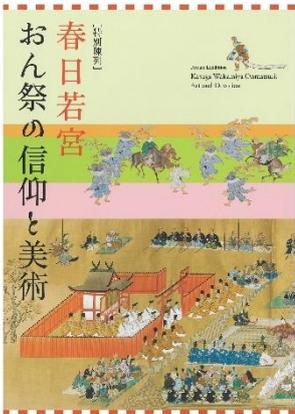


中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信							
事業名	(2) 展覧事業 ① 平常展							
【年度計画】 ・ I-(2)-① (5館共通) 1)、2)								
担当部課	東京国立博物館学芸研究部列品管理課 京都国立博物館学芸部・総務課 奈良国立博物館総務課 九州国立博物館学芸部総務課 皇居三の丸尚蔵館	事業責任者	課長 沖松健次郎 企画室長 羽田聡 課長 平石憲良 課長 為近雄一郎 課長 井手真二					
【実績・成果】 (5館共通) ・ 平常展来館者数は2,163,139人と、令和5年度(1,696,429人)を大きく上回った。 (東京国立博物館) ・ 5年度に引き続き、来館者に記入依頼を行う形でのアンケートを実施したほか、今年度からは館内にQRコードを設置し、Web上で回答する形でのアンケートも実施した。また、アンケートの集計結果と自由意見を館内で共有し、改善に努めるとともに、ウェブサイト、館内スタッフに寄せられた意見について、関係部署に共有し、必要に応じて回答や改善を図った。 (京都国立博物館) ・ 展覧会の開催期間中、紙媒体と2次元コードによる電子版のアンケートを実施し、アンケートの回答とその集計結果を館内で共有し、展示内容等の改善に努めた。アンケートの実施に当たっては回答促進を図るため、エントランスやグランドロビーにも電子版アンケートの2次元コードを掲示した。また、アンケート以外の方法でも来館者のニーズの把握に努めており、ウェブサイトや口頭にて寄せられたご意見・お問合せに加えて、会場運営業務の担当者が作成する業務報告書についても担当部署・担当者間で共有して展示内容等の改善を図っている。 (奈良国立博物館) ・ 館内に記述式アンケートの記入場所を設け、通年でアンケートを実施し、回答者にノベルティを付与することで回収率を高めた。加えて、7月よりウェブアンケートを実施し、幅広い層からより多くの回答を集められるよう工夫した。QRコード付きのチラシや看板を館内の各所に配架・掲示することで、全体のうちウェブアンケートで14%の回答を得ることができた。 (九州国立博物館) ・ 館内に記述場所を設け、通年でアンケートを実施した。また、アンケート回収率の向上と幅広い層からの意見集約を目的に、記述式に加え、オンラインでのアンケートも実施した。オンラインで回答するためのQRコードの設置場所を増やし、回答機会を増やすことに努めた。紙媒体及びオンライン回答者向けの既存のプレゼント企画(抽選制)のほか、オンライン回答者全員に15種類のスマホ及びパソコン用壁紙をランダムで配布した。 (皇居三の丸尚蔵館) ・ 計画どおり展覧会を開催した。 ・ 各展覧会期中にアンケートを実施し、その結果を館内で共有し改善に努めた。 ・ 来館者からの意見も踏まえ、事前予約制から予約優先制へ移行し、快適な観覧環境を確保しつつ、鑑賞環境に余裕がある場合には柔軟に対応し、館内への案内を行った。当館の収蔵品については著作権のあるものを除き写真撮影を可能とすることで来館者の満足度向上に努めた。								
【補足事項】 (東京国立博物館) ・ アンケートについては、偶数月の第2土曜日に加え、5月18日(土)、9月16日(月・祝)、11月3日(日・祝)の無料開館日に実施した。規則性をもって行うことでアンケート結果の比較、検証に寄与することに努めた。 (京都国立博物館) ・ 来館者の意見や要望を踏まえて、パーテーションの設置や案内サインの位置調整など、観覧環境の改善に取り組んだ。 (奈良国立博物館) ・ アンケート回答者に贈呈するノベルティは、抽選箱から数種類のシールをランダムに取れるようにすることで、来館者に楽しんでいただけるよう工夫した。 ・ 現場スタッフや来館者から寄せられた意見・要望を踏まえて、館内の掲示物を追加・修正するなど、観覧環境の向上に努めた。 (九州国立博物館) ・ アンケートの回答内容を全館的に共有し、お客様からの要望等に迅速に対応するほか、質問票やウェブサイトから寄せられた問い合わせ等にも対応し、観覧環境の向上に努めた。 (皇居三の丸尚蔵館) ・ 開館記念展第3期「近世御所を飾った品々」93.1%、第4期「三の丸尚蔵館の名品」96.8%、展覧会「いきもの賞玩」93.6%、展覧会「花鳥風月一水の情景・月の風景」94.3%、展覧会「公家の書・皇室の美術振興」93.2%、展覧会「瑞祥のかたち」96.2%と各展覧会で常に90%を超える高い満足度を得た。								
【評価指標】項目	6年度実績	目標値	評定	経年変化	2	3	4	5
平常展の来館者アンケート満足度								
東京国立博物館	91.0%	85%	B		85.8	87.9	88.4	90.4
京都国立博物館	95.8%	81%	B		78.5	82.1	85.9	89.7
奈良国立博物館	95.3%	92%	B		94.2	92.1	92.6	94.7
九州国立博物館	88.7%	76%	B		-	81.0	77.0	89.9
皇居三の丸尚蔵館	94.7%	-	-		-	-	-	93.6

<p>【年度計画に対する総合評価】 評価： B</p>	<p>【判定根拠、課題と対応】 アンケートについては4館とも目標値を達成し、皇居三の丸尚蔵館についても高い満足度を維持した。多様な来館者からの意見・要望を知るため、対面式との併用を含めたウェブアンケートの導入等、回収率を高めるよう取り組んだことで幅広い意見を集めたことに加えて、回答者へのノベルティの贈呈等、各館それぞれアンケート回収率の向上に取り組んだ。 7年度以降も、アンケート及びウェブサイトを通じて寄せられる来館者の意見・要望を参考に、更なる満足度の向上を目指す。</p>
<p>【中期計画記載事項】 平常展は、展覧事業の中核と位置付け、各博物館の特色を十分に発揮した体系的・総合的なものとするともに、最新の研究成果を基に、日本及びアジア諸地域等の歴史・伝統文化の理解の促進に寄与する展示を行い、展示に関する説明の充実、多言語化に取り組み、国内外からの来館者の増加を図る。 なお、平常展の来館者アンケートの満足度については、前中期目標の期間と同程度の水準の維持を目指す。</p>	
<p>【中期計画に対する評価】 評価： B</p>	<p>【判定根拠、課題と対応】 6年度も引き続きアンケート満足度の目標値を達成し、来館者の意見・要望に迅速に対応し観覧環境の改善に努めることができた。 さらに各館においては、アンケート回収率の向上に向けた取り組みを継続して行い、来館者の幅広いニーズを聞き取り、観覧環境に生かす仕組みを作ることができている。 7年度以降も、アンケート回収率を上げる取り組みを続けるとともに、来館者からの意見・要望を参考に、満足度向上に向けて引き続き努力していく。</p>

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信								
事業名	(2) 展覧事業 ①平常展								
【年度計画】	・ I-1-(2)-① (5館共通) 2)、(東京国立博物館) 1)、2)、3)								
担当部課	学芸研究部列品管理課	事業責任者	課長 沖松健次郎						
【実績・成果】(東京国立博物館)	<p>計画通りに平常展を開催した。</p> <p>1) 展示計画に基づき、383回(展示総件数9,686件)の展示替を実施しながら充実した展示を行った。</p> <p>2) テーマ性をもった特集展示18件を実施した。本館2階特別1室、特別2室で開催した特集「モダンきもの一名門「大彦」の東京ファッションー」では、本館2階「日本美術の流れ」の江戸時代までの時代を追った展示構成を活かしつつ、つづく近現代の衣装を多数紹介する特集を企画することで、来館者にとって充実した鑑賞機会を提供することができた。</p> <p>3) 日本文化や歴史への理解促進を図るため、本館4室「茶の美術」と、本館9室「能と歌舞伎」にデジタルサイネージ(映像)や、映像・静止画像を併用したデジタルサイネージ(解説)を引き続き活用した。文化財展示と文字のみの解説では伝わりづらい茶の湯の文化的背景を、視覚的に紹介することができた。</p> <p>○本館1階11室において展示環境を改善すべく、年度末にかけて展示ケース3台の新規製作を含む展示室リニューアル工事を完了した。</p> <p>○展示解説見直しのための新規事業に着手し、7年度からの本格調査に向けて、海外先進事例の収集等を行った。</p>								
	特集「モダンきもの」展示風景				本館11室「彫刻」リニューアル後の展示室				
【補足事項】	<ul style="list-style-type: none"> 平成館企画展示室にデジタルサイネージ(ごあいさつ、多言語等)2台を導入した。 東洋館の展示ケースについて点検、メンテナンスを行った。 								
	6年度実績	目標値	評価	経年変化	2	3	4	5	
平常展の来館者数	1,206,375人	-	-		166,639	211,052	625,235	961,328	
【年度計画に対する総合評価】 評価：A	<p>【判定根拠、課題と対応】</p> <p>来館者数は5年度に続いて特に外国人観光客の増加が著しく、全体としてもコロナ禍前の状況を超えるに至り、展示満足度も90%以上を維持した。また、計画したすべての特集展示を実施し、所蔵品の新たな魅力と価値を発信することができた。さらに、限られた予算ではあったが、老朽化したケースの交換や展示室の改修・清掃並びにデジタルサイネージの活用を積極的に推進し、展示室の環境改善に努めることができた。</p> <p>そのほか、トータル新時代プランに基づく映像コンテンツの活用も引き続き実行し、あわせて展示解説の抜本的な見直しを図るべく、7年度からの本格調査に向けて海外の先進事例の収集や来館者調査のための下準備を進めることができた。</p> <p>以上、当初の計画を大きく上回る成果を上げることができたと言え、A評価と判断した。</p>								
【中期計画記載事項】	平常展は、展覧事業の中核と位置付け、各博物館の特色を十分に発揮した体系的・総合的なものとするともに、最新の研究成果を基に、日本及びアジア諸地域等の歴史・伝統文化の理解の促進に寄与する展示を行い、展示に関する説明の充実、多言語化に取り組み、国内外からの来館者の増加を図る。								
【中期計画に対する評価】 評価：B	<p>【判定根拠、課題と対応】</p> <p>特色ある特集展示の実施を行うなどして、5年度より多くの来館者を迎えることができたことを高く評価したい。また、展示空間の環境改善やケースの老朽化、サイン・看板類の再整備などの課題にむけて検討し、あわせて海外の先進事例の収集を行った。7年度以降はそれらの解決に向けて議論を重ね、より魅力ある展示の実現に向けて努力していく。</p>								

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信							
事業名	(2) 展覧事業 ①平常展							
【年度計画】								
・ I-1-(2)-① (5館共通) 2) (京都国立博物館) 1)、2)								
担当部課	学芸部	事業責任者	企画室長 羽田聡					
【実績・成果】 (京都国立博物館)								
1) 特別展前後の準備・撤収期間を考慮し、名品ギャラリー（平常展示）期間を設定した。展示替作業に併せて、平成知新館内の一部の展示室のみを開室する部分開館も実施し、柔軟に対応した。なお、平常展来館者数は136,737人であった。また、展示替件数は667件であった。								
2) 5件の特集展示と2件の特別公開を開催し、当初年度計画よりも特集展示を1件（「新時代の山城鍛冶」）、特別公開を1件（「名刀再臨」）多く開催できた。								
【補足事項】								
<ul style="list-style-type: none"> ・ 豊臣秀次公430回忌 特集展示「豊臣秀次と瑞泉寺」では、豊臣秀次の430回忌の当年、瑞泉寺が所蔵する秀次一族に関わる作品を中心に、瑞泉寺の寺宝を紹介した。期間中の来館者は40,163人であった。 ・ 上田コレクション収蔵記念 特集展示「密教図像の美」は、戦後、医業の傍ら、密教図像の蒐集に尽力し、個人としては日本最大級のコレクションを形成した故上田治氏のご遺族より、貴重なコレクションの大半を当館へ貴重なコレクションの大半を当館が購入または寄贈により収蔵したことを記念し、幻のコレクションとなっていた作品群を展示した。期間中の来館者は24,963人であった。 ・ 新春特集展示「巳づくしー干支を愛でるー」では、新春恒例の干支にちなんだ展示として、美術に登場するいろいろな蛇を紹介。ファミリー向け展示として、小学校高学年以上向けを想定した易しい解説文や、小学校低学年以上を想定したワークシート（多言語）を作成し、幅広い世代に向けた展示とした。期間中の来館者は30,458人であった。 ・ 特集展示「新時代の山城鍛冶ー三品派と堀川派ー」では、新刀期の山城鍛冶の双璧をなす三品派と堀川派の名品を紹介した。期間中の来館者は71,554人であった。 ・ 特集展示「雛まつりと人形」では、江戸時代に流行した各種の雛人形をはじめ、御所人形や賀茂人形といった各種の京人形を展示し、みやこで生まれた人形文化の諸相を紹介予定。期間中の来館者数は32,530人であった。 ・ 修理完成記念 特別公開「重要文化財 縹糸威胴丸」では、重要文化財「縹糸威胴丸 兜・大袖付 附旗一旒」がバンク・オブ・アメリカの助成により、修理が完了したことを記念して特別公開を行った。期間中の来館者は40,163人であった。 ・ 特別公開「名刀再臨 一時代を超える優品たちー」では、6年度寄贈と寄託を受けたことで、半世紀近く一般に公開されたことのない重要文化財の刀剣3口の再発見することができたことを記念して、特別公開を行った。期間中の来館者は71,554人であった。 								
								
修理完成記念 特別公開 「重要文化財 縹糸威胴丸」 展示風景								
【定量的評価】項目	6年度実績	目標値	評定	経年変化	2	3	4	5
平常展の来館者数	136,737人	-	-		18,941	35,440	56,369	140,562
【年度計画に対する総合評価】 評定：A	【判定根拠、課題と対応】 当初計画になかった特集展示1件、特別公開1件を含む数多くの展示を企画することができ、また来館者アンケート満足度も90%を超えるなど、年度計画を大きく上回る成果を上げることができたと考え、A評価とする。							
【中期計画記載事項】 平常展は、展覧事業の中核と位置付け、各博物館の特色を十分に発揮した体系的・総合的なものとともに、最新の研究成果を基に、日本及びアジア諸地域等の歴史・伝統文化の理解の促進に寄与する展示を行い、展示に関する説明の充実、多言語化に取り組み、国内外からの来館者の増加を図る。								
【中期計画に対する評価】 評定：B	【判定根拠、課題と対応】 当初予定していた特集展示に加えて、特集展示を1件、特別公開を1件多く開催できた。また、多言語での題箋掲出、ジュニア版を含む音声ガイドの貸出、ワークシートの配布などを実施し、幅広く来館者の増加を図ることができたことから、中期計画を順調に遂行できていると判断する。							

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信							
事業名	(2) 展覧事業 ①平常展							
【年度計画】								
・ I-1-(2)-① (奈良国立博物館) 1)、2)								
担当部課	学芸部			事業責任者	部長 吉澤悟			
【実績・成果】								
1) 下記のとおり名品展を実施し、特集展示を1件開催した。(展示総件数：334件、展示替回数：15回)								
・ 名品展「珠玉の仏たち」 なら仏像館 4月1日～7年3月31日								
・ 名品展「中国古代青銅器」 青銅器館 4月1日～7年3月31日								
・ 名品展「珠玉の仏教美術」 西新館 12月7日～7年1月13日、7年2月8日～3月16日								
・ 特集展示「新たに修理された文化財」 西新館 12月17日～7年1月13日								
2) 下記のとおり特別陳列を開催した。								
・ 特別陳列「泉屋博古館の名宝—住友春翠の愛でた祈りの造形—」 東新館 7月20日～9月1日 入館者数 62,863 人								
・ わくわくびじゅつギャラリー「フシギ!日本の神さまのびじゅつ」 西新館 7月20日～9月1日 入館者数 62,863 人								
・ 特別陳列「東大寺伝来の伎楽面—春日人万呂と基永師—」 なら仏像館 10月1日～12月22日 入館者数 74,139 人								
・ 特別陳列「聖武天皇の大嘗祭木簡」 なら仏像館 10月22日～11月11日 入館者数 38,518 人								
・ 特別陳列「春日若宮おん祭の信仰と美術」 西新館 12月7日～7年1月13日 入館者数 23,316 人								
・ 特別陳列「お水取り」 西新館 7年2月8日～3月16日 入館者数 34,167 人								
【補足事項】								
・ なら仏像館における名品展「珠玉の仏たち」では、常時90件以上の仏像を公開した(展示総件数114件)。								
・ 名品展「珠玉の仏教美術」では、絵画・書跡・工芸・考古の館蔵・寄託品を公開した(展示総件数86件)。								
・ 特別陳列「泉屋博古館の名宝」では、泉屋博古館の収蔵庫改修への協力として一時保管中の同館所蔵品を展示し、この間に実施した仏教美術調査の成果を公開した。								
・ わくわくびじゅつギャラリー「フシギ!日本の神さまのびじゅつ」では、体験要素を取り入れるなど、教育普及の視点から様々な工夫を凝らした結果、国内外の親子など幅広い層に、日本の神々への興味関心を喚起することができた。								
・ 特別陳列「東大寺伝来の伎楽面」を正倉院展の会期に合わせて開催し、正倉院宝物と密接に関わる奈良時代の伎楽面を、最新の研究成果とともに公開した。								
・ 特別陳列「聖武天皇の大嘗祭木簡」を正倉院展の会期に合わせて奈良文化財研究所と共催し、同研究所の最新の発掘成果を公開した。								
・ 毎年恒例の特別陳列「おん祭りと春日信仰の美術」をリニューアルする形で新たに特別陳列「春日若宮おん祭の信仰と美術」を開催し、決定版図録を作成した。								
								
特別陳列「春日若宮おん祭の信仰と美術」展覧会図録								
【定量的評価】項目	6年度実績	目標値	評定	経年変化	2	3	4	5
平常展の来館者数	232,841人	-	-		43,262	52,178	116,116	181,494
【年度計画に対する総合評価】 評定：A				【判定根拠、課題と対応】 様々な来館者層が仏教美術について理解を深め、楽しめるように、毎年恒例の名品展や春日若宮展、新たに修理された文化財展を着実に実施した。それに加え、泉屋博古館の名品を取り上げる特別陳列、教育普及に主眼を置いたわくわくびじゅつギャラリーを実施し、外国人観光客含め好評を博し、特別展覧会並みの入場者があった。さらに、正倉院展の会期に合わせて奈良時代の伎楽面や奈良文化財研究所と共催による木簡を紹介する特別陳列など、多彩な名品展・特別陳列を実施した。名品展・特別陳列の来館者総数は、5年度から51,347名増加した。以上により、顕著な実績があったためA評価とする。				
【中期計画記載事項】 平常展は、展覧事業の中核と位置付け、各博物館の特色を十分に発揮した体系的・総合的なものとともに、最新の研究成果を基に、日本及びアジア諸地域等の歴史・伝統文化の理解の促進に寄与する展示を行い、展示に関する説明の充実、多言語化に取り組み、国内外からの来館者の増加を図る。								
【中期計画に対する評価】 評定：A				【判定根拠、課題と対応】 6年度も仏教美術の専門館として最新の調査研究を踏まえた特色のある名品展・特別陳列を開催した。特に仏像館の子供向き音声ガイドの展開、多言語対応のキャプションの充実、写真撮影可能な展示品の増加など、広い客層への理解促進を計った結果、来場者から非常に高い評価を得るとともに、総来場者数も6年度を大幅に超える高い水準で推移した。以上のことより、非常に高く評価できると判断しA評価とした。				

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信								
事業名	(2) 展覧事業 ① 平常展								
【年度計画】									
・ I-1-(2)-①(5館共通)2)、(九州国立博物館)1)、2)									
担当部課	学芸部企画課			事業責任者	課長 伊藤信二				
(実績・成果)									
2) 前中期目標の実績の年度平均以上を目指して、平常展は展示替えを1,914件行い、来館者数は285,699人であった。(九州国立博物館)									
1)									
<ul style="list-style-type: none"> ・ 計画に従って特集展示・特別公開を実施し、研究成果を公開するとともに、図録の刊行、講演会の実施等により、成果の普及を図った。 ・ 実物展示に加えてレプリカや再現文化財も有効に活用しながら、従来の展示とは違った切り口から文化財への関心を喚起し、鑑賞の幅を広げる取組を行った。 									
2) 干支や花など折々の季節にあったテーマから、既存の分野や展示スペースにとられない文化財の新しい楽しみ方を示した。									
【補足事項】									
<ul style="list-style-type: none"> ・ 特集展示「さわって体験! 本物のひみつ2024」は、これまでより広い展示会場で、触ることができる実物とレプリカや再現文化財を並べて展示することで、通常の観覧だけでは分からない作品の魅力を発信した。障がいの有無を問わずに多様な来館者が展示を楽しめるよう、音声・展示・手話動画での解説を用意した。 ・ 特集展示「人吉球磨の玉手箱」は熊本県南東部の人吉球磨の考古、歴史資料などを一堂に集めて展示し、図録を刊行した。ここでは、2年の豪雨災害で被災後に修復された文化財も展示し、復興を支援した。 ・ 特集展示「モンゴル襲来の痕跡を探る」は6年度が文永の役から750周年に当たることから、モンゴル襲来の痕跡を歴史資料や考古資料でたどり、現在も進められている調査研究の一端を紹介した。 ・ 新春特別公開「晴れなる輝き 一徳川美術館所蔵 菊の白露蒔絵調度」は、三代将軍家光の養女大姫の婚礼調度である「菊の白露蒔絵調度」をはじめ、貝桶や祝枕、婚礼衣装など江戸時代の婚礼を彩る品々を取りあわせて展示した。 ・ きゅーはくサマーツアー「博物館で昆虫採集」、きゅーはくへび年新春ツアー「カエルの逆襲」、きゅーはく春のツアー「お花をさがそう! 2025」はクイズラリーやSNSを使ったイベントなど参加型のコンテンツを併用することで、文化交流展(平常展)の新しい楽しみ方を提案した。とくに夏休み期間中に開催した「博物館で昆虫採集」は親子連れで賑わった。このほか、「新収品展」「新たに加わったアジアの民族造形」などの展示を行った。また、「おしゃれな古代人」という展示企画では3階ホールに「古代人のおしゃれ体験コーナー」を設置し、古代人の衣服や装身具を身につけて記念撮影を行えるようにし、またそのまま4階の平常展を観覧するイベントを実施した。 ・ きゅーはく春のツアー「お花をさがそう!」(2024)では、トークショー「日本の花々と自然観」(4月14日 登壇者: 村雨辰剛氏(庭師・俳優)、五十嵐靖晃氏(アーティスト)、酒井田千明(当館主任研究員) 参加者: 228人)を開催し、日本人と花々や樹木が紡いだ歴史や自然観について理解を深めた。 ・ きゅーはくサマーツアー「博物館で昆虫採集」では、講演会「働かない働きアリがいるって本当? アリたちの不思議な世界」(8月18日 講師: 村山貴弘氏(岡山理科大学教授) 参加者: 155人)を開催し、昆虫について理解を深めた。 									
		6年度実績	目標値	評定	経年変化	2	3	4	5
平常展の来館者数		285,699人	-	-		81,230	104,898	239,282	287,160
【年度計画に対する総合評価】			【判定根拠、課題と対応】						
評定: A			<p>特別展示室の改修工事により、特別展が9か月間開催できない中でも、特集展示「さわって体験! 本物のひみつ2024」やきゅーはくへび年新春ツアー「カエルの逆襲」をはじめ、平常展を充実させたことで、5年度並みの来館者に平常展をお楽しみいただき、特に有料入場者は対前年度比で1.56倍に増加するなど大きな成果を上げた。また、きゅーはくへび年新春ツアー「カエルの逆襲」で配布した目録は、「やさしい日本語」や多言語表記により、障がいの有無などに捉われない多様な来館者に歓迎された。以上のことから年度計画を大きく上回る成果を上げていると判断し、A評価とした。</p>						
【中期計画記載事項】									
平常展は、展覧事業の中核と位置付け、各博物館の特色を十分に発揮した体系的・総合的なものとするとともに、最新の研究成果を基に、日本及びアジア諸地域等の歴史・伝統文化の理解の促進に寄与する展示を行い、展示に関する説明の充実、多言語化に取り組み、国内外からの来館者の増加を図る。									



きゅーはくサマーツアー「博物館で昆虫採集」の展示会場

<p>【中期計画に対する評価】 評定：A</p>	<p>【判定根拠、課題と対応】 話題性のある特集展示やきゅーはくツアーを展開することで、平常展の魅力をより一層高めることができたことから、中期計画を大きく上回る成果を上げていると判断し、A評価とした。7年度は開館20周年記念の展示企画を平常展でも数多く実施する予定であり、特別展と連携しながら、全ての来館者の満足度向上に向けて引き続き取り組みたい。</p>
-------------------------------------	---

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信								
事業名	(2) 展覧事業 ①平常展								
【年度計画】									
・ I-1-(2)-① (皇居三の丸尚蔵館) 1)									
担当部課	学芸部展示・普及課			事業責任者	展示・普及課長 戸田浩之				
【実績・成果】 (皇居三の丸尚蔵館) 1) ・ 開館記念展「皇室のみやびー受け継ぐ美」第3期「近世の御所を飾った品々」(3月12日～5月12日)：展示期間中の来館者数(4月1日以降 37,410人/通期 54,307人) ・ 開館記念展「皇室のみやびー受け継ぐ美」第4期「三の丸尚蔵館の名品」(5月21日～6月23日) 48,193人 ・ 展覧会「いきもの賞玩」(7月9日～9月1日) 35,804人 ・ 展覧会「花鳥風月ー水の情景・月の風景」(9月10日～10月20日) 41,403人 ・ 展覧会「公家の書ー古筆・絵巻・古文書」/展覧会「皇室の美術振興ー日本近代の絵画・彫刻・工芸」(10月29日～12月22日) 38,556人 ・ 展覧会「瑞祥のかたち」(7年1月4日～3月2日) 57,552人 ・ 展覧会「百花ひらくー花々をめぐる美ー」(7年3月11日～5月6日) 27,262人(7年3月31日時点)									
【補足事項】									
<ul style="list-style-type: none"> ・ 計画通り、展覧会を開催した。 ・ 快適な観覧環境保持のため事前予約制としたが、鑑賞環境に余裕がある場合は、柔軟に案内することで来館者の増加を図った。 ・ 展示室内には、特に日本文化に馴染みの薄い来館者にも皇室の文化が伝わりやすいよう、映像による解説や、皇族が交流した国々の地図、読み下し文や材質の説明などを工夫し、展示の理解促進を図った。 ・ 子供向けのワークシートや、外国人向けの主要作品の詳細な作品解説リーフレットなどを配布した。 ・ 展覧会では、展示作品がすべて掲載された小冊子を作成・販売し、来館者満足度の向上と自己収入の確保を図った。また、当館の収蔵品は、著作権のあるものは除いて、原則すべて写真撮影可能とし、4言語(日・英・中・韓)で題箋を整備するなど来館者の満足度向上を図った。 									
									
		6年度実績	目標値	評価	経年変化	2	3	4	5
平常展の来館者数		286,180人	-	-	-	-	-	-	114,334
【年度計画に対する総合評価】 評価：B			【判定根拠、課題と対応】 一部開館の状況ではあるものの、当館の特色を示す収蔵品を紹介する魅力的な展覧会を順次開催し、来館者数も6年度通算286,180人となり、多くの来館者を迎えたことから、年度計画は十分に達成したと判断した。						
【中期計画記載事項】 平常展は、展覧事業の中核と位置付け、各博物館の特色を十分に発揮した体系的・総合的なものとともに、最新の研究成果を基に、日本及びアジア諸地域等の歴史・伝統文化の理解の促進に寄与する展示を行い、展示に関する説明の充実、多言語化に取り組み、国内外からの来館者の増加を図る。									
【中期計画に対する評価】 評価：B			【判定根拠、課題と対応】 一部開館という状況の中でも、当館の特色を活かした展示及び取組を実施し、来場者の増加を図ることができたことから、中期計画を順調に遂行できたと判断しBと評価した。8年度の全館開館まで、工事中のなか一部開館の状況が続くが、引き続き、当館の特色を生かした魅力的な展覧会を継続して開催する計画である。						

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信							
事業名	(2) 展覧事業 ②特別展等 1) 特別展							
【年度計画】								
・ I-1-(2)-②-1) (4館共通) ア、イ								
担当部課	総務部総務課 学芸企画部企画課	事業責任者	課長 竹之内勝典 課長 原田あゆみ					
【実績・成果】								
<p>ア 来館者への満足度調査を実施し、集計結果を速やかに関係部署で共有し、改善に努めた。従来通りアンケート結果は、当館のウェブサイトで公開すると共に、質問や意見などを提出された来館者には回答を行った。</p> <p>イ 5年度に引き続き、入館に当たっては原則事前予約不要とした。ただし、一部混雑の発生が見込まれた特別展においては、混雑が予想される会期末のみ想定来館者数に応じオンライン等による日時指定制を導入するなど、柔軟な対応を行った。</p>								
【補足事項】								
<ul style="list-style-type: none"> 特別展「中尊寺金色堂」、特別展「神護寺—空海と真言密教のはじまり」、特別展「はにわ」、特別展「旧嵯峨御所 大覚寺—百花繚乱 御所ゆかりの絵画—」では、金・土曜日の開館時間延長を実施した。 特別展「中尊寺金色堂」では、共催者のNHKグループとの協働により、8KCGの最新技術で金色堂および堂内の諸仏を撮影し、圧倒的な高精細画像で金色堂の魅力を伝えるだけでなく、画像データを活用した新しい展示・教育研究と文化財データの保存の可能性を提示することができた。 								
【定量的評価】項目	5年度実績	目標値	評価		2	3	4	5
特別展の来館者アンケート満足度	87.0%	86%	B	経年変化	85.5	91.0	83.9	90.1
中尊寺金色堂	82.8%	-	-		-	-	-	-
法然と極楽浄土	90.6%	-	-		-	-	-	-
内藤礼 生まれておいで 生きておいで	76.0%	-	-		-	-	-	-
神護寺—空海と真言密教のはじまり	94.5%	-	-		-	-	-	-
はにわ	90.8%	-	-		-	-	-	-
Hello Kitty展 —わたしが変わるとキティも変わる—	82.0%	-	-		-	-	-	-
旧嵯峨御所 大覚寺—百花繚乱 御所ゆかりの絵画—	92.1%	-	-		-	-	-	-
【年度計画に対する総合評価】 評価：B	【判定根拠、課題と対応】 ほぼ全ての特別展において、目標値を超える満足度となった。展示内容の充実、撮影可能エリアの設定、金・土曜日の開館時間延長、様々な広報展開など、魅力的な展覧会の実現に努めたことが、目標達成につながったと考える。							
【中期計画記載事項】								
<p>特別展等については、積年の研究成果を活かしつつ、国民の関心の高い時宜に適った企画を立案し、国内外の博物館と連携しながら我が国の中核的拠点にふさわしい質の高い展示を行う。</p> <p>特別展の来館者数については、展示内容・展覧環境を踏まえた目標を年度計画において設定する。また、特別展等の開催回数は概ね以下のとおりとし、各施設の工事等による影響を勘案しつつ、その達成に努める。</p> <p>(東京国立博物館) 年3～4回程度</p> <p>なお、特別展来館者アンケートを実施し、その満足度については、前中期目標の期間と同程度の水準の維持を目指し、常に展示内容等の改善を図る。</p>								
【中期計画に対する評価】 評価：B	【判定根拠、課題と対応】 今後はさらに質が高く、かつ近現代作品の展示をはじめ、幅広い年齢層の来館者のニーズに合った企画や運営を検討していくことに加え、より多くの方が来館しやすい柔軟な入館方法の検討や、来館者サービスの一環として休憩スペースを十分確保した展示・会場構成を検討していく。							

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信							
事業名	(2) 展覧事業 ②特別展等 1) 特別展							
【年度計画】								
・ I-1-(2)-②-1) (4館共通) ア、イ								
担当部課	総務課 学芸部	事業責任者	課長 森考平 企画室長 羽田聡					
【実績・成果】								
(4館共通)								
ア 5年度に引き続き、紙媒体と2次元コードによる電子版による来館者へのアンケート調査を実施し、幅広い層からのアンケート回収を試みた。								
イ 5年度に引き続き、来館時の注意事項を多言語(日・英・中・韓)やピクトグラムを活用して周知し、観覧環境の充実を図った。								
○特別展「雪舟伝説―「画聖(カリスマ)」の誕生―								
・ 雪舟の作品を3階の展示室に、桃山・江戸時代などの画家たちの作品を2・1階の展示室に配置し、それぞれの作品を比較することにより、近世における雪舟受容をたどることができるよう展示空間を工夫した。								
○特別展「法然と極楽浄土」								
・ 展示室内のフォトスポットを兼ねた仏涅槃群像の露出展示や、絵巻に描かれている人物を年表やサインの各所に配置する等、法然とその教えを身近に感じることができるよう展示を行った。								
【補足事項】								
								
特別展「雪舟伝説―「画聖(カリスマ)」の誕生― 展示風景				特別展「法然と極楽浄土」 展示風景				
【定量的評価】項目	6年度実績	目標値	評価	経年 変化	2	3	4	5
特別展の来館者アンケート満足度	95.1%	82%	B		73.9	80.5	77.3	89.4
雪舟伝説―「画聖カリスマ」の誕生	94.9%	-	-		-	-	-	-
法然と極楽浄土	95.3%	-	-	-	-	-	-	-
【年度計画に対する総合評価】 評価：A	【判定根拠、課題と対応】 開館時間を30分前倒しする早朝開館と、閉館時間を30分後ろ倒しする閉館時間の延長を実施したほか、特別展「法然と極楽浄土」では毎週金曜日に夜間開館を実施し、観覧機会の拡大に努めることができた。来館者満足度調査では、5年度に引き続き電子版アンケートを実施し、回答者にノベルティを配布したことで回答者が増加し、来館者の多様なニーズを調べることができた。また、満足度は5年度より大幅に上がり、目標値を上回った。来館者数の増加、アンケートについての新たな試み、満足度の目標値達成状況を踏まえ、年度計画を大きく上回る成果を上げることができたと考え、全体ではAと評価する。							
【中期計画記載事項】 特別展等については、積年の研究成果を活かしつつ、国民の関心の高い時宜に適った企画を立案し、国内外の博物館と連携しながら我が国の中核的拠点にふさわしい質の高い展示を行う。 特別展の来館者数については、展示内容・展覧環境を踏まえた目標を年度計画において設定する。また、特別展等の開催回数は概ね以下のとおりとし、各施設の工事等による影響を勘案しつつ、その達成に努める。 (京都国立博物館) 年1～2回程度 アンケート調査による来館者満足度調査では、満足度は5年度より大幅に上がっており、7年度においても来館者の意見・要望を参考に、満足度の向上に努めていく。								
【中期計画に対する評価】 評価：B	【判定根拠、課題と対応】 各展覧会において、良好な観覧環境を保ちつつ、より見やすく分かりやすく、没入感をもって作品を鑑賞できる環境を提供することができた。アンケート調査による来館者満足度調査では、満足度は5年度より大幅に上がっており、7年度においても来館者の意見・要望を参考に、満足度の向上に努めていく。以上をもって、中期計画に則って特別展を開催できたと判断したことから、全体ではBと評価する。							

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信							
事業名	(2) 展覧事業 ②特別展等 1)特別展							
【年度計画】	・ I-1-(2)-②-1) (4館共通) ア、イ							
担当部課	総務課	事業責任者	課長 平石憲良					
【実績・成果】	<p>ア 館内に設置した記述式アンケート、ウェブアンケートの集計結果及びウェブサイトを通じて寄せられた意見・要望を速やかに関係部署で共有し、改善に努めた。</p> <p>イ 特別展の開幕前や閉幕後を含め、定期的に接遇スタッフの打ち合わせを実施し、来館者からの意見・要望や現場運営で気づいた点を共有し適宜改善に努めることで、より良い展覧会運営ができるよう努力した。</p>							
【補足事項】	<p>・「第76回正倉院展」は原則、事前予約制の「日時指定券」の購入が必要な運用であるが、ネットが不得手な来館者及び当日正倉院展の開催を知った来館者向けに、当日の日時指定券が余っている場合は、窓口での販売も行った。また、5年度に引き続きチケット確認のスタッフを増員し、入場待ち列の解消に努めた。</p> <p>・5年度に引き続き、アンケート回収率向上のため、回答者にはノベルティを贈呈するという施策を行った。また、「第76回正倉院展」では、特別協力の新聞社と協力しウェブアンケートを2言語(日、英)で実施した。QRコードを記載したチラシを館内に配架し、回答者の中から抽選で限定ノベルティを贈呈することで、回収率の向上に努めた。</p>							
								
	「第76回正倉院展」アンケートチラシ配架の様子			「第76回正倉院展」チケット確認場所の様子				
【定量的評価】項目	6年度実績	目標値	評定	経年変化	2	3	4	5
特別展の来館者アンケート満足度	95.9%	89%	B		91.1	93.3	92.6	97.0
空海 KŪKAI 一密教のルーツとマンダラ世界	94.7%	-	-		-	-	-	-
第76回 正倉院展	97.1%	-	-	-	-	-	-	
【年度計画に対する総合評価】 評定：A	【判定根拠、課題と対応】 「第76回正倉院展」では、ネットが不得手な来館者向けに窓口での当日券の販売も行うなど、あらゆる立場の来館者が展示を楽しめるよう努力した。また、アンケート回答者にはノベルティを贈呈するという施策を行い、回収率の向上に努めた。来館者から寄せられた意見・要望は、速やかに関係部署に共有し適宜改善に努めることで、5年度に引き続き、目標値を大幅に上回る高い満足度を維持することができたためA評価とした。							
【中期計画記載事項】	<p>特別展等については、積年の研究成果を活かしつつ、国民の関心の高い時宜に適った企画を立案し、国内外の博物館と連携しながら我が国の中核的拠点にふさわしい質の高い展示を行う。</p> <p>特別展の来館者数については、展示内容・展覧環境を踏まえた目標を年度計画において設定する。また、特別展等の開催回数は概ね以下のとおりとし、各施設の工事等による影響を勘案しつつ、その達成に努める。</p> <p>(奈良国立博物館) 年2～3回程度</p> <p>なお、特別展来館者アンケートを実施し、その満足度については、前中期目標の期間と同程度の水準の維持を目指すし、常に展示内容等の改善を図る。</p>							
【中期計画に対する評価】 評定：A	【判定根拠、課題と対応】 多くの来館者が快適に展示を楽しむことができるよう努めたことで、6年度に開催した特別展における来館者満足度は、89%という高い目標値を大幅に上回ることができた。また、アンケート回収率を向上させるため回答者へのノベルティ贈呈を行うだけでなく、外国人からも特に関心の高い正倉院展において英語でアンケートを実施するなど、多様な意見を聞くため様々な施策を実施した。以上の取組は、次期中期計画期間はもちろん今後の当館の運営をより一層改善していくために重要なものであり、非常に高く評価できるためA評価とした。7年度以降も来館者からの意見・要望を参考に、特別展における満足度の向上に努めていく。							

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信			
事業名	(2) 展覧事業 ②特別展等 1) 特別展			
【年度計画】	ア 特別展「中尊寺金色堂」(1月23日～4月14日) (74日間) (目標来館者数10万人)			
担当部課	学芸研究部保存科学課	事業責任者	保存修復室長 児島大輔	
【実績】				
展覧会名	特別展「中尊寺金色堂」		 <p>告知ポスター</p>	
会 期	1月23日(火)～4月14日(日) (74日間)			
会 場	東京国立博物館 本館特別5室			
主 催	東京国立博物館、中尊寺、NHK、NHKプロモーション、日本芸術文化振興会、文化庁			
作品件数	51件(うち国宝6(41)件、重要文化財2(7)件)			
来館者数	252,601人(目標値10万人、達成率252.6%)			
入場料金	一般 1,600円、大学生 900円、高校生 600円、中学生以下無料			
アンケート結果	満足度82.8%			
【成果】				
企画構成 展示作品	中尊寺金色堂は藤原清衡(1056～1128)によって建立された東北地方現存最古の建造物で、2024年に天治元年(1124)の上棟から900年を迎えた。本展はこれを記念したもので、金色堂の中央壇に安置されている国宝の仏像11体を一堂に展示するとともに、かつて堂内を荘厳していた工芸品や、清衡の棺、経典、仏画、文書など名品の数々を紹介した。さらに、会場内に大型LEDモニターを設置し、黄金に輝く金色堂とその内部を8KCGで原寸大に再現した高精細映像を放映した。			
学術的意義	本展は、中尊寺の全面的なご協力により、藤原三代の礎を築いた清衡を祀る中央壇の仏像11体すべてが60年ぶりに展示される貴重な機会となった。さらに、NHKと共同制作した映像では、8KCGの最新技術で金色堂および堂内の諸仏を撮影し、圧倒的な高精細画像で金色堂の魅力を伝えるだけでなく、画像データを活用した新しい展示・教育研究と文化財データの保存の可能性を提示することができた。			
教育普及	関連事業として、開幕記念トークイベントを実施した(1月23日)。関連展示として、親と子のギャラリー「中尊寺のかざり」(1月23日～3月3日、本館2階特別2室)を実施した。「NHKジュニアガイド」を約3万部作成し、関東圏の小中学校と図書館(約6,500件)に配布、会場にて約2万部配布した。1月29日に実施した障がいのある方のための特別鑑賞会に43人、2月2日に実施した教員研修に34人、通訳案内士等を対象とした研修を4回実施し、合計122人の参加があった。			
その他 (運営・広報・サービス等)	報道内覧会：1月22日(187名出席)。ポスター・チラシ制作、DM発送実施。交通広告：JR上野駅公園口改札横シート広告、SWボード駅貼り(東京メトロ、JR東日本主要駅、東武日比谷線、京王線ほか)。新聞：朝日新聞朝刊ほか。テレビ：NHK「日曜美術館」、NHK「中尊寺金色堂デジタルで解き明かす900年の謎」ほか。ラジオ：J-WAVE「GOOD NEIGHBORS」ほか。雑誌：『芸術新潮』『時空旅人』『和楽』ほか。その他：展覧会公式サイト、SNSなどで広報を実施。インバウンド向けチラシを作成。			
補 足	 <p>展示風景</p>		 <p>展示風景</p>	
【定量的評価】項目	5年度実績	目標値		
来館者アンケート満足度	82.8%	86%		
【年度計画に対する総合評価】 評定：A	【判定根拠、課題と対応】 金色堂創建900年を記念した本展では、金色堂中央壇の国宝仏像を中心とした文化財と最新の8KCG映像技術を組み合わせることで、中尊寺の歴史と文化、そして世界遺産・平泉の魅力を改めて広く紹介することができた。来館者満足度こそ目標をわずかに越えることができなかつたものの、現地ではガラスケース越しにしか見ることのできない金色堂に納められた仏像を間近に見る体験を提供するなど数々の取り組みを行った結果、想定の上を2倍を超える入館者を迎えることができ、全体としては目標を大きく上回る事ができた。			

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信		
事業名	(2) 展覧事業 ②特別展等 1) 特別展		
【年度計画】			
イ 特別展「法然と極楽浄土」(4月16日～6月9日)(48日間)(目標来館者数6万人)			
担当部課	学芸企画部企画課	事業責任者	前学芸研究部列品管理課登録室長 瀬谷愛
【実績】			
展覧会名	特別展「法然と極楽浄土」		
会 期	4月16日(火)～6月9日(日)(70日間)		
会 場	東京国立博物館 平成館 特別展示室		
主 催	東京国立博物館、NHK、NHKプロモーション、読売新聞社		
作品件数	126件(うち国宝4件、うち重要文化財52件)		
来館者数	119,024人(目標値8万人、達成率148.8%)		
入場料金	一般2,100円、大学生1,300円、高校生900円、中学生以下無料		
アンケート結果	満足度90.6%		
			
【成果】			
企画構成 展示作品	令和6年(2024)に浄土宗開宗850年を迎えることを機に、法然による浄土宗開宗から徳川将軍家の帰依によって大きく発展を遂げるまでを、全国の浄土宗ゆかりの名宝の数々を中心に紹介。東京では初公開となる国宝「綴織當麻曼陀羅」(奈良・當麻寺蔵)、浄土宗の根本宗典として重視された重要文化財「選択本願念仏集(廬山寺本)」(京都・廬山寺蔵)、通常画像で描かれる釈迦入滅の場面を彫刻群像で構成した「仏涅槃群像」(香川・法然寺蔵)などを展示した。とくに阿弥陀来迎図の名品である国宝「阿弥陀二十五菩薩来迎図(早来迎)」(京都・知恩院蔵)は修理後初公開となった。		
学術的意義	浄土宗が開宗した鎌倉時代にとどまらず前後の時代も対象とすることで、奈良時代から鎌倉時代および中国・南宋時代の国宝・重要文化財や、南北朝時代から江戸時代の重要作例などを通じて、浄土宗の成立と展開を通史的に示す機会となった。また、修理後初公開となった国宝「阿弥陀二十五菩薩来迎図(早来迎)」について記念講演会を実施し、修理によって得られた最新知見を紹介することができた。		
教育普及	NHKジュニアガイドを1都3県の小中学校と図書館約6,500件に配布し(希望校には順次配布)、上記と展覧会会場分あわせて約5万部を配布。記念講演会「知恩院蔵『早来迎』、修理で分かった名画の秘密」(5/10、講師 大原嘉豊、参加者238人)を実施した。記念講演会「会期後半にみてほしい 法然と極楽浄土展7つのポイント」(5/23、講師 瀬谷愛、参加者234人)を実施した。イベント「国宝「綴織當麻曼陀羅」絵解き」、トークイベント「ハイヒールを履いた僧侶が語る『浄土宗の修行で学んだ、心が安心する教え』」などを開催した。		
その他 (運営・広報・サービス等)	報道内覧会：4月15日(138名出席)。ポスター・チラシ制作、DM発送実施、Web広告。交通広告：東京メトロ・JR・京急の寺社仏閣最寄り駅(B1ポスター)、東京メトロの美術館最寄り駅(B1ポスター)、東京メトロ(駅構内電飾看板)、京成電鉄特別タイアップ(B3ポスター中吊り、B1ポスター駅貼り、A4チラシ駅置き)、有楽町ビックビジョンCM放送ほか。新聞：読売新聞、朝日新聞ほか。テレビ：NHK「チョコちゃんに叱られる!」「日曜美術館」「謎解き!ヒミツの至宝さん」ほか。雑誌：『時空旅人』『芸術新潮』『美術の窓』ほか。また、展覧会公式サイト・SNSなどで広報を実施。		
補 足			
		第1会場展示風景	第2会場展示風景
【定量的評価】 項目	6年度実績	目標値	
来館者アンケート満足度	90.6%	86%	
【年度計画に対する総合評価】	【判定根拠、課題と対応】		
評価：A	法然が開宗した浄土宗の成立や展開について、作品や文献資料を通じて分かりやすく紹介することができた。関東の浄土宗寺院の宝物も展示することで関東近郊の来館者にも浄土宗を身近に感じていただくことができた。また、日本美術史を代表し宗教史・美術史上、大変重要かつこれまで奈良県を出ることがなかった国宝「綴織當麻曼陀羅」や、修理後初公開の国宝「阿弥陀二十五菩薩来迎図(早来迎)」を東京で見ることができたことも好評で、目標を超える10万人越えの入館者数と90.6%という高い満足度につながった。		

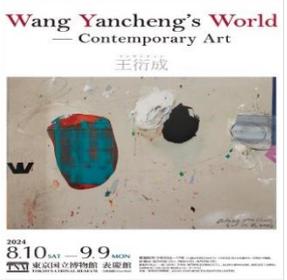
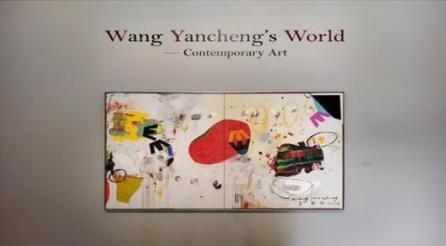
中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信		
事業名	(2) 展覧事業 ②特別展等 1)特別展		
【年度計画】	ウ 特別企画「内藤礼 生まれておいで 生きておいで」(6月25日～9月23日)(79日間)(目標来館者数2万人)		
担当部課	学芸企画部	事業責任者	広報室長 鬼頭智美
【実績】			
展覧会名	特別企画「内藤礼 生まれておいで 生きておいで」		
会 期	6月25日(火)～9月23日(月・休)(79日間)		
会 場	東京国立博物館 平成館企画展示室、本館特別5室、本館1階ラウンジ		
主 催	東京国立博物館		
作品件数	100件(うち当館列品6件、うち重要文化財1件)		
来館者数	43,780人(目標値2万人、達成率218.9%)		
入場料金	一般：1,500円、大学生：1,000円 高校生以下無料		
アンケート結果	満足度76%		
告知ポスター			
【成果】			
企画構成 展示作品	本展は、美術家・内藤礼が当館の出会いから構想した展覧会である。本展では、内藤自身が選んだ考古遺物とともに、当館の建築や歴史を独自の視点で読み解くことで、平成館企画展示室、本館特別5室、本館1階ラウンジの3か所に、新たな空間作品（インスタレーション）を制作した。なお、本展はエルメス財団との共同企画であり、銀座メゾンエルメスフォーラムで開催される同名展覧会（9月7日～令和7年1月13日）と連動しており、2会場を往還することで完結する構成である。		
学術的意義	内藤礼は「地上に存在することは、それ自体、祝福であるのか」をテーマに、「生と死」を対立する概念と見るのではなく、互いに結びつき、循環するものであると捉え、「根源的な生の光景」を繊細な造形で表現することで知られる。本展においても、当館の所蔵品と建築空間について独自の視点を示し、当館150年の歴史と通ずる新たな空間作品を創造した学術的意義は大きいといえる。		
教育普及	関連事業として、「内藤礼 生まれておいで 生きておいで」記念トークイベント（7/15、登壇者 内藤礼氏、星野太氏、参加者180人）、月例講演会「『内藤礼 生まれておいで 生きておいで』との出会い」（8/17、講師 三本松倫代氏、品川欣也、参加者254人）を開催した。		
その他 (運営・広報・サービス等)	報道内覧会：6月24日（82名出席）。ポスター・チラシ制作、DM発送実施。新聞：朝日、毎日、読売、日経、共同通信配信による地方紙各紙、テレビ：NHK「日曜美術館」ほか。ラジオ：J-WAVE「GOOD NEIGHBORS」ほか。雑誌：『GQ』『FIGARO』『TimeOut』『ユリイカ』『CasaBRUTUS』『芸術新潮』『新建築』ほか。WEB：美術手帖、TOKYO ART BEAT、CINRAなど。その他：『博物館ニュース』、当館公式サイト、SNSなどで広報を実施。		
補 足	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>第1会場展示風景 撮影：畠山直哉</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>第2会場展示風景 撮影：畠山直哉</p> </div> </div>		
【定量的評価】項目	5年度実績	目標値	
来館者アンケート満足度	76%	86%	
【年度計画に対する総合評価】 評価：A	【判定根拠、課題と対応】 当館で初めてとなる、現代美術家による空間作品の展覧会であり、当館の長い歴史と現代とのつながりを示すとともに建築空間や収蔵品のこれまでにない解釈を提示し、特に20代の割合が全体の20%を超え、通常の展覧会の約2倍になるなど新たな来館者層を開拓することができた。入館者数においても目標の2倍を超える入館者数となったことは、大きな成果である。 TOKYO ART BEATの全国1万人を超えるアンケートで「2024年ベスト展覧会」の1位、また美術手帖の読者アンケートでも4位に選出された。来館者アンケートでは満足度が目標には及ばなかったものの、現代作家の作品を扱った珍しさや新鮮さ、普段当館で開催される総合文化展や特別展とは様相の異なる静謐かつ広がりを感じる展示空間に対する好意的なコメントを多くいただいた点を考慮すると評価に値すると思われる。		

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信		
事業名	(2) 展覧事業 ②特別展等 1)特別展		
【年度計画】	エ 創建1200年記念特別展「神護寺—空海と真言密教のはじまり」(7月17日～9月8日)(48日間)(目標来館者数8万人)		
担当部課	学芸企画部博物館教育課	事業責任者	教育普及室研究員 古川攝一
【実績】			
展覧会名	創建1200年記念 特別展「神護寺—空海と真言密教のはじまり」		
会 期	7月17日(水)～9月8日(日)(48日間)		
会 場	東京国立博物館 平成館 特別展示室		
主 催	東京国立博物館、高雄山神護寺、読売新聞社、NHK、NHKプロモーション		
作品件数	104件(うち国宝17件、うち重要文化財44件)		
来館者数	181,763人(目標値8万人、達成率227.2%)		
入場料金	一般 2,100円、大学生 1,300円、高校生 900円、中学生以下無料		
アンケート結果	満足度94.5%		
	告知ポスター 		
【成果】			
企画構成 展示作品	令和6年(2024)に空海の生誕1250年と神護寺の創建から1,200年目の節目を迎えるにあたり、空海ゆかりの宝物と1,200年の時を経て連綿と受け継がれる神護寺の文化財の全貌を紹介。空海直筆の国宝「灌頂歴名」、5体が完全にそろった日本最古の国宝「五大虚空蔵菩薩」、「赤釈迦」の俗称で親しまれ、平安仏画の如来画像中の最高作される国宝「釈迦如来像」などを展示した。特に本尊の国宝「薬師如来立像」は寺外では初公開であり、現存最古の大曼荼羅である国宝「高雄曼荼羅」は約230年ぶりに修復が行われ、東京で初の公開となった。		
学術的意義	神護寺所蔵以外にも関連する作品を各所から借用して展示したことによって、空海在世時に遡る貴重なものだけでなく、各時代を象徴する美術史的・文化史的にも非常に価値の高い作品が一堂に会することとなり、神護寺の歴史のみならず、日本の美術や文化の歴史を重層的に示す機会となった。とりわけ高雄曼荼羅は、近代にいたる受容史まで示すことができ、これまでなかった新たな視点を提示した。		
教育普及	シンポジウム「神護寺三像を読み解く」を7月24日に開催し、241人が参加した。記念講演会1「神護寺の歴史と文化財」を7月27日に開催し、253人が参加した。記念講演会2「展覧会の見どころ—1200年の至宝集結!」を8月3日に開催し、281人が参加した。教員研修を7月26日に開催し、65人が参加した。ボランティア研修を8月4日に開催し、84人が参加した。		
その他 (運営・広報・サービス等)	報道内覧会：7月16日(126名出席)。ポスター・チラシ制作、DM発送実施。交通広告：JR東日本主要駅ホーム前21駅21面(NTボード)、東京メトロ主要6駅6枠(電飾看板)ほか。新聞：読売新聞、朝日新聞 夕刊「美の履歴書」ほか。テレビ：NHK Eテレ「日曜美術館」、NHK「空海の世界へようこそ」、NHK「歴史探偵」ほかで放映。雑誌：『芸術新潮』『サライ』『和楽』『美術の窓』ほかで掲載。また、展覧会公式サイト・SNSなどで広報を実施。		
補 足			
	展示風景		展示風景
【定量的評価】項目	5年度実績	目標値	
来館者アンケート満足度	94.5%	86%	
【年度計画に対する総合評価】 評価：A	【判定根拠、課題と対応】 広報ではキービジュアルとして本尊・薬師如来立像の迫力を前面に出し、寺外初公開の特別感を周知した。会場では本尊を全方位から拝観できるよう、博物館だからこそ可能な展示方法を採用して特別感を高めている。そうした仏像の見せ方や照明の美しさが印象に残ったとする意見が多く、映像コーナーの簡潔な解説もわかりやすいと高評価であった。効果的な見せ方の工夫に加え、重厚な歴史を感じさせる展示構成が、結果として94.5%という満足度に繋がったと考えられる。		

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信		
事業名	(2) 展覧事業 ②特別展等 1)特別展		
【年度計画】			
オ 挂甲の武人 国宝指定50周年記念 特別展「はにわ」(10月16日～12月8日)(48日間)(目標来館者数8万人)			
担当部課	学芸研究部調査研究課	事業責任者	考古室主任研究員 河野正訓
【実績】			
展覧会名	挂甲の武人 国宝指定50周年記念 特別展「はにわ」		
会 期	10月16日(水)～12月8日(日)(48日間)		
会 場	東京国立博物館 平成館 特別展示室		
主 催	東京国立博物館、NHK、NHKプロモーション、朝日新聞社		
作品件数	124 件(うち国宝18件、うち重要文化財21件)		
来館者数	339,712 人(目標値 8 万人、達成率 424.64%)		
入場料金	一般 2,100円、大学生 1,300円、高校生 900円		
アンケート結果	満足度90.8%		
告知ポスター			
【成果】			
企画構成 展示作品	古墳時代の墓である古墳に立て並べられた焼き物、埴輪の歴史性や造形美を伝える展覧会を開催した。当館所蔵品である「埴輪 挂甲の武人」の国宝指定50周年記念した企画であり、全国各地から埴輪を借用したほか、アメリカのシアトル美術館からも国宝「埴輪 挂甲の武人」と同一工房とみられる武人埴輪を借用するなど、埴輪の展覧会としては最大規模となった。		
学術的意義	「埴輪 挂甲の武人」の解体修理及び調査研究を契機として明らかになった制作当時の彩色を、復元品で再現展示する試みは、色彩に乏しいイメージがある日本の考古遺物のイメージを刷新したものとみられ、メディアおよびSNSでも大きな反響を呼んだ。また、考古資料としての歴史的評価に加え、近代における再評価や復元・修理技士の紹介など、近代から現代にいたる埴輪と人のかかわりについて、展示や図録を通じて多くの新知見を紹介している。		
教育普及	ハニワと土偶の近代展（東京国立近代美術館）と合同のジュニアガイドを9月上旬下旬に1都4（千葉・埼玉・神奈川・群馬）県の小中学校と図書館（約8,000件）に配布し、展覧会会場にて約2万5千部配布。		
その他 (運営・広報・サービス等)	報道内覧会：4月22日（月）(計64名出席)。ポスター・チラシ制作、DM発送実施。交通広告：メトロUボード13駅、メトロMCVパッケージ9駅、東武日比谷線・半蔵門線、B3ポスター社内ドア横、JR湘南新宿ライン・上野東京ライン、京王線タイアップ、B1ポスター駅貼り（100枚）、B3ポスター車内中張り（970枚）ほか。新聞：主催者媒体（朝日新聞）10月14日朝刊特集ほか10件以上。テレビ：主催者媒体（NHK）「日曜美術館」「おはよう日本」「はなかつぱタイアップ番組」ほか10本以上で放映。30秒スポット、首都圏ニュース645、ラジオ随時放送。雑誌：『時空旅人』・『芸術新潮』ほか。また、展覧会公式サイト・SNSなどで広報を実施。		
補 足	 第1会場展示風景  第2会場展示風景		
【定量的評価】項目	6年度実績	目標値	
来館者アンケート満足度	90.8%	86%	
【年度計画に対する総合評価】 評定：S	【判定根拠、課題と対応】 古墳時代の立体造形の豊かさやこれらが持つ魅力を紹介することで、古墳時代の葬送や風俗について発信することができた。ポスタービジュアルのポップなデザインや SNS を交えた発信など、若年層にもリーチするための多様な広報展開を行い、また適量かつ平易な解説で展示を構成した結果、入館者数は約 34 万人、来館者アンケートでは 20 代以下の来館者が約 20%（通常は 10%前後）、満足度 90.8%という評価を得ることができた。また、シアトル美術館より挂甲の武人を借用し、国内の挂甲の武人とともに一同に展示できたことは、一般来観客や研究者からも多くの反響をいただいた。また、産官連携実践の試みとして、シアトル美術館からの借用および輸送が、バンクオブアメリカからの資金援助のもとで実施できたことも、当館の特別展運営にとって多くの知見をもたらす機会となった。		

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信		
事業名	(2) 展覧事業 ②特別展等 1)特別展		
【年度計画】	カ 開創1150年記念 特別展「旧嵯峨御所 大覚寺—百花繚乱 御所ゆかりの絵画—」(7年1月21日～3月16日) (49日間) (目標来館者数8万人)		
担当部課	学芸企画部企画課	事業責任者	学芸企画部博物館教育課教育講座室長 金井裕子
【実績】			
展覧会名	開創1150年記念 特別展「旧嵯峨御所 大覚寺—百花繚乱 御所ゆかりの絵画—」		 <p>告知ポスター</p>
会 期	7年1月21日(火)～3月16日(日) (49日間)		
会 場	東京国立博物館 平成館 特別展示室		
主 催	東京国立博物館、大本山大覚寺、読売新聞社、日本テレビ放送網、BS日テレ		
作品件数	68件(うち国宝2件、うち重要文化財38件)		
来館者数	190,754人(目標値8万人、達成率238%)		
入場料金	一般 2,100円、大学生 1,300円、高校生 900円		
アンケート結果	満足度92.1%		
【成果】			
企画構成 展示作品	令和8年(2026)に旧嵯峨御所大覚寺が開創1150年を迎えるに先立ち、優れた寺宝の数々を一挙に紹介する展覧会。大覚寺宸殿と正寝殿を飾る約240面におよぶ障壁画のうち123面を公開したほか、東京では5体そろって初めて公開の重要文化財「五大明王像」(明円作)や、国宝「後宇多天皇宸翰 御手印遺告」といった歴代天皇による優れた書の数々、清和源氏に代々継承された重要文化財「太刀 銘口忠(名物 薄緑(膝丸))」など、日本美術史の各分野の代表作を展示した。またこのほか、「嵯峨天皇像」(宮内庁)や重要文化財「太刀 銘安綱(名物 鬼切丸(髭切))」(北野天満宮)など大覚寺とゆかりの深い文化財も併せて展示した。		
学術的意義	平安時代彫刻、中世書跡、近世障壁画といった日本美術史の各時代・各分野を代表する作品を展示し、大覚寺の歴史とともに日本美術の造形の奥深さや多様さを示す機会となった。特に、現在14か年にわたる大規模な本格修理の途中である障壁画については、修理の過程で判明した最新の知見やこれに基づく研究を図録や連続講座に反映することができた。		
教育普及	連続講座「百花繚乱 大覚寺の美術」を7年2月28日と7年3月1日に開催し、のべ560人が参加した。御所車(生け花)展示、トークイベント「刀剣プレミアムナイト」、夜間鑑賞会「刀剣撮影ナイト」、関連イベント「写経体験「嵯峨天皇の祈り」～心の経をなぞる～」、関連講座「嵯峨御流いけばな体験」の各イベントの開催や、来場者限定ノベルティの配布を実施した。		
その他 (運営・広報・サービス等)	報道内覧会:7年1月20日(215名出席)。ポスター・チラシ制作、DM発送実施、Web広告。交通広告:東京メトロコルトン看板(六本木、上野、乃木坂、清澄白河、木場)ほか。テレビ:日テレCMほか。YouTube:「スーツ交通」。新聞:読売新聞正月特集「25年の主な展覧会」ほか。雑誌:「芸術新潮」(12月号)、「美術の窓」(12月号)、「美術展びあ2025」(12月号)、「時空旅人」(7年2月号)、「サライ」(7年2月号)、和楽「11月号」ほか。また、展覧会公式サイト・SNSなどで広報を実施。		
補 足	 <p>第1会場展示風景</p>		 <p>第2会場展示風景</p>
【定量的評価】項目	6年度実績	目標値	
来館者アンケート満足度	92.1%	86%	
【年度計画に対する総合評価】 評定:A	【判定根拠、課題と対応】 嵯峨天皇の離宮を前身とする大覚寺について、皇室ゆかりの門跡寺院および真言宗大覚寺派の本山といった日本仏教史において重要寺院であることを、大覚寺に伝わる日本美術史の代表作品や重要な歴史資料を通じて紹介することができた。また、平安時代後期を代表する仏師明円の現存唯一の作である重要文化財「五大明王像」5体や、安土桃山時代から江戸時代にかけて活躍した絵師狩野山楽の代表作である障壁画群約100面を東京で見ることができたことも好評で、目標を大きく超える19万人越えの入館者数と92.1%という高い満足度につながった。		

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信		
事業名	(2) 展覧事業 ②特別展等 1)特別展		
【年度計画】 I-1-(2)-②-1) (東京国立博物館)			
担当部課	総務部総務課 学芸企画部	事業責任者	課長 竹之内勝典 部長 松嶋雅人
【実績】			
展覧会名	カルティエと日本 半世紀のあゆみ 『結 MUSUBI』展 — 美と芸術をめぐる対話		 <p>告知ポスター</p>
会 期	6月12日（水）～7月28日（日）（41日間）		
会 場	表慶館		
主 催	東京国立博物館		
作品件数	270件		
来館者数	74,027人		
入場料金	一般 1,500円、大学生 1,200円		
【成果】			
企画構成 展示作品	<p>「メゾンカルティエ」を代表するジュエリーや美術作品と「カルティエ現代美術財団」が支援したアーティストの作品を紹介する2部構成の展覧会である。「メゾンカルティエ」の展示では、日本の文化がデザインを発想する源として制作された作品の数々によって、日本とカルティエの間における文化的交流を感じさせる逸品の数々を国内外から集結させた。「カルティエ現代美術財団」の展示では、アーティストたちとの対話を繰り返し、財団が制作を依頼したコレクションやプロジェクトの一端を紹介する。杉本博司、村上隆、横尾忠則、宮島達男、三宅一生など、日本を代表する現代アーティストによる作品群を一堂に集結させたカルティエ日本上陸50周年に相応しい特別な展示空間となった。</p>		
学術的意義	<p>カルティエは、1847年にフランス・パリで創業したジュエリーメゾンであり、初期の時代から今日まで、日本はカルティエのスタイル・創作上の着想源であり続けており、本展は創業家3代目のルイ・カルティエのプライベートコレクションから、日本とカルティエの関係、創作上の影響をひも解くチャプターから始まる。本展では、日本に関連するメゾンカルティエのコレクションとカルティエ財団のコレクション、ならびにそれぞれにゆかりのあるアーティストの方々の作品を介して、過去から現在、未来へと続く日本とカルティエの交流の物語を一つの展覧会の中で紹介するもので、文化財的要素の強い作品と現代アートの作品をカルティエ・ブランドの観点から同一会場に対峙させるという、カルティエにとってかつてない取り組みである。</p>		
教育普及	<p>展示室内は、撮影を可能としたことで、デザインを学ぶ学生など若年層の来館も目立ち、カルティエを通じて、歴史あるメゾンと現代アートを同時に観覧し、比較できる機会を提供することが出来た。</p>		
その他 (運営・広報・サービス等)	<p>新聞、雑誌やインターネットで様々な角度から数多く取り上げられ、SNSでも大きな話題を集めた。特に、7月6日のBSテレ東では、「アートとジュエリーの軌跡～カルティエと日本の50年～」と題して、出品者と共に展覧会の意図を紹介するなど、展覧会の意義をわかりやすく紹介する番組であった。</p>		
補 足	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>会場写真「メゾンカルティエ」</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>会場写真「カルティエ現代美術財団」</p> </div> </div>		
【年度計画に対する総合評価】 評定：A	<p>【判定根拠、課題と対応】</p> <p>本展が従来の展覧会事業とは異なる視点から博物館の展示を紹介する機会となったことに加え、雑誌、テレビや SNS 等による全国的な広報展開をはじめ、広報や物販を当初の想定以上に実施することができた。また、本展の開催が施設活用の新たな広報活動にもなったことで、民間企業の関心を当館に引き寄せる大きな機会となった。以上のことから、質的にも量的にも大きく目標を超えたことと判断する。本展で醸成された民間企業と連携する風土については、今後も生かしていきたい。</p>		

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信		
事業名	(2) 展覧事業 ②特別展等 1)特別展		
【年度計画】 I-1-(2)-②-1) (東京国立博物館)			
担当部課	総務部総務課	事業責任者	課長 竹之内勝典
【実績】			
展覧会名	Wang Yancheng's World -Contemporary Art		 <p>告知ポスター</p>
会期	8月10日(土)～9月9日(月)(28日間)		
会場	表慶館		
主催	東京国立博物館		
作品件数	40件		
来館者数	4,428人		
入場料金	一般 1,500円		
【成果】			
企画構成 展示作品	日本国内開催2回目となるWang氏の展覧会は、本展のために制作した21件の作品が世界初公開となる記念すべき展覧会となった。Wang氏は、パリ、ロンドン、北京を中心に活動し、世界中にコレクターを有する現代アーティストである。2018年から2023年までに制作された19件の作品によって、同人の作風の変化、宇宙を想起させる独特な世界感を体感できる展示とした。また、2024年に制作した21件は、日本での展覧会開催にあたって、日本をイメージした新作であり、新たな世界感を想起させるに至る作品で構成されている。制作年に準じた展示構成によって、同人の世界感を体感できる特別な展示空間を作り上げた。		
学術的意義	当館は、文化財を展示公開する施設であり、今回の展覧会開催は、表慶館の利活用を考える上で実験的な取り組みであった。文化財に触れる機会が多い職員にとっても、身近な場で現代アートに触れることで、新たな創造性と可能性を考える機会となった。同人が、日本をイメージした作品を制作したことで、今後、現代アーティストに対して、文化財の魅力を提供するイベントの開催など、新たな事業展開を考える機会となった。		
教育普及	同人が来館時に芸術系大学に通う学生や企業人に対して作品解説を行うなど、作品制作の意図を直接説明する機会を設けた。同人は、長年にわたり中国国内の大学で教鞭を取っており、わかりやすい丁寧な説明によって、限定された人数ではあったが、実のある教育活動となった。		
その他 (運営・広報・サービス等)	報道内覧会をはじめ、様々な媒体が展覧会の記事を掲載すると共に、9月1日(日)には、展覧会を記念して、Wang氏、隈研吾氏(建築家、東京国立博物館アンバサダー)と館長による座談会を開催し、メディアに公開した。座談会の内容はインターネット等においても数多く取り上げられた。		
補足	 <p>会場写真(エントランス)</p>  <p>会場写真</p>		
【年度計画に対する総合評価】 評定：B	【判定根拠、課題と対応】 表慶館の新たな活用方法を模索する中で、外国人の現代アーティストを取り上げる挑戦的な展覧会となった。Wang氏は世界で活躍する注目のアーティストであり、会期中、国内外から来賓級の来館者が訪れるなど、通常の展覧会事業とは異なる新たな発見の多い展覧会であった。特に、当館は現代アートを取り扱う機会が少ないため、作者との展覧会構築までの共同作業においても、大きな経験と新たな挑戦に対する課題を得られた展覧会であった。以上のことから、質的にも量的にも目標を達成できたことと評価する。本展で醸成された現代アーティストとの連携は、今後の近現代作品を扱う展覧会企画に生かしていきたい。		

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信		
事業名	(2) 展覧事業 ②特別展等 1) 特別展		
【年度計画】	I-1-(2)-②-1) (東京国立博物館)		
担当部課	総務部総務課 学芸企画部	事業責任者	課長 竹之内勝典 部長 松嶋雅人
【実績】			
展覧会名	Hello Kitty展 ―わたしが変わるとキティも変わる―		 <p>キービジュアル</p>
会 期	11月1日(金)～7年2月24日(月・休)(94日間)		
会 場	表慶館		
主 催	東京国立博物館		
作品件数	120件		
来館者数	344,096人		
入場料金	一般2,000円、大学生・専門学校生1,800円、中学生・高校生1,600円、小学生1,000円		
アンケート結果	満足度82%		
【成果】			
企画構成 展示作品	<p>「キティとわたし」の50年をテーマに、ハローキティだけが持つユニークさを紐解く新しい形の展覧会である。本展では、ハローキティの展示史上、最大量のグッズ展示をはじめ、個性あふれるアーティストとのコラボ作品、オリジナル映像コンテンツなど、様々なコーナーでそのユニークさを紐解いている。また、当館の所蔵品を用いたグッズコラボを展開するなど、汎用性の高いキャラクターであることを、時代の変遷と共に体感できる展示構成となっている。</p>		
学術的意義	<p>ハローキティは日本を代表するコンテンツとして世界中で親しまれているが、様々なキャラクターの誕生とグッズ展開によって、その存在を進化させ、今日に至っている。本来、文化財は、グッズと同様に、生活の中で求められて進化を果たした結果、現代に受け継がれていることを、本展を通じて再認識することができる。本展では、サンリオの歴史を辿ると同時に、後に世界に発信することになる「カワイイ文化」の進展を、グッズと共に来館者ひとり一人の思いを抱きつつ観覧できるユニークな展覧会である。また、ハローキティと共に過ごしたアーティストによるコラボ作品によって、コンテンツの更なる芸術的な可能性を体感できる点も新たな展示スタイルであり、特筆すべき点である。本展では、50年の間に生まれたハローキティのさまざまな「かたち」が、「わたし」の心にどんな風に語りかけるのか、日本を代表するキャラクターと当館の新しい展覧会の在り様に挑戦した展覧会である。</p>		
教育普及	—		
その他 (運営・広報・サービス等)	<p>SNSやグッズ展開を中心に、国内外の幅広い層へ情報が届くように、様々な広報活動を展開した。ハローキティを特別アンバサダーとして登用し、小中高校生に対する総合文化展への誘客活動や一日館長など、先例のない広報活動を共催者と共に実施した。また、入場やグッズ販売の待ち列対策に関しては、複数回にわたって運営内容を見直し、日付指定制の導入など、会期中でも柔軟に運営内容を変更し、検証、改善する体制とした。</p>		
補 足	   <p>表慶館外観 会場写真 (博物館コラボ) 会場写真 (エントランス)</p>		
【年度計画に対する総合評価】 評定：A	<p>【判定根拠、課題と対応】 若年層の新規来館者の獲得と民間企業との協働を図るために、世界巡回を見据えた展覧会を民間企業と制作した。日本を代表するキャラクターのグッズを通じて、時代の変遷を紹介する画期的な展覧会となった。SNS等、様々な媒体で展覧会の周知を図り、当館の認知度の向上、30万人を超える来館者数やグッズの売上増など、大きな成果であったと判断する。博物館の魅力为非来館者向けに周知する方策として、今後の展覧会事業に活かしていきたい。</p>		

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信		
事業名	(2) 展覧事業 ②特別展等 1) 特別展		
【年度計画】	ア 特別展「雪舟伝説—「画聖（カリスマ）」の誕生—」（4月13日～5月26日）（39日間） （目標来館者数 5万人）		
担当部課	学芸部	事業責任者	保存修理指導室長 福士 雄也
【実績】			
展覧会名	特別展「雪舟伝説—「画聖（カリスマ）」の誕生—」		
会 期	4月13日（土）～5月26日（日）（39日間）		
会 場	京都国立博物館 平成知新館		
主 催	京都国立博物館、日本経済新聞社、テレビ大阪、京都新聞		
作品件数	87件（うち国宝7件、重要文化財15件）		
来館者数	98,854 人（目標値5万人、達成率：197.7%）		
入場料金	一般 1,800円、大学生 1,200円、高校生 700円		
アンケート結果	満足度 94.9%		
	 <p>告知チラシ</p>		
【成果】			
企画構成 展示作品	<p>雪舟は、日本美術史上最も重要な画家の一人とされ、現在突出して高い評価を受ける存在である。しかし、それは単純に作品が優れているという理由だけではなく、雪舟とその作品に対し、歴史的に積み重ねられてきた評価を土台としている。本展では、主に近世における雪舟受容の様相をたどることで、「画聖」と仰がれる雪舟への評価がいかにして形成されてきたのかを検証した。桃山時代に雪舟の後継者を自称した雲谷派と長谷川派、雪舟画風を流派様式の礎とした江戸時代の狩野派だけでなく、江戸時代後期のいわゆる唐画の担い手たちも含めた、幅広い画家たちによる 87 件の作品（うち国宝 7 件、重文 15 件）を通して、「画聖」雪舟誕生の過程を明らかにすることを目指した。</p>		
学術的意義	<p>2002年に当館と東京国立博物館において行われた大規模な雪舟展以降、雪舟ゆかりの各地域等においても雪舟の画業を紹介する展覧会が相次いで行われ、雪舟作品そのものへの理解は深まりつつある。また、近年では雪舟研究においてもその対象が拡大しつつあり、受容史への言及が盛んとなってきた。こうした状況を踏まえ、雪舟受容そのものをテーマに据えた本展の開催は、研究上も時宜に合ったものであったと言える。特に、これまで十分に検討されてきたとは言い難い、いわゆる唐画の画家たちを含む多様な人々による受容をも俎上に載せることで新たな知見も得ることができ、独創的かつ学術上も有意義な企画となった。</p>		
教育普及	<ul style="list-style-type: none"> ・記念講演会（5回） 下記の通り実施を行った。 4月13日「誰が雪舟を画聖にして来た（いる）のか？」福島 恒徳 氏（花園大学 文学部 教授）参加者：164人 4月20日「どうして雪舟！？」綿田 稔 氏（文化庁 主任文化財調査官）参加者：175人 4月27日「浮世絵に流れる雪舟DNA」樋口 一貴 氏（十文字学園女子大学 教育人文学部 教授）参加者：120人 5月11日「雪舟伝説前史—戦国社会における雪舟流」森 道彦（京都国立博物館 主任研究員）参加者：200人 5月18日「雪舟的なもののゆくえ」福士 雄也（京都国立博物館 保存修理指導室長）参加者：200人 ・京博ナビゲーターによるワークショップ「めくって雪舟」を開催した。・キャンパスメンバーズ会員校の学生及び教職員を対象に、本展覧会の見どころなどを解説する講演会を開催した。参加者：91人 		
その他 (運営・広報・サービス等)	<p>運営については展覧会共催者や会場運営とも協議を重ねて、公式X(旧Twitter)による混雑状況発信や導線の設定等の対策を行った。広報等については、各種新聞、雑誌、テレビ、ラジオにて展覧会紹介記事が多数掲載された。また、YouTubeでの動画投稿1件と虎ブログへの掲載を2回行った。</p>		
補 足			
【定量的評価】項目	6年度実績	目標値	
来館者アンケート満足度	94.9%	82%	
【年度計画に対する総合評価】 評価：A	<p>【判定根拠、課題と対応】</p> <p>SNS を活用した情報発信等にも努めた結果、来館者数は目標値を大きく上回った。そのため、展示室が一時混雑する事態も生じたが、混雑状況に応じた動線の設定について会場運営サイドと事前に入念な検討を行い、また公式 X(旧 Twitter)による混雑状況の逐次発信を行うことで、来館者の安全と要望に配慮した形で展覧会を開催することができた。入館者数の確保だけでなく、独自の視点による企画、新資料の発掘等の点においても、所期の目標は十二分に達成されたと言える。</p>		

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信		
事業名	(2) 展覧事業 ②特別展等 1)特別展		
【年度計画】	イ 特別展「法然と極楽浄土」(10月8日～12月1日)(48日間) (目標来館者数5万人)		
担当部課	学芸部	事業責任者	主任研究員 井並 林太郎
【実績】			
展覧会名	特別展「法然と極楽浄土」		
会 期	10月8日(火)～12月1日(日)(48日間)		
会 場	京都国立博物館 平成知新館		
主 催	京都国立博物館、NHK京都放送局、NHKエンタープライズ近畿、読売新聞社		
作品件数	165件(うち国宝6件、重要文化財70件)		
来館者数	87,546人(目標値5万人、達成率:175.1%)		
入場料金	一般 1,800円、大学生 1,200円、高校生 700円		
アンケート結果	満足度 95.3%		
			
【成果】			
企画構成 展示作品	法然(1133～1212)が浄土宗を開いたとされる承安5年(1175)から850年を迎えることを契機として企画された展覧会。過去の類似テーマ展では法然が活躍した平安時代末期から鎌倉時代にかけての内容が中心となりがちだったが、本展はそれだけではなく、教団としての地位が向上する中世後期から徳川將軍家の帰依によって繁栄する江戸時代にかけての浄土宗の展開を、彫刻・絵画・古文書など多彩な文化財によって紹介した点が特徴で、日本仏教史上に大きな存在感を放つ浄土宗の通史を総合的に示した初めての展覧会となった。東京・九州国立博物館との巡回展であり、「紡ぐプロジェクト」による修理後初公開となる国宝「阿弥陀二十五菩薩来迎図(早来迎)」(知恩院蔵)や国宝「綴織當麻曼陀羅」(當麻寺蔵)といった浄土信仰の名品をはじめ、フォトスポットとした香川法然寺の巨大な「仏涅槃群像」など、3会場全194件で構成され、京都會場ではそのうち最多となる165件を展示した。		
学術的意義	上記の通り浄土宗の通史を伝える総合的な展示を目指した本展は、これまで散発的に行われていた法然や浄土信仰・浄土宗に関わる展覧会の成果を基にしながら、大局的な視点でそれぞれの文化財を位置付けなおし、統一的な筋道でそれらの意義・魅力を提示することができた。準備段階では寺院に伝来する文化財を巡回3館の研究員で積極的に調査し、各分野において再発見や再評価を行った。図録は浄土宗史を通覧する上で有用なだけでなく、個々の解説にこうした最新の知見を盛り込むことで、初学者から専門家まで広く参照すべき文献となった。京都會場では10月27日に仏教美術研究上野記念財団シンポジウム「浄土宗を中心とした祖師信仰とその造形」を開催し、浄土宗における肖像制作について、調査の成果を活かした最前線の知見を学界に示した。また、国宝「阿弥陀二十五菩薩来迎図(早来迎)」(知恩院蔵)の修理の成果も積極的に発信し、文化財修理の意義を周知することにも努めた。		
教育普及	<ul style="list-style-type: none"> ・記念講演会(4回) 下記の通り実施を行った。 10月12日「知恩院と天下和順—歴史の中の法然上人—」今堀 太逸 氏(佛教大学 名誉教授・総本山知恩院史料編纂所 編纂主任) 参加者:149人 10月19日「浄土宗と仏画とのかかわり」大原 嘉豊(京都国立博物館 教育室長) 参加者:133人 11月9日「法然尊慕—肖像と絵伝を中心に—」井並 林太郎(京都国立博物館 主任研究員) 参加者:153人 11月16日「阿弥陀仏の造形」竹下 繭子(京都国立博物館 主任研究員) 参加者:160人 ・京博ナビゲーターによるワークショップ「とびだせ!たいまんだら」を開催した。 ・キャンパスメンバーズ会員校の学生及び教職員を対象に、本展覧会の担当研究員と紙芝居「法然上人一代記」作者であるイラストレーター・nixon(辻村知夏)氏によるトークショー形式での講演会を開催した。参加者:93人 		
その他 (運営・広報・サービス等)	各種新聞、雑誌、テレビ、ラジオにて展覧会紹介記事が多数掲載された。また、「虎ブログ」での展示会場紹介記事を4回行った。公式X(旧Twitter)での継続的な作品紹介や、YouTube、Instagram等へのショート動画48本の投稿等、SNSを活用した広報を意欲的に行った。YouTubeに投稿した8分程度の動画は、会期中に1万以上の視聴者を得た。10月19日にはニコニコ美術館も放送し、こちらも1万以上の視聴者から好評を得た。さらに、本展覧会の担当研究員と仏教通で知られる笑い飯・哲夫氏によるトークイベントの開催やARフィルター配布等、新たなサービスの導入も試みた。		
補 足			
【定量的評価】項目	6年度実績	目標値	
来館者アンケート満足度	95.3%	82%	
【年度計画に対する総合評価】 評価:A	【判定根拠、課題と対応】 展覧会の内容を魅力的かつ平易に伝えるため、公式 X(旧 Twitter)での作品紹介やYouTube、Instagramでのショート動画発信など、通常の広報に加え SNS を活用した告知にも注力したことで特に若年層の伸びにつながったとみられ、来館者数は目標値を大きく上回った。また、上記広報やワークショップは来館者の内容理解を深めることにも大いに役立ったと思われ、一見難解な仏教美術の展覧会に対する来館者の満足度向上につながったと考えられる。各分野の学術的成果が豊かに得られたことも含め、諸項目において高い水準に到達したと考えられることからA評価とした。		

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信		
事業名	(2) 展覧事業 ②特別展等 1)特別展		
【年度計画】	ア 生誕1250年記念特別展「空海 KŪKAI ―密教のルーツとマンダラ世界」(4月13日～6月9日)(51日間) (目標来館者数9万5千人)		
担当部課	学芸部	事業責任者	齋木涼子
【実績】			
展覧会名	生誕1250年記念特別展「空海 KŪKAI ―密教のルーツとマンダラ世界」		
会 期	4月13日(土)～6月9日(日)(51日間)		
会 場	奈良国立博物館 東新館・西新館		
主 催	奈良国立博物館、NHK 奈良放送局、NHK エンタープライズ近畿、読売新聞社		
作品件数	115件(うち国宝28件、重要文化財59件)		
来館者数	190,671人(目標値9万5千人、達成率:201%)		
入場料金	一般2,000円(1,800円)、高校・大学生1,500円(1,300円)※()は前売料金		
アンケート結果	満足度 94.7%		
			 告知チラシ
【成果】			
企画構成 展示作品	密教がシルクロードを經由し東アジア諸地域、日本に至った伝来の軌跡をたどることにより、空海が日本にもたらした密教の全貌を紹介。修理後初公開となった神護寺所蔵の国宝・両界曼荼羅(高雄曼荼羅)のほか、日本各地の真言密教の名品、また中国、インドネシアに伝来する密教の遺品などにより、空海が目で見えてわかることを強調した密教の世界観を展示室に再現した。		
学術的 意義	<ul style="list-style-type: none"> 従来紹介されることの少なかった、陸と海のシルクロードを通じた密教伝来の歴史、空海の歴史的業績をわかりやすく紹介した。 観覧者が展示室でしか体験できない空間を構成し、それぞれの文化財単体の鑑賞のみではなく、総合的な仏教史、文化理解を促す体験を提供した。 		
教育普及	<ul style="list-style-type: none"> 文化施設としての長期的教育普及という観点から、中学生以下の観覧料金を無料とした。 専門的知識が必要な曼荼羅などの鑑賞について、小学生が理解できる用語を使用した、こども向け解説パネルを多数作成した。 地理的・歴史的流れや重要ポイントを理解しながら展示を鑑賞する、こども向けワークシートを作成した。 館職員及び学術協力者による一般向けの公開講座を3回開催した(4月27日、5月18日、5月25日)。 		
その他 (運営・広報・サービス等)	<ul style="list-style-type: none"> 開催1年半前から継続的に報道発表、先行ポスター・チラシの配布を行い、様々なメディアにおいて大々的に取り上げられ大きな宣伝効果を生んだ(『美術手帖』ウェブ版、『日経おとなのOFF』ほか多数)。 展覧会直前・会期中に見所解説などのショート動画を多数制作し、SNSなどに投稿した。 音声ガイドに、空海への理解が深いことで知られる声優の斉藤相馬氏を起用、若年層の誘致を試みた。 図録について、魅力的なデザインと直感的に理解しやすい構成を工夫した結果、20,000冊を超える販売数となり、また第66回全国カタログ展図録部門において銀賞を受賞した。 		
補 足	 展示室の様子		
【定量的評価】項目	6年度実績	目標値	
来館者アンケート満足度	94.7%	89%	
【年度計画に対する総合評価】	【判定根拠、課題と対応】		
評価：S	<p>今回の展示構成でしか体験できない展示空間の工夫が観覧者の好評を得て、目標数の倍を上回る来館者を達成した。また会場内の作品解説、パネルの内容について、専門的な内容をできる限り平易な言葉で表す工夫を凝らし、観覧者の高い満足度を得ることができた。以上のとおり、展示空間の工夫、学術的意義、目標値の倍の入館者数、非常に高い満足度を同時に実現し、極めて顕著な成果を上げたと言えるためS評価とした。</p>		

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信		
事業名	(2) 展覧事業 ②特別展等 1) 特別展		
【年度計画】	イ 第76回 正倉院展 (10月26日～11月11日) (目標来館者数11万人)		
担当部課	学芸部	事業責任者	工芸考古室 三本 周作
【実績】			
展覧会名	第76回 正倉院展		 <p>告知チラシ</p>
会期	10月26日 (土)～11月11日 (月) (17日間)		
会場	奈良国立博物館 東新館・西新館		
主催	奈良国立博物館		
作品件数	57件		
来館者数	128,847人 (目標値11万人、達成率: 117%)		
入場料金	一般2,000円、高校・大学生1,500円、小・中学生500円		
アンケート結果	満足度 97.1%		
【成果】			
企画構成 展示作品	<ul style="list-style-type: none"> 宮内庁正倉院事務所が正倉院宝物約9,000件の中から厳選した57件の宝物を展示した。 聖武天皇ゆかりの宝物をはじめ、調度品、装束類、仏具、正倉院文書、聖語蔵経巻など幅広い出陳品を通じて、正倉院宝物の全体像がうかがえる展示構成となった。 出陳宝物は用途や素材などで分類し、系統立てて展示順を設定し、わかりやすい展示を意図した。 正倉院宝物の模造やその関連資料を展示し、正倉院事務所による宝物模造の取り組みを紹介した。 正倉院宝物の模造に関する映像 (制作: TOPPAN) を放映し、展示内容について一層理解を深めることができるコーナーを設けた。 		
学術的意義	<ul style="list-style-type: none"> 正倉院事務所及び当館研究員による最新の研究成果を、会場パネル、図録、公開講座を通じて発信し、正倉院宝物に関する研究の最前線に触れていただける場とした。 原宝物と模造を近くに展示し、両者を比較することで、原宝物により親しむことができるような展示内容とした。また、このことは正倉院宝物の模造の意義に触れ、宝物の保存活用の在り方を改めて考えていただける機会にもなった。 会期中、国内外の研究者を招いて「正倉院学術シンポジウム」を開催し、学術的な観点から正倉院宝物の意義などについて議論する機会が設けられた。 		
教育普及	<ul style="list-style-type: none"> 正倉院事務所の研究官、当館の研究員を講師として、会期中に計2回の公開講座を実施した。いずれの回も今回の出陳宝物に関するテーマを取り上げ、来館者に理解を深めていただく機会となった。 音声ガイドは日本語版、同ビギナーズ版、英語版、中国語版、韓国語版の計5種を製作し、幅広い層を対象に鑑賞を楽しんでいただける形とした。 「研究員レクチャー付き観覧券」を購入された来館者を対象に、担当研究員によるみどころ解説を会期中に計6回実施した。 正倉院展のみどころを紹介する動画を製作し、来館がかなわなかった方にも広く正倉院展を楽しんでいただける機会を提供した。動画は担当研究員が宝物の魅力を解説するもの2種及び英語により正倉院を紹介するもの1種を制作した (製作: いずれもYTV)。 		
その他 (運営・広報・サービス等)	<ul style="list-style-type: none"> 日時指定による事前予約制を導入し、30分ごとの時間枠を設けて来館者数のコントロールを図った。これにより、会場は過度な混雑に見舞われることもなく、快適に観覧できる環境を提供できた。 チケット販売について英語での対応を強化し、海外からの観光客の来館を促した。また、当日券の販売も補足的に行うことで、空きのある時間枠での入場増加を図った。 会期中、開館を午前8時に早め、早朝時間枠を設けて、混雑のない快適な環境で観覧できる機会としつつ、来館者数の増加を図った。 読売新聞社主催「正倉院展講座in東京」における講演、読売新聞の連載記事や同社運営の公式ホームページへの寄稿、X (旧Twitter) での解説などを通じ、展覧会のみどころを幅広く紹介した。 		
補 足			
【定量的評価】項目	6年度実績	目標値	
来館者アンケート満足度	97.1%	89%	
【年度計画に対する総合評価】 評価: A	【判定根拠、課題と対応】 展示順や解説パネル、展示方法などを工夫し、宝物の魅力を最大限に伝える会場が実現できた。また、広報・教育面でも幅広い来館者を視野に入れた取組を強化することができた。来館者数、アンケートによる満足度ともに目標値を大いに上回り、当初以上の目標を達成できたものと考え。7年度は関西万博に伴う海外からの観光客増加も見込まれ、チケット販売の利便性などを一層高めていく工夫が必要である。		

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信								
事業名	(4) 有形文化財の収集・保管・展覧事業・教育普及活動等に関する調査研究 (2) 展覧事業 ②特別展等 2)海外展								
【年度計画】 ・ I-1-(2)-②(2) (東京国立博物館)									
担当部課	学芸企画部	事業責任者	学芸企画部企画課特別展室主任研究員 福島修						
【実績・成果】 ・ 展覧会名 海外展「三國三色—東アジアの漆器」 ・ 会 期 令和6年7月10日(水)～9月22日(日) (76日間) ・ 会 場 国立中央博物館(韓国) 常設展示室1階 特別展示室 ・ 主 催 韓国国立中央博物館、東京国立博物館、中国国家博物館 ・ 作品件数 46件 ・ 来館者数 38,639人 韓国、日本、中国の国立博物館館長会議に連携して開催された展覧会。今回はアジア固有の工芸技術である漆芸をテーマとし、韓日中の三国で共通の素材「漆」を使用した優品を展覧した。韓国の螺鈿、日本の蒔絵、中国の彫漆を中心に各国の文化において発達した技法を紹介し、その共通点と独自性を浮き彫りにした。									
【補足事項】									
									
展示会場の様子			硯箱の展示			学術フォーラム(9月6日)			
【評価指標】		6年度実績	目標値	評定	経年変化	2	3	4	5
来館者数		38,639人	-	-	-	-	-	-	-
【年度計画に対する総合評価】 評定：B		【判定根拠、課題と対応】 本展では東アジア三国の漆文化を紹介するにあたり、その独自性を端的に見せるため、各国でその文化を代表する技法を中心に出品作品を検討した。韓国の螺鈿、日本の蒔絵、中国の彫漆がこれにあたる。一方で本テーマの基底には同じ漆を使用するという文化的共通性がある。本展は各国の独自性と影響関係を認めつつ、文化的な一体感を韓国の来館者に示した点で、国立博物館館長会議の連携事業として大きな成果を上げたと判断した。 また、本展は同テーマで2年7月に東京国立博物館にて開催予定であったが、コロナ禍により実施できなかった企画を、三国を代表する機関が再度立ち上げたものである。そのような企画で、それぞれの研究成果を発信できたことは今後の文化交流にも大きな弾みをつけたことも重要な成果であると考えます。							
【中期計画記載事項】 海外からの要請等に応じて、海外において展覧会等を行うことにより、日本の優れた文化財をもとにした歴史と伝統文化を紹介する。									
【中期計画に対する評価】 評定：B		【判定根拠、課題と対応】 会場となった韓国・中央博物館特別展示室への来場者数は38,639人を数え、会期中に行われた学術フォーラムでも会場から多くの発言があり、参加者の高い関心が窺えた。 技法の歴史や影響関係などは国により理解に齟齬がある場合もあり、本展の趣旨に反して反感や対立につながる事のないよう事前の調整は十分に行う必要がある。本展はそれらに十分留意した上での調整の結果、展示作品の構成をふくめ結果としてわかりやすい形に落ち着き、三国の相互理解と友好関係の進展に寄与した。 本連携事業の再開は、海外において日本美術を発信しつつ国際交流・国際研究を深める絶好の機会であり、これを再開できたことは実に大きな成果であると判断した。							

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信		
事業名	(2) 展覧事業 ③観覧環境の向上等 1) 快適な観覧環境の提供		
【年度計画】			
・ I-1-(2)-③-1) (5館共通)ア、イ(東京国立博物館)ア、イ、ウ、エ、オ、カ、キ、ク			
担当部課	総務部総務課 総務部環境整備課 学芸企画部企画課 学芸企画部企画課 学芸企画部企画課 学芸企画部博物館教育課 学芸企画部博物館教育課 学芸企画部博物館教育課 学芸企画部博物館教育課 広報室 学芸研究部列品管理課	事業責任者	課長 竹之内勝典 課長 網島道征 特別展室長 佐藤寛介 デザイン室長 矢野賀一 国際交流室長 楊鋭 課長 鈴木みどり 教育普及室長 川岸瀬里 教育講座室長 金井裕子 ボランティア室長 小野塚拓造 広報室長 松嶋雅人 平常展調整室長 市元壘
【実績・成果】			
(5館共通)			
ア 全ての来館者に対してわかりやすく、より質の高い題箋表記や解説文表記、多言語化対応(英・中・韓)のためのプロジェクトチームを発足させ、改善に向けての作業に着手した。			
イ 必要に応じたバリアフリー対応等を実施し来館者の利用に配慮した。			
また、子どもや子育て世代の来館者にとって、より快適で利用しやすい環境を提供するため、子ども(小学生以下)とその保護者を対象とした企画「あそびばとーはく！」を本館特別5室において開催した(11月8日～12月8日、総入場者数10,950人)。会場内には全長12メートルに及ぶ古墳形の造作物や発掘現場をイメージしたボールプール、多言語を含む150冊以上の絵本を設置した本棚など、子どもが自由に遊べる空間にするとともに、完全個室のベビーケアルーム(授乳、おむつ替えスペース)や気持ちを落ち着かせるためのカームダウンスペース、水分補給スペースも設け、利用者誰もが安心して利用できるような空間づくりにも心掛けた。			
・ 平常展来館者数は1,206,735人と、5年度(961,328人)を大きく上回った。			
(東京国立博物館)			
・ 従前どおりアンケートは来館者に記入依頼を行う形で実施した。また、アンケートの集計結果と自由意見を館内で共有し、改善に努めた。なお、ウェブサイトおよび館内スタッフに寄せられた意見については、関係部署および展示担当者に速やかに共有、必要に応じた回答や改善、対応を図った。			
ア 正門プラザ、本館エントランス、本館17室等にデジタルサイネージを導入し多言語化による案内の充実を図った。また、日本文化及び展示作品への理解を深めるために、引き続き本館4室「茶の美術」と9室「能と歌舞伎」にデジタルサイネージを設置し、茶会や伝統芸能の公演における作品の使用イメージがわかる映像を上映した。			
未就学児および小学校低学年を対象に、親しみやすいイラストと平易な言葉で博物館での過ごし方や楽しみ方を示した「ウェルカムリーフレット」を作成し、正門及び各インフォメーションで配布した。日本語に加え、多言語版(英・中・韓)も作成し併せて公式ウェブサイト内でもPDF版をダウンロードできるようにした。			
イ より快適な観覧環境を構築するため、平成館展示室系統や本館教育普及スペースの空調設備改修工事、本館11室の展示台、展示ケース及び照明の改修工事、構内公衆無線LAN設備の改修工事を実施した。			
ウ 日英中韓の4言語の対応した鑑賞ガイドアプリ「トーハクナビ」では引き続き公式ウェブサイトと国立博物館所蔵品統合検索システムColBaseとの連携を図りながら、展示情報や作品解説を常に更新し、新規撮影された作品画像を逐次追加した。より快適な利用、安定的運用の実現のために、近年の使用状況等の解析、ディスカッションを進めた。			
エ 講座・講演会では、引き続き聴覚障がいのある来館者のために聴覚補助として、ヒアリングループの設置、管理と、一般来館者の理解補助にもつながる音声字幕サービス「UDトーク」利用を推進した。また、視覚障がい者にもわかりやすいハンズオン体験の設置や、ユニバーサルデザインの触知図での案内、筆談用のコミュニケーションボード等も活用した。さらに、センサーマップの公開や、イベント時のカームダウンスペースの設置を行なった。			
オ 「ガイドマップ」(総合案内パンフレット)7言語8種(日、英、中(簡体字・繁体字)、韓、仏、西、独)の配布を行った。在庫部数に応じ随時予算の範囲内で増刷したほか、ガイドマップPDFのリンク先QRコードを館内掲示や総合文化展チケット裏面に掲載し、スマートフォンでご覧いただくよう誘導を図った(ダウンロード数:毎月5,000回程度)。また、本館特5室「あそびばとーはく！」において、大人と子供をターゲットとした簡潔な英語による案内、遊び紹介を行った。			



ウェルカムリーフレット配布の様子

<p>カ 本館 2 階「日本美術の流れ」について外国人来館者の理解促進、興味喚起のため、基礎的な解説を英語、中国語（繁体字・簡体字）韓国語でオンライン上にて公開、配信した。</p> <p>キ （5 館共通）アの実績ほか、博物館情報をより広く紹介するため、Web（英・中・韓）での発信内容の充実に努めた。</p> <p>ク トーハク新時代プランに基づき、本館特別4室「日本文化のひろば」において、日本文化の体験型展示を継続して行った。また、体験の一部をウェブサイト上で公開し、遠方からでもアクセスができるようにした。</p> <p>ケ 正しい作品情報を海外に伝えるため、「e国宝」の当館収蔵品の作品解説情報を英語・中国語・韓国語でリライトを行った。</p>	
<p>【補足事項】 （5 館共通）</p> <p>イ 「あそびば[®]とーはく」は令和6年度日本博2.0事業（委託型）の助成を受けて実施した。プレイメントとして近隣保育園の招待や、J-WAVEとの共催で子ども向け音楽イベントを開催、また会期中の関連イベントとして、紙芝居や岩絵の具を作るワークショップなどを開催した。土日には託児サービスを実施し、レストランでは会期限定で小学生以下のお子様向けの新規メニューを提供した。また、会場内は定員数を設定し、混雑が予想される土日祝日は完全入替による予約制とするなどし、会期通して大きなトラブルなく運営することができた。 （東京国立博物館）</p> <p>ウ 鑑賞ガイドアプリ「トーハクなび」のダウンロード数は以下のとおりである（対象期間令和6年4月1日～3月31日。抽出日令和7年3月31日） Android 版 13,323 件（累計 28,561 件、令和2年3月31日公開） iOS 版 33,747 件（累計 94,379 件、令和2年3月31日公開）</p>	
<p>【年度計画に対する総合評価】 評価：A</p>	<p>【判定根拠、課題と対応】 インバウンド観光客向けのデジタルサイネージの増設、子供向けのウェルカムリーフレットの提供など、多様な来館者にとって快適に過ごせるような環境構築に努めた。 「あそびば[®]とーはく」では、土日祝日は予約開始時刻から数分でその日のすべての予約枠が埋まるほどの盛況となり、総入場者数も1万人を超えるなど、子育て世代の来館を促すことができた。また会期中には全国の博物館等施設から48件の視察があり、今回の当館での取組の注目度の高さがうかがわれた。利用者のアンケート結果でもこのようなキッズスペースの常設化を求める声も大変多く、7年度以降も開催に向け検討していく。</p>
<p>【中期計画記載事項】 博物館内の施設の多言語化、バリアフリー化、ユニバーサルデザイン化並びに各種案内の充実、研修等の実施等を通じて、高齢者、障がい者、外国人、乳幼児連れの来館者等の利用にも配慮した快適な観覧環境の提供を行う。</p>	
<p>【中期計画に対する評価】 評価：B</p>	<p>【判定根拠、課題と対応】 中期計画4年目として、順調に進めている。平常展における入館者数もコロナ禍以前を超える中で、多言語化・バリアフリー化に対する取り組みも推進しており、7年度以降も幅広い来館者にとって快適な観覧環境を提供できるよう努めたい。</p>

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信		
事業名	(2) 展覧事業 ③観覧環境の向上等 1) 快適な観覧環境の提供		
【年度計画】 ・ I-1-(2)-③-1) (5館共通) ア、イ、(京都国立博物館) ア、イ、ウ、エ、オ、カ			
担当部課	総務課 学芸部	事業責任者	課長 森考平 企画室長 羽田聡
【実績・成果】 (5館共通) ア 名品ギャラリー及び特別展において、題箋及び解説文、並びに音声ガイドにより展示内容に関する情報提供を行った。題箋や解説文、名品ギャラリー音声ガイドは4言語(日・英・中・韓)対応、特別展音声ガイドは2言語(日・英)対応を行った。 イ 5年度に引き続き、特別展の題箋にユニバーサルデザインのフォントを使用し、より多くの来館者にとって読みやすい表示ができた。 ・特別展においては音声ガイドアプリを導入し、来館者の個人携帯端末でも音声ガイドを利用できるサービスを実施した。 ・拡大鏡の貸出、また視覚障害をお持ちの方による拡大鏡アプリ使用や鑑賞に必要な撮影等を認め、合理的配慮に基づくサービスの提供に努めた。 (京都国立博物館) ア 館内案内リーフレット(7言語(8種):日・英・中(簡体字・繁体字)・韓・仏・独・西)を継続して配布した。 イ デジタルサイネージを活用して、館内の展示情報や各施設の紹介を行った。 ウ 屋外展示、敷地内遺構(方広寺大仏殿)、建物等をガイドするモバイルデバイス用アプリ「京博庭園ナビ」日本語版を公開するとともに多言語搭載のための機構を装備した。また、アプリの周知及び機能向上のための意見聴取を目的として、スタンプラリーイベントを開催した。 エ 名品ギャラリーのジュニア版音声ガイドを4言語(日・英・中・韓)にて展開することができた。また、若年層の音声ガイド利用増加を促すため、7年1月から名品ギャラリー音声ガイドとそのジュニア版のセット販売を行った。 オ 5年度に引き続き、展示ケースの定期的な清掃を実施し、快適な観覧環境の提供を整備することができた。また新型コロナウイルス感染症対策としてCO ₂ 濃度を監視しつつ外気取入量を調整することにより、安全で快適な観覧環境の提供を図った。 カ 名品ギャラリー及び特別展の題箋について、主要な作品を4言語(日・英・中・韓)を作成し、設置することができた。			
【補足事項】 (5館共通) イ 展示ケースへの貼り題箋を用いた特別展「雪舟伝説―「画聖(カリスマ)」の誕生―」・特別展「法然と極楽浄土」にて、題箋にユニバーサルデザイン・フォントを使用した。 音声ガイド利用台数 ・特別展「雪舟伝説―「画聖(カリスマ)」の誕生―」(2言語 日・英) 13,934台 ・特別展「法然と極楽浄土」(2言語 日・英) 10,819台 ・名品ギャラリー(4言語 日・英・中・韓) 9,790台 ジュニア版音声ガイド(4言語 日・英・中・韓) 443台			
【年度計画に対する総合評価】 評価: B	【判定根拠、課題と対応】 特別展の題箋フォントにユニバーサルデザインを使用したことで、来館者が観覧しやすい環境を整えることができた。また、新たに「京博庭園ナビ」を公開するとともに、スタンプラリーイベントを開催したことで、参加者の多くから本アプリを使用した際の感想を得ることができた。		
【中期計画記載事項】 博物館内の施設の多言語化、バリアフリー化、ユニバーサルデザイン化並びに各種案内の充実、研修等の実施等を通じて、高齢者、障がい者、外国人、乳幼児連れの来館者等の利用にも配慮した快適な観覧環境の提供を行う。			
【中期計画に対する評価】 評価: B	【判定根拠、課題と対応】 特別展時の題箋フォントのユニバーサルデザイン使用や、サイン・題箋等の多言語での掲出により、観覧環境の向上を図ることができた。今後も継続して実施することで、良好な観覧環境の提供を行う。		

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信		
事業名	(2) 展覧事業 ③観覧環境の向上等 1) 快適な観覧環境の提供		
【年度計画】			
・ I-1-(2)-③-1) (5館共通) ア、イ (奈良国立博物館) ア、イ、ウ、エ、オ			
担当部課	総務課	事業責任者	課長 平石憲良
【実績・成果】			
(5館共通)			
ア なら仏像館における題箋は4言語(日、英、中、韓)とし、幅広い層が展示を楽しめるように努めた。特別展では主要作品の題箋を4言語(日、英、中、韓)で準備した。			
イ 特別展「空海 KŪKAI」、「第76回正倉院展」では有料の音声ガイドにスクリプトを準備し、聴覚障がいがある来館者も音声ガイドと同じ内容が楽しめるよう努めた。また、「第76回正倉院展」では、左右の耳の聴覚が異なる来館者に向けて片耳イヤホンの貸出、車椅子や杖の利用によりガイド機操作が難しい来館者に向けて延長コードの貸出、通常のヘッドホンでは音声が聞きとりづらい来館者に向けて骨伝導イヤホンの貸出を行うとともに、新たに補聴器を使用している来館者に向けてインダクションループの貸出も行った。			
(奈良国立博物館)			
ア・イ 5年度に多言語対応の屋外用案内表記のデザイン公募を行い、6年度にそのデザイン案の一部を設置した。			
ウ 6年度の特別展のうち、特に混雑が予想された「第76回正倉院展」では、入館方法やオンラインチケット購入方法についての案内看板を多言語で作成し、快適な観覧環境の実現に努めた。特に5年度アンケートで要望の多かったチケット待ち列については、委託先スタッフと緊密に連携して配置や案内を見直すことで待ち時間の大幅な短縮に成功し、快適な観覧環境を実現した。			
エ 館内案内リーフレットは4言語(日、英、中、韓)で制作し、幅広い層が展示を楽しめるよう努めた。			
オ 総合案内カウンターに外国語(英、中)対応が可能なスタッフを配置し、外国人来館者への対応を充実させられるよう努めた。			
【補足事項】			
(奈良国立博物館)			
・6年度より、来館者と接する機会が多いスタッフ向けにポケットークを貸与し、外国人来館者とスムーズにコミュニケーションが取れるよう努めた。また、外国人来館者が解説文を翻訳して読むために、希望者にはポケットークの貸出を行った。			
・「第76回正倉院展」では、外国人来館者に向けて、英語版のオンラインチケット購入サイトを準備した。また、チケットを持たない来館者に対して、残枠がある場合は当日でもチケットの購入が可能であることを看板で周知した。			
・来館者アンケートで、なら仏像館と東西新館の開館状況がわかりにくいという意見があったため、ウェブサイトのトップページで各展示会場の開館状況がわかるよう、改修を行った。			
			
多言語の屋外用案内表記		「第76回正倉院展」看板設置の様子	
【年度計画に対する総合評価】		【判定根拠、課題と対応】	
評価：A		多言語での看板の作成や音声ガイド及び翻訳機の貸与等を行い、外国人来館者がチケット購入方法や展示内容を理解できるようにした。加えて、外国人来館者とスムーズにコミュニケーションを取るため、ポケットークを導入した。また、多言語対応の屋外用案内表記を設置し、多様な来館者へ配慮した観覧環境の提供ができるように努めた。以上のとおり、6年度は、5年度より実施している音声ガイドスクリプトや車椅子の貸出等を引き続き行うだけでなく、インダクションループやポケットークの導入を行うなど、すべての来館者に対してより良い観覧環境を提供するため新たな取り組みを実施することができたことから、目標を大幅に達成できたと判断し、A評価とした。	
【中期計画記載事項】			
博物館内の施設の多言語化、バリアフリー化、ユニバーサルデザイン化並びに各種案内の充実、研修等の実施等を通じて、高齢者、障がい者、外国人、乳幼児連れの来館者等の利用にも配慮した快適な観覧環境の提供を行う。			
【中期計画に対する評価】		【判定根拠、課題と対応】	
評価：A		障がい者へ向けた音声ガイドサービスの充実化や、乳幼児連れ来館者へのベビーカー貸出などを継続して実施するとともに、6年度は、新たなサービスの導入や、5年度に公募を行った屋外用案内表記を設置するなど、本中期計画の4年目としてあらゆる立場の来館者が展示を楽しむことができるよう快適な観覧環境の提供を一層推進することができたため、非常に高く評価できると判断し、A評価とした。	

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信		
事業名	(2) 展覧事業 ③観覧環境の向上等 1) 快適な観覧環境の提供		
【年度計画】			
・ I-1-(2)-③-1) (5館共通) ア、イ (九州国立博物館) ア、イ、ウ、エ			
担当部課	学芸部企画課 展示課 総務課	事業責任者	課長 伊藤信二 課長 齋部麻矢 課長 為近雄一郎
【実績・成果】			
(5館共通)			
ア			
<ul style="list-style-type: none"> ・特別展「はにわ」の題箋及び解説等について、4言語（日、英、中、韓）にて情報提供を行った。 ・文化交流展（平常展）では年間を通じ、全作品の題箋及び解説について、4言語（日、英、中、韓）にて情報提供を行った。 			
イ			
<ul style="list-style-type: none"> ・発達障がい者や、初めて行く場所に不安を持っている人が事前に使う「あんしんガイド」を作成した。 ・慣れない場所で心が落ち着かなくなったり、パニックになりそうになった人が避難する「あんしんルーム」（7年4月2日使用開始予定）を設置した。 ・総合案内所での車イスやベビーカーの貸出、案内等の多言語化表記など、館内施設のバリアフリー化、ユニバーサルデザイン化を推進した。また、ウェブサイトにもバリアフリー情報をまとめたページを設けて、必要な情報を素早く確認できるようにした。 ・太宰府天満宮からのアクセストンネルのリフトを斜行エレベーターに改修して、係員の補助を不要とし、車椅子やベビーカーなどで快適にアクセスする環境を整備した。 			
(九州国立博物館)			
ア			
<ul style="list-style-type: none"> ・特別展示室の壁付ケースの改修および照明のLED化工事を実施し、より作品が見やすい環境を整備した。また、最新のVOC研究に基づいた、文化財に影響を与えない造作素材の特定を進めることができた。 ・文化交流展示室では、床照明や新規のスポットライト（LED）等を効果的な場所に増設し、歩きやすく、また作品が見やすい観覧環境を整備した。 			
イ			
<ul style="list-style-type: none"> ・展示室の年間カレンダーを見やすいものに更新し、分かりやすい情報発信に努めた。 ・館内案内リーフレット（7言語（8種）：日、英、中（簡体字・繁体字）、韓、仏、独、西）を継続して制作し、紙体で配布するとともに、ウェブサイトでも公開した。 			
ウ			
<ul style="list-style-type: none"> ・スマートフォンやポータブル端末を活用できる解説・展示案内アプリ「ナビレンス de きゅーはく」「ナビレンス G0」やQRコードを活用し、音声・手話・動画・多言語に対応した展示案内及び作品解説の提供を行い、海外からの来館者に対するサービス向上を図った。 ・文化交流展示室の展示作品について、詳細情報を提供するQRコード解説の作品名表示や解説文の読みやすさを改善するとともに、外部情報へのリンクを追加した。 ・ウェブサイトの一部を手話動画で配信し、聴覚障がい者へのサービスの向上を図った。 			
エ			
<ul style="list-style-type: none"> ・リブランディング事業については、「目指すべき姿」を体現するアイデアやコンセプトの浸透施策を打ち出すことを目標に、各課から委員を選出し、年間を通じて活発な議論を行った。 ・職員の意識改革を図るため、全職員向けの教育型セミナーを開催した。（5月14～15日） ・全職員参加のワークショップを開催し（5月29～30日、6月26～27日）、全職員から募集したアイデアを集約した後、実現可能性・有用性を吟味した上で、事業プランを立案した。7年度以降、立案したプランの実現に向けた取組を継続する予定である。 			
【補足事項】			
【年度計画に対する総合評価】	【判定根拠、課題と対応】		
評定：A	<p>展示解説については毎年新たな試みを取り入れながらサービス向上を目指しており、来館者からも高評価を得るとともに、他施設からの視察が増えるなど、国内でも注目を集めた。特別展、文化交流展では4言語による多言語対応を行った。また発達障がい者や初めて来館する方のための環境整備では「あんしんガイド」の作成と配付、「あんしんルーム」の設置など、目に見える形での大きな進展を遂げた。リブランディング事業は、新ブランドコンセプトを来館者へ明確に提示するのみならず、職員全員の意識統一を図ることに注力し、全館を挙げて取り組むことができた。以上のことから年度計画を大きく上回る成果を上げていると判断し、A評定とした。</p>		
【中期計画記載事項】			
博物館内の施設の多言語化、バリアフリー化、ユニバーサルデザイン化並びに各種案内の充実、研修等の実施等を通じて、高齢者、障がい者、外国人、乳幼児連れの来館者等の利用にも配慮した快適な観覧環境の提供を行う。			

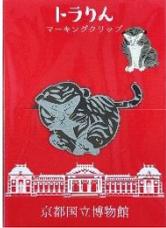
<p>【中期計画に対する評価】 評定：A</p>	<p>【判定根拠、課題と対応】 全ての来館者に快適な観覧環境を提供するとともに、来館者からのフィードバックを踏まえた改善を継続し、新しいツールやシステムを導入するなどバリアフリー化、ユニバーサルデザイン化を着実に推進している。また「あんしんガイド」の作成と配付、「あんしんルーム」の常設といった国立博物館として先進的な取組を行うなど、中期計画以上の事業を円滑に推進し、中期計画を大きく上回る成果を上げていると判断し、できたことから、A評定とした。</p>
---------------------------------------	--

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信		
事業名	(2) 展覧事業 ③観覧環境の向上等 1) 快適な観覧環境の提供		
【年度計画】	・ I-1-(2)-③-1) (5館共通) ア、イ、(皇居三の丸尚蔵館) ア、イ		
担当部課	総務課 展示・普及課	事業責任者	総務課長 井手 真二 展示・普及課長 戸田 浩之
【実績・成果】	<p>(5館共通)</p> <p>ア 英語に加え、中国語・韓国語に対応する職員を新たに配置し、展示題箋の4言語(日、英、中、韓)表記を充実させるとともに、より分かりやすい表記とした。また、館内のその他表示は、日・英の2言語(一部は4言語)で整備し、来館者に対するサービスの向上を図った。</p> <p>イ 館内で多目的トイレ2室、車椅子3台(自走式1台、介助式2台)、ベビーカー1台を提供した。また、館内の注意事項等はピクトグラムを配置し、館内のバリアフリー化、ユニバーサルデザイン化を推進し、来館者の利用に配慮した観覧環境を提供した。撮影可能・禁止のピクトグラムをより、視覚的にわかりやすいよう配色を調整した。</p> <p>(皇居三の丸尚蔵館)</p> <p>ア 案内看板、案内サイン、コインロッカー、観覧者用ソファを増設した。東御苑の入苑者が当館を視認しやすいよう、外壁に当館のサインを増設した。また、展示作品を紹介するための映像コンテンツを製作・上映した。来館者の安全に配慮し、館の入口階段に、転倒防止のため警戒用のテープを貼付した。</p> <p>イ デジタルサイネージを4言語(日、英、中、韓)で整備したほか、館内案内リーフレットを5言語6種(日、英、中(簡体字・繁体字)、韓、仏)で制作・配布した。さらに、5年度に引き続き観光庁の「地域観光資源の多言語解説整備支援事業」を活用して、外国人に向けて分かりやすく魅力的に作品を解説する英文リーフレットを6年度も新たに制作するとともに、5年度に制作した英文リーフレットについては中国語・韓国語版も制作した。なお、出品目録は、日・英・中・韓の4言語で用意し配布を行った。</p> <p>英語・中国語を母語とする来館者へのサービス向上のため、それぞれの言語で職員によるギャラリートークを実施した。</p> <p>観光庁「特別体験事業」を用いて、特に富裕層のインバウンドをターゲットにした、近隣のハイクラスホテルや飲食店と提携して当館の多言語での貸切鑑賞ツアーを造成した。(参加実績延べ35名)</p>		
【補足事項】	<p>【年度計画に対する総合評価】 評定：A</p> <p>【判定根拠、課題と対応】 館内のバリアフリー化・ユニバーサルデザイン化等を推進し、全ての来館者に向けて快適な観覧環境の提供に努めたほか、題箋や館内解説等の多言語化により特に外国人来館者へのサービス向上を図った。特に、代表的な作品のわかりやすいリーフレットの多言語での作成や英語・中国語でのギャラリートークなどこれまでにない取組を実施した。韓国語のギャラリートークの実施についても7年度に計画を立てた。また、観光庁との連携も継続的に実施しつつ、高付加価値な体験ツアーの造成など、インバウンド向けの対応を加速させた。以上のことから計画を大きく超える成果をあげられたと判断しA評定とした。</p> <p>【中期計画記載事項】 博物館内の施設の多言語化、バリアフリー化、ユニバーサルデザイン化並びに各種案内の充実、研修等の実施等を通じて、高齢者、障がい者、外国人、乳幼児連れの来館者等の利用にも配慮した快適な観覧環境の提供を行う。</p> <p>【中期計画に対する評価】 評定：B</p> <p>【判定根拠、課題と対応】 館内の多言語化やバリアフリー化・ユニバーサルデザイン化等を着実に推進することができたため、Bと評価した。7年度以降も、8年度の全面開館に向けて高齢者、障がい者、乳幼児連れ、外国人を含む全ての来館者等の利用に配慮した取組に一層努めていく。</p>		



収蔵品解説4言語(日・英・中・韓)のリーフレット

【書式A】	施設名	東京国立博物館	処理番号	1232A					
中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信								
事業名	(2) 展覧事業 ③観覧環境の向上等 2) 来館者の満足度調査等の実施、サービスの改善等								
【年度計画】・I-1-(2)-③-2) (5館共通) ア、イ、ウ、(東京国立博物館) ア									
担当部課	総務部総務課	事業責任者	課長 竹之内勝典						
<p>【実績・成果】 (5館共通) ア 6年度もミュージアムショップ、レストラン、館内スタッフの対応について満足度調査を行った。 イ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・レストラン等について開催中の特別展と関連付けたスイーツなど特別なメニューを提供し、ランプ設置など店内の装飾を改善することで、落ち着いた雰囲気を作る工夫を行った。また、限定メニューの紹介やレストランの場所の案内をポスターで掲示し、周知を図った。 ・東洋館の展示に因んだミュージアムグッズの開発を行い、ミュージアムショップで販売した。 <p>ウ 平常展については、8月2日(金)から、金曜、土曜の開館時間を20時まで延長した。また、一部の特別展において、開館時間の延長及び休館日の臨時開館を行った。</p> <p>(東京国立博物館) ア</p> <ul style="list-style-type: none"> ・レストランの営業について、令和6年8月2日(金)から金・土曜日の20時までの延長開館に伴い、営業時間の変更(延長)を行った。 ・キッチンカーを常時2台から3台に増やし、構内における飲食の選択肢を増やした。 ・ナイトエコノミーの創出として、特別展の夜間開館に併せ「東博縁日」を開催し、屋台や射的などをはじめとする日本文化の体験事業を行い、インバウンド向け満足度向上とサービス改善のための試金石とした。 									
<p>【補足事項】 (5館共通) ウ また、特別展「神護寺—空海と真言密教のはじまり—」では、「東博縁日」の開催に伴い、8月27日(火)、28日(水)29日(木)、9月1日(日)は18時から21時まで、8月30日(金)、31日(土)は18時から22時までとする特別な夜間開館を行った。</p> <p>(東京国立博物館) ア</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「東博縁日」(8月27日(火)～9月1日(日))は観光庁による特別な体験事業の委託を受け、インバウンド観光客誘致を目標として実施したものである。夜間の鑑賞体験や「縁日」に見立てた日本文化体験が利用者から好評を博し、来館者サービスの向上を図ることができた。 ・「あそびば〇とーはく！」期間(11月8日(金)～12月8日(日))には、レストランで子供向けメニューを提供するなど、館内実施事業の盛り上げを図った。 ・レストラン・キッチンカーについて、金・土曜日の開館延長に合わせた営業を行い、利用可能時間を拡大した。 									
【評価指標】項目		6年度実績	目標値	評定	経年	2	3	4	5
観覧環境に関する来館者アンケート満足度		72.0%	69%	B	変化	65.4	66.0	62.0	86.8
【年度計画に対する総合評価】 評定：B		【判定根拠、課題と対応】 観覧環境に関する来館者アンケートについて、ミュージアムショップおよび館内スタッフの対応に対する満足度に関してはそれぞれ75.9%、80.8%と目標値を超える結果が得られた。一方で、レストランに対する満足度は59.4%と他の項目と比較して低い結果となり、改善の余地があることがわかった。委託業者とも綿密に連携を取り、引き続き改善を図り、来館者サービスの向上に努めていく。							
【中期計画記載事項】 来館者を対象とする満足度調査及び専門家からの批評聴取等を定期的実施する。これらの調査結果を踏まえ、事業、管理運営についての見直しや改善を行う。特に開館時間の延長、混雑時の対応、ミュージアムショップやレストランとサービスの改善等、来館者に配慮した運営を行い、観覧環境に関する来館者アンケートの上位評価が前中期目標の期間と同程度の水準の維持を目指す。									
【中期計画に対する評価】 評定：B		【判定根拠、課題と対応】 6年度は平常展の開館時間延長を行ったことに加え、特別展の状況にあわせ開館時間の延長を行うなど柔軟な運営を行うことができた。7年度以降も、混雑が予想される特別展では開館時間を延長するなど柔軟に運営できるよう、共催者とも引き続き検討していく。							

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信							
事業名	(2) 展覧事業 ③観覧環境の向上等 2) 来館者の満足度調査等の実施、サービスの改善等							
【年度計画】 ・ I-1-(2)-③-2) (5館共通) ア、イ、ウ、(京都国立博物館) ア								
担当部課	総務課 学芸部	事業責任者	課長 森考平 企画室長 羽田聡					
【実績・成果】 (5館共通) ア 展覧事業、観覧環境等についての来館者アンケートを4言語(日・英・中・韓)で実施し、幅広い意見の把握に努めた。また、5年度に引き続き、アンケート用紙に直接記入する従来方式に加え、スマホ等を利用して回答できる電子アンケートも実施した。さらに、秋の特別展からは回答者へノベルティグッズの配布を行い、アンケート回答率の向上を図った。 イ ・オリジナルグッズについて、ショップ利用者の動向分析、市場調査等を行い、新規グッズの開発を進めた。 ・ミュージアムショップ運営業者、カフェ運営業者、コンサルティング会社等と情報交換を行い、利用者の満足度向上のための施策の検討を行った。 ウ ・特別展では、時間ごとの来館者数データに基づき、開館時間を30分前倒しする早朝開館と、閉館時間を30分後ろ倒しする開館時間の延長を実施した。 ・特別展「法然と極楽浄土」、名品ギャラリー、庭園のみ開館のいずれの期間においても、毎週金曜日の開館時間を20時までとする夜間開館を実施し、来館者の利便性向上に努めた。 (京都国立博物館) ア『博物館だより224号』に山口県立美術館副館長・荏開津通彦氏による特別展「雪舟伝説―「画聖(カリスマ)」の誕生―」の展覧会評を掲載した。								
【補足事項】 ア ・アンケート回答者に対し、当館公式キャラクター・トラリんのノベルティグッズを配布した。その結果、秋の特別展のアンケート回答率は大幅に上がり、当初の予想を大きく上回った。 イ ・ 委託先のショップと当館オリジナル商品購入者の客層データ(地域区分(国)、性別、年代別)を共有し、新規グッズ開発時の検討資料とした。								
								
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> ノベルティ(トラりん マーキングクリップ) </div>								
【定量的評価】項目	6年度実績	目標値	評価	経年変化	2	3	4	5
観覧環境に関する来館者アンケート満足度	85.4%	64%			74.5	67.9	77.3	75.2
【年度計画に対する総合評価】 評価：B	【判定根拠、課題と対応】 多言語案内を継続することにより、多様な来館者の観覧環境を整えることができた。秋の特別展より回答者にノベルティグッズを配布した結果、5年度までの展覧会の回答率が1%未満であったのに対し、回答率は1%台に向上した。また、回答の中では電子アンケートでの回答が大きな割合を占め、電子アンケートの導入に、大きな効果を感じた。							
【中期計画記載事項】 来館者を対象とする満足度調査及び専門家からの批評聴取等を定期的実施する。これらの調査結果を踏まえ、事業、管理運営についての見直しや改善を行う。特に開館時間の延長、混雑時の対応、ミュージアムショップやレストランのサービスの改善等、来館者に配慮した運営を行い、観覧環境に関する来館者アンケートの上位評価が前中期目標の期間と同程度の水準の維持を目指す。								
【中期計画に対する評価】 評価：B	【判定根拠、課題と対応】 来館者へのアンケート、各運営業者、コンサルティング会社との意見交換により、今後のミュージアムショップ、カフェ、レストラン等の運用の方向性について検討した。また、早朝開館や夜間開館を実施するなど、開館時間を柔軟に設定することで、混雑緩和や観覧機会の拡大につなげることができた。							

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信								
事業名	(2) 展覧事業 ③観覧環境の向上等 2) 来館者の満足度調査等の実施、サービスの改善等								
【年度計画】 ・ I-1-(2)-③-(2) (5館共通) ア、イ、ウ、(奈良国立博物館) ア、イ									
担当部課	総務課	事業責任者	課長	平石憲良					
【実績・成果】 (5館共通) ア 通年で記述式アンケートを実施した。外国人来館者を含め、寄せられた意見・要望を館内の関係部署と共有し、適宜改善に努めた。 イ アンケート及びウェブサイトを通じて寄せられたミュージアムショップやレストランへの意見・要望を踏まえた運営会社との協議を通して、利用者へのサービス向上に努めた。 ウ 毎週土曜日の夜間開館(17時～20時)を6年度も引き続き実施した。また、周辺行事に合わせたライトアップや本来休館予定だった8月7日、14日に「なら燈花会」イベントに併せて開館するなどの協力も実施した。 (奈良国立博物館) ア アンケートで得られた意見・要望を参考に、グッズのラインナップやレストランメニューの改善・工夫に努めた。 イ ミュージアムショップにおいて展覧会グッズの開発や仏教美術に関する図書の充実を図るとともに、特別展ではミュージアムショップ運営団体以外の企業に委託することで、多彩なグッズ展開を可能とし新規顧客の開拓をした。									
【補足事項】 (5館共通) ア 公式キャラクターを中心としたミュージアムグッズやレストランメニューの改善・工夫に努め、特に若年層の新規顧客の掘り起こしを行った結果、10代～20代の入館者数が大幅に増加した。 イ インバウンドの回復に伴い、多言語の案内看板の設置や敷地配置図の配布などにより、外国人来館者にとってわかりやすい案内に努めた。 (奈良国立博物館) ア 来館者アンケートで、価格を抑えたメニューを望む意見が多かったため、レストランと協議し、現メニューより価格を抑えた新メニューを追加した。販売期間中、売り切れになることも多く、来館者の要望に 대응されていることがうかがえた。7年度以降は、満足度の更なる向上のため、売り切れが出ない対応にも努める。 イ・特別展では特設ショップを外部業者に委託し、多彩なグッズを販売することで、満足度や入場者数の向上に成功した。 ・公式X(旧Twitter)にて公式キャラクターを使った奈良国立博物館の周知を継続するとともに、来館記念スタンプをリニューアルして公式キャラクター「ざんまいず」のスタンプを新たに制作するなど、来館者増加、ミュージアムグッズの売上増加に努めた。 ・公式キャラクターを用いた広報や子供向け特別陳列を開催したことにより、小中学生の入館者数が令和5年度と比較して11,498人上回る結果となった。									
【定量的評価】 項目		6年度実績	目標値	評定	経年変化	2	3	4	5
観覧環境に関する来館者アンケート満足度		82.1%	74%	B		71.4	68.9	71.6	82.0
【年度計画に対する総合評価】 評定：A		【判定根拠、課題と対応】 特別展ではショップ運営を企画力のある外部業者に委託し、新たな客層、特に若年層の掘り起こしを行ったことで、若年層の入場者の割合を増やすことに成功した。その中でも小中学生の入館者数の増加が顕著となった。また、過年度のアンケートで要望のあった価格を抑えたメニューの追加など、来館者の意見に応える取組も実施した。これらの取組もあり、観覧環境に関する来館者アンケート満足度は目標値を上回ることができ、計画を大いに上回る成果を得られたためA評価とする。							
【中期計画記載事項】 来館者を対象とする満足度調査及び専門家からの意見聴取等を定期的実施する。これらの調査結果を踏まえ、事業、管理運営についての見直しや改善を行う。特に開館時間の延長、混雑時の対応、ミュージアムショップやレストランのサービスの改善を要望する等、来館者に配慮した運営を行い、観覧環境に関する来館者アンケートの上位評価が前中期目標の期間と同程度の水準の維持を目指す。									
【中期計画に対する評価】 評定：B		【判定根拠、課題と対応】 6年度の入館者満足度は、若年層の掘り起こしや来館者アンケートの結果を踏まえた取組を実施することで、5年度に引き続き、目標値を上回る数値となった。また、回答者に対してノベルティを贈呈するという施策を行うことによってアンケート回収率を向上させることができた点は、7年度以降、より質の高い展示内容・展覧環境を実施する上での基盤となるため、高く評価できる。今後もアンケートの回収率を向上させるとともに、敷地内の案内看板設置や、運営会社と協議の上で魅力あるグッズやメニューの提供を行いつつ、来館者の意見・要望を参考に、引き続き満足度の向上に努めていく。							



新メニュー



来館記念スタンプ

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信								
事業名	(2) 展覧事業 ③観覧環境の向上等 2) 来館者の満足度調査等の実施、サービスの改善等								
【年度計画】									
・ I-1-(2)-③-2) (5館共通) ア、イ、ウ、(九州国立博物館) ア、イ									
担当部課	学芸部企画課 展示課 広報課 総務課	事業責任者	課長 伊藤信二 課長 齋部麻矢 課長 野田智子 課長 為近雄一郎						
【実績・成果】									
(5館共通)									
ア 文化交流展において記述式とQRコードによるオンラインでの来館者アンケートを4言語(日・英・中・韓)で実施し、幅広い意見の把握に努めた。オンラインで回答するためのQRコードの設置場所を増やし、回答機会を増やすことを目指した。得られた意見は全館的に共有し、観覧環境やサービスの向上に努めた。									
イ レストランやカフェでは、展示内容にちなんだコラボメニューやアートラテを提供した。 企画展示「博物館で昆虫採集」: 昆虫弁当、イベント「吉野ケ里遺跡in九州国立博物館」: ひみかちゃんラテ、特集展示「人吉球磨の玉手箱」: 熊本先付三種盛、デコボンソーダ、熊本ハイボール、いきなり団子、特別展「はにわ」: 海鮮ちらし御膳、お子様古墳カレー、はにわサンドイッチ、はにわチョコレート羊羹、はにわどらやき等。									
ウ									
・ 入館者が増える特別展開催期間において、金曜日と土曜日に夜間開館を実施することで来館機会の拡充をはかりサービス向上に努めた。									
・ 12月までは特別展に伴う夜間開館がなかったため、特別展期間中のみ開催していた「夜の博物館たんけん隊」を夏休みの日中に「博物館たんけん隊」として研究員によるバックヤードツアーを実施した。(8月17日、参加者: 25人)									
(九州国立博物館)									
ア ショップ及びレストラン事業者と、来館者ニーズへの対応を定期的に協議し、サービス向上に努めた。									
イ									
・ ミュージアムショップと連携し、20周年記念グッズを開発するためのワーキンググループを設置した。									
・ 読売新聞社が運営する、全国のミュージアムグッズに関するイベント「美術展ナビフェス」に初参加し、当館オリジナルグッズや館のPRを行った。									
・ 展示に関連したオリジナル商品を提供した。 企画展示「博物館で昆虫採集」: Tシャツ、タオルハンカチ等、きゅーはくへび新春ツアー「かえるの逆襲」: かえるのマスコットグッズ等。									
【補足事項】									
【定量的評価】 項目									
		6年度実績	目標値	評価	経年変化	2	3	4	5
観覧環境に関する来館者アンケート満足度		82.9%	68%	B		-	81.1	77.9	77.6
【年度計画に対する総合評価】 評価: B		【判定根拠、課題と対応】 レストラン・カフェに加え足湯茶屋の営業を行い、展示や季節にちなんだメニューを提供した。ミュージアムショップでは、展示にちなんだグッズを提供した。今後も展示と連動したメニューや商品を提供したい。							
【中期計画記載事項】									
来館者を対象とする満足度調査及び専門家からの批評聴取等を定期的実施する。これらの調査結果を踏まえ、事業、管理運営についての見直しや改善を行う。特に開館時間の延長、混雑時の対応、ミュージアムショップやレストランのサービスの改善等、来館者に配慮した運営を行い、観覧環境に関する来館者アンケートの上位評価が前中期目標の期間と同程度の水準の維持を目指す。									
【中期計画に対する評価】 評価: B		【判定根拠、課題と対応】 中期計画のとおり、事業・管理運営については随時見直し、改善を進めている。ミュージアムショップやレストラン等に関しては、展示に連動したメニュー・商品開発に取り組んでいる。							

中項目	1. 有形文化財の保存と継承並びに有形文化財を活用した歴史・伝統文化の国内外への発信								
事業名	(2) 展覧事業 ③観覧環境の向上等 2) 来館者の満足度調査等の実施、サービスの改善等								
【年度計画】									
・ I-1-(2)-③-2) (5館共通) ア、イ、ウ									
担当部課	総務課	事業責任者	総務課長 井手 真二						
【実績・成果】									
(5館共通)									
ア 各展覧会において、アンケートスペースを設け、日・英の記述式アンケートを実施し、展覧事業等に関する満足度調査及び観覧環境に関する調査を行った。回答者には、作成したオリジナル絵葉書を配布し、アンケート回収率の向上を図った。寄せられた意見・要望については、館内関係部署と共有し、観覧環境や空気環境に配慮しながら検討した上で予約制を緩和するなど適宜改善に努めた。									
イ 一部開館期間中であるためミュージアムショップ等の施設・設備がない状況であるが、図録の販促を行うためのカウンターを設け、来館者には実物を手に取って内容を確認できるようにし、インフォメーションカウンターでの販売を行った。グッズ販売を希望するアンケート結果を反映し、オリジナルグッズ(絵葉書・トートバック・クリアファイルなど)を開発し、来館者の満足度向上を図った。 また、当館が制作した図録については、公益財団法人菊葉文化協会による皇居東御苑での委託販売(発送対応・ネット販売含む)により、当館のサービス向上に繋がった。									
ウ 宮内庁、皇宮警察と綿密に協議し、展覧会「いきもの賞玩」会期中から、毎週金曜日・土曜日に20時までの夜間開館を実施した。さらに、原則毎月最終金曜日の夜間に、研究員による解説付きで館内を貸切で鑑賞できる特別鑑賞会(参加費5,000円)を実施した。皇居東御苑が閉園となる夜間に開館し、皇居内の安全確保や秩序の維持に努めながら、来館者の案内誘導を適切に行った。									
									
				夜間開館のチラシ		特別鑑賞会の様子			
【補足事項】									
開館記念展第3期「近世の御所を飾った品々」93.1% 開館記念展第4期「三の丸尚蔵館の名品」96.8% 展覧会「いきもの賞玩」93.6% 展覧会「花鳥風月一水の情景・月の風景」94.3% 展覧会「公家の書・皇室の美術振興」93.2% 展覧会「瑞祥のかたち」96.2% 特別鑑賞会の満足度 98.0%									
【定量的評価】 項目		6年度実績	目標値	評定	経年変化	2	3	4	5
観覧環境に関する来館者アンケート満足度		92.0%	-			-	-	-	92.7
【年度計画に対する総合評価】			【判定根拠、課題と対応】						
評定：A			一部開館に限られた観覧環境の中でも、スタッフのサービス項目では92.0%と高い水準を維持し、全体の満足度で94.7%と高い満足度を得られた。また、夜間開館を宮内庁・皇宮警察と綿密に検討のうえ協議・連携し実施することができた。さらに、人数を限定し特別な観覧環境を提供する特別鑑賞会を実施し、特別料金に関わらず98.0%の評価を得たことは、当初の計画を大幅に超えた実績を上げている。						
【中期計画記載事項】									
来館者を対象とする満足度調査及び専門家からの批評聴取等を定期的実施する。これらの調査結果を踏まえ、事業、管理運営についての見直しや改善を行う。特に開館時間の延長、混雑時の対応、ミュージアムショップやレストランのサービスの改善等、来館者に配慮した運営を行い、観覧環境に関する来館者アンケートの上位評価が前中期目標の期間と同程度の水準の維持を目指す。									
【中期計画に対する評価】			【判定根拠、課題と対応】						
評定：B			一部開館でありスペースの確保が難しい状況下にあっても、適切な観覧環境の提供を実施した。さらに、宮内庁・皇宮警察と綿密に協議をすすめ、夜間開館を安全に実施することができた。8年度の全面開館時にはミュージアムショップなどの設備が整備される予定であり、全面開館に向けて、更なる観覧環境の整備を図る。						