



HCアセットマネジメント株式会社
〒101-0051
東京都千代田区神田神保町1-13
コンベックス神保町
IP-Phone.050-3539-5013
Tel.03-5283-1650 Fax.03-5283-1659

<http://www.hcax.com>

2009年7月2日 森本紀行 資産運用コラム

投資機会としての現代アート

ヘッジファンドは、ひとりの勢いを失って、いまや、ひっそりと静まり返っているようです。もともと、資本市場の中に構造的に生じる非効率性を、資本市場のリスクをヘッジしながら巧みにとりにいく戦略（ヘッジするからヘッジファンド）なのですから、資本市場を動かすほどの規模に達すること自体が、ありうべからざることだったのです。市場の潤滑油としての、本来のヘッジファンドの元気な姿を、早く取り戻してもらいたいものです。

現代アートを論じようとして、いきなり冒頭から脱線したのではありません。実は、ヘッジファンド業界が賑やかだったときに、つまり、ほんの数年前に、ヘッジファンドのオフィスを、あちこちと訪問したとき、感心したことがあります。多くのオフィスに、現代アートの作品が、たくさん飾られていたのです。どうやら、ヘッジファンドで大成功して大金持ちになった人々の間では、現代アートの作品を買い集めることが、はやったようですね。これも、現代アートのブームの背景の一つの要因なのかな、と思いました。

私は現代アートのことはよくわからないので、専門家の意見を聞いてみましょう。この世界では有名ギャラリストでいらっしゃる[小山登美夫氏](#)が、昨年、あいついで二つの著書を出されています。『現代アートビジネス』（アスキー新書）と、『その絵、いくら？』（講談社セオリーブックス）です。ちなみに、前の本ですが、「現代のアートビジネス」なのか、「現代アートのビジネス」なのか、どちらかなと思ったら、おそらくは後者に力点があるのです。表紙を見ると、「現代アート」の部分が赤で、「ビジネス」の部分が黒ですから。

この『現代アートビジネス』の中で、小山氏は、「最近、アート業界が好景気になっているのは、株や証券、金融といった投資業界の人たちが、「株もいいけど、どうやらアートのほうが面白いかもしれない」とアートマーケットに色気を感じてきたことに一因があると思います」と述べられています。やはり、そうでしたか。

さて、美術あるいはアート（なぜ、アートなのでしょう、美術ではなくて）が、投資対象になるためには、前提として、ビジネス（なぜ、ビジネスなのでしょう、産業ではなくて）として成立していなければなりません。これは、[前回コラム](#)で論じた通りです。故に、私は、小山登美夫氏の著書、その名もずばり

『現代アートビジネス』に注目したわけです。

さて、小山氏は、ビジネスとして現代アートを捉えられています。ギャラリストでいらっしゃるのも、当然ですが。ですから、小山氏は、アートが商品であることを認めておられます。その上で、「アートは商品である前に、『作品』です」と主張されるのです。作品であることを忘れて、ただの商品として、投機の対象として、アートを扱うと、結局は、商品としての価値を損なう危険性のあることを指摘されています。

投資対象としての成立要件が、「開かれた大きな市場(マーケット)」の存在にあることは、前回コラムで述べました。小山氏は、極めて鋭くも、アートの市場が商品の市場ではなく、作品の市場であることを洞察されています。商品としてのアートの市場は、投機の対象となって壊れてしまうかもしれない。しかし、作品としてのアートの市場は、決して壊れない。なぜか。

この点を、あの有名なウォーホルの作品を例にして解説してくださっています。実に、わかりやすい。いわく、ウォーホルの作品などは、投機筋にも人気があって、上がるから買う、買うから上がるという典型的バブルを起こしやすい。ところが、バブルがはじけても、ウォーホルの作品の市場は決してなくなる。なぜなら、「ウォーホルの作品を、単純に好きだという人が、アートとして評価する人が、時代を担う文化の象徴だと感じる人が、世界中に多勢いるからです」というくだり、いいですね。「世界中に多勢いるから」、大きな開かれたマーケットになるのです。小数の投機筋のゲームの舞台は、閉じられた小さなマーケットに過ぎないのです。

このような、「作品のマーケット」を作ること(「作品をマーケットに残す」という、ちょっと素敵な表現も使われています)を、小山氏はギャラリストの使命であるとされています。こういう品格ある(故に社会性がある)ビジネスは、投資価値があるのだと思います。そして、このようなビジネスから市場に送り出されるアートにも投資価値があるのです。投機対象の商品としてのアート、投資対象の作品としてのアート、全く似て非なるものというべきです。

もちろん、アートを投資対象に構成するには、技術的な工夫がいります。単純に、保有しておけば値が上がるでしょう、というわけにはいかない。そんなものは、「ビジネスとしての投資」にはなり得ない(でも、残念ながら、なり得ると考える人もいるようですが)。肝要なのは、昨年8月の当コラム「[絵画・切手・ワインは「適格」な投資対象か](#)」で論じましたように、キャッシュフローの創出能力なのです。さて、小山氏によれば、「日本人ほど美術館に行く国民はいません」とのことです。ということは、日本ほど、アートを使って美術館の入場料収入というキャッシュフローを作りやすい国はない、ということですね。この辺に、ヒントがあります。考えてみてください。

ところで、2007年9月に、当HCアセットマネジメントの持株会社が運営しているウェブサイト「[ベンチャー座](#)」に、小山登美夫氏に登場いただいております。[そのときのインタビュー記事](#)はこのサイトの「起業家インタビュー」に再掲する予定です。ぜひ、ご覧ください。

最後に、この原稿を書き上げてから、小山氏の新著『小山登美夫の何もしないプロデュース術』(東洋経済新報社)が出たのを知りました。でき立てホヤホヤを買って読みました。これは、小山氏のビジネス哲学の本ですね。「何もしない」というのは、マーケットの現実と、アーティストの才能に「ゆだねる」ということです。これは、現代アートに限らず、広く今後のビジネス一般に通じる哲学かもしれません。

以上