

発表3

コロナ下の開館、そして美術館の「オンライン活動」と「ニューノーマル」

土屋 隆英

京都市京セラ美術館 事業企画推進室（日本）



Photo: Shinichiro Mikuriya

略歴

京都市京セラ美術館事業企画推進室展覧会プログラムディレクター。関西学院大学経済学部卒業。出版社勤務の後、カーネギーメロン大学公共政策大学院修了（アーツマネジメント修士）。ワシントン・ナショナル・ギャラリー、ジャパン・ソサエティ（ニューヨーク）等を経て、2000年森ビル株式会社入社（森美術館準備室）。森美術館では展覧会や関連プログラムの企画・制作のほか、国際交流事業、「六本木アートナイト」等、美術館のマネジメントに幅広く携わる。2018年より現職。慶應義塾大学非常勤講師。共著に『文化で地域をデザインする』（学芸出版社、2020年）がある。

発表内容

京都市美術館は1933（昭和8）年に「大礼記念京都美術館」として創設され、今年で89年目を迎える。開館80周年を機に「京都市美術館将来構想」が策定され、工事による一時閉館を経て2019年に竣工、ネーミングライツを導入し、通称「京都市京セラ美術館」として2020年5月にリニューアルオープンした（図版①）。

2020年の年初になりコロナの影が忍び寄るなか、予約制度の導入といった安心・安全の確保、人々が集みにくい環境下での展覧会や関連プログラムの実施方法など、様々な課題に直面した。

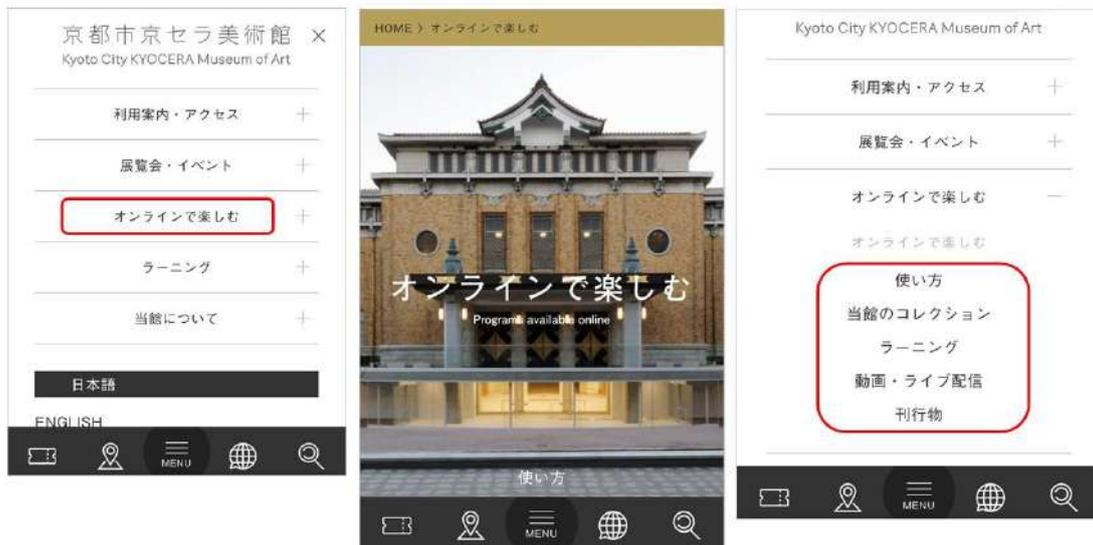
開館前（コロナ前）は、あらゆる活動が実際の来館を前提としていたため、オンライン活動も大別して事前の告知・プロモーションと事後の記録（アーカイブ）が主たる目的であったが、この特異な事態に直面して「事前」と「事後」だけではなく、来館せずとも実施できる「本番」のオンライン化が必要となった。いわゆる「おうち美術館」の必要性が叫ばれるようになったことは、全くの想定外であった。

当館の事例を挙げると、開館記念展「杉本博司：瑠璃の浄土」では、作家の杉本氏と批評家の浅田彰氏の対談を聴衆なしで録画し、後日動画サイトにて公開した（再生は13000回以上）。解説ツアー動画や、展示室を360度撮影してのバーチャルツアーも検討されたが、作家が実体験による鑑賞を重視し



図版①京都市京セラ美術館 (Photo: Koroda Takeru)

たこともあり実施しなかった。翌年の「平成美術」展では、京都と東京をつないで参加作家のトークを5時間ライブで行い、500人以上の視聴者数を数えた。また、同展の各作家へのインタビュー映像は、数か月間の15作家合計再生回数で10万回を超え、オンラインの力と可能性を見せつけられた。同展を監修した榎木野衣氏の講演も動画配信にて行った（再生は4300回以上）。同年の「モダン建築の京都」では、外部の街歩きグループと連携し、10回シリーズのトークがオンライン配信されている。

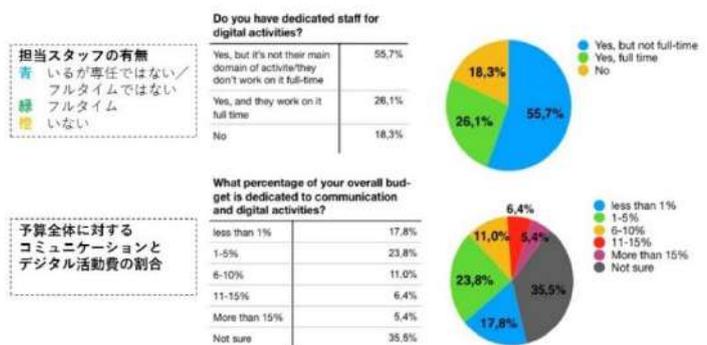


図版② ウェブサイトに新セクション「オンラインで楽しむ」を設けた。ここから各サブ・セクションに導かれる。（京都市京セラ美術館ウェブサイト[スマートフォン版]より）

このような積み重ねを経ながら、当館ではウェブサイト上に「オンラインで楽しむ」というセクションを設けるに至った（図版②）。名称は、美術館体験の全てがオンラインで代替できないという考え方から、「オンライン（またはバーチャル）・ミュージアム」といった表現を避けた。「オンラインで楽しむ」と題するポータルページから、「使い方」「コレクション」「ラーニング」「動画・ライブ配信」「刊行物」という各サブ・セクションへ導かれる仕組みで、コレクション情報や、ダウンロード可能なワークシートにアクセスできるようにした。また、リアルなレクチャーを伴わない日本画の解説動画も配信した（京都市立芸術大学との共同制作）。

この状況下でミュージアムの「ニューノーマル」について考えるにあたり、コロナ

デジタル活動（スタッフ、予算） Digital activities and communication (staff, budget)



Source: Museums, museum professionals and COVID-19, ICOM, 2020（和訳は筆者による）

図版③ デジタル活動におけるスタッフ、および予算の動向

前後のミュージアム活動の変化に関する2020年のICOMの調査『Museums, museum professionals and COVID-19』からデジタル活動の傾向を見てみると、専任スタッフや予算が十分でない状況が見て取れる(図版③)。また、いわゆるロックダウン後に増加傾向を見せるデジタルサービスも、ライブ系の活動は多くなく、まだまだハードルが高そうである(図版④)。

オンライン活動のこうした傾向を知ると、いくつか課題が浮かび上がる。まず、視聴者の属性や満足度などの調査・データ分析の必要性である。また、「オンライン」と「リアル」とのバランスや、ウェブ上に溢れる教養系・娯楽系コンテンツに埋没しないための強さや特徴づくりも不可欠になる。

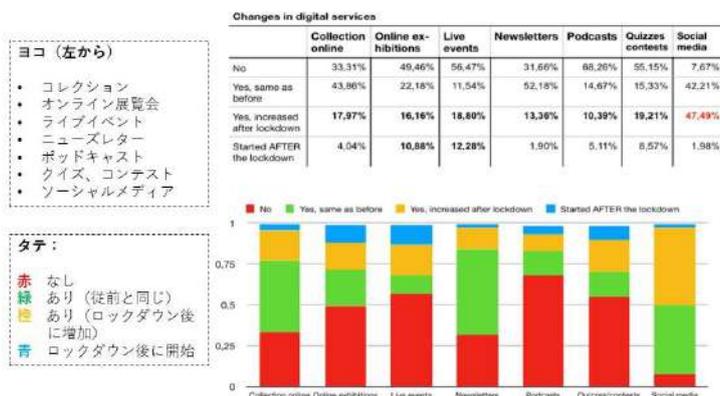
さらには、コンテンツ制作におけるテキスト執筆、映像制作、トーク等々のスキルを有する人材の確保である。こうした「スキル」の一部は外部の専門人材との連携が欠かせないが、同時に、増大する業務量を前に、日本では「学芸員」に何をどこまで求めるか問い直される可能性もある。

そして、その延長上で、こうした連携や組織内のスキル向上を可能にする予算確保や、ファンドレイジングも重要になるだろう。このように考えると、人を集めることが困難な時代のミュージアムが何を指すのか、コロナ収束後もデジタルテクノロジー導入の流れが変わらないと想定したとき、長期的な視点で「ミュージアム体験」の本質が改めて問われるとともに、最終的には持続可能性、つまり「サステナビリティ」の問題にも行き着くように思われる。

地理的・時間的制約を超えてミュージアム体験の提供が可能になることや、例えば動画に手話や外国語字幕を付すことで多様性の促進にも貢献するなど、オンライン活動にはメリットが多々ある。そして、終了後の「見逃し配信」のような形ではなく、リアルな開催と同時展開するとしたら、オンライン・プログラムはミュージアム活動を補完・強化する「第2の展示室」のような存在になるのが「ニューノーマル」なのであろう。その意味で、リアルとオンラインは並置され補完関係にあるべきで、代替関係にはない。実際の鑑賞体験から喚起される様々な感情と向き合わないままに、情報の消費で終わるとミュージアムの本質から外れてしまう。

コロナ禍と技術革新を背景に、テクノロジーの取り込みという意味では、ミュージアムも例外なく社会の大きな流れのなかにある。これからの未来を想像すると、現在のオンライン活動はあらゆる館にとって大きな変化の始まりに過ぎない。「リアル」と「オンライン」のバランスを取りながら、第一次資料といわれる実物の作品や資料と向き合うミュージアム体験をどのように豊かなものにしていくか、ミュージアムに関わる我々が「ニューノーマル」の形について議論と試行錯誤をまだ暫くは繰り返していかなければならないだろう。

デジタルサービスの変化 Changes in digital activities



Source: Museums, museum professionals and COVID-19, ICOM, 2020 (和訳部分は筆者による)

図版④ デジタルサービスの変化

図版④出典/ ICOM (International Council of Museums), *Museums, museum professionals and COVID-19*, 2020, p. 10

(<https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Report-Museums-and-COVID-19.pdf>)