

報道関係者各位

2026年 8月24日

**婦人画報が東京国立近代美術館所蔵作品展
「MOMATコレクション」にて特別な連動企画を展開**

～『婦人画報』11月号での約40ページにわたる特集に加え、誌面と実際の展示室が連動する
「夢のハイライトルーム」企画を実施～

株式会社ハースト婦人画報社（本社：東京都港区、代表取締役社長：ニコラ・フロケ）が発行するライフスタイル誌『婦人画報』は、東京国立近代美術館（東京・竹橋、以下MOMAT）と連携し、2026年9月29日（火）より開催する所蔵作品展「MOMATコレクション」において、特別なコンテンツ連動企画を実施いたします。



東京国立近代美術館

婦人画報

国立美術館の持続可能な運営や文化芸術の創造と発展に向けた取り組みが注目されるなか、ハースト婦人画報社は「日本の優れた文化・芸術を未来へつなぐ」という企業姿勢のもと、自社

メディアのクリエイティブ力とネットワークを活かした新たな文化支援アクションを展開してまいります。

■ 企画背景

当社はサステナビリティの重点領域の一つとして「伝統文化・アート支援（Cultural Inheritance）」を掲げています。「世界が誇る伝統文化、職人技、アートを次の世代へ引き継ぐことが、豊かな社会の実現に寄与する」という信念のもと、メディア運営やコンテンツ制作にとどまらず、事業活動全体を通じた支援に取り組んでいます。本企画は、この企業姿勢のもと、日本の近代美術の歩みを物語るMOMATの魅力をあらためて届ける取り組みです。西洋との出会いや「日本らしい美」への問いを経て受け継がれてきた名品をめぐる物語をメディアの視点からひもとき、誌面と展示室が連動した新たな鑑賞体験を通して、より多くの方々に実際の作品の魅力に触れていただくきっかけ作りを目指します。

■ 本企画の主な取り組み

1. 『婦人画報』 11月号（10月1日発売）にて、約40ページの特集を展開

● 特集タイトル：日本近代美術入門 “MOMAT”へようこそ！

MOMATが誇る日本近現代美術の名品を多角的にひもとくほか、美術館を支える研究員への密着インタビュー、展覧会ができるまでのプロセスを追った舞台裏取材など、MOMATの魅力を深掘りする充実の内容を約40ページにわたりお届けします。

2. 誌面×実際の展示が連動する「夢のハイライトルーム」

- 『婦人画報』とゆかりの深い著名人9名が、MOMATの膨大な所蔵品の中から「今、見たい1点」を厳選。選ばれた名品が、実際の「MOMATコレクション」（4階1室ハイライト）に一堂に展示されます。誌面で読み解き、館内で実物を鑑賞するという、贅沢で立体的な鑑賞体験を提供します。

【参加者】

高円宮妃久子殿下、小野正嗣、坂本美雨、庄司浩平、杉本博司、中谷美紀、橋本麻里、李禹煥、和田彩花

※高円宮妃久子殿下を除く以下50音順・敬称略

3. 「リアル×デジタル」による新たな鑑賞体験と相互送客（初の試み）

- **館内からデジタルへ：**4階1室ハイライトでは展示室内に「婦人画報デジタル」へ誘導する案内（二次元コード）を設置。鑑賞体験をさらに深めるデジタルコンテンツをご覧ください。
- **Web動画展開：**11月号の特集企画と連動したSNS・デジタル用の動画コンテンツを同時展開し、多角的に本企画を発信します。
※カバーモデルおよび動画コンテンツ詳細は2026年8月27日（木）解禁予定です。

■ 概要および書誌情報

● 展示概要

- **展覧会名：**所蔵作品展「MOMATコレクション」
- **会期：**2026年9月29日（火）～2027年1月11日（月・祝日）
- **休館日：**月曜日（ただし10月12日、11月23日、1月11日は開館）、10月13日、10月22日、11月24日、年末年始（12月28日～1月1日）
- **会場：**東京国立近代美術館 4-2階所蔵品ギャラリー（東京都千代田区北の丸公園3-1）
- **観覧料：**一般500円、大学生250円、高校生以下および18歳未満・65歳以上無料

● 掲載誌情報

- **誌名：**『婦人画報』2026年11月号
- **特集名：**日本近代美術入門“MOMAT”へようこそ！（約40ページ）
- **発売日：**2026年10月1日（木）
- **価格：**〔紙版〕1,500円（税込）／〔デジタル版〕1,200円（税込）
- **婦人画報デジタル：**<https://www.fujingaho.jp/>

■ ハースト婦人画報社／ハースト・デジタル・ジャパンについて

株式会社ハースト婦人画報社は、アメリカに本社を置き、世界40か国で情報、サービス、メディア事業を展開するグローバル企業、ハーストの一員です。株式会社ハースト・デジタル・ジャパンは、2016年に設立された株式会社ハースト婦人画報社の100%子会社です。1905年に創刊した『婦人画報』をはじめ、『ELLE（エル）』、『25ans（ヴァンサンカン）』、『Harper's BAZAAR（ハーパーズ バザー）』、『Esquire（エスクァイア）』などを中心に、ファッション、ライフスタイルなどに関する多数のデジタルメディアの運営と雑誌の



発行を手掛けています。『ELLE SHOP（エル・ショップ）』をはじめとするEコマース事業も収益の柱に成長。近年はクライアント企業のマーケティング活動をトータルにサポートする『HEARST made（ハーストメイド）』、データに基づくブランドマーケティング支援を行う『HEARST Data Solutions（ハースト データ ソリューションズ）』を立ち上げるなど、コンテンツ制作における知見にデジタルとデータを融合した企業活動を展開しています。またISO14001を取得しサステナビリティに配慮した経営を実践しています。

コーポレートサイト：<https://www.hearst.co.jp>

Instagram：[@hearstfujingaho](https://www.instagram.com/hearstfujingaho)

X (旧Twitter)：[@hearstfujingaho](https://twitter.com/hearstfujingaho)

LinkedIn：<https://www.linkedin.com/company/hearst-fujingaho>