

アート市場の活性化に向けて

2018/04/17

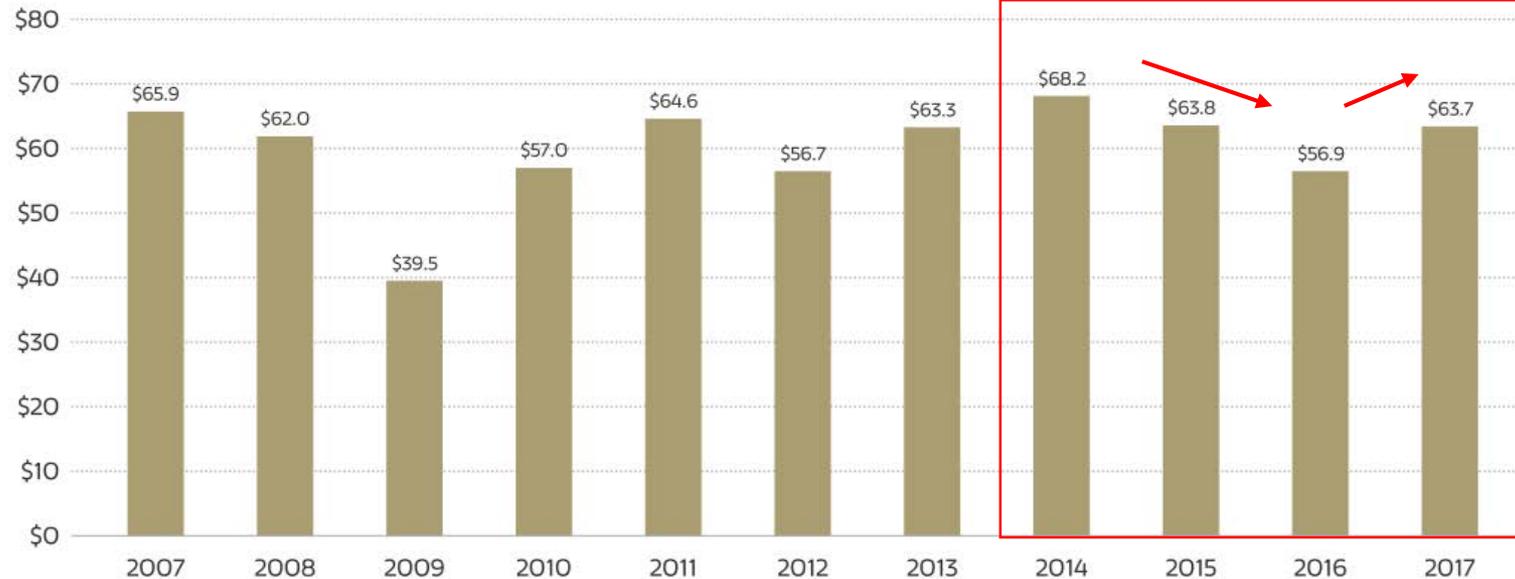


【世界のアート市場の現状】

世界最大のアートフェア「アートバーゼル」とスイス最大の銀行「UBSグループ」が2017年3月に発表したレポートでは、世界の美術品市場の状況は、2014年に過去最高の682億ドルに達し、2016年まで2年連続減少傾向であったが、2017年は約12%回復して637億ドル（約6兆7,500億円）となった。

Sales in the Global Art Market 2007-2017

Billion \$



© Arts Economics (2018)

出所:「The Art Market 2018」Art Basel and UBS

【日本のアート市場の現状】

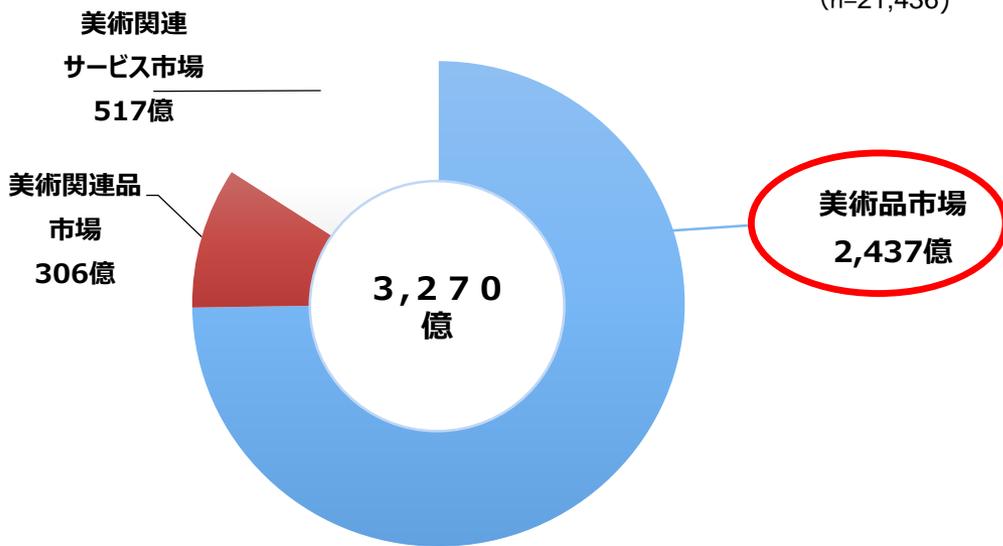
日本のアート（美術品）市場規模は 2,437億円

①美術品+②美術関連品+③美術関連サービス計は3,270億円

アート産業に関する市場規模の全体像

(単位：億円)

(n=21,436)



出所)「日本のアート産業に関する市場調査2017」(一社)アート東京・(一社)芸術と創造
Copyright ©一般社団法人アート東京

市場の分類	推計の対象	推計の手法
①美術品市場	国内在住者による以下のチャネルでの以下の商品（美術品）の購入 ・画廊・ギャラリー、百貨店、アートフェア、美術品のオークション、ミュージアムショップ、インターネットサイト、作家からの直接購入 ・美術品（日本画、洋画、彫刻、版画、現代美術、写真、映像作品、陶芸、工芸、書、掛軸・屏風）	本調査
②美術関連品市場	国内在住者による以下の商品（美術関連品）の購入 ・著名な絵画を複製したポスター・ポストカード ・展覧会の図録・カタログ等の美術書 ・著名な絵画・彫刻等をモチーフとしたグッズ	アンケート
③美術関連サービス市場	・国内在住者による美術館・博物館への訪問に係る入場料の支払い ・主要なアートプロジェクトへの訪問に係る消費	各種報告書

【世界における日本のアート市場の現状】

世界のアート市場の規模は
637億ドル(約6.75兆円)

出所:「The Art Market 2018」Art Basel and UBS

【国別シェア】

米国:2.84兆円(42%)

中国:1.42兆円(21%)

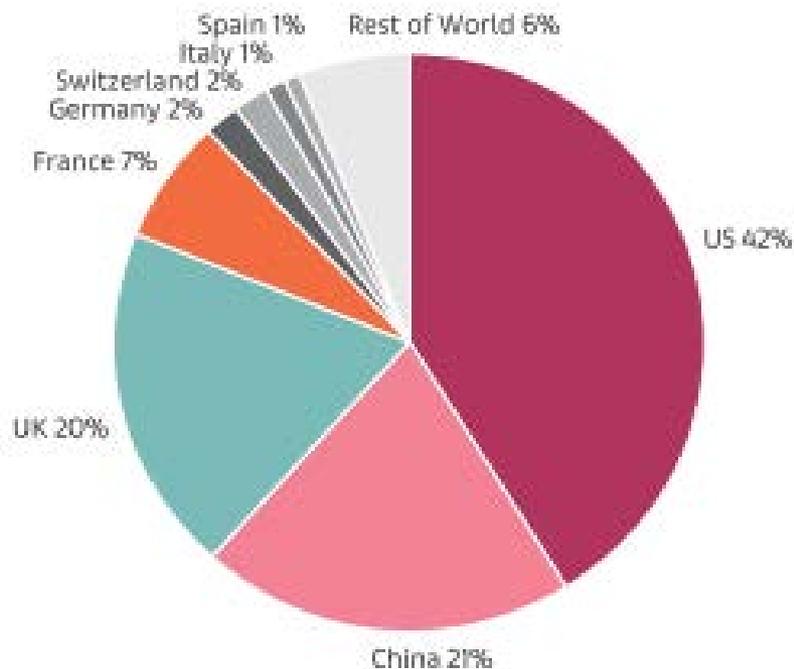
英国:1.35兆円(20%)

※日本:2437億円(3.6%)

《アート東京調べ》

※注:1ドル=106円で換算

Global Art Market Share
by Value in 2017¹



© Arts Economics (2018)

出所:「The Art Market 2018」Art Basel and UBS

【日本のアート市場の可能性】

GDP規模、富裕層人数の比率から推測すると、「日本のアート市場」は、成長の余地があると考えられる。

①日本のGDP（国内総生産）は世界3位 アメリカの約26%中国の約44%の規模

1位	アメリカ	18兆6244億ドル
2位	中国	11兆2321億ドル
3位	日本	4兆9365億ドル
4位	ドイツ	3兆4792億ドル
5位	イギリス	2兆6291億ドル
6位	フランス	2兆4664億ドル
7位	インド	2兆2637億ドル
8位	イタリア	1兆8507億ドル
9位	ブラジル	1兆7986億ドル
10位	カナダ	1兆5297億ドル

※出所)IMF2016

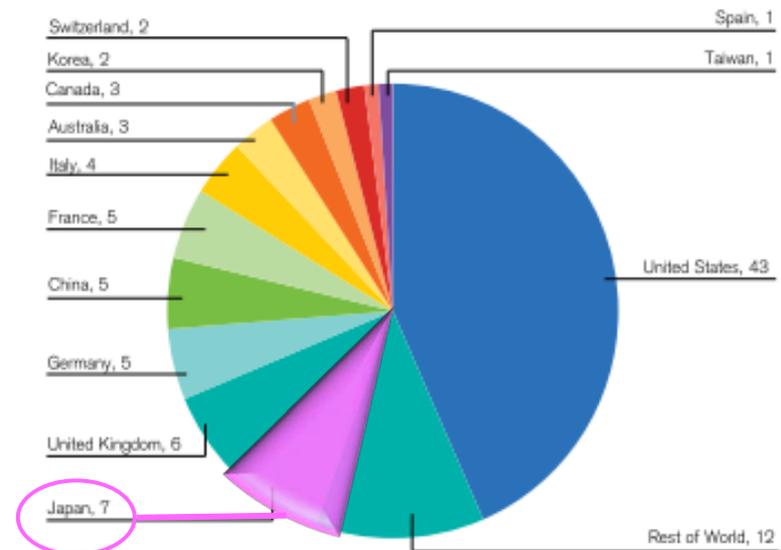
②日本の富裕層の数は世界ランク 2 位

100万ドル以上の資産を持つ
富裕層の数ランキング,2017

1位	アメリカ	1535万6000人	(43%)
2位	日本	269万3000人	(7%)
3位	イギリス	218万9000人	(6%)
4位	ドイツ	195万9000人	(5%)
5位	中国	195万3000人	(5%)
6位	フランス	194万9000人	(5%)
7位	イタリア	128万8000人	(4%)
8位	オーストラリア	116万人	(3%)
9位	カナダ	108万8000人	(3%)

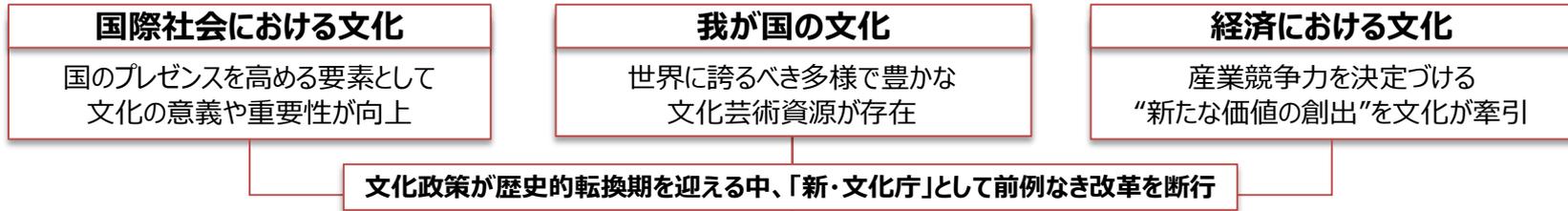
出所)クレディスイス「グローバルウェルネスレポート2017」

Number of dollar millionaires (% of world total) by country, 2017



Source: James Davies, Rodrigo Lluberas and Anthony Shorrocks, Credit Suisse Global Wealth Databook 2017

文化経済戦略策定の基本認識



《 国家戦略の策定・実行 》

文化芸術を起点とした価値連鎖（バリューチェーン）

- ▶ 国・地方自治体・企業・個人が文化への戦略的投資を拡大
- ▶ 文化を起点に他分野と連携した創造的活動を通じて新たな価値を創出
- ▶ 新たな価値が文化に再投資され持続的な発展に繋がる好循環を構築



新たな経済的価値、社会的価値、公共的価値を創出

《 文化経済戦略が目指す将来像 》

- ◆ 花開く文化：未来に向けた「文化の着実な継承」、「次代を担う文化創造の担い手」の育成、「次世代の文化財」の新たな創造
- ◆ 創造する産業：「文化芸術資源を活かした新産業・イノベーション」の創出、「文化芸術を企業価値につなげる企業経営」の推進
- ◆ ときめく社会：「文化を知り、文化を愛し、文化を支える国民層」の形成、「国民文化力」の醸成による「文化芸術立国」への飛躍

文化経済戦略策定にあたっての重要な6つの視点

- 未来を志向した文化財の着実な継承とさらなる発展
- 文化への投資が持続的になされる仕組みづくり
- 文化経済活動を通じた地域の活性化
- 双方向の国際展開を通じた日本ブランド価値の最大化
- 文化経済活動を通じた社会包摂・多文化共生社会の実現
- 2020年を契機とした次世代に誇れる文化レガシー創出

※ アート市場に係る記述抜粋
(VI 推進すべき「6つの重点戦略、5
． 周辺領域への波及、新たな需要・付加価値の創出)
国際的な芸術祭やコンクールの開催、アートフェアの
拡大、世界的なアーティストやキュレーター、ギャラリスト
の誘致等、我が国の文化芸術資源や文化芸術活
動とアート市場が共に活性化し、持続的に成長・発
展していくための新たな取組を推進する。

【世界のアート産業の循環回路の現状(イメージ)】

アートフェア

- ・アートバーゼル
(バーゼル/マイアミビーチ/香港)
- ・フリーズアートフェア etc.

◆近年は「アートフェアの時代」と言われ、特にアートバーゼルの影響力が増している

ディーラー

- ・プライマリーギャラリー
ガゴシアン、ペロタン、ホワイトキューブ etc.
- ・セカンダリーギャラリー

オークション

- ・クリスティーズ
- ・サザビーズ etc.

国際展

- ・ヴェネチア・ビエンナーレ/ドクメンタ etc.

◆世界各国から優れたアーティスト・作品、アートのトップ層が一堂に会す
(スポーツにおける「オリンピック」や「ワールドカップ」と同様の役割を担う)

国際展とアート市場における
評価が有機的に連動

コレクター

↓
アートマーケットの
原動力
コレクターの増加が
市場拡大に繋がる

ミュージアム(キュレーター)
がステークホルダーを繋ぐこと
でアート市場を活性化

批評・メディア

- ・美術評論家
- ・雑誌/ニュースペーパー/Webメディア
/SNS etc.

ミュージアム

- ・ルーブル/大英博物館/メトロポリタン
- ・MoMA/ポンピドゥー/テートモダン etc.

◆收藏(寄贈多数)や展覧会を通じ、「評価軸」の役割を担う
◆キュレーターの活動が鍵

○海外では、ミュージアムという中核的機関(評価軸)があることで市場参加者が増加し、流動性が向上(=アート市場が活性化)する状況を創出

○アートコミュニティとミュージアム(キュレーター)が緊密に連携し、持続的にアーティストを発掘・育成することにより、循環回路を円滑化

互いに連動し、活発な作品流通を促進するとともに「次世代のスター」を生み出しながら市場を持続的に成長させ、資産を増やし続けている。

一次流通

二次流通

【日本のアート産業の現状(指摘されている課題)】

① ミュージアム

収集予算が少なく購入力が極めて弱い／優遇税制が弱く寄贈も少ない
学芸員の絶対数が少なく、組織体制が脆弱／市場との関係性も希薄

(その結果として)
「評価軸」
の役割を
果たせて
いない

②-1 アートフェア

「アートフェア東京」が成長してきているが世界との差は大きい

②-2 ディーラー(ギャラリー、画廊、百貨店美術部 等)

欧米のギャラリーと比べ経営基盤が脆弱

国内市場が小さいため高額作品は海外の顧客頼み

②-3 オークション

存在するものの取扱数が少なく、売上規模も小さい

③ 国際展

横浜、瀬戸内、越後妻有はじめ多数のアートフェスティバルがあるものの、海外からの参画や国際的認知度が低く、市場とも連動していないことから、世界のトップ層が集まる、本当の意味での国際展となるためには更なる飛躍が必要

④ 批評・メディア

レビューが少なく、アート批評が脆弱。

日本語のみの論文等が多く、国際発信力が極めて弱い

博物館・美術館の国際比較

4 国立博物館

5 国立美術館

韓国国立
中央博物館 ※2

中国国家
博物館

大英
博物館

ルーブル
美術館

展示面積



3. 3万㎡



3. 2万㎡



2. 7万㎡



6. 5万㎡



5. 7万㎡



6. 1万㎡

職員数



196人

※平成29年4月1日現在の正規職員数



109人



219人



725人

※平成23年9月現在



1,096人 ※2



2,106人 ※2

収蔵品数 (単位: 点 (件))



13万

※平成29年3月末現在



13万



39万



106万

※平成23年9月現在



800万

※平成20年現在



35万

年間入館者数



366万人

※平成28年実績



437万人



313万人



670万人

※「The Art Newspaper Special Report number 267」(Apr.2015)より



926万人

自己収入割合

25%

31%

5%

51% ※2

45% ※2

※1 韓国国立中央博物館のデータは平成28年1月1日基準(韓国政府文化体育観光部HPより)、自己収入割合は平成20年現在
 ※2 「国立文化施設におけるパブリック・リレーションズ機能向上に関する調査研究」(平成24年度文化庁委託調査研究)より

【目指すべき方向性】

優れた美術品がミュージアムに集まる仕組みを構築し、美術品の二次流通の促進、アートコレクター数の増、日本美術の国際的な価値向上を図るとともに、国内に残すべき作品についての方策を検討し、アート市場活性化と文化財防衛を両立させ、インバウンドの益々の増に繋げる。

《今後考えられる施策》

①リーディング・ミュージアムの形成

- ・ 学芸員等体制の強化
- ・ 全国のミュージアム・コレクションのネットワーク化
- ・ ミュージアム・コレクションを持続的に充実させる仕組みづくり

②アートに係るインフラ整備

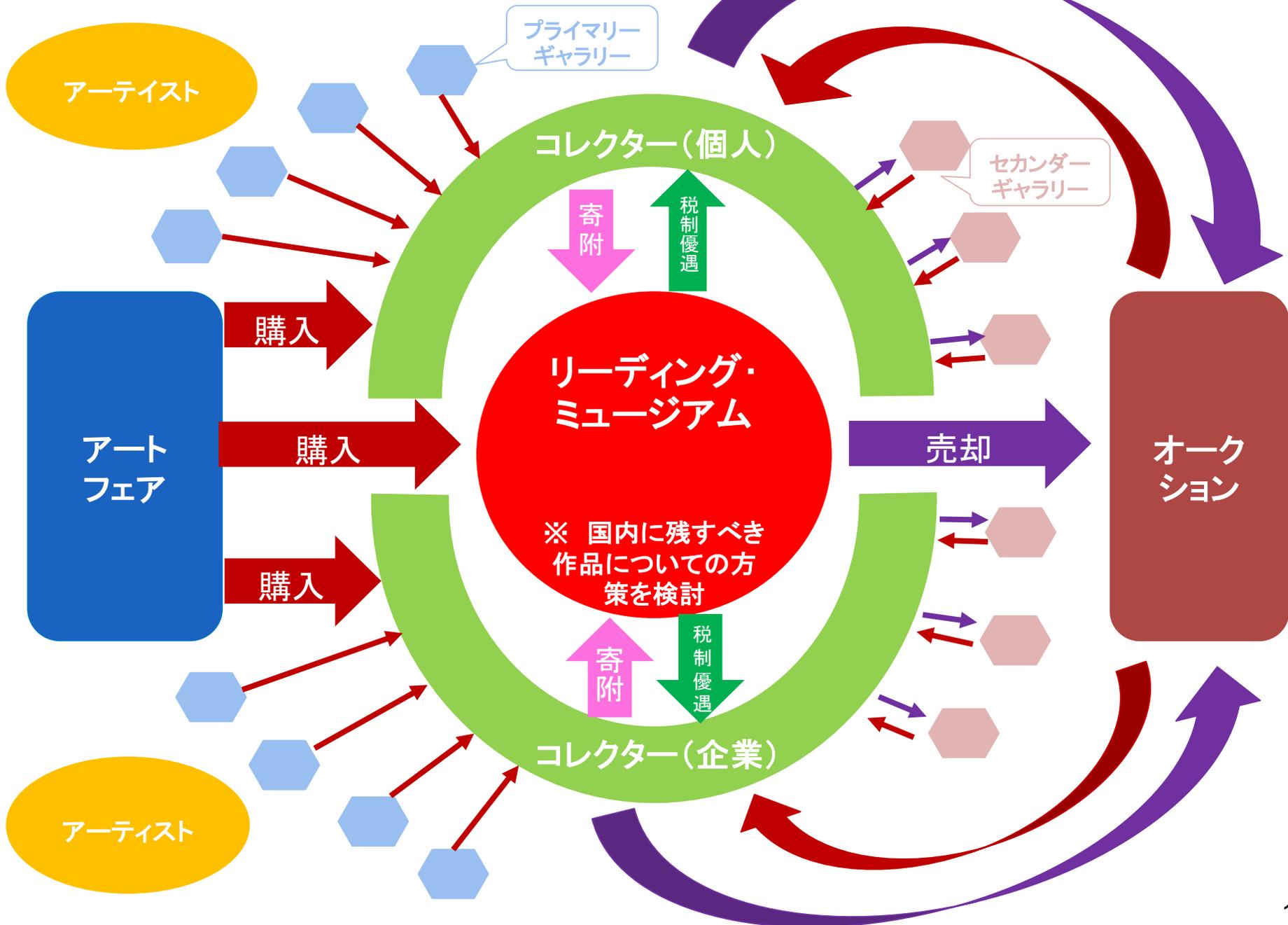
- ・ 美術品がミュージアムに集まることを促す税制の検討
- ・ 「データベース」「アーカイブ」「トレーサビリティ(来歴情報)」の整備

③世界のトップ層を呼べるアートイベントの実現

④日本美術に関する情報の積極的海外発信(翻訳支援等)

【今後目指すべき姿(イメージ)】

※一定の作品は流動化させ、
アート市場を活性化



趣旨

世界のアート市場に比して小規模にとどまっている日本のアート市場を活性化し拡大するため、日本人作家及び近現代日本美術が国際的な評価を高めていくための活動を展開する。

【世界のアート市場の現状】

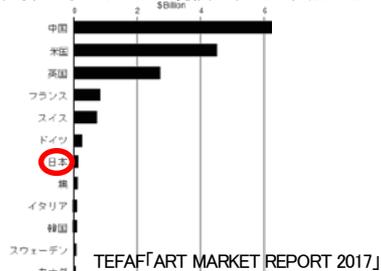
○海外では美術館が作品を収集すること、展覧会や論文などによって価値付けがなされており、作品の価値を決める上で美術館が大きな役割を果たしている。価値の妥当性が保証されることにより、市場参加者が増え、流動性が上がることで市場活性化につながっている。

○オークション等の二次流通市場の規模が大きい。

【日本のアート市場の現状と課題】

- 美術館の収集等が活発でないため、価値付け機能が十分に働いていない。
- 欧米による評価軸が主導的であり、日本は従属的となっている。
- オークション等の二次流通市場が小さく、価値が上昇しない。

世界のオークション規模上位12カ国(2016)



- ・我が国では作品の価値付けをする評価軸が弱く、新たなコレクターが参入しづらい環境。
- ・日本の現代アートの価値を向上させる仕組みも不十分。

世界のアート市場規模(2016年)は約6兆3000億円、
うち日本のアート市場は約2400億円で世界シェア4%以下
※1位米国29.5% 2位英国24% 3位中国18%に遠く及ばない

事業内容

我が国を代表する美術館等において、日本人作家および作品が国際的な評価・価値付けを得ていくための実践的研究や展覧会・論文等による評価の実施、海外への的確な発信等を通じ、世界における日本美術の価値向上に取り組み、我が国アート市場の活性化につなげる。

〔 実施期間:平成30~34年度、5年間の実施
実施主体:我が国を代表する美術館等 〕

具体的な取組

- 日本及び海外のアート市場等の動向調査
- 有望な日本人の若手作家の実験的コレクション展の企画・実施
- 海外美術館等とのネットワークの構築
- 近現代日本美術の世界的価値を高めることに資する海外展等の企画・実施
- 特任学芸員等の配置
- アート市場関係者等の外部有識者等との連携協力体制の構築 等

