

令和5年度認定

計画名	51 愛媛県美術館を中核とした文化観光推進拠点計画
-----	---------------------------

①計画目標の達成状況

目標項目名（単位）	R5			R6			R7			R8			R9		
	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	達成率
利用者数（人）	360,000	478,000	133%	320,000	346,886	108%	380,000			390,000			400,000		
利用者数（国外）（人）	1,000	1,000	100%	1,500	6,379	425%	3,000			3,500			4,000		
ホームページ閲覧ユーザー数（人）	203,000	273,000	134%	212,000	230,000	108%	220,000			231,000			240,000		
来館者の満足度（アンケート）（%以上）	70	82	117%	72	87	121%	74			76			78		
新規開発プログラム参加者の満足度（参加者アンケート及びインタビュー）（%以上）	開発	開発	—	70	90	129%	73			76			80		

②計画目標の達成状況に関する分析・評価

（分析）
・企画展の総観覧者数が想定（9.6万人）を上回った（10.9万人）こと、加えて出資を伴わない共催展も好調（5.2万人）だったことが主な要因で、前年度比では利用者数の達成率は下がったが、目標値は上回った。
・国外の利用者数は、案内対応や目視に加え、アンケートも実施した上での推計値。前年度実績値および目標値を大幅に上回った。コロナ禍で中断していた直行便の復活の影響でインバウンド（特に韓国）が増大したことによるものと考えられる。
・ホームページ閲覧ユーザー数が前年度比で達成率が下がったのは、南館の工事休館（R6.8月～R7.3月末）の影響と考えられる。
（評価）
・すべての項目で目標を達成できた。

③計画で取組んだ事業の進捗状況

事業番号	事業名	R5	R6	R7	R8	事業類型ごとの実績額
1-①	コレクション展示磨き上げ事業	—	・展示ケース（5台）、展示台（10台）、数板（6枚）、額（23点）、マット（37点）、キャプションケース（100個）制作 ・杉浦非水動画制作（日英各2種） ・新キャプション開発会議開催（2回） ・解説キャプション多言語化（日英）（230点）			10.1百万円
1-②	デジタルコレクション生成・活用のためのデータベース導入事業	・システム登録用作品の撮影・デジタル化（120点） ・データベースの導入（テキストデータ登録12250点）	・システム登録用作品の撮影・デジタル化（250点） ・データベース追加公開（192点） ・杉浦非水データベース公開（963点）			
1-③	展覧会魅力増進事業	—	—			
2-①	対話型鑑賞プログラムを活用した文化理解促進事業	—	・ワーキンググループ開催（2回） ・鑑賞支援ツール開発 ・観光客向け鑑賞プログラムのトライアル実施 ・ファシリテーター人材養成研修（10回）			8.3百万円
2-②	美術館吟行プログラム実践基盤づくり事業	・ワーキンググループ開催（2回） ・プログラムの試行（2種目） ・ワークシートによる投句の試行（5日間28句）	・俳句づくりセルフツール（ワークシート）実施（通年495句） ・講師付きプログラムモニター調査 ・吟行イベントの開催（メディア向けプロモーション）（1日間162名）			
2-③	みる冒険推進事業	・ワークショップの開催（2回） ・2.5D印刷による触図の作成（3種×3セット）	・ワーキンググループの開催（2回） ・触図の活用方法についてワークショップ（1回） ・手でみる美術館マップデザイン設計			

2-④	アトリエ創作体験魅力発信事業	—	・観光旅客向け創作体験プログラム生成（2コース3種）、モニタリング ・試作品のグッズ販売（1種／2-② 吟行セルフツールの一部として）			
2-⑤	多言語化対応推進事業	—	・所蔵作品情報（約3,300点） ・主要作品解説（約200点） ・対話型鑑賞法による解説文（約30点） ・杉浦非水略歴等および映像テロップの翻訳			
3-①	観光旅客向け特別体験プログラム等造成事業	—	・モニターツアー実施（3コース各2回） ・単眼鏡購入（19個）			4.5百万円
3-②	ナイトタイムエコノミー活性化事業	—	—			
3-③	交流ゾーン磨き上げ事業	—	・オープンスペース機能向上のための職員ヒアリング、来館者調査 ・杉浦非水図書コーナー設置 ・ミュージアムショップ移転試行、什器・照明増設 ・ブックマルシェ開催（2回）			
4-①	レストラン（カフェ）における魅力向上事業	—	—			2.5百万円
4-②	美術館オリジナル商品開発・販売促進事業	—	・杉浦非水オリジナルミュージアムグッズの開発・販売（6種）			
4-③	美術館周遊促進事業	—	・周遊コース設定（2コース） ・周辺協力店舗のクーポンを組み込んだ周遊マップ制作			
5-①	美術館ホームページ改修・情報発信事業	—	・新ホームページ公開（所蔵作品データベース、杉浦非水デジタルアーカイブ、OTAチケット販売含む）			4.7百万円
5-②	多言語プロモーション用動画等の作成	—	—			
5-③	タビナカプロモーション事業	—	・OTAチケット販売システム開始			
6-①	主要コレクション展示環境魅力向上事業	・新規天井吊りLED照明の制作（30台） ・専門業者によるコンサルティング	・新規ウォールケース内LED照明の制作（27台）			2.9百万円
6-②	デジタルサイネージシステムの導入	—	—			
各年度ごとの実績額→		3.9百万円	29.1百万円			33.0百万円

④事業の進捗状況に関する分析・評価

（分析） ・1-①コレクション展示磨き上げ事業は、デザイン作品の魅力的な展示環境向上のため、展示ケースや額の作成を実施し、杉浦非水や畦地梅太郎等の作品展示に効果的に活用できた。 ・1-②デジタルコレクション生成・活用事業は、所蔵作品データベース、杉浦非水デジタルアーカイブの公開を開始し、美術館の情報発信の質向上に大きく貢献できた。 ・2-②美術館吟行プログラム実践基盤づくり事業は、セルフ吟行ツール、吟行キットの開発（キットはショップで販売）を行い、今後の事業自走に向けて着実に進展している。 ・2-③みる冒険推進事業は、ワークショップ、ワーキンググループの開催を重ね、6年度に制作した触図の活用方法を探るとともに、「手でみる美術館マップ」の設計を行うことが出来た。 ・2-⑤多言語化解説の対応促進事業は、作品情報（3,300点）や作品解説（230点）の翻訳作業を行い、コレクション展において活用できた。7年度もさらに継続して、データを蓄積したい。 ・3-③交流ゾーン磨き上げ事業のうちオープンスペース機能向上業務は、当初計画から軽微な変更を行った（当初は空間デザインの見直しを図った上で、館内サイン類の更新・多言語化等の実施施工まで予定していたが、他事業の成果との調和を図るため、施工は計画最終年度へ見送り、6年度はデザイン計画のための調査分析に特化することとした）。それに伴い事業規模に沿った経費（7,105千円→4,400千円程度）に縮小。 （評価） ・3-③以外の各事業は計画どおり実施できた。 ・1-②杉浦非水デジタルアーカイブは、データベースの分類項目の見直しなどのため、新ホームページの公開が2月下旬となったことなどから、登録件数（963点）が目標値（1,500点）に届かなかったが、その他の事業は目標値を上回る実績値を達成できた。
--

⑤拠点施設の要件に関する取組状況

文化観光拠点施設名	愛媛県美術館
要件	
・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	・6年度に導入し、基盤準備を進めていた所蔵作品データベースの登録作業を進め、合わせて新設した杉浦非水デジタルアーカイブとも連動させて、本格的に公開を開始した。 (1-②デジタルコレクション生成・活用のためのデータベース導入事業)
・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	・ホームページのリニューアルを行うとともに、所蔵作品データベースや杉浦非水デジタルアーカイブも公開し、より濃密で利便性の高い情報発信や美術館の魅力の向上に務めた。(1-②デジタルコレクション生成・活用事業、5-①美術館ホームページ改修・情報発信事業) ・OTAによるチケット販売システム(じゃらん)を導入した。都道府県直営の美術館では初の事例となった。(5-③タビナカプロモーション基盤作成事業)
・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	・コレクション展において、見直しを行った解説文(日英)を設置し、訪日外国人を対象としたアンケートを実施した。またコレクション展やウェブ上で活用する杉浦非水動画(日・英各2種)を作成し、随時活用した。(1-①コレクション展示磨き上げ事業) ・キャプション(作品情報や解説)のための翻訳作業を進め、随時コレクション展で活用した。(2-⑤多言語化解説の対応促進事業)
・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	・有限会社マルコボ、コム、(一社)愛媛県観光物産協会、愛媛ノ松山ミュージアムストリート連絡協議会と連携してプログラムを実施し、それに伴う広報の助言・協力等を得た。(2-②美術館吟行スタートアップ事業、3-①観光旅客向け特別体験プログラム等造成事業、4-③美術館周遊促進事業)
・文化観光の推進に関する各種データの収集・整理・分析	・来館者やプログラム参加者へのアンケート調査により、満足度や属性等のデータを収集した。 ・あわせて、外国人来館者については、主としてコレクション展で実施し(英語)、必要とする情報(サイン、展示内容、解説等)の把握を進めた。
・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	・文化観光推進拠点計画及びR5年度事業内容に掲載した事業方針に基づき各事業を実施し、計画本文及び事業内容掲載のKPI達成に務めた。 ・事業の実施にあたっては、愛媛県美術館ならびに愛媛県まなび推進課が、愛媛県観光国際課及び(一社)愛媛県観光物産協会と連携し、愛媛県観光統計データ等を踏まえ、事業実施の方向性や各種事業の成果を共有し個々の施策の進捗状況や効果検証と次のアクションの検討などを行うPDCAサイクルを推進して、6年度以降の事業実施に活用する。

⑥観光関係者(DMOなど)からの評価

評価者	評価内容
一般社団法人愛媛県観光物産協会(愛媛DMO)	令和6年の訪日外国人旅行者数は、コロナ禍前の令和元年を上回り、過去最大を大幅に更新した。愛媛県においても、年間宿泊者数はコロナ禍前を超過し、特に外国人宿泊者数は、6月、10月の松山空港国際線の増便等により前年比121%増の44万9千人となったところである。 そうした背景の中、愛媛県美術館においては、利用者数の目標達成率は前年比で下がったが、国外の利用者(推計値)は大幅に目標を上回ったほか、計画に掲げられたすべての項目で目標を達成したことは大いに評価できる。 また、「観光旅客向け特別体験プログラム等造成事業」では、モニターツアーを3コース(2回)実施し、多くの県外観光客から応募があり、ガイドの解説等に対する満足度が高かったことに、一定の手ごたえを感じたところ。7年度の補助対象事業からは外れてしまったが、今後もモニターツアーの磨き上げやプロモーションの強化等への取り組みについて、当協会としても継続して連携する方針である。

⑦今後の改善の方向性

・軽微な変更を行った3-③交流ゾーン磨き上げ事業のうちオープンスペース機能向上業務は、6年度の調査分析の結果を踏まえ、施行に向けて、館内でのワーキンググループを実施し、改修のコンセプトや具体的な内容についての意識共有を図ることとした。
・各事業の効果を把握するため、引き続き、来館者、事業参加者に対して目的を絞ったアンケート調査をきめ細かに実施する。特に、コレクション展魅力向上に向けての来館者調査や多言語対応に向けての国外利用者へのアンケートなどは重点的に強化する。
・引き続き、共同申請者や観光業者との連携を密に強化し、計画の進行・実現につとめる。