

2016年度国際版画美術館事業報告書【展覧会版】

展覧会名	「デイヴィッド・ホックニー版画展」			担当者名	学芸係 高木幸枝、藤村拓也			
会期	2016年10月1日(土)～11月23日(水・祝)			開催日数	46日間			
協賛・後援・協力	共催:東京新聞 特別協力:東京都現代美術館 後援:ブリティッシュ・カウンシル							
巡回館	いわき市立美術館(2017年6月10日～7月17日)							
展覧会概要	現代を代表するイギリスの美術家デイヴィッド・ホックニー(1937年生まれ)の版画の回顧展。東京都現代美術館が所蔵する国内最大のコレクションを中心にして代表作約150点を出品した。「1 物語の風景」「2 ピカソへのオマージュ」「3 カリフォルニア―版画工房とともに」「4 肖像」「5 まなざしの変容」の全5章で構成し、その魅力と表現の秘密に迫った。							
ねらい・対象	ホックニーの創作活動は絵画や版画にとどまらず、舞台美術やオペラの照明デザインなど、常に多彩に展開してきた。カメラやコピー機、デジタル機器をも自在に操り、今もなお新しい視点を呈示し続ける。本展ではホックニーの版画を5つの視点から回顧し、新たなホックニー像の呈示を試みた。ホックニーを愛好する中高年世代のみならず、ホックニーを知らない若い世代の鑑賞者もターゲットとした。							
関連催事	催事名	開催日	タイトル	講師等	参加者数			
	講演会	10月2日(日)	「デイヴィッド・ホックニーの美術鑑賞理論」	筑波大学教授 齊藤泰嘉氏	62人			
	講演会	10月9日(日)	「ホックニーとオペラ」	美術史家 伊藤里麻子氏	101人			
	講演会	11月13日(日)	「ホックニー 紙をめぐる冒険」	西村画廊代表 西村建治氏	75人			
	普及関連催事	10月29日(土) 10月30日(日)	技法をみる講座・リトグラフ	当館学芸員 上村牧子 高木幸枝	10人 9人			
	普及関連催事	11月5日(土)	工房見学・リトグラフが生まれるところ	当館学芸員 渡辺利江	132人			
	プロムナードコンサート	11月20日(日)	プロムナードコンサート	オオガネク キヨシ 大兼久輝宴氏 オオガネク ユウカシ 大兼久祐加氏	473人			
	ギャラリートーク	10月16日(日) 11月6日(日)	学芸員によるギャラリートーク	当館学芸員 高木幸枝	41人、41人			
観覧料	一般	65歳以上	大・高生					
	800円	400円	400円					
観覧者数	有料計	無料計	総観覧者数	内、一般	内、65歳以上	内、大・高生	内、小・中生	内、その他
	5,270人	3,358人	8,628人	6,687人	1,125人	536人	280人	0人
	目標値							6,000人
主な収入	観覧料収入	図録販売収入	受託販売収入	その他の特定財源				
	3,116千円	1,905千円	—千円	—千円				
事業経費	【主な展覧会開催経費】 ・講師謝礼 10千円(手話通訳2名) ・協力謝礼 150千円 ・出陳謝礼 50千円 ・展覧会図録購入費 2,520千円 ・ディスプレイ作成等業務委託料 566千円 ・ポスター・チラシ等作成委託料 1,039千円 ・絵葉書作成委託料 149千円 ・駅貼り広告宣伝委託料 424千円 ・著作権使用料申請事務委託料 300千円 ・展覧会分担金 6,000千円						11,208千円	

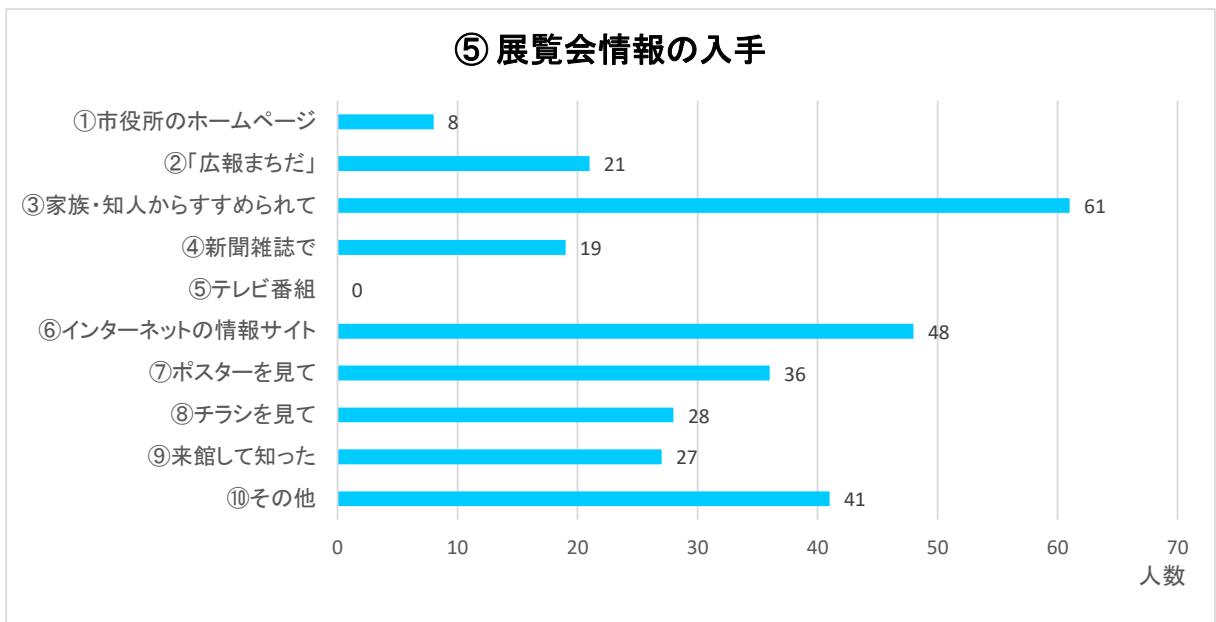
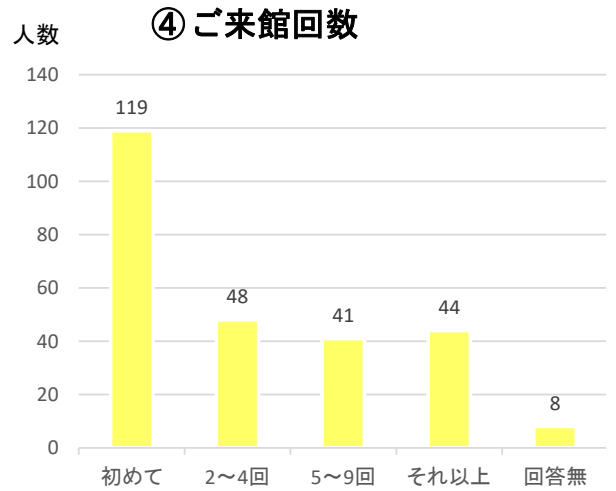
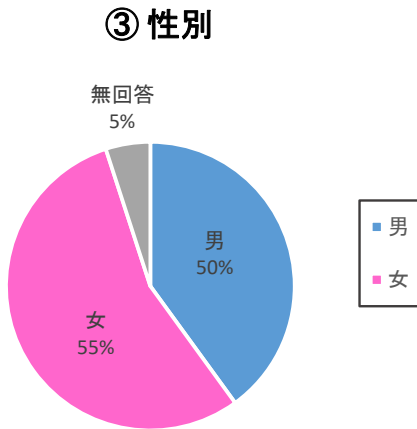
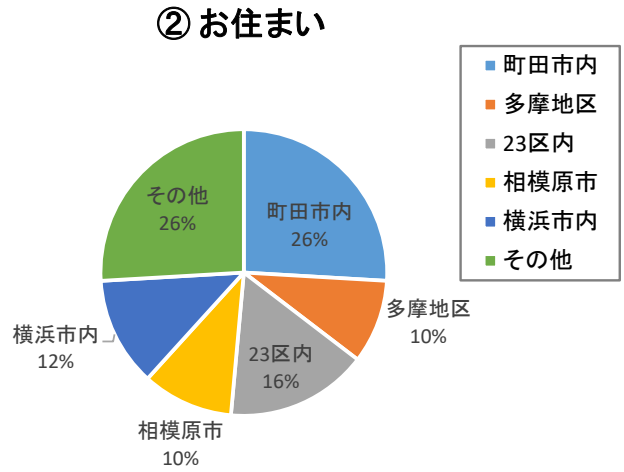
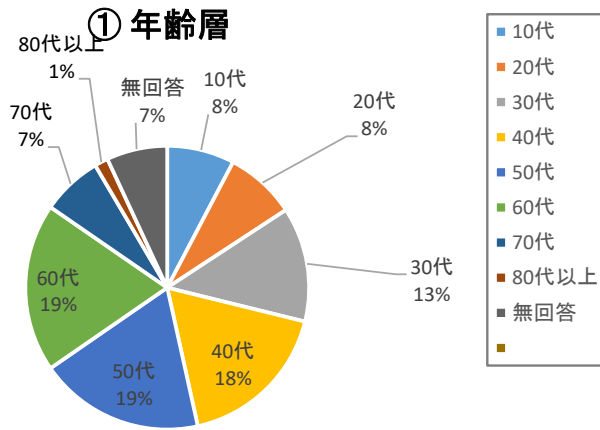
主な広報・取材等の講評	「ひとつの館でこれだけのホックニーが観られるぜいたく！」(『都政新報』2016年10月25日) 「ホックニーの版画展 多才な芸術家の核ともいえる分野」(『大人の社会見学ニュース』2016年11月9日)						
アンケート結果	回収数	回収率	市民率	リピーター率	満足度(とても良かったと良かったの率)		
	272 件	3 %	26 %	51 %	企画の内容	展示作品	展示の仕方等
	主なご意見	別紙のとおり。					
反省点と改善方法	予備調査	2年ほど前に東京新聞を通じて本展の提案があり、1年ほど前から東京新聞、東京都現代美術館の協力を得て具体的な出品リストの作成にとりかかった。企画構成にあたっては、東京都現代美術館側から作品情報や保存状態等についての詳細な情報提供があり、大変役立った。					
	作品選択	出品はデイヴィッド・ホックニーの代表的版画約150点に限定して、テーマ別に5章に分けて構成した。初期銅版画の傑作『放蕩者の遍歴』全16点については郡山市立美術館から借用し、当館所蔵の3点も加えて展示した。展示スペースに限界があるため、ホックニーがアメリカで制作した大型作品の出品は点数を絞り込んだが、『ハリウッド・コレクション』『ウェザー・シリーズ』などについては全貌がわかるように、シリーズ全点を展示した。					
	図録作成	当初は出品全点の図版を掲載する予定だったが、画像使用料金が1点につき200ドルと高額であるため、三分の二にあたる約100点に限定した。東京都現代美術館側が提供したポジフィルムの利用は許されず、David Hockney, Inc.が提供するデジタル画像のみを使用したため、画質の良くないものが多くて色校正に苦労した。					
	ディスプレイ	作品が大きく色彩豊かであるため、大がかりなディスプレイを作成せずに、各章コーナーのなかで上手に展示をする方法を模索した。壁面の余白が少ないことが想定されたため、いったんはキャプション文字の級数を小さく設定したが、読みやすさを考慮してより大きく作成し直した。展示室内ロビーでホックニーの銅版画制作風景を撮影したドキュメンタリーを放映して、好評を得た。機器の都合で音声が出ず、一部の鑑賞者から残念がる声があがった。					
	広報	展覧会1ヶ月ほど前に、プレスリリースを発送したが、主要メディアの反応はなかった。ツイッターを中心とするSNSで反響が大きく、若い世代の観覧者数増加につながった。					
	イベント	講演会を3回実施し、多彩な創作活動を繰り広げるホックニーの創作活動を多角的に捉えることをめざした。普及係学芸員によるリトグラフ講座や「工房見学」のイベント、プロムナードコンサートはそれぞれ好評だった。					
	作品輸送	作品輸送は予定通り進み、特に大きな問題はなかった。					
	展示撤去	手間のかかる大型作品や保存上注意を要する作品が数点あったが、展示撤去の作業は予定通り順調に進んだ。					
その他特記事項	ホックニーの著作権使用料については東京新聞とともに幾度も交渉をおこなったが、David Hockney, Inc.の協力を得ることができず、規定料金を支払わざるを得なかった。幸いにして展覧会中に図録を完売することができたが、図版の全点掲載がかなわなかった上に画質についても不本意なまま印刷せざるを得なかったことは極めて残念だ。						

「ディヴィッド・ホックニー版画展」

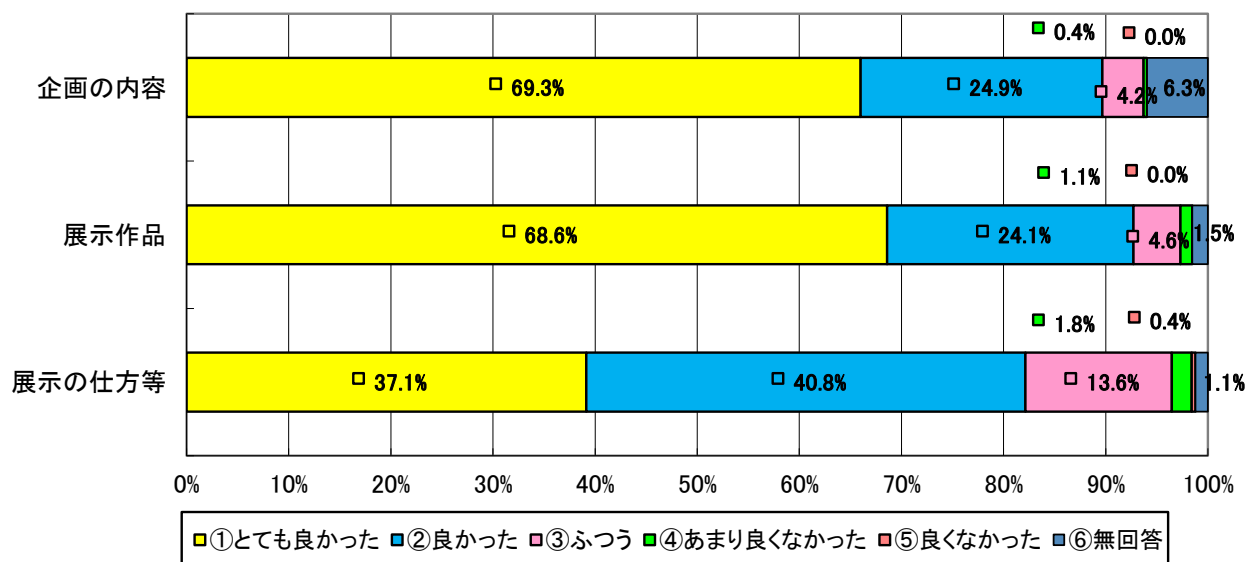
アンケート集計結果

開催期間：2016年10月1日（土）～11月23日（水・祝）

回答者数：261人（総入館者数：8,628人 アンケート回収率：3.0%）



⑥ 回答者の満足度



⑦ 主なご意見・感想

- ◆企画がとても良く、展示構成も解釈しやすい。
- ◆ポスターの色とデザインが良く、ひきつけられた。
今後もこの様な素晴らしい有名アーティストの展示を望む。
- ◆駅からバス便があり、(無料日に)ホックニー展を家族みんなで見られて本当によかった。
- ◆シャトルバスの利用場所がわからず、結局タクシーで来た。もっとわかりやすくHPにのせてほしい。
(バスの便が)1時間に1回は少ない。
- ◆映像コーナーを興味深く見たが、音声を聞きたかった。
- ◆作品説明の字が小さく読みづらくて残念。11/3の無料日は大いに良かった。
- ◆とてもよかったが、カタログに全作品の図版を載せてほしかった。
- ◆図録のカラーが少し濃すぎて版画のエッチングがつぶれているのがちょっと惜しい。
- ◆展示会はよかった。傘立てがもう1台あると良い。ロッカーの表示もわかりづらく鍵が閉まりにくかった。
- ◆いい企画なのにメディアや周辺であまり評判を耳にしなかったのはなぜだろうかと考えた。
企画宣伝PRが不足しているのではないか？
- ◆もっと美術雑誌などで告知してほしい。
- ◆ギャラリートークは詳細な内容で、話のスピード、声の大きさ、抑揚など、練られていてすばらしかった。

観覧者の年齢層としては、50代と60代が最も多く、次いで40代、30代、20代と10代の順であった。ホックニーの作品は1980年代にさかんに紹介されたが、日本では近年あまり取り上げられることがなかったため、かつてファンだった中高年世代が来館したものと考えられる。

秋の大型企画展として開催したものの、共同開催の東京新聞以外は、メディアによる露出が極めて少なかった。テレビ放映も近隣のケーブルテレビに限られたため、来館者につながる効果は薄かったといえる。SNS上では、多数の個人による好評なコメントが継続的に拡散された。本展会期中に日本橋の画廊でホックニーの「i-padドローイング」が日本で初めて紹介された話題、海外で発売されたホックニーの大型本『SUMO』の話題、2017年に過去最大級の回顧展がイギリスのテート・ブリテンを皮切りにフランスのポンピドゥー・センター、アメリカのメトロポリタン美術館に巡回する話題などが、当館の展示会情報と絡められて拡散した。このアンケートからは正確に分析しがたいが、そうしたSNSのツールによる「口コミ」で「家族・知人にすすめられ」、観覧者数の増加につながり、目標入場者数を大きく超える8,628人の観覧者数と展示会図録の完売につながったのではないかと考えられる。

出品が現代作品ということもあり、今回の展示は文字による解説を極端に減らして展示構成を試みた。「ボリュームがちょうどいい」「企画構成がわかりやすい」「素晴らしい展示」と絶賛するコメントがある一方で「キャプションの文字が小さく見づらい」「もっと解説がほしい」などと感想も見受けられた。今後、来館者それぞれのニーズに対応できるような工夫が必要であろうと感じた。