

美という名のエネルギー

vol.10

栗原直弘

(古美術商)

第三章 「美」の意味と価値 ③

「美」の所有

俗に「金持ちの道楽」といわれるよう、美術品や古美術に興味の無い人にすれば、それらを所有することは金銭的に余裕のある人の蒐集癖ぐらいに思われているかもしれません。

もちろん皆様には、金銭的にも精神的にも余裕があるからですが、さまざまな品物が溢れ、価値観が多様化した現代では、海外の別荘やプライベート・ジェットなどに価値を見いだしている方もおられます。

では、このような時代に、高価な美術品や古美術を所有する意識や意味とは一体何なのでしょうか。また、古美術や美術品の売買を生業としている我々は一体何を目的として売買しているのでしょうか。

美術品などなかつた時代

では何故、読者の皆様は「小さな薔薇」を購入し、美術品や古美術を購入しているのでしょうか。そして、それらを所有する目的とは何でしょうか。

この論考のVOL. 4で書いたように、

日本では明治初期まで美術品や古美術という括りではなく、すべて使用可能な道具であり、調度でした。

古代から明治初期まで、今で言う「美術品」として流通していたのは古書画や茶道具、舶載の工芸だけでした。ただ、当時一流の職人が制作した献上品や贈答品、晴れの席用に作られた物は珍重され、ほとんど使われずに蔵に保管されて伝えられてきましたが、それ以外の物はすべて実用の消耗品でした。

もちろん、その時代に「仏教美術」などという言葉ではなく、それは衆生の勧進か寄進によるものでした。また、献上品や贈答品、晴れの席や寄進などの需要や制作は、金銭的な売買を目的としたものではなく、先ず「物ありき」であり、それぞれの施主

の思いや職人達の心意気が反映されていました。それ以外はすべて「道具」であり、その流通は中古品や不用品など、古道具としての流通でした。

明治の開国とともに西洋の思想と資本主義が持ち込まれたことで、日本の道具類は美術品として商品化され、金銭的な価値を与えて流通に乗り、貨幣経済や金融のシステムに組み込まれてきました。では、そのような金銭的な価値は一体誰が決めたのか、そして、そもそも美術品に大金をして購入する意味や価値とは何でしょうか。

ノーブル・オブリゲーション

幕末明治の動乱と太平洋戦争後の混乱、そして、その後の階級闘争と情報の氾濫によって、多くの日本人がすべての価値を金

錢に置き換えて判断するようになり、お金さえ出せば誰でも買える高級外車や海外の別荘などを購入し、他に見栄を張ることをステイタスとしてきました。

このような流れの中で、「美」の本質や「美」を所有する意味は忘れられ、我々美術商までもが、古い物をすべて「お宝」にしてしまいました。このことで、美術品や古美術を通して自らの「智」を養うこともなくなり、戦後の日本人は「品格」ばかりでなく、「審美眼」までも失ったと私は考えています。

日本にも戦前まではノーブル・オブリゲーション（高貴なる者の務め）という考え方がありました。これは、貴族やお金持ちの「たしなみ」として、美術品や古美術に深い造詣を持つて保有し、また職人や作

家にさまざまな注文を出すことで、文化や技術を守り伝えるという意識であり、それが、そのような立場にいる人々の自負心でもありました。

弊店のイタリア人のお客様で、日本に来られるたびお立ち寄りいただき、印籠をお求めいただくコレクターがおられます。数年前にその方が言われたのは、「日本人は貧しいね、フェラーリ買う金があつても、自分の国の美術品の美しさを理解してない」と、私はこの言葉を重く受け止め、このような論考を書き始めたのです。

そして、そのようなお客様が美術品や古美術を所有する理由には、さらなる意味と秘密があるのでですが、その秘密は次回お話しします。