

# 長野県立美術館を中核とした 文化観光拠点計画

## 目次

1. 実施体制	1
2. 事務の実施体制	4
3. 基本的な方針	
3-1. 現状分析	
3-1-1. 主要な文化資源	5
3-1-2. 来訪客の動向	7
3-1-3. 他の文化資源保存活用施設との比較	10
3-2. 課題	11
3-3. 文化観光拠点施設としての機能強化に向けて取組を強化すべき事項及び基本的な方向性	12
3-4. 地域における文化観光の推進への貢献	16
3-5. 文化の振興を起点とした、観光の振興、地域の活性化の好循環の創出	17
4. 目標	18
5. 目標の達成状況の評価	23
6. 文化資源保存活用施設	
6-1. 主要な文化資源についての解説・紹介の状況	
6-1-1. 現状の取組	24
6-1-2. 本計画における取組	24
6-2. 施行規則第1条第2項第1号の文化観光推進事業者との連携	
6-2-1. 現状の取組	25
6-2-2. 本計画における取組	25
6-3. 施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者との連携	
6-3-1. 現状の取組	26
6-3-2. 本計画における取組	26
7. 文化観光拠点施設機能強化事業	
7-1. 事業の内容	
7-1-1. 文化資源の魅力の増進に関する事業	27
7-1-2. 情報通信技術を活用した展示、外国語による情報の提供その他の国内外からの観光旅客が文化についての理解を深めることに資する措置に関する事業	29
7-1-3. 国内外からの観光旅客の移動の利便の増進その他の文化資源保存活用施設の利用に係る文化観光に関する利便の増進に関する事業	30
7-1-4. 文化資源に関する工芸品、食品その他の物品の販売又は提供に関する事業	31
7-1-5. 国内外における文化資源保存活用施設の宣伝に関する事業	33
7-1-6. 7-1-1～7-1-5の事業に必要な施設又は設備の整備に関する事業	35
7-2. 特別の措置に関する事項	
7-2-1. 必要とする特例措置の内容	36
7-3. 必要な資金の額及び調達方法	37
8. 計画期間	40

# 長野県立美術館を中核とした文化観光拠点計画

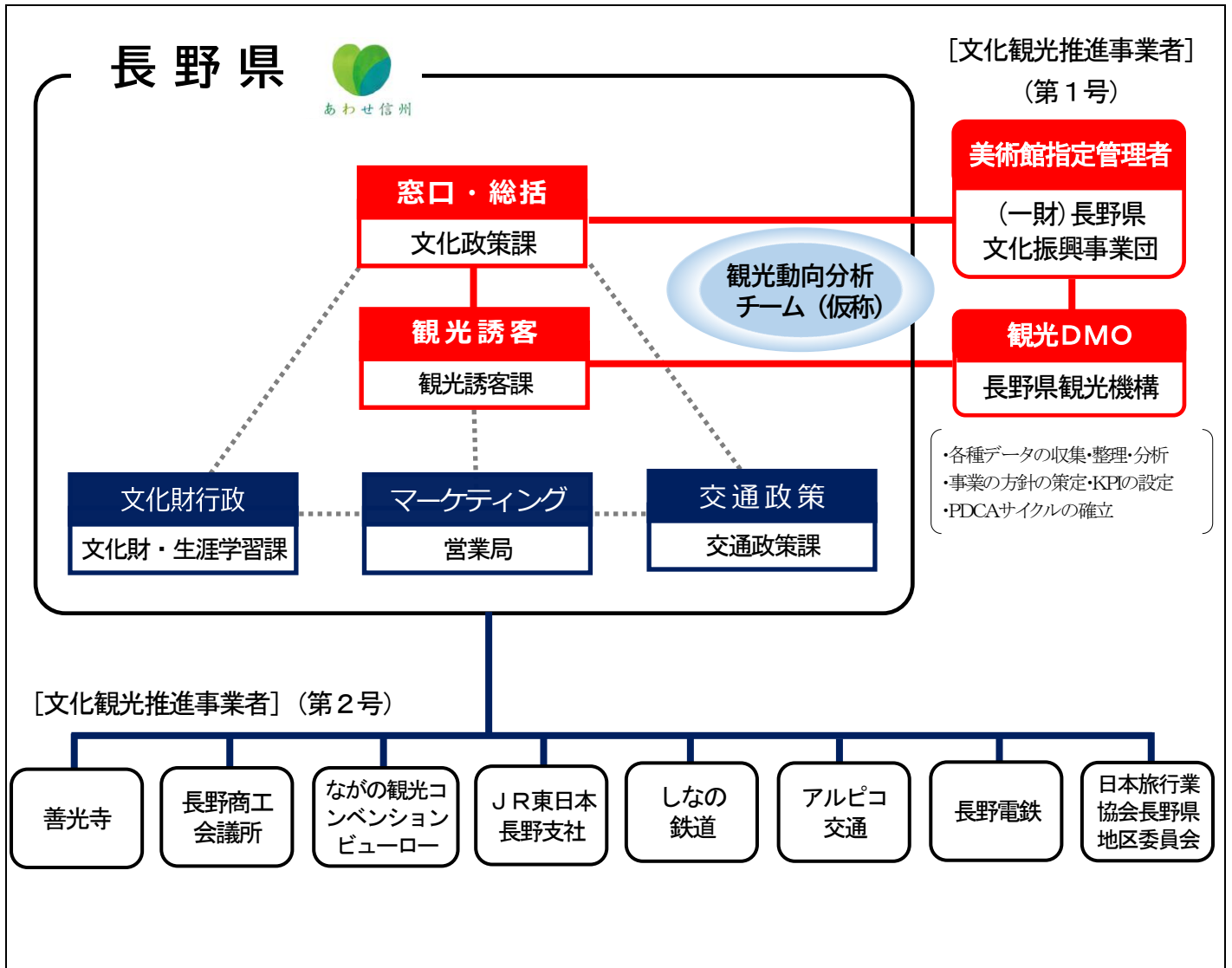
## 1. 実施体制

文化資源保存 活用施設	名称	長野県立美術館 (令和3年4月1日名称改正)	所在地	長野県長野市箱清水1丁目4番4号
申請者 文化資源保存活用 施設の設置者	名称	長野県	所在地	長野県長野市大字南長野字幅下692番地2
	代表者	知事 阿部 守一		
	地方公共 団体内部 の役割	<b>【主担当部署】</b> 文化政策課（文化振興・美術館整備）、観光誘客課・国際観光推進室（観光振興・インバウンド） <b>【連携する部署】</b> 交通政策課（交通政策）、営業局（マーケティング）、教育委員会文化財・生涯学習課（文化財行政）		
共同申請者① 文化観光推進 事業者	名称	一般財団法人長野県文化 振興事業団	所在地	長野県長野市若里1丁目1番3号
	代表者	理事長 吉本 光宏		
	役割	施行規則第1条第2項第1号及び2号の文化観光推進事業者		
共同申請者② 文化観光推進 事業者	名称	一般社団法人長野県観光 機構	所在地	長野県長野市中御所岡田町131-4 ホテル信濃路3階
	代表者	理事長 野原 莞爾		
	役割	施行規則第1条第2項第1号の文化観光推進事業者		
共同申請者③ 文化観光推進 事業者	名称	善光寺	所在地	長野県長野市大字長野元善町491番地イ
	代表者	寺務総長 若麻績 享則		
	役割	施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者		
共同申請者④ 文化観光推進	名称	長野商工会議所	所在地	長野県長野市七瀬中町276番地

事業者	代表者	会 頭 北村 正博		
	役割	施行規則第 1 条第 2 項第 2 号の文化観光推進事業者		
共同申請者⑤ 文化観光推進 事業者	名称	公益財団法人ながの観光 コンベンションビューロ ー	所在地	長野県長野市新田町 1485 番地 1 長野市もんぜんぷら座 4 階
	代表者	理事長 鈴木 栄一		
	役割	施行規則第 1 条第 2 項第 2 号の文化観光推進事業者		
共同申請者⑥ 文化観光推進 事業者	名称	東日本旅客鉄道株式会社 長野支社	所在地	長野県長野市栗田源田窪 992 番地 6
	代表者	支社長 加藤 修		
	役割	施行規則第 1 条第 2 項第 2 号の文化観光推進事業者		
共同申請者⑦ 文化観光推進 事業者	名称	しなの鉄道株式会社	所在地	長野県上田市常田 1 丁目 3 番 39 号
	代表者	代表取締役社長 春日 良太		
	役割	施行規則第 1 条第 2 項第 2 号の文化観光推進事業者		
共同申請者⑧ 文化観光推進 事業者	名称	アルピコ交通株式会社 長野支社	所在地	長野県長野市小島田町 2131 番地 1
	代表者	支社長 小林 忠由		
	役割	施行規則第 1 条第 2 項第 2 号の文化観光推進事業者		
共同申請者⑨ 文化観光推進 事業者	名称	長野電鉄株式会社	所在地	長野県長野市権堂町 2201 番地
	代表者	代表取締役社長 笠原 甲一		
	役割	施行規則第 1 条第 2 項第 2 号の文化観光推進事業者		
共同申請者⑩ 文化観光推進 事業者	名称	一般社団法人 日本旅行 業協会関東支部長野県地 区委員会	所在地	長野県長野市南千歳 1 丁目 12 番 7 号 新正和ビル 1 階 (株) J T B 長野支店内)

	代表者	委員長 太田 洋介		
	役割	施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者		

2. 事務の実施体制



### 3. 基本的な方針

#### 3-1. 現状分析

##### 3-1-1. 主要な文化資源

長野県唯一の県立美術館である長野県立美術館（旧名称：長野県信濃美術館）は、「長野県に美術館をたてよう」との県民の声を受け、善光寺に隣接する長野市城山公園内に昭和41年に財団法人により建設された。同44年に県に移管され、本県の芸術文化の中心として、県内美術館をけん引する役割を担ってきた。特に平成2年には、東山魁夷画伯が寄贈した日本画、スケッチ等を展示する東山魁夷館が開館し、県外からの来館者も増加となり、観光戦略上も重要な拠点施設として地域経済をけん引してきた。

しかしながら近年は、開館から50年以上が経過し、本館の著しい老朽化に加え、抜本的なバリアフリー化が難しい構造であることなど、時代のニーズに応えることが困難であった。そのため、令和3年4月の開館を目指して平成29年10月から休館し、現地で建て替え工事を実施した。併設する東山魁夷館は、先行して改修工事を完了し、令和元年10月にリニューアルオープンした。また、本館は令和3年4月10日に開館する。



新美術館（本館）



東山魁夷館

#### ○ 長野県立美術館（本館・東山魁夷館）の所蔵作品（概要）

合計 5,592点 [内訳：本館 4,614点、東山魁夷館 978点] (令和3年2月1日現在)

##### ■ 本館

区分	主な作品	点数
日本画	菱田春草「羅浮仙」「伏姫」、菊池契月「光明皇后」	269
油彩画	草間彌生「No. PZ」、林俊衛「出獄の日の0氏」、安井曾太郎「秋の霞沢岳」	274
水彩画	丸山晚霞「初夏の志賀高原」、中村直人「大原女」	309
素描	川上冬崖「ピポクラテス」、河野通勢「自画像」	1,398
版画	池田満寿夫「花嫁の領地」、オノサト・トシノブ「シルク10」	1,241
彫刻	荻原碌山「女」、清水多嘉示「のぞみ」	57
工芸	松井康成「練上玻璃光大壺 輪廻転生」、北原三佳「花瓶」	156
写真	ハリー・K・シゲタ「動」	30
書	比田井天来「飲中八仙歌屏風」、川村驥山「詠信州山水」	33
資料	「川上冬崖関連資料」	279
その他	池田満寿夫コラージュ作品	46
	信濃デッサン館コレクション[平成31年3月取得] 村山槐多ほか	390
	令和元年度 新規収蔵品	132
	計	4,614

■ 東山魁夷館

区 分	主 な 作 品	点 数
本制作	「緑響く」「白馬の森」「夕静寂」「灘江暮色」「夕星」	34
油 彩	「自画像」	1
習作及びスケッチ	連作「白い馬の見える風景」、連作「京洛四季」	339
日展出展画などの大小下図、 スケッチ	「道」スケッチA～E、「たにま」大下図A～C、 「光昏」スケッチA～D、「白夜光」大下図	136
唐招提寺障壁画の試作、下図	「山雲」試作、「濤声」試作	13
装幀原画・カット		76
複製画		333
その他		46
	計	978

代表的な作品



東山魁夷 《緑響く》



菱田春草 《羅浮仙》



村山槐多《猫を抱ける裸婦》

○ 長野県立美術館コレクション・ポリシー（収集方針）（平成30年11月改訂）

- (1) 長野県出身または長野県に關係の深い芸術家の優れた近現代美術の作品
- (2) 美しい山岳風景や精神文化に通じる作品、および「自然」や「自然と人間」をテーマとした優れた近現代美術の作品
- (3) 日本および海外の近現代美術史上の重要作品
- (4) 近現代美術史を理解する上で貴重な、散逸を防ぐべき作品群および美術資料群

○ 令和3年4月のリニューアル開館後の展開（予定）

(1) 本館に常設のコレクション展示室を新設

改築前の長野県信濃美術館（以下「信濃美術館」という。）には、県民の財産である約4,600点の本館コレクションを見てもらうための常設展示室がなかった。これは文化資源の活用という観点からは致命的な欠点であったが、今回のリニューアルにより約500㎡のコレクション展示室を新設した。展示室内は、洋画（油絵）、日本画、工芸等のエリアに分かれ、東山魁夷館と同様に年6回の展示替えを予定している。幕末から明治以降の近代の長野県ゆかりの作家や作品に焦点をあて、これまで収蔵してきたコレクションを展示していく。

(2) 拡充したコレクション・ポリシーに基づく新しい展開

従来の信濃美術館は、「長野県ゆかりの作家」及び「長野県の風景」を中心に美術品の収集を行ってきたが、新しい県立美術館の整備を機に、この収集方針を拡充した。前述したコレクション・ポリシーの(1)は引き続き継承するが、(2)を「自然と人間の関わり」に拡大し、(3)及び(4)を新たに追加した。県では美術品を取得するための基金（長野県美術品取得基金）を設けているが、今後は現代ア



ート作品を含めて計画的に購入していくことを考えており、県立美術館の役割である国内や海外の新しい美術の潮流を県民に紹介し、県全体の文化芸術の底上げを図っていく。

### 3-1-2. 来訪客の動向

#### ○ 長野県及び善光寺周辺の観光客数

長野県の観光旅行者数は平成3年の1億764万人をピークに減少傾向にあり、令和元年は延べ8,598万人であった。

長野県立美術館が所在する長野市・善光寺周辺を訪れる観光地利用者数は令和元年には延べ627万人に上り、「軽井沢高原」に続く県内第2位の代表的な観光エリアである。なお、前回の善光寺御開帳が開催された平成27年にこのエリアを訪れた観光地利用者数は1,228万人と、同エリアの平年値のおよそ2倍の観光客が訪れている。(※平成27年は北陸新幹線が金沢まで延伸された年でもある。)

また、令和元年の長野県内における外国人延べ宿泊者数(実数)は約119.5万人泊で、平成11年の調査開始以来、最高値となった前年(平成30年)よりはマイナス0.5%と微減となったものの、近年では高い水準にある。国・地域別では、台湾が約27万人泊(構成比22.7%)と最も多く、次いでオーストラリア(約19.8万人泊、構成比16.6%)、中国(約16.7万人泊、構成比14.0%)と続いている。宿泊月別では、1月が約21.3万人泊と最も多く、次いで2月(約18.5万人泊)、12月(11.3万人泊)の順であった。なお、当館が所在する長野地域(長野県長野地域振興局が管轄する範囲)の延べ宿泊者数は約14.4万人(構成比12.1%)で、月別では4月(約2万人泊)が最も多かった。

#### ○ 長野県立美術館の利用者数

改築前の信濃美術館の利用者数は、東山魁夷館が開館した平成2年度に過去最高の458,607人を記録して以降、漸減傾向で増減を繰り返しており、45万人を超えたことがない。平成29年10月に本館が休館する前の直近5年間の利用者数は次のとおり。

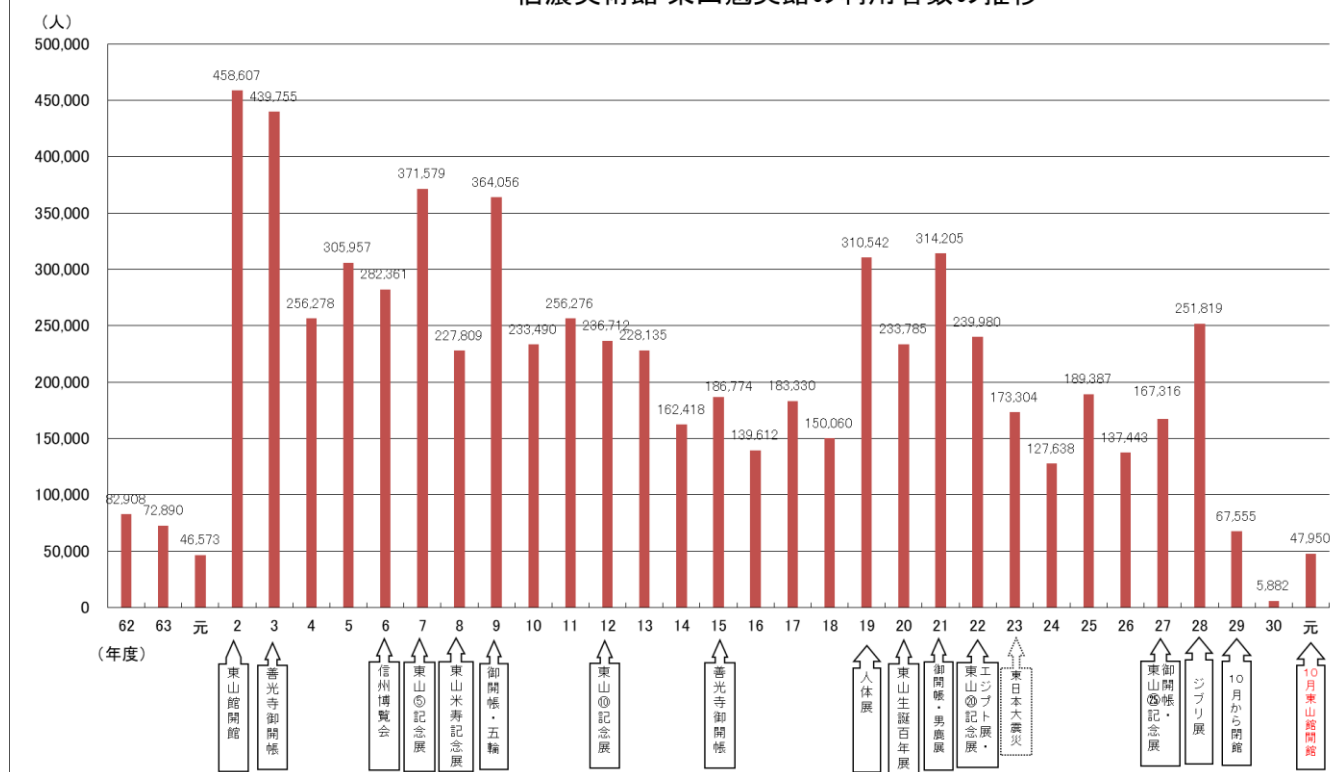
【信濃美術館の利用者数】

(単位:人)

区 分	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
来館者数	189,387	137,443	167,316	251,819	67,555
うち常設展	80,537	67,509	86,443	68,907	24,472
うち企画展	84,828	49,440	59,403	165,141	34,149

※東山魁夷館は平成29年5月31日から、本館は平成29年10月1日から休館

信濃美術館 東山魁夷館の利用者数の推移



○ 来館者の属性等

平成 28～29 年度に来館者に対して行ったアンケート調査から来館者の性別・年齢層別構成をみると、女性の割合が高く（約 60%）、また 40 代以上の年齢層の割合が高い（約 75%）。

信濃美術館（本館）の来館者の地域別構成を、平成 29 年度に開催した 3 つの企画展の来館者アンケートの調査結果（平均）からみると、地元の長野市内が約 4 割、市内を除く県内が約 3 割強、県外が約 3 割弱と、県内からの来訪が圧倒的に多く、約 7～8 割を占めている。（但し、企画展の内容によっては県外の割合が高くなるものもある。）

一方、東山魁夷館の来館者の地域別構成を平成 29 年度に行ったアンケート調査（東山魁夷館改修前特別展）でみると、地元の長野市内が 17.5%、長野県内が 20.6%、県外が 57.8%と、本館とは逆に県外が圧倒的に多く、うち関東地方が 3 割以上を占めている。

また、同様に平成 29 年度の来館者アンケートから信濃美術館（本館）への来館回数をみると、初めて来たという人の割合が 27.8%であった一方、3～5 回目の方の割合は 23.4%、10 回目以上の人の割合は 27.8%を占めており、固定のファンに支えられてきたことがうかがえる。

新しい美術館では、善光寺の撞木造りを屋上広場やレストランなどから眺める景観や、国内では作品鑑賞の機会がごく限られている世界的アーティスト・中谷芙二子氏の霧の彫刻が水庭（水辺テラス）で鑑賞できるなど、今までにないロケーション・景観が誕生する。また、屋上広場や交流スペースなど、誰でも気軽に立ち寄りたくなる無料ゾーンも充実し、新たな憩いの場、新たな観光・インスタ映えスポットとして、全国・海外からの集客が期待できる。



カスケード（水景）が広がる水辺テラス



水辺テラスには中谷芙二子の「霧の彫刻」が不定期で現れる  
(Photo: Junya Takagi)



長野県産ヒノキの大 庇軒下ルーバーが特長的な  
屋上広場「風テラス」(奥は善光寺)



27mに渡るL字型大壁面に映像アートが流れる交流スペース  
(イメージ)

今後の来館者の国内（県外）のターゲットとしては、従来からも大きな割合を占めていた関東地方はもとより、高速交通網の整備を活かし、関西方面や北陸新幹線の沿線となる北陸方面もターゲットとして強化していく。（この拠点計画期間中には、北陸新幹線は敦賀（福井県）まで延伸される予定。）

また、新しい美術館の開館とともに、美術館がある公園（長野市城山公園噴水広場）も併せてリニューアルされること、さらに近年では、善光寺周辺で若者が古い建物をリノベーションしてお洒落なカフェなどを出店しているなど、街全体が変化している。従って、真新しさに惹かれて来訪する、県内及び首都圏を中心とした新幹線沿線地域の子育て世代や家族連れ、若年層などをこれからのメインターゲットとしていきたいと考える。

さらに、令和4年春に開催される善光寺御開帳には全国から参拝者が押し寄せる。美術館とその周辺の一体的な整備に加え、善光寺との回遊性を向上させる取組により、御開帳に合わせて来県する参拝者や、全国の根強い東山魁夷ファンも重要なターゲットとなる。

一方、インバウンドの動向からみる国外のターゲットとしては、県内の外国人延べ宿泊者数の約4分の1を占め、調査結果が残る平成17年以降、首位の座につく台湾は、絶対数からみても第1のターゲットに挙げられる。新しい美術館の完成記念イベントの1つとして、台湾でも人気の高い本県出身の現代アーティスト・小松美羽（台湾で開催した個展では2億円の売り上げを記録）のライブペインティングが予定されており、訴求力のある話題を提供できる。なお、令和元年の延べ宿泊者数（実数）からみた台湾からの訪問先として1番多い県内の地域は軽井沢町（長野県北佐久郡）であるが、軽井沢町と長野市は北陸新幹線でも30分程度の距離にあり、交通の利便性は高く、足を伸ばしてもらええる可能性は十分ある。

また近年、県内で外国人観光客が急増している白馬村（長野県北安曇郡）や野沢温泉村（長野県下高井郡）から長野市までわずか30～40km圏内にあるという地の利を活かし、新たな立ち寄りスポットとして

善光寺とセットで長野県立美術館へ誘導することも考えられる。この2村には、特に「オーストラリア」からの訪問が突出しており、令和元年の同国からの延べ宿泊者数（実数）は2村だけで12.5万人泊以上と、長野市の延べ宿泊者数（実数）の総数約11.7万人泊を優に超えている。（2村の延べ宿泊者数の総数は約22.6万人泊以上。）従って、インバウンド対策としてはオーストラリアも重要なターゲットの1つに数えられる。同国からの観光客は、一人あたりの平均滞在宿泊数が一番長いと言われており、さらには行動範囲も広いと言われている。従って、日本文化に関心があるとされる欧米人は善光寺界隈にも足を延ばす可能性は十分あり、戦略的にPRを行うことで、集客に十分結びつくものと思われる。

この2村の月別の動向をみると、特にスキーシーズンである冬期が大半を占めている（特に高いのが1、2月）が、これは来館者数が低迷する美術館の閑散期にも重なる。すなわち、スキーで訪れる外国人がプラスワンで楽しんでもらう、あるいはもう1泊して、長野県立美術館まで足を延ばしてもらうことで、低迷する冬期の美術館に賑わいを戻し、さらに地域経済の好循環をも生むものと期待できる。

そのほか、県内の外国人延べ宿泊者数第3位の「中国」もインバウンド施策の重要なターゲットとなる。前述した台湾やオーストラリアは、その延べ宿泊者数が平成30年度から令和元年は減少したが、中国は約3.3万人泊の増加と転じた。当館の収蔵品の最大の特長は、何と言っても、現代日本を代表する風景画家、東山魁夷（1908-1999）の作品約970点あまりを所蔵していることである。多くの代表作（本制作）だけでなく、作品に至るまでのスケッチや習作も多数所蔵しており、名品の完成までをたどることができる数少ない美術館でもある。東山魁夷は中国でも展覧会として取り上げられる<sup>\*</sup>など、中国との親和性もあることから、中国もターゲットの1つとして取組んでいく。（なお、中国からの訪問先として1番多い県内の地域は台湾と同様、軽井沢町（長野県北佐久郡）であり、長野市までは新幹線で30分程度と交通の便はよい。）

※上海博物館で開催された「鑑真和上と唐招提寺東山魁夷作品展」（当初の会期：令和元年12月17日～令和2年2月16日）は、当初の見込みでは約40万人規模の入場が見込まれたが、新型コロナウイルス感染症の発生・拡大の影響を受け、実際の来館者数は218,157人であった。（長期臨時休館等により実際の展観は2ヶ月にも満たなかった。）

なお、令和3年度には長野県大町市において「北アルプス国際芸術祭」が開催される予定（開催期間：8月21日～10月10日）である。前回の平成29年度は国内外から約5万人以上が来場したが、コロナ禍の中での開催となる今回は、どのようなマイナス要因が働くかは不透明ではあるものの、現時点では14の国と地域からアーティストが作品を出品する予定であることから、県外からも多くの来場者が期待できる。従って、アートに関心のある人が集まるこの国際的催事と連携することで、長野県立美術館を知ってもらい、さらに足も伸ばしてもらい、新規来館者の発掘へとつなげていく。

### 3-1-3. 他の文化資源保存活用施設との比較

石川県金沢市にある現代美術を収蔵・展示する金沢市立の美術館「金沢21世紀美術館」は、「新しい文化の創造」と「新たなまちの賑わいの創出」を目的に開設された。日本三名園の一つで観光名所でもある兼六園の真弓坂口の斜め向かいに当たり、金沢城公園の入口からも近く、繁華街の香林坊や片町からも徒歩圏内にある、市の中心部に立地した都心型の美術館である。

建築コンセプトは『まちに開かれた公園のような美術館』で、誰もがいつでも立ち寄ることができ、様々な出会いや体験が可能になる公園のような美術館を目指している。

また、美術館の運営のコンセプトの一つに「まちに生き、市民とつくる、参画交流型の美術館」を掲げ、教育、創造、エンターテインメント、コミュニケーションの場など、新たな「まちの広場」としての役割が期待され、市民や産業界など様々な組織と連携を図り、新しい美術館活動を展開している。

すなわち、金沢21世紀美術館が当館（長野県立美術館）と共通する点として、有名な観光名所（兼六園）に隣接している点、また駅から約2km圏内にあるという立地上の環境だけでなく、建設コンセプトである「まちに開かれた公園のような美術館」や、様々な組織と交流する「まちの広場」としての役割を

期待されている点、さらに交流ゾーン（無料ゾーン）を特色にしている点など、当館と重なる点は多い。

しかしながら、金沢 21 世紀美術館には、無料ゾーンも含めると年間約 200 万人もの人が訪れており、来館者数では当館は大きく引き離されている。当館の場合、隣接する善光寺には、年間約 600 万人以上（七年に一度の盛儀である御開帳の年は 1, 200 万人以上で、御開帳開催期間の約 2 カ月だけでも約 700 万人以上）もの人が訪れるのに対し、美術館には 1 番多い時でも約 25 万人しか訪れておらず、善光寺誘客の相乗効果を楽しむことができない状況にあり、善光寺との回遊性の向上や善光寺周辺の店舗・宿泊施設等との連携は不可欠である。

また、金沢 21 世紀美術館の収蔵品は、話題性に富む現代アート作品が中心であり、地域（信州）に特化した近代美術中心の当館とは性格を異にしている。当館では、日本一多いとも言われる東山魁夷コレクションや池田満寿夫パーフェクトコレクション、信濃デッサン館コレクション等、長野県ならではの特色あるコレクションをこれまで多数収集してきたが、今後は、現代アート作品の収集にも力を入れることにより、収蔵品のバリエーションの幅は広がる。

新しい美術館は、善光寺に隣接し、自然景観に恵まれた城山公園内に位置する立地条件を活かし、信州の山並みや善光寺門前のまち並み等と一体化した風景画のような美術館“ランドスケープ・ミュージアム”として整備し、善光寺やその庭園、信州の自然美とともに優れた美術作品の鑑賞ができる美術館として生まれ変わる。国宝・重要文化財を含む多様な作品の展示に対応できる「公開承認施設」の条件を満たす展示室がある一方、「屋根のある公園」と呼ぶ新しいスペースを創出し、チケットなしでも入場できる無料ゾーンを充実させることにより、障がいの有無や年齢にかかわらず、誰でも気軽に憩い、アートを身近に感じてもらえるような居場所やプログラムも準備している。

併設する東山魁夷館は、信州の自然に魅せられ、長野県を「私の作品を育ててくれた故郷」と呼んだ、現代日本を代表する風景画家、東山魁夷（1908-1999）の作品約 970 点あまりを所蔵している。多くの代表作とともに、スケッチや習作も多数所蔵しており、作品の完成までをたどることができる数少ない美術館である。

このように、善光寺門前と一帯的にアートを楽しめる空間を創出する美術館として、また善光寺を一望できる新たな景観・観光スポットを生み出す美術館として、さらに、東山魁夷はじめ希少性の高い名品を魅せることのできる美術館として、これら当館の特長を強化していくことで、これまで素通りしていた善光寺参拝者や観光客を呼び込める美術館に生まれ変わるのである。

## 3-2. 課題

### 課題 1：来館者数を恒常的に伸ばせるコンテンツがなかった

3-1-2（来訪客の動向）でも述べたように、これまでの信濃美術館は、東山魁夷館の開館年（平成 2 年度）に過去最高の来館者数を記録して以降、漸減傾向で増減を繰り返してきており、恒常的に来館者数を伸ばせるだけのコンテンツがなかった。

令和 3 年度に新しい県立美術館としてリスタートするが、オープン初年度から数年程度は、比較的に来館者数は高い水準で推移すると考えられるが、経過年数とともに、いかに恒常的に来館者数を増加又は維持させるかは大きな課題になる。その鍵となるのが、長野県立美術館の根強いファンを増やし、リピーター・応援団につなげることである。

そのためには、誰でも自由に憩い、気軽にアートに触れ合える無料ゾーンのコンテンツを充実させることにより、「美術館は敷居が高い」と感じている人々にまずは来館してもらい、さらにその方々を無料ゾーンから有料の展示室まで足を運んでもらう仕組みづくりを行い、施設の運営に必要な収入を持続的に確保していくことが重要である。また、善光寺や地元商店街・地域と連携した、ここでしか体験できない、特別感を味わえるコンテンツの充実も欠かせない。

このように新しい美術館を核として、恒常的に来館者数を増加させ、経済を循環し、ひいては地域の活性化につなげていく。

#### 課題2：隣接する善光寺の参拝者を取り込めていない

3-1-3（他の文化資源保存活用施設との比較）でも触れたとおり、毎年約600万人が訪れる善光寺に隣接する立地条件にありながら、これまでは、善光寺を訪れた参拝者の大半が美術館には立ち寄っておらず、善光寺と美術館との間の動線が機能していなかった。美術館の建て替え及びその周辺の一体的な整備を機に、善光寺との回遊性を高めることにより、そもそも美術館を目的に訪れる来館者だけでなく、善光寺とセットで観光旅行者が寄ってみたいくなる仕組みづくりが必要である。

#### 課題3：来館者の移動の利便性が悪い

長野県は県土が広い（県土の面積は全国第4位）、移動手段として自家用車を利用することが多い。しかしながら、美術館周辺は物理的に駐車場をつくる場所がない状況にある。また、平成28年のジブリ展などの人気の展覧会開催時や、美術館がある城山公園一帯のイベント時には交通渋滞がひどく、地元住民からの苦情も多い。すなわち、渋滞対策は美術館と地元住民の共通の課題である。

新しい美術館の整備に伴い、既存の美術館専用の駐車場が利用できるのは、障がいのある方など移動に配慮を必要とする方（信州パーキング・パーミット（障がい者等用駐車場利用証）制度）と団体バス利用者限定する予定である。物理上、駐車場の整備が困難である以上は、美術館専用駐車場の対象外となる来館者には、公共交通機関の利用や周辺の民間駐車場などを案内するしかなく、来館者の移動の利便性を高めることが喫緊の課題となっている。

#### 課題4：海外からの来館者が少ない（インバウンドを取り込めていない）

改築前の信濃美術館に海外からの来館者がどのくらいあったのかのデータは残っていないが、美術館の受付スタッフの感触としては、海外からの観光客はほぼ皆無という状況であった。しかしながら、コロナ禍前の令和元年は、前述（3-1-2. 来訪客の動向）したとおり、外国人延べ宿泊者数（実数）は長野県全体で約119万5千人泊、長野市内に限っても約11万7千人泊（構成比9.8%）の外国人が宿泊した、という実態がある。従って、新しい県立美術館の開館を機に、インバウンドを取り込んでいくためにどのように美術館の魅力を高め、また情報を発信していくかが大きな課題である。

#### 課題5：観光客の滞在時間が短い

長野市の観光統計によれば、平成30年から令和元年の国全体の宿泊旅行者数は10.8%の増加に対し、長野市は2.3%の増加に留まっており、滞在時間の長い宿泊旅行者を十分に取り込めていないことがうかがえる。また、一人あたりの観光消費額も市の観光振興計画の基準年である平成27年の実績値を下回っている状況である。善光寺、美術館、地元宿泊事業者、地元商店街、交通事業者等が連携し、長野駅から善光寺・美術館周辺までを含めた一帯を1つの観光エリアとして、観光客の滞在時間をいかに延ばし、経済を循環させ、地域の活性化につなげていくことが重要である。

### 3-3. 文化観光拠点施設としての機能強化に向けて取組を強化すべき事項及び基本的な方向性

取組強化事項1：親しみやすい美術館になるために ～県民や観光客にとっての魅力的なコンテンツや企画展示などの強化（課題1関連）

オープンする令和3年4月から8月末までの期間は、生まれ変わった美術館の特徴や魅力を、まずはたくさんの人に知ってもらい知名度を上げる「建物完成お披露目期間」として、若年層を中心にした誘客につながるイベントや従来の美術館では実施が難しかった斬新的なイベントを開催することで、美術や美術館に特別関心のない層にも広くアピールする。

具体的には、

- ・世界で活躍する霧のアーティスト 中谷芙二子氏の作品と著名舞踊家によるコラボレーション企画
- ・交流スペースでの夜間上映（17:00～20:00）にあわせた、夜の星空美術館
- ・市内の美容関係者が開催するヘアショーイベント「ナガコレ」（ナガノコレクション）の会場の提供
- ・長野県南部にある飯田市で毎年開催されている人形劇フェスティバルの出張公演
- ・JAXAの人工衛星が撮影した高精細画像を元に制作した長野県を俯瞰する映像を無料上映（高さ8m弱の吹き抜けの展示室の壁面に映す企画）
- ・善光寺本堂が目の前に広がる屋上広場でのワインガーデンの開催
- ・長野県出身の現代アーティスト 小松美羽のライブペインティングの開催

など、県立美術館がリニューアルを機に、県民に元気を与えるイベントを積極的に開催することにより、コロナ禍で失われた県内の文化芸術イベントを活気づけるとともに、地域密着型のイベントを通して地域とのつながりを一層強め、持続的な地域連携への足掛かりとする。

また、新しい県立美術館の特徴でもある無料ゾーンの楽しみ方を充実していく。

まずは、視覚だけでなく様々な感覚を通して美術に親しんでもらうための作品展示を強化する。開館初年度は4人の作家に委託制作した「触れる美術作品」を本館2階の無料スペース「アートラボ」においてリレー方式で展示していく。このような作品を次年度以降も継続して増やしていき、リピーターの獲得を狙う。

さらに、1階交流スペース（無料）では2組の作家による映像アートを全長27mのL字型壁面に投影する。令和3年度から4年度にかけて、さらに1作品を増やす予定であるが、今後も継続して増やしていき、同じくリピーター（長野県立美術館のファン）を獲得していく。

一方、年5回程度開催する企画展では、最大で展示室3室（合計1,500㎡弱）を活用し、現代アートを紹介する展示などを2～3回程度行う。そのほか博物館系を含め、誰でも楽しむことができる企画展を年2～3回、バランスよく開催していく。

このような取組により、美術館の新しい使い方を積極的に提案し、開かれた身近な美術館として浸透させていく。

## 取組強化事項2：善光寺参拝者の取り込み（課題2関連）

年間600万人以上（御開帳の年はその倍以上）の集客力のある善光寺に隣接した立地条件を最大限に活かせるよう関係者連携のもと、善光寺と美術館相互の回遊性を高めるとともに、善光寺とセットで一帯的な観光地として認知されるような取組を積極的に推進していく。

ハード面では、地元長野市の協力を得て、善光寺から美術館へ通じる歩道の拡幅、交差点改良など人の流れが円滑になるような周辺整備を実現した。また、善光寺の協力を得て、境内に新しい美術館案内サインを6基設置した。今後はこの拠点計画により、善光寺との連携事業や美術無関心層に向けたPR・情報発信などのソフト面の対策を強化していくことにより、そもそも美術館へ行くことが目的ではなかった善光寺参拝者も取り込んでいく。

具体的には、次のような取組を強化していく。

### ・善光寺との連携

善光寺内陣と美術館の共通チケットの発行、お守り・土産物などのコラボ商品の開発、宿坊宿泊者への優待や美術館案内の強化、ポスター・チラシ・交通案内などでの協力・連携 など

### ・魅力的な企画展の開催やコレクション展示の充実

新しい美術館では年5回程度の企画展を開催する予定で、そのうち2回は、日ごろ美術館に来ない家族連れや若者でも観たいと思う内容のものにしていく。また、新設したコレクション展示室では年6回の常設展を行い、インバウンドも含めた多言語対応（解説機能）を充実させる。

- ・新しい美術館のレストラン（2階）及びカフェ（3階）の魅力発信  
2階には、善光寺本堂を眺めながら「和テイストのフレンチ、イタリアン」の食事を提供するレストランが開業する。肉類、野菜、果物、ワイン等の食材や木曾漆器のトレーなど長野県産品を豊富に使用する予定であり、食事だけでも訪れたい観光客を取り込んでいく。また、屋上広場に隣接する3階カフェは、店内でアルコールを含めた軽飲食ができ、テイクアウトして善光寺や公園、信州の山並みなどの周辺の景色も一緒に味わいながらの飲食もできる。
- ・「敷居の低い美術館」として無料ゾーンの魅力を向上・発信（再掲）  
新しい美術館ではチケットが必要な展覧会（常設展、企画展）だけでなく、無料で楽しめるゾーンも充実しており、この拠点計画でさらに魅力を高めていく。  
具体的には、
  - \* 交流スペース（1階）の巨大なL字型スクリーン（横幅が合計約27m、縦幅が3m以上）で現代アーティストによる映像（アニメーションなど）を常時上映する。開館時は2作品であるが今後も継続的に増やしていく予定。
  - \* アートラボ（2階）では子どもや障がいのある方でも楽しめるよう、視覚に限定しないさまざまな鑑賞が可能な作品を無料で展示する。開館時は4名の作家に委託制作した触れる美術作品を展示していくが、今後も継続的に増やしていく予定。
  - \* 中谷芙二子氏の「霧の彫刻」作品  
本館と東山魁夷館の間に位置する水辺テラス（カスケード）では、世界的な霧のアーティストである中谷芙二子氏に委託した「霧の彫刻」作品を見ることができる。国内に中谷氏の常設作品は少ないことから、後述するインバウンド対応のコンテンツとしても重要である。

#### 取組強化事項3：来館者の移動の利便性の向上（課題3関連）

マイカー移動が当たり前の本県において、美術館やその周辺の駐車場不足だけを理由に来訪機会が失われることがないように、美術館までの交通手段について、ストレスなくアクセスができる環境を交通事業者や地元商店街等との連携により整備する。マイカーによる点と点の移動ではなく、美術館周辺まではマイカーで移動したとしても、善光寺周辺エリア内は公共交通機関や徒歩による移動を促し、滞在時間の延長や土産物店などでの消費拡大、地域経済の活性化につなげていく。

具其他的には、

- ・バス事業者と連携したシャトルバスの運行
- ・周辺の民間駐車場と連携した入館料割引の実施
- ・鉄道事業者との企画きっぷの販売等

により、従来の「マイカー移動」から「公共交通機関の利用」へシフトさせる。これに取組むことにより、善光寺門前の商店街、地元住民なども含めた善光寺エリア一帯の「観光地への行きやすさ」「観光地での住みやすさ」にもつながり、地域の活性化にも大きく貢献できるものと期待できる。

#### 取組強化事項4：海外からの観光客の取り込み（課題4関連）

海外の観光客目線で考えた場合、長野県立美術館を旅行目的地に加える機会は大きく次の3つが考えられる。

- ① 自宅（居住地）で旅行プランを検討するとき  
日本旅行のプランを検討する際に、長野県立美術館を目的地とする ←このためには、ネットやSNSで情報が得られ、行ってみたいと思わせるコンテンツが必要
- ② 日本入国時に旅行プランを検討するとき



空港などで日本の情報を得る際に、長野県立美術館を目的地とする ←このためには、ネットやSNSで情報が得られ、行ってみたいと思わせるコンテンツが必要

### ③ 長野県内、市内に入った後

県内や市内に入った後、少し時間に余裕がある時などに長野県立美術館を訪れる ←このためには、駅のインフォメーション、ホテル等の宿泊先などで美術館の情報を得ることが必要

長野県立美術館の現状では、①と②に関連した魅力あるコンテンツは、中谷芙二子氏の「霧の彫刻」など少数であり、コンテンツのみでの集客はかなり難しいと考える。しかし、今後は新しいコレクション・ポリシーに基づき映像や写真、インスタレーションなどの現代アート作品も収集していくこととしている。また、無料ゾーンにある交流スペースで上映する現代アーティストのアニメ映像作品など、海外でも人気が高いアニメ・マンガの分野での展開も考えられる。

従って、この拠点計画ではまずは③の対策に力を入れ、3-1-2 で記載した、台湾、オーストラリア、中国からの観光客の取り込みに力を入れていく。

具体的には、主要駅のインフォメーションやホテル等に美術館を紹介するコンセプトブックの英語・中国語版を配架する。また、3-1-2（来館者の属性等）でも述べたとおり、令和3年度には長野県大町市において国際的な芸術祭（「北アルプス国際芸術祭 2020-2021」）が約2ヶ月に渡り開催される予定である。芸術祭が始まる8月下旬は、ちょうど長野県立美術館のグランドオープン記念展（「森と水と生きる」）が始まる時期と重なる。海外の著名作家の作品や重要文化財に指定されている作品など、新しい美術館の本格的な幕開けの展覧会として、よりすぐりの名品の展示が予定されていることから、「北アルプス国際芸術祭」に来場する海外からの観光客の取り込みに注力していく。

ちょうど同時期には、海外でも人気のある現代アーティスト・小松美羽のライブペインティングや作品展示などが当館で予定されているため、まずは長野県立美術館を知ってもらうための話題提供からスタートしていく。

### 取組強化事項5：観光客の滞在時間を長くする取組（課題5関連）

新しい美術館は、水辺テラスや屋上広場、ポケットパーク、また周辺の城山公園も夜間はライトアップされ、日中の景色とは違う別の姿を楽しむことができる。従って、夜間開館やイベントなど、宿泊につながる取組を積極的に行う。（すでにリニューアル完成記念イベントとして、令和3年5月に「夜の星空美術館」を行う予定。）なお、2階のレストランは常時、美術館閉館後の夜9時まで営業を行う予定で準備を進めている。

一方、平成27年の前回の御開帳時の報告書によれば、早朝夜間に参拝した県外客の多くが宿泊していたことが分かっている。当時の信濃美術館でも御開帳にあわせて早朝開館の取組を実施した。従って、令和4年4月から5月に予定されている次回の御開帳時にも、前回の御開帳時と同様、早朝開館も併せて検討していく。

また、善光寺周辺の商店街との取り組みも重要であり、商店街クーポン付きチケットの販売や、コラボレーションしたイベントの開催、街中の駐車場利用者への観覧料割引など、長野駅から善光寺・美術館周辺一帯の観光客の滞在時間を長くする取組を積極的に行い、地域の活性化につなげていく。

さらに、宿泊施設との連携では、ホテル・旅館のほか、主に海外からの宿泊者が多いゲストハウスなどとも連携し、

- ・多言語による県立美術館の案内（コンセプトブックの英語・中国語版の配架）
- ・レストラン、カフェの紹介
- ・満足度調査への協力
- ・宿泊者への特典企画（休館日の特別開館など）の検討

などを進めていく。



夜の屋上広場



ライトアップされた水辺テラス

### 3-4. 地域における文化観光の推進への貢献

#### 【ポイント1】善光寺や周辺のお店との相乗効果による地域活性化

長野県立美術館は、県内有数の観光スポットである善光寺に隣接するという好条件の立地にある。

約千四百年の歴史を持つ国宝・善光寺に、現代アートも観せる県立美術館が加わることにより最強のタッグが組めることになる。従って、これまでは現代アートに関心のあるインバウンドも含めた層は取り込めていなかったが、これからは両方で観光客を楽しませることができる。

(現代アートの取組例)

- ・コレクション・ポリシー（収集方針）の拡充により国内外の優れた現代アート作品を充実
- ・世界的アーティスト 中谷芙二子氏の「霧の彫刻」の展示
- ・無料ゾーンに展示する映像アート（委託制作者：榊原澄人氏、ユーフラテス） など

善光寺と長野県立美術館の相乗効果による観光客の絶対数の増加だけでなく、長野駅からのアクセス改善により、長野駅から善光寺・県立美術館に至るエリアでの滞在時間を延ばすことができる。

滞在時間が延びれば、食事や休憩、買い物、さらに宿泊など、観光消費が増え地域活性化につながる。

現在、マイカーで善光寺を参拝する観光客は、本堂北側の駐車場に停め（有料：2時間500円）、いわば裏口から境内に入りお参りしている。一方、長野駅から北に延びる中央通りは、そのまま善光寺の南参道に通じており、仁王門、山門を経て本堂の正面から入り参拝することができる。

長野駅から善光寺・美術館までは約2kmの上り坂となるので、行きは公共交通機関を利用し、帰りは駅方面に歩いてもらう。大勧進、大本願などの寺院、仲見世、中央通り沿いの商店街での飲食や買い物、また最近では若者たちが古い建物をリノベーションしたお洒落なカフェなども周囲に点在しており、退屈しない要素が溢れている。

長野県立美術館では美術館そのものの魅力向上だけでなく、善光寺との共通券や商店街と連携したチケット販売などを検討しており、観光客に長くこのエリアに滞在し楽しんでいただける取組みを行っていく。

#### 【ポイント2】アートと地域住民を結びつける取組みによる地域活性化

善光寺等との相乗効果による地域活性化に加え、「善光寺びんずる市」（善光寺境内で開催する、市民参加型の手づくり市）を美術館でも開催するなど、地域住民にも長野県立美術館を活用してもらい、アートと日常生活がつながる街を目指していく。

アートに対する地域の理解が進み、地域一帯が「アートの味方」になることで、例えば、若手作家が活動しやすい街となり、“若手アーティストの流入”“若者が大勢住むアートの街”として、新しい文化の創造にもつながる。若手作家の支援は県立美術館の大きな役割でもある。

近年、リノベーションによる市街地活性化が進み、クラフト作家やアーティストが居を構え始めている。それに伴い、さまざまな文化的活動も現に盛んになりつつある。新しい美術館では、コレクション等の歴史的文化資源の紹介とともに、現代作家による展覧会やイベント開催も積極的に行っていく予定である。善光寺、そして美術館が収蔵する日本近代美術のコレクションという「歴史的文化資源」と、現代作家がライブで行うアートやクラフトという「現代的文化資源」。この両者の発信地として長野県立美術館の役割は大きい。

このようにして、地域住民、地元自治体、商工会議所、観光・交通事業者などが総合的かつ一体的に連携して取組むことで、長野駅から善光寺・門前町・美術館一帯エリアの街づくり、地域活性化に貢献していく。

### 3-5. 文化の振興を起点とした、観光の振興、地域の活性化の好循環の創出

長野県立美術館が、善光寺に加えてプラスワンの“立ち寄り拠点”となることで、門前界隈での滞在や回遊が促進され、インバウンドを含めた観光客も増えて地域一帯に賑わいが生まれ、やがて飲食店やカフェ、ショップ、宿泊施設など界隈での経済効果にも波及する。また、近年では、善光寺周辺で若者が古い建物をリノベーションしお洒落なカフェなどを出店しており、このような若者たちが新たなサービスを生み出して、さらに街を活気づける原動力になる。

一方、美術館の交流スペース内には作家が創作活動をするためのスペース「オープンギャラリー」があり、現代作家による公開制作や県内の地域密着型アートプロジェクトの紹介等、現在進行形の創作活動を発信していく予定である。このように若手芸術家の発信の場を提供することで、地域文化の活性化や賑わいの創出につながるものと期待している。

さらに、美術館の無料ゾーンや観光・インスタ映えスポットに人が集まることで、館自身の入館者の増、ひいてはカフェレストラン、ショップなどでの購買が増える。当館は指定管理者制度を導入しているため、観覧料や館内の店舗等の売り上げの収益が上がっても、それを直接、美術品や美術館プログラム等への再投資につなげることはできないが、例えば観光スポットとしての認知度が上がれば、誘客が見込まれ、企業からも注目される存在となる。それが寄付や協賛という形での企業による応援につながり、それを原資として、無料ゾーンのコンテンツを充実させるための再投資にもつながる。

#### 4. 目標

目標①：来館者数（国内）（課題1～3、5関連、取組強化事項1～3、5関連）

（目標値の設定の考え方及び把握方法）

**【目標値の設定】**

以下の①展覧会（有料）②無料ゾーン入館者 ③善光寺参拝者からの取込みの合計値。ただし、この数値は来館者（訪日）を含む。

① 展覧会（有料）：R3 と R4 は特別展などの開催により平年より来館者は増加すると見込む。美術館の推計では R3:38 万人 R4:37 万人 R5 以降:31 万人  
（従来の信濃美術館では H24～H28 の 5 年平均で年約 17.5 万人）

②無料ゾーン：屋上広場や交流スペース、アートライブラリー等の無料ゾーンを含む。開館以降年 22 万人と見込む。

（従来の信濃美術館では無料ゾーンがないため実績は 0 人）

※①と②は、R3 及び R4 は新型コロナウイルス感染症の影響により推計値の 9 割と仮定。R5 以降はコロナの影響は無いものと見込む。

③善光寺参拝者の取込：R3 は年間参拝者 600 万人の 1%である 6 万人。R4 は御開帳年で年 1200 万人の 1%で 12 万人。R5 は 600 万人の 2%。  
以後 1%ずつ増加を見込む。

**【把握方法】** 建物入口に設置している入館者カウントシステムにより把握

年度	実績		目標				
	H2年	H28年	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
来館者数（国内）	458,607	251,819	60万人*	65万人*	65万人	71万人	77万人
事業1-①： コレクションの磨き上げ			・信濃デッサン館コレクション等の額装、低反射額への入替えの企画・準備作業 ・現代アートの購入（予定）	・信濃デッサン館コレクション等の額装、低反射額への入替え ※展覧会開催予定 ・《朝明けの潮》下図の額装（2枚） ・現代アートの購入（予定）	・信濃デッサン館コレクション等の額装、低反射額への入替え ・《朝明けの潮》下図の額装（2枚） ・現代アートの購入（予定）	・信濃デッサン館コレクション等の額装、低反射額への入替え 《朝明けの潮》色分大下図の額装（2枚） 【完成*翌年東山魁夷館35周年記念でお披露目】 ・現代アートの購入（予定）	・信濃デッサン館コレクション等の額装、低反射額への入替え ・現代アートの購入（予定）
事業1-②： 本館リニューアル完成記念イベント			・本館リニューアル完成記念イベントの開催（4月～8月末）	—	—	—	—

事業1-③： 無料ゾーンのコンテンツの充実			・展示品の委託制作 ・「霧の彫刻」の動画撮影	・展示品の委託制作 ・「霧の彫刻」動画の上映	・展示品の委託制作 ・「霧の彫刻」動画の上映	・展示品の委託制作 ・「霧の彫刻」動画の上映	・展示品の委託制作 ・「霧の彫刻」動画の上映
事業4-①： レストラン・カフェ運営事業			・美術館の企画展やイベント等と連携したメニューの企画・検討	・美術館の企画展やイベント等と連携したメニューの提案	・美術館の企画展やイベント等と連携したメニューの提案	・美術館の企画展やイベント等と連携したメニューの提案	・美術館の企画展やイベント等と連携したメニューの提案
事業5-①： 長野県観光機構と連携したプロモーション				・県立美術館ホームページ内での外国人向け専用ページの開設・運用	・アンケートの館内設置と収集・分析 ・県公式観光サイトへの記事広告及び連動した、ウェブアンケートの実施・収集・分析 ・基礎データの分析結果を踏まえた次年度以降の事業立案 ・県立美術館ホームページ内での外国人向け専用ページの運用	・アンケートの館内設置と収集・分析 ・基礎データの分析結果を踏まえた次年度以降の事業立案 ・県観光機構と連携したプロモーション ・県立美術館ホームページ内での外国人向け専用ページの運用	・アンケートの館内設置と収集・分析 ・基礎データの分析結果を踏まえた次年度以降の事業立案 ・県観光機構と連携したプロモーション ・県立美術館ホームページ内での外国人向け専用ページの運用
事業5-②： 観光・商工・交通事業者との連携による観光誘客活動			・広報・誘客活動	・広報・誘客活動	・広報・誘客活動	・広報・誘客活動	・広報・誘客活動
事業5-④（6-①）： デジタルサイネージの設置				デジタルサイネージの設置	デジタルサイネージの運用	デジタルサイネージの運用	デジタルサイネージの運用

※新型コロナウイルス感染症の影響を考慮し設定

目標②：来館者数（国外）（課題4関連、取組強化事項4関連）

（目標値の設定の考え方及び把握方法）

【来館者数（訪日）】

①まず長野市への訪日者数を推計

長野駅にある長野市観光情報センターでの外国人相談者数の実績値（R2：12,864人）をベースに、R5でコロナ禍前（R元：35,253人）に戻ると仮定。R6, R7はH30からR元への長野市外国人宿泊者数の増加率9.6%を加算し推計。

②長野県観光機構の統計によれば、訪日来県者の内、「観光・文化施設」を訪れることを目的としている外国人の割合はR元で23%。この割合を高くすることを目標とし、R4:25%、R5:27%、R6:29%、R7:31%とする。（R12では41%）

これにより、これまでほぼ皆無であった来館者（国外）数を10年後のR12では年間27,000人までを想定。

【把握方法】

チケット販売窓口（有料）、市観光情報センターでの外国語リーフレット提供数の合計

年度	実績		目標				
	データなし		令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
来館者数（国外）	—	—	4,600人	6,900人	9,500人	11,200人	13,100人
事業2-①： 展示の解説パネル等の 多言語対応			・紹介・解説の多言語対応	・紹介・解説の多言語対応	・紹介・解説の多言語対応	・紹介・解説の多言語対応	・紹介・解説の多言語対応
事業5-③： 多言語による美術館の 紹介（コンセプトブック の多言語化）			・英語版・中国語版等の 作成・印刷	・英語版・中国語版等の 内容の見直し・印刷	・英語版・中国語版等の 内容の見直し・印刷	・英語版・中国語版等の 内容の見直し・印刷	・英語版・中国語版等の 内容の見直し・印刷

目標③：来館者の満足度（課題1～3関連、取組強化事項1～3関連）

（目標値の設定の考え方及び把握方法）

（国内）館内に常設している来館者アンケート調査による。5段階の満足度を提示し、上位のレベル2以上の割合。

（海外）市内宿泊施設に協力を依頼し、アンケート調査を行う。7段階の満足度を提示し、上位のレベル3以上の割合。

年度	実績		目標				
	—	H29年	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度

満足度（国内）		84%	85%	88%	90%	93%	95%
満足度（海外）		-	80%	82%	84%	86%	88%
事業2-②： インクルーシブ・プロジェクトの充実			・インクルーシブ・プロジェクト実施のための準備	・インクルーシブイベントの充実・ツールの開発と普及・事業を行う人材の育成	・インクルーシブイベントの充実・ツールの開発と普及・事業を行う人材の育成	・インクルーシブイベントの充実・ツールの開発と普及・事業を行う人材の育成	・インクルーシブイベントの充実・ツールの開発と普及・事業を行う人材の育成
事業4-②： 美術館オリジナルの商品開発			・オリジナル商品の企画・製造	・製造・販売	・製造・販売	・製造・販売	・製造・販売
事業4-③： 地域ワイナリー等と連携した商品の開発と美術館屋上広場での提供			-	-	-	・オリジナル商品の企画・製造・販売 ・お披露目イベントの実施	・オリジナル商品の企画・製造・販売 ・お披露目イベントの実施

目標④：善光寺参拝者の取込（課題2、取組強化事項2関連）

（目標値の設定の考え方及び把握方法）

R3は善光寺年間参拝者600万人の1%。R4は御開帳開催年のため1200万人の1%。R5は年間600万人の2%。以降1%ずつ増加  
館内に常設している来館者アンケート調査により推計（総アンケート数に占める善光寺に寄ってから来た（又はこれから寄る）人の割合を算定し、来館者の総数にその割合を掛けて推計する。）

年度	実績		目標				
	データなし		令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
目標値	-	-	6万人	12万人	12万人	18万人	24万人
事業1-④： 善光寺御開帳特別記念展及び関連イベントの開催			・善光寺御開帳特別記念展及び関連イベントの準備	・善光寺御開帳特別記念展及び関連イベントの開催	・善光寺との連携	・善光寺との連携	・善光寺との連携

事業2-③： 善光寺御開帳に関連した映像制作			・映像制作	・映像上映	・映像上映	・映像上映	・映像上映
---------------------------	--	--	-------	-------	-------	-------	-------

目標⑤：公共交通機関による来館者の割合（課題3、取組強化事項3関連）

（目標値の設定の考え方及び把握方法）

館内に常設している来館者アンケート調査により、アンケート総数に占める公共交通機関の利用者割合を算定する。

年度	実績		目標				
	データなし		令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
目標値	—	—	—	10%	15%	20%	25%
事業3-①： シャトルバスの運行			・シャトルバスの運行 企画検討・準備	・シャトルバスの運行	・シャトルバスの運行	・シャトルバスの運行	・シャトルバスの運行
事業3-②： 長野県立美術館と連携した企画きっぷの販売			・企画きっぷの検討・販売準備	・企画きっぷの販売	・企画きっぷの販売	・企画きっぷの販売	・企画きっぷの販売



## 5. 目標の達成状況の評価

県（文化政策課、観光誘客課）、指定管理者（文化振興事業団）及び長野県観光機構で構成する、観光動向分析チーム（仮称）を設置し、計画の進捗状況や目標の達成状況等の評価、次のアクションの検討等、PDCAサイクルを確立し、改善につなげていく。（概ね四半期ごと、年4回程度の会議を開催）

## 6. 文化資源保存活用施設

### 6-1. 主要な文化資源についての解説・紹介の状況

#### 6-1-1. 現状の取組

- ・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（施行規則第1条第1項第1号）
  - ・常設展の開催（現在は東山魁夷館のみ）
  - ・移動展の開催（県下各地で当館のコレクションを公開する移動展覧会）
  - ・交流名品展の開催（県内美術館と共同で企画・実施する展覧会）
  - ・解説パネルを用いた解説・紹介
  - ・学芸員によるギャラリートークやおやこでトーク、ベビーカートツアーなど（※但し、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、現在休止中）
  - ・図録の制作・販売



飯田市美術博物館における交流展



おやこでトーク



ベビーカートツアー

- ・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（施行規則第1条第1項第2号）
  - ・なし
- ・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（施行規則第1条第1項第3号）
  - ・常設展示の解説パネルの一部を英語表記で解説・紹介

#### 6-1-2. 本計画における取組

- ・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（施行規則第1条第1項第1号）
  - ・親しみやすい美術館になるための魅力的なコンテンツや企画展示などの強化
    - ・誰でも楽しむことができる企画展の開催やコレクション展示の充実（現代アートを紹介する展示、日ごろ美術館に来ない家族連れや若年層でも観たいと思う展覧会等）
    - ・コレクションの磨き上げ（東山魁夷の《朝明けの潮》下図の額装、信濃デッサン館コレクション等の額装）
    - ・無料ゾーンのコンテンツの充実（交流スペースのL字型壁面（横全長27m、縦3m以上）に現代アーティストの映像作品（アニメーション映像等）を投影。作品は継続的に増やしていく。）
    - ・本館リニューアル完成記念イベントの開催（新しく生まれ変わった美術館の魅力をまずは多くの人に知ってもらうための、美術に特段関心のない層をターゲットにしたイベント）
  - ・善光寺御開帳特別記念展及び関連イベントの開催
  - ・美術の新しい楽しみ方の提案 — 「インクルーシブ・プロジェクト」
    - ・視覚だけでなく様々な感覚を通して美術に親しんでもらうための作品展示を強化
    - ・イベントの充実（こどもアートラボ、おやこでトーク、ベビーカートツアー、たてものツアー、障がいのある方のための特別鑑賞日等）
    - ・インクルーシブツールの開発と普及（ふれるアートカード、ふれるコレクション（コレクショ

ン解説冊子)の拡充等)

- ・館職員のインクルーシブ研修の実施(対話型鑑賞研修会、視覚障がい者・聴覚障がい者案内の研修会)



中ハンクシゲ《ゴロゴロ犬》(2018)



さわるコレクション(京都国立近代美術館)



障害のある方のための特別鑑賞会  
(東京都美術館)

※そのほか「アート・コミュニケータ(人とアートのつなぎ手)」による対話型鑑賞を予定(本計画外)

- ・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(施行規則第1条第1項第2号)
  - ・スマートフォンやタブレット端末からQRコードを読み取ると、展示品の解説や作家に関する解説をテキストと音声で鑑賞者に提供する「作品解説システム」の運用。解説テキストは、日本語、英語、中国語(簡体字/繁体字)、韓国語の5言語及び視覚障がい者向け解説の6種を予定。
  - ・超高精細画像を高速表示し、タッチパネルで視点移動や拡大・縮小等の直感操作により、肉眼では見えない絵画の詳細が鑑賞できたり、みどころの解説が読める「コレクション紹介映像システム」の運用
  - ・デジタルディスプレイ等を活用した、障がいのある方に対する案内(UDトークの導入)
- ・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(施行規則第1条第1項第3号)
  - ・展示物のキャプションやパネル、展示目録、図録、コンセプトブック等を多言語化。その中で主要な解説については、観光庁の『魅力的な多言語解説作成指針』に沿って作成。
  - ・スマートフォンやタブレット端末からQRコードを読み取ると、展示品の解説や作家に関する解説をテキストと音声で鑑賞者に提供する「作品解説システム」の運用。解説テキストは、日本語、英語、中国語(簡体字/繁体字)、韓国語の5言語及び視覚障がい者向け解説の6種を予定(再掲)

## 6-2. 施行規則第1条第2項第1号の文化観光推進事業者との連携

### 6-2-1. 現状の取組

- ・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  
これまでも、ながの観光コンベンションビューローなどとは美術館の展覧会情報等の発信で連携してきた。また、善光寺門前商店街とも過去に「門前プロジェクト」を実施し、誘客活動を行ってきた。
- ・文化観光の推進に関する各種データの収集・整理・分析
  - ・なし
- ・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
  - ・なし

### 6-2-2. 本計画における取組

・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

県（文化政策課、観光誘客課）、指定管理者（文化振興事業団）及び長野県観光機構で構成する「観光動向分析チーム」（仮称）を設置し、常設の連携体制を構築する。

また、本拠点計画の共同申請者（施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者）とも定期的に会合の場（報告会やワーキンググループ等）を持つことで連携体制を強化する。

・文化観光の推進に関する各種データの収集・整理・分析

上記「観光動向分析チーム」（仮称）で各種データの収集・整理・分析を行い進捗をチェックする。

・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

上記「観光動向分析チーム」（仮称）で目標の達成状況等の評価、次のアクションの検討等、PDCAサイクルを確立し、改善につなげていく。

### 6-3. 施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者との連携

#### 6-3-1. 現状の取組

・文化観光を推進するための交通アクセスの充実や商店街を含めた賑わいづくりなど、文化観光の推進に関する事業の企画・実施

- ・善光寺一帯の賑わいづくり（「善光寺びんずる市」への参加）
- ・長野駅ステーションビル「MIDORI」（東日本旅客鉄道株長野支社の関連会社）における作品展示
- ・過去には善光寺門前商店街と「門前プロジェクト」を実施し、誘客活動を実施



「善光寺びんずる市」への参加



長野駅ステーションビル「MIDORI」における作品展示

#### 6-3-2. 本計画における取組

・文化観光を推進するための交通アクセスの充実や商店街を含めた賑わいづくりなど、文化観光の推進に関する事業の企画・実施

- ・善光寺御開帳（令和4年春開催予定）に合わせた特別記念展及び関連イベントを善光寺協力のもと開催・共催
- ・善光寺門前商店街のクーポン付きチケットの販売や、コラボレーションしたイベントの開催、街中の駐車場利用者への観覧料割引
- ・交通事業者と連携した交通アクセスの充実（例：民間バス会社との連携によるシャトルバスの運行、民間駐車場からの移動手段の確保、鉄道事業者との連携による企画きっぷの販売等）
- ・宿泊事業者との連携（例：PR広報物の配架、映像の上映等）
- ・共同申請者とは定期的に会合（報告会やワーキンググループ等）を開催

## 7. 文化観光拠点施設機能強化事業

### 7-1. 事業の内容

7-1-1. 文化資源の魅力の増進に関する事業	
(事業番号 1-①)	
事業名	コレクションの磨き上げ
事業内容	<p>展示環境が整っていなかったために展示の機会を逸していた当館所蔵の美術品について、文化資源の魅力を最大限活用・発信ができるよう展示環境を整備し、美術館の本来の設置目的である「美術に関する資料の展示」の機能を果たす。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・東山魁夷が皇室の用命を受けて制作し、皇居新宮殿に掲げられている巨大な壁画《朝明けの潮》(幅約 15m、高さ 5m) の原寸大の色分け下図(6分割)を額装し、これまで一般の人の目には触れることが叶わなかった名品の鑑賞機会を確保する。</li> <li>・信濃デッサン館コレクション等の額装されていない作品や、ガラスで額装されている、村山槐多《尿する裸僧》などの作品について、低反射アクリルに額装・交換し、良好な鑑賞環境を提供する。</li> <li>・現代アートの購入(予定) ※補助対象外</li> </ul>
実施主体	指定管理者(長野県文化振興事業団)
実施時期	令和3～7年度
継続見込	あり 低反射アクリルへの額装・交換を継続的に行っていく(財源:指定管理料)
アウトプット 目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>・《朝明けの潮》下図の額装</li> <li>・信濃デッサン館コレクション等の額装 年間10点×4年間</li> </ul>
必要資金 調達方法	20.2百万円(内訳:6.7百万円(指定管理料)13.5百万円(文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光推進事業補助金(文化庁)))
(事業番号 1-②)	
事業名	本館リニューアル完成記念イベント(令和3年4～8月)
事業内容	<p>新しく生まれ変わった美術館の特徴や魅力を、まずはたくさんの人に知ってもらい知名度を上げる「建物完成お披露目期間」として、本格的な展覧会が始まる8月末までの期間をプレオープン期間と位置付け、若年層を中心に誘客につながる完成記念イベントを開催する。特に美術や美術館に関心のない層をターゲットにPRするとともに、従来の美術館では実施が難しかった斬新的なイベントを開催することで、美術館に対する新たな楽しみ方を提供する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中谷芙二子「霧の彫刻」オープニングイベント(映像化して配信予定)</li> <li>・原田マハ講演会</li> <li>・夜の星空美術館(夜間開館にあわせて望遠鏡作成のワークショップを行い、夜空を眺める)</li> <li>・ナガノコレクション(通称「ナガコレ」。美容関係者が“長野を元気にする”をテーマに開催するヘアショーイベント)の会場として提供</li> <li>・いいだ人形劇センター(「人形劇のまち飯田」の市民が創る、飯田市発の本格的な人形舞台作品の紹介)</li> <li>・善光寺本堂が目の前に広がる屋上広場でのワインガーデンの開催</li> <li>・小松美羽(長野県出身の現代アーティスト)のライブペインティング</li> </ul> <p>なお、当イベントの反響や参加者の声などを検証し、次年度以降のコンテンツ開発やイベント企画にもつなげていき、継続的にブラッシュアップを図っていく。</p>

実施主体	指定管理者（長野県文化振興事業団）
実施時期	令和3年度
継続見込	あり 美術無関心層をメインターゲットにした、従来の美術館では実施が難しかった斬新的なイベントを継続的に開催（財源：指定管理料）
アウトプット 目標	入館者数 1,000人
必要資金 調達方法	5.4百万円（内訳：0.7百万円（参加料）、1.6百万円（指定管理料）、3.1百万円（文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光推進事業補助金（文化庁））

（事業番号1-③）

事業名	無料ゾーンのコンテンツの充実
事業内容	<p>新美術館の特徴でもある「屋根のある公園」（無料ゾーン）のコンテンツを充実させ、何度でも訪れたくなる美術館を目指す。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長野県立美術館オリジナルの展示作品を作家に委託制作し、無料ゾーンのコンテンツを継続的に増やしていく。</li> <li>・新美術館の正面カスケード（水辺テラス）に設置予定の「霧の彫刻」の動画（プロモーションビデオ）を制作する。霧は気象環境の影響を受けるため、物理的に発生できない寒冷期や気象条件が整わない時は、その動画を撮影した映像を流すことで、実物を鑑賞するのと同等の鑑賞機会を来館者に提供する。また、観光情報センターや宿泊施設などで上映してもらいPR動画としても活用する。</li> </ul>
実施主体	長野県、指定管理者（長野県文化振興事業団）
実施時期	令和3～7年度
継続見込	あり オリジナルの委託制作品（実施主体は県）は継続的に増やしていく。（財源：寄付金等）
アウトプット 目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コンテンツの委託制作作家数：令和6年度までに7者（触れる美術作品4者、映像作品3者）に委託</li> <li>・「霧の彫刻」プロモーションビデオ</li> </ul>
必要資金 調達方法	30.6百万円（内訳：10.2百万円（寄付金・一般財源）20.4百万円（文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光推進事業補助金（文化庁））

（事業番号1-④）

事業名	善光寺御開帳特別記念展及び関連イベントの開催
事業内容	<p>善光寺御開帳（令和4年春開催予定）に併せた特別記念展及び関連イベントの開催・共催等（詳細は未定）</p> <p>展覧会やイベントの反響、参加者の声などを検証し、次年度以降のコンテンツ開発やイベント企画にもつなげていき、継続的にブラッシュアップを図っていく。</p> <p>（例）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・善光寺御開帳に関連した映像制作（金剛力士像・三宝荒神立像・三面大黒天のAR映像・スクリーン映像、構造アニメーション映像）</li> <li>・展覧会の共同企画、関連イベントの開催</li> <li>・美術館屋上広場での「善光寺びんずる市」の開催</li> <li>・善光寺内陣券との共通券の販売</li> </ul>

	・美術館利用者の善光寺駐車場料金の割引 等
実施主体	指定管理者（長野県文化振興事業団）、善光寺、長野商工会議所
実施時期	令和3～7年度（令和3～4年度は御開帳関係、令和5～7年度は通常年として連携）
継続見込	あり 善光寺との連携事業を継続的に行っていく（財源：指定管理料）
アウトプット 目標	入館者数 6万人
必要資金 調達方法	6百万円（内訳：2百万円（指定管理料）、4百万円（文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光推進事業補助金（文化庁））

7-1-2. 情報通信技術を活用した展示、外国語による情報の提供その他の国内外からの観光旅客が文化についての理解を深めることに資する措置に関する事業

（事業番号2-①）

事業名	展示の解説パネル等の多言語対応
事業内容	展示物のキャプションやパネル、展示目録、図録等を多言語化（英語、中国語（簡体字／繁体字）、韓国語）する。その中で主要な解説については、観光庁の『魅力的な多言語解説作成指針』に沿って作成する。
実施主体	指定管理者（長野県文化振興事業団）
実施時期	令和3～7年度
継続見込	あり 解説パネル等の多言語化を継続的に行っていく（財源：指定管理料）
アウトプット 目標	展示の解説パネル 4カ国語、年間15回
必要資金 調達方法	6.6百万円（内訳：2.2百万円（指定管理料）、4.4百万円（文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光推進事業補助金（文化庁））

（事業番号2-②）

事業名	インクルーシブ・プロジェクトの充実
事業内容	<p>より開かれた美術館を目指して、プログラム「インクルーシブ・プロジェクト」を充実させる。「インクルーシブ・プロジェクト」は新しい美術館の開館にあたり、障がいや年齢、また、地域内外の住民、国内外の観光客の誰もが、美術を楽しみ、等しくサービスが享受できる、ひらかれた美術館にしよう、というプロジェクトである。</p> <p>その手法として、従来の美術鑑賞方法の枠を超えた新たな鑑賞の楽しみ方を来館者に提供できるよう、プログラムやツールを充実させる。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・イベントの充実 こどもアトラボ（ドロップインワークショップ）、おやこでトーク、ベビーカートゥアー、たてものツアー、障がいのある方のための特別鑑賞日、障がいのある方が案内するギャラリートゥアーなど。</li> <li>・インクルーシブツールの開発と普及 これまでに開発した、ふれるアートカード、ふれるコレクション（コレクション解説冊子）を拡充するとともに、案内や報告書を通して、利用を促進する。</li> <li>・館職員のインクルーシブ研修の実施 対話型鑑賞研修会、視覚障がい者・聴覚障がい者案内の研修会を行う。</li> </ul>

実施主体	指定管理者（長野県文化振興事業団）
実施時期	令和3～7年度
継続見込	あり インクルーシブイベントの開催及びインクルーシブ事業を行う人材の育成を継続的に行っていく（財源：指定管理料）
アウトプット 目標	・インクルーシブイベントの開催：年間20回開催 ・インクルーシブツールの開発と普及：ツールを年間1種以上作成、報告書を作成し広報 ・インクルーシブ関連研修：年間2回以上開催
必要資金 調達方法	11.4百万円（内訳：3.8百万円（指定管理料）、7.6百万円（文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光推進事業補助金（文化庁）））

（事業番号2-③）

事業名	善光寺御開帳に関連した映像制作
事業内容	善光寺御開帳（令和4年春開催予定）に関連した映像を善光寺の協力のもと制作し、美術館で上映する。（事業番号1-④再掲） ・金剛力士像・三宝荒神立像・三面大黒天のAR映像 ・金剛力士像・三宝荒神立像・三面大黒天のスクリーン映像 ・構造アニメーション映像 制作した映像は、御開帳の年だけでなく次年度以降も、当館及び県内各地で開催する移動展等でも上映していく。
実施主体	指定管理者（長野県文化振興事業団）（協力：善光寺）
実施時期	令和3～7年度
継続見込	あり 映像の上映（財源：指定管理料）
アウトプット 目標	映像（金剛力士像・三宝荒神立像・三面大黒天のAR映像、金剛力士像・三宝荒神立像・三面大黒天のスクリーン映像、構造アニメーション映像）
必要資金 調達方法	3.3百万円（内訳：1.1百万円（指定管理料）、2.2百万円（文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光推進事業補助金（文化庁）））

7-1-3. 国内外からの観光旅客の移動の利便の増進その他の文化資源保存活用施設の利用に係る文化観光に関する利便の増進に関する事業

（事業番号3-①）

事業名	シャトルバスの運行
事業内容	長野駅と美術館を結ぶシャトルバスを運行する。 運行ダイヤ（予定）：土日・祝日のみ、1日8往復、片道約4.5km、乗車賃は無料 なお、乗車率の実績を踏まえ、シャトルバスの運行から「周回バスの運行」（既存の路線バス善光寺線の「びんずる号」の延伸）への移行も検討する。
実施主体	指定管理者（長野県文化振興事業団）、アルピコ交通(株)長野支社
実施時期	令和3～7年度
継続見込	あり 採算が取れる場合は、路線バス善光寺線の「びんずる号」延伸で対応（アルピコ交通(株)が対応）
アウトプット	シャトルバス利用者数 2万人



目標	
必要資金 調達方法	33.2 百万円（内訳：11.1 百万円（指定管理料）、22.1 百万円（文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光推進事業補助金（文化庁）））

（事業番号 3-②）

事業名	長野県立美術館と連携した企画きっぷの販売
事業内容	・美術館と連携し、鉄道事業者が発行するフリーきっぷを持参した者に対する観覧料の割引、美術館の観覧券と乗車券がセットになった企画きっぷ等を販売する。
実施主体	指定管理者（長野県文化振興事業団）、しなの鉄道(株)、長野電鉄(株)
実施時期	令和3～7年度
継続見込	未定（利用実績で判断）
アウトプット 目標	企画きっぷ販売数 年間1,000枚
必要資金 調達方法	4百万円（内訳：1.3百万円（指定管理料）、2.7百万円（文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光推進事業補助金（文化庁）））

7-1-4. 文化資源に関する工芸品、食品その他の物品の販売又は提供に関する事業

（事業番号 4-①）

事業名	文化融合型のハイカジュアルなレストランとスタイリッシュなカフェの運営
事業内容	<p>新しい美術館内のレストラン（2階）とカフェ（3階）で提供するメニューやお店の演出、コラボレーション企画等について、美術館の展覧会やプログラム、作家等と連携した取組を積極的に行う。</p> <p>レストランは善光寺の撞木造り<sup>しゅもく</sup>を横から眺める絶好のロケーションの場所にあり、また、美術館閉館後（17時以降）の夜間営業も予定している。</p> <p>また、カフェは善光寺や信州の山並みを一望できる屋上広場に隣接しており、景観とともに来館者に憩いの場を提供する。</p> <p>なお、レストラン及びカフェは、株式会社田園プラザ川場（群馬県利根郡川場村）が運営する。長野県が公募型プロポーザル方式により同社を選定した。本県が同社に期待するのは、県外事業者の新鮮な感覚で長野県に眠っている食材の宝やその生産者の思いなどをくみ取り、新たな長野県の魅力（「素敵な信州」）の創出につなげることである。埋もれた県産品にも価値を見出すことで、地元住民にも観光客にも新鮮で、来るたびに新しい発見のある至福の時間がそこから生み出されることを期待している。</p> <p>（株）田園プラザ川場は、年間来場者数200万人を集客する道の駅「川場田園プラザ」（群馬県利根郡川場村）の経営者。当時、赤字に転落した道の駅の立て直しを任せられ、リピーター率が7割以上という全国屈指の人気を誇る道の駅に導いた実績を持つ。）</p>
実施主体	指定管理者（長野県文化振興事業団）
実施時期	令和3～7年度
継続見込	あり レストラン運営事業者が主体となって運営を継続する（財源：運営事業者の財



屋上広場に隣接するカフェ

	源で対応)
アウトプット 目標	年間利用者数 約 16,000 人 (レストランのみ)
必要資金 調達方法	通常の運営は事業者が自己資金で行う。美術館と連携した取組みについては、事業者と指定管理者で費用負担を検討する。

(事業番号 4-②)

事業名	美術館オリジナルの商品開発
事業内容	<p>長野県立美術館オリジナルの商品を民間企業と共同で開発し、販売する。</p> <p>○ 美術館のロゴ入りの商品 (Tシャツ、マグカップ等)</p> <p>【Tシャツ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 製造者=マイブックサービス (東京都)</li> <li>・ 製造単価 1 枚 1,650 円 (税込)</li> <li>・ 年間販売目標 150 本</li> <li>・ 年間予算 @1,650 円*150=247,500 円</li> </ul> <p>【マグカップ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 製造者=マイブックサービス (東京都)</li> <li>・ 製造単価 1 個 1,210 円 (税込)</li> <li>・ 年間販売目標 200 個</li> <li>・ 年間予算 @1,210 円*200=242,000 円</li> </ul> <p>○ 七味唐辛子缶 (美術館オリジナルラベル)</p> <p>善光寺参拝の観光客のお土産物として有名な八幡屋磯五郎とタイアップし、美術館オリジナルラベルの七味唐辛子缶を作製。館内のレストラン、ミュージアムショップで販売する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 製造者=八幡屋磯五郎 (長野市)</li> <li>・ 仕入れ単価 オリジナル缶 (14g) 432 円 (税込)</li> <li>・ 年間販売目標 2,400 本</li> <li>・ 年間予算 @432*2400=1,036,800 円</li> </ul>
実施主体	指定管理者 (長野県文化振興事業団)
実施時期	令和 3~7 年度
継続見込	あり 継続的にオリジナルの商品開発を行う (財源: 民間業者の財源で対応)
アウトプット 目標	年間販売数 Tシャツ: 150 枚、マグカップ: 200 個、七味唐辛子缶: 2400 本
必要資金 調達方法	7.6 百万円 (内訳: 0.5 百万円 (指定管理料)、6.1 百万円 (売上金)、1 百万円 (文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光推進事業補助金 (文化庁)))

(事業番号 4-③)

事業名	地域ワイナリー等と連携した商品の開発と美術館屋上広場での提供
事業内容	地域のワイナリー事業者と連携して、美術館の所蔵作品を基にしたオリジナルラベル入りのワインを開発する。さらに、美術館屋上広場にて、完成したオリジナルワインを発表、提供するイベントを開催する。イベント開催にあたっては、屋上広場を夜

	<p>間特別開放するとともに、周辺自治体、観光・商工事業者等と連携して、長野県産ワインの提供やコンサート等を行う。</p> <p>本事業により、美術館及び地域の魅力向上を図るとともに、地域の活性化や周遊客の増加を目指す。</p> <p>① オリジナルラベル入りワインの開発</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・製造者＝株式会社信州たかやまワイナリー（長野県高山村）</li> <li>・製造単価（見込）＝4,000円（税込）</li> <li>・年間販売目標＝300本</li> <li>・年間予算＝@4,000×300＝1,200,000円</li> </ul> <p>② 美術館屋上広場での①オリジナルラベル入りワインのお披露目イベントの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・屋上広場を夜間特別開放して実施</li> <li>・オリジナルワイン等の発表、販売、ミニコンサートの実施</li> </ul> <p>本事業をワインに限定せず、今後も地元産品を使用したオリジナル商品の開発と発表イベントを継続していく。</p>
実施主体	指定管理者（長野県文化振興事業団）
実施時期	令和6～7年度
継続見込	あり 継続的に県産品とのコラボレーション商品を開発する
アウトプット目標	年間販売数 オリジナルワイン：300本
必要資金調達方法	9.8百万円（内訳：1.9百万円（指定管理料）、1.9百万円（売上金）、0.1百万円（文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光推進事業補助金（文化庁）、オリジナルラベル製作費用）、5.9百万円（長野県 地域発 元気づくり支援金、※②美術館屋上広場での①オリジナルラベル入りワインのお披露目イベント開催費用））

#### 7-1-5. 国内外における文化資源保存活用施設の宣伝に関する事業

（事業番号5-①）

事業名	長野県観光機構と連携したプロモーション
事業内容	<p>長野県観光機構と連携し、美術館来館者及び、旅行者の属性や動向等を調査することにより、ベネフィット訴求を追求し、次年度以降の展覧会・イベント等の企画立案や、観光を絡めた美術館事業に活用するための基礎データを収集・分析する。</p> <p>（例）・館内へのQRコードを使ったアンケートの設置</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・同機構が運用する県公式観光サイト「Go NAGANO」内に掲載する美術館の記事広告と連動した、ウェブアンケートの実施</li> </ul> <p>次年度以降は、基礎データの分析結果と前年度の来館者実績を踏まえ、ターゲットを絞り込んだ、選択と集中による集客戦略を継続的に展開し、長期的なPDCAサイクルを確立していくとともに、来館者や旅行者の関心やトレンドに対応した効率的かつ効果的なプロモーションを展開していく。</p> <p>なお、これとは別に県立美術館のホームページ内に外国人向けの専用ページ（英語・中国語）を設け、海外からの観光客の取り込みも図っていく。</p>

実施主体	指定管理者（長野県文化振興事業団）、長野県観光機構
実施時期	令和4～7年度
継続見込	未定（実績で判断）
アウトプット 目標	Go NAGANO（長野県公式観光サイト）内の記事広告制作 来館者や長野県の観光に興味がある層の基礎データ（属性、ニーズ等）の収集 県立美術館ホームページ内での外国人向け専用ページの開設
必要資金 調達方法	5.1百万円（内訳：1.7百万円（指定管理料）、3.4百万円（文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光推進事業補助金（文化庁））

（事業番号5-②）

事業名	観光・商工・交通事業者等との連携による観光誘客活動
事業内容	<p>長野県立美術館の展覧会や各種イベントについて、観光・商工・交通事業者等の広報媒体を活用した一体的な営業活動など、各事業者と連携した広報・誘客活動を行う。</p> <p>（例）・各事業者の広報媒体を活用した広報・PR</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 駅構内や通路壁面への看板・ポスター掲出、パンフレットの設置</li> <li>・ 駅構内・コンコースにおける美術館所蔵作品のレプリカ等の設置</li> <li>・ 高速バスのフルラッピング（東京便、新潟便）</li> <li>・ 車両へのポスター掲出（県外や海外からの観光客の利用者数が多い車両）</li> </ul>
	 
実施主体	長野県、指定管理者（長野県文化振興事業団）、長野県観光機構、長野商工会議所、ながの観光コンベンションビューロー、JR東日本長野支社、しなの鉄道(株)、アルピコ交通(株)長野支社、長野電鉄(株)、(一社)日本旅行業協会関東支部長野県地区委員会
実施時期	令和3～7年度
継続見込	あり 観光・商工・交通事業者等の広報媒体を活用して継続的に広報・PRを行う（財源：指定管理料）
アウトプット 目標	広報協力媒体 年間100件以上
必要資金 調達方法	10百万円（内訳：3.3百万円（指定管理料）、6.7百万円（文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光推進事業補助金（文化庁））

（事業番号5-③）

事業名	多言語による美術館の紹介（コンセプトブックの多言語化）
事業内容	新しく生まれ変わった美術館を紹介するコンセプトブックの英語版と中国語（簡体字／繁体字）版等を制作し、観光情報センターや外国人観光客が多い観光地・宿泊施設等に配布して、インバウンドの取り込みを図る。（内容は毎年状況に応じて更新していく。）

実施主体	長野県
実施時期	令和3～7年度
継続見込	あり コンセプトブックの増刷（財源：県費（一般財源））
アウトプット 目標	英語版・中国語（簡体字／繁体字）版等のコンセプトブックの制作
必要資金 調達方法	3百万円（内訳：1百万円（自主財源（県費））、2百万円（文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光推進事業補助金（文化庁））

（事業番号5-④）

事業名	デジタルサイネージの設置
事業内容	門前商店街も含めた善光寺エリア一帯の情報を一元化し効率的に発信するため、善光寺境内等にデジタルサイネージを設置し、善光寺、商店街、交通事業者、観光事業者等と連携した包括的な情報発信を行い、観光客の利便性の向上や滞在時間の長期化を図る。（サイネージ設置場所は関係者と協議の上、決定する。）
実施主体	指定管理者（長野県文化振興事業団）
実施時期	令和4年度～7年度
継続見込	あり デジタルサイネージの運用（財源：関係者間の協議による）
アウトプット 目標	デジタルサイネージの設置
必要資金 調達方法	6.6百万円（内訳：2.2百万円（指定管理料）、4.4百万円（文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光推進事業補助金（文化庁））

7-1-6. 7-1-1～7-1-5の事業に必要な施設又は設備の整備に関する事業

（事業番号6-①）

事業名	デジタルサイネージの設置（事業番号5-④再掲）
事業内容	門前商店街も含めた善光寺エリア一帯の情報を一元化し効率的に発信するため、善光寺境内等にデジタルサイネージを設置し、善光寺、商店街、交通事業者、観光事業者等と連携した包括的な情報発信を行い、観光客の利便性の向上や滞在時間の長期化を図る。（サイネージ設置場所は関係者と協議の上、決定する。）
実施主体	指定管理者（長野県文化振興事業団）
実施時期	令和4年度～7年度
継続見込	あり デジタルサイネージの運用（財源：関係者間の協議による）
アウトプット 目標	デジタルサイネージの設置
必要資金 調達方法	6.6百万円（内訳：2.2百万円（指定管理料）、4.4百万円（文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光推進事業補助金（文化庁））

7-2-1. 必要とする特例措置の内容

事業番号・事業名	
必要とする特例の根拠	文化観光推進法第 条（ 法の特例）
特例措置を受けようとする主体	
特例措置を受けようとする事業内容	
当該事業実施による文化観光推進に対する効果	

## 7-3. 必要な資金の額及び調達方法

	総事業費	事業番号	所要資金額	内訳
令和3年度	21.2 百万円	事業番号1-②	5.4 百万円	0.7 百万円 (参加料) 1.6 百万円 (県指定管理料) 3.1 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁))
		事業番号1-③	1.8 百万円	0.6 百万円 (自主財源) 1.2 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁))
		事業番号1-④	3.0 百万円	1 百万円 (県指定管理料) 2 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁))
		事業番号2-①	1.3 百万円	0.4 百万円 (県指定管理料) 0.9 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁))
		事業番号2-②	2.3 百万円	0.8 百万円 (県指定管理料) 1.5 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁))
		事業番号2-③	3.3 百万円	1.1 百万円 (県指定管理料) 2.2 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁))
		事業番号4-②	1.5 百万円	0.5 百万円 (県指定管理料) 1 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁))
		事業番号5-②	2.0 百万円	0.7 百万円 (県指定管理料) 1.3 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁))
		事業番号5-③	0.6 百万円	0.2 百万円 (自主財源) 0.4 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁))
令和4年度	40.2 百万円	事業番号1-①	6.4 百万円	2.1 百万円 (県指定管理料) 4.3 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁))
		事業番号1-③	7.1 百万円	2.4 百万円 (自主財源) 4.7 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁))
		事業番号1-④	3.0 百万円	1 百万円 (県指定管理料) 2 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁))
		事業番号2-①	1.3 百万円	0.4 百万円 (県指定管理料) 0.9 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁))
		事業番号2-②	2.3 百万円	0.8 百万円 (県指定管理料) 1.5 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁))
		事業番号3-①	8.3 百万円	2.8 百万円 (県指定管理料) 5.5 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁))
		事業番号3-②	1.0 百万円	0.3 百万円 (県指定管理料) 0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁))
		事業番号4-②	1.5 百万円	1.5 百万円 (売上金)
		事業番号5-①	0.1 百万円	0.1 百万円 (県指定管理料)
		事業番号5-②	2.0 百万円	0.7 百万円 (県指定管理料) 1.3 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁))
		事業番号5-③	0.6 百万円	0.2 百万円 (自主財源) 0.4 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁))
		事業番号5-④	6.6 百万円	2.2 百万円 (県指定管理料) 4.4 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁))
		令和5年度	35.5 百万円	事業番号1-①

		事業番号1-③	9.6百万円	3.2百万円(自主財源)6.4百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
		事業番号2-①	1.3百万円	0.4百万円(県指定管理料)0.9百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
		事業番号2-②	2.3百万円	0.8百万円(県指定管理料)1.5百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
		事業番号3-①	8.3百万円	2.8百万円(県指定管理料)5.5百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
		事業番号3-②	1.0百万円	0.3百万円(県指定管理料)0.7百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
		事業番号4-②	1.5百万円	1.5百万円(売上金)
		事業番号5-①	2.5百万円	0.8百万円(県指定管理料)1.7百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
		事業番号5-②	2.0百万円	0.7百万円(県指定管理料)1.3百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
		事業番号5-③	0.6百万円	0.2百万円(自主財源)0.4百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
令和6年度	33.2百万円	事業番号1-①	6.4百万円	2.1百万円(県指定管理料)4.3百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
		事業番号1-③	2.4百万円	0.8百万円(自主財源)1.6百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
		事業番号2-①	1.3百万円	0.4百万円(県指定管理料)0.9百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
		事業番号2-②	2.3百万円	0.8百万円(県指定管理料)1.5百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
		事業番号3-①	8.3百万円	2.8百万円(県指定管理料)5.5百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
		事業番号3-②	1.0百万円	0.3百万円(県指定管理料)0.7百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
		事業番号4-②	1.5百万円	1.5百万円(売上金)
		事業番号4-③	4.9百万円	0.95百万円(売上金)0.95百万円(県指定管理料)0.1百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))2.9百万円(長野県地域発元気づくり支援金)
		事業番号5-①	2.5百万円	0.8百万円(県指定管理料)1.7百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
		事業番号5-②	2.0百万円	0.7百万円(県指定管理料)1.3百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
		事業番号5-③	0.6百万円	0.2百万円(自主財源)0.4百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
令和7年度	32.4百万円	事業番号1-①	0.9百万円	0.3百万円(県指定管理料)0.6百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
		事業番号1-③	9.6百万円	3.2百万円(自主財源)6.4百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
		事業番号2-①	1.3百万円	0.4百万円(県指定管理料)0.9百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
		事業番号2-②	2.3百万円	0.8百万円(県指定管理料)1.5百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
		事業番号3-①	8.3百万円	2.8百万円(県指定管理料)5.5百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))
		事業番号3-②	1.0百万円	0.3百万円(県指定管理料)0.7百万円(文化観光推進事業補助金(文化庁))



		事業番号4-②	1.5 百万円	1.5 百万円 (売上金)
		事業番号4-③	4.9 百万円	0.95 百万円 (売上金) 0.95 百万円 (県指定管理料) 0.1 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁)) 2.9 百万円 (長野県地域発元気づくり支援金)
		事業番号5-②	2.0 百万円	0.7 百万円 (県指定管理料) 1.3 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁))
		事業番号5-③	0.6 百万円	0.2 百万円 (自主財源) 0.4 百万円 (文化観光推進事業補助金 (文化庁))
合計	162.5 百万円			

8. 計画期間

令和3(2021)年度～令和7(2025)年度