

一般社団法人 アート東京
「日本のアート産業に関する市場レポート 2016」を公開
～日本のアート産業市場規模は推計 3,341 億円～

日本最大級のアート見本市「アートフェア東京」を主催する「一般社団法人アート東京(以下「アート東京」)は、「日本のアート産業に関する市場調査 2016」を実施、その市場規模を 3,341 億円と推計しました。この結果を各種コンテンツ産業の市場規模と比較すると、映画市場規模の約 2,171 億*1、アニメ市場規模の 1,847 億*2などを上回ります。

日本の特徴を踏まえてアート産業に関する実態を調査

これまでグローバルなアートマーケットの状況は、主に欧米のアートギャラリーやオークションセールスの落札額の合計値等の情報を中心に推計され、欧米の調査機関によって発信されてきました。一方で日本においては、アート産業の市場規模の実態が見えづらかったのが現状です。日本では古美術、工芸、日本画、洋画から現代美術に至るまで多岐にわたるジャンルのアートが愉しまれており、販売チャネルでは百貨店が重要な役割を担うなど、欧米には見られない特徴があります。アート東京は、「アートフェア東京」を開催している幅広いネットワークとノウハウを活かして、日本からアート産業に関する客観的な指標を国内外に公表することが重要と考え、日本のアート産業の実態に即した形で調査・分析を実施し、このたび「日本のアート産業に関する市場レポート 2016」を公開します。

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	2016年9月26日(月)～10月2日(日)
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:1次調査にて、美術品を過去3年間に100万円以上購入し、職業が「企業の経営者・役員」もしくは「個人事業主・店主」と回答した方を対象に実施
有効サンプル数	1次調査: 20,541 サンプル 2次調査: 143 サンプル
調査項目	1次調査: ・美術品・美術関連品の購入経験 ・ジャンル別・チャネル別の美術品・美術関連品の購入額 ・美術館・博物館への訪問頻度 など 2次調査: ・美術品を購入する際の資金 ・美術品購入のきっかけ・ジャンル・価格 ・美術品保有における問題 など

出所)「日本のアート産業に関する市場調査 2016」(一社)アート東京・(一社)芸術と創造

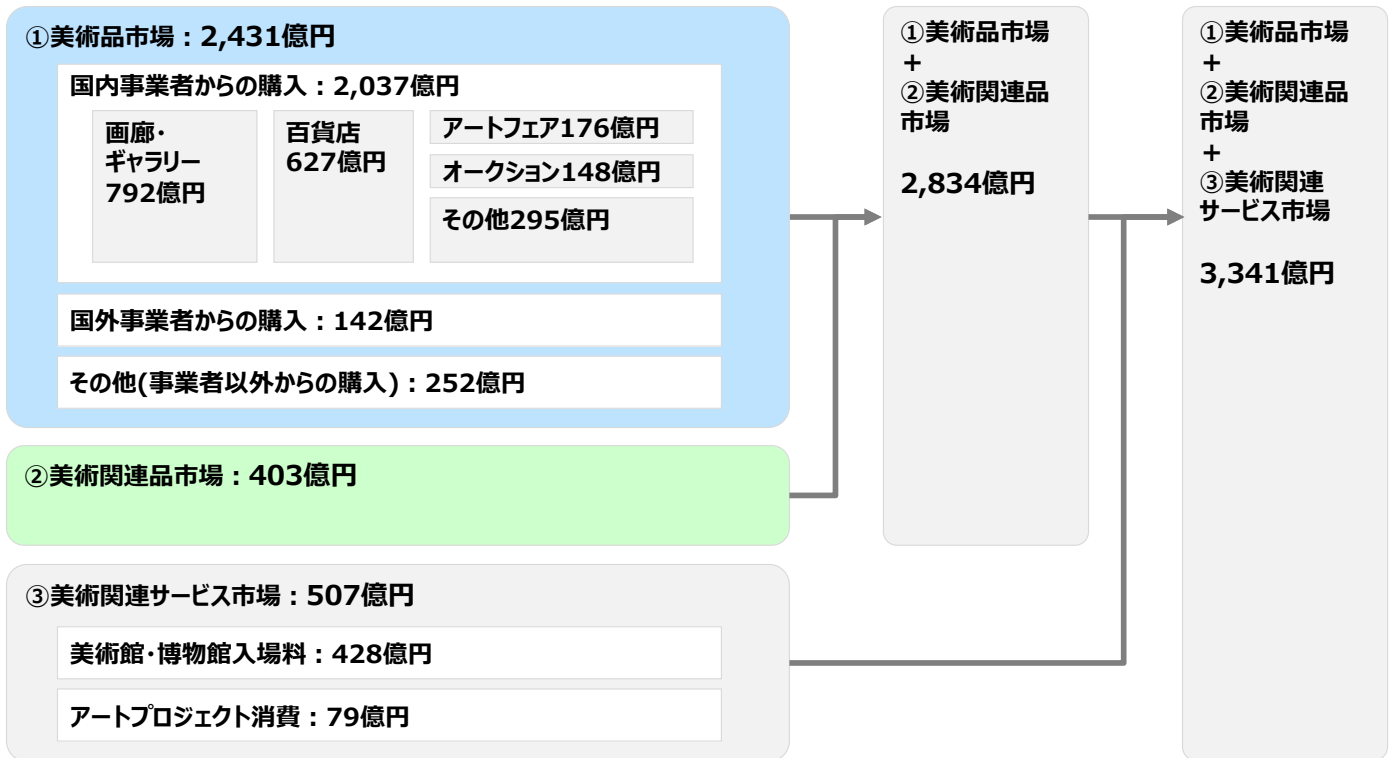
*1 出所:日本映画製作者連盟「日本映画産業統計(2015)」

*2 出所:日本動画協会「アニメ産業レポート 2015」

美術品 + 美術関連品 + 美術関連サービスの市場規模は 3,341 億円

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」(2,431 億円)、グッズやカタログなどの「②美術関連品市場」(493 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」(507 億円)の 3 つの市場を対象とし、その総額は推計 3,341 億円となりました。

アート産業に関する市場規模の全体像



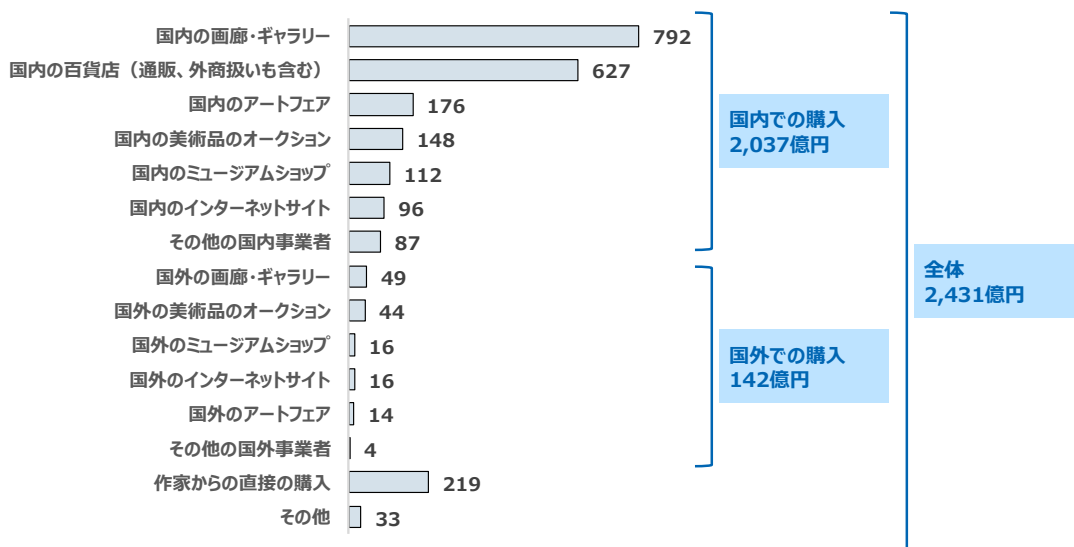
市場の分類	推計の対象	推計の手法
①美術品市場	国内在住者による以下のチャネルでの以下の商品(美術品)の購入 ・画廊・ギャラリー、百貨店、アートフェア、美術品のオークション、ミュージアムショップ、インターネットサイト、作家からの直接購入 ・美術品(日本画、洋画、彫刻、版画、現代美術、写真、映像作品、陶芸、工芸、書、掛軸・屏風)	本調査 アンケート
②美術関連品市場	国内在住者による以下の商品(美術関連品)の購入 ・著名な絵画を複製したポスター・ポストカード ・展覧会の図録・カタログ等の美術書 ・著名な絵画・彫刻等をモチーフとしたグッズ	
③美術関連サービス市場	・国内在住者による美術館・博物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

出所)「日本のアート産業に関する市場調査 2016」(一社)アート東京・(一社)芸術と創造

美術品と美術関連品を合わせた推計 2,431 億円を販売チャネル別に見ると、国内での購入が 2,037 億円、その中でも国内画廊・ギャラリーに次いで百貨店が主要チャネルとして機能しています。

チャネル別の美術品・美術関連品市場規模

(単位：億円) (n=20,541)

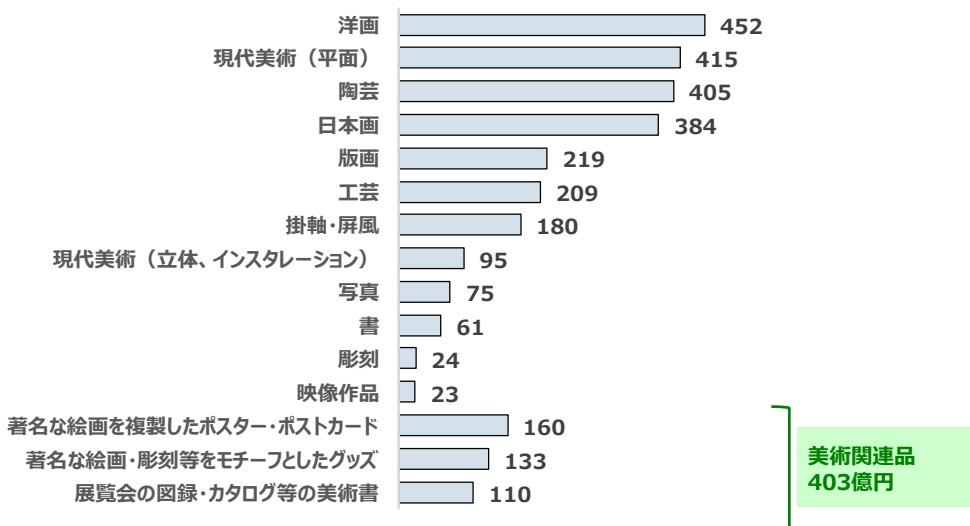


出所)「日本のアート産業に関する市場調査 2016」(一社)アート東京・(一社)芸術と創造

ジャンル別の美術品、美術関連品の市場規模は、洋画や陶芸などと共に現代美術も購入層が一定数あることが見られます。また日本画、工芸や掛軸・屏風、書などその歴史においても日本ならではの多様な美術品が市場において重要な項目であることも見逃せません。

ジャンル別の美術品・美術関連品市場規模^{*3}

(単位：億円) (n=20,541)



出所)「日本のアート産業に関する市場調査 2016」(一社)アート東京・(一社)芸術と創造

美術品の購入経験や購入目的、アートに関する意識調査も実施

^{*3} 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。

本調査では市場規模だけでなく、「生活者の美術品購入経験」や、「美術品をどういう目的で購入しているか」、「アートに関してどのような意識を持っているか」なども調査・分析しています。

今後、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、2017年以降も継続的に定点観測していく予定です。調査結果のレポートは、国内外のアート産業関係者、アートに関わる他産業の事業展開や、改善の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、アート産業の発展が日本の新たな成長戦略へ繋がってゆくことに寄与して参ります。

上記の結果を含む「日本のアート産業に関する市場レポート2016」は下記のリンク先よりご覧いただけます。

日本語 <https://st.gmocloud.com/presses.artfairtokyo.com/1487730666718>

英語 <https://st.gmocloud.com/presses.artfairtokyo.com/1487731252422>

本レポート目次

第1章 本調査の概要

- 1-1. 背景と目的
- 1-2. 本調査の進め方
- 1-3. 回答者の基本属性

第2章 美術品の購入状況

- 2-1. 美術品・美術関連品の購入経験
- 2-2. 過去3年間におけるジャンル別の購入状況
- 2-3. 過去3年間におけるチャネル別の購入状況

第3章 アート産業の市場規模

- 3-1. 市場規模の推計方法
- 3-2. 市場規模推計結果

第4章 アート購入等に係る価値観

- 4-1. 美術品の購入目的
- 4-2. 各商品・サービスへの消費意向
- 4-3. 芸術に関する価値観

調査概要

調査名称	「日本のアート産業に関する市場調査2016」 “Japanese Art Industry Market Research Survey 2016”
レポート名称	「日本のアート産業に関する市場レポート2016」 “Japanese Art Industry Market Research Report 2016”
調査主催者	一般社団法人 アート東京（代表：來住尚彦） (http://art-tokyo.jp)
共同調査機関	一般社団法人芸術と創造（代表：綿江彰禪） (http://www.pac.asia)
助成	アーツカウンシル東京（公益財団法人東京都歴史文化財団） 

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・ディレクター： 墨屋 宏明(スミヤ)
リリースに関するお問い合わせ 広報担当： 三木 茜(ミキ) / 島田 裕子(シマダ) / 李 一(リ)(海外)
〒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