

「日本のアート産業に関する市場調査 2019」を実施。
日本の美術品市場規模は2,580億円。4年連続で増加し昨年比4.9%増
さらに、市場規模の推計に加え「美術品鑑賞の効果・購入の効果」など、意識調査も実施。

一般社団法人 アート東京(以下、アート東京)は、約2万人を対象とした「日本のアート産業に関する市場調査2019」を実施し、日本全体の美術品市場規模を2,580億円と推計。昨年からの伸び率は4.9%となり、2016年の本調査開始以来最も大きくなりました。(2016年2,431億円、2017年2,437億円、2018年2,460億円)。

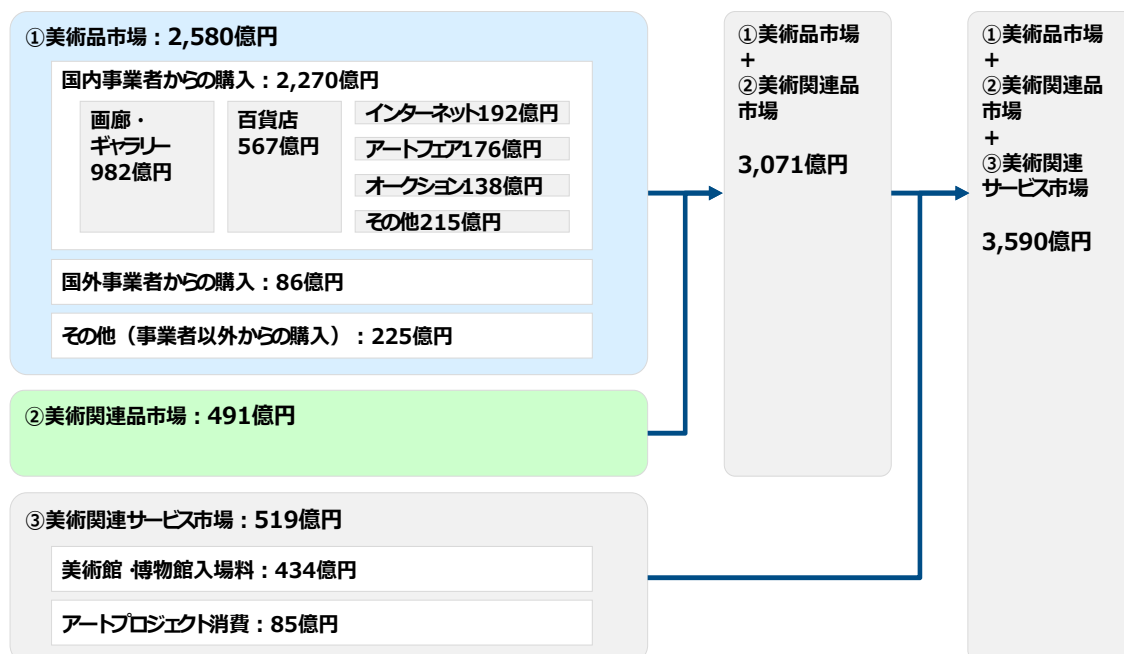
販売チャネル別に見ると、これまでの調査と同様に、国内の画廊・ギャラリー(982億円)、国内の百貨店(567億円)が、2大チャネルを維持。さらに、本調査では市場規模の推計に加え「美術品鑑賞・購入の効果」など、意識調査も実施しました。

アート東京は、本リリースの結果を含む「日本のアート産業に関する市場レポート2019」を取りまとめ、順次公開して参ります。

美術品、美術関連品、美術関連サービスの市場規模

アート産業に関する市場規模として、古美術や洋画・彫刻・現代美術などの「①美術品市場」を2,580億円と推計。合わせて、グッズやカタログなどの「②美術関連品市場」が491億円、美術館入場料や日本各地で開催される芸術祭消費額を含む「③美術関連サービス市場」が519億円となり、3つの市場を対象とした総額は推計3,590億円となりました。

図表 1.アート産業に関する市場規模の全体像



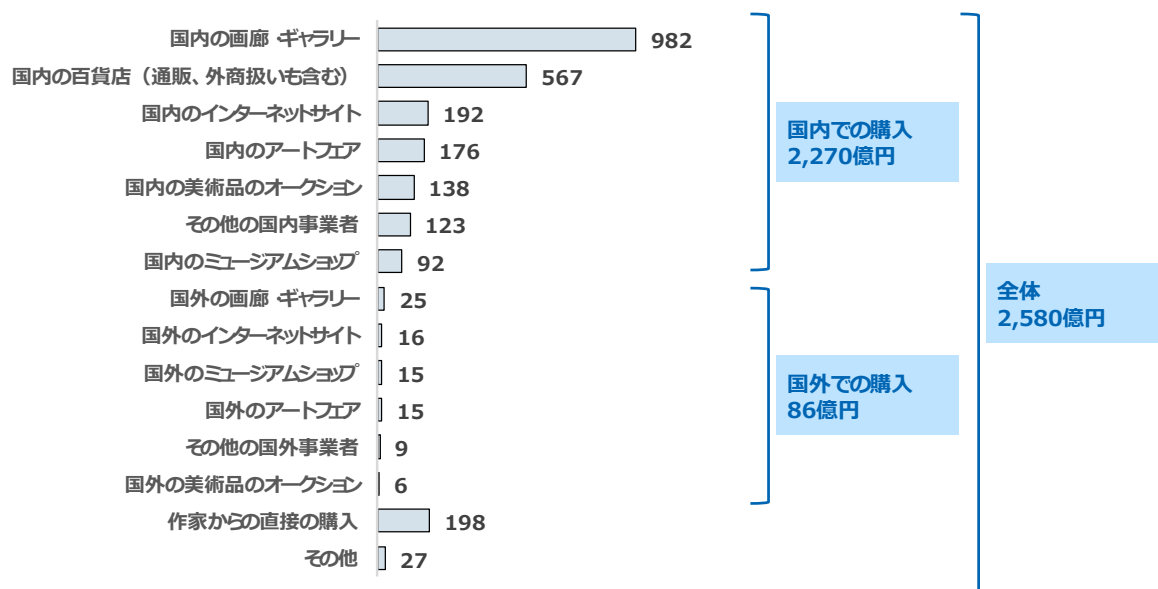
出所)「日本のアート産業に関する市場調査 2019」(一社)アート東京・(一社)芸術と創造

画廊・ギャラリー、百貨店という主要チャネルに続き、インターネットが拡大傾向

美術品市場2,580億円を販売チャネル別に見ると、国内画廊・ギャラリー982億円の次いで百貨店567億円が2大チャネルとなっています。続くインターネットサイト192億円が増加傾向にあります。

図表2 チャネル別の美術品市場規模

(単位: 億円) (n=23,280)



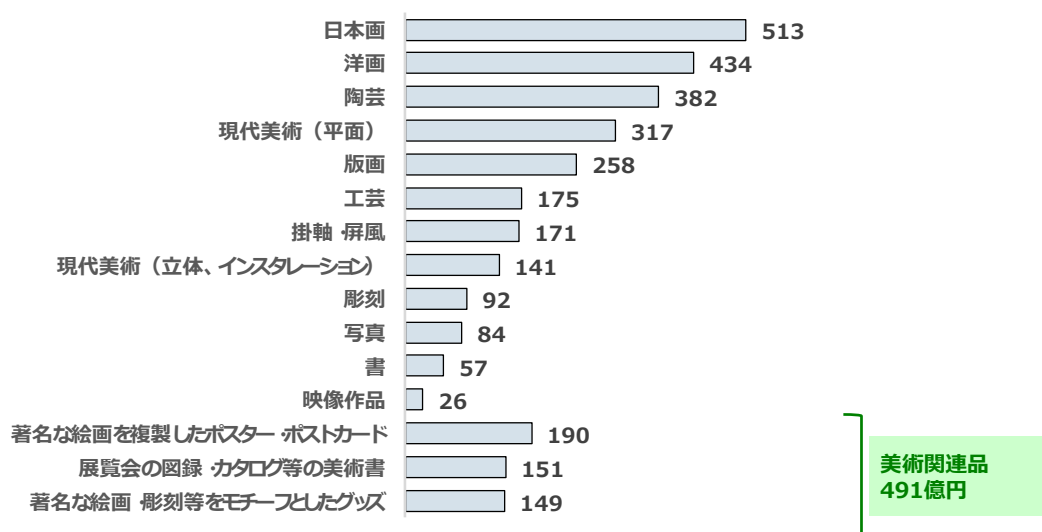
出所)「日本のアート産業に関する市場調査2019」(一社)アート東京・(一社)芸術と創造

多様なジャンルの美術品でなりたつ日本の美術品市場

ジャンル別の美術品の市場規模は、日本画(513億円)、洋画(434億円)、陶芸(382億円)、現代美術(平面)(317億円)に、版画(259億円)が続き、日本の美術品市場は日本画、洋画、陶芸、現代美術、工芸、書など、多様なジャンルや時代の美術品によって支えられている市場であることが、改めて分かります。また、グッズなど美術関連品は491億円となっています。

図表3 ジャンル別の美術品・美術関連品市場規模¹

(単位: 億円) (n=23,280)



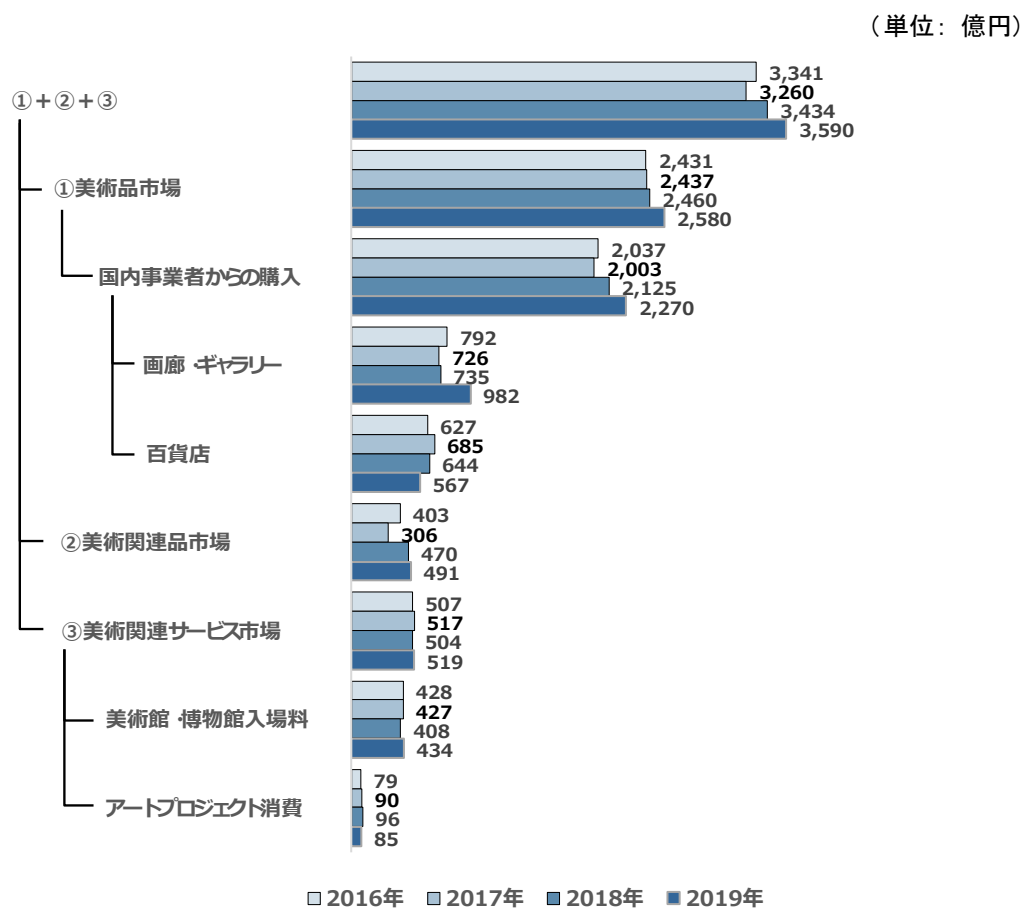
出所)「日本のアート産業に関する市場調査2019」(一社)アート東京・(一社)芸術と創造

¹ ジャンル別の数値には重複が含まれるので、ジャンル別の美術品購入額合計はチャネル別の美術品購入額合計と数値が異なることに留意されたい。

これまでの調査との比較

「アート産業に関する市場規模」の主要要素についてこの4年間の調査結果の推移をみると、2019年のアート産業（①美術品市場＋②美術関連品市場＋③美術関連サービス市場）の市場規模は昨年より増加した3,590億円と、2016年の本調査開始以来最大となりました。画廊・ギャラリーからの購入の増加が大きく伸びる一方、百貨店からの購入は減少傾向となりました。また、美術館・博物館入場料、美術関連品市場は、この4年間で最大となりました。

図表4 各市場規模の推移



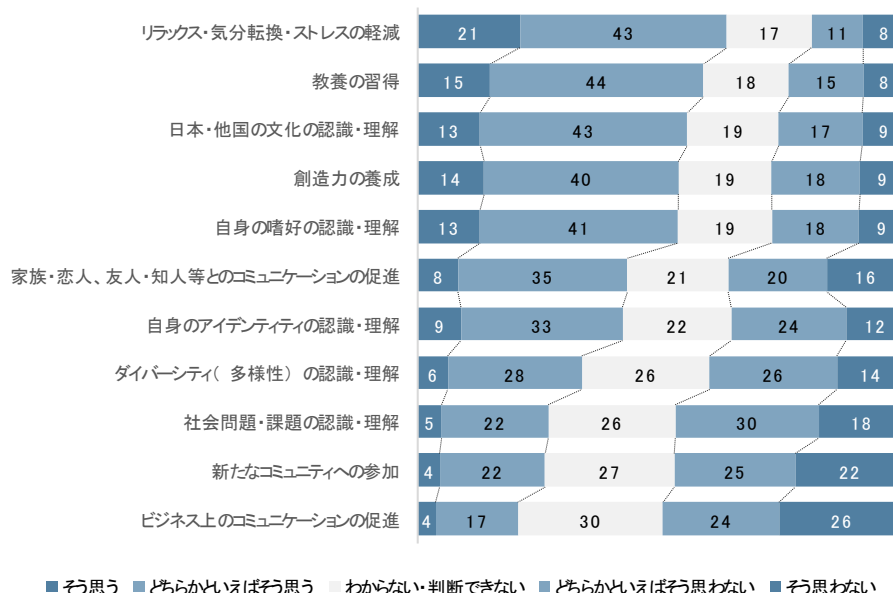
出所)「日本のアート産業に関する市場調査 2019」(一社)アート東京・(一社)芸術と創造

美術品鑑賞・購入の効果

人々が考える「美術品を鑑賞することによるプラスの効果」については「リラックス・気分転換・ストレスの軽減」(64%)「教養の習得」(59%)などの割合が高く、「日本・他国の文化の認識・理解」、「創造力の養成」、「自身の嗜好の認識・理解」なども半数以上の方々が効果があると考えています。ビジネスに特に関連が深いものでは、「創造力の養成」(54%)は半数を超えましたが、「ビジネス上のコミュニケーションの促進」(21%)については効果がないと思う方の割合が比較的多くなりました。

図表 5 美術品鑑賞のプラスの効果

(n=23,280)

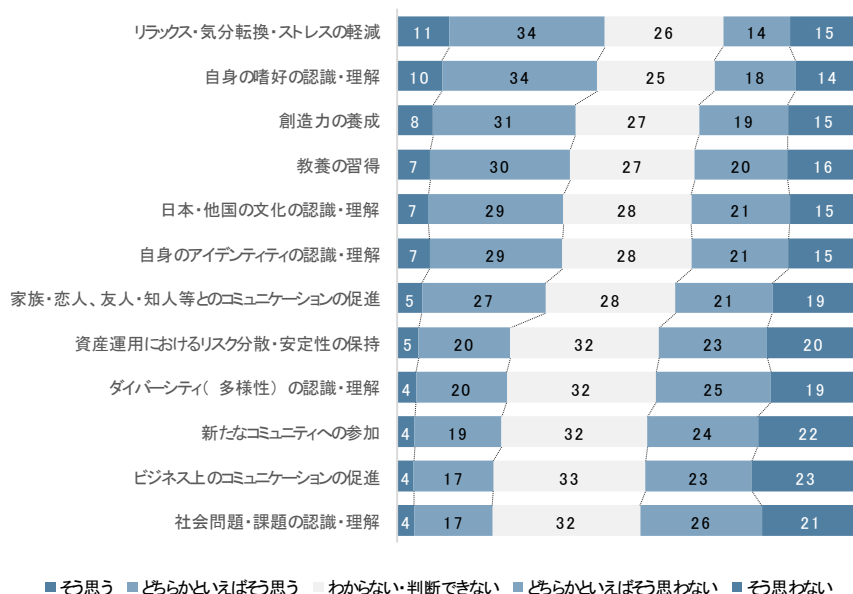


出所)「日本のアート産業に関する市場調査 2019」(一社)アート東京・(一社)芸術と創造

同様の項目について、人々が考える「美術品を購入することによるプラスの効果」について示すと、「自身の嗜好の認識・理解」(44%)、「自身のアイデンティティの認識・理解」(36%)において、図表 5 の「鑑賞によるプラスの効果」よりも上位に認識されていることがわかります。

図表.6 美術品購入のプラスの効果

(n=23,280)



出所)「日本のアート産業に関する市場調査 2019」(一社)アート東京・(一社)芸術と創造

また、本調査では「美術品の輸出入動向」や「各地域別の美術品の保有額や、購入地域」なども調査し、推計結果を図表と共にとりまとめ、今後公開して参ります。

アート東京は、日本のアート産業市場の実態を正しく把握し、今後の経済動向や社会情勢がアート産業に与える影響を明らかにするため、今後も継続的に同調査を実施します。調査結果は、国内外のアート産業関係者を超えて、多くの産業がアートに係わる事業展開を行う指標としても効果的に活用されることを目指すとともに、関係各機関と連携し、地域経済の発展や、芸術文化の振興に繋がってゆくことに寄与して参ります。

本調査の基本設計

調査方法	インターネットアンケート会社が契約するモニターを対象としたアンケート調査
調査時期	2019 年 9 月 19 日(木)～9 月 24 日(月)
調査対象	1 次調査: 政府統計を基に、性・年代、職務状況(有職/無職)、年収(有職者は個人所得、無職者は世帯所得)を日本全体の分布に近い形で割付 2 次調査: 以下の条件を全て満たす方 過去 3 年間で美術品を 10 万円以上購入した方 ※ただし、地域ごとに目標数を設け回収
有効サンプル数	1 次調査: 23,280 サンプル 2 次調査: 673 サンプル(各地域別調査)

調査概要

調査名称	「日本のアート産業に関する市場調査2019」 “Japanese Art Industry Market Research Survey 2019”
レポート名称	「日本のアート産業に関する市場レポート2019」 “Japanese Art Industry Market Research Report 2019”
主催	文化庁、一般社団法人 アート東京
企画・制作	一般社団法人 アート東京
調査協力(共同調査)	一般社団法人 芸術と創造
事業名称	文化庁委託事業「2019年度次代の文化を創造する新進芸術家育成事業」

日本のアート産業に関する市場調査 web サイト: <https://art-tokyo.jp/market>

本調査に関するお問い合わせ マーケティング&コミュニケーションズ 統括ディレクター: 墨屋 宏明 (スミヤ) 嶋岡 紘志 (シマオカ)

リリースに関するお問い合わせ 広報担当: 大野 絢子 (オオノ)

〒106-0041 東京都港区麻布台 1-9-12 飯倉台ビル4階 一般社団法人 アート東京
Tel: 03-5797-7912 / Fax: 03-5797-7913 E-mail: press@artfairtokyo.com