

令和6年度第1回京都市美術館協議会 摘録

1 日 時

令和6年10月10日（木） 午前10時から午前11時40分まで

2 場 所

京都市京セラ美術館 地下1階 講演室

3 出席者

(1) 委 員

建畠哲委員（会長・議長）、赤松玉女委員、伊庭靖子委員、太下義之委員、
雑賀和美委員、阪脇郁子委員、篠原資明委員、鈴木順也委員、並木誠士委員、
東岡由希子委員、福永治委員、屋敷陽太郎委員、吉水絹代委員、若竹宏諭委員、
渡辺信喜委員

(2) 京都市

吉田良比呂副市長、草木大文化芸術政策監、青木淳京都市京セラ美術館長 ほかに

4 傍聴者

なし

5 次 第

(1) 開 会

(2) 委員紹介

(3) 挨 拶（副市長 吉田良比呂）

(4) 挨 拶（京都市京セラ美術館長 青木淳）

(5) 議 事

ア 令和5年度事業報告及び令和6年度事業について

イ その他

(6) 挨 拶（文化芸術政策監 草木大）

(7) 閉 会

6 議事摘録

議 長	令和6年度第1回京都市美術館協議会の議事に入る。 はじめに、議案書の「令和5年度事業報告及び令和6年度事業について」を事務局から説明いただく。
事務局	(1) 京都市京セラ美術館 概要 (2) 令和5年度及び令和6年度事業について (展覧会・貸館・美術品の収集・調査研究・教育普及)
議 長	ただ今の報告に対する御意見等があればお伺いしたい。 特に¹別紙5「主な論点」(1. コレクションルームの認知度向上・入場者増加策、2. 新たな美術・美術館ファンの獲得や賑わいづくりの取組)についての御意見をお願いできればと考えている。
委 員	これまで様々な取組を行い、数字にも表れる取り組みがなされている。今後、現在の取組を充実して継続すれば結果もついてくる時期なのではないか。 アーティストが社会に受け入れられていく、活躍の場を持てるようになるということは、芸術系大学とも共通した課題としてある。新たに取り組むとすれば、例えばコレクションルームの認知向上。素晴らしい所蔵品を活かさない手はない。今夏のコレクションルームを鑑賞して感じたことだが、メインで組まれているビジュアルを見て入室すると途中から別の展示が始まるなど、メインの特集とのギャップを覚えた。もう少し工夫をすると一層楽しめるのではないか。 そもそも美術館に足を運んでもらうためには、無料のオープンデイなどあれば魅力的ではないか。
委 員	コレクションルームは、徐々に入場者数が増加している。テーマを設けて、見やすく展示されているため良いと思う。 若手アーティストを取り上げている「ザ・トライアングル」があるが、若手の企画者や批評する方の育成ができないか。そういった方々とコレクションとのコラボレーションができないか。若手アーティストは、アーティスト同士のつながりはあるが、企画者や批評家とのつながりが弱い。若い学生を見ていると、過去の作品を参考に新たな作品を生み出していることも多い。コレクションも過去の作品と新しい作品が歴史の中でつながっているため、新しい視点で何かが企画できると思う。
委 員	コレクション展の認知度を高めるためには、コレクション自体の認知度の向上が必要。コレクションの収集方針はあるが、コレクションの活用方針を定めている館はほとんどない。ぜひ活用方針を定めていくべき。その中核として、デジタルアーカイブ化を推進してはどうか。 世界の美術館はどんどんとデジタル化を進めている。アムステルダム国立美術館を例に見てみると、自由利用を推奨しており、デパートなどと連携してコンペ等を開催し、その中の優秀作品を商品化するなどを行っており、

	外部に活用されるようなコンペティションや企画等を行っていくべきではないかと考える。 新たな美術ファンの獲得は、美術館だけでなくもっと大きい話になる。市で新たに検討されている総合計画の中で、美術ファンをもっと獲得していく、増加させていくという考えが盛り込まれることが望ましい。 そのうえで、美術館ができることとしては、美術に興味のなかった人や美術館に来なかった人に積極的にアプローチしていくということだと考える。美術館にあまり来ない人の代表例は勤労者。今年度のナイトミュージアムの中で取り組まれた、ビジネスパーソン向けのアート講座をもっと拡充して実施していけば良いと考える。 これからのビジネスパーソンはもっとクリエイティブにならざるを得ない。そういったクリエイティブな社員教育の場やビジネスパーソン教育の場として、市内の大学と連携して講師を招いて美術館でクリエイティブ教育を実施する。すると今まで美術館に縁のなかったビジネスパーソンが美術館に関心を持つのではないかな。 さらには、京都には大企業の本社も多くあるので、企業に働きかけて、社員が美術に親しむような活動に取り組んでもらうことが考えられる。例えば企業内の美術部や美術鑑賞部のように、レクリエーションと社員教育の中間のような形が考えられる。 また、コネクト展のような取り組みを単発ではなく、常設化することも考えられる。例えば、国立西洋美術館などで取り組まれている認知症初期の方に対する絵画鑑賞のワークショップなど、社会福祉の観点からも新しい美術館の役割を期待できるのではないかな。
委 員	「コレクションルームとは何か？」と思っている方も多いと思われる。村上隆展など大規模展覧会に来た方に対して、上手く動線を引っ張るなど工夫すれば人が流れるのではないかな。 若者が新聞を読まないと言われているが、要因として言われていることは、小さい時に家に新聞がなかったため新聞を読む習慣がないということ。美術展も同じく習慣がなければ生活の中にはないものとされる。よって、小さい時から家族で美術館に行く機会をつくるのが大切ではないかな。両親が子どもを連れて行ってみたい企画や、子どもたちが自主的に行ってみたい企画など、例えば、動物園の帰りに美術館へ連れてくるなどの取組をすれば、美術館ファンが増えていくのではないかな。
委 員	「どうして芸術の世界に入ったのか？」と作家に尋ねると、小さな頃から母親に美術館に連れて行ってもらって、良い作品を数多く見てきたからとのエピソードをよく耳にする。海外の美術館に行った際、学芸員が子どもたちに絵の解説をされていた。子どものうちに、良い作品を見て触れる機会があれば良い。
委 員	どの美術館でもコレクションを見る人は少ないと思うが、美術ファンを増

	やせば見る人は増えると思う。メインビジュアルにキャッチーな画像やコピーを使うこと、一般の人への認知度が高いタイトルにすることなど、色々と工夫の余地があると思う。 企画展の講演会なども、もっと丁寧に情報発信すべき。あるアーティストは、海外の美術館では作家は自分たちの作品制作のことだけ考えていればよいが、京都では美術館に代わって広報活動を行っているのが実情と言っている。予算削減だけでなく、もう少しクリエイティブな人材を配置するなど思い切った展覧会の予算を付けて、受け入れ体制の構築が必要。
委 員	海外の美術館に行くと、必ずその館のメインの作品に出会う。色々な作品を見せる使命がある一方で、この美術館の重要かつ決定的な作品を安定的に見せるコーナーも必要ではないか。 美術館には、来る人は来る、来ない人來ないと言われることもある。来ない人の性向を変えることは難しいため、来る人に働きかける方が効果的だとも言われている。来る人の中では主婦層が比較的割合が高い。その方たちは美術好きの交友関係があるため、その方たちに働きかけると効果的ではないか。また、小学生のうちに3回美術館に来れば、将来美術館に通うようになるとも言われている。小さな自治体しかできないかもしれないが、小中学生を招待するなど効果的な方法を考えてみたらどうか。
委 員	若者の来館者数を増やしたいとの話題が出たので、企業側の視点での意見を申し上げる。歳入歳出のバランスが取れておらず赤字となっている。恒常的に続いているとなれば問題であり、収益とコストを改善しなければならない。そのためのアプローチのヒントとして、企画あるいは展覧会ごとの損益がどうなっているのかを切り刻んで分析していくことが重要と思う。どのような趣のものは入場者数が多いかを把握することができる。そこから傾向を分析することで戦略を立てられるのではないか。 入場者数の増加の観点では、企画の選定に際して学芸的な価値を疎かにしないよう配慮しつつ、来館に対するハードルを下げることが重要。若者が飛びつくようなテーマを選び企画する。一方で学芸的な企画を維持するなど、年間を通じてこれらの構成比率（ミックス）を再考してはどうか。
委 員	平成27年策定の美術館再整備基本計画に基づいて、美術館の基盤である学芸部門は直営体制を基本とされているが、来年の学芸課の体制がどうなるのか。この規模の美術館で学芸員6名はあまりにも少な過ぎる。直営であれば学芸員の体制を充足させるべきと考える。 コレクションルームについては、海外のお客様が多いことを考えると、京都の美術工芸を前面に押し出した「京都室」のような部屋を常設する。そこへ来ればコレクションを見ることができるなどあれば良い。
事務局	現在、展覧会企画等を委託している部分については、市の直営にする方向性で検討している。改めて、市職員（学芸員）の採用試験を行うこととしている。

委 員	美術館は、子どもを連れて入りにくい空間である。常に子どもを連れて行けるような取り組みが常にあればよい。 広報であれば、youtube 掲載件数などは年間の数字としては低い。実施するからにはもっと見てもらえる取組が必要。
委 員	日本と海外の美術館では、構造、人数、予算等が違う。海外の美術館のやり方を真似るのではなく、日本の環境やシステムの中でやれることを工夫してやっていくことが必要。 講演会実施後には必ずホームページに掲載することや、WEB 発信など丁寧な取り組みを行ってはどうか。そのための人数も少ないが。 コレクションは料金体系の問題がある。日本の美術館の多くは、特別展に入れば常設展を無料で見ることができる。この美術館では、特別展を見てもコレクション展は別料金が必要。さらに大学生は一般料金になっている。この辺りも来館者には負担に感じられている部分があるのではないか。京都市の財産なので、多くの人に見てもらうことが大切。検討してもらいたい。
委 員	GUCCI COSMOS 展は市内大学生が無料となっている。一方でコレクションルームはキャンパス文化パートナーズ制度に登録しても 100 円である。これではコレクションルームには行かないと思う。大学の街でもあるため、無料でも問題ないのではないか。 常設展の入場者は海外の方が多いと聞いたが、インバウンドの割合はどの程度か。 現在開催中の GUCCI COSMOS 展は、書店のウインドウの一面にビジュアル掲載されるなど、街中が GUCCI 一色になっており、感心していた。
事務局	海外のお客様のコレクションルーム入場者は、肌感覚で全体の 2 割程度である。
委 員	他の美術館では、企画展を見ると常設展は無料で観覧できることが多い。早急に検討をいただきたい。 幼いうちから素晴らしい美術を目にしていると、将来のことに繋がっていくと思う。 若い方はできるだけ無料で見てもらえる機会があれば良い。例えば、村上隆展やアニメの展覧会に来た若者は大変多かった。その時期に、コレクションルームを無料にする機会があれば、多くの人に見てもらえたのではないか。 今年度実施された夜間開館は、もう少し期間を長く開催すればよい。働いている方たちも、ゆとりを持って見てもらえるのではないか。
委 員	コレクションルームの入場者について、市民、市外、海外など、どういう方が来ているのか属性が知りたい。そのうえで、どういう方々にアプローチしていくかといえば、市民の方にもっと来て欲しいと考えている。「入場が 0 回から 1 回になるように」という視点で考えたときに、昨年の 90 周年イベントではフードエリアが若者も多く盛り上がっていたため、このようなイ

	ベントを連続的に毎年実施することが人集めのきっかけになるのではないかと考える。 また、海外の美術館に行った際に、小学生が大きな声で話しながら常設展を鑑賞しており、国内の美術館では見ない風景だと感じた。小中学生が教員と一緒に来て、鑑賞しながら声を出して議論するなどの場を設けると、美術館に来るハードルが下がるきっかけにもなるのではないかな。
委 員	コレクションルームは、良い作品が多く展示されており、作家としても勉強になる場である。他の美術館は、企画展を見ればコレクションルームにも入れるため、そのような仕組みであればもう少し人も入ってもらえると思う。 また、「奥村厚一 光の風景画家」展では、スケッチが展示されており、どのようなスケッチから作品ができていったのかが良く分かった。素晴らしい展覧会だった。このような展覧会を今後も開催してもらいたい。
議 長	多彩なご意見を感謝申し上げます。本日は、これにて議事を終了とする。