

2011 年度第 11 回物学研究会レポート

「世界の中の日本のアート」

辛 美沙 氏

(MISA SHIN GALLERY 代表)

2012 年 2 月 17 日



BUTSUHAKU
物学研究会
SOCIETY OF RESEARCH & DESIGN

2月の物学研究会の講師、辛美沙さんは、ディレクターとして自らのギャラリーを運営しながら、様々なアートイベントや展覧会のディレクター、アートに関する評論やコラムなどの執筆活動を通して、その先端を見つめています。

現在、日本の産業界、デザイン界では、製品がガラパゴス化などと言われたり、韓国、中国から猛烈に追いつき・追い抜かれたりと、苦戦を強いられています。このようなデザイン界に対して、日本のアートは、アーティストは、どのような状況なのでしょう？

いつの時代も、社会や人々の心象の変化をいち早く察知し、表現するアートの世界。国際的に活躍されている辛さんの視点で、「世界の中の日本のアート」について、レクチャーいただきました。

以下、サマリーです。

世界の中の日本のアート

辛 美沙 氏

(MISA SHIN GALLERY 代表)



01：辛 美沙 氏

■最近のアート市場の動向について

今日は呼んでいただき、ありがとうございます。私はアートが専門です。私が物学研究会からいただいた今日のお題は、「世界の中の日本のアート」でした。いったい日本のアートは世界でどのポジションにいるのかと考えれば考えるほど、その不在というものが浮かび上がってくるんです。初っ端から暗い話で申し訳ないのですが……。そこで、世界のアートが今、どのような形で流れているのかをお話したら、自ずと日本の現状がお分かりいただけるのではと、今日はそういう話をしようと思います。

ビジュアルもたくさん見ていただこうと、パワーポイントを用意してきました。最初は、今、東京国立近代美術館で展覧会が行われている、ジャクソン・ポロックの1948年の作品です。今日はアートマーケットの話もたくさん出てきますが、この作品は最近のマーケット状況を示す象徴的な作品です。実は2006年のオークションで、この絵は140ミリオンドル、1ドル100円として約140億円で売られ、世界一高価な作品になりました。

なぜ、象徴的かというと、それまでは高価な作品といえばゴッホやルノアールなど印象派

やモダンの作品でした。でも、1945 年以降の、いわゆる現代アートも、このポロックの作品がきっかけで高値がつくようになってきたのです。ちなみに、137 ミリオンドルで売られて 2 番目に高値になったのもアメリカ人、ウィリアム・デクーニングの 1953 年の作品です。

また、2008 年のリーマンショック以降、アート市場はいったいどうなるかと思っていたら、直後はガクッと落ちたものの、その後は持ち直して実は今、ぐんぐん上がっています。オークション会社のクリスティーズが世界のアート市場の取引額を計算したところ、リーマンショック前の 2006 年には 1 トリリオンドル。日本円で 100 兆円くらいでしょうか。ところが、別のどなたかが、2011 年現在で最も重要な作品 5000 点の総額を見積ったら、同じく 1 トリリオンドル。2010 年には、100 億円を超えて過去最高額になったピカソ作品も出ています。

もう一つ、最近注目されたのは 250 ミリオンドルがついたセザンヌの作品です。今でこそ円高ですから 200 億円弱ですが、すごい金額です。そして、これを買ったのがカタールの王族だったことも話題でした。もともと美術界はヨーロッパのお金持ちが支えたのが始まりで、その後、新興成金であるアメリカ人が出てきたのですが、リーマンショック以降に浮かびあがってきたのはロシアや中東といったオイルや天然ガスの国のお金持ちたち。このようにアートマーケットの情勢は変化しています。

■中国の現代アートの台頭

また、2000 年代に入ってぐんぐん伸びているのが中国の現代アートです。2006 年にジャン・シャオガンの作品が 1 ミリオンドルと、初めて 1 億円を超えたのをきっかけに、こちらはイエ・ミンジュンで約 8 億円、これはザン・ファンジーで約 10 億円。そして、サイ・ゴーチャンで 11 億円。あほらしくなるくらい高い値がついています。

中国は共産国なのですが、皆さん投資が大好き。その投資熱に対して政府がいろいろな規制を設けるのですが、しかし例えば不動産投資が規制されると、その資金が美術品にいったりとお金はぐるぐる回ります。美術品の中では特に骨董品が人気がありますが、90%以上は偽物。それで、作家が生きているから偽物ではないだろうと現代アートが買われるようになったのです。最初は欧米人が買い始めましたが、マーケットの流れができてからは中国人が投資対象で買うようになりました。中国国内に 300 以上もあるといわれるオークションサイトもアート作品で栄えています。

さきほどお見せした中国人アーティストたちはトップ 10 に入るスーパースターです。彼らのスタジオはとても広く、大勢のスタッフを使ったファクトリー式での制作が一般的です。特に中国人アーティストが日本人と違うと思うのはお金に対する感覚です。中国人はなんのためらいもなく、誰もが自分の価値や値段をよく把握して活動しています。日本人が、「アートは崇高なのでお金の話はダメ」という感じでもじもじしていると、「いったい何が問題なの？」という感じです。

美術品の値段は一般には分かりにくいものですが、それでも値段が付けられるメカニズムがあります。例えばオークションカタログには作品のほか、作品の種類やサイズ、制作年な

どに加え、過去の展覧会会場やかつての所有者名、どういう文献で批評されたかななどの情報が書かれて、それらが値段を決めるファクターになります。親戚の方がご祝儀で買ってくれるより有名なコレクターが買ってくれるほうが、あるいは展覧会をするなら地方の無名の美術館でなく NY の MOMA での展覧会のほうがアーティストにとって作品にとっていいことです。つまり、アート界の価値を決める人たち、美術館に支えられてこそ値段はあがるのです。それは、美術史の中での位置づけに関わることで、美術史的に重要だからこの値段が付くという考え方です。

ところが、中国アートの場合は、「この作品はすばらしい、なぜなら 10 億円だから」と、まるっきり逆のプロセスで価値が決まって行きます。数字はユニバーサルな言語なので、これはある意味、非常に分かりやすく、多くの人に作品の価値が一瞬にして伝わります。作品に高い値段がつくのはアーティストにとっても大きな自信になります。

北京に中央美術学院という、芸大のような学校がありますが、競争率は何倍くらいだと思いますか？ ちなみに芸大は油画科で 30 倍ほどですが、なんと 6000 倍なんです。すでにロールモデルがいるので、「自分も 10 億円プレイヤーになるぞ」と思う人が多いのでしょう。これだけ見ても、日本がいかにか負けているかが分かります。

■アートの価値とは？

ここからは、アートの価値とは何ぞやという話に移ります。現代アートは、何をもって芸術というのか。何が芸術を芸術たらしめているのかということです。価値とは技術や高価な素材を使用することではなく、言説の戦争に勝ちぬくことで、それがいわゆるコンセプチュアル・アートと言われている現代アートの主体です。そもそもの始まりは、マルセル・デュシャンの『便器』という作品でした。男性用小便器をひっくり返して「R.MUTT」とサインを入れて『泉』とタイトルをつけただけの作品で、1917 年の展覧会に出品され、非常に物議をかもしました。

その後、ダミアン・ハーストがサメをホルマリン漬けにした作品を発表したり、ジェフ・クーンズが、水槽のようなアクリルの箱に入ったバスケットボールや、箱入りで蛍光灯に照らされた掃除機などを発表します。彼らはなぜ、これがアート作品だと言い放てるのか。それは、作品に言説があり、言説という戦争に勝ちぬいたことで、作品が評価され、お金を払うコレクターや美術館、評論家がいるからです。例えば、クーンズの掃除機の作品についてさまざまな解釈がある中、「まささらであるとは何かを表現している。一瞬でも外の空気に触れると、それはセカンドハンドになってしまうという意味」というものがあります。あほらしいですね・・・。

とにかく、デュシャン以降、美術の形態は実にさまざまになっていて、言葉で説明しないと成立しない作品が増えています。これはジョセフ・コスースが 1960 年代に発表した、椅子の作品。こちらはマリーナ・アブラモヴィッチという女性パフォーマーが、パートナーと 7 時間ただ座り、見つめ合い続けるという 1970 年代に行ったパフォーマンスの様子です。また、フェリックス・ゴンザレス＝トレスの『キャンディ』という作品は、作家の体重と同じ

重さのキャンディが床に敷き詰めてあり、見学者がキャンディを自由に持ち帰ることができ、なくなったら補充されるというもの。また、これは、航空学の専門家でもあるジェームズ・タレルによる、光をテーマにした作品の一つで、コーナーに非常に強いクセノンをあてて三角形の立体に見えるようにしています。

これらすべてがアートであり、値段がついています。例えば、『キャンディ』は市場に出れば2ミリオンドルくらいになるでしょう。アブラモヴィッチのパフォーマンスは1回ごとの出演フィーだけでは儲からないので、パフォーマンスの様子を写真やビデオにして販売方法を工夫しています。タレルは光の作品を再現する権利を持っています。

日本のアートが勝てないのは作品に言説がないことも一因です。もともとアートとは西洋美術のことであり、アートという概念をもたない東洋人はただ輸入し見よう見まねで油絵を描くしかなく、いわゆる言葉で表現するものがないのです。そんな中、一人で乗り込んでいったのが、村上隆さんではないかと思いますが、彼の展覧会を見ると、「肉を食べていない人が、肉食の人に立ち向かう。まるでアメリカのB29に竹やりで応戦するようなもの」と感じてしまいます。村上さんを批判しているわけではありません。哀しいかな、私たち日本人にはどうしようもない壁があるのです。

■ビエンナーレにおける、日本と外国の違いとは

話題を変えましょう。ベニスビエンナーレという展覧会は100年以上の歴史があり、国際展としてはおそらく最古だと思います。1990年代はそうした大型の国際展が次々と増えた時代です。その代表がベニスビエンナーレです。アートと建築が毎年交互に行われますが、ジャルディーニという公園内に国別に30のパビリオンが建っています。パビリオンは1930年頃に万博形式で行われた名残です。

参加国は世界情勢を反映しています。日本館ができたのは1950年代。朝鮮戦争のため近代化が遅れた韓国は1995年だったと思います。公園の敷地が限られているので参加が認められるまで苦労したようで、ようやく韓国館が完成したときは外務大臣や文化大臣もやってきて、国際的な美術展の仲間入りができたことを盛大に祝っていました。また、中国館ができたのは2001年頃ですが、台湾よりも早く参加しようと国を挙げて努力した結果でした。

また、公園内に入り切れない国のアーティストたちのために、近隣に巨大なスペースが確保されています。イランやサウジアラビアなど中東のアーティストが参加して、経済力だけでなく、文化や芸術でも進んでいる国だということを示す場にもなっています。

何が言いたいかというと、ベニスビエンナーレは単なる美術のお祭りでなく、とても政治的な場だということ。国家レベルでの政治的な戦略がない限り、今の時代、アートは世界に出ていけません。例えばアメリカ館は約1億円投入していますし、イギリス館もドイツ館もそれくらいです。でも、日本館の予算は年々じり貧で、2000万円レベル。物を運び人を運ぶだけでなくなくなってしまいう額です。

さらに、日本人はダメだなと思うのは、「ベニスには展覧会の方であって売買は関係ない」と思う人が多いこと。でも、ベニスにはオープニング 3 日間で世界中のアート関係者が集まります。ベニスに出ることで世界的な認知度と値段もあがり、いわば世界デビューが約束された場なんです。だから、アーティストは持ち出しでもかまわないから出展したがるし、ギャラリストもサポートします。哀しいことに、それを全くわかっていないのが日本人なのです。

例えば、冒頭でお見せした中国人アーティストたちが国際舞台に躍り出るきっかけになったのがベニスです。彼らをベニスに引っ張り出したのはハロルド・ゼーマンというスイスの伝説的なキュレーターで、彼は作品に付けるキャプションにアーティスト名や作品名などと一緒に、ギャラリー名まで入れるという工夫をしました。つまり、「もしこの作品が欲しかったら、ここに連絡を」というメッセージを込めたのです。

■アートフェアの増加

展覧会とは違い、売買を目的としたアートフェアも 2000 年以降、世界的に増えていて、現在は主なものだけでも 200 以上はあります。例えば、ベニスビエンナーレの翌週に開かれるスイス・バーゼルのアートフェアは有名で、約 300 のギャラリーが参加します。ベニスからバーゼルにそのまま移動する人も多く、『アートニュースペーパー』（英国月刊紙）によれば、96 人のアーティストがベニスとバーゼルの両方に展覧していました。

とにかく、何でも売ってしまえという感じで、いろいろな作品が並んでいます。区切られたブースの中では表現しきれないほど作品も多様になっていて、例えば、巨大な作品やアウトドアのもの、音が出たり、真っ暗な部屋でないと見えない作品などもあります。そこで、バーゼルでは「Art Unlimited」という広大なスペースを設けて多様な作品に対応しています。

また、アートフェアは単なる売買の場を越えて、誰が何を買ったのか、誰がどういう作品を作っているのかなどいろいろな情報が集まり、人々が意見を交換し、巨大なお金が動く場でもあります。私の友人でもあるコレクターは、「なんで、美術館にいかなくちゃいけないんだ。買う物がひとつもないのに」と真面目に言います。もちろん、出展するアーティストも必死です。買いにくる人がいるから、お金をかけてでも運んでくるし、持ち帰りたくないで売らなければと気合いが入る。だから、一つひとつの作品はビエンナーレを超えるクオリティだと思います。

余談ですが、これはブラッド・ピットです。アートフェアではセレブによく遭います。例えばアメリカでは、美術品に対する税金の優遇制度が整備されているため、コレクターが美術品を買って美術館に寄付することで税金対策になるし、自分の名誉や社会貢献にもなるので盛んに行われているのです。バーゼルではよく MOMA や TATE の館長らがボードメンバーたちを引き連れているのを見ます。日本では税制が整備されていないし、バジェットも公立美術館にはほとんどないので、日本の美術館関係者とバーゼルで会うことはほとんどありませんね。

■日本人はなぜアートを買わないのか

アートバーゼルは全体の売り上げが 600 億円。参加画廊数は約 300 なので、平均で 1 画廊につき 2 億円の売り上げになります。以前、私が関わったアートフェア東京(AFT)は 4 日間で入場者が 50,000 人を越えましたが、売上はバーゼルとは比較できないほど低かったです。

日本人は美術館に行くのは好きなんですよ。『アートニューズペーパー』が毎年、企画展の総入場者数÷会期で算出した 1 日当たりの入場者ランキングを発表していますが、トップ 10 のうち 5 つくらいは日本で開催された展覧会です。

でも、買いません。少し前の日経新聞に載っていた調査結果では、日本人の 93%が「アートを買うなんてとんでもない」と思っているそうです。残りの 7%は、「買ってみてもいいかな」と思う人でしたが、いくらなら買うかという問いには「5 万円」……。これ、問題です。5 万円って、アートじゃないでしょ。真面目に怒っちゃいます。まあ、AFT でも売れ筋は 10 万～20 万円でしたけど……。

本来、コレクションはコレクターの内面を反映するものであるし、アートを買う人は知的な感じがします。こんな作品を持っててセンスがいいなとか、持っていると尊敬されるものだと思うんです。では、なぜ日本人がアートを買わないのか、考えてみました。一つは、「現代アートは難解」と思われていること。もう一つは「値段が不透明」なこと。一般の人には、1 枚の絵がいくらになるのか、どこに根拠があるのか分かりませんよね。値段は作品だけでなく、作家のバイオグラフィや、どこで展覧会をしたかなども影響します。たくさんの作品を見比べて相場を知ることが欠かせない。アートは見る訓練が必要です。その辺がハードルかもしれません。

それと今、村上隆さんの展覧会がカタールで行われていますが、残念ながら 2 月 9 日のオープニングに、日本から政治家が一人も来なかったんです。カタールは天然ガスの世界 1 位の産出国だし、天然ガスの液化技術は日本が教えたそうですから、政治的にもかなり重要なチャンスだったのに……。結局、政治家が基本的にだめなんだと思います。

さて、私だけが話しているのもなんなので、ここからはぜひみなさんとインタラクティブにお話したいと思います。ご質問などがあれば、お願いします。

Q&A

Q1: 辛さんが関わられた、横浜トリエンナーレの運営について、お話しいただけませんか？

A: 世界のビエンナーレ、トリエンナーレのひとつのパターンは、まずディレクターが選出され、その人がテーマを決め、そして、キュレーターを選び、その人がアーティストを選出します。

横浜の場合はディレクターの磯崎新さんから、彼の代理として私に声がかかったのですが、その時点ですでに1年が過ぎていたので準備期間は1年ほどでした。予算もかなり厳しく、会場も山下埠頭で波や潮がひどく、とても美術品を置ける環境ではなかった。そこで、トリエンナーレの運営の仕組みを見直すことにしました。

一般的に世界の美術展は財団が裏からサポートしていますが、この財団を表舞台に引っ張り出して、建築家とキュレーターを指名してもらい、建築家が会場をつくり、キュレーターがアーティストを選び、ブースはパビリオン形式に変えました。そこで、私はまず、プラダから始まり、カルチェからトラサルディなど世界中の財団にコンタクトしました。新しい仕組みに対してみな賛同してくれましたが、資金は用意できても、準備期間が短すぎると言われました。でも、会場となる横浜市の事情で延期はできない状況で……。

大きな展覧会は資金集めや助成金申請、アーティスト選びなどを考えると、最低でも2年は準備期間がほしいところですね。でも、来年のベニスビエンナーレのディレクターの発表がついこの間でしたから、世界的にもなかなか理想通りっていないのが実情ですね。

Q2: 今日の話は主にアート市場の話でしたが、日本のアート力やアーティストの世界的なポジショニングや評価はどんなものですか？

A: 日本にも素晴らしいアーティストはたくさんいるのに、国のサポートが弱いのが問題ですね。アートは国境がないように思えますが、実は国の政治力や文化的な背景などが大きく関係しています。例えば、普通、ベニスビエンナーレに出たら出世してしかるべきなのに、国際的に出世したのは草間弥生さんくらいです。これはアーティストの問題ではないと思います。

また、日本ではギャラリーの力も弱いです。頑張っているんですが、やはり買ってくれる人がいないと、5万円アートの状況を受け入れざるを得ない。やはり私は、日本人のアートを買うのは日本人であるべきだと思います。中国やインド、イタリアでもそれが普通ですし。

Q3: アートが金額の価値に合うところまで辿りつく、つまり評価されるに至っていくプロセスのようなものがあると思いますが、その場合、バーゼルなどに出るためにアーティストやギャラリーはどうやって戦っているのでしょうか。

A: 非常に厳しい戦いです。基本的に、“Art means the Western art.” なので、日本人が出て行くのはとても大変。資金も必要で、努力だけ到達できないのが現状です。まず、最近のマーケットではコレクターの力が強く、彼らが買って美術館に寄贈することも多い。美術品は美術館に入ると殿堂入りしますが、それなりの美術館に入ることが大事です。

また、キュレーターや評論家、ライバルのアーティストなど魑魅魍魎の中をかき分けて出ていかなければなりません。例えば、村上隆さんは誰も批評してくれないので、自分自身で言説を組み立てました。必死に考えて自分で作らざるを得なかったのです。

私が一人のディーラーとして戦う場合には強力なパトロンも必要だし、プロモートしているアーティストを美術館に入れるには、オークションハウスとのやりとりも重要です。オークションに出すことでアーティストの価値を高める側面もあるからです。私自身は同意できない点もありますが、やはり対策も考えないといけない状況になってきています。

Q4: 日本のアートの実状はあまりよくないという話でしたが、国の後押し以外に、こういう点が変わればよくなるという点があれば教えてください。

A: アートを持つこと、理解することの良さを伝えるロールモデルが必要です。アートはモノを買うというより、コミットメントなんです。買って一緒に暮らしてみないと理解しにくいし、投資目的でなくても価値が上がれば嬉しいものです。アートを持っていることがカッコいいと思えるようなロールモデルが出てきてほしいです。

Q5: コンセプチュアル・アートが主体の現代アートは言葉での説明が必要と言うことでしたが、日本人にとって言語の壁はありませんか。

A: ものすごくあります。コンセプチュアル・アートでなくても、いったい何を考えてこの作品を作ったのか、なぜこの色を使ったのか、何を意味しているのかなどを言葉にするという訓練が必要です。それも英語で。

Q6: 日本人がアートを買わない理由には住空間の問題も大きいのではと思います。絵を買ってもきちんと見せる場がないから、そういう気持ちになれないのではと。

A: 私も最初はそう思っていました、それはまったくのエクスキューズだと思います。普通の住空間では画廊や美術館のように完璧なホワイトキューブを持つことは無理ですからね。コレクターたちは、壁に隙間がないくらい飾っていたり、バスルームやキッチンの棚に置いたり、いろいろな楽しみ方をしています。実は私も小さな彫刻を机の上に置いています。何か物を取ろうとするたびに引っかかり、いつか壊れるのではないかと心配ですが……。とにかくアートは、そこにあるというだけで意識が変わってくると思うし、完璧に飾ろうなどと思わないほうが楽しいと思います。

以上

2011 年度第 11 回物学研究会レポート

「世界の中の日本のアート」

辛 美沙 氏

(MISA SHIN GALLERY 代表)

写真・図版提供

01；物学研究会

編集=物学研究会事務局

文責=関 康子

- [物学研究会レポート] に記載の全てのブランド名および商品名、会社名は、各社・各所有者の登録商標または商標です。
- [物学研究会レポート] に収録されている全てのコンテンツの無断転載を禁じます。

(C)Copyright 1998～2012 BUTSUGAKU Research Institute.