付録

さいたま市およびその周辺の美術家が出品した展覧会の区分と、世代ごとの分布に関する調査

1　調査の目的

「どこかでお会いしましたねー世代と流派を超えた 26 人の美術家たち」展の趣旨は、さいたま市およびその周辺に在住する美術家のうち、異なる流派に属する者が共に作品を展示するというものであった。このことは逆に言うと、異なる流派に属する美術家は、ふだんはそれぞれ傾向の違う展覧会に出品しているということだ。では、それらの展覧会はどのような傾向に分類でき、そこに出品する美術家たちにはいったいどのような違いがあるのか。

改めてこのことを考えると、日本で行われている展覧会の区分や傾向について基本となる研究がほとんど行われていないことがわかった。日本の美術研究の対象はあくまでも作品が主体であるのだろう。しかし美術作品には、必ずその背後にそれらを評価し流通させてきた社会システムがある。そのシステムが明らかにならなければ、いくら「価値がある」と言ったところで何の意味もなさない。

同展の出品者は幅広い世代に渡り、さらにそれぞれ異なる傾向の展覧会に出品している。それならば彼らの出品歴を基に、展覧会の分類方法のひとつのたたき台を作ってみようということになった。そこからは、今日行われている展覧会の区分だけでなく、時代ごとに変遷してゆく展覧会の傾向も見えてくるのではないか。この調査はこうした予測のもとに、同展の出品者がこれまで出品してきた展覧会のデータを収集し、その傾向ごとに分類して分析を加えたものである。

戦後、日本国内で行われた展覧会をまとめてその傾向を探ったものに『戦後美術展略史 1945－1990』(＊1）がある。その凡例には、「本書で扱う美術展は 1945－1990 年の 45 年間に、全国のどこかの美術館、博物館、デパート、またはそれに準ずるところで開かれた、「企画展」に限った。」とある。すなわち、戦後、日本で行われた無数の展覧会のうち、美術館、博物館、デパートなどで行われた展覧会に焦点を当てて体系化したものだ。この調査により、美術館やデパートで行われた展示事業が、その後の日本の美術界にいかに影響を与えたかが明らかになったわけである。美術館が主体となって行われた調査として、その役割を充分に果たし得た業績と言える。

一方で、その序文の中で美術評論家の針生一郎氏は、「わたしは公募団体展よりも個展・グループ展を重視する批評の立場をとってきたので、本書が画廊での個展・グループ展を対象外としたことに不満をいだく。だが、これも日本の特殊事情で、個展・グループ展の大部分は美術家たちが貸画廊代と案内状の印刷費や送料を負担してひらき、その友人知人たちが見にくるもので、社会的浸透力も影響も少ないから、別個の主題とすべきかもしれない。ただ個展・グループ展には少数ながら画廊の企画展もあって、これらはもっとも重要な役割をはたしてきた。」と付け加えている。

1950 年代までは、美術家の評価は主に美術家団体の中で行われていた。それに対して 1960 年代からは、針生氏を含む何人かの美術評論家が美術作品の評価に加わるようになり、その後は美術家団体と美術家以外の美術関係者による美術界の覇権争いが開始された。画廊をベースとした美術評論家による企画展活動がその先駆けになったことを思えば、針生氏の「不満」も充分に理解できることだ。つまり、その視点の置き所によって、重要な展覧会の基準も変化していくということだ。

『戦後美術展略史 1945－1990』は美術館とデパートを軸に時代ごとの展覧会の傾向を追ったものであるが、今日、国内で美術作品の展示が行われている施設をその機能別に分類したものに『芸術経営学講座１　美術編』第８章「美術館の周辺」（＊2）がある。同章では、前掲書とは逆に、美術館を除く美術の展示施設を網羅している。ここで示される分類は次のようなものである。

１　美術と美術市場
・企画画廊
・貸画廊
・画商画廊
・アートフェア
２　美術館外の美術展示スペース
・デパートのギャラリー
・企業アートスペース
・オルタナティブ・スペース
３　施設を持たない美術活動
・イベントとしての美術展－アートフェスティバル
・パブリックアート
・アーティスト・イン・レジデンス

ここでは、実際に行われた展覧会を参照しながら、それらが開催された施設をその傾向別に分類し定義していくという方法を取っている。だから現在、日本で行われている美術作品のすべての展示施設が、このいずれかに特定できるはずだ。

しかしひとつの施設の中でも、しばしば異なる傾向の展覧会が行われていることも事実である。たとえば、「貸画廊」や「画商画廊」でも定期的に「企画展」を行っているところがあるし、「デパートのギャラリー」でも「画商画廊」が持ち込んだ展覧会をやることがある。またここには示されていないが、美術館でも、常設展、企画展、貸館展といったようにまったく違った機能を持つ展覧会が並行して開かれている。要するに日本の美術界では、ひとつの施設の中でもさまざまに傾向の異なる展覧会が開かれているのだ。

そこで改めて、ではその「傾向の異なる展覧会」というのはいったい何なのかが問題となってくる。私たちが注目したのは、展覧会の類型に関する先行研究が、すべて美術家以外の展覧会関係者または機関によって行われてきたという点であった。そうであれば、美術家以外の美術関係者が携わる展覧会が中心的な調査対象となることは、ある意味必然だったと言える。

しかし美術家団体展や貸画廊の数からもわかるように、日本で行われる展覧会の大多数は、実際には美術家が主体となっている。さらに主催者の如何にかかわらず、現存作家を扱うすべての展覧会に出品しているのは美術家であることも事実だ。と言うことは、美術家の視点から眺めれば、国内で行われるすべての展覧会が網羅できるはずなのだ。私たちの調査は、このように美術家に軸を置いて展覧会の分類を行ったため、これまでの調査とはかなり違った視点を提供できたと考えている。

２　調査の概要

本調査では、「どこかでお会いしましたねー世代と流派を超えた 26 人の美術家たち」展の出品者から、彼らがこれまで作品を発表したことのある展覧会のデータをわかる限り提出してもらった。結果その数は 2,019 件となった。同展はタイトルにあるとおり、幅広い世代と流派の出品者で構成されていたため、比較的偏りの少ないデータが集められたと考えている（＊3）。これらのサンプルを通覧するうち、主催者と展示形態においてそれぞれ表１にあるような差異が見られることがわかった。

表１

主催者

A	美術家団体（美術家が中心となり、美術家の育成を目的として設立された団体）
B	一般事業団体（企業、商業施設、画廊、NPO 法人、公立を含む学校等）
C	公共団体（法律で定められた民間の社会教育施設を含む）
D	個人（任意団体を含む）

展示形態

1	公募展
2	個展
3	グループ展

これをもとに、すべての展覧会を A-1、A-2、A-3、B-1、B-2、B-3、C-1、C-2、C-3、D-1、D-2、D-3 の 12 の区分を設定した。サンプルをこの分類表に当てはめながら、それぞれの区分の趣旨と目的を一般化していった結果、表２のような分類表が完成した。ただし前述のとおりこれはまだ「たたき台」の段階であるため、今後、さまざまな方面からの検証を必要としている。

表２

記号	主催者および展示形態	趣旨・目的
A-1	美術家団体による公募展	当該団体を構成する実績のある美術家が、若手美術家を育成するために行う展覧会
A-2	美術家団体による個展	当該団体の構成員の功績を顕彰する展覧会
A-3	美術家団体によるグループ展	当該団体の構成員が、居住地域、世代、師弟関係等の結びつきを通して行う展覧会
B-1	一般事業団体による公募展	新聞社などの事業団体が出品者を募って作品の評定を行い、選考された作品を公開することで、直接または間接的利益を期待する展覧会
B-2	一般事業団体による個展	画廊などの事業団体が特定の美術家の活動を促進することで、本来の事業に対して直接または間接的利益を期待する展覧会

B-3	一般事業団体によるグループ展	画廊などの事業団体が特定の流派の美術家の活動を促進することで、本来の事業に対して直接または間接的利益を期待する展覧会
C-1	公共団体による公募展	美術館や地方自治体が出品者を募って作品の評定を行い、選考された作品を公開することで、一般市民の利益に資することを目指した展覧会
C-2	公共団体による個展	美術館等が特定の美術家の功績を顕彰し、その作品を公開することで、一般市民の利益に資することを目指した展覧会
C-3	公共団体によるグループ展	美術館等が特定の意図のもとに内容を構成し、関連した作品を公開することで、一般市民の利益に資することを目指した展覧会（いわゆる「企画展」）
D-1	個人による公募展	実行委員会などの任意団体が出品者を募って作品の評定を行い、選考された作品を公開することで特定の流派の美術活動を促進するために行う展覧会
D-2	個人による個展	作者本人を含む美術家の支援者が、その活動を促進させるために行う展覧会
D-3	個人によるグループ展	美術家やキュレーターなどの個人、または実行委員会などの任意団体が、特定の流派の美術活動を促進させるために行う展覧会

３　調査結果の分析

集計結果を分析するに当たり、まず時系列における変化を見ることにした。そこで出品者を次のように３つの世代に分けた。戦後の高度経済成長期に発表活動を開始した第一世代（1949 年以前生まれ）、経済安定期からバブル期にかけて発表を開始した第二世代（1950～74 年生まれ）、バブル崩壊後に発表を開始した第三世代（1975 年以降生まれ）。それぞれの該当者は第一世代 10 名、第二世代８名、第三世代８名となった。この区分に従って本展出品者が参加した展覧会をまとめたものが別表（世代と展覧会区分ごとの出品割合）である。

第一世代では、出品する展覧会の第一多数値が A-1（美術家団体展が主催する公募展）、第二多数値が C-1（公共団体が主催する公募展）となっている。C-1 は、ここでは主に県展や市展となる。

それが第二世代になると、第一多数値が D-3（個人や任意団体の主催によるグループ展）、第二多数値が B-3（一般事業団体の主催によるグループ展）へと変化する。D-3 は美術館等公共の貸展示室や、野外、空き室などのオルタナティブ・スペースでの展示が中心で、B-3 は主に画廊が主催して行うグループ展である。一方で第二世代では、A-1（美術家団体展が主催する公募展）は第三多数値となり、C-1 の県展や市展への出品数に至っては第一世代の半数以下にまで落ち込んでいる。

第二世代と第三世代の間には、第一世代と第二世代ほど大きな変化は見られない。しかし注目すべきは、第一多数値と第二多数値の順番が第二世代と入れ替わっている点だ。B-3（一般事業団体の主催によるグループ展）、すなわち画廊等が主催するグループ展が彼らの主たる発表場所となってきたのだ。

以上の変化から、次のような背景が読み取れるのではないか。

戦後の復興の中で美術家たちは、それ以前からあった美術家団体を基盤として発表活動を再開させた。一方で、新たに発表活動を開始した美術家もまたそこに参加して腕を競った。作品の形態も絵画や彫刻が主だったため、展示上の不都合もなかった。

1970 年代に入ると空間との関わりで制作を行う実験的な作品が増えてくる。美術家団体や公共団体が行う公募展には一般に絵画や彫刻といった出品枠があるため、インスタレーションなどの空間作品を制作する者たちには、新たな発表場所の開拓が求められたと考えられる。そこで第二世代の美術家たちは、美術館等の公共の貸展示室や、野外、空き室などのオルタナティブ・スペースへと向かっていったのではないか。ただしそうした場所での展示活動には、会場の使用料や滞在制作費、巨大化する作品の制作費等の負担が増したが、生業による安定した賃金収入によってそれを補填することができたのだろう。

また第一世代における作品の評定は、主に美術家団体の中の実績のある者によって行われていた。ところがやはり、1970 年代にはマスメディアの発達とともに美術評論家や美術ジャーナリストが、さらに 80 年代には公立美術館の増加により美術館学芸員やキュレーターがそこに参入してきた。こうした美術家以外の美術関係者が作品の評定に携わるようになったことも、第二世代を美術家団体展から離脱させるための大きな要因になったと思われる。

経済のグローバル化に伴い、1990 年代から国内外で盛んにアートフェアが開かれ、そこに多くの画廊が参入するようになった。若手の美術家も、画廊が主催するグループ展で発表する機会が増えてきた。2000 年代に入ると、第三世代の美術家たちはそこを主たる発表場所とするようになってゆく。第二世代の美術家たちが自ら発表の場を切り開いていったのに対し、バブル崩壊後に活動を開始した第三世代の美術家にはすでにそのような経済的余裕がなかったのだろう。

実際、彼らの作品には第二世代のような実験的なものは減り、作品形態が再び絵画や彫刻へと回帰しているように見える。また第二世代では、映像を使用いたさまざまな空間表現が展開したが、それらは移動可能な映像作品として完成度を高めながら収束しつつある。経済の低迷が続く中で、作品もまたマーケットと結びつきやすいものに形を変えていくのかもしれない。

４　分析結果から見えてきた課題

ここで、それぞれの世代が出品する展覧会とその主催者の関係を見てみよう。第一世代では A-1（美術家団体が主催となる公募展）と C-1（公共団体が主催となる公募展）が中心であることから、美術家団体と公共団体が行う展覧会の間にはかなり強い相関関係があることがわかる。C-1 は主に県展や市展であるが、第一世代には実際にその創設時から関わってきた者もおり、彼らの築き上げたシステムがそのまま今日まで維持されているように見える。

これに対して、他の世代が C-1 に出品する割合を見ると、第二世代が第一世代の半数以下、第三世代に至っては 3 分の 1 以下にまで減っている。C-2（公共団体による個展）や C-3（公共団体によるグループ展）は主に美術館などが主催する展覧会だが、その欠如を補うには出品の機会があまりにも少なすぎる。ちなみに、表 4 はさいたま市展の世代別出品者数をまとめたものであるが、2009 年度には出品者数 1,114 人のうち、50 代以上が 1,022 人、40 代以下が 92 人という結果になっている。こちらを併せて見ることで、これがまさに今日の実態であることを証明できるだろう。いずれにしてもこの数値は、公共団体の行う展覧会が第二、第三世代の美術家に対していかに閉鎖的であるかを如実に物語っている。

表４　さいたま市展における 2005 年から 2009 年にかけての世代別出品者数推移

年度	10 代	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代	70 代	80 代	90 代	計
2005	25	11	28	49	220	483	373	33	5	1,227
2006	10	7	20	45	190	444	386	87	2	1,191
2007	11	9	14	32	183	428	397	88	2	1,164
2008	17	10	17	32	148	398	403	96	4	1,125
2009	30	12	22	28	124	397	389	102	10	1,114

2010 年、さいたま市教育委員会調べ

第一世代の出品する展覧会がＡ（美術家団体展主催）とＣ（公共団体主催）を中心としていたのに対し、第二世代と第三世代はＤ（個人主催）とＢ（一般事業団体主催）に比重を移していることがわかった。これは、第二世代と第三世代が美術家団体から離れてきていることを示している。この変化は彼らの単なる気まぐれから起きているわけではなく、作品形態や評価方法の違いといった合理的な理由によるものであることは先述したとおりだ。

さらに、第二世代ではＤ（個人主催）が第一多数値だったのに対し、第三世代はＢ（一般事業団主催）が第一多数値となっている。これは若年層の賃金収入が減ったため、作品の発表活動が一般事業団の援助に頼らざるを得なくなっていることを示している。今日の社会状況を見ても、こうした経済的不均衡が近いうち是正されるとは思えない。逆に高齢者の増加につれて、若年層の負担はますます大きくなるだろう。

ところで画廊をはじめとする一般事業団体は、展示した作品の売却益や、展示からもたらされる副次的な収益をもとに運営を行っている。そうであればこれらの施設では、当然、顧客に受け入れられやすい作品が多く扱われることになる。そこで美術家もまた、不特定多数の人々に共感してもらうことを期待して制作を行うにようになるだろう。今日、閉塞した社会を刷新する新たなものの見方が求められているにもかかわらず、美術においてはそうした表現が生まれにくい環境になっていると言わざるを得ない。

１人の美術家の作風の形成期には、できるだけ多くの実験を積み重ね、さまざまな可能性の中から自らの方法を選び取ってゆかなければならない。第一世代ではその時期を美術家団体や公共団体が保障し、第二世代は豊かな経済状況を背景に自助努力によってそれを行ってきた。ところが上に見てきたように、第三世代の美術家たちにとってはそれに挑戦する場が極めて限られてきている。若手の美術家が腕を競い合ったかつての県展や市展の熱気を、今いちど再現させるときがきているのではないか。

2013 年 5 月　日／調査・集計：中村茉貴／分析：松永康

＊１　浅野敞一郎『戦後美術展略史―1945 - 1990』求龍堂、1997 年

＊２　林容子「第 8 章 美術館の周辺」（『芸術経営学講座１ 美術編』東海大学出版会、1994 年）

＊３　出品者の所属先は、あんさんぶる、element、二紀会、CAF.N 協会、創画会、創型会、新制作協会、日展、白日会、モダンアート協会、立軌会、その他、無所属の美術家と多岐にわたる。