

# ポスターの鑑賞を補助するメールマガジンの連載

## 地域に根ざす美術館のあるべき姿を取り戻すために

A series of e-newsletters to aid poster appreciation  
Community-based NPOs To restore the art museum to what it should be

宮川 友子

Tomoko Miyagawa

### Abstract

Approved NPO Ogaki Poster Museum, Japan began working as an executive committee in 1988. It is made up of sponsorship from Ogaki businesses, volunteers from the citizens and cooperation from graphic designers from all over the world. However, the lack of increased visibility and audience numbers is a problem. Therefore, I undertook this research in order to make a meaningful connection with an audience that loves posters. The idea is to publish a series of e-newsletters explaining our origins - the "Polish Poster". After a year of serialisation, a questionnaire showed that the series had increased interest in Polish posters and audience satisfaction.

Keywords：ポスター、ポーランド、美術館、鑑賞、メールマガジン

### 1. はじめに

認定特定非営利活動法人（NPO）日本国際ポスター美術館（岐阜県大垣市、以後「当館」）は、美術館と名乗る以前、「現代ポーランド大ポスター展」（1988 年）<sup>1)</sup> から、実行委員会を組織し世界の現代ポスターアートを収集・展示・保存する活動を続けてきたが、1996 年 10 月に拠点を美術館とし、2006 年 3 月には NPO、2017 年 3 月には認定 NPO となった。活動の初期から、大垣市に本社を置く企業を中心とした地域からの協賛金を資金とし、市民のボランティア活動によって運営されてきた。また国内外のグラフィックデザイナー達からのご厚意によりポスターを収集してきた。

展覧会は主に年に数回、国や表現手法などをテーマに設定した所蔵作品展、またはデザイナーの既存のポスターを収集することによる企画展を行ってきた。しかしそれと同時に、地域との交流にも重きを置き、テーマに添った新作をデザイナーに依頼することによる展覧会も時々行ってきた（例：「戦いと平和 未来の世界ポスター展（ファックアートポスター展）」（2000 年、地方博「決戦関ヶ原大垣博」に参加）、「大垣まつりユネスコ無形文化遺産登録記念ポスター展」（2016 年）、「世界からのメッセージポスター展 テーマ：大震災から未来へ」（2011 年、東日本大震災にあたり）、「NO WAR ポスター展」（2022 年、ロシアのウクライナ侵攻にあたり）。また、若年層のポスターへの興味

を育成する目的で「全国高校生ポスターコンクール」（2002 年～）も毎年行ってきた。

しかし長年の支援や市民の協力にもかかわらず、地元を中心とした地域での当館の認知度は低く、特にデザイナーでない一般の観客の数が伸び悩んでいる。そんな中、2020 年初頭からのコロナ禍をきっかけにこれらの展覧会の広報活動を振り返ることとなったが、その中で課題が発見された。

課題①芳名帳やメールアドレスなどの管理を適切に行っていないことによる、観客への効果的な告知不足

課題②企画展を行うことにおける地域貢献の効果と、スタッフの労力やデザイナーへの負担が釣り合っていない

これらの原因を考察すると、地元企業からの協賛金に対して「活動の成果を説明するための活動」を重視しすぎて、美術館のもつ本来の目的や、目指す姿からの乖離を放置していた部分があるのではないかと考えられた。

こうした中で、この美術館活動の始まりである、「国内外の優れたポスターアートを紹介すること」に、いったん立ち戻るのはいかがでしょうかという提案があった。そして、人的にも所蔵作品的にも、ある資源を生かしながら、これまでの観客を大切にしつつ、新しい観客にアプローチできる方法を模索することにした。

この研究の目的は、地域に根ざした認定 NPO 美術館が、

限られた資源を生かしながら、既存の観客を大切に、かつ新しい観客とつながる方法を探り、それを試すことで、本来の目的であるポスター文化の普及活動に取り組み直し、その効果を実感することである。

## 2. 方法

以下の条件で可能な方法を探ることとした。

### [必要条件]

- ・国内外のポスターアートの普及・啓蒙ができ、当館らしきのあるテーマをもつ内容とする。
- ・展示場所を必要としない。
- ・費用やスタッフの手間をかけすぎない。
- ・SNS はメインツールとして使用しない（人員の不足により、反応やコメントを管理したり頻繁に返信したりすることは困難なため）。

### [方法]

これらをふまえて検討した結果、メールマガジンでの作品紹介という手法を取ることにした。展示期間に制限されず、収蔵庫に眠っている所蔵作品にスポットライトを当て、あらためて紹介し、その鑑賞の手引きとなる解説を加えることで興味関心を得、それを宣伝し購読者数の増加を目指す。

テーマを「ポーランドのポスター」、メールマガジンのタイトルを「世界の至宝 ポーランドポスター」として、2022 年 4 月から月に 1 回、12 回に渡り連載することとした。また、付録として「ポーランド広告塔百景」と題したイラストレーションをつけることとした。解説の文章、付録イラストレーション共に筆者が制作した。

理由としては以下のものが挙げられる。

- ・多人数の手を煩わせずに運営でき、無料である。
- ・COVID-19 感染予防の観点から、観客が会場に来なくても情報を受けることができる。
- ・一度きりでなく定期的に送ることができ印象付けられる。
- ・観客のメールアドレスを管理し、重要な観客に確実に送

(表 1) 国内の主要ポスター所蔵施設におけるポーランドポスターの所蔵数 (2023 年 9 月現在)

	ポーランドポスター 所蔵数	デザイナーの人数
京都工芸繊維大学 美術工芸資料館 <sup>2)</sup>	700	-
神奈川県立 近代美術館 <sup>3)</sup>	290	32
日本国際 ポスター美術館	1276	94

ることができる。

- ・筆者の 10 回に及ぶ外国へのポスター取材の経験を活かすことができる。
- ・筆者自身が特にポーランドへの取材でそのポスターや文化に感銘を受けた。

初回の被送信者は、当館関係者を中心に手探りで精査し、27 名とした。その後、新しい購読者獲得のため、当館ウェブサイトと SNS (Twitter、Facebook)、筆者のブログで情報を発信し、宣伝を続けた。また 1 年間 12 回連載し、連載終了後は、効果を確認するためにアンケートを行い、感想をまとめることとした。

## 3. 内容

メールマガジンの構成は、以下の順とした。

- 導入の挨拶 (美術館スタッフによる) → ●作品の画像 → ●「タイトル (英/和) (制作年、サイズ) → ●作者名 (和/英) とその生 (没) 年 → ●解説の文章 → ●「ポーランド広告塔百景」のイラストレーション

[デザイナーとポスターの選出について]

当館は前述の通りポーランドのポスターを紹介する活動に始まり、その後もポーランド、またはワルシャワをタイトルに冠した展覧会を 5 回行っている。そして当館の所蔵するポーランドのポスターで最古のものは 1960 年、最新のものは 2022 年のもので、総数は 1200 点以上、デザイナーは 100 名近い (表 1)。

(表 2) メールマガジン連載時における 1 年間の月ごとの作品タイトルとデザイナー名

	タイトル	title	制作年	作者	name
4月	ジミ・ヘンドリクス	JIMI HENDRIX	1974	ヴァルデマル・シヴィエジ	Waldemar Swierzy
5月	ワンスアポンアタイムインアメリカ	DAWNO TEMU W AMERYCE	1986	ヤン・ムウォドジェニェツ	Jan Młodożeniec
6月	サーカス	CYRK	1970	マチェイ・ウルバニェツ	Maciej Urbaniec
7月	美術アカデミー年度末展	Annual Academy of Fine Arts Exhibition	2008	ピョートル・クンツェ	Piotr Kunce
8月	日本国際ポスター美術館	Ogaki Poster Museum, JAPAN	1996	ミェチスワフ・グロフスキ	Mieczysław Górowski
9月	第7回国際演劇ポスタービエンナーレ	7th International Biennale of Theatre Poster	1999	レフ・マイェフスキ	Lech Majewski
10月	ラファル・オルピンスキ個展	Rafal Olbinski	2006	ラファル・オルピンスキ	Rafal Olbinski
11月	ヘンリク・トマシェフスキ個展	Henryk Tomaszewski	1999	ヴィエスワフ・ロソハ	Wiesław Rosocha
12月	サマージャズアカデミー	Summer Jazz Academy	2016	ミハル・バトリ	Michal Batory
1月	タンゴ	TANGO	2015	アンジェイ・ボンゴフスキ	Andrzej Pągowski
2月	ポスターの中のショパン	Chopin w Plakacie	2010	ピョートル・ムウォドジェニェツ	Piotr Młodożeniec
3月	大垣まつり	Ogaki Matsuri Festival	2017	アグニエシュカ・ジームシユェカ	Agnieszka Ziemińska

## ポスターの鑑賞を補助するメールマガジンの連載

日本国際ポスター美術館：メールマガジン 4月号

poster museum sposter.ogaki2022@gmail.com 2022年4月2日(土) 15:47

日本国際ポスター美術館：メールマガジン2022 「世界の至宝・ポーランドのポスター」4月号

突然のメールで失礼いたします。この度、ポスターをもっと身近に、そしてわかりやすくという「ポスターシディ大塚」をモットーにメールマガジンを企画しました。当館の所蔵する世界を代表するポスターを、毎月一回のペースで紹介していきます。まずポスター王国、ポーランドからスタートしますので、ご覧いただけましたら幸いです。



ワルデマル・シヴヴェニジ Waldemar Sierzy (1931-2013) シヴヴェニジの「Jazz Greats」シリーズ

ジミヘンといえばロックのイメージが強いが、このポスターのクライアントは「ポーランド・ジャズ協会」であり(注1)、彼によるレイチャルズ、マイルスデイビスなど「ジャズ演奏者の肖像画を用いたポスターシリーズ Jazz Greats」のうちの1枚のようである。彼は、生涯1500枚以上のポスターを制作し、その多くで人の顔が画面の大部分を占める「肖像画」のようなスタイルをとった。上記の顔にもマリリンローラーやジョン・スライスのデザイナーニコラウス・トロクスラーなど突如の人物や、動物、架空の人物などいろいろある。

1つ1つが特徴や表情を鮮やかにとらえている中で、彼独自の表現といえば、動きのある「線」をさらにふちどっていることである。様々な色や太さの線は、それぞれ強調されて描かれている。またハイライトの表現も独特で、滲んだように大きめに描かれているからなのか、光って見える。このジミヘンのポスターもそうだ。人の顔は人の目を強く惹きつける。当時、街に貼られた彼のポスターを見た人は、語る顔や色、視線や表情に釘付けになったのではないだろうか。

2006年、生まれて初めての外国旅行で訪れる熱地ワルシャワ国際ポスタービエンナーレを訪れた時、シヴヴェニジさんに会うことができた。1500枚以上もポスターを作ったポーランドポスターの歴史上重要な人物なのに、普段着で普通のおじいちゃん、という感じではぼぼのした気持ちになったのを見ていて、娘のドロータさんは日本語が堪能でもてお世話になった。シヴヴェニジさんはどんな感じでポスターを描いていたのかと想像するが、きっとジャズを聴きながらだと思ふ。

注1：「神保町立近代美術館所蔵 ポーランド・ポスターの発見」(2019) p.121

ポーランド広告塔百景#1



広告塔、本当にある!!

2006年ワルシャワ、いきなり広告塔に出くわす

でかい!! かわいい!! 見覚えのある作風!! (Piotr Młodzeniecさんのポスターでした!)

googleストリートビューでは2009年にはもうこの広告塔は撤去されていた

(トビ国際美術館) at Jerolimskie 300

企画/山田信子 (日本国際ポスター美術館ディレクター) テキスト/ポーランド広告塔百景/渡川友子 (グラフィックデザイナー、)

※今度メールマガジンの不要の方は下記アドレスまで返信ください。 sposter.ogaki2022@gmail.com

事務局：メールマガジン担当 山田信子  
認定特定非営利活動法人 日本国際ポスター美術館  
〒503-8550 岐阜県大垣市北方町5丁目50番地 岐阜協立大学7号館  
TEL & FAX: 0564-77-3503  
E-mail: info@ogaki-postermuseum-japan.com  
http://www.ogaki-postermuseum-japan.com  
OGAKI POSTER MUSEUM, JAPAN  
c/o Gifu Kyoritsu University 5-50 Kitagata-cho Ogaki-shi, Gifu Pref. 503-8550 JAPAN

(図1) メールマガジン 2022年4月号

これら国内では貴重な資料を当館が所蔵しているということをアピールする機会とするべく、12名の人選と順番、マガジンの構成を検討した(表2、図1)。

デザイナーとポスターの選出については、当館に所蔵している中から、ポーランドのポスターデザイナーを語る上

で特に重要と思われるデザイナーを選出し、ほぼその生年順の1人1作品について、解説することによって鑑賞の効果が高まりやすいと考えられる作品を選択し、最後の3月が比較的新しい所蔵となるようにした。また、デザイナーが男性のみにならないよう、女性を含めた。

連載中の調査で、日経新聞において萩山(2019)が10回に渡り「ポーランド・ポスター」という連載で所蔵作品の解説をしていたことが分かった<sup>4)</sup>が、選択したポスターは結果的には重ならなかった。

## [解説の内容について]

文字数は多すぎず読み応えのあるよう、500字前後を目安とした。ポーランドのポスターを鑑賞する際に最大のハードルとなるのはポーランド語である。そこでポスター内の大きな文字を中心に翻訳することで、ポスターの用途を明確にし、描かれているビジュアルの技法や内容を確認した。また描かれたモチーフは何を表そうとしているか、作者についてなど、一見しただけではわからない情報や制作された背景をポスターから読み解き、じっくり鑑賞できるように伝えた。また、メールマガジンというメディアの利点を生かすために、参照する情報があればURLのリンクをつけた(言葉の引用、Googleストリートビュー等)。

## [ポーランド広告塔百景について]

ポーランドなど一部ヨーロッパには、ポスターアートを生活の中で楽しむ文化や機能として「広告塔」というものがあり、日本にはない風景を形成している。それを紹介するために、「ポーランド広告塔百景」と題した1コマイラストレーションを月ごとに付録として付けた。これは筆者がポーランド取材で記録したさまざまな「広告塔」の形やシチュエーションを紹介するものである。

## [ブログへの掲載について]

送信の約1か月後には、これらの記事をほとんど形式を損なうことなくブログ(デザイン鑑賞部2 <http://m8gw10mk.blog96.fc2.com/>)に掲載し、蓄積していった。

## 4.結果

最終的にメールマガジンの購読者は61名となった。

連載終了後、これに対する興味・関心についてのアンケートを、購読者を対象に行った(期間:2023年3月31日~4月30日)。しかし締切後、回答者数が少なかったため、岐阜市立女子短期大学2年生の「グラフィックデザインⅢ」の受講者にブログ上のメールマガジンを読んでもらい、同様にアンケートの協力を依頼した。総回答者数は19名。

## 4-1 年齢層

10代が半数(大半は岐阜市立女子短期大学学生)、その他の年代はほぼまばらである。

(表3) メールマガジン読後アンケート結果

## 1. 興味・関心の変化について(全般)

●“ポスター”への興味・関心に変化はありましたか。

少し高まった(42.1%)	とても高まった(57.9%)
---------------	----------------

●“ポーランドのポスター”への興味・関心に変化はありましたか。

少し高まった(31.6%)	とても高まった(63.2%)
少し興味がなくなった(5.3%)	

●“ポスターデザイナー”への興味・関心に変化はありましたか。

少し高まった(21.1%)	とても高まった(73.7%)
少し興味がなくなった(5.3%)	

●“ポーランドの生活や文化”への興味・関心に変化はありましたか。

少し高まった(31.6%)	とても高まった(57.9%)
少し興味がなくなった(10.5%)	

## 2. 記事の内容について(ポスター、デザイナー、広告塔百景)

●最も興味のあった“ポスター”はどれですか。



タンゴ TANGO  
アンジェイ・ボンゴフスキ Andrzej Pagowski



大垣まつり Ogaki Matsuri Festival  
アグニエシュカ・ジミシューカ  
Agnieszka Ziemska

●最も興味のあった“デザイナー”は誰ですか。

- ・アンジェイ・ボンゴフスキ Andrzej Pagowski(1953-)
- ・マチェイ・ウルバニェツ Maciej Urbaniec(1925-2004)

●最も興味のあった“広告塔百景”はどれですか。



ポスターを木に巻く、車に貼る。(26.3%)



時計付き広告塔と自転車のおじさん。(15.8%)

## 4. メールマガジン全体への評価

●このメールマガジンをどのように感じましたか。点数をつけてください。

どちらかというと 学術的・論理的(31.6%)	どちらかというと感情的・直感的 (63.2%)
学術的・論理的(5.3%)	

●このメールマガジンの親しみやすさについて点数をつけてください。

少し親しみやすい (42.1%)	とても親しみやすい(52.6%)
少し親しみにくい(5.3%)	

●今後、日本国際ポスター美術館の展覧会を訪問したいと思いませんか。

行ったことがある/また行きたい (21.1%)	行ったことがない/行ってみたい (78.9%)
----------------------------	----------------------------

●総合的にこのメールマガジンは日本国際ポスター美術館の所蔵するポーランドポスターの普及振興に効果的だったか、点数をつけてください。

少し効果的(36.8%)	とても効果的(57.9%)
あまり効果的ではない(5.3%)	

## 4-2 居住地域

岐阜県 63.2%、愛知県 21.1%、京都、兵庫、外国各1名

## 4-3 興味・関心の変化について(全般)

1. (表3)に記載の選択式の質問と、記述式の質問をした。選択式については、ポスター(全般)、ポーランドのポスター、ポスターデザイナー、ポーランドの生活や文化のそれぞれについて、4段階で読前と読後の興味の変化についてたずねた。全ての項目で4(最高点)を半数以上の人が付けた。このことから各項目についてメールマガジンを読んだことで、興味関心が高まり、おおむね効果的だったと言える。

記述式の質問は、前述の選択式の質問に関して自由な感想を求めた。要約すると、ポーランドのポスターと日本のポスターとの違い、個性やアバンギャルドなデザインに興味を持つなど、ポーランドのポスターに関心が高まった人が多い。また、ポーランドのポスターのデザインについて

の勉強不足を感じている人もおり、情報や交流を通じて学びたいと思っていたり、実際にポーランドに行って多くの作品を見たいと思っている人もいた。

## 4-4 記事の内容について(ポスター、デザイナー、広告塔百景)

記事の中で紹介したポスターやデザイナー、付録の広告塔百景について、どれに最も興味を持ったかについてたずねた。またそれらについて自由に記述してもらった。

ポスター、デザイナー共に多数の票が集まったのは、「タンゴ」(2015)アンジェイ・ボンゴフスキ(1953-)である。ポスターで票を集めたのは「大垣まつり」(2017)アグニエシュカ・ジミシューカ(1971-)である。これらは共に、連載中の作品の中では新しいものに当たる。

しかしデザイナーの項目でもう1名同数の名前が上がったマチェイ・ウルバニェツ(1925-2004)は、紹介した中で最年長で、紹介したポスターも最も古い「サーカス」(1970)

## ポスターの鑑賞を補助するメールマガジンの連載

である。

これらから、ポーランド的な特徴のあるものの中でも、新しくポップな印象で、現代生活の中でふれる広告のデザインなどと共通した感覚に共感を持ちやすいポスターと、貴重な最古のもので味わいのあるポスターの、両極端なものに関心が集まったと思われる。

「広告塔百景」については、12回中10回で「広告塔」と呼ぶ路上の大型の筒状の建設物について描写してきた中で、そこから少し外れた回である「ポスターを木に巻く、車に貼る。」が票を集めた。これは路上の樹や自動車にポスターをテープで貼った物を描写したものである。そして2位は「時計付き広告塔と自転車のおじさん。」だった。これは広告塔の上部に装飾的な時計がついているものである。

これらから考えられることは、広告塔に普通にポスターが貼られているだけの状態は、単純に違う文化だというだけで、いくらそのポスターの内容が特別なものであってもあまり興味を持ちにくく、注目を集めにくいということである。ここから想起されるのは、最近のSNSにおける「映える」を求める感覚である。

自由記述について要約すると以下の通り。

- ・ポーランドのポスターはグロテスクで不思議な感じがしたが、すっきりとしたものや楽しそうなものが好みなので、傘とサックスの組み合わせで青空の背景が印象的な音楽のポスターに興味を持った。美術アカデミー年度末展のポスターは色彩や絵に迫力があり、とても目を引いた。
- ・ポスターを見て、デザイナーについてもっと知りたくなった。他の作品も見てみたい。
- ・広告塔百景では特に、巻きつけられたりユニークなサウンドイッチマン、広告塔の中に人がいるものが印象的で他にもいくつか気に入ったものがあった。現地の雰囲気も伝わってきて良かった。

### 4-5 「地域のデザイナーやアーティスト」について

記述式で回答を得た。3つの質問項目とその回答を要約したものは以下の通り。

[質問1] デザイナーの個性が表れたポーランドのポスターのようなポスターについてどのように思いますか。

[1に対する回答の要約]

ポーランドのポスターは、個性的で芸術的なデザインが特徴で、日本のポスターとは異なる魅力があると感じた。個性的なポスターは人の心に語りかける力があり、興味を引かれる一方で、分からない部分もあるが、街中に貼られていたら出かけるのが楽しくなると思った。

[質問2] 日本とポーランドにおけるポスターの掲示方法・

場所を比較してどのように思いますか。

[2に対する回答の要約]

日本ではポスターは駅や公共の建物に掲示されている印象がある。その中でも名古屋市には動くポスターがあり、最近ではデジタル広告が増えていると感じる。

ポーランドではポスターが身近にあり、街のさまざまな場所にポスターが貼られている。ポスターの内容は自由度が高く印象的であり、街そのものが美術館のようだ。日本でももっといろいろな場所でポスターを楽しめるといいと思った。

[質問3] みなさんの普段の生活の中で、見たことがあり心に残っているポスターがあったら、どのようなものだったか具体例を教えてください。あいまいでもかまいません。複数可。[いつ/どこで/どんな]

[3に対する回答の要約]

- ・特に印象に残っているポスターは、地下鉄のホームや駅構内、映画館などで見かける宣伝ポスターや街の宣伝ポスター。
- ・海外旅行でウィーンを訪れた際、工事現場の囲いに貼られたデザインのポスターが印象的だった。
- ・DV防止啓発ポスターや地元の子供たちが描いた絵が掲示されているポスターに興味深かった。
- ・有名なデザイナーのポスターやコピーが魅力的なポスターが印象に残っている。

### 4-6 メールマガジン全体への評価

4. (表3)の4つの選択式の質問で、客観的な評価を得ようと試みた。

[質問1について]

固くなりすぎず、読みやすさ、わかりやすさを意識して書いた文章がどのように受け止められたかについては、極端に理屈っぽくなく、感覚的すぎないという反応を得た。

[質問2について]

1名を除いて親しみやすいという回答を得られた。

[質問3について]

2種の回答のみとなった。「行ったことがある/また行きたい(21.1%)」、「行ったことがない/行ってみたい(78.9%)」において、これまでの観客を大切にしながらも、多くの新しい観客に興味を持ってもらえたことを示す。

[質問4について]

1名を除いて効果的だったという回答を得られた。

## 5.おわりに

当館は国内外の優れたポスターアートを紹介する美術館のはずであったが、いつの間にか地元企業からの協賛金に対して「活動の成果を説明するための活動」に注力して

いた部分があり、本来の美術館らしさが失われていた部分があった。そこで、メールマガジンによる所蔵作品の解説を連載し、それを普及させることで、目的である「限られた資源を生かしながら、既存の観客を大切に、かつ新しい観客とつながる方法を探り、それを試す」ことができた。そして、アンケートによる結果によるとこの研究は効果的だったといえる。

これは、顕在的・潜在的にかかわらず、アートやデザインに興味のある観客へのアプローチとして、またスタッフやデザイナーが疲弊せず継続して関わっていくための方法として、そして集客に悩む地方の美術館や他の NPO の活動などにも参照できる事例であり、社会的に意義がある。

本研究の残された課題としては、関係人数の少なさであるので、これからも効果的な鑑賞・広報活動を継続していく中でその増加をめざしたい。そのためには、今後の展示においては、メールアドレスなどの個人情報を含む顧客管理を適切に行い、次回の展覧会告知やその他のお知らせに活用していく必要がある。また、メールマガジンだけでなく他の効果的な方法があれば、それにも取り組み検証していきたい。

## 6.謝辞

本研究を行うにあたり、神奈川県立近代美術館 普及課長 靱山昌夫様、京都工芸繊維大学 美術工芸資料館 技術補佐員 中川可奈子様にはご助言と資料の提供をいただきました。また日本国際ポスター美術館 加藤由朗様 山田信子様をはじめ関係者の方々には多大なご協力をいただきました。厚くお礼申し上げます。

## 7.参考文献

- 1) 日本国際ポスター美術館ウェブサイト,<https://www.ogaki-postermuseum-japan.com/>, (参照 2023-9-15) 以降の当館の展覧会情報についても同様
- 2) 中川可奈子. チェコ ポーランド ハンガリーのポスター. 青幻舎, 2017, 14p.
- 3) 靱山昌夫. 「ポーランドと旧ソヴィエト連邦の視覚デザインとその周辺領域の比較研究」報告書. 神奈川県立近代美術館, 2020, 3p.
- 4) 靱山昌夫. ポーランド・ポスター. 日本経済新聞, 2019-9-30~10-11, <https://www.nikkei.com/article/DGXKZO50291950X20C19A9BC8000/> ほか, (参照 2023-9-15)

(提出日 令和 5 年 9 月 22 日)