



マリク・シャガール

役割は時代の資産家や企業家が担って来ている。

今世紀の企業コレクションがよく現れているのがアメリカの美術館だ。米国にはボストンや、ワシントンDCのスミソニアン、ニューヨークの近代美術館、メトロポリタンとあり、各都市にも世界の名画をコレクションした美術館がある。

それらの美術品の多くは企業家や資産家のコレクション寄贈によるものと言われる。

事実、昨年ニューヨークの近代美術館を訪れた時、現代画家フランクステラの作品の横に銅板に刻られた〇×会社コレクションという文字を見る事が出来た。又、ある部屋の展示場には〇×会社コレクション展と銘打った展示会も見ることが出来た。

アメリカの企業ではいかに高額の税金を納めたかではなく、いかにいい絵を美術館に寄贈したかで、ある種のコーポレートステイタスを保っていると聞いている。

ちよつと回りくどいような話になったが、企業は今コーポレートアイデンティティの時代に入っている。いい変えれば、いかに企業としての人格を形成するか？と言う事か。

戦後の日本経済は発展に発展を遂げて来た。今日では世界一の金持ちニッポンである事は周知の通り、専門の美術情報誌によると、外国の美術関係者の日本経済界に対する批判は手キビシイ。「ジャパンマネーが世界の絵画をつり上げた」、「日本は世界の経済大国だが、国内の美術家を育てようとしてない」、「日本は金に物を言わせ、世界の名画を買いあさっている」、「日本の企業は美術品を投機の対照としか見てない」