

アートと経済社会について考える研究会 ～クリエイティブ産業政策の新展開～

令和 4 年 6 月
経済産業省
クールジャパン政策課

1. 趣旨

経済社会の成熟化・グローバル化・デジタル化・価値観の多様化に伴い、コストや機能面だけでは、企業や国・地域も差別化が困難な時代に本格的に突入している。実際、これまで我が国企業の多くがアートやデザインを、経営と比較的遠いところに置いてきたことが、マークアップ率が低い一因との指摘もあるなど、機械や AI では代替できないアートやデザイン等の人の創造性や感性、国や地域に固有の文化を価値創造の主軸に据えることがより一層求められている¹。

世界的にも文化芸術は、経済社会を支える主要なエンジンであるとの認識が共有されているものの、現状、我が国のアート市場規模も、一人当たり文化 GDP も先進国最低レベルに止まっているなど、文化芸術と実経済社会との間に距離感があると考えられる。

他方、我が国におけるアートを取り巻く環境にも変化の兆しが見られている。まず近年、アートの持つ多様な機能・効用に着目した研究や取組が進んでおり、美術史的意義に留まらない価値にも注目が集まりつつある。例えば、人間社会や自然等への新たな見方や新たな価値観等の着想をアート（創る・見る等）から得ることで、企業が自らの存在意義を確立・共有したり、社会課題解決に向けた発想の涵養やビジネスモデルの構築につなげたり、アートを活用した人的資本の向上²や地域経済社会の活性化につなげたりなど、アートの活用場面の拡大が確認されつつある。さらに、デジタル領域を中心とした新たな技術・サービスモデルの誕生により、一般消費者をはじめとする幅広い主体がアートとの接面を従来よりも広げてきているなど、これまで以上に、アート領域への投資・需要の拡大可能性が広がってきている。

もっとも、アートを中心としたクリエイティブ産業への投資・需要が拡大することは、中長期的には、産業構造転換を押し進め、デジタル化による労働市場の両極化への処方箋となり得ることや、企業や国、地域に固有の文化を創造することにもつながるため（未来のジャパン・クール）、将来における持続的な海外需要獲得も期待できると考えられる。

ゆえに、本研究会においては、アートと経済社会との適切な距離感を議論することで、アートや周辺のクリエイティブ産業自体の発展のみならず、より広い実経済社会の課題解決・経済的発展、海外需要獲得等を見込める可能性、経済産業的意義を整理・確認した上で、文化アートと経済社会の循環エコシステムの構築に向けた所要の施策について検討することとする。

¹ 経済産業省においては、平成 23 年にクリエイティブ産業課を設置し、機能やコストを超えた $+\alpha$ の価値を提供する観点から、ファッション、コンテンツ、観光、アート、デザイン等の 9 分野を中核としたクリエイティブ産業及び海外需要獲得（クールジャパン政策）を振興しているが、近年、特にアートやデザインには、 $+\alpha$ の付加価値のみならず、価値創造の中核を担う意義も指摘されている。

² 例えば、アートの創造過程で生まれる新しい発想・視点は、人々に創造力・表現力・柔軟性を与え、企業のイノベーションの起爆剤となり得るとの指摘や、アートを鑑賞し、語り合う行為は、人がよく「みる」ことを可能にし、多様で異質なものに気付くための視野を広げ、他者との関係性構築を促し、社会を安定させることや、アートという未知のものと対峙することにより、人々は顕在化していない未来の課題を発見し、その問題解決に駆り立てる力があるとういった効果が指摘されている。

2. 各回論点

- 第一回 アートと企業・産業
- 第二回 アートと地域・公共
- 第三回 アートと流通・消費
- 第四回 アートとテクノロジー