

美術館と地域社会

——予備的考察を中心に——

寺 岡 寛

- I 美術館と「地域社会」論
- II 文化資本としての美術館
- III 美術館としての文化資本
- IV 地域社会と「美術館」論

I 美術館と「地域社会」論

美術館とは『広辞苑』には、「美術品を収集・保存・陳列して一般の展覧・研究に資する施設であり，研究と企画展示のみを行う施設をさすこともある。博物館の一種」とある。他方，博物館とは『広辞苑』によれば，「考古学資料・美術品・歴史的遺産その他の学術的資料をひろく蒐集・保管し，これを組織的に陳列して公衆に展覧する施設。また，その蒐集品などの調査・研究を行う機関」であるとされる。つまり，美術館とは，考古学資料，歴史的遺物，美術品，その他人文，自然に関する資料などを広範囲に収集・展示する施設とは異なり，美術品だけを蒐（収）集・保存・陳列する施設であるということになる。

また，『ブリタニカ』には，美術館とは「絵画，彫刻，工芸品などの文化遺産を収集し，鑑賞，啓蒙，研究のために展示する専門博物館。歴史的には，前3世紀にプトレマイオス2世がアレクサンドリアに造ったムセイオン（*museion*）から始まったものとされている。ルネサンス期以降のヨーロッパでは王侯貴族による膨大なコレクションが形成されたが，なかでも特に美術品を陳列するために専用の部屋が設けられるようになり，ギャラリーと呼ばれた。これが美術館の最初の形態といえる」とある。たしかに，欧州諸国では18世紀にはスペインのプラド美術館，イタリア・フィレンツェのウフィツィ美術館，イギリスの大英博物館，さらにはフランスのルーブル美術館が設けられ，さらに20世紀に入るとさまざまな古代の歴史的文化遗产が展示されていた博物館から美術品—現代美術も含め—だけを展示する美術館が設立されるようになっていた。要するに，美術館とは広く文化に関連する資産を収集・研究し，多くの人に公開展示する博物館の一つであり，美術品だけに特化する専門博物館ということになる。とはいえ，どの程度の範囲までの「収集品」を「美術品」ととらえるかにより，その美術館の性格と

役割は実質的に規定されることになる。

実際のところ、これらの定義は国際博物館会議の定款や各国の「博物館法」等での定義などに依拠したものである。たとえば、わが国の「博物館法」-1951年制定-から美術館を含む博物館の定義は、「歴史、芸術、民俗、自然科学等に関する資料を収集し、保管（育成を含む、以下同じ）し、展示して教育的配慮の下に一般公開の利用に供し、その教養、調査研究、レクリエーション等に資するために必要な事業を行い、あわせてこれらの資料に関する調査研究をすることを目的とする機関（社会教育法による公民館及び図書館法（昭和25年法律第118号）による図書館を除く。）」であるとされている。

また、設置主体について、同法は「地方公共団体、一般社団法人若しくは一般財団法人、宗教法人又は政令で定めるその他の法人（独立行政法人（独立行政法人通則法（平成11年法律103号）第2条第1項に規定する独立行政法人をいう、第29条において同じ。）が設置するもの）」として、「公立博物館」とは「地方公共団体の設置する」ものであり、「私立博物館」とは「一般社団法人若しくは一般財団法人、宗教法人又は前項の政令で定める法人の設置する」ものとされている。

美術館の設置あるいは設立の主体の「区分」から「美術館」をとらえておけば、その種類も各国ごとに一律ではありえない。王侯貴族の収集美術品がその後の歴史的展開のなかで公立美術館となったような欧州諸国と比較すれば、そうした経緯とは異なった歴史をもつ新しい国家である米国では、経済人のコレクションを一般公開するかたちでの美術館が多く生まれた。日本では、米国のような経済人ということでは、倉敷紡績の大原孫三郎（1880～1943）による大原美術館（1930年）が設立されている。また、川崎造船所の初代社長の松方幸次郎（1866～1950）の個人で収集した「松方コレクション」が寄贈された国立西洋美術館（1959年開館）もある。設置主体の数からいえば、国立や公立-地方自治体など-による美術館も第二次大戦後、とりわけ、高度成長期の頃から盛んに設立されたが、個人による比較的小規模な美術館-個人の収集コレクションの公開のほかに、特定作家の作品を展示したもの-も日本各地に設立されてきた。

小論では、こうした美術館と地域社会との関係について、美術館をある種の「文化資本」としてとらえることで、そうした施設がとりわけ地域経済にどのような影響を与えることができるのかを探っていきたい。一般に「資本」とは剰余価値を生むことによって自己増殖する価値の運動を指す。文化資本もこのような文脈でとらえると、機械など物的資本のように「可視的」で具体的な加工物を生み出すわけではないものの、そこには感性など「可視的」ではない抽象的なモノを生み出すことにおいて、やはり、ある種の「増殖」運動をもつのである。では、一体、それらが何であるのか。通常、文化資本といえ、フランス人社会学者のピエール・ブルデュー（1930～2002）のエリート校などへの入学という投資によって取得できる学歴、知識、資格だけではなく、身につけ

ることのできる言葉遣い、態度・振る舞いなどのことであり、そうした学校への入学に要する費用－家庭教師などへの支出など－の多額さにおいて、上層階級－高位所得層－にとっては自分たちの社会的地位の再生産あるいは拡大再生産にとって重要な資本を意味する。こうした入学前そして入学後も多額の費用を要する学校を通して、上層階級特有の教養や習慣（ハビトス）を身につけることが、単に学歴を取得すること以上に報酬的であることになる。この意味において、教育とは投資であることになる。

小論では文化資本をそのような社会的地位の再生産に必要な不可欠な資本という意味ではなく、より広義において地域社会の再生産にとって重要な社会的資本というようにとらえている。ただし、ここでは地方にとって「文化」とは「一体何であるか」を明らかにした上で、地域社会の再生産にとっての社会的な文化資本の定義を行う必要がある。「文化」とは一般にわたしたちが何世代にもわたって自然や生活習慣などに多くの人たちが手を加えて形成してきた「目にみえる」－可視的な－モノや「目に見えない」－不可視的な、あるいは非可視的な－モノの集合体であるといつてよい。そこには景観、衣食住、技術・技能、道徳－人との付き合いや振る舞いも含む社会的規範など－、宗教、政治など生活全般のうちより精神的な生活にかかわることを文化としてきた。そうした文脈では、地域社会を経済的に支えてきた地域産業の多くもまた地域の文化－感性－や資源－原材料も含め－に密接に関連して形成されてきたものである。各地にある博物館などは、自分たちの地域の自然史あるいは人文的歴史を展示しているのはこうした歴史的な存在としての自分たちの確認の場であることのアイデンティティー自画像－を示す施設となっているのである。それでは、美術館などで地元出身の画家や彫刻家などは別としてさまざまな出自をもつ芸術家の作品－世界的な作家となった作品も含め－などを収集・展示する意味は一体全体、どこにあるのかは問われて当然である。とりわけ、個人の収集品を一般公開している私立の美術館はともかくとして、地方自治体など公的団体の美術館の社会的意義と地域社会－地域経済も含め－におけるそのあり方はどこにあるべきなのかの手がかりなどを小論では探っておきたい。

Ⅱ 文化資本としての美術館

「美術館」は単に館内の展示物だけではなく、その概観や空間的配置なども含めた建築物そのものが美術館を象徴する。その意味において、建築家の設計思想や建築物そのものも「美術館」として評価されるものである。十和田市現代美術館や金沢21世紀美術館などの公立美術館の設計を手掛けた建築家の西澤立衛は『美術館をめぐる対話』で、公立美術館そのものが地域社会における空間提供という意味で大きな影響を与えるものであることを強調しているのもこの文脈においてである。

西澤は建築家たちとの『美術館をめぐる対話』のなかで「日本の公立の美術館の多くは、いわゆる箱もの行政の典型だといわれてきましたが、本当は公共の美術館というものは、行政だけがやることではなくて、官民間わずにいろんな人間が参加して、能動的につくっていくものだと思います。美術館は、行政の占有物ではなくて、町の財産である¹」とする考え方の重要性－地域に占めるその社会的存在性－を指摘する。この点に関して、西澤は青森県立美術館の設計者である青木淳との対話でも「開かれた美術館」の意味についてふれ、金沢21世紀美術館の設計にあたっては、欧州諸国などの「権威的な、王権社会的な風景が美術館になっているのではなく²」、非常にカジュアルな雰囲気的设计にこだわったことを述べている。青木もこれに応じて、美術館の機能はともかく、それは「町の人に受け入れられる」空間でなければならず、町の一部として美術館が再定義されなければならないことをつぎのように強調する。

「美術館は、本当の自然とも違うけれど、日常的な町とも違う非日常的な質をもった、でも日常的に行ける都市や町に必要なもうひとつの空間として、もう一度定義しなおさなくてはならない時期に来ているのかもしれない。

商業的な意味で展覧会をやって、お金が入ってそれで儲かる美術館は、本当に一握りの巨大なところだけです。それ以外の美術館は、そうなると思っても絶対そうなりえない。なのに、みんながそちらを向いてしまうとすれば、ある意味では、文化的貧困といわざるをえない。³」

たしかに、日本だけではなく、世界的にみても会計学でいうところのいわゆる損益分岐点－用地確保、建設に要した費用を含め－を上回る来館者数を誇っている博物館は全体のほんの一部である。それは博物館だけではなく、美術館についても妥当している。美術館は収集作品の常設展示のほかに、多くの人を集めるために特別企画展などを開催している。この場合、外国の美術館から著名作品を無料で借りることができても、保険や特殊梱包・輸送などに高額のコストが必要であり、それだけにかかなりの数の入館数を必要とする。しかも、高額な入館料を設定することになれば来館者は遠のくことになる。ここでも経済学でいうところの需要の弾力性理論は妥当するのである。必然、新聞社やスポンサー企業の協力が必要となるが、その分、無料招待券や割引招待券が多くなるジレンマもある。青木のいう「儲かる美術館」は美術館全体のほんの一部となる。

西澤もこの発言をうけて「共感します。美術館には、民間であっても公立であって

1 西澤立衛『美術館をめぐる対話』集英社（2010年）、19頁。

2 同上、38頁。

3 同上、55頁。

も、ある公共性というものがあって、それはまさに町の一部で、町の人々が共有する財産です。それは公共物であるのと同じで、経営的に成功しないからといって道路や公園を廃止しないのと同じで、町の財産としての美術館も、お金をつくる目的で存在するのではなく、僕らの生活を豊かにするためのものですから、経験や商業とは違う角度での評価も必要です⁴と応じている。もっとも、だからといって美術館の地域経済との連携を全く考えない公共空間であっていいはずもない。この点についても、西澤は国際美術館会議の理事で、森美術館の副館長や十和田市現代美術館の運営理事をつとめてきた南条史生との間で論じている。南条は美術館と地域の文化資産との連携の必要性をつぎのように指摘する。

「（美術館の活動を－引用者注）せっかくやっているのに、町のクリエイティブ・インダストリーになっていないということか、美術館をつくったことによる経済効果が生まれえない。なおかつ、ある意味では人にいちばん楽しいサービスを提供できていないということなんですね。だから、美術館のウェブサイトに、近くで見られる奥入瀬の景観のこと、十和田市内のお茶を飲む場所なんかの情報も全部パッケージで載せるべきです。それに足を延ばせば、もちろん青森県には青木淳さんが設計した青森県立美術館と安藤忠雄が設計した国際芸術センター青森があって、十和田を含めた三つの美術館と美術館建築巡りのアートスポットなんですよ。ひとつの県内に三つの注目すべき美術館施設があるというのは珍しい⁵。」

ここで南条が言及しているのはもっぱら公立美術館であるが、西澤は私立美術館と比較して、「公立の場合のひとつの問題点は、やっぱり運営が変わっていくこと」を問題視する。これに対して、南条は「どんなに有名な美術館をもってきて、観客がたくさん入っていても、誰もそれをその町の文化とは見てくれない。その町の文化と認めてもらうには、そこがつくり出した文化と文化装置がなければならない。つくり出すというのは、アーティストをつくれという意味ではなくて、独自の美術館の活動やコンセプトがあるということです⁶」と指摘しているように、公立美術館というハード－箱モノ－だけではなく、そこに地元の文化と連動したソフト－企画と運営－がなければ、アミューズメントパークやテーマパークといった商業施設ではない美術館の意義と役割が問われることになることを問題提起している。

4 同上、55～56頁。

5 同上、131～132頁。なお、安藤忠雄の設計による国際芸術センター青森は青森公立大学が運営している。芸術家たちが実際に滞在して作品展示を行っている他に、ワークショップやシンポジウムなどの催しも行われている。

6 同上、142頁。

他方、デンマーク人アーティストのオラファー・エリアソンは美術館の役割について「その一義的な役割は芸術作品をサポートすることだと思っています」⁷としつつも、実際には「アートと関係がない部分でも美術館がさまざまな役割を果たしていることを思い知らされます。多くの研究機関と同じように、美術館のステータスと価値には、政治的な要素と外部からの力が大きく働きます。それは私たちが場所に対して抱くイメージにも影響するのです。新しく美術館がつくられるとき、それは芸術作品との対話のためというよりも、その都市のブランディングのためのように感じることはありません」⁸というように、美術館をめぐる政治的要素について言及している。こうしたなかで、エリアソンが強調するのは、グローバル化した現在、美術館は「個々の地域の重要性に対する感覚をはぐくむ」⁹ことへの貢献であるといつてよい。エリアソンはこうした地域への貢献以上に、社会問題への対処—とりわけ、その将来的展望を示す意味で—においても美術館の役割があるとつぎのように指摘する。

「良い美術館は、社会から押し付けられるよりもずっと早く、自らの姿を変容させたり、価値を再定義したりすることができ、それゆえに現代社会の問題に対処することができます。社会制度のモデルとしての美術館は、美術館の可能性を考えるうえで重要なキーです。社会的制度はしばしば自己批評の場を欠きますが、ほかの社会的・文化的機関や娯楽産業、体験消費型の経済活動と比べて美術館が批判の場から隠れていいわけではないと思うのです。もし、より多くの美術館が時代、変化、人々そして社会という四つの構成要素にもっとも配慮しつつ自らの存在意義を再考するなら、美術館はきたるべき時代のための社会的制度のひな形になります。そういう美術館は単にハードルを下げるという意味ではなく、専門家だけにわかればいいという態度をやめて人々に門戸を開き、ニュアンスに富んだ細やかな方法でアートをサポートできると思います。

より多くの来館者を得ることは可能性を秘めていますが、同時に美術館が間違った方向にいく危険もはらんでいます。展示する作品の価値を知らしめるという義務を忘れてアートに対する明確なビジョンとコミュニケーションを欠き、いかに量を確保する、いかに売れるかという基準が幅をきかせる落とし穴に吸い込まれる危険があるのです。アートにとって何が大事かということと、美術家の描く軌道とは一致しません。美術館が一方をいき、アートは他方をいくのです」¹⁰

7 同上、152頁。

8 同上。

9 同上、154頁。

10 同上、159～160頁。

西澤も、美術館とは単にアートを展示する空間ではなく、建築家としての視点から「地域社会や町、あるいはアーティストや建築家、政治家といった人たちの社会やコミュニティがあります、そういうさまざまな大きさの社会に対して、積極的に問題を提起していくような開かれた美術館をつくることも、建築家にとって重要な役割」と応じている。

西澤が建築家やアーティストなどとの対話を通じて主張しているのは、開かれた美術館－当然ながら、それは従来のようなエントランスホールの豪華さなど権威を強調するようなものではなく、より開放的な空間としての設計による－とは、その立地する地域社会と密接な関係を維持しうるような社会的空間であり、そうした空間を維持するための展示作品やその企画運営というソフトが不可欠であるとする見方ではあるまいか。もっとも、高度成長期に工場団地の造成と企業の誘致合戦が活発であったように、美術団地の造成－美術館－と美術品の購入合戦といえなくもない時代の下で、「一県一美術館」あるいは「一主要都市一美術館」のような「熱心さ」をもって多くの美術館が建設されていったのである。

ここで日本における美術館や博物館の数を府県別にみておこう。第1表は美術館・博物館数で上位5県をみている。参考指標として1美術館・博物館あたりの県人口数（県人口数／美術館・博物館数）のほかに、図書館数、文化会館数、公民館数もとって

第1表 美術館・博物館数で日本の上位5県（2008年）

順位	都県名	美術館・博物館数 (a)	人口数 (b) 千人	(b)/(a)	図書館	文化会館	公民館
1	長野県	368	2,152	5.85	113	49	1,378
2	北海道	321	5,506	17.15	144	72	511
3	東京都	318	13,159	41.38	384	128	136
4	愛知県	219	7,411	42.98	91	74	403
5	兵庫県	213	5,588	28.23	99	74	373

備考：文部科学省『社会教育調査』、総務省『国勢調整』から作成。人口は2010年。

第2表 美術館・博物館数で日本の下位5県（2008年）

順位	府県名	美術館・博物館数 (a)	人口数 (b) 千人	(b)/(a)	図書館	文化会館	公民館
1	高知県	39	764	24.71	34	15	205
2	和歌山県	41	1,002	24.44	29	21	331
3	香川県	45	996	22.13	28	16	182
4	徳島県	46	785	17.07	29	14	337
5	鳥取県	49	589	12.02	28	15	197

備考：同上。

いる。美術館・博物館数の多寡からみるかぎり、もっとも数で多いのは長野県、ついで北海道、東京都、愛知県、兵庫県となっている。1美術館・博物館数あたりの県人口比でみておくと、長野県が5.85(千人)と他府県を大きく引き離して第1位となっている。他の指標との関係では、長野県は同時に公民館の数も多い地域である。第2位の北海道である一美術館・博物館当たりの県次人口数では3倍近くの隔たりがみてとれる。逆に、美術館・博物館数で下位5県をとったのが第2表である。

第2表によると、数的にもっとも少ないのは高知県であり、ついで和歌山県、香川県、徳島県、鳥取県である。下位5県のうち、四国地域が3県を占めているのは注目される。こうした県では図書館数も少なくなっている。1美術館・博物館数当たりの県人口数では、下位3県はいずれも同じような数字となっているが、鳥取県が他県との比較では約2倍の隔たりがみてとれる。とはいえ、人口数からいえば、鳥取県などは第1表で示した東京都や愛知県よりも1美術館・博物館あたりの県人口数で必ずしも劣るような数字ではない。こうした四国地域の高知県、香川県、徳島県、そして和歌山県はいずれも県民数で100万人までの地域であるが、この人口規模の周辺県ということでは、たとえば、100万人前後ということであれば、東北地域でいえば秋田県(1,086千人)や山形県(1,169千人)、関東周辺では山梨県(863千人)、北陸地域では福井県(806千人)、富山県(1,093千人)、石川県(1,170千人)などとなっている。第3表はこれらの県の実美術館・博物館数などを同様にとったものである。一美術館・博物館数あたりの県人口比をその地域の「文化度」とすると、石川県や山梨県の文化度は第1表で掲げた大きな人口を抱えた東京都や愛知県などの大都市圏地域よりはむしろ高いことになる。

第4表は石川県や岐阜県と同水準かそれ以上の美術館・博物館をもつ府県をとったものである。新潟県や岐阜県は200以上の美術館・博物館などの文化施設をもっている。前掲の文化度でも、この両県は高くなっている。他方、900万人以上の人口を抱える東京都に隣接する神奈川県、九州地域の中心県となっている500万人以上を抱える福岡県についてみれば、美術館・博物館数は新潟県や岐阜県と比べても少なく、文化度か

第3表 同一人口規模県別の美術館・博物館数(2008年)

順位	府県名	美術館・博物館数 (a)	人口数 (b) 千人	(b)/(a)	図書館	文化会館	公民館
1	石川県	134	1,170	8.73	47	29	331
2	富山県	107	1,093	10.21	58	32	337
3	山梨県	97	863	8.90	52	21	525
4	秋田県	93	1,086	11.68	46	23	408
5	山形県	82	1,169	14.26	36	22	640

備考：同上。

第4表 特定府県別の美術館・博物館数（2008年）

順位	府県名	美術館・博物館数 (a)	人口数 (b) 千人	(b)/(a)	図書館	文化会館	公民館
1	新潟県	236	2,374	10.06	78	44	740
2	岐阜県	207	2,081	10.05	73	45	346
3	静岡県	194	3,765	19.51	92	52	174
4	神奈川県	178	9,048	50.83	83	72	178
5	栃木県	165	2,008	12.17	47	32	193
6	福岡県	137	5,072	37.02	106	84	385
7	広島県	134	2,861	21.35	84	48	387
8	岡山県	133	1,945	14.62	61	39	431
9	京都府	127	2,636	20.76	69	37	232
10	宮城県	125	2,348	18.78	34	40	511

備考：同上。

らえば高くはないことになる。ただし、公式的な施設である美術館や博物館以外にも、神社仏閣といういわば「オープンミュージアム」やそうしたところの資料館・宝物館を多く抱え、書画や陶器などの骨董やギャラリーを営む店舗の多い京都府などはこうした公式的な文化度よりも実際には高いと考えてよい。

第5表には先に見た府県から1美術館・博物館あたりの人口数（文化度）別に特定府県をとり、それらの地域の経済活動関連指標を同時にとったものである。上段グループには県人口比で美術館・博物館数がトップクラスにある長野県、石川県、山梨県、新潟県、岐阜県をとっている。他方、下段グループにはきわめて人口規模で上位にくる首都圏あるいはその周辺圏にある都県をとっている。具体的には東京都、神奈川県、静岡県、京都府、愛知県をとっている。上段と下段の都府県を経済指標から比較すると、1人当たり都府県民所得には大きな隔りがある。東京都をトップにして、愛知県、静岡県、神奈川県が続く、京都府はこうしたグループのなかでは下位となっているが、上段グループの県よりは高くなっている。従業員1人当たり製造出荷額等の指標では、神奈川県、静岡県、愛知県はわが国有数の自動車・同関連産業を中心とした工業県であることから極めて高くなっていることがわかる。この点、京都府は上位グループの県よりは高いものの、東京都は他府県への工場移転が続いてきたことから、こうした工業指標では上段グループの長野県、山梨県、岐阜県よりもむしろ低くなっている。東京都の性格は、むしろ従業員1人当たり小売業販売額や第3次産業就業者割合の指標に表れているといつてよい。東京都は人口規模そのものの巨大さゆえに、消費都市の性格が強く、それが小売業など第3次産業の比重の高さとなっている。同様に、古い文化遺産をもつ京都府もまた観光都市として第3次産業の比重の高さとなっている。この点、長野県や石川県も神奈川県や愛知県などのように工業県ではないが、従業員1人当たり小売業販売額では東京都ほどではないにせよ、京都府よりも高い指標となっていることは注目して

第5表 府県別の人口比からまた美術館・博物館(2008年)

都府県名	美術館等の人口比(千人)	1人当たり都府県民所得(万円)	従業員1人あたり製造品出荷額等(万円)(2009年)	従業員1人当たり小売業販売額(万円)(2007年)	第3次産業就業者割合(2010年)
長野県	5.85	271.7	2,475	1,749	61.2
石川県	8.73	281.8	2,010	1,822	69.8
山梨県	8.90	272.9	2,452	1,696	65.1
新潟県	10.08	261.8	2,112	1,733	65.0
岐阜県	10.05	265.8	2,235	1,645	65.4
東京都	41.38	415.5	2,200	2,221	82.8
神奈川県	50.83	319.8	3,701	1,842	77.2
静岡県	19.51	321.5	3,526	1,770	62.0
京都府	20.76	292.4	2,911	1,704	75.4
愛知県	42.98	323.4	4,134	1,901	65.5

備考：同上および経済産業省『工業統計』、『商業統計』などより作成。

おいてよい。

そうした小売業販売額には、県民消費人口以上に他府県-外国も含め-からの一時的な移入人口-たとえば、観光客数-が多ければ多いほどに。その金額は大きくなる傾向にあるのはいうまでもない。人口減少社会となった日本において-地域別で増減があるもの¹²-、消費人口と少子化・高齢化による消費形態と消費額は大きく変動しはじめており、今後の消費活動は一時的な移入人口の多寡に大きく影響されざるをえない。一時的な移入人口ということでは、県内事業者へのビジネスマンなどの出張者の多寡にくわえ、大きな鍵を握るのは観光を目的とする人たちの来県数の動向である。こうしたなかで、従来の文化遺産に加え、美術館・博物館が「文化」の消費の場として地域社会の経済活動にどのような影響を及ぼすのかが問われるようになってきている。しかしながら、美術館をとりまく経済環境は決して恵まれたものではない。近代都市史の研究者である中川理もまた『美術館の可能性』で、西澤たちと同様に厳しい現状を「美術館のリストラ」としてつぎのように指摘する。

「近年、美術館は、人を集める施設として注目されるようになった。2000年以降、その傾向は顕著である。公立の美術館でも、2002年にオープンした芸術の館・兵庫県立美術館や2004年にオープンした金沢21世紀美術館など、社会的にも大

12 『国勢調査』から県別人口変化率(比較対象期間は2005年~2010年)を参考までにみておくと、北海道は-2.2%、青森県が-4.4%、秋田県が-5.2%、岩手県が-4.0%、宮城県が-0.5%となっている。茨城県-0.2%、栃木県が-0.4%、群馬県が-0.8%と減少しているが、埼玉県が2.0%、千葉県が2.6%、東京都が4.6%、神奈川県が2.9%と人口増のところもある。その他の地域では、石川県が-0.4%、山梨県が-2.4%、長野県が-2.0%、岐阜県が-1.3%、静岡県が-0.7%、愛知県が2.2%、京都府が-0.4%、和歌山県が-3.3%、徳島県が-3.0%、香川県が-1.6%、愛媛県が-2.5%、高知県が-4.0%、福岡県が0.4%などとなっている。

きな話題となった。……一方で、美術館は深刻な課題を抱えていることも事実だ。美術館の数は確かに増えている。しかし、美術館の入場者数は確実に減っているのである。財団法人日本博物館協会の調べによると、1993年、全国で4000万人いた美術館入場者は、2003年、3000万人に減っている。森美術館のように豊富な資金力で、多くの集客を誇る美術館が話題になる一方で、存続の危機に陥っている美術館も多いのだ。……本来、公立の美術館は、国や自治体のバックアップを前提に運営してきた施設である。しかし、民活をかかげる行財政改革の中で、文化施設にも経済的な自立を求める動きは加速されつつある。¹³」

ここで言及されている森美術館は、東京都港区の六本木ヒルズの最上層に設けられた－54階建の53階部分－美術館であり、設計者は米国人のリチャード・グラックマンで2003年10月に開館し、4つの主展示室と2つの小展示室をもっており、52階の展望台との共通券となっている。森美術館は他の多くの美術館と異なり常設コレクションをもたない美術館であり、都会のなかにあることから、開館時間も会社員なども仕事のあとに立ち寄れる午後10時－ただし、火曜日は5時閉館－までとなっており、ジャンルにとらわれない企画展や初代館長には外国人をもってくるなど、話題性に事欠かない美術館でもある。設置主体が民間企業であることで、立地と大胆な組織運営や企画によって商業化されることによって、周辺のレストランやカフェとともに美術館のもつイメージが消費されることで多くの人たちを集めているとすれば、衰退した、あるいは衰退しつつある商業地区を抱え、かつての賑わいを取り戻すために多くの人たち－美術愛好家かどうかを問わず、いわゆる一般消費者－を引き付ける「仕組み」による町づくりを模索する地方都市にとって、このような商業化された美術館のあり方は魅力的な姿として映ってきたのである。だが、公立美術館が民間と同じようなレベルで同じような組織運営と貸し展示場的な企画展示をやることは必ずしも容易ではない。にもかかわらず、観光資源としての美術館への期待には大きいものがある。だが、本質的に美術館は文化資本としての本来的価値をもっているのだろうか。

文化資本としての美術館は、先にみた資本の価値増殖的側面からみれば、産業資本や商業資本と同じように設備投資－箱モノとしての建物建設と維持－と作品への投資－購入コレクションと借用－を通して美術鑑賞というサービス商品を生み出し、来館者のそうしたサービスの消費を通じて投資資金以上の収益を得ることができるのかどうか、という問題がある。少なくとも、日本の代表的観光地あるいは観光地の振興のために「乱立」してきた「美術館」は少なくとも観光地への集客効果とそうした個別施設への来館者数の増加を見越して建設されてきた。伊藤寿朗はそのような博物館をその目的から次

13 並木誠武・中川理『美術館の可能性』学芸出版社（2006年）、13頁。

の3類型に分類している。¹⁴

- ① 中央型－国立博物館のように教養目的で貴重な資料を展示・公開する博物館
- ② 観光型－地域の稀少価値のある資料などを展示・公開する博物館
- ③ 地域型－地域の課題などをその資料展示などによって伝える博物館

美術館もまた伊藤の類型とおなじように分類可能である。観光地に多く生まれたオルゴール、ガラス細工、ジュエリー、玩具、絵本などの名称が冠された美術館は②の類型となる。ただし、稀少価値についてはきわめて相対的なものであり、その地域の地場産業やその地域のなかで生まれ育った作家とは、ときに全く無関係な作家たちの作品を収集した場合も少なくない。そうした施設は「美術」館であるものの、果たして「美術館」であるかどうかを疑問視する見方も強い。では、本来のあるべき美術館は①のような中央型であるのか、あるいは、③の地域型であるべきなのか。わが国美術館のほとんどを占める地方の美術館にとって、その目指すべき姿が③のような地域型であるとすれば、美術館が芸術家の作品を通じて「地域の課題」について、そこを訪れる人たちに伝えることなど可能なのだろうか。

Ⅲ 美術館としての文化資本

文化資本としての美術館ではなく、美術館としての文化資本のあり方を考えると、そこには文化資本として美術館をとらえる見方と市場原理主義と美術館の関係の再考をわたしたちに促さざるを得ないのである。このような課題設定自体が現代の美術館をとりまく環境の変化－観光資源化もその一つ－を象徴しているのである。前述の中川は、児童画の展覧会で大きな役割を果たしてきた芦屋市立美術博物館の存続－民営化も含め－をめぐる問題から「経済効率と美術館」の関係について、「2003年の冬におこった芦屋市立美術博物館の廃絶問題は、現代日本で美術館が置かれている状況を如実に示している。(中略)財政難に悩む芦屋市が、現状のままでは2008年度に、企業では倒産にあたる赤字再建団体になるという危惧からおこした一連のアクションの一つである¹⁵」と論じ問題を提起している。市側のこの動きに対して、美術館の存続をも問いかけた署名運動が起こり、市側は美術館を運営・管理していた財団法人芦屋市文化振興財団を解散させ、指定管理者制度を利用して業務委託させつつ存続することを決定している。中川はそうした美術館をめぐる一連の動きの背景にある問題点をつぎのように指摘する。

「芦屋市立美術博物館の問題において、なにが本質的に問われるべきなのだろう

14 伊藤寿朗『市民のなかの博物館』吉川弘文館（1993年）。

15 並木・中川前掲書、75～78頁。

か。おそらくそれは、美術館を設定する行政側に美術館をどのように運営するかという点で長期的展望がないということだろう。公立館には、企業の美術館とは違う意味があるはずである。それは、地域の社会教育機関としての位置づけであり、自治体の文化政策の中核を担うべき立場である。そのような立場から長期的なヴィジョンを確立すれば、経済効率だけで美術館を廃絶するという発想はでてこないと思う。そうした美術館の社会的意義についての自覚が、自治体あるいは首長にあるかどうか問われているのである

もちろん、美術館の側でも努力すべき点はある。常設展示の充実、魅力的な企画、教育機関としての住民へのアピール、芸術コミュニケーションの中核としての役割など、これからの課題は多い。そのような努力を払わずに存続だけを主張するのは、いうまでもなく権利のはき違えである。しかし、公立館のなかには、行政からの出向職員がいたり、教育委員会で学校教員がまわされたりする場合があります、美術館業務そのものに熱心でないスタッフがいることも事実である。¹⁶」

たしかに、企業の美術館についてみれば、とりわけ創業経営者が個人で美術を収集するのは、むろん本人の美術への関心と興味もあるが、有名作品の購入がある種の投資ともなりうるものであり、また、それを公開することで企業イメージの向上にとっても重要な役割を果たしている側面を無視できないのである。企業美術館で著名なものをみようと、出光興産の創業者の出光佐三（1885～1981）が収集した日本のやまと絵、浮世絵、文人画など書画、中国や日本の陶磁器－国宝2件、重要文化財51件－を公開した出光美術館がある。ブリジストンの創業者の石橋正二郎（1889～1976）が収集した日本の近代絵画の基礎を築いた藤島武二（1867～1943）や黒田清輝（1866～1924）などの作品を公開したブリジストン美術館がある。日本画ということでは、山種証券の創業者の山崎種二（1893～1983）の山種美術館がある。こうした大規模なコレクションの美術館は東京に多いが、地方にも大原美術館や足立美術館のような美術館もある。大原美術館についてはすでにふれたが、後者の足立美術館は島根県出身で大阪へ若いころに出て事業で成功を収めた足立全康（1899～1990）の横山大観（1868～1958）などの作品を公開した美術館である。こうした創業者など個人のコレクション公開でなくとも、広島銀行の創業100周年を記念して設立され、欧州や日本の油彩画を中心としたひろしま美術館、近鉄創立50周年記念事業として設立された東洋の古美術を中心とした大和文華館などもある。

では、幅広いコレクションと著名な目玉作品をもつこうした企業美術館と異なる公立美術館を運営する地方自治体の文化政策とは何であるのか。同規模の地方自治体があつ

16 同上、79～80頁。

ていることへのステータス的な意味とは全く別に、地方自治体にとって美術館を持つことの意味を問う前に文化政策とは何であるのか。先ほどの伊藤の分類にあった「地域型」、つまり、地域の課題などをその資料展示などによって伝えることのできる美術館のあり方にこだわれば、その地域出身の画家たち、あるいはその地域にゆかりのある画家たちの作品であれば、新たな発掘と価値づけに関わる調査研究が不可欠であり、そのための学芸員や研究専門家を抱える必要がある。しかしながら、他方で自治体の財政危機のなかで、指定管理者制度の活用と美術館のサービスの外部発注のなかで美術館が独自に担うべき調査研究機能の低下という問題もある。さらには、阪神間には神戸市や大阪市、さらには、京都市には多くの美術館がすでにあり、芦屋市があえて自前の美術館をもつ必要はないという議論も成り立つ。逆にそうであれば、独自の設立目的をもつ美術館が必要であるという議論も成り立つのではあるまいか。

この種の議論では、美術館の本来の調査研究という機能を保持するにも、まずは、その財源確保で来館者数を確保する人気の高い企画展示の必要性が強調されることになる。米国の美術館などで学芸員を務め、年間来館者数100万人を達成したといわれる金沢21世紀美術館や兵庫県立美術館の館長などを務めた経験をもつ蓑豊は『超〈集客力〉革命－人気美術館が知っているお客の呼び方－』で、公立美術館といえども「長い不況のなかで、……あって当たり前のものではなく、社会の中での存在感を示さなければ生き残っていけない時代を迎えている¹⁷」としたうえで、公立美術館集客のために民間企業並みの努力を払うべきであると強調する。そのためには、常設展を魅力的に持続させ、展覧展を「当てる」努力－見せ方の工夫など－のほかに、企業への協力依頼、頻繁なイベントの開催、レストランやカフェ、オリジナルグッズの開発も含めミュージアムショップの充実、新聞記事を通じてのパブリシティの増加への積極的な取組み－情報発信の必要性－とともに、美術館職員、とりわけ、館長のマネジメント能力－MBAなどの資格取得も含め－の向上が不可欠であるとされる。

この最後の点に関しては、先ほどの中川が行政側のいわば素人同然の職員などが派遣されていることを問題視したことにも共通する。蓑も日本の美術館のなかには、館長が非常勤のほぼ名誉職に近いような立場であり、実際には行政から派遣される美術館経営には素人のような副館長が運営に当たっていることを問題視している。そうしたなかで、経費削減のみを目的とした指定管理者制度の導入に警鐘も鳴らしている。蓑はこの点についてつぎのように指摘する。

「指定管理を請け負った会社や団体が美術館の集客に実力を発揮したという話はあまり聞かない。現実には、指定管理者になった企業が取れる対策は赤字を減らす

17 蓑豊『超〈集客力〉革命－人気美術館が知っているお客の呼び方－』角川書店（2012年）、6頁。

努力だ。ありていにいえば、人件費を減らし、展覧会の予算規模を縮小するしかない。つまり、集客数を増やそう、黒字化しよう、利益をあげようというプラス思考にはならず、……むろん、心ある指定管理者もいるだろう。しかし、美術館を親しみやすい場所にデザインすることはそう簡単なことではない。この国の人々の美術館に対する意識をどう変えていくかという大きな問題が横たわっているうえに、美術という特殊なコンテンツを有効に活用するノウハウが蓄積されていないからだ。¹⁸」

特に、蓑は日本人の美術館へのイメージについて、「日本の美術館は長年、固定客を相手にしてきた。中流か、それ以上の金銭的余裕のある美術愛好家が主なターゲットだった。その結果、堅苦しいイメージができあがり、敷居が高くなった。お行儀のいい観客でなければ入る資格がないような雰囲気になってしまった¹⁹」とも分析する。こうした従来の美術館への固定化したイメージを変革するにも、もっぱらコスト削減だけを目的としたマイナス思考の指定管理者制度の行き過ぎに批判的な蓑は、館長を中心とするマネジメントのプラス思考を促すような予算制度の採用と美術館自身の予算権限の拡大が公立美術館を有する地方自治体にとって必要であることを強調する。蓑はこの事例を自らが館長を務める兵庫県立美術館についてつぎのように指摘する。

「多くの県、市町村の美術館では、黒字分を行政が取り上げてしまうことが一般的だ……日本の美術館はそのほとんどが公立美術館だ。そのため、一般の企業とは事情が異なり、売り上げを上げ、利益を上げることは至上命題ではない。しかし、経営的な観点から言えば、企業と同じで目標は黒字である。ただし、黒字の前提が企業とは違う。土地と建物は県のもの、光熱費、人件費も県持ちだ、私も含め職員は公務員である。それだけでも企業よりもだいぶラクだが、それでもヒットした展覧会が二つ、三つあったとしても、こうした県からのバックアップ抜きでは黒字は²⁰難しい。」

蓑は公立美術館のマネジメントのあり方を問うだけでなく、欧米の美術館勤務の経験から日本の学芸員－キュレーター－の意識にもきわめて批判的である。蓑は「日本では学芸員をキュレーターと呼ぶことがあるが本来の意味からはズレている。欧米でキュレーターと名乗れるのは、美術館の『部長』クラスだけ。キュレーターとは部門のトップであり、展覧会の企画から予算管理までを任されるプロデューサーを指す。……（た

18 同上、85頁。

19 同上、49～50頁。

20 同上、89～90頁。

たとえば、シカゴの美術館との比較では(引用者注)日本の美術館の学芸員のほとんどはテクニシャンにあたる。学芸員が美術館経営に関わることがないのはそのためだ²¹と指摘する。

公立美術館が主流の国と、財団法人が主である米国の美術館を同列においてその運営管理を論ずることには慎重になる必要があるものの、小泉改革以降に公立美術館の日本なりの「民営化」が打ち出されてきたなかで、実質、コストダウン一点ばりの「民営化」ではなく、その資産価値を高めるプラス思考の改革が必要となっており、この意味では美術館へのマネジメント的視点は重要となっている。蓑のここでの視点は、要するに、学芸員とは単に調査研究の「テクニシャン」だけではなく、収集品などをどのように来館者に見せるか、そして、さらに多くの来館者を引き付けるにはどうすればよいのかという調査研究→展示の工夫→来館者の吸引という流れをすべて予算管理の面などでもマネジメントする能力の獲得が必要であることが強調されているのである。

蓑は館長や学芸員ともども、公立美術館はまずは来館者を増やすことを図らなければならない時代となったことを指摘する。とりわけ、日本の国立美術館でも世界的ブランドを確立させたフランスのルーブル美術館とはちがって世界中から膨大な人数の来館者を確保していないなかであって、ましてや地方の公立美術館は何を目指すべきなのか。蓑は「日本の文化風土からいっても、小さいが工夫を凝らした美術館作りのほうが向いているのではないかと思う。しかし、日本の美術館の多くは、建物が大きいのが、いい作品はあまりないということがほとんどだ²²」と指摘したうえで、日本の美術館は「小さな美術館」としての可能性を拡大させるところに今後の存立基盤の拡大があるととらえつつ、スペインのバスク自治州のかつて造船業で栄えたものの、その後、造船業の衰退とともに高失業率に苦しんできたビルバオ市の美術館建設を通じての日本でいうところの「町おこし」に成功した事例を紹介する。蓑はビルバオ市のニューヨーク市のグッゲンハイム美術館の分館誘致に成功した当時の市長の「文化で街造りをする」構想とその実行についてつぎのように積極的に評価する。

「それまで誰も知らなかったスペインの片田舎の街に、グッゲンハイムの分館ができるというニュースは驚きをもって迎えられた。……グッゲンハイム美術館ビルバオは現代建築の傑作としてさっそく評判になった。……美術館の建築デザインは、それ自体が新しい表現であり、芸術でなければならないというメッセージがより明確になった。……年間入場者数は約100万人で、街には観光客が増えた。美術館周辺に店ができて、愛好家が生まれた。それまでの古びた工業都市から、世界的

21 同上, 92~93頁。

22 同上, 143頁。

な美術館を擁する文化都市というイメージに変貌することに成功したのだ。街のイメージもアップし、企業のオフィスも増えた。『美術館が街を変えた』のである。その結果、街の人口の平均年齢が若返り、教育機関も充実するという好循環が生まれた。教育が充実すれば、10年、20年後のその街を作る若者たちが育っていく。世界的な美術館が地元にあることは、自分が生まれ育った街に誇りを持てる効果も生まれるはずだ。……ビルバオの成功の要因の一つは、脇目も振らず街づくりの中心に美術館を置いたことである。限られた予算を美術館に集中させることで、大きな効果を上げることができたのだ。そして、美術館はその予算を集中させるに足る魅力があるということを証明している。²³」

では、ビルバオ市の成功の単一要因をグッゲンハイム美術館分館の誘致のみに求めてよいかは、他の経済的あるいは経済社会的要因との関連で検討されなければならない。ただし、よく考えてみれば、ビルバオ市のこうした取り組みは、日本でも多くの地方自治体がテーマパーク、博物館、さまざまな記念館、そして美術館の設立を通じて「町おこし」をやろうとしたことと重なるものでもあった。だが、日本での取り組みについてみると、少数の成功例を除いて、所期のそうした目的を達成できたとは必ずしも言えない。この主要な原因の一つは「ホンモノ」を目指したのかどうか、あるいは、竹下首相のふるさと創生資金によるバラマキ行政の延長上にあったような単なる思いつきではなく、美術館としての文化資本のあり方をきちんと模索したうえでの取り組みであったかのどうかは十二分に検討しておく必要がある。蓑の表現を借りると、小さくても本物の美術館を目指したものであるかどうか問われるのではないだろうか。

IV 地域社会と「美術館」論

美術館、とりわけ、その多くを占める公立美術館を取り巻く経済環境はきわめて厳しい。そうしたなかで、1999年に「中央官庁等改革基本法」の公布によって、「国の行政組織等の減量、効率化等の推進方針」が示され、国等からの補助金の見直し・削減、民間業者への業務移管、「国民生活及び社会経済の安定等の公共上の見地から確実に実施されることが必要な事務及び事業であって、国が自ら主体となって直接に実施する必要はないが、民間の主体にゆだねた場合には必ずしも実施されないおそれがあるか、又は一の主体に独占して行わせることが必要であるものについて、これを効率的かつ効果的に行わせるにふさわしい自律性、自発性及び透明性を備えた法人（以下「独立行政法人」という。）の制度を設ける」ことが求められるようになった。これを受けて、国立

23 同上、167～168頁。

博物館などは独立行政法人化され、また、指定管理者制度の導入がはかられてきた。²⁴

こうした改革の波は公立美術館にも押し寄せ、コスト削減とともに「稼ぐ」ことがますます求められるようになってきている。この傾向は先にのべたように、美術館が常設展示だけではなく、人気作品を中心に特別展などを開催し、いかにより多くの来館者を集め、ミュージアムグッズを販売するかに関心を抱くようになってきている。こうしたなかで、美術館の本来有していた基本機能である調査研究がおろそかになり、中長期的には美術館は学芸員機能の外注化とともに貸し展示場化していく危惧がある。他方、この間の情報処理技術の発展は、美術館でしか見られなかった作品のデジタル化を通じてインターネット上のウェブサイトでも「鑑賞」できる時代ともなっており、美術館にわざわざ通い本物を鑑賞する「意味」が改めて問われるようになってきている。

美術館の貸し展示場化とデジタル・ネット技術の進展は、美術館という建物そのものを「美術化」させる傾向を強めたともいえる。特定の著名な建築家による美術館建設が進んだのもそうした時代の到来を背景にしているのではないだろうか。そうした傾向の下では、美術館の既述の機能である美術品の収集・保管、調査研究、展示公開が軽視される恐れも十分あるのである。学芸員の経験をもつ美術館学の並木は、こうした傾向を助長しているのは「美術館建築をめぐる批評の不在である」とつぎのように手厳しく批判する。

「その美術館が、どのような作品を収蔵し、また、収蔵する方針であるのか、どのような企画展示を進めようとしているのか、そのような点について熟知したうえで、設計はおこなわれるべきである。……みずからのデザインを主張して譲らない建築家が現実存在するように、建築家は、現場の声を十分に理解しているとは思えない。そもそも、美術館が新しい時代に対応する新しい方向を模索する時、それがまず建築家の課題となること自体が完全に本末転倒である。……行政の無理解と建築家の横暴が結局美術館・博物館の魅力を損なってゆく可能性があることも、わ

24 国立だけではなく、公立施設にも独立行政法人制度が導入されたほか、PFI (Private Finance Initiative)、指定管理制度、市場化テストなども導入された。独立行政法人では、企画立案部門以外の分野で、国等が直接事業を営む必要がなく、民間に委ねることが不適切な業務を行うことが求められる。国立美術館については、東京近代美術館、京都近代美術館、西洋美術館、国際美術館などが独立行政法人化された。事業収益が増えれば、政府などからの補助金が減額されるため、ますます「稼ぐ」美術館が求められるようになる。他方、指定管理者制度はすでにふれたが、従来の専門職員の雇用に大きな影響を及ぼしてきたといってよい。その結果、美術館のいわゆる雑務は別として、専門業務における嘱託職員や派遣職員の増加は美術館が本来保持すべき機能のあり方を問うことになる。他方、私立美術館などについてみておくと、新公益法人制度が2008年末から導入されたことにより、従来の公益法人の公益性の実態や組織運営の透明性が一層求められるようになった反面、公益性の高い組織は公益社団・財団法人、公益性の低いと判断された組織は一般社団・財団法人に分けられ、前者については固定資産税などの優遇措置が認められるものの、後者にはそのような優遇措置がなく、民間企業と同一視されることとなった。

れわれは自覚しておく必要があると思う。²⁵」

たしかに、著名な建築家による新たな美術館の出現、あるいは、そのリニューアルは美術品の展示以前に、その建物自体への関心を高めることで多くの来館者を引き付ける可能性がある。だが、そこには美術「館」でなく、並木が主張するように「美術」館のもつ内実性とそれに基づく持続性がなければ、その効果はきわめて短期的であり、場合によっては一時的となることが十分予想される。美術館がその街に溶け込んだような存在になるには、立地地域の街並みがそれなりにその景観の保存・整備とともに現在にまで継承・発展していることが前提であり、突如現れた有名建築家による一見きわめて「アート」性が高いような美術館は街並みや町の雰囲気からは孤高な存在となる可能性すらあり、やがて観光客ではなく普通にそこに住み日常生活をおくる人びとには「お荷物」となることも考えられる。残念ながら、そのような事例は日本の地方都市、あるいは主要都市ですら、少なくないのである。

では、地域社会にとっての美術館の役割と機能とは改めて何であるのか。以前においては、1951年に制定された「博物館法」にあるように社会教育－学校という場以外の教育－が重視されたが、いまでは街づくりを通じての町の活性化にも寄与すべきとされてきている。現在は、美術館の存在とそこでの「文化」提供をつうじて、「町づくり」あるいは「町おこし」にもそれなりの役割が果たされるべきだとされている。だが、美術館という存在はスペインのビルバオ市のようないわゆる「町おこし」の活性化に主導的な力を果たせるのだろうか。地域社会の活性化、狭くそれを経済面に限定しても、美術館が直接的に経済効果を及ぼすのは、美術館を目指して来る人たちがその前後に付随した消費によって直接的に飲食業や宿泊業、さらには小売業が潤うことである。これが短期的・直接的経済効果であるとすれば、中長期的・間接的效果はその美術館でしか見られないような素晴らしい作品が所蔵・展示され、単に観光客などだけではなく、多くの芸術家なども引き付け、その地域の文化が美術館を中心に形成されることで、そうした文化的環境の中でなにかの刺激を受け事業を興したい人たちや事業所の再立地を行おうという企業が増加することにある。このためには、美術館のもつそのような持続性が発揮されなくてはならない。

しかしながら、現在のますます商業化され、あらゆるマスメディアを通じてイメージ化されたような消費文化のなかで、あるいは、いままで以上に余暇活動がさらに多様化するなかで、美術館だけにそのような機能を求めるにはやはり過大な期待でもある。先ほどの博物館の三類型のなかで、今後の美術館、地方の公立美術館などが進むべき方向を実質的に考えれば、②の観光型－地域の稀少価値のある資料などを展示・公開する博

25 並木・中川前掲書、137～138頁。

博物館, ③地域型-地域の課題などをその資料展示などによって伝える博物館, のいわば「混合型」なのではないだろうか。その際に, 従来は地方自治体の組織運営の延長上にあった美術館のマネジメントもまた真剣に見直されなければならない。博物館学の岡田芳幸は博物館や美術館にもマネジメントの考え方を浸透させることが重要であり, 美術館もまた「組織」としての自立した「意思」の重要性をつぎのように強調する。

「条例や規定による概念上の目的ではなく, 具体的なかたちによる, 博物館の存在が市民生活にいかに関与され, またどのようなサービスが提供されるのかが問い直されているのである。これが博物館の経営・運営の議論と直結していることは言をまたない。

このような社会的な要望に応えるため, 博物館施設が市民社会における自らの使命を問い直したとき, 従来からの行政指導による設置手続きに依拠した博物館の存在は, 市民にとっては不十分であり, 市民参加ないしは市民と協働しながら実施されることが望ましく, 施設に課せられた課題や特性に応じた専門的な判断を要する場合においても, 市民や個々の利用者のニーズに配慮しながら, より利用しやすい施設として機能させなければならない。……今日の博物館施設が直面している問題は, 必ずしも利潤をあげることではないが, 市民や利用者の満足を得るという目的を達成するためには, 経営の視点は不可欠なのである。このため博物館施設は個々に自立した意思を持つことが前提となろう。自立した意思なくしては, 使命を達成し市民や利用者の満足を得る, 一貫した経営(運営)を貫くことは極めて難しいからである。」²⁶

美術館といえども, 現在では, マネジメントとこれに連なるマーケティングの時代とってきている。ミュージアム・マネジメントやミュージアム・マーケティングという言葉が美術館に関連して盛んに飛び交う時代とってきている現在, あらためて地域経済, より広義には地域社会と美術館との関連性が問われているのではあるまいか。さらには, 地域にとって美術館をもつ意味と, 美術館が提供する文化とは一体何であるのかも同時に問われているのである。

さて, 原発事故によって大きな被害を受け, 今後長期間にわたって真に復興されるには途方もない時間, 資金, そして人のエネルギーが費消されなければならない福島県²⁷の小さな美術館を福島県内の電話帳から丹念に調べ上げ, 38施設を実際に訪問し, その

26 岡田芳幸「博物館経営の意義と方法」, 全国大学博物館学講座協議会西日本部会編『新時代の博物館学』扶養書房出版(2012年), 57頁。

27 先にみた文化度指数では福島は16.63(千人)となり決して他府県と比べ低い水準ではない。

うち32カ所を回った薄井文子はその経験をまとめた『ふくしま小さな美術館の旅』で、地域の「美術文化発信地」づくりに意欲を燃やす人たちの熱意や地元作家の作品の収集と展示に取り組む人たちの姿を丁寧に紹介している。同時に、薄井は福島市内の個人美術館について、「福島市は県内で最も絵画愛好人口が多いと言われるにも拘わらず²⁸」、「その道の専門の人々が学びにさえ来る作品が揃う、秀逸で立地条件の良い美術館に訪れる人が意外にも少ないことであった。それは館主の美術に対する溢れるような想いを知る程に、“門前の小僧”なりにも、憂いと焦燥を感じる厳しい現実でもあったのである²⁹」と指摘する。

また、地元出身の彫刻家の作品を丹念に収集した町民美術館での子どもたちへの美術教育や生涯学習の場の提供という地道な取り組み、あるいは、美術館というものが全くない地にいつか小さくても良い作品を集めた小さな美術館をつくりたいという人たちの思いも紹介されている。薄井の紹介する小さな美術館には「ミュージアム・マネジメントやミュージアム・マーケティング」の時代の下でも忘れ去ってはいけない文化資本としての「美術館」論、美術館としての「文化資本」論があるように思える。

〔付記〕太田教授は私の高校の先輩であり、かつて所属した公立経済研究所の先輩でもある。また、太田教授と同様に大学では地域経済のあり方を視野に入れた「中小企業論」などを担当し、同じ日本中小企業学会に属してきた。この意味では、中小企業に関わる論稿を太田教授の古希記念論文集に寄稿するのが相応しいのだが、あえて専門外－わたし自身は若いころからの美術愛好家であるが－ともいえる「美術館」論を展開した。現在は美術館の存立にも地域経済との関連性が問われているのである。大きな美術館の運営にはマネジメントやマーケティングの視点が強調され、また、小さな美術館の運営もいまは中小企業なみのマネジメントが求められるようになってきている現在－なんでも市場原理と民営化論理－という時代の下では、まったく専門外の論稿ともいえないのかもしれない。太田教授のこれからもご研究の一層の深化を祈念したい。

28 薄井文子『ふくしま小さな美術館の旅』歴史春秋社（2002年）、23頁。

29 同上。