

---

# 非合理的な愚か者－ミクロ経済学からみたアーティスト像

Irrational Fool – Picture of Artist depicted by the analysis of Microeconomics

山本 和弘 | Kazuhiro YAMAMOTO

---

Artist has been suffered and split by the two kind of value; one is aesthetic, another is economic. The myth of art tells us that artist denies economic value, even though he/she deeply internalizes it in one's mind.

The microeconomics which is used in major art-economics portrays a picture of artist as a common selfish person. When we apply its basic theory of supply-demand matrix to artist, only established artist appears as a producer, and others just consumers. We analyze in this essay “producer surplus” of artist, “consumer surplus” of collector and artist's labor market. These concludes that art-market is not a totally deregulated one but extremely competitive.

When we compare the analysis of leisure time of a common working lady by Prof. Gregory Mankiw and the analysis of labor-supply time of artists by Prof. Hans Abbing, there found no difference between them from the viewpoint of “income effect” and “substitution effect”.

The purpose of this study is never to discourage artists but to encourage to fight to the regime and myth surrounding them to be an absolute survivor named “artist”.

---

## 1. 問題の所在

### －芸術部内者と芸術部外者の乖離

---

美学、芸術学、美術史などの芸術の学は18世紀の終盤から19世紀半ばに確立されて以来、芸術の自律性を追求してきた。同時に制作側と鑑賞側もそれを確信し、一種の神話を形成してきた。換言すれば、芸術の学は芸術的価値の自律性を追求しながら、芸術それ自体を呪術化 zaubern, mystify してきた。しかし、近代の科学は神話や自然の驚異を脱呪術化 entzaubern, demystify することを本務としてきた。芸術的価値はより一般的な尺度である経済的価値を巧妙に隠蔽することによって、自らを非民主的でエソテリックな領域に押し込めてきた、とみるのであり得るのである。

小論は芸術の学が探求してきた価値を最大に尊重しながらも、芸術の学が隠蔽してきたより一般性のある経済的価値において、芸術を脱呪術化し、芸術のより民主的な（公正な）位置を見出すことにより、創造性という資本の浪費の原因を究明し、創造性を富 wealth に結びつける研究の概略を探るものである。

また小論は経済学、とりわけ古典派や新古典派の一般原理である需要と供給との相関から比較的理解しやすいエスタブリッシュされたアーティストの作品の需給関係、すなわち「売り手独占市場」における生産物（作品）の需給関係ではなく、その他大勢の自称アーティスト would-be artists の非経済性を経済学的に確認することと、アートワールドの周縁部（ここを大きな池とすると自称アーティストの数は莫大な数にのぼる）にいるアーティストたちの活動を非生産性から浮き彫りにすることによって、芸術という労働市場における資源配分の非効率性を明らかにし、芸術労

働市場の生産性向上への指針を探るものである。

その成果は芸術系大学において、生産者としての自覚をもたないままに“自由”の名のもとに自称アーティストという消費者を大量に再生産し、資源を浪費する活動をより生産的なものへと変換transformすることを目指す。換言すれば、狭義の芸術ではなく、社会的芸術という21世紀的新セクターへと芸術概念をシフトさせ、創造的富の向上を目指すものである。

なお、小論の前提として筆者が2007年に訳出出版した芸術経済学者ハンス・ア빙グの『Why are Artists Poor?: The Exceptional Economy of the Arts 芸術という例外的経済』が国内の芸術に関心のある知識層にはほぼゆきわたったものの、肝心の芸術系学生、すなわち生産者としてではなく消費者として再生産されている人々は、この著作がミクロ経済学の初歩を応用したものであることすら理解できていない素朴な原初的狀態にとどまっている。芸術と経済の乖離を埋める使命もこの研究はささやかに担うこととする。

さらに付言すれば、筆者は「厚生芸術 welfare art」という研究題目を立てて、アーティストの経済的厚生が社会的基盤となるような研究を進めているが、アンケートによる実態調査をまだ実施していない段階のため、ここではミクロ経済学の基本フレームから自称アーティストの消費者像に光を当てる。

## 2. 二つの価値論Axiologie

### — 芸術的価値と経済的価値

経済学における価値とは端的に「価格」のことである。すなわち、財1単位を購入する際に支払う金額、と定義される。ハーバード大学の経済学者グレゴリー・マンキューは次のような定義を与えてくれる。「価格は各財の社会にとっての価値と、社会がその財を生産するための費用の両方を反映している。家計や企業は売買の意思決定に際して価格を見て決めるため、彼らは自分たちの行動の社会的な費用と便益とを無意識のうちに考慮している。その結果として、多くの場合、価格は個々の意思決定主体を、社会全体の厚生を最大化するような結果へと導くのである」<sup>1</sup>。きわめて明快であり、多くの人々の賛同を得られるだろう。

一方、美学(芸術の学)において価値はどのように定義づけられてきたであろうか。美的価値論を考察した代表的美学者として現象学派のルドルフ・オーデブレイトの見解をみてみよう。引用元の『芸術価値論—美的価値体験—Grundlegung einer ästhetischen Werttheorie/Das ästhetische Werterlebnis』は1927年に刊行された三四半世紀あまり前の著作であり、2004年刊行の人気教科書『マンキュー経済学』と比較するとその古さは際立つ。しかし、自律的価値は美的体験のうちに内包されている、というノエシス/ノエマの現象関係にみる哲学的美学の価値論は21世紀のいまなお不動のものであるのも事実である。次に具体的にオーデブレイトの記述をみてみよう。

「ある対象性が単一的な感情規定の代理表象であると共に、かの総体性の保持そのものを一義的に指し示しているとき、あるいは逆に、総体性の保持が志向性の意味で対象性に向けられているとき、わたしははじめてその対象性を美的に価値あるものだと言う」<sup>2</sup>

もちろん、現象学的還元によって「価格」のような明証的残余が抽出されるわけではないが、美学的な「価値」と経済学的「価値」が出会わないことは確かなようだ。その芸術的価値は実際のアートワールドでは「声の大きな人」である、と経済学者の間ではいわれているようだ。学術的、政治的、経済的な権威、すなわち社会学的意味での大きな資本(文化、社会、経済)をもっている人のことである。しかし、これはけっして民主的手続きではない、とアートワールドの部外者からはみえるだろう。それに対して、経済的価値、すなわち価格は誰が決めるのだろうか。その答えは経済学的には明快である。すなわち「市場market」である。もともとそれは完全競争市場(市場全体)の場合であって、美術の場合はいわゆるディープ・ポケット・マーケットという一種の独占市場(特に売り手独占市場、あるいは買い手独占市場)だが、完全に規制が撤廃された(かにみえる)市場としては完全競争市場としてとらえることも可能である。もちろん、参入障壁がまったくないようにみえるこの市場は実はみえざる障壁によってきわめて参入が難しい多重参入障壁市場でもある。

第3節の「アーティストの定義」でも確認するように、アーティストという労働セクターがまれにみる規制が完全に撤廃された完全自由市場free marketであることと作品のマー

ケットの特殊性とは著しい対照をなしている。アーティストの労働市場の厳しさは「見えざる障壁 invisible barrier」の存在を認知できるか否か、その障壁を超える方法を情報として持っているか否か、にかかっているといっても過言ではない。ただし、小論ではこれに言及する余裕は残念ながらない。

次に作品のマーケットを具体的モデルによってマイクロ経済学の視点からみてみよう。

### 3. 作品のマーケット

#### 3-1 制作者余剰(生産者余剰)

ユネスコによればアーティストは以下のように定義されている:

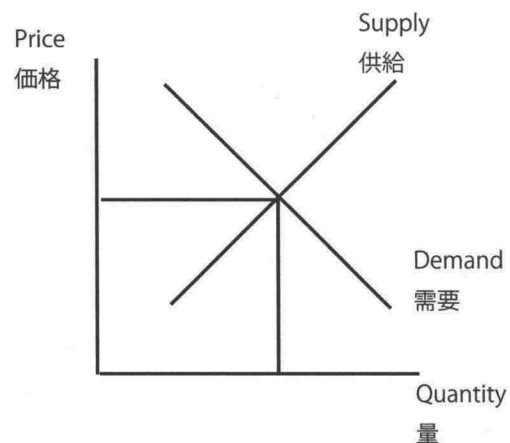
“Artist” is taken to mean any person who creates or gives creative expression to, or recreates works of art, who considers his artistic creation to be an essential part of his life, who contributes in this way to the development of art and culture and who is or asks to be recognized as an artist, whether or not he is bound by any relations of employment or association.<sup>3</sup>

「アーティスト」とは次のような人々をさすと考えられている。芸術作品をつくりだす人、創造的表現を芸術作品へともたらす人、あるいは芸術作品を新たに解釈する人、自らの芸術的創造性を人生のかけがえのないものと思っている人、このような方法で芸術と文化の発展に貢献している人、アーティストとして雇用されているかアーティストの協会に属しているか否かを問わずにアーティストとして認知されることを求める人、これら誰もがアーティストと考えられている。

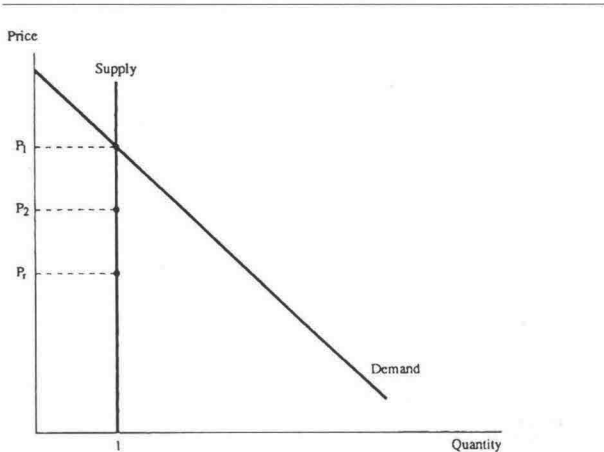
すなわち、基本的には誰もがアーティストと名乗ることができ、その際にライセンスなどは必要ない。アーティストという業種への参入障壁は何もないということであり、アートはまれにみる規制が完全撤廃されたセクターといってもよい

だろう。もしアートが完全自由市場であるならば、資源は効率的に配分され、厚生は衡平に分配されるはずである。しかし、このような効率性と衡平への近似的現象がみられるのは数的には圧倒的少数のエスタブリッシュされたアーティストのマーケットだけである。すなわち、その他の自称アーティストのセクターははたして“アーティスト”と呼ぶことが適切なのか否かという問題を経済学的には突きつけるだろう。ユネスコの定義と経済学的定義は明らかに異なる。ここで重要なのは自称アーティストと社会に認知されたアーティストとの違いである。社会的認知とはマーケットにおいてアクティブであると言い換えてもよいだろう。例えばマーケットのロジックに沿って理解しやすい(日本人)アーティスト、例えば杉本博司、村上隆、草間弥生(シグナリングとしてはすべてガゴシアン・アーティスト)ではなく、ほとんどマーケットではアクティブではないにもかかわらず、マーケットから退場することのない自称アーティストたち(その実体は生産者ではなく、消費者)の供給と需要をここでは精査する。その前にアートという財のマーケットの特徴をみてみよう。

2010年に第2冊第10刷が出版された経済学者ジェームズ・ハイルブラン James Heilbrun (Fordham University) とチャールズ M. グレイ Charles M Gray (University of Saint Thomas) の共著『芸術と文化の経済学 The economics of art and culture』の第二章は「需要と供給のマイクロ経済学」と題されているが、管見では芸術経済学と銘打った出版物の中でもマイクロ経済学に直接言及した研究は比較的数量は少ないのが事実である。



【図1】 一般的な供給曲線と需要曲線

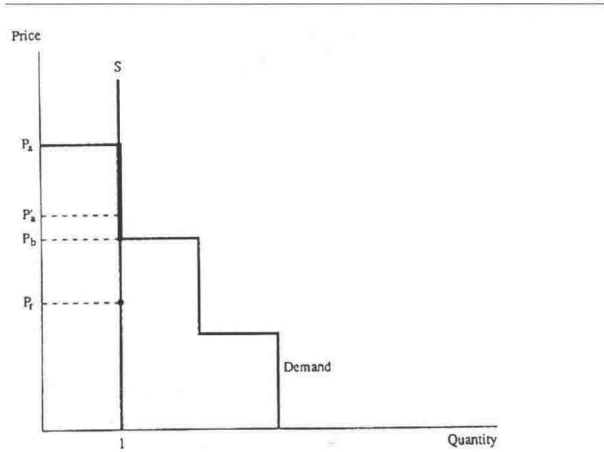


[図2] ユニーク・ピース(唯一財)の供給曲線と需要曲線  
 [James Heilbrun, Charles M. Gray, "The Economics of Art and Culture/second edition" Cambridge, 2010, p.171より]

一般の生産物の供給曲線と需要曲線は図1のようになるが、美術作品においては図2のようになる。これはハイルブランとグレイが「一点ものの作品の需要と供給 supply and demand: single work of art」を供給曲線と需要曲線で示したものだが、供給量が常に「1」で供給曲線が垂直に立ち上がった特殊な傾きになる。

未知のアーティストの作品 the works of new artists- "unknowns" とよりエスタブリッシュされたアーティストの新作について、彼らは「プライマリー・マーケットでの購入は高いリスクが伴う」という。なぜなら、作品の評価についての情報が少ないからである。ここでの情報は対称的 symmetry だ。供給側(画廊)も需要側(コレクター)も価格の妥当性については経験値しかもたないからだ。すなわち、ここでの情報はミクロ経済学でいう「情報の非対称性 asymmetry of information」には当たらない。ただし、作品の芸術的価値についての批評が出る以前のまったくプライマリーな状況では、画廊が展覧会を開くこと自体がある程度は作品の評価を裏付けるとハイルブランとグレイは述べてもいる。

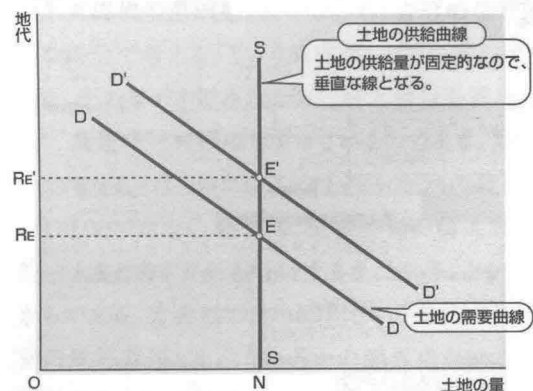
この議論は、作品はセカンダリー・マーケットにおいて需給関係はよりアクティブになるという議論につながっていく。すなわちエスタブリッシュされたアーティストたちのマーケットはセカンダリー以降のマーケットなのである。このことはセカンダリー・マーケットにおいて芸術的価値はほぼ確立されていることを示している。すなわち、セカンダリー以降のマーケットにおいては、芸術的価値と経済的価値は少ない時間差で接近していく。これは20世紀前半のアート・マーケットに流れる二つの価値の時間差と20世紀末から現在にか



[図3] 限られた購入者しかいないマーケットでの供給曲線と需要曲線  
 [James Heilbrun, Charles M. Gray, "The Economics of Art and Culture/second edition" Cambridge, 2010, p.171より]

けての時間差の速度はまったく別のものとなっていることを示している。逆にいえば、わずかに家族、親せき縁者が消費者(購入者)となる温情的なプライマリー・マーケットはこの議論からすると本当のマーケットではない、ということになる。

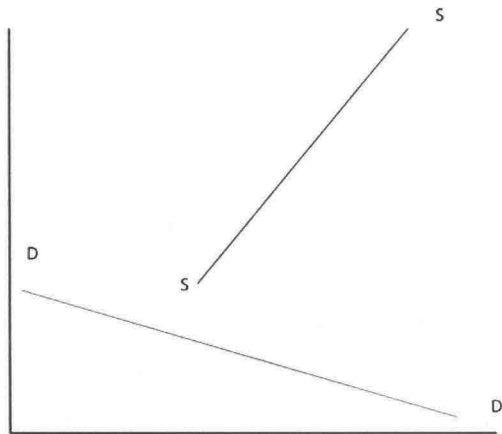
図3は異なる選好をもつ潜在的な購買力のある需要者(コレクター)が同一の作品をオークションで購入する場合の需給曲線である。需要者の数が限定的なため需要曲線は階段状になっている。需要曲線と供給曲線の重なった部分が均衡点(線)である。ここでの垂直に立ち上がった供給曲線は「供給の価格弾力性 price elasticity of supply」がゼロであることを示している。すなわち、供給量が価格の変化に対して全く反応しないことを意味している。この垂直に立ち上がった供給曲線は、経済学では図4のように「土地」と同じ形になることを銘記しておくことは重要なことであ



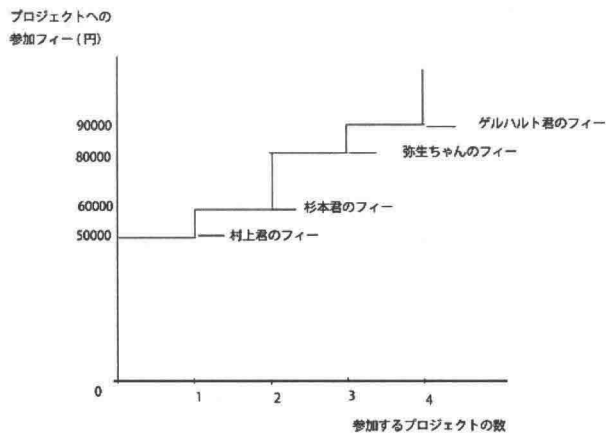
[図4] 土地の供給と地代  
 [嶋村紘輝、横山将輝「ミクロ経済学」ナツメ社、2003年、p.177より]

る。すなわち供給量が固定的であるからである。これらはあくまでもエスタブリッシュされたアーティストのマーケットでの現象である。

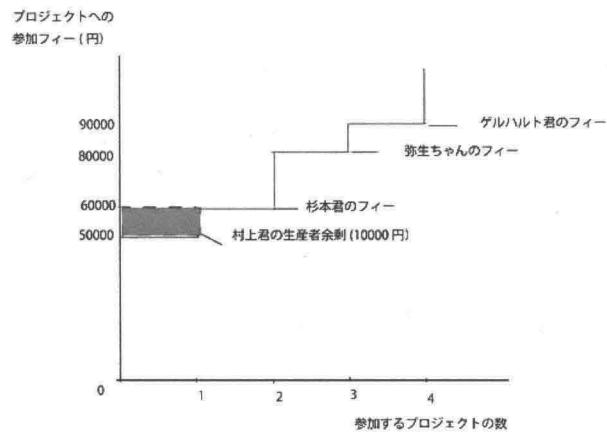
しかしながら、小論の対象となる自称アーティストの作品(生産物)はこのどちらでもなく、需要曲線と供給曲線とが



【図5】 自称アーティストの供給曲線と需要曲線



【図6】 アーティストのプロジェクトへの供給曲線



【図7】 アーティストの供給巨億線と生産者余剰

出会わない図5のような状況である。この絶望的状况はハンス・アピングがいう例外的経済どころではなく、経済学的分析以前のレベルであり、自称アーティストが生産者ではなく、消費者と分類される理由となる。

次に自称アーティストから公認アーティストに移行する最近の傾向であるアート・プロジェクトのマーケットを「生産者余剰 producer surplus」からあらためて検討してみよう。プロジェクト・マーケットはいわゆるモノとしての作品を売買するアート・マーケットとは別箇に近年脚光を浴びていることはいうまでもない。〇〇ビエンナーレや××トリエンナーレという大小様々のプロジェクトなどである。

事例として、例えば「海山ビエンナーレ」にゲルハルト君、弥生ちゃん、杉本君、村上君の4人のアーティストが、参加する価格交渉を主催者としているとしよう。念のため付け加えておくと、海山ビエンナーレとは国策展ではなく、海のものとも山のものともつかないプロジェクトであり、彼らのフルネームはそれぞれ、ゲルハルト・リッター君、風間弥生ちゃん、杉本等君、村上武君という一般にはほとんど無名のアーティストたちである。しかし一般には無名でもアートワールドの一角ではとてもよい評価を獲得しつつある。いうまでもなく、アーティストは生産者、すなわち供給者で、ビエンナーレ主催者が消費者、すなわち需要者である。アーティストはプロフェッショナルであるはずなのでプロジェクトの参加フィーを決めている。この場合の費用は、本来はアーティストの機会費用、すなわち作品の材料費、運送費とアーティストが自らの労働につける価値の両方を含んでいるものとすべきなので、ここでは簡単に表1のような費用、あるいは価格としよう。

いうまでもなく、経済学的分析の大前提として4人のアーティストは同じクオリティの作品を制作するものとする。すなわち、芸術的価値は等しいという仮定をここでは維持しなければならない。アーティストを消費者、すなわち主催者が選好するにあたって、アートワールドでも暗黙のうちに了解

【表1】 アーティストのプロジェクトへの供給表

売り手	費用(円)
ゲルハルト君	90,000円
弥生ちゃん	80,000円
杉本君	60,000円
村上君	50,000円

されている確信、つまり「芸術的価値=経済的価値」が共有されているならば、ここでは価格としてのフィーの競争は高い方から始まると考えられるだろう。しかし繰り返しになるが、経済学的議論では芸術的価値は定数、すなわち同じであるので、アーティストが価格競争をするのですぐに価格は下落する。海山ビエンナーレのアーティスト・フィー（プロジェクト参加フィー）を60000円とすれば、ここでは便益を得ることのできる村上君だけがビエンナーレに参加することになる。

村上君がビエンナーレの参加によって得る便益を図6と図7の供給曲線を参照しながら考えてみよう。フィーの60000円を得るので、村上君は10000円の「生産者余剰」を得ることになる。生産者余剰はアーティスト（生産者）がマーケットに参加することから得られる便益を測る尺度である。この生産者余剰は供給者、生産者、すなわちアーティストの経済的厚生を示す重要な指標である。

さらに海山ビエンナーレは入場者が多く見込めるので一人ではなく、二人のアーティストの参加を求めているとしよう。ここでも4人のアーティストが候補者に上り、価格競争で決められるとする。二人のアーティストには同じフィーを支払うとすると、図6からこの場合は2人のアーティストが残るまで価格は下落する。このケースでは80000円（あるいはそれよりわずかに少ない額）をつけたときに競争が終わる。この価格で杉本君と村上君は喜んで仕事を引き受け、ゲルハルト君と弥生ちゃんがそれよりも低い価格をつけるつもりはない。価格、すなわちフィーが80000円のときに村上君は30000円の内産者余剰を得て、杉本君は20000円の内産者余剰を得る。この市場における総生産者余剰は50000円となる。

再確認しなければならないのは、この4人のアーティストは同じ芸術的価値をもつという前提である。実際のアートワールドではゲルハルト君に初めから参加をオファーすべき、と考えがちだが、芸術的価値が変数ではなく、定数と措定されているので、価格メカニズムが働いて、ゲルハルト君は仕事をとることができない。

さて、このモデルケースが示しているのは、プライスメーカー（価格設定者）でもあるアーティストが供給者として需要者（消費者）に示す価格は、強いインセンティブを持つということである。先に芸術的価値は一定という前提を何度も確認したが、より実際的にはこれらの4人のアーティストは芸術的価値のシグナリング（情報発信）である美術批評

においてきわめて高い評価をえており、近い将来にプロジェクト・マーケットでもアート・マーケットでも活躍が期待できる、いわばブライテスト・ホープたちである。価格は供給側であるアーティストと、需要者であるプロジェクトの主催者とが出会うという経済合理的判断をおこなった場合に、それぞれがマーケットでアクティブになり、供給者はアーティストとしての認知を獲得することになる。

しかしながら実際にはこの段階でのアート・マーケットは未熟であり、需要と供給が均衡する経済的厚生を議論するにはほど遠いのだが、少なくとも需要と供給が出会う合理性が芸術的価値の社会的認知につながるといえるだろう。換言すれば、アーティストの生存率 survival rate は高い芸術的価値があると美術批評が判断する自律的価値ではなく、マーケットでの合理的判断を勝ちとりうるか否かにかかっている。「非合理的な賢き者 irrational sage」と「非合理的な愚か者 irrational fool」との分岐点ということになる。

小論は厚生芸術の入門的位置も占めているので、付け加えるべき論点は多々あるのだが、ここでは二点だけ言及しておこう。先のモデル分析は一人の主催者である海山ビエンナーレと4人のアーティストだった。このような少数モデルはミクロ経済学の教科書で検討されるが、無数のプレイヤーが参入している実際のマーケットでは現実的ではない、と考えられるかもしれない。しかし、ミクロ経済学の教科書で検討される少数モデルは、実はアート・マーケットの場合は極めて現実的なのである。なぜなら、現実のアートプロジェクトの個別マーケット、すなわちアートプロジェクトでは十人前後から百人くらいの規模であるからである。さらにミュージアムでの企画展をも短期の期間限定マーケットと考えると現実味はより増してくるだろう。なぜなら、経済学の十大原理の第四原理、すなわち「合理的な人々は限界的部分で考える」という原理がシビアに妥当するからである。先のモデルでみたように、村上君は最初の一人ではなく、最後の一人の座を争っているのである。限界的部分で考えるとはこのプロジェクト・マーケットの競争が、1/10や1/100ではなく、需要側、主催者側の購入意欲が最後の一人をどのアーティストにするか、ということと競っているからである。需要側の60000円という支払い意欲は供給側の限界費用と出会うか否かの臨界点なのである。この限界部分では供給側、すなわちアーティストの合理的判断が試されるのである。



さらなる一点は経済学的便益を知らない自称アーティストは生産者余剰を知らず知らずのうちに「搾取されている」ことであり、そのことにすら気づかない悲劇の中にあることだ。すなわち、創造性という資源の効率的な配分と経済的厚生、あるいは経済的福祉の衡平な配分が阻害されている。ここには本研究の大きな課題が潜んでいるが、別の機会に報告したい。

次に逆方向のコレクター側から消費者余剰をみてみよう。

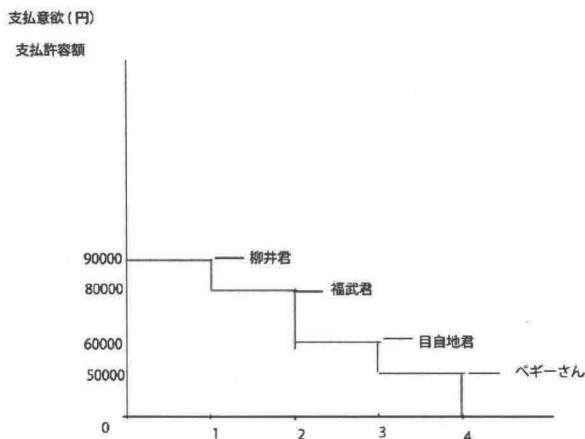
### 3-2 コレクター余剰(消費者余剰)

ゲルハルト君が新作絵画を発表するとしよう。すなわち、経済学的には新製品を展示販売するということである。画廊には柳井君、福武君、目時地君、ペギーさんの4人のコレクター(消費者)が現れ、ゲルハルト君の作品をほしがっている。支払ってよいと思っている金額にはそれぞれ上限がある。表2はそれぞれが支払ってもよいと思っている最高価格を示している。

なお、余談ながらそれぞれの年収は表のとおりであり、ここには富裕層はひとりもない。

[表2] 潜在コレクターの支払許容額

売り手	支払許容額(円)	年収(円)
柳井君	90,000円	5,000,000円
福武君	80,000円	4,500,000円
目時地君	60,000円	4,000,000円
ペギーさん	50,000円	3,500,000円

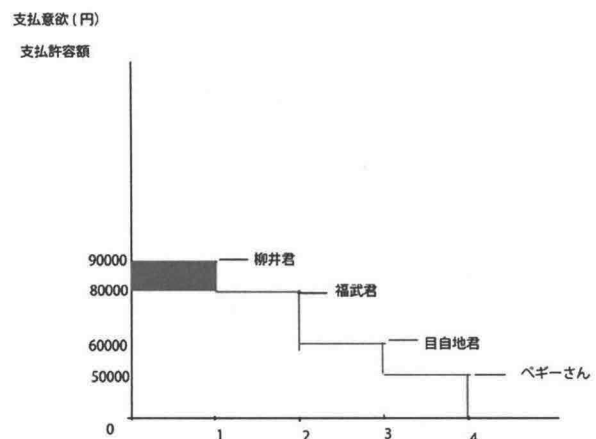


[図8] コレクターの消費者余剰

支払許容額は、買い手の財に対する評価額を示している。それぞれのコレクターは自分の支払許容額よりも低ければ購入しようとし、高ければ購入を見送り、等しければ購入してもしなくても構わない。画廊での価格は80000円なので、柳井君一人がゲルハルト君の作品を購入することになる。

柳井君はゲルハルト君の絵画を手にするによって、どのような便益を得るだろうか。図8と図9の需要曲線を参照しよう。柳井君は安い買い物をしたといえる。なぜなら、90000円を支払う意思があったのに、80000円ですんだからである。このとき柳井君は10000円の消費者余剰を得たことになる。消費者余剰は買い手がマーケットに参加することで得られる便益を測る尺度である。柳井君はマーケットに参加することによって、10000円の便益を得たことになる。一方の福武君、目時地君、ペギーさんは消費者余剰(便益)を得ていないことになる。例えば、一般のマーケットでグレゴリー・マンキューはこのような事例で競売、一種のオークションという状況を設定しているが、プライマル・マーケットの画廊でも同じことがいえる。この場合、マーケットにおける総消費者余剰は10000円である。

次にゲルハルト君が2点の絵画を展示販売するとどうなるだろう。比較が簡単なように2点とも同じ価格と仮定しよう。画廊での価格が70000円であったときに売買が成立する。ここでは柳井君が20000円、福武君が10000円の消費者余剰を得たことになる。この場合、マーケットにおける消費者余剰は30000円となる。ここでみたモデルは作品の場合だが、同じことはプロジェクト・マーケットにも妥当する。この場合、ゲルハルト君が生産者としてのアーティストであり、柳井君、福武君、目時地君、ペギーさんはそれぞれ○○



[図9] コレクターの需要曲線と消費者余剰

ビエンナーレや××トリエンナーレの主催者という消費者と置き換えればよい。ここで重要なことは経済学的モデルでは生産者余剰と消費者余剰は均衡しなければならないということだ。経済学のモデルはマーケットの均衡点を指す。が、経済学に不案内なアーティストが残留するアート・マーケットでは往々にして、消費者余剰が生産者余剰よりも多いという不均衡、すなわち搾取の可能性があることを銘記しなければならない。この点もまた重要な研究のポイントだが、別の機会に精査しよう。

次にアーティストの労働市場をみてみよう。

#### 4. アーティストの労働市場

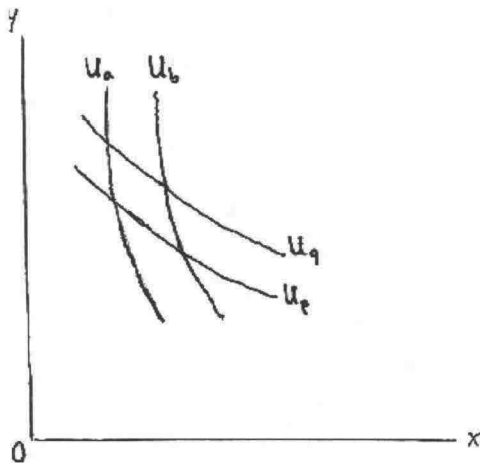
アーティストの労働市場については、フランス国立社会科学高等研究院のピエール＝ミシェル・マンゲルが第一人者だが、小論ではマーケットでアクティブではないアーティスト、すなわち自称アーティストの労働市場を分析してみよう。なぜなら、本当のマーケットに参入できるアーティストはごくわずかであり、他の大多数は社会的に認知されることのない自称アーティストだからである。このセクター（厳密にはセ

クターと呼ぶことすらできないほど）は経済学的には生産者ではなく、消費者に分類される興味深いセクターであると同時に作品マーケットではとるにたらないものの、労働市場においては別の意味での巨大な潜在的マーケットであるからである。つまり、アートワールドの寛容性は彼らをアーティストと認知することだが、経済学の不寛容性はこれらを生産者ではなく容赦なく消費者と分類することである。巨大な潜在的マーケットとは現時点では資源を浪費するバズ・マーケットbads marketであるということである。

アーティストの労働市場がまれにみる完全自由化された市場である、という経済学的見解には大きな誤りがある。現実には最も参入障壁のシビアなマーケットである。

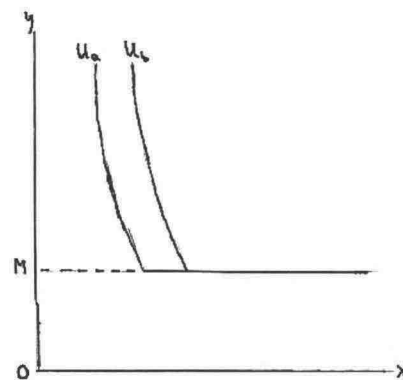
次に具体的事例としてハンス・アビングの著書『芸術という例外的経済』で補足している図10、11、13を用いてアーティストの労働選好についてだけ簡単に批判的に確認してみよう。アビングは助成金の多さがアーティストの数を増やし、貧困の原因になっているという説を主張し、アーティストには厳しい芸術経済学者である。しかし、以下の分析にみるように、現実にはさらにアーティストにとって厳しいものであることが明らかになるであろう。

一般に労働時間は余暇とのトレードオフになる。図10はアーティストが金銭をあきらめる性向 preference を示すもの



y 金銭的収入  
x 非金銭的収入  
Ua,b. アーティストの無差別曲線  
Up,q. 芸術以外の職業の人々の無差別曲線  
本書ではアーティストは他の職業の人々よりも金銭的報酬への関心が低いと仮定しているの、アーティストの無差別曲線の勾配はきつくなっている

[図10] アーティストが金銭を諦める性向  
[Hans Abbing "Why are Artists Poor?", Amsterdam University Prerss, 2002, p.326より。訳文は筆者による。]



y 金銭的収入  
x 非金銭的収入  
Ua,b. アーティストの無差別曲線  
MO 最小限の収入制約線  
図10は「適正な」収入のレベルには妥当する。しかし、図11は本書の理論によれば、アーティストの無差別曲線は収入が低く、最低の収入レベルに達するとき水平に走り出す

[図11] 最小限の収入制約線  
[Hans Abbing "Why are Artists Poor?", Amsterdam University Prerss, 2002, p.326より。訳文は筆者による。]



である。より正確にはアーティストと非芸術的職業の人が最も満足する収入(金銭的収入と非金銭的収入)の組み合わせを示している。 $y$ は金銭的収入、 $x$ は非金銭的収入を示している。 $u_a, u_b$ はアーティストの無差別曲線、 $u_p, u_q$ は非芸術的職業の無差別曲線である。 $u_a$ の無差別曲線を $u_q$ とを比較した際の勾配のきつさは、自称アーティストは非芸術的職業の人と比べて金銭的報酬への関心が低いとアビングが仮定していることを表している。すなわち、自称アーティストはある収入レベルからは金銭的収入よりも非金銭的収入を 선호するという「アーティスト神話」を裏付ける資料となっている。

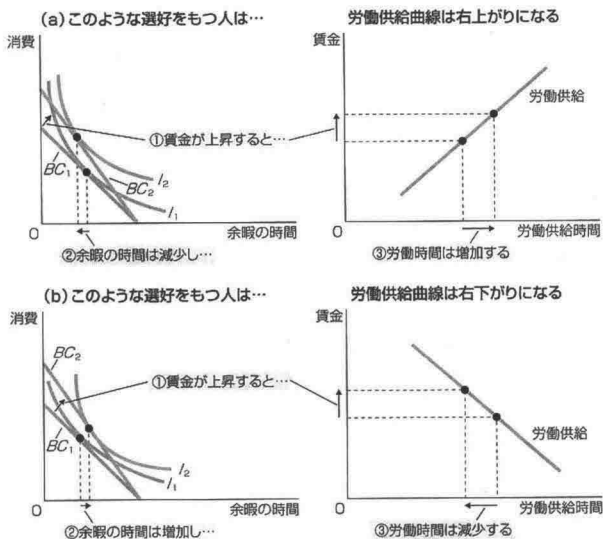
次に図11をみてみよう。 $y, x, u_a, u_b$ は図10と同じである。MOは最小限の収入制約線 minimum income constraintを表している。アビングは図10のアーティストの無差別曲線は「適正な」収入レベルには妥当するが、図11ではアーティストの無差別曲線は、収入が低く最低の収入レベルに達するときに水平に走り出すと述べている。アビングはここで $y$ 軸のM点、すなわち生存制約線 survival constraintをクリアすると金銭的収入への関心が低下することをアーティストの特質として芸術の例外性を強調しようとしている。ここでアビングは非金銭的報酬という経済学には理解不能な要素を想定しているが、アーティストにとっての非金銭的報酬は芸術的価値の評価、認知を意味する。では非芸術的職業の人にとっての非金銭的収入とは何で

あろうか。図12でマンキューが示しているように賃金と労働供給曲線との関連で示され、それは「消費の時間」なのである。図12の(b)は賃金が上昇すると労働時間を減らす性向のある人の相関を示したものだが、この図12にみられるようにアビングが図10と図11で示している自称アーティストが金銭を諦める性向は何もアーティストに特有の労働選好ではなく、一般的な労働市場に見られる二つの性向の一つにすぎない。

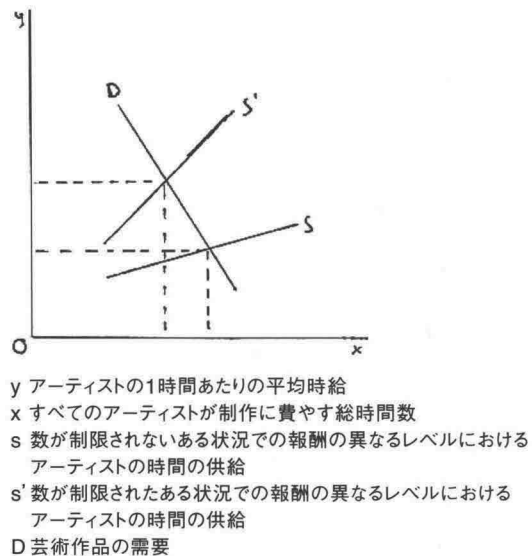
実は図12はマンキューが「フリーランスのソフトウェアの設計者」として例にあげているサリーという女性の場合である。この下の図(b)は賃金が上昇すると、消費と余暇の両方が増加して、その結果、労働供給曲線が右下がりになることを示している。

賃金の上昇にしたがって労働時間が減少することは、サリーにとっては純粋な消費者としての時間を示している。このことはアビングの図でも副業の労働時間の減少を示しているので、自称アーティストは一般の労働供給者と同じであり、このことは副業での収入で「生産物を生産しないアーティスト」はやはり消費者と定義しなおされるということを示しているのである。

図13でアビングはマンキューと近似した座標を使っている。 $x$ が労働時間、 $y$ が賃金。 $S$ はアーティストの数が制限されていない状況でのアーティストの賃金、 $S'$ はアーティストの数が制限された状況での賃金である。このことは労働市



【図12】 余暇の時間と労働供給時間  
[N. グレゴリー・マンキュー『マンキュー経済学[第2版]ミク口編』(足立英之、石川城太、小川英治、地主敏樹、中馬宏之、柳川隆[訳])東陽経済新報社、2012年、p.638より]



【図13】 数の制限の結果  
[Hans Abbing "Why are Artists Poor?", Amsterdam University Prerss, 2002, p.327より、訳文は筆者による。]

場の規制(ライセンスなど)がない市場、すなわち消費者へのシグナリングがほとんどみえない市場を作り出し、供給曲線をS'から右下のSへと押し下げている状況を説明している。規制緩和と内存在としての自称アーティストはサリーと同じく、副業の労働時間を余暇という消費(自称アーティストにとっての制作)の増大によって本物のアーティストの賃金を減少させていることを示しているのである。すなわち、自称アーティストはエスタブリッシュされたアーティストのマーケットに参入してある意味では競争を激化させていると考えることもできるのだが、より優れたアーティストの存在を見えにくくしているという意味においても稀少な資源の浪費に貢献しているとさえいえるのである。

## 5. まとめ

これまでマイクロ経済学の教科書レベルの定型にアーティストのマーケットを当てはめてみたが、エスタブリッシュされたアーティストという資源はある程度効率のよいレベルで配分されているのに対して、自称アーティストの資源分配は非効率的であることが明らかとなった。

優れたアーティストは経済合理性に反して、それを乗り越えていく重要な社会的使命を担った非合理的な賢き者としての位置をもっているが、自称アーティストは非合理的な愚か者の位置に甘んじている。経済合理的思考をアート・マーケットにおいてもプロジェクト・マーケットにおいても一般人以上に身につけることがまずは肝要なのである。

この報告は数においてエスタブリッシュされたアーティストを数的にははるかに上回る自称アーティストの創造的意欲を減退させることが目的ではもちろんない。そうではなくて、資本主義や貨幣経済を乗り越えるという歴史的使命を担うと自負するすべてのアーティストもまたマイクロ経済学が描き出す現実の中で生きていることを自覚することによって、作品とアーティストがより強靱化されることを理解することを第一に目的とする。マイクロ経済学の描く現実世界に背を向けることは誰にもできないのである。さらに、消費者と無慈悲にも分類されてしまう状況は彼ら／彼女たちに従来のアーティスト概念とは次元を異にするアーティスト、すなわち創造性を社会有用性へと自ら変換するとともに、他者の創造性をも同様のものへと変換することを介助するアर्टイ

スト、すなわちソーシャル・アーティストへの道を開くことを目的とするものである。

## 註

- 1 N.グレゴリー・マンキュー『マンキュー経済学[第2版]マイクロ編](足立英之、石川城太、小川英治、地主敏樹、中馬宏之、柳川隆[訳])東洋経済新報社、2012年、p.14
- 2 ルドルフ・オーデブレヒト『芸術価値論—美的価値体験—](太田喬夫訳)中央公論 美術出版社、2011年、p.16
- 3 "Record of the General Conference Twenty- first Session Belgrade, 23 September to 28 October 1980 Vol.1 RESOLUTIONS"United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 1980, p.149

## [参考文献]

- 1) N.グレゴリー・マンキュー『マンキュー経済学 [第2版]マイクロ編](前出)
- 2) ハンス・アビング(山本和弘訳)『なぜアーティストは貧乏なのか—芸術という例外的経済』グラムブックス、2007年
- 3) アマルティア・セン(大庭健+川本隆史訳)『合理的な愚か者 経済学=倫理的探求』勁草書房、1989年

本稿は平成24-26年度科学研究費基礎研究(C)「厚生芸術の基礎研究」[課題番号:24520199]および平成23-25年度同基盤研究(A)「社会システム(芸術)とその変容—現代における視覚文化／美術の理論構築」[課題番号:23242015]の研究成果の一部であり、平成25年3月2日に首都大学東京・秋葉原サテライトキャンパスで開催された同基盤研究(A)公開ロキウム「経済システムの中の芸術—自律性神話の崩壊と他律性メカニズムの変容」における口頭発表原稿を修正・加筆したものである。

## [執筆者]

山本 和弘

Kazuhiro YAMAMOTO

映像学科 非常勤講師

Part-time Lecturer Department of Film and Media

栃木県立美術館 シニア・キュレーター

Senior Curator Tochigi Prefectural Museum of Fine Arts