

4.アートマーケット

アートが資産となり得るかどうかを考えるうえで、「アートマーケットと接続しているか」という視点は、極めて重要です。それは現在すでに市場価値を持っているかどうかだけでなく、将来的にその価値が創造・更新されていく可能性があるか、という問いでもあります。

アートマーケットを形成し、支えているのがギャラリーです。にもかかわらず、多くの場合、作家自身が販売せざるを得ない状況と、ギャラリーから発表価格を付けられている状況との違いが、十分に理解されていないように感じます。

同様に、誰でも借りられる貸しスペースとしてのギャラリーと、作家を選定し、契約を結び、展覧会の企画から広報、販売までを一貫して担う企画画廊との違いも、曖昧なまま語られがちです。

仮に同じ「20万円」という価格が付いていたとしても、その背景にある文脈や責任の重みは、まったく異なります。私から見れば、それは「同じ価格」ではなく、価値の次元が違います。

もちろん、アーティストの立場からすれば、自ら発表し、販売し、生活を成り立たせなければならないという厳しい現実があることも事実です。しかし長い時間軸で見たとき、自己流の販売によって価格を無謀に引き上げてしまい、結果としてギャラリーが扱えなくなり、最終的には制作を断念してしまう——そうした例を、私は何度も目にしてきました。

アーティストがまず向き合うべきなのは、市場に影響力を持つギャラリーにいかに認められ、関係を築いていくか、という点です。

それは表現を妥協することではなく、
作品を社会の中で生かし続けるための選択でもあります。

コレクターにとっても、
そしてアーティスト自身にとっても、
「アートマーケット」を強く意識しなければ、
価値は創造されず、更新もされません。
その結果、アートはインテリアの域を超えられず、
普及はそこで止まってしまう。

それこそが、これまで日本のアートが抱えてきた
大きな課題だったのではないのでしょうか。