

2025年度 中小企業海外展開現地支援プラットフォーム事業
調査レポート

欧州におけるアート市場概況
(TEFAF Maastricht 2026現地視察レポート)

(2026年3月)

日本貿易振興機構 (ジェトロ)
パリ事務所

海外展開支援部

報告書の利用についての注意・免責事項

本報告書は、日本貿易振興機構（ジェトロ）パリ事務所がエービングプラス・青木千映氏に作成委託し、2026年3月に入手した情報に基づくものであり、その後の法律改正などによって変わる場合があります。掲載した情報・コメントは作成委託先の判断によるものですが、一般的な情報・解釈がこのとおりであることを保証するものではありません。また、本報告書はあくまでも参考情報の提供を目的としており、法的助言を構成するものではなく、法的助言として依拠すべきものではありません。本報告書にてご提供する情報に基づいて行為をされる場合には、必ず個別の事案に沿った具体的な法的助言を別途お求めください。

ジェトロおよびエービングプラス・青木千映氏は、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、派生的、特別の、付随的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、それが契約、不法行為、無過失責任、あるいはその他の原因に基づき生じたか否かにかかわらず、一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロおよびエービングプラス・青木千映氏が係る損害の可能性を知らされていても同様とします。

本報告書に係る問い合わせ先：

ジェトロ・パリ事務所

E-mail：info-prs@jetro.go.jp

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外展開支援部 中堅中小企業課 プラットフォーム班

E-mail：Platform-bda@jetro.go.jp

The logo for JETRO (Japan External Trade Organization) is displayed in a large, bold, serif font.

目次

1. 調査の背景と目的.....	4
2. TEFAF Maastricht の概要.....	4
3. 欧州アート市場の構造.....	6
4. 出展カテゴリーと展示構造.....	6
5. コレクター層と購買行動.....	8
6. 日本関連ギャラリーの出展状況.....	9
7. 欧州ギャラリーの観察.....	12
8. 日本の工芸品の可能性.....	14
9. 欧州市場への参入モデル.....	15
10. 日本企業に向けた提言.....	15
11. まとめ.....	15

1. 調査の背景と目的

近年、日本の伝統工芸品や美術工芸品の海外展開、とりわけ欧州市場への進出に関する関心が高まっている¹。しかしながら、これらの分野は一般消費財とは異なり、価格帯、流通構造、購買主体のいずれにおいても特殊性を有している。特に高価格帯の工芸作品については、通常の小売流通ではなく、ギャラリー、美術館、コレクターを中心とした専門市場において評価・取引される傾向が強い。

こうした背景を踏まえ、本調査ではオランダ・マーストリヒトで開催される国際的アートフェアTEFAF Maastrichtを対象とし、欧州におけるハイエンドアート市場の構造および日本の伝統工芸品の位置づけを把握することを目的とした。

なお、本レポートは、公開情報に加え、2026年3月17日に実施した現地視察およびギャラリーへのヒアリングに基づく一次情報を中心に構成している。

2. TEFAF Maastricht²の概要

TEFAF Maastrichtは、オランダ南部の都市マーストリヒトにて開催される国際的なアートフェアであり、ファインアート、アンティーク、デザインなど多様な分野を横断的に扱う点に特徴がある。また、オランダ・マーストリヒト以外にも米国・ニューヨークで開催されるTEFAF New Yorkも存在する。

2026年は、3月14日から19日まで（招待者限定の公開期間であるプレビューは3月12日および13日）開催され、20以上の国・地域から約277のギャラリーおよびディーラーが参加し、欧州のみならず北米やアジアからも出展者が集まっている。本アートフェアは、出展形式が作家やブランド単位ではなく、ギャラリー主体である点に特徴があり、作品の評価および流通においてギャラリーが中心的役割を担っていることが確認できる。

また、TEFAFの大きな特徴として、厳格な審査制度（Vetting）が挙げられる。会場に展示されるすべての作品は、専門家による委員会により、真正性、保存状態、帰属性などの観点から事前に審査される。この制度により、TEFAFは単なる展示・販売イベントではなく、高い信頼性を備えたアート市場として機能している。

<TEFAF Maastricht 2026概要>

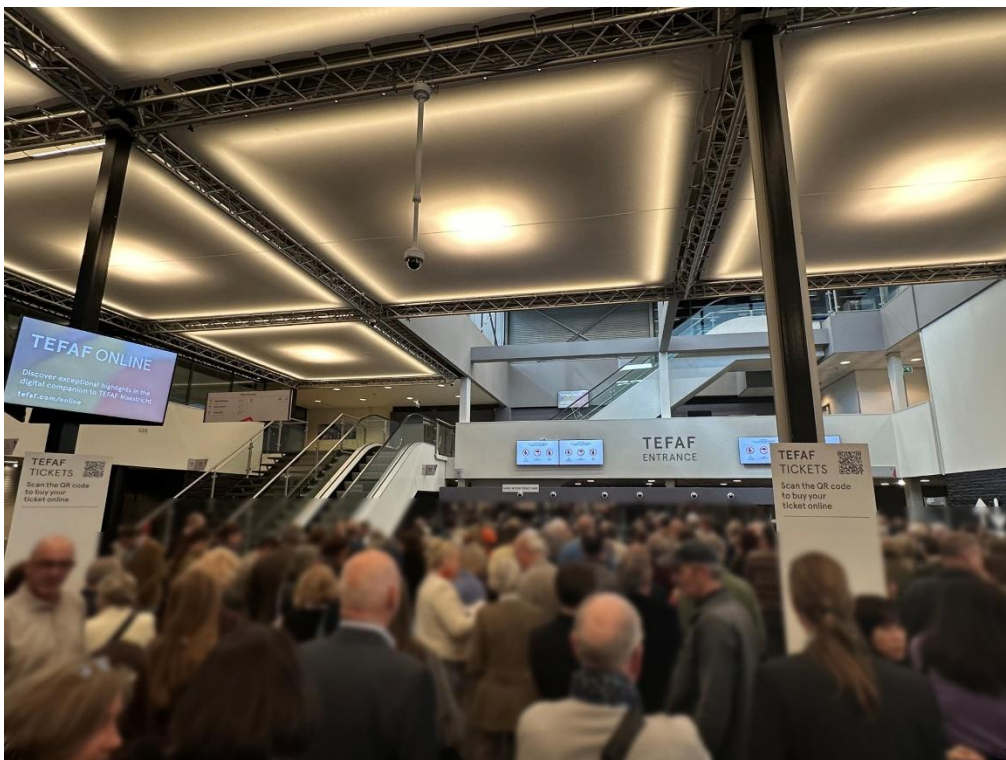
- 会期：2026年3月12日～19日（12日～13日は招待者限定）
- 会場：MECC内Forum 100（6229 GV Maastricht, The Netherlands）
- 主催者：The European Fine Art Foundation (TEFAF)
- 出展者数：20以上の国・地域から277社
- 来場者数：約50,000人超

¹ 具体的な例として、内閣官房および内閣府が実施する「地域産品の海外展開のための実証調査事業」などがある。<https://www.chisou.go.jp/sousei/about/chiikisanpin/index.html>

² TEFAF <https://www.tefaf.com/>



会場外観（ジェトロ撮影）



TEFAFエントランス（ジェトロ撮影）

3. 欧州アート市場の構造

TEFAF会場および公開情報から確認できる範囲において、欧州のアート市場は、作品を単なる商品としてではなく、来歴、作家性、展示歴、学術的背景などを含めた総合的な価値として評価する構造を持つ。

現地調査においても、各ギャラリーは作品の販売に直結する説明のみならず、作家の背景や制作意図、歴史的文脈について丁寧に説明を行っており、短時間での販売を目的とする接客とは明らかに異なる様子が見られた。TEFAFにおいては、来場者³として個人コレクター、美術館関係者、アートアドバイザーなどが想定されており、一般消費者向けのBtoC市場・見本市とは大きく異なる性質を持つ。

このことから、欧州のアート分野におけるハイエンド市場においては、作品の物理的価値に加え、それを支える情報（来歴、作家の経歴、展示歴、出版物の有無など）や文脈が不可欠な要素であると考えられる。

4. 出展カテゴリーと展示構造

TEFAFでは、以下のような複数のカテゴリーが設けられている。なお、これらのカテゴリーは公式情報に基づくものであり、特筆すべき点として、日本の伝統工芸品に特化した独立カテゴリーは存在しない。

- Design
- Antiques
- Modern & Contemporary Art
- Works on Paper
- Arts of Africa & Oceania

現地調査においても、日本関連の作品は特定の領域・カテゴリーに集約されることなく、各ギャラリーの専門分野に応じて異なるカテゴリーに分散して展示されていた。例えば、日本美術を専門とするギャラリーはファインアートやアンティークの文脈で展示を行い、現代的な作品はコンテンポラリーやデザインの文脈に位置づけられていた。

このような展示構造から、日本の伝統工芸品は欧州市場において固定的な分類で扱われるのではなく、複数の文脈の中で再解釈されていることが確認できる。

³ なお、来場者の詳細な統計データについては、公開資料からは確認できなかった。



フロアマップ (ジェトロ撮影)



エントランスのインスタレーション (ジェトロ撮影)

5. コレクター層と購買行動

現地調査時の様子では、来場者は比較的高年齢層が多く、各展示の前で長時間滞在し、ギャラリー担当者と対話を行う姿が多く見られた。会場全体として落ち着いた雰囲気が保たれており、即時的な購買を促すような演出は見られなかった。

接客スタイルも、作品の価格や仕様のみを説明するのではなく、来歴や作家の背景、文化的文脈について丁寧に説明する対話型の形式が中心であった。これらの観察から、TEFAFにおける購買行動は衝動的なものではなく、理解と信頼を前提とした意思決定のプロセスに基づくものであると考えられる。



会場内の様子（ジェトロ撮影）

6. 日本関連ギャラリーの出展状況

本展示会には、日本から次のギャラリーが出展していた。

- Shibunkaku 思文閣
- Ippodo Gallery 一穂堂
- A Lighthouse called Kanata

Shibunkaku 思文閣は、日本美術をファインアートとして提示する構成が取られており、書や絵画を中心とした展示が行われていた。屏風（17世紀）や甲冑は注目を浴びていた。武士の華やかさではなく、義・礼・仁・誠・調和といった日本の美意識を形づくる静かな価値観に焦点を当てていた。また、時代を超えた作品を通じて、細やかな配慮や敬意、静けさといった日本文化の本質が表現されていた。



Shibunkaku 思文閣 展示（ジェトロ撮影）

Ippodo Gallery 一穂堂は、日本の伝統技術を基盤とした現代工芸や現代美術を国際的に紹介するギャラリーであり、東京およびニューヨークを拠点に活動している。日本の工芸を現代的な表現として再解釈し、海外のコレクターや美術館に向けて発信している点が特徴である。現代工芸を中心とした展示が行われており、空間演出を含めた総合的な見せ方が特徴的であった。



Ippodo Gallery 一穂堂 展示 (ジェットロ撮影)

A Lighthouse called Kanataは、東京を拠点に活動するギャラリーであり、日本の現代美術を国際的な文脈で紹介している。素材や技法、美意識といった日本的要素を現代的に再解釈し、コンセプト性を重視した展示を行っている点が特徴であった。



A Lighthouse called Kanata 展示 (ジエトロ撮影)

7. 欧州ギャラリーの観察

欧州のギャラリーにおいては、日本作品は必ずしも国別の枠組みで扱われているわけではなく、素材や形式、カテゴリーに基づいて整理される傾向が見られた。

例えば、Univers du Bronzeでは、フランスを拠点にブロンズ作品を中心に扱うギャラリーであり、彫刻作品や装飾芸術を専門としている。作品は主に素材や技術、造形性に基づいて提示されており、国別ではなくジャンルやカテゴリーで評価される点が特徴である。

ヨーロッパで活動していた際にオーギュスト・ロダンが、日本人の女優花子と知り合い、彼女が舞台上で見る強烈な表情や表現に強く惹かれて作ったとされる彫刻が展示されていた。

現在の欧州アート市場においても、作品は単体ではなく、その背景や意味とともに評価される傾向が強い。ロダンと花子の関係は、日本の表現が欧州において評価される際に、文脈や解釈が重要な役割を果たすことを示す先行事例として位置づけることができる。



Univers du Bronze 展示 (ジェトロ撮影)

Zebregs&Roellは、オランダを拠点に、アフリカ、オセアニア、アジアなどの民族美術や装飾芸術を専門に扱うギャラリーである。

地域や国別ではなく、造形や文化的背景に基づいた横断的な展示を行い、多様な文化圏の作品を同一の文脈で提示している点が特徴である。

民族美術や装飾芸術の文脈の中で地域横断的に展示が行われており、特定の国に依存しない構成が採られていた。その中には当時日本で輸出向けに制作されたもの（小型の漆塗り机、書類箱等）も見られた。



Zebregs&Roell 展示（ジェトロ撮影）

これらの観察から、欧州市場では作品は「日本の工芸」としてではなく、アートとしてより広いカテゴリーの中で位置づけられる傾向があると考えられる。

8. 日本の工芸品の可能性

本視察において、日本の工芸作品は複数のギャラリーにおいて展示されており、欧州市場において一定の関心が存在することは確認できた。

しかしながら、その評価は作品単体の技術や美しさのみによるものではなく、来歴、作家性、展示方法、説明内容などを含めた総合的な文脈によって形成されている。

したがって、日本の伝統工芸品が欧州市場において持続的に評価されるためには、単なる輸出ではなく、文脈の設計および適切な流通経路の確保が必要であると考えられる。



日本の工芸作品の展示例（ジェトロ撮影）

9. 欧州市場への参入モデル

以上の観察を踏まえ、日本の工芸作品の欧州市場への参入モデルとして、以下の三つが考えられる。

- 第一に、欧州のギャラリーと連携し、代理販売を行う方法である。TEFAFの構造上、最も現実的かつ有効なアプローチであると考えられる。
- 第二に、美術館やキュレーターと連携し、展覧会や文化的文脈を通じて市場に紹介する方法である。
- 第三に、工芸作品を美術やデザインの文脈で再解釈し、国際市場に適合させる方法である。

一方で、一般的な物販型輸出や短期的なポップアップ販売は、本市場の構造とは一致しないため、同様の手法では成果を得ることは難しいと考えられる。

10. 日本企業に向けた提言

本調査結果を踏まえた、日本企業・作家が欧州市場へ参入する際の実務的な示唆は以下のとおり：

- ギャラリーとの連携は必須条件
- 文脈設計（ストーリー・来歴）が最重要
- 価格ではなく価値説明が鍵
- 短期販売モデルは適合しにくい
- 継続的な関係構築が成果を左右する

11. まとめ

TEFAFは単なる販売の場ではなく、作品の価値を定義し、信頼性を担保する市場であることが改めて確認された。実際の展示においては、「Prix sur demande（価格応相談）」とされる作品が多く見られ、すでに予約済みの作品も散見されたことから、価格は公開情報として一律に提示されるものではなく、顧客との関係性や取引過程の中で決定される傾向があると考えられる。

一方で、未販売作品の中には約10,000ユーロから45,000ユーロ程度の価格帯が確認されており、TEFAFが高価格帯市場であることが実地観察からも裏付けられた。また、日本工芸品に関しては、おおよそ3,000米ドル程度からの価格帯が見られ、他分野と比較すると参入可能な価格レンジが存在することも確認された。

これらを踏まえると、日本の伝統工芸品は欧州市場において一定の可能性を有しているものの、その評価は作品単体の魅力のみによるものではなく、文脈、資料、展示方法、ならびにギャラリーを中心とした流通構造を含めた総合的な設計によって成立するものである。したがって、単なる輸出ではなく、市場に適合した形での提示方法と流通戦略の構築が不可欠である。