

展覧会に関する自己点検評価表（令和 2 年度）

- 1 「開校 100 年 きたれ、バウハウス-造形教育の基礎-」展
- 2 「みんなのミュシャ ミュシャからマンガへー線の芸術」展
- 3 「富野由悠季の世界」展
- 4 「パラレル・ヒストリーズ 現代アートの諸潮流」展
- 5 「ムーミン展 THE ART AND THE STORY」

(様式1)

展覧会自己点検評価表

展覧会名	開校100年 きたれ、バウハウス-造形教育の基礎-
------	------------------------------

期 間	4月11日(土)～5月31日(日) (45日間)
場 所	静岡県立美術館第1～6展示室

担当者名	川谷承子
------	------

学芸員の企画への参加の有無	<input checked="" type="radio"/> 有 <input type="radio"/> 無	学芸員の企画への参加状況 ※カタログ執筆、出品交渉等	<input checked="" type="radio"/> 有 <input type="radio"/> 無
マスコミ等による共催の有無	<input checked="" type="radio"/> 有 <input type="radio"/> 無	巡回の有無	<input checked="" type="radio"/> 有 <input type="radio"/> 無

記入日	企画	2020年5月12日(火)
	実績	2020年 月 日()

	企画	実績・検証
目的・内容	<p>【内容】 2019年に開校100年を迎えたことを記念して企画された展覧会。学校としてのバウハウスに焦点をあて、基礎教育で各教師が行ったユニークな授業内容を紹介するほか、その一端を体験することができるコーナーを設ける。加えて各専門課程での教育の豊かな成果を国内所蔵の多彩な作品で紹介するほか、日本からバウハウスに留学した4人の学生の作品や資料を一堂に展示する。</p> <p>【目的】 本展では、開校100年という節目の年を機会に、造形教育に革新をもたらすとともに美術史に大きな足跡を残したバウハウスの活動を、学校としての視点からとらえなおし、教育を通して実現した創造の可能性と、今日的な意義を考え、その成果を現代の鑑賞者と共有することを目的とする。</p>	<p>【研究活動評価委員会からの意見(要約)】 新型コロナウイルスの感染症の感染拡大に伴い、委員による展覧会視察がかなわず、図録に関するレポートのみご提出いただいた。</p> <p>【潮江委員】各世代の研究者たちが執筆した日本のバウハウス研究の集大成とも言える、読み応えのある図録である。日本人留学生について論じられているだけでなく、日本におけるバウハウス教育の実践例が取り上げられ、先駆的で独自の内容も含まれており、開校100年を記念するにふさわしい広がりを感じさせる。一方で、「バウハウス」から100年経過した現在、グローバルが提唱した「バウ」を中心とした総合芸術や、美術教育の理念は、実態とはずれてきている。その点から、バウハウスの研究と評価の視点を変え、地域性、時代性、特殊性の観点から更に掘り下げて見つめなおす時期が来ていると考える。</p> <p>【山梨委員】図録の論考はいずれも鑑賞者の理解を助けるところが大きいと思われる。今後期待する課題としては、日本の建築分野でバウハウスでの教育がどのように展開されたのか、あるいは、バウハウス教育が日本以外の地域に異なる形で受容されたことを検証する研究なども出てきていることから、バウハウス受容の国際比較も今後のひとつの視点になる。機械文明の発達の中で手仕事をどう位置付けるかという点において、アーツ・アンド・クラフツ運動と比較する視点も興味深い。</p>
期待される成果・ねらい・主なターゲット	<p>【ねらい】 当館では、紹介する機会の少ない建築のジャンルを含んだ展覧会であり、デザインの展覧会としても、2015年の「スイスデザイン展」以来、久々の展覧会である。バウハウスは、デザイン、建築、美術、工芸、ドイツ文化、造形教育と対象とする領域が幅広いため、多様な鑑賞者層を引き付けるテーマである。 建築、デザインの仕事に従事する人、またはその学生、または生活を豊かにすることに関心を持ち、アンテナを張っている人々に訴求する内容であることから、新たな来館者を呼び込むことに期待したい。</p> <p>【ターゲット】 中部地方在住の、プロダクトデザイン、グラフィックデザイン、建築、美術、工芸、ドイツ文化、バウハウスに関心のある10代～70代の男女。</p>	<p>【アンケートにみる特徴】 (実施せず)</p>
指標(数値目標)	観覧者数見込 13,000人	観覧者数 8,453人
収支計画	<ul style="list-style-type: none"> ・歳出 13,500千円 ・歳入 7,309千円 ・特財率 54.1% 	<ul style="list-style-type: none"> ・歳出 7,113千円 ・歳入 6,372千円 ・特財率 89.6%
広報戦略 主な取組	<ul style="list-style-type: none"> ・デザイン、建築の専門教育を行う機関への、チラシ、印刷物の発送。美術館SNSを通じた広報。 ・ミサワホーム、アウディジャパン、各国大使館、各国文化センターなど展覧会協力者を通じた広報。 ・静岡シネギャラリー「バウハウス映画祭」との相互広報 ・「バウハウス100JAPAN」を通じたSNSでの告知。 	企画段階で計画していた広報の取り組みはすべて行い、途中休館期間を除けば、入館者も着実に増えて、一定の成果は得られたと考えている。
自己評価 今後の課題	<p>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ったことから、これまで「バウハウス」についてあまり知る機会がなかった中高年、若者層を中心に、本展を通じて、学校としての「バウハウス」の歴史や理念について、あるいは「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も啓発、普及を行うことができたと思われる。一方で、「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と考えさせる展覧会であったといえる。集客面では、共催メディアでのテレビCM、美術館のSNS、バウハウス100周年委員会を通じて発信されるSNS等の広報効果も手伝って、通常であれば目標の13000人を超える入館者があったと考えられる。しかしながら、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴って発令された緊急事態宣言により、会期中の4月18日～5月11日までの期間に休館を余儀なくされ、最終的な入館者数は8500人にとどまった。休館明けの、会期終了間際の週末には、1000人近い来館者があったが、この段階では大幅な入場制限をすることなく、始終放送でソーシャルディスタンスを呼びかけるなどし対応した。</p>	

(様式1)

展覧会自己点検評価表

展覧会名	みんなのミュシャ ミュシャからマンガへ-線の芸術
------	--------------------------

期 間	7月11日(土)~9月6日(日) (50日間)
場 所	静岡県立美術館第1~6展示室

担当者名	三谷理華、新田建史
------	-----------

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	有・無
マスコミ等による共催の有無	有・無	巡回の有無	有・無

記入日	企画	2020年6月1日(月)
	実績	2020年 月 日()

企画		実績・検証	
目的・内容	<p>【内容】 19世紀末から20世紀初頭にパリ等で活躍したアルフォンス・ミュシャ(1860-1939)は、当時新しく生まれた装飾様式「アール・ヌーヴォー」の旗手として名を成し、今日世界で広く愛されている。ミュシャ財団監修の下開催される本展は、ミュシャの作品と彼が後世に与えた影響を示す作品総計約250点で構成される。</p> <p>【目的】 ミュシャがいかに多くの人や作品に影響を与え、今日目にするデザインにもミュシャが生み出した要素が存在しているのかを、展覧会をきっかけに改めて見直すことが本展のねらいである。したがって出品作品は、前半はミュシャの作品やその着想源となった収集品、後半は後世のグラフィック・アーティストや漫画家の作品が展示される。</p>	【研究活動評価委員会からの意見(要約)】 (評価対象外)	
期待される成果 ・ねらい ・主なターゲット	<p>【ねらい】 ミュシャが手掛けた作品を多数展示し、「線の魔術」とも言える流麗な線描を特徴とする華麗な作品世界を紹介するとともに、初期の作品や収集した日本の美術品なども展示し、新たなミュシャ像を提示する。また、ミュシャから影響を受けた1960-70年代の米国のレコードジャケットデザイン等を展示し影響の意外な広がりを示す一方で、明治期の文芸雑誌の表紙や挿図から現代のマンガまで、その影響は日本のグラフィック文化にも深く浸透していることを紹介する。</p> <p>【ターゲット】 県内在住の20代~シニア層までの主に女性 県内でデザインやグラフィック・アートを学ぶ学生 県内および県近郊在住の西洋美術や少女漫画等の愛好者</p>	【アンケートにみる特徴】 (実施せず)	
指標(数値目標)	観覧者数見込 35,000人	観覧者数 41,713人	
収支計画	<ul style="list-style-type: none"> ・歳出 16,000千円 ・歳入 16,086千円 ・特財率 100.5% 	<ul style="list-style-type: none"> ・歳出 16,000千円 ・歳入 21,566千円 ・特財率 134.8% 	
広報戦略 主な取組	<ul style="list-style-type: none"> ・静岡県文化プログラムとの共催によるイベント開催。 ・商業施設等とのコラボによる広報展開の模索。 	<ul style="list-style-type: none"> ・静岡県文化プログラムとの共催によるイベント(新型コロナウイルス感染拡大に伴う国内移動制限により開催前日に中止決定)。 ・新静岡セノバとの協力による広報展開。 ・セキスイハイム東海(展覧会協賛)顧客向け解説付鑑賞会実施。 ・会期終盤でのポスタープレゼントキャンペーン実施。 	
自己評価 今後の課題	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染状況を考慮しながらの運営という前例の無い状況にはあったが、外部関係機関との良好な協力関係の下、有効な広報展開が可能となり、動員面での成果に繋がった。 ・展覧会コミッショナーとの良好な関係の下、展覧会に新知見を加えることに協力できるなど、学術面での貢献も成すことができた。 ・展覧会を取り巻く諸状況の変化に応じた実行員会の意志決定の手順を予め整えておくなど、不測の事態に備えることも今後は必要と思われた。 		

(様式1)

展覧会自己点検評価表

展覧会名	富野由悠季の世界展
------	-----------

期 間	9月19日(土)～11月8日(日) (42日間)
場 所	静岡県立美術館第1～6展示室

担当者名	村上敬
------	-----

学芸員の企画への参加の有無	<input checked="" type="radio"/> 有・ <input type="radio"/> 無	学芸員の企画への参加状況 ※カタログ執筆、出品交渉等	<input checked="" type="radio"/> 有・ <input type="radio"/> 無
マスコミ等による共催の有無	<input checked="" type="radio"/> 有・ <input type="radio"/> 無	巡回の有無	<input checked="" type="radio"/> 有・ <input type="radio"/> 無

記入日	企画	2020年4月21日(火)
	実績	2021年6月1日(火)

企画		実績・検証	
目的・内容	<p>【内容】 「機動戦士ガンダム」で知られるアニメーション監督富野由悠季について、企画案、設定ラフ、原画、絵コンテ、セル画、映像等々、膨大な資料を集めて展覧する回顧展。</p> <p>【目的】 アニメ制作者として駆け出しのころから現在まで約50年以上にわたる富野監督の歩みを振り返る中で、それぞれの時代や人々に与えてきた影響と、そして彼が訴え続けたメッセージとは何かを紐解く。</p>	<p>【研究活動評価委員会からの意見(要約)】 (評価対象外)</p>	
期待される成果 ・ねらい ・主なターゲット	<p>【ねらい】 来館者に現代アニメーションの古典ともいえる作家の回顧展を提供することで、現代日本文化について考えを深めてもらう。</p> <p>【ターゲット】 中高生～50代くらいまでの年齢層。 性別比は男性6:女性4程度を想定。 東京展がないため首都圏からの誘客を狙う。</p>	<p>【アンケートにみる特徴】</p> <ul style="list-style-type: none">・全体来館者数のうち81.2%が男性。年齢層別では最も多かったのが40代(35.3%)、次が50代(22.7%)、3位が30代(20.1%)となっていた。・30～50代の男性は通常の美術展ではあまりみられない来場者属性であり、これらの方々の誘客につながったことは成果と言える。・ただし、逆に言えばコアな富野由悠季ファンの外にはあまり影響が伝播しなかったとも言える。・コロナ禍にもかかわらず、県外者が多かった(来館者全体のうちの44.0%、新規来館者に限れば66.9%が県外者であった)。	
指標(数値目標)	観覧者数見込 20,000人	観覧者数 31,492人	
収支計画	・歳出 17,639千円 ・歳入 13,119千円 ・特財率 74.4%	・歳出 16,270円 ・歳入 27,836千円 ・特財率 171.1%	
広報戦略 主な取組	・静岡新聞・SBSの報道 ・サンライズ経由でアニメ関連媒体への露出 ・オリジナルグッズも誘客性ありと認める	・静岡新聞・SBSの報道も協力的で県内情報番組の現地口ケなどもあった。 ・共同巡回館と協力してのウェブ上の広報施策 ・ホビー誌など富野展ならではの露出 ・限定ガンブラなどオリジナルグッズも誘客に効果があった模様。	
自己評価 今後の課題	・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。 ・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。 ・コロナ対策のため、講演会を対面から期間限定の配信方式に切り替えたが、12,000ビューを達成した。アフターコロナの時代にも活用できるメディアとしての可能性を感じた。		

(様式1)

展覧会自己点検評価表

展覧会名	パラレル・ヒストリーズ 現代アートの諸潮流
------	-----------------------

期 間	11月21日(土)～2021年1月11日(日) (41日間)
場 所	静岡県立美術館第1～6展示室

担当者名	植松篤
------	-----

学芸員の企画への参加の有無	<input checked="" type="radio"/> 有 <input type="radio"/> 無	学芸員の企画への参加状況 ※カタログ執筆、出品交渉等	<input checked="" type="radio"/> 有 <input type="radio"/> 無
マスコミ等による共催の有無	<input checked="" type="radio"/> 有 <input type="radio"/> 無	巡回の有無	<input checked="" type="radio"/> 有 <input type="radio"/> 無

記入日	企画	2020年5月10日(日)
	実績	2021年3月23日(火)

企画		実績・検証
目的・内容	<p>【内容】 当館収蔵作品を中心に、現代美術作品を精選し、戦後以降の美術の流れを概観する。目まぐるしく展開してきた現代美術の作品を、年代ごとに展示構成するのではなく、6つのテーマを設けて展示構成し、紹介する。 また、近年新たに収蔵された作品群や静岡ゆかりの作家による作品群も展示に組み込み、当館の特色を活かしたコレクションの展示活用を行う。</p> <p>【目的】 当館では、これまで現代美術作品を収集してきたが、まとまった形で展覧する機会は16年ぶりとなる。当館がこれまで収蔵してきた現代美術コレクションの厚みを伝える機会とする。</p>	<p>【研究活動評価委員会からの意見(要約)】 今回の現代美術の展覧会、「パラレル・ヒストリーズ」展は、ともするとある一つの運動や傾向が生起して収束するという形での美術の歴史の提示という方法ではなく、現代美術のキー・コンセプトを六つにまとめて文字どおりパラレルに呈示して、患者に現代美術についての包括的な視点を喚起するべく仕組まれた、創意工夫を感じさせる展覧会になっている。もとより館独自のコレクションという限られた資源の中で包括的な視点を喚起する展示を構成することには困難があったと推察されるが、その問題点を一定以上の効果が期待される形で克服していることは、高く評価できる。(潮江)</p> <p>現代アートをどのように定義し、分類するかは、対象が現在進行形であることもあって、大変困難な問題である。本展覧会で設定された6つの観点は、作家のアイデアが反映された物質を人の眼で見ることによって成り立つ造形芸術というものの基本を再確認させるものであった。展示された作品はどれも大変質が高く、現在では公立美術館の予算で購入がかなわないほどの市場価値をもつと予想されるものが多数ある。静岡県立美術館が歴史的な観点を踏まえて現代美術の動向を追い、収集を続けてきたことをよく示す展覧会であった。(山梨)</p>
期待される成果 ・ねらい ・主なターゲット	<p>【ねらい】 テーマ設定をすることで、現代美術に馴染みの薄い鑑賞者にも伝わりやすく提示する。また、美術ファンにとっても楽しめるよう、多様なテーマを設定する。</p> <p>【ターゲット】 県内在住の美術ファン 20代から40代の年齢層</p>	<p>【アンケートにみる特徴】 ・美術館に何度も来館している方が多かった。10回～19回の来館がある層が25.8%、20回以上の来館がある層が41.6%であり、美術ファンが多かったと言える。 本展を通じて作品やテーマへの興味・関心が深まった方の割合は約88%、他の人へ推奨したい方の割合が約70%と高い結果を得られた。 ・年齢層については、アンケートからは、成人の来館者が、ばらつきがあるものの各世代10%～20%程度訪れたことになる。ただ、チケットの実数では、高・大生が14.5%、有料の70歳以上が4.2%であり、高齢の来館者層は多くなかったと言える。本展は、若者から60歳代までの、想定よりもやや広いターゲットに訴求したのではないかと考えられる。</p>
指標(数値目標)	観覧者数見込 7,000人	観覧者数 4,252人
収支計画	<ul style="list-style-type: none"> ・歳出 6,000千円 ・歳入 2,634千円 ・特財率 43.9% 	<ul style="list-style-type: none"> ・歳出 4,825千円 ・歳入 1,496千円 ・特財率 31.0%
広報戦略 主な取組	<ul style="list-style-type: none"> ・ウェブ広報では、新規の情報提供先を調査し、拡充を図る。 ・チラシ、ポスター等の発送先や枚数を検討し、広報効果を高める。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ウェブの広報先の追加や古い情報の更新を行った。また、有料のウェブバナー広告を静岡県内に展開した。アンケートではバナーを見た割合は9%であった。 ・広報物の郵送は、新型コロナウイルスの感染拡大状況を鑑み、県内に重点的に割り当て、県外については少数に絞ることとなった。 ・プレス向けの内覧会を行い、2社の参加があった。
自己評価 今後の課題	<ul style="list-style-type: none"> ・当初の計画通り企画、実施することができた。本展の準備をする事が、各所蔵品やコレクションの総体への理解を深める事に繋がった。今後の企画や収集活動に生かしたい。 ・観覧者数は見込みの6割に留まった。コロナ禍のため県域を超えての広報展開がはばかられた点や、緊急事態宣言の発令などが大きなマイナス要因だったと考えられる。 ・歳入は予算より少なかったが、歳出を抑えたことで、収支については計画の範囲に収めることができた。 ・無料のウェブ広報に関しては、概ね新規開拓は済んだ。今回、美術に限らず情報掲載のある「いこーよ」を追加した。本展では美術ファンの来館が多かったと思われ、効果は少なかったかもしれないが、今後、企画内容によっては効果が高いと思われる。 ・今回行った有料のウェブバナー広告が、アンケート通り来館者の9%のビューがあったとすると、費用に対して効果が高かったと言える。今後この広告を使用する場合は、バナーデザインや設定期間の工夫など、より効果を高めていくことが望まれる。 ・小冊子を1,000部発行し、無料で配布して現代美術の普及に努めた。予算の都合上簡易な冊子であったが、今後の同種の企画では、ねらいやターゲットをふまえて体裁や内容を検討し、充実させたい。 	

(様式1)

展覧会自己点検評価表

展覧会名	ムーミン展 THE ART AND THE STORY
------	-----------------------------

期 間	2021年1月23日(土)～2021年3月14日(日) (44日間)
場 所	静岡県立美術館第1～6展示室

担当者名	浦澤倫太郎
------	-------

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	有・無
マスコミ等による共催の有無	有・無	巡回の有無	有・無

記入日	企画	2020年6月1日(月)
	実績	2021年5月10日(月)

企画		実績・検証
目的・内容	<p>【内容】 フィンランドの画家、小説家であるトーベ・ヤンソン(1914～2001)によって創り出された世界的キャラクター、ムーミンの世界を体感できる展覧会。フィンランドにある「ムーミン美術館」を中心に各所から集めた小説の挿絵や絵本の原画など約500点を展示する。</p> <p>【目的】 小説挿絵の原画を展示するとともに、小説の内容についても紹介し、トーベの創作の歩みをたどる。また人形、陶器、ファブリックなどムーミンのキャラクターがデザインに用いられた商品も展示し、多様に展開されたムーミンの世界を概観する。更に写真パネルや資料によって、本邦におけるムーミンの受容の歴史も紹介する。</p>	<p>【研究活動評価委員会からの意見(要約)】 (評価対象外)</p>
期待される成果 ・ねらい ・主なターゲット	<p>【ねらい】 トーベ・ヤンソンが創作した世界の魅力の根源や普遍性を広く理解してもらおう。更に創作の背景にあるフィンランドの文化、そして本邦における翻訳の経緯や、浮世絵に関わる展示を契機として、日本とフィンランドの交流にも興味を持ってもらう。</p> <p>【ターゲット】 他会場の様子から、女性がメインになると思われる。特に幼少時にアニメーションが放映されていた30代～50代に訴求力が強いとみられる。更にこのメイン層が、家族、特に子どもの来館を促すことも予想される。 対象地域は、当会場が東京・名古屋会場の後の巡回となるので、県外からの来館は少なく、県内、特に中部および東部が中心になると思われる。</p>	<p>【アンケートにみる特徴】 (実施せず)</p>
指標(数値目標)	観覧者数見込 33,000人	観覧者数 40,923人
収支計画	<ul style="list-style-type: none"> ・歳出 12,000千円 ・歳入 14,171千円 ・特財率 118.1% 	<ul style="list-style-type: none"> ・歳出 12,000千円 ・歳入 19,970千円 ・特財率 166.4%
広報戦略 主な取組	<ul style="list-style-type: none"> ・チラシやポスターなどの広報物は、商業施設や教育機関など、ターゲット層にかかわりの深いとみられる施設をリストアップし、効率的に送付する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・諸事情からイベントや出品作品を載せた本チラシの製作が遅れ、その代わりに基本情報のみ掲載した先行チラシを制作した。 ・配布先は事前の戦略通り、県内の親和性の高い施設に絞った。図書館からの反響は大きく、館内に特設コーナーを設置していただいたケースもあった。
自己評価 今後の課題	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症拡大のため、県外の一部地域に緊急事態宣言が発令される中での展示作業、開幕となったが、入場制限の導入をはじめとした各種対策を、総務課の協力のもと事前に行っていたこともあり、会期中に大きな混乱はなかった。 ・上記新型コロナウイルス対策のために人件費を中心に支出が増大したが、その分は会場構成費を抑えることで捻出できた。 ・もともと本展では権利関係が厳しく、実技系のイベントが実現できなかったことや、新型コロナウイルス感染症拡大により、スライドトークなども中止にせざるを得なかったことから、観客の理解を深める機会を減少させてしまった。 	