

【総括】オランダの版画家マウリッツ・コルネリス・エッシャー（1898－1972）を紹介する個展。エッシャー財団の協力のもと、初期から晩年まで約 160 点の作品で構成した。特に、日本では認知度の低いイタリア滞在時代の風景画を中心とする初期作品を豊富に展示することによって、エッシャーの全体像を展覧した。

エッシャーは、自身の独創的な世界を形づくる鍵を数学や幾何学的な法則のなかに見出し、それらに幻視的イメージや錯視を併用することによって独自の芸術を創造した。会場には、そういったエッシャーの芸術世界を身体で感じ取れる体験展示を複数用意し、展覧会の理解、楽しみを深める機会を提供した。

本展は、美術（館）ファンを増やすことを目的に、幅広い年齢層をターゲットとしたが、共催マスコミの積極的な広報展開もあり、目標の 120%以上となる 68,120 人の入場者を迎えることができた。想定以上の来館者のため、入場待ちの列ができることが休日に起きたが、壁の配置などの会場構成を工夫することが今後の課題として挙げられる。カタログの販売も好調で入場者の 5%以上（3,639 冊）となり、また、年齢層は、40 代以上を中心としつつも一つの世代に偏ることがなく広がっていて、全体としては当初の目的を達成することができた。

会 期	2024 年 7 月 13 日(土) ～ 9 月 23 日 (月) 66 日間
会 場	展示室 6～8（展示室 6、7 は体験コーナー）
観覧料金	当日券：一般：1,700 円、高校・大学生：1,200 円、中学生以下：無料 ※前売り及び 20 名以上の団体は 200 円割引。オンラインチケットは 200 円割引。
主 催	豊田市美術館、NHK 名古屋放送局、NHK エンタープライズ中部
共 催	中日新聞社
協 力	ルフトハンザカーゴ AG
企画協力	アルテミジア、M.C.エッシャー財団、マウリッツ

■観覧者数 68,120 人（1 日あたり 1,032 人）

※目標 55,000 人 ※有料率 76.6% ※年間パスポート利用者 4,715 人(全体の 6.9%)
※参考：佐川美術館（60 日間、観覧者数 37,791 人、平均 630 人/日）
富山県美術館（57 日間、観覧者数 38,710 人、平均 679 人/日）

■図録販売 3,639 冊（購買率：5.3%）

価格 3,300 円（税込）
出版社：（株）求龍堂、仕様：B5 サイズ、280 ページ（図版 196 点）
監修：熊澤弘氏（東京藝術大学大学美術館教授）

■同時開催 コレクション展「増殖とループ」 展示室 1～5（6 月 1 日～9 月 23 日）102 日間 観覧者数：59,761 人（1 日あたり 586 人）

【講演会】

■「エッシャーが愛される理由」

実施日：8月25日（日） 午後2時－3時30分

会場：講堂（事前申込不要、聴講無料）

講師：熊澤 弘（東京藝術大学美術館教授、展覧会カタログ監修者）

聴講者：156人（定員170人）

■中日文化センター協賛特別講演会「「エッシャー 不思議のヒミツ」のひみつ」

実施日：①7月20日（土） 午前10時30分－12時 ※栄 中日文化センターで実施

②7月27日（土） 午前10時30分－12時 ※豊田市美術館で実施

会場：講堂（チケット事前購入要、受講料有）

講師：北谷 正雄（展覧会担当学芸員）

聴講者：42人

【担当学芸員によるスライドトーク】

実施日：7月30日（火）、8月18日（日）、8月31日（土）、9月12日（木）

各日午後3時30分－4時10分

会場：講堂（事前申込不要、聴講無料）

講師：北谷 正雄

参加者：7月30日…43人、8月18日…51人、8月31日…63人、9月12日…135人

【ワークショップ】

「ツボからホシ：じぶんだけのメタモルフォーゼをつくろう！！」

実施日：8月24日（土） 午前10時30分－12時30分

会場：美術館ギャラリー

講師：久保 智史（画家）

対象：小学校3年生以上

参加者：18人（定員20人、事前申込制）

【来館者数3万人達成セレモニー】

実施日：8月18日（木） 午後1時－1時30分

場所：展示室8前

担当学芸員によるスライドトーク



3万人達成セレモニー



ワークショップ



- タクシー協会との連携：タクシー乗車時配布 200 円割引利用枚数 533 枚
- 割引による利用促進：T-FACE カード 661 枚、松坂屋アプリ 466 枚、WELBOX 225 枚
(100 円割引) 民芸館観覧券の半券 17 枚、JAF 会員証 6,550 枚、中日 Web 65 件
メグリアカード 570 枚、ジブリパークチケット半券 81 枚
名刺サイズ割引券 819 枚、セゾンカード 428 枚、
- ワークフレンドとよたでのチケットあっせん：一般 97 枚
- まちなか半券サービス：参加店舗数 39 店舗

■ 限定デザート（レストラン^{ミュージゼ}味遊是）

タイトル：「写像球体を食べる人」

内 容：エッシャー《写像球体を持つ手》をイメージし、球体の水ゼリーに、蜜豆、みかん、桃、パイナップルなどを合わせたフルーツソースをかけて食べるデザート。

価 格：1,300 円（税込）

実 績：650 食



■ 関連グッズ他の販売（ミュージアムショップ） ※価格はすべて税込み

1. 展覧会カタログ 3,300 円
2. A4 クリアファイル 4 種 495 円
3. トートバッグ 1,540 円
4. 豊田市美術館ミュージアムショップ限定販売 コーヒーバッグ（3 個入） 1,296 円



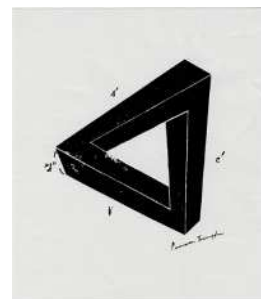
1



2（展覧会オリジナルグッズ）



3（展覧会オリジナルグッズ）



4（コラボ商品）

■ 広報事業実績

- ・ SNS 広告（Instagram）では、従来より配信期間を長く設定し、開幕前（7/10）から閉幕まで約 3 か月間とした。また、ひと月につきバナーを 4 枚設定し、9 月は 7～8 月に使用したバナーからクリック率の高いものを選別した。結果、クリック率が平均 3%後半（従来の展覧会平均は 1%前後）となり、高いクリック率を記録できた。また、当館より先の巡回館に近いエリアは配信対象から外し、東海エリアを中心に配信した結果、来館者も愛知県内からの方が 6 割を占める結果となった。
- ・ NHK の TV 番組で複数回の特集及びスポット広告が組まれたことで、広い年齢層へ展覧会の開催情報や体験コーナー等親しみやすい内容であることがいきわたったと考えられ、TV による広報力は大きいことが分かった。
- ・ NHK 及び中日新聞社と相互交換した広報チラシ及び 100 円割引券を、従来より多めに配布（チラシ 13,700 枚、割引券 20,000 枚）した効果も大きいと考えられる。

有料掲載

掲載実績 14 件

内 訳：Web1 件、新聞 8 件、フリーペーパー 2 件、交通広告 2 件、SNS 1 件

内容別：情報掲載 13 件、レビュー 1 件

	媒体	内容	掲載誌名	発行・公開日	制作会社・出版社
1	Web	レビュー	Tokyo Art Beat 展覧会レビュー記事	8/16-	アートビート
2	新聞	情報掲載	中日新聞(朝刊) 社告	7/2	中日新聞社
3	新聞	情報掲載	中日新聞(朝刊) 開幕記事	7/13	中日新聞社
4	新聞	情報掲載	中日新聞(朝刊) 企画連載	7/19	中日新聞社
5	新聞	情報掲載	中日新聞(朝刊) こどもウィークリー	7/20	中日新聞社
6	新聞	情報掲載	中日新聞(朝刊) 企画連載	7/21	中日新聞社
7	新聞	情報掲載	中日新聞(朝刊) 紙面(半2段) 広告	7/24	中日新聞社
8	新聞	情報掲載	中日新聞(朝刊) 紙面(半2段) 広告	8/14	中日新聞社
9	新聞	情報掲載	中日新聞(朝刊) 紙面(半2段) 広告	8/21	中日新聞社
10	フリーペーパー	情報掲載	アートニュース NO.197	6-7月号	東海アドエージェンシー
11	フリーペーパー	情報掲載	アートニュース NO.198	8-9月号	東海アドエージェンシー
12	交通広告	情報掲載	愛知環状鉄道 新豊田駅	掲載期間： 7/10-7/16	愛知環状鉄道
13	交通広告	情報掲載	名古屋鉄道 豊田市駅	掲載期間： 7/8-7/14	名古屋鉄道
14	SNS	情報掲載	Instagram 広告	7/10- 9/23	敏弘社

無料掲載 掲載実績 77 件 (広報依頼 プレスリリース配信 536 件)
 内 訳：Web26 件、SNS2 件、雑誌 19 件、フリーペーパー14 件、新聞 10 件、
 テレビ 4 件、ラジオ 1 件、書籍 1 件
 内容別：情報掲載 75 件、レビュー2 件

	媒体	内容	掲載誌名	発行・公開日	制作会社・出版社
1	WEB	情報掲載	Tokyo Art Beat	3/26	アートビート
2	WEB	情報掲載	デザイン情報サイト「JDN」	4/1	JDN
3	WEB	情報掲載	Tokyo Art Beat	5/15	アートビート
4	WEB	情報掲載	Fashion Press	5/15	カーリン
5	WEB	情報掲載	Aichi-Now	5/15	ピコ・ナレッジ
6	WEB	情報掲載	あいち観光ナビ	5/15	ピコ・ナレッジ
7	WEB	情報掲載	西三河ぐるっとナビ	5/15	ピコ・ナレッジ
8	WEB	情報掲載	outermostNAGOYA	5/25	フリーランス
9	WEB	情報掲載	ツーリズムとよた公式HP	5/27	ツーリズムとよた
10	WEB	情報掲載	Web マガジン KAMADO	5/31	KAMADO
11	WEB	情報掲載	MIRAI〜ちょっと先のミライ を探しにいこう	5/31	デリオ
12	WEB	情報掲載	アイエム	5/31	インターネットミュー ージアム事務局
13	WEB	情報掲載	ART iT	6/7	アートイット
14	WEB	情報掲載	NPO 法人 ADF 青山デザイン フォーラム	6/10	ADF 青山デザインフ ォーラム
15	WEB	情報掲載	美術展ナビ	6/17	ウィルティクス
16	WEB	情報掲載	いこまいるとよたメルマガ	6/21	ツーリズムとよた

	媒体	内容	掲載誌名	発行・公開日	制作会社・出版社
17	WEB	情報掲載	美術手帖	7/1	CCC
18	WEB	情報掲載	ぴあアプリ／WEB	7/1	ぴあ
19	WEB	情報掲載	アートアジェンダ	7/2	FAITH
20	WEB	情報掲載	Sfumart	7/3	スフマート編集部
21	WEB	情報掲載	まるっと！	7/19	NHK ホームページ
22	WEB	情報掲載	modern living	7/17	ハースト婦人画報社
23	WEB	情報掲載	KATYCOM	7/21	ケイティコム
24	WEB	情報掲載	週刊じゃらん	7/23	LIFULL
25	WEB	情報掲載	TAP magazine	8/21	豊田市文化振興財団
26	WEB	情報掲載	愛知県交通対策課	8/23	愛知県交通対策課
27	WEB	ビュー	美術展ナビ	7/29	ウィルティクス
28	SNS	情報掲載	ツーリズムとよた公式 SNS	5/20	ツーリズムとよた
29	SNS	情報掲載	ツーリズムとよた公式 Instagram	7/30	ツーリズムとよた
30	SNS	情報掲載	ねこのめ美じゅつかん	8/29	NHK 公式 X
30	雑誌	情報掲載	美術展ぴあ 2024	1/20	bowl company
31	雑誌	情報掲載	GALLERY 2024 vol.4	4月号 (4/1 発行)	ギャラリーステーション
32	雑誌	情報掲載	GALLERY 2024 vol.5	5月号 (5/1 発行)	ギャラリーステーション
33	雑誌	情報掲載	GALLERY 2024 vol.6	6月号 (6/1 発行)	ギャラリーステーション
34	雑誌	情報掲載	月刊なごや	6/1	北白川書房
35	雑誌	情報掲載	東海ウォーカー	6/5	エムズハウス
36	雑誌	情報掲載	美術の窓	7月号	生活の友社
37	雑誌	情報掲載	愛知の建築	7月号 (7/1 発行)	愛知建築士会
38	雑誌	情報掲載	時局	8月号 (7/7 発行)	時局社
39	雑誌	情報掲載	月刊なごや	8/1	北白川書房
40	雑誌	情報掲載	arch 175 号	8/1	アートコレクターズ
41	雑誌	情報掲載	博物館研究	8月号	日本博物館協会
42	雑誌	情報掲載	美術の窓	8月号	生活の友社
43	雑誌	情報掲載	月刊サライ	8月号 (7/7 発行)	小学館
44	雑誌	情報掲載	arch 176 号	9/1	アートコレクターズ
45	雑誌	情報掲載	博物館研究	9月号	日本博物館協会
46	雑誌	情報掲載	美術の窓	9月号	生活の友社
47	雑誌	情報掲載	美術の窓	12月号	生活の友社
48	雑誌	情報掲載	芸術新潮	12月号	新潮社
49	フリーペーパー	情報掲載	愛知の博物館	4/1	愛知博物館協会
50	フリーペーパー	情報掲載	まちなか PRESS 6/1号	6/1	夢現
51	フリーペーパー	情報掲載	UR 会報誌「こだち」6月号	6/20	中広
52	フリーペーパー	情報掲載	ぶらりん豊田 7月号	6/30 発行	ネット・フレンズ
53	フリーペーパー	情報掲載	カレント夏号	7/1	豊田市文化振興財団
54	フリーペーパー	情報掲載	ギャラリーインフォメーション No.17	7月号	豊田市文化振興財団
55	フリーペーパー	情報掲載	広報とよた 7月	7/1	市政発信課

	媒体	内容	掲載誌名	発行・公開日	制作会社・出版社
56	フリーペーパー	情報掲載	ART'S84	7/1	丸八エンターテインメント
57	フリーペーパー	情報掲載	まちなか PRESS 月 Vol.133	7/1	夢現
58	フリーペーパー	情報掲載	情報誌 chao	8月号 (7/15発行)	ネット・フレンズ
59	フリーペーパー	情報掲載	ぶらりん豊田 8月号	7/31	ネット・フレンズ
60	フリーペーパー	情報掲載	まちなか PRESS 月号 (Vol.134)	8/1	夢現
61	フリーペーパー	情報掲載	ギャラリーインフォメーション No.18	8月号	豊田市文化振興財団
62	フリーペーパー	情報掲載	ギャラリーインフォメーション No.19	9月号	豊田市文化振興財団
63	新聞	情報掲載	中日新聞(朝刊) イベントカレンダー	1/4	中日新聞社
64	新聞	情報掲載	中日新聞(夕刊)	6/1	中日新聞社
65	新聞	情報掲載	中日文化センター チラシ	6/4	中日新聞社
66	新聞	情報掲載	中日文化センター チラシ	7/1	中日新聞社
66	新聞	情報掲載	中日新聞(夕刊)	7/11	中日新聞社
67	新聞	情報掲載	中日新聞(夕刊)	8/8	中日新聞社
68	新聞	情報掲載	中日新聞(夕刊)	8/15	中日新聞社
69	新聞	情報掲載	中日新聞(朝刊)	8/20	中日新聞社
70	新聞	情報掲載	中日新聞(夕刊)	8/22	中日新聞社
72	新聞	情報掲載	中日新聞(夕刊)	9/6	中日新聞社
73	テレビ	情報掲載	とよた NOW	7/15	ひまわりネットワーク
74	テレビ	情報掲載	まるっと!	7/19	NHK
75	テレビ	情報掲載	ぐるっと!	8/30	NHK
76	テレビ	情報掲載	ねこのめ美じゅつかん	8/29,31,9/3	NHK
77	テレビ	情報掲載	スポット広告	会期中随時	NHK 名古屋放送局
78	ラジオ	ビュー	ラジオラビート	7/29	ひまわりネットワーク
79	書籍	情報掲載	美術の杜 65号	8/20	美術の杜出版

(参考) ポスター・チラシ送付先

全国の美術館等 514 件 (ギャラリー、大学等を含む)

市内公共施設 72 件 (交流館・支所含む)

市内小中学校等 104 校、市内こども園 95 園

近隣市小中学校 187 校 ※みよし市、日進市、岡崎市、刈谷市、長久手市、知立市、瀬戸市、安城市

その他 287 件

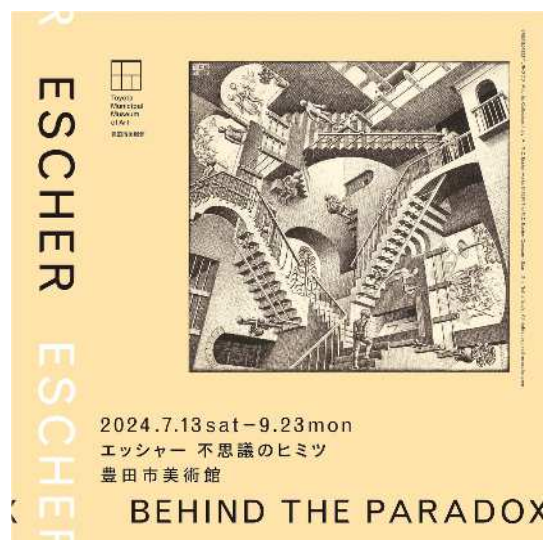
■名古屋鉄道 豊田市駅



■ 愛知環状鉄道 新豊田駅



■ Instagram 広告（抜粋）※全8種類



■ Tokyo Art Beat レビュー記事（8/4 公開）

ニュース Sponsored by 豊田美術館

公開日 2024年8月5日

奇想の天才の秘密を解き明かす。「エッシャー 不思議のヒミツ」が、豊田市美術館で9月23日まで開催

会期は7月13日～9月23日。学生時代に制作した作品から「なまじ絵」的な代表作、晩年に至るまでの約160点の作品を通して、エッシャーの画業の全容を知ることができる



「エッシャー 不思議のヒミツ」 会場風景

「エッシャー 不思議のヒミツ」が、豊田市美術館で9月23日まで開催されている。

本展は、幾何学的構成と新鋭さを追求して、模範芸術の歩みに出る作品を生み出したマウリッツ・コルネリス・エッシャー（1898～1972）の初期から晩年までの代表作を網羅した展覧会。学生時代に制作した作品にはじまり、「なまじ絵」的な代表作はもちろんのこと、晩年に至るまでの約160点の作品をととして、エッシャーの画業の全容を知ることができる。



「エッシャー 不思議のヒミツ」 会場風景

■NHK「まるっと！」(7/19 放送)



■中日こどもウィークリー (7/20)



■中日新聞 (8/20 朝刊)



■アンケート

調査日：7月13日（土）～9月23日（月・祝）

調査方法：展示室6・7前に紙アンケート記載機を設置し、自由記入

8/25(日)講演会及び9/12(木)スライドトークにて参加者へ配布

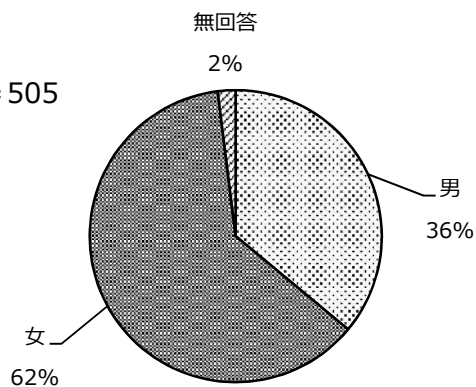
集計枚数：572枚

【アンケート結果より】

- ・来館者の年齢層に偏りがなく幅広い年代の方々が来館しており、特に会期が夏休み期間を含むためか、同伴者の半数が「家族」であった。体験コーナーなど展覧会の親しみやすさが上手くPRされた結果であると推定できる。
- ・豊田市を含め愛知県内からの来館者が88%と非常に多い割合を占めており、東海エリアをターゲットとした広報が功を奏したと考えられる。
- ・来館の目的として「関連イベントに参加するため」が3番目に来ているが、講演会当日にアンケートを配布した影響が結果に表れている。
- ・来館動機として「テレビ」が4番目となっており、NHKの展覧会特集による影響が大きいことが分かった。

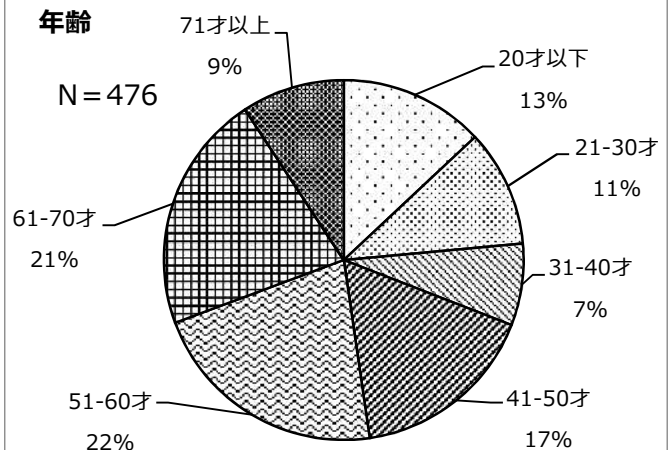
性別

N = 505



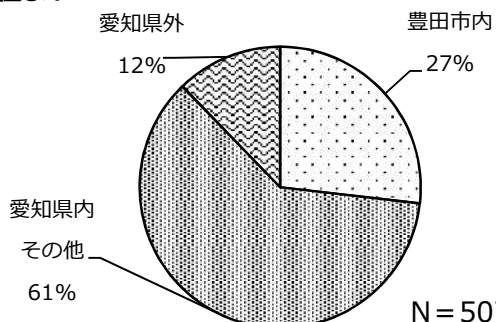
年齢

N = 476



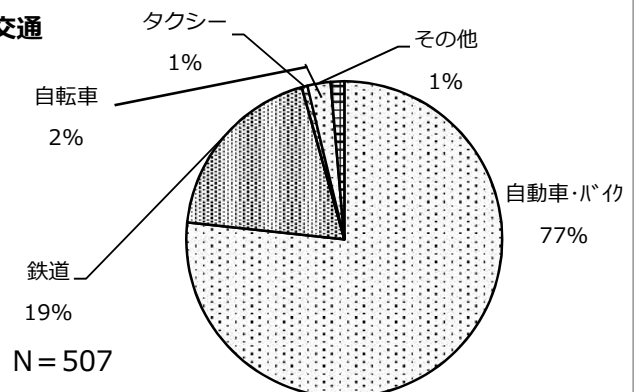
住まい

N = 507

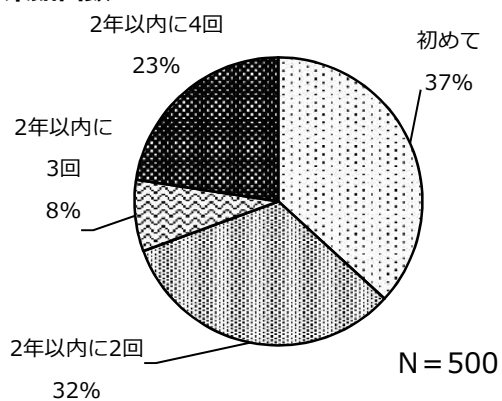


交通

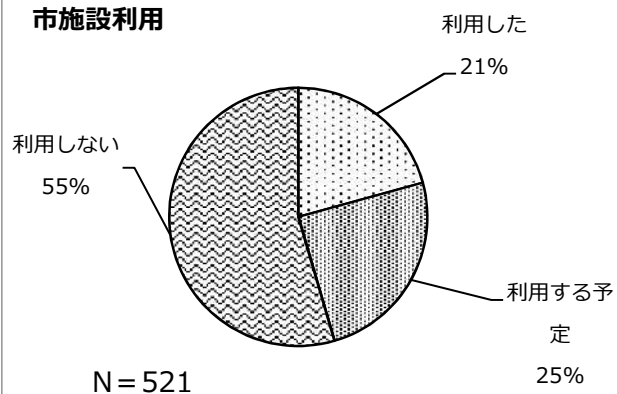
N = 507



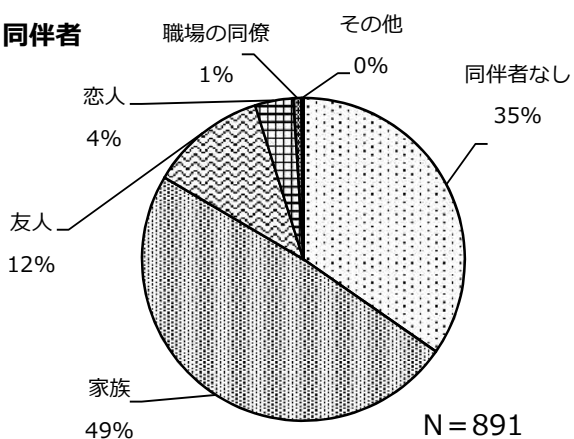
来館回数



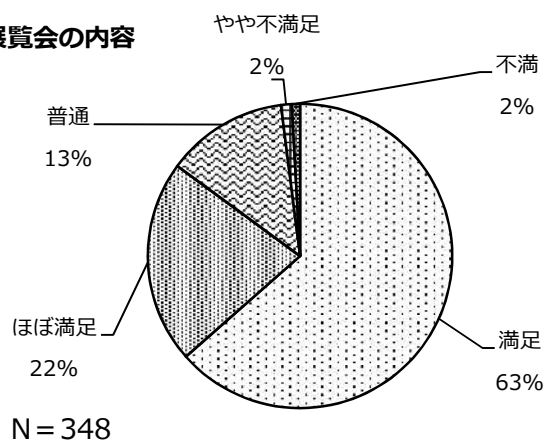
市施設利用



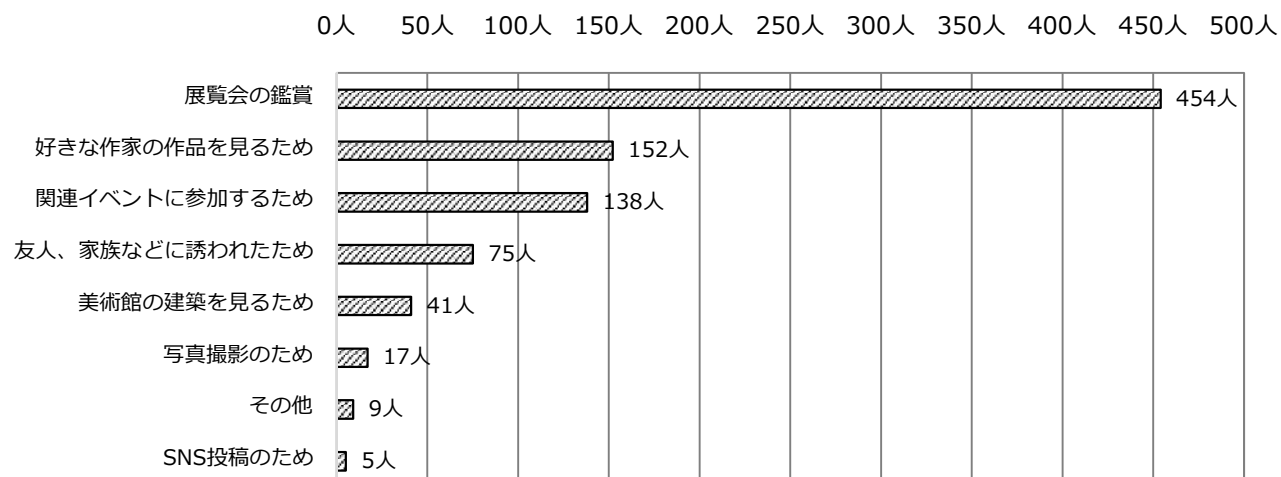
同伴者



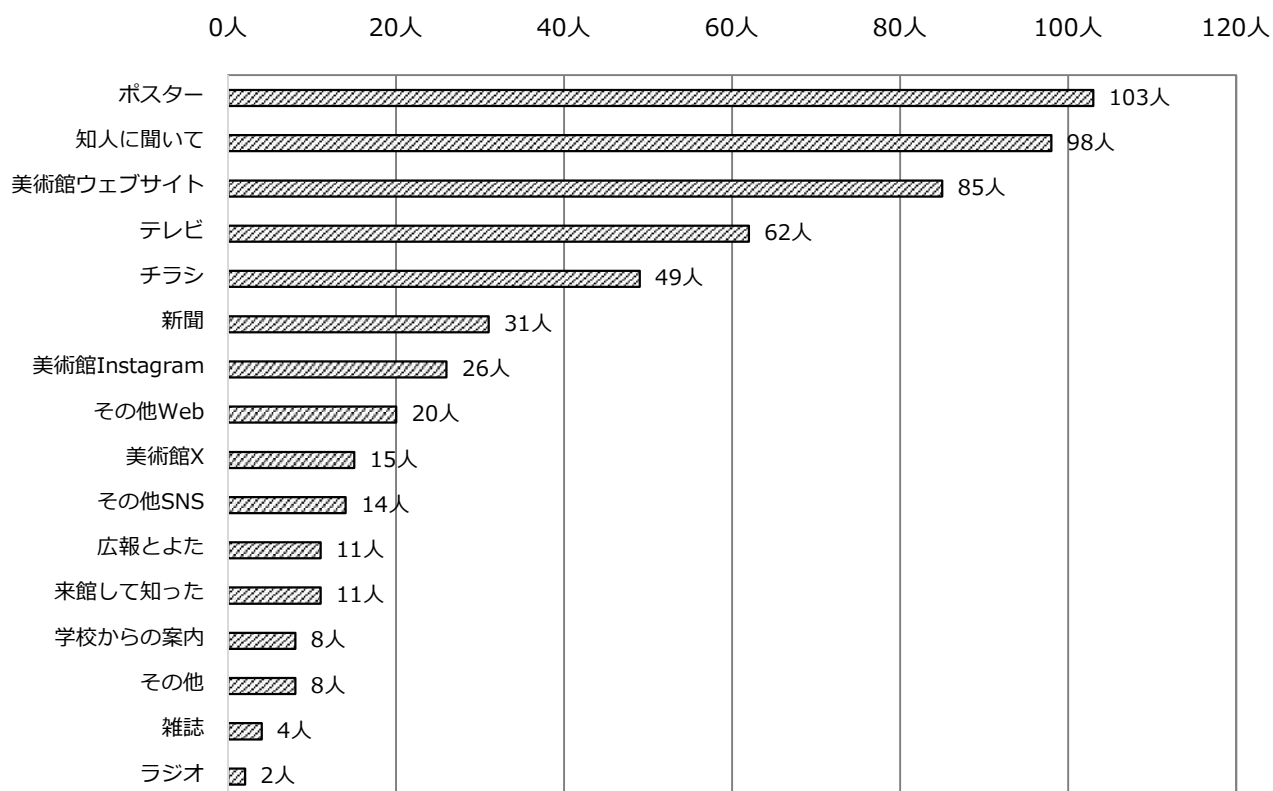
展覧会の内容



来館の動機（複数回答）



何を見て来たいと思ったか N=547



■ 成果指標

※達成度（評価）…S（目標値の110%以上）、A（標準、90%～110%）、B（70%～90%）、C（70%未満）

	項目	目標	実績	基準	達成度 (評価)	分析
1	観覧者数	55,000 人	68,120 人	123.9%	S	NHK のテレビ特集及び Instagram 広告により、幅広い層に満遍なく展覧会情報が浸透した。
2	図録購入	1,800 冊	3,639 冊	202.2%	S	当初の販売予定数は 1,800 冊だったが、手に取りやすい表紙デザイン及び標準的な価格設定ながら図版が豊富に掲載されている等の理由により、売れ行きが好調で増刷が決まった。今後は「観覧者数の〇%」又は「販売予定数」を目標にする等の検討が必要である。
3	来館者の 年齢別割合	どの年代 もバラン スよく	満 遍 なく 来 館		A	当初の見込み通り、夏休み期間中に家族連れで来館するケースが多く、どの年代も満遍なく来館する結果となった。若年層は SNS、中高年層はテレビといった、ターゲットを定めた広報による結果だったと考えられる。
4	オンライ ンチケッ ト利用率	30%	30.9%	103.0%	A	観覧料が 200 円安いことをお知らせしても紙チケットを買う方が一定数おり、次回以降の展覧会では、あえてオンラインチケットを買わない理由をアンケート調査する必要がある。
5	年間パス ポート販 売数	1,000 枚	2,091 枚	209.1%	S	会期終了後の 10 月に価格改定が行われること及び、会期中に購入することで来年度開催のモネ展まで観覧可能であることを広報したことで販売数が伸びた。