

住 所 名古屋市 中区 金山町 1 丁目 1 番 1 号
法人名 公益財団法人名古屋国際芸術文化交流財団

平成 28 年度事業計画書

I. 名古屋ボストン美術館の運営に関する事業

(愛知県民に米国ボストン美術館の世界的コレクションや国内美術館の名品を鑑賞する機会を提供する事業)

1. 展覧会事業

(1) 展覧会の開催

【平成 28 年度開催の展覧会】

- ① 「ルノワールの時代 近代ヨーロッパの光と影」
平成 28 年 3 月 19 日(土)～平成 28 年 8 月 21 日(日) (平成 27 年度から継続)
- ② 「ボストン美術館所蔵 俺たちの国芳 わたしの国貞」
平成 28 年 9 月 10 日(土)～平成 28 年 12 月 11 日(日)
- ③ 「MOA 美術館所蔵 吉田博 木版画展 ノスタルジック・ヨーロッパ 叙情の風景」
平成 29 年 1 月 14 日(土)～平成 29 年 2 月 26 日(日)
- ④ 三菱東京 UFJ 銀行貨幣資料館所蔵 「歌川広重 東海道五拾三次」
平成 29 年 3 月 18 日(土)～平成 29 年 5 月 14 日(日) (平成 29 年度へ継続)

(2) 展覧会の企画及び準備

- ① 平成 28 年度以降開催展覧会の企画・準備作業(米国ボストン美術館との協議を含む)
- ② 「企画展検討委員会」の開催

2. 教育普及事業および情報提供事業

(1) 教育普及事業

- ① 展覧会にかかわる図録・音声ガイド・映像ソフト制作
- ② 開催展覧会に合わせた鑑賞用資料の制作
- ③ 開催展覧会に関連したプログラム(ギャラリーガイド、幅広い層向けのプログラム等)の実施
- ④ 米国ボストン美術館と連携した教育普及イベントの実施
- ⑤ 大学等教育機関および他美術館との協力事業の企画・実施・参画

- ⑥ 子どもを対象にした教育活動
- ⑦ 展示作品のデータベース化/展示作品情報の整理・活用
- ⑧ 図書コーナーの活用
- ⑨ 館内マナーアップ啓発活動の実施
- ⑩ 近隣を中心とした国内美術館との展覧会図録、紀要等の資料交換
- ⑪ 活動記録の制作・発信

(2) 情報提供事業

- ① チラシ、ポスター、プレスリリースの制作・配布
- ② インターネットによる情報発信の強化(ホームページ、SNS(Facebook ページ)、メールマガジン等)
- ③ 親しみを感じて頂くためのツールとして、美術館ニュースの発行
- ④ 各国関係機関(アメリカンセンター、アリアンス・フランセーズ 等)と連携し、展覧会に関連する情報を提供

3. 調査研究

以下の項目について、関連する機関(美術館、博物館、大学、学校等)の専門家と連携しながら進める。

- ① 展覧会開催のための調査研究
- ② 美術品の保存に関する調査研究
- ③ 教育普及事業充実のための調査研究
- ④ 展覧会開催、調査研究に必要な図書資料の収集・整備
- ⑤ 関連機関開催の研修会等への参加

4. 広報宣伝および販促活動の強化

(1) 展覧会別の施策

各展覧会のテーマ・特色を分かりやすく、正確に伝え、様々なイベントにより集客に繋げる。

- ① 主催メディアを含むマスコミとの連携による広報活動(新聞広告、CM 等)の強化と取材依頼の継続。
- ② 魅力ある講演会・イベントの企画立案とタイムリーな実施。
- ③ GW や夏休みなどの集客対策。
- ④ インターネット(ホームページ、SNS、メールマガジン)による情報発信。
- ⑤ 他館との共同企画や販促活動。

(2) 媒体別の施策

- ① テレビ:展覧会主催局や協力局などを通じた CM 情宣、開会式取材によるニュースでの告知、番組での紹介を推進。
- ② 新聞・雑誌:展覧会の主催、共催新聞社への広告や記事の掲載。各展覧会と新聞社等マスコミとの連携やイベントの告知。

- ③ 交通広告:各交通機関等の協力による主要駅・車内でのポスター掲出、チラシ設置。
- ④ WEB サイトの充実:展覧会の見どころ紹介、イベントの告知・募集情報など関連情報の発信。米国ボストン美術館の情報提供。SNS、ブログなどによる関連情報の発信。
- ⑤ その他:アンケート実施による来館者動向の調査。記者クラブ(月1回)における展覧会や各種イベントの情報提供。

(3) 外部団体等との連携

① 団体関係

美術館友の会、文化センター等へのサービス、事前案内、資料配布などのPR強化。

② 学校関係

愛知県下公立小中学校教員への特別鑑賞期間の実施。市内校長会・私立小中学校等への展覧会周知並びに校外活動としての美術館訪問推進。学校法人賛助会員向け特別鑑賞会の実施。

③ 近隣施設との連携

名古屋港水族館、名古屋テレビ塔、ランの館、名古屋城等との連携事業への参加による集客対策。近隣美術館、名古屋市関係施設等他施設とのポスター、チラシ相互設置。名古屋観光コンベンション、近隣ホテル、商店街、団体、事業所等との集客施策、共同イベントの開催。

(4) 販売活動の強化

① 愛知県の近隣地区(日帰り圏内)へのPR及びセールス強化

対象地域:岐阜、三重、静岡(静岡以西地区)、北陸圏、関西圏

② 旅行代理店、運輸会社への団体・企画募集誘致の為の訪問セールス強化

5. 寄附・賛助金募集活動

当財団の財政基盤強化のため、個人メンバーシップ、法人賛助会員の維持・増強を図る。

① 個人メンバーシップ

会員数 : 3,300名 (平成29年3月末見込み)

② 法人賛助会員

加入口数 : 660口 (平成29年3月末見込み)

6. 管理運營業務の一層の堅実化と効率化

- ① 入館者が安心して、また安全に作品鑑賞できるための保守・警備体制の確立
- ② 警備員との連携、警備システムの充実による作品保護の体制堅持
- ③ 展覧会制作・設営スケジュール・搬送作業の効率化によるコストダウンを図る
- ④ 業務見直し等による効率化、経費支出のより一層の圧縮

II. 国際的な芸術文化に接する機会を提供する事業

米国ボストン美術館と連携した日米アート交流プログラムや、教育普及イベント等について積極的に実施。また、ボストン美術館芸術大学(SMFA)と連携した共同プロジェクトを実施。

III. 地域文化の振興を図るため、シンポジウム、講演会等を開催する事業

展覧会開催のタイミングに合わせた各種講演会、レクチャー等を積極的に実施。

IV. 財団財務基盤強化のための事業

財団資金の効率的な運用強化と安全性の確保

- ① 公共債等安全かつ確実性の高い投資対象を中心に、長短バランスの取れた管理運用の実施
- ② 米国ボストン美術館宛て米ドル建て実需の範囲内での外貨運用を実施

V. その他事業

売店(ミュージアムショップ)事業(委託)の販売促進、運営の安定化

- ① より魅力的な定番商品として名古屋ボストン美術館オリジナルグッズや、展覧会ごとに企画するオリジナルグッズの商品開発、米国ボストン美術館にしかないオリジナルグッズの輸入による品揃えの充実
- ② 関連書籍や名画をモチーフしたグッズ、オリジナルポストカードなど、美術館ならではの幅広い商品展開
- ③ その他、パーソナルギフトや夏休み、クリスマス、お正月など、シーズンに合わせたイベント関連商品の提案
- ④ 巡回展時等、特設店舗の積極展開
- ⑤ 財団と委託先(名鉄百貨店)との間での経営協議会、運営協議会の定期開催

以上