

美の魅力発信プラン ～美の魅力にあふれる滋賀をみんなの美術館に～ <概要版>

1 策定の趣旨

(1) 趣旨

今後の新たな展開に向けて、新生美術館基本計画は廃止し、県立美術館の方針等も含めた、美の魅力発信の新たな全体計画として策定

(2) 計画期間 令和3年度～令和7年度(5年間)

2 これまでの取組の評価

- 「美の滋賀」の土壌づくり、活動の活性化に取り組む中で、各主体による美の発信の取組は、確実に広がりを見せている。こうした各主体の活動は、滋賀の美の魅力を生み出す上での土台になるものであり、今後も県内各地での展開を積極的に推進する。
- 「美の滋賀」の拠点として検討を重ねた新生美術館については、計画を実現することができなかったが、県立美術館と(仮称)新・琵琶湖文化館において、美の発信の入口・拠点の役割をしっかりと担っていく。
- 今後は、これまでの成果や課題も踏まえつつ、より大きな観点で全体を再構築し、滋賀の美の魅力発信の取組をさらに充実・発展させていく。

3 滋賀の美の魅力の再評価

(1) 滋賀の多様な美の魅力

本県には、琵琶湖を中心とした自然美、育まれ大切に守り伝えられてきた文化財、伝統工芸等の暮らしに根付いた美意識、県内アーティストによる創作や美術館やホールで触れられる先端的な芸術など、過去から現在に連なる「多様な美の資源」が存在

(2) 滋賀の美を取り巻く最近の状況

滋賀の美を巡っては、近年、魅力・評価の高まりや、発信力の強化、取組の加速化につながる動きが見られる。

4 今後の施策展開の基本的考え方

(1) 今後の展開において踏まえるべき視点

- ①基本構想(未来へと幸せが続く滋賀)の具現化
- ②SDGs達成への貢献
- ③新型コロナウイルス感染症による変化



(2) 基本的考え方

美の魅力にあふれる滋賀をみんなの美術館に

- これまでは、特徴的な「3つの美」を中心に据えて、取組を展開してきたが、滋賀の美の魅力は、その土地土地にありのままの形で存在し続けている点にあり、「多様性」こそが最大の特徴であるとも言える。
- 多様で豊かな美の魅力が、各地域に満ち溢れている滋賀県全体をあたかも、ひとつの「美術館」のように感じたいだけのように、『美の魅力にあふれる滋賀をみんなの美術館』というコンセプトのもと、多くの方々との共感・参画を得ながら、滋賀の美の魅力発信に取り組んでいく。

今後は、新たなコンセプトや施策体系に沿って事業を展開することとしており、経過「美の滋賀」の理念は大切にしつつ、イメージを新たに関係者の皆さんとともに事業を作り上げていくため、全体の呼称を「美の滋賀」から「美の魅力発信」に改める。

(3) 目指す姿

- 県民** ・美やアートに触れる機会に恵まれ、満ち足りた生活を送っている。・人と人、人と地域がつながり、滋賀の美への愛着が深まっている。
- 文化芸術関係者** ・創作活動や保存継承活動が盛んに行われている。・分野を超えた出会いや交流が新たな活動の刺激となっている。
- 地域** ・地域等の活動によって滋賀の美の魅力に磨きがかかり、滋賀のアイデンティティとして次世代に引き継がれている。・滋賀の美を実感した人が移り住み、守り手として参画している。
- 県内経済・企業** ・多くの人が訪れ、地域振興、経済活性化につながっている。・アートの視点により感性や創造性が磨かれ、企業価値向上、業種を超えた交流、新商品・サービス創出等につながっている。

5 施策展開の4つの柱

(1) 交流や発信の場づくり

①美の発信に関する総合センター(プラットフォーム)の設置

県立美術館に、美やアートを通じた交流や発信の拠点としてのプラットフォーム機能を付加

公立の美術館としての機能

+

美の発信に関する総合センター(プラットフォーム)

- 企画・広報
- 活動支援
- 応援団づくり
- 相談・コーディネート



美やアートを通じた交流や発信の拠点

滋賀の美の魅力を国内外に発信

新たな文化的価値の創造

②出会い、学び、つながり、発信の場・機会の創出

びわこ文化公園内で「アートのひろば」としてアートに関するイベントやワークショップを定期的に開催し、出会い・学び・交流や賑わいを創出

(3) 美術館改革

令和3年6月下旬に再開館する県立美術館において、従来イメージを刷新し、魅力あふれる美術館づくりに取り組む。

「かわる、かかわる」ミュージアム

創造(Creation)、問いかけ(Ask)、地域(Local)、学び(Learning)の4つ(CALL)を軸に、「つねにフレッシュなミュージアム」というモデルを滋賀から発信

①再開館に向けた対応

- ①館名の変更(特定の傾向を想起させる「近代」を外し、「滋賀県立近代美術館」を「滋賀県立美術館」に)
- ②ディレクター(館長)のリーダーシップを発揮した館運営(ディレクション+マネジメント)
- ③ビジュアル・アイデンティティデザインの導入
- ④従来の施設イメージの刷新、リニューアル
- ⑤WEBサイトの全面リニューアル(多言語化、オンライン美術館開設)



②再開館後の展開

- ①積極的な館のPR(ディレクター(館長)の積極的な館外活動等による)
- ②経済界とのつながり創出(企業経営者等との交流によるラーニング機能充実)
- ③展覧会改革(特色あるコレクションの積極的活用、オンラインの自主企画)
- ④多様なアート体験の提供(きめ細かな鑑賞・体験プログラム)
- ⑤他施設との連携(県立施設間、ミュージアム間連携等の中核、県外施設連携)
- ⑥美術館ボランティアの充実(県民と県立美術館との間をつなぐ架け橋となるボランティアの育成)
- ⑦経営の健全化(メンバーシップ制度・サポーター制度の創設、コスト意識の向上)
- ⑧美術館に至るまでのワクワク感の創出(公園内のモニュメント設置、駅の内室充実)
- ⑨公園内施設との有機的連携(アートのひろばの展開、図書館との連携)

③さらなる施設機能向上の検討

- (検討課題) ①収蔵庫の収容力向上 ②展示室充実 ③ギャラリー充実 ④北側エントランス整備
- ⑤館のシンボルとなる大型作品の設置 ⑥施設の長寿命化 ⑦環境負荷の低減

④想定スケジュール

令和3年6月下旬の再開館後、5年程度かけて展覧会改革等の取組を着実に推進
さらなる機能向上については、再開館後の状況等を踏まえつつ実施内容や実施時期を検討

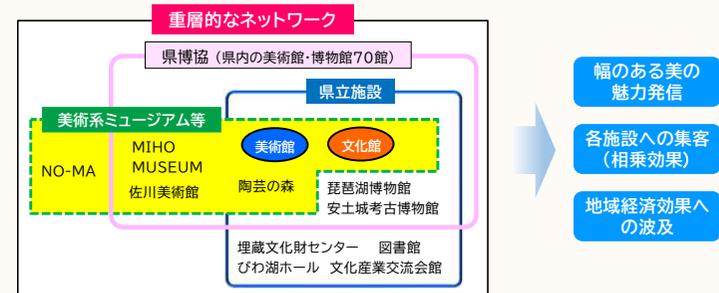
⑤目標

	実績	目標
利用者数	(平成28年度) 60,882人	(令和7年度) 100,000人
観覧者数(常設展・企画展)	(平成28年度) 60,882人	(令和7年度) 100,000人
教育・交流事業参加者数	(平成28年度) 49,328人	(令和7年度) 60,000人
来館者の満足度(「大変よい」「良い」)	(平成27年度) 79.8%	(毎年度) 90%

(2) ネットワークを活かした多面的な発信

県立美術館と琵琶湖文化館を核に、県立施設間や美術系ミュージアム間で有機的連携を図り、話題性や発信力のある取組を展開

県内の美術館・博物館70館で構成される滋賀県博物館協議会等とも連携



幅のある美の魅力発信

各施設への集客(相乗効果)

地域経済効果への波及

- 連携事業(取組例)
- ▼ジャンルを融合した企画展示やワークショップの実施
 - ▼「水」や「食」など統一テーマに基づく連携事業の実施
 - ▼各館のコレクションを横断的に活用した企画展示
 - ▼複数館による県ゆかりの若手作家作品のリレー展示
 - ▼ホームページやSNS上での共同PR、統一プロモーション(施設横断スケジュール、他館展覧会の紹介等)
 - ▼リーフレットやチラシの相互配架
 - ▼教育普及事業やワークショップの合同開催、モバイルスタンプラリー

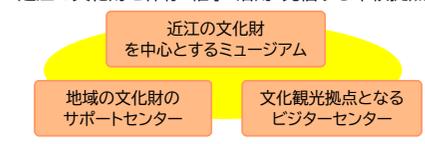
(4) 琵琶湖文化館のリスタート

休館中の県立琵琶湖文化館を「(仮称)新・琵琶湖文化館」として整備

①基本理念 近江の文化財で“つなぐ”“ひろく”未来の滋賀

②施設像

近江の文化財を保存・継承・活用・発信する中核拠点



③活動計画

- <活動の5本の柱>
 - ①収集・保管 ②展示
 - ③調査・研究
 - ④情報発信・交流
 - ⑤地域の文化財の保存・活用支援
- <活動の3つの視点>
 - ①県内歴史文化系博物館の核となる役割
 - ②誰もが利用しやすい工夫
 - ③コロナ後の社会を見据えた博物館

④施設整備計画

- ①整備基本方針 文化財を守り継承する施設としての機能充実(公開承認施設を目指す)
立地環境との調和、ユニバーサルデザイン、環境負荷低減
- ②立地 大津市浜大津 大津港湾業務用地(県有地)および隣接する大津市有地
- ③施設規模等 (想定延床面積)約6,700㎡ (想定整備費)約69億円

⑤来館者目標 200,000人

⑥事業推進スケジュール(目標) (竣工)令和8年春 (開館)令和9年度

6 プランの着実な推進に向けて

- (1) 推進体制の整備 適切な体制の確保(県立美術館が、公立美術館と、美の魅力発信の総合センターとしての両面の機能が適切に発揮できる組織体制の検討)
- (2) 取組の進捗状況の確認と中間見直しの実施 毎年度の検証、令和5年度の中間見直し
- (3) 文化観光推進法に基づく計画の策定 県立美術館を中核とした拠点計画の策定を目指す