

令和元年度 事業報告書

文化庁京都移転の機運を醸成するための連続講座

第 10 回 「アートを買うということ」

○実施日 令和元年 9 月 20 日

○会場 京都新聞文化ホール

(京都市中京区烏丸通夷川上ル京都新聞社 7 階)

○出演者

ゲスト；

嶋津 充氏 (ワンピース倶楽部／美術館にアートを贈る会事務局)

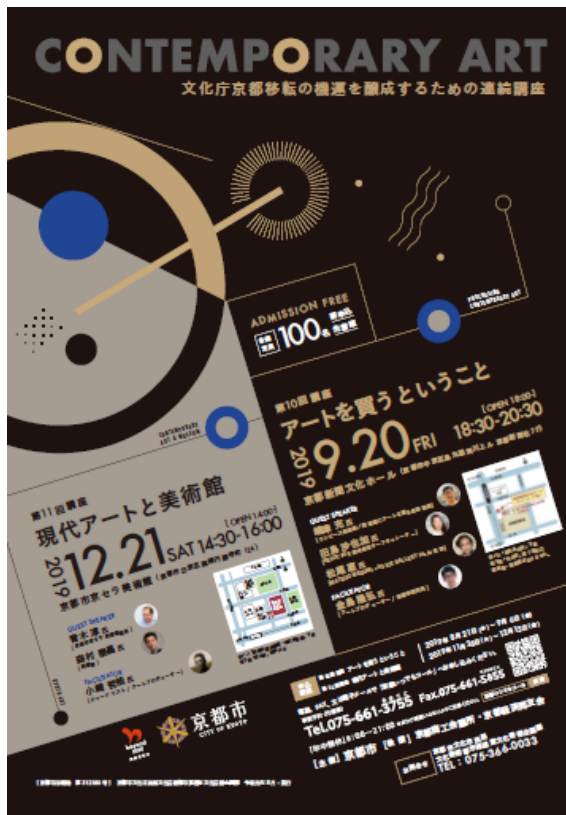
田島 沙也加氏 (READYFOR 株式会社チーフキュレーター)

松尾 恵氏 (MATSUO MEGUMI +VOICE GALLERY pfs/w 主宰)

ファシリテーター；

金島 隆弘氏 (アートプロデューサー／芸術学研究者)

第10回 文化庁京都移転の機運を醸成するための連続講座



令和元年9月20日（金）

<ゲスト>

嶋津 充氏

（ワンピース倶楽部／美術館にアートを贈る会事務局）

田島 沙也加 氏

（READYFOR 株式会社 チーフキュレーター）

松尾 恵 氏

（MATSUO MEGUMI +VOICE GALLERY pfs/w 主宰）

<ファシリテーター>

金島 隆弘 氏

（アートプロデューサー／芸術学研究院）

金島:ただいま紹介に預かりました金島隆弘と申します。本日、司会を担当します。よろしくお願いします。

今日のトークは、「アートを買うということ」をテーマにしています。ゲスト3名の方にそれぞれの立場から、テーマについてお話しいただきたいと思っています。

美術に触れるとか、楽しむと考えると、まず思いつくのが、美術館、ギャラリーなどに展覧会を見に行く、ということかもしれません。例えば本日の会場の京都新聞さんも、京都市内はじめ、いろいろな展覧会の主催や共催をされています。また、このビルの地下にある新聞を印刷していた元工場は、非常にユニークな空間で、最近では現代美術の展示に活用されています。私は、先日行われた KYOTO GRAPHIE の中で、元工場を会場とした金氏徹平さんの作品のキュレーションを担当しました。

今日は、作品を鑑賞するということから、買うというところの話に踏み込んでいきたいと思います。作品を買うということは、実は作品を鑑賞するということにも深くつながっています。また、今日はクラウドファンディングの話も出てきます。美術とは関係のない部分ではないかと思われる方もいらっしゃるでしょうが、作品を直接買わないとしても、それが実は巡り巡って、作品やアーティストを支援したり、作品を買う・鑑賞したりすることにもつながっていくと思います。

これからそれぞれ、自己紹介いただきますが、今日は、各々お話しいただいた後に、それぞれ立場の違う方ですので、お互い質問をしながら、後半の話を進めていきます。それでは、まず嶋津様より、コレクターの視点からお話をよろしくお願いします。

嶋津:嶋津と申します。よろしくお願いします。今日は、会場に結構なコレクターの方も来られ

ているので、コレクター代表というのは、なかなか恥ずかしいです。「プチコレクター」と称しておきます。

テーマが「アートを買う」ということで、なぜコレクターになったのかをお話しします。

私は、中学・高校のときは、文学少年でした。特に日本のものを読んでいて、それが世界や社会を知る窓口になっていたと思います。それが、高校・大学になると、ロック少年になりました。その頃のロックは、ビートルズ、ストーンズやパンクで、やはり社会的な問題を扱うことが多かったですね。文学よりも、ロック・ミュージックのほうが、世界や社会を知る窓口になると思って聴いていました。大学から社会人になると、現代美術が世界や社会の窓口に思えてきて、そういう視点から現代美術を見るようになりました。

ビートルズから始まり、ジョン・レノン、オノ・ヨーコがいて、その先に現代美術団体のフルクサスがいます。また、ストーンズからアンディ・ウォーホルへ繋がった。ストーンズのメンバーのロン・ウッドという人が、画家でもあるので、初めて買ったのはその人の作品でした。このような入口から現代美術の作品を買うようになりました。

「主なコレクション」と書いていますが、そんなたくさん持っているわけではありません。

写真作品が結構多くて、200枚あります。映画監督で有名になった蜷川実花さんは、皆さんもよくご存じかもしれません。ほかにも荒木経惟さんや森村泰昌さんの作品を持っています。森村さんは、最近大阪に美術館を開設されたので、よく訪問して、割と親しくさせていただいています。著名な方ばかりコレクションしているように聞こえるかもしれませんが、多くは若い作家の作品です。須藤絢乃さん、春木麻衣子さん、片山真理さんの作品を集めています。片山さんは先日のヴェネチアビエンナーレに出

展したので、ご存じの方もいらっしゃるかもしれません。

絵画作品のコレクションも、おそらく名前を聞いたことない人が多いのではないのでしょうか。松井冬子さん、大野智史さん、山本桂輔さんなど、基本的に、割と若い人の作品を買っています。

版画は、巨匠の作品でも安いので割と買いやすいです。木村秀樹先生は、京都芸大の巨匠で版畫の先生ですが、私でも買えるくらいです。最近有名になった、加藤泉さんの作品も持っています。最近は金氏徹平さんの作品もあります。ただ、草間弥生さんは、もう高過ぎて買えない。奈良美智さんや村上隆さんも、ペインティングは買えない。でも版画は何とかなる。私の持っている奈良さんの作品は版画です。村上さんは、どちらかというとポスターのような作品です。でもどうしても欲しくて、オノ・ヨーコさんの作品は買ってしまいました。

立体作品も少し所有しています。特に神戸の作家の藤本由紀夫さんは、近いこともあり、音の作品が多いですが、いろんな作品を集めています。金氏徹平さんの作品は、どうしてもドラえもののものが欲しくて買いました。三沢厚彦さんは奈良美智さんと仲が良い作家です。奈良美智さんが弘前で大きな展覧会をやったと



きに、倉庫の猫の作品を出された。それがどうしても欲しくなって、無理して買いました。

ほかにも映像作品を集めています。場所を取らないので、集めやすい。コレクションとしては、京都芸大の出身の笹岡由梨子さん、東京藝大出身の高田冬彦さん、中国の丁建中さんのものがあります。

ほかにも、ロン・ウッドというギタリストの作品、ジョン・レノン、アンディ・ウォーホルもの作品もあります。ジェフ・クーンのアンダーを、ジェフ・クーンと知らずに、5年くらい買っていたこともあります。同じように森山泰昌さんが撮ったストーンズの写真がありますが、作家を意識せずに買っていたことがあります。

また、単に1人で買うだけでなく、いろんな団体に属しています。その1つが「ワンピース倶楽部」です。各地に支部があります。皆様のお手元にある水色のハガキを御覧ください。年に1作以上、生きている人の作品を買しましょうという会です。物故者は対象外です。1年に1作品以上を買って、それを年1回、どんな作品を買ったのかをみんなで見せ合ったり、一般の方にも見ていただいたりしています。ただ、購入者自身の名前は出さない。だから、いろんな人のいろんな作品が見られる面白い展覧会です。関西支部が8月に、東京本部が9月の1週目に開催しました。東京は「3331 アーツ千代田」という施設のメインフロアを借り切って、260点くらいの作品が出展されました。

「美術館にアートを贈る会」にも所属し、事務局メンバーとして3年くらい活動しています。お手元にパンフレットをお配りしていますが、こちらは、自分が買うのではなくて、みなでお金を出し合って、作品を買って、それを美術館に寄贈する活動をしています。特に、関西の公立美術館はお金がありませんので、そこに寄贈しています。お手元のパンフレットには、

第4弾までしか掲載していませんが、第5弾目として、一昨年、兵庫県立美術館に児玉靖枝さんの作品を寄贈しました。これも、やはり社会とのつながりを大事にしたい、市民として、美術館に何ができるか、何をしたらいいかというところを、使命にしてやっています。

金島：ありがとうございます。それでは、次に、クラウドファンディングという視点から、田島様にお話をいただきます。お願いします。

田島：クラウドファンディングサービス「READYFOR」の田島と申します。よろしくお願いいたします。

まず、自己紹介です。私は大学3年のときに、今所属しているクラウドファンディングサービス READYFOR を運営する会社にジョインしました。

私の実家は、埼玉県比企郡にある和紙問屋です。京都の文化遺産などの建造物にも和紙を納めるといった商売をしています。そういったところで、芸術、文化、伝統工芸に触れてきました。和紙は、なかなか住宅でも使われなくなってきたので、どんどん職人の方が廃業していくという現実を目の当たりにしてきました。当時、お店を経営していた祖父に、「どうしてみんな辞めて行っちゃうの？」と聞いた



ら、「儲からないから、仕方がないんだよ」と言われました。お金がなくて、何年も守られてきた伝統工芸が消えていくのを肌で感じていました。

そんな中、大学のときに、クラウドファンディングというサービスに出会いました。お金の流れで、何かしらの活動を守ることができるという事実に関心し、その会社にジョインしようと決めました。

クラウドファンディングの基礎のところからお話しさせていただきます。

「クラウドファンディング」とは、クラウド＝群衆、ファンディング＝資金調達の造語で、アメリカが発祥とも言われています。個人や団体が実現させたいアイデアをインターネット上でプレゼンし、不特定多数の方々から、比較的少額のお金を集めるのが、クラウドファンディングです。

READYFOR はプレゼンテーションを掲載するプラットフォームで、クラウドファンディングのキュレーターと呼ばれる担当が、資金調達のサポートを行います。具体的には、サイトに載せるプレゼンのページを編集したり、アイデアを広めるための広報戦略を立てたりします。

例えば、「イベントを開催したいけれども、会場費として 30 万円足りていない」または、「カフェを作りたいけれども、古民家だから改修するために 200 万円が足りていない」といったプロジェクトの詳細を書いたページがあります。それを見て応援したいと思った人々が、例えば 3 千円や 1 万円の支援ボタンをクリックして、操作を進めていくと、必要としている方々にお金が入るという仕組みです。

日本のクラウドファンディング市場は、非常に伸びています。2011 年にはクラウドファンディングというワードは 1 件も検索されていませんでした。私たちが 2011 年 3 月 29 日にサービスを始めてから、クラウドファンディング

というサービスが、初めて日本に公開される形になり、そこから今もクラウドファンディング市場は右肩上がりに伸びています。

最近、クラウドファンディングが流行っていることもあり、いろんなプラットフォームが運営されていて、世の中には 170 以上ものプラットフォームが存在していると言われています。そしてそのサービスは「株式投資型」と「支援型（購入型、寄付型）」に大きく分けることができます。

投資型のクラウドファンディングは、我々のような支援を集めるプラットフォームと異なり金融に近いものです。自分の会社を立ち上げるために「こんな事業展開をしていきたいので、皆さん、株を買ってくださいませんか」という形で、見返りとしては、事業として出た利益を分配して、金銭的なリターンをお返しする仕組みです。投資家視点で、そのサイトを見た人たちが、事業内容やリスクがあるかなどを判断してお金を投じるという形です。

私たちはどちらかというと、支援（応援）志向の強いプラットフォームです。先ほどもお伝えしたとおり、事業ではなく、「個人が夢をかなえたい」であったり、「病院や大学、NPO などの組織が何かをやり遂げたい・継続させたいためにお金が足りないから」であったり、動機から始まるものです。支援する側も見返りを求めるものではなくて、「あなたの活動が素敵だから、ぜひ成し遂げてよ」と共感するものが多い。想いの乗ったお金が貯まりやすいプラットフォームです。

私たち READYFOR は、「誰もがやりたいことを実現できる世の中をつくる」というビジョンを掲げてサービスを運営しています。

READYFOR がスタートして、もう 8 年以上たちますが、プロジェクト数が 1 万 1000 件を超え、支援総額は 94 億円を突破いたしました。READYFOR のサイトにアクセスしてもらうと、

トランプのカードのようなものが並んでいます。この一つ一つが、こういうことがやりたいというプレゼンテーションのページにつながるボタンです。クリックしてみると、詳細ページが現れます。プロジェクトにける思いなどが写真と文章で掲載されています。支援する人たちは、「じゃあ4千円くらい出せるかな」と思ったら支援ボタンをクリックして手続きを進めます。その金額分が、このクラウドファンディングのプロジェクトを実行されている方に入ります。その代わり、お返しがりターンとして届きますので、支援者にもメリットが届く仕組みです。

プロジェクトのスタートにあたっては、これだけ集めたいという目標金額と、それを何日間で集めるのかを、必ず実行される方に決めていただきます。5千円出せますとか、1万円出せますという支援者のお金が積み上がって、目標金額が期間内に集まった場合には、このプロジェクトを「成立」と呼んでいます。一方、残念ながらその目標金額に達しなかったら、「不成立」と呼んでいます。

この仕組みでは、成立したときにのみ、支援されたお金をプロジェクト立案者（＝実行者）に、正式にお渡しします。万が一、目標金額に到達しなければ、それまで支援されていた金額は、支援者の方に全額返金されて、実行者にはお金が1円も入りません。そして、実行者と私たちは運命共同体でして、プロジェクトが成立した場合のみ、ファンディングをサポートしたサービス手数料を達成した金額から差し引いていただいています。不成立になってしまった場合には、1円もいただいておりません。私たちはこのプロジェクトが成立するように、二人三脚で寄り添って、ページの作成や世の中にアイデアを広めるための宣伝活動のサポートなどで伴走し続けます。

以上、サービスの説明になってしまいました

が、こういった形で、READYFOR というサイトを運営しています。

金島：ありがとうございます。

それでは、最後に京都で長くギャラリーを運営されている松尾様からお話しいたします。

松尾：松尾と申します。1986年からギャラリーを経営しております。始めるにあたって、家族から「一生の仕事が見つかってよかったね」と言われましたが、これほど長くやる気は全然ありませんでした。でも、このままいくと、一生これで終わってしまいそうですね。制度、社会的な背景、国民のメンタリティは、30年たつと変わるのだということを、非常に切実に感じながらやっています。

1980年に京都市立芸術大学を卒業しました。この写真は、移転直前の、ボロボロの状態の当時の学校です。ボロボロの学校でしたが、いろいろなことを学びました。もともとは、私自身もモノを作っていて、染織専攻を卒業しました。当時は、非常に伝統的な染織と用途美、用の美を教わりました。1980年に卒業したのですが、その頃はヨーロッパ、アメリカから、新しい表現がどんどん入ってくる時代でした。若かったので、こんな古くさいことやってられへんわということで、現代美術のほうに移行して、作品を作っていました。

今でも当てはまると思いますが、食えない、無名の作家は、ギャラリーでアルバイトするのがわりと常でした。私も、アルバイトしているうちに、なぜか「あなたはディレクターのほうに向いている」と言われました。作家、作家志望者はどんどん生まれてくるのですが、当時は支える人があまりいませんでした。しかも、制度もあまり充実していなかった。それで、1986年に自分のギャラリーをオープンすることになりました。

開設当時は、空間を貸すことによって、アーティストが資金的に自前で、かつ自主企画で、表現するスタイルの貸し画廊を行っていました。今から思うと、老舗で定評のあるギャラリーからはみ出した人、要するに、よそで断られた人が私のギャラリーへやってくるという状態でした。むしろ、それが良かったのでしょうね。よそで断られるということは、既存の価値の中では、相手にされない人たちだったわけで、私自身もすごく感覚が開きましたし、その表現に場所を貸してあげるというやりがいで、支えてこられたと思っています。

2000 年頃に貸しギャラリーをやめました。私が何とかお金を作って、レンタル料を作家からもらわないで頑張ろうと思ったわけです。京都のギャラリーのタームがおおむね火曜日から日曜日までの 1 週間が基本ですが、作品をじっくりみてもらいたいのと、私が作家と向き合いたいので、絶対 2 週間やろうと決めました。

2003 年ごろから、ぼちぼち売れ出しました。それまで作品自体は全然売れていませんでした。恐らく、私が始めた 1986 年は、バブルも崩壊している。それを知らずに始めた。その分、いろんなはみ出し者で、新しい感覚の人の情報を蓄積しました。それからアーティストとの関係を広げました。2003 年くらいから、少し景気が良くなったのか、リーマン・ショックの前くらいから作品も売れました。



それ以降の作家をご紹介します。これは美術というよりは音の作品です。音と観るという両方の作品です。それからこちらは、一見お茶わんに見えますけど、実は弥生時代の土で焼いた茶わんです。つまり、形とか形式とかではなくて、どうしてそれを作ったか、その動機が新しければ、私は全て現代美術だと捉えています。かつ、先ほど嶋津さんのお話にもありましたけど、生きている人との仕事である点を現代美術と捉えています。

それから、この海の写真も、一見ただの海の写真に見えます。南方の離島に出かけて行って、必ず荒れ模様の海を撮るという作品です。足元が海に漬かりながら撮る。こんな写真も、バックグラウンドに非常に期待しています。

外国の作家も取り扱います。少し分かりにくいですが、この白黒写真は、アルゼンチンの作家のものです。それから、左下は、物理学者、右側は考古学者の作品です。必ずしも、技術に依存するのではなくて、表現、つまり、手で作ったもの、手から生まれるものを、全般に広く考えて作品を選んでいきます。

作品が売れ始めてから、アートフェアに参加するようになりました。ギャラリーでいつ来るか分からないお客さんをずっと待っていても売れないからです。アートフェアは、直訳すると芸術見本市です。ギャラリー、コレクターさん、あるいは美術展等を企画する専門業者が集まって、売り買いしたり、あるいは、自分を取り扱っている作家の紹介をしたりする場です。私は、2005 年くらいから、しばしばアートフェアに出展するようになりました。そうすると、広くいろんな方と知り合うようになりました。嶋津さんとも、そういう場でお会いしました。

私自身がかつて作り手でしたので、自分の大事な、大事な作品を売るという感覚が、なかなか芽生えませんでした。実を言いますと、ギャラリーを開く前年、いわゆるコミッション・ワ

ーク、例えばビルが建つときに、アート作品や彫刻作品を入れるというお仕事ですが、京橋にあるツインタワーのエレベーターホールに作品を作ってくださいと依頼を受けました。そのときに、自分の作品を売るということを経験しました。売ったお金を元手にギャラリーを始めたのです。

作品を売るために、作家がどういう態度を取らなければならないのかということも、私自身、ある程度学んだつもりです。まずは、やはり幸せであること。モノを作って、人とつながって、幸せに生きていけるということをずっとモットーにしています。

現在では、仲介の仕事にも非常にやりがいを感じています。例えば、シンパシーを感じた作家が、今、そこに生きている。しかもその人が作ったモノが、ここに手頃なお値段で存在しているというときに、これをどう売り渡してあげるかという、この仲介の仕事です。

私自身は、そんなにコレクション持っていません。貸し画廊時代に、「画廊代が払えないから」と作品を置いていった人たちの作品などがありますが、その中には随分有名になった人もいます。私にとっては、お金の価値ではなくて、その人との人生を共にした何カ月か、何年間かと重なって非常に貴重な財産になっています。

テーマの「作品を買うこと」について、私は売り手ですので、買い手の方々を観察してみますと、例えば、これから伸びる作家の作品を買う方は、やはり作家支援が目的です。「この人に頑張ってほしい。」「このアーティストは何だか気の毒だから、助けてあげたい。」、そういう気持ちも含めて、作家を買い手の人と直接出会っていただき、それを仲介することを行っています。アートフェアは、その仲介したいのです。

そして、私がどうしてアートを好きになったかをお話したいと思います。

私の実家は、お金持ちではなくて、明治生ま

れの祖父が戦後に事業を立ち上げた家でした。当時、実業家だという自負のある人は、おそらくたしなみとして、作品や道具を集めたのだと思います。そのうちの1点が、私が生まれる前から家にずっとありました。それは、当時神戸で非常に人気を博したと言われている坂本益夫さんという人の絵画です。二期会の重鎮だったと言われていて、生前は作品をたくさん売った。そのうちの1点がいつも私のそばにあった。絵というのは、瞬間にも衝動をかき立ててくれる。情動をかき立ててくれる。でも、日々、一緒に暮らすと、全然違うものが見えてくる。そういう付き合い方を経験してきました。ですので、作品をお渡しするときに、大事にしてくださいさるかどうかを考えます。

ちなみに、この坂本益夫さんですが、生前は非常に人気があって、神戸の至る所に絵があったはずですが、亡くなった後、今や、ヤフオクでも売られています。世の中の誤解として、作家は、死んだら作品の値段上がると思われている。実際は、全然そんなことはありません。遺族、パートナー、それから共感者が、大事にしていかなければ、作品はやはり残らない、かつ、価値が維持できない。別に金銭的な価値の維持だけでなくとも構いませんが、やはり、薄利多売と言ったら変ですけど、散らばってしまった作品は、今では、もはや美術館で観ることも少ない。坂本さんに関して言えば、「神戸ゆかりの美術館」には時々展示されている。私も、絵画との人生の始まりということで、作家の今と、それから50年後、あるいは没後、彼らの作品がどうなっていくかということを考えながら仕事をしていきたいと思っています。

金島：松尾さん、ありがとうございました。松尾さんからは、アートの話について、かなり深く話していただきました。

嶋津さん、先ほど、なぜ現代美術をコレクシ

ョンしているかという話がありました。もう少し詳しくお話いただけますか。また、どんなポイントを見て買っているのでしょうか。

嶋津：自己紹介スライドの左下に、現代アートを買う理由や目的を挙げました。理由はいろいろありますが、私の場合は「世界への窓口や社会を知る」という理由ですね。現代美術を見ると、世界の状況、戦争地域の状況が見えてくる。ジェンダーや環境問題をテーマにしたものもある。美というより、情報哲学といったところでしょうか。ですから、社会を広く知るための入口としての現代美術と捉えています。

ほかにも、「感性」や「感覚」ですね。こちらのほうが一般的かもしれません。やはり見たことのないものを見せてもらえるということです。

それから「作家の支援」です。生きている作家、若い作家の話をしながら、いろんな支援をするために買っています。これはワンピース倶楽部の目的にも繋がっています。作家を支援して、世界に売っていく。そして日本の市場を広く、大きくするということです。

それから、よく言われるのが「インテリア」ですね。お家をきれいに飾りたいから、作品を買いますというものです。このインテリア利用の弱点は、金がなくなると買えなくなること。また、男の人に多いですが、飾らない派もいます。買ったらずぐに倉庫に入れてしまって、記憶の中に作品があるから別に見なくてもいいという方です。私もどちらかというと後者です。

最近、「ビジネスでもアートを応用する」ということをよく耳にします。関連した本もたくさん出ていますね。ビジネスの応用に、どんどん使ったらよいという人もいます。

先ほどの松尾さんの話にもありましたが、「投資・投機」という理由もあります。そこに興味を持つ人が多いです。実際問題は、そんな

にうまくいきません。先日、「マツコの知らない世界」という番組で、宮津大介さんが大儲けしているように放映されていましたね。大儲けはめったにあるわけではありません。宮津さんは、そんな投機目的の方ではないですが、テレビではそういう人に仕立ててしまっていました。

私としては、見ることは、「世界への窓」という理由が大きくて、買うときはやはり「感性を広げてくれる」、「見たことのないものを見せてくれる」という理由が大きいです。これらが重なっている作品が一番楽しいです。そういう意味で、若い作家と話をすると、やっぱり面白い。

名前を挙げている方は、ほとんどが若い人で、女性が多いです。最近では、京都市立芸術大学も8〜9割が女性で、京都造形芸術大学でも、少し男性も多いような気がします。8割くらいが女性だと思います。男女比の良し悪しという話ではなく、現実には学生には女性が多いので、必然的に、女性作家の作品が多くなってきています。

写真は、表現が直接的なので、割とたくさん所有しています。イメージとして分かりやすい。

映像も最近よく買います。映像を買うという違和感があるかもしれません。油絵だと1点しかないのに、値段が高くなるのがお分かりいただけると思います。写真や版画や映像には、エディションがあって、10部までと決めたら10部以上作らない。もしそれ以上作ったら、安売りになるのでいけない。10部の中で、作品の値段があがっていくシステムになっています。

ですから、アートを買うのにいろいろな入口があると思います。どれが良い、悪いはないですね。

金島：嶋津さんは、作品を物質として所有することよりは、美術を通じて、社会を知る、社会と接点を持つためにアートを買うという

ことでした。それは、新しい何か世界に気付く接点といった感覚でしょうか。

嶋津：そうです。昔は、その役割が小説、映画だったかもしれません。現代美術は、それがもっと言語ではないものです。言語なしで哲学を説明するのは難しいかもしれませんが、現代美術は哲学だと思います。

金島：自己紹介の資料では、「投資・投機」にバツと書いてあります。嶋津さんとしてはなぜバツなのですか。

嶋津：私は、そういうことはしない、趣味ではないという意味です。

金島：なるほど。

嶋津：ある作家を系統的に買おうとすると、数が増えて飾れません。男性のコレクターには、1人の作家さんをずっと買っていく人が多いです。よく切手やレコードを蒐集する人がいますが、必然的に置く場所がなくなってトラブルになる。家庭の事情で、作品を家に持って帰れない人がいるとよく聞きますね。

金島：他の方は嶋津さんに質問はありませんか。



田島：私たちは、できるだけお金が流れる仕組みをサービスとして常に考えています。例えば、寄付をした支援者にとってのメリットとして、税制上の優遇があります。以前、物として作品を寄贈した場合も、その支援者に対して、その作品の金額分に対して、税制上の優遇があると聞いたことがあります。いかがでしょうか。

金島：おそらくその制度は日本ではなく、海外のものかもしれません。

嶋津：アメリカには、そういった制度があるから、美術館の学芸員がセレブの人を連れて作品を買いに行く。学芸員も認めた作品を買ったセレブの人は、それを美術館に収めて、その分の税金の補助を受けるという制度です。それをシステムチックにやっています。

金島：そうですね。海外のアートフェアに行くと、買い主であるコレクターと、美術館のキュレーター方が一緒に行動しているのを見ます。つまりは、美術館にとっては一緒に購入した物を寄贈してくれる。お金を持っている方は、何を買っていいかわからない。でも、良い物を買えば、それを美術館に寄贈できる。それによって、税金がその分、控除されるという制度をよく耳にします。日本はその部分は、まだ制度としては確立されていません。

松尾：日本では、減価償却の控除があるくらいかもしれません。

金島：そうですね。日本では、2～3年前くらいから減価償却のシステムができました。要は、設備を買うのと同じような形です。

松尾：少し話がずれるかもしれませんが、日本の場合、戦後に財閥解体してから、社長がポケ

ットマネーで作品を買うことができなくなった。現代では、企業が作品を買うことに対して、税制上の制度とも合致していないところがあって、企業側も買いにくいのかなと思います。

嶋津：海外だと、大きな建物を建てたら、必ず芸術作品置くという決まりがありますよね。その制度では買った作品の金額の一部が控除されるのだと思います。

松尾：日本にはその制度がないですね。

建物を建てるときに、例えば建物の何パーセントかをアート作品に使わないといけないという国もありますよね。そう考えると、やはり、国の成り立ちと税制と芸術文化の支援の態度というのは、おおよそ一緒です。

嶋津：海外は、美術館に作品を寄贈しやすい。そうやって税制制度にも収まるし、それはセレブの人にとっては、名誉でもある。売名行為とまでは言いませんが、それで税法維持しているのかなと思いますね。

日本はそれができない。美術館に寄贈しようとしても、最近、美術館の保管場所がないからか、美術館も乗り気ではありません。

それもあって、贈る会では、こちらで作品を選定する際に、美術館が欲しいと思うものと、こちらも贈りたいと思う作品のマッチングを取った上で贈っています。

金島：美術館にアートを贈る会の話題がでました。今、日本では税制の優遇がないという状況で、なぜその会をやっているのかをお伺いします。

嶋津：贈る会では、今まで5回寄贈しています。私が聞いている範囲ですと、いろんなケースがあります。美術館が「どうしてもこれを買いた

いけれど、お金がないので、何とかしてください」と頼まれるケースもあります。

今回の5回目に関しては、まず美術館をどこにするかを決めました。美術館の学芸員のひとたちと、どんな作品が欲しいか案を出していただく。今度はこちら側で、作家、作品を協議しながら選んで、最終的に決めました。そして次に、寄付を集める。今回は、クラウドファンディングを使いました。

4回目までは、リクエストに応じてやっていました。特に、関西の公立の美術館はお金がない。

松尾：美術館の収集方針を決める委員会とも、懇意にしないといけないのですか。

嶋津：こちらがいくら贈りたいと歩み寄っていても、収蔵委員会が駄目と言うと、駄目になります。そこは学芸員の人が根回しをしています。最後まで分からなくて、ドキドキします。

田島：ありがとうございます。寄付者にとってはステータスになるから、寄贈しやすく、その流れが生まれやすいという海外の事例を以前聞いたことがありました。日本だとどうなのかと思ひ尋ねました。

松尾：日本の場合、寄付しても全然称えてもらえない。そこが問題かもしれません。

嶋津：NP0などの登録された特定の団体に対して寄附をすれば、ふるさと納税のように扱ってもらえるというのがあります。

金島：日本のクラウドファンディングのシステムは、税控除の対象になりますか。

田島：寄付に対する優遇措置の対象団体がプロ

プロジェクトを実施した場合には、対象になります。ただ、寄付をして、リターンとしてたっぷり物が返ってきてしまうと、税務署から、これは寄付ではなく、物を買っていると指摘をされてしまうものもあります。そういった例は控除が認められません。寄付を募る側は、基本的に、これは寄付であると示して、リターンは経験や権利の範囲に収めるようにしています。

金島：リターンの贈り物があると、購買になってしまうから、なかなか税控除が認められないということですね。

田島：そうですね。

金島：クラウドファンディングで、美術やアートと組み合わせた事例はありますか。

田島：もちろん、アーティストの方々も、自分のアートを支援してほしいというプロジェクトを立ち上げています。例えば、作品を作るために、予算としては1,000万円しかないけれども、自分が本当に実現したい作品は、少なくとも2,000万円必要だというときに、民間の力で、どうにか足りない分を支援してくださいというクラウドファンディングを行った人もいます。

金島：もし可能であれば、アート関係の事例をいくつか拝見したいのですが。

田島：2年前（2017年）に、東京藝術大学さんが、READYFORのクラウドファンディングを通じて、アーティストの支援の場を作りました。

当時、大学がクラウドファンディングを活用するのは、本当にまれでした。まだ国立の機関がサービスを活用する例が少ない頃でしたが、クラウドファンディングがアーティスト支援

に活用できるかもしれないと判断し、導入され、東京藝術の学長にもプロジェクトを実施いただきました。運営費交付金も減少傾向にあり、大学としてアーティストに渡せる資金も潤沢にある状況ではない現実があり、その解決策の一つとしてクラウドファンディングをご検討いただきました。

この企画の立ち上げは、当時としては、本当に画期的でした。当時、ちょうど「卒業生の半分近くの進路が不明」ということを取り上げた本も話題で、大学としても藝大生のキャリアは課題の一つだったようです。芸術の腕1本で食っていくぞというスタンスの人もいますが、どうしても、アートはお金が付きものです。ビジネスとしてアートを成り立たせていきたいと考えている学生たちにとって、今の社会に見合ったキャリア支援をしていかなければならない。そんなときに、クラウドファンディングの仕組みが注目されたわけです。自分が作りたいものを世の中に発信をして、大勢の方々からフィードバックを受けて、自分の作品をそこでブラッシュアップして、プレゼン力を磨く。この先、自分はどの作品を売り出していくと、ビジネスとして成り立っていくのか。クラウドファンディングを通じてお金を集めつつ、社会的な実験場にもなっているわけです。

なおかつ、支援する側の人たちにおける課題も企画を立てる段階での検討対象でした。例えば、日本では美術館に行く、芸術祭に行くことで何となくアート楽しむ文化がありますが、支援する意識はほとんどない。そもそも支援しなければアートが育たないという認識がない。クラウドファンディングが、支援者とアーティストが直で会話できる場所、金銭的に支援する・支えられる場所として存在することが、アートを育てる文化醸成の鍵になるということで、プロジェクトを実施していただきました。

金島: 東京藝大のプロジェクトはいくつありますか？

田島: 開始時に 11 件で、今、合計で 16 件くらいあります。

金島: 成立割合はいかがですか。

田島: 9 割以上成立しています。合計で 5,000 万円程度集まっています。

金島: どういう属性の人が支援しているのですか。美術関係者か、そうではない人、藝大の関係者などは分かりますか。

田島: プロジェクトによって、様々です。東京藝大によるアート支援という切り口が、面白そうだという方もいらっしゃいますし、もともとそのアーティストのファンだった方もいらっしゃいます。この先生の作品は知っていてサイトを見に来たけれど、他のプロジェクトにも興味を持ったから寄付した方もいらっしゃいます。

我々のプラットフォームは、アートに特化しているわけではありませんが、様々な寄付の意識の高い人たちにリーチできます。もともと寄付に対するリテラシーが高かった方が、「芸術も困っているのなら」とお金を投じた例もあります。

金島: なるほど。いろいろとアーティスト支援のヒントがあるような気がします。

嶋津: 先ほど紹介した美術館にアートを贈る会も、別のクラウドファンディングを使ったことがあります。10 年で 5 回もクラウドファンディングをやっていて、固定の支援者がいます。ですが、寄付をしようと思って、クラウドフ

ァンディングのサイトを見ても最後まで到達しない人がいたのですが、寄付者の年齢分布が関係しているのでしょうか。

田島: よく聞かれる質問です。クラウドファンディングをされる方は、インターネットをよく御覧になる年齢層とニアリーイコールで、30～40 代の男女半々くらいが、READYFOR の支援者層としては一番多くなります。インターネットを介してだと、操作が難しくてあきらめたり、怪しいと敬遠されたり、支援していただけない 60 代以上の方々もいらっしゃるの、ネットを介さない振込の仕組みも導入しています。

デジタルネイティブ世代が増えれば、もう少し状況が変化するかもしれませんが、現時点では難しいと感じる人もいますね。

金島: アートの事例で、京都のプロジェクトを手がけたことはありますか。

田島: ご存じの方も多いでしょうが、Theatre E9 Kyotoさんは、READYFOR で 2 回クラウドファンディングを実施されました。実際に 1 回目は、2,000 万円近くで達成、2 回目も 1,000 万近くで達成しました。小劇場閉鎖の危機に立ち向かうため、新しい文化の複合施設（新劇場）を設立したいというプロジェクトでした。

支援者を「1 口支配人」と表現して、このように支援者の人たちの名前を壁に書いています。それを見て、支援者は、自分がこの夢と一緒に造ったというのが実感できて、次の継続的なサポートにつながる流れができました。

松尾: この劇場は 6 月にオープンしましたね。

金島: やはり、京都より関東のほうが案件が多いのでしょうか。

田島：プロジェクトもしかり，支援者の層もしかりです。やはり東京など関東に偏っているところは実際ありますね。何となく関西のほうがお財布の紐が固いかも…という地域性を感じていた時代もありました。最近はそういったこともなく，実行者としては京都造形芸術大学さんでもご利用いただいています。

金島：今日は京都市さんの主催のトークですが，行政がクラウドファンディングを利用する例はありますか。

田島：そうですね。ふるさと納税という言葉は皆さん，よくご存じだと思います。

私たちは「ガバメント・クラウドファンディング」というサービスを提供しています。自治体に寄付をしたら，それがふるさと納税の控除にもなるという仕組みです。今，総務省から自治体間の「いきすぎた返礼品合戦」から脱してくださいというような通知が出ているところですが，我々は創業当初から，返礼品に頼らず，事業内容や立案者の思いに寄り添ったストーリーで寄付を集めるという点に強みがあります。このサービスを 2016 年前から提供しています。

金島：農業，まちづくりなど，どんな分野で活用されているのですか。

田島：非常に多岐にわたります。今，京都市さんのでも，ご準備いただいているところで，それは後ほどお話できたらと思います。

他の例ですと，地域活性化のために，地元の廃校になった建物を建て替えて利活用していくというもの。図書館などの公共施設をみんなの力で作ろうという取組などがあります。また，地域の動物の保護の政策などにも活用が広がっています。



金島：ありがとうございます。

松尾さんのお話で，もともと貸しギャラリーから企画ギャラリーに移られて，2003 年頃から，作品が少しずつ動き始めたとおっしゃっていました。冒頭のお話にいろいろな社会的な変化とそれに伴う流通の話がありました。ギャラリーを始めた頃から現在まで，大体 30 年くらいになりますが，京都の状況や広くアート支援について，感じておられることをお伺いします。

松尾：最近，アート市場を作らなければならない。作品を買わなければ，売らなければ…という話がよく出ます。ですが，その先は何があるのか。これからの 30 年のために，今，どうして売らなくてはならないのかというベーシックなところを共有できていないと感じています。

私のギャラリーでは，失礼な言い方ですが，買い手の人を，カウンセリングしなければならないこともあります。作品が欲しいとギャラリーにおいでになる方が何を言いたいのか，どんな物をどんな目的で欲しがっているのか，とても話し合います。ほとんどの場合は，ご自身のために買っていらっしゃいます。投機ではありません。だから，その人が，もし飽きてしまったり，亡くなったりしたら，その作品はどこに行くのかなと心配しつつも，でも，心で繋がっていればいいかなと思います。

一方で、「アートをビジネスにしていかなければならない。」という話が出るときは、その先が見えないので、危惧しています。

でも、ほとんどのアーティストは、絵が1枚2枚売れていくことによって、1カ月2カ月生き延びることができるだけという生活です。最近、長寿社会ですから、いくら大学院に行って、博士課程まで出たとしても、28歳くらいで卒業です。あと100歳までどう生活するの？というわけです。そういうときに、アーティストの生活を支えるという社会的な受入が、文化としてまだ定着していないから、それを促すためにも、取りあえず買ってくださーいということかもしれません。が、売ることによって心配の種が増えたなという気がします。

というのは、作品を売ってしまった後に、行方不明の作品もいっぱいあります。その作家のカタログ・レゾネを、作らなければならないときに作品がどこに行ったか分からないということがないように、画廊は追跡調査できるよう売却先リストをしっかりとっておかなければならないと思っています。

金島: ギャラリーを始められた頃の京都はどんな感じだったのですか。

松尾: 売れてないことはなかったです。ただ、私の周辺にいた当時の京都芸大の4回生くらいの現代美術作品が、あまり売れることはなかったと思います。日本画、陶芸、漆芸といったジャンルには、先生方あるいは団体展覧会の顧客などのネットワークからいずれは売れる見込みがありました。それ以外の新しい表現に関しては、それがありませんでした。

金島: なるほど。冒頭にそういうコミュニティから溢れた人たちが、ヴォイスギャラリーに訪ねてきたという話もありましたね。結果的にそ

ういう人たちから、もう少し広い美術のコミュニティとつながっていったということですか。

松尾: そうですね。だから開廊から30年たって、一番思うのは、つながりということです。

私が学生的时候は、ワンルームマンションではなくて、下宿だった。例えば、下宿のおばさんに、「あなたの部屋には、とても有名になっている日本画家が住んでたんやで」と言われるわけです。町の人が見ているというような間接的な支援が、今のクラウドファンディング的タニマチでした。それがだんだん、個の生活になっていく。1986年以降は、それが顕著で、パソコンが定着する。それから、もちろんインターネットが出てくる。そうなったときに、つながりがだんだん薄れてきている気がします。

その中で、どういうものを作るのか。うまく使えば、関係なく世界とつながれるメディアを持っている人、創作の動機を持っている人は、日本の細かい市場などは関係なく、世界とつながっていると思います。

嶋津: 世界の話が出ました。ワンピース倶楽部は石鍋博子さんという人が代表です。石鍋さんがドイツで活躍していた日本人の作家とたまたま知り合いになって、「どうして日本で活動しないの」と尋ねたら「日本に市場なんてないです」と言われたそうです。確かにその頃、今もですが、日本にはいい市場がなかった。だったら日本に市場を作ろうと思って始めたのが、ワンピース倶楽部です。だから、みんなで1年に1作以上買って支援することで、日本で市場を広げていまいしょうということを始めた。それが最近、だんだん世界に広がっています。台湾に台北ワンピース倶楽部ができて、つい最近ジャカルタにもできました。

金島: 本当ですか。

嶋津: ワンピース倶楽部は世界のネットワークの中で、日本の作家も紹介できるし、アジアの作家も、また我々のところで紹介をしてもらえる。そういう交流をしていきたいと思います。

金島: 台湾、ジャカルタとも交流があるのですか。

嶋津: 先日、台湾の方がアートフェア東京に来た際に交流をしました。アートフェアを通して、互いの国を行ったり来たりすることが多いですね。特に、最近はアートフェアが多いので、フェアで初めて作品を買うという人が結構います。

金島: そうですね。

嶋津: 怖そうだし売りつけられそうだから、一個一個のギャラリーに入るのは敷居が高い。

金島: 入ったら出られない。買わないと、出られないイメージがありますね。

嶋津: なんとなくそんなイメージがありますよね。ギャラリーの個性もありますが、怖そうなのは怖そうだと。

一方、アートフェアはいわゆる見本市です。で、たくさんギャラリーも作品もあります。どんどん入れて、どんどん話をしてもらえる。そういったところで慣れて、そこで一度買ったら、そのギャラリーには行きやすい。ですからワンピース倶楽部の東京支部では月に1回、勉強会と称して、いろんなギャラリーの人に来てもらって、お話をしてもらうことをしています。そこで、1対1のフェースツーフェースで話をすれば、そのギャラリーすぐに行けるようになる。

金島: そうですね。行きやすくなります。

嶋津: 関西でもその勉強会を復活したいと思っています。アートフェアへ行ったり、勉強会をやったりしながら、いろんなギャラリー回ってみる。そうすると、買いやすくなるし、ギャラリーの個性、作家も分かります。値段もピンキリですから買える。ですから、アートフェアがそういう意味で一番敷居が低く入りやすいです。

金島: そうですね。価格帯もいろいろあるので、比較ができます。

嶋津: はい。例えば1万円をアートフェアに持って行って、自分が買いたいものはどれかを選ぶと、自分のこともよく分かります。美術館でボーっと作品を見ていると、一般的な、標準的なものを好きになりがちですが、1万円を握って買いに行くと、自分は何が好きなのか自分の個性がよく分かり、面白いです。

金島: 作品を買うようになってから、美術の見方が変わったとおっしゃる人も結構いますね。身銭を切ると言いますか、自分のお金を使うので、より理解したくなる。

嶋津: だから、人によってはどこに行き着くかが違う。インテリアとして、きれいなものを飾りたいという人もいるし、私みたいに、飾らずにため込んで、どちらかというと、美術の歴史に関与したいと大それたことを考えている者もいる。例えば、自分の愛犬の作品をあらゆる作家に作ってもらって、コミッション・ワークであふれている人もいます。コミッション・ワークと聞くと、何億円もかけているというイメージがありますが、数万円くらいでコミッション・ワークを楽しんでいる。

楽しみ方は、人それぞれですが、自分が何を良いかと思うか、やはり買ってみないと分からない。いろいろと勉強して、理解がだんだん深まってくるので、単に見るよりは、そこが楽しいと思います。それはつまりアート買うという楽しみ方ですね。

田島：私たちの提供するサービスは、インターネット上のもので、アーティスト支援という面では、作家さんにはプロジェクト成功のために寄り添うことでサービス提供していますが、支援者、つまりアートを購入する方に寄り添う機会は、あまりありません。今のお話は、オフラインならではの魅力に感じます。オンラインにもオフラインにもアート作品を買える場所がありますが、そのメリットとかデメリットや違いを教えてください。

嶋津：私は最初の頃は、ほとんどネットで買っていました。

写真は、ネットで見たときと実物の差があまりない。だから、最初の蜷川さんの作品は、ほとんどネットで買っていました。ネットで買っていたけれど、個展を見に行ったときに現物の大きい作品をつい買った。そこから小山登美夫ギャラリーにつながって、そこからいろんな現物を見たり、現物の作家さんと話したりするようになったわけです。

ネットは、ギャラリーに行かなくてもいいから楽です。今は、ネットで誰でも作家のプロフィール、個展情報、所属ギャラリー、受賞歴を調べられます。ですからネットも、一つの入り口としては良い。

ただ、やはり、本当の作家さんと話に行くのが良いですよ。ギャラリーが展覧会始まる前か最初の日オープンと称して、作家と話ができる場を用意します。その場で別に買わずに帰ったとしても構わないです。ワンピース倶楽

部では、例えば「明日、ヴォイスギャラリーでこんなパーティーがあります」というお知らせを流しています。会員にそこに参加して、作家さんと知り合ってもらおうというのが一つの活動の中身になります。

松尾：私は通販サイトもやっていますが場所を持っているのは強みです。サイトに掲載しているものは、全て画廊にありますよということで、コンタクトしていただいた人を画廊に連れてくることができる。インターフェースのような使い方をしています。

また、生きている作家は本当に難しい。急に「描けなくなりました」と言うことがあります。すでにいくつか売ってしまったときに、コレクターさんに申し訳ない。そういう意味では、買い支えてあげるのが一番いいのだろうなと思います。

嶋津：基本的にプライマリーのギャラリーは、買い戻してくれるのですよね。

松尾：それが怖い点です。コレクターから買い戻すという条件で、画廊が売るということは、資金を持っていなければならないということです。200 万円で売った作品を買い戻してくれと言われたときに、そのときすぐに 200 万円作れるかには怖さがあります。ですから、やはり画廊も資金的な体力に応じたものを売っていかなければならない。

嶋津：「プライマリー」とは、作家さんが初めて売る価格のことです。「セカンダリー」は、オークションや、誰かが買った後に手放した作品を、またどこかのギャラリーで売ることです。

プライマリーの作家を、いわゆる貸し画廊ではなく、自分のギャラリーに所属させて売るプ

ライマリーギャラリーは、基本的には買い戻してもらえるとこの前提で、コレクター側は買っています。買い戻しのときにすぐに現金が出てくるわけではないかもしれませんが。

金島：だから、本当に高額な場合は、そのギャラリーがアートフェアに出して販売することもありますね。

嶋津：そのケースは多いですよ。

松尾：今、兵庫県立美術館で展示されている山村コレクションの例があります。山村さんというコレクターさんは、時々交換なさっていたようですね。交換というのは、いい作家の作品を買ったけれど、何年かたったら、もっといいのが出てきたので、以前買ったものを返して、新しいものを買うということです。

金島：ネットの質問に戻ると、インターネット上には、一点物だと売れなかったものが出ていくというパターンが多いと思います。何が良いか悪いかは、アート作品の場合難しいですけども、比較的写真や版画のようにエディションがあるものは、やはり実物とパソコンで見るのと、あまり変わらないということはあるですね。また、最近の例ですが、春画の展覧会に行った人が Instagram で写真を上げ、そしてその Instagram を見た人が作品を買うという流れがあります。特にデジタルネイティブ世代には多いです。30 代くらいで IT 系の会社を営んでいる方は、今までの美術の買い方と全く異なる買い方を始めている。それが最近はどんどん広がっています。

松尾：そうですね。京都の若い画家が、Instagram に上げていた自分の作品を、ロシアのお金持ちが見てくれて、今度日本に行くから

買いますということが、成立していました。

READYFOR さんを拝見していると、ダンスとか演劇は分かりやすいですが、ものを作っていくこと…美術分野は映像で伝えるにいいのではないかと思います、いかがでしょうか。

田島：それは本当におっしゃるとおりです。私たちの場合、美術のジャンルに限らず、まだできていないものに対して、お金出してくださいというプロジェクトは多いです。映像にしろ、物にしろ、体験系のアートにしても当てはまりますが、まだ構想段階から始まることが多いので、何をどう見せるか、知恵を絞ります。弊社でプロジェクトの成立へ導く支援をするスタッフを「キュレーター」と呼んでいます、このキュレーターがアーティストの方をはじめとしてプロジェクト実行者のサポートをしています。この人たちがこれまでどんな活動をして、どんなビジョンを描いて人々や社会に還元しようとしているか、時には途中段階の構想を手書きで見せることなどもして、支援者の方々から興味を持ち信頼してもらえるプロジェクトになるようにしています。クラウドファンディングには、どうしても、お金が集まっても実現できないかもしれないリスクもはらんでいますので、計画性・具体性を示して信頼を得るようにしています。

金島：ありがとうございました。

ここで会場から質問をいくつか受け付けます。

会場①：文化芸術推進基本法の 30 条あたりに、税制の控除という規定がありますが、クラウドファンディングは控除対象になるのでしょうか。

金島：この会場でご存じの方はいらっしゃる

すか。

嶋津：まだ検討段階だったかと思います。

金島：実例があったら、その実例で話題になると思いますが、聞いたことがありませんので、まだ実例がないのだと思います。

会場②：非常に楽しく聞かせていただいております。ありがとうございます。

「アートを買う」ということで、やはり売り手側の視点と買い手側の視点から見るのは必要だろうと思います。

売り手側の視点だと、先ほど現代アートというのは、アートより哲学に近いという話があったり、あるいは、ストーリーを作っていくことが大事だという話があったりして、まさにゴールと呼べるのは、共感を取っていかねばならない。一方で、伝える側に思いがあったとしても、それに共感してくれる人がどれくらいいるかは、非常に難しい問題だと思います。そういったときに、この人に頼めばお金を出してくれるのではないか、この人は協力してくれるのではないかというものを探す工夫があるのでしょうか。

あと、もう一つ、ロシアの富豪の話が出てきましたが、まさにお金を持ってないと、なかなか手が出せないような高価な物があるときに、そういう富豪の方に、どうやってアプローチしているのか、が気になりました。以上が売り手側からの視点の質問です。

買い手側からの視点としては、いいな、これ、協力したいなとなったときに、クラウドファンディングの場合だったら、自分で額を決めればいいと思いますが、作品を買いたいと思ったときの相場観が分かりません。アートの場合、いくらがこの商品の相場、あるいはこれくらい出すのが普通だというラインが、他の類似の作品

と比較しながら判断するのが難しい部分もありますので、買う場合の観点や物指しを教えてください。

金島：売り手側の方、いかがですか。

松尾：例えばさっき嶋津さんがアートフェアとおっしゃいましたが、いろいろな画廊が並んでいるところで見えるのがよいと思います。例えば25歳で、受賞歴がない人の8号はいくらかを比較してみる。買う側のお勉強と言うと変ですが、リサーチもしていただきたいなと思っています。売り手も、無茶な値段は付けていません。やはり年齢とキャリアと、それからサイズを加味しています。あるいは同じ大きさで、同じ人が描いていても、多く描き込んでいる、日数かかっただろうと思われるものと、そうでないものとを区別しています。ですから、うちの場合は、適正価格で出させていただいていると思います。

金島：松尾さんは、非常に良心的なギャラリーですが、そういうギャラリーばかりとは限らないですね。

松尾：ただ、うちにもたまに勘違いで、例えば草間彌生の8号の油絵を扱っていませんか？といったお問い合わせがあります。そのときに、同業者に情報を回しています。売り手の側も同業同士がつながっていますから、無茶なことをすると絶対に怒られますし、軽蔑されますよね。

金島：でも、アートフェアだと平気でそういうことをするギャラリーもあります。

アートフェアでは、複数のギャラリーがあるので、同じアーティストの作品を複数のギャラリーで扱っていることがあります。そうすると、そのギャラリーの相場の値段が分かるので、や

はり自身で見て、良いギャラリーを見つけていけないといけない。

松尾：先ほど、嶋津さんからプライマリー・セカンダリーのお話がありました。ギャラリーで初出時の作品をプライマリーといいます。それが、オークションに出て、初めてセカンダリーになります。これを「市場に出た」という言い方をします。プライマリーは、売手が値段をつけています。セカンダリー以降は買い手がつけているので、セカンダリーに流れている作品は、オークションを軒並み調べると相場が分かります。

金島：そうですね。オークションの結果を見ると、その人が、今、どれくらいで取引されているか目安にはなります。たまたま、値段がつかなかった場合、要はお得に買えてしまう場合もあります。逆にプライマリーで非常に高く売れることもあります。でも、そのときもギャラリーの人は、あまりそれには左右されず、値段をそのまま変えないことも多いです。でも、その作品が1点しかないものだとしたら、それを買いたいということで、価格がブーメラン化することもあります。

嶋津：オークションは、欲しい人が2人いるところでなければ、いくらでも値段が上がりますから、そこは気を付けないと危ないです。

いろんなオークションの中で、日本でオープンなオークションだと、日本の若い作家さんがスッと落札されることがあります。

金島：意外とありますね。

嶋津：プライマリーで買うとしたら、やはり、そのギャラリーをよく見る。歴史は関係ないかもしれませんが、信用のあるギャラリストが経

営しているギャラリーは、よく考えて値段を付けています。

強いて言えば、初めての個展は、結構安く付けることが多いと思います。要するに、ギャラリーとしては完売したいからです。完売すると、「あの人、完売したよ」と話題になって、次は少し値段を上げられる。そういうテクニックはありますけど、ギャラリーをよく見ると良いです。ただし、これは生きている作家の話です。

物故者の場合は、ギャラリーによって、値段が異なるときがあります。それは、もう調べるしかないです。そういう専門のネットもあります。

松尾：とはいえ、買うときはご心配だと思います。だから、今日、私は何にでも使える10万円持っていて、この10万円をはたいて気分よかったら、それでいい。だから、そのとき「今日はハッピーだから、記念に買いたい」というように買われる方の心理がハッピーになればと思います。

金島：また、美術というものをもう少し広く見ると、マーケットが、ないとかあるとかではなくて、作る・作らないという視点があります。

マーケットを作るということ言えば、例えば今、中国の美術が非常に盛り上がっています。それは、マーケットを作ろうというプレーヤーがとても多いからです。人口も多いので、売る人も買う人もそれを広める人も多い。マーケットを作る意識を持っている人が、操作的にやっている場合もあれば、やはり中国の美術が高くなってほしいというアーティストや美術に関わる人の思いが重なって、大きなマーケットが作られている。それが世界につながっているという状態です。日本でもそういった美術の一つのマーケットをつくっていくという意識の人が増えていけば、可能性が広がっていくので

はないかと思います。

嶋津：フランスやアメリカは、国の政策としてやっていますよね。フランスなんて、見せるだけではなくて、アートフェアに買いに行っていますね。最近、中近東でも、いろんなアートフェアや美術館、つまりアブダビ・ルーブルとグッゲンハイムができて、なおかつアートフェアもやっている。だから日本も政策としてやってほしい。日本は歴史もあるし、現代美術も力があるのに、なぜか整っていません。

金島：価格ではなくて、もう少し仕組みの面ということですか。

嶋津：体制としてやってほしいという気持ちもあります。

松尾：金島さんに質問です。ムスリムは、偶像崇拝してないから、抽象の作品、例えば戦後の現代美術は、ムスリム圏によく売れると聞いたことがあります。どうでしょうか。都市伝説でしょうか。

金島：アジアだからということでもなく、割とバランスを取って買っているのではないかと思います。西洋は西洋の中で評価するシステムがあります。最近、外のものを受け入れないという気風がある国もありますが、ムスリム圏の国は、そもそも美術の仕組みがまだ整ってないので、お金のある人は、西洋・東洋のどちらからも買うのではないのでしょうか。

松尾：そうですか。先ほどの会場からのご質問で大富豪とどうやって繋がるかというのがありました。例えば、人物像が拒否されている国に対して、人物画や偶像彫刻をアピールしても無理ではないかと思った次第です。

金島：そうですね。やはり文化的な背景によって、好みは、国によってかなり違います。人の絵が描かれている物がすごく好きという国もあれば、すごく抽象的で人が描かれていない作品が良い場合もあります。それは本当に国によって様々ですね。

松尾：そうですね。それでいうと、日本はその辺がガチガチではないので、「何でもあり」なところがあります。

金島：また、宗教につながる部分は美術に大きな影響があります。

松尾：何を表現するか、誰が表現するか、それから危惧されるか・されないかというのは、背景としても、宗教の違いがとても大きい。アメリカでアート・マネジメントの researched したときも、この国と日本はやはり違う。同じアート・マネジメントができないかと非常に感じました。

金島：はい。マネジメントは、考え方なども違いますものね。

嶋津：富豪にリーチする方法について、大きなアートフェアは、世界中の顧客をアテンドして回ってきます。先日も ICOM 京都大会が開催されたときに、バーゼルの日本担当の方が、お金持ちそうな人を集めて清水寺にいました。アートフェアの関係者たちは、このようにいろいろな国に、いろいろな人を連れてくるがあります。京都はその点では、東京に比べて有利です。外国人も歴史があるし、歴史の価値が高いことを分かっている。その価値を与えることも、現代美術に良い影響になると考えられているようです。ですから、世界の富豪を京都に連れ

てきて、美術を売ろうという計画をよく耳にしていた。

金島：京都という町は、うまく機能すれば、ポテンシャルがある町ですね。

嶋津：ヴェネチアビエンナーレに行って、バーゼルへ行ってという流れが、日本でもできれば一番良いと思います。

松尾：外国の方がこれだけたくさん、おいでになっていますが、パッと見て、富豪かどうか分からない。

金島：でも、結構来ていそうです。

松尾：はい。すごく汚い格好で、ビーチサンダルのおじさんが、ふらっとうちの画廊に入ってきた。話すと、とても熱心で、詳しい。もしかして、お金持ちかもしれないと思うことがあります。

金島：いろいろと顧客を逃しているかもしれませんね。

会場から買い手の質問もありましたね。

嶋津：値段が適正かどうかですよ。

最初は、やはり有名な画廊で買う。あとは、よく言われることですが、たくさん見る。それも、いい物を見ろと古美術の人も言いますが、現代美術でも、どれだけ制作にお金がかかって、この大学を出て何年くらいで、作り手は将来こんな感じになりそうだから、これくらいの値段だと、おおよそ分かってくると思います。

金島：お二人は、自分のコレクションを実際に売ったことがありますか。

嶋津：私は、お金に困って売ったことがあります。あまり作品として持っていなかったものを手放したり、今でも、何かあったら、この子はどっかに出そうと思っているおもちゃを時々買ったりしています。

でも、基本的に売ることにはしません。それを、やり始めると、ディーラーになってしまいます。そういう人は、コレクターにいっぱいいますが。



松尾：コレクターの人が、ギャラリーを始めたという話はよくありますよね。

金島：はい、よくあります。松尾さんは自分のコレクションを売ったことはありますか？

松尾：コレクションに値するのか疑問がありますが、物故者の、金目の作品でこれは持っておいたら何とかなるかもしれないと下心を持っていたものは、全く特別な愛情を感じずに売りました。でも、自分が接して、この人を何とかしたいと思う人の作品は、売れません。

余談ですが、よその画廊で、セロハンテープで作った彫刻作品が売れたことがあります。セロハンテープですから半年たったら、絶対にボロボロになることが、売る側は分かっている、作った人も分かっている、買った人も分かっているけれど、買った。つまり、「おもしろい！」、このおもしろさに投じるということです。

その後、その作家がタレント性・カリスマ性を帯びていくということなのですね。だから、作品、物だけの値段ではなくて、その人を育てる投資という感じだったのでしょうか。

嶋津：生きている作家と話をしたり、それこそ一緒にご飯を食べたり、お酒を飲んだりするうちに、やはりいろいろなことが見えてきますね。若い人が海外での滞在を通して、国による違いなどいろいろなことを知ることができる。そうして制作された作品を見ることができる。作家を1人知る。その作家の友達の作家とかも紹介してもらえて、そうすると、どんどん広がって行って、なかなか面白くなったりします。

それが、物故作家にはない、良いところだと思います。

金島：ありがとうございます。

この連続講座は、文化庁の移転というものを大きなテーマにしています。文化庁を迎える京都として、どんなことができるか、それぞれ一言ずついただきたいと思います。

まず、嶋津さんからお願いします。

嶋津：よく言われる話ですが、日本の場合、現代美術がまとまって観られる場所がない。東京都現代美術館はありますが、国立現代美術館を、それこそ歴史のある京都に建ててほしいと思います。ここへ来たら、戦後からの日本の現代美術がざっとそろって観られますというものです。

金島：海外では、特に歴史のある町をはじめとして大きな都市には、その国の現代美術がまとまって見られる美術館が必ずありますね。

嶋津：草間弥生さんばかりよく見ますけれど、草間さんの影にいろいろ大事な人たちもいる

と思います。

金島：もう少し俯瞰して美術が理解できるような場所が欲しいということですね。

では、田島さんお願いします。

田島：実は、今、京都市さんが、アート支援×ふるさと納税というプロジェクトを READYFOR で立ち上げようと、企画を温めているところです。詳細は、また、京都市さんの公式ホームページをご覧くださいと、情報が御覧になれますので、どうぞよろしくお願いします。(※)

先ほど私のほうからご紹介した東京藝大さんの例にもありますように、アーティストと支援者の新しい場を作っていきたい。アートに対して支援をするという文化醸成をしていこうとするクラウドファンディングはありますが、自治体がアートを支えていこうとするプロジェクトは、これまでありませんでした。

今回京都市さんからの御依頼を受けましたが、大きな組織ほど、新しいものが受け入れられない風土がありましたが、今や流れを変える、アート支援のためにでき得ることは手を尽くそうとされている。クラウドファンディングの活用によって、機会創出するという、革新的で少し社会実験的な取組を始めるので、ぜひ、今後ご注目いただければと思います。

金島：ありがとうございます。それでは、松尾さんお願いします。

松尾：京都は決して地方都市ではない。私が美術を始めた頃は、西高東低と言われていました。現代美術は関西が圧倒的に才能を生み出していた。特に京都市立芸大からどんどん才能が生まれてきた。その人たちが、今、指導者になっています。そういう意味で言うと、皆さんご理解のとおりだと思いますが、底力と伝統と歴史

があるので、京都というところが、新しいもの
どんどん生んでいるよということに着目して
いただきたいと思います。

それから、市で芸大を持っているのは、金沢
と京都だけですよね。金沢は、今、工芸で新し
い分野を世界に開いています。京都市立芸大は
優れた作り手育成機関ですよ。ここをぜひ応
援していただきたいと思います。京都芸大は小
さいですが、ご存じのとおり京都駅前に引っ越
しますし、皆さんの目の前でこれから活躍する
アーティストが町の中に生まれる。その動向を
見て、楽しんで、そして支援していただきた
いと思います。30 年先を見た支援になると思
います。

金島：ありがとうございました。

それでは、時間になりましたが、最後に言い
残したことはございませんか。

嶋津：宣伝になりますが、入口でお配りした水
色の資料がワンピース倶楽部の説明パンフレ
ットです。1 年に 1 回、展覧会をしたり、い
ろいろな人とオフラインで集まって話をし
ています。もし、参加したい方がいらっし
やいましたら、石鍋博子宛にメールください。
年会費 1 万円とありますが、この 1 万円で展
覧会をやっています。

それからもう一つ、美術館にアートを贈る会
についてです。こちらは 5 回目の寄贈が終
わって、6 回目に移るところで、いろいろなイ
ベントや催し物を行っています。興味がある
方は、ホームページに情報を載せておきま
すので、御覧ください。買うのではなく、寄
贈したいという思いであれば、こちらをご
覧いただければと思います。よろしくお願いいたします。

松尾：私は、今日、カード式の展覧会の案内
状を 2 種類お配りしました。絵画の展覧会と、「美

術考古」という変なタイトルの展覧会です。
美術考古のほうは、美術家と考古学者によ
り展覧会で、おそらく買っていただけないも
のばかりです。ありがとうございます。

田島：READYFOR と検索したら、すぐにペ
ージが出てきます。本当にたくさんのプロ
ジェクトを御覧いただけます。支援者とし
てもそうですし、誰もがやりたいことを実
現できる世の中をつくることを目指して、
プラットフォームを運営しておりますので、
どんなに小さなことでもご相談いただ
ければ、プロジェクトとして、掲載に
まで至るようにサポートいたします。実行
する側でも、支援する側でも、サポート
いたしますので、ぜひご相談ください。

金島：本日はどうもありがとうございました。

会場：(拍手)

※京都市の実施したクラウドファンディング

プロジェクト名：「京都市若手アーティスト応援
プロジェクト」

実施期間：令和元年 10 月 23 日～12 月 25 日

目標金額：5,000,000 円

達成金額：5,215,000 円