

サロ ン びわ湖芸術文化茶論

第1回

アートは地域に何ができるか〈滋賀編〉 ～アートを産業にする～

ゲスト：椿 昇（現代美術家、京都造形芸術大学教授）

聞き手：文化・経済フォーラム滋賀 企画推進員〔秋村洋、角間利昭、藤原昌樹〕

2019年7月15日(月・祝) 滋賀県立芸術劇場びわ湖ホール 研修室

サ ロ ン びわ湖芸術文化茶論

これからの地域がますます元気になり、その魅力を全国へ、世界へと発信していくために芸術文化が果たす役割について、各界で広く活躍するゲストを交えて語り合い、意見を交わすトークセッションです。

主催：公益財団法人びわ湖芸術文化財団 法人本部地域創造部

共催：文化・経済フォーラム滋賀

コーディネーター：佐藤千晴（ジャーナリスト）

企画委員：秋村洋、磯崎真一、岡永遠、角間利昭、大藤寛子、藤原顕太、藤原昌樹



アートは食えない。ゲストの椿昇氏が冒頭に放った言葉だ。そのアートが地域に何ができるか、というのが今回のテーマである。

滋賀県という地方都市で、アートが地域のさまざまな資源とつながることにより、どんな可能性が見えてくるのか。前半の椿氏によるレクチャーに加え、後半のグループワークでは、参加者同士がそれぞれの持つ力で何ができるか語り合い、発表した。



なお、今回は文化・経済フォーラム滋賀主催「第 12 回文化ビジネス塾」との共同開催で、文化芸術関係者のほか、経営者など経済界からも多くの参加があり、計 57 名が集まった。

ファインアートの現状と大学での改革

まず語られたのは、アーティストをとりまく経済的な状況についてである。東京藝術大学の美術工芸分野では、この 5 年ほどで 1,000 人以上学生数を減らしているという現状を挙げ、イラストやアニメーション、デザインの分野に対し、ファインアートに携わろうという学生は年々減少している事実を示した。椿氏自身も、大学進学の際に親から「絵描き」になることを反対され、「デザインだったらいい」と言われたという。

しかし、椿氏がつとめる京都造形芸術大学（以下、「京都造形大」という。）芸術学部的美術工芸学科は、一時定員割れを起こしたものの、現在は美術工芸学科だけで 180～190 名の入学者がいる。それは、椿氏が「美術大学を出ても食っていける」という認知を広げていくための改革を続け、実績を積み重ねてきたからだ。その改革の一つが、卒業／修了制作展をアートフェア化したことである。京都造形大は全国に先駆け、卒業／修了制作展の会場で学生の作品を購入できるようにしたのだ。

改革にあたって椿氏が参考にしたのは、イギリス・ロンドンのロイヤル・カレッジ・オブ・アート（RCA）、セントラル・セント・マーチンズ、ゴールドスミス・カレッジなどの経営モデルで、特に卒業／修了制作展の形態は、RCA と同じスタイルを導入した。RCA では、卒業制作展で多くの作品が買われ、そこで学生の就職も決まっていく。高額な学費を回収できるシステムが構築されているのである。

京都造形大では就職率を上げるべく企業回りもしており、学費を奨学金で賄っている多くの学生が、卒業後にそれを返していける環境を作る努力を続けている。現在では美術工芸学科でも 8 割の就職率だ。そして、そうした企業との関係づくりの中で相互理解が生まれ、作品を買ってもらえるという循環ができてきたという。

また、作品が継続して売れるような指導もしている。「僕の下から育った子たちは絶対に値段を上げさせない。最初はみんながきちんと買えるように、A4 サイズ 1 枚 30,000～50,000 円くらいですね。それでずっとしのがせます。その代わり、トップクラスの連中は皆、在庫

がゼロです。描いた端から売れるから。要するに、在庫さえなかったら安い価格でやっていけるのです」。江戸時代もこのように手が届く価格で作品が流通していたのだから、もう一度アートの内需をつくることは可能だと主張する。

アーティスト主導の新たなアートフェア

椿氏は、アートを買う文化を広く根付かせるための取り組みとして 2018 年から始まった京都府主催のアートフェア「ARTISTS' FAIR KYOTO」を、ディレクターとして先導している。アートフェアというと、ギャラリーがブース出展し、入場者は各ギャラリーから取り扱い作家の作品を購入するという形態が一般的であるが、「ARTISTS' FAIR KYOTO」の特色は、アーティストが直接顧客へプレゼンテーションし、その場で作品を販売するというこれまでにないスタイルだ。売上は 100%アーティストに入る。2018 年の 1 回目にはフェア全体で約 1,600 万円、2 回目の 2019 年には約 2,700 万円を売り上げたという。

投資目的で価値があると認められた一部の作家の作品だけが高値で取引されている世界的な状況に対しては、「それは放っておくというのが僕の考え方です。それは放っておこう。そちらに寄るな。自分たちでちゃんと買い支えて、仲間できっちりつくっていこう。それだけでいいと思っています」。自分に自信を持ち、本当に欲しいと思えるものを買う、そのような動きが大きくなっていくと、名も無い若手の作品が、いつしかギャラリーや美術館の目にとまるようになり、気がつけば驚くような価値がついている、ということが起きる。そのためにもまず自分自身が動かなくては、と椿氏は語る。「みんながわいわい言いながら、楽しい感じで作品を収集していくような雰囲気ができてくると、きっと文化ができるのですよ」。

また、「ARTISTS' FAIR KYOTO」の開催には、京都府と文化庁が 3,000 万円を出資した。そうやって行政が場を設けたことで、ほぼ同額の売り上げを得ることができたのである。行政と市民が半分ずつ出し合って「作品を買うことで若手アーティストを支援する仕組み」が成立している。持続可能にするには「市場原理一辺倒でも駄目、助成金だけでも駄目、みんなで知恵を出し合って割り勘でいくこと」だという。

アーティストの巣穴はどこだ？

そうした京都での取り組みに対し、滋賀の持つポテンシャルとして椿氏が挙げるのは、京都に近く、アーティストの制作場所として可能性のあるスペースが多く眠っているであろうことだ。実際に現在複数の若手アーティストが制作の拠点としている大津市山中町の元・採石場「山中 suplex」を紹介し、アーティストは作品制作のために広いスペースを求めていると語り、使われていない倉庫や空き物件など、思ってもいなかったような場所が喜ばれることがあると語る。物件の所有者が人に貸すことに積極的でない場合も多いため、行政が間に入ることの必要性についても説いた。そして、インド・ケララ州でのコーチ＝ムジリス・ビエンナーレや、自身が関わってきた瀬戸内国際芸術祭、AOMORI トリエンナーレなど、各地で行われる芸術祭を取り上げながら、そこでの地域住民・行政との関係性を示した。

コーチ＝ムジリス・ビエンナーレは、古くから香辛料貿易の中心地であったコーチで 2012 年に始まった、アーティスト主導の芸術祭である。初回には予算も少なく準備が間に合わず、オープニング当日になっても一部の作品しか完成していなかったが、アートに馴染みのなかった地域住民も手伝い、結果的に見応えのある展示となった。観客も参加アーティストたちも満足度が高く、その手作り感が話題となり、コーチの魅力は世界中に広まることとなった。芸術祭では、香辛料などの倉庫として使われていた建物が、展示会場となっている。2 回目の 2014 年にリサーチに行った椿氏は、場の力に圧倒されたという。インドでは、経済の中心であるデリーやムンバイにギャラリーが集中しているが、アーティストたちはむしろ、そこから少し離れたコーチに好んで居住しているそうだ。それは、倉庫などの広い制作スペースを確保できることに加え、土地そのものとそこに住む人の魅力によるものであろう。

地方で行う芸術祭にはロジスティクスが重要な問題であり、地域特性に合わせ、まずそれを整える交渉から始まるという。2017 年に椿氏がアーティストックディレクターを務めた AOMORI トリエンナーレは、あえて開催時期を冬にし、雪を見たことがない海外からの観客を想定した。そのため、台湾、広州、深圳などから LCC が飛ぶことが重要だとする。

瀬戸内国際芸術祭では、小豆島で 2013 年に「醬+坂手プロジェクト」、2016 年には「小豆島未来プロジェクト」のディレクターを務めているが、関西からアクセスしやすいよう、企業の協力を得て、神戸から高松へのジャンボフェリーを小豆島に寄港させた。主に貨物トラックを運ぶための船だったが、女性トイレの改装も提案し、実現した。また町長の一声で、町の職員はみな担当のアーティストを割り振られたという。行政職員がアーティストと直接触れ合うことで芸術祭への当事者意識が生まれ、地域全体のホスピタリティの向上につながった。行政や企業の協力のもと、そうしたインフラ整備を行い、結果 36 億円の経済効果を上げている。

みんなで知恵を出し合う－誰もが当事者になること

前半のレクチャーで椿氏が一貫して主張したのは、アート／アーティストが一方的に何かを与えてくれるというのではなく、鑑賞者側、そして地域の側も自分たちに何ができるか考え行動しよう、ということだ。それを受け、後半では 5 人程度のチームをつくり、グループワークを行った。メンバーそれぞれが自分が提供しうる何かをチームに差し出し、それらの資本を生かしてお金を生み出す方法を考える、というものだ。提供するのには「お金」でも「技術」でも「単純労働」でもよい。チームで一人 CEO を決め、最後には各 3 分のプレゼンテーションを行い、全員でどのチームのアイデアを支持したいか投票した。全 9 班の提案は以下の通り。



- A. みんなの山
- B. 大きなお世話屋
- C. Art 結
- D. アーティストのための素材センター with ビワ湖に浮かぶお茶屋 0才～100才まで
- E. 家族 HATA
- F. アートエンジン
- G. アトリエ李軒
- H. アーティストサボカン
- I. 鉄道模型と遊ぶ公園づくり!!

ここでは最終的に獲得票数の多かった上位3企画、D・E・Gを紹介する。

D 班の「アーティストのための素材センター」は、100坪の使われなくなった畑を利用し、アーティストが作品制作に使える様々な素材を集めた場所を作る、というものだ。滋賀ならではの繊維業で出てくる廃材など、通常であれば処分してしまうようなもの、一見ガラクタのように見えるものの中に、アーティストにとって魅力的に感じるものがあるのではないか、という発想である。また、「ビワ湖に浮かぶお茶屋」は、イベントのできる場所を船の上につくり、様々な層が会合うハブのような場所にしたい、ということだった。

E 班は、フラッグ（旗）を使った作品をつくっているメンバーが中心となり、一家に一つ旗を立てるプロジェクト「家族 HATA」を提案した。大分県宇佐市での「黄色い旗運動」をヒントに、地域単位または家族単位でオリジナルの旗を提供するというものだ。町中にその取り組みが広まることで、地域が彩られて人を呼び込む仕掛けとなり、地域のイベントでも活用するなど、ビジネスとして広がりがあるのではないか、という。

G 班は、長浜にある北村李軒邸（文政時代に建てられた診療所兼住居）を提供できるメンバーがおり、「アトリエ李軒」と名付けてアーティスト・イン・レジデンスを行うと提案した。建築士の資格を持ったメンバーがアトリエとしての改修を行い、海外のアーティストとの人脈があるメンバーが使用希望者を探す。

立地するのが周辺にホテルが飛ぶような環境ということで、宇宙に関する妄想好きなメンバーが、ホテルの光のもと妄想を繰り広げ、アーティストの創作意欲を刺激するというオプション付きだ。家賃はアーティストに合わせた設定とし、その収入に加え、使用者には定期的にそこで制作した作品を提供してもらい、それを売却することで利益を得る、というビジネスである。



各班が発表を終えると、椿氏は「滋賀県には文化的なコンテンツを持って、パワーがある方がこんなにたくさんいる」と驚き、「悪目立ちしたくないというような風潮があるが、自分が何をできるか相手に伝えるというのは社会を健全にする第一歩」であり、「政府に頼ったり政治に対して文句を言うのではなく、自分たちでお互いのポテンシャルを引き出し合って、それを行政が支える」仕組みをつくるべきだと訴えた。また、自身の瀬戸内国際芸術祭での経験から、「地域の高齢者が若い世代と話す機会が増えたことで、高齢者が病院に行く頻度が下がった」という例をあげ、ビジネスとして儲かるかどうかという経済的な視点にとどまらず、そうした社会的損失の軽減を社会全体の利益と捉えることが重要と話す。

「びわ湖芸術文化茶論」は、これを初回として今年度中に全4回開催される。「『面白かったね』で終わると僕が来た意味がない」。ここでの対話から生まれた何かが現実動き始めれば、この場を共有した参加者がお互いにその情報を発信し合える。プロジェクトが立ち上がれば、京都造形大が協力して学生が関わることもできると参加者たちを鼓舞し、「みなさんが主役として現実に変えていく動きをしていただけたら」、「滋賀県が変わっていくことを願っています」と締めくくった。

(岡 永遠)