

第三者評価委員会での主な意見と対応状況

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

1 前回の委員からの意見
<p>様々な文化施設が来館者の取り合いをしている中で、来館者数を求めるのではなく県立美術館としてどのようなターゲットにアピールをしていくのかを考えるべきではないか。(田中委員)</p>
2 これまでの対応状況
<ul style="list-style-type: none"> ・来館者に満足いただけるような内容を目指すことが、すなわち当館のコアな来館者へのアピールとなるため、その期待を裏切らないよう努めている。 ・来館者の層は展覧会によって異なるため、企画展ごとにターゲット層と広報を変えている。「パラレル・ヒストリーズ」(令和2年度)や「忘れられた江戸絵画史の本流」(令和3年度)では、新しい広報ツールとしてインターネットバナー広告やプレスリリース配信サービスの利用、ニコニコ美術館における学芸員の生解説など、従来にない広報を展開した。広報面での工夫は重ねているものの、人的、予算的な対応が出来ていないため限界がある。 ・「忘れられた江戸絵画の本流」については、歴史教育にも活用していただくよう教育委員会等を通じた小中高校等への広報にも取り組んだ。 ・美術館広報委員会では、自主企画展や収蔵品展について予算の範囲内で実施可能な広報手段について検討する場を設けている。令和3年度の「忘れられた江戸絵画の本流」展においては、「江戸狩野派総選挙」、「企画展サテライト展示」、「静岡大学でのPR活動」が提案され実施した。
3 今後の展開
<ul style="list-style-type: none"> ・当館のコアなリピーター層の期待に応えられるよう展覧会内容の充実を図るとともに、新たな来館者を開拓するために、これまでになかった切り口による展覧会を行う。 ・コレクションの充実とその魅力の発信を重視し、コレクションを通して、企画展に訪れるだけでない安定的なファン層を築いていく。 ・情報入手手段が多様化する中、従来のマスに向けた広報のみではターゲット層に適切に情報が届かない。展覧会情報をターゲット層に届けるためのきめこまかな発信力が必須であり、立ち遅れてきた広報面の拡充を図る。 ・広報における美術館広報委員会の役割について、美術館と文化政策課で検討を進める。 ・美術館ホームページを充実させ、収蔵品や企画展の魅力を伝え、新たな来館者の獲得に努める。

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

1 前回の委員からの意見
評価の基準となる数字が、一部企画展の紙アンケートによるもので回収率も低い。QRコード式のアンケートやグループインタビュー、モニタリング調査等を取り入れて精度を上げてはどうか。(荻原委員)
2 これまでの対応状況
<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染防止のため、従来の対面によるアンケートから、希望者に用紙を配り、記入してもらう方式に変更した。また、委員会での意見を受け、令和3年度の「ストーリーズ」展から、QRコード式のアンケートを取り入れた。
3 今後の展開
<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍では、対面式のアンケートは難しいため、当面は、用紙を配り記入してもらう方式とQRコードの二つの方式により、回収率を向上させる。 ・精度向上のためのアンケート手法の工夫は今後の検討課題とする。

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

1 前回の委員からの意見
大学生は忙しいので、美術館へ行く時間がなかなか取れない。そもそも無料であることを知らない学生が多いのではないか。チラシやチケットを配ってPRしてみてもどうか。(田中委員)
2 これまでの対応状況
<ul style="list-style-type: none"> ・令和3年度の「ストーリーズ」展では、ゴールデンウィーク前に県立大学事務局に依頼し、メールマガジンにより「大学生は入館無料」の広報を行った。また、県立大学における企画展ポスター掲示では、学生無料の表記を別途貼り出すなどしてPRした。 ・令和3年度4.5月に静岡大学で企画展「ストーリーズ」と「忘れられた江戸絵画史の本流」のPR活動を行った。
3 今後の展開
<ul style="list-style-type: none"> ・今後も大学への働きかけを強化し、県内の大学生に美術館を知って貰えるよう、美術館、文化政策課で方法を検討する。

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

1 前回の委員からの意見
学校や学生の多忙化に対応するため、オンラインを活用した鑑賞授業などを美術館が提供することで、質の高い芸術教育の普及へとつながるのではないか。(神山委員)
2 これまでの対応状況
<ul style="list-style-type: none"> 鑑賞授業に活用できるよう、公設 YouTube チャンネルにカレーの市民の紙芝居の読みきかせ動画をあげた。 令和2年12月補正予算でコロナ禍における安心安全な鑑賞環境の提供のために、オンライン鑑賞を含むデジタルコンテンツの拡充のための予算を計上した。令和2年度末に業者と契約し、今年度中の公開を予定している。
3 今後の展開
<ul style="list-style-type: none"> デジタルコンテンツ及び、YouTube チャンネルの活用については今後、美術館と文化政策課で協議を行い進めていく。

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

1 前回の委員からの意見
県立大学や文化芸術大学には観光系の学科が新設されているが、連携の予定はあるのか。(櫻井委員)
2 これまでの対応状況
<ul style="list-style-type: none"> 常葉大学とは友の会イベントの運営で連携しているが、現時点では、観光系の学科との連携の予定はない。
3 今後の展開
<ul style="list-style-type: none"> 令和3年度の移動美術展（浜松市美術館）で、静岡文化芸術大学のアートマネジメントを学ぶ学生とシンポジウム運営等で連携する予定。観光系学科との連携についても情報収集をしていく。

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

1 前回の委員からの意見
<p>広報人材を確保し長期的に育成することが重要である。例えば、地域のボランティアを募りインフルエンサーチームを結成、美術館のSNSアカウントを運用してもらうなどが考えられる。(前田委員)</p>
2 これまでの対応状況
<ul style="list-style-type: none"> ・美術館広報サポーター（県内40名）にポスター、チラシ、割引券を送付し、それぞれの地域での宣伝活動を行ってもらっている。 ・しかし、主に印刷物を利用した手法であり、ウェブ等を活用した広報展開は立ち遅れているといえる。
3 今後の展開
<ul style="list-style-type: none"> ・SNSを利用した美術館情報発信を美術館ボランティアに依頼する。 ・アクセス解析により閲覧数、曜日、大まかな時間帯の動向は把握しているが、分析・活用のノウハウがない。長期的な視点で分析できる広報人材を確保したい。 ・広報専任職員の確保は必須であり、その早期の実現を目指す。 ・広報アドバイザーを活用するなど、美術館の広報力の強化に取り組む。

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

1 前回の委員からの意見
<p>県立美術館は、立地的にふらっと立ち寄れるような場所ではなく「心地よい芸術体験」を求めてわざわざ足を運ぶ場所である。そういったニーズに見合った体験や鑑賞環境を提供するよう心がけるべき。(田中)</p>
2 これまでの対応状況
<ul style="list-style-type: none"> ・評価指標の1つとして「鑑賞環境の満足度」を掲げ、注目してきた。観覧者数の多い展覧会では鑑賞環境の満足度は低くなる傾向があることが分かっており、この点の両立を課題と考える。 ・展覧会の内容と関連づけた「実技講座」「わくわくアトリエ」等の実技イベントを開催、鑑賞と創作の連関を重視し、ここでしか体験できない内容を提供すべく努めている。
3 今後の展開
<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルスの感染脅威が続く中、鑑賞時の「安全」も美術館の快適度を確保するのに重要と考える。鑑賞環境を高め、安全を確保するためにも、ウェブ予約やキャッシュレス決済の導入などを着実に進め、定着させる。

その他の意見に対する対応状況

1 前回の委員からの意見
○「使命」の部分のK G I (最終目標)が何か明確になっていない。使命の部分に書かれている「地域をパートナーにする」ということの最終的な出口は何かを明確にすべき。 ○ホームページ満足度の基準について、ホームページを見て「来訪したい」と思ったかを示す「再来訪度」を指標に入れてはどうか。(前田) ○美術館のSNSアカウントについて、指標の中にフォロワー数を組み入れるのはどうか。
2 対応について
○評価委員から頂いたご意見を元に、県立美術館と文化政策課で協議のうえ、使命や基本方針を含めた自己評価基準の見直しを行ない、令和3年度自己評価から反映させる。