

地域美術館のあり方について

——平山郁夫美術館を事例として——

財団法人 ひろぎん経済研究所
研究員 橋 本 慶 子

はじめに

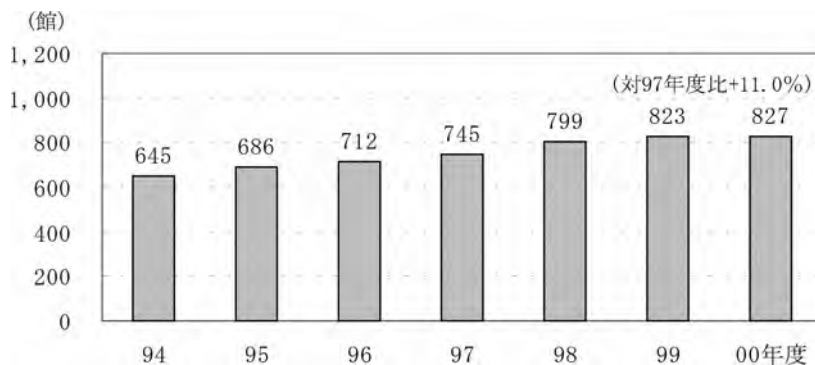
当研究所では、広島県瀬戸田町の平山郁夫美術館からの依頼により、「平山郁夫美術館の経済波及効果に関する調査」を行った。以下では、平山郁夫美術館を事例として、地域に立地する美術館の今後の運営の方向性について検討したい。

I. わが国の美術館の現状

1. 美術館数の推移

わが国の美術館数は近年増加傾向が続き、00年度の美術館数は827館で、平山郁夫美術館が開設された97年度と比較すると、11%の増加となっている（第1図）。

第1図 美術館数の推移



(資料)「博物館研究」(日本博物館協会)

(注) 博物館相当施設・その他の施設を含む

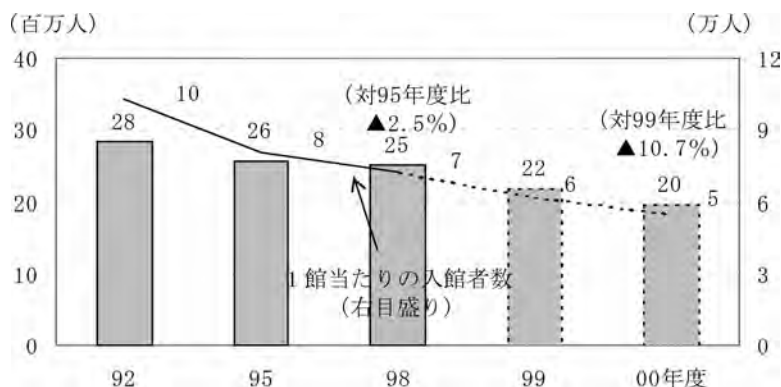
2. 入館者数の推移

入館者数は近年減少傾向が続いている。国の全数調査によると、98年度の入館者数が25百万人で、95年度比▲2.5%の減少となっている（第2図）。また、1館当たりの入館者数は98年度で7万人と、前年より約1万人減少している。

なお、最近年のアンケート調査によると、00年度の入館者数は前年より▲10.7%減少しており、1館当たりの入館者数もさらに減少している。

景気低迷の長期化やここ数年の美術館数の増加などが、入館者数の減少に影響しているとみられる。

第2図 入館者数の推移



(注1) 92・95・98年度は博物館相当施設を含む。99・00年度はその他の施設も含む。

(注2) 99・00年度はアンケート調査のため全数は把握できない。

(資料) 92・95・98年度「社会教育調査報告書」(文部科学省)、
99・00年度「博物館研究」(日本博物館協会)

3. 県別の美術館数

美術館数を都道府県別にみると、広島県は21館(全国第12位)で島根県と同数となっている(第1表)。近隣の県では岡山県が25館と最も多い。

なお、登録美術館の数でみると、広島県は12館(全国第8位)で中四国地方の中で岡山県に次いで多い。

(注) 登録美術館は、学芸員の配置など一定の要件を満たし各県の教育委員会に登録された美術館。

第1表 県別の美術館数(00年度)

(単位:館)

	合 計			
		登 録	相 当	その他
広 島 県	21	12	0	9
岡 山 県	25	16	0	9
山 口 県	10	6	0	4
鳥 取 県	7	3	0	4
島 根 県	21	8	0	13
愛 媛 県	15	3	0	12
全 国	827	336	52	439

(資料)「博物館研究」(日本博物館協会)

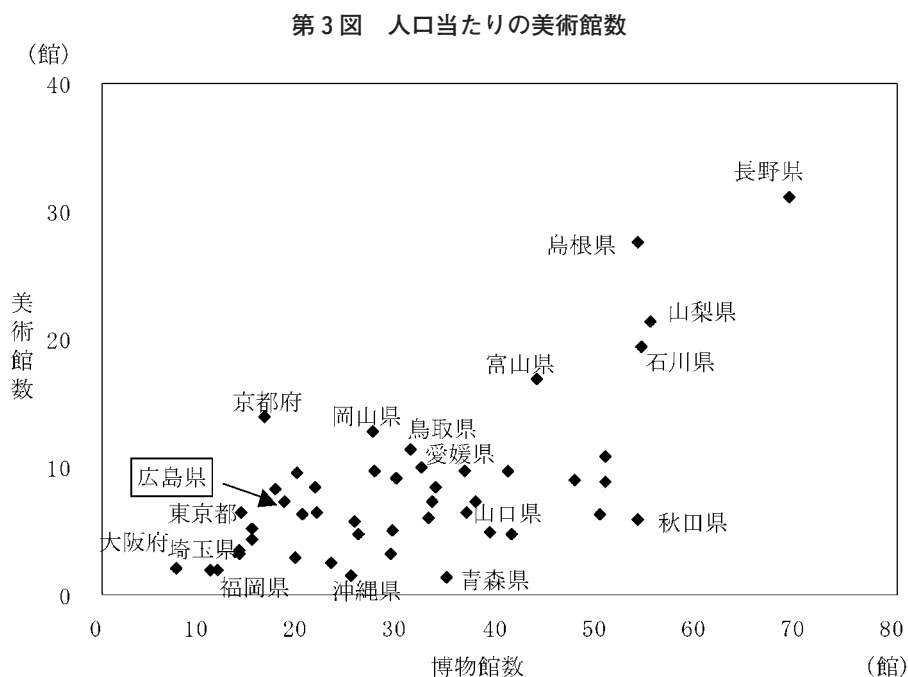
4. 人口当たりの美術館数

美術館数と歴史博物館など美術館以外の博物館数(以下博物館数という)を人口100万人当たりで比較すると、広島県は美術館数が7館(全国第22位)、博物館数が18館(同

37位)となっており、美術館が相対的に博物館より多い(第3図)。しかし、中国地方5県の中では第4位と山口県に次いで少ない。

その他の都道府県をみると、長野県・島根県・山梨県などで美術館数と博物館数がともに多く、文化水準の高さが窺える。なお、長野県や山梨県に関しては東京・名古屋などの大都市圏に近い立地条件の良さも博物館が多い要因の一つとみられる。

一方、大阪府・埼玉県・福岡県などでは、人口当たりの美術館数と博物館数がともに少なくなっている。



(注) 人口100万人当たり

(資料)「博物館研究」(日本博物館協会)「国勢調査報告」(総務省)

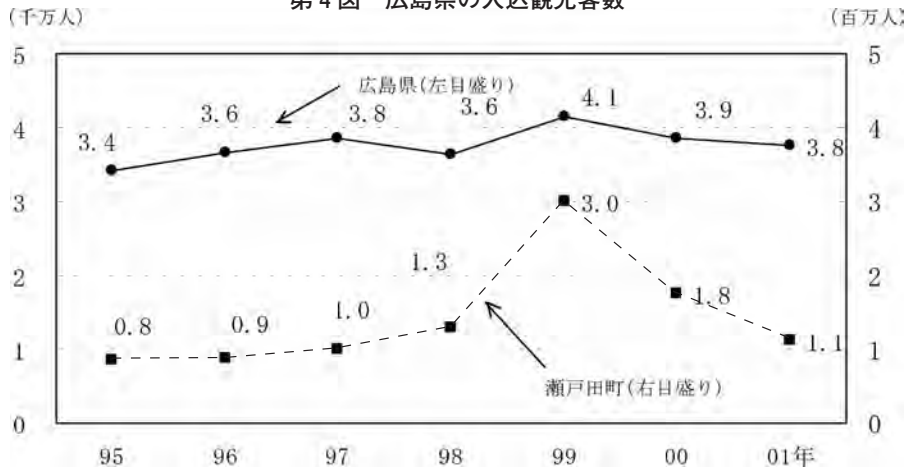
Ⅱ. 観光客数の動向

1. 入込観光客数の推移

(1) 広島県の入込観光客数

広島県内の入込観光客数(01年)は38百万人(前年比▲2.6%)で99年以降減少傾向が続いている。また、瀬戸田町内の入込観光客数は113万人(前年比▲35.2%)と、しまなみ海道が開通した99年の3分の1の水準へ急減している(第4図)。

第4図 広島県の入込観光客数

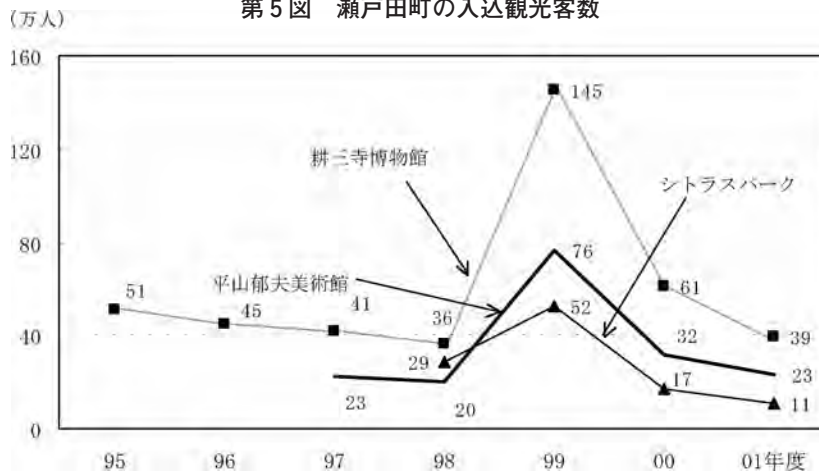


(資料)「広島県入込観光客の動向」(広島県)

(2) 瀬戸田町の入込観光客数

瀬戸田町内の主要観光施設の入込観光客数(01年度)をみると、耕三寺博物館が39万人で最も多い。次いで、平山郁夫美術館が23万人、シトラスパークが11万人となっている。いずれの施設もしまなみ海道が開通した99年度をピークに2年連続して大幅に減少している(第5図)。

第5図 瀬戸田町の入込観光客数

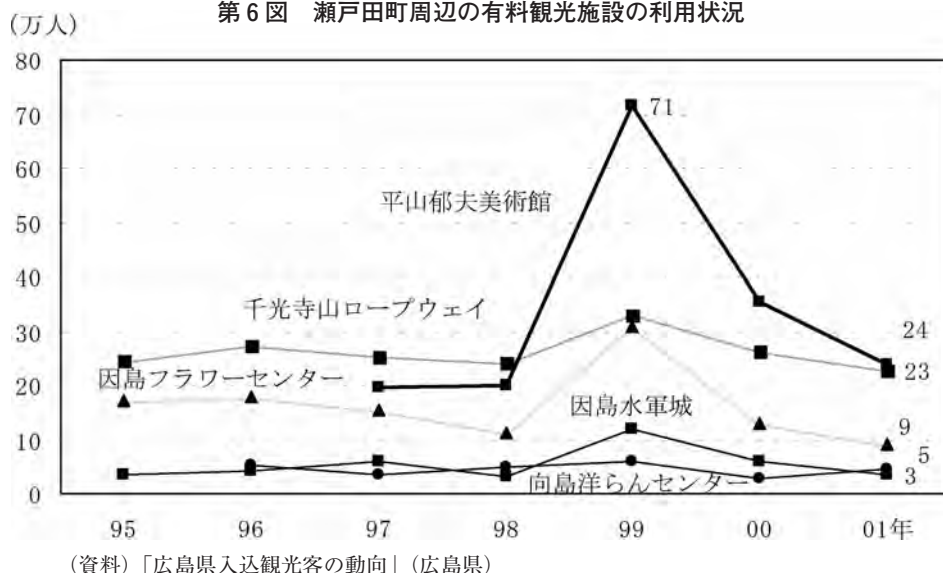


(資料) 瀬戸田町

(3) 瀬戸田町周辺の観光客数

瀬戸田町周辺の有料観光施設の利用状況(01年)をみると、尾道市の千光寺山ロープウェイが23万人で、平山郁夫美術館の入館者数と同程度となっている。続いて、因島フラワーセンターが9万人、向島洋らんセンターが5万人、因島水軍城が3万人と

第6図 瀬戸田町周辺の有料観光施設の利用状況



なっている(第6図)

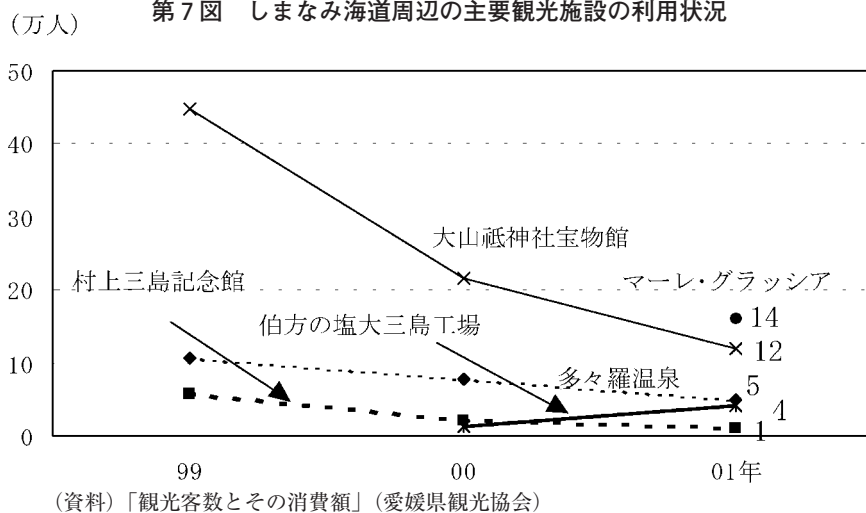
(4) 愛媛県内の観光客数

愛媛県内のしまなみ海道周辺における主要観光施設の利用状況(01年)をみると、01年4月に大三島町にオープンした温浴施設「マーレ・グラッシア」が14万人で最も多い。

次いで大山祇神社宝物館が12万人と多いが、99年の45万人に比べて▲73.5%と入館者数が激減している。

続いて上浦町の温浴施設「多々羅温泉」が5万人、塩の製造工程が見学できる「伯方の塩大三島工場」が4万人、上浦町の「村上三島記念館」が1万人となっている(第7図)。

第7図 しまなみ海道周辺の主要観光施設の利用状況



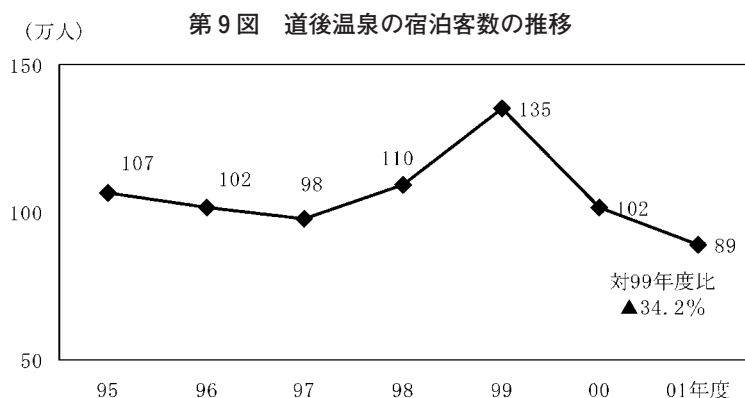
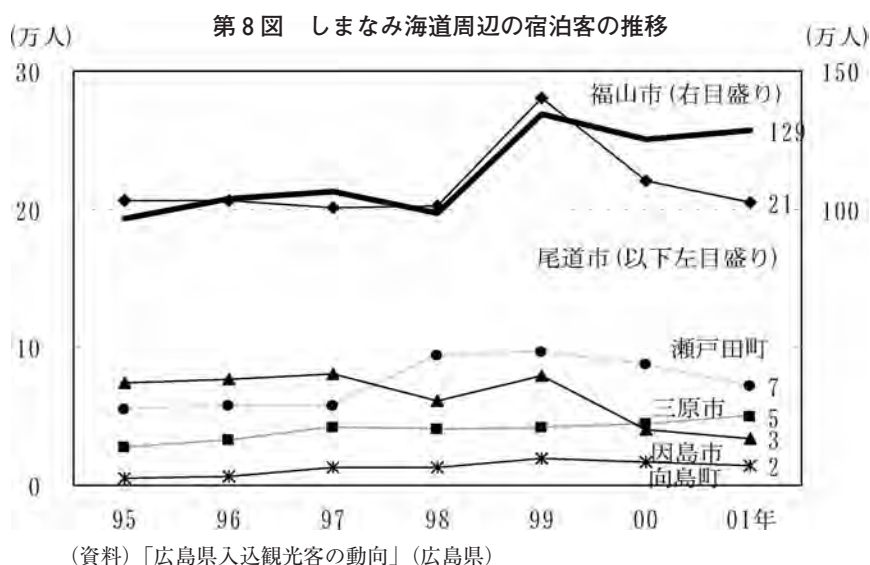
2. 宿泊客数の推移

瀬戸田町周辺の市町村における宿泊客数（01年）をみると、福山市が129万人と最も多く、尾道市の6倍以上の水準となっている。

次いで、尾道市が21万人、瀬戸田町が7万人、三原市が5万人、因島市が3万人、向島町が2万人となっている。

入込観光客数の動向と同様に、しまなみ海道沿線の市町村の宿泊客数は99年をピークに減少が続いているが、福山市では01年の宿泊客数が前年比+3.0%と若干増加している（第8図）。

なお、しまなみ海道沿線の観光客の多くが宿泊するとみられる道後温泉の宿泊客数（01年度）は、89万人（99年度比▲34.2%）と、しまなみ海道開通前の水準（97年度；98万人）をも下回っている（第9図）。



(注) 道後温泉旅館協同組合に加盟している旅館の宿泊客数

(資料) 道後温泉旅館協同組合

Ⅲ. 「平山郁夫美術館」に関するアンケート調査結果

平山郁夫美術館の来館者816名を対象に実施したアンケート調査結果を以下にまとめた。

1. 調査概要

調査概要は以下の通り。

◇調査対象

平山郁夫美術館の来館者

◇調査日時

02年5月2日（木）、5月31日（金）、6月8日（土）、7月23日（火）

午前10時～午後5時

◇調査方法

無記名アンケート方式（調査員が館内でアンケート票を配布し、その場で回収。）

◇配布枚数・有効回答数

配布枚数…816枚

有効回答数…810枚（有効回答率99.3%）

回答者の内訳

（人）

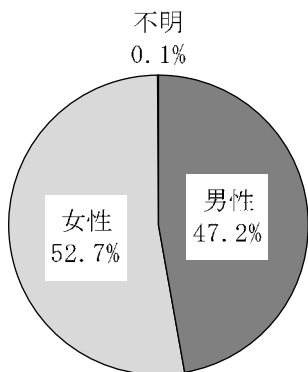
	男 性	女 性	不 明
広島県内	120	141	1
県外	259	283	0
不 明	3	3	—

2. 来館者の属性

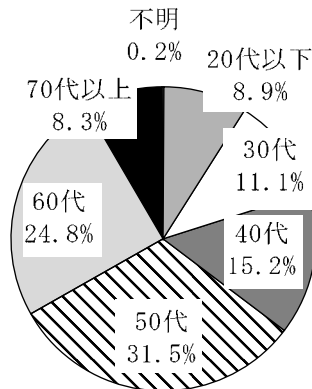
来館者の性別をみると、男性が47.2%、女性が52.7%で女性の割合が若干高い（第10図）。

年代では、50代（31.5%）の割合が最も高く、次いで60代（24.8%）、40代（15.2%）などの割合が高く、中高年層が80%を占めている（第11図）。

第10図 性別



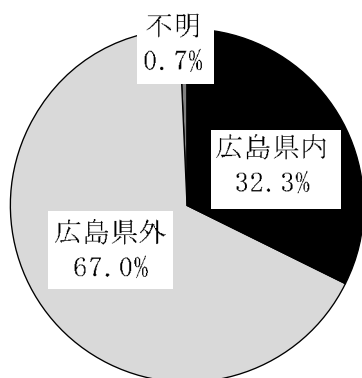
第11図 年代



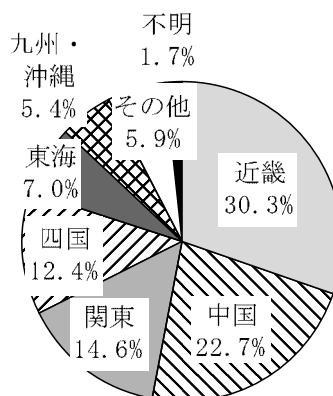
次に来館者の居住地をみると、広島県内が32.3%、広島県外が67.0%で広島県外の割合の方が高い（第12図）。

広島県外からの来館者を地域別にみると、近畿（30.3%）の割合が最も多く、次いで広島県以外の中国地域（22.7%）、関東（14.6%）、四国（12.4%）の順となっている。近畿・中国・四国地域などの比較的近い県からの来館者が全体の65%を占めている（第13図）。

第12図 居住地



第11図 居住地（県外来訪者）



3. 観光・旅行の最大の目的

(1) 全体

来館者に「今回の観光・旅行の最大の目的」を尋ねたところ、「平山郁夫美術館」が46.6%でトップとなった。続いて「道後温泉など愛媛県内の観光」（13.4%）、「海・島・橋などの景観」（10.6%）、「耕三寺」（5.0%）の順となっている。

また、「その他」の割合が14.1%と高いが、自由回答欄の記載では、帰省や里帰りといった回答が多くなっている（第14図）。

(2) 属性別

観光・旅行の最大の目的を属性別にみると、男女別では男性で「愛媛県内の観光」（15.4%）・「海・島・橋などの景観」（11.3%）などの割合が若干高い。一方、女性では「平山郁夫美術館」（51.4%）が半数を超えており、女性ファンが多いことが分かる。

年代別では、20代以下で「愛媛県内の観光」（21.0%）の割合が高く、50代・60代で「平山郁夫美術館」の割合が高い。

日帰り客・宿泊客別では、日帰り客で「平山郁夫美術館」（77.3%）と回答する人が圧倒的に多い。一方、宿泊客では「愛媛県内の観光」（22.1%）や「海・島・橋などの景観」（14.5%）などの割合が相対的に高い。

個人客・団体客別では、個人客で「平山郁夫美術館」（54.2%）の割合が、団体客

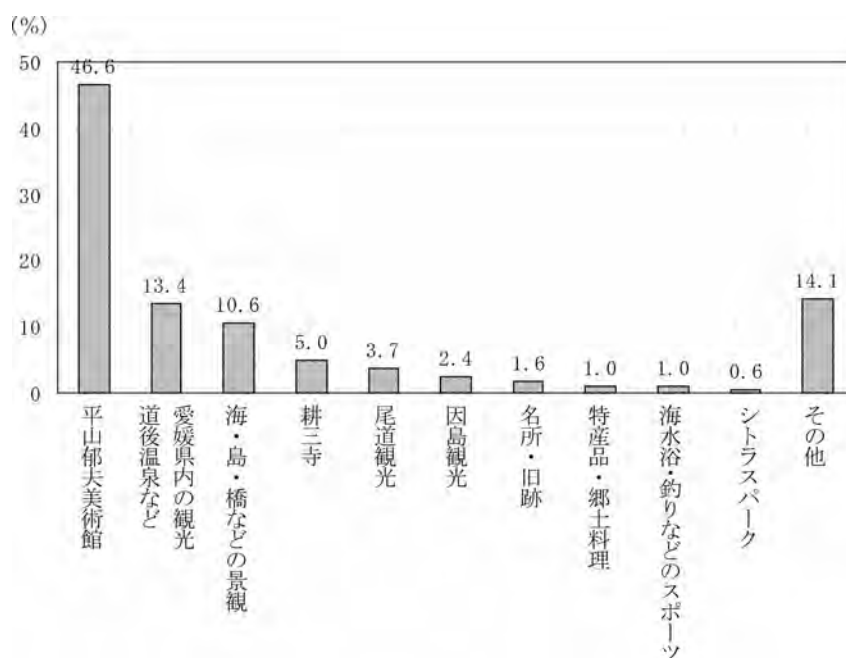
で「愛媛県内の観光」(28.7%)の割合が、それぞれ高くなっている。

地域別では、広島県内在住の回答者で「平山郁夫美術館」(73.1%)の割合が高く、広島県外在住の回答者で「愛媛県内の観光」(18.0%)や「海・島・橋などの景観」(12.9%)などの割合が高い。

県外の回答を地域別に詳しくみると、四国や中国地域在住の回答者で「平山郁夫美術館」と回答する人が多く、関東・近畿・中国地域在住の回答者でそれぞれ20%前後の人が「愛媛県内の観光」と回答している(第2表)。

以上から、平山郁夫美術館を最大の目的に来館する人は、広島乃至近隣県に在住の50～60代の女性が多く、個人グループの日帰り旅行で来館するパターンが多いとみられる。

第14図 観光・旅行の最大の目的



(注) 無回答を除く。有効回答数625人。

第2表 観光・旅行の最大の目的（属性別）

(単位:%)

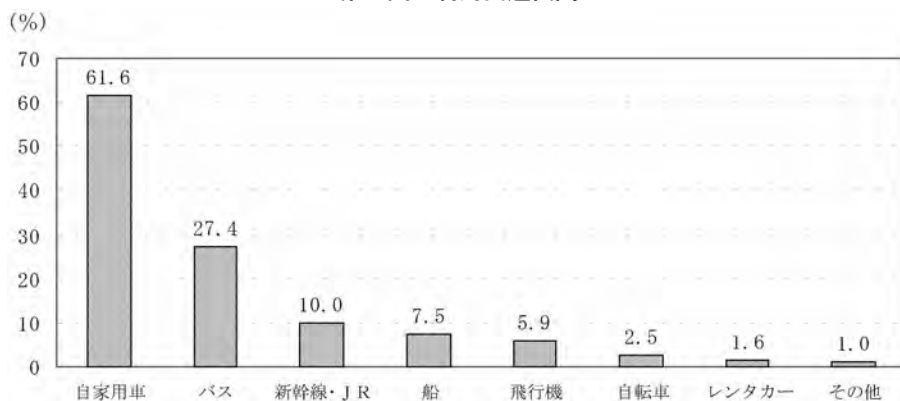
		平山郁夫美術館	道後温泉など 愛媛県内の観光	海・島・橋などの 景観	耕三寺
性別	男性	41.4	15.4	11.3	5.5
	女性	51.4	11.7	9.9	4.5
年代別	20代以下	41.9	21.0	12.9	3.2
	30代	38.0	18.3	12.7	5.6
	40代	38.0	11.1	15.7	6.5
	50代	48.2	11.2	10.2	3.6
	60代以上	54.6	13.0	6.5	5.9
日帰り・ 宿泊	日帰り客	77.3	1.2	5.1	6.6
	宿泊客	25.7	22.1	14.5	3.3
個人・ 団体	個人客	54.2	7.7	10.4	5.1
	団体客	26.3	28.7	11.1	4.7
地域別	広島県内	73.1	4.8	6.3	5.3
	広島県外	33.0	18.0	12.9	4.9
	関東	23.0	19.7	8.2	3.3
	近畿	26.6	21.0	16.9	4.0
	中国	40.6	25.7	5.9	7.9
	四国	57.8	2.2	13.3	4.4
	その他	25.0	10.5	19.7	3.9

(注) 上位4項目。無回答を除く。

4. 利用交通機関

来館者に「今回の観光・旅行で利用した、または利用する交通機関」を尋ねたところ、「自家用車」(61.6%)の割合が60%を超えて最も高い。続いて「バス」(27.4%)、「新幹線・JR」(10.0%)、「船」(7.5%)、「飛行機」(5.9%)の順となった(第15図)。

第15図 利用交通機関



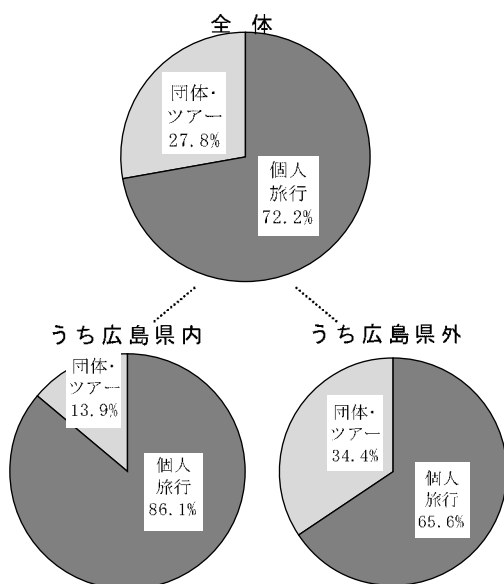
(注) 無回答を除く。複数回答。有効回答数808人。

5. 旅行の形態

来館者に旅行の形態を尋ねたところ、「個人旅行」(72.2%)が70%を超えた。さらに県内在住者と県外在住者に分けてみると、県内在住者で「個人旅行」(86.1%)の割合が圧倒的に高く、県外在住者で「団体・ツアー」(34.4%)の割合がやや高くなっている(第16図)。

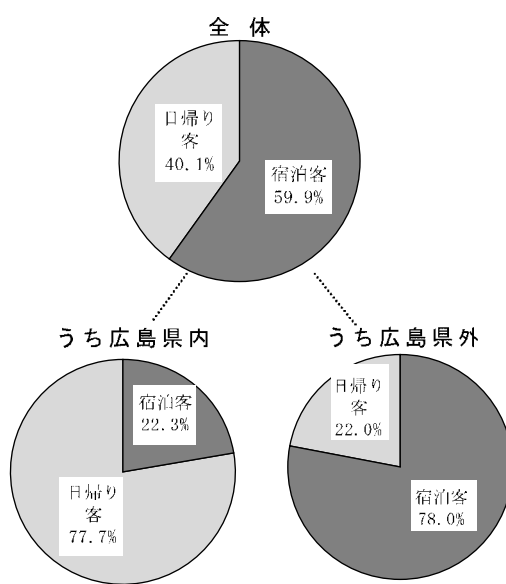
また、日帰り旅行か宿泊旅行かを尋ねたところ、「宿泊客」(59.9%)が60%弱にのぼった。県内・県外別では県内在住者で「日帰り客」(77.7%)の割合が高く、県外在住者で「宿泊客」(78.0%)の割合が高い(第17図)。

第16図 個人旅行・団体旅行



(注) 無回答を除く。有効回答数806人。

第17図 宿泊旅行・日帰り旅行



(注) 無回答を除く。有効回答数806人。

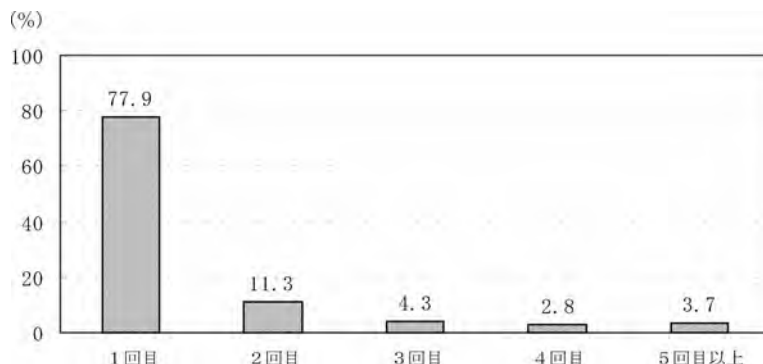
6. 来館回数

来館回数を尋ねたところ、「1回目」(77.9%)の割合が80%弱と最も高く、次いで「2回目」(11.3%)が全体の10%強を占めている(第18図)。

属性別にみると、県内在住者では男性で「1回目」(61.8%)や「2回目」(18.3%)の割合が高く、女性の方がややリピーター率が高い。年代別では、40～60代で「2回目」の来館者が多い。

一方、県外在住者では殆どの属性で1回目の割合が80%以上と高く、日帰り客・四国からの来館者だけが1回目の割合が70%台となっている(第3表)。

第18図 来館回数



(注) 無回答を除く。有効回答数808人。

第3表 来館回数（属性別）

(単位: %)

			1回目	2回目	3回目	4回目	5回目以上
広島県内	性別	男性	61.8	18.3	8.3	3.3	8.3
		女性	58.5	15.7	8.6	8.6	8.6
	年代別	20代以下	89.5	0.0	10.5	0.0	0.0
		30代	66.6	6.7	6.7	3.3	16.7
		40代	69.7	16.3	7.0	2.3	4.7
		50代	58.1	21.0	8.6	7.4	4.9
		60代以上	47.7	20.9	9.3	9.3	12.8
	日帰り・宿泊	日帰り客	59.5	14.0	10.0	7.5	9.0
		宿泊客	63.8	27.6	3.4	0.0	5.2
	個人・団体	個人客	60.7	16.3	9.0	5.9	8.1
		団体客	58.4	22.2	2.8	8.3	8.3
	地域別	広島市等	69.7	19.1	5.6	3.4	2.2
		中央地域	59.3	14.8	11.1	7.4	7.4
		備後地域	52.6	14.4	9.3	7.2	16.5
		その他	72.7	18.2	9.1	0.0	0.0
広島県外	性別	男性	84.9	9.3	2.7	1.2	1.9
		女性	87.9	8.1	1.8	1.1	1.1
	年代別	20代以下	90.5	3.8	1.9	1.9	1.9
		30代	86.4	8.5	1.7	0.0	3.4
		40代	92.5	5.0	2.5	0.0	0.0
		50代	87.8	8.1	1.2	1.2	1.7
		60代以上	82.0	12.4	2.8	1.7	1.1
	日帰り・宿泊	日帰り客	79.0	10.1	5.0	3.4	2.5
		宿泊客	88.6	8.3	1.4	0.5	1.2
	個人・団体	個人客	83.9	9.6	3.1	1.7	1.7
		団体客	91.9	6.5	0.5	0.0	1.1
	地域別	関東	92.3	5.1	1.3	0.0	1.3
		近畿	91.5	6.1	0.6	0.6	1.2
		中国	81.3	11.4	4.1	0.8	2.4
		四国	74.6	11.9	6.0	6.0	1.5
		その他	90.9	8.1	1.0	0.0	0.0

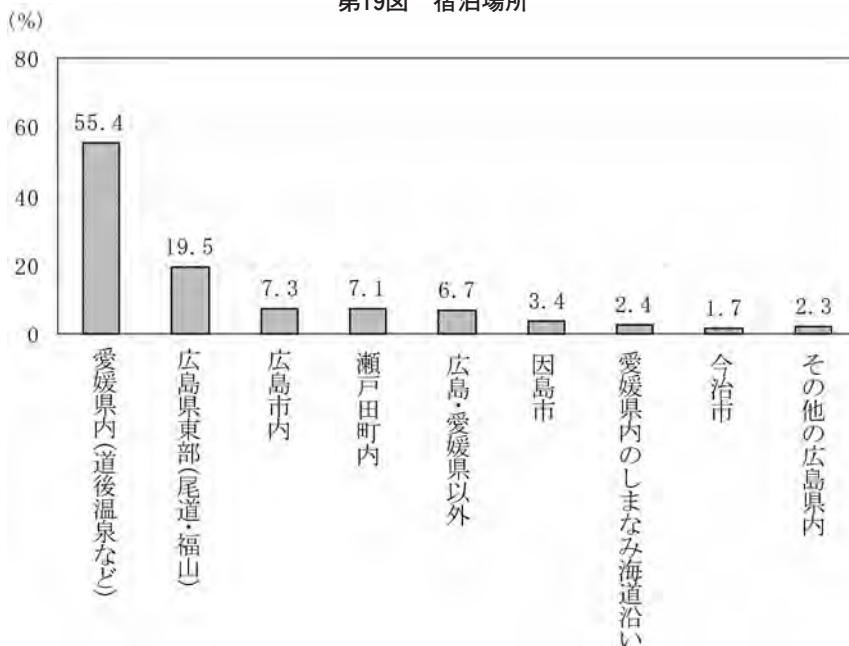
(注) 無回答を除く。

7. 宿泊場所

宿泊客に宿泊した場所あるいは宿泊する予定の場所を尋ねたところ、「道後温泉などの愛媛県内」(55.4%)が全体の半数以上を占めた。続いて「尾道・福山などの広島県

東部」(19.5%) が20%弱、「広島市内」(7.3%)・「瀬戸田町内」(7.1%) が7%強となった(第19図)。

第19図 宿泊場所



(注) 無回答を除く。複数回答。有効回答数466人。

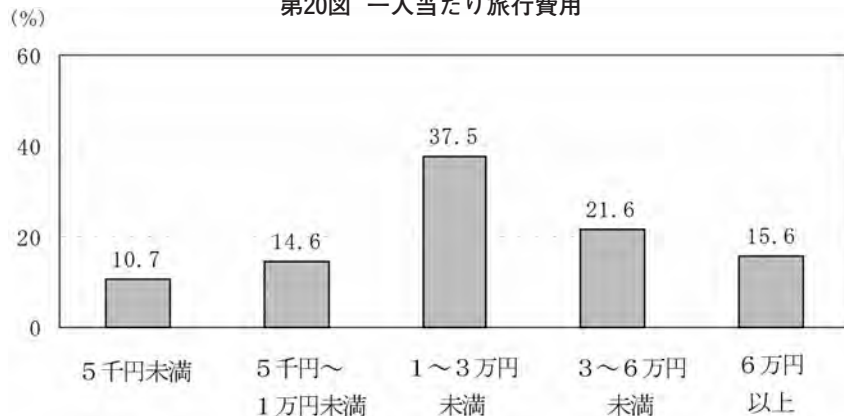
8. 一人当たり旅行費用

(1) 全体

今回の観光・旅行の一人当たりの予算を尋ねたところ、旅行費用全体で「1～3万円未満」(37.5%) の割合が最も高くなった。次いで「3～6万円未満」(21.6%)、「6万円以上」(15.6%) となった(第20図)。

また、属性別にみると、日帰り客の旅行の平均費用は「11.2千円」、宿泊客は「44.6千円」となった(第4表)。

第20図 一人当たり旅行費用



(注) 無回答を除く。有効回答数635人。

第4表 一人当たり旅行費用（属性別）

(単位:%, 千円)

		5千円未満	5千円～ 1万円	1～3万円	3～6万円	6万円以上	平均 (千円)
日 帰 り 客	全 体	19.8	31.0	44.8	4.0	0.4	11.2
	性 別						
	男 性	18.9	30.6	45.1	5.4	0.0	11.1
	女 性	20.6	31.2	44.7	2.8	0.7	11.2
	年 代 別						
	20代以下	45.4	27.3	27.3	0.0	0.0	8.1
	30代	9.5	57.2	23.8	9.5	0.0	11.2
	40代	12.8	25.5	59.6	2.1	0.0	11.3
	50代	15.1	27.9	48.8	7.0	1.2	13.7
	60代以上	25.0	31.6	42.1	1.3	0.0	9.1
宿 泊 客	個人・ 団体						
	個 人 客	21.6	33.0	40.3	4.6	0.5	11.1
	団 体 客	6.1	18.2	75.7	0.0	0.0	11.6
	地 域 別						
	広島県内	25.6	36.6	34.0	3.8	0.0	9.4
	広島県外	9.6	21.3	63.7	4.3	1.1	14.2
	全 体	4.7	3.9	32.5	33.2	25.7	44.6
	性 別						
	男 性	2.6	4.6	27.6	34.6	30.6	47.9
	女 性	7.0	3.2	37.7	31.7	20.4	41.0
	年 代 別						
	20代以下	0.0	3.7	55.6	22.2	18.5	41.0
	30代	2.3	4.5	27.3	34.1	31.8	45.4
	40代	5.2	3.4	37.9	41.4	12.1	34.0
	50代	7.4	4.1	24.0	33.9	30.6	49.9
	60代以上	3.8	3.8	35.2	30.5	26.7	44.8
	個人・ 団体						
	個 人 客	4.1	4.5	34.3	35.9	21.2	42.8
	団 体 客	5.8	2.9	29.2	28.5	33.6	47.8
	宿 泊 数 別						
	1泊	3.4	0.0	44.9	44.3	7.4	32.6
	2泊	1.3	4.0	2.7	20.0	72.0	73.0
	3泊	0.0	0.0	10.5	31.6	57.9	89.6
	4泊以上	0.0	0.0	12.5	0.0	87.5	118.5
	地 域 別						
	広島県内	10.4	6.3	50.0	22.9	10.4	31.5
	広島県外	3.9	3.6	29.5	35.0	28.0	46.6
	関 東	3.6	3.6	8.9	14.3	69.6	76.8
	近 畿	3.2	2.4	42.8	41.3	10.3	32.9
	中 国	8.2	2.0	36.7	42.9	10.2	34.6
	四 国	4.0	0.0	40.0	48.0	8.0	35.1
	その他	2.8	8.5	14.1	29.6	45.0	57.9

(注) 無回答を除く。

(2) 1泊当たりの宿泊費

宿泊客に1泊当たりの宿泊費を尋ねたところ、「1～2万円未満」(49.7%)が全体の半数弱を占めた。また、「2～3万円未満」(19.9%)や「5千円～1万円未満」(17.8%)もそれぞれ全体の20%弱を占め、全体の平均では「13.5千円」となった。

(3) その他の費用

日帰り客では、交通費が「5.6千円」、土産物代が「1.7千円」、飲食代が「1.6千円」、入場料が「1.1千円」となった。また、宿泊客では、交通費が「9.6千円」、土産物代が「3.9千円」、飲食代が「3.8千円」、入場料が「1.3千円」と、それぞれ日帰り客の平均を上回っている。

(4) 瀬戸田町内での支出

1人当たりの旅行費用のうち、瀬戸田町内で支出または支出予定の金額を尋ねたところ、日帰り客の平均が「5.6千円」、宿泊客の平均が「7.4千円」となった。

Ⅳ. 経済波及効果

1. 平山郁夫美術館オープンによる観光客数の増加

平山郁夫美術館のオープンからこれまでの来館者数は174万人に達する。前掲のアンケート結果（第14図）によると、来館者の46.6%が平山郁夫美術館を最大の目的に瀬戸田町を訪問している。そこで、美術館オープンによる観光客数の増加を約81万人と推計した。

なお、アンケート結果及びヒアリングなどから、81万人のうち広島県内に宿泊した宿泊客が14万人（全体の17%）、日帰り客及び県外宿泊客が合わせて67万人（全体の83%）とした。

2. 広島県における経済波及効果（5年間の累計）

平山郁夫美術館のオープンによる広島県内における観光消費効果は、直接需要額が約113億円、生産誘発効果が約92億円で、これらを合わせて経済波及効果が約205億円となった（第5表）。なお、県内における一人当たりの観光消費額については、アンケート調査・ヒアリング調査の結果等をもとに、日帰り客が9,600円、宿泊客が34,600円と推計した（第6表）。

第5表 広島県内における観光消費効果

観光客数	(a)	81	万人
うち県内宿泊客	(b)	14	〃
日帰り客等	(c)	67	〃
一人当たり消費額	(d)	13,970	円
直接需要額	(e)	113	億円
生産誘発効果	(f)	92	〃
うち1次波及効果	(g)	42	〃
2次波及効果	(h)	50	〃
経済波及効果	(i)	205	〃
誘発倍率	(j)	1.82	倍

(注1) 一人当たり観光消費額(d)の内訳は第6表参照。

(注2) 「平成7年 広島県産業連関表」を使用。

(注3) 直接需要額(e)=[(a)×(d)]…県内で支出される関連消費額。

生産誘発効果(f)=[(g)+(h)]…1次波及効果と2次波及効果の合計。

1次波及効果…直接需要によって誘発された県内生産額。

2次波及効果…県内生産額増加による雇用者所得や企業所得の増加が消費や設備投資を経て誘発する県内生産額。

(注4) 経済波及効果(i)=[(e)+(f)]

(注5) 誘発倍率(j)=[(i)÷(e)]

第6表 一人当たり観光消費額(d)の内訳

(単位:千円)		
宿泊客	総費用 (k)	34.6
	宿泊費	12.0
	交通費	10.3
	土産物代	3.9
	飲食代	3.8
	その他	4.6
日帰り客	総費用 (l)	9.6
	交通費	4.0
	土産物代	1.7
	飲食代	1.6
	その他	2.3

(注) 第5表の一人当たり消費額(d)

$$= \{(b) \times (k) + (c) \times (l)\} \div (a)$$

3. 瀬戸田町における観光消費効果

平山郁夫美術館オープンからこれまでの瀬戸田町内における観光消費額（直接需要額）を推計すると約48億円となった（第7、8表）。

第7表 瀬戸田町内における観光消費効果

観光客数	81	万人
うち町内宿泊客	2	〃
日帰り客等	79	〃
一人当たり消費額	5,930	円
直接需要額	48	億円
生産誘発効果	39	〃
うち1次波及効果	18	〃
2次波及効果	21	〃
経済波及効果	87	〃
誘発倍率	1.80	倍

第8表 瀬戸田町内における一人当たり観光消費額

(単位:千円)		
宿泊客	総費用	16.6
	宿泊費	10.2
	交通費	1.7
	土産物代	2.4
	飲食代	1.2
	その他	1.1
日帰り客	総費用	5.6
	交通費	1.9
	土産物代	1.6
	飲食代	1.2
	その他	0.9

V. 美術館運営における今後の課題

最近の観光客の動向や今後の社会・経済情勢の変化などを勘案し、美術館運営における今後の課題について検討を行った。

1. 少子高齢化の進展・人口の減少

国の推計では、広島県の人口は2030年には現在より約30万人減少し、高齢化率は30%に達する。今後は都市部への人口集中が進展し、地方では定住人口や交流人口の減少も予想される。

2. 観光旅行の多様化

最近では職場等の団体旅行が減少傾向にあり、宿泊観光旅行における個人型旅行へのシフトが顕著となっている。また、利用する交通機関も、鉄道から自家用車へとシフトしている。

3. しまなみ海道的全線開通

2005年度末にもしまなみ海道の生口島内区間が開通する予定であり、これまで瀬戸田町内の一般道を通行していた観光客の素通りも懸念される。

VI. 今後の美術館運営の方向性

以上をもとに、今後の美術館運営の方向性について検討を行った。

1. 地域における文化の向上への貢献

平山郁夫美術館ではオープンからこれまでに、瀬戸田町の人口の1.7倍に当たる16千人が町民招待券により入館している。今後も、町民招待券の配布を継続し、町民に親しまれる美術館として運営していく必要がある。また、文化に関する講演会やイベントなどの開催により、観光客と町民がともに文化・芸術に親しむことができる機会を用意することが考えられる。

2. 次代を担う子供達への文化普及活動の促進

平山郁夫美術館にはオープンからこれまでに、修学旅行や遠足あるいは家族連れなどで数多くの子供達が入館している。次代を担う子供達に文化や芸術に親しんでもらう事も、地域における美術館の重要な使命ではないだろうか。

倉敷市の大原美術館では、参加・体験型の子供向けイベントを実施している。平山郁夫美術館でも、夏休み期間の子供向けイベントや企画展における子供向けの解説なども検討する必要がある。

3. PRの強化

今回のアンケート結果では、「ツアーにあらかじめ組み込まれており、瀬戸田町に来てはじめて美術館の存在を知った」という回答も多くあった。しまなみ海道の島内区間が開通し単なる通過地域になる前に、美術館の存在自体のPRや企画展の案内など、テレビや新聞等を通じて積極的にアピールしていく必要がある。

また、情報化が急速に進展するなか、今後はホームページや電子メールなどインターネットを利用したPRの重要性が高まることが予想される。メーリングリストやメールマガジンなどで、新たなファン層の取り込みやリピーターへの情報提供の充実も検討する必要がある。

4. 収蔵作品・企画展の一層の充実

今後も引き続き収蔵作品の充実に努めることが重要であり、平山郁夫美術館にわざわざ来なければ観ることができない珠玉の作品を所蔵・展示することが、入館者の増加につながるものと思われる。

また、個人の観光客が増加傾向にあるなか、平和など広島ならではのテーマを設定した企画展の開催やストーリー性を持った展示などにより、多様化するニーズに対応していく必要がある。

5. 他の観光施設等との連携強化

急速に進展する高齢化や人口の減少、しまなみ海道の全線開通や特別割引通行料金の終了など、瀬戸田町の観光産業には今後のマイナス材料が多い。

自家用車を利用した個人旅行の観光客を瀬戸田町に呼び込むためには、目的意識をもってインターチェンジを降りてもらうことが必要になってくる。

近隣の大三島町では、温浴施設の「マーレ・グラッシア」や「伯方の塩大三島工場」など新しい観光施設がオープンし、利用者数も増加している。また、大三島美術館ではマーレ・グラッシアとのセット券を発売するなど観光施設間の連携も進みつつある。

平山郁夫美術館が入館者の増加を図るためには、地元はもとより他の集客力のある施設などとの広域的な連携により、観光客にとって魅力ある観光ルートを整備し、積極的にPRしていく必要がある。

例えば、以下のような連携やPRの方法が考えられる。

- (1)近隣の耕三寺や大山祇神社等との共通割引券の導入による日帰り客の誘引
- (2)旅行代理店などとの提携による宿泊客向け周遊ルートのPR
 - 道後温泉の旅館や広島―松山間のフェリー航路などを組み込んだ周遊ツアー
 - 大原美術館・ふくやま美術館・当館などを巡るツアー、
 - など

なお、近隣の飲食店や温浴施設などとの提携により、若い女性など新たな顧客層を開拓する取り組みも必要と考えられる。

6. ソフト面の一層の充実

平山郁夫美術館ではオープン以来、職員の育成に力を入れている。美術館では、喫茶室における落ち着いた雰囲気作りや展示作品や地元についての説明など、職員のきめ細かな対応が求められる。

今後も、引き続き人材の育成に努め、入館者の満足度を向上させることで、リピーターの増加につなげていく必要がある。

また、平山郁夫美術館ではスロープや身障者用の駐車場・トイレなどが設置されており、車イスなどでの入館者も多い。今後、一層のバリアフリー化を促進するとともに、説明文の文字の大きさや文章などを工夫することで、多くの人に分かりやすく親しみやすい美術館づくりを進めていく必要がある。

おわりに

今回の調査では、地域における美術館の現状を把握するとともに、経営面における課題や今後の方向性について検討を行なった。しまなみ海道沿いの1施設を事例にした調査ではあるが、地域における観光施設に共通した課題や目指すべき方向性が多くあったように思われる。個々の観光スポットの魅力を高めることも重要だが、施設同士の連携を進めることにより、しまなみ海道沿線がより魅力的な観光地となることを期待したい。