

平成 2 2 年度
静岡県立美術館自己評価報告書
(一次評価)

平成 2 3 年 3 月
静岡県立美術館

目 次

はじめに	1
・ 自己評価システム全体図	2
第1章 館長の自己評価	
1 平成22年度取組方針に対する結果	4
2 館長公約に対する自己評価	5
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	6
2 館長公約Bの達成状況	13
3 館長公約Cの達成状況	17
4 館長公約Dの達成状況	19
第3章 評価指標等の状況	
1 評価指標（定量的指標）	21
2 評価指標（定性的指標）	23
3 展覧会に関する自己点検評価表	27
4 アンケート調査結果のまとめ	28
5 「美術館カルテ」の状況	30
第4章 今後の達成目標・取組方針	
1 平成23年度以降の達成目標	34
2 平成23年度取組方針	36
3 平成23年度アクションプラン	37

【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年度の取組に関する自己評価結果及び平成23年度以降の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

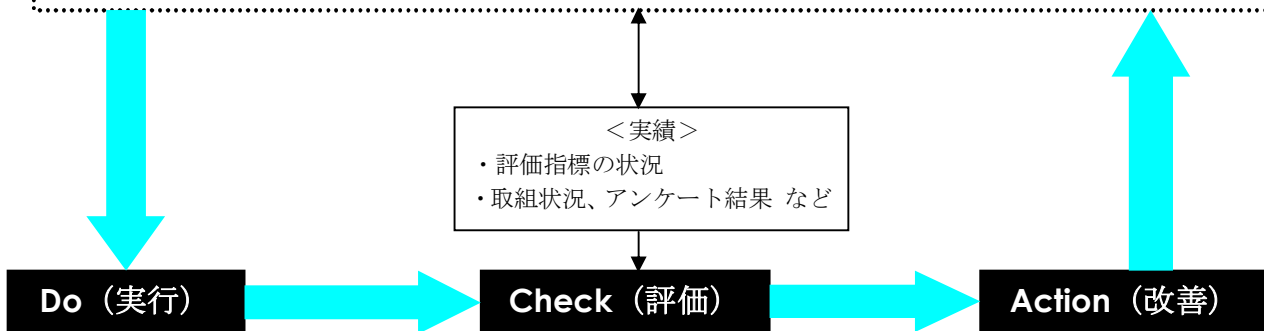
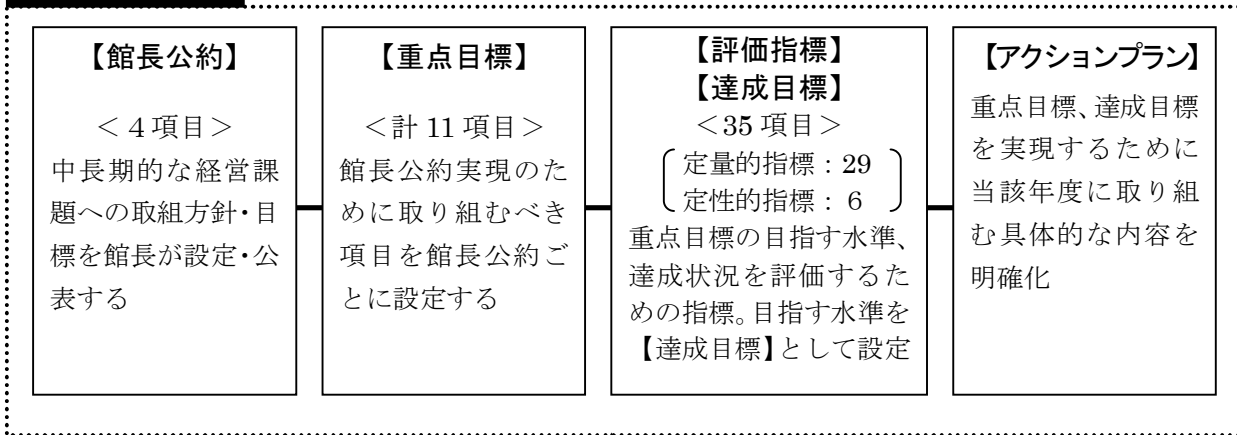
静岡県立美術館は、創造的で多様性に富んだ社会を実現していくために存在します。そのために、コレクションを基盤として人々が美術と出会い新たな価値を見出す体験の場をより多く提供するとともに、地域をパートナーと考える経営を行い、日本の新しい公立美術館となります



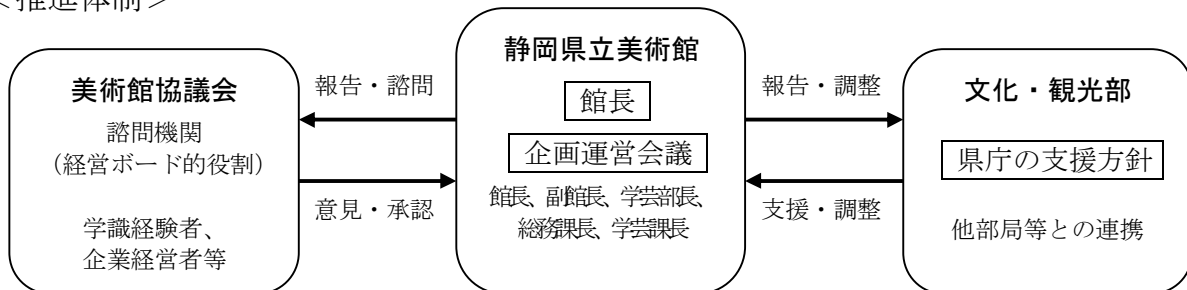
< 自己評価の流れ >

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 自主企画・企画参加型展覧会の回数(レベル別) 3 作品やテーマに興味を持った人の割合 4 展覧会における新規来館者数の割合 5 展覧会に対する外部評価(レビュー) 【定性】 6 調査研究の発表件数(種類別) 7 内部セミナー・研究会・研修の回数 8 大学等と連携した取組件数 9 インターンシップ受入人数 10 調査研究に関する外部評価(レビュー) 【定性】
	2 他の美術館・大学との連携を進め、企画力を強化します	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
	3 特徴あるコレクションを形成し、効果的に活用します	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】
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	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
	2 講座・講演会等を充実します	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
	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	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
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	35 来館者のアクセス満足度
	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	
	3 ロダン館の認知度を高め、来館者を増やします	
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	
	2 周辺環境やアクセス環境の向上を進めます	

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】

- ・ 伊藤若冲の水墨画の世界に着目した「伊藤若冲-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 A0I との連携による「ロダン賞コンサート」を実施した。【新規】
- ・ ムセイオン静岡榑円堂講座を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勞が偲ばれる。</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;">（榊原委員）</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”展は収藏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藏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藏品、それもきわめて良質の収藏品を展示公開して、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つ

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・学術論文・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・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。</p> <p>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。</p> <p>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> <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</p>

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」(鳥根県立石見美術館)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《セーナ河畔》及び高島達四郎《エトルタ》が、「セーナ川の流れて沿って」(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うことができたことに加えて、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。通常の商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

(註)「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間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(種類別)(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="201 293 659 327">伊藤若冲展 <参加型企画展></p> <p data-bbox="188 333 1351 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="188 495 1351 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="1209 573 1351 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="188 663 1351 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="1209 741 1351 775" style="text-align: right;">（榎原委員）</p>	
<p data-bbox="217 775 703 808">ロボットと美術展 <参加型企画展></p> <p data-bbox="188 819 1351 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="188 1021 1351 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="1209 1738 1351 1771" style="text-align: right;">（坂本委員）</p> <p data-bbox="188 1783 1351 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="188 1939 1351 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="188 2018 1351 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・ベーナム『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、館藏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

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%)が目立つ。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の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て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
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」を定期的で開催し、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。