

学校名

早稲田大学系属早稲田実業学校高等部

氏名

沼口恵茉

タイトル

光と影の対話/Dialogues of Light and Shadow

コンセプト

いまアート業界は窮地に立たされている。AI の進歩がクリエイティブの領域にまで浸透し、人間の表現を揺さぶっている。

では、そんな時代に私たちにしか——人間にしかないものとは何だろう。

本展「光と影の対話/Dialogues of Light and Shadow」は、その答えを探ることを目的としている。

光と影が交わるように、確かさと曖昧さ、理性と感覚は共に世界を形づくっている。本展は五感を通してアートを体験することで、答えのない豊かさに触れ、自分だけの解釈を見いだす場となる。

正解を求める社会の中で感じることそのものが人間らしさであり、未来を切りひらく力であることを提示する。

企画概要

開催日時

本展は、五感を使った体験型展示の特性を活かすため **2026 年 3 月 20 日（金）～4 月 7 日（火）の春休み期間**に開催する。学生や家族連れが来やすいまとまった休暇期間に設定し、60～90 分の滞在時間を確保する。五感をテーマにした作品を体験し、自分だけの感性で「答えのないアート」を味わう。開催時間は 10:00～18:00（最終入場 17:00）。また、**金曜・土曜の夜間 18:00～20:00** には**光や音、香りの演出を強化した特別体験イベント**を実施することで、大人層の集客や平日昼間とは異なる来場者層の取り込みも見込める。（下記詳細スケジュールを参照）

開催場所

東京都現代美術館（以下 MOT）は、日本有数の美術館であり、国内外の現代アートを多角的に紹介してきた実績がある。五感を使った体験型展示は、空間を分け、没入的な環境をつくる必要がある。MOT は展示室の天井高や可動壁など**空間設計の自由度が高く**、大規模インスタレーションや**音響・光・香りを使った演出に対応可能**なため本展に適した環境と言えるだろう。加えて立地やアクセスの面からも、清澄白河という文化的な街に位置し、**ギャラリーやカフェ巡りと合わせた来館**が多い点から展示をゆったり楽しむ雰囲気と合致していると考えられる。

ターゲット

子どもから大人まで。

年齢や性別、障がいの有無を問わず、アート初心者からコアなファンまで すべての人を対象

運営体制

主催：公益財団法人東京都歴史文化財団 東京都現代美術館、読売新聞社、日本テレビ、teamlab

協賛・協力：日本航空、ソニー・ミュージックエンタテインメント、J-WAVE、第一生命グループ、ナイキジャパン

後援：文化庁

実施計画

本展「光と影の対話」は全5章で構成され、来場者がアートを楽しみ、自分だけの解釈や正解を見出すことを目的とする。各展示室には答えのない問いを置き、子どもから大人まで感覚と思考を働かせるきっかけを提供する。

【プロローグ】〈静寂の部屋〉

光・音・匂いのない空間で自身の呼吸や身体感覚に気づき、日常から感覚をリセットする。

【第1章】視覚「見るとは何か？」 オラファー・エリアソン《Your Uncertain Shadow》《Beauty》

光と影が身体の影を多色に映し出し、「見る」行為の主観と客観の曖昧さを体感する。

【第2章】聴覚「音楽」と「騒音」の違いは誰が決めるのか？」 ジョン・ケージ《4分33秒》

演奏者の沈黙の中で、環境音や観客のざわめきが音楽として立ち上がり、「音楽」と「騒音」の境界を問いかける。

【第3章】触覚「触れることでわかる“本質”はあるのか？」 大西伸明《egg》

見た目と重量の差が感覚を裏切り、触れることで知覚と認識の関係を考えさせる。

【第4章】嗅覚「匂いは無意識の記憶を呼び起こすか？」 Sissel Tolaas《Smell Memory Archive》

匂いが無意識の記憶や感情を呼び起こし、感覚が真理に迫る手がかりとなる。

【第5章】味覚「“おいしい”という感覚は何によって価値付けられるか？」 松山智一《うまい棒げんだいびじゅつ味》

日常的なお菓子にアートの概念を重ね、新たな価値や意味の認識を体験させる。(レプリカ配布あり)

【エピローグ】「記憶のアーカイブ」

五感体験を記録・共有し、他者との違いに気づくことで、問いを立てることの意義を実感できる場となる。

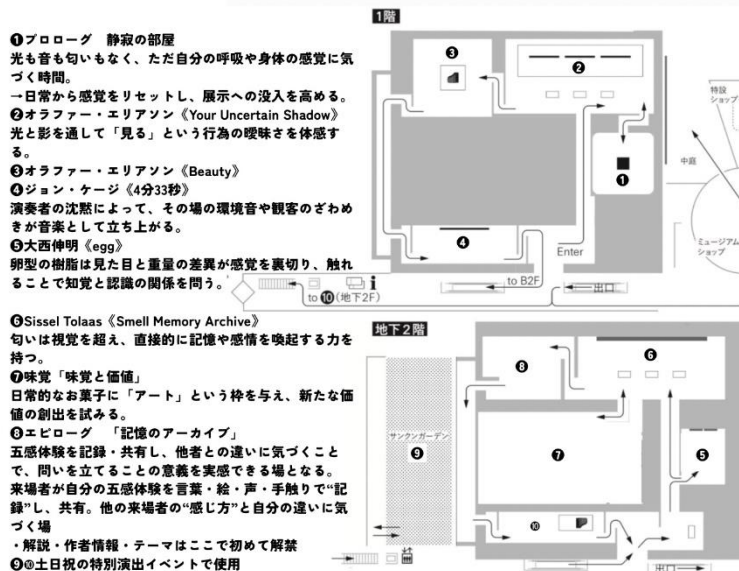
広報計画

展覧会を幅広い層に周知し、展示体験の満足度向上と地域との連携を図る。

- ・メディア向け発信：会期前にテレビ局や各種メディアを対象としたプレリリースおよび内覧会を実施
- ・SNSによる拡散：インフルエンサーを会期前に招致し、Instagram・Xにて発信を行ってもらうことで、若年層を中心とした認知拡大を図る。投稿数50件以上、リーチ数5万件以上を目標とする。
- ・専門誌への掲載：美術手帖やBRUTUSなどのアート関連誌に広告を出稿し、専門性と信頼性を確保する。掲載誌は2誌以上を想定。
- ・地域連携企画：会場周辺のカフェと連携し、チケット提示によるドリンク割引を実施。来場者の20%以上がカフェを利用することを目標とし、地域回遊を促進する。

→多様な発信源を組み合わせることで、若者から幅広い年齢層にアプローチし、展覧会の価値と体験の広がり最大化する。最終的に来場者数1万人以上を目指す。

※図版(イメージ図や統計グラフ等)が必要となる場合はここに貼ってください。



3/20 (金)	開場日・運営開盤
3/21 (土)	ワークショップ1回開催で毎日鑑賞アート！ 開場 (午後13:00～15:00)
3/27 (金) ～3/29 (日)	消費税率・音楽祭イベント (18:00～20:00) / 夜・音・香りを覚醒した和歌詩歌PRODUCTION 21 TRAIL ARSデザインガーデン
4/4 (土)	学生グループ限定「五感記憶アーカイブ体験」 (午前10:30～12:00 / 午後14:00～15:30)