

創造と芸術
Platform for
Arts and Creativity

**第2回アート市場活性化ワーキンググループ
検討に関する参考データ**

一般社団法人 芸術と創造
Platform for Arts and Creativity

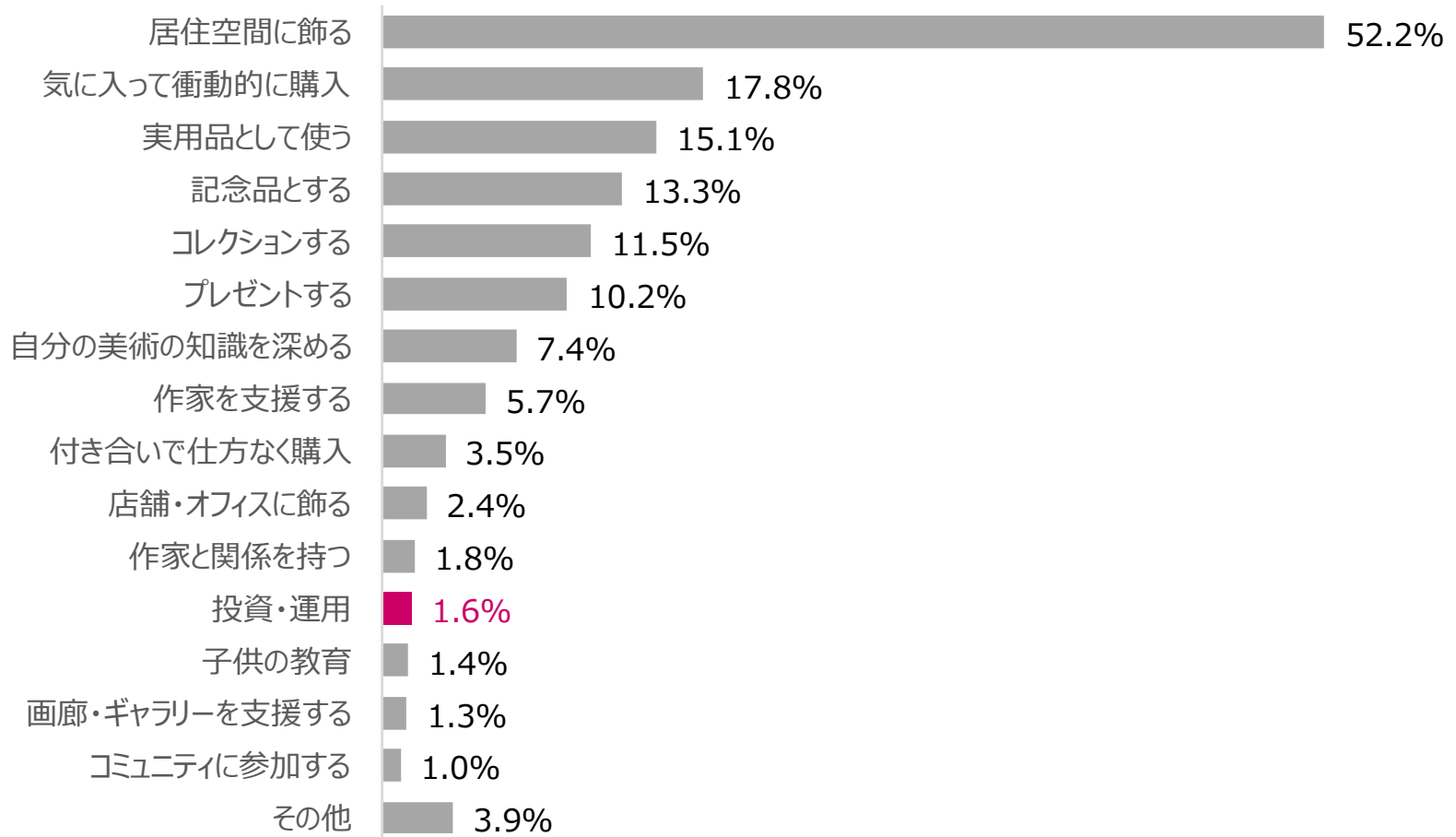
【内容に関するお問い合わせ】
一般社団法人芸術と創造 代表理事 綿江彰禪
E-mail : watae@pac.asia

美術品の購入目的

➡投資・運用目的の購入は限定的。

美術品の購入目的（複数選択） ※購入経験者の中での割合

(n=20,541)



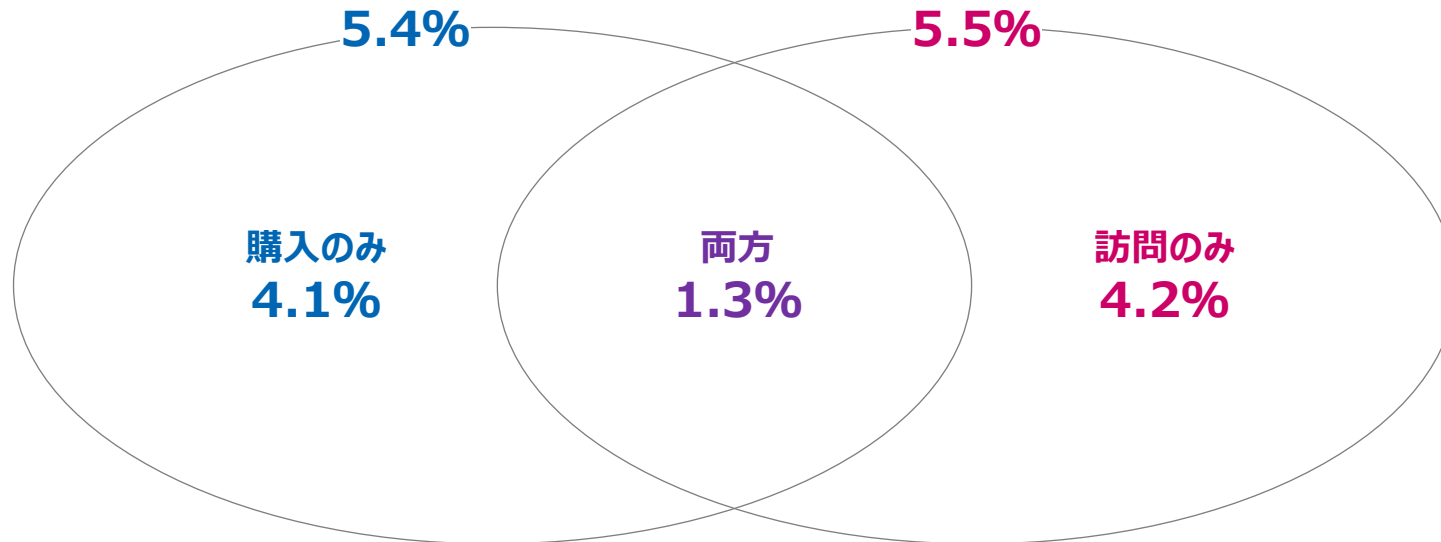
「美術品購入」と「博物館・美術館訪問」の状況

➡両セグメントはあまり重複していない。美術ファンの拡大が、そのまま購入者の増加に繋がるわけではない。

(n=23,280)

過去3年間に美術品を購入した方

過去1年間に博物館・美術館を4回以上訪問した方



※過去に美術品を購入した経験がある方 : 16.0%

※過去1年間に博物館・美術館を1回以上訪問した方 : 37.5%

〃

2回以上訪問した方 : 19.9%

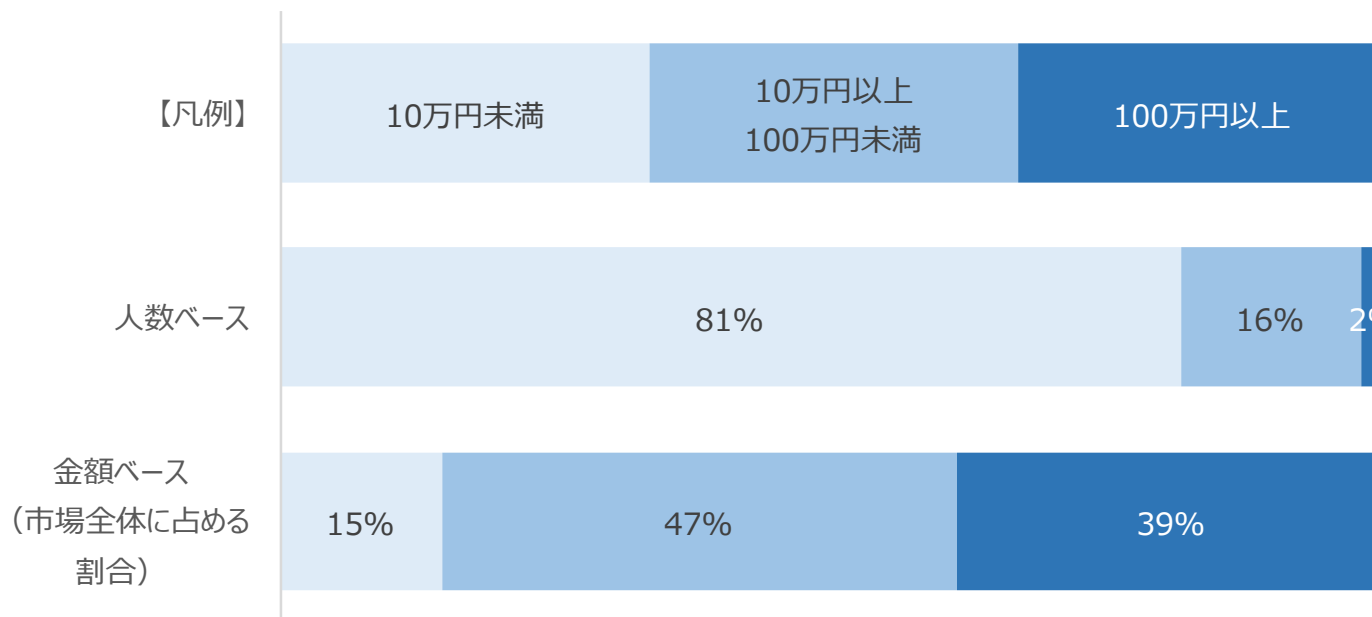
3年間における美術品購入金額別の人数割合と金額割合

➡人数ベースでは10万円未満が多数であるが、金額ベースでは10万円以上が多数。

■ 各画廊・ギャラリーにとっては、購入者の裾野を拡大するインセンティブはそれほど高くない。

3年間における美術品購入金額別の人数割合と金額割合

(n=23,280)



美術品購入と相関が高い要素

➡「子供の頃に住居に美術品が飾ってあったこと」が最も大きく影響。

美術品購入有無と各項目の相関（博物館・美術館訪問者と比較）※数字は相関係数

(n=481)

		美術品購入	結婚の有無	同居の子供の有無	個人所得額	世帯所得額	貯蓄額	部屋の大きさ	比較的裕福であった	住居に美術品が飾ってあった	時々、家族と博物館・美術館に行っていた	時々、家族と画廊・ギャラリーに行っていた	時々、海外旅行に行っていた	自分の意思で海外旅行に行った	自分の意思で博物館・美術館に訪問した
美術品購入		1.00													
現在の環境	結婚の有無	0.20	1.00												
	同居の子供の有無	0.15	0.51	1.00											
	個人所得額	0.27	0.06	-0.03	1.00										
	世帯所得額	0.22	0.25	0.02	0.64	1.00									
	貯蓄額	0.28	0.11	0.01	0.52	0.62	1.00								
	部屋の大きさ	0.25	0.19	0.10	0.29	0.41	0.39	1.00							
子供の頃（15歳まで）の環境	比較的裕福であった	0.20	0.02	0.00	0.15	0.19	0.18	0.25	1.00						
	住居に美術品が飾ってあった	0.31	0.05	-0.02	0.12	0.18	0.19	0.22	0.38	1.00					
	時々、家族と博物館・美術館に行っていた	0.14	-0.01	-0.01	0.09	0.18	0.16	0.15	0.27	0.35	1.00				
	時々、家族と画廊・ギャラリーに行っていた	0.26	0.00	0.07	0.08	0.13	0.18	0.19	0.29	0.35	0.40	1.00			
22歳までの経験	時々、海外旅行に行っていた	0.24	0.08	0.04	0.17	0.19	0.21	0.21	0.39	0.29	0.28	0.35	1.00		
	自分の意思で海外旅行に行った	0.17	0.15	0.10	0.11	0.18	0.18	0.06	0.18	0.20	0.18	0.24	0.34	1.00	
	自分の意思で博物館・美術館に訪問した	-0.08	-0.07	0.02	-0.04	0.02	0.04	-0.01	0.23	0.29	0.38	0.25	0.16	0.27	1.00

※「30代・40代の美術品購入者（過去3年間に美術品を10万円以上購入）」（248人）と

「30代・40代の愛好者（年間の博物館・美術館訪問回数が4回（3ヶ月に1回）以上、美術品購入経験なし）」（233人）を比較