



KDDI総合研究所R&A

アートの世界で急激に進む デジタルトランスフォーメーション

2020年6月号

KDDI総合研究所
フューチャーデザイン1部門
事業環境リサーチ2グループ
シニアアナリスト 沖 賢太郎

If you think artists are useless, try to spend your quarantine
without music, books, poems, movies, and paintings

Stephen King

もしアーティストなんて何の役にも立たないと思うなら、この自粛期間を、
音楽、本、詩、映画、絵画無しで過ごしてみてください

スティーブン・キング

出所:スティーブン・キング Twitter (2020/4/4)

エグゼクティブサマリー

- 新型コロナのインパクトにより、アート界でも急激にデジタルトランスフォーメーション(DX)が進み出した。
- 閉館やイベント中止を余儀なくされた各国のアートフェア、ギャラリー、オークション、ミュージアムが急遽オンラインへシフト。
- アートフェア、ギャラリー、オークションはオンラインでもマネタイズを継続(従来比ではまだ規模は小さいが)。
- ミュージアムにおいては徐々にオンライン化が始まっているものの、課題が多く、マネタイズもこれから。
- 文化庁がコロナ禍で重視するのもやはりDX、そしてミュージアム。
- コロナインパクトの長期化や再燃の可能性を踏まえれば、いずれの文化施設でも引き続きDXが進むと考えられる。
- マネタイズが課題のミュージアムにおいては、将来的にはVRを活用したオンラインミュージアムサブスクリプション等が考えられる。
 - 様々なミュージアムのオンライン展示が月額で利用し放題
 - 体験価値を高めて利用促進。高解像度VR(実寸大鑑賞、ズーム鑑賞、自由視点鑑賞)、ミュージアムにいるような没入感、オンラインならではの動的な作品解説等。

目次

- P 3 エグゼクティブサマリー
- P 5 はじめに
- P 6 コロナインパクトによりアート界では急激にDXが進んでいる
- P17 コロナインパクトを受けての政府の文化・芸術領域への見方
- P19 今後考えられる展開

はじめに

- 新型コロナウイルスのインパクトにより、アート界でも急激にデジタルトランスフォーメーション(DX)が進み出した。主要先進国の都市を中心としたロックダウンや外出規制により、臨時閉鎖やイベント中止に追い込まれたアートフェア、ギャラリー、オークションハウス、ミュージアム等は急遽オンライン化でその危機に対応しようとしている。
- 2020年5月現在、世界では徐々に制限付きで再開するミュージアムが出てきているものの、従来通りに戻るまでには時間を要すると考えられる。この影響が長期化すれば、現在のオンライン化という動きは一過性のものではなく、常態化する可能性がある。
- オンライン化によってアートがインターネット上の新しい様々な機会と結びつくことで、更なるトランスフォーメーションを遂げることが考えられる。
- この大きな変革期に、アート界で何が起きているのか、今後どのような展開の可能性があるのか考察する。

コロナインパクトにより
アート界では急激にDXが進んでいる

アート界もコロナインパクトが甚大

- 世界の主要なミュージアム、ギャラリー、オークションハウスは**臨時閉鎖**、アートフェアやアートフェスも**イベント中止**が相次ぐ。
- 臨時休館により、EU・米国等では観光地のミュージアムの収益が**75%~80%減少**。※1
- アムステルダム国立美術館、ウィーンのアート史美術館等は**週に10万~60万ユーロ(約1200万円~7200万円)の赤字**。※1
- 米NYメトロポリタン美術館、**1.5億ドル(約165億円)の資金ショート**、これまでに**約80人をレイオフ**。※2
- その他著名ミュージアムでも臨時休館による収入減からレイオフが進む。米グッゲンハイムミュージアム、米ホイットニーミュージアム、米ニューミュージアム、米MoMA PS1、米ブロードミュージアム。※3

為替換算
1ユーロ=120円
1ドル=110円

※1 ヨーロッパ博物館組織ネットワーク(2020.4.7)

※2 artnet news(2020.4.22)

※3 artnet news他

閉館やイベント中止を余儀なくされた各国のアートフェア、ギャラリー、オークションハウス、ミュージアムが急遽オンラインへシフト

アートフェア

→P9

世界的なアートフェアが軒並み中止、オンラインに活路を見出す。

ギャラリー

→P10

世界のギャラリーも閉鎖。オンライン化で危機回避。特に、複数のギャラリーが共同でオンライン化する動きが顕著。

オークション

→P11

世界3大オークションハウスもオンラインオンリーのオークションを実施へ。

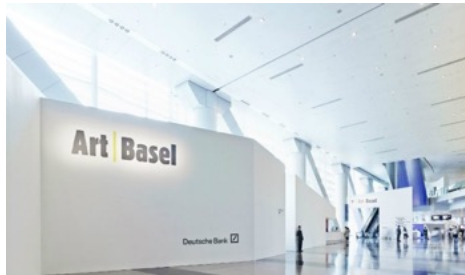
ミュージアム

→P13

ミュージアムも閉鎖、オンライン化が徐々に進行。ただしオンライン展示の作りは課題が多く、マネタイズもできていない。

世界的なアートフェアが軒並み中止、オンラインに活路を見出す

アートフェアとは、ギャラリーがブース出展し来場者へ作品を販売するイベント



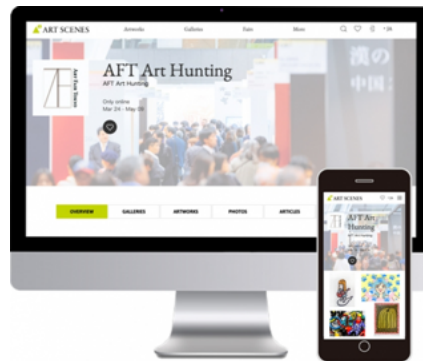
アジア最大の「アートバーゼル香港」はオンライン開催

世界最大のアートフェア「アートバーゼル」の姉妹イベント。2020年はリアルイベントを中止しオンライン開催。25万人がサイト訪問。2,000超の作品(総計価値2.7億ドル)を展示。大手ギャラリーは数千万円～数億円の作品を複数売却。



「フリーズニューヨーク」もオンラインへ

ロンドンで開催されるフリーズアートフェアの姉妹イベント。アートマガジン Frieze 主催。5/6開始予定だったフェアを中止。5/6-15 オンラインビューイングルームを開設。



国内最大の「アートフェア東京」もオンラインへ

国内最大のアートフェアも中止。オンラインプラットフォーム「AFT Art Hunting」を開設。3/24～5/9の開催。フェアに出展予定だったギャラリー70超が参加。出品作品は300点超。本オンラインフェアは(株)TODOROKIとの共同開催。同社は日本最大級のギャラリー出店型アートマーケットプレイス「Art Scenes」を運営。

出所:各社ホームページ等

ギャラリーも閉鎖、やはりオンライン化で危機回避へ 特に、複数のギャラリーが手を組んでオンライン化する動きが顕著

GALLERY PLATFORM .LA

米LAの60のギャラリーはオンラインPF設立で結束

有力ギャラリーのガゴシアンを含む60のギャラリーが共同でオンラインプラットフォーム「GalleryPlatform.LA」を発足。オンラインで作品販売が可能。5/15開始。毎週12ギャラリーが交代で出展予定。



有力ギャラリーの米デイビッドツヴィルナーは自社オンライン販売サイトに複数のギャラリーを招待

自社で販売サイトの開設が難しい小規模のギャラリーを自社プラットフォームへ招待。NY、LA、ロンドンでそれぞれ地場のギャラリーを招待。5/1オープン。



ハウザー&ワースはVRでバーチャルギャラリー開設

スイス拠点に世界展開する著名ギャラリー。バーチャルギャラリーHWVRを4/30に開始。VRデバイスやPC等を介して出展作品が見られ購入できる。利益の10%をWHOのCOVID-19連帯対応基金に寄付。

出所:各社ホームページ等

世界3大オークションハウスもオンラインオンリーのオークションを実施へ この3月のオンラインオークションの数は前年同期比63%増、売上は同20%増※1



サザビーズはオンラインオークションの売上記録を続々更新

4月に落札総額640万ドルでオンラインオンリーのオークションとしての最高記録を達成。翌5月には1,370万ドルを達成し早くも記録更新。毎回、参加者のうち約30%がサザビーズのオークションに初参加。



クリスティーズもオークションを続々とオンライン化

4月と5月のオンラインオークションの日程を公開(2020/4/17)。殆どのオークションをオンラインのみで実施予定。



フィリップスも当面オンラインのみでオークション開催

4月と5月のオークションはオンラインのみで実施予定。
プライベートセール※2 のためのオンラインビューイングルームも新設。

※1 出所:artnet news (April 22, 2020) 価格が公表されているものの集計結果

※2 通常のオークションとは異なり、オークションハウスが売却希望者に代わって、
購入希望者の選定・商談・販売を行う売却方法。

出所:各社ホームページ等

ただし、オンラインオークションの件数や売上は増えているものの、
通常のアフラインオークションの売上の穴を埋めるには至らない状況

平均落札価格で見ると
オンラインオークションは1作品当たりの価格が低い



各平均価格は、アートメディアartnet社が収集しデータベース化する、
主要オークションハウス等におけるオークション落札価格を基にした数値。

出所:artnet news (April 22, 2020)

世界のミュージアムも閉鎖、オンライン化が徐々に進んでいる



NYメトロポリタン美術館のリヒター展が中止、オンラインで無料公開

3/13からのメトロポリタン全館休館に伴い、3/4開幕のゲルハルト・リヒター展も中断。代わりに4月にオンラインでリヒターの回顧展や長編ドキュメンタリー等を無料公開。



仏ポンピドゥーセンターが所蔵映像をオンライン無料公開

臨時休館中のポンピドゥー・センターが、所蔵する映像作品を週替りで無料公開。また、子供向けのビデオ鑑賞やポップ・アートを学ぶなどオンラインプログラムも実施。



Michelangelo: Mind of the Master

Sculptor. Painter. Architect.

Michelangelo Buonarroti is recognized as one of the most creative and influential artists in the history of

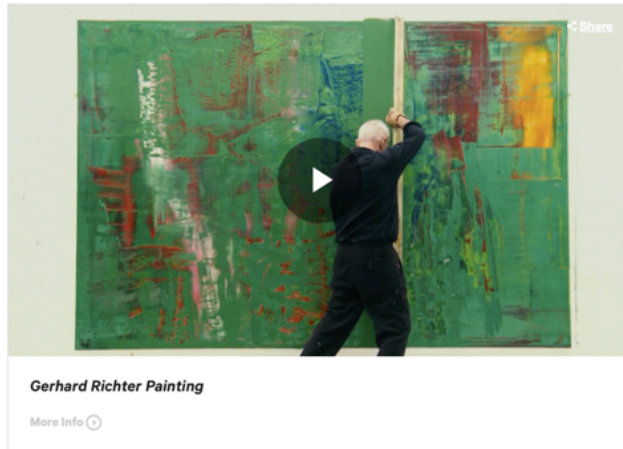
米J・ポール・Getty美術館も一部作品をオンライン無料公開

LAの美術館。作品をオンラインで無料公開。さらに所蔵するアート・ブックや映像、ポッドキャストを同館のブログで公開。

出所:各社ホームページ等

しかし急に訪れた過渡期ゆえオンライン展示の作りには課題が多い、マネタイズもできていない

Featured Media



写真はメトロポリタン美術館によるリヒター展のオンライン展示のサイト。

Exhibition Objects

[View All Objects](#)



オンライン化といっても、通常の企画展の告知サイトやブログのような印象。現状はまだ体験価値として高いとは言えない。

無料ゆえマネタイズも課題。他のミュージアムのオンライン展示も同様の状況。

出所:メトロポリタン美術館

国内では国立科学博物館が一足早くVRを活用し本格オンライン化、 しかし無料ゆえマネタイズはない



4/24より館内を3DビューとVR映像で楽しめる「かはくVR」を開始。高解像度で展示室全体を楽しめる。

VRコンテンツは、一般財団法人VR革新機構と協力し展示室全体の高画質画像を撮影。

公開開始から6日で60万アクセス。通常の年間来場者数の1/4に相当。しかし無料ゆえ、休館による収益の穴は埋められない。

なお川崎市の岡本太郎美術館(5/8～)や、東京国立近代美術館のピータードイグ展(5/19～)も同種のVRミュージアムを無料公開。

出所:国立科学博物館、美術手帳

「あつまれどうぶつの森」と提携する各国ミュージアム、 ゲーム内でのバーチャルミュージアムの開設、作品画像の無料公開



● 中国木木美術館

あつまれどうぶつの森（あつ森）内で
バーチャルミュージアムを開設。（4/10）



● 米Jポールゲッティミュージアム

所蔵作品の画像をあつ森内で公開。（4月末）



● 米NYメトロポリタン美術館

所蔵作品約40万点の画像をあつ森内で公
開。部屋に飾れる。（4/27）

● 三菱一号美術館

所属作品をあつ森内で順次公開開始。
（5/14）

あつまれどうぶつの森：プレイヤーがある島に移り住み、そこで暮らす動物と友人になるもの。住人たちとの会話や買い物、自分の部屋の模様替えなどの行動ができ、オンライン上で互いの島を訪問することもできる。

出所：美術手帳、各ミュージアムHP

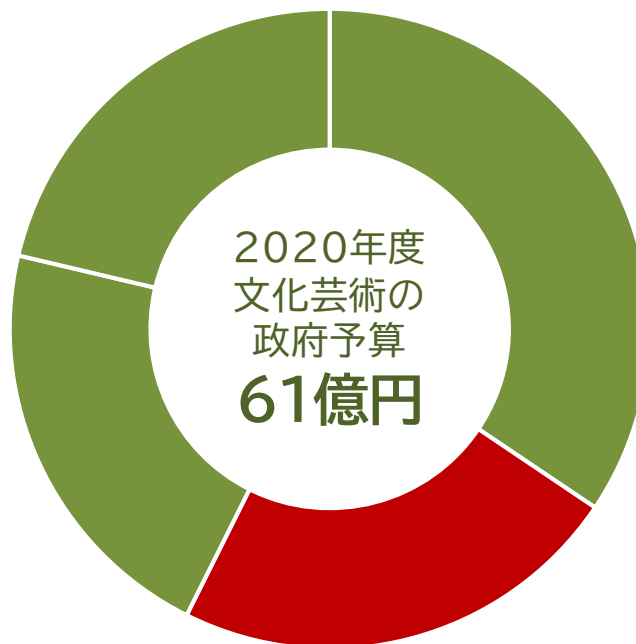
コロナインパクトを受けての 政府の文化・芸術領域への見方

文化芸術の政府予算61億円の大半がコロナ対策、うち23%がDX関連、 また全体として「鑑賞する美術＝ミュージアム」に比重が置かれている

コロナ対策のための2020年度補正予算案(4月7日閣議決定)

13億円 (21.3%)
児童向け文化芸術教育
(休校により逸した
文化芸術体験のリカバリ)

13億円 (21.3%)
巡回公演、
巡回展覧会の支援



21億円 (34.4%)
文化施設の感染症対策支援
(消毒、空調、赤外線カメラ)

14億円 (23%)
最先端技術を活用した鑑賞環境の改善と文化施設の収益力強化 (8Kコンテンツ配信、動画配信、オンライン強化、エンタメとミュージアムの連携モデル構築など休館でも稼げる環境づくり)

今後考えられる展開

現状と今後に関する考察 文化施設のDXは今後も進化する

ファクト

コロナインパクトにより世界的にアートのDXが進んでいる。

考察

文化施設のDXは一過性ではなく、恒久的になる可能性が高い。

- インパクトの長期化や再燃の可能性を踏まえれば文化施設におけるDXは、その場しのぎのものではなく、標準的なオプションとして今後必要になる可能性が高い。
- 一般的に、いつ人々の行動が再び制限されたとしても事業を継続できる環境作りが経営視点で必要となるはず。
- 平時からオンラインを併用することは、文化施設に集客などの新しい機会をもたらし得る(サザビーズのオンラインオークションでは1/3が新規顧客)。



文化施設のDXは今後も進化する

現状と今後に関する考察 ミュージアムのマネタイズが一つの優先課題

	現状	今後
アートフェア		
ギャラリー	急激にオンライン化が進んでいる マネタイズもできている (従来比でまだ小規模ではあるが)	利用者の体験価値を高める (よりマネタイズできる)ための工夫が進む
オークション		
ミュージアム	オンライン化は始まっているがマネタイズなし(休館に伴いチケット収入はゼロに)	体験価値を高めマネタイズしていくことが優先課題 (文化庁課題意識もココ)

将来的なミュージアムのマネタイズ例 VRを活用したオンラインミュージアムサブスク

- オンライン化(=デジタル化)は限界コストを下げるので「し放題型のサブスク(サブスクリプション)」と馴染みが良い。
- 様々なミュージアム企画展・常設展をVR対応のオンライン化、それをサブスク化(月額で様々なオンラインミュージアムを訪問し放題)。
- 体験価値を刷新しマネタイズ
 - 高解像度VR(実寸大鑑賞、ズーム鑑賞、自由視点鑑賞)
 - ミュージアムにいるような没入感
 - オンラインならではの動的な作品解説
 - その他、作家本人や著名人が登場し作品を解説、等。
 - 仮想的なマイミュージアムに作品を持ち帰れる。好きな作品を集めて自分だけのミュージアムに。いつでも没入的に鑑賞可能。



オンラインミュージアムのイメージ



Salvator Mundi (about 1500)
Leonardo da Vinci (1452-1519)



またオンラインミュージアムは平常時からオフラインと並行開催することでミュージアムに収益増をもたらせる可能性あり

	平常時	非常時(ミュージアム閉鎖)
<p>オフライン ミュージアム (今まで通り)</p> 	通常通りの運営	閉鎖、収入ゼロに
<p>+ 並行開催</p>	<p>+</p>	<p>+</p>
<p>オンライン ミュージアム</p> 	オンライン化により開催地に関係なく全国(世界)からの参加が期待できる(収入増の可能性)。	ミュージアム閉鎖時もマネタイズ可能。平常時と同様に全国(世界中)からの参加が期待できる。

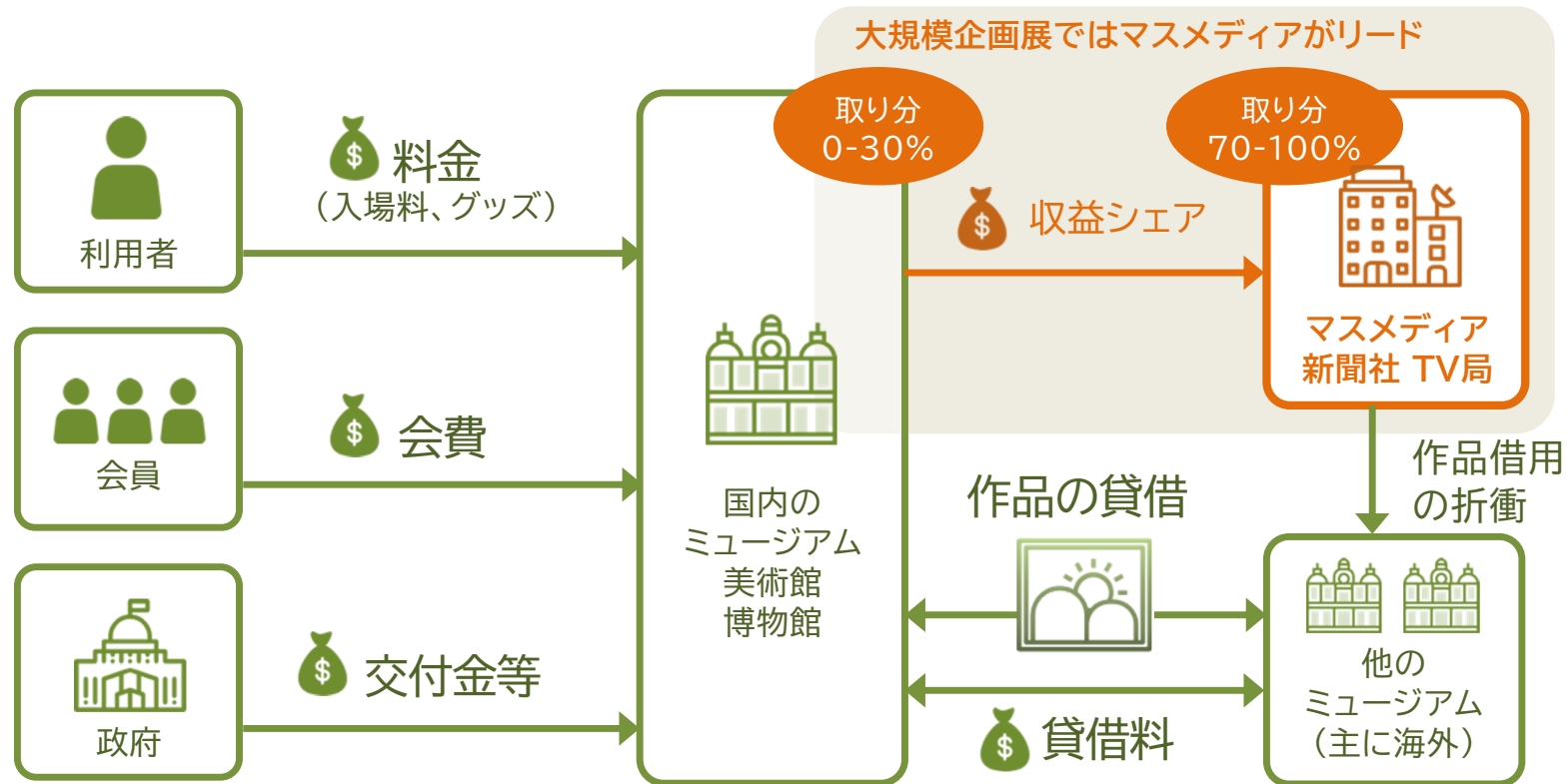
参考：仏ルーブル美術館によるVR活用、モナリザへの深い理解を促進

2019年10月、仏ルーブル美術館は、レオナルド・ダ・ヴィンチの特別展の一部として、VRを活用した企画「Mona Lisa: Beyond the Glass」を開始。同企画展では、モナ・リザを自由にVRで眺められ、モナ・リザに関連する物語や研究を視聴できる。ルーブルとHTC VIVE Artsの協業により実現。



出所：ルーブル美術館

参考：国内ミュージアムのビジネスモデルは独特
大規模企画展でパワーを持つのは企画運営者として参加するマスメディア



※ マスメディアが美術展の企画運営に参加するのは世界でも稀

- ・ 大規模企画展の多くは企画運営者であるマスメディアとの共催 ※
 - ・ 新聞社やTV局の文化事業部のスタッフとミュージアムの学芸員・研究員が企画
 - ・ マスメディアが各種媒体を通じて徹底的なPR活動を行い集客
 - ・ 収入(入場料、グッズ)はミュージアムとマスメディアでシェア(大半をマスメディアが取得)
 - ・ このような背景もあり、国内ミュージアムの事業収入は、海外に比べて小さい

お問い合わせは以下までお願いします

(株)KDDI総合研究所
フューチャーデザイン1部門事業環境リサーチ2グループ
沖 賢太郎