

令和４年度展示会等のイベント産業高度化推進事業
(アート作品の新たな展示モデルに関する実証事業)

実施報告書

令和5年3月
株式会社The Chain Museum

目次

1. 事業目的

2. 事業背景

3. 事業内容

4. 実施報告

- (1) 企業が所蔵しているアート作品の実態把握
- (2) 企業が所蔵しているアート作品の活用
- (3) 現代の芸術支援のあり方の実証

5. 今後の展望

1. 事業目的

企業とアートの関わりは、古くから行われてきたアート作品の大規模コレクションやメセナと呼ばれる企業の芸術支援活動から、近年の組織活性化・企業ブランディングを目的としたアート作品の購入等、様々である。

一方で、「文化芸術活動を行っている企業」の約20%が「資産計上額で1億円以上の美術品」を保有している一方で、「美術品を保有している企業の10%程度」が「どう活用するか手段を知らない／わからない」と回答しているデータがある（※1）。

近年、日本の企業による芸術に対する投資や支援が積極的に行われないと理由として、過去に収蔵した作品の価値を企業が正しく理解することができず、価値ある活用方法が見出せていないため、さらなるアートへの投資への合意形成が困難になっているという可能性も考えられる。

そこで、「企業コレクションを覗いてみよう展」と称して、企業の収蔵庫に眠るアート作品を一般に公開することで、得られた収益や資源を通じて、国内外で活躍できる可能性のある現代アーティストの活動を支援していく事業を行い、過去のアートとの関わりを乗り越え、企業とアートの新たな関わり方の創出を試みる。新たなモデルを通じて、より一層多くの企業や社会の多くの人がアートに関わることで、経済社会全体が創造的になっていくという好循環の実現を目指す。

※1 [文化経済戦略推進事業「民間企業の美術品コレクションの形成と活用を通じた文化への投資が継続的になされる仕組みの創出に向けた実証調査」](#)（文化庁）

2. 事業背景

日本のアートを取り巻くステークホルダー（アーティスト、美術館やギャラリー、そして企業）は、それぞれ以下のような課題を抱えていると考えられる。以下はThe Chain Museumがこれまで行ってきたヒアリング等を基に作成した課題の仮説である。

それぞれのステークホルダーが抱えている課題



（1）アーティスト

アート作品の「制作する場所」、「発表や販売する機会」、「保管する場所」を確保することが難しいことが挙げられる。実際、藝大や美大を卒業した後にアーティストとして活動を継続しようとする場合、自宅を兼アトリエにするケースが多く、大きな作品や立体作品などを制作することも保管することも容易ではなく、結果として小さな平面作品（10-30号）をつくることしかできない。また若手アーティストの作品が美術館に収蔵されるというケースは稀であり、日本国内ではギャラリーがアーティストの育成などを支えている側面があるが、経済合理性の観点からもギャラリーも小さな作品（10-30号）を求める傾向もあり、若手のアーティストが大きな作品を制作するインセンティブは更に小さくなると考えられる。

(2) 美術館

日本国内の美術館も収蔵庫のキャパシティーに課題を抱えている。公益財団法人 日本博物館協会の調査によると約6割の美術館の倉庫が「ほぼ、満杯の状態」であり、外部収蔵場所を設けるなどの選択肢もあるが約8割の美術館は外部収蔵場所を確保していない（※2）。結果として、新たな美術品の収集に関してのハードルは高くなっている。また価値が定まっていない作品を収蔵することはさらにハードルが高く、美術館が若手のアーティストの作品を収集することは容易ではないと推測される。

(3) 企業

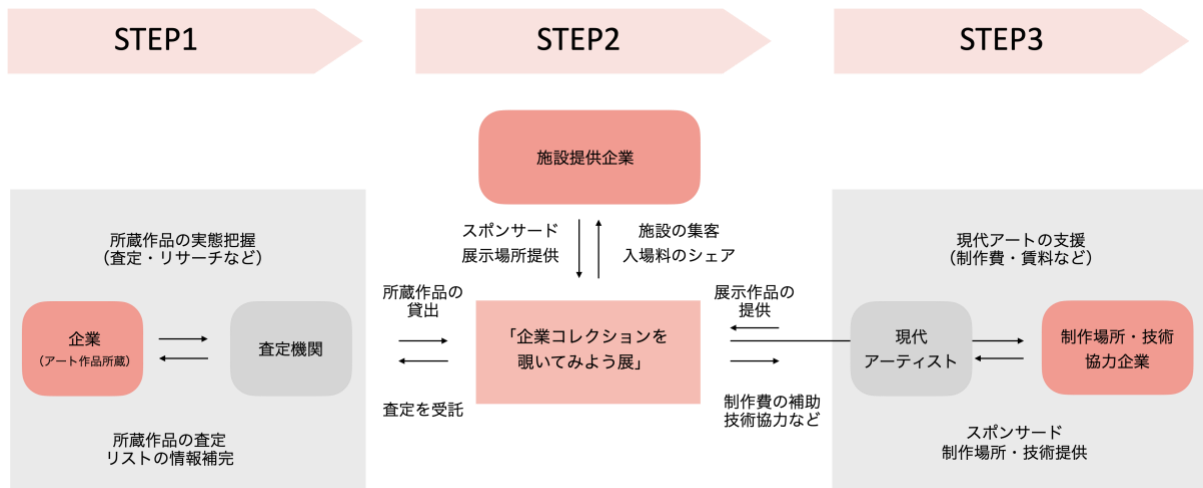
事業目的にも記載した通り、「文化芸術活動を行っている企業」の約20%が「資産計上額で1億円以上の美術品」を保有している一方で、「美術品を保有している企業の10%程度」が「どう活用するか手段を知らない／わからない」と回答している（※1）。近年、日本の企業による芸術への投資をさらに拡大することが重要だが、そのための課題に過去に収蔵した作品の価値を企業が正しく理解することができず、価値ある活用方法が見出せていないため、さらなるアートへの投資への合意形成が困難になっていることがあると考えられる。さらにアート作品との関わり方に関して、購入して所蔵する以外の選択肢があまり普及していないので、特に平面作品に縛られないインスタレーション作品などは企業からの関与が難しく感じる事が考えられる。

(4) 海外

欧米を中心とした海外のアートマーケットでは、一般的にニーズのある作品サイズが 80号（約1,455cm×1,120cm）程度からと言われており、ヒアリングなどによると、それより小さな作品はもはやインテリアアートとして扱われる傾向があるので、そもそもファインアートの市場にもならないのが現状であると考えられる。日本を拠点に海外で活躍することができている一部のアーティストも、郊外の工場や倉庫の跡地などをアトリエ兼倉庫としているケースもあるが、日本国内においてこういったスペースをアーティスト個人が探し出すことは難しいと考えられる。

※2 公益財団法人 日本博物館協会「[日本の博物館総合調査報告書](#)」

3. 事業内容



以上みたように、企業、アーティストなどは様々な課題を抱えていると考えられる。そのため、企業の収蔵庫に眠るアート作品を一般に公開することで、得られた収益や資源を通じて、国内外で活躍できる可能性のある現代アーティストの活動を支援していく事業を行い、過去のアートとの関わりを乗り越え、企業とアートの新たな関わり方の創出を試みる実証事業を実施した。具体的には、今回は企業の所蔵しているアート作品に焦点を当てつつ、現代アーティストのサポートまでを下記3つの段階に分けて実証を進める。

(1) <STEP1> 企業が所蔵しているアート作品の実態把握

- A. 所蔵作品を活用することに前向きな企業を複数社募集
- B. 企業に対して所蔵作品を簡易査定して収蔵点数、現在価値を確認
- C. 作品の管理状況、収集経緯等の調査を実施

(2) <STEP2> 企業が所蔵しているアート作品の活用

- A. 所蔵作品の一部を一般公開（「企業コレクションを覗いてみよう展」）
- B. 作品の貸出や購入に関心のある個人や団体を募集

(3) <STEP3> 現代の芸術支援のあり方の実証

- A. 得た収益を現代アーティストの制作費用や材料調達に還元
- B. 空き倉庫等を現代アーティストの作品制作や展示場所を提供

4. 実施報告

(1) <STEP1> 企業が所蔵しているアート作品の実態把握

A. 所蔵作品を活用することに前向きな企業を複数社募集

今回の実証事業に対して所蔵作品数が100以上ある上場企業という条件で選定を行い実証事業への協力の呼びかけを行った。結果、匿名という条件で複数社が実証事業への参加を承諾。

■ A社

(a) 事業内容：輸出入取引等

(b) 所蔵作品：約350点

(c) 参加背景：現代アートを活用した組織活性化に対しての関心が高く、オフィス内に現代アートの作品を展示したり、アーティストを招いてトークイベントを行う等の取組を実施している。一方で過去に収蔵している膨大なアート作品に関しては総務部主幹での管理を行っているが、応接室等で展示している一部作品以外は倉庫に眠っている状態である。活用方法や保存方法、作品の価値も明確には分からず、後もどのようにするべきなのか判断できずに困っている。

■ B社

(a) 事業内容：電気通信等

(b) 所蔵作品：約300点

(c) 参加背景：自社事業のブランディングとしても現代アートを活用する等の実績あり。また所蔵作品を一般公開することに対しても積極的な姿勢で、担当のスタッフが美術館への貸出等の手続きを担当している。一方で収蔵作品に関しては査定や真贋鑑定等が不十分という問題意識も抱えており、今後より価値ある活用をするための方法を検討しているが、どのように関わるべきか判断に困っている。

（参考）アート作品を保有している日本国内の企業に関して

文化庁の調査によると、メセナ協議会会員企業、ならびに、文化芸術活動を 実施している企業（上場・非上場）を対象にした調査では「回答企業の63.1%は自社で美術品を保有しており、近現代の日本画・西洋画を中心に保有されている状況」（※3）との報告もある。

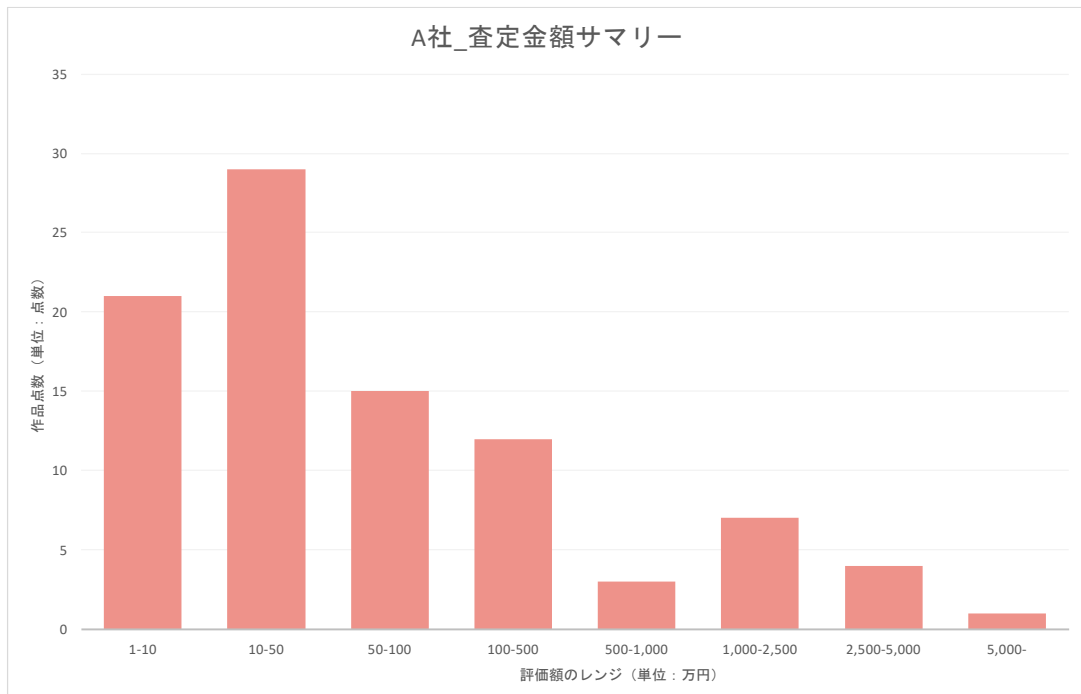
※3 文化経済戦略推進事業「[民間企業の美術品コレクションの形成と活用を通じた文化への投資が継続的になされる仕組みの創出に向けた実証調査](#)」（文化庁）

B. 企業に対して所蔵作品を簡易査定して収蔵点数、現在価値の把握

上記の協力企業の所蔵作品に関して簡易査定（一部真贋鑑定）を実施した結果を報告する。

■ A社

(a) 収蔵点数と現在価値



所蔵作品は合計で324点あり、現在価値は総額で約3560万円と推察される。価格帯別の作品数を集計した結果はグラフの通り。100万円を超えるような作品は27点（作品全体の8%）。取得時点の金額よりも現在価値が上昇している作品は40点（作品全体の7%程度）。一方で現在の美術市場では価格のつきにくい作品も230点ほどあり、これらの作品に関しては二次市場での売却等とは別の活用方法を模索する必要がある。例えば、美術市場ではなく「インテリア」や「アンティーク」「雑貨」等のマーケットに接続させることで、違うニーズとマッチングさせるということも考えられる。

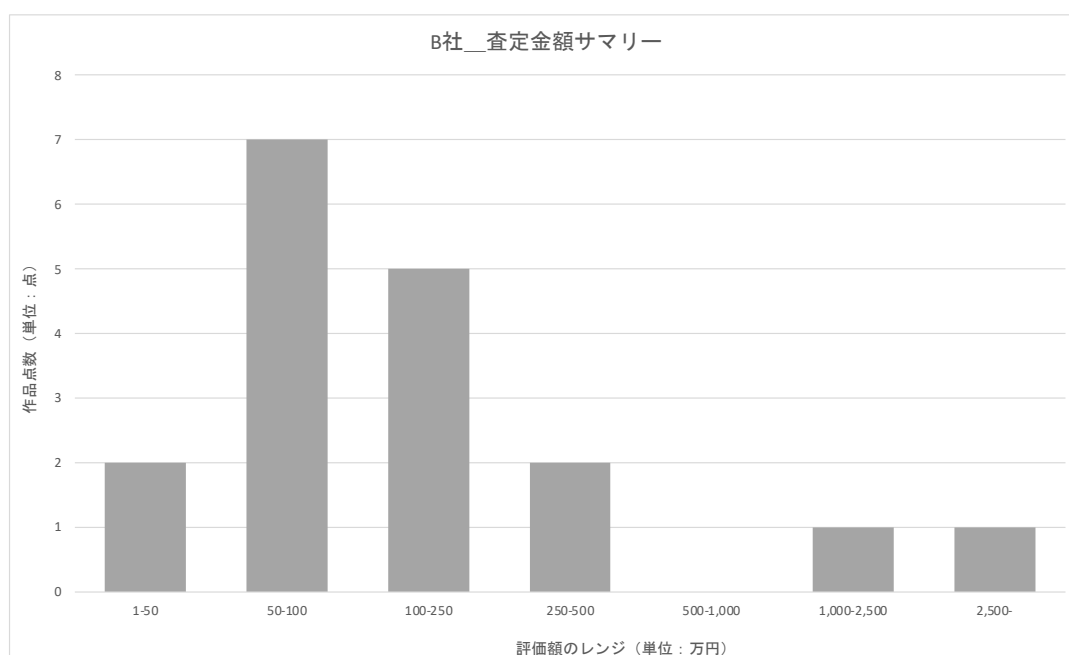
(b) 評価ポイント

収蔵作品の中には、安井曾太郎や梅原龍三郎といった美術教科書に掲載されているクラスの作家の作品所蔵もあった。中でも当時、購入すら困難であろう大型の代表作、つまり公立の美術館のコレクションと同等もしくはそれ以上の名品とも言うべき評価が確立された作品を保有していることは特筆すべきである。他方で、収集時

期から数十年後に再評価が進んでいる作家の作品をコレクションしていたという点は企業におけるアート作品所蔵の美術史への貢献と言っても過言ではない。アート作品の保管は美術館等の役割でもあるが、予算には限りがある。美術館だけでは収集しきれなかった作品を企業の独自の選定と潤沢な予算によって、現代までこれらの作品が継承できるようになり、現代の我々がその作品を味わうことが可能となっているのは、企業コレクションの独自の役割である。

■ B社

(a) 収蔵点数と現在価値



所蔵作品は合計で300点程度。なお作品情報の管理が今まで不十分であったため、記録のある作品情報を基に、現在価値の比較的高い作品25点を選定し、これらの作品に絞って査定を行った。現在価値は総額が約6455万円と推察される。価格帯別の作品数を集計した結果はグラフの通り。100万円を超えるような作品は9点、最も高額な作品では3500万円程度の作品も所有。

(b) 評価ポイント

こちらにも収蔵作品の中には、東山魁夷や梅原龍三郎といった美術教科書に掲載されているクラスの作家の作品所蔵があり、当時も希少性が高かったであろう代表作を保有している。今後も企業が独自の目線やネットワークを活用して、アート作品をコレクションしていくことは一定の価値があり、継続するべきであると考えられる。

C. 作品の管理状況、収集経緯等の調査を実施

協力企業の作品を調査することで、収蔵作品の管理に関して改善すべき点も確認された。

■ 管理状況等の改善すべきポイント

(a) 作品の情報を正しく記録できていない

コレクションしているアート作品の情報を正しく記録できていない状況が散見された。企業によって管理状況にはばらつきはあったものの、「そもそも所蔵作品リストや目録を作っていないケース」や「所蔵作品リストを持っていたとしても査定に最低限必要な情報（作家名、タイトル、技法、正確な作品サイズ、制作年、絵柄を判定するための正面画像、サインの有無、鑑定書の有無、作品コンディション）と、作品に付加価値を与える情報（取得日時や経緯、来歴、展覧会歴、掲載文献情報）が欠落しているケース」等も見受けられた。

こうした課題を解決するためには、企業による作品の情報管理を促進するため、作品リストのフォーマットやひな形を提示する必要性も考えられる。

(b) リスクの高い保管方法に関しての課題

倉庫で保管している作品に関して「物理的なダメージを防ぐための箱がないケース」や「虫害を防ぐための黄袋がないケース」、場合によっては「作品を傷つけるような額装を使用しているケース」、「温湿度の影響を直接受ける床や壁に作品を直接置いているケース」もあった。虫害や温湿度により作品にダメージがつくことは、査定時に金額がマイナス評価される要因となるため、資産としての価値も減損させるリスクを孕んでいると言える。

こうした課題を解決するためには、やはり積極的な作品の有効活用を行うことで、その得た収益等で適切に保管する費用にあてることやアート作品を美術館等に寄付することが望まれる。

■ 収集経緯等の評価ポイントと総論

日本国内においても過去に企業や実業家たちが国内外の芸術作品を収集することで、それにより作家の生活を支え、時にはインスピレーションを相互に与えながら、共に歩んできたことが、今回の所蔵作品のリサーチからも改めて確認することができた。

本調査の中で、斎藤義重等の作品の所蔵も確認できており、これらの作家は企業が収蔵した当時は世間的な評価はまだ確定しておらず、それから数十年という時間を経て評価が高まってきた作品である。当時、作品をコレクションすることを決断した企業がいなければ現在まで作品が残っていなかった可能性も高い。

特に、評価が確定していない無名の時期に、企業が作品を収集して、アーティストの活動の基盤となり、作品継承につながったことは注目に値する。こうした事実からも、次世代に残すべきと評価が確定した作品を収集する美術館の機能を補完するという、アートの創造、継承においても、企業が重要な役割を果たしてきたことが確認できる。

(2) 〈STEP2〉 企業が所蔵しているアート作品の活用

A. 所蔵作品の一部を一般公開

査定とリサーチを行ったアート作品の一部を展示する「企業コレクションを覗いてみよう展」を日比谷にて6日間の一般公開という形で開催した。会期は「日比谷OKUROJIアートフェア」（※4）と開催時期を合わせることで相互集客を狙った。

■開催概要

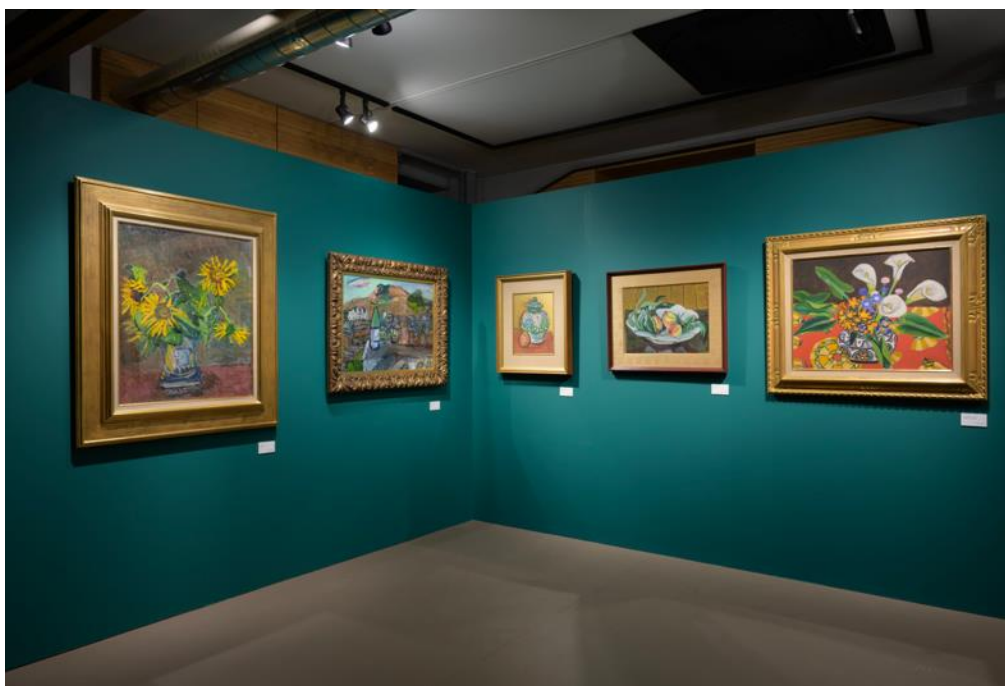
(a) 日程：2023年3月7日（火）-3月12日（日）

(b) 時間：11:00-19:00

(c) 場所：日比谷OKUROJI

(d) 入場料：寄付制（入場無料）

■ 展示風景



■ 開催実績

来場者数は400名程度。展示期間中には現代アーティストの作品も大淵花波《おばけのジレンマ#7》という作品が¥22,500で販売された。

■ 来場者コメント等抜粋

様々なアート関係者から企業の作品の購入希望を示唆する問合せも寄せられた。

- (a) 「企業コレクションの作品は売っていないのか？」（セカンダリーディーラー）
- (b) 「こんな作品が見られるとは驚き。この後この作品達がどこかで展示されるのか、売買されるのか気になる」（複数のアートファン40～60代男性）
- (c) 「取組の内容が興味深く、今後このプロジェクトがどのように展開していくのかが楽しみ」（アート関係者40代女性）
- (d) 「教科書レベルの作家の作品が見れるなんて思わなかった。来てよかった」（アート関係者/アートコレクター）

※4「[日比谷OKUROJIアートフェア](#)」年に1回、複数のギャラリーが共同で開催しているアートフェア

B. 作品の貸出や購入に関心のある個人や団体を募集

展示会場に以下のように実証事業に興味のある企業を募集する告知を掲載。以降も継続的に募集中。

ご来場のお客様へ

本展示は、経済産業省と株式会社The Chain Museumの共催による実証事業となっております。

展示している作品等にご関心（貸出など）をお持ちの方は、以下までお問合せください。

toi@t-c-m.art（The Chain Museum 担当：宮川）

また、今回の取り組みを継続するための支援金も募らせていただきます。

集まった支援金は、展示作品の保管や次回の展示費用に使用させていただきます。

経済産業省／株式会社The Chain Museum

(3) <STEP3> 現代の芸術支援のあり方の実証

A. 所蔵作品の展示収益を現代アーティストの制作費用や材料調達に還元

企業が収蔵作品を活用することで、寄付等の収益を現代アーティスト3名に還元する予定。

■ アーティストの選考基準

- (a) 作家としてのキャリアが8年未満であること
- (b) 制作場所や保管に関して具体的な課題を持っていること
- (c) グローバルなマーケットでの活躍が期待できること（現在は国内中心に活動）

上記の条件を満たすアーティスト複数候補から作品のカテゴリーやメディアが多様になるように配慮をして有識者の助言の基に選定を行った。(b)の基準に関してはギャラリーに所属していない作家等、作品制作のサポートが比較的少ない属性にも考慮した。また現状は国内のマーケットで販売や展示しやすいサイズでの作品展開をしているが、本当はもっと大きなスケールで表現したいという意思を持っているかを考慮した。(c)に関しては作品のコンセプトとしてグローバルな批評にも耐える可能性のある作家であることを基準としている。

■ 参加アーティスト

(a) 大淵花波

2021年多摩美術大学大学院油画研究領域修了。絵の在り方、絵と額縁の関係性について考えながら、立体的につくった支持体に絵を描いて制作している。主な展示に2022年 個展「おばけのミラージュ」(Gallery Q)、2021年 個展「The Double Edge of (In) Visibility: 諸刃の(不)可視性」(NEWoMan Yokohama Art wall)、等。

(b) カワニシュウキ

筑波大学芸術専門学群卒業、2023年同大学院芸術学学位プログラム総合造形領域修了予定。「記憶の忘却に対してどう向き合うか」という問いを制作の原点とし、物質と記憶の関係に主眼を置き制作を行なっている。現在は自身にとって記憶と密接な関わりを持つ写真という媒体に注目し、写真を水で溶かすという手法を通じて記憶や感情といった内面世界へのアプローチを試みている。

(c) 平瀬ミキ

武蔵野美術大学美術学部彫刻学科卒業、情報科学芸術大学院大学 [IAMAS] メディア表現専攻修了。主な展示に「第14回恵比寿映像祭」(2022年)、「差異の目」(2019年)、「エマージェンシーズ! 036《Translucent Objects》」(2018年)等。デジタルデバイス上での情報を見る行為に素材の特性を組み合わせることで、情報の残存性や人の見ようとする力にアプローチする作品を制作する。

B. 空き倉庫等を現代アーティストの作品制作や展示場所として提供

今回は株式会社ジェイアール東日本都市開発の運営する「日比谷OKUROJI」(※5)という商業施設の一区画を制作場所と展示場所として、空き店舗を遊休期間に会場協力として貸していただいた。



※5「[日比谷OKUROJI](#)」ジェイアール東日本都市開発の運営する商業施設

■ 参加アーティストからのコメント

(a) 大きな作品を制作できる環境の希少性

「大学では彫刻学科だったので、大きな作品が多く、残しておきたい気持ちもあるけれど、置き場所が無いので捨てちゃいますね。それでも、家の半分くらいは作品や材料で埋まっています(笑) 作る前に保管出来るかどうかをどうしても考えてしまいます。今回の作品は長い尺が170cm、横70cmくらいあって。OKUROJIでの展示の後には企業さんで展示していただけるので、家に置くこともないですし、思い切って大きな作品を作れました」(平瀬)

「私は卒業制作の時に、大きなサイズで制作できるのはこれで最後かもしれないというある種の覚悟を決めていたところがあって。なので、今回こういう機会に恵まれて続けていて良かったなあ、最後じゃなかったなと感じました。どうしても飾りやすいサイズ感で作品を作ってしまうがちですが、大きなサイズで制作すると新しい発見もありますし、自分自身も成長できる感覚があります」（大淵）

(b) 展示スペースが確保されていることの心理的安全性

「自分はインスタレーションで見せたいので、実際の現場でやってみて、これがいいな、悪いなということが見えてきて、そこから新しい発想が生まれたりします。あらかじめスペースがしっかり確保されていて、そこで展示できると決まっているかそうでないかで、アイデアの出方も違いますし。これまではどこかで自分自身に制約をかけてしまってたけれど、今回はのびのび制作できました」（カワニシ）

「作家活動と並行して大学に勤めているので設備は使えるんですが、ずっと作品を置きっぱなしにしながら作れる環境がなく、結局家で制作しています。今回の作品は2メートルくらいの大きさなので、家での制作は無理。今回は制作と展示の場所をジェイアール東日本都市開発さんが提供してくださって。こういう機会がないと、このスケール感のものを作るのが難しいです」（平瀬）



(参考) アーティストトークのアーカイブ「[企業とアーティストのいい関係を探る](#)」

■ 新しく制作された作品

(a) 大淵花波 《おばけのパーフェクション#12》



※作品詳細 : <https://artsticker.app/works/26571>

(b) カワニシユウキ 《死者は夢をみたのか》



※作品詳細 : <https://artsticker.app/works/26570>

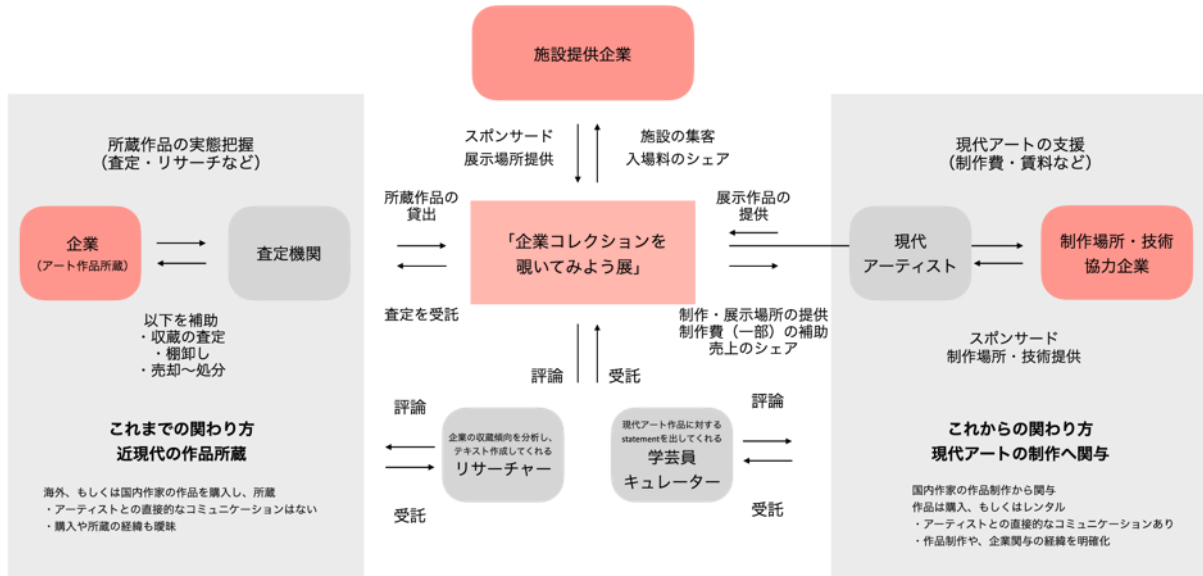
(c) 平瀬ミキ 《Face to Sur-face》



※作品詳細 : <https://artsticker.app/works/26575>

5. 今後の展望

(目指したい事業モデル)



今回の実証事業を通じて以下の仮説を検証することができた。

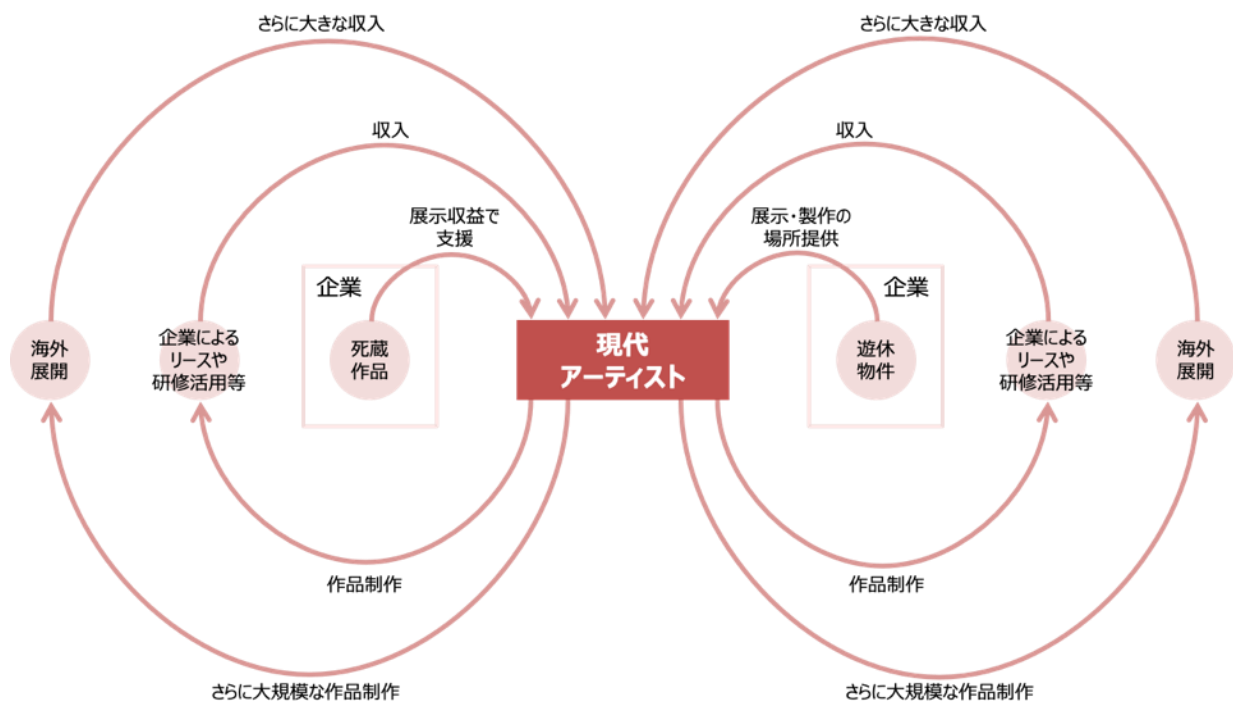
- 企業の収蔵しているアート作品には現在も価値があること
- アート作品を展示等の形で活用することで新たな収益に繋がれること
- 得られた収益等企业による現代アーティストの支援は効果が高いこと

今後はこのような事業をさらに展開させていくことが重要である。

(1) 収蔵作品の公開・アーティストへの還元を行う企業の増加

日本国内の上場企業は3,863社（※6）ほど存在しており、アート作品を所蔵までしている企業となると数は絞られると推測されるが、SDGsやCSRの文脈からもアートに関心を寄せている企業は増加傾向にある。アート作品を所蔵している企業に対しては今回のように査定とリサーチ、場合によっては作品リストの正しい管理方法をサポートするところから始めつつ、ゆくゆくは作品を一般公開するなど価値ある活用を進め、そこで期待される収益などを一部、現代アーティストの活動支援に還元することを促すことが必要である。

※6 「統計月報（日本取引所グループ）」日本取引所グループ



(2) 日本の現代アーティストが世界で活躍する機会をサポートする

今回参加した現代アーティスト3名のコメントからも分かるように、企業による制作場所、展示場所、保管場所の提供には大きな効果が期待できる。事業背景でも説明した通り、日本の現代アーティストが海外で注目を集めるにはサイズの問題が一つの課題となっている。

この課題に対する一つの解決策として、企業の所有している資産を活用したサポートが増えることは大きな効果があるだろう。またアートに関心のある企業に対しては、作品をコレクションするだけではなく、今回の株式会社ジェイアール東日本都市開発が商業施設の空いている区画を提供したように、企業の遊休空間をアーティスト支援につなげることが重要である。

アーティストが大きなスケールで表現を継続していくことを企業が支えていけるエコシステムを目指す必要がある。

(3) コレクションだけではない企業側の選択肢を提供する

企業がアートに関心を持つ理由が多様化している現状を考えると、現代アーティストの表現が平面の作品に留まることのない現在のアートシーンを鑑みても、これからのアートへの関わり方として作品を所蔵するだけではない選択肢がより増えてい

くことは間違いない。組織開発や企業ブランディングなど、既に多くの企業がさまざまな試行錯誤を行っている。こうした過去に収蔵した作品の活用によって得た収益を教育機関等へ投資することで、例えば研修プログラムを開発していくことなどもありえる。今回の実証事業の中でも、こういった企業の取組を長年サポートしてきた当事者であるNPO法人アーツイニシアティヴトウキョウの塩見有子氏から、現代アートはアーティストと直接コミュニケーションを取れることが一つの魅力であり、企業で働く人たちにとってもアーティストとコミュニケーションすることに意義があるという指摘もあった（※7）。

※ 7トークイベントアーカイブ「[企業がアートと向き合うことー複雑で豊かな価値についてー](#)」

（4）リサーチャーや学芸員・キュレーターのようなアートの専門家を巻き込む

企業の所蔵しているアート作品についての調査もより幅広く行う意味では専門性の高いリサーチャーや鑑定機関と連携することは必須である。美術館などとも連携することで、企業のコレクションが美術史に対して持っている意義に関してもより認知を広げることが可能となる。また学芸員やキュレーターのような作品をきちんと評価・批評できる専門家たちとも連携をすることが重要である。現代アーティストやアート作品に対しての評価・批評を増やしていくことは、アーティストの表現をより豊かにするための機会であり、また海外のアートシーンと接続をするためにも必須の条件となる。また、企業側にとっても専門家による評価・批評などの文章があることで、販売価格などだけに囚われない視点で作品の価値を知る機会となり、積極的にアーティスト支援などに関与していく後押しになるのではないかと期待できる。

（参考）「KADOWSAN」について

The Chain Museumでは企業がアート作品を所蔵するだけではない新しい選択肢として、アーティストからアート作品をリースして展示する「KADOWSAN」という事業を展開している。この取組は企業側に作品を購入するだけでなく、作品を一時的に借りるという選択肢を提供することで、アート作品の収集や保管まではハードルが高いと感じている企業にも、現代アートに触れてもらう機会を提供する事業として2022年にスタートしている。これにより、アーティストも作品を展示する機会を得ることができ、また保管するコストを負担することなく、逆にリースにより継続的な収入源になることも期待される。



今回の実証事業で制作されたアート作品も、この「KADOWSAN」の仕組みを活用して、企業に期間限定でリースして展示する予定である。

※現代アートとグリーンのサブスクリプションサービス「[KADOWSAN](#)」

以上