

平成 28 年度美術館協議会における主な意見・要望とその対応状況

【平成 28 年度美術館協議会(平成 28 年 10 月 5 日開催)】

主 な 意 見 要 望 等	対 応 状 況
何回も来館したくなるような <u>リピーター特典</u> はないのか。	(当日回答)斬新かつユニークな案であり、検討・協議が必要である。当日内に、もう一度観たいという希望があれば観ていただくなどの便宜を図っているが、今後の検討課題にした い。 (追加回答)他美術館への動向調査の結果によると、様々な特典を実施しており、前向きに検討することとしたい。
観覧チケットについて親子チケット、ペアチケット、トワイライトチケットなど、 <u>お得感のあるチケット</u> があればリピートしやすいのではないかと。 日展では、一人 1,200 円のチケットがペアだと 1,800 円で購入できる。 日展の巡回展を岩手で観たいニーズがある。青森県立美術館では 6/18～7/10 の間で、19,094 人の来館者があった。 花巻市文化会館でも商工会、学校などとタイアップして集客を上げている。チケットを売る場所を幅広くしてみてもどうか。	(当日回答)ペアチケットや割引チケットなど、美術館の装いとして大変響きが良い。聞いたのは初めてであり、面白いと思うが、協議しなければならない。もし、実現するとしたら、友の会会員のメリットとのバランスも考えなければならないと思っている。 (追加回答) 他美術館への動向調査の結果によると、様々な割引制度を実施しており、前向きに検討することとしたい。 なお、青森県の事例は、貸し館事業として実施したと、聞き及んでいる。 平成 28 年度に実施した企画展「野口久光展」から、当館及び県民会館以外の県内のプレイガイド及びコンビニでも販売し、集客・収益を上げている。さらに、拡充していきたいと考えている。
<u>トワイライトチケット</u> は、窓口でしか販売しないもので、その場所に来た人しか買えないし、前売りではない。日展国立美術館では、16:00～18:00 までの 2 時間内で販売されている。1,200 円が一般 300 円、高校生 200 円、小中学生は無料となる。	(当日回答)補足となるが県民の皆さんが利用したくなるニーズを考えていく必要性を感じた。大変参考になった。 (追加回答) 他美術館への動向調査の結果によると、様々な特典を実施しており、前向きに検討することとしたい。
<u>ポイントカード</u> のようなものはあるのか。1 回来館するとスタンプを貰えるような、10 個たまったら無料になるようなアイデアを考えていただきたい。	(当日回答)現在はないので、考えていきたい。 (追加回答) 他美術館への動向調査の結果によると、様々な特典を実施しており、前向きに検討することとしたい。
サービス業や観光業の従事者で、土日に来館できない企業などに、平日研修などで利用してもらえるようにアプローチしてみてもどうか。	(当日回答)他館では教育普及プログラムを企業向けにやっているところもある。その企業の営業内容の豊かさなど、感性を磨き、お客様の心理を知る意味で、現在のイベント数では実施は難しいところもあるが、今後検討していきたい。 また、観覧者数が伸び悩んでいる状況でもあり、県民ニーズの一層の把握に努めなければならないと考えているが、さらに企業向けの観覧プログラム等についても検討してみたい。そのうえで、効果的な広報につなげていければと考えている。

	<p>観光業界とのタイアップについては、昨年度も観光団体などに働きかけたところ、経費負担の面から断られた経緯もあるが、再度、観光協会や観光団体とも協議しながら進めていきたい。足で歩いて稼ぎたいと思う。</p> <p>(追加回答)幅広いニーズに対応した戦略を講じていく必要があると考えている。</p>
<p>学校に勤めているので、子供たちに沢山美術に触れて欲しいと思う。子供たちにネットや印刷ではなく、本物を観せる体験をさせることによって感じるものが多いので、芸術の豊かな世界を観せるのは人生の様々な場面で将来が楽しみとなると思う。リーフレットは、校内に配架されているが、誰を対象にしているのか分からないところもある。興味を持って、その一歩を踏み出せない人もいるのではないか。美術館の空間を楽しむ人もいれば、子供の興味や関心を広げたい人も来ると思うので、<u>ねらいを明確に対象を絞ったキャッチコピー</u>を入れて貰えれば、小さい子供を連れて行きやすいと思う。美術館の環境は一県民として嬉しい。</p>	<p>(当日回答)気が付かない点を指摘して頂いて大変ありがたい。チラシは配架するが、特に対象は絞っていなかった。それではニーズに応えていないということが非常に新鮮に思った。客層を細かく区切ることとはしなくても、親子大歓迎などのコピーを入れていくのは大変有効だと思う。今後十分検討させていただきたい。</p>
<p>チラシを<u>病院などに置いてはどうか。</u></p>	<p>(当日回答)歯医者や美容院など、待ち時間が長いところにチラシを置きはじめ、それが定例化し、申し込みしてもらって送るようにしている。ホームページにも掲載し、積極的に多くの方々から参加いただいている。</p> <p>また、子供無料券の配布については、10年前になるが、文化振興事業団が文化振興の一環として、子供たちに招待状を配ったことがある。対象は県内の小学校4年生くらいの児童全員に招待券を配り、観覧してもらうことで、文化振興事業団の存在意義をPRした。なかなか上手くいかず立ち消えたが、復活させ、上手く制度化できれば、運営母体である美術館のPRもできる。</p> <p>(追加回答)チラシの配架については、スーパーにも拡大してきている。今後は、コンビニにも拡大しようと考えている。</p> <p>また、子供無料券の配布については、平成28年度に実施した企画展「ブラティスラヴァ世界絵本原画展」では、盛岡市近郊の市町村立小学校に訪問したうえで実施した。今後も、企画展の内容によって同様の取組みを進めていきたいと考えている。</p>
<p>公民館で美術館のチラシを見かけることがあまりないが、チラシ等は、各地区には<u>どのようなところに配布</u>しているのか。公民館には生涯学習のサークル等で多くの方々が参集するので配布は効果的と思う。</p>	<p>(当日回答)公民館をはじめ、各学校、図書館等にも配布している。見かけることがないのは、配布した枚数が少なかった可能性もあると思われるので今後検討する。</p> <p>(追加回答)配布枚数は随時精査し配布しているが、枚数も箇所も十分に議論する必要があると思うので前向きに取り組みたいと考えている。</p>

<p>来館者の中で<u>県内と県外の割合</u>はどれくらいか。</p> <p>美術館の運営方針は、県内向けだと思うが、世界的に有名な舟越さんなど、<u>全国</u>に向けていつかは行きたいと思うようなPRが必要ではないか。</p>	<p>(当日回答)アンケートで把握している。イベントは県内、市内の来館者が多い。十和田市美術館のようなシンボルになる作品が必要だと思う。いつかは行ってみたいと思われることは重要なことで、そのようなブランドを何時かは手に入れたい。</p> <p>「モランディ展」の時は県外ナンバーが多かった。シンボルはないが建物についてファンが多いようであり、PRしていきたい。</p> <p>県外の美術界の雑誌には情報を出している。一般の方々に通じるにはどうしていけば良いのか考えていきたい。</p>
<p>常設展だけでも4回の展示替えがあり、いろいろな切り口があり毎回楽しみである。<u>常設で持っている収蔵作品に光</u>を当てていけば、岩手県立美術館の独特の魅力を発信できると思う。</p>	<p>(当日回答)なし。</p> <p>(回答)当館は岩手ゆかりの作家の作品を収集し、リピーターの多い美術館を目指して常設展示に取り組んでいる。しかし、一般的に「常設展＝代わり映えしない」という先入観が強いようで、なかなか日が当たらない向きもある。効果的なPRの方法を引き続き検討していきたい。</p>