
浮世絵等の活用に向けた基本計画（改訂版）

令和 6（2024）年 3 月
川崎市

目 次

第1章 浮世絵等の活用に向けた基本計画改訂にあたって

- 1 計画策定の背景と目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- 2 計画の位置付け・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2

第2章 浮世絵ギャラリーの概要

- 1 施設概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
- 2 事業スキーム・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
- 3 「公益社団法人川崎・砂子の里資料館」の浮世絵コレクションの活用・・・・ 4

第3章 開館からこれまでの運営等の検証

- 1 浮世絵ギャラリー運営に係る取組の検証・・・・・・・・・・・・・・・・ 6
- 2 目標入館者数の検証・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1 2
- 3 入館料及び収支の検証・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1 4
- 4 運営事業者の検証・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1 7
- 5 市民意見の把握・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1 9

第4章 文化芸術を取り巻く状況と浮世絵等の活用の課題

- 1 本市の文化芸術を取り巻く状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2 0
- 2 浮世絵等の活用に向けた主な課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2 1
- 3 基本計画改訂の方向性・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2 2

第5章 浮世絵等を活用した取組の方向性

- 1 浮世絵の活用方針・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2 3
- 2 取組の方向性・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2 4

第6章 浮世絵ギャラリーの運営計画

- 1 目標入館者数について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2 6
- 2 想定収入及び想定支出について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2 7
- 3 物販・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2 9
- 4 広報・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3 0
- 5 文化財団による事業計画書の提出・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3 0

資料編

- 資料1 川崎市文化芸術振興会議による文化アセスメント実施結果・・・・ 3 3
- 資料2 川崎浮世絵ギャラリーの管理運営の考え方・・・・・・・・・・・・ 4 0
- 資料3 他都市の取組・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4 2
- 資料4 アンケート結果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4 4

第1章 浮世絵等の活用に向けた基本計画の改訂にあたって

1 計画策定の背景・目的

(1) 計画策定の背景と目的

本市では、平成17年4月に「川崎市文化芸術振興条例」を制定し、この条例に基づき、本市における文化芸術振興施策を総合的かつ計画的に推進するため、「川崎市文化芸術振興計画」を策定し、地域資源を活用した特色ある文化芸術活動の推進などに取り組んでいます。

浮世絵は、江戸時代の暮らし、風俗、流行などが描かれ、単なる絵画にとどまらず、日本の歴史的な伝統文化を伝える貴重な作品であることに加え、海外からの評価も高く、国内外を問わず、文化的価値が高い作品となっています。公益社団法人川崎・砂子の里資料館が所有する浮世絵コレクションは、川崎の貴重な地域資源であり、その資源を活かす立地として、旧東海道、川崎大師が多く描かれている浮世絵を川崎駅周辺で活用することは親和性が高く、文化芸術振興施策を推進する上で効果的です。

こうしたことから、浮世絵を活用した文化芸術振興施策の推進のため、「浮世絵等の活用に向けた基本方針(平成30年6月)」を策定するとともに、その基本方針に基づき、川崎の“歴史×文化×芸術”資源の活用や、浮世絵を通じた川崎の歴史・文化の継承等を定めた「浮世絵等の活用に向けた基本計画(平成30年7月)」(以下「基本計画」という。)を策定し、令和元年12月に川崎浮世絵ギャラリー(以下「浮世絵ギャラリー」という。)は開館しました。

基本計画では、浮世絵ギャラリーの運営は、アートガーデンかわさきと一体的に管理することで、効率的、効果的な運営が期待できるとし、公益財団法人川崎市文化財団(以下「文化財団」という。)が行うこととしました。また、浮世絵ギャラリーは、賃借料相当分はアートガーデンと合わせて市が補助するものの、運営事業費は、入館料及びグッズ等の物販収入で賄うことを原則とし、年間目標入館者数(以下「目標入館者数」という。)は6万人と設定しました。

しかしながら、開館直後に、新型コロナウイルス感染症拡大の影響等により、令和3年度の入館者数は約1.4万人となり、年間収入と併せて基本計画と大幅に乖離する状況となったことから、運営改善計画を作成し取組を進めました。しかし、新型コロナウイルスによる行動制限がなかったにも関わらず、令和4年度は令和3年度より入館者が減少し、「目標入館者数」が課題として顕在化しました。また、目標入館者数に達しないことにより、収支の悪化等が継続し「収支の考え方」も課題として顕在化するとともに、浮世絵ギャラリーの認知度向上と併せ、アート・フォー・オールを目指した取組として、浮世絵を活用したさらなる文化芸術振興の必要性が明らかになりました。

こうした状況を受け、附属機関である川崎市文化芸術振興会議(以下「文化芸術振興会議」という。)が、文化芸術振興条例に基づき実施した文化アセスメントでの提言やこれまでの管理運営等の検証、令和5年11月に策定した「川崎浮世絵ギャラリーの管理運営の考え方」等を踏まえ、浮世絵ギャラリーの安定的かつ効果的な運営及び地域資源である浮世絵を活用した文化芸術の振興を一層推進することを目的として「浮世絵等の活用に向けた基本計画(改訂版)」(以下「本計画」という。)を策定します。

(2) これまでの経緯

年月	内容等
平成 28 年 9 月	川崎・砂子の里資料館休館
平成 29 年 8 月	公益社団法人川崎・砂子の里資料館(以下「社団法人」という。)からコレクションの活用検討依頼
平成 30 年 4 月	市・社団法人「公益社団法人川崎・砂子の里資料館所有美術品の活用に向けた基本合意」締結
平成 30 年 6 月	「浮世絵等の活用に向けた基本方針」策定
平成 30 年 7 月	「浮世絵等の活用に向けた基本計画」策定 事業運営者を公益財団法人川崎市文化財団(以下「文化財団」という。)とする方針
平成 30 年 8 月	市・社団法人「浮世絵等の美術品の活用に関する基本協定書」締結 市は 20 年間にわたり展示に必要な浮世絵作品を、その都度、社団法人から無償で借用
平成 31 年 1 月	文化財団 市(仮称)アートガーデン特別展示室における事業計画書の提出
令和元年 7 月	市・文化財団「アートガーデンかわさき特別展示室の管理運営に関する協定書」締結 (期間:令和7年3月31日まで)
令和元年 12 月	「川崎浮世絵ギャラリー～斎藤文夫コレクション～」として開館
令和2年～	世界的な新型コロナウイルス感染症拡大により、東京 2020 大会を契機とした訪日外国人や、アートガーデンかわさき利用者の誘客が見込めなくなる。(4/11～5/31 休館)
令和4年 3 月	文化財団 市「川崎浮世絵ギャラリー運営改善計画」の提出 運営改善に向けた取組
令和5年 6 月	文化アセスメントにより、川崎市文化芸術振興会議から評価・提言を受ける

2 計画の位置付け

本計画は、川崎市政の基本方針である「川崎市総合計画」における施策「市民の文化芸術活動の振興」や川崎市文化芸術振興条例に基づき文化芸術振興施策を総合的かつ計画的に推進することを目的として策定する上位計画の「川崎市文化芸術振興計画」を踏まえています。

川崎市総合計画 第3期実施計画

(施策4-8-2 市民の文化芸術活動の振興)

- ・誰もが文化芸術に触れ、参加できる環境づくり(アート・フォー・オール)の推進
- ・地域資源を活用した多様な文化芸術活動の推進

第3期川崎市文化芸術振興計画

- ・文化芸術を活かしたまちづくりの推進
- ・地域資源を活用した特色ある文化芸術活動の推進
- ・「川崎の文化芸術」の魅力発信
- ・文化芸術を支える人材の育成と活躍の機会の提供
- ・文化施設等の効果的な運営

浮世絵等の活用に向けた基本計画(改訂版)

第2章 浮世絵ギャラリーの概要

1 施設概要

文化財団が運営する川崎駅前タワー・リパーク3階のアートガーデンかわさき（以下「アートガーデン」という。）の一部に特別展示室として開館しました。

所在地：川崎市川崎区駅前本町12-1
川崎駅前タワー・リパーク3階
面積：約150㎡（展示スペース約100㎡）
展示：作品保護のため、4～5週間をサイクルとし、様々なテーマに沿った企画展を実施
物販：浮世絵関連グッズの販売（クリアファイル、絵葉書等） 図録等の書籍販売



【特徴】

同一フロア内にあるアートガーデン第1～3展示室を活用することで、「体験・体感」といった作品展示以外の企画も可能。

JR川崎駅北口通路に直結しているため、利便性が高く、「かわさききたテラス」との連携による誘客効果や、東海道かわさき宿交流館との回遊性も期待できる。

京急川崎駅から至近であり、羽田空港からの訪日外国人等の誘客も期待できる。

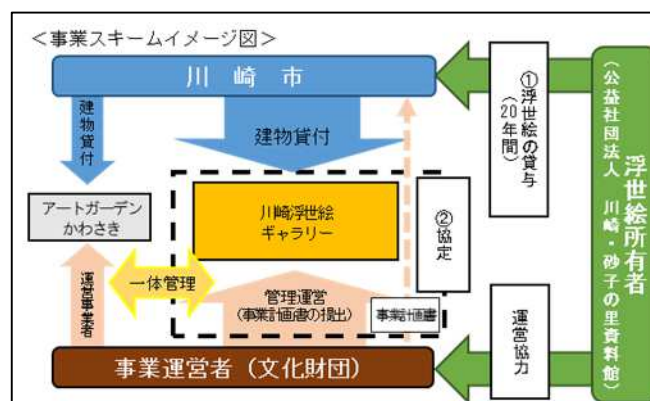
2 事業スキーム

本市が、概ね20年間にわたり、展示に必要な浮世絵等の作品を社団法人から無償で借用し、文化財団が展示を行います。

浮世絵ギャラリーは、文化財団に対しアートガーデンと併せて貸付とし、文化財団が自主的に独自の企画展の開催ができるようにしています。これは、本市の文化芸術振興の協働のパートナーである文化財団に、文化芸術振興に資する環境づくりを行うことは財産活用の見地から妥当と判断したためです。

浮世絵ギャラリーと同フロアのアートガーデンとの一体的な管理を通じ、フロア全体の効率的かつ効果的な運営が期待できることに加え、更なる文化芸術振興機能の強化を推進することができることから、事業運営に関する事項を示した「アートガーデンかわさき特別展示室の管理運営に関する協定書」を締結し、文化財団を事業運営者としています。

なお、社団法人からは、展示企画や図録の作成において協力を得ており、本市と文化財団及び社団法人との間において、それぞれ協定を締結しています。



3 「公益社団法人川崎・砂子の里資料館」の浮世絵コレクションの活用

浮世絵は、描かれているテーマとして江戸時代の暮らし、風俗、流行などが反映され、単なる絵画にとどまらず、日本の歴史的な伝統文化を伝える貴重な作品であることに加え、海外の著名な画家にも影響（ 1 ）を与えたと言われており、現在においても海外からの評価も高くなっている（ 2 ）など、非常に貴重な地域資源となっています。

また、総合計画の指標である文化・芸術の環境に対する満足度の向上に資する文化資源であることから、引き続き、浮世絵を活用した文化芸術振興を進めていきます。

- 1 ゴッホ、マネ、モネ、セザンヌなど
- 2 令和5年3月、葛飾北斎の「富嶽三十六景 神奈川沖浪裏」の版画が、米ニューヨークのクリスティーズで、過去最高額の276万ドル（約3億6千万円）で落札

（1）希少な作品を含む豊富なコレクション

- ・社団法人のコレクションは、わが国を代表する浮世絵一括収集のひとつ。所蔵数は約5,500点
- ・希少性の高い浮世絵肉筆画も約150点と充実
- ・歌川広重「東海道五十三次」【保永堂版】や、葛飾北斎「富嶽三十六景」など高い希少性
- ・鈴木春信「風流やつし七小町」全7枚を所蔵しているのは非常に希少性が高い



鈴木春信
「風流やつし七小町」



葛飾北斎
「富嶽三十六景 神奈川沖浪裏」



歌川広重
「東海道五拾三次之内 川崎 六郷渡舟」

（2）川崎の郷土と浮世絵

- ・川崎や神奈川にゆかりのある作品を起点に収集された高い郷土性
- ・川崎に関する浮世絵から東海道の名所絵や横浜浮世絵、開化期の東京を描いた作品を中心に収集範囲が拡大し、当時の川崎や横浜、神奈川の様子を知る資料としても大変貴重である。
- ・川崎の浮世絵の題材として、多摩川六郷の渡しや、川崎大師を描いた作品のほか、川崎に因む歌舞伎の場面、登場人物を演じる歌舞伎役者を描いた作品までバラエティ豊かである。



柳々居辰斎
「六郷渡」



歌川豊国
「六郷渡舟図」

(3) 歴史体系に沿ったコレクション

- ・ 収集当初は、川崎や神奈川に特化した作品を収集、後に歴史を追った系統的収集へ変化
- ・ 特定の絵師やジャンル、時代に偏らない浮世絵の包括的なコレクション
- ・ 浮世絵の誕生から 300 年以上にわたる浮世絵の歴史を、総合的に幅広く体感できるのが特徴



葛飾北斎
「富嶽三十六景 凱風快晴」



東洲斎写楽
「二代目市川門之助の伊達与作」



葛飾北斎
「富嶽三十六景 山下白雨」



歌川国芳
「相馬の古内裏」



歌川広重
「名所江戸百景 亀戸梅屋敷」

第3章 開館からこれまでの運営の検証等

1 浮世絵ギャラリー運営に係る取組の検証

浮世絵ギャラリーは、令和元年12月の開館以降、基本計画の活用方針に基づき、取組を行ってきました。開館から概ね4か年が経過しましたが、開館前に想定しえなかった新型コロナウイルス感染拡大の影響や、その後の文化芸術の取り巻く状況の変化等もあることから、今後、安定的な運営につなげるとともに、効果的かつ持続可能な浮世絵等の活用の取組となるよう、これまでの取組の検証を行います。

取組内容		検証・評価
サービス内容（展示及び展示計画、ショップ販売等）		
展示物	<p>【斎藤文夫コレクション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・公益社団法人川崎・砂子の里資料館から20年間無償貸与 ・浮世絵は当初の3,000点から5,500点に増加 	<ul style="list-style-type: none"> ・「東海道五十三次」「富嶽三十六景」や肉筆画など、希少性の高いコレクションを豊富に揃えており、多様な来館者の満足度の高さに貢献している ・浮世絵の歴史を総合的に幅広く体感できる体系的なコレクションであるため、多様な企画が実施できている ・川崎や神奈川県にゆかりのある作品を起点に収集された郷土性に満ちたコレクションのため、本施設ならではの企画が展開できている
企画展	<ul style="list-style-type: none"> ・浮世絵企画展（年10回） ・学芸員による良質な展示（展示内容、キャプション等の創意工夫） ・豊富なコレクションによる多様な絵師、多彩なテーマ設定による展示 ・川崎や神奈川ならではのコレクションを活用した展示 ・ギャラリートークの定期的な開催（各企画展毎に2～7回実施） ・アンケートにおける、展示の感想「とても良い」と「良い」の合計満足度94%） 	<ul style="list-style-type: none"> ・著名な浮世絵絵師をタイトルに冠したり、主要なテーマに設定した企画展は来館者が多い ・著名な浮世絵絵師以外のコレクションも豊富なため、神奈川や川崎ならではの企画展や幅広いテーマを設定しての企画展が実施できている一方で、集客には結びつかない ・作品保護の観点や幅広い文化芸術振興の観点から集客だけを目的に、人気の企画だけを常時実施することはできない ・利用者アンケートによると、展示内容やキャプション等の質の高さが好評の要因である
ショップ販売	<ul style="list-style-type: none"> ・グッズや図録の製作及び販売 	<ul style="list-style-type: none"> ・現在の物販は主に受託販売のため、売上に対しての収益は少ないが作成経費や在庫に関するリスクはない ・オリジナルグッズが少ないため、企画展と連動したグッズ販売戦略が立てづらい

体験等 事業	<ul style="list-style-type: none"> ・東海道かわさき宿交流館との連携による体験事業（摺り体験） 	<ul style="list-style-type: none"> ・体験することで、浮世絵をより身近に感じ、文化芸術に触れあう機会につながることから、体験機会の拡充が必要 ・親子を対象とした体験事業は、若い世代への認知度向上に有効 ・市内他施設との回遊性の向上、川崎駅周辺のトータルな魅力発信に寄与
便益・利便性（売り場、利用時間等）		
展示 場所	<ul style="list-style-type: none"> ・JR 川崎駅北口直結の好立地に設置 	<ul style="list-style-type: none"> ・JR 川崎駅北口直結による利便性により、川崎駅周辺のトータルな魅力発信に寄与 ・アートガーデンの利用団体・来場者との波及的誘因効果が限定的にしか発揮されていない ・駅から施設への導線における告知物が少ない ・アートガーデン利用者が来館したくなる会場前のセールスプロモーションが必要
巡回 展示	<ul style="list-style-type: none"> ・実績なし 	<ul style="list-style-type: none"> ・レプリカを作成または購入でき、人員の確保ができれば実施可能（小中学校等でアウトリーチ授業等にも活用ができる） ・市内の公共施設等で巡回展示を図ることで本施設の認知度の向上、機会の創出につながる
オン ライン 展覧会	<ul style="list-style-type: none"> ・実績なし 	<ul style="list-style-type: none"> ・知識啓蒙や多様な鑑賞機会の創出には有効な施策であるが、オンライン展覧会を実施するための人員や予算等が必要となるため、現状では必須の取組ではない
オン ライン 販売	<ul style="list-style-type: none"> ・実績なし 	<ul style="list-style-type: none"> ・オンラインショップは収入の増加策として有効であり、かつ利用者の来館動機の増加にもつながるため、検討するべきである。ただし、サイトの構築に経費が一定程度かかる
キャッ シュレ ス対応	<ul style="list-style-type: none"> ・実施できている 	<ul style="list-style-type: none"> ・キャッシュレス利用率は現状 15%～20%程度であり、今後さらに利用が増加する見込のため、対応可能なキャッシュレスサービスの拡充を図る必要がある。
利用 時間	<ul style="list-style-type: none"> ・休館日：毎週月曜日（休日の場合は翌平日） ・開館時間：11:00～18:30（入館は 18:15 まで） 	<ul style="list-style-type: none"> ・現在の集客時間のピークは 11 時と 14 時である。 ・早く開館することにより集客数が増加する可能性があり、検討の余地がある ・仕事帰りの客層をターゲットにするには閉館時間が早いため、特定の日に限り閉館時間を延長することを検討する余地がある

広報活動等		
運営事業者等が独自に所有するメディアの活用	<p>【運営事業者が製作・所有する広報媒体を活用した広報活動】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・施設 HP、公式 SNS を通じた情報発信 ・施設パンフレット ・企画展チラシ・ポスター ・財団広報誌での記事掲載 	<ul style="list-style-type: none"> ・様々な媒体で広報をすることで幅広い年代に対する認知度向上及び集客に寄与 ・SNS は X (旧 Twitter) /Instagram/Facebook を開設済み ・X (旧 Twitter) は約 2,400 フォロワー、常時 100~300 のいいねの獲得ができているため、集客への貢献に寄与 ・類似施設では、デジタルを活用した広報として、キーワードやデザイン、記事内容、頻度等を工夫し、多数の集客につなげていることから、新規顧客の獲得にはさらなる創意工夫が必要 ・多言語対応が不足 ・小中学生にもわかるパンフレット等の作成の検討が必要 ・企画展チラシは、知識啓蒙やアーカイブ化のためにも内容を充実させた A3 チラシの作成も有効 ・SNS 等では動画を用いた告知も有効
	<p>【川崎市との連携による市の広報媒体等を活用した広報活動】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市政だよりでの記事掲載 ・市ホームページ、SNS を通じた情報発信 ・市の外国人市民代表者会議、外国人向け Facebook 及び X (旧 Twitter) での情報提供 ・区役所等のサイネージ、各所大型ビジョン等への情報掲載 ・市職員向け電子掲示板へ掲出 ・市内公共施設でのちらし配架、ポスター掲出 	<ul style="list-style-type: none"> ・多くの市民が目にするあらゆる広報媒体を通じた市民への周知により、認知度の向上に寄与 ・市施策に基づいた広報が可能 ・川崎駅周辺のトータルな魅力発信による集客が可能 ・外国人市民に対するアプローチとしても情報提供及び鑑賞の機会における多言語対応が必要
	<p>【近隣類似施設との連携強化による広報活動】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・藤澤浮世絵館、太田記念美術館、すみだ北斎美術館等の浮世絵関連施設や文化関連施設等と相互にちらし配架、ポスター掲出 	<ul style="list-style-type: none"> ・浮世絵に関心の高い来館者層への認知度向上に寄与 ・他施設との回遊性の向上に寄与

<p>運営事業者等が独自に所有するメディアの活用</p>	<p>【インバウンド客を対象とした広報活動】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光案内所（きたテラス）での広報 ・羽田空港でのちらし配架 ・経済労働局主催海外イベントでの広報 	<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンド客への集客につながるが、ホームページや企画展の広報が多言語対応していないため、現在のところ効果は低い ・訪日観光客向けのサイト等への掲載の検討
<p>有料広告媒体の活用</p>	<p>【マス広告（TV・新聞・雑誌・ラジオ）】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・パブリシティのさらなる強化を図ることができれば、有料ではなく無料で掲載してもらえるため、優先順位としては低い
<p>有料広告媒体の活用</p>	<p>【インターネット広告（PC・モバイル）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・娯楽施設サブスクリプションサービス（レジャパス）の利用開始 	<ul style="list-style-type: none"> ・マス広告やパブリシティではカバーできない層に対しての告知効果があるため、さらに拡充して実施する検討の余地はあるが経費が一定程度かかる
<p>有料広告媒体の活用</p>	<p>【OOH 広告（交通・屋外）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業運営者が運営する施設のサインエージ及び市が所有する各所大型ビジョン等への情報掲載 	<ul style="list-style-type: none"> ・自ら所有する媒体以外では実績なし ・公共交通機関や川崎駅を訪問する見込客には大変有効な策ではあるが、経費が一定程度かかる
<p>パブリシティの実施</p>	<p>【各種メディアへの積極的な露出】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新聞媒体、タウン誌、シニア世代向け情報誌等での紹介記事掲載 ・ケーブルテレビ、ラジオでの情報発信 ・インフルエンサーによる SNS を通じた発信 ・市政記者クラブへの情報提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・様々な媒体で広報をすることで幅広い年代に対する認知度向上及び集客に寄与 ・各媒体との関係構築が既にできているため、継続しての PR 活動が可能 ・他施設との回遊性の向上、川崎駅周辺のトータルな魅力発信 ・効果的なプレスリリースの立案、作成等の研修・助言が必要 ・海外向けのプレスリリースを作成し、情報提供も効果あり
<p>セールスプロモーションによる認知度向上活動</p>	<p>【イベント等への出展による認知度向上】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ミュージアの日（7月1日）でのワークショップブース出展及びコラボぬりえ配布（塗り絵応募 59 人、WS 参加 R4 331 人、R5 約 400 人） ・ランチタイムコンサートでのちらし配架 ・リパークギャラリーイベント、川崎駅前フェスへの出展 	<ul style="list-style-type: none"> ・浮世絵への興味の有無に関わらず、新たな入館者の掘り起こしに貢献 ・子どもに対し、良質な文化芸術作品に触れる機会を提供するため、浮世絵を身近に感じてもらう取組がさらに必要（小中学生にもわかるパンフレットの作成の検討、浮世絵に親しみやすく、わかりやすい体験型メニュー等の検討）

セール スプロ モーション による 認知度 向上活 動	<p>【旅行会社と連携による浮世絵ギャラリーを含む旅行商品の企画】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社に対しバスツアーや東海道ウォーキングツアー等のコースへの組み込みを働きかけ ・JR 東日本「駅たびコンシェルジュ」ツアー川崎駅等 ・宿泊施設の宿泊とセットにしたパッケージを販売（まん防発出により催行されず） 	<ul style="list-style-type: none"> ・クラブツーリズムや駅たびコンシェルジュのツアーが実施され、入館者増につながるとともに、川崎駅周辺のトータルな魅力発信となっている（計7回） ・施設規模が小さいことから、大人数の受け入れを入館者の入替制で対応するため、体験型などの他のメニューとの連携が必要
	<p>【東海道川崎宿起立400周年事業との連携】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・川崎宿起立400年プロジェクト推進会議との連携 ・ミュージアムの日（7月1日）出展時にちらし配架及びロゴマークを活用したワークショップの実施 ・スタンプラリーへの参加 	<ul style="list-style-type: none"> ・浮世絵と関連の深い東海道川崎宿起立400年と連携することで、取組の相乗効果を図ることができている ・川崎宿起立400年プロジェクト推進会議の構成団体・企業等への認知度向上や新たな連携を図れている
	<p>【グッズの販路拡大】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域活動団体制作のグッズを販売 	<ul style="list-style-type: none"> ・グッズを通じた魅力の発信や収益増に寄与 ・質の高いレプリカを作成するなど、ターゲット層にあった商品販売を検討 ・企画展と連動した戦略的なグッズ制作及び販売を検討
人的 認知度 向上活 動	<p>【川崎市内小中学校等に向けた校外学習受け入れに関する情報提供】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市立小学校長会、市立中学校長会へのPR ・市立小学校図工研究会、市立中学校美術研究会、各市立高等学校美術部、川崎総合科学高等学校へのPR 	<ul style="list-style-type: none"> ・中学校美術部の校外学習の受け入れが実施されたが大人数の受け入れが困難 ・小中学校からの校外学習がほとんどなく、子どもに対する、浮世絵文化の理解促進のため、浮世絵を身近に感じてもらう取組が必要 ・鑑賞と連動した学習効果が促進される体験型メニュー等の検討 ・小中学生にもわかるパンフレットの作成の検討
	<p>【各種団体への知名度アップのPR】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域活動団体等への営業活動（ちらしの配架をはじめ、連携した取組の実施を検討） 	<ul style="list-style-type: none"> ・シニア系団体（450団体）、老人福祉センター及び老人いこいの家（55施設）、近隣商業施設や企業、文化施設会員（4300人）、音楽活動団体（100団体）、音楽イベント団体、ウォーキング団体等多くの会員を有する団体や発信力の高い地域密着の団体、また、周辺でイベント等を行う団体を通じた認知度の向上に寄与 ・経済的、社会的に不利な人たちへの配慮として、無料開放日の設定を検討

<p>人的 認知度 向上活 動</p>	<p>【市内宿泊施設と広報協力等の連携（東海道かわさき宿交流館と共同の取組）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内宿泊施設の集まり（川崎ホテル連絡会）で浮世絵ギャラリーをPR ・近隣宿泊施設でのちらし配架やHPへの情報掲載等の広報協力を依頼 	<ul style="list-style-type: none"> ・国内外からの宿泊客やレストラン利用客に対する認知度向上及び集客に寄与 ・コロナの影響が減少し、インバウンドの誘客を図るため、多言語対応の取組が必要
---------------------------------	---	---

【これまでの取組等の検証の総括】

浮世絵コレクションについては、「東海道五十三次」「富嶽三十六景」や肉筆画など、希少性の高いコレクションが豊富に揃っていることに加え、展示内容については、作品保護の観点や幅広い文化芸術振興の観点から、集客だけを目的に人気の企画だけを常時実施することはできないものの、展示内容やキャプション等の質の高さは評価することができます。

収支改善に向けた入館者増の取組と併せて、文化芸術振興の観点も踏まえ、より多くの市民等へ浮世絵に触れてもらう機会を増やすため、浮世絵摺り体験等の体験事業や巡回展示、学校へのアウトリーチなどが効果的と考えられますが、現在、体験事業の回数は少なく、その他の取組についても実施できていません。

広報についても、現在、様々な媒体を活用できていますが、入館者を増やすための多言語対応や子ども向けの広報が不足している状況です。

また、集客につながる魅力的な販売戦略も効果的と考えられます。

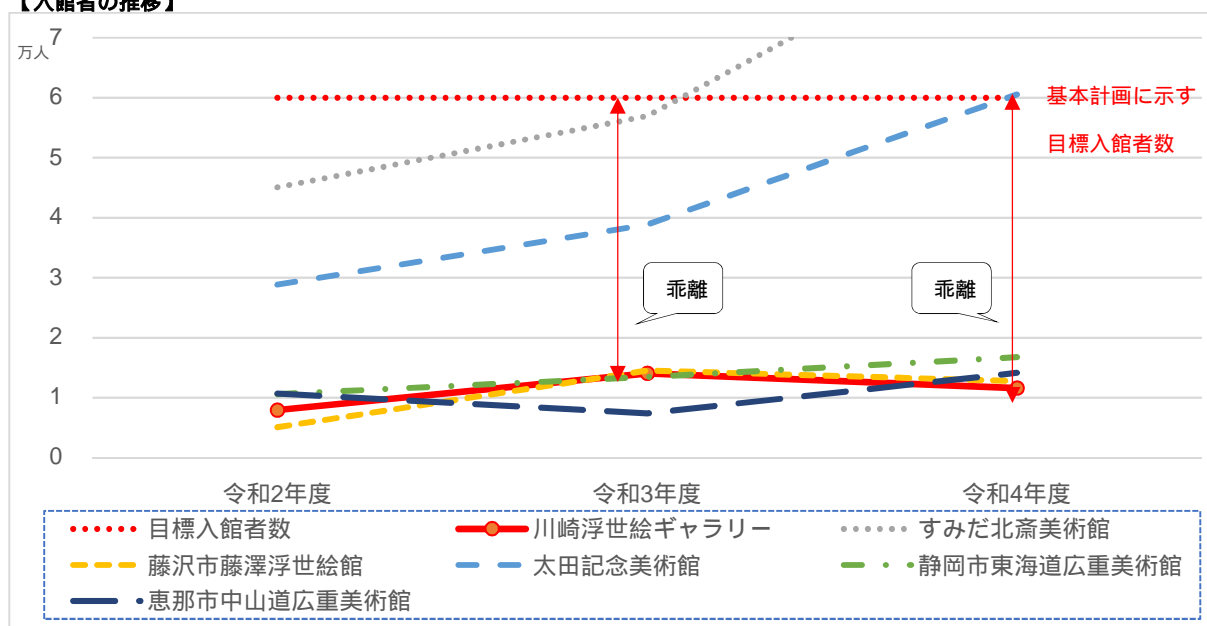
2 目標入館者数の検証

入館者数の推移、類似施設の現状など、開館からこれまでの実態を踏まえた検証を実施します。

(1) 浮世絵ギャラリー及び類似施設の入館者数の推移

令和4年度に運営改善計画に基づく入館者増に向けた取組を進めたものの、入館者数は令和3年度より減少するなど目標入館者数と大きく乖離した状態であり、基本計画に示した目標入館者数（年間6万人）の妥当性を考察する必要があります。

【入館者の推移】



浮世絵ギャラリーは施設規模は小さいものの、1㎡当たりの入館者数において類似施設と比較すると、高い数字となっていることから、現状の入館者数が著しく少ないものではありません。

(入館者数の推移)

(単位：人)

施設名	延床面積 (㎡)	入館者数			㎡あたりの 入館者数 (R4)
		令和2年度	令和3年度	令和4年度	
川崎浮世絵ギャラリー	150	7,961	14,078	11,584	77.2
すみだ北斎美術館	3,279	45,070	56,978	90,466	27.6
藤沢市藤澤浮世絵館	845	5,095	14,532	12,772	15.1
太田記念美術館	非公表	28,856	38,848	60,551	-
静岡市東海道広重美術館	1,341	10,607	13,484	16,766	12.5
恵那市中山道広重美術館	1,620	10,694	7,397	14,154	8.7

令和5年4月～9月までの総入館者数7,891人

(2) 施設規模からの考察

コンパクトな展示室スペースで鑑賞環境を維持できる適正な人数を算出し、施設規模から見た最大入館者数を検討すると、年間約 17,382 人となります。

<算出方法>		A 1日当たりの適正な入館者人数
ア 適切な観賞環境を維持した最大収容人数		
①浮世絵ギャラリーの鑑賞スペース(80㎡) / ②一人当たりの適切な鑑賞スペース(9㎡)		
イ 1日の最大回転率		
×	③開館時間(7.25h) / ④1人当たりの観賞時間(1h)	B 年間の開館日数
		× 開館日数(270日) = 17,382人/年間

A	1日当たりの適正な入館者数	64.38人	ア×イ
	ア 適切な観賞環境を維持した最大収容人数	8.88人	①/②
	① 浮世絵ギャラリーの鑑賞スペース	約80㎡	100㎡の内、展示スペースを除いた数値
	② 1人当たりの適切な鑑賞スペース	約9㎡	作品が小さいため、隣同士のスペースを広く確保
	イ 1日の最大回転率	7.25h	③/④
	③ 開館時間	7.25h	開館時間(11:00~18:30) ※閉館前15分は入場制限
	④ 1人当たりの観賞時間	約1h	展示数(約55点) × 1作品の鑑賞時間(1分強)
B	年間の開館日数	約270日	休館日を除いた日数
	施設規模から見た最大入館者数	約17,382人	A × B

(3) 文化芸術振興会議からの評価・提言

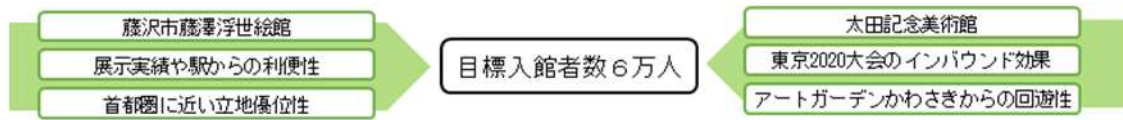
附属機関である文化芸術振興会議が、文化芸術振興条例に基づく文化アセスメントを実施し、文化政策的提言を受けました。

評価	提言
<ul style="list-style-type: none"> コンパクトな展示室スペースでの鑑賞できる適正な人数及び鑑賞環境を維持するには、入場者数5万人 という当初の設定は現実的ではない。 文化財団作成の事業計画の目標入館者数 現在の3倍の入場者数で採算がとれる想定ではあるが、鑑賞が困難になるほどの混雑は満足度の低下につながるため、採算性よりクオリティを優先する考え方もある。 	<ul style="list-style-type: none"> 展示室の規模等を考慮すると、市内外をターゲットにした入場者数の設定などの基本計画等の抜本的な見直しを行うことが望ましい。

(4) 基本計画策定時の目標入館者数の考え方

展示規模の類似性の観点から藤沢市藤澤浮世絵館の年間4万人(開館から1年間)や、渋谷区にある太田記念美術館の年間8万人を参考としました。

また、本コレクションの他館での展示実績(三菱1号館美術館の69日間で約66,000人を集客)や駅からの利便性、首都圏に近いという立地優位性、東京2020大会を背景としたインバウンド効果を見込み、アートガーデンかわさきの年間4万人を超える入館者の回遊性も期待し、年間6万人を目標としました。



期待どおりの東京2020大会を背景としたインバウンド効果やアートガーデンかわさきの入館者の回遊がなかった実態や施設規模を考慮していなかった目標入館者数は、見込みが過大であったといえます。

3 入館料及び収支の検証

基本計画では、運営事業費については入館料及びグッズなどの物販収入を充てることを原則としていましたが、開館以降、目標入館者数が基本計画と大きく乖離した状況により、収入が基本計画と比べ大幅に不足していることから、入館料及び収支の検証を行います。

(1) 入館料の検証

浮世絵ギャラリーの収入源は、入館料や物販収入等があるが、収支を検証するに当たり、大きな収入源である入館料の額について検証します。

ア 入館料の位置付け

入館料については、運営事業者である文化財団が本計画を踏まえ、浮世絵ギャラリーの安定的な運営かつ公共性、文化芸術振興を考慮し設定するものとなります。

イ 文化芸術振興会議からの評価・提言

評価	提言
<ul style="list-style-type: none"> 入館料が安価な美術館等は市場では成り立たない。 入館料と物販のみで運営することは現実的ではない。 	<ul style="list-style-type: none"> 採算性よりも鑑賞のクオリティを維持しつつ、多くの市民、特に経済的、社会的に不利な人たちへの配慮を考える必要がある。

ウ 入館料と展示点数の相関関係の考察

入館料の設定は概ね展示点数との相関があるため、他の美術館の展示点数と入館料との相関を検証します。

基本計画策定時から各館ともに大きな変化はなく、1作品当たりの入館料は4～9円の範囲となっており、浮世絵ギャラリーについては、1作品当たりの入館料は9円で比較的高く、増額は適当ではないと考えられます。

美術館名	所在地	基本計画参考時			直近年度			
		点数	料金 / 点数	入館料 (円)	点数	入館料 (円)	入館料 / 点数	参考にした企画展等時期
川崎浮世絵ギャラリー	川崎市				55	500	9	
秦野市立宮永岳彦記念美術館	秦野市	40	8	300	40	300	8	常設展
静岡市東海道広重美術館	静岡市	60	9	510	60	520	9	常設展
横浜市歴史博物館	横浜市	64	5	300	64	400	5	常設展
太田記念美術館	渋谷区	70	10	700	180	1,200	7	2023
新潟市美術館	新潟市	115	9	1,000	230	1,000	4	2017
名古屋市博物館	名古屋市	132	10	1,300	150	1,300	9	2019
北九州市立美術館	北九州市	140	9	1,300	150	1,200	8	2021
八王子市夢美術館	八王子市	140	4	600	150	800	5	2022
神戸市立博物館	神戸市	142	10	1,400	170	1,500	9	2016
仙台市博物館	仙台市	145	8	1,200	165	1,200	7	2015
福岡市博物館	福岡市	170	8	1,300	150	1,400	9	2019
広島県立美術館	広島県	175	7	1,200	230	1,400	6	2021
千葉市美術館	千葉市	187	6	1,200	220	1,500	7	2022
大阪市立美術館	大阪市	190	7	1,400	200	1,400	7	2019
札幌芸術の森美術館	札幌市	200	7	1,400	150	1,200	8	2017
うらわ美術館	さいたま市	200	3	610	160	620	4	2023

エ 入館料の考え方

上記の検証から、入館料について、500円の現状維持は妥当であると言えます。

(2) 収支の検証

基本計画で示した想定収支や他都市類似施設の考察から浮世絵ギャラリーの収支を検証します。

ア 文化芸術振興会議からの評価・提言

取組項目	評価	提言
運営事業費について	・展示替費用や人件費など固定経費が大半を占め削減が困難である。	・入場料収入と物販収入のみで人件費も含めた運営費を賄うことは現実的ではない。
浮世絵コレクションの活用について	・文化的、歴史的にも非常に高い価値を有する財産のため、文化芸術の振興に意義深い。 ・限られた展示スペースの中でも大変質が良く、満足度の高い企画展を開催している。 ・市の文化的施策の視点と合致した取組である。	・貴重な地域の文化資源に触れる機会の創出など、川崎の歴史的文化的資源の活用による公共性、公益性の高い、意義のある取組として、現状の企画展等の質の高さを維持しながら、継続が望ましい。

イ 類似施設の考察

他の類似施設を考察すると、文化芸術振興会議からの提言のとおり、入場料収入と物販収入のみで運営費を賄うことはできず、市からの財政的な支出があります。また、浮世絵ギャラリーは他都市の類似施設などの年間支出合計額における入館者一人当たりの支出額での比較において、他施設より少ないことから効率的な運営ができています。

(単位：千円)

施設名		川崎市 川崎浮世絵ギャラリー			藤沢市 藤澤 浮世絵館	恵那市 中山道広重 美術館	静岡市 東海道 広重美術館
運営及び法人形態		文化財団による運営		民間会社による運営	市直営	指定管理者 公益社団法人	指定管理者 NPO 法人
科目		基本計画	令和4年度	見積	令和4年度	令和4年度	令和元年度
		想定	決算		決算	決算	決算
収入	事業収入	18,000	4,349	5,670	0	3,614	7,874
	物販及び その他収入	6,000	624	4,100	2,882	7,868	2,692
	市からの財政支出	0	0	0	35,917	45,833	33,371
	年間収入合計 (A)	24,000	4,973	9,770	38,799	57,315	43,937
支出	人件費	14,000	13,211	29,195	29,270	22,859	16,677
	事業費	7,400	6,935	14,343	9,529	12,763	22,223
	施設費	1,700	2,026	3,756		24,649	
	管理費	0	0	4,509	0	0	0
	年間支出合計 (B)	23,100	22,172	51,803	38,799	60,271	38,900
収支 (A-B)		900	17,199	42,033	0	2,956	5,037
入館者数 (人)		60,000	11,584		12,772	14,154	19,955
入館者一人あたりの支出額(円)		385	1,914		3,038	4,258	1,949

ウ 受益者負担の考え方

本市は、公の施設の使用料・手数料を、受益と負担の適正化の観点から、コストを入館料に適切に反映するため、使用料・手数料の設定基準を設定しています。受益者負担と公費負担の割合は、公共関与の必要性や民間における同種・類似サービスの提供の状況等に応じて、標準的な負担割合を決定しています。

浮世絵ギャラリーは、公の施設ではありませんが、美術館に類する施設という公共性・公益性が高い施設であり、使用料・手数料の設定基準を準用した場合、文化芸術施設に相当することから、公共関与の必要性の度合いが中程度、民間同種・類似施設が少ないため、受益者負担割合は25%、公費負担割合は75%となります。

エ 収支の考え方

経費は、展示替え費用や人件費など固定経費が大半を占め削減が困難であり、入館料と物販等の収入で、運営費を賄うことは限界があります。

安定的な管理運営を確保し、文化芸術を振興するためには、検証のとおり、運営費に対する補助が必要です。

4 運営事業者の検証

アートガーデンかわさきとの一体的な管理や本市の文化芸術振興等の観点から効率的・効果的な運営が期待できる文化財団と、民間のノウハウにより効率的・効果的な取組が期待できる民間事業者による運営を比較すると、文化財団に優位性があります。

項目		現運営事業者：川崎市文化財団	民間事業者
組織体制	経営理念	市の施策をベースに据えた理念を有する	団体がそれぞれ重要と考える理念を有する
	本部・本社	市内に有する	必ずしも市内とは限らない
	計画的・発展的な運営	安定的な運営だけではなく、文化芸術振興の観点を踏まえた、長期的かつ効果的な企画等が期待できる。	事業者が変更になる可能性があるため、長期にわたっての企画や広報の計画が立てづらい
	専門的な技術・能力・知見・経験（ノウハウ）	市内で38年にわたる事業実施の経験や複数の文化施設を運営している実績を有する既に当施設を3年以上運営している	民間ノウハウを活用した創意工夫による最新のサービスを基にした運営が可能である
人員体制	人員配置	長期的な運営計画による安定した人員配置が可能である 市内に本部を有するため、本部人員やアートガーデンも含めた効率的な人員配置が可能である	施設規模が小さいため、効率的な人員配置が難しい
	専門性	既にコレクションを活用し、理解している学芸員が所属している 市内の歴史・文化を理解する学芸員が所属している	浮世絵に関する専門知識があり、美術館の運営も可能な事業者である必要がある
事業サービス	施設管理・施設修繕等	文化財団が運営するアートガーデンかわさきとの一体的な施設管理が可能であるため、効率的・効果的な運営ができる	文化財団が運営するアートガーデンとは別管理になり、スケールメリットを活かせないため、費用が増加する可能性がある
	受付対応	財団が運営するアートガーデンかわさきとの一体的な受付運営が可能であるため、効率的・効果的な運営ができる	当施設専用の受付を配置しないとけないため、費用が増加する可能性がある
	開館時間	柔軟に対応できる	柔軟に対応できる
	展示や事業	既に3年以上にわたるコレクションを活用した企画展示を行っている経験をベースとした展示計画が可能である	コレクションの理解は一からとなるが、事業者によっては、ノウハウを活かした展示企画や事業が可能である
	物販	物販に豊富な経験を有している団体ではないため、民間と比較すると期待ができない	民間ならではの創意工夫があるグッズ販売等に期待ができる
	地域連携・市民参画	事業や広報等において、財団が運営する公共施設や長年にわたる地域団体とのネットワークを活用した連携が期待できる	運営事業者によってネットワークの有無、広さ等が異なる。事業者が変わると一からの構築となる可能性がある

	入館料	文化芸術振興の観点と他都市類似施設の入館料を参考に文化財団が事業計画に基づき決定する	コストや他都市類似施設等の入館料との均衡を勘案し、決定する
予算	事業運営費	財団が有しているリソースにより人件費や施設管理費、広報費等において創意工夫ができる余地があり、コストは最低限に抑制できる	固定経費が大半を占めていることに加え、施設規模が小さいことやアートガーデンとは別管理になることで民間の創意工夫を活かした手法が限定されてしまうため、費用が増加する可能性がある
	収支バランス	最低限、原価と収入がイコールでも問題はない 最低限のコストに対しての収入計画で良い	支出は大幅なコストダウンが難しい。民間は原価と収入がイコールになるだけではなく、利益をつくる必要があるため、市のコストは増加する

【運営事業者の検証の総括】

文化財団は、市内で複数の文化施設の運営や事業を38年にわたり運営している実績、経験を有しています。また、市内に本部を有するため、本部人員も含めた効率的な人員配置が可能であることに加え、施設管理においても、アートガーデンかわさきとの一体的な運営が可能であるため、効率的・効果的に事業の展開ができています。

また、長期的な視点で事業を展開することが可能と考えられ、既に3年以上にわたるコレクションを活用した企画展示を行っている経験をベースとした展示計画が可能なことや、事業や広報等においては、文化財団が運営する公共施設や長年にわたる地域団体とのネットワークを活用した連携が期待できます。

事業費については、文化財団が有しているリソースにより人件費や施設管理費、広報費等において創意工夫ができる余地があり、コストは最低限に抑制できています。

しかしながら、物販に関しては、豊富な経験を有している団体ではないため、民間と比較すると期待ができないと考えられます。

民間事業者は、民間ノウハウを活用した創意工夫による最新のサービスを基にした運営、特に、民間ならではの創意工夫があるグッズ販売等に期待ができます。また、事業者によっては、展示可能な浮世絵コレクションの理解は一からとなるが、ノウハウを活かした展示企画や事業が可能と考えられます。しかし、事業者が変更する可能性があることから、長年にわたっての企画が立てづらいことが考えられます。

また、支出は大幅なコストダウンが難しいことに加え、アートガーデンかわさきとは別管理になること、民間事業者として利益をつくる必要があることから、費用は増加する可能性があります。収入の増加については、民間ノウハウに期待ができる一方、施設規模から、大幅な入館者数の増加は難しいと考えられます。

以上のことから、文化財団と民間事業者による運営を比較すると、文化財団に優位性があります。

5 市民意見の把握

浮世絵ギャラリーの来館者アンケート、ミュージアムの日や川崎駅前フェス（東口フェス）にイベント出展をした際に収集したアンケート、市内宿泊者アンケートの結果は次のとおりです。

種類	内容
来館者アンケート	<ul style="list-style-type: none"> ・ 浮世絵ギャラリーの展示の感想は、「とても良い」69%、「良い」25%であり、合計が94%。作品の良さと丁寧な解説が主な要因。 ・ 2回以上の来館者は36%のため、多くの新規入館者を集客できれば高いリピート率により来館者増につながる。 ・ 来館者は50代～70代は各20%台であるが、10代は3%、20代は6%、30代は7%と来館者が少ない ・ 入館者は、川崎市内が36%、神奈川県内31%、東京都内22% ・ 展示を知った手段として、川崎市の広報物18%、チラシ16%、公式SNS12% ・ 来館者のうち、観光目的は5%
イベントアンケート	<ul style="list-style-type: none"> ・ 浮世絵ギャラリーの認知度は30%弱と認知度は低い（川崎北部の割合は1%） ・ 浮世絵ギャラリーを知った手段として「市政だより」が49% ・ 「行ってみたい」、「内容次第で行ってみたい」の割合は87% ・ 浮世絵について学べたり、子どもが楽しめる企画、北斎等の有名絵師の企画であれば行ってみたいとの回答が多い。
市内宿泊者アンケート (設問は2問)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 浮世絵ギャラリーの認知度は10%と認知度は低い ・ 関心度は5段階の内、3～5の合計割合が77%と関心は高い。

アンケート結果の詳細は44ページ「資料4 アンケート結果」に掲載

第4章 文化芸術を取り巻く状況と浮世絵等の活用の課題

1 本市の文化芸術を取り巻く状況

(1) アート・フォー・オールに向けた取組

本市は、文化芸術活動を通して、自由で多彩なアイデアが次々と生まれ、寛容で、多様性のある豊かな交流によって、新たな価値を創造し、社会的課題の解決につなげていくために、誰もが文化芸術に触れ、参加できるアート・フォー・オールの環境づくりを進めています。浮世絵に関心が高い年代だけではなく、子どもも含め、誰もが身近に良質な文化芸術作品に触れる場や、楽しめる機会を享受できるような環境の構築や周知が必要です。また、近年、文化を介し、孤独孤立を防ぐことも期待されていることから、包摂性やアクセシビリティ、公平性の観点からも、浮世絵の活用が期待できます。

(2) ポストコロナを踏まえた取組

新型コロナウイルス感染症の拡大により、人々が身体的な接触を妨げ、心理的な距離も生じさせるなど、多くの人々が行動変容を迫られたことが文化芸術活動の縮小につながりました。令和5年5月に新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類となり、人々の活動が再開されてきています。今後は、文化芸術振興の観点から、浮世絵ギャラリーでの鑑賞に加え、浮世絵を活用した体験機会の拡充やアウトリーチの実施など、浮世絵のさらなる活用を図り、縮小した文化芸術活動を活性化させる必要があります。

また、訪日外国人観光客の受け入れ緩和に伴い、令和5年8月の訪日外国人数は215万6900人に上り、コロナ禍の影響を受けていない令和元年8月の85%超の水準に達しており、インバウンド需要は順調に回復しています。さらに、令和7年には日本国際博覧会「大阪・関西万博」、デフリンピック（東京）、世界陸上競技選手権大会（東京）そして、令和9年には国際園芸博覧会（横浜）が開催されるなど、将来的なインバウンド需要の拡大を踏まえた取組が必要となります。

2 浮世絵等の活用に向けた主な課題

これまで述べてきたとおり、開館からこれまでの運営の検証やアート・フォー・オールに向けた取組などの本市の文化芸術をとりまく現状等を踏まえ、浮世絵等の活用に向けた主な課題を次のとおり整理しました。

(1) 浮世絵ギャラリー運営に係る目標入館者数及び収支の考え方

令和4年度は緊急事態宣言などによる行動制限がなかったにも関わらず、入館者数は基本計画の目標入館者数と大幅に乖離した状況となっています。1㎡当たりの入館者数において類似施設と比較すると、高い数字となっており、現状の入館者数が著しく少ないものではありませんが、他都市の類似施設との比較や文化芸術振興会議からの提言、施設規模からも、基本計画策定時の目標設定の見込みが過大であったことから、目標入館者数の見直しが必要です。

また、浮世絵ギャラリーの主要な収入は入館料収入であることから、目標入館者数が大幅に現状と乖離した状態であるため、運営事業費(ランニングコスト)については、入場料及び物販収入で賄うことを原則とする妥当性も課題となります。

(2) 子どもに対する取組の不足

子どもが身近に良質な文化芸術作品に触れる場や、楽しめる機会として、浮世絵ギャラリーを積極的に活用する必要がありますが、現在、小中学校の受け入れはほとんどできておらず、子どもに対する浮世絵文化の理解促進は十分ではない状況です。浮世絵ギャラリーは施設規模が小さく、学年単位での校外学習を受け入れることは困難であることに加え、摺り体験などの学習効果が促進される体験・体感の取組も十分にできていません。

アンケートでは、子ども向けの企画が求められていることもあり、子どもが浮世絵に触れる機会の拡充が必要となります。

(3) 川崎北部地域の認知度不足

浮世絵ギャラリーで展示する浮世絵は、川崎や神奈川にゆかりのある作品も多く、高い郷土性があることから、浮世絵ギャラリーが位置する川崎南部地域に限らず、全市に対し、浮世絵の活用を通じ、まちへの愛着と誇りの醸成につなげる必要があります。また、アート・フォー・オールの観点からも、地域に限らず、誰もが文化芸術に触れられる機会の創出が必要です。

しかし、イベントでのアンケートによると、川崎北部に行くほど認知度が低くなる傾向があることから、川崎北部地域に対しても、浮世絵文化に触れられる機会の拡充に取り組む必要があります。

(4) インバウンド対応の不足

令和5年度に入り、訪日外国人観光客の拡大により、インバウンド需要は順調に回復してきており、今後はデフリンピック（東京）等が開催されるなど、将来的なインバウンド需要の拡大に対応する取組が求められます。

浮世絵ギャラリーは羽田空港に近いという立地の優位性から、発着便前後の立ち寄りが期待できるものの、ホームページ等の多言語対応が不足しているなど、インバウンド誘客に向けた広報やサービスが必要となっています。

(5) 経済的、社会的に不利な人たちへの配慮

文化芸術振興会議から「採算性よりも鑑賞のクオリティを維持しつつ、多くの市民、特に経済的、社会的に不利な人たちへの配慮を考える必要がある」との提言を受けています。誰もが文化芸術に触れられる環境を実現し、文化を介し、孤独孤立を防ぐ観点からも、多様性、包摂性、アクセシビリティ、公平性を踏まえ、浮世絵文化に触れられる機会の拡充に取り組む必要があります。

3 基本計画改訂の方向性

これまでの実態を踏まえた検証や、経営改善に向けた収入増加の取組などを引き続き進めた上で、安定的な浮世絵ギャラリーの運営のため、運営状況や今後の取組を踏まえた新たな目標入館者数を設定することに加え、運営事業費を入館料及び物販収入で賄うことを原則とする考え方を変更することとします。

また、本市の文化芸術振興を進めていく上で、浮世絵は貴重な地域の歴史的・文化資源となっていることから、子どもや川崎北部地域などに対し、浮世絵を活用した良質な文化芸術作品に触れる機会の拡充を図ります。

今後、安定的な浮世絵ギャラリーの運営と浮世絵を活用したさらなる文化芸術振興の両輪により、戦略的な事業展開を進めていきます。

安定的な浮世絵ギャラリーの運営

- ・ 新たな目標入館者数の設定
- ・ 運営事業費を入館料及び物販収入で賄うことを原則とする考え方の変更



浮世絵を活用したさらなる文化芸術振興

- ・ 誰もが浮世絵を活用したに触れる機会の拡充
- ・ 子供に対する取組の拡充

第5章 浮世絵等を活用した取組の方向性

1 浮世絵等の活用方針

これまでの基本計画の活用方針に加え、文化芸術振興会議からの提言や市民意見、本市の文化芸術を取り巻く状況などを踏まえ、誰もが文化芸術に触れ参加できる「アート・フォー・オールの実現に向けた環境の構築」を追加します。

(1) 川崎の「歴史×文化×芸術」資源の活用

東海道川崎宿という、川崎区を代表する歴史と文化の「道」において、長年にわたり川崎・砂子の里資料館にて親しまれてきた「公益社団法人川崎・砂子の里資料館」の浮世絵コレクションは、川崎を語る上で大切な地域の歴史文化資源のひとつであり、鑑賞だけではなく、体験・体感のプログラムやデジタル技術等の活用を通じて、東海道や川崎大師地区などの周辺地域へと歴史文化の軸をつなげていきます。

(2) 浮世絵を通じた川崎の歴史・文化の継承

芸術的価値だけではなく、東海道に始まる街道筋の暮らしや文化を視覚的に伝える資料としても価値があり、浮世絵の活用を通じて、川崎の歴史・文化や、その背景にある日本の産業文化を、しっかりと後世に伝えることで、市民の地域への愛着と誇りを醸成します。

(3) 他施設との連携による日本文化の魅力発信

「公益社団法人川崎・砂子の里資料館」の浮世絵コレクションだけでなく、東海道かわさき宿交流館をはじめとする他の施設との連携や戦略的な広報施策を通じて、川崎から浮世絵の魅力と日本文化の魅力を国内外に発信し、文化都市としての魅力の向上を図ります。

(4) 「川崎ならではの」価値によるにぎわいの創出

商業、サービス、文化・交流、行政機能が集積し、多くの利用者によって市のにぎわいの中心となっていることに加え、羽田空港に近いという立地優位性がある川崎駅周辺地区で、国際的に知名度の高い「浮世絵」を活用することで、歴史と文化と芸術とを融合させた「川崎ならではの」価値を生み出し、市民、国内旅行者に加え、ポストコロナの中で増える訪日外国人旅行者も誘客し、新たなにぎわいを創出します。

(5) アート・フォー・オールの実現に向けた環境の構築

誰もが文化芸術に触れ、参加できる環境づくり、アート・フォー・オールの取組の一つとして、浮世絵ギャラリーでの展示と併せて、アウトリーチなどの取組を進めることで、子どもや経済的・社会的に不利な人たちなども含め、貴重な地域資源である浮世絵文化に触れられる機会を創出します。

2 取組の方向性

(1) 未来を担う子どもが文化芸術に触れる機会の創出

文化芸術を活かしたまちづくりを進めるためには、まちなかや身近な場所において市民が気軽に文化芸術を楽しむことができる環境づくりに向けた取組を継続的に行い、文化芸術を楽しむ人に加えて、文化芸術活動を行う人や活動を支える人の裾野を広げていく必要があります。

子どもや若者が身近に良質な文化芸術作品に触れる場や、楽しめる機会を提供し、子どもや若者の感性を育てていくための取組を推進するなど、将来の「川崎の文化」を支える次世代の担い手の育成のため、子どもや若者に対する取組を進めていきます。

また、子どもの文化芸術に触れる機会が拡充することで、大人を誘引する効果も期待できます。

(具体的な取組例)

- ・子ども向けのわかりやすいパンフレットの作成
- ・学習効果を高める体験機会の拡充
- ・学校へのアウトリーチの実施 など

(2) 50代から70代の浮世絵の関心が高い層への更なるアプローチ

浮世絵ギャラリーは、質の高い浮世絵コレクション等に対する評価が高く、リピーターも多い一方、特に北部地域の認知度が低い状況です。文化芸術の鑑賞や活動を行うときの時間は、空いた時間での鑑賞を、文化芸術の鑑賞や活動の質は、安価での鑑賞を、文化芸術の鑑賞や活動の移動コストは、身近なところでの鑑賞を重視している傾向があるため、北部在住の市民が南部の浮世絵ギャラリーへはなかなか足が向かない傾向が推測されることから、潜在需要を掘り起こし、さらなる入館者増につなげるため、レプリカ等を活用したアウトリーチによる展示を行うなど、浮世絵の関心が高い層への更なるアプローチに取り組んでいきます。

(具体的な取組例)

- ・川崎北部地域での巡回展の実施
- ・新たな魅力が伝わる展示の実施 など

(3) 羽田空港のインバウンド需要の回復を見据えた取組

インバウンドが順調に回復するなか、羽田空港に近いという立地の優位性を踏まえ、日本の歴史的な伝統文化を伝えるとともに、さらなる入館者増に向けた取組が必要です。国内外を問わず高い文化的な価値がある浮世絵の魅力発信をすることで、都市イメージの向上につなげ、歴史と文化と芸術とを融合させた「川崎ならではの」価値を生み出し、市民、国内旅行者に加え、ポストコロナの中で増える訪日外国人旅行者も誘客し、新たなにぎわいを創出するため、インバウンドへの取組を進めます。

(具体的な取組例)

- ・ホームページやパンフレットの多言語化の充実
- ・良質な浮世絵レプリカの販売等による効果的な広報 など

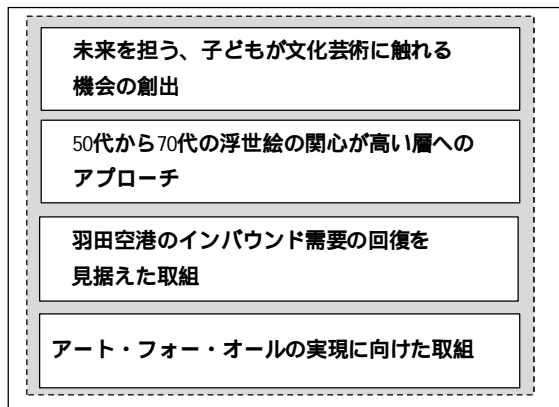
(4) アート・フォー・オールの実現に向けた取組

誰もが文化芸術に触れ、参加できる環境（アート・フォー・オール）の実現に向け、多様性、包摂性、アクセシビリティ、公平性を踏まえた、浮世絵に身近に触れられる機会の拡充に取り組んでいきます。

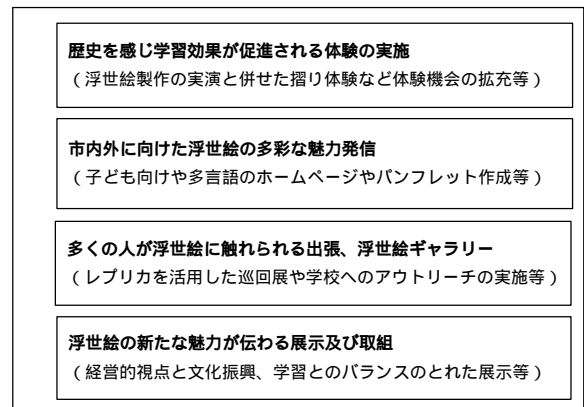
（具体的な取組例）

- ・無料開館日の実施 など

< 取組の方向性 >



< 具体的な取組 >



第6章 浮世絵ギャラリーの運営計画

1 目標入館者数について

検証結果を踏まえ、これまでの企画展の実績や施設規模から、良質な鑑賞環境を確保した場合の新たな目標入館者数を設定します。

(1) これまでの企画展の実績からの考察

新型コロナウイルス感染拡大による休館がなかった令和3年度と令和4年度における企画展ごとの総入館者数から目標入館者数を検討します。

1日平均入館者数が最も多かった企画展と最も少なかった企画展について、仮に年間(270日)を通じて展示した場合の入館者数から算出します。

浮世絵は紫外線に弱い等の特性があるため、作品保護の観点から、浮世絵ギャラリーでは作品の展示日数を約30日とし、展示後は約1年間展示することはできません。

	企画展名	1日平均入館者数	開館日数	想定入館者数
最多	世界の犬北斎展(前期)	73人/日	270日	19,710人
最少	今に見る江戸美人	29人/日	270日	7,830人

これまでの企画展から考察した入館者数の範囲は「7,800人～19,700人」

(2) 施設規模からの考察(再掲)

コンパクトな展示室スペースで鑑賞環境を維持できる適正な人数を算出し、施設規模から見た最大入館者数を検討すると、年間約17,382人となります。

＜算出方法＞		A 1日当たりの適正な入館者数
		ア 適切な観賞環境を維持した最大収容人数
①浮世絵ギャラリーの鑑賞スペース(80㎡) / ②一人当たりの適切な鑑賞スペース(9㎡)		
イ 1日の最大回転率		B 年間の開館日数
× ③開館時間(7.25h) / ④1人当たりの観賞時間(1h)	×	開館日数(270日) = 17,382人/年間

A	1日当たりの適正な入館者数	64.38人	A×イ
ア	適切な観賞環境を維持した最大収容人数	8.88人	①/②
	① 浮世絵ギャラリーの鑑賞スペース	約80㎡	100㎡の内、展示スペースを除いた数値
	② 1人当たりの適切な鑑賞スペース	約9㎡	作品が小さいため、隣同士のスペースを広く確保
イ	1日の最大回転率	7.25h	③/④
	③ 開館時間	7.25h	開館時間(11:00～18:30) ※開館前15分は入場制限
	④ 1人当たりの観賞時間	約1h	展示数(約55点)×1作品の鑑賞時間(1分強)
B	年間の開館日数	約270日	休館日を除いた日数
施設規模から見た最大入館者数		約17,382人	A×B

(3) 文化芸術振興会議からの評価・提言 (再掲)

取組項目	評価	提言
入場者数の目標設定について	<ul style="list-style-type: none"> コンパクトな展示室スペースでの鑑賞できる適正な人数及び鑑賞環境を維持するには、入場者数5万人 という当初の設定は現実的ではない。文化財団作成の事業計画の目標入館者数 現在の3倍の入場者数で採算がとれる想定ではあるが、鑑賞が困難になるほどの混雑は満足度の低下につながるため、採算性よりクオリティを優先する考え方もある。 	<ul style="list-style-type: none"> 展示室の規模等を考慮すると、市内外をターゲットにした入場者数の設定などの基本計画等の抜本的な見直しを行うことが望ましい。

(4) 新たな目標入館者数

浮世絵ギャラリーのこれまでの企画展から考察した入館者数や施設規模における鑑賞できる適正な人数及び鑑賞環境の維持などを踏まえ、新たな目標入館者数は17,000人とします。

また、アウトリーチ等の取組により、浮世絵ギャラリー以外でも浮世絵に触れる機会の拡充を図り、文化芸術振興を推進していきます。

2 想定収入及び想定支出について

(1) 想定収入

新たな目標入館者数に基づく入館料収入を想定するとともに、活用可能な助成金等も継続的に情報収集に努め、収入確保に取り組みます。

	基本計画	R4年度	R6以降	
収入額	2,400万円	497万円	740万円	想定収入の概要
入館料(500円) 基本計画は300円で算出 ・高校生以下、障がい者手帳をお持ちの方とその介護者1名は無料 年間パスポート(3,000円)	1,800万円	435万円	650万円	・500円×10,710人 ・年間パスポート3,000円×延べ3,230人/年10回 ・新聞招待、サブスクなど
グッズ、図録販売(直売と販売手数料)	600万円	53万円	90万円	直売30,000円×12月 手数料45,000円×12月
その他収入(助成金)	-	-	110万円	・活用可能な助成金等の申請

(2) 想定支出

近年の物価高騰及び最低賃金改定に伴う賃金単価上昇の影響を受ける中、受付業務の効率化などを行うことで、基本計画で示した想定支出額での運営ができています。

また、文化芸術振興会議からの評価にもあるとおり、展示替費用や人件費など固定経費が大半を占め、これ以上の削減が困難な状況ではありますが、経営的な視点を踏まえ、引き続き、運営経費の縮減に努め、文化芸術振興に向け、効率的・効果的な運営に向けた取組を進めていきます。

	基本計画	R4年度	R6以降	
支出額	2,310万円	2,218万円	2,960万円	想定支出の概要
人件費	1,400万円	1,321万円	1,250万円	学芸員、受付、旅費交通費等
事業費	740万円	694万円	1,420万円	各種事業、広報、グッズ・図録制作、作品運搬、消耗品、通信費、保険等
施設費	170万円	203万円	290万円	光熱水費、施設保守点検、事務機器等賃借料、清掃業務、機械警備等

【基本計画時からの増加要因】

浮世絵ギャラリー運営に必要な人件費、事業費及び施設費に加え、子どもや川崎北部地域など、より多くの市民が浮世絵に触れる機会の創出など、目標入館者数に向けた取組に係る費用等を計上する。

人件費

- ・最低賃金上昇分等

事業費

- ・子どもに対する取組に係る費用

将来の「川崎の文化」を支える次世代の担い手を育成する観点から、学校へのアウトリーチや学習効果を高める体験機会の拡充などの事業に係る費用

- ・川崎北部地域などに対する取組に係る費用

認知度が低い北部地域に対し、巡回展示等のアウトリーチ事業を行うためのレプリカ購入費用や事業実施費用など

- ・インバウンド対応に係る費用

川崎市の魅力発信などに資するため、ホームページやパンフレットの多言語化に要する費用 など

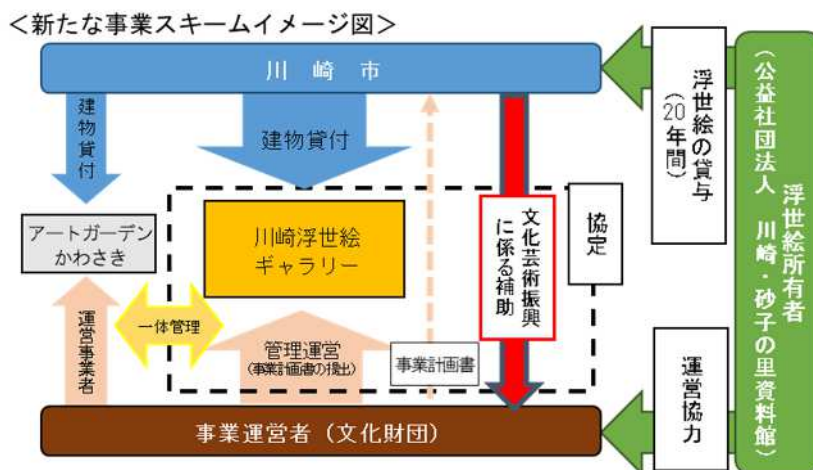
施設費

光熱水費の高騰分、清掃業務に従事する人員の最低賃金上昇分

(3) 収支の考え方

経費は、展示替え費用や人件費など固定経費が大半を占め削減が困難であるため、入館料と物販等の収入で運営費を賄うことは限界があり、安定的な管理運営を確保し、文化芸術を振興するためには、検証のとおり、運営費に対する補助が必要です。なお、補助金の算定に当たっては、使用料・手数料の設定基準を準用します。

補助額は、想定として2,220万円と試算しているが、活用可能な助成金等も加味した上で、毎年度所要額を調整していきます。



【文化芸術振興に係る補助】

浮世絵ギャラリーにおける企画展示 未来を担う子どもに対する取組
 関心が高い層への更なるアプローチ 巡回展などアウトリーチ
 インバウンド需要の回復を見据えた取組 等

3 物販

他の類似施設のグッズ開発を参考にしながら、東海道かわさき宿交流館との関連性を活かした浮世絵関連グッズ等のオリジナルグッズの販売や他の類似施設と連携した取組などを検討します。

また、砂子の里・資料館と連携し、企画展、コレクションに関連した図録も販売します。あわせてオンラインショップの開設の検討を行うとともに、質の高いレプリカの販売による新たな来館動機の創出など、収入確保に向けた取組を進めます。

【現在販売しているグッズ】

- ・(直販) ポールペン、オリジナルクリアファイル、ポスター、オリジナル図録 等
- ・(受託) ポストカード、クリアファイル、マスキングテープ、手ぬぐい、メモ帳
一筆箋、書籍、浮世絵巾着、浮世絵小銭入れ 等

【新たに想定されるグッズ】

- ・レプリカ、ガチャガチャ、浮世絵カレンダー、エコバッグ、扇子 等

4 広報

多様なメディアを効果的に組み合わせて有益な情報を発信し、浮世絵ギャラリー及び浮世絵コレクションの認知度を向上させるとともに、従来の利用者に加え、新たな層を発掘し、浮世絵ギャラリーの入館者の増加や浮世絵に触れる機会の拡充を図ります。

【これまでの広報の取組】

施設ホームページ、公式SNS、企画展毎のチラシ、本市の広報媒体の有効活用、近隣類似施設との連携、浮世絵ギャラリーを含む旅行商品の企画への働きかけ、市内小中学校等に向けた校外学習受入れに関する情報提供、市内宿泊施設への広報協力依頼など

【令和5年度の新たな広報】

京急電鉄が沿線エリアを紹介するWebサイト「川崎COCOON」への掲載やJAL機内誌（令和6年1月号）への掲載、東海道川崎宿スタンプラリー2023秋におけるスタンプポイント化など、新たな費用をかけず効果的な広報を実施

【今後の新たな広報】

従来の取組を継続するとともに、新たに、施設パンフレットやホームページ等の多言語対応、海外向けも含めたプレスリリースの強化、SNS・動画等効果的なPR施策の研修参加、有料告知媒体や交通・屋外広告の活用等も検討

5 文化財団による事業計画書の提出

浮世絵を活用することで、文化芸術振興を推進し、誰もが浮世絵に触れる機会を創出するため、作品との親和性のある東海道等を中心とした川崎の歴史・文化にまつわる魅力の発信や川崎ならではの価値を発揮するにぎわいの創出、子どもや川崎北部地域などへのアプローチ等の取組を進めるとともに、効率的な事業実施により、安定的な運営の確保ができるよう、展示計画や事業実施等に関する「事業計画書」を毎年文化財団が作成し、より良い運営を目指します。

事業計画書については、浮世絵の特性を活かした効果的な企画の実施や効率的な施設運営につなげるため、次の事項を想定しています。

また、市と定例的な打合せを行い、運営に係る課題等を共有し、運営していきます。

なお、各年度、事業計画書に対する事業報告書を市に提出するものとします。

運営計画	開館日や時間、入館料など、施設運営の基本となる効果的・効率的な運営方法
展示・事業企画	浮世絵コレクションの活用による企画展示 巡回展示を含む浮世絵ギャラリーにおける展示以外の事業
連携企画	他の施設等との連携による回遊性等の向上に向けた取組
広報計画	来館者の確保・施設の魅力発信に向けた広報、近隣商業施設等との連携、様々な広報媒体を活用した広報計画
効率的な収支計画	浮世絵ギャラリーの管理運営に必要な歳入・歳出計画
歳入確保策	入館者増に向けた取組 グッズや図録作成販売計画

【今後の運営にあたって】

浮世絵は、本市の文化芸術振興を進めていく上で、貴重な地域の歴史的・文化資源です。浮世絵を活用することは、市民をはじめ、国内外からの誘客や回遊性の向上、にぎわいの創出に加え、アート・フォー・オールの実現にもつながります。さらに、近年、文化を介し、孤独孤立を防ぐことが期待されており、多様性、包摂性、アクセシビリティ、公平性の観点から、浮世絵を活用し、身近に良質な文化芸術作品に触れる場や、楽しめる機会を提供していくための取組を推進することが、より一層求められることから、その実現のため、浮世絵ギャラリーの安定的な運営が必要不可欠です。今後の浮世絵ギャラリーの運営にあたっては、文化財団から、毎年、事業計画書の提出を受け、定例的に市との打ち合わせを行うことで、安定的かつ効果的な運営を行っていきます。

今後も、入館者増等の収入確保に向けた取組や運営面の課題への対応を図り、浮世絵ギャラリーを安定的に運営するとともに、本市の文化芸術振興を推進するため、より戦略的な事業展開を進め、浮世絵のさらなる活用を図っていきます。

資料編

資料1 川崎市文化芸術振興会議による文化アセスメント実施結果

令和5年6月6日

川崎市長 福田 紀彦 様

川崎市文化芸術振興会議 会長 垣内 恵美子

令和4年度文化アセスメント実施結果の報告について

川崎市文化芸術振興条例第8条の規定に基づき、令和4年度の文化アセスメントを実施いたしましたので、結果を御報告いたします。

文化アセスメントは、市民生活の充実やまちづくりの進展に向けて取り組まれている「第2期川崎市文化芸術振興計画（改訂版）」上の重要な事業を選び、その事業の取組内容について実地により確認を行いながら、事業の目的や文化芸術性、市民との関わり、効率性などについて総合的に検証した上で、川崎市文化芸術振興計画の目的達成に向けた改善の方向性等について文化政策的提言を行うものです。

令和4年度の文化アセスメントの対象事業は、令和元年12月に開館した、公益社団法人川崎・砂子の甲資料館から市が無償貸与された浮世絵コレクションの作品を展示する「アートガーデンかわさき特別展示室事業（川崎浮世絵ギャラリー）」といたしました。

評価作業については、川崎市文化芸術振興会議の委員が川崎浮世絵ギャラリーの企画展を視察するとともに、事業関係者、担当行政部局等からのヒアリングおよび意見交換などを実施しながら調査を進め、全体討議を経て、最終的に委員全員の合意により報告書を作成いたしました。限られた時間と人的体制の中で実施されたものであり、個別には意を尽くせなかった部分も残りましたが、現時点での最善の結果報告であると考えますので、この報告が川崎市における今後の関連施策に適切に反映されることを期待いたします。

新型コロナウイルス感染症の流行を契機として人々の暮らしや価値観も変化を続けておりますが、条例の前文にもあるように、「文化芸術は、今日、市民が人間らしく豊かに暮らすために不可欠のものであり、世界平和の礎を築き、都市生活の質を高める重要な役割を担うとともに、創造的な市民や企業を育て、持続的に発展する都市をつくり出す源となるもの」であり、これまで川崎市が市民とともに積み上げてきた文化芸術活動を決して絶やさず、今後もより発展させていくことで、「個性と魅力が輝き、市民が活き活きと心豊かに暮らせるまちづくり」を進めていくことを願っています。

令和4年度文化アセスメント実施結果報告

1 対象事業及びその選定理由・実施経過

「アートガーデンかわさき特別展示室事業」(川崎浮世絵ギャラリー)

(1) 選定理由

本事業は、第2期川崎市文化芸術振興計画(改訂版)の基本目標1施策3「川崎の文化の国内外への発信」に該当する事業であり、川崎の歴史文化資源である浮世絵等の活用及び国内外の観光客の誘致などによる川崎の魅力を発信する取組としての評価と共に、今後の事業継続の手法など、今後の文化芸術振興施策をより一層推進していくため。

(2) 実施経過

- ①資料確認及び展示の視察、事前ヒアリング項目作成
令和4年9月～11月
- ②事業担当者等ヒアリング
令和5年2月10日 第60回会議
- ③報告書案の検討、確定
令和5年4月10日 第61回会議

2 評価結果

「アートガーデンかわさき特別展示室事業」(川崎浮世絵ギャラリー)

(1) 事業の目的・概要

担当課	市民文化局市民文化振興室	
振興計画上の位置づけ	基本目標 1	文化芸術や地域の特性・資源を活かしたまちづくり
	施策 3	「川崎の文化」の国内外への発信
事業概要	公益社団法人川崎・砂子の里資料館が所有する浮世絵作品を無償で貸与を受け、市が整備したアートガーデン川崎特別展示室において、公益財団法人川崎市文化財団が企画・展示を行う。	
目的	浮世絵という貴重な文化資源を活用して、歴史と文化と芸術を融合させた「川崎ならではの」価値を生み出し、市民はもとより国内外に向けてその魅力を発信することで、市民の地域への愛着やシビックプライドを醸成するとともに、都市イメージの向上や新たな賑わいの創出に寄与する。	

取組

名称	概要
アートガーデンかわさき特別展示室事業(川崎浮世絵ギャラリー)	<p>1 企画展(令和4年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今に見る江戸美人 国貞・英山・英泉 (期間) 3月19日～4月24日(入館者数) 929人 ・歌川国芳 木曾街道六十九次之内 (期間) 4月29日～6月5日(入館者数) 1,311人 ・月岡芳年 新形三十六怪撰(前期) (期間) 6月11日～7月10日(入館者数) 3,405人 ※前後期計 ・月岡芳年 新形三十六怪撰(後期) (期間) 7月11日～8月21日 ・歌川広重 行書・隸書東海道(前期) (期間) 8月27日～10月2日(入館者数) 2,683人 ※前後期計 ・歌川広重 行書・隸書東海道(後期) (期間) 10月8日～11月13日 ・楊洲周延(前期) (期間) 11月19日～12月22日(入館者数) 2,052人 ※前後期計 ・楊洲周延(後期) (期間) 1月5日～2月5日 ・初期浮世絵から錦絵の誕生 (期間) 2月11日～3月19日(入館者数) 1,216人 ・文明開化を彩った横浜絵(前期) (期間) 3月25日～4月23日(入館者数) 904人

2 その他の取組

- ・各種イベントの実施
 - 東海道かわさき宿交流館との連携による「親子摺り絵体験会」41名
 - ギャラリートークの実施（学芸員による作品解説）24回
 - ※令和4年8月より開始
 - 川崎駅周辺イベントでのブース出展によるPR 5回
- ・小中高等学校との連携
 - 校外学習の受け入れに関する情報提供
 - （市立小学校園上研究会、市立中学校美術研究会、各市立高等学校）
- ・他施設、他団体との連携
 - 旅行会社等と連携した誘客 2社
 - 市内外の文化関係施設との連携した広報活動 143箇所
- ・新聞社招待の実施 644件
 - 新聞社にチケットを1枚50円で販売し、購読者プレゼント等に活用

3 運営状況

- ・入館者数 （単位：人）

		事業計画	令和2年度	令和3年度	令和4年度
有料入館者		39,600	5,308	8,930	6,971
無料入館者		10,400	925	1,823	1,506
その他	新聞社招待	405	405	796	644
	年間パスポート	1,323	1,323	2,529	2,463
総入館者数		50,000	7,961	14,078	11,584

- ・収支状況 （単位：千円）

		事業計画	令和2年度	令和3年度	令和4年度
年間収入合計(A)		26,765	8,451	6,061	4,973
年間支出合計(B)		24,464	19,528	24,947	22,172
収支(A-B)		2,301	▲11,077	▲18,886	▲17,199

※事業計画の「年間支出合計」は令和2年度～5年間の平均値

4 計画等

- ・平成30年6月：浮世絵等の活用に向けた基本方針の策定
- ・平成30年7月：浮世絵等の活用に向けた基本計画の策定
- ・平成30年8月：浮世絵等の美術品の活用に関する基本協定書の締結
- ・平成31年1月：アートガーデン特別展示室における事業計画書の提出
- ・令和元年7月：アートガーデンかわさき特別展示室の管理運営に関する協定書の締結
- ・令和元年12月：川崎浮世絵ギャラリーの開館

(2) 評価

取組への評価
<p>「アートガーデンかわさき特別展示室事業」(川崎浮世絵ギャラリー)</p> <p>(1) 事業の目的(設定の妥当性、達成度、達成手段の妥当性)</p> <p>対象事業は、浮世絵という貴重な文化資源により、川崎の歴史・文化と芸術を融合させた「川崎ならではの」価値を生み出し、市民の地域への愛着やシビックプライドを醸成することを目的として、まちなかに文化芸術が息づく魅力あるまちづくりを進める市の文化的施策の視点と合致した取組である。また、公益社団法人川崎・砂子の里資料館の浮世絵コレクションは、文化的・歴史的にも価値が高い貴重な財産であり、これを無償で活用させていただくことで、文化芸術の振興に意義のある事業である。</p> <p>しかしながら、ギャラリーへの入場者数は、事業計画策定時の想定約30%となっており、見込んだ入場者数には至っていない。これは、開館後、間もなく新型コロナウイルス感染症の影響により、国内外からの誘客ができなかったことが主な原因と考えられるものの、展示室の規模から鑑賞できる適正な人数に限りがあり、入場者数5万人という当初の設定は現実的ではない。</p> <p>事業の目的と現状を擦り合わせながら、展示室スペースの規模に見合った集客目標の設定など、妥当な事業計画などに見直す必要がある。</p> <p>東海道かわさき宿交流館、ミュージアム川崎シンフォニーホール等で行われるイベントへのブース出展や、市外の浮世絵関連施設等でのチラシ配架やポスター掲出、市や公益財団法人川崎市文化財団の広報媒体をはじめ、HPやSNS等を活用により幅広い方への広報を行っているが、現在は来館されている方が限られており、広く市民に知れ渡っているとは言い難い状況であることから、他の施設との連携や、周知広報の強化など、更なる改善の余地はある。</p>
<p>(2) 文化芸術性(独創性、育成支援)</p> <p>地域に縁のある豊富なコレクションを活かし、2つの異なるシリーズを並べて展示する歌川広重行書隸書東海道展の開催や、近隣文化施設と連携した事業の実施、立地の特色を生かした取組を行っており、年間10回程度の展覧会は全て独自企画によるものである。</p> <p>コンパクトな展示室の中でも、浮世絵の奥深さが分かる丁寧なキャプションなど、学芸員による色々な工夫を凝らした、内容的には大変質が高く、満足度が高い展覧会を開催しており、川崎浮世絵ギャラリーの良い特徴として独創性を高めている。</p> <p>学びの支援として、東海道かわさき宿交流館との連携による、「親子を対象とした浮世絵摺体験」の開催や、校外学習や中学・高等学校の美術部員の受入れ等の取組及び作品の時代背景や鑑賞ポイント等の学芸員による解説、ギャラリートークを定期的に行い、浮世絵に対する理解を深められるよう努めているものの、より広く市民が浮世絵に興味を持ってもらえるよう、開館前の団体利用の拡充や予約制の導入などにより、現在の鑑賞環境を守りながらも、育成支援に向けた効果的な取組を検討する必要がある。</p>

(3) 市民とのかかわり（参加、満足度、周知度）

多くの市民に鑑賞してもらうために、川崎歴史ガイド協会との連携や、歩こう会等の団体へ呼びかけなど、様々な広報媒体を通じて情報発信を行っており、団体での鑑賞希望があった場合は、開館前の鑑賞に対応するなど工夫し柔軟に対応しているが、入場者数を見ると多くの市民が鑑賞しているとは言い難い。

満足度としては、来館者アンケートで回答者の約76%が「とても良い」、約20%が「良い」との回答であり、保存状態や希少性など良質な作品に対する驚きや、展示内容に対して良い感想が寄せられるなど、来館者からは高評価である。一方で、来館されていない方が多くいる現状があり、来館者のアンケートのみで満足度を判断するのではなく、来館者以外にも意見を聞く工夫ができないかなどの視点も必要である。

周知の面では、若い世代に向けてはSNSを活用した呼びかけ、来館者の多くを占める高齢者に向けては、市政だよりや川崎市文化財団の広報誌などの紙媒体による広報を行い効果はあるものの、全体的に浮世絵ギャラリーの認知度が不足しているため、市民に向けて浮世絵ギャラリーを発信する工夫が不可欠である。

(4) 効率・効果（波及効果、施設の利用管理、連携協働、費用の効率化）

団体や事業者等から、ツアーなどの各種企画において浮世絵ギャラリーが組み込まれていることや、近隣の他イベントと連携の取組により、賑わいの創出やイベント主催者はじめ関係団体等との新たな関係が生まれているものと考えられ、一定の波及効果があったといえるが、文化的歴史的に価値があり貴重な財産である浮世絵を体験できるなどの、市民が恩恵を感じることができるよう、より一層の活用が必要ではある。

施設等の利用管理においては、浮世絵を展示するため、照明や温湿度管理がされており、アートガーデンを活用した親子浮世絵摺体験の実施やグッズ販売など、立地条件を有効活用している。

連携・協働においては、浮世絵作品を所蔵する公益社団法人川崎・砂子の甲資料館と展示会の企画や、関連する図録や絵はがきの制作・販売についても協議・連携の上、取組を進めているほか、東海道かわさき宿交流館や、ミュージアム川崎シンフォニーホールとの連携など、川崎市文化財団がこれまで培ってきたノウハウとネットワークを活かした取組を行っている。

費用の効率化においては、支出の節減に努めているものの、展示替費用や人件費など固定経費が大半を占め削減が困難である。そもそも、公共性の観点から、入館料を無料又は安価に設定する博物館・美術館は市場では成り立たず、類似施設である浮世絵ギャラリーを入館料と物販のみで運営することは現実的ではない。

現在の3倍の入場者数で採算がとれる想定ではあるが、鑑賞が困難になるほどの混雑は満足度の低下につながるため、採算性よりも、鑑賞のクオリティを優先する考え方もある。

現在の入館料500円という価格設定の妥当性の検討や、できるだけ多くの市民、特に経済的、社会的に不利な人たちへの配慮を考える必要がある。

総合評価

A : 継続 B : 改善 C : 見直し

評価の理由等

公益社団法人川崎・砂子の里資料館から無償貸与される浮世絵コレクションは、文化的・歴史的にも非常に高い価値を有する財産であり、それらを活用するアートガーデンかわさき特別展示室事業は、文化芸術の振興に意義深い事業である。限られた展示スペースの中でも、工夫を凝らした質の高い企画展を開催しており、文化芸術や地域の特性・資源を活かしたまちづくりや、市民が気軽に文化芸術に触れる環境の整備として、市の文化的施策の視点と合致した取組である。

一方で、事業計画策定時に見込んだ想定入場者数には至っておらず、現在のコンパクトな展示室スペースでの鑑賞できる適正な人数及び鑑賞環境を維持するには、入場者数5万人という当初の設定は現実的ではない。収支状況においても、事業計画策定時に想定した収入を大きく下回っているが、博物館・美術館に類似する浮世絵ギャラリーを入館料及び物販のみで運営する枠組みもまた現実的ではないと考える。

本事業は、川崎市文化財団のネットワークやノウハウを活かし、他施設や地域団体との連携したイベントや広報、育成など多様な取組を行っているが、現在は来館されている方が限られており、広く市民に知れ渡っているとは言い難い状況であることから、市民に向けて浮世絵ギャラリーを発信する実施手法などを工夫する必要がある。

提言

本事業は、貴重な地域の文化資源に触れる機会の創出など、川崎の歴史的な文化資源の活用による公共性、公益性の高い、意義のある取組として、現状の企画展等の質の高さを維持しながら、継続が望ましいと考える。

しかしながら、展示室の規模や東京2020大会の終了で国内外からの誘客が見込めない状況を考慮すると、市内外をターゲットにした入場者数の設定などの基本計画や運営業務などの事業スキームの抜本的な見直しを行うことが望ましい。

また、魅力的な川崎の文化芸術の一つとして市民に認知をしてもらうためには、市民に向けた文化芸術の発信や触れ合う機会の提供ができるような事業の実施などを工夫する必要がある。

見直しにあたっては、博物館・美術館が入場料収入と物販収入のみで人件費も含めた運営費を賄うことが現実的ではないことを踏まえ、社会情勢に影響されないよう文化芸術の振興に努め、採算性よりも鑑賞のクオリティを維持しつつ、多くの市民、特に経済的、社会的に不利な人々への配慮を考えたうえで、検討することが望ましいと考える。

資料2 川崎浮世絵ギャラリーの管理運営の考え方

川崎浮世絵ギャラリーの管理運営の考え方 1 / 4

1 背景と目的

文化芸術基本法に基づき、平成17(2005)年4月に「川崎市文化芸術振興条例」を制定し、地域資源を活用したまちづくりに向け、平成20(2008)年3月に「川崎市文化芸術振興計画」を策定した。

本計画を踏まえ、地域の歴史・文化資源である浮世絵の活用に向け、基本方針及び基本計画を策定し、令和元(2019)年12月に「川崎浮世絵ギャラリー」(以下、「浮世絵ギャラリー」という。)を開館した。

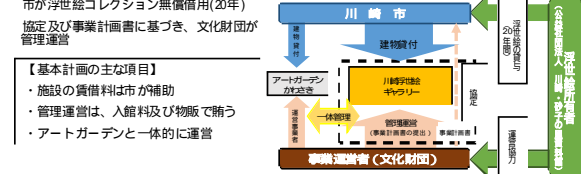
開館以降、基本計画で示した「目標入館者数6万人を大きく下回る状況」が続き、令和4(2022)年度には運営改善計画に基づき取組を進め、改善の傾向は見られず、令和3(2021)年度より入館者数が減少したことから、「目標入館者数に達しないことによる収支悪化等の『管理運営の課題』が顕在化した」。今後も、「浮世絵ギャラリー」の持続可能な運営を行うため、基本計画の改訂に向け、課題の検証等を踏まえ、「川崎浮世絵ギャラリーの管理運営の考え方」を策定し、更新浮世絵を活用した文化芸術の振興を推進する。

2 浮世絵ギャラリーの概要

(1) 施設概要

所在地: 川崎区駅前本町12-1
川崎駅前タワー・リパーク3階
面積: 約150㎡ (総貸スペース約80㎡)
展示: 作品保護のため、4~5週間をサイクルとして、様々なテーマに沿った企画展を実施
物販: 浮世絵関連グッズ(クリアファイル、絵葉書など)、図録、書籍

(2) 事業スキーム



(3) 浮世絵コレクション

- (ア) 希少な作品を含む豊富なコレクション
- 所蔵数は約5,500点、希少性の高い浮世絵肉筆画(原画)も約150点。
 - 歌川広重「東海道五十三次」や、葛北斎「富嶽三十六景」などの希少性の高い作品。
 - 鈴木春信「風流やつ七小町」全7枚は、世界で唯一の所蔵。
- (イ) 川崎の郷土、歴史体系に沿ったコレクション
- 川崎や神奈川にゆかりのある高い郷土の作品(多摩川六郷の渡しや、川崎大師など)。
 - 特定の絵師やジャンル、時代に偏らない包括的なコレクション。
 - 浮世絵の誕生から300年以上にわたる浮世絵の歴史を、総合的に幅広く体験できる作品。

3 文化芸術振興における地域資源である浮世絵の価値

浮世絵は、芸術において非常に魅力的な地域資源であり、歴史や文化を伝える優れた手段として、次の4つのまちづくりに寄与できる。

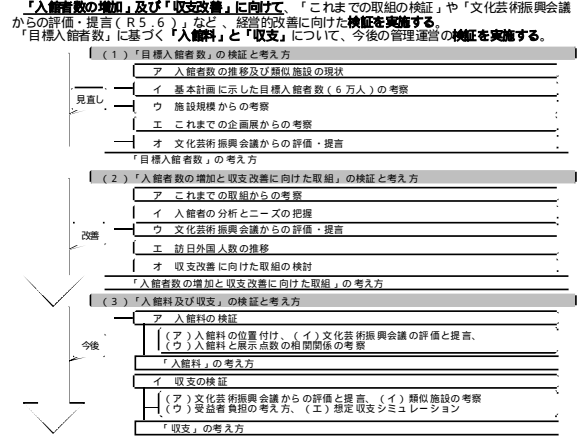
- 芸術の創造の連鎖を生み出す - 良質な文化芸術に触れる環境づくり -
- 浮世絵は海外の芸術家に、その技法で新たな創造を促し、現代のアートにも影響を与えることで、多様な文化芸術が溢れる環境づくりに貢献する。
- 郷土の生活文化と産業文化の継承 - 文化継承によるシビックプライドの醸成 -
- 江戸時代から近代の生活様式などの川崎の歴史や文化を、浮世絵を通じて後世に伝えることで、市民のまちへの愛着と誇りを醸成する。
- 浮世絵で彩る賑わいの創出 - 川崎らしい文化芸術を活かした観光の振興 -
- 美人画や風景画などの多様なテーマかつ、鮮やかな色彩とデザインで彩る浮世絵を活用し、市内外や国外の多くの人たちを引きつけることで、賑わいのあるまちづくりに寄与する。
- アートによる、つながり創り - 文化芸術によるコミュニティ形成の促進 -
- 浮世絵という個性と魅力ある地域資源の活用により、多様な市民の参加を促進し、地域のつながりを創出することで、文化芸術によるコミュニティ形成を図る。

4 課題と検証の方向性

(1) 管理運営に関する課題

基本計画に示された「目標入館者数」と「実際の入館者数」が乖離している。主な収入は、上記の目標入館者数に基づく入館料と物販によるものとして、管理運営を行ってきたが、開館以降、収支の悪化が顕在している。

(2) 検証の方向性と構成



川崎浮世絵ギャラリーの管理運営の考え方 2 / 4

5 課題の検証と考え方

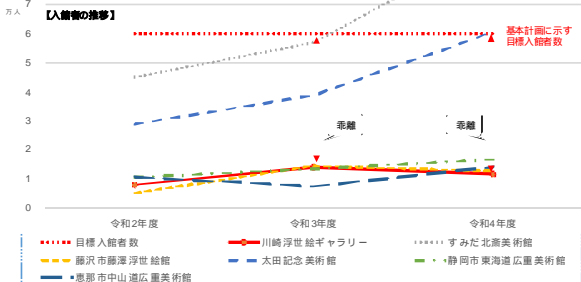
(1) 目標入館者数の検証と考え方

適切な「目標入館者数」について、「入館者数の推移や類似施設の現状」、「基本計画に示した目標入館者数の考察」、「施設規模や企画展からの観点」、「文化芸術振興会議からの評価・提言(R5.6)」などから、実態を踏まえた検証を実施する。

ア 入館者数の推移及び類似施設の現状

運営改善計画に基づく取組を進めたものの、令和4年度の入館者数は前年度より減少したことから、「目標入館者数と大きく乖離した状態であり、基本計画に示した目標入館者数(6万人)の妥当性を再考する必要がある」。

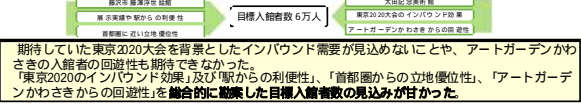
浮世絵ギャラリーは施設規模は小さいものの、1㎡当たりの入館者数において類似施設と比較すると、高い数字となっていることから、現状の入館者数が著しく少ないものではない。



イ 基本計画に示した目標入館者数(6万人)の考察

展示規模の類似性の観点から藤沢市藤沢浮世絵館の年間4万人(開館から1年間)や、渋谷区にある太田記念美術館の年間8万人(計画策定時)を参考とした。

また、本コレクションの他館での展示実績(三套1号館美術館の69日間で約66,000人を集客)や駅からの利便性、より首都圏に近いという立地優位性などから、藤沢浮世絵館と同等と考察した。上記施設を参考に、東京2020大会を背景としたインパウンド効果を見込み、アートガーデンがわさきの年間4万人を超える入館者の回遊性も期待し、年間6万人を目標とした。



ウ 施設規模からの考察

コンパクトな展示スペースで適切な鑑賞環境を維持できるよう、施設規模から見た入館者数を検討する。

算出方法

$$\frac{\text{浮世絵ギャラリーの鑑賞スペース}(80\text{m}^2)}{\text{1人当たりの適切な鑑賞スペース}(9\text{m}^2)} \times \frac{\text{1日の最大回遊時間}(7.2\text{h})}{\text{開館時間}(11:00\sim 18:30)} \times \frac{\text{年間の開館日数}(270)}{\text{1人当たりの観覧時間}(1\text{分})} = 17,382\text{人/年間}$$

A	1日当たりの適正な入館者数	64,38人	A×B
ア	適切な鑑賞環境を維持した最大収容人数	8,86人	
イ	1日の最大観覧率	7.25h	

B 年間の開館日数 約270日 (休館日を除いた日数)

施設規模から見た最大入館者数 約17,382人 (A×B)

エ これまでの企画展からの考察

新型コロナウイルス感染拡大による休館等、特別な事情がなかった令和3年度と令和4年度において、1日の平均入館者数が最大の企画展と最少の企画展について、仮に年間(270日)展示して展示した場合の入館者数から算出する。なお、作品保護の観点から約30日の展示としている。

(1日平均入館者数) × (開館日数) = (想定入館者数)

{ 最多 } 世界の大江流展(前期) 73人/日 × 270日 = 19,710人

{ 最少 } 今に見る江戸美人 29人/日 × 270日 = 7,830人

入館者数の範囲: 「7,800人~19,700人」

オ 文化芸術振興会議からの評価・提言

附属機関である文化芸術振興会議が、文化芸術振興条例に基づく文化アセスメントとして、川崎市文化芸術振興計画の目的達成に向けた改善の方向性等について文化政策的提言を行う。

「目標入館者数」の考え方

基本計画に示した目標入館者数は、検証の結果、見込みが過大であったことから、入館者数の見込みが必要である。一方で、類似施設の入館者数から考察すると、1㎡当たりの入館者数が著しく低いものではない。

施設規模や企画展の実績から考察すると、適切な鑑賞環境を維持した場合の目標入館者数は「17,000人」である。

※ 類似施設(参考) 63(19:13:5)から、一般入館者数20,710人、年間(270日)平均、開館入館者数2,210人、その他285人である。

資料3 他都市の取組

各種サービス向上の取組事例

施設名	取組事例一例
<p>すみだ北斎美術館</p> <p>東京都墨田区 開館年：平成 28 年 延床面積：3,279 m² 一般入館料： 常設展 400 円 企画展 700 円 常設展含む 入館者数（年度）： R3：56,978 人 R4：90,466 人</p>	<p>観覧料の各種割引サービス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お誕生日月割引・メールマガジン会員割引・リピーター割引 ・各種他施設、団体との提携割引サービス・ぐるっとパス利用 等 <p>ホームページの情報の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・バリアフリー情報の掲示・北斎の詳細解説 ・キッズ北斎（子ども向けの情報ページ） ・わかりやすく魅力的なプレスリリース一覧の掲示 等 <p>多言語対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ・HP：英、中（簡、繁）、韓 ・パンフレット：英、中（簡、繁）、韓、仏 <p>魅力的なフォトスポットの設置</p> <ul style="list-style-type: none"> ・会場のQRコードをスマートフォンで読み取りフォトスポットにかざすと北斎が描いた戯画が飛び出すARフォトスポット設置 <p>多種多様な講座・ワークショップ等の開催</p> <p>ショップのグッズ充実とオンラインショップ実施</p>
<p>藤沢市藤澤浮世絵館</p> <p>神奈川県藤沢市 開館年：平成 28 年 延床面積：845 m² 一般入館料：無料 入館者数（年度）： R3：14,532 人 R4：12,772 人</p>	<p>入館料無料</p> <p>ホームページの情報の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・充実した展示資料解説一覧（画像あり） <p>多言語対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ・HP：英・中（簡・繁）・韓・仏・西・葡 <p>子ども向けの広報物、施設内パンフレット</p> <ul style="list-style-type: none"> ・浮世絵館だより（子ども向け）・子どもガイド <p>公民館での出張展示</p> <p>交流スペースの充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・浮世絵すり体験（毎週日曜日開催）・絵解きタッチパネル ・双六テーブル・浮世絵ができるまでパネルコーナー 等 <p>多彩なワークショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・浮世絵うちわづくり・多色ずり体験・篆刻体験 ・木版画で摺る浮世絵年賀状づくり・ハイブリッド版画 ・おもちゃ絵の組み立て・ガリ版でつくる文字とイラスト ・江戸文様のオリジナルエコバッグづくり ・オリジナル江戸文字Tシャツ作り 等 <p>ショップのグッズ充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・カレンダー・双六・エコバッグ 等

<p>太田記念美術館</p> <p>東京都渋谷区 開館年：昭和 55 年 延床面積：非公表 一般入館料： 800 円～1,200 円 入館者数（年度）： R3：38,848 人 R4：60,551 人</p>	<p>入館料の各種割引サービス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・美術館相互割引、自治体による観光事業や公共交通機関が行う観光客向けサービス等と提携した各種割引、一部企画展でリピーター向け割引 <p>デジタル戦略を駆使した広報及びオンライン展覧会の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・学芸員が記事内容を作成する SNS による創意工夫された発信 X (旧 Twitter) 19 万 5 千フォロワー ・note による情報配信及びオンライン展覧会（有料）の実施 ・公式 YouTube での学芸員によるスライドトークの配信 ・オリジナル LINE スタンプの販売 <p>企画展開催中の学芸員によるスライドトーク（開催頻度が多い）</p> <p>展覧会毎に作品タイトル、主だった展示解説について和英表記</p> <p>英語版作品リストの作成</p> <p>各種講座等の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・江戸文化講座、夏休み子ども講座、日曜映写会（毎週）等 <p>ショップのグッズ充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎年度多種多様なオリジナルグッズの制作・販売
<p>静岡県東海道広重美術館</p> <p>静岡県静岡市 開館年：平成 6 年 延床面積：1,341 m² 一般入館料：520 円 入館者数（年度）： R3：13,484 人 R4：16,766 人</p>	<p>版画摺り体験コーナー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・常設のため、いつでも有料（300 円）で体験が可能 <p>ガイドンスルーム</p> <ul style="list-style-type: none"> ・パソコンで広重の一生や作品の解説が映像で視聴可能 <p>ホームページの情報の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・Google Arts&Culture の活用（360°館内ビューやオンライン展覧会（無料）の実施） <p>多言語対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ・HP：英・中(簡・繁)・韓 <p>地域活性化に取り組む事業に協力しプレゼント企画の実施</p> <p>教育普及事業の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スクールプログラム、出張講座等を多数実施
<p>恵那市中山道広重美術館</p> <p>岐阜県恵那市 開館年：平成 13 年 延床面積：1,621 m² 一般入館料： 企画展 520 円 特別展 820 円 入館者数（年度）： R3：7,397 人 R4：14,154 人</p>	<p>スポンサー制度導入による無料開放の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本で初めて企業向けスポンサー制度を導入し、地元企業が観覧料相当額を負担することで毎週水曜日と金曜日の観覧料無料を実現（令和 4 年度は総観覧入場者数の約 53.8%） <p>ショップのグッズ充実とオンラインショップ実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・デザインを専門とする職員によるオリジナルグッズの開発 <p>各種講座等の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・こども版画コンクール、連続講座、夏休み親子無料イベント 等

資料4 アンケート結果

(1) 川崎浮世絵ギャラリー来館者アンケート

令和2年度から令和4年度に来館した33,623人のうち回答数790人

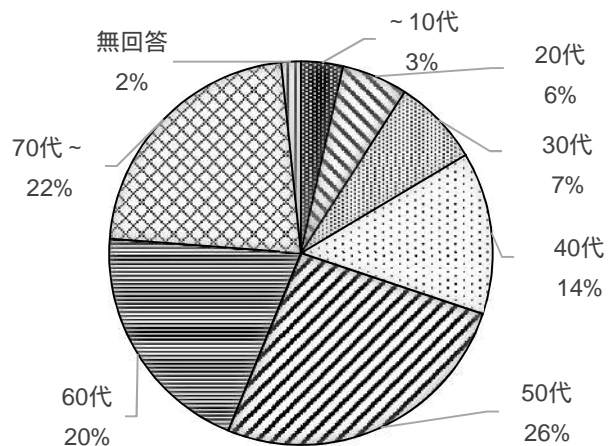
(アンケート回収率2.3%)

年代別来館者内訳

・10歳代は3% (高校生以下の無料来館者が令和4年度2.9%のため、実数と近似値である)であり、小中学生及び高校生の来館者が少ない。

・10歳代～40歳代までの合計が全体の3割に留まり、若年層及び子育て世代等の誘致が課題である。

・50歳代～70歳代は各20%台であり、美術館や浮世絵、地域行事等に興味・関心のあるヘビーユーザー層と考えられる。

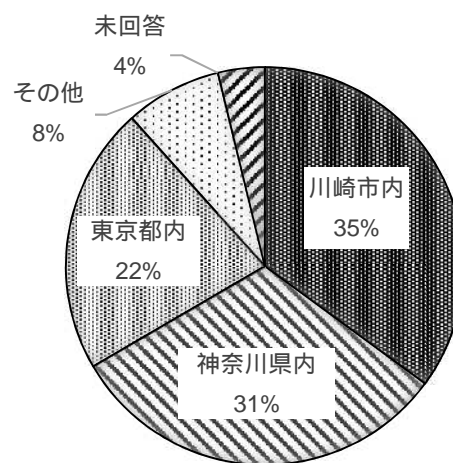


来館者居住地別内訳

・川崎市内が35%であることから、市内居住者の来訪にはまだ伸びしろがあり、市民に向けた広報や誘致活動のさらなる強化が必要であると考えられる。

・県内が31%、隣接する都内が22%であることから浮世絵や美術館、観光等に関心がある市外居住者への情報は、一定程度届いていると判断できる。

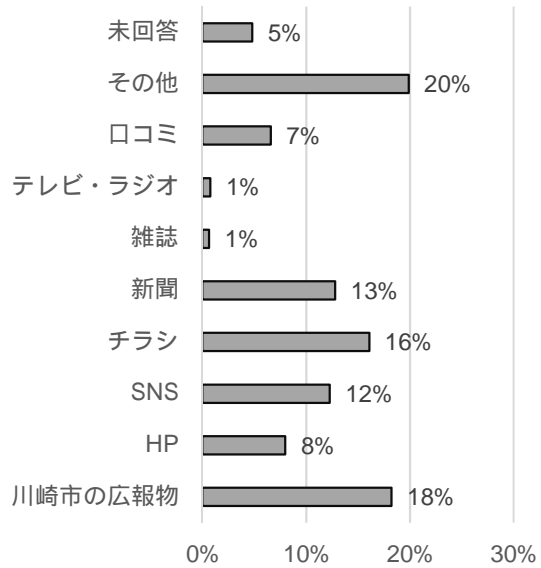
・インバウンド含め、その他が8%であることから、コロナによる行動制限の影響を受けていると想定される。国内外の観光者への情報発信の強化が課題である。



展示を知った手段内訳

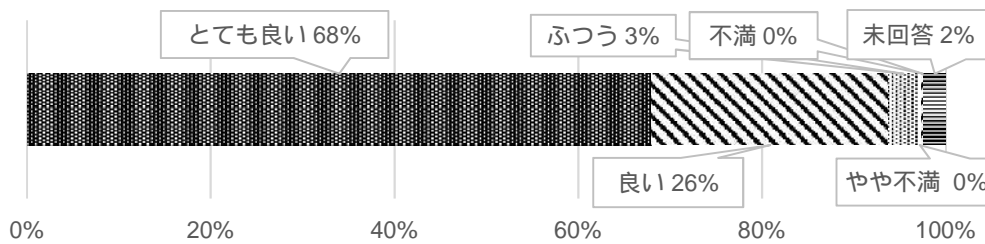
・市広報物 18%、新聞 13%等は、ヘビユーザー層が 50 歳代～70 歳代であることから想定通りであり、依然として有効な手段であることがわかる。

・令和において SNS が集客に効果的なツールであることが、12%という構成比からも判断できる。直近の令和 5 年度(4 月～8 月)のアンケートでは、SNS が 18%と最も多い手段となっている(市広報物とチラシは 15%)。告知手段として、SNS を積極的・効果的に活用することが必須である。



展示の感想内訳

・「とても良い」68%、「良い」26%の合計が 94%と非常に高い満足度である。

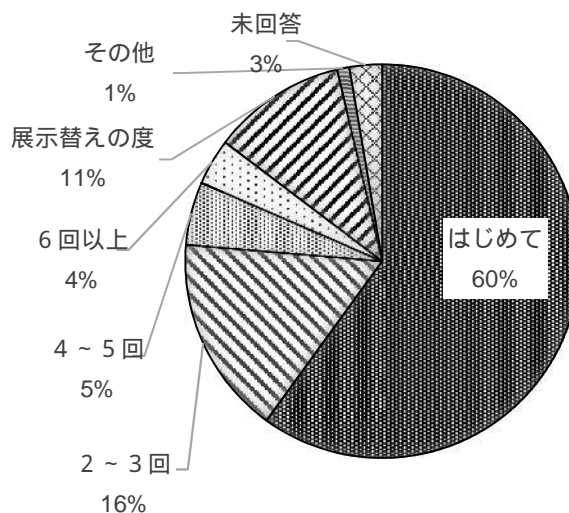


来場回数内訳

・2 回以上のリピーターが合計 36%を占めているから、一度鑑賞したら、およそ約 4 割近くの方がリピーターになって、再来館していることがわかる。

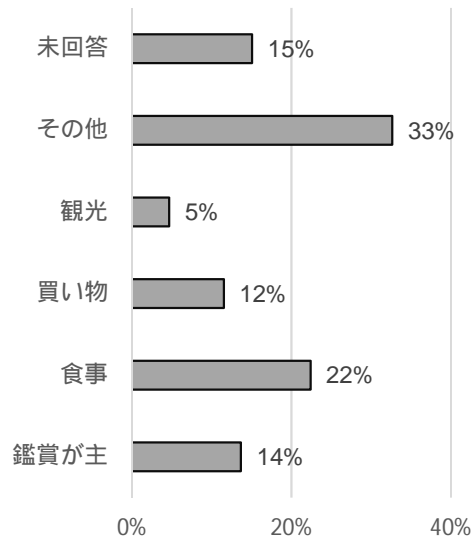
・高い利用者満足度が高いリピート率につながっている。

・多くの新規来館者を誘致できれば、高いリピート率により、毎年度来館者は増加していくことにつながる。



来館前後の行動内容内訳

- ・「鑑賞が主」14%は、浮世絵あるいは美術展に強く関心がある層と考えられる。
- ・類似施設ではコロナ前にインバウンド客だけで10%～15%に達していたことから、「観光」5%は、インバウンド客や国内の観光客の誘致がまだできていない表れである。
- ・「食事」22%、「買い物」12%からは、川崎駅周辺のトータルな魅力発信が有効であると考えられる。



自由記述意見

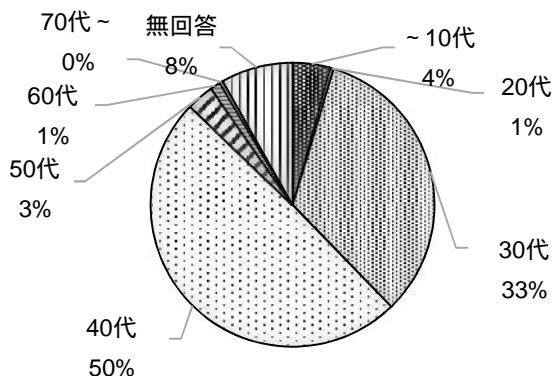
- ・川崎でこれほどの作品を拝見できてありがたいです。コロナで都内の美術館へもなかなかいけなくて、今日はとても良かったです。
- ・川崎市民の宝です。タワーリパークの立地も素晴らしいです。
- ・川崎市のものなのでしょう。これだけのものを集めているのにお安い。文化芸術に税金を遣ってもらえるのはすばらしい。
- ・隠れた穴場。とてもリラックスできました。
- ・大きな博物館では見られない浮世絵が見られる。
- ・これだけの数を一度に観ることが出来て、とても良かったです。
- ・斎藤先生の多大なコレクションの中から「美人」というものをテーマで構成された素晴らしい展示！ひとえにコレクションの質の高さ、保存状態の良さに支えられていると思います。ため息が出ます。
- ・素晴らしいコレクションです。解説も素晴らしいです。
- ・作品も素晴らしかったし、ほぼすべての作品に丁寧な解説があってよかった。昔の人物や物語をあまり知らないので、作品を見るのにとても助かった。また、西暦が併記されているのも良かった。
- ・コレクションのレベルが高い。展示解説がとても分かりやすく、理解が深まる。
- ・とても見応えのある展示でした。解説が素晴らしいとの評判通り分かりやすく、知りたいポイントも詳しく書かれていました。パネルも素晴らしい。次も期待です。

ミュージアの日や東口フェスにイベント出展をした際に収集したアンケート
 ・ミュージアの日（令和5年7月1日）に出展をした際に収集（総数 257 人）

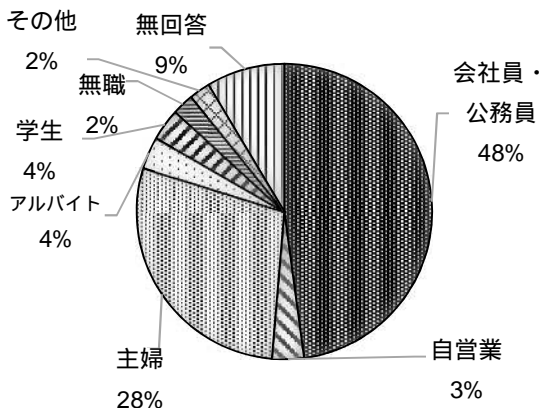
モニター属性

・ミュージアの日というイベントの特性として、10代から40代で約9割を占める
 ・イベント来場者は川崎区及び幸区、中原区で約6割を占め、北部地域の集客が約1割と少ないことがわかる。

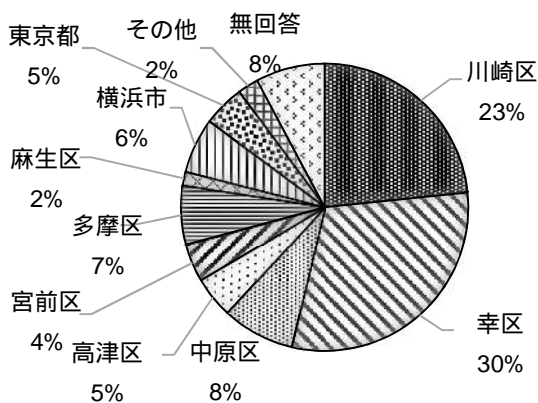
【年代】



【職業】

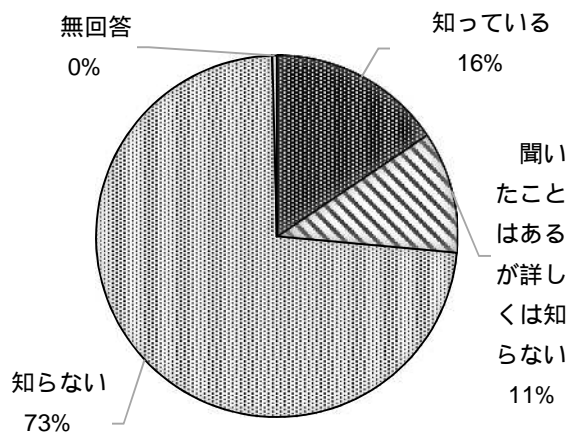


【居住区】



Q1「川崎浮世絵ギャラリー」をご存知ですか？

・「知っている」16%と、認知度は低い。
 ・73%が「知らない」ことにより、来館に至っていないことがわかる。
 ・認知度が低いことや「聞いたことはあるが詳しくは知らない」11%と誘致まで至っていない点から「川崎浮世絵ギャラリー」における広報力の強化が課題である。
 の内、川崎北部地域(宮前、多摩、麻生)の割合は1%と低い数値である。

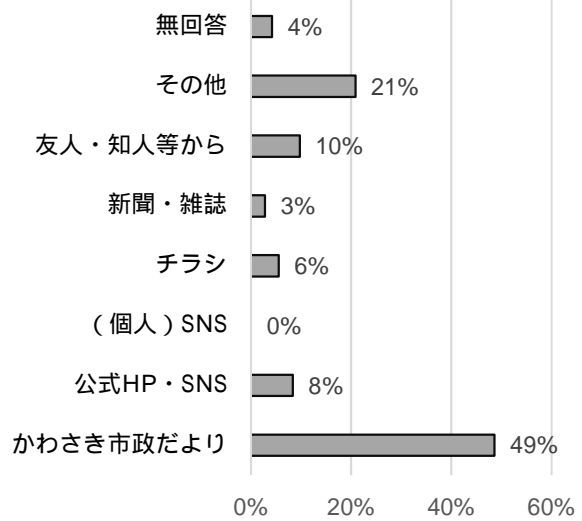


Q1を及びと回答した人

Q2「川崎浮世絵ギャラリー」をどこで知りましたか？

・かわさき市政だより 49%と約半数を占めていることから市広報物が主な情報源だと考えられる。

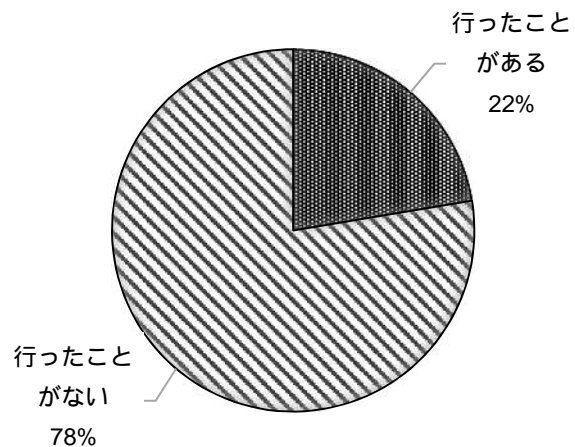
・(個人) SNS 0%、公式HP・SNS 8%とインターネット上での広報が効果的に活用されていない。現代社会におけるSNSの影響力を鑑み、HPやSNSの発信を強化する必要がある。



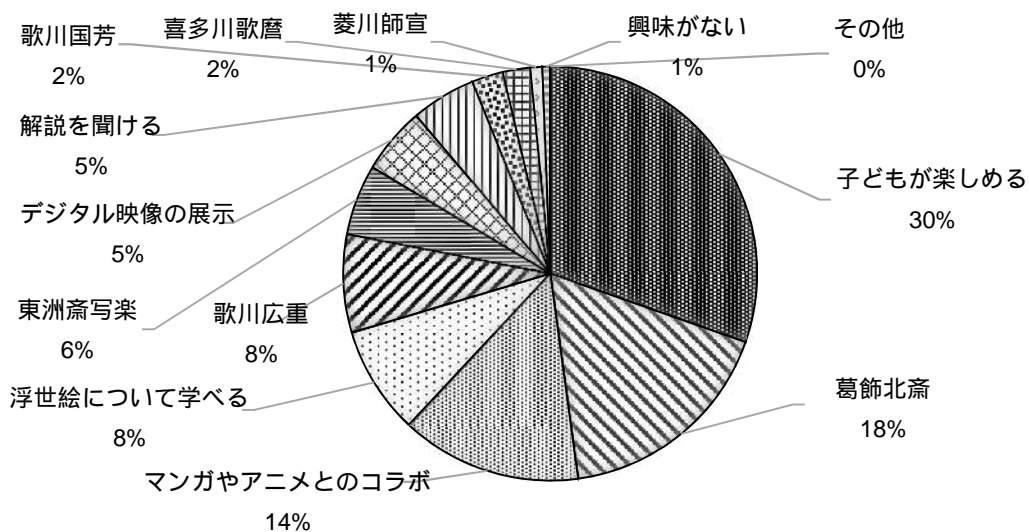
Q1を及びと回答した人

Q3「川崎浮世絵ギャラリー」に行っただことがありますか？

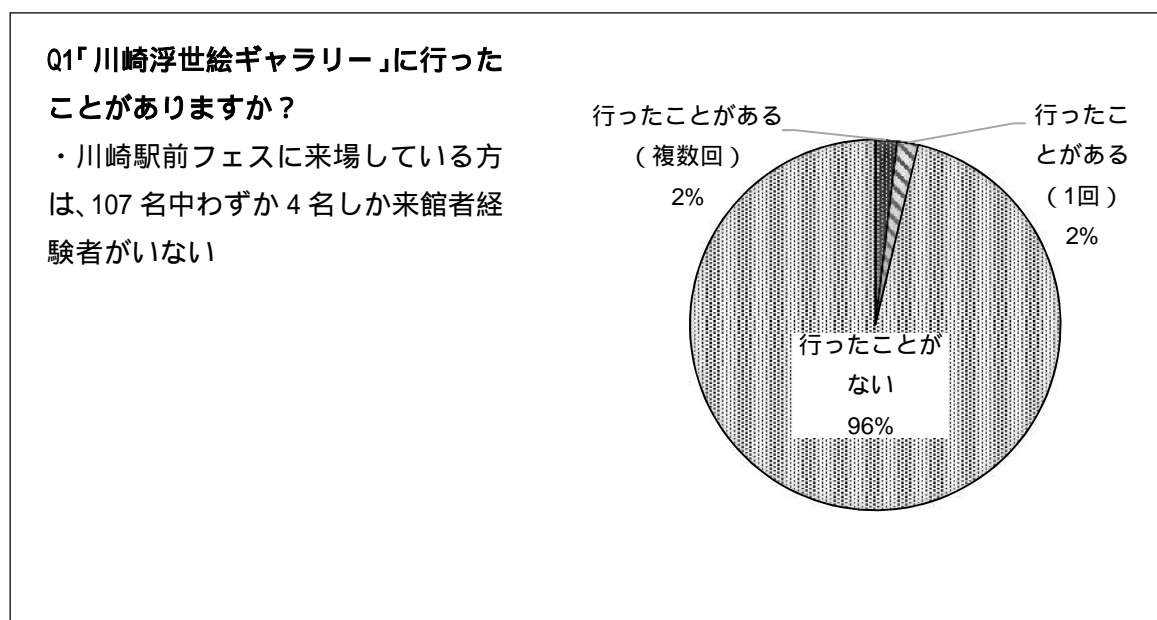
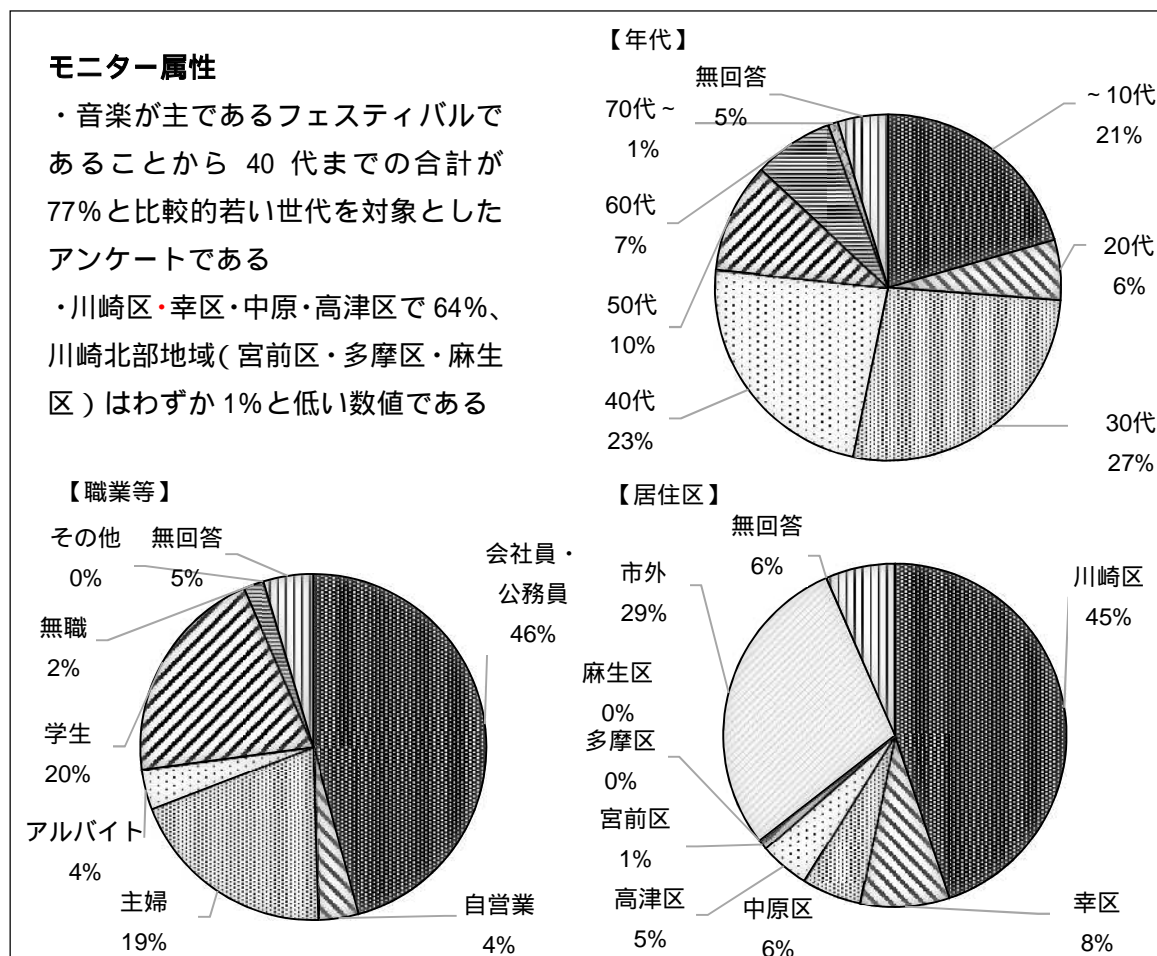
・「行ったことがない」78%と、知っていたり、聞いたことがあっても、その約8割が来訪したことがないことから、新規来館者・リピーター共に増加する余地が大いにあると考えられる。



Q4のような内容であれば行ってみたいですか？(複数回答可)

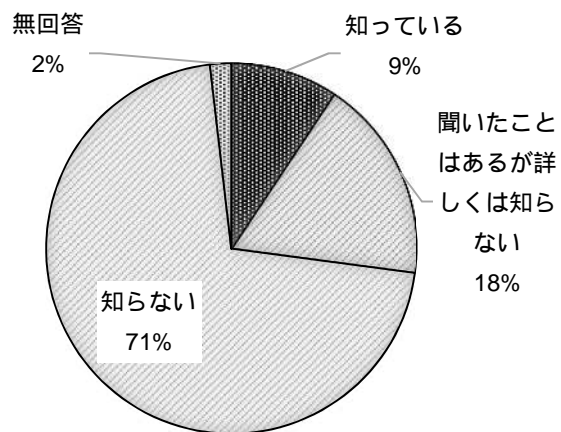


・川崎駅東口駅前広場で開催された川崎駅前フェス（令和4年10月30日）にイベント出展をした際に収集したアンケート（総数107人）



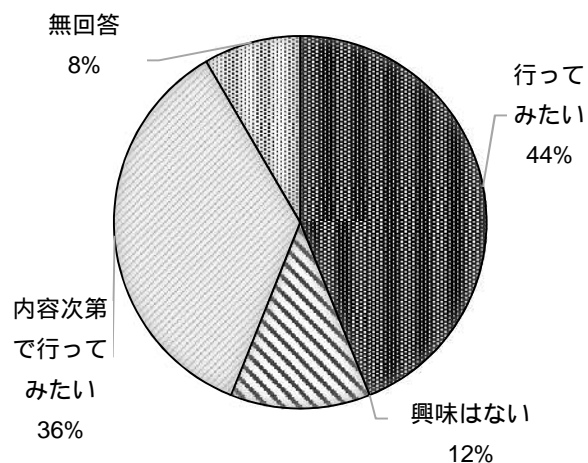
Q2「川崎浮世絵ギャラリー」をご存じですか？

- ・知っているが9%いるが、来館にはつながっていない。
- ・聞いたことはあるが詳しくは知らない18%と内容について情報が行き届いていない。



Q3「川崎浮世絵ギャラリー」に行ってみたいと思いますか？

- ・行ってみたい44%、内容次第で行ってみたい36%、計80%と、この東口フェスのアンケートで知った方々は、内容次第等で来館意欲はあることから、浮世絵ギャラリーの認知度を向上させることができれば、来館者数が増加する可能性が十分にある。



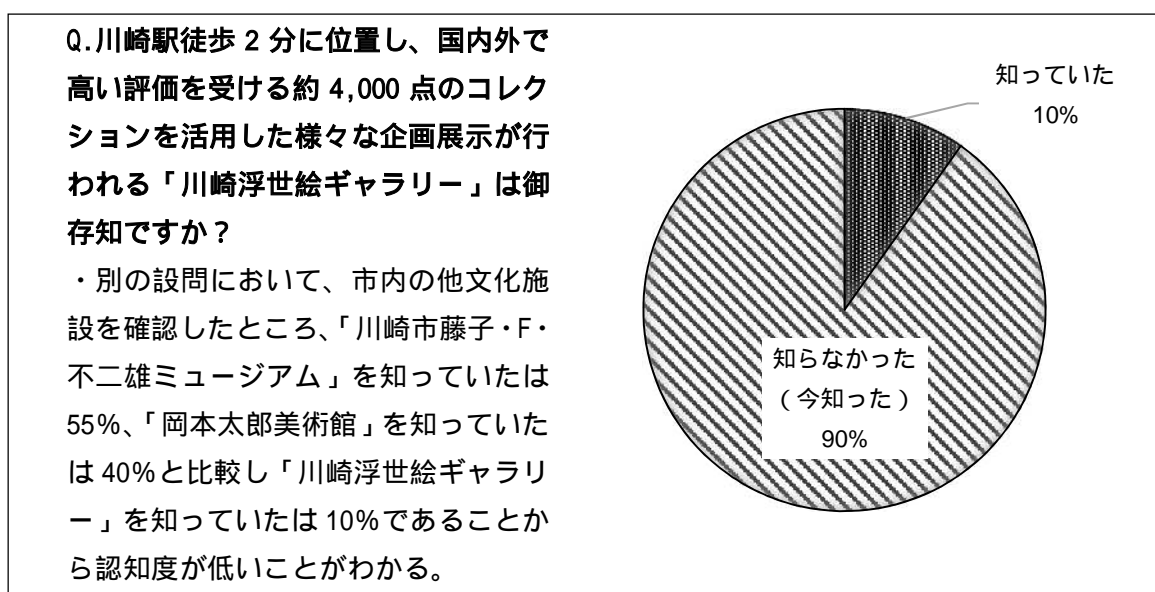
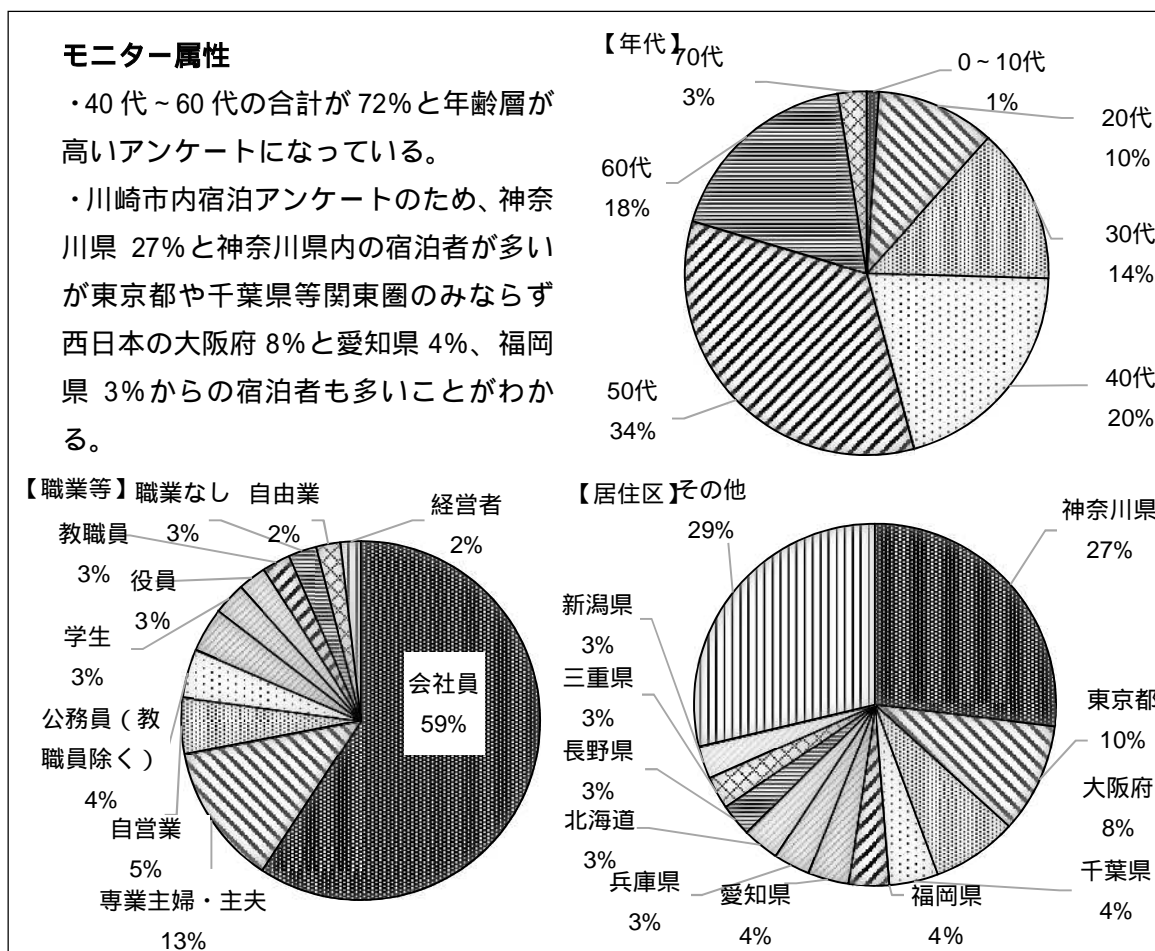
Q3 - 1 どのような内容であれば行ってみたいですか？（主な意見を抜粋）

- ・子どもと行ける、あるいは子どもも興味を持てそうなものであれば行きたいと回答（15人）
- ・内容が葛飾北斎、歌川広重、赤富士等の有名な作品（4人）
- ・たくさん写真がとれる、フォトスポットがある（2人）
- ・体験ができる（3人）
- ・身近なもの関係している（1人）

市内宿泊者アンケート

市内宿泊者をターゲットにした川崎の魅力お届けアンケートキャンペーン（令和5年度3月1日～3月31日実施）（総数275人）

合計45設問のうち、川崎浮世絵ギャラリーに関する設問は2問



**Q「川崎浮世絵ギャラリー」は御存知
ですか？：関心度（低）**

- ・ 3が33%と一番多いが、5までの関心度含め77%と「浮世絵ギャラリー」への関心は高いことがわかる。
- ・関心度が高いため「川崎浮世絵ギャラリー」を知ってもらった上で如何にして来館まで誘致できるかが課題である。

