



開催成果を「大阪中之島美術館」へつなぐ

「なにわの企業が集めた 絵画の物語」展

2018年10月4日～18日／堂島リバーフォーラム

主催：関西経済同友会 企業所有美術品展 実行委員会

協力：京都造形芸術大学 運営協力：関西・大阪21世紀協会



挿し絵は切り貼り絵アーティストのキイロノハサミさん
(アートストリーム2017・アーツサポート関西賞受賞)

16社から24点の貴重な名画を提供

会社の応接室や役員室などに飾られている企業所有の名画を公開し、広く一般の人たちに鑑賞してもらおうという「なにわの企業が集めた絵画の物語」展が、昨年10月4日から15日間、堂島リバーフォーラム(大阪市福島区)で開催されました。

関西経済同友会が主催する同展は、市民の芸術文化への関心を高めるとともに、2021年に開館する大阪中之島美術館への提案として実施された社会実験です。気軽な美術鑑賞の機会を提供することに加え、まちの発展のために芸術活動を支えてきた企業家精神をいまいちどよみがえらせ、子供たちの美術鑑賞教育にも役立てるのがねらい。マリー・ローランサン「ボートの乙女たち(1926年)」(アートコーポレーション株式会社)や、藤田嗣治「母と娘(1964年)」(株式会社大林組)、山口華陽「虎児(1957年)」(丸一鋼管株式会社)など、同友会の会員企業16社から24点の貴重な作品が寄せられました。

フィランソロピーの精神をよみがえらせる

開会にあたり、総合監修を行った美術史家の橋爪節也氏(大阪大学教授、元・大阪新美術館建設準備室学芸員)は、「優れたミュージアムは都市を輝かせ、その存在は市民の誇りでもある。大阪新美術館(大阪中之島美術館)も都市を輝かせ、市民の宝となる美術館であってほしいし、私たちも進んでそれを応援しなくてはならない。この展覧会はそうした思いで開催された」と語りました。続けて「例えば大阪市中



マリー・ローランサン「ボートの乙女たち」1926年
(株式会社アートコーポレーション所蔵)

央公会堂は株式仲買人の岩本栄之助の寄付によって建設されたし、大阪府立中之島図書館は住友家、昭和初期の迎賓館・綿業会館は東洋紡績の岡常夫専務取締役の遺族と関係企業の寄付によってつくられた。このように、大阪には企業家たちが進んで資産を寄付し、まちの礎を築いてきたフィランソロピー(企業の社会貢献)の精神が根付いている。そうした先人からの精神が、まずはささやかだが展覧会の



作品解説を行う橋爪節也氏

形でよみがえりはじめた」と、開催の意義を唱えました。さらに橋爪氏は、重要なのはアートと子供たちの接点であるとし、「海外の研究によると、幼少期に美術館・博物館に連れていってもらった子供たちは、大人になってから自分たちの子供をそこへ連れていくことが分かっている。歴史や文化芸術を愛する精神が、親から子に伝え育まれる。幼少期の教育が子供たちの将来の糧となり、社会全体の発展にも大きな影響を与えることを再認識すべきだ」と強調しました。

対話型鑑賞プログラムに小学生を招待

橋爪氏の監修に則り、今回の展覧会では、京都造形芸術大学アートプロデュース学科の教員・学生の協力を得て、小学生を対象とした「対話型鑑賞プログラム」が実施されました。

このプログラムはパリやニューヨークの美術館で発祥した美術教育のひとつで、絵の知識を一方向的に得るのではなく、絵を観て感じたことを話し合い、多様性を認め合ったり、新たな価値を見出すことで絵画への関心を深める鑑賞法です。今回、同友会は、大阪市教育委員会の協力を得て大阪市内の小学校8校(22クラス)から725人の児童を招待しました。参加した児童(高学年)へのアンケート(自由回答)では、「みんなと絵について話し合えた(24%)」「いろいろ考えたり想像したりできた(22%)」「いろいろな絵を観ることができた(12%)」が上位にあげられました。

また、小学校へのヒヤリングでは、「本物の絵を観ることができた」「ナビゲーター(学生)がそばにいてくれたことで、普段発言の少ない子供のつぶやきも拾ってくれた」「観る→考える→話す→聞くを繰り返すことで、観察力、思考力、コミュニケーション力が育っていくのではないかと思った」「子供たちの相手の意見を尊重する気持ちと、自分の感覚を大切にすることを育っていくのではないか」などがあげられ、今後もこうした展覧会を継続してほしいとの要望もありました。



小学生への対話型鑑賞プログラムのようす



会場風景

連携イベント「福島アートバル」も実施

同友会は、仕事帰りの人にもこの展覧会に立ち寄ってほしいとの思いから、午後8時まで開館しました。そこでこれを契機に、展覧会の成功と地域活性化、新たなPRや集客方法の開拓を目的として、期間中、周辺の飲食店16店と連携した「福島アートバル(関西・大阪21世紀協会主催)」も同時開催されました。

展覧会の入場券(1枚500円)とバル加盟店で使える食事券(2,000円分+ウエルカムドリンク2杯サービス)がついたチケットを2,000円で販売するもので、協会の佐々木洋三専務理事は、「美術鑑賞とレストランなどでの飲食をセットで楽しむナイトカルチャー創出の社会実験として実施した。参画されたお店は、大阪中之島美術館を自分たちのまちの誇りとし、文化の香るまちづくりにしようという私たちの呼びかけに共感していただいた。今回の展覧会と併せて地道な活動だが、新美術館の誕生を応援したい」と、今回の成果を2021年度に開館予定の大阪中之島美術館に提案する考えを示しました。

これまでにない企画にメディアが注目

総来場者数4,636人のうち、夜間入場者の比率は22%でした。また、通常の展覧会は、1日の来場者数が30~50人、チケットを購入して入館する人は50~55%といわれる中、今回の展覧会は1日平均260人(対話型鑑賞プログラムを除く)、有料率は73%を達成しました。これは、通常の展覧会ではテレビ報道が0もしくは1件程度といわれる中、テレビ・ラジオ10件、新聞18件、ネットニュース12件と数々報道されたことによるパブリシティ効果(広告料換算で推定5,000万円)の結果です。それほど今回の展覧会や福島アートバルは、これまでにない試みとしてメディアに注目されました。実際、来場者アンケートでは、新聞やテレビの報道で知って来場した人が51%にのぼりました。