

【計画名： 横浜美術館における文化観光拠点計画】

①計画目標の達成状況

目標項目名(単位)	R2			R3			R4		R5		R6	
	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率	目標	実績	目標	実績	目標	実績
目標①：横浜美術館来館者数(千人)	176	206	117%	休館中	休館中	-	休館中		100		1,000	
目標②：横浜美術館の外国人来館者数(人)	3,000	172	6%	休館中	休館中	-	休館中		1,000		30,000	
目標③：横浜美術館認知率(%)	48.2	49.1	102%	48.2	43.3	90%	48.2		49.0		50.0	
目標④：横浜美術館コレクション展来館者満足度(5点満点)	-	-	-	-	-	-	-		-		4.5	
目標⑤：横浜美術館入館料及びカフェ・ショップ消費額(百万円)	-	89	-	-	-	-	-		119		480	

③計画で取り組んだ事業の進捗状況

事業番号	事業名	R2	R3	事業類型毎の実績額
事業1-①	横浜美術館美術資料の画像公開推進事業	システム改修実施	ページ改修、デザイン変更、機能拡充実施	8.2百万円
事業1-②	コレクション展示解説事業	R2展覧会にてコレクション作品を対象としたアプリの作成を試験実施	再開館後の展示解説の方針検討	
事業1-③	コレクションに関するレクチャー事業	-	ニーズ調査実施とレクチャー準備	
事業1-④	夜間開館事業	ヨコハマトリエンナーレ2020にて試験実施	-	
事業2-①	多言語による美術作品情報提供推進事業	-	基礎情報英訳データ整理・翻訳実施	0.8百万円
事業2-②	バーチャル・リアリティによる展示体験提供事業	制作映像の形式及びコンテンツの検討 R2展覧会にて360度映像作成を試験実施	コンテンツ映像素材撮影実施	
事業3-①	時間制来館者システム運営事業	オンラインチケットシステムの試験的導入	課題分析・システム調査を実施	0.7百万円
事業3-②	文化施設ユニークベニュー促進事業	ユニークベニュー事業実例について市内MICE施設へのヒアリング実施	工事による各室場改修内容に照らし合わせたユニークベニュー事業の可能性を検討	
事業4-①	文化資源オリジナルグッズ販売事業	グッズ需要調査分析実施	館内プロジェクト立上げ・実行・終結	
事業4-②	カフェスペース活用事業	メニュー需要調査分析実施	カフェ仕様書及び事業者選定方法の決定	1百万円
事業5-①	訪日客向けWEBサイト構築事業	基本方針策定計画に向けての事業者ヒアリング	ニーズ調査と基本方針策定	
事業5-②	市内文化観光拠点の連携強化事業	-	マップ作成を検討	
事業5-③	みなとみらい21地区文化観光拠点連携強化事業	オンラインツアーとリモートコンシェルジュを検討	オンラインツアーとリモートコンシェルジュを実施	13.7百万円
事業6-①	横浜美術館バリアフリー向上事業	大規模改修工事に伴うバリアフリー動線を検討	大規模改修工事を通じてバリアフリー向上を推進 バリアフリーに伴う内装デザイン担当建築家選定方法の決定	
事業6-②	横浜美術館案内サイン改修事業	-	必要サイン分析調査・グラフィックデザイナー選定方法の決定	
事業6-③	横浜美術館館内Wi-Fi環境の整備による情報提供強化事業	電気工事内実施設計にて検討	アンテナ設置場所を含め具体案検討	-
各年度ごとの実績額→		2.1百万円	22.3百万円	

②計画目標の達成状況に関する分析・評価

<p>(分析)</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和2年度の横浜美術館認知率は、前2か年度(令和元年度、平成30年度)の調査を上回った。新型コロナウイルス感染症の影響で国際的な芸術祭が軒並み中止となったなか、ヨコハマトリエンナーレ2020を開催し、注目を集めたことなどが好影響をもたらしたと考えられる。一方で、令和3年度の認知率は大幅に減少した。横浜美術館が令和3年3月より大規模改修のため休館に入っていることが、大きく影響しているとみられる。 横浜美術館来館者数については、新型コロナウイルス感染症の影響があったものの、企画展(ヨコハマトリエンナーレ2020、トリアアログ)の来館者が好調だったため目標を上回った。 <p>(評価)</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和2年度の横浜美術館来館者数、横浜美術館認知率については目標を達成できた。休館中の認知率の維持や向上が課題となっている。 外国人来館者数は新型コロナウイルス感染症の影響により、6%の達成率にとどまった。

④事業の進捗状況に関する分析・評価

<p>(分析)</p> <ul style="list-style-type: none"> 事業1-①は令和2年度に「コレクション検索」のウェブサイトデザイン改修を行い、サムネイル画像の公開を開始した。続く令和3年度では、事業2-②と合わせて実施し当初目標としていた公開点数2,000点を大きく上回り、最終的に10,000点以上を公開した。 事業1-③は横浜美術館コレクションを起点に、市内文化・観光施設との連携および市民のボランティア協働と段階的に街に広がるコンテンツを準備できた。 事業5-③オンラインツアーでは独自のテーマで一般公開されていないコンテンツやエリア紹介をした。以前訪れたことのある方にも新鮮な情報を提供でき、参加者アンケート調査の満足度が全体の80%超、実際に来訪したいという回答も60%超となった。 <p>(評価)</p> <ul style="list-style-type: none"> 実施した事業は当初の計画より順調に進んでいる。 事業1-①については、「コレクション検索」アクセス数も増えており、収蔵作品の認知度の向上に寄与している。 改修のため休館している中、館の情報発信を積極的に行うなかで、収蔵作品紹介として公開画像のページをリンクしたり、オンラインで発信したりするなど施設を使わず館の魅力をアピールすることで、再開館後の国内外からの集客につなげた。 事業5-③オンラインツアーについては、当初の目標参加人数300人を大幅に超え、780人と大きな成果となり、コロナ明けの誘客につながる取組になった。 事業5-③オンラインツアーでは、協力いただいた各施設からも取組の発信方法やイベント展開等の参考になるという意見をいただいた。

⑤拠点施設の要件に関する取組状況

要件	↓文化観光拠点施設名
・文化資源の魅力に関する情報を適切に活用した解説・紹介	横浜美術館 ・横浜美術館美術資料の画像公開推進事業にて、ウェブサイトでコレクション基本情報や作品解説を紹介した。
・情報通信技術の活用を考慮した適切な方法を用いた解説・紹介	・コレクションに関するレクチャー事業にて、オンライン講座を実施しコロナ禍でも安全に事業を行うことができた。 ・横浜美術館や地域の文化施設を紹介するオンラインツアーを行った。
・外国人観光旅客の来訪の状況に応じて、適切に外国語を用いた解説・紹介	・多言語による美術作品情報提供推進事業にて、ウェブサイトで英語によるコレクション解説掲載を継続して進める。
・文化観光の推進に関する多様な関係者との連携体制の構築	・事業5-③オンラインツアーに関しては、みなとみらい21地区内の重要文化財（帆船日本丸）や、企業ミュージアム（三菱みなとみらい技術館）とタイアップするなど、多様な関係者と連携して実施できた。 ・事業5-①ウェブサイトリニューアルに向けた調査において観光関係専門家へのヒアリングを行った。ウェブサイト制作会社選定のための公募プロポーザルにおいても、横浜観光コンベンション・ビューローおよび、京都市京セラ美術館に選考評価委員を依頼している。
・文化観光の推進に関する各種データの収集・整理・分析	・オンラインツアーの実施に伴い、参加者にアンケート調査をして属性や満足度、要望等の各種データを収集しており、横浜美術館をはじめとするみなとみらい21地区の文化観光の推進に活用できるよう、整理・分析を進めた。 ・リモートコンシェルジュ事業では利用状況を収集する中で、利用者の属性や指向性もさまざまであることが認識できた。
・文化観光の推進に関する事業の方針の策定及びKPIの設定・PDCAサイクルの確立	・R2～3年度中に計3回、申請者と共同申請者による会合を開いて、各事業の進捗状況や今後の事業計画の確認を行った。なお、各事業の中で、画像公開推進事業やオンラインツアーなど、数値目標を設けられるものについては積極的に設定した。

⑥観光関係者（DMOなど）からの評価

・施設が所在するエリアみなとみらい21地区の魅力を発信することで、リニューアル後の集客につながる情報発信に取り組んだ。
・新型コロナウイルスの影響で現地への集客を事業化できない中、施設やエリアの魅力をバーチャルで体験するオンラインツアーを企画・実施し、潜在顧客含め固定ファンの囲い込みに努めた。
(公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー)

⑦今後の改善の方向性

・新型コロナウイルス感染症対応が長期化しており、特に影響を受けやすい来館者数及び外国人来館者数について、目標の見直しが必要と考えている。
・事業スキームについては当初計画から柔軟な見直しを進める必要があり、事業6-①のうち、エレベーター改修工事については補助を受けずに全額、市費での実施も検討している。
・令和5年度に予定している横浜美術館のリニューアルオープンまで認知率が低下しないよう、国内外への情報発信に継続して取り組む。