資料１

第１回委員会後の意見について

意見１

①　マスメディアとの費用分担

マスメディア（テレビ局、新聞社）との共催形式の企画展について、プロジェクト（企画展）ごとの採算管理がずさんではないか。美術館側には、県民の血税を使用しているという強い意識をもって、契約管理を行う必要がある。マスメディアの減収補填に美術館が利用されるという構図は変える必要がある。美術館側が不利にならない条件を設定する必要がある。マスメディアとの共催であれば、本来、対等な関係に基づき、両者で適正なリスクとプロフィットをシェアする必要がある。そもそも若い世代を中心としてマスメディア離れが進んでおり、宣伝効果が不十分であるにも関わらず、マスメディアに依存した企画展ばかり開催し、マスメディア側の言いなりで代金を支払い、その結果、追加の赤字が発生するのは明らかに問題である。

②　魅力的な展示

近代美術館については魅力的な所蔵品が多く存在し、美術館の職員の方々がその魅力を最もよく理解しているのだから、まずは常設展の魅力を高めるとともに、その魅力を効果的に発信することで、集客力の向上を図っていく必要がある。また、企画展については、マスメディアに頼らず、自主企画を中心としていくべきである。そして、明確なマーケティング戦略に基づき、どのようなコンテンツが美術館の社会的使命に合致しつつ、多くの方に参加してもらえるのかを検討するための情報収集を行い、収集した情報に基づき、魅力的な展示を検討し、実施していく必要がある。特に若い世代の方（中学生以上から子育て世代につながる世代）との接点を増やし、美術鑑賞の魅力を理解してもらうとともに、若い世代の方の声を聴く機会を設けて、若い世代の方にとって訴求力のあるコンテンツや展示方法（鑑賞（作品・解説）、参加、体験等）を工夫していく必要がある。

③　来館機会の増加

美術館の魅力を理解してもらうためには、まずは美術館に来る機会を増やす必要がある。多くの方、特に若い世代の方が気軽に美術館に行くような仕掛けづくりを積極的に行い、その仕掛けを通じて徐々に美術の魅力を理解してもらう必要があるのではないか。

④　低利用・未稼働施設の有効活用

改修によるバリュー・アップを機に、美術に限定せず、各施設の特性に応じた多様な活用方法を検討し、低利用・未稼働の施設の有効活用による収益力向上を図っていく必要がある。また、貸出しや物販・飲食だけでなく、これら空間を利用した自主企画を通じて、多くの方、特に若い世代の方が気軽に美術館に行くような機会を増やしていく必要がある。

⑤　**広告宣伝**

広告宣伝体制のより一層の内製化を図り、Instagram、X（旧Twitter）、LINE等のSNSや他の県施設（博物館・記念館、図書館・学習・体験施設、文化ホール・スポーツ施設、観光・情報施設、県立病院、県立大学、看護専門学校等）をはじめ、多様なチャネルを通じた効果的な情報発信を行い、県立美術館の魅力を発信するとともに、マスメディアに頼らずに美術館自身での集客力を高めていく必要がある。

意見２

①　**新潟県立美術館の将来像を明確に**

二つの県立美術館の設立経緯や歴史を踏まえた上で、今後目指すべき県立美術館の姿について、より具体的な方向性を共有いただきたい。

- 二館それぞれの役割
- 県立美術館としての社会的使命
- 県民にとってどのような文化施設を目指すのか

②　**必要な予算規模とスケジュール**

将来像を実現するためには、必要となる経費や工程を示すことも重要。

例えば、修繕、展覧会、調査研究、教育普及・インクルーシブ事業、広報など。

③　**「効率的な運営」より先に「あるべき美術館像」の議論を**

まず県民に必要な文化施設や理想像を考え、その実現に必要な経費を算出したうえで、効率化を検討する順序が重要。

④　**現場スタッフの声の反映が今ある魅力の発掘に**

美術館の魅力発掘、効率的な運営には、関わる人の力が欠かせない。

学芸員だけでなく、総務・施設管理・警備・清掃などを含め、現場の魅力や課題を丁寧に把握することが必要。

⑤　**収支や来館者数だけでは測れない価値も重視すべき**

調査研究、教育普及、インクルーシブな活動など、社会教育施設・文化拠点としての役割を評価することが必要。

⑥　**長期的な文化・観光戦略も視野に**

当面は二館体制の環境整備を進めつつ、将来的には駅、図書館、博物館、ホール等との連携・再編まで含む構想も検討してよいのではないか。