

# 文化芸術支援の政策評価試論 — Throsby と Withers の調査項目を中心に —

柳 永珍 Youngjin RYU

北九州市立大学 地域戦略研究所 特任講師

■**要旨**：本研究は、① Throsby と Withers の研究で行われた文化芸術の肯定的外部効果に対する認識把握のための質問項目を尺度化したあと、同質問項目を用いて、②福岡市民の認識を概略的に分析することを目的にしている。分析結果によると、Throsby と Withers の質問項目は統計的に意味があり、教育的価値・存在価値・威光価値を反映していることが確認できた。また、調査に応じた福岡市民は文化芸術の肯定的な外部効果について高い認識度を持っていることが把握できた。また、文化芸術分野の肯定的外部効果に対する認識は、教育水準や主観的経済水準と正 (+) の関係であることも確認できた。

■**キーワード**：公共財としての文化芸術、肯定的外部効果、政策評価、多変量分析

## 1. はじめに

このショート・ペーパーは、文化芸術分野における消費者（享受者）は、文化芸術分野をいかにも公的支援の対象として認識しているのか（支援に同意しているのか）、または私的財として認識しているのか（同意していないのか）を把握したいという探索的な意図から始まっている。最近では、日本だけではなく、世界の数多くの地域が文化芸術分野に公的支援を行っており、それを通じて、長期的・短期的な意味の発展を図ろうとしている。特に、文化都市や創造都市に関する様々な議論と研究が深化していくことによって、文化芸術に対する支援は地域を活性化させる方案であり、人材流入のためのインフラ準備として意味を持つことになっている（柳永珍、姜文源,2015）<sup>(6)</sup>。そして、既に成功と失敗についても発表と研究が続いている。しかし、支援する側（中央政府または地方政府など）においても、支援を受ける側においてもその支援の効果が一体何なのか、どんな形で現れることで、どう確認できるのかということはいつも関心事になるしかない。特に、その支援に投与される資金が公的資金であればいうまでもない。土木事業ではなく、文化と

教育をよりサポートする必要があるという意見（池上淳,1996）<sup>(3)</sup>がある一方、文化に対して公的支援を行うことは経済的にプラス効果がないという意見（吉澤響,2005）<sup>(4)</sup>もある。

実は、文化芸術分野は、活動・経験として、ある価値を持つが、その価値は定量的なレベルを超えて存在するものであり、貨幣としても還元されにくい（Klamer,1996）<sup>(18)</sup>価値といえる。それだけに何を効果としてみるのか、何を発展としてみるのかも、決して簡単な問題ではない。効果ということの基準を決める立場も、それを評価する立場もそれぞれが異なる。本研究では、発展や効果の基準などの問題意識までは触れない。しかし、文化芸術分野の財貨としての評価のための極一部分として、文化芸術分野の享受者に対するアプローチを試みている。現在の文化芸術分野に対する公的支援において、支援の対象を大きく分けてみると、文化芸術を生産する側に対する支援と、消費する側に対する支援があるといえる。両側とも重要な支援の対象である。本研究は、特に文化芸術の消費者、つまり、享受者の認識を測定することに焦点を置いている。Holbrook and Hirschman (1982)<sup>(16)</sup>は、文化芸術に関する

研究が主に生産と流通という観点から行われているし、消費者についての研究は極めて制約的であると指摘したことがある。もちろん、1970年代後半以降から享受者に光を当てた支援などが増えてきたことも確かであるが、現在も主な支援の対象は、芸術団体や文化分野に従事している人であることも事実である。享受者の文化芸術に対する情報習得や学習、選択に応える文化芸術の供給システムが必要であり、供給側も享受者の状況に対応しながら質と多様性を確保していくことになる(後藤和子, 2001)<sup>(5)</sup>。享受者の認識を把握することはこのようなことから意味をもつ。

本研究では、Throsby and Withers (1983)<sup>(29)</sup>の先駆的な研究で用いられている質問項目に着目して、それを尺度として活用して享受者の認識を具体的に把握しようとしている。Throsbyらの研究は、非市場的な財貨である文化芸術の価値を測定しようとする試みであり、その前提として文化芸術の肯定的外部効果を測定する質問項目を設けている。しかし、以降の第2章で説明しているが、Throsbyらが設定した質問項目は、ただ賛成と反対を質す形式であり、統計的な信頼度や妥当度に関する検証も具体的にこなされていないため、独立的な1つの尺度として応用するには適切ではない部分があるともいえる。この項目を具体化し、福岡市民を対象として実際に適用してみることが主な目的である。言い換えれば、尺度化という過程を通じて、福岡市民の文化芸術分野に関する認識の傾向を把握することであるともいえる。

現在のところこの質問項目がどのくらいまで応用できるかを断定的にいうことは無理である。ただし、少なくとも享受者の立場からアプローチしながら、特定の財貨をどのくらい公的支援の対象として認識しているかに関して、尺度的な検証の可能性を考察してみることは、「享受者の立場からの文化芸術分野に対する政策評価」のための小さな端緒を探る知的作業になると思われる。

このような意味から本研究は、まず、第2章では、本研究の前提ともいえる文化芸術分野に対しての公的支援と、享受者の認識に関する研究について簡単

に概括する。また、肯定的外部効果を中心に享受者の認識を確認しようとしたThrosby and Withers (1983)<sup>(29)</sup>の研究と質問項目について簡単に検討している。第3章では、第2章で検討した質問項目を活用したアンケート・サーベイを通じて、質問項目の信頼度と妥当度を検証している。調査対象は福岡市民を対象としている。第4章では測定された結果に基づいて福岡市民の認識を分析している。第5章では、結果要約と共に、「享受者の文化芸術分野の肯定的外部効果に対する認識は、教育水準や主観的経済水準と正(+)の関係」である傾向が認められたことから示唆を提示している。そして以降の課題も提示している。

## 2. 文化芸術分野の享受者の認識について

### 2.1 文化芸術分野への公的支援と享受者の認識

文化芸術分野は必要によって、消費されるサービスというより、趣向や嗜好によって消費されるサービスである。すなわち、サービスを享受できるある程度の力量と費用の支払い能力が伴わなければならない。しかし、ひとたび文化芸術の享受に慣れていくと、消費者は非常に熱狂的・持続的に愛好する特徴を現す(Clark and Kahn, 1988; Kotler and Scheff, 1997)<sup>(11) (19)</sup>。さらに、「消費を通じた学習(learning by consuming)」が蓄積されると、消費者は消費に対して深化になった満足を持続的に追求できる(Brito and Barros, 2005)<sup>(10)</sup>。つまり、ある程度の経済水準に達した場合、文化芸術に対する享受経験は持続的に増加することであり、もっとその追求も強くなることである。

Baumol and Bowen (1966)<sup>(9)</sup>は先駆的な彼らの研究の中で、製造業は生産性の上昇が自動化などによって急激に増大していくが、文化芸術分野の場合は、生産が労働(人の力量)に依存するので、生産性の増大より賃金の上昇がもっと大きくなることを究明している。これがポーモルのコスト病(Baumol's cost disease)という概念である。このような傾向により、文化芸術分野は必ず供給不足の状態に陥るし、従事者も活動に相応しい対価を貰えないので公的支援が必要になると述べている。この研究は、

1965年の全米芸術基金（NEA）の創設の根拠ともなっている。このときを基点として欧米においての供給者側を中心とした文化芸術への公的支援が増加していく。

しかし、供給側に対する支援が軌道に乗ったあと、享受者側に対する支援の問題が大きくなりはじまる。需要側への支援は、供給側への支援に比べてもっと複雑な問題である。供給側は限られている生産主体が特定できるし、主に人件費や創作費用に関する支援に帰結される。

各供給者の場合、提供できる文化芸術サービスが限られているが、享受者は追及可能の幅が広いといえる。供給への支援によって、安くサービスが提供できるように、また、供給者のサービス提供が持続的に維持できるようになったが（供給側への支援の主な目的ともいえる）、必ずしもそれによって需要が増えるとはいえない。選好と享受できる水準（費用や教育など）に差が存在するし、それにより享受における格差も発生するからである。市場から提供される商品と価格をただ受け入れる受動的な消費者ではなく、能動的な消費者が市場の主流になっていくことも（Stigler and Becker, 1977）、文化芸術の消費のポイントが享受者中心に変わっていく大きな原因であるといえる。

このような課題を受け入れて、1980年代には、文化芸術を生産する生産主体だけではなく、享受者に関する研究も行なわれることになる（後藤和子, 2001:58-62）<sup>(5)</sup>。もちろん、Baumolらも、公的支援の主な根拠として、供給者においての舞台芸術分野などの赤字の必然性と共に、享受者においての文化芸術分野の肯定的外部効果（社会的便益）の存在、文化芸術の享受権利の保障を挙げている（後藤和子, 2001）<sup>(5)</sup>。享受者の面からの重要性を述べているFrey and Pommerehne (1989)<sup>(13)</sup>、Fullerton (1991)<sup>(14)</sup>、Heilbrun and Gray (1993)<sup>(15)</sup>、Hutter (1996)<sup>(17)</sup>、Netzer (1996)<sup>(26)</sup>、Cowen (2013)<sup>(12)</sup>などの研究も存在する。

ここで注目すべき部分は、肯定的外部効果である。これは、文化芸術分野が公共財として意味をもつ大事な理由である。Netzer (1978)<sup>(25)</sup>によると、

文化芸術には肯定的外部効果が存在しており、この外部効果は多数の人々によって非排他的に消費されると述べている。Fullerton (1991)<sup>(14)</sup>も、文化芸術の外部効果の存在に対する享受者の認識が、ただ乗り（フリーライド、free ride）に繋がると主張している。2人とも、肯定的外部効果は集団的な便益であり、公共財的な特徴を示す要因の1つであると説明しながら、外部効果が望ましく需給できるためには、公的な支援が必要であると強調している。つまり、文化芸術分野は利益より、享受される価値が大事であり、文化芸術が発展すればするほど多くの人々に発展による便益が自然に広がるようになるので、市場に任せて競争的に享受するよりは、十分な享受のために公的な支援が必要になる<sup>1)</sup>。

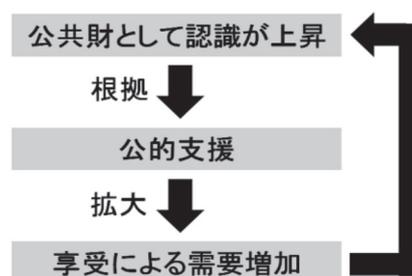


図1 享受者の認識と公的支援の循環関係

出所：筆者作成

整理してみると、もし文化芸術分野が公共財的な分野、公的支援を必要とする分野として認識が社会的に共有されているのなら<sup>2)</sup>、公的支援によって文化芸術の享受はもっと広がることになる。そして、Clark and Kahn や Kotler and Scheff<sup>(11) (19)</sup>の主張のように、文化芸術に関する消費の欲求はますます高くなる可能性が多くなる。つまり、文化芸術分野の「公共財的な性質（享受者の認識として）」と「文化芸術分野に対する支援」、そして「享受による消費者の需要増加」は、循環的な影響を与えながら拡大していく関係といえる。この関係を図で表してみると<図1>のとおりである。

享受者の認識は公的支援の妥当性の根拠でありながら、支援の結果の反応や変化としても意味をもつといえる。このような面から享受者の認識を把握すること（図1の最上の段階の把握）は公的支援にお

いて1つの基準として意義をもつといえる。

## 2.2 Throsby と Withers の調査について

ある財貨が享受者に公的支援を必要とするものとして認識されているのかは、公的支援の根拠として重要な意味をもつ。しかし、そのような認識を把握できる尺度はほとんど存在しないとみても良い。もちろん、ある財貨の公共性を測定しようとする試みは、公共経済学と公共政策学の中で、幅広く取り扱われている。公的支援の対象である、いわゆる公共財は、計算や説明、単位別の区別が容易である私的財とは異なるため、その特性を尺度化して測定することが困難である。このような困難は、提供されるべき財貨の量を具体化することのみならず、財貨の利用にかかる費用の推定も難しくなることを意味する。このような困難を解決するために、公共経済学では、公共的な財貨・サービスの利用・活用において発生する‘混雑度 (congestion)’を測定し、それを価値の基準にすることが一般的である。混雑度が増えると公共的な財貨としての価値が深刻に阻害されてしまうからである。しかし、混雑度の測定もすでに公的支援が必要だと判断されている財貨を対象にして、供給量と利用料金を決定するための数理的方法だといえる。つまり、ある財貨が現在の時点で、需要者において、公的支援が必要であると認識されているか、または需要者による公共性の評価程度を把握する試みではない。

公共性を測定して、その効率を高め、可能な限り最大多数に混雑のない効用を提供することももちろん大事である。しかし、どんな財貨が公的支援を必要としている財貨として享受者に認識されているのかは、公的支援より先行の課題である。公的な支援を投与するという事は、公共の便益を提供する財貨として認められたという社会的な認識（同意）が必要である。そして、財貨の提供と価格決定などにおいて政治的な過程の重要性も大きい。つまり、財貨の実需要者である消費者の認識は重要な判断基準になるといえる。

このような意味から、本研究では、実需要者である享受者の認識に対する確認から文化芸術の価

値を推定している Throsby と Withers (1983)<sup>(29)</sup> の研究「Measuring the Demand for the Arts as a Public Good: Theory and Empirical Result」に注目しようとしている。Throsby と Withers は、オーストラリアを対象地域にした研究で市民全体を対象としてアンケート・サーベイを実施し、市民が文化芸術の肯定的外部効果に同意していることを明らかにしている。文化芸術分野への公的支援必要性の根拠の1つは肯定的外部効果の存在である (Frey and Pommerehne,1989; Hutter,1996; Netzer,1996; Heilbrun and Gray,2001)<sup>(13) (17) (26) (15)</sup>。つまり、肯定的外部性に関する認識は、公共財としての認識と相関関係であるといえる (柳,2015)<sup>(7)</sup>。彼らの研究でのアンケートは、肯定的外部効果に対する市民の認識度を把握する段階である。

彼らの研究は、最終的に CVM (Contingent Valuation Method、仮想状況評価法) を活用した文化芸術の経済的な価値推定が目標であるが、その分析の前提として文化芸術の享受者に対するサーベイを行なっている。「文化芸術から得られる便益は消費者個人に限定されるものではなく集団的なものである」ということにどのくらい同意しているのかを根拠としている。つまり、公共性に関する同意程度を測定しているといえる。本研究で、具体的に分析している部分も、このアンケートのことである。CVM 方法は、仮想の状況や財貨に対して個人の支払いの意志を測定し、それを評価して仮想の対象の価値を評価する方法である。非市場財の価値の測定のためによく利用される (大野栄治, 2002)<sup>(1)</sup>。CVM という方法論自体は、仮定された価値に対する評価であり、間接的な評価方法ともいえる。すなわち、Throsby と Withers の研究で用いられたアンケート・サーベイは、仮想として設定した価値 (彼らの研究では文化芸術の価値) について、一般の人々も十分に認識・同意しているかを確認するためのものである。

具体的にみると、調査対象は、オーストラリアに居住している成人の 825 人であり、無作為標本として選択されている (Throsby, 2003)<sup>(28)</sup>。用いられた質問は、計 8 問 (CVM 関連の質問は除外) であ

り、その内容と応答の割合は<表1>のとおりである。各質問に対して、応答者は「賛成」、「反対」、「どちらとも言えない」という三択のうち1つを選ぶようになっている。

表1 Throsby and Withers(1983)の文化芸術の外部性調査結果

質問項目	賛成	反対	どちらとも言えない
① オーストラリアの文化芸術家の成功は、オーストラリアの誇りだと思う。	94.8	4.4	0.8
② 文化芸術は自分の国を理解する手助けとなる。	84.6	13.8	1.6
③ 文化芸術はそれに参加した人々のみ便益をもたらす。	34.9	64.1	1.0
④ 文化芸術は生き方を見つけるために重要だ。	80.6	17.3	2.1
⑤ 文化芸術は死滅すべきではない。	96.9	2.3	0.7
⑥ 子どもたちが文化芸術を学ぶことは大切だ。	96.4	3.2	0.4
⑦ 文化芸術は批判的すぎて社会の害になる。	14.8	81.2	4.0
⑧ 文化芸術団体はチケットの売り上げだけで生き残るべきだ。	20.7	78.1	1.2

出所：後藤和子(2001)から作成

ThrosbyとWithersは、アンケートの結果に基づいて、オーストラリアの市民は文化芸術の肯定的外部性を認識しており、文化芸術に対して非常に高い割合で「公共財的な特性を持っている」と考えていると説明している。そして、特に、国家感情利益(national-feeling)・社会批判利益(social-criticism benefit)という2種類の公共財的な利益を提供すると説明している(後藤和子,2001)<sup>(5)</sup>。ThrosbyとWithersのこの研究は、以降のカナダに関する研究にも続けられる(Morrison and West, 1986)<sup>(29)</sup>。

これは次のようないくつかの意義を持っていると思われる。第一、供給者の立場ではなく需要者の立場から文化芸術に対する認識程度を把握していること。第二、肯定的外部効果の属性を文章に表して、享受者が自分の認識を投射(Projection)できるようにしたこと。第三、同意程度の回答を根拠として、文化芸術に対する公的支援の妥当性を主張したことである。つまり、「享受者の文化芸術に対する認識が把握できる」し、また「具体的な分析に入るため

の入口としてのサーベイ」といえる。

しかしながら、このサーベイは、いくつかの限界も持っている。第一、賛成・反対・どちらとも言えないだけを質す名目的な項目で構成されていることである。需要者の立場を反映できる項目であるが、変数としての意味づけがなく、積極的な活用には難しい部分がある。第二、当時の質問項目において、統計的な信頼度検証などが行なわれてないことである。もちろん、当時の研究の目的上、信頼度検証が必要ではなかったことも事実である。しかし、応答者の認識をもっと具体的に把握するためには、質問自体の信頼度・妥当度を確保しなければならない。また、公共財としての価値については、社会的な望ましさによるバイアス<sup>3)</sup>が生じる可能性も高いため、質問に対する検討は大事な意味を持つと思われる。

もう1つ考慮したいことは、ThrosbyとWithersが用いた質問項目が、類似な因子として、グループ化される可能性である。Frey and Pommerehne(1989)<sup>(13)</sup>は、文化芸術の外部性をオプション価値(option value)、存在価値(existence value)、遺産価値(bequest value)、威光価値(prestige value)、教育的価値(education value)という5つで区別している。Freyらは、ThrosbyとWithersのアンケートの質問項目を例として挙げながら、Throsbyらが存在価値・威光価値・教育的価値を強調していると説明している。存在価値は、実際に享受している状況ではないとしても、ただ存在しているという事実そのものに付与される価値であり、一度なくなってしまうと商業ベースでは復元不可能なものが持つ価値である。威光価値は、国民として誇りを感じさせ、文化的なアイデンティティの維持に貢献する価値のことである。教育的価値は、社会の創造性や文化的評価能力を高めて、その結果、社会の構成員が受ける便益である(後藤和子,2001)<sup>(5)</sup>。つまり、ThrosbyとWithersの質問項目を公共財の特性を表す上位因子の下位構成項目として具体的に考えることも可能である。もし、質問項目を通じて、因子の発見ができるのなら、その因子を媒介にした分析なども可能であり、もっと具体的な肯定的外部効果の認識の把握も期待できる。

### 3. 調査方法と結果

#### 3.1 調査対象および調査方法

本研究は、試論的な意味として、福岡市民を対象に調査を実施した。調査は、質問紙を用いるアンケート形式で行った。調査員は、筆者を含めた計6人であり、3日間の調査内容に関するトレーニングを実施したあと、調査を行なった。調査対象者は、福岡市に居住している満20歳以上の成人の500人（各年齢別125人）を便宜的標本抽出法で選定した<sup>4)</sup>。調査終了後、収集された質問紙は計433人の分である。最終的に、無応答などの理由で分析に不適切であるデータを除外した373人のデータを最終分析に用いた。調査期間は、2017年1月10日から、2月15日まで計35日間である。

#### 3.2 項目の構成と分析方法

質問紙の内容は、ThrosbyとWitherが外部性に関する認識を測定するために用いた質問項目（計8問）と、人口学的な特性を把握するための質問項目（計4問）で構成されている。質問項目は、後藤和子（2001）<sup>5)</sup>が訳した日本語文章を用いた。認識に対する測定方法は、リッカート7点尺度<sup>5)</sup>を用いている。1点が強い反対であり、7点が強い賛成である。つまり、質問に同意すればするほど高い点数を選ぶようになっている。「文化芸術は批判的すぎて社会の害になる」、「文化芸術団体はチケットの売り上げだけで生き残るべきだ」という2つの質問項目の場合は、否定形の質問であるため、データ入力（coding）を逆の点数づけにした。

収集されたデータは、統計パッケージであるSPSS 18.0を活用して分析を行った。本研究に用いた分析は、次のとおりである。まず、回答者の基本的な構成を把握するための頻度分析を行った。そして、各項目に対して、妥当性と内的一貫性を把握するための因子分析と信頼度分析（Chronbach's  $\alpha$ ）を実施した。その後、福岡市民の人口学的な特性と市民の肯定的外部性に関する認識の間にどのような関係があるのかを探るために、t-test、一元配置分散分析（One-Way ANOVA）、多重回帰分析を実施した。

#### 3.3 回答者の人口学的な構成の概括

回答者の人口学的な特性は<表2>のとおりである。まず、性別構成は、男性147人（39.4%）、女性226人（60.6%）であった。福岡市の人口構成において女性の比率が高いことが反映されていると思われる。年齢層・最終学歴・主観的経済水準<sup>6)</sup>の質問は、回答率を高めるためにカテゴリー型の様式を用いた。年齢層は、20代（31.9%）の比率が一番高く、30代（28.4%）が2番目であった。続いて50代以上（20.4%）、40代（19.3%）の順である。最終学歴の場合は、大学卒業（43.4%）の比率が一番高く、高卒以下（30.0%）がその次である。続いて大学在学（25.5%）、大学院以上（1.1%）である。主観的経済水準における回答率は、カテゴリー型の質問を用いても、かなりの無応答が生じてしまった。無応答が122人（32.7%）に至っている。回答に応じた251人の場合は、中下（36.7%）という回答の比率がもっとも高く、中上（30.3%）、下上（17.5%）、下下（7.2%）の順である。

表2 回答者の人口学的な特性

区分	頻度 (人)	有効 比率 (%)
性別	男性	147 39.4
	女性	226 60.6
年齢層	20代	119 31.9
	30代	106 28.4
	40代	72 19.3
	50代以上	76 20.4
最終 学歴	高卒以下	112 30.0
	大学在学 (専門学校・短期大学を含む)	95 25.5
	大学卒業 (専門学校・短期大学を含む)	162 43.4
	大学院以上	4 1.1
主観的 経済 水準	上上層	4 1.5
	上下層	8 2.9
	中上層	98 35.9
	中下層	92 33.7
	下上層	44 16.1
	下下層	27 9.9

出所：筆者作成

### 3.4 妥当性および信頼度検証

本研究に使用された Throsby と Wither の質問項目が妥当性を確保しているのか、そして、内的一貫性を担保しているのかを把握するために因子分析と信頼度分析を行った。因子分析は、主因子抽出法・バリマックス (Varimax) 回転を実行して、固有値 1 以上、積載値 0.4 以上の項目だけを抽出するようにした。その後、各因子が適切に積載されたのかを確認し、統計的に適合だと判断されたら因子に命名を行った。また、変数として適合であるかを判断するための KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)、因子分析の活用することが適切であるかを判別するための Bartlett の球面性検定を共に行なった。また、内的一貫性を把握するためのクロンバックのアルファ係数を活用した信頼度を測定した。

表 3 妥当性および信頼度の検証結果

因子	項目	積載値	固有値	信頼度	分散説明率
教育的価値	②	.909	3.735	.887	30.774
	④	.855			
	⑥	.878			
存在価値	③	.865	1.703	.881	30.186
	⑤	.850			
	⑧	.872			
威光価値	①	.889	1.125	.794	21.089
	⑦	.901			
総分散説明率					82.049
KMO : .782 Bartlettの球面性検定 = 1601.869(p<.000)					

出所：筆者作成

各項目の因子分析の結果は、<表3>のとおりである。KMO値は0.782で、基準値である0.6以上を満たした。Bartlettの球面性検定においては、有意水準が0.000で、帰無仮説を棄却することができた。つまり、因子分析は適合である。因子化された各項目のクロンバックのアルファ係数は、厳格な基準である0.7以上を満たしている。Frey and Pommerehne (1989)<sup>(13)</sup> は、Throsby と Wither

の質問項目が、文化芸術の外部効果の中でも教育価値・存在価値・威光価値を強調していると説明している。本研究では、Frey and Pommerehne (1989)<sup>(13)</sup> の研究を参考して、抽出された因子に、教育価値・存在価値・威光価値という因子名を付けた。各因子を構成する項目の中で、信頼度を落とせる項目、つまり、「alpha if deleted」の数値が全体のクロンバックのアルファ係数より高い項目は存在しなかった。

以上の結果から、本研究において使用された各項目は妥当性と信頼性が確保されていることが確認できる。そして、Throsby と Wither が用いた項目は、Frey and Pommerehne (1989)<sup>(13)</sup> が指摘している3つの肯定的外部効果として類型化されることが把握できる。

### 4. 福岡市民の肯定的外部性に対する認識に関する考察

まず、各項目の平均値、つまり福岡市民が認識している文化芸術の肯定的外部効果の平均値は、<表4>のとおりである。全般的に4点以上の高い平均値を示していることが把握できる。各因子の平均の場合は、教育的価値の平均値(5.125)がもっとも高く、存在価値(4.793)、威光価値(4.755)順であることが確認できる。

表 4 文化芸術に対する福岡市民の肯定的外部効果に関する認識の平均値

	項目	平均値	標準偏差	価値別平均値	価値別標準偏差	全体平均	全体標準偏差
教育的価値	②	5.139	1.130	5.125	.972	4.908	.685
	④	5.139	.990				
	⑥	5.097	1.103				
存在価値	③	4.796	1.019	4.793	.905	4.908	.685
	⑤	4.772	1.005				
	⑧	4.810	.997				
威光価値	①	4.721	.932	4.755	.839	4.908	.685
	⑦	4.788	.911				

出所：筆者作成

表 5 各平均値の性別間比較 t-test

		平均	標準偏差	t-value	P
全体平均	男性	4.739	0.688	-3.915***	.000
	女性	5.018	0.662		
教育的価値平均	男性	4.937	1.002	-3.056**	.002
	女性	5.248	0.934		
存在価値平均	男性	4.642	0.860	-2.619**	.009
	女性	4.891	0.922		
威光価値平均	男性	4.588	0.812	-3.123**	.002
	女性	4.863	0.840		

\*\*p<.01、\*\*\*p<.001

出所：筆者作成

続いて、人口学的な特性によって、平均に有意な差があるのかを検定するために平均比較 (t-test, 一元配置分散分析) を行なった。第一、性別を基準にした t-test の結果は <表 5> のとおりである。全体平均および各因子の平均にも有意な平均の差が確認できる。全ての平均比較から女性の平均値が男性より高いことが確認できる。福岡市の回答者の場合、文化芸術の肯定的な外部効果に関する認識は、男性より女性のほうが強いと判断できる。

表 6 各平均値の年齢間比較 One-Way-ANOVA

区分		平均	標準偏差	F-value (p)
全体平均	20代	4.831 <sup>b</sup>	.462	7.268***(.000)
	30代	5.159 <sup>a</sup>	.586	
	40代	4.833 <sup>b</sup>	.896	
	50代以上	4.748 <sup>b</sup>	.788	
教育的価値平均	20代	4.966 <sup>b</sup>	.961	6.593***(.000)
	30代	5.431 <sup>a</sup>	.701	
	40代	4.870 <sup>b</sup>	1.140	
	50代以上	5.189 <sup>a,b</sup>	1.038	
存在価値平均	20代	4.840 <sup>a,b</sup>	.566	4.916**(.002)
	30代	5.019 <sup>a</sup>	.955	
	40代	4.569 <sup>b</sup>	1.050	
	50代以上	4.614 <sup>b</sup>	1.040	
威光価値平均	20代	4.613 <sup>b</sup>	.752	19.626***(.000)
	30代	4.962 <sup>a</sup>	.830	
	40代	5.174 <sup>a</sup>	.869	
	50代以上	4.290 <sup>c</sup>	.665	

\*\*p<.01、\*\*\*p<.001

Tukey, Tamhane: a<b<c

出所：筆者作成

第二、年齢層を基準にした一元配置分散分析の結果は <表 6> のとおりである。全体平均および各因子の平均にも有意な平均の差が認められている。全ての区分において 30 代の平均がもっとも高いことが確認できる。そして、全体的に 20 代と 30 代の平均が 40 代と 50 代の平均より高い傾向がみられる。具体的に、全体平均の場合は、30 代を基準にする他の年齢層と平均の差が認められるが、教育的価値の場合は、20 代と 30 代・30 代と 40 代の間に有意な平均差が認められた。存在価値の場合、30 代と 40 代・30 代と 50 代以上の間に有意な平均差が認められた。威光価値の場合、20 代と 30 代・20 代と 40 代・20 代と 50 代以上・50 代以上と 30 代・50 代以上と 40 代の間に有意な平均差が認められた。

第三、最終学歴を基準にした一元配置分散分析の結果は <表 7> のとおりである。大学院以上の学歴である回答者は 4 人 (1.1%) しかいないため、大学卒業以上と 1 つのグループとして構成した。つまり、平均比較の基準になる集団は、高卒以下・大学在学・大学卒業の 3 集団である。全ての区分において、有意な平均の差が認められている。そして、威光価値以外の区分においては、学歴が高くなればなるほど平均が高くなる傾向が確認できる。威光価値の場合は、大学在学の集団と他の集団の間に有意な平均の差が認められたが、高卒以下の集団と大学卒業以上の集団の間はそうではなかった。

表 7 各平均値の最終学歴間比較 One-Way-ANOVA

区分		平均	標準偏差	F-value (p)
全体平均	高卒以下	4.473 <sup>a</sup>	.725	54.743***(.000)
	大学在学	4.841 <sup>b</sup>	.452	
	大学卒業	5.240 <sup>c</sup>	.588	
教育的価値平均	高卒以下	4.247 <sup>a</sup>	.740	128.530***(.000)
	大学在学	5.130 <sup>b</sup>	.957	
	大学卒業	5.715 <sup>c</sup>	.606	
存在価値平均	高卒以下	4.384 <sup>a</sup>	.924	20.929***(.000)
	大学在学	4.800 <sup>b</sup>	.582	
	大学卒業	5.064 <sup>c</sup>	.951	
威光価値平均	高卒以下	4.946 <sup>b</sup>	.847	8.965***(.000)
	大学在学	4.468 <sup>a</sup>	.703	
	大学卒業	4.789 <sup>b</sup>	.866	

\*\*\*p<.001

Tukey, Tamhane: a<b<c

出所：筆者作成

第四、主観的経済水準を基準にした一元配置分散分析の結果は<表8>のとおりである。この場合も、中上層と中下層と答えた回答者がもっとも多かったため、上上層と上下層を上層として、下上層と下下層を下層として、変換して構成した。つまり、平均比較の基準になる集団は、上層、中上層、中下層、下層の4集団である。全ての区分において、有意な平均の差が認められている。主観的経済水準が高くなればなるほど、肯定的外部効果に対する認識も高くなる傾向が確認できる。

表8 各平均値の主観的経済水準間比較 One-Way-ANOVA

区分		平均	標準偏差	F-value (p)
全体平均	上層	5.938 <sup>c</sup>	.386	79.016*** (.000)
	中上層	5.204 <sup>b</sup>	.476	
	中下層	5.136 <sup>b</sup>	.456	
	下層	4.183 <sup>a</sup>	.615	
教育的価値平均	上層	6.194 <sup>c</sup>	.627	44.003*** (.000)
	中上層	5.518 <sup>b</sup>	.806	
	中下層	5.319 <sup>b</sup>	.731	
	下層	4.254 <sup>a</sup>	.872	
存在価値平均	上層	5.806 <sup>c</sup>	.643	46.625*** (.000)
	中上層	5.066 <sup>b</sup>	.589	
	中下層	5.141 <sup>b</sup>	.742	
	下層	3.972 <sup>a</sup>	.887	
威光価値平均	上層	5.750 <sup>a</sup>	.657	12.935*** (.000)
	中上層	4.941 <sup>b</sup>	.833	
	中下層	4.853 <sup>bc</sup>	.793	
	下層	4.394 <sup>c</sup>	.760	

\*\*p<.01, \*\*\*p<.001

Tukey, Tamhane: a<b<c

出所：筆者作成

平均比較の結果を要約すると、回答者は、文化芸術の肯定的外部効果に対する認識が非常に高いといえる。特に、教育的価値を高く評価しており、その平均値(5.125)は全体平均値(4.908)を上回っている。一方、威光価値の場合は、平均値(4.755)が一番低かった。しかし、各価値の間の平均値の大小は相対的なものであり、全体的な平均は4点を超えている。また、性別・年齢層・最終学歴・主観的経済水準によって、文化芸術の肯定的外部効果に対する認

識に差があるといえる。具体的に、①全ての区分の平均において、男性より女性のほうの平均が高かった。②年齢層の場合は、各価値によって平均の差のパターンが違う状況であるが、全ての区分において30代の平均が一番高かった。③最終学歴の場合は、威光価値以外の全ての区分において、学歴が高くなればなるほど平均値も高かった。④主観的経済水準の場合は、全ての区分において、その水準が高いと考えている集団の平均値がそうではない集団の平均値より高かった。

以上の結果を踏まえて、人口学的な特性が文化芸術の肯定的外部効果にどのくらい影響を与えているのかを検討するために、全体的な平均値を従属変数とした多重回帰分析を行なった。性別は、1と0のダミー変数に変えて分析を行った。その結果は、<表9>のとおりである。

表9 人口学的な特性が全体平均値に与える影響検証の結果

従属変数	独立変数	非標準化係数		標準化係数	t	有意確率
		B	標準誤差			
全体平均	定数値	3.421	.142		24.142	.000
	性別	.095	.063	.066	1.513	.132
	年齢層	-.096	.027	-.151**	8.299	.001
	最終学歴	.302	.036	.371***	-3.498	.000
	主観的経済水準	.439	.036	.543***	12.259	.000

R<sup>2</sup>=.550、補正R<sup>2</sup>=.543、F=75.136(p<.000)、D-W=2.035

出所：筆者作成

F検定統計量は、75.136(p<.000)で、適切な分散モデルを表していることが把握できた。D-W(Durbin-Watson)数値<sup>7)</sup>も基準値である2に近いことが確認できた。補正R<sup>2</sup>値を見てみると0.543であり、54.3%説明力を表している。変数性別は全体の平均に有意な影響を与えていないことが確認できる。しかし、他の変数である年齢層(-.096)は、不(-)の影響力を、最終学歴(.302)と主観的経済水準(.439)は、正(+ )の影響力を与えているこ

とが認められている。回帰係数からもっとも影響力のある変数は主観的経済水準であることが把握できる。言い換えれば、年齢層が高くなればなるほど、文化芸術の肯定的外部効果の認識がわずかであるが低くなっていき、最終学歴と主観的経済水準は高くなればなるほど、認識も高くなっていくと説明できる。

## 5. 終わりに

本研究は、Throsby らが用いた質問項目をリカット7点尺度を通じた尺度化の試みから出発している。Throsby らが用いたアンケート項目は、肯定的な外部効果の中で、教育的価値・存在価値・威光価値を調べる項目といえる。福岡市民を対象にした調査から、各項目の信頼性と妥当性を確認した上、福岡市民の文化芸術分野の肯定的外部効果に対する認識を簡単に調べてみた。福岡市民は、文化芸術の肯定的外部効果に対して全般的に高い認識をみせている。福岡市民は、文化芸術分野について公共的な効果があると認識している可能性が高く、それに応じて、積極的に文化享受ができるように考慮していく必要があると考えられる。特に、教育的価値に対する認識がもっとも高い一方、威光価値に対する認識が相対的に低い状況である。全体的な認識の平均においても、性別・年齢層・最終学歴・主観的経済水準などの基準によって差があることを確認できた。文化芸術の公共財としての価値の中でも、重視する価値には差が存在することである。また、多重回帰分析を通して、全体的な認識において、主観的経済水準と教育水準が正 (+) の影響力を与えていることと、年齢が負 (-) の影響力を与えていることが把握できた。

このような研究結果を通じて、以下の示唆点が考えられる。

福岡地域に限定した結果であるが、文化芸術分野に対する認識に教育と主観的経済水準などの要素が影響を与えていることが確認できた。人的資源の蓄積（教育）や体験的な経済状況（経済水準）などが文化芸術に対する認識に影響を与えられることを示唆している。そして、Throsby らが主張した公的

支援の妥当性ももう1回確認できたことである。また、文化芸術に関する政策が、教育をはじめとする幅広い要素を全体的に考慮すべきであることも示唆している。このような部分を参考すると、日常的なレベルで文化芸術に関する経験ができるように支援することが政策方針として考えられる<sup>8)</sup>。例えば、享受者の文化芸術への参加を年間で一定の資金として支援する「文化バウチャー制度」などの新設・強化が考えられる。特に低所得の階層に支援される文化バウチャーは、文化分野における福祉として意味づけもできるであろう。

以降の研究として、測定した点数を用いて、実際の享受者の文化活動に関する指数・地域の文化施設現状・地域の文化予算・文化政策施行の前後・特定の文化コンテンツに限定したデータなど様々な基準と複合的な分析を試みながら、もっと有効な解析を得る必要がある。

もちろん、本研究の目的は、新たな尺度の開発ではなく、既存の質問項目に対する尺度化への試みであり、それを通じた文化芸術分野に対する福岡市民の認識の傾向を概略的に探ることである。それだけに、数多くの課題が残っている。まず、何よりもサンプルの数をもっと確報する必要がある。便宜的標本抽出法を選択したことで、調査における時間的・費用的な制限が少なくなり、早くサンプルを収集することが可能であったが、福岡市民の人口学的な特徴による比較には容易だったものの、全体的な代表性は弱まったともいえる。

また、本研究で因子化された「教育的価値・存在価値・威光価値」以外の肯定的外部効果についても考慮していく必要がある。文化芸術分野の肯定的外部効果については様々な意見が存在しており、その研究の参考の上、肯定的外部効果に関する測定の幅を広げてみる必要がある。そして、本研究でも指摘しているが、社会的望ましき尺度（MC-13 など）などを一緒に測定して、「公共」という価値自体において発生する調査のバイアスも考慮すれば、もっと正確な分析ができると期待できる。

## 注釈

- 1) このような財貨を公共財の中でも、有益財、または価値財 (merit good) と呼ぶ。教育、医療、福祉、環境保護などに関するサービスが代表的な例である。
- 2) Solnick and Hemenway (2005) <sup>(27)</sup> によると、公共財として認識されている財貨は私的財 (主に地位財) として機能できないため、民間市場ではむしろ消費が低減してしまう。
- 3) 北村俊則, 鈴木忠治 (1986) <sup>(2)</sup> によると、アンケートの調査の場合、応答者は、社会的に望ましい方向に答えようとする傾向が強いので、「Social Desirability Scale」を通じて、その部分を統制する必要があると説明している。Throsby らの研究の場合も、「三択だけの選択肢」と「社会的望ましさ」という条件上、圧倒的な多数が賛成の意見をみせたとも予測できる。
- 4) 本研究の目的は、試論的な意味で、各項目の有効性の統計的な検証と、全体的な平均および人口学的な特性による平均比較にあるので、集団間の平均の比較に無理のない水準のサンプルの取得に集中した。サンプルの確保は、筆者の学生とその家族や街の市民への配布調査、E-mail と SNS を用いた調査を通じて行なわれた。
- 5) 特定の対象に対する個人の態度、つまり、考え・知覚・感情などを測定する尺度の1つである。1930年代に Likert(1932) <sup>(22)</sup>、Likert et al(1934) <sup>(23)</sup> によって開発された。5点と7点の尺度がよく利用される。
- 6) 直接に対象者の所得や収入を質すことではなく、間接的に自分自身が考える経済的水準 (層として) を質問した。
- 7) D-W (Durbin-Watson) 数値は、回帰モデルにおける誤差項の自己相関 (系列相関) を検証するための統計値であり、残差を用いて検証する。D-W 数値が基準値である2になる場合、回帰式に残差が存在しないと解析できる。D-W 数値が0又は4に近くなればなるほど回帰モデルに残差が多く存在することを意味する。つまり、

回帰モデルが適切ではないといえる (柳, 2016: 56) <sup>(8)</sup>。

- 8) Morrison と West (1986) <sup>(24)</sup> は、若いときから文化芸術によく触れる環境の中で成長した人は、そうではない人より文化芸術に対する需要が高いことを実証した。Leavy-Garboua と Mon tmarquette (1996, 2911) <sup>(20) (21)</sup> は、文化芸術に関する日常的な経験・慣習が人的資源として蓄積されて需要の増加につながることを理論的に証明した。

## 参考文献

- (1) 大野栄治 : 'CVM (仮想状況評価法), 環境経済評価の実務', 83-104, 2000.
- (2) 北村俊則, 鈴木忠治 : '日本語版 Social Desirability Scale について', 社会精神医学, Vol (9), pp173-180, 1986.
- (3) 池上淳 : '文化経済学研究の現段階', 経済論叢別冊調査と研究, Vol (11), pp1-4, 2005.
- (4) 吉澤響 : '地方自治体における芸術文化活動に対する公的支援についての一考察', 大阪大学教育学年報, Vol (10), pp29-41, 2005.
- (5) 後藤和子 : 「文化政策学—法・経済・マネジメント」, 有斐閣, 2001.
- (6) 柳永珍, 姜文源 : '創造都市政策のモデリングとライプツィヒの事例分析', 福岡大学経済学論叢, 59 (1-2-3-4), pp1-13, 2015.
- (7) 柳永珍 : 「文化芸術を活用した社会・経済政策に関する研究」, 経済学博士学位論文, 福岡大学, 2015.
- (8) 柳永珍 : '経験経済理論 (4Es) に基づいた経験要素・記憶・満足度に関する分析: 福岡-釜山の相互訪問客を中心として', 次世代人文社会研究, 13, pp45-64, 2016.
- (9) Baumol. W. J., Bowen. W. G. : 'Performing Arts: The Economic Dilemma', The Twentieth Century Fund, 1966.
- (10) Brito. P., Barros. C. : 'Learning-by-Consuming and the Dynamics of the Demand and Prices of Cultural Goods', Journal of Cultural

- Economics, Vol (29) , pp83-106, 2005.
- (11) Clark. D. E., Khan. J. R. : 'The Social Benefits of Urban Cultural Amenities', *Journal of Regional Science*, 28 (3) , pp363-377, 1988.
- (12) Cowen. T. : 「アメリカはアートをどのように支援してきたか：芸術文化支援の創造的成功」, 石垣尚志訳, ミネルヴァ書房, 2013.
- (13) Frey. B. S., Pommerehne. W. W. : 'Art: An Empirical Inquiry', *Southern Economic Journal*, Vol (56) , pp396-409, 1989.
- (14) Fullerton. D. : 'On Justifications for Public Support of the Arts', *Journal of Cultural Economics*, Vol (15) , pp67-82, 1991.
- (15) Heilbrun. J., Gray. C. M. : 「The Economics of Art and Culture, second edition」, Cambridge University Press, 2001.
- (16) Holbrook. M. B., Hirshman. E. E. : 'The Experimental Aspects of Consumer Fantasies, Feelings and Fun', *Journal of Consumer Research*, Vol (9) , pp132-140, 1998.
- (17) Hutter. M. : 'The Impact of Cultural Economics on Economic Theory', *Journal of Cultural Economics*, Vol (20) , pp263-268, 1996.
- (18) Klamer. A. : 'The Value of Culture', In Klamer (ed.) , *The Value of Culture*, Amsterdam Univ, 1996.
- (19) Kotler. P., Scheff. J. : 「Standing Room Only -Strategies for Marketing the Performing Arts」, Boston: Harvard Business Press, pp107-108, 274-276, 1997.
- (20) Leavy-Garbou. L., Montmarquette. C. : 'A Micro-econometric Study of Theatre Demand', *Journal of Cultural Economics*, Vol.20 (1), pp25-50, 1996.
- (21) Leavy-Garbou. L., Montmarquette. C. : 'Analysis of the consumption of artistic-cultural goods and services in Brazil', *Journal of Cultural Economics*, Vol.35 (1), pp1-18, 2011.
- (22) Likert. R. : 'A Technique for the Measurement of Attitudes', *Archives of Psychology*, Vol (22), pp5-55, 1932.
- (23) Likert. R., Sydney. R., Gardner. M. : 'A Simple and Reliable Method of Scoring the Thurstone Attitude Scales', *Journal of Social Psychology*, Vol (5), pp228-238, 1934.
- (24) Morrison. W. G., West. E. G. : 'Subsidies for the Performing Arts: Evidence on Voter Preference', *Journal of Behavioral Economics*, Vol (15) , pp57-22, 1986.
- (25) Netzer. D. : 「The subsidized muse: Public support for the arts in the United States」, Cambridge University Press, 1978.
- (26) Netzer. D. : 'Arts and Culture', 「Who Benefits from the Nonprofit Sector」, University Of Chicago Press, pp175-206, 1996.
- (27) Solnick. S. J., Hemenway. D. : 'Are Positional Concerns Stronger in Some Domains than in Others?', *American Economic Review paper and proceedings*, pp147-151, 2005.
- (28) Throsby. D. : 'Determining the Value of Cultural Goods: How Much (or How Little) Does Contingent Valuation Tell Us?', *Journal of Cultural Economics*, Vol (27) , pp275-285, 2003.
- (29) Throsby. D., Withers. G. : 'Measuring the Demand for the Arts as a Public Good: Theory and Empirical Results', in Hendon. W. S. and Shanahan. J. L. (eds.) , *Economics of Cultural Decisions*, Abt Books Cambridge Mass, pp37-52, 1983.