

企画展「モネ 睡蓮のとき」 開催結果について（報告）

【総括】印象派を代表する画家クロード・モネ（1840-1926）の仕事について、パリのマルモッタン・モネ美術館の協力を得て、円熟期の良作約 50 点を紹介する展示を実現した。モネが終の棲家としたジヴェルニーの邸宅に造られた庭園を描いた最初期の睡蓮の連作や、「大装飾画」を計画して描いた草花、そして「大装飾画」と深いつながりをもつ大画面の睡蓮、さらに目を病んでなお筆遣い色遣いをさまざまに試しながら続けた最晩年の連作など、重要作品を紹介することができた。

会期中は多くの観覧者が予想されたため、事前に臨時駐車場や送迎バス、警備員の配置等の交通対策、チケットの販売方法や館内経路のスムーズ化、作品の保全管理や混雑による危険回避等の対策を入念に行った。その結果、大きな混乱や事故なく会期を終えることができた。講堂を来館者の待機場所に使っていたこと、館内イベントによる混雑を回避するために、展覧会関連のイベントの開催は監修者の公演及び館長・担当学芸員によるスライドトークを除いて控えたが、これを補うため中央図書館等、館外での出張イベントを複数回開催したこと等で好評を得た。

観覧者数については、平日限定早割券の導入により会期前半に誘導することができた。当日に現金購入を希望する方が多く、観覧者数の増加につなげるため、オンラインによる日時指定券を9月から廃止した。また、同時期開催のエジプト展は予想の6万人を大幅に超える観覧者数となり、相互利用する両館及び市民文化会館の駐車場がひっ迫する状態となった。エジプト展入場のための待ち時間が発生したために、両展覧会を観覧できなかったことが残念だと感じる声が一部のアンケートに見られた点は改善の余地を残した。その中で両展覧会を観覧した方は58%おり、博物館と美術館の回遊性に大きく貢献し、また両館の回遊性について今後の基準ができた。

会 期	2025年6月21日（土）～9月15日（月・祝） 77日間
休 館 日	月曜日（7月21日、8月11日、9月15日は開館）
会 場	展示室 8
観覧料金	当日券：一般 2,300 円、大学生 1,400 円、高校生以下無料 7月平日限定 早割セット券（モネ展×エジプト展）：一般 3,800 円 6月・7月平日限定 早割券：一般 1,900 円、大学生 1,000 円 早割券：一般 2,100 円、大学生 1,200 円 ※大学生無料期間：6月21日（土）～7月4日（金）
主 催	豊田市美術館、マルモッタン・モネ美術館、中京テレビ放送
後 援	在日フランス大使館／アンスティチュ・フランセ
特別協賛	大成建設
協 賛	第一生命グループ、光村印刷
協 力	日本貨物航空、NX 日本通運 / 豊田展協力 あいち豊田農業協同組合
企画協力	NTV ヨーロッパ

- 観覧者数 **192,519人（1日あたり約2,500人）** 目標：200,000人 有料率：74.2%
 ※年間パスポート利用者 5,041人（全体の2.6%）
 ※3館共通年間パスポート利用者 6,545人（全体の3.4%）
 ※オンラインチケット（アソビュー、ローチケ）利用率：30.8%（有料観覧者）
- 図録販売 「モネ 睡蓮のとき 展覧会図録」定価：3,200円（税込）**10,142冊** 購買率：5.3%
 ※特設ショップ（展示室6-7）で販売
- 同時期開催 ・開館30周年記念コレクション展 VISION 星と星図 | 星図I：社会と、世界と
 展示室1～5（6月21日（土）～9月15日（月・祝））
 ・常設展「高橋節郎の世界」・豊田市美術館コレクション展「在／不在の肖像」
 高橋節郎館（6月21日（土）～9月15日（月・祝））

■講演会「マルモッタン・モネ美術館の歴史 -コレクターたちの美術館」

実施日：6月21日(土) 午後2時-3時30分

会場：美術館講堂

講師：シルヴィ・カルリエ（マルモッタン・モネ美術館 コレクション部長/本展監修者）

参加者：139人（定員170人、事前申込、先着順）

■講座「睡蓮のとき モネのまなざし」

実施日：7月6日(日) 午前10時30分-12時

会場：中日文化センター 栄

講師：石田 大祐（豊田市美術館 学芸員）

参加者：一般103人、大学生1人

料金：一般3,850円 大学生2,310円 高校生以下1,100円

※いずれもモネ展観覧料とのセット価格

主催：中日文化センター

■30周年コレクション展&「モネ 睡蓮のとき」を楽しむ～作家にまつわるいくつかの物語～

実施日：7月13日(日) 午前10時15分-12時

会場：豊田市中央図書館 6階 多目的ホール

講師：石田 大祐（豊田市美術館 学芸員）

参加者：74人（定員60人、事前申込、先着順）

主催：豊田市中央図書館



■か～るくラシック♪スペシャル版

豊田市美術館「モネ 睡蓮のとき」連携事業 名画×名曲 ～ひたる。モネに。音楽に。～

実施日：7月23日(水) 午後2時-4時

会場：豊田市コンサートホール

演奏：寺本 みなみ（ピアノ）、寺本 みずほ（ヴァイオリン）

お話：高橋 秀治（豊田市美術館館長）

料金：コンサート 一般1,000円、4歳～中学生500円

モネ展とのセット券 3,000円

参加者：688人、セット券購入：125枚

主催：文化振興課（文化振興財団）



■館長・担当学芸員によるスライドトーク

実施日：①8月21日(木)、②8月22日(金)、③8月26日(火)、

④8月27日(水)、⑤8月28日(木)、⑥8月29日(金)

時間：午後1時15分-1時45分

会場：美術館講堂

講師：高橋 秀治（豊田市美術館館長）、①④⑤

石田 大祐（豊田市美術館 学芸員）②③⑥

参加者：①85人、②94人、③60人、④107人、⑤87人、⑥64人



■ 来館者対策

(1) 駐車場対策

- ①臨時駐車場の開設（旧エコフルタウン跡地：収容台数約 400 台）
稼働日：7月5日～9月15日（57日間）平均利用台数 225 台
- ②豊田市民文化会館との相互利用
- ③中心市街地フリーパーキング認証回数 2,882 回（31 回）※（ ）は前年同期の実績
博物館：2,146 回（9 回）、美術館：736 回（22 回）
- ④タクシー協会との連携：美術館東口に待合を設置（1,960 回）



(2) シャトルバスの運行

- ①運行区間：臨時駐車場～美術館庭園（無料）
運行日：7月19日以降の土日祝日、お盆期間、9月1日～15日（計 33 日間）
各日 2 台（26 便/日）
利用者数：17,459 人（平均 529 人/日、20 人/便）
- ②運行区間：豊田市駅～美術館庭園
運行日：土日祝（29 日間）、お盆期間（4 日間）（計 33 日間）、各日 2 台（18 便/日）
利用者数：9,356 人（平均 284 人/日、16 人/便）
運賃：片道：大人 200 円、小人 100 円
実施主体：産業振興課、博物館、モネ展実行委員会



(3) 熱中症対策のための飲料販売（美術館庭園）

- キッチンカー：6月21日～9月15日（77日間）
- 自動販売機設置：6月13日～9月15日、計 2,071 本

■ 市役所各部署の協力

- ・トイレカー（2基）の設置：6月21日～9月15日【防災対策課】
- ・議会バスによるシャトルバス運行：6日間、6往復/日【議会局】
- ・関連図書展示：6月1日～8月31日【中央図書館】
- ・日傘の貸し出し 50 本：9月6日～9月15日【環境政策課】



■ 魅力創造部・産業部等との連携

- (1) オリジナルブックマーク（9種類）の製作【ツーリズムとよた】
以下（2）及び（3）で、利用者に配布
- (2) チケット付き宿泊・日帰りプラン販売【豊田ホテル旅館組合】
モネ展：日帰りプラン 56 件、宿泊プラン 55 件 内訳：名鉄豊田ホテル 60 枚、トヨタキャスル 12 枚、旅館組合 39 枚
エジプト展：日帰りプラン 5 件、宿泊プラン 38 件
- (3) 「モネぷと」いこまいるとよた・デジタルスタンプラリー実施【ツーリズムとよた】
参加者数 合計：1,571 人
【参考】うち飲食店（8店舗）でのチェックイン数 941 人
- (4) コラボメニュー提供【ツーリズムとよた、まちなか宣伝会議】
参加店舗数：市内飲食店及びホテル 計 18 店舗



(5) チケット&観覧記念券サービスの実施【ツーリズムとよた、まちなか宣伝会議】

参加店舗数：40 店舗

※観覧記念券を来館者全員に配布し、美術館ではコレクション展入場の際のチケット
替わりとなり、同時にまちなかサポーター店の情報を来館者へ伝えることができた。

(6) 緑陰歩道での取組【文化振興課】

- ①「緑陰ギャラリー（掲示板）」等を活用した特大パネル（フォトスポット）の展示（4か所）
- ② 市民アート団体「とよた市民アートパーティー」によるアート作品の展示販売等

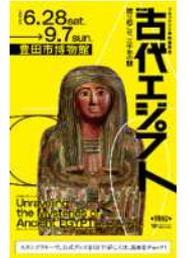
(7) フォトスポットの設置【まちなか宣伝会議】



コモ・スクエア（まちなか宣伝会議）



緑陰歩道（文化振興課）



観覧記念券

■ 関連グッズの販売（特設ショップ） ※は豊田会場限定

- 1. モネ 睡蓮のとき 展覧会図録
- 2. 坂角総本舗ゆかり詰合せ箱※
- 3. PFLANZEN-APOTHEKE※
〈睡蓮〉のためのブレンドティー



■ モネ展限定デザート（レストラン味遊是）

タイトル：ヴェールヴェール ～庭のきらめき～

価格：1,200 円 ハーブティーセット…2,000 円

ドリンクセット …1,500 円 ※すべて税込み

実績：2,262 食



レシピ提供：フランス菓子料理研究家 大森由紀子氏

■ 広報事業実績

- ・ 無料広報は平均的な件数だったが、有料広報を通常の約 8 倍の件数で実施した。(平均：約 10 件) そのほとんどが WEB 媒体であり、さらに掲載日を開幕日前後に集中させたことで、早期に情報が広範囲に発信され、展覧会の認知度が上がったと考えられる。
- ・ 栄、伏見、名古屋、金山駅といった名古屋市内のターミナル駅で大々的にポスターの連貼りを行ったことで、アンケート結果では 2 位となった。
- ・ 共催者である中京テレビにより、会期中テレビの特集が複数回生まれ、スポット広告 (15 秒) も 3 月から 9 月にかけて計 167 回出されたことで幅広い層に繰り返し展覧会の開催を認知させることができ、初めてや久しぶりに来館した方が増えたと考えられる。

● 有料掲載 掲載実績 84 件

内 訳：WEB 75 件、SNS 3 件、雑誌 2 件、新聞 1 件、交通 3 件
内容別：情報掲載 77 件、レビュー 3 件

※掲載の一例 (レビュー)

	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	HAPPY PLUS	6 月 30 日	株式会社集英社
2	WEB	レビュー	non-no Web	6 月 30 日	株式会社集英社
3	SNS	レビュー	Instagram	8 月 24 日～ 閉幕	ドコいく愛知県民

● 無料掲載 掲載実績 102 件

内 訳：Web 23 件、SNS 1 件、雑誌 12 件、フリーペーパー 20 件、新聞 34 件、
ラジオ 1 件、その他 1 件
内容別：情報掲載 86 件、レビュー 7 件

※掲載の一例 (レビュー)

	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	JR 西日本「おでかけガイド」	6 月 30 日	協同組合インフォメーション テクノロジー関西
2	WEB	レビュー	JAVA.jp	6 月 30 日	協同組合インフォメーション テクノロジー関西
3	WEB	レビュー	インターネットミュージアム	7 月 7 日	インターネットミュージアム 事務局
4	WEB	レビュー	装苑	8 月 6 日	株式会社文化出版局
5	SNS	レビュー	日刊 KEELY リール動画	7 月 1 日	株式会社ゲイン
6	テレビ	情報掲載 レビュー	news every. 特別編 「ひたる 石田ゆり子が、モ ネに。フランス・パリへ！」	7 月 24 日	日本テレビ放送網
7	ラジオ	レビュー	NHK 名古屋	8 月 28 日	夕刊ゴジらじ

(参考) ポスター・チラシ送付先

全国の美術館等 224 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)

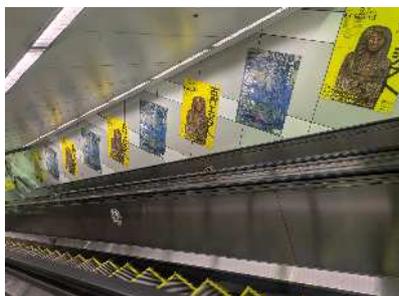
市内小中学校等 104 校、市内こども園 95 園

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 283 件

* 名古屋鉄道 金山駅

* 名古屋市営地下鉄 東山線 栄駅 * 同 鶴舞線 伏見駅



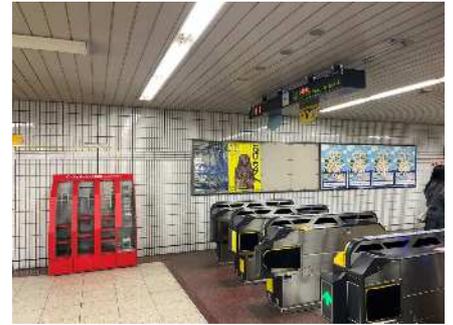
* 同 東山線 名古屋駅 ①



同 名古屋駅②



* 同 桜通線 名古屋駅



* 美術手帖 6月20日



* Newsweek 6月20日



* 10万人達成セレモニー 8月13日



* インフルエンサー
「ドコいく愛知県民」
8月24日～閉幕



■アンケート結果

調査日：6月21日（日）～9月15日（日）

調査場所：ライブラリー前にアンケートコーナー設置 ※アンケート用紙にQRコード記載

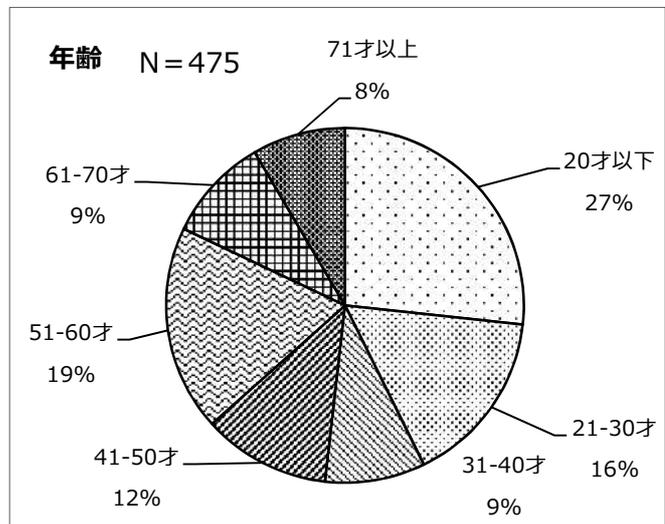
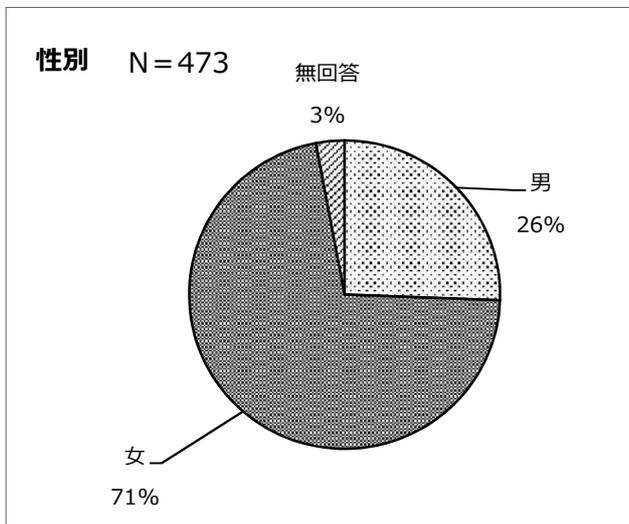
集計枚数：533枚（紙532枚、QRコード1件）

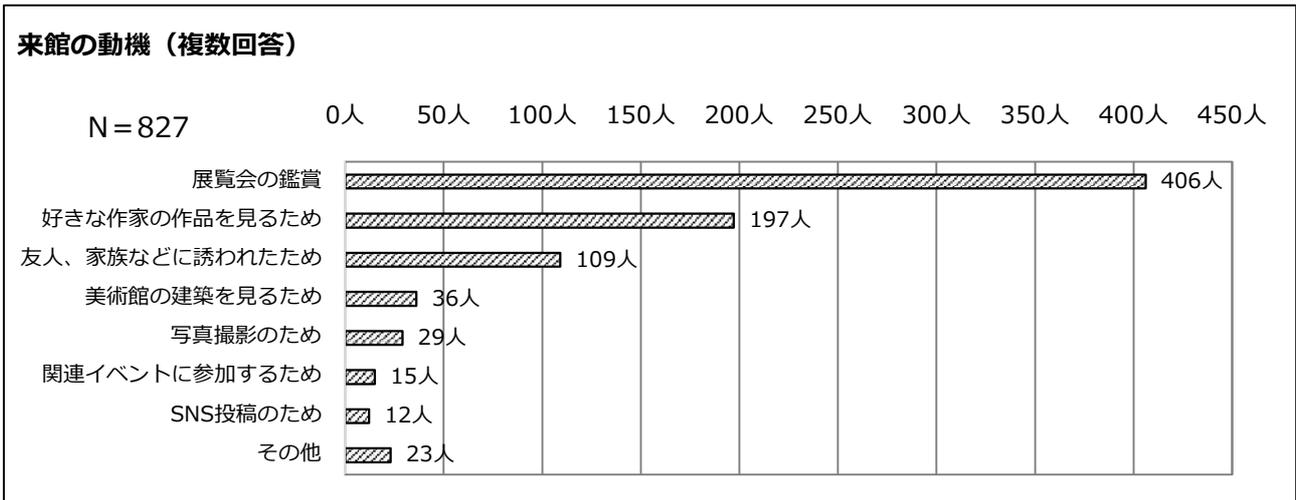
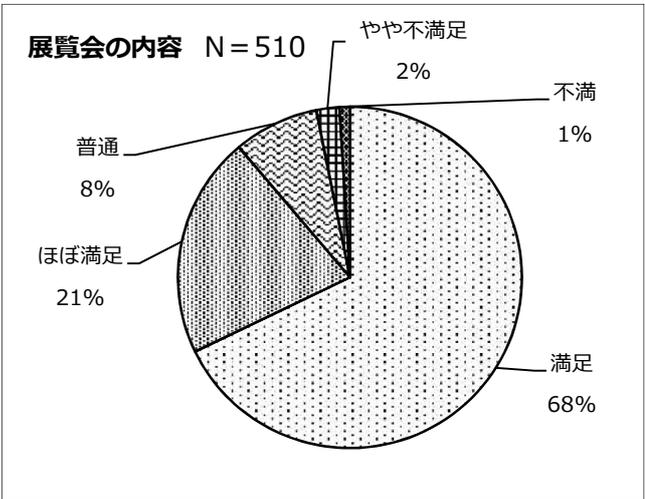
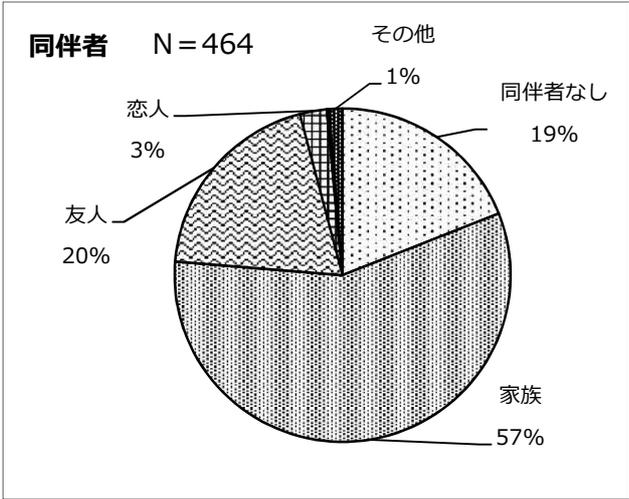
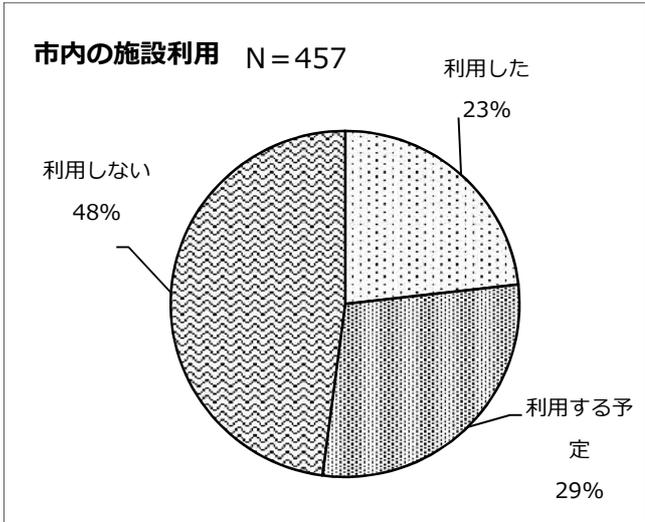
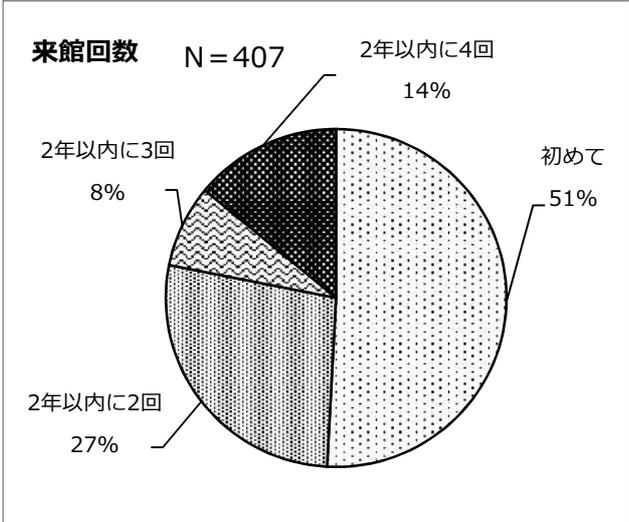
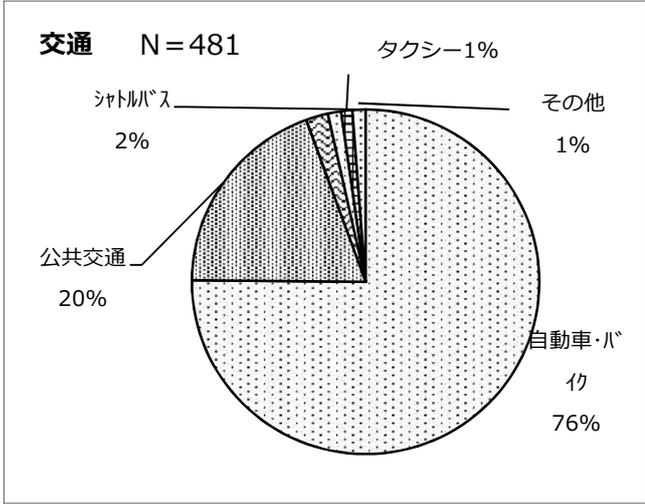
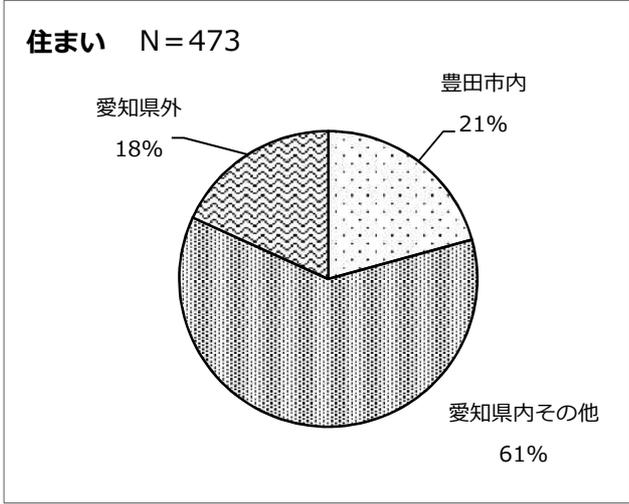
【アンケート結果より】

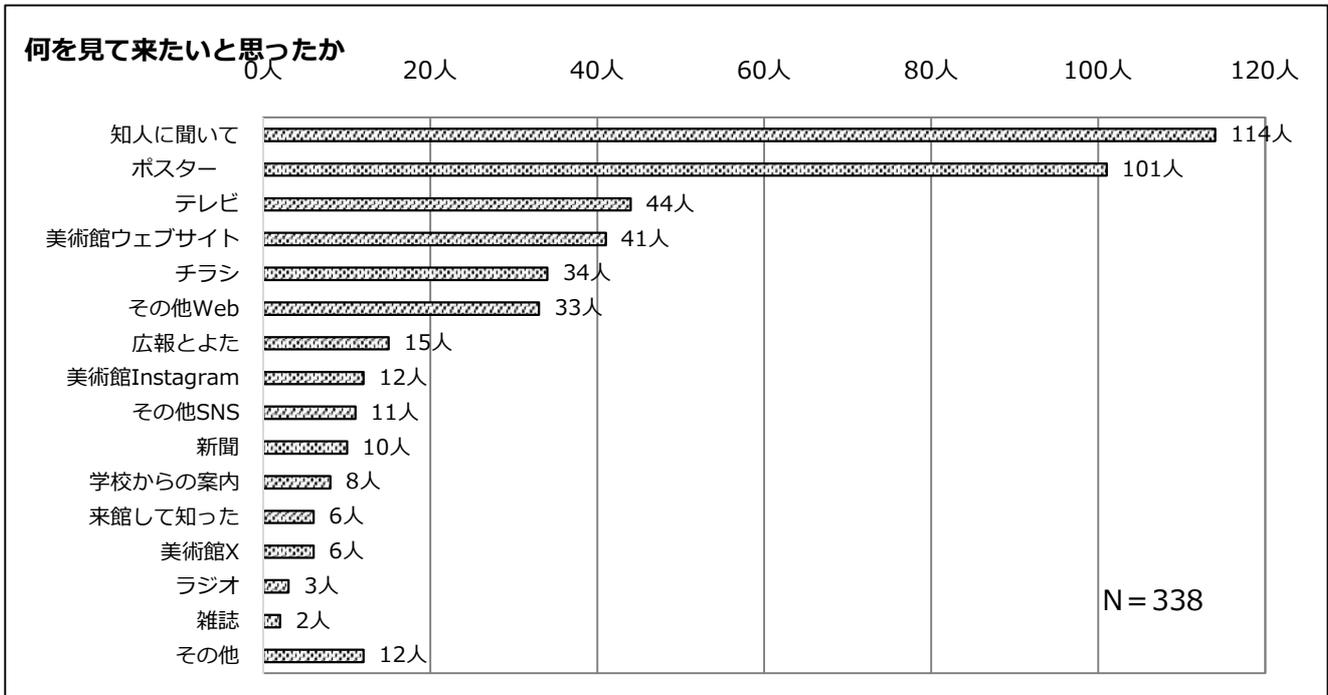
- ・性別は女性が71%と多い割合となった（平均：約60%）。年代は30代までの若年層が52%、40代以上が48%と各年齢層の方が満遍なく観覧があった。
- ・居住地は県内、県外含め豊田市外からの来館者が79%と平均より多少多い結果となった。（平均：75%）さらに県外からの来館者の中では遠方は少なく、近隣県からの来館にとどまった。これは当館が東京展及び京都展に続く、巡回最後であるためだと考えられる。また、観覧者数が同程度のクリムト展と比較すると、市内の方（特に70歳以上）の割合が高くなった。（クリムト展12%→モネ展21%）
- ・同伴者は家族が57%と多い割合となった（平均：約40%）。会期が夏休み期間だったことに加え、博物館の「古代エジプト展」開催により増えた可能性が考えられる。
- ・交通手段は自動車の割合が74%と最も高く、平均より高い割合だった（平均：約60-70%）
- ・来館回数は「初めて」と「2年以内に2回」を合わせた割合が78%と高く、来館頻度の少ない方々が来ていただいた。（平均：約70%）
- ・来館のきっかけは「知人に聞いて」が最も多く、次いで「ポスター」「テレビ」の順で、いわゆる口コミの影響と駅貼りポスター及びテレビの特集の効果があったと考えられる。特に多かった市内70歳以上の方は、「知人に聞いて」「チラシ」「新聞」「テレビ」の順に多く、口コミに次いで紙媒体での広報効果が高かった。また、居住地が豊田市内と市外で広報効果に違いがあり、市内外ともに「知人に聞いて」がきっかけの第1位であるが、第2位以降は市内が「チラシ」「広報とよた」の順に多く、市外では「ポスター」「テレビ」の順であった。
- ・来館に合わせての豊田市内施設利用では「利用した」「利用する予定」の合計が52%と高く（平均：約40%）、記念観覧券等によるまちなかとの連携の効果があったと考えられる（P3,4参照）。

【コメントより】

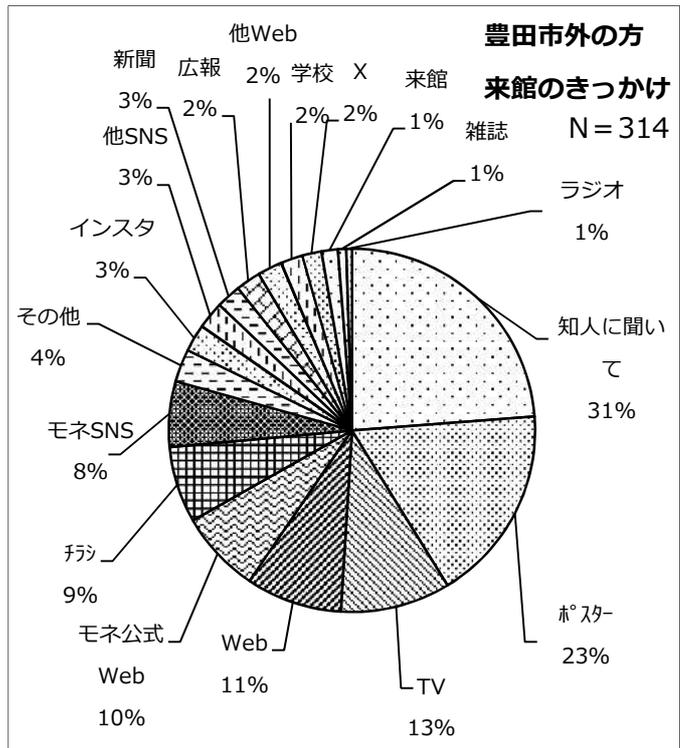
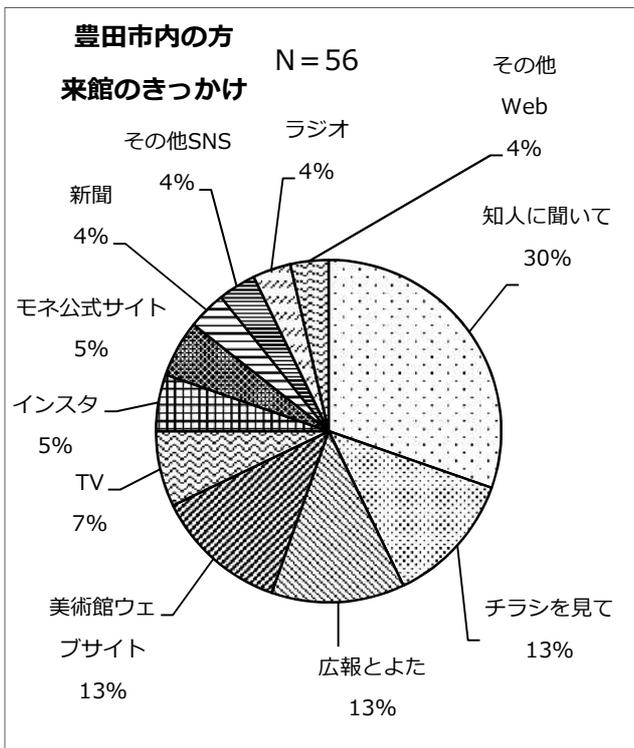
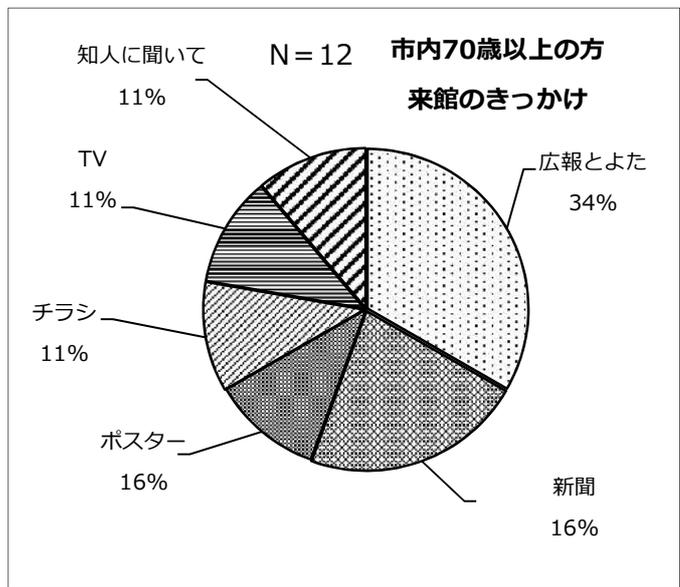
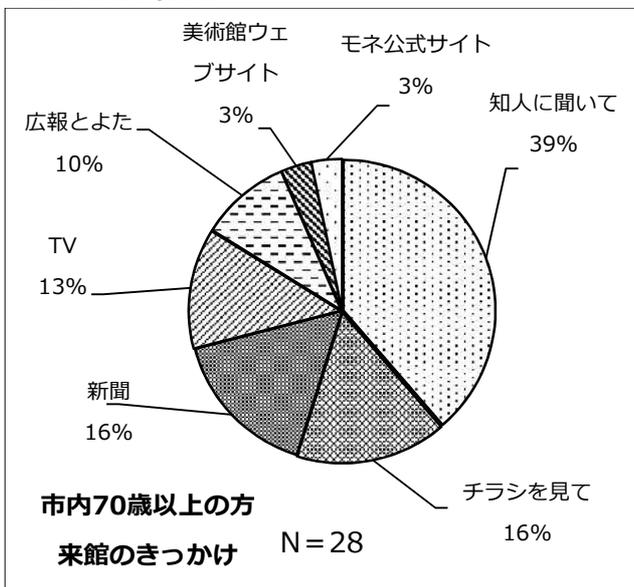
- ・混雑に関する意見は19件あったが「スタッフが展示室内で早い鑑賞を促さず自由に鑑賞できた」「国立西洋美術館より混んでいなかった」「列整理スタッフの対応が良かった」など好意的なものもあった。
- ・駐車場とシャトルバスに関しては、臨時駐車場からの距離が遠い、場所が分かりづらい、バスの本数を増やしてほしいなどの意見が目立ち、今後美術館、博物館が大型展を同時開催する際のアクセスについて課題が残った。

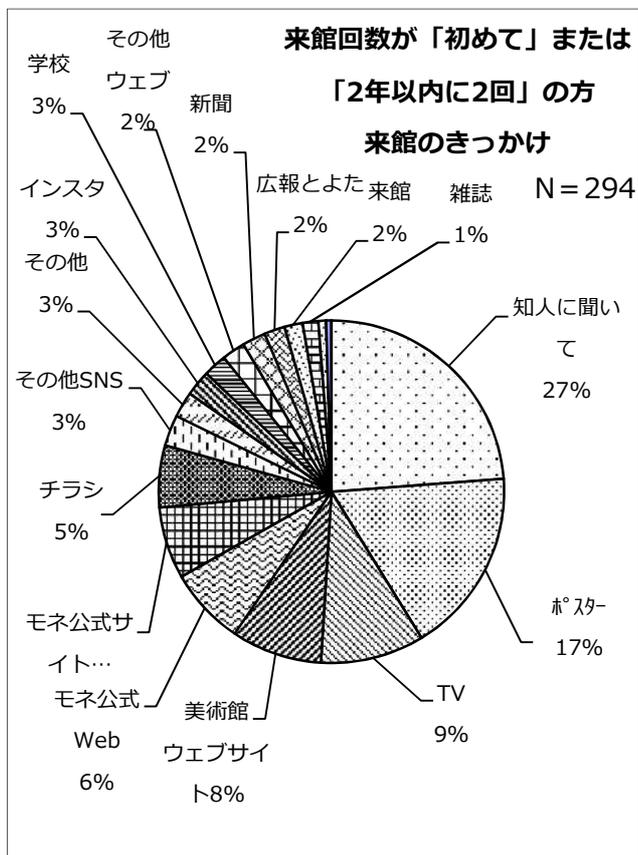






クロス集計結果





※参考

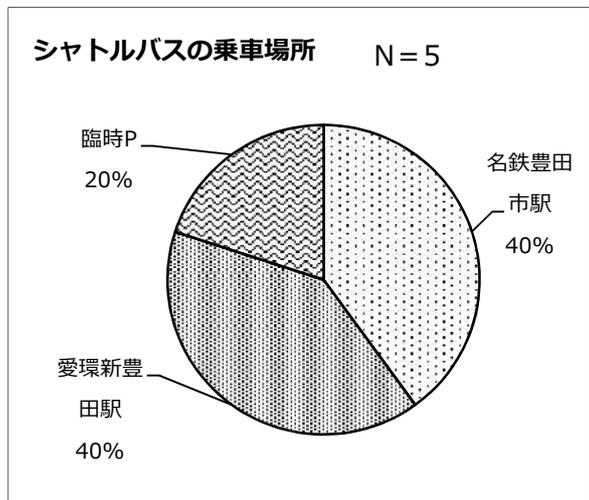
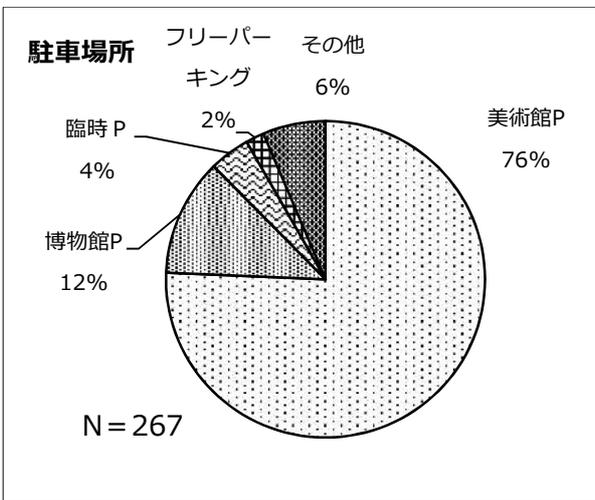
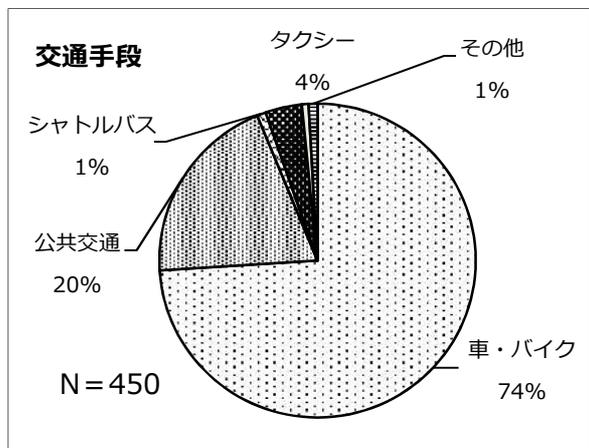
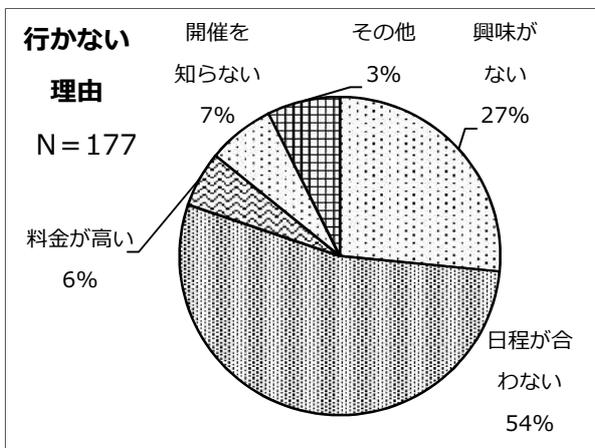
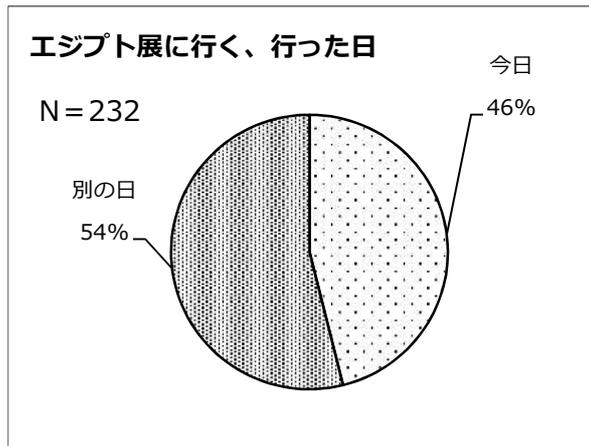
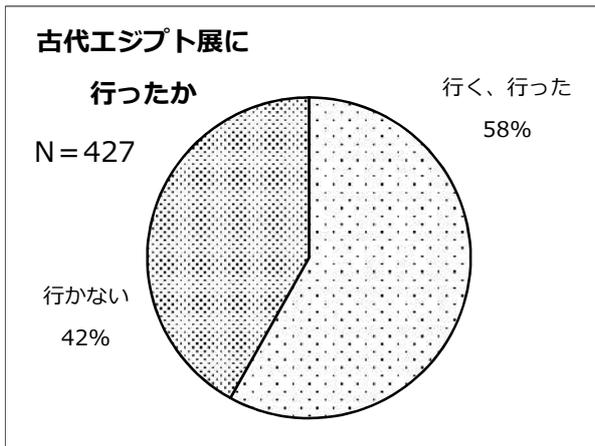
県内				県外	
名古屋市	90人	尾張旭市	3人	岐阜県	29人
岡崎市	24人	常滑市	3人	静岡県	18人
春日井市	11人	碧南市	2人	三重県	11人
日進市	10人	北名古屋市	2人	東京都	4人
瀬戸市	9人	高浜市	2人	兵庫県	3人
安城市	9人	犬山市	2人	和歌山県	2人
豊橋市	8人	幸田町	2人	神奈川県	2人
刈谷市	6人	江南市	2人	大阪府	1人
豊川市	6人	蒲郡市	1人	石川県	1人
みよし市	6人	稲沢市	1人	群馬県	1人
大府市	5人	岩倉市	1人	埼玉県	1人
知立市	5人	清須市	1人	千葉県	1人
西尾市	5人	津島市	1人	富山県	1人
長久手市	4人	東郷町	1人	山口県	1人
東海市	4人	半田市	1人		
東浦町	3人	美浜町	1人	海外	
一宮市	3人	弥富市	1人	(不明)	1人
小牧市	3人	あま市	1人		
武豊市	3人				

■追加アンケート（エジプト展、交通手段について）

調査日：8月21日（木）～8月31日（日）

調査場所：スライドトーク参加者及び来館者へ声かけし実施

集計枚数：436枚（すべて紙）



■ 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	200,000人	192,519人	96.2%	A	来館者の平準化、会期早期への来館を促すために設定した平日限定早割券6・7月に見込みどおり多くの来館者があった。半面、シャトルバスの運行が無い8月お盆前後の平日が伸び悩んだ。土日など混雑が予想される日に設定した日時指定券が、土日と平日の来館者数平準化や駐車場の混雑緩和にはつながったが、集客面では抑制的に働いた可能性がある。会期後半にはトークイベントや券売方法の変更など集客策を講じ、ほぼ目標の観覧者数を達成した。
2	図録購入	購買率5%	10,142冊 購買率5.3%	106%	A	特設ショップの公式X等による関連グッズの積極的な広報や、展示室の出口から特設ショップへ直結する動線としたことが購買意欲の向上に寄与したと考えられる。
3	来館頻度の少ない人がどれだけ来たか	「初めて来た」「2年以内に2回」を合わせた割合が50%	78%	156%	S	アンケート結果から、テレビでの特集や名古屋市内の駅貼りポスターなど、多くの人が目にする広報によりライト層を取り込むことができたと推測する。
4	モネ展とエジプト展の両方を観覧した/する予定の割合	10%	58%	580%	S	半数の来館者が両館の展覧会に足を運ぶ意思を示しており、隣り合う館で大型展を同時開催し、同じ主催者（中京テレビ放送）の広報やセット券販売による効果が表れた。
5	子ども世代（小中高生）、障がい者、市内70歳以上の来館者数	20,000人	39,752人 内訳： 小中高生 18,106人 障がい者 12,139人 市内70歳以上 9,507人	198%	S	夏休み期間の開催や高校生無料により、小中高生が多数来館した。特に家族連れはエジプト展からの客層と推測する。また、従来から減免対象の障がい者や市内70歳以上の方が本展では多数来館しており、展覧会の開催が広く認知された。