

東京都庭園美術館グランドデザイン

令和6(2024)年3月

東京都庭園美術館

目 次

1. グランドデザイン策定の背景	02
2. 庭園美術館が目指す姿とグランドデザインの方向性	03
3. 課題と取組の方向性	04
4. 庭園美術館のこれから	23

1. グランドデザイン策定の背景

東京都庭園美術館（以下「庭園美術館」という。）は、令和3年4月の東京都庭園美術館条例の制定により、公の施設となり、これまで以上により多くの都民に愛され利用される美術館として、地域文化の核となっていくことが求められる。

また、「東京文化戦略2030」（令和4年3月）を踏まえた「都立文化施設運営指針」（令和5年5月）の策定により都立文化施設が果たすべき役割の方向性が明確化されるとともに、庭園美術館の個別指針として「館全体の一体感を醸成しその魅力の向上に向けた方向性をグランドデザインとして示し、敷地全体の回遊性を高め館のポテンシャルを最大限向上させる取組を進める。」ことが示された。

さらに、令和4年7月に世界的に著名な建築家妹島和世を館長に迎え、新館長の構想力を館運営に反映していくとともに、令和5年度には開館40周年を迎えたことから、次の10年に向けて、館の存在感をアピールし、社会的な認知度向上の取組を進めるべき時期にきている。

こうした状況を踏まえ、庭園美術館の魅力向上に向けた方向性をとりまとめ、「東京都庭園美術館グランドデザイン」を策定することとなった。

<都立文化施設運営指針における庭園美術館の個別指針>

- 1.重要文化財であるアール・デコ様式の旧朝香宮邸を適正に管理・保存し、緑豊かな庭園と調和した美術館としての魅力を更に向上させ、新館も含めて、その特徴を生かした質の高い展覧会を開催するなど新しい価値を創造する。
- 2.館全体の一体感を醸成しその魅力の向上に向けた方向性をグランドデザインとして示し、敷地全体の回遊性を高め、館のポテンシャルを最大限向上させる取組を進める。
- 3.庭園美術館の多様な空間の特性を活用し、地域との連携事業など芸術文化を通じた人々の交流の機会を創出し、誰にでも開かれた美術館を目指す。

2. 庭園美術館が目指す姿とランドデザインの方向性

庭園美術館は、より多くの方々が美術館に訪れ楽しんでいただくために、以下の「目指す姿」の実現に向けて、以下の3点を庭園美術館の魅力向上に向けたランドデザインの方向性として設定し、全体の一体感を醸成し回遊性を高めるなど、館のポテンシャルを最大限生かす取組を進めていく。

庭園美術館の目指す姿

「誰にでも開かれた美術館」の実現

※「誰にでも開かれた美術館」とは：

- ・歴史的・文化的遺産を後世に継承していく、過去から未来に開かれた美術館
- ・障害の有無や国籍・年齢などを問わずあらゆる鑑賞者に開かれた美術館
- ・ユニークベニュー利用者や共催事業者など広範な主体に開かれた美術館
- ・邸宅から庭園そして地域ともシームレスに繋がり、空間的に拡がり続けていく美術館

ランドデザインの方向性1

貴重な文化財建築の 更なる活用

旧朝香宮邸の非公開エリアの公開拡大や運用方法の見直しによるユニークベニューの利用促進など、文化財建築の更なる活用を図る。

ランドデザインの方向性2

「邸宅」と「庭園」の 回遊性の向上

敷地全体の回遊性を高め一体感を醸成するとともに、施設環境を改善して庭園の利用を活性化することで、当館のポテンシャルを最大限生かす。

ランドデザインの方向性3

訪れたくなる仕掛け

新たな来館者層の獲得や人々の交流機会の創出に向けて、気軽に立ち寄れる仕掛けを整えるなど、より多くの人々を当館へと誘い込む。

3. 課題と取組の方向性

(1) 方向性1 貴重な文化財建築の更なる活用

<現状と課題>

歴史的な価値を有する本館の公開は、庭園美術館の設置目的であるが、重要文化財保護や管理運営上の観点から全室公開とはなっていない。ユニークベニューは多くの利用希望の問合せはあるものの、美術館活動との兼ね合いなどから、成約は年数件程度と利用者のニーズに応えきれていない現状にある。また、室内装飾など邸宅建築の特色・イメージが十分には知られておらず、その魅力が生かしきれていない。

現状と課題1

公開になじみにくい施設がある

- 展示具の保管場所等、美術館活動のバックヤードとして利用しているもの（厨房、第三応接室、侍女室、第二浴室など）。
- 展示監視など委託業者の控室・詰所など管理運営スペースとして利用しているもの（食器庫、裁縫室、運転手室など）。
- 施設設備の機能上、常時の展示公開に堪えないもの（外倉庫、本館中庭、地下の諸室など）。

現状と課題2

ユニークベニュー等を制限する事情がある

- 本館では重要文化財保護や美術館IPMの観点から、レセプションなどで最もニーズが高い飲食利用が困難。
- 本館建物は重要文化財であり、毀損の可能性を考慮すると貸出利用は難しい。
- バックヤードも含め、イベントなどで集まることができる場所や利用できる場所が少ない。
- 建物内空間、外部空間で使えるところが限られており、他のスペースについてもレストラン・カフェしか使えない。
- 庭園は西洋庭園の一部を除き周知の埋蔵文化財包蔵地に指定されており、仮設構築物（テント等）を固定するための杭を穿つことに制約があり、用途が限定的。
- 庭園は雨天時に雨を遮る施設がなく、イベント開催等で利用しづらい（本件に対しての取組の方向性は別項「方向性2「邸宅」と「庭園」との回遊性の向上」にて取り扱うものとする）。

現状と課題3

特色のある邸宅の魅力が活かしきれていない

- アール・デコ期ならではの特色を有する邸宅建築や館内装飾の持つ魅力を広く伝えていく必要がある。

<取組の方向性>

この施設が有するポテンシャルを最大限引き出していくために必要とされる、「重要文化財建造物の公開エリアの拡大」、「ユニークベニュー利用の拡大」の2つの喫緊の課題の解消に向け、以下の取組を推進していく。

また、邸宅モチーフの幅広い活用を進めると同時に、一步進んだ新たな施設利用形態への対応を検討していく。

取組の方向性1

公開エリアの拡大

重要文化財建造物等の歴史的建造物において、公開エリアの拡大を通じて施設利用を活性化した例は国内外に多く見られることから、館の魅力向上に向けて公開エリア拡大を積極的に検討していく必要がある。検討に際しては、現在未公開である各室について、①公開の意義・重要性（歴史的・文化的な価値）、②公開することで生じる文化財への影響、③現行用途からの変更に伴い必要とされる代替場所の確保策、④公開に際し必要な改修の規模・内容などを総合的に勘案した上で、保存活用計画検討委員会等の場などで広く公開の可否を検討していくことが、貴重な文化財の保存と活用を両立させていくためには必要である。取組の方向性（現状維持を含む）としては以下が想定できる。

■ 一般公開を前提・・・第二浴室

天井や床タイルなど文化財的な価値が高く、展示にも適しており、補修も比較的小規模。

■ イベント等に合わせて期間限定で随時公開・・・外倉庫、本館中庭

空調の不備や床タイルの脆弱さなどから来館者を常時入れることは難しいが、その価値を広く周知するためには公開の意義は大きい。

■代替施設の確保が困難であり、現状通りの運用・・・厨房、侍女室、食器庫、裁縫室

美術館としての運営に不可欠な委託事業者の詰所や展示ケース・展示具等の保管スペースとなっており、代替施設の確保が非常に困難。なお、厨房の図書情報コーナーとしての活用については、①図書資料に適した空気環境の確保が困難、②開架図書として一般利用に供するには図書分類が未整備である、③司書等の体制づくりが必要など多くの課題がある。

取組の方向性2

ユニークベニユーの利用拡大

ユニークベニユーは美術館のブランド力や認知度向上に向けて有効であり、財産の有効活用の側面からも有用とされているが、庭園美術館は重要文化財保護と美術館活動による制約があり、その活用が不十分との指摘もあることから、令和5年5月に庭園および敷地全体を利用したユニークベニユーにより実証実験（別項の参考事例：ユニークベニユーの利用拡大に向けた取組 実証実験 アートイベント参照）を行い各種の検証を行った。本検証の結果を踏まえ、以下のとおりユニークベニユーの見直しを行う。

①館のブランディング効果を踏まえた新制度の創設による、使用可能時間帯・使用方法・エリアの拡大

利用者が世界的に注目を集めるハイブランドであったことから、国内外のWEBサイトで多数発信され、SNSで広範に拡散したことにより館の魅力が国内外に広く伝わり、館の知名度やブランド力が向上し、ユニークベニユー利用に係る需要が喚起された。これを受け、館の認知度向上への多大な貢献と財政基盤強化に資する場合などにおいて、「美術館事業に合致する利用」として一部施設の開館時間内の利用を認める。また、併せて一定の条件のもと、西洋庭園などにおいてアート作品展示を認め、企業・団体による多彩なアートイベント開催を通じ、文化的都市空間づくりに向けた施設利用の活性化を図る。

館内での飲食提供は、有害生物を招く恐れがあり、作品借用に必要な環境が保てなくなることから、借用作品を展示の中心とする当館においては展覧会の開催継続が困難となるという点に配慮しつつ、使用後の除塵防黴措置の義務付けなどの条件を付して、新館ロビーにおいて、フィンガーフード等の臭気残りや蒸気等のない軽飲食を認め、利用ニーズの高い館内でのレセプションやパーティ利用に対応する。また、日本の伝統美・文化を伝える特別な体験を提供できるとして外国人利用者に人気の高い茶室のイベント

利用について、一定の要件を満たした場合は、館と共催での茶会開催を認める。さらに、参加者からは素晴らしいロケーションとして高い評価があった中庭について、文化財保護のための制約付きであれば、新制度による利用を認めるなど、利用可能エリアの拡大を図る。

【美術館事業に合致する利用制度の要件】

- 企業・団体の非営利を主たる目的とする芸術・文化貢献活動であること
 - 館の認知度向上への多大な貢献と財政基盤強化若しくは館の評価向上に繋がる文化的価値のある活動
- ※オプション：利用全施設のイベント・プログラムの来館者開放

②料金設定の細分化と優先予約日の設定

新館のみの利用プランがないなどプランの選択肢が少ないことや、利用可能日が決まるのが直前で、利用者の準備期間が十分に確保できない等により利用希望が予約につながりにくかった状況を改善するため、これまで独立した料金設定がなかった新館のみの利用について、料金プランを新設するとともに、展示替や保守に左右されない優先予約日を予め設け、先の予約を可能とする。これにより多様なニーズに応え、利用者の利便性向上を図っていく。

③広報PRの強化

都心からのアクセスの良さや建築物・庭園の美しさなどの庭園美術館のユニークベニューの利用価値が十分に知られていないことから、視覚に訴えたPRページを館WEBサイトに作成するほか、観光財団のユニークベニュー窓口との広報連携を進め、庭園美術館の魅力（利用価値）を広く周知し、利用を拡大していく。

④制約事項の明確化

設営・撤去時の作業ができない時間帯や、重要文化財エリアでの禁止事項、飲食に関する制約事項等を明文化し、利用者にとっての使い勝手の改善と、重要文化財保護や美術館活動を両立させる。

【主な制約事項】

- 館内への飲食物持込禁止
- 茶室利用禁止（美術館事業に合致する利用時を除く）
- 深夜早朝における作業の禁止
- 重要文化財への造作及び埋蔵文化財包蔵地の掘削の禁止
- 開館時間内における館のキュレーションを経ていない作品展示の禁止

取組の方向性3

新たな施設利用形態への対応

貴重な文化財建築の更なる活用を図るためには、既存の建築施設にて公開エリア拡大を図るだけでなく、文化財建築を保全しながら、新たな建築空間を追加する等して、新たな施設利用形態を生み出していくことも考えられる。

例えば、既存の建築躯体には手を加えず、既存建築の内部にIPM等の問題や内装の毀損を回避しつつ新たな利用の形態を可能にする改装手法を検討し、可能であれば実施する。

取組の方向性4

邸宅モチーフの幅広い活用

庭園美術館の魅力の一つであるアール・デコ期の館内装飾を広く世の中に知ってもらうため、それらをモチーフとした椅子等の什器やバック・スカーフなどの服飾品・装飾品、あるいは多様に活用できる生地などを製作・販売し、庭園美術館の多彩な魅力を社会に広くアピールしていく。



商品化の実例

参考事例：ユニークベニユーの利用拡大に向けた取組 実証実験 アートイベント

ヨーロッパのファッションブランドによるアートイベントにおいて、ブランドデザインの核となる庭園利用の活性化策とユニークベニユー見直しに向け実証実験を実施。以下の検証結果を得た。



庭園及び敷地全体
を利用し令和5年5
月12日～13日開催

【検証結果1：情報発信・館のブランディングへの効果】

アートやファッション系を中心とした100を超える国内外WEBサイト、著名ゲスト等のSNSでの拡散（インスタフォロワー：主催ブランド3,300万人、著名人：2,300万人以上）⇒需要喚起：複数企業から利用を希望する問合せを受けた。

【検証結果2：使用方法の拡大】

新館ロビーでの飲食提供は、作品搬入通路（バックヤード）に有害生物を招く恐れがあり、展覧会の開催継続が困難となると評価された。

⇒ 開館時間外に新館ロビーでの臭気残りや蒸気等のない軽飲食（フィンガフード程度）なら一定の条件のもと認める。

茶室イベント：主催者から、茶会開催は日本の伝統美・文化を伝える特別な体験を提供でき大変価値がある取組と評価された。しかし、館の主催事業でないと消防の許可が得られない。

⇒ 一定要件を満たした場合は、館と共催での茶室利用を認める。

【検証結果3：中庭の特別公開】

参加者からは素晴らしいロケーションとして高い評価があった一方で、テーブル設置によりタイルの破損の危険があった。

⇒ 文化財保護のための制約付きであれば、中庭の特例的利用が可能

【検証結果4：貸出時間の拡大】

閉館時間を前倒ししたが、来館者から都民の文化芸術の鑑賞機会を制限することになるとの意見があった。

イベント運営者からは、前倒しは2時間程度では不十分との声があった。

⇒ 規則で定める開館時間を短縮するには、公の施設としての設置目的を果たす上で不可欠な理由が必要。

【検証結果5：音響・光の利用】

周辺住民からは、野外ライブの音響により要介護者の睡眠が妨げられるなど生活に支障が出たとの声があった。住居専用地域に囲まれており、住環境の保全に向けて最大限の配慮が必要。音や光の出る催事については、これまで開催の都度、苦情が寄せられており、PAを用いる催事は制限してきた経緯がある。

⇒ 周辺地域との関係において、音響・光を含めた制約事項の明確化が必要。

【認識された恒常的な課題】

- ・庭園美術館のユニークベニユーの利用価値が知られていない。
- ・新館のみの利用プランがない等、プランの選択肢が少ない。
- ・予約可能日の決定が直前で利用者の準備期間が十分に確保できない。

(2) 方向性2 「邸宅」と「庭園」との回遊性の向上

<現状と課題>

料金の違いによるゾーニングや動線などの問題から、美術館の観覧者が庭園を見ずに帰ってしまう、庭園の来園者がショップやカフェを利用できないなど、美術館である邸宅部分と外構部分である庭園との一体感が欠けている。また、都心では貴重な広大な緑地空間である庭園と高い文化的価値を有する歴史的建造物を併せ持つという施設の最大の強みを活かす取組が不十分である。

現状と課題1

人の行き来に制約があり、施設全体としての回遊性に欠けている

- 展覧会観覧者が新館前庭から直接庭園に出られないため、本館正面玄関から回って庭園入口からしか庭園に入園できず、展覧会観覧料で庭園に入場できるにも関わらず、庭園利用に繋がっていない。
- 美術館の出入口が本館正面玄関1か所しかなく、同じルートを戻り同じ場所から退館せざるを得ず、無駄のある動線であるだけでなく、混雑時に滞留が生じる。
- 庭園の入口が本館脇の1か所しかなく、チケット売場から遠く不便であるだけでなく、自由な動線で庭園を散策できない。
- 庭園のみの利用者は、カフェやミュージアムショップが利用できない。

(ここまで、12ページ図中項目番号1-1)

- 本館及び新館の北側と南側を繋ぐルートがないため、駐車場と庭園及び本館・新館の行き来が不便であるだけでなく、今後、北側ゾーンの活性化（外倉庫や中庭の活用等）を考えた場合、利用しやすい動線の整備が必要である。

(12ページ図中項目番号1-2)

庭園の活性化の方策が不十分

■美術館の庭園に期待されるアートの要素が少なく、美術愛好家を中心とした展覧会利用者層と、公園代わりに利用したい家族を中心とした庭園利用者層に分離されており、庭園と美術館を繋ぎ、施設全体の一体感を醸成するための要素が欠けている。

(12ページ図中項目番号2-1)

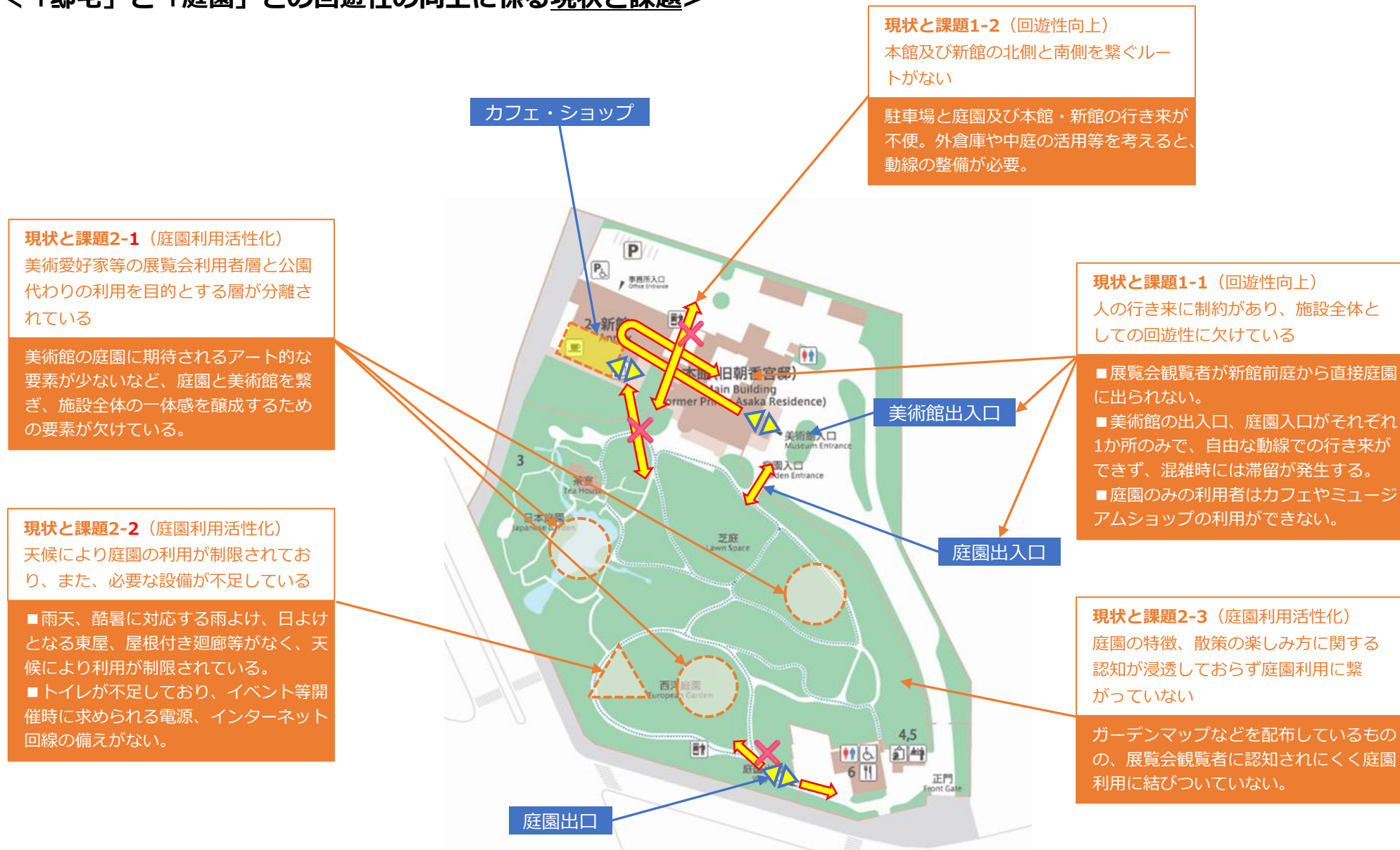
■雨天時、酷暑の時期に対応する雨よけ、日よけとなる施設が庭園内になく、天候により庭園の利用（一般利用及びユニークベニュー等イベントの開催）が制限されている。また、トイレが不足しており、イベント等開催時に求められる電源設備、インターネット回線設備の備えがない。

(12ページ図中項目番号2-2)

■茶室や季節の花々、屋外彫刻などを紹介するガーデンマップなどを作成・配布・WEB掲載しているものの、庭園自体の特徴、庭園散策の楽しみ方に関する認知が展覧会観覧者などに浸透しておらず、庭園利用に繋がっていない。

(12ページ図中項目番号2-3)

<「邸宅」と「庭園」との回遊性の向上に係る現状と課題>



＜取組の方向性＞

動線上の障壁をなくし、回遊を促すコンテンツやサインを整備するなど、施設内を来館者が自由に動き回れるようにして「動線の自由化」を図るとともに、東屋の整備などでイベント利用を含めた「庭園利用の活性化」を図ることで、邸宅と庭園間の人の往来を活性化し、施設全体を一日楽しめるものとしていく。

取組の方向性1

動線の自由化に向けた施設の整備により回遊のバリエーションを増やし、多様な施設利用を促す

■ 現行の料金別ゾーニングを改め展示施設外の動線を自由化する。本館出入口、新館出入口で入場資格チェック（自動化も想定）を行う形に変え、新館前庭～庭園間のゾーニング用の柵を撤廃するとともに、庭園から本館及び新館への直接入場を可能にするための舗道を整備し本館新館連絡通路に接続する。また、庭園出口からの入場（自動化を想定）を可能とする。これらにより邸宅と庭園の往還が円滑化され、庭園利用者と展覧会観覧者が美術館と庭園の双方を巡り楽しめる環境が整備され、施設全体の一体感が大きく向上する。なお、新館カフェは、庭園からのアクセス見直しに際しては、オープンテラス席を加える等の混雑緩和を図り、常時人が集う憩いの場としての機能を強化する。

（15ページ図中項目番号1-1）

■ 南北屋外空間の行き来を可能にして、新館西側・北側空間と本館、新館～庭園の動線を確保する。現状の本館～新館を結ぶ連絡通路部分に南北屋外空間の行き来を可能にする動線を与えるため、必要な改修を行うことにより、今後の新館北側施設（外倉庫、中庭等）の利活用に向けて大きな展望を開く。なお、上記動線の確保は、ドライエリア（地下室部分まで掘り下げた空間）上を横断することとなるため考慮を要する。

（15ページ図中項目番号1-2）

取組の方向性2

快適性と利便性の向上、コンテンツの充実、利用案内の強化により庭園利用の活性化

■雨天時、酷暑の時期に対応する雨除け、日差し除けとなる施設として「東屋」を整備する。また、トイレの追加整備や、ユニークベニユーをはじめとするイベント等の開催に対応する電源設備、インターネット回線設備など、快適性と利便性向上のための設備の導入が求められる。

（15ページ図中項目番号2-1）

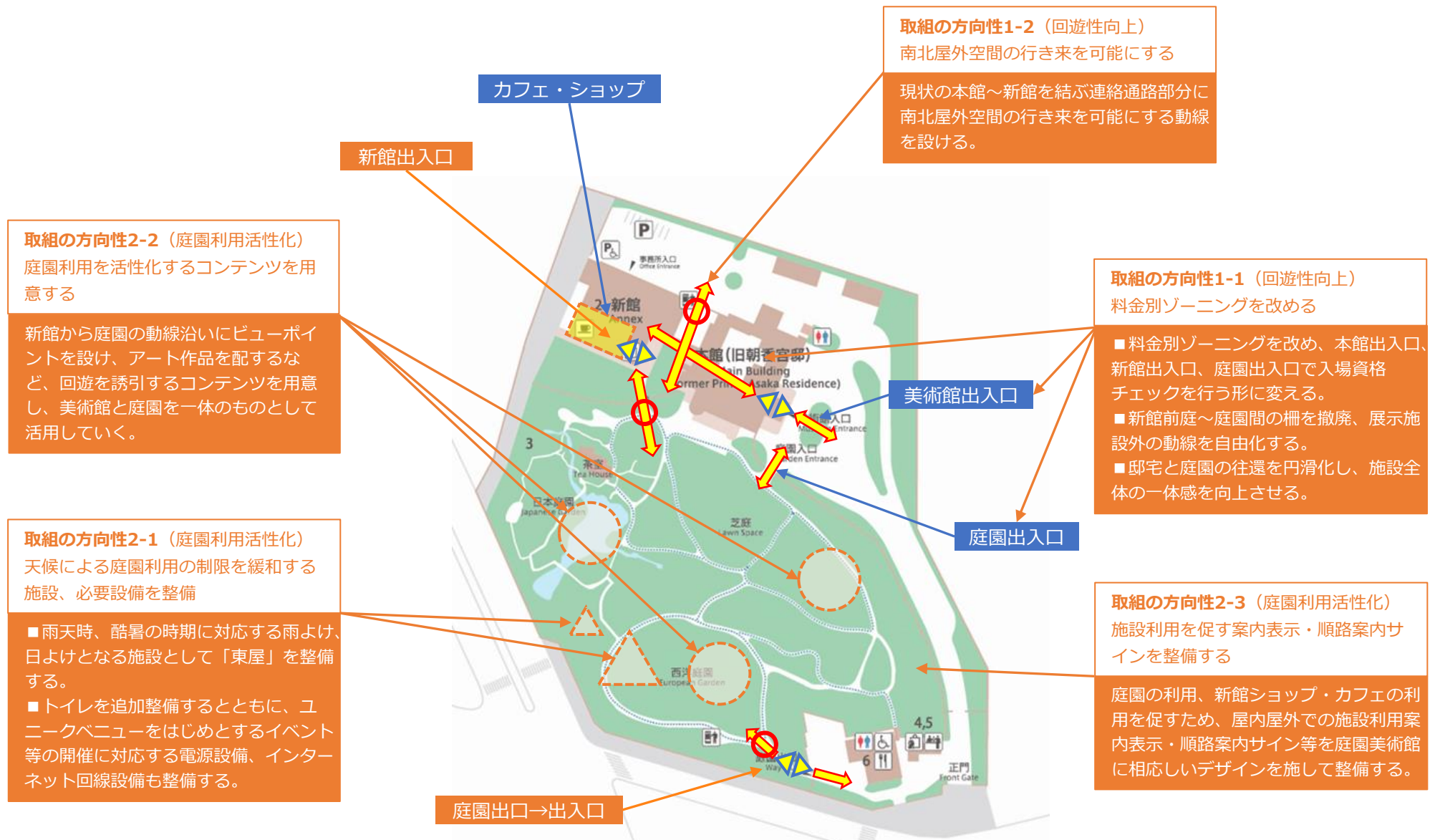
■新館から庭園の動線沿いにビューポイントを設け、屋外彫刻（見る、中に入る、ミスト放出など多種多様な展開の可能性あり）などの美術作品を展示するとともに、屋外ファニチャーや次項で示す東屋（いずれも造形作品としての性格も有するもの）の設置により、季節に合わせて楽しめる要素・過ごし方のパターンを利用者へ提案する。また、ユニークベニユーの活性化と合わせた庭園での多様な主体によるイベントやワークショップの開催など、庭園利用の活性化を促すコンテンツを充実させ、美術館と庭園を一体のものとして活用していく。

（15ページ図中項目番号2-2）

■庭園の利用、新館ショップ・カフェの利用を促すため、屋内屋外での施設利用案内表示、順路案内サイン等を庭園美術館に相応しいデザインを施して整備する。

（15ページ図中項目番号2-3）

<「邸宅」と「庭園」との回遊性の向上に係る取組の方向性>



関連調査：天候による庭園利用の制限を緩和する施設 アートイベントにおける仮設東屋設置に関する調査

当館の庭園は、雨天時や酷暑時の雨よけ、日差しよけの施設がなく、庭園来園者数が天候に大きな影響を受ける要因となっており、野外でのイベント開催の大きな障壁ともなっていることから、令和5年5月に実施したヨーロッパのファッションブランドによるアートイベント開催に際して「東屋」を仮設設置し、利用者ニーズや集客及び利便性の向上効果等を調査した。



約70㎡
収容人数50名
建築基準法上の制約を受けない臨時的仮設構造物
イベント開催期間
令和5年5月12日～13日に利用



【検証結果：関係者の評価】

雨天や酷暑等の対策として東屋は有効と利用者の8割以上が評価しており、イベント運営者、職員のヒアリングにおいてもほぼ異論はなかった。
来館者：デザインが良い、雰囲気・景観にあっている、今後も設置を望む等肯定的な意見が多数。

アンケート結果：来館者の85%が東屋設置により庭園が利用しやすくなると回答。

イベント運営者：「憩いの場だけでなく、発信等ができる場としても有用で、可能性はたくさんある。」「人が集まる様子が見受けられ、一定の効果があつた。」「周辺のベンチや椅子も使い自由に自分の場所を探しながら楽しんでおり、ちょうどいい規模感だった」

【調査結果を踏まえた東屋の要件等】

■規模・・・イベント運営者より、仮設東屋は規模が足りなかったとの意見があり、館運営側でも100名程度の規模が必要とされており、100名程度の定員に対して雨・日光を十分に遮る施設を整備することが適当である。一方、仮設東屋は、景観上適正サイズであるとの意見もあり、サイズを可変できる仕様についても実施計画では検討が必要。

■仕様・・・恒久施設としての強度、耐久性等が担保され、法に準拠する諸仕様

■用途・・・着座しての休憩、庭園の鑑賞、飲食利用、イベント用途等

■必要な設備・・・椅子やテーブル、多様な映像・音響・照明利用に対応する電源設備（配線含む）、Wi-Fi・有線ネット接続

■その他・・・庭園の意匠の一部として位置づけられるに足るデザイン性、（東屋とは別に）庭園内へのトイレの増設

関連調査：「邸宅」と「庭園」との回遊性の向上策検討のための人流調査 1/2

回遊性向上に係る課題解決策を検討するために、来館者に対するアンケート及び歩行流量調査を実施した。現状の「料金別ゾーニング」が来館者の活発な回遊を制限している原因の一つとなっているという仮説を立て、制限を外した場合と現状どおりの場合との比較を含む調査を2日間に分けて実施した。調査では、来場者の歩行流量のカウントと来場者への聞き取りによるアンケートを並行して行った。

令和5年10月27日（金）
料金別ゾーニングを一部取りやめ
庭園出入口を通常より増やし3箇所



令和5年10月28日（土）
料金別ゾーニング通常通り
庭園出口通常通り



<各調査日の動線等設定条件>

■令和5年10月27日（金）

料金別ゾーニングを一部取りやめた場合のシミュレーションとして、庭園利用のみのチケット所持者による新館内ショップ・カフェへの庭園側からのアクセスを可とした。また、通常は1箇所である庭園への出入口を3箇所に増やし、通常は出口専用の庭園出口を入場可能とした。

※庭園のみ利用チケット所持者は、通常ショップ・カフェの利用は不可。

■令和5年10月28日（土）

通常通り、庭園への出入口、出口を各1箇所とし、また、庭園利用のみのチケット保持者は新館内ショップ・カフェは利用できない通常の運用とした。

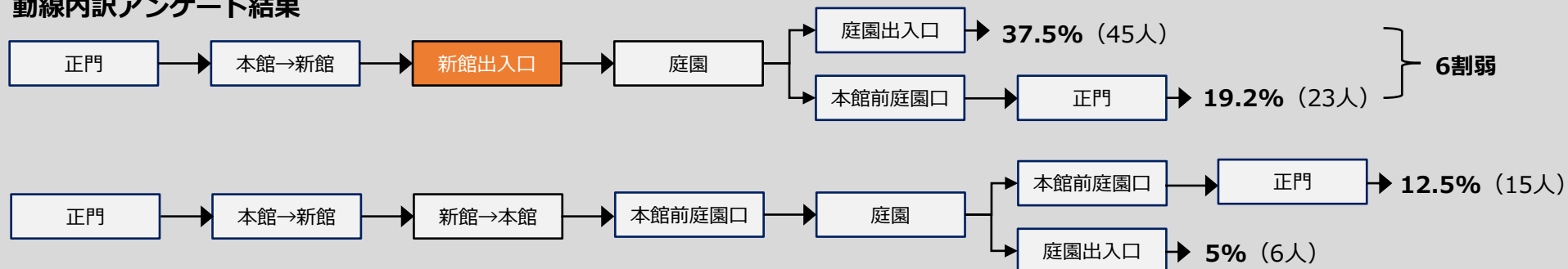
関連調査：「邸宅」と「庭園」との回遊性の向上策検討のための人流調査 2/2

調査1日目は、料金別ゾーニングを一部取りやめ、新館出入口を開放、レストラン横の庭園出口も入場可能な出入口とした。この条件下で調査を実施したところ、歩行流量カウント、アンケートともに、約6割が新館出入口から庭園に入っていることが把握された。なお、通常運用とした2日目と出入口数を増やした1日目のアンケート結果を比較したところ、回遊ルートの変異は、前者が4パターンであったのものが後者は15パターンに増えていた。これらの調査結果により、料金別ゾーニングの一部取りやめと出入口の増設により、より多様な利用が促されることが推察される。

歩行流量カウント結果



動線内訳アンケート結果



(3) 方向性3 訪れたくなる仕掛け

<現状と課題>

施設全体の入口にあたる正門周辺や、そこから続く本館へのアプローチが人々を誘い込むような魅力ある作りになっておらず、これまで美術館を訪れたことがない層の取込みや人々の交流機会の創出に繋がるような誘客機能が不足している。また、より多くの人が訪れる美術館となるために、外国人観光客への広報や周辺地域との連携についても取組を強化する余地がある。

現状と課題1

施設全体の入口にあたる正門周辺等が誘客施設・機能に乏しい

- 目黒通り沿いから見た外観は、本館が奥まった位置にあることから、この施設が歴史的建造物を活用した美術館であることを道行く人々に伝えにくい。
- 正門周辺に、施設のイメージを高め、外から人を引き寄せることができる意匠や、情報を発信することで誘客する施設・機能が不足している。
- 正門周辺に、入場料なしに周辺地域の住民や通勤通学の通行人などが気軽に立ち寄り利用することができるフリーエントランス・ゾーンがなく、人が集うことで生まれる賑いに欠け、地域の交流拠点としての機能の一助を果たすことが困難である。
- レストランは目黒通り側から店内の様子がうかがえず、通行者がふらっと入れる雰囲気希薄である。
- 正門から本館に至る長いアプローチは、外部空間と建物が一体となるようなデザインではなく、単なる本館への動線となってしまう。
- 庭園だけ、またはレストランだけの利用など、展覧会観覧以外の来館目的での利用や過ごし方のバリエーションを増やすとともに、分かりやすく示し案内する必要がある。

現状と課題2

インバウンド客誘致策が不十分

- 訪日旅行客等の誘致についてはTHE TOKYO PASS-Cultureなどの取組を行うなどしているが、外国人が情報源としてよく利用しているSNS他の媒体については、調査分析やそれに基づく計画的な広報・誘致活動が実施されておらず対応が不十分である。

現状と課題3

近隣施設連携が不十分

- 連携事業エリアで展開する共同企画（エリア内のストリートや公園等の公共空間でのアート展示やイベント、休憩スペースの設置）などにより多様な形での連携の余地がある。
- これまで、近隣の文化施設と相互割引やイベントの共催、港区のミナコレ（MINATO COLLECTION：港区と区内の美術館・博物館及び大使館等が連携し、スタンプラリー及び大使館の訪問等を行うもの）や地域の美術館をめぐる美術館めぐりパスポート（令和5年10月～11月実施）への参加等の施策を実施してきた。しかし、連携相手は文化施設に限られていたため、特に地域（近隣住民）との関係づくりは十分とは言えない。
- 庭園美術館が参加し推進している連携事業がよく知られておらず、結果として利用者が限られている。

＜取組の方向性＞

正門周辺は、敷地全体への導入部分であり、周辺地域との接点でもあることから、チケットなしで入ることができる無料エリアを充実させるなど、多くの人々を美術館へと引き込んでいく仕掛けづくりが求められる。加えて、レストランやミュージアムショップなどのサービス施設の魅力向上のための取組や人々の交流機会を創出する取組の強化により、多くの人々が「気軽に立ち寄る仕掛け」を整え、これまで美術館を訪れたことがない層を取り込み、展覧会休止期間中の来館も促進し、開かれた美術館づくりを目指す。また、コロナ禍明けで急速な回復傾向を見せ、デフリンピックや世界陸上等の国際的なイベント開催を契機として拡大が予想される外国人観光客を対象として積極的に「インバウンド客誘致」に取り組むとともに、美術館単独で文化的都市空間を形成するだけではなく、周辺地域の文化集積に向けたハブとしての機能を果たすべく、「近隣施設連携」を多様な形で推進していく。

取組の方向性1

気軽に立ち寄れる仕掛け

- 正門周辺を整備して、目黒通り側から見て美術館であることを明快に示す庭園美術館に相応しいデザインに改める。
- 旧門衛所をミュージアムショップとしてだけでなく、ギャラリー機能も兼ねたものとし、無料で誰もが気楽に立ち寄れる施設となるように整備する。
- 屋外ファニチャー等を設置して寛ぎの空間を演出し、庭園美術館のイメージに新たな魅力を付加する。
- 正門横レストランの目黒通り側からのビューをより魅力的なものとなるよう改修を検討し（例：活性感を与え、目黒通り沿い側からの利用を促すように壁面を開放面に改めオープンテラス席を設ける等）、前面道路の通行者等からも庭園美術館がより身近な施設として受け止められるようにする。
- 正門から本館に至るアプローチを、単なる本館への動線としてだけでなく、景観を愛で楽しむことができるものへと変え、歴史的建造物での展示等に対する期待感を高める方策を検討する。
- ウェルカムルームについて、美術館を訪れた方が最初に立ち寄る場所としての情報提供機能の強化などを通じ、「邸宅」と「庭園」の多様な利用を促進するための方策を検討する。
- 新館カフェにオープンテラス席を加える等により、新館出入口の新設に伴い予想される混雑の緩和を図るとともに、常時人が集う憩いの場としての機能を強化する。

取組の方向性2

インバウンド客誘致

■インバウンド客誘致策に結びつく訪日旅行客がよく利用している媒体を調査し、情報拡散のための有効な対策を特定して広報・誘致活動を展開する。例えば、訪日外国人がよく利用する旅行口コミサイト「トリップアドバイザー」での外国人による投稿を分析し、あるいは、若年層への影響度が高いとされるTikTok、Instagramでの外国人による画像投稿を分析して、庭園美術館の高評価要素、投稿画像数の多い要素を特定した上で、当該要素をSNSや以下の手段で効果的に露出するといった対策を展開する。さらに、外国人向けフリーペーパー・フリーマガジンの最新事情や空港・近傍駅での案内情報源を調査し、近傍ホテルのコンシェルジュ・在京大使館への案内ツールの提供等も対応を検討する。なお、媒体への露出効果を高めるため、庭園美術館の強みであるビジュアル面の美しさを最大限まで訴求できるように、アートディレクションと映像の質には徹底して拘る必要がある。また、来館者による活発な画像投稿を担保するために、見直しが行われた「写真撮影禁止の緩和」が維持できるよう、撮影時のマナー問題を改善する方策の検討も行う必要がある。

■インバウンド客をターゲットに、日本文化の要素の強い日本庭園や茶室の案内を積極的に行い魅力を訴求する。

■日本庭園の茶室を利用し外国人向けのイベントを開催する。

■今後進化普及するITツールを活かした多言語対応体制の整備を進める。例えばスマートフォンでの即時機械翻訳を利用しやすくする展示解説や利用案内等のあり方を研究するなど、実効性が高く、かつ導入に際しての負荷が低い対策を検討する。

■レストラン・カフェでベジタリアン食など食の多様性に配慮したメニューを提供する。

取組の方向性3

近隣施設連携

■連携事業の対象は、これまでは文化施設に限られていたが、対象施設の幅を広げるなどして、地域に開かれた美術館として、地域（近隣住民）との関係づくりにも取り組む。例えば、近傍の小中学校の全ての生徒を定期的に招き、子どもたちに美術館や庭園を体験する機会を提供して、地元の美術館に親しむ機会を生み出す（地元民なら一度は来たことがある美術館になる）ことで、地域との絆を強めていく。

※金沢21世紀美術館で実施されている「ミュージアムクルーズ」を参照（<https://kanazawa21.jp/tmpImages/videoFiles/file-54-183-file.pdf>）

■庭園美術館が参加し推進している連携事業への参加者増を促すために、参加体験の模様を伝えるInstagram、TikTok、YouTube等での紹介、教育委員会へのアプローチ、教員へのガイダンスプログラムの提供などにより連携事業の周知を図る。

4. 庭園美術館のこれから

庭園美術館は昭和8年から続く重要文化財建造物と庭園からなる施設であり、この**貴重な歴史的・文化的遺産がすべての魅力の源泉**となっている。これを後世に継承していくため**適切に維持・保存**しながら、「誰にでも開かれた美術館」の実現に向けて本ブランドデザインに基づく取組をさらに発展させていき、**ワン・アンド・オンリーの“庭美”ブランド**を確立していく。

