

2023年度 全体報告

<開催概要>

栄をアートでつなぐことで街に賑わいをつくりたいという想いで、栄北エリアの施設が連携して行なうアートの祭典。4日間に亘り様々なイベントを開催いたしました。

◎日程：2023年11月2日(木)～5日(日)

◎会場：久屋エリア一帯

◎コンセプト

新しいもの、古くから愛されているもの、あまり知られてはいないけれど面白いもの、ふとした景色、見たことのない風景、普段から慣れ親しんでいること、まだ触れたことのないもの、集う人々、さまざまな世代、多彩な価値観。

久屋という街を舞台にすべてを「つなぐ」4日間。

◎参加団体：

愛知芸術文化センター(愛知県美術館、アートライブラリー、愛知県芸術劇場、愛知県図書館)、愛知県児童総合センター、愛知県、愛知県立芸術大学、afterimage、NHK名古屋放送局、NHK名古屋放送センタービル管理室、NTT都市開発(Blossa)、カワイ名古屋、栄公園振興(オアシス21)、栄まちじゅう音楽広場実行委員会(愛知県吹奏楽連盟、久屋大通発展会)、THE TOWER HOTEL NAGOYA、JAPAN LIVE YELL project in CHUBU事務局、セントラル画材、セントラルパーク、中部電力MIRAI TOWER、名古屋観光コンベンションビューロー(オアシス21 iセンター)、名古屋YWCA、日本キリスト教団名古屋中央教会、日本芸能実演家団体協議会、パンマルシェ実行委員会、HISAYAアートフェスタ実行委員会、Hisaya-odori Park、森村記念館

6月27日	キックオフ
8月	各イベント・施設情報の収集
9月3日	先出カード配布 ⇒昨年までは10月のパンフレットが配布物として最も早い広報物となっていました、情報を簡略化したカードにすることで9月初旬に配布できました。
9月13日	ポスター掲示開始 WEBページ公開
10月27日	パンフレット配布開始 ⇒今年は開催案内の役割をカードに持たせ、イベント情報とシール台紙をまとめて1冊にすることができたので、納品を例年よりも3週間ほど後ろにすることができ、直前の修正にも対応できました。
11月2日～5日	久屋ぐるっとアート開催期間 参加団体数24、シールスポット箇所27 (* 昨年:26団体、シールスポット 29) 参加団体個別来場者数:84,498名 (* 昨年:74,734名)
11月30日	報告会

広報物

<パンフレット兼シール台紙>

外六つ折B5仕上げ 5,500部

ABOUT久屋
「久屋」は、名古屋を代表する観光地として、市民生活の中心となるべき場所である。久屋地区は、名古屋の発展と共に発展してきた。久屋地区は、名古屋の発展と共に発展してきた。久屋地区は、名古屋の発展と共に発展してきた。

久屋地区の概要
久屋地区は、名古屋市の中心部に位置し、交通の便が良く、商業施設や文化施設が充実している。久屋地区は、名古屋の発展と共に発展してきた。久屋地区は、名古屋の発展と共に発展してきた。

久屋地区の地図。名古屋駅を中心に、久屋地区の主要な施設や公園の位置が示されています。

4日間にわたり様々なイベントを開催!
会場でシールを集めると、オリジナルグッズをプレゼントしております。ぜひご参加ください。

ART 1	ART 2	ART 3	ART 4	ART 5	ART 6	ART 7
ART 8	ART 9	ART 10	ART 11	MUSIC 1	MUSIC 2	MUSIC 3
ART 12	ART 13	ART 14	ART 15	ART 16	ART 17	ART 18
ART 19	ART 20	ART 21	ART 22	ART 23	ART 24	ART 25

シールラリーの楽しみ方

- ① イベントや施設に遊びに行く。
- ② シールの場所は左ページの「シール台紙」に書いてあるよ。時間限定やその日にしか集められないシールもあるので注意しよう!
- ③ 集めたシールは左ページの台紙に貼ろう!
- ④ シールを集めたら本部プリントに行こう。
- ⑤ 本部プリントで台紙を見せてオリジナルグッズをもらおう! シールの集めた数によってもらえるオリジナルグッズの数が違うよ!

シール台紙: 6枚 → 1冊 10枚 → 2冊 15枚以上 → 3冊

オリジナルグッズ: スタンプラリークリアファイル、ポスター、オリジナルカード

引換場所: 久屋地区アート本部プリント (11月25日～11月29日 10:00～18:00) / アップル (11月29日 10:00～18:00)

注意事項: ① イベントや施設でのイベントは、開催日時・会場・受付時間等が変更になる場合があります。② シールを集めた数によってもらえるオリジナルグッズの数が違うよ! ③ 台紙は1冊につき1枚まで集めることができます。

今年も開催!
久屋ぐるっとアート 2023
11/2-3-4-5

シールラリー開催

参加施設・イベントガイド

1 愛知県文化センター
愛知県文化センターは、愛知県の文化を伝えるための施設です。様々な文化イベントを開催しています。

2 カワイ名古屋
カワイ名古屋は、名古屋のファッションの中心地です。最新のファッションアイテムが揃っています。

3 森村記念館
森村記念館は、森村氏の業績を伝えるための施設です。様々な展示品が揃っています。

4 日本学生芸術家協会名古屋中央会
日本学生芸術家協会名古屋中央会は、学生芸術家の活動を支援するための組織です。

5 アナスタ21
アナスタ21は、名古屋の最新のファッションブランドです。様々なファッションアイテムが揃っています。

6 Hisaya-odori Park
Hisaya-odori Parkは、名古屋の最新の公園です。様々なレクリエーション施設が揃っています。

7 セントラルパーク地下街
セントラルパーク地下街は、名古屋の最新のショッピングセンターです。様々な商品が揃っています。

8 セントラルパーク
セントラルパークは、名古屋の最新のファッションビルです。様々なファッションアイテムが揃っています。

9 名古屋WCA
名古屋WCAは、名古屋の最新のファッションビルです。様々なファッションアイテムが揃っています。

10 中部地方 MIRAJ TOWER
MIRAJ TOWERは、名古屋の最新のファッションビルです。様々なファッションアイテムが揃っています。

11 Blossa
Blossaは、名古屋の最新のファッションビルです。様々なファッションアイテムが揃っています。

12 津島国立芸術大学 中部地区学生協会
津島国立芸術大学 中部地区学生協会は、学生芸術家の活動を支援するための組織です。

13 NHK名古屋放送センタービル
NHK名古屋放送センタービルは、NHK名古屋放送センターのビルです。様々な番組が放送されています。

14 FabCafe Nagoya
FabCafe Nagoyaは、名古屋の最新のファッションビルです。様々なファッションアイテムが揃っています。

15 久屋地区アート本部プリント
久屋地区アート本部プリントは、久屋地区のアートイベントを開催するための施設です。

16 アップル
アップルは、名古屋の最新のファッションビルです。様々なファッションアイテムが揃っています。

17 久屋地区アート本部プリント
久屋地区アート本部プリントは、久屋地区のアートイベントを開催するための施設です。

18 アップル
アップルは、名古屋の最新のファッションビルです。様々なファッションアイテムが揃っています。

19 アップル
アップルは、名古屋の最新のファッションビルです。様々なファッションアイテムが揃っています。

20 アップル
アップルは、名古屋の最新のファッションビルです。様々なファッションアイテムが揃っています。

ラリーについて 概要

<概要>

シール27箇所を実施。

<プレゼント交換条件>

シールラリー6箇所:プレゼント1個

シールラリー10箇所:プレゼント2個

シールラリー15箇所以上:プレゼント3個

<シール台紙>

今年はパンフレット(イベント情報)と組み合わせた蛇腹折の使用に変更



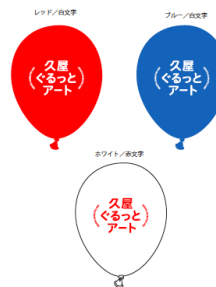
<各施設用アイコン>



のれん30枚



A4パネル30種



風船300個

<プレゼント>



①A4クリアファイル
260枚

②ネーム入りボールペン
300個

③ポストカード
470枚

④各種ステッカー4種(芸文・テレビ塔・オアシス21・NHK)
合計295枚



シールスポット

ラリーについて 本部

<本部>

久屋ぐるっとアートの周知やインフォメーションの役割として看板やテント、各種チラシなどを設置。

また、「久屋ぐるっとアート」のアイコンとして定着している「風船」を今年も使用し、久屋の街中でのイベント感を演出。お子さんを中心に積極的に配布も行いました。

パンフレット・ラリー台紙も積極的に配布し、久屋ぐるっとアートの訴求に努めました。

<看板>

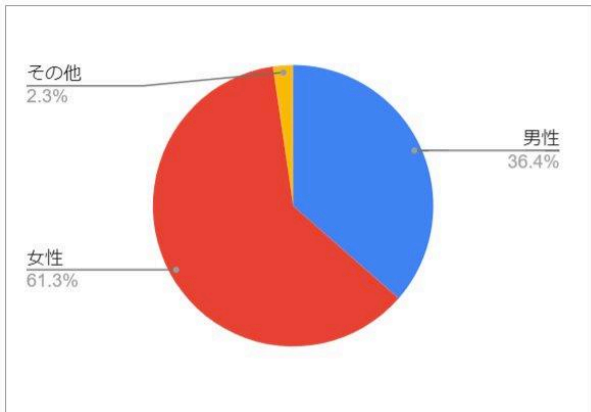
B1パネル2種



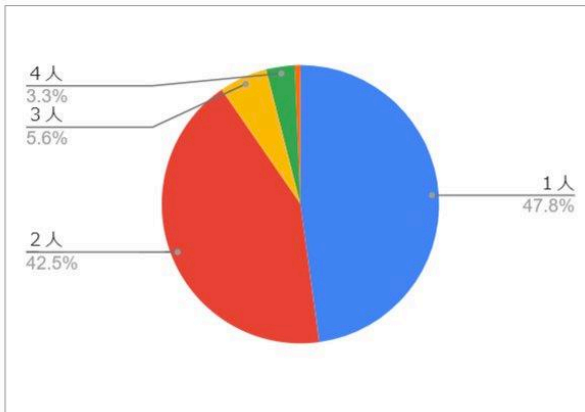
ラリーについて 参加者アンケート

全体回答者数：302人

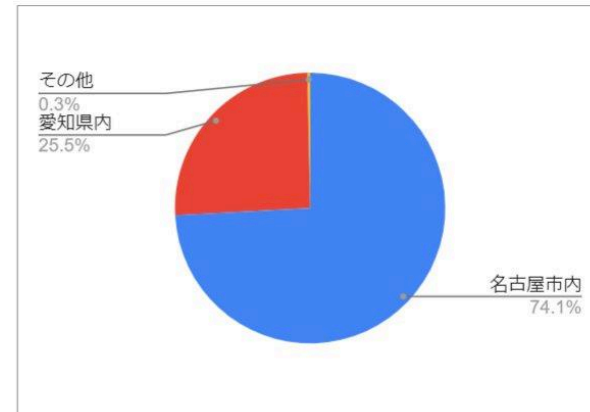
性別



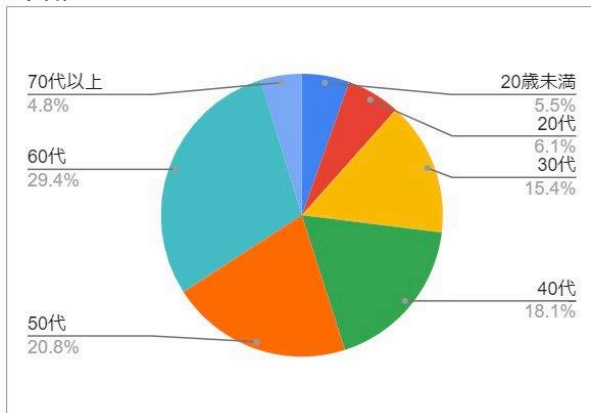
何人で参加しましたか？



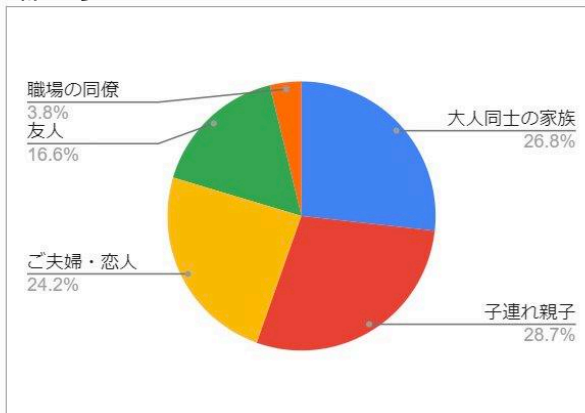
どちらからお越しですか？



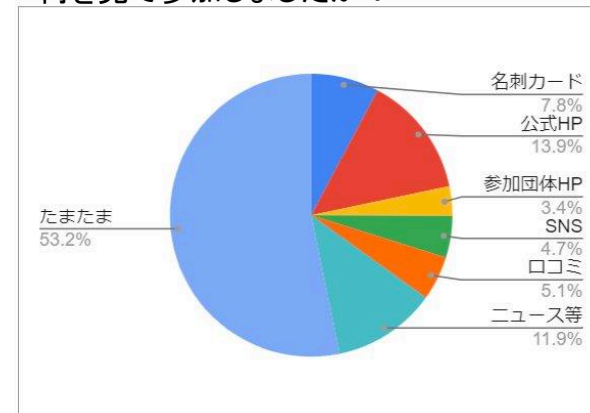
年齢



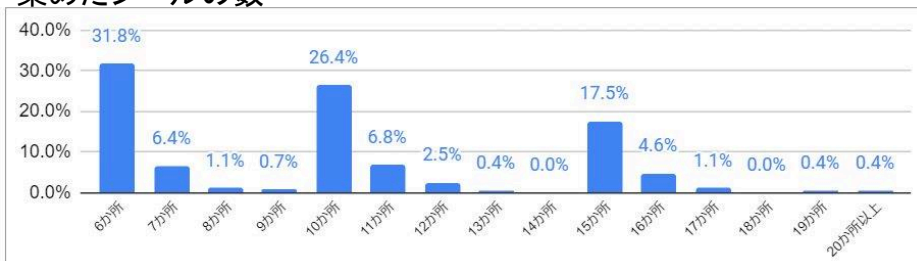
誰と参加したか？



何を見て参加しましたか？



集めたシールの数



ラリーについて ふりかえり

<ふりかえり>

4日間とも天候に恵まれ、心地の良い秋晴れの中での開催となった。ベビーカーを押す親子や小さなお子さんと手をつないで歩く親子、年配のご夫婦などが昨年同様、多くいた印象を受けました。年齢別の参加割合は昨年とほぼ同様でした。

1日のラリー参加者数は、平日は例年と比べて大きくは変わっていないが、土日祝日の参加者は例年の倍近くとなっており、合計参加人数も過去最多となった。

参加した方は昨年に引き続き、久屋ぐるっとアートのテーマである巡ることを純粋に楽しんでいる方が比率的に多かったように感じた。

<景品交換数>

2020	
10/31(土)	52件
11/1(日)	77件
11/2(月)	22件
11/3(火祝)	76件
合計	234件

2021	
11/3(水祝)	48件
11/4(木)	20件
11/5(金)	22件
11/6(土)	84件
11/7(日)	56件
11/9~14	8件
合計	202件

<参加者の声(アンケートより)>

- ・初めて行く場所で楽しかった。スタンプラリーがないと行かない場所で新鮮でした。
- ・子どもたちがとても楽しんでよかったです。
- ・観光客が行ったことない場所に行くよい機会になったと思った。
- ・意外と楽しかったです
- ・芸術文化センターのエレベーターがカッコ良かった～
- ・アートに関係するところがいろいろあって驚きでした。
- ・普段通りすぎている場所をシール集めをきっかけに訪ねることができたので楽しかったです
- ・シール集めをきっかけに、愛知県の文化に沢山触れられて楽しかったです。なんとも全てがちょうどいい、とってもよきイベントでした。参加できてよかったです！
- ・アート作品が見られるとよかった。
- ・回るだけでなくそこでなにかあるといい
- ・もっと会話や交流ができるといいと思いました。
- ・シールの場所がわかりにくい。
- ・子どもには距離があるように思いました。

2022	
11/3(木祝)	47件
11/4(金)	19件
11/5(土)	66件
11/6(日)	51件
合計	174件

2023	
11/2(木)	23件
11/3(金祝)	98件
11/4(土)	98件
11/5(日)	83件
合計	302件

愛知県美術館 @愛知芸術文化センター 「生誕120年 安井仲治」

●来場者数 605名

●来場者の反応やご感想

シールの捌けが良く、多くの方に参加いただけたようだった。

●「久屋ぐるっとアート2023」に参加していかがでしたか

よかった。

久屋エリアの風物詩となりつつあり、エリア全体でイベントを盛り上げようという雰囲気があったため。

●新たな客層の来場はありましたか？

あまりなかった

●どちらかの団体と連携しましたか？

連携はしなかった

●先行で配布したカード型の広報物をどのように活用しましたか？

またどのような反響や効果がありましたか？

美術館の広報物置き場に配架した。反響については不明。



アートライブラリー @愛知芸術文化センター 「久屋ぐるっとアート関連展示」

●来場者数 944名

●来場者の反応やご感想

シールラリーを楽しんでいる様子の方が多かったです。シールラリーのついでに館内をブラウジングしている方も見られました。

●「久屋ぐるっとアート2023」に参加していかがでしたか

よかった。

アートライブラリーの存在を知ってもらうきっかけになったと思うため。

●新たな客層の来場はありましたか？

あった

初めて入ってみたカウンターに声をかけてくれる利用者が時折いました。また、普段利用していないと思われる方や、お子さん連れなどの幅広い年齢層の来館がありました。

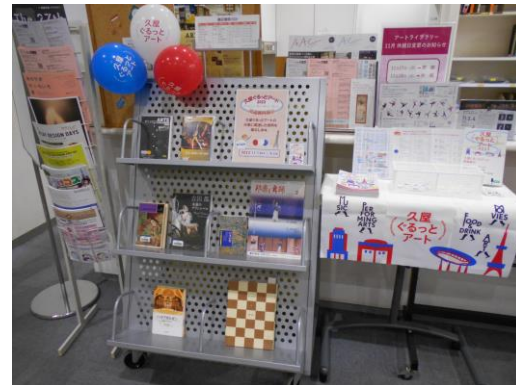
●どちらかの団体と連携しましたか？

連携はしなかった

●先行で配布したカード型の広報物をどのように活用しましたか？

またどのような反響や効果がありましたか？

カウンターや、展示物と一緒に置いて活用しました。



愛知県芸術劇場 @愛知芸術文化センター 「新国立劇場バレエ団公演『ドン・キホーテ』」

●来場者数 2,962名

※うちシールラリー利用者は36名

●来場者の反応やご感想

シールだけ貼りたいとホールへ来たお客様が居たため、入場にはチケットが必要なことを説明した。

●「久屋ぐるっとアート2023」に参加していかがでしたか

よかった

会場の雰囲気や賑やかさ的には、良かったと思います。

●新たな客層の来場はありましたか？

まあまああった

●どちらかの団体と連携しましたか？

連携はしなかった

●先行で配布したカード型の広報物をどのように活用しましたか？

またどのような反響や効果がありましたか？

劇場内に配布したほか、主催事業の際に積み置き

●今後「久屋ぐるっとアート」に声かけをするとよい団体はありますか？

国際芸術祭あいち事務局



愛知県図書館 @愛知芸術文化センター 「愛知図書館報『あゆち』パネル展」

●来場者数 331名

●来場者の反応やご感想

職員が常駐していなかったため、来場者の反応や感想はわかりません。
配布物が思った以上に少なくなっていました。

●「久屋ぐるっとアート2023」に参加していかがでしたか

とてもよかった
県図書館以外の場所で、県図書館を紹介する機会が得られたから

●新たな客層の来場はありましたか？

職員が常駐していなかったため、わかりません。

●どちらかの団体と連携しましたか？

連携はしなかった

●先行で配布したカード型の広報物をどのように活用しましたか？

またどのような反響や効果がありましたか？

事前に、県図書館1階エントランスでポスター掲示と一緒に配布しました。



愛知県@オアシス21 銀河の広場 「あいち伝統芸能はじめてフェス」

●来場者数 1,542名

●来場者の反応やご感想

- ・ステージではどのようなプログラムが用意されているのか。
- ・このイベントは今までもやっていたのか。初めて見た。(※今回は初開催)

●「久屋ぐるっとアート2023」に参加していかがでしたか

とてもよかった。

「久屋ぐるっとアート2023」に参加していたオアシスiセンターから伝統工芸ワークショップを実施できる事業者をご紹介いただけたため。また、イベント当日にシールラリー地点を設置したことで集客することができたため。

●新たな客層の来場はありましたか？

あった

本イベントは初開催となりますが、若い世代にもご来場いただきました。

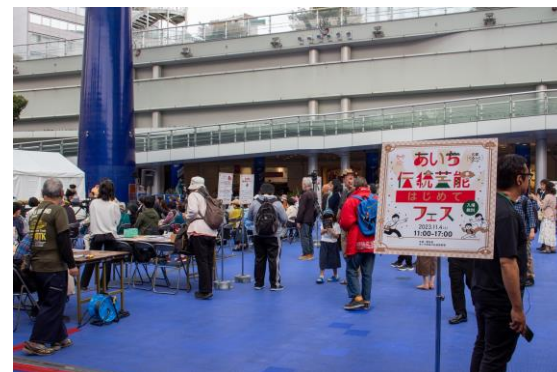
●どちらかの団体と連携しましたか？

- ・オアシスiセンターから伝統工芸ワークショップを実施している事業者をご紹介いただき、当イベントでもワークショップを実施していただいた。
- ・愛知県図書館に、イベント当日にブックトーク(司書が伝統芸能に関するおすすめの図書を紹介するトーク)を実施してもらった。

●先行で配布したカード型の広報物をどのように活用しましたか？

またどのような反響や効果がありましたか？

単発イベントのため、事前に配布する機会はありませんでした。



愛知県立芸術大学サテライトギャラリー SA・KURA 「中谷聡退任記念展」

●来場者数 77名

●「久屋ぐるっとアート2023」に参加していかがでしたか

とてもよかった

場所柄、なかなか一見でいらっしゃる方が少ない施設ですが、この企画によって認知していただけるため大変有難く存じます。私たちにとっても、他の場所でどのようなイベントを実施されているかがわかる良い機会だと考えております。

●新たな客層の来場はありましたか？

あった

●どちらかの団体と連携しましたか？

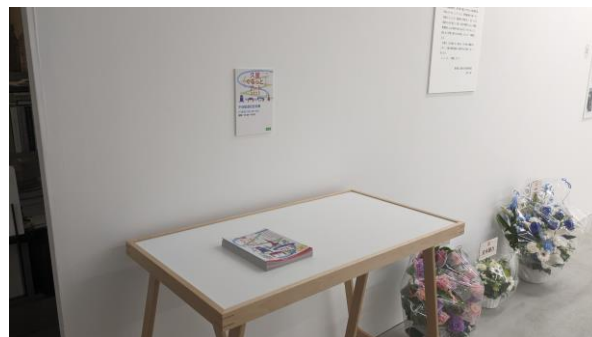
連携はしなかった

●先行で配布したカード型の広報物をどのように活用しましたか？

またどのような反響や効果がありましたか？

施設内のチラシラックへ設置し、普段から来てくださる方への周知を図りました。

また、大学内にも配架して学生や教職員の来場を促せるようにしました。イベントに合わせて来場してくださる方が多くいたように思います。



afterimage@愛知芸術文化センター 「afterimage 10th “Universe”」

●来場者数 535名

●来場者の反応やご感想

コロナを挟んで7年ぶりの本公演となったので、「やっと見る事が出来た」という声を多く頂いた。未就学児も入場可としたので、設備などについて何件か問い合わせがあった。

●「久屋ぐるっとアート2023」に参加していかがでしたか

よかった。

ポスターのクレジットなど、多くは無いが認知されるきっかけとなった。

●新たな客層の来場はありましたか？

あまりなかった

有料イベントなので、スタンプラリーをしに無料と間違えて来場するお客様がおおかった。

●どちらかの団体と連携しましたか？

愛知県芸術劇場さんの協力クレジットが入れられることになった。備品の貸与など様々なメリットがあった。

●先行で配布したカード型の広報物をどのように活用しましたか？

またどのような反響や効果がありましたか？

公演チラシを配布する際に、一緒に配布した。あまり反響は無かった。

●今後「久屋ぐるっとアート」に声掛けをするとよい団体はありますか？

団体というわけではないが、久屋大通パークの芝生エリア等のオープンスペースを使ったストリートシアターフェスなどはいいと思う。



photo : Ayano Miura

●来場者数 2,789名

●来場者の反応やご感想

「クイズの解答はどこに書けばいいのですか？」や「ほかの施設はクイズに答えなくてもシールがもらえたのにここはクイズに答えないとシールがもらえないのですか？」などのお声がありました。

●「久屋ぐるっとアート2023」に参加していかがでしたか

まあまあよかった

初めて「わくわく」に来館されるお客様がいらっしゃり、認知して頂く機会がありました。

●新たな客層の来場はありましたか？

あった

●どちらかの団体と連携しましたか？

連携はしなかった



NHK名古屋放送センタービル管理室

●来場者数 244名

●来場者の反応やご感想

シールラリーを楽しんでいる様子を伺えたり「全部クリアーした」という声もあった。

●「久屋ぐるっとアート2023」に参加していかがでしたか

まあまあよかった

ビル内に飲食店舗があるのを知ってもらう機会になった。

●新たな客層の来場はありましたか？

あまりなかった

●どちらかの団体と連携しましたか？

連携はしなかった



カワイ名古屋

●来場者数 253名

●来場者の反応やご感想

- ・店内奥のクイズもご覧になる方はちょこちょこいらっしやった
- ・(物を買わずに)シールだけもらっていきのが 申し訳なさそうにする方が多かったとの印象

●「久屋ぐるっとアート2023」に参加していかがでしたか

よかった

通常は来店されない方への来店動機となった。

●新たな客層の来場はありましたか？

あった

通常来店されない方が多く、また、クイズと組み合わせることで、店内をご覧いただく良い機会となったが、購買にはなかなか結びつかなかった。

●どちらかの団体と連携しましたか？

連携はしなかった

●先行で配布したカード型の広報物をどのように活用しましたか？

またどのような反響や効果がありましたか？

店頭レジ横 及び 正面入り口の消毒ポンプの横に配置
ちょこちょこ持っていき方いらっしやいました。



栄まちじゅう音楽広場実行委員会 @オアシス21 「ナゴヤブラスワールド2023 栄まちじゅう音楽広場」

●来場者数 1,000名

●来場者の反応やご感想

- ・毎年楽しみにしている
- ・素晴らしい

●「久屋ぐるっとアート2022」に参加していかがでしたか

とてもよかった。

今回はテレビやラジオでのCMもあり、多くの方が来場された。

●新たな客層の来場はありましたか？

まあまああった

●どちらかの団体と連携しましたか？

連携した

Hisaya-odori Park DESIGNCENTERと連携し中部電力ミライタワーの前での演奏も行った

●来場者数 20名

●来場者の反応やご感想

ほとんどの方がシールのみをもらい帰られていた。ロビー&ギャラリーをご覧になった方3割ほど。
アートに興味があるのか疑問

●「久屋ぐるっとアート2023」に参加していかがでしたか

あまりよくなかった
上記の通り。

●新たな客層の来場はありましたか？

あった

●どちらかの団体と連携しましたか？

連携はしなかった。

●先行で配布したカード型の広報物をどのように活用しましたか？

またどのような反響や効果がありましたか？

宿泊客に周辺イベント情報として、情報提供。興味をお持ちいただいたお客様数組あり。

●来場者数 4,000名

●来場者の反応やご感想

・とても良かった。栄のど真ん中で、素敵な風景を見ることができ、心地よい時間を過ごせた。

・1日の開催ではもったいない。もっと長期間やって欲しかった。

●「久屋ぐるっとアート2023」に参加していかがでしたか

とてもよかった。

多くの方に、作品に触れていただくことができたため。また、「もっと暗くなるまで」や「混雑が解消するまで」といったことから、近くの店舗で食事をして時間を過ごそう、といった声も多く聞いたので、少しは久屋地区の賑わい創出に寄与できたのではないかと考えるため。

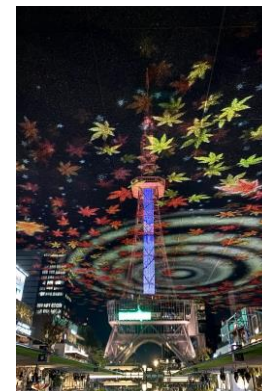
●新たな客層の来場はありましたか？

おいにあった

●どちらかの団体と連携しましたか？

連携内容

Hisaya-odori ParkデザインセンターさんとJAPAN LIVE YELL project in CHUBU事務局で連携をし、Hisaya-odori Park内での公演開催について、企画制作、業者の手配、名古屋市との連絡調整などを協力して実施した。



セントラル画材

「アート!?!、額装展」

●来場者数 63名

●来場者の反応やご感想

- ・シールラリーを楽しみにご来場された方が、ゆっくり店内展示を見て、自分たちが額装したいものを会話される様子が見られました。額装の可能性を知っていただけるきっかけになったと感じています。
- ・フレームセンターだけでなく、画材店にも立ち寄っていただき、店舗全体を見て知っていただくことができました。当日店舗の案内を見て、シールラリーに参加された方もみえました。

●「久屋ぐるっとアート2023」に参加していかがでしたか

とてもよかった

本年はイベント「HISAYAアートフェスタ」も併せて開催し、事前告知に力を入れたこともあり、例年以上に来場者数も多く盛り上がりました。より多くの方に店舗やサービスについて知っていただく貴重な機会となりました。

●新たな客層の来場はありましたか？

あった

●どちらかの団体と連携しましたか？

連携はしなかった。

●先行で配布したカード型の広報物をどのように活用しましたか？

またどのような反響や効果がありましたか？

レジ横に配置し、商品お買い上げの方に配布しました。

イベントに興味を持って、内容などを聞かれるお客様が多数みえました。

今後も、今回のような事前配布物があるとより集客が見込めると感じました。



HISAYAアートフェスタ実行委員会

「HISAYAアートフェスタ」

●来場者数 1,800名

●来場者の反応やご感想

インフォメーションにて冊子のお渡し。来年もこのイベントはありますか多数。

●「久屋ぐるっとアート2023」に参加していかがでしたか

とてもよかった。

HISAYAアートフェスタの趣旨 “久屋をアートの街に、 “久屋を魅力ある街へ、” のメッセージを伝えやすかった。

●新たな客層の来場はありましたか？

おおいにあった

●どちらかの団体と連携しましたか？

運営にセントラル画材、セントラルパーク、セントラルパークデザインセンター、TV塔、ソーシャルのスタッフに参加いただきました。

●先行で配布したカード型の広報物をどのように活用しましたか？

またどのような反響や効果がありましたか？

イベント会場内にて配布

●今後「久屋ぐるっとアート」に声かけをするとよい団体はありますか？

ジルダールギャラリー様、ソーシャルさんのイベント連携



セントラルパーク

●来場者数 未カウント

●来場者の反応やご感想
未回答

●「久屋ぐるっとアート2023」に参加していかがでしたか
よかった
多くの方にご来館いただけた

●新たな客層の来場はありましたか？
あまりなかった

●どちらかの団体と連携しましたか？
連携はしなかった。

●先行で配布したカード型の広報物をどのように活用しましたか？
またどのような反響や効果がありましたか？
館内に設置



中部電力 MIRAI TOWER

●来場者数 3,900名

●来場者の反応やご感想

この季節が待ち遠しいですとのご意見あり。

●「久屋ぐるっとアート2023」に参加していかがでしたか

とてもよかった。

いいイベントだから。

●新たな客層の来場はありましたか？

おおいにあった

●どちらかの団体と連携しましたか？

連携はしなかった。

●先行で配布したカード型の広報物をどのように活用しましたか？

またどのような反響や効果がありましたか？

展望台に置きました。けっこう良いねというご意見あり。

名古屋観光コンベンションビューロー @オアシス21iセンター 「有松・鳴海絞り」と名古屋黒紋付の着物展示」「栄エリア映画撮影ロケ地展示」

●来場者数 1,931名

●来場者の反応やご感想

- ・他のシールラリーの場所や本部テントの場所がわからないとおっしゃる方がいた。
- ・黒紋付染めの着物の展示に目を止められてから案内所で販売している黒紋付染めの商品をご覧になれる方がいた。
- ・有松・鳴海絞の展示をご覧になり、もっといろんな絞りを見たいと話す方がいた。
- ・映画ロケ地のポスター展示をじっくりとご覧になり写真を撮っていかれる方がいた。
- ・有松・鳴海絞りの展示に際して関連のパンフレットを設置したところ、足を止めてご覧になる方がいた。

●「久屋ぐるっとアート2022」に参加していかがでしたか

よかった。
シールラリーによって、久屋エリアについて知識を深めていただくこともでき、その一環としてオアシス21に名古屋市観光案内所があることを知っていただく機会ができたことはよかった。
街中で伝統工芸に触れる機会はなかなかないので、名古屋市民や観光客の皆様にも名古屋の文化に触れて楽しんでいただけることができ、名古屋の伝統工芸についてのPRもできたのでよかった。
また、当財団の事業、名古屋ロケーションナビの活動でこのエリアでのロケ地を紹介したことで昨今流行りの聖地巡礼などにつなげ観光促進にもなるかと感じ、昨年に続き名古屋黒紋付の着物や有松・鳴海絞の展示を行うことにより、来場客が展示物について語り合う様子を見聞きし普段あまり触れることのない、この地域の伝統工芸について見識を深めていただけたことを実感でき、大変有意義な事業であると思った。

●新たな客層の来場はありましたか？

あった

●どちらかの団体と連携しましたか？

連携はしなかった。

●先行で配布したカード型の広報物をどのように活用しましたか？

案内所の小型配布物設置カウンターに置いたところ、こんなイベントがあるのね。などのお声をいただき、事前に周知でき集客につながっているかと感じた。



●来場者数 33名

●来場者の反応やご感想

シールを受付において、来場するごとに対応していたが、気づかないうちに、ひとりでたくさんのシールを持っていく人がいた。

●「久屋ぐるっとアート2023」に参加していかがでしたか

よかった
クイズを使って来場者と交流できた。

●新たな客層の来場はありましたか？

あった

●どちらかの団体と連携しましたか？

連携はしなかった

●先行で配布したカード型の広報物をどのように活用しましたか？

またどのような反響や効果がありましたか？

受付においた。反響は特にありません。



日本基督教団名古屋中央教会 「パイプオルガンミニコンサート」

●来場者数 129名

●来場者の反応やご感想

- ・コンサートの開催日程が1日のみのため、日時を知らずに訪れる方が多い。
- ・宗教施設という性格上、初めて来場される方が毎年一定数おられる。
- ・コンサート自体への評価は高いと感じている。

●「久屋ぐるっとアート2023」に参加していかがでしたか

とてもよかった。

イベント初回からずっと参加している。イベント名の一部である久屋の町名が残る唯一の場所として、来場者にアピールする機会にも恵まれるため。

●新たな客層の来場はありましたか？

あった

●どちらかの団体と連携しましたか？

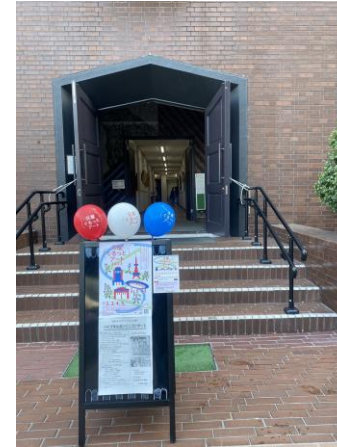
連携はしなかった。

●先行で配布したカード型の広報物をどのように活用しましたか？

またどのような反響や効果がありましたか？

建物内のチラシ等を置く棚に置いた。

小さくて配りやすい反面、置いてあっても気づかない人が多かったように感じた。



パンマルシェ実行委員会 @オアシス21

「パンマルシェ20」

●来場者数 61,000名

●来場者の反応やご感想

シールラリーの置いてある運営本部やinformationに来た方が、シールラリーの冊子をパンマルシェの地図と間違えて持っていかれる方が多かった為、次回はもう少し分かりやすく対策したいと思いました。

●「久屋ぐるっとアート2023」に参加していかがでしたか

とてもよかった。

シールラリーのシールを貰いに来るお客様と新たに繋がることのできたことと、次のシールラリーの開催場所へ繋げることができたこと。

●新たな客層の来場はありましたか？

あった

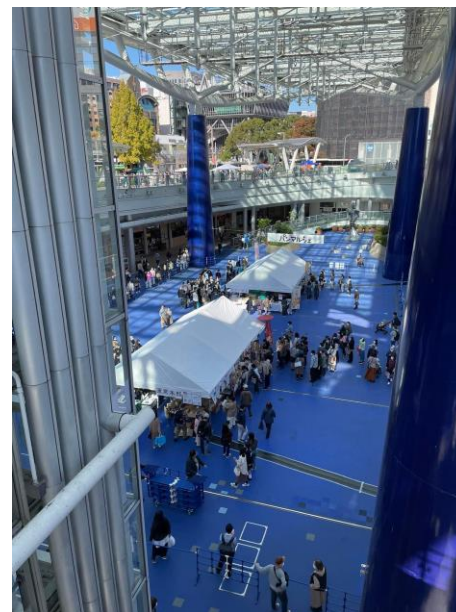
●どちらかの団体と連携しましたか？

連携はしなかった。

●先行で配布したカード型の広報物をどのように活用しましたか？

またどのような反響や効果がありましたか？

店舗が無く先に頂くことを辞退しました。



●来場者数 40名

●来場者の反応やご感想
質問はあまりありませんでした。

●「久屋ぐるっとアート2022」に参加していかがでしたか
とてもよかった。
何人かスタンプをきっかけで話すことができた。

●新たな客層の来場はありましたか？
あった
普段あまり来店されないおじいちゃん+孫のパターンもあった。

●どちらかの団体と連携しましたか？
JAPAN LIVE YELL project伊藤さんと水盤でのプロジェクションマッピングの連携をしました。

●先行で配布したカード型の広報物をどのように活用しましたか？
またどのような反響や効果がありましたか？
店舗内で配布したが、あまり反響は得られなかった。

ブロッサ

- 来場者数 約100名
- 来場者の反応やご感想
クイズの答えを知らない店舗がいて、混乱させてしまった
- 「久屋ぐるっとアート2023」に参加していかがでしたか
とてもよかった。
シールラリーを通して、店舗に来て下さるお客様が一定数いたため。
- 新たな客層の来場はありましたか？
まあまああった
- どちらかの団体と連携しましたか？
連携はしなかった。
- 先行で配布したカード型の広報物をどのように活用しましたか？
またどのような反響や効果がありましたか？
ブロッサの店舗に置いていただいた



総括

・昨年に引き続き会場提供などの形で参加団体間の連携が今年も行われた点が評価できる。

・久屋ぐるっとアートをきっかけに初めて訪れた施設があったと答えた方が190名だった。

今後はその後継続して足を運んでくれるような仕掛けがそれぞれの参加団体で行えると、より効果が出てくるのではないだろうか。例えばシール台紙を期間中だけにせず、期間後にも活用できる受け皿を各参加団体の判断で設けてもらうなど。

・景品交換数（参加者アンケート記入者）は、過去最も多かった。来場者も各日とも多かった。これは4日間とも天気が良かったこと、ニュースで取り上げられたり例年のイベントとして定着しつつあるためと分析している。

・今年新たに「先出しカード」を9月上旬に希望団体に配布した。参加団体からのアンケートではあまり効果が見られなかったようだ。また、参加のきっかけとして回答した方は23名だった。活用法も含めて再検討する。

・今年のリリースポットでは、各参加団体の任意で、クイズをして回答をスタッフに伝える・クイズのヒントが店内にある等でシールを取って帰るだけにならない仕掛けも可としたが、採用したのは9団体だった。

シールラリーはたまたま訪れて参加する方が多いので、「滞在する工夫」をシールスポット内でもう少しできるとよい。

・パンフレットと台紙は「場所が分かりにくい」、「2つあって分かりにくい」等の声から、1つにまとめ刷新した。

これまでよりも地図上に明確にスポットの位置を記載し、シールの貼る場所とマップ、ラリーの説明を同じ面にした。上記の意見は大きく減少したが、一方でイベント面を見なくてもラリーを回れるようになってしまい、「回遊することよりもラリーをしている方」が増えてしまった側面も見受けられたので、次回はこの反省を活かしたデザインにしたい。