

令和4年度認定

計画名	44 大阪市立美術館 文化観光拠点計画2022-2026
-----	------------------------------

①計画目標の達成状況

目標項目名(単位)	R4			R5			R6			R7			R8	
	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率	目標	実績
来館者数(全体)	220,000	204,005	93%	休館	0	—	春開館				1,200,000			1,200,000
来館者数(訪日外国人)	8,800	18,000	205%	休館	0	—	春開館				48,000			48,000
満足度(全体)	30%	43%	143%	休館	0	—	40%				42.5%			45.0%
満足度(訪日外国人)	—	—	—	休館	0	—	40%				42.5%			45.0%
来館者数(30代以下)	28.8%	33.5%	116%	休館	0	—	30.0%				32.5%			35.0%
改修に伴う休館中イベント参加者数	1,000	1025	103%	2,000	146	7%	2,000				—			—

②計画目標の達成状況に関する分析・評価

分析	<p>休館中イベント参加者数としては146人、目標に対し7%と下回った。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>令和4年度に実施したイケフェスなど館内に参加者を入れるイベントについては、工事中につき参加者の安全性が確保できないとして令和5年度は開催を断念した</li> <li>休館中の館外で実施する各種イベント及びプログラムとして、教育事業の一環としての写生会等7件146人を集める。</li> </ul>
評価	<p>目標を達成できなかった。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>休館中でかつ工事中であり、特に令和5年度は大きな重機を使った土木工事がメインであったため、建物を活用したイベントはできず、館外写生会を実施した。これにより、文化芸術について専門的な知識や知見のある市民は関心があることを把握できた。</li> <li>一方で、府外の美術館にて「大阪市立美術館コレクション」の展示を行った。7000人以上が訪れるなど関心の高さを伺うことができた。また、同館は地理的には離れてはいるが広報等は行ってあり、休館中の機運醸成や認知度確保の一助となった。</li> </ul>

③計画で取組んだ事業の進捗状況

事業番号	事業名	R4	R5	R6	R7	事業類型ごとの実績額	
1-①	作品デジタル化および活用のためのデータベース構築事業		<ul style="list-style-type: none"> <li>作品情報のテキスト化について、既存データのブラッシュアップも含めて着手。</li> <li>リニューアルオープン後のウェブサイト(サイトリニューアルも準備開始)での見せ方など活用方法についても館内での検討を開始。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>所蔵作品のテキストデータ(作品名等)を約10,000件、画像約880件をデータベースにアップした。今後、構築したデータベースをHPで公開予定。</li> </ul>			2.1百万円
1-②	建築物の魅力向上事業(プロジェクションマッピングなど)		<ul style="list-style-type: none"> <li>「バーチャル大阪」事業の遅延、資材高騰による計画変更、光熱費の高騰などにより実施できなかった。</li> <li>本館改修工事(外観)が終了する令和6(2024)年4月以降での開催に向けて関係団体と再調整中。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>建築物の魅力のひとつであったシャドウの撤去、保管を行った。今後の活用について検討を開始した。</li> </ul>			
1-③	集客につながる体験メニュー担当人材確保及び育成事業	—		<ul style="list-style-type: none"> <li>館内での教育普及事業についての検討開始し、担当者との設定を議論した。R6年度より設置することとする。</li> </ul>			
1-④	クロージングイベント(2022年秋)関連事業		完了				
1-⑤	オープニングイベント(2025年生春)関連	—		<ul style="list-style-type: none"> <li>プレスリリース、内覧会、開会式などのイベントの検討を開始した。</li> </ul>			
1-⑥	記録映像の撮影&集客コンテンツ化事業	—		<ul style="list-style-type: none"> <li>中央ホール、エントランスの工事風景をタイムラプス動画等で撮影した。これによりアングル違いで10動画を素材化した。</li> </ul>			
1-⑦	文化施設ユニークベニュー促進事業	—		<ul style="list-style-type: none"> <li>連携する事業者の検討を開始し、利用企業や団体の誘致に動いた。R6年度末に試行を行う予定。</li> </ul>			
1-⑧	観光コンテンツとしての体験メニュー開発事業	—		<ul style="list-style-type: none"> <li>観光事業者(旅行企画会社)との連携を検討を開始する。R6年度より、連携企業との企画会議を実施し開館以降の事業開始に向けて本格検討を始め。また、ギャラリートークについても検討し、R6年中旬試行に向けて準備を開始した。</li> </ul>			

2-①	作品情報の多言語化事業	—	大阪市立美術館主要館蔵品の日本語解説原稿（250 作品）を、英語・韓国語・中国語（簡体）・中国語（繁体）の四言語に翻訳を行った。			
2-②	「留学生支援コンソーシアム」との協業による多言語化事業	—	館内において、多言語化対応の在り方検討を開始する（サインも含めた）。			
2-③	デジタルコンテンツ開発事業	—	1-④で制作したデータ化した作品画像を活用して、SNS上でのコンテンツ化や発信を検討開始した。			2.2百万円
2-④	ロボットコンテンツ導入事業	—	—			
2-⑤	「バーチャル大阪市立美術館」事業		「バーチャル大阪」事業自体が著しく遅れたことに加え、博報堂に対する大阪市による入札資格停止も影響し大幅な軌道修正を強いられており、年度内で想定していた進捗状況には到達していない	大阪市博物館機構として、大阪博と銘打った機構内の博物館・美術館の館蔵品の展示をバーチャルに行うLPを制作する。そのサイトに市立美術館を掲載するべく準備を進めた。		
3-①	スマートエントランス（エントランスゲート事業	—	一部、WEBチケットの導入を検討しており、R6年度に契約予定			0.0百万円
3-②	共通チケット	—	慶沢園を運営する大阪市建設局と検討を開始した。			
4-①	アートを楽しめるイベント空間としてのカフェスペース事業	—	委託カフェ事業者が決定し、R6年度には契約締結し内装工事等の着工に入る予定。			0.0百万円
4-②	文化資源を活用したオリジナルグッズ販売事業	—	ショップ委託事業者を決定し、同業者にグッズ開発の業務委託を検討。R6年度に契約と開発の委託について契約予定。			
5-①	ウェブサイトリニューアル事業		・今後担当する企業をプロポーザルで選定するためのアクションに着手。	ウェブサイト改修について検討。R6年度に多言語化、セキュリティ向上のための改修を実施。		0.7百万円
5-②	大阪観光局によるミュージアムプロモーション事業	—		同局と議論を開始した。博物館機構全体の万博プロモーションに合わせて、当館情報の発信も組み入れる予定。		
6-①	館内Wi-Fi環境整備事業	—		館内Wi-Fiの設置について、仕様を決定。R6年に契約、実施予定。		
6-②	案内サイン改修事業	—		設計会社とともに、館内サインについての検討を実施した。英字やピクトを含めて、R6年度中に施工する予定。		
6-③	デジタルサイネージ設置事業	—		設計会社と検討を実施した。R6年度に施工をする予定。		0.0百万円
6-④	バリアフリー対策を含むカフェ機能及び館内アクセスの充実化事業	—		本館と地下展示会室のアクセス向上のための改修を引き続き進めた。R6年度末のOPEN時には本館と地下展示会室とはEVや階段で直接行き来できるようにする予定。		
各年度ごとの実績額→		1.8百万円	3.2百万円			5.0百万円

#### ④事業の進捗状況に関する分析・評価

##### 分析

令和5年度については、計画している23事業のうち20事業について具体的に推進しているが、以下分析可能4事業について記載する。

- 1-① データベース構築事業については、目標：テキスト1200件、画像500件に対し、実績：テキスト9899件、画像882件と、目標を上回った
- 1-② 建物の魅力向上については、目標：メディア露出10件が、実績：0件と下回った。
- 1-⑥ 記録映像の撮影&集客コンテンツ化事業については、目標：10動画を素材化が、実績：10動画素材化と、目標達成した。
- 2-① 作品情報の多言語化事業については、目標：250作品が、実績：250作品と目標達成した。

##### 評価

上記③の具体的に推進した各計画内容については、準備段階のもの多いが、再開館後に設定している目標について確実に進捗している。

- 1-① 1-⑥ 2-①については、計画通り実施できた。
- 1-② 建物の魅力向上については、シャンデリアの利活用についてメディア露出を想定していたが、これらを含めた改修内容についてのプレスリリースを、令和6年に実施することとなったため、令和5年度内でのメディア露出を控えた。

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	大阪市立美術館
・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		再開館後の常設展（企画展示）について検討を行い、大阪市立美術館の持つ文化資源（収蔵品）を、来館者に対してそれらの持つ魅力をしっかり伝えるべく、展示コンセプトやストーリーを検討し、令和7年度以降の展示スケジュールを策定を実施した。
・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		再開館後に当館の持つ文化資源を多様な人々に向けて解説・紹介ができるよう、英語・韓国語・中国語（簡体）・中国語（繁体）の四言語翻訳した大阪市立美術館主要館蔵品のデータを基に、世界中どこからでも閲覧可能にするとともに、常設展で当該作品を展示する際の解説として来館者へ提供するため、データベース上へのアップロードを実施した。
・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		再開館後に当館の持つ文化資源を多様な人々に向けて解説・紹介するため、多言語解説文作成の準備として、観光庁が作成している指針やマニュアルを参照の上、大阪市立美術館主要館蔵品の日本語解説原稿（250 作品）を、英語・韓国語・中国語（簡体）・中国語（繁体）の四言語に翻訳を行った。
・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		地域にある商業施設や宿泊施設及び館種の異なる公立文化施設とコミュニケーションを取り、再開館後における共同の取り組みを想定した検討を実施した。
・文化観光の推進に関する各種データの収集・整理・分析		文化庁の編集する「文化資源の高付加価値化 課題解決への事例集」「博物館の可能性」により、事例研究を行った。合わせて「文化観光推進ガイドブック」にある、文化観光推進指標を参考にして、開館後にピックアップできるデータ類を検証した。 特に、来訪者の周遊者数や宿泊者数、滞在時間、来訪者リピーター数、地域住民の文化資源に対する理解度等収集困難なデータ収集について検討を実施した。
・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		「文化観光推進ガイドブック」にある、文化観光推進指標（来訪者/満足度/経済波及効果/地域連携体制/文化の還元）の項目の中から、収集可能なデータ項目を選択する等KPI設定の検討を行った。

⑥観光関係者（DMOなど）からの評価

評価者	評価内容
大阪観光局	文化観光推進法でうたわれている、文化・観光・経済の好循環を促すための文化観光拠点施設として必要な要素である①文化資源の保存・活用のための施設や設備の構築 ②魅力向上・来訪者の増加に資する観覧者目線でのわかりやすい展示を実現するための多言語化等について、全般的に進捗させていることを確認した。 工事に伴い撤去したシャンデリアを単に廃棄せず、パーツに分解の上保管し、今後の利用方法を探るなど、施設の今後の魅力向上への努力に余念がない点に好感が持てる。大阪市立美術館本館は国の登録有形文化財であり、コレクションのみならず、その建物自体が大きな魅力を持っている。 ぜひ、今回の工事進捗過程で記録した映像等を活用し、「慶沢園」と共に住友家から美術館建設を目的に寄贈されたことにはじまる館の歴史を動画にまとめ、リニューアル後に館内で放映するなどして、来館者にもその魅力の一端を知らしめてもらいたい。また、「体験メニュー担当人材確保及び育成事業」などハード面のリニューアルを受け、更にソフト面の向上を図ろうとしている点も評価したい。近年、大阪市立美術館をはじめとする天王寺地区は、百貨店やSC、ホテルのあるショッピングゾーン、動物園やてんしばのあるイベントやファミリー向けのゾーン、茶臼山や堀越神社、四天王寺がある歴史ゾーン、人気観光地として国内外の観光客の集まる新世界ゾーンが隣接し、様々な年代の人々が集まるバラエティに富んだ地区となっている。美術館はそれぞれのゾーンの中心・結節点として、たとえばてんしばイベントと連動した企画を新設のカフェや交流スペース「じゃおりうむ」を利用して実施するなど、新しい試みにも踏み出してもらいたい。

⑦今後の改善の方向性

<ul style="list-style-type: none"> <li>・2024年度より取り組み予定の、2-④ロボットコンテンツ導入事業について、今後は具体的に取り掛かり、開館の後には、来訪者数や満足度及び本計画で掲げている4つの課題に対して、しっかり繋げていくための工夫が必要である。</li> <li>・文化観光拠点施設としての役割を再認識した上で、本計画の全般の進捗管理に取り組んでいく。</li> </ul>
--