令 和 5 年 度 事 業 報 告（美術館）

自 令和 5 年 4 月 1 日
至 令和 6 年 3 月 31 日

公益目的事業２（展覧会事業）

１．「吹きガラス展」の開催（58 日間　読売新聞社と共催）

ア．名称　　「吹きガラス　妙なるかたち、技の妙」

イ．会期　　令和 5 年 4 月 22 日（土）～令和 5 年 6 月 25 日（日）

ウ．概要　　熔けた熱いガラスに息を吹き込んで器物を成形する吹きガラス。ガラスという素材の性質を活かした吹きガラスの登場は、ガラスならではの〈かたち〉の誕生でもあった。本展では、吹きガラスならではの表現を生み出した作り手の〈技〉を切り口に、古今東西の特色ある吹きガラス作品を展示、加えて現代のガラス作家らによる技法研究の成果も紹介する等、吹きガラス職人たちの創意工夫に迫りつつ、学術的にも優れた大変見応えのある展覧会となった。

エ．展示　　・「吊手付二連瓶」　シリア　4～5 世紀　岡山市立オリエント美術館蔵
・「レース・グラス大皿」　イタリア　17 世紀　箱根ガラスの森美術館蔵
・「藍色ちろり」　日本　18 世紀　当館蔵

２．「虫めづる展」の開催（52 日間　朝日新聞社と共催）

ア．名称　　「虫めづる日本の人々」

イ．会期　　令和 5 年 7 月 22 日（土）～令和 5 年 9 月 18 日（月・祝）

ウ．概要　　虫は古くから、和歌、物語、美術作品に登場し、季節の移り変わりや、人の心情を表わすものとして大事な役割を果たしてきた。中国から伝来し日本で珍重された草虫図の中にも多くの虫たちが描かれており、特に江戸時代には、博物学などの様々な影響を受け、多彩な草虫図が生み出された。本展では、大勢の人々が虫に親しんだ江戸時代を中心に、古くから育まれ現代へと受け継がれた日本の虫めづる文化を数々の作品を通じ紹介した。またオリジナリティのあるテーマとしてマスコミからの注目度も高く、多くの露出を獲得、令和 5 年度において最多の来場者数を記録する展覧会となった。

エ．展示　　・重要文化財「菜蟲譜」伊藤若冲　一巻　寛政 2 年（1790）頃
佐野市立吉澤記念美術館蔵
・重要美術品「夏姿美人図」喜多川歌麿　一幅　寛政 6～7 年頃（1794～95）
遠山記念館
・「鈴虫蒔絵湯桶」　一口　江戸時代　17 世紀　当館蔵

３．「幕末展」の開催（48 日間　朝日新聞社と共催）

ア．名称　「激動の時代―幕末明治の絵師たち」

イ．会期　令和 5 年 10 月 11 日（水）～令和 5 年 12 月 3 日（日）

ウ．概要　江戸から明治へと移り変わる激動の時代、日本絵画の伝統を受け継ぎながら新しい表現へ挑戦した絵師たちが活躍した。天保の改革、黒船来航、天変地異、倒幕運動といった混沌とする世相を背景に、劇的で迫力ある造形や洋風表現を取り入れた画風、伝統と創意が結びついた表現など、多彩な作品が生まれた。幕末明治期に腕を奮った多士済々の絵師たちを特集し、その魅力に迫るという、当館ならではの切り口の展覧会として、当館の企画力に対する評価を大いに高めた。

エ．展示　・「群船図」　安田雷洲　一幅　江戸時代　19 世紀　　日本民藝館蔵

・「観世音霊験一ツ家の旧事」　歌川国芳　大判錦絵三枚続　江戸時代　19 世紀　神奈川県立歴史博物館蔵

・「鍾馗ニ鬼図」　河鍋暁斎　二幅　明治時代　19 世紀　板橋区立美術館蔵

４．「有楽斎展」の開催（48 日間　正伝永源院・読売新聞社と共催）

ア．名称　「大名茶人　織田有楽斎」

イ．会期　令和 6 年 1 月 31 日（水）～令和 6 年 3 月 24 日（日）

ウ．概要　織田有楽斎こと織田長益は、天文 16 年（1547）、織田信秀の 11 男として誕生。武将としてまた文化人として織田、豊臣、徳川の 3 天下人に仕えて時流を乗り切り、戦乱を生き延びた彼の美意識は現代の書道や茶道にまで息づき、規範とされている。本展は有楽斎の 400 回遠忌にあたり、ゆかりの寺である正伝永源院に伝わる文化財を中心に、数々の名品を通じて、織田有楽斎という人物を、今一度捉え直す気づきを提供する貴重な機会となった。また茶人としての有楽斎の名声もあり、日本古美術ファンのみならず、茶道関連に関心があるお客様にも多くご来館いただけた。

エ．展示　・「織田有楽像」一躯　桃山時代　正伝永源院蔵

・「連鷺図襖」　狩野山楽　16 面　桃山時代　正伝永源院蔵

・重要美術品「大井戸茶碗　銘　有楽」　一口　朝鮮王朝時代　16 世紀　東京国立博物館蔵

収益事業

1．物販事業

所蔵品をモチーフとした商品開発、展覧会内容・季節の催事を取り入れた店頭ディスプレイにより、お客様に繰り返し足を運んでいただける魅力的なミュージアムショップを目指した。

２．飲食事業

「加賀麩 不室屋」の老舗ならではの信頼感とブランド力を活かしつつ、現代の感性を取り入れたメニューを提供し、新規顧客の拡大とリピーターの増加を目指した。

３．貸室事業

「茶室」の貸出を通じて、収益を得るだけでなく、日本の伝統文化の啓蒙という当館ならではの価値訴求を心掛けた。

以　上