

今、横浜美術館ではチエース・マンハッタン銀行コレクション展が開かれている。七〇年以後の現代美術を集めた、すべれた企業コレクションとして注目をあびている。〇〇会社コレクションとか、〇〇保険、〇〇石油、〇〇鉄道コレクションなど、企業なぞが、企業が美術品を収集する習慣は欧米社会では一般的である。会社のオーナーが、単なる美術愛好家であるという域にたどりまらず、あくまでも社会への文化的還元という視点、あるいは、時代の芸術品を次の世代へ伝え残そうという意味性から、積極的な、大規模なコレク

ションがされている。企業には美術専門のブレンを置き、美術評論家や画廊(画廊)とも密接なコンタクトが取られている。コレクションする作品も、一つの時代のどの傾向の作家と、ターゲットが絞られている。

たように、現代では企業や資産家が芸術文化のパトロンになっている。日本の企業でもサントリーやブリヂストン、出光やリッカーなどが充実したコレクションを誇っている。最近では企業の指針

画を膨大な金額で購入し、企業コレクションに加えている現実がある。本当のよき美術コレクターになるには時間が掛かる。そして社会的文化的成熟度が必要条件となるようだ。

さて沖繩の企業コレクション

はどうだろう。六〇年代に琉石(剛)が名渡山愛順作品を収集しているだけである。その後の企業コレクションは聞いた

# 唐獅子

## 美術と企業

上原 誠 勇



喜代 砂川・カット

場合が多い。また、すでに評価の定まった作家作品はもとより、むしろ、将来が有望な若手作家たちにテコ入れする姿勢が強く感じられる。かつての王侯貴族が芸術家のパトロンであっ

もコーポレイテスタータスからコーポレイトアイデンティティに移行しつつあるといわれる。しかし、金あまりの日本、財テク(?)ではないかもしれな

ことがない。沖繩の企業家は芸術に興味も理解もないのだろうか？

(画廊沖繩代表)

いのだが、クラシックな泰西名