

# 大衆性の乏しい準公共財としての文化、 芸術的財サービスへの補助の論理

— 文化経済学的な一接近 —

小 林 好 宏

## 要 約

1. 文化、芸術的財は市場性が乏しく採算ベースに基づく供給が難しい。  
そのため政府補助や民間の寄付に依存せざるをえない。政府補助を正当化する根拠は何か。それは、教育に対する補助とほぼ同じ論理である。教育は、子どもの居る直接的受益者だけでなく、子どもの居ない人々にとっても、次の世代を健全に育てることによって効用をもたらすからである。芸術に対する補助も同様、美術館や交響楽団は、直接足を運ぶ愛好者だけでなく、住民全体に満足をもたらすと考えられ、したがってそれに応じた税金を払うことは妥当と判断される。これが準公共財とよばれる理由でもある。
2. 同じ芸術的財、サービスといっても、かなりポピュラーなものから、少数者にしか理解されない大衆性の乏しい芸術までいろいろである。大衆性の乏しい文化、芸術への補助の根拠はもう少し違った要素が必要である。筆者はこれについて、時間の要素と価値財の概念の二つを中心に説明を試みた。

この種の芸術文化の愛好者は、高学歴の者が多く、中高所得者に多い。それに対して国民の税金で補助をするということは、通常の所得再分配が高所得者から低所得者への再分配を意味することからすれば、逆所得再分配ということになる。これについての、説得的論拠が必要になる。筆者は、時間の要素に加えて、芸術文化が鑑賞能力を要すること、それは教育はもちろん、日常的に接触しうる環境条件によって高められること、それが結果的に効用をもたらすことによって説明した。

3. 国家レベルでも地方政府レベルでも同じであるが、特に地方において、その地域の文化活動などに補助をする場合、自治体の首長はどうしても多数者に支持されるものを優先しがちである。議会制民主主義のもとでは、多数決原理であるから、選挙で票を沢山獲得出来る政策を優先せざるをえない。そのような中で、少数者しか支持しないけれども、きわめて価値のある財やサービスに優先的に資金を投ずることを住民に説得しうるものはなにか。単に首長の見識といってすましうるものか。筆者は首長の見識に加えて、住民のガバナビリティーが重要であると考える。
4. 文化や芸術的財、サービスは多様に拡大、発展を示してきた。特に技術進歩は、新しい文化的財をもたらしたが、それは従来の芸術の需要をいっそう増大させる場合（補完）もあれば、従来の芸術に取って代わる場合（代替）もある。文化、芸術の関連分野が相互に補完的な効果をもっていることが望ましいことはもちろんである。過去の事例では、テレビの普及は映画を衰退させたが、大相撲やプロ野球はいっそう盛んになった。その理由は何かを明らかにすることによって、補完効果を活かす方策を検討した。

舞台芸術（演劇、歌劇、バレエ、シンフォニー）の場合は、サービスであるが、それは時間消費的という特徴をもつ。したがって類似の文化的財だけでなく、他の時間消費的サービス（プロスポーツなど）も、競合的であり、代替的である。それに対して、舞台芸術はライブであると

いうことの優位性だけでなく、付带的サービスによる需要拡大を図らねばならない。

---

教育、文化、芸術などの財やサービスは、通常の財サービスと同じように、市場を通じて供給することが困難なことから、政府が財政的に補助するのが多くの国で一般的になっている。もちろん補助の仕方はその国によってさまざまであり、政府補助もあれば、民間による寄付もある。一般的に言って芸術、文化団体の収入は政府の補助金、民間の寄付金、事業収入の三つからなっている。その場合、特に政府の助成が正当化される論拠を分析検討するのが本稿の第一の課題である。

一般的に芸術文化は準公共財と言われるが、その中でも多種多様なものがある。比較的大衆性があり、多くの人から支持される文化的サービスから、大衆性が乏しく需要する層が限られている芸術文化サービスまで多様である。問題は、大衆性が乏しく少数者にしか需要されないサービスに優先性を見いだして助成する場合の論拠である。ここで「大衆性の乏しい」といったのは、いわゆる **highbrow** な芸術をさしている。<sup>1)</sup>

芸術文化の経済問題はいろいろあるが、経済学の視点からの分析の最も初期の代表的なものは、ボーモルとボウエンによる研究であろう。<sup>2)</sup> これは、舞台芸術（音楽、演劇、オペラ等）に対する補助が1960年代の米国で本格化したことを背景にして論じられたものである。その場合、何故、補助が必要かということの論拠としては、文化、芸術サービスが否応なしに生産性が低く、市場を通じて供給することが本来的に難しい分野の代表例だからである、ということである。この時期、米国では芸術、文化を支援することを目的とした21世紀財団が設立されているが、21世紀財団による補助を巡る問題を論じたものに、デイック・ネットアーの業績がある。<sup>3)</sup> 米国以外の他の国でも、文化、芸術への補助をめぐる問題を論じた研究が

多く現れた。英国では、ケンブリッジ的な経済学で知られるマルク・ブロウグや公共経済学のアラン・ピーコックの文献は1960年代から出ている。<sup>4)</sup> また、オーストラリアの経済学者デイビッド・スロスビーとグレン・ウィザーズの1979年の著作は大きな影響を与えた。その他、ドイツとスイスの経済学者、フライとポメレーネの研究も重要な文献とされている。<sup>5)</sup> こうした諸研究は、いずれも文化、芸術サービス、特に舞台芸術についての助成の根拠や、在り方を分析している。

本稿は、もちろん、そうしたこれまでの成果をふまえた上で、なをかつ重要な論点を取り上げ、分析しようとするものである。一つの問題は舞台芸術といっても愛好者が比較的多く、営利事業としても成り立つ可能性のある交響楽団、著名なバレエ団、歌劇やミュージカルなどから、営利事業としてはきわめて難しい舞台芸術まで幅広い。その場合、**highbrow**と定義される中でも需要に幅がある場合、大衆性の乏しいものを優先することがありうるか、ありうるとしたならどういう論拠か、について掘り下げて検討することにより、公共政策、あるいは公的意志決定に関わる問題点を提示したいとおもっている、それが一つの動機である。

一般的に言えば、教育、文化、芸術一般については、その活動が直接の受益者だけでなく、その地域住民あるいは国民に利益あるいは効用をもたらすという意味での外部性がある。したがって、直接、美術館や劇場に足を運ぶ直接的受益者ではない間接的受益者が、その受益に見合った税金を支払うことは、十分根拠のあることである。そこで出てくる問題はポーラーケースすなわち外部性がきわめて大きくて受益者がすべての国民である、というようなケース、たとえば国防のようなケース、すなわち純粋な公共財ではなく、外部性の及ぶ範囲が空間的にも、あるいは効用を見いだす人々の層においても限られているケースを、どう扱うかということである。一般的にはそれは準公共財として扱うが、その中でもいっそう限定的なケースが、大衆性の乏しい準公共財である。<sup>6)</sup>

本稿のもう一つの動機はつぎのごとくである。芸術に補助金を出すにしても、それが多少とも経済的効果をもたらすことは望ましいわけであり、その効果の中から経済学の基本タームとして知られる代替性と補完性という点に注目し、その観点から分析を行うのが目的である。特に注目するのは、complementarityすなわち補完性であり、それがこれからの経済を考えるとときのキーワードであると思われるからである。

補完効果を活かすという場合についても、ポラーケースつまりまったく市場性がなくて非営利の事業としてほとんどすべてを公的な補助に依存しなければ成り立ち得ない、というものと、反対に、やり方を工夫すれば市場的に成立しうる可能性のあるものまで幅広い。サブカルチャーや大衆芸能はほとんど市場的に供給されるが、いわゆるhighbrowは難しい。しかし工夫は常に要求される。その工夫の仕方として、代替、補完の概念を用いた分析を試みよう、というのが、ここでの問題である。

以上に加えて、高度な芸術に対する国家助成が、逆所得再分配である、という批判に対してどう応えるか、と言う問題、更に、議会制民主主義の政治のもとで少数者にしか支持されない活動に対して優先性を与えるとしたなら、それはどんな根拠か、という点についても論及したい。

最初に第1節では、芸術文化、特に舞台芸術についての補助の必要性に関するこれまでの議論を展望する。2節では、補助の妥当性——根拠、についての議論を展開し3節では、その中でも大衆性の乏しいサービスについて優先する根拠をめぐる問題及び、逆所得再分配に対する批判に応える論点を示す。4節では、芸術関連の波及効果に注目して代替性と補完性をめぐる議論をとりあげる。

## 注

- 1) Highbrowを定義しているものとして、Laurence W. Levine., Highbrow / Lowbrow, Cambridge, Mass, Harvard University Press,

1988がある。

- 2) William J. Baumol And William G Bowen., Performing Arts ; The Economic Dilemma, New York. Twentieth Century Fund, 1966.  
これが、芸術の経済学的分析に関する、古典とも言うものである。
- 3) Dick Netzer, The Subsidized Muse, A Twentieth Century Fund Study, Cambridge University Press 1978 参照
- 4) Alan Peacock., Public Patronage and Music, An Economist View, Three Banks Review, 1968.  
—— (Economics, Cultural Value And Cultural policies,) Towse, and A. Khakee eds, Cultural Economics, Springer-Verlaag, Berlin. 1992.
- 5) C. David Throsby and Glenn, A. Withers., The Economics of the Performing Arts. New York ; St Martins, 1979.  
Bruno S Frey and Werner W Pommerehne., Muses And Markets ; Explorations in the Economics of Arts. Oxford : Basil Black well, 1989. などを参照
- 6) 外部性Externalityとは、ある経済活動が取引の対象者だけでなく、取引相手の周辺にまでその影響を及ぼす、そのような性質を指す。例えば、教育サービスは授業料という価格を代償として教育を受ける相手に対して提供されるが、その効果は教育を受けた子ども達だけでなく、彼らがよい子に育つということで近隣の住民はもちろん、地域社会全体ひいては国家全体に影響を及ぼす。芸術文化サービスも同様で、そのサービス活動が、その都市や、地域の雰囲気にも影響を与え、住民の誇りや満足にもつながる。これが直接的受益者でなくとも、その満足の代償として税金を払うことを是認する根拠となる。

## 1. 補助、支援の必要性

芸術分野の活動について、営利事業として行われるもの以外に、公的補助を行うのは、基本的に二つの理由による。一つは、そもそも市場的に成立しうるだけの採算がとれないという、採算性の欠如、もう一つはその補助を社会的に認めうるだけ、社会に与えるなんらかの貢献があるということ、この二つである。もし二つめの要因がなければ、採算性の有無にかかわらず補助する根拠はないわけであって、この二つの要因は不可分である。

第一の採算性の欠如について、それを最初に理論的に示したのはボーモルとボウエンである。<sup>7)</sup> ボーモル達が指摘している基本的な点は、通常の製造業などに比した場合、製造業では、長期的には生産の拡大とともに、生産性の増大が起こり、もしも他の条件が変わらなければ単位当たりコストは低下するのに対し、舞台芸術などは、そうした生産性の上昇がないか、あるいは、きわめて難しい。生産性の上昇は技術進歩によるか、規模の経済性によるかのいずれかによるが、舞台芸術の場合はそれがふつうの製造業などと違って、難しいのである。例えば、演劇やオペラの場合は、舞台装置にコストがかかり、それは固定費であるから、同じ装置を用いる演目の公演回数を増やすことによって、単位当たり固定費を低下させることは、ある程度できるが、他方、出演者の賃金は一公演あたりいくらというケースが多いと思われるので、公演回数に比例して増えるだろう。多分、管理的経費と装置費が固定費であって、それはたしかに、同一演目については、公演回数の増加とともに低下するだろう。<sup>8)</sup> しかし、基本的に生産性は製造業のように上昇しない。それに対して賃金は他業種の賃金上昇とある程度歩調を合わせて上昇する傾向にある。その結果、単位当たり賃金コストは上昇する。これがボーモル等の指摘した基本的な点である。<sup>9)</sup>

ボーモルとボウエンは1965年の論文ですでに、舞台芸術においては、生産性はほとんど変化しないにもかかわらず、賃金は他産業と同様に上昇せざるをえないことから、単位当たり費用が上昇すること、他方、非営利企

業の場合はなおのことだが、価格は低水準に抑えられる傾向にあり、その結果、収入不足と費用上昇が常態化することを指摘している。この論文は翌年の共著に収録されている。<sup>10)</sup>

この仕組みをボーモルは、1967年の論文で定式化して説明している。<sup>11)</sup> それは技術進歩が絶えず起こる産業と、技術進歩がほとんど起きない産業というように、産業を二つに分けた場合、この二つの産業で時間の経過とともに何が生ずるかを示したものである。

そこでボーモルは次のような前提をおく。

- (1) 両部門の生産性の上昇率に差がある。
- (2) 一方の生産性の上昇は、同じ割合で賃金を上昇させる。
- (3) 一方の賃金上昇は、他方の賃金上昇に波及する。

この三つの前提である。

経済は、二つの部門から成るとする。部門1は、生産性の上昇がほとんどない産業、例えば芸術産業、部門2は、生産性が絶えず上昇する産業、例えば多くの製造業であるとする。それぞれの部門の生産量、雇用量等は添え字1、2、で表す。それぞれの生産量を $Y_1$ 、 $Y_2$ 、労働投入量を $L_1$ 、 $L_2$ とする。tを期間とすると、t期の各部門の生産量は

$$Y_1 t = a L_1 t \quad (1)$$

$$Y_2 t = b L_2 e^{rt} \quad (2)$$

で表すことができる。ここで、eは自然対数の底、rは技術進歩率である。かくて第2部門では時間とともに労働生産性は $e^{rt}$ の割合で増大する。

他方、賃金率は、部門間で等しくなる(賃金率の波及)としよう。部門2の賃金上昇率は、自部門の生産性上昇率に等しいとする。部門1では、生産性は上がらないが賃金は部門2と同じ割合で上昇する。部門2の賃金水準は(3)式のように示される。



$$W_t = W e^r \quad (3)$$

この結果、部門2では生産費は一定に保たれるが、部門1では費用は限りなく上昇する。各部門の生産費を $C_1$ 、 $C_2$ とすると、

$$C_1 = W_t L_1 t / Y_1 t = W e^r L_1 t / a L_1 t = W e^r / a \quad (4)$$

$$C_2 = W_t L_2 t / Y_2 t = W e^r L_2 t / b L_2 t = W / b \quad (5)$$

かくて生産性上昇のない部門1ではコストは累積的に増加する。

この結果、部門間に生産性の格差がある場合は、技術進歩がなく、需要の価格弾力性が小さい部門の生産は限りなく縮小せざるをえない。両部門の費用格差は次のように示される。

$$C_1 / C_2 = (L_1 t / Y_1 t) / (L_2 t / Y_2 t) = b e^r / a \quad (6)$$

もしも両部門の需要の価格弾力性が等しく、価格と費用が比例しているなら、部門1の価格は上昇し、需要は縮小する。

このようにして、ポーモルは1967年の論文では、生産性格差がある場合、低生産性部門は理論上は縮小せざるをえないことを示したのである。<sup>12)</sup>

もちろん、この分析はきわめて抽象化したモデルによっている。ここでいう部門1が舞台芸術であるとして、生産性上昇がまったく無いかといえ、そうとは必ずしも言えないであろうし、技術的に様々な工夫がなされていることも確かであるが、他産業と比較すれば、生産性上昇率は間違いなく低い。

以上は、主として採算性の欠如という点に注目したポーモルの議論をみたものである。ポーモルは、政府による補助や支援を必要とする理由として生産費が上昇せざるをえないという、供給側の条件を重視した議論を展開した。しかし採算性の欠如のもう一つの理由は、需要側にある。すなわち、いわゆる高度な芸術は大衆性のあるそれと違って鑑賞能力ともいうべ

きものが必要であり、需要自体がきわめて限られている。しかし、もしも社会的に鑑賞者をふやすことが望ましいとすれば、需要増大のためのなんらかの措置が必要になるというものである。

芸術鑑賞には、教育などを通じたある種の能力、消費技術（skill）の向上が必要であるということを指摘したのは、シトフスキーである。<sup>13)</sup> 芸術の需要増加のためには、スキル自体を向上させる教育か、あるいは価格補助による需要増が必要になる。

ところで、ここでもう一つ関わりのある問題が生ずる。一般的に言えば、いわゆる高度な消費技術を身につける者は、高学歴で子どもの頃から、お稽古ごとなどになじんできた高所得者の子弟に多い。もし政府の補助によって高度な芸術を支えたとすれば、その補助金は貧困層も含めた税金によってまかなわれるわけであるから、所得の逆再配分になる。それは所得再配分が目的としている平等化の思想に反するのではないか、という反論がありうる。いわゆる高度な芸術、大衆性の乏しい芸術に対する政府補助は、その意味での不公平性をもたらすと言う議論が出てくる。これに対してはどう説明するか、ということが問題である。<sup>14)</sup>

こうしたことを含めて、次節では、準公共財としての高度な芸術に対する政府補助の根拠について、述べる。

## 注

7) W, J, Baumol and W, G, Bowen., Performing Art ; The Economic Dilemma. 1966, Chapt 8

8) 演劇やオペラなどでは、舞台装置が固定費の中でも大きい。この固定費は公演回数に関わりなく要する費用である。したがって100日公演などというように、同じ演目を何度も繰り返すと、一回の公演当たりの固定費は低下する。営利事業としての演劇の場合、同一演目で反復公演の可能な演目を持っているかどうかは、採算上きわめて重要であ

る。一人の名優の演目で数十年にもわたって続けられた例はいくつかある。例えば、かつての文学座で杉村春子が演じた森本薫の女の一生がそうであり、最近でもなお続いているのは、森光子による林芙美子原作、菊田一夫脚本の放浪記が、おそらく2008年に2000回をかぞえることになる。(因みに、2005年末で1795回を数えている。) これらは数十年もかけているのであるから、すべて同じ舞台装置というわけはないが、それでも固定費をかなり節約していることは間違いない。

ミュージカルでは劇団四季がその方式を採用して成功している。キヤッツやオペラ座の怪人、美女と野獣などは、札幌や福岡などの地方大都市で百日どころか300日をこえる公演をほぼ一年間にこなしている。この場合は舞台装置や仮設小屋など、同じものであるから、固定費の節約効果はきわめて大きい。

- 9) このメカニズムを簡単に示すと次のようになる。通常の財、例えば製造業と舞台芸術産業とでは、賃金はほぼ同じだが、生産性は製造業で増大する。記号を次ぎのように定める。

$q_1$  ; 通常の産業の生産性

$w_1$  ; 通常の産業の賃金水準

$q_2$  ; 舞台芸術の生産性

$w_2$  ; 舞台芸術の賃金水準

単位当たり賃金費用 (unit labor cost) はそれぞれ

$w_1/q_1$ 、 $w_2/q_2$ である。それぞれの増加率をドットで表すと

$$\begin{array}{ll} \dot{q}_1 > 0 & \dot{w}_1 > 0 \\ \dot{q}_2 = 0 & \dot{w}_2 > 0 \end{array}$$

その結果、製造業ならば  $\dot{w}_1/q_1$  は時間とともにさして変わらずに推移するが芸術分野では  $\dot{w}_2/q_2 > 0$  で推移する傾向がある。

つまり、たえずコスト上昇に直面する傾向にある、というのである。

- 10) W, J, Baumol and W, G, Bowen, On the Performing Arts : The Anatomy of their Economic Problems, American Economic Review, Vol 55 ( 2 ) May, 1965  
——The Performing Arts——The Economic Dilemma, 1966
- 11) W. J. Baumol, Macroeconomics of Unbalanced Growth ; The Anatomy of Urban Crisis, American Economic Review Vol 57 1967
- 12) この仕組みは、我が国の1960年代において卸売物価は長期的に安定しているにも関わらず、消費者物価が趨勢的に上昇していることを説明する議論として当時、盛んにとりあげられた生産性上昇率格差インフレーション理論と、同じ仕組みである。すなわち、卸売り物価指数の構成品目には中間財や資本財など比較的大企業で生産されるものが多く含まれるのに対し、消費者物価指数を構成する品目には、消費財やサービスで中小零細企業によって供給されるものが多い。したがって大企業で生産されるものは生産性上昇率が高く、賃金上昇率が生産性上昇率の範囲内におさまる結果、価格は安定ないし低下傾向を示すのに対し消費者物価のほうは、中小零細企業で供給されるものが多いから、生産性上昇率は低く、賃金が増加した場合、それを生産性の上昇でカバーすることが出来ない。当時は労働力不足が目立ってきた時期で中小企業は特に人が得にくく、賃金上昇率が大企業のそれを上廻り、価格が上昇しつづけた。これが、消費者物価の趨勢的上昇をもたらした原因とされている。

この時期は、日本経済が労働力過剰型から労働力不足型へと転換する時期でありその結果、労働力不足による賃金上昇率が高かった。しかも、それまで大企業と、中小企業の賃金格差がきわめて大きかったのに対し、労働市場の逼迫によって、むしろ中小企業の賃金上昇率のほうが高く、大企業との賃金格差を縮めていく時期でもあった。生産性上昇率は大企業のほうが高く、賃金上昇率は中小企業のほうが高い。

大衆性の乏しい準公共財としての文化、芸術的財サービスへの補助の論理

その結果、中小企業部門が相対的に価格を上昇させたのである。それは次のような図式で示される。

大企業部門を添え字 1、中小企業部門を添え字 2 で示す。

産出量はそれぞれ  $Q_1$ 、 $Q_2$ 、雇用量は  $N_1$ 、 $N_2$ 、価格は  $p_1$ 、 $p_2$  とする。

生産性は

$$q_i = Q_i / N_i \quad i = 1, 2$$

賃金支払額を  $W_i$ 、一人当たり賃金率  $w_i$  とする。

$$W_i = w_i N_i$$

いま両部門の付加価値額を  $Z_i$  とすると

$$Z_i = p_i Q_i$$

である。

$$Z_i / W_i = k_i$$

とすると

$$Z_i = k_i W_i = k_i w_i N_i$$

同様に

$$Z_i = p_i Q_i$$

であるから

$$p_i Q_i = k_i w_i N_i$$

両辺を  $N_i$  で割ると

$$p_i q_i = k_i w_i$$

$$p_i = k_i w_i / q_i$$

すなわち、価格は賃金と生産性の比に、労働分配率の逆数である  $k_i$  を掛け合わせたものである。いま変化率をとり、ドットを付して表すとすれば

$$\dot{p}_i = \dot{k}_i + \dot{w}_i - \dot{q}_i$$

いま分配率が安定しており一定と仮定しうるとすれば、

$$\dot{k}_i = 0$$

かくて両部門の価格の変化率は

$$\dot{p}_1 = \dot{w}_1 - \dot{q}_1$$

$$\dot{p}_2 = \dot{w}_2 - \dot{q}_2$$

生産性上昇率は、 $\dot{q}_1 > \dot{q}_2$

他方、賃金格差は縮小する過程にあるから、賃金上昇率は中小企業のほうが高い。その結果、 $\dot{w}_1 < \dot{w}_2$ 。中小企業において賃金上昇率が生産性上昇率を上回るとすれば

$$\dot{p}_2 > 0$$

大企業では生産性上昇率がきわめて高かったので

$$\dot{p}_1 \leq 0$$

であった。この結果、中小企業を中心に構成される消費者物価は趨勢的に上昇したのである。

もちろん、芸術分野においてもコスト上昇にともなって価格が上昇していけば採算は成り立ちうるが、価格が上昇しても、需要が不変であるほど、需要の価格弾力性がきわめて小さい場合を除き、一般的には、価格上昇にともなって需要減少が生ずる。しかし高度成長時代には、消費者物価指数を構成する品目の多くが、必需品的性格の強い消費財やサービスであるため、需要の価格弾力性が比較的小さいものが多かったこと、更に名目賃金が上昇し所得水準が上昇しているときであつて、その結果、消費需要は価格の上昇にも拘わらず増大した、ということがある。そのことが、生産性格差インフレーションと呼ばれる特殊な状況を生み出したものといえる。

- 13) その消費にスキルを要する高度な芸術の場合、学校教育のような準備段階としてのスキルの向上を目指した訓練があるだけでなく、演奏会や劇場に通っているうちに、享受する能力が高まるという意味での学習効果がある。

いずれにせよ、鑑賞能力がなければ需要されないという意味で、需

要面からの制約がある。この点を指摘したのはシトフスキーである。

Tibor Scitovsky, Arts in the Affluent Society—What's Wrong with the Arts is What's Wrong with Society, American Economic Review May 1972

ところで、文化芸術サービスの供給についていえば、供給するサービスの質が重要な問題になる。そして消費者の享受能力が高まるほど、供給されるサービスの質も高まると言う面がある。このような消費者の享受能力と財、サービスの質の関係は、日常生活の中にどれだけ良質な文化的財が供給されるかを決定する重要な要因となる。

高い享受能力を持つ消費者の存在が質の高い文化的財をもたらす条件を理論的に分析したものに、京都橘女子大学の坂本崇氏の研究がある。氏は進化ゲームの理論を応用してこの問題の分析を行う。すなわち両者の関係を消費者と生産者の共進化の過程としてとらえる。つまり進化論という異なる種が相互に影響しあいながら進化する過程を共進化というが、この過程を分析する枠組みを示したのが進化ゲームの理論である。

通常のゲームの理論では、プレーヤーが対戦によって生じる結果は利得 (pay off) と呼ばれ、それはプレーヤーがその対戦から得られる利益と解釈されるが進化ゲームの理論では「適応度 (fitness)」と解釈される。適応度は、その戦略をとる主体が次期にどれだけの子孫を増やすことができるかを表す指標である。

この進化ゲームの理論を応用し、生産者、消費者の適応度のもとで、進化の結果、高い享受能力をもつ消費者と質の高い文化的財を生産する生産者とがともに生まれるプロセスが生じうる条件について検討するという手法を採っている。

詳細は、坂本崇「文化的財の生産者と消費者の共進化——高い享受能力を持つ消費者は質の高い芸術をもたらすか？——」文化経済学

第3巻 第13号（通巻12号）2002年3月参照

この議論はきわめて興味深いが、文化的財の市場の成立条件を考え  
た場合、次のようなジレンマがある。それは質の高さと消費者の数と  
が反比例の関係にあるということである。すなわち享受能力を持つ消  
費者は少数であり、文化的財の質が高まるほど、需要の規模が限られ  
てくるという問題である。しかし他方、学習によって享受能力をもつ  
消費者が増える側面もある。一方で質の高度化は享受能力のある消費  
者の数を制限する傾向があるが、他方でより享受能力の高い消費者を  
増やす、という側面もある。この二面性を考慮しながら最適な均衡を  
求める、という分析も考えられる。

- 14) 池上惇、植木浩、福原義春「文化経済学」有斐閣 第4版 2005年第  
8章、参照

## 2. 政府補助の妥当性

前節において、大衆性の乏しい高度な芸術に政府が補助金、助成金を与  
える根拠について、市場が成立し難いこと、採算性の乏しさ、と言う点か  
らこれまで論じられてきた議論を中心にみてきた。市場が成立しないとい  
う意味は、公共財のように外部性が強く排除原理が成り立たないという意  
味での市場の不成立ではなく、コストが高く、それを償うだけの価格設定  
をしたなら需要がますます減退し採算ベースでの供給が不可能であるとい  
う意味での、市場の不成立である。

この場合、コスト高の原因は生産性の増大が困難なこと、それに対して  
関係者への賃金の支払いは他産業と同様に決まるため、単位当たり費用が  
上昇するという仕組みが基本にあった。

もう一つの根拠は需要側の要因である。すなわち需要が限られているこ  
とから採算ベースに乗りにくいということである。需要が限られている理  
由として、高度な芸術は鑑賞技術を必要とし、それに対する教育が必ずし



も十分でないことから、需要が増加しえないということである。これを指摘したのは、すでに述べたシトフスキーである。

これらの研究は、文化芸術産業が採算をとりにくい産業であり、したがってその意味で市場が成立し難いことを示したものである。しかしそれだけでは、その供給に対して税金で補助をする根拠に乏しい。では、政府補助の根拠は何か。前節ではこれを、芸術文化サービスには外部性があるということで説明した。すなわち文化によってもたらされる効用あるいは利益が直接的受益者以外にも及ぶ。したがってそれは準公共財とみなすことができる。この場合、外部効果に等しい部分が外部効果の受け手である一般住民から税として徴収され、それが外部効果を発生した芸術サービス産業に補助金としてあたえられると、理にかなっている。舞台芸術の場合、直接の受益者は聴衆、観衆であるが、では外部効果の受け手は誰かといえば、それは特定化できない。結局一般財源から補助金が支出されることになる。以上が主として前節で説明した芸術的財、サービスへの補助の論拠である。しかしそれだけでは、少数者にしか支持されないような、文化的財への補助の根拠は十分には説明されない。

もう一つの根拠は、芸術文化が価値財であるとみなされる場合である。外部性の有無は財、サービスのもっている技術的性格にもとづくものであるが、価値財はその社会にとって望ましいと見なされる財、サービスで、社会の秩序維持や福祉の向上など社会的目的にとって価値がある、と判断される財である。芸術文化も、その中の一つに数えることが出来る。マズグレーブは、価値判断を伴うような、この種の欲求を価値欲求 *merit wants* と呼び、これを満たす財である価値財は消費者主権を前提とする私的財に対して、消費者主権に制限を加え、公共的に供給することが正当化されると説明している。<sup>15)</sup>

芸術文化にはこのような価値財的な要素があると考えられる事が出来る。ところで、ここで問題は準公共財といっても、その内容、性格はまちまちで

ある。教育、医療、文化など、いずれも外部性があり、かつなにがしか価値財的な要素もあるという点では共通しているが、内容はそれぞれ異なる。比較的高度なオペラ、クラシックの音楽等については、外部性の性質や及ぶ範囲も異なる。舞台芸術についてみると、直接的受益者は入場者である。それ以外にはまず、その活動から波及した関連産業であるが、一般住民に及ぶ外部効果は直接には測りがたい。

関連産業への波及効果は、生産の外部効果であり、舞台芸術の場合は準備から上演に至る過程で、さまざまな外部効果を発揮し、それを生かして事業を展開する業者も数多くある。例えば劇場までの交通機関の利用は交通事業に効果を及ぼす。では住民が受け取る外部効果はどれか。政府が補助金を出すのは、住民、市民に与える外部効果があるからである。それはどのようなもので、どれくらいの範囲に及ぶか。

舞台芸術の場合、直接聴衆や観衆となる受益者はそれに応じた料金を支払うし、劇場までの交通費を支払うことによって交通事業者に利益を及ぼしている。もちろん劇場周辺のレストランや喫茶店も外部効果の受益者であり、劇場に通う人々は料金を支払って効果を享受している。

では、そうした効果と直接関係なさそうに思える一般市民にとっては、どんな効果が及んでいるのだろうか。例えば、演劇でも音楽でも直接ファンでなければ、一見、恩恵には浴していないように思える。したがって、無関係な多数の市民にとって、自分たちの支払った税金の中からほとんど関心のないものに補助金を支払うことは納得しえないかもしれない。程度の差はあるが、これは教育の効果に似たところがあるかもしれない。

(1) その存在や活動自体が、その地域の文化活動水準の高さをもたらし、それが人口の流入や文化関連産業の進出に役立つ。(2) その存在自体が直接は関心のない市民にとっても誇りになる、自慢の種になる、という意味での効用をもたらす。(1)、(2) いずれも外部効果である。芸術文化の場合、その質やレベルが高いほど外部効果の及ぶ範囲は広いというこ

とが出来る。世界的レベルの芸術家の存在は、国民全体にとって誇りでもあるから、それが国民にもたらす効用は大きいし、その意味での外部効果の及ぶ範囲は、全国的である。他方、ローカルレベルの文化芸術団体もあり、それはその地方にとってはきわめて重要でかつきわめて大きな意味を持っているが、全国的にみれば似たようなものは各地域にある、といったものもあるだろう。そうした場合、公共財に対して地方公共財の概念があるように、地方準公共財というべきものもある。

この点は公共財一般をめぐる問題と共通である。しかし文化、芸術に関していえば、価値財的な要素がより強い。市場にまかせていたなら成立することがむずかしいが、しかし、国にとって、あるいは地域社会にとっては重要だ、というものは多くある。その中でも問題になりうるのは大衆性が乏しいがために、多くの人々に支持されているわけではないが、為政者やあるいは限られた知的エリート達にとってはきわめて重要と判断される文化、芸術についてである。特にある限られた知的階層の人々にとって価値のある文化、芸術活動に助成をとした場合、次の問題が生ずる。概して言えば、高度に知的な内容を持って、かつ、その消費に鑑賞能力を要する文化、芸術活動の愛好者は、高学歴で比較的高い所得階層に属している。これに対して税による補助を与えるということは、所得の逆再分配という面をもつ。これを妥当と見なせるか否か、という問題がある。

このように考えてくると、文化、芸術に対する助成、それも大衆芸能やいわゆるサブカルチャーではなく、比較的小数者にしか受け入れられない文化活動に対する助成にはいくつかの点で批判あるいは反対がありうる。第一に準公共財と言いながら、その効果の及ぶ範囲は小さいのではないということ、つまり、直接的受益者以外にその効果を見いだす層は限られているのではないか、ということである。

もう一つは、直接、間接の受益者が少数であるだけでなく、比較的高学歴で中高所得者に多い、とすれば、それに対する政府補助は、通常の所

得再分配の逆の効果をもたらすことになる、それでも敢えて恵まれた少数者にしか支持されないような文化、芸術に助成すべきか、と言う批判である。

これに対しては、おそらく次のような説明が妥当ではないかと考えられる。つまり、高度な鑑賞スキルを持つ層は固定しているのではなく、経験の積み重ねによって多くの大衆がやがて鑑賞能力を高め、効用を見いだすようになるかもしれない、言い換えれば、層が厚みをましてくる。それは社会全体にとってより望ましい。特にその対象が価値財であるならば、その価値を認知しうる社会層が増えるほど望ましいわけであり、highbrowな芸術文化に対する助成は、それら文化の供給を増大させ、それはやがて大衆にとっての環境変化をもたらし、やがて鑑賞スキルをいっそう高めることになる。眼に触れるもの、耳に聞こえてくるものが、highbrowな芸術であれば、それはちょうどOJTのように、自然と人々の鑑賞能力を高めることになる。所得再分配の議論は所得階層を固定したうえでの議論である。政府補助の妥当性をめぐる問題については、所得階層は固定していたとしても、鑑賞スキルを持つ層は変わりうる。そこが重要な点である。

## 注

15) 最初に価値財の概念を提示したのはマスグレイブである。

Richard, A. Musgrave., *The Theory of Public Finance*, New York McGraw-Hill 1959. 大阪大学財政研究会訳「財政理論－公共経済の研究」有斐閣 1961

R, A. Musgrave., 'Merit goods' in Geoffrey Brennan and Cliff Walsh (eds.), *Rationality, Individualism and Public Policy*, Canberra, Center for Research on Federal Financial Relations. Australian National University. 1990

### 3 大衆性の乏しい文化的財を優先する根拠

準公共財としての性格をもつのは医療も教育も同様であり、芸術についても大衆芸能あるいはサブカルチャーと呼ばれるものも、準公共財という性格を持っている。しかも効用の及ぶ範囲は広い。それにも関わらず少数者にしか支持されない文化的財サービス供給を優先的に支援する根拠は何か、これが本稿の中心テーマであった。そこでこの問題を考える場合、多様な視点がありうるが、特に二つに絞って考えて見たい。一つは少数者にしか支持されないものを敢えて優先することの意味であり、これは多かれ少なかれ地方自治体などでは、首長の決断にまかされる事柄であるが、そのことが持っている政治的あるいは公共政策的な意味に関わる問題である。第2は、少数者にしか支持されないとは言っても、そのほうが良いわけではない。一般的に言えば舞台芸術活動団体は非営利事業であるから、その行動原理は通常の営利企業のように利潤最大化行動ではない。たとえばスロスビーは、非営利企業である文化サービス業の行動原理は、その供給するサービスの供給量の最大化と質の高度化を目的にするといっている。あるいはスロスビーとウイザースもそうであり、彼らは非営利企業の行動目標は、聴衆、観衆の最大化であるという。<sup>16)</sup> もし質の高度化と生産量の最大化を同時に達成しようとするとうずかしい問題に直面する。質を高度化すればするほど需要は限られてくる可能性がある。そうなると質の高度化と生産量の最大化あるいは聴衆または観衆最大化とは両立しにくくなる。だから量の問題と質の問題は分けて考えた方が良く、という指摘もある。<sup>17)</sup> そういった問題はあるものの、少なくとも良質の文化的財をより多くの人に供給することが望ましいことは間違いない。

そこでまず第一の少数者にしか支持されないサービスに優先性を与えることの問題について述べる。

文化芸術的財の供給に補助金を与えるのは、それが社会的に正の効用をあたえること、(別な表現をすればwelfareの増進に役立つこと)を前提と

した上で、それを市場を通じて供給することが不可能だからである。もし  
いささかでも市場成立の可能性があればすぐれた起業家が現れて、たちま  
ち事業化するだろう、というのが、自由主義的な経済学者の見方である。  
(だから余計な規制はくわえるべきではないという考えにつながる。)

しかし、現実には、工夫次第では市場性を見いだすことができるかもし  
れないが、それが困難なため、政府の補助金に依存している、というもの  
が数多くある。それは特に地方準公共財に多いだろう。その場合出来るだ  
け市場が成立するように工夫することが望まれる。市場が成立する可能性  
のある分野は、比較的支持者が多い分野である。そして、どうしても市場  
の成立が難しい分野に限って公共的支援を行うことが望まれる。

しかし種々の文化的活動団体に補助金を与えるときの順位づけは、どう  
しても支持者の数の多い順番になりがちである。それは自治体の首長は選  
挙によって選ばれる立場にあるから、多くの票を獲得するために、支持者  
の多いサービスに優先的に公共資金を配分しがちになるからである。これ  
は政治的意志決定が、数の論理に支配されることを意味している。

他方、ローカル単位で市場が成立しうするためには、需要の規模が必要で  
あり、そのためには背後人口がある程度なければならない。なぜなら、文  
化的財サービスでも特に舞台芸術はサービスであって貯蔵輸送が不可能で  
あり、かつ、需給の同時性という性質を持つ対面取引であるから、人々が  
通ってこられる範囲において市場が成り立つだけの需要の規模が無ければ  
ならない。言い換えれば、多数者に支持されるサービスは、市場が成立し  
やすいのに対して支持者の限られている大衆性の乏しいサービスの場合は  
市場が成立しにくい。したがって市場成立の条件も、数の論理に左右され  
る。

各種サービスに補助金を出す場合の順位づけについても選挙の際の得票  
を当てにして数の論理に従うなら、結局、大衆性の乏しいサービスは、供  
給しえないことになる。<sup>18)</sup> このような場合、敢えて少数者にしか支持され

ない文化的財の供給に対して助成金を与えるのは首長の見識であるし、また、それを受け入れるのは、住民のある種の民度の高さである。単純に数の論理だけでは動かない、という点が重要である。

政策論的に言えば、もし多くの大衆が望む文化的財があるとすれば、その供給については、できるだけ市場を通じて供給できるように工夫すべきであろう。限られた財源を補助金にまわすのは、高い価値をもっているが、市場をつうじての供給が不可能というものを優先すべきである。

もう一つの問題、すなわち、価値はあるが少数者にしか支持されないものについて、優先的に補助金を与えればそれでよいというものではなく、できるだけ多くの人に支持されるように努めるのが望ましいということについてである。そこで需要が多いか少ないかという意味を掘り下げて考えてみよう。

一般的に、需要に影響するのは、所得と価格であり、所得が与えられているとすれば、需要の価格弾力性が大きい場合は、価格引き下げによって、つまり安価にサービスを提供することによって需要を増加させることが出来る。だが大衆性が乏しい文化的財の場合は、高価格なために大衆に受け入れられにくいとばかりは言えない。例えば、オペラは、比較的高価格であるし、シンフォニーも大規模編成ならば、人件費も増大するから高コスト高価格になりがちである。この場合価格引き下げによって需要を増やすことは可能かもしれないが、コストは償えなくなるかもしれない。これらは、確かに補助金による需要増加の可能性も大きい。

需要の弾力性について考慮しなければならない大きな問題は類似の財、サービスとの競合である。経済学の用語では需要の交叉弾力性であり、いま当該サービスを  $i$ 、競合するサービスを  $j$ 、価格を  $P$ 、需要を  $D$  で示すと、交叉弾力性は

$$dD_j / D_j \div dP_i / P_i = dD_j / D_j \cdot P_i / dP_i$$

で示される。需要の交叉弾力性が大きいほど、競合財の影響力が強い。代替性（競合性）の強弱を表す指標として一般に用いられるのは、需要の交叉弾力性である。しかし、それ以外に類似の競合財、サービスが多いか少ないかも非常に大きく影響する。文化的財サービスの場合はかなり高度なものから、大衆的なものまで幅がある。そればかりでなく、たとえば音楽の例でいえば、生演奏とCDやテープも競合性がある。しかし他面、それら関連の財、サービスが補完効果を持つ場合もある。

文化、芸術的財、サービスにおける代替と補完の関係については次節で取り上げる。ここでは、需要の拡大についてもう少し検討しておくべきことがある。それは、時間をつうじての需要の問題である。需要という場合、一般の財であれば期間当たりの需要量である。舞台芸術のようなサービスの場合、同じく期間当たりの需要であるが、サービスの供給はその都度、2時間とか3時間という時間、一つの舞台で供給される。それが期間当たり何回かということと、1回当たりの入場者数（座席数で代用してもよい）でトータルの需要量が計れる。しかし他の財やサービスと同じように、何年間も需要が継続されるか、きわめて短期間で終わるかの違いがある。もし1回あたりの来場者が少なくとも、毎年のように少しずつ来場者があるのならば、需要量は少ないとは言えない。<sup>19)</sup>

これは書籍やCDなどわかり安い例がある。いわゆる短期間のベストセラーとロングセラーの違いである。ここで取り上げる少数者しか支持していない大衆性の乏しい文化的財、サービスは、1年間というような単位期間内の需要者数で支持者数を見ている。しかしそれは100年も200年も継続するものかもしれないのである。

そこで、この場合、政府補助の役割は、当然それが価値があるからというだけでなく、数を増やすことにつながることを期待しての補助であっていい。

文化芸術への需要が鑑賞能力にも依存することを指摘したのはシトフス



キーであるが、それを定式化していえばつぎのように示すことができる。

文化的財の需要を $D_c$ 、価格を $P$ 、所得を $Y$ 、鑑賞能力を $S$ 、とすると

$$D_c = D_c(P, Y, S)$$

と表せる。この場合、政府補助の在り方としては、供給者に補助金を与え、その分価格を引き下げて需要を増やす、あるいは価格はそのままでもコストが下がるだけ需給均衡点における供給量が増えるという考え方、割引チケットを出して割引分を政府が補うと言うやり方など、いろいろある。それに対してもう一つは $S$ を高めるための教育（学校教育など）がある。と同時に職業上ではOJTがあるように、繰り返し鑑賞するうちに、鑑賞能力も高まることもあり、その効果は大きい。

古典芸能が、たとえファン層が少なくとも守られねばならないのは、それが長い歴史の中で残ってきたものであり、かつ、それが将来も継続することが望ましいと考えられるからである。

## 注

- 16) C, D, Throsby., *The Economics and Culture*, Cambridge University Press 2000. 中谷、後藤訳「文化経済学入門」日本経済新聞社 2002年  
古い文献では、C. D. Throsby and G. A. Withers., *The Economics of the Performing Arts*, New York, 1979, p14参照
- 17) 一般的に芸術団体は、ファン層を拡大することを大きな目的にしているが、同時に質の高度化もまた重要な目標である。この二つは容易に両立しがたいが、二つの相反する目的の適当なバランスが行動の目標になるだろう。すくなくとも営利企業における利潤最大化とはこの点で異なる。
- 18) サービスの特性については、多くの文献で取り上げられているが、特に市場規模との関連でサービスが否応なしに都市型産業であり、サービス経済化はしたがって都市化と裏腹の関係にあることを筆者は以前

- から指摘していた。小林好宏「サービス経済社会」中央経済社 2000.
- 19) 文化的サービスについて舞台芸術の場合を考えると、その需要量は、単位期間当たりの入場者数で示されるが、それは1回の公演における入場者数（座席数を代理変数として示される）に単位期間当たりの公演回数を掛け合わせて示される。1回当たりの入場者数を増やすために座席数を増やせばそれだけ固定費は増大する。そのことから最適な劇場規模が導き出される。

## 4. 文化的財サービスの経済的波及効果

### ——代替効果と補完効果を中心に——

文化的財サービスの中でも、特に舞台芸術を例に考えてみよう。舞台芸術には演劇、音楽、バレエ、オペラなどの他に、類似のものとして映画も含む（すなわち映画館に出かけて鑑賞する映画）としよう。これらの需要に影響する要因として、他の競合的なサービスの存在がある。その場合財の競合性とサービスの競合性で異なるところがある。財の場合の競合性は、似たような効用をもたらす財同士の競合性、あるいは類似の用途をもつもの同士の競争であるのに対し、サービスの場合は時間消費という性格を持っているために、似た効用をもたらすもの同士の競合性の他に、全く異なるサービスだが、時間消費という共通性をもつがために競合性がある。たとえば、今晚映画を見に行くか、日本経済についての講演会に行くか、と言う選択に直面することはしばしばある。ある学生にとっては映画によって得られる効用と経済の講演をきいて得られる効用とは、全く異質であるが、ともに時間を要するという共通性がある。その場合、明日試験があるという事態が発生すれば、今晚講演を聴いて準備をしようということになるかもしれないし、今晚は映画のチケットが割引になる、ということがあれば、映画を見に行くかもしれない。この場合は、異質なものの同士の競争であるが、ともに時間消費という共通性をもつが故に競合が生ずるのである。<sup>20)</sup>

文化的サービスの場合は、このような時間消費という性質から、他の異質なサービス、あるいは時間消費的活動との代替性がある、と同時に物財との競合もある。生の演奏を聴きに行くか、CDかビデオテープを買っておくかという選択による、生演奏とCD、ビデオテープとの代替性である。

代替関係のある他の財、サービスが多くなるほど、当該文化的財サービスの需要は抑制される（他の財サービスにとって代わられる可能性が出てくる）。

代替効果が大きいために一時衰退した文化的サービスの例として映画が挙げられる。これは言うまでもなくテレビの普及によって、茶の間でも映像を見ることが出来るようになった、ということによる。ハイルブルンとグレイはその著書の中で次ぎのような数字例を挙げて示している。<sup>21)</sup> 1947年に米国では、成人一人当たり100ドルの可処分所得のうち94セントを、映画のために支出していた。1975年にアメリカの家庭の97%にテレビが普及した。映画への支出は可処分所得100ドル中、19セントに落ちた。これは1947年における94セントの約5分の1である。その原因はテレビであろう。テレビによって最も代替されたのは映画である。他の舞台芸術も若干影響を受けたが、映画ほどではなかった。例えば、演劇などへの支出は1947年に100ドル中11セントであったのが、1975年には7セントへ低下したが、映画の場合における5分の1への低下に比べると影響はきわめて少ない。なぜ映画がこれほど影響を受けたのか。それは容易にわかるように、テレビと映画は似ているということである。この、似ているという点についてハイルブルン達は、テレビも映画も2次元の世界であるのに対し、演劇など舞台芸術は3次元の世界である、ということを述べる。例えば、バレエは立体的な動きが重要で画面に平面的に映るだけでは物足りない。

生（live）であるということの意味は音楽の場合も重要であるが、音楽の場合はモノラルからステレオへと改善されるから、より生に近づくということはあるだろうが、それでも違う。テレビの普及が映画に与えた影

響は、代替性の例として典型的といえるが、新しいタイプのカルチャーあるいはサブカルチャーが登場して伝統的なそれを幾分代替したという例は他にいろいろある。

生の舞台芸術の場合は、映画とは違うが、サービスであって、その供給の場が同時に消費の場である、という特性を持っている。それは消費活動にとって一つの制約条件である。つまり自分の都合のいいときにいつでも消費できるというものではない。その意味でサービスの中でも催し物サービスは、制約条件が最も厳しい。開催される日付と時間帯が決められているからである。したがって、それだけ制約がきつければ他に代替される可能性は十分にある。例えば、音楽を例にとると、CDやテープの登場は、生とは違うもののいつでもどこでも、好きなときに好きな場所できくことができるという便利さを持つ。したがって、生演奏は場合によっては映画以上に代替される可能性があるかも知れない。たしかに、これらの登場は、当時としては画期的で生音楽に対して代替効果を持った。一般的に考えれば、liveとCDは異なるから、映画がテレビに取って代わられたほどの影響はないにせよ、物財であるところのCDやテープはliveと違って、時間と場所の制約が全くないか、またはあっても限られているため、その利便性ゆえに代替効果は相当大きいと思われる。しかし現実には、代替効果ばかりではなく補完効果もかなり大きい。

演奏会場で、演奏者のCDを販売するということはしばしば行われることであるし、CDを通じて曲や演奏者を知り、そのため生演奏を聴きに行こうということになることも多い。したがって、補完効果のほうが大きいかもしれないのである。これは親近性の深まりが需要に影響するということともいえる。手軽なCDやテープを通じてその曲や演奏に親しみを持つことにより、それが需要増大につながる。これは音楽教室を通じての習熟度の増大が需要を増大させるのと似ている。

需要の拡大が進むと、補助金なしでも事業的に成り立つようになるかも

しれない。それは明らかに社会的、経済的に望ましい。ここできわめて重要な意味をもつキーワードは、**complementarity**（補完性）、である。この補完性をいかに見出し、機能させるか、ということが新産業の成立にとっても重要である。

代替と補完の二つの効果のいずれが大きいかを、我が国の経験からもう少し掘り下げて考えてみよう。ハイルブルンが米国の例を挙げた中で最も典型的な例であったのは、テレビの普及による映画への影響であった。それはもちろん、経済学的には代替である。すくなくとも昭和20年代から30年代初頭、すなわち白黒テレビが普及するようになる以前までは、娯楽の主流は映画であった。白黒テレビが一般に普及し始めるのは、昭和30年代の半ばからで、それは家庭用電気製品の一般家庭への普及と多少前後はするけれどもほぼ同時期といっていい。それとともに映画の衰退が目立ちはじめた。もちろん、映画の衰退の理由はテレビによる代替だけでなく、その質や内容の劣化もあるかもしれないし、娯楽の多様化、豊富化もあるだろう。しかし質の善し悪しの判断を別にすれば、その後の映画製作会社の盛衰や映画館の増減状況を見れば、少なくとも興行的には映画は一時期の隆盛を終えて衰退したことは間違いない。

ところが同じような興業においても、テレビの普及とともに、いっそう盛んになったものがある。我が国の場合、大相撲、プロ野球、いずれもテレビの実況中継を通じて、ますます人気が高まった。

実況中継による人気の高まりは球場の入場者を減らしはしなかったし、大相撲は連日満員御礼ということになった。この場合、考えられることはテレビという実況中継手段の発達で、プロ野球、大相撲の興業そのものを代替しなかった、むしろ補完したということであり、その理由を考察するわけであるが、実況中継そのものは、すでにラジオ中継というものがあつた、という点は念頭に置いておく必要がある。<sup>22)</sup>

テレビ普及前は、ラジオの実況中継にかじりつきというファンはかなり

多くいたし、それは球場や国技館での生のゲームや取り組みに対して代替効果を発揮したというものではなかった。ラジオとテレビを比較した場合、音声だけによる中継と視覚にも訴える場合とでは、明らかに後者のほうがはるかに臨場感があるし、場合によっては外野席で見ているよりは球筋もよく見える、といったことがあり、生よりも楽しめることすらある。しかるに、それによって生の興業がテレビに代替されるどころか、かえって補完効果が強かったのは何故か。これを映画と比較して考えてみよう。

まず大相撲もプロ野球も、限られた場所で限られた時間帯にしか行われないものである。実況中継は時間帯が限られているという点では共通しているが、場所の制約なしに視聴しうると言うところに特徴がある。ラジオ時代には生で見られなくとも放送では聴くことが出来たが、やはり生で見る臨場感や雰囲気、それに応援に加わるといった行為も含めると、生で見ることはラジオでは得られないものがある。テレビになると放映の工夫によって面白さはいっそう増す。臨場感もラジオよりはいっそう増大するが、生で見るのとはやはり違う。むしろラジオ、テレビを通じてゲームに親しむことにより、ゲームのルールもおぼえるし、おもしろみがよくわかるようになる。これは一種の学習効果であり、鑑賞能力を高め、生で見たいという潜在的需要をますます増大させるという意味で、補完効果が大きく表れたと考えることができる。

これにに対して、映画は最初からコピーであるという性質を持つ、と同時に映画館は日本全国、津々浦々にあった。巨人阪神戦は東京ドーム（かつては後樂園球場）なり甲子園球場なり、その球場でしか行われていないのに対し、映画は映画館があれば、配給される限り見ることができた。テレビの登場は画面の大きさの違いはあるものの、映画館から茶の間へ移したという面があり、たとえ迫力の違いはあっても、映像という点では共通している。類似性の強さによって代替されたとみていい。映画館に足をこばなければ、という動機がプロスポーツに比べてきわめて少ない。<sup>23)</sup>

生演奏とCDやテープの関係はどうであろうか。これはすでに述べたように、代替と補完の両方の効果があるだろう。代替をもたらす要因としては時間と場所の制約が少ないという意味での利便性が強いということである。逆に補完効果としては、学習効果がかなり大きい。繰り返し聴くことが出来るという利便性が生で聴いて見たいという欲求や関心を高める効果が強い。

政策論、戦略論としていえば、学習効果による習熟度の増大が、代替効果を上回る補完効果をもたらせばよいわけであり、そのためのさまざまな工夫が重要になってくる。代替効果と補完効果のいずれがより大きいのか、補完効果を高めるにはどうしたらよいか、ということが文化振興の政策的課題となる。代替効果については、これまで見てきたように問題とする文化、芸術と共通性、同質性が強いほど、代替性が強い。これに対して補完効果をみると、学習効果を発揮することによる文化、芸術需要への補完、時間、場所等、消費行為に際しての競合性が少ないほど（言い換えれば代替性がすくないほど）補完効果が強まる。

この両者の性質から二つの効果の働きをやや分析的に考えてみよう。事例として音楽の生演奏というサービスとCDあるいはテープという物財との間の代替性、補完性について考察を加えて見る。

生演奏の量（1回の演奏会を1単位とする）を $X_1$ 、同じ演奏時間を単位としたCDあるいはテープの量を $X_2$ とする。それぞれの単位あたり価格を $P_1$ 、 $P_2$ で示す。代替関係があるか、補完関係があるかは、需要の交叉弾力性の符号に依存する。需要の交叉弾力性は

$$E_{1,2} = \frac{dD_1/D_1}{dP_1/P_2} \quad \text{あるいは} \quad E_{1,2} = \frac{dD_1}{dP_1} \cdot \frac{P_2}{D_1}$$

で示すことが出来る。 $E_{1,2} > 0$  なら1と2は代替関係にある。すなわちCDの価格が値上がりすると、それに応じて生演奏の需要も増大し、逆にCDの価格が値下がりすると生演奏の入場者も減るという関係である。こ

れはすなわちCDの価格が下がり需要が増えると、生演奏の需要が減り、入場者が減少するという関係であり、この場合、CDと生演奏は代替関係にある、ということができる。これに対し $E < 0$ なら1と2は補完関係にある。CDが値下がりして需要がふえると生演奏の需要も増える、という関係である。さて現実には生演奏とCDの関係はどうであろうか。交叉弾力性はあくまでもある財サービスの価格と、関連する他の財サービスの需要との関係をみたものである。 $E > 0$ か $E < 0$ かは、その関係を数値で示しているだけである。問題はどんな理由で符号が決まるのかということである。

生演奏は、すでに述べたようにサービスである。サービスはそのとき、その場だけで供給されるものであり、需給の同時性と需給の場の同一性すなわち同時に同じ場で需給が成立するという性質を持つ。それに付け加えるならば一過性ということであり、まったく同一のものはない、ということであろう。もちろんその他のサービスの特性は共通に持っている。

これに対して、CDはどうであろうか。CDそれ自体は物財である。そこに投入されるのはサービスであるが、それが物財に体化し固定化している。CDを聴くことはサービス消費と同じことであるが、ただ生演奏と違って、消費する場所や時間についての選択が自由であること、反復消費が可能であること（耐久財であるから）が、その特性として挙げられる。CDの欠陥は、唯一、生ではないという点にあると言って過言でない。だからCDの性能が増して生演奏に近くなるほど、代替性が強まるだろう。これに対して生演奏はただひたすらライブであるということの優位性が重要な点であるが、会場の雰囲気であるとか、ロビーでの人との出会いや会話、会場周辺のレストランや喫茶店等、演奏サービスそのものだけでなく、付帯的な環境がもたらす楽しみが、演奏会の魅力を高めることになる。その意味で実演芸術の効用には、街づくりやサービスを中心とした経済活動、交通手段等のインフラなど、多くの事柄が関わりを持ってくる。



生演奏活動、舞台芸術については、そうした広い意味のインフラや都市生活、人々の労働時間や日常の時間の過ごし方、ライフスタイル等がとりわけ大きく影響するが、ここでは議論をそこまで広げずに、生演奏とCDの需要について、代替と補完という点に限定して議論を進める。

一般的にいえば需要に影響するのは所得であるが、単純化のために所得は与件 **a given** としよう。代替と補完という点に議論を集中するなら、需要は対象としている二つの財、サービスの価格、 $P_1$ 、 $P_2$ によって決まる。

$$D_1 = D_1(P_1, P_2)$$

$P_2$ の変化が $D_1$ にも影響する、その影響の仕方で代替的か補完的かということを見たのである。

しかし芸術活動にとって重要な点は、鑑賞のスキル $S$ が需要に影響するということである。したがって、需要は

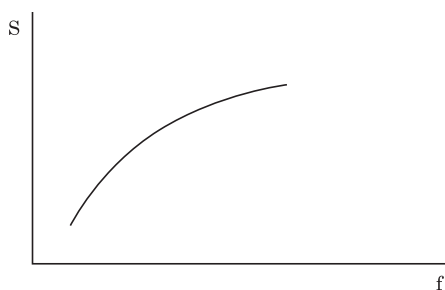
$$D_1 = D_1(P_1, P_2, S)$$

という関係になる。では、 $S$ は何によって決まるか。これは公教育の影響もあるし、家庭環境もある。

$S$ と $D$ の関係について言えば正の関係があるが、CDを聴くことも、 $S$ を増大させる。 $S$ は鑑賞頻度がたかまることによって、いっそう増大する。その頻度の中には、CDの鑑賞も入る。その意味では、CDもテープも、補完効果が大きいといえるかも知れない。例えば、鑑賞頻度を過去に演奏会に足を運んだ回数や、CDやテープの購入量で表し、 $S$ を鑑賞頻度(frequency の $F$ で表す)  $F$ の関数として表せば、 $S$ は $F$ の増加関数となるだろう。

そのようにモデルを設定して分析することもできるが、ここでは、省略する。<sup>24)</sup>

これらの関係をグラフで表す。

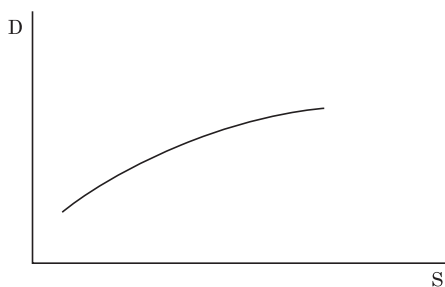


D : 需要量

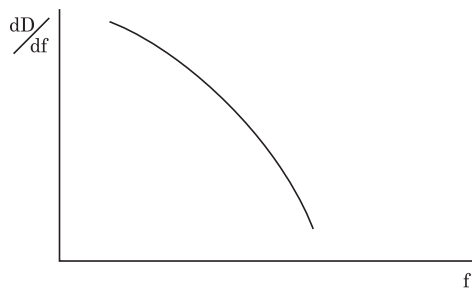
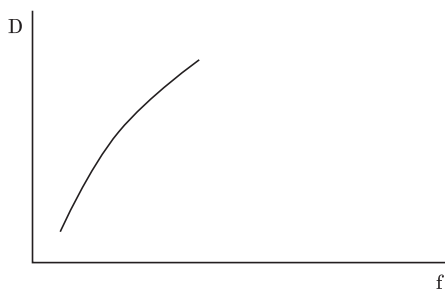
S : 習熟度

f : 鑑賞頻度

$$\frac{dS}{df} > 0 \quad \frac{d^2S}{df^2} < 0$$



$$\frac{dD}{dS} > 0 \quad \frac{d^2D}{dS^2} < 0$$



最後に代替と補完についてまとめをしておこう。

舞台芸術という文化的サービスを例に、他の関連がありそうな財、サービスとの間に代替性があるか補完性があるか、という点についていえば、舞台芸術の場合は、一般の財と違って二重の意味での代替性が生ずる。一つは舞台芸術が時間消費的サービスであるということから生ずる代替性である。この場合、競合する他のサービスが多様にある。まったく異質な行為であっても、時間消費的という意味での共通性がある。音楽鑑賞か映画鑑賞かというたぐいの競合だけでなく、同じ日の同じ時間に、文化とはまったく関係のない他の催しがある場合、それも競合的なサービスである。

代替性と補完性のどちらが強い場合、もう一つの重要な要因は同質性と異質性ということである。すなわち同質的であるほど、類似性があるほど代替性が強まる。このことから、差別化戦略の重要性がでてくることは容易に知られるだろう。

ライブとテレビとの関係についてハイルブルンが、映画はテレビに代替されたがライブは容易には代替されなかった理由として、バレエの例をあげ、踊りの場合、立体感が映像では出しにくく、ライブにはかなわない、ということ述べている。これは、テレビが舞台芸術を映し出すことができても、ライブと同じにはならないという例である。すなわち、一見限りなく生に近いように見えながらどうしても同じにはなれない、ということが容易には代替されない大きな理由である。

これを生演奏とテープやCD、VTRとの比較に置き換えて考えてみよう。技術進歩によってCDが限りなく生に近づく、ということはある。しかし演奏会場の雰囲気なり人との出会い、あるいは終演後、食事をしたり、お茶を飲みながら友と語り合ったり、といった状況、場面はCDでは得られない。したがってCDやテープに代替されないためには、こうした付帯サービスが重要になってくる。

補完効果については、いろいろある中で、鑑賞スキルを高めるような、

親近感を増すような補完的財、サービスが補完効果を最もよく発揮する。

もう一つ重要な要素は、音楽の場合、実際に行われる演奏だけでなく、演奏者というヒトに対する関心が重要である。

オーケストラのメンバーが室内楽団をつくって演奏会を開いたとする。それは一方でオーケストラと競合し客を奪い合うことになるかも知れない。だが演奏者の人気が高まると、オーケストラの演奏会にも大勢客が集まるかもしれない。このように演奏者というヒトが介在する場合、そのヒトに対する関心が相互に補完的な効果を発揮することになるかも知れない。これは、CDがライブにもたらす補完効果と共通しており、ここに文化政策の一つの鍵がある、と、思うのである。

## 注

- 20) 財同士の競合性ならば異質な財同士の競合性はあまり問題にならない。同質性、類似性のあるものほど競合性、すなわち代替性が問題になる。しかし舞台芸術の場合は、時間消費という性質があるために、異質なサービスであっても、時間消費という共通性があるために代替性が生ずる。
- 21) J, Heilbrun and C. M. Gray., *The Economics of Arts and Culture*, Cambridge University Press 2001, pp 7～18参照
- 22) 舞台芸術はプロスポーツと同様、公共財の特性である共同消費財という性質を持っている。共同消費財の場合、それを複数市場に販売することができる。実況中継がそれであり、ラジオ、テレビを通じて放送、放映するということは、球場や劇場でのサービスを同時に放送市場にも売っているということである。
- 23) ラジオでもテレビでも、実際にプロスポーツの場合は、それがなければまったく接することができなかったことが、見たり聴いたりできるようになった、ということで、補完効果が最初から大きかったといえる。

## 参考文献

- (1) Baumol, William, J and Bowen, William, G., On the Performing Arts ; The Anatomy of their Economic Problems, American Economic Review, Vol 55 (2) May 1965.
- (2) Baumol, William, J and Bowen, William, G., Performing Arts ; The Economic Dilemma, New York, Twentieth Century Fund, 1966.
- (3) Baumol, William, J., Macroeconomics of Unbalanced Growth ; The Anatomy of Urban Crisis, American Economic Review Vol 57, 1967.
- (4) Blaug, Mark (ed)., The Economics of Arts ; Selected Readings, London, Martin Robertston 1976.
- (5) Brennan Geoffrey and Walsh Cliff (eds)., Rationality, Individualism and Public Policy, Canberra, Center for Research on Federal Financial Relations, Australian National University, 1990.
- (6) Frey, Bruno, S and Pommerehne Werner W., Muses and Markets ; Exploration in the Economics of Arts, Oxford ; Basil Blackwell, 1989.
- (7) Heilbrun, James and Gray Carles M., The Economics of Arts and Culture, Cambridge University Press 2001.
- (8) 池上惇、植木浩、福原義春「文化経済学」有斐閣 第4版 2005.
- (9) 小林好宏「サービス経済社会」中央経済社 2000.
- (10) Levine, Laurence, W., Highbrow/Lowbrow, Cambridge Mass, Harvard University Press, 1988.
- (11) Musgrave, Richard, A., The Theory of Public Finance, New York

- McGrow-Hill 1957. 大阪大学財政研究会訳「財政理論－公共経済の研究」有斐閣 1961.
- (12) Musgrave, Richard, A., Merit Goods, in Brennan and Walsh (eds) Rationality, Individualism and Public Policy. 1990.
- (13) Netzer, Dick., The Subsidized Muse, A Twentieth Century Fund Study, Cambridge University Press 1978.
- (14) Peacock, Alan., Public Patronage and Music, An Economic View, Three Banks Review 1968.
- (15) Peacock, Alan., Economics, Cultural Value and Cultural Policies ; Springer-Verlaag, Berlin 1992.
- (16) Peacock, Alan., Paying the Piper, Culture, Music and Money, Edinburg University Press, 1993.
- (17) 坂本崇「文化的財の生産者と消費者の共進化－高い享受能力を持つ消費者は質の高い芸術をもたらすか？－」文化経済学第3巻第3号（通巻12号）2002年3月。
- (18) Scitovsky, Tibor., Arts in the Affluent Society—What's Wrong with the Arts is What's Wrong with Society, American Economic Review, May, 1972.
- (19) Throsby, David and Withers, Glenn, A., The Economics of the Performing Arts, New York, St Martings, 1979.
- (20) Throsby, David., Economics and Culture, Cambridge University Press, 2001. 中谷武雄、後藤和子監訳「文化経済学」日本経済新聞社 2002.