

平成18年度 静岡県立美術館自己評価結果表（一次評価）

目 次

1	館長の自己評価	
①	使命に対する取組の評価	1
②	館長公約に対する自己評価	1
2	達成目標に対する評価	
①	「美術館利用者33万人」に対する達成状況	2
②	「利用者満足度70%」に対する達成状況	3
③	「地域との連携をより深めます」に対する達成状況	4
3	評価指標にかかる実績と評価	
①	定量的評価指標にかかる実績一覧	5
②	戦略ごとの評価（美術館による一次評価）	10
③	定性的評価指標にかかる評価結果	15
4	各種アンケート結果のまとめ	20
5	平成18年度に開催した各展覧会の自己評価	
①	『山内一豊とその妻』展	23
②	『熱情Ⅰ心にひびく風景画』展	24
③	『熱情Ⅱ時代を超える個性』展	25
④	『世界遺産ナスカ』展	26
⑤	『森欧外と美術』展	27
⑥	『ロダン～創造の秘密』展	28
6	19年度に重点的に取組むべき課題	29

1 館長の自己評価

① 使命に対する取組の評価

【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。

<取組状況>

- ・ 「コレクション20年の熱情Ⅰ、Ⅱ」では展示に工夫をこらすとともに、収蔵品を分かりやすく解説したガイドブック「風景の交響楽」を発行した。「ロダン—創造の秘密」展では、未紹介の石膏像を多数出品し、ロダン芸術の新しい魅力を知ってもらえるよう努力した。
- ・ 年間を通して教育普及活動に力を入れ、特に学校教育との連携を重視した事業を行った。また、実技系と鑑賞系の両面から、広く地域住民に受け入れられるよう努力した。
- ・ 地域連携を深めるため、県立美術館、県立大学、県立中央図書館、県埋蔵文化財調査研究所の4機関で持ち回りの会議を開き、意見や情報の交換を行うとともに、シンポジウム開催に向けての準備も進めた。

② 館長公約に対する評価

【館長公約】

- 1 県立美術館評価システムを円滑に運用する体制の確立に努めます。
- 2 20周年記念事業の積極的な推進を図り、風景の美術館とロダン館の存在を県内はもとより県外、国外に発信します。

<取組状況>

- ・ 評価システムの重点項目に力を入れ、美術館運営の活性化に努めたことで、その成果は徐々にあがりつつある。
- ・ 20周年記念事業として、「コレクション20年の熱情Ⅰ、Ⅱ」や「ロダン—創造の秘密」展を開催し、展覧会の年間観覧者数も5年ぶりに20万人を超えた。
- ・ パリのロダン美術館から多くの作品を借用し、「ロダン—創造の秘密」展を開催したばかりでなく、同館館長を招いて交流を深めたことで、ロダン美術館との将来的な協力関係を強化することができた。
- ・ 日経による「公立美術館実力調査」で、134館中4位に格付けされたほか、「森欧外と美術」展図録が優秀カタログ賞を受賞し、学術面でも高い評価をうけた。

2 達成目標に対する評価

① 「美術館利用者数 33万人」に対する達成状況

区 分	目標 A	実績 B	達成率 B/A
展覧会観覧者数	170,000	222,608	130.9%
『山内一豊とその妻』展	33,000	30,444	92.3%
『熱情Ⅰ 心にひびく風景画』展	7,000	6,868	98.1%
『熱情Ⅱ 時代を超える個性』展	8,000	13,947	174.3%
『世界遺産ナスカ』展	50,000	84,612	169.2%
『森欧外と美術』展	12,000	7,360	61.3%
『ロダン～創造の秘密』展	30,000	46,904	156.3%
富嶽ビエンナーレ展	15,000	19,208	128.1%
収蔵品展	15,000	13,265	88.4%
(ロダン館への入場者数)	(—)	(105,545)	(—)
移動美術展	4,000	6,082	152.1%
県民ギャラリー入場者数	70,000	81,657	116.7%
講堂入場者数	10,000	10,700	107.0%
教育普及プログラム参加者数	16,000	23,293	145.6%
レストラン利用者数	42,000	47,770	113.7%
ミュージアムショップ利用者数	11,000	23,651	215.0%
図書閲覧室利用者数	5,000	5,090	101.8%
ミュージアムコンサート入場者数	2,000	2,983	149.2%
合 計	330,000	423,834	128.4%

注) 33万人の目標数値は、各項目の過去3年の平均値と17年度の実績数値を勘案した数値である。

<結 果>

18年度目標数値の33万人を大幅に上回る結果となった。各部署におけるPR活動や創意工夫が総じて目標値を超えた要因と思われる。

- ・ 企画展においては達成率に波があったが、トータルとして130.9%と目標値を上回ることができた。「熱情Ⅱ」の展示の新しい試み、「ナスカ」での地上絵等のイベント、「ロダン」ではテレビでの特別番組などが功を奏し、来館者を増やす結果につながったと思われる。(＋52,608人)
- ・ 移動美術展については「1会場2,000人」と想定したが、地元の協力等もあり予想以上の入場者があった。(＋2,082人)
- ・ 教育普及プログラムは、計画人数を大幅に上回る参加があった。ロダン館ななふしぎなど体験型プログラムの定着や親子鑑賞講座などの取組効果が大きかったと思われる。
- ・ レストラン利用者数は来館者数に比例して増加、前年度(35,634人)と比べ3割増となった。特別料理の定着も増加の一因と思われる。(＋5,770人)
- ・ ミュージアムショップ利用者数は、「一豊展」「ロダン展」での関連グッズ特設販売コーナーの集客が大きな要因と思われる。(＋13,651人)

② 「利用者満足度70%」に対する達成状況

区 分	目標	満足度 A	利用者数 B	満足数 B×A=C	総合的満足度 C/B
展覧会観覧者	70.0%	67.7%	222,608	150,706	/
教育普及プログラム参加者	90.0%	84.8%	23,293	19,752	
レストラン利用者	70.0%	57.1%	47,770	27,277	
ミュージアムショップ利用者	80.0%	77.1%	23,651	18,235	
図書閲覧室利用者	70.0%	73.5%	5,090	3,741	
合 計	—	—	322,412	219,711	68.1%

注1) 利用者の総合満足度は、区分した対象項目毎の利用者数に満足度の比率に応じて満足数として算出し、総合満足度として示すこととした。

注2) この総合満足度の目標数値70%は、過去3年実績値から勘案した数値に努力目標として10%程度を上乗せしたものである。

注3) 県民ギャラリーと講堂は対象項目から除いている。県民ギャラリーと講堂の入場者の満足度は、利用する団体等の企画に影響されるもので、県立美術館側の取組の努力が及ばないため満足度の対象にはならない、このためアンケートも実施していない。

<結 果>

- ・ 総合満足度68.1%と目標値には及ばなかった。
- ・ 利用者数の約7割を占める「展覧会観覧者」の満足度が館全体の満足度を下げた形となってしまう、展覧会の企画力が大いに反映されることであり今後より一層の努力が必要である。
- ・ レストランは特別料理が好評であったことを考えると、料金設定とサービス面での不満が影響していると思われる。設備や業務に独自性を打ち出した経営を図ることが必要ではないかと思われる。
- ・ ミュージアムショップは企画関連グッズの特設コーナーにより利用者は飛躍的に増加したが、商品の品揃えがマンネリ化しているところに満足させられなかった原因であり反省点である。
- ・ 図書閲覧室は利用者数、満足度ともに前年度と同じ結果であるのは、利用者が固定化しているからと推測される。閲覧環境の整備など創意工夫が不足していることが一因とも思われ、新規利用者確保のための方策を打ち出すことが重要である。

<評 価>

- ・ 平成13年度以来6年ぶりに年間観覧者数が20万人を超えた。要因は様々にあると思われるが、山内一豊展はNHK番組の放送時期にうまく重なったこと、世界遺産ナスカ展やロダン展では広報が功を奏したことで目標値を大幅に超える観覧者が得られたと思われる。タイムリーで効果的な広報が有効であることが証明とされた形で、今後の広報戦略を検討する上で大いに役立つと考えられる。

③ 「地域との連携をより深めます」に対する達成状況

<実施結果及び内容>

- ・ 美術館周辺の駿河区谷田、清水区谷田、草薙西の3自治会との意見交換を行った。また、各組長へ「観覧料について」のアンケートを実施した。
- ・ 有度地区連合自治会長との意見交換を実施し、今後、自治会が実施する催事等への協力を行うこととした。
- ・ 県立大学、県立中央図書館、埋蔵文化財調査研究所との連絡会議（谷田サミット）を開催し、相互のイベントへの協力を行った。
- ・ JR草薙駅、清水駅における「さわやかウォーキング」に協力。ウォーキング参加者に対し観覧料割引を実施。
- ・ タクシー会社との意見交換を実施。事業所への企画展ポスター掲示とタクシーへのチラシ掲示の協力を得られた。
- ・ 美術館鑑賞メニュー（試作）を作成。地元企業に取組を伝え、モニター的な利用を呼びかけた。
- ・ 「草薙ツアークループ（当館ボランティア）」による点茶サービスが行われ、事前準備など全面的な協力を行った。
- ・ 県立大学との連携によるデジタル、バーチャルミュージアム構想の成果として、「ロダン館3Dバーチャルシステム」を導入した。
- ・ ナスカ展において、県立大学芝生広場を借用し地上絵の再現と熱気球のイベントを実施。また、県教育委員会文化課の協賛で「埋蔵文化財展」を開催した。
- ・ 東海大学社会教育センターとの連携で、海洋科学博物館においてロダン展期間中「白と黒の魚」の展示を開催。双方で入館料の割引を行った。

<評 価>

- ・ 県立大学、県立中央図書館、県教育委員会、東海大学社会教育センター等との連携においては具体的な取組が実現し、他の連携先との取組の指標となる成果が得られたと感じられる。今後は地域住民や地元企業などとの意見交換の場を増やし、「美術館に何を求めているのか」把握することに努め具体的な取組を進めていくことが重要である。

3 評価指標にかかる実績と評価

① 定量的評価指標にかかる実績一覧

戦略目標 戦略	No	定量的評価指標	単位	過去3年	18年度		
				実績平均	目標	実績	達成率
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	153,523	170,000	222,608	130.9%
	2	展覧会のリピート率	%	82.5	80.0	77.3	96.6%
	3	展覧会の満足度	%	63.7	70.0	67.7	96.7%
	4	学芸員によるフロアレクチャーの回数	回	20	20	16	80.0%
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	15,673	16,000	23,293	145.6%
	6	教育・普及プログラムの満足度	%	92.8	90.0	84.8	94.2%
	7	実技系プログラムに参加した人で、 展覧会も観覧した人の割合	%	24.3	40.0	35.6	89.0%
戦略 3		豊かな美術体験のために非日常的な環境を演出します					
	8	鑑賞環境に対する満足度	%	85.0	85.0	84.6	99.5%
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	196	170	172	101.2%
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	企画展毎の媒体別利用件数	件	* 36,303	—	37,700	—

(注) 実績平均欄の「*」は、過去データが無いため17年度実績値を適用。(次頁以降同じ。)

戦略目標 戦略	No	定量的評価指標	単位	過去3年	18年度		
				実績平均	目標	実績	達成率
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		29	10	4	40.0%
	作品購入価格	千円		49,676	7,000	6,388	91.3%
12	作品寄贈の点数	点		8	—	10	—
	寄贈作品の評価額	千円	*	5,300	—	46,200	—
	作品寄託の点数	点		1	—	9	—
13	コレクションの資産価値 (※)	千円	*	1,026,600	—	1,144,600	—
戦略 2		特徴あるコレクションを形成し、効果的な活用を通じてその魅力をアピールします					
14	収藏品展の入館者数	人		20,967	15,000	13,265	88.4%
15	収藏品展の企画数	本		12	12	9	75.0%
16	収蔵作品の公開件数	点	*	668	700	557	79.6%
17	収蔵作品の稼働率	%	*	39.7	40.0	32.9	82.3%
18	他館への貸出件数	件		83	80	123	153.8%
19	特別観覧の件数	件		80	80	79	98.8%
20	ロダン館への入館者数	人		60,751	70,000	105,545	150.8%
21	ロダン館を使った催事の件数	件		19	50	58	116.0%
	ロダン館を使った催事の観覧者数	人	*	2,336	3,000	3,174	105.8%
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	70	14	20.0%
23	風景の美術館としての認知度 (観覧者)	%	*	30.3	50.0	27.3	54.6%
	風景の美術館としての認知度 (インターネット)	%	*	8.7	20.0	14.4	72.0%
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	10	11	110.0%

※ No.13「コレクションの資産価値」は基金で購入した作品2点（シニャック、ゴーギャン）。3年ごとに確認する。

戦略目標 戦略	No	定量的評価指標	単位	過去3年	18年度		
				実績平均	目標	実績	達成率
戦略目標 C 「ここでも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	%	54.3	75.0	69.7	92.9%
	26	公共交通機関で来館した人のアクセス満足度	%	80.1	83.0	78.9	95.1%
	27	自家用車で来館した人のアクセス満足度	%	77.2	80.0	67.3	84.1%
	28	ユニバーサルデザイン面での取組み数	件	1	2	2	100.0%
	29	美術館スタッフの対応に満足した人の割合	%	82.5	83.0	78.7	94.8%
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	24	80	92	115.0%
	31	ロダン館、エントランス等での催事の参加者数	人	* 3,504	4,000	5,914	147.9%
	32	ロダン館、エントランス等での催事の満足度	%	* 94.8	80.0	93.6	117.0%
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	37,525	42,000	47,770	113.7%
	34	レストランの満足度	%	60.4	70.0	57.1	81.6%
	35	ミュージアムショップの利用者数 (※)	人	—	11,000	23,651	215.0%
	36	ミュージアムショップの満足度	%	86.1	80.0	77.1	96.4%

※ No.35「ミュージアムショップの利用者数」の過去3年間は、人数の把握をしていない。（販売点数で把握していた。）

戦略目標 戦略	No	定量的評価指標	単位	過去3年	18年度		
				実績平均	目標	実績	達成率
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	10	14	140.0%
	38	ボランティアの人数	人	352	—	277	—
	39	ボランティアの満足度	%	78.8	—	—	—
	40	友の会会員の人数	人	604	600	636	106.0%
	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	40	40	38	95.0%
		県民ギャラリーの稼働率	%	89.5	90.0	97.7	108.6%
		講堂の利用団体数	団体	75	80	88	110.0%
		講堂の稼働率	%	30.0	35.0	29.4	84.0%
	43	移動美術展の開催回数	回	2	2	2	100.0%
		移動美術展の入場者数	人	5,181	4,000	6,082	152.1%
	44	広報サポーターの人数	人	160	—	112	—
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	95,500	100,000	155,400	155.4%
	46	HPの満足度	%	69.2	70.0	77.8	111.1%
	47	図書閲覧室の利用者数	人	4,568	5,000	5,090	101.8%
	48	図書閲覧室の満足度	%	66.4	70.0	73.5	105.0%
戦略 3	新たな顧客層・支持層を開拓していきます						
	49	展覧会における小中高生の割合	%	12.6	20.0	8.6	43.0%
	50	小中高生を対象にした 実技系プログラムの回数	回	* 107	100	120	120.0%
	51	展覧会における新規来館者の割合	%	17.5	20.0	22.7	113.5%
	52	展覧会における新規来館者の満足度	%	59.0	70.0	67.7	96.7%
	53	地域別の利用者数の割合（東部）	%	16.4	17.0	14.5	85.3%
		地域別の利用者数の割合（中部）	%	* 63.8	60.0	61.3	102.2%
		地域別の利用者数の割合（西部）	%	* 12.8	13.0	13.4	103.1%
		地域別の利用者数の割合（県外）	%	7.0	10.0	10.8	108.0%
	54	2世代・3世代一緒に 観覧に来ている割合	%	* 26.7	30.0	29.7	99.0%
	55	観光ルート化を実現するための 会議の開催	回	* 4	10	3	30.0%

戦略目標 戦略	No	定量的評価指標	単位	過去3年	18年度		
				実績平均	目標	実績	達成率
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	10	13	130.0%
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	10	15	150.0%
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	20	10	50.0%
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	2	5	2	40.0%

② 戦略ごとの評価（美術館による一次評価）

戦略目標 戦略	評 価
戦略目標 A	質の高い美術体験を提供することにより、人々の感性を磨き、生活に変化をもたらします
戦略 1	新たな視点に基づく展示を行います
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 開館20周年を記念し、主要な収蔵品をすべて公開する「コレクション20年の熱情展」を二期に分けて開催した。本展では、異なるジャンルの作品を取り合わせた陳列や、照明光が変化する特別な仕掛けなど、新たな工夫に基づく展示を実施した。これによって収蔵品の魅力を改めて知ってもらい新鮮な美術体験の機会を提供した。 ・ 「ロダン—創造の秘密」展においても、新たな切り口によって、これまで知られていない別の側面からロダン芸術の魅力を示すことができた。 ・ 「森欧外と美術」展も同様に、欧外と美術との関係に焦点を絞った斬新な展覧会で、専門家の間では高い評価を得た。 ・ その他、展示ごとに、わかりやすく、かつ企画者のアイデアを生かしたディスプレイ作成に努めるなど、全体として「新たな視点」に留意する姿勢が定着してきた。今後はその企画意図や新しさを観覧者にどのように伝えるか、についてさらなる工夫が必要である。
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
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 教育・普及プログラムについては、参加者数・満足度ともに昨年度を上回った。親子鑑賞講座や、鑑賞講座と実技講座を合わせたプログラムを新規におこなうなど、鑑賞につながるプログラムを導入した。 ・ 実技系プログラムの参加者が展覧会を観覧する割合は参加者全体の32.8%である。プログラムの内容と展覧会とを関連付ける解説を行うなどの工夫が必要と思われる。
戦略 3	豊かな美術体験のために非日常的な環境を演出します
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 鑑賞環境に対しては引き続き高い満足度を得られているが、意見箱からは施設や展示室以外の設備、MSスタッフや駐車場警備などへの改善要望が多い。これら要望については各部門責任者の意識改革を含め的確に対応し、よりよい環境づくりに努めていく。 ・ 現代美術と古美術を取り合わせた展示、照明光が変化する展示、和室空間での展示など、新たな試みを行ない概ね好評であったが、展示意図が伝わっていないこともあり、今後はそれをどう伝えるかが課題となる。
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
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 学芸員の調査・研究の件数は昨年度を上回った。その成果が美術館活動にいかにかに生かされているかについて、県民に分かりやすく伝える（情報発信）工夫が必要である。
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
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 各企画展ごとに概要説明の記者レクを行ったり、開館20周年のキャッチコピーやロゴの開発、フラッグの作成など新しい取組を展開した。広報の重要性を鑑み、19年度は広報戦略チームの活動を充実し、効果的な広報の実施に向けて取り組む必要がある。

戦略目標 戦略	評 価
戦略目標 B	コレクションを充実し、活用することで、その価値を広く明らかにします
戦略 1	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 <ul style="list-style-type: none"> ・ 保存に関する、外部評価委員の評価は概ね良好であるが、これを保持するためには全職員の意識の徹底が必要である。 ・ コレクションの価値を県民にわかりやすく伝えるために、さらに工夫が必要である。
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 <ul style="list-style-type: none"> ・ 18年度は、予算の関係で作品購入は十分にできなかった。予算の確保は今後も大きな課題となる。ただ、当館の収集方針のひとつである風景画について、県内篤志家から日本画の寄贈が9点あり、風景画コレクションに厚みを加えることができた。 ・ 活用に関しては、館蔵品のエッセンスを紹介した図録「風景の交響楽（シンフォニー）」の刊行や、20周年記念の「コレクション20年の熱情」展での展示など、これまでにない斬新な構成でその魅力をアピールした。また、館蔵品カレンダーの作成など、グッズへの活用などを進めた。 ・ 優れた寄贈作品や寄託作品を積極的に受け入れ、効果的な活用を行っていく。
戦略 3	コレクションについての研究活動を行います <ul style="list-style-type: none"> ・ 収蔵品に関する調査・研究件数は11件と増加した。（昨年度4件）さらなる質の向上を目指し、引き続き積極的に取り組むとともに、その成果としてのコレクションの魅力を伝える工夫が必要である。

戦略目標 戦略	評 価
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を整備します <ul style="list-style-type: none"> ・美術館情報の入手のしやすさは年間を通じ7割前後を推移しているが、広報の見直しによりさらに高めていくことが重要である。 ・アクセスに関しては、人気展での駐車場不足への対策としては施設上の拡充は困難であり、公共交通機関の活用などソフト面での改善検討が必要である。
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 <ul style="list-style-type: none"> ・ロダン館・エントランス等での催事については、ロダン館でのミュージアムコンサートの開催が定着した観があり、また実技室での制作成果をエントランスに展示するなどし、活性化に努めた。 ・また、園地広場を使ったナスカ地上絵のイベントも初めての試みで、当館の周辺環境を生かしたプログラムとなった。 ・今後さらなるアイデアを出し事業展開を図るとともに、他団体との協同企画についても検討する必要がある。
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 <ul style="list-style-type: none"> ・18年度は観覧者数の伸びによりどちらも利用者数が底上げされた観がある。レストランでは企画展にあわせた特別料理が定着したせいか、日によっては予約の段階で売り切れになるなどその人気が見える。ミュージアムショップでは展示室出口での特別販売コーナーの利用が多かったが、これは展覧会の余韻が関連グッズ購入欲を高めたものと思われる。

戦略目標 戦略	評 価
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
	<ul style="list-style-type: none"> ・地元企業や住民に美術館についての理解を深めてもらう「鑑賞講座メニュー」を考案しPRを行った。企業からの問合せもあり、今後も引き続き利用に向け更にPRを図りたい。 ・友の会とは、開館20周年事業（記念会報の刊行、DVD制作等）を通じ連携が深まった。ボランティアにおいては自主運営に向けた組織作りが行われ、美術館との連携体制の整備が進められるなど、今後も良好な関係の構築に向け努めていく。 ・ナスカ展では、県立大学の芝生グラウンドにハチドリ絵を描き、上空の熱気球から鑑賞する野外プログラムを実施した。家族単位で参加した地域の市民も多く、たいへん好評であった。また、このプログラムには、他県からの照会もあるなど大きな反響があった。
戦略 2	美術に関する情報集散地を目指します
	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームページに、宮治館長の挨拶や17年度の自己評価結果を掲載、また展覧会情報など随時更新など最新情報の発信を行い、閲覧件数も過去最高の155,400件を記録した。反面、民間のホームページと比べ堅苦しく、面白くないなどの意見もあり、全面的なリニューアルの検討が必要な時期と考えている。 ・展覧会や普及事業に関する情報を的確かつ迅速に発信するには、現在の発送名簿を再整理し、一元的に管理していくことが必要となっているが、次年度の課題として見送られた。
戦略 3	新たな顧客層・支持層を開拓していきます
	<ul style="list-style-type: none"> ・一豊展でシャトルバスを運行し静岡駅からの来館者サービスを行ったが、PR不足などから利用率が低かった。遠方からの来館者や運転をしない人の利便性向上のため引き続き検討が必要である。 ・ロダン展では、読売新聞東京本社による首都圏広報と、地元テレビ局の頻繁なスポット放映などにより、新規来館者を32.7%まで押し上げることができた。30%を越えたのは今回が初めてである。

戦略目標 戦略	評 価
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 <ul style="list-style-type: none"> ・ 県立美術館協議会を2回、第三者評価委員会を2回開催し、その議事録をホームページ等に公表した。 ・ 平成17年度静岡県立美術館自己評価取組結果表をホームページに公表した。 ・ 館内の企画広報会議や自己評価システム推進委員会等において、経営に関する重要事項を協議するとともに情報の共有の場としている。
戦略 2	進化していく美術館について研究します <ul style="list-style-type: none"> ・ 経営に関わる将来のビジョンを明確にするため、館長自ら、当館業務の全体像ならびに地域社会との関わりについて整理し、知事をはじめ関係職員と話し合う機会を設けた。 ・ 館長から知事及び部長に定期的な話し合いを申し入れ、県立美術館の課題や今後の重点事業について議論できるようにした。 ・ 県立美術館で制作するポスター、ちらし、年間スケジュールなどの印刷物に、「進化する静岡県立美術館」を刷り込み、進化に向けての館職員の意識・姿勢をアピールした。
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 <ul style="list-style-type: none"> ・ 全国美術館協議会等の各種研修プログラムに積極的に職員を参加させている。 ・ 公立美術館等活性化企業（地域創造主催）に委員として参画している。
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 <ul style="list-style-type: none"> ・ 美術館協議会を開催し、事業内容や経営状況を報告するとともに、改善意見等を運営に反映している。 ・ サービス改善委員会において、友の会やボランティア、ミュージスタッフ、警備、設備等美術館関係者相互の意思疎通を図り、来館者サービスやオリジナルグッズ開発など美術館事業全体の改善に取り組んでいる。 ・ ボランティアにおいては、美術館との連携強化と役割の明確化を図るため組織改革を行った。

③ 定性的評価指標にかかる評価結果

戦略目標 戦略	定 性 的 評 価 結 果
戦略目標 A	質の高い美術体験を提供することにより、人々の感性を磨き、生活に変化をもたらします
戦略 1	新たな視点に基づく展示を行います
60	展覧会に対する外部評価（専門家のレビュー）
	<p data-bbox="379 465 683 495">熱情Ⅰ 心にひびく風景画 展</p> <p data-bbox="368 501 1417 898"> ① コレクションの展示としては、すでに述べたように意欲と創意工夫の感じられる展示である。 ② 展示そのものに工夫と費用をかけてみてもよいのでは。借用品の展示だと所蔵者に対する配慮もしなければならないが、今回はその心配もないだけに作品をもっと自在に扱った展示もあり得るのでは。 ③ コレクションの魅力は、ある筋立てによって作品が集合体をなしていることにある。筋立てに魅力がなかったり、集められた作品の質（美的価値、歴史的価値などを含む多様な質）が充分でなかったり、数が少なかったりする場合、コレクションは力を持ち得ない。名作は一点だけでも強い力を持つが、それが深遠な配慮によって他の作品とともに存在するようになることで、各作品単体では持ち得ない圧倒的な力を持つようになる。その際、各作品への理解が不十分であれば、作品同士がお互いの力を減じあうということもおきる。ここに蒐集する主体の力量が表れる。 静岡県立美術館は、「東西の風景」「ロダンを中心として国内外の近代彫刻」「静岡ゆかりの作家」「現代美術」を蒐集の軸として、20年間蒐集を続けてきており、そのコレクションを、筋の通った、一定以上の質と数を持つ集合体として育ててきた。今回の展覧会ではそれを示すことができている。このコレクションがさらに魅力的なものになっていくよう希望する。 （潮江宏三 委員、榊原悟 委員、山梨絵美子 委員） </p>
	<p data-bbox="379 952 683 981">熱情Ⅱ 時代を超える個性 展</p> <p data-bbox="368 987 1417 1240"> ① 見せ方に力点をおいたコレクション展としてⅠ、Ⅱともに成果を上げていると思う。 青森県立美術館が、シャガールの舞台背景画を劇場的な展示ホールで展示しており、従来の教養として見せるという紋切型から脱却している。県立美術館のコレクションの熱情展でも、作品の対話の楽しさが見られるのは、ほほえましかった。 ② 館藏品展という制約がついた中で楽しい展覧会に仕上がっているのではないかと。充分好感のもてる展示になっていると思う。担当学芸員達も充分楽しんだのではないかと。となれば、その楽しさをもう少し解説・説明する言葉が各コーナーにあってもよいのでは。もちろん余り多くなるとかえって煩わしくなり、逆効果にもなるが。 （金原宏行 委員、榊原悟 委員） </p>
	<p data-bbox="379 1276 683 1305">森_外と美術 展</p> <p data-bbox="368 1312 1417 1787"> ① 一般に文学者として知られる森鷗外と同時代美術との関わりを、作品と資料によって総合的に展観する企画の視点の新しさと独自性を持ち、これまでの研究の蓄積により、多様かつ豊富な作品、資料を展示した充実した展観であった。本展では鷗外がさまざまな美術家たち多様な関わりを持ったことが提示された印象が強い。これまで美術展では扱われてこなかった医学的資料などにも注目し、意欲的に出品作を集めた努力は大いに評価される。 一方、日本の近代化の中において基本的には西洋化と近代化を推進する立場にあった鷗外が、美術の将来についてどのように考えていたかの解釈を含んだ展観も可能であったかもしれない。あるいは、そうした絞込みを行ったほうが、わかりやすい展観になった可能性も感じられた。 ② 近代美術の研究は、日本では、薄くて浅い歴史しかないが、世界における美術史研究を反映して、それなりに歴史的展開の主流と傍流とが定式化されてきた。しかしリヴィジョニズムの流れを近年は、日本でも反映する動きがあり、本館でも先駆的な展覧会が既に数回開かれてきた。今回の展覧会もまさにその一環をなすものである。 森外という人物をその軸として選んだのは、明治時代という西欧文化との生命をかけての出会いの時代に、外はその西欧文化の最大の紹介者であるだけに、美術の面だけに限らない時代の動きを感じさせるものになっている。いままで、未紹介だった画家やその作品なども照らし合わせて非常に興味深い展覧会になったと思われる。 （山梨絵美子委員、坂本満委員） </p>

戦略目標 戦略	定 性 的 評 価 結 果
	<p data-bbox="379 266 683 293">ロダン 創造の秘密 展</p> <p data-bbox="368 302 1428 387">① 全体として、美術愛好者にとっては、新鮮さをほとんど失っているほどの大作家ロダんに、ロダンの肉声に最も近い石膏像によって、ブロンズや大理石像との比較を促して、おのずから極めて新鮮なロダン像を形成させるような、良い企画であり、企画として高く評価できると思った。</p> <p data-bbox="368 400 1428 515">② ロダンの名作に依存しない、意欲的な展覧会であると評価できる。会場に並べられた種々の造形物は、ロダンの衰えることを知らない創作力を示しているだけでなく、その創作の秘密を明らかにしてくれる興味深い展覧会になっている。特に、今回は、彼の大理石彫刻のモデルとなった石膏作品やロダンのコレクションした古代ローマ時代の彫刻作品等は、そのため有効な材料となっている。</p> <p data-bbox="1155 524 1428 551">(坂本満委員、潮江宏三委員)</p> <p data-bbox="368 560 1262 586">61 観覧者の生活に変化をもたらしたかどうか (グループインタビュー、テキスト・マイニング)</p> <p data-bbox="379 595 1318 622">18年度展覧会アンケートの「自由解答欄」に記されたコメントをテキストマイニング処理を行った。</p> <p data-bbox="368 631 1428 707">① 「生活における美術館の意義づけ」において「心的充足の場」として捉えている回答が最も多く、精神的休息、満足感を得る場として意義づけていることが明らかになった。また、未成年層では学習や知識取得や趣味の場としての捉えている。</p> <p data-bbox="368 721 1428 775">② 年齢層により「心的充足の場」に質的差異がみられ、壮年層では「日常生活からの逃避場所」、中年層では「安らぎや癒し」としての意義づけをしている。</p> <p data-bbox="1155 784 1428 810">(財団法人静岡総合研究機構)</p>
戦略 2	<p data-bbox="405 824 1023 851">新たな発見を促し、創造性を体感できるプログラムを提供します</p> <p data-bbox="368 869 1262 896">62 参加者の生活に変化をもたらしたかどうか (グループインタビュー、テキスト・マイニング)</p> <p data-bbox="363 904 1434 990">今年度は実施しなかったが、参加者へのアンケートの「自由回答欄」に記された内容から、観覧者の場合と同様に、「心的充足の場」「学習や知識取得の場」として捉えていることが伺える。反面、「子どもがいるので見に行けない」「敷居が高い」「遠い存在」など、美術館が身近な存在になっていないとする意見もかなり見られた。</p>
戦略 4	<p data-bbox="368 1088 871 1115">63 調査・研究に対する外部評価 (専門家のレビュー)</p> <p data-bbox="368 1124 959 1151">① 研究紀要 飯田真「歌川広重《不二三十六景》をめぐって」</p> <ul data-bbox="384 1160 1428 1303" style="list-style-type: none"> ・ 収蔵品を論じており、《不二三十六景》の特質を別出しようという意図は達せられているが、その特質を示す過程が、短文のために判りがたいところがある。その欠を次の機会にうめていただきたい。 ・ 先行研究へ目くばせし、そこで指摘されている問題点を整理している点を認めるべきだろうが、もう少し踏み込んだ検討が欲しい。 <p data-bbox="1155 1312 1428 1339">(金原宏行委員、榊原悟委員)</p> <p data-bbox="368 1348 1139 1375">② 研究紀要 村上敬「防衛省防衛研究所図書館所蔵「関保之助意見書」について」</p> <ul data-bbox="384 1384 1428 1536" style="list-style-type: none"> ・ 日本の近代美術研究は、美術史の中でもけっして十分に進展しているとはいえない分野である。そのような学界の弱点を補填するひとつの資料としての意義を認めることができると思う。 ・ 従来 of 鴉片研究に新たな一面を加えるための基礎的な資料となるばかりでなく、近年盛んになってきている戦争と文化財に関する論考にも寄与するものである。「美術」「美術館」の枠を超えて、今日の美術館・博物館の抱える問題、課題について考える資料を提示した点に独自性と先駆性が認められる。 <p data-bbox="1155 1545 1428 1572">(坂本満委員、山梨絵美子委員)</p> <p data-bbox="368 1581 1035 1608">③ 研究紀要 川谷承子「ジョアン・ミッチェル《湖》についての考察」</p> <ul data-bbox="384 1617 1428 1760" style="list-style-type: none"> ・ 全般に誠実に緻密な研究である。所蔵作品の位置づけを明確にするという美術館の学芸活動の基本となる研究が十分に達成されている。 ・ 人と作品というオーソドックスなテーマを一人の画家に絞って論じており好感がもてる。あまり紹介されなかった作家だけに扱い方が難しいところがあったように思われる。モチーフ、描法などから、総合的な研究の深まりを期待する。 <p data-bbox="1155 1769 1428 1796">(潮江宏三委員、金原宏行委員)</p>

戦略目標 戦略	定 性 的 評 価 結 果
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
64	展覧会広報に対する外部評価（県広報アドバイザー等によるレビュー） 実施せず。（チラシ等の作成にあたり意見をいただいている段階。）
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
65	作品保存に関する館の取組（IPM手法）に対する外部評価（専門家のレビュー） 静岡県立美術館の平常時の環境保全対策と災害時の環境保全対策に関しては、概ね良好と考えられる。個々に指摘した部分（館内飲食・生花の設置・地震対策）に関して検討願いたい。また、臭化メチル全廃後の総合的有害生物対策（IPM）を実行していくためには、館員全員の協力体制が必要であるので、今後とも努力して頂きたい。また、臭化メチル全廃後の対策として、まず虫を入れないことが重要であるので、隔離されていない部分（喫茶スペース）での飲食は、避けて頂きたいと考える。 <p style="text-align: right;">（石崎武志・東京文化財研究所保存科学部部长）</p>
戦略 2	特徴あるコレクションを形成し、効果的な活用を通じてその魅力をアピールします
66	公開又は貸し出した展覧会における作品の位置付け等に関する学芸員レポート （内部レビュー） （西洋画） クロード・モネ《ルーアンのセヌ川》を、「ノルマンディーのモネ」展（2006年6月17日～9月17日、カリフォルニア、リージョン・オブ・オナー美術館ほか）に貸出。モネとノルマンディーという風土との関わりを探ろうとする同展の中で、当館作品は、モネがこの土地を描き始めた最初期に当たる作品であり、非常に重要なものであった。当館モネ作品は、海外からの出品依頼がしばしば寄せられる、国際的にも知られた重要な作品である。 <p style="text-align: right;">（西洋画担当学芸員：新田建史）</p> （日本洋画） 茨城県近代美術館で開催された「近代日本の水彩画-その歴史と展開-」に、当館が近年収集に力を入れてきた水彩画が出品された。浅井忠《雲》、石川欽一郎、吉田博、赤城泰舒など、日本の近代水彩画の歴史をたどる上で重要な作家および作品を収集してきているが、これらの作品がまさに近代水彩画史を展望する本展に出品されたことの意義は大きい。 <p style="text-align: right;">（日本洋画担当学芸員：泰井良）</p> （日本洋画） 「NHK日曜美術館30年展」（2006年9月9日（土）～10月15日（日）東京藝術大学大学美術館、ほか）に、佐伯祐三《ラ・クロッシュ》を貸出。同展は、日本におけるいわゆる「名品」イメージの規定に大きな影響力を及ぼした特異な番組の歴史を回顧するもの。本作は東京国立近代美術館所蔵の2点とともに佐伯祐三の代表作として展示された。「時代と美術の多面体-近代の成立期に光をあてて」展（2007年1月13日（土）～3月25日（日）神奈川県立近代美術館）には里見勝蔵《マネキンの静物》を出品。同展第5章「静物-断片という全体：《花のある静物》と《マネキンの静物》をめぐって」では神奈川県立近代美術館所蔵の《花のある静物》とともにこのセクションの問題を提起する作品として中心的意義を与えられた。 <p style="text-align: right;">（日本洋画担当学芸員：村上敬）</p> （日本画） 「近藤浩一路の全貌」展（2006年9月～11月 練馬区立美術館、山梨県立美術館）に、作家の最充実期である大正期の一作及び富士山図を出品。地元ゆかり作家の大型回顧展において重要な位置を占めた。また、「沖一峨」展（2006年10月7日～11月5日 鳥取県立博物館 狩野探信守道筆屏風を出品）、「鈴木鷺湖」展（2007年1月20日～2月25日 千葉市美術館 鈴木鷺湖4点を出品）など、これまであまり知られなかった作家を顕彰する充実した展覧会へも当館所蔵品が主要作として出品され、当館の地道な収集活動が反映されたものといえる。 <p style="text-align: right;">（日本画担当学芸員：森充代）</p>

戦略目標 戦略	定 性 的 評 価 結 果
戦略 3	コレクションについての研究活動を行います
67	収蔵品に関する学芸員の調査・研究に対する外部評価（専門家のレビュー）
①	コレクションガイドブック「風景の交響楽」 <ul style="list-style-type: none"> 全体として親切（図の解説、作者の紹介）で興味を誘うように努力していることは大変評価したい。文章を苦勞していることもわかるが、作品の面白さは、部分の面白さを感じさせるような写真の使い方によっても可能であろう。全図を掲載するだけでなく、細部の比較など、展示にもカタログにも使えると思う。 通り一辺の種別のまとめ方ではなく、館の姿勢と性格、さらには学芸員の研究成果が鮮明に感じられる編集方法になっている。扉頁のデザインと内容、解説欄の設定方法等、随所に創意工夫が見られ、読む気を起こさせるガイドブックになっている。その意味でも、この本を鑑賞者への積極的な橋渡しにしようとする公立美術館としての好ましい姿勢が感じられる。 今後とも、上述した扉頁に見受けられるような研究上の充実が、はかれることが望まれる。 改めて言うまでもないことだが、鑑賞者への橋渡しをすることは、見るという行為に対して新鮮な刺激を与えることであり、鑑賞者が陥りがちな常識的結着におもねることではない。 収蔵品目録（図録）とガイドブックの差異が明確に認識され（共通理解されて）学芸員の総意のもと、作製されたことは喜ばしいことである。とっつきやすく理解の入口に立つことができる、そんなガイドブックとして成功しているが、今後の美術館の課題に質の高い鑑賞者を多く育てていくということがあると思うので、そうした要望にも答える新しいコンセプトの収蔵品目録が制作されてよいと思われる。デザイン、印刷とも良好でアートディレクションが適切であったからだと思う。 その内容の当否は、意見が分かれるだろうが、とにかく収蔵作品の一つ一つにコピーをつけたことは面白いし、評価したい。鑑賞者からの意見を聞いてみたい。 図録の装丁（ページ数）や経費の問題もあるだろうが、思い切った部分図それも図版などあってもよいのでは。 2400点の作品群をある物語性の中で語るという困難な課題に取り組み、静岡県立美術館開設当時から作品蒐集方針のひとつである「東西の風景」を大きな柱として、多様性を含みつつ一冊の本に編み上げたことを評価する。また、コレクション展図録というかたちではなく、コレクション・ガイドとして企画したことに、鑑賞者へ積極的にアプローチしようとする姿勢が窺えることも評価したい。各執筆者が、それぞれの専門分野の調査研究と個性を活かして作品へのコメントをしており、魅力的な一冊となっている。 <p style="text-align: right;">（坂本満委員、潮江宏三委員、金原宏行委員、榊原悟委員、山梨絵美子委員）</p>
	② A-4-63-①③に記載
戦略目標 D	地域とともに進化する美術館となります
戦略 1	市民が参画し、地域とメリットを共にする美術館活動を展開します
68	NPO、大学などの外部組織と実施した協働事業に関する美術館職員によるレポート <ul style="list-style-type: none"> 県立大学、県立中央図書館、（財）県埋蔵文化財調査研究所との「谷田サミット」を設置し、学術文化ゾーンの整備とにぎわい創りの推進をテーマに意見交換を行った。 友の会20周年記念事業「美術館案内DVD」作成等の支援や県立大学との共同研究の成果の一つ、「ロダン館3Dバーチャルミュージアムシステム」を導入した。
69	企業協賛・助成に関する美術館職員によるレポート <ul style="list-style-type: none"> 企業協賛については、引き続き可能性を調査・検討中。 財団法人地域創造から「森欧外と美術」展（島根県立石見美術館、和歌山県立近代美術館、静岡県立美術館共同企画）に対し助成があった。

戦略目標 戦略	定 性 的 評 価 結 果	
戦略目標 E	美術館経営を改革していきます	
戦略 1	経営に関する考えを常に社会に伝え、ガラス張りで責任の明確な経営を行います	
	70	館長の経営改革に対する自己評価（第三者評価委員会のレビュー） <ul style="list-style-type: none"> ・ コレクションは同じでも館長のリーダーシップや打ち出し方で印象は変わる。館長が新しいコンセプトを打ち出すことが来年度の大きな課題である。 ・ 「風景」や「ロダン」はこれまで蓄積したもものとして生かすべきである。古代から現代まで人間の美術活動というものを非常に長いスパンで見せるのが美術館の魅力である。新しい切り口で見せる美術の面白さをアピールされたい。
戦略 4	美術館が持つ全ての資源（人、作品、施設など）が、効果的に力を発揮できるようにします	
	71	第三者評価委員会の場でも出た提言や意見に対する取組状況（次回の第三者評価委員会のレビュー） 提言が出されたのが19年3月末のため、19年度の実績に反映させる。

5 各種アンケート結果のまとめ

① 企画展アンケート

男性来館者の増加傾向が引き続きみられ、男性観覧者の割合が40%を超えた展覧会が、6本中5本を数えた(平成16年度は5本中1本、17年度は6本中3本)。とくに「熱情II」は16年度以降の企画展で唯一男性観覧者数が女性観覧者数を上回っている(52.5%)。

また、展覧会ごとの観覧者の来館経験の差異も大きい。例えば「10回以上」「20回以上」のハードリピーターの割合の合計をみると、「ロダン」では20.1%であるのに対して、「欧外」では47.6%と2倍以上に達している。

なお、一般にハードリピーターの多い展覧会は新規来館者が少なくなるものだが、いわゆる文明展である「ナスカ」では「20回以上」の来館者が10.8%の低率であるにもかかわらず新規来館者も最低値(15.8%)で、このことから年に1度来館する「文明展リピーター」の存在が想定でき、興味深い。

以上、企画展のテーマによって来館者傾向の違いが意外に大きいことから、この傾向を事前に的確に予測し、無駄のない広報を打っていくことが求められる。

② 教育普及プログラムアンケート

プログラム自体の満足度は高い水準で推移している。しかし、プログラム参加者で当日展覧会を観覧すると答えた層は32.8%に留まっており、昨年の傾向を引き継いでいる。観覧しない理由は「時間がない」が最も多く、プログラム自体に要する時間(及び集中力)もそれなりのものがある以上、この数値は劇的に上昇することは考えにくい。

③ レストラン利用者アンケート

満足度57.1%は昨年度(63.2%)に比べて極端に低いというものではないが、展覧会や教育普及プログラムに比べるとやや低い水準にとどまっている。回答内容からは全体の満足度を引き下げている要素を特定することは難しく、抜本的な改善策は出しにくい。今後も地道な努力が求められることになるが、「美術展は美術館でなければ経験できない。」ことと同様、「あの料理はエスタでなければ食べられない。」と認知される営業努力も必要であろう。

④ ミュージアムショップ利用者アンケート

満足度は77.1%。業態の違いから単純に比較はできないが、レストランよりは高い水準をキープしている。

20回以上のリピーター層も利用者の20.4%を占めている。「美術館にはいつも来ているが、来る度にショップに立ち寄る」という利用形態が想定でき、「一度行けばそれでおしまい」というものではないとみなされていることがわかる(この点はレストランも同様)。

特に要望の多い「書籍」「絵葉書」をはじめここでしか入手できない新商品展開をすることで、ショップのリピーターをつなぎ止めていくことができるだろう。

⑤ HP利用者アンケート

30歳以下の回答者が半数を超えており、展覧会観覧者とはまた違う傾向を示す。全ての項目についておおむね好意的な評価が得られている。しかし、更新頻度については「わからない」とした回答者が39.9%に上っており、利用者としても評価しにくい様子が伺われる。「多い」は3.8%、「少ない」は5.6%と僅少にとどまっていることもその点を裏付ける。

⑥ 図書閲覧室利用者アンケート

男性の比率が半数を越えている(55.8%)のが特徴。また、美術館への来館回数20回以上の層が39.4%を占めるにも関わらず、図書閲覧室を初めて利用するという回答者も41.3%に上るといった特徴的な傾向を示している。長く美術館に通っていた層が展覧会への興味など何らかのきっかけによって閲覧室へ入ってくるという流れが想定できる。

なお、「次回来館時も図書閲覧室を訊ねるか」という問いには22.5%が「どちらでもない」と保留的回答をしており、何らかの明確な目的があるときにのみ利用しようという姿が伺われる。今後は展覧会ごとに、関連資料の充実と紹介コーナーの設置など、観覧者がより積極的に図書閲覧室を利用したいと感じる工夫が必要である。

⑦ 来館しない人に対するアンケート

※「県政インターネット・モニターアンケート」の概要を本項目に代える。この調査への回答者443サンプルのうち3割強にあたる159サンプルが「美術館来館経験なし」である。

各種設問に対する回答のうち、未来館者は当然のことながら「特にない」「わからない」といった回答の割合が多くなる。しかし、それ以外の選択肢の割合は来館経験の有無にかかわらずあまり変化をみせない(たとえば、来館経験の有無に関わらず、情報媒体として多くの人の目に触れているのは「新聞・テレビ広告」「展覧会ポスター」である)。唯一の例外としては、「最も力を注いでほしい作品収集のテーマ」があげられる。来館経験のある層は風景画を支持し、来館経験のない層は本県ゆかりの作家や富士山を選択する傾向がみられた。

6 平成18年度に開催した各展覧会の自己評価

(専門家のレビューやアンケート結果を踏まえて)

- ① 『山内一豊とその妻』展
- ② 『熱情Ⅰ 心にひびく風景画』展
- ③ 『熱情Ⅱ 時代を超える個性』展
- ④ 『世界遺産ナスカ』展
- ⑤ 『森欧外と美術』展
- ⑥ 『ロダン 創造の秘密』展

副館長	総務課長	学芸課長	企画広報スタッフ チーフ(管理係長)	企画広報スタッフ員	担当

副館長	総務課長	学芸課長	企画広報スタッフ チーフ(管理係長)	企画広報スタッフ員	担当

■静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成18年度)

事業名称	「大河ドラマ「功名が辻」特別展 「山内一豊とその妻」
------	----------------------------

企画 (事前)	
目的・内容	山内一豊夫妻の生涯を、波乱に満ちた戦国の時代背景とともに紹介し、本県ゆかりの歴史上の人物に対する理解を深めることを目指す。全体を次の3部で構成。①山内一豊とその時代 ②戦国時代の女性たち ③山内家に伝えられた美と歴史。国宝2点、重要文化財15点、山内家伝来の名品など、約250点を出品。
期待される成果	地元ゆかりの戦国武将にスポットをあてた歴史展であるため、美術ファン以外からの集客が期待され、かつ、新規来館者の増加にもつながることが予想される。
指標(数値目標)	観覧者数33,000人。満足度70%。講演会回数1回。
収支(予算) /観覧者数(見込)	一般財源△2,044千円。特財率110.1%。観覧者数33,000人
広報戦略	中高年の男女を中心に、全国的に広報するが、静岡市と掛川市に重点をおく。

部署	学芸課	記入日	企画 平成18年4月1日
担当者名	小針、飯田、山下		総括 平成18年7月18日
実施場所	静岡県立美術館第1～6展示室	会期	平成18年4月15日(土)～5月28日(日) <38日間>

総括(事後)	
目的の達成度	現存する一豊夫妻の所用品が少ないという問題を抱えながら、一豊の生涯を軸に、戦国時代の歴史と文化を十分紹介することができた。展示構成は、当初の予定どおり三部仕立てとなった。山内家の宝物資料館の全面的な協力を得て、同館の所蔵品を多く出品したことで、武将の雄々しい世界に美の世界を加えることができた。
アンケートにみる特徴	掛川からの集客を図ったが、西部13.0%、東部17.2%と、全体では期待した成果を得ることができなかった。しかし、新規来館者としてみると、西部は23.7%あり、この比率は東部、県外を上回っている。ここから推測すると、掛川地区での広報の成果が現れたようだが、これは「一豊/掛川」という特殊要因に支えられている。西部からの継続的な新規来館者維持は容易ではないであろう。
指標に基づく成果	観覧者数30,444人(数値目標の92.3%)。満足度67.5%。講演会回数1回(260席満席)。
研究活動評価委員会からの意見(要約)	なし
収支(決算) /観覧者数(実績)	一般財源2,630,520円。特財率86%。観覧者数30,444人。
今後の改善点	団体客の誘致には、「展覧会+観光」、「展覧会+食事」など、内容の異なる組み合わせの方が効果的ではないか。旅行会社に案を投げかける際は、展覧会の始まる半年前に実施されていることが望ましい。また、シャトルバスに関しては、今回の成果を十分分析した上で、今後の継続について考えていく必要がある。未来の顧客である小学生をバスで招き、無料観覧してもらう方がより効果的ではないか。タクシー会社説明会やホテルからの集客も懸案事項。地域サポーターによるバスツアー企画要検討。

副館長	総務課長	学芸課長	企画広報スタッフ チーフ(管理係長)	企画広報スタッフ員	担当

副館長	総務課長	学芸課長	企画広報スタッフ チーフ(管理係長)	企画広報スタッフ員	担当

■静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成18年度)

事業名称	「コレクション20年の熱情」心にひびく風景画
------	------------------------

企画 (事前)	
目的・内容	当館は、現在2,000点以上の作品を所蔵している。これらのコレクションは、20年以上にわたり、4つの収集方針に基づいて作品収集を続けてきた賜物である。この展覧会は、開館20周年を記念誌、コレクションの核である「風景」をテーマに、当館の珠玉のコレクションをご覧いただくものである。展示は「富士山と東海道」「故郷へのまなざし」「あこがれの風景」「風景の結晶」など4つのセクションに分かれ、当館の風景画コレクションをより深く、広くお楽しみいただくことを目指す。
期待される成果	当館風景画コレクションに基づく上記4つの切り口により、「風景の美術館」という当館の個性を改めてアピールする機会とする。また、スター作品と、やや知名度の低い作品を併せて公開することで、来館者の増加を図ると同時に当館コレクションの厚み、広がりにより多くの方にご紹介することが出来る。
指標(数値目標)	観覧者数7,000人。満足度70%。講演会回数1回。 フロアレクチャー4回。子ども鑑賞講座2回。ミュージアムコンサート1回
収支(予算) /観覧者数(見込)	一般財源1,272千円。特財率68.2%。観覧者数7,000人
広報戦略	

総括(事後)	
目的の達成度	新規観覧者の割合が大きく、男性の比率が高いことから、当館風景画コレクションを広く紹介するという、当初の目的はある程度達成出来た。しかしながら、研究活動評価委員からの意見にもあり、当館コレクションそのものに、充実を図るべき側面がまだまだ多く、お客様に「より深く、広くお楽しみいただく」ための努力が今後必要だと思われる。
アンケートにみる特徴	平成17年度以降に開催された展覧会の中では、最も新規来館者の割合が大きい。また、20歳代の新規観覧者数が多い。展示構成を変えたことにより、新たな顧客層にアピールしたかと思われる。男性の比率が高いのも他の展覧会と異なる。「風景の美術館」の認知度は特にアップしていないが、これは次回以降の展覧会の際、効果の有無が確認出来る事項かと考えられる。「作品やテーマへの関心」「観覧料に見合う内容かどうか」「心地よく鑑賞できたか」等々の問にはいずれも肯定的な反応が返ってきており、総合満足度の%は低いが、来館者には楽しんでいただけていると思われる。
指標に基づく成果	観覧者数6,868人。満足度58%。講演会回数1回。 フロアレクチャー4回。子ども鑑賞講座2回。ミュージアムコンサート1回。
研究活動評価委員会からの意見(要約)	館蔵品を4つのテーマに分けた展示は妥当であり、研究の成果が表れている。企画内容、展示、キャプションなどの工夫も評価できる。総体としては良い展示であるが、展示の仕方さらなる実験が行なわれて良い。また、このような展示を行なったことで、コレクションに欠落している部分が見えてはいるはずであり、今後一層の収集活動が望まれる。
収支(決算) /観覧者数(実績)	特財率60.7%。観覧者数6,868人
今後の改善点	「風景の美術館」の認知度が低いにもかかわらず新規来館者の比率が増えていることから、来館者増加の対策と「風景の美術館」周知とは異なる問題だと考えられる。当館風景画コレクションを主な素材として用いた展覧会による「風景の美術館」周知と、展示やディスプレイについての新たな試みによる新規来館者の獲得とは、それぞれ個別の要素として勘案されるべきであろう。研究評価委員からの指摘の如く、今後の継続的な収集活動と共に、展示の仕方についての一層の工夫が要求されている。

副館長	総務課長	学芸課長	企画広報スタッフ チーフ(管理係長)	企画広報スタッフ員	担当

副館長	総務課長	学芸課長	企画広報スタッフ チーフ(管理係長)	企画広報スタッフ員	担当

■静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成18年度)

事業名称	「コレクション20年の熱情Ⅱ」 時代を超える個性—若冲、クレーから戦後アメリカ美術まで—
------	---

企画 (事前)	
目的・内容	<ul style="list-style-type: none"> ・コレクションのエッセンスをアピール。 ・新たな視点の展示 人気作品である伊藤若冲《樹花鳥獸図屏風》をこれまでにない切り口(現代アートと組み合わせる)で展示する。夏休み期間であることを考慮し、親子が楽しく鑑賞できるように、これまでにない展示方法を取り入れる。 <ul style="list-style-type: none"> ・教養主義的でない、美術の楽しみ方を提示。(普及イベントも多数実施)
期待される成果	<ul style="list-style-type: none"> ・新規来館者の獲得(夏休みに多い)、リピーターへ。 ・美術館、美術鑑賞再認識する機会になる。
指標(数値目標)	<ul style="list-style-type: none"> ・観覧者数8,000人。満足度70%。講演会及びフロアレクチャーの回数5回以上。
収支(予算) /観覧者数(見込)	<ul style="list-style-type: none"> ・一般財源868千円。特財率78.3%。観覧者数8,000人。(歳出400万円 歳入313万2千円)
広報戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・子ども向けに重点広報(子供向けチラシ作成など)

部署	学芸課	記入日	企画 平成18年4月1日
担当者名	飯田、川谷、森		総括 平成18年11月20日
実施場所	静岡県立美術館第1～7展示室	会期	平成18年7月26日(水)～9月3日(日) <35日間>

総括(事後)	
目的の達成度	<ul style="list-style-type: none"> ・展示面でこれまでにない新しい試みを実施し、コレクションの新たな魅力を提示できたと思う。 ・夏休み期間ということもあるが、若年層観覧者の取り込みもある程度達成されたのではない。 ・光の変わる展示や、和室での展示などにより、美術の新しい楽しみ方を提示できた。 ・講演会等講義系プログラムのほか、本展と関わらせた実技プログラム(子どもワークショップなど)も多数実施できた。 ・子ども向け重点広報は、準備不足もあり予定どおり実施できなかった。
アンケートにみる特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・新規来館者が多い(27.8%) ・若年層の来館が多い ・県外来館者が多い(16.4%) ・3人以上での来館が多い(42.8%) ・2人以上の来館の中で、2世代、3世代での来館が多い(47.5%) ・「風景の美術館」の認知度は低い(21.9%) ・記述回答では、展示方法に対する好意的な意見が多かった。
指標に基づく成果	<ul style="list-style-type: none"> ・観覧者数は8,000人の目標に対し、13,947人を数え、174%となった。 ・満足度は、総合満足度60.1%に留まり、目標の70%には達しなかったが、新しい取り組みを高く評価した観覧者も少なくなかった。 ・講演会及びフロアレクチャーは、講演会2回、美術講座3回、親子鑑賞会3回の計8回実施した。
研究活動評価委員会からの意見(要約)	<ul style="list-style-type: none"> ・展示方法の工夫が一応の成果を収めた。コレクションの活用意図も生かされた。作品の対話の楽しさが見えほえました。今回の展示の工夫はよかったが、美術館は単なるイベント会場ではなく、展示は批評的な営みであるという理念を学芸員が共有し、展覧会に立ち向かって、行政からも自立した美術館になってほしい。(金原委員) ・日本の古画と現代美術を同一空間で展示する試みは刺激的で面白い。しかしすべての組み合わせが成功していたわけではない。また、企画者の説明がもう少しあった方がよかった。小パンフレットは親切で鑑賞者に有難い。館藏品展という制約の中で楽しい展示になった。その楽しみもう少し解説・説明する言葉があってもよかった。今後の課題としては、館藏品の充実が不可欠。(榎原委員)
収支(決算) /観覧者数(実績)	<ul style="list-style-type: none"> ・歳出5,307千円(予算4,000千円・133%) ・*ただし20周年式典関連を含む。それを除いた歳出は4,462千円(112%) ・歳入3,915千円(予算3,132千円・125%)*2006.10.31現在 ・一般財源1,353千円(予算868千円)。特財率73.8%(予算78.3%)*式典除くと87.7%。 ・観覧者数13,947人(目標8,000人・174%)。
今後の改善点	<ul style="list-style-type: none"> ・収蔵品の展示方法について、さらなる研究を深め、作品の新しい魅力をひきだす試みを開発していく。(趣旨説明・解説の仕方について、今後検討し改善を図る。) ・収蔵品企画展のあり方を、十分に検討し新規(若年者)来館者を得るように工夫する。 ・ターゲットを絞った重点広報については、戦略を早期に練り実行する。

副館長	総務課長	学芸課長	企画広報スタッフチーフ(管理係長)	企画広報スタッフ員	担当

副館長	総務課長	学芸課長	企画広報スタッフチーフ(管理係長)	企画広報スタッフ員	担当

■静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成18年度)

部署	学芸課	記入日	企画 平成18年4月1日
担当者名	川谷、泰井	総括	平成19年1月13日
実施場所	静岡県立美術館第1～6展示室	会期	平成18年9月12日(火)～10月30日(月) <43日間>

事業名称	「世界遺産ナスカ展－地上絵の創造者たち－」
------	-----------------------

企画 (事前)	
目的・内容	紀元前1000年頃から紀元後700年頃までに、現在のペルー共和国の南海岸地方に広く栄えたナスカ文化を紹介する展覧会。ナスカ文化は「ナスカの地上絵」として世界中に知られる巨大図像だけでなく、高度な技術で作られた多彩色土器や織物、そこに描かれたユニークな図像などほかの新大陸にない様々な特徴も持っている。本展では、考古学と人類学の最新の研究成果が明らかにした、彼らの世界観や生活の全貌を紹介する。
期待される成果	これまで当館で行ってきた文明展のなかでも、ナスカ文明の知名度の高さ、ミイラをはじめとする展覧作品の充実度、話題性のあるバーチャル映像などから高い注目を集める展覧会となるだろう。あらゆる世代、教養層を対象に全県下のみならず中部・東海地方からの来館者が見込まれると同時に新規来館者の獲得が期待できる。
指標(数値目標)	観覧者数50,000人。満足度70%。講演会及びフロアレクチャーの回数3回以上。
収支(予算)/観覧者数(見込)	一般財源△700千円。 特財率104.3%。 観覧者数50,000人。
広報戦略	学校単位での鑑賞、家族連れ、カップルなど、多様な来館者層、組み合わせを想定して、対象別に広報媒体と方法を選んで宣伝を行う。 (一例)清水銀行協賛「ナイトチケットプレゼント」(土曜日の夜間開館にカップルで来場した人にチケットをプレゼント)、「子ども県民だより」「リビング静岡」への広告掲載、SBSツアー企画「ナスカの地上絵とマチュピチュ遺跡ツアー」「ナスカ展夜間鑑賞ツアー」、「エスタ」とのレストランメニュー開発など。

総括(事後)	
目的の達成度	入館者数は目標値を1.69倍と大幅に上回ると共に、観覧者満足度においても75.8%と、目標値の70%を上回る結果となっている。このことから、展覧会の目的を達成することが出来たと考えたいだろう。講演会、ミュージアムコンサートをはじめとする普及活動も5回行い、何れも定員を超える参加者を得ることができた。
アンケートにみる特徴	回答者の72.8%がナスカ文化や展示作品に高い関心を持ったと答え、62.8%が観覧料に見合う内容であったと答えている。本展を「誰かに勧めるか」の問いに基づく、総合満足度も75.8%と17年度以降の展覧会の中で最も高い。このことから、展覧会の趣旨に対する理解度、満足度は、17年度以降の展覧会の中でも上位の数値を示している。一方、入館者数の多さ、内容面における満足度の高さと反比例するように、「心地よく鑑賞できたか」「スタッフの対応」「駐車場の利用」といった、鑑賞環境に対する評価が過去の展覧会と比べて低い数値を示している。次に、来館者の構成については、当初「あらゆる世代を対象に、県外、新規来館者の獲得が期待できる。」と見込んでいたが、アンケート結果では、県外からの来館者は3.7%と思うように伸びておらず、新規来館者は15.8%と、平成17年度以降の展覧会の中で最も低い数値を示している。また、来館回数が10回以下のリピーターが回答者の半数近くを、年齢では50歳代以上の割合が回答者の約半数を占め、19歳以下は6%となっている。比率だけで考えれば当初の見込み層(県外、新規来館者)の数値はあまり伸びていないように見える。しかし、そもそも本展の総入館者数が通常の企画展に比べて極端に多く、その入館者数に対しての比率であると考えれば、17年度以降の企画展の中でも、県外、新規来館者数を比較的多く獲得することができた展覧会であると捉えることもできる。
指標に基づく成果	入館者数84,612人。満足度75.8%。講演会及びフロアレクチャーの回数5回(テーマの理解を促す目的で行ったミュージアムコンサート及び地上絵を描くイベント、気球から地上絵を見るイベントを含む)。
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)	入館者数84,612人(目標50,000人)対目標169%。特財率209% 歳出32,780千円(予算32,000千円・102%) 歳入68,556千円(予算33,400千円・205%)
今後の改善点	より多くの来館者獲得に向けては、新規、県外、低年齢層の来館者の獲得に向けての方法分析を行い、対策を打つ必要があるだろう。低年齢層獲得については、本展でも昨年のアルタイ展同様、県下の小中高を対象に、特別割引券を配布したが、入館者増には直接結びついていないため、配布するか否かも含め再検討が必要である。 また、鑑賞環境に関する意見の中で、子ども連れに関するものが目に付く。「子どもの声がうるさい。」という意見と、「子連れでも入りやすい環境を。」の意見があることから、現状では、子供連れも、子供連れでない人も互いに不快な思いをしていることが分かる。次回以降の文明展では、「親子鑑賞デー(仮称)」を、設けてみてはどうだろうか。子供連れのお客様が気兼ねなく鑑賞できる日を設けることで、低年齢層獲得にも繋がり、来館者の不満の減少に繋がるのではないだろうか。 また、会期中最も混雑が予想される土日の朝は、開館時間をあらかじめ20分早めることにより、開館直後の混雑を避けることができるのでは。駐車場問題については、駐車場整備要員を通常展よりも多く配置し、整備員には事前に研修を行う。またパンフレット、広報等でも公共交通機関の利用を勧めるなどの工夫が必要である。アンケートについては、イベントの成果を測るアンケートの実施と、リピーター層の細かい分析を行う。

副館長	総務課長	学芸課長	企画広報スタッフチーフ(管理係長)	企画広報スタッフ員	担当

副館長	総務課長	学芸課長	企画広報スタッフチーフ(管理係長)	企画広報スタッフ員	担当

■静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成18年度)

部署	学芸課	記入日	企画 平成18年4月1日
担当者名	堀切、村上		総括 平成19年3月19日
実施場所	静岡県立美術館 第1～6展示室	会期	平成18年11月7日(火)～12月17日(日) <36日間>

事業名称	森鷗外と美術
------	--------

企画 (事前)	
目的・内容	・森鷗外と美術との関係を総括的に探る、日本初の展覧会。 3つの県立美術館による共同企画。大型の助成金獲得。
期待される成果	文豪の知られざる活動を紹介。 美術史・文化史への新しい視点の提示。
指標(数値目標)	観覧者数12,000人。 満足度70%以上。 「観覧料に見合う内容であったか」で、「はい」50%を目指す。
収支(予算) /観覧者数(見込)	・特財率114.8%。 観覧者数12,000人。
広報戦略	紀伊国屋書店との連携など。

総括(事後)	
目的の達成度	作品、資料の総展示数、約300点を数える、充実した内容となった。また新出資料も多く、多くの専門家の注目を集めた。新聞、雑誌記事にも多く取り上げられ、特に図録は、美術館連絡協議会の優秀カタログ賞を受賞した。
アンケートにみる特徴	新規来館者でかつ40歳以下の来館者の比率が多く、県外からの来館も多かった。また「来館人数」の項では「一人で」が過去の他展に比して、群を抜いた高率であった。これは、観光やレジャー目的の来館ではなく、展覧会の中身に興味があって来館した人が多かったためと思われる。これらを総合的に見て、実質人数は少ないが、新しい顧客層にアピールできたのではないと思われる。「情報の入手のしやすさ」の項では、「いいえ」「どちらかといえばいいえ」の割合が平成18年度中、最多であり、マスコミとのタイアップをしない自主企画展における広報活動の課題を浮き彫りにしている。
指標に基づく成果	観覧者数7,360人(数値目標の61.3%)。 満足度66.6%。 「観覧料に見合う内容であったか」で「はい」の割合58.8%。 実技講座1回。 特別講演会2回。 美術講座及びフロアレクチャー3回。 ボランティアによるギャラリートーク延べ26回。
研究活動評価委員会からの意見(要約)	日本近代美術史を見直す意欲的、独創的な企画、充実した内容。学芸員の最先端の研究成果が発揮された。3つの県立美術館が協力し、それぞれの特色を活かして展覧会の魅力を高めた。豊富な作品、資料によって鷗外の多様性を浮き彫りにした反面、鷗外の一貫した姿勢や意見が見えにくくなった。解説キャプションも詳しく、さらにカタログがそれを補完する充実した内容となっている。カタログは資料的価値がたいへん高いが、論文はテーマの範囲に不満も残る。
収支(決算) /観覧者数(実績)	特財率66.2%。 観覧者数7,360人。(財)地域創造からの助成金(3館合せて)22,000千円
今後の改善点	展覧会の内容については、一般来館者および研究者から高く評価され、新規顧客の開拓にも若干寄与したが、それが全体的な集客に結びつかなかった。マスコミと組まない純粋な自主企画展における広報活動のあり方を、今後一層検討する必要がある。今展では、文豪と美術という内容に合わせて、書店や図書館、文学館でのポスター掲示を行い、アンケート結果からは若干の効果がうかがえた。これは展覧会内容に合わせた広報戦略の重要性を示している。また今展の会期中に、次及びその次の展覧会(富嶺ビエンナーレ展、ロダン展)のマスコミ記事、ニュース、テレビコマーシャルが流れるなどし、開催中の今展の印象を散漫にしたきらいがある。年間トータルでみた広報戦略が必要である。

副館長	総務課長	学芸課長	企画広報スタッフ チーフ(管理係長)	企画広報スタッフ員	担当

副館長	学芸部長	学芸課長	総務課長	企画広報 スタッフチーフ (管理係長)	企画広報スタッフ員	担当

■静岡県立美術館 自己点検評価表(展覧会)(平成18年度)

部署	学芸課	記入日	企画 平成18年4月1日
担当者名	泰井、小針、村上	総括	平成19年5月7日
実施場所	静岡県立美術館第1～7展示室	会期	平成19年2月4日(日)～3月25日(日) <43日間>

事業名称	「ロダン 創造の秘密」
------	-------------

企画 (事前)	
目的・内容	フランス国立ロダン美術館に所蔵されるロダン作品(ブロンズ、石膏、大理石、版画、写真など)を借用し、これまでにない質の高いロダン展を、開館20周年記念として開催する。併せて、県内外の美術ファンに、ロダン芸術の魅力を改めて知ってもらうことを目指す。
期待される成果	①これまで公開されることのなかった石膏像を多く交えることで、ロダン芸術の新しい側面と多面性を提示することができる。 ②本展を開催することで、国立ロダン美術館との連携を深め、相互の信頼関係と今後の展覧会活動の基盤を築きなおすことができる。
指標(数値目標)	観覧者数30,000人。満足度70%。
収支(予算) /観覧者数(見込)	一般財源52,000千円。 特財率29.6%。 観覧者数30,000人。
広報戦略	①チラシを通常より早く制作し、県内における広報活動を秋から展開する。 ②読売新聞東京本社の紙面を借りて、首都圏での広報活動を行う。 ③静岡第一テレビの協力を得て、スポットを多く放っていく。

総括(事後)	
目的の達成度	当初希望していたロダンの《接吻》と《バルザック記念像》は、フランス政府の意向で出品不可となった。しかし、その後の粘り強い交渉によって、59点の石膏像や《ユゴー記念像》を含む146点もの彫刻作品を借用し、これまでにない大型のロダン展を実現することができた。特に多くの石膏像の展示によって、ロダン彫刻の新しい魅力に接してもらうことができた。46,000人を越える観覧者数も、前2会場をはるかに上回っていて、この点も評価されるべきだろう。また、ヴィエヴィル新館長を招聘できたことも、今後の展覧会活動にプラスをもたらすであろう。
アンケートにみる特徴	①新規来館者は32.7%。これまでの最高値で初めて30%を超える。 ②来館のきっかけは、テレビ42.9%、新聞22.2%。これは「世界遺産ナスカ展」におけるテレビ28.9%、新聞46.9%と逆転している。 ③展覧会の質・レベルは、「はい」+どちらかという「はい」で89.4%。
指標に基づく成果	観覧者数46,904人。満足度73.9%。講演会回数1回。美術講座2回。技法セミナー1回。実技講座1回。ワイン講座1回を開催。
研究活動評価委員会からの意見(要約)	ロダンの肉声に最も近い石膏像を、ブロンズ像や大理石像と比較しながら、極めて新鮮なロダン像を形成させた良い企画。材質による造形物の効果の違いを、これほど感じさせられたことはなかった。材質の違いに留意した展示やコレクション形成、並びにロダンの多面性を引き出すような企画展示も期待される。(坂本満委員) ロダンの名作に依らない意欲的な展覧会で、ロダンの衰えることのない創作力と、創作の秘密を明らかにしてくれる。彫刻家の制作環境に立ち返る視点は、非常に斬新である。(潮江宏三委員)
収支(決算) /観覧者数(実績)	観覧者数46,904人(目標30,000人)対目標165.3%。 特財率54.7%。 歳出51,111,400円 歳入27,970,815円
今後の改善点・課題	①現代人に新しい刺激を与える斬新なロダン展の企画を、静岡から再び発信できるように、調査・研究を進めていく。 ②ロダンとその芸術になじんでいない観覧者のために、基本的な知識や鑑賞法をわかりやすく伝える工夫が必要となる。 ③地元のマスコミとの連携によって生まれた広報成果と信頼関係を、さらに継続していけるよう努力する。

6 19年度に重点的に取り組むべき課題

① 施設の保守・改善を推進する。

- ・ 開館後20年を経過し、劣化が目立ってきた当館の諸施設を多角的に点検し、リニューアルに計画性をもって取り組んでいく。

② 斬新で独創的な自主企画展を開催する。

- ・ 当館ならではの斬新な自主企画展を開催する。
- ・ これにともない、関連情報を適切かつ迅速に全国発信できるよう、広報の体制を整える。

③ 地域連携を推進する。

- ・ 小・中学生に当館をもっと利用してもらうため、若い年齢層向けの提案を行い、新しい美術ファンづくりを推進していく。これと併せて、展覧会の観覧料についても引き続き検討していく。
- ・ 県立大学、県立中央図書館、県埋蔵文化財調査研究所との連携を通して、谷田地区を中心とする地域のまちづくりを推進していく。