

～都市での新たな文化の醸成～

六本木アート・トライアングル

～美術館の相乗効果～



南條 史生
NANJO Fumio
森美術館館長

美術館が美術・芸術作品を鑑賞する場所としての役割を担うだけでなく、街づくりや地域づくりと結びついている。首都東京六本木において、3つの美術館と街がコラボレートした状況とは…。

六本木アート・トライアングルの展開

2009年3月28日、東京六本木で「六本木アートナイト」が実施された。この元となるアイデアはパリで毎年開催されている「ニュイ・ブランシュ」である。端的に言えば「街の中で開催される一晩限りのアートのお祭り」である。街の公共空間、ビルのロビー、地下通路、個人のアパートの窓などに、平面的立体的、あるいは映像などの様々な作品を展示して、夜通しアートを楽しもうというものである。

このイベントを実現するにあたっては、六本木にある3館の美術館連合「六本木アート・トライアングル」の存在があった。3館とは国立新美術館、ミッドタウンのサントリー美術館、それに森美術館である。六本木の交差点を挟んで、3つの異なったコーナーに位置する3館は、最初の共同作業として、2006年に

六本木のアートマップ「アトロマップ」を発刊した。プロモーションや一部の広報活動を、3館で一緒に実施しようというコラボレーションの試みである。将来的には、何か共同のイベントを実施しようという話も常々出ていた。

しかし、3つの美術館が一緒になって一つのイベントを実施するのは、決して簡単ではない。通常、展覧会の企画は2年ほど前に決定しているため、日程や内容を急遽変更することはできない。となると、イベントのコラボレーションは、よほど早くから周到に準備しなければ困難である。しかし、もしそれが、たった1日限りのことであれば、コラボレーションの可能性は高まる。そこに、このアート・イベントの話が多数の組織から提案され、「やってみよう!」ということになった。



写真3 新しい倉庫群も会場となったヴェニス・ビエンナーレ2009

実施してみると、その効果は期待以上であった。準備期間がほとんど3ヶ月しかなかったのに、集客は大変成功したといえるだろう。また目玉となったヤノベケンジの巨大なロボット「ジャイアント・トラヤン」も衆目を集め、広報に多大な貢献をした。土曜日午後6時から日曜日朝6時頃までの実施時間中は、一番イベントが集中するコアタイムに、どの程度の人出になるか予測がつかなかった。しかし、午前3時に屋外広場に行ってみると、目視で500人前後の人が集まっていた。予想以上に人々の期待に応えたイベントであったことを実感した。また、これを機会に3美術館だけでなく六本木ヒルズ、ミッドタウン、六本木商店街振興組合、あるいは21_21デザインサイトなど地元周辺のアート・デザイン関係組織が相当数参加したことによって、「アートによる街づくり」「アートによる地域の連帯」という新しいプラットフォームが形成されたことが重要な成果だったのではないかと思う。

街とアートの関わり

「街がアートといかに関わるか」ということを分析してみると、およそ3つの手法があることがわかる。それは、①街のシンボルとなる美術館、②街を基盤にした展覧会、③街の彩りを作り出すパブリックアート、ということである。

①の美術館は、基本的に恒久的な組織や存在であるために、「長期的に文化・芸術を振興していく」

という主催者の強い意思表示になる。なぜなら、美術館は美術振興の専門的な組織であり、いったん始めたら、そう簡単にやめられないからである。

②の展覧会の典型的な例が、ビエンナーレ(2年に1回開催の意味)やトリエンナーレ(3年に1回開催の意味)と呼ばれる大型の国際展で、同じ街で周期的に開催されるものだ。最古はヴェニスのビエンナーレで、19世紀末に始まり、すでに100年以上たっている。こうした国際展は、世界におよそ300以上もあると言われており、日本では横浜トリエンナーレ、越後妻有トリエンナーレ、福岡アジア美術ビエンナーレが代表的なものである。また、一度限りの街の中の展覧会となれば、さらに数多く開催されている。

③のパブリックアートも、日本では1980年代から流行した経緯があり、今やかなり普及した街づくりの手法と言える。大きな公共空間にはしばしば大型彫刻が設置され、駅舎やロビーには壁画がはめ込まれている。このようなアートは、わざわざ観客が美術館に足を運ばなくても、人々の生活空間にアートを挿入することで、日常的にアートを楽しむ環境を作り、目に見える形で街の文化を演出することができる。

美術館は恒常的な存在であるから常に経費がかかるが、常時存在することで、その街のアイデンティティと文化的なシンボルとして、高い機能を確立している。また人的ネットワークの基盤となり、創造産業の元締めとしてソフト産業の振興に大きく貢献している。一方、展覧会はイベントの特性で瞬間的に注目と観客を集めることができる。またその街の名を冠することで、シティセールスのツールともなっている。開催していない時期は経費がそれほどかからない。さらに、パブリックアートは街の恒常的なアイコンを作り出す。「あの街の入り口にはあの作品がある」といった看板のような効果を発揮し、特定の開発事業に特徴を与え、他の開発事業に対する差異化の道具としての役割を果たす。



写真1 六本木アートナイトの開会式で火を噴く「ヤノベケンジの《ジャイアント・トラヤン》」2005年



写真2 東京ミッドタウンに集結した「平野治朗の《GINGA》@六本木」2009年

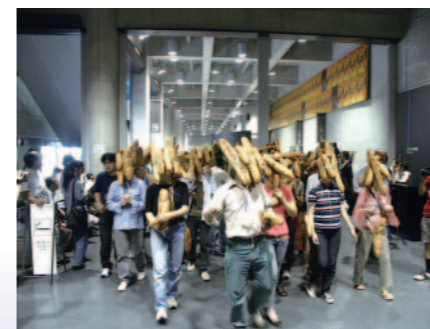


写真4 ヨコハマトリエンナーレ2001の市民によるパフォーマンス



写真5 福岡アジア美術館と屋上庭園のパブリックアート



写真6 別府の温泉で展示されているサルキスのビデオ作品



写真7 別府国際観光港第2埠頭ターミナルにあるマイケル・リンの壁画作品



写真8 十和田市内の飲み屋街に設置されたチェ・ジョンファのシャンデリア



写真9 十和田市現代美術館の展示室と外部照明

二つの街中展覧会

六本木でアートナイトの後に開催された、特徴的な二つの街中展覧会の例を挙げる。一つは大分県の別府の街で、4~6月に開催された「別府現代芸術フェスティバル2009混浴温泉世界」という魅力的なタイトルを冠した現代美術展である。別府温泉という昔から有名な温泉街と現代美術の取り合わせの妙が人の興味を引き、東京からも多くの観客が訪問した。これは別府市内の古い旅館、町屋、フェリーターミナル、使われなくなったクラブやバーなどに作品を展開したもので、街の歴史を読み解きながら、普段見られない裏街の奥の院まで入り込ませてくれる、きわめてユニークな企画だ。街並みの保存再生の事業ともリンクして、多方面につながりと発展の可能性を見せた。

もう一つは青森県の十和田市現代美術館が中心になって、4~8月に開催した「チェ・ジョンファOK!」展である。これは十和田市の商店街で、韓国人作家チェ・ジョンファの様々な作品を展開したものだ。美術館の展示室ではチェ・ジョンファの個展を開催し、作家紹介を行っている。しかし、この展覧会の最大の特徴は、営業している15ほどの店舗やスーパーマーケット、古い飲み屋街などを利用している点である。この実施には大変手間がかかるが、インパクトは多大である。実際この展示のおかげで、店舗と市民、来街者の交流が増し、結果的に街を活気づけ、市内の人の流れを変えることになった。美術館が主導して街中の展覧会が実現したという点では、六本木アートナイトと同様の構造を持つ。これは、これからの地方美術館の一つの方向性を示しているのではなかろうか。

なお、この現代美術館の建築デザインはSANAAの西沢立衛によるもので、そこでは白い小さな箱状の展示室が20以上も空き地に展開するというのがコンセプトとなっている。それは市内の他の空き地にも飛び火して増築・展開が可能で、これは現代のメ

タボリズム(生きて、新陳代謝する)建築であり、街と融合する美術館でもある。建物の外には彫刻が立ち、また歩道からはそれぞれの展示室の内部が見えている。このようなあり方は、美術館全体が一種のパブリックアートとなっているとも考えられる。

ユニークな六本木ヒルズの街づくり

このような視点で六本木ヒルズを見ると、そこには森美術館があり、パブリックアートがあり、今や「六本木アートナイト」という六本木全体の街中のイベントがある。街とアートにかかわる3つの手法がすべてそろったといえるだろう。そして、そのことによって六本木の街に新しい方向性を生み出した点が、六本木ヒルズの街づくりのユニークさではないだろうか。

美術館は社会に対し何ができるのか

日本の美術館の設立の流れを見ると、大きな転換点がある。それは、1990年代半ばに起こったのではないと思う。それは、1980年代までの補助金を建設費にあてる公共投資を目的とした美術館建設ブームから、過疎化しつつある地方都市の活性化のための地域振興型美術館への転換である。前者は、しばしば地価の安い郊外にあり、観客の利便性を無視している場合が多い。後者は、街の中心部や商店街の直近などに建っている場合が多く、例として熊本市立現代美術館、福岡アジア美術館や

前述の十和田市現代美術館などがある。いずれも街の中心部にあり、開発事業と



写真10 六本木ヒルズの顔となった「ルイズ・ブルジョワの《ママン》」



写真11 森美術館の52階の入口であるセンターアトリウム

一体化している。また金沢21世紀美術館は、市中心部の学校の跡地を利用した広場が美術館であるという設定である。

このように、今や美術館は単に美術品の倉庫として、静かに愛好者のみのために存在しているのではなく、「社会と人々に対し何ができるのか」という問いの前で、その答えを模索しつつ、試行錯誤する時代に入ったのではないと思われる。

地域の様々な活動の相談役や指南役

美術館は「地域活性化がミッション」ということであれば、展示室で展覧会をやっているだけではすまない。必要なことは、美術館が街へ出てイベントや展覧会を開催し、美術の普及活動に尽力し、住民と交流し、パブリックスペースに作品を残していくといった活動である。美術館はアートと観客を結ぶプロフェッショナルな組織として、そうした実践をしてみせる必要があるのではないか。これはすべての美術館に該当する美術館像ではないが、しかし、多くの公立美術館に該当するだろう。また私立美術館でも、六本木における森美術館のように同じ問題を共有することは多々あるだろう。

そのような観点から美術館の活動を見直せば、美術館活動の別な可能性も浮かんでくる。それは地域の様々な組織、学校、介護施設、刑務所、駅、空港などとのユニークな連携、あるいはインターネット上のネットワークの基盤作り、あるいは農業、水産業、伝統工芸とのコラボレーションによる産業の活性化や再生、あるいは新しい産業の創造である。この場合、アーティストインレジデンスなどによる人的交流の創出と、そうした交流による市民の「知」の活性化などが課題となる。こうした試みは、まだあ

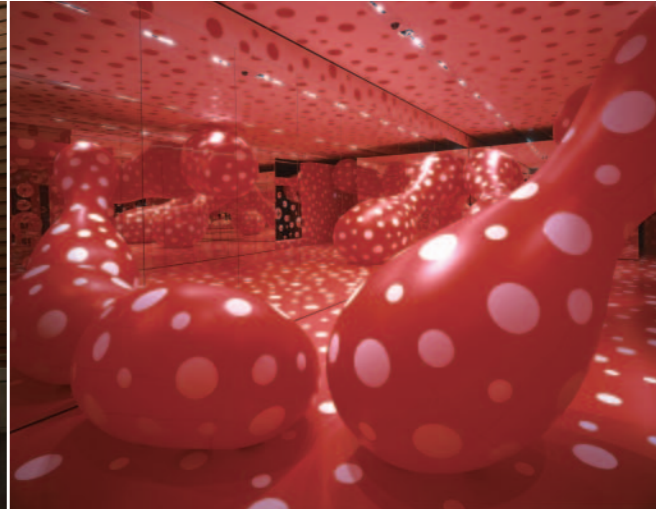


写真12 森美術館で2004年に開催した「クサマトリックス:草間彌生展」

まり実例がないので、どのような具体的成果に結びつくかは予測できないが、美術館が地域の様々な活動の相談役や指南役になることができれば、社会における存在意義は大きい。

美術館とアートが日本の未来を拓く

街をつくるということは、そこで人間がこれからどのように生きていくかというビジョンを示すことでもある。六本木ヒルズの場合、美術館が夜10時まで開館していることで、夕食の前後に美術を鑑賞できる環境ができ、新しいライフスタイルの創出につながった。また美術館は展望台と一体となって、新たなマーケティングや教育機会の創出というユニークなモデルを実現した。さらに多くのアート好きな人々が集まることで、街の雰囲気は変化した。

これからの都市は、今よりもさらに多様な文化、人種、職業の集まった重層性を持った社会になるだろう。そのような社会において、美術館は知的・人的交流のすばらしいプラットフォームになり得るのではないだろうか。そのような基盤の登場によって、アートとは単に絵画と彫刻のことでなく、創造的な見方や考え方だと言うことも自ずと浮かび上がってくるはずだ。それはこれまでのような物と金による豊かさ、物資の蕩尽(とうじん)に対して、環境に優しく、より知的で創造的な新しい価値観とライフスタイルの創造にもつながるはずである。

美術館、そしてアートが日本の未来の再構築に貢献する可能性は大きい。新しい都市の可能性は、そこに生まれるのではないだろうか。

<写真提供>
森美術館