

## 令和7年度 第2回 北海道立函館美術館協議会会議録

- 1 日 時 令和8年3月10日(火) 13:30~14:50
- 2 会 場 北海道立函館美術館 講堂
- 3 出席委員 佐藤会長、元木副会長、高橋委員、吉田委員、澤田委員、鳴海委員  
(欠席委員：石岡委員、土生委員、桜花委員、梨木委員、高村委員)
- 4 傍聴者 なし
- 5 議 事

### (1) 報告事項

#### ア 令和7年度事業実施状況について

事務局：「令和7年度(2025年度)事業の実施状況について」に基づき説明。  
委員からの意見等なし

### (2) 協議事項

#### 令和8年度事業の運営計画(案)について

事務局：「令和8年度(2026年度)事業の運営計画(案)について」に基づき説明。

委員： 持続可能な美術館運営を考えると、高校生の来館者が非常に少ない点が気になった。今後は、若い世代に美術館へ足を運んでもらうための工夫が必要ではないかと思う。

また、函館には多くの外国人観光客が訪れていることから、外国人にも美術館を利用してもらえるようなPRやイベントについて、長期的な視点で検討することも重要ではないか。

美術館の予算には限りがあることは承知しているが、若い世代や外国人の関心を引く内容としては、現代的なアートやポップカルチャーなども考えられる。

費用面の課題もあるが、例えばアニメの原画展のような企画は人気がある。

高校生と外国人の双方に関心を持ってもらえるような企画の可能性についても、今後検討していただければと思う。

委員： アール・ブリュットで構成する「つくる冒険展」の開会式後の特別観覧の際、展示室内で学芸員による作品解説が始まっていたが、ロビーには多くの来場者がいた一方で、解説を聞く人はそれほど多くない印象を受けた。

「小松美羽展」では展示室奥で解説が行われていたが、比較的多くの人が集まり、解説を聞いていた。

特別観覧を開始する際には、来場者へ声掛けを行うなど、解説への誘導を工夫すると良いのではないかと感じた。

また、美術館では学校への学習機会の提供をはじめ、函館音楽協会によるコンサート、展覧会に関連したワークショップ、美術映画会など、函館

の文化発信拠点として多様な事業が行われていることを知り、ぜひ参加してみたいと思った。

さらに、多言語看板の設置など観光客への配慮も進められており、美術館へ気軽に立ち寄るきっかけになると感じた。

最近はお茶コーナーで地元のお菓子が販売されているが、売店にも函館ならではのグッズや人気キャラクターとコラボしたスタンプなどがあると、観光客だけでなく高校生など若い世代が立ち寄る機会も増えるのではないかと思う。

委員： リピーターの獲得という点では、道の駅のスタンプラリー帳や神社の御朱印帳のように、コレクションしたくなる仕組みがあると良いのではないかと思う。

展覧会のチケットには展覧会名や開催日、会場などが記載されており、魅力的なアイテム、記念品だと思う。チケットを貼ったり保管したりできる台帳やケースがあれば、どこの美術館に行ったかをコレクションとして残す楽しみが生まれるのではないか。

また、チケットを入れて飾ることができるスリーブや、マグネット付きのケースなどをミュージアムショップで販売するのも一案ではないかと思う。背面がマグネット式になっていると、身近な冷蔵庫にも貼れ、次の展覧会を訪れた際にも、購入すれば並べて貼ることもできる。

山下清展の際には缶バッジ型のマグネットが販売されていたが、チケットには日付や会場も記載されているため、それを活用したグッズがあると楽しいと思う。

委員： 改めて美術館の運営について伺い、実行力や推進力の高さを感じた。

委員からの意見も取り入れながら、事業に反映している点に感動した。

その中で、高校生の来館者が少ない点については、多くの委員が指摘しているとおりの課題である。

近くに高校があるため、物理的に美術館に来られないわけでもないと思う。

美術館側だけで考えるのではなく、高校生自身に何が面白いと感じるのかを聞く仕組みがあっても良いのではないか。

例えば、高校生向けの年間フリーパスを付与したモニターを募集し、彼らの視点で企画や情報発信を行ってもらおうといった方法も考えられる。

TikTok やショート動画などを高校生自身が制作し発信することで、同世代への訴求にもつながり、あまり予算をかけずに実行できるのではないかと感じた。

また、来館者データでは一般来館者が多いことが分かるが、オンラインアンケートなどを活用して、社会人、主婦、観光客など、より詳細な属性が把握できれば、今後の施策を検討する上で参考になると思う。

さらに、すぐに実施できる取組として、女性向けにはなるが、服装のテーマに合わせた割引なども考えられる。

よく東京の三菱一号館美術館を訪れるが、先日、モネとルノワールの展覧会に行った際、ピンクと水色の服で来館すると、200円割引になるとか、川瀬巴水の展覧会では、トワイライトカラーの服装で来ると200円割引になるなど、特定の色の服で来館すると割引になる取組を行っている。

函館であれば、函館弁を使うと割引になるなど、地域性を活かした企画も観光客に楽しんでもらえるのではないかと思う。

委員： 美術館職員が一丸となって様々な工夫や取組を進めていることがよく分かった。以前から取り組まれていたことも多いと思うが、最近になって具体的に形として現れてきており、それが来館者の増加にもつながっているのではないかと感じた。

チラシのデザインなども年々良くなっており、多くの情報の中でも目を引き、手に取ってもらえるものになってきていると思う。

また、常設展のタイトルも工夫されており、興味を持ってもらいやすくなっていると感じる。

常設展のタイトルなども、最近のものは面白いと感じており、学生を連れてきても、常設展を目当てに美術館に来館したわけではなかったが、学生たちから常設展も面白かったという意見をよく聞く。

なぜ、見やすかったのか考えたが、多分、展覧会のタイトル自体が、前提の知識などがなく、社会情勢に疎くても、着目できるようなタイトルになってきたと感じる。

例えば「旅する鷗亭」や「港町函館 今・昔」など、専門的な知識がなくてもテーマが想像でき、来館者が入りやすい工夫がされている。

常設展を見終わってから、その展示がどのような社会情勢の中で構成されていたかが、後で分かるような仕掛けになってきていることが、とても良い点だと思う。

多くの委員から指摘されているが、高校生の来館者が少ない点については、解決が容易ではないと思っている。

高校生は使えるお金や時間が限られており、余暇に遠出をすること自体が難しい場合も多い。

高校生は、進路実現のために、真剣に勉強しなければならない時期であり、家で隙間時間を見つけゲームを行うことはできても、美術館に限らず、地理的にどこかに出かけることが難しいと印象を受けている。

一方で、小学生や中学生の頃に家族と美術館を訪れた経験が、その後の来館行動につながる面もあるのではないかと思う。

大学生は比較的時間の余裕もあるため、将来的に来館につながる可能性があり、もう少し美術館に足を運んでほしいと思う。

委員： 高校生や中学生など若い世代に美術館を身近に感じてもらうためには、SNSなどを活用した情報発信も有効ではないかと思う。

例えばYouTubeやTikTokなどを活用し、函館弁を使った動画を発信しているクリエイターとコラボするなど、親しみやすい形で美術館を紹介する方法も考えられる。

館長や職員が出演し、皆さんで思い切ってダンスをする動画など投稿すると、すごく身近に感じてもらうきっかけになるのではないかと思う。

また、そのような動画を通じて、美術館に入りやすい環境をつくること、新規の来館者を増やすために一定の効果があるのではないかと思った。

なお、著作権の問題があるかもしれないが、生成AIを活用して音楽や映像を制作し、美術館紹介の動画を発信することも比較的容易にできる時代になっている。

こうしたコンテンツを継続的に発信することで、美術館のハードルを下げ、若い世代の来館につながる可能性があるのではないかと感じた。