

4. 아트 마켓

아트가 자산이 될 수 있는지를 판단할 때,

****“아트 마켓과 연결되어 있는가”****라는 관점은 매우 중요합니다.

이는 단순히 현재 시장 가격이 형성되어 있는가의 문제가 아니라,

앞으로 그 가치가 지속적으로 만들어지고 갱신될 수 있는 구조 안에 있는가라는 질문이기도 합니다.

아트 마켓을 형성하고 지탱하는 핵심 주체는 갤러리입니다.

그럼에도 불구하고 현실에서는

아티스트가 직접 판매할 수밖에 없는 상황과,

갤러리가 공식적으로 발표 가격을 설정한 상황의 차이가

충분히 이해되지 않는 경우가 많습니다.

마찬가지로,

누구나 대관할 수 있는 렌탈 전시 공간으로서의 갤러리와,

작가를 선별하고 계약을 맺으며

전시 기획, 홍보, 판매까지 일관되게 수행하는 기획 갤러리 사이의 차이도

여전히 모호하게 받아들여지는 경우가 많습니다.

예를 들어 동일하게 “20 만 엔”이라는 가격이 붙어 있다고 하더라도,

그 배경에 있는 맥락과 책임의 무게는 전혀 다릅니다.

제 관점에서 보면 그것은 같은 가격이 아니라

가치의 차원이 다른 가격입니다.

물론 아티스트의 입장에서 보면,

스스로 발표하고 판매하며 생계를 유지해야 하는

현실적인 어려움이 존재하는 것도 사실입니다.

하지만 장기적인 시간 축에서 보면,

자기 방식으로 가격을 무리하게 끌어올린 결과

갤러리가 다루기 어려워지고,

결국 시장에서 고립되어

창작 활동 자체를 포기하게 되는 사례를

저는 여러 번 보아 왔습니다.

아티스트가 먼저 마주해야 할 질문은 이것입니다.
시장에 영향력을 가진 갤러리에게 어떻게 인정받고,
어떻게 관계를 구축할 것인가.

이것은 표현을 타협하는 일이 아니라,
작품이 사회 속에서 지속적으로 살아 움직이게 만드는 선택이기도 합니다.

이 점은 컬렉터에게도,
그리고 개발 프로젝트를 추진하는 디벨로퍼에게도 매우 중요합니다.
아트 마켓을 강하게 의식하지 않는다면
가치는 만들어지지도, 축적되지도 않습니다.

그 결과 아트는 인테리어의 범주를 넘지 못하고,
보급과 시장 형성도 그 지점에서 멈추게 됩니다.

어쩌면 이것이 지금까지 일본의 아트 시장이
오랫동안 안고 있었던 구조적인 과제였다고
말할 수 있을지도 모릅니다.