

9グループ(美術館)

笹原	一起
河合	洋平
銭井	秀予
鈴木	茂允
小木	芳恵
野路	祥弘

ぬり絵展示中



営業力向上研修(実践編)営業行動報告 9グループ

1. 営業対象施設
2. 聴き取り調査の概要・分析
3. 営業行動概要
 - ①営業実施日
 - ②営業場所
 - ③営業対象者(選定理由)
 - ④活動内容
4. 営業行動の成果
5. 企画や実践の成功点および要改善点
6. 今後の文化施設が行う営業活動への提案

1. 営業対象施設

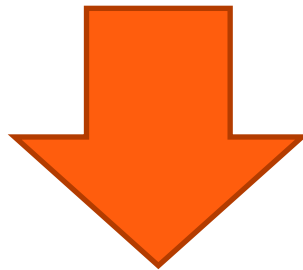
- 福井県立美術館(空前絶後の岡倉天心展)
日本を代表する国際人、岡倉天心(本名:覚三 1863-1913)は急激な西洋化の波が押し寄せた明治時代にあって、東西両方の美術文化に明るく、文化行政官、美術指導者、思想家として国内外に大きな足跡を残した。



2. 聴き取り調査の概要・分析

聴き取り調査

- ・岡倉天心展は観覧者数2万2000人を目標
- ・過去2回天心展を開催しており、年配の来場者が多かった。
- ・ミケランジェロ展では子供が多く来館。出前授業の実施や、趣旨に理解のある学校に割引券を配った。



分析結果

- ・天心展では年配の来場者が多く、低年齢層は少ない予想。
- ・小学校などに直接訪問し、宣伝活動をする方法は有効である。

3. 営業行動概要

①営業実施日

平成25年10月24日、25日

②営業場所

福井市内の児童館

すずらん児童館(24日)、どんぐり児童館(25日)

③営業対象者

児童館を利用している小学校低学年

(選定理由:低年齢層の集客を狙った。また、保護者の来場も狙えると考えた。)

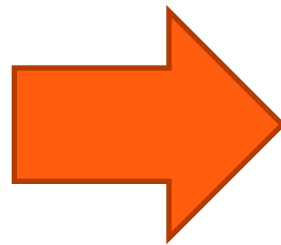
3. 営業行動概要

④活動内容

2箇所の子童館に訪問し、岡倉天心の説明と岡倉天心展で展示される作品のぬり絵をしてもらう。そのぬり絵を美術館に展示する。2箇所で目標100枚。

活動内容の理由(なぜぬり絵にしたか。)

- ・小学低学年の興味
- ・本来の色への興味
- ・美術館に展示可能



美術館への興味がわき、美術館に行きたくなる

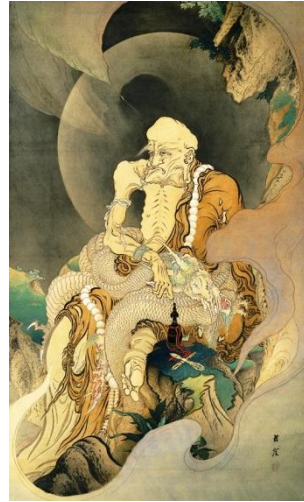
3. 營業行動概要

活動内容詳細 めり絵作成

流燈



伏龍羅漢図



毘沙門天



飛龍戯児図



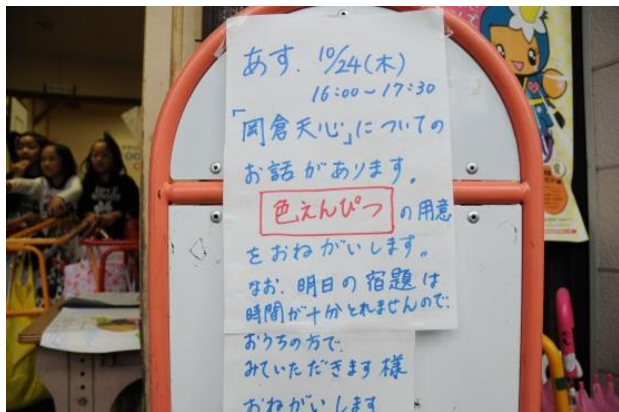
作品

めり絵



3. 営業行動概要

• すずらん児童館



3. 営業行動概要

• どんぐり児童館



4. 営業行動の成果



回収枚数

- ・すずらん児童館 41枚
- ・どんぐり児童館 41枚
- 合計 82枚

5. 企画や実践の成功点および要改善点

• 成功点

1. 児童館という人が集まる場所に訪問したことにより、ぬり絵の回収枚数を合計82枚とすることができ、これは目標値100枚に近い回収枚数であった。
2. 展示会場において、ぬり絵単独で展示するのではなくカラー紙を利用したり、動物キャラクターを用いたりするなどの飾りつけの工夫によって、ぬり絵を見に来た人は視覚で楽しむことができる。
3. 実際に会って行う打ち合わせをできるだけ多くとることやメールやSNSの利用により、場所や、時間に関わらず話し合いができ、より班員との意思疎通を可能にした。そのため、活発かつ密な議論ができた。

• 改善点

1. もっと早めの行動をすれば、より多くの児童館への訪問ができ、広報ができた。
2. 美術館に展示したぬり絵の場所についての説明が足りなかった。
3. 小学低学年には岡倉天心は難しかった様で、高学年を狙った方がよいのではないか。

6. 今後の文化施設が行う営業活動への提案

- 体験型のイベントを催す際、人が多く集まる場所に自ら訪問し体験してもらう方が参加者が多くなり、より周知が可能になる。
- 展示作品だけでなく、人物の歩み等の人物紹介で興味を持ってもらう。
- 多くのことをやろうとしすぎると中途半端になると感じたので、ポイントを絞って集中する。

ご清聴ありがとうございました。

