

2019年2月19日
文化庁

アート市場の活性化とアートの持続的発展を可能とするシステムの形成に向けて

【アート市場の現状】

(1) 日本国内のアート市場規模

(日本のアート産業に関する市場調査 2017 (一般社団法人アート東京) より)

- ①美術品市場 (古美術・洋画・彫刻・現代美術など) 2,437 億円
 - ②美術関連品市場 (グッズやカタログなどの) 306 億円
 - ③美術関連サービス市場 (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) 517 億円
- 総額: 推計 3,260 億円 (前年の 3,341 億円から 81 億円の減少)

(2) 世界のアート (美術品) 市場規模

(「The Art Market 2018」 Art Basel and UBS より)

2017 年は 637 億ドル(約 6 兆 7,500 億円) (前年比で約 12%の伸び)

(3) 国別のアート (美術品) 市場規模 (シェア)

(「The Art Market 2018」 Art Basel and UBS より)

- | | | |
|-----------------|----------------|-----------------|
| 1 位: アメリカ (42%) | 2 位: 中国 (21%) | 3 位: イギリス (20%) |
| 4 位: フランス (7%) | 5 位: ドイツ (2%) | 6 位: スイス (2%) |
| 7 位: イタリア (1%) | 8 位: スペイン (1%) | その他 (6%) |

※日本は「その他 (1%未満)」に含まれている状況。

これは、オークションレコードしか反映されていないことが要因と推測される。

※参考値として、アート東京による調査結果を当てはめると、「約 3~4%」となる。

【日本社会・日本経済の状況】

日本社会におけるアート (美術)

- 内外の美術に対する一般市民の関心は評価できる
新聞社等の企画展はヨーロッパ近代美術やオールドマスターに偏る
- 美術館・博物館など公共施設は一応の水準にある
世界の美術史・美術動向に対応・相対化した日本の美術の位置づけが成されていない
オピニオン・リーダーとしての美術評論家が弱体 (具体、もの派 …)
- 美術と社会の親和性が確保されていない
美術品の鑑定・評価が確立していない
税制改革の対象となっていない
- 美術市場の規模が十分でない

出所:2018年11月30日文化庁主催シンポジウム:青柳正規東京大学名誉教授資料より

日本経済の状況：「フロー経済」から「ストック経済」へ

【ストック経済とは？】

20世紀後半から始まった経済構造の変化：「ストック経済」化

フローからストックへ

フロー：一定期間（1年間）の生産や支出 → 「国民所得（national income）」

ストック：過去から引き継がれた資産や資本 → 「国富（national wealth）」

ストック経済とは、

「フローに比べてストックの相対的な重要性が大きい経済」のこと

ストック価値がフローに与える影響：資産効果、資本所得、新規ビジネス...

【ストック経済の観点からのいくつかの提言】

国富統計調査の実施

改元を機に50年ぶりに実施してはどうか？

無形資産や文化財の評価も検討すべきでは？

ストックの価値を高める新たな国家戦略へ

評価「装置」の拡充

創作だけでなく評価への支援が必要

大学、美術館の「人文知」の活用・支援を

美術市場の裾野を広げる

企業によるコレクションの充実

税制の見直し

出所：2018年11月30日文化庁主催シンポジウム参考資料：柴山桂太京都大学大学院人間・環境学研究科准教授資料より

【アートのエコシステム構築に向けて】

《3つの方向性》

(1) 「美術品というストックを持続的に日本国民の資産として引き継ぐ」という観点

- ① これまで蓄積されてきたストックの保存活用／資産価値を下げない努力
- ② 『将来に渡って』『持続的に』良質なストックが国内に蓄積されていく仕組みづくり
- ③ 蓄積されたストックの価値評価（学術的評価）を高めていく取組み（アーカイブの整備、発信等）

※ 美術品の市場での評価（価格）は、『学術的評価が高まることで、市場評価も上がっていく』という関係性にあり、ストックの学術的価値を高める装置としての美術館やアーカイブの機能強化が極めて重要である。

(2) 「日本国内に先ずストックする」という観点

上記(1)の前提条件として、まずは、多くのアートが購入され、日本国内に蓄積されるということが重要。

(3) 「インバウンド 4000 万人時代の観光コンテンツ」という観点

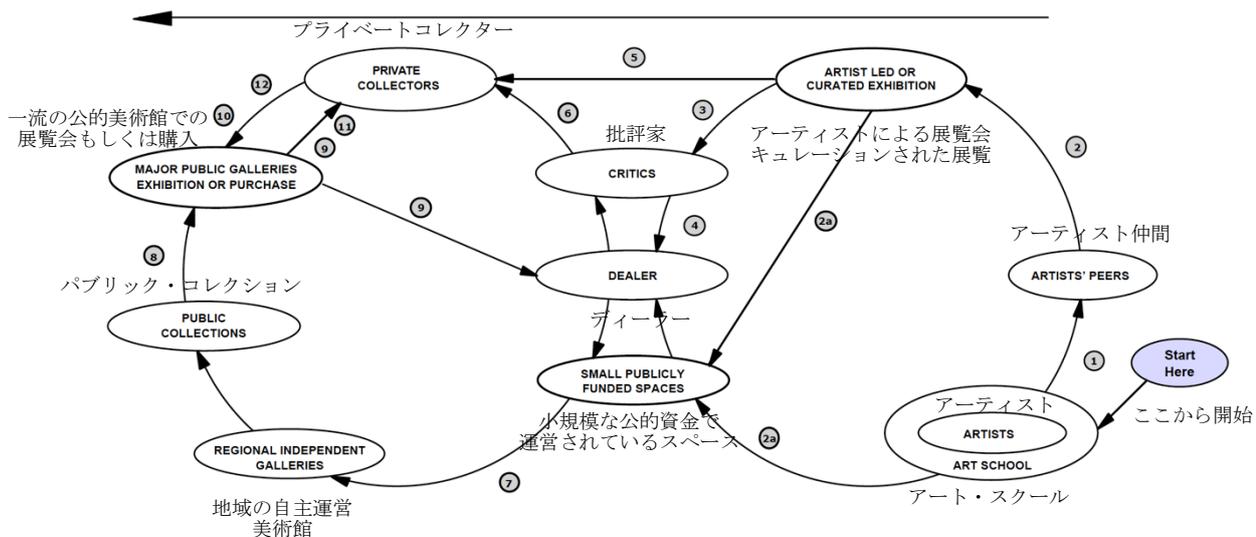
訪日外国人にとって重要なのは、質の高いコレクションをつくりあげ、それらを魅力的に展示するとともに、そのコレクションを活用して外国からも人を集められる質の高い展覧会を企画していくことである。

価値評価の高まった美術品を「まとめて見られる」状況を現出させることで生まれる持続的な観光資源として世界中の人々（特に、富裕層など世界のトップ層）を惹きつけるパワーは、代替性のない稀有なものである。

《上記方向性の実現に向けて》

美術品が日本国内で活発に購入されるための環境整備を行うとともに、公的な美術品コレクションを「日本国民全体の資産」と捉える観点も加えながら、美術館を拠点としたコレクター文化を形成しつつ、美術館の連携・機能強化を図っていく必要があると考えられる。

【参考】「アートのエコシステム」のイメージ（アーツカウンシル・イングランド「Taste Buds アート・マーケットを育てる方法 エグゼクティブ・サマリー」（2004年10月）より引用）



- ① アーティストが仲間の評価を得る
- ② アーティストもしくはフリーランスのキュレーターがキュレーションした展覧会
- ②a 小規模な公的資金で運営されているギャラリーによる代理
- ③ 批評的関心を集める活動
- ④ デイラーの注目を集める
- ⑤ プライベートコレクターを引きつける
- ⑥ 国際的なアートフェアなどでの販売を通して、ディーラーがアーティストの評判を確立する
- ⑦ 小規模な公的資金で運営されている美術館や地域の自主運営美術館での展覧会や購入を通して、ディーラーが重要な承認を得る
- ⑧ 一流の公的美術館による購入もしくは展覧会
- ⑨ 正当化されることで、コレクターの価値とステータスが上がり、ディーラーとアーティストに利益をもたらす
- ⑩ コレクターが公的美術館に作品を貸し出す
- ⑪ コレクターの優れた判断力が支持され、美術館の理事に招かれる
- ⑫ コレクターの遺産コレクションが美術館に

【平成30年度「アート市場活性化事業」の取組み】

《事業概要》

平成30年度「アート市場活性化事業」は、我が国自らが価値を創り出すことを目指し、現代日本アート全体の底上げにつながる活動に取り組む主体を形成し、これまで有機的につながっていなかった関係者のネットワーク形成を進めるとともに、現代日本アートの国際発信のために必要な情報の集積、海外有力者や有力機関との連携を通じた現代日本アートの国際的な評価の向上に具体的に取り組むもの。

※平成30年度予算額：50百万円

《具体的な取組み》

○検討組織の組成：国際的評価を高めるための戦略検討

- (1) 日本アート創生委員会
- (2) 収蔵情報活用分科会
 - ・ 収蔵情報のネットワーク化に向けた具体的検討を実施
- (3) 発信強化分科会
 - ・ 2021～2022年を念頭に、欧米主要美術館における展覧の開催を目指し、海外関係者とのネットワーク構築等を実施
 - ・ 招待制ワークショップ「日本現代アートサミット」を3月に開催予定

○国内外調査の実践

海外の主要アートシーンの現状を实地に把握し、日本のアートの国際的評価向上に取り組む。今年度は、アメリカ・ロサンゼルスで開催される日本の1980年代及び1990年代に焦点を当てた展覧会における日本作家・作品取扱い状況について实地調査を行う。

○現代日本アートの国際評価を高めるために必要情報の蓄積

今後、展覧会を企画する際に不可欠な情報のデータベース化に取り組む。

今年度は我が国で開催された現代美術展のカタログ掲載情報のデータベース化を実施。

○美術品評価向上に関するシンポジウムの開催

美術品を資産ととらえ、その評価を向上させることの重要性とそのため必要となる取組みに関する公開シンポジウムを開催。

○芸術資産「評価」による次世代への継承－美術館に期待される役割－（11月30日）

○年度内に第2弾の開催を検討中