

令和6年度 第1回 北海道立函館美術館協議会会議録

- 1 日 時 令和6年10月23日(水) 10:00～11:45
- 2 会 場 北海道立函館美術館 講堂
- 3 出席委員 三谷会長、元木副会長、土生委員、鳴海委員、高橋委員、梨木委員、吉田委員
鶴野委員、高村委員
(欠席委員：石岡委員、桜花委員、熊木委員)

4 傍聴者 なし

5 議 事

(1) 報告事項

ア 令和5年度事業実施状況について

事務局：「令和5年度(2023年度)事業の実施状況について」に基づき説明。

委員：若年層の美術館利用促進に向けた取組として、学生から促進策を提案してもらうことは、良い取組だと思った。

地元の方に美術館の親しみやすさや楽しさなどを知ってもらえることで、観光客にも来てもらえる第一歩になると思うし、市内以外の方にも美術館に来てもらえることに繋がっていくと思う。

個人的には、商業デザインやポップアートの展示も年1回ほど開催していただけるとありがたい。

委員：高校生や大学生の利用促進に向けた取組を行っているが、これまでPR活動はどのように行われているのか。

事務局：当館が行うPR活動については、集客施設や公共施設等に対して、ポスターやチラシを配布しているほか、町内会にも配布して啓発を実施している。

また、SNSや当館のホームページにおいて、展覧会やイベント情報を発信しているほか、北海道新聞などの協力による新聞広告などでPRを行っている。

委員：当教育委員会では、学校へのPRや案内文書の周知など、協力できるものがあるので、今後も適宜協力させていただく。

イ 令和5年度道立美術館評価について

事務局：「令和5年度(2023年度)道立美術館評価について」に基づき説明。

委員：先ほど、事務局から展覧会活動の課題として、「観光客などの新規利用者が多い一方、リピーター割合が少ないため、展覧会や関連事業を工夫していく」との説明があった。

函館は観光地で、観光客の美術館利用にも、伸びしろがあると考えられ、観光客を呼び込むことも重要と考えるが、函館美術館では観光客よりも地元の方々への対策を重要視しているのか。

また、観光客の観覧者数は他の道立美術館と比べ、多いのか少ないのか。

このほか、函館美術館における観光客の位置付け、訴求方法、呼び込むための対策を伺いたい。

事務局： 他の道立美術館の観光客数は把握していないため、今後、他館の状況把握に努めていきたい。

次に観光客の位置付けについては、リピーターに限らず、観光客の利用も増やしていきたいと考えており、訴求方法・呼び込む対策としては、観光客が集まるクルーズ船あるいはアートギャラリー北海道の道南圏連携館にチラシを配架してもらい、各館相互の利用促進に向けたPR活動も行っている。

事務局： 資料に紛らわしい表現があり、表現の仕方に工夫が必要と感じた。

(補 足) 「観光客などの新規利用者が多く、リピーター割合が少ない」という表現だが、それぞれ別の位置付けであり、「観光客などの新規利用者が多い」というのは、一大観光都市「函館」であるため、観光客が多いのは当たり前で、それに加えて、五稜郭公園の縁の側にある。

先ほどの他館との比較の質問だが、旭川美術館と帯広美術館の両館を訪問したことがあり、先に述べた立地的な状況を考えると、当館の方が圧倒的に観光客が来る要素が多い。

観光客などの新規利用者が多いので、より一層利用者を増やしていくことが第一点、一方で、リピーター割合が少ないので、地元や道南の方々への、より一層の呼びかけが必要との二点の課題認識であり、委員ご指摘のとおり、表現の改善意見としていただく。

(2) 協議事項

令和6年度事業の運営計画について

事務局： 「令和6年度（2024年度）事業の運営計画について」に基づき説明。

委員： エックス（旧 twitter）のページなどを見させていただいたが、どのポストも行設定など、色々と工夫されていると感じた。

実際の展覧会は、あまり美術に詳しくない学生達と一緒に観覧させてもらったが、自分の知らない作家だったが、非常に楽しく鑑賞することができた。

そこで展覧会のPR方法であるが、現在の展覧会のタイトルやホームページに掲載されている紹介内容だと、それぞれの展覧会の魅力がきちんと伝わっていないように感じた。

先ほど、事務局から今年度の展覧会の内容を説明いただいたが、その説明の中に、美術館に足を運びたいくなるような魅力ある内容やフレーズがたくさんあった。それらの内容をホームページや紹介文などに反映されると、もっと足を運んでもらえたり、もっと展覧会の良さを知ってもらえると感じたため、次年度に向けて、より良い広報活動、PR方法を検討していただければと思う。

委員： リピーターの集客などにも有効だと考えられることだが、特に飲食の部分でいえば、展覧会を見終わった方々が少しほっこりするような空間と時間の

提供、たとえばベンチがあったり、自動販売機があったり、コーヒーや水などが買えたり、もっとゆっくりできるサードプレイス的な場所があれば良いと感じている。美術館に入って、すぐに受付、展示室から出てすぐに出口ということではなく、もう少しゆったりとした時間が過ごすことができる空間があれば良いと思った。

また、所蔵がたくさんされている素晴らしい美術館であることは函館市民において誇りである。

可能であれば、バックヤードツアーなどの開催があれば、それに興味のある方々が美術館に足を運んでもらえるようになるのではないかと。

このほか、インバウンドの方々が来館されており、非常にポテンシャルがあるように感じるが、言語の問題もあると思うので、オーディオ解説などで日本語はもちろん、多言語にも対応できれば良いと思う。

また、なかなか美術館に足が向かない心理の方々のために、出前で函館市交流プラザのような施設に出向き、PRやショートセミナーなどの情報発信があれば良いと思った。

委員： SNSによるPR活動は、エックスとフェイスブックだけのようだが、インスタグラムでのPR活動の予定はないのか。

事務局： 現在、インスタグラムは導入していないが、若年層への広報・PRには効果の高いツールと考えているため、今後導入について前向きに検討していきたい。

委員： インスタグラムのアカウントを開設し、フェイスブックと連携することで、フェイスブックの記事をインスタグラム側に反映することができ、作業的なものは特に発生しない。

インスタグラムは若者に人気があり、そのツールを利用して美術館がPR活動することによって、それを目にした若者がエックスやインスタグラムに投稿することが考えられるし、その投稿した記事を友達などが見れば、どんどん情報が広がっていくと思う。

そうなっていけば、その友達にも美術館に足を運ぶきっかけとなると思うので、インスタグラムの導入について、検討していただければと思う。