの回数 5回、出展作家によるワークショップ2回
研究活動評価委員会からの意見(要約)	<ul style="list-style-type: none"> ・今日、現代美術を取り上げることは時宜にかなったもので、若い作家の絵画以外の写真、映像、インスタレーションなど多様な表現を取り上げた点は未来への膨らみを感じさせて良い。 ・本県ゆかりの作家がいらない点が残念。 ・個性的な作家の集合のように見え、展覧会全体のコンセプトが見えてこないのが気になるが、作家が、多様、多形の眼差しを持っているということでもあり、現在の美術の状況を反映しているのかもしれない。 ・現代美術について単発的な開催ではなく、計画性を持って行ってほしい。
収支(決算)/観覧者数(実績)	<ul style="list-style-type: none"> ・観覧者数 9,302人(目標 12,000人: 77.5%) ・歳出 16,470,000円(予算 14,500,000円: 113.6%) ・歳入 9,051,000円(目標 11,127,000円: 81.3%) ・特財率 54.6%(目標 76.7%)
今後の改善点・課題	<ul style="list-style-type: none"> ・入館者数を増やすことについては、今回の成果を生かし引き続きあらゆる手段を模索していく必要がある。特に、本展のようなマスコミの共同出資が無い自主企画展の場合、広報については、担当者レベルでの努力では限界がある。組織的に戦略を考える必要がある。 ・アンケート結果によると来館者から要望する声が多く寄せられていることから、現代美術の展覧会を、計画的に、回数を重ねて行い、開催を定着させながら一定のファン作りに励む必要がある。地道な積み重ねによって鑑賞者の質のレベルも上げることにつながり、入場者数の底上げが期待できるのではないだろうか。 ・同時代の静岡にゆかりのある作家、あるいは県ゆかり作家以外でも、優れた活動をしている作家の調査を継続し、魅力的な展覧会とはどんなものか、という問いを常に念頭に置きながら、展覧会企画力を伸ばしていく必要がある。 ・若い世代の鑑賞者をひきつけるための継続的な努力が必要。

■静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成20年度)

部署	学芸課	記入日	企画 平成20年4月1日
担当者名	福士、飯田、森		総括 平成21年3月31日
実施日・場所	平成20年2月17日～3月29日 静岡県立美術館第1展示室～第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	カタログ執筆(各論、作品解説)、出品作品検討、出品交渉
マスコミ等による共催の有無	有(静岡第一テレビ)	無	巡回の有無	有

事業名称	「朝鮮王朝の絵画と日本—宗達、大雅、若冲も学んだ隣国の美—」展
------	---------------------------------

企画(事前)	
目的・内容	隣国・韓国は古来より日本との密接な交流をもつが、朝鮮絵画の全貌を明らかにする試みはこれまでなされてこなかった。本展は、日本のみならず、ソウル・国立中央博物館をはじめとする韓国の朝鮮絵画の名品を一堂に展示し、朝鮮王朝絵画の全体像を紹介する初めての展覧会となる。同時に、宗達・大雅・若冲など、日本の巨匠たちがその影響を受けたという一般にはあまり知られていない事実を、実作品に即して検証する。
期待される成果	朝鮮絵画という、一般にはあまり馴染みのない分野について、若年層にも人気の高い若冲など日本の巨匠たちとの関連付けによって幅広い層の観覧者に知っていただき、今後の日韓両国の文化的交流をさらに促進するきっかけとなる。また、日韓に所蔵される朝鮮絵画の名品を一堂に展示するというこれまでにない試みであり、学術的な意義も大変大きい。
指標(数値目標)	観覧者数15,000人、満足度70%、講演会1回、フロアレクチャー2回
収支(予算)/観覧者数(見込)	観覧者数 15,000人、歳出 12,000,000円、歳入 5,259,000円、特財率 43.8%
広報戦略	静岡第一テレビとの共催となるため、テレビスポット等を利用した広報を積極的に展開する。また、若冲をはじめとする日本絵画の作品も出品されることをアピールし、既存の古美術ファンだけでなく若年層の来館も働きかける。

総括(事後)	
目的の達成度	観覧者数は目標値を大きく上回り(約150パーセント)、また90パーセント近くの方が展覧会に満足して下さっており、その意味で数値的な目標は充分達成されたと言える。さらに、来館のきっかけとして4分の1の方がテレビを挙げている点は、広報戦略が狙い通りの効果をあげたものと考えられる。
アンケートにみる特徴	新聞をきっかけとして来館した方がテレビと同程度いることは、注目の展覧会として全国版を含めた他紙(読売新聞以外)で複数回取り上げられたことも大きいと考えられる。新規来館者のうち50パーセント以上が県外の方であることは、このことも関係しているのではないかと。その意味では、栃木展に続く第2会場目であったことも大きいだろう。一方で、30歳代以下の来館者が2割程度にとどまったのは意外であった。
指標に基づく成果	観覧者数22,807人、満足度86.8%、講演会2回、フロアレクチャー2回、その他(公開ワークショップ1回、実技系イベント2回、映像上映会1回、美術講座1回)
研究活動評価委員会からの意見(要約)	東アジアの中の日本、という視点にもとづく先駆性・独自性をもった内容であり、学術的な意義は大きい。また、作品選定や図録の論文に各館学芸員のこれまでの調査研究の成果があらわれている点も評価できる。(金原)きわめて画期的かつ充実した内容の展覧会として高く評価できる。展示替えの多さ、展示作品解説の不足、図録の大部さなど、専門性・学術性と一般観覧者への配慮にどう折り合いをつけるかは今後の課題とすべきだろう。(榎原)
収支(決算)/観覧者数(実績)	・観覧者数 22,807人(目標15,000人:152%) ・歳出 11,990,958円(予算 12,000,000円:99.2%) ・歳入 8,291,552円(目標 5,259,000円:158%) ・特財率 69.6%(目標 43.8%)
今後の改善点・課題	研究活動評価委員会からの指摘にもあるように、出品作品数が多すぎた感も否めない。その分展示替えを多くせざるを得なかった。大きな図録が必ずしも問題なわけではないが、一般向けの配慮も何らかの形で必要だろう。時間的な制約もあるが、展示作品解説を簡略にし、かつ多くの作品に付けることは一つの手段として考えられる。また、今回は2回目以降の観覧について割引を行ったが、これがどの程度効果をあげたのかを確認することができなかった点が反省される。