

【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。							
基本方針	重点目標	計画(P)			実施状況(D)		評価(C)		
		評価指標		目標	実績		自己評価		
A 人々の感性を豊かにし、生活に新たな感動をもたらすような展覧会を開催します	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)	130,000	人	141,893	人	【成果】 ・「展覧会の来館者数」は、新型コロナウイルス感染拡大の影響もある中で、目標を達成することができた。 ・自主企画・企画参加型展覧会は2本(富野由悠季の世界展、ムーミン展)だったが、「来たれ、バウハウス」展、「みんなのミュシャ」展においても当館学芸員が図録に寄稿し、内容の充実に貢献した。 ・「収蔵品展の観覧者数」は、目標を僅かに下回った。 ・「展覧会における新規来館者の割合」は、「富野由悠季の世界」展に県外からの来館者が増えたこともあり、大幅に増加した。「みんなのミュシャ」展でも、新規来館者が多く来館した。また、新規来館者の中には、若年層が多く含まれていた。 ・学芸員の調査・研究の成果により、企画内容が充実し、結果として「作品やテーマに興味を持った人の割合」は、昨年度よりも増加し、目標を達成した。 ・購入・寄贈は、コレクション・ポリシーにもとづいた充実した内容の作品を収集することができた。	
		2	自主企画・企画参加型の展覧会の回数(回)	4	回	2	回		
		3	作品やテーマに興味を持った人の割合(%)	88.0	%	90.6	%		
		4	展覧会における新規来館者の割合(%)	20.0	%	43.9	%		
		5	展覧会に対する外部評価【定性】	—		別添			
	2 他の美術館・大学との連携を進め、企画力を強化します	6	調査研究の発表回数(回)	15	回	10	回		
		7	内部セミナー・研究会・研修の回数(回)	14	回	10	回		
		8	他の美術館や大学と連携した取組件数(回)	3	回	2	回		
	3 特徴あるコレクションを形成し、効果的に活用します	9	調査研究に関する外部評価【定性】	—		別添			
		10	収蔵品展の観覧者数	12,000	人	10,443	人		
		11	収蔵品の公開件数	300	件	378	件		
		12	作品購入件数・価格(件・千円)	4	件	4	件		
	B 地域や学校教育との連携を深め、質の高い芸術教育と普及活動を展開します	1 質の高い芸術教育と普及のプログラムを開発します	13	作品寄贈件数・価格(件・千円)	10	件	4		件
			14	公開・貸し出した展覧会における学芸員のレポート【定性】	—		別添		
15			学校教育と連携した取組数(件)	250	件	67	件		
16			鑑賞系プログラム数(件)	20	件	15	件		
2 講座・講演会・シンポジウム・演奏会等を充実します		17	コレクションを活用したプログラム数(件)	20	件	14	件		
		18	普及・教育プログラムに関する美術館職員のレポート【定性】	—		別添			
		19	講演会等の開催件数(回)	160	回	48	回		
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		20	学芸員のフロアレクチャー等の数(回)	120	回	43	回		
		21	地域住民等と連携した取組数(件)	7	件	2	件		
		22	館内空間を生かした催事の件数・参加者数(件・人)	90	件	15	件		
C さらに積極的な広報を工夫し、美術館活動の情報発信に努めます		1 広報戦略を策定し、広報の質を高めます	23	地域空間、住民等と連携した取組に関する職員レポート【定性】	—		別添		
			24	美術館に関する情報が「入手しやすい」とする人の割合(%)	70.0	%	78.5	%	
			25	ホームページのアクセス件数(件)	600,000	件	1,460,987	件	
		2 観光業界等と連携した新たな広報チャンネルの開拓に取り組みます	26	ホームページの満足度(%)	75.0	%	71.8	%	
	27		観光業界や他のイベントとの広報連携の取組数(件)	7	件	5	件		
	3 ロダン館の認知度を高め、来館者を増やします	28	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【定性】	—		別添			
		29	ロダン館の入場者数(人)	80,000	人	76,874	人		
	D 常に施設の改善に努め、美術館の快適度を高めていきます	1 館内施設を充実させ、満足度を高めます	30	美術館利用者数(人)	253,807	人	238,540	人	
			31	鑑賞環境に対する満足度(%)	90.0	%	80.6	%	
			32	レストラン・カフェに対する満足度(%)	75.0	%	89.7	%	
			33	ミュージアムショップに対する満足度(%)	85.0	%	91.8	%	
		2 周辺環境やアクセスの利便を向上させます	34	来館者のアクセス満足度(%)※再掲 ※上段：公共交通機関利用、下段：自家用車利用	80.0 80.0	%	68.8 54.7	%	
	設置者の取組	取組の状況 ・令和2年度は計5回、美術館の企画展について記者提供を行った。 ・企画展のチラシやポスターを、県庁内、東京事務所、観光協会などに送付し配架を依頼した。 ・ウィズコロナ、アフターコロナ時代において安全安心な鑑賞環境を提供するため、デジタルコンテンツの充実化を行っている。 ・令和元年度に劣化診断に基づく中期維持保全計画を策定し、計画的な修繕を行った。						第三者評価委員意見	

基本方針	A 人々の感性を豊かにし、生活に新たな感動をもたらすような展覧会を開催します
------	--

計画(P)			実施状況(D) R3.3.31現在		評価(C)	
重点目標	評価指標	目標	実績	特記事項	自己評価	
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)	130,000 人	141,893 人	◆は、自主企画・企画参加型展覧会	<p>【成果】 【きたれ、バウハウス展】 本展は静岡市内で初めて開催される初めてのバウハウスの展覧会であり、これまで「バウハウス」についてあまり知る機会のなかった鑑賞者に向けて、学校としての「バウハウス」の歴史や理念、「バウハウス」で学んだ日本人留学生、日本における「バウハウス」の美術教育の実践例などについて啓発、普及を行うことができた。</p> <p>【みんなのミュシャ展】 よく知られたポスター作品のみならず、ミュシャの様式の展開を辿ることの出来る展示となった。また、ミュシャの与えた影響の一つとして、日本のマンガ、特に少女漫画への造形的な影響を示し得た。</p> <p>【富野由悠季の世界展】 コロナ禍対策として共同巡回館と協力してウェブ上の広報施策を積極的に展開した。加えて地元マスコミの協力もあり、目標以上の来場者を得た。また、内容面での評価も高く、「日本アニメーション学会賞2020 特別賞」を受賞することができた。</p> <p>【パラレル・ヒストリーズ展】 当館の現代美術コレクションで構成し、また近年展示されていない作品や静岡ゆかりの作品などを含み、コレクションの厚みを伝える機会となった。アンケートでは、テーマや作品への興味や関心が深まった方が9割弱おり、好評であった。また無償の鑑賞ガイドを配布し、普及に努めた。</p> <p>【ムーミン展】 ・印刷物の選択的送付、グッズ付き前売り券発売など、広報に力を言入れたこともあり、目標を大きく越える実績を達成できた。 ・コロナ対策のため、人件費の支出が当初より大幅に増えたが、会場構成費の抑制などにより、予算から捻出することができた。 ・入場制限を導入し、最大で3時間待ちとなった日もあったが、待機場所の確保、ゆとりを持たせた作品展示など、事前準備を入念に行ったことで、会期中大きな混乱はなかった。</p> <p>【課題】 【きたれ、バウハウス展】 「バウハウス」研究の成果という観点からとらえると、開校100年を迎えて、教育の現場や、建築の概念も時代とともに変化してきていることから、「バウハウス」を新たな視点でとらえなおす時期に来ていることを考えさせる展覧会であったといえる。</p> <p>【みんなのミュシャ展】 繊細な表現を持つ脆弱な紙媒体をご覧頂くには、当館展示室の照明環境はあまりに悪い。2021(令和3)年度工事による改善が切に望まれる。</p> <p>【富野由悠季の世界展】 富野作品を愛する多くの男性ファンに支持されたが、女性ファンや一般美術ファンに富野アニメの歴史的意義を伝えられたかは未知数。また、現代アニメを展示する空間としては、新鋭館揃いの巡回他館にかなり見劣りしたと感じている。</p> <p>【パラレル・ヒストリーズ展】 今回実施した有料のインターネット広告は、今後も展開するならバナーデザインや設定期間の工夫等により、効果を高めることが望まれる。鑑賞ガイド等の小冊子を制作する場合は、ねらいやターゲットをふまえ、内容の充実を図りたい。</p> <p>【ムーミン展】 ・待機場所や展示室の混雑はある程度抑えられたが、グッズ売り場は混みあい、レジに長蛇の列ができるなど、もう少し事前に対策案を練るべきであった。 ・権利関係の制限が厳しかったことや、コロナ禍による緊急事態宣言のため、館長美術講座以外のイベントを開催できなかった。</p>	
		きたれ、バウハウス展(44日間)	13,000 人			8,453 人
		みんなのミュシャ展(50日間)	35,000 人			41,713 人
		◆富野由悠季の世界展(42日間)	20,000 人			31,492 人
		◆パラレル・ヒストリーズ展(41日間)	7,000 人			4,252 人
		ムーミン展(44日間)	33,000 人			40,923 人
		収蔵品展	12,000 人			10,443 人
		移動美術展	10,000 人			4,617 人
		2 自主企画・企画参加型の展覧会の回数(回)	4 回			2 回
		3 作品やテーマに興味を持った人の割合(%)	88.0 %			90.6 %
	4 展覧会における新規来館者の割合(%)	20.0 %	43.9 %			
	5 展覧会に対する外部評価【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	6 調査研究の発表回数(回)	15 回	10 回		<p>【成果】 ・館長出席のもと、学芸員による研究会をほぼ毎月のペースで実施し、コレクションについての研究を深めた。 ・7については6と同じ。 ・8については、①静岡県博物館協会事務局としての活動、②めぐりアート静岡の2件である。当館だけではできない事業を推進することができた。 ・9については、学芸員の調査研究に対して一定の成果が評価された。</p> <p>【課題】 ・コレクションの形成と収蔵品展・企画展の充実のため、学芸員の研究をさらに深める必要がある。 ・9「研究活動評価」は、学芸員の研究活動において重要な役割を果たしており、研究活動の指針として生かしていく。</p>	
	7 内部セミナー・研究会・研修の回数(回)	14 回	10 回			
	8 他の美術館や大学と連携した取り組み件数(回)	3 回	2 回			
	9 調査研究に関する外部評価【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	10 収蔵品展の観覧者数(人)	12,000 人	10,443 人	<p>収蔵品の公開件数は、 ・収蔵品展(7室+名品コーナー) <181件> ・「美の競演展」<112件> ・「パラレル・ヒストリーズ展」<68件> ・他館への貸出件数 <17件> を合計したものである。</p>	<p>【成果】 ・「収蔵品展の観覧者数」については、コロナウイルス感染拡大等の影響により、目標値を僅かに下回ったが、安定した集客を維持している。 ・日頃の学芸員の研究をもとに、内容の充実した特色のある収蔵品展を開催した。 ・日本画、とりわけ江戸狩野派の優れた作品を購入することができ、また、西洋美術、現代美術、日本洋画の作品の中でコレクション・ポリシーに相応しい作品の寄贈を受けることができた。 ・寄贈作品群が、質と量ともに充実してきており、当館コレクションの核の一つとなりつつある。</p> <p>【課題】 ・充実したコレクション形成と収蔵品展の開催には、学芸員の研究の継続と質を保つことが重要である。 ・購入についての継続的な予算化を図るとともに、寄贈についても、質の高い作品を収集していくことが今後も課題である。 ・収蔵品展の観覧者は、中部に偏重する傾向があるため、今後は、西部・東部・伊豆等、全県に来館を促すことが課題である。</p>	
	11 収蔵品の公開件数(件)	300 件	378 件			
	12 作品購入件数・価格(件・千円)	4 件 10,000 千円	4 件 9,955 千円			
	13 作品寄贈件数・価格(件・千円)	10 件	4 件 6,800 千円			
	14 公開・貸し出した展覧会における学芸員のレポート【定性】	—				

基本方針	B 地域や学校教育との連携を深め、質の高い芸術教育と普及活動を展開します
------	--------------------------------------

計画(P)			実施状況(D) R3.3.31現在		評価(C)
重点目標	評価指標	目標	実績	特記事項	自己評価
1 質の高い芸術教育と普及のプログラムを開発します	15 学校教育と連携した取り組み数	250 件	67 件	プログラムの内訳は、別紙。	【成果】 ・学校・園を対象としたねんど・えのぐ教室が通年取り止めになるなど、コロナ禍により予定通り実施できなかったプログラムが多くあったが、対策をとった上で一部プログラムについては再開することができた。 ・実際の来館が難しいなかでも、レプリカや粘土の貸出プログラムを学校現場で活用してもらうことができ、これまでの活動の蓄積を生かしてコロナ禍における学校での美術教育の充実に貢献することができた。 ・東京在住の講師と美術館実技室とをオンラインで結び講座を実施することができた。 【課題】 ・新しい生活様式に対応したプログラムを検討するとともに、参加者が来館できない場合、講師が来館できない場合等、様々な場合を想定して準備をする。 ・一部再開できたプログラムがあるとはいえ、学校・園と美術館の接点は例年よりも減少しているため、これまで築いてきた連携を維持継続するための方法を検討する。 ・多くのプログラムが実施不可となるなか、外部の助手なども含めた実技室関係スタッフが経験を積むことが難しい状況にある。令和3年度後半は実技室が使用できなくなることもあり、スタッフのスキルアップの機会を作り、現場感を維持していくことが課題となる。
	16 鑑賞系プログラム数	20 件	15 件		
	17 コレクションを活用したプログラム数	20 件	14 件		
	18 普及・教育プログラムに関する美術館職員のレポート【定性】	—	別添		
2 講座・講演会・シンポジウム・演奏会等を充実します	19 講演会等の開催件数	160 回	48 回	数値内訳 20＝美術講座(7回)+フロアレクチャー(17回)+オリエンテーション(16回)+出張美術講座(3回)+展示関連普及事業(0回)	【成果】 ・展示室における発話を伴うイベントはすべて取りやめ、可能な場合には別室での解説会を行うなど別の形でのレクチャーで代替した。 ・在外講師と当館会場をオンラインでつなぐ講演会(みんなのミュシャ展)、対談のYouTube配信(富野由悠季の世界展)など新たな形式を取り入れた。 【課題】 ・オンラインによるイベント実施のハードルを下げスムーズに運営するために、職員の技術や知識を向上させる。 ・代替措置としてのオンライン講座や別室でのレクチャー実施を進めつつ、現在の状況でも効果的に実施できるイベントの手法を検討する。
	20 学芸員のフロアレクチャー等の数	120 回	43 回	19＝上記+特別講演会・シンポジウム(3回)+ボランティア等によるギャラリーツアー(0回)+演奏会等(2回)	
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	21 地域住民等と連携した取組数	7 件	2 件	・地域住民と連携した取組に関する詳細は、【定性レポート】を参照。 ・館内空間を生かした催事については、本館エントランスを使用した「ちよこつと体験講座」、「めぐりアート静岡」、ロダン館の「ロダン館コンサート」「ロダンクイズラリー」を計上。	【成果】 ・館内空間を生かした催事は、ちよこつと体験1,310人、めぐりアート静岡16,638人、ロダン館内コンサート380人の参加者があり、地域に密着した事業を展開できた。 ・谷田地域の文化教育7機関(美術館、県立大学、中央図書館、埋蔵文化財センター、SPAC、グランシップ、ふじのくに地球環境史ミュージアム)が多分野で連携しているムセイオン静岡において、参加施設を紹介する「ふじのくに文化の丘フェスタ2020」に参加し、他機関との共同事業を実施したことにより、相互の関係性をより深化することが出来た。 【課題】 ・コロナ禍の中で地域住民との連携した取り組みを実施することが出来なかったことから、アフターコロナを見据えて地域との連携について引き続き検討・実施していくことが課題である。
	22 館内空間を生かした催事の件数・参加者数	90 件 5,000 人	15 件 18,328 人		
	23 地域住民等と連携した取組に関する職員レポート【定性】	—	別添		

基本方針	C さらに積極的な広報を工夫し、美術館活動の情報発信に努めます
------	---------------------------------

計画(P)			実施状況(D) R3.3.31現在		評価(C)
重点目標	評価指標	目標	実績	特記事項	自己評価
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	70.0 %	78.5 %	<ul style="list-style-type: none"> ・展覧会・イベントについての情報や来館案内をホームページに掲載。 ・Facebook、Twitter、Instagramの利用。 	<p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・前年度(1,085,837件)に比してホームページのアクセス件数が大幅に増えた。入館者数の多い展覧会が続いたことに加え、コロナ禍により各地の美術館・博物館で休館措置や予約制導入の動きがあったため、開館状況などの情報へのニーズが高まったことが背景にあると考えられる。 ・入場制限の導入に伴い、休日を中心に混雑状況をSNSでリアルタイムで発信し、来館者にとっての利便性を向上させることができた。 ・ホームページのうち、長らく前世代のスタイルのままであった「風景の交響楽(シンフォニー)」を現行ホームページのスタイルにリニューアルすることができた。また館蔵品検索のページに「ハイライト」コーナーを新設した。 <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍において国内外各地の美術館がウェブサイト等を通じて様々なコンテンツの提供を開始する中、当館では動画の配信などを除けば、新規の事業を打ち出せなかった。オンラインコンテンツの更なる拡充が望まれる。
	25 ホームページのアクセス件数	600,000 件	1,460,987 件		
	26 ホームページの満足度	75.0 %	71.8 %		
2 観光業界等と連携した新たな広報チャンネルの開拓に取り組みます	27 観光業界や他のイベントとの広報連携の取組数	7 件	5 件	<ul style="list-style-type: none"> ・観光業界や他のイベントとの広報連携の取組 「企画展における企業との連携」 「ムセイオン静岡」 「めぐりアート静岡」 「ふじのくに文化の丘フェスタ2020」 詳細は【定性レポート】を参照。 ・広報手法における新たな取組状況に関する詳細は、【定性レポート】を参照。 	<p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・HPやSNSに加え、公式YouTubeチャンネルを開設し動画配信を開始するなど、従来のメディアに加えて積極的にインターネットにおける広報を行ったことにより、「美術館における情報が入手しやすい」とする人の割合が増加した。 <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光業界や他のイベントとの広報連携は、コロナ禍においてイベント等の実施が困難となり、取組み件数が減少したが、ウイズ・コロナ、アフター・コロナを見据えて、地域連携及び観光業界との連携模索し、美術館の発信力を高めることが課題である。
	28 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】	—	別添		
3 ロダン館の認知度を高め、来館者を増やします	29 ロダン館の入場者数	80,000 人	76,874 人	<ul style="list-style-type: none"> ・「ロダンウィーク」開催期間中は、ロダン館・収蔵品展の観覧料を減免したり、クイズラリーや缶バッジをプレゼントするなど集客を図った。 	<p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍においても「ロダンウィーク」を開催し、4日間で1,666人の集客をすることが出来た。 <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「ロダンウィーク」開催中のロダン館観覧料無料、オリジナル缶バッジのプレゼントに加え、さらに屋外イベント(令和2年度コロナ禍により中止)参加者を美術館内に誘導する仕組みを検討する。

基本方針	D 常に施設の改善に努め、美術館の快適度を高めていきます
------	------------------------------

		計画(P)		実施状況(D) R3.3.31現在		評価(C)	
重点目標	評価指標	目標	実績	特記事項	自己評価		
1	館内施設を充実させ、満足度を高めます	30	美術館利用者数	253,807 人	238,540 人	<p>鑑賞環境に対する満足度を向上させるため、令和2年度は次の工事(小規模を除く)を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本館空調機器熱源(R-1吸収式冷凍機)更新工事 ・本館空調機器熱源(R-2スクリーン冷凍機)更新工事 ・本館機械室内断熱材改修工事 	<p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・美術館利用者数は、コロナ禍の影響もあり目標をやや下回ったが、適切な感染症対策を行って運営した結果、前年度より増加した。 ・鑑賞環境については、耐用年数を超える本館空調機器熱源(R-1吸収式冷凍機・R-2スクリーン冷凍機)の更新を行い、館内の空調環境を安定させることができた。 ・屋外の園地緑地について、懸案となっていたプロムナード植栽の大規模な剪定や民地との境界付近の樹木や竹の伐採・剪定を行い、美術館周辺的环境整備を行った。 ・レストラン・カフェに対する満足度は展示に合わせたメニューの工夫等により、昨年度の75.0%から今年度は89.7%に向上し、目標(75.0%)を大きく上回った。 ・ミュージアムショップの満足度は91.8%で昨年度の94.0%からわずかに低下したが、目標(85.0%)を大きく上回った。企画展に合わせて商品のレイアウトを工夫し、お客様の満足度向上につながった。 <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当館は開館から30年以上が経過し、経年劣化等により建築及び各設備に多くの不具合が生じている。このため中期維持保全計画に沿って、改修を進めていく。 ・鑑賞環境に対する満足度を向上させるため、令和3年度は照明のLED化を行う。今後も来館者の声を聴き、必要な整備を進めていく必要がある。 ・レストラン・カフェの運営については、業者に営業を委託しているが、美術館レストランとして質の高いサービスの提供に努め、一層のお客様のニーズの把握に努めることが求められる。
			◆展覧会観覧者数	130,000 人	141,893 人		
			◆移動美術展	10,000 人	4,617 人		
			◆教育普及プログラム参加者数	24,807 人	9,909 人		
			◆ミュージアムコンサート入場者数	200 人	380 人		
			◆県民ギャラリー入場者数	40,000 人	15,067 人		
			◆講堂入場者数	8,000 人	2,692 人		
			◆レストラン・カフェ利用者数	20,000 人	10,881 人		
			◆ミュージアムショップ利用者数	20,000 人	56,131 人		
			◆図書閲覧室利用者数	800 人	1,587 人		
	31	鑑賞環境に対する満足度	90.0 %	80.6 %			
	32	レストラン・カフェに対する満足度	75.0 %	89.7 %			
	33	ミュージアムショップに対する満足度	85.0 %	91.8 %			
2	周辺環境やアクセスの利便を向上させます	34	来館者のアクセス満足度 ※上段:公共交通機関利用 下段:自家用車利用	80.0 %	68.8 % 54.7 %	<p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当館への利用交通機関で最も多い自家用車でのアクセス満足度は目標の80%には達しなかったが、昨年度の64.9%から67.2%とわずかに向上した。来館者の多い企画展の際には、隣接する県立大学の職員駐車場の借用、交通誘導員を配置などの対応を行い、交通渋滞を招かないようにした。 <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自家用車・公共交通機関ともアクセス満足度は目標を下回った。自家用車利用者については、敷地内に無料の駐車場があるものの収容台数が約400台と限られている。令和3年度は、人気のある企画展では時間予約制を導入して来館者の分散化をし、効率よく駐車場を利用できるようにする。公共交通機関を利用される場合については、運行が1時間間隔であることなどが影響していると考えられる。令和3年度は混雑が予想される企画展については、バスの増便をバス会社に依頼する。 	