経済産業省

資料３

第14回エンタメ・クリエイティブ政策研究会
【アート】
（事務局資料）

2026年3月9日

商務・サービスグループ　文化創造産業課

AGENDA

・クリエイティブ産業について

（ファッション・デザイン・アート・伝統的工芸品・「みる」スポーツ）

・アート産業の現状

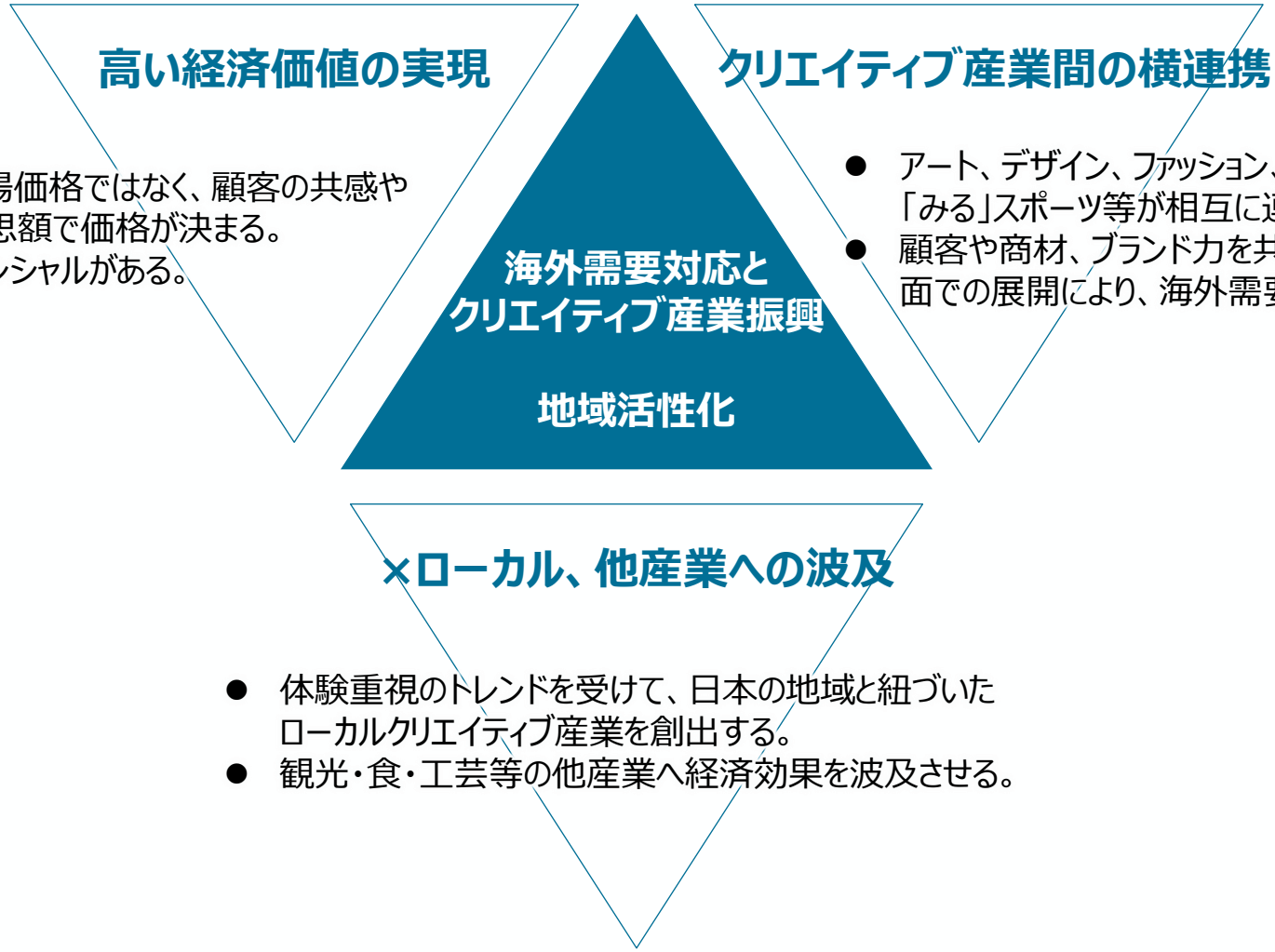
・アート産業の高い経済価値の実現

・ローカルクリエイティブ産業におけるアート

・他産業に裨益するアート

クリエイティブ産業について｜まとめ

✓ クリエイティブ産業の特性を生かし、ローカルや他産業と連携することで海外需要に対応し、外貨獲得・地域活性化を図る。



- 機能的価値に基づく相場価格ではなく、顧客の共感や意味に対する支払い意思額で価格が決まる。
- 価格の上限がなく、ポテンシャルがある。

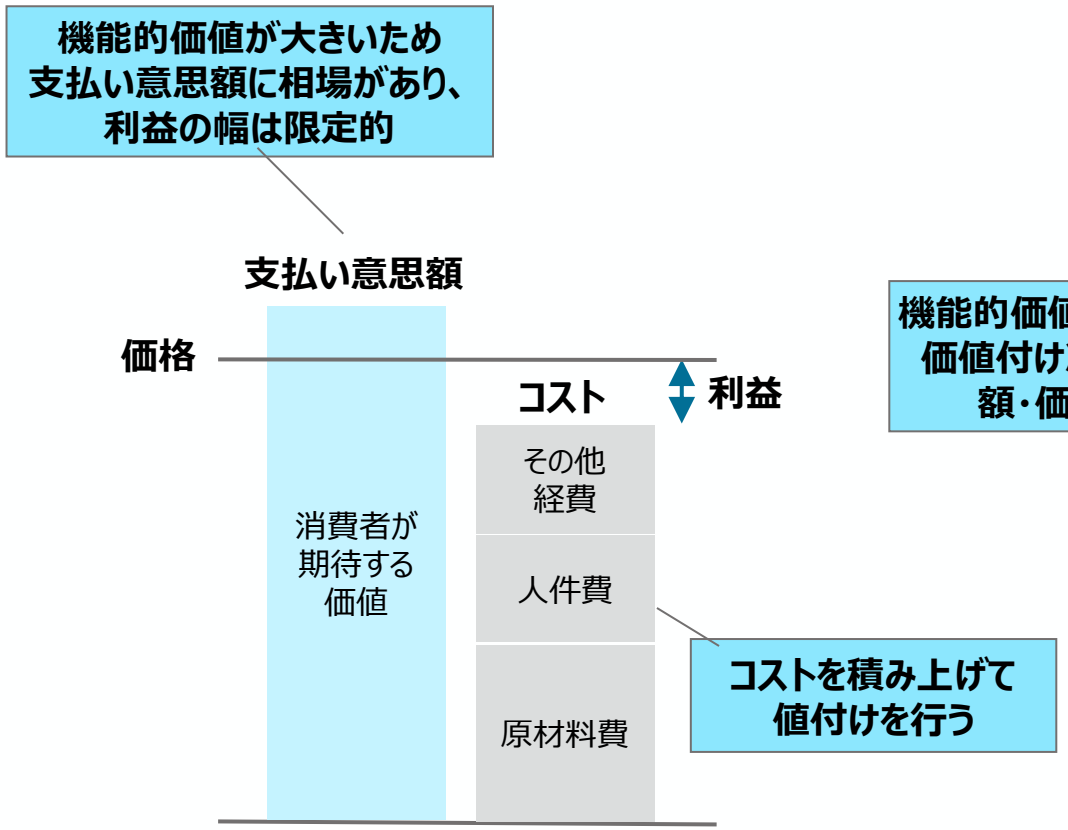
- アート、デザイン、ファッション、伝統的工芸品、「みる」スポーツ等が相互に連携する。
- 顧客や商材、ブランド力を共有し、地域資源をフックに、面での展開により、海外需要への訴求力を底上げする。

- 体験重視のトレンドを受けて、日本の地域と紐づいたローカルクリエイティブ産業を創出する。
- 観光・食・工芸等の他産業へ経済効果を波及させる。

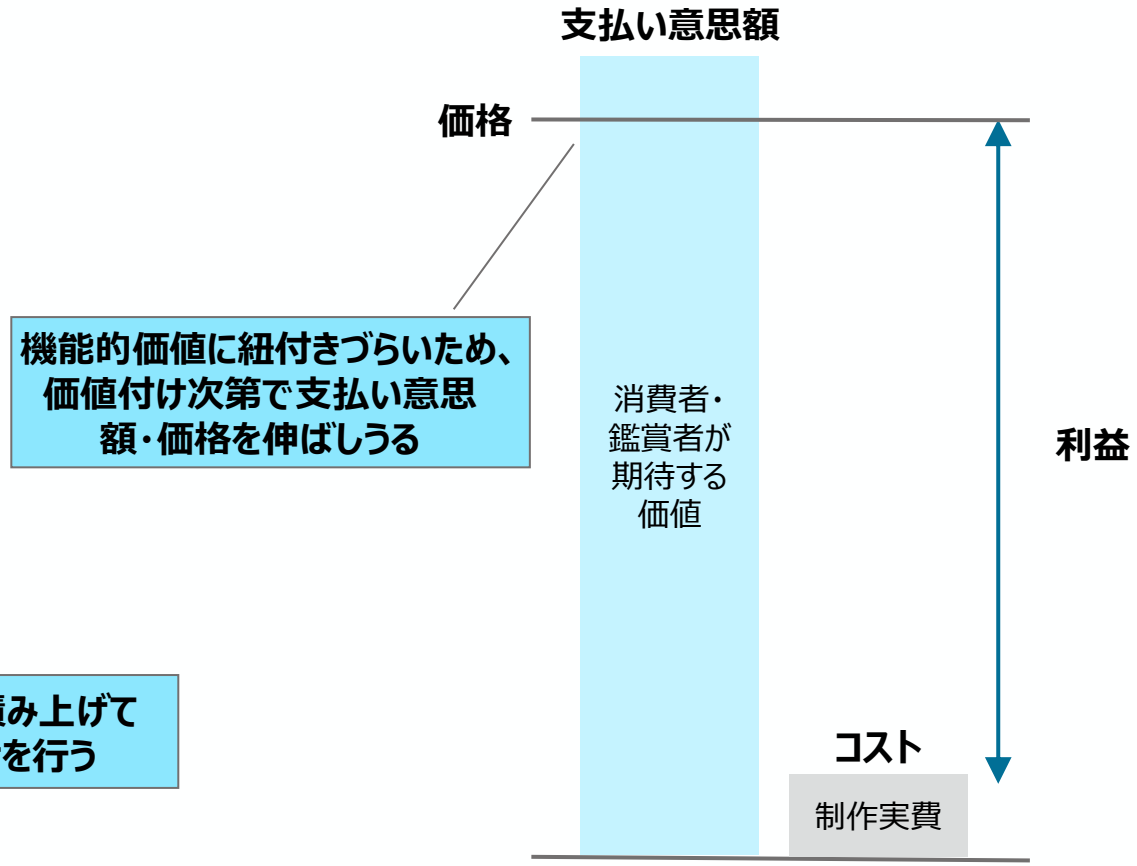
クリエイティブ産業について｜価格構造の特徴

✓ 一般的な製造業等のコスト積み上げによる値付けと、クリエイティブ産業の値付けは異なる。
✓ ナラティブや他産業連携による**消費者・鑑賞者の価値判断ベースの値付けが可能**であり、**価格には大きなポテンシャル**がある。

一般的な製造業等の値付け



クリエイティブ産業の値付け



クリエイティブ産業について｜産業間の横連携

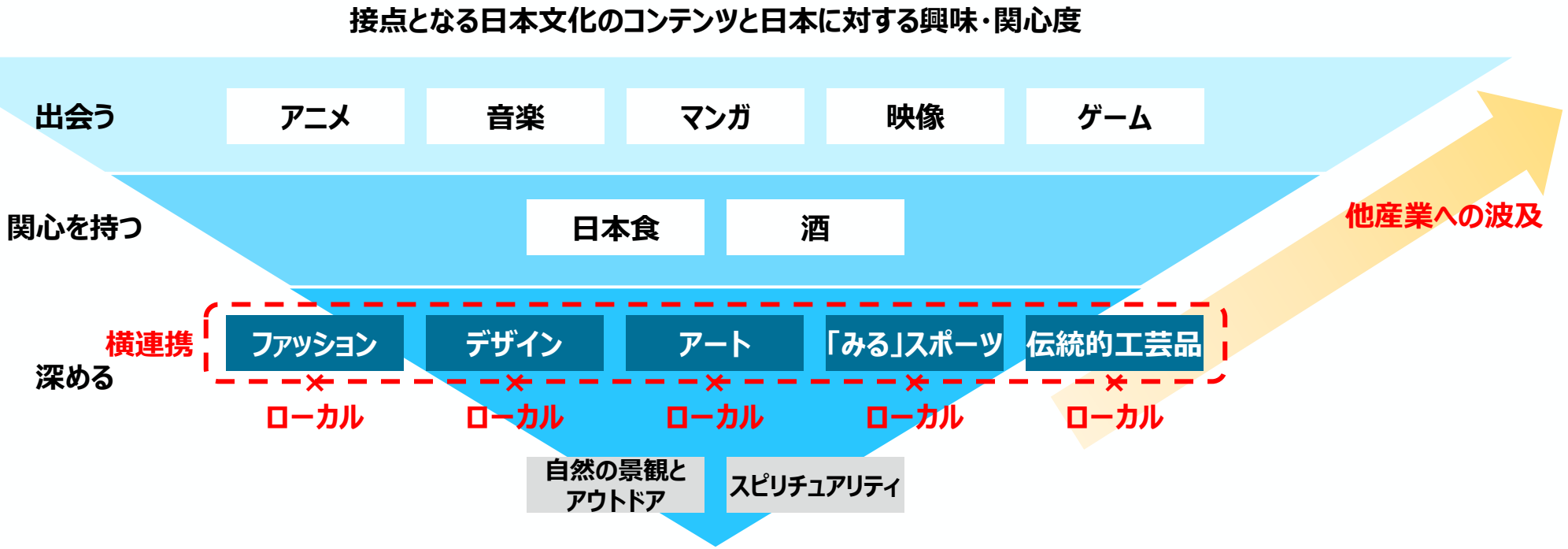
- ✓ クリエイティブ産業は、**地域資源をフックに、顧客や商材・サービス、プロモーション等で連携することで、海外需要（特に富裕層）への訴求を高める**ことのできるポテンシャルが存在する。
- ✓ 横連携により、自律的なエコシステムを形成し、**地域経済活性化・雇用創出等**につなげる。

＜昨年度の議論内容＞

ファッション	デザイン	アート	伝統的工芸品	「みる」スポーツ
✓ ファッションIPの創出 ✓ 衣料品の輸出拡大のためのブランド育成 ✓ チームビルディング ✓ 先端技術の積極的な導入による効率化と発展	✓ 日本企業のデザイン経営化による製品サービスの競争力向上 ✓ 海外を指向する若手人材の確保・育成の促進 ✓ デザイナーの実態把握と取引適正化	✓ 戦略的な海外市場展開の推進 ✓ アーティスト人材確保と質の向上 ✓ 企業等のアート需要増加に向けた基盤整備	（今年度より追加）	✓ 海外展開の推進 ✓ スポーツ産業の成長に向けた環境整備 ✓ スポーツ×他の IP・ファンダム（アニメ・漫画・音楽など他のエンタメ・クリエイティブ産業）による市場獲得
✓ 高品質で技術力がある**地域の産地・工場**	✓ 日本のデザイン力についての海外発信（**日本各地のデザイン資源情報**の収集、活用環境整備等）	✓ **地域に様々な価値をもたらすアート取組**の促進		✓ スポーツを通じた**地域経済活性化・地方創生**
✓ **伝統技法と現代ファッションの融合**				

クリエイティブ産業について｜×ローカル、他産業への波及

- ✓ 世界のラグジュアリー市場は、**「モノ」から「コト（体験）」へと消費トレンドが変化**し、日本の地域固有の自然観や精神性、**歴史や伝統文化に裏打ちされた生活様式・考え方に対する関心が高まっている。**
- ✓ 他方、**地域に多く存在する、日本ブランドの価値を高める商材・サービスの多くは、海外需要に対応できていない。**
- ✓ これらを発掘・開発、または他分野連携によって付加価値を高め、新たな需要を開拓することで、
  ①**地域における「クリエイティブ産業」の創出**（海外需要を取り込める市場創出）、
  ②**他産業との共創**も進めることで自律的なエコシステムを形成し、**地域経済活性化・雇用創出等につなげていく**必要がある。



（出所）経済産業省「Japan Brand Image Research　海外都市から見た日本のブランドイメージ調査」（2023年3月28日公表）を基に作成。

アート産業のポテンシャルサマリー

✓ アート産業は、更に成長する潜在的な需要を秘める産業である。また、クリエイティブ産業を世界市場と接続するゲートウェイとしても機能するとともに、他産業における新たな価値創出の源泉となる極めてポテンシャルの高い産業である。

アートを起点とした新たな価値創出

アート産業	アート産業×クリエイティブ産業	アート産業×他産業
✓ 日本のアート市場規模は約1,000億円。現状は、世界のアート市場の約１％程度に留まっているものの、世界中のアートコレクター等からの注目度は高く、**潜在的な需要を秘めている**。	✓ 国際的なアートフェアや芸術祭は、世界中から**富裕層**（アートコレクター）**や審美眼を持った美術関係者**（キュレーター・美術館関係者・批評家等）**を集めることができる**。 ✓ アートを目的に来日した富裕層・美術関係者を地方の伝統的工芸品をはじめとしたクリエイティブ産業に送客することで、**クリエイティブ産業を世界と接続するゲートウェイとなる。**	✓ アートを取り入れることで、AIに代替されない**クリエイティブ要素の高い労働人口の創造に寄与**する可能性 ✓ 機能・品質のコモディティ化が進む中、企業における**付加価値創出の源泉となり得る**。 ✓ 経営・新規事業創造・既存事業の高度化・人材戦略いずれにおいても、**アートと企業の共創を通じた企業価値向上につながった事例**が国内外に多く存在。

AGENDA

・クリエイティブ産業について

（ファッション・デザイン・アート・伝統的工芸品・「みる」スポーツ）

・アート産業の現状

・アート産業の高い経済価値の実現

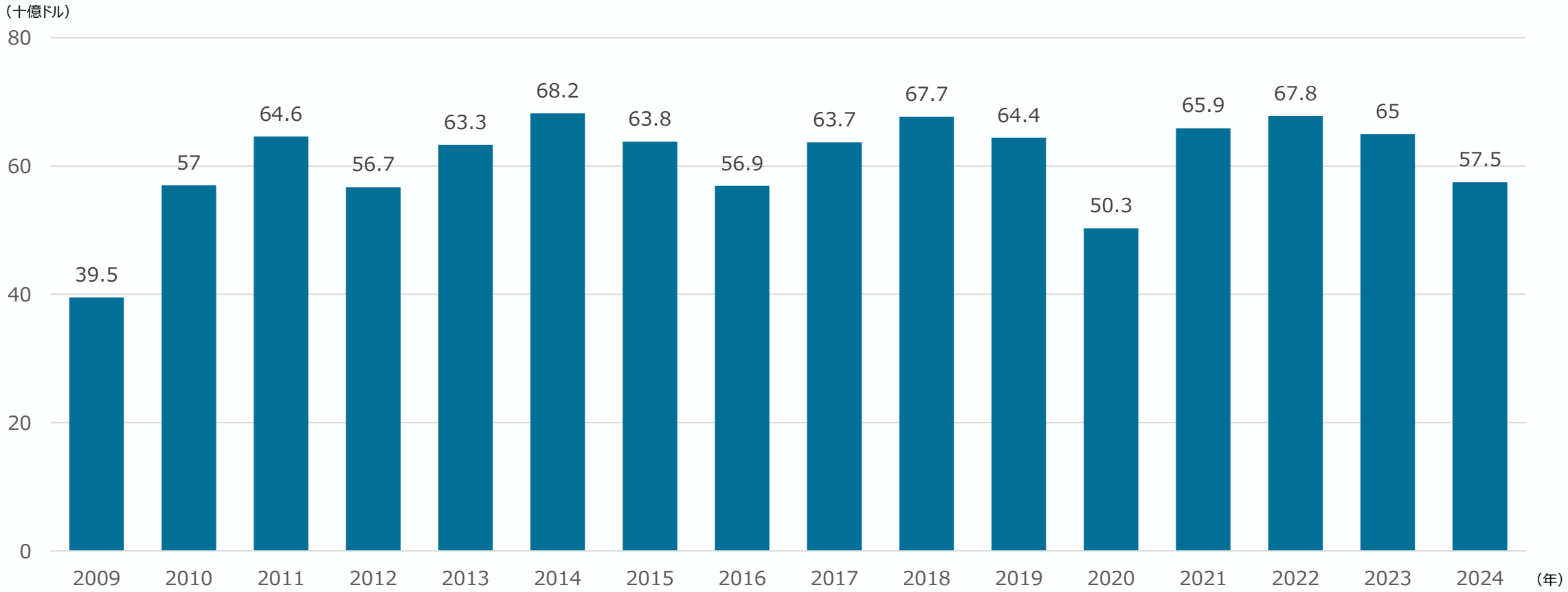
・ローカルクリエイティブ産業におけるアート

・他産業に裨益するアート

アート産業の現状｜世界の市場規模

✓ 2024年の世界のアート市場規模は、約575億ドル（約8兆3,500億円）2019年以降の年平均成長率は約-2%。
✓ 政治不安や経済成長の鈍化等により、高価格帯市場が縮小し市場規模が縮小している。

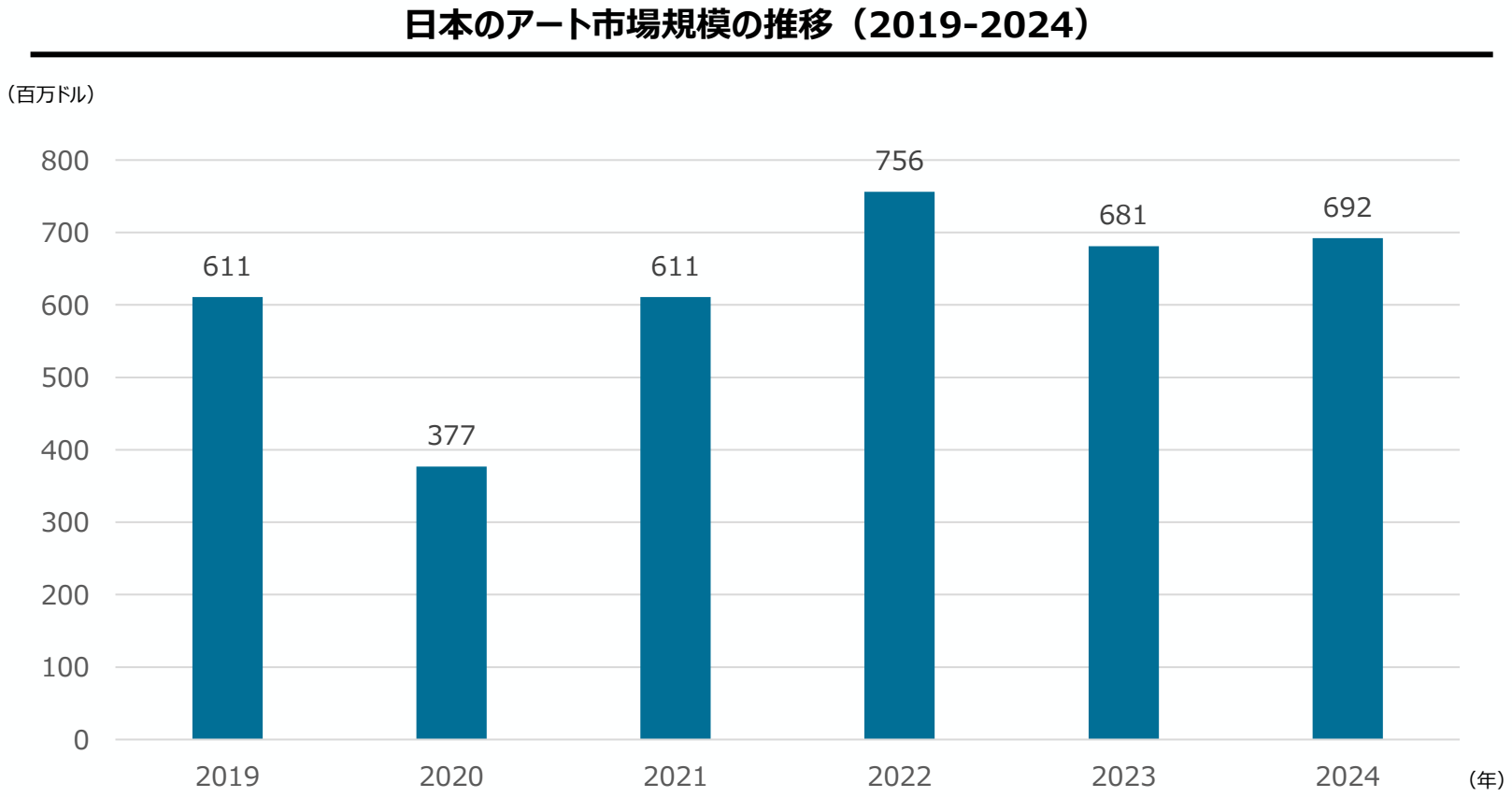
世界のアート市場規模の推移（2009-2024）



（出所）The Art Basel & UBS「Art Market Report 2025」、1ドル=145.22円（2024年）で換算。
世界のアート市場規模は、「美術品」及び「骨董品」の売上合計。

アート産業の現状｜日本の市場規模

- ✓ 2024年の日本のアート市場規模は、6億9,200万ドル（約1,031億円）に達したと推定。
- ✓ 世界全体の売上が前年同期比で12%減少した一方、日本の市場は2%増と堅調に推移。
- ✓ 世界全体の市場規模が縮小する中、日本国内のアートへの関心や投資意欲は比較的成長していると捉えられる。



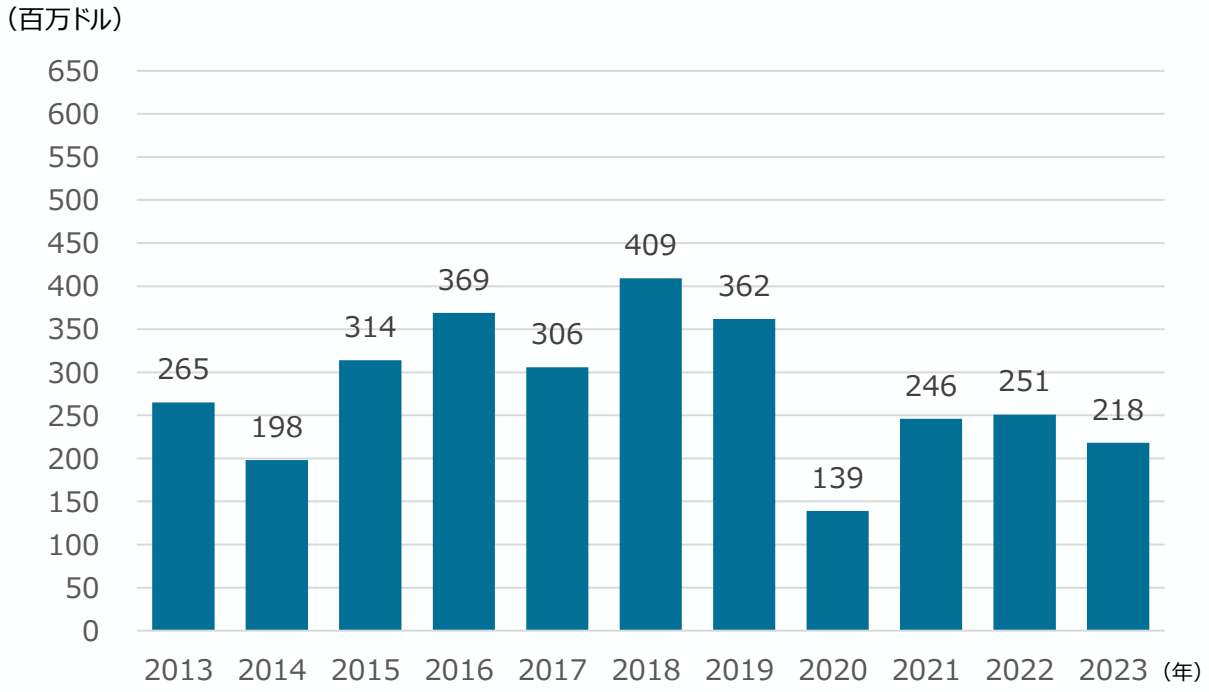
（出所）文化庁「日本のアート市場の規模等に関する調査分析レポート「The Japanese Art Market 2025」」より、1ドル=149円（2026年1月9日告示の財務省支出官レート）で換算。
日本のアート市場には、国内ギャラリー等による現代アート及び骨董品の売上高であり、展覧会のチケット代やグッズ等は含まれない。

アート産業の現状｜日本のアートの国際貿易状況

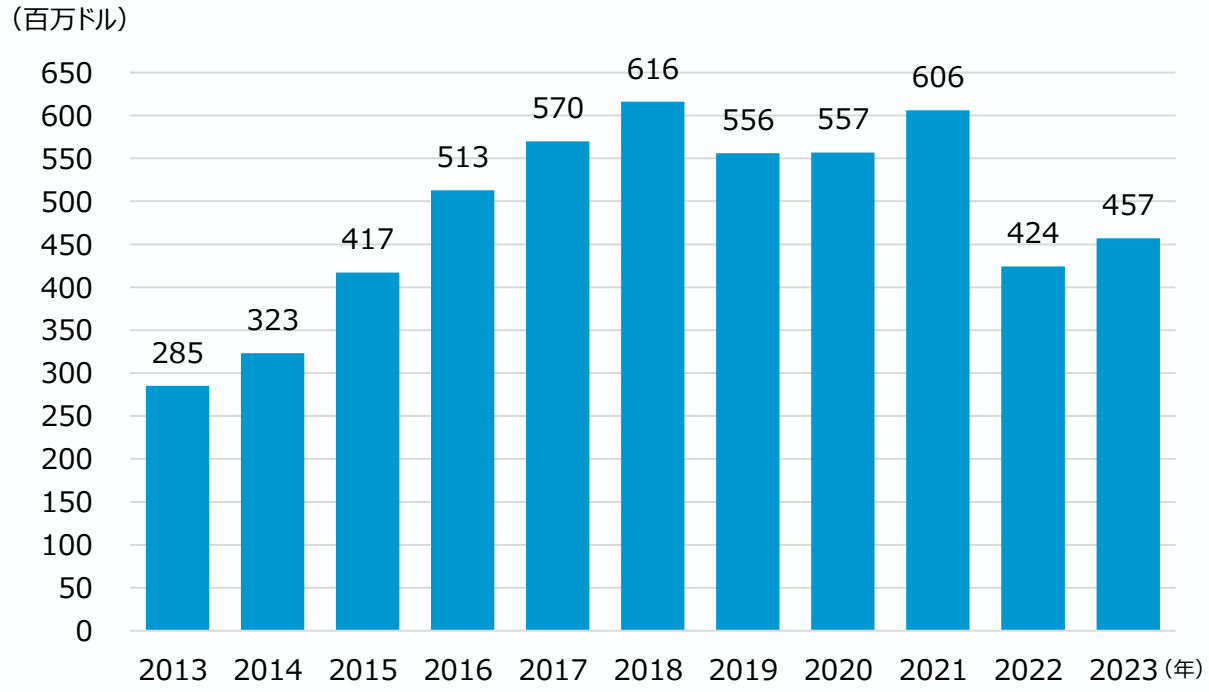
✓ 日本のアート（美術品及び骨董品）輸出額は218百万ドル（約309億円）。
✓ 輸入額の457百万ドル（約647億円）と比較すると、概ね内需市場となっており、外貨を取り込めていない。

日本のアート輸出入額の推移（2013-2023）

【輸出額】



【輸入額】



（出所）文化庁「日本のアート市場の規模等に関する調査分析レポート「The Japanese Art Market 2024」より、1ドル=141.56円（2023年）で換算。
第5回エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会　資料4-3　業界の現状及びアクションプラン（案）について【アート】（事務局資料（3））（2025年2月26日開催）より抜粋・作成。

アート産業の現状｜日本のギャラリーの国際展開

✓ 世界のメガギャラリーが世界展開する一方で、日本のギャラリーは小規模展開の場合が多い。
✓ 主要な国際的アートフェアに出展する日本のギャラリーは限定的。アートの価値付けで重要な役割を担うギャラリーへの支援が求められている。

国内外主要ギャラリーの支店数及び場所

ギャラリー名		支店場所・数							
		自国	自国外						
			計	米	英	仏	スイス	香港	日本	その他
海外メガギャラリー	ガゴシアン(米)	7	10	-	3	3	2	1	0	1
	ペース(米)	3	6	-	1	0	1	1	1	2
	ハウザー＆ワース(スイス)	6	10	6	3	1	-	1	0	2
	ホワイトキューブ(英)	2	4	1	-	1	0	1	0	1
	デイヴィッド・ツヴィルナー(米)	5	3	-	1	1	0	1	0	0
	ペロタン(仏)	3	10	4	1	-	0	1	2	2
国内系	小山登美夫ギャラリー	3	0	0	0	0	0	0	-	0
	Take Ninagawa	1	0	0	0	0	0	0	-	0
	東京画廊+BTAP	1	1	0	0	0	0	0	-	1
	オオタファインアーツ	2	2	0	0	0	0	0	-	2

主要アートフェアにおける国内ギャラリー出展数

アートフェア名	出展国数	出展総数	うち日本のギャラリー
Art Basel Basel 2025	42か国	**291**	**6**
Basel Miami Beach 2024	34か国	**283**	**2**
Paris + by Art Basel 2024	42か国	**194**	**4**
Frieze London 2024	43か国	**165**	**2**
Frieze New York 2025	-	**62**	**1**
Frieze Los Angels 2025	-	**101**	**2**

上記アートフェア出展の日本のギャラリーの実数：12

（出所）各事業者HP、ARTnewsから2025年2月作成（支店数は一時封鎖中のものを含む。また、ショップ等を含まない）。
第5回エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会　資料4-3　業界の現状及びアクションプラン（案）について【アート】（事務局資料（3））（2025年2月26日開催）より抜粋・作成。

アート産業の現状｜アート市場を取り巻く環境変化

✓ 香港を取り巻く政治・経済環境の変化もあり、アジアにおけるアート市場の覇権争いが激しくなっている。
✓ 中国や韓国、シンガポール等のアジア各国の動きに対して、日本も後れを取らないよう施策を進める必要がある。

（事例）ソウル：世界的アートフェアやメガギャラリーの誘致

（図版省略）

アートフェアの誘致

- ✓ 2022年、世界3大アートフェアの一つであるイギリスのFriezeが、アジア初の開催地として香港や東京ではなく、ソウルを選び、地元のフェアKiafと共同開催
- ✓ 初回から推定約700億円規模の売上を記録するなど、世界中の富裕層コレクターを呼び込むことに成功

メガギャラリーの誘致

- ✓ 韓国は、美術品購入にかかる税制面での優遇（一定額以下の譲渡益非課税など）が香港に近く、日本より有利
- ✓ この環境を追い風に、Pace、Thaddaeus Ropac、Perrotinといった欧米のメガギャラリーが次々とソウルに拠点を構えている

（出所）The Art Newspaper、ARTnews、This is Mediaフリーズソウル2022レポート等を基に作成。

（事例）シンガポール：アートフェアの誘致と富裕層の取り込み

（図版省略）

アートフェアの誘致

- ✓ 2023年1月、10年越しの計画として東南アジア最大規模のアートフェア「ART SG」がマリーナベイ・サンズで華々しく開幕
- ✓ 世界から160以上のギャラリーが参加し、香港に代わる「金融とアートのハブ」としての存在感を強くアピール

富裕層の取り込み

- ✓ シンガポール政府（国家芸術評議会や観光局）が全面的にバックアップして、富裕層の資産管理・移住先としての魅力向上の一部としてアートを明確に位置づけている
- ✓ 香港から流出する資金やファミリーオフィスの受け皿となるべく、フリーポート（自由貿易港）の利便性とセットで市場を活性化させている

（出所）美術手帖、The Business Times等を基に作成。

AGENDA

・クリエイティブ産業について

（ファッション・デザイン・アート・伝統的工芸品・「みる」スポーツ）

・アート産業の現状

・アート産業の高い経済価値の実現

・ローカルクリエイティブ産業におけるアート

・他産業に裨益するアート

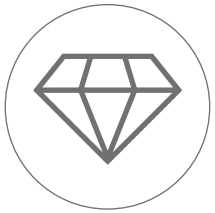
アート産業の高い経済価値の実現｜5つの仮説

- ✓ アートをはじめクリエイティブ産業の価値は、制作に要するコストの積み上げによって決定されるものではなく、消費者・鑑賞者が作品から感じる価値や期待する価値を基準に設定される。
- ✓ さらにアートにおいては、アーティストの手を離れた後の一次・二次流通、評価のプロセス等が価値形成の中心的な役割を担うため、「権威付け」が作品価値を裏付ける重要な要素となる。

高い経済価値の要素（5つの仮説）

専門家による講評

主要な美術専門誌で肯定的に論じられたり、ターナー賞等、国際的に権威ある賞を受賞する（研究者や批評家だけでなくギャラリストやキュレーター含む）



主要コレクターのコレクション実績

世界的な大富豪や、影響力の強いパトロンが自身のコレクションに加える

主要美術館への収蔵実績

ニューヨークのMoMAやロンドンのテート等、世界トップクラスの美術館に作品が永久収蔵されたり、ヴェネツィア・ビエンナーレ等で個展が開催される

海外アートフェア等での販売実績

ガゴシアン等のメガギャラリーに所属し、アート・バーゼル等の主要フェアで新作が即完売するような、プライマリー市場で高い需要がある

セカンダリーマーケットでの取引実績

サザビーズ等のオークションで作品が数億円単位の高価格で落札される

アート産業の高い経済価値の実現｜事例（1/6）

名前	ゲルハルト・リヒター
国	ドイツ
コンセプト	✓ 写真の登場以降、絵画に何ができるかという問いを一貫して探求 ✓ 具象と抽象、現実と虚構、意味と無意味といった二項対立の間を往還し、イメージの不確かさや見るという行為そのものをテーマとする
特徴	✓ フォト・ペインティングにおけるぼかしや、アブストラクト・ペインティングにおける巨大なヘラを使った描画技法が象徴的
作品	✓ 特定のスタイルに固執せず、フォト・ペインティング、アブストラクト・ペインティング、カラー・チャート、ガラス作品など、極めて多様な様式を同時に展開 （図版省略）

専門家による講評　主要コレクターのコレクション実績　主要美術館への収蔵実績　海外アートフェア等での販売実績　セカンダリーマーケットでの取引実績

高い経済価値の実現

✓ 現代アート市場において「世界で最も重要な存命画家」としての地位を確立しており、その経済価値の高さは、投機的なブームではなく、圧倒的な批評的評価と美術史的権威に裏打ちされている。彼の作品が高騰した経緯は、伝統的な絵画の可能性を極限まで追求した知的誠実さが、長期にわたって美術館や専門家に信頼された結果と言える。

✓ 旧東ドイツから西ドイツへ亡命したリヒターは、写真を模写してぼかす「フォト・ペインティング」と、完全な「アブストラクト・ペインティング（抽象画）」という、一見矛盾する二つのスタイルを行き来した。このスタイルは、写真というメディアが登場した後の絵画の死が叫ばれた時代において、絵画が持ちうるリアリティと幻影の力を再定義するものとして、**欧米の美術館関係者から極めて高く評価された**。

✓ 彼の市場価値を決定的なものにしたのは、2011年から2012年にかけて**テート・モダン、ベルリン国立美術館、ポンピドゥー・センターを巡回した大規模な回顧展「Panorama」**である。この展覧会により、リヒターの画業の全貌と歴史的意義が世界中のコレクターに再認識された。これに呼応するように、オークション市場での価格が急騰した。

✓ 象徴的なイベントは、2012年10月の**サザビーズ・ロンドンでのオークション**である。ミュージシャンの**エリック・クラプトンが所有していた抽象画『Abstraktes Bild (809-4)』**が、当時の存命アーティストの最高額となる約26億円（約2,130万ポンド）で落札された。さらに2015年には、別の抽象画が約55億円（4,630万ドル）で落札され、自己記録を更新した。

✓ リヒターの作品は、マリアン・グッドマン・ギャラリーなどの厳格な管理の下、主要な美術館に収蔵されることが優先されてきた。そのため、市場に出回る良質な作品は限られており、**オークションに重要作が出品されると、世界中の美術館や財団、超富裕層が競り合う構図が出来上がっている**。流行に左右されない重厚な画面と、ドイツ現代史を背負ったコンセプチュアルな深みが、彼の作品を最も安全で確実な資産へと押し上げている。

（出所）ARTnews JAPAN、This is Media、Marian Goodman Gallery、CHRISTIE'S、Sotheby's の各ウェブサイト等を基に作成。

アート産業の高い経済価値の実現｜事例（2/6）

名前	ダミアン・ハースト
国	イギリス
コンセプト	✓ 「生と死」という根源的・普遍的なテーマ ✓ 科学と宗教、アートと現実の境界線を曖昧にし、鑑賞者に死の不可避性や生の儚さといった概念を突きつける
特徴	✓ 作品の制作には、多くの技術者やアシスタントを雇用し、工房システムを導入。アーティストはコンセプトの提供に集中し、制作自体は分業化 ✓ 物議を醸す挑発的な作品と、巧みな自己プロデュース能力が大きな特性
作品	✓ インスタレーション、彫刻、絵画、ドローイングなど ✓ 特に、死んだ動物をホルマリン漬けにした「Natural History」シリーズや、薬棚を模した「Medicine Cabinets」シリーズ、蝶の羽を使った絵画などが有名

（図版省略）

専門家による講評　主要コレクターのコレクション実績　主要美術館への収蔵実績　海外アートフェア等での販売実績　セカンダリーマーケットでの取引実績

高い経済価値の実現

✓ ダミアン・ハーストは、作品の芸術的価値だけでなくマーケティングとブランディングによってアートの経済価値そのものを操作し、巨万の富を築いた稀有な存在である。彼の成功は、1990年代のイギリスで起こったYBA（ヤング・ブリティッシュ・アーティスト）ムーブメントの中心人物として、衝撃的なテーマと視覚効果でメディアとコレクターを支配したことに始まる。

✓ 彼が高い評価を獲得する最初のきっかけは、学生時代の1988年に企画した展覧会「Freeze」であり、ここで大物コレクターの**チャールズ・サーチに見出された**。その後、1991年に発表された、サメをホルマリン漬けにした作品『生きている者の心における死の物理的な不可能性』は、アート界に賛否両論の激震を走らせた。「死」という普遍的なテーマを、あまりに直接的かつショッキングに提示したこの作品は、**ターナー賞受賞**へと繋がり、彼の名を不動のものにした。

✓ ハーストの市場価値形成において特筆すべきは、彼がギャラリーシステムに依存せず、自ら市場をコントロールしようとした点である。通常、アーティストはギャラリーを通じて作品を販売するが、彼は2008年、サザビーズと直接組み、新作223点をギャラリーを通さずにオークションにかけるという前代未聞のセール「Beautiful Inside My Head Forever」を開催した。このオークションは、リーマン・ショックの直前に行われたにもかかわらず、**総額約200億円以上（当時のレート）を売り上げ**、アーティスト主導で市場価格を決定できることを証明した。

✓ また、2007年に発表された、プラチナの頭蓋骨にダイヤモンドを敷き詰めた作品『神の愛のために』は、約120億円（1億ドル）の価値がついたとされ、アート作品における「原価」と「付加価値」の概念を挑発的に提示した。フランソワ・ピノーなどのメガ・コレクターや、ホワイト・キューブ、ガゴシアンといった強力なギャラリーの支援を受けつつも、常に話題を提供し続けることで、**セカンダリーマーケットでの取引を活性化させ続けている**。彼の作品は、現代社会における欲望と死を象徴するラグジュアリー・アイテムとしての地位を確立している。

（出所）ARTnews JAPAN、Gagosian、CHRISTIE'S、Sotheby's、MutualArtの各ウェブサイト等を基に作成。

アート産業の高い経済価値の実現｜事例（3/6）

名前	バンクシー
国	イギリス
コンセプト	✓ 資本主義、消費社会、政治権力への痛烈な風刺を、ブラックユーモアを交えてストリートから発信する ✓ 芸術のテロリストとして、アート市場の欺瞞や社会の矛盾を問い続け、破壊行為すらも価値に変える
特徴	✓ 警察に見つからずに短時間で制作するステンシル技法が最大の特徴 ✓ 匿名性を厳格に保ちながら、世界中の都市の壁や橋をキャンバスに変え、場所の文脈を活かしたゲリラ的な表現を行う
作品	✓ 「風船と少女」や「花束を投げる男」に代表される、白黒の人物像に象徴的な色彩を加えたグラフィティや、改変された油彩画など （図版省略）

専門家による講評　主要コレクターのコレクション実績　主要美術館への収蔵実績　海外アートフェア等での販売実績　セカンダリーマーケットでの取引実績

高い経済価値の実現

✓ バンクシーが獲得した高い経済価値は、現代アート市場の常識を覆すパラドックスの上に成り立っている。「反資本主義」「反権威」を掲げるストリート・アートが、皮肉にも資本主義の象徴であるオークション市場で高値をつけるという現象こそが、彼の価値の源泉である。

✓ 当初、イギリスのブリストルで活動する匿名のグラフィティ・ライターに過ぎなかったバンクシーは、ステンシル技法を用いた政治的・社会風刺的な作品で注目を集めた。彼が市場価値を持つようになった転機は、**2006年にロサンゼルスで開催された展覧会「Barely Legal」**である。このショーには**ブラッド・ピットやアンジェリーナ・ジョリーなどのハリウッドセレブが殺到**し、メディアがこれを大々的に報道したことで「バンクシー・エフェクト」と呼ばれるブームが巻き起こった。

✓ 通常、ストリート・アートは保存や所有が困難だが、バンクシーはキャンバス作品やプリント作品を制作し、さらに自身の認証機関「ペスト・コントロール（Pest Control）」を設立して真贋を管理することで、ストリート・アートを「コレクション可能な商品」へと変換させた。これにより、**セカンダリーマーケットでの流通が可能となり、価格が高騰し始めた**。

✓ 彼の価値を決定づけ歴史的な伝説としたのが、2018年の**サザビーズ・ロンドンでの事件**である。代表作『風船と少女』が約1億5000万円で落札された直後、額縁に仕込まれたシュレッダーが作動し、作品が細断された。このパフォーマンスは世界中でニュースとなり、細断された作品は『愛はゴミ箱の中に（Love is in the Bin）』と改名された。そして2021年、この「細断された作品」が再びオークションにかけられ、約254億円（1,858万ポンド）という、以前の価格の約18倍で落札されたのである。

✓ この出来事は、彼の「破壊行為すらも価値に変える」錬金術的なブランド力を証明した。美術館でのゲリラ展示や、ホテル「Walled Off Hotel」の開業など、話題性に事欠かない活動が常に需要を喚起し、正体不明というミステリー要素がコレクターの所有欲を刺激し続けている。

（出所）BBC、Pest Control、MutualArtの各ウェブサイト等を基に作成。

アート産業の高い経済価値の実現｜事例（4/6）

名前	村上隆
国	日本
コンセプト	✓ 日本のオタク文化と伝統絵画の視覚的共通項をスーパーフラット理論として提唱し、西洋美術のハイ・アートと接続 ✓ 敗戦後の日本社会の幼児性や、アートと商業の境界を意図的に解体・再構築
特徴	✓ アニメーションのセル画を思わせるフラットな塗と、極彩色の画面構成、変形・増殖するキャラクターが象徴的 ✓ 有限会社カイカイキキによる工房システムを採用し、徹底した分業制で完璧な仕上げを実現
作品	✓ 自身のアイコンである「Mr. DOB」、笑顔の「お花（Flowers）」の絵画、実物大フィギュア「マイ・ロンサム・カウボーイ」など （図版省略）

専門家による講評　主要コレクターのコレクション実績　主要美術館への収蔵実績　海外アートフェア等での販売実績　セカンダリーマーケットでの取引実績

高い経済価値の実現

✓ 今日のような圧倒的な市場価値を獲得した背景には、欧米のアート・ワールドの文脈を徹底的に分析し、そこに日本独自の文化を理論武装して接続させた戦略的な功績がある。

✓ 1990年代初頭、村上隆は日本画の博士号を持ちながらも、当時の閉鎖的な日本の美術界に限界を感じていた。日本の戦後文化、特に漫画やアニメといったオタク文化が、江戸時代の絵画表現と平面的・装飾的な視覚構造において共通していることを見出し、これをスーパーフラットという概念として提唱した。この理論は、単なるサブカルチャーの引用ではなく、西洋のハイ・アートの歴史に対する日本からの回答として提示された点が革新的であった。

✓ 決定的な転機となったのは、**2000年から2001年にかけてロサンゼルス現代美術館などで開催された「Superflat」展**である。この展覧会は、**欧米のキュレーターや批評家に強烈なインパクトを与え**、彼の理論が美術史的に正当なものであると認知させた。これにより、エマニュエル・ペロタンやガゴシアンといった**世界トップクラスのギャラリーが彼を取り扱い**、欧米の富裕層コレクターへのアクセスが開かれた。

✓ さらに、2003年のルイ・ヴィトンとのコラボレーションは、彼の名をアート愛好家以外にも轟かせ、「アートと商業の境界を曖昧にする」というアンディ・ウォーホル以降のポップ・アートの継承者としての地位を不動のものにした。このブランド価値の向上は、**オリジナル作品の価格高騰**に直結した。

✓ 経済価値のピークを象徴する出来事は、2008年5月のサザビーズ・オークションである。彼の実物大フィギュア作品「マイ・ロンサム・カウボーイ」が、予想価格を遥かに上回る約16億円（当時のレートで約1516万ドル）で落札された。これは存命する日本人アーティストの史上最高額を記録し、**セカンダリーマーケットにおける村上の地位を「ブルーチップ（優良株）」として決定づけた**。彼の作品は、難解な現代アートの文脈と、視覚的なポップさを兼ね備えているため、**ヘッジファンド・マネージャーから美術館まで幅広い層に需要**があり、その流動性の高さが資産価値を支え続けている。

（出所）Kaikai Kiki Gallery、Gagosian、Perrotin、Sotheby's、MutualArtの各ウェブサイト等を基に作成。

アート産業の高い経済価値の実現｜事例（5/6）

名前	草間彌生
国	日本
コンセプト	✓ 幼少期からの幻覚体験を根源とし、それらを描き続けることで恐怖を克服する自己消滅がテーマ ✓ 無限への憧れや、愛、平和、宇宙の広がりといった普遍的なメッセージを、強迫的な反復行為によって表現
特徴	✓ キャンバス、立体、あるいは空間全体を、単一のモチーフで埋め尽くす集積と反復の手法が一貫 ✓ 合わせ鏡で無限の空間を作り出すインスタレーションなど、鑑賞者を作品世界に没入させる体験型の表現が得意
作品	✓ 無限に広がる網目「インフィニティ・ネット」、黄色と黒のドットで覆われた「南瓜」、鏡の部屋「インフィニティ・ミラールーム」など （図版省略）

専門家による講評　主要コレクターのコレクション実績　主要美術館への収蔵実績　海外アートフェア等での販売実績　セカンダリーマーケットでの取引実績

高い経済価値の実現

✓ 世界で最も高額な女性アーティストの一人となるまでの道のりは、長い不遇の時代と、それを覆す劇的な再評価の歴史であった。現在のような高額取引が常態化する基盤は、90年代以降の美術館による再評価と、彼女自身のアイコン化によって形成された。

✓ 1950年代後半に渡米した草間は、ニューヨークでドナルド・ジャッドやフランク・ステラらと交流し、ミニマル・アートやポップ・アートの先駆的な活動を行ったが、当時の男性中心のアート界や健康上の問題により、70年代に帰国してからは長らく日本の文脈の中に埋もれていた。しかし、1989年に**ニューヨークの国際現代美術センターで行われた回顧展**がきっかけとなり、**欧米の批評家たちが「インフィニティ・ネット」やソフト・スカルプチャーの美術史的重要性を再発見**した。

✓ 決定的な転機は、1993年の**ヴェネチア・ビエンナーレ**である。彼女は日本館代表として選出され、カボチャの立体作品やドットで埋め尽くされた空間を発表した。これが国際的なキュレーターやメガ・コレクターの目に留まり、彼女の作品は個人的な幻覚の表現という枠を超え、普遍的な現代アートの傑作として位置づけられるようになった。

✓ その後、テート・モダン、ポンピドゥー・センター、ホイットニー美術館など、**世界最高峰の美術館で大規模な回顧展**が相次ぎ、展覧会の動員記録を次々と更新した。この圧倒的な集客力は、彼女の作品が持つ大衆性とカリスマ性を証明し、2012年のルイ・ヴィトンとのコラボレーションによってグローバルなブランド力が頂点に達した。

✓ 市場においては、特に1950年代から60年代の初期の「ネット・ペインティング」が希少性から極めて高い価格で取引されており、**オークションでは10億円を超える落札が頻発**している。また、近年では「インフィニティ・ルーム」のような体験型作品がSNS時代と合致し、若い世代のコレクターや美術館からの需要も急増した。草間彌生という存在自体が神格化されたことで、彼女の作品はあらゆる市場変動に耐えうる強固な資産価値を獲得している。

（出所）草間彌生、Ota Fine Arts、David Zwirner、MutualArtの各ウェブサイト等を基に作成。

アート産業の高い経済価値の実現｜事例（6/6）

名前	奈良美智
国	日本
コンセプト	✓ 純真さと邪悪さ、孤独と反骨が同居する子どもの姿を通じて人間の深層心理や現代社会における個の疎外感を描く ✓ 一見サブカル的なカワイイビジュアルの中に、聖性や内省的な静けさを内包し、言葉を超えた普遍的な感情を喚起
特徴	✓ 大きな頭と吊り上がった目を持つ少女や犬が象徴的なモチーフ ✓ パンク・ロックのジャケットやルネサンス初期の宗教画など、多様な要素を吸収した独特の筆致や、レイヤーを重ねた深みのある色彩が特徴
作品	✓ こちらを睨みつけるような少女のドローイングや大型のアクリル絵画（「Knife Behind Back」等）、及びブロンズやFRPを用いた立体作品 （図版省略）

専門家による講評　主要コレクターのコレクション実績　主要美術館への収蔵実績　海外アートフェア等での販売実績　セカンダリーマーケットでの取引実績

高い経済価値の実現

✓ 驚異的な経済価値を獲得した背景には、パンク・ロックやサブカルチャーをルーツに持つ親しみやすいビジュアルが実は深い精神性と孤独を内包しているという二面性が、世界中のコレクターの共感を呼んだことにある。当初は日本のポップ・アートの一角として見られていたが、次第にその評価はアジアを代表する現代美術へと昇華された。

✓ キャリアにおける初期の重要なステップは、1990年代後半から2000年代初頭にかけての村上隆らとの動向とリンクしているが、奈良の独自性は個人的な感情の普遍化にある。睨みつけるような少女の絵は、日本のカワイイ文化の文脈で解釈されがちだが、欧米の批評家はそこに純粋な反骨精神や、聖性すら帯びた静謐さを見出した。

✓ 大きな転換点は、2000年代に入り**主要な美術館での個展が相次いだ**ことである。特に2001年の横浜美術館での個展「I DON'T MIND, IF YOU FORGET ME.」は大きな反響を呼んだ。しかし、市場価値という点で爆発的な伸びを見せたのは、近年のアジア経済の台頭と密接に関係している。**中国や香港、台湾の富裕層コレクターたちが、自らの文化的アイデンティティと共鳴する奈良の作品を熱狂的に収集**し始めたのである。

✓ その象徴的な出来事が、2019年10月のサザビーズ香港オークションだ。巨大なキャンバス作品『Knife Behind Back』（2000年作）が、**予想を大幅に上回る約27億円（約2,490万ドル）で落札**された。この記録は、それまでの彼のオークション記録を一気に5倍近く更新するものであり、奈良美智が村上隆や草間彌生と並ぶ、あるいはそれを凌ぐマーケットパワーを持つことを世界に知らしめた。

✓ また、MoMAやロサンゼルス・カウンティ美術館などへの収蔵実績が示す通り、彼の作品は単なる市場の流行ではなく、**美術史に残る重要な表現としてアカデミズムからも承認**されている。**プライマリーギャラリーであるPace GalleryやBlum & Poeによる慎重な作品管理**も、市場での枯渇感を煽り、価値の上昇を支える要因となっている。

（出所）Pace Gallery、Blum、Sotheby's、MutualArtの各ウェブサイト等を基に作成。

AGENDA

・クリエイティブ産業について

（ファッション・デザイン・アート・伝統的工芸品・「みる」スポーツ）

・アート産業の現状

・アート産業の高い経済価値の実現

・ローカルクリエイティブ産業におけるアート

・他産業に裨益するアート

ローカルクリエイティブ産業におけるアート｜アートの役割①

✓ アート単体では地域とのつながり・地縁は強くないため、アートをフックにインバウンドや富裕層等を地域に誘導する

アートが地域に与える価値

（出所）経済産業省「アートと経済社会について考える研究会報告書」（2023年7月4日公表）

（事例）ベネッセアートサイト直島・瀬戸内国際芸術祭

妹島和世+西沢立衛 / SANAA「直島港ターミナル」 Photo：Daisuke Aochi

概要

- ✓ 瀬戸内海の直島・豊島・犬島を舞台に、ベネッセホールディングスと福武財団が30年以上展開する活動で、**過疎や産業廃棄物に悩む島を世界的な文化観光地へと再生。**
- ✓ この活動を広域に展開したのが、2010年開始の瀬戸内国際芸術祭で、以降3年に1度開催され、島々の固有の文化や景観を生かした作品を展開。

効果

- ✓ 2025年の**瀬戸内国際芸術祭の来訪者は約110万人、経済波及効果は約195億円**と推計されている。
- ✓ 世界的な評価も高く、旅行ガイド「Lonely Planet」が2022年に発表した「10 best place to visit in Japan」において、直島が東京、京都に次いで3位に選ばれた。
- ✓ 住民からの評価も高く、2025年の住民アンケートで、芸術祭が地域の活性化に役立ったと回答した住民は約78%であった。

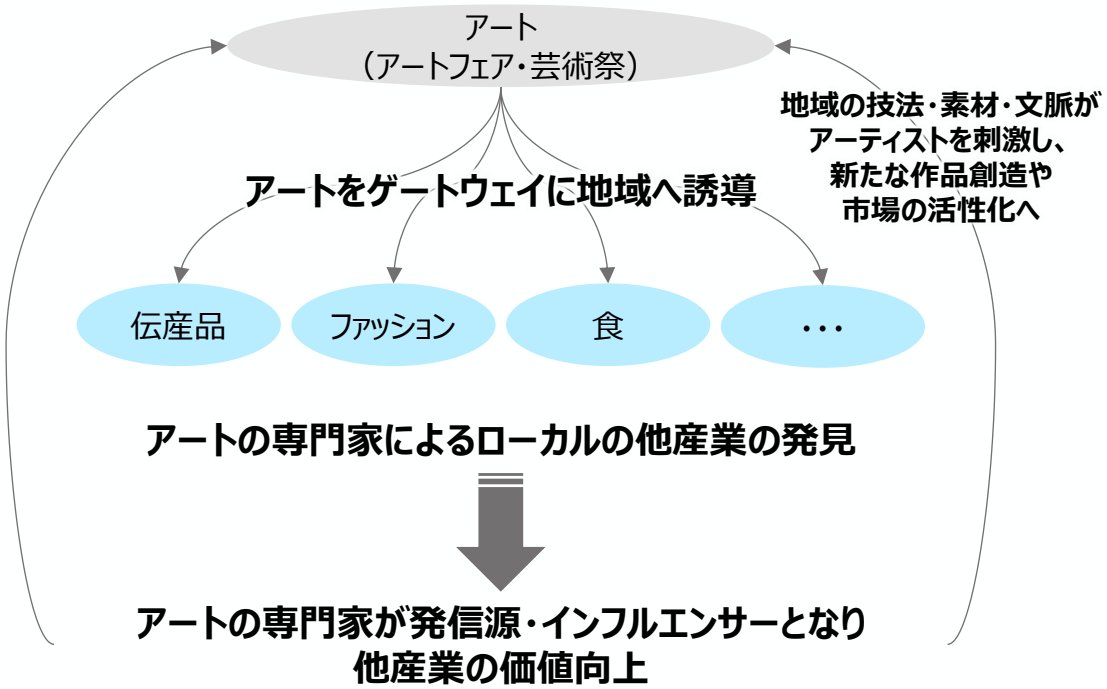
（出所）「瀬戸内国際芸術祭2025総括報告」（2026年2月13日瀬戸内国際芸術祭実行委員会事務局）を基に作成。
写真は、経済産業省「アートと経済社会について考える研究会報告書」（2023年7月4日公表）より抜粋。

ローカルクリエイティブ産業におけるアート｜アートの役割②

✓ 国際的なアートフェアや芸術祭により、富裕層（アートコレクター）や審美眼を持った美術関係者（キュレーター、美術館関係者、批評家等）を地域に誘導し、地域の伝産品等の他産業の発見につなげる。

アートの専門家を介した地域産業とアートの相互価値向上

✓ アートを目的に来日した、富裕層（アートコレクター）や美術館関係者（キュレーター、美術館関係者、批評家等）といったアートの専門家が地域に誘導される
✓ アートの専門家の視点を生かして、他産業の価値向上につなげる
✓ 地域の伝統技術や歴史的背景が新たなアートのインスピレーションとなり、作品の質的向上やアート市場の多様化・イノベーションに還元される



（事例）Art Collaboration Kyoto

（図版省略）

概要

✓ 2021年に創設された、京都で開催される日本最大級の国際的なアートフェア。国内のギャラリーがホストとなり、海外のギャラリーをゲストとして招き入れ、ブースを共有して出展するコラボレーション形式。
✓ 会場は、国立京都国際会館をメインとしつつ、京都市内の歴史的建造物も活用する。**単なる美術品の売買の場にとどまらず、現代アートと京都の伝統文化・歴史を接続させることを企図**している。京都ならではの職人技術や美意識に触れるプログラムを構成要素として盛り込む。
✓ 京都府と民間が連携し、世界中からアート関係者を呼び込む。

効果（想定）

✓ VIP向けプログラムとして**一般非公開の寺院訪問や、西陣織・陶芸・漆芸などの伝統工芸作家の工房ツアー**を実施。審美眼を持つアートの専門家がこれらの現場を訪れることで、伝統工芸品や食文化が、単なる土産物ではなくハイエンドな文化的プロダクトとして再発見される。
✓ その体験や発見をSNSや自身のネットワークで彼らが発信することで、海外富裕層向けの販路開拓やブランド価値の向上につながりうる。**現代アーティストと伝統工芸職人のマッチングも生まれ、新しい素材や技法を用いた作品制作が始まる等、アート市場と地域産業の融合によるイノベーションも創出されている**。

（出所）Harper's BAZAAR等を基に作成。

AGENDA

・クリエイティブ産業について

（ファッション・デザイン・アート・伝統的工芸品・「みる」スポーツ）

・アート産業の現状

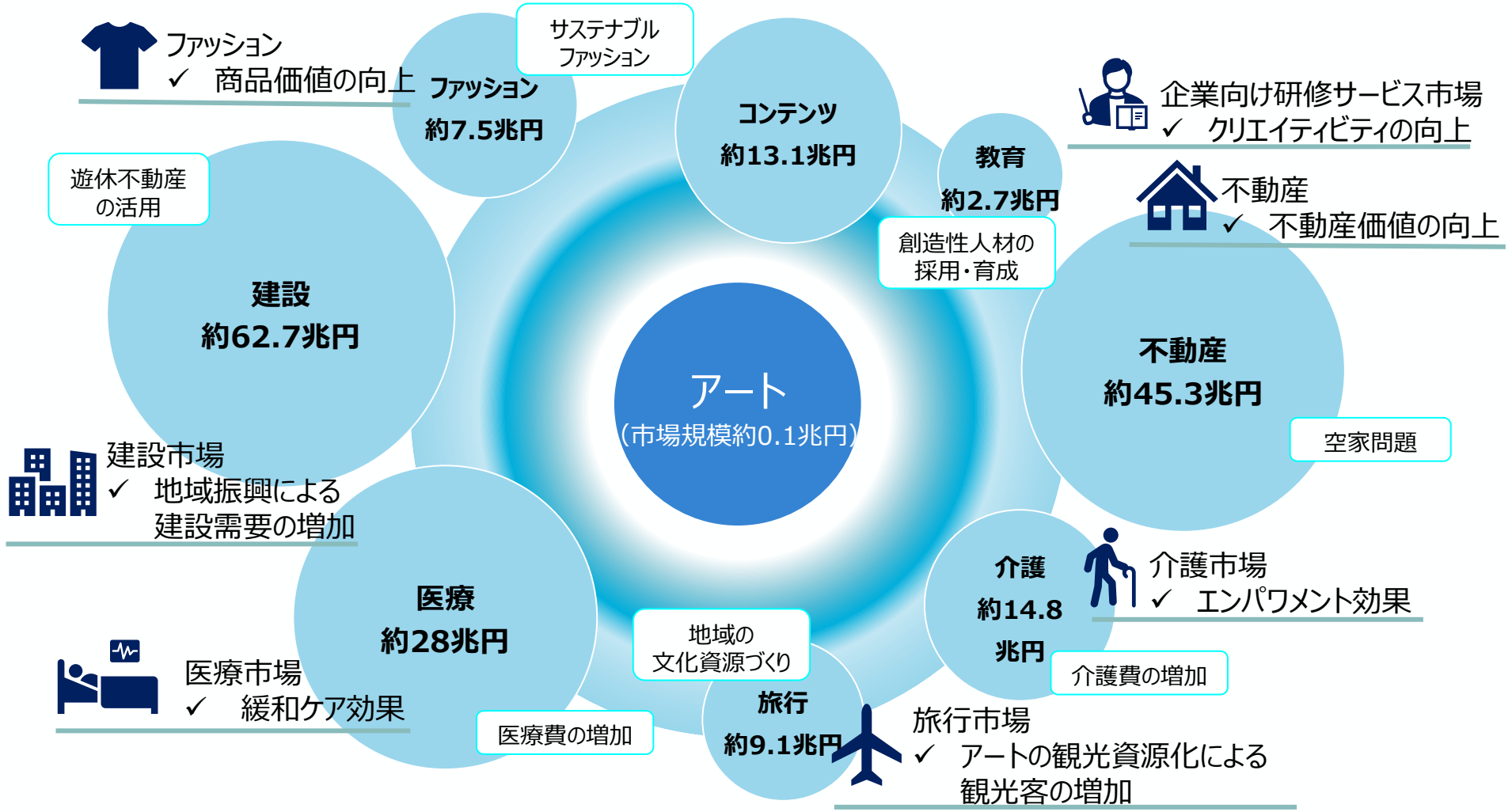
・アート産業の高い経済価値の実現

・ローカルクリエイティブ産業におけるアート

・他産業に裨益するアート

他産業に裨益するアート｜アートによる他産業等への影響

✓ アートを活用することで、地域ブランディングや、産業の差別化・付加価値向上を実現できるのではないか。例えば、以下の市場や社会課題とのシナジーが期待できる。



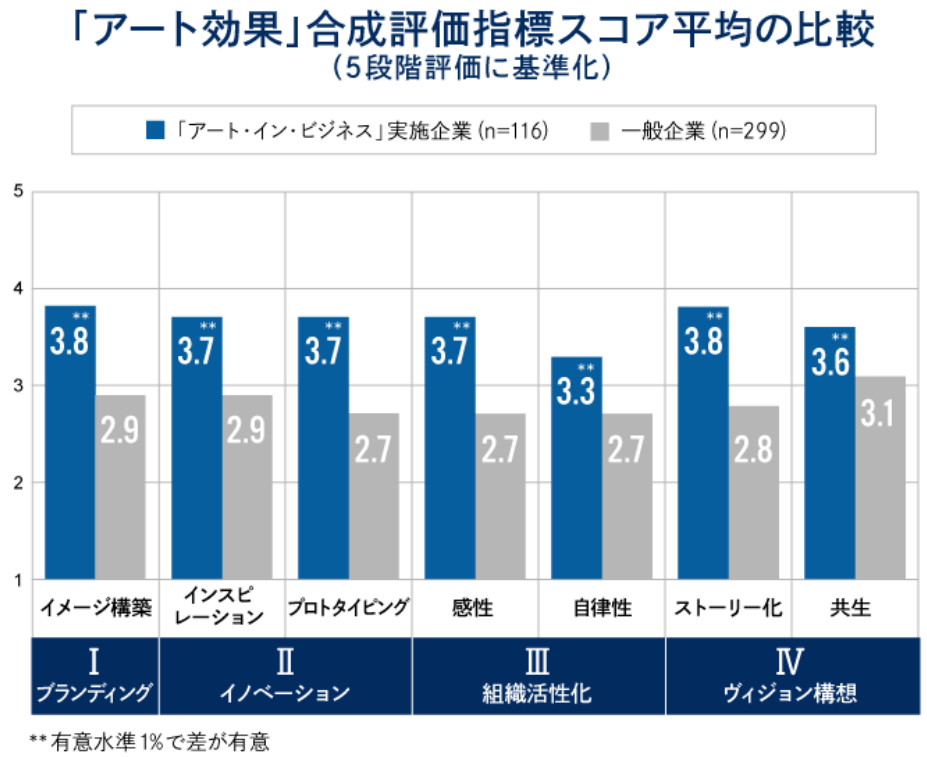
（出所）官公庁過去市場規模調査結果等を基に作成。

他産業に裨益するアート｜企業における新価値創出

✓ AI時代に代替されにくい「創造性」の市場価値は上がっており、アートやアーティストと企業が協業することで価値創造を生むイノベーションの源泉になり得る。

アートは創造性・イノベーションの源泉

✓ アートを導入している企業には、イノベーションや組織活性化等の効果が見られる。



**有意水準1%で差が有意

（出所）電通 美術回路、「アート・イン・ビジネス」、有斐閣（2019）

アートが企業価値にもたらす好影響

✓ 企業の価値創造（価格決定力）を押し上げる要因として、アート・デザインと経営との距離が示唆されている。
✓ OECDは、文化・芸術＝経済のドライバーと位置づけ、企業への波及を示している。

文化活動への参画に伴う経済成長とイノベーションの果実

- 文化活動への参加は、**イノベーションや企業家精神**といった未来のインパクトの種となる。これは、アート関連スキルがイノベーションのプロセスに重要な役割を果たすという認識に基づく。
- 文化活動への参加は文化・クリエイティブセクター以外のセクターであっても**企業家モデルの形成に役に立つ**可能性がある。
- 困難な文化的経験は起業家がビジネススクールやエンジニアリングスクールでは身に着けづらい**水平思考・課題解決能力**を身に着けることにつながる可能性がある。
- 文化活動への参加は文化・クリエイティブセクターにおける就業機会を改善するのみならず、文化・クリエイティブセクター以外に務める人々の**文化的・創造的スキルの重要性の再認識**を促し、R&Dの環境整備等に影響する可能性がある。

（出所）OECD “The Culture Fix” ,2022を基に作成。

他産業に裨益するアート｜アーティストを核としたスタートアップ

✓ アーティストが先端技術を使用して実験的に表現したアート作品を、企業が知的財産を取得等し、製品・サービス化。

Google Earth

- ✓ Google Earthは、バーチャル地球儀システム。世界中の衛星写真を地球儀を眺めるかのように閲覧することができる。
- ✓ この原型は、1994年、ザウター氏らメディアアートの制作集団であるART+COMがTerravisionの名で同様のシステムを開発、特許を取得したもの。
- ✓ Google Earthは、同社に所属していたエンジニアがGoogleに移籍し、商業展開したもの。

メディアアーティスト
ヨアヒム・ザウター氏

Wiiリモコン

- ✓ 1999年、メディアアーティストの石橋素氏は、加速度センサーと液晶モニタを組み合わせて、画面の傾きに応じて表示内容が変化するインタラクティブな作品G-Displayを発表。
- ✓ この作品に着想を得て、WiiリモコンやiPhone等、様々な機器に加速度センサーが使われている。

メディアアーティスト
石橋素氏

G-Display
（1999）

（出所）https://ja.wikipedia.org/wiki/Google_Earth、http://www.motoi.ws/1999/08/g-display/等を基に事務局作成。
第5回エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会　資料4-3　業界の現状及びアクションプラン（案）について【アート】（事務局資料（3））（2025年2月26日開催）より抜粋・作成。

他産業に裨益するアート｜アーティストを核としたスタートアップ

✓ アーティストによって取得された知的財産が、テック企業の製品等に導入された事例が多数存在。

社名	アーティスト※敬称略	関わり方／購入されたIP	開始年月
Nintendo	石橋素	加速度センサーと液晶モニタを使用した、インタラクティブな映像作品『G-Display』	2017年3月
Sony	Myron Krueger	2つの部屋で同じ互いの影が投影され、インタラクティブに反応する『Video Place』	1975年
IBM	William Latham	IBM科学研究所の研究として、ソフトウェア『Mutator』を制作。	1987-1993年
Apple	Sterling Crispin	テクノロジー・プロトタイピング・リサーチャー	-
Google	Richard The	クリエイティブ・ディレクター	2012-2016年
META	Nicholas Felton	プロダクト・デザイナー	-
Apple	Marcos Alonso	ヒューマン・インターフェイス・デザイナー	-
Rarible, Superrare, Nifty Gateway, etc	Jennifer and Kevin McCoy	『Monegraph』（サイプト・アートの前身）	2015年
Magic Leap	James Powderly	ユーザー・インタラクションのディレクター	-
Twitter（現：X）	Institute for Applied Autonomy	Twitter（現：X）の前身であり直接的なきっかけとなった『TXTMob』	-
Interval	Golan Levin	「Media streams」「Rouen Revisited」など複数プロジェクトに参加。	1994-1998年
Intel	Andreas Jalsovec	「Drone 100」への振り付けがアルスエレクトロニカ・フューチャーラボで行われた。	2016年
Gingko Labs	Dr. Alexandra Daisy Ginsberg, Sissel Tolaas	絶滅した植物の匂いの再生で、バイオ技術の協働を行った。	2019年

（出所）第4回「アートと経済社会について考える研究会」 真鍋委員提供資料を基に一般社団法人芸術と創造・カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社作成。
第5回エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会　資料4-3　業界の現状及びアクションプラン（案）について【アート】（事務局資料（3））（2025年2月26日開催）より抜粋・作成。

他産業に裨益するアート｜アートを活用した企業価値向上類型

✓ 企業の経営戦略構築、新規事業開発、既存事業の高付加価値化、既存顧客との関係強化、人材開発等、新たな価値の創出や生産性の向上を通じて、企業価値を高めるためのアート取組が存在。

経営戦略※1	事業開発	マーケティング	人事
企業戦略の構築 ロジックだけでは導くことができないVUCA時代にも対応したユニークな戦略の構築	**新規事業開発** 企業・社員の問いを起点としたイノベーションを起こす新たな商品・サービスの開発	**既存事業の高度化** 既存商品・サービスに対する付加価値付けによる収益性の向上	**人材育成** 想像力と共感力に富んだ自由なアイデアを出すことができる人材の育成
経営戦略の実現 経営戦略の実現のためにステークホルダー及び社会に対して印象的な発信※2		**既存顧客との関係強化** 既存／重要顧客との接点強化及びTLV（顧客生涯価値）の向上	**エンゲージメント向上** 社員のモチベーション喚起やコミュニケーションの促進、ストレス軽減を通じた生産性の向上
		新規顧客の獲得 新規顧客との接点及び提案機会の獲得	

※1：経営戦略には企業理念や哲学、パーパス、ミッションビジョンバリュー等の概念を含む
※2：印象的な発信＝ビジュアライズ・体験など

他産業に裨益するアート｜企業価値向上の事例

✓ 経済産業省は、今年度新たに、「ART & BUSINESS AWARD 2025」を開催。
✓ 企業がアート・アーティストとの共創を通じて、様々な経済的価値を創出した事例が150件以上集まった。

受賞カテゴリー

① コーポレート・ストラテジー　Corporate Strategy
アートの有する価値を活用して企業戦略・体制の構築、実行、発信など経営領域で新たな変化を起こした企業・プロジェクト

② アートコラボレーション　Art Collaboration
アート・アーティストとの共創を通じて事業の高度化など新たな経済的価値を創出した企業・プロジェクト

③ ニューアートビジネス　New Business with Art
アートを起点とした事業創造などを通じて新たなビジネスモデルを創出した企業・プロジェクト

④ ローカルインパクト　Local Impact
地域特性を活かしたアートに関わる取組を通じて地域における経済的価値を創出した企業・プロジェクト

⑤ アートマーケット　Art Market Contribution
企業活動におけるアート作品の購入等を通じて日本のアート市場拡大に貢献した企業・プロジェクト

他産業に裨益するアート｜企業価値向上の事例（1/3）

①コーポレート・ストラテジー

カルチュア・コンビニエンス・クラブ
CCCアートラボ事業

人々の人生を豊かにし、社会をより良くすることを目指して**「アートがある生活」を企業理念**として掲げる。その実現に向け、店舗・ECを通じたアート販売・グッズ展開、アート体験の提供・メディア事業、他企業やアーティストとの協業など**多角的にアートを核としたバリューチェーンを構築**。これまでに**多数のアート作品を販売するなど、ビジネスとしても成立**させながら長期的な視座で新たな取組にも挑戦し続けている。

②アートコラボレーション

太宰府天満宮
太宰府天満宮　仮殿

1100年以上の歴史を有する太宰府天満宮が、御本殿改修中の3年間限定で神社の仮殿を現代建築で造る前代未聞の試み。これまで神社に訪れる機会がなかった**新たな層が訪れ、参拝者数は毎年過去最高を更新**。参拝者が増えた参道や周辺地域でも飲食店や宿泊施設が増加するなど**アートとのコラボレーションを通じて地域全体に広く経済効果**をもたらしている。
※参拝は2026年5月上旬まで

（出所）令和６年度補正クリエイター事業者支援事業　企業によるアート取組の面的拡大に向けた基盤整備に関する実証事業報告書（令和8年2月経済産業省）

他産業に裨益するアート｜企業価値向上の事例（2/3）

③ニューアートビジネス

エイベックス・クリエイター・エージェンシー
MEET YOUR ART

コンテンツ産業で培ったノウハウやファンダムをアート産業にも展開。アート専門YouTube番組やECサイトなど、アート業界に新たな市場を開拓。2025年度には「MEET YOUR ART FESTIVAL2025」で4**日間で5万人超の集客、8億円超のPR効果**があった。

ヘラルボニー HERALBONY事業

2000点超の**障害のあるアーティストの作品とライセンス契約を結び、**BtoBのコラボレーション、自社ブランドでのプロダクト販売を通じてマネタイズする新たなビジネスモデルを構築。**作家報酬総額は3年間で15.6倍に増加**。

MEET YOUR ART

HERALBONY事業

④ローカルインパクト

ジンズホールディングス・田中仁財団
アートを活用した群馬県前橋市の地域創生

地域にアートを取り込むことで街の魅力を高める街づくりを推進。**減少傾向にあった馬場川通の通行量を115%増と改善**するなど地域の人流を増加させた。また、**約30店舗のローカルビジネスの開業を誘発し新たな雇用創出**にも寄与するなどアートの力で地域の価値を飛躍的に向上させた。2025年には前橋市と包括協定を結ぶなど更なる地域課題の解決や地域の発展に向けて活動を継続。

（出所）令和６年度補正クリエイター事業者支援事業　企業によるアート取組の面的拡大に向けた基盤整備に関する実証事業報告書（令和8年2月経済産業省）

他産業に裨益するアート｜企業価値向上の事例（3/3）

⑤アートマーケット

東京建物
Brillia Tower 堂島

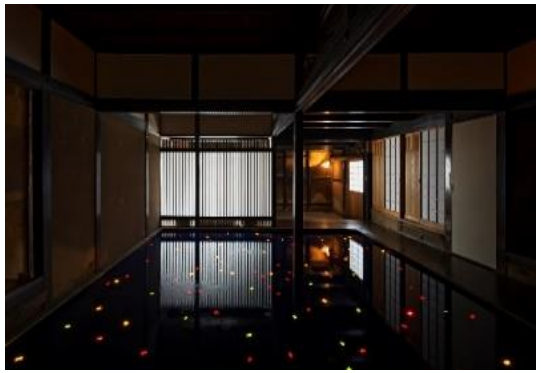
新たな複合開発において**国内外のアーティストによる50点超の多彩なアート作品を購入**。当該マンションの外観・建物空間は多くの顧客の感度を刺激し、一部住戸は抽選販売になるほど人気となった。マンション共用部のみならずパブリックスペースにも設置することで**居住者のみならず一般市民にもアートに触れる機会を提供**し、**同エリアの魅力とともに企業及びBrilliaブランドの価値向上**にも寄与。

名和晃平《Trans-Mio》Photo by Nobutada OMOTE | Sandwich

⑥特別賞（Special Recognition）

ベネッセホールディングス
ベネッセアートサイト直島

企業理念「Benesse（よく生きる）」を体現するため、瀬戸内の島々に着目。風景の中に現代アートを取り込み、**国内外から年間約70万人超の来島者**をもたらし、**地域ブランド価値向上と地域活性化を両立**。「直島新美術館」が開館した2025年は、6度目の瀬戸内国際芸術祭実施に関わるなど取組を進化。また**経営者向けフォーラムや対話型鑑賞**などの提供を通じ、**アートを活用した企業価値向上の社会実装に貢献**。



家プロジェクト「角屋」宮島達男“Sea of Time ’98” 写真：鈴木研一

（出所）令和６年度補正クリエイター事業者支援事業　企業によるアート取組の面的拡大に向けた基盤整備に関する実証事業報告書（令和8年2月経済産業省）

本日の議論のポイント

論点１．日本の現代アートの価値を高めるための測り方

✓日本の現代アートの価値（世界的評価）を高めるための測り方の５つの仮説について

論点２．ローカルクリエイティブ産業におけるアート

✓（ローカル）クリエイティブ産業におけるアートの位置付けと連携の方法について

論点３．他産業におけるアート

✓アートやアーティストの有する価値を他産業に裨益させるための仕掛けについて

アクションプラン｜主要施策

- ✓ 日本人アーティストの国際的評価を高めるための海外アートフェアとの接点強化
- ✓ 国内アートフェア・芸術祭を起点とした他クリエイティブ産業への送客強化
- ✓ 企業とアート・アーティストとの共創の推進（事例収集・表彰顕彰・産業界への啓蒙）
- ✓ アーティスト・アート作品をIPと捉え産業化（スタートアップ化・新規事業化）