【資料１－２】

展覧会に関する自己点検評価表（令和４年度）

１　絶景を描く－江戸時代の風景表現－

２　みる誕生　鴻池朋子展

３　近代の誘惑－日本画の実践

（様式１）

展覧会自己点検評価表

展覧会名	絶景を描く―江戸時代の風景表現―

期　間	9月10日（土）～10月23日（日）（38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	令和4年4月1日
	実績	令和5年12月20日

企画		実績・検証
目的・内容	【内容】 古くから和歌に詠まれてきた名所を題材にした作例、関西の南画家たちによって試みられた各地の名勝を理想化する表現、関東の画家たちが中心となって追究した迫真的表現など、時代を追いながら、風景表現の多様な展開を辿る。 【目的】 江戸時代の風景表現の特色を、時期や画派などによる特色を検証する。そして、静岡県各地の景勝地が、世に広く浸透し、絵画の題材となっていった歴史をひも解く。	【研究活動評価委員会からの意見（要約）】 ・展示された富士山を題材にした絵画の種類が少ない。画面形状が縦長の富士山図をもっと展示していたら、非常にワイドな画面を持つ原在正の《富士山図巻》の特色がより際立ったのではないか。 ・江戸時代の風景表現に絞った展示は貴重。在正の《富士山図巻》の展示はよかった。 ・小冊子はもっとページ数を増やし、内容を充実させた方がよかった。
期待される成果 ・ねらい ・主なターゲット	【ねらい】 江戸時代に育まれた豊かな風景表現の諸相を提示する。更に、「東西の風景」という収集方針に基づいて形成されてきた、当館コレクションの意義をを改めて紹介する。そして、絵画の題材となった静岡県の景勝地の歴史と魅力を広く知らしめる。 【ターゲット】 江戸時代の絵画作品が中心となるので、日本美術愛好家がメイン層となる。また描かれた題材から、旅行や登山を好む人なども興味を持つ可能性がある。	【アンケートにみる特徴】 ・回答の総数が少ないが、展覧会に対する満足度は86%程度であった。 ・来館者の居住地は、静岡市内を中心とした県内が80%、②回目以上の人々も概ね80%であり、更に来館契機では「当館にいつも来ているから」という選択肢が50パーセント弱を占め、リピーターの観覧が多かったことがうかがわれる。 ・展示についてはパネルで示した現代の風景との比較を評価する意見があった。 ・解説の文字を大きくしてほしいという声に加え、画中の賛文等についても書き起こしたうえで、読み下し文を添えてほしいという要望があった。 ・環境に関する感想が多く、作品保護のため照明を絞ったこともあり、作品の細部が見にくいという意見もあった。また館内が静かであったためか、空調音が気になるという声が散見された。
指標（数値目標）	観覧者数見込8,000人	観覧者数4,721人
収支計画	・歳出　8,800千円 ・歳入　2,794千円 ・特財率　31.8%	・歳出　4,355千円 ・歳入　1,590千円 ・特財率　36.5%
広報戦略 主な取組	県内の景勝地や観光施設や、富士山登山口など、描かれた風景に興味を持ちそうな人々が訪れそうな場所にポスター、チラシ類を集中的に送付した。	観覧者数は目標には届かなかった。広報に使える予算には限りがあったものの、ほとんど手が回らなかったSNSをはじめとしたオンラインでの情報発信に、もっと力を入れるべきであった。
自己評価 今後の課題	コレクションの特色もあり、富士山を題材とした作品の比重が増えてしまった。もっと幅広く、日本各地の風景を取り上げたほうが、風景表現の展開をより客観的に見せることができるのはもちろんのこと、更に広範な地域の人々に、風景表現への興味を喚起できたのではないか。 また、作品によっては、展示に向けた調査研究があまり進められなかったものもあった。事前により長い時間をかけて準備を行い、作品に対する基礎的な知見を深めてから展示に臨むべきであった。またそうすれば、小冊子もより充実した内容にすることができたと思われる。 解説文をはじめ、文字が小さくて読みにくいという意見も聞かれ、読みやすいよう、大きなパネル類を用意するなど、幅広い客層にとって快適に鑑賞できる環境の実現にも注意を払った方がよかった。	

（様式１）

展覧会自己点検評価表

展覧会名	みる誕生　鴻池朋子展

期　間	令和4年11月3日（木・祝）～令和5年1月9日（月・祝）（54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	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	令和4年4月1日
	実績	令和5年3月31日

	企画	実績・検証
目的・内容	【内容】 鴻池朋子は、絵画、彫刻、パフォーマンス、絵本、手芸、アニメーションなど多様なメディアと、動物の毛皮や皮など有機的な素材を画材として取り込み、インスタレーションを発表してきた。海や厳冬の山においては、天候や時間をも巻き込んだサイトスペシフィックな作品を展開し、近現代における芸術の根源的な問い直しを続けてきた。 2020年の大規模個展「ちゅうがえり」（アーティゾン美術館／東京）では、作品を触る、匂いを嗅ぐ、音を聞く、そして、語らうことにより、お互いに眠っていた細胞を呼び起こし、“生まれたての体”のように、全感覚で美術館という仕組み、鑑賞という体験を大きく拡張させようと試みた。初めて世界と出会う驚きを「みる誕生」と名付け、重層的な感覚で「みる」実験空間を出現させた。本展では、鴻池自身の過去作品と新作、さらには美術館のコレクションを総合したインスタレーションによって、現代の視点から新たな鑑賞体験を提案する。 【目的】本展は、一般的な巡回展ではなく、立ち上がりの高松市美術館の展示から静岡県立美術館、次会場の青森県立美術館へとリレーする展覧会であると位置づけ、アーティストも、コレクションも、開催館やそこで働く者、あるいは土地の気候や暮らす人々との関係性の中で変化していくことを目指す。	【研究活動評価委員会からの意見（要約）】野外展示を実現するための調整作業も大変だっただろうが、作家の意図を満たし、結果として観客に美術館の違う顔を見せるとてもいい機会になっていたと思う。出品作品も作家の世界観を様々な観点から反映した充実したものになっており、多少の驚きを含め観客として十分に楽しめたと言える。今後の課題として、従来の形式から逸脱した現代美術の展覧会の場合、仲介者としての学芸の役割に気を配らないと一般の観客にこっちを向いてもらえないままになる。作品に対する観客への入り方への設定、入り方を納得してもらう説明は、違うレベルにいる作家の発想とは別の次元に立つしかないと思うが、どこまでなすべきかという点は、これからも問い続ける問題である。（潮江） 「みる誕生」展が既成の枠組みを離れ、五感を総動員してものをみる経験を提供できたとすれば、その原因のひとつに、これまで静岡県立美術館が従来型の美術館としての相当高い質を獲得していたことが挙げられる。それによって美術館の裏山での展示の意義が鮮やかになったと言えよう。この展覧会は、従来のテンプル型の美術館からフォーラム型の美術館へと展開するひとつの試みとも位置づけられる。記録集に担当学芸員が書いているように、このたびの展覧会での経験が、コロナ禍などを経て変わっていく時代に応じていく美術館の糧となるよう期待する。（山梨）
期待される成果 ・ねらい ・主なターゲット	【ねらい】 地域の美術館で最先端の現代の表現に触れることができる機会を提供する。県外の来館者へは、リレー展を追いかけてもらうことによりこれまで静岡県立美術館に来たことがないひとにも、この美術館を広く知ってもらうきっかけになればよい。また、新しい視点をもった現代作家を招いた展示を行うことにより、美術館のコレクションや施設の可能性を探り、拡張する機会にもなる。 【ターゲット】静岡県内、東海、関東地方に住む10代～50代の男女。静岡市近郊のファミリー層	【アンケートにみる特徴】 県外からの来館者が30.8%と多く、そのうち新規来館者が90%であった。1人で来館した人が69.2%で最も多かった。自由回答欄では、裏山の展示について高く評価している人が多くみられた。展覧会に来たきっかけで最も多かったのは、WEBおよびSNS、その次にチラシの順であった。新規来館者では、1番が一度、静岡県立美術館に来たいと思っていた、2番が新聞を見て（静岡新聞社が共催）であった。
指標（数値目標）	観覧者数見込　8,000人	観覧者数　8,642人
収支計画	・歳出　14,298千円 ・歳入　5,424千円 ・特財率　37.9%	・歳出　16,021千円 ・歳入　4,787千円 ・特財率　29.9%
広報戦略 主な取組	SNSを通じての発信を積極的に行う。現代美術に通じ、展覧会の評価や広報に影響力のある関係者へのチラシ、ポスターの発送、案内をおこなう。リレー展の巡回館を通じて広報協力を依頼する。	広報委員会のメンバーが作品の見どころを、SNSを通じて順番に発信した。目が見えない方や見えにくい方向けのワークショップおよび展覧会告知のため、静岡県視覚障害者情報支援センターをはじめとした機関へのチラシの発送、および静岡視覚特別学校へは直接訪問しての広報活動を行った。『美術手帖』の鴻池朋子特集号への取材協力は会期終了間際の来場者数大幅増につながった。
自己評価 今後の課題	研究活動評価委員によるレポート、アンケート結果を見ると裏山での展示が高く評価されている。入場者を分析すると、一般観覧者数43%、70歳以上7.4%、高校生・大学生8.8%、小中学生10.8%、招待19.3%という結果で、高齢者の割合が、当館の一般的な展覧会に比べ少なく、その影響からか平日の来館者数がいまひとつ伸びていない。逆に休日は家族や親子づれの来館者が多く、ロダンウィークのマルシェと重なった開幕初日をはじめ週末、祝日は200人を超えにぎわった。『美術手帖』2023年1月号で鴻池朋子特集が組まれ、同誌が発行になってからの、特に1月2～9日は、連日300人～500人を超える日が続いた。それが追い風となって、目標観覧者数の8000人を超えることができた。鴻池朋子は美術に詳しいコア層には良く知られているが、静岡の一般の美術館来館者にはまだ広く知られているとは言えない。コアなファン層をひきつけながら、潜在的に関心を持ってもらえそうな層にむけて、美術館がどのような手段で情報を届けるのかは永遠の課題である。今後、鴻池のような先鋭的な作家の展覧会を行い安定した来館者数を獲得するためには、新聞、雑誌とともに、SNSの発信力や口コミの影響力の大きさを再認識して、未来館者への訴求力を高める戦略を練る必要がある。	

（様式１）

展覧会自己点検評価表

展覧会名	近代の誘惑―日本画の実践

期　間	令和5年2月18日（土）～3月26日（日）（32日間）
場　所	静岡県立美術館第１～6展示室

担当者名	石上充代

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	令和4年4月1日
	実績	令和5年5月20日

企画		実績・検証
目的・内容	【内容】 当館の所蔵品・寄託品を中心として、幕末から昭和にいたる日本画作品を陳列する。所蔵品・寄託品による展示であり系統立てて日本画史を示すことはできないが、作品本位でご覧いただきつつ、解説を適切に挟むことで、めまぐるしく移り変わる近代日本画の流れを分かりやすく紹介する。 【目的】 ・幕末から昭和に至る日本画を概観することで、近代の日本美術の流れに触れ、今日の日本画への関心・理解につなげる。 ・コレクションの研究を進め、公開・活用を通してその価値を広く伝える。	【研究活動評価委員会からの意見】 館蔵品と寄託品による展覧会だと云う点で、自ずから限界があるのは仕方ないが、その上で総論（ごあいさつ）と各章各節の内容を的確かつ要領よくまとめた一文を提示し、そこに手元にある作品を落とし込むことで近代の日本画の歩みを構成した展示は見事。高く評価したい。担当学芸員の日ごろの研鑽の賜物だろう。と同時に徳岡神泉、福田平八郎の作品まである静岡県立美術館のコレクションと、長谷川玉峰、鈴木松年、下条桂谷、山内多門、吉川霊華などの作品まで含む充実した寄託品とには驚きを禁じ得ない。今後ともそうした作品の紹介を期待する。（榊原委員） 近代日本画への誘い”ということであろうが、作品には心に引きつけるものが幾らかでもなければならない。この展覧会ではキャプションに注目してみた。目測でたて14.5×よこ20.5cmの寸法であったが、観衆が見るのにはほぼ適当であると思われた。文体はですます調であり、丁寧な感じがして好ましく思われた。（金原委員）
期待される成果 ・ねらい ・主なターゲット	【ねらい】 ・近代日本画への理解を深める。 ・コレクションの効果的な活用によりその価値と魅力を広く示し、美術館の基礎的な活動への理解を促す。 【ターゲット】 ・日本の文化・美術に関心のある方	【アンケートにみる特徴】 ※アンケート実施無し
指標（数値目標）	観覧者数見込　7,000人	観覧者数　5,461人
収支計画	・歳出　4,718千円 ・歳入　3,284千円 ・特財率　69.6%	・歳出　3,000千円 ・歳入　1,977千円 ・特財率　65.9%
広報戦略 主な取組	・日本美術を取り上げる機会の多い美術館博物館をピックアップして重点的に広報物を送付した。 ・会期中に2月23日「富士山の日」を含むことから、富士山の日ポスターなどに使用され認知度の高い横山大観《群青富士》を広報に活用する。	・「富士山の日」記念として当日来場者に横山大観《群青富士》のカードを配布した。 ・同時期に静岡市美術館で開催した近世絵画の展覧会とあわせて、県外からの訪れた観覧者が一定数あったようであり、思わぬ収穫だった。
自己評価 今後の課題	・所蔵品、寄託品を多数出品し、これまでほとんど展示機会のなかった作品についても公開することができた。公開にあわせて基礎的な作品調査を進めることができ、コレクション研究および活用において進展を見た。また、当館コレクションの厚みと幅の広がりについて広く周知する機会となった。 ・主に予算上の理由から図録を作成することができなかったが、会期中、図録購入の希望が多く寄せられた。来館者サービスの一環として、また展覧会出品の記録を形に残して作品を価値づけていくうえで、やはり図録は作成するべきであり、この点は大きな課題である。 ・子ども向け鑑賞ガイドを2種作成（大きい子用、小さい子用）、配布、大人も含めて多くの利用者があった。 ・来館者数は見込みに届かなかった。広報の取組は通常の範囲内にとどまっており、この点で工夫ができるとよかった。	