

現代美術の海外発信に関する検討会(第2回)議事概要

1. 日 時 平成 26 年 5 月 30 日(金) 15:00~17:00
2. 場 所 文部科学省旧館 5F 文化庁特別会議室
3. 出席者
(委 員) 南條座長、逢坂委員、蔵屋委員、後藤委員、宮島委員、宮津委員、
山本(豊)委員、山本(裕)委員
(文化庁) 川端文化部長、船橋芸術文化課長、石垣支援推進室長、
眞住芸術文化調査官
4. 議事概要
 - (1) 「意見の概要(案)」に関する意見交換
事務局より、資料の1「意見の概要(案)」について説明があって後、主として、日本の現代美術の振興・海外発信に向けた方策について意見交換を行った。
 - (2) 意見の概要
 - ア. ファンド(基金)の創設
 - 特にコレクションを重視した実現可能なファンドを作ることが有効である。そのファンドを利用して購入した作品については、海外からの貸出しに応ずることを条件付けるものとし、その窓口を購入・所蔵する美術館ではなく、文化庁が担うことにしてはどうか。そうすることにより、海外からの要請に柔軟に応えられることになり、あわせて、これまで知られていない美術館などの情報も提供できることとなる。
 - ファンドを作る時に、ルールを作りすぎてはいけない。資金の使い方、システムの使い方などある程度自由に使えるような仕組みであるべきである。
 - イ. 人材育成
 - 美術館、NGO、ギャラリーなど現代美術の海外発信を行っている組織・機関で働きたいと思っている人材を、文化庁が給与を負担して、インターンシップ生のように送り込むシステムを作ってはどうか。美術館は基本的に人手不足のため、このようなことが実現すれば、より様々なことに取り組んでいけることになる。

このように国内の人材を育てていくことによって、恒常的に海外へ日本の現代美術を発信していくことも可能となるのではないか。

- アメリカでは、企業が資金を提供して、その資金によってキュレーターを雇用している。企業が資金を提供しやすいようなシステムを国として作っている。
- 文化庁として給与を負担し、様々な機関・組織に人材を派遣し、調査研究、アートマネジメント等を通じて人材を育成していく。その対象は、日本人だけではなく外国人も可とする。海外に発信していくというのであれば、このような可能性も検討してはどうかと思う。
- 日本では、プロモーション又は広報を行う専門家が配置できていない。例えば、広報については、単にプレスリリースを発信すればいいわけではなく、如何にして美術館の活動を明確に国内外に伝えていくか、その情報を誰に、どのような媒体に提供することが効果的かという意味での専門性を求められるが、そのような専門性を持った者がいない。特に、海外とのパイプ役としての専門家の育成を、国が担ってくれると良いと思う。
- 外国人を対象とした日本国内でのインターシップ制度の活用も有効ではないか。日本のことを知ってもらい、帰国後に日本との窓口になれるような人材を育てていければいいのではないか。
- 日本では、学芸員には、日常の活動に資する研究費、調査費が支給されていない。一方海外では、給料はそれほど高くないが、研究費のようなものが別途支給されるので、それを活用して様々な研究や調査ができるようになっている。国が調査費などを補助することなども必要となってくるのではないか。ただし、その場合には、助成の目的は何か、何に助成するのか、何時まで助成するのか等といった戦略性を持たせるべきである。
- 文化庁に専門性のある、日本のことをよく知り、外国とのパイプをしっかりと持っているセクションや組織を作ることも考えられる。現代美術のセクションが出来るだけでも違うと思う。
- これからの人材育成のための投資は、アーティストよりは、キュレーター等、それら者の活動を伝え、支えていくような人たちに対して行った方がいいのではないか。

ウ. 産業としての活性化

- アート業界に優秀な人材が育たないのは、アート業界が産業として成立していないからである。
- 国は芸術を、産業として扱うことも必要ではないか。経済産業省では現代美術をコンテンツとして扱っていない。
- 市場が活性化していかなければ優秀な人材は集まらない。
- 日本のマーケットが縮小しているので、海外でも作品が売れず、価格も下がっているのが現状である。

- 業界に資金が流れる状況を作り出すことが重要である。経済状況がよい業界には、優秀な人材が集まってくる。そのためにも作品購入の促進が必要である。

オ. 各機関との調整の必要性

- 2020年東京オリンピック・パラリンピックを、首都圏や全国のギャラリー、美術館等皆が協力して盛り上げるためにも、国が先頭に立って会議を持つなど調整していくべきではないか。

カ. 海外発信に向けての作品収集

- 美術館などに海外への出品・貸出し等を念頭に作品を選ばせて文化庁が購入する等、戦略的な作品買い上げ制度を実施してはどうか。公立の美術館等は購入予算がないので、購入と海外発信を一緒に考えて行うことは可能性があると考える。
- 美術館が作品を購入する場合、コレクションポリシーが必要となる。文化庁が美術作品を購入していくのであれば、コレクションポリシーは美術館に任せるか、または、複数の美術館が共有できるようなものを選ぶと良いのではないか。
- 海外の人が日本に来日する際に持参するのは、大体若手作家の美術作品である。日本人も同じようなことを、例えば、外交官が海外駐在する時に行うといいのではないか。

キ. 日本の現代美術の広報展開

- 日本の現代美術作品を、海外の雑誌などで特集することなどにより紹介してもらうことが有効ではないか。外国の人に日本の現代美術についての紹介、批評などをしてもらうと良い。そのために、必要な経費を日本から支出しても良いと思う。
- 日本の現代美術の歴史、美術史、批評等の文献や広報に関する統一的なホームページを作り、資料を外国語に翻訳して掲載し、広く公開していくことが必要である。海外の例としては、米国・スミソニアン博物館や英国・科学技術芸術国家基金（NESTA）のホームページがあげられる。

ク. 中堅作家に対する支援

- 若手への支援は多いが、中堅作家への支援がないので、作家が息切れしてしまう。マーケットにおいて作品を買うなど、支えていくことが必要となる。
- 若手の支援は、ある意味ハイリスクだが、中堅作家はある程度評価されているのでもっと大切にすべき。
- 中堅作家とそれに脚光を浴びせられるようなキュレーターをセットとして支援するとよいのではないか。

ケ. 批評について

- 美術界の流れの中だけで現代美術の批評をしても海外では受け止められないので、社会の動向等と比較しながら、またその動向の中で現代美術の批評を行うことが必要である。美術批評に関する表彰（アワード）などがあっても良いのではないか。
- 批評家を支えていく構造が出来ていない。海外でも批評だけではなく、大学での講義や雑誌への寄稿などで生計が立てられている。表彰（アワード）だけでは食べていくことはできない。