

【評価指標】 4：妥当、3：ほぼ妥当、2：工夫により改善、1：見直し

1	基本 施策 との 適合	(1) 妥当性	<p>(評価の理由)</p> <p>事業の目的が、若年層や子育て世代と、普段なかなか足を運ばない人々に対して様々なアプローチと体験（作品鑑賞）支援の仕組みを用意することで市の美術館を気軽に楽しめる機会を創出することであるから、文化芸術活動を気軽に参加・体験できる機会を通じて市民の活動へのきっかけづくりを推奨することに合致し、基本施策1（2）参加体験型活動の推進に沿っている。また、美術館の所蔵作品という地域資源を活用していることから、本市の文化的側面からみた魅力や特徴を活かしており、基本施策5（1）魅力ある資源の活用に沿っている。</p>
		(2) 達成度	<p>(評価の理由)</p> <p>美術に対する敷居を低く感じてもらうために親しみやすいテーマでの美術館所蔵作品のテーマ展示を設定の上、誰もが来館時に手に取ることのできる貸出式の鑑賞カード（体験型のセルフガイド）や、未就学児とその親から中学生、また、あまり美術全般についての知識がない一般来館者層を対象に、美術館に興味を抱かせて来館に結びつけることを目的とした8件のワークショップ等の関連プログラムに取り組んだ。結果として、事業計画書の目標値8000人には達しなかったものの、来館者数7147人（目標値の約9割）であることから、基本施策1（2）および基本施策5（1）は、ほぼ達成できたと考える。</p>
		(3) 波及	<p>(評価の理由)</p> <p>多彩なアプローチを用意したことで、若年層や子育て世代の取り込みに成功し、基本施策1（1）がねらいとする多くの市民が気軽に文化に触れる機会についても充実させることができた。美術館ボランティアとの協力を深め、インターンや博物館実習生の活動の機会を設けることができたことは、基本施策2（3）がねらいとする文化芸術活動を支える人材の育成についても叶うものである。</p>
2	戦 略 的 な 視 点 ・ 基 本 姿 勢 と の 適 合	(1) 市民 主体	<p>(評価の理由)</p> <p>市美術館はこれまでも市民ボランティアの活躍の場となってきたが、本事業の実施プログラムのうち「わくわく親子デー」「中学生のためのギャラリークルーズ」「おしえて！はてな先生」、関連プログラム「「美術館で縁日気分！！」のプログラムの1つのオープンワークショップ「うらがわの秘密道具」」は、美術館ボランティアとインターン、博物館実習生が企画運営に参加している。このことから、市民が主体となる文化芸術活動の活性化に寄与できたと考える。また、このような外部からの視点によって美術館側も新たな気づきを得ることができた。</p>
		(2) こ ど も ・ 若 者	<p>(評価の理由)</p> <p>来館者総数7,147人のうち大学生以下の若年層は1,726人（内訳：大学生＝129人、高校生＝186人、中学生＝836人、小学生＝386人、未就学児＝189人）、全体のおよそ四分の一（24%）を占める。この数値は、前後および昨年度同時期の展覧会と比較しても多い。</p>
		(3) 領 域 の 広 がり	<p>(評価の理由)</p> <p>振れ幅の広い作品を所蔵し、常設の展示スペースを持たない市美術館では、これまでも時代や分野を横断するかたちで展示テーマ設定をし、様々な切り口から所蔵作品の紹介につとめてきた。本事業は特に、「うらがわ」という子供から大人まで興味をそそられるテーマを定め、現代美術や浮世絵等のジャンルや年代を超えた美術鑑賞における新たな視点を観覧者に提示している。普段は全く関係性がないような美術作品同士を1章ごとに「うらがわ」に関するテーマを定め、新たな視点で一連の美術作品をまとめて鑑賞できる仕組みをとったことは、鑑賞する市民に様々な価値観や多様性に触れる機会を創出し、また、新たな文化芸術の領域を広げたと考えている。</p>

3	事業のねらい	(1) 妥当性	<p>(評価の理由)</p> <p>美術館について、本館に限らず、敷居の高さを感じている市民は未だに少なくない。そのような中で、子供から大人まで、美術に深い知識が無くても興味をそそられるテーマの企画展を実施して、ターゲットである若年層や子育て世代の来館を導き、地域資源である美術作品を鑑賞してもらい、美術館に関心をもってもらうと同時に愛着を持ってもらうという本事業のねらいは、関連づけられる基本施策1(2)や基本施策5(1)に則しており、同時に基本施策1(1)や基本施策2(3)についても効果をひろげていることを鑑みても、妥当と考える</p>
		(2) アプローチ	<p>(評価の理由)</p> <p>「うらがわ」というテーマに沿って5章構成とし、それぞれにターゲットとする鑑賞者の興味をそそる章タイトルをつけた。各章のタイトルは、「ひとの『うらがわ』」「かたちの誘惑 すける／うらがえる／のぞきみる」「『うらがわ拝見』 三面記事とバックステージ」「この世の『うらがわ』 怪奇/神秘/あの世」「制作の『うらがわ』」である。展示室内でも様々な工夫をした。入り口にはボート型作品が来館者を誘うように展示され、随所に体験型鑑賞プログラム(鑑賞カード「うらがわへの招待状」)のポイントが置かれたり、分かりにくい部分には丁寧な解説パネルを用意した。また、「この世の『うらがわ』」の章では、ゲームなどを通して子どもたちの関心が高いと思われる妖怪や化け物を描いた作品も展示した。会期中は、市民ボランティアやインターンの意見を取り入れながら、テーマに合わせた関連プログラム(展示会の裏側であるライティングの専門家を招いてのワークショップや、展示会の裏話を披露する講座)や、本展の主たるターゲットである若年層・親子・美術館経験のあまりない来館者が興味を持つようなイベントを用意した。</p>
			<p>(評価に関連する数値等)</p> <p>展示内容については出品目録を、関連プログラムについては別紙1を、展示室での工夫については別紙-4を参照</p>
4	市民との関わり	(1) 満足度	<p>(評価の理由)</p> <p>幅広い層から寄せられた来館者アンケートおよび、会期を通して提供した貸出式のカードを使った鑑賞プログラム「うらがわへの招待状」参加者からのアンケートによると、展示会鑑賞とプログラムへの参加を通して、コレクションや美術館活動に親しみを持つようになったことがうかがえる。来場者だけでなく、各関連プログラムの参加者に対しても、都度のアンケートや聞き取り調査を行うことで、今後のニーズを探ることができたのは美術館にとっても貴重な機会であった。また、本事業にも美術館ボランティアの会より多くのスタッフが参加し、市民ボランティアとして、様々な場面で美術館と来館者をつなぐ活動にあたった。</p>
		(2) 周知度	<p>(評価の理由)</p> <p>通常の展示会広報物(ポスター、チラシ、ホームページ等での告知)に加えて、関連プログラムに特化したイベントチラシを館内で制作し各所で配布した。来場のきっかけについては、会場でのアンケートおよび「親子デー」当日の簡単な聞き取り調査によると、公民館等でイベントチラシを入手したという回答が多かった。一方で、「中学生のためのギャラリークルーズ」や高校生以下を対象とする「おしえて! はてな先生」の参加者の情報源については、「学校で」が最も多く、次いで「来館時に受付で(=事前には知らなかった)」「インターネットで」と続き、チラシの効果はうかがえない。</p>
			<p>(評価に関連する数値等)</p> <p>アンケート回答結果については別紙2および別紙3を参照</p>

5 効果	(1) 地域活性化	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input checked="" type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<p>(評価の理由) 関連プログラムのうち「美術館で縁日気分!!」については、「千葉の親子三代夏祭り」にあわせて開催し、今年で4回目となる。地域のイベントと連動することで、美術館周辺の賑わい創出のためある程度は貢献できたと考える。また、地域活動に取り組む他施設との連携も、地域活性化に一定の役割を得ているといえる。</p>
	(評価に関連する数値等)		
5 効果	(2) 費用対効果	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input checked="" type="checkbox"/> 4	<p>(評価の理由) 企画展に比べて低予算で行う所蔵作品展の枠の中で、コレクションを生かし、テーマ設定や関連プログラムなどに工夫を凝らすことで、充実した展示を実現できたことは、来館者アンケートなどからもうかがえる。関連プログラムについては、美術館ボランティアや近隣施設との連携により、またインターンや実習生の活躍の場として位置付けることで、手作りの企画を実現することができた。広報予算が限られている中で、学校からの児童生徒への案内や、館内制作チラシの活用など、地道な広報活動も有効であったといえる。</p>
	(評価に関連する数値等) 事業収支予算決算は別添。アンケート回答結果については別紙2参照		