

「ブルックリン博物館所蔵 特別展 古代エジプト」掘り起こせ、三千年の謎 開催結果について

【総括】

- ・ 豊田市博物館初の海外作品を出品する巡回展として開催された。本展は、森アートセンターギャラリー（東京都）を皮切りに全国を巡回するもので、ブルックリン博物館が誇る古代エジプトコレクションから、彫刻、棺、宝飾品、土器、パピルス、人間やネコのミイラなど約 150 点の作品を展示した。
- ・ 本展と同時期に豊田市美術館で「モネ 睡蓮のとき」が開催され、来館者の約 60%程度が両館を訪れている。また両展覧会にあわせて、一般社団法人ツーリズムとよたによる「モネプラタリー」など、市内滞在及び周遊を促進するための取組が行われ、地域全体での盛り上がりを見せた。
- ・ 常設展示室及びとよはくアクアリウムでは展示作品に関係する昆虫標本や岩石標本、魚類を展示し、総合博物館である豊田市博物館ならではの視点を加えた。
- ・ 来場者数は 133,916 人と、目標の 54,000 人を大きく上回り、入場待ち時間が 90 分を超えることもあった。一方、有料率は 72.5%と、想定有料率 80%を下回った。

- ◆ 展覧会名 「ブルックリン博物館所蔵 特別展 古代エジプト」掘り起こせ、三千年の謎
- ◆ 会 期 令和7年6月28日（土）～9月7日（日） 64日間
- ◆ 会 場 豊田市博物館
- ◆ 開館時間 10：00～17：30（入場は17：00まで）
- ◆ 観 覧 料 当日券：一般 2,300 円 高校生・大学生 1,200 円 中学生以下 無料
- ◆ 休 館 日 月曜日（7/21・8/11 は開館）
- ◆ 主 催 ブルックリン博物館、豊田市博物館、中京テレビ放送
- ◆ 協 賛 DNP 大日本印刷
- ◆ 協 力 名古屋大学、日本航空、一般社団法人 Platoo、ヤマト運輸、World Scan Project、TSP 太陽、あいち豊田農業協同組合
- 観覧者数 133,916 人（1 日平均 2,092 人、有料率 72.5%）
- 図録販売 4,062 冊（購入率 3%） 販売価格：3,080 円



■関連事業 監修者 河江肖剰氏 講演会
 日時：6月28日（土） 参加者 99名
 場所：豊田市博物館 セミナールーム

■コラボメニュー（カフェ mitsubachi）

古代 museum cafe TAKE OUT OK mitsubachi

古代エジプト展 SPECIAL MENU

エジプトの庶民的なソウルフード
コシヤリ 880 (税込)
 現地の名産で「混ぜる」という意味があり、米、マカロニ、スパゲッティ、レンズ豆、ひよこ豆などを混ぜ合わせ、トマトソースとフライドオニオンをトッピングした料理です。

エジプトで伝統的に受け継がれてきた料理
ムサカ 1,200 (税込)
 タミンシードとコリアンダーのスパイスの効いたオニオンを使ったミートソースに濃い赤い赤いソースをかけた料理です。

エジプトでは定番のデザート
ライスプリン ~ローズ・ビ・ラバン~ 400 (税込)
 米を牛乳で柔らかくなるまで煮込み、砂糖やシナモンで仕上げたお菓子。ローストしたココナツと一緒にどうぞ。

エジプトの神様メジエド様がモチーフ
ガトメジエド 580 (税込)
 ミュージアムカフェmitsubachiの定番のお菓子ガトワークエンドがメジエド様に変身。

クレオパトラが愛した!?
モロヘイヤスープ 700 (税込)
 とろっとした喉越しに、スパイスとニンニク香るモロヘイヤスープを特製スープにアレンジ。

爽やかな香りがエジプトで人気
アイスミントティー 500 (税込)

古代エジプト展コラボ企画 古代エジプト展のチケットをレジで提示すると、カフェドリンクメニューが100円引になります
※他の割引サービスとの併用不可

■ 広報事業実績

- ・ 有料広告については、駅広告、新聞広告、WEB 広告、インフルエンサー広告を行った。
- ・ 公式 X・Instagram 及び博物館 Instagram 上で頻回の更新を行い（期間中公式 X は約 75 回、公式 Instagram 約 40 回更新）、SNS を多く見る世代へのアプローチを試みた。結果として、24%が SNS の閲覧を通しての来館となった。
- ・ その他の来館契機は HP が 27%、テレビが 12%であり、中京テレビによる生中継や各番組での告知が効果的であったと考えられる。

	媒体	媒体種別	タイトル	掲載日（放送日）	発行（放送）
1	テレビ	情報番組	カミング	3月12日～8月15日 計4回	中京テレビ
2	テレビ	情報番組	チケット！	4月10日～9月4日 計28回	中京テレビ
3	テレビ	天気予報番組	天気フィラー	4月7日～8月18日 計14回	中京テレビ
4	テレビ	特番	世界まる見え！テレビ特捜部特別版×古代エジプト展 SP	7月19日 13:30～30分間	中京テレビ
5	テレビ	情報番組	凸（トツ）	6月27日～8月8日 計5回	中京テレビ
6	テレビ	情報番組	キャッチ！	6月27日 生中継	中京テレビ
7	テレビ	情報番組	ぐ～たくさん	7月13日	中京テレビ
8	テレビ	情報番組	あさドレ	7月4日	中京テレビ
9	テレビ	CM	モネセット券 エジプト単体	3月31日～5月31日 計54回 3月31日～9月7日 計67回	中京テレビ
10	テレビ				ひまわりネットワーク
11	新聞	テレビ欄	展覧会告知	6月28日	中日新聞
12	交通広告	ポスター	地下鉄 64 駅に設置	6月2日～8日 6月23日～29日	名古屋市営地下鉄
13	交通広告	ポスター	金山総合駅と地下鉄間のエスカレーター壁面に設置	6月23日～7月6日	JR、名鉄、名古屋市営地下鉄
14	交通広告		ビッグウォールと柱巻8本	6月30日～7月6日	名古屋市営地下鉄
15	コンビニ	店内広告	店内ポスター	4月8日～14日、4月15日～21日、 5月27日～6月2日、7月22日～28日	ローソン
16	コンビニ	店内放送	店内放送	4月15日～21日、5月27日～6月2日、 7月22日～28日	ローソン
17	WEB	WEB 広告	GDN Instagram	6月13日～26日	
18	WEB	インフルエンサー広告	TikTok Instagram	どこいく愛知県民 7月4日投稿 やまたび 7月7日投稿	
19	WEB	プレスリリース	@プレス	掲載数 84 件 (12,918,402 円)	広告換算値合計

(参考) ポスター・チラシ送付先

- 全国の博物館等 179 件
- 市内公共施設 285 件 (市内小中学校・交流館・支所含む)
- 高校・大学等 27 件
- その他 351 件

■ 平日入館促進対策

7/1～愛知限定デザイン! Blue Hippo ステッカーを配布 (HP、X で告知)

- ・平日の入館を促進するため、青いカバをデザインしたステッカーを 1 枚/人プレゼントし、休日の混雑を緩和する施策を実施。デザイン 6 種類合計 30,000 枚

■ 駐車場対策

- ・臨時駐車場の設置 (旧エコフルタウン跡地) : 駐車台数約 400 台
稼働日 : 7 月 19 日～9 月 15 日 (53 日間) 平均利用台数 225 台
- ・豊田市民文化会館との相互利用
- ・中心市街地フリーパーキング認証回数 2,882 回 (31)
※ () は前年同期の実績
博物館 : 2,146 回 (9 回)、美術館 : 736 回 (22 回)
- ・タクシー協会との連携 : 美術館東口で待合を設置



■ シャトルバスの運行

- ・運行区間 : 臨時駐車場～豊田市美術館庭園 (無料)
運行日 : 7 月 19 日～土日祝日、お盆期間、9 月全日、33 日間、各日 2 台 (1 日 26 便)
全日乗車人数 : 17,456 人、平均 529 人/日、1 便平均 20 人
- ・運行区間 : 豊田市駅～豊田市美術館庭園 (産業振興課、博物館、モネ展実行委員会)
運行日 : 土日祝日 29 日、お盆期間 4 日、各日 2 台 (1 日 18 便)、
全日乗車人数 : 9,356 人、平均 284 人/日、1 便平均 16 人
運賃 : 片道 : 大人 200 円、小人 100 円



■ 魅力創造部・産業部との連携

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の取組において、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 睡蓮のとき		古代エジプト展	
日帰りプラン	宿泊プラン	日帰りプラン	宿泊プラン
56 件	55 件	5 件	38 件
111 件		43 件	

③ 「モネPt」 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】

スタンプラリー参加者数 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

knot (Riso) : 163 人、まめあん : 115 人、花遊庭 : 111 人

Bullshit : 83 人、満福支店 : 163 人、スイートコーンズ : 181 人

ヴェルデロッソ : 79 人、香嵐溪一の谷 : 46 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緑陰歩道での取組【文化振興課（文化振興財団）】

- ・「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）
- ・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

⑥チケット&観覧記念券サービスの実施【まちなか宣伝会議】

参加店舗数：40 店舗

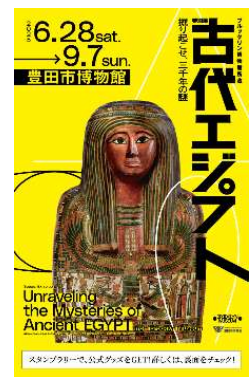
⑦フォトスポットの設置【まちなか宣伝会議】



コモ・スクエア 1F
エントランス



T-FACE A 館 6 階連絡通路



観覧記念券

■アンケート

調査日：6月28日（土）～9月7日（日）

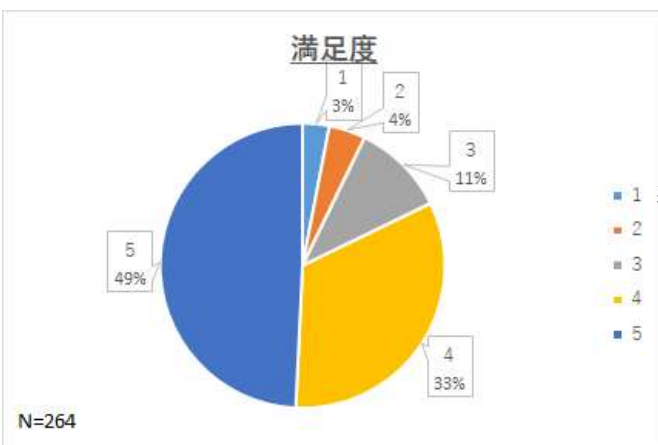
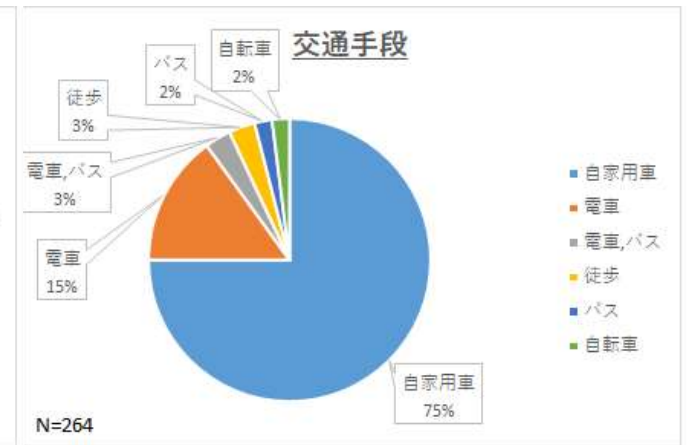
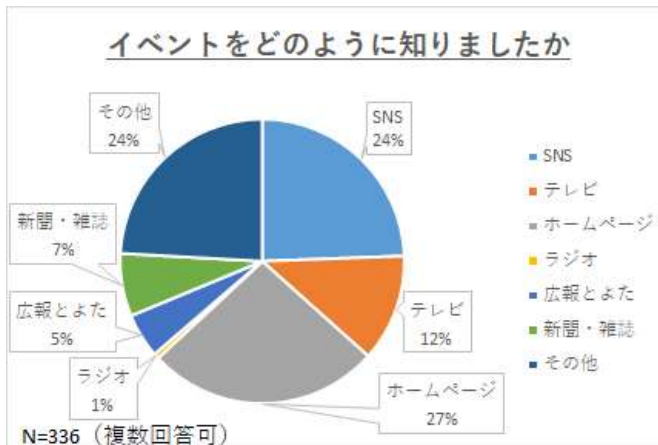
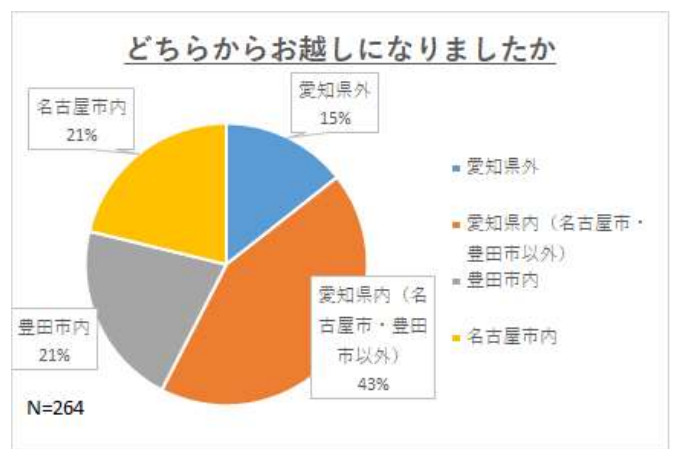
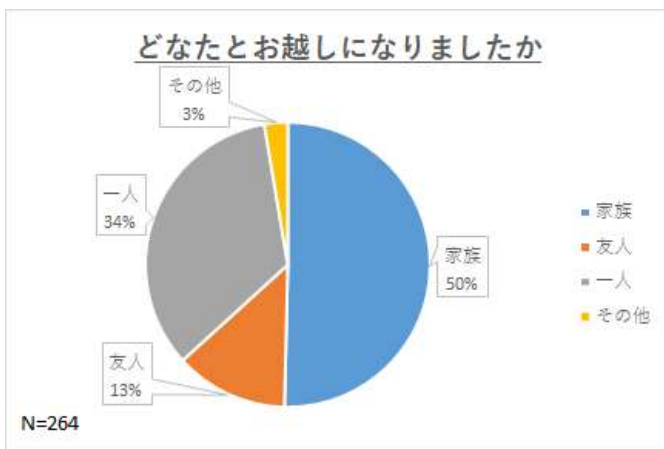
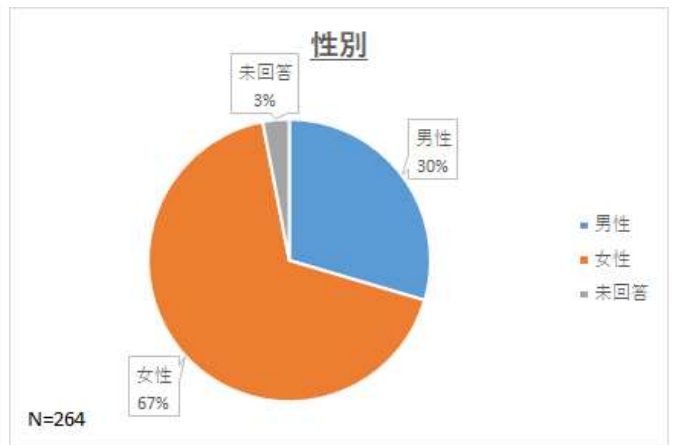
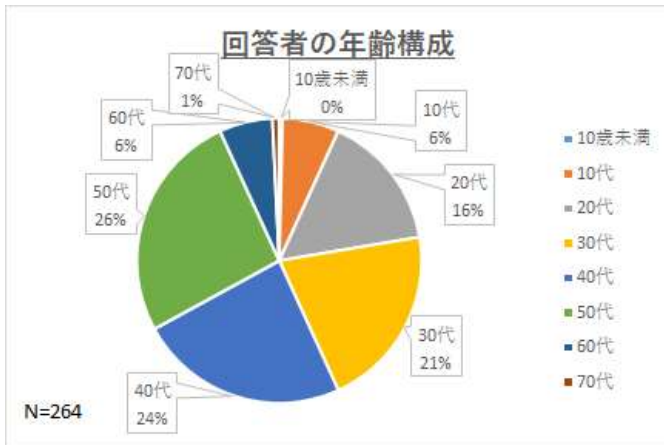
調査方法：展示室出口にQRコードを表示し、WEBにて自由回答

回答数：264件

【アンケート結果より】

- ・回答者の年齢構成を見ると、20～40代で過半数を超え、家族で来館した人が50%であった。
- ・市内・市外比は、豊田市内21%と、前回巡回展「特別展「和食～日本の自然、人々の知恵～」」の36%と比べて、市外者の来館が多い傾向となった。
- ・本展を知ったきっかけとしては、SNSとホームページで過半数を超え、インターネット経由での周知に効果があったことがわかる。
- ・5段階評価による満足度は、5ないし4と回答した来館者は82%であった。2ないし1と回答した来館者19人のうち、17人が理由として、駐車場や展示会場内の混雑と誘導に対する不満、展示会場内の私語の多さに対する不満等、想定以上の来館者があったことに起因する混雑対応に関するものを挙げている。今後、同規模の展覧会を開催する際には展示作品点数や動線、入場日時指定の導入等を検討できるとよい。

◆集計結果 (グラフ)



■ 成果指標

※評価（達成率）…S（目標値の110%以上）、A（標準、90%~110%）、B（70%~89%）、C（70%未満）

	項目	目標	実績	達成率	評価	分析
1	観覧者数	54,000 人	133,916 人	248%	S	当初の想定入場料と、実行委員会の負担金との損益計算で目標人数を54,000人と設定した。同時期開催の美術館「モネ 睡蓮のとき」との相乗効果もあり、想定を大きく超える来館者があった。
2	満足度	5段階評価における平均値「4」	平均値「4.21」	105%	A	会場の混雑に対するマイナス評価があった一方で、展示内容・音声ガイドに対する満足度が高かった。
3	図録販売	1,620 冊	4,062 冊	251%	S	当初の販売予定数は販売率 3%と考え、1,620 冊であったが、観覧者数に比例して販売数も増え、その他のグッズと共に追加発注を行った。