

令和2年度第2回秋田県立近代美術館協議会 書面開催（要旨）

書面開催概要

- 令和2年12月9日（水） 事務局から各委員に対し対面による協議会開催通知を送付
令和3年1月14日（木） 事務局から各委員に対し協議会資料を送付
資料 令和2年度近代美術館事業の概況について
入館者推移・事業実績・来館者アンケート集計
令和3年度近代美術館事業の概要について
展覧会計画・教育普及事業
- 1月25日（月） 事務局から対面会議から書面開催へ変更通知送付
2月12日（金） 書面による質問及び意見等聴取〆切
2月22日（月） 書面による質問及び意見等に対する回答を送付
2月24日（水） 当館の回答に対して書面による再質問等の〆切
2月26日（金） 書面による質問及び意見等に対する回答を集約し送付

書面提出委員

会長 横井 朗
副会長 佐藤 克己
委員 池田 聖子
〃 伊藤 聖子
〃 小笠原 豊
〃 鎌田 あかね
〃 河田 美智子
〃 長沢 薫
〃 吉野 真史
〃 渡辺 歩

質疑応答（表記について ●委員 →事務局）

●コロナ禍により、入館者等が大幅に減っていると思うが、大雪の影響はあったか（入館者数や入場料、雪害など）。

→展示内容が違うので一概に比較は出来ないが、大雪があった12月14日以降2月13日まで2ヶ月間で前年同期より入館者41%減。5階及び6階とも展示室入場者なしは、前年はなかったが今年は3日あり、天候は大雪であった。当館単独開催の入場料は52%減。雪害は特になかった。今冬はコロナに大雪でさらに追い打ちをかけられ入館者が減少したものと推測している。

●コロナ禍においても様々な事業を実施いただきありがたい、今後も継続的に足を運びたいような企画展等の開催を期待している。

→アンケートから得たリクエストなども参考にしながら、企画展の複数年計画をたてるようにしたい。

●近代美術館へは、子供達も見学等で訪れており、貴重な体験の機会になっている。今後も、教育普及関係の事業が充実するようお願いしたい。

→例年、多くの学校に来ていただき、たいへんありがたい。展示作品に関心をもってもらい、楽しく鑑賞できるようガイドを行ったり、夢中になって取り組めるような制作体験を用意するなどして、美術館だからこそできる体験の充実に努めている。今後もニーズに応じていくため、訪れる方々の声に耳を傾け、事業の充実に努めたい。

●ボランティア（AMC）活動について53名とあるが、具体的にどのようなことが行われたのかを知りたい。また、ボランティアの力がどのように生かされているのか。

→当館にボランティアとして登録して頂いた方には、出来る限り可能な範囲内で1ヵ月に1日（昼休みを挟んで6時間、又は3時間を2回）以上、1年間を通しての活動をお願いしている。主な活動としては、入館者に対する館外・館内の案内や誘導に始まり、鑑賞マナーの啓蒙活動や、新聞記事整理や発送作業補助といった美術館の学芸事務の手伝いなどがある。開館時よりも登録人数は減少しているものの、長年続けている方もおり、繁忙期等で職員の手が足りない場合などには大きな助けとなっている。

●ボランティア活動をもっと外部に発信してはどうだろう。広く周知することでやりがいが増し、さらには仲間がもっと増えるのではないか。関わる人（関わりたい人）が増えれば、今以上に愛着の沸く美術館になるのではないだろうか。

→発足10年目に記念誌を編纂して発行したが、それ以降は具体的な活動の成果をまとめたり、発信したりする機会が無かった。これを機会に外部へ周知する方法について前向きに検討してみたい。

●来場者アンケートにある“wi-fiを入れてほしい”という意見に賛成である。現在開催されている展示についてもそうだが、今後美術館展示においてスマートフォンなどの電子機器を使った作品鑑賞が珍しくなくなるのではないかと考える。（QRコードを読み取って作品を鑑賞したり、その場でSNSへの投稿を促すような鑑賞者参加型の作品など）

→Wi-Fiの必要性や有用性は十分に認識しており、今後ぜひ設置したいと考えているが、具体的な時期や設置エリアについては検討中である。

●現在行われている展示（アーツ&ルーツ）の関連かと思うが、秋田公立美術大学の卒業生の作品が地下1階で販売されていた。地元にはゆかりのある作家の作品が販売されているのはいいと思った。なかなか購入まで結び付くのは難しいのかもしれないが、地域で頑張っている作家やデザイナー、職人を知ることができたり、応援できるスペースがあったら魅力的だと思った。

→ミュージアムショップは、通常だと特別展では第4展示室を出た所に設置しているが、今回は順路の関係から地下1階での販売となった。現在地域の作家の紹介については、展覧会情報のチラシやハガキが持ち込まれるので配布に協力している。また、美術館教室の講師を依頼するとともに、ふれんどりーギャラリーにて作家を紹介する展示も行っている。同じく作家の作品販売については、商品選定等の難しい面があるのでショップと相談していきたい。

●ふれんどりーギャラリーで1月に行われた「でまえわくわく美術展」を鑑賞したかったが、雪が多く断念した。豪雪地帯にある文化施設の難しさだと思った。冬の悪天候による美術館の御苦労は多々あったかと思う。想像が及ばないところもあるので、どのような御苦労があったか伺いたい。

→美術館が特殊な構造をしているため、展示室内の温湿度を保つことが難しいが、管理者と連携を取りながら進めている。また、特に気温の低い地下1階受付では重ね着するなどして来館者の対応をしている。

電気代節約のため、来館者があってから展示室の照明を点けるようにした。

来館者の外の通路を確保するため、担当者が雪が積もるたびに除雪した。

来館できなくても展覧会の状況が分かるようHPやSNS等で発信した。

●秋田ふるさと村、近代美術館共に、多くのお客様に利用されてこそ、存在意義のある施設である。今後も必要とされる施設であり続けるため、今以上に相互連携をしながら情報を発信していくべき。秋田ふるさと村季刊チラシに近代美術館情報も掲載しているが、それだけに止まらず、相互のHP活用（例えばミュージアムコンサート情報の告知等）、互いのネットワークを活用した地域への情報誌配布など取り組んでは。

→地域への広告紙（ポスター、チラシ）は県南に限っては約400以上の事業所へ配布、またふるさと村内の各所にも設置している。ふるさと村HPには、近代美術館HPにリンクする機能も備わっており、そちらからのアクセスにより館内イベントや展覧会情報が閲覧できるようになっている。行事イベント等の告知・連携については、月行事予定を前月末までにはメールで営業部へ送信している。テキストだけでなく詳しい内容の掲載は、当館HPの事業案内ページにリンクをはるなどの連携も考えられ、検討したい。

●前回協議会でしっかりとした「理念」をホームページに掲載するとの回答だったが、ホームページからは基本理念の項目自体が削除されていた。その理由は。

→HPに記載した基本理念は、当館の概要について記載していた。館内で話し合い、特任館長にも相談の上、もっと解りやすい表現として「目指すもの」に変更した。「目指すもの」が基本理念と理解していただきたく思う。

●アンケートのコメントで、気になる点も見受けられた。例えば「笑顔が良かった」と「もっと笑顔が欲しい」など反する意見があり、接客訓練や研修などは行われているか。

→接客訓練は行っていない。今後、接客の研修日を設け、来館者への適切な対応ができるようにしたいと考える。

●アンケート集計を見ると、展示内容・係員対応において全体的に「よい」が多いが、要望の数も結構あり、改善できるように内容をよく検討することが必要ではないか。要望があると言うことは「満足」してはいない、何らかの不満があるのだと捉える必要があると思う。スタッフが知人に説明していて雰囲気が悪されたとの内容は、事実とすれば是正すべき。

→展示内容については、開催中の展覧会であればアンケートにある要望等をいち早く改善するように努めている。来場者への説明については、できるだけ簡潔に小さな声でするようにしているが、ボランティアの方が説明に入る場合もあるので、今後ボランティアを含め職員に迷惑にならない説明や案内となるよう共通理解を図る。

●アンケートには話し声や大声に関する内容もあった。前回の協議会終了後に委員3人でミュシャ展を見ていて、スマホで写真撮影を頼まれ、自分とは違う機種の手操作がよく分からず尋ねたりしていたら結果的に声が高くなっていて、係員の方に注意された事があった。静かにしてくださいと注意する声も周りにとってはうるさく、注意されればつい謝ってしまうので、それも迷惑かも知れない。その時に思ったのが、例えば『お静かに！プラカード』のようなものを提示するなど、「音」を出さない注意方法を検討してみてもいいのではないか。

→ご提案の提示カードなどを含め、来館者が不愉快とならない注意の方法を考えたい。

●音楽を流してほしいという意見もあった。展示内容にあった楽曲を担当者が選曲して気に障らない音量で流すことがあってもいいのではないかと思う。音楽が流れていれば、ちょっとした会話くらいなら周囲の人にも気にならないのではないか。ただ、音楽が流れていることで雑談がしやすくなるようでは困る。試験的に行ってはどうか。

→展示室内でのBGMについては以前にも試みたことはあったが、来場者から鑑賞の妨げになるとの指摘を受けたこともあり、現在は取り止めている。展示作家からの要望などがあれば可能性もある。

●SNSはフェイスブックとツイッターを利用しているが、インスタグラムなどの画像に強いアプリを今後追加する予定はあるか。また、予定がない場合その理由は。

→当館ホームページは、展覧会・イベントポスター掲載が主であり、その際の画像も代表作数点である。展覧会告知としては十分な機能を果たしているため、画像に強いアプリ等を追加する予定はしていない。

●協議会に向けて、web・SNSを拝見した。私は日常的にはツイッターをほぼ利用しないので、ツイッターで展示画像が見れることを楽しく感じた。ツイッターと聞くと『ワード（短文）発信』というイメージがあるため、展示画像を発信していることが意外で、知らない人が多いのではないか。

少し勿体無い発信と感じた。ツイッターユーザーへはこれまで通りに発信を続けつつ、画像発信専用
にインスタなど（インスタに限らず画像に強い発信方法）を利用してみるのはどうか。情報発信の目
的として分かりやすいのではないかと思う。

→画像の発信については、WEB版の展覧会情報発信会社（数社）へ定期的に掲載をお願いしている。
さらにツイッターでの画像とワードによる紹介については担当が定期的に更新している。インスタ等、
画像アプリによる広報は魅力的な面もあり、今後の検討課題である。

●1月下旬に『あわいをたどる旅』を観賞し、ミュージアムショップに関連書籍や個性豊かなグッズ
が並んでいて楽しい気持ちになった。通常商品コーナーも地元作家の商品などがあり、以前よりも充
実しているように見えお店を見ていてワクワクする気持ちになった。美術館の入り口にあるショップ
なので、華やかさ・楽しさなどが感じられる演出をこれからも考えていただけると嬉しい。

→ミュージアムショップについては外部業者に委託しており、書籍やグッズについては、展覧会につ
いて業者へ事前に伝え、展覧会内容に合ったものを揃えてもらうようお願いしている。

●感染警戒レベルの引き上げに関わらず大勢が集う会議について少し心配がある。協議会委員それぞ
れの環境もあるので、簡単ではないのかもしれないがオンライン会議が通常になりつつあるようにも
感じるので、協議会もオンラインで行っても良いのではと思う。

→書面回答をいただいたところ、全員がオンライン会議の環境にはないので、環境が整っている方は
オンラインで、そうでない方は当館に来館いただく形の開催方法や感染状況、ワクチン接種状況を踏
まえ検討してまいりたい。

●1月下旬に美術館を訪れた時、雪の多さに良い意味で驚いた。回廊を歩いて入り口ドアまで進む道
中とてもワクワクし、このような環境の中にある美術館ということがとても良い個性だと思った。
雪像のように手を加えすぎるとまた違うと思うし、雪の量は毎年同じではないので定期的な計
画は難しいと思うが、この雪を個性として上手に美術館アピールに使えると素敵だと思う。

→当館でも雪をうまく使うことが出来ないかと考えてはいるが、雪像などを制作してもすぐに雪に覆
われてしまう、また毎日の除雪作業がかなりの負担となるなど、実現できないのが現状である。ふる
さと村職員を含めて考える必要がある。

●コロナ禍により、県外への修学旅行が制限されている。児童生徒が近代美術館の素晴らしい美術品
に触れるよい機会と捉え県内各学校に修学旅行受け入れを積極的に働きかけることはできるか。

→今年度は、コロナウイルス感染防止から県内の修学旅行へ切り替えた学校も多く、ふるさと村へも
来ていただいている。ふるさと村担当者とも相談の上、美術館への来館を積極的に働きかけたい。

●木のプールや木のおもちゃのスペースがあるが、もう少し充実させることで、家族連れの集客が期待されると思う。

→第1回協議会で話題になった木育空間整備事業は、県有施設は補助対象にならないので当館予算の範囲で年次計画を立て、整備に取り組む。

●体験事業で横手や近隣にも木工作家、伝統工芸作家がいるので郷土色を生かしたワークショップも開催してはどうか。

→令和3年度、県工芸作家協会会長を講師にお招きし、漆芸教室を企画している。ふれんどりーギャラリーでの工芸作品展示と合わせ、郷土の工芸や作家の活動に関心をもつていただく契機としたい。

●可能であれば、出前美術館が民間の団体等でも開催できるよう検討願う。

→現在、民間企業・団体との共催による展覧会は、東北電力が運営する能代エナジウムパークで毎年開催している。開催の条件として、企業・団体側での予算確保、会場の広さや温湿度や警備等の管理可能な施設の確保などあり、それらの条件を満たすことができれば可能と考える。

●秋田県で中国書画や日本書跡等、書の分野で実に見応えのある展覧会は「上海博物館展 中国文人の世界」(2002年秋田市立千秋美術館・渋谷区立松濤博物館)」と記憶している。県内では、現代人の書道展覧会は充実しているが、美術館・博物館に収蔵されているような名品を一堂に会する機会が大変少ない。

毎年、東京国立博物館と台東区立書道博物館の連携企画が行われているが、気楽に東京へ足を運ぶことが難しくなってしまった。そこで、「東博・書博の名品が秋田にやってくる！」というような特別展はどうか。

→貸与促進事業制度(国立博物館の収蔵品を借用出来る制度)などを利用して実現も可能と考える。展覧会を開催する場合、運営上懸念されるのは入場者数の問題。価値ある美術品を県内で展示することは意義があるが、予想入場者数が伴わないと予算の獲得が難しいのが現状である。

魅力的な広報方法や、潜在的なニーズ等について、ご意見をいただいて参考にさせていただければと思う。

●何度か審議会で意見が出ているエントランスからの魅力的な導線作りについて、これまで様々な工夫をされてきたことと思う。それぞれの対応について効果の有無をどう評価しているか。またその効果を測定検証する指標などを設けているか。

→ワンダーキャッスル側のエントランスについては、ふるさと村開村時に搬入口だった経緯があり、構造上導線作りが難しい。入口に案内パネルを設置したり、冬期以外は花壇を配置したりして人目を引くよう改善策を試みており、入口まで遠いという苦情は致し方ないものの、それなりの視覚的な効果はあるようだ。なお、効果についてはアンケートや感覚的なものからの判断であり、これを測定検

証する指標などは特に設けていない。

●展示と連動した何らかのオンラインイベントを企画してもよいのでは。オンラインで展示の魅力に触れた人が「実物を見たい」と足を運んでくれる流れが生まれる可能性もある。しっかり感染対策を講じているので安心して鑑賞できるということを伝える回路にもなるのでは。

→YouTubeでのコレクション紹介は館内でも意見が出たが、まだ実現できていない。早めに試撮してみたい。オンラインのイベントだと、zoomによるコレクション解説なども考えられると思う。また、コロナ対策については、当初ツイッターで画像付きで紹介した際、反応があった。「安心感」は来館の動機付けの一つになると思われるので、ホームページやツイッターの固定ツイートなどで提示できるとよいと、ご意見を伺って思った。館内で提案してみたい。

●コロナ禍にもかかわらず多くの人々がミュシャ展を訪れたことに安堵した。特任館長が以前、仰ったように、こうした状況下だからこそ明るい芸術作品に癒しを求めたいという人々の心理もあったと思う。その意味でも現在開催中の「あわいをたどる旅」が苦戦しているのが残念。ただ、かねてからタイトルやポスターの図柄が少しマニアックで分かりにくいと感じていた。もう少し魅力がストレートに伝わるデザインやパッケージングがあったように思う。

→今回の展示にはデザイナーも参加しており、チラシ・看板・ポスターのデザインも展示と統一感を持たせることとしたため、あのような図柄になったと聞いている。そのこと自体は理解できることではあるが、広報物としては企画の内容をわかりやすく伝え、見た人に興味を持ってもらうという役割も重要であるため、そういった意向をしっかりと伝えて反映してもらいたい。

●令和2年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響で、入館者が大幅に減少している。企画展やイベントは大きな打撃を受けたと思われるが、誘客に向けた具体的な「コロナ対策」を行ったとすればどのようなものがあるのか教えてほしい。その効果も併せて知りたい。一方で対策をしなかったとすれば、その理由と、今後、コロナと併存しながら考えられる美術館の企画展・イベントの在り方をどのように考えているか教えてほしい。

→コロナ対策

- ・チケットカウンター前での間隔を置いた整列。
- ・展示室への入室制限と展示室内での間隔を置いた鑑賞。
- ・手指消毒液、検温装置の設置と定期的な塗布。
- ・職員のマスクと手袋の着用。
- ・連絡先の記入もしくは県LINEシステムへの登録。
- ・注意喚起のための定時放送。
- ・講座の受け入れ人数の半減と講師のフェイスガードの着用。

以上のような対策を取り、また広報を行うことで、夏に開催したミュシャ展では多くの方々に安心して来館していただくことができたと考える。

これまでの新型コロナウイルス感染防止の徹底に加え、入場者が多く見込まれる展覧会では予約による

入場受付、展示室内でのヘッドホンやイヤホンによる解説、オンラインでの鑑賞や受講などが考えられる。

●コロナ禍において、多くの人が「アート之力」を実感、あるいは再認識したのではないかと思う。今後は近代美術館として、それをどのように一般の人たちに伝えるのか、情報発信の力が問われてくる。コロナ禍ではSNSやリモート、あるいはライブ配信の重要性がクローズアップされた。例えば、現地に足を運ばなくてもSNSやリモートで作品を紹介する「見せ方」はあるはず。近美には多くの魅力的な収蔵品があるので、専門の学芸員がそれぞれの作品について、その特徴や鑑賞のポイントなどを紹介することで施設の存在を身近に感じる人は増えると思うし、今度は実際に施設に足を運んでみたいと感じる動機付けにもなるのではないだろうか。今後はそうした取り組みを積極的に進めてほしい。

→コロナ禍での休館以降、全国の美術館ではコンテンツのオンライン配信が加速している。当館ではSNSで開催中の展示会の作品紹介を行った。来館者に展示に興味を持ってもらう切っ掛けにもなり、来館者が事前に作品紹介を見ることで展示への理解が深まり、よりよい鑑賞体験に繋がると期待できる。また収蔵庫に保管している作品についても、委員の指摘にあるように特徴や鑑賞のポイントをSNS等で紹介することで当館がどのような作品を収蔵しているかアピールする機会にもなる。あわせて、それらの効果を可視化することも、特に予算が削減される中では今後の広報活動を行う上でも重要なポイントになると考えている。

●現在開催中の「アーツ&ルーツ」はいったん開催が保留された、いわくつきの企画展だが、非常に興味深く、現代アートを紹介する意欲的な内容だと思う。新聞でも毎週土曜日付の連載「現代美術のミカタ」でその内容を取り上げている。ただ一般へのアピール度は限定的なのではないかと思う。現代アートと菅江真澄を結び付ける時点で、やや飛躍的ですがすぐには理解しにくいかもしれない。それでも企画自体は面白いし、開催に理解を示した近美の姿勢も評価したい。今回のような独自の企画展と全国で人気の巡回展をどう組み合わせる集客増に結び付け、結果を出すかは学芸員を含む美術館の力が試されると思う。時代（トレンド）を読む目利きと、人気イベントだけに偏らない独自性、予算などうまくバランスを取りながら年間スケジュールを決めていくことは大変だと想像する。そうした中でより魅力あふれる施設に成長することを期待したい。新聞やテレビなど既存のメディアとの連携は一定の効果を生むと思われるので、今後も上手に活用してもらいたい。

→A&R展は地域の資産とも呼べる菅江真澄を、専門機関ともいえる秋田公立美大が「旅と表現」という観点から独自の視点で批評・再評価した展示であった。展示内容については、各作家の作品をどう見ればよいか、どう解釈すればよいかと悩まれる来館者もみられ、主催側としては、もっと理解できるような工夫をするべきだったと思う。しかし、今後も機会があれば専門機関と協力し、地域の資産を活用した事業を行って、秋田の良さを示していきたい。

メディアについては各展示ごとに情報を提供して紙面や放送に載せていただいている。その影響は如実に表れているため、今後も積極的に情報の提供を行い、またコラム執筆のような企画提案も検討したい。

●美術館を訪れる楽しみの一つに、企画展やイベントの関連グッズを購入することがある。著作権の絡みがあるかもしれないが、「近美限定」など購買意欲をそそるグッズ開発と販売にもう少し力を入れてほしい。もちろんSNSでの発信は欠かせない要素だと思う。

→限定品の販売は、仰るように、魅力的な要素になると考える。近美限定のグッズについては、有り難いことにミュージアムショップの外注企業からも制作希望のご意見をいただいている（※現在主管課からの返答待ち）。著作権をクリアできた作品をつかって、うまく商品化できればと思っている。SNSは1月から随時更新を心がけている。幸いにして2013年から継続して続けていることもあり、フォロワーの方も増えている。自治体設置館という性質上、堅い文体になってしまうことが多く、魅力ある発信ができていない自信はないが、他館の言葉遣いや発信の様子なども参考にしながら、親しみやすい内容の発信を心がけていきたい。