

2016年度国際版画美術館事業報告書【展覧会版】

展覧会名	「森羅万象を刻む—デューラーから柄澤齊へ」展			担当者名	学芸係 藤村拓也、滝沢恭司			
会期	2016年4月29日(金・祝)～6月19日(日)			開催日数	45日間			
協賛・後援・協力	共催：読売新聞社、美術館連絡協議会 協賛：ライオン、大日本印刷、損保ジャパン日本興亜、日本テレビ放送網							
巡回館	なし。							
展覧会概要	現在でも紙幣の肖像部分に用いられている銅版画の技法「エングレーヴィング(直刻銅版画)」と、書籍や新聞の挿絵として紙面を飾っていた「木口木版画」を紹介する展覧会。アルブレヒト・デューラーをはじめとした西洋の巨匠から、日本の現代作家の作品までの幅広い作品を展示した。出品総数は当館の収蔵品のほか、約10箇所の施設・個人から借用した作品、あわせて全156点。							
ねらい・対象	「エングレーヴィング」と「木口木版画」は社会のなかで実用的な役割を担ってきた。熟練の手業から生まれる緻密な作品は独自の雰囲気を含んだものが多いが、知名度は必ずしも高くない。これらの版画の技法の歴史と緻密な表現の魅力を紹介し、新たな鑑賞者と制作の担い手を増やすことを目的とした。紙幣や挿絵などの実用例や実際に使われていた道具類、そして古今の作家による優れた作品をあわせて展示することで、これらの版画の歴史や魅力を多角的に浮かび上がらせることを目指した。対象は、市内外の版画に関心のある鑑賞者。							
関連催事	催事名	開催日	タイトル	講師等	参加者数			
	講演会	5月14日(土)	ど版画—ビュランは版画の王道	版画家 柄澤齊氏	125人			
	公開制作	5月7日(土)	てのひらの宇宙—直刻銅版画・エングレーヴィング	銅版画家 尾崎ユタカ氏	92人			
	プロムナードコンサート	5月28日(土)	プロムナードコンサート	Duo Iris 真野謡子氏、後藤加奈氏	268人			
	館長スペシャルトーク	5月29日(日)	ギャラリートーク	当館館長 村田哲朗	26人			
	ギャラリートーク	5月15日、22日 6月5日、12日(日)	ギャラリートーク	当館学芸員 藤村拓也、滝沢恭司	計131人			
	体験コーナー	5月14日、6月4日(土)	ビュランにふれてみましょう	当館学芸員 渡辺利江	計99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
	4,408 人	2,164 人	6,572 人	4,906 人	1,207 人	352 人	107 人	0 人
	目標値	6,200 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	
	2,476 千円		1,857 千円		17 千円		2,500 千円	
事業経費	【主な展覧会開催経費】							
	・講師謝礼		55 千円					
	・原稿執筆謝礼		90 千円					
	・展覧会協力		200 千円					
	・展覧会出陳謝礼		178 千円					
	・運搬料		2,339 千円		9,417 千円			
	・ディスプレイ作成委託料		1,539 千円					
	・作品額装委託料		440 千円					
	・図録作成委託料		3,493 千円					
	・広告宣伝委託料		1,083 千円					
主な広報・取材等の講評	「時を超えて出会う古今東西のビュラン作品」(『月刊ギャラリー』「今月の展覧会50+」2016年5月1日) 「森羅万象を刻んできたビュランの世界」(『日曜美術館』「アートシーン」2016年5月15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)			
	287 件	4 %	20 %	51 %	企画の内容	展示作品	展示の仕方等	
					95 %	93 %	76 %	
	主なご意見		別紙のとおり。					

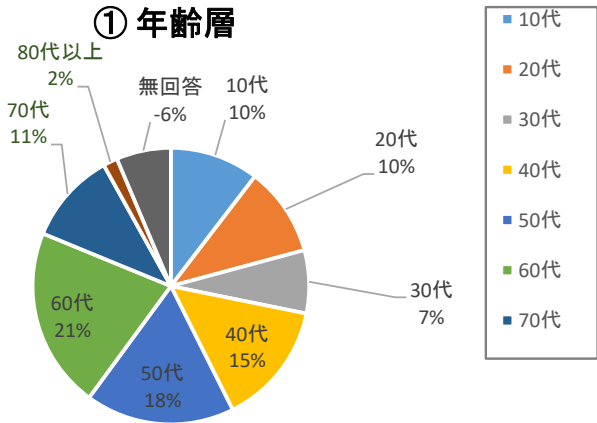
反省点と改善方法	予備調査	約1年半前から他館への調査や文献調査などをおこなった。出品交渉も調査とあわせて約一年半前から順次行った。ただし、1年前からおこなった企画協力者との話し合いの中で、出品作品の変更・追加があったため、交渉が半年前になってしまった館もあった。協力者が展覧会構成に大きくかかわる場合は、早めに連絡・相談をおこなう必要がある。
	作品選択	当館の収蔵品を中心に構成した。紙幣や切手や宝飾品の装飾に使われた作例、「エングレーヴィング」と「木口木版画」を語るうえで欠かせない作品などは厳選し、適宜他館や個人から借用した。また版画史上の傑作とも呼ばれるアルブレヒト・デューラー作《メレンコリアⅠ》ほか2点を借用し、展覧会の目玉とすることができた。いずれも貴重な作品であるため、早くから調査・出品交渉をおこなったことが結果につながったと考えられる。
	図録作成	当館企画展の平均である1200部を作成した。出品作は小品が多いこと、本としての利便性を考慮して判型は小さめのB5変型にした。論考2本、全出品作の図版、作品解説、参考文献を掲載し、全186頁の図録となった。また企画協力者であり出品作家でもある柄澤齊（からさわひとし）氏のオリジナル木口木版画を巻頭に収めた結果、好評を得て完売することができた。 図録作成業者とは密に連絡しながら作成を進めたが、版画付きの図録という作成経験の少ない仕様であったため、版画の紙の選定や図録への収納方法などの決定に時間がかかり、スケジュールを圧迫する結果となった。印刷の質やデザインなど、図録の他の箇所に悪影響を与えかねないため、今後はより厳密なスケジュール管理と早めの作成開始を心がける必要がある。
	ディスプレイ	作品に適宜解説をつけ、内容も来館者の鑑賞の助けとなるように簡潔な表現を心がけた。また壁を斜めに設置し、鑑賞者の動線を滑らかにしたり、書籍は専用のアクリルケースに入れて見やすくしたりするなどの工夫をおこなった。ディスプレイ業者とは密に連絡し合い、各種取付けも問題なく行うことができた。 一方で細かい作品が多いため「会場が暗くて見えない」、「道順がわかりづらい」などの意見が多かった。作品保存のため、照度を上げることはできないので、来館者に予め理解を求めるアナウンスを増やす必要がある。また道順については看板だけでなく、床に矢印を貼るなどして、改善していく必要がある。
	広報	展覧会の約1ヶ月前に、プレスリリースを発送した。共催の読売新聞全国版の開催記事をはじめ、同社多摩版には3回にわたり、担当学芸員による出品作品の紹介記事が掲載された。その他『日曜美術館』の「アートシーン」で紹介された。また特設HPを設置し、展覧会の内容だけでなく、図録やグッズの宣伝も積極的におこなった。 アンケート結果をみるとポスターや上記の新聞と番組を目にした来館者に比べ、口コミやHP、そしてSNSを情報源とする来館者が段々と増えている。今後はSNSの導入と活用を視野に入れた広報活動を検討していく必要があるといえる。
	イベント	普及係と密に連絡をとることで、銅版画家の尾崎ユタカ氏による公開制作や、実際にビュランを握って線を刻む体験ができるコーナーといった展覧会への理解を深めるイベントを実施することができた。また美術館ホームページにあるブログ「芹ヶ谷だより」にてイベントの報告と紹介を随時おこなった。講演会の準備も管理係の協力のもと、円滑に進めることができた。今後も各係との協力しあい、各種イベントの内容の充実と円滑な実施を目指したい。
	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	展示撤去は予定通り進み、特に大きな問題はなかった。
その他特記事項	本展で作品や資料を借用した複数の個人より、「エングレーヴィング」や「木口木版画」に関する資料の寄贈申出があり、2016年度の収集委員会に諮り、受贈することと決定した。この寄贈によって日本の現代作家の「エングレーヴィング」と、新聞や雑誌の挿絵として用いられていた「木口木版画」の姿を伝える資料を充実させることができた。	

「森羅万象を刻む—デューラーから柄澤齊へ」展
アンケート集計結果

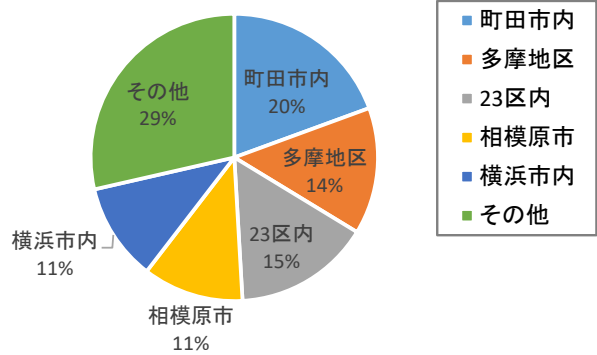
開催期間：2017年4月29日（金・祝）～6月19日（日）

回答者数： 287 人（総入館者数：6,572人 アンケート回収率：4.3%）

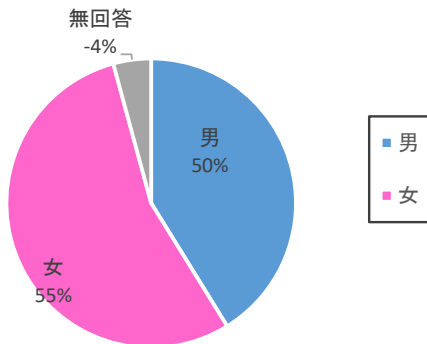
① 年齢層



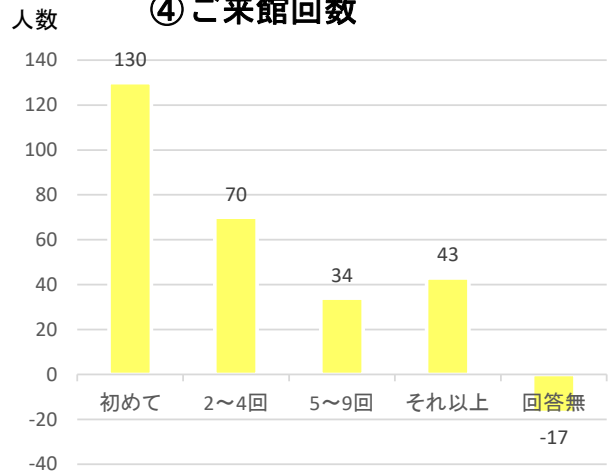
② お住まい



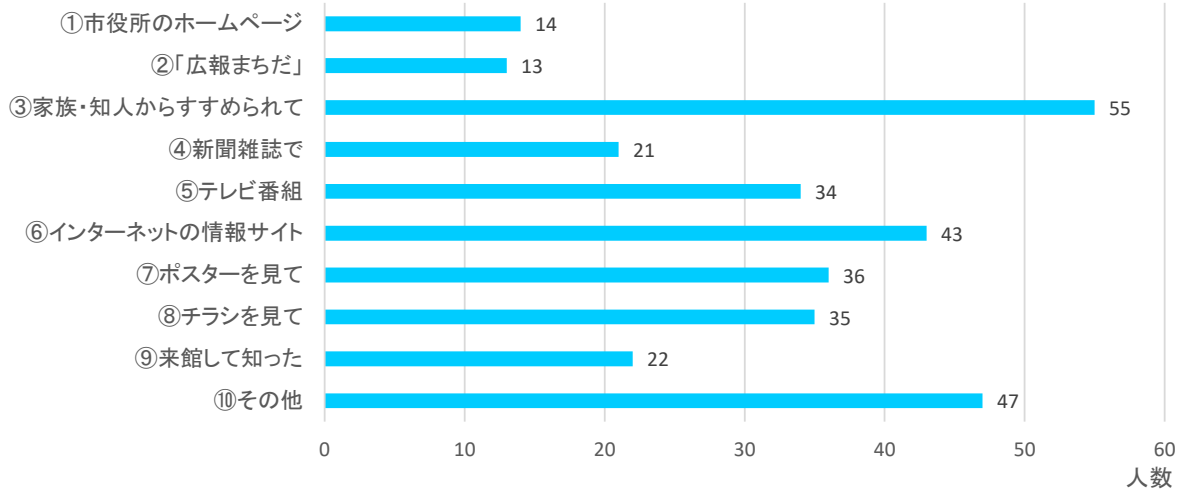
③ 性別



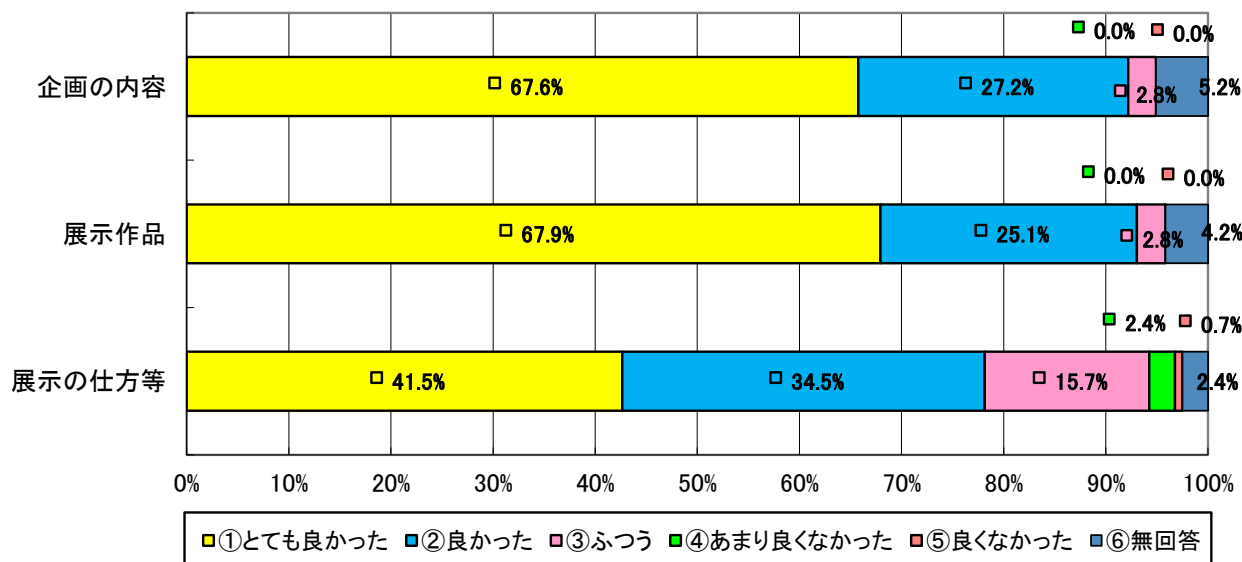
④ ご来館回数



⑤ 展覧会情報の入手



⑥ 回答者の満足度



⑦ 主なご意見・感想

- ◆デューラーの傑作を見ることができて良かった。
- ◆紙幣や宝飾品にも同じ技術が使われていることに驚いた。
- ◆柄澤氏のファン。まとめて作品を見ることができてうれしい。
- ◆時間を忘れて作品に没頭することができた。

- ◆暗くて見えにくかった。
- ◆道順がわかりにくかった。案内掲示を増やしてほしい。
- ◆ガラスに光が反射して見にくい。 ◆騒がしい人に注意しないのか。

- ◆シャトルバスを運行してほしい。 ◆SNSで情報を発信していないのか。
- ◆もっと広報をしたほうがよいのでは。よい展覧会なのにもったいない。

今回の来場者の年齢層は、60代が最も多かったが、10代と20代もそれぞれ10%に達しており、多くの世代の関心をひいたことがうかがえる。

住まいは「その他」が最も多く、遠方より来館する方もいた。また初めて来館する方も多い。リピーターを増やすためにも、当館がアクセスしにくいという印象をもたれないように、案内看板やシャトルバスの導入などを検討していく必要があるだろう。

来館者数は、開催当初の読売新聞への掲載と、会期半ばでのNHK『日曜美術館』『アートシーン』での紹介によって、目標の6200人を372人ほど上回った。

展覧会の情報入手先としては、「家族・知人からすすめられて」、すなわち口コミでの来館者が最も多い。展覧会の質が集客につながったことを示唆する結果といえるだろう。次いで「その他」、そして「インターネットの情報サイト」である。当館のHPだけでなく、SNSを情報源とする来館者も複数あることから、当館も積極的な導入が望まれる。

知名度のある作品や作家を広報に用いると同時に、目立つように展示したことで、企画の内容や作品には満足する来館者が多かった。一方で、作品が見えづらい、道順がわかりにくいなどの意見が散見された。細かい作品が多かったことも影響していると考えられるが、低反射アクリルの導入や照明の当て方を工夫するなどして、改善に努めたい。また動線に関しても、案内看板を増やしたり、来館者の動きを観察するなどして解決策を検討していきたい。