

企画展「アンチ・アクション 彼女たち、それぞれの応答と挑戦」 開催結果について（報告）

【総括】本展は、中嶋泉著『アンチ・アクション—日本戦後絵画と女性画家』で開示された視座をもとに、日本の近現代美術史の再解釈を試みた展覧会で、第二次世界大戦敗戦後の1950年代から60年代にかけて一時的に注目を集めたにもかかわらず、批評の変節に従い、美術史の外部に押しやられることになった女性作家の活動を再検証した。

学術協力の中嶋泉氏、東京国立近代美術館及び兵庫県立美術館の担当学芸員との議論をとおして14作家と各出品作品を選び、それぞれの作家が複数の関心を共有しながらも独自のアプローチをしていることに注意を払うため、あえてグルーピングや章立てをしなかった。そのために、会場構成では展示室6-7に情報を集約して、メインの展示室8ではテキスト掲出を排し、なるべく見通しをよくすることで、自然と各作家のアプローチの類似と相違が感受できるように心がけた。こうした工夫と補足的な読み物であるZINEを用意することで、鑑賞者の理解度、満足度をあげることができた。

目標人数に達しなかった要因としては、東京会場への巡回を控え、遠方からの来館者を取り込むことができなかったこと、また展覧会会期が53日と短いなかで、認知度の低い女性作家の展覧会に、より広範な客層の関心を引くことの難しさもあった。

女性の権利・地位向上への意識が高まる昨今の状況をうけて、メディアへの露出も多く、美術以外の媒体に取り上げられるなど、時宜を得た美術館としてやるべき展覧会だったと考える。

会 期	2025年10月4日（土）～11月30日（日） 53日間
休 館 日	月曜日（10月13日、11月3日、24日は開館）
会 場	展示室6, 7, 8
観覧料金	当日券：一般1,500円、高校・大学生1,000円、中学生以下無料 ※前売り、20名以上の団体及びオンラインチケットは200円割引。
主 催	豊田市美術館
共 催	朝日新聞社
学術協力	中嶋泉（大阪大学大学院文学研究科准教授）

- 観覧者数 **13, 243人（1日あたり約249人）** 目標：18,000人 有料率：68.2%
 ※年間パスポート利用者835人（全体の6.3%）
 ※3館共通年間パスポート利用者1,795人（全体の13.5%）
- 図録販売 **321冊**（購買率：2.42%） 定価：3,300円（税込）
- 同時開催 開館30周年記念コレクション展 VISION
 星と星図 | 星図Ⅱ：独りと、集団と 展示室1～5
- 巡回情報
 - （1）会 場 東京国立近代美術館（東京）
 - 会 期 2025年12月16日（火）～2026年2月8日（日）
 - （2）会 場 兵庫県立美術館（兵庫）
 - 会 期 2026年3月25日（水）～5月6日（水）

関連事業

- 講演会「『アンチ・アクション』とは何か」
 実施日：10月26日（日） 午後2時～
 会 場：講堂
 講 師：中嶋泉（本展学術協力者）
 聴 講 者：91人（定員170人、事前申込不要、先着順、自由席）



■巡回3館キュレータートーク

実施日：11月9日（日） 午後2時～

会場：講堂

講師：成相肇（東京国立近代美術館主任研究員）、江上ゆか（兵庫県立美術館学芸員）
千葉真智子（豊田市美術館学芸員）

参加者：71人（定員170人、事前申込不要、先着順、自由席）



実施日：11月16日（日） 午前11時30分～

会場：展示室6-8

講師：千葉真智子（豊田市美術館学芸員）

参加者：22人（インスタライブ実施、アーカイブ配信有 ※再生回数:約1.4万回）



■中心市街地、各種事業者等との連携

- ・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 94枚
- ・ワークフレンドとよたでのチケットあっせん：一般9枚
- ・割引券による利用促進（100円割引）：T-FACEカード 41枚、松坂屋アプリ 66枚、
WELBOX 24枚、JAF会員証 679枚
メグリアカード 28枚、ステッカー35枚（1万枚配布）
博物館半券 97枚、民芸館半券 2枚、
国際芸術祭あいち 223枚

■開館30周年記念限定デザート（レストラン味遊^{ミューゼ}）

第一弾 コンセプトデザートリターンズ 檸檬

提供期間：10月4日（土）～11月24日（月・祝）

実績：104食（47日間）

第二弾 コンセプトデザートリターンズ 薔薇^{ぼら}

提供期間：11月25日（火）～12月21日（日）

実績：64食（24日間）

価格：1,500円（税込み） ※ドリンクセット…+500円



■企画展「アンチ・アクション」オリジナルグッズの販売（ミュージアムショップ）

1. 展覧会図録 2. トートバッグ 各 4,400円 3. 一筆箋 各 550円 4. Tシャツ 各 3,850円



1 2 3 4

■広報事業実績

- ・ SNS 広告（Instagram）では、配信開始 2 週間後にターゲットのうち「東京」「20 代」を削除し新たに「京都」「50 代」を追加したところ、全体クリック率が 4.44%から 4.91%、エリア別クリック率が東京 3.44%から京都 4.63%と良い数値に上昇した。
- ・ 無料掲載では、レビューの件数が通常より多く（平均 10 件ほど）、また女性誌をはじめ新規媒体にも多数掲載された。

有料掲載 掲載実績 25 件
 内 訳：WEB1 件、雑誌 1 件、TV-P-PA-2 件、新聞 16 件、交通広告 2 件、SNS 2 件、その他 1 件
 内容別：情報掲載 19 件、レビュー 6 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	Tokyo Art Beat	10/21	(株)アートビート
2	新聞	レビュー	朝日新聞	9/18 朝刊 p.20	朝日新聞社
3	新聞	レビュー	朝日新聞	9/25 朝刊	朝日新聞社
4	新聞	レビュー	朝日新聞	10/1 朝刊	朝日新聞社
5	新聞	レビュー	朝日新聞	11/1 朝刊 p.24	朝日新聞社
6	新聞	レビュー	朝日新聞	11/26 朝刊	朝日新聞社

無料掲載 掲載実績 82 件（広報依頼 プレスリリース配信 563 件）
 内 訳：Web32 件、SNS1 件、雑誌 18 件、TV-P-PA-6 件、テレビ 1 件、ラジオ 2 件、新聞 18 件、その他 4 件
 内容別：情報掲載 65 件、レビュー 20 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	朝日新聞デジタル	9/19	朝日新聞社
2	WEB	レビュー	ART iT	10/4	(株)アートイット
3	WEB	レビュー	クリエイティブ・リンク・ナゴヤ「つながるコラム」	10/8	クリエイティブ・リンク・ナゴヤ
4	WEB	レビュー	Tokyo Art Beat	10/9	Tokyo Art Beat
5	WEB	レビュー	ウェブ版「美術手帖」	10/9	カルチュア・コンビニエンス・クラブ(株)
6	WEB	レビュー	豊田経済新聞	10/9	エフエムとよた(株)
7	WEB	レビュー	Sfumart	10/27	スフマート編集部 ((株)ミュージアムマン内)
8	WEB	レビュー	ARTLOGUE	10/27	(株)アートローグ

	媒体	内容	掲載誌名	発行・公開日	制作会社・出版社
9	WEB	レビュー	美術展ナビ	11/2	読売新聞社
10	WEB	レビュー	ART iT	11/27	(株)アートイット
11	雑誌	レビュー	美術の窓 No.505	10月号 (9/20 発売)	(株)生活の友社
12	雑誌	レビュー	芸術新潮	12月号 (2025/11/25 発売)	(株)新潮社
13	雑誌	レビュー	月刊アートコレクターズ NO.201	12月号 (11/25 発行)	(株)生活の友社
14	テレビ	レビュー	じもサタ	10/25	ひまわりネットワーク(株)
15	ラジオ	レビュー	ラジオ・ラビート ホット ニュースとよたホリデー	10/18、10/19 午 前11時30分～	エフエムとよた(株)
16	新聞	レビュー	中日新聞 開幕記事	10/4 朝刊 p.17	中日新聞社
17	新聞	レビュー	朝日新聞 開幕記事	10/12 朝刊 p.19	朝日新聞社
18	新聞	レビュー	矢作新報	10/10	矢作新報社
19	新聞	レビュー	新三河タイムス	10/31 p.1	新三河タイムス社
20	新聞	レビュー	とよたみよしホームニュース	10/24	中日新聞豊田みよし販売店会

(参考) ポスター・チラシ送付先

全国の美術館等 515 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

* 愛知環状鉄道 新豊田駅



* 名古屋鉄道 豊田市駅



* Instagram 広告



* Tokyo Art Beat



* Kelly11月号



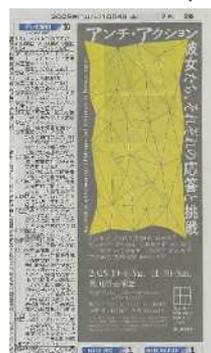
* ステッカー広告



* 朝日新聞 (10/3 朝刊)



* 朝日新聞 (10/4 朝刊)



* 朝日新聞 (10/18 朝刊)



* 朝日新聞 (10/12 朝刊)



* 朝日新聞 (10/18 朝刊)



■アンケート

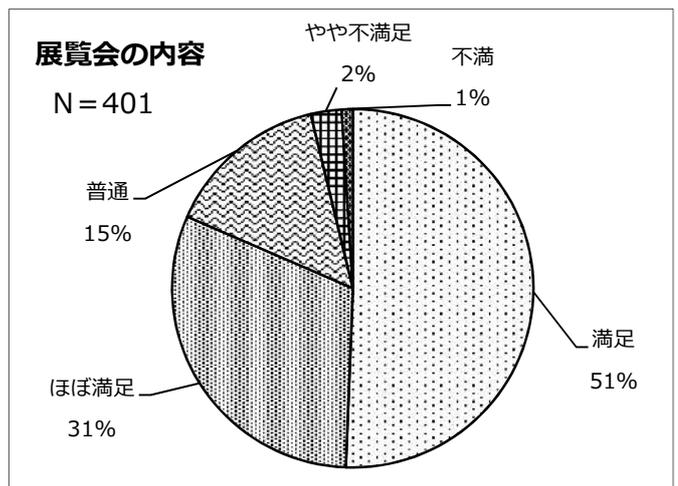
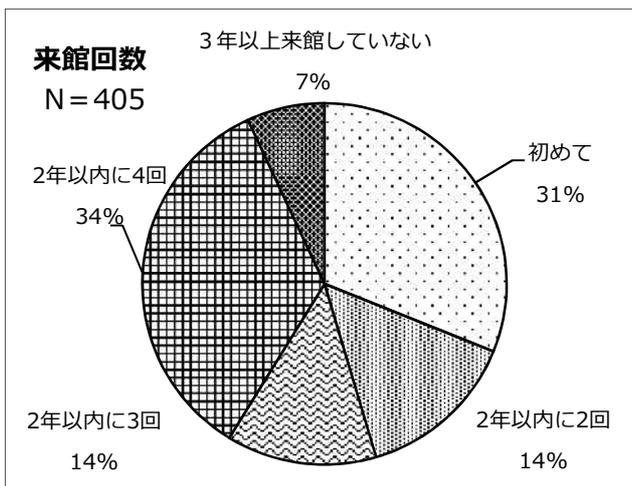
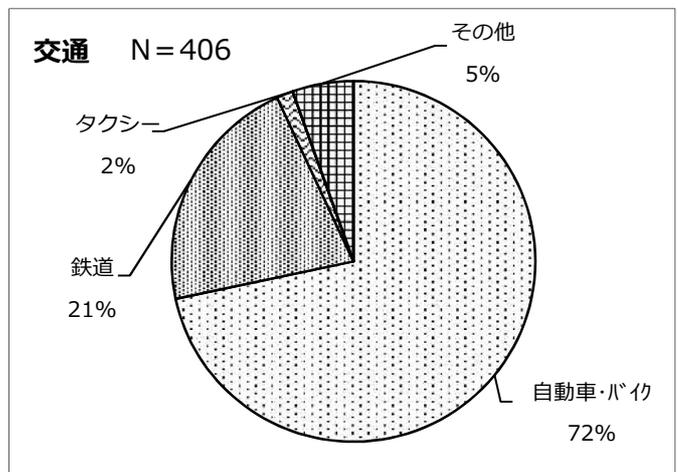
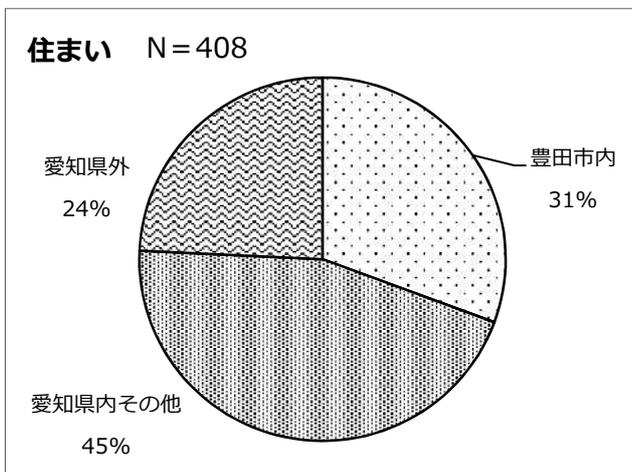
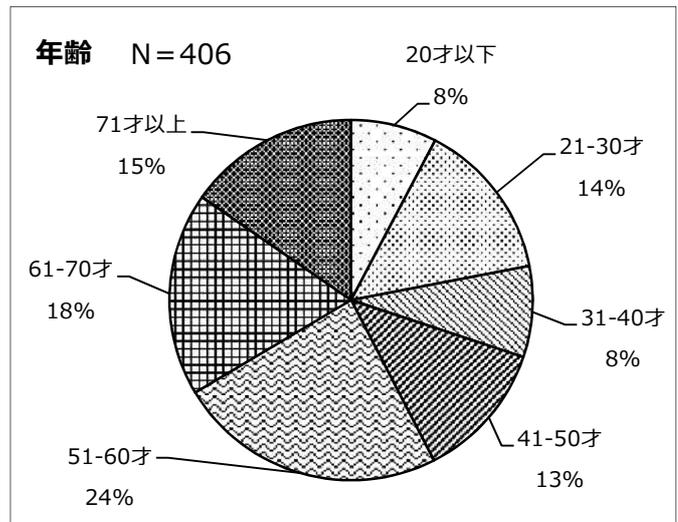
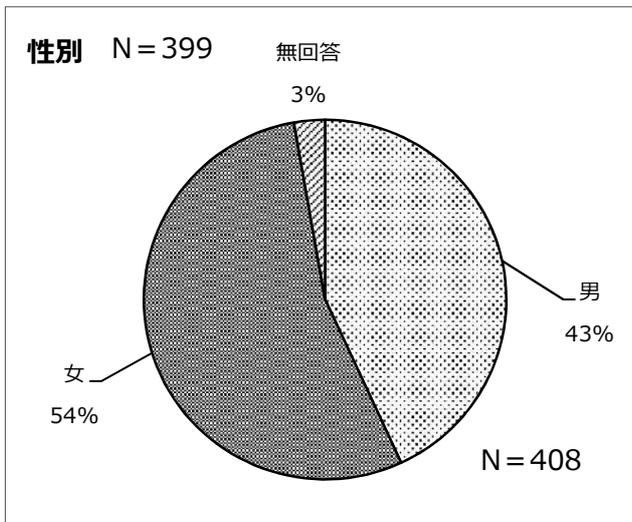
調査日：10月4日（土）～11月30日（日）

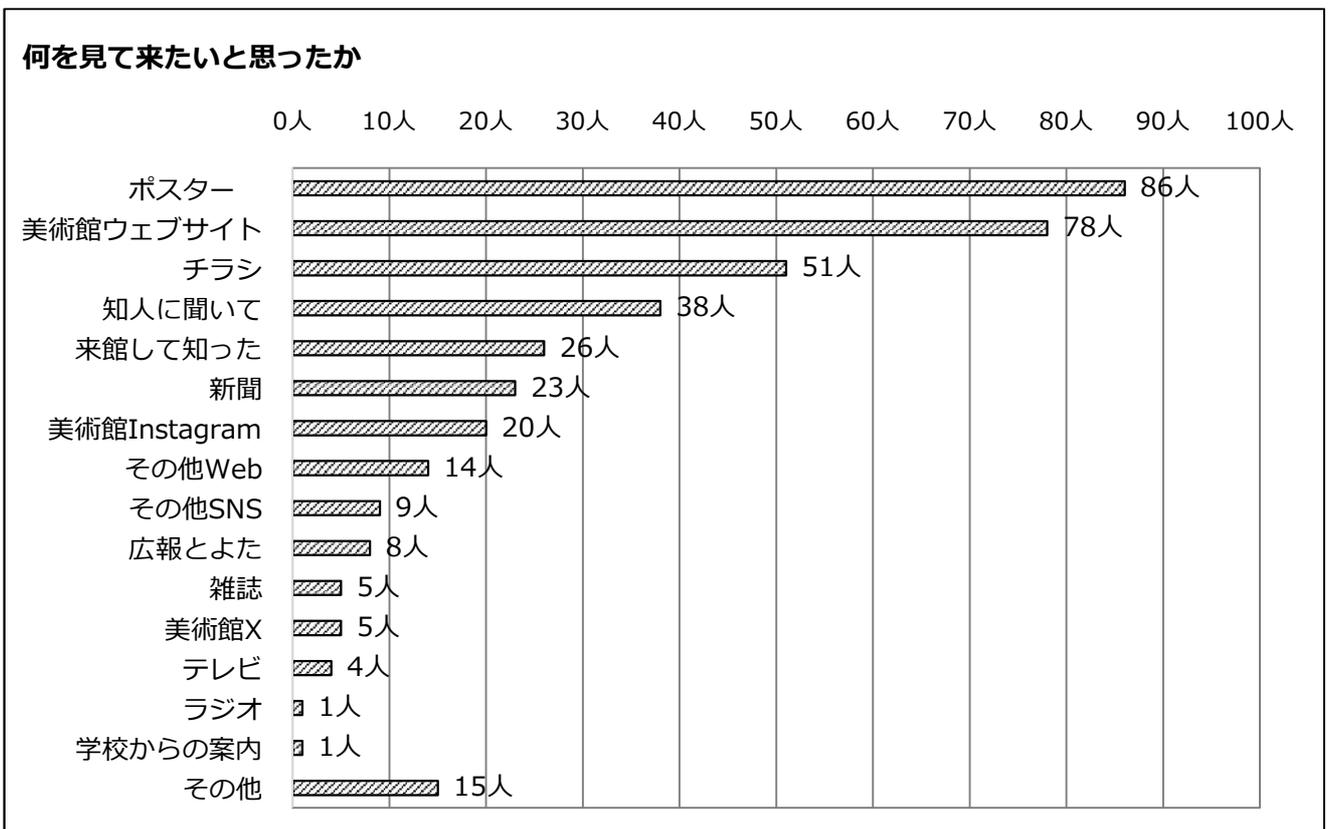
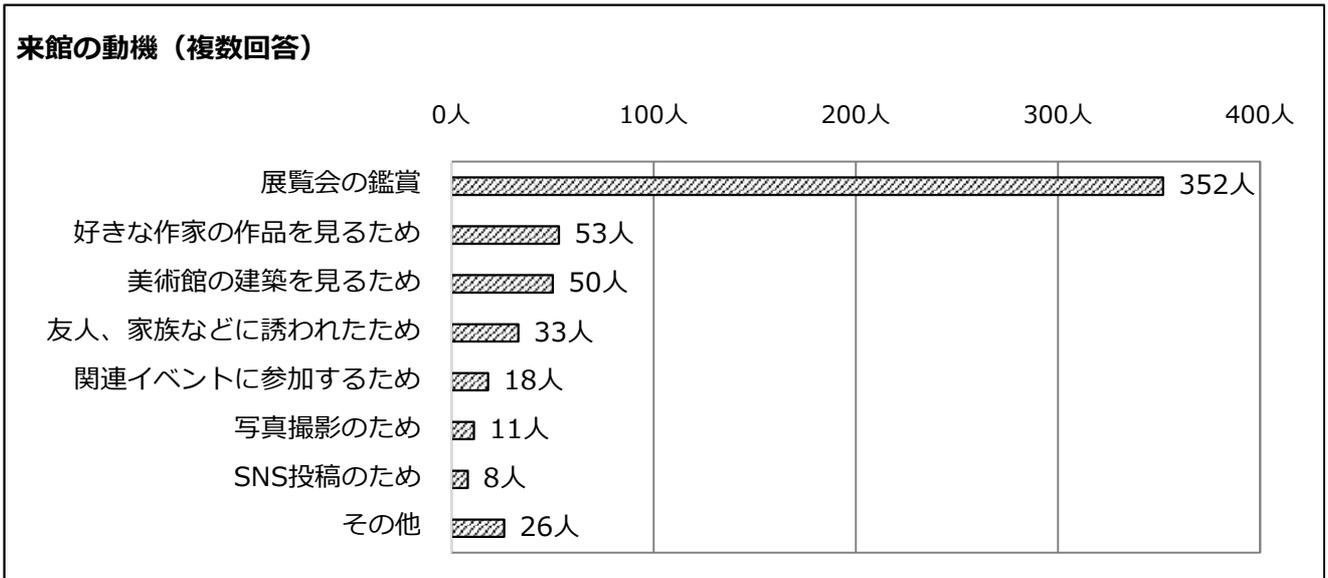
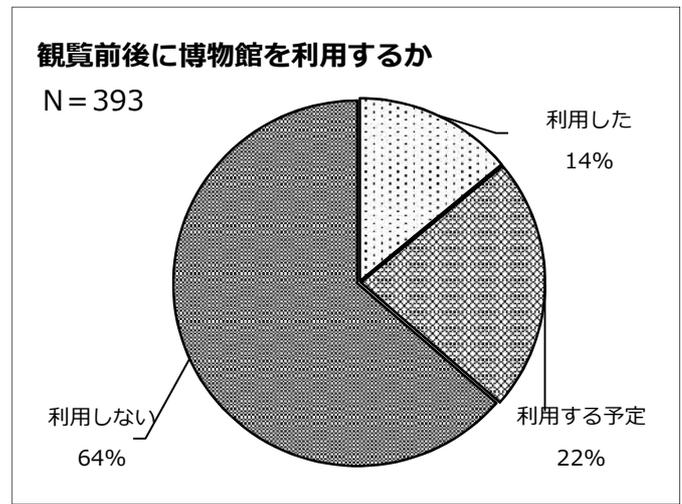
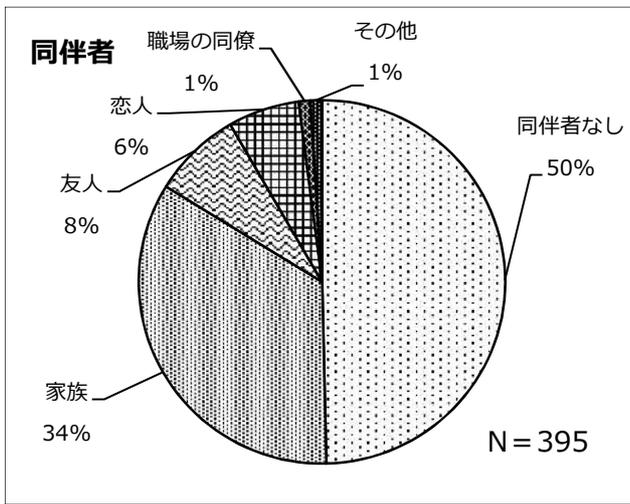
調査場所：チケット発券時に手渡しし、エントランスに設置の机にて任意記入。

集計枚数：414枚

【アンケート結果より】

- ・過去2年ほどの展覧会と比較して、男性の割合がやや高かった。
- ・50歳以上の割合が半数を超えており、中高年層が圧倒的な割合を占めていた。
- ・居住地は、豊田市内の割合が平均より若干高かった。（平均：市内25%、県外25%）
- ・交通手段は、それぞれ平均的な数値であった。
- ・「2年以内に4回以上」来館したと回答した人の割合が非常に高かった。（通常：25%以下）
- ・「何を見て来たいと思ったか」では珍しく「ポスター」が最も多く、共催者である朝日新聞の掲載効果により「新聞」の回答数も通常と比較して多かった。





※参考

県内その他		県外		海外	
名古屋市	61 人	東京都	11 人	スイス	1 人
岡崎市	17 人	岐阜県	24 人		
日進市	5 人	三重県	10 人		
豊橋市	9 人	静岡県	13 人		
安城市	9 人	大阪府	9 人		
みよし市	6 人	兵庫県	5 人		
瀬戸市	5 人	京都府	3 人		
知立市	5 人	その他	15 人		
その他	40 人				

■成果指標

※評価（達成率）…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	達成率	評価	分析
1	観覧者数	18,000 人	13,243 人	73.5%	B	目標には達しなかったが、1 日あたりの平均人数は、ここ 2 年で開催された現代美術のグループ展の中では最も多かった。今後、本展と同様会期の短い巡回展における広報戦略に課題が残った。 【参考】1 日あたりの平均人数 吹けば風 244 人（81 日） 未完の始まり 209 人（95 日） しないでおく、こと。 220 人（94 日）
2	図録購入	900 冊 (購買率 5%)	321 冊 (購買率 2.4%)	48.4%	C	展示室で配布した ZINE が読みやすく、内容も充実しており、さらに作品リストには関連図も掲載していたため、一定数以上の来館者が、それら無料配布物で満足したと考えられる。
3	来館者の年齢別割合	近年の展覧会では若年層が多かったため、中高年以上にもリーチし取り込む 50 代以上 5 割	50 代以上 57%	107%	A	アンケート結果から、50 代以上が過半数を占めていた。主に新聞広告や、Instagram 広告でもターゲットとしたことも影響していると考えられる。



【参考】ZINE について

- ・全 14 種類
- ・図録に載っていない内容
- ・展示室のみで配布
- ・文庫本と同程度のサイズ