

平成21年度
静岡県立美術館自己評価報告書
(一次評価)

平成22年3月
静岡県立美術館

目 次

はじめに	3
・ 自己評価システム全体図	4
第1章 館長の自己評価	
1 平成21年度事業評価結果（総括要旨）	6
2 館長公約に対する自己評価	7
第2章 達成目標等に対する評価	
1 館長公約Aの達成状況	9
2 館長公約Bの達成状況	17
3 館長公約Cの達成状況	19
4 館長公約Dの達成状況	21
第3章 評価指標等の状況	
1 評価指標（定量的指標）	23
2 評価指標（定性的指標）	25
3 展覧会に関する自己点検評価表	29
4 アンケート調査結果のまとめ	31
5 「美術館カルテ」の状況	33
第4章 今後の取組方針	
1 達成目標	37
2 平成22年度取組方針	39
3 平成22年度アクションプラン	40

<別添>

「平成21年度静岡県立美術館評価業務報告書」（(財)静岡総合研究機構）

はじめに

静岡県立美術館では、美術館をとりまく環境が大きく変化する中で、時代の要請に適った公立美術館の実現を目指し、客観的な評価システムの構築とそれに基づく自律的な運営改善に取り組んできた。

平成13年度に職員によるワーキンググループを設置して評価指標に関する検討を開始し、平成15年7月には評価システムの構築に向けて、「静岡県立美術館評価委員会」（高階秀爾委員長）を設置し、本格的な検討を行った。

「静岡県立美術館評価委員会」による平成16年3月の中間報告書「ニューパブリックミュージアム（NPM）の実現をめざして」、平成17年4月の最終提言書「評価と経営の確立に向けて」の2つの提言を踏まえて、県立美術館では、戦略計画方式による自己評価システム（通称：ミュージアム・ナビ）を構築し、平成17年7月から運用を開始した。

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

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

今年度は、これまでの成果を踏まえ、平成21年度の取組に関する自己評価結果及び平成22年度以降の取組について報告書にとりまとめた。

報告書は、まず第1章において、館長による全体的な自己評価結果を示した上で、第2章で、4つの館長公約それぞれについて、評価指標による達成目標等の実績に基づいて自己評価を行った結果を記載している。第3章では、自己評価の基礎となった評価指標等の状況を整理し、第4章では、これらの自己評価結果を踏まえた平成22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

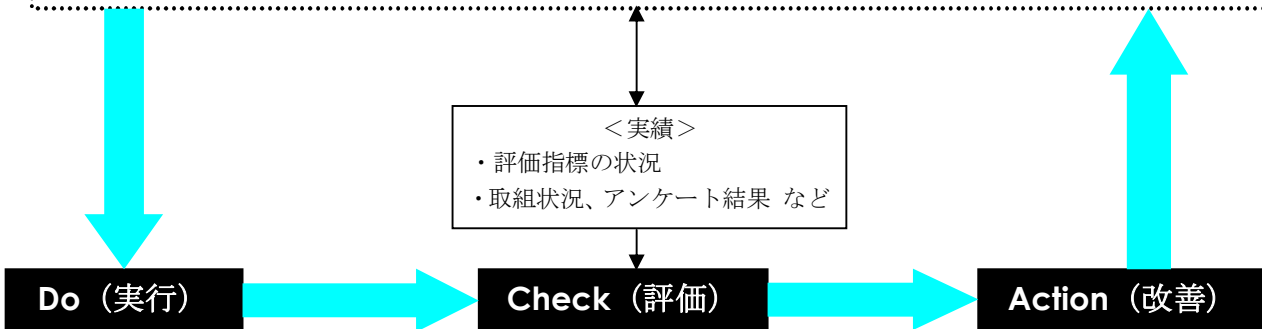
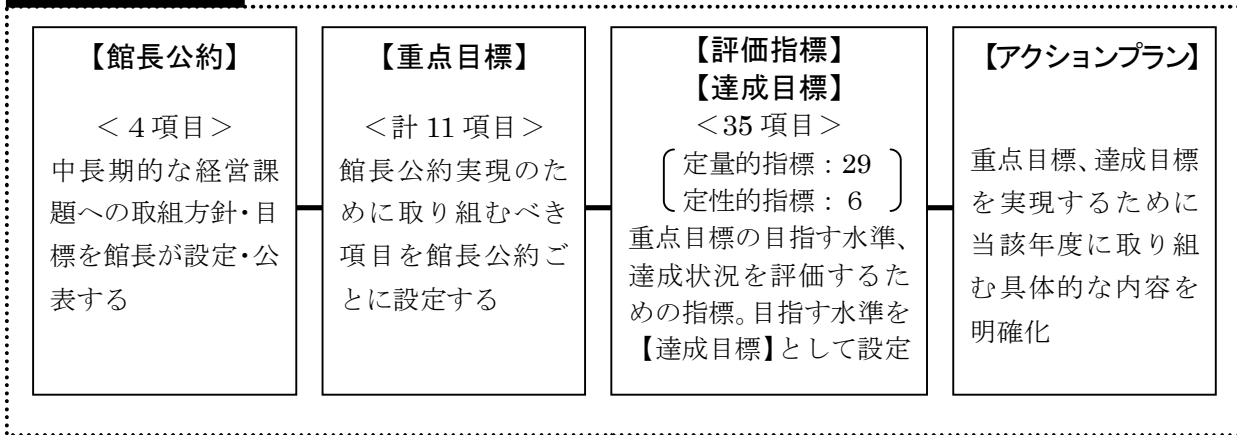
静岡県立美術館は、創造的で多様性に富んだ社会を実現していくために存在します。そのために、コレクションを基盤として人々が美術と出会い新たな価値を見出す体験の場をより多く提供するとともに、地域をパートナーと考える経営を行い、日本の新しい公立美術館となります



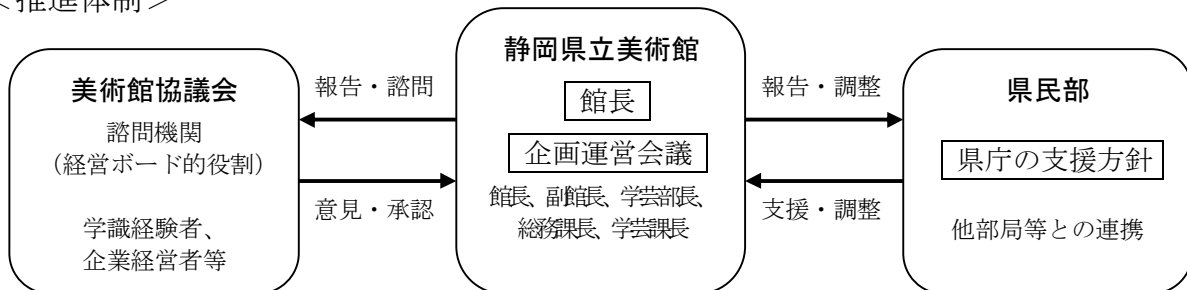
< 自己評価の流れ >

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

第1章 館長の自己評価

第1章では、館長が平成21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21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21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21年度事業評価結果（総括要旨）

本年度は、6月4日に富士山静岡空港が開港し、本県では就航先等を中心とした観光客誘致のための様々な取組を行った。県立美術館においても、県文化政策室等との連携により、当館の観光ルート化を図るべく、ロダン館を中心としたPR活動を行い、観光ルート化モデル事業「夕暮れロダンツアー」を実施した。またリニューアルのための長期休館を行い、展示室及び県民ギャラリー等の改修工事を実施した。

こうした状況の中で、平成21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250,200人には及ばなかったが、221,185人に達したことが挙げられる。内訳を見ると、展覧会の来館者数(企画展等)が、目標の145,000人には及ばず、119,416人とどまったが、一方で収蔵品展は、目標の15,000人を超え18,042人に達し、コレクションの鑑賞機会が増える結果となった。

個別に見ると、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、コレクションに関する学芸員の調査・研究の成果を示すことができた。具体的には、静岡ゆかりの現代作家の全貌を紹介する企画展「静岡の美術IX 柳澤紀子展」や開館以来収集に努めてきた狩野派コレクションに新出作品を加えて一堂に展示する「狩野派の世界2009」展を開催したことで、本県に優れた芸術的土壌が存在することを改めて示すことができた。

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、コレクションを活用した鑑賞プログラムを学校等と連携して実施したことで、子供たちの美術作品に対する理解を深めることができた。

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、既存メディアによる広報は、過去3年間、ある一定の成果を上げてきているものの数値は安定しており、新たな広報メディアの開拓とメディアの特性に応じた広報戦略の策定が必要である。

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、リニューアルのための長期休館中に、県民ギャラリーの床面をフローリングに替える工事などを行い、アメニティ向上を図るとともに、レストランの業者を公募しメニューを刷新することで、サービスの改善を図ったところである。

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】

- ・ 静岡ゆかりの作家・作品の調査・研究に基づいた「静岡の美術IX 柳澤紀子展」及び「狩野派の世界 2009」を開催し、前者においてはロダン館でのコラボレーションを行い、後者では新出作品を加えて狩野派の世界に広がりを持たせるなど、学芸員による調査・研究の成果を示すことができた。
- ・ 収蔵品展の観覧者数は、目標の 15,000 人を超え、18,042 人に達した。またリニューアル工事の休館期間を利用して県内での移動美術展を実施し、コレクションの鑑賞機会をより多く提供できたことは大きな成果である。【新規】

(2) 館長公約B

【地域や学校教育との連携を深め、質の高い教育・普及活動を展開します】

- ・ コレクション（レプリカを含む）を活用したプログラムが、学校における対話型鑑賞、美術館教室、体験型事業にも広がったことで、生徒たちの作品への理解が深まるなど、教育・普及事業に更なる充実が見られた。【新規】
- ・ リニューアル工事の休館期間を利用して、学芸員が学校への出張授業を実施する回数を増やすなど、学校連携に重点的に取組んだ。
- ・ 谷田地区4機関の連携に、SPAC 及びグランシップも参画し、名称を「ムセイオン静岡」に改称するなど、地域連携を大きく進展させることができた。【新規】

(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】

- ・ 新聞・テレビ及びホームページ等の既存メディアによる広報は、一定の効果を上げたものの、平成 18 年度から 20 年度の 3 年間は、数値に大きな変化は見られず安定しており、今後は新たな広報メディアの開拓とメディアの特性に応じた広報戦略を検討する必要がある。
- ・ 県文化政策室等と連携し、ロダン館観光ルート化に向けたモデル事業「夕暮れロダンツアー」を実施し、ロダン館のPRに取組んだ。【新規】

(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】

- ・ 県民ギャラリーの床面をフローリングに替え、また本館展示室及び県民ギャラリーの壁面をガラスクロスに替えることで、利用者のアメニティ向上を図った。【新規】
- ・ レストラン及びカフェの委託業者を公募し、メニューを刷新することで、サービスの改善を図った。【新規】
- ・ 美術館周辺の道路を舗装改修し、また新たな道路標識を設置するなど、アクセスの向上に努めた。【新規】

※【新規】は、今年度からの新たな取組。

第2章 達成目標等に対する評価

第2章では、平成21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		H18	H19	H20	H21 目標	H21 実績
1	展覧会の来館者数(人)	222,608	184,535	190,669	145,000	119,416
2	自主企画・企画参加型展覧会の回数(回)	4	3	4	2	2
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	80.9
4	展覧会における新規来館者の割合(%)	22.7	19.7	17.3	20.0	21.4

(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>【柳澤紀子展】 <自主企画展> これまで展覧会を重ねてきた「静岡の美術」IXとして作家の選択も時宜を得たものであり、こうした展覧会を県立美術館として企画していただけることを望んでいる。 版画というものが広いロダン館の展示室で耐えることができるのか、いささか心配したが、杞憂に過ぎなかったようである。 (金原委員)</p> <p>郷土出身で独自の活躍をしているアーティストとしての紹介としては意義を有していたと思うが、作家自身の力量に関しては、残念ながら、それに値する作家であるかどうかについて、疑念がある。 (潮江委員)</p>
	<p>【特集 狩野派の世界 2009 展】 <自主企画展> 作品を通観して、足利幕府の絵所を占めた狩野派が、信長、秀吉以降はその嫡流が絵所的な任をまっとうし、お抱え絵師として伝統的なものを担いつづけたとの感を深くした。こうしたベースがあって江戸の絵画が大きく花咲くものとなったのである。宋元的要素をいかに払拭するか、和画化するかを作品によって啓蒙的に、かつ学術的に展示して、評価できる。 (金原委員)</p>

	<p>展覧会全体についての総括的な視点がややあいまいなような気がするのだが。展示された作品の充実度については評価したい。また館蔵品の活用についても文句なしと思う。 (榊原委員)</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------

(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	よみがえる黄金文明展	4/11～ 5/15 (31 日間)	50,000	35,740
	◎静岡の美術IX 柳澤紀子展	5/26～ 7/5 (36 日間)	8,000	6,079
	パウル・クレー 東洋への夢展	7/14～ 8/30 (42 日間)	30,000	19,878
	◎特集狩野派の世界 2009 展	9/10～10/18 (35 日間)	15,000	12,809
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	9,244
収蔵品展		年 間	15,000	18,042
静岡県立美術館・浜松市美術館合同企画展		4/18～5/17 (27 日間)	6,000	8,460
静岡県立美術館所蔵名品展<佐野美術館>		1/5～2/14 (36 日間)	5,500	4,624
静岡県立美術館所蔵名品展<掛川市二の丸美術館>		2/20～3/28 (32 日間)	3,500	4,540
合 計			145,000	119,416

◎は自主企画展

・自主企画展等の個別分析

(単位：%)

区 分		よみがえる黄金文明展	柳澤紀子展	パウル・クレー展	狩野派の世界展
観覧者の性別	男 性	42.3	38.1	34.8	48.1
	女 性	57.7	61.9	65.2	51.9
観覧者満足度		79.7	63.3	50.6	66.7
リピート観覧者		88.9	76.9	79.3	69.4
新規観覧者		11.1	23.1	20.7	30.6
新規観覧者満足度		82.2	75.8	59.4	67.3
作品やテーマに興味を持った人の割合		70.6	35.9	28.9	45.7
地域別観覧者数	中 部	61.4	54.1	53.4	48.9
	西 部	13.1	15.2	16.6	15.7
	東 部	20.2	16.3	16.6	14.0
	県 外	5.3	14.5	13.4	21.3

<分析と評価>

- ・平成 21 年度は、11 月以降改修工事で休館のため、開館日数は通常より大幅に減少した。その中で、展覧会総観覧者数は、119,416 人で、目標の 145,000 人を下回る結果となった。
- ・自主企画展は「静岡の美術IX 柳澤紀子展」、「狩野派の世界 2009」の 2 事業であったが、ともに内容面では成果をあげた。「柳澤紀子展」は、静岡ゆかりの作家を取り上げた当館独自の企画展で、現代作家の全貌を紹介した全国初の本格的展覧会でもある。ロダン館での展示を試み、ロダン作品とのコラボレーションを行うなど当館ならではの工夫も行った。「狩野派の世界

2009」は、当館所蔵作品を中心に、関連作品を借用展示した展覧会で、狩野派における当館コレクションの位置付けや意義を見出すことができた。また新規来館者・県外来館者の割合が高く、当館コレクションの魅力を新たにアピールできた。

- ・浜松市美術館、佐野美術館、掛川市二の丸美術館とそれぞれ連携した移動美術展では、当館のコレクションと相互の企画力を活かし、テーマを設けた展覧会を実施することができた。
- ・作品やテーマに興味を持った人の割合（80.9%）は目標（88.0%）を下回ったが、高水準を維持した。新規来館者の割合（21.4%）は、目標値（20.0%）を上回り、近年でも高い数値を示した。特に自主企画展で数値が高く、「柳澤紀子展」23.1%、「狩野派の世界展」30.6%と、独自テーマが未来館者の興味を喚起したと考えられる。一方、巡回展（「よみがえる黄金文明展」及び「パウル・クレー展」）では、リピート率が高く、美術館の固定ファンにアピールはできたが、新たな来館者層の開拓には至らなかった。

(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		H18	H19	H20	H21 目標	H21 実績
6	調査研究の発表件数（種類別）（回）	172	※10	14	10	11
7	内部セミナー・研究会・研修の回数（回）	11	12	12	14	14
8	大学等と連携した取組件数（件）	3	3	5	5	4
9	インターンシップの受入人数（人）	-	-	4	4	2

(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 飯田真「武蔵野図屏風」</p> <p>《武蔵野図屏風》は、名所絵の一つの発展形態であり、日本美術に流れている装飾性を十分に発揮している作品である。実際にはその色彩の素晴らしさが退色によって失われているところも否めないが、その初期の作品として、作者、制作年代をもっと絞り込む必要がある。そうした研究、調査というものの先鞭をつけたところが良い。</p> <p style="text-align: right;">(金原委員)</p> <p>美術館の所蔵品を、その館の学芸員が論文によってきっちりと位置づける試みは不可欠の仕事であり、今回の武蔵野図屏風についての論考はその点で評価されるべきだろう。</p> <p style="text-align: right;">(榎原委員)</p>
	<p>②研究紀要 村上敬「商工省工芸指導所研究序説」</p> <p>日本美術においては、近年西欧美術の概念による仕切りへの反省ないし批判が現れている。その一側面としては「かざり」とか「調度」といった生活に密着した道具や器物としての「もの」の役割を考えなおすことが行われている。「工芸」とはまさにそういう問題の中心でもある。村上氏は近代における「工芸」の一拠点である工芸指導所を調査・研究の対象として選んだことに、その着眼点に評価に値するものがあると思った。その研究の出発点としての概念の整理など、まずは適切な論文だと思う。</p> <p style="text-align: right;">(坂本委員)</p>
	<p>本稿は、商工省工芸指導所を主題とする一巻の本の序となるべき位置にあるもので、今後の調査研究が期待される。ただし、今後の展開として、同指導所に関わった人々に関する調査研究を行う、としながらも、タウト、剣持勇の名を上げながら、誰を最初とするかが絞られていない点がやや気になる。</p>

	<p>研究の出発点に「<彫刻>と<工芸>」展があったのを踏まえるならば、今後、この調査研究と展覧会企画が関連を持っていくよう期待する。それは、美術館学芸員こそができることなのではないだろうか。</p> <p style="text-align: right;">(山梨委員)</p> <p>③研究紀要 川谷承子「画廊とコレクター」</p> <p>北川民次の大作が静岡県美にもたらされたのも、実川氏の力が大きかったと聞いている。そのように現代美術の収集にあって大きな活動をした人物の最初のドキュメントとなるものである。</p> <p>作品論や作家論とは異なる視野が開けてくるところが良いので、この記録の厚みを加えて一本にまとめられることを望む。</p> <p style="text-align: right;">(金原委員)</p> <p>今の若い世代の問題意識で、新たな着眼点で着手したばかりの研究であり、今後の成果に期待したい。</p> <p style="text-align: right;">(潮江委員)</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<分析と評価>

- ・学芸員による月例研究会の他、他館学芸員を客員講師として招いた研究会を2回実施した。コレクション及び寄託品に関連した充実した内容であり、今後の作品収集や展覧会開催に向けての連携の基礎固めとしても有益であった。
- ・インターンは寄託品の整理・調査において実績を残したが、受入人数が2名に留まったことには課題を残した。活動期間や条件等で互いに有益な実施方法を再検討する必要がある。

(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		H18	H19	H20	H21目標	H21実績
11	収蔵品展の観覧者数(人)	13,265	18,196	17,850	15,000	18,042
12	収蔵品の公開件数(貸出し含む)(件)	557	465	446	400	496
13	作品購入件数・購入価格(件・千円)	4 6,388	2 29,896	3 12,757	3 20,000	3 133,350 (113,400)
14	作品寄贈件数・評価価格(件・千円)	10 46,200	23 26,435	47 69,625	10 10,000	20 22,950

13()は、基金対応額

(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・ロダン・彫刻)</p> <p>名古屋ポストン美術館および東京国立近代美術館で開催された2つの「ゴーギャン」展に、ゴーギャンの油彩画《家畜番の少女》および彫刻《オヴィリ》を出品した。同展は、それぞれの館がもう一方の館の特別協力者となり実現した別個の展覧会で、出品作品は多少異なり、カタログも別々に出版されているが、当館は両会場に2作品を貸し出した。展覧会の規模はそれほど大きくないが、日本国内で、海外からの出品も含めて初期から晩期までの作品を集めた回顧展の開催は意義があった。そのような展覧会に、初期の代表作の一つとして当館の油彩画を、また中期の彫刻の1点として当館の収蔵品を出品したことは、当館の西洋コレクションの普及に一役買ったと思われる。</p>

(日本画)

休館期間を利用した移動美術展において、所蔵日本画を活用したテーマ展示を行った。佐野美術館「物語のある絵画～静岡県立美術館&佐野美術館コレクションによる」(1/5～2/14)は、当館所蔵品を主体としながら佐野美術館所蔵の能面等を組み合わせ、文学と深い関連を持つ日本美術のあり様を示した。また、掛川市二の丸美術館「静岡県立美術館コレクション 日本画にみる風景—富士を愛でる 山水から風景画へ—」(2/20～3/28)では収集方針の柱である山水・風景面を取り上げた。当館日本画コレクションによってテーマ立てによる展覧会が成立することを示すものであり、継続的な収集活動に基づくコレクションの充実を端的に表すものといえる。

また、当館日本画コレクションを特徴づける狩野派作品については、栃木県立博物館「狩野派—四〇〇年の栄華—」(10/10～11/23)に所蔵品5点寄託品1点を出品し、重要な位置を占めた。画壇における狩野派の意義や、永徳・探幽らいわゆる巨匠以外の狩野派絵師の再検証・掘り起こしが進む中、当館の一群の狩野派コレクションは今後も重要性を増すものと考えられる。

(日本洋画)

日本洋画作品についても数件の貸出があったが、とりわけ19世紀後半から20世紀初頭にかけての政治的転換期を扱った展覧会への出品要請が目立った。

20世紀初頭の台湾風景を描いた石川欽一郎の一連の水彩画は「近代の東アジアイメージ——日本近代美術はどうアジアを描いてきたか」(豊田市美術館)に出品されたが、「内地」と「外地」(この場合は台湾)を往還して外地での美術教育にも大きな役割を果たした画家の視線のありようを、画家の個人史的視点にとどまらず、東アジア史の中に投影する意義を狙った展覧会でありそれを実現せしめた作品の一つであったといえる。

また、幕末から明治期にかけて徳川家にきわめて近い位置で活動した画家・川村清雄の作品のうち、《巨岩海浜図》《静物写生》の2点は、「大・開港展——徳川将軍家と幕末明治の美術」(横浜美術館)、「山岡鉄舟と明治の群像」(駿府博物館)の2展覧会に出品された。いずれも、明治維新以後、忘れられがちになった近世以来の文化的血脈を表現・人脈の両面において体現する存在であったこの特異な画家の仕事を、かたや日本外交史、かたや地方史の舞台で位置づけようとする意欲的な展覧会であり、川村作品もよくその負託に応えたといえることができる。

昨今、近代史の読みなおしの作業の進展に伴い、美術館の世界においても、視覚文化としての絵画的表象の意義を真摯に考察する意義深い展覧会が増えている。そのような脱名品主義的な近代美術展の流れの中にあっても、当館の近代日本洋画作品が一定の価値を持っていることが評価されたと自負するものである。

(現代美術)

「石田徹也展と静岡県ゆかりの画家」(浜松市美術館 4月18日～5月17日)に、当館所蔵の石田徹也作品21点を貸出。石田徹也の県西部での初めての大型展であり、注目された。代表作《飛べなくなった人》をはじめとする当館所蔵品は、展示構成の中心的な役割を果たした。

<分析と評価>

- ・収蔵品展の観覧者数は、本館が約5ヶ月、ロダン館が約2ヶ月とリニューアル工事のため休館していたが、対目標120%の達成率を示し、昨年度を上回る結果となった。
- ・公開件数についても、目標を上回った。ただし、平成18年度から数値はほぼ横ばいである。このことは、コレクションが充実してきたことを示すものである。
- ・作品購入件数は、基金による作品購入が加わっているため、例年と比べ額が増加している。通常の作品購入枠の予算が年々減少している中で、基金により収集方針に合致する日本画の高額作品3点が購入できたことは、特色あるコレクション形成に大きく寄与したといえる。

- ・例年同様の作品の寄贈があった。作品購入枠の予算が年々減少する中で、引き続き作品の質の確保をしつつ受け入れを進める必要がある。
- ・当館収蔵品の貸し出しについては、他館開催の意義深い展覧会への出展要請を受け、それぞれが展覧会コンセプトに対して重要な位置を占める役割を果たしたと同時に、当館コレクションの普及にも寄与した。

2 館長公約Bの達成状況

【館長公約B】

地域や学校教育との連携を深め、質の高い教育・普及活動を展開します

(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		H18	H19	H20	H21 目標	H21 実績
16	学校教育と連携した取組数 (件)	-	290	385	300	305
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	17

16 について 粘土教室、絵具教室、音のかけらWS、ロダン館デッサン実習、ロダン館ななふしぎ、美術館の秘密をさぐれ、(学校対応) ギャラリー・トーク、職場体験、教員研修、出張粘土教室、出張美術講座、粘土貸出し

17 について 特別講演会、美術講座、鑑賞講座、日本画をじかに見る、フロアレクチャー、ギャラリー・トーク、オリエンテーション、ロダン体操、タッチツアー、展覧会関連普及事業 (高校生ギャラリートーク、高校生による展覧会PR映像製作)、音のかけらWS、ロダン館ななふしぎ

18 について 美術講座、鑑賞講座、日本画をじかに見る、フロアレクチャー、ギャラリー・トーク、オリエンテーション、工作アトリエ、創作週間スペシャル、ロダン館デッサン会、ロダン館コンサート、ロダン体操、タッチ・ツアー、出張美術講座、展覧会関連普及事業 (高校生ギャラリートーク)、音のかけらWS、ロダン館デッサン実習、ロダン館ななふしぎ

(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>学校教育との連携は、レプリカ等を使用し、教諭と打ち合わせをした上での共同授業を展開することによって、充実した内容になってきている。</p> <p>一部の鑑賞系プログラムは、学校教育との新たな連携を試行することができた。また、コレクションを活用したプログラムには、特に力を入れた。</p>

<分析と評価>

- ・学校教育との連携は、第1回鑑賞教育指導者研修会(教員向け)の開催と同会で紹介したコレクションのレプリカ等の活用(出張美術講座やレプリカのレンタル)により、教室内での対話式の鑑賞へとつながるプログラムに発展していく事例が見られたことは、大きな成果である。
- ・鑑賞系のプログラムは、対象年齢を明確にしたプログラムを用意することで、年齢に応じた内容にすることができた。
- ・コレクションを活用したプログラムは、美術館教室や体験系プログラムにも広げており、さらに発展させていく必要がある。

(2) 講座・講演会等を充実します

(達成目標の実績)

評価指標		H18	H19	H20	H21 目標	H21 実績
20	講演会等の開催回数 (回)	214	211	240	180	173
21	学芸員のフロアレクチャー等の数(回)	16	17	58	17	86

<分析と評価>

- ・開催回数は、目標には及ばなかったが、リニューアル工事の休館期間を考慮に入れると、概ね妥当な数値である。
- ・内容については、企画展、収蔵品展のテーマに合わせ館内で開催されたものと、学校や移動美術展会場に出張して行ったものとに大別することができ、開催形式についても、着席して聴講するものから作品鑑賞に重点を置いた参加型の講座までバリエーションに富んでいる。
- ・とりわけ本年度は、学芸員が各学校に赴き出張授業を行った回数が増えている点の特徴であり、リニューアル工事の休館期間の有効活用と近年の学校連携への重点的取組みの成果が表れている。

(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

(達成目標の実績)

評価指標		H18	H19	H20	H21 目標	H21 実績
22	地域住民等と連携した取組数 (件)	2	2	10	3	6
23	館内空間を生かした催事の件数・参加者数(件・人)	92 5,914	90 5,400	101 4,054	60 5,500	34 6,506

(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>工事休館期間を利用して積年の課題であるボランティアの組織改革を行い、平成 22 年度に向けて新たに活動者を募集した。活動方針を明確化し組織をシンプルにすることで、ボランティアとのより密な連携のための基盤を整えることができた。</p> <p>谷田地区の文化機関連携は、静岡県立大学、静岡県立中央図書館、静岡県埋蔵文化財調査研究所、静岡県立美術館に加え、静岡県舞台芸術センター(S P A C)及びグランシップ(静岡県コンベンションアーツセンター)も参画して 6 機関となり、名称を「ムセイオン静岡」と改め、多分野の文化施設の連携を進めた。</p> <p>県立中央図書館や県埋蔵文化財調査研究所との県民ギャラリーを利用した共同企画展開催など、幅広い活動を行った。</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、茶会などを実施した。</p>

<分析と評価>

- ・「ムセイオン静岡」を通じた谷田地区文化機関の連携により、展覧会開催や講演会運営など具体的な成果に結びつき、来館者に県立美術館の活動を広くアピールすることができた。
- ・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		H18	H19	H20	H21 目標	H21 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(%)	69.7	67.9	69.8	70.0	66.5
25	ホームページへのアクセス件数(件)	155,400	164,500	164,000	170,000	147,225
26	ホームページの満足度(%)	77.8	70.0	74.3	70.0	71.9

<分析と評価>

- ・「美術館に関する情報が「入手しやすい」とする人の割合」については、ここ数年微増と微減を繰り返すのみで、大きな変化は見られなくなってきている。また「ホームページへのアクセス件数」も一時期の激増期を終え、やはり安定化の傾向が顕著になった（今年度の減少も工事休館を反映した自然減と思われる）。「ホームページの満足度」についても、70パーセント台を推移しており、量的にも質的にもホームページ広報はおおむね安定期に入ったといえるだろう。あくまでも推測の域を出ないが、パソコンの普及が行き届いたことなどが理由として想定される。
- ・今後は、No. 24 については、例えば「広報課」の設置、No. 25 及び No. 26 については「館のホームページ」にとらわれない新広報メディアの導入などの方策を検討する必要がある。

(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		H18	H19	H20	H21 目標	H21 実績
28	取材の件数 (件)	-	-	40	25	21

(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	文化政策室と連携し、ロダン館の効果的な誘客について会議を開催した。 旅行会社勤務経験者に意見を聴取し、ツアー売り込みの可能性を模索した。 「夕暮れロダンツアー」を実施し、ロダン館のアピールに努めた。 年間スケジュールパンフレットの中扉でロダン館の館内画像を大きく取り扱うことで、全国にロダン館の存在をPRした。

<分析と評価>

- ・「夕暮れロダンツアー」では、322名の誘客を実現し、実施したアンケートには「とても素晴らしい企画」との声が多く寄せられるなど、参加者の反応も上々であった。地味になりがちな常設展示にあって、ロダン館の存在感をアップする一定の成果があったと考えられる。

(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		H18	H19	H20	H21 目標	H21 実績
30	ロダン館の入館者数(人)	105,545	74,290	81,771	80,000	45,751

<分析と評価>

- ・リニューアル工事のための長期休館があったため、今年度は目標者数を下回った。しかし、ロダン館での教育・普及イベントへの参加者数は昨年度よりも増加している。この要因は、充実したプログラムが来館者への魅力であるとともに、館外への広報・周知が行き渡っているためと思われる。

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		H18	H19	H20	H21目標	H21実績
31	美術館利用者数（内訳）（人）	423,834	373,556	389,194	250,200	221,185
32	鑑賞環境に対する満足度(%)	84.6	87.1	87.4	90.0	84.4
33	レストラン・カフェ利用者の満足度(%)	57.1	61.7	54.5	70.0	68.8
34	ミュージアムショップ利用者の満足度(%)	77.1	76.9	80.6	80.0	84.4

(参考指標の状況)

・利用者数の内訳

(単位：人)

区 分	H21 目標	H21 実績
展覧会観覧者数	130,000	101,792
移動美術展	15,000	17,624
教育普及プログラム参加者数	18,000	26,325
ミュージアムコンサート入場者数	1,500	1,405
県民ギャラリー入場者数	40,000	37,253
講堂入場者数	4,700	5,155
レストラン利用者数	23,000	15,679
ミュージアムショップ利用者数	13,000	12,236
図書閲覧室利用者数	5,000	3,716
合 計	250,200	221,185

<分析と評価>

- ・リニューアル工事のための長期休館があったため、利用者数は例年を下回った。
- ・県民ギャラリーについては、工事休館中に床面をフロアシートからフローリングに替える工事と移動壁の改修工事を行った。利用者の満足度向上につながるものと考えられる。
- ・レストランとカフェについては、工事休館中に委託業者の公募を行い、書類審査と試食審査により業者選定を行った。結果的には従来の委託業者と契約する結果となったが、アンケート調査の結果をふまえてメニューを変更するなど、サービス改善・向上に努めた。また工事休館中に厨房設備の更新、タイルカーペットの更新も行った。

(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		H18	H19	H20	H21 目標	H21 実績
35	来館者のアクセス満足度 (%)	78.9	78.1	76.4	80.0	78.0
		67.3	80.1	80.7		75.8

※ 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>

- ・「来館者のアクセス満足度」については、目標の80パーセントを僅かに下回る結果となった。
- ・具体的な対応としては、でこぼこになっていた歩道面を改修する工事及びプロムナード入口付近からタクシー乗り場にかけての車道の舗装面を改修する工事を行った。また南幹線から当館へ向かう道路の交差点付近に一ヵ所案内標識を新たに設置した。
- ・利用者からの問合せに対しては、「JR草薙駅からバスを利用するのが便利であること」を周知するべく電話での対応に配慮した。

第3章 評価指標等の状況

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

1 評価指標（定量的指標）

	評価指標	H16実績	H17実績	H18実績	H19実績	H20実績	H21目標	H21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	190,669	145,000	119,416
2	自主企画・企画参加型展覧会の回数(回)		6	4	3	4	2	2
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	80.9
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	21.4
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	11
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	4
9	インターンシップの受入人数(人)		-	-	-	4	4	2
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	18,042
12	収蔵品の公開件数(貸出し含む)(件)		668	557	465	446	400	496
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	3 133,350 (113,400)
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	20 22,950
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	305
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	17

※ 平成19年度から対象を変更

※ 13()内は、基金対応額。

	評価指標	H16実績	H17実績	H18実績	H19実績	H20実績	H21目標	H21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	240	180	173
21	学芸員のフロアレクチャー等の数（回）		31	16	17	58	17	86
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	6
23	館内空間を生かした催事の件数・参加者数（件・人）		61 3,504	92 5,914	90 5,400	101 4,054	60 5,500	34 6,506
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								
24	美術館に関する情報が「入手しやすい」とする人の割合（%）		71.5	69.7	67.9	69.8	70.0	66.5
25	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	147,225
26	ホームページの満足度（%）		69.6	77.8	70.0	74.3	70.0	71.9
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	21
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	45,751
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	250,200	221,185
32	鑑賞環境に対する満足度（%）		89.6	84.6	87.1	87.4	90.0	84.4
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	68.8
34	ミュージアムショップ利用者の満足度（%）		89.3	77.1	76.9	80.6	80.0	84.8
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	78.0 75.8

※ 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）
柳澤紀子展 <自主企画展>	<p>【柳澤紀子展】 <自主企画展></p> <p>これまで展覧会を重ねてきた「静岡の美術」IXとして作家の選択も時宜を得たものであり、こうした展覧会を県立美術館として企画していただけることを望んでいる。</p> <p>版画というものが広いロダン館の展示室で耐えることができるのか、いささか心配したが、杞憂に過ぎなかったようである。</p> <p style="text-align: right;">（金原委員）</p> <p>郷土出身で独自の活躍をしているアーティストとしての紹介としては意義を有していたと思うが、作家自身の力量に関しては、残念ながら、それに値する作家であるかどうかについて、疑念がある。</p> <p style="text-align: right;">（潮江委員）</p>
狩野派の世界展 <自主企画展>	<p>作品を通観して、足利幕府の絵所を占めた狩野派が、信長、秀吉以降はその嫡流が絵所的な任をまっとうし、お抱え絵師として伝統的なものを担いつづけたとの感を深くした。こうしたベースがあって江戸の絵画が大きく花咲くものとなったのである。宋元的要素をいかに払拭するか、和画化するかを作品によって啓蒙的に、かつ学術的に展示して、評価できる。</p> <p style="text-align: right;">（金原委員）</p> <p>展覧会全体についての総括的な視点がややあいまいなような気がするのだが。展示された作品の充実度については評価したい。また館蔵品の活用についても文句なしと思う。</p> <p style="text-align: right;">（榊原委員）</p>
10	調査研究に関する外部評価（レビュー）
①研究紀要 飯田真「武蔵野図屏風」	<p>《武蔵野図屏風》は、名所絵の一つの発展形態であり、日本美術に流れている装飾性を十分に発揮している作品である。実際にはその色彩の素晴らしさが退色によって失われているところも否めないが、その初期の作品として、作者、制作年代をもっと絞り込む必要がある。そうした研究、調査というものの先鞭をつけたところが良い。</p> <p style="text-align: right;">（金原委員）</p> <p>美術館の所蔵品を、その館の学芸員が論文によってきっちりと位置づける試みは不可欠の仕事であり、今回の武蔵野図屏風についての論考はその点で評価されるべきだろう。</p> <p style="text-align: right;">（榊原委員）</p>
②研究紀要 村上敬「商工省工芸指導所研究序説」	<p>日本美術においては、近年西欧美術の概念による仕切りへの反省ないし批判が現れている。その一側面としては「かざり」とか「調度」といった生活に密着した道具や器物としての「もの」の役割を考えなおすことが行われている。「工芸」とはまさにそういう問題の中心でもある。村上氏は近代における「工芸」の一拠点である工芸指導所を調査・研究の対象として選んだことに、その着眼点に評価に値いするものがあると思った。その研究の出発点としての概念の整理など、まずは適切な論文だと思う。</p> <p style="text-align: right;">（坂本委員）</p> <p>本稿は、商工省工芸指導所を主題とする一巻の本の序となるべき位置にあるもので、今後の調査研究が期待される。ただし、今後の展開として、同指導所に関わった人々に関する調査研究を行う、としながらも、タウト、剣持勇の名を上げながら、誰を最初とするかが絞られていない点がやや気になる。</p>

研究の出発点に「<彫刻>と<工芸>」展があったのを踏まえるならば、今後、この調査研究と展覧会企画が関連を持っていくよう期待する。それは、美術館学芸員こそができることなのではないだろうか。

(山梨委員)

③研究紀要 川谷承子「画廊とコレクター」

北川民次の大作が静岡県美にもたらされたのも、実川氏の力が大きかったと聞いている。そのように現代美術の収集にあって大きな活動をした人物の最初のドキュメントとなるものである。

作品論や作家論とは異なる視野が開けてくるところが良いので、この記録の厚みを加えて一本にまとめられることを望む。

(金原委員)

今の若い世代の問題意識で、新たな着眼点で着手したばかりの研究であり、今後の成果に期待したい。

(潮江委員)

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

(西洋画・ロダン・彫刻)

名古屋ボストン美術館および東京国立近代美術館で開催された2つの「ゴーギャン」展に、ゴーギャンの油彩画《家畜番の少女》および彫刻《オヴィリ》を出品した。同展は、それぞれの館がもう一方の館の特別協力者となり実現した別個の展覧会で、出品作品は多少異なり、カタログも別々に出版されているが、当館は両会場に2作品を貸し出した。展覧会の規模はそれほど大きくないが、日本国内で、海外からの出品も含めて初期から晩期までの作品を集めた回顧展の開催は意義があった。そのような展覧会に、初期の代表作の一つとして当館の油彩画を、また中期の彫刻の1点として当館の収蔵品を出品したことは、当館の西洋コレクションの普及に一役買ったと思われる。

(日本画)

休館期間を利用した移動美術展において、所蔵日本画を活用したテーマ展示を行った。佐野美術館「物語のある絵画～静岡県立美術館&佐野美術館コレクションによる」(1/5～2/14)は、当館所蔵品を主体としながら佐野美術館所蔵の能面等を組み合わせ、文学と深い関連を持つ日本美術のあり様を示した。また、掛川市二の丸美術館「静岡県立美術館コレクション 日本画にみる風景—富士を愛でる 山水から風景画へ—」(2/20～3/28)では収集方針の柱である山水・風景画を取り上げた。当館日本画コレクションによってテーマ立てによる展覧会が成立することを示すものであり、継続的な収集活動に基づくコレクションの充実を端的に表すものといえる。

また、当館日本画コレクションを特徴づける狩野派作品については、栃木県立博物館「狩野派—四〇〇年の栄華—」(10/10～11/23)に所蔵品5点寄託品1点を出品し、重要な位置を占めた。画壇における狩野派の意義や、永徳・探幽らいわゆる巨匠以外の狩野派絵師の再検証・掘り起こしが進む中、当館の一群の狩野派コレクションは今後も重要性を増すものと考えられる。

(日本洋画)

日本洋画作品についても数件の貸出があったが、とりわけ19世紀後半から20世紀初頭にかけての政治的転換期を扱った展覧会への出品要請が目立った。

20世紀初頭の台湾風景を描いた石川欽一郎の一連の水彩画は「近代の東アジアイメージ——日本近代美術はどうアジアを描いてきたか」(豊田市美術館)に出品されたが、「内地」と「外地」(この場合は台湾)を往還して外地での美術教育にも大きな役割を果たした画家の視線のありようを、画家の個人史的視点にとどまらず、東アジア史の中に投影する意義を狙った展覧会でありそれを実現せしめた作品の一つであったといえる。

また、幕末から明治期にかけて徳川家にきわめて近い位置で活動した画家・川村清雄の作品のうち、《巨岩海浜図》《静物写生》の2点は、「大・開港展——徳川将軍家と幕末明治の美術」(横浜美術館)、「山岡鉄舟と明治の群像」(駿府博物館)の2展覧会に出品された。いずれも、明治維新以後、忘れられがちになった近世以来の文化的血脈を表現・人脈の両面において体現する存在であったこの特異な画家の仕事を、かたや日本外交史、かたや地方史の舞台上で位置づけようとする意欲的な展覧会であり、川村作品もよくその負託に応えたといえることができる。

昨今、近代史の読みなおしの作業の進展に伴い、美術館の世界においても、視覚文化としての絵画的表象の意義を真摯に考察する意義深い展覧会が増えている。そのような脱名品主義的な近代美術展の流れの中にあっても、当館の近代日本洋画作品が一定の価値を持っていることが評価されたと自負するものである。

(現代美術)

「石田徹也展と静岡県ゆかりの画家」(浜松市美術館 4月18日～5月17日)に、当館所蔵の石田徹也作品21点を貸出。石田徹也の県西部での初めての大型展であり、注目された。代表作《飛べなくなった人》をはじめとする当館所蔵品は、展示構成の中心的な役割を果たした。

19 教育・普及プログラムに関する美術館職員のレポート

学校教育との連携機会が増えたことにより、普及内容が充実した一方で、課題が顕在化してきている(課題:遠距離校との連携、出張ワークショップの要望、レプリカのレンタル方法等)。

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

工事休館期間を利用して積年の課題であるボランティアの組織改革を行い、平成22年度に向けて新たに活動者を募集した。活動方針を明確化し組織をシンプルにすることで、ボランティアとのより密な連携のための基盤を整えることができた。

谷田地区の文化機関連携は、静岡県立大学、静岡県立中央図書館、静岡県埋蔵文化財調査研究所、静岡県立美術館に加え、静岡県舞台芸術センター(S P A C)及びグランシップ(静岡県コンベンションアーツセンター)も参画して6機関となり、名称を「ムセイオン静岡」と改め、多分野の文化施設の連携を進めた。

県立中央図書館や県埋蔵文化財調査研究所との県民ギャラリーを利用した共同企画展開催など、幅広い活動を行った。

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、茶会などを実施した。

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

文化政策室と連携し、ロダン館の効果的な誘客について会議を開催した。

旅行会社勤務経験者に意見を聴取し、ツアー売り込みの可能性を模索した。

「夕暮れロダンツアー」を実施し、ロダン館のアピールに努めた。

年間スケジュールパンフレットの中扉でロダン館の館内画像を大きく取り扱うことで、全国にロダン館の存在をPRした。

3 展覧会に関する自己点検評価表

- 1 よみがえる黄金文明展
ーブルガリアに眠る古代トラキアの秘宝ー
- 2 静岡の美術区 柳澤紀子展
- 3 バウル・クレー 東洋への夢展
- 4 特集 狩野派の世界 2009 展

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78.6%。おおむね8割を保持している。ここ数年はほぼ横ばい傾向で、当館の特徴として定着した館がある。その中では「よみがえる黄金文明展」のリピーター率の高さ(88.9%)が目目を引く。次点の「バウル・クレール展」(79.3%)と9.6ポイントもの開きがあり、いわゆる文明展のみを鑑賞するリピーターの存在を推測させる。また、それとは逆に「狩野派の世界展」の新規来館者の割合の高さ(30.6%)も目立つ。

・これらの結果からは、ここ10年ほど続けてきた文明展よりは「コレクションを中心とした近世美術展」にこそ新規顧客開拓の可能性があるという論理的帰結を得ることとなる。

・「風景の美術館としての認知度」は20%台前半にとどまっている(24.8%)。この数値は来館回数が増えるほど高くなるものと推測されるのだが、今回はリピーター率79.3%の「バウル・クレール展」における「風景の美術館としての認知度」が19.1%、リピーター率69.4%の「狩野派の世界展」におけるそれが25.8%という逆転現象が起きているのが興味深い。いずれにせよ「風景の美術館」が館のブランドイメージとして定着しているとは言い難い。

・「情報の入手しやすさ」では「よみがえる黄金文明展」が最も高い(74.7%)。同展の「来館のきっかけ」としては「新聞」(56.3%)と「テレビ」(23.4%)の割合が非常に大きく、マス媒体の広報力の高さが示されたかたちとなった。

・「県外来館者の割合」では「よみがえる黄金文明展」の低さ(5.3%)と、「狩野派の世界展」の高さ(21.3%)が目につく。とくに後者が「情報の入手しやすさ」では最下位であったことを考え合わせると、「静岡県美でしか観ることのできないコレクションを中心とした展示」であれば、情報の伝わりにくい遠方にあってもわざわざ来県して鑑賞するという層の存在を予想させる。

(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96.9%であり、極めて高い。20年度も97.8%という数値を示しており、高どまりの傾向がある。

・「プログラムの前後に展覧会を観覧した参加者」の割合は47.6%であり、19年度(35.8%)、20年度(41.8%)から引き続いて上昇傾向が続いている。

(3) レストラン利用者アンケート

・レストランの満足度は68.8%であり、19年度(61.7%)、20年度(54.5%)を大きく上回った。

・一方、週末の夜間営業の認知度はわずかに8.5%にとどまっている。あらためて夜間営業の告知に努めるか、費用対効果の再検討を行うべき段階にあると考えられる。

(4) ミュージアムショップ利用者アンケート

・ミュージアムショップ利用者の満足度は84.8%であった。20年度の80.6%から微増している。

・性別は女性が73.7%であり、20年度の70.5%からさらに上昇した。今後も、女性を主なターゲットとした店舗作りをベースにしつつ、男性客のとりこみを図っていく、という方向になると考えられる。

(5) 図書閲覧室利用者アンケート

- ・21年度は長期休館期間があったということもあり、サンプル回収数は7件にとどまった。これだけでは正確な分析を試みるのは難しいが、その7件がいずれも男性であり、20回以上のハードリピーターが4件、30分以上の滞在者が5件であったということはデータの的に無視できないだろう。
- ・現状、ふらりと立ちよる場所と言うよりも、調べ物や読書のために通う場所として利用されていることが想定される。

(6) ホームページ利用者アンケート

- ・回答者にしめる女性の割合は65.9%であり、展覧会の観覧者における女性の割合(59.2%)を上回っている。「機械やITは男性のもの」という思い込みは捨てなければならないだろう。
- ・ホームページ利用者の年齢層としては30代(29.3%)が最も多い。展覧会来館者に占める成人の中では30代がもっとも少ない(11.4%—ただし10代以下はもっと少ない)ことを考え合わせると、ホームページ広報力の強化が新規来館者の誘客に結びつく可能性を秘めていると言えるだろう。

5 「美術館カルテ」の状況

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

戦略目標 戦略	定量的評価指標		実績値						
			単 位	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度
No.									
戦略目標 A	質の高い美術体験を提供することにより、人々の感性を磨き、生活に変化をもたらします								
戦略 1	新たな視点に基づく展示を行います								
	1	展覧会の観覧者数	人	146,706	129,768	222,608	184,535	190,669	119,416
	2	展覧会のリピート率	%	-	82.8	77.3	80.3	82.7	78.6
	3	展覧会の満足度	%	62.8	65.8	67.7	71.7	67.4	86.8
	4	講義系の特別講演会等の回数	回	184	283	214	211	210	173
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	14,554	21,297	24,263	32,225	37,781	26,325
	6	教育・普及プログラムの満足度	%	86.0	93.9	84.8	82.1	83.7	88.2
	7	実技系プログラムに参加した人で、展覧会も観覧した人の割合	%	11.1	37.5	35.6	35.8	41.8	47.6
戦略 3	豊かな美術体験のための非日常的な環境を演出します								
	8	鑑賞環境に対する満足度	%	87.2	89.6	84.6	87.1	87.4	84.4
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	223	166	172	*10	14	11
戦略 5	より多くの方に展覧会をご覧いただくための広報に努めます								
	10	企画展ごとの取材等の件数	件	-	-	1,860	*927	29	25
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	67	11	4	2	3	3
		作品購入価格	千円	55,769	40,834	6,388	29,896	12,757	133,350 (113,400)
	12	作品寄贈の点数	点	0	3	10	23	47	20
		寄贈作品の評価額	千円	-	5,300	46,200	26,435	69,625	22,950
		作品寄託の点数	点	-	1	9	27	13	6
	13	コレクションの資産価値(※)	千円	-	1,026,600	1,144,600		※	※

11()内は、基金対応額。

戦略目標 戦略	定量的評価指標		実績値					
			単 位	16年度	17年度	18年度	19年度	20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	18,663	16,864	13,265	18,196	17,850	18,042
15	収蔵品展の企画数	本	10	15	9	12	11	6
16	収蔵作品の公開件数	点	-	668	557	465	446	496
17	収蔵作品の移動率	%	-	39.7	32.9	18.5	32.8	19
18	他館への貸出件数	件	80	97	123	161	199	180
19	特別観覧の件数	件	87	76	79	85	84	78
20	ロダン館への入館者数	人	58,733	62,768	105,545	74,290	81,771	45,751
21	ロダン館を使った催事の件数	件	6	46	58	45	83	136
	ロダン館を使った催事の観覧者数	人	-	2,336	3,174	2,700	3,143	6,423
22	ロダン美術館としての情報発信の媒体別発信回数	回	-	57	14	57	12	13
23	風景の美術館としての認知度（観覧者）	%	-	30.3	27.3	25.4	22.9	24.8
	風景の美術館としての認知度（インターネット）	%	-	8.7	14.4	-	※	※
戦略 3	コレクションについての研究活動を行います							
24	収蔵作品に関する学芸員による調査・研究の発表件数	件	-	4	11	* 2	2	5
戦略目標 C	「ここでなければ得られない」楽しく充実した一日をすごしていただける場所となります							
戦略 1	美術館へ誘（いざな）う環境を整え、安全快適に過ごしていただけるための設備や計画を整えます							
25	当館に関する情報が「入手しやすい」とする方の割合	%	-	71.5	69.7	67.9	69.8	66.5
26	公共交通機関で来館した人のアクセス満足度	%	-	82.4	78.9	78.1	76.4	78.0
27	自家用車で来館した人のアクセス満足度	%	-	76.0	67.3	80.1	80.7	75.8
28	ユニバーサルデザイン面での取組み数	件	1	2	2	3	2	2
29	美術館スタッフの対応に満足した人の割合	%	74.6	82.3	78.7	78.5	82.5	79.0

戦略目標 戦略	定量的評価指標		実績値					
			単 位	16年度	17年度	18年度	19年度	20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	61	92	90	101	34
31	ロダン館、エントランス等での催事の参加者数	人	-	3,504	5,914	5,400	4,054	6,506
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	34,213	35,634	47,770	43,727	45,211	15,679
34	レストランの満足度	%	-	63.2	57.1	61.7	54.5	68.8
35	ミュージアムショップの利用者数	人	-	13,106	23,651	24,542	19,980	12,236
36	ミュージアムショップの満足度	%	-	89.3	77.1	76.9	80.6	84.8
戦略目標 D	地域とともに進化する美術館となります							
戦略 1	市民が参画し、地域とメリットを共にする美術館活動を展開します							
37	地域住民・団体との連携を図るための意見交換会の開催回数	回	-	7	14	11	12	10
38	ボランティアの人数	人	-	277	277	284	282	212
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	623	557	636	608	680	588
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	34	41	38	39	43	26
	県民ギャラリーの稼働率	%	88.1	93.4	97.7	91.3	98.8	94.5
	講堂の利用団体数	団体	68	78	88	71	80	38
	講堂の稼働率	%	27.2	27.4	29.4	25.2	31.2	22.3
43	移動美術展の開催回数	回	2	2	2	2	2	3
	移動美術展の入場者数	人	4,553	4,490	6,082	2,669	1,507	17,624
44	広報サポーターの人数	人	156	155	112	98	88	84

戦略目標 戦略	定量的評価指標		実績値						
			単 位	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度
No.									
戦略 2	美術に関する情報集散地を目指します								
45	HPへのアクセス件数	件	98,000	103,500	155,400	164,500	164,000	147,225	
46	HPの満足度	%	-	69.6	77.8	70.0	74.3	71.9	
47	図書閲覧室の利用者数	人	4377	4,700	5,090	5,580	5,070	3,716	
48	図書閲覧室の満足度	%	-	67.5	73.5	87.0	77.8	85.8	
戦略 3	新たな顧客層・支持層を開拓していきます								
49	展覧会における小中高生の割合	%	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	118	
51	展覧会における新規来館者の割合	%	-	17.2	22.7	19.7	17.3	21.4	
52	展覧会における新規来館者の満足度	%	-	65.7	67.7	70.9	74.2	71.2	
53	地域別の利用者数の割合（東部）	}	静岡市内	42.0	16.4	14.5	15.8	15.9	16.8
	地域別の利用者数の割合（中部）		県内	42.0	63.8	61.3	57.7	60.0	54.4
	地域別の利用者数の割合（西部）		(市内除く)		12.8	13.4	16.4	15.0	15.2
	地域別の利用者数の割合（県外）			11.0	7.0	10.8	10.1	9.2	13.6
54	2世代・3世代一緒に観覧に来ている割合	%	-	26.7	29.7	25.9	26.0	29.6	
55	観光ルート化を実現するための会議の開催	回	-	4	3	7	7	4	
戦略目標 E	美術館経営を改革していきます								
戦略 1	経営に関する考えを常に社会に伝え、ガラス張りで責任の明確な経営を行います								
56	経営に関する情報の公開件数	件	-	8	13	10	7	5	
戦略 2	進化していく美術館について研究します								
57	経営に関する調査・研究件数	件	-	4	15	6	6	5	
戦略 3	美術館が社会に役立つための職員教育を徹底します								
58	職員研修の件数	件	-	18	10	21	11	9	
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	4	2	2	2	3	

第4章 今後の取組方針

第4章では、平成21年度の自己評価を踏まえた平成22年度以降の取組方針について記載している。

まず、平成23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22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22年度に取り組む具体的な行動計画を記載した。

1 平成22年度以降の達成目標

評価指標	実績				目標値		
	H18	H19	H20	H21	H22	H23	
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)	222,608	184,535	190,669	119,416	150,000	150,000
2	自主企画・企画参加型展覧会の回数(回)	4	3	4	2	4	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	80.9	88.0	88.0
4	展覧会における新規来館者の割合(%)	22.7	19.7	17.3	21.4	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)	172	※10	14	11	10	10
7	内部セミナー・研究会・研修の回数(回)	11	12	12	14	14	14
8	大学等と連携した取組件数(件)	3	3	5	4	5	5
9	インターンシップの受入人数(人)	-	-	4	2	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)	13,265	18,196	17,850	18,042	20,000	20,000
12	収蔵品の公開件数(貸出し含む)(件)	557	465	446	496	500	500
13	作品購入件数・購入価格(件・千円)	4 6,388	2 29,896	3 12,757	3 133,350 (113,400)	3 20,000	3 20,000
14	作品寄贈件数・評価価格(件・千円)	10 46,200	23 26,435	47 69,625	20 22,950	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	305	350	350

評価指標		実績				目標値	
		H18	H19	H20	H21	H22	H23
17	鑑賞系プログラム数 (件)	-	11	15	13	13	13
18	コレクションを活用したプログラム数 (件)	-	14	16	17	16	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)	214	211	240	173	210	210
21	学芸員のフロアレクチャー等の数(回)	16	17	58	86	20	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	10	6	4	4
23	館内空間を生かした催事の件数・参加者数(件・人)	92 5,914	90 5,400	101 4,054	34 6,506	90 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

24	美術館に関する情報が「入手しやすい」とする人の割合 (%)	69.7	67.9	69.8	66.5	70.0	70.0
25	ホームページへのアクセス件数(件)	155,400	164,500	164,000	147,225	170,000	170,000
26	ホームページの満足度 (%)	77.8	70.0	74.3	71.9	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	21	30	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)	105,545	74,290	81,771	45,751	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)	423,834	373,556	389,194	221,185	400,000	400,000
32	鑑賞環境に対する満足度 (%)	84.6	87.1	87.4	84.4	90.0	90.0
33	レストラン・カフェ利用者の満足度 (%)	57.1	61.7	54.5	68.8	70.0	70.0
34	ミュージアムショップ利用者の満足度 (%)	77.1	76.9	80.6	84.8	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 (%)	78.9 67.3	78.1 80.1	76.4 80.7	78.0 75.8	80.0	80.0
----	-----------------	--------------	--------------	--------------	--------------	------	------

※13()は、基金対応額。

2 平成 22 年度の取組方針

(1) 展覧会の充実、多様な連携

コレクションに関する学芸員の調査・研究の成果を示し、その上で人々の感性や生活に変化をもたらすことのできる特色ある展覧会を開催する。また他の美術館、大学及び学校、地域との多様な連携を推進する。

(2) 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た。平成 22 年度は、全館的な収蔵品企画展「出会えます。あなたの愛する風景」を開催する。

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、収蔵品活用と収蔵品展示の在り方等について、内容の充実を図るべく検討することとする。

(3) 戦略的な広報及びロダン館の観光ルート化

これまで当館の広報は、企画展及び関連事業等に併せた個別的な広報が主であった。今後は、「静岡県立美術館」という館自体の価値と魅力を多くの人々に伝えていくための戦略的な広報が重要である。今年度は、観光ルート化モデル事業「夕暮れロダンツアー」を定期化し、ロダン館の観光ルート化に向けた戦略的な広報に取り組むこととする。

3 平成 22 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

- ・作家の知られざる水墨画の魅力を紹介する。（「伊藤若冲展」）
- ・異文化への興味を喚起しつつ、当館のアピールを行う。（「トリノ・エジプト展」）
- ・美術と科学技術における人体表現を考察し紹介する。（「ロボットと美術展」）
- ・新収蔵品を中心として、コレクションを活用した企画展を開催する。
（「出会えます。あなたの愛する風景展」）
- ・アメリカ人コレクターの目を通して日本美術の魅力を紹介する。（「帰ってきた江戸絵画展」）

<平成 22 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	伊藤若冲—アナザーワールド—展	4/10～ 5/16 (33 日間)	21,000
	トリノ・エジプト展	6/12～ 8/22 (62 日間)	83,000
	ロボットと美術展	9/18～11/7 (44 日間)	15,000
	出会えます。あなたの愛する風景展	11/16～12/23 (33 日間)	13,000
	帰ってきた江戸絵画展	2/5～3/27 (44 日間)	17,000
第 5 0 回記念 静岡県芸術祭		8/31～9/12 (12 日間)	10,000
第 20 回 富嶽ビエンナーレ展		1/2～1/30 (26 日間)	14,000
収蔵品展		年間	17,000
計			190,000
移動美術展(川根本町文化会館)		11/11～11/14 (4 日間)	600
移動美術展(島田市博物館)		1/15～2/27 (44 日間)	3,000
合 計			193,600

(2) 他の美術館・大学との連携を進め、企画力を強化します

- ・他の公立美術館と共同して調査・研究及び巡回展を実施する。（「伊藤若冲展」、「ロボットと美術展」）
- ・県教育委員会文化課と連携して「第 5 0 回記念 静岡県芸術祭」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

- ・フランソワ・ブーシェ（西洋絵画）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）
- ・当館コレクションを活用した企画展を開催する。（「出会えます。あなたの愛する風景展」）
- ・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。

<平成22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
New コレ しずおか〜新収蔵品と静岡ゆかりの美術	4/1〜5/16	中村宏《車窓篇 TYPE4》、静岡ゆかりの美術など
富士山の絵画 2010	5/25〜7/19	山口素絢《富嶽図》など
親子で楽しむ日本画 水のある風景	7/21〜9/12	吉村孝敬《李白観瀑-子猷訪戴図屏風》など
大きい絵〜大画面の魅力〜	9/14〜11/7	田中敦子《1985A》など
静物と人物〜近代から現代まで〜	11/9〜1/30	小出楯重《静物》など
イマジネーションの彼方へ-神話・空想・物語の西洋画-	2/1〜4月上旬	パウル・プリル《エルミニアと羊飼いのいる風景》など

【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22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63回
色彩アトリエ	親子でも参加できる美術体験企画として絵画を取り上げ、さまざまな技法で共同制作、展示を行うワークショップ	年11回
工作アトリエ	親子でも参加できる美術体験企画として立体・彫刻を取り上げ、共同制作を行うワークショップ	年12回
絵の具開放日	親子で参加し、絵の具で自由に遊ぶ体験の日	年8回
粘土開放日	親子で参加し、粘土で自由に遊ぶ体験の日	年12回
美術館教室	学校連携普及事業 来館園児・生徒を対象とした実技・鑑賞のプログラムと、学芸員が学校で行う出張美術講座など	年140回

(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美術講座及びフロアレクチャー等を実施する。

(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。
- ・「ムセイオン静岡」を定期的で開催し、市内文化施設6機関の連携を深めるとともに、共催による企画展（「未来にのこしたい静岡の宝」）を開催する。
- ・ボランティアによる地域連携活動を支援し推進する。
- ・NPOとの連携についての可能性を模索する。

【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。
- ・富士山静岡空港の就航先等と連携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

- ・県文化・観光部を中心として、観光諸団体との連携を進める。
- ・企画展及びイベントの内容に応じて効果的な告知先を検討・変更する。

(3) ロダン館の認知度を高め、来館者を増やします

- ・県文化・観光部と連携し、ロダン館の観光ルート化に向けた取組を行う。
- ・観光ルート化モデル事業「夕暮れロダンツアー」を定期化し、ロダン館の観光ルート化に取り組む。

【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

- ・レストラン・カフェのメニューの刷新及び更なるサービス改善に努める。

(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。