**平成26年度　第1回アートを活かした障がい者の就労支援事業企画部会**

**議事概要**

日　　時：平成26年7月30日（水）10:00～11:40

場　　所：府庁本館 第3委員会室

出席委員：　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　（五十音順）

今中　博之 社会福祉法人素王会　理事長

植木　啓子 大阪市経済戦略局文化部文化課（新美術館整備担当）　主任学芸員

川井田祥子 公立大学法人大阪市立大学都市研究プラザ　特任講師

佐々木雅幸 同志社大学経済学部　特別客員教授

高市　純行 毎日新聞社総合事業局文化事業部　部長

藤田　光司 （元　社会福祉法人大阪手をつなぐ育成会　理事長）

藤原　　明 りそな総合研究所　リーナルビジネス部長

山口　　孝 ギャラリーヤマグチ　クンストバウ

**議事１　アートを活かした障がい者の就労支援事業の今後の方向性について**

資　　料：

資料３　アートを活かした障がい者の就労支援事業の再構築について

　資料４　用語等説明資料（資料３別紙）

　資料５　庁内連絡会議の概要（資料３別紙）

主な意見等：

**障がい者の作品の売買をめぐる課題**

* アールブリュットへの関心が高まるとともに、作品の売買をめぐる問題が顕在化しつつある。

収益の管理をどうするかということが課題。

○　更に、買い手との交渉をめぐる問題もある。海外のギャラリストが作品の買付けに動いている。当初、販売を意図していなかったが、海外のギャラリストから購入要望が出てきたときに対応できるように、成年後見人をつけることを出展の要件とするようになったケースもある。

○　作者の家族や一般的な福祉施設には、こうした交渉の経験・知識がないので、不当に安く買いたたかれたり、良い作品が海外に流出したりしてしまう危険性が高まっている。

○　市場原理というのはそのようなもの。むしろ作品は海外に流出すべきである。それが市場に出回るということ。ある国の中での評価基準が低ければ、高く買う国に流れていくものであるし、それを仲買する者にも必要な利益を与えないといけない。

○　芸術先進国の市場の方が違いのわかるコレクターが多いので高くなり、国内市場はまだ未成熟なので安い、その差額でディーラーが動いてビジネスが始まる。その限りでは、最初はギャップが大きいのは当たり前。海外の評価が国内市場に反映したとき、その作家の作品は上がるのだから、そこを見越して最初は安くてもいい。

流通する、作品が広がるということは、評価も広まっていくというように市場的にも受けとられる。だから、今出ている値段で流通はさせるべきだし、認知度を高めることの方が先ではないか。

* この議論をするときの出発点は「山高ければ裾野広し」で、やはり頂点は高くしたい、よく言われる「イチローを出せ」と、イチローを出すための戦略というものは今のような話でいい。

しかし、ただ裾野も広げたいわけで、この裾野のところでは、ある程度専門的な障がい者アートについてマネジメントができる人材が必要になってくるのではないか。

○　障がいのある作者の場合、作者個人が直接売買に関われないという特性があるのではないか。

○　福祉側がアーティストをちゃんと守れない状態にある。こうした事態を避けるため、マネジメントのサポート体制が必要ではないか。

また、最低価格を保証するような制度があった方が良いのではないか。福祉側が法人ごとにそういった体制をつくることは困難。また、施設、事業所に属していない人もいる。

○　その点が一番、アートと福祉の難しいところではないか。確かに、主体性というかはっきりした認識と判断でもって、アーティストが売買に関わることができないということがある。

福祉目線からいくと、正当な利益、恩恵を受けるために最低保証価格というような仕組みが必要かなと思うが、純粋にアート側から見るとそのようなシステムは非常に不自然というか、抵抗感がある。

それが逆に、本来、この事業が目指している障がい者、非障がい者の枠を超えたフラットな市場での評価というところに一つ疑問符を投げるようなことにならないか。

* 障がい者ではない作家も、大半はギャラリーもしくはマネジャーが付いていて、作家に対してどれだけの製作費と生活費を渡せばよいか分かった上で、販売価格の判断ができる。福祉施設でもそのようなノウハウを持っているような人がいないとうまくいかない。
* そこがポイントになるだろう。一つは、障がい者アートの専門になるようなギャラリーが成立するかどうか。それから、福祉事業所に、あるいは集合的に置いてもよいが、マネジャーのような方を置けるかどうか。そのことが、この問題をある程度解決をするし、事業の目的としては、そのようなことを念頭に置かなければいけない。

**クラウドファンディングの活用**

* 「山高ければ…」の「山」を生み出すためには、早く公募展の受賞者を海外に紹介をした方がよい。そのことの気運を高めてクラウドファウンディングをすればお金が集まると思う。公募展をあまねくやっていくということではたぶんお金は集まらないと思う。

そして、このような形で世に送り出すことができましたとなれば、そこからまた裾野が広がるというようになっていくと思う。

**アートフェアへの出展以外のプロモーション**

* アートフェアの出展料については、それぞれのアートフェアによってばらばら。Art Osakaの場合は、画廊に負担がかからないように、という発想。

東京のフェアは世界で一番高い。ただ、一等地であるということもあるし、話題性がある。商いはあまりできないけれど、世界中から業者も集まるし、宣伝費という感覚もあるかと思う。

○　例えば、国際交流基金など文化系の公的な助成を活用して、海外の公的施設で個展をする等の方法は検討できないか。その場のセールスという観点ではアートフェアの方がもちろん良いが、特にパリなど、既に日本のアールブリュットに対する注目が集まっているので、将来的なセールスという視点で、展覧会というプロモーションのやり方もあるのではないか。

○　極端な言い方だが、美術館もアートフェアのブースも画廊も、価値は同じでは。要するに、見せるポイントであって、きちんと美術的に評価をするようにすればよいこと。

○　アートフェアより美術館の方が良いという意味ではない。アートフェアは展覧会などより刺激的な部分があり、ギャラリストの仕掛ける展覧会というものは、むしろ美術館などでやるものよりも一歩も二歩も先をいっているところがある。

でも、どうしても民間のものに対して公的な助成金や補助金はつきにくい。何かのプロモーションで、いわゆる民間的な場所で、となるとなかなかお金が付きにくいとしたとき、予算がない中で行政がこうした事業をすすめようと思えば、文化系公的資金の活用も一つの可能性としてあるのではないか。

**東京五輪に向けた文化プログラムの展開との連動**

* 2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けた関西での文化プログラムにどう関与していくかを考えることも必要。パラリンピックとの関係でいくと、ロンドンオリンピックのときは、アンリミティッドという障がいを持ったアーティストのプログラムをやっている。こうした動きにかんでいくには、大阪府内で大阪府がどうするかという狭い話だけでやるのではなく、もう少し広げてオール日本とかオール関西とかで障がい者の芸術のための事業化を2020年目途にしてやっていく視点も必要では。

オリンピックの文化プログラムは2016年から4年間やる。あと2年、1年半くらいでスタートする。この事業をやりながらそのような動きにも入っていけたら注目度も上がる。別にパリでなくても、日本に来てもらい、ここで海外の障がいのあるアーティストも一緒にやって何かを作る、というようなことが提案できていくとおもしろい。

**議題２　第４回公募展の実施について**

資　　料：

　資料６　第4回公募展　開催計画（案）

　資料７　第4回公募展　報道提供資料（案）

　資料８　第4回公募展　募集要項（案）

主な意見等：

○　公募展の開催計画については概ね了承。

○　例年、二次審査から入選作品展の準備がかなりタイトなので、告知のチャンスを逃している面もある。昨年度は、チラシの配布が遅れて、会場の障がい者割引の周知が充分でなかった。可能な限り、余裕をもった準備をお願いしたい。

○　応募用紙の販売意思のアンケートについては、掲載文面の修正は必要ないが、逆に販売したいという要望があった場合にどのような対応ができるかということはある程度考えておく必要があるのではないか。