

2021.3.4
文化庁 文化審議会文化政策部会
アート市場活性化ワーキンググループ

文化芸術の産業化、社会化、グローバル化 ～アート市場の活性化に向けて～

京都芸術大学 客員教授
一般社団法人 文化産業科学研究所 代表理事
文化批評家、文化産業科学者

石山 徹 Ph.D.

石山 徹 Ph.D. のプロフィール

- 一般社団法人 文化産業科学研究所 代表理事
- 文化批評家、文化産業科学者、発明家、コンサルタント、デザイナー
- 日本大学大学院総合科学研究科 博士課程修了（脳科学）
- 脳科学、心理学の応用研究で『博士（学術）』を取得
- 描画の脳科学に関する研究により、国際特許を取得
- 2015年、イタリアにて国際連合食糧農業機関（FAO）にて特別講演（共同）。その内容が、学術出版される
- 2015年 東京農業大学 客員教授 に就任
- 2015年 一般社団法人 文化産業科学学会 学会長 に就任
- 2019年 アメリカの国際連合ニューヨーク本部にて「日本文化芸術によるSDGs」で国際講演、その内容が学術書の出版される
- 2019年 京都造形芸術大学 客員教授に就任

文化芸術の脳科学・心理学

文化批評、ブランドの科学、ブランド戦略・コンサルティング、SDGsコンサルティング、教育科学
にともづいた教育・能力開発プログラムの開発・運用、知財戦略

本日の流れ

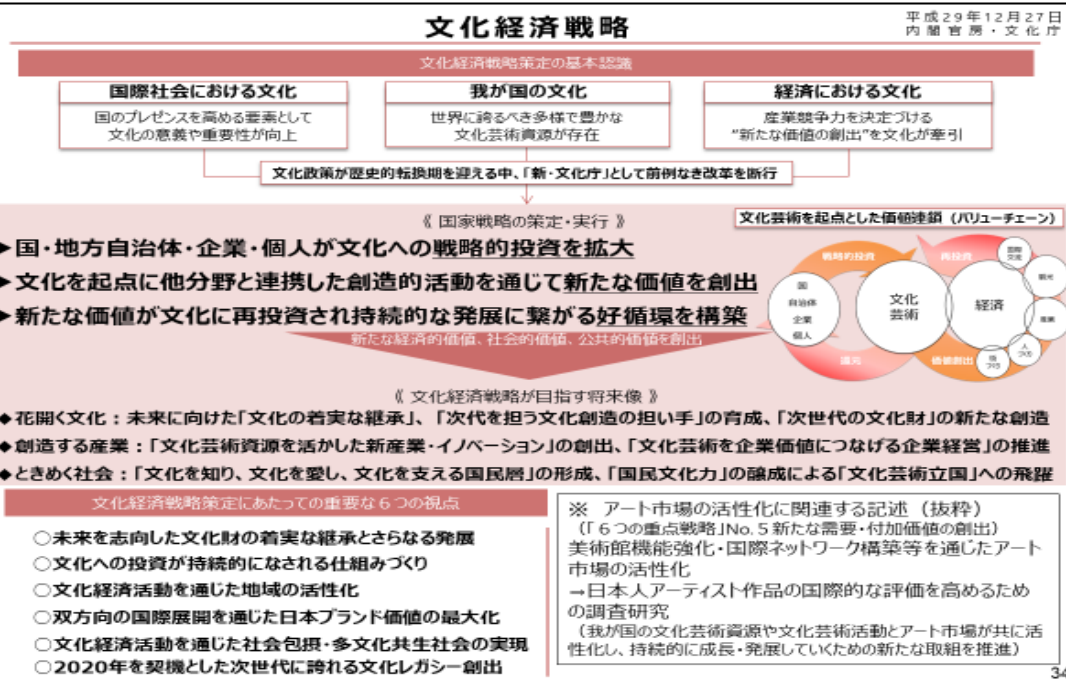
- 1章 前回のアート市場活性化の議論を踏まえて
- 2章 日本のアートの産業化を阻害する主要因の構造と対策
- 3章 国立美術館での取り組みの提言
- 4章 私なりの具体策の紹介——文化芸術とSDGs



1章

第1回 アート市場活性化 の議論を踏まえて

文化庁の第1回会議資料より抜粋



国立美術館に「アート・コミュニケーション推進センター（仮）」を設置

我が国における美術振興の中核を担うためのナショナルセンターが独立行政法人国立美術館に設置される。

予算

令和2年度3次補正予算 2.3億円
令和3年度予算（案） 8.5億円

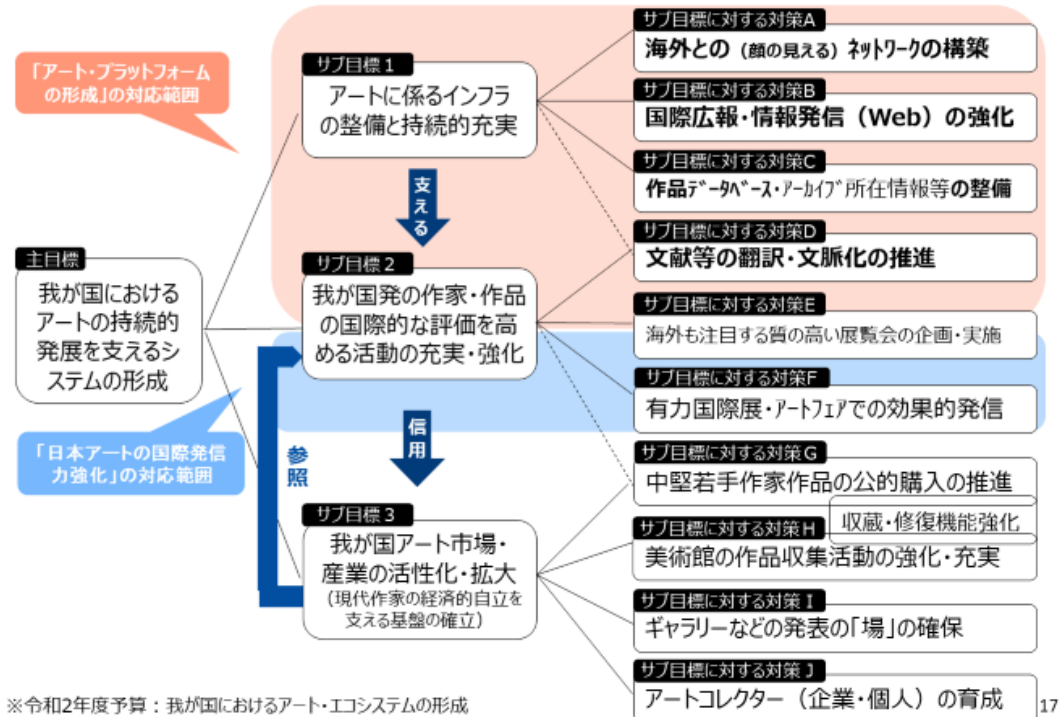
期待される役割

- ◆ 日本美術及び国内美術館全体の振興への取組み
- ◆ 教育・医療・ビジネス・観光振興に寄与する取組み（社会連携・社会貢献）
- ◆ 経営資源の活用と経営基盤の強化（経営強化・自己収入拡大）

解決すべき課題

- ① 国立美術館が先導し、国内美術館の最大の資産である「所蔵作品」の情報を整備するとともに、「所蔵作品」の活用機会の拡大を図り、国内外に情報発信することでその価値を伝えていく。
- ② アートが持つ潜在的な力を、社会の様々な機関と連携することで具体的に提示（事業化）し、教育・医療・ビジネス・観光等のみならず、SDGs（持続可能な開発目標）の実現に繋がるソリューションが生み出される起爆剤の役割を果たす。

目標及びその達成に向けた文化庁予算事業（※）の対応状況



議論いただきたい内容

日本国内におけるアート市場を取り巻く状況やアーティストの活動基盤の脆弱性などの諸問題を踏まえ、「文化芸術立国」を実現していく観点から、以下の点を意識しつつ、アート市場の活性化に向けた政策についてご議論いただきたい。

- 成熟段階に入った日本における『教養、芸術、観光』などの新産業としてのアート
- 「フロー」から「ストック（＝資産の有効活用）」時代のアートの活用
- 新たな国の「資産（動産資産）」としてのアート
- 世界中からアート関係者が集まってくる環境整備
- ※ アジアにおけるアート市場のハブ（HUBとしての日本）
- OSDGs 達成におけるアート（文化芸術）の重要性
- 「成長産業」としての現代アートの重要性

（本WGについて）

- ・アート市場活性化のためには、マーケットの流通促進の議論と、アートに新たな価値を与えて社会的に評価を高めるといった議論の両面がある。
- ・日本の現状を把握して、どのような手法がアートを所有・投資したい人の増加、アートフェアやギャラリーの取引の増加につながり、日本のアート市場活性化に効果があるのか議論すべき。
- ・議論では、市場をただ単に拡大するというのではなく、アート産業が他の産業や社会にどのようなインパクトを与えるのかという視点が大事。

（アート利用者の拡大）

- ・日本の現状はコレクターの絶対数が少ない。アートフェアの誘致をしても、購入希望者が少ないところで開催するモチベーションが低いのは当然。誘致の前に国民の意識改善に結び付くような活動が必要。

（アートへの投資促進）

- ・アートの取引を増加させるのであれば、投資目的での購入の促進も考える必要。その際、購入の動機を知ることが重要。過去調査によると、アート購入において投資・運用を目的としている人は現状では1%程度。
- ・アートの金銭的価値だけでなく、美術的価値も一緒に議論し、仕組みを考えていくことが、投機的なプレイヤーを排除することにつながる。

（公共の役割）

- ・税制などインセンティブも重要だが、それだけでは購入につながらない。その前提として人々のアート保有に係る根本的なモチベーションの醸成が必要。

① アートのマーケットに関する議論

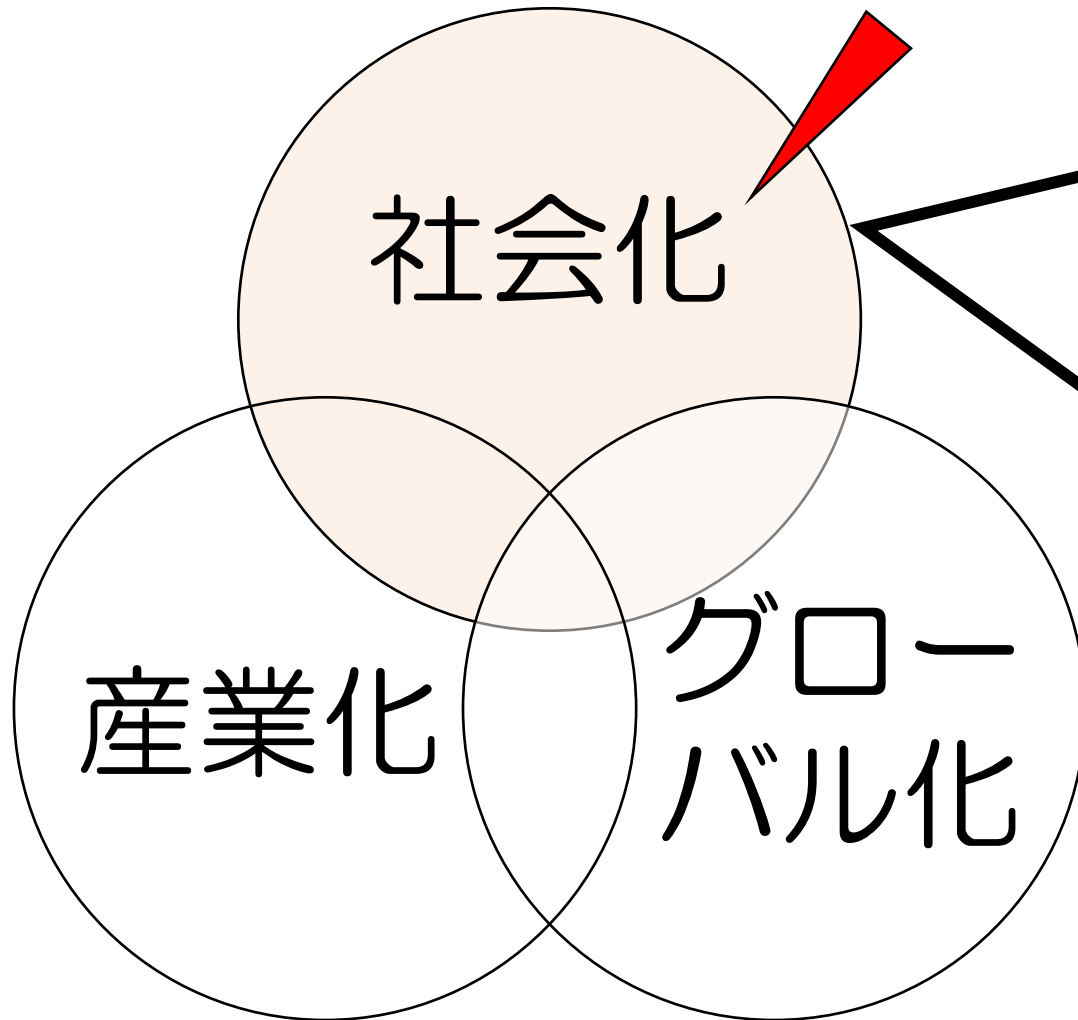
② 日本におけるアートの社会的意義や社会一般からの評価の向上（社会的地位の向上）



2章

日本のアート産業化を 阻害する主要因の構造と対策

日本におけるアート市場の活性化の3大要因



社会的意義・評価・地位

①社会的評価・地位は、美術館の予算規模や政策推進力、公的予算に関係する。

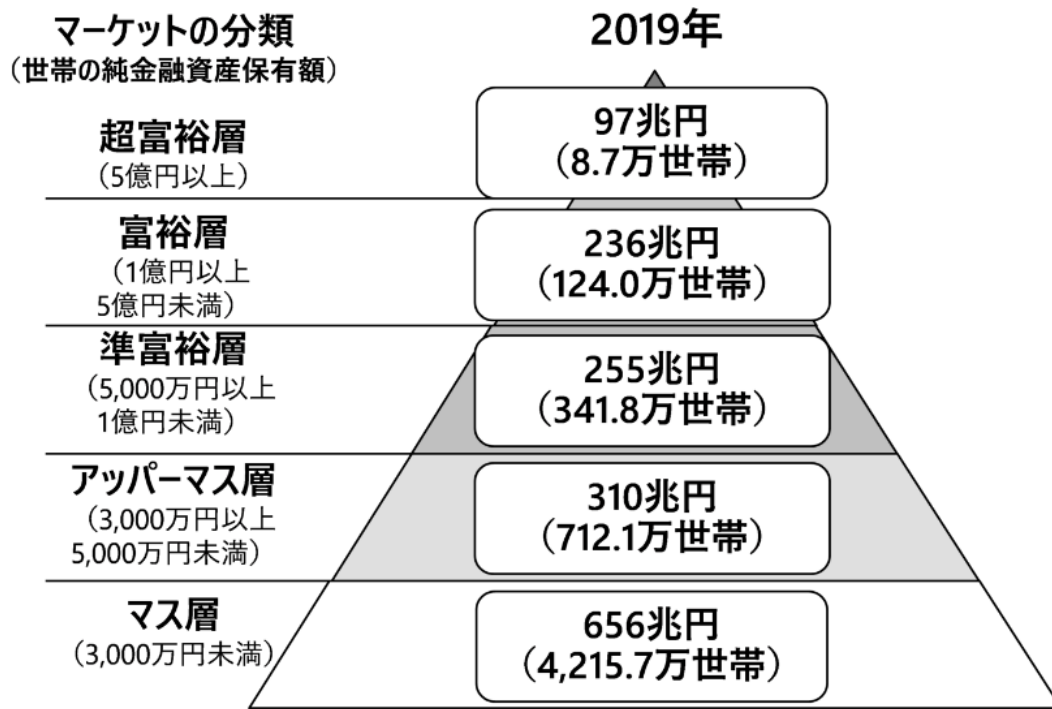
②社会的評価は、国内における分野のブランド力やステータスにも影響し、教育にも強く影響する。

③上記の内容が重なり、社会一般の美術品の購入動機やモチベーションも変化する。

★社会化は、産業化、グローバル化への触媒として機能する

超格差時代における美術の公益性や社会性とは？ 美術はどの層にとって重要で、必要か？

図1：純金融資産保有額の階層別にみた保有資産規模と世帯数



出所：国税庁「国税庁統計年報書」、総務省「全国消費実態調査」、厚生労働省「人口動態調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計」、東証「TOPIX」および「NRI生活者1万人アンケート調査（金融編）」、「NRI富裕層アンケート調査」などからNRI推計。

表1：純金融資産保有額の階層別にみた保有資産規模と世帯数の推移

(2005年～2019年の推計結果)

<分類>		2005年	2007年	2009年	2011年	2013年	2015年	2017年	2019年
超富裕層	純金融資産(兆円)	46	65	45	44	73	75	84	97
	世帯数(万世帯)	5.2	6.1	5.0	5.0	5.4	7.3	8.4	8.7
富裕層	純金融資産(兆円)	167	189	150	144	168	197	215	236
	世帯数(万世帯)	81.3	84.2	79.5	76.0	95.3	114.4	118.3	124.0
準富裕層	純金融資産(兆円)	182	195	181	196	242	245	247	255
	世帯数(万世帯)	280.4	271.1	269.8	268.7	315.2	314.9	322.2	341.8
アッパーマス層	純金融資産(兆円)	246	254	225	254	264	282	320	310
	世帯数(万世帯)	701.9	659.8	639.2	638.4	651.7	680.8	720.3	712.1
マス層	純金融資産(兆円)	512	470	480	500	539	603	673	656
	世帯数(万世帯)	3,831.5	3,940.0	4,015.8	4,048.2	4,182.7	4,173.0	4,203.1	4,215.7

(注) 推計の基となったデータなどは図1と同じ。

株式会社野村総合研究所（本社：東京都千代田区、代表取締役会長兼社長：此本臣吾、以下「NRI」）は、2019年の日本における純金融資産保有額別の世帯数と資産規模を、各種統計などから推計しました。また、2020年10月～11月に、全国の企業のオーナー経営者（主要株主かつ代表者）を対象に「NRI富裕層アンケート調査」を実施しました（有効回答1,520名、うち本人と配偶者の保有する金融資産の合計額が1億円以上の回答305名）。主な推計結果と調査結果は、以下のとおりです。（2020）

アートの社会化と公益性との関係

- ①アートに関する政策や要望、規制緩和等を持続的に叶え、課題解決を実現するには「大きな公的予算（資本、人材、資源を含む）がいる」。多くの課題を解決するためには、現状の予算では十分とは言えない。
- ②公的予算は、その他の政策や要望と比較して、優先順位と公益性、影響力、効果効用の高いものから配分される。社会と省庁への説得具合から、投資に対するコストパフォーマンスをイメージし、予算に反映される。状況が変われば、予算が削減されてしまったり、なくなることもあるのではないか。
- ③公益性には、社会一般の産官学、及び異分野・異業種への「公的説明責任」が求められる。ここでは、公費を使うことのリターンとして、社会一般への公平かつ公正なメリットや利益の分配に関する説明（根拠やメカニズム）が求められる。これが不十分であれば、一部の業界や既得権者への「利益誘導」とみなされかねない。そう思われると、予算は安定しないし、減少しかねない。
- ④日本でのアートに関する公的説明責任、社会的評価・地位の水準が、アート振興の持続的発展性に寄与し、ひいては社会一般の支援や支持につながり、ミュージアム予算の拡大やコレクターの増加にもつながる（アート市場活性）。

日本におけるアートの社会的地位・評価に関する実情 ・・・異分野、異業種の本音

①ベネッセの調査研究（1999）

中学生の子を持つ保護者に聞いた「中学生のあらゆる学校活動・教科の中での重要性・必要性のランキング」 美術は何位か？

②中学の総合学習の時間の新設に伴い、削減された教科は？（2002）

③田中らの社会心理学的研究（2016）

ベネッセの研究の追試

大学生 経営学部346人に聞いた「・・・・・・ランキング」

社会性、公益性に重要なことは、「他との比較による優先順位」
アートは豊かな人の「・・・・・・」

アートにおけるエコシステムの論議は偏っていないか？

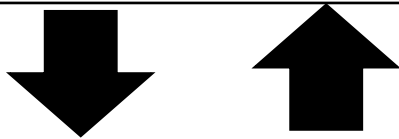
エコシステム①

美術的価値の形成

- 国際展
- アート批評
- 美術館
- キュレーター
- アーティスト・・・

★既存の美術科教育

★既存の美術専門教育



経済的価値の形成

- アートフェア
- オークション
- ギャラリー
- フリーポート
- 税制、制度、政策
- ...

エコシステム②

社会的価値の形成（国内）

- アートの社会的意義への社会一般の理解・普及
- アート支援への社会一般の理解や支持、評価
- アートと他分野、多分野との連携・協業の未発達

日本における文化芸術分野の
社会的地位・評価の向上

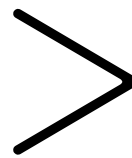


社会化の主目標（国内）

- 社会一般（美術以外）
- 美術以外の産官学
- 経済界の影響力ある層
- 官僚の影響力ある層
- 学術界の影響力ある層

支持者
支援者
愛好者
コレクター

★ここに特化した教育理論・手法が未開発





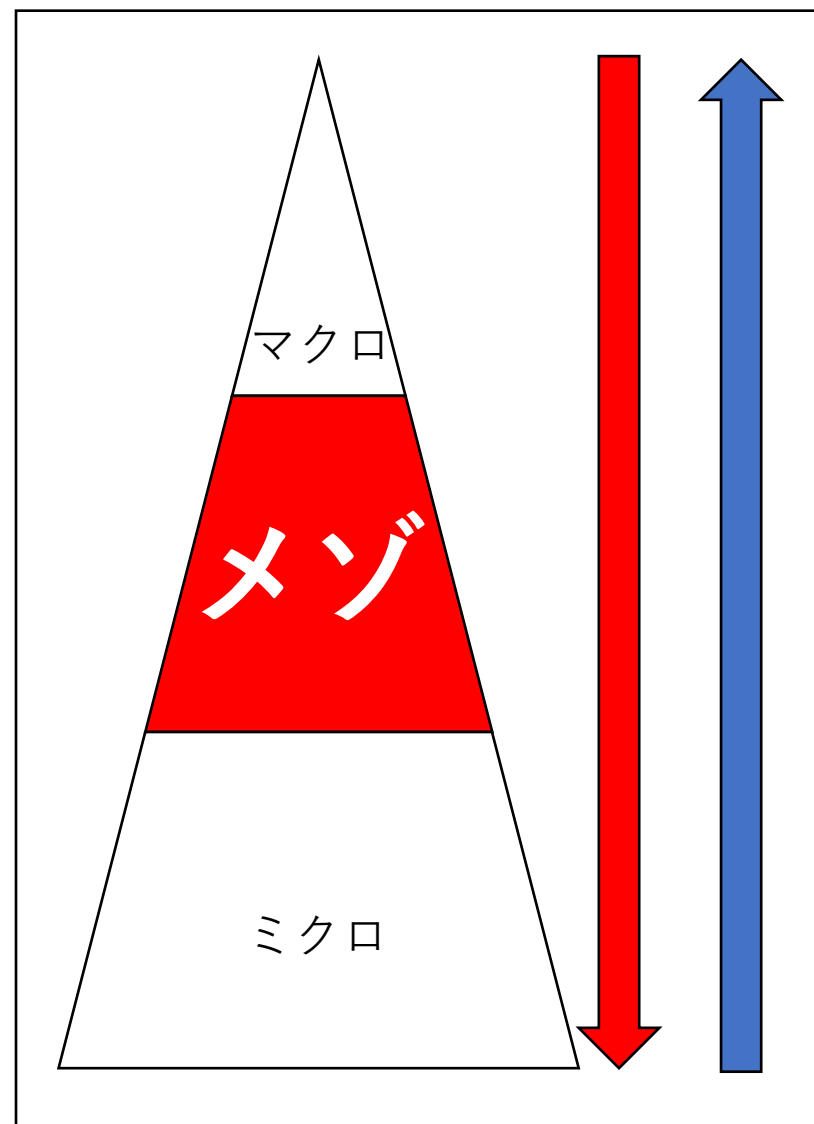
3章

国立美術館での取り組みの提言

文化の産業化には、『社会化』のプロセスが欠かせない

- 『アート（文化芸術）の社会化』について、文化産業を科学（文・理・芸術融合で）する必要がある
- 経済や政策の学問領域では、「マクロ」すぎる
- 美術の専門分野では、「ミクロ」すぎる

★マクロとミクロの間の「メゾ」のバランスが、日本で置かれている実情には必要では？公益性、社会性



このような融合領域のアプローチは、日本では多くない。そこで・・・

国立美術館の「アート・コミュニケーション推進センター（仮称）」に、

「アート（文化芸術）の社会的意義・評価・地位」の向上のための「異分野・異業種」に特化した①公的説明責任対策と、②具体的理論と方法論の開発の部署を作っては？

（アートと社会とのコミュニケーションとして）

【この部署は、例えばこんな公的説明責任にも対応できる】

Q1、よく「アートは心や感性を豊かにする」というが、

- ①経済的に豊かな人が、経験値も多く、その結果、「心が豊か」な傾向にあるから、アートに関心を持つのであって
- ②アートに関心を持つから、誰もが「心が豊かになる」とは言えないのではないか？

違うというなら、科学的な根拠や報告はあるのか？

• • • • 「鶏卵問題」

• • • • もちろん、科学的な説明は可能です

【この部署は、例えばこんな公的説明責任にも対応できる】

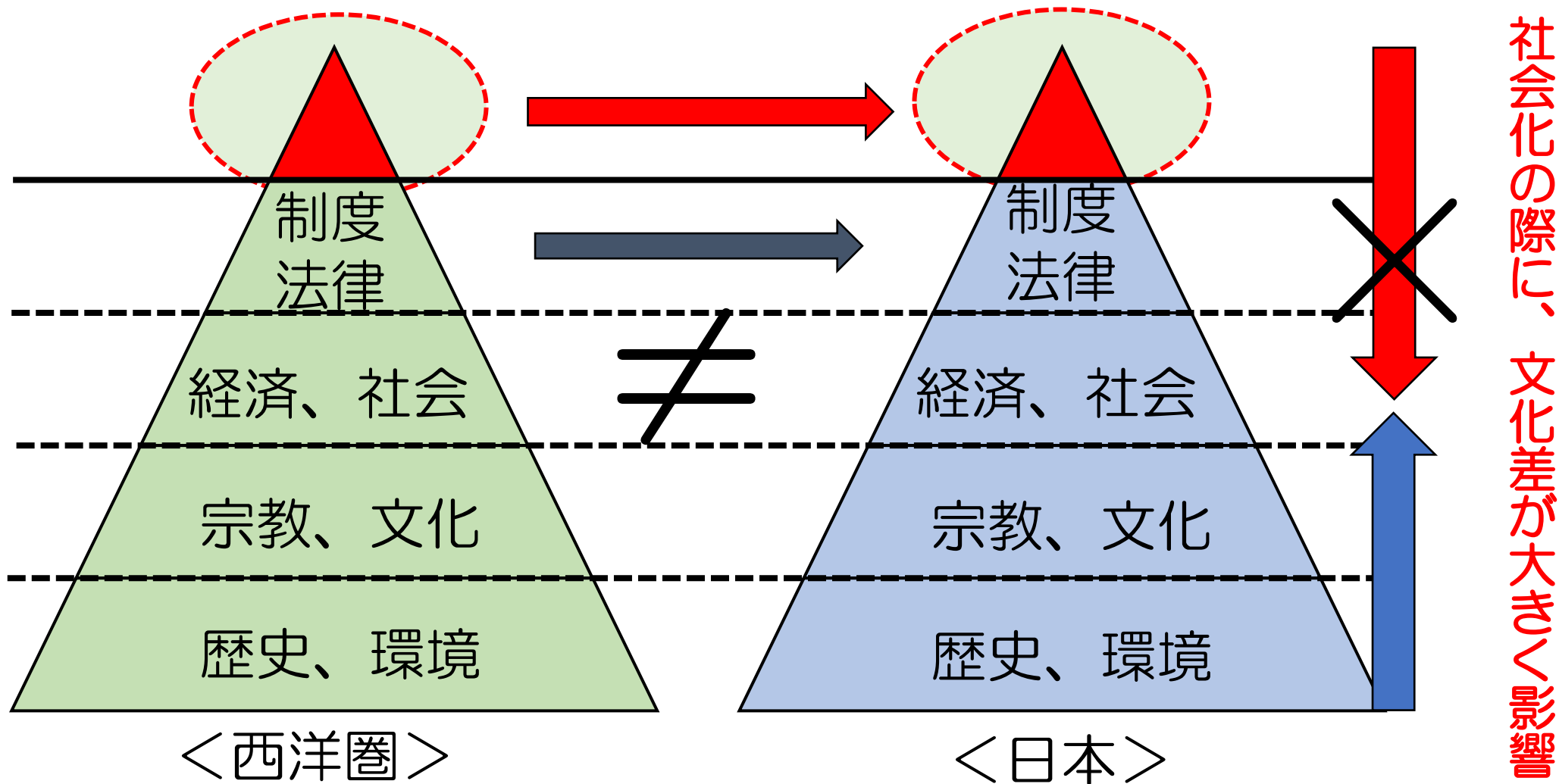
Q2、文化・芸術は、幅広い年代の人間にメリットや効用を与えると言えるのか。
その科学的根拠やメカニズムなどはあるのか。

- 税金投入や公教育には不可欠な説明責任
- OECDでも教育の公的説明責任を重視

科学的知見に基づいて、文化関連活動の推進が、広く人間に対してメリットを与えることについて、説明できればいい。
科学的知見から、これはもちろんできる。

文化芸術の意義や価値、権威の論拠も、西洋由来・依存

石山徹、2018、「日本の文化を産業化し、科学することの意味と機能」、文化産業科学学会大会 基調講演、東京大学

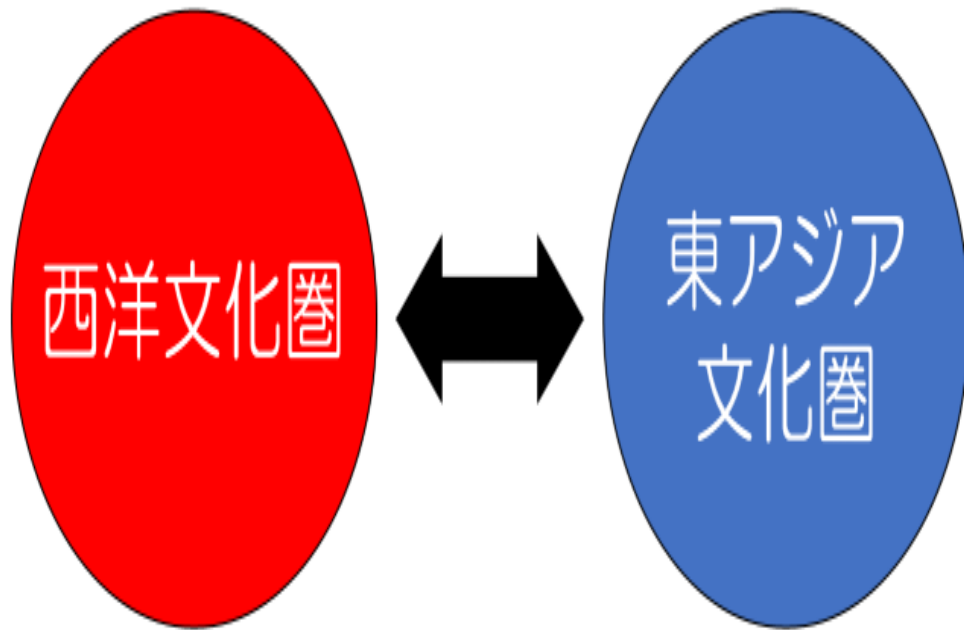


©Toru Ishiyama 2021.2.26

表層の制度や政策だけスライド輸入しても、構造的破綻をきたす。海外の文化や芸術のブランドやシステムにフリーライドしても、社会的支持は受けにくく、社会化は困難。日本独自の社会的構造を踏まえた独自策が必要。

文化の力が、経済や政策、社会化にどれだけ影響するか

ARTと芸術はイコールではない。ARTは西洋由来の文化。
まずはあらゆる文化差の研究報告を、確認する



©Toru Ishiyama 2021.2.26

東西文化差は、①比較文化論、②文化人類学などの記述的研究から、③文化心理学、④文化神経科学の科学的研究へ。ここ20年ほどで劇的に進化した分野。

観光や国際情報発信、ブランディングに文化差の科学的理解は大きく貢献する。

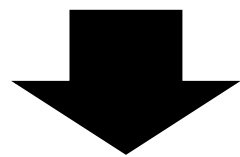
観光雑誌や観光書籍を見れば、東西文化差が大きく生じているのがすぐにわかる（日本の観光雑誌と、論理—プラネットの比較）

アートは、付加価値の極致なので、東西文化差が特にわかりやすい。文化差を科学する教材として、アートや芸術は、非常に優れている。

問題は、それを一般化した理論や方法論がないこと。需要も期待もあり、国策でもある。

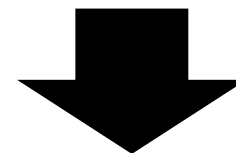
アートを学ぶことは、他の分野やビジネス、イノベーションやクリエイションに応用できるのか？

・アート思考の潮流

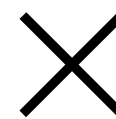


異分野、異業種で応用できる？

日本の有力なMBA大学院の評価や意見はどうか？アート思考は・・・



①アートの社会化のための『異分野、異業種に特化したアートの教養』が必要。根本的な疑問に答えていない。



②ビジネスや社会問題、SDGsなどに応用、貢献できるような、アート由来の『学術的、異分野融合的な理論と方法論』がない。現状は、個人の感想レベル？

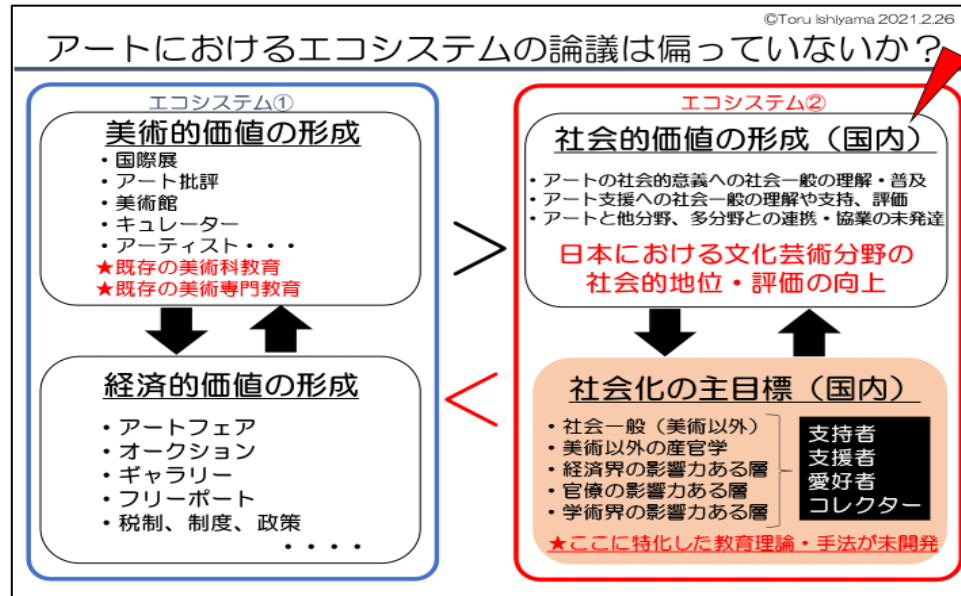
既存のアプローチの多くは「内輪に向けたもの」が少なくない。社会性は、「好き嫌い、趣味・趣向・道楽」の問題ではない。たとえば、アートが嫌いな人でも必要性や重要性を共有していることが社会的評価。

アートの社会化目標のイメージ像は、

①私はアートに関心がないし、嫌いな方で、やる気もないが（主観・・・感情的共感）

②それでも社会レベル、国レベルで見たら、非常に有効に機能する上に、公益性、社会性が高いので、重要であり、必要である（客観・・・認知的共感）

国立美術館の取り組みへの提言のまとめ：アート社会化



文化の力が、経済や政策、社会化にどれだけ影響するか

ARTと芸術はイコールではない。ARTは西洋由来の文化。まずはあらゆる文化差の研究報告を、確認する

観光や国際情報発信、ブランディングに文化差の科学的理解は大きく貢献する。

観光雑誌や観光書籍を見れば、東西文化差が大きく生じているのがすぐわかる（日本の観光雑誌と、論理—プラットフォームの比較）

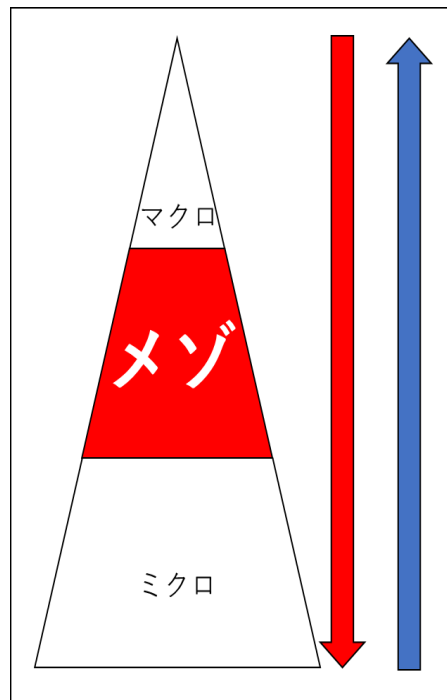
アートは、付加価値の極致なので、東西文化差が特にわかりやすい。文化差を科学する教材として、アートや芸術は、非常に優れている。

問題は、それを一般化した理論や方法論がないこと。需要も期待もあり、国策でもある。

東西文化差は、①比較文化論、②文化人類学などの記述的研究から、③文化心理学、④文化神経科学の科学的研究へ。ここ20年ほどで劇的に進化した分野。

©Toru Ishiyama 2021.2.26

西洋文化圏 ↔ 東アジア文化圏



国立美術館の「アート・コミュニケーション推進センター（仮称）」に、

「アート（文化芸術）の社会的意義・評価・地位」の向上のための「異分野・異業種」に特化した①公的説明責任対策と、②具体的理論と方法論の開発の部署を作っては？

（アートと社会（外野）とのコミュニケーションとして）

①アートの社会化のための『異分野、異業種に特化したアートの教養』が必要。根本的な疑問に答えていない。



②ビジネスや社会問題、SDGsなどに応用、貢献できるような、アート由来の『学術的、異分野融合的な理論と方法論』がない。現状は、個人の感想レベル？



4章

具体策の紹介

——文化芸術とSDGsの例

鑑賞の脳科学、心理学

美術の脳科学的な研究アプローチの多くは、「美術などを見た際の反応」に関する研究がほとんど。つまり、鑑賞に関するものが多い。

これは、美に関する脳内処理に関する知見が得られたことは、画期的である。

しかし、社会実践できるような具体策やプログラムに活用するには、原理的な話なので、応用するには難しいという課題もある。

描画の脳科学、心理学

→なぜ、簡単な図形でも正確にミリ単位で模写できない人が、こんなに多いのか。

★もし、絵心のない人に、絵が上達する脳科学的な理論を応用した方法を作ったら？
→世界的に才能といわれる描画すらも教育できるとしたら・・・

描画と強く関係する
脳の頭頂葉の機能：
空間認知、概念把握・統合、数的・量的処理・・・

- ①アインシュタイン
- ②エジソン
- ③レオナルド・ダ・ヴィンチ

世界三大 学習障害

とびぬけた天才が優れた能力の脳内基盤

①ディスレクシア（読み書き障害）は、文字が苦手。しかし、空間や概念操作、異分野融合、数字が強い。天才はディスレクシアから生まれるケースが少なくない。

②では、ディスレクシアが、自身の才能や能力を高めるには、数字や空間、概念をつかさどる「頭頂葉」の空間認知能力を鍛えればよい。天才は空間認知能力に関する能力が際立って高い。

③それに有効なのは、「お絵描き」だが、お絵描きは才能やセンスだから・・・

アートを学ぶことは、他の分野やビジネス、イノベーションやクリエイションに応用できるのか？

①アートの社会化のための『異分野、異業種に特化したアートの教養』が必要。根本的な疑問に答えていない。

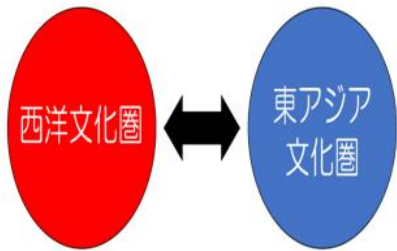


②ビジネスや社会問題、SDGsなどに応用、貢献できるような、アート由来の『学術的、異分野融合的な理論と方法論』がない。現状は、個人の感想レベル？



文化の力が、経済や政策、社会化にどれだけ影響するか

ARTと芸術はイコールではない。ARTは西洋由来の文化。まずはあらゆる文化差の研究報告を、確認する



©Toru Ishiyama 2021.2.26

東西文化差は、①比較文化論、②文化人類学などの記述的研究から、③文化心理学、④文化神経科学の科学的研究へ。ここ20年ほどで劇的に進化した分野。

観光や国際情報発信、ブランディングに文化差の科学的理解は大きく貢献する。

観光雑誌や観光書籍を見れば、東西文化差が大きく生じているのがすぐにわかる（日本の観光雑誌と、論理—プラネットの比較）

アートは、付加価値の極致なので、東西文化差が特にわかりやすい。文化差を科学する教材として、アートや芸術は、非常に優れている。

問題は、それを一般化した理論や方法論がないこと。需要も期待もあり、国策でもある。

著者は、具体的な理論、方法論、フレームワークの開発。

パラダイムシフトの研究から、東西文化差の突出した付加価値の共通事項や法則を理論化、方法論化した。



High Art Thinking™
Design Arts™



【著者の実践ケース】

①国際連合での日本の文化芸術を基軸にしたSDGsの国際講演、学術書の出版

②国際的に突出したブランド力のある組織との、グローバルブランディングプロジェクト（SDGsも関連）

私の講演は以上になります。
ご清聴ありがとうございました。

文化政策に、何かしらの参考になりましたら幸いにございます。

石山 徹 Ph.D.

animalpaint@msn.com

ishiyamatoru.bunkasangyokagaku@gmail.com