

静岡県立美術館

第三者評価委員会評価報告書

2009年3月

静岡県立美術館第三者評価委員会

## 目次

はじめに .....	1
I 平成 19 年度「静岡県立美術館自己評価報告書」(一次評価) .....	5
1 館長の自己評価 .....	8
2 達成目標に対する評価 .....	13
3 戦略体系に沿った実績評価 .....	17
4 アンケート結果のまとめ .....	31
5 展覧会に関する自己点検評価表 .....	33
6 今後の取組方針 .....	40
参考資料 平成 19 年度静岡県立美術館評価業務 報告書 .....	43
II 県庁の支援体制 .....	105
(1) 平成 19 年度実績 .....	107
(2) 平成 20 年度方針 .....	111
III 平成 20 年度「静岡県立美術館第三者評価委員会」の報告 .....	115
1 平成 19 年度「静岡県立美術館自己評価結果表」に対する二次評価 .....	
(1) 評価システムに対する評価 .....	116
(2) 館長公約に対する二次評価 .....	116
(3) 達成目標に対する二次評価 .....	117
(4) 戦略目標の達成状況に対する二次評価 .....	118
2 「県庁の支援体制」に対する一次評価 .....	
(1) 美術館に対する具体的支援について .....	119
(2) 他部局等との連携について .....	119
(3) 県庁の支援体制を評価する視点(再確認) .....	120
3 改善に向けた提言 .....	
(1) 県立美術館の独自性や価値を強烈にアピールできる広報戦略を! .....	121
(2) コレクションの価値を誰もが分かるように表現し、広く活用 できる方針の立案を! .....	121

### 【別冊参考資料】「自己評価システムの見直しについて」

★ 静岡県立美術館と県庁文化政策室では、平成 20 年度に「自己評価システム見直しワーキンググループ」を設置し、美術館自己評価システムの見直し作業を開始した。この参考資料はその中間的な検討状況に関する資料をまとめたものである。最終的な見直し方針は本報告書の発行段階ではまだ決定されていないが、同年度末には確定の予定である。また平成 21 年度の自己評価は、見直しを反映した新方式で行なわれる予定である。自己評価システムの見直し作業は、当評価委員会の評価作業の対象ではない。しかし、その見直し方針は平成 21 年度以降の自己評価および当委員会による 2 次評価の方法に相当の影響を与える見込みである。したがって今回は読者の便宜を図るために、同グループの中間報告及びそれに対する第三者評価委員会の意見を「別冊参考資料」として報告書に添付した。なお、平成 21 年度の本報告書には最終的に確定した見直し方針を示した資料を添付する予定である。

## はじめに

---

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

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

このうち、県庁の支援体制に対する評価に関しては、昨年度は年度当初に県庁の支援方針が示されていなかったため、達成状況を評価することができませんでしたが、今年度からは、前年度に示された「県庁の支援方針」の記載事項の内容に沿って、具体的支援が実際に行われたかどうか等に対する評価を行うことが可能となりました。したがって、今回から本委員会の使命が完全な形で報告書にとりまとめられたこととなります。

本年度の本委員会の活動としては、平成20年7月と12月に会合を開き、平成19年度の美術館自己評価に対する二次評価、県庁の支援体制に対する一次評価、今後の改善課題について討議しました。この報告書はその結果に基づき作成したものです。

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

本報告書が県庁と県立美術館のますますの発展と充実に資することを期待します。

平成21年3月

静岡県立美術館第三者評価委員会

委員長 上山 信一

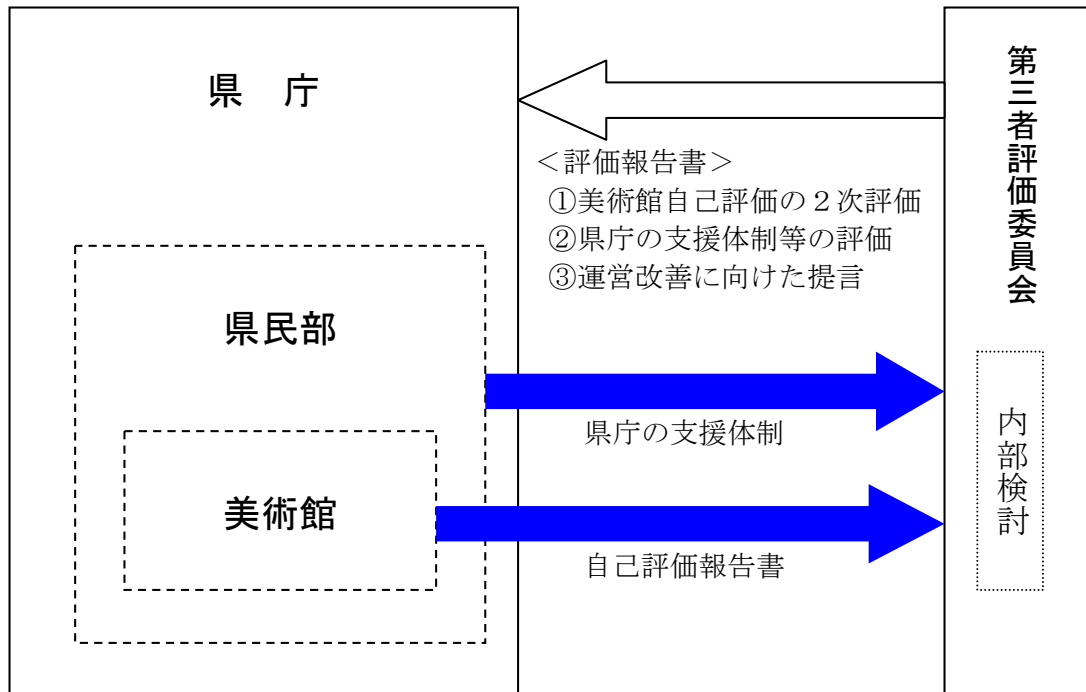
静岡県立美術館第三者評価委員会委員名簿（敬称略、五十音順）

	氏 名	役 職 等
委員長	上山 信一 <small>うえやま しんいち</small>	慶應義塾大学総合政策学部教授
委員	木下 直之 <small>きのした なおゆき</small>	東京大学大学院教授
〃	杉本 幸子 <small>すぎもと ゆきこ</small>	株式会社静岡リビング新聞社執行役員
〃	建畠 哲 <small>たてはた あきら</small>	国立国際美術館館長
〃	谷川 眞美 <small>たにがわ まみ</small>	静岡文化芸術大学准教授
〃	水島 章隆 <small>みずしま ちやうりゅう</small>	鈴与株式会社専務取締役
〃	村井 良子 <small>むらい よしこ</small>	有限会社プランニング・ラボ代表
〃	山梨 俊夫 <small>やまなし としお</small>	神奈川県立近代美術館館長

平成20年度の活動

会議名等	内容等
第1回第三者評価委員会	日時：平成20年7月30日（水）16:00～18:20 会場：静岡県立美術館 講座室 内容：（1）平成20年度の予定について （2）県立美術館の自己評価結果について （3）県庁の支援体制について
第2回第三者評価委員会	日時：平成20年12月16日（水）12:50～15:20 会場：静岡県立美術館 講座室 内容：（1）平成19年度美術館自己評価結果について （2）評価システムの見直しについて （3）今後の戦略目標等について

評価システム全体図（第三者評価委員会の位置付け）



## 静岡県立美術館第三者評価委員会設置要綱

(設置)

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

(所掌事務)

**第2条** 委員会は、次に掲げる事項を所管する。

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

(委員)

**第3条** 委員は、知事が委嘱する。

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

(委員長)

**第4条** 委員会に、委員長1人を置く。

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

(会議)

**第5条** 委員会は、委員長が招集する。

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

(事務局)

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

(その他)

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

### 附 則

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

# I

平成 19 年度

「静岡県立美術館自己評価報告書」（一次評価）

---

- 1 館長の自己評価
- 2 達成目標に対する評価
- 3 戦略体系に沿った実績評価
- 4 アンケート結果のまとめ
- 5 展覧会に関する自己点検評価表
- 6 今後の取組方針

## 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。

静岡県立美術館の自己評価システムは、館の「使命」を掲げ、その達成のために、5 項目の「戦略目標」、18 項目の「戦略」、それらの達成状況を評価するための 71 項目の「評価指標」により体系化されている。また、県民の皆様に、館の重点的な取組について理解していただくため、「館長公約」、「達成目標」を毎年設定している。

県立美術館では、各年度の取組について評価指標を用いて自己評価を行うとともに、平成 18 年 9 月に設置された「静岡県立美術館第三者評価委員会」による 2 次評価を受け、次年度への改善につなげることをしている。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。

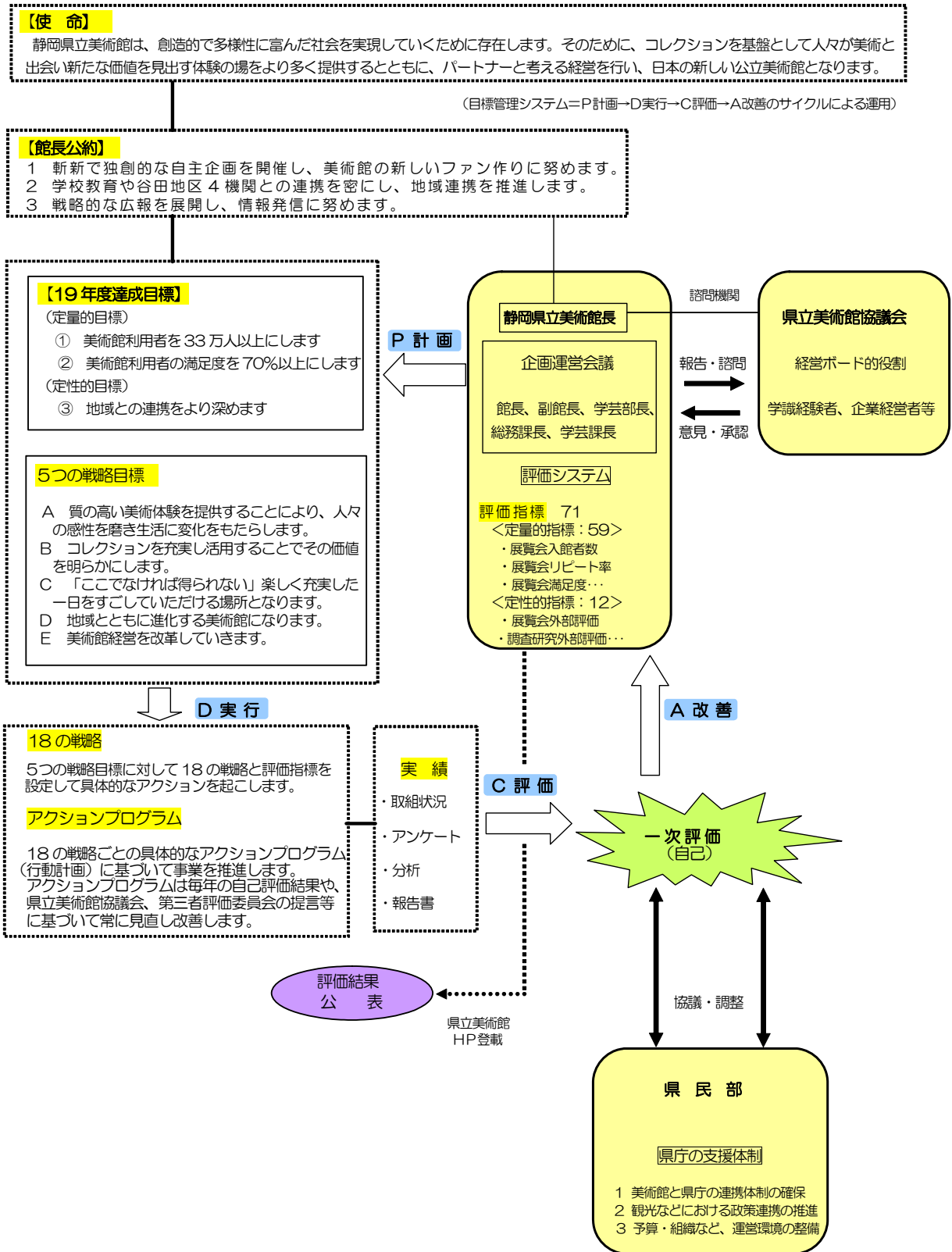
このたび、平成 19 年度の取組に関する自己評価結果を報告書にとりまとめたので公表する。

報告書は、館長公約に対する評価結果、達成目標に対する評価結果、戦略体系（5 つの戦略目標、18 の戦略）に対する 71 項目の評価指標の実績を基にした評価結果、さらに補足資料として、アンケート調査の分析概要、展覧会ごとの学芸部門による内容評価により構成され、最後に今後の取組方針を提示している。

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。



## 自己評価システムの全体像



# 第1章 館長の自己評価

第1章では、館長が平成19年度の静岡県立美術館の運営全般について自己評価を行った。まず、平成19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た。次に、平成19年度に重点的に取り組むこととした3つ館長公約に関して、それぞれの達成状況について自己評価を行った。

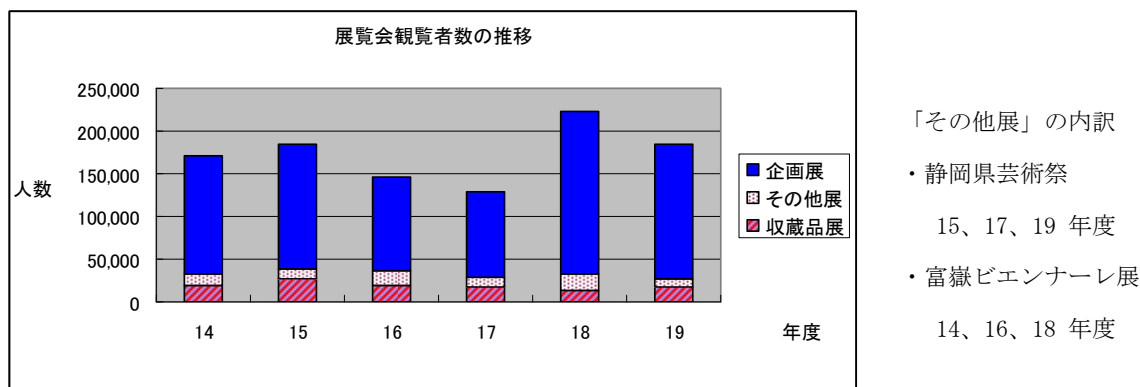
館長公約の評価においては、評価に参考となる評価指標を抽出し、「参考指標」として掲示している。(指標の前に添付した番号は評価指標の通し番号である。)

## 1 平成19年度事業評価結果（総括要旨）

近年、国立美術館等の独立行政法人化、公立美術館への指定管理者制度の導入など、美術館を取り巻く環境が大きく変わりつつある。公立美術館には、厳しい財政事情の下、その提供するサービス内容について説明責任を果たすことが必要とされ、活動の充実が求められると同時に、より効率的な美術館運営が求められているところである。

静岡県立美術館では、ロダン館を付設開館した平成6年度の410,182人をピークに、観覧者総数は減少の一途を辿り、平成11年度に最低を記録した。平成12年度からは、従来の美術分野の展覧会だけでなく、集客が期待できるいわゆる文明展を開催するなど、入館者の増加対策に努めてきたが、来館者数は横ばいの傾向が続いていた。

平成18年度、開館20周年の節目を機に、20年間に渡って収集してきたコレクションを効果的に活用するなど、多彩な特別企画展を開催し、県内外への情報発信の強化に向けて新たに考案したキャッチコピーによる戦略的な広報に努め、さらに「県立美術館自己評価システム」を稼動させて、目標達成に向けた具体的な取組みを行った結果、展覧会観覧者は、前年比を大きく上回る222,608人となった。20万人を超える観覧者は平成13年度以来のことであり、停滞から脱し新たな発展期に向かいつつあると考えている。



平成19年度は、このような新たな動きをさらに促進・発展させていくため、次のとおり、3つの館長公約を掲げ、各種施策に取り組んだところである。

**【平成 19 年度の館長公約】**

- ① 斬新で独創的な自主企画を開催し、美術館の新しいファン作りに努めます
- ② 学校教育や谷田地区 4 機関との連携を密にし、地域連携を推進します
- ③ 戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます

館長公約を軸に取り組みをした結果、平成 18 年度の観覧者数には及ばなかったものの、18 万 4 千人余の展覧会観覧者を迎えることができ、楽観は許されないにしても、多彩で魅力ある展覧会が開催できたと考えている。

美術館は、これまでも生涯学習や地域づくりの拠点として様々な活動を通じて教育、文化の発展に寄与してきたところであるが、当館における教育普及事業は、実技室が手狭だと実感するほどに多くの利用者があり、谷田地区の県立 4 機関との地域連携も活発化しつつあり、その成果も着実に始めている。

戦略的な広報展開についてはまだまだ工夫の余地があり十分とは言えないが、来年の「富士山静岡空港」の開港を見据えて、今後どのような相乗効果が狙えるのかなどについても取組を強化していきたいと考えている。

## 2 館長公約に対する評価

### ① 斬新で独創的な自主企画を開催し、美術館の新しいファン作りに努めます

平成 19 年度は、「ボックスアート」を皮切りに、6 つの企画展、県芸術祭及び収蔵品展を開催し、目標数値の 18 万 7 千人には僅かに及ばなかったが、184,535 人の観覧者があった。

個別には、新たな試みとしてプラモデルの箱絵をアートと捉え、特に男性の新規観覧者の獲得に寄与した「ボックスアート」、県外からの観覧者が多く、展覧会の質・レベルの満足度が高かった「NHK日曜美術館展」、作品やテーマへの関心度が高く、全体的な展覧会満足度も高かった「ガンダーラ美術とバーミヤン遺跡展」が特徴的であった。

特に館長自ら企画監修をした「ガンダーラ美術とバーミヤン遺跡展」は、73,048 人と年間で最も多くの観覧者を集め、美術的価値の上でも見ごたえのある作品が多数展示された。また、タケカワユキヒデ氏による館内音楽が見る人の異国への情緒を醸し出すという斬新なアイデア、「ガンダーラ博士をめざそう」と題した連続講演会が会場を途中で変更するほどの大盛況であったのも、この展覧会の大きな特徴であった。

収蔵品展は、18,196 人の観覧者があり、目標数値の 1 万 5 千人を 21.3% 上回った。展覧会全体からすれば 10% 弱の観覧者数ではあるが、企画展と同じテーマの収蔵品展を開催するなどの工夫が功を奏しているものと推察する。

全体的には、斬新で独創的な取組みが成果を上げたものと思われ、劇的とは言えないものの新しいファン作りの一翼を企画展が担ったと考えている。

#### <参考指標>

評価指標	16 年度	17 年度	18 年度	19 年度
1 展覧会の観覧者数	146,706	129,768	222,608	184,535
51 展覧会の新規来館者の割合	-	17.2%	22.7%	19.7%

### ② 学校教育や谷田地区 4 機関との連携を密接にし、地域連携を推進します

美を感じる感性というものは、子どものときに形成されるといわれる。子どもは柔軟性があり感性が鋭い。幼少時から美術館に親しみ、心豊かな感性を育まれた子供は、大人になってからわが子にも美に触れさせようと考えられている。その感性を育むのに美術館は大きな役割を果たせると考えている。

当館では、教育・普及事業を展覧会と並ぶ大きな柱と捉えて、展覧会のテーマや収蔵品の特色などへの理解を図り、美術に対する関心を高めるために学芸員等により美術講座などを開催している。子どもや親子を対象を絞った講座や、講座による鑑賞と簡単な工作とを連動させたものなど、ヴァリエーションの拡大にも努めた。特に、親子で粘土や絵の具に親しむ「開放日」と呼ばれる体験系の講座には、年間で 4,281 人もの利用者があった。また、美術館教室として、学芸員が学校に赴く「出張美術講座」や、普及ス

トップによる学校単位で行われる粘土や絵画の「ワークショップ」などには実に年間で15,100人の利用者があった。

この結果、講義系、実技系及び美術館教室として行われた学校連携普及事業をも含めた「教育・普及事業」は、18年度実績を32.8%も上回る32,225人の利用者を記録した。今後は質的な充実に努めていくことが求められる。

加えて、県（文化政策室）が行っている「中学生文化芸術鑑賞推進事業」では、4,671人（49校）の生徒が「ガンダーラ美術とバーミヤン遺跡展」を鑑賞した。

このような事業によって培われた学校教育との協力関係を、今後も継続していくとともに、この連携を教育・普及プログラムの質の向上等に生かしていくことが重要である。

一方、谷田の丘陵に建つ県立大学、県立美術館、県立中央図書館、埋蔵文化財調査研究所の4機関はそれぞれが持つ文化的財産、知的ノウハウを生かすため平成18年5月、職員の意識改革、財源確保などの課題を乗り越え新たな文化を発信する目的で本格的な連携に踏み切ったところである。その後、4機関は、通称「谷田サミット」として年数回協議の場を持ち、相互の協力と施設・人材等を活用した地域貢献のあり方を検討してきた。

平成19年度に入ってすぐの4月、県立大学で開かれた谷田地域の新しい文化の発信について考える「文化の丘シンポジウム」には、一般県民など約400人が講演やパネル討論などを通して、4機関が連携して進める谷田地域の新しいまちづくりについて協議を行った。このような連携への取組が周辺の「散策マップ」の作成などに生かされている。

このように、学校教育関連事業や、近隣にありながらこれまで交流がほとんどなかった4機関の連携強化により、地域連携の推進に大きく弾みがついている。

#### <参考指標>

評価指標	16年度	17年度	18年度	19年度
5 教育・普及プログラムの参加者数	14,554	21,297	24,263	32,225
50 小中高生を対象にした実技系プログラムの回数	—	107	120	145

### ③ 戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます

県では、今後3年間の県の文化振興施策をとりまとめた「静岡県文化振興基本計画」を平成20年3月に策定した。この中で、長期的な視点に立って、文化を「みる」・「つくる」・「ささえる」人を育てていくことを基本目標に掲げ、子どもが本物の文化に触れる機会の充実、モデルとなる文化創造の推進などの重点施策を推進することとしている。

平成19年度、静岡県立美術館ではこの計画の考え方を先取りした形で、観覧料の見直しについて検討し、企画展観覧料を平成20年4月から小中学生を無料、大学生を一般の半額にして「子どもが本物の文化に触れる機会の充実」に向けてその仕組みづくりに取り組むとともに、子どもたちに豊かな美術体験を提供するという当館の魅力の向上・発

信を行った。

また、より多くの人に美術館のことを知ってもらうための一方策として、美術館友の会の会員になってもらって美術館に親しんでいただこうと、教育委員会等の協力を得て、年度末退職を予定している職員等の集まる機会を捉えて、「友の会」の勧誘活動を行った（教職員 6 日、警察職員 2 日、県職員 2 日、延べ 10 日間）。

また、ロダン作品常設展示数日本一を P R するため、代表作「考える人」をモチーフにしたオリジナルハンカチの販売や、隣接する県立 4 機関と共同制作した「散策マップ」を配布するなど、身近なところから美術館の認知を高めるための P R を行った。

一方、展覧会では、企画展に連動した講演会を通して取組を行った。例えば「ガンダーラ美術とバーミヤン遺跡展」では、4 回以上聴講した人に、同展を監修した館長の終了証書を授与するイベントを行った。「ガンダーラ博士をめざそう」と銘打ったこの連続講演会（全 7 回）は、当館講堂に入りきれないという人気で、途中から会場を県立大学大講堂（900 人収容）に変更したほどの盛況であった。これまで単発で行っていた講演会を、ストーリー性を持たせて連続ものに切り替えるという着想が戦略的な広報につながったものと考えられる。

さらに、「ガンダーラ美術とバーミヤン遺跡展」では、チラシ等の告知についても、通常の一律の送付先だけでなく、仏教関係者や関連学会など、企画展の内容に応じた新たなチャンネルの開拓に取り組み、新規来館者の増加に努めたところである。

来春には富士山静岡空港が開港し、本県の国際化に新しい展開が期待されている。国民文化祭の開催も間近である。多くの人々に静岡県の文化を享受してもらうためには、国内外に情報発信していくことが大きな課題である。

本県にはかけがえのない「富士山」という大きな財産がある。そして、当館には、常設展示しているロダン作品数で日本一を誇る「ロダン館」がある。こうした県民の財産を生かし、今後一層情報発信について知恵を振り絞っていきたい。

#### <参考指標>

評価指標	16 年度	17 年度	18 年度	19 年度
45 HP へのアクセス件数	98,000	103,500	155,400	164,500
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%
22 ロダン美術館としての情報発信の媒体別発信回数	—	57	14	57
40 友の会会員の人数	623	557	636	608

## 第2章 達成目標に対する評価

第2章では、平成19年度当初に掲げた以下3点の達成目標に対して自己評価を行った。

- |                        |         |
|------------------------|---------|
| ① 美術館利用者数を33万人以上にします   | (定量的目標) |
| ② 美術館利用者の満足度を70%以上にします | (定量的目標) |
| ③ 地域との連携をより深めます        | (定性的目標) |

「美術館利用者」は、単に展覧会観覧者数だけでなく、レストラン、ミュージアムショップ、県民ギャラリー、講堂、図書館の利用者、さらに美術館を会場とするイベントへの参加者を含めて集計したもので、美術館全体の魅力を評価する指標として目標に掲げている。

### ① 「美術館利用者数33万人以上」に対する達成状況（定量的評価）

区 分	目標 A	実績 B	達成率 B/A
展覧会観覧者数	187,000	184,535	98.7%
ボックスアート	23,000	16,998	73.9%
ヴェネツィア絵画のきらめき	26,000	17,294	66.5%
NHK日曜美術館30年展	30,000	30,011	100.0%
懐かしい、新しい… 大正シック展	12,000	10,632	88.6%
心の風景 名所絵の世界	15,000	8,984	59.9%
ガンダーラ美術とバーミヤン遺跡展	55,000	73,048	132.8%
収蔵品展	15,000	18,196	121.3%
静岡県芸術祭	11,000	9,372	85.2%
(ロダン館への入場者数)	(70,000)	(74,290)	(106.1%)
移動美術展	4,000	2,669	66.7%
県民ギャラリー入場者数	70,000	70,217	100.3%
講堂入場者数	8,000	8,199	102.5%
教育普及プログラム参加者数	16,000	32,225	201.4%
レストラン利用者数	27,000	43,727	161.9%
ミュージアムショップ利用者数	11,000	24,542	223.1%
図書閲覧室利用者数	5,000	5,580	111.6%
ミュージアムコンサート入場者数	2,000	1,862	93.1%
合 計	330,000	373,556	113.2%

注) 目標数値は、これまでの実績数値に展覧会の努力数値を勘案したものである。

<分析と評価>

- ・ 平成 19 年度利用者総数は、目標数値を 13.2%上回る結果となった。
- ・ このうち、展覧会観覧者は「ガンダーラ美術とバーミヤン遺跡展」が予想を大きく上回り、「NHK日曜美術館30年展」も目標を達成したものの、全体としてはわずかに目標を達成できなかった。
- ・ 教育普及プログラム参加者数は、講義系、実技系及び美術館教室の全てにおいて予想を大きく上回った。中でも美術館教室は、ロダン体操や中学生文化芸術鑑賞推進事業の事前学習等の出張美術講座、粘土・絵画のワークショップの利用者が大きく寄与した。
- ・ レストラン利用者は、展覧会ごとの特別メニューの定着化などで目標を達成、ミュージアムショップ利用者は「NHK日曜美術館30年展」での関連グッズ特設販売コーナーや、「ガンダーラ美術とバーミヤン遺跡展」の集客効果もあり、目標の倍以上の利用者があった。

② 「利用者満足度 70%以上」に対する達成状況（定量的評価）

区 分	目標	満足度 A	利用者数 B	満足数 B×A=C	総合的 満足度 C/B
展覧会観覧者	70.0%	71.7%	184,535	132,312	—
教育普及プログラム参加者	90.0%	82.1%	32,225	26,457	—
レストラン利用者	70.0%	61.7%	43,727	26,980	—
ミュージアムショップ利用者	80.0%	76.9%	24,542	18,873	—
図書閲覧室利用者	70.0%	87.0%	5,580	4,855	—
合 計	—	—	290,609	209,477	72.1%

注1) 利用者の総合的満足度は、対象項目毎の利用者数に満足度を乗じて得られた数値を満足数とし、その合計を総利用者数で除したものである。

注2) 「利用者満足度 70%」は、過去3年の実績値から勘案した数値に努力目標としての10%程度を加味したものである。

注3) 県民ギャラリーと講堂は対象項目から除外しているが、これは、当該満足度が利用する団体等の企画に大きく影響されるためである。



(展覧会ごとの基礎的指標)

単位：%

区 分		ボックスアート	ヴェネツィア	日曜美術館	大正シック	名所絵の世界	ガンダーラ
観覧者の性別	男性	69.4	34.1	36.4	28.3	40.8	42.0
	女性	30.6	65.9	63.6	71.7	59.2	58.0
小中高生の割合		9.0	3.9	5.9	3.7	3.6	10.0
観覧者満足度		62.8	86.6	76.6	62.3	67.3	74.7
リピート観覧者		69.0	87.8	78.4	84.7	82.7	79.1
新規観覧者		31.1	12.2	21.6	15.3	17.2	20.9
新規観覧者満足度		60.5	82.1	70.6	61.0	80.4	70.6
地域別観覧者数	中部	56	63	48	67	59	54
	西部	23	14	14	14	17	15
	東部	12	18	21	12	13	20
	県外	9	5	17	8	11	11

#### <分析と評価>

- ・ 総合的満足度は72.1%と、目標値の70%を達成した。
- ・ 展覧会観覧者数は、目標値を僅かに下回ったものの、総利用者の6割強を占める「展覧会観覧者」の満足度が高かったことが好影響の一因と思われる。
- ・ 男女比率は、男性：女性=42：58で、平成18年度に比べて女性の比率がやや高まっている。展覧会別では、「ヴェネツィア」「日曜美術館」「大正シック」の女性比率が高く、「ボックスアート」では男女比率が逆転しているのが特徴的であった。
- ・ 小中高生の割合は「ガンダーラ」が文明展ということもあり一番高く、観覧者満足度はリピート観覧者と同じ傾向にあり、これに関しては観覧者数とは必ずしも比例しないことが明らかになった。
- ・ 新規観覧者は、プラモデルに関連した「ボックスアート」が突出して高いが、満足度は決してその比率に比例しない。
- ・ 居住地構成は、平成18年度に比べ静岡県中部の割合がやや低くなって分散化したが、依然約6割の観覧者が中部である傾向に大きな変化は見られない。NHKの番組を背景に「日曜美術館」の県外からの割合が他の展覧会と比べて突出して高い。

#### ③ 「地域との連携をより深めます」に対する達成状況（定性的評価）

第三者評価委員会の平成18年度事業自己評価に対する二次評価報告書では、詳細な評価指標や達成度の分析については「全国の公立美術館でここまでやっているところはなく、全体としては良くやっている」としながらも、美術館と同じ地区にある県立大学等との連携に加え、静岡市立美術館や県舞台芸術センターとの協力など、地域連携の一層の充実に向けた提案を行っている。

こうした中、当館では、県立4機関との連携をはじめ、周辺地域との連携に向けた各種の取組を進めてきた。これらの取組は未だ端緒にすぎたばかりではあるが、確実にその成果が出始めており、ボランティア組織との連携も充実してきた。

#### <実績と評価>

- ・ 県立大学、県立美術館、県立中央図書館、埋蔵文化財調査研究所との連絡会議（通称：谷田サミット）を4回開催した。なかでも、ここ谷田地区を新しい文化発信基地にしようとする“文化の丘シンポジウム”が平成19年4月に開催できたことは大きな意義があった。また、県立美術館を訪れる人に周辺の見所や花木を楽しんでもらおうと、同県立4機関協力のもとJR草薙駅までの約1キロ間の「散策マップ」を配布できたのも成果の一つであった。
- ・ ボランティア団体「草薙ツアーグループ（前田美佐枝代表）」が市民向けに、県立美術館へと続く遊歩道「彫刻プロムナード」での茶摘みやお茶会が定着してきた感がある。美術館前の茶畑で収穫した新茶を来館者に振る舞うなど、静岡ならではの企画として、展覧会観覧者の好評を博している。
- ・ JR静岡駅北口前で建設が進む再開発ビル内に、「静岡市立美術館（仮称）」が入居する計画が進められている。現在、JR静岡駅南口の高層ビルに入居している「静岡アートギャラリー」を移転させ、再開発ビルの核的な文化施設とするもので、平成22年10月に開館される予定である。既に、静岡市立美術館（仮称）準備検討委員会（委員長・白井嘉尚静岡大教育学部教授）が開催されており、同美術館の位置づけのひとつに「連携・交流の場」が掲げられ、県立美術館等の機能分担や連携について討議されている。同委員会には、当館の学芸部長が委員として参画しており、市内文化施設とのネットワークづくり、入場料金の割引や共通チケットの発行、施設を巡回する文化ツアーの企画、生涯学習施設や学校との連携も検討されている。

参考指標	16	17	18	19
8 鑑賞環境に対する満足度	85.1%	89.6%	84.6%	87.1%
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 (谷田サミットの開催数)	-	7	14	11
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%
38 ボランティアの人数	-	277	277	284
40 友の会会員の人数	623	557	636	608

### 第3章 戦略体系に沿った実績評価

第3章では、5つの戦略目標、18の戦略の達成状況を、71の評価指標の実績を踏まえて評価した。

まず、評価指標のうち、59項目の定量的評価指標の平成19年度実績を過去5年間の推移とともに記載し、次に、12項目の定性的評価指標の平成19年度実績を記載した。

さらに、これらを踏まえて戦略ごとに自己評価を行った結果を記載している。

#### 1 定量的評価指標にかかる実績一覧

戦略目標 戦略	定量的評価指標		実績値						
			単位	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19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	170,390	184,095	146,706	129,768	222,608	184,535
	2	展覧会のリピート率	%	82.4	82.2	-	82.8	77.3	80.3
	3	展覧会の満足度	%	58.1	62.4	62.8	65.8	67.7	71.7
	4	講義系の特別講演会等の回数	回	148	186	184	283	214	211
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
	6	教育・普及プログラムの満足度	%	89.0	98.6	86.0	93.9	84.8	82.1
	7	実技系プログラムに参加した人で、展覧会も観覧した人の割合	%	-	-	11.1	37.5	35.6	35.8
戦略 3	豊かな美術体験のために非日常的な環境を演出します								
	8	鑑賞環境に対する満足度	%	82.8	78.2	87.2	89.6	84.6	87.1
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	225	200	223	166	172	*10
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

戦略目標 戦略	定量的評価指標 No.	実績値						
		単位	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度
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	17	9	67	11	4	2
	作品購入価格	千円	44,769	52,425	55,769	40,834	6,388	29,896
12	作品寄贈の点数	点	28	20	0	3	10	23
	寄贈作品の評価額	千円	-	-	-	5,300	46,200	26,435
	作品寄託の点数	点	-	-	-	1	9	27
13	コレクションの資産価値(※)	千円	-	-	-	1,026,600	1,144,600	
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	19,174	27,373	18,663	16,864	13,265	18,196
15	収蔵品展の企画数	本	12	12	10	15	9	12
16	収蔵作品の公開件数	点	-	-	-	668	557	465
17	収蔵作品の稼働率	%	-	-	-	39.7	32.9	18.5
18	他館への貸出件数	件	46	73	80	97	123	161
19	特別観覧の件数	件	54	76	87	76	79	85
20	ロダン館への入館者数	人	-	-	58,733	62,768	105,545	74,290
21	ロダン館を使った催事の件数	件	1	5	6	46	58	45
	ロダン館を使った催事の観覧者数	人	-	-	-	2,336	3,174	2,700
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
23	風景の美術館としての認知度(観覧者)	%	-	-	-	30.3	27.3	25.4
	風景の美術館としての認知度(インターネット)	%	-	-	-	8.7	14.4	-

戦略目標 戦略	No.	定量的評価指標	単位	実績値					
				14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度
<b>戦略 3</b>	<b>コレクションについての研究活動を行います</b>								
	24	収蔵作品に関する学芸員による調査・研究の発表件数	件	-	-	-	4	11	* 2
<b>戦略目標 C</b>	<b>「ここでなければ得られない」楽しく充実した一日をすごしていただける場所となります</b>								
<b>戦略 1</b>	<b>美術館へ誘(いざな)う環境を整え、安全快適に過ごしていただけるための設備や計画を整えます</b>								
	25	当館に関する情報が「入手しやすい」とする方の割合	%	39.3	37.0	-	71.5	69.7	67.9
	26	公共交通機関で来館した人のアクセス満足度	%	45.3	77.8	-	82.4	78.9	78.1
	27	自家用車で来館した人のアクセス満足度	%	84.6	78.4	-	76.0	67.3	80.1
	28	ユニバーサルデザイン面での取組み数	件	1	1	1	2	2	3
	29	美術館スタッフの対応に満足した人の割合	%	84.1	90.6	74.6	82.3	78.7	78.5
<b>戦略 2</b>	<b>ロダン館をはじめとする館内外の空間を活かした事業展開をします</b>								
	30	ロダン館、エントランス等での催事件数	件	1	5	5	61	92	90
	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
	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
<b>戦略 3</b>	<b>「それだけのために来館したくなる」レストラン、ショップを目指します</b>								
	33	レストランの利用者数	人	49,004	42,727	34,213	35,634	47,770	43,727
	34	レストランの満足度	%	33.0	57.6	-	63.2	57.1	61.7
	35	ミュージアムショップの利用者数 (※)	人	-	-	-	13,106	23,651	24,542
	36	ミュージアムショップの満足度	%	72.7	82.8	-	89.3	77.1	76.9

戦略目標 戦略	定量的評価指標		実績値						
			単位	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度
	No.								
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
	38	ボランティアの人数	人	331	426	-	277	277	284
	39	ボランティアの満足度	%	89.4	-	-	78.8	-	59.7
	40	友の会会員の人数	人	633	632	623	557	636	608
	41	友の会会員の満足度	%	82.8	-	-	90.0	-	-
	42	県民ギャラリーの利用団体数	団体	38	45	34	41	38	39
		県民ギャラリーの稼働率	%	90.6	87.1	88.1	93.4	97.7	91.3
		講堂の利用団体数	団体	82	78	68	78	88	71
		講堂の稼働率	%	33.5	35.3	27.2	27.4	29.4	25.2
	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	5,031	6,500	4,553	4,490	6,082	2,669
	44	広報サポーターの人数	人	174	170	156	155	112	98
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	87,300	85,000	98,000	103,500	155,400	164,500
	46	HPの満足度	%	60.1	68.7	-	69.6	77.8	70.0
	47	図書閲覧室の利用者数	人	4300	4627	4377	4,700	5,090	5,580
	48	図書閲覧室の満足度	%	30.5	65.2	-	67.5	73.5	87.0
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	%	9.1	11.4	12.3	14.0	8.6	9.6

戦略目標 戦略	No.	定量的評価指標	単位	実績値					
				14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度
	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
	51	展覧会における新規来館者の割合	%	17.6	17.8	-	17.2	22.7	19.7
	52	展覧会における新規来館者の満足度	%	56.5	52.2	-	65.7	67.7	70.9
	53	地域別の利用者数の割合(東部)		静岡市内 48.0	静岡市内 45.0	静岡市内 42.0	16.4	14.5	15.8
		地域別の利用者数の割合(中部)		県内 42.0	県内 46.0	県内 42.0	63.8	61.3	57.7
		地域別の利用者数の割合(西部)		(市内除く)	(市内除く)	(市内除く)	12.8	13.4	16.4
		地域別の利用者数の割合(県外)		10.0	9.0	11.0	7.0	10.8	10.1
	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
	55	観光ルート化を実現するための会議の開催	回	-	-	-	4	3	7
<b>戦略目標 E</b>	<b>美術館経営を改革していきます</b>								
<b>戦略 1</b>	<b>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</b>								
	56	経営に関する情報の公開件数	件	-	-	-	8	13	10
<b>戦略 2</b>	<b>進化していく美術館について研究します</b>								
	57	経営に関する調査・研究件数	件	-	-	-	4	15	6
<b>戦略 3</b>	<b>美術館が社会に役立つための職員教育を徹底します</b>								
	58	職員研修の件数	件	-	-	-	18	10	21
<b>戦略 4</b>	<b>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</b>								
	59	美術館協議会及び経営部会の開催回数	回	1	1	1	4	2	2

(注) ・No. 4: 指標変更「学芸員によるフロアレクチャーの回数」→「講義系の特別講演会等の回数」

・No. 9: 平成 19 年度に対象件数を変更

・No.10: 指標変更「企画展毎の媒体別利用件数」→「企画展ごとの取材等の件数」

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

・No.24: 平成 19 年度に対象件数を変更

## 2 定性的評価指標にかかる実績一覧

戦略目標 戦略	定 性 的 評 価 結 果	
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	
	60	展覧会に対する外部評価(専門家のレビュー)
	ボックスアート展	
	<p>① ハイ・テクの時代で、その予備的ゲームとしてのロボット・コンクールなどが人気をえていることと、芸術との関係は、もっと多様性があるよと私には思われる。</p> <p>①その点で、ややレトロ的な面もあるが、「メカ」の魅力の一端をのぞかせるという点でも興味深かった。②それと別面で記した近代戦との関わり(メカ部分とそのイメージ)。これらは今後の問題に引繋がれる面だと思ふ。③もう一点は、今回はじめて地元の地元産業との関係。これもなおざりにできない。</p> <p>観客の反応の具体的な内容は私は知らないが、美術愛好者でない人々を惹きつけるものとしても興味深い。将来性のある展覧会だったと思ふ。</p> <p style="text-align: right;">(坂本満 委員)</p>	
	名所絵の世界展	
	<p>① 雪舟から清親まで、室町・江戸から明治10年代まで、4部立ての展示は、名所絵を通覧するのに十分な内容であった。富士山の世界文化遺産登録をひかえ、時宜を得た企画であり、名所絵というものを日本の伝統的な屏風を知らしめるよい機会となった。</p> <p>富士山を別格として天橋立、松島、宮嶋という日本三大名所を描いた作品群を1描き継がれた日本の名所、2京名所・近江名所、3富士三保松原、4江戸から東京へという4部立とまとめたのは、一貫した考え方が展示にもあらわれて意義深いものとなっている。</p> <p>特に東西の風景画を収蔵する静岡県美の力が発揮されて3の富士山・三保の松原は充実していた。郷土の美を再発見する機会にもなったと思われる。</p>	
	<p>② 館蔵品をうまく使っている。展示構成も名所絵→京名所・近江名所→静岡駿府名所→江戸(東京)名所の順は穏当で分かり易い。新出作品が少なからずあるのは、展覧会開催に向けて日頃の取り組みの賜物であろう。名所絵→実景表現への変容・変質を過不足なく見せてくれた点で好感がもてるが、江戸・東京の名所絵(IV章)は、もう一工夫あってもよかったのでは。例えば、小林清親の作品を出すのなら広重の江戸名所百景の影響が顕著な武蔵名所を出すべきではないか。</p> <p style="text-align: right;">(金原宏行 委員、榊原悟 委員)</p>	
	ガンダーラ美術とバーミヤン遺跡展	
	<p>① ガンダーラ美術やバーミヤンの遺跡に興味を持つ人は多いが、今日まで、こうした美術に親しむ機会が県内では少なかった。今回そうした人々の渇をいやす展覧会となっており、案内パンフレットを2回印刷し、早めに周知したことも、また会期が3ヶ月とロングランに出来たことも多くの見学者を迎えることの出来た理由であろう。</p> <p>美しいガンダーラ彫刻のフォルムに対話出来ると同時に、バーミヤンの大仏の消亡、流出文化財保護日本委員会の組織など、いかに世界文化遺産を守り、継承していくことが困難かを知らしめたといえよう。</p>	



戦略目標 戦略	定 性 的 評 価 結 果	
	②	<p>ガンダーラ美術の作品としては、従来、東京国立博物館所蔵のものがよく知られてきたが、本展覧会ではそれ以外にも国内所蔵の優品が多数あることを紹介している。大きさ、美的価値の点で大変充実した展示作品が多く、見ごたえのある展覧会となっている。これまで知られてこなかったこれほど多数の作品の所在を調査し、作品を実見し、制作年代を想定するなどの評価を行い、かつそれらを展示に生かすとともに、丁寧な作品解説を行っている点に、本展を支える研究蓄積の厚さと研究者の情熱をうかがうことができる。パネル展示を含め、会場構成の密度が高く、多くのことを伝える展覧会となっていた。</p> <p>日本では、今日でも仏教美術への根強い関心、興味がある一方、経や仏伝について知識は乏しく、また仏の諸相や持物によって仏陀、菩薩等を識別することができる力を一般に求めることは難しい。仏教美術展の難しさのひとつであろうが、そうした点についてより詳しい解説パネルなどが必要であったかもしれない。</p> <p>美術館、博物館に指定管理者制度が導入されようとする流れの中で、館長企画による展覧会が開催され、県民の高い関心と呼んだことを評価したい。美術館、博物館に営利面での経営力を期待する風潮が強い現状である。従来のあり方について反省する面も必要とは思いますが、本来、美術館、博物館は福祉・教育的な施設であり、文化的に価値あるものを蓄積して国民、県民の文化的財産を次代へ継承し、その価値について啓蒙するとともに、豊かな文化的生活に資することを本来の目的とする。企画・構成を行い、図録にも執筆する力を持つ館長がいることで、美術館、博物館の調査研究が活性化され、望ましい方向性を持つことになると思う。</p> <p>そうした意味で、本展は県の人事力と見識を証すものでもあったと考える。</p> <p style="text-align: right;">(金原宏行委員、山梨絵美子委員)</p>
	61	観覧者の生活に変化をもたらしたかどうか(グループインタビュー、テキスト・マイニング)
		実施せず
<b>戦略 2</b>		<b>新たな発見を促し、創造性を体感できるプログラムを提供します</b>
	62	参加者の生活に変化をもたらしたかどうか(グループインタビュー、テキスト・マイニング)
		実施せず
<b>戦略 4</b>		<b>すべての美術館活動の基盤となる調査・研究活動を重視します</b>
	63	調査・研究に対する外部評価(専門家のレビュー)
	①	<p>研究紀要 南美幸「「女ケンタウロス」に見られるロダンのもう一つの革新性」</p> <p>ロダンの地獄の門の中のケンタウロスの製作周辺を解明するに当たって、文学者の動向も勘考した点でも興味深い論文であった。</p> <p>またケンタウロスの図像も、私の無知を示すものかもしれないが、その整理に学ぶところがあった。</p> <p>ロダンの造形について近年唱えられている「アッサンブラージュ」の概念を超えて、「ケンタウロス」に隠されたもう一つの「主題」について独創的な考察と提案を含んでいる。</p> <p>従来のロダン論をつきぬけようとする意図にあふれた意欲的な研究である。</p> <p style="text-align: right;">(坂本満委員、潮江宏三委員)</p>

戦略目標 戦略	定 性 的 評 価 結 果	
	②	<p>研究紀要 「ジョン・マーティン作『失樂園』中の一図、《光明の創造》の着想源について」</p> <p>ジョン・マーティンという画家についての研究は、日本では極めて限られているが、その中では特出した研究といえよう。ことにマーティンの『失樂園』は、マーティン諸作品中唯一日本での公私のコレクションに見出されるものであるから、本研究は日本のコレクターたちのためには関心と呼ぶと考えられる。</p> <p>しかし、調査対象が『失樂園』の刊行諸版を中心としたために、ことに《光明の創造》のような図像(すなわち、天地創造の先行図像との重なりが多いものの場合)には旧約図像にまで調査範囲を広げる必要があったと思われる。日本において、そういう広い調査は、資料的な限界があるという点では、西洋美術研究の困難が3,40年前の私たちの世代と基本的には変わっていないことを考えざるをえない。</p> <p>マーティンの代表作品の一つ『失樂園』連作に着目し、そのうちの《光明の創造》について、近代作家の想像力の所産として片づけるのではなく、ていねいに美術史的(特に図像的伝統)伝統のなかに位置づけた点が評価される。</p> <p style="text-align: right;">(坂本満委員、潮江宏三委員)</p>
	③	<p>研究紀要 福士雄也「円山応挙筆《桃山春景・嵐山秋景図》について一名所絵としての位置づけと賛者との関わり」</p> <p>論旨、考証ともよく練られたもので好論文である。賛と画の関係を具体的作例から追求していること、その結果として賛者と画者(この場合は3人)が共同意識をもとに制作したであろうと言及していること、画の検討から、画面に象徴的な景物を描き入れて対比的な関係があるが、それが調和的に表現しているとみていること、以上から応挙の名所絵が伝統によりながら、イメージの風景でなく写実主義が紋切型の風景から脱却しているとしていることに共感でき、説得力のあるものとしている。</p> <p>一点の作品を取上げ、それを多方面から検討していく試みは評価すべきであろう。ことに賛者との関係は注文主(依頼者)をも含めさまざまなことが想定できるだけにこれを俎上に乗せた点は興味深い。</p> <p>一点の作品の分析を通し 応挙の実景表現(視覚体験と風景描写)や名所絵の問題、さらには賛者との関係を切り込んでいこうとする姿勢を高く評価したい。</p> <p style="text-align: right;">(金原宏行委員、榊原悟委員)</p>
<b>戦略 5</b>	<b>より多くの方に展覧会をご覧いただくための広報に努めます</b>	
	64	展覧会広報に関する外部評価(県広報アドバイザーによるレビュー)
	実施せず	
<b>戦略目標 B</b>	<b>コレクションを充実し、活用することで、その価値を広く明らかにします</b>	
<b>戦略 1</b>	<b>社会的資産としてのコレクションを保全し、後世に伝えていきます</b>	
	65	作品保存に関する館の取組(IPM手法)に対する外部評価(専門家のレビュー)
	実施せず	

戦略目標 戦略	定 性 的 評 価 結 果	
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	
	66	公開又は貸し出した展覧会における作品の位置付け等に関する学芸員レポート(内部レビュー)  フィラデルフィア美術館で開催された「池大雅・徳山玉瀾展」に当館所蔵の池大雅《龍山勝会・蘭亭曲水図》はじめ、玉瀾の館蔵品1点、寄託品1点を出品。同展は、アメリカで開催される初めての本格的な大雅・玉瀾展であったが、当館所蔵作はその目玉のひとつとして位置づけられており、その意味は、国際文化交流、海外への日本文化交流あるいは当館所蔵品の国際的な紹介という点において大きい。 また、巡回展「NHK 日曜美術館 30 年展」の3会場にロダン《考える人(小型像)》を出品。これは「作家が作家を語る」という、これまでにはないコンセプトのもと展示されたが、静岡県美のロダンを全国でアピールできたと思う。 年度を通して、貸出件数も増加しており、コレクションの有効活用、コレクションによる文化貢献の度合いも増したと考える。  (学芸課長:飯田真)
	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	
戦略 1	67	収蔵品に関する学芸員の調査・研究に対する外部評価(専門家のレビュー)  A-4-②に記載
	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	
	68	NPO、大学などの外部組織と実施した協働事業に関する美術館職員によるレポート  県立大学・県立中央図書館・県埋蔵文化財調査研究所との「谷田サミット」も2年目を迎え、合同シンポジウムの開催や、人材の交流(講師派遣)、あるいは周辺マップの作成などの成果を生んだ。また、急遽のことであったが、「ガンダーラ展」の連続講演会が県大講堂でおこなわれたことも今後の協力関係を考える上で特記したい。 大学との協力関係については、客員研究員の枠を用い、次年度企画展の広報に対するアドバイスをいただいた。この制度の効果的な運用に関しては、引き続き検討していくこととなった。また、当館所蔵の歴史資料の研究活用をめぐって静岡大学人文学部との連携を模索しており、次年度に結実する予定である。さらに、インターンシップ導入に関しても、議論を進めている。
	69	企業協賛・助成に関する美術館職員によるレポート  企業協賛については、引き続き可能性を調査する段階にとどまっている。これに関わる人材不足は否めない。 助成ではないが、「大正シック展」において、静岡第一テレビが途中から参画。共催となり、広報面をバックアップしてもらった。

戦略目標 戦略	定 性 的 評 価 結 果	
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	
	70	館長の経営改革に対する自己評価(第三者評価委員会のレビュー)
	<p>これからいったい何をしたいのかがあまり見えない。現状を打破し、次はこうしたいという美術館の意欲が見えるような報告書にしてほしい。</p> <p>評価結果表の作り方が昨年度と変わっていない。評価作業がルーティン化しているのではないか。昨年度は初めてだが、今年度は2回目だから少しでも改善がほしい。</p>	
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	
	71	第三者評価委員会の場に出た提言や意見に対する取組状況
	<p>総括的な評価を採り入れるなどの改善をする。</p>	

### 3 戦略ごとの評価

戦略目標 戦略	評 価
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	<p>新たな視点に基づく展示を行います</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>平成 19 年度は「ボックスアート」を皮切りに、6つの企画展、県芸術祭、収蔵品展を開催し、目標数値の 18 万 7 千人にはわずかに及ばなかったが、184,535 人の観覧者があった。</li> <li>新たな試みとして、プラモデルの箱絵をアートと捉えた「ボックスアート」展が、特に男性の新規観覧者の獲得に寄与した。男性の割合が 69.4%と女性を大きく上回り、新規来館者割合が 3 割を超えるこれまでにない展覧会となった。</li> <li>館長自ら企画監修した「ガンダーラ」展では、タケカワユキヒデ氏による異国情緒を醸し出す館内音楽を流すとともに、「ガンダーラ博士をめざそう」と題した連続講演会を開催するなどの工夫を凝らし、73,048 人の観客を集めた。</li> <li>新規来館者は 19.7%と、開館 20 周年であった 18 年度の 22.7%に比べれば若干低下したものの、新しいファンづくりの一翼を担ったものと考えている。</li> <li>展覧会全体の満足度は、71.1%と目標値を超えることができた。(総合満足度は 72.1%)</li> </ul>
戦略 2	<p>新たな発見を促し、創造性を体感できるプログラムを提供します</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>教育・普及プログラムでは、子どもや親子を対象を絞った講座や、講座による鑑賞と簡単な工作とを連動させたものなど、バリエーションの拡大に努め、18 年度実績を 32.8%上回る 32,225 人の参加者数を得た。</li> <li>学芸員が学校に赴く「出張美術館講座」をはじめ、普及スタッフによる学校単位で行われる粘土や絵画のワークショップなどの「美術館教室」には 15,100 人の利用者があった。このような事業によって培われた学校教育との協力関係を今後も継続していくとともに、この連携をプログラムの質の充実に生かしていくことが求められる。</li> </ul>
戦略 3	<p>豊かな美術体験のために非日常的な環境を演出します</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>鑑賞環境に対する満足度は 87.1%と、引き続き高い満足度を得られているが、意見箱からは施設に関する改善要望が多く寄せられており、計画的にアメニティの改善を図っていくことが求められている。</li> <li>「ガンダーラ」展では、エントランスフロアに大画面の関連映像を映写し、1階から展示室へ誘う雰囲気作りを行うなど、館全体で展覧会をアピールする試みを行った。</li> </ul>
戦略 4	<p>すべての美術館活動の基盤となる調査・研究活動を重視します</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県立美術館研究活動評価委員会を開催し、専門家による研究評価を受けた。</li> <li>学芸員の調査・研究の発表件数については、様々な活動を一律に集計していたため、学会への発表等に数値を限定するなど、内容に応じた指標の集計方法に変更した。</li> </ul>
戦略 5	<p>より多くの方に展覧会をご覧いただくための広報に努めます</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「ガンダーラ」展では、展覧会に連動した連続講演会を開催し、4回以上聴講した人には館長の修了証書を授与するイベントを行ったほか、チラシ等の告知についても、通常の一律の送付先だけでなく、仏教関係者や関連学会など、新たなチャンネルの開拓に取り組み、新規来館者の増加に努めた。</li> <li>美術館友の会の会員募集に力を入れ、教育委員会等の協力を得て、年度末退職を予定している職員等の集まる機会を捉えて、「友の会」の勧誘活動を行った。</li> </ul>

戦略目標 戦略	評 価
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	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>作品保存に関する外部評価委員の評価は、概ね良好である。収蔵庫の空気環境等については、引き続き調査を続ける。</li> <li>コレクションの価値を県民にわかりやすく伝えるために、さらに工夫が必要である。</li> </ul>
戦略 2	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>19年度は2点の作品を購入した。また、23点の作品の寄贈を受けた。</li> <li>優れた寄贈作品や寄託作品を積極的に受け入れ、収蔵作品とともに、さらに積極的かつ効果的な活用を行う。</li> </ul>
戦略 3	<p>コレクションについての研究活動を行います</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>収蔵作品に関する学芸員の調査・研究件数については、指標の変更を行い、研究紀要の論文掲載のみとしたため2件である。さらなる質の向上を目指し、引き続き積極的に取り組むとともに、その成果としてのコレクションの魅力を伝える工夫が必要である。</li> <li>学芸員の調査・研究の発表件数については、様々な活動を一律に集計していたため、学会への発表等に基準を変更するなど、内容に応じた指標の変更をした。</li> </ul>
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	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>美術館情報の入手のしやすさは年間を通じ7割前後を推移しているが、さらに効果的な広報に努めていくことが重要である。</li> <li>アクセスに関しては、公共交通機関で来館した人の満足度が78%、自家用車で来館した人の満足度が80%と、ある程度の水準を満たしているが、土曜や日曜など来客集中時の対応などに今後も工夫をしていく必要がある。</li> </ul>
戦略 2	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ミュージアムコンサート等の、ロダン館・エントランス等を利用した催事の参加者数は、18年度に引き続き5,000人を超え、定着した観がある。</li> <li>実技室での制作成果をエントランスに展示するなどし、活性化に努めた。</li> </ul>
戦略 3	<p>「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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>レストラン利用者は、展覧会ごとの特別メニューの定着化などで目標を達成し、18年度に続き4万人以上の利用者があった。</li> <li>ミュージアムショップは、「日曜美術館」展での関連グッズ特設販売コーナーや「ガンダーラ」展の集客効果もあり、目標の倍以上の24,542人の利用者があった。</li> <li>満足度では、レストランが61.7%(目標値70%)、ミュージアムショップが76.9%(目標値80%)と目標に届いていないので、メニュー、品揃えなどの工夫を加えていくことが必要と考えている。</li> </ul>

戦略目標 戦略	評 価
<b>戦略目標 D</b>	<b>地域とともに進化する美術館となります</b>
<b>戦略 1</b>	<b>市民が参画し、地域とメリットを共にする美術館活動を展開します</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県立美術館を訪れる人に周辺の見どころや花木を楽しんでもらおうと、県立大学、県立美術館、県立中央図書館、埋蔵文化財調査研究所の谷田地区4機関が協力し、JR 草薙駅までの約1キロ間の「散策マップ」を作成し、配布した。</li> <li>・ ボランティア団体「草薙ツアーグループ」が市民向けに行っている県立美術館へと続く遊歩道「彫刻プロムナード」でのお茶摘やお茶会が定着してきた。美術館前の茶畑で収穫した新茶を来館者に振舞うなど、静岡ならではの企画として、展覧会観覧者の好評を博している。</li> <li>・ JR 静岡駅北口前で建設が進められている「静岡市立美術館(仮称)」の準備検討委員会に、当館学芸部長が委員として参画している。</li> </ul>
<b>戦略 2</b>	<b>美術に関する情報集散地を目指します</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ホームページにおいて、展覧会情報を随時更新するなど、最新情報の発信を行い、閲覧件数も過去最高の 164,500 件を記録した。満足度も 70%と概ねの評価を得られているが、見やすさ、効果的な情報提供などについて、より一層工夫が必要である。</li> <li>・ 図書閲覧室の利用者も過去最高の 5,580 人を記録した。来館者における割合は未だ低いものの、利用者の満足度は 87%と高いことから、図書閲覧室の存在を認知してもらうことが必要と思われる。</li> </ul>
<b>戦略 3</b>	<b>新たな顧客層・支持層を開拓していきます</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 美術館の魅力を知ってもらうため、地元企業(タクシー会社や金融機関等)社員に美術館講座を実施した。</li> </ul>
<b>戦略目標 E</b>	<b>美術館経営を改革していきます</b>
<b>戦略 1</b>	<b>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</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県立美術館協議会を 2 回、第三者評価委員会を1回開催し、その議事録をホームページ等に公表した。</li> <li>・ 平成18年度静岡県立美術館自己評価結果表をホームページに公表した。</li> <li>・ 館内の企画広報会議や自己評価システム推進委員会等において、経営に関する重要事項を協議するとともに情報の共有の場としている。</li> </ul>
<b>戦略 2</b>	<b>進化していく美術館について研究します</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 経営に関わる将来のビジョンを明確にするため、館長自ら、当館業務の全体像ならびに地域社会との関わりについて整理し、関係職員と話し合う機会を設けた。</li> <li>・ 館長と知事、部長との意見交換を行い、県立美術館の課題や今後の重点事業について議論した。</li> </ul>

戦略目標 戦略	評 価
戦略 3	<b>美術館が社会に役立つための職員教育を徹底します</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 全国美術館協議会等の各種研修プログラムに積極的に職員を参加させている。</li> </ul>
戦略 4	<b>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</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 美術館協議会を開催し、事業内容や経営状況を報告するとともに、改善意見等を運営に反映している。</li> <li>・ サービス改善委員会において、友の会やボランティア、ミュージズスタッフ、警備、設備等美術館関係者相互の意思疎通を図り、来館者サービスやオリジナルグッズ開発など美術館事業全体の改善に取り組んでいる。</li> <li>・ ボランティアにおいては、美術館との連携強化と役割の明確化を図っている。</li> </ul>



## 第4章 アンケート結果のまとめ

第4章では、来館者に対して行ったアンケート調査結果の概要を参考のために記載した。

アンケート調査結果の一部は第3章の定量的指標に反映されているが、ここでは、アンケート調査の対象ごとに主な傾向を分析した。

なお、アンケート調査結果の詳細については、別添「平成 19 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)にまとめられている。

### ① 企画展アンケート

- ・新規来館者の割合は 19.7%と 18 年度の 22.7%から若干低下した。展覧会による差異が大きく、「ボックスアート」31.1%、「日曜美術館」21.6%と新規比率が高い一方、「ヴェネツィア」は 12.2%と逆にリピーター中心の客層となった。
- ・全体の男女比率は、男性：女性=42:58 で 18 年度に比べて女性の割合がやや高まっている。ただし、ボックスアート展では男性が 69.4%と男女比が逆転し、年齢層でも、50 歳代、60 歳代よりも 30 歳代、40 歳代の割合が高いという従来とは異なる客層となった。
- ・来館のきっかけでは、新聞 (27%)、誘われて (24%)、テレビ (18%)、ポスター (17%) の順となっているが、展覧会別では、「ボックスアート」「日曜美術館」がテレビ、「ヴェネツィア」「ガンダーラ」が新聞、「大正シック」「名所絵」が誘われてが最も高くなっており、展覧会別に情報の質・量に大きな差があることが原因と考えられる。
- ・満足度は 71.7%と昨年度よりも向上し、目標であった 70%を達成した。特に「ヴェネツィア」86.6%、「日曜美術館」76.6%、「ガンダーラ」74.7%が高い評価を得ている。
- ・展覧会によって客層、来館のきっかけなどの違いが大きいことから、テーマによって広報の手法等を的確に設定することが求められる。

### ② 教育普及プログラムアンケート

- ・満足度は 82.1%と、18 年度の 84.8%からわずかに低下したが、展覧会に比べると高い水準となっている。参加のきっかけはチラシ (38.6%)、誘われて (30.0%)、美術館HP (20.3%) がほとんどを占めている。
- ・プログラムの前後に展覧会を観覧した人の割合は 35.8%と 18 年度の 32.8%から若干向上した。観覧しない割合の多いプログラムは、12 歳以下の子どもが参加するものが大半を占めており、「時間がない」「子どもと一緒に観覧が無理」との理由が挙げられていることから、飛躍的な改善は難しいと考えられる。

### ③ レストラン利用者アンケート

- ・男女比は女性が73%と多く、50歳代以上が67%と約7割を占めている。週末の夜間営業について知っていた人は12.4%と今のところ認知度は大変低い。
- ・満足度は61.7%と18年度の57.1%よりも向上したが、約6割に止まっている。個別の設問では、「メニューの種類」、「値段」で否定的な評価が高いことから、1ヶ所のレストランで対応していることが影響していると考えられる。20年度はカフェを設置することにより目的に応じた対応を可能とすることで満足度の向上につながることを期待したい。

### ④ ミュージアムショップ利用者アンケート

- ・利用者の年齢層は20歳代から70歳代まで比較的平均している。利用回数が「初めて」の人は2割程度であり、リピーターとして利用している人が多い。
- ・「次回も来店するか」という設問への肯定的回答（満足度）は76.9%と18年度の77.1%から若干低下したが、比較的高い水準を維持している。
- ・充実してほしい商品としては、絵葉書、書籍、玩具系雑貨、地場産品の要望が高い。

### ⑤ 図書館閲覧室利用者アンケート

- ・回答者は男性が68.6%を占め、特に70歳代以上が28.6%と最も多い。来館回数20回以上の人が回答者の48.5%を占めるが、図書閲覧室の利用経験では33.8%が「初めて」と回答しており、また、居住地は76.3%が静岡市内、中部地域が約9割を占める。美術館利用者のうちでも図書閲覧室を利用する人は一部に限られているものと考えられる。
- ・満足度は86.9%と高い評価を受けている。

### ⑥ HP利用者アンケート

- ・ホームページの情報内容に関する満足度は70.0%と概ね肯定的評価を得ている。否定的な意見は更新頻度で3.4%、デザインで5.4%、見やすさで7.9%程度となっている。

## 第5章 展覧会に関する自己点検評価表

第5章では、平成19年度に開催した各展覧会の内容に関して、学芸課が専門家のレビューやアンケート結果を踏まえて行った自己評価の結果を記載した。

### 平成19年度に開催した展覧会に関する自己点検評価表 — 専門家のレビューやアンケート結果を踏まえて —

- 1 **ボックスアート**  
— プラモデルパッケージ原画と戦後の日本文化 —
- 2 **ヴェネツィア絵画のきらめき**  
— 栄光のルネサンスから華麗なる18世紀へ —
- 3 **NHK日曜美術館30年展**  
— 名品と映像でたどる、とっておきの美術案内 —
- 4 **懐かしい、新しい…大正シック展**  
— あるアメリカ人女性が愛したコレクションの里帰り —
- 5 **心の風景 名所絵の世界**  
— 時代を超えて、今よみがえる日本人の想い —
- 6 **ガンダーラ美術とバーミヤン遺跡展**  
— 日本国内のガンダーラ至宝を初めて集大成し、バーミヤン遺跡の謎に迫る —

■ 静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成19年度)

事業名称	ボックスアート - プラモデルパッケージ原画と戦後の日本文化 -
	企画 (事前)
目的・内容	①プラモデル黎明期から現代までのキットとボックスアート原画を紹介し、大人に懐かしく子供に新鮮な展示をめざす。 ②静岡の地場産業であるプラモデルの紹介を通じ、県内の産業に対する理解を深め、美術館と県内企業との結びつきを強める。 ③戦前の雑誌やポスター、絵本等の展示もおこない、ボックスアートの根底にある昭和初期の大衆視覚文化を美術史的に追究する。
期待される成果	①県内メーカー各社の協力を得てこれまで公開されことのなかったボックスアート原画を紹介し、昭和のイラスト文化の一端を紹介する。 ②大衆視覚文化における戦前と戦後の結びつきを資料等を使って示し、視覚文化史に新たな視点を提供する。 ③30～40代の男性とファミリー層の誘引につとめ、いままで美術館に縁遠かった層の来館のきっかけとする。
指標(数値目標)	観覧者数 23,000人、満足度 70%
収支(予算)/観覧者数(見込)	県歳出 6,000,000円、特別展共催収入 6,695,000円、特財率 111.6%、観覧者数 23,000人。
広報戦略	①東中部はテレビ静岡の電波を中心に、30～40代世帯主とその家族をターゲットに広報を行う。 ②西部は中日新聞の紙面を中心とした広報を行う。③中日ショッパーの紙面によって家庭への浸透をはかる。

部署	学芸課	企画
担当者名	村上(記入者)、堀切	記入日
実施日・場所	平成19年4月7日～5月20日・静岡県立美術館第1～6展示室	
		総括 平成19年10月1日

	総括(事後)	
目的の達成度	①各層においては、絶対数こそ目標を割り込んだものの、ターゲット層の誘引にある程度成功。今後はこの層のつなぎとめへの努力が必要。 ②県内メーカー各社の社長クラスに開会式に来場、講演会講師などを依頼でき、今後のパイプのひもととなった。 ③展覧会の質に対して、来館者からはおおむね好意的に迎えられた(83.2%が肯定的評価)。 ④美術展というカテゴリで認識されにくい内容のため批評は少なかったが、読売新聞(大分県)、朝日新聞、芸術新潮で好意的な記事が出た。また、石見展はNHK新日曜美術館の「アートシーン」で取り上げられた。企画内容に対する一定の評価といえる。	
アンケートにみる特徴	①男女比が69.4対30.6。展覧会の性格を反映し、当館としては極めてまれな客層を実現した。 ②西部からの来館者が23.3%。前年度平均(13.1%)を10ポイント上回っている。東中部の広報がやや弱く、西部が強いという傾向は会期中から感じられたことだが、この感触がデータ上でも実証された。 ③観覧料に見合う内容か」への肯定的評価71は4%。前年度平均を11.9ポイント下回る。	
指標に基づく成果	観覧者数16,998人。満足度87.6%。講演会4回を開催。	
研究活動評価委員会からの意見(要約)	①ボックスアートとどういうかわばローアートの商品の一部を展示すること、そしてそれに「戦争画」の問題をかためた問題意識は評価できる。 ②静岡の産業をアートの立場から評価する点は、地域のミュージアムとしての役割を考えさせる上で評価できる。 ③出品物は面白く、一般にも分かりやすく興味を引くものだったとおもわれる。(坂本満委員)	
収支(決算)/観覧者数(実績)	観覧者数 16,998人(目標23,000人)。対目標73.9%。歳入 5,987,267円、歳入 5,790,140円、特財率 96.7%。	
今後の改善点・課題	①テレビ静岡の実行委員会形成は久しぶりのこと。共催相手のマスコミの選抜技が増えるのは悪いことではないが、それぞれのカラーというものもあるもので、どの展覧会でどのマスコミと組むか、という年度全体を見渡した組み合わせについてよく考える必要がある。 ②企業の協力をどのよう形で行っていくか、研究の余地がある。今回は模型教室の開催に協力してもらったが、展覧会によってはイベントの冠スポンサーになってもらうなど、企業がお金をだしやすい受け皿を考えることも可能であろう。	

■ 静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成19年度)

事業名称	ヴェネツィア絵画のきらめき — 栄光のルネサンスから華麗なる18世紀へ—
目的・内容	海の都として栄えたヴェネツィアは、東方との海上貿易や北方のヨーロッパからの影響を受け、独自の色彩豊かな美術を形成した。この展覧会は、16世紀のルネサンスから18世紀のロココ期まで、美術の黄金時代をもたらしたヴェネツィア派の絵画を、約60点の作品によって紹介するものである。西洋古典絵画をまとめたヴェネツィア展は、約60点の作品を、時代いずれも幅広い作品群はいずれも具象的な作品であり、複雑な知識を必ずしも要しないことから、広い層の美術ファンにお楽しみいただきたい。
期待される成果	①宗教画や軍曹画、ヴェネツィアの政治体制に関連した作品、そして景観画等、ジャンルでも時代の上でもヴェネツィア絵画の多様な側面をある程度カヴァーするリストにより、ヴェネツィア絵画についてはヨーロッパ古典絵画の世界への入口を、県民に提供する。 ②当館でルネサンスからバロック、ロココのヴェネツィア絵画をご覧いただく企画展は、平成8(1995)年度の「エルミタージュ美術館名作展 水の光景」以来である。本展は、美術の愛好者層の中から、西洋美術、殊にオールド・マスタースと呼ばれる画家の作品の愛好者、おそらくは当館のリピーター層と見なし得る方々へアピールする。 ③具体的なイメージを描いた、色鮮やかなヴェネツィアの油彩画が出品されることから、新規来館者・リピーター、いずれも女性層にアピールする。(広報戦略の項参照)。
指標(数値目標)	観覧者数 26,000人、満足度 75%
収支(予算)/観覧者数(見込)	県歳出 20,200,000円、特別展共催収入 13,140,000円、特財率 65.0%、観覧者数 26,000人
広報戦略	①県内では静岡放送によるテレビ広報、静岡新聞による告知、夕刊等への学芸員寄稿により、40～50代の男女をターゲットに広報を行う。展示物が「古典絵画」であるだけに、さらに高い年齢層へのアピールもあり得る。 ②新規来館者としては、「イタリア」「ヴェネツィア」「ロココ」等のキーワードを使用することから、主として女性の来館を期待する。開催時期が主に祝日の無い6月であることから、日中に余暇のある可能性の高い、既婚専業主婦層の来館を促進したい。このために、広報媒体での展覧会紹介の際に、内容を成るべく柔らかく、かつ気軽な印象を与えるよう留意する。

部 署	学芸課	企画
担当者名	新田(記入者)、南	記入日
実施日・場所	平成19年5月26日～7月8日・静岡県立美術館第1～5展示室	総括
		平成19年11月24日

	総括(事後)	
目的の達成度	<p>①テーマ上、時代上、幅広い作品ラインナップにより、ヴェネツィア絵画を包括的に紹介するという、初期の目的はある程度達成された。 ②来館者数は、目標(見込み)値を大幅に下回ってしまった。 ③来館したお客様は、概ね満足してお帰りになった(肯定的評価は86%)。 ④女性にアピールするという見込み、目標は、達成されたと見て良い(下記アンケートに見る特徴参照)。</p>	
アンケートにみる特徴	<p>①女性の割合が高かった。男女比が34.1:65.9と、前年度平均より10.1ポイント高い。 ②全体的に満足度が高く(86%)が肯定的評価、展覧会の質に満足を感じる方が多く(82%)、心地よく鑑賞出来たお客様が多い(87%)割りに、他人に来館を勧めたいと感じる方が少ない(64.8%)。これは、鑑賞料には見合つと感ずる方が少ない(71.1%)ことが示すように、鑑賞料が高いと感じたからではない。これは来館者数伸び悩みの一因となった可能性がある。 ③新規来館者の割合が低い(12.2%)。また、当館情報の手易し易式について、全体での肯定的感想は前年度とほぼ変わらない(69.8%)が、新規来館者(54.6%)では前年度より低下(11.7ポイント)している。このことから、当館の情報を入手する経路が安定してはいるが、広がりを持っておらず、新しい顧客層の開拓にはつなげていないことを示していると思われる。これも来館者数の不足を招いているものか。</p>	
指標に基づく成果	観覧者数17,294人、満足度86.3%、講演会3回、コンサート1回、子ども鑑賞講座1回、実技講座1回を開催。	
研究活動評価委員会からの意見(要約)	無し	
収支(決算)/観覧者数(実績)	観覧者数 17,294人(目標26,000人)、対目標66.5%、歳出 19,842,689円、歳入 3,371,051円、特財率 17.0%	
今後の改善点、課題	<p>①マスコットの共催は毎年行なわれているが、対費用効果という観点からの有効性を、検討する必要があるのではないかと。来館のきっかけとして、新聞、テレビ、ポスター等の占める比率をよく勘案し、限られた広報費の効果を上げることが出来るよう、より効果的な展覧会運営を必要とする。 ②「風景の美術館」の認知度は非常に低い(回答者の75%は認識していない)、リピーターの多い本展がこの状態を示している以上、これまでの「風景の美術館」という売り出し方は、見直す必要があると思われる。 ③満足度の割りに他人に勧めないのは料金の高さ故という解釈が正しいかは、何らかの形で外部からの協力が今後必要であろう。来館したお客様に楽しんでいただくためのディスプレイ費や、安全にご鑑賞いただくための人件費等を、現状を超えて削減するのは難しい以上、ポックスアートの課題を見る如く、企業がお金を出しやすい体制を作ることは重要だと思われる。 ④予想される対象顧客層に対して、より集中的な広報や、アムニテの工夫を試みるべきかもしれない。蓋を開けてみれば分らないのだが、ある程度予測に基づいての試行が無ければ、データを集めるのも困難ではないかと。本展の場合であれば、女性が予想された対象だったため、「イタリア」「旅行」「優雅」等のキーワードで総括されるような要素をさらに展覧会に取り込んでいければ、この層の来館者が増えていた可能性がある。 ⑤とはいえ本展の場合、女性のリピーター層には既にアピールは成されていたのであり、来館者増を目指すには、非リピーターの女性への働きかけが必要であった。当館現有の広報媒体が新規来館者獲得のための広がりや欠いているなら、本展に限らず広報運営全般を見直す必要があると思われる。企画広報スタッフからの総合的な方針調整の試行が望まれる。</p>	

■ 静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成19年度)

事業名称	NHK日曜美術館30年展 一名品と映像でたどる、とっておきの美術案内
目的・内容	企画(事前) 美術番組の草分け的存在である「日曜美術館」は、1976年の放送開始から1500回を超える長寿番組となっている。本展は、2006年で放送開始30年を迎えるに際しての記念展である。これまで放送で取り上げた作品・作家の中から、厳選した名品を中心に構成するとともに、懐かしい番組出演者が語る映像や作家の制作過程など、貴重な映像を交えながら紹介する。
期待される成果	NHKの長寿番組である日曜美術館の番組の中で紹介されてきた名品を実際に展示するとともに、出演者が語る作家の作品やアトリエ訪問など斬新な切り口と映像を織り交ぜた、かつてない企画構成となる。番組で紹介された名品一重要文化財を含む一を一を実際に展示する。また、美術史的な展示ではなく、作家が語る作品やアトリエ訪問など、これまでごい切口で作品が展示される。映像と作品とのコラボレーションも新たな見どころであり、名品を鑑賞するだけでなく、わかりやすい映像資料の解説が組み合わされることによって、鑑賞者は、作品、作家への深い理解を促されるであろう。
指標(数値目標)	観覧者数 30,000人、満足度 70%、講演会およびフロアレクチャーの回数 2回以上
収支(予算)/観覧者数(見込)	県産出 15,800,000円、 観覧料等諸収入 19,650,000円、 特財率 124.4%、 観覧者数 30,000人。
広報戦略	入館者層は、50歳代から60歳代の女性、静岡市が中心となるが、NHKの広報力を活かして西部地区(浜松市・掛川市)からの集客を図る。

部署	学芸課	企画	平成19年5月1日
担当者名	川谷、小針	記入日	総括 平成19年11月26日
実施日・場所	静岡県立美術館第1～6展示室	会期	平成19年7月24日(火)～8月31日(月)<34日間>

指標に基づく成果	入館者数 30,011人、満足度 76.6%、 講演会およびフロアレクチャーの回数 2回(講演会1回、ミュージアムコンサート1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)	観覧者数 30,011人(目標30,000人)。対目標 100.0%。 歳出 14,815,360円、歳入 17,385,926円、特財率 117.4%
今後の改善点	文字解説が小さい、わかりにくいというところについては、毎回展覧会のたびに指摘を受けることである。展覧会の特徴を考慮しながらも、担当学芸員は、巡回展であっても読みやすい大きさ、読みやすい文章を心がける必要があると考える。次に、入場者数と、入場料について。アンケートの分析結果とは直接関係ないが、「NHK日曜美術館」展では、同展を巡回した地方4館(広島、岩手、長崎、静岡)が互いのデータを出し合っており、さまざまな数値を比較する表を作成した。それにより、4館は、会期日数はほぼ同じであるが、総入場者数は、静岡の30,011人が、次々岩手が23,776人を大幅に上回っている。ただし、静岡は、会期中に、無料で開催できる県民の日が設けられたことから、無料入館者の割合が他の巡回館と比較して約4倍も多くなっている。入場者数は、3番目に低い。しかし入場料が1,100円と4館中もっとも高かったため、広島、岩手、長崎と比較すると、当館の、展覧会収入はもっとも多くなっている。このことから、入場料を低く設定して一人でも有料入場者を増やすのがいいのかわ、あるいは入場料はそこそこ高めに設定して、設定した目標入場数を獲得し、収益をあげれば、それで良いとすることは意見の分かれるところであるが、いづれにしても各展覧会の内容や目標にあわせて、入場料、目標入場者数を決定する必要がある。
目的の達成度	総括(事後) 入館者数は目標値を達成することができ、観覧者の総合満足度は76.6%と、前年度平均に比べ、9.7%高い結果となっている。このことから、展覧会の目的はおおむね達成することが出来たと考えて良いだろう。
アンケートにみる特徴	作品やテーマに対しての肯定的評価は、前年度平均並み。展覧会の質、レベルに対する満足度は89.3%と高い数値となっている。また、本展を「誰かに勧められるか」の問いに基づき、総合満足度も76.6%と前年度平均より9.7%高い、以上のことから、展覧会の内容に関する満足度については、前年度並みか、それを少々上回る結果となった。次に、観覧料については、観覧料に見合うと感じた人の割合が、前年度平均より低いことに加え、否定的な意見が前年度のワークシートに比べても高い数値を示していた。すなわち、料金が高いと感じる人の割合が多かったようだ。この展覧会は全国6都市を巡回したが、同じ展覧会でも他の巡回館の料金が東京1,200円、京都、広島、長崎1,000円、若手800円であったのに対し、当館の入場料が1,100円と東京について高い金額であったことが、このように入場料への不満につながっているのではないかと考える。来館者の構成については、予想通り50歳～60歳代の女性が全体の44.3%を超えた。48%が静岡県県中であり、東部、県外と続き、西部は14.4%に留まった。なお、県外からの来館者が、リピーター、新規来館者ともに高い数値を示しており、特に新規来館者は、54.8%が県外からと回答者の半数を超える多さであった。一方、自由記入欄に書き込みのあった意見の中には、質否両論あり、「映像による解説がわかりやすかった」という意見と、「静かに鑑賞したい」ので、映像の音が気になる、という両方の意見が寄せられた。また、文字解説の字が小さすぎる、読みづらいといった意見や、会場の照明が暗すぎるという意見も複数寄せられていた。

■ 静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成19年度)

事業名称	懐かしい、新しい・・・ 大正シヅク展 ーあるアメリカ人女性が愛したコレクションの里帰りー
企画(事前)	優れた日本美術コレクションで知られる、ハワイ・ホノルル美術館の所蔵品から、大正期を中心とした一群の作品を里帰りさせる展覧会。アメリカ人女性コレクターによって日本で収集された作品を移して、日本画・版画、工芸品、着物など約80点で構成。 モダンな感覚を反映した明快で洗練された作品の数々を通して、豊かな人間性とロマンティズムに彩られたこの時代の美意識を体感する機会を提供する。現代の生活様式は大正時代にルーツを持つものも多いが、出品作品から溢れでる活力や時代特有の感性に触れることは、現代の私たちが自らの立脚点を考え直す上でも有益である。
目的・内容	・いわゆる大家の作ではない日本画や、日常的に使用されていたであろう工芸品・着物の展示を通して、日常の中の美、及びそれを伝えてきた日本人の美意識について、再認識するきっかけとする。また、近い時代のものであるだけにこれらからかむしる日本国内で等閑視されがちな中、“在外”作品としてアメリカからの視点に基づいて再評価することにより、新しい顧客層へアピールする。 ・当館では機会の少ない着物の展示により、新しい顧客層へアピールする。 ・3度目となるホノルル美術館所蔵品展の開催とそれに伴う作品の調査研究を通して、近代以降の在外作品に関しても情報交換・相互協力を深める契機とする。
指標(数値目標)	観覧者数 12,000人、満足度 70%
収支(予算)/観覧者数(見込)	県歳出 11,000,000円、観覧料等諸収入 7,110,000円、特財率 64.6%、観覧者数 12,000人。
広報戦略	中高年齢の女性が主たる観覧者と考えられるが、近年若年層にも着物への関心が高まっており、当館では珍しい着物の展示をアピールすることで幅広い層の来客を促す。また、第一テレビとの共催であることから、緊密な連携をはかり、テレビ(CM、ニュースなど)を通じた効果的な広報を展開する。

部 署	学芸課	企画 平成19年4月1日
担当者名	森、飯田、福士	記入日 総括 平成19年12月7日
実施日・場所	静岡県立美術館第1展示室～第6展示室	会 期 平成19年9月8日(土)～10月14日(日)<32日間>

	総括(事後)	
目的の達成度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観覧者数は目標をやや下回った。満足度は概ね平均的な数値といえる。</li> <li>・親または祖父祖母の生きた時代として大正を身近に感じる人々の来館契機となり、その再認識のきっかけとすることが出来た。</li> <li>・新規来館者は15.3%と少なく、新たな客層の開拓にはつながらなかった。</li> <li>・土日祝日に和装で来館し、無料観覧料で鑑賞した人の数は196名。美装としてそれほど多くは多くはないが、当館としてはこれまでにない方策であり、来館者サービスの拡充を目指すことができたのではないかと。</li> <li>・開会式にはホノルル美術館館長に出席していただくことができ、海外の有力な美術館との連携推進に一定の成果があった。</li> </ul>	
アンケートにみる特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>・女性の割合が特に高い(71.7%)。さらに多くは50歳代(24.3%)の市内在住者(55.0%)である点で当館の一般的なリピーター像と重なる。とりわけ来館10回以上のハードリピーター層が41.6%と高ポイントである。</li> <li>・来館のきっかけとして「誘われた」が28.3%とここ2年で最も高い数値を示す。</li> <li>・全体的な満足度(86.9%)や満足度構成要素が一般的な数値を示す中、「観覧料に見合う内容か」に関しては肯定的感想が68.6%に留まり、ここ2年の平均と比較して10.7ポイント低い。</li> </ul>	
指標に基づく成果	観覧者数10,632人。満足度86.9%。 ゲスト講師と学芸員によるフロアレクチャー2回、学芸員によるフロアレクチャー2回、子ども鑑賞講座1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)	観覧者数 10,632人(目標12,000人)。対目標88.6%。 歳出 10,406,117円、歳入 6,391,600円、特財率 61.4%	
今後の改善点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・和装来館者への優待、アンティーク家具を利用した写真撮影スポット設置など新たな試みを行ったが、これらが観覧者数の増加や満足度の上昇にはつながらず、具体的な効果については検証できていない。これを主催者側の自己満足で終わらせないために、現場でのインタビューなどを検証可能な形で行うべく今後の改善にもつながると思われる。</li> <li>・主たる来館者層は想定通り中高年の女性であった。口コミが有力な来館契機となっているのは、この層の特性と考えられる。また、満足度に比して観覧料に関する否定的評価が多い点は、価格に対してシビアな判断をする層であったためではないかと。対象を想定する際に、広報手法はもちろんだが観覧料の決定その他、対象層の特性から波及する影響についてもあわせて検討していかないと効果的であろう。</li> <li>・来館のきっかけ・理由として、「テレビ」は11.3%であった。今年度これまでの展覧会では、「ポックスアール」30.4%(テレビ静岡と共催)、「ヴェネツィア絵画のきらめき」17.1%(静岡新聞・SBSと共催)、「NHK日曜美術館30年展」35.8%(NHKと共催)とばらつきがあるが、マスコミとの共催による展覧会における協力の仕方についても、きめ細かく検証していくことで、この数値の分析をする必要がある。美術展の情報を積極的に入手しようとするわけではない。新規来館者に対しては有力と思われるので、その効果的な協力体制作りに関して検討していきたい。</li> </ul>	

■ 静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成19年度)

事業名称	心の風景 名所絵の世界 一時代を超えて、今よみがえる日本人の想い
企画(事前)	
目的・内容	四季おりおりの風情に彩られた日本の風景。人々は古来、その恵まれた自然美に頼り込んできた。絵画の世界においても、和歌との関わりの中で生まれた「名所絵」をはじめ、日本の風景は早くから題材として取り上げられ、数々の名作が生み出された。本展ではそうした日本の自然を題材とした名作を通して伝統的な日本の美意識を見る。また、それが時代によりいかに引き継がれ、変容していったか、その様相を探る。
期待される成果	名所絵という日本古来の絵画ジャンルにつき関心を高め、文化とともに継承された固有の景観に対する認識を新たにす。風景を題材にした美術作品の多様性を理解してもらおう。 観覧者は、当館へのリピーター層が中心となると考えられるが、全国への広報により、県外からの観覧者も期待する。
指標(数値目標)	観覧者数15,000人、満足度70%、講演会3回、美術講座1回、プロアレクチャー2回
収支(予算)/観覧者数(見込)	県歳出 15,000,000円、観覧料等諸収入 12,380,000円、特財率 82.5%、観覧者数 15,000人
広報戦略	自主企画であるので、県内はもとより全国的に情報発信し、集客につなげる。

部署	学芸課	企画	平成19年4月1日
担当者名	飯田	記入日	総括 平成20年5月20日
実施日・場所	静岡県立美術館第1展示室～第6展示室		

総括(事後)	
目的の達成度	アンケートの満足度は概ね高く、質・レベルそのものに満足を示した回答者が多かったので、名所絵に対する理解が深められたものと考えられる。しかし一方で作品やテーマに興味をもった人の割合は低めに出ている。なかなか説明しがたいジャンルであるためとも思われる。県外来館者は10.8%と平均的で、県外からの誘客は、当初の目的が達成できなかつた。
アンケートにみる特徴	50歳代の女性が最も多いことや、新規来館者率も普通の数値であった。典型的な当館展覧会来客パターンを示す。当館が長年取り組んできた内容の展覧会であったので、やむをえない結果か。 「風景の美術館」の認知度は低く、認知した人がさらに深い知識を得るために観覧したという事例は多くなかつたと思われる。 「スタッフの対応が適切」と感じた人の割合は近年で最も多い。これは、会場が混んでいなかったこと、ケース展示のため、厳しい監視の目を気にすることが少なかったことに起因するものと思われる。
指標に基づく成果	観覧者数8,984人、満足度88%、講演会2回、美術講座1回、プロアレクチャー2回
研究活動評価委員会からの意見(要約)	館蔵品を4つのテーマに分けた展示は、妥当であり、研究の成果が表れている。企画内容、展示、キャプションなどの工夫も評価できる。総体としては良い展示であるが、展示の仕方にならざる実験が行なわれて良い。また、このような展示を行なったことで、コレクションに欠落している部分が見えてはいるはずであり、今後一層の収集活動が望まれる。
収支(決算)/観覧者数(実績)	観覧者数 8,984人(目標15,000人)。対目標59.9%。歳出 11,026,408円、歳入 8,648,760円、特財率 78.4%
今後の改善点	風景に関して、美術史において重視されるジャンルや作品を紹介する場合、一般に対する普及(美術に関心のない方へのアピール)を、これまでに以上に検討していく必要がある。専門性と一般性との関係性、どう工夫していくかが、今後の課題である。



■ 静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成19年度)

部署	学芸課	企画
担当者名	堀切正人	総括
実施日・場所	平成19年12月28日～平成20年3月30日(会期:80日間) 巡回先 福岡アジア美術館:平成20年4月10日～5月18日 福井市美術館:平成20年5月28日～7月6日	

事業名称	企画(事前)	
<b>ガンダラー美術とバミヤン遺跡展</b> ー 日本国内のガンダラー五宝を初めて集大成し、バミヤン遺跡の謎に迫る	・目的/内容 日本国内のガンダラー美術作品を集大成して展覧する。またバミヤン遺跡を写真パネルなどで紹介し、最新の学術調査と文化財保護活動を紹介。さらに西域の仏教美術も展覧し、仏教美術の発展を概観する。	
期待される成果	当館ではこれまであまり取り上げてこなかった仏教美術の紹介	
指標(数値目標)	「作品、テーマへの興味・関心」で「はい」「どちらか」とはい「」で90%以上。	
収支(予算)/観覧者数(見込)	果歳出 18,000,000円、特別展共催収入 19,885,000円、特財率 110.3%、 観覧者数 50,000人。	
広報戦略	先行チラシの作成、配布。マスコミへの訪問依頼。連続講演会など関連イベントの充実。	

	総括(事後)	
目的の達成度	企画者である宮治館長のキャリアを活かし、ガンダラーの展覧会としては、過去最大、最高レベルの展示内容となった。パネル展示も詳細な内容であり、充実した展覧となった。加えて、タケカワユキヒデ氏による会場音楽などの新しい試みも行った。	
アンケートにみる特徴	来館者のうち50代以上が63.6%と多く、特に50代が26.2%と多かった。かつてのシルクロード・ブームに影響された世代に好まれた結果と思われる。	
指標に基づく成果	観覧者数は、見込みを大きく上回った。 「作品、テーマへの興味・関心」の肯定的回答が90.5%と高い数値を示し、「展覧会の質・レベル」も高い数値を示した。	
研究活動評価委員会からの意見(要約)	展示内容、図録、イベントともに充実しており、学術性が高い。それを実現した研究蓄積の厚さ、調査力、情熱は他機関も参考すべき。展示物がケースごとではなく直接見れる展示方法も賛決だった。一般向けの解説パネルもあつたほうがよかった。会場音楽についても成功している。	
収支(決算)/観覧者数(実績)	観覧者数 73,048人(目標50,000人)。対目標 146.1%。歳出 15,880,381円、歳入 26,194,522円、特財率 164.9%。	
今後の改善点	「スタッフ対応の適切さ」が低い数字を示した。混雑する文明展では、つねに課題となる懸案であるので、これからも中身を精査して、改善をはかっていきたい。	

## 第6章 今後の取組方針

第6章では、平成19年度の自己評価結果を踏まえ、平成20年度以降に向けた美術館運営の取組の方向について記載している。

### 1 平成20年度の重点的な取組方針

#### (1) 館長公約（中長期的な方針）

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

このためには、長期的に学芸部門を中心とする美術館の企画力を高めていくとともに、学校教育や生涯教育と連携した教育普及プログラムの充実を図ることが必要となる。

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

したがって、今後3年間については、中長期的な視点に立ち、以下の4項目について重点的に取り組むものとする。

#### 【中長期的な戦略目標】

- ① 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
- ② 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
- ③ 戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます
- ④ 施設の改修を推進し、美術館のアミニティを高めていきます

#### (2) 平成20年度の取組

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

- ① 大学や他美術館との連携・交流を進め、企画力を強化する。
- ② 新たな視点や工夫に基づく自主企画を積極的に開催する。
- ③ 富士山や風景画などの特徴あるコレクションを活用する。
- ④ 大学教員を招きレクチャーを受け、意見交換を図る。
- ⑤ 学生をインターンシップとして受け入れる。
- ⑥ 「学芸員研修プログラム」を整備し、これに基づいて学芸員の基礎力や専門能力を高める。

<平成 20 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	シャガール展 色彩の詩人	4/12～ 5/25 (39 日間)	50,000
	国宝 鑑真和上展	7/12～ 8/31 (44 日間)	80,000
	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
	風景ルルル	11/ 3～12/21 (42 日間)	12,000
	朝鮮王朝の絵画と日本	2/17～ 3/29 (36 日間)	15,000
第 19 回富嶽ビエンナーレ		1/ 2～ 1/28 (24 日間)	11,000
収蔵品展		年 間	15,000
合 計			191,000

イ 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 鑑賞との結びつきを深め、量より質を高める実技系教育普及事業を実施する。
- ② 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。
- ③ 創意工夫を凝らした講演会を開催する。

<平成 20 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88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20回
土曜工作室	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12日
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20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22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160回

ウ 戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます

- ① 県の組織をはじめ、観光諸団体等との連携を進める。
- ② 富士山静岡空港の開港に向けた広報を推進する。
- ③ ロダン館のPRに向けた愛称等の検討
- ④ それぞれの企画展に合った広報戦略、チームづくりを推進する。

## エ 施設の改修を推進し、美術館のアミニティを高めていきます

- ① 来館者の動線に配慮したミュージアムショップの配置や、気軽に休憩・待ち合わせができるカフェを設置する。
- ② 富士山静岡空港の開港に伴う外国人観光客の来館やユ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。
- ③ 美術館の将来構想や周辺環境の整備について検討する。

## 2 自己評価システムの見直し

平成 17 年 7 年に自己評価システムの運用を開始して以来、平成 19 年度までの 3 年間、美術館の取組の客観的評価とそれに基づく運営改善に取り組んできた。

この結果、開館 20 周年に当たる平成 18 年度には観覧者数が 5 年ぶりに 20 万人を超えたほか、展示方法や関連講演、広報などにおける各種の工夫、地域連携の様々な取組につながるなど、自己評価システムは着実に成果を挙げつつあるものと認識している。

一方、今回改めて 3 年間を目途とした中長期的な目標を掲げるに当たり、自己評価システム自体についても見直しの必要性が感じられるようになった。

館長公約・達成目標と戦略目標・戦略との整合性が必ずしも図られていないこと、中長期の目標や段階的な取組の視点が欠けていること、71 項目に及ぶ評価指標の必要性や適切さについて再考が必要であることなどである。これらについては、第三者評価委員会からも指摘を受けている。

こうした状況を踏まえて、平成 20 年度には、中長期的な視点に立った戦略目標の設定、その達成度を測るための評価指標の再検討、館長公約や戦略等の位置付けの明確化など、自己評価システム全体の見直しに取り組むこととする。

## 参考資料

平成 19 年度

### 静岡県立美術館評価業務 報告書

---

- 1 評価業務の概要
- 2 「ミュージアム・ナビ」における現状値
- 3 展覧会事業の現状値に関する集計・分析
- 4 その他の事業に関する集計・分析

(注) 「平成 19 年度静岡県立美術館評価業務 報告書」は、平成 20 年度第 1 回静岡県立美術館協議会(平成 20 年 7 月 8 日開催)の資料として作成・公表された。

## 1 評価業務の概要

本業務では、静岡県立美術館において平成 19 年度に実施した以下の事業について、観覧者、参加者、利用者等を対象とするアンケート調査（サンプル数：展覧会ごと 300～500）によってその効果を測定するために、回収された調査票の集計・分析等を行った。これらの測定結果の一部は、同館の自己評価システムである「ミュージアム・ナビ」の評価指標のうち、主に定量的指標の値を算出するために用いている。

### 展覧会事業に関する集計・分析

- 1) ボックスアート –プラモデルパッケージ原画と戦後の日本文化–  
平成 19 年 4 月 7 日（土）～5 月 20 日（日）
- 2) ヴェネツィア絵画のきらめき –栄光のルネサンスから華麗なる 18 世紀へ–  
平成 19 年 5 月 26 日（土）～7 月 8 日（日）
- 3) NHK 日曜美術館 30 年展 –名品と映像でたどる、とっておきの美術案内–  
平成 19 年 7 月 24 日（火）～8 月 31 日（金）
- 4) 懐かしい、新しい…大正シック展 –あるアメリカ人女性が愛したコレクションの里帰り–  
平成 19 年 9 月 8 日（土）～10 月 14 日（日）
- 5) 心の風景 名所絵の世界 –時代を超えて、今よみがえる日本人の想い–  
平成 19 年 11 月 9 日（金）～12 月 19 日（水）
- 6) ガンダーラ美術とバーミヤン遺跡展  
–日本国内のガンダーラ至宝を初めて集大成し、バーミヤン遺跡の謎に迫る–  
平成 19 年 12 月 28 日（金）～平成 20 年 3 月 30 日（日）

### その他の事業に関する集計・分析

- 1) 教育・普及プログラム
  - ・粘土開放日
  - ・絵の具開放日
  - ・色彩アトリエ
  - ・土曜工作室
  - ・版画入門
  - ・実技講座 ヴェネツィア派塗り絵、大正シックなテーブルウェアを作る、大地のいろと信仰のかたち
- 2) ロダン館コンサート
- 3) ガンダーラコンサート
- 4) レストラン
- 5) ミュージアム・ショップ
- 6) 図書閲覧室
- 7) 県立美術館ボランティア
- 8) ホームページ



## 2 「ミュージアム・ナビ」に関する現状値

アンケート調査から算出した「ミュージアム・ナビ」の指標に関する平成19年度事業の現状値を以下に記載した。表1では、美術館評価に関する自主研究で設定した「ベンチマークス」の指標による測定値（平成15～18年度）を参考として掲げ、表2では、19年度の展覧会の内訳を含めて記載している。

現在の「ミュージアム・ナビ」の指標による現状値測定は、平成17年度の「アルタイの至宝」展から始まっているが、19年度には、アンケート調査の実査や、測定目的の検討結果を反映させながら比較項目や設問等に徐々に改良を加えている。例えば、地域別観覧者数の割合について「市内：県内：県外」を「中部：西部：東部：県外」としたことや、観覧者満足度及び普及事業満足度については、平成18年度までの設問「誰かに伝え、勧めますか」による指標に加え、平成19年度からの新規設問「全体的に満足いただけましたか」による指標を併記している。また、自家用車アクセス満足度については、「駐車場の利用」から「交通機関（自家用車）の利用」へと設問内容を変更している。

(表1) 「ミュージアム・ナビ」に関する現状値（※15～16年度は、旧「ベンチマークス」現状値を参考にした）

		H15年度	H16年度	H17年度	H18年度	H19年度
A	観覧者リピート%	82.2		82.8	77.3	80.3
	観覧者満足度%	62.4	62.8	65.8	67.7	71.7
	普及事業満足度%	98.6	86.0	93.9	84.8	82.1
	実技から展覧会観覧%		11.1	37.5	35.6	35.8
	鑑賞環境満足度%	78.2	85.1	89.6	84.6	87.1
B	風景の美術館認知度%			30.9	27.3	25.4
C	情報が入手しやすい%	37.0		71.5	69.7	67.9
	公共交通機関アクセス満足度%	77.8		82.5	78.9	78.1
	自家用車アクセス満足度%	78.4		76.0	67.3	80.1
	スタッフ対応満足度%	90.6	72.0	81.9	78.7	78.5
	ロダン・エントランス催事満足度%			94.8	93.6	94.6
	レストラン満足度%	57.6		63.2	57.1	61.7
	ショップ満足度%	82.8		89.3	77.1	76.9
D	ボランティア満足度%			78.8		59.7
	友の会満足度%			90.0		
	HP満足度%	68.7		69.6	77.8	70.0
	図書閲覧室満足度%	65.2		67.5	73.5	87.0
	新規観覧者%	17.8		17.2	22.7	19.7
	新規観覧者満足度%	52.2		65.7	67.7	70.9
	地域別観覧者数(市内：県内：県外)%※	45:46:9	42:47:11	44:48:8	61:13:15:11	58:16:16:10
	2・3世代観覧者%			26.7	29.7	25.9

 データ読替等      ※地域別観覧者数  
 データなし      ～⑰ 市内：県内：県外  
⑱～ 中部：西部：東部：県外

(表2) 「ミュージアム・ナビ」に関する現状値 (19年度に開催した展覧会の内訳)

	H18実績	今回測定値	展覧会						
			ボックスアート	ヴェネツィア	日曜美術館	大正シック	名所絵	ガンダーラ	
A	展覧会のリピート率%	77.3	80.3	69.0	87.8	78.4	84.7	82.7	79.1
	展覧会の満足度%	67.7	71.7	62.8	86.6	76.6	62.3	67.3	74.7
	同 新指標	—	88.3	87.6	86.3	90.5	86.9	88.0	90.5
	教育・普及プログラムの満足度%	84.8	82.1						
	同 新指標	—	97.9						
	実技プログラム参加者の展覧会観覧割合%	35.6	35.8						
	鑑賞環境に対する満足度%	84.6	87.1	87.9	86.6	84.0	89.7	90.8	83.8
B	風景の美術館としての認知度%	27.3	25.4	16.9	25.4	26.9	21.9	31.3	29.9
C	情報が「入手しやすい」とする方の割合%	69.7	67.9	65.3	69.8	68.8	68.7	61.9	72.6
	公共交通機関のアクセス満足度%	78.9	78.1	74.2	82.6	72.1	79.2	80.0	80.5
	自家用車のアクセス満足度%	67.3	80.1	76.1	77.3	77.3	82.1	85.8	82.2
	スタッフの対応に満足した人の割合%	78.7	78.5	75.1	78.1	78.0	81.9	82.1	75.5
	ロダン館、エントランスの催事の満足度%	93.6	94.6						
	レストランの満足度%	57.1	61.7						
	ミュージアムショップの満足度%	77.1	76.9						
D	ボランティアの満足度%	—	59.7						
	友の会会員の満足度%	—	—						
	H Pの満足度%	77.8	70.0						
	図書閲覧室の満足度%	73.5	87.0						
	展覧会における新規観覧者の割合%	22.7	19.7	31.1	12.2	21.6	15.3	17.2	20.9
	展覧会における新規観覧者の満足度%	67.7	70.9	60.5	82.1	70.6	61.0	80.4	70.6
	同 新指標	—	91.7	92.0	93.8	86.8	96.6	89.6	91.4
	地域別の利用者数の割合 東部	14.5	15.8	11.9	17.9	21.0	11.7	12.5	19.6
	中部	61.3	57.7	55.9	62.9	47.7	66.7	59.3	53.9
	西部	13.4	16.4	23.3	14.4	14.4	14.0	17.4	15.1
	県外	10.8	10.1	8.8	4.8	17.0	7.6	10.8	11.4
	2世代・3世代一緒に観覧に来た割合%	29.7	25.9	25.3	24.7	36.7	25.5	18.2	25.0

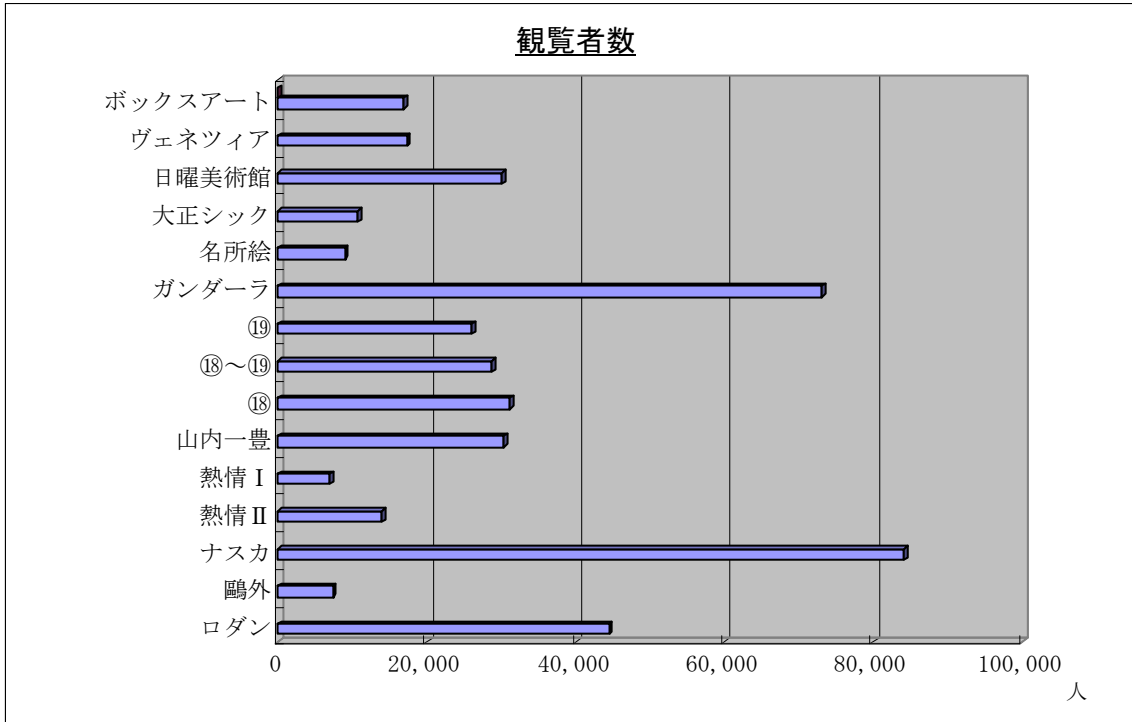
### 3 展覧会事業の現状値に関する集計・分析

平成19年度にアンケート調査を実施し、集計・分析を行った展覧会及びアンケート調査票回収状況は、以下のとおりである(表3)。

(表3) 展覧会別アンケート回収状況

展覧会名	回収数 (A)	観覧者数 (B)	(A/B)×100%
ボックスアート	367	16,998	2.2
ヴェネツィア絵画のきらめき	562	17,294	3.2
NHK日曜美術館30年展	323	30,011	1.1
大正シック展	405	10,632	3.8
名所絵の世界	301	8,984	3.3
ガンダーラ美術とバーミヤン遺跡展	535	73,048	0.7
計	2,493	156,967	1.6





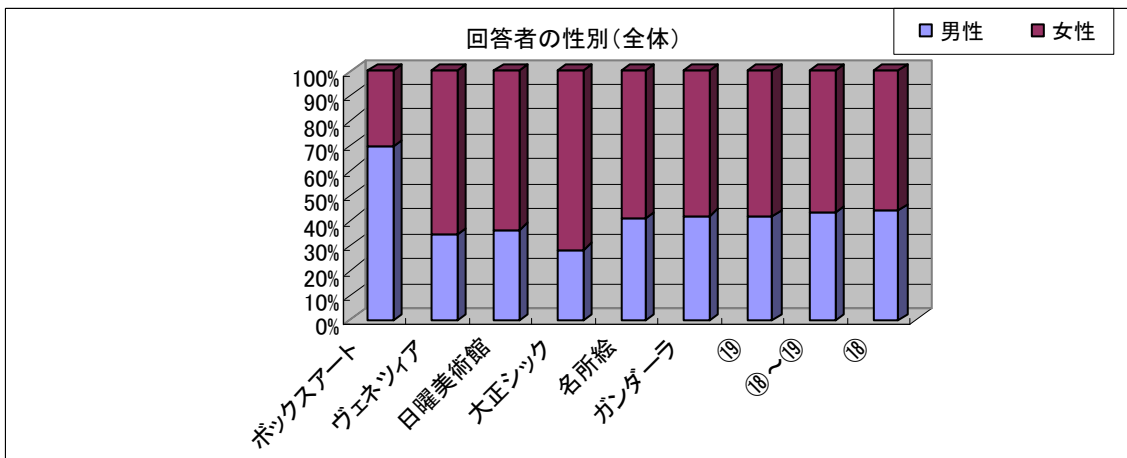
以下に、設問ごとの集計・分析結果を記載する。

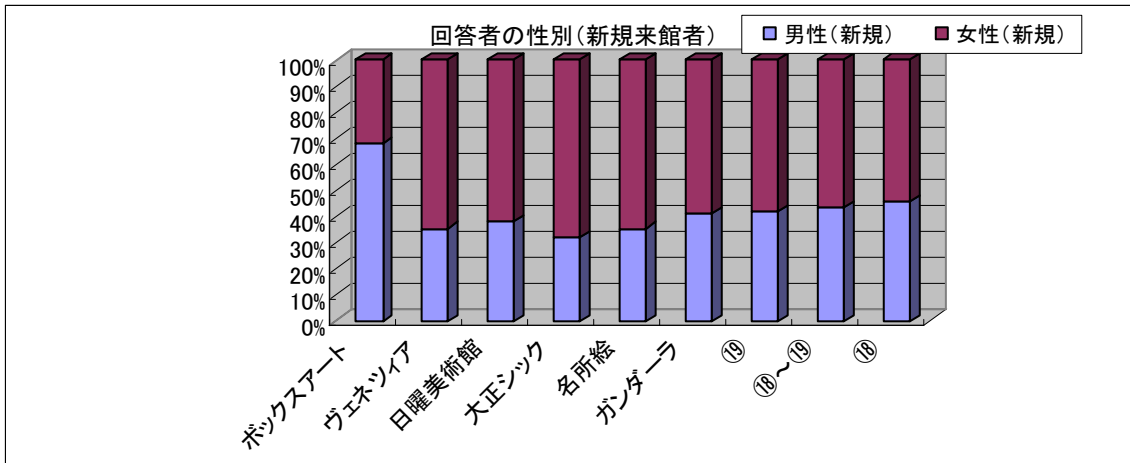
### 3-1 観覧者（回答者）の属性

#### 1) 性別

男女比率は、男性：女性＝42：58 となった。平成 18 年度に比べて女性の比率がやや高まっている。展覧会別では、「ヴェネツィア」「日曜美術館」「大正シック」の女性比率が平成 18 年度に比べて特に高い。「ボックスアート」は、男性の比率が特に高く、男女比が逆転している。

新規来場者も同様の傾向となる。





回答者の性別 (全体)

	男性	女性
ボックスアート	69.4%	30.6%
ヴェネツィア	34.1%	65.9%
日曜美術館	36.4%	63.6%
大正シック	28.3%	71.7%
名所絵	40.8%	59.2%
ガンダーラ	42.0%	58.0%
⑬	41.8%	58.2%
⑭～⑮	43.0%	57.0%
⑯	44.2%	55.8%
山内一豊	46.0%	54.0%
熱情Ⅰ	48.3%	51.7%
熱情Ⅱ	52.5%	47.5%
ナスカ	40.3%	59.4%
鷗外	41.4%	58.6%
ロダン	36.5%	63.5%

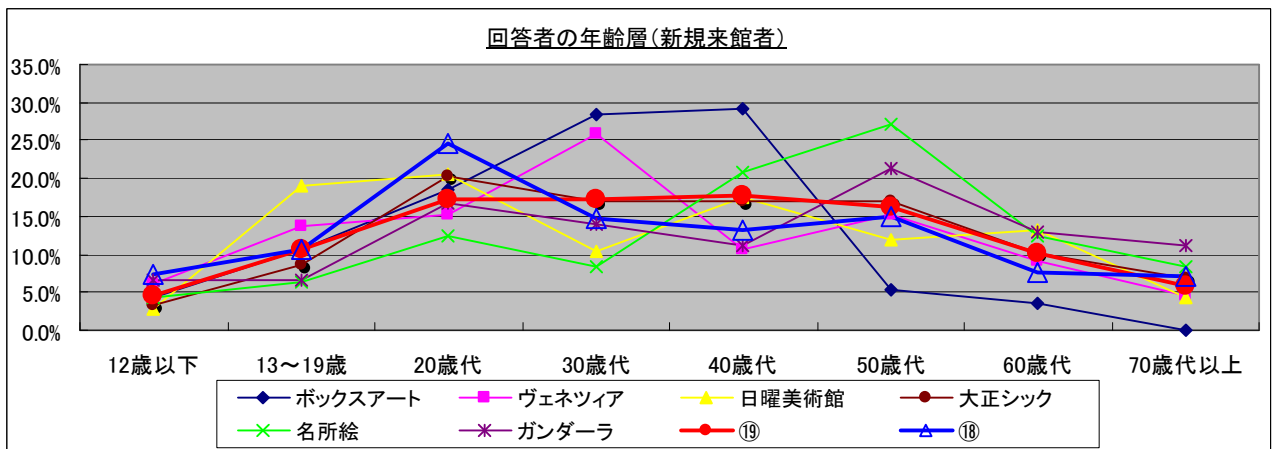
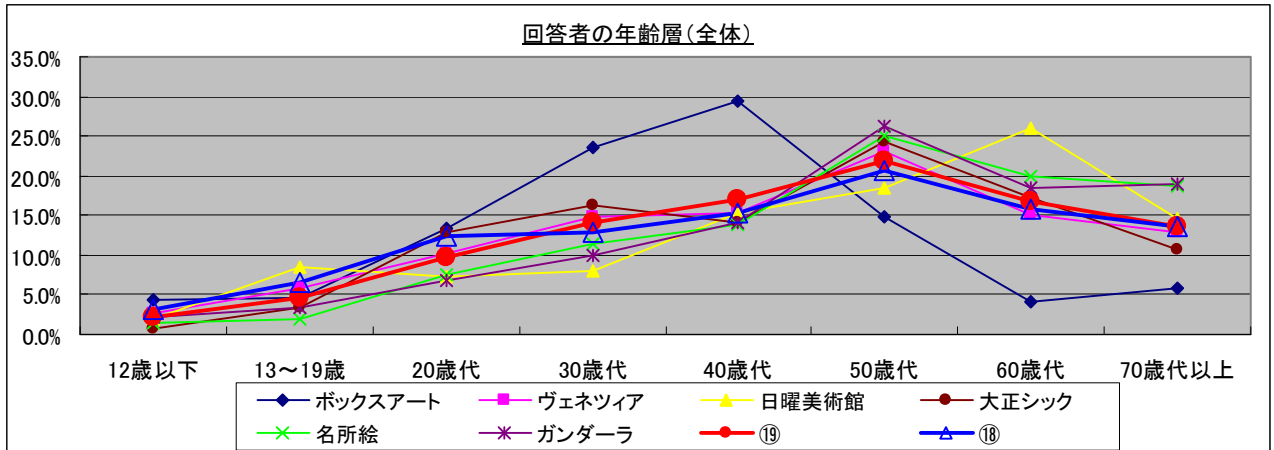
回答者の性別 (新規来館者)

	男性(新規)	女性(新規)
ボックスアート	68.1%	31.9%
ヴェネツィア	35.4%	64.6%
日曜美術館	38.2%	61.8%
大正シック	32.2%	67.8%
名所絵	35.4%	64.6%
ガンダーラ	41.1%	58.9%
⑬	41.7%	58.3%
⑭～⑮	43.7%	56.3%
⑯	45.7%	54.3%
山内一豊	53.1%	46.9%
熱情Ⅰ	52.5%	47.5%
熱情Ⅱ	37.1%	62.9%
ナスカ	45.0%	55.0%
鷗外	44.9%	55.1%
ロダン	41.5%	58.5%

## 2) 年齢層

平均的には、50歳代をピークとする山型の年齢構成となっている。展覧会別では、ピークに特徴が見られ、「ボックスアート」40歳代、「日曜美術館」60歳代となり、構成比率も高くなっている。

新規来館者では、平均的には20～50歳代を上辺とする台形型の年齢構成となっている。展覧会別では、全体とはピークに差が見られ、「ヴェネツィア」30歳代、「日曜美術館」「大正シック」20歳代となっている。



回答者の年齢 (全体)

	12歳以下	13~19歳	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	計
ボックスアート	4.4%	4.7%	13.3%	23.5%	29.3%	14.9%	4.1%	5.8%	100%
ヴェネツィア	2.7%	5.8%	10.3%	14.9%	15.2%	23.0%	15.0%	13.0%	100%
日曜美術館	1.9%	8.4%	7.2%	8.1%	15.3%	18.4%	25.9%	14.7%	100%
大正シック	0.8%	3.5%	13.0%	16.3%	14.0%	24.3%	17.3%	10.8%	100%
名所絵	1.4%	2.0%	7.5%	11.5%	13.9%	25.1%	20.0%	18.6%	100%
ガンダーラ	2.1%	3.3%	6.9%	10.0%	14.1%	26.2%	18.5%	18.9%	100%
⑰	2.2%	4.6%	9.7%	14.1%	17.0%	22.0%	16.8%	13.6%	
⑱	2.6%	5.5%	11.1%	13.4%	16.1%	21.3%	16.3%	13.6%	
⑱	3.1%	6.5%	12.5%	12.8%	15.3%	20.6%	15.9%	13.5%	
山内一豊	3.8%	5.2%	6.0%	8.7%	13.9%	19.5%	18.5%	24.5%	100%
熱情Ⅰ	1.1%	6.7%	12.9%	10.9%	14.7%	16.3%	22.3%	15.1%	100%
熱情Ⅱ	6.6%	13.0%	14.7%	18.2%	15.3%	17.8%	8.1%	6.2%	100%
ナスカ	1.6%	4.4%	11.9%	12.5%	18.1%	24.2%	16.1%	11.4%	100%
鷗外	1.1%	4.0%	10.2%	13.1%	11.5%	24.3%	19.3%	16.6%	100%
ロダン	4.2%	5.5%	19.2%	13.1%	18.3%	21.3%	11.0%	7.4%	100%

回答者の年齢（新規来館者）

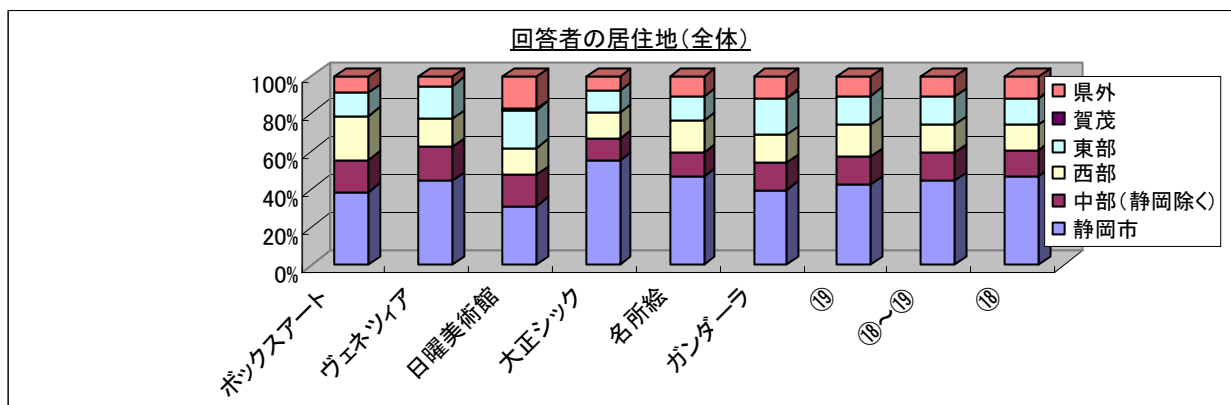
	12歳以下	13～19歳	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	計
ボックスアート	4.4%	10.6%	18.6%	28.3%	29.2%	5.3%	3.5%	0.0%	100%
ヴェネツィア	6.1%	13.6%	15.2%	25.8%	10.6%	15.2%	9.1%	4.5%	100%
日曜美術館	2.9%	19.1%	20.6%	10.3%	17.6%	11.8%	13.2%	4.4%	100%
大正シヅク	3.4%	8.5%	20.3%	16.9%	16.9%	16.9%	10.2%	6.8%	100%
名所絵	4.2%	6.3%	12.5%	8.3%	20.8%	27.1%	12.5%	8.3%	100%
ガンダーラ	6.5%	6.5%	16.7%	13.9%	11.1%	21.3%	13.0%	11.1%	100%
⑬	4.6%	10.8%	17.3%	17.3%	17.7%	16.3%	10.3%	5.9%	
⑬～⑭	5.9%	10.7%	21.0%	16.0%	15.4%	15.6%	8.9%	6.5%	
⑭	7.2%	10.6%	24.7%	14.7%	13.1%	15.0%	7.6%	7.1%	
山内一豊	10.4%	13.5%	17.7%	14.6%	11.5%	11.5%	9.4%	11.5%	100%
熱情Ⅰ	3.0%	9.0%	32.0%	15.0%	10.0%	10.0%	9.0%	12.0%	100%
熱情Ⅱ	15.8%	18.0%	24.8%	15.8%	11.3%	10.5%	1.5%	2.3%	100%
ナスカ	3.0%	7.0%	21.0%	18.0%	21.0%	16.0%	9.0%	5.0%	100%
鷗外	4.2%	8.5%	28.2%	12.7%	7.0%	22.5%	8.5%	8.5%	
ロダン	7.0%	7.6%	24.4%	12.2%	18.0%	19.2%	8.1%	3.5%	

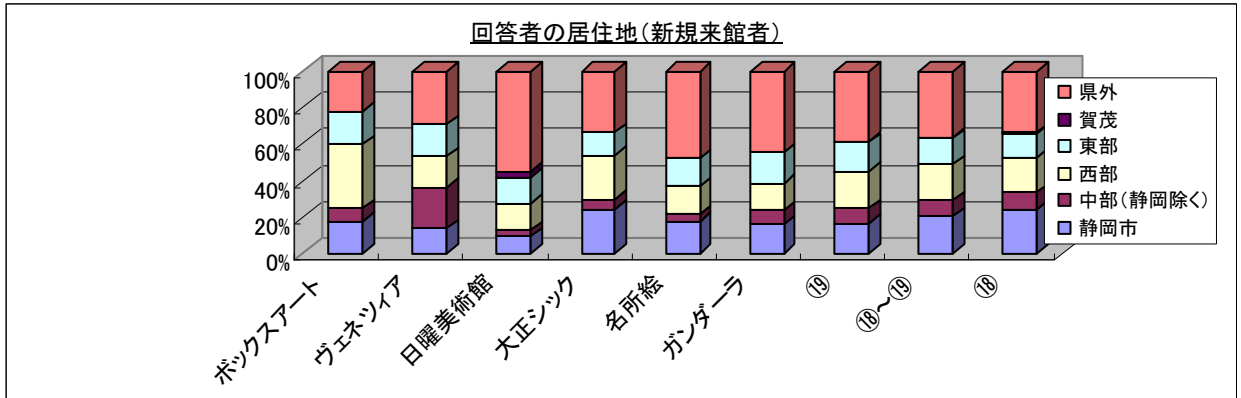
### 3) 居住地

居住地構成は、静岡市：中部：西部：東部：県外＝43：15：16：16：10 となっている。平成18年度（静岡市：中部：西部：東部：県外＝47：14：13：14：11）に比べて、静岡市内の割合が下がり、やや分散化した。展覧会別では、地域の特徴が見られ「ボックスアート」西部、「日曜美術館」東部と県外、「ガンダーラ」東部で割合が高まっている。

新規来館者では、静岡市：中部：西部：東部：県外＝16：9：20：16：39 となっている。平成18年度（静岡市：中部：西部：東部：県外＝24：9：19：13：34）に比べ、静岡市内の割合が下がり、東部、県外の割合が高まっている。

本設問は「ミュージアム・ナビ」の「地域別の利用者数の割合」指標に対応している。





回答者の居住地 (全体)

	静岡県	中部(静岡除く)	西部	東部	賀茂	県外	
ボックスアート	38.9%	17.0%	23.3%	11.9%	0.0%	8.8%	100%
ヴェネツィア	44.8%	18.1%	14.4%	17.9%	0.0%	4.8%	100%
日曜美術館	31.4%	16.3%	14.4%	20.3%	0.7%	17.0%	100%
大正シック	55.0%	11.7%	14.0%	11.7%	0.0%	7.6%	100%
名所絵	46.5%	12.8%	17.4%	12.5%	0.0%	10.8%	100%
ガンダーラ	39.8%	14.1%	15.1%	19.2%	0.4%	11.4%	100%
⑰	42.7%	15.0%	16.4%	15.6%	0.2%	10.1%	
⑱～⑲	45.0%	14.4%	14.8%	14.9%	0.2%	10.7%	
⑱	47.3%	13.9%	13.1%	14.2%	0.2%	11.3%	
山内一豊	49.4%	14.0%	13.0%	17.4%	0.2%	6.0%	100%
熱情Ⅰ	45.7%	16.8%	14.2%	11.7%	0.0%	11.7%	100%
熱情Ⅱ	50.8%	11.4%	9.3%	12.1%	0.0%	16.4%	100%
ナスカ	50.0%	16.5%	13.1%	16.3%	0.3%	3.7%	100%
鷗外	50.8%	10.3%	8.1%	14.6%	0.5%	15.7%	100%
ロダン	37.2%	14.1%	21.0%	13.4%	0.0%	14.3%	100%

回答者の居住地 (新規来館者)

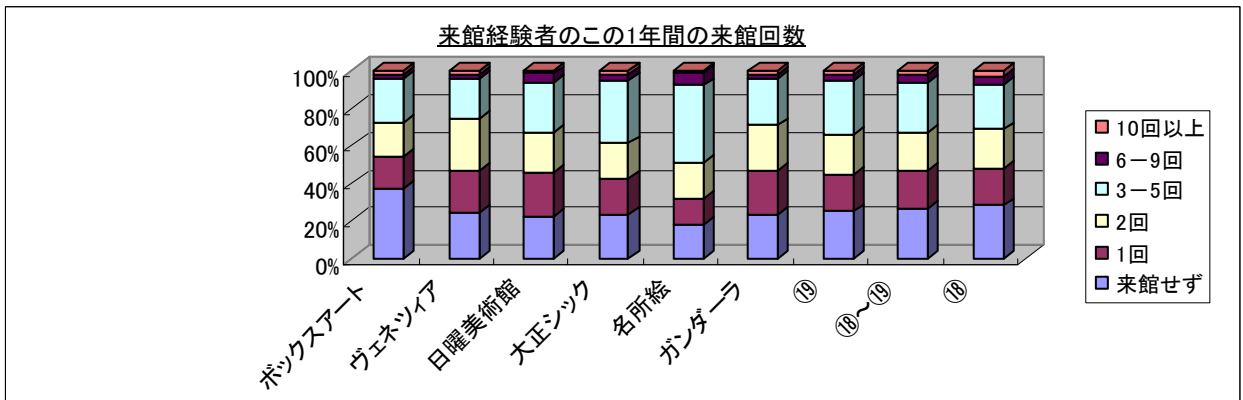
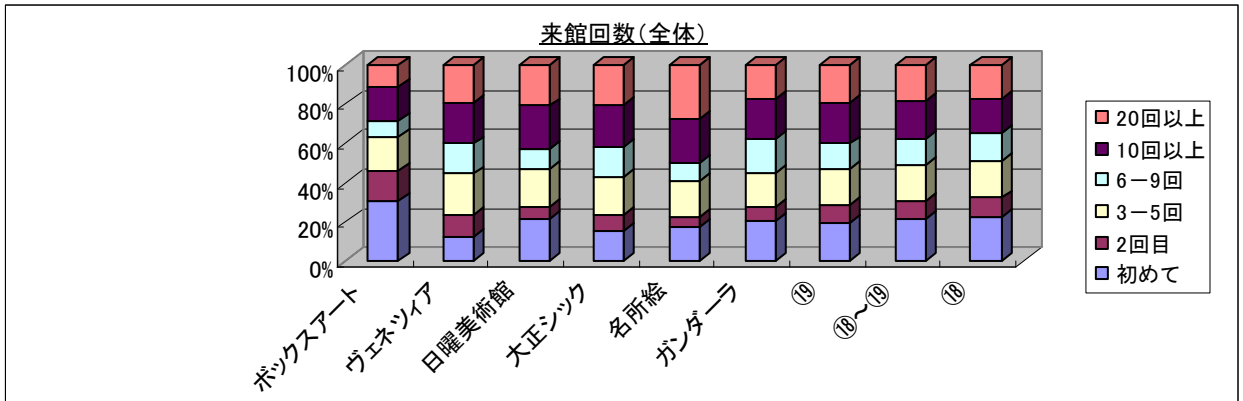
	静岡県	中部(静岡除く)	西部	東部	賀茂	県外	
ボックスアート	17.6%	7.4%	35.2%	17.6%	0.0%	22.2%	100%
ヴェネツィア	13.6%	22.7%	16.7%	18.2%	0.0%	28.8%	100%
日曜美術館	9.7%	3.2%	14.5%	14.5%	3.2%	54.8%	100%
大正シック	24.1%	5.6%	24.1%	13.0%	0.0%	33.3%	100%
名所絵	17.4%	4.3%	15.2%	15.2%	0.0%	47.8%	100%
ガンダーラ	15.8%	7.9%	14.9%	16.8%	0.0%	44.6%	100%
⑰	16.4%	8.5%	20.1%	15.9%	0.5%	38.6%	
⑱～⑲	20.3%	8.8%	19.7%	14.6%	0.4%	36.2%	
⑱	24.3%	9.1%	19.3%	13.4%	0.2%	33.7%	
山内一豊	29.0%	5.4%	23.7%	21.5%	0.0%	20.4%	100%
熱情Ⅰ	21.7%	8.7%	19.6%	12.0%	0.0%	38.0%	100%
熱情Ⅱ	35.2%	10.4%	11.2%	7.2%	0.0%	36.0%	100%
ナスカ	28.4%	13.7%	22.1%	18.9%	0.0%	16.8%	100%
鷗外	14.7%	4.4%	14.7%	8.8%	1.5%	55.9%	100%
ロダン	16.5%	11.8%	24.7%	11.8%	0.0%	35.3%	100%

#### 4) 来館回数

新規来館者の割合は19.7%で平成18年度(22.9%)に比べてやや下がっている。展覧会別では、新規来館者の割合に特徴が見られ、「ボックスアート」で特に高く、「ヴェネツィア」で特に低い。また、「名所絵」では10回以上の来館経験者の割合が特に高く、半数を占めている。

来館経験者のこの一年間の来館回数では、来館0回の割合は「ボックスアート」で特に高く、3回以上の割合は「名所絵」で特に高く半数を占めている。

本設問は「ミュージアム・ナビ」の「展覧会のリピート率、展覧会における新規来館者の割合」指標に対応している。



来館回数（全体） 新規来館者

	初めて	2回目	3-5回	6-9回	10回以上	20回以上	計
ボックスアート	31.1%	15.0%	17.2%	8.2%	17.7%	10.9%	100%
ヴェネツィア	12.2%	11.2%	21.0%	15.3%	20.9%	19.4%	100%
日曜美術館	21.6%	6.0%	19.0%	10.5%	21.9%	21.0%	100%
大正シック	15.3%	8.0%	19.8%	15.3%	21.3%	20.3%	100%
名所絵	17.2%	5.7%	17.6%	9.1%	22.6%	27.7%	100%
ガンダーラ	20.9%	6.5%	17.9%	16.5%	20.5%	17.7%	100%
⑬	19.7%	8.7%	18.8%	12.5%	20.8%	19.5%	
⑬~⑭	21.3%	9.0%	19.0%	13.3%	19.0%	18.4%	
⑮	22.9%	9.3%	19.3%	14.1%	17.1%	17.3%	
山内一豊	19.1%	9.6%	18.3%	14.4%	19.3%	19.3%	100%
熱情Ⅰ	22.4%	8.4%	18.2%	12.2%	15.2%	23.6%	100%
熱情Ⅱ	27.8%	11.5%	20.0%	11.5%	16.2%	12.8%	100%
ナスカ	15.8%	8.0%	24.1%	19.7%	21.5%	10.8%	100%
鷗外	19.4%	4.8%	14.0%	14.2%	19.6%	28.0%	100%
ロダン	32.7%	13.1%	21.3%	12.7%	10.8%	9.3%	100%

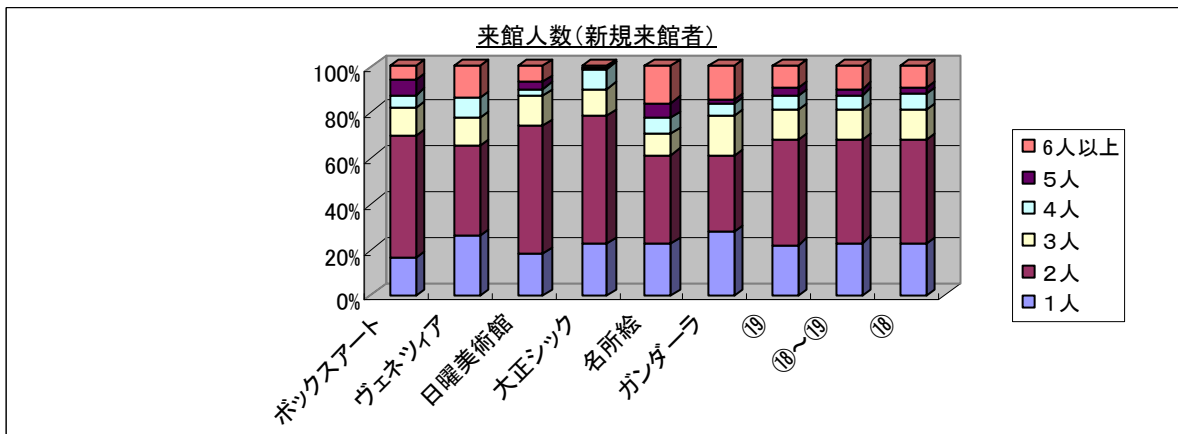
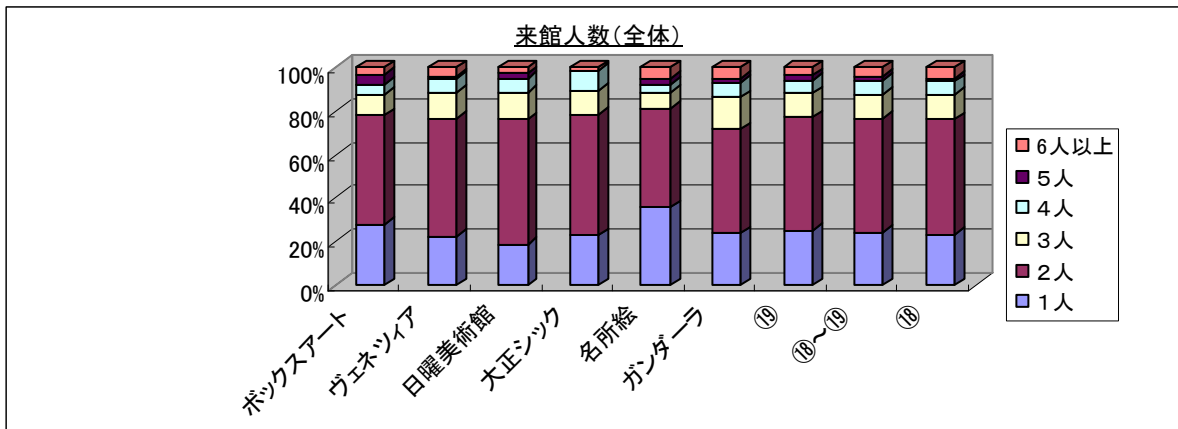
来館経験者のこの1年間の来館回数

	来館せず	1回	2回	3-5回	6-9回	10回以上	計
ボックスアート	37.5%	16.5%	18.5%	23.0%	2.0%	2.4%	100%
ヴェネツィア	24.4%	22.5%	27.2%	21.1%	2.9%	1.9%	100%
日曜美術館	22.6%	23.0%	21.3%	26.8%	4.7%	1.7%	100%
大正シック	23.7%	18.8%	18.5%	33.7%	3.0%	2.1%	100%
名所絵	18.6%	13.4%	19.0%	40.9%	6.5%	1.6%	100%
ガンダーラ	23.9%	23.2%	23.6%	24.8%	1.9%	2.6%	100%
⑬	25.1%	19.6%	21.4%	28.4%	3.5%	2.1%	
⑬~⑭	26.7%	19.7%	21.0%	25.9%	4.1%	2.7%	
⑬	28.3%	19.8%	20.6%	23.5%	4.6%	3.3%	
山内一豊	25.7%	19.8%	23.9%	23.4%	4.1%	3.1%	100%
熱情Ⅰ	20.8%	20.2%	23.2%	24.7%	6.3%	4.8%	100%
熱情Ⅱ	38.7%	21.4%	16.2%	19.9%	1.7%	2.0%	100%
ナスカ	32.3%	25.2%	21.6%	17.2%	1.9%	1.7%	100%
?外	16.5%	14.8%	14.8%	37.1%	11.3%	5.5%	100%
ロダン	35.6%	17.1%	23.6%	18.5%	2.3%	2.8%	100%

### 5) 来館人数

2人での来館が51.7%、1人での来館が25.3%を占める。展覧会別では、「名所絵」の1人での来館に特徴が見られ、35.7%と特に高くなっている。

新規来館者では2人での来館が46.0%、1人での来館が22.2%を占める。展覧会別では、6人以上での来館にばらつきが見られるが、調査日時の団体客の来館に影響されていると考えられる。



来館人数（全体）

	1人	2人	3人	4人	5人	6人以上
ボックスアート	27.9%	50.1%	9.4%	4.8%	4.3%	3.4%
ヴェネツィア	22.7%	54.0%	12.1%	6.3%	0.6%	4.3%
日曜美術館	18.7%	57.4%	12.5%	6.2%	2.4%	2.8%
大正シック	22.8%	55.4%	11.4%	9.0%	0.3%	1.1%
名所絵	35.7%	45.6%	7.4%	3.5%	2.8%	4.9%
ガンダーラ	23.8%	47.8%	14.6%	6.9%	1.7%	5.2%
⑬	25.3%	51.7%	11.2%	6.1%	2.0%	3.6%
⑬～⑭	24.4%	52.3%	11.3%	6.1%	1.9%	4.2%
⑬	23.5%	52.9%	11.3%	6.1%	1.8%	4.7%
山内一豊	20.3%	52.8%	8.4%	7.9%	1.4%	9.3%
熱情Ⅰ	22.7%	54.9%	11.3%	3.4%	0.5%	7.2%
熱情Ⅱ	19.2%	48.6%	16.9%	8.9%	3.6%	2.7%
ナスカ	21.3%	55.0%	10.6%	8.3%	3.0%	1.8%
鷗外	41.7%	46.0%	6.0%	1.7%	0.3%	4.3%
ロダン	15.6%	59.8%	14.8%	6.3%	1.8%	3.0%

来館人数（新既来館者）

	1人	2人	3人	4人	5人	6人以上
ボックスアート	16.2%	53.3%	12.4%	5.7%	6.7%	5.7%
ヴェネツィア	25.9%	39.7%	12.1%	8.6%	0.0%	13.8%
日曜美術館	18.0%	55.7%	13.1%	3.3%	3.3%	6.6%
大正シック	22.5%	55.6%	11.9%	8.8%	0.3%	0.9%
名所絵	22.7%	38.6%	9.1%	6.8%	6.8%	15.9%
ガンダーラ	27.8%	33.0%	17.5%	5.2%	2.1%	14.4%
⑬	22.2%	46.0%	12.7%	6.4%	3.2%	9.6%
⑬～⑭	22.9%	44.9%	13.1%	6.5%	2.8%	9.8%
⑬	22.4%	45.2%	13.4%	6.5%	3.0%	9.3%
山内一豊	19.3%	42.2%	13.3%	4.8%	4.8%	15.7%
熱情Ⅰ	12.6%	55.8%	13.7%	4.2%	0.0%	13.7%
熱情Ⅱ	20.6%	36.5%	19.0%	11.9%	7.1%	4.8%
ナスカ	17.9%	49.5%	14.7%	12.6%	4.2%	1.1%
鷗外	48.4%	29.7%	4.7%	0.0%	0.0%	17.2%
ロダン	15.8%	57.6%	14.8%	5.5%	1.8%	3.6%

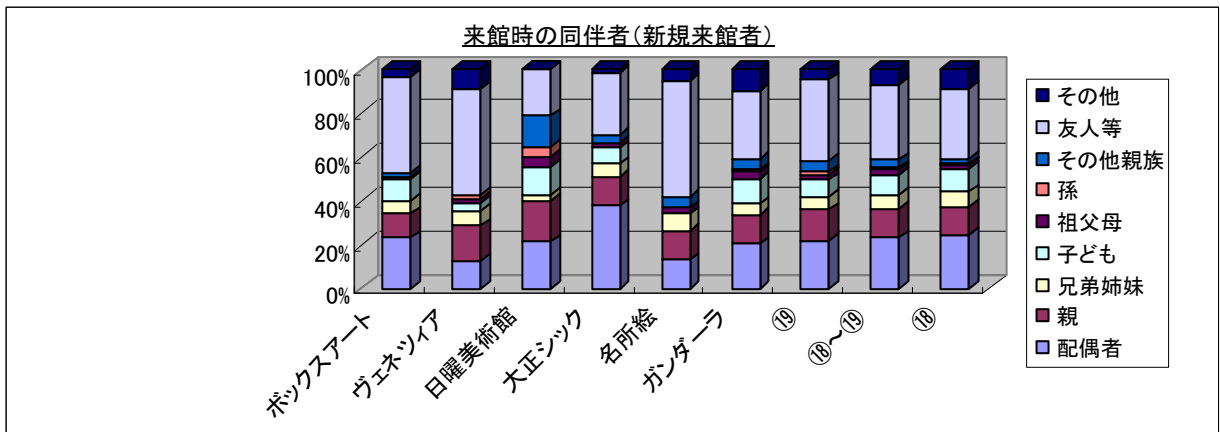
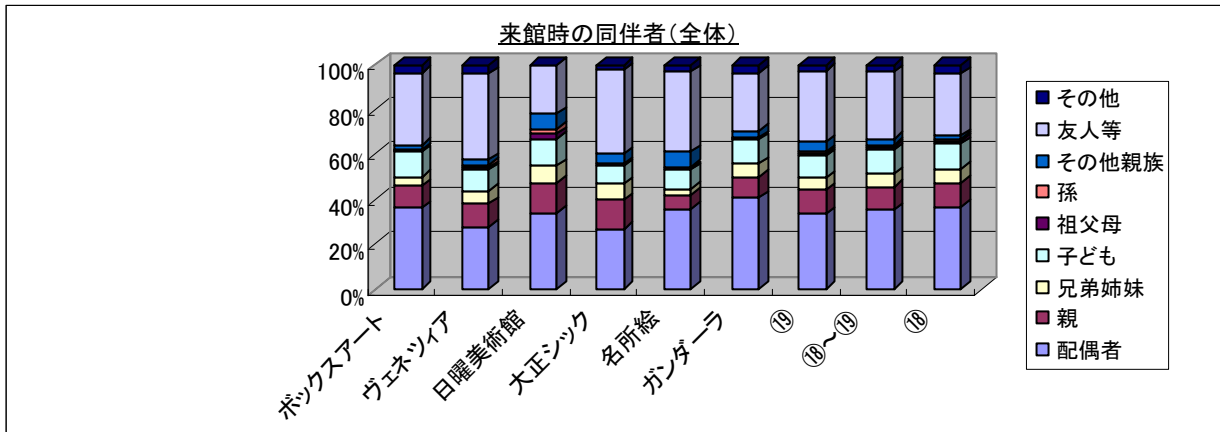
6) 来館時の同伴者

配偶者が39.3%、友人等が37.0%を占める。

新規来館者では、配偶者が25.4%、友人等が43.2%を占める。展覧会別では、友人等の割合に特徴が見られ、「ボックスアート」「ヴェネツィア」「名所絵」が高く、「日曜美術館」「大正シック」が低くなっている。

本設問は「ミュージアム・ナビ」の「2世代・3世代で一緒に観覧に来ている割合」指標に対応している。





来館時の同伴者 (全体)

	配偶者	親	兄弟姉妹	子ども	祖父母	孫	その他親族	友人等	その他
ボックスアート	42.7%	11.5%	5.0%	13.0%	0.4%	0.4%	2.7%	38.2%	4.2%
ヴェネツィア	31.3%	11.5%	6.1%	10.4%	1.4%	1.4%	2.4%	43.1%	4.5%
日曜美術館	42.1%	16.2%	9.3%	15.1%	2.7%	2.7%	8.1%	26.6%	0.4%
大正シック	31.2%	14.9%	7.8%	9.7%	0.6%	0.3%	4.9%	43.5%	2.6%
名所絵	40.6%	7.1%	3.0%	9.6%	1.0%	0.5%	7.6%	40.1%	3.6%
ガンダーラ	48.1%	11.2%	6.7%	12.6%	0.7%	0.5%	3.6%	30.7%	4.3%
⑰	39.3%	12.1%	6.3%	11.7%	1.1%	1.0%	4.9%	37.0%	3.3%
⑱～⑲	41.0%	12.1%	6.8%	12.4%	1.4%	0.9%	3.2%	34.7%	3.9%
⑳	42.6%	12.2%	7.3%	13.1%	1.6%	0.8%	1.6%	32.3%	4.6%
山内一豊	52.7%	8.9%	4.5%	8.7%	1.9%	0.4%	1.0%	24.4%	5.8%
熱情Ⅰ	39.9%	4.0%	4.6%	8.5%	0.6%	0.6%	0.0%	43.6%	9.1%
熱情Ⅱ	31.6%	17.0%	9.3%	20.1%	3.1%	2.1%	3.1%	34.4%	3.9%
ナスカ	46.4%	14.8%	10.1%	14.8%	1.9%	1.4%	1.6%	30.6%	1.0%
?外	46.2%	8.9%	6.2%	10.2%	0.0%	0.0%	1.8%	31.6%	5.3%
ロダン	38.9%	19.5%	8.9%	16.3%	2.2%	0.4%	2.0%	29.3%	2.5%

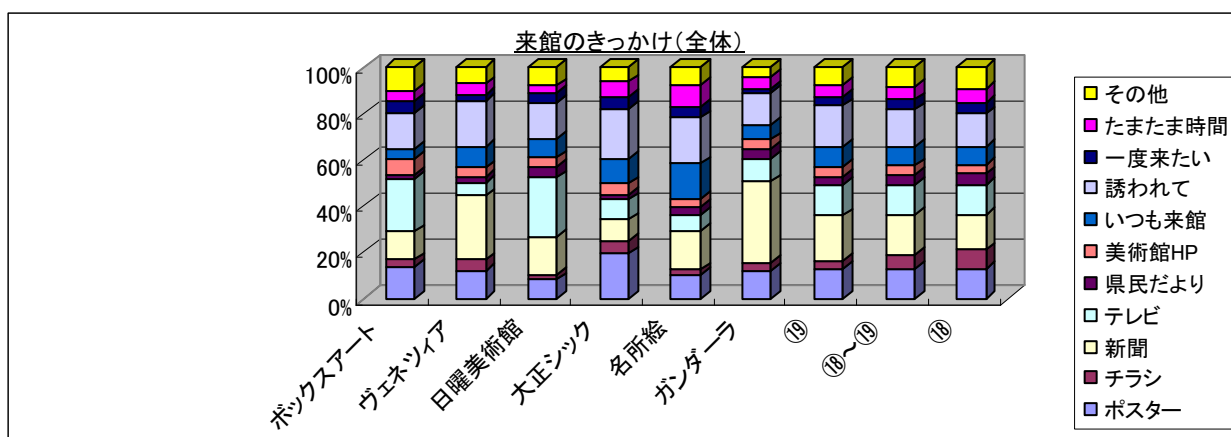
来館時の同伴者（新規来館者）

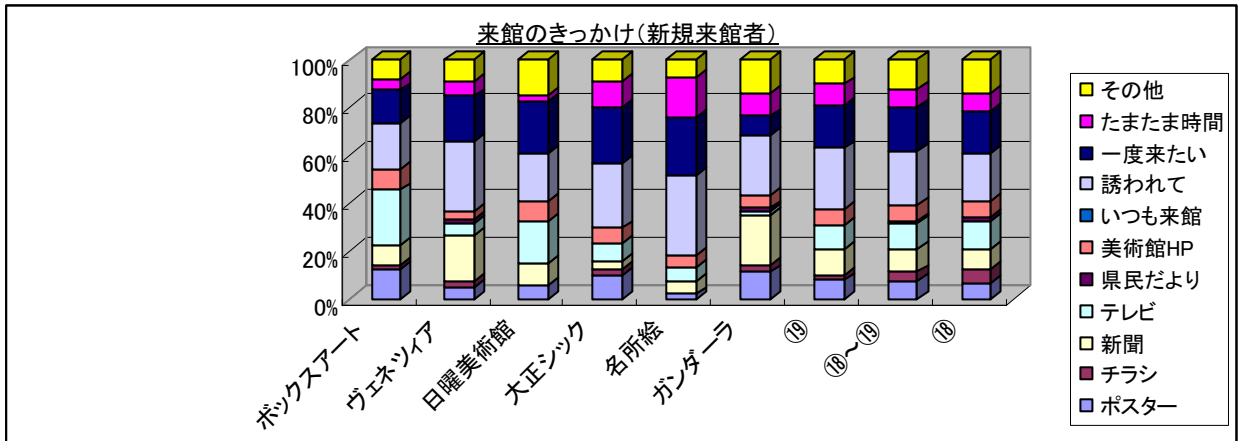
	配偶者	親	兄弟姉妹	子ども	祖父母	孫	その他親族	友人等	その他
ボックスアート	28.0%	12.9%	7.5%	11.8%	0.0%	1.1%	2.2%	52.7%	4.3%
ヴェネツィア	14.0%	18.0%	8.0%	4.0%	2.0%	2.0%	0.0%	54.0%	10.0%
日曜美術館	27.3%	23.6%	3.6%	16.4%	5.5%	5.5%	18.2%	27.3%	0.0%
大正シック	44.4%	15.6%	6.7%	8.9%	2.2%	0.0%	4.4%	33.3%	2.2%
名所絵	13.5%	13.5%	8.1%	0.0%	2.7%	0.0%	5.4%	54.1%	5.4%
ガンダーラ	25.0%	16.3%	6.3%	13.8%	3.8%	1.3%	6.3%	37.5%	12.5%
⑰	25.4%	16.7%	6.7%	9.2%	2.7%	1.7%	6.1%	43.2%	5.7%
⑱～⑲	27.0%	15.8%	7.3%	10.5%	2.6%	1.0%	4.2%	40.1%	8.3%
⑳	28.6%	14.9%	7.8%	11.9%	2.5%	0.4%	2.4%	37.1%	10.8%
山内一豊	32.5%	13.0%	2.6%	11.7%	0.0%	1.3%	1.3%	31.2%	19.5%
熱情Ⅰ	28.2%	4.7%	4.7%	4.7%	2.4%	0.0%	0.0%	49.4%	12.9%
熱情Ⅱ	19.8%	21.8%	13.9%	15.8%	7.9%	0.0%	7.9%	37.6%	5.0%
ナスカ	29.6%	21.0%	7.4%	18.5%	2.5%	1.2%	1.2%	38.3%	2.5%
鷗外	28.9%	7.9%	7.9%	2.6%	0.0%	0.0%	2.6%	36.8%	21.1%
ロダン	32.6%	20.8%	10.4%	18.1%	2.1%	0.0%	1.4%	29.2%	4.2%

7) 来館のきっかけ

きっかけの主なものは、新聞、誘われて、テレビ、ポスターの順となっている。展覧会別では、これらの割合に特徴が見られ、「ボックスアート」「日曜美術館」テレビ、「ヴェネツィア」「ガンダーラ」新聞、「大正シック」「名所絵」誘われて、が最も高くなっている。これらのばらつきは、共催者等の関係から展覧会別に情報の質・量に大きな差があることが原因と考えられる。

新規来館者では、きっかけの主なものは、誘われて、一度来たいと思っていた、新聞、テレビの順となっている。展覧会別では、「ヴェネツィア」「大正シック」「名所絵」「ガンダーラ」誘われて、「ボックスアート」テレビ、「日曜美術館」一度来たいが最も高くなっている。





来館のきっかけ (全体) 複数回答

	ポスター	チラシ	新聞	テレビ	県民だより	美術館HP	いつも来館	誘われて	一度来たい	たまたま時間	その他
ボックスアート	18.1%	4.4%	16.4%	30.4%	2.2%	9.3%	6.3%	20.5%	7.1%	5.8%	14.0%
ヴェネツィア	15.9%	6.4%	36.6%	7.1%	4.0%	4.7%	11.9%	26.3%	4.0%	5.8%	9.7%
日曜美術館	11.4%	2.5%	22.8%	35.8%	6.6%	5.4%	11.1%	21.8%	5.7%	4.7%	11.1%
大正シック	25.3%	7.5%	11.8%	11.3%	3.0%	5.8%	14.3%	28.3%	6.3%	8.8%	8.3%
名所絵	12.6%	2.4%	20.8%	8.2%	4.1%	4.4%	18.1%	24.2%	5.8%	11.3%	9.6%
ガンダーラ	17.7%	5.0%	50.4%	14.7%	6.5%	5.3%	9.4%	19.8%	2.7%	7.3%	6.5%
⑰	16.8%	4.7%	26.5%	17.9%	4.4%	5.8%	11.9%	23.5%	5.3%	7.3%	9.9%
⑱～⑲	18.0%	8.3%	24.6%	18.5%	5.6%	5.9%	11.6%	22.3%	6.1%	8.2%	11.7%
⑳	19.2%	12.0%	22.6%	19.1%	6.7%	6.1%	11.4%	21.1%	7.0%	9.2%	13.6%
山内一豊	16.7%	13.8%	21.3%	33.7%	9.6%	4.3%	11.0%	19.9%	4.7%	4.7%	13.8%
熱情Ⅰ	20.2%	9.5%	14.9%	3.3%	6.0%	6.9%	15.3%	24.6%	11.5%	13.3%	15.7%
熱情Ⅱ	14.5%	18.8%	11.2%	3.9%	8.2%	11.5%	8.2%	21.9%	9.0%	16.6%	25.2%
ナスカ	29.1%	17.5%	46.9%	28.9%	7.4%	3.8%	7.5%	17.2%	1.5%	3.2%	6.6%
鷗外	22.8%	7.4%	19.4%	1.9%	4.8%	5.8%	19.9%	22.3%	5.6%	10.3%	13.0%
ロダン	12.1%	4.8%	22.2%	42.9%	4.4%	4.0%	6.5%	21.1%	9.6%	6.9%	7.5%

来館のきっかけ (新規来館者) 複数回答

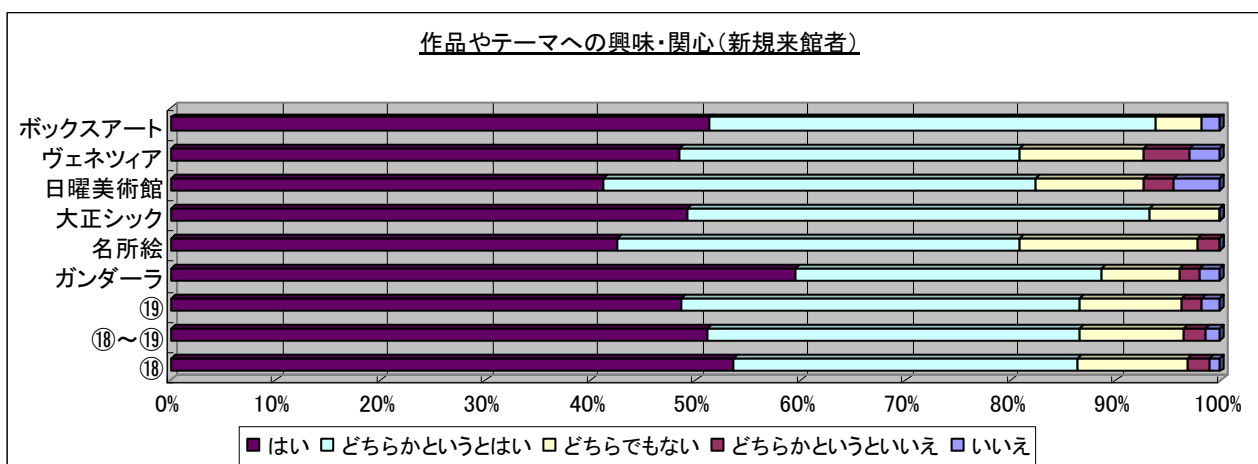
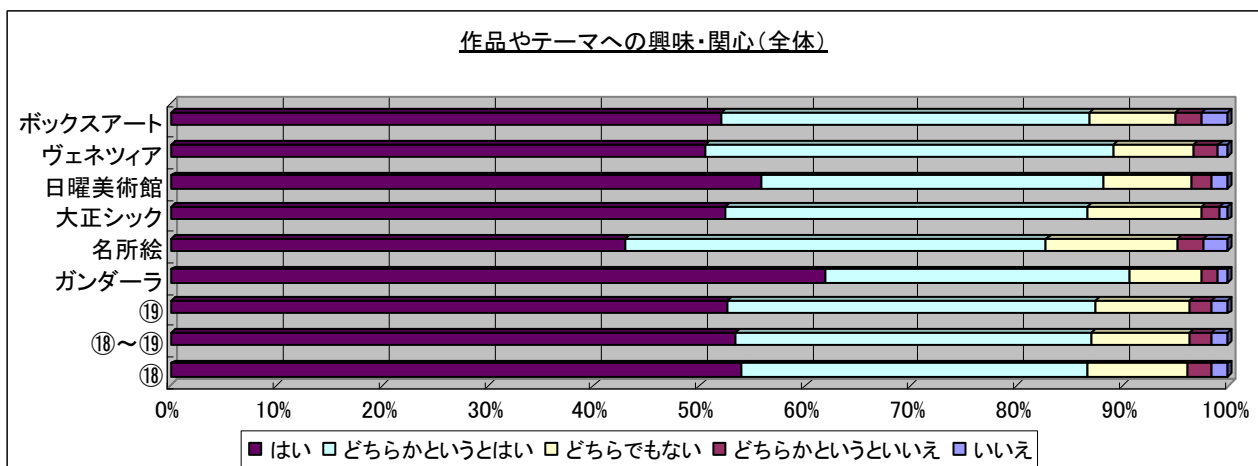
	ポスター	チラシ	新聞	テレビ	県民だより	美術館HP	いつも来館	誘われて	一度来たい	たまたま時間	その他
ボックスアート	16.1%	2.7%	11.6%	30.4%	0.0%	11.6%	0.0%	25.9%	18.8%	6.3%	10.7%
ヴェネツィア	6.2%	3.1%	23.1%	6.2%	1.5%	4.6%	0.0%	35.4%	23.1%	7.7%	10.8%
日曜美術館	6.0%	0.0%	10.4%	19.4%	0.0%	9.0%	0.0%	22.4%	23.9%	3.0%	16.4%
大正シック	13.3%	3.3%	5.0%	10.0%	0.0%	8.3%	0.0%	36.7%	31.7%	15.0%	11.7%
名所絵	2.2%	0.0%	6.5%	6.5%	0.0%	6.5%	0.0%	39.1%	28.3%	19.6%	8.7%
ガンダーラ	14.2%	3.8%	26.4%	1.9%	1.9%	6.6%	0.0%	32.1%	10.4%	12.3%	17.9%
⑰	9.7%	2.2%	13.8%	12.4%	0.6%	7.8%	0.0%	31.9%	22.7%	10.7%	12.7%
⑱～⑲	9.4%	5.0%	12.4%	13.9%	1.5%	8.3%	0.0%	29.5%	23.2%	10.4%	15.7%
⑳	9.0%	7.8%	10.9%	15.3%	2.4%	8.9%	0.0%	27.0%	23.8%	10.1%	18.8%
山内一豊	9.4%	12.5%	6.3%	22.9%	3.1%	8.3%	0.0%	24.0%	13.5%	13.5%	30.2%
熱情Ⅰ	7.0%	3.0%	3.0%	1.0%	3.0%	10.0%	0.0%	27.0%	40.0%	11.0%	18.0%
熱情Ⅱ	7.5%	3.7%	6.0%	3.7%	5.2%	17.2%	0.0%	29.1%	26.9%	12.7%	24.6%
ナスカ	16.2%	16.2%	30.3%	26.3%	2.0%	9.1%	0.0%	26.3%	6.1%	6.1%	11.1%
鷗外	7.1%	7.1%	5.7%	1.4%	0.0%	5.7%	0.0%	27.1%	30.0%	10.0%	22.9%
ロダン	7.1%	4.1%	14.2%	36.7%	1.2%	3.0%	0.0%	28.4%	26.0%	7.1%	5.7%

### 3-2 展覧会に関して観覧者（回答者）が感じた価値

#### 1) 作品やテーマについて興味・関心を持ったか

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は87.5%となり、平成18年度（86.8%）を上回った。また、すべての展覧会で80%を上回っている。

新規来館者では、肯定的評価は86.7%となる。特に「ボックスアート」「大正シック」では90%を超えており、初めての来館者が、作品やテーマについての興味・関心のきっかけとしての役割を十分に果たしていることがわかる。



作品やテーマへの興味・関心 (全体)

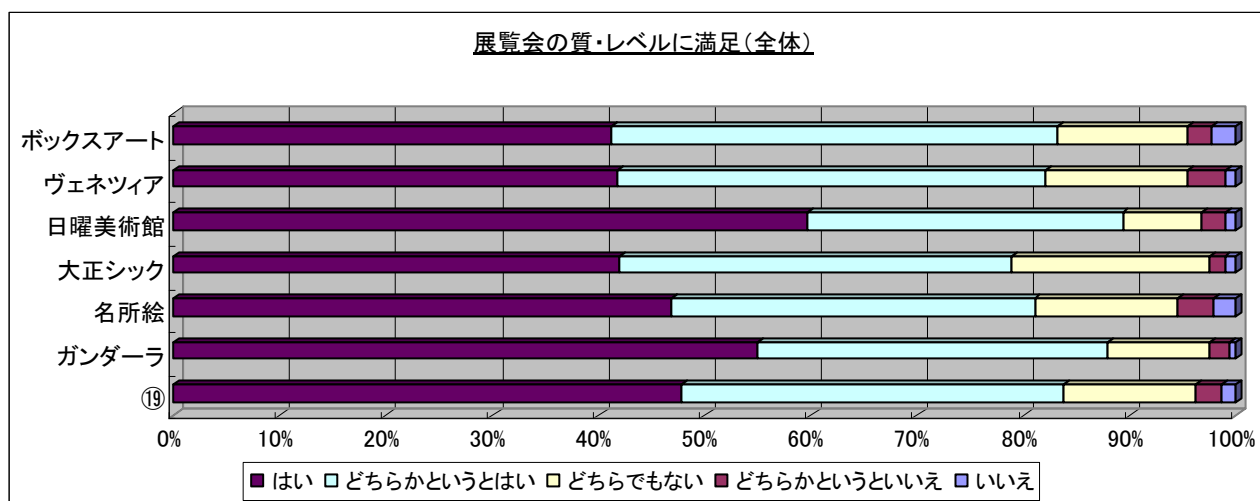
	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
ボックスアート	2.5%	2.5%	8.2%	34.8%	52.1%
ヴェネツィア	0.9%	2.4%	7.6%	38.5%	50.6%
日曜美術館	1.6%	1.9%	8.2%	32.4%	56.0%
大正シック	0.8%	1.8%	10.8%	34.3%	52.5%
名所絵	2.4%	2.4%	12.4%	39.9%	43.0%
ガンダーラ	1.0%	1.5%	6.9%	28.7%	61.8%
⑬	1.5%	2.1%	9.0%	34.8%	52.7%
⑭~⑮	1.5%	2.2%	9.3%	33.8%	53.4%
⑯	1.5%	2.3%	9.5%	32.7%	54.1%
山内一豊	2.5%	1.4%	7.2%	29.4%	59.5%
熱情Ⅰ	1.6%	2.9%	12.4%	33.7%	49.3%
熱情Ⅱ	1.2%	3.7%	15.7%	41.2%	38.1%
ナスカ	0.8%	0.9%	4.1%	21.4%	72.8%
鷗外	1.1%	2.3%	10.3%	33.4%	54.1%
ロダン	1.9%	2.3%	7.5%	37.2%	51.1%

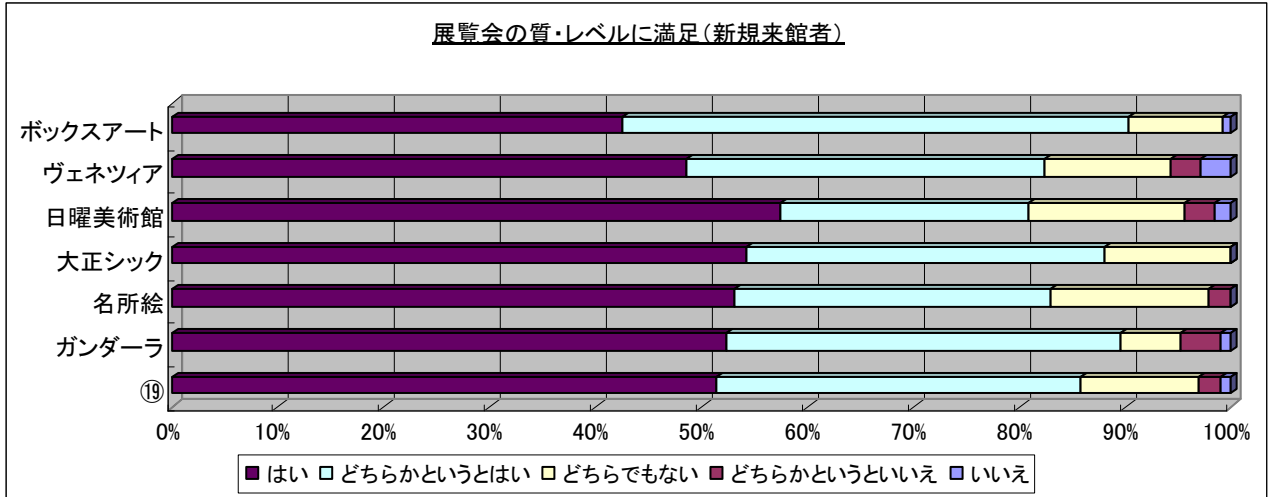
作品やテーマへの興味・関心（新規来館者）

	いいえ	どちらかというといえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
ボックスアート	1.8%	0.0%	4.4%	42.5%	51.3%
ヴェネツィア	2.9%	4.4%	11.8%	32.4%	48.5%
日曜美術館	4.4%	2.9%	10.3%	41.2%	41.2%
大正シック	0.0%	0.0%	6.8%	44.1%	49.2%
名所絵	0.0%	2.1%	17.0%	38.3%	42.6%
ガンダーラ	1.9%	1.9%	7.5%	29.2%	59.4%
⑬	1.8%	1.9%	9.6%	38.0%	48.7%
⑬～⑱	1.4%	2.0%	10.0%	35.4%	51.1%
⑬	1.0%	2.1%	10.4%	32.9%	53.6%
山内一豊	0.0%	2.1%	12.8%	31.9%	53.2%
熱情Ⅰ	2.0%	3.0%	11.1%	34.3%	49.5%
熱情Ⅱ	0.8%	3.8%	13.5%	46.6%	35.3%
ナスカ	1.0%	1.0%	4.0%	22.8%	71.3%
鷗外	0.0%	0.0%	14.5%	24.6%	60.9%
ロダン	2.4%	2.9%	6.5%	37.1%	51.2%

2) 展覧会の質・レベルについて満足いただけたか

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は83.8%となった。「大正シック」を除き、80%を上回っている。なお、「大正シック」は新規来館者の評価に注目すると、否定的評価無しの高評価であることがわかり、既存の来館経験者とは違う視点を持った今後のリピーターを生むきっかけとしての効果が考えられる。また、「ボックスアート」も同様と考えられる。





展覧会の質・レベルに満足 (全体)

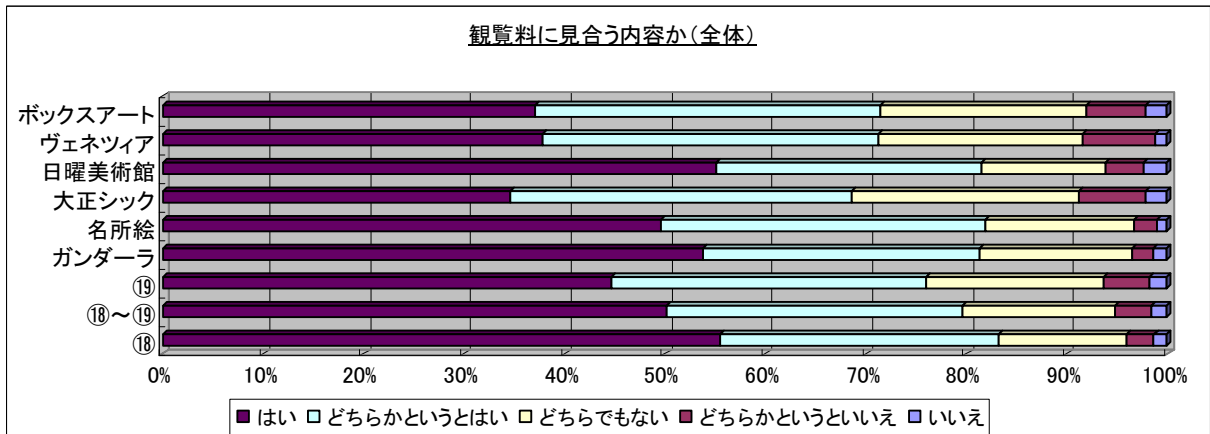
	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
ボックスアート	2.2%	2.2%	12.4%	42.0%	41.2%
ヴェネツィア	0.9%	3.5%	13.4%	40.4%	41.8%
日曜美術館	0.9%	2.2%	7.5%	29.6%	59.7%
大正シック	1.0%	1.5%	18.6%	36.9%	42.0%
名所絵	2.1%	3.4%	13.4%	34.2%	46.9%
ガンダーラ	0.6%	1.8%	9.7%	32.9%	55.1%
⑱	1.3%	2.4%	12.5%	36.0%	47.8%

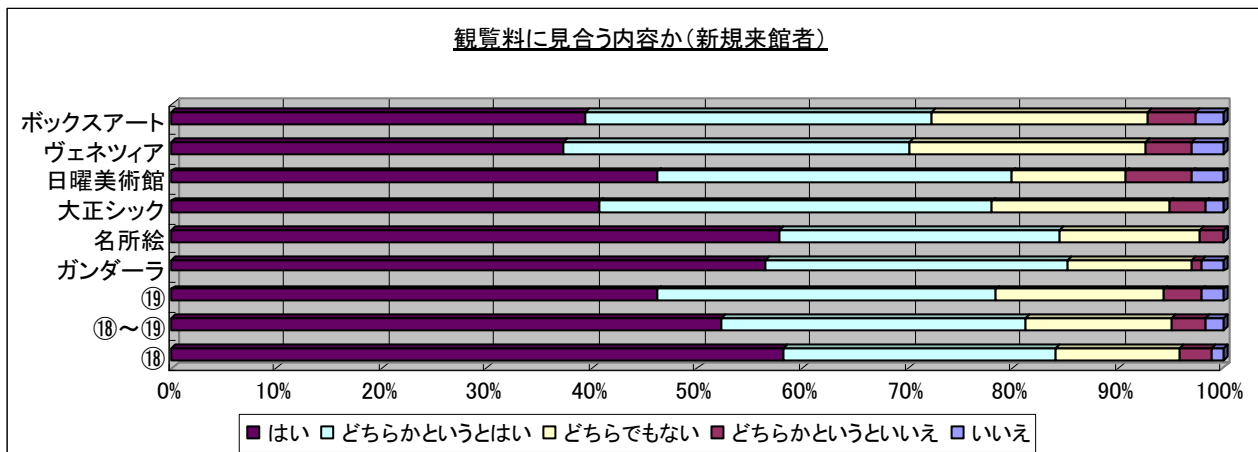
展覧会の質・レベルに満足 (新規来館者)

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
ボックスアート	0.9%	0.0%	8.8%	47.8%	42.5%
ヴェネツィア	2.9%	2.9%	11.8%	33.8%	48.5%
日曜美術館	1.5%	2.9%	14.7%	23.5%	57.4%
大正シック	0.0%	0.0%	11.9%	33.9%	54.2%
名所絵	0.0%	2.1%	14.9%	29.8%	53.2%
ガンダーラ	1.0%	3.8%	5.7%	37.1%	52.4%
⑱	1.1%	2.0%	11.3%	34.3%	51.4%

### 3) 観覧料に見合う内容であったか

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は76.0%となり、平成18年度(83.3%)を下回った。展覧会別では、「日曜美術館」「名所絵」「ガンダーラ」が80%を越え、その他は70%程度となっている。新規来館者においてもほぼ同様の評価となっている。





観覧料に見合う内容か (全体)

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
ボックスアート	2.2%	5.9%	20.5%	34.3%	37.1%
ヴェネツィア	1.3%	7.1%	20.4%	33.3%	37.8%
日曜美術館	2.4%	3.8%	12.3%	26.4%	55.1%
大正シック	2.1%	6.8%	22.5%	34.0%	34.6%
名所絵	1.1%	2.2%	14.9%	32.2%	49.6%
ガンダーラ	1.4%	2.1%	15.1%	27.5%	53.8%
⑬	1.8%	4.7%	17.6%	31.3%	44.7%
⑭～⑮	1.5%	3.7%	15.1%	29.5%	50.1%
⑯	1.3%	2.7%	12.7%	27.8%	55.5%
山内一豊	2.1%	3.0%	12.0%	26.8%	56.1%
熱情Ⅰ	1.4%	3.0%	11.3%	28.2%	56.1%
熱情Ⅱ	0.8%	2.7%	16.6%	29.4%	50.4%
ナスカ	1.3%	2.7%	10.4%	22.9%	62.8%
鷗外	1.1%	2.2%	11.0%	26.9%	58.8%
ロダン	1.2%	2.8%	14.7%	32.4%	48.9%

観覧料に見合う内容か (新規来館者)

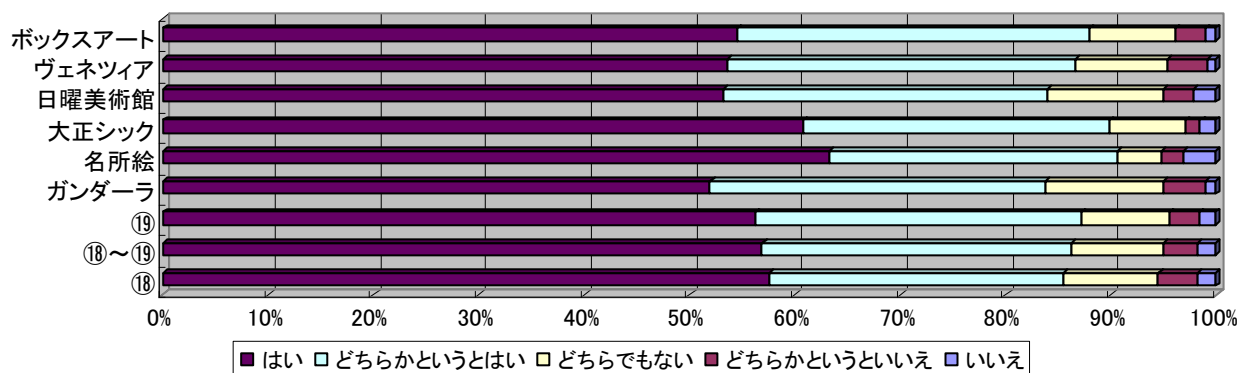
	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
ボックスアート	2.7%	4.5%	20.5%	33.0%	39.3%
ヴェネツィア	3.0%	4.5%	22.4%	32.8%	37.3%
日曜美術館	3.1%	6.2%	10.8%	33.8%	46.2%
大正シック	1.7%	3.4%	16.9%	37.3%	40.7%
名所絵	0.0%	2.2%	13.3%	26.7%	57.8%
ガンダーラ	2.0%	1.0%	11.9%	28.7%	56.4%
⑬	2.1%	3.6%	16.0%	32.1%	46.3%
⑭～⑮	1.7%	3.3%	13.8%	29.0%	52.2%
⑯	1.2%	3.0%	11.7%	26.0%	58.2%
山内一豊	1.1%	4.3%	18.3%	25.8%	50.5%
熱情Ⅰ	2.1%	4.2%	6.3%	22.9%	64.6%
熱情Ⅱ	0.0%	1.5%	13.6%	29.5%	55.3%
ナスカ	3.0%	4.0%	14.9%	20.8%	57.4%
鷗外	0.0%	1.5%	7.4%	25.0%	66.2%
ロダン	1.2%	2.4%	9.8%	31.7%	54.9%

#### 4) 展覧会の会場で心地よく鑑賞できたか。

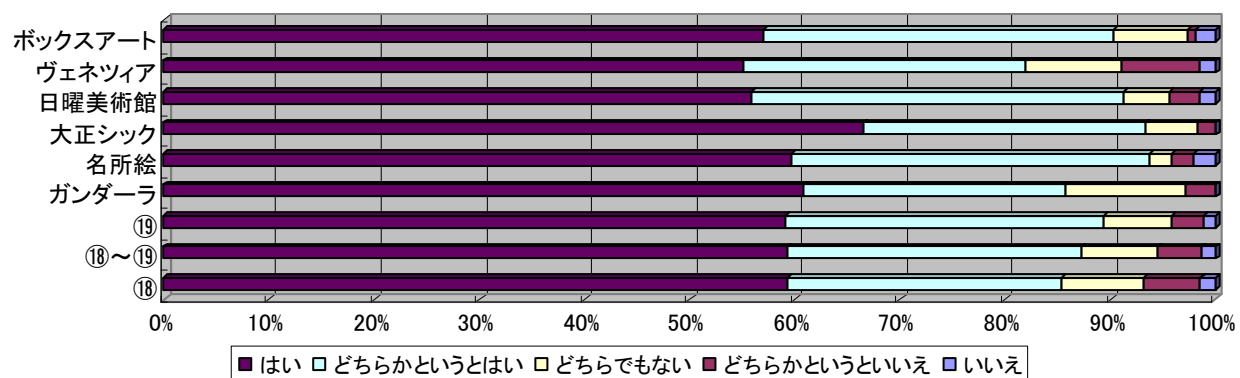
「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は87.2%となり、平成18年度(85.5%)を上回った。また、すべての展覧会で80%を上回っている。新規来館者においてもほぼ同様の傾向となっている。

本設問は「ミュージアム・ナビ」の「鑑賞環境に対する満足度」指標に対応している。

心地よく鑑賞できたか(全体)



心地よく鑑賞できたか(新規来館者)



心地よく鑑賞できたか(全体)

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
ボックスアート	1.1%	2.7%	8.2%	33.4%	54.5%
ヴェネツィア	0.9%	3.8%	8.7%	33.0%	53.6%
日曜美術館	2.2%	2.8%	11.0%	30.7%	53.3%
大正シック	1.5%	1.5%	7.2%	28.9%	60.8%
名所絵	3.1%	2.1%	4.1%	27.4%	63.4%
ガンダーラ	1.0%	4.0%	11.2%	31.8%	52.0%
⑬	1.6%	2.8%	8.4%	30.9%	56.3%
⑭～⑮	1.7%	3.3%	8.7%	29.4%	56.9%
⑯	1.8%	3.7%	9.1%	27.9%	57.6%
山内一豊	2.9%	3.3%	11.7%	28.8%	53.3%
熱情Ⅰ	1.4%	2.0%	7.5%	23.1%	66.1%
熱情Ⅱ	1.7%	2.5%	7.7%	25.1%	63.1%
ナスカ	3.1%	8.5%	14.0%	29.9%	44.4%
鷗外	0.5%	1.9%	5.9%	28.9%	62.7%
ロダン	1.1%	4.0%	7.5%	31.4%	56.0%



心地よく鑑賞できたか（新規来館者）

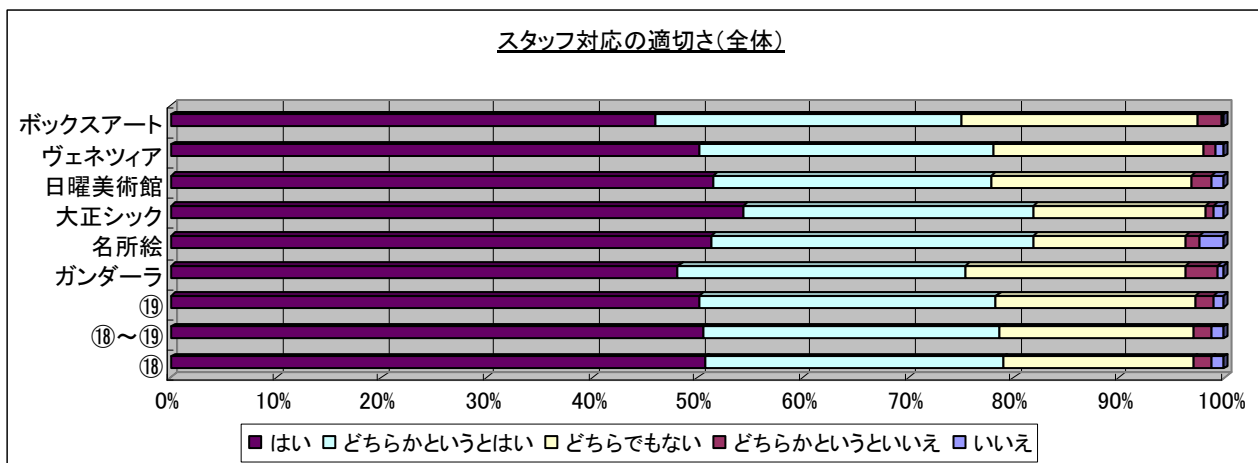
	いいえ	どちらかというといえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
ボックスアート	1.8%	0.9%	7.0%	33.3%	57.0%
ヴェネツィア	1.5%	7.5%	9.0%	26.9%	55.2%
日曜美術館	1.5%	2.9%	4.4%	35.3%	55.9%
大正シック	0.0%	1.7%	5.0%	26.7%	66.7%
名所絵	2.1%	2.1%	2.1%	34.0%	59.6%
ガンダーラ	0.0%	2.9%	11.4%	24.8%	61.0%
⑬	1.2%	3.0%	6.5%	30.2%	59.2%
⑬～⑱	1.3%	4.2%	7.1%	28.1%	59.3%
⑬	1.4%	5.5%	7.7%	26.0%	59.3%
山内一豊	3.2%	6.5%	8.6%	31.2%	50.5%
熱情Ⅰ	2.0%	3.0%	6.9%	17.8%	70.3%
熱情Ⅱ	0.0%	1.5%	7.5%	23.1%	67.9%
ナスカ	2.0%	15.0%	13.0%	32.0%	38.0%
鷗外	0.0%	2.9%	5.8%	26.1%	65.2%
ロダン	1.2%	4.1%	4.7%	25.9%	64.1%

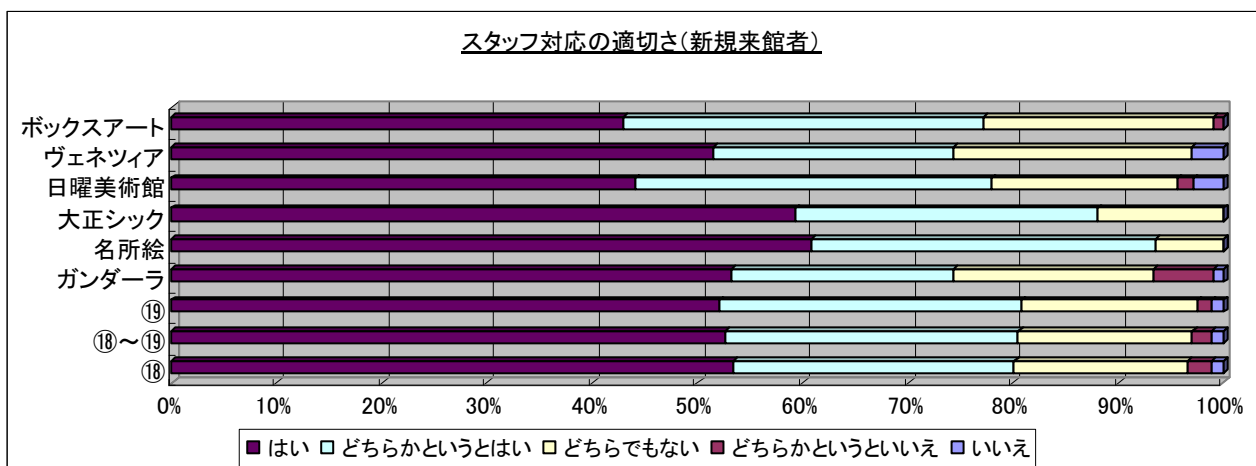
5) スタッフの対応は適切であったか

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は78.5%となり、平成18年度（79.1%）を下回った。展覧会別のばらつきが少ないことから、恒常的な評価と考えられる。

新規来館者では、展覧会別のばらつきが見られる。新規来館者の場合、比較の対象が他のサービスや他の美術館であると考えられ、調査日の固有の状況をより強く反映しているものと思われる。

本設問は「ミュージアム・ナビ」の「美術館スタッフの対応に満足した人の割合」指標に対応している。





スタッフ対応の適切さ (全体)

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
ボックスアート	0.3%	2.2%	22.4%	29.1%	46.0%
ヴェネツィア	0.9%	1.1%	19.9%	27.9%	50.2%
日曜美術館	1.3%	1.9%	18.9%	26.4%	51.6%
大正シック	1.0%	0.8%	16.4%	27.5%	54.4%
名所絵	2.3%	1.4%	14.5%	30.7%	51.4%
ガンダーラ	0.6%	3.1%	20.8%	27.3%	48.2%
⑬	1.1%	1.8%	18.8%	28.2%	50.3%
⑭～⑮	1.1%	1.7%	18.4%	28.2%	50.5%
⑯	1.2%	1.7%	18.0%	28.3%	50.8%
山内一豊	2.3%	1.5%	17.2%	29.0%	50.0%
熱情Ⅰ	1.4%	1.4%	16.9%	29.1%	51.2%
熱情Ⅱ	1.9%	1.7%	14.8%	28.5%	53.1%
ナスカ	0.8%	1.7%	23.4%	25.3%	48.8%
鷗外	0.3%	1.4%	16.3%	28.5%	53.6%
ロダン	0.6%	2.3%	19.5%	29.5%	48.1%

スタッフ対応の適切さ (新規来館者)

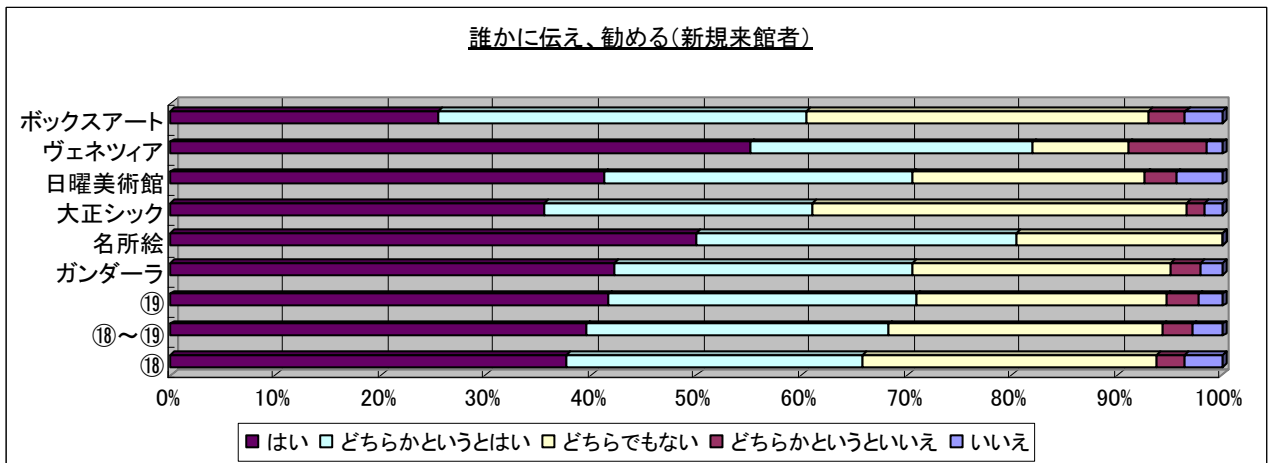
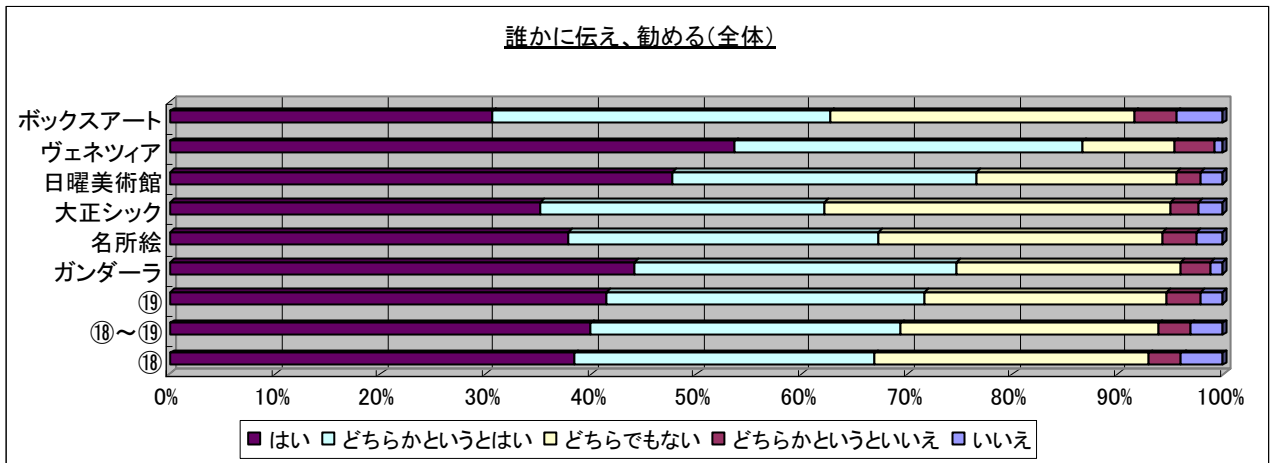
	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
ボックスアート	0.0%	0.9%	21.9%	34.2%	43.0%
ヴェネツィア	3.0%	0.0%	22.7%	22.7%	51.5%
日曜美術館	2.9%	1.5%	17.6%	33.8%	44.1%
大正シック	0.0%	0.0%	11.9%	28.8%	59.3%
名所絵	0.0%	0.0%	6.5%	32.6%	60.9%
ガンダーラ	1.0%	5.7%	19.0%	21.0%	53.3%
⑬	1.2%	1.4%	16.6%	28.9%	52.0%
⑭～⑮	1.2%	1.8%	16.5%	27.8%	52.7%
⑯	1.2%	2.2%	16.5%	26.8%	53.4%
山内一豊	3.2%	2.1%	18.9%	26.3%	49.5%
熱情Ⅰ	2.0%	2.0%	13.9%	23.8%	58.4%
熱情Ⅱ	0.0%	1.5%	14.9%	28.4%	55.2%
ナスカ	2.0%	3.0%	20.2%	26.3%	48.5%
鷗外	0.0%	1.4%	11.6%	29.0%	58.0%
ロダン	0.0%	2.9%	19.4%	27.1%	50.6%

6) この展覧会のことを誰かに伝え、来館を勧めたいか

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は71.8%となり、平成18年度(66.9%)を上回った。

本設問に関しては、10) 全体的に見て、今回の来館は満足いただけただか、の結果に対してばらつきがあり、正確な回答が得られていない可能性が示唆される。要因として、「回答

者により連想する対象者が異なること」「伝えることにより会場がさらに混雑すること」などが回答に影響を与えていると考えられる。



誰かに伝え、勧める (全体)

	はい	どちらかというといえ	どちらかというとはい	どちらでもない	いいえ
ボックスアート	30.6%	32.2%	28.7%	4.1%	4.4%
ヴェネツィア	53.6%	33.0%	8.7%	3.8%	0.9%
日曜美術館	47.8%	28.8%	19.0%	2.2%	2.2%
大正シック	35.2%	27.1%	32.7%	2.8%	2.3%
名所絵	37.9%	29.4%	27.0%	3.2%	2.5%
ガンダーラ	44.2%	30.5%	21.4%	2.8%	1.2%
⑬	41.6%	30.2%	22.9%	3.2%	2.3%
⑭～⑮	39.9%	29.4%	24.4%	3.1%	3.1%
⑯	38.3%	28.6%	25.9%	3.1%	4.0%
山内一豊	40.2%	27.3%	24.3%	2.2%	6.0%
熱情Ⅰ	33.0%	24.9%	33.2%	4.3%	4.6%
熱情Ⅱ	31.4%	28.7%	30.0%	4.4%	5.5%
ナスカ	47.1%	28.7%	18.5%	2.0%	3.6%
鷗外	40.2%	26.4%	28.3%	3.0%	2.2%
ロダン	38.1%	35.8%	21.5%	2.7%	1.9%

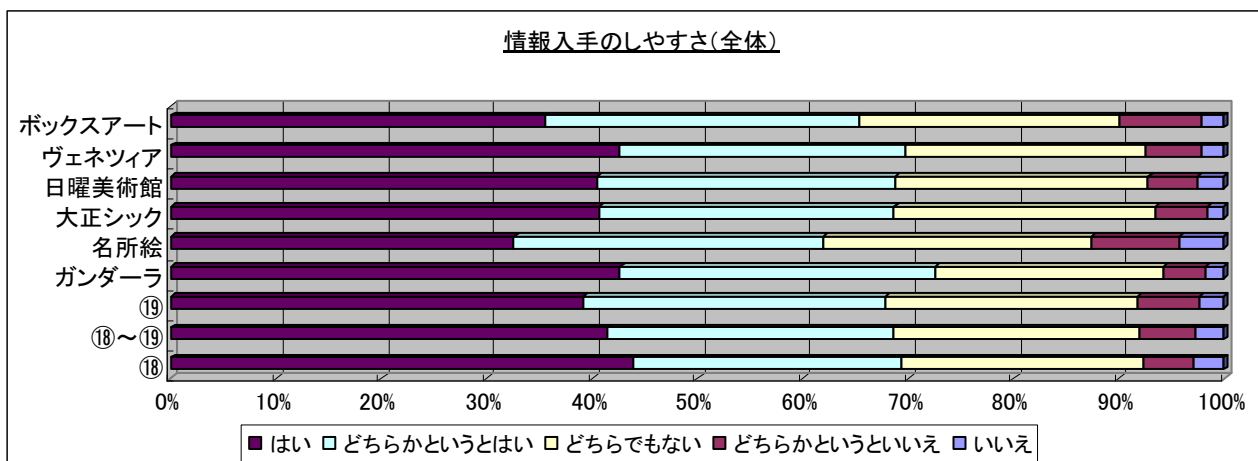
誰かに伝え、勧める（新規来館者）

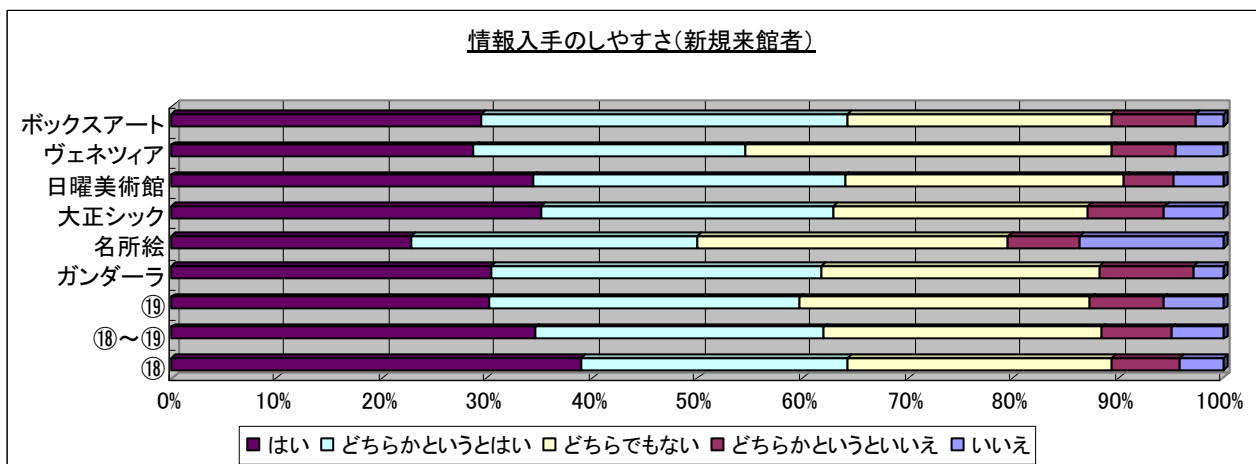
	いいえ	どちらかというといえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
ボックスアート	3.5%	3.5%	32.5%	35.1%	25.4%
ヴェネツィア	1.5%	7.5%	9.0%	26.9%	55.2%
日曜美術館	4.4%	2.9%	22.1%	29.4%	41.2%
大正シック	1.7%	1.7%	35.6%	25.4%	35.6%
名所絵	0.0%	0.0%	19.6%	30.4%	50.0%
ガンダーラ	2.0%	2.9%	24.5%	28.4%	42.2%
⑬	2.2%	3.1%	23.9%	29.3%	41.6%
⑬～⑱	2.9%	2.8%	26.0%	28.7%	39.6%
⑬	3.6%	2.6%	28.1%	28.1%	37.7%
山内一豊	8.9%	2.2%	37.8%	21.1%	30.0%
熱情Ⅰ	3.1%	3.1%	31.6%	24.5%	37.8%
熱情Ⅱ	3.0%	3.8%	31.1%	29.5%	32.6%
ナスカ	2.0%	3.1%	24.5%	27.6%	42.9%
鷗外	2.9%	1.4%	20.3%	27.5%	47.8%
ロダン	1.8%	1.8%	23.1%	38.5%	34.9%

7) 当美術館に関する情報は入手しやすいか

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は67.8%となり、平成18年度(69.4%)を下回った。新規来館者では、肯定的評価は59.7%となり、平成18年度(66.3%)を下回った。展覧会によっては50%を下回るものもあり、展覧会別のばらつきが見られる。情報の入手に関しては(3)－(4)来館のきっかけの結果のとおり、展覧会別に情報の質・量が異なり、情報源に一定性がないことが影響していると考えられる。

本設問は「ミュージアム・ナビ」の「当館に関する情報が入手しやすいとする人の割合」指標に対応している。





情報入手のしやすさ (全体)

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
ボックスアート	2.2%	7.8%	24.6%	29.7%	35.6%
ヴェネツィア	2.1%	5.3%	22.8%	27.1%	42.7%
日曜美術館	2.6%	4.6%	24.0%	28.3%	40.5%
大正シック	1.6%	4.9%	24.8%	28.0%	40.7%
名所絵	4.3%	8.3%	25.4%	29.3%	32.6%
ガンダーラ	1.8%	4.0%	21.6%	29.9%	42.7%
⑬	2.4%	5.8%	23.9%	28.7%	39.1%
⑭～⑮	2.7%	5.3%	23.5%	27.1%	41.5%
⑯	3.0%	4.7%	23.1%	25.5%	43.9%
山内一豊	3.7%	2.3%	20.8%	23.5%	49.8%
熱情Ⅰ	3.0%	5.8%	27.0%	24.2%	40.1%
熱情Ⅱ	3.4%	7.8%	24.0%	24.4%	40.4%
ナスカ	2.7%	3.1%	20.6%	27.4%	46.1%
鷗外	2.5%	5.0%	22.4%	26.5%	43.6%
ロダン	2.4%	4.2%	23.6%	26.7%	43.2%

情報入手のしやすさ (新規来館者)

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
ボックスアート	2.7%	8.0%	25.0%	34.8%	29.5%
ヴェネツィア	4.5%	6.1%	34.8%	25.8%	28.8%
日曜美術館	4.7%	4.7%	26.6%	29.7%	34.4%
大正シック	5.6%	7.4%	24.1%	27.8%	35.2%
名所絵	13.6%	6.8%	29.5%	27.3%	22.7%
ガンダーラ	2.9%	8.8%	26.5%	31.4%	30.4%
⑬	5.7%	7.0%	27.8%	29.5%	30.2%
⑭～⑮	4.9%	6.9%	26.8%	27.8%	35.2%
⑯	4.2%	6.8%	25.8%	26.1%	40.2%
山内一豊	2.4%	2.4%	25.9%	29.4%	40.0%
熱情Ⅰ	5.8%	3.5%	29.1%	16.3%	45.3%
熱情Ⅱ	1.6%	13.1%	22.1%	21.3%	41.8%
ナスカ	5.1%	3.1%	28.6%	23.5%	39.8%
鷗外	6.1%	10.6%	23.1%	38.5%	39.4%
ロダン	4.2%	7.8%	25.7%	27.5%	34.7%

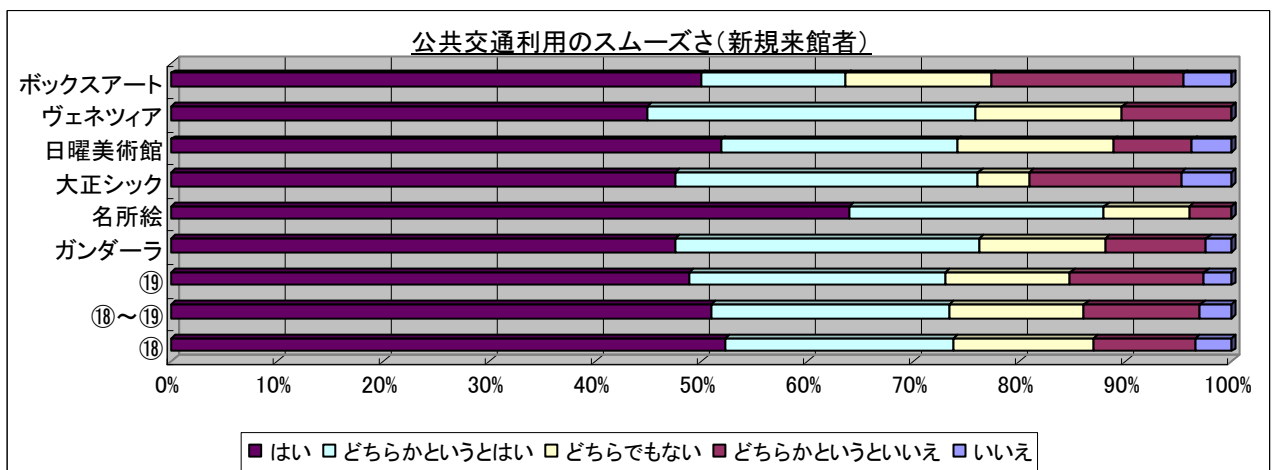
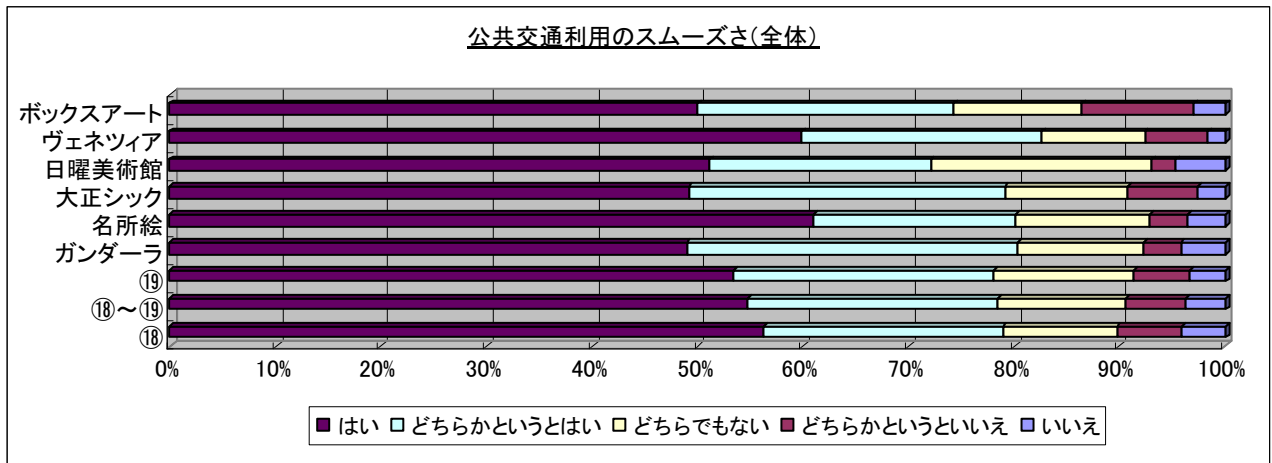
### 8) 交通機関の利用はスムーズであったか (公共交通利用者)

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は78.2%となり、平成18年度(78.9%)を下回った。展覧会別のばらつきが少ないことから、恒常的な評価と考えられる。

新規来館者では、展覧会別のばらつきが見られ、「ボックスアート」での評価が特に低い。

「ボックスアート」は、西部地域からの新規来館者が特に多かったことから、所要時間に加え、乗り換え回数などが影響している可能性が考えられる。

本設問は「ミュージアム・ナビ」の「公共交通機関で来館した人のアクセス満足度」指標に対応している。



公共交通利用のスムーズさ (全体)

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
ボックスアート	3.0%	10.6%	12.1%	24.2%	50.0%
ヴェネツィア	1.6%	6.0%	9.8%	22.8%	59.8%
日曜美術館	4.7%	2.3%	20.9%	20.9%	51.2%
大正シック	2.5%	6.7%	11.7%	30.0%	49.2%
名所絵	3.6%	3.6%	12.7%	19.1%	60.9%
ガンダーラ	4.2%	3.5%	11.9%	31.5%	49.0%
⑬	3.3%	5.5%	13.2%	24.8%	53.4%
⑭~⑮	3.7%	5.8%	12.0%	23.7%	54.8%
⑯	4.0%	6.2%	10.8%	22.7%	56.2%
山内一豊	4.3%	3.3%	13.2%	23.0%	56.3%
熱情Ⅰ	3.6%	9.9%	10.8%	15.3%	60.4%
熱情Ⅱ	3.8%	9.1%	13.6%	25.8%	47.7%
ナスカ	6.4%	2.9%	10.0%	20.0%	60.7%
鷗外	2.5%	5.1%	5.1%	27.1%	60.2%
ロダン	3.6%	7.1%	12.1%	25.0%	52.1%

公共交通利用のスムーズさ（新規来館者）

	いいえ	どちらかというといえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
ボックスアート	4.5%	18.2%	13.6%	13.6%	50.0%
ヴェネツィア	0.0%	10.3%	13.8%	31.0%	44.8%
日曜美術館	3.7%	7.4%	14.8%	22.2%	51.9%
大正シック	4.8%	14.3%	4.8%	28.6%	47.6%
名所絵	0.0%	4.0%	8.0%	24.0%	64.0%
ガンダーラ	2.4%	9.5%	11.9%	28.6%	47.6%
⑬	2.6%	12.6%	11.8%	23.9%	48.6%
⑬～⑭	2.9%	10.6%	12.3%	21.8%	49.3%
⑬	3.2%	9.3%	12.6%	20.5%	49.8%
山内一豊	9.4%	10.9%	18.8%	25.0%	35.9%
熱情Ⅰ	2.1%	6.4%	4.3%	14.9%	44.7%
熱情Ⅱ	0.0%	8.9%	11.1%	24.4%	55.6%
ナスカ	3.1%	9.4%	12.5%	9.4%	65.6%
鷗外	3.0%	12.1%	15.2%	27.3%	42.4%
ロダン	1.6%	7.8%	14.1%	21.9%	54.7%

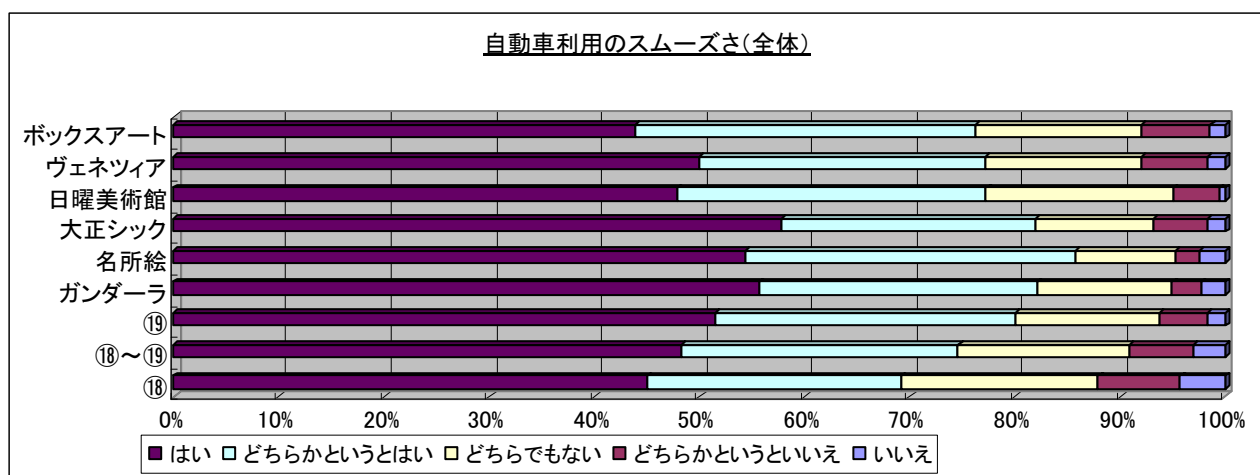
### 9) 交通機関の利用はスムーズであったか（自家用車利用者）

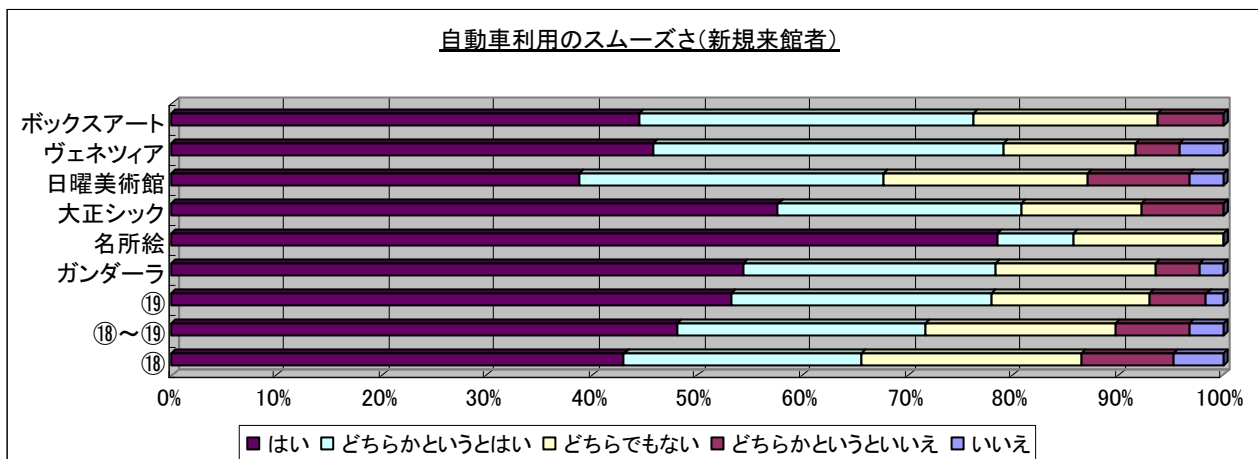
「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は80.1%となり、平成18年度（69.1%）を上回った。平成18年度までの駐車場に限定した設問から、本年度はアクセスを含む設問に変更されていることで評価が大きく上昇したものと考えられる。このことは、自家用車アクセスの良さが特に高評価であることを示唆している。

新規来館者では、概ね全体と同様の傾向が見られるが「日曜美術館」での評価が特に低い。

「日曜美術館」は、県外からの新規来館者が特に多かったことから、東名静岡・清水インターチェンジや周辺観光施設などからの案内標識の状況などが影響していると考えられる。

本設問は「ミュージアム・ナビ」の「自家用車で来館した人のアクセス満足度」指標に対応している。





自動車利用のスムーズさ (全体)

⑬は駐車場の利用しやすさ

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
ボックスアート	1.4%	6.5%	15.9%	32.2%	43.9%
ヴェネツィア	1.7%	6.2%	14.9%	27.3%	50.0%
日曜美術館	0.6%	4.3%	17.8%	29.4%	47.9%
大正シック	1.6%	5.3%	11.1%	24.2%	57.9%
名所絵	2.4%	2.4%	9.4%	31.5%	54.3%
ガンダーラ	2.3%	2.7%	12.9%	26.5%	55.7%
⑬	1.7%	4.6%	13.7%	28.5%	51.6%
⑭~⑮	3.0%	6.2%	16.2%	26.3%	48.3%
⑯	4.2%	7.8%	18.8%	24.1%	45.0%
山内一豊	3.5%	7.2%	20.1%	23.3%	45.9%
熱情Ⅰ	4.8%	7.0%	17.3%	22.1%	48.7%
熱情Ⅱ	7.1%	9.6%	24.8%	22.5%	36.0%
ナスカ	8.9%	12.5%	21.9%	29.7%	27.0%
鷗外	0.5%	4.8%	10.5%	24.4%	59.8%
ロダン	0.7%	5.7%	18.1%	22.7%	52.8%

自動車利用のスムーズさ (新規来館者)

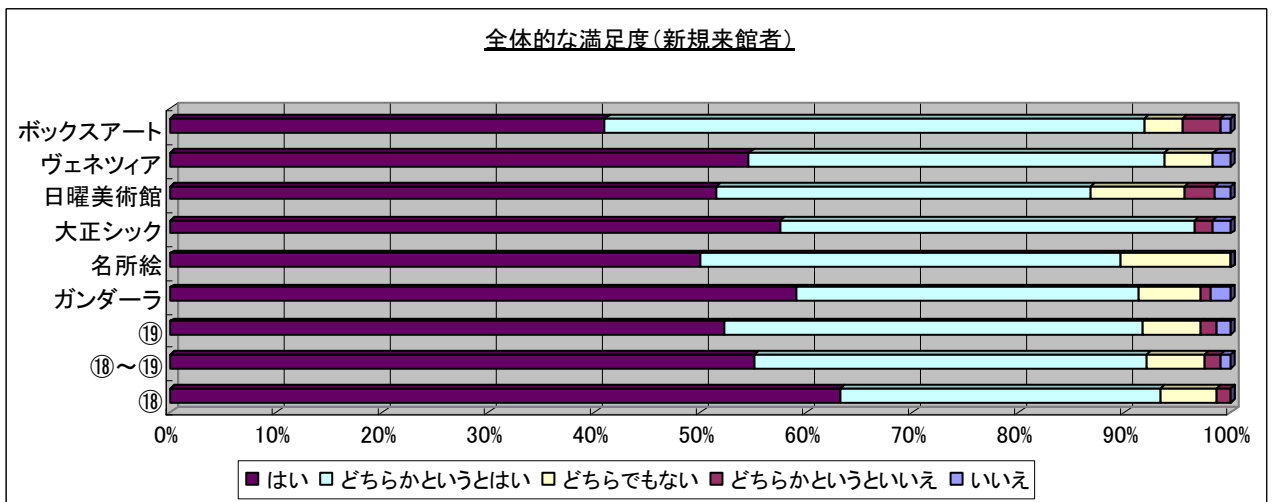
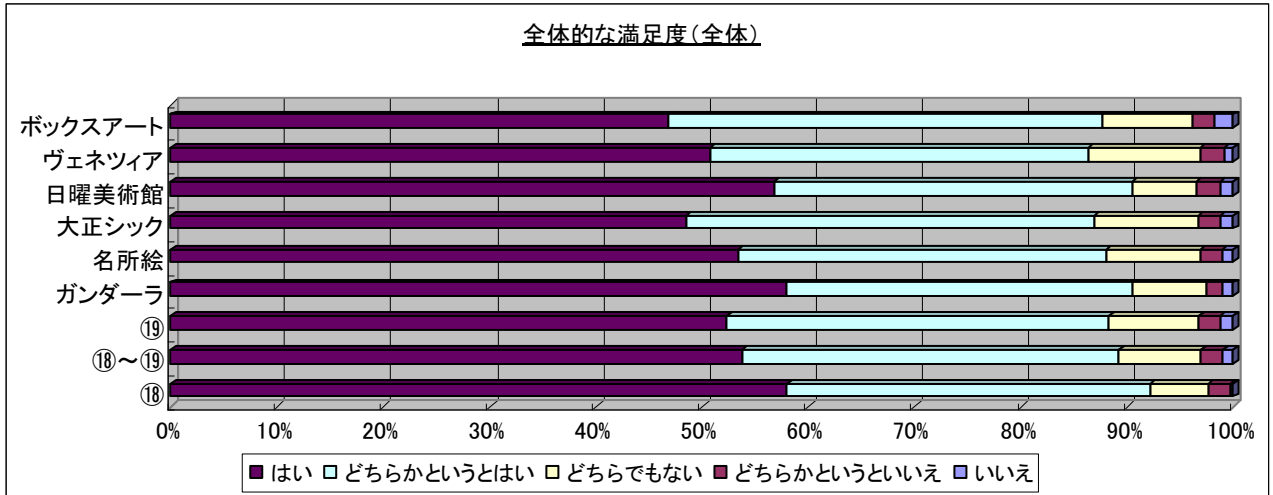
	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
ボックスアート	0.0%	6.3%	17.5%	31.7%	44.4%
ヴェネツィア	4.2%	4.2%	12.5%	33.3%	45.8%
日曜美術館	3.2%	9.7%	19.4%	29.0%	38.7%
大正シック	0.0%	7.7%	11.5%	23.1%	57.7%
名所絵	0.0%	0.0%	14.3%	7.1%	78.6%
ガンダーラ	2.2%	4.3%	15.2%	23.9%	54.3%
⑬	1.6%	5.4%	15.1%	24.7%	53.3%
⑭~⑮	3.2%	7.1%	18.0%	23.6%	48.2%
⑯	4.7%	8.8%	20.9%	22.5%	43.1%
山内一豊	0.0%	6.1%	22.4%	32.7%	38.8%
熱情Ⅰ	8.5%	10.6%	19.1%	14.9%	46.8%
熱情Ⅱ	9.2%	9.2%	22.4%	22.4%	36.8%
ナスカ	10.5%	14.0%	28.1%	26.3%	21.1%
鷗外	0.0%	9.7%	16.1%	16.1%	58.1%
ロダン	0.0%	3.4%	17.0%	22.7%	56.8%

10) 全体的に見て、今回の来館は満足いただけか

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価、88.3%となった。新規来館者では、肯定的評価は、91.7%となった。

本設問は「ミュージアム・ナビ」の「展覧会の満足度」指標として本年度からの適用を想定し、より直接的に総合満足度を測定するために追加されている。





全体的な満足度 (全体)

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
ボックスアート	1.7%	2.2%	8.5%	40.8%	46.8%
ヴェネツィア	0.9%	2.2%	10.6%	35.5%	50.8%
日曜美術館	1.3%	2.2%	6.0%	33.7%	56.8%
大正シック	1.3%	2.0%	9.8%	38.4%	48.5%
名所絵	1.0%	2.1%	8.9%	34.6%	53.4%
ガンダーラ	1.0%	1.6%	7.0%	32.5%	58.0%
⑬	1.2%	2.1%	8.5%	35.9%	52.4%
⑭～⑮	1.0%	2.0%	7.7%	35.5%	53.8%
⑯	0.3%	2.0%	5.5%	34.1%	58.0%
鷗外	0.3%	2.3%	6.4%	32.9%	58.1%
ロダン	0.4%	1.7%	4.7%	35.3%	57.9%

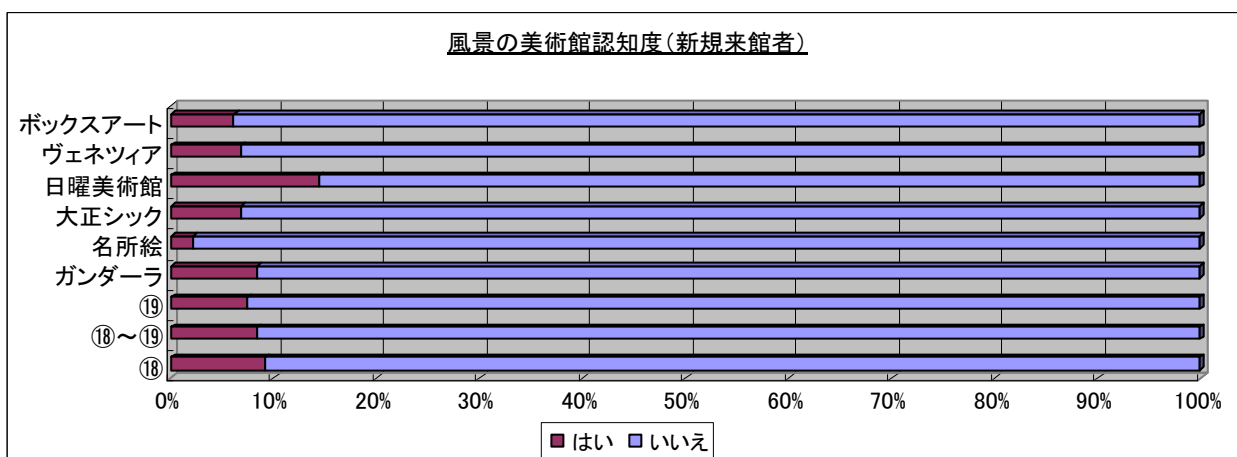
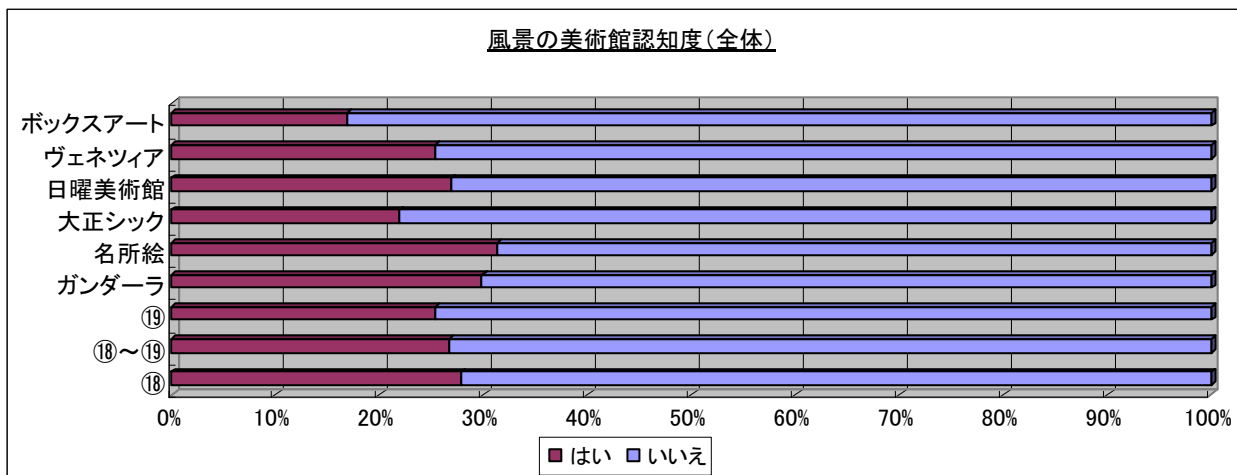
全体的な満足度（新規来館者）

	いいえ	どちらかというといえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
ボックスアート	0.9%	3.6%	3.6%	50.9%	41.1%
ヴェネツィア	1.6%	0.0%	4.7%	39.1%	54.7%
日曜美術館	1.5%	2.9%	8.8%	35.3%	51.5%
大正シック	1.7%	1.7%	0.0%	39.0%	57.6%
名所絵	0.0%	0.0%	10.4%	39.6%	50.0%
ガンダーラ	1.9%	1.0%	5.7%	32.4%	59.0%
⑬	1.3%	1.5%	5.5%	39.4%	52.3%
⑬～⑱	1.0%	1.5%	5.5%	37.1%	55.1%
⑬	0.0%	1.4%	5.3%	30.1%	63.3%
鷗外	0.0%	1.6%	6.3%	27.0%	65.1%
ロダン	0.0%	1.2%	4.2%	33.1%	61.4%

11)「風景の美術館」であることを知っているか

「はい」は25.4%となり、平成18年度(27.9%)を下回った。新規来館者では、「はい」は7.5%となり平成18年度(9.2%)を下回った。この結果からは、ほとんど認識されていないことが明らかとなっている。観覧者にとって、認識することの意味や必要性が希薄であることが原因と考えられる。

本設問は「ミュージアム・ナビ」の「風景の美術館としての認知度」指標に対応している。



風景の美術館認知度（全体） 認知度

	いいえ	はい
ボックスアート	83.1%	16.9%
ヴェネツィア	74.6%	25.4%
日曜美術館	73.1%	26.9%
大正シック	78.1%	21.9%
名所絵	68.8%	31.3%
ガンダーラ	70.1%	29.9%
⑬	74.6%	25.4%
⑬～⑰	73.4%	26.6%
⑬	72.1%	27.9%
山内一豊	67.0%	33.0%
熱情Ⅰ	66.3%	33.7%
熱情Ⅱ	78.1%	21.9%
ナスカ	74.4%	25.6%
鷗外	65.0%	35.0%
ロダン	82.0%	18.0%

風景の美術館認知度（新規来館者）

	いいえ	はい
ボックスアート	93.8%	6.2%
ヴェネツィア	93.2%	6.8%
日曜美術館	85.5%	14.5%
大正シック	93.2%	6.8%
名所絵	97.7%	2.3%
ガンダーラ	91.6%	8.4%
⑬	92.5%	7.5%
⑬～⑰	91.6%	8.4%
⑬	90.8%	9.2%
山内一豊	90.1%	9.9%
熱情Ⅰ	85.7%	14.3%
熱情Ⅱ	90.4%	9.6%
ナスカ	90.6%	9.4%
鷗外	93.8%	6.2%
ロダン	94.1%	5.9%

#### 4 その他の事業に関する集計・分析

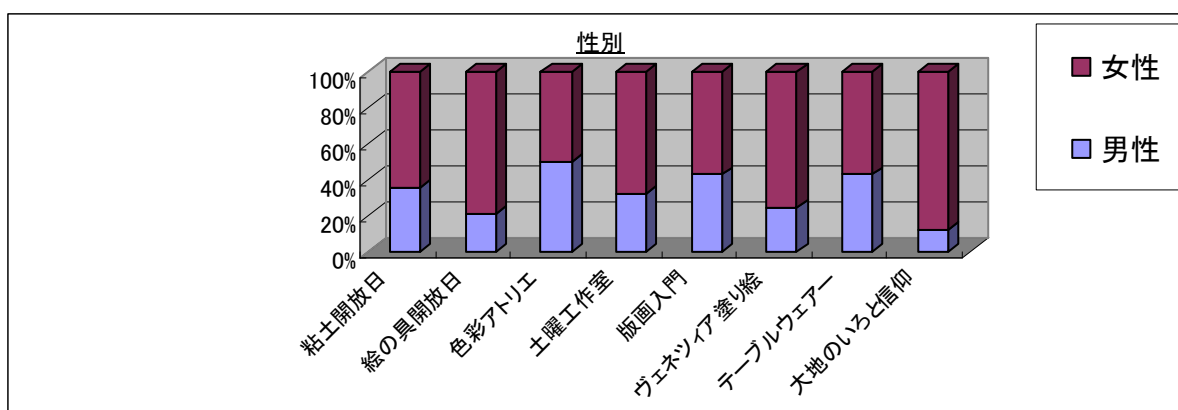
##### 4-1 教育・普及プログラム

<アンケート数>

粘土開放日：176、絵の具開放日：178、色彩アトリエ：136、土曜工作室：47、版画入門：28、ヴェネツィア派塗り絵講座：14、大正シックなテーブルウェアを作る：14、大地のいろと信仰のかたち：16

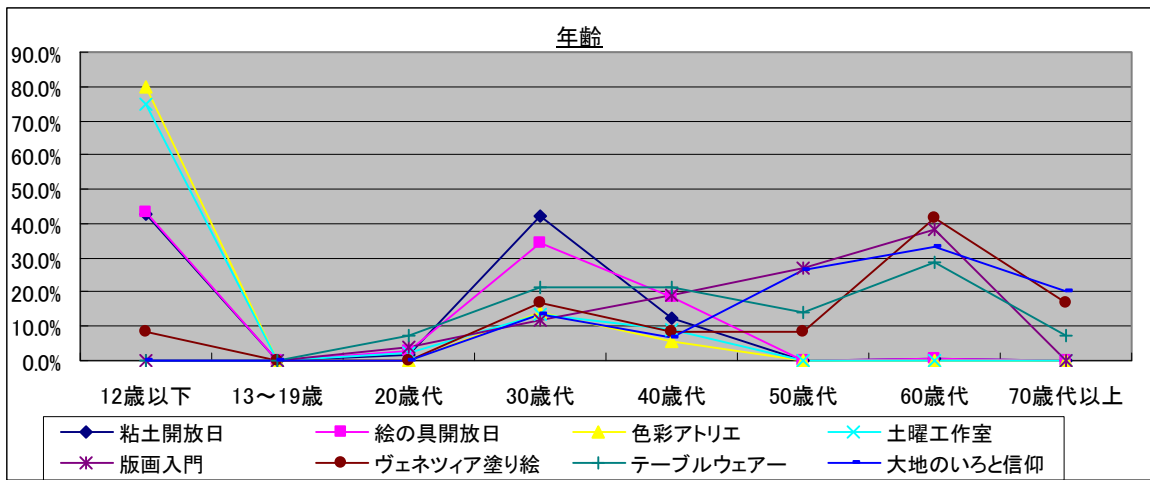
##### 1) 回答者の属性

###### ①性別



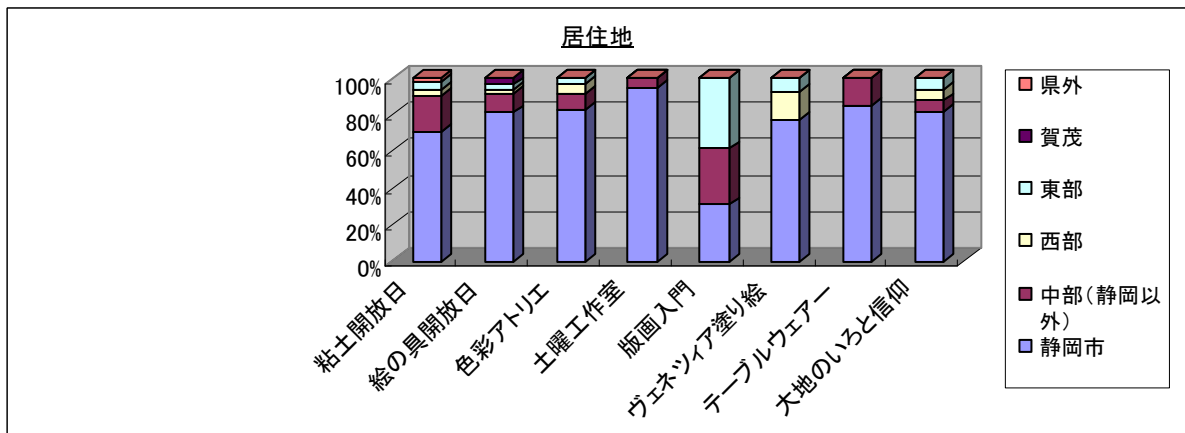
	男性	女性	計
粘土開放日	35.7%	64.3%	100.0%
回答数=176	60	108	168
絵の具開放日	21.1%	78.9%	100.0%
回答数=178	37	138	175
色彩アトリエ	50.0%	50.0%	100.0%
回答数=36	18	18	36
土曜工作室	32.6%	67.4%	100.0%
回答数=47	14	29	43
版画入門	42.9%	57.1%	100.0%
回答数=28	12	16	28
ヴェネツィア塗り絵	25.0%	75.0%	100.0%
回答数=14	3	9	12
テーブルウェア	42.9%	57.1%	100.0%
回答数=14	6	8	14
大地のいろと信仰	12.5%	87.5%	100.0%
回答数=16	2	14	16
Total	30.9%	69.1%	100.0%
	152	340	492

### ②年齢層



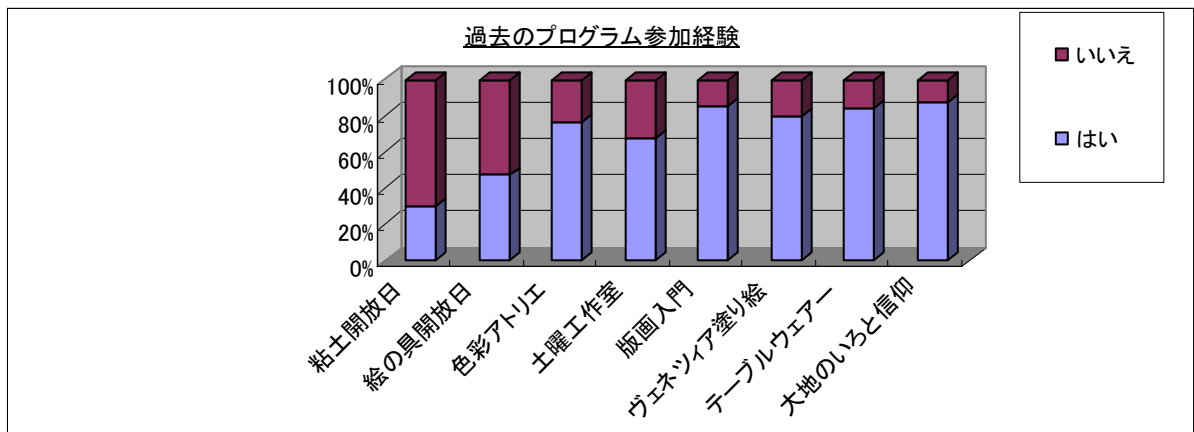
	12歳以下	13～19歳	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	計
粘土開放日	42.9%	0.0%	1.8%	42.4%	12.4%	0.0%	0.6%	0.0%	100.0%
回答数=176	73	0	3	72	21	0	1	0	170
絵の具開放日	43.3%	0.0%	2.9%	34.5%	18.7%	0.0%	0.6%	0.0%	100.0%
回答数=178	74	0	5	59	32	0	1	0	171
色彩アトリエ	80.0%	0.0%	0.0%	14.3%	5.7%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=36	28	0	0	5	2	0	0	0	35
土曜工作室	75.0%	0.0%	2.3%	13.6%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=47	33	0	1	6	4	0	0	0	44
版画入門	0.0%	0.0%	3.8%	11.5%	19.2%	26.9%	38.5%	0.0%	100.0%
回答数=28	0	0	1	3	5	7	10	0	26
ヴェネツィア塗り絵	8.3%	0.0%	0.0%	16.7%	8.3%	8.3%	41.7%	16.7%	100.0%
回答数=14	1	0	0	2	1	1	5	2	12
テーブルウェア	0.0%	0.0%	7.1%	21.4%	21.4%	14.3%	28.6%	7.1%	100.0%
回答数=14	0	0	1	3	3	2	4	1	14
大地のいろと信仰	0.0%	0.0%	0.0%	13.3%	6.7%	26.7%	33.3%	20.0%	100.0%
回答数=16	0	0	0	2	1	4	5	3	15
Total	42.9%	0.0%	2.3%	31.2%	14.2%	2.9%	5.3%	1.2%	100.0%
	209	0	11	152	69	14	26	6	487

### ③居住地



	静岡市	中部（静岡以外）	西部	東部	賀茂	県外	計
粘土開放日	70.5%	20.0%	2.9%	4.8%	0.0%	1.9%	100.0%
回答数=176	74	21	3	5	0	2	105
絵の具開放日	81.2%	10.3%	1.8%	3.0%	3.6%	0.0%	100.0%
回答数=178	134	17	3	5	6	0	165
色彩アトリエ	82.9%	8.6%	5.7%	2.9%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=36	29	3	2	1	0	0	35
土曜工作室	94.6%	5.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=47	35	2	0	0	0	0	37
版画入門	30.8%	30.8%	0.0%	38.5%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=28	4	4	0	5	0	0	13
ヴェネツィア塗り絵	76.9%	0.0%	15.4%	7.7%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=14	10	0	2	1	0	0	13
テーブルウェア	84.6%	15.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=14	11	2	0	0	0	0	13
大地のいろと信仰	81.3%	6.3%	6.3%	6.3%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=16	13	1	1	1	0	0	16
Total	78.1%	12.6%	2.8%	4.5%	1.5%	0.5%	100.0%
	310	50	11	18	6	2	397

#### ④過去のプログラムに参加経験



	はい	いいえ	計
粘土開放日	30.1%	69.9%	100.0%
回答数=176	50	116	166
絵の具開放日	47.1%	52.9%	100.0%
回答数=178	74	83	157
色彩アトリエ	76.7%	23.3%	100.0%
回答数=36	23	7	30
土曜工作室	67.6%	32.4%	100.0%
回答数=47	23	11	34
版画入門	85.0%	15.0%	100.0%
回答数=28	17	3	20
ヴェネツィア塗り絵	80.0%	20.0%	100.0%
回答数=14	8	2	10
テーブルウェア	84.6%	15.4%	100.0%
回答数=14	11	2	13
大地のいろと信仰	87.5%	12.5%	100.0%
回答数=16	14	2	16
Total	49.3%	50.7%	100.0%
	220	226	446

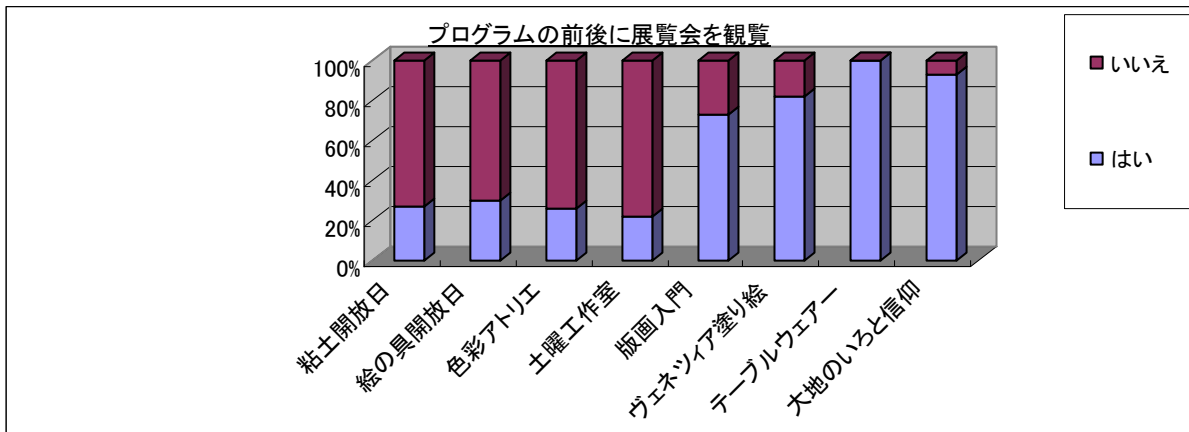
過去に参加したプログラム（複数回答）

	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o	p	q	回答者数
	自由工房 創作週間	夏季（春季） 自由工房イベント	版画入門	ロダン館 デッサン会	子ども ワークショップ	実技講座	絵画 ワークショップ	粘土 開放日	技法 セミナー	講演会 鑑賞講座	フォルダー ギャラリートーク	ロダン館 イベント	絵の具 開放日	土曜 工作室	色彩 アトリエ	子ども・親子 鑑賞教室	その他	
粘土開放日 回答数=176	6.1%	2.0%	0.0%	2.0%	4.1%	2.0%	4.1%	57.1%	0.0%	2.0%	0.0%	6.1%	57.1%	4.1%	6.1%	2.0%	0.0%	49
絵の具開放日 回答数=178	1.3%	0.0%	1.3%	0.0%	5.1%	0.0%	1.3%	88.5%	94.9%	61.5%	1.3%	0.0%	34.6%	2.6%	5.1%	2.6%	1.3%	78
色彩アトリエ 回答数=36	3.6%	7.1%	0.0%	3.6%	35.7%	3.6%	21.4%	64.3%	0.0%	10.7%	0.0%	3.6%	46.4%	39.3%	53.6%	21.4%	3.6%	28
土曜工作室 回答数=47	6.9%	3.4%	3.4%	0.0%	24.1%	3.4%	10.3%	31.0%	0.0%	3.4%	0.0%	0.0%	20.7%	48.3%	44.8%	13.8%	3.4%	29
版画入門 回答数=28	26.1%	0.0%	65.2%	8.7%	4.3%	8.7%	13.0%	0.0%	0.0%	34.8%	13.0%	8.7%	0.0%	13.0%	0.0%	4.3%	0.0%	23
ヴェネツィア塗り絵 回答数=14	27.3%	0.0%	45.5%	54.5%	18.2%	27.3%	18.2%	0.0%	0.0%	36.4%	18.2%	18.2%	0.0%	0.0%	18.2%	0.0%	0.0%	11
テーブルウェア 回答数=14	41.7%	0.0%	66.7%	0.0%	8.3%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	16.7%	8.3%	0.0%	8.3%	8.3%	8.3%	0.0%	12
大地のいろと信仰 回答数=16	21.4%	0.0%	35.7%	50.0%	0.0%	50.0%	7.1%	0.0%	0.0%	42.9%	28.6%	35.7%	0.0%	7.1%	7.1%	0.0%	0.0%	14
Total	9.8%	1.6%	14.3%	7.0%	11.1%	7.4%	7.4%	50.8%	30.3%	30.7%	4.9%	5.7%	30.3%	13.9%	16.0%	6.1%	1.2%	244

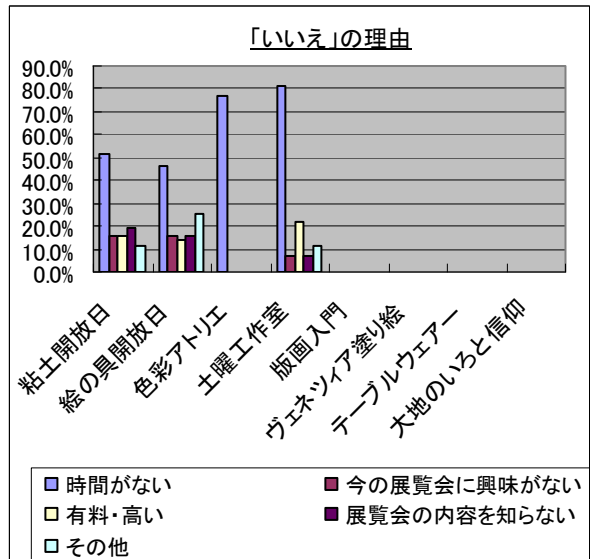
### ⑤プログラムの前後に展覧会を観覧

「はい」と答えた割合は 35.8% となっている。「いいえ」の回答が多い 4 プログラムはいずれも 12 歳以下の子供と親の参加が大半を占めている。「いいえ」の理由のほとんどは、「時間がない」というもので、その他では、「子供と一緒にの観覧が無理だから」という意見が多く見られる。

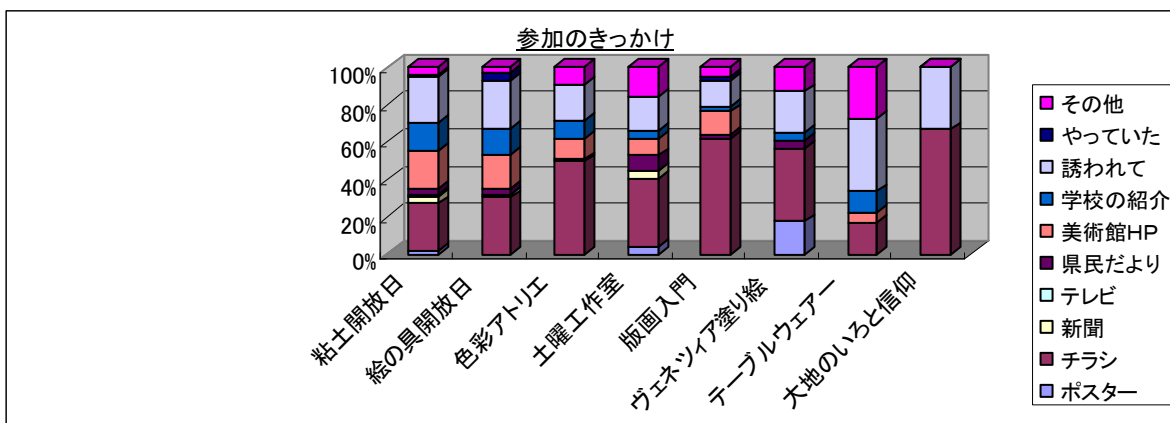
本設問は「ミュージアム・ナビ」の「実技系プログラムに参加した人で展覧会も観覧した人の割合」指標に対応している。



	はい	いいえ	計
粘土開放日 回答数=176	27.5%	72.5%	100.0%
絵の具開放日 回答数=178	30.2%	69.8%	100.0%
色彩アトリエ 回答数=36	25.8%	74.2%	100.0%
土曜工作室 回答数=47	21.6%	78.4%	100.0%
版画入門 回答数=28	73.1%	26.9%	100.0%
ヴェネツィア塗り絵 回答数=14	81.8%	18.2%	100.0%
テーブルウェア 回答数=14	100.0%	0.0%	100.0%
大地のいろと信仰 回答数=16	93.3%	6.7%	100.0%
Total	35.8%	64.2%	100.0%
	165	296	461



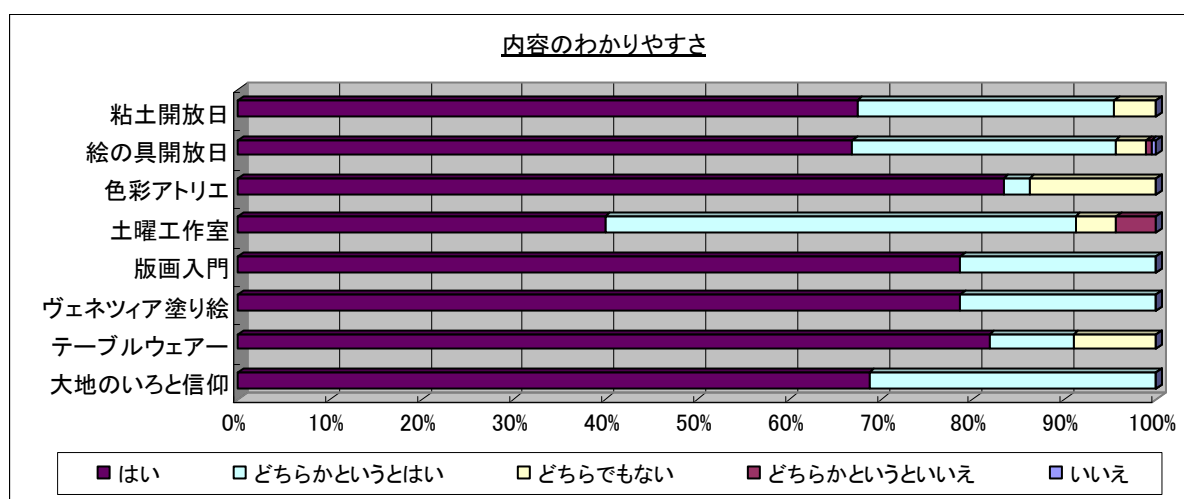
## ⑥参加のきっかけ



	ポスター	チラシ	新聞	テレビ	県民だより	美術館HP	学校の紹介	誘われて	やっていた	その他	回答者数
粘土開放日	2.8%	47.2%	6.5%	2.8%	5.6%	38.0%	26.9%	45.4%	2.8%	7.4%	
回答数=176	3	51	7	3	6	41	29	49	3	8	108
絵の具開放日	0.0%	36.5%	0.0%	1.9%	3.8%	22.1%	17.3%	30.8%	4.8%	3.8%	
回答数=178	6	48	1	0	3	38	26	48	7	7	163
色彩アトリエ	0.0%	57.7%	0.0%	0.0%	1.4%	12.7%	11.3%	22.5%	0.0%	11.3%	
回答数=36	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	29
土曜工作室	4.8%	44.4%	4.8%	0.0%	9.5%	11.1%	4.8%	22.2%	0.0%	19.0%	
回答数=47	2	19	0	0	0	1	4	12	0	3	38
版画入門	0.0%	68.4%	0.0%	0.0%	2.6%	13.2%	2.6%	15.8%	2.6%	5.3%	
回答数=28	1	16	0	0	0	1	0	2	2	8	26
ヴェネツィア塗り絵	23.5%	52.9%	0.0%	0.0%	5.9%	0.0%	5.9%	29.4%	0.0%	17.6%	
回答数=14	0	7	0	0	0	0	0	3	1	1	11
テーブルウェア	0.0%	18.8%	0.0%	0.0%	0.0%	6.3%	12.5%	43.8%	0.0%	31.3%	
回答数=14	0	6	0	0	0	1	1	2	0	4	13
大地のいろと信仰	0.0%	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	
回答数=16	2	9	0	0	0	0	0	5	0	4	16
Total	4.7%	38.6%	2.0%	0.7%	2.2%	20.3%	14.9%	30.0%	3.2%	8.7%	
	19	156	8	3	9	82	60	121	13	35	404

## 2) プログラム内容について

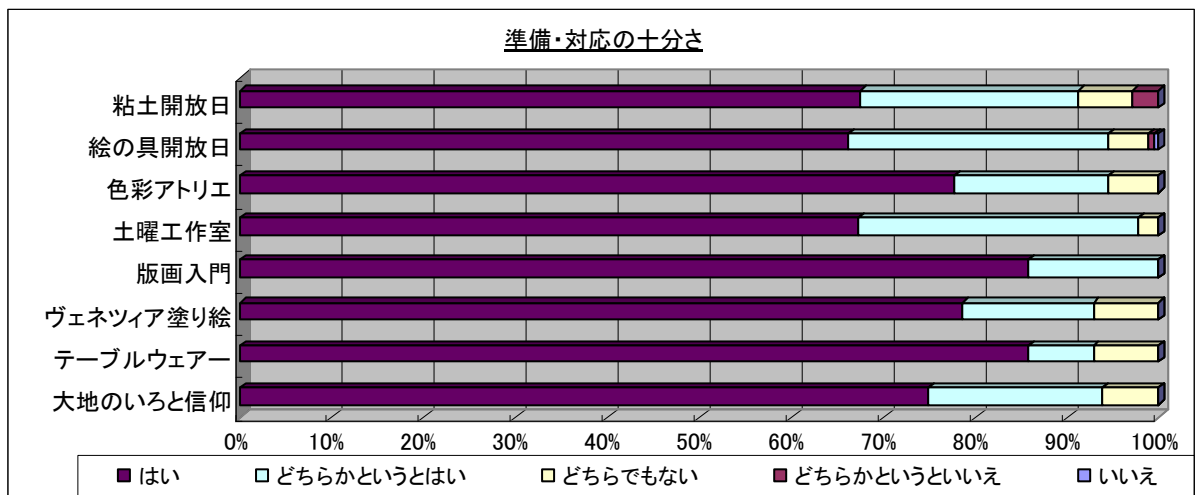
### ①内容のわかりやすさ





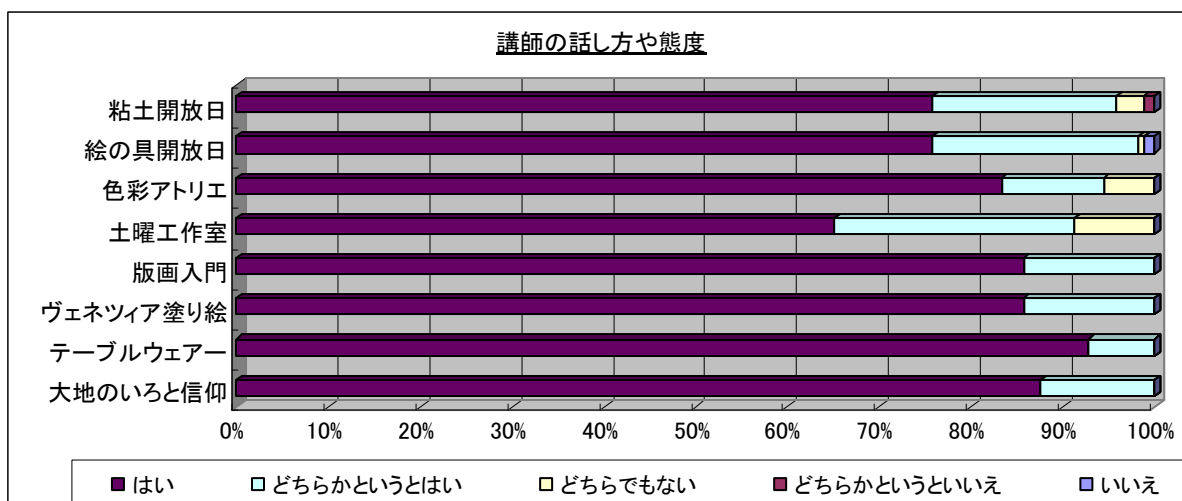
	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい	計
粘土開放日	0.0%	0.0%	4.7%	27.9%	67.4%	100.0%
回答数=176	0	0	8	48	116	172
絵の具開放日	0.6%	0.6%	3.4%	28.7%	66.9%	100.0%
回答数=178	1	1	6	51	119	178
色彩アトリエ	0.0%	0.0%	13.9%	2.8%	83.3%	100.0%
回答数=36	0	0	5	1	30	36
土曜工作室	0.0%	4.4%	4.4%	51.1%	40.0%	100.0%
回答数=47	0	2	2	23	18	45
版画入門	0.0%	0.0%	0.0%	21.4%	78.6%	100.0%
回答数=28	0	0	0	6	22	28
ヴェネツィア塗り絵	0.0%	0.0%	0.0%	21.4%	78.6%	100.0%
回答数=14	0	0	0	3	11	14
テーブルウェア	0.0%	0.0%	9.1%	9.1%	81.8%	100.0%
回答数=14	0	0	1	1	9	11
大地のいろと信仰	0.0%	0.0%	0.0%	31.3%	68.8%	100.0%
回答数=16	0	0	0	5	11	16
Total	0.2%	0.6%	4.4%	27.6%	67.2%	100.0%
	1	3	22	138	336	500

## ②準備・対応の十分さ



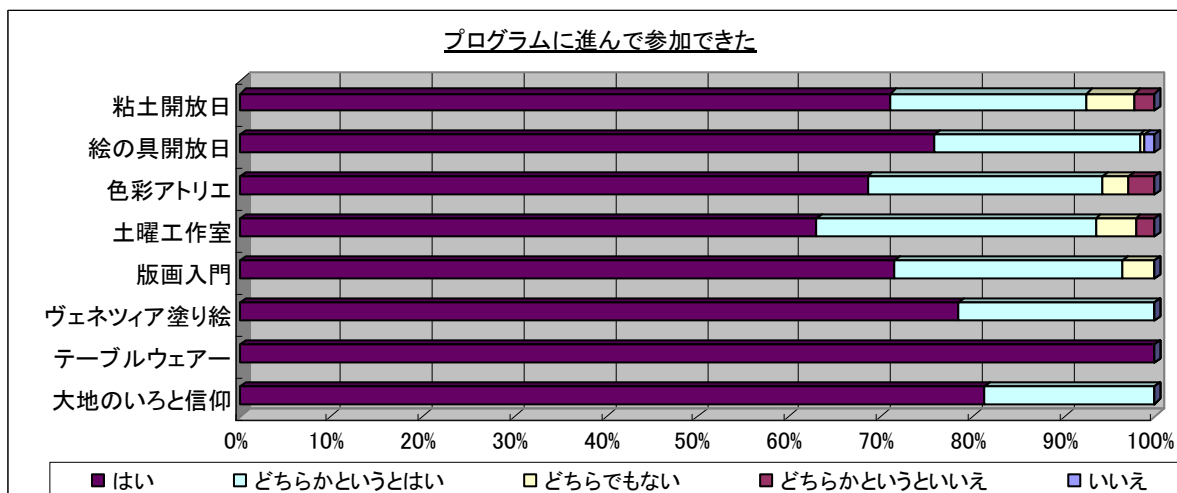
	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい	計
粘土開放日	0.0%	2.9%	5.8%	23.8%	67.4%	100.0%
回答数=176	0	5	10	41	116	172
絵の具開放日	0.6%	0.6%	4.5%	28.1%	66.3%	100.0%
回答数=178	1	1	8	50	118	178
色彩アトリエ	0.0%	0.0%	5.6%	16.7%	77.8%	100.0%
回答数=36	0	0	2	6	28	36
土曜工作室	0.0%	0.0%	2.2%	30.4%	67.4%	100.0%
回答数=47	0	0	1	14	31	46
版画入門	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	85.7%	100.0%
回答数=28	0	0	0	4	24	28
ヴェネツィア塗り絵	0.0%	0.0%	7.1%	14.3%	78.6%	100.0%
回答数=14	0	0	1	2	11	14
テーブルウェア	0.0%	0.0%	7.1%	7.1%	85.7%	100.0%
回答数=14	0	0	1	1	12	14
大地のいろと信仰	0.0%	0.0%	6.3%	18.8%	75.0%	100.0%
回答数=16	0	0	1	3	12	16
Total	0.2%	1.2%	4.8%	24.0%	69.8%	100.0%
	1	6	24	121	352	504

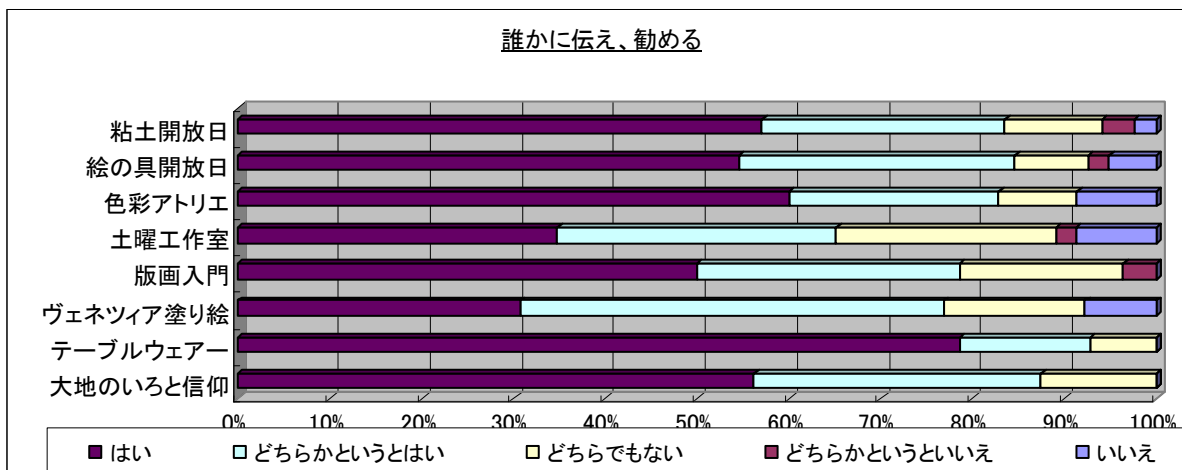
### ③講師の話し方や態度



	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい	計
粘土開放日	0.0%	1.2%	3.0%	20.1%	75.7%	100.0%
回答数=176	0	2	5	34	128	169
絵の具開放日	1.1%	0.0%	0.6%	22.4%	75.9%	100.0%
回答数=178	2	0	1	39	132	174
色彩アトリエ	0.0%	0.0%	5.6%	11.1%	83.3%	100.0%
回答数=36	0	0	2	4	30	36
土曜工作室	0.0%	0.0%	8.7%	26.1%	65.2%	100.0%
回答数=47	0	0	4	12	30	46
版画入門	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	85.7%	100.0%
回答数=28	0	0	0	4	24	28
ヴェネツィア塗り絵	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	85.7%	100.0%
回答数=14	0	0	0	2	12	14
テーブルウェア	0.0%	0.0%	0.0%	7.1%	92.9%	100.0%
回答数=14	0	0	0	1	13	14
大地のいろと信仰	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	87.5%	100.0%
回答数=16	0	0	0	2	14	16
Total	0.4%	0.4%	2.4%	19.7%	77.1%	100.0%
	2	2	12	98	383	497

### ④プログラムに進んで参加できたか



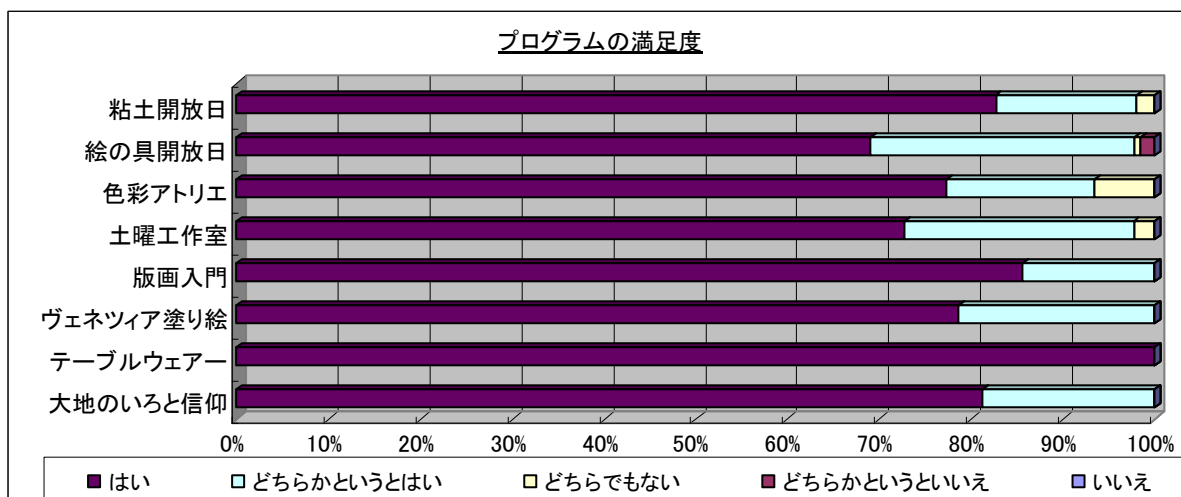


	いいえ	どちらかというといえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい	計
粘土開放日	0.0%	2.3%	5.2%	21.4%	71.1%	100.0%
回答数=176	0	4	9	37	123	173
絵の具開放日	1.1%	0.0%	0.6%	22.4%	75.9%	100.0%
回答数=178	2	0	1	39	132	174
色彩アトリエ	0.0%	2.9%	2.9%	25.7%	68.6%	100.0%
回答数=36	0	1	1	9	24	35
土曜工作室	0.0%	2.2%	4.3%	30.4%	63.0%	100.0%
回答数=47	0	1	2	14	29	46
版画入門	0.0%	0.0%	3.6%	25.0%	71.4%	100.0%
回答数=28	0	0	1	7	20	28
ヴェネツィア塗り絵	0.0%	0.0%	0.0%	21.4%	78.6%	100.0%
回答数=14	0	0	0	3	11	14
テーブルウェア	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
回答数=14	0	0	0	0	14	14
大地のいろと信仰	0.0%	0.0%	0.0%	18.8%	81.3%	100.0%
回答数=16	0	0	0	3	13	16
Total	0.4%	1.2%	2.8%	22.4%	73.2%	100.0%
	2	6	14	112	366	500

### ⑥プログラムの満足度

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は97.9%と非常に高い評価。

本設問は「ミュージアム・ナビ」の「教育・普及プログラムの満足度」指標として本年度からの適用を想定し、より直接的に総合満足度を測定するために追加されている。



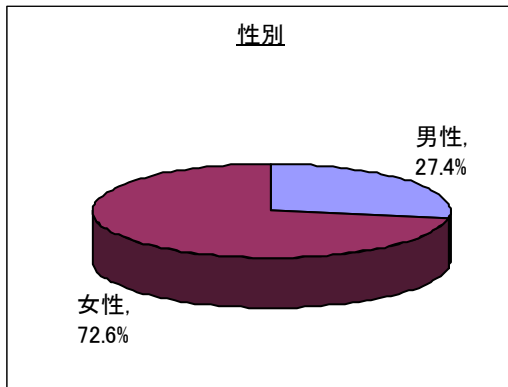
	いいえ	どちらかというといえ	どちらでもない	どちらかというとい	はい	計
粘土開放日	0.0%	0.0%	1.9%	15.4%	82.7%	100.0%
回答数=176	0	0	2	16	86	104
絵の具開放日	0.0%	1.5%	0.7%	28.7%	69.1%	100.0%
回答数=178	0	2	1	39	94	136
色彩アトリエ	0.0%	0.0%	6.5%	16.1%	77.4%	100.0%
回答数=36	0	0	2	5	24	31
土曜工作室	0.0%	0.0%	2.3%	25.0%	72.7%	100.0%
回答数=47	0	0	1	11	32	44
版画入門	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	85.7%	100.0%
回答数=28	0	0	0	3	18	21
ヴェネツィア塗り絵	0.0%	0.0%	0.0%	21.4%	78.6%	100.0%
回答数=14	0	0	0	3	11	14
テーブルウェア	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
回答数=14	0	0	0	0	14	14
大地のいろと信仰	0.0%	0.0%	0.0%	18.8%	81.3%	100.0%
回答数=16	0	0	0	3	13	16
Total	0.0%	0.5%	1.6%	21.1%	76.8%	100.0%
	0	2	6	80	292	380

#### 4-2 ロダン館コンサート

アンケート数：190

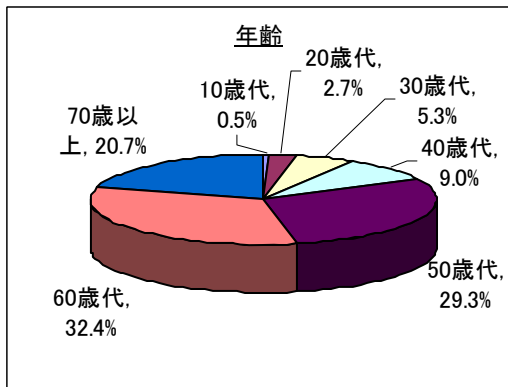
##### 1) 回答者の属性

###### ①性別



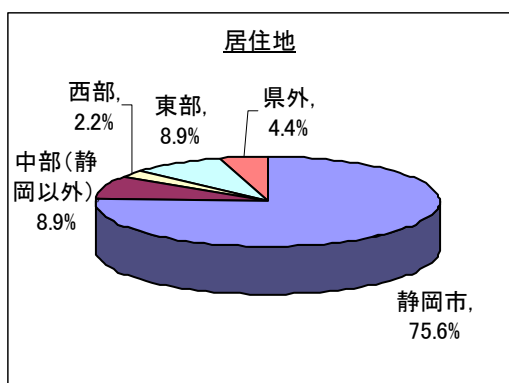
	男性	女性	計
%	27.4%	72.6%	100.0%
回答数	49	130	179

###### ②年齢



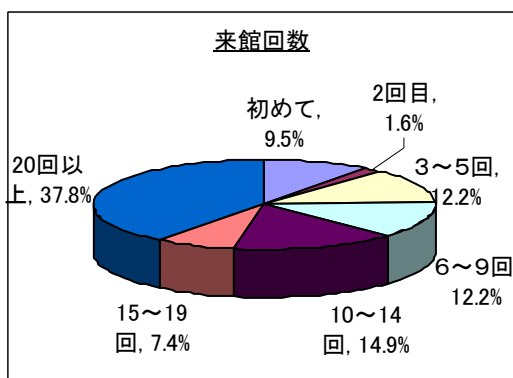
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	計
%	0.5%	2.7%	5.3%	9.0%	29.3%	32.4%	20.7%	
回答数	1	5	10	17	55	61	39	188

### ③居住地



	静岡市	中部(静岡以外)	西部	東部	賀茂	県外	計
%	75.6%	8.9%	2.2%	8.9%	0.0%	4.4%	100.0%
回答数	136	16	4	16	0	8	180

### ④来館回数

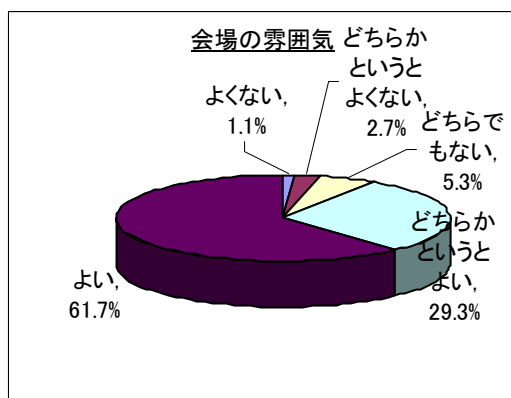


C-4 来館回数

	初めて	2回目	3~5回	6~9回	10~14回	15~19回	20回以上	計
%	9.5%	1.6%	12.2%	12.2%	14.9%	7.4%	37.8%	
回答数	17	3	23	23	28	14	71	179

## 2) コンサートについて

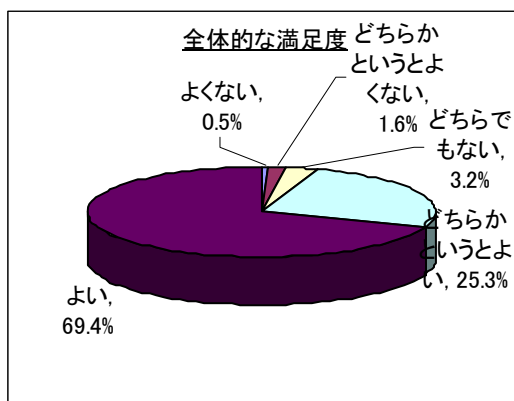
### ①会場の雰囲気



	よくない	どちらかという とよくない	どちらでもない	どちらかという とよい	よい	計
%	1.1%	2.7%	5.3%	29.3%	61.7%	
回答数	2	5	10	55	116	188

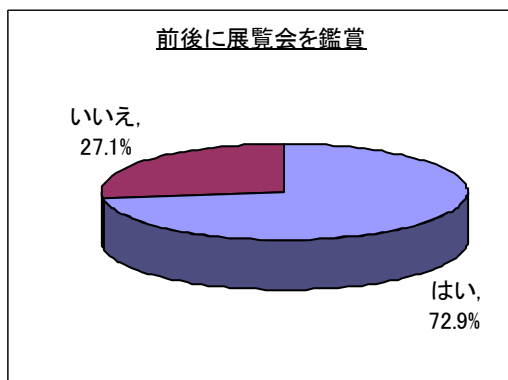
### ②コンサートに満足いただけたか

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は94.7%と非常に高い評価。



	よくない	どちらかという とよくない	どちらでもない	どちらかという とよい	よい	計
%	0.5%	1.6%	3.2%	25.3%	69.4%	
回答数	1	3	6	47	129	186

### ③前後に展覧を鑑賞するか



	はい	いいえ	計
%	72.9%	27.1%	
回答数	129	48	177

鑑賞しない理由

	時間が無い	興味が無い	料金が無い	内容を知らない	その他	計
%	68.2%	4.5%	2.3%	25.0%	0.0%	100.0%
回答数	30	2	1	11	0	44

### ④コンサートへ来館のきっかけ

	ポスター チラシ	新聞広告	県民だより	報道	美術館HP	来館して	知人等の誘 い
%	22.8%	9.5%	5.8%	8.8%	8.8%	18.0%	19.4%
回答数	67	28	17	26	26	53	57

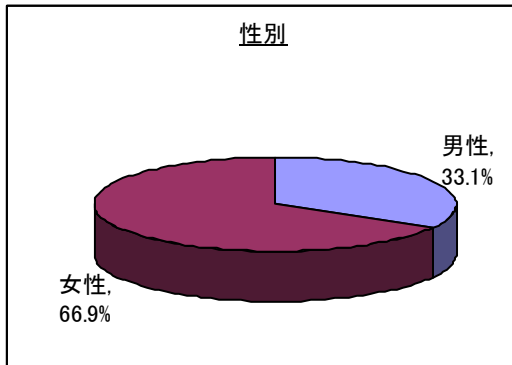
	企画に興味	出演者の ファン	安価に 楽しめる	一度来たい	たまたま 時間	その他	計
%	19.7%	5.8%	12.6%	1.4%	2.0%	4.8%	100.0%
回答数	58	17	37	4	6	14	294

#### 4-3 「ガンダーラ美術とバーミヤン遺跡」展 インド音楽コンサート

アンケート数：125

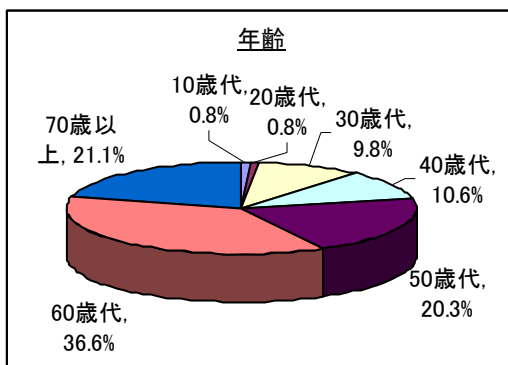
##### 1) 回答者の属性

###### ①性別



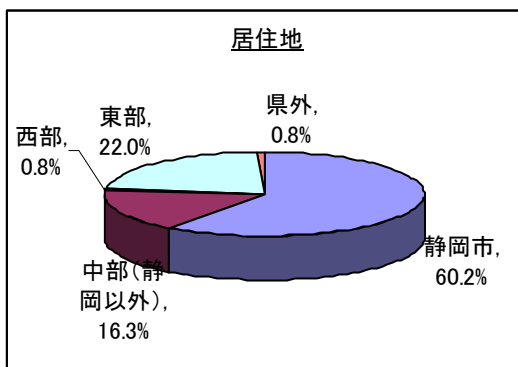
	男性	女性	計
%	33.1%	66.9%	100.0%
回答数	40	81	121

###### ②年齢



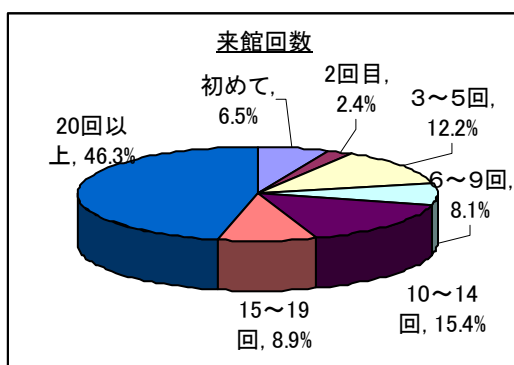
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	計
%	0.8%	0.8%	9.8%	10.6%	20.3%	36.6%	21.1%	
回答数	1	1	12	13	25	45	26	123

###### ③居住地



	静岡市	中部(静岡以外)	西部	東部	賀茂	県外	計
%	60.2%	16.3%	0.8%	22.0%	0.0%	0.8%	100.0%
回答数	74	20	1	27	0	1	123

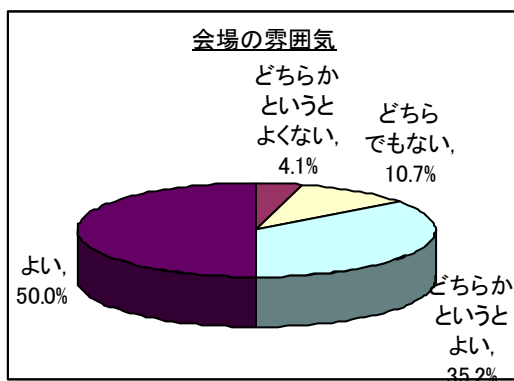
#### ④来館回数



	初めて	2回目	3~5回	6~9回	10~14回	15~19回	20回以上	計
%	6.5%	2.4%	12.2%	8.1%	15.4%	8.9%	46.3%	
回答数	8	3	15	10	19	11	57	123

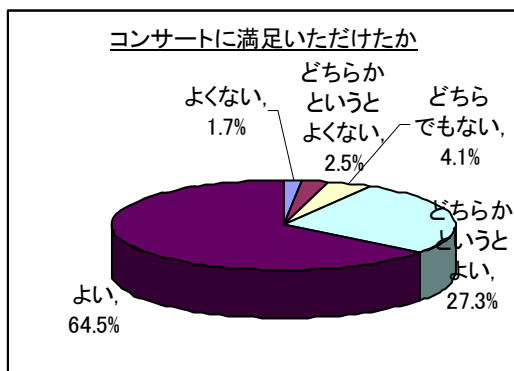
#### 2) コンサートについて

##### ①会場の雰囲気



	よくない	どちらかというともよくない	どちらでもない	どちらかというともよい	よい	計
%	0.0%	4.1%	10.7%	35.2%	50.0%	
回答数	0	5	13	43	61	122

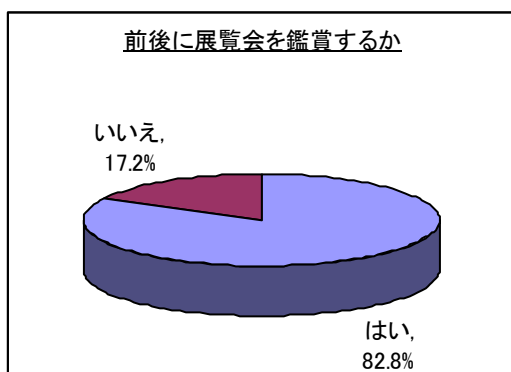
##### ②コンサートに満足いただけたか



	よくない	どちらかというともよくない	どちらでもない	どちらかというともよい	よい	計
%	1.7%	2.5%	4.1%	27.3%	64.5%	
回答数	2	3	5	33	78	121



### ③前後に展覧を鑑賞するか



	はい	いいえ	計
%	82.8%	17.2%	
回答数	101	21	122

#### 鑑賞しない理由

	時間が無い	興味が無い	料金が低い	内容を知らない	その他	回答者数
%	52.4%	0.0%	4.8%	0.0%	0.0%	—
回答数	11	0	1	0	0	21

### ④コンサートへ来館のきっかけ

	ポスター チラシ	新聞広告	県民だより	報道	美術館HP	来館して	知人等の 誘い
%	26.0%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
回答数	32	1	0	0	0	0	0

	企画に興味	出演者の ファン	安価に 楽しめる	一度来たい	たまたま 時間	その他	回答者数
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	—
	0	0	0	0	0	0	123

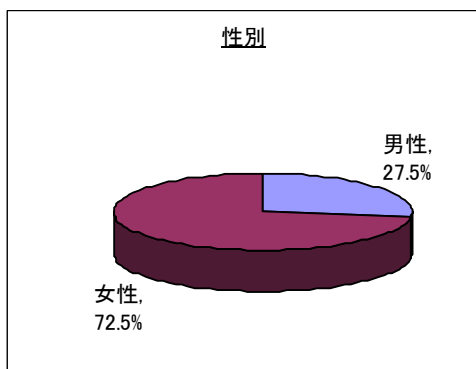
## 4-4 レストラン

実施期間：平成19年4月28日から平成20年3月8日

アンケート数：361

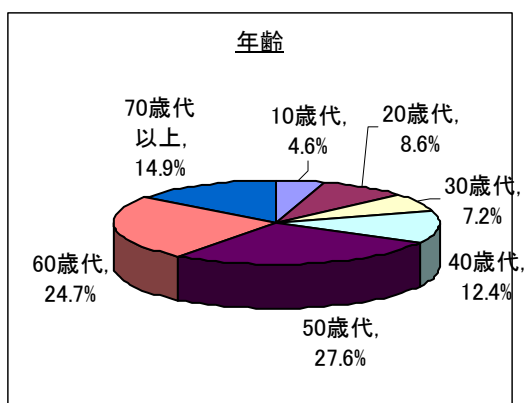
### 1) 回答者の属性

#### ①性別



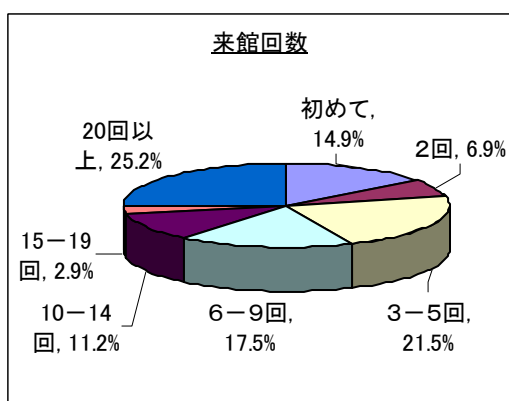
	男性	女性	計
%	27.5%	72.5%	100.0%
回答数	95	250	345

## ②年齢



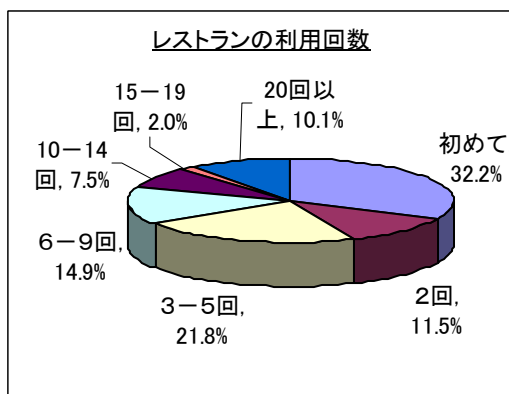
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	計
%	4.6%	8.6%	7.2%	12.4%	27.6%	24.7%	14.9%	100.0%
回答数	16	30	25	43	96	86	52	348

## ③来館回数



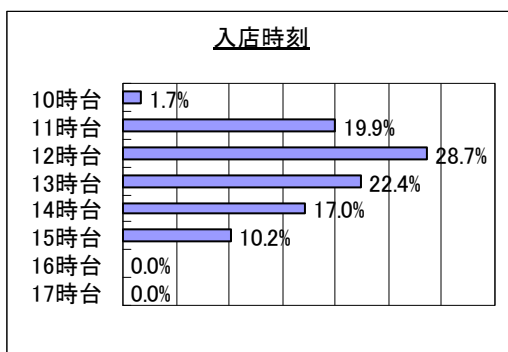
	初めて	2回	3-5回	6-9回	10-14回	15-19回	20回以上	計
%	14.9%	6.9%	21.5%	17.5%	11.2%	2.9%	25.2%	100.0%
回答数	52	24	75	61	39	10	88	349

## ④レストランの利用回数



	初めて	2回	3-5回	6-9回	10-14回	15-19回	20回以上	計
%	32.2%	11.5%	21.8%	14.9%	7.5%	2.0%	10.1%	100.0%
回答数	112	40	76	52	26	7	35	348

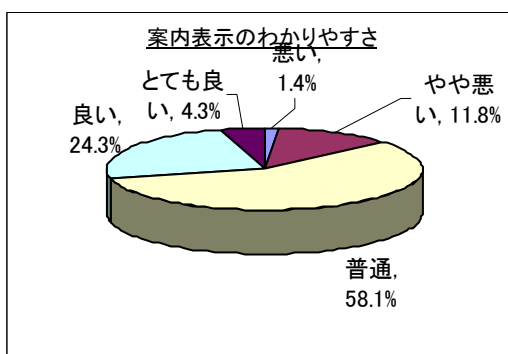
## ⑤入店時刻



	10時台	11時台	12時台	13時台	14時台	15時台	16時台	17時台	計
%	1.7%	19.9%	28.7%	22.4%	17.0%	10.2%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数	6	70	101	79	60	36	0	0	352

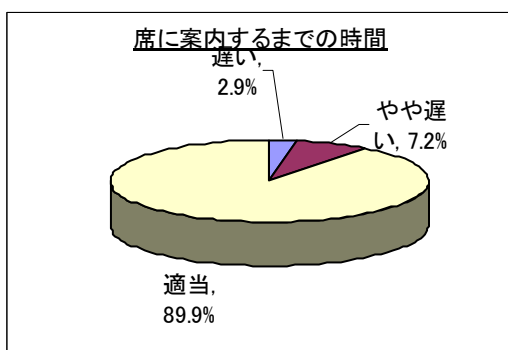
## 2) レストランの利用について

### ①案内表示はわかりやすいか



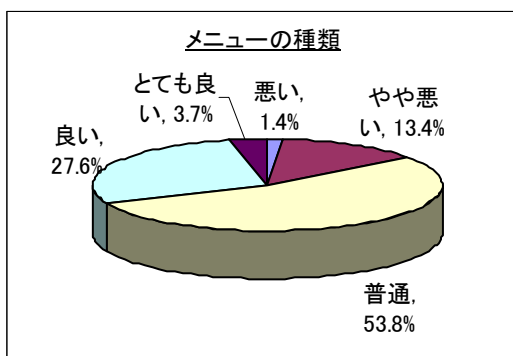
	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い	計
%	1.4%	11.8%	58.1%	24.3%	4.3%	100.0%
回答数	5	41	201	84	15	346

### ②席に案内するまでの時間



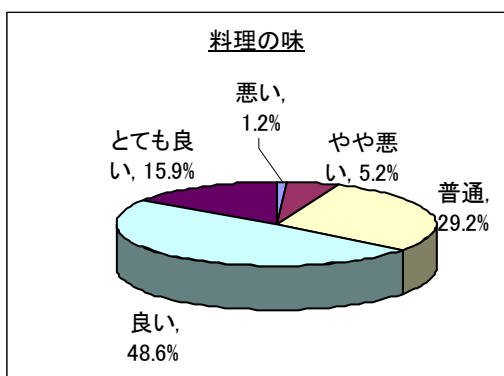
	遅い	やや遅い	適当	計
%	2.9%	7.2%	89.9%	100.0%
回答数	10	25	310	345

### ③メニューの種類



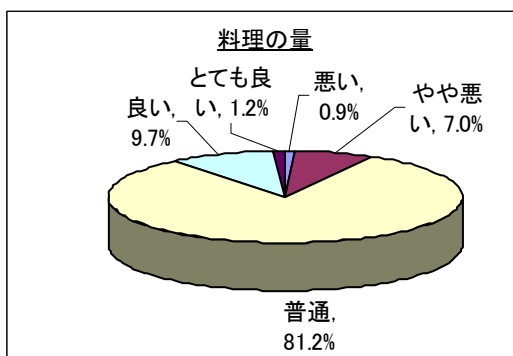
	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い	計
%	1.4%	13.4%	53.8%	27.6%	3.7%	100.0%
回答数	5	47	189	97	13	351

### ④料理の味



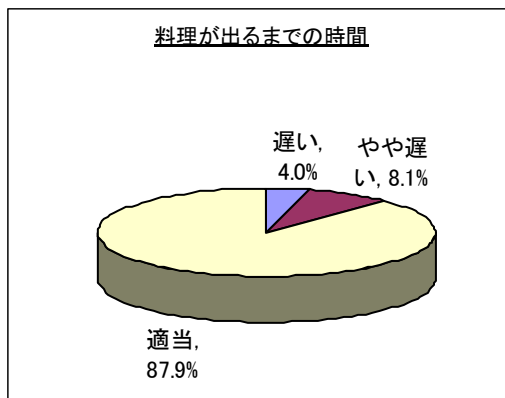
	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い	計
%	1.2%	5.2%	29.2%	48.6%	15.9%	100.0%
回答数	4	18	101	168	55	346

### ⑤料理の量



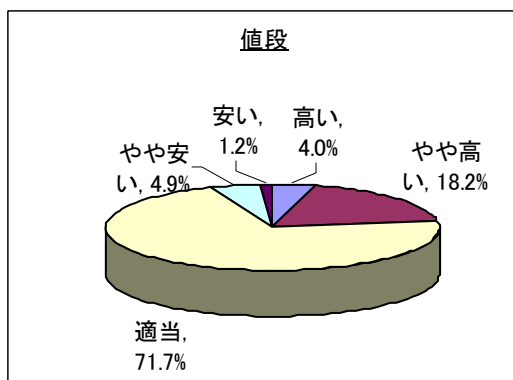
	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い	計
%	0.9%	7.0%	81.2%	9.7%	1.2%	100.0%
回答数	3	24	277	33	4	341

⑥料理が出るまでの時間



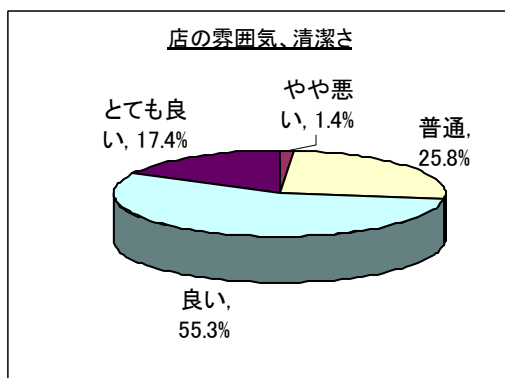
	遅い	やや遅い	適当	計
%	4.0%	8.1%	87.9%	100.0%
回答数	14	28	304	346

⑦値段



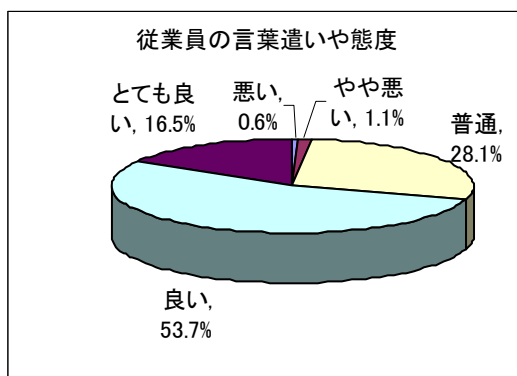
	高い	やや高い	適当	やや安い	安い	計
%	4.0%	18.2%	71.7%	4.9%	1.2%	100.0%
回答数	14	63	248	17	4	346

⑧店の雰囲気、清潔さ



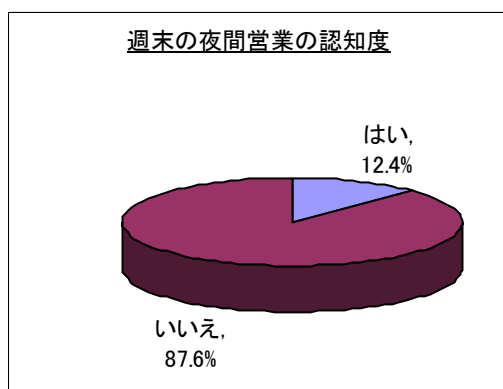
	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い	計
%	0.0%	1.4%	25.8%	55.3%	17.4%	100.0%
回答数	0	5	92	197	62	356

⑨従業員の言葉遣いや態度



	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い	計
%	0.6%	1.1%	28.1%	53.7%	16.5%	100.0%
回答数	2	4	99	189	58	352

⑩週末の夜間営業の認知度



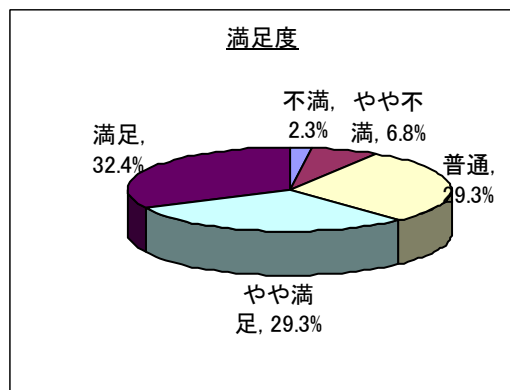
	はい	いいえ	計
%	12.4%	87.6%	100.0%
回答数	42	296	338

⑪満足度

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は 61.7%となっている。

③メニューの種類、⑦値段の設定で2割程度の否定的評価があることから、食べたいメニューが無く、高いと感じている客も、1箇所のレストランで対応していることが影響していると考えられる。

本設問は「ミュージアム・ナビ」の「レストランの満足度」指標に対応している。



	不満	やや不満	普通	やや満足	満足	計
%	2.3%	6.8%	29.3%	29.3%	32.4%	100.0%
回答数	8	24	104	104	115	355

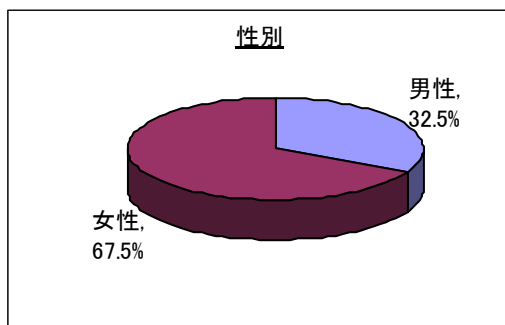
#### 4-5 ミュージアム・ショップ

実施期間：平成19年4月14日から平成20年2月23日

アンケート数：255

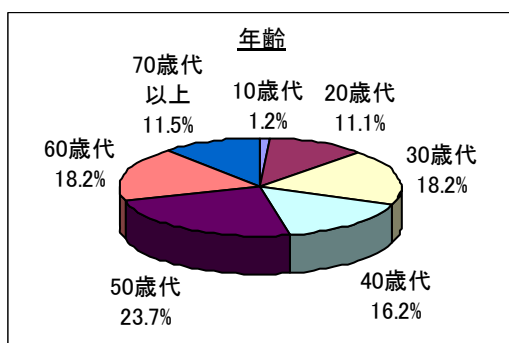
##### 1) 回答者の属性

###### ①性別



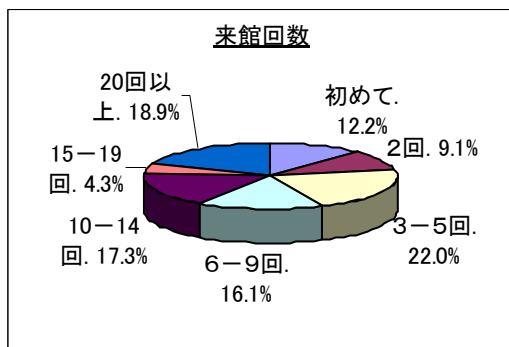
	男性	女性	計
%	32.5%	67.5%	100.0%
回答数	82	170	252

###### ②年齢



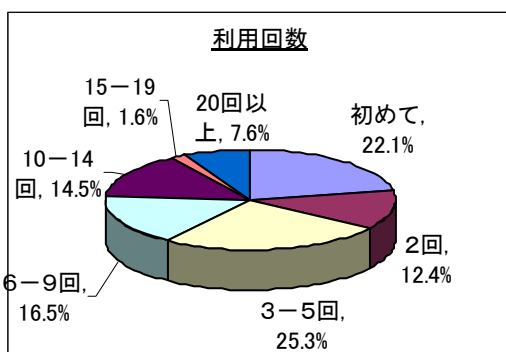
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	計
%	1.2%	11.1%	18.2%	16.2%	23.7%	18.2%	11.5%	100.0%
回答数	3	28	46	41	60	46	29	253

###### ③来館回数



	初めて	2回	3-5回	6-9回	10-14回	15-19回	20回以上	計
%	12.2%	9.1%	22.0%	16.1%	17.3%	4.3%	18.9%	100.0%
回答数	31	23	56	41	44	11	48	254

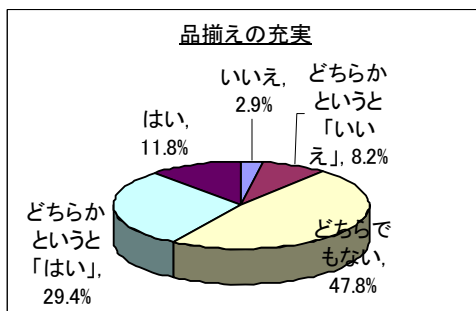
#### ④ミュージアム・ショップの利用回数



	初めて	2回	3-5回	6-9回	10-14回	15-19回	20回以上	計
%	22.1%	12.4%	25.3%	16.5%	14.5%	1.6%	7.6%	100.0%
回答数	55	31	63	41	36	4	19	249

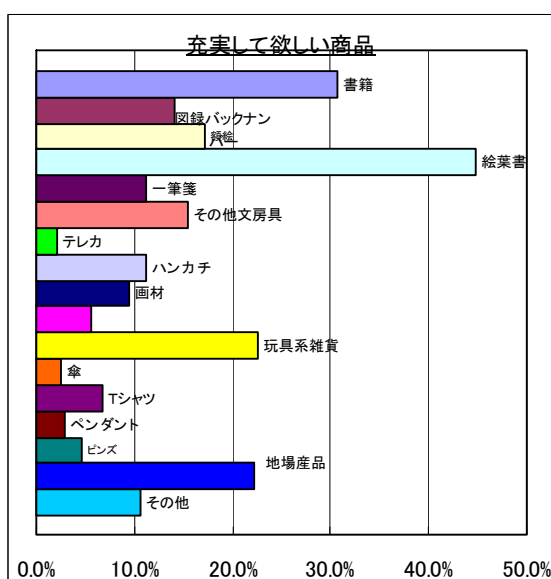
#### 2) ミュージアム・ショップの利用について

##### ①品揃えは充実しているか



	いいえ	どちらかというところ「いいえ」	どちらでもない	どちらかというところ「はい」	はい	計
%	2.9%	8.2%	47.8%	29.4%	11.8%	100.0%
回答数	7	20	117	72	29	245

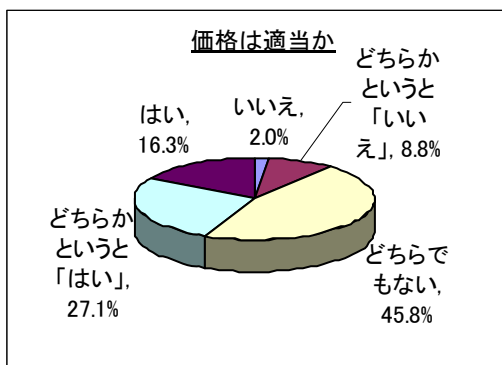
##### ②充実して欲しい商品（複数回答）



	書籍	図録バックナンバー	額絵
%	30.8%	14.1%	17.1%
回答数	72	33	40
絵葉書	一筆箋	その他文房具	テレカ
44.9%	11.1%	15.4%	2.1%
105	26	36	5
ハンカチ	画材	マグネット	玩具系雑貨
11.1%	9.4%	5.6%	22.6%
26	22	13	53
傘	Tシャツ	ペンダント	ピンズ
2.6%	6.8%	3.0%	4.7%
6	16	7	11
地場産品	その他		回答者数
22.2%	10.7%		-
52	25		234

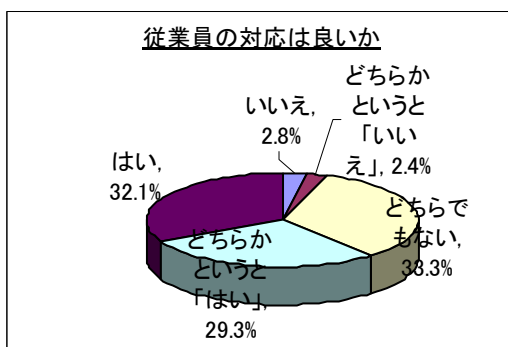


③価格は適当か



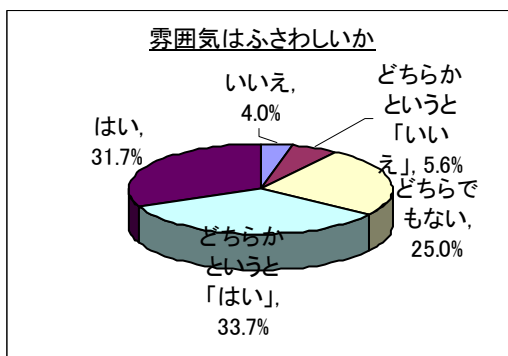
	いいえ	どちらかという と「いいえ」	どちらでもない	どちらかという と「はい」	はい	計
%	2.0%	8.8%	45.8%	27.1%	16.3%	100.0%
回答数	5	22	115	68	41	251

④従業員の対応は良かったか



	いいえ	どちらかという と「いいえ」	どちらでもない	どちらかという と「はい」	はい	計
%	2.8%	2.4%	33.3%	29.3%	32.1%	100.0%
回答数	7	6	83	73	80	249

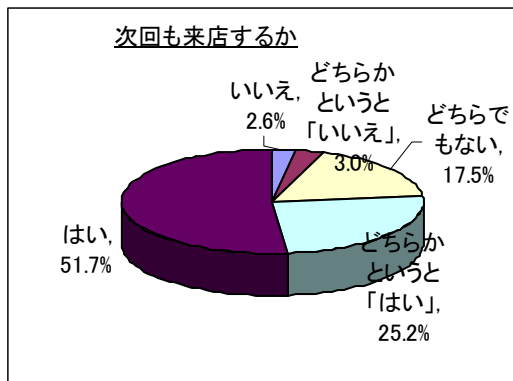
⑤雰囲気は県立美術館にふさわしいか



	いいえ	どちらかという と「いいえ」	どちらでもない	どちらかという と「はい」	はい	計
%	4.0%	5.6%	25.0%	33.7%	31.7%	100.0%
回答数	10	14	63	85	80	252

### ⑥次回ミュージアム・ショップを来店するか（満足度）

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は76.9%となっている。  
 本設問は「ミュージアム・ナビ」の「ミュージアム・ショップの満足度」指標に対応している。



	いいえ	どちらかというとい「いいえ」	どちらでもない	どちらかというとい「はい」	はい	計
%	2.6%	3.0%	17.5%	25.2%	51.7%	100.0%
回答数	6	7	41	59	121	234

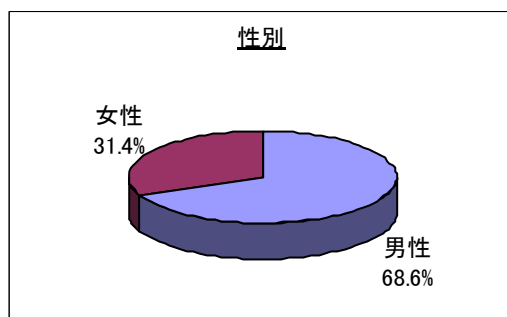
### 4-6 図書閲覧室

実施期間：平成19年4月から平成20年3月

アンケート数：70

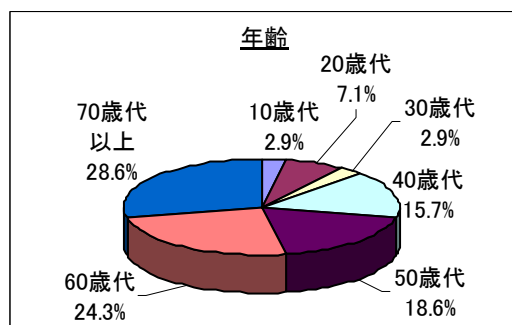
#### 1) 回答者の属性

##### ①性別



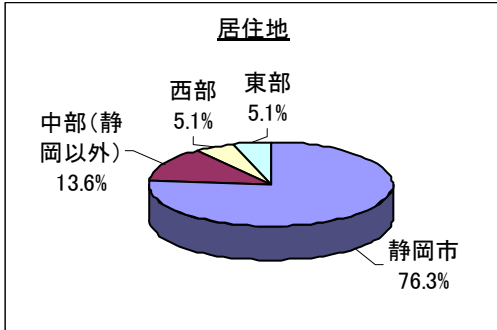
	男性	女性	計
%	68.6%	31.4%	100.0%
回答数	48	22	70

##### ②年齢



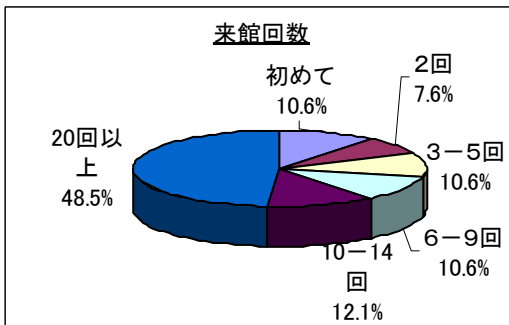
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	計
%	2.9%	7.1%	2.9%	15.7%	18.6%	24.3%	28.6%	100.0%
回答数	2	5	2	11	13	17	20	70

### ③居住地



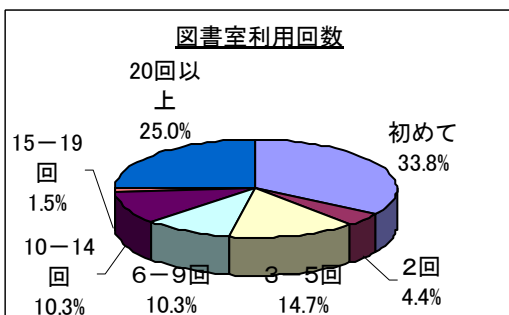
	静岡市	中部(静岡以外)	西部	東部	賀茂	県外	計
%	76.3%	13.6%	5.1%	5.1%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数	45	8	3	3	0	0	59

### ④来館回数



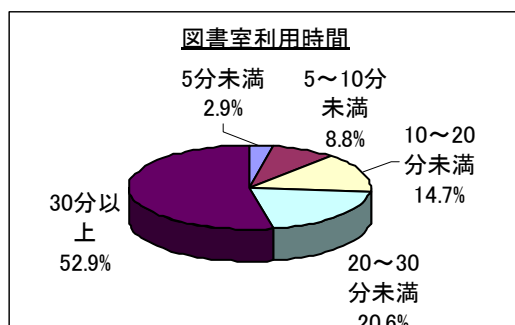
	初めて	2回	3-5回	6-9回	10-14回	15-19回	20回以上	計
%	10.6%	7.6%	10.6%	10.6%	12.1%	0.0%	48.5%	100.0%
回答数	7	5	7	7	8	0	32	66

### ⑤図書閲覧室の利用経験



	初めて	2回	3-5回	6-9回	10-14回	15-19回	20回以上	計
%	33.8%	4.4%	14.7%	10.3%	10.3%	1.5%	25.0%	100.0%
回答数	23	3	10	7	7	1	17	68

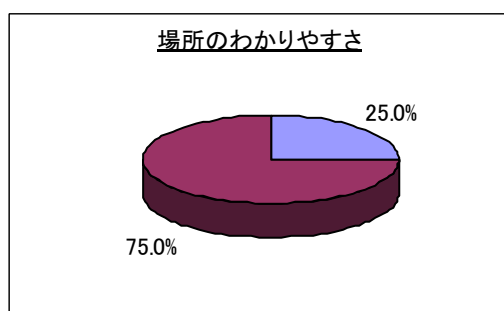
## ⑥ 図書閲覧室の利用時間



	5分未満	5～10分未満	10～20分未満	20～30分未満	30分以上	計
%	2.9%	8.8%	14.7%	20.6%	52.9%	100.0%
回答数	2	6	10	14	36	68

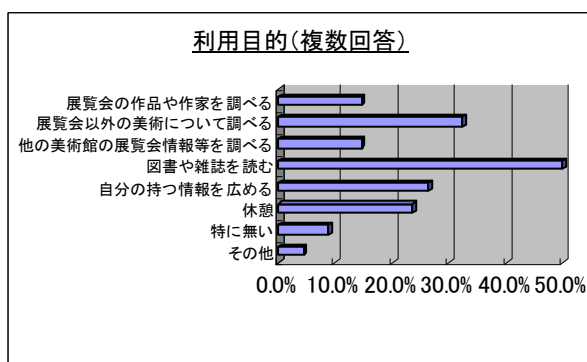
## 2) 図書閲覧室の利用について

### ① 図書閲覧室の場所のわかりやすさ



	いいえ	はい	計
%	25.0%	75.0%	100.0%
回答数	16	48	64

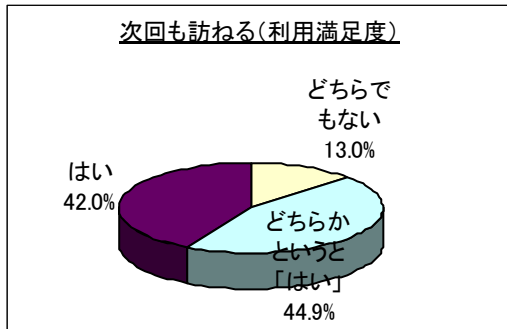
### ② 利用目的（複数回答）



利用目的	回答数	%
展覧会の作品や作家を調べる	10	14.7%
展覧会以外の美術について調べる	22	32.4%
他の美術館の展覧会情報等を調べる	10	14.7%
図書や雑誌を読む	34	50.0%
自分の持つ情報を広める	18	26.5%
休憩	16	23.5%
特に無い	6	8.8%
その他	3	4.4%
回答者数	68	—

### ③ 次回来館時も図書閲覧室を訪ねるか（満足度）

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は86.9%となっている。  
本設問は「ミュージアム・ナビ」の「図書閲覧室の満足度」指標に対応している。



	いいえ	どちらかとうとう「いいえ」	どちらでもない	どちらかとうとう「はい」	はい	計
%	0.0%	0.0%	13.0%	44.9%	42.0%	100.0%
回答数	0	0	9	31	29	69

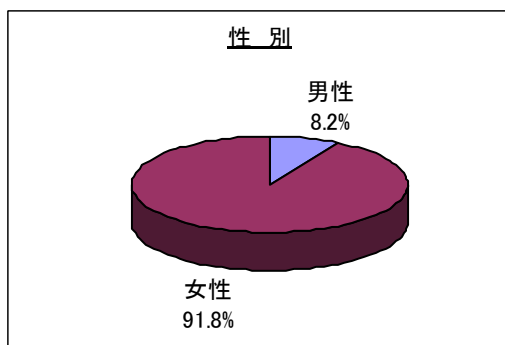
#### 4-7 県立美術館ボランティア

実施期間：平成20年3月

アンケート数：78

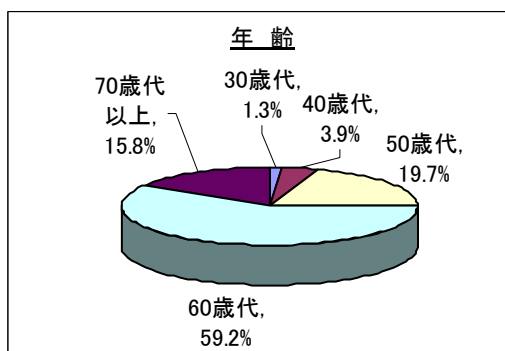
##### 1) 回答者の属性

###### ①性別



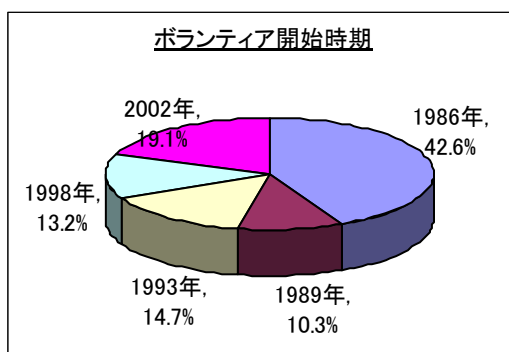
	男性	女性	計
%	8.2%	91.8%	100.0%
回答数	6	67	73

###### ②年齢



	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	計
%	0.0%	1.3%	3.9%	19.7%	59.2%	15.8%	100.0%
回答数	0	1	3	15	45	12	76

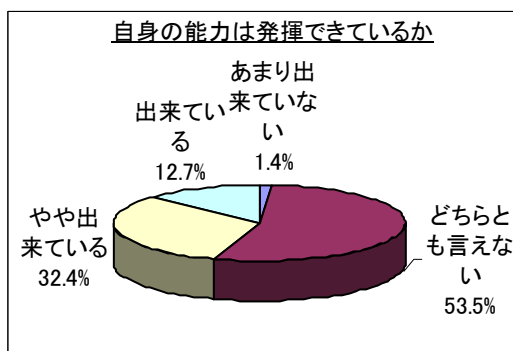
### ③県立美術館ボランティアを始めた時期



	1986 (S61) 年	1989 (H元) 年	1993 (H5) 年	1998 (H10) 年	2002 (H14) 年	計
%	42.6%	10.3%	14.7%	13.2%	19.1%	100.0%
回答数	29	7	10	9	13	68

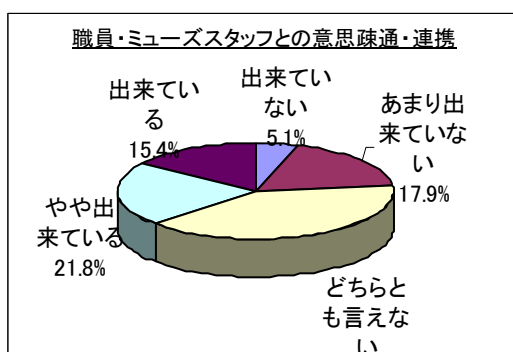
## 2) 県立美術館ボランティアの活動について

### ①県立美術館ボランティア活動を通じ、自身の能力が発揮できているか



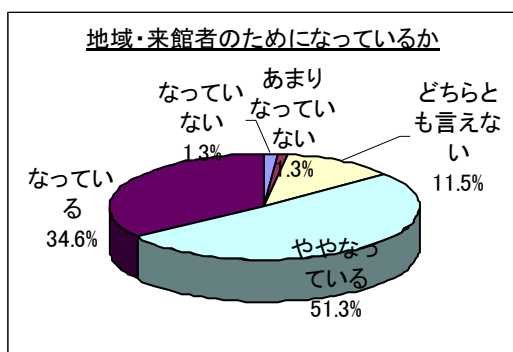
	出ていない	あまり出ていない	どちらとも言えない	やや出ている	出ている	計
%	0.0%	1.4%	53.5%	32.4%	12.7%	100.0%
回答数	0	1	38	23	9	71

### ②美術館職員・ミュージズスタッフ等との意思疎通や連携はできているか



	出ていない	あまり出ていない	どちらとも言えない	やや出ている	出ている	計
%	5.1%	17.9%	39.7%	21.8%	15.4%	100.0%
回答数	4	14	31	17	12	78

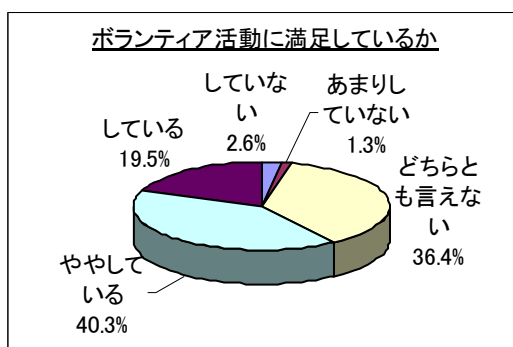
③ボランティアとしての働きが地域や来館者のためになっているか



	なっていない	あまりなっていない	どちらとも言えない	ややなっている	なっている	計
%	1.3%	1.3%	11.5%	51.3%	34.6%	100.0%
回答数	1	1	9	40	27	78

④県立美術館ボランティアとしての活動に満足しているか

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は59.8%となっている。本設問は「ミュージアム・ナビ」の「ボランティアの満足度」指標に対応している。



	満足していない	あまり満足していない	どちらとも言えない	やや満足している	満足している	計
%	2.6%	1.3%	36.4%	40.3%	19.5%	100.0%
回答数	2	1	28	31	15	77

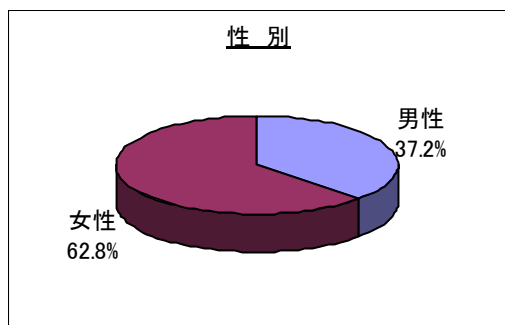
4-8 ホームページ

実施期間：平成19年4月から平成20年3月

アンケート数：210

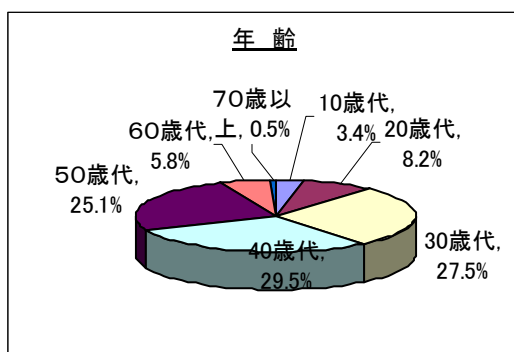
1) 回答者の属性

①性別



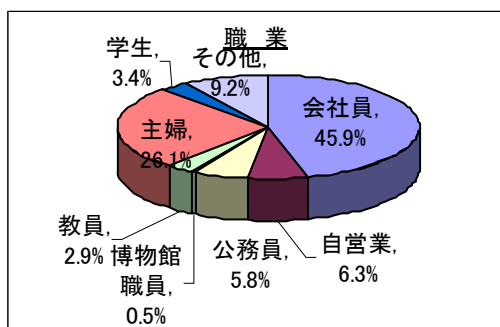
	男性	女性	計
%	37.2%	62.8%	100.0%
回答数	77	130	207

## ②年齢



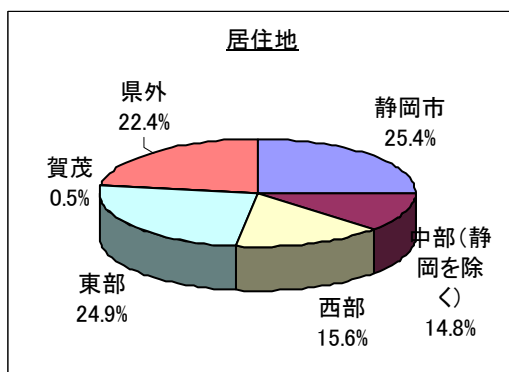
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	計
%	3.4%	8.2%	27.5%	29.5%	25.1%	5.8%	0.5%	100.0%
回答数	7	17	57	61	52	12	1	207

## ③職業



	会社員	自営業	公務員	博物館職員	教員	主婦	学生	その他
%	45.9%	6.3%	5.8%	0.5%	2.9%	26.1%	3.4%	9.2%
回答数	95	13	12	1	6	54	7	19

## ④居住地

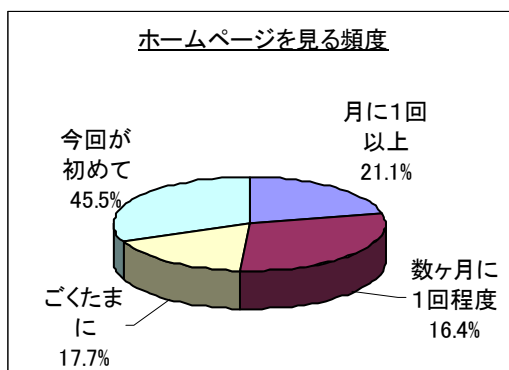


静岡市	中部(静岡を除く)	西部	東部	賀茂	県外	計
25.4%	11.2%	15.6%	24.9%	0.5%	22.4%	100.0%
52	23	32	51	1	46	205

## 2) ホームページの利用について

### ①県立美術館ホームページを見る頻度

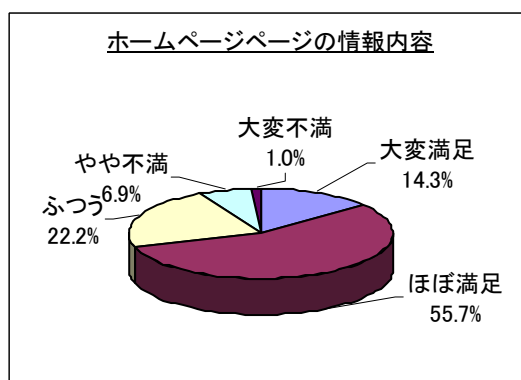




	月に1回以上	数ヶ月に1回程度	ごくたまに	今回が初めて	計
%	21.7%	29.6%	17.7%	31.0%	100.0%
回答数	44	60	36	63	203

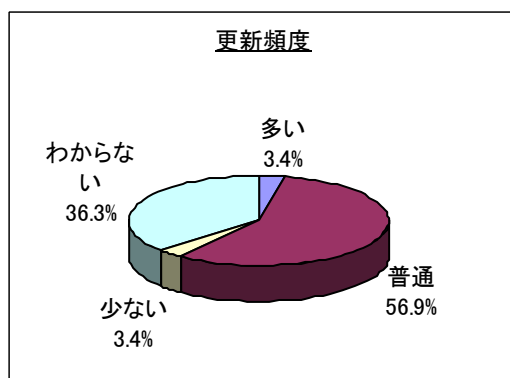
## ②当ページの情報内容

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は70.0%となっている。本設問は「ミュージアム・ナビ」の「ホームページの満足度」指標に対応している。



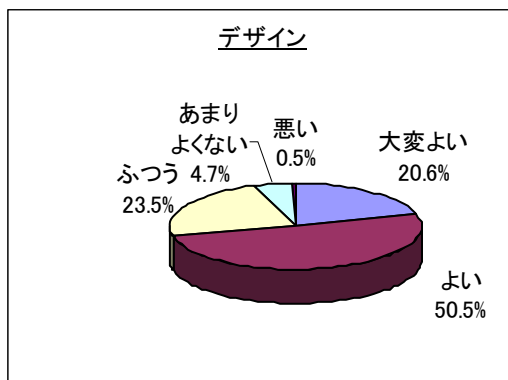
	大変満足	ほぼ満足	ふつう	やや不満	大変不満	計
%	14.3%	55.7%	22.2%	6.9%	1.0%	100.0%
回答数	29	113	45	14	2	203

## ③更新頻度



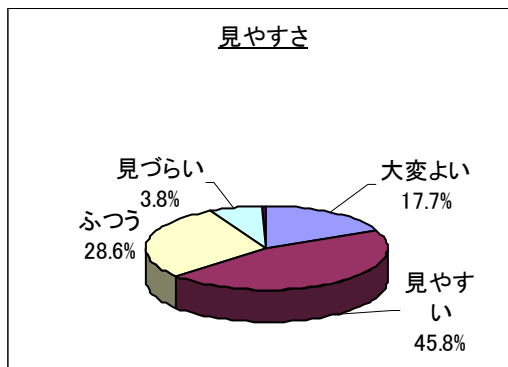
	多い	普通	少ない	わからない	計
%	3.4%	56.9%	3.4%	36.3%	100.0%
回答数	7	116	7	74	204

#### ④ホームページ・デザイン



	大変よい	よい	ふつう	あまりよくない	悪い	計
%	20.6%	50.5%	23.5%	4.9%	0.5%	100.0%
回答数	42	103	48	10	1	204

#### ⑤見やすさ



	大変よい	見やすい	ふつう	見にくい	大変見にくい	計
%	17.7%	45.8%	28.6%	7.4%	0.5%	100.0%
回答数	36	93	58	15	1	203

## Ⅱ

### 県庁の支援方針

---

#### 総括表

##### I 平成 19 年度実績

- 1 美術館と県庁の連携体制の確保
  - 2 観光などにおける政策連携の推進
  - 3 予算・組織など、運営環境の整備
- (別紙) 主な会議の検討・決定内容

##### Ⅱ 平成 20 年度方針

- 1 美術館と県庁の連携体制の確保
- 2 予算面・制度面での支援
- 3 その他

## 県庁の支援体制

### 平成 19 年度実績・平成 20 年度方針 総括表

	H19 実績	H20 方針	H20 実績
1 美術館と県庁の連携体制の確保	○美術館の位置付けの明確化：I-1-(1) ・平成 20 年 3 月「静岡県文化振興基本計画」を策定 ・H20～H22 の 3 年間で美術館が推進する施策を明記		
	○企画運営会議の開催等による連携の促進：I-1-(2) ・企画運営会議（H19.10.02） ・自己評価システム推進委員会(H19.11.28) ・企画運営会議（H20.3.18） ・館長と知事、県民部長との意見交換会の開催	●継続 ●意見交換会等の実施：1-(2) ・美術館の方向性や諸課題について、美術館と文化政策室職員が定期的に意見交換会を実施。 [検討テーマ]：県立美術館が持つ魅力を広く発信するための方策	
	○自己評価システムの改善：I-1-(3) ・美術館と文化政策室による「県立美術館自己評価システム指標見直しワーキング」を設置 ・検討結果を自己評価報告書の作成に反映 （重点目標・達成目標の明確化、評価指標の重点化）	●評価指標に関する研究・検討を継続	
2 予算・制度面の支援	○子どもたちの観覧料の軽減：I-3-(1) ・「文化振興基本計画」の重点施策「子どもが本物の文化に触れる機会の充実」を踏まえ、小中学生等の観覧料を軽減。※小中学生は無料化（従来は一般の半額） ※大学生は半額化（従来は一般と同額）		
	○常設展観覧料の変更に関する調査：I-3-(2) ・美術館と共同で、常設展観覧料の一律無料化に関する調査を実施 ・佐賀県立美術館、宮崎県立美術館を調査し、作品監視体制や収入減等の問題があることを確認		
		●観覧料の定期改正に伴う現行料金の見直し：2-(2) ・3年に1度の県全体での使用料・手数料の改正に伴い、常設展の観覧料無料化の検討を含め、美術館の施設使用料等について、見直しを実施	
	○リニューアルに向けた予算措置：I-3-(3) ・老朽化への対応として、中長期的な修繕計画を作成 ・平成 20 年度は、カフェの設置、ミュージアムショップの配置変更のための予算を確保	●修繕計画の見直し・再作成：2-(1) ・施設改修の必要箇所、緊急性などについて整理し、必要な予算措置を行う	
3 広報・観光・学校等との政策連携の推進	○戦略的広報への支援：I-2-(2) ・静岡県東京事務所におけるチラシ配布 ・県民だよりへの広報掲載	●継続	
		●企画展の広報支援：3-(2) ・「朝鮮王朝の絵画と日本」展における空港 PR との連携等の広報支援を行う	
	○中学生文化芸術鑑賞推進事業の実施：I-2-(3) ・県内の中学生が美術館で美術鑑賞する機会を提供。 （期間）H20.1.21～2.1（10日間） （参加者）4,671人	●継続 ・事業名を「子どもたちの文化芸術鑑賞推進事業」とし、内容を充実	
	○観光ルート化への取組：I-2-(1) ・平成 21 年開港の富士山静岡空港の利用者に美術館をアピールするため、到着ロビーと登場待合室に美術館所蔵品のレプリカを設置すること等を決定。	●具体化を継続	
		●愛称等広報戦略の共同検討：3-(1) ・美術館と連携した「県立美術館愛称等検討委員会」を設置し、ロダンを生かした名称の活用等を検討	
	●国文祭及び県芸術祭との連携：3-(3) ・H21 年開催の国民文化祭や H22 年開催の県芸術祭における取組との連携を図る。		

## I 平成 19 年度実績

### 1 美術館と県庁の連携体制の確保

#### (1) 美術館の位置付けの明確化

- ・平成 20 年 3 月、県の文化振興の目標と具体的な施策を明らかにする「静岡県文化振興基本計画」を策定した。
- ・この計画では、平成 20 年度から平成 22 年度までの 3 年間に進める 6 つの重点施策を設定しており、その中で、美術館が推進する施策を明らかにした。

#### 【重点施策 1】子どもが本物の文化に触れる機会の充実

##### ○県立美術館における体験機会の提供

県立美術館では、美術に関する県の拠点施設として、魅力的な展覧会の開催をはじめ、利用しやすい料金の設定、出張美術講座による美術作品の鑑賞普及事業などにより、若い世代への美術鑑賞機会を提供します。

また、「絵の具開放日」、「粘土開放日」など、親しみやすい体験講座やワークショップの実施により、子どもたちが創作活動を体験できる機会を充実します。

#### 【重点施策 2】モデルとなる文化創造の推進

##### ○多彩な“しずおか文化”の情報発信

県立美術館のロダン館では、「考える人」、「地獄の門」、「カレーの市民」など、19 世紀最大の彫刻家と言われるロダンの彫刻作品を数多く展示しています。これらの作品の価値が国内外に広く認知されるよう、効果的な広報や情報発信を行います。

#### 【重点施策 4】県民の文化活動の裾野と文化交流の拡大

##### ○体験講座・ワークショップ等の開催

県立美術館では、実技室を県民に開放する「創作週間」、専門家による「技法セミナー」、親子で参加する「土曜アトリエ」など、様々な講座・セミナーを通じて美術の創作に取り組む県民の活動を支援します。

#### (2) 企画運営会議の開催等による連携の促進

- ・美術館企画運営会議、自己評価システム推進委員会、広報会議などの検討会に文化政策室職員が参加し、意見交換や検討を行うことにより、美術館の運営方針等に関する共通認識を培い、連携した取組を進める基盤とした。

○企画運営委員会：平成 19 年 10 月 2 日

○評価システム推進委員会：平成 19 年 11 月 28 日

○企画運営委員会：平成 20 年 3 月 18 日

※内容は別紙のとおり

- ・また、美術館長と知事、県民部長との意見交換会を随時行った。

### (3) 自己評価システムの改善

- ・第三者評価委員会の提言を受け、評価指標の削減・適正化など、自己評価システムの改善に向けて、平成20年1月、美術館の総務課・学芸課職員4名と県庁文化政策室職員2名による「県立美術館自己評価システム指標見直しワーキング」を設置した。
- ・ワーキングは、平成20年1月16日以降、4回の検討会を行い、検討結果を「指標見直しワーキング報告書」にとりまとめた。
- ・報告書では、毎年の自己評価の方法、71項目の評価指標の扱いについて提言を行っており、その内容は、3月に開催した美術館企画運営会議における了承を踏まえ、平成19年度自己評価のとりまとめ方法に反映した。

#### <反映した点>

##### ○重点目標の明確化

- ・すべての戦略及び評価指標を網羅的に評価するのではなく、毎年の重点目標や達成目標を明確化した上で、その内容について重点的に評価を行う。

##### ○評価指標の簡素化

- ・評価対象とする指標を、重点化した指標（達成目標）に限定する。
- ・当初設定した71項目の評価指標については、館の現状を把握するための基礎データ項目として経年変化を整理する。

## 2 観光などにおける政策連携の推進

### (1) 観光ルート化への取組

- ・平成21年開港予定の富士山静岡空港を利用して本県を訪れる観光客に、県立美術館やロダン・コレクションの存在をアピールするために、富士山静岡空港を担当する空港部などとの調整の上、空港ターミナルビルへの県立美術館の広告展示の具体化を行った。

#### <具体化した内容>

- ・空港ターミナルビルの到着ロビーと搭乗待合室にロダン彫刻「考える人」のレプリカ3体を設置する。
- ・情報発信スペースに「赤富士」（小松均 画）のレプリカを設置する。
- ・情報発信スペースに、ディスプレイによりロダン館を立体映像で体験できるバーチャルシステムを配置する。

### (2) 戦略的広報への支援

- ・「ガンダーラ美術とバーミアン遺跡展」に関する美術館の広報会議に県庁担当者が出席し、広報手法の検討に参加するとともに、県東京事務所が主催する会議の場で、チラシを配布するなどの支援を行った。

### (3) 中学生文化芸術鑑賞推進事業の実施

- ・県では、平成 15 年度から県内の中学生を対象に本格的な劇場やホール、美術館において、演劇・音楽・美術を鑑賞する事業を実施しており、文化政策室が主体となり、各中学校からの希望聴取と受入施設との調整、各中学校からの送迎バス運行などの業務を実施している。(観覧料を無料化し、バス運行経費も全額県が負担している。平成 19 年度事業費:11,036 千円)
- ・昨年度も、美術館と連携し、平成 20 年 1 月 21 日から 2 月 1 日までの 10 日間に、計 4,671 人が県立美術館において「ガンダーラ美術とバーミヤン遺跡展」やロダン館の鑑賞を行った。

## 3 予算・組織など、運営環境の整備

### (1) 子どもたちの観覧料の軽減

- ・「静岡県文化振興基本計画」の検討において、「子どもが本物の文化に触れる機会の充実」を重点施策に掲げることとしたことを受けて、他県の状況調査を踏まえて、小中学生や大学生の展覧会観覧料の軽減に取り組んだ。
- ・観覧料軽減に伴う収入見込みの試算、軽減によって見込まれる観覧者の増加見込みの算定などを行った上で、規則改正処理を行い、平成 20 年度の最初の企画展である「シャガール展」から、小中学生の無料化（従来は一般の半額）、大学生の半額化（従来は一般と同額）を実現した。

<規則改正を行った内容>：企画展の観覧料金

(従来)	⇒	(平成 20 年度)
小中学生：一般（大人）の半額	⇒	無料
(高校生：一般（大人）の半額	⇒	一般（大人）の半額 ※変更なし
大学生：一般（大人）と同額	⇒	一般（大人）の半額
70 歳以上：無料	⇒	一般の半額

### (2) 常設展観覧料の変更に関する調査

- ・常設展観覧料の一律無料化に関して検討を行い、実際に無料化を実施している佐賀県立美術館、宮崎県立美術館の状況について美術館と共同で調査を行った。
- ・無料化には、作品監視体制の問題や収入減などの問題があることや条例改正を伴うことから、検討を継続することとした。

### (3) リニューアルに向けた予算措置

- ・昭和 61 年の建設以来、建物・設備の老朽化が進んでいることから、施設改修の必要箇所、緊急性などについて、美術館の要望を整理した上で、中長期的な修繕計画を作成し、予算措置に向けた調整を行った。
- ・この結果、平成 20 年度には、カフェの設置、ミュージアムショップの配置変更など、美術館の魅力を高めるための必要な改修を実施する予算を確保した。

(別紙)

## 主な会議の検討・決定内容

### ■企画運営会議（平成19年10月2日）

<広報戦略について>

#### ○「ボックスアート展」の広報成果

- ・ターゲット層（30～40代男性）の誘導にはある程度の成果があった。中日新聞による紙面広告の効果で西部地域からの来館者増につながっている。

#### ○「ガンダーラ美術とバーミヤン遺跡展」の広報計画

- ・チラシの配布先を通常ルートに加え、仏教美術関係者、博物館などに拡大する。
- ・県庁・県職員への周知（県庁ロビーでの映像放映など）を徹底する。
- ・連続講演会では、申込み用紙を兼ねた統一チラシの作成、何度か受講した人への証書の授与などを行う。
- ・各展覧会の性格を踏まえた広報計画を作成することが重要。

### ■評価システム推進委員会（平成19年11月28日）

<展覧会の自己評価>

- ・「ヴェネツィア絵画のきらめき」展では、主なターゲット層である女性向けの広報（「イタリア」、「旅行」などのキーワード）の試行なども必要。
- ・「NHK 日曜美術館 30年」展では、同じ展覧会を開催した長崎県、岩手県、広島県の状況と比較すると、静岡県は経費が少なかったにも関わらず、最も集客が多かった。NHKのテレビ広報が効果を発揮し、最終開催地に県外からも集客があった。
- ・チラシ・ポスターの配布先について2年に1度は点検する必要がある。展覧会の性格によって変えることも必要。

<自己評価システム指標の見直し>

- ・指標数の削減、指標の重点化など、手法を検討する。
- ・検討のため、美術館と文化政策室でワーキンググループを設置する。

### ■企画運営会議（平成20年3月18日）

<指標見直しワーキングの報告と対応>

- ・毎年度、重点目標を定め、それに連動した指標（達成目標）を設定する。
- ・評価の基礎データとなる指標は今後もデータを取り、経年変化を整理する。
- ・評価指標項目やアンケートの設問に関して今後も研究を継続する。
- ・単年度の結果だけでなく、達成に必要な時間を考慮した中長期的な目標を設定した上で、毎年度の取組を積み重ねていくようにするべきだ。



## Ⅱ 平成 20 年度の支援方針

### 1 美術館と県庁の連携体制の確保

#### (1) 通常業務における連携体制の確保

- ・美術館の検討会等に文化政策室職員が参画し、意思疎通に努める。
- ・館長と知事、県民部長との意見交換を随時実施する。
- ・展覧会開会式典、移動美術展、特別講演、ミュージアムコンサート、美術館協議会、資料評価委員会など、美術館の通常業務において、文化政策室職員等の参画を図る。

#### (2) 意見交換会等の実施

- ・県立美術館の方向性や諸課題について、美術館と文化政策室職員が意見交換を行い、今後の運営に生かすため、定期的に意見交換会を実施する。また、詳細な検討が必要なテーマについては、個別に検討会を設置して対応する。

[検討テーマ]：県立美術館が持つ魅力を広く発信するための方策

[開催頻度]：年 4 回程度

### 2 予算面・制度面での支援

#### (1) 修繕計画の見直し・再作成

- ・昭和 61 年の建設以来、施設の老朽化が進んでいることから、美術館との連携の下、施設改修の必要箇所、緊急性などについて整理を行い、今後の予算措置に向けて、修繕計画の見直し・再作成を実施する。検討に当たっては、建築技術などの面で県庁内の連携を図ることにより、効果的な推進に努める。

#### (2) 観覧料の定期改定に伴う現行料金の見直し

- ・本年度、3年に1度の県全体での使用料・手数料の改正が予定されていることから、常設展の観覧料無料化の検討を含め、県民ギャラリーや講堂などの施設の使用料等について見直しを実施する。

### 3 その他

#### (1) 愛称等広報戦略の共同検討

- ・平成 20 年にロダン館が開館 15 周年を迎えるとともに、富士山静岡空港が開港する。この機会に、貴重なロダン・コレクションを生かした県立美術館の魅力のPRに取り組む。
- ・美術館と連携した「県立美術館愛称等検討委員会」を設置して、ロダンを生かした名称の活用など、広報戦略の検討を行う。

#### (2) 企画展の広報支援

- ・企画展の開催に合わせて、県庁記者クラブをはじめ、関係者への情報提供を行うとともに、「朝鮮王朝の絵画と日本」展における空港PRとの連携など、効果的な広報支援を行う。

#### (3) 国文祭及び県芸術祭との連携

- ・平成 21 年度開催の「はばたく静岡国文祭」、平成 22 年度開催の「第 50 回県芸術祭」における取組との連携を図る。

(参考資料)

1 平成 20 年度予算の状況 (平成 19 年度以前は決算額)

(1) 収 入

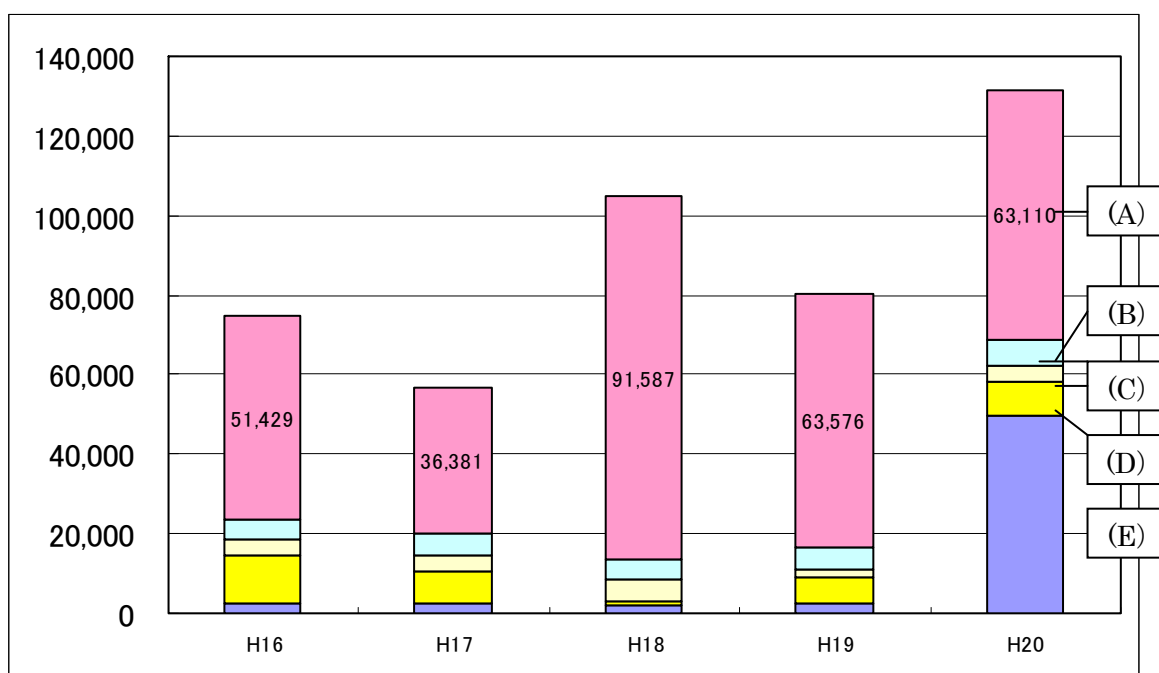
(単位：千円)

項目／年度	H16	H17	H18	H19	H20
観覧料収入 (A)	51,429	36,381	91,587	63,576	63,110
美術館観覧料	20,431	18,777	27,589	28,220	11,349
共催展収入	30,998	17,604	63,998	35,356	51,761
県民ギャラリー等使用料 (B)	5,120	5,656	5,159	5,605	6,280
財産売払・貸付・運用収入(C)	3,863	4,128	5,175	2,256	3,891
助成金等 (D)	12,205	8,200	900	6,400	8,750
その他 (E)	2,293	2,281	2,222	2,452	49,684
計	74,910	56,646	105,043	80,289	131,715

(参考：構成比)

(%)

項目／年度	H16	H17	H18	H19	H20
観覧料収入	68.7	64.2	87.2	79.2	47.9
美術館観覧料	27.3	33.1	26.3	35.1	8.6
共催展収入	41.4	31.1	60.9	44.0	39.3
県民ギャラリー等使用料	6.8	10.0	4.9	7.0	4.8
財産売払・貸付・運用収入	5.2	7.3	4.9	2.8	3.0
助成金等	16.3	14.5	0.9	8.0	6.6
その他	3.1	4.0	2.1	3.1	37.7
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0



## (2) 歳出

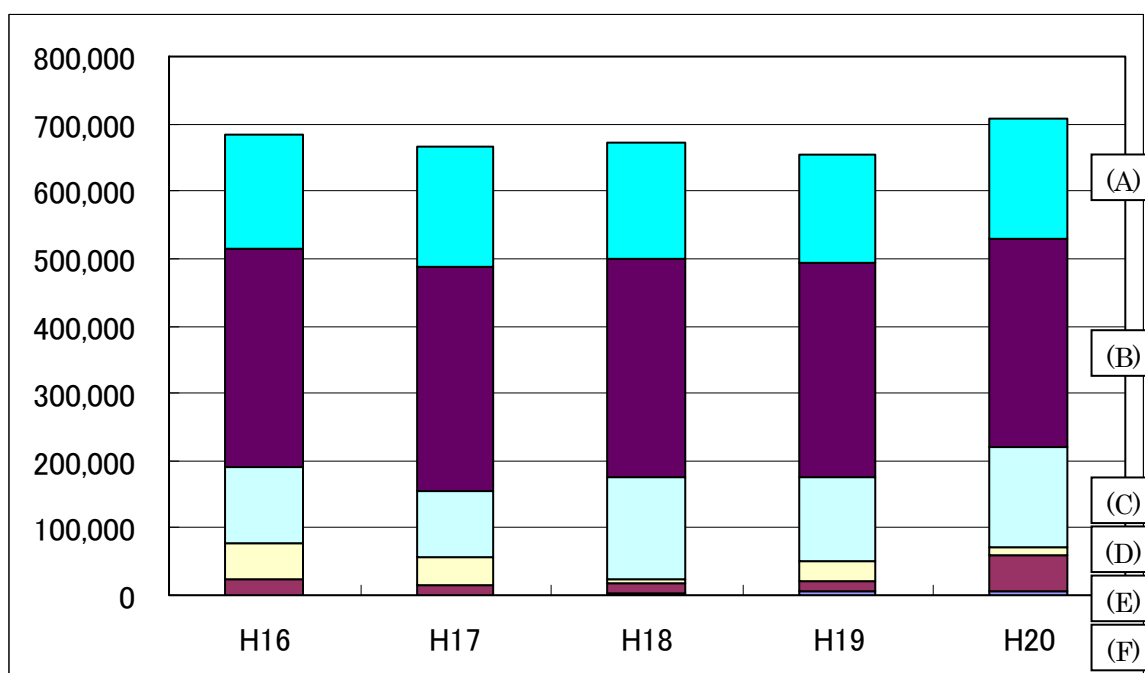
(単位：千円)

項目／年度	H16	H17	H18	H19	H20
人件費 (A)	167,921	176,623	170,686	160,530	179,190
管理費 (B)	325,690	333,895	323,360	319,384	308,751
運営費	62,718	58,548	67,536	65,555	64,578
施設管理費	262,972	275,347	255,824	253,829	244,173
事業費 (C)	111,077	98,915	153,134	123,300	147,966
企画展事業費	82,058	70,687	114,861	87,047	101,525
常設展事業費	8,933	8,128	10,900	11,013	13,000
資料・普及事業費	20,086	18,175	17,606	21,312	28,664
美術館評価		1,925	9,767	3,928	4,777
館蔵品取得費 (D)	55,769	40,834	6,387	29,896	13,000
施設整備費 (E)	22,021	14,738	14,632	14,963	52,000
基金積立 (F)	372	499	2,728	5,795	6,254
計	682,850	665,504	670,927	653,868	707,161

(参考：構成比)

(%)

項目／年度	H16	H17	H18	H19	H20
人件費	24.6	26.5	25.4	24.5	25.3
管理費	47.7	50.2	48.2	48.8	43.7
事業費	16.3	14.9	22.8	18.9	20.9
館蔵品取得費	8.2	6.1	1.0	4.6	1.8
施設整備費	3.2	2.2	2.2	2.3	7.4
基金積立	0.1	0.1	0.4	0.9	0.9
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0



2 職員数（館長を除く）

（単位：人）

項目／年度		H16	H17	H18	H19	H20
職員数	常勤	20	20	20	20	20
	臨時・非常勤	3	3	3	3	3

# Ⅲ

## 平成 20 年度

### 「静岡県立美術館第三者評価委員会」の報告

---

- 1 平成 19 年度「静岡県立美術館自己評価結果表」（一次評価）に対する二次評価
  - (1) 評価システムに対する評価
  - (2) 館長公約に対する二次評価
  - (3) 達成目標に対する二次評価
  - (4) 戦略目標の達成状況(美術館の活動実績)に対する二次評価
  
- 2 「県庁の支援体制」に対する一次評価
  - (1) 美術館に対する具体的支援について
  - (2) 他部局等との連携について
  - (3) 県庁の支援体制を評価する視点（再確認）
  
- 3 改善に向けた提言
  - (1) 県立美術館の独自性や価値を強烈にアピールできる広報戦略を！
  - (2) コレクションの価値を誰もが分かるように表現し、広く活用できる方針の立案を！

# 1 平成19年度「静岡県立美術館自己評価結果表」(一次評価)に対する二次評価

## (1) 評価システムに対する評価

### ①取組姿勢について

- ・静岡県立美術館はホームページ等で大変充実した内容の情報公開をしている。体系だててデータを集め、分析を行い、その結果を広く県民と全国に示しており、高く評価できる。またこのホームページでは、「自己評価」を経て「第三者評価」を受けるシステムを明確に示している。公立施設で、ここまで熱心に評価に取り組み、情報公開しているところはほとんどなく、高く評価できる。
- ・数値は全体的に良好である。県庁の支援体制も以前よりも充実してきている。全体として経営の質は向上している。ただし、評価システムがその進化に追いついていない。あえて言えば、今後はさらに中長期戦略をつくり直し、評価システムもバージョンアップする方向に進んでほしい。
- ・静岡県立美術館の評価システムは、継続性や体系性において、全国からも注目されている。分かりやすい報告書を出し続けてほしい。

### ②評価手法と記述について

- ・客観的なデータは誰が見ても分かるので、今後とも取り続けていくべき。文化事業の評価は長い目で見る必要があるので、10年程度はデータを収集して、経年変化を見ていく、また似たタイプの他県の美術館と比較してみる必要がある。
- ・ところどころに「取組を強化したい」「推進に弾みがついている」というあいまいな記述がある。評価報告書は実際に起きたことについて事実と数字をもとに分析すべきである。今後のことについては記述すべきではない。
- ・例えば「ボックスアート」展で男性来館者が増えたとあるが、今後この層を意図的に増やそうとしているのかそうではないのか、踏み込んだ記述がほしい。美術館の活動内容や方針も視野に入れ、より具体的な意味合いの記述が必要である。
- ・自己評価報告書では、どの展覧会が自主企画か分からない。来年から明示すべき。また、どのように独創的であるのか、新しいファンはどの層かを分析すべき。

## (2) 館長公約に対する二次評価

以下、公約の各項目についてのべる。

### 公約①「斬新で独創的な自主企画を開催し、美術館の新しいファン作りに努めます」について

- ・「ボックスアート」は科学系博物館で展示されているケースは多いが、美術館では新しい試みといえる。「ガンダーラ展」も館長自ら企画され、すばらしい実績を出した。しかし、その他の企画展については斬新性が感じられるかどうか評価が分かれる。今後とも斬新な切り口や独創的な構成など、キュレーションの力を訴求できるような展覧会を開催してほしい。また、コ

レクシオンを生かした自主企画展にも期待したい。

- ・“友の会”の会員人数が増えていない。戦略・組織・サービス内容などを点検すべき。

#### 公約②「学校教育や谷田地区 4 機関との連携を密接にし、地域連携を推進します」について

- ・学校教育連携普及事業、中学生文化芸術鑑賞推進事業については、大いに評価したい。生徒の移動手段となるバスを提供しているサービスもすばらしい。全国の模範例にもなりうる。
- ・谷田地区 4 機関との連携も徐々に進んでいる。散策マップは今後も改善が望まれる。今後は具体的な実践を期待する。

#### 公約③「戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます」について

- ・情報発信数だけでは評価しづらい。広報の効果はなかなか測定しにくいだが、分析を意識してほしい。なお、「ロダン作品常設展示数日本一」「風景の美術館」というキャッチフレーズが県民にどれだけ浸透しているのかを、何かの機会に調べてみてはどうか。
- ・ホームページが大変魅力的かつ使いやすいものに改善された。アクセス数も増えている。今後は、ホームページを通じた資料提供件数（現段階でも評価資料のダウンロード数はカウント可能）・友の会入会件数・講座への申し込み件数・グッズの販売件数（現在はホームページ上ではできない）などの実績もウォッチしてはどうか。
- ・美術館企画に関する情報は早い時期から県内外のメディアに発信すべきである。そうすれば、雑誌等の特集記事も組みやすい。

#### <全体について>

- ・なお、自己評価には館長公約を達成させるために、具体的にどのような取組をしたのかが明示的に書かれていない。そのために二次評価がしづらい。今後は、計画（具体的な取組内容・ねらい・目標値）と実績（結果・成果）をわかりやすく示してほしい。

### （3） 達成目標に対する二次評価

#### ①利用者数 33 万人以上（定量的目標）

- ・年間 37 万人を超える実績値となった点は高く評価できる。
- ・特に、教育普及プログラム参加者数、ミュージアムショップ利用者数は、目標値の 200%以上になっていることに注目したい。教育普及活動は現場職員の努力や学校連携の成果といえる。しかし、そうした取組の成果がわかるよう、今後は自己評価書に明確に表現してほしい。

#### ②利用者満足度 70%以上（定量的目標）

- ・実績値は 72.1%。目標値を超えたことは評価したい。ただし、今後は経年変化を示すべき。
- ・利用者調査の質問内容に「満足度を聞くもの（展覧会等）」と「また来たいか」と尋ねるもの（ショップ、レストラン等）が混在している。これを同じ満足度を示すデータとしてよいかは検討の余地がある。

### ③地域との連携をより深めます（定性的目標）

- ・地域と連携した「草薙のんびりツアー」等を企画するなど、よく頑張っている。このような地域密着型の企画に関する情報は、住民の関心も非常に高い。様々なメディアを通じて、広く情報発信すると、さらに良い活動になる。
- ・現場でできる活動は推進していると思う。さらに地域連携を進めるためには、県庁からの支援が重要となる。来年度以降は評価委員会としても、担当部門だけでなく県庁全体の支援や連携もストレートに評価したい。

### <全体について>

館長公約と同様、達成目標を実現させるために、どのような取組がなされたのかが書かれていないため、二次評価しづらい。今後は、計画（具体的な取組内容・ねらい・目標値）と実績（結果・成果）をわかりやすく示してほしい。

## **(4) 戦略目標の達成状況（美術館の活動実績）に対する二次評価**

### ①企画展

- ・「ガンダーラ展」は、館長のこれまでの研究や人脈等の様々な要素を十分生かした良い企画展だった。これはたまたま館長に力があってできたことなのか。館の方針として仏教系美術に力を入れていくのか。館としての今後のポリシーも示していくべき。
- ・地場産業のプラモデルを取り上げた「ボックスアート展」も、ユニークで良い企画だった。地元の産業を盛り上げる展覧会はもっとあってもよい。なお、静岡市は毎年8万人以上が集まる「静岡ホビーショー」（8月に開催）をシティーセールスの柱に位置づけている。県立美術館も、このようなイベントを活用して、工夫や仕掛けを行うべきではないか。
- ・「ボックスアート展」の外部評価レビューで、ボックスアートは、「ローアート」だという旨の記述があった。このコメントの是非はさておき、美術館の対象範囲にローアートを入れるかどうか、今後、どの客層までをターゲットに企画展を展開していくのかはよく考えていくべき。

### ②地域連携

- ・地域と連携した「草薙のんびりツアー」等のような地域密着型の企画は、様々なメディアを通じて、広く情報発信するとさらに良い活動になる。
- ・移動美術展は、簡単に美術館に来ることができない遠方の子供たちにとって良い企画である。もっと積極的にPRして、より多くの方に美術館を知ってもらおうとよい。しかし、自己評価には、移動美術展に関する説明がない。また、「要望がある」ということだが、要望は地域住民から出たものか、地域の文化施設の事情から出たもののかなど、背景と意義を再確認する必要がある。



## 2 県庁の支援体制に対する一次評価

---

### (1) 美術館に対する具体的支援について

---

#### ① 計画等の具体性について

- ・昨年度よりは進化はしているが、依然具体性が薄い。例えば、平成 20 年度の修繕計画があるなら、内容を具体的に示すべき。
- ・平成 20 年度の支援方針は次年度の評価対象となる。具体性と数値目標を出すべき。

#### ② 美術館愛称の検討について

- ・愛称に関してはブランド戦略や全国、世界の視点から慎重に検討すべき。ロダンの彫刻を所蔵しているから愛称にロダンをつけるといった単純な発想はさけるべきである。他県、全国から見て分かりやすい愛称になるように、十分注意する必要がある。なお、県民からの公募は案を集める手段としては否定しないが、センスのいいものが出てくるとは限らない。公募案だけで決めると失敗する可能性がある。

### (2) 他部局等との連携について

---

#### ① 観光との連携について

- ・県立美術館だけでは、観光面での広報が弱い面がある。豊富な収蔵品を活用し、全国的に美術館の魅力をPRするには県の支援が必要である。

#### ② 地域連携について

- ・地域連携に関しては、谷田の県立4機関だけの比較的狭い範囲で取組んでいるが、県がバックアップして、美術館だけでは連携が不可能な範囲にまで広げて、ネットワーク作りができないか。文化政策だけではなく、様々な分野に及ぶ県全体のネットワークに美術館を入れた具体的な案を作成してほしい。

#### ③ 連携の仕組みづくりについて

- ・美術館では、今後広報や観光との連携、学芸員の企画力強化のための研修制度の充実などに関して、県民部をこえた全庁的な支援体制を望んでいる。県民部以外の県庁の各部門による支援と連携の体制を棚卸しする必要がある。まず、美術館側で、こういうことに関して具体的にこの関係部門と連携をとりたいというリストを作る。またすでにやっている連携をあぶり出すことから始めてはどうか。それに対して県庁の各部門が具体的にどのようなことを行うのかをきちんと討議の場をもった上で、記載していく。こうした連携のきっかけ作りとして、来年度、第三者評価委員会の場に他部局の職員や関係者を招いて、意見交換・懇談会を行ってみてはどうか。縦割り行政を壊していく良い機会にもなる。評価システムをうまく活用し、できるところから徐々に支援体制を作っていくことが大切である。

### **(3) 県庁の支援体制を評価する視点（再確認）**

- ・「県庁の支援方針」を評価対象とした本来の趣旨は、美術館が自己評価を行うことであぶり出されてくる予算や人事を始めとする制度の不備や運用上の問題を県庁に向けて問題提起するというもの。県庁の政策ではなく、むしろ現場からの生々しい意見にどう対応したのかを評価したい。
- ・現場との意見交換会などで出てくる、生々しい具体的な要望をきちんと列挙して、それについて具体的な項目を挙げて、○×△、(やる、やらない)等を明記し、×△の場合は理由を説明してほしい。
- ・次年度については、前年度の報告書にある「県庁の支援方針」をそのまま示し、年度当初に出した計画をしっかりと達成できたかということが簡単に確認できるようなまとめ方にしてほしい。

### 3 改善に向けた提言

---

#### (1) 県立美術館の独自性や価値を強烈にアピールできる広報戦略を！

- ・静岡県立美術館には、ロダン・コレクションがある。今後これをどのように活用すべきか考える必要がある。アジアの中で、教科書に出てくるような西欧の近代美術作品をまとめて持っているのは、日本だけであり、対外的にもアピールできる。日本の美術館は常設展の扱いが控えめである。もっと大胆な活用方法を検討してはどうか。
- ・美術館にも「観光地型」と「都市型」があり、全ての美術館を共通の尺度で図ることは難しい。県立美術館を観光ルートにのせるには様々な課題があるが、富士山静岡空港もできるので、ストーリー性を持たせた見せ方をすれば、アジアからの観光客にアピールできるのではないか。
- ・静岡を訪問するアジア各国からの観光客が増えている。また日本の映画やテレビ番組で使われたロケ地の訪問が好評を博している。ロダン館等の施設をテレビや映画のロケ地に活用できれば、広報効果は絶大である。
- ・最近、(財)静岡県舞台芸術センター (SPAC) が熱心に広報に取り組んでいる。講座、ワークショップ、アフタートーク、バックステージツアー等を開催し、広報担当が頻繁にメール等で積極的に情報発信している。県立美術館も美術館企画に関する情報を、事前に地元のミニコミ誌などに広く発信するとよい。
- ・静岡市内のデパートとホテルが連携して、デパートの特別展とホテルでの食事会を同時開催した事例がある。20年度の「風景ルルル」展では、地域の現代美術家が店舗でミニ講演会を開催した。このように様々な外部の組織を巻き込んで事業を展開して、県立美術館の認知度を高める努力をすべき。
- ・学芸課と総務課が連携した広報宣伝チームを館内に作ってはどうか。10人くらいの人が集まって、何が必要なのかということを議論し、例えば「キャンパスネットをやろう」とか、地元の商店街にポスターを配布するなど、主体的に自覚して具体的な活動と呼びかけたり、自分たちが率先してやるべき。

#### (2) コレクションの価値を誰もが分かるように表現し、広く活用できる方針の立案を！

- ・図録を見てもその年の収集品を断片的に記載しているだけである。コレクションの内容に関する評価も将来的に求められる可能性がある。コレクションの全体像が見えるようにすべき。
- ・ヨーロッパでは、50年から100年の期間で方針を定め、美術品収集を行っている。例えば、大英博物館がギリシア遺物を返還しないのは、“人類の宝”を一番環境の良い場所で管理するという意識からだと言っているほどである。日本では、戦後の「地方自治」、「高度成長」、「文化立国」という歴史的な流れの中で、公立美術館のコレクションが行われたという特殊性があるが、もっと広い視野で取り組むべき。今のコレクションをどう活用するのかということは、今後、公立美術館にとって大きな問題となることが予想され、静岡県の場合、特にロダンコレクションの是非が問われることになると思われる。

内容に関する問合せ先

静岡県県民部文化政策室

〒420-8601 静岡県静岡市葵区追手町9番6号

TEL 054-221-2252

静岡県立美術館

〒422-8002 静岡県静岡市駿河区谷田53番2号

TEL 054-263-5755

静岡県立美術館第三者評価委員会報告書

発行日 平成21年 3月

編集・発行 静岡県立美術館第三者評価委員会

## 静岡県立美術館 自己評価システムの見直しについて

静岡県立美術館と県庁文化政策室では、平成 20 年度に「自己評価システム見直しワーキンググループ」を設置し、美術館自己評価システムの見直し作業を開始した。この参考資料はその中間的な検討状況に関する資料をまとめたものである。最終的な見直し方針は本報告書の発行段階ではまだ決定されていないが、同年度末には確定の予定である。また平成 21 年度の自己評価は、見直しを反映した新方式で行なわれる予定である。

自己評価システムの見直し作業は、当評価委員会の評価作業の対象ではない。しかし、その見直し方針は平成 21 年度以降の自己評価および当委員会による 2 次評価の方法に相当の影響を与える見込みである。したがって今回は読者の便宜を図るために、同グループの中間報告及びそれに対する第三者評価委員会の意見を「別冊参考資料」として報告書に添付した。

なお、平成 21 年度の本報告書には最終的に確定した見直し方針を示した資料を添付する予定である。

## 目 次

### 1 静岡県立美術館自己評価システムの見直し\* ..... 1

(注) \* 美術館自己評価システムの見直しに関する中間報告として、平成 20 年度 12 月 16 日に開催された「平成 20 年度 第 2 回第三者評価委員会」に提出された。

### 2 第三者評価委員会の意見 \*\* ..... 21

\*\* 「平成 20 年度 第 2 回第三者評価委員会」及び各委員への個別ヒアリングの際に、美術館評価の見直しに関して各委員から出された意見を取りまとめた。

#### 【参考資料】

### 「美術館公約リーフレット」案\*\*\* ..... 26

\*\*\* 「平成 20 年度第 2 回第三者評価委員会」において、村井委員から提案された。

静岡県立美術館  
自己評価システムの見直し  
＜平成20年12月中間報告＞

静岡県県民部  
静岡県立美術館

## 目 次

はじめに .....	3
第1章 現行システムの成果と問題点 .....	4
第2章 新たな戦略体系の基本的な考え方 .....	6
第3章 戦略目標等の設定 .....	8
第4章 従来の体系の活用 .....	17
■今後の自己評価システム（戦略体系）全体図 .....	18
■現行の自己評価システム（戦略体系）全体図 .....	19
■新たな評価指標 .....	20



## 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、事業・運営効果に関する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、北海道大学の佐々木亨准教授の参加を得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、9 名の委員により構成する「静岡県立美術館評価委員会」（高階秀爾委員長）を設置し、本格的な検討を行うこととした。

「静岡県立美術館評価委員会」では、2 年間にわたって当美術館の現状分析を踏まえた議論を行い、検討の結果を、平成 16 年 6 月の中間報告「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」にとりまとめた。

中間報告「ニューパブリックミュージアム（NPM）の実現をめざして」では、戦略計画方式による評価システムを提案するとともに、SWOT 分析を踏まえた戦略計画案を示した。最終提言「評価と経営の確立に向けて」では、社会に開かれた公立美術館のための評価システムのモデルとして、①目標管理システム、②館長の目標合意制度、③経営ボード、④第三者評価委員会、⑤情報公開という 5 つのツールによる評価システムの提言を行った。

この提言を受けて、静岡県立美術館では、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。さらに、平成 18 年 9 月には第三者評価委員会を設置し、評価と運営改善の体制を確立した。

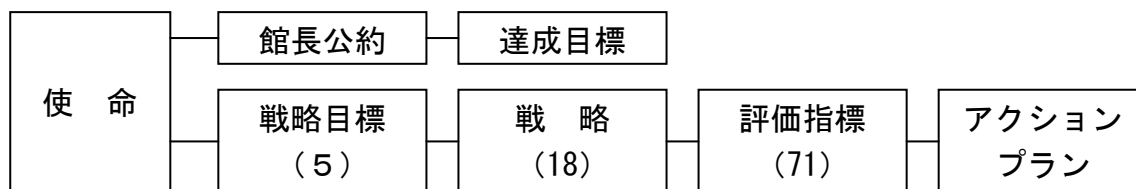
平成 17 年度から 19 年度までの 3 年間、この自己評価システムに基づき、実績を客観的な数値データにより確認するとともに、展覧会手法や地域連携など、各種の運営改善への取組に生かしてきた。この結果、開館 20 周年を迎えた平成 18 年度には低迷していた観覧者数が 5 年ぶりに 20 万人を超え、評価の取組についても全国から注目されるものとなった。こうした取組を基に、日経新聞が平成 19 年度に行った評価では、公立美術館で全国 4 位に位置付けられた。

このように、自己評価システムの運用が着実な成果に結びついている一方、評価指標の煩雑さや目標をより明確にすることの必要性など、第三者評価委員会からも指摘を受けていることから、これまでの取組を踏まえて、一層適切な評価の実現に向けて、自己評価システムの見直しに着手することにした。

なお、今回の見直しは美術館の自己評価システムに関するものであり、評価システム全体については、従前の体系により運用を行うこととする。

# 第1章 現行システムの成果と問題点

## 1 現行システムの構成



- ・平成 17 年 7 月に運用を開始した静岡県立美術館自己評価システムは、館の「使命」を達成するため、5つの「戦略目標」、18の「戦略」を設定し、それぞれの戦略に沿って毎年度事業（アクションプラン）を実施している。
- ・これらの取組の実績・効果を評価し、次年度以降の改善に生かすため、71項目の「評価指標」（59項目の定量的指標、12項目の定性的指標）を設定している。
- ・また、館が進める重点的な取組を県民に分かりやすく提示するため、毎年度、「館長公約」と「達成目標」（定量的目標と定性的目標）を設定・公表している。

### <現在のシステム運用スケジュール>



## 2 現行システムの成果

- ・「戦略目標」と「評価指標」を設定したことにより、館の現状を客観的な数値により総合的に把握することが可能となり、現状に基づく改善への取組を検討・実施する体制が整った。
- ・館の使命や目標を明確することによって、何をめざして取組を行うのかなど、業務を遂行するうえでの職員の意識変化が促された。
- ・企画展の展示方法の工夫だけでなく、企画展に連動した講座やワークショップの充実、企画展の内容を踏まえた広報手法の検討・実施、レストラン・ショップの充実など、総合的な視点から館全体の満足度を高める各種の取組が促進された。
- ・この結果、展覧会観覧者数は、平成 18 年度に 22 万人、平成 19 年度に 18 万人と高水準で推移し、教育普及事業参加者も 3 万人を超えるなど、活性化に向けた

動きが見られる。

- ・一方、これまであまり留意されてこなかった地域との連携についても、谷田地区に集積する県立大学、図書館などの機関との連携による谷田サミットの開催や周辺の「散策マップ」の作成、ボランティア団体の市民向けイベントの開催など、新たな取組が始まった。

### 3 現行システムの問題点

#### (1) 戦略体系が網羅的なため、館の目指す方向が不明確

- ・5つの戦略目標に基づく戦略体系（戦略・評価指標）は、館の使命達成に必要な施策とその評価指標を網羅した総合的な体系である。
- ・全方位的な取組となってしまったため、その時点における重点的な取組や戦略的な視点が出しにくく、館の目指す方向がはっきりしない。

#### (2) 館長公約・達成目標の位置付けが不明確

- ・各年度の重点的な取組方針を示すものとして「館長公約」と「達成目標」という仕組みを設けているが、現在、「館長公約」と「戦略目標」、「達成目標」と「評価指標」とが無関係に設定されているため、それぞれを別に、重複して評価するシステムになっている。
- ・また、「館長公約」と「達成目標」も連動していないため、戦略体系全体の整合性がとれていない。

#### (3) 中長期的な視点が欠けている

- ・魅力ある展覧会や質の高い教育普及事業の基礎となる企画力の強化やコレクションの形成などについては、中長期的な視点が不可欠であるが、現在は単年度ごとの目標設定・達成度評価のシステムとなっている。

#### (4) 評価指標のデータ数が多いため、集約・分析の負担が大きい

- ・71項目の「評価指標」すべてについてデータを集約し、分析・評価を行うのは、担当者の負担が大きい。
- ・評価を評価で終わらせず、効果的な改善につなげていくためには、データ項目を整理し、効率的なシステム運用を図る必要がある。

#### (5) 現状では不適切な評価指標が見られる

- ・「評価指標」には、これまでのデータ集積の中で、すでに意味を失ったものが見られる一方、今回の「戦略目標」の設定に当たって、新たな観点からの「評価指標」項目が求められている。

## 第2章 新たな戦略体系の基本的な考え方

### 1 中長期的な目標の設定

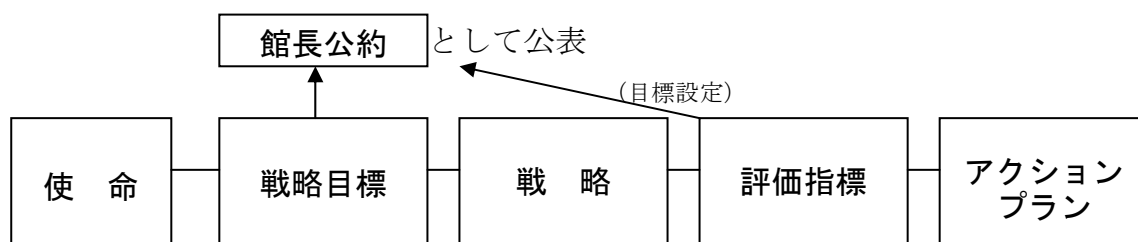
- ・従来の「戦略目標」は、特に期間を設けず、長期的に使用できる総合的な体系である一方、その目標値は、「評価指標」ごとに単年度で設定していた。
- ・今後は、中長期的な視点から期間を限定（3年程度）・明確化した「戦略目標」を掲げ、その期間の段階的な目標値を「評価指標」により設定する。

### 2 戦略目標・戦略の絞込み

- ・期間を限定することにより、「戦略目標」は、現在、館が最も重点的に取り組むべき課題に絞る。
- ・「戦略」には、「戦略目標」達成のために期間内に実際に取り組む具体的な内容を設定する。

### 3 館長公約と戦略体系との一体化

- ・「戦略目標」は、館長のリーダーシップの下で館の総意として検討・設定し、県民に対する「館長公約」として公表する。
- ・従来、「館長公約」、「戦略目標」と無関係に設定されていた「達成目標」は廃止し、「評価指標」項目の各年度のめざす数値を「館長公約」とともに公表する。
- ・これにより、「館長公約」と戦略体系を一体化し、館のめざす方向やめざす姿（目標）を明確にする。



#### ※「館長公約」について

静岡県立美術館は県の出先機関であり、権限や財源等で独立した機関ではないことから、本来、館の業務については県庁全体で責任を担うものであるが、県民に対して館のめざす方向や目標を明確にするため、この自己評価システムにおける仕組みの一つとして、館の代表者としての館長が決定し、公表するものである。

#### 4 評価指標の再設定

- 今回新たに設定する「戦略目標」に基づいて、その達成度を客観的に評価するための「評価指標」項目を再設定し、各年度の目標値を定める。
- 「評価指標」項目は、従来の項目を基礎にしつつ、必要性に応じて新たな項目や従来の項目の統合などを行う。
- 評価の効果を高めるためには、データの蓄積が重要であることから、従来の「評価指標」項目についても、負担が大きくなる範囲でデータ収集を継続する。  
(第4章を参照)

## 第3章 戦略目標等の設定

### 1 中長期的な戦略目標

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

このためには、長期的に学芸部門を中心とする美術館の企画力を高めていくとともに、学校教育や生涯教育と連携した教育・普及プログラムの充実を図ることが必要となる。

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

したがって、今後3年間については、中長期的な視点に立ち、以下の4項目について重点的に取り組むものとする。

#### 【中長期的な戦略目標】（平成20年度～平成22年度）

- 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
- 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
- C 戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます
- 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

### 2 戦略・評価指標の設定

#### 【戦略目標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

- ・できる限り多くの人々に、その感性を磨き、生活に変化をもたらすような魅力的な展覧会を開催するためには、展覧会自体の内容の向上を図るだけでなく、その前提となる美術館の企画力の強化、コレクションの充実が必要である。
- ・企画力の強化には、学芸部門の調査研究活動が円滑に推進される環境を整えるとともに、大学や他の美術館との連携・交流の活発化や研修の充実など、企画力を磨く機会を積極的に作っていくことが必要となる。
- ・また、展覧会の企画や調査研究の基礎となるのはコレクションであり、地域の貴重な美術品を保存していくことも美術館の重要な役割である。
- ・このため、戦略目標A実現のため、次の3項目に取り組む。

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

・また、次の評価指標により目標を設定し、達成度を検証・評価する。

評価指標項目		区分	備考（ねらい・データ出典等）
<b>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</b>			
1	展覧会の観覧者数	定量	多くの人々に展覧会を見てもらうことをめざす
2	自主企画・企画参加型展覧会の回数	定量	単なる巡回展ではなく、館として企画に参加することを重視【新】
3	作品やテーマに興味を持った人の割合	定量	展覧会の効果を検証する（アンケート調査数値）【新】
4	展覧会における新規来館者の割合	定量	新たな客層を着実に増やしていく（アンケート調査数値）
5	展覧会に対する外部評価（レビュー）	定性	展覧会の質を評価
<b>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</b>			
6	調査研究の発表件数（種類別）	定量	学会発表、紀要での論文発表、雑誌への投稿など種類別に把握
7	内部セミナー・研究会・研修の回数	定量	企画力向上に向けた取組を増やす【新】
8	大学等と連携した取組件数	定量	連携事例を実績として検証する【新】
9	インターンシップの受入人数	定量	大学との連携の具体的な内容を検証する【新】
10	調査研究に関する外部評価（レビュー）	定性	調査研究の質を評価
<b>3 特徴あるコレクションを形成し、効果的に活用します</b>			
11	収蔵品展の観覧者数	定量	コレクションをより多くの人に見てもらう
12	収蔵品の公開件数（貸出し含む）	定量	コレクションの活用状況の評価
13	作品購入件数・購入価格	定量	コレクション充実の指標
14	作品寄贈件数・評価価格	定量	〃
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	定性	コレクションの質や活用状況を、内容的に検証

**【戦略目標 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

・教育・普及事業は、平成 19 年度に参加者が 3 万人を超え、数的な面では施設

や人的体制の限界に近づいており、今後は、プログラムの質を高めていくことが課題となっている。特に、参加者に美術への理解を促すため、鑑賞系プログラムの充実や学校教育との一層の連携が求められている。

- ・また、平成 19 年度の「ガンダーラ美術とバーミヤン遺跡展」の連続講演会の盛況に見られるような県民の学習意欲の高まりに対応するとともに、美術に対する関心や理解を促すため、様々な形で講演会やワークショップなどの学習機会を提供していく必要がある。
- ・一方、これまでの取組で培われたネットワークやノウハウを生かし、地域住民や企業、NPOなどと連携した取組をさらに充実し、美術館の総合的な魅力の向上につなげていくことも重要である。
- ・このため、戦略目標B実現のため、次の3項目に取り組む。

- ① 質の高い教育・普及プログラムを開発します
- ② 講座・講演会等を充実します
- ③ 地域住民、企業、NPO等と連携した美術館活動を充実します

・また、次の評価指標により目標を設定し、達成度を検証・評価する。

評価指標項目		区分	備考（ねらい・データ出典等）
<b>1 質の高い普及プログラムを開発します</b>			
16	学校教育と連携した取組件数	定量	学校教育との連携強化を目標として掲げる【新】
17	鑑賞系プログラム数	定量	鑑賞系プログラムの充実を目標として掲げる【新】
18	コレクションを活用したプログラム数	定量	コレクションの活用状況を検証【新】
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	プログラム実施状況を総合的に自己評価する【新】
<b>2 講座・講演会等を充実します</b>			
20	講演会等の開催回数	定量	美術に関する教育普及機会の充実を図る
21	学芸員のフロアレクチャー等の数	定量	学芸員による普及活動の活発化をめざす
<b>3 地域住民・大学・企業・NPO等と連携した美術館活動を充実します</b>			
22	地域住民・大学等と連携した取組件数	定量	連携実績の向上をめざす【新】
23	館内空間を生かした催事の件数・参加者数	定量	連携のきっかけ・成果となる催事を充実する
24	地域住民・大学等と連携した取組に関する美術館職員のレポート	定性	連携した取組の内容・質の検証を行う



**【戦略目標C】**

戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます

- ・できる限り多くの人に美術館に足を運んでもらい、美術に関する理解を深めてもらうには、美術館やその実施事業について、いかに効果的な情報発信がされているかが重要な要素である。
- ・このため、現在の美術館広報の現状を検証し、対象者に対して分かりやすく、適切な情報提供ができる広報戦略を検討・推進するとともに、企画展の特色等に応じた広報チャンネルの開拓や関係団体との連携に取り組む必要がある。
- ・また、平成20年度はロダン館の開館15周年に当たることから、これを機会に静岡県立美術館の特徴の一つであるロダン館の認知度を高め、県外・海外からも来訪者を集められるような広報を行うことが求められる。
- ・戦略目標C実現のため、次の3項目に取り組む。

- ① 広報戦略を策定し、広報の質を高めます
- 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

- ・また、次の評価指標により目標を設定し、達成度を検証・評価する。

評価指標項目		区分	備考（ねらい・データ出典等）
<b>1 広報戦略を策定し、広報の質を高めます</b>			
25	美術館に関する情報が「入手しやすい」とする人の割合	定量	情報発信手法の適切さ・効果を検証する
26	ホームページへのアクセス数	定量	美術館ホームページの活用状況を検証する
27	ホームページの満足度	定量	美術館ホームページの質を利用者の視点から検証する
<b>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</b>			
28	取材の件数	定量	情報発信の効果を検証する【新】
29	広報手法に関する新たな取組についてのレポート	定性	美術館職員により新たな取組内容やその効果の検証を行う【新】
<b>3 ロダン館の認知度を高め、来館者を増やします</b>			
30	ロダン館の入館者数	定量	ロダン館への集客を目標として掲げる

**【戦略目標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

- ・昭和 61 年の開館以来 20 年以上を経過し、施設・設備の老朽化が進んでおり、早急な対応が必要となっている。
- ・また、館全体の満足度を高めるためには、レストランやミュージアムショップなどを含めて、利用者の視点に立った館内環境、アクセス環境、周辺環境の整備を進めることが求められている。
- ・戦略目標D実現のため、次の2項目に取り組む。

- 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

・また、次の評価指標により目標を設定し、達成度を検証・評価する。

評価指標項目		区分	備考（ねらい・データ出典等）
<b>1 館内施設を充実し、満足度を高めます</b>			
31	美術館利用者数（内訳）	定量	展覧会だけでなく、レストラン、ショップなど各利用者を検証
32	鑑賞環境に関する満足度	定量	利用者の視点で環境を検証する（アンケート調査）
33	レストラン・カフェ利用者の満足度	定量	利用者の視点で環境を検証する（アンケート調査）
34	ミュージアムショップ利用者の満足度	定量	利用者の視点で環境を検証する（アンケート調査）
<b>2 周辺環境やアクセス環境の向上を進めます</b>			
35	来館者のアクセス満足度	定量	利用者の視点で環境を検証する（アンケート調査）【統合】

#### 4 目標数値

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

以下に平成17年～平成19年の実績及び平成20年～平成22年の目標値を示す。(※目標値は現在検討中であり、未決定の指標については空欄としている。また、項目変更等により実績値のない指標についても空欄としている。)

評価指標		実績			目標値		
		H17	H18	H19	H20	H21	H22
<b>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</b>							
<b>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</b>							
1	展覧会の来館者数(人)	129,768	222,608	184,535	191,000	154,000	190,000
2	自主企画・企画参加型展覧会の回数(回)			4	4	3	4
3	作品やテーマに興味を持った人の割合(%)		86.8	87.5			
4	展覧会における新規来館者の割合(%)	17.2	22.7	19.7	20.0	20.0	20.0
<b>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</b>							
6	調査研究の発表件数(種別)(回)	166	172	※10			
7	内部セミナー・研究会・研修の回数(回)						
8	大学等と連携した取組件数(件)						
9	インターンシップの受入人数(人)						
<b>3 特徴あるコレクションを形成し、効果的に活用します</b>							
11	収蔵品店の観覧者数(人)	16,864	13,265	18,196	20,000	17,000	20,000
12	収蔵品の交換件数(貸出し含む)(件)	668	557	465			
13	作品購入件数・購入価格(件・千円)	11 40,834	4 6,388	2 29,896			
14	作品寄贈件数・評価価格(件・千円)	3 5,300	10 46,200	23 26,435			
<b>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</b>							
<b>1 質の高い教育・普及プログラムを開発します</b>							
16	学校教育と連携した取組数(件)						
17	鑑賞系プログラム数(件)						
18	コレクションを活用したプログラム数(件)						

評価指標		実績			目標値		
		H17	H18	H19	H20	H21	H22
<b>2 講座・講演会等を充実します</b>							
20	講演会等の開催回数（回）	283	214	211	210	180	210
21	学芸員のフロアレクチャー等の数(回)	31	16	-			
<b>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</b>							
22	地域住民等と連携した取組数(件)						
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			
<b>C 戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます</b>							
<b>1 広報戦略を策定し、広報の質を高めます</b>							
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			
25	ホームページへのアクセス件数(件)	103,500	155,400	164,500	170,000	170,000	170,000
26	ホームページの満足度(%)	69.6	77.8	70.0			
<b>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</b>							
28	取材の件数（件）			927	950	770	950
<b>3 ロダン館の認知度を高め、来館者を増やします</b>							
30	ロダン館の入館者数(人)	62,768	105,545	74,290	80,000	80,000	80,000
<b>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</b>							
<b>1 館内施設を充実し、満足度を高めます</b>							
31	美術館利用者数（内訳）（人）	289,763	423,834	373,556	380,000	320,000	400,000
32	鑑賞環境に対する満足度(%)	89.6	84.6	87.1	90.0	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	70.0	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	80.0	80.0	80.0
<b>2 周辺環境やアクセス環境の向上を進めます</b>							
35	来館者のアクセス満足度(%)						

## 5 平成 20 年度のアクションプラン

### (1) 人々の感性を磨き、生活に変化をももたらすような魅力的な展覧会を開催します

- ① 大学や他美術館との連携・交流を進め、企画力を強化する。
- ② 新たな視点や工夫に基づく自主企画を積極的に開催する。
- ③ 富士山や風景画などの特徴あるコレクションを活用する。
- ④ 大学教員を招きレクチャーを受け、意見交換を図る。
- ⑤ 学生をインターンシップとして受け入れる。
- ⑥ 「学芸員研修プログラム」を整備し、これに基づいて学芸員の基礎力や専門能力を高める。

#### <平成 20 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	シャガール展 色彩の詩人	4/12～ 5/25 (39 日間)	50,000
	国宝 鑑真和上展	7/12～ 8/31 (44 日間)	80,000
	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
	風景ルルル	11/ 3～12/21 (42 日間)	12,000
	朝鮮王朝の絵画と日本	2/17～ 3/29 (36 日間)	15,000
第 19 回富嶽ビエンナーレ		1/ 2～ 1/28 (24 日間)	11,000
収蔵品展		年 間	15,000
合 計			191,000

### (2) 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 鑑賞との結びつきを深め、量より質を高める実技系教育普及事業を実施する。
- ② 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。
- ③ 創意工夫を凝らした講演会を開催する。

#### <平成 20 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88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20回
土曜工作室	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12日
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20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22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160回

**(3) 戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます**

- ① 県の組織をはじめ、観光諸団体等との連携を進める。
- ② 富士山静岡空港の開港に向けた広報を推進する。
- ③ ロダン館のPRに向けた愛称等の検討
- ④ それぞれの企画展に合った広報戦略、チームづくりを推進する。

**(4) 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 来館者の動線に配慮したミュージアムショップの配置や、気軽に休憩・待ち合わせができるカフェを設置する。
- ② 富士山静岡空港の開港に伴う外国人観光客の来館やユ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。
- ③ 美術館の将来構想や周辺環境の整備について検討する。

## 第4章 従来の体系の活用

---

---

従来の戦略体系は、静岡県立美術館の「使命」達成のための戦略として設定されたものであるが、その内容は、「美術体験の提供（展示・普及）」、「コレクション」、「施設の魅力」、「地域連携」、「経営」という美術館の持つ5つの側面を総合的に評価できる体系となっている。

今回の見直しにより、戦略体系は、期間を限定したより実践的なものに変更することとしたが、一方、美術館全体に関するデータを蓄積し、館の現状を総合的な視点から把握していくことは、今後の戦略目標を検討・設定していく際にも、その基礎資料として非常に意義のあるものとする。

このため、従来の戦略体系は、「美術館カルテ」とし、美術館のパフォーマンスを検証する基礎データの枠組みとして活用することとする。他の美術館でも館の全体像を把握する際に活用が可能なものとする。

なお、当美術館では、「美術館カルテ」に基づいて、今後も継続してデータ収集を行っていくこととするが、その際には、データの必要性和作業の負担状況を勘案し、データ項目の修正、調査間隔の設定など、柔軟な対応を行うこととする。

館長公約 (公表)

||

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。

戦略目標 (3年間)

戦 略 (3年間)

評価指標 (3年間の目標を設定)

戦略目標 (4項目)		戦 略 (11項目)	
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
		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
		3	特徴あるコレクションを形成し、効果的に活用します
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
		2	講座・講演会等を充実します
		3	地域住民、企業、NPO等と連携した美術館活動を充実します
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
		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

定量的評価指標		定性的評価指標	
1	展覧会の観覧者数	5	展覧会に対する外部評価 (レビュー)
2	自主企画・企画参加型展覧会の回数 (レベル別) 【新】		
3	作品やテーマに興味を持った人の割合 【新】		
4	展覧会における新規来館者の割合		
6	調査研究の発表件数 (種類別)	10	調査研究に関する外部評価 (レビュー)
7	内部セミナー・研究会・研修の回数 【新】		
8	大学等と連携した取組件数 【新】		
9	インターンシップの受入人数 【新】		
11	収蔵品展の観覧者数	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
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		
16	学校教育と連携した取組数 【新】	19	教育・普及プログラムに関する美術館職員のレポート 【新】
17	鑑賞系プログラム数 【新】		
18	コレクションを活用したプログラム数 【新】		
20	講演会等の開催回数	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
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 【新】		
23	館内空間を生かした催事の件数・参加者数		
25	美術館に関する情報が「入手しやすい」とする人の割合	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 【新】
26	ホームページへのアクセス件数		
27	ホームページの満足度		
28	取材の件数 【新】	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 【新】
30	ロダン館の入館者数		
31	美術館利用者数 (レストラン・ショップなど各内訳)		
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	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 【新】
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 【統合】		



【現行の自己評価システム（戦略体系）全体図】（平成 19 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

<平成 19 年度>

- 1 斬新で独創的な自主企画展を開催し、美術館の新しいファン作りに努めます。
- 2 学校教育や谷田地区 4 機関との連携を密接にし、地域連携を推進します。
- 3 戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます。

達成目標

<平成 19 年度>

- （定量的目標）
- 1 美術館利用者数を年間 33 万人以上にします。
- （定性的目標）
- 2 美術館利用者の満足度を 70%以上にします。
  - 3 地域との連携をより深めます。

戦略目標	戦 略	評価指標
戦略目標（5 項目）	戦略（18 項目）	定量的指標（59 項目）
A 質の高い美術体験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	1 新たな視点に基づく展示を行います 3 豊かな美術体験のために非日常的な環境を演出します 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 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	1 展覧会の観覧者数
		2 展覧会のリピート率
		3 展覧会の満足度
		4 学芸員のフロアレクチャーの数
		5 教育・普及プログラムの参加者数
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	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 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 3 コレクションについての研究活動を行います	6 教育・普及プログラムの満足度
		7 実技系プログラムに参加した人で、展覧会も観覧した人の割合
		8 鑑賞環境に対する満足度
		9 学芸員の調査・研究の発表件数
		10 企画展毎の媒体別利用件数
C 「ここでなければ得られない」楽しく充実した一日を過ごしていただける場所となります	1 美術館へ誘う環境を整え、安全快適に過ごしていただけるための設備や計画を整えます 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 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	11 作品購入件数・購入価格
		12 作品寄贈の点数・寄贈作品の評価額・作品寄託の点数
		13 コレクションの資産価値
		14 収蔵品展の入館者数
		15 収蔵品展の企画数
D 地域とともに進化する美術館となります	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 2 美術に関する情報集散地を目指します	16 収蔵作品の公開件数
		17 収蔵作品の稼働率
		18 他館への貸出件数
		19 特別観覧の件数
		20 ロダン館への入館者数
E 美術館経営を改革していきます	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 2 進化していく美術館について研究します 3 美術館が社会に役立つための職員教育を徹底します 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	21 ロダン館を使った催事の件数・観覧者数
		22 ロダン美術館としての情報発信の媒体別発信回数
		23 風景の美術館としての認知度
		24 収蔵作品に関する学芸員による調査研究の発表件数
		25 当館に関する必要な情報が「入手しやすい」とする方の割合
		26 公共交通機関で来館した人のアクセス満足度
		27 自家用車で来館した人のアクセス満足度
		28 ユニバーサルデザイン面での取り組み数
		29 美術館スタッフの対応に満足した人の割合
		30 ロダン館およびエントランスでの催事件数
		31 ロダン館およびエントランスでの催事件数の参加者数
		32 ロダン館およびエントランスでの催事の満足度
		33 レストランの利用者数
		34 レストランの満足度
		35 ミュージアムショップの利用者数
		36 ミュージアムショップの満足度
		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
		38 ボランティアの人数
		39 ボランティアの満足度
		40 友の会会員の人数
		41 友の会会員の満足度
		42 県民ギャラリーの利用団体数・稼働率
		43 講堂の利用団体数・稼働率
		44 移動美術展の開催回数・入場者数
		45 広報サポーターの人数
		46 HPへのアクセス件数
		47 HPへの満足度
		48 図書閲覧室の利用者数
		49 図書閲覧室の満足度
		50 展覧会における小中高生の割合
		51 小中高生を対象とした実技系プログラムの回数
		52 展覧会における新規来館者の割合
		53 展覧会における新規来館者の満足度
		54 地域別の利用者数の割合
		55 2世代・3世代一緒に観覧に来ている割合
		56 観光ルート化を実現するための会議の開催
		57 経営に関する情報公開件数
		58 経営に関する調査・発表件数
		59 職員研修の件数
		60 展覧会に対する外部評価（専門家のレビュー）
		61 観覧者の生活に変化をもたらしたかどうか
		62 参加者の生活に変化をもたらしたかどうか（グループインタビュー・テキストマイニング）
		63 調査・研究に対する外部評価（専門家のレビュー）
		64 展覧会広報に対する外部評価（広報アドバイザー等）
		65 作品保存に関する館の取組（IPM手法）に対する外部評価（専門家のレビュー）
		66 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
		67 収蔵品に関する学芸員の調査・研究に対する外部評価
		68 NPO、大学などの外部組織と実施した共同事業に関する美術館職員によるレポート
		69 企業協賛・助成に関する美術館職員のレポート
		70 館長の経営改革に対する自己評価
		71 第三者評価委員会の場で出た提言や意見に対する取組状況（第三者評価委員会のレビュー）

新たな評価指標（実績と目標値）

戦略目標	戦略		定量的評価指標	単位	実績					目標値		
					H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22
【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	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	人	184,095	146,706	129,768	222,608	184,535	191,000	154,000	190,000
		2	自主企画・企画参加型展覧会の回数（レベル別）【新】	回					4	4	3	4
		3	作品やテーマに興味を持った人の割合【新】	%				86.8	87.5			
		4	展覧会における新規来館者の割合	%	17.8	-	17.2	22.7	19.7	20.0	20.0	20.0
	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（種別別）	件	200	223	166	172	※ 10			
		7	内部セミナー・研究会・研修の回数【新】	回								
		8	大学等と連携した取組件数【新】	件								
		9	インターンシップの受入人数【新】	人								
	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	27,373	18,663	16,864	13,265	18,196	20,000	17,000	20,000
		12	収蔵品の公開件数（貸出し含む）	件	-	-	668	557	465			
		13	作品購入件数・購入価格	件 千円	9 52,425	67 55,769	11 40,834	4 6,388	2 29,896			
		14	作品寄贈件数・評価価格	件 千円	20 -	0 -	3 5,300	10 46,200	23 26,435			
	【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	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【新】	件							
			17	鑑賞系プログラム数【新】	件							
18			コレクションを活用したプログラム数【新】	件								
講座・講演会等を充実します		20	講演会等の開催回数	回	186	184	283	214	211	210	180	210
		21	学芸員のフロアレクチャー等の数	回			31	16	※ -			
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件数【新】	件								
	23	館内空間を生かした催事の件数・参加者数	件 人	5 -	5 -	61 3,504	92 5,914	90 5,400				
【C】 戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます	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	%	37.0	-	71.5	69.7	67.9			
		26	ホームページへのアクセス件数	件	85,000	98,000	103,500	155,400	164,500	170,000	170,000	170,000
		27	ホームページの満足度	%	68.7	-	69.6	77.8	70.0			
	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む	28	取材の件数【新】	件					927	950	770	950
		30	ロダン館の入館者数	人	-	58,733	62,768	105,545	74,290	80,000	80,000	90,000
【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	館内施設を充実し、満足度を高めます	31	美術館利用者数（レストラン・ショップなど各内訳）	人			289,736	423,834	373,556	380,000	320,000	400,000
		32	鑑賞環境に対する満足度	%	78.2	87.2	89.6	84.6	87.1	90.0	90.0	90.0
		33	レストラン・カフェ利用者の満足度	%	57.6	-	63.2	57.1	61.7	70.0	70.0	70.0
		34	ミュージアムショップ利用者の満足度	%	82.8	-	89.3	77.1	76.9	80.0	80.0	80.0
	35	来館者のアクセス満足度【統合】	%									

「実績」の空欄は新たに設定・修正した項目、「目標値」の空欄は現在目標値の検討中

※：平成19年度に対象を変更

## 静岡県立美術館第三者評価委員会の意見

---

- ① 取組姿勢について
- ② 静岡県立美術館らしい目標設定について
- ③ わかりやすい指標設定について
- ④ 指標測定手法と精度について
- ⑤ 評価対象と「美術館公約」への進化について



## ① 取組姿勢について

- ・評価指標など評価の中身の検討に時間がかかるのはやむを得ない。静岡県美の取組がきっかけで、全国の美術館や博物館の運営が変わってくることもあり得る。長期的な目標も視野に入れ、実態に即した効果的なシステム構築に向け、今後も検討を重ねていくことが大切である。
- ・本来評価活動は、①目標設定→②評価→③改善というように、次の活動に生かすことが大切である。評価して報告書を作るだけで終わってしまっているのでは本末転倒で、評価内容を活動に反映させるための、緩やかな仕組づくりが今後の課題である。
- ・評価に関わっている人たちが面白いと思わないと、良い評価活動はできない。数値が全てではないことを自覚して、今後は、分かりやすく、現場の取組が反映されるような評価体系づくりをしていくことが大切。

## ② 静岡県立美術館らしい目標設定について

- ・長期スパンの目標を掲げることは良いこと。ただ、今回中長期的な目標として掲げられた4つの戦略目標は、3年間の重点目標というよりも永遠のテーマのように感じられる。
- ・中長期目標を掲げた場合、その3年間の中で「今年度はここにポイントを置いて重点的に取り組む」などの方針をどのように表現するかが難しい課題だ。
- ・今回掲げられた4つの戦略目標のうち、D（施設改修）は短期的な課題だが、あとのABCは日常的な目標だ。期間が3年間なのでもう少し具体的なことを掲げてもいいのではないかと。例えば、静岡県では来年は空港が開港するなどを踏まえた記載もあり得る。
- ・今回の体系は教科書的にはうまくできているが、全国どこでも通用する内容だ。これまでの実績を知っている人は評価できるが、初めて見た人にとっては一般的なことばかりで、静岡県らしさを感じるのは「ロダン」という言葉だけだ。戦略性が感じられない。
- ・戦略性を出すためには、以下2つの方法がある。
- ・一つの方法は、今回の4つの「戦略目標」に戦略的な内容が伴っていないので、戦略とは言わず、使命をブレイクダウンした「経営課題」や「重点努力目標」程度に位置付け、その代わりにアクションプログラムで、例えば「空港開港に合わせた…」など、本当の「戦略行動課題」、内容的に特化したものを提示するようにすることである。

- ・もう一つの方法は、戦略目標・戦略の文章を、より具体的な戦略性の感じられる文章に変えることである。例えば、「新たな視点」や「積極的に」と言っても分からないが、「現代美術の先進的な作家を率先して取り上げ、国際的に発信できるような企画展を開催する」などとすれば、戦略性が表現できる。
- ・見直し報告書で、戦略性をもっと表現する必要がある。そのためには、現状認識を示して、それに対して今後どのように取り組むかを記載するのが良い。例えば、静岡県美は実力があるのにあまり知られていないので、効果的な広報でその辺を変えていくなど、これまでの経験を踏まえた総括を記載すべきだ。
- ・見直し後の戦略体系図において、「戦略目標」、「戦略」を上位にシフトして、アクションプログラムをきちんと明記すれば、この体系図の印象ががらっと変る。具体的なアクションプログラムを前面に出すべきだ。
- ・現在の体系では年次の考え方が欠けている。そのため、単に計画を3年間に引き伸ばしたような印象を与えてしまう。年次計画を示す必要がある。

### ③ わかりやすい指標設定について

- ・見直し後の戦略体系は従前のものと比べてすっきりとした。目標指標数も適当であり、全体として戦略と評価指標の対応関係が分かりやすくなったと思う。
- ・満足度を定量的な指標として掲げているが、定量と捉えるのはちょっと違うのではないか。むしろ定性的な指標である。満足度が高くなれば来館者が増えるなどの結果につながるものなので、満足度は最終的な目標指標とはいえないのではないか。
- ・指標には、直接的な結果を示すアウトプット指標と最終的な成果を示すアウトカム指標の区分がある。指標を区分して整理すれば分かりやすくなる。

### ④ 指標測定手法と精度について

- ・アンケート調査の標本数が少ない。アンケートに記入してくれたのは比較的時間に余裕がある人だと考えられる。そういうアンケート結果で全体を評価するのは適当ではない。書きやすいアンケートに変える、あるいは回答者に景品を出すなどの工夫により、標本数を増やすことが必要である。
- ・美術館への来館者にアンケート調査をしているが、全然関心を持っていない人に興味を持ってもらい、取り込んでいくことが重要なので、美術館に来てくれない人に対するアンケートも必要である。観光面などを考えれば、県内だけでなく、県外・海外の人にも必要ではないか。

- ・県庁で、県民を対象とした「文化に関する意識調査」を3年ごとに実施している。  
この中でロダン館の認知度など、必要事項を設問に盛り込めば良い。
- ・ホームページへのアクセス数が多かったから広報が万全ということではないので、  
広報の成果を評価する方法には工夫が必要である。

#### ⑤ 評価対象と「美術館公約」への進化について

- ・評価システムについて議論を行った「静岡県立美術館評価委員会」の報告書では、  
ミュージアムを支える4層構造、評価の4つのレベルとして、①オペレーション、  
②マネジメント、③ガバナンス、④社会からの支援体制を提示している。これま  
では、④社会からの支援体制については評価の対象にしていなかったが、今後は  
視野に入れていきたい。具体的な手法は今後検討したい。
- ・館長公約を単に館長だけの宣言とするのではなく、美術館を支えるそれぞれのステ  
ークホルダーが運営に参画していくことを示すために、「館長・抱負」、「現  
場職員・スローガン」、「静岡県庁・3つの約束」、「県民&サポーター・思い」と  
いう4つのパートで成り立つ「静岡県立美術館公約」という形に進化させてはど  
うか。
- ・また「美術館公約」は、美術館の活動を表現する媒体として位置づけ、リーフレ  
ットとして作成していくことも検討してほしい。(参考資料 p.26, 27 参照)

【参考資料】


「美術館公約リーフレット」案（平成 20 年 12 月 16 日に開催された平成 20 年度第 2 回第三者評価委員会において、村井委員から提案された。）

2008.12.18 第三者評価委員会  
村井からの提案資料

## 静岡県立美術館 公約 2009



静岡県立美術館は、  
公立美術館の新しいあり方を常に模索し、  
果敢に挑戦し続ける美術館です！



## 静岡県立美術館の使命

（長期的な美術館の目標）

静岡県立美術館は、創造的で多様性に富んだ社会を実現するために存在します。


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。



## 静岡県立美術館

運営に携わる者として  
我々はどう取り組んでいます！

館長・抱負	現場職員・スローガン
静岡県庁・3つの約束	県民&サポーター・思い



## 静岡県立美術館 公約 2009

もっとアート、もっとよこびを


**4つの重点的な目標**（2009年度の3か年の目標）

- 1.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
- 2.地域や学校教育との連携を深め、室の高い教育普及事業を展開します
- 3.戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます
- 4.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

**5つの基本的な目標**（使命達成のための長期的な取り組み）

- 1.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。
- 2.コレクションを充実し活用することでその価値を明らかにします。
- 3.「ここでなければ得られない」楽しく充実した胃一日を過ごしていただける場所となります。
- 4.地域とともに進化する美術館になります。
- 5.美術館経営を改革していきます。






**静岡県立美術館 公約 2009**  
もっとアート、もっとよろこびを


**重点的な指標**

**基盤となる指標**



**静岡県立美術館 公約 2009**  
もっとアート、もっとよろこびを

**実績・評価結果**  
目標値と実績値 なぜそうした結果になったかの説明



**静岡県立美術館 公約 2009**  
もっとアート、もっとよろこびを

**今後の取り組みについて**