

広島県博物館協議会令和7年度第1回会議 議事録概要

1 日 時

令和7年5月28日（水）午後1時30分～午後3時40分

2 場 所

広島県立美術館（広島市中区上幟町2-22）

3 出席委員（14名）

安間会長、出原委員、伊藤委員、井口委員、浦田委員、佐藤委員、道面委員、富永委員、畑石委員、蜂谷委員、藤井委員、元泉委員、山口委員、渡辺委員

4 欠席委員（1名）

城市副会長

5 担当部署

広島県教育委員会事務局管理部文化財課（082-513-5021）

6 議事概要

(1) 開会

本会議は、広島県博物館協議会条例第5条第2項に規定する定足数を満たしており、成立することを確認した。

(2) 挨拶（文化財課課長）

(3) 委員紹介

(4) 議事

- ・各館（県立美術館を除く）の令和6年度の取組について振り返り

令和6年度の取組について、歴史民俗資料館・歴史博物館から振り返りを説明した。

歴史民俗資料館は体験活動として家族で楽しめるイベントと秋の特別企画展「古代を駆ける馬」について説明した。体験活動については、SNSや県庁掲示板等での地道な広報、一般も対象としたこと、他機関職員の協力を得て館では実施していない体験プログラムを提供できたこと、プログラムの組み合わせを複数提示したチラシを作成し配布したこと、三次

市内の全小学校にチラシを配布したことを実施上の工夫として挙げた。今後取り組みたいこととしては、マンパワーに見合った内容の見直しと質の向上、外部リソースの活用（友の会・ボランティアの活性化）、地域との連携の質の向上とSNSの効果的利用、口コミで広がる発信方法の検討、雨天や猛暑時でも満足度の高いプログラムの開発、継続して行うための人材の確保とノウハウの伝承を挙げた。秋の特別企画展については、広島県内の馬型埴輪を全て展示したこと、埴輪と見比べ実際の大きさを実感できるよう馬・牛の模型を展示したこと、展示品がどの時代のものか一目で分かるよう図示したこと、期間中に開催した「ふどきの丘秋まつり」においてミニチュアポニーふれあい体験を行ったこと、より身近に感じてもらえるよう受付や各所に館のキャラクター（館所蔵の馬型埴輪がモチーフ）を使った幟、復元品、馬具の復元品を自作したこと、SNSを積極的に活用したこと、地域団体の協力も得ながら広報を行ったことを実施上の工夫として挙げた。今後取り組みたいこととしては、来館者の理解をより深めるための方策に取り組むこと、図やこども用パネルの積極的活用、解説会の実施回数を増やすこと、地域と連携を行い家族連れや子どもたちの興味関心を醸成すること、より効果的な広報の模索、地域と連携した広報を挙げた。

歴史博物館は秋の特別展「源氏物語の世界展」について説明した。実施上の工夫としては、広島テレビと実行委員会を組織し経費負担の軽減及び広報体制の充実を図ったこと、迅速な準備等を実施することができるよう風俗博物館の展示内容を活用したこと、会場中央に縦6m×横9mに及ぶ実物の4分の1スケールの寝殿造りの模型を設置し、50体の人形を配して「源氏物語」の一場面を再現したこと、十二単衣5領を展示しその時代的変遷を解説するとともに、復元された奈良時代の朝服及び平安時代の束帯、御帳台、王朝料理、玩具等を展示することにより、平安貴族社会における衣食住を紹介したこと、館の出版物や公式Webサイトで開催を告知してきたほか、県内外の3,000の団体等にチラシを配布したこと、公式Xアカウントによるこまめな告知や福山駅などでデジタルサイネージを活用した広報を行ったこと、広島テレビにおいても番組で展示内容の紹介やテレビコマーシャルの放映などを行ったこと、来館者が家族でも楽しめるよう様々な体験型のワークショップを企画・実施したこと、エントランスロビーにおける牛車乗車体験や中世衣装着用体験をはじめ、十二単衣着付け実演ショー、聞香体験や薫物作り体験など、日本文化を身近に感じられる内容としたことを挙げた。今後取り組みたいこととしては、全国の著名な近世城郭や地元の戦国期から近世の城郭について、模型作家による城郭模型や城郭の鳥瞰図により立体的に城を紹介する「日本の城展」の開催、佛通寺に伝来した文化財を広く紹介する「佛通寺展」の開催、子育て世代やシニア世代を対象とした効果的な広報を図るための広報資料の媒体や送付方法等についての検討、X（旧Twitter）の投稿頻度を維持していくことを挙げた。

《主な意見、質疑応答等》

（委員）メディア公開日を設けて、メディアに情報提供する場をつくるのはどうか。また、生の声を伝える広報方法が効果的だと思うので、メディアだけでなく、民間の子育て支援活団体に声をかけ、事前に子どもたちに体験してもらい、その団体や体験した人から情報発信してもらうというのも面白い。さらには、その中からファンになってくれる人をつくり、その人をアイコンとして、発信してもらうことも面白いのではないかな。

(委員) 歴史博物館は福山城と連携し、県立美術館は縮景園や広島城と連携して広報し、県外やインバウンドの観光客に対してPRしていくことが大事ではないか。

- ・施設視察

美術館で開催している所蔵作品展の解説を聞きながら視察した。

- ・美術館の取組について

令和6年度の取組として、3期の所蔵作品展及び4つの特別展の取組を説明した。所蔵作品展については、特別展のターゲット層に合わせたテーマ設定により特別展来場者の誘客を図ったこと、第2期では子どもも大人も楽しめる所蔵作品展「サマーミュージアム」として夏季に開催し、「教科書」という切り口のもと実際の教科書に掲載された作品などを交えながら美術の面白さをわかりやすく紹介したこと、また子どもにも大人にも美術に親しんでいただけるように実際に県内で現在使われている教科書(図画工作・美術を含む27冊)を自由に閲覧できるコーナーの設置や、次回特別展の児玉希望展への来館促進のための児玉希望テストの設置など多様な取組を行ったこと、所蔵作品展では費用を捻出しての広報は行っていないため、館のSNSでの告知を中心に展開したこと、第2期会期中には、中国新聞社主催の「ちゅーピー夏休みこども新聞教室」との連携により、中国新聞デジタル(WEB)による展覧会の紹介もなされたこと、展示室からのインスタライブ配信を各4回実施したこと、子どもも大人も気兼ねなく感想を話しながら鑑賞を楽しんでいただける日として「フリートークデー」を設定し、同日には、所蔵作品展に出品中の作品から学芸員が選んだいくつかの作品をみんなでお話しながら鑑賞する「対話によるギャラリートーク」も実施したこと、「作品を探しに行こう!」と題して展示作品の一部がプリントされた缶バッジを先着100名に配布したこと、第1期及び第3期では、学芸員が各室の見所をリレー形式で紹介するトークイベント「リレートーク」を実施したこと、AR技術を活用しオリジナルフォトフレームで記念写真が撮れる取組や来館者にメッセージボードにコメントを貼っていただく取組など参加型の工夫を行ったことを実施上の工夫として挙げた。課題としては、隣接する縮景園には好調なインバウンドにより年々海外からの来園者が増加(R6年度13.3万人)し、全入園者数の約35%を占めている一方、美術館の所蔵作品展は入館者数が伸び悩んでいる上、外国人入館者数は10%程度にとどまっているため、今後外国人来園者をいかに美術館に誘導するか、また、フリートークデーの日には子ども連れの姿が散見できたが、こうしたイベント日以外においても美術館の敷居を低く感じてもらえるよう取り組んでいくことが必要であることを挙げた。

県立美術館の効果的な広報活動及び縮景園との連携について説明した。課題として、令和6年10月からの郵便料金の値上げによりポスター・チラシ等の郵送料が高額になっているためコスト削減が必要となっていること、特別展会期中は無休で開館しているが月曜日は休館日だと思っている人もおり月曜日の入館者が少ないこと、特別展会期中の金曜日は開館延長(上期:午後8時、下期:午後7時)を行っているが利用者が伸び悩んでいるため、来館を促すための仕掛けづくりが必要であること、隣接する縮景園に多くの入園者(R6年度:年間約38万人)がいることから、美術館にいかに足を運んでもらうかが課題であること、

特に近年好調なインバウンドにより、外国人観光客の入園者数、割合ともに増加傾向にあることから、縮景園に隣接して美術館があることを周知し、広島の実術に触れてもらう機会を創出していく必要があることを挙げた。

《主な意見、質疑応答等》

(委員) 所蔵作品展について、いい展示なのに知られていないというがあるので、PRの工夫の余地があるのではないか。例えばパンフレットが日本語版しか作成されていないので、QRコードで読み取れるようにして多言語で読めるようにするなど、インバウンドの方を意識した工夫をしたらどうか。

(委員) 館が設置したARフレームで撮った写真を来館者がSNSで発信したら、館がお金をかけなくてもPRができるので、発信したら特典がつくなどの工夫はできないか。また、美術館の入館者は100円で縮景園に入園できるサービスはあるが、その逆の、縮景園に来た人を美術館に呼び込む仕掛けを考える必要があるのではないか。他にも、例えばジブリ展のような入館者数の多い企画展の際に、LINE登録してもらい、次回の企画展の広報をするなどの工夫ができないか。

(美術館) ARフレームを使ったSNS上での拡散については、委員のおっしゃるような目論見があつて、ARフレームを設置した。今以上に話題となり、拡散されるように今後も取り組みたい。パンフレットの多言語対応については、今は個々のスマホで翻訳できるので、その方法を案内するという方法もあると考えている。

(委員) 日常的に愛される館になるための方法として、例えば近隣の学校と連携し、児童生徒にパンフレットの絵を描いてもらう、PRの動画を作成してもらってYouTubeに投稿するなど、市民や県民と連携し、関わってもらうという方法があるのではないか。

(委員) 美術館がなじみで育った子どもたちは美術館が身近になるので、美術館が生活の中に取り込めていけたら素敵だと思う。そのためには、やはりゆつたりとお茶ができる場所は必要だと思う。縮景園に関しては、一つのアイデアとして、子連れの方は無料などの子育て者に対する取組が何かあればいいと思う。また、中高生にとっても行きやすい場所になるように、SNSで発信したり、居心地よく過ごせるような場所を作ったりすることで、その子どもたちが大人になったときに、美術館が日常になる仕掛けづくりとなるのではないか。

(美術館) 縮景園のショート動画については、現在も作成しているが、今後そのバリエーションを増やしていけたらいい。またその中で若年層をターゲットにしたものにするかどうか検討していく。ただし、縮景園は歴史ある大名庭園であり、ブランディングが非常に重要視されるので、そういったブランディングをした上での庭園利用をすることによって、来園者の満足度が上がっていくとも考えており、それについてはしっかりと考えて取り組んでいきたい。

(委員) 収蔵作品展について、非常に充実していると感じた。新規の収蔵品の購入予算はついていないと思うが予算があれば地元作家の励ましになると思うので、久々に復活させるという発想があつてもいいのではないか。また、地元作家が地域の人になかなか知られていないので、より意識してもらうような展示の工夫ができるのではないか。

(委員) やはり美術館のように、他の博物館にもお茶が飲める場所があるといい。また、各館が「家族で楽しめる」取り組みをしているということが県民には伝わっていない

と思う。ホームページに掲載し、子連れでもきてよいと記載があったり、例えば土曜日は多少館内でおしゃべりしたりしてもいいということがあると、子育て世代も行きやすくなるのではないかな。

(委員) 縮景園から美術館への導線づくりとして、コーヒー一杯が効くのではないかなと思う。また、可能であれば、照明を日中のものと変えて、ナイトミュージアムのようなものをするのも面白いと思う。さらに、学校教育へのアプローチとして、美術館や博物館にある作品や資料を大きく撮影し、その画像を学校に定期的に送り、鑑賞学習に役立ててもらおうというのも、来館の一つのきっかけづくりになるのではないかな。

(5) 閉会