

館の共通目標	安定した運営体制の確立。継続事業は効率化させ、検証や計画に十分な時間をとることで質を向上させていく。			
細事業別目標【展覧会】	各職員の専門性を活かして研究や企画力を充実させていく。広報や展示を通して丁寧な伝え方の工夫を行う。			
展覧会名称	廣瀬智央 地球はレモンのように青い	系の記憶 アーツ前橋所蔵作品から	聴くー共鳴する世界	場所の記憶 想起する形
会期・日数	2020/6/1-2020/7/26 /48	2020/6/1-2020/10/13 /116	2020/12/12-2021/3/21 /79	2020/10/22-2021/3/21 /124
場所	地下ギャラリー	ギャラリー1、地下ギャラリー	地下ギャラリー	ギャラリー1、地下ギャラリー
学芸担当者	五十嵐	辻、今井	住友、北澤	住友、今井、井上
実施方法 ・委員会形式 ・助成 ・巡回展等	・助成：公益財団法人朝日新聞文化財団、公益財団法人アサヒグループ芸術文化財団 ・協賛：株式会社資生堂、株式会社原田・ガトーフェスタハラダ		・助成：花王芸術科学財団、財団法人國家文化芸術基金會（台湾） ・協力：前橋シネマハウス、東風	
最終修正日	2020/12/11	2020/12/11	2020/12/11	2020/12/11
【目的】 ・観覧者層のターゲット ・ねらい	開館以前にスタートしたコミッションワーク《空のプロジェクト》から、現在継続中の表現の森事業に関わりのあるアーティストである廣瀬智央の個展を開催する。約20年ぶりの個展となり、活動初期からの作品を紹介すると同時に、協働や視覚以外の五感に訴えかけるといった廣瀬の通底する制作態度を紹介する。 ターゲット：関東近県、美術愛好者 1.アーツとも協働の多い廣瀬氏の活動を俯瞰し、より深い理解を目指す。 2.主観を使う体験で、より広い年齢層が楽しむことができる展示を目指す。 3.企業協賛の獲得	アーツ前橋の所蔵品を中心に、地域ゆかりの作家や作品を紹介する。開館以来、継続している作品の収蔵によりコレクションがより魅力的なものになっていることを知ってもらおう。 ターゲット：近隣住民、市外の美術愛好者 1.コレクションへの理解が深まる 2.前橋に関わってきた近・現代作家を知る機会 3.気軽に美術に親しめる場としてのイメージの定着	地域アートプロジェクトなどで実施してきた地域との対話において、聴くことの実践にどのような創造性があるのかをテーマに、「場所の記憶」展との連動する企画とする。 コロナ感染対策として規模の変更やインターネットの活用を踏まえた実施内容にする。 ターゲット：全国的美術愛好家、街づくり/福祉などに従事する人たち 1.芸術の理解が深まる 2.安全安心して美術鑑賞ができる 3.アーツ前橋の活動への理解が深まる	アーツ前橋の位置する「場所」から始まり、地域アートプロジェクトを通じて生まれた作品やあそこ資料館が所蔵していた資料などを通じて、前橋空襲など歴史的な時間の流れのなかで改めて芸術の役割を見直す。 ターゲット：近隣住民、市外の美術愛好者 1.コレクションへの理解が深まる 2.前橋に関わってきた近・現代作家を知る機会 3.気軽に美術に親しめる場としてのイメージの定着
【①投入】 成立予算	11,533千円(R1) 2,132(H31)	1,199千円	14,958千円	2,478千円
【②内容・活動】 事業の概要	1990年代初頭から活動を続け、海外での発表も多い廣瀬智央の約20年ぶりの大規模個展。新作に加え、大作である代表作を複数点展示し、現在の視点から廣瀬の活動を紹介する。	新たに収蔵された作品、近年前橋市が収蔵した美術品を取り上げ、作家や作品をこれまでのアーツの企画展との関わりとともに紹介する。	当館のプレイベントや地域APで制作した作品と、震災、難民、コロナ禍などに題材をとった作品が並ぶ。	アーツ前橋の収蔵作品だけでなく、あそこ歴史資料館や県内のコレクターの豊かな作品群を紹介する。
主な取り組み計画 ・広報戦略 ・新たな試み	1.企業協賛の獲得 2.大学との協働 3.作品素材の再利用、展覧会後の展開	1.新収蔵作品の公開 2.作家研究に基づいた展示構成 3.鑑賞補助資料の作成(キャプションなど)	1.図録に替わる特設サイトの設置 2.ヘッドフォンやQRコードなど非接触対応の工夫 3.地域AP作品による街への展開	1.収蔵作品を新たなテーマ軸から作品を考える 2.同時開催の「聴く」展との関連のなかで県内の個人コレクションを見せる
【数値目標】 入場・参加者数	5,000人	6,000人	5,000人	
【人数及び達成率】	6,448人 129%	8,179人 136%		人 %
【事後記入】 【③結果、④成果】 ・目的、観覧者層のターゲット、ねらいに対する成果(評価調査からトピックを転記)	・コロナの影響のあり、会期が短縮される中で6448人の入場となり、1日当たりの有料入場者数では過去2番目に多い結果となった。 ・一面に広げたレモンの作品の写真映えは想定できたがそのほかの作品(新作など)のSNS投稿も多く、美術ファンだけではなく一般の反応が大きくあった。SNSの投稿を見ることで、普段アンケートに反映されない声を聴くことができた。	・コロナの影響により当初予定していたよりも規模を広げての開催となった。 ・滞在制作を通じて生まれたケレン・ペンペニスティの「生糸」をテーマにした映像作品やアーツ前橋のユニフォームについての展示を行うなど、作品のみならずアーツ前橋のその他の活動を関連付けて展示を作ることができた。 ・学芸員によるギャラリートークを行うかわりに動画による解説を配信することで作品理解を促す試みも行った。		
特記事項	2020年4月10日～6月14日の会期であったが、新型コロナウイルスの影響により、6月1日～7月26日へと変更			

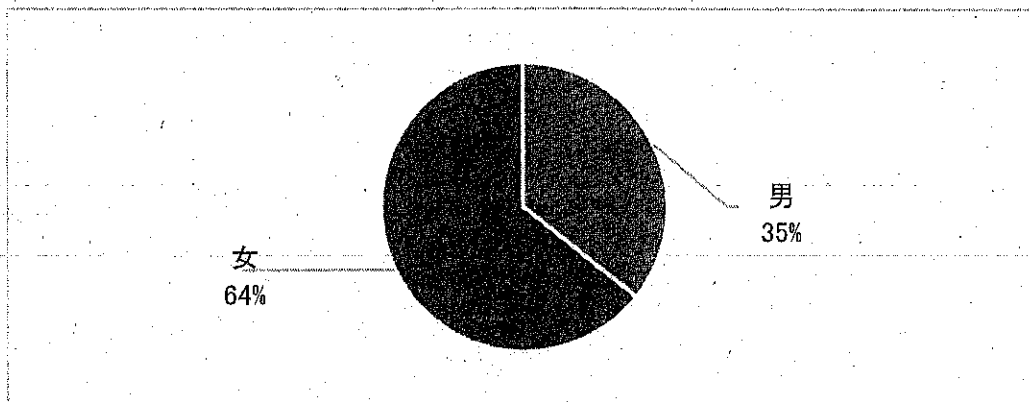
令和2年度 アーツ前橋事業評価調書(1)

基本事項	事業名	廣瀬智央 地球はレモンのように青い														
	会期	2020/6/1－2020/7/26 /48							開館日数	48 日間						
	会場(ギャラリー)	地下ギャラリー							実施方式	01自主企画・単独方式						
	観覧料	一般	500 円						出品点数	76点						
		割引	300 円													
	担当者	学芸:五十嵐純、池上朋 事務:狩野良輔														
	目的 (一覧表)	開館以前にスタートしたコミッションワーク《空のプロジェクト》から、現在継続中の表現の森事業に関わりのあるアーティストである廣瀬智央の個展を開催する。約20年ぶりの個展となり、活動初期からの作品を紹介すると同時に、協働や視覚以外の五感に訴えかけるといった廣瀬の通底する制作態														
	キーワード	廣瀬智央 五感 レモン 企業協賛 循環 クラウドファンディング														
	他団体との連携 (共催、協力等)	協賛:株式会社 資生堂、株式会社原田・ガトーフェスタ ハラダ														
		協力:ウンベルト・ディ・マリノー・ギャラリー、AGC株式会社、株式会社アート、株式会社虎変														
株式会社ユニオン、桐生大学短期大学部アート・デザイン学科、小山登美夫ギャラリー、高橋工業株式会社、横浜ディスプレイミュージアム、前橋工科大学工学部建築学科日井研究所																
参加作家	廣瀬智央															
関連イベント	4月11日 対談「オープニングトーク榎木野衣×廣瀬智央」→映像での配信															
	5月24日 対談「過去・現在・未来 中村政人×廣瀬智央」→映像で配信															
	6月6日 対談「僕らの現代美術黎明期 村上隆×廣瀬智央」中止															
	4月19日 すてきな子供たちによる弦楽アンサンブル 中止															
	5月3日、23日 ギャラリーツアー 中止、4月17日、18日、5月15日、16日 おしゃべりアートデイズ 中															
① 投入(支出)・③ 結果(収入)	印刷物等	ポスター(B2)	チラシ(A4)		館内マップ		セルフガイド		リーフレット		図録					
		850 部	50,000 部				5,000部				700冊					
	収入／支出	収入(A)	支出(B)		収支比率(A)／(B)		入館者一人当たりコスト		収入内訳							
									観覧料		助成金		他			
		予算	2,600,000 円		15,153,640 円		17.2%		3,031 円							
		決算見込	3,945,400 円		15,264,357 円		25.8%		2,367 円		2,045,400 円		900,000 円		1,000,000 円	
		差額	1,345,400 円		110,717 円		8.7%		-							
予算／決算	151.7%		100.7%		150.6%		78.1%									
② 内容・活動	〔②内容〕 事業の概要 〔②活動〕 主な取組(手段)の結果 メディア等広報実績 新たな試み 図録 関連イベント 助成 など ●指標 来館者反応 手ごたえ	事業の概要(転記)	1990年代初頭から活動が続け、海外での発表も多い廣瀬智央の約20年ぶりの大規模個展。新作に加え、大作である代表作を複数点展示し、現在の視点から廣瀬の活動を紹介します。													
		広報戦略 新たな試み(転記)	1.企業協賛の獲得 2. 大学との協働 3. 作品素材の再利用、展覧会後の展開													
		広報実績 [新規掲載や効果が大きかった媒体など、特別な案件]	・美術手帳オンラインにレビューが掲載 9月30日 ・雑誌 CLUEL, GINZA, FUDGE, FIGAROなどに掲載 ・地域紙のほか、朝日、毎日、読売、東京、産経など全国紙に記事が掲載 ・雑誌HERSでは2号にわたり、廣瀬氏のページが組まれた ・NHK日曜美術館アートシーン													
		新たな試みの実績	・2企業からの協賛、8企業・団体の協力を得ることができた ・桐生大学短期大学部とは、使用したレモンの再利用のプロジェクトを行うこととなった。のちに製品化なども検討している													
		入場者数(参考数値) 上段:人数(人) 下段:割合(%) ※色付きは有料観覧者	一般	学生	65才以上	団体	高校生以下	招待券	割引等	視察	イベント	他	合計(人)	日平均(人)		
③ 結果		3,645	394	345	0	685	838	541	0	0	0	6,448	134			
	有料観覧者率	76.4%	57%	6%	5%	0%	11%	13%	8%	0%	0%					
	一般指標	指標	目標値		達成値		達成率		特記事項							
		入場・参加者数	5,000 人		6,448 人		129.0 %		コロナ禍においても、来場者数は、平成30年度の岡本太郎展に次いで好調であった。							
	展覧会満足度	80 %		70.0 %		-10.0 pt		アンケートに、「満足」、「やや満足」と記入があった割合(無回答を除く)								

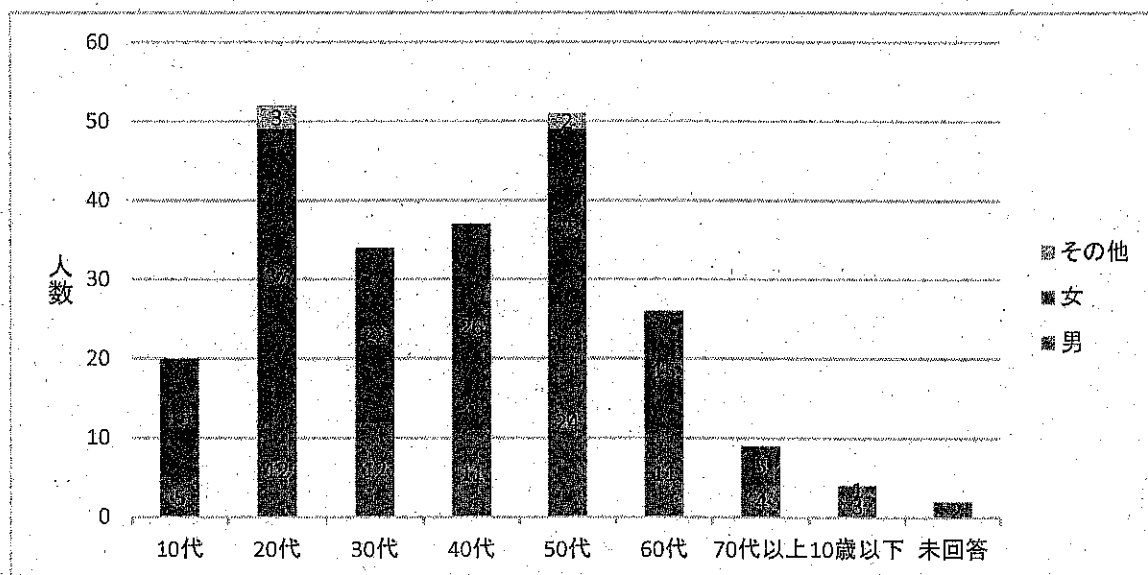
令和2年度 アーツ前橋事業評価調書(2)

③ 結果	事業名	廣瀬智央 地球はレモンのように青い
④ 成果	進捗管理 [スケジュール観] 〔④成果〕 一覧表の「目標」に対する結果 ・観覧者層のターゲット ・ねらい	①概ね円滑に進んだ B.遅延気味であった() 開館後まで積み残しとなった事項() 観覧者層のターゲット 関東近県、美術の愛好者 成果 90ー2000年代の廣瀬氏の活動を知る世代の美術関係者が多く来場し、その波及からこれまでに来場していない層の観客が訪れた。インスタグラムなどから情報を得た若い年齢層の観客も多くみられた。新型コロナウイルス感染症拡大予防のため、来場に規制がかかることもあったが、その中では多くの来場者を記録できたとか考えられる。 ねらい1 (転記) 1.アーツとも協働の多い廣瀬氏の活動を俯瞰し、より深い理解を目指す。 成果 空の看板の再評価、また表現の森での継続事業を作家の制作の全体像の中で伝えることにより、多様なプロジェクトが横断的にまたがっていることをの意義を伝えることができる機会となった。作家の活動の全体像を見る資料もこれまでなかったため、今回の図録が作家の代表的な図書となる。 ねらい2 (転記) 2.五感を使う体験で、より広い年齢層が楽しむことができる展示を目指す。 成果 レモンの香りを使う作品が大きな反響をうみ、これまでアーツを訪れたことのない客層が来場した。子連れの前来者も多く、インスタグラムでは「#地球はレモンのように青い」が730件(2020.11.26時点)の投稿があった。 ねらい3 (転記) 3.企業協賛の獲得 成果 廣瀬氏のこれまでの関係性の構築により、多くの企業から協力をいただくことができた。協賛金の提供のほか、技術・物品の提供にて支援いただいたものも多く、事業費以上の施工や実施が行えた。
⑤ 波及効果	個別評価 ※記入日を()内に入れてください ※概ね1年経過毎に再確認して修正	<1～6は、記入項目の例・無い場合は削除。独自の評価項目の設定可。記入日を記載> 1. 参加作家のその後の活動を評価⇒東京ビエンナーレのプレ展示に参加が決まり出品した。また今回来館した美術関係者の企画する展覧会が確定。 2. アーツの事業に対して、誰がどのような価値を見出したのかを評価 ⇒大手新聞社のほとんどの記事が掲載、美術手帳でもレビューが掲載された。 3. 事業関係者(作家、運営、イベント参加者、地域住民)たちとの間で生まれた交流やその後の関係性の構築を評価⇒①所属ギャラリーでの個展を開催、②地元大学(桐生短大)での特別講義を経て、レモン再生プロジェクトを共同で行うことになった、③使用したレモンを用いて桐生の企業と石鹸を制作するノクライドファンディングを実施し、達成した。④前橋工科大学が自主的に企画を立ち上げてくれた(空の看板を多様な視点から見ると) 4. 事業の実施に伴う波及効果 ⇒SHIROIYAホテルに作家の作品が収蔵された。 5. 地域資源の活用という点での効果 ⇒記載なし。 6. 意図せざる(思わぬ)効果 ⇒ コロナ禍において来場が見込めなかったが、予想以上の来場者が入場した。
自己評価(担当者)	効率性 ①:③	事業が効率的だったといえるか 1.非常に良い 2.良い ③普通 4.劣る
	合目的性 ②:④	事業の目的を達成したといえるか ①非常に良い 2.良い 3.普通 4.劣る
	事業の将来性 ②:⑤	館の事業に対し将来性があるか 1.非常に良い ②良い 3.普通 4.劣る
	社会的将来性 ③:⑤	社会への影響に将来性があるか 1.非常に良い 2.良い ③普通 4.劣る
	課題・改善点	当館のプログラムにおいて定期的なかわりがあるとはいえ、20年ぶりの個展であり、普段はイタリアを拠点にする作家であったため、作品の輸送や過去作の再展示などかなりのボリュームの業務となった。生もの(レモン)を使う上での日常のメンテナンスには、すべての職員に協力をもらったことなどは、少なからず他の業務に影響が出てたものであるため、より入念な事業計画と外部委託の可能性なども検討が必要であった。 新型コロナウイルス感染症が拡大する時期となってしまったため、数回に及ぶ展覧会会期の延期と、イベントなどの事業見直しを展覧会の準備と同時に進めなければならず、負担が増えた。予測できないことであるが、今後も起こりうるであろうものとして、記録を残すなど対策について記録をまとめる必要がある。 図録の出版が遅れてしまったことは、クオリティーをあげるためでもあったが、会期に間に合うことを前提とした調整を心掛けるべきであった。
	引継ぎ事項(特記事項)	
コメント・意見	館長 副館長	年間を通して事業の見直しを迫られたなかで再開した最初の展覧会で、職員全員の努力で安全に安心に来館者を迎えられたのは大きな成果だった。当館と長いかわりのある作家で、かつ日本を長く離れていた作家の個展であり、地元と全国双方の関心を引き、現役作家としては大変多くの来場者数になったことも特筆するべきだ。館外の活動と展覧会が連動することで、当館の特徴を広く伝えることにもつながったと思う。
	運営 評議会	

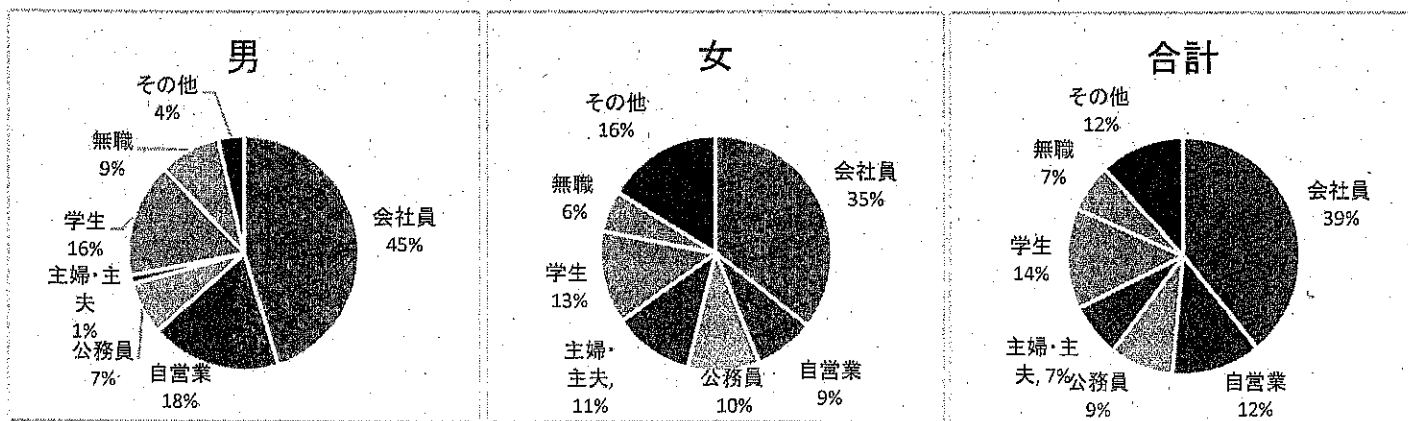
①アンケート回答数 (235 人…男 82・女 148・他 5)



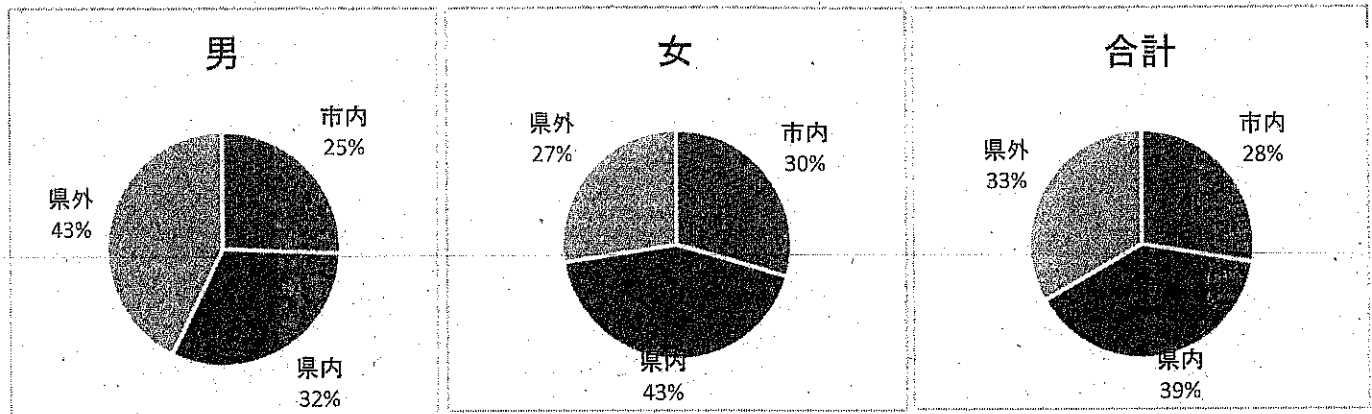
②年代



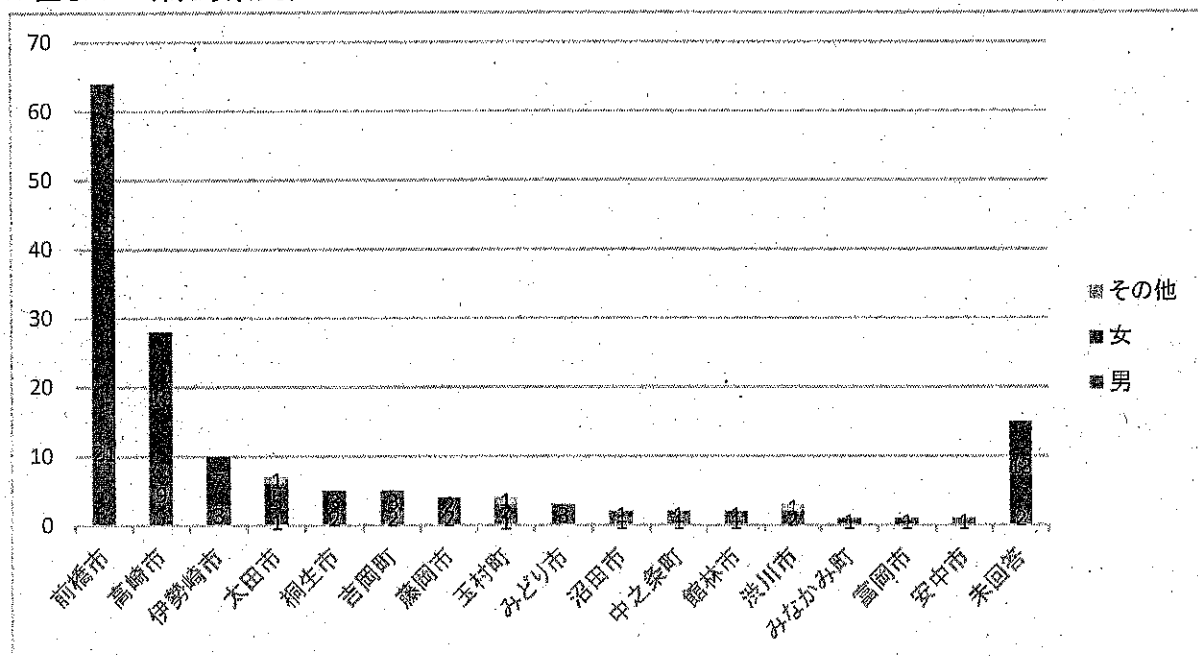
③職業



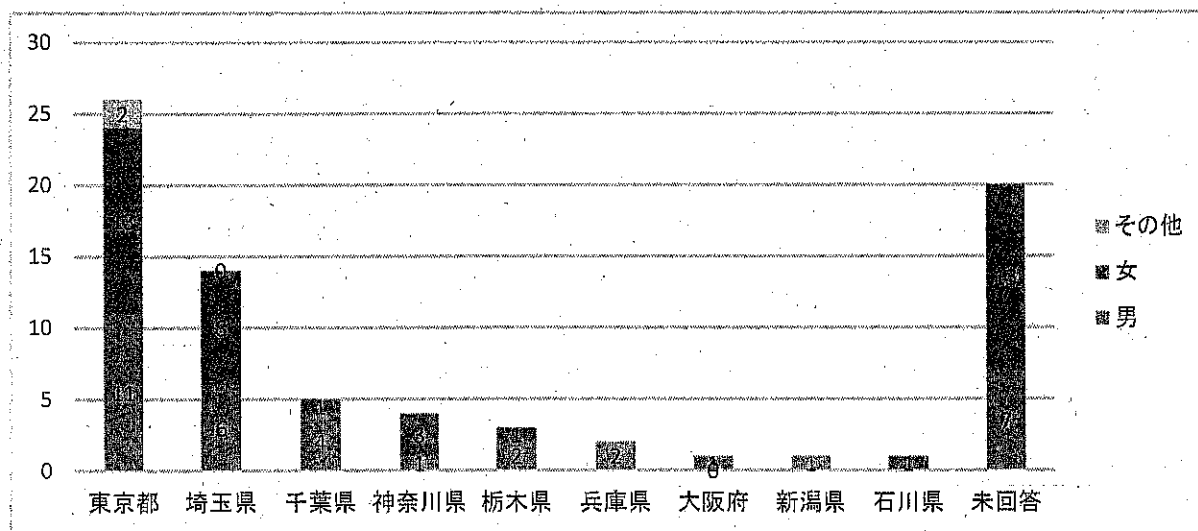
④-1 住まい



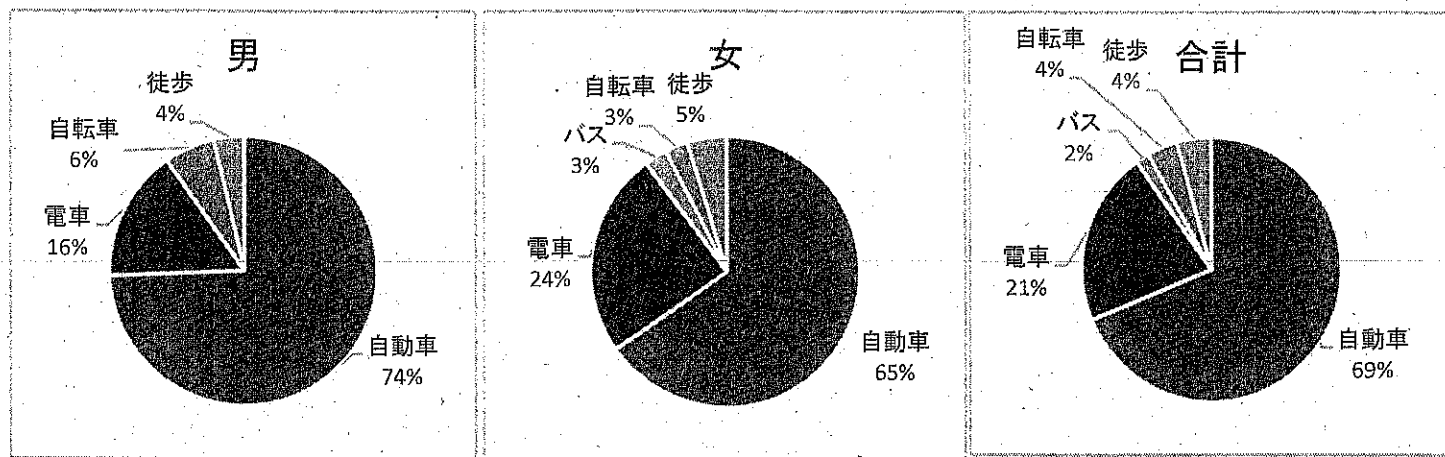
④-2 住まい（群馬県内）



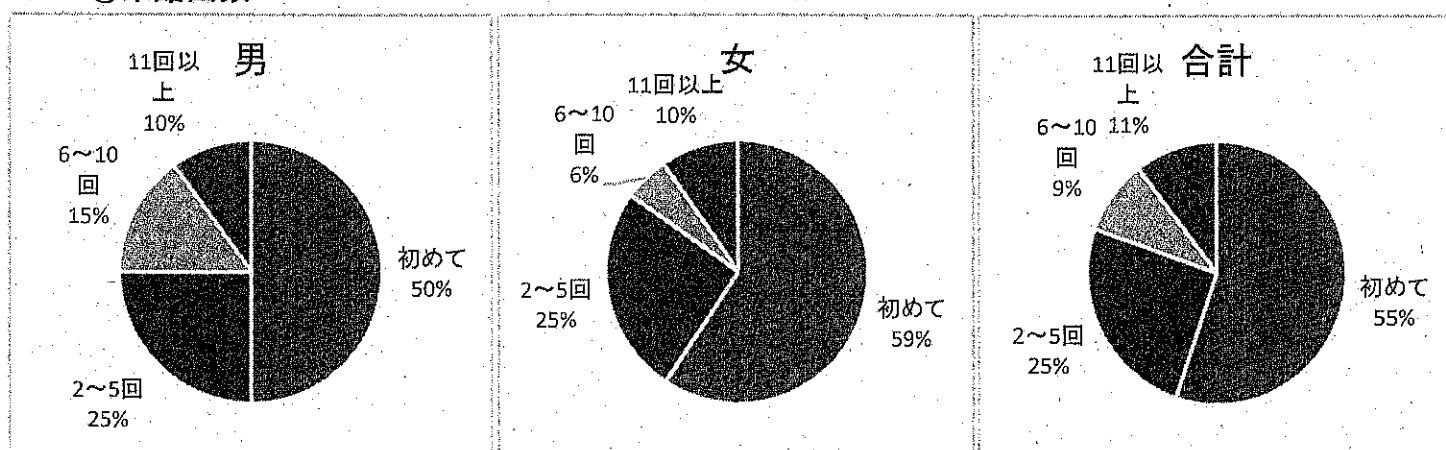
④-3 住まい（群馬県外）



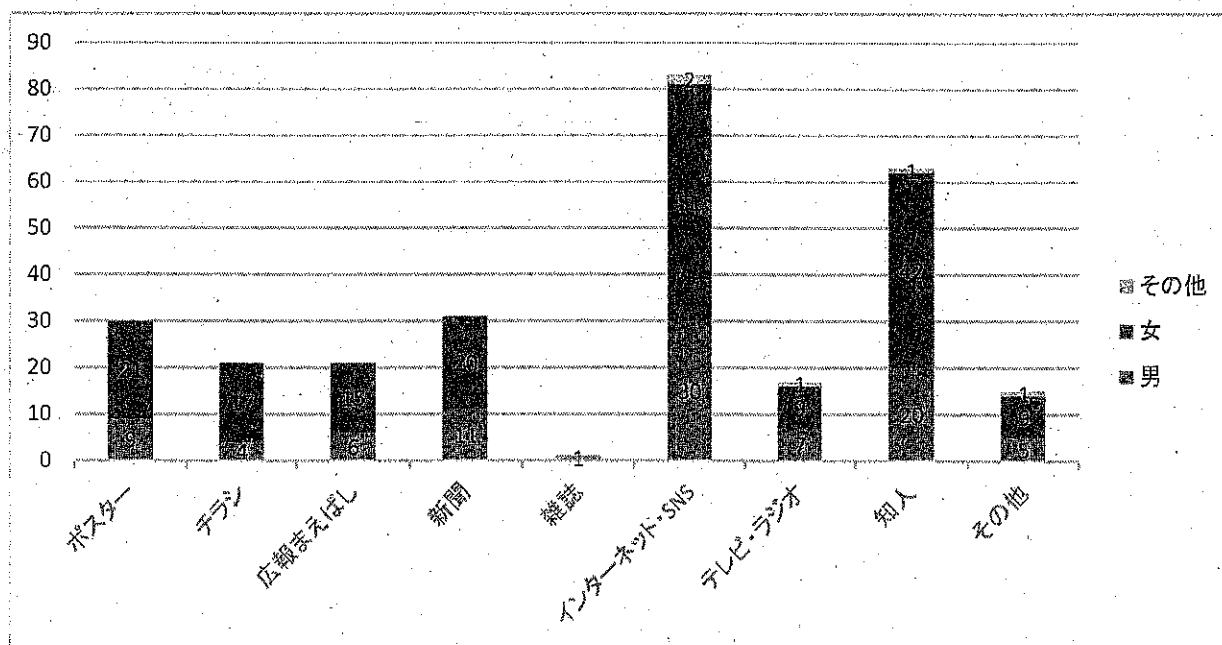
⑤交通手段



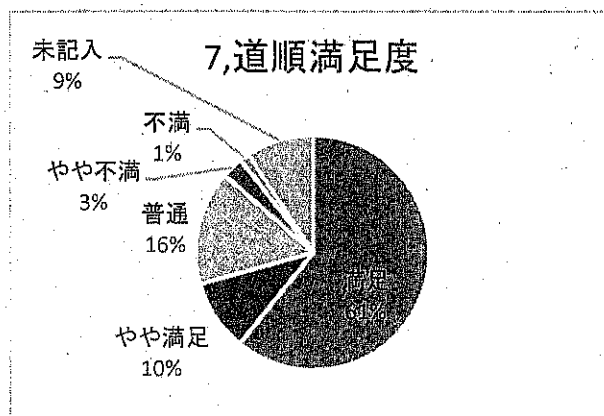
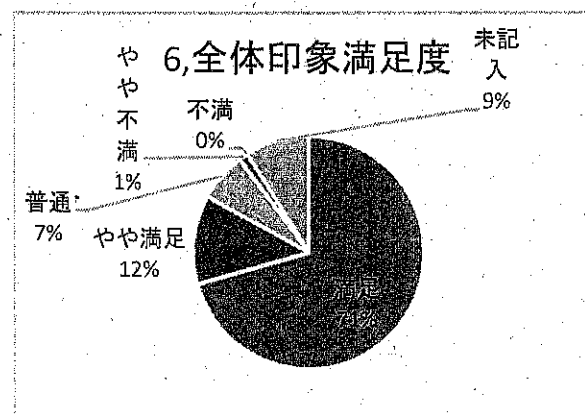
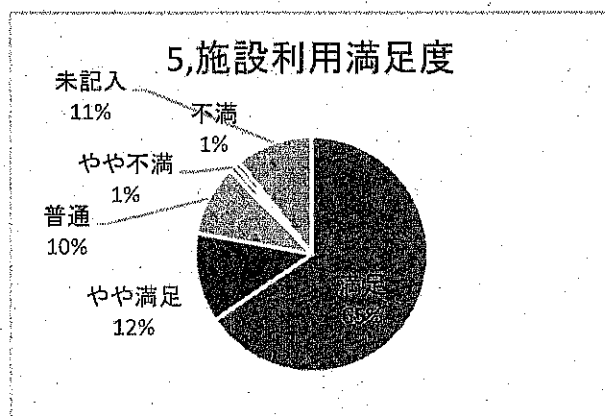
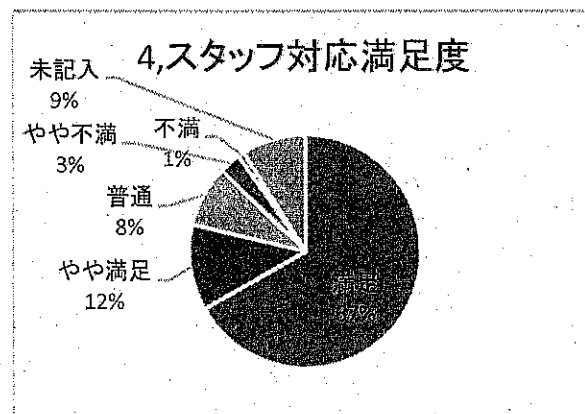
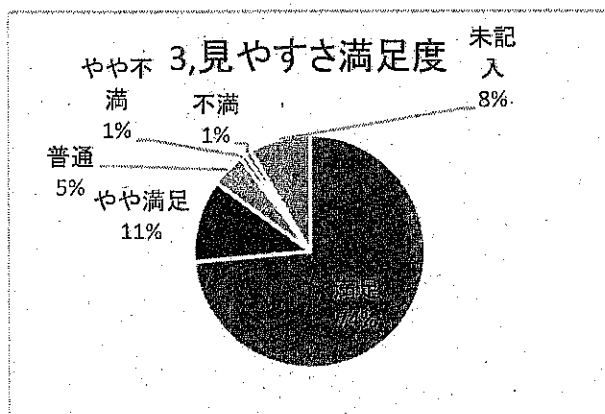
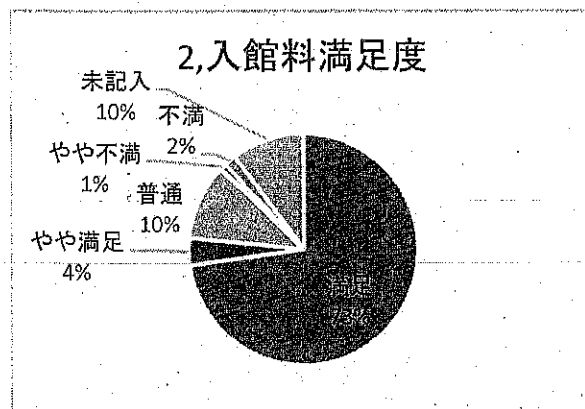
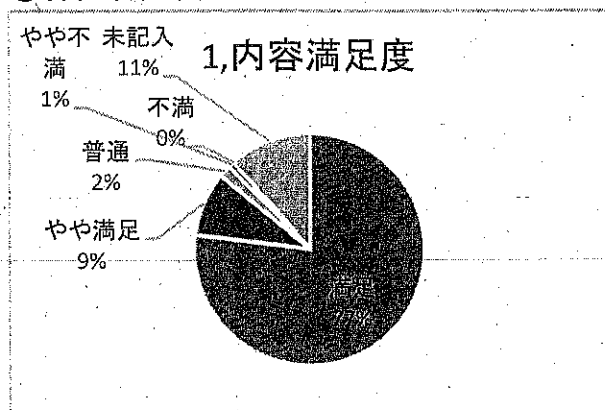
⑥来館回数



⑦企画展等を知った方法 (※複数回答あり)



⑧各種満足度



○主なコメント

【展覧会の内容】

- ・こういった個展はなかなか敷居が高くてきづらかったが、来てみて本当に良かった。普段感じられない感覚を知ることができて満足した。(藤岡市・40代男性)
- ・体験型、香り、健康、幸福、最高の栄養を持つ植物が集められていた、いるだけで感動。(太田市・40代女性)
- ・素晴らしかったです。千葉から2時間かけてきたかいがありました。のぞみの家のプロジェクト含め全力応援したい！(千葉県。40代女性)
- ・子供もとても興味を持って見ていました(市内・30代女性)
- ・4か月以上ぶりに見た展覧会でした。素晴らしい展示&気分が↑上がりました。(東京・60代女性)

【自由記載】

- ・群馬にこう言った空間があることが嬉しく感じた。(藤岡市・40歳男性)
- ・「空のプロジェクト」の看板は今まで作品と知らず、それでもとても印象的に見えていました。今回その全体蔵を知ることができて良かったです。新型コロナで見られなくなってしまうかと心配していました。大変な中開館してくれてありがとうございました。(東京・30代女性)
- ・レモンプロジェクトを一番の楽しみに来ましたが、空のプロジェクトにとっても心打たれました。素敵な企画です。(伊勢崎・30代女性)
- ・ずっと家にこもりがちな今、朝にいろいろな感覚で楽しむこの展示を一人でも多くの人に見てほしいと思いました。コロナ対策もばっちりでした。(市内・30代女性)
- ・説明がかたい気がした。(市内・20代男性)

令和2年度 アーツ前橋事業評価調書(1)

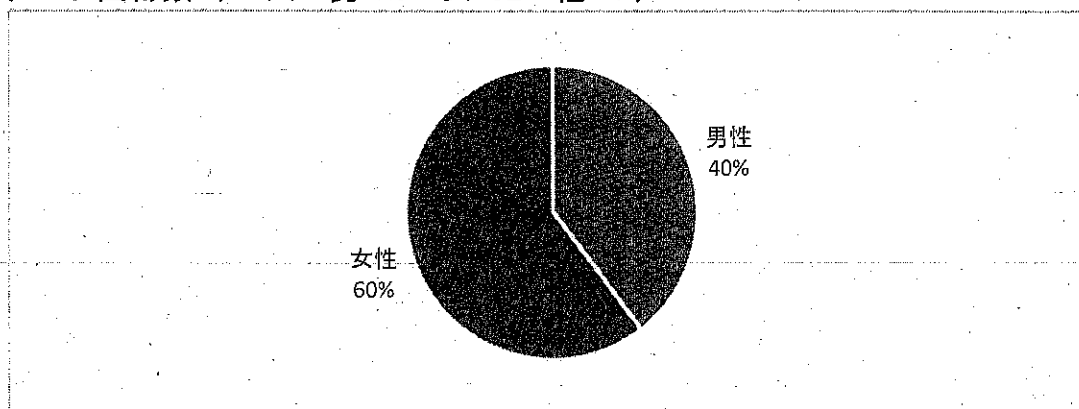
基本事項	事業名	糸の記憶 アーツ前橋所蔵作品から											
	会期	2020/6/1-2020/10/13 /116						開館日数	116 日間				
	会場(ギャラリー)	ギャラリー1、地下ギャラリー						実施方式	01自主企画・単独方式				
	観覧料	一般	-				出品点数	25 点					
		割引	-										
	担当者	学芸:辻瑞生、今井 朋 事務:堺 大輔											
	目的 (一覧表)	アーツ前橋の所蔵品を中心に、地域ゆかりの作家や作品を紹介する。開館以来、継続している作品の収蔵によりコレクションがより魅力的なものになっていることを知ってもらう。											
	キーワード	新収蔵作品、生糸、歴史、農、ユニフォーム											
	他団体との連携 (共催・協力等)												
	参加作家	石内都	伊藤三枝	平野 薫	Form on Words								
	南城一夫	横堀角次郎	ケレン・ベンベニスティ	ワプケ・フェーンストラ									
関連イベント													
① 投入(支出)・③ 結果(収入)	印刷物等	ポスター(B2)	チラシ(A4)	館内マップ	セルフガイド	リーフレット	図録						
		インハウス	-	インハウス	-	-	-						
	収入/支出	収入(A)	支出(B)	収支比率(A)/(B)	入館者一人当たりコスト	収入内訳							
						観覧料	助成金	他					
		予算	1,198,940 円		200 円								
		決算見込	1,198,940 円		241 円								
		差額			-								
		予算/決算	100.0%		120.5%								
	② 内容・活動	〔②内容〕事業の概要	事業の概要(転記)	新たに収蔵された作品、近年前橋市が収蔵した美術品を取り上げ、作家や作品をこれまでのアーツの企画展との関わりとともに紹介する。									
		〔②活動〕主な取組(手段)の結果 ・メディア等広報実績 ・新たな試み ・図録 ・関連イベント ・助成 など ●指標 来館者反応	・広報戦略 ・新たな試み(転記)	1.新収蔵作品の公開 2.作家研究に基づいた展示構成。 3.鑑賞補助資料の作成(キャプションなど)									
		広報実績 [新規掲載や効果が大きかった媒体など、特別な案件]	コレクション展であり、予算も限られることから紙媒体の広報物の作成は行わなかった。告知はHPやフェイスブックなどのネット媒体を中心に行った。SNSの利用としては、毎週1点の収蔵作品を選び、短い解説文と画像情報を発信し、より多くの人にコレクションについて知ってもらう機会をつくった。										
		新たな試みの実績	・予算および労力の省力化を図るため、ネットのみの広報を行った。 ・収蔵作品の他にこれまでの滞在制作で生まれた作品(ケレン・ベンベニスティ)も展示することで、アーツ前橋の館外事業をコレクションを通じて知ってもらう機会とした。 ・二代目のユニフォームのお披露目も兼ね、初代のユニフォームと合わせて制作のプロセスにも踏み込んで展示を作った。二代目ユニフォームについては、メディアに取り上げていただくなど、話題性を作った。										
③ 結果	入場者数(参考数値)	一般	学生	65才以上	団体	高校生以下	招待券	割引等	視察	イベント	他	合計(人)	日平均(人)
	上段:人数(人)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,981	43
	下段:割合(%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	※色付きは有料観覧者	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	有料観覧者率	0.0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
一般指標	指標	目標値	達成値	達成率	特記事項								
	入場・参加者数	6,000 人	8,179 人	136.3 %									
	展覧会満足度	80 %	71.0 %	-9.0 pt	アンケートに、「満足」、「やや満足」と記入があった割合(無回答を除く)								

令和2年度 アーツ前橋事業評価調書(2)

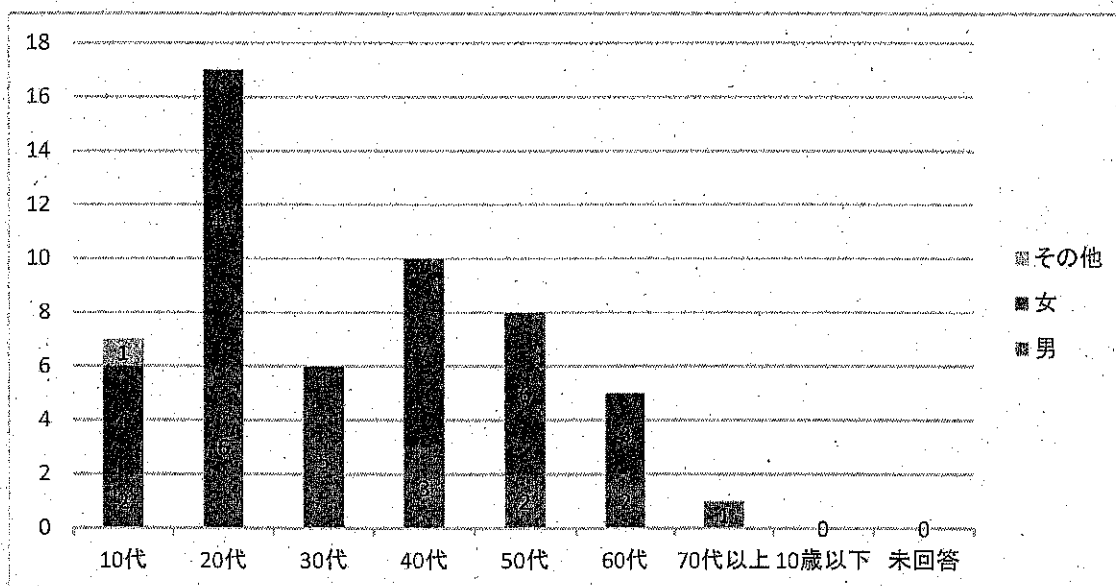
③ 結果	事業名	系の記憶 アーツ前橋所蔵作品から	
	進捗管理 [スケジュール観]	①概ね円滑に進んだ B.遅延気味であった() 開館後まで積み残しとなった事項()	
④ 成果	④成果 一覧表の「目標」に対する結果 ・観覧者層のターゲット ・ねらい	観覧者層のターゲット	近隣住民、市外の美術愛好者
		成果	アンケートやSNSでの反応も非常に少なかった。
		ねらい1 (転記)	1.コレクションへの理解が深まる
		成果	ねらいを設定する際に、どのように効果検証ができるのかを事前に想定しておく必要があった。
		ねらい2 (転記)	2.前橋に関わってきた近・現代作家を知る機会
		成果	石内都や白川昌生のようにこれまでもアーツ前橋で定期的に紹介してきた作家の他にも、ケレン・ベンベニスティやワブケ・フェーンストラのような地域アートプロジェクトやこれまでの企画展で関わっていただいた海外作家の紹介の場にもなった。
⑤ 波及効果	個別評価 ※記入日を()内に 入れてください ※概ね1年経過毎 に再確認して修正	<1～6は、記入項目の例・無い場合は削除。独自の評価項目の設定可。記入日を記載> 1. 参加作家のその後の活動を評価⇒片山真理の作品は、その後、他館からの貸し出し依頼があった。(2019.11.21.) 2. アーツの事業に対して、誰がどのような価値を見出したのかを評価 ⇒後日記入 3. 事業関係者(作家、運営、イベント参加者、地域住民)たちとの間で生まれた交流やその後の関係性の構築を評価⇒後日記入 4. 事業の実施に伴う波及効果 ⇒後日記入 5. 地域資源の活用という点での効果 ⇒地域の作家のみならずアーツ前橋のプログラムに関わった海外作家も取り上げることで、鑑賞者に地域との関わりの中でさまざまな作品が生まれていることを知ってもらうことができた。(2020.12.03.) 6. 意図せざる(思わぬ)効果 ⇒後日記入	
自己評価(担当者)	効率性 ①:③ 事業が効率的だったといえるか	1.非常に良い	②良い 3.普通 4.劣る
	含目的性 ②:④ 事業の目的を達成したといえるか	1.非常に良い	2.良い ③普通 4.劣る
	事業の将来性 ②:⑤ 館の事業に対し将来性があるか	1.非常に良い	2.良い ③普通 4.劣る
	社会的将来性 ③:⑤ 社会への影響に将来性があるか	1.非常に良い	2.良い ③普通 4.劣る
	課題・改善点	紙媒体の広報をなくすことで、予算や労力の効率化は図れた。ホームページやフェイスブックを利用した広報はおこなったが、入場者数に影響したかどうかまでは図ることはできなかった。やはり、ポスター程度は作成しないと近隣住民への告知も難しいという反省点が見えてきたため、会期中からインハウスで印刷を行い、ポスターの掲出を行った。	
引継ぎ事項 (特記事項)		コレクション展の今後の広報の在り方は、さらに検討する余地がある。大きな予算を使わなくても、有効な広報を考えていきたい。フェイスブック、ツイッター、インスタグラムの三種をそれぞれの特性に応じて情報発信することで、様々な年齢層にアプローチできる可能性があるのではないだろうか。	
コメント・意見		館長 副館長	充実しつつある収蔵作品を体系的に見せていく試みとして、地域の歴史と一緒に美術鑑賞をしてもらうことができた。SNSを使った収蔵作品の紹介は来場者数にはつながらなかったかもしれないが、どんな作品を持っているかを伝える効果はあったのではないかと。
		運営 評議会	

最終更新日: R2.12.11

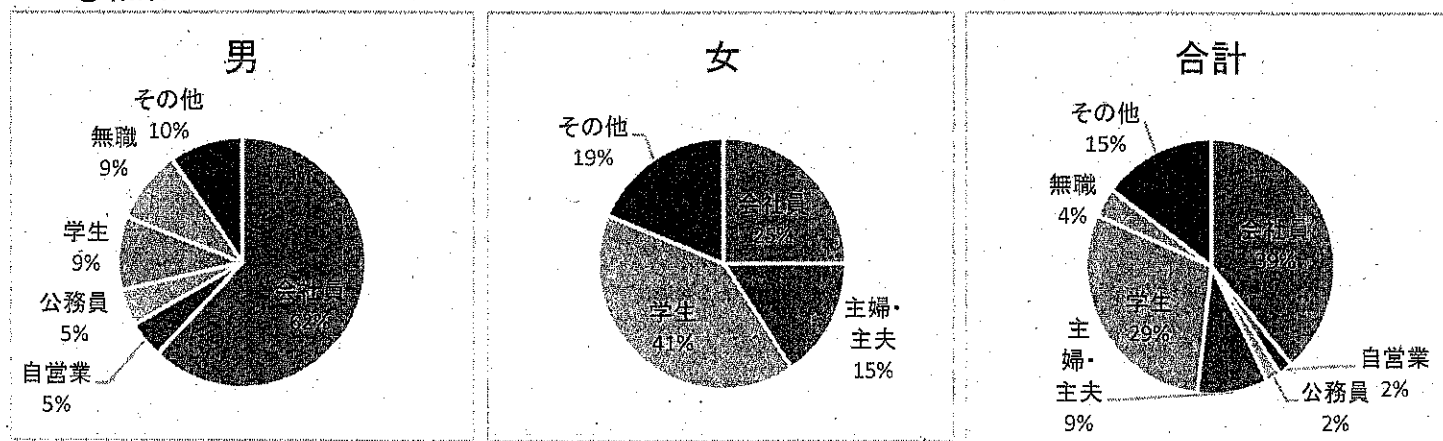
①アンケート回答数 (54人…男 21・女 32・他 1)



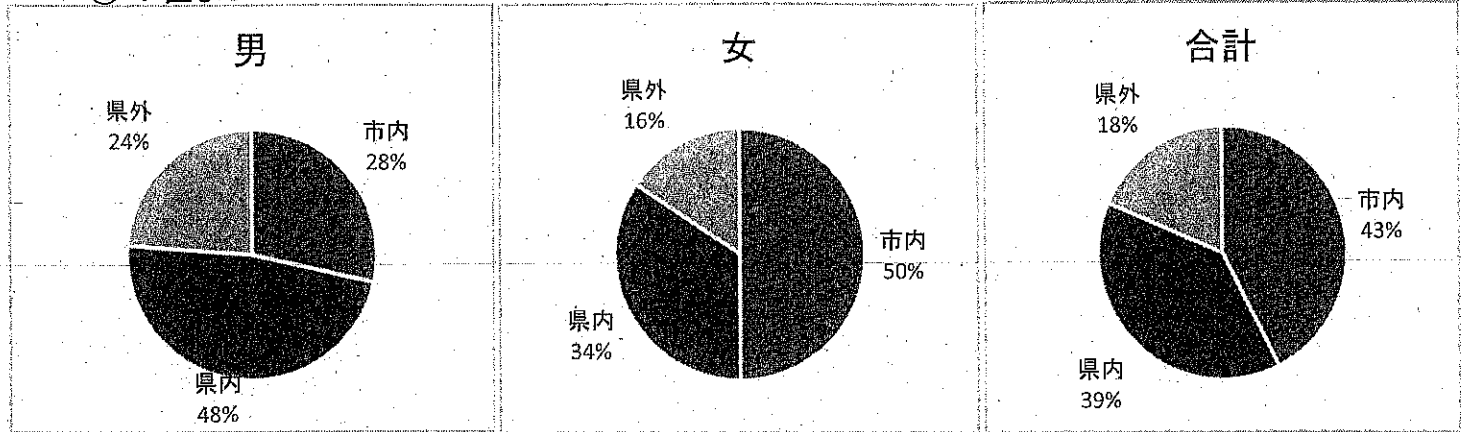
②年代



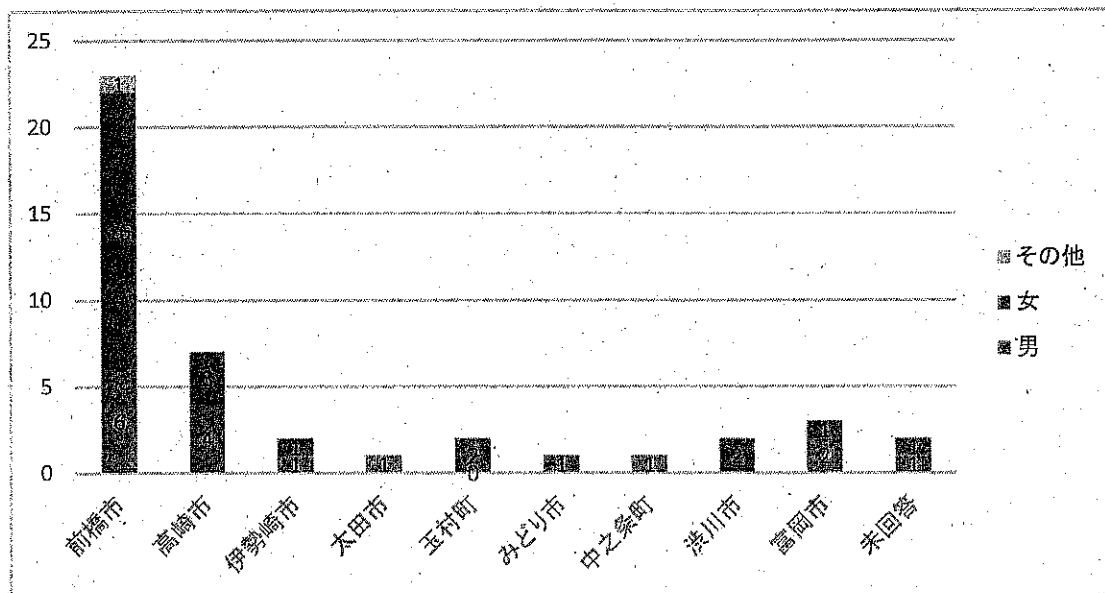
③職業



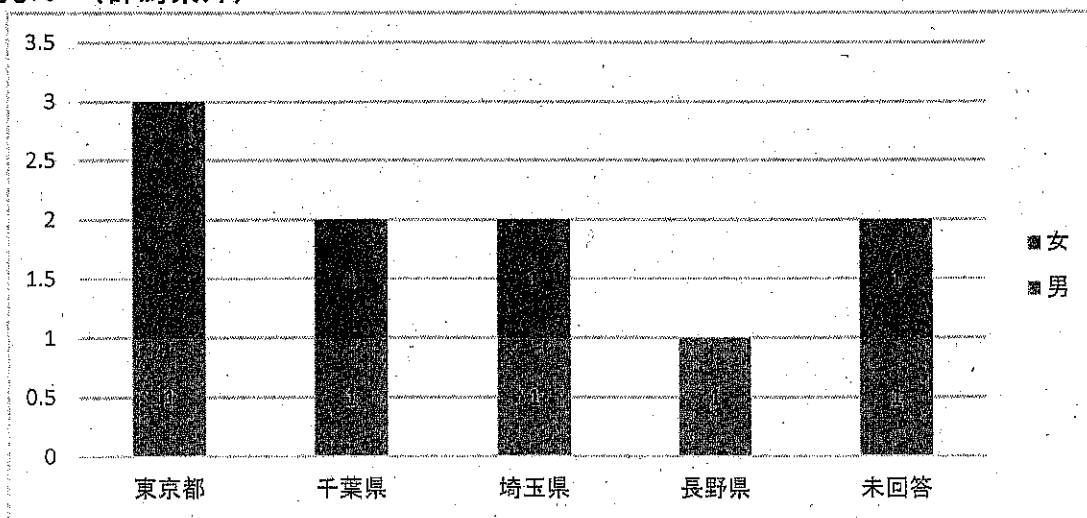
④-1 住まい



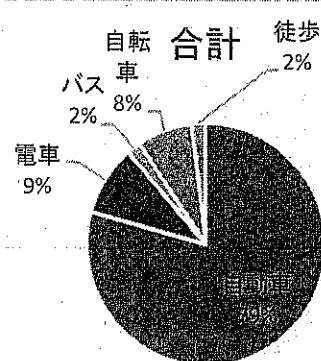
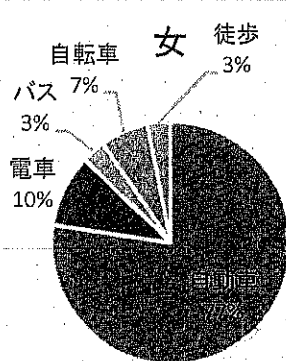
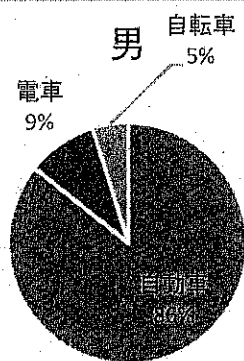
④-2 住まい（群馬県内）



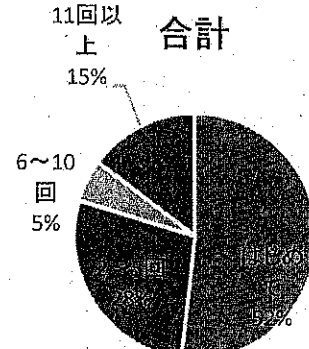
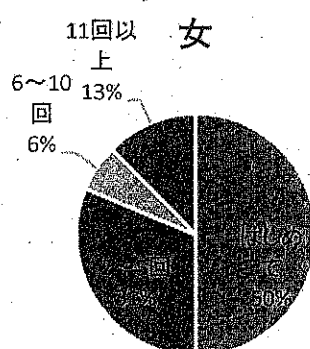
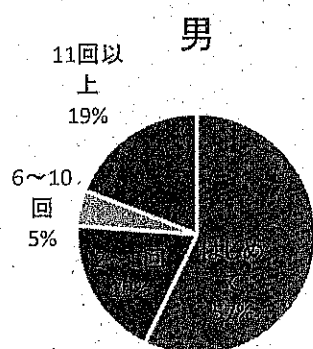
④-3 住まい（群馬県外）



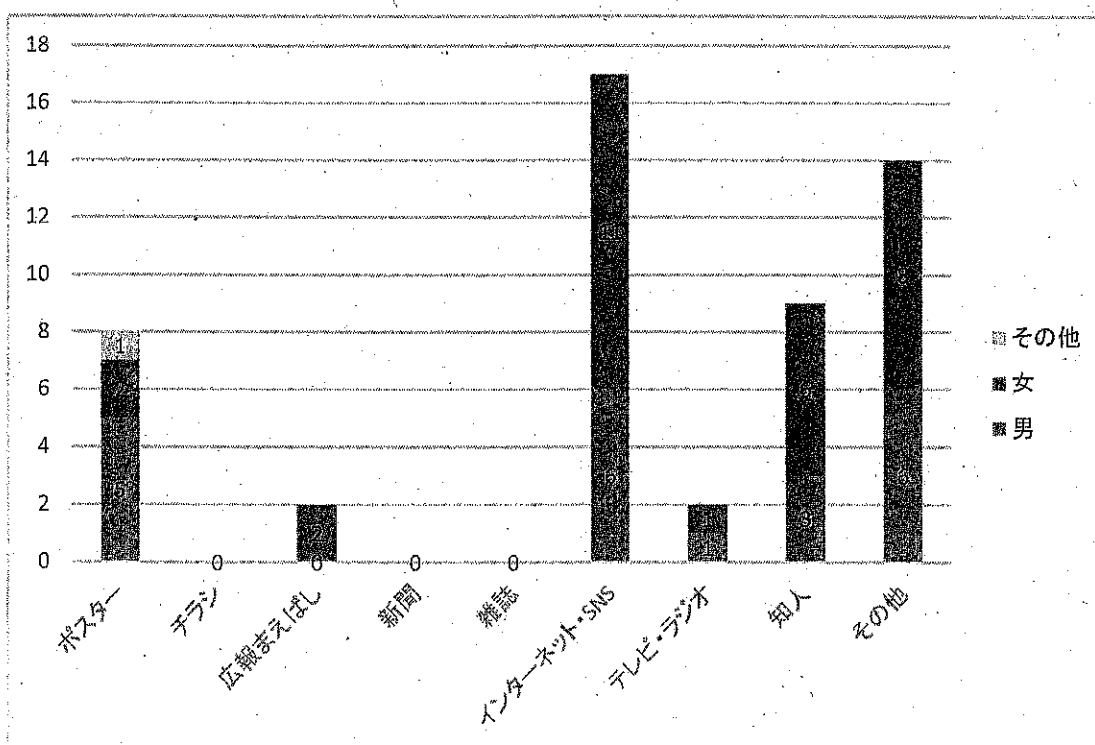
⑤交通手段



⑥来館回数

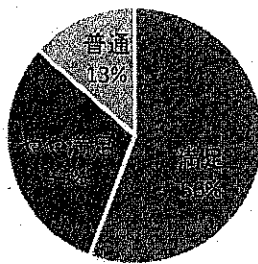


⑦企画展を知った方法 (※複数回答あり)

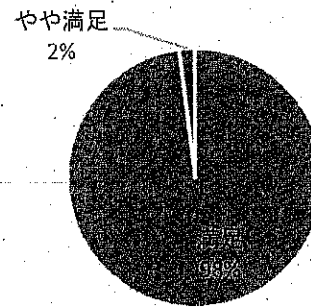


⑧各種満足度

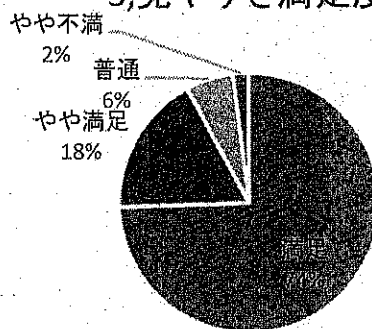
1,内容満足度



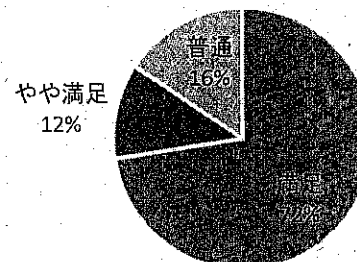
2,入館料満足度



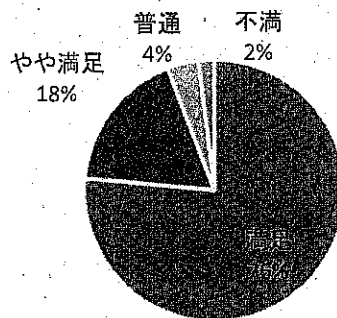
3,見やすさ満足度



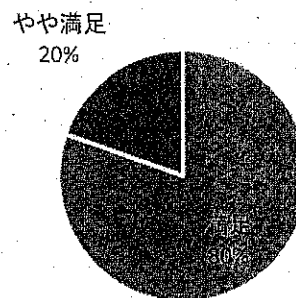
4,スタッフ対応満足度



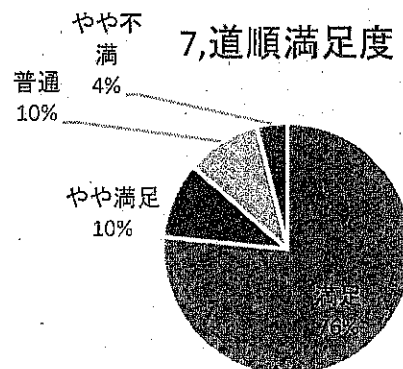
5,施設利用満足度



6,全体印象満足度



7,道順満足度



○主なコメント

【展覧会の内容】

- ・高橋さんの作品と中村さんの作品について画のテーマや手法が全く異なるものを1つの企画展で見ることができる点で興味深く印象的でした。(中之条町・20代男性)
- ・作品の制作意図を言葉で詳しく話してほしい。(伊勢崎市・40代男性)

【自由記載欄】

- ・実家が養蚕をやっていたので非常に関心深い展示でした。お声がけできませんでしたが、新しいコスチューム大変素敵です。(東京都・20代女性)
- ・前橋にもこんな場所があったかと驚いた。疲れが吹っ飛んだ。心が浄化された気分。(前橋市・10代女性)
- ・スタッフのユニフォームのリフォーム、そのプロセスそのものも「アート」と言える。市民と共作でユニフォームという発想はすごい。(東京都・50代男性)
- ・素敵な美術館なのでもっと人が入って活気があるといいなと思いました。(東京都・40代女性)