

平成29年度 アーツ前橋 事業企画総括表【展覧会】 事前記入(ねらい)

館の共通目標	多様な団体や市民と連携した取り組みにより、市民の芸術文化意識の向上を図るとともに、中心市街地におけるにぎわいを創出します							
細事業別目標【展覧会】	「地域の資源(作家、収蔵品、文学)」を活用することで独自性の高い企画をおこなう。美術以外の分野(社会課題、文学、身体表現)との関わり方は探索段階で、継続の仕方をよく検討していきたい。							
展覧会名称	Art Meets 04 田幡浩一／三宅砂織	加藤アキラ 孤高のプリコロール	コレクション展 新収蔵作品を中心に	コレクション+ アートの秘密 私と出会う5つのアプローチ	ヒツクリコ ガツクリコ ことばの生まれる場所	コレクションⅡ展	身体の芸術展	
会期・日数	2017/3/18－2017/5/30 65	2017/3/18－2017/5/30 65	2017/6/15－2017/9/26	2017/7/21－2017/9/26	2017/10/20－2018/1/16	2018/2/2－2018/3/4	2018/2/2－2018/2/26	
場所	ギャラリー1	地下ギャラリー	ギャラリー1	地下ギャラリー	全ギャラリー	ギャラリー1	地下ギャラリー	
学芸担当者	五十嵐	吉田	辻	辻	今井	忠	五十嵐	
記入日	2017/3/17	2017/3/17	2017/9/22	2017/9/22	2017/9/22	2017/9/22	2017/9/22	
【目的・目標】 ・何をやりたいか。 ・ビジョン、波及効果	中堅作家を紹介して活動を支援し、知名度の向上を目指す。	地域作家の業績を振り返り、高め上げることで次世代に繋げ、作品価値を高める。	新収蔵作品を周知すると共に、収蔵品を活用して認知を図り、資産価値の向上とシビックプライドの醸成に繋げる。	鑑賞ツールの導入や対話による鑑賞ツアーを実施し、鑑賞のあり方を再度問い直すことで、美術愛好者の裾野を広げる。	「ことば」について文字と美術の表現を通じて、人間と言葉の関係や言葉の始原的な役割を考える。	収蔵品の活用と認知を図り、資産価値の向上とシビックプライドの醸成に繋げる。	美術のみならず表現方法の多様な可能性を紹介することで、芸術文化施設としての存在基盤を固める。	
【①投入】 予算	2,220千円 輸送、設営を加藤展と同一で実施	9,896千円 輸送、設営を加藤展と同一で実施	990千円	7,395千円	23,800千円	1,305千円	1,400千円	
【②内容・活動】 事業の概要	見ることから広がる想像力をテーマに、国内外で活躍する中堅作家2名(田幡浩一／三宅砂織)を紹介する。	群馬を離れず創作活動を続けてきた加藤アキラ(79歳)の、初期から新作まで、これまでの活動を一挙で紹介する。	新収蔵作品を含むアーツ前橋の所蔵品を中心に、これまで展示する機会が少なかった作品を紹介する。	所蔵品に県内からの借用を加えて、作品鑑賞を楽しむ方法を紹介。展示作品数を絞り、ひとつひとつの作品とじっくり向き合うプログラムを実施	前橋文学館との共同企画展として「ことば」をテーマに書から現代作家までを紹介する。街なかの回遊性を高めるプログラムも予定。	新収蔵作品を含むアーツ前橋の所蔵品を、作品の背景とともに紹介する。	演劇、ダンス、音楽など身体表現に関わる表現を、多岐にわたり紹介する。	
主な取り組み ・広報戦略 ・新たな試み	1.ワークショップでの工夫	1.プロモーション動画の制作 2.関連イベント田中浜「物とカラダの間で」実施	1.近隣商店街や町内会の掲示板に掲出しやすい用にA3ポスターを製作	1.鑑賞ウォーミングアップツールの設置 2.対話による作品鑑賞ツアーの実施や、展覧会体験を振り返るさまざまな工夫 3.ダンサーの美術作品の展示	1.高校生や子どもとの事前WSによる協働から広報動画を制作 2.話題性の高い執筆者が参加するコンセプトブックの制作 3.市内図書館と連携した広報活動	1.従来展示されていない作品の選定を検討 2.作品の特質を生かした展示構成 3.作品解説キャプションの充実	1.市民が参加可能なWSや公演の実施 2.演劇×ダンスなど、普段行われないコラボレーションの実施 3.美術関係者以外への広報	
【③結果】 数値目標								
入場・参加者数	5,500人	5,000人	5,000人	4,000人	7,000人	2,000人	(200人×6回)	
展覧会満足度	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	
観覧料収入目標	-	900千円	-	450千円	910千円	-	-	
質的(定性)目標								
【④成果】 期待に対する結果 ・観覧者層のターゲット ・ねらい	ターゲット:若者、美術になじみのない方 1.新たな顧客の獲得 2.鑑賞体験の広がり	ターゲット:若者、美術関係者 1.新たな顧客の獲得 2.地域作家を紹介 3.展覧会に連動した地域美術史の探求	ターゲット:市民、美術愛好者 1.所蔵品の文化的価値の提示、再評価 2.市民にとって身近な美術鑑賞の場としての役割を担う	ターゲット:市民、美術愛好者、親子連れ 1.鑑賞体験の広がり 2.美術館を身近に感じてもらう 3.多様な視点や感覚の獲得	ターゲット:親子連れ、アートファン、高校生 1.他施設との連携による新たな顧客の獲得 2.分野横断的なテーマ理解 3.事前WSなどによる市民との連携	ターゲット:近隣住民、美術関係者 1.所蔵品の文化的価値の提示、再評価 2.市民にとって身近な美術鑑賞の場としての役割を担う	ターゲット:演劇、ダンス、音楽関係者、県内在勤在住在学の者 1.新たな顧客(演劇等)の取り込み 2.幅広い芸術体験の提供	
特記事項 ・助成 ・委員会形式 ・巡回展					千客万来事業補助金、自治総助成		身体の芸術推進実行委員会	

備考

定員設定の無いイベントは含まない(イベント参加率は、個別評価に併せて削除(9/9))

展覧会満足度:アンケートに、「満足」、「やや満足」と記入があった割合とする。未記入等は分子及び分母に含まない。
収入見込み:青坪展:825800/3520 森展:424800/3800 倉展:836800/4918