

事業名称	国立・都立美術館・博物館による文化財の新たな魅力発信プロモーション事業		
実行委員会	国立・都立の美術館・博物館による文化財の新たな魅力発信プロモーション事業実行委員会		
中核館	東京国立近代美術館		
	住所	〒102-8322 東京都千代田区北の丸公園 3-1	
	TEL	03-3214-2561	FAX 03-3214-2577
	ホームページ	http://www.momat.go.jp/	
構成団体	国立西洋美術館・国立新美術館・東京都庭園美術館・東京都江戸東京博物館・東京都写真美術館・東京都美術館・独立行政法人国立美術館・東京都歴史文化財団・東京地下鉄株式会社		
事業開始時点の課題分析	<p>各種調査や社会的背景から、美術館・博物館が今後持続的な発展をするために重要となるのは、若年層、夜の入館者、訪日外国人への PR だと思われる。</p> <p>若年層については、東京国立近代美術館が毎年実施している「美術館・博物館に関する意識調査」（非来館者向けネット調査※）から、20代の約半数、30代の4割以上が「美術館には全く行かない」と回答したことが確認された。美術館・博物館の敷居が高く、若年層の視点で美術館へ行ってみたいという来館動機を高めつつ、かつ作品を鑑賞する体験につながる新たな楽しみ方が提案できておらず、結果として若年層の文化的体験機会が減少していることがうかがえる。※スクリーニング調査 8,000 サンプルから本調査 1,000 サンプルを抽出</p> <p>また、働き方改革やナイトタイムエコノミー等の社会的背景から夜の過ごし方が注目され、水族館、プール、ホテルなど多様な事業者が工夫を凝らした提案で集客を伸ばしている一方で、美術館・博物館は魅力的なナイトスポットとして選択肢にすら挙がっていない。</p> <p>訪日外国人観光客についても、「コト消費」に繋がる体験型コンテンツや夜の観光スポットが少ないという彼らのニーズに対して、美術館・博物館は十分訴求できていない。</p>		
事業目的	上記課題の内、まずは若年層および夜間の来館促進に焦点を絞り、国立・都立の美術館・博物館が館の枠を越えた緊密な連携により、効果的な魅力発信を継続的かつ発展的に実施する。また、点在する各館を各エリアの核として、交通機関で回遊させ“面”として繋ぎ、他事業との一体的な PR により新たな文化クラスターを形成する。		
事業概要	夜の経済活動が活性化する夏の約2ヶ月間に、国立・都立の美術館・博物館7館をまわり、各館の作品・建築等の文化財を実際に鑑賞してそこに隠された「謎」を解くミステリーラリーを実施した。各館学芸員による質の高い「謎」と、KADOKAWA によるミステリー小説仕立てのシナリオとを組み合わせた新たなアートエンターテイメント事業として展開した。次年度以降は毎年夏の恒例事業として実施し、より気軽にアートを楽しむライフスタイル提案として恒常的な美術館・博物館の入館者増と地域経済の活性化を目指す。		
区分	<p>(1) 地域の歴史、地域の有形無形の文化財との連携、地域の人材交流</p> <p>■ア 地域の文化財の魅力発信</p> <p>■イ 地域の文化財を活用した多様な活動の充実</p> <p>□ウ 美術館・博物館の情報発信機能の強化</p> <p>□エ 専門人材の育成・確保</p> <p>(2) 地域の文化施設等との連携</p> <p>■ア 地域の文化施設との連携による面的・一体的な企画の実施</p> <p>■イ 美術館・歴史博物館クラスター（集積地）としての広報活動</p>		

<p>実施項目 ・ 実施体系</p>	<p>1. 国立・都立の美術館・博物館連携による文化財の魅力発信プロモーション事業計画</p> <p>(1) 各館文化財の状況分析と魅力開発 (検討会議)</p> <p>(2) 新たな来館者層へ向けた事業開発</p> <p>① 各館・東京メトロ・広告代理店・KADOKAWA による協議 (検討会議)</p> <p>② 運営事務局運営 (事務局運営)</p> <p>③ 今年度事業の効果測定と次年度の計画策定 (効果測定・計画策定)</p> <p>④ クラスタ形成のための準備 (他業者との交渉など) (連携交渉)</p> <p>(3) 広報活動 (広報活動)</p> <p>2. 東京メトロとの連携による国立・都立7館巡るミステリーツアー</p> <p>(1) 学芸員による謎と KADOKAWA によるシナリオ作成 (作成作業)</p> <p>(2) リーフレット等各種ツール制作 (ツール制)</p> <p>(3) ミステリーツアー実施 (企画実施)</p>
<p>実施後の 成果・効果等</p>	<p>今年度は目標として、国立・都立ミュージアムと東京メトロ連携によるミステリーラリーのプロトタイプ構築と実現を目指し、夏期の約2ヶ月間実施を実現させ目標を達成した。各種調査から主な関心層は25-34歳の若年層であり、夜間開館についてはほぼ全館の謎解き対象となる展示が前年を上回り、目的に対しての効果が認められた。その他の効果については以下に詳述する。</p>

【事業実績】

■今回取り組む課題

- [1] 若年層の来館促進 [2] 夜間の来館促進

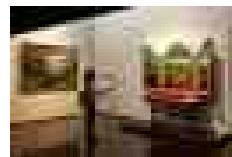
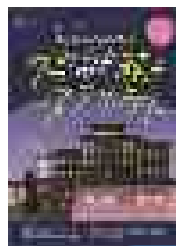
■施策

国立・都立・メトロが連携し、「7つの謎解きミステリーラリー」を夏期約2ヶ月にわたり実施

■結果

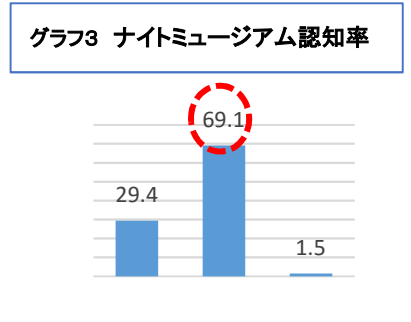
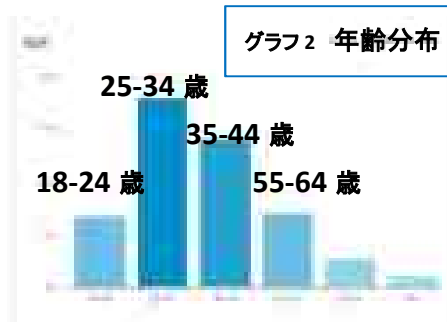
- ・トラブルもなく無事に実施完了
- ・参加者の満足度は非常に高い (グラフ1)
- ・若い層を中心に裾野の拡大につながっている (グラフ2)
- ・夜間開館の認知拡大 (グラフ3)、来館促進 (謎解き対象の展示においてほぼ全館の夜間来館者数が前年を上回った)

特設ページ URL: <https://mysteryrally.com/>



【SNSより参加者の声】

- ・「美術館めぐり+謎解きの新しいイベントが斬新だった(^_^)美術館とか普段は行かないけど、謎解きとセットだったからいっぱい回れて楽しかった」
 - ・「常設展示も結構見ごたえあるし、今まで行かないような美術館の魅力も知れて満足♪」
 - ・「夏の思い出としてやってみることに。(中略)オススメは週末夜間営業時間を使って行くこと！料金は値引きされるし、仕事帰りでも行ける！」
- 「謎解き」で来館の敷居を下げつつ、作品鑑賞の機会を提供するという新しい楽しみ方提案が実現。



■次年度

内容のブラッシュアップとPR強化により、単発イベントではなく恒例化し、「仕事帰りに美術館を楽しむ」ライフスタイル提案につなげる。