

展覧会名		観覧者数 見込(人)	観覧者数 実績(人)	達成率
企 画 展	嶋田しづ・磯見輝夫展	2,000	1,173	58%
	さくらもこの世界展	22,000	24,740	112%
	自然と美術の標本展	23,000	26,876	117%
	女性を描く	24,000	15,437	64%
	新宮晋の宇宙船	10,000	11,786	118%
	第68回児童生徒造形作品展	14,000	14,259	102%
	中村光哉展	9,000	8,625	96%
所蔵品展のみの期間		5,000	5,517	110%
合 計		109,000	108,413	99%

【実施目標】

- ・ 様々な広報媒体の特性を生かして、効果的な広報活動を実施し、交流を促進する。
- ・ 各種イベントを開催し、展覧会以外の要因での利用を増やす。
- ・ 外部連携を推進し、様々な機会と場所を捉えて、美術館の情報を発信する。
- ・ 旅行会社などへの働きかけを通じて、団体集客を促進する。
- ・ 商業撮影の受入と誘致を推進し、美術館のイメージアップを図る。

【目標設定の理由】

- ・ 横須賀美術館は、本市の貴重な都市資源であり、これを有効活用することは、本市のシティセールスや交流都市の推進という観点からも重要になります。
- ・ 市内外に積極的に情報を発信して広い層に魅力をアピールすることで知名度や認知度を向上させていくことが必要と考え、実施目標として設定します。
- ・ 広報、パブリシティ活動にあたっては、当館の利用者層や展覧会ごとのターゲット層に応じた効果的な広報を実施します。
- ・ そのために、様々な広報媒体をその特性を踏まえて効果的に活用し、特に若い世代に対しては積極的にツイッターなどのSNSを活用していきます。

【一次評価の理由】

- ・ 無料での情報掲載数は目標を下回ったものの、目標としていたツイッターのフォロワー数8,000人、商業撮影の件数等が目標を達成したため、評価ができるものと考えて「A」評価としました。

《広報・集客促進事業》

展覧会、イベント、ロケーションなど横須賀美術館の魅力をフル活用し、横須賀の交流拠点として集客に取り組んでいきます。そのために、企画展情報だけでなく、美術館の総合的な魅力や外部との連携による地域情報を積極的に発信していきます。

(1) 訴求活動による集客促進

- ・パブリシティを期待した新聞、雑誌等への展覧会リリース
- ・新聞、雑誌等の無料での情報掲載数は195件となり、目標の220件を達成することができませんでした。

(単位：件)

媒体	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
新聞	53	63	53	52
雑誌	64	85	55	64
Web	21	34	26	11
フリーペーパー	47	62	57	42
書籍	10	7	4	5
会報誌	5	8	8	4
TV	13	16	12	13
ラジオ	1	6	6	3
その他 (カタログ等)	1	4	6	1
合計	215	285	227	195

- ・広報よこすか等他部局の広報媒体を活用した情報発信
⇒毎月の広報よこすかへの展覧会情報、美術館のイベント等の掲載
- ・公共交通機関への広告掲出
⇒京浜急行線 駅貼り(2週間)5回、窓上(4週間)5回
※ 児童生徒造形作品展を除く各企画展で実施
⇒東急東横線 窓上(1ヶ月)1回
※ 女性を描くで実施
⇒京王線 新宿駅・渋谷駅など駅貼り(会期中随時)3回
※ 児童生徒造形作品展を除く各企画展で実施
⇒横浜駅 デジタルサイネージ(1週間)
※ さくらももこ展、標本展、女性を描く、中村光哉展
- ・美術系雑誌やタウン紙等、有料での情報掲載
⇒美術系雑誌での広告 芸術新潮 1回、月刊ギャラリー 1回
※ 新宮晋展、中村光哉展でそれぞれ実施
⇒新聞、タウン紙等での広告
毎日新聞、タウンニュース、はまかぜ新聞 計3回
※ さくらももこの世界展、女性を描く、中村光哉展などで実施
- ・ホームページ、ツイッター、フェイスブックを活用した情報発信
⇒ホームページは随時更新しています。

⇒美術館公式ツイッターの運用状況

フォロワー数は8,303人で昨年度末4,054人より約4,209人増加しました。
 フォロワー数の増加の理由としては、展覧会場内の作品撮影を許可し、SNS
 上で拡散を呼びかけた『標本展』の影響や、1日1件以上を目標に地道にツイ
 イートを行っていることなどが考えられます。

【参考】平成29年3月31日現在 フォロワー：8,303人、ツイート：2,759回

※ ツイッターは平成24年9月29日より運用開始

⇒フェイスブックの運用状況

(運用開始:谷内六郎館 平成27年7月31日～、横須賀美術館9月9日～)

横須賀美術館：1,280「いいね!」、谷内六郎館：170「いいね!」

SNS毎の特性を生かした情報発信に努めていきます。

・インバウンド推進の第一歩としての英語版パンフレット作成・配布

⇒館内用英語パンフレットをリニューアルし、米海軍基地内への配布を検討
 しましたが、米海軍基地としては有料施設については配布できないという
 回答を受け断念しました。今後はインバウンド向けの情報として、英語版
 ホームページの充実も含めさらに検討を行います。

(2) イベント開催など展覧会以外の要因で利用者を増やす取り組みの推進

・コンサート等、各種イベントの開催

⇒マジックワークショップ、クリスマスコンサート、「蓄音機で名曲を」
 を開催

・年間パスポート、前売り券の販売

	販売場所	27年度		28年度	
		販売枚数	利用回数	販売枚数	利用回数
パスポート	美術館	537枚	2,523回	318枚	1,949回
	芸術劇場	17枚		15枚	
	計	554枚		335枚	
前売り券	美術館	101枚	232回	53枚	228回
	芸術劇場	160枚		204枚	
	計	261枚		257枚	

年間パスポートの売り上げが27年度に比べ減となっているのは、浮世絵展に
 おいて前・後期の作品を見る観覧者向けにパスポート購入を進める販売キャ
 ンペーンを行ったため。

(3) 外部連携の推進

①他部局との連携

・カレーフェスティバルなどイベント参加による情報発信

⇒カレーフェスティバル(5/14-15)や産業まつり(11/5-6)などへの協賛

・集客促進事業への協力

⇒サイクルロゲイニングへの会場提供及び協賛

- ・米海軍横須賀基地在住者の誘致
⇒What's New in Yokosuka (外国人向け広報紙) への展覧会情報の掲載

- ・インバウンド向けツアーの受入
⇒日産自動車インドネシア研修生横須賀視察ツアー
- ・自然と美術の標本展での自然・人文博物館との共同展示
- ・ふるさと納税へ商品提供
⇒観覧券+レストランアクアマレーの食事券の提供

②民間事業者との連携

- ・民間事業者との広報協力、イベント参加による情報発信
⇒広報協力(観音崎京急ホテル、ソレイユの丘、うらり、すかなごっそ ほか)
⇒横浜国立大学学園祭(清涼祭 6/4-5、常盤祭 10/29-10/31)、
日本大学学園祭(法桜祭 11/3-5)、
立正大学(橘花祭 11/5-6)、
慶応大学(矢上祭 10/8-9)
大人のための文化祭(1/29に市内で開催のアートイベント)への協賛
⇒日産スタジアムの横浜F・マリノス戦へのブース出店(8/29)
⇒横須賀観光協会主催の米海軍基地居住者向けヨコスカサークルバスへの参加
- ・福利厚生団体等との割引施設契約の実施
⇒JAF、JTBベネフィット、リロクラブ、神奈川県厚生福利振興会
神奈川県市町村職員共済組合 など

③近隣地域との連携

- ・町内清掃、防犯パトロールなど地域活動への参加
⇒町内清掃などの地域活動への参加や町内会での美術館PR
- ・観音崎全体の魅力を向上させるためのイベントの開催
⇒観音崎フェスタへのブース出店(11/3)
- ・地域での消費活動を促進する取り組みの検討
⇒タイアップメニューの実施
既に各企画展で実施している併設のレストランアクアマレーに加え、『女性展』において観音崎京急ホテルとcafé & wine みやまさで、また『中村展』において観音崎京急ホテルでそれぞれ実施。

(4) 団体集客の推進

- ・市内民間事業者と連携した企画を含めた旅行会社への団体ツアーの企画提案、誘致
⇒旅行事業者営業訪問(ソレイユの丘と合同)
(クラブツーリズム、はとバス、朝日旅行)
経済部主催の観光商談会(11/1)への参加
⇒募集型企画旅行による観覧者が大幅に減少する傾向が続いているため、今後、走水低砲台等の日本遺産観光と絡めた新たな団体集客のための方策を検討していきます。

- ・ウェルカムトークの実施
⇒募集型企画旅行は少ないが、希望に応じて実施

	平成 25 年度		平成 26 年度		平成 27 年度		平成 28 年度	
	団体数	観覧者数	団体数	観覧者数	団体数	観覧者数	団体数	観覧者数
募集型	69	3,137	65	2,280	4	113	15	525
その他	98	3,521	88	3,690	145	5,704	112	4,187
計	167	6,658	153	5,970	149	5,817	127	4,712

(5) 商業撮影の受入と誘致

- ・イメージアップと認知度の向上を目的に商業撮影を受け入れた。
⇒昨年度は 30 件を目標としたが、最終的に 30 件となり目標を達成した。
※平成 25 年度、26 年度は新車の撮影会があり、撮影料が多かった。
(スチール 23 件、動画 5 件、スチール+動画 2 件)

年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
撮影件数	23 件	45 件	33 件	30 件
使用料	1,970,500 円	2,661,751 円	1,517,681 円	1,263,392 円

〔評価委員会による二次評価及びコメント〕

	一次評価	二次評価	評価委員会コメント
達成目標	A	A	年間観覧者数は前年度より減少しているが、過去 10 年間の数的推移をみれば、達成目標を超えて継続的に維持されている。

- ・女性を描く展については、結果分析をして、向後の目標設定の参考とすべきかと思う。[柏木]
- ・年間観覧者数は前年度より減少しているが、過去 10 年間の数的推移をみれば H. 21 および H. 24 を除けば、達成目標を超えて継続的に維持されており、「S」評価が許容されると考える。[樺澤]
- ・展覧会内容によっては、当然観覧者数は大幅な差異があり、今年度は 30,000 人を超える目玉内容がなかった。[草川]

	一次評価	二次評価	評価委員会コメント
実施目標	A	A	様々な広報媒体や情報発信を有効に活用している。ツイッターのフォロワーが前年の倍位伸びたのは評価できる。

- ・女性を描く展は、著しく目標入館者数を下回っているが、来館者の満足度は高いようだ。広報戦略に課題があったのだろうか？ [柏木]

- ・開館 10 周年となり、認知度も高くなってきているが、より親しまれる美術館となるよう新たな情報発信など工夫を続けていただければと思う。[河原]

- ・様々な広報媒体や情報発信を有効に活用しており、その1つであるツイッターのフォロワーが前年の倍位伸びたのは評価できる。[草川]

2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1,234	1,567	2,123	2,890	3,456	4,567	5,678	6,789	7,890

東郷三太郎の美術家像（？）

東郷三太郎の美術家像の構築に向けて、本館では様々な取り組みを行っています。特に、デジタルアーカイブの構築や、SNSを活用した発信が、認知度の向上に大きく貢献しています。また、国内外の美術館との連携も、展示の充実や共同プロジェクトの実現に大きく貢献しています。

項目	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
フォロワー数	1,200	1,500	2,100	2,800	3,500

【イグレスにむく会員委副刊】

イグレスにむく会員委副刊	副刊次二	副刊次一	項目別
イグレスにむく会員委副刊の発行は、本館の広報活動の重要な役割を果たしています。特に、デジタルコンテンツの充実や、SNSを活用した発信が、認知度の向上に大きく貢献しています。	A	A	項目別

本館では、様々な取り組みを行っています。特に、デジタルアーカイブの構築や、SNSを活用した発信が、認知度の向上に大きく貢献しています。

また、国内外の美術館との連携も、展示の充実や共同プロジェクトの実現に大きく貢献しています。

本館では、様々な取り組みを行っています。特に、デジタルアーカイブの構築や、SNSを活用した発信が、認知度の向上に大きく貢献しています。

イグレスにむく会員委副刊	副刊次二	副刊次一	項目別
イグレスにむく会員委副刊の発行は、本館の広報活動の重要な役割を果たしています。特に、デジタルコンテンツの充実や、SNSを活用した発信が、認知度の向上に大きく貢献しています。	A	A	項目別

本館では、様々な取り組みを行っています。特に、デジタルアーカイブの構築や、SNSを活用した発信が、認知度の向上に大きく貢献しています。

② 市民に親しまれ、市民の交流、活動の拠点となる

〔一次評価〕

達成目標	実施目標
A	A

【達成目標】市民ボランティア協働事業への参加者数延べ2,000人
(事業ごとに加算。登録者・一般参加者を総合して)

〔目標設定の理由〕

- ・参加者数は「活動が活発に行われているか」「魅力的な活動を企画しているか」をはかるための指標の1つとなるものです。
- ・ギャラリートークボランティアを新規募集し、研修の回数を前年度より増やします。
- ・小学生美術鑑賞会ボランティアを募集し（継続も可能）、参加者の増加を図っています。
- ・みんなのアトリエボランティアの登録者数自体は増えていますが、アトリエ参加者の定員数に対し、ボランティアは2～3名と決まっているので、活動自体は横ばいとなっています。
- ・プロジェクトボランティアの活動では、平日の活動がやや増えています。また近年、イベントへの一般参加者数は、スタッフの人数と会場のキャパシティからみて、安全に楽しむことのできる限界に近付いていると考えられますが、同じ内容で2回実施するなど、工夫もしています。
- ・年間の活動日数、ボランティアの参加状況、イベント参加者数の動向をふまえ、28年度の目標は、のべ2,000人とします。

〔一次評価の理由〕

- ・28年度の延べ参加者数は2,662人となり、目標を上回りましたので、A評価としました。
- ・プロジェクトボランティアの活動について、例年は年に3回のペースでイベントを開催していますが、28年度は年4回（GW、夏休み、ハロウィン、クリスマス）行いました。企画展「新宮晋の宇宙船」で海の広場に作品を展示したため、冬イベントの規模縮小に対しての措置でしたが、昨年度よりも全体的な参加者数は増加し、健闘しました。

- ・ギャラリートークボランティア、小学生美術鑑賞会ボランティアの参加者数については、新規募集を行った結果、増加しています。新しく加わったボランティアにより、ボランティアの平均年齢も下がりましたが、ボランティアの高齢化は今後も課題として捉えています。
- ・みんなのアトリエボランティアの参加者数については、例年よりもやや増えた印象です。新たに登録を希望するボランティアもあり、安定した活動ができています。

市民ボランティア協働事業への延べ参加者数 (単位：人)

	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
ギャラリートークボランティア	477	323	289	334
小学校鑑賞会ボランティア		194	195	263
みんなのアトリエボランティア		28	22	34
ギャラリートーク参加者	326	345	337	371
プロジェクトボランティア	337	229	225	283
プロジェクト当日ボランティア		50	38	27
企画イベント参加者	1,434	1,086	1,142	1,350
計	2,574	2,255	2,248	2,662

【実施目標】

- ・市民が美術館に親しみを感じ、訪れる機会をつくる。
- ・市民ボランティアが、やりがいを持っていきいきと活動できる場を提供する。

〔目標設定の理由〕

- ・市民感覚を持ったボランティアと協働することにより、市民にとって親しみやすい美術館により近づくことができます。また、美術館への親しみ、愛着を持ったボランティアの方々を架け橋として、より広い層の市民に美術館の魅力を知っていただく機会を増やしたいと考えています。
- ・横須賀美術館のボランティア活動は労働ではなく、美術館が担うべき社会教育の一環です。ボランティアがそれぞれの創意と経験を活かし、仲間どうし協力し、美術館ならではの活動をしていくこと、そして、やがてそれが地域の新しいコミュニティとなることを期待しています。
- ・ボランティア活動がより広がるよう努めます。例えば、ギャラリートークボランティアの活動の周知や、小学生美術鑑賞会ボランティアやみんなのアトリエボランティアのように、美術館主体の事業に関わっている活動の充実などを検討していきます。

〔一次評価の理由〕

(全体として)

- ・新規ボランティアの参加により、新鮮な気持ちで各々活動できたようです。ギャラリートークボランティアと小学生美術鑑賞ボランティアとで活動を分けていましたが、レクチャーについては希望すれば横断的に出席できるようにしており、ボランティア同士の交流の場にもなっています。また、27年度にひきつづき、ボランティアに対し細かい対応ができています。

(ギャラリートークボランティア)

- ・新規ボランティア4名を迎え、うち1名は年度末に活動を辞退しました(仕事の都合により)。
- ・新規ボランティア向けに、近代日本美術の流れや、地域作家について学ぶレクチャーを複数回開催しました。いずれのレクチャーも積極的に参加し、レクチャー後の課題(レポートの提出)にも真摯に取り組んでいました。既存のボランティアも、改めて学ぶ機会となり、好評でした。
- ・ギャラリートークでは、当日の担当者間で取り扱う作品を分担し、それぞれ工夫した個性的なトークを展開しています。

(小学生美術鑑賞会ボランティア)

- ・ボランティアを新規募集し、5～6月に集中して学校受け入れのための研修を行いました。
- ・企画展毎に、担当学芸員によるレクチャーを行い、企画展でもボランティアが安心して小学生を受け入れられるようにしました。
- ・ボランティア2名に1クラスの引率をお任せしており、責任感とやりがいをもって取り組んでいただいています。

(「みんなのアトリエ」ボランティア)

- ・28年度も新規登録者が増えました。いっぽうで、これまでも活躍していたボランティアさんの経験が豊かになり、参加者と自然な交流ができています。

(プロジェクトボランティアについて)

- ・28年度は、例年よりもイベントの回数を1回増やし、「だれでも参加できる」「美術館を活かした活動」という点に留意しながら、ボランティア自身が発案し運営するイベントを行いました。それぞれのイベントは地域の行事としてすでに定着し、市民を中心に多くの方が参加しています。
- ・これまで当日ボランティアとして参加していた方々へ、こちらから積極的に声掛けしたところ、イベント当日だけでなく、準備段階から参加してくれるようになりました。

- ・ボランティアの経験値が高くなったことで、イベント開催に向けて着々と準備が進められるようになりました。また、当日の進行がスムーズに行われています。

〔次年度への課題〕

- ・ギャラリートークボランティアおよび小学生美術鑑賞会の新規募集を行わないため、レクチャーの回数が減りますが、ボランティアがモチベーションを保ちつづけられるよう、よりいっそう気を配っていきます。
- ・小学生美術鑑賞会ボランティアについては、児童の鑑賞活動をよりサポートできる体制を整えられるよう、さらに検討を進めます。
- ・ギャラリートークボランティアに新メンバーが加わりましたが、年間のギャラリートークの回数は変わりません。一人当たりの活動の機会が減ってしまうため、活動の機会を増やします。

〔評価委員会による二次評価及びコメント〕

	一次評価	二次評価	評価委員会コメント
達成目標	A	A	市民ボランティア協働事業への参加者数が増加したことで、新規登録者があったことを評価する。

- ・入場者の数ではなく、市民ボランティアの協働事業参加への延べ参加数が414人増加していることや、新たに登録を希望したボランティアがいたこと等を評価した。
[小林]
- ・評価値を大きく上回り、ボランティアに対する市民の知名度とモチベーションが高まっている表れと思う。[菊池]
- ・延べ参加者数が、対前20%近く伸びているのは評価できる。(色々な施策を工夫・実施している)[草川]

	一次評価	二次評価	評価委員会コメント
実施目標	A	A	ボランティアのおかげで、初めて美術館を訪れる児童も安心して鑑賞し学び楽しむことができた。

- ・延べ人数の増加や、新規登録者がいたことなどを評価し、実施目標である市民ボランティアへの場所の提供ややりがいの場が年間を通して提供されていたと判断した。[小林]
- ・ボランティア数が増加した分オペレーションに気を配ることにより、より効果的な運営ができると思う。[菊池]