



慶應義塾大学ビジネス・スクール

原美術館

1998年の秋も深まる頃、翌年に創立20周年の節目を迎える原美術館のスタッフは、記念イベントの準備に忙殺されていた。原美術館では、翌年2月に開催予定のアーティストのクリスト氏の講演会を皮切りに、4月にはロバート・ストア氏の講演会、夏にはさまざまな映像作家や作曲家、舞台芸術家、ダンスグループ、パフォーマーなどのコラボレーションによるオリジナル・パフォーマンス・イベント、さらに秋には評論家の南條史生氏による見学会や、慶應義塾大学北新館ホールにおいて開催予定のアーティストのソフィ・カル氏による講演会など、一連の記念イベントを計画していた。

日本で唯一（当時）の現代美術専門の美術館として1979年に開館して以来、20年間にわたって海外の現代美術の日本への紹介や、日本の若き現代アーティストの海外への紹介などに努めてきた同美術館だったが、日本ではまだまだ現代美術の知名度や人気は低く、20年目の節目を迎える翌年に向けて、同美術館では今後の運営・展開についてさまざまに思いを巡らせていた。

第1章：原美術館

原俊夫と美術館設立の経緯^[1]

原俊夫は、幕末から大正時代にかけて活躍した実業家原六郎を初代に数える名家原家の第四代当主として、昭和10年（1935年）に生まれた。昭和33年に学習院大学政経学部を卒業後、アメリカのプリンストン大学に留学し、帰国後日本航空（株）に就職した。しかし戦争中に父を亡

^[1] 本節の記述は、以下の文献に依拠している。田中日佐男，1995，『現代の美術コレクター—美術館をつくった人々—』日本経済新聞社、田島三津雄，1992，『うちの美術館』新潮選書

本ケースは、慶應義塾大学平成11年度大型研究助成プロジェクトの一環で、教材として作成されたものであり、特定の経営状況の巧拙を論じるものではない。ケース作成は、和田充夫（慶應義塾大学大学院経営管理研究科教授）監修の下、澁谷 覚（慶應義塾大学大学院経営管理研究科博士課程—2000年11月現在）が行った（2000年11月）（改訂2001年10月）。

本ケースは慶應義塾大学ビジネス・スクールが出版するものであり、複製等についての問い合わせ先は慶應義塾大学ビジネス・スクール（〒223-8526 神奈川県横浜市港北区日吉4丁目1番1号、電話045-564-2444、e-mail: case@kbs.keio.ac.jp）。また、注文は<http://www.kbs.keio.ac.jp/>へ。慶應義塾大学ビジネス・スクールの許可を得ずに、いかなる部分の複製、検索システムへの取り込み、スプレッドシートでの利用、またいかなる方法（電子的、機械的、写真複写、録音・録画、その他種類を問わない）による伝送も、これを禁ずる。

Copyright© 澁谷 覚（2011年12月作成）

くして祖父に育てられた原は、早くから家業である林業を担うことが定められており、昭和40年（1965年）には日本土地山林（株）取締役就任、昭和51年（1976年）には同社社長に就任した。

5 当時としては珍しかったアメリカ留学を経験した原は、日本人に国際的に物事を判断する能力が欠けていることを痛感し、家業を次いで実業家としての人生を歩みながらも、何か国際交流に役立つことをやりたいという願望を強く持ち続けていた。また、日本航空（株）勤務時代を経て、日本土地山林（株）の経営を担う立場になってからも、原はビジネスの世界でのつき合いの限界を常に感じ、会社の枠を超えたつき合いや発言を、すなわち会社の肩書きを背負ってではなく一人の個人として、自分の感性や考えを表現できる世界を求める気持ちが強かった。

10

経済や学問など、分野ごとの国際交流では、つき合う範囲が限定されてしまいます。美術なら、政治家も経済人も学者もいるでしょう。社会のジャンルの違う次元の交流ができるはずですが、それも、まだ評価の定まっていない現代美術なら、個人の感性がすべてですから、作家もコレクターも、面白い人がいるにちがいない。そんなふうに思えてきたのです^[2]。

15

このようにして、昭和48年頃から次第に現代美術に強い関心を抱くようになった原は、約3年間の研究・準備期間を経て、昭和52年（1977年）に私財を寄附して財団法人「アルカンシエール美術財団」を設立した。「アルカンシエール」はフランス語で「虹」を意味し、同財団の設立目的にある「美術に関する国際交流」を促進するための架け橋にしようという願いが込められていた。続いて約2年をかけて国内外の主要な現代美術作家の作品を精力的に収集し、美術館の開館準備を進めた。そして、現代美術の振興、美術における国際交流の促進、さらに若い芸術家の育成と援助を基本理念にかかげて、昭和54年（1979年）12月7日に原美術館は日本初の現代美術の専門美術館として開館した。（付属資料1参照）

20

25 原は現代美術専門の美術館を志した理由を、以下のように語った。

「現代美術は古美術とはちがって、価値が定まっていない。これからどういう風になるかということ、作家と一緒に創造していくということが面白い。私はその部分に興味を感じた。ジョナサン・ボルスキーの作品に、“Art is for your spirits.” つまりアートは自分の精神のためにあるものだというをはっきり書いたペインティングがあります。これはまさにぴったりであり、原美術館も、現代美術を広めるとか、理解を

30

^[2] 田島三津雄，1992，『うちの美術館』新潮選書

深めるとか、いろいろな目的があるかもしれませんが、私は基本的には自分のためにこれをやっているのです。」^[3]

概要

原美術館が開設された北品川は、一般には御殿山と呼ばれる閑静な住宅街であった。美術館に改装された建物は、有楽町の旧日劇ホールや上野の国立博物館などの設計で知られる渡辺仁が設計を行い、原家の私邸として昭和14年（1939年）に建築されたものであった。ドイツ・バウハウス様式が取り入れられ、くすんだ白タイル張りの外壁をもつ建物は、円弧の多い平面プランに円筒形を多用した設計を特徴としており、室内も壁面が弓なりに弧を描くために美術館としては使いにくい面もあった。しかし、家としての雰囲気を残すために、できるだけオリジナルな要素を保存しつつ美術館に改装された。原は「作品が心地よく生息するという意味で成功しているのではないか^[4]」と語った。

原美術館では、開館以来数回の改修工事が行われてきた。特に開館10周年の節目の年だった1988年には、磯崎新の設計による大規模な増改築工事が行われ、従来展示スペースとしては手狭だった同美術館内に、照明や空調を完備した専門的な展示スペースが確保された。また1998年には多目的スペースである「ザ・ホール」が新設されていた。

ケース作成時点での原美術館は、1階に2つ、2階に3つの展示室を開設しており、特に1階のギャラリーⅡ、2階のギャラリーⅣは、大型の作品も展示可能な広いスペースを確保していた。さらに建物の3階部分にあたる小部屋は、全体がジャン・ピエール・レイノーの手になるインスタレーション作品「ゼロの空間」として展示されており、これが同美術館の1つの顔となっていた。他に館内には宮島達男、森村泰昌、ナム・ジュン・パイク、荒木経惟らによる常設のインスタレーション作品が設置されていた。またザ・ホールは、教育プログラムなどに活用されていた。

ハラミュージアム・アーク

ハラミュージアム・アークは、原美術館の分館として1988年に群馬県に開設された。伊香保温泉の入り口にあるグリーン牧場の一角に建築された黒塗りの木造建物である。磯崎新の設計により、天頂部にガラスに覆われたピラミッド型の中央展示室と、それに続いて2つの腕を伸ばした直線の2つの展示室が配置されていた。天井、壁、床は、すっきりと作品を引き立てる背景に

^[3] 開館20周年記念 CD-ROM

^[4] 開館20周年記念 CD-ROM

徹するように留意されており、大型の作品でも展示可能な広い室内では、天頂部より採り入れられた自然の太陽光線を浴びた作品を鑑賞することができた。金澤毅原美術館副館長兼学芸部長(当時)は、ハラミュージアム・アークについて以下のように語った。

5 「分館であるアークでは、こちこちの純粹美術の企画展よりは遊び感覚を取り込んだ、理解しやすい展覧会を開いていきたいと考えています。『アートは楽しい』の企画も今回が3回目になります。年間の来館者は3万人程度で、その半数がグリーン牧場の入場者、残りが展覧会を見る目的で来た人たちです。^[5]」

10

付帯設備

原美術館の1988年の改修では、展示スペースの拡充の他に、かねてからの希望だったカフェやミュージアム・ショップが開設された。

15 「ザ・ミュージアム・ショップ」は32平方メートルとこじんまりした空間だが、オリジナル商品とともに、内外の若手アーティストやデザイナーに特注したオブジェやリトグラフ、インテリア小物などが並べられていた。90年代以降、一般にミュージアム・グッズの人気は高まっていたが、ケース作成時点でもオリジナルのミュージアム・グッズ作りに取り組む美術館は、まだ少なかった。ショップのコンセプトは「日常生活に現代美術を取り入れるきっかけとなる商品を紹介する場」であり、企画展の内容に合わせて商品構成が変えられるため、3分の1程度の商品が継続的に入れ替わっていた。そのためショップ自体の雰囲気は、つねに新鮮な印象を与えていた。またミュージアム・ショップでは新人作家の育成にも力を入れており、ショップ自体がもう一つの美術館としての機能を果たしていた。(付属資料3参照)

20 「カフェダール」は、庭面に面したガラス張りのサンルームに16席のテーブルが用意されたカフェテラスであり、昼間は中庭の緑や作品を鑑賞しながらのランチ、毎週水曜日の18時から幻想的にライトアップされた中庭を眺めながら、キャンドルライトの灯の中でディナーを楽しむことができた。(付属資料7参照)

25 従来、一般的に美術館に併設されたショップやレストランなどの付帯設備について、さまざまな議論が展開されていた。美術館本来の美術作品とは別に、このようなレストランやショップなどの付帯設備を、さまざまな見ものをそろえ、ショッピングや食事を楽しめる場所としてとらえる傾向については、「客を引きつけるための、美術館のデパート化」となど批判する意見も多かった。例えば館内レストランのフランス料理が評判になった東京の世田谷美術館では、入館料を支

^[5] 朝日新聞 1992年8月15日

払わずにレストランだけ利用することが可能だったが、「食べるだけで、絵を見ずに帰る人がいる」と大島清次同美術館館長は複雑な表情を見せていた^[6]。対照的に東京・上野の東京国立博物館の入り口には、「ミュージアム・ショップだけの入場はできません」という札が立てられ、ショップに入場するためにも、入館料を支払う必要があった。

この点について美術評論家の岩渕潤子氏は、美術館のリピーターを増やすためにも、ミュージアム・ショップを美術館から独立させ、入館者以外でもショップを利用できるようにすべきとかねてから主張していた^[7]。

原美術館では、展覧会、カフェやショップ、イベント、建物の雰囲気などの「トータルなプレゼンテーション」、「美術館全体のライフスタイル」を来館者に体験・共感してもらうことが重要だと考えるため、ザ・ミュージアム・ショップやカフェダールはあらかじめ入館料を支払ってから利用するものと位置づけられていた。この点について、原は以下のように語った。

「美術館の付帯設備として、カフェやミュージアム・ショップがあるが、作品を見るのと同時に、見る人の精神状態が非常にいい状態になるのが大事。おいしいものが食べられる、素晴らしいお土産が買えるということも、作品と同じぐらい大切。精神がうきうきしてくるような美術館にするとということを、つねに目標にしている」^[8]

コレクション

原美術館は初期には1950年代～1960年代のポップアート、アクション・ペインティング、アンフォルメルなどを中心に、現代美術の代表作品を国際的なスケールで幅広く収集することに注力し、これが同美術館のコレクションの基礎を形成した。開館時には約200点であったコレクションは、その後の日本経済の変動にもかかわらず1点も手放したことはなかった。80年代には一時作品の購入を手控えていたが、90年代に入ってからまた再開し、アジアを中心とする作家、特に日本の作家の作品を多く収集するようになった。ケース作成時点では、絵画、彫刻、版画からドローイング、写真、ビデオ作品などを含めて、コレクションは数百点に達していた。

日本の若手作家の作品については、原美術館で開催した展覧会から出品作品をまとめて買い上げるという方法をとることも多かった。この方法のメリットは、まとまったコレクションができることや、特定の作家のサポートにつながるなどがあげられた。

^[6] 朝日新聞 1991年11月28日

^[7] 日経流通新聞 1992年5月16日

^[8] 開館20周年記念 CD-ROM

原は常々「コレクションは美術館にとっては自分の顔のようなもの」と語り、原美術館のような小規模でプライベートな美術館の場合には、著名な作家の作品を総花的に収集するというやり方ではなく、コレクションされた作品に自分の感性が統一的に反映されているような、パーソナリティのあるコレクションであることが重要と考えていた。そのため、作品の購入に関しては、
5 学芸員が推薦したものについても、最終的な意思決定は原館長自身が行うことにしていた。

作品の購入に際しては、作家と実際に会うことは彼らの作品に対する判断を曇らせるため、作品だけを見て良いか悪いかを冷静に判断すべきという考え方をする者もいたが、原はできるだけ作家個人との間に良好な人間関係を築くことが必要であり、作家の人となりを理解することは、彼らの作品を理解する上で重要だと考えていた。そのため、作品を購入する際には、出来る限り
10 作家に実際に会うことを心がけていた。これは美術における交流の促進という原美術館の理念に即した考え方であると同時に、作品の感性の統一を重視する原個人の価値観にも根ざしていた。

ハラ・アニュアル

15 原美術館は、その基本理念にしたがって多くの企画展を開催してきたが、中でも開館直後から10年間にわたって開催された若手作家によるグループ展「ハラ・アニュアル展」は、同美術館の位置づけや姿勢を明確に示していた。

1980年に開催された「ハラ・アニュアル」の第1回展は、初回という気負いのためか、ジャーナリズムの評価に追従した気味が感じられ、その結果見慣れた作品のオンパレードになってしまった^[9]という反省がされたが、翌年の「ハラ・アニュアル第2回展」からは、新人の作家に
20 焦点を絞り込み、各委員が数名ずつの候補作家をあげ、原館長が候補作家に実際に面接して出品作家を選定するというシステムも確立され、この後「第10回展」まで10年間にわたって続けられた。

その間、同展覧会は日本の若手現代美術作家に作品発表の機会と場所を提供し、場合によっては作品を買い上げることを通じて、彼らの育成に大きな役割を果たすと同時に、和・英二カ国語
25 で印刷された同展覧会のカタログは、世界的にほとんど知られていなかった日本の現代美術の動きを海外に広く知らしめる希有な媒体として、海外からも高く評価された。「ハラ・アニュアル第6回展」のカタログで原は、「来日する（海外の）美術館、ギャラリー、コレクター、作家など現代美術の関係者の多くは、ハラ・アニュアルに対する関心が高く、彼らがこの企画展を通して、日本の現代美術の動向を知ろうとしているのがわかります。」と述べた。
30

1989年に開催され、最後となった「ハラ・アニュアル第10回展」のカタログで、原美術館学

^[9] 東野芳明，1981，「ハラ・アニュアル第2回展」カタログより

芸部長（当時）の金澤毅は同展覧会の10年の歩みを以下のように振り返った。

10年前、80年代に入った最初の年、誕生したばかりの原美術館の方向と精神を示すために、何か意義のある企画を打ち出したいと考えて創設したのが「ハラ・アニュアル」であった。当時、といってもわずか10年前の話であるが、国内の美術館で、美術館の責任の下に若い作家をとりあげて紹介していくこのような試みは皆無に近かった。第10回ハラ・アニュアルを迎えるに当たって、この10年間の美術を取り巻く我が国の文化状況に大きな変化が生じたことを、今日驚きをもって確認するとともに、ハラ・アニュアルのようなひとつの実験的かつ冒険的試みもそれなりの成果をあげ、ある種の先駆的役割を果たしたことを感じるものである。時代が造り上げる意識と表現を追って原美術館は、作家たちと文字通り二人三脚となって走ってきたが、90年代を迎えるに当たって、新たな10年を少し違った形で継続したいと考えている。幸い今日では、このアニュアルタイプの企画展が、各地の美術館で次々と行われるようになり、若い作家を積極的に取り上げることは、美術館にとってもう珍しいことではなくなってきた。

その他の展覧会

「ハラ・アニュアル」展は、その役割を終え、第10回をもって終了したが、同美術館ではこれ以外にもさまざまな企画展を開催していた（付属資料4参照）。例えばインスタレーションの作家を中心に上げる「プライマル・スピリット」展（ハラミュージアム・アークで開催）や、日米のキュレーターが共同で企画し、10人の日本人若手作家をとりあげた「アゲインスト・ネイチャー」展、さらにはカメラを題材にした作品を制作する作家を集めた「フォトグラフィー・アンド・ビヨンド・イン・ジャパン」展などは国際巡回展として、日本の現代美術の作家を海外へ紹介した。また、同美術館の賛助会員から出資された協賛金によって、若手作家を支援する「ハラ・ドキュメンツ」展が開催され、群馬県の別館「ハラミュージアム・アーク」では、毎年夏休みの子供たちを対象に「アートは楽しい」展が開催された。

原美術館では、展覧会の企画段階において、主催者である自分たちが満足できる展覧会であることがまず第一に重要であり、その「満足」とは、私立美術館なので主観的なものでかまわない、と考えていた。しかし同時に、それを美術館として公開するからには、学芸員がアートとしての評価を検討するだけでなく、時代性や社会的インパクト、テーマの新鮮み、ファンドレイズの可能性、パブリック・リレーションの効果など、さまざまな観点から各分野の専門スタッフが検討を加え、議論を行い、最終的に館長が総合的に判断するというプロセスを踏んでいた。原は、「美

術館というところは、学芸員がアカデミックに研究をして提案を行い、それを館長がやるかやらないか判断して展覧会を開催する所、というような誤解がされているが、自分はそんなやり方をしようとは一度も思ったことはない」と語り、展覧会を開催するに際しては、学術的な見地からだけでなく、あらゆる角度から総合的に検討し判断することの重要性を強調した。

5 また展覧会の評価については、カタログ売上部数、海外のメディアに取り上げられる回数、企画・実行のプロセスに協力してくれる関係者の人数や盛り上がり、入館者のリピート率や来場パターンなど、さまざまな側面で手応えを感じることができると考えており、入館者数はその一つの尺度に過ぎないとスタッフの一人は述べた。「来場パターン」については、同美術館の約3カ月の展覧会の開催期間中に、時期を追うごとに来館者が増えてくる場合、来た人がその展覧会の魅力を次に伝えていると考えられ、そのような場合にはその展覧会は成功だったと考えていた。

10 展覧会では、明確なターゲット設定は行っていなかった。例えば「倉俣史郎の世界」展の場合、来館者にデザイン関係者が多いだろうとか、夏休みにハラミュージアム・アークに来館する人は、アートにはどちらかというあまり詳しくない観光客が多いだろうから、わかりやすい表現を好むだろう、という程度の事前の想定は行っていたものの、「今度はこういうターゲットを狙ってこういう展覧会をやってみようか、というような考え方はしていない」と原は述べた。

サポートシステム

20 原美術館ではメンバーシップ制度を採用し、不特定多数の個人から美術館の運営を支援するための出資を募ってきたが、さらに1992年からは企業の法人賛助会員制度も導入していた。それぞれの年会費の出資額に応じて、入館料を無料にしたり、招待券や季刊誌の配布、レセプションや会員向けイベントへの参加などの特典をつける代わりに、企画内容については同美術館に委任することになっていた。(付属資料5、付属資料6参照)

25 日本では特定の一企業や特定一個人からの出資によって運営される美術館は数多いものの、私立美術館が不特定多数の企業や個人からの経済的支援をおおぐことは、税制その他の制度上の理由などからむずかしいと考えられていた。原は「企業に支援を依頼すると『前例がない』などと言われることが多いが、金銭以外にも、会社の製品やサービスを提供するやり方がある」と、支援方法の多様化を訴えた^[10]。

30 また同美術館では、館内のカフェにおいて、メンバーが集まって交流する「ラウンドテーブル」というイベントを定期的で開催していた(ケース作成時点では中止されていた)。

原はケースライターに、美術館をサポートすることについて以下のように述べた。

^[10] 日本経済新聞 1995年4月2日

特にアメリカでは、美術館をサポートするというのは、アートが好きだからやっているわけではなく、それがソーシャル・ステータスだからという要素が強い。例えばそこが社交の場だから、そこに参加したいから美術館を経済的に支援するという人も多い。だからアメリカでは、例えば「特定の美術館を支えるアート愛好家のファンが何人いるか？」というようには考えず、美術館の周りに「サポーター」が何人いるのかと考えます。サポーターとは、サラリーマンや会社の役員などが多いが、決してアートの愛好家ばかりではないのです。対照的に日本の場合は、アートのマニアだけが美術館をサポートする傾向があります。しかし、これでは美術館の経営はたちゆかないのです。美術館が成功し、ある程度存続できるということのためには、リーチを広くする必要があり、マニアばかり相手にしていても仕方がないのです。私が美術館の「トータルシステム」を強調するのは、アート一辺倒でマニア受けを狙うのではなくて、アートが中心にあるライフスタイルというものを幅広くプロデュースしなければ、美術館の存在意義がないと考えているからなのです。

20周年記念イベントと今後の美術館の運営について

原美術館の館長および運営スタッフは、翌年春から秋にかけて、かなり大がかりに開催する予定の同美術館の20周年記念イベントを機に、日本における現代美術の知名度や人気をさらに高めたいと考えていた。いままで現代美術に関心がなかった層に対しても、現代美術の魅力や楽しさを知ってもらい、同時に20年間にわたって現代美術一筋に展開してきたものの、どちらかと言えば国内よりも海外での知名度が先行してきた同美術館の存在を、国内でもより広く知らしめたいとも考えていた。

そのための方策として、同美術館ではいくつかの方策を検討していた。

(1) 20周年記念イベントの開催

まず、ケース冒頭に述べたような、翌1999年の春から秋にかけて開催される予定のさまざまな記念イベントであった。計画には、いままで現代美術にそれほど関心が高くなかった人たちにとっても興味をもってもらえるような、専門家の解説つきの見学会や、同美術館の庭園を舞台に、夏の夜空を背景にして行われる幻想的なパフォーマンス、そして著名な現代美術の作家や、新進気鋭の若手作家などによる講演会などが含まれ、バラエティ豊かな内容を用意しようとしていた。

(2) 20周年記念オリジナル CD-ROM の作成

これらのイベントを継続的に半年間にわたって開催する一方で、いままで20年間にわたる同美術館の歩みを記録したオリジナル CD-ROM の作成にもとりかかっていた。「Art In Motion : Hara Museum at 20」というタイトルがつけられる予定のこの CD-ROM には、同美術館の雰囲気をパソコン上にそのまま再現するような技術的にかなり凝った画面構成をとり、その中では従来の同美術館の歩みに関係したたくさんのアーティストや関係者のインタビューや記録が詰め込まれるほかに、美術館の室内にアーティストの作品を自由に並べて、自分だけの原美術館を作ることができるコーナーなど、遊びの心を取り入れた、同美術館らしい内容のものに仕上がるとの予定であった。

(3) 同美術館ホームページの拡充

同美術館が1996年にインターネット上に開設したホームページは、後述のように国内の美術館のホームページとしてはかなり早い時期に開設されたことや、同美術館の雰囲気そのままの洗練されたデザイン、充実した内容などが高く評価され、国内の美術館のホームページではベストとの意見も多かった。その中でも特に「3D Walkthru」と名付けられた、インターネット上のバーチャルな空間に原美術館を再現したコーナーは、世界の美術館のホームページと比較しても技術的にかなり高度であり、内外のCG（コンピュータ・グラフィック）技術の専門家やデジタル・アーカイブ協議会などの専門機関、あるいはさまざまなWebデザイナーやマルチメディアに詳しい研究者などからも非常に高い評価を得ていた。

このような高い評価を背景に、同美術館のホームページに対しては、ある外資系の大手コンピュータ関連企業から、2,300万円にのぼる寄付金の申し出が来ていた。この企業は、同美術館のホームページの中でも特に「3D Walkthru」のコーナーに関心をもっており、ここに同社のロゴマークを表示することを条件に、同コーナーを大幅に拡充するための資金を提供することを申し出ていた。

原美術館では、高い評価を得ている同美術館のホームページを、20周年記念イベントと連動させつつ、現代美術の普及に有効に活かすことができないか、スタッフが連日議論と検討を重ねていた。

第2章：ハラミュージアム・ウェブ

開設の経緯^[11]

「ハラミュージアム・ウェブ」は、原美術館のホームページとして、1996年9月にインターネット上に開設されたWebサイトであり、館長や同美術館の学芸員が所蔵作品から3点を選んで解説するFocus Onのコーナーや、人気を集めた「倉俣史郎の世界」展を記念して制作されたページ、所蔵作品やインタビュー、カタログなどを検索できるARTabase、ホームページにアクセスした人が自由に意見交換をすることができるCafe d'Artのコーナーなど、極めて先進的であり、かつデザイン面にも力を入れたものであった。

それまでも同美術館はホームページを開設してはいたが、外部に委託するかたちで運営されていたためにリアルタイムな情報発信や更新ができず、すでに終わってしまっている美術館情報がうっかりサイトに掲載されたままというようなことも起こりがちだった。これでは単にホームページを開設しているという自己本位的な満足だけで、あまり有効に活用されていないと考えた同美術館広報担当（当時）の松原まどかは、ソニー NBI 部門情報サービス事業推進室（当時）の桜谷慎一と協力して、1996年8月に新たに原美術館のホームページの企画書をまとめあげた。

この新しいホームページの企画において二人が重視したのは、以下の3点であった。

1. 原美術館らしさを出せるホームページであること
2. 開設後の運営を外部に委託するのではなく、HTMLやネットワークの知識がない原美術館のスタッフでも自由にホームページのデータを更新したり、内容づくりにかかわることができるシステムであること
3. アクセスしてくる人たちと自由に意見交換ができるようなシステムであること

当時、実際にホームページが開設されるまでには、原美術館内部でもインターネットの活用
の意味、自ら情報発信する実務の諸問題、データの公開の意義、ヴァーチャル・ミュージアム
の必要性など、議論が百出した。例えば「インターネットでヴァーチャル・ミュージアムを作っ
てしまったら、観客が実際に原美術館に足を運ばなくなるのではないか」、「データを公開してし
まったらかatalogの売上げが落ちるのではないか」といった疑問点についても、スタッフはとこ
とん話し合いを行った。最終的に原館長が「とにかくやってみたらどうだ」とゴーサインを出し、
翌9月にホームページがオープンした。

^[11] 本説の記述は、以下の文献に依拠している。「原美術館インターネット上にVRMLで再現した現代美術の美術館が誕生」『日経CG』1997年3月号、「特集これがヴァーチャルミュージアム」『DOME』33号

完成したホームページは、「原美術館らしさ」を前面に出したクールなデザインの裏で、きわめてわかりやすいユーザーインターフェースを備えたメンテナンス・システムによって支えられており、テキストデータや画像データの更新は、同美術館のスタッフの手で容易に行うことができた。またアクセス状況の管理についても、統計データがグラフィカルに表示されるなど、
5 極めて先進的なものであった。同美術館のスタッフは、毎週このグラフをもとにホームページの運営戦略の検討を行った。

開設直後に同ページにアクセスした人は以下のような感想を述べた。

10 拝見させていただきました。とってもきれいなデザインで美術館のホームページをリードしていく意気込みが感じられます。

カフェダールには入ってくるメッセージも含めて原美術館そのものが、生き物の様にネット上で成長して行く、という印象です。

Shock wave による soft あり、絵画あり、artistlist ありで本当に盛りだくさんですね。まさに自分が美術館にいるようで、楽しくなってしまいます。美術館に足を運ばなくても満足してしまう??うそうそ。本物をもっと見て見ようと思わせる迫力があると思います。今度伺おうと思います。
15

すばらしいサイトです。敬服いたしました。

こんなすばらしいページはみたことがありません。担当者の苦勞が感じられます。今後にも期待したいと思います。倉俣さんのページでこれだけアーティストの思想を反映できたものはめずらしいはず。
20

原美の入り口で WWW のアドレスを書いた小さな紙を見つけました。現実空間とネット空間とのイメージの違いで原美の印象が変わってしまうのではないかと思い、アクセスをためらっていたのですが…… 原美の印象通りのすばらしいページでとても安心し、もう一つの部屋を見つけたような喜びまでも感じました。原美のみなさん、いつもありがとうございます。これからも、すばらしい企画を期待しています。^[12]
25

3D Walkthru

同ホームページは、さらに同年 12 月に「3D Walkthru」のコーナーを開設し、話題を呼んだ。
30 制作を担当したのは、ソニー・コーポレートデザインセンター・インタラクティブデザイン・HIGP（当時）であった。「3D Walkthru」は、VRML2.0^[13]（当時）を使用して、実在する原美術

^[12] Online Café d' Art へ投稿された書き込みより

^[13] VRML は Virtual Reality Modeling Language の略。インターネット上の標準三次元 CG データ形式。

館やハラミュージアム・アークを3次元CGによる仮想空間に再現したもので、東京の原美術館については、すべての展示室や屋外の展示物、カフェテリアまでを再現し、またハラミュージアム・アークについては、磯崎新の設計による施工図をもとに建物全体を忠実に再現していた。その中では、全部で46人のアーティストの46作品が実際に展示され、それらには動きや音までが再現された12のインスタレーション作品も含まれていた。

アクセスした人はマウス操作によって、VRMLで再現された展示室内を見上げたり見下ろしたり、さらには天井の高い位置や床下に視点を移動したりと、現実の美術館ではできない鑑賞行動も自在に行うことができた。

現代美術には立体的な作品が多いため、それら立体作品の動きや音、さらには作品の大きさや、展示されている空間との関係などをあらゆる角度から再現するためには、精密な写真よりもVRMLの表現力が適していると考えられた。この点に関して館長の原は当時を振り返り、ケースライターに以下のように語った。

ヴァーチャルな空間に美術館や作品を再現するというのは、インターネットの使い方の一つであることは確かだが、例えば「モネの睡蓮」のような一点豪華主義の美術館なら、インターネット上に精密な写真を掲載することがいいかもしれない。しかし原美術館は現代美術だし、そのような一点豪華主義の作品を所蔵しているわけでもない。作品と同じクオリティをハイビジョンで表現して、美術館に物理的に来られない人でも作品を楽しめるようにすることは考えなかった。そのような「代償行為」を目的とするのでは決してなく、むしろ作品のスケール感や動きなどを再現して、実際に原美術館に行ってみたいと思うようなホームページを作れ、と言ったわけです。

実際12月半ばに公開された「3D Walkthru」のコーナーは人気も高く、公開直後の1996年12月16日から23日までの1週間で、アクセス数は2,306件に達した。これは当時の同美術館ホームページの7種類のコンテンツのうち、Focus Onに次いで2番目の人気であった^[14]。

また、同美術館では、ホームページ公開当時には「アナザー・ミュージアム」という構想をもっていた。これは東京の原美術館と群馬のハラミュージアム・アークの他に、もう1つの美術館をインターネット上に開設しようという構想であった。館長の原と桜谷は、1997年7月24日に開催された同美術館主催の講演会「Meet the Web Producer 桜谷慎一 Vol.3 Another Museum」で以下のように語った。

^[14] 同じ週の他のコンテンツのアクセス数は、Focus On 3,480件、Schedule 606件、Cafe 711件、Museum Shop 444件、ARTabase 684件であった。（「原美術館インターネット上にVRMLで再現した現代美術の美術館が誕生」『日経CG』1997年3月号より）

「Another Museum」は、原美術館がその美術館活動を今までとは異なる次元に拡張しようというプロジェクトです。決して代償行為ではない、ウェブ上の「もう一つの美術館」を目指し、21世紀のアートシーンに向けて活動を開始しました。ウェブアートとも言えるような新しい表現ジャンルが、ここから生まれるかもしれません。同時代を生きる皆さんは、その目撃者になるのです。

この「Another Museum」構想について、ケースライターに対して原は以下のように語った。

当初は、アナザーミュージアム構想と言って、東京と群馬に美術館があつて、もう一つ別のミュージアムをサイト上にもつというように考えていました。サイトをもつというのは、空間自体をもつのではなくて、メディアをもつということです。ここ（原美術館）も一つのメディアですし、群馬も一つのメディアです。そういう意味で、もう一つのメディアをインターネット上にもつというように考えていました。ただし、これは今でも意思はあるのですが、思うように進んでいません。

またスタッフの一人は、以下のように語った。

3D Walkthruによってここ（原美術館）やアークの空間を再現するというのは、せつかくだからやろうとしてやったのですが、本来はそこでしかできない活動というのをやるべきなのですが、実際のところそこまでは出来ていません。既存の美術館をインターネット上で再現することの必要性の有無については、検討はしたし、いまもやっているんですが。

デジタル・アーカイブの動き

デジタル技術の普及にともなって、近年博物館・美術館は新たな時代を迎えていると言われていた。従来から資料の収集や保存、調査研究、展示、公開といった機能を果たしてきた博物館・美術館は、作品の経年劣化の時間的制約や、展示・保管空間などの空間的制約など、多くの制約を背負ってきた。しかしこのような博物館・美術館が蓄積してきた数多くの貴重な資産は、デジタル技術によって情報資産として活性化していくことができ、さらに劣化を免れない収蔵品が情報資源として永遠性を備えることにより、さまざまな場面で利用される機会が飛躍的に

増えていくと考えられていた。

このような時代背景の中で、日本でも 1996 年に発足したデジタルアーカイブ推進協議会において、博物館・美術館の収蔵品や学術研究資料などを、データベースとして構築するデジタルアーカイブを推進していた。

デジタルアーカイブは、学芸員や研究者にとって、今後ますます必要性の高まる技術であると同時に、重要な課題でもあるとされていた^[15]。私立美術館である原美術館では、このような動きに直接関わることはなかったが、デジタルアーカイブ技術に関連する研究会などには同美術館の学芸員を参加させ、情報を収集していた。

また同美術館のホームページには、過去に同美術館で作品を展示したさまざまなアーティストに関する豊富なデータなどが掲載されており、このようなデジタルアーカイブの動きは、従来同美術館が行ってきた活動と基本的には同じ方向性にあるものと考えており、むしろ同美術館の先進性を裏付けるものであると捉えていた。

また、ごく最近インターネットの動向に詳しいある研究者が発表した、企業や公共組織その他のホームページの機能デザインに関する 3 段階の整理が注目を浴びていた。デジタルアーカイブ推進協議会などにおいては、博物館・美術館が開設するホームページのあり方についても、この分類を下地にして検討することによって、現状の整理・把握に加えて、今後の方向性を検討する上でも有益であると考えていた。この研究者は、ホームページを機能別に以下の 3 段階に分けて整理していた。

①パブリッシング段階

オンラインの新聞や雑誌などのように、インターネット上に情報を掲示し、全員に同じ情報を伝える段階。ほとんどのホームページはこの形式にとどまっており、クリックすれば豊富な情報を得ることができるものの、そのページを訪れた人へのフィードバックはなく、一方通行であった。その分、ホームページの作成や管理は容易で、多くの企業や公共機関などが開設する多くのホームページは、この形態を目指しているもの、あるいはこの段階にとどまっているものが多いとされていた。

②データベース化の段階

第 2 段階のホームページは、第 1 段階のパブリッシングの効力に、ユーザーの要求に合わせて情報を検索できる機能を加えたものであるとされていた。ユーザーの質問や要求への回答は、その都度ホームページ上の定形フォームや電子メールを通じて行われたが、掲示板 (BBS) や

^[15] 『デジタルアーカイブ白書 (2001)』, デジタルアーカイブ推進協議会編より

チャットなどを通じてユーザー相互のやり取りなどを実現しているページも多いとされていた。

③パーソナライゼーション

第3段階では、訪れたユーザーの行動などからその好みや要求を個別に解釈し、さらにその選
5 択を先読みしてページを個別にパーソナライズして表示するなどの機能を備えることによって、
以上の2つの段階にとどまるホームページに比較して、非常に高い満足度を実現することがで
きるとされていた。この第3段階においては、第1段階・第2段階の機能に加えて、特定のユーザー
との直接的なつながりが要求され、単なる「質問・回答」という枠を超えた双方向の対話が可
10 能であった。しかし構築するのが技術的にむずかしく、現段階では博物館・美術館のホームペー
ジはもちろん、他の商業系のホームページにおいても、この段階を実現しているものはまだ少
なく、今後の方向性として示されている状況にとどまっていた^[16]。

原美術館のホームページ・デザインを担当するスタッフは、以上に見てきたような最近の動
きなども視野に入れながら、従来高く評価されてきたこのホームページを今後どのように活用
15 していくかについて、美術館自体の今後の方向性と関連させつつ、連日深夜まで活発な議論と
検討を重ねていた。

Online Cafe d' Art

20 原美術館のホームページの特色の1つが、アクセスした人が自由にメッセージを残せる「Online
Cafe d' Art」であった。全国の美術館のホームページの中で、このようないわゆるBBSの機能
を搭載しているサイトは、きわめて限られていた。Online Cafe d' Art にアクセスすると、以
下のようなメッセージが表示された。

25 原美術館のカフェダールでは、美術館を訪れた人が楽しいひとときを過ごしていま
す。現代美術という接点から生まれる出会いとコミュニケーションの先には新しい可
能性がひろがっています。

ここはネット上のカフェダールです。活気あふれるカフェはあなたの参加によって
作られます。ぜひメッセージを書き込んで下さい。

30

^[16] Hanson, Ward A., 2000, *Principles of internet marketing*, Cincinnati, OH:South-Western College Pub.
(邦訳) 上原征彦監訳, 長谷川真実訳, 『インターネットマーケティングの原理と実践』, 日本経済新聞社,
2001年.

Online Cafe d'Art では、同ホームページが開設された 1996 年 9 月以来の、すべての書き込みを読むことができた。ケース作成時点では、発言数は 756 に達していた。BBS の機能は、松原によって作成された同ホームページの最初の企画から盛り込まれていたものであったが、これについて原はケースライターに以下のように語った。

美術館というのは、どちらかというと「教えてやる」的な押しつけが多いのですが、それではダメなのです。来館者からのフィードバックが重要です。そこで、インターネットの特徴の 1 つに双方向に受け答えができるということがあるのですから、それを使ってホームページを見に来た人に落書きでもいいから、何かメッセージを残させる、ということができるようにしたのです。

I 社からの提案

原美術館のホームページに対しては、外資系の大手コンピュータ関連メーカーである I 社から、多額の寄附の申し出が来ていた。I 社では、原美術館のホームページの中でも特に高い評価を得ていた「3D Walkthru」のコーナーに対して、同社が製造しているパワフルなコンピュータ技術を使うことによって、より快適に楽しむことができることをアピールすると同時に、美術館としてもホームページの目玉コンテンツを大幅に拡充させることができること、そのために同社のロゴマークを表示することを条件に、このコーナーに同社が 2 千万円を超える寄付金を寄せることを提案してきていた。

原美術館では、翌年に実施されるさまざまな 20 周年記念イベントと合わせて、記念オリジナル CD-ROM を発売し、同時に従来から評価の高い同美術館ホームページを大幅に拡充することによって、従来からの現代美術のマニア的なファンだけでなく、より広い層にアートの楽しさ、魅力を普及していくことができるのではないかと、大いに期待していた。

付属資料1：原美術館、財団法人アルカンシェール美術財団概要

【原美術館】

延べ床面積：670 平方メートル

敷地面積：5829 平方メートル

住所：東京都品川区北品川 4-7-25

開館時間：11:00 am - 5:00 pm

水曜のみ 8:00 pm まで

開館（祝日の場合を除く）

休館日：月曜日（祝日の場合は開館、翌日休館）

入館料：一般 ¥1000 大高学生 ¥700 小中生 ¥500



【財団法人アルカンシェール美術財団】（昭和 52 年 12 月 16 日設立許可）

目的：美術に関する国際交流を促進することにより、我が国現代美術の育成、発展に資すると共にひろく優れた美術作品を紹介して一般の美術に対する意識の高揚を図り、もって我が国芸術文化の発展に寄与することを目的とする。

理事長：原俊夫

事務局長：柳谷圭政

- 事業内容：(1) 美術に関する展覧会、講演会、研究会等の開催
(2) 美術作家及びその研究等の国際交流の機会提供
(3) 美術に関する情報、資料の収集及び提供
(4) 美術作家に対する育成、援助
(5) 美術館の設置及び運営
(6) 機関誌及び美術に関する出版物の刊行



付属資料2：活動プログラム

1. **常設展**：原美術館のコレクションは、国際的に活躍するアーティストの代表作をはじめ、1950年代以降の世界の現代美術を網羅しています。常設展として、この絵画、彫刻、版画からドローイング、写真、ビデオ作品にいたる幅広いコレクションを展示しています。 5
2. **企画展**：これからの現代美術をリードしていく若手・中堅アーティストを紹介するハラ・アニュアル展や、内外の代表的なアーティストを紹介する個展・グループ展など、毎年4～5回の企画展を開催しています。(注：ハラ・アニュアル展は第10回で終了していた) 10
3. **ビデオアート**：原美術館では、開館当時よりビデオアートの育成に力を入れてきました。ビデオルームでは、内外で注目されるビデオ・アーティストによる作品を常時上映しています。また、ビデオ作品やビデオ・インスタレーションによる展覧会を毎年行っています。
4. **スペシャル・イベント**：講演会、パネル・ディスカッション、レセプションなどは、現在活躍中のアーティストや美術関係者をお招きして行っています。そこで繰り広げられる情報交換のコミュニケーションは、参加者に豊かな人物交流の場を提供し、国際交流にも役立っています。また、パフォーマンスや音楽会なども開催しています。 15
5. **刊行物**：季刊紙「ハラ ミュージアム リヴュー」は、原美術館で行う展覧会の特集記事やインタビューの他に、内外の展覧会やイベントの紹介など、アートシーンの最新情報をお届けしています。所蔵品カタログや企画展のカタログなど刊行物は、和・英二カ国語で編集され、世界中で愛読されています。 20
6. **インフォメーション・サービス**：原美術館の他にも、優れた現代美術の企画を行っている画廊や美術関係機関があります。これらの案内状や招待状をメンバーの方に受け取っていただけるよう、ご希望の方には手配をしています。 25

出典：“Hara Museum of Contemporary Art -An Invitation to Join Our Membership” (原美術館発行)

付属資料3：ザ・ミュージアム・ショップ概要

オリジナル・グッズ	ハンカチ 500円、ハンカチセット 1000円、ポストカード 150円、レイノー・キーホルダー 1300円、その他グリーティングカード、ボールペン、Tシャツ
その他グッズ	展覧会カタログやオリジナルグッズを中心に作家のオブジェ、版画、デザイングッズ等の他、カバン、時計、フラワーベース、グラス、ステーションナリー、ビデオなど
オリジナルグッズ比	30%（カタログなど含む）
人気商品	企画展によって変わる。サバオストラップ 900円～、魚コード 3800円（明和電気）、スカイアンブレラ 6800円、naocaメガネケース 3800円、UGサトー 気ままな時間（時計） 8500円
面積	32 平方メートル
一人あたりの平均購入額	2500 円
販売員数	2 人
主な納入業者数	60 社
開業日	1989（平成元）年
経営	原美術館

出典：山本治子，2000『ミュージアムショップに行こう』UM BOOKS



付属資料4：展覧会リスト

年度	開催期間	名称	来館者数
1979	12/7	原美術館開館コレクション展	
1980	9/2-10/2	「BLACK AND WHITE」コレクション展	
1980	10/4-10/10	「白米ビデオアート」	
1980	11/26-12/5	「第1回 ハラアニュアル 80年代への展望」	
1981	2/12-3/6	「今井俊満 From Life into Painting」	
1981	7/1-8/2	「ジャン=ピエール レイノー」	
1981	9/4-9/20	「ライマー ヨヒムス 絵画とデッサン」	
1981	11/20-12/27	「第2回 ハラアニュアル」	
1982	2/19-4/11	「ロバート ローシェンバーグ 版画展」	
1982	5/1-5/16	「飯村隆彦のビデオアート THIS IS A CAMERA WHICH SHOOTS THIS」	
1982	5/27-6/20	「バトゥース」	
1982	9/8-10/8	「アルゼンチン現代美術3人」	
1982	10/15-11/21	「クリスト—包まれた遊歩道 資料展」	
1983	2/11-3/13	「第3回 ハラアニュアル」	
1983	4/28-6/5	「ピアズレイと日本の装幀画家たち」	
1983	6/17-7-17	「コワルスキー」	
1983	7/26-7/31	「今日のアメリカ ビデオ—20の新作」	
1983	9/8-10/2	「ディーダー コング」	
1984	2/24-3/25	「第4回 ハラアニュアル」	
1984	4/28-6/3	「第1回 国際シュボックス彫刻展」	
1984	6/8-7/8	「キース・ソニア」	
1984	7/13-8/19	「ロバート メイプルソープ写真展」	
1984	9/8-10/14	「現代ドイツ美術展：新表現派の精鋭たち」	
1984	10/23-10/28	「国際ビデオ作品展：第2の環—80年代ビデオへの視点」	
1985	3/23-5/12	「第5回 ハラアニュアル」	
1985	6/22-7/21	「カナダのビデオアートと版画」	
1985	8/24-9/8	「飯村隆彦ビデオ インスタレーション—時のモニュメント—」	
1985	10/5-11/4	「井田照—回顧展 1970-1985」	
1986	1/11-2/5	コレクション展	
1986	2/15-3/19	「コブラ グループ展 自由な精神と素朴な表現者たち」	
1986	3/29-5/11	「第6回 ハラアニュアル」	
1986	5/24-7/6	「マッタ ドローイング」	
1986	7/15-8/17	コレクション展	
1986	8/30-9/21	「ビデオ カクテルIII」	
1986	9/26-10/19	コレクション展	
1986	10/25-11/26	「スイス現代美術」	
1986	12/3-12/25	コレクション展	
1987	3/21-5/10	「第7回 ハラアニュアル」	
1987	7/25-8/30	「中里斉—20年の歩み」	
1987	10/3-11/15	「ベルリン アーティスト6人展」	
1987	11/25-12/25	「テレサ ウェンベルグによるビデオインスタレーション 忘却の池」コレクション展	

年度	開催期間	名称	来館者数
1988	1/15-2/28	「ヤングロート」	
1988	3/15-5/8	「第8回 ハラアニュアル」	
1988	5/14-7/10	コレクション展	
1988	7/16-8/24	「アンディ ウォーホル フォトグラフス」	
1988	9/30-10-12	「トミエ オオタケ」	
1988	10/22-12/4	「マイケル スノウ」	
1988	12/5-3/24	増改築のため原美術館休館	
1989	3/25-5/10	「第9回 ハラアニュアル」	
1989	5/20-6/25	操上和美写真展「Kazumi Kurigami Photographs -Crush」	
1989	7/8-7/30	「吹田文明 近作版画」	
1989	9/3-10/1	「マイケル ゴールドバーグ ビデオ インスタレーション "Blue Reality"」	
1989	10/14-12/3	「リチャード ディーベンコーン」	
1989	12/10-12/24	原美術館創立10周年記念コレクション展	
1990	1/13-4/22	原美術館創立10周年記念コレクション展	
1990	4/28-6/10	「トム ウェッセルマン」	
1990	6/16-9/16	コレクション展	
1990	7/28-8/19	「フェデリカ マランゴ—ビデオインスタレーション 気流/Air」	
1990	9/26-11/11	「第10回 ハラアニュアル」	
1991	1/12-3/31	「ハラ・アニュアルの作家たち」コレクション展	
1991	4/6-7/7	「1960年代の作品から」コレクション展	
1991	7/13-9/16	「リキテンシュタイン『インテリアシリーズ』」コレクション展	
1991	9/28-11/24	「THE BOOK：アートになった本」	
1992	1/18-3/20	「クボタ シゲコ ビデオ インスタレーション」	
1992	6/6-8/30	「ふたりのまなざしを通して—ウェストン、アダムス自選ポートフォリオ」	
1992	9/8-12/23	「アジアの作家を中心に」コレクション展	
1992	10/14-12/23	「ハラドキュメンツ1—福田美蘭」コレクション展	
1993	3/13-5/30	「ハラドキュメンツ2—IDEAL COPY」コレクション展「表現のなかの黒」	
1993	6/12-8/22	「今日の写真表現」コレクション展	
1993	9/18-12/5	「アジアパシフィック美術トリエンナーレ」	
1993	9/4-10/31	「ラビオ シロー—熱い魂の叫び」	
1993	11/20-3/6	「イメージと残像」コレクション展	
1993	12/18-3/6	「ハラドキュメンツ3—洪水：聖なる侵入」コレクション展	
1994	3/19-5/29	「ハラドキュメンツ4—墨博文：存在の棲処」コレクション展「日常からの逸脱」	6,790
1994	6/18-8/21	「荒川修作 ドローイング1691-1974」	7,053
1994	9/10-11/3	「森村泰昌—レンブラントの部屋」	7,175
1994	11/19-2/19	「空間・時間・記憶—フォトグラフィー アンド ビヨンド イン ジャパン」	9,242
1995	3/11-6/11	「警告！！」コレクション展	6,962
1995	6/24-9/3	「河原温とアメリカの写真」	7,251

年度	開催期間	名称	来館者数
1995	9/9-10/22	「(Un) Framing」コレクション展	4,147
1995	11/3-1/22	「カメラアイ—写真家たちのセルフポートレート」	9,035
1996	2/10-5/19	「土屋公雄—虚構と記憶」	9,604
1996	6/29-9/23	「倉俣史朗の世界」	29,009
1996	9/20	原美術館 オフィシャルホームページ [arc-en-ciel]アルカンシエル開設	
1996	10/10-12/25	「宮脇愛子 絵画 1959-64」	6,162
1997	1/15-2/23	「増殖」コレクション展	2,858
1997	3/15-5/18	「ドイツビデオアートの30年」	8,236
1997	6/7-7/13	「眞 量」コレクション展	4,192
1997	8/2-10/12	「アラキー レトログラフィス」	12,938
1997	11/1-1/18	「ノルウェー現代美術の3人—場としての表現」	9,945
1998	2/7-4/5	「…らしさの現在」コレクション展	3,981
1998	4/18-6/28	「ヘラルド スッテラービデオ・写真/メキシコ」	5,612
1998	7/11-10/11	「ハラドキュメンツ5 館勝生—絵画の芽」 「絵画のたのしみ」コレクション展	5,831
1998	10/24-1/17	「写真—可能性のかたち ドイツディーゼル銀行コレクション」	6,357
1999	1/30-3/22	「幸せのかたち」コレクション展	4,171
1999	4/3-5/30	「交錯する流れ MoMA現代美術コレクション」	7,978
1999	6/12-8/29	「ものを語る」	4,485
1999	9/11-11/7	「ハラドキュメンツ6 須田悦弘—泰山木」 コレクション展 「MA-Before the Millennium」	5,296
1999	11/20-2/27	「ソフィ カル 限局性激痛」	11,731

付属資料5：メンバーシップ制度

メンバーシッププログラムとは現代美術をもっと身近に楽しみたい方のためのプログラムです。メンバーは、原美術館の活動をサポートしつつ、講演会やパフォーマンス、コンサートやワークショップなどのさまざまなイベントに参加し、現代美術を体験していただけます。気軽にご参加いただけるフレンズ会員から、美術館の活動をささえる賛助会員まで、いくつかの категорияと特典を設けています。メンバーになって新しい感動を見つけてください。

【フレンズ】

年会費	1年会員	¥10,000 (初年度はプラス入会金2,000円)
	3年会員	¥30,000 (入会金不要)
	学生会員	¥5,000

★特典 (原美術館とハラミュージアム・アーク両館共通)

- 1年間もしくは3年間有効の会員証を発行
- 会員証のご提示により、会員とゲスト2名の入館料無料 (学生会員はご本人のみ)
- 展覧会のご案内と企画展オープニングレセプションへのご招待
- イベントの先行案内と特別料金でのご参加
- 会報「ハラミュージアムレビュー」(季刊)を年4回ご送付
- 会員証のご提示によりミュージアムショップ、Webショップにて10%割引
- ご希望者にオンラインで情報配信

【個人賛助会員】

年会費	アソシエイト	¥50,000
	パートナー	¥100,000
	パトロン	¥150,000
	ベネファクター	¥300,000

★4つのカテゴリ共通の特典 (原美術館とハラミュージアム・アーク両館共通)

- 1年間有効の会員証を発行
- 会員証のご提示により、会員とゲスト2名の入館料無料

- 展覧会のご案内とオープニングレセプションへのご招待
- イベントの先行案内と特別料金でのご参加
- 会報「ハラ ミュージアム リビュー」(季刊) を年4回ご送付
- 会員証のご提示によりミュージアムショップ、Web ショップにて10%割引
- 5 ● ご希望者にオンラインで情報配信
- 賛助会員のみを対象としたウェルカムパーティへのご招待とスペシャルイベントのご案内
- 賛助会員のために当館が選んだ展覧会カタログやポスタープレゼント
- 美術館アニュアルレポートにお名前を記載(ご希望者のみ)
- 館内のメンバーズボードにお名前を掲示(ご希望者のみ)
- 10 ● 年1回ご希望のレクチャーにご招待(無料)
- 当館が賛助会員のために企画するプライベートガイドのご案内

★以上の特典に加え、

15	アソシエイト	¥50,000	1枚1名様用の美術館招待券(1年間有効)を10枚発行
	パートナー	¥100,000	1枚1名様用の美術館招待券(1年間有効)を30枚発行
	パトロン	¥150,000	2枚目の会員証を発行
			1枚1名様用の美術館招待券(1年間有効)を30枚発行
	ベネファクター	¥300,000	1枚1名様用の美術館招待券(1年間有効)を60枚発行

20 **【特別個人賛助会員(¥200,000)】**

原美術館カフェダールにてプライベートパーティの開催をご希望のためのカテゴリーです。年1回のパーティ開催の権利のほか、アソシエイト会員と同じ特典もご用意しています。

【法人賛助会員】

25 くわしくはメンバーシップ担当者までお問い合わせください。

出典：「MEMBERSHIP PROGRAM」(原美術館発行)より

付属資料 6 : メンバーシップ制度の運用状況

会費収入推移								
	1993		1994		1995		1996	
一般会員	331	3,305,000	309	3,087,880	262	2,167,000	240	2,399,000
学生会員	43	301,000	29	202,940	35	245,000	32	223,300
法人会員	11	3,700,000	8	1,600,000	6	2,800,000	9	3,500,000
個人賛助会員	28	950,000	26	850,000	22	725,000	20	1,220,000
ホットラインメンバ	0	0	0	0	0	0	2	7,000
小計	413	8,256,000	372	5,740,820	325	5,937,000	303	7,349,300
	1997		1998		1999			
一般会員	226	2,250,000	197	1,900,000	185	1,850,000		
学生会員	17	119,000	22	154,000	13	91,000		
法人会員	8	3,400,000	11	6,800,000	17	11,500,000		
個人賛助会員	27	1,830,000	36	2,160,000	61	3,340,000		
ホットラインメンバ	3	10,500						
小計	281	7,609,500	266	11,014,000	276	16,781,000		

付属資料 7 : Cafe d' Art 原美術館内 レストラン

芸術とともに、静かでゆとりのある時間を過ごす…

原美術館の中にあるカフェダールは、ガラス張りのオープンテラスで、庭の緑や作品を見ながら、お茶やお食事をお楽しみ頂ける場所です。



庭に面したガラス張りのカフェテラス。屋外の作品を眺めながら、新鮮な食材を使った季節感あふれるお菓子やお食事をワインやシャンパンとともに楽しめます。展覧会のイメージケーキ、週末のランチやガーデンパーティなどさまざまな場面をご利用いただけます。

原美術館 カフェダール クリスマスディナー

当日の夜はディナーをご予約のお客様だけのために、美術館を開館いたします。（「周鉄海一偽薬・スイス」および原美術館コレクション展開催中。当日展覧会は 8:00PM までご覧頂けます。）

2000年12月23日（土）、24日（日）6:00 PM より

★メニュー

Amuse

小海老のパートフィロ包み

Hors-d'oeuvre varies

焼き穴子のオシェトラキャビア添え

和牛肉のグリル、長芋の辛味トマトソース

飯蛸とセロリのバジル風味

花ズッキーニのモッツアレラチーズ詰めフライ

プロシュートとフレッシュパイア

Premier-Poisson

生雲丹の淡雪包み、茸のクリームソース

Poisson

三崎産、活真鯛薄切りとルッコラのサラダ仕立て

Viande

鴨の胸肉のロースト、紅玉とカルバドスのソース

Dessert

特製ブッシュ・ド・ノエル

The ou cafe

コーヒー、紅茶

★お一人様 ¥8,000（サ込税別／原美術館入館料込）、完全予約制（締切り 12月19日）



sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

不 許 複 製

慶應義塾大学ビジネス・スクール
