議事概要（令和４年度愛知県陶磁美術館運営会議）

委　員：新型コロナウイルス感染症の影響で学校等の利用者数が減っているなか、Instagram 等を活用し、よく取り組んでいると思う。Instagram は 1,000 人ほどフォロワーが増えているが、どのようなことをしているのか。登録しているフォロワーの分析などは行っているのか聞きたい。

事務局：Instagram のフォロワーについては、昨年度 4 月の特別展「海を渡った古伊万里～ウィーン、ロースドルフ城の悲劇～」から予算を使い広告を出すようにしている。この効果は絶大で、順調にフォロワーが伸びている。利用者の属性についても分析を行っている。アンケートによると当館の利用者はこれまで 60 代の男性が多かったが、Instagram ではそことは異なる層の 45 歳から 55 歳の女性フォロワーを多く獲得していることがわかっている。

座　長：資料 1-3 にあるように、当館の展示は近年女性の来館者が増えている。来館者が多い展示ほど女性の比率が高くなるという傾向がある。Instagram などの SNS を使った広報で、実績としてコロナ前より来館者が増えている。一方で、学校団体の来館が減り、それが陶芸館の利用者減少につながっている。しかし、コロナ禍でも毎回来てくれる学校はあり、館の重要性を理解してくれている。そこに需要があると考えている。

委　員：学校にはたくさんの案内が送られてくるため、どこを選択するかは学校でもよく考えられている。新型コロナや働き方改革等の様々な要因があり、校外に出る時間を作ることも難しい。SNS の活用は魅力がある。例えば食事を提供する際、陶磁器を使うなどすると、子どもたちが SNS にアップし魅力が発信していけるのではないか。

事務局：昨年度、学校団体向け陶芸体験プログラムを新たに設定し、チラシを作成した。年度末から、利用の多い学校をピックアップし、県内の学校約 6 割に配布を行った。校長会等で説明するなどしている。今年度も反響がある。

委　員：一度来館すると魅力はよく伝わるので、一度目の来館に結びつくよう努力してほしい。

座　長：当館では、案内看板など様々な点で来館者の満足につながるように努力をしている。レストラン、茶室の業者が参入しやすいよう、当面は 10 万人の来館者を目指している。そうすることで、また館の魅力を生み出すことができるのではないかと考えている。

委　員：やきものリアル謎解きゲームは参加者数の 1,147 人は多い方なのか。

事務局：当館は土日祝に限定しての開催であったが、通常は平日を含めて毎日開催されている。人数は、謎解きゲームの企画会社に尋ねたところ、土・日曜日のみ開催であることを考えると他の郊外の施設と比べても多いとのことだった。

委　員：校外授業を校長会、学年主任、旅行会社の提案など、どこで決まるのかを分析すれば、館の PR 方法もわかってくるのではないか。明治村では毎回謎解きゲームをしていて、種類も豊富でリピーターも多い。館の取組はよく行っていると思うが、広告宣伝が重要。修学旅行の誘致も含めて、力を入れても良いのではないか。今までは HP を見ることが多かったと思うが、近年は LINE を使ったツールがあり、こういったものを使えばイベントの際の広報など効果があるのではないか。

委　員：学校側の選択基準は、プログラムがしっかりしているか、一日満足できる内容があるかどうかといったところである。プログラムが定まっておらず、自分たちで考える必要があるもの、時間を持て余すような場合は、近くに他の施設がない限りは選択肢にならない。中学生はみんなタブレットを持っている。館内にタブレットを利用したクイズや撮影のコンテンツがあれば学校側への PR にもなる。芸術大学とのコラボなども魅力的であると思う。

委　員：館の WEB サイトへの誘導で、近年は QR コードが有用である。スタンプラリーのようなものもできるので、検討すると面白いのではないか。休館中に Wi-Fi を設置するとのことだが、その接続にも QR コードが使える。また、WEB サイト等で作品が３D で観賞できるなどデジタルコンテンツの導入も盛んである。また、食文化から考える器の展示なども面白いのではないか。

座　長：現在本館２階第３展示室に８Ｋで文化財「ふれる・まわせる・名茶碗」を設置している。国立文化財機構と制作したもので、重要美術品などの立体レプリカが触れるようになっている。

委　員：リニューアルは大きなチャンスと捉えてほしい。今年は博物館法が久しぶりに改正され、来年の 4 月に施行される。社会教育法だけでなく、文化芸術基本法にも依拠する考え方をとり、社会教育施設としてだけでなく地域の発展や観光・経済振興に寄与することも博物館の仕事だと国は言っている。近年は博物館・美術館の楽しみ方が変わってきているように思う。ど

のように過ごすのか、どんなコミュニケーションを持つのかが重要になってきている。今回のリニューアルは、来館者の層や楽しみ方を転換するいい機会になるのではないか。長寿命化のリニューアルというのも理解できるが、ぜひ展示のリニューアルに予算をとってほしい。サインや展示の造作、展示ケースをどう変えていくのか、陶磁体験の取り組みは素晴らしいものなので、方向はそのままに新しい人、時間ができてきた高齢の方や、社会の中で生き辛い思いをしている人などに来てもらえるような努力をするのが良い。なお、博物館法の改正に伴い、博物館の事業に資料のデジタル・アーカイブ化が追加され、そこに補助金が付くようになったのでぜひ活用してほしい。資料のネットワーク作りが重要視されている。ジブリパークに泊まりがけで来た層が、あと一つ訪れる場所を選ぶときに陶磁美術館で土を中心にした楽しみ方を提案できれば良い。

座　長：今回はあくまで長寿命化が基本ではあるが、工夫して行っていきたい。展示ケースや照明など展示環境の改善を目指していきたい。あわせて常設展示については、しっかりと組み立てていく。ジブリパークが開園すれば来館者が直ちに増えるとは考え難いが、県内外に館について知ってもらう機会ができるのは大きい。

館　長：陶芸や土を使っての教育普及活動は取り組まなければならない課題であると考えている。リニューアルを期に、展示とともに柱に据えていきたい。

委　員：リピーターはしっかりした数がいるように思う。現在開催中の「ホモ・ファーベルの断片－人とものづくりの未来－」が新しい来館者を増やす機会になるのではないか。「〈織部を焼こう〉の軌跡」や「初代諏訪蘇山」の展示は、再現とはいえ良いものは表現としての何かがあると感じた。こういった地道な研究は、陶磁美術館の特徴ではないかと思う。そういう意味では、「酒のうつわ」に学芸員の研究論文の掲載された図録がないのは残念である。

委　員：いろいろ新しい取り組みがなされているが、歴史や地理を博物館・美術館のものから学ぶ展示というのは今後も続けていってほしい。狛犬の展示が新しくなったが、携帯電話を使って作品の情報を得るのは難しい。せめて年代と場所は知りたいと思う。名品選についても改善されたが、出土地を記載してほしい。今回のリニューアルでは、陶芸館や収蔵庫にも力を入れてほしい。また、茶室の「陶翠庵」も復活させてほしい。西館が「猿投窯研究センター」と名前を変えるが、「調査研究」と加えてほしい。

委　員：サインが新しくなったのは良い。森の中に施設があるというのは大きな利点にもなると思う。足を運ぶための一番のネックは、館までのアプローチ。そこを歩いてきてもらうためには、例えば草花などここを歩きたいと思えるような植栽があると良い。また、環境は良いのに飲食は何もできない。民間の業者が入っておいしい料理が食べられるなどすれば、特別なお金を払ってでも来たいと思えるのではないか。やきものの器でおいしいケーキとコーヒーが飲めるだけでも違う。ほかにも谷口吉郎の建築であるなど、アピールできる点はある。

委　員：活性化を積極的に行っており、明らかに展示の内容が変わってきていると感じる。若手作家の応援の展示で、フロアや屋外など環境との調和の中で展示を行っていたが、見る側の視点、全体の中での部分、そこから発生する全体のイメージが極めて重要であると感じた。このことをベースにしたリニューアルを考えるべきではないか。愛・地球博記念公園から猿投古窯のベース、そして三国山というところまで考えると、自然との調和の中での物作りというものがきわめて価値のある歴史であると思う。愛知県の「匠の拠点」というコンセプトを持つと、林そのものが展示場に、山道そのものが問題提起にもなるのではないか。歩きながらの楽しみや自然の再発見など体感という上で将来性があると感じる。

委　員：素晴らしい企画や取り組みがあり、それで来館者が増えると良い。小学校、中学校はスライドなどを用意するとしっかり見てくれる。スライドや動画で説明を受けてものを見て、そうすると小中学生も共有しやすいのではないかと思う。リニューアルではそういった場所も作ってみてはどうか。瀬戸にはよそにはない工芸や民芸、ノベルティや狛犬などたくさん作っている。これからも、こういったものは取り上げていってほしい。

座　長：貴重なご意見をありがとうございます。本日の意見を参考にしながら、今後も取り組んでいきたいと思います。本日は活発な御審議をありがとうございました。