

様式第2号(第7条関係)

会議の開催結果

1 会議の名称	令和5年度第1回 さいたま市岩槻人形博物館運営委員会
2 会議の開催日時	令和5年8月22日(火曜日) 午後2時00分～午後3時30分
3 会議の開催場所	さいたま市岩槻人形博物館会議室
4 出席者名	新井委員長、是澤副委員長、色川委員、 抜井委員、水落委員、三次委員、森田委員
5 欠席者名	大越委員、中村委員
6 議題及び公開又は非公開の別	(議題) 1 報告事項 令和5年度事業について 2 審議事項 令和6年度事業計画(案)について (公開又は非公開の別) 公開
7 非公開の理由	—
8 傍聴者の数	0名
9 審議した内容	令和6年度事業計画(案)について
10 問合せ先	スポーツ文化局文化部 岩槻人形博物館 電話 048-749-0222 FAX 048-749-0225
11 その他	—

## 令和5年度第1回さいたま市岩槻人形博物館運営委員会 会議録

- 1 日 時 令和5年8月22日（火） 14時から15時30分まで
- 2 場 所 岩槻人形博物館 会議室
- 3 出席者 (1) 委員（7人）  
新井久代委員長、是澤博昭副委員長、色川浩貴委員、抜井ゆかり委員、水落恵一委員、  
三次宣夫委員、森田由美子委員  
(2) 事務局  
スポーツ文化局 鶴田局長、川田文化部長  
岩槻人形博物館 田中館長、岩崎副館長、武井係長、林係長、清水主査、竹山主事  
※オブザーバー にぎわい交流館いわつき 中村館長  
(3) 欠席者（2人）  
大越久子委員、中村美帆委員
- 4 公開・非公開の別 公開
- 5 傍聴人の数 0人
- 6 内 容 以下「次第」のとおり  
＜次第＞
  - 1 開会
  - 2 あいさつ
  - 3 報告事項 令和5年度事業について
  - 4 審議事項 令和6年度事業計画（案）について
  - 5 その他
  - 6 閉会

### <議事内容要約>

#### 報告事項 令和5年度事業について

事務局から資料に基づく説明があり、これに対し各委員から次の通りの意見があった。

- 東京メトロ南北線を利用することが多く、特別企画展の中吊り広告は、見た目もよく車両内の上部と目立つ位置に掲示していることから、視界に入り易い。新しい媒体の広報PRにも取り組んでいるが、都心まで入っていく路線での中吊り広告は、効果が高いので継続すべきである。  
展覧会のテーマは、西澤笛畝、岡本玉水、岩槻の人形作りなど学術的なことを続けてきた。これからは、日本の人形文化の発信に向けて幅広いテーマ、例えば、山車人形、人形劇、フィギュアなどの展覧会を開催するとよいのではないかと。
- 地域連携として、3月上旬に、初めてNPO法人岩槻・人形文化サポーターズとの協力による雛人形の絵付け体験等のイベントが、当館会議室で行われた。その後も、端午や七夕の節句に関するイベントが行われ、今後、これらは当館との連携事業として、継続的に実施する予定である。尚、同イベントは、岩槻の人形や雛祭りに関連する題材であったため、非常に評判が良かった。

そのような中、今回開催中の特別企画展「人形 未来へのまなざしー中村信喬作品展」は斬新であり、  
展覧会としての幅が広がったと感じた。夏の暑さが厳しい時期であるが、イベント参加者や地元岩槻の  
方から好評なので、さらにテーマを広げるとよいのではないかな。

- 鉄道事業者との連携を考える場合、地元である東武鉄道の駅は、館運営にとって最も重要である。来館者増に向け、東武鉄道とより一層、協力体制を整えていくことが大切と考える。
- 広告でポスターを使う場合、例えば同じ場所にB0サイズのを3～4枚並べるといったメリハリのきいた方法や、ポスターを貼る時期・場所についても、集中的に打つことが重要ではないか。また、視覚だけではなく、聴覚に訴えるものとして音や音響も効果的であると考える。
- 東武鉄道では、岩槻のまちのPRや岩槻駅を利用してもらうため、沿線駅でのポスター掲示や案内表示（電光掲示板）などは今までも行っており、引き続き協力していきたい。また、沿線のアーバンパークラインだけでなく、別の路線の浅草、日光、川越などの駅でもできる限りのことは協力可能である。

電車内では、車内広告よりスマートフォンなどを観ている方が多いので、YouTube 広告は宣伝効果が高いと考える。今の時代に合った、PRは必要である。

- アナログな広告よりデジタルな広告が増加傾向であることから、電車内の中吊り広告は、最近、都心部で数が減っている。減っているからこそ中吊り広告があると目立つので、傾向の逆ではあるものの今はねらい目であり、続けるべきである。また、電光掲示板などのデジタルサイネージを利用する展覧会も増えている。費用は多くかかるが、キーステーションで集中的に実施すると効果的である。YouTubeなどは、若い世代がよく利用しているメディアであり、うまく活用すべきである。多くの観光地がYouTube 広告を作っているが、作って満足してしまっている。テレビコマーシャルなどに比べて効果を測りやすいので、しっかり効果測定を行っていくべきである。岩槻人形博物館のホームページ上では、Instagram（インスタグラム）の表示があるものの、それが分かりづらいので、アイコンを入れるなど、工夫した方がよいと考える。
- 本日展示を拝見したが、夏休みということもあり、小学生も何人か来館していた。子供をターゲットとして、夏休みや春休み時期を充実させられると集客につながるのではないかな。昨年度の特別展「見る、知る、学ぶ！岩槻の人形学」は、ハンズオン展示があるなど展示の方法が工夫されていて面白かったので、多くの小学生に観覧してほしいと感じた。
- 博学連携においては、年1回は、市内全小中学校が来館することを目指してほしい。  
ボランティアの方が増えていることは、よい傾向である。  
岩槻の方にも是非年1回は来ていただくように、例えば「人形のまち 岩槻の日」として、特別な日を設けるなど、何か仕掛けがあるとよい。自治会としても何か協力ができるとうよいと考えている。
- 広告は、その情報に興味関心のある方に届く YouTube なども大事であるが、興味関心のない方にも届くことも大事であるため、まちを歩いていると視覚に入るポスターなどの掲示がより増えるとうよいのではないかな。
- 岩槻が人形のまちであることを知っていても、岩槻にはどのような人形があるかは知られていない、という意見をよく聞くが、これを意識した内容の展覧会を開くことはできないかな。また、世界の様々な地域の人形を集めた展示にも魅力を感じる。
- 岩槻駅の改札前のガラスケースに、ポスターや人形が飾ってあるが、あまり目立たないため、そのス

ペースに大型なデジタルサイネージを設置し、岩槻人形博物館や岩槻のPR等に利用できるとよいのではないか。

#### 審議事項 令和6年度事業計画（案）について

事務局から資料に基づく説明があり、これに対し各委員から次の通りの意見があった。

- 現在、情報を収集する場合、スマートフォンを使っている人が多くみられるが、当館のメインターゲットの一つである中高年について考えると、これらの世代は若年層に比べてスマートフォンを見ない傾向にある。広報にあたって、中高年に向けた癒しの広告としての意味でも、人形はコンテンツとしてよいのではないかと考えており、電車内の中吊り広告は継続すべきである。
- 来館者数を増やすために、現状、多くの方が来館する雛祭りのシーズンに力を入れるべきである。雛人形を観覧したい方の流れが3月下旬までであるので、そこからゴールデンウィークや端午の節句のある5月、その先の6月まで多くの方に来館してもらうために、魅力的な展示やイベント等が必要である。特に、5月は端午の節句の時期と狭く捉えるのではなく、子どもの日の時期と広く捉えるべきであり、ドールでなくトイのイメージで、展覧会のテーマを広げるとよいのではないか。その後6月以降は、所蔵品である日本の古典人形の優品を展示してはどうか。
- 展示事業の方向性として、暑さで人手が減る夏は、集客に主眼を置くのではなく、館独自の事業や活動に関する展覧会などをしていくこととしてはどうか。博物館としての価値を高めるとともに、他館にも評価をしてもらうことで、他館との連携に通じるのではないか。まずは、短期的な効果は考えず、長期的な目線で、特に枠組みを定めない展覧会を行うことにしてはどうか。令和6年度の夏の展覧会のテーマである修復は、一見すると地味に感じるかもしれないが、他の博物館・美術館は、所蔵する人形資料の修復の方法には困っているので、非常に価値のある展覧会である。

秋の特別展は、テーマにより来館者数が変動すると思われるが、いずれにしても、学芸員の研究成果を発表する大きな機会とする。その上で、来年度のような現代の人形作家や例えば辻村寿三郎など、新たな層に興味を持ってもらえそうな、集客に特化した展覧会にチャレンジしてもいいのではないか。
- 真夏の日中に、都心から離れた岩槻へ多くの方に足を運んでもらうことは非常に難しいと感じた。夏は、例えば開館時間を涼しい夜にして、ナイトツアー、プロジェクションマッピング、にぎわい交流館いわつきとの連携など、これまでとは全く違う仕掛けを行うことも検討すべきである。
- 展覧会で展示されているよい人形を観ても、館全体としては物足りなさを感じる。常設展と展覧会の差が感じにくいいため、雛祭りの時期の展覧会は雛人形でよいが、春や秋の展覧会は節句人形ではない、違う種類の人形をテーマにすることも必要であると考え。
- 展覧会で展示されている人形はどれも優品とはいえ、館全体としては物足りなさを感じる。常設展と展覧会の差が感じにくいいため、雛祭りの時期の展覧会は雛人形でよいが、春や秋の展覧会は節句人形ではない、違う種類の人形をテーマにすることも必要であると考え。また、他館の展覧会では最近、音響やプロジェクションマッピングなどを活用していることが多いため、この館でも同様に体験型による展示ができるとよりよいのではないか。バックヤードツアーの実施をぜひ検討してほしい。セキュリティや人形資料保存上のリスクはあると思うが、収蔵庫エリアが難しいようであれば、屋上階でもよいので、可能な範囲で実施してほしいと考えている。できれば多くの方が来館する雛祭りの時期に実施

すると、より多くの効果が得られるのではないか。いずれにしても、にぎわい交流館いわつきや地域団体等と連携しながら、常設展、展覧会、バックヤードツアーなどと複合的に満足度を高める取り組みを実施してほしい。

- この館はさいたま市立の博物館であるが、どれくらいのさいたま市職員が来館しているのか、気になる。まず、市職員には、市役所の施設であるので、家族などを連れて、観覧に来てほしい。
- 人形には様々な種類があるので、より多くの種類を展示していくのはどうか。また、展示室内の解説を読むだけでは、人形文化を理解することは難しいため、さらにボランティアを増やし、多くの方が解説を聞くことができる機会を増やしてほしい。
- 開館時間は条例で決まっていると思うが、時間延長や変更は時期によって例外的に実施するとよいのではないか。広報については、大宮アルディージャが「区民感謝シリーズ」として毎年実施している岩槻区デーの試合の日は、普段より岩槻の方が多く試合を見に来ていると思うので、そのような場で、より力を入れてこの館のPRを行うことも一つの方法である。
- ナイトタイムエコノミーと呼ばれる夜以降の観光や娯楽などの経済活動は、インバウンド対策としても注目されていて、外国人旅行者向けツアーを組む旅行会社は、いかに夜に楽しんでもらうかに苦慮していると聞いている。夏場だけや週1回だけなど限定的でよいが、夜開館などの取り組みがあるところの館の魅力の一つになるのではないか。
- 外国人旅行者からは、モノ作り体験や料理作りなどのコト消費のニーズが依然として高い。岩槻人形博物館で、日本人形を作る体験を提供できるとよいのではないか。モノ作り体験といっても、本格的なものでもなくとも、売店でキットを販売し、作り方の説明動画を自分で見て作るという気軽にできる体験でよく、日本らしい、日本でしかできない体験がしたいというニーズがある。
- Instagram（インスタグラム）でのタグ付けについては、外国人には#ningyo では伝わりづらい。多くの方が使用している#JapaneseDoll、#JapanDoll、に改善した方がよいと考える。また、#Bonsai はさらに多くのタグが付いているため、大宮盆栽美術館と連携する際は、ハッシュタグも留意していくべきである。
- ヨロ研カフェからより多くの方にこの館に来てもらうために、割引券ではなく、レシートを見せるだけという割引制度の簡素化や制度の周知など、連携を見直していくべきである。カフェでの博物館関連の表示は必須であり、この館の観覧料は安価であるので、認識してもらえればニーズはあると考える。
- 広報では、各種メディアに雛祭りといえば岩槻人形博物館という認識になってもらうことが重要である。岩槻まつりのジャンボ雛壇はインパクトがあったので、雛祭りの時期にもジャンボ雛壇を活用できると、より印象付けできるのではないか。さらなる工夫として、一般の方が雛壇の上で、人形の衣裳を着て写真が撮ることができる、ビジュアルイメージがつき、テレビでも取り上げてくれる可能性もある。この館の広報において雛祭りの期間は重要であり、集中的に印象づけていくことが必要と思われる。
- 外国人旅行者を含め、多くの方々を岩槻のまちに呼んで、人形に興味をもってもらうことは大切なことである。社員旅行の招致や小さい子供向けの企画などを実施し、興味がない方に来てもらうための仕掛けも行っていくと、長期的な目線では有効ではないか。また、写真に映えるスポットなどが1つでもあればSNSで拡散され、広く周知につながるのではないか。

- 夏の展覧会については、館独自の修復事業・活動をテーマにした展示は、岩槻の地域の文化の展示でもあり、小中学校の夏休みの自由研究（ワークショップ等を実施するなら自由工作）にうまく使ってもらえるような工夫をすると、夏休みの地元の親子連れの来館が増えるのではないかと。定番化できれば、毎年夏の宿題のために親子で訪れるスポットとなる可能もある。（欠席委員）
- 地域との連携については、WATSUストリートマルシェでのPRは今後も継続していくべきである。さいたま国際芸術祭は、普段と違う層（市外・県外在住、現代美術に関心がある方）にこの館の存在を知ってもらうよい機会なので、開催のたびに何か連携をしていくべきである。（欠席委員）
- 広報用人形資料（レプリカ）は作成すべきである。最近の文化政策の議論では、障害者文化芸術活動推進法制定以降は特に、障害のある方の文化芸術活動に注目が集まっていて、さいたま市内には埼玉県視覚障害者福祉センター、埼玉点字図書館、埼玉盲人ホームもある。もしこれら施設の意向にも沿うのであれば、触って鑑賞できるようなレプリカもあると、視覚障害の方が利用する施設などに貸し出しできるとよいのではないかと考える。（欠席委員）
- 来館者数については、相変わらず雛祭り前後が多いので、五月人形のある端午の節句はじめ、他の季節にも定番化できるような催しが考えられると、年間を通して入場者数の増加につながられるのではと感じた。（欠席委員）

#### 会議録作成

事務局が作成の上、その確認については委員長に一任することとされる。



令和5年度 第1回さいたま市岩槻人形博物館運営委員会

日時：令和5年8月22日（火）14時～  
場所：さいたま市岩槻人形博物館 会議室

## 令和5年度第1回さいたま市岩槻人形博物館運営委員会 次第

日時：令和5年8月22日（火）  
14時から15時30分まで  
場所：さいたま市岩槻人形博物館会議室

1. 開会
2. 挨拶
3. 議題
  - (1)報告事項 令和5年度事業について
  - (2)審議事項 令和6年度事業計画（案）について
  - (3)その他
4. 閉会

※閉会后、特別企画展の観覧を予定しております。（任意参加）



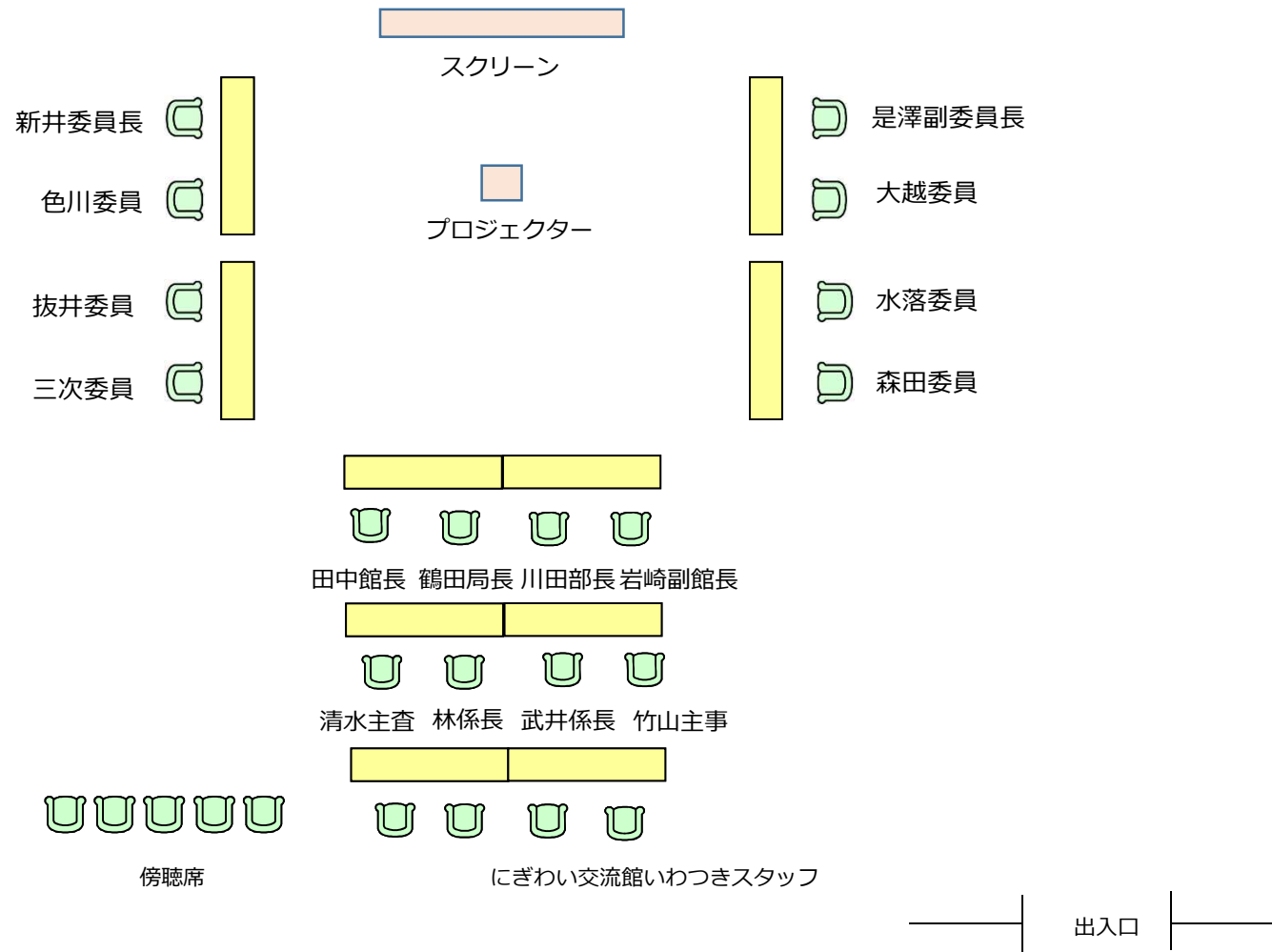
## 委員名簿

(敬称略 五十音順)

氏名	所属
新井 久代	公益財団法人遠山記念館 学芸員
色川 浩貴	東武鉄道株式会社 岩槻駅長
大越 久子	埼玉県立近代美術館 主任専門員
是澤 博昭	大妻女子大学 教授
中村 美帆	青山学院大学 准教授
抜井 ゆかり	立教大学 兼任講師
水落 恵一	NPO法人岩槻・人形文化サポーターズ 理事
三次 宣夫	岩槻区自治会連合会 会長
森田 由美子	岩槻人形協同組合 婦人部長

任期：令和4年9月1日から令和6年8月31日まで

# 席次



## 議題

### (1) 報告事項 令和5年度事業について

# 令和5年度事業について

## 1. 展示事業

### 特集展示

#### 「見る、知る、学ぶ！岩槻の人形学」

会期：令和5年4月29日（土・祝）～7月2日（日）

開館日数：54日 来館者数4,919人

《関連イベント》

- ①ワークショップ にんラボ「なかのヒミツ 桐塑編」

期日：5月27日（土）

参加者数：13人

- ②ボランティアによるGW特別展示解説

期日：5月3日（水・祝）、5日（金・祝）各日2回開催

参加者数：総計91人 案内役ボランティア：5名



### 特別企画展

#### 「人形 未来へのまなざし—中村信喬作品展」

会期：令和5年7月29日（土）～9月10日（日）

《関連イベント》

- ①デモンストレーション

期日：8月5日（土） 参加者数：37人

- ②特別ギャラリートーク

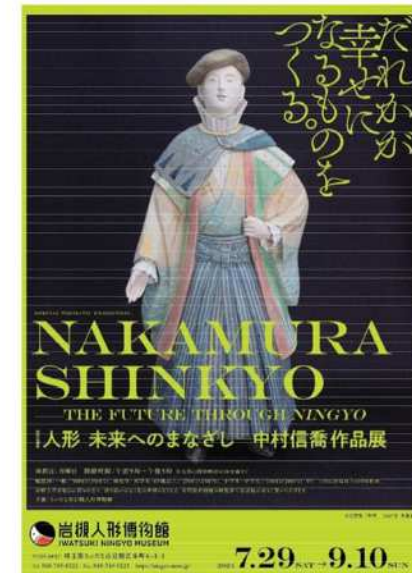
期日：8月6日（日） 参加者数：33人

講師①、②ともに中村信喬氏

- ③特別ギャラリートーク（予定）

期日：9月3日（日）

講師：中村信喬氏、是澤博昭氏



# 令和5年度事業について

## 特別展

### 「岡本玉水 人形芸術にかけた生涯 —御所人形から玉水人形へ—」

会期：令和5年10月7日（土）～12月3日（日）  
《関連イベント》

- ①講演会「宿命の人形づくり—岡本玉水の人形芸術」  
期日：11月5日（日）  
講師：本橋浩介氏（佐倉市立美術館副主幹・学芸員）
- ②スライドトーク「作品から見る岡本玉水の生涯」  
期日：10月29日（日）  
講師：担当学芸員
- ③学芸員による展示解説  
期日：10月14日（土）、11月12日（日）、  
23日（木・祝）



## 企画展

### 「（仮称）商家に伝わるお雛さま」

会期：令和6年1月27日（土）～3月24日（日）

毎年恒例の雛祭り展で、今年度は当館のコレクションから商家に由来する雛人形とその魅力を紹介。



天野家雛段（昭和初期の再現展示）

# 令和5年度事業について

## 2. 教育普及事業

### (1) 博学連携（学校見学等受入れ）

【受入実績】 (令和5年7月末現在)

内訳	学校数	参加人数
市内	5校	443人
市外	5校	527人
合計	10校	970人

【受入予定】32校（市内21校、市外11校）

### (2) ボランティアの育成

【活動実績】 (令和5年7月末現在)

内容	実施回数	延べ人数
研修	4回	17人
特別展示解説	4回	9人
ワークショップ	2回	13人
合計	10回	39人

登録者数：11人

### 【ボランティア募集】

来館者の満足度の向上を図るため、展示解説等を行えるボランティア募集し、研修等を通じて育成を行う。

#### 《スケジュール》

10月末募集締切→11月に面接、採用→12月から研修を実施

※目標採用者数：5人



 岩槻人形博物館  
www.safp-muse.jp

## にんぱく ボランティア 募集

さいたま市岩槻人形博物館では  
令和4年度のボランティアを  
募集します！

【主な活動内容】  
※週5日の活動

- ①学校見学の対応  
(館内誘導、鑑賞サポート・解説)
- ②ワークショップのサポート  
(準備、指導補助、参加者補助)

【応募期間】  
8/1(月)  
から  
10/31(月)まで

博物館と人、人と作品をつなぎ  
来館者が興味の扉を開くお手伝い。  
一緒に活動しませんか？

応募資格等の詳細は、当館HPをご確認ください。  
応募用紙に必要事項をご記入のうえ、  
郵送にてご応募ください。  
※応募書類の持参は受け付けておりません。

【お問い合わせ】  
さいたま市岩槻人形博物館  
〒339-0057 さいたま市岩槻区本町6-1-1  
TEL 048-749-0222 / FAX 048-749-0225  
<https://ningyo-muse.jp/>



《参考》令和4年度募集チラシ

# 令和5年度事業について

## 3. 人形資料等調査・研究・修復事業

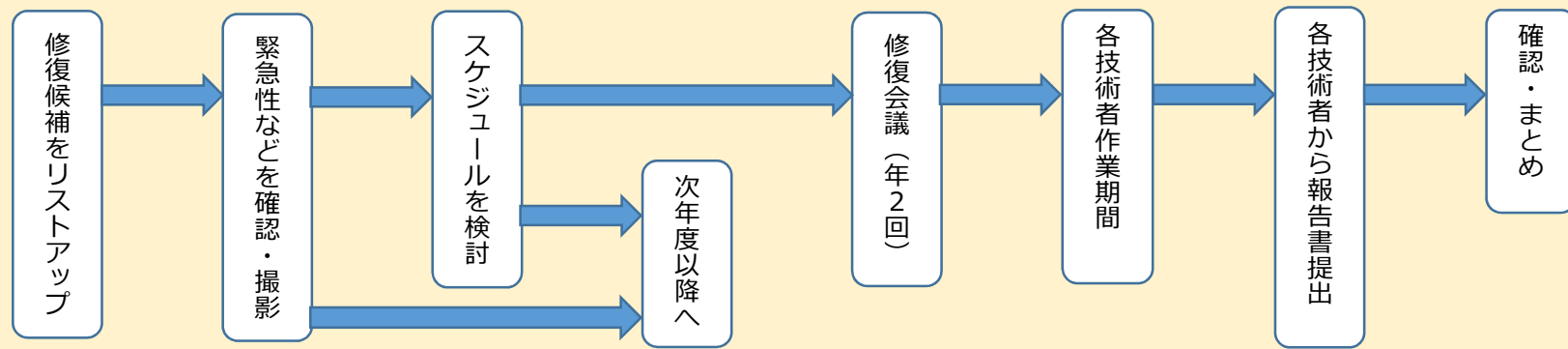
### (1) 人形資料等修復

文化財修復技術者（会計年度任用職員）4名による資料修復を実施。

館内では取り扱いが難しい修復（主に紙資料）に関しては委託業者に依頼。

年度	令和元年度以前	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	合計
修復件数	397件	67件	39件	47件	(未定)	550件

#### 修復事業の流れ



### (2) 人形資料等収集（購入・寄贈）

年度	令和元年度以前	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	合計
購入件数	987件	8件	10件	13件	(未定)	1,018件
寄贈件数	4,424件	56件	15件	107件	(未定)	4,602件
合計	5,411件	64件	25件	120件	(未定)	5,620件

※令和5年度は7月末現在

# 令和5年度事業について

## 4. 広報・プロモーションの実施

### 主な実施内容

#### (1) 西澤笛畝紹介映像の制作・上映

西澤笛畝の生涯及び当館の所蔵品の柱である笛畝コレクションの魅力を紹介する動画を製作し上映。

【上映期間】 4月11日（火）～5月5日（金・祝）

【上映場所】 展示室3、会議室

【上映時間】 約10分

#### (2) WATSUストリートマルシェでのPR

岩槻駅東口前クレセントモールで行われた「WATSUストリートマルシェ」に出店し、当館及び特別企画展のPRを実施。

【日時】 7月15日（土）11時～15時 ※今後も継続実施する予定

#### (3) 埼玉高速鉄道(株)の中吊り広告の掲出

【掲出期間】 7月18日（水）～9月10日（日）《予定》

【掲出場所】 10車両（6両編成）のすべての車両

※有料広告が入った場合は、変更となる可能性あり。

#### (4) 埼玉県庁本庁舎ショーケースでの展示

埼玉県庁において、当館の紹介パネル及び特別企画展ポスター等を展示。

【展示期間】 8月2日（水）～8月31日（木）《予定》

【展示場所】 埼玉県庁本庁舎（1階東玄関エレベーターホール前）



WATSUストリートマルシェの様子



埼玉高速鉄道(株)中吊り広告



埼玉県庁ショーケース展示



# 令和5年度事業について

## ・今後の主な取組

項目	内容
YouTube広告	テレビコマーシャルより広告効果があるといわれているYouTube広告において、当館の動画広告を配信
交通広告	公共交通機関等においてデジタルサイネージ広告などを実施
WEB広告	スマートフォン用ニュースアプリ「SmartNews」において、特別展の開催に合わせた広告を実施
コレクション紹介 動画作成	来館者の満足度向上を図るため、館内で放映する当館のコレクションを紹介する動画を制作
広報用人形資料 (レプリカ)の制作	当館を代表する資料のレプリカを制作し、館内外で展示し当館の認知度向上を図る

※その他、公式Instagramや情報系サイトによる情報発信は引き続き積極的に実施。

## 5. 地域との連携

- ・ NPO法人岩槻・人形文化サポーターズとの連携事業の実施
- ・ 岩槻まつり、まちかど雛めぐり等の地域イベントと連携したPR
- ・ 展覧会の開催に合わせた「にぎわい交流館いわつき」との連携イベント
- ・ 地域商店会等と連携したPR

# 令和5年度事業について

## 6. その他連携事業

### さいたま国際芸術祭2023

#### 【概要】

さいたま市を舞台に3年に一度開催される芸術祭。平成28年（2016年）に一回目の芸術祭を開催して以来、文化芸術を活かした地域の活性化や都市の魅力向上を目指し、文化芸術都市としてのさいたま市を創造するため、国内外のアーティストと共に展開。市民と市民、市民とアーティスト、アーティストと地域が交流する機会を創出する「共につくる、参加する」市民参加型の芸術祭として、さいたま市内で広く開催。

【メイン会場】旧市民会館おおみや

【その他会場】岩槻人形博物館、大宮盆栽美術館、RaiBocHall、埼玉県立近代美術館ほか

#### 岩槻人形博物館関連プログラム

##### 【展覧会プログラム】

「さいたま市文化施設 味変企画〈市内文化施設に現代アートのスパイスを〉」

期日：令和5年10月7日（土）～25日（水）

内容：当館において、「人形」を題材にアーティストが現代アート作品の新作を展示

##### 【イベントプログラム】

#### ①CAR t -SAITAMA 2023

内容：当館とステラタウンを結ぶ道をアートカーが走行

#### ②さいたまアーティスト・イン・レジデンスプログラム（岩槻プログラム）

内容：岩槻区内で滞在制作を行ったアーティストが当館で作品を発表



## 議題

### (2) 審議事項 令和6年度事業計画（案）について

# 令和6年度事業計画（案）について

## 【令和6年度目標】

さいたま市総合振興計画基本計画実施計画（令和3年度～令和7年度）

目標指標		令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
年間来館者数	目標	77,000人	74,000人	74,000人	74,000人	74,000人
	実績	29,254人	32,421人	—	—	—
館の認知度 ①市内在住者 ②在勤者	目標	—	①42.0% ②27.0%	①44.0% ②28.0%	①47.0% ②29.0%	①50.0% ②30.0%
	実績	—	①39.5% ②29.6%	—	—	—

## 令和6年度事業計画（案）

### 1. 展示事業

#### (1) 基本的方向性

時期	通年	4月～6月	7月～9月	9月～12月	1月～3月
種類	常設展示	特集展示	企画展	特別企画展	企画展
方向性	年数回の展示替えを行い、来館者の満足度向上、リピーターの獲得・増加に向けた展示を実施	常設展を補完することを目的とし、来館者の満足度向上に向けた展示を実施	当館独自の修復事業・活動を紹介することで、当館への理解を深めてもらう展示を実施	人形専門施設の作品展示を行うことで、館同士の連携を図るとともに、新たな層への訴求も視野に入れた展示を実施	地域に根差した雛祭りや運動し、館所蔵の雛人形をメインとした展示を実施

# 令和6年度事業計画（案）について

## （2）展覧会スケジュール

	2024年									2025年		
	令和6年度											
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
企画展示	← 4月下旬～6月下旬 特集展示 (仮)収藏品展			← 7月下旬～9月上旬 企画展 (仮)修復成果展			← 9月下旬～12月中旬 特別企画展 (仮)共催展			← 1月下旬～3月中旬 企画展 (仮)雛祭り展		
常設展示	← 展示替え 3～4回程度 →											

### 特集展示

#### (仮) 収藏品展

狙い **バラエティに富んだ収藏品の魅力を紹介**  
 内容 ジャンルやテーマに即して収藏品を紹介

### 特別企画展

#### (仮) 共催展

狙い **人形を専門とした施設との連携**  
 内容 高橋まゆみ人形館等の作品展

### 企画展

#### (仮) 修復成果展

狙い **修復を通して当館独自の事業・活動を紹介**  
 内容 人形修復の技術、修復の役割・意味等を紹介

### 企画展

#### (仮) 雛祭り展

狙い **雛祭りや雛人形の歴史・文化の普及**  
 内容 恒例の雛人形展を開催

# 令和6年度事業計画（案）について

## 2. 教育普及事業

### (1) 博学連携（学校見学等受入れ）

#### 【基本的方向性】

受け入れ体制の充実を図り、学校見学の受け入れの拡大を行うとともに、アウトリーチについても、引き続き検討をする。

### (2) ボランティアの育成

#### 【基本的方向性】

展示解説の充実を図るため、ボランティアを募集・採用し、研修等を通じて育成を行い小中学校の校外学習での展示解説に加え、希望団体への対応にも拡大していく。

### (3) ワークショップ・講座・講演会 等

#### 【基本的方向性】

ワークショップについては、ボランティアを中心とした準備・開催を目指し、定番的な内容のワークショップを通年実施する。講座・講演会については、各展示会のテーマに応じて実施を検討する。このほか定例的に常設展示の展示解説を実施する。

## 3. 人形資料等調査・研究・修復事業

#### 【基本的方向性】

当館コレクションの調査・研究を行い、その成果を展示などに生かすとともに、未来に継承すべき人形資料及び人形関連資料の収集を行う。

また、資料修復は劣化状況等を勘案しながら、優先順位を決定し修復を行っていく。

# 令和6年度事業計画（案）について

## 4. 広報プロモーション

### 【基本的方向性】

来館者数の増加や館の認知度の向上を図るため、国内のみならずポストコロナを踏まえた**インバウンドにも対応**した広報プロモーションを展開していく。

### [展覧会のプロモーション]

- ・各展覧会ごとのターゲットに応じた効果的なプロモーションを実施
- ・ソーシャルメディアを活用した情報の発信
- ・観光事業者へのツアー造成の依頼

### [館の認知度向上に向けたプロモーション]

- ・関係団体や地域イベントと連携した「岩槻のまち」一体となった取組の実施
- ・他の美術館・博物館や周辺自治体との交流を推進し、相互による広報・展示の実施
- ・館の外観を生かしたメディアへの露出（ロケーションサービス等）

## 5. 地域との連携

### 【基本的方向性】

・岩槻人形協同組合や岩槻・人形文化サポーターズなどの地域団体やにぎわい交流館いわつきと連携した取組や地域イベントで館のPRを**積極的に実施**していく。