

静岡県立美術館

第三者評価委員会評価報告書

平成 22 年 1 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 20 年度「静岡県立美術館自己評価報告書」(一次評価)	5
第 1 章 館長の自己評価	9
第 2 章 達成目標等に対する評価	12
第 3 章 評価指標等の状況	26
第 4 章 今後の取組方針	44
参考資料 平成 20 年度静岡県立美術館評価業務 報告書	51
II 県庁の支援体制	123
(1) 平成 20 年度実績	126
(2) 平成 21 年度方針	130
III 平成 21 年度「静岡県立美術館第三者評価委員会」の報告	133
1 平成 20 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) 館長公約に対する二次評価	134
(2) 評価指標等の状況(美術館の活動実績)に対する二次評価	136
(3) 評価システムに対する評価	137
2 「県庁の支援体制」に対する一次評価	
(1) 全体について	139
(2) 美術館と県庁の連携体制の確保について	139
(3) 具体的支援内容について	139
3 改善に向けた提言	141
(1) 美術館職員の人事について	
(2) 県庁の支援体制と他分野(教育、福祉、医療等)との連携について	
(3) 県庁の広報・観光担当部門との連携強化について	
(4) 県職員の美術館への理解を広げる取組について	

【巻末参考資料】「静岡県立美術館第三者評価委員会懇談会記録(要旨)」

当委員会は、平成 21 年 6 月 24 日、静岡県立美術館において、広報局・観光局を交え、「静岡県立美術館第三者評価委員会懇談会」を開催し、今後の美術館のあり方等に関する意見交換を行った。本資料は、当日の発言要旨をまとめたもの(要旨)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。

本年度は当委員会の新たな試みとして、静岡県立美術館と、広報局・観光局による、「静岡県立美術館第三者評価委員会懇談会」を開催しました。（平成21年6月24日）

また、7月5日には「平成21年度第三者評価委員会」を開催し、平成20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として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22年 1月

静岡県立美術館第三者評価委員会

委員長 上山 信一

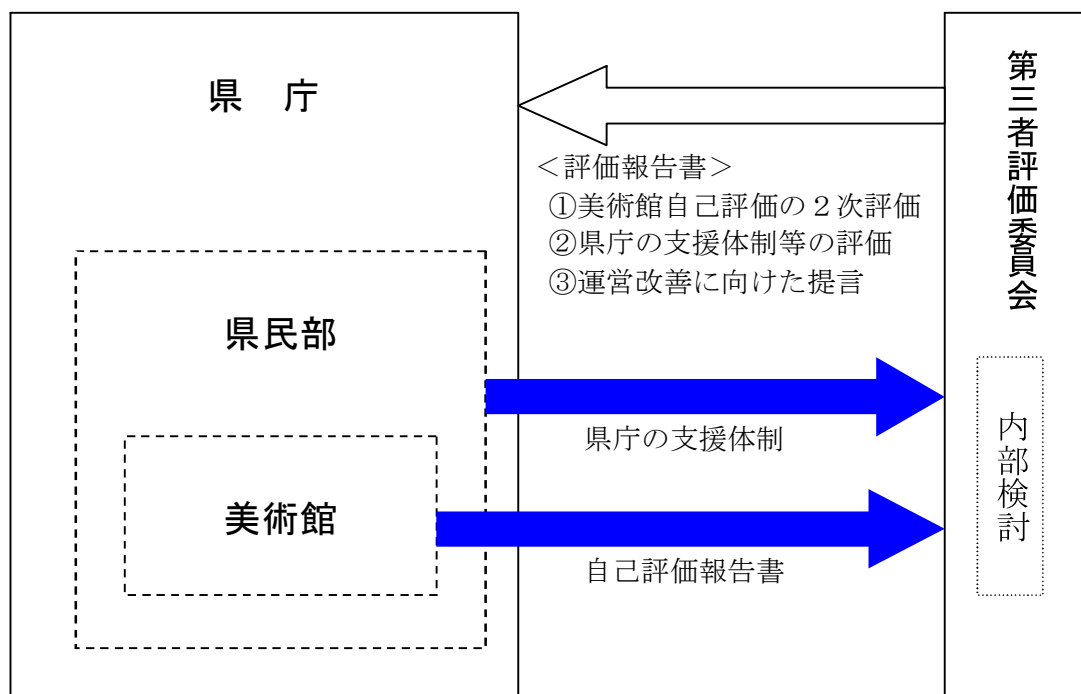
静岡県立美術館第三者評価委員会委員名簿（敬称略、五十音順）

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

平成21年度の活動

会議名等	内容等
第三者評価委員会懇談会	日時：平成21年6月24日（水）15:00～16:45 会場：静岡県立美術館 講座室 内容：広報局・観光局と、相互理解及び協力体制の確立と今後の美術館のあり方等に関して協議
第三者評価委員会	日時：平成21年8月5日（水）13:30～15:45 会場：静岡県立美術館 講座室 内容：（1）平成20年度美術館自己評価結果について （2）県庁の支援体制について （3）平成21年度の方針等について

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。

平成 20 年度

「静岡県立美術館自己評価報告書」（一次評価）

第 1 章 館長の自己評価

第 2 章 達成目標等に対する評価

第 3 章 評価指標等の状況

第 4 章 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。

また、平成18年9月には、美術館の自己評価に対する2次評価を行う「静岡県立美術館第三者評価委員会」を設置し、評価結果を運営改善につなげる評価の体制を整えた。これまでの自己評価報告書をはじめ、評価に関する資料はすべてホームページ等を通じて情報公開を行っている。

さらに、平成20年度には、3年間の取組を踏まえ、より適切な評価事業を進めるため、自己評価システムの見直しに取り組み、第三者評価委員会の意見も踏まえながら、平成20年度から平成22年度を計画期間とする新たな自己評価システムと、その目標等の設定を行った。

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

報告書は、まず第1章において、館長による全体的な自己評価結果を示した上で、第2章で、4つの館長公約それぞれについて、評価指標による達成目標等の実績に基づいて自己評価を行った結果を記載している。第3章では、自己評価の基礎となった評価指標等の状況を整理し、最終章では、これらの自己評価結果を踏まえた平成21年度以降の取組方針を記載している。

皆様には、静岡県立美術館のより一層の業務改善と適切な評価システムの構築に向けた御意見・御提案をいただければ幸いである。

静岡県立美術館 自己評価システムの全体像

(平成 20 年度～平成 22 年度)

【使 命】 =美術館のめざす姿

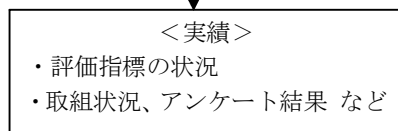
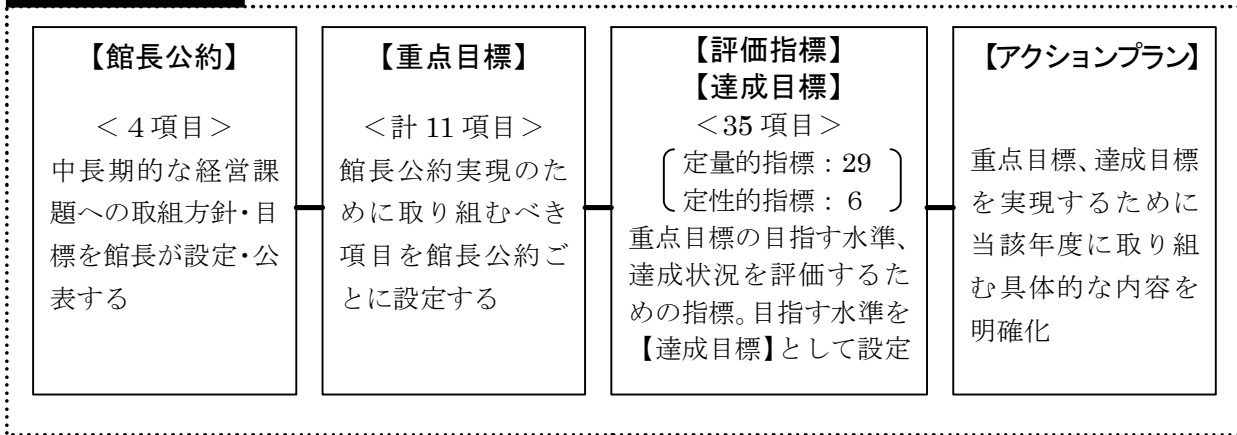
静岡県立美術館は、創造的で多様性に富んだ社会を実現していくために存在します。そのために、コレクションを基盤として人々が美術と出会い新たな価値を見出す体験の場をより多く提供するとともに、地域をパートナーと考える経営を行い、日本の新しい公立美術館となります



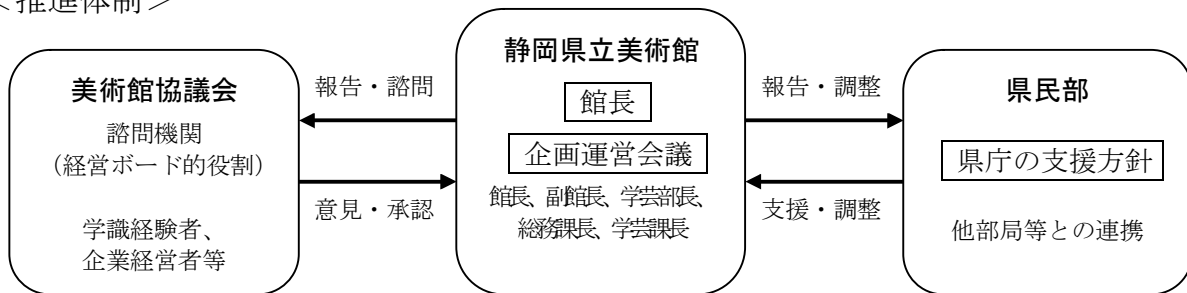
< 自己評価の流れ >

目標管理システム＝P 計画→D 実行→C 評価→A 改善のサイクルによる運用

Plan (計画)



< 推進体制 >



自己評価システムの体系

(平成 20 年度～平成 22 年度)

使 命

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

館長公約	重点目標	評価指標
A 人々の感性を磨き、生活に変化をもたらすような魅力的な展覧会を開催します	1 新たな視点や工夫に基づく企画展を積極的に開催します	1 展覧会の観覧者数 2 自主企画・企画参加型展覧会の回数(レベル別) 3 作品やテーマに興味を持った人の割合 4 展覧会における新規来館者数の割合 5 展覧会に対する外部評価(レビュー) 【定性】 6 調査研究の発表件数(種類別) 7 内部セミナー・研究会・研修の回数 8 大学等と連携した取組件数 9 インターンシップ受入人数 10 調査研究に関する外部評価(レビュー) 【定性】
	2 他の美術館・大学との連携を進め、企画力を強化します	11 収蔵品展の観覧者数 12 収蔵品の公開件数(貸出し含む) 13 作品購入件数・購入価格 14 作品寄贈件数・評価価格 15 公開または貸出した展覧会における作品の位置付け等に関する学芸員レポート 【定性】
	3 特徴あるコレクションを形成し、効果的に活用します	16 学校教育と連携した取組数 17 鑑賞系プログラム数 18 コレクションを活用したプログラム数 19 教育・普及プログラムに関する美術館職員のレポート 【定性】 20 講演会等の開催回数 21 学芸員のフロアレクチャー等の数 22 地域住民等と連携した取組件数 23 館内空間を生かした催事の件数・参加者数 24 地域住民等と連携した取組に関する美術館職員のレポート 【定性】
B 地域や学校教育との連携を深め、質の高い教育・普及活動を展開します	1 質の高い教育・普及プログラムを開発します	25 美術館に関する情報が「入手しやすい」とする人の割合 26 ホームページのアクセス数 27 ホームページの満足度 28 取材の件数 29 広報手法における新たな取組状況に関する美術館職員のレポート 【定性】
	2 講座・講演会等を充実します	30 ロダン館の入館者数 31 美術館利用者数(計) 32 鑑賞環境に対する満足度 33 レストラン・カフェ利用者の満足度 34 ミュージアムショップ利用者の満足度
	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	35 来館者のアクセス満足度
C 戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます	1 広報戦略を策定し、広報の質を高めます	
	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ます	1 館内施設を充実し、満足度を高めます	
	2 周辺環境やアクセス環境の向上を進めます	

第1章 館長の自己評価

第1章では、館長が平成20年度の静岡県立美術館の運営全体について自己評価を行った。まず、平成20年度の館を取り巻く状況とそれに対する館の取組状況を全体として総括し、次に、平成20年度に重点的に取り組むこととした4つの館長公約に関して、総括的な自己評価を行った。

1 平成20年度事業評価結果（総括要旨）

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

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

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

個別にみると、館長公約A【人々の感性を磨き、生活に変化をもたらすような魅力的な展覧会を開催します】については、「風景ルル」展は当館学芸員による自主企画展であり、また「シャガール展」、「十二の旅」展、「朝鮮王朝の絵画と日本」展についても、学芸員が企画及び図録執筆等に参画したことで、重点目標である「新たな視点や工夫に基づく自主企画展を積極的に開催します」に貢献することができた。また、来館者数の点では、「シャガール展」、「国宝 鑑真和上展」、「風景ルル」展は、目標数値に達しなかったが、「十二の旅」展は目標を達成し、また「朝鮮王朝の絵画と日本」展については、マスコミの積極的な広報が功を奏し、大きく目標を達成することができた。

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

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

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

2 館長公約に対する評価

(1) 館長公約A

【人々の感性を磨き、生活に変化をもたらすような魅力的な展覧会を開催します】

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

(2) 館長公約B

【地域や学校教育との連携を深め、質の高い教育・普及活動を展開します】

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

(3) 館長公約C

【戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます】

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

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

(4) 館長公約D

【施設の改修を推進し、美術館のアメニティを高めていきます】

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

第2章 達成目標等に対する評価

第2章では、平成20年度当初に掲げた4つの館長公約それぞれについて、評価指標の実績に基づいて自己評価を行った結果を記載した。

自己評価システムでは、4つの館長公約を実現するために取り組むべき項目を具体化した「重点目標」を設定した上で、重点目標それぞれについて、達成状況を評価するための評価指標（＝「達成目標」）を設定している。

したがって、以下では、重点目標を単位に、達成目標の実績、定性的評価指標の状況を記載した上で、その重点目標の達成状況全体に対する自己評価を記載した。

1 館長公約Aの達成状況

【館長公約A】

人々の感性を磨き、生活に変化をもたらすような魅力的な展覧会を開催します

(1) 新たな視点や工夫に基づく自主企画展を積極的に開催します

(達成目標の実績)

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

(定性的指標の状況)

評価指標 5	展覧会に対する外部評価(レビュー)
主な状況	<p>【風景ルルル】 <自主企画展> 個性的な作家の風景というコンセプトによる集合のようにみえ、展覧会から確固としたものが見えてこないという傾きはまぬがれないが、これは8人の作家が多様多彩の眼差しをもっているということであり、現在の美術状況でもある。 映像によるアルフレッドの作品を入れたのは、世界性、グローバルゼーションを意味するのであろう。空間が小さく区切られて、開放感がないために息苦しく感じた。 (金原委員)</p>
	<p>個々の作家の特性についてはよく把握しているように思われるが、コンテンポラリー・アート展であるから、批評的観点がもう少し明確に出ていれば、と感じた。 (潮江委員)</p>
	<p>【シャガール展 色彩の詩人】 <企画参加型展> 展示品の数も多く、全体として充実度の高い展覧会として、日本全国で数多く催される展覧会の中でも注目されるべき品質のものと思う。 (坂本委員)</p>
	<p>展覧会としては、十分な及第点なのだが、敢えて言えば、人気画家の展覧会独特の難しさを感じさせた展覧会であった。たとえば、「色彩の詩人」という副題が付くと、そこでシャガールをどう見てもらいたいかが見えてしまう、という難しさを感じた。これ</p>

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

(潮江委員)

【十二の旅 ～感性と経験のイギリス美術～】 <企画参加型展>

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

(潮江委員)

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

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

(山梨委員)

【朝鮮王朝の絵画と日本】 <企画参加型展>

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

(金原委員)

平成20年度開催のすべての展覧会の中で最も充実したものの1つではないか。

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

(榊原委員)

(その他参考指標)

・展覧会の開催状況

(単位：人)

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

◎は自主企画展、○は企画参加型展を示す。

・自主企画展・企画参加型展覧会の個別分析

(単位：%)

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

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

<分析と評価>

- ・ 展覧会総観覧者数は 190,669 人であり、目標値 191,000 人をほぼ達成することができた。
- ・ 「国宝 鑑真和上展」以外はすべて自主企画・企画参加型の展覧会であり、来館者から新鮮で独自性のある内容が評価されたものと考えられる。またマスコミとの効果的な連携も功を奏した。
- ・ 自主企画展「風景ルルル」展は、当館の収集方針である「風景」をテーマとした現代美術展であり、館の独自性と歴史を踏まえつつ、現代という時代性やその表現の特性を浮かび上がらせ、新たな視点を提示した。
- ・ 「風景ルルル」展会期中は収蔵品展において企画展出品作家と当館所蔵品とを組み合わせた展示を行い、収蔵品に関する新たな視点を提示することができた。
- ・ 「朝鮮王朝の絵画と日本」展は、学術的には意義深いが一般にはあまりなじみのない内容だったにもかかわらず、22,807 人（対目標 152%）という観覧者数を記録した。内容の独自性とその魅力を伝え

る広報戦略が効果的に関連し、成果を挙げたものと考えられる。

- 作品やテーマに興味を持った人の割合（86.0％）は目標（88.0％）をやや下回ったが、安定的に高水準を維持している。
- 新規来館者の割合（17.3％）は、全体でやや目標値（20.0％）を下回ったが、「風景ルルル」展は25.2％と高い数値を示した。「シャガール展」で美術館の固定ファン層にアピールするとともに（リピート率88.6％と本年度最高値）、「風景ルルル」展においては、未・来館者の興味喚起にも成功した。

(2) 他の美術館・大学との連携を進め、企画力を強化します

(達成目標の実績)

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

(定性的指標の状況)

評価指標 10	調査研究に関する外部評価（レビュー）
主な状況	<p>① 研究紀要 小針由紀隆「1818-21 年のアシル=エトナ・ミシャロン—歴史的風景画家のアイデンティティはどのように形成されたのか?—」</p> <p>注目すべき領域を、できるだけよく調査し、紹介している。この美術館ならではの研究ともいえるだろう。日本の学会の欠点をおぎなうものとしてもよい論文だと思う。</p> <p style="text-align: right;">(坂本委員)</p> <p>手法的には地道で堅実な、成果としては具体性に富んだ示唆的な成果が見られる、研究であると言える。理論と制作実態の面での歴史的風景画の確立の過程を明らかにするとともに、その嚆矢としての役割を担ったミシャロンその人の意義についても、明らかにするという成果が挙げられている。</p> <p style="text-align: right;">(潮江委員)</p>
	<p>② 研究紀要 堀切正人「石田徹也の自画像について—《(無題 7)》を中心に—」</p> <p>画家の夭折という事件と、その表現の特質から、主観的な思い入れはいくらでも可能なテーマでありうるところを、作品群と画家の手記とに可能な限り密着して、主観的な解釈を自制したことは、今後の諸研究の基礎になるよい論文だと思う。</p> <p style="text-align: right;">(坂本委員)</p> <p>本稿では、石田徹也の作品に、現代という時代を色濃く反映している性格を認めた稿者によって、アイデア帳やスケッチブックあるいは類例作品との比較、という美術史の方法を用いて、石田にとっての「自画像」の位置が掘り下げられている。現代美術の作品に対して印象批評的な文章が多く見られるなかで、実証性をもった論考となっている点を評価したい。評価の揺らぐ現代美術の作品に対し、時代を超えていく力を見出し、紹介していくことは美術館の大きな役割と考える。静岡県立美術館で以前に開催した石田徹也展の調査研究の蓄積の上に、寄贈された作品についての地道は調査を積み上げ、本稿が成り立っていることは明らかで、これを支えている美術館の基礎体力と稿者自身の意識と努力を評価したいと思う。</p> <p style="text-align: right;">(山梨委員)</p>
	<p>③ 研究紀要 森 充代「中村岳陵《牡鹿啼く》について—古典文学主題再生の試み—」</p> <p>川辺御楯門に入り、一年足らずで師と幽明を異にした岳陵が、光琳芸術を考究して琳派の遺法を換骨奪胎して自己の屏風《牡鹿啼く》に新機軸を打出した。これを具体的に解析して成功している。</p> <p>館の収蔵品、それも長らく県民に愛蔵されてきた作品であるので、私もこの作品への思いは一入で、「常磐なる松の緑も春来れば今一入の色増さりけり」と思ったことである。</p> <p style="text-align: right;">(金原委員)</p>
	<p>近代日本画と古典絵画との関連性を考察した点は、現在の学会の関心に応えるもので評価したい。</p> <p>個々の分析でも興味深い指摘が少なくない。「琳派風の強調は、作品のテーマを古典文学主題へと飛躍させる装置だったのではないか」との指摘もその1つ。しかし</p>

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

(榊原委員)

<分析と評価>

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

(3) 特徴あるコレクションを形成し、効果的に活用します

(達成目標の実績)

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

(定性的指標の状況)

評価指標 15	公開または貸し出した展覧会における作品の位置付け等に関する学芸員レポート
主な状況	<p>(西洋画)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・町田市立国際版画美術館で開催された「ピラネージ版画展 2008」に、ピラネージその他の作品を61点貸し出した。これは、同展の総出品点数の約3分の1にあたる数である。また、この展覧会には当館の学芸員も企画者として参加しており、カタログその他で当館のコレクションの魅力を十分に伝達・普及する役割を担っている。 <p>(日本画)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「富士山」展(山梨県立美術館 6月7日～7月21日 11件)、「山水に遊ぶー江戸絵画の風景 250年」展(府中市美術館 09年3月20日～5月10日 5件)へのまとまった出品は、収集方針の柱である山水・風景画コレクションの充実を示すものとなった。 ・県出身作家の回顧展である「中村岳陵展」(横須賀美術館 4月1日～5月11日)、「秋野不矩展」(京都国立近代美術館・浜松市秋野不矩美術館・神奈川県立近代美術館 4月8日～10月5日)にそれぞれ3件、6件を出品、展覧会に不可欠の重要作であるという、たつての依頼に応えたものであり、県ゆかり作家の代表作の所蔵は県立美術館として存在意義のひとつを示すものといえる。 ・「郷土の発見ー小杉楹邨と郷土史研究の曙」展(徳島県立博物館 4月22日～6月8日)への「小杉文庫」18件の出品。当館コレクションの特徴的な一群をなす小杉文庫の意義と重要性を示すものとなった。 <p>(日本洋画)</p> <p>ブリヂストン美術館でおよそ四半世紀ぶりに開催された岡鹿之助の回顧展(「岡鹿之助展」)に当館所蔵作《観測所》が出品された。本展覧会は岡の初期から最晩年までの画業から9つのテーマを選び出し構成した展覧会であった。当館出品作は「第5章 灯台」を構成する作品群のもっとも初期の作例として重要な位置を占めており、カタログにおいても、作者自身の言を引いた貝塚健氏の充実した解説が付された。</p> <p>(現代美術)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「モーリス・ルイス 秘密の色層」展(川村記念美術館 9月13日～11月30日)にモーリス・ルイス《ベス・アイン》を貸出。同展は日本では20年ぶりとなるルイス展で、国内にある「ヴェール」型作品を集結し、その異同を見られるまたとない機会であった。当館所蔵作品もその欠かせぬ一品として出展を請われた。 ・「石田徹也ー僕たちの自画像」展(練馬区立美術館 11月9日～12月28日)に石田徹也作品21点を貸出。石田徹也の東京での初めての大型追悼展であり、その中心的な作品群として当館所蔵作品は不可欠であった。 <p>(ロダン・彫刻)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当館を含む4館に巡回された「十二の旅」展に、ヘンリー・ムーアの《横たわる人体》を貸し出した。この展覧会は、公立美術館4館のコレクションを軸に、約1年間にわたって開催された。当館のムーア作品は小品ではあるものの、ロダン以外の彫刻コレクションを広く全国に周知する機会となったと思われる。

<分析と評価>

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

2 館長公約Bの達成状況

【館長公約B】

地域や学校教育との連携を深め、質の高い教育・普及活動を展開します

(1) 質の高い普及プログラムを開発します

(達成目標の実績)

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

(定性的指標の状況)

評価指標 19	普及・教育プログラムに関する美術館職員のレポート
主な状況	<p>① 当館での教育普及事業が広く認知されるようになり、学校との連携の機会が増えた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ボランティアによるギャラリートークを実施し、鑑賞の手伝いをさせていただくプログラムを試験的に行った。 ・粘土WS、粘土あそび、絵の具WSを複数園・校で行い、希望される園・学校をできるだけ受け入れるようにした。 ・中学生を中心に職場体験学習を積極的に受け入れた。 <p>② 収蔵品に係る鑑賞系プログラムを核にしながら、企画展でも積極的に実施することができた。子供・親子向けの鑑賞系プログラムが充実してきた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小・中学生に対し、企画展ではできる限りセルフガイドを作成し、鑑賞の手助けを行った。 ・高校生ギャラリートーカー養成のためのプログラムを実施し、この年代への来館を促すようにした。 ・三世代にまたがる鑑賞プログラムを企画し、親子だけでなく、家族で楽しめる機会を設けた。

<分析と評価>

- ・ 粘土、絵の具などの実技系プログラムの活用だけでなく、鑑賞系プログラムの活用も行われるようになった。
- ・ 鑑賞系プログラムの一部は、実技系プログラムとセットにすることで相互の動機付けにつながり、充実した内容になった。
- ・ 実技系プログラムでは、コレクションをテーマにしたものを実施することで、プログラムの目的や到達目標が明確化し、質が高まった。

(2) 講座・講演会等を充実します

(達成目標の実績)

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

<分析と評価>

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

(3) 地域住民・企業・NPO等と連携した美術館活動を充実します

(達成目標の実績)

評価指標		H17	H18	H19	H20 目標	H20 実績
22	地域住民等と連携した取組数 (件)	2	2	2	3	10
23	館内空間を生かした催事の件数・参加者数(件・人)	61 3,504	92 5,914	90 5,400	90 5,500	101 4,054

(定性的指標の状況)

評価指標 24	地域住民等と連携した取組に関する美術館職員のレポート
主な状況	<p>・ 久々の現代アート展となる「風景ルル」展では、地域と連携したイベント実施・広報活動によって広範囲の波及効果を目指した。県立大学や静岡市文化振興財団との共同企画等、館内にとどまらない幅広い活動を行い、若年層を中心とした未・来館者層に県立美術館の活動をアピールすることができた。</p> <p style="text-align: right;">※p29 展覧会事業自己評価表 参照。</p> <p>・ 県立美術館ボランティア「草薙ツアーグループ」による美術館周辺散策ツアーや彫刻プロムナード茶畑の茶摘み会、茶会等が定着、地域住民を主体とする連携事業により、美術館と地域との距離を縮めることに繋がっている。</p> <p>・ 「シャガール展」において、静岡県舞台芸術センター (SPAC) と協力し、観劇チケットと展覧会観覧券を組み合わせた割引セット券を販売した。</p>

<分析と評価>

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

3 館長公約Cの達成状況

【館長公約C】

戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます

(1) 広報戦略を策定し、広報の質を高めます

(達成目標の実績)

評価指標		H17	H18	H19	H20目標	H20実績
24	美術館に関する情報が「入手しやすい」とする人の割合(%)	71.5	69.7	67.9	70.0	69.8
25	ホームページへのアクセス件数(件)	103,500	155,400	164,500	170,000	164,000
26	ホームページの満足度(%)	69.6	77.8	70.0	70.0	74.3

<分析と評価>

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

(2) 観光などとの連携や新たな広報チャンネルの開拓に取り組みます

(達成目標の実績)

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

(定性的指標の状況)

評価指標 29	広報手法における新たな取組状況に関しての美術館職員のレポート
主な状況	<ul style="list-style-type: none"> ・ 県内外にロダン館の存在と当館の魅力を広く発信するため、県立美術館の新しいロゴを作成し、美術館職員が名刺交換の際にロゴの説明をして広報活動している。 ・ 平成21年6月に開港する富士山静岡空港内観光情報エリア等に、アジアからの観光客に向けて、ロダン館の存在と当館の魅力をPRするために当館収蔵品レプリカを設置するべく準備に取り組んだ。 ・ 「朝鮮王朝の絵画と日本」展で、密接な交流を持つ韓国の観光情報等をビデオブースで紹介し観光ルート化に向けた試みを行った。

<分析と評価>

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

(3) ロダン館の認知度を高め、来館者を増やします

(達成目標の実績)

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

<分析と評価>

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

4 館長公約Dの達成状況

【館長公約D】

施設の改修を推進し、美術館のアメニティを高めていきます

(1) 館内施設を充実し、満足度を高めます

(達成目標の実績)

評価指標		H17	H18	H19	H20目標	H20実績
31	美術館利用者数（内訳）（人）	289,763	423,834	373,556	380,000	389,194
32	鑑賞環境に対する満足度(%)	89.6	84.6	87.1	90.0	87.4
33	レストラン・カフェ利用者の満足度(%)	63.2	57.1	61.7	70.0	54.5
34	ミュージアムショップ利用者の満足度(%)	89.3	77.1	76.9	80.0	80.6

(参考指標の状況)

・利用者数の内訳

(単位：人)

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

<分析と評価>

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

(2) 周辺環境やアクセス環境の向上を図ります

(達成目標の実績)

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

※ 実績の上段：公共交通機関で来所した方、下段：自家用車で来所した方

<分析と評価>

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

第3章 評価指標等の状況

第3章では、第2章で記載した自己評価の基礎となった評価指標等の実績データについて整理して記載した。

1 評価指標（定量的指標）

	評価指標	H15実績	H16実績	H17実績	H18実績	H19実績	H20目標	H20実績
A 人々の感性を磨き、生活に変化をもたらすような魅力的な展覧会を開催します								
1 新たな視点や工夫に基づく企画展を積極的に開催します								
1	展覧会の来館者数(人)			129,768	222,608	184,535	191,000	190,669
2	自主企画・企画参加型展覧会の回数(回)			6	4	3	4	4
3	作品やテーマに興味を持った人の割合(%)			-	86.8	87.5	88.0	86.0
4	展覧会における新規来館者の割合(%)			17.2	22.7	19.7	20.0	17.3
2 大学・他美術館との連携・交流を進め、企画力を強化します								
6	調査研究の発表件数(種別)(回)			166	172	※10	10	14
7	内部セミナー・研究会・研修の回数(回)			11	11	12	12	12
8	大学等と連携した取組件数(件)			4	3	3	5	5
9	インターンシップの受入人数(人)			-	-	-	4	4
3 特徴あるコレクションを形成し、効果的に活用します								
11	収蔵品展の観覧者数(人)			16,864	13,265	18,196	15,000	17,850
12	収蔵品の公開件数(貸出し含む)(件)			668	557	465	500	446
13	作品購入件数・購入価格(件・千円)			11 40,834	4 6,388	2 29,896	3 12,757	3 12,757
14	作品寄贈件数・評価価格(件・千円)			3 5,300	10 46,200	23 26,435	10 10,000	47 69,625
B 地域や学校教育との連携を深め、質の高い教育・普及活動を展開します								
1 質の高い教育・普及プログラムを開発します								
16	学校教育と連携した取組数(件)			-	-	290	350	385
17	鑑賞系プログラム数(件)			-	-	11	13	15
18	コレクションを活用したプログラム数(件)			-	-	14	16	16

※ 平成19年度から対象を変更

	評価指標	H15実績	H16実績	H17実績	H18実績	H19実績	H20目標	H20実績
2 講座・講演会等を充実します								
20	講演会等の開催回数（回）			283	214	211	210	240
21	学芸員のフロアレクチャー等の数（回）			31	16	17	20	58
3 地域住民、企業、NPO等と連携した美術館活動を充実します								
22	地域住民等と連携した取組数（件）			2	2	2	3	10
23	館内空間を生かした催事の件数・参加者数（件・人）			61 3,504	92 5,914	90 5,400	90 5,500	101 4,054
C 戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます								
1 広報戦略を策定し、広報の質を高めます								
25	美術館に関する情報が「入手しやすい」とする人の割合（%）			71.5	69.7	67.9	70.0	69.8
26	ホームページへのアクセス件数（件）			103,500	155,400	164,500	170,000	164,000
27	ホームページの満足度（%）			69.6	77.8	70.0	70.0	74.3
2 観光などとの連携や新たな広報チャンネルの開拓に取り組みます								
28	取材の件数（件）			-	-	-	30	40
3 ロダン館の入館者数を増やします								
30	ロダン館の入館者数（人）			62,768	105,545	74,290	80,000	81,771
D 施設の改修を推進し、美術館のアメニティを高めていきます								
1 館内施設を充実し、満足度を高めます								
31	美術館利用者数（内訳）（人）			289,763	423,834	373,556	380,000	389,194
32	鑑賞環境に対する満足度（%）			89.6	84.6	87.1	90.0	87.4
33	レストラン・カフェ利用者の満足度（%）			63.2	57.1	61.7	70.0	54.5
34	ミュージアムショップ利用者の満足度（%）			89.3	77.1	76.9	80.0	80.6
2 周辺環境やアクセス環境の向上を進めます								
35	来館者のアクセス満足度（%）			※82.4 76.0	78.9 67.3	78.1 80.1	80.0	76.4 80.7

※ 実績の上段：公共交通機関で来所した方、下段：自家用車で来所した方

2 評価指標（定性的指標）

5	展覧会に対する外部評価（レビュー）	
<table border="1" data-bbox="177 282 660 327"> <tr> <td data-bbox="177 282 660 327">シャガール展 <企画参加型展></td> </tr> </table> <p data-bbox="177 371 1366 450">展示品の数も多く、全体として充実度の高い展覧会として、日本全国で数多く催される展覧会の中でも注目されるべき品質のものと思う。</p> <p data-bbox="1222 450 1366 483" style="text-align: right;">（坂本委員）</p> <p data-bbox="177 495 1366 842">展覧会としては、十分な及第点なのだが、敢えて言えば、人気画家の展覧会独特の難しさを感じさせた展覧会であった。たとえば、「色彩の詩人」という副題が付くと、そこでシャガールをどう見てもらいたいかが見えてしまう、という難しさを感じた。これは、シャガールにふさわしい呼称だが、このロマンチックな言葉に画家を重ね合わせてイメージして終わるシャガールの見方へとどうしても導かれる部分があり、いくら独自の作品選定、構成を行ってもいつものシャガール展になり、そして人を呼べて、結果としてよかったということになってしまう。そうではなく、意図的にその副題が決められたのなら、なぜ、彼の「色彩表現」にこだわり、彼自身の様式の変化に気づかせるような展示にならなかったのだろうか。ことに後期作品の選定基準の弱さは、全体に対して傷にもなっていた。</p> <p data-bbox="1222 842 1366 887" style="text-align: right;">（潮江委員）</p>		シャガール展 <企画参加型展>
シャガール展 <企画参加型展>		
<table border="1" data-bbox="177 887 660 931"> <tr> <td data-bbox="177 887 660 931">十二の旅展 <企画参加型展></td> </tr> </table> <p data-bbox="177 976 1366 1122">複数の美術館の連携の下、切り口を共有して、イギリスという一つの文化の諸相を感性と経験という側面から感じさせようとする展示であった。その点には創意が感じられる。その一方で、どうしても押し付け的な危うさも伴う面が無きにしも非ずだと思ふ。出品作についても、インパクトが多少不足していた。</p> <p data-bbox="1222 1122 1366 1167" style="text-align: right;">（潮江委員）</p> <p data-bbox="177 1178 1366 1368">本展は、特定の分野あるいは個々の作家を除いては、日本ではあまり紹介されることのないイギリス美術を、異なる切り口で紹介しようとする意欲的な試みであった。4館による共同企画として、各館の所蔵品を合わせて構成することで、出品作品に関する調査研究の精度を高め、かつ学芸員間の議論によって研究交流を図ろうとしてことも高く評価される。出品作品はそれぞれ質の高いものであった。</p> <p data-bbox="177 1379 1366 1570">しかし、図録の巻頭の文章で述べられている「旅」そして「日本におけるイギリス美術コレクション」という本展の趣旨が、作品を通して力強く伝わってきたかと言えば、疑問が残る。「『日本から見た歪んだイギリス美術像』にあるアドヴァンテージを見る」ためには、本展が開催館の所蔵作品で構成されていることを明示し、日本におけるイギリス美術コレクションの全容のなかで、本展がどのような位置にあるかを示していたら、よりわかり易かったのではないだろうか。</p> <p data-bbox="1222 1570 1366 1615" style="text-align: right;">（山梨委員）</p>		十二の旅展 <企画参加型展>
十二の旅展 <企画参加型展>		
<table border="1" data-bbox="177 1603 660 1648"> <tr> <td data-bbox="177 1603 660 1648">風景ルル展 <自主企画展></td> </tr> </table> <p data-bbox="177 1693 1366 1805">個性的な作家の風景というコンセプトによる集合のように見え、展覧会から確固としたものが見えてこないという傾きはまぬがれないが、これは8人の作家が多様多彩の眼差しをもっているということであり、現在の美術状況でもある。</p> <p data-bbox="177 1816 1366 1895">映像によるアルフレッドの作品を入れたのは、世界性、グローバル化を意味するのであろう。空間が小さく区切られて、開放感がないために息苦しく感じた。</p> <p data-bbox="1222 1895 1366 1939" style="text-align: right;">（金原委員）</p> <p data-bbox="177 1939 1366 2007">個々の作家の特性についてはよく把握しているように思われるが、コンテンポラリー・アート展であるから、批評的観点がもう少し明確に出れば、と感じた。</p> <p data-bbox="1222 2007 1366 2051" style="text-align: right;">（潮江委員）</p>		風景ルル展 <自主企画展>
風景ルル展 <自主企画展>		

朝鮮王朝の絵画と日本展〈企画参加型展〉

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

（金原委員）

平成20年度開催のすべての展覧会の中で最も充実したものの1つではないか。従来から個別的には指摘されてきた日本の絵師たちへの朝鮮絵画からの影響を、全体として見通した点は意義深い。しかもその指摘は十分な説得力を持つ。

（榊原委員）

10 調査研究に関する外部評価（レビュー）

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

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

（坂本委員）

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

（潮江委員）

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

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

（坂本委員）

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

（山梨委員）

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

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

（金原委員）

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

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

(榊原委員)

15 公開または貸し出した展覧会における作品の位置付け等に関する学芸員レポート

(西洋画)

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

(日本画)

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

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

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

(日本洋画)

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

(現代美術)

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

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

(ロダン・彫刻)

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

19	教育・普及プログラムに関する美術館職員のレポート
<ul style="list-style-type: none"> ・当館での教育普及事業が広く認知されるようになり、学校との連携の機会が増えた。 ・粘土、絵の具などの実技系プログラムの活用だけでなく、鑑賞系プログラムの活用も行われるようになり、展覧会の入館者数増大へと繋げることができた。 ・鑑賞系プログラムの一部は、実技系プログラムとセットにすることで相互の動機付けにつながり、充実した内容になった。 ・実技系プログラムでは、コレクションをテーマにしたものを実施することで、プログラムの目的や到達目標が明確化し、質が高まった。 	
24	地域住民等と連携した取組に関する美術館職員のレポート
<p>・久々の現代アート展となる「風景ルルル」展では、地域と連携したイベント実施・広報活動によって広範囲の波及効果を目指した。県立大学や静岡市文化振興財団との共同企画など館内にとどまらない幅広い活動を行い、若年層を中心とした未・来館者層に県立美術館の活動をアピールすることができた。</p> <p style="text-align: right;">※p29 展覧会事業自己評価表 参照。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県立美術館ボランティア「草薙ツアーグループ」による美術館周辺散策ツアーや彫刻プロムナード茶畑の茶摘み会、茶会などが定着、地域住民を主体とする連携事業により、美術館と地域との距離を縮めることにつながっている。 ・「シャガール展」、「風景ルルル」展において、静岡県舞台芸術センター（SPAC）と協力し、観劇チケットと展覧会観覧券を組み合わせた割引セット券を販売した。 	
29	広報手法における新たな取組状況に関しての美術館職員のレポート
<ul style="list-style-type: none"> ・県内外にロダン館の存在と当館の魅力を広く発信するため県立美術館の新しいロゴを作成し、美術館職員が名刺交換の際にロゴの説明をして広報活動している。 ・平成 21 年 6 月に開港する富士山静岡空港内観光情報エリア等に、アジアからの観光客に向けて、ロダン館の存在と当館の魅力を PR するために当館収蔵品レプリカを設置するべく準備に取り組んだ。 ・「朝鮮王朝の絵画と日本」展で、密接な交流を持つ韓国の観光情報等をビデオブースで紹介し観光ルート化に向けた試みを行った。 	

3 展覧会に関する自己点検評価表

- 1 シャガール展 色彩の詩人
ー終生、抱き続けた故郷ヴィテブスクへの想いー
- 2 唐招提寺金堂 平成大修理記念 国宝鑑真和上展
- 3 十二の旅 感性と経験のイギリス美術展
- 4 風景ルルル～わたしのソトガワとのかかわり方～
- 5 朝鮮王朝の絵画と日本ー宗達、大雅、若冲も学んだ隣国の美ー

■静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成20年度)

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

部署	学芸課	記入日	企画 平成20年4月1日
担当者名	小針		総括 平成21年3月31日
実施日・場所	平成20年4月12日～5月25日 静岡県立美術館第1～6展示室		

学芸員の企画への参加の有無	有 ・ 無	学芸員の企画への参加状況 ※カタログ執筆、出品交渉等	エッセイ、章解説、作品解説を執筆。現地交渉有。
マスコミ等による共催の有無	有(静岡新聞社・静岡放送) ・ 無	巡回の有無	有(4館開催の第1会場) ・ 無

総括(事後)	
目的の達成度	当初の目的は、約100点の出品作品によって、初期のヴィテブスク時代からシャガールの人生と芸術を紹介することにあった。今回はモスクワとバリの交渉の成果があがり、最終的に160点を出品することができた。その中には、「ユダヤ劇場」のための壁画シリーズや大型タペストリーも含まれていた。出品リストの大幅な拡充により、当初の目的は十分達成できたと考えている。また、カタログ初版に文字、色の訂正を加え、第二版も刊行することができた。
アンケートにみる特徴	①「観覧料に見合う内容か」に対する「はい」の回答は66.6%で、「鑑賞と上展」の66.4%とほぼ同じであった。②70歳以上有料に戻した最初の企画展であったが、この年齢層は11.7%と急減しなかった。③リピート率がやや高く、新規来館者の割合がやや低かった。
指標に基づく成果	観覧者数 45,568人(91.1%)、満足度 75.2%
研究活動評価委員会からの意見(要約)	展覧会としては十分及第点をだせる。しかし、あえて言えば、人気画家の展覧会独特の難しさを感じさせた。たとえば、「色彩の詩人」という副題が付くと、いかにシャガールを見てもらいたいかが決まってしまう。このロマンティックな副題に画家を重ね合わせてイメージするため、独自の作品選定や構成を行ったとしても、いつものシャガール展になってしまう。
収支(決算)/観覧者数(実績)	・観覧者数 45,568人(目標 50,000人: 91.1%) ・歳出 19,971,529円(予算 20,500,000円: 97.4%) ・歳入 17,851,944円(目標 16,290,000円: 81.3%) ・特財率 89.4%(目標 79.5%)
今後の改善点・課題	開幕の数ヶ月前に、ロシア政府が日本政府に、「貸出作品の国家による安全保障」を求めていることが発覚。これによって、本展の開催は大きな危機に直面した。特に第1会場であった当館は、開幕直前まで開催が危ぶまれ、事前の広報もほとんど不可となった。対ロシアに限らず、海外展の受け入れを決定するにあたっては、相手国の貸出条件等を十分調べて臨むべし、という教訓を得た。

■静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成20年度)

部署	学芸課	記入日	企画 平成20年4月1日
担当者名	森、飯田、福士		総括 平成21年3月31日
実施日・場所	平成20年7月12日～8月31日 静岡県立美術館第1展示室～第6展示室		

学芸員の企画への参加の有無	有 ・ (無)	学芸員の企画への参加状況 ※カタログ執筆、出品交渉等	教育普及イベント企画・運営
マスコミ等による共催の有無	(有)静岡新聞社・静岡放送)・無	巡回の有無	(有) ・ 無

事業名称	唐招提寺金堂平成大修理記念 国宝 鑑真和上展
企画(事前)	
目的・内容	・多難な航海を乗り越えて来日した唐の名僧・鑑真和上により創建された唐招提寺は、天平文化を今日に伝える名刹であり、1998年には世界文化遺産として登録されている。本展は、唐招提寺金堂平成大修理を記念し、国宝 鑑真和上坐像を中心に、国宝9件、重要文化財34件を含む約140点の寺宝を一堂に公開するものである。 ・唐招提寺の歴史的な意義を示す文物や、唐の円熟した芸術を背景に花開いた天平時代の仏教美術を展示。日本最古の肖像彫刻である鑑真和上坐像をはじめとして、唐招提寺が受け継いできた文化・芸術の成果を紹介する。
期待される成果	・歴史の教科書等でなじみの深い鑑真和上坐像を入口として、日本を代表する貴重な文化遺産に接する機会を提供する。また、日中の歴史的な文化交流の成果である唐招提寺の遺産に触れることで、現代の国際文化交流について考える機会とする。 ・これまで当館ではなじみの薄かった仏教美術の優品を紹介することで、昨年度末のガンダーラ美術とバーミヤン遺跡展で興味を喚起できた層へのアピールとする。
指標(数値目標)	観覧者数80,000人、満足度75%、講演会2回、子どもワークショップ6日間
収支(予算)/観覧者数(見込)	観覧者数 80,000人、歳出 32,625,000円、歳入 28,812,000円、特財率 88.3%
広報戦略	・美術ファンだけでなく、歴史に関心の高い層へ訴える。 ・中学生以下無料化の後、初めての夏休み期間の展覧会であることから、小・中学生への広報充実を図る。具体的には理解を促し、関心を高めるために子ども向けちらしを別途作成など。

総括(事後)	
目的の達成度	・観覧者数は目標に届かなかった(対目標92.0%)。観覧者満足度や作品・テーマに興味・関心を持った人の割合は今期展覧会中最も高く、鑑真和上坐像をはじめとした仏教美術の精華を紹介する内容が、観覧者に評価されたものと考えられる。 ・連続講演会には予想を上回る多くの聴講者を迎え、仏教美術への高い関心に応えることができた。 ・若年層の新規来館を促進することが出来た(次項参照)。小・中学生向け特別チラシの作成など、夏休み期間であることを考慮した取り組みが功を奏した。
アンケートにみる特徴	・展覧会満足度79.0%、作品やテーマに興味・関心を持った人の割合91.4%といずれも今期展覧会中最も高い値となった。 ・新規来館者における12歳以下の割合が17.9%を占め、今年度平均値6.8%と比して突出した値を示した。また、2世代・3世代で観覧に来た人の割合も39.6%と高く(今年度平均値26.0%)、小学生以下を含む家族単位の来館契機となったものといえる。
指標に基づく成果	観覧者数73,639人(対目標92.0%) 満足度79.0% 講演会5回 子どもワークショップ6日間 夕食付鑑賞講座2回 法要見学会3回
研究活動評価委員会からの意見(要約)	(実施せず)
収支(決算)/観覧者数(実績)	・観覧者数 73,639人(目標 80,000人: 92.0%) ・歳出 32,383,373円(予算 32,625,000円: 99.3%) ・歳入 30,192,477円(目標 28,812,000円: 104.8%) ・特財率 93.2%(目標 88.3%)
今後の改善点・課題	・観覧者数については、前年の福岡会場、前々年の北海道会場が共に10万余であったことがひとつの目安となっていたが、前2会場との地理的條件の差を考れば、静岡から比較的訪問しやすい“奈良の唐招提寺”の価値は自ずと異なっているはずであり、その点を考慮した展覧会運営と広報戦略が必要であった。例えば会場設営においても前例を参照・踏襲して多額の予算を投入したが、この点も一考の余地があったのではないかと。唐招提寺をはじめ様々な立場の関係者が携わる大規模巡回展であったが、これらの調整を図り、冷静に会場側の実状に即した運営を行う機能が必要であった。 ・若年層の新規来館を促進できたことは、学校教育と連携した取り組みが一定の成果を得たものと考えられる。展覧会の性質にもよるが、夏休み期間という特殊性を考慮した広報は成果が得やすいのではないかと。 ・連続講演会の反響は大変大きく、ガンダーラ美術とバーミヤン遺跡展に続く仏教美術に関心の高い層へのアピールができたものと考えられる。また、県立大学の御協力により大講堂を借用することができたのは、多くの聴講者を収容できた点で効果的だった。しかし、来場者の便や運営に関する負担などを考えると課題も多い。隣接文化機関との連携によって会場選択のハリエーションが増えたことはすばらしいが、当館講堂の使い方を工夫するなど、柔軟で有効性ある講演会運営の手法をその都度検討していく必要があると感じた。

■静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成20年度)

部署	学芸課	記入日	企画 平成20年4月1日
担当者名	南、新田		総括 平成21年3月31日
実施日・場所	平成20年9月12日～10月26日 静岡県立美術館第1展示室～第6展示室		

学芸員の企画への参加の有無	有 ・ 無	学芸員の企画への参加状況 ※カタログ執筆、出品交渉等	事前調査および出品交渉、企画・構成案検討、カタログ執筆
マスコミ等による共催の有無	有 ・ 無	巡回の有無	有 ・ 無

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

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

■静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成20年度)

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

部署	学芸課	記入日	企画 平成20年4月1日
担当者名	川谷		総括 平成21年3月31日
実施日・場所	平成20年11月3日～12月21日 静岡県立美術館第1展示室～第6展示室		
学芸員の企画への参加の有無	有・無	学芸員の企画への参加状況 ※カタログ執筆、出品交渉等	カタログ執筆、出品交渉(作家8名+アートディレクター)、ワークショップの企画・運営、広報活動、渉外
マスコミ等による共催の有無	有(テレビ静岡、中日新聞)・無	巡回の有無	有・無

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

■静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成20年度)

部署	学芸課	記入日	企画 平成20年4月1日
担当者名	福士、飯田、森		総括 平成21年3月31日
実施日・場所	平成20年2月17日～3月29日 静岡県立美術館第1展示室～第6展示室		

学芸員の企画への参加の有無	有 ・ 無	学芸員の企画への参加状況 ※カタログ執筆、出品交渉等	カタログ執筆(各論、作品解説)、出品作品検討、出品交渉
マスコミ等による共催の有無	有(静岡第一テレビ) ・ 無	巡回の有無	有 ・ 無

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

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

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

4 アンケート調査結果のまとめ

(1) 企画展アンケート

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

(2) 教育・普及プログラムアンケート

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

(3) レストラン利用者アンケート

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

(4) ミュージアムショップ利用者アンケート

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

(5) 図書閲覧室利用者アンケート

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

(6) ホームページ利用者アンケート

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

5 「美術館カルテ」の状況

- ・平成17年7月に運用を開始した戦略目標を基礎とする体系は、平成20年度の見直しによって現在の館長公約を基礎とする体系に置き換えたが、館の全体像を把握するための基礎データの体系として有用であることから、「美術館カルテ」として、データ整理を継続する。
- ・なお、データ収集の負担から今回はデータ収集をしていない指標もある。※

戦略目標 戦略	No.	定量的評価指標	実績値						
			単位	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度
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	184,095	146,706	129,768	222,608	184,535	190,669
	2	展覧会のリピート率	%	82.2	-	82.8	77.3	80.3	82.7
	3	展覧会の満足度	%	62.4	62.8	65.8	67.7	71.7	67.4
	4	講義系の特別講演会等の回数	回	186	184	283	214	211	210
戦略 2	新たな発見を促し、創造性を体感できるプログラムを提供します								
	5	教育・普及プログラムの参加者数	人	14,285	14,554	21,297	24,263	32,225	37,781
	6	教育・普及プログラムの満足度	%	98.6	86.0	93.9	84.8	82.1	83.7
	7	実技系プログラムに参加した人で、展覧会も観覧した人の割合	%	-	11.1	37.5	35.6	35.8	41.8
戦略 3	豊かな美術体験のための非日常的な環境を演出します								
	8	鑑賞環境に対する満足度	%	78.2	87.2	89.6	84.6	87.1	87.4
戦略 4	すべての美術館活動の基盤となる調査・研究活動を重視します								
	9	学芸員の調査・研究の発表件数	件	200	223	166	172	*10	14
戦略 5	より多くの方に展覧会をご覧いただくための広報に努めます								
	10	企画展ごとの取材等の件数	件	-	-	-	1,860	*927	29
戦略目標 B	コレクションを充実し、活用することで、その価値を広く明らかにします								
戦略 1	社会的資産としてのコレクションを保全し、後世に伝えていきます								
	11	作品購入点数	点	9	67	11	4	2	3
		作品購入価格	千円	52,425	55,769	40,834	6,388	29,896	12,757
	12	作品寄贈の点数	点	20	0	3	10	23	47
		寄贈作品の評価額	千円	-	-	5,300	46,200	26,435	69,625
		作品寄託の点数	点	-	-	1	9	27	13
	13	コレクションの資産価値(※)	千円	-	-	1,026,600	1,144,600		※

戦略目標 戦略	定量的評価指標		実績値					
			単 位	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度
No.								
戦略 2	特徴あるコレクションを形成し、効果的な活用を通じてその魅力をアピールします							
14	収蔵品展の入館者数	人	27,373	18,663	16,864	13,265	18,196	17,850
15	収蔵品展の企画数	本	12	10	15	9	12	11
16	収蔵作品の公開件数	点	-	-	668	557	465	446
17	収蔵作品の稼働率	%	-	-	39.7	32.9	18.5	32.8
18	他館への貸出件数	件	73	80	97	123	161	199
19	特別観覧の件数	件	76	87	76	79	85	84
20	ロダン館への入館者数	人	-	58,733	62,768	105,545	74,290	81,771
21	ロダン館を使った催事の件数	件	5	6	46	58	45	83
	ロダン館を使った催事の観覧者数	人	-	-	2,336	3,174	2,700	3,143
22	ロダン美術館としての情報発信の媒体別発信回数	回	-	-	57	14	57	12
23	風景の美術館としての認知度（観覧者）	%	-	-	30.3	27.3	25.4	22.9
	風景の美術館としての認知度（インターネット）	%	-	-	8.7	14.4	-	※
戦略 3	コレクションについての研究活動を行います							
24	収蔵作品に関する学芸員による調査・研究の発表件数	件	-	-	4	11	* 2	2
戦略目標 C	「ここでなければ得られない」楽しく充実した一日をすごしていただける場所となります							
戦略 1	美術館へ誘（いざな）う環境を整え、安全快適に過ごしていただけるための設備や計画を整えます							
25	当館に関する情報が「入手しやすい」とする方の割合	%	37.0	-	71.5	69.7	67.9	69.8
26	公共交通機関で来館した人のアクセス満足度	%	77.8	-	82.4	78.9	78.1	76.4
27	自家用車で来館した人のアクセス満足度	%	78.4	-	76.0	67.3	80.1	80.7
28	ユニバーサルデザイン面での取組み数	件	1	1	2	2	3	2
29	美術館スタッフの対応に満足した人の割合	%	90.6	74.6	82.3	78.7	78.5	82.5

戦略目標 戦略	定量的評価指標		実績値					
			単 位	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度
No.								
戦略 2	ロダン館をはじめとする館内外の空間を活かした事業展開をします							
30	ロダン館、エントランス等での催事件数	件	5	5	61	92	90	101
31	ロダン館、エントランス等での催事の参加者数	人	-	-	3,504	5,914	5,400	4,054
32	ロダン館、エントランス等での催事の満足度	%	-	-	94.8	93.6	94.6	92.3
戦略 3	「それだけのために来館したくなる」レストラン、ショップを目指します							
33	レストランの利用者数	人	42,727	34,213	35,634	47,770	43,727	45,211
34	レストランの満足度	%	57.6	-	63.2	57.1	61.7	54.5
35	ミュージアムショップの利用者数	人	-	-	13,106	23,651	24,542	19,980
36	ミュージアムショップの満足度	%	82.8	-	89.3	77.1	76.9	80.6
戦略目標 D	地域とともに進化する美術館となります							
戦略 1	市民が参画し、地域とメリットを共にする美術館活動を展開します							
37	地域住民・団体との連携を図るための意見交換会の開催回数	回	-	-	7	14	11	12
38	ボランティアの人数	人	426	-	277	277	284	282
39	ボランティアの満足度	%	-	-	78.8	-	59.7	54.6
40	友の会会員の人数	人	632	623	557	636	608	680
41	友の会会員の満足度	%	-	-	90.0	-	-	※
42	県民ギャラリーの利用団体数	団体	45	34	41	38	39	43
	県民ギャラリーの稼働率	%	87.1	88.1	93.4	97.7	91.3	98.8
	講堂の利用団体数	団体	78	68	78	88	71	80
	講堂の稼働率	%	35.3	27.2	27.4	29.4	25.2	31.2
43	移動美術展の開催回数	回	2	2	2	2	2	2
	移動美術展の入場者数	人	6,500	4,553	4,490	6,082	2,669	1,507
44	広報サポーターの人数	人	170	156	155	112	98	88

戦略目標 戦略	定量的評価指標		実績値					
			単 位	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度
No.								
戦略 2	美術に関する情報集散地を目指します							
45	HPへのアクセス件数	件	85,000	98,000	103,500	155,400	164,500	164,000
46	HPの満足度	%	68.7	-	69.6	77.8	70.0	74.3
47	図書閲覧室の利用者数	人	4627	4377	4,700	5,090	5,580	5,070
48	図書閲覧室の満足度	%	65.2	-	67.5	73.5	87.0	77.8
戦略 3	新たな顧客層・支持層を開拓していきます							
49	展覧会における小中高生の割合	%	11.4	12.3	14.0	8.6	9.6	※
50	小中高生を対象にした実技系プログラムの回数	回	-	-	107	120	145	157
51	展覧会における新規来館者の割合	%	17.8	-	17.2	22.7	19.7	17.3
52	展覧会における新規来館者の満足度	%	52.2	-	65.7	67.7	70.9	74.2
53	地域別の利用者数の割合（東部）		静岡市内 45.0	静岡市内 42.0	16.4	14.5	15.8	15.9
	地域別の利用者数の割合（中部）		県内 46.0	県内 42.0	63.8	61.3	57.7	60.0
	地域別の利用者数の割合（西部）		(市内除く)	(市内除く)	12.8	13.4	16.4	15.0
	地域別の利用者数の割合（県外）		9.0	11.0	7.0	10.8	10.1	9.2
54	2世代・3世代一緒に観覧に来ている割合	%	-	-	26.7	29.7	25.9	26.0
55	観光ルート化を実現するための会議の開催	回	-	-	4	3	7	7
戦略目標 E	美術館経営を改革していきます							
戦略 1	経営に関する考えを常に社会に伝え、ガラス張りで責任の明確な経営を行います							
56	経営に関する情報の公開件数	件	-	-	8	13	10	7
戦略 2	進化していく美術館について研究します							
57	経営に関する調査・研究件数	件	-	-	4	15	6	6
戦略 3	美術館が社会に役立つための職員教育を徹底します							
58	職員研修の件数	件	-	-	18	10	21	11
戦略 4	美術館が持つ全ての資源（人、作品、施設など）が、効果的に力を発揮できるようにします							
59	美術館協議会及び経営部会の開催回数	回	1	1	4	2	2	2

第4章 今後の取組方針

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

まず、平成22年度までの達成目標を設定し、年次計画的な観点に立って、平成21年度の取組に関する全体的な考え方を整理した上で、平成21年度に取り組む具体的な行動計画を記載した。

1 平成21年度以降の達成目標

評価指標	実績				目標値		
	H17	H18	H19	H20	H21	H22	
A 人々の完成を磨き、生活に変化をもたらすような魅力的な展覧会を開催します							
1 新たな視点や工夫に基づく企画展を積極的に開催します							
1	展覧会の来館者数(人)	129,768	222,608	184,535	190,669	145,000	190,000
2	自主企画・企画参加型展覧会の回数(回)	6	4	3	4	2	4
3	作品やテーマに興味を持った人の割合(%)	-	86.8	87.5	86.0	88.0	88.0
4	展覧会における新規来館者の割合(%)	17.2	22.7	19.7	17.3	20.0	20.0
2 大学・他美術館との連携・交流を進め、企画力を強化します							
6	調査研究の発表件数(種別)(回)	166	172	※10	14	10	10
7	内部セミナー・研究会・研修の回数(回)	11	11	12	12	14	14
8	大学等と連携した取組件数(件)	4	3	3	5	5	5
9	インターンシップの受入人数(人)	-	-	-	4	4	4
3 特徴あるコレクションを形成し、効果的に活用します							
11	収蔵品展の観覧者数(人)	16,864	13,265	18,196	17,850	15,000	20,000
12	収蔵品の公開件数(貸出し含む)(件)	668	557	465	446	400	500
13	作品購入件数・購入価格(件・千円)	11 40,834	4 6,388	2 29,896	3 12,757	3 20,000	3 20,000
14	作品寄贈件数・評価価格(件・千円)	3 5,300	10 46,200	23 26,435	47 69,625	10 10,000	10 10,000
B 地域や学校教育との連携を深め、質の高い教育・普及活動を展開します							
1 質の高い教育・普及プログラムを開発します							
16	学校教育と連携した取組数(件)	-	-	290	385	300	350

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

2 講座・講演会等を充実します

20 講演会等の開催回数 (回)	283	214	211	240	180	210
21 学芸員のフロアレクチャー等の数(回)	31	16	17	58	17	20

3 地域住民、企業、NPO等と連携した美術館活動を充実します

22 地域住民等と連携した取組数 (件)	2	2	2	10	3	4
23 館内空間を生かした催事の件数・参加者数(件・人)	61 3,504	92 5,914	90 5,400	101 4,054	60 5,500	90 5,500

C 戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます

1 広報戦略を策定し、広報の質を高めます

25 美術館に関する情報が「入手しやすい」とする人の割合 (%)	71.5	69.7	67.9	69.8	70.0	70.0
26 ホームページへのアクセス件数(件)	103,500	155,400	164,500	164,000	170,000	170,000
27 ホームページの満足度 (%)	69.6	77.8	70.0	74.3	70.0	70.0

2 観光などとの連携や新たな広報チャンネルの開拓に取り組みます

28 取材の件数 (件)	-	-	-	40	25	30
--------------	---	---	---	----	----	----

3 ロダン館の認知度を高め、来館者を増やします

30 ロダン館の入館者数(人)	62,768	105,545	74,290	81,771	80,000	80,000
-----------------	--------	---------	--------	--------	--------	--------

D 施設の改修を推進し、美術館のアメニティを高めていきます

1 館内施設を充実し、満足度を高めます

31 美術館利用者数 (内訳) (人)	289,763	423,834	373,556	389,194	320,000	400,000
32 鑑賞環境に対する満足度 (%)	89.6	84.6	87.1	87.4	90.0	90.0
33 レストラン・カフェ利用者の満足度 (%)	63.2	57.1	61.7	54.5	70.0	70.0
34 ミュージアムショップ利用者の満足度 (%)	89.3	77.1	76.9	80.6	80.0	80.0

2 周辺環境やアクセス環境の向上を進めます

35 来館者のアクセス満足度 (%)	※82.4 76.0	78.9 67.3	78.1 80.1	76.4 80.7	80.0	80.0
--------------------	---------------	--------------	--------------	--------------	------	------

2 平成 21 年度の取組方針

(1) 収蔵品展の充実

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

(2) 展覧会企画と戦略的な広報

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

(3) ボランティアの組織改革への取組

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

3 平成 21 年度のアクションプラン

【館長公約A】

人々の感性を磨き、生活に変化をもたらすような魅力的な展覧会を開催します

(1) 新たな視点や工夫に基づく企画展を積極的に開催します

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

<平成 21 年度企画展開催計画>

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

(2) 他の美術館・大学との連携を進め、企画力を強化します

- ・ 県民部国民文化祭推進室及び静岡市と共同して、第 24 回国民文化祭を開催する。
- ・ 県内出身作家と協働して、企画展および関連事業を実施する。（「柳澤紀子展」）
- ・ 静岡県立中央図書館、静岡県教育委員会と共催し展覧会を開催する。
- ・ インターンシップを受け入れる。
- ・ 展覧会調査や学会出席等情報収集に努める。

(3) 特徴あるコレクションを形成し、効果的に活用します

- ・ エントランス名品コーナーで富士山の収蔵品を紹介する。
- ・ テーマに工夫を凝らした収蔵品展を開催する。
- ・ 購入・寄贈候補作品に関する情報を積極的に収集し、日常的な調査に努める。
- ・ 狩野派の作品を購入し、収蔵品の充実を図る。（美術博物館建設基金積立金）

<平成21年度収蔵品展開催計画>

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

【館長公約B】

地域や学校教育との連携を深め、質の高い教育・普及活動を展開します

(1) 質の高い教育・普及プログラムを開発します

- ・学校教育の現場との交流を図り、鑑賞系教育・普及事業をより充実させる。
- ・鑑賞との結びつきを深め、質の高い実技系教育・普及事業を実施する。

<平成21年度 教育・普及プログラム 主な内容>

プログラム	内 容	実施日数等 (予定)
創作週間	実技室とその設備を創作活動のため県民に開放する	年48回
色彩アトリエ	親子でも参加できる美術体験企画として絵画を取り上げ、 さまざまな技法で共同制作、展示を行うワークショップ	年9回
工作アトリエ	親子でも参加できる美術体験企画として立体・彫刻を取り 上げ、共同制作を行うワークショップ	年8回
絵の具開放日	親子で参加し、絵の具で自由に遊ぶ体験の日	年8回
粘土開放日	親子で参加し、粘土で自由に遊ぶ体験の日	年7回
美術館教室	学校連携普及事業 来館児童・生徒を対象とした実技・鑑 賞のプログラムと、学芸員が学校で行う出張美術講座など	年157回

(2) 講座・講演会等を充実します

- ・企画展に合わせ、創意工夫を凝らした講演会を開催する。
- ・収蔵品展や企画展のフロアレクチャーを実施する。
- ・貸出可能な新しい教材を開発し、休館期間中の利用や、学芸員が出かけて授業を行う出張美術館講座を充実させる。

(3) 地域住民、企業、NPO等と連携した美術館活動を充実します

- ・地域住民、友の会等と連携した催事を充実する。
- ・「谷田サミット」を定期的を開催し、谷田地区4機関の連携を深める。
- ・ボランティアの組織改革に取り組む。
- ・ボランティアによる地域連携活動を支援し、推進する。
- ・NPOとの連携についての可能性を模索する。

【館長公約C】

戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます

(1) 広報戦略を策定し、広報の質を高めます

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

(2) 観光などとの連携や新たな広報チャンネルの開拓に取り組みます

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

(3) ロダン館の認知度を高め、来館者を増やします

- ・富士山静岡空港内に美術館（ロダン館）をPRできる仕掛けを考える。

【館長公約D】

施設の改修を推進し、美術館のアメニティを高めていきます

(1) 館内施設を充実し、満足度を高めます

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

(2) 周辺環境やアクセス環境の向上を進めます

- ・美術館の将来構想や周辺環境の整備について検討する。

平成 20 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 「美術館カルテ」に関する現状値
- 3 展覧会アンケートの結果
- 4 その他アンケートの結果
- 5 アンケート方法等について

(注) 「平成 20 年度静岡県立美術館評価業務 報告書」は、平成 21 年度第 1 回静岡県立美術館協議会(平成 21 年 7 月 1 日開催)の資料として作成・公表された。

1 評価業務の概要

本業務は、静岡県立美術館評価委員会による提言『評価と経営の確立に向けて』（平成 17 年 3 月）に示された目標管理システム「美術館カルテ」（「ミュージアム・ナビ」から改称）の運用における評価指標測定の一部となる。

本業務では、(1) および (2) において評価指標測定のために実施されるアンケート調査の回収データを集計・分析している。また、(3) および (4) において評価指標や自由記載意見を今後検討する際の補足のために実施されるテキストマイニング分析および観覧者へのグループ・インタビューを実施している。

(1) 展覧会のアンケート調査

- 1) シャガール展 色彩の詩人
- 2) 国宝 鑑真和上展
- 3) 十二の旅 感性と経験のイギリス美術展
- 4) 風景ルルル展 わたしとソトガワとのかかわり方
- 5) 朝鮮王朝の絵画と日本展

(2) その他のアンケート調査

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
- ・ロダン館デッサン会スペシャル
- ・創作週間スペシャル
- ・色彩アトリエスペシャル
- ・親子鑑賞講座ファミリー鑑賞会
- ・夏休み子どもワークショップ仏像張り子
- ・夏休み子どもワークショップ鑑賞会
- ・夏休み子どもワークショップぴったんこガンジン

2) ロダン館コンサート

3) レストラン

4) ミュージアム・ショップ

5) 図書閲覧室

6) 県立美術館ボランティア

7) 県立美術館ホームページ

(3) テキストマイニング分析

- ・ 展覧会及び美術館についての指摘や意見に関する設問に対するテキストマイニング

(4) 観覧者へのグループ・インタビュー

- ・ 風景ルルル展観覧者に対するグループ・インタビュー

2 「美術館カルテ」に関する現状値

「美術館カルテ」の指標について、平成 20 年度アンケート調査の測定結果集計は以下のとおりとなる。

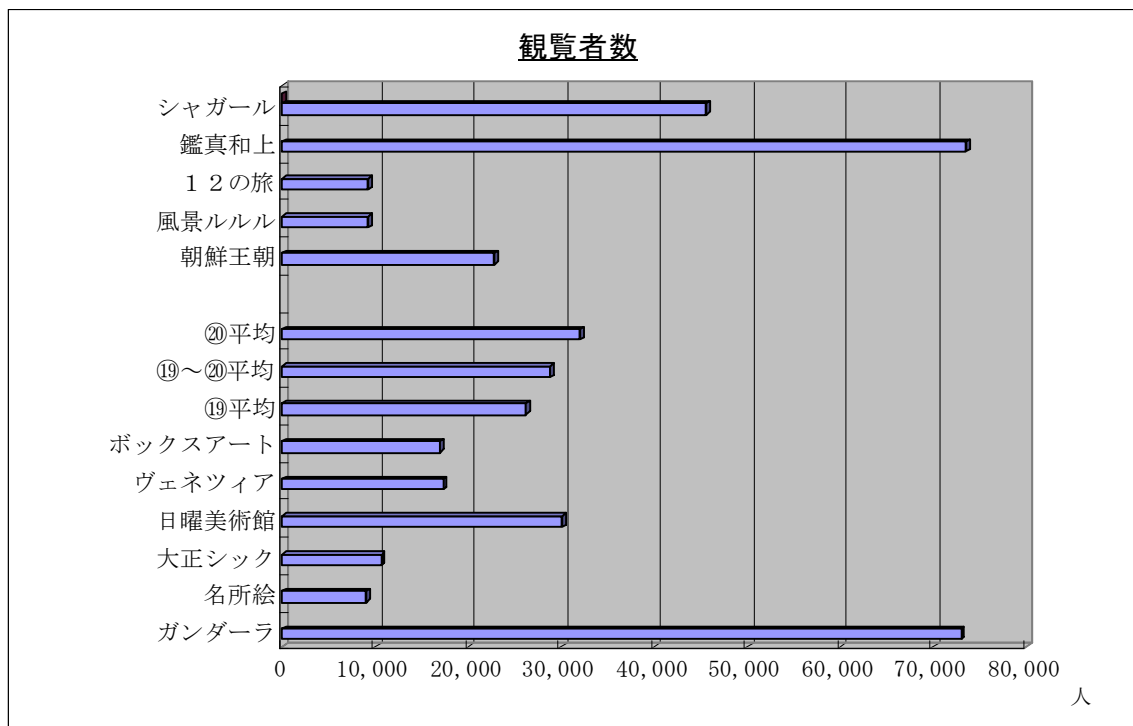
「美術館カルテ」に関する現状値

	H19実績 (%)	今回測定値 (%)	展覧会					
			シャガール	鑑真和上	12の旅	風景ルルル	朝鮮王朝	
A	展覧会のリピート率%	80.3	82.7	88.6%	82.9%	84.1%	74.8%	83.4%
	展覧会の満足度%	71.7	67.4	75.2%	79.0%	48.0%	70.3%	64.2%
	同 新指標	88.3	89.9	94.7%	95.5%	85.4%	87.3%	86.8%
	教育・普及プログラムの満足度%	82.1	83.7					
	同 新指標	97.9	97.8					
	実技プログラム参加者の展覧会観覧割合%	35.8	41.8					
B	鑑賞環境に対する満足度%	87.1	87.4	86.7%	86.5%	85.8%	90.3%	87.7%
	風景の美術館としての認知度%	25.4	22.9	25.7%	24.0%	21.9%	15.6%	27.5%
C	情報が「入手しやすい」とする方の割合%	67.9	69.8	73.7%	75.5%	65.7%	65.9%	68.3%
	公共交通機関のアクセス満足度%	78.1	76.4	80.9%	75.9%	73.7%	74.0%	77.3%
	自家用車のアクセス満足度%	80.1	80.7	83.5%	81.3%	81.6%	76.2%	80.7%
	スタッフの対応に満足した人の割合%	78.5	82.5	82.1%	80.3%	80.6%	88.3%	81.4%
	ロダン館、エントランスの催事の満足度%	94.6	92.3					
	レストランの満足度%	61.7	54.5					
	ミュージアムショップの満足度%	76.9	80.6					
D	ボランティアの満足度%	59.7	54.6					
	友の会会員の満足度%	—	—					
	HPの満足度%	70.0	74.3					
	図書閲覧室の満足度%	87.0	77.8					
	展覧会における新規観覧者の割合%	19.7	17.3	11.4%	17.1%	15.9%	25.2%	16.6%
	展覧会における新規観覧者の満足度%	70.9	74.2	71.4%	84.1%	71.8%	76.9%	66.7%
	同 新指標	91.7	91.9	93.0%	95.6%	94.9%	85.7%	90.2%
	地域別の利用者数の割合 東部	15.8	15.9	16.4%	20.2%	15.4%	10.9%	16.4%
	中部	57.7	60.0	64.9%	55.9%	68.3%	58.5%	52.3%
	西部	16.4	15.0	15.8%	18.2%	10.6%	15.0%	15.3%
	県外	10.1	9.2	3.0%	5.6%	5.7%	15.6%	15.9%
2世代・3世代一緒に観覧に来た割合%	25.9	26.0	23.4%	39.6%	23.2%	16.9%	27.0%	

3 展覧会アンケートの結果

(1) 調査票の回収状況

	観覧者数(A)	回収数(B)	回収率
シャガール	45,568	522	1.1%
鑑真和上	73,639	562	0.8%
1 2 の旅	9,262	255	2.8%
風景ルルル	9,302	311	3.3%
朝鮮王朝	22,807	375	1.6%
⑳平均	32,116	405	1.3%
⑒～⑳平均	28,868	411	1.4%
⑒平均	26,161	416	1.6%
ボックスアート	16,998	367	2.2%
ヴェネツィア	17,294	562	3.2%
日曜美術館	30,011	323	1.1%
大正シック	10,632	405	3.8%
名所絵	8,984	301	3.4%
ガンダーラ	73,048	535	0.7%



(2) 観覧者（回答者）の属性

1) 性別

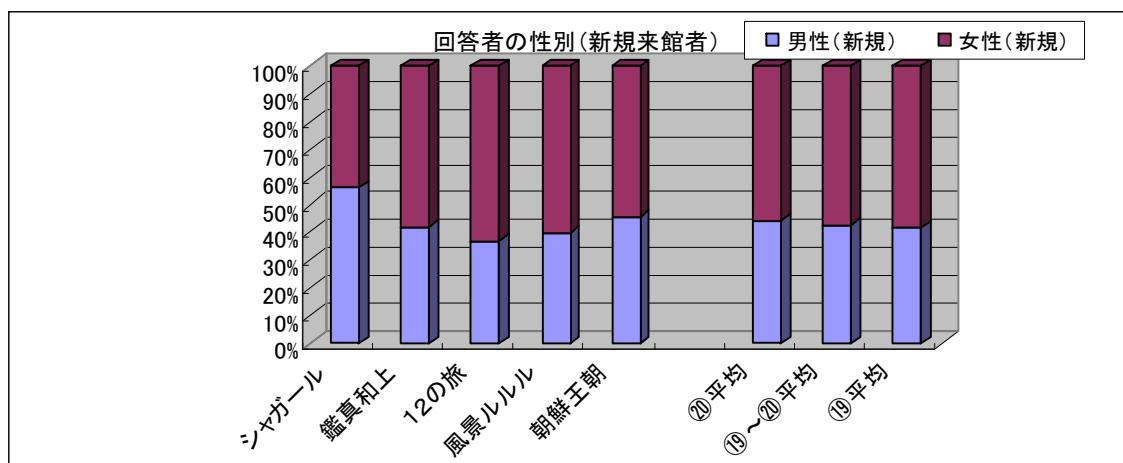
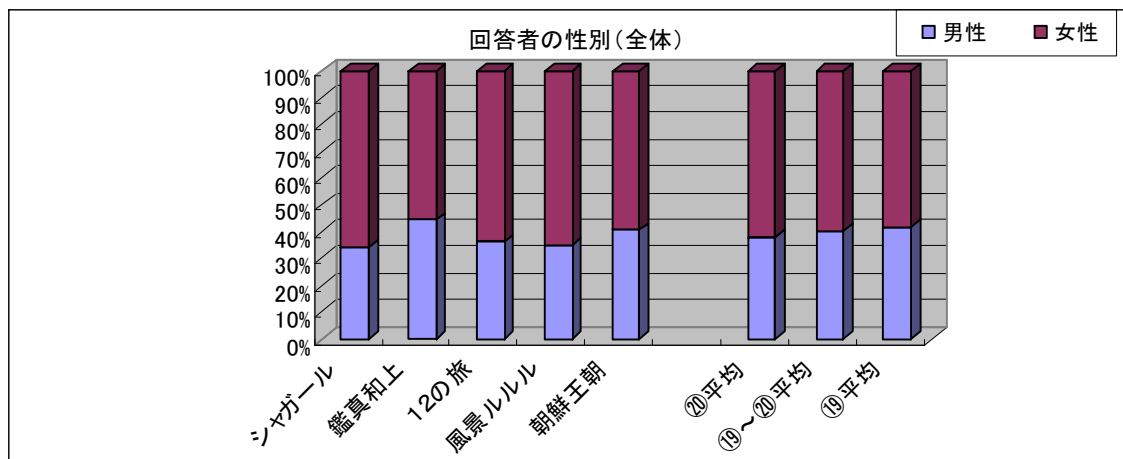
回答者の性別（全体）

	男性	女性
シャガール	34.4%	65.6%
鑑真和上	44.5%	55.5%
12の旅	36.1%	63.9%
風景ルルル	35.3%	64.7%
朝鮮王朝	40.8%	59.2%
⑳平均	38.2%	61.8%
⑲～⑳平均	40.2%	59.8%
⑲平均	41.8%	58.2%
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%

回答者の性別（新規来館者）

	男性（新規）	女性（新規）
シャガール	56.1%	43.9%
鑑真和上	42.1%	57.9%
12の旅	36.8%	63.2%
風景ルルル	39.7%	60.3%
朝鮮王朝	45.8%	54.2%
⑳平均	44.1%	55.9%
⑲～⑳平均	42.8%	57.2%
⑲平均	41.7%	58.3%
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%

男女比率は、男性：女性＝38：62 となった。平成19年度 男性：女性＝42：58、平成18年度 男性：女性＝44：56 に比べて女性の比率が年々高まっている。展覧会別では、「シャガール」「風景ルルル」「12の旅」の女性比率が高い。



2) 年齢層

回答者の年齢（全体）

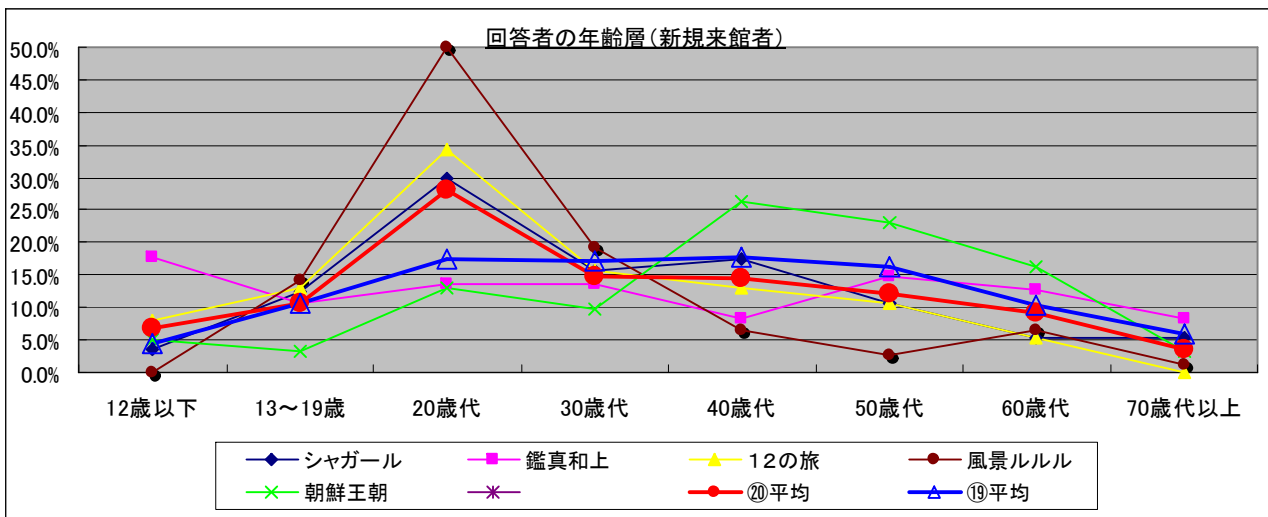
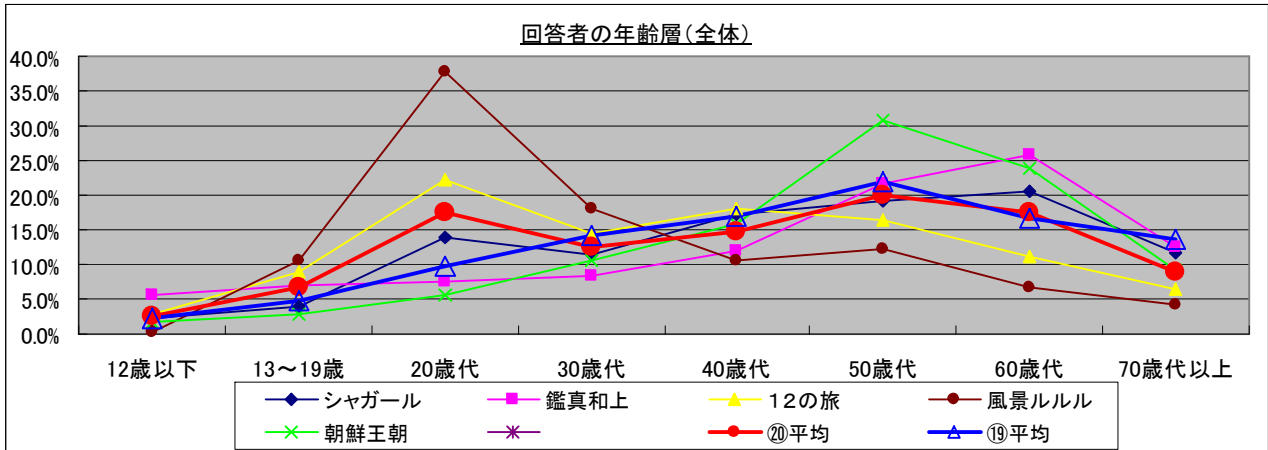
	12歳以下	13～19歳	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	計
シャガール	2.1%	3.9%	13.8%	11.5%	17.3%	19.3%	20.4%	11.7%	100%
鑑真和上	5.5%	6.9%	7.4%	8.3%	11.9%	21.8%	25.8%	12.4%	100%
12の旅	2.8%	8.8%	22.3%	14.3%	17.9%	16.3%	11.2%	6.4%	100%
風景ルルル	0.3%	10.5%	37.9%	18.0%	10.5%	12.1%	6.5%	4.2%	100%
朝鮮王朝	1.6%	2.7%	5.6%	10.5%	15.8%	30.8%	23.9%	9.1%	100%
⑳平均	2.5%	6.5%	17.4%	12.5%	14.7%	20.1%	17.6%	8.8%	100%
⑲～⑳平均	2.3%	5.5%	13.2%	13.4%	15.9%	21.1%	17.1%	11.4%	100%
⑲平均	2.2%	4.6%	9.7%	14.1%	17.0%	22.0%	16.8%	13.6%	100%
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%

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
シャガール	3.5%	12.3%	29.8%	15.8%	17.5%	10.5%	5.3%	5.3%	100%
鑑真和上	17.9%	10.5%	13.7%	13.7%	8.4%	14.7%	12.6%	8.4%	100%
12の旅	7.9%	13.2%	34.2%	15.8%	13.2%	10.5%	5.3%	0.0%	100%
風景ルルル	0.0%	14.1%	50.0%	19.2%	6.4%	2.6%	6.4%	1.3%	100%
朝鮮王朝	4.9%	3.3%	13.1%	9.8%	26.2%	23.0%	16.4%	3.3%	100%
⑳平均	6.8%	10.7%	28.2%	14.9%	14.4%	12.3%	9.2%	3.6%	100%
⑲～⑳平均	5.6%	10.7%	22.2%	16.2%	16.2%	14.4%	9.8%	4.8%	100%
⑲平均	4.6%	10.8%	17.3%	17.3%	17.7%	16.3%	10.3%	5.9%	100%
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%
大正シック	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%

平均的には、20歳代と50～60歳代をピークとするM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、「風景ルルル」「12の旅」が20歳代、「シャガール」「鑑真和上」「朝鮮王朝」が50～60歳代となっている。

新規来館者では、「風景ルルル」「12の旅」「シャガール」に20歳代が多く見られるとともに、「鑑真和上」の12歳以下の割合が他の展覧会と比較して突出しており、ひとり1改革運動で優秀事例となった「家族で美術鑑賞を楽しむきっかけづくり」の取組成果が現れているといえる。



3) 居住地

回答者の居住地（全体）

	静岡市	中部（静岡除く）	西部	東部	賀茂	県外	
シャガール	46.9%	18.0%	15.8%	16.4%	0.0%	3.0%	100%
鑑真和上	40.3%	15.7%	18.2%	20.2%	0.0%	5.6%	100%
12の旅	50.8%	17.5%	10.6%	14.2%	1.2%	5.7%	100%
風景ルルル	43.5%	15.0%	15.0%	10.9%	0.0%	15.6%	100%
朝鮮王朝	41.4%	11.0%	15.3%	15.9%	0.5%	15.9%	100%
⑳平均	44.6%	15.4%	15.0%	15.5%	0.4%	9.2%	100%
⑑～⑳平均	43.6%	15.2%	15.8%	15.6%	0.3%	9.7%	100%
⑑平均	42.7%	15.0%	16.4%	15.6%	0.2%	10.1%	100%
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%

回答者の居住地（新規来館者）

	静岡市	中部（静岡除く）	西部	東部	賀茂	県外	
シャガール	26.0%	8.0%	26.0%	22.0%	0.0%	18.0%	100%
鑑真和上	23.3%	13.3%	17.8%	24.4%	0.0%	21.1%	100%
12の旅	22.9%	14.3%	17.1%	17.1%	2.9%	25.7%	100%
風景ルルル	13.7%	9.6%	26.0%	6.8%	0.0%	43.8%	100%
朝鮮王朝	12.1%	5.2%	19.0%	12.1%	0.0%	51.7%	100%
⑳平均	19.6%	10.1%	21.2%	16.5%	0.6%	32.1%	100%
⑑～⑳平均	17.8%	9.2%	20.6%	16.2%	0.6%	35.6%	100%
⑑平均	16.4%	8.5%	20.1%	15.9%	0.5%	38.6%	100%
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%

居住地構成は、静岡市：中部：西部：東部：県外＝45：15：15：16：9 となっている。平成19年度（静岡市：中部：西部：東部：県外＝43：15：16：16：10）に比べて、静岡市内の割合が上昇した。展覧会別では、地域の特徴が見られ「鑑真和上」が西部と東部、「風景ルルル」、「朝鮮王朝」が県外で割合が高まっている。

本設問は「美術館カルテ」の「地域別の利用者数の割合」指標に対応している。

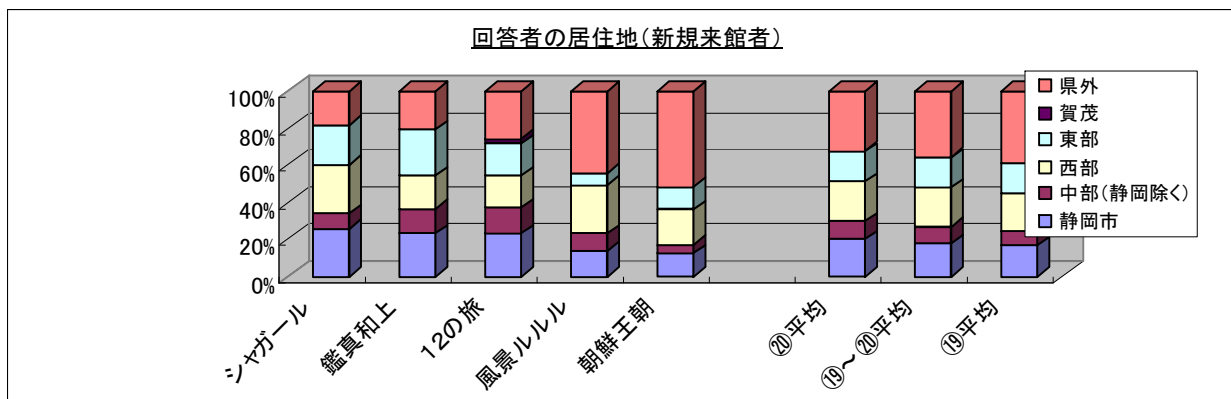
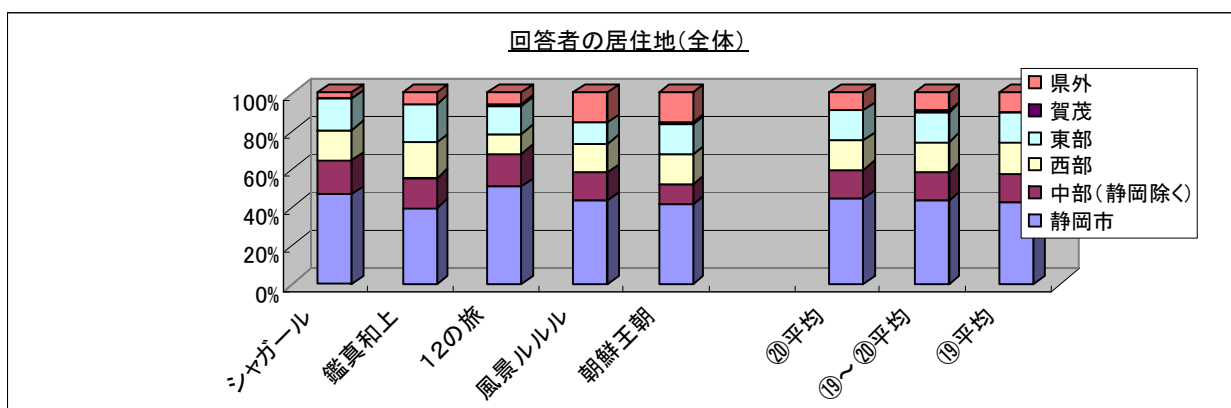
市内	県内	県外
46.9%	50.1%	3.0%
40.3%	54.1%	5.6%
50.8%	43.5%	5.7%
43.5%	40.8%	15.6%
41.4%	42.7%	15.9%
44.6%	46.3%	9.2%

「美術館カルテ」

東部	中部	西部	県外
16.4%	64.9%	15.8%	3.0%
20.2%	55.9%	18.2%	5.6%
15.4%	68.3%	10.6%	5.7%
10.9%	58.5%	15.0%	15.6%
16.4%	52.3%	15.3%	15.9%
15.9%	60.0%	15.0%	9.2%

38.9%	52.2%	8.8%
44.8%	50.4%	4.8%
31.4%	51.7%	17.0%
55.0%	37.4%	7.6%
46.5%	42.7%	10.8%
39.8%	48.8%	11.4%

11.9%	55.9%	23.3%	8.8%
17.9%	62.9%	14.4%	4.8%
21.0%	47.7%	14.4%	17.0%
11.7%	66.7%	14.0%	7.6%
12.5%	59.3%	17.4%	10.8%
19.6%	53.9%	15.1%	11.4%



(3) 観覧者（回答者）の行動

1) 来館回数

来館回数（全体）「美術館カルテ」

「美術館カルテ」

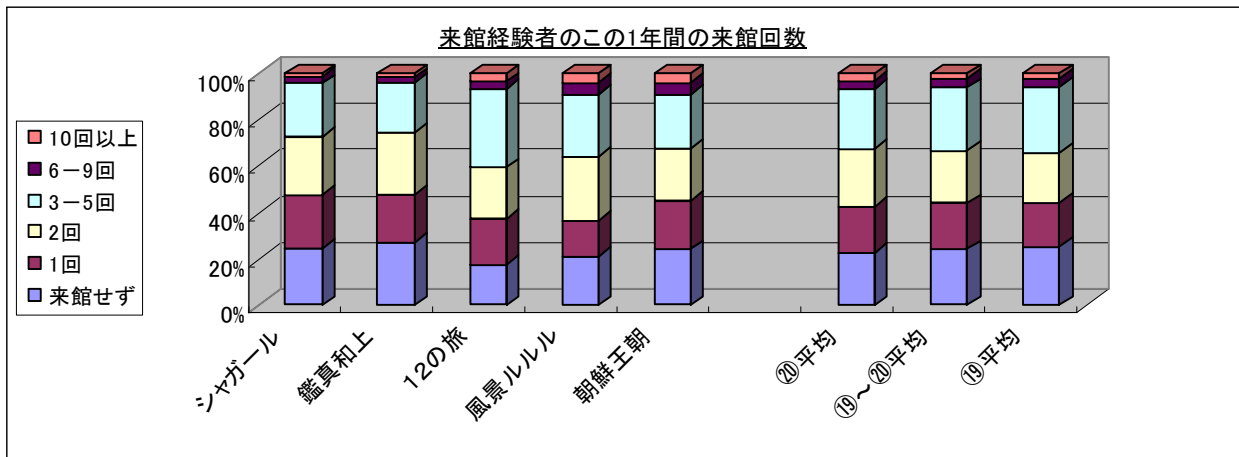
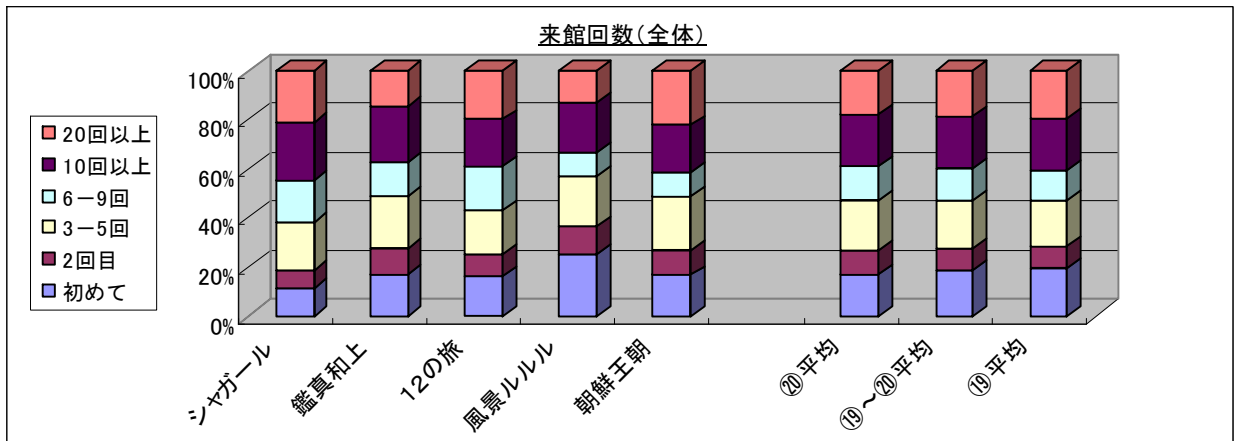
	初めて	2回目	3-5回	6-9回	10回以上	20回以上	計	リピート率
シャガール	11.4%	7.2%	19.7%	16.8%	24.0%	20.9%	100%	88.6%
鑑真和上	17.1%	10.6%	21.1%	13.9%	22.9%	14.4%	100%	82.9%
12の旅	15.9%	9.1%	17.9%	17.9%	19.4%	19.8%	100%	84.1%
風景ルルル	25.2%	11.3%	20.4%	10.0%	20.1%	12.9%	100%	74.8%
朝鮮王朝	16.6%	10.1%	22.3%	9.5%	19.1%	22.3%	100%	83.4%
⑳平均	17.3%	9.7%	20.3%	13.6%	21.1%	18.1%	100%	82.7%
⑲～⑳平均	18.6%	9.2%	19.4%	13.0%	20.9%	18.9%	100%	81.4%
⑲平均	19.7%	8.7%	18.8%	12.5%	20.8%	19.5%	100%	80.3%
ボックスアート	31.1%	15.0%	17.2%	8.2%	17.7%	10.9%	100%	69.0%
ヴェネツィア	12.2%	11.2%	21.0%	15.3%	20.9%	19.4%	100%	87.8%
日曜美術館	21.6%	6.0%	19.0%	10.5%	21.9%	21.0%	100%	78.4%
大正シック	15.3%	8.0%	19.8%	15.3%	21.3%	20.3%	100%	84.7%
名所絵	17.2%	5.7%	17.6%	9.1%	22.6%	27.7%	100%	82.7%
ガンダーラ	20.9%	6.5%	17.9%	16.5%	20.5%	17.7%	100%	79.1%

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
シャガール	24.5%	23.4%	24.7%	23.1%	2.9%	1.3%	100%
鑑真和上	26.9%	20.9%	26.9%	21.6%	2.0%	1.8%	100%
12の旅	17.4%	19.8%	22.2%	33.8%	3.4%	3.4%	100%
風景ルルル	21.4%	15.3%	27.5%	26.6%	5.2%	3.9%	100%
朝鮮王朝	24.2%	21.2%	22.2%	23.5%	5.1%	3.8%	100%
⑳平均	22.9%	20.1%	24.7%	25.7%	3.7%	2.8%	100.0%
⑲～⑳平均	24.1%	19.8%	22.9%	27.2%	3.6%	2.4%	100.0%
⑲平均	25.1%	19.6%	21.4%	28.4%	3.5%	2.1%	100.0%
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%

新規来館者の割合は17.3%であり、平成19年度（19.7%）、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、「風景ルルル」で特に高く、「シャガール」で特に低い。

本設問は「美術館カルテ」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。



2) 来館人数

来館人数（全体）

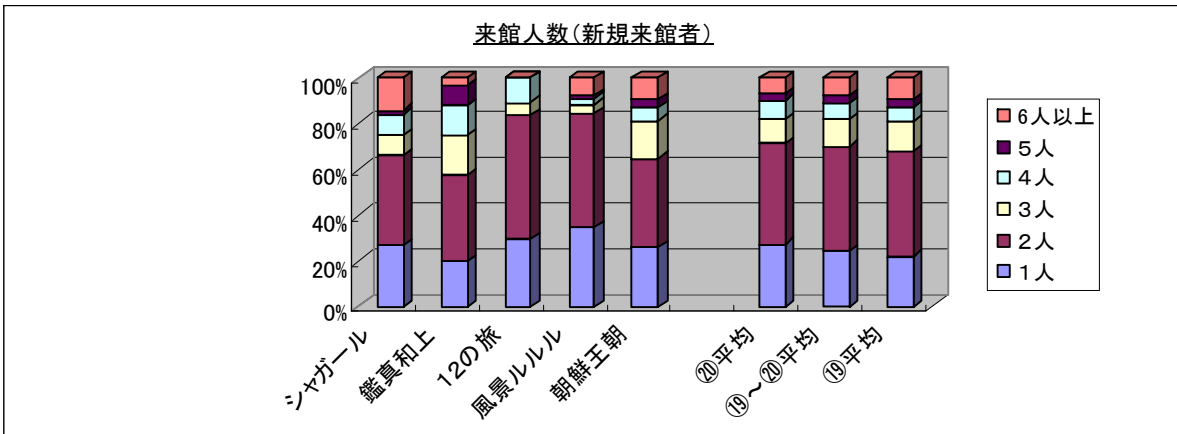
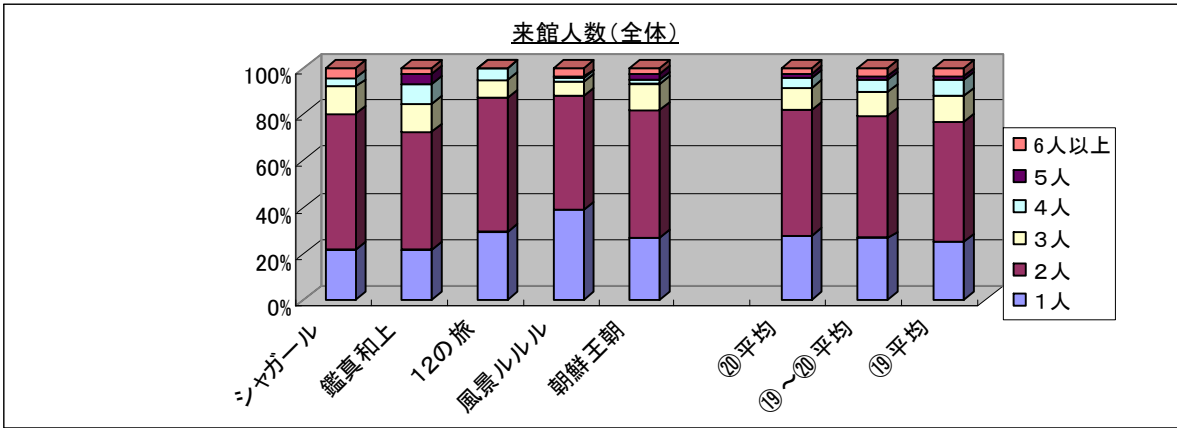
	1人	2人	3人	4人	5人	6人以上
シャガール	21.5%	58.6%	11.6%	3.8%	0.4%	4.0%
鑑真和上	21.3%	51.5%	11.8%	8.9%	3.7%	2.9%
12の旅	29.6%	57.5%	7.5%	5.4%	0.0%	0.0%
風景ルルル	38.7%	49.2%	5.9%	2.0%	0.3%	3.9%
朝鮮王朝	26.8%	54.8%	11.6%	1.7%	2.3%	2.8%
⑳平均	27.6%	54.3%	9.7%	4.4%	1.3%	2.7%
⑲～⑳平均	26.3%	52.9%	10.5%	5.3%	1.7%	3.2%
⑲平均	25.3%	51.7%	11.2%	6.1%	2.0%	3.6%
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%

来館人数（新既来館者）

	1人	2人	3人	4人	5人	6人以上
シャガール	26.8%	39.3%	8.9%	8.9%	1.8%	14.3%
鑑真和上	19.8%	37.4%	17.6%	13.2%	8.8%	3.3%
12の旅	29.7%	54.1%	5.4%	10.8%	0.0%	0.0%
風景ルルル	34.6%	50.0%	3.8%	2.6%	1.3%	7.7%
朝鮮王朝	25.9%	38.9%	16.7%	5.6%	3.7%	9.3%
⑳平均	27.4%	43.9%	10.5%	8.2%	3.1%	6.9%
⑲～⑳平均	24.3%	45.6%	12.0%	7.1%	3.3%	7.8%
⑲平均	22.2%	46.0%	12.7%	6.4%	3.2%	9.6%
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%

2人での来館が54.3%、1人での来館が27.6%を占める。展覧会別では、「風景ルルル」の1人での来館に特徴が見られ、38.7%と特に高くなっている。

新規来館者では2人での来館が43.9%、1人での来館が27.4%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。



3) 来館時の同伴者

来館時の同伴者（全体）

「美術館カルテ」

	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	2・3世代
シャガール	43.7%	12.9%	5.9%	9.5%	1.0%	0.0%	1.0%	37.5%	3.3%	23.4%
鑑真和上	41.3%	20.5%	10.9%	16.3%	1.2%	1.5%	2.7%	24.8%	3.7%	39.6%
12の旅	33.3%	11.9%	8.9%	11.3%	0.0%	0.0%	1.8%	44.0%	1.8%	23.2%
風景ルルル	16.4%	7.1%	4.4%	8.2%	1.1%	0.5%	0.5%	60.7%	6.6%	16.9%
朝鮮王朝	49.6%	11.9%	4.4%	12.7%	1.2%	1.2%	2.0%	29.0%	3.6%	27.0%
⑳平均	36.9%	12.9%	6.9%	11.6%	0.9%	0.6%	1.6%	39.2%	3.8%	26.0%
⑲～⑳平均	38.2%	12.4%	6.6%	11.7%	1.0%	0.8%	3.4%	38.0%	3.5%	26.0%
⑲平均	39.3%	12.1%	6.3%	11.7%	1.1%	1.0%	4.9%	37.0%	3.3%	25.9%
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%	25.3%
ヴェネツィア	31.3%	11.5%	6.1%	10.4%	1.4%	1.4%	2.4%	43.1%	4.5%	24.7%
日曜美術館	42.1%	16.2%	9.3%	15.1%	2.7%	2.7%	8.1%	26.6%	0.4%	36.7%
大正シック	31.2%	14.9%	7.8%	9.7%	0.6%	0.3%	4.9%	43.5%	2.6%	25.5%
名所絵	40.6%	7.1%	3.0%	9.6%	1.0%	0.5%	7.6%	40.1%	3.6%	18.2%
ガンダーラ	48.1%	11.2%	6.7%	12.6%	0.7%	0.5%	3.6%	30.7%	4.3%	25.0%

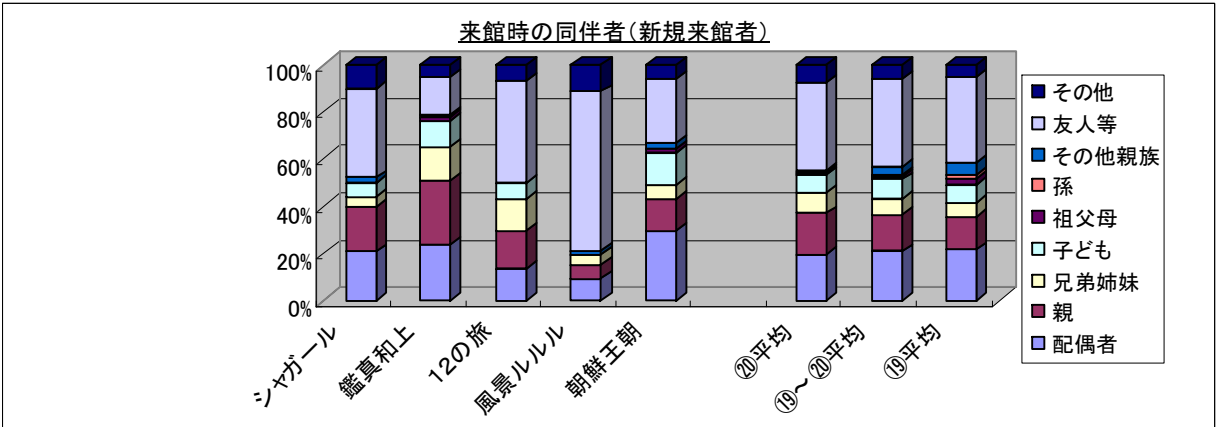
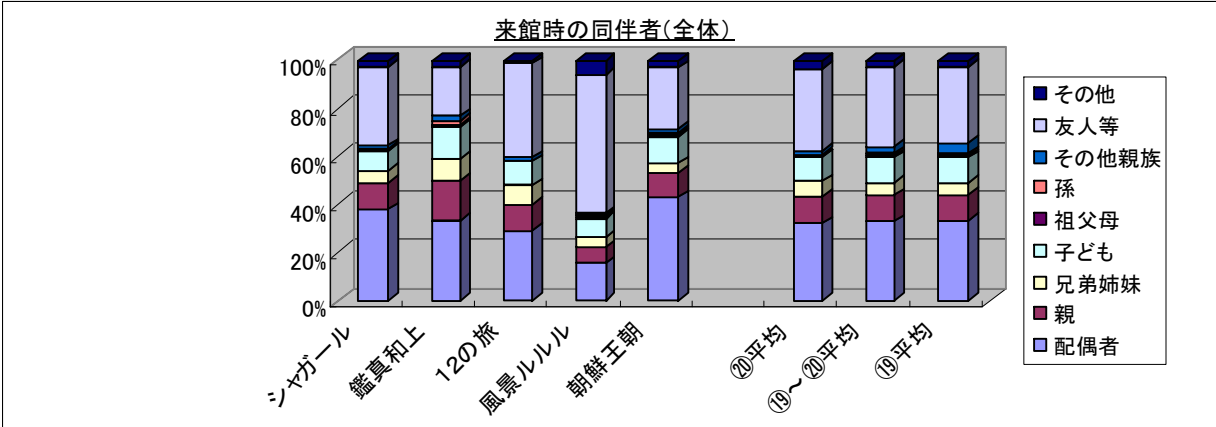
来館時の同伴者（新規来館者）

	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
シャガール	25.0%	22.5%	5.0%	7.5%	0.0%	0.0%	2.5%	45.0%	12.5%
鑑真和上	31.9%	37.5%	19.4%	15.3%	1.4%	0.0%	1.4%	22.2%	6.9%
12の旅	15.4%	19.2%	15.4%	7.7%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	7.7%
風景ルルル	10.0%	6.0%	4.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.0%	70.0%	12.0%
朝鮮王朝	37.5%	17.5%	7.5%	17.5%	2.5%	0.0%	2.5%	35.0%	7.5%
⑳平均	24.0%	20.5%	10.3%	9.6%	0.8%	0.0%	1.7%	44.4%	9.3%
⑲～⑳平均	24.7%	18.4%	8.3%	9.4%	1.8%	0.9%	4.1%	43.7%	7.4%
⑲平均	25.4%	16.7%	6.7%	9.2%	2.7%	1.7%	6.1%	43.2%	5.7%
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%

配偶者が36.9%、友人等が39.2%と多数を占める。平成19年度においても配偶者が39.3%、友人等が37.0%であり、このふたつで多数を占める傾向は変わらない。

展覧会別では、「鑑真和上」の親と子どもの比率に特徴が見られる。また、友人等の割合は「風景ルルル」が特に高く、「鑑真和上」が低くなっている。新規来場者も同様の傾向となる。

本設問は「美術館カルテ」の「2世代・3世代と一緒に観覧に来ている割合」指標に対応している。



4) 来館のきっかけ

来館のきっかけ（全体） 複数回答

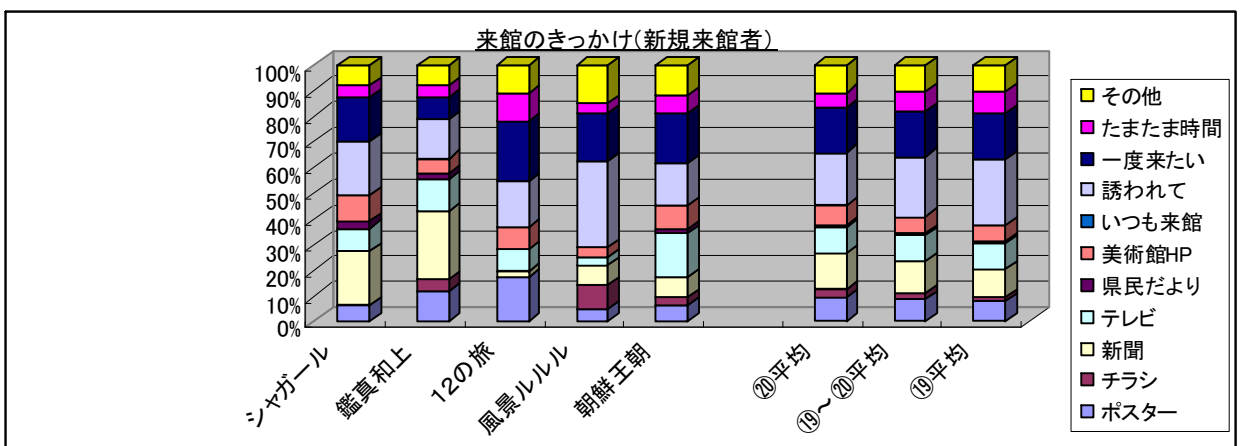
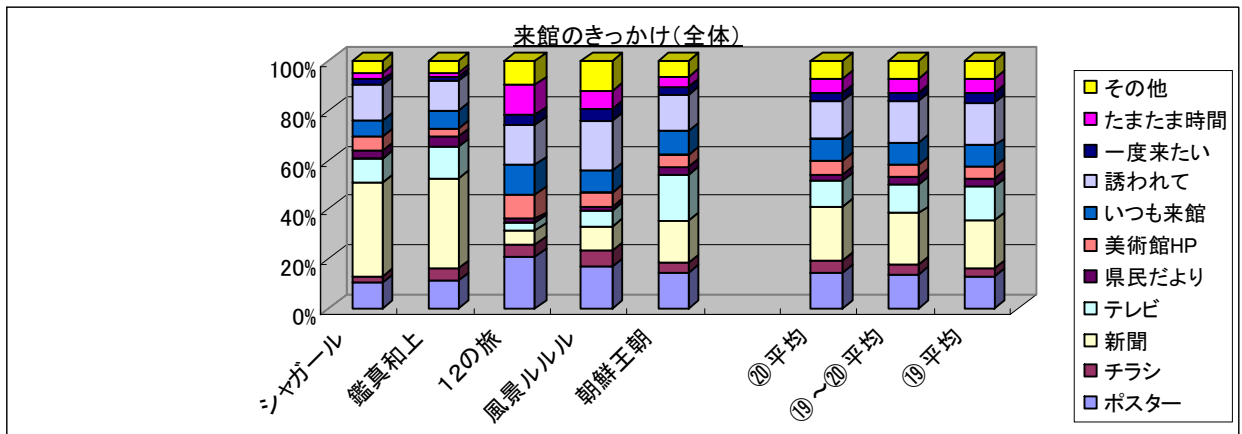
	ポスター	チラシ	新聞	テレビ	県民だより	美術館HP	いつも来館	誘われて	一度来たい	たまたま時間	その他
シャガール	15.0%	3.5%	52.8%	13.5%	5.0%	7.1%	10.0%	20.2%	2.5%	3.5%	7.3%
鑑真和上	17.1%	6.6%	54.3%	18.9%	5.5%	5.0%	10.4%	17.9%	2.3%	2.7%	7.1%
12の旅	24.7%	5.9%	6.3%	3.5%	1.6%	11.4%	14.1%	18.8%	5.1%	14.5%	11.0%
風景ルルル	23.2%	8.7%	12.3%	9.0%	2.6%	7.4%	11.6%	27.1%	7.1%	9.4%	16.5%
朝鮮王朝	19.6%	5.7%	23.9%	25.0%	4.3%	6.5%	13.3%	20.4%	4.6%	5.2%	9.0%
⑳平均	19.9%	6.1%	29.9%	14.0%	3.8%	7.5%	11.9%	20.9%	4.3%	7.0%	10.2%
⑲～⑳平均	18.2%	5.3%	28.0%	16.1%	4.1%	6.6%	11.9%	22.3%	4.8%	7.2%	10.0%
⑲平均	16.8%	4.7%	26.5%	17.9%	4.4%	5.8%	11.9%	23.5%	5.3%	7.3%	9.9%
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%

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
シャガール	8.6%	0.0%	27.6%	12.1%	3.4%	13.8%	0.0%	27.6%	22.4%	6.9%	10.3%
鑑真和上	17.2%	6.5%	37.6%	17.2%	3.2%	8.6%	0.0%	21.5%	11.8%	6.5%	11.8%
12の旅	20.5%	0.0%	2.6%	10.3%	0.0%	10.3%	0.0%	20.5%	28.2%	12.8%	12.8%
風景ルルル	6.4%	11.5%	10.3%	3.8%	0.0%	5.1%	0.0%	42.3%	23.1%	5.1%	19.2%
朝鮮王朝	8.5%	3.4%	10.2%	22.0%	1.7%	11.9%	0.0%	20.3%	25.4%	8.5%	15.3%
⑳平均	12.2%	4.3%	17.6%	13.1%	1.7%	9.9%	0.0%	26.5%	22.2%	8.0%	13.9%
⑲～⑳平均	10.8%	3.1%	15.6%	12.7%	1.1%	8.7%	0.0%	29.4%	22.5%	9.4%	13.2%
⑲平均	9.7%	2.2%	13.8%	12.4%	0.6%	7.8%	0.0%	31.9%	22.7%	10.7%	12.7%
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%

きっかけの主なものは、新聞、誘われて、ポスター、テレビの順となっている。展覧会別では、これらの割合に特徴が見られ、「シャガール」「鑑真和上」が新聞、「12の旅」がポスター、「風景ルルル」誘われて、「朝鮮王朝」テレビ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。



(4) 展覧会についての観覧者（回答者）の評価

1) 作品やテーマについて興味・関心を持ったか

作品やテーマへの興味・関心（全体）

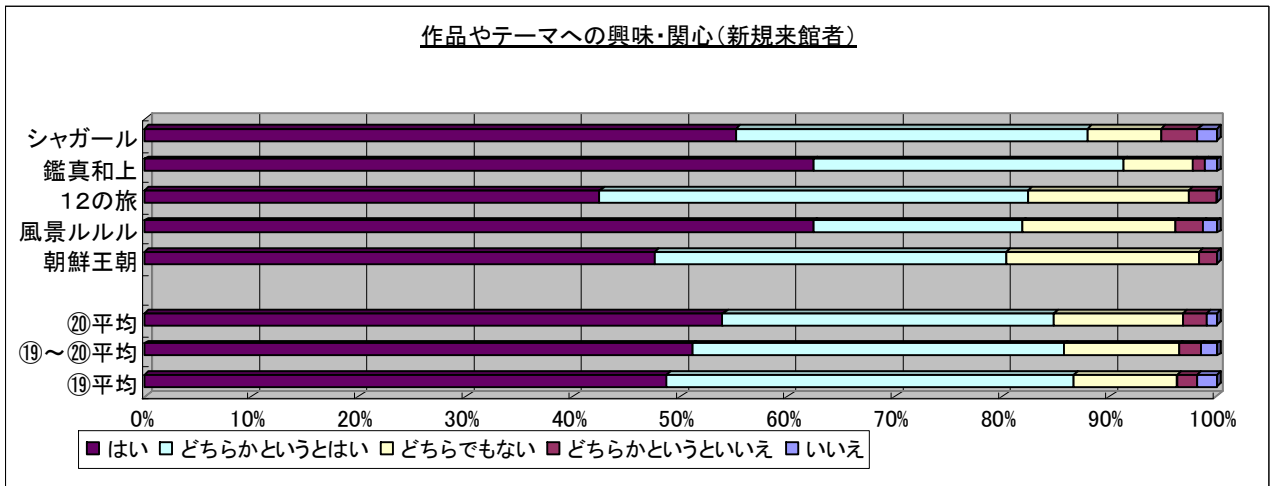
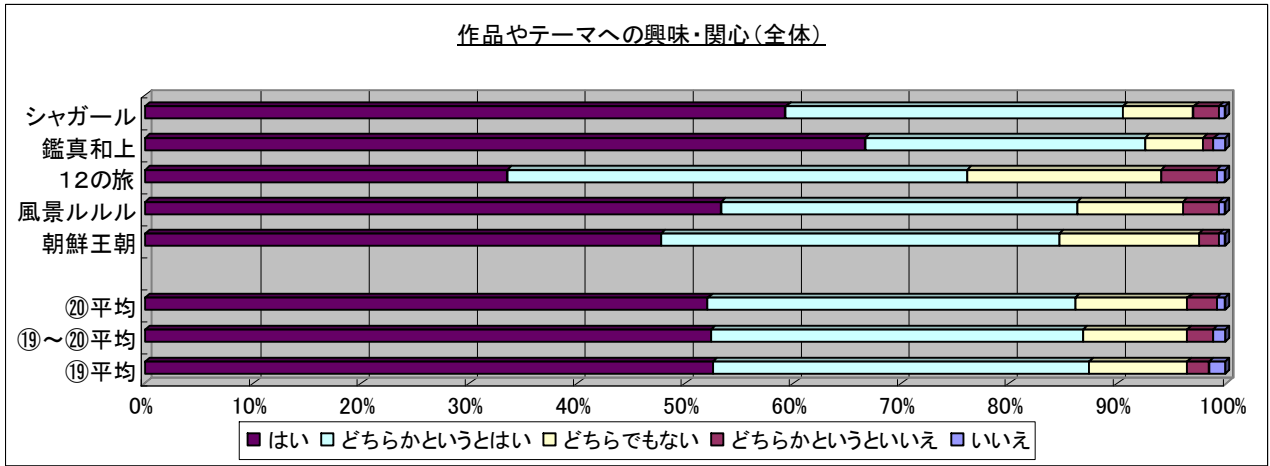
	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
シャガール	0.6%	2.3%	6.6%	31.1%	59.3%
鑑真和上	1.1%	1.1%	5.2%	25.9%	66.7%
12の旅	0.8%	5.2%	17.9%	42.6%	33.5%
風景ルルル	0.7%	3.3%	9.8%	33.0%	53.3%
朝鮮王朝	0.5%	1.9%	13.0%	36.8%	47.8%
⑳平均	0.7%	2.8%	10.5%	33.9%	52.1%
⑲～⑳平均	1.2%	2.4%	9.7%	34.4%	52.4%
⑲平均	1.5%	2.1%	9.0%	34.8%	52.7%
ボックスアート	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%

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いえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
シャガール	1.7%	3.4%	6.9%	32.8%	55.2%
鑑真和上	1.1%	1.1%	6.5%	29.0%	62.4%
12の旅	0.0%	2.5%	15.0%	40.0%	42.5%
風景ルルル	1.3%	2.6%	14.3%	19.5%	62.3%
朝鮮王朝	0.0%	1.6%	18.0%	32.8%	47.5%
⑳平均	0.8%	2.3%	12.1%	30.8%	54.0%
⑲～⑳平均	1.4%	2.1%	10.8%	34.7%	51.1%
⑲平均	1.8%	1.9%	9.6%	38.0%	48.7%
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%

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は86.0%となり、平成19年度(87.5%)を下回った。

新規来館者では、肯定的評価は84.8%となる。特に「鑑真和上」では90%を超えており、初めての来館が、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といえる。



2) 展覧会の質・レベルについて満足いただけたか

展覧会の質・レベルに満足（全体）

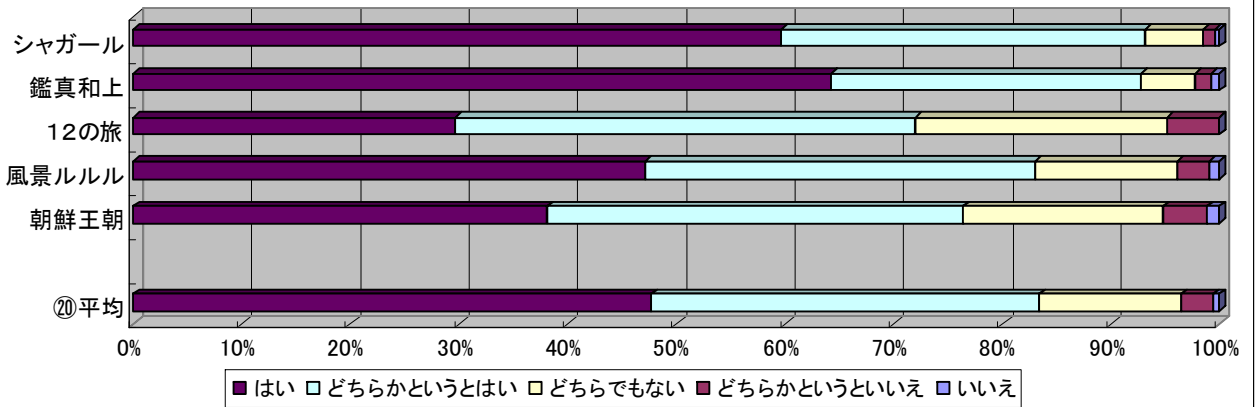
	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
シャガール	0.4%	1.2%	5.3%	33.5%	59.6%
鑑真和上	0.7%	1.4%	5.0%	28.5%	64.3%
12の旅	0.0%	4.8%	23.2%	42.4%	29.6%
風景ルルル	1.0%	2.9%	13.1%	35.9%	47.1%
朝鮮王朝	1.1%	4.1%	18.4%	38.2%	38.2%
⑳平均	0.6%	2.9%	13.0%	35.7%	47.8%
⑲～⑳平均	1.0%	2.6%	12.7%	35.9%	47.8%
⑲平均	1.3%	2.4%	12.5%	36.0%	47.8%
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%

展覧会の質・レベルに満足（新規来館者）

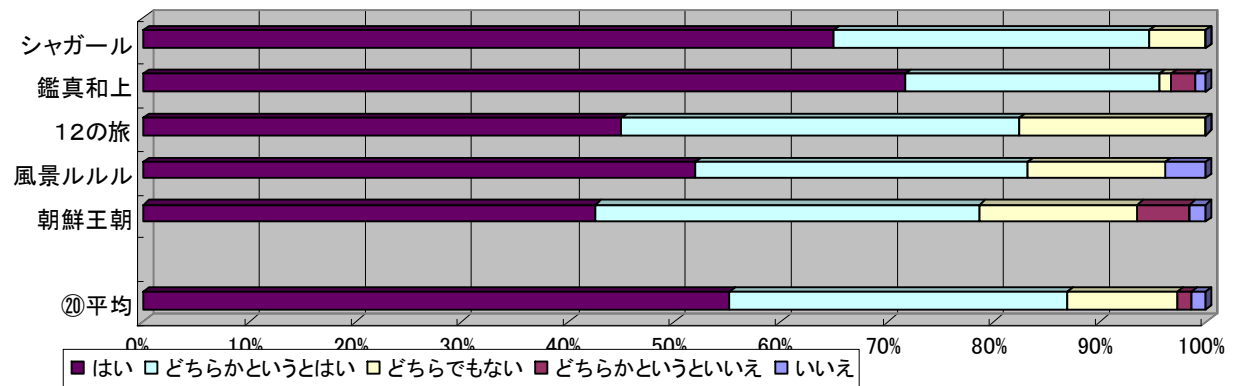
	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
シャガール	0.0%	0.0%	5.3%	29.8%	64.9%
鑑真和上	1.1%	2.2%	1.1%	23.9%	71.7%
12の旅	0.0%	0.0%	17.5%	37.5%	45.0%
風景ルルル	3.9%	0.0%	13.0%	31.2%	51.9%
朝鮮王朝	1.6%	4.9%	14.8%	36.1%	42.6%
⑳平均	1.3%	1.4%	10.3%	31.7%	55.2%
⑲～⑳平均	1.2%	1.7%	10.9%	33.1%	53.1%
⑲平均	1.1%	2.0%	11.3%	34.3%	51.4%
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%

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は83.5%となった。特に「シャガール」「鑑真和上」は、90%を上回っている。

展覧会の質・レベルに満足(全体)



展覧会の質・レベルに満足(新規来館者)



3) 観覧料に見合う内容であったか

観覧料に見合う内容か (全体)

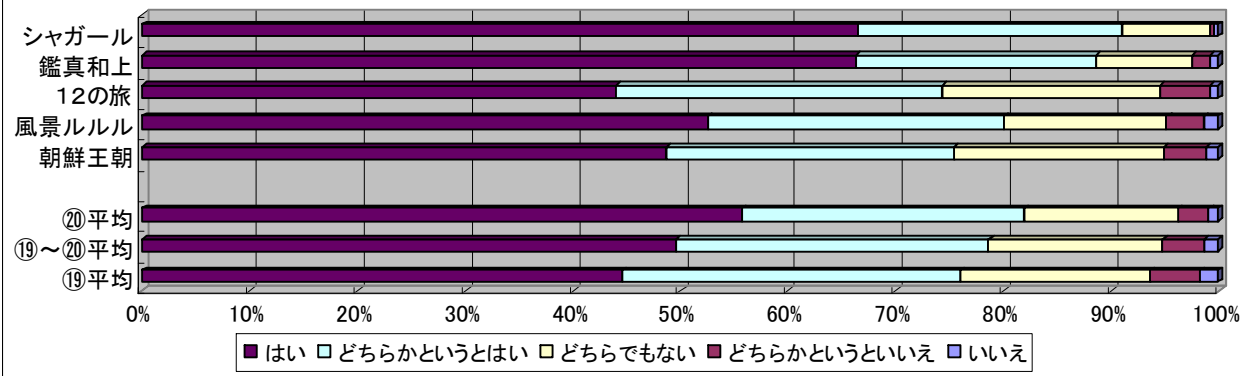
	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
シャガール	0.4%	0.4%	8.2%	24.3%	66.6%
鑑真和上	0.8%	1.7%	8.9%	22.3%	66.4%
12の旅	0.8%	4.6%	20.2%	30.3%	44.1%
風景ルルル	1.4%	3.4%	15.1%	27.5%	52.6%
朝鮮王朝	1.1%	3.9%	19.5%	26.7%	48.7%
⑳平均	0.9%	2.8%	14.4%	26.2%	55.7%
⑲～⑳平均	1.4%	3.8%	16.1%	29.0%	49.7%
⑲平均	1.8%	4.7%	17.6%	31.3%	44.7%
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%

観覧料に見合う内容か (新規来館者)

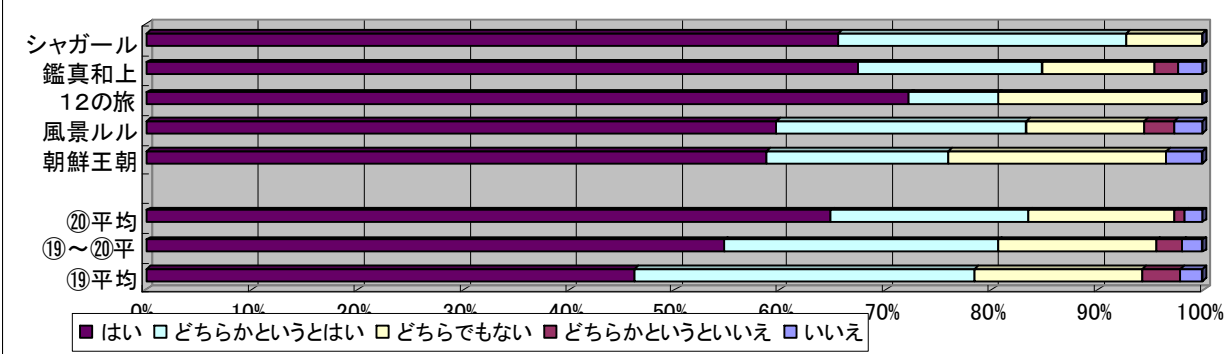
	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
シャガール	0.0%	0.0%	7.3%	27.3%	65.5%
鑑真和上	2.3%	2.3%	10.5%	17.4%	67.4%
12の旅	0.0%	0.0%	19.4%	8.3%	72.2%
風景ルルル	2.8%	2.8%	11.1%	23.6%	59.7%
朝鮮王朝	3.4%	0.0%	20.7%	17.2%	58.6%
⑳平均	1.7%	1.0%	13.8%	18.8%	64.7%
⑲～⑳平均	1.9%	2.4%	15.0%	26.0%	54.7%
⑲平均	2.1%	3.6%	16.0%	32.1%	46.3%
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%

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は81.9%となり、平成19年度(76.0%)からは上昇したものの平成18年度(83.3%)を下回った。展覧会別では、「シャガール」が90%を越えている。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)



観覧料に見合う内容か(新規来館者)



4) 展覧会の会場で心地よく鑑賞できたか。

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
シャガール	0.8%	2.0%	10.5%	35.2%	51.5%
鑑真和上	1.6%	2.5%	9.3%	30.0%	56.5%
12の旅	1.2%	3.9%	9.1%	27.6%	58.3%
風景ルルル	0.6%	1.6%	7.5%	27.3%	63.0%
朝鮮王朝	1.4%	1.6%	9.3%	32.5%	55.2%
⑳平均	1.1%	2.3%	9.1%	30.5%	56.9%
⑲～⑳平均	1.4%	2.6%	8.7%	30.7%	56.6%
⑲平均	1.6%	2.8%	8.4%	30.9%	56.3%
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%

「美術館カルテ」

鑑賞環境
86.7%
86.5%
85.8%
90.3%
87.7%
87.4%
87.3%
87.1%
87.9%
86.6%
84.0%
89.7%
90.8%
83.8%

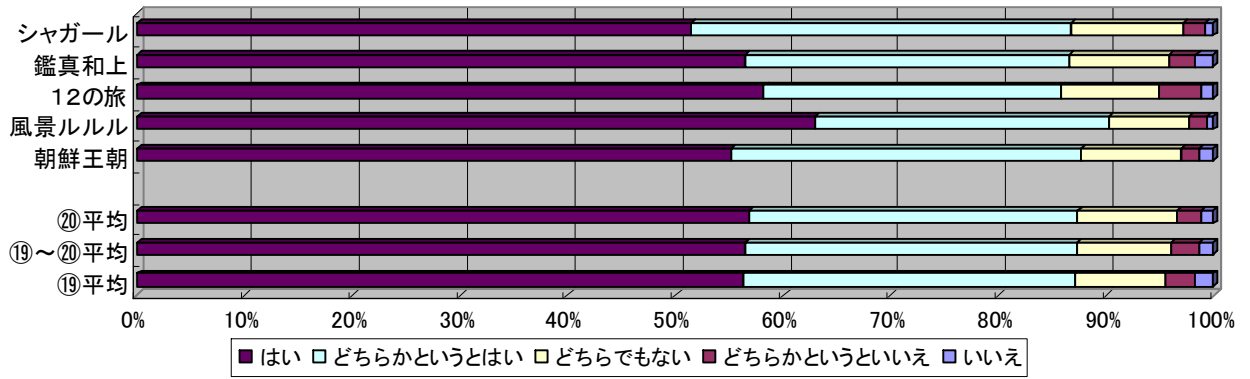
心地よく鑑賞できたか (新規来館者)

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
シャガール	0.0%	3.4%	8.6%	31.0%	56.9%
鑑真和上	3.4%	2.2%	7.9%	21.3%	65.2%
12の旅	0.0%	2.5%	15.0%	12.5%	70.0%
風景ルルル	0.0%	5.2%	3.9%	20.8%	70.1%
朝鮮王朝	0.0%	1.6%	8.2%	32.8%	57.4%
⑳平均	0.7%	3.0%	8.7%	23.7%	63.9%
⑲～⑳平均	0.9%	3.0%	7.5%	27.2%	61.4%
⑲平均	1.2%	3.0%	6.5%	30.2%	59.2%
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%

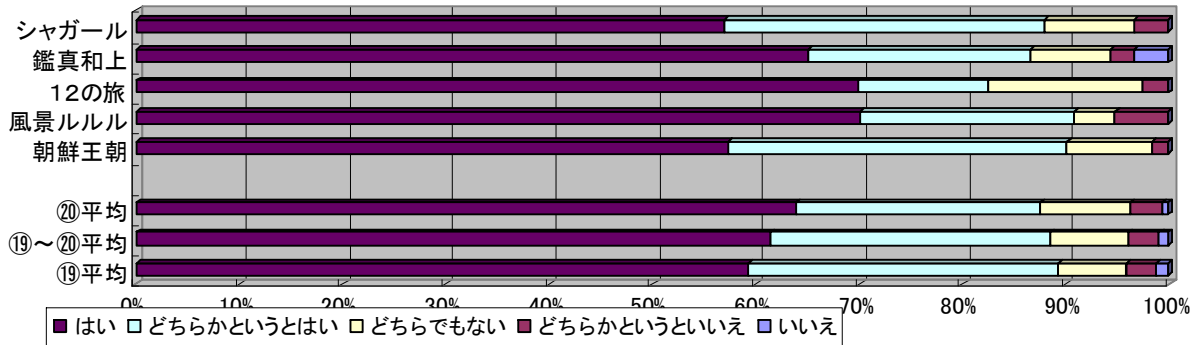
「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は 87.4%となり、平成 19 年度 (87.1%)、平成 18 年度 (85.5%) を上回った。また、すべての展覧会で 85% を上回っている。新規来館者においてもほぼ同様の傾向となっている。

本設問は「美術館カルテ」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)



5) スタッフの対応は適切であったか

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	「美術館カルテ」 スタッフ対応
シャガール	0.2%	1.0%	16.7%	30.3%	51.8%	82.1%
鑑真和上	1.3%	0.7%	17.7%	31.5%	48.8%	80.3%
12の旅	1.2%	2.0%	16.2%	25.3%	55.3%	80.6%
風景ルルル	0.6%	1.3%	9.7%	23.7%	64.6%	88.3%
朝鮮王朝	0.8%	1.1%	16.7%	28.8%	52.6%	81.4%
⑳平均	0.8%	1.2%	15.4%	27.9%	54.6%	82.5%
⑲～⑳平均	1.0%	1.5%	17.3%	28.0%	52.3%	80.3%
⑲平均	1.1%	1.8%	18.8%	28.2%	50.3%	78.5%
ボックスアート	0.3%	2.2%	22.4%	29.1%	46.0%	75.1%
ヴェネツィア	0.9%	1.1%	19.9%	27.9%	50.2%	78.1%
日曜美術館	1.3%	1.9%	18.9%	26.4%	51.6%	78.0%
大正シック	1.0%	0.8%	16.4%	27.5%	54.4%	81.9%
名所絵	2.3%	1.4%	14.5%	30.7%	51.4%	82.1%
ガンダーラ	0.6%	3.1%	20.8%	27.3%	48.2%	75.5%

スタッフ対応の適切さ (新規来館者)

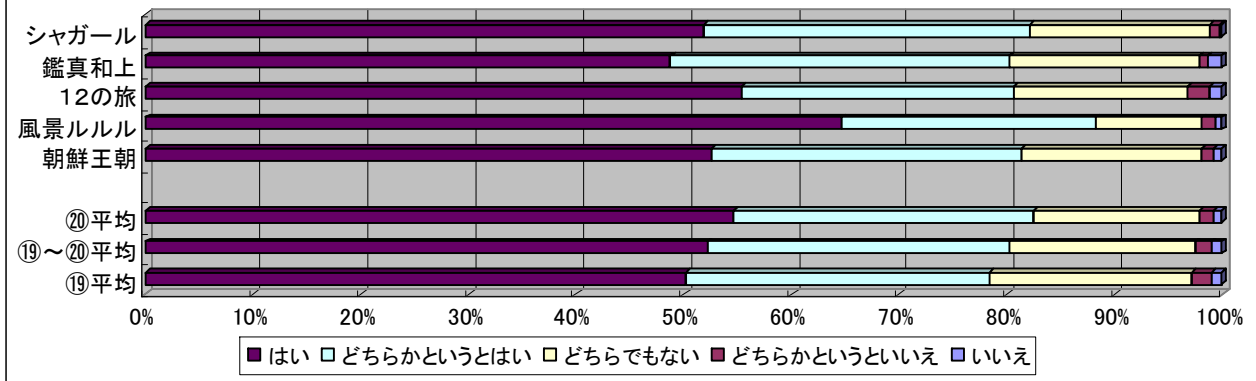
	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
シャガール	0.0%	1.7%	22.4%	25.9%	50.0%
鑑真和上	3.3%	0.0%	6.7%	31.1%	58.9%
12の旅	0.0%	0.0%	20.0%	7.5%	72.5%
風景ルルル	1.3%	2.6%	9.0%	16.7%	70.5%
朝鮮王朝	0.0%	3.3%	4.9%	34.4%	57.4%
⑳平均	0.9%	1.5%	12.6%	23.1%	61.9%
⑲～⑳平均	1.0%	1.4%	14.8%	26.2%	56.5%
⑲平均	1.2%	1.4%	16.6%	28.9%	52.0%
ボックスアート	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%

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は 82.5%となり、平成 19 年度 (78.5%)、平成 18 年度 (79.1%) を上回った。また、すべての展覧会で 80% を上回っている。

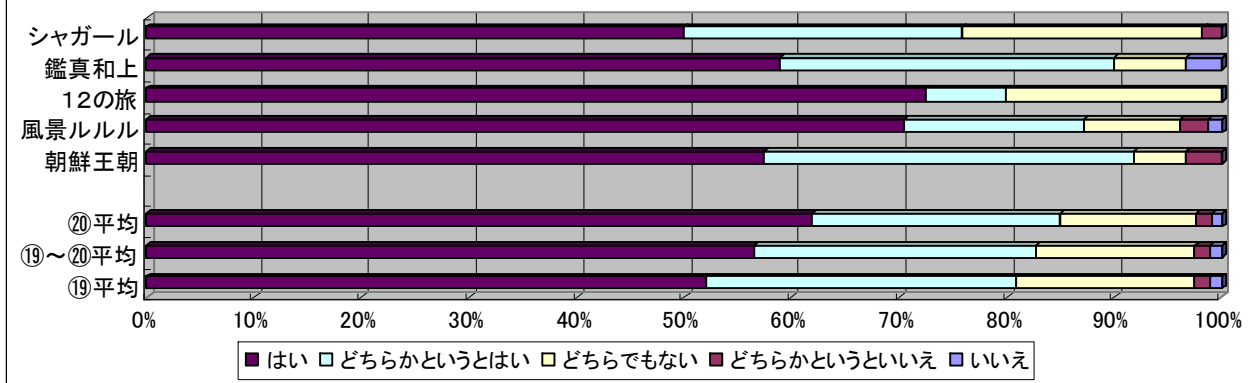
新規来館者では、展覧会別のばらつきが見られる。新規来館者の場合、比較の対象が他のサービスや他の美術館であると考えられ、調査日の固有の状況をより強く反映しているものと思われる。

本設問は「美術館カルテ」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)



スタッフ対応の適切さ(新規来館者)



6) この展覧会のことを誰かに伝え、来館を勧めたいか

誰かに伝え、勧める (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
シャガール	1.2%	1.0%	22.6%	32.5%	42.7%
鑑真和上	1.7%	1.8%	17.5%	27.6%	51.5%
12の旅	3.2%	6.5%	42.3%	21.8%	26.2%
風景ルルル	2.6%	2.9%	24.2%	29.7%	40.5%
朝鮮王朝	3.1%	3.9%	28.7%	27.0%	37.2%
⑳平均	2.4%	3.2%	27.1%	27.7%	39.6%
⑲～⑳平均	2.3%	3.2%	24.8%	29.1%	40.7%
⑲平均	2.3%	3.2%	22.9%	30.2%	41.6%
ボックスアート	4.4%	4.1%	28.7%	32.2%	30.6%
ヴェネツィア	0.9%	3.8%	8.7%	33.0%	53.6%
日曜美術館	2.2%	2.2%	19.0%	28.8%	47.8%
大正シク	2.3%	2.8%	32.7%	27.1%	35.2%
名所絵	2.5%	3.2%	27.0%	29.4%	37.9%
ガンダーラ	1.2%	2.8%	21.4%	30.5%	44.2%

「美術館カルテ」

満足度 (旧)
75.2%
79.0%
48.0%
70.3%
64.2%
67.4%
69.7%
71.7%
62.8%
86.6%
76.6%
62.3%
67.3%
74.7%

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いえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
シャガール	0.0%	1.8%	26.8%	33.9%	37.5%
鑑真和上	2.3%	0.0%	13.6%	26.1%	58.0%
12の旅	2.6%	0.0%	25.6%	17.9%	53.8%
風景ルルル	2.6%	1.3%	19.2%	30.8%	46.2%
朝鮮王朝	5.0%	3.3%	25.0%	28.3%	38.3%
⑳平均	2.5%	1.3%	22.1%	27.4%	46.8%
⑲～⑳平均	2.3%	2.3%	23.1%	28.4%	43.9%
⑲平均	2.2%	3.1%	23.9%	29.3%	41.6%
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%

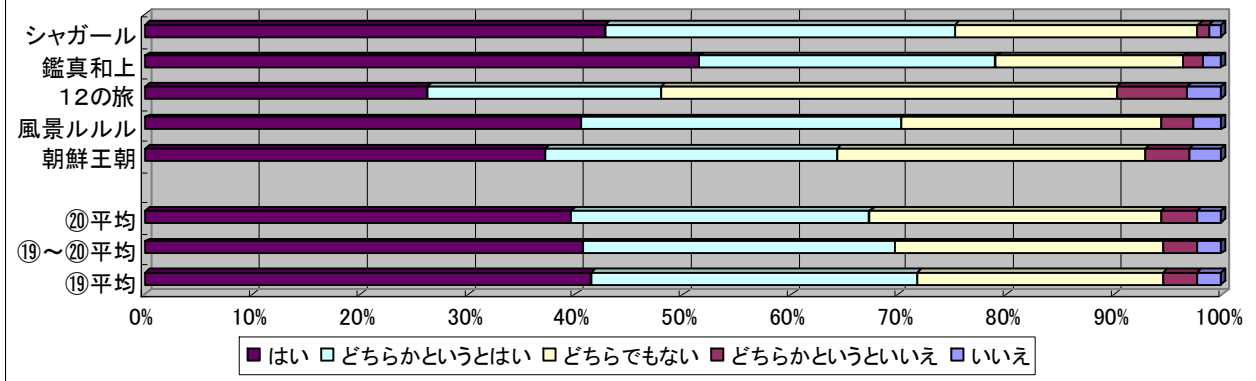
「美術館カルテ」

満足度 (旧)
71.4%
84.1%
71.8%
76.9%
66.7%
74.2%
72.4%
70.9%
60.5%
82.1%
70.6%
61.0%
80.4%
70.6%

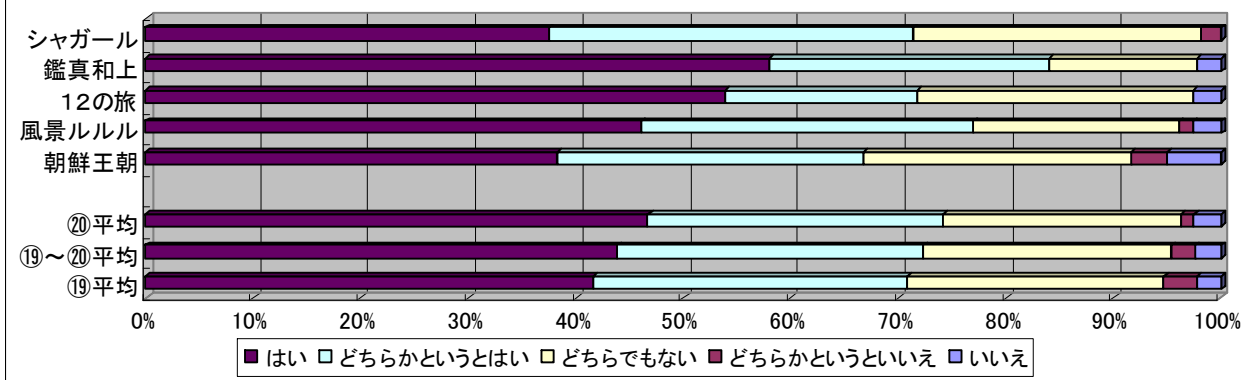
「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は 67.4%となり、平成 19 年度 (71.8%) を下回った。

本設問に関しては、「全体的に見て今回の来館は満足いただけたか」の設問の結果に対し、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)



誰かに伝え、勧める(新規来館者)



7) 当美術館に関する情報は入手しやすいか

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
シャガール	1.6%	2.7%	22.0%	28.4%	45.3%
鑑真和上	1.9%	3.4%	19.2%	29.8%	45.8%
12の旅	2.0%	6.9%	25.3%	31.0%	34.7%
風景ルルル	3.0%	4.4%	26.7%	29.7%	36.1%
朝鮮王朝	1.7%	5.5%	24.5%	26.2%	42.1%
⑳平均	2.1%	4.6%	23.5%	29.0%	40.8%
⑲～⑳平均	2.3%	5.3%	23.7%	28.9%	39.9%
⑲平均	2.4%	5.8%	23.9%	28.7%	39.1%
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%

「美術館カルテ」

情報入手
73.7%
75.5%
65.7%
65.9%
68.3%
69.8%
68.7%
67.9%
65.3%
69.8%
68.8%
68.7%
61.9%
72.6%

情報入手のしやすさ (新規来館者)

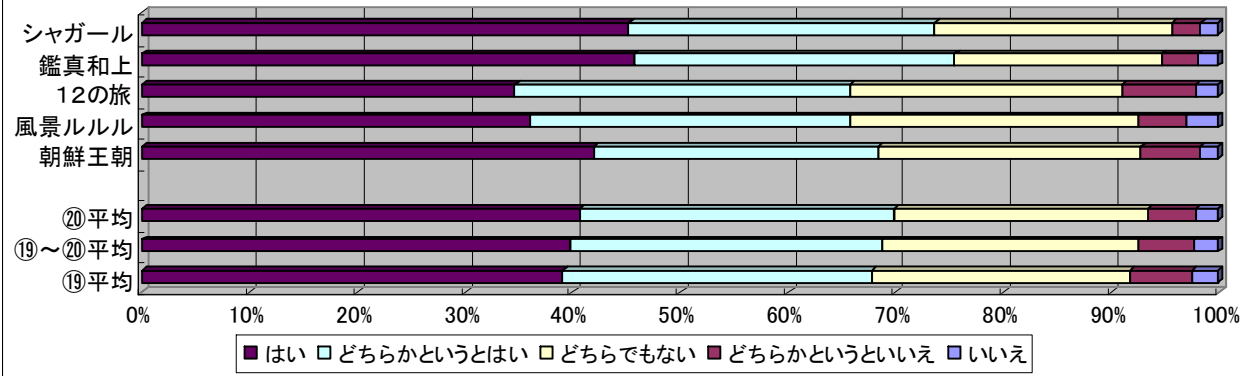
	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
シャガール	5.5%	3.6%	25.5%	34.5%	30.9%
鑑真和上	3.3%	6.7%	17.8%	23.3%	48.9%
12の旅	5.0%	5.0%	32.5%	20.0%	37.5%
風景ルルル	4.0%	10.7%	22.7%	32.0%	30.7%
朝鮮王朝	1.8%	3.5%	35.1%	19.3%	40.4%
⑳平均	3.9%	5.9%	26.7%	25.8%	37.7%
⑲～⑳平均	4.9%	6.5%	27.3%	27.8%	33.6%
⑲平均	5.7%	7.0%	27.8%	29.5%	30.2%
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%

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は69.8%となり、平成19年度(67.9%)、平成18年度(69.4%)を上回った。展覧会別では、「鑑真和上」「シャガール」が特に高くなっている。

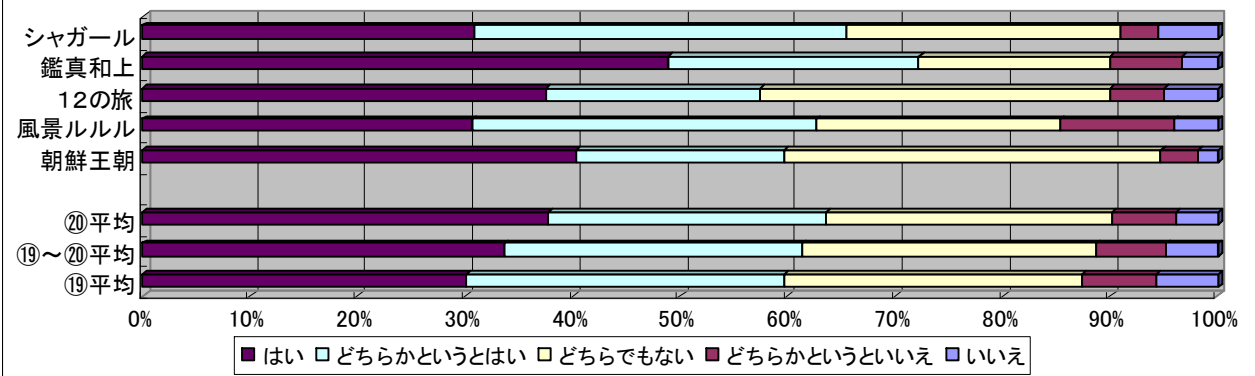
新規来館者では、肯定的評価は63.5%であり、平成19年度(59.7%)、平成18年度(66.3%)となっている。展覧会によっては60%を下回るものもあり、展覧会別のばらつきが見られる。情報の入手に関しては、展覧会別に情報の質・量が異なり、情報源に一定性がないことが影響していると考えられる。

本設問は「美術館カルテ」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)



情報入手のしやすさ(新規来館者)



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）

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	
シャガール	2.2%	4.4%	12.5%	22.8%	58.1%	公共交通 80.9%
鑑真和上	6.0%	4.3%	13.8%	22.8%	53.0%	75.9%
12の旅	2.6%	6.6%	17.1%	19.7%	53.9%	73.7%
風景ルルル	3.1%	3.9%	18.9%	25.2%	48.8%	74.0%
朝鮮王朝	4.2%	5.9%	12.6%	25.2%	52.1%	77.3%
⑳平均	3.6%	5.0%	15.0%	23.2%	53.2%	76.4%
⑲～⑳平均	3.4%	5.3%	14.0%	24.0%	53.3%	77.3%
⑲平均	3.3%	5.5%	13.2%	24.8%	53.4%	78.1%
ボックスアート	3.0%	10.6%	12.1%	24.2%	50.0%	74.2%
ヴェネツィア	1.6%	6.0%	9.8%	22.8%	59.8%	82.6%
日曜美術館	4.7%	2.3%	20.9%	20.9%	51.2%	72.1%
大正シク	2.5%	6.7%	11.7%	30.0%	49.2%	79.2%
名所絵	3.6%	3.6%	12.7%	19.1%	60.9%	80.0%
ガンダーラ	4.2%	3.5%	11.9%	31.5%	49.0%	80.5%

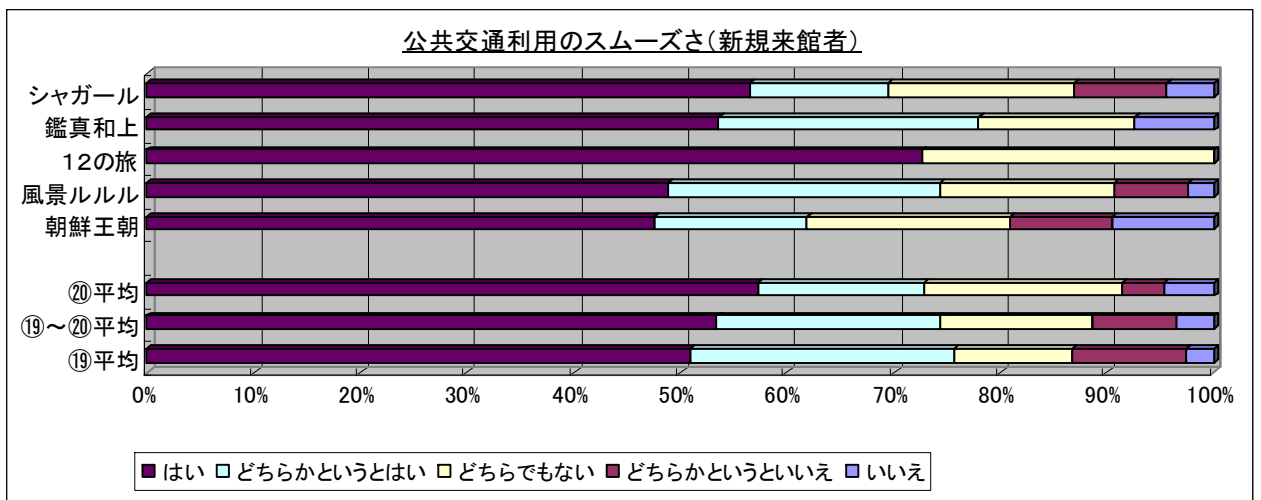
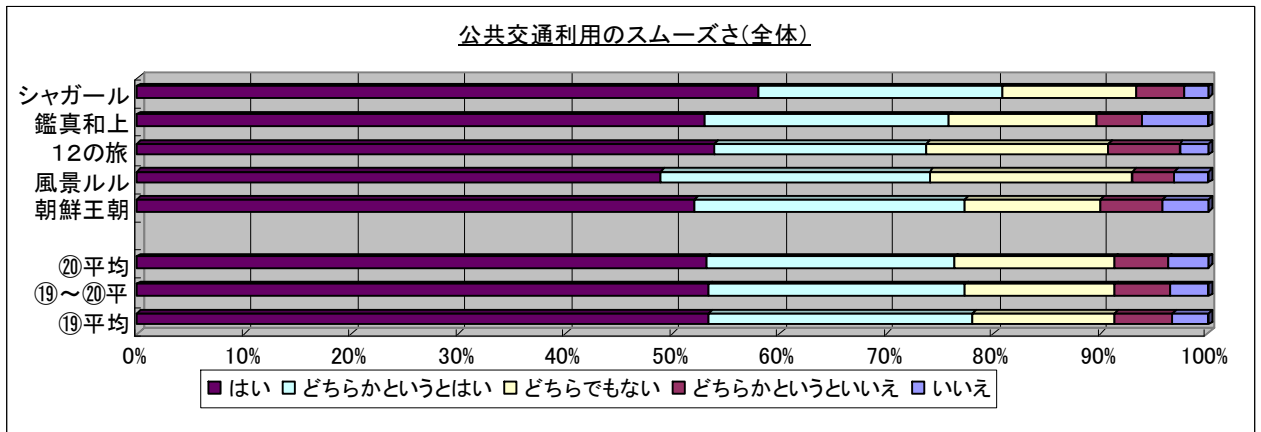
「美術館カルテ」

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いえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
シャガール	4.3%	8.7%	17.4%	13.0%	56.5%
鑑真和上	7.3%	0.0%	14.6%	24.4%	53.7%
12の旅	0.0%	0.0%	27.3%	0.0%	72.7%
風景ルルル	2.3%	7.0%	16.3%	25.6%	48.8%
朝鮮王朝	9.5%	9.5%	19.0%	14.3%	47.6%
⑳平均	4.7%	3.9%	18.9%	15.8%	57.9%
⑲～⑳平均	3.5%	7.9%	14.2%	21.1%	53.8%
⑲平均	2.6%	10.6%	11.2%	24.7%	51.0%
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%

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は76.4%となり、平成19年度（78.1%）、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。

本設問は「美術館カルテ」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。



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）

自動車利用のスムーズさ（全体）

	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	自動車交通
シャガール	1.6%	3.5%	11.4%	24.4%	59.1%	83.5%
鑑真和上	1.9%	1.4%	15.3%	22.0%	59.3%	81.3%
12の旅	1.5%	4.4%	12.5%	32.4%	49.3%	81.6%
風景ルルル	2.3%	4.6%	16.9%	25.4%	50.8%	76.2%
朝鮮王朝	1.2%	3.5%	14.6%	28.1%	52.6%	80.7%
⑳	1.7%	3.5%	14.2%	26.4%	54.2%	80.7%
⑲～⑳	1.7%	4.1%	13.9%	27.6%	52.8%	80.4%
⑲	1.7%	4.6%	13.7%	28.5%	51.6%	80.1%
ボックスアート	1.4%	6.5%	15.9%	32.2%	43.9%	76.1%
ヴェネツィア	1.7%	6.2%	14.9%	27.3%	50.0%	77.3%
日曜美術館	0.6%	4.3%	17.8%	29.4%	47.9%	77.3%
大正シック	1.6%	5.3%	11.1%	24.2%	57.9%	82.1%
名所絵	2.4%	2.4%	9.4%	31.5%	54.3%	85.8%
ガンダーラ	2.3%	2.7%	12.9%	26.5%	55.7%	82.2%

「美術館カルテ」

自動車利用のスムーズさ（新規来館者）

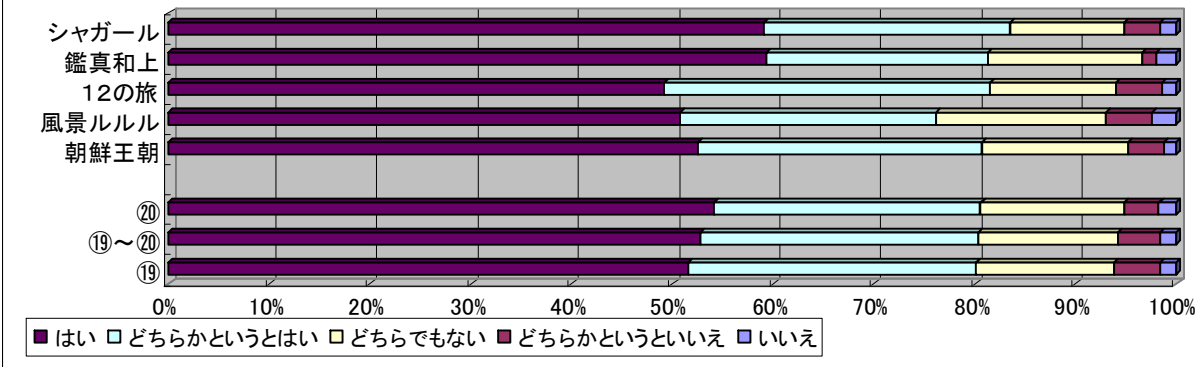
	いいえ	どちらかというといえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
シャガール	0.0%	4.0%	16.0%	40.0%	40.0%
鑑真和上	0.0%	2.7%	13.5%	21.6%	62.2%
12の旅	0.0%	4.8%	19.0%	23.8%	52.4%
風景ルルル	3.8%	11.5%	19.2%	34.6%	30.8%
朝鮮王朝	0.0%	3.8%	7.7%	46.2%	42.3%
⑳	0.8%	5.4%	15.1%	33.2%	45.5%
⑲～⑳	1.2%	5.4%	15.1%	28.6%	49.7%
⑲	1.6%	5.4%	15.1%	24.7%	53.3%
ボックスアート	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%

「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は 80.7%となり、平成 19 年度（80.1%）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、19 年度はアクセスを含む設問に変更されている。

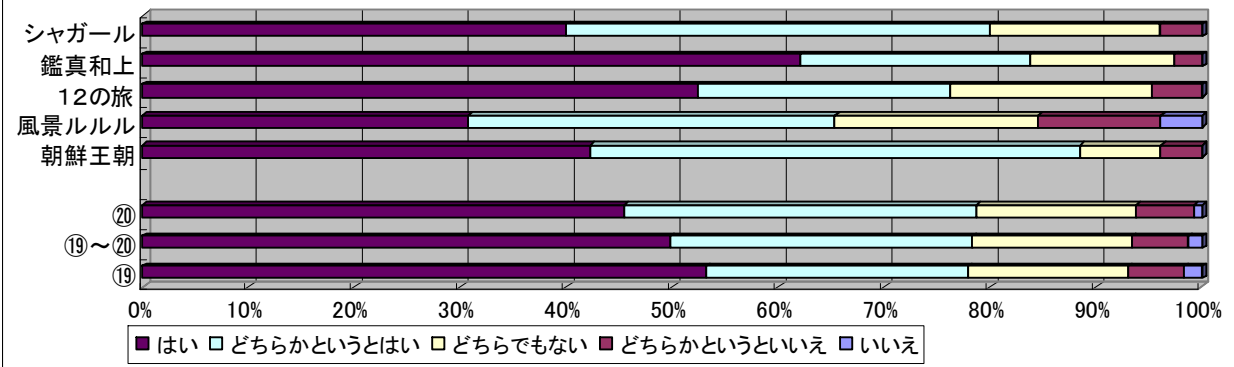
新規来館者では、概ね全体と同様の傾向が見られるが「風景ルルル」での評価が特に低い。「風景ルルル」は、県外からの新規来館者が特に多かったことから、東名静岡・清水インターチェンジや周辺観光施設などからの案内標識の状況などが影響していると考えられる。

本設問は「美術館カルテ」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)



自動車利用のスムーズさ(新規来館者)



10) 全体的に見て、今回の来館は満足いただけたか

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	満足度
シャガール	0.2%	1.0%	4.1%	28.9%	65.8%	94.7%
鑑真和上	0.5%	0.2%	3.8%	27.7%	67.8%	95.5%
12の旅	1.6%	4.9%	8.1%	39.0%	46.3%	85.4%
風景ルルル	0.7%	2.0%	10.1%	28.1%	59.2%	87.3%
朝鮮王朝	0.0%	3.0%	10.2%	36.8%	50.0%	86.8%
⑳平均	0.6%	2.2%	7.3%	32.1%	57.8%	89.9%
⑲～⑳平均	0.9%	2.1%	7.9%	34.2%	54.9%	89.0%
⑲平均	1.2%	2.1%	8.5%	35.9%	52.4%	88.3%
ボックスアート	1.7%	2.2%	8.5%	40.8%	46.8%	87.6%
ヴェネツィア	0.9%	2.2%	10.6%	35.5%	50.8%	86.3%
日曜美術館	1.3%	2.2%	6.0%	33.7%	56.8%	90.5%
大正シック	1.3%	2.0%	9.8%	38.4%	48.5%	86.9%
名所絵	1.0%	2.1%	8.9%	34.6%	53.4%	88.0%
ガンダーラ	1.0%	1.6%	7.0%	32.5%	58.0%	90.5%

「美術館カルテ」

全体的な満足度（新規来館者）

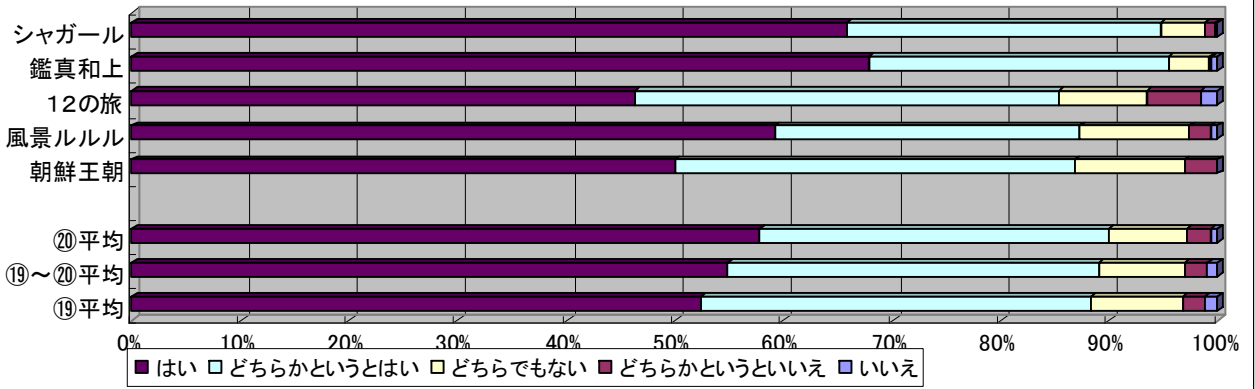
	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい	満足度
シャガール	0.0%	0.0%	7.0%	28.1%	64.9%	93.0%
鑑真和上	1.1%	0.0%	3.3%	26.4%	69.2%	95.6%
12の旅	0.0%	2.6%	2.6%	28.2%	66.7%	94.9%
風景ルルル	1.3%	2.6%	10.4%	22.1%	63.6%	85.7%
朝鮮王朝	0.0%	1.6%	8.2%	34.4%	55.7%	90.2%
⑳平均	0.5%	1.4%	6.3%	27.8%	64.0%	91.9%
⑲～⑳平均	0.9%	1.5%	5.9%	34.1%	57.6%	91.8%
⑲平均	1.3%	1.5%	5.5%	39.4%	52.3%	91.7%
ボックスアート	0.9%	3.6%	3.6%	50.9%	41.1%	92.0%
ヴェネツィア	1.6%	0.0%	4.7%	39.1%	54.7%	93.8%
日曜美術館	1.5%	2.9%	8.8%	35.3%	51.5%	86.8%
大正シック	1.7%	1.7%	0.0%	39.0%	57.6%	96.6%
名所絵	0.0%	0.0%	10.4%	39.6%	50.0%	89.6%
ガンダーラ	1.9%	1.0%	5.7%	32.4%	59.0%	91.4%

「美術館カルテ」

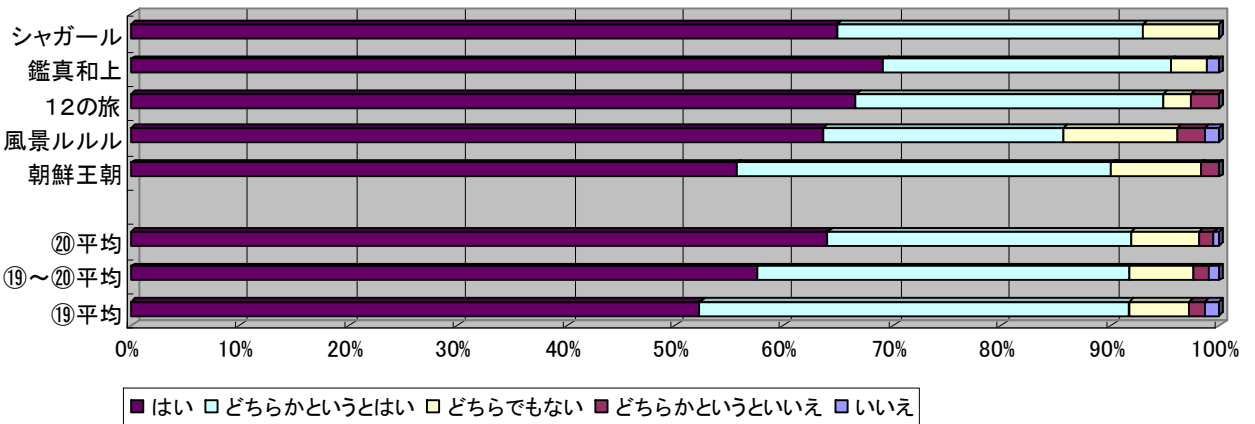
「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価が89.9%となり、平成19年度(88.3%)を上回った。また、新規来館者でも、肯定的評価は91.9%となり、平成19年度(91.7%)を上回った。

本設問は「美術館カルテ」の「展覧会の満足度」指標として19年度から適用し、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)



全体的な満足度(新規来館者)



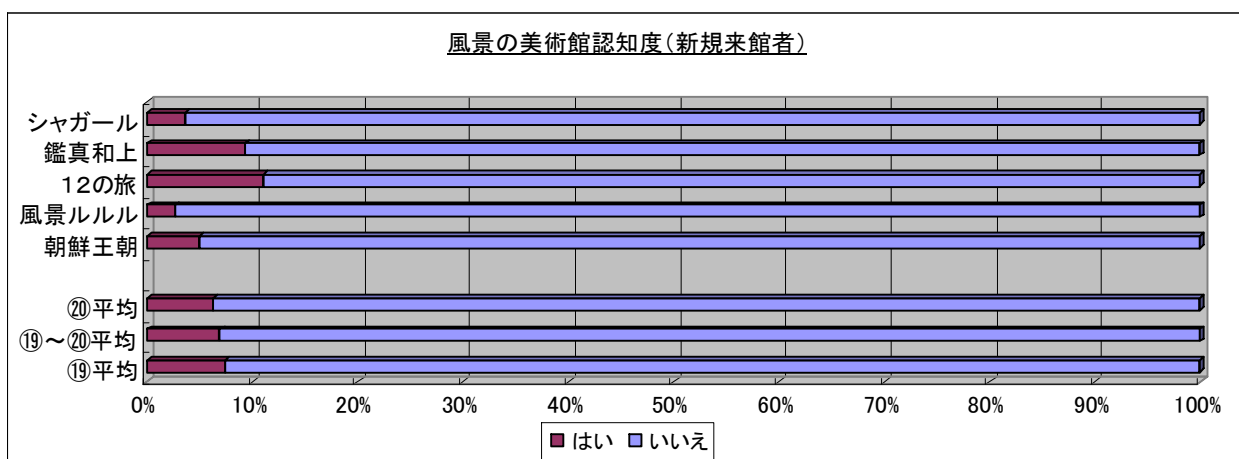
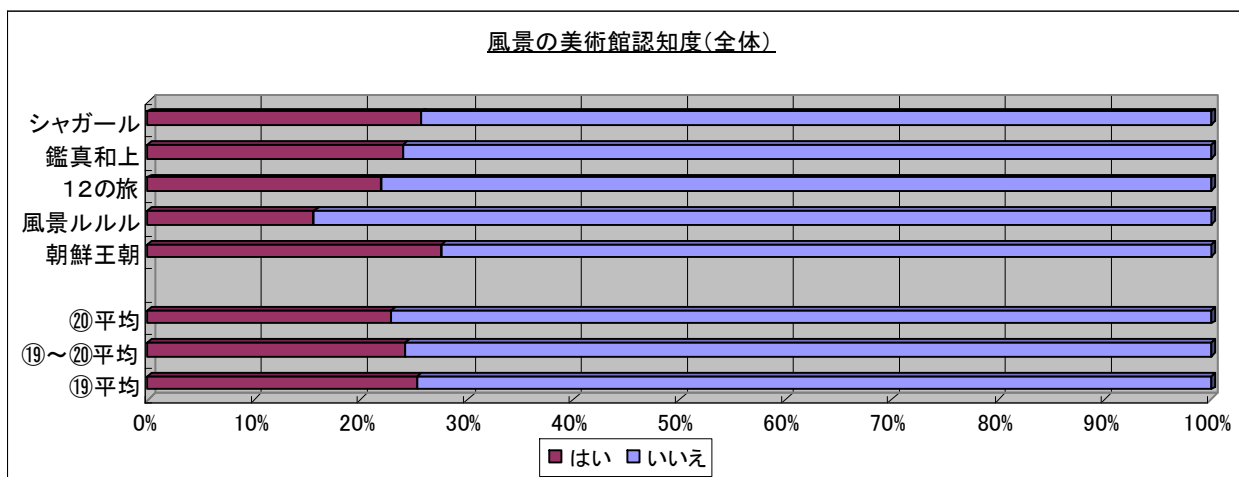
11) 「風景の美術館」であることを知っているか

風景の美術館認知度（全体）			風景の美術館認知度（新規来館者）		
	いいえ	はい		いいえ	はい
シャガール	74.3%	25.7%	シャガール	96.3%	3.7%
鑑真和上	76.0%	24.0%	鑑真和上	90.6%	9.4%
12の旅	78.1%	21.9%	12の旅	88.9%	11.1%
風景ルルル	84.4%	15.6%	風景ルルル	97.3%	2.7%
朝鮮王朝	72.5%	27.5%	朝鮮王朝	95.0%	5.0%
⑳平均	77.1%	22.9%	⑳平均	93.6%	6.4%
⑲～⑳平均	75.7%	24.3%	⑲～⑳平均	93.0%	7.0%
⑲平均	74.6%	25.4%	⑲平均	92.5%	7.5%
ボックスアート	83.1%	16.9%	ボックスアート	93.8%	6.2%
ヴェネツィア	74.6%	25.4%	ヴェネツィア	93.2%	6.8%
日曜美術館	73.1%	26.9%	日曜美術館	85.5%	14.5%
大正シック	78.1%	21.9%	大正シック	93.2%	6.8%
名所絵	68.8%	31.3%	名所絵	97.7%	2.3%
ガンダーラ	70.1%	29.9%	ガンダーラ	91.6%	8.4%

「はい」は22.9%となり、平成19年度（25.4%）、平成18年度（27.9%）を下回った。新規来館者でも「はい」は6.4%となり平成19年度（7.5%）、平成18年度（9.2%）を下回った。

この結果からは、ほとんどの来館者に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「美術館カルテ」の「風景の美術館としての認知度」指標に対応している。



4 その他のアンケートの結果

(1) 教育・普及プログラム

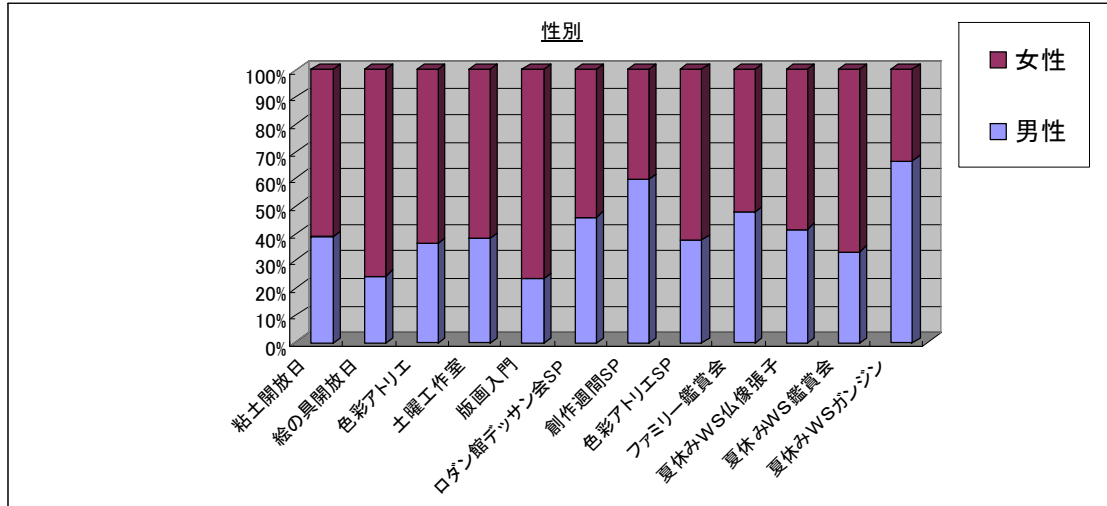
1) アンケートの状況

プログラム名：アンケート数 計 263

- ・粘土開放日：66
- ・絵の具開放日：45
- ・色彩アトリエ：27
- ・土曜工作室：21
- ・版画入門：17
- ・ロダン館デッサン会スペシャル：13
- ・創作週間スペシャル：5
- ・色彩アトリエスペシャル：8
- ・親子鑑賞講座ファミリー鑑賞会：23
- ・夏休み子どもワークショップ仏像張り子：25
- ・夏休み子どもワークショップ鑑賞会：21
- ・夏休み子どもワークショップぴったんこガンジン：6

2) 回答者の属性

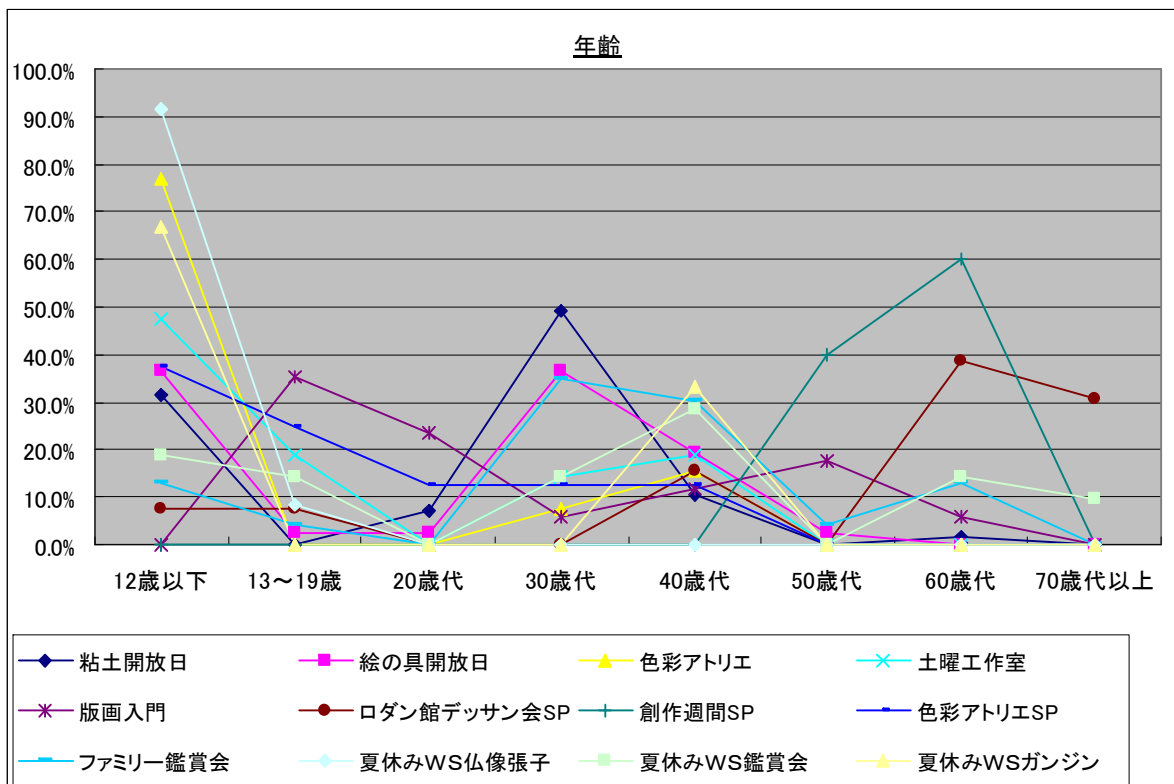
①性別



B-1 回答者の性別

	男性	女性	計
粘土開放日	39.0%	61.0%	100.0%
回答数=66	23	36	59
絵の具開放日	24.4%	75.6%	100.0%
回答数=45	10	31	41
色彩アトリエ	36.0%	64.0%	100.0%
回答数=27	9	16	25
土曜工作室	38.1%	61.9%	100.0%
回答数=21	8	13	21
版画入門	23.5%	76.5%	100.0%
回答数=17	4	13	17
ロダン館デッサン会SP	46.2%	53.8%	100.0%
回答数=13	6	7	13
創作週間スペシャル	60.0%	40.0%	100.0%
回答数=5	3	2	5
色彩アトリエスペシャル	37.5%	62.5%	100.0%
回答数=8	3	5	8
親子鑑賞講座ファミリー	47.8%	52.2%	100.0%
回答数=23	11	12	23
夏休み子どもWS仏像張子	41.7%	58.3%	100.0%
回答数=25	10	14	24
夏休み子どもWS鑑賞会	33.3%	66.7%	100.0%
回答数=21	7	14	21
夏休み子どもWSガンジ	66.7%	33.3%	100.0%
回答数=6	4	2	6
Total	37.3%	62.7%	100.0%
	98	165	263

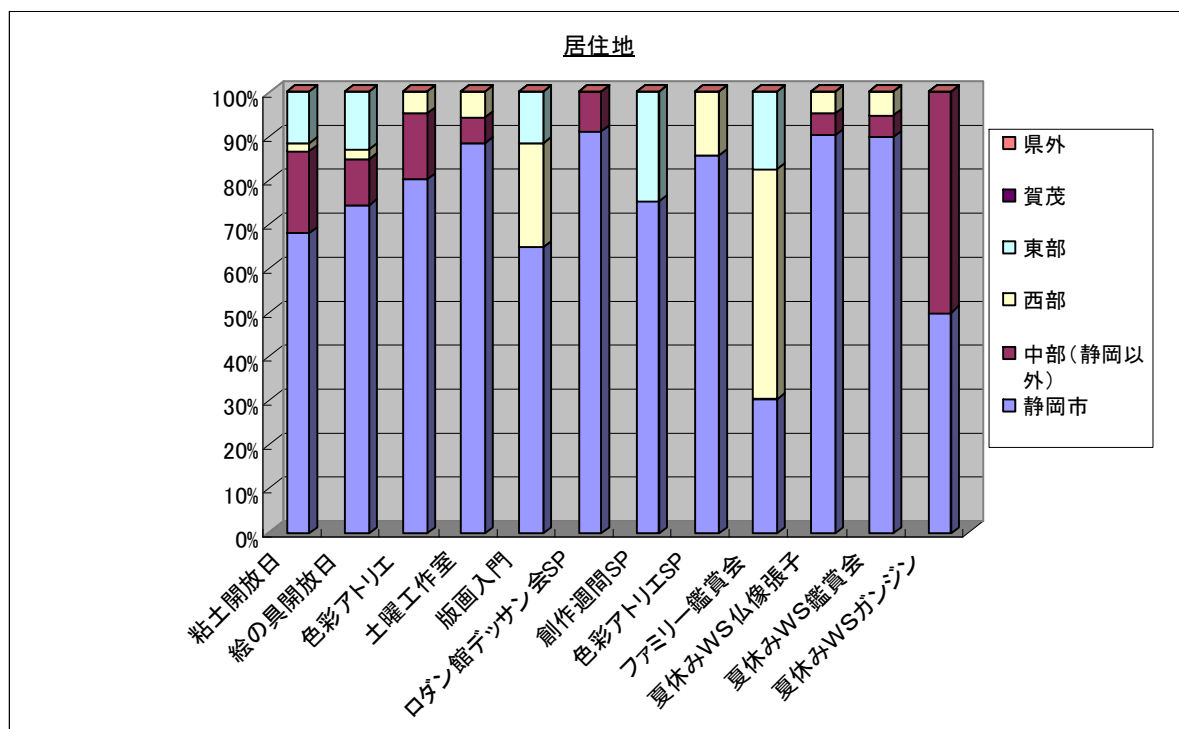
②年齢層



B-2 回答者の年齢

	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	31.6%	0.0%	7.0%	49.1%	10.5%	0.0%	1.8%	0.0%	100.0%
回答数=66	18	0	4	28	6	0	1	0	57
絵の具開放日	36.6%	2.4%	2.4%	36.6%	19.5%	2.4%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=45	15	1	1	15	8	1	0	0	41
色彩アトリエ	76.9%	0.0%	0.0%	7.7%	15.4%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=27	20	0	0	2	4	0	0	0	26
土曜工作室	47.6%	19.0%	0.0%	14.3%	19.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=21	10	4	0	3	4	0	0	0	21
版画入門	0.0%	35.3%	23.5%	5.9%	11.8%	17.6%	5.9%	0.0%	100.0%
回答数=17	0	6	4	1	2	3	1	0	17
ロダン館デッサン会SP	7.7%	7.7%	0.0%	0.0%	15.4%	0.0%	38.5%	30.8%	100.0%
回答数=13	1	1	0	0	2	0	5	4	13
創作週間スペシャル	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	40.0%	60.0%	0.0%	100.0%
回答数=5	0	0	0	0	0	2	3	0	5
色彩アトリエスペシャル	37.5%	25.0%	12.5%	12.5%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=8	3	2	1	1	1	0	0	0	8
親子鑑賞講座ファミリー	13.0%	4.3%	0.0%	34.8%	30.4%	4.3%	13.0%	0.0%	100.0%
回答数=23	3	1	0	8	7	1	3	0	23
夏休み子どもWS仏像張子	91.7%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=25	22	2	0	0	0	0	0	0	24
夏休み子どもWS鑑賞会	19.0%	14.3%	0.0%	14.3%	28.6%	0.0%	14.3%	9.5%	100.0%
回答数=21	4	3	0	3	6	0	3	2	21
夏休み子どもWSガンジン	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=6	4	0	0	0	2	0	0	0	6
Total	38.2%	7.6%	3.8%	23.3%	16.0%	2.7%	6.1%	2.3%	100.0%
	100	20	10	61	42	7	16	6	262

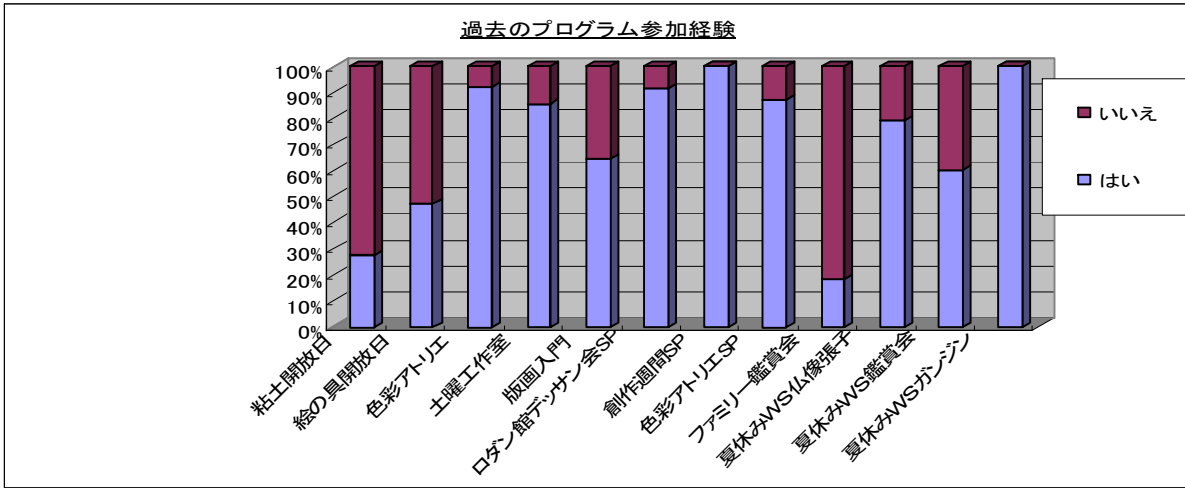
③居住地



B-3 回答者の居住地

	静岡市	中部(静岡以外)	西部	東部	賀茂	県外	計
粘土開放日	67.8%	18.6%	1.7%	11.9%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=66	40	11	1	7	0	0	59
絵の具開放日	74.4%	10.3%	2.6%	12.8%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=45	29	4	1	5	0	0	39
色彩アトリエ	80.0%	15.0%	5.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=27	16	3	1	0	0	0	20
土曜工作室	88.2%	5.9%	5.9%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=21	15	1	1	0	0	0	17
版画入門	64.7%	0.0%	23.5%	11.8%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=17	11	0	4	2	0	0	17
ロダン館デッサン会	90.9%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=13	10	1	0	0	0	0	11
創作週間スペシャル	75.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=5	3	0	0	1	0	0	4
色彩アトリエスペシャル	85.7%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=8	6	0	1	0	0	0	7
親子鑑賞講座ファミリー	30.4%	0.0%	52.2%	17.4%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=23	7	0	12	4	0	0	23
夏休み子どもWS仏像張子	90.0%	5.0%	5.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=25	18	1	1	0	0	0	20
夏休み子どもWS鑑賞会	89.5%	5.3%	5.3%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=21	17	1	1	0	0	0	19
夏休み子どもWSガン	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=6	3	3	0	0	0	0	6
Total	72.3%	10.3%	9.5%	7.9%	0.0%	0.0%	100.0%
	175	25	23	19	0	0	242

④過去のプログラムへの参加経験



B-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	27.6%	72.4%	100.0%
回答数=66	16	42	58
絵の具開放日	47.5%	52.5%	100.0%
回答数=45	19	21	40
色彩アトリエ	92.3%	7.7%	100.0%
回答数=27	24	2	26
土曜工作室	85.7%	14.3%	100.0%
回答数=21	18	3	21
版画入門	64.7%	35.3%	100.0%
回答数=17	11	6	17
ロダン館デッサン会SP	91.7%	8.3%	100.0%
回答数=13	11	1	12
創作週間スペシャル	100.0%	0.0%	100.0%
回答数=5	5	0	5
色彩アトリエスペシャル	87.5%	12.5%	100.0%
回答数=8	7	1	8
親子鑑賞講座ファミリー	18.2%	81.8%	100.0%
回答数=23	4	18	22
夏休み子どもWS仏像張子	79.2%	20.8%	100.0%
回答数=25	19	5	24
夏休み子どもWS鑑賞会	60.0%	40.0%	100.0%
回答数=21	12	8	20
夏休み子どもWSガンジアン	100.0%	0.0%	100.0%
回答数=6	6	0	6
Total	58.7%	41.3%	100.0%
	152	107	259

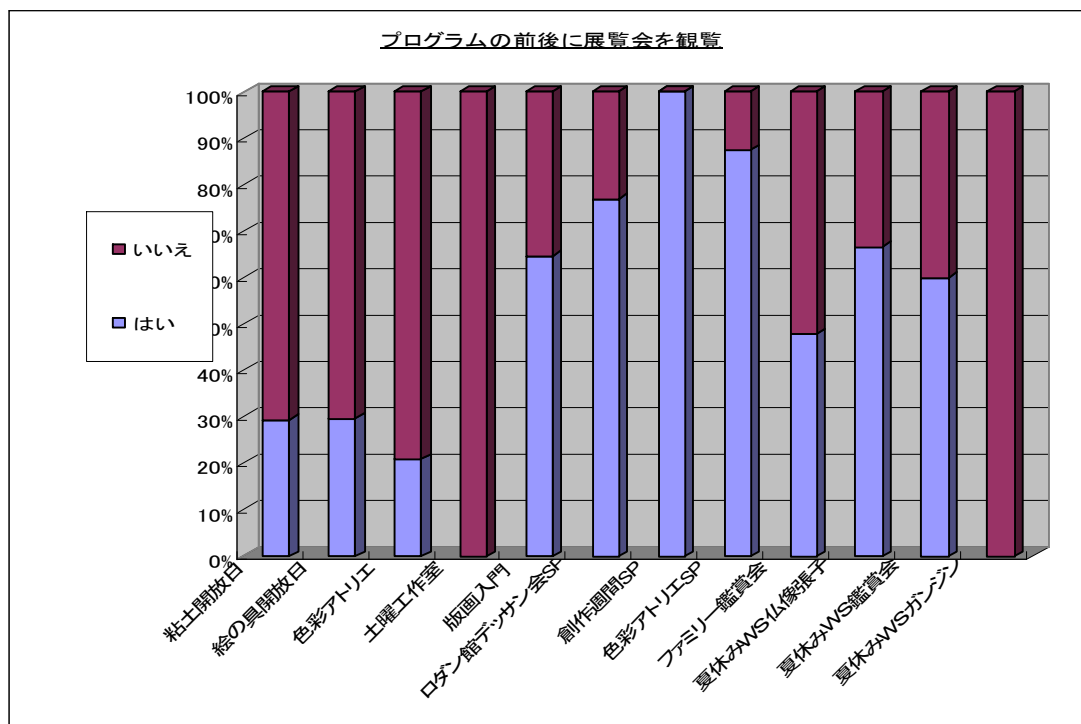
過去に参加したプログラム(複数回答)

	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o	p	q	その他	回答者数
	自由工房 創作週間	夏季(春秋) 制作講座	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	ファミリー 鑑賞会	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			
粘土開放日	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.3%	0.0%	0.0%	56.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	68.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	21
回答数=66	0	0	0	0	1	0	0	9	0	0	0	0	11	0	0	0	0	0	21
絵の具開放日	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	94.4%	0.0%	0.0%	0.0%	22.2%	0.0%	4.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	21
回答数=45	0	0	0	0	0	0	0	17	0	0	0	4	1	10	7	15	0	0	21
色彩アトリエ	9.1%	0.0%	4.5%	18.2%	45.5%	13.6%	22.7%	59.1%	0.0%	18.2%	4.5%	4.5%	45.5%	31.8%	68.2%	0.0%	0.0%	0.0%	26
回答数=27	2	0	1	4	10	3	5	13	0	4	1	1	10	7	15	0	0	0	26
土曜工作室	0.0%	0.0%	5.9%	0.0%	29.4%	0.0%	0.0%	64.7%	0.0%	5.9%	0.0%	0.0%	11.8%	52.9%	29.4%	0.0%	0.0%	0.0%	34
回答数=21	0	0	1	0	5	0	0	11	0	1	0	0	2	9	5	0	0	0	34
版画入門	63.6%	0.0%	45.5%	27.3%	0.0%	18.2%	0.0%	0.0%	27.3%	0.0%	27.3%	9.1%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25
回答数=17	7	0	5	3	0	2	0	0	3	0	3	1	1	0	0	0	0	0	25
ロダン館デッサン会SP	63.6%	9.1%	45.5%	90.9%	0.0%	36.4%	0.0%	0.0%	36.4%	18.2%	18.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	35
回答数=13	7	1	5	10	0	4	0	0	4	2	2	0	0	0	0	0	0	0	35
創作週間スペシャル	40.0%	0.0%	0.0%	60.0%	0.0%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8
回答数=5	2	0	0	3	0	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	8
色彩アトリエスペシャル	14.3%	14.3%	0.0%	0.0%	57.1%	0.0%	28.6%	42.9%	0.0%	14.3%	0.0%	14.3%	28.6%	28.6%	57.1%	14.3%	28.6%	0.0%	24
回答数=8	1	1	0	0	4	0	2	3	0	1	0	1	2	2	4	1	2	0	24
親子鑑賞講座ファミリー	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	25.0%	75.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	0.0%	12
回答数=23	1	0	0	0	2	0	1	3	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	12
夏休み子どもWS仏像張子	5.3%	0.0%	0.0%	0.0%	31.6%	0.0%	21.1%	57.9%	0.0%	0.0%	0.0%	15.8%	21.1%	21.1%	42.1%	5.3%	5.3%	0.0%	43
回答数=25	1	0	0	0	6	0	4	11	0	0	0	3	4	4	8	1	1	0	43
夏休み子どもWS鑑賞会	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	16.7%	16.7%	50.0%	0.0%	25.0%	8.3%	8.3%	16.7%	16.7%	0.0%	16.7%	8.3%	0.0%	26
回答数=21	0	0	0	0	4	2	2	6	0	3	1	1	2	2	0	2	1	0	26
夏休み子どもWSガンジアン	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	83.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	100.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	17
回答数=6	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	3	6	3	0	0	0	17
Total	6.1%	0.6%	3.5%	5.8%	9.4%	3.8%	4.1%	22.8%	0.0%	5.0%	1.2%	3.5%	10.8%	8.5%	11.4%	2.3%	1.2%	0.0%	342
	21	3	12	20	32	13	14	78	0	17	4	12	37	29	39	8	4	0	342

⑤プログラムの前後に展覧会を観覧

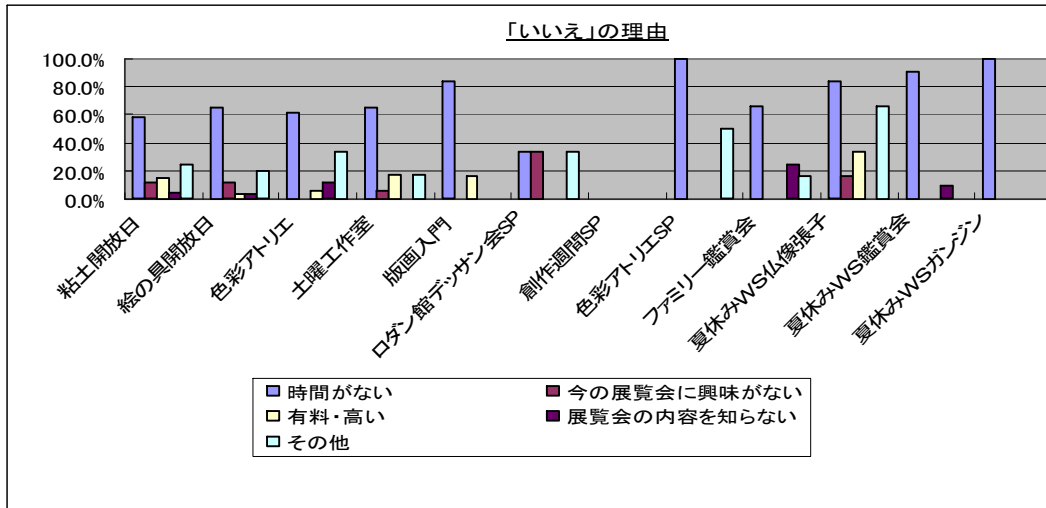
「はい」と答えた割合は41.8%となり、平成19年度(35.8%)から上昇している。「いいえ」の回答が多いプログラムはいずれも「時間がない」という理由が多く見られる。

本設問は「美術館カルテ」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。

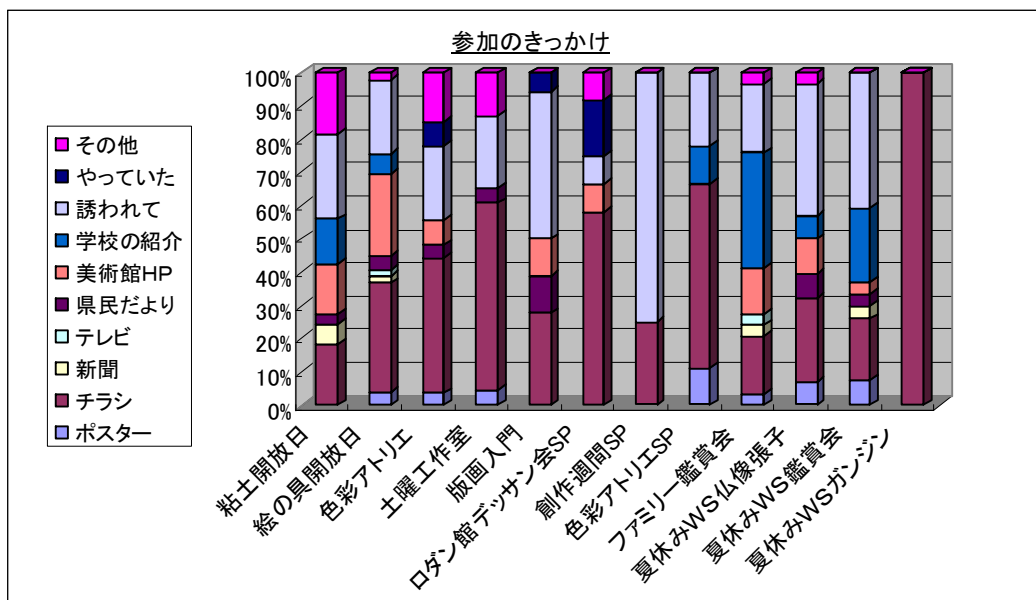


B-5 前後に展覧会へ

	はい	いいえ	計
粘土開放日	29.3%	70.7%	100.0%
回答数=66	17	41	58
絵の具開放日	29.7%	70.3%	100.0%
回答数=45	11	26	37
色彩アトリエ	20.8%	79.2%	100.0%
回答数=27	5	19	24
土曜工作室	0.0%	100.0%	100.0%
回答数=21	0	17	17
版画入門	64.7%	35.3%	100.0%
回答数=17	11	6	17
ロダン館デッサン会SP	76.9%	23.1%	100.0%
回答数=13	10	3	13
創作週間スペシャル	100.0%	0.0%	100.0%
回答数=5	5	0	5
色彩アトリエスペシャル	87.5%	12.5%	100.0%
回答数=8	7	1	8
親子鑑賞講座ファミリー	47.8%	52.2%	100.0%
回答数=23	11	12	23
夏休み子どもWS仏像張り	66.7%	33.3%	100.0%
回答数=25	16	8	24
夏休み子どもWS鑑賞会	60.0%	40.0%	100.0%
回答数=21	12	8	20
夏休み子どもWSガンゼン	0.0%	100.0%	100.0%
回答数=6	0	5	5
Total	41.8%	58.2%	100.0%
	105	146	251



⑥参加のきっかけ

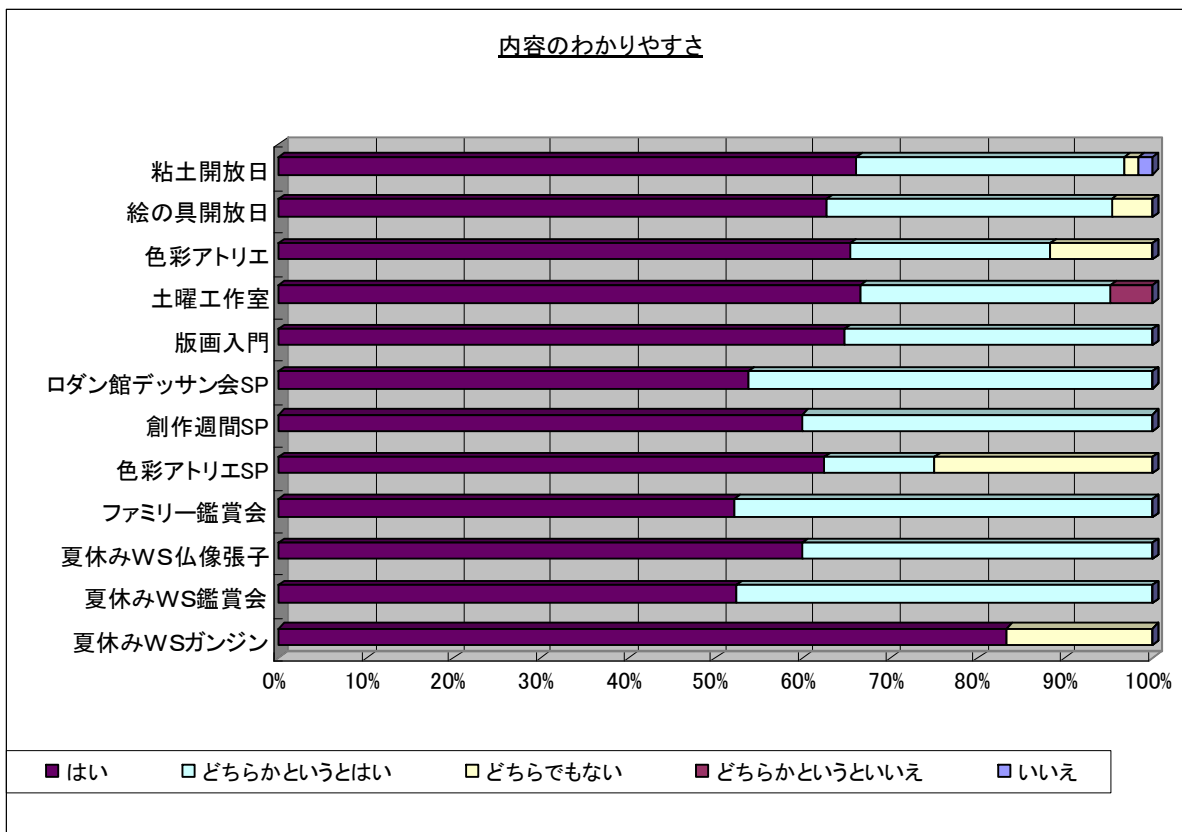


B-6 参加の「きっかけ」「理由」(複数回答)

	ポスター	チラシ	新聞	テレビ	県民日より	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	0.0%	21.1%	7.0%	0.0%	3.5%	17.5%	15.8%	29.8%	0.0%	21.1%	
回答数=66	0	12	4	0	2	10	9	17	0	12	66
絵の具開放日	5.0%	40.0%	2.5%	2.5%	5.0%	30.0%	7.5%	27.5%	0.0%	2.5%	
回答数=45	2	16	1	1	2	12	3	11	0	1	49
色彩アトリエ	4.2%	45.8%	0.0%	0.0%	4.2%	8.3%	0.0%	25.0%	8.3%	16.7%	
回答数=27	1	11	0	0	1	2	0	6	2	4	27
土曜工作室	5.3%	68.4%	0.0%	0.0%	5.3%	0.0%	0.0%	26.3%	0.0%	15.8%	
回答数=21	1	13	0	0	1	0	0	5	0	3	23
版画入門	0.0%	29.4%	0.0%	0.0%	11.8%	11.8%	0.0%	47.1%	5.9%	0.0%	
回答数=17	0	5	0	0	2	2	0	8	1	0	18
ロダン館デッサン会SP	0.0%	58.3%	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%	8.3%	16.7%	8.3%	
回答数=13	0	7	0	0	0	1	0	1	2	1	12
創作週間スペシャル	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	75.0%	0.0%	0.0%	
回答数=5	0	1	0	0	0	0	0	3	0	0	4
色彩アトリエスペシャル	12.5%	62.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	25.0%	0.0%	0.0%	
回答数=8	1	5	0	0	0	0	1	2	0	0	9
親子鑑賞講座ファミリ	4.3%	21.7%	4.3%	4.3%	0.0%	17.4%	43.5%	26.1%	0.0%	4.3%	
回答数=23	1	5	1	1	0	4	10	6	0	1	29
夏休み子どもWS仏像張	8.7%	30.4%	0.0%	0.0%	8.7%	13.0%	8.7%	47.8%	0.0%	4.3%	
回答数=25	2	7	0	0	2	3	2	11	0	1	28
夏休み子どもWS鑑賞会	9.5%	23.8%	4.8%	0.0%	4.8%	4.8%	28.6%	52.4%	0.0%	0.0%	
回答数=21	2	5	1	0	1	1	6	11	0	0	27
夏休み子どもWSガン	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
回答数=6	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	6
Total	3.4%	31.2%	2.3%	0.7%	3.7%	11.7%	10.4%	27.2%	1.7%	7.7%	
	10	93	7	2	11	35	31	81	5	23	298

3) プログラム内容について

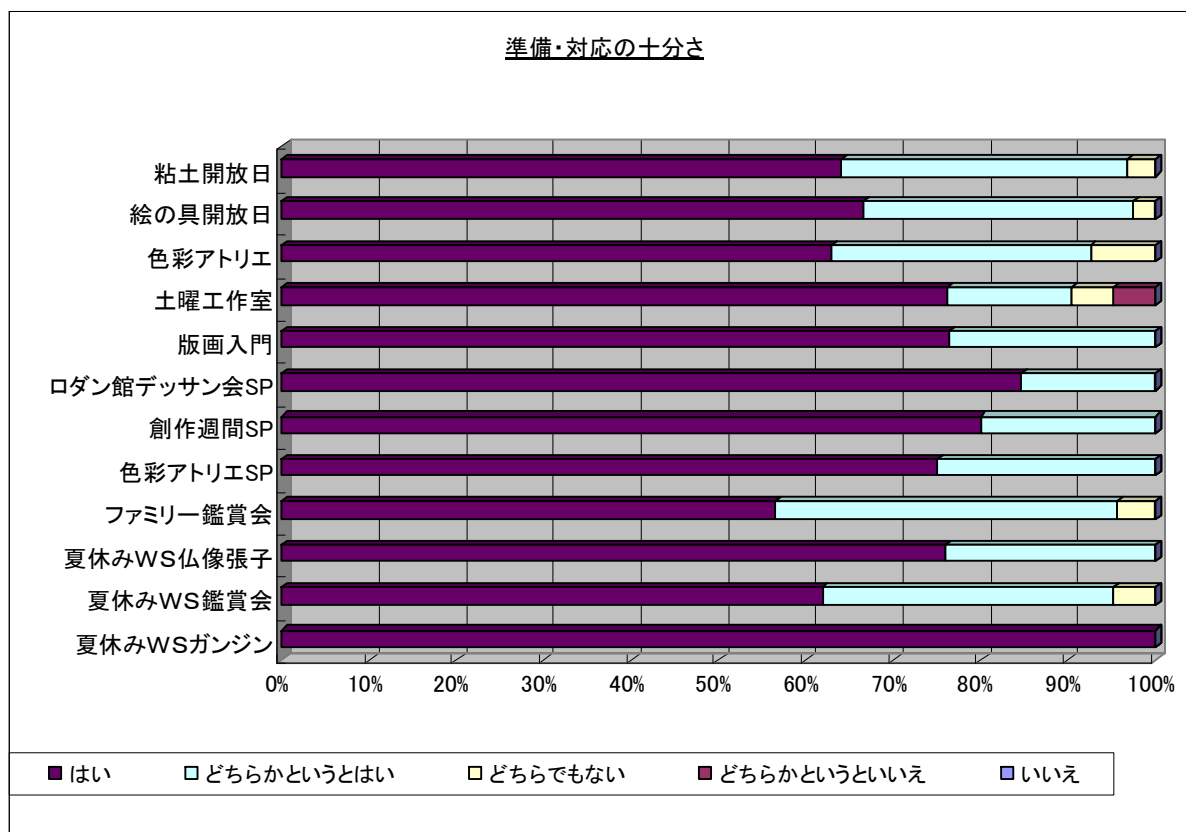
①内容のわかりやすさ



A-1 内容のわかりやすさ

	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	1.6%	0.0%	1.6%	30.6%	66.1%	100.0%
回答数=66	1	0	1	19	41	62
絵の具開放日	0.0%	0.0%	4.7%	32.6%	62.8%	100.0%
回答数=45	0	0	2	14	27	43
色彩アトリエ	0.0%	0.0%	11.5%	23.1%	65.4%	100.0%
回答数=27	0	0	3	6	17	26
土曜工作室	0.0%	4.8%	0.0%	28.6%	66.7%	100.0%
回答数=21	0	1	0	6	14	21
版画入門	0.0%	0.0%	0.0%	35.3%	64.7%	100.0%
回答数=17	0	0	0	6	11	17
ロダン館デッサン会SP	0.0%	0.0%	0.0%	46.2%	53.8%	100.0%
回答数=13	0	0	0	6	7	13
創作週間スペシャル	0.0%	0.0%	0.0%	40.0%	60.0%	100.0%
回答数=5	0	0	0	2	3	5
色彩アトリエスペシャル	0.0%	0.0%	25.0%	12.5%	62.5%	100.0%
回答数=8	0	0	2	1	5	8
親子鑑賞講座ファミリー	0.0%	0.0%	0.0%	47.8%	52.2%	100.0%
回答数=23	0	0	0	11	12	23
夏休み子どもWS仏像張子	0.0%	0.0%	0.0%	40.0%	60.0%	100.0%
回答数=25	0	0	0	10	15	25
夏休み子どもWS鑑賞会	0.0%	0.0%	0.0%	47.6%	52.4%	100.0%
回答数=21	0	0	0	10	11	21
夏休み子どもWSガンジン	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	83.3%	100.0%
回答数=6	0	0	1	0	5	6
Total	0.4%	0.4%	3.3%	33.7%	62.2%	100.0%
	1	1	9	91	168	270

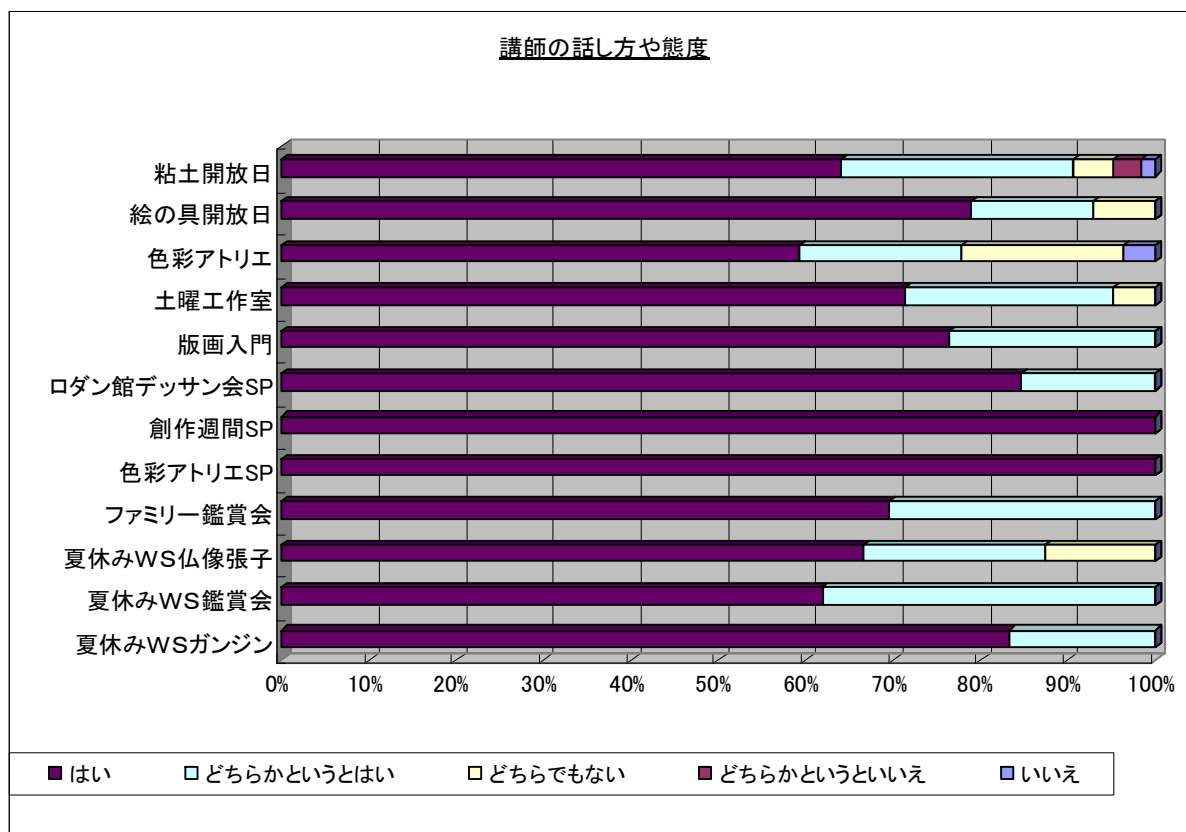
②準備・対応の十分さ



A-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%	0.0%	3.1%	32.8%	64.1%	100.0%
回答数=66	0	0	2	21	41	64
絵の具開放日	0.0%	0.0%	2.4%	31.0%	66.7%	100.0%
回答数=45	0	0	1	13	28	42
色彩アトリエ	0.0%	0.0%	7.4%	29.6%	63.0%	100.0%
回答数=27	0	0	2	8	17	27
土曜工作室	0.0%	4.8%	4.8%	14.3%	76.2%	100.0%
回答数=21	0	1	1	3	16	21
版画入門	0.0%	0.0%	0.0%	23.5%	76.5%	100.0%
回答数=17	0	0	0	4	13	17
ロダン館デッサン会SP	0.0%	0.0%	0.0%	15.4%	84.6%	100.0%
回答数=13	0	0	0	2	11	13
創作週間スペシャル	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	80.0%	100.0%
回答数=5	0	0	0	1	4	5
色彩アトリエスペシャル	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	75.0%	100.0%
回答数=8	0	0	0	2	6	8
親子鑑賞講座ファミリー	0.0%	0.0%	4.3%	39.1%	56.5%	100.0%
回答数=23	0	0	1	9	13	23
夏休み子どもWS仏像張子	0.0%	0.0%	0.0%	24.0%	76.0%	100.0%
回答数=25	0	0	0	6	19	25
夏休み子どもWS鑑賞会	0.0%	0.0%	4.8%	33.3%	61.9%	100.0%
回答数=21	0	0	1	7	13	21
夏休み子どもWSガンジン	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
回答数=6	0	0	0	0	6	6
Total	0.0%	0.4%	2.9%	27.9%	68.8%	100.0%
	0	1	8	76	187	272

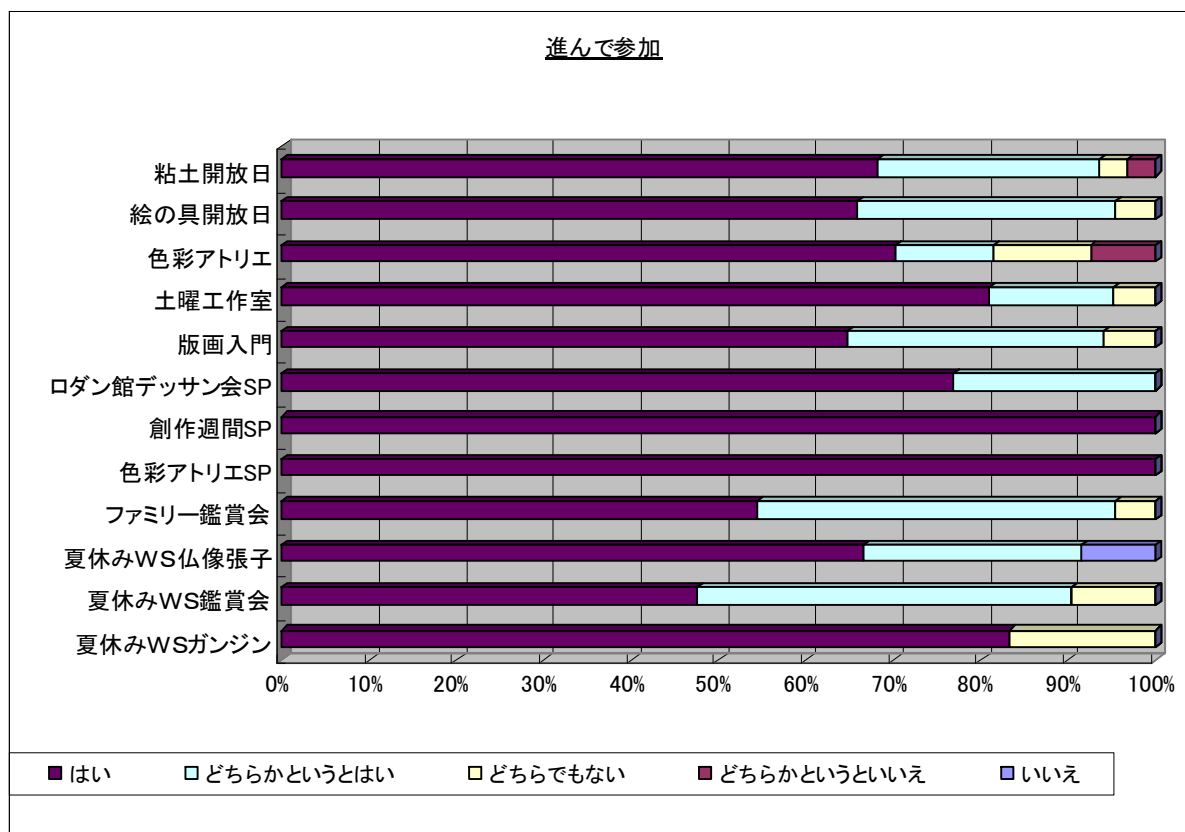
③講師の話し方や態度



A-3 講師の話し方や態度

	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	1.6%	3.1%	4.7%	26.6%	64.1%	100.0%
回答数=66	1	2	3	17	41	64
絵の具開放日	0.0%	0.0%	7.0%	14.0%	79.1%	100.0%
回答数=45	0	0	3	6	34	43
色彩アトリエ	3.7%	0.0%	18.5%	18.5%	59.3%	100.0%
回答数=27	1	0	5	5	16	27
土曜工作室	0.0%	0.0%	4.8%	23.8%	71.4%	100.0%
回答数=21	0	0	1	5	15	21
版画入門	0.0%	0.0%	0.0%	23.5%	76.5%	100.0%
回答数=17	0	0	0	4	13	17
ロダン館デッサン会SP	0.0%	0.0%	0.0%	15.4%	84.6%	100.0%
回答数=13	0	0	0	2	11	13
創作週間スペシャル	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
回答数=5	0	0	0	0	5	5
色彩アトリエスペシャル	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
回答数=8	0	0	0	0	8	8
親子鑑賞講座ファミリー	0.0%	0.0%	0.0%	30.4%	69.6%	100.0%
回答数=23	0	0	0	7	16	23
夏休み子どもWS仏像張子	0.0%	0.0%	12.5%	20.8%	66.7%	100.0%
回答数=25	0	0	3	5	16	24
夏休み子どもWS鑑賞会	0.0%	0.0%	0.0%	38.1%	61.9%	100.0%
回答数=21	0	0	0	8	13	21
夏休み子どもWSガンジン	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	83.3%	100.0%
回答数=6	0	0	0	1	5	6
Total	0.7%	0.7%	5.5%	22.1%	71.0%	100.0%
	2	2	15	60	193	272

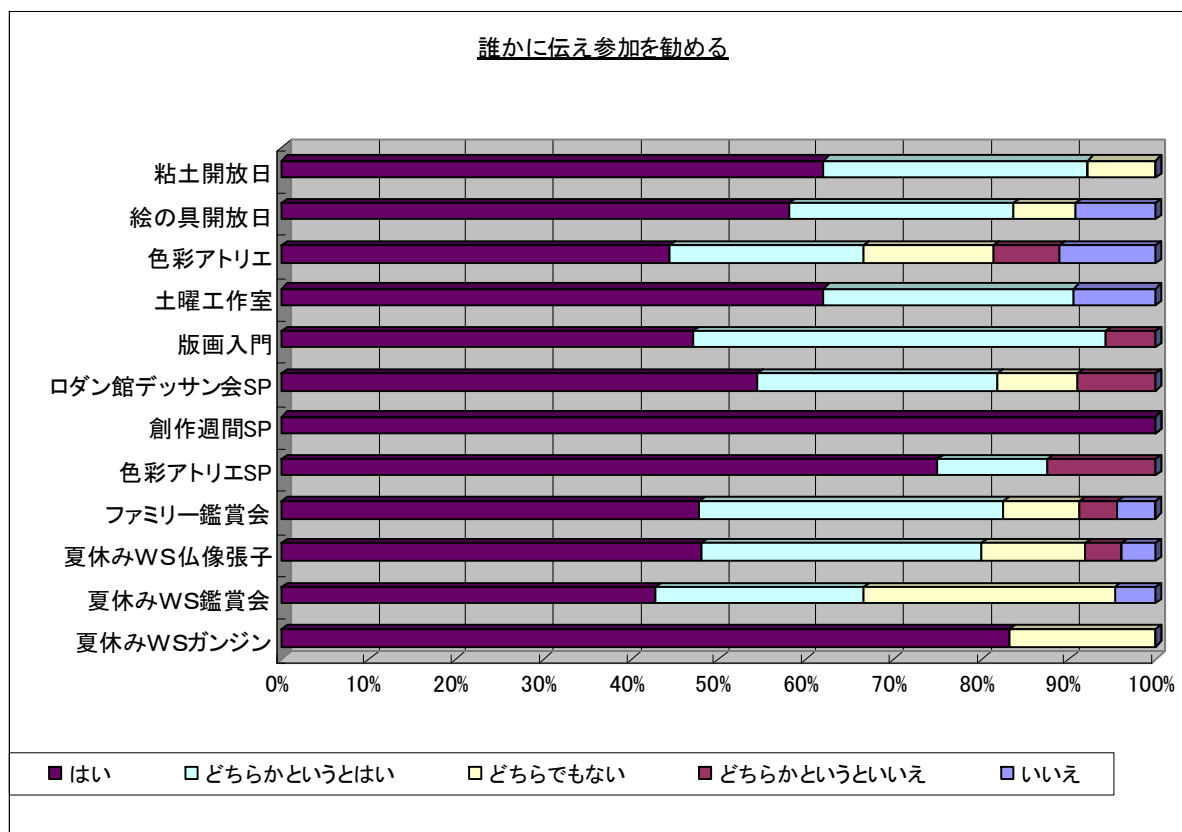
④プログラムに進んで参加できたか



A-4 進んで参加

	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%	3.2%	3.2%	25.4%	68.3%	100.0%
回答数=66	0	2	2	16	43	63
絵の具開放日	0.0%	0.0%	4.5%	29.5%	65.9%	100.0%
回答数=45	0	0	2	13	29	44
色彩アトリエ	0.0%	7.4%	11.1%	11.1%	70.4%	100.0%
回答数=27	0	2	3	3	19	27
土曜工作室	0.0%	0.0%	4.8%	14.3%	81.0%	100.0%
回答数=21	0	0	1	3	17	21
版画入門	0.0%	0.0%	5.9%	29.4%	64.7%	100.0%
回答数=17	0	0	1	5	11	17
ロダン館デッサン会SP	0.0%	0.0%	0.0%	23.1%	76.9%	100.0%
回答数=13	0	0	0	3	10	13
創作週間スペシャル	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
回答数=5	0	0	0	0	5	5
色彩アトリエスペシャル	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
回答数=8	0	0	0	0	8	8
親子鑑賞講座ファミリー	0.0%	0.0%	4.5%	40.9%	54.5%	100.0%
回答数=23	0	0	1	9	12	22
夏休み子どもWS仏像張子	8.3%	0.0%	0.0%	25.0%	66.7%	100.0%
回答数=25	2	0	0	6	16	24
夏休み子どもWS鑑賞会	0.0%	0.0%	9.5%	42.9%	47.6%	100.0%
回答数=21	0	0	2	9	10	21
夏休み子どもWSガンジン	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	83.3%	100.0%
回答数=6	0	0	1	0	5	6
Total	0.7%	1.5%	4.8%	24.7%	68.3%	100.0%
	2	4	13	67	185	271

⑤誰かに伝え、勧める

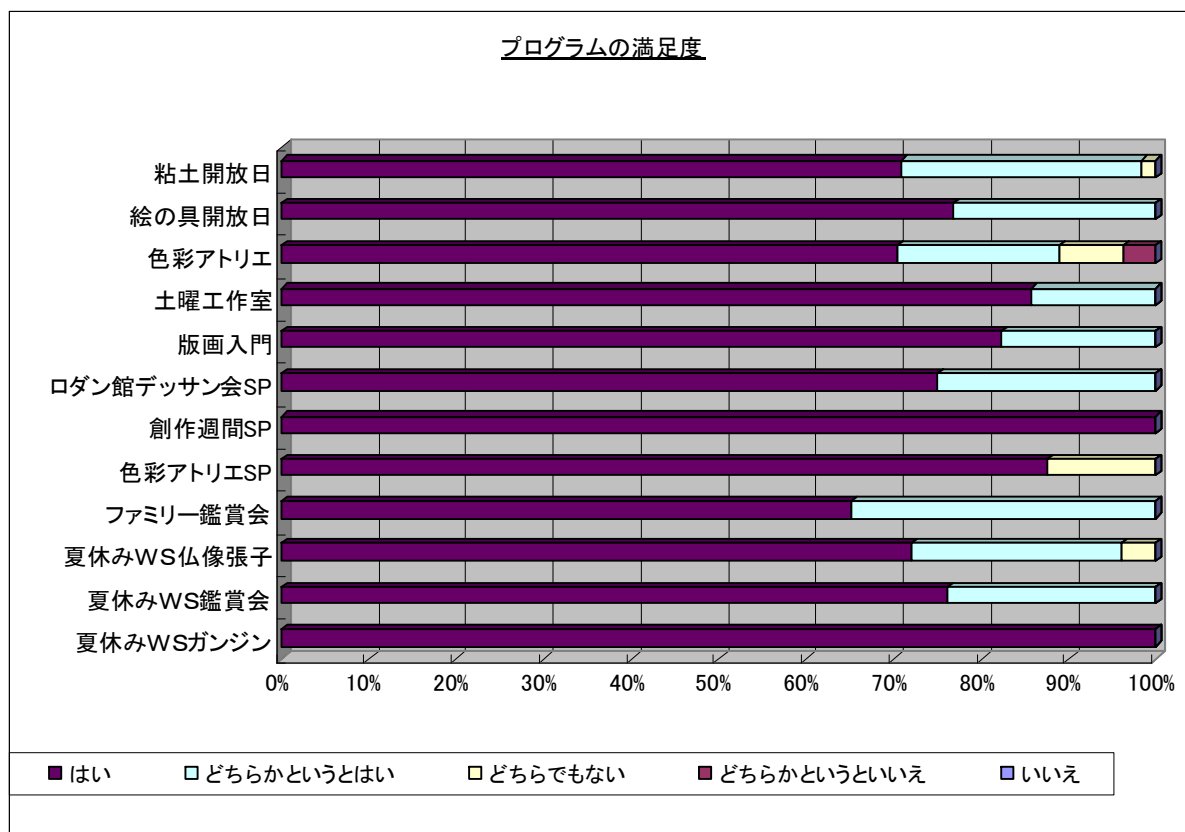


A-5 誰かに伝え、参加を勧める

	いいえ	どちらかというといえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい	計
粘土開放日	0.0%	0.0%	7.9%	30.2%	61.9%	100.0%
回答数=66	0	0	5	19	39	63
絵の具開放日	9.3%	0.0%	7.0%	25.6%	58.1%	100.0%
回答数=45	4	0	3	11	25	43
色彩アトリエ	11.1%	7.4%	14.8%	22.2%	44.4%	100.0%
回答数=27	3	2	4	6	12	27
土曜工作室	9.5%	0.0%	0.0%	28.6%	61.9%	100.0%
回答数=21	2	0	0	6	13	21
版画入門	0.0%	5.9%	0.0%	47.1%	47.1%	100.0%
回答数=17	0	1	0	8	8	17
ロダン館デッサン会SP	0.0%	9.1%	9.1%	27.3%	54.5%	100.0%
回答数=13	0	1	1	3	6	11
創作週間スペシャル	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
回答数=5	0	0	0	0	5	5
色彩アトリエスペシャル	0.0%	12.5%	0.0%	12.5%	75.0%	100.0%
回答数=8	0	1	0	1	6	8
親子鑑賞講座ファミリー	4.3%	4.3%	8.7%	34.8%	47.8%	100.0%
回答数=23	1	1	2	8	11	23
夏休み子どもWS仏像張子	4.0%	4.0%	12.0%	32.0%	48.0%	100.0%
回答数=25	1	1	3	8	12	25
夏休み子どもWS鑑賞会	4.8%	0.0%	28.6%	23.8%	42.9%	100.0%
回答数=21	1	0	6	5	9	21
夏休み子どもWSガンジン	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	83.3%	100.0%
回答数=6	0	0	1	0	5	6
Total	4.4%	2.6%	9.3%	27.8%	55.9%	100.0%
	12	7	25	75	151	270

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97.8%と非常に高い評価。本設問は「美術館カルテ」の「教育・普及プログラムの満足度」指標として、より直接的に総合満足度を測定するために平成19年度から追加されている。



A-6 プログラムの満足度

	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%	0.0%	1.6%	27.4%	71.0%	100.0%
回答数=66	0	0	1	17	44	62
絵の具開放日	0.0%	0.0%	0.0%	23.3%	76.7%	100.0%
回答数=45	0	0	0	10	33	43
色彩アトリエ	0.0%	3.7%	7.4%	18.5%	70.4%	100.0%
回答数=27	0	1	2	5	19	27
土曜工作室	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	85.7%	100.0%
回答数=21	0	0	0	3	18	21
版画入門	0.0%	0.0%	0.0%	17.6%	82.4%	100.0%
回答数=17	0	0	0	3	14	17
ロダン館デッサン会SP	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	75.0%	100.0%
回答数=13	0	0	0	3	9	12
創作週間スペシャル	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
回答数=5	0	0	0	0	5	5
色彩アトリエスペシャル	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	87.5%	100.0%
回答数=8	0	0	1	0	7	8
親子鑑賞講座ファミリー	0.0%	0.0%	0.0%	34.8%	65.2%	100.0%
回答数=23	0	0	0	8	15	23
夏休み子どもWS仏像張子	0.0%	0.0%	4.0%	24.0%	72.0%	100.0%
回答数=25	0	0	1	6	18	25
夏休み子どもWS鑑賞会	0.0%	0.0%	0.0%	23.8%	76.2%	100.0%
回答数=21	0	0	0	5	16	21
夏休み子どもWSガンジン	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
回答数=6	0	0	0	0	6	6
Total	0.0%	0.4%	1.9%	22.2%	75.6%	100.0%
	0	1	5	60	204	270

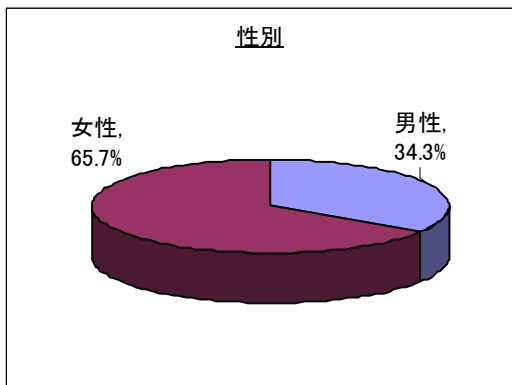
(2) ロダン館コンサート

1) アンケートの状況

アンケート数：108

2) 回答者の属性

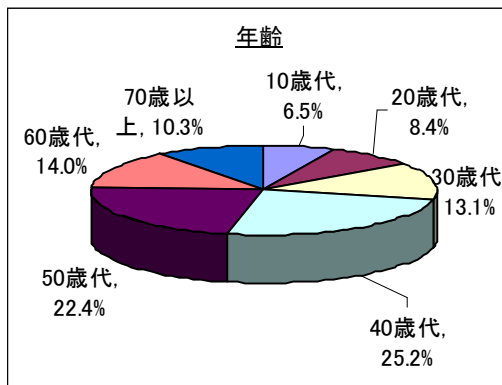
①性別



C-1 性別

	男性	女性	計
%	34.3%	65.7%	100.0%
回答数	37	71	108

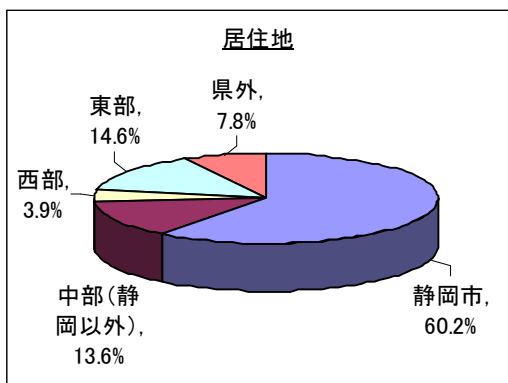
②年齢



C-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
%	6.5%	8.4%	13.1%	25.2%	22.4%	14.0%	10.3%	
回答数	7	9	14	27	24	15	11	107

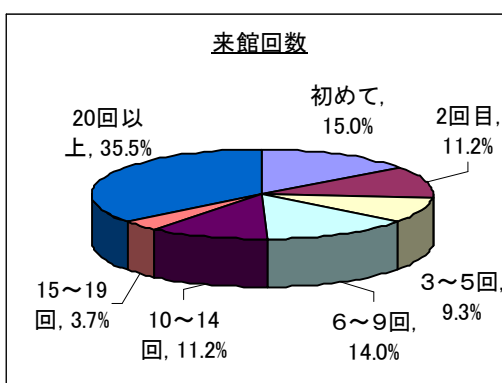
③居住地



C-3 居住地

	静岡市	中部(静岡以外)	西部	東部	賀茂	県外	計
%	60.2%	13.6%	3.9%	14.6%	0.0%	7.8%	100.0%
回答数	62	14	4	15	0	8	103

④来館回数

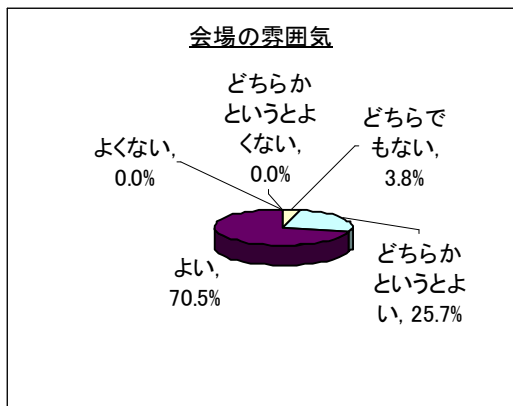


C-4 来館回数

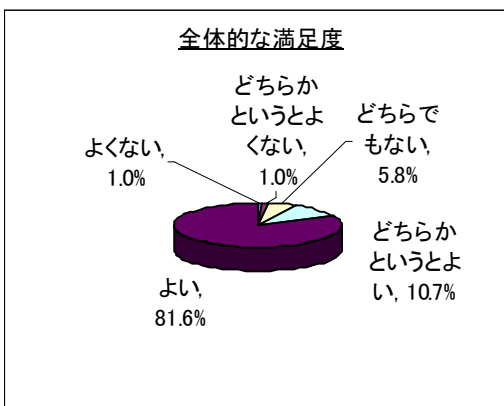
	初めて	2回目	3~5回	6~9回	10~14回	15~19回	20回以上	計
%	15.0%	11.2%	9.3%	14.0%	11.2%	3.7%	35.5%	
回答数	16	12	10	15	12	4	38	107

3) コンサートについて

①会場の雰囲気



②コンサートに満足いただけたか



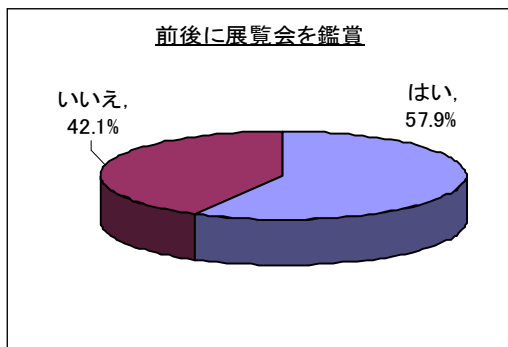
A-1 会場の雰囲気

	よくない	どちらかというといくない	どちらでもない	どちらかというといよい	よい	計
%	0.0%	0.0%	3.8%	25.7%	70.5%	
回答数	0	0	4	27	74	105

A-2 全体的な満足度

	よくない	どちらかというといくない	どちらでもない	どちらかというといよい	よい	計
%	1.0%	1.0%	5.8%	10.7%	81.6%	92.2%
回答数	1	1	6	11	84	103

③前後に展覧を鑑賞するか



B-1 展覧会鑑賞

	はい	いいえ	計
%	57.9%	42.1%	
回答数	62	45	107

B-2 鑑賞しない理由 【複数回答】

	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	計
%	65.3%	20.4%	6.1%	8.2%	0.0%	100.0%
回答数	32	10	3	4	0	49

④コンサートへ来館のきっかけ

B-3 コンサート来館の「きっかけ」理由

	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
%	26.8%	2.8%	2.8%	3.5%	17.6%	23.2%	13.4%
回答数	38	4	4	5	25	33	19

	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
%	25.4%	5.6%	23.9%	2.1%	3.5%	6.3%	100.0%
回答数	36	8	34	3	5	9	142

(3) レストラン

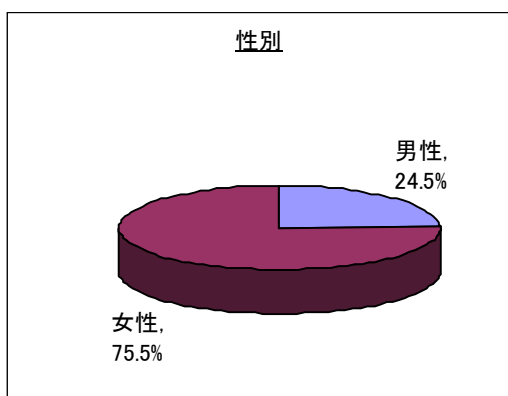
1) アンケートの状況

実施期間：平成20年4月から平成21年2月

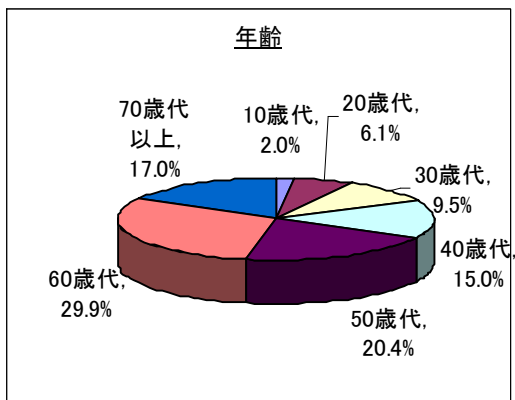
アンケート数：155

2) 回答者の属性

①性別



②年齢



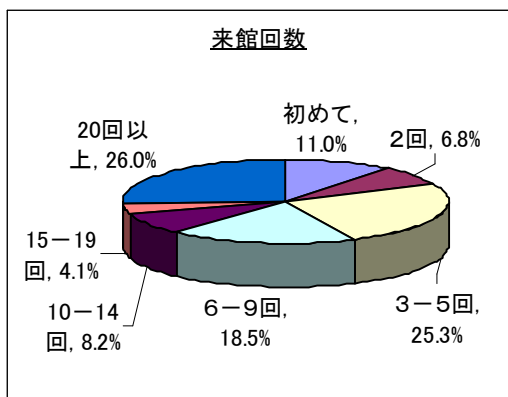
B-1 性別

	男性	女性	計
%	24.5%	75.5%	100.0%
回答数	36	111	147

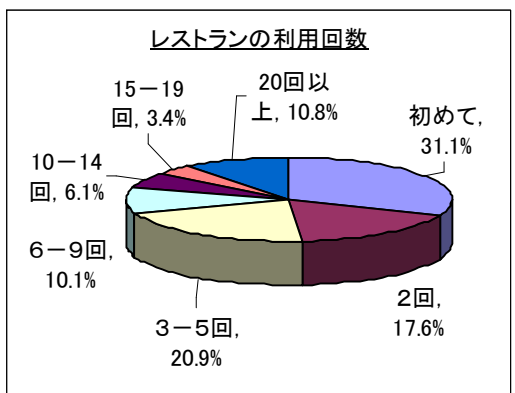
B-2 年齢

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	計
%	2.0%	6.1%	9.5%	15.0%	20.4%	29.9%	17.0%	100.0%
回答数	3	9	14	22	30	44	25	147

③来館回数



④レストランの利用回数



B-3 来館回数

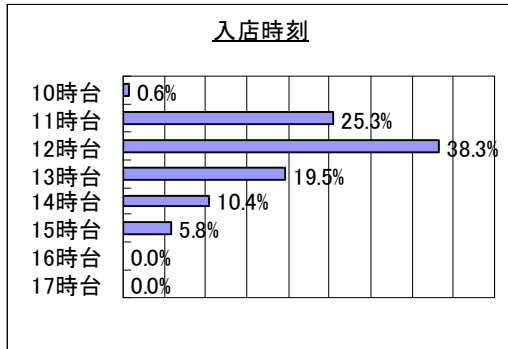
	初めて	2回	3-5回	6-9回	10-14回	15-19回	20回以上	計
%	11.0%	6.8%	25.3%	18.5%	8.2%	4.1%	26.0%	100.0%
回答数	16	10	37	27	12	6	38	146

B-4 レストランの利用回数

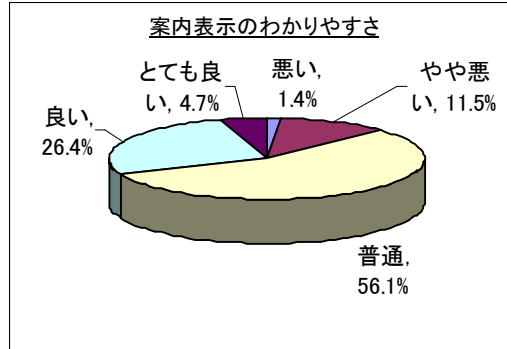
	初めて	2回	3-5回	6-9回	10-14回	15-19回	20回以上	計
%	31.1%	17.6%	20.9%	10.1%	6.1%	3.4%	10.8%	100.0%
回答数	46	26	31	15	9	5	16	148

3) レストランの利用について

⑤入店時刻



①案内表示はわかりやすいか



A-1 入店時刻

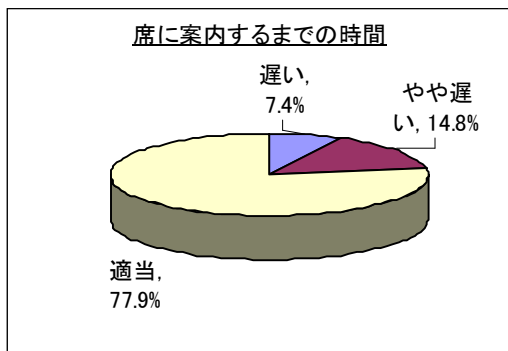
	10時台	11時台	12時台	13時台	14時台	15時台	16時台	17時台	計
%	0.6%	25.3%	38.3%	19.5%	10.4%	5.8%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数	1	39	59	30	16	9	0	0	154

※A-2 注文内容 (略)

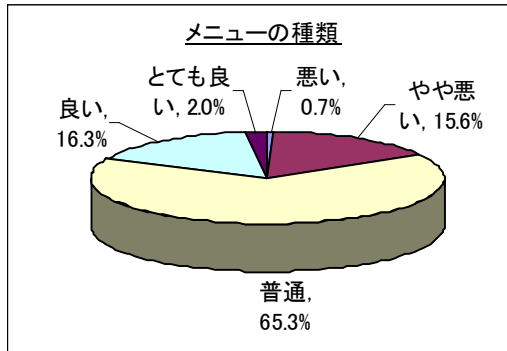
A-3 案内表示は分かりやすいか

	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い	計
%	1.4%	11.5%	56.1%	26.4%	4.7%	100.0%
回答数	2	17	83	39	7	148

②席に案内するまでの時間



③メニューの種類



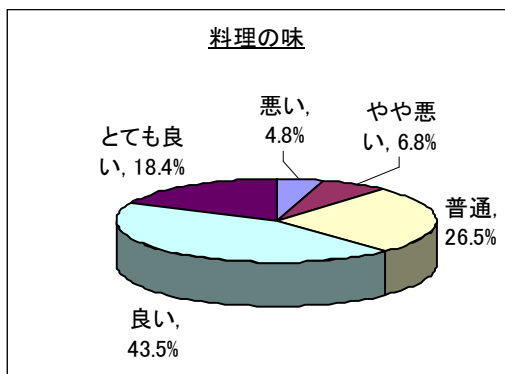
A-4 席に案内するまでの時間

	遅い	やや遅い	適当	計
%	7.4%	14.8%	77.9%	100.0%
回答数	11	22	116	149

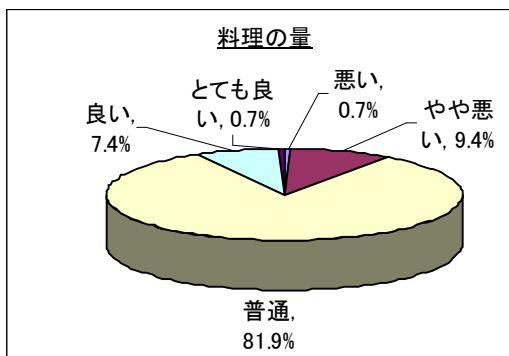
A-5 メニューの種類

	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い	計
%	0.7%	15.6%	65.3%	16.3%	2.0%	100.0%
回答数	1	23	96	24	3	147

④料理の味



⑤料理の量



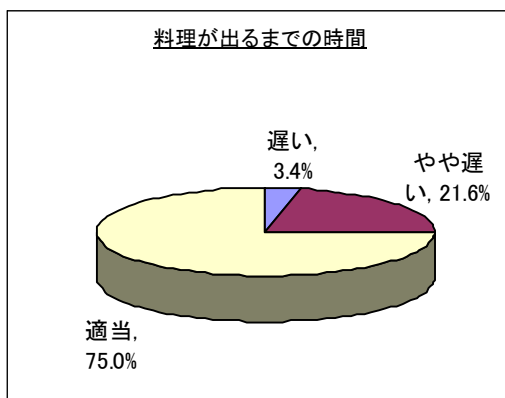
A-6 味

	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い	計
%	4.8%	6.8%	26.5%	43.5%	18.4%	100.0%
回答数	7	10	39	64	27	147

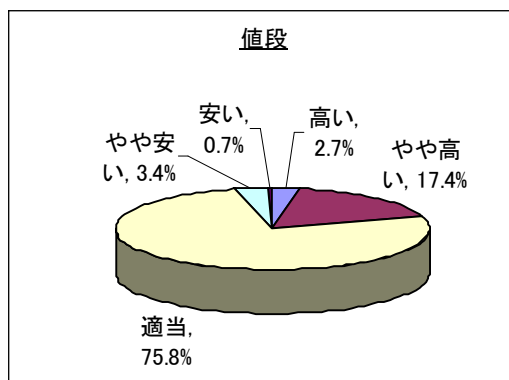
A-7 量

	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い	計
%	0.7%	9.4%	81.9%	7.4%	0.7%	100.0%
回答数	1	14	122	11	1	149

⑥料理が出るまでの時間



⑦値段



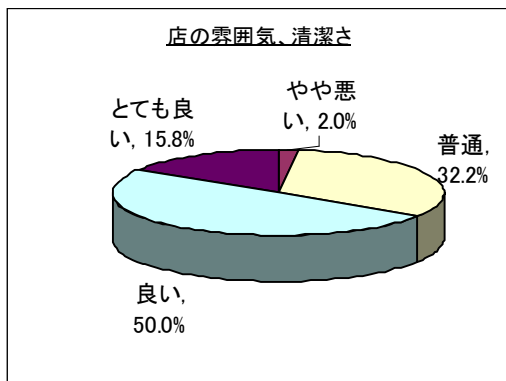
A-8 料理が出るまでの時間

	遅い	やや遅い	適当	計
%	3.4%	21.6%	75.0%	100.0%
回答数	5	32	111	148

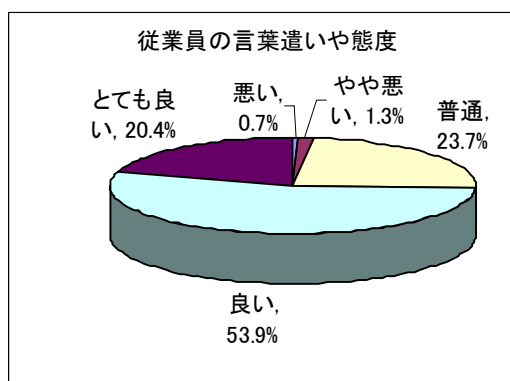
A-9 値段

	高い	やや高い	適当	やや安い	安い	計
%	2.7%	17.4%	75.8%	3.4%	0.7%	100.0%
回答数	4	26	113	5	1	149

⑧店の雰囲気、清潔さ



⑨従業員の言葉遣いや態度



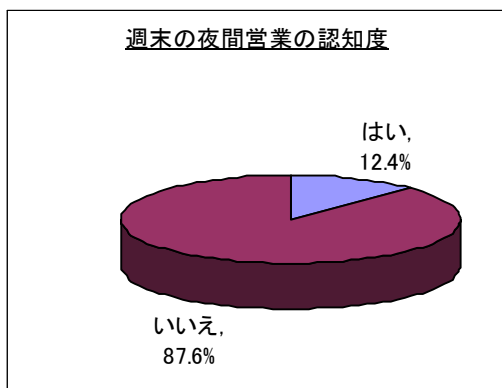
A-10 店の雰囲気、清潔さ

	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い	計
%	0.0%	2.0%	32.2%	50.0%	15.8%	100.0%
回答数	0	3	49	76	24	152

A-11 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
%	0.7%	1.3%	23.7%	53.9%	20.4%	100.0%
回答数	1	2	36	82	31	152

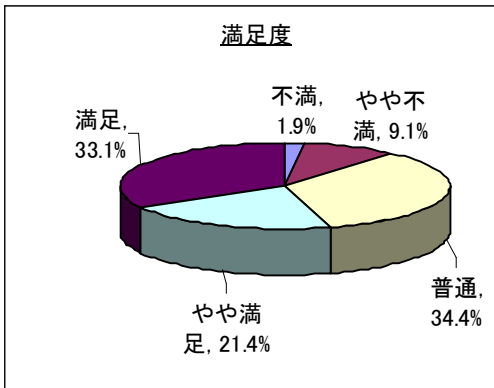
⑩週末の夜間営業の認知度



A-12 週末の夜間営業の認知度

	はい	いいえ	計
%	15.0%	85.0%	100.0%
回答数	22	125	147

⑪満足度



A-13 満足度

	不満	やや不満	普通	やや満足	満足	計
%	1.9%	9.1%	34.4%	21.4%	33.1%	100.0%
回答数	3	14	53	33	51	154

レストランの満足度については、「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は54.5%と平成19年度(61.7%)を下回っている。②席に案内するまでの時間、③メニューの種類、⑥料理が出るまでの時間、⑦値段の設定で2割程度の否定的評価があることが影響していると考えられる。

本設問は「美術館カルテ」の「レストランの満足度」指標に対応している。

(4) ミュージアム・ショップ

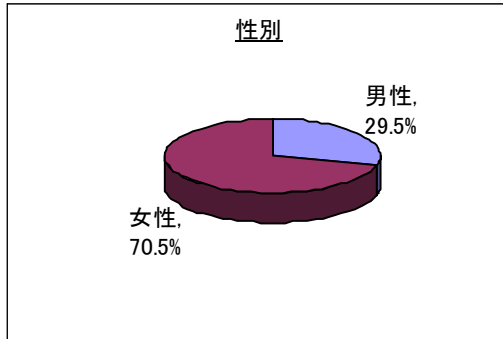
1) アンケートの状況

実施期間：平成20年4月から平成20年12月

アンケート数：242

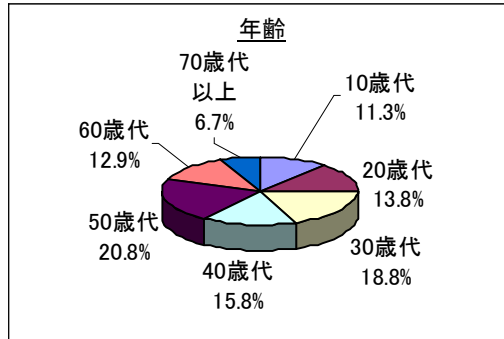
2) 回答者の属性

①性別



	男性	女性	計
%	29.5%	70.5%	100.0%
回答数	71	170	241

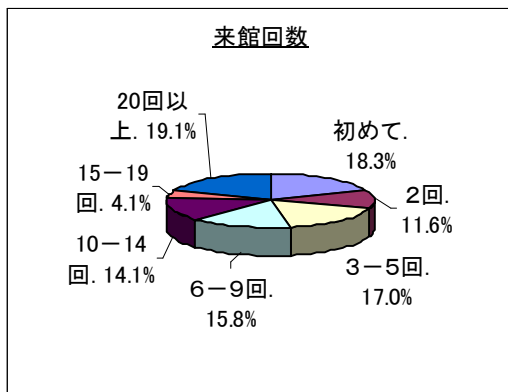
②年齢



B-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
%	11.3%	13.8%	18.8%	15.8%	20.8%	12.9%	6.7%	100.0%
回答数	27	33	45	38	50	31	16	240

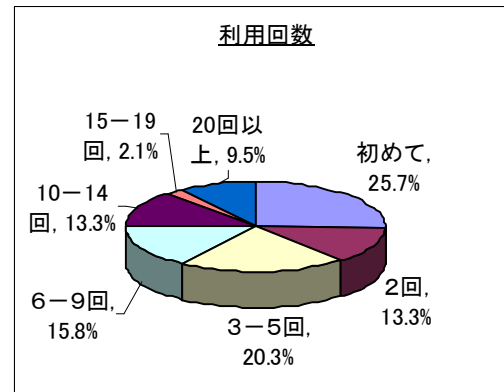
③来館回数



B-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
%	18.3%	11.6%	17.0%	15.8%	14.1%	4.1%	19.1%	100.0%
回答数	44	28	41	38	34	10	46	241

④ミュージアム・ショップの利用回数

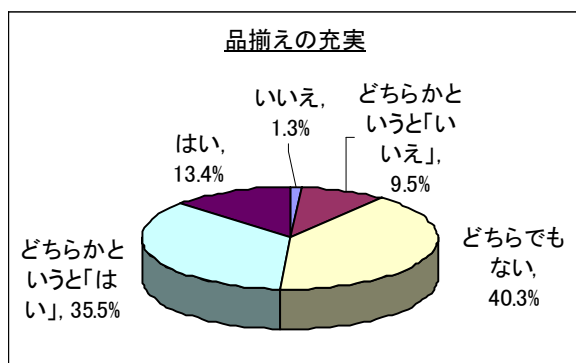


B-4 ミュージアム・ショップの利用回数

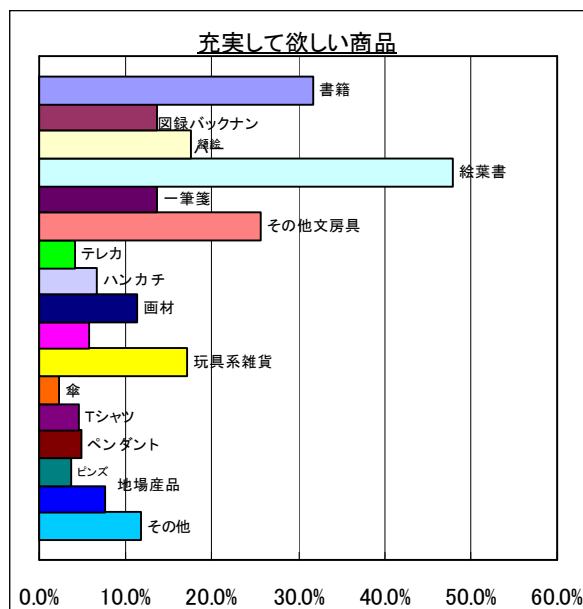
	初めて	2回	3-5回	6-9回	10-14回	15-19回	20回以上	計
%	25.7%	13.3%	20.3%	15.8%	13.3%	2.1%	9.5%	100.0%
回答数	62	32	49	38	32	5	23	241

3) 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



②充実して欲しい商品（複数回答）



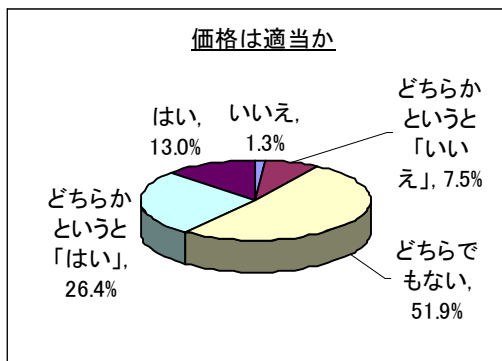
A-1 品揃えの充実

	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
%	1.3%	9.5%	40.3%	35.5%	13.4%	100.0%
回答数	3	22	93	82	31	231

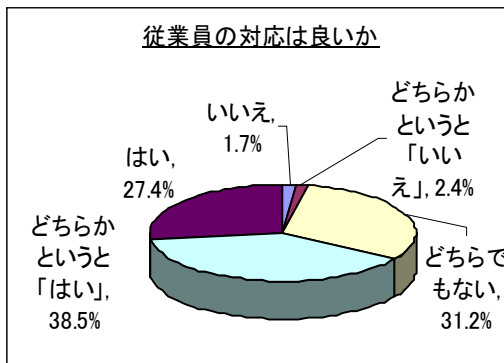
A-2 充実してほしい商品（複数回答）

	書籍	図録バックナンバー	額絵
%	31.7%	13.6%	17.6%
回答数	70	30	39
	絵葉書	一筆箋	その他文房具
%	48.0%	13.6%	25.8%
回答数	106	30	57
	ハンカチ	画材	マグネット
%	6.8%	11.3%	5.9%
回答数	15	25	13
	傘	Tシャツ	ペンダント
%	2.3%	4.5%	5.0%
回答数	5	10	11
	ピンズ	地場産品	その他
%	3.6%	7.7%	11.8%
回答数	8	17	26
回答者数	221		

③価格は適当か



④従業員の対応は良かったか



A-3 価格は適当か

	いいえ	どちらかという「いいえ」	どちらでもない	どちらかという「はい」	はい	計
%	1.3%	7.5%	51.9%	26.4%	13.0%	100.0%
回答数	3	18	124	63	31	239

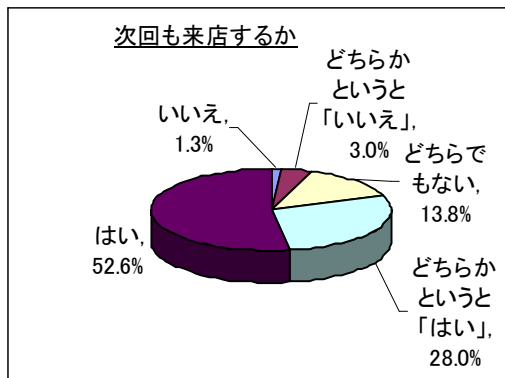
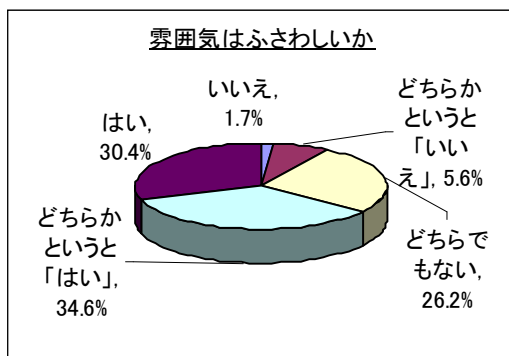
A-4 従業員の対応

	いいえ	どちらかという「いいえ」	どちらでもない	どちらかという「はい」	はい	計
%	1.7%	1.3%	31.2%	38.5%	27.4%	100.0%
回答数	4	3	73	90	64	234

⑤雰囲気は県立美術館にふさわしいか

⑥次回ミュージアム・ショップを来店するか（満足度）

度)



A-5 雰囲気は静岡県立美術館にふさわしいか

	いいえ	どちらかという「いいえ」	どちらでもない	どちらかという「はい」	はい	計
%	1.7%	7.2%	26.2%	34.6%	30.4%	100.0%
回答数	4	17	62	82	72	237

A-6 次回も来店（満足度）

80.6%

	いいえ	どちらかという「いいえ」	どちらでもない	どちらかという「はい」	はい	計
%	1.3%	4.3%	13.8%	28.0%	52.6%	100.0%
回答数	3	10	32	65	122	232

ミュージアム・ショップの満足度については、「はい」と「どちらかというはい」を合わせた肯定的評価は80.6%と平成19年度（76.9%）を上回っている。

本設問は「美術館カルテ」の「ミュージアム・ショップの満足度」指標に対応している。

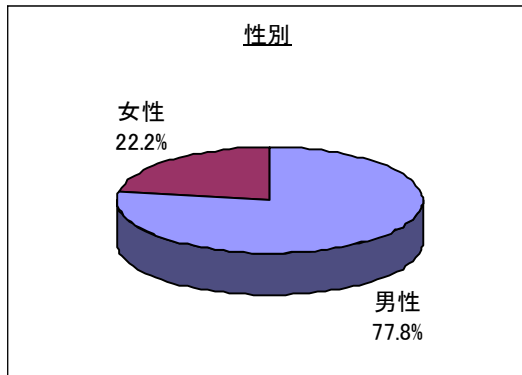
(5) 図書閲覧室

1) アンケートの状況

アンケート数：9

2) 回答者の属性

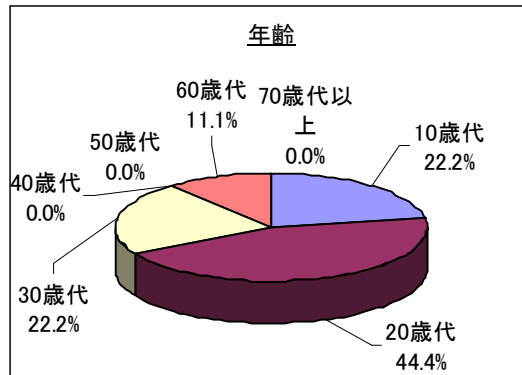
①性別



性別

	男性	女性	計
%	77.8%	22.2%	100.0%
回答数	7	2	9

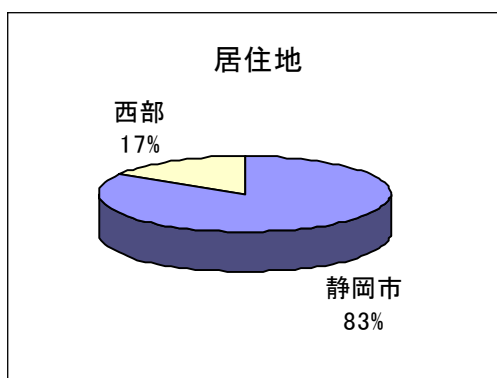
②年齢



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
%	22.2%	44.4%	22.2%	0.0%	0.0%	11.1%	0.0%	100.0%
回答数	2	4	2	0	0	1	0	9

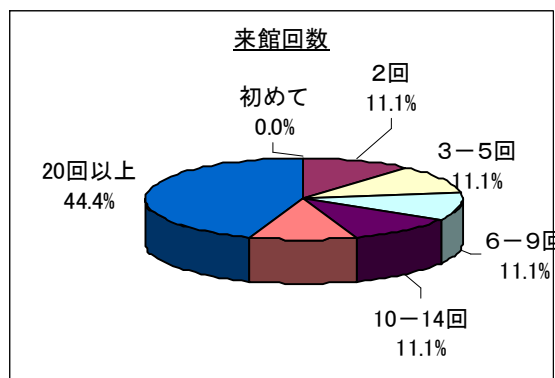
③居住地



居住地

	静岡市	中部（静岡以外）	西部	東部	賀茂	県外	計
%	83.3%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	
回答数	5	0	1	0	0	0	6

④来館回数

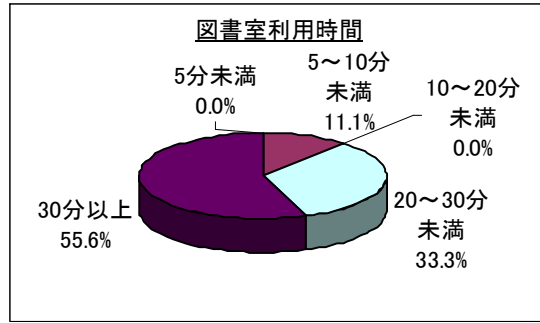
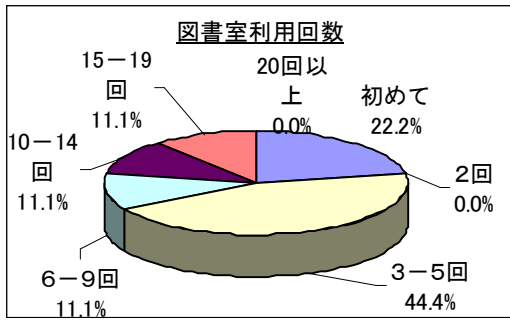


来館回数

	初めて	2回	3-5回	6-9回	10-14回	15-19回	20回以上	計
%	0.0%	11.1%	11.1%	11.1%	11.1%	11.1%	44.4%	100.0%
回答数	0	1	1	1	1	1	4	9

⑤図書閲覧室の利用経験

⑥図書閲覧室の利用時間



図書閲覧室利用回数

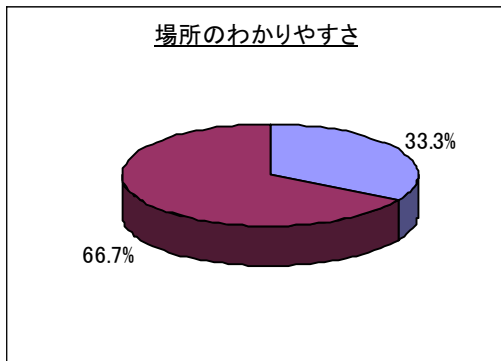
	初めて	2回	3-5回	6-9回	10-14回	15-19回	20回以上	計
%	22.2%	0.0%	44.4%	11.1%	11.1%	11.1%	0.0%	100.0%
回答数	2	0	4	1	1	1	0	9

図書閲覧室利用時間

	5分未満	5-10分未満	10-20分未満	20-30分未満	30分以上	計
%	0.0%	11.1%	0.0%	33.3%	55.6%	100.0%
回答数	0	1	0	3	5	9

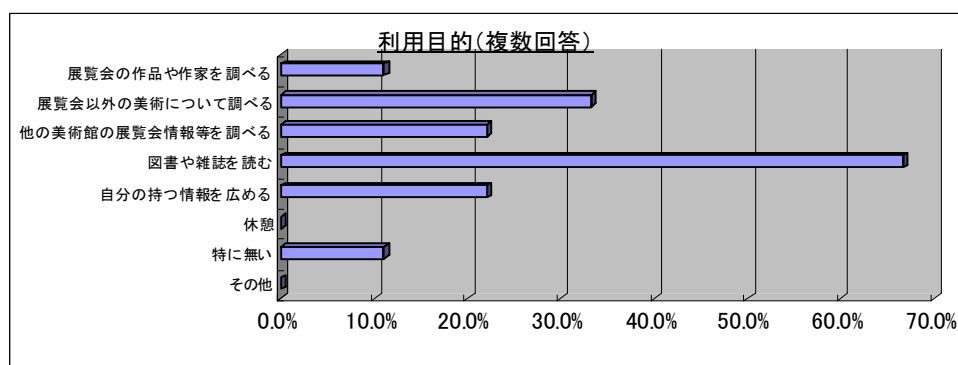
3) 図書閲覧室の利用について

① 図書閲覧室の場所のわかりやすさ



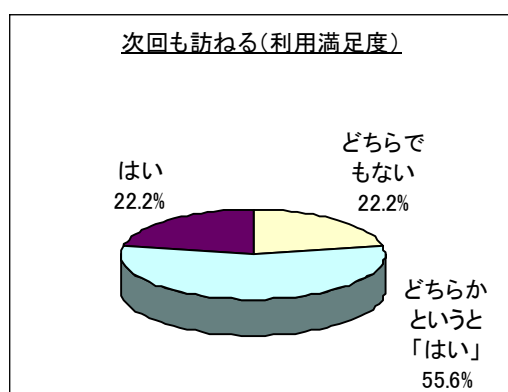
	いいえ	はい	計
%	33.3%	66.7%	100.0%
回答数	3	6	9

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	1	11.1%
展覧会以外の美術について調べる	3	33.3%
他の美術館の展覧会情報等を調べ	2	22.2%
図書や雑誌を読む	6	66.7%
自分の持つ情報を広める	2	22.2%
休憩	0	0.0%
特に無い	1	11.1%
その他	0	0.0%
回答者数	9	—

③次回来館時も図書閲覧室を訪ねるか（満足度）



	いいえ	どちらかという「いいえ」	どちらでもない	どちらかという「はい」	はい	計
%	0.0%	0.0%	22.2%	55.6%	22.2%	100.0%
回答数	0	0	2	5	2	9

図書閲覧室の満足度については、「はい」と「どちらかという「はい」」を合わせた肯定的評価は77.8%となっている。

本設問は「美術館カルテ」の「図書閲覧室の満足度」指標に対応している。

(6) 県立美術館ボランティア

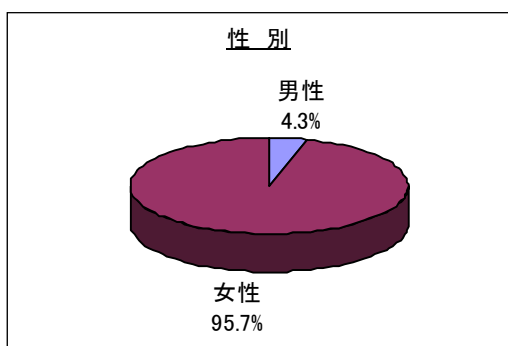
1) アンケートの状況

実施期間：平成 21 年 3 月

アンケート数：97

2) 回答者の属性

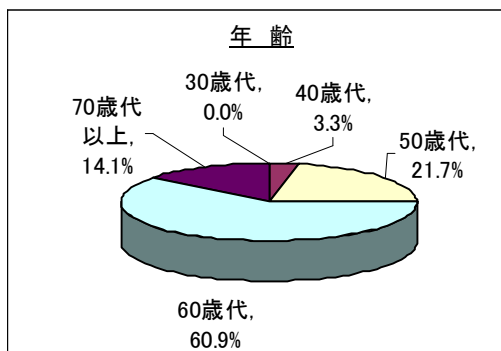
①性別



性別

	男性	女性	計
%	4.3%	95.7%	100.0%
回答数	4	88	92

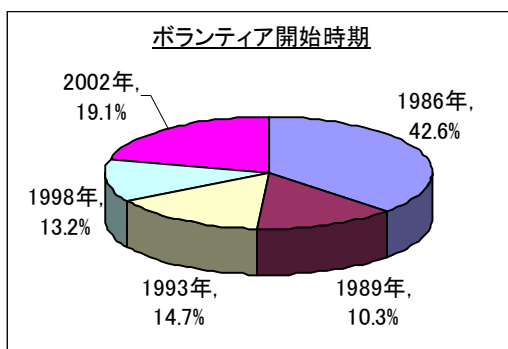
②年齢



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%	0.0%	3.3%	21.7%	60.9%	14.1%	100.0%
回答数	0	0	3	20	56	13	92

③県立美術館ボランティアを始めた時期

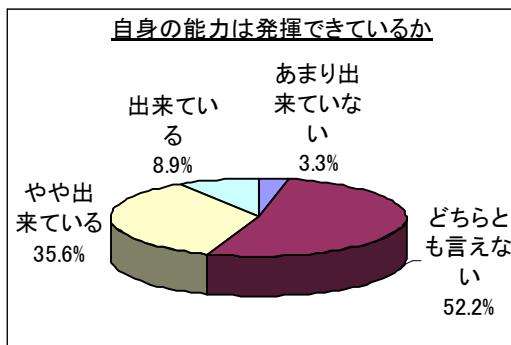


県立美術館ボランティアを始めた時期

	1986 (S61)年	1989 (H元)年	1993 (H5)年	1998 (H10)年	2002 (H14)年	計
%	37.2%	14.0%	15.1%	12.8%	20.9%	100.0%
回答数	32	12	13	11	18	86

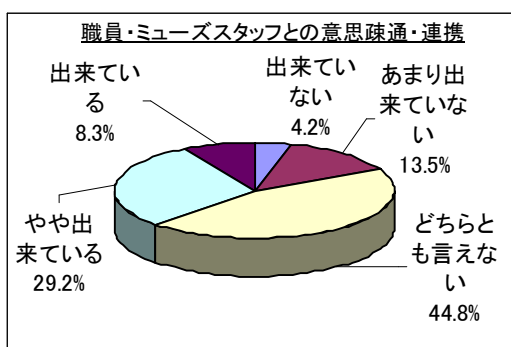
3) 県立美術館ボランティアの活動について

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



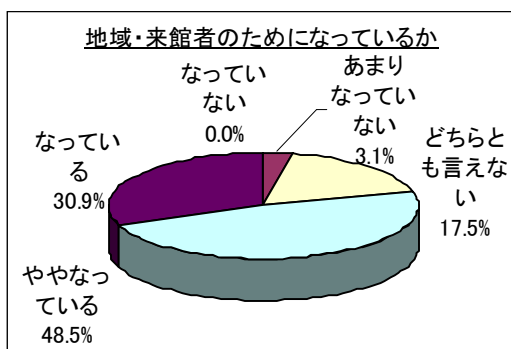
	出来ていない	あまり出来ていない	どちらとも言えない	やや出来ている	出来ている	計
%	2.2%	3.3%	51.1%	34.8%	8.7%	100.0%
回答数	2	3	47	32	8	92

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



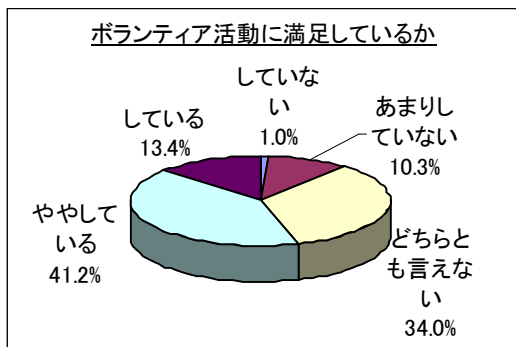
	出来ていない	あまり出来ていない	どちらとも言えない	やや出来ている	出来ている	計
%	4.2%	13.5%	44.8%	29.2%	8.3%	100.0%
回答数	4	13	43	28	8	96

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
%	0.0%	3.1%	17.5%	48.5%	30.9%	100.0%
回答数	0	3	17	47	30	97

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



	していない	あまりしていない	どちらとも言えない	ややしている	している	計
%	1.0%	10.3%	34.0%	41.2%	13.4%	100.0%
回答数	1	10	33	40	13	97

ボランティアの満足度については、「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は54.6%となり、平成19年度（59.8%）を下回っている。

本設問は「美術館カルテ」の「ボランティアの満足度」指標に対応している。

(7) 美術館ホームページ

1) アンケートの状況

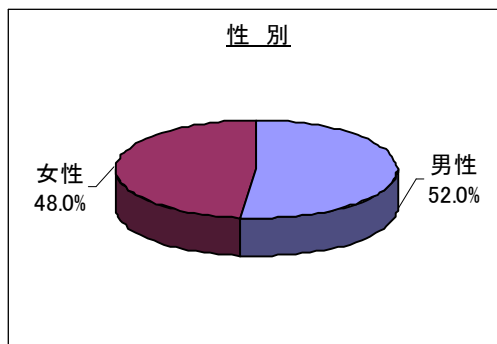
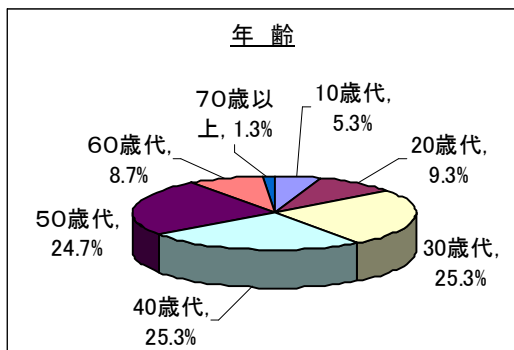
実施期間：平成20年4月から平成21年3月

アンケート数：150

2) 回答者の属性

①性別

②年齢



年齢

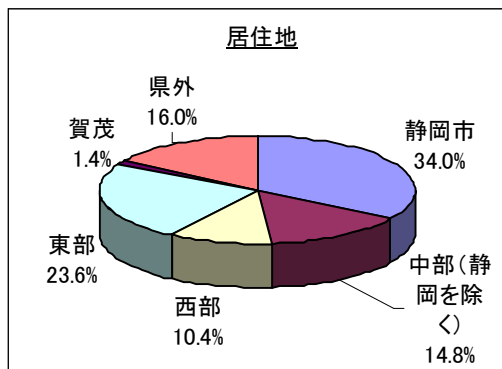
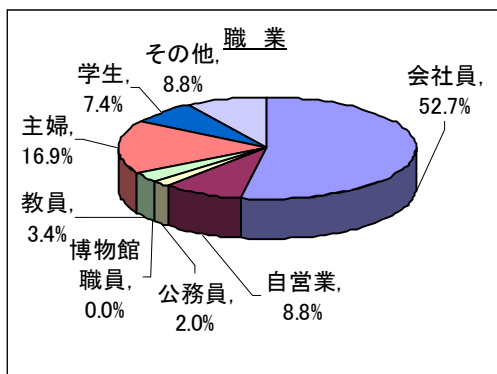
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	計
%	5.3%	9.3%	25.3%	25.3%	24.7%	8.7%	1.3%	100.0%
回答数	8	14	38	38	37	13	2	150

性別

	男性	女性	計
%	52.0%	48.0%	100.0%
回答数	78	72	150

③職業

④居住地



職業

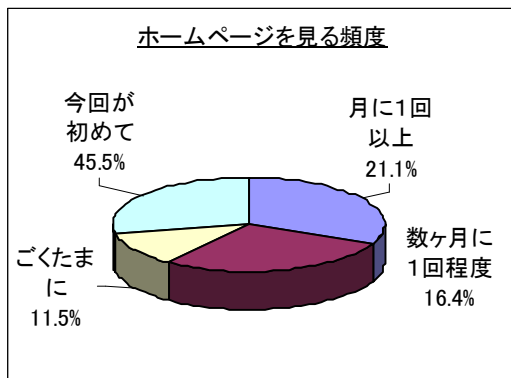
	会社員	自営業	公務員	博物館職員	教員	主婦	学生	その他	計
%	52.7%	8.8%	2.0%	0.0%	3.4%	16.9%	7.4%	8.8%	100.0%
回答数	78	13	3	0	5	25	11	13	148

居住地

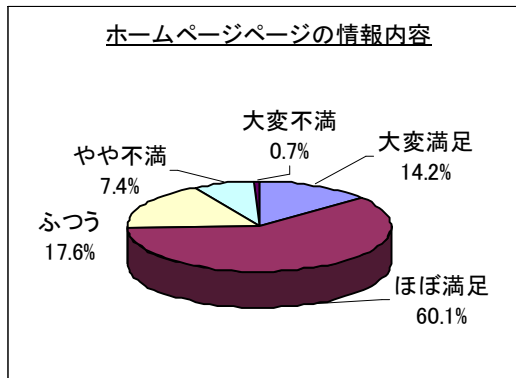
	静岡市	中部(静岡を除く)	西部	東部	賀茂	県外	計
%	34.0%	14.6%	10.4%	23.6%	1.4%	16.0%	100.0%
回答数	49	21	15	34	2	23	144

3) 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



② 当ページの情報内容



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
%	31.8%	28.4%	11.5%	28.4%	100.0%
回答数	47	42	17	42	148

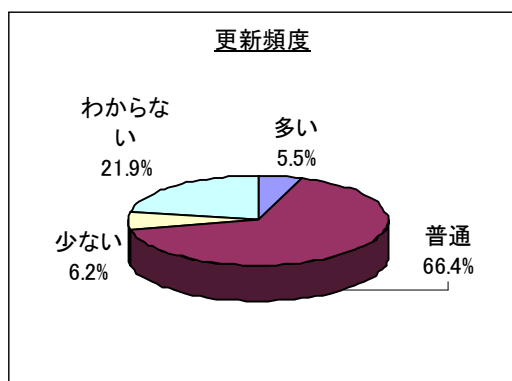
当ページの情報内容

	大変満足	ほぼ満足	ふつう	やや不満	大変不満	計
%	14.2%	60.1%	17.6%	7.4%	0.7%	100.0%
回答数	21	89	26	11	1	148

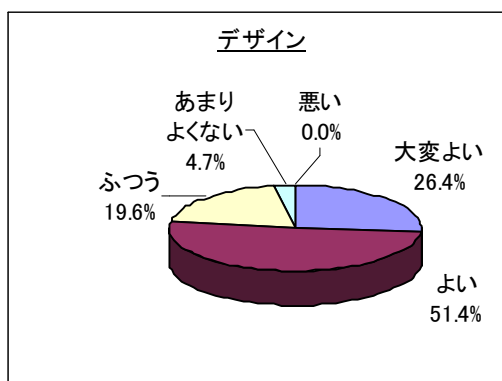
ホームページの情報内容の満足度について、「はい」と「どちらかというとはい」を合わせた肯定的評価は74.3%となり、平成19年度（70.0%）を上回っている。

本設問は「美術館カルテ」の「ホームページの満足度」指標に対応している。

③ 更新頻度



④ ホームページ・デザイン



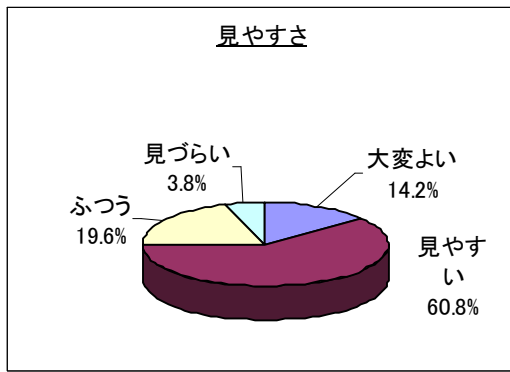
更新頻度

	多い	普通	少ない	わからない	計
%	5.5%	66.4%	6.2%	21.9%	100.0%
回答数	8	97	9	32	146

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
%	26.4%	51.4%	19.6%	2.7%	0.0%	100.0%
回答数	39	76	29	4	0	148

⑤見やすさ



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
%	14.2%	60.8%	19.6%	5.4%	0.0%	100.0%
回答数	21	90	29	8	0	148

5 アンケート方法等について

(1) アンケートの設問数

現状では、展覧会ごとに 300～500 のサンプルを得ているために、その他イベントなどと合わせ多くのサンプル量となっている。アンケートには「美術館カルテ」指標以外の設問も多く含まれているが、「美術館カルテ」指標の年間達成度を確認する意味では、必要な「美術館カルテ」指標を中心とした設問に限定し、回答者の負担を最小限にするとともに、アンケートを一層有効なものとする考えられる。

(2) 自由記載欄の要望・苦情への対応

満足度の設問のうち、「全体的な満足度」「展覧会の鑑賞環境」の指標は 80% を超えて特に高い値を維持しており、「美術館カルテ」指標の達成状況を確認する意味合いが強い。これに対して、今後の事業活動の参考となる情報として、自由記載欄には参考とすべき喜びや苦情の声が寄せられている。

ひとり 1 改革運動の取組が進められ優秀事例が出ているように、職員の改革・改善意識をより一層高めていくため、即応を要するものやすぐに対応できるものについては、アンケート回収日に対応を検討するとともに、対応すべき課題と対応済みの課題等を一覧化＝「見える化」し、全職員で情報共有と改善状況の確認をすべきと考える。

(3) 来館経験のない県民に対する指標

現状のアンケートでは、来館者の満足度に関する指標がほとんどを占めている。美術館の提供する展覧会や教育・普及プログラムなどと興味が一致した人が来館しているとしたら、作品やプログラムに対する満足度が高いことはある意味で当然と考えられる。

県立の施設の使命として、「県民の美術鑑賞機会（費用、時間、距離）の得やすさ」や「県民が観たいもの」といった来館経験のない県民も含めた顧客志向の指標も必要と思われ、ウェブアンケートなどの手法の検討も考えられる。

Ⅱ

県庁の支援体制

総括表

I 平成 20 年度実績

- 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 広報・観光・学校等との政策連携の推進

(別紙) 主な会議の検討・決定内容

Ⅱ 平成 21 年度方針

- 1 魅力的な展覧会開催など美術館の基本的業務
- 2 地域や学校教育との連携
- 3 戦略的広報
- 4 施設改修とアメニティについて

参考資料

県庁の支援体制

「平成 20 年度方針・実績」 総括表

	H20 方針	H20 実績	自己点検による達成度評価
1 美術館と県庁の連携体制の確保	<ul style="list-style-type: none"> ●継続 ●意見交換会等の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ○意見交換会等の実施: 1-(1)、1-(2) <ul style="list-style-type: none"> ・美術館月例打合せ会等に文化政策室員も参加し、情報の共有化を図った ・第 1 回意見交換会 (6 月実施) の協議結果をふまえ、部会形式で重要案件について検討することを決定 	B
	<ul style="list-style-type: none"> ●評価指標に関する研究・検討を継続 	<ul style="list-style-type: none"> ○評価指標等の見直し作業: 1-(3) <ul style="list-style-type: none"> ・評価指標等見直し検討会 (4 回開催): 評価システムの「館長公約」、「戦略目標」、「達成目標」、「評価指標」の位置づけを明確化し、中長期的な視点に基づく新たな評価システムを作成 	B
2 予算・制度面の支援	<ul style="list-style-type: none"> ●観覧料の定期改正に伴う現行料金の見直し <ul style="list-style-type: none"> ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ○現行料金の見直し: 2-(2) <ul style="list-style-type: none"> ・常設展示無料化検討部会 (3 回開催): 無料化により想定される諸状況を勘案し、常設展無料化は見送り 	B
	<ul style="list-style-type: none"> ●修繕計画の見直し・再作成 <ul style="list-style-type: none"> ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ○修繕工事等の実施: 2-(1) <ul style="list-style-type: none"> ・施設改修の必要性、緊急性等を美術館と協議し、(1) ショップ移設、(2) カフェ新設、(3) トイレ改修、(4) 施設案内板改善、(5) 空調設備に関する工事を実施 ・平成 21 年度の大規模修繕に関する予算措置を行った 	B
3 広報・観光・学校等との政策連携の推進	<ul style="list-style-type: none"> ●戦略的広報への支援 	<ul style="list-style-type: none"> ○4か国語対応説明パネルの整備: 3-(3) <ul style="list-style-type: none"> ・県企画部国際室と連携し、富士山静岡空港開港による外国人来館者の増加を視野に入れ、4か国語対応の美術館説明パネルを整備した 	B
	<ul style="list-style-type: none"> ●企画展の広報支援 <ul style="list-style-type: none"> ・富士山静岡空港開港記念「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 	<ul style="list-style-type: none"> ○企画展の広報支援: 3-(2) <ul style="list-style-type: none"> ・富士山静岡空港開港記念「朝鮮王朝の絵画と日本」展で、企画部政策監 (韓国担当) が空港の韓国プロモーションに活用 	B
	<ul style="list-style-type: none"> ●中学生文化芸術鑑賞推進事業の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・事業名を「こどもたちの文化芸術鑑賞推進事業」とし、内容を充実 	<ul style="list-style-type: none"> ○「こどもたちの文化芸術鑑賞推進事業」3-(5) <ul style="list-style-type: none"> ・グランシップでの音楽鑑賞、静岡県芸術劇場舞台芸術鑑賞と組み合わせ 14 回実施、中学校 49 校を対象に 6,117 人が参加した。 	B
	<ul style="list-style-type: none"> ●観光ルート化への取組 	<ul style="list-style-type: none"> ・富士山静岡空港の開港が 6 月に延期されたため、観光ルート化への取組みは、空港開港後の動向を踏まえ、平成 21 年度に重点的に行う。 	D
	<ul style="list-style-type: none"> ●愛称等広報戦略の共同検討 <ul style="list-style-type: none"> ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ○愛称等広報戦略の共同検討: 3-(1) <ul style="list-style-type: none"> ・愛称等検討部会 (7 回開催): ロダン館の価値を再認識し、積極的な訴求を図るための新ロゴマークを作成 	B
	<ul style="list-style-type: none"> ●国文祭及び県芸術祭との連携 <ul style="list-style-type: none"> ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ○国文祭及び県芸術祭との連携: 3-(4) <ul style="list-style-type: none"> ・県国民文化祭推進室の調整の下、美術館学芸員がロダンのデッサン会等を企画した ・国文祭における美術展示室の使用調整 (静岡市主催) ・県芸術祭の総合開会式及び美術展の開催調整 (ローテーションでは浜松開催) 	C

◆達成度の説明◆ A: 方針の達成に大いに寄与した
 B: 方針の達成に向けて前進があった
 C: 取組みはしたが達成度が低かった
 D: 着手できていない

県庁の支援体制

「平成 21 年度方針」 総括表

	H21 方針	H21 実績	自己点検による 達成度評価
1 美術館の 基本的 業務	<ul style="list-style-type: none"> ●通常業務における連携体制の継続 定型的な情報共有機会に引き続き出席、参画 <ul style="list-style-type: none"> ・月例打合せ会 ・館長と知事、県民部長による懇談会 ・企画展開会式典及び内覧会 ・移動美術館 ・ミュージアムコンサート ・美術館協議会 ・資料評価委員会 ・特別講演会 	<p>※平成 21 年度末に「H21 実績」及び「自己点検による達成度評価」を記入。</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> ●リニューアル後の美術館の魅力づくり、話題づくり に関しての検討 		
	<ul style="list-style-type: none"> ●県職員の美術館への理解拡充 <ul style="list-style-type: none"> ・職員向け鑑賞ツアーの実施 ・管理部門職員に対し、美術館の機能、役割、将来への可能性を理解共有する場の設定 		
2 地域や 学校 教育と の 連携	<ul style="list-style-type: none"> ●休館期間中の県民サービス提供として、教育普及プログラムのうち、出張美術講座など子どもたちのためのアウトリーチ事業におけるプラン策定等の連携体制を強化 ●私立学校を所管する私学振興室に、教育プログラムの情報を提供、各学校の参加しやすい体制整備 		
3 戦略的 広報	<ul style="list-style-type: none"> ●企画展単独による告知ばかりでなく、「風景とロダンの静岡県立美術館」のコンセプトを生かした、美術館全体のPRを広報局との連携を図りながら実施 		
	<ul style="list-style-type: none"> ●富士山静岡空港との連携等話題性のある情報を、県民部から観光局に提供し、美術館の存在をアピール 		
	<ul style="list-style-type: none"> ●富士山静岡空港就航先美術館と展覧会内容を相互にPR、連携により効果が期待できる取組について、就航先美術館と協議 		
4 施設 改修と アメニ ティ	<ul style="list-style-type: none"> ●修繕改修計画において、美術館との連携のもと、必要箇所や緊急性を整理し、適切に実施 		

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

ア 美術館長が出席する月例打合せ会

文化政策室が出席し、美術館運営における情報の共有化を図った。

イ 館長と知事、県民部長による懇談

1月20日 午前11時30分～11時50分

テーマは、大規模修繕と休館期間中の活動、基金による館蔵品の購入、美術館の将来ビジョン。

ウ 企画展覧会開会式典及び内覧会

企画展：5回、公募作品発表展：1回（各一般公開初日の前日に実施）

展覧会の内容を直接的に把握するとともに、会場での友の会会員等美術館支援者との接触により、展覧会に対する鑑賞者の評価の把握に努めた。

エ 移動美術展

①11月4日～11月10日 富士宮東高校（富士宮市）

②11月25日～11月27日 気賀高校（浜松市）

②に文化政策室担当職員が参加し、実施状況を把握した。

オ 特別講演

展覧会毎のテーマにあわせ、年間12回実施。文化政策室としては不参加。

カ ミュージウムコンサート（ロダン館普及事業）

①10月3日「EPO ロダン館アコースティックライブ」

②11月16日「とらわれの無い日常」

いずれも県民部長、文化学術局長、文化政策室長他適宜出席。

キ 美術館協議会

運営の円滑化のために館長の諮問機関として設置

① 7月8日

平成19年度事業報告、平成20年度事業計画及び自己評価結果報告

② 12月9日

平成20年度事業経過報告、平成21年度事業計画及び意見交換

いずれも文化政策室が出席。②においては、「美術館愛称等広報戦略の共同検討」に関して進捗状況や、「文化振興基本計画」について説明した。

ク 資料評価委員会

1月19日

「静岡県美術館資料評価委員会要綱」に基づく専門評価員の算定に基づき、評価額を決定した。

会長：県民部長 副会長：部長代理 委員：美術館副館長、文化学術局長、文化政策室長

(2) 意見交換会の実施

- ・6月4日に第1回意見交換会を実施

[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

課題として、印象的な愛称やロゴマークの策定及び常設展の無料化の検討が挙げられた。
以後、テーマ毎に、部会形式で検討することを決定した。

(3) 評価指標見直し作業

- ・評価指標の見直し検討会を4回開催した。
評価システムの「館長公約」、「戦略目標」、「達成目標」、「評価指標」の位置づけを明確化し、中長期的な視点に基づく新たな評価システムを作成した。

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、平成20年度は4工事を実施した。大規模修繕費の中で平成20年度から概ね3年間にわたり実施するが、予算は、単年度扱いの修繕費として措置された。
- ・建築技術などの面で庁内連携を図り、①、②、③については総務部営繕工事室から設計、施工の協力を得た。
 - ①ミュージアムショップ移設
利用者からの要望（物販の拡充、店舗のわかりやすい配置）に応え、2階展示室出口からの動線上にあるロビーに移設、面積を拡大。
 - ②カフェ新設
繁忙期における既存レストランの待ち時間を解消するために、ミュージアムショップ移設後の空きスペースにカフェを設置。
 - ③トイレ改修
利用者から洋式トイレ増設の要望が多いこと、洋式は節水効果が高いことから、本館とロダン館において、和式の大半を洋式に改修。
 - ④施設案内板改善
利用者の要望に、エントランスからチケットボックスまでの誘導表示、トイレ表示の改善が多くあることから、改善するとともに外国語も併記。
 - ⑤空調設備関係
定期メンテナンス的工事。収蔵庫、県民ギャラリー系統空調機交換、ロダン館空調機蒸気オイル交換。

(2) 観覧料の定期改定に伴う現行料金の見直し

ア 常設展の観覧料無料化の検討

1 (2) に記す意見交換会のテーマ別部会として常設展示無料化検討部会を開催（平成20年6月4日～8月28日まで、全3回開催）

無料化により想定される館内鑑賞環境における支障及び既存料金体系により実現済みの効果を鑑み、見送り。

- イ 県民ギャラリーや講堂などの施設の使用料等見直しの検討
使用に係る総費用を利用時間実績で除した単価に、前回からの変動が見られないため、改定せず。

3 広報・観光・学校等との政策連携の推進

(1) 愛称等広報戦略の共同検討

- ・6月19日から3月24日まで、全7回開催。全ての会議に文化政策室が出席し作品収集や研究の立場で考える美術館のあり方に加えて、美術館の存在を鑑賞者の立場で改めて問い直す意見交換を重ねた。
- ・平成21年3月に開館15周年を迎えるロダン・コレクションを生かすことを前提としつつも、周辺の豊かな緑地帯に囲まれた県立美術館の立地の良さを魅力の一つとして捉える。
- ・キャッチコピーは、収集の柱である18世紀以降の風景画コレクションをも含意するものとする。

<具体化した内容>

- ・ロダン館とプロムナードを組み合わせたロゴマーク
- ・キャッチコピー：「風景とロダンの静岡県立美術館」

これらは、平成21年3月以降の広報的印刷物の全てに掲載することとした。

(2) 企画展の広報支援

- ・企画展（全5回）及び公募作品発表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った。
- ・富士山静岡空港開港記念「朝鮮王朝の絵画と日本」展では、企画部政策監（韓国担当）の協力により、富士山静岡空港のPRや、ビデオ映像により効果的な広報支援を行った。
PRブースの設置、静岡第一テレビと協働した韓国観光キャンペーンの実施

(3) 戦略的広報への支援

- ・4か国語対応説明パネルを整備した
企画部国際室と連携し、富士山静岡空港開港による外国人来館者の増加を視野に入れ、4か国語対応の美術館説明パネルを整備した。

(4) 国民文化祭及び県芸術祭との連携

- ・次年度開催の国民文化祭静岡市実行委員会の委員として、学芸員が立案段階から協力をし、ロダンのデッサン会等を計画した。
- ・県芸術祭においては、学芸員が参画し作品選定における連携を図った。

(5) こどもたちの文化芸術鑑賞推進事業

- ・平成19年度の「中学生の文化芸術鑑賞推進事業」を名称変更し、内容を充実させた。
- ・グランシップでの音楽鑑賞や静岡芸術劇場舞台芸術鑑賞と組み合わせ、富嶽ビエンナーレ展、収蔵品展、ロダン館鑑賞を中学校を対象に14回実施し、49校6,117人が参加した。

(別紙)

主な会議の検討・決定内容

■意見交換会 愛称等検討部会（平成20年6月4日～平成21年3月24日 8回）

○ロダン館の価値を再認識し、積極的な訴求を図るための新ロゴマーク及びキャッチコピーを策定。

- ・ 新ロゴは、ロダン館から臨む特長的な空の形状と、プロムナードから美術館本館にアプローチする時の豊かな緑地帯を象徴的に表現。
- ・ 「風景とロダンの静岡県立美術館」のキャッチコピーは、コレクションの根幹をなす18世紀以降の風景画と、「地獄の門」に代表される豊富なロダン作品を意味するばかりでなく、美術館周囲の心地よい環境の中、四季折々の風景を楽しめる美術館であることのメッセージを発信。

○平成20年度末以降、美術館の全ての広報的印刷物に使用。

■意見交換会 常設展示無料化検討部会（平成20年6月4日～8月28日 3回）

○無料化による想定される館内鑑賞環境における支障及び既存料金体系により実現済みの効果を鑑み、常設展無料化は見送り。

- ・ 博物館法に規定されるように、美術館の使命に照らしたとき、無料化は正しい方向。
- ・ 既に公立図書館等に見られるように、無料施設における浮浪者の滞留は、本来の美術鑑賞者を目的とする利用者を阻害する要因であり、それらを防止するための管理費用は莫大。
- ・ 企画展開催時は、実質的に常設展は無料であることから、改めて単独で常設展を無料としても効果は薄い。

1 魅力的な展覧会開催など美術館の基本的業務

(1) 通常業務における連携体制の継続

次に挙げる定型的な情報共有機会に引き続き出席、参画する。

- ・美術館長が出席する月例打合せ会
- ・館長と知事、県民部長による懇談会
- ・企画展開会式典及び内覧会
- ・移動美術展
- ・ミュージアムコンサート
- ・美術館協議会
- ・資料評価委員会
- ・特別講演会

(2) リニューアル後の美術館の魅力づくり、話題づくりに関する検討

(3) 県職員の美術館への理解拡充

- ・美術館からの働きかけにより、職員向けに鑑賞ツアーを実施し、県職員の県立美術館に対する理解を深める。
- ・管理部門の職員に対し、美術館の果たす機能、役割、将来への可能性を理解、共有する機会を設ける。

2 地域や学校教育との連携

- ・休館期間中も引き続き県立美術館としての県民サービスが提供できるよう、教育普及プログラムのうち、出張美術講座など子どもたちのためのアウトリーチ事業におけるプラン策定等の連携体制を強化する。
- ・私立学校を所管する私学振興室に、教育普及プログラムに関する情報提供を行い、各学校が参加しやすい体制を整える。

3 戦略的広報

- ・企画展単独による告知ばかりでなく、「風景とロダンの静岡県立美術館」のコンセプトを生かした、美術館全体のPRを広報局との連携を図りながら実施する。
- ・富士山静岡空港との連携等話題性のある情報を、県民部から観光局に提供することで、美術館の存在をアピールする。
- ・富士山静岡空港の路線就航先美術館と県立美術館の展覧会内容を互いにPRする。

4 施設改修とアメニティについて

- ・修繕改修計画において、美術館と連携のもと、必要箇所や緊急性を整理し、適切に実施する。

(参考資料)

1 平成 21 年度予算の状況 (平成 20 年度以前は決算額)

(1) 収 入

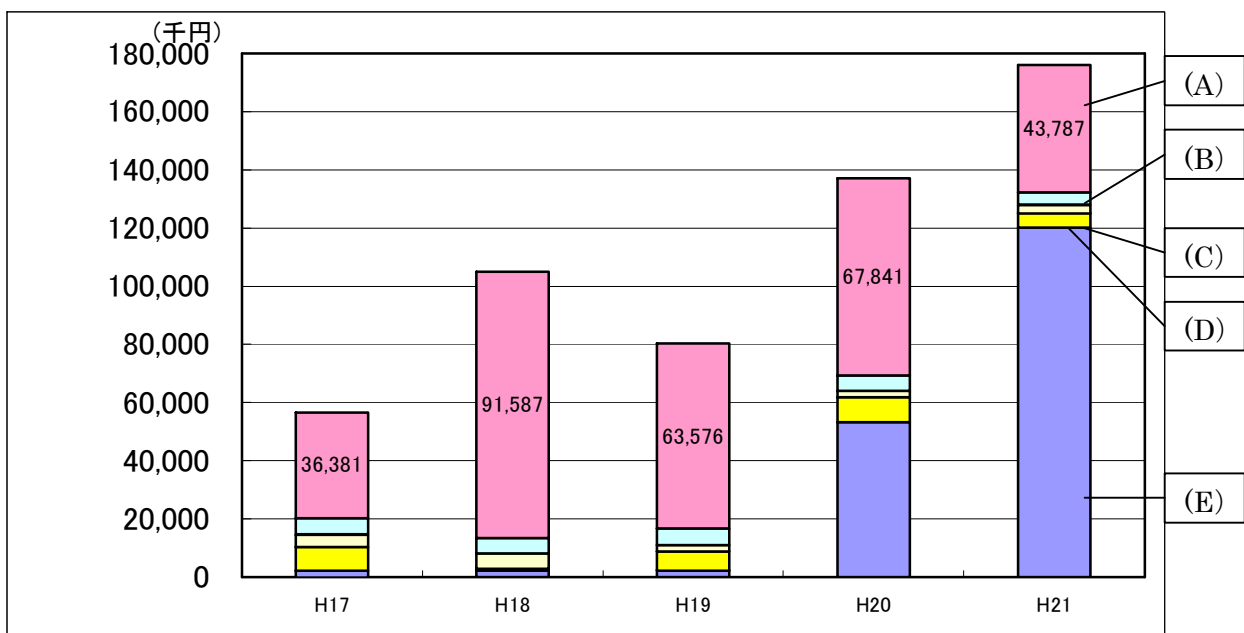
(単位：千円)

項目／年度	H17	H18	H19	H20	H21
観覧料収入 (A)	36,381	91,587	63,576	67,841	43,787
美術館観覧料	18,777	27,589	28,220	10,105	32,933
共催展収入	17,604	63,998	35,356	57,736	10,854
県民ギャラリー等使用料 (B)	5,656	5,159	5,605	5,283	4,367
財産売払・貸付・運用収入(C)	4,128	5,175	2,256	2,166	2,746
助成金等 (D)	8,200	900	6,400	8,550	5,000
その他 (E)	2,281	2,222	2,452	53,275	120,080
計	56,646	105,043	80,289	137,115	175,980

(参考：構成比)

(%)

項目／年度	H17	H18	H19	H20	H21
観覧料収入	64.2	87.2	79.2	49.5	24.9
美術館観覧料	33.1	26.3	35.1	7.4	18.7
共催展収入	31.1	60.9	44.0	42.1	6.2
県民ギャラリー等使用料	10.0	4.9	7.0	3.9	2.5
財産売払・貸付・運用収入	7.3	4.9	2.8	1.6	1.6
助成金等	14.5	0.9	8.0	6.2	2.8
その他	4.0	2.1	3.1	38.8	68.2
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0



(2) 歳 出

(単位：千円)

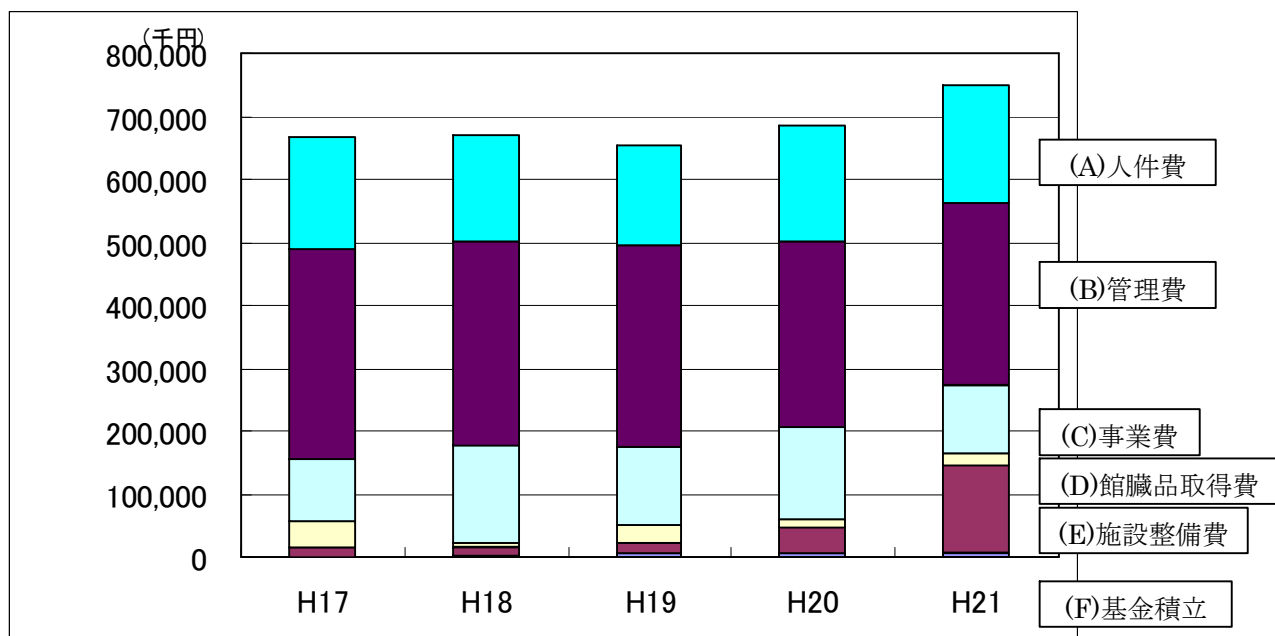
項目／年度	H17	H18	H19	H20	H21
人件費 (A)	176,623	170,686	160,530	182,609	185,264

管理費	(B)	333,895	323,360	319,384	296,473	290,899
運営費		58,548	67,536	65,555	54,790	61,196
施設管理費		275,347	255,824	253,829	241,683	229,703
事業費	(C)	98,915	153,134	123,765	145,254	105,487
企画展事業費		70,687	114,861	87,512	105,273	68,269
常設展事業費		8,128	10,900	11,013	10,651	12,172
資料・普及事業費		18,175	17,606	21,312	26,448	22,031
美術館評価		1,925	9,767	3,928	2,882	3,015
館藏品取得費	(D)	40,834	6,387	29,896	12,957	20,000
施設整備費	(E)	14,738	14,632	14,963	41,849	140,320
基金積立	(F)	499	2,728	5,795	6,024	6,321
計		665,504	670,927	654,333	685,166	748,651

(参考：構成比)

(%)

項目／年度	H17	H18	H19	H20	H21
人件費	26.5	25.4	24.5	26.7	24.8
管理費	50.2	48.2	48.8	43.2	38.9
事業費	14.9	22.8	18.9	21.2	14.1
館藏品取得費	6.1	1.0	4.6	1.9	2.7
施設整備費	2.2	2.2	2.3	6.1	18.7
基金積立	0.1	0.4	0.9	0.9	0.8
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	H21
職員数	常勤	20	20	20	20	20
	臨時・非常勤	3	3	3	3	3

Ⅲ

平成 21 年度 静岡県立美術館第三者評価委員会の報告

- 1 平成 20 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) 館長公約に対する二次評価
 - (2) 評価指標等の状況（美術館の活動実績）に対する二次評価
 - (3) 評価システムに対する評価

- 2 「県庁の支援体制」に対する一次評価
 - (1) 全体について
 - (2) 美術館と県庁の連携体制の確保について
 - (3) 具体的支援内容について

- 3 改善に向けた提言
 - (1) 美術館職員の人事について
 - (2) 県庁の支援体制と他分野（教育、福祉、医療等）との連携について
 - (3) 県庁の広報・観光担当部門との連携強化について
 - (4) 県職員の美術館への理解を広げる取組について

1 平成20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) 館長公約に対する二次評価

【全般について】

美術館の持つ人材・コレクション・施設をフルに活用し、日々の活動や情報発信に取り組んでいることは高く評価できる。以下、公約の各項目について二次評価結果をのべる。

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

【企画展示】

- ・「国宝 鑑真和上展」の目玉が鑑真和上像であったことはわかる。しかし、静岡ならではの切り口や味付けがあっても良かったのではないか。例えば、唐招提寺の解体修理経過を説明する適切なビデオやパネルがあったが、加えて文化財保護の立場から静岡県の状況に触れるなど、開催地ならではの展開があっても良かった。また、静岡は「登呂遺跡」という戦後の考古学発展の端緒となった文化資源をもっているため、それらとの関連付けも考えられたかもしれない。
- ・現状では、実際に開催された展覧会を評価しているのみだが、重点目標 A-1 で「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」とうたわれている以上、展覧会の企画立案のプロセスに対する評価指標も必要ではないか。

【学芸員の調査・研究活動】

- ・報告書5ページに「学芸員の日頃の調査・研究をふまえた自主企画及び参加型展覧会を積極的に開催したことで、来館者から新鮮で独自性のある内容が評価された」とあるが、分析が弱い。学芸員の調査研究のどの部分がどの程度展覧会に反映されたかを記述すべき。
- ・報告書12ページで「学芸員による月例研究会が充実した」とあるが、具体的な記述がない。どのようなテーマで何が充実していたのか明記すべき。
- ・学芸員の展覧会に対する関わり方には様々な形態がある。また全ての展覧会に学芸員が主体的に関わることは物理的に難しい。しかし、収蔵品の活用、学芸員による講座数、図録に掲載された学芸員の論文数など、項目を絞り込んで学芸員の展覧会への関わり度合いを示す指標をたてて、外部に発表する意義があるのではないか。
- ・学芸員の調査研究に関する外部評価は、他館ではほとんど行われていない事項であり、価値がある。館で紀要を持っていることも、研究を保障する仕組みがあるということで良い。今後については、外部評価の査読（発表前に第三者により論文を評価すること）の実施や、研究紀要をオープンにして意見や反論を述べられるような仕組みができればさらに良い。

『公約B：地域や学校教育との連携を深め、質の高い教育・普及活動を展開します』

- ・展覧会に関連した各種講演会や、企画展「風景ルルル」で学芸員と地域のアーティストが美術館のカフェで行ったイベント等、以前と比較して進化を感じる取組が増えていることは高く評価できる。
- ・美術館だけでは達成できない部分は、県庁との連携に加え、外部の様々な人や機関と連携し、取り組む積極性が出てきた。

- ・館長公約に「学校教育との連携を深め」とあるが、連携の内実をさらに具体化すべき。例えば、神奈川県では、葉山町、逗子市、鎌倉市、神奈川県の各教育委員会が横につながり、美術館を教育にどう活用するかを協議する場を設けている。独立性の高い教育委員会という組織を、美術館を仲立ちとして連携させていく試みをしている例として参考にできる。

『公約C：戦略的な広報を展開し、情報発信に努めます』

【全般について】

- ・広報に関する取組は、まだまだ弱いという印象がある。難しい部分ではあるが、広報戦略に関しては、大幅な見直しが必要ではないか。
- ・新しいロゴの作成、6月に開港した富士山静岡空港へのロダンのオブジェ設置、夏休み期間中の入館料の無料化など大変良い取組をしているが、それが県民にどれだけ届いているのか、やや疑問がある。より効果的に情報発信をしていく必要がある。
- ・広報におけるコスト意識の面から、展覧会など各事業毎にかける広告費の妥当性についても検討してみる必要がある。

【インターネットの効果的活用】

- ・県立美術館はホームページの内容が充実している。美術館の沿革が開館当初から示されているなど、県立美術館とはどのような機関なのかを社会にしっかり示そうという姿勢が感じられる。
- ・報告書17ページの分析と評価で、「コンピュータは若年層のものではなくなった」としながら、「広報媒体としての価値」のみ認識しているようだが、それ以外の活用法も今後は検討していく必要がある。例えば、現状では展覧会告知の常套手段として、どの館も労力と資金を傾注してA4上質紙のチラシを作成しているが、メーリングリストによる告知の方法等も比較的新しい美術館では実施されている。
- ・インターネットの活用に関しては、国立国際美術館も以前ネット上の「検索連動型広告」を一年間試みたが、あまり有効ではなかった。一方、前衛的な芝居を同館でやった際、紙媒体のチラシでは反応がなかったが、ホームページで告知したら、前売券が約1時間で売り切れたことがある。今後もインターネットを活用した情報発信に関して、引き続き模索する必要がある。

『公約D：施設の改修を推進し、美術館のアメニティを高めていきます』

【美術館へのアクセス】

- ・美術館へのアクセスに関して、「プロムナードを楽しみながら、ゆったりと歩いて来館する」というコンセプトも理解できるが、今度の高齢化社会も視野に入れ、アクセス方法の改善の検討が今後の課題である。

【レストラン及びショップ】

- ・日本の美術館は、概しておしゃれな高級レストランを導入してる場合が多いが、廉価で若者が来られるようなレストランも必要である。その点、静岡県立美術館ではカフェを増設するなど、気軽に美術館に来てもらうようにさまざまな工夫をしているところが良い。

- ・ショップが2階に移ったが、廊下の延長のようで、独立したミュージアムショップという印象は受けない。よく企画展の出口の仮設コーナーで関連商品を販売しているが、それと似た印象がある。商品ラインナップにしても、書籍類が割合として減ってしまい、どこにでもあるようなグッズ類が目立つようになってしまった。

(2) 評価指標等の状況(美術館の活動実績)に対する二次評価

①「評価指標」の状況について

- ・指標6「調査研究の発表件数」、指標7「内部セミナー・研究会・研修の回数」は具体的な内容が分かるようにしてほしい。
- ・指標15「学校教育と連携した取組数」のH20実績値が385件で、随分と多い。カウントの仕方や内訳が示されるとより分かりやすい。
- ・指標21「学芸員のフロアレクチャー等の数」が大幅に増加している点は、高く評価できる。
- ・指標33「カフェ・レストラン利用者の満足度」を高めるために、例えば、天気の良い日には外でもカフェを営業する等の工夫も必要ではないか。

②「美術館カルテ」の状況について

以下、戦略目標の各項目について述べる。

『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』

- ・指標1「展覧会の観覧者数」は、健闘しているといえる。今後は良好な鑑賞環境を確保する視点から適正な来館者の上限等を設定し、それに基づき目標値を算出してはどうか。
- ・指標5「教育・普及プログラムの参加人数」が着実に伸びており、それにあわせて指標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」も伸びている。美術館が力を入れて取組んできた成果が表れている。

『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』

- ・指標17「収蔵作品の稼働率」、18「他館への貸出件数」等が上がっている。これは美術館の活性度が上がっている証拠であり、評価できる。

『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』

- ・指標26「公共交通機関で来館した人のアクセス満足度」、34「レストランの満足度」の数値が徐々に低下しているのは気になる。具体的な理由を調べ、対策を講じる必要がある。

『戦略目標 D 地域とともに進化する美術館となります』

- ・指標39「ボランティアの満足度」が低下しているが、ボランティア活動をどう考えるかということは、多くの美術館が直面している問題である。ボランティア改革には難しい問題点もあり、本格的に改善に向けて取り組んでいる美術館はあまりない。今後の組織的な検討及び改善に期待する。

- ・美術館のボランティア組織を整理統合する場合、基本的に美術館側が希望する人材を中心にお願いするというスタンスで良いが、これまでの継続性も踏まえ、ボランティア側の希望等を理解した上で統括していくという視点も大切である。まずは、ボランティアへの聴き取り調査等により、満足度低下の具体的理由を調べてみる必要がある。
- ・ボランティアの満足度が低いデータが出ている。美術館への参画の立場がやや不明確になってきたのではないか。美術館は、単に時折来て鑑賞する場というだけでなく、生涯学習の中で、生活の一つの場として使えるのだという認識を、県民にも持ってほしい。美術館と外部をどうつなげていくのかを考えていく上で、ボランティアのあり方は、鍵となるであろう。

『戦略目標 E 美術館経営を改革していきます』

- ・各指標のデータから、組織や体制やCS（利用者満足度）は良好なのは分かるが、職員のES（従業者満足度）はどうか。組織の問題点や予算上の問題などを手当していく必要を感じる。県庁の支援体制も、本格的な体制整備が望まれる。

(3) 評価システムに対する評価

①評価システム全般について

【改善した点】

- ・評価活動は徐々に充実している。指標の数値も6年分蓄積され、レベルが上がっている。特に「教育普及プログラムの参加人数」「他館への貸出件数」「展覧会における新規来館者の満足度」等の指標のデータの向上は質的な進化も示しており、高く評価できる。「稼働率」や「入館者数」など費用対効果的な視点のみならず、「先進的であること」を目指した活動の成果をとらえている。
- ・平成19年度から20年度にかけて行った自己評価システムの見直しは成功したと言える。昨年度までは評価のとりまとめについて混乱していたが、今年度の自己評価報告書は内容が整理されており、改善に向けた努力の成果が反映されている。A、B、C、Dの館長公約の下、35個の指標に絞ってあり、非常にすっきりした。一般に行政評価の進化のプロセスでは、うまく機能する場合には、指標の数が減ってシンプルになっていく。より少ない指標で全体の様子が把握できる評価システムは良好な状態にあると言える。

【今後の課題】

- ・企業における目標管理や評価システムでは、最終的に評価結果が個人にも反映される。県立美術館の評価では、今のところ評価結果が学芸員個人に反映されることはないが、館全体の目標が、美術館職員一人一人の目標に落ちていくような体制づくりも必要ではないか。
- ・評価指標の目標をどのように立てるのかに関して、もう少し議論する必要がある。毎年同じ数値でそのまま推移しているもの、微妙に増加するもの、または頭打ちになる数値が、今後次々と出てくることが予想される。永遠に右肩上がりはあり得ない。今後指標の見直しの際には、目標値そのものに対する設定の仕方を議論すべきである。評価システムはリニューアル

ルしたが、目標値がマンネリ化していると、迫力のない評価システムになってしまう恐れがある。

②評価手法等について

【指標のとり方】

- ・指標の取り方に関して、例えば「美術館カルテ」の指標9「学芸員の調査・研究の発表件数」、同10「企画展毎の取材等の件数」で、データ収集の負担から、今回のデータを収集していない指標ということで数値が書かれている。しかし、急激に数値が落ちていると、この部分だけを見た人が疑問に思う危険性がある。数値の取り方や見せ方を検討すべき。
- ・例えば、「展覧会における新規来館者の割合」を他の指標と組み合わせて分析したり、追跡調査をして、新規来館者がその後どのように県立美術館に関わっていったかが分からないと、次の活動につながらない。評価活動の姿勢が見えてくるような指標の取り方も今後検討する必要を感じる。

【データ分析】

- ・定量的な項目をこれだけ集めて分析すると、非常に具体的で説得力のある内容になる。定量的な指標を、必要な範囲で何とか向上させようという姿勢は評価できる。来年度以降は、データの蓄積をもとにした評価も行ってみてはどうか。6年分のデータを並べ、「結局トータルで、このテーマについてはこうなってきた」といった総括も試みてほしい。
- ・「自己評価報告書」中の「分析と評価」という項目の「分析」部分が甘い。評価指標の経年データが上下しているものについて、具体的な理由が何であるのかということをもう少し詳細に検討し、きめ細やかな改善策を考える必要がある。来年度は、もう少し分析に力を注いでほしい。
- ・指標の数値は、かなり専門的に読む必要がある。例えば、収蔵作品の稼働率が減っていくということは、収蔵作品が充実してきた結果かもしれないし、講堂やギャラリー等の施設の稼働率が100%だと、急な事態に対応できず問題が生じることもある。専門的にデータを読み、データを活用することが重要である。

【満足度データについて】

- ・満足度は本来定性的なものである。定量的な数値の上下で一喜一憂するものではないと考える。満足度は、回答した人が美術に詳しい人なのかどうか等の条件によって、人により大きく異なる可能性もあり、単純に比較することは難しい。
- ・満足度の基礎資料であるアンケートの標本数が相変わらず少ない。現状のアンケートは質問項目が多すぎる。回答者は、美術に興味がある人など、回答しようという覚悟がある人に限られているのではないか。アンケート項目を絞って、標本数を増やす工夫等も考えてみる必要がある。

2 県庁の支援体制に対する一次評価

(1) 全体について

- ・県庁の支援体制に関する報告書は以前より具体的な内容が記述されており、支援体制も進化していることが分かる。
- ・一般的な評価活動では、管理する側が管理される側を一方向的に評価するケースが多く、また根本的な課題把握ができていないことがある。静岡県立美術館の評価システムには、美術館を管理する側である県庁の支援体制を評価する項目があること自体に価値がある。

(2) 美術館と県庁の連携体制の確保について

【第三者評価委員会懇談会】

- ・6月24日に県庁の広報及び観光担当部署を交えて開催した第三者評価委員会懇談会は、意見交換の場としてとても良かった。(本報告書 143 ページ参照) このような懇談会をやっている県立美術館は、全国的にも少ないのではないかと感じる。大きな前進と言える。県庁側も、一昨年、昨年と比べると、取り組むべき課題に対して本気で取り組み始めたことを感じる。今後も継続していけば、相互理解が促進され、良い成果に結びつくだろう。
- ・縦割り行政から脱却し、県庁内の関連部署が横断的に美術館との連携体制の確立に向けた会合を持とうと取り組んでいる点は、非常に頼もしく感じる。今後、実質的に支援体制が稼働していくことを期待する。

【県職員の関わり方】

- ・県庁の職員が、美術館の状況を把握するために、個人的に展覧会等の美術館の活動に参加しているという説明があった。自分が客として行ってみるということは非常に重要なことではあるが、やはり業務として関わるのであれば、もう一段階踏み込んで、組織的な関わりがあることが望ましい。
- ・「朝鮮王朝」展は、地元誌で読者モニターの意見を聞いた際に非常に評価が高かった。県庁内で、このような評価の高い企画展があった際、広報のチャンスとタイミングというものを見極める見る目を持った職員が多くなると良い。
- ・今後は、人事異動の際に、広報や観光の部署にいた職員が美術館へ異動し、その後の連携がしやすい体制を作る方法もあるのではないかと感じる。

(3) 具体的支援内容について

【観光との連携】

- ・富士山静岡空港が開港し、アジア圏とのつながりが強まることから、ロダン等の収蔵品で、アジア諸国にどのようにアピールできるのか、観光型の美術館として位置づけられるのかについて、さらに具体的に検討する時期である。
- ・空港開港の時期が遅れたので観光ルート化等の広報戦略がうまくいかなかったという説明が

あったが、開港の時期にかかわらずできることがあったはず。また、現在、静岡空港も開港直後であり、いろいろな問題を抱えている。美術館と空港についての広報担当部署とのかかわり方を真剣に検討すべき。

【予算措置】

- ・カフェの新設などハードへの投資ができたことは支援体制の成果であり、大いに評価できる。
- ・報告書に記載されていないが、美術館から、昨年度は蒐集費を確保するために、基金の使い方を前向きに検討したという説明があった。このように支援体制として評価できるものは、報告書に記述すべき。

【新たな連携の仕組みづくり】

- ・知事が交代したので、知事の美術館に対する理解を早めに深めていただくための取組が必要である。今後、県庁内の組織にも変更が出てくることが予想されるが、それをチャンスととらえ、美術館を戦略的にPRするという「庁内外交」に取り組むべき。担当部門と美術館だけではなく、県庁全体につながる支援体制の確立が大切であり、そういう意味では、担当部門と県庁内の他部門との連携が次の課題である。
- ・評価活動も、実績が顕在化し、関連部署がお互いに連携することを楽しいと感じられる良い状態に入ってきた。第三者評価委員会としても、この県庁の努力を外に向かって発信する際の支援をしていきたい。

3 改善に向けた提言

(1) 美術館職員の人事について

- ・美術館総務の事務職員も専門性が必要であり、通常より長いローテーションで勤務することが理想的である。また、人事異動の際、広報や観光関係の部署にいた人材が美術館に異動できれば、連携体制が一層確立しやすい。今後、人事面での県庁の支援にも期待したい。

(2) 県庁の支援体制と他分野（教育、福祉、医療等）との連携について

- ・他分野との連携の対象が今のところ美術館への来場者増加や観光集客に片寄っている。テーマが矮小化のきらいがある。美術館の機能の連携という観点から、将来的には大学や病院との連携等も視野に入れ、研究課題として取り組むべき。

(3) 県庁の広報・観光担当部門との連携強化について

- ・県の広報局では、美術館だけを突出させて扱うのは困難だと思われるが、例えば、空港部と連携し、空港の利活用を絡めた話題性のある情報を県民部から積極的に提供すれば、広報機会の増大や扱いの拡大は可能である。
- ・美術館単独では、有力な観光資源になりにくいのが、例えば、ホビーショーなど全国から集客できるイベントに関連付けた企画を出したり、ロダン館をコンベンションにおけるレセプション会場として活用するなど、作品鑑賞以外の使い方を提示する試みをしてはどうか。広報及び観光戦略においては、他部署・他分野との連携を一層促進させ、活動に取り組む必要がある。

(4) 県職員の美術館への理解を広げる取組について

- ・県職員が実際に美術館に足を運び鑑賞する機会が大切である。職員向け鑑賞ツアーを企画しても良いだろう。
- ・20年度は、予算の12%削減により固定費である維持管理費は削減できないことから、結果として事業費や作品購入費を圧迫している。本庁管理部門の職員に対し、美術館の果たす機能、役割、将来への可能性について理解と認識を共有してもらう機会が必要である。

巻末参考資料

静岡県立美術館第三者評価委員会 懇談会記録（要旨）

1 日 時 平成 21 年 6 月 24 日（水） 15:00～16:45

2 会 場 県立美術館講座室

3 出席者

【第三者評価委員会】

上山委員長、杉本委員、村井委員、山梨委員

【県立美術館】

館長、副館長、小針部長、小林総務課長、稲葉総務係長、飯田学芸課長、
村松副主任、村上学芸員、石上学芸員

【県民部】

部長、部長代理、下山文化学術局長、後藤文化政策室長、高橋主幹、高橋主査、
清水副主任

【企画部】

姫井広報アドバイザー、安間広報室専門監、佐々木主査、池谷観光政策室長

4 次 第

- (1) 懇談会の位置づけ
- (2) 事前意見交換会の概要
- (3) 美術館、広報室、観光政策室の補足説明
- (4) 懇談

5 懇談会での発言要旨

○村井委員 観光、広報の業務の中で、美術館をツールとして使えるか。

○安間専門監 なるべく連携したいが、広報室は県全体の広報を担当しており、特徴的なポイントがあるものはスポット的に広報できるが、日常的に美術館を広報するのは難しい。

○姫井アドバイザー 県内でNPO等によるアートフェスティバルが開催されている。そのような団体と連携すれば、美術館の身近さも増すのではないか。

○池谷室長 中部エリアは日帰り観光のエリア。美術館単体で売り込むのではなく、美術館＋α（特色のあるものでB級グルメ等）を組込んだモデルコースがほしい。また、アフターコンベンションで、例えばロダン館でレセプションを開催することも考えられる。美術館の要素だけでなく、使い方の問題があり、美術館側の協力が必要。

○宮治館長 縦割り行政で広報、観光との連携ができていない。本日、県民部、広報室、観光政策室が一同に介して懇談会が開催できたのは一歩前進。静岡県には面白

いものが点として存在するが、線としてつながっていない。美術館だけではどうにもできず連携が不可欠。ロダン館をレセプションに使うことも、管理面での問題がクリアできれば、協力したい。

○杉本委員 静岡には観光資源が多い。SPAC、ホテル、デパート等がコラボレーションした例もあり、美術館もそのような中に組み入れられないか。リビング静岡で「おでん」をテーマに首都圏の人を対象に静岡市へのモデルツアーを実施した。その際のアンケートから静岡市がどのように見られているかがわかり、市からも高い評価を得た。美術館もホビーショーやアート・クラフトフェアとコラボするために、イベントスケジュールを早めに把握し、企画を打ってはどうか。また、かつて「ナスカ展」での地上絵のように、芝生広場を活用してほしい。富士山静岡空港でのロダン館のPRも弱い。地獄の門を美術館に設置した際の貴重な話を、もっと県民に発信してほしい。

○山梨委員 県として美術館だけに特化した広報はできないとのことだったが、今回の懇談会を契機に広報体制を変えていくつもりはあるのか。

→（安間専門監）県としての優先順位は、防災・福祉・医療分野が高く、文化的事業を中心とするのは難しい。

→（前田部長代理）県民部とし広報室に働きかけていくことが必要だと考える。

→（村井委員）内部だけで広報戦略を考えるには限界がある。

○上山委員長 散策マップは4機関の連携のもとでできた。小さい試みながら前進である。ロダンと空港とのかかわりは、もう少し話しを聞かないとよくわからない。

多くの自治体は、広報をリスクマネジメントのひとつと考えがちで、マーケティングやプロモーションの視点が弱い。今回は「空港×美術館（ロダン）×県のプロモーション」という観点で、新たな広報を展開するチャンス。空港担当にも検討に参加してもらったほうがいい。

今回の懇談会で出された話しの多くは、問題の捉え方が少し狭いのではないか。美術館の来場者増加の作戦会議にテーマが矮小化している感がある。次回からは「教育・福祉・大学等×アート」のような幅広い捉え方をすべき。

また、地域内での美術館の連携も大切だが、空港開港に伴い、国内外の就航先の美術館との作品の貸借りがあっても良い。

また、美術館の機能の連携という視点からは、北海道立博物館で大学の授業を行った事例や、精神分析にアートを活用した事例もある。今年は空港のことを主眼に連携を進めてよいが、将来的には大学や病院との連携も研究課題として取り組むべき。

○村井委員 職員の名刺や各種ポスターに富士山を描いた館蔵品を使用するなど、県の情報発信のツールとして、もっと富士山を活用すべき。それが美術館の価値の向上、さらに県の価値の向上につながる。

新しいロゴはインパクトが弱い。世界の人が見ても分かりやすいように、ロダンよりも富士をアピールしてほしい。富士山の写真ではありきたり。昨年展示し

ていた赤い富士山の絵のようなインパクトのある作品を活用したい。

- 上山委員長** 県庁の支援体制の次の段階として、外部の人も巻き込んで、コンテンツや地域資源を掘り起こす仕事に取り組む必要がある。まず一番目は集客とマーケティング、将来的には、福祉や教育分野との連携も考えるべき。そのためには、各部署の所属長同士の話し合い、さらに新知事との話し合いの場などが必要。
- 宮治館長** 美術館も一方的に助けてほしいと言っているわけではない。県と win-win のパートナーシップの関係になるとよい。
- 丸山部長** これまでは美術館に何かをやってほしいとは頼みにくい状況だった。
- 上山委員長** 県庁の「支援」ではなく、「連携」と表現を改めるべきかもしれない。
- 池谷室長** 連携もしている。当初は本年3月に空港が開港予定だったため、国際室で「朝鮮王朝展」を空港の韓国プロモーションに利用しようと動いていた。
- 上山委員長** 県の職員はどれだけ美術館のことをご存知か。実際に美術館に足を運び、美術品を鑑賞する機会が大切。職員向け鑑賞ツアーがあっても良い。
役所は人事と予算が仕事。本日の懇談会に財政や人事の部局から参加者がいないのは困る。要求をぶつける場ではなく、相互理解を目的とした懇談なので、出席しても何ら問題はないはず。
海外では、館長と首長の関係はかなり密で、館長の話をじっくり聞く機会を持つのが普通。
- 丸山部長** 県にも多くのセクションがあり、美術館だけが財政・人事と懇談するのは容易ではない。また担当レベルでは、財政・人事との協議の場は持っている。
- 下山局長** 「県庁の支援」という言葉を聞くと、特別な資源配分をイメージしてしまうため、財政・人事も警戒する。
- 宮治館長** 昨年度は予算が一律12%カットされ、事業費・購入費が圧迫された。また、人事面では、総務の事務職員が3年で代わるのが現状だが、今日の高度化社会には、専門職でないと対応できない。5~10年のローテーションで人事異動ができないか。このような実情が、人事・財政の職員には見えていない。
- 上山委員長** 県民と直接接している施設の長と、その管理部門の長が直接対話する意義は大きい。県立大学学長と一緒にしてもよい。
- 丸山部長** 資源配分の話ではなく、美術館が何をやっているのか理解してもらう場の設定には取り組んでいきたい。
- 下山局長** 理解が深まれば、活用法のアイデアも出てくる。
- 村井委員** 企画展の内覧会を一日増やし、職員の研修日にあてたらどうか。
- 下山局長** 全員に研修として課すのは無理だが、バスを出したり、学芸員の解説をつけたり、「今日行くとお得」という形で紹介するのは可能。
- 上山委員長** 部長会などの会場に美術館を使ってもらおうといった工夫も考えられる。

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22年1月

編集・発行 静岡県立美術館第三者評価委員会