

4. 藝術市場

在思考藝術是否能成為資產時，
「是否與藝術市場產生連結」這個視角極為重要。

這不僅關乎作品當下是否已具有市場價值，

同時也是在問：未來是否仍有可能持續創造並更新其價值。

形塑並支撐藝術市場的，是畫廊。
然而在許多情況下，
藝術家不得不自行銷售作品的狀態，
與由畫廊為作品設定發表價格的狀態之間的差異，
似乎並沒有被充分理解。

同樣地，
任何人都可以租借的展覽空間型畫廊，
與會選擇藝術家、簽訂合作關係，
並從展覽企劃、宣傳到銷售整體負責的企劃型畫廊之間的不同，
也常常被模糊地混為一談。

即使作品被標上同樣「20 萬日圓」的價格，
其背後所承載的脈絡與責任，其實完全不同。
在我看來，那並不是「相同的價格」，
而是價值層次本身就不同。

當然，從藝術家的立場來看，
必須自行發表作品、銷售作品，並維持生活，
這樣的現實確實相當嚴峻。

然而，從長時間的角度來看，
透過自行銷售而過度提高價格，
結果導致畫廊無法再代理，
最終甚至不得不放棄創作——
這樣的例子，我已經看過許多次。

藝術家首先應該思考的是，
如何被在市場中具有影響力的畫廊認可，
並逐步建立關係。
這並不是對表達的妥協，
而是一種讓作品能在社會之中持續被看見與存在的選擇。

無論是對收藏家，
還是對藝術家本人而言，
如果沒有強烈意識到「藝術市場」的存在，
價值就不會被創造，也無法被更新。

其結果是，藝術將無法超越室內裝飾的層次，
其發展與普及也會停留在那裡。
或許這正是過去以來，日本藝術一直面臨的一個重要課題。