

令和7年度
アートエコシステム基盤形成促進事業

アート市場における 美術品の流通促進のための基盤整備 我が国のアート市場の基礎情報の収集 報告書

2026/3/24

株式会社QUICK

第1章	事業概要	p.3
第2章	情報収集対象の把握と設計	p.6
第3章	基礎情報の収集と集約	p.9
第4章	基礎情報の集計結果	p.12
第5章	国際発信と連携	p.15
第6章	総括	p.18
第7章	本事業の意義と今後の展望	p.21

第1章 事業概要

1.1 背景と目的

- 我が国のアート市場は、豊かな文化資源を有しながらも、その取引実態が網羅的に把握されてこなかったため、国際的なマーケットにおける存在感や評価が限定的であった。国際的なアート市場における日本のシェアは、2024年時点で約1%（前年比不変）にとどまり、米国（43%）、英国（18%）、中国（15%）といった主要市場と比較して乖離がある。
- こうした状況を改善し、国際的なプレゼンスの向上とシェアの拡大を図るためには、まず国内市場の基礎データを整備・拡充し、客観的な数値に基づいて市場を可視化することが不可欠である。
- 本事業は、令和4年度から継続している国内アート市場の取引額の収集をさらに定着させ、海外の主要市場レポート（The Art Market Report 等）と接続可能な統計基盤を構築することを目的とする。本報告書では、日本国内のアートディーラーやオークションハウスを対象とした詳細な基礎情報の収集結果と、それに基づく最新の市場規模推計をまとめ、国内外へ発信するための基盤情報を提供するものである。

1.2 事業の全体像

本事業は、日本のアート市場を可視化し、国際的な発信力を強化するために、以下の2つで構成される。

1. 基礎情報の収集業務（実態把握）

日本国内において美術品を販売するギャラリー、美術商、オークションハウス等（約2,000件）を対象とした。昨年度の業務設計を継承しつつ、Arts Economics社と連携することで、国際基準に準拠した項目（売上高、取扱ジャンル、販売チャネル等）の情報収集を図った。

2. 調査レポートの国際発信（広報・啓発）

上記業務で得られた一次データおよび公的統計を基に、文化経済学者クレア・マッカンドリュエ博士と協力して「The Japanese Art Market 2025」を作成した。これを日英両言語で発表し、国際的なメディアへの掲載を目指すことで、日本市場の現状と潜在力をグローバルに広報する。

第2章 情報収集対象の把握と設計

2.1 情報収集対象

- 情報収集対象は、「日本国内において美術品を販売している者（ギャラリー、美術商、古美術商、百貨店、オークションハウス、オンライン販売、個人販売等）」と定義した。
- リストの掘り起こしと精査として、既存の業界名簿（一般社団法人 全国美術商連合会（全美連）、一般社団法人 日本現代美術商協会（CADAN: Contemporary Art Dealers Association Nippon）、一般社団法人 日本現代美術振興協会（APCA: Association for the Promotion of Contemporary Art in Japan）等）や官公庁統計、Web上の公開情報を多角的に突き合わせ、計2,047件の全ギャラリーリストを構築した。
- 実態確認によりリストを最新の状態に維持した。リストの全件に対して「店名、住所、URL」の存否をWeb検索で個別に確認した。営業実態（移転・閉店情報）を反映させることで、無効な配信や無回答のリスクを低減させた。
- 情報収集対象のデジタル対応状況の分類は次の通りである。検索の結果、メールアドレスが特定できた986件と、Webサイトが存在しない、あるいは連絡先が不明なデジタル未対応層1,061件に分類し、それぞれに最適なアプローチを行うハイブリッドな情報収集体制を構築した。

2.2 アンケート調査票の設計

- Arts Economics社のクレア・マッカンドリュエ博士と連携し、グローバル市場との比較が可能な国際基準のアンケート調査項目を調整・決定した。
- 回答の心理的・時間的ハードルを下げるため、主要指標を問う「必須項目（15～20問）」と、経営詳細を問う「任意項目（30～35問）」の二段構成を採用し、設問構成の最適化を図った。
- アンケート調査票を「基本情報」「市場動向」「運営詳細」の3セクションに分割し、さらに、セクション2の「拠点国」の回答内容に応じてセクション3の設問が動的に変化する、条件分岐ロジックをアンケートシステムに導入し、回答者の手間を削減した。多層的な回答構造を実現した。

第3章 基礎情報の収集と集約

3.1 基礎情報の収集プロセス

- 日本市場特有のクローズドな商慣習を考慮し、デジタルのみに頼らない対面での信頼醸成活動を展開した。
- 主要アートフェアでのフィールドワークを実施。責任者が国内の主要フェアを自ら巡回し、出展ギャラリスト一件一件に直接声がけを実施した。A4案内チラシを配布し、本事業が業界の環境改善に繋がることを丁寧に説明した。

対象フェア：Art Fair Asia FUKUOKA 2025（110件）、T3 PHOTO ASIA（20件）、東美アートフェア（120件）、
大阪美術倶楽部 交換会など。

- 全美連、東京・大阪・金沢の各美術倶楽部に対し、広報協力と加盟店への周知を直接依頼した。
- メールアドレスが特定できた事業者に対しては、リマインド含む計4回の段階的な配信を行った。文面やレイアウト、送付タイミングを細かく調整し、クリック率（18.3%）や開封率（66.4%）を追跡することで、従来取りこぼしていた層への再アプローチに成功した。
- メールアドレスが確認できなかった1,061件に対しては、アンケート依頼書や返信用封筒等の袋詰め、宛名印刷、発送作業をすべて手作業で完結させ、確実なリーチを図った。
- アンケートにおいて「お客様ID」による回答再開機能を構築。隙間時間での入力を可能にするセッション保存機能により、画面上でリアルタイムに合計値を計算し、整合性がない場合に警告を表示する動的制御により、入力ミス未然に防いだ。
- AI解析・OCRシステムにより、返送された紙のアンケートをPDF化し、AIを用いて自動解析し、表記の揺れ（単位の数値自動変換等）を、目視確認と組み合わせることで、属人的なミス未然に防ぎ、データの信頼性を担保した。
- 日本語による自由記述回答を統計解析可能な数値形式へ正規化し、ジャンルや増減予測等の日英自動翻訳プログラムを開発することで、データクレンジングと日英変換を行い、Arts Economics社へのスムーズなデータ提供（CSV納品）を実現した。

3.2 回収結果

2025年の基礎情報の収集における最終的な回収実績は以下の通りとなった。

- 回収実績

総数 268件（目標の400件には届かなかったものの、回収率は約13.1%であり、昨年度実績の12.3% から向上した。）

- 内訳

- デジタル（WEBフォーム）での回答：190件
- 返信用封筒による郵送回答：78件

- 属性別の状況

現代美術の新興ギャラリーから、刀剣・古美術を扱う老舗店まで、幅広い層から回答を得た。
メールアドレス確認済み層への配信では、開封率66.4%を記録した。

第4章 基礎情報の集計結果

4.1 集計結果の概要

2025年度の基礎情報の収集においても、一次市場（プライマリー）への関与が約74%に達していることが示された。運営分野別の構成比は以下の通りである。

- プライマリーマーケット（専業）：44.5% (118件)
- プライマリー＋セカンダリー（ハイブリッド型）：29.4% (78件)
- 工芸美術品・骨董品のみ：20.8% (55件)
- セカンダリーマーケット（専業）：5.3% (14件)

日本のギャラリーの多くが新作販売を主軸としつつ、セカンダリー取引を組み合わせることで経営の安定化を図っている実態が窺える。

1.ハイブリッド型の格差

平均2.84億円に対し中央値が7,000万円となっており、一部の大規模事業者が全体の数値を押し上げている。

2.プライマリー専業の経済的脆弱性

中央値が700万円と極めて低く、若手作家を支える小規模な独立系ギャラリーが大量に存在し、厳しい経営環境下にあることが判明した。

3.市場の三層構造

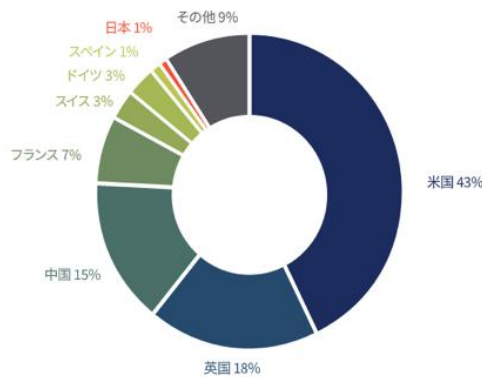
現代アートを中心とした「ボリューム層」、高額取引を主導する「高単価層（近代・西洋名品）」、そして安定した需要を持つ「工芸・古美術」の三層で構成されている。

運営分野	平均売上高	中央値
プライマリー＋セカンダリー	2.84億円	7,000万円
セカンダリーのみ	2.63億円	3,161万円
工芸・骨董のみ	1.06億円	5,000万円
プライマリーのみ	7,348万円	700万円

4.2 市場規模の推計

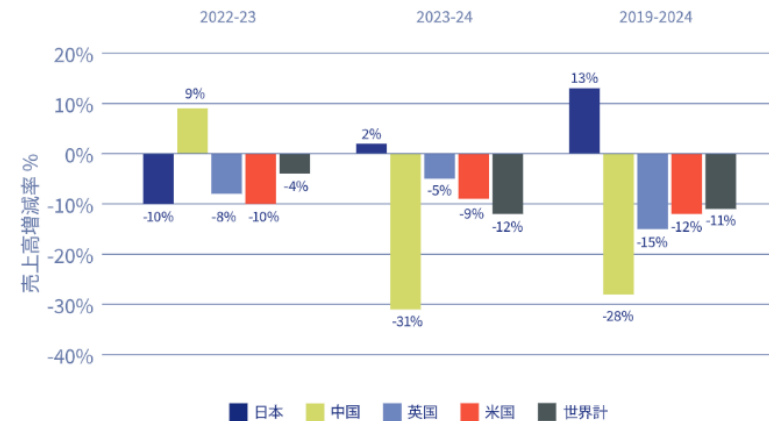
- 推計された規模（2024年実績）として、総売上高は6億9,200万ドル（約1,031億800万円）となった。世界市場が12%減少する中、日本は前年比2%増という堅調な結果を残している。
- デイラーとギャラリーは日本のアート市場の中心であり、2024年の売上は4億9,400万ドル（約736億円）、シェア71%を占め、世界的な落ち込みの中でも前年比7%成長している結果となった。
- 事業者のうち、58%が年商25万ドル（約3,725万円）未満の小規模事業者であり、年商100万ドル（約1億4,900万円）を超える事業者は20%にとどまっており、また、市場全体としては、プライマリーマーケットへの注力が強まっている。
- 年商25万ドル未満の小規模デイラーは、前年からの成長率が最も高く、売上は前年比22%増加。年商1,000万ドル（約14.9億円）以上の大規模デイラーの売上が世界全体で15%減少する一方、日本の同規模帯は前年比6%の堅調な伸びを示した。
- 女性アーティストの存在感が高まり、2024年にはギャラリーに所属するアーティストの44%が女性となり、売上シェアも33%と、2023年の20%から大幅に伸長した。

世界のアート市場における各国のシェア（2024年、売上金額を基準）



© アーツ・エコノミクス (2025)

日本、世界および主要アート市場における売上高の変化



© アーツ・エコノミクス (2025)

第5章 国際発信と連携

5.1 国外の主要調査主体との調整

世界のアート市場で最も権威のある「グローバル・アート・マーケット・レポート」の著者である文化経済学者、クレア・マッカンドリュー博士（Arts Economics社）と緊密に連携した。

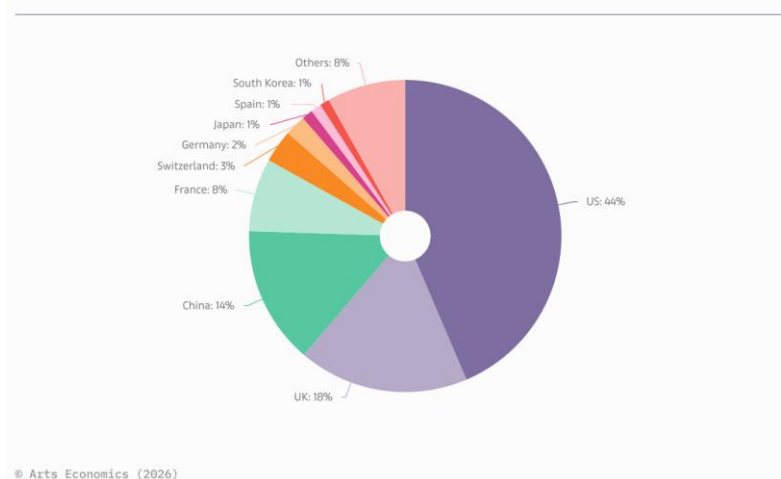
● グローバルレポートへの反映

国内で収集・正規化した詳細なデータは、Arts Economics社に提供しており、グローバルレポート「The Art Market 2026」に反映された。2025年の世界のアート市場において日本のシェアは約1%であり、2024年から順位を一つ上げ、世界7位に入った。

● 国際比較の実現

マッカンドリュー博士との連携により、日本の市場規模を「世界シェア1%、アジア第2位（シェア6%）」といった国際的な指標で定義することが可能となった。博士からは、世界的な売上縮小（前年比12%減）の中で2%の成長を遂げた日本市場の「レジリエンス（強靱性）」を高く評価するコメントを頂いている。

Figure 1.3 Global Art Market Share by Value 2025*



5.2 日本独自レポートの作成と発信

日本市場の潜在力を可視化するため、日英両言語による独自レポート「The Japanese Art Market 2025」を作成・公開した。

● レポートの概要

本レポートは、世界および地域の状況、日本のディーラーとギャラリー、アートフェア、オークションハウス、そして経済的影響の全5章で構成している。2024年の日本のアート市場規模が6億9,200万ドル（約1,031億800万円）に達したことや、女性アーティストの売上シェアが33%まで上昇したことなど、最新の知見を詳細に記述している。

● シンポジウムの開催

2026年2月26日、本レポートの公開に合わせてシンポジウムを開催した。このシンポジウムでは、調査結果の発表とともに、専門家を交えて、日本の国際競争力を高めるためのアートエコシステム構築について議論を深め、業界内外への普及啓蒙を図った。

● グローバルメディアへの戦略的アプローチ

日本のアート市場への適正な評価を確保するため、以下の世界的な主要メディアの記者に対し、直接的な情報提供（アタック）および記事掲載に向けた継続的なフォローアップを行った。

アタックメディア: New York Times, Financial Times, The Japan Times, artnet,
The Art Newspaper, Artsy, Ocula, Art Asia Pacific

これらの広報活動を通じ、日本のアート市場が一部の投機的な動きに左右されない「実需に基づいた健全な成長市場」であることを、国内外に発信している。

Market 100
Japan's Art Market Registers Modest Growth: Report. Plus, a Rundown of the Latest in Asia's Art World
Artists with Asian roots will be out in force for Berlin Gallery Weekend, potter Kawai Kanjirō is getting his first U.S. retrospective, and more.



第6章 総括

6.1 関係者へのヒアリング結果

全美連等の協力団体からのフィードバックでは、国内アート市場の統計情報の整備に対して高い期待が示された。一方、機密情報の提供に対する慎重な意見も寄せられた。関係者が安心して情報を提供できるシステムや体制の整備が今後の課題である。

6.2 課題の抽出

- **回答負荷の軽減**

設問数の多さが小規模事業者の負担となっており、さらなる簡略化とUI/UXの改善が必要である。

- **アンケート調査時期の再考**

年末年始の繁忙期を避けるなど、事業者の決算サイクルに配慮したスケジュール設定が望まれる。

- **デジタル・デバイドへの対応**

母集団の半数以上を占めるデジタル未対応層に対し、物理的なリーチを補完する体制の強化が求められている。

第7章 本事業の意義と今後の展望

7.1 継続的な基礎情報の収集による「産業化」と「関係人口の増加」

● 日本のポテンシャルの可視化と国際的プレゼンスの向上

世界のアート市場が約12%縮小する状況下において、日本市場は前年比2%増を記録し、堅調な成長を見せている。また、女性アーティストの売上シェアの向上（33%）など、日本独自の強みもデータから明確になった。これらの基礎データを定点観測し、国際社会へ発信し続けることは、日本のアート市場への信頼性を高め、国内外からの新規参入を呼び込む強力なインセンティブとなる。

● 主要事業者のセグメント化と重点的なデータ収集

本事業は約2,000軒のギャラリーや美術商を対象にした結果、日本市場の構造的な特徴が浮き彫りになった。国内には美術品を取扱事業者は多数存在するが、国内外の主要アートフェアへ積極的に出展し、産業としてアート市場を実質的に牽引している「主要プレイヤー」は、全体の約20%（300～400件程度）に集中していると推測される。次年度以降は、単にギャラリーや美術商の回答総数の増加を目指すのではなく、「市場を牽引する主要事業者」を明確にして、その対象からの回答収集を重視する。日本のアート市場の中核を担う事業者の数値を確実に収集することで、実態を正確に捉えることが可能になる。

● 「豊かさへの憧れ」の醸成と周辺産業への波及効果

「アート」は単なる美術品にとどまらず、ファッション、建築、地域創生など、生活様式全般に広く連動するエコシステムを構成している。客観的なデータ収集を通じてアートの経済的・社会的価値を可視化することは、日本文化全体に対する「豊かさへの憧れ」やブランド価値の醸成につながる。結果として、関連産業の活性化やアート市場における関係人口の増加に繋がる可能性が高い。

7.2 基礎情報の収集から、課題解決に向けた「主体的な市場調査・分析」への展開

- **国際比較を通して日本のアート市場の課題を特定**

「アートエコシステムに係る国際比較調査の実施」業務では、仕様書が指定する欧米やアジアの主要8か国・地域を中心に、合計44か国・地域の国際動向を調査した。その結果と日本のアート市場を比較すると、日本にはアートが「文化資産」として循環する仕組み（評価の担保や税制等）や購入後の「出口戦略」に関する客観的なデータおよび成功モデルの検証が十分ではないことが判明した。今後は、基礎情報の収集やその集計にとどまらず、これらの課題を解消するために「主体的な市場調査・分析」が必要である。

- **制度設計の議論に向けたエビデンスの構築**

主体的な調査を通じて得られたデータや知見は、アート市場に係る制度設計の根拠資料としての活用が考えられる。例えば、「アートエコシステムに係る国際比較調査の実施」業務の報告書で提案された「アートレジストリー制度」のような美術品の価値を可視化する仕組みの導入、美術館への寄託促進、法人の減価償却制度や相続税等の税制優遇措置などに関して、客観的な情報および分析結果に基づいた具体的な議論および仮説構築が可能となる。アート市場に係る制度設計においても、EBPM（エビデンス・ベースト・ポリシー・メイキング：証拠に基づく政策立案）が可能となり、関係省庁との議論で有用である。