

## 2: 為什麼日本一直難以形成世界性的 ART 市場？

日本的百貨公司，憑藉長年累積的信用與顧客基礎，在藝術市場中創造了極大的銷售規模。我認為，這本身其實是日本非常獨特且值得驕傲的文化。

但另一方面，日本長久以來始終存在一種觀念——認為「買賣繪畫」多少帶有一種世俗甚至卑俗的意味。因此，人們往往避談作品的「價格」與「資產性」。

結果，多數作品都是以「適合擺在哪裡」這樣的脈絡被選擇。然而，在世界的 ART 市場中，作品從來不只是裝飾品而已。它同時承載著藝術家的思想、時代背景，以及與社會之間的連結，而這些價值會被不斷討論、驗證與共享。

我認為，日本過去大量流通的許多作品，若以世界標準來看，仍停留在「作為裝飾的藝術」。也因此，日本的藝術場景始終難以真正進入國際性的評價體系之中。

實際上，當我在台灣介紹作品時，經常被問到：「這位藝術家擁有什麼樣的思想？」「未來會如何被評價？」人們關注的不只是作品本身，更是「價值如何形成」的過程。

相較之下，在日本，至今仍有許多人是「想找一幅適合擺在新家玄關的畫」這樣的動機來接觸藝術。也就是說，「收藏、陪伴並培養作品價值」的文化，尚未真正成熟。

因此，我希望創造的不只是單純販售作品的場所，而是一個能夠共同思考：「為什麼這件作品會存在？」「為什麼世界會評價這位藝術家？」的場域。

我相信，唯有這樣的累積，日本才可能真正孕育出屬於自己的 ART 市場。