

「見せる」から「楽しませる」美術館へ

公益財団法人 彫刻の森芸術文化財団

事務局長 永井 泰山



1.彫刻の森美術館のこれまでの実績

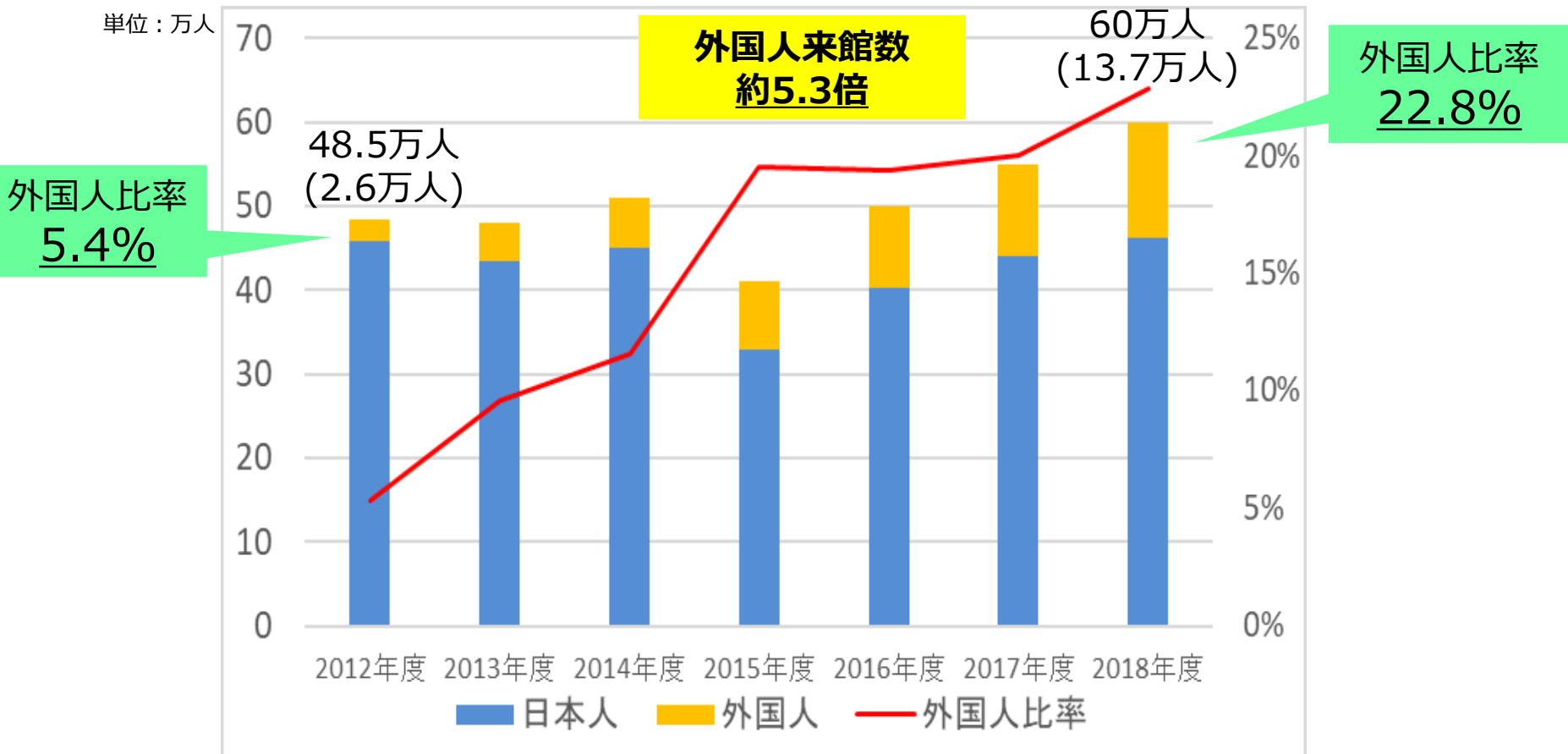
○年間 **約60万人** の来館者数のうち、外国人が **約14万人**

○トリップアドバイザー「外国人に人気の観光スポットランキング2019」 **第5位**

<来館者数・外国人比率推移>

() 内は外国人来館者数

単位：万人



※2015年は火山警戒レベルが2段階上がった影響で減少

2.「誰もが楽しめる美術館」への取組・工夫

○彫刻の森美術館では、「アートとの交流」「自然とのふれあい」「知的体験」につながる多角的な取組みを行っている。

【子ども、家族連れでも楽しめる作品展示】

・遊び、知的体験しながら作品に触れられる



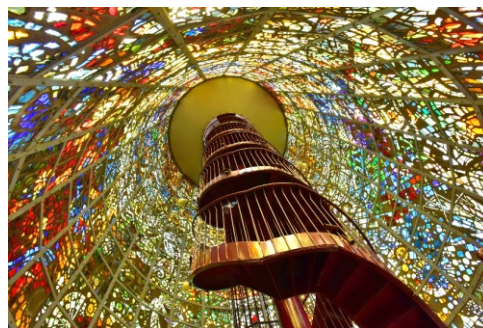
<中に入って遊べる作品>



<親子で楽しめるイベント>

【“インスタ映えする”作品・撮影スポット拡大】

・野外美術館の魅力を打ち出すべく、撮影可能エリアや作品を拡大した



<スタンドガラスの“映える”作品>



<作品とのツーショット>

【展示作品のメリハリ】

・子ども向けの作品から、一流の名品・秀作まで取り揃える



<しゃぼん玉のお城>



<ピカソ館>

【足湯とカフェの設置】

- ・時間をかけて、ゆっくり鑑賞できるように足湯やカフェを併設



＜足湯をしながらの作品鑑賞＞



＜作品を鑑賞できる館内カフェ＞

【多言語対応】

- ・作品解説と館内の案内は、日本語と英語で表記



＜外国語パンフレット(4ヶ国語)＞



＜タッチペン式音声ガイド(日・英)＞



＜ガイドツアーで音声ガイド使用＞

3. 提言

- 我々は、**誰もが楽しめる美術館の「過ごし方」を提案**してきたことで、国内外からの来館者の増加を実現してきた。
- 現在、欧米豪から来日するインバウンドの**約6割**が美術館や博物館等を訪れている。全国各地にある美術館も、それぞれ固有のポテンシャルを活かしていけば、まだまだ集客できるはずである。



文化施設が観光資源として集客していくためには、
スタッフ全員が来館者の視点を持って取り組むことが重要である

- 美術館での楽しい瞬間や様子をSNSで発信してもらうことが、日本や海外からの次なる集客へとつながる。
そのためには、**Wi-Fi環境の整備と多言語対応が不可欠**。
- 彫刻の森美術館では現在、敷地全域(約7万平米)で、ストレスなく利用可能なWi-Fi環境を整備中。
アクセスポイントは20ヶ所以上、費用はおよそ2500万円。
ランニングコストも含めると、1施設1企業にとっては大きな負担。



「Wi-Fi環境整備」と「作品解説やパンフレット等の多言語対応」への
更なる支援をお願いしたい