

# 令和5年度12月補正予算（案）

## 個別事業説明書【PR版】



令和5年11月  
愛 媛 県

# **個別事業説明書【PR版】**

**観光スポーツ文化部**

# 1 美術館文化観光推進事業費

美術館では、文化観光推進法に基づき、県の芸術文化の拠点である愛媛県美術館を中核とした文化観光推進拠点計画を策定し、令和5年9月1日に文化庁の認定を受けたことから、開館30周年となる令和10年度に向け、文化観光拠点施設としての魅力向上や機能の強化を進め、本県における文化観光の振興を図る。

お問い合わせ先  
 観光スポーツ文化局  
 まなび推進課  
 (089-947-5622)

## 事業イメージ

**KPI**

美術館利用者数  
 (コロナ禍前(R元:約37万人)への復元と、さらなる  
 上乗せを目指す)

現状値 335,894人 (R4年度)  
 目標値 390,000人 (R8年度)

## 県美術館

H10開館→R5で四半世紀(25周年)  
 「みる」「つくる」「まなぶ」の3本柱

### 【強み】

- 日本初の商業グラフィックデザイナー 杉浦非水、日本のイラストレーション先駆者真鍋博等のデザイン関連コレクション
- 「美術館吟行」等参加創造型の特色ある活動
- 国内でも数少ない県民が自由に創作活動できる「県民アトリエ」
- 松山城を望む絶好のロケーション



## 現状・課題

### 観光客の取り込み不十分

- 〔県外向けアンケート結果(R4)〕  
 ※調査対象者：四国4県、中国地方、近畿圏、関東圏、九州のうち、美術館に1年以内に訪問又は興味のある方
- ◎ 国内の旅行先での美術館訪問状況  
 ある(81.3%)…美術館は魅力的な観光資源
  - ◎ 県美術館を訪問したことがあるか  
 ある(25.2%)…大きな伸びしろあり
  - ◎ 県美術館を訪問しなかった理由  
 存在を知らない(79.1%)  
 何をしているか情報が入ってこない(21.5%)
- コンテンツの魅力向上とPR強化が課題**

## 方向性

### コンテンツの魅力向上

- 館蔵品の魅力増進、創作活動強化(えひめアートプロジェクト(東京藝術大学)との連携)
- 本県らしい鑑賞プログラムの開発
- ショップ・カフェ・無料ゾーンの活用
- 施設又は設備の整備

### PR強化

- 国内外への訴求力アップ
- 周辺施設・観光事業者等との連携
- デジタル化(情報発信のためのデータベース化)の推進

## 事業概要

「みる」「つくる」「まなぶ」の先の「気づき」を促す

### コンテンツの魅力向上

- 1 館蔵品の魅力増進、創作活動強化  
 ・美術作品等の触図制作等 [1,002千円]  
 ・県民アトリエでの体験キット制作[ゼロ予算]
- 2 本県らしい鑑賞プログラムの開発  
 ・吟行プログラム※の開発・試行 [330千円]  
 ※美術品を鑑賞して俳句を詠む活動
- 3 ショップ・カフェ・無料ゾーンの活用  
 ・フォトスポット設置 [ゼロ予算]
- 4 施設又は設備の整備  
 ・展示エリア天井照明LED化等 [2,750千円]

### PR強化

- 5 国内外への訴求力アップ [ゼロ予算]  
 ・美術館HPの全面改修に向けた準備
- 6 周辺施設・観光事業者等との連携 [ゼロ予算]  
 ・美術館オリジナル商品開発に向けた検討  
 ・美術館周辺の観光スポットとの周遊促進に向けた店舗マップの作成準備
- 7 デジタル化(情報発信のためのDB化等)の推進  
 ・データベース選定、収蔵品の画像撮影、情報整備 [1,909千円]

## 年次計画

	種類	R5	R6	R7	R8	R9	R10
魅 力 向 上	1 館蔵品 魅力増進等	触図制作 体験キット制作	解説キャプション等見直し、展覧会開催				30 周 年
	2 鑑賞プログラムの 開発	鑑賞プログラム開発→実施					
	3 ショップ・ カフェ等	フォト スポット設置	ブックマルシェ開催/オリジナルグッズ制作・販売				
	4 施設等整備	照明整備		吟行投句 システム導入			
P R 強 化	5 訴求力アップ	HP準備	HP多言語化・海外向け動画制作、活用				
	6 周辺連携	オリジナル グッズ検討	グッズコンテスト→制作・販売				
		店舗マップ 作成等準備	周遊マップ・周遊コンテンツ作成				
	7 デジタル化	DB選定・ 情報整備	収蔵品DB公開/アーカイブ公開				

### 文化観光推進法に基づく拠点施設※としての機能強化

※DMO等と連携し文化資源の理解を深める解説・紹介を行う博物館、美術館、社寺、城郭等

### R5~R9の5箇年計画【集中取組期間】

### R10【30周年】

国内外からの誘客・地域活性化

新しく進化した  
 美術館の姿を  
 県内外へ強く発信

相乗効果

文化観光資源の更なる磨き上げ・文化振興