

コンテンポラリーアートの作品売買に特化した日本最大級のインターネットギャラリー !!
「アットギャラリー タグボート(@Gallery TAGBOAT)」

美術・絵画に興味がある人の「アート・絵画に関する意識調査」結果

アート・絵画の購入目的は「自宅のインテリアや装飾のため」が49.5%で1位 !!
本当に気に入った作品には、趣味や娯楽への支出予算より高い金額でも購入意向を持つ !!

ご参考:近年のアートとインテリアのトレンド考察

インテリア 北欧モダンのようなカジュアルのスタイルと重厚な色合いで高級感のある
ハイラグジュアリーなスタイルへの二極化へ。

アート デジタル技術とは異なった親密感・温かみを感じられるドローイングの手法が
人気

マーケットアウトという理念に基づいた事業を展開する株式会社エムアウト(本社:東京都港区 社長:田口 弘)では、コンテンポラリーアートの作品売買に特化した日本最大級のインターネットギャラリー「アットギャラリー タグボート(@Gallery TAGBOAT 以下タグボート)」(<http://www.tagboat.com/>)を運営していますが、美術・絵画に興味がある20歳以上の首都圏在住者315名を対象に「アート・絵画」に関する意識調査を実施し、この程その結果がまとまりました。

調査結果からは、美術・絵画に興味がある人にとって、アート・絵画はインテリア性との関わりが高いという消費トレンドが見えてきました。アート・絵画がより身近な存在になってきたともいえます。

まず、美術・絵画に興味がある人がアート・絵画を購入する際の目的では、「自宅のインテリアや装飾するためのものとして」と回答した人が約半数(49.5%)で一番多くなっていました。

アート・絵画の作品を探す際のポイントでは、「色彩の感じが自分の好みにあっていること」(58.7%)とした人が最も多く、次いで「購入可能な価格帯であること」(56.2%)、「好きなアーティストの作品であること」(46.7%)の順となっていました。しかしながら、実際に作品を購入するまでの間に検討する項目では、「色彩の好みが自分似合っていること」(60.3%)、「無理のない価格かどうか」(57.1%)に次いで、「飾る場所との調和がとれるかどうか」(44.8%)という項目を挙げた人が多くなっていました。実際に作品を購入する段階では、“好きなアーティスト”よりも“インテリア性”を重視していることが特徴的です。

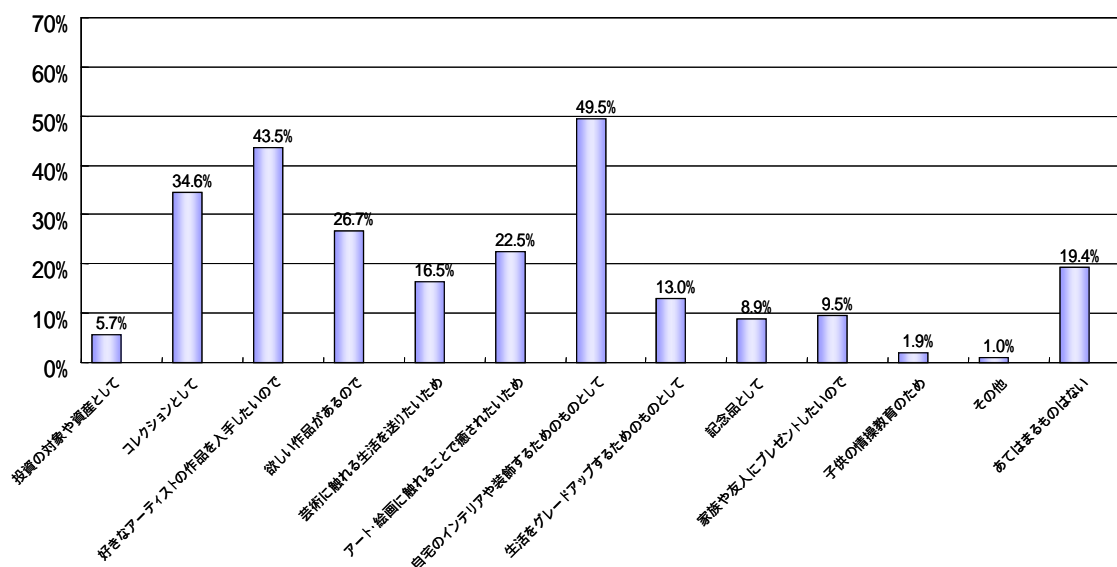
また、1ヶ月の間に趣味や娯楽、欲しい物などに費やす金額を尋ねたところ、ベスト3は「約3万円」(21.6%)、「約2万円」(19.4%)、「約1万円」(17.5%)だったのに対して、本当に気に入ったアート・絵画の作品を見つけた場合の購入金額の上限では、「わからない・購入しない」と回答した人を除くと、「1~5万円」(18.1%)と回答した人が最も多く、次いで「5~10万円」(15.2%)が多いという結果でした。これらのことから、美術・絵画に興味がある人は、自分が本当に気に入ったと納得できる作品に対しては、1ヶ月の趣味などへの支出予算よりも高い金額を支払っても良いと考えていることがわかります。

さらに、美術・絵画に興味がある人が充実させたい趣味や娯楽としては、1位「旅行(海外・国内)」(71.7%)、2位「パソコン・インターネット・モバイル関連」(60.3%)、3位「映画・音楽関連」(57.5%)となっていました。インターネット関連への関心が高いということは、当社が提供しているインターネットギャラリー「タグポート」への潜在需要は高いと見ることもできると考えています。因みに6位には「インテリア・家具」(38.7%)が入っていました。

調査結果より

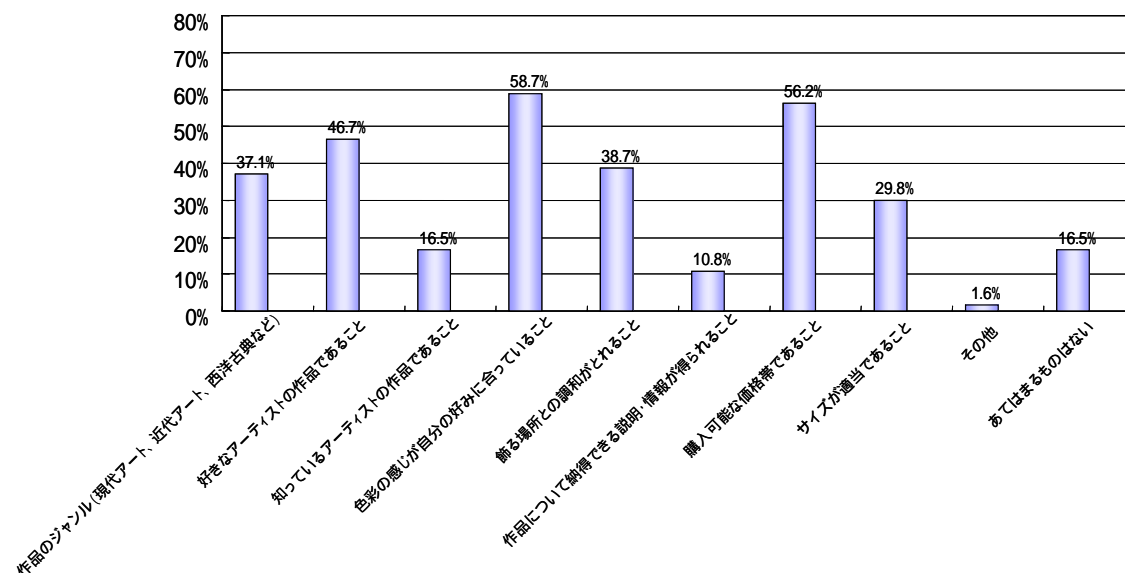
アート・絵画購入の目的は「自宅のインテリアや装飾するため」が1位

アート・絵画購入の目的を複数回答形式で尋ねてみたところ、「自宅のインテリアや装飾するためのものとして」と回答した人が約半数(49.5%)で一番多く、次いで「好きなアーティストの作品を入手したいので」(43.5%)、「コレクションとして」(34.6%)という順となっていました。インテリアの選択肢の1つとしてアート・絵画を購入する人が多いことがわかります。



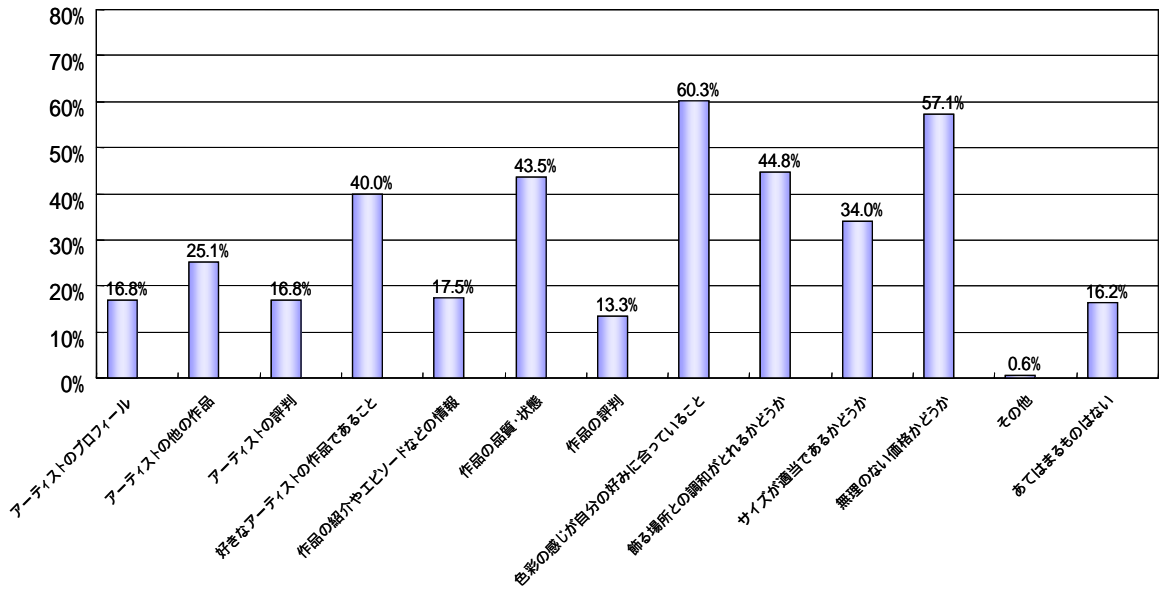
アート・絵画の作品を探す時のポイントは「価格」よりも「色彩の好み」を重視

アート・絵画の作品を探す時のポイントを複数回答形式で尋ねてみたところ、1位は「色彩の好みがあること」(58.7%)、2位は「購入可能な価格帯であること」(56.2%)、3位は「好きなアーティストの作品であること」(46.7%)の順となっていました。作品を見つける時には、値段よりもまずは「自分の好み」を重視する傾向にあるようです。4位は「飾る場所との調和がとれること」(38.7%)となっており、ベスト3に次いでインテリア性も考慮している様子が見えます。



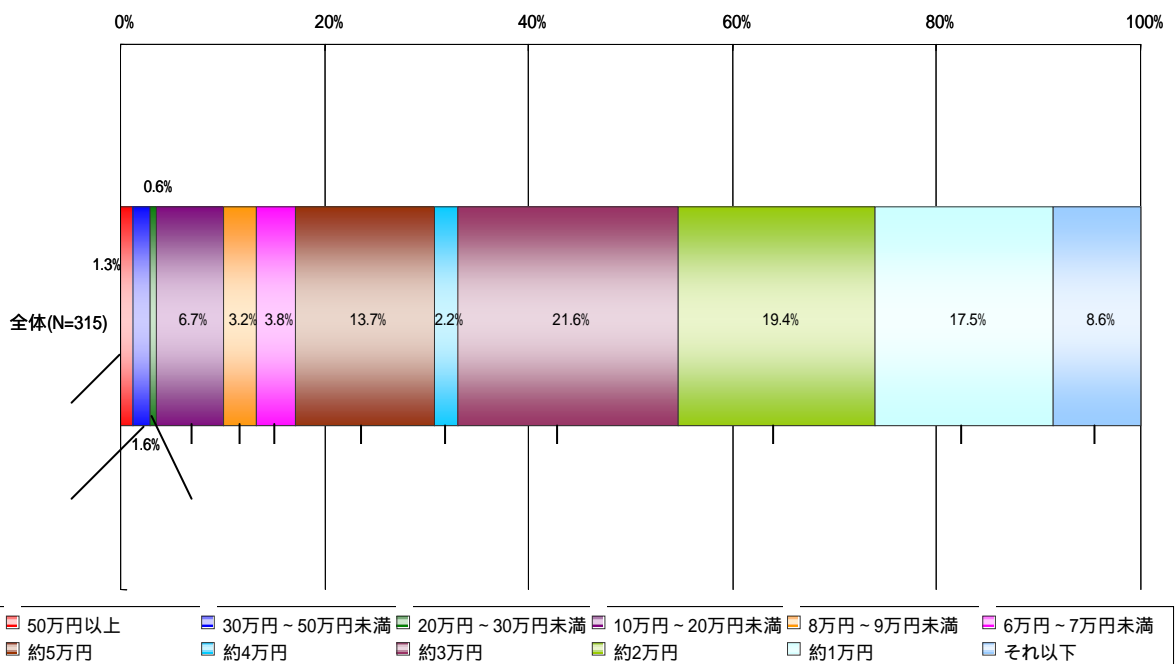
アート・絵画の購入までの間に検討する項目では「色彩の好み」「価格」に次いで「インテリア性」

アート・絵画の作品を購入するまでの間に検討する項目を複数回答形式で尋ねてみました。1位は「色彩の感じが自分の好みに合っていること」(60.3%)、2位は「無理のない価格かどうか」(57.1%)となっており、作品を探す時のポイントと同じ順位でしたが、3位が「飾る場所との調和がとれるかどうか」(44.8%)という結果となっていたことが特徴的です。作品を実際に購入する段階になると、自分の好み、価格に次いでインテリア性を重視していることがわかります。



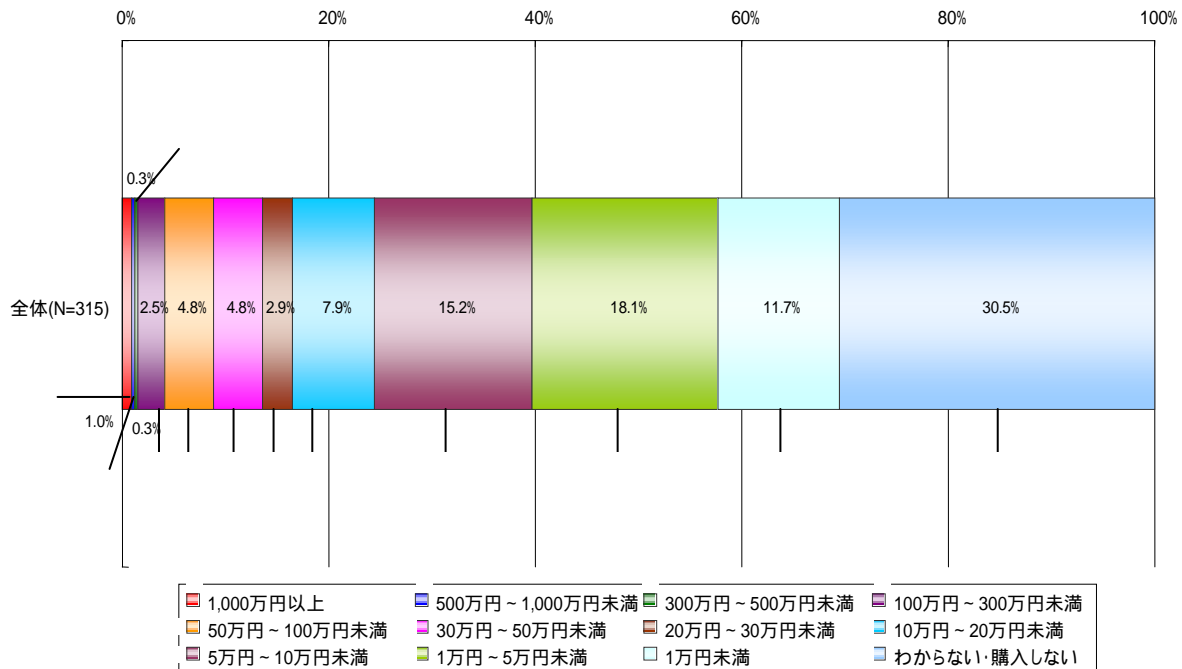
1ヶ月の間に趣味や娯楽、欲しい物などに費やす金額は「約3万円」

1ヶ月の間に趣味や娯楽、欲しい物などに費やす金額を尋ねたところ、ベスト3は「約3万円」(21.6%)、「約2万円」(19.4%)、「約2万円」(19.4%)の順でした。10万円以上の価格帯を挙げた人も約1割いました。



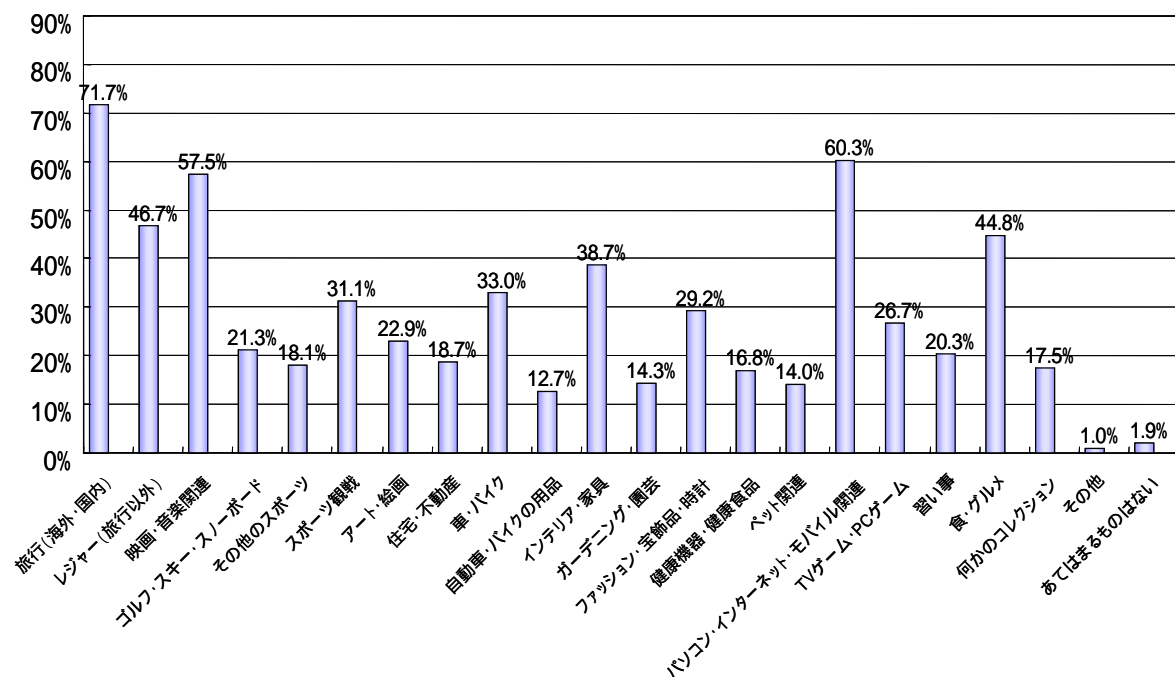
本当に気に入ったアート・絵画の作品を見つけた場合の購入金額の上限は「1～5万円」

本当に気に入ったアート・絵画の作品を見つけた場合の購入金額の上限を尋ねたところ、「わからない・購入しない」(30.5%)と回答した人を除くと、1位は「1～5万円」(18.1%)、2位は「5～10万円」(15.2%)、3位は「1万円未満」(11.7%)という結果でした。1ヶ月の間に趣味や娯楽、欲しい物などに費やす金額に比べると、本当に気に入った作品を入手するためには、少々高くても購入したいと考える人が多いことがわかります。



充実させたい趣味や娯楽は「旅行(海外・国内)」に次いで「パソコン・インターネット・モバイル関連」

充実させたい趣味や娯楽を複数回答形式で尋ねたところ、1位は「旅行(海外・国内)」(71.7%)、2位は「パソコン・インターネット・モバイル関連」(60.3%)、3位は「映画・音楽関連」(57.5%)という結果でした。「インテリア・家具」(38.7%)は6位に入っています。



インテリアとアートのトレンドについての考察

昨今のお宅消費需要の拡大から読み取れるように、居住空間を中心とした生活という単位をより充実させたいという方向性は消費トレンドのひとつの軸となっているといえるでしょう。そうしたメンタルな背景に加え、物理的にも近年ではクローゼットなどの備え付け収納が一般的となり、その分空間とインテリアコーディネーションの自由度が高まってきました。また、デザイナーズマンションブームにもみられるような、デザイン性そのものへの注目度も高まっています。こうした背景がインテリア充実志向を後押し、ひいてはアートへの関心の増大にもつながっているものと思われます。

多様なスタイルが提案されるようになってきているインテリアですが、現在のトレンドとしては、イームズ人氣が火付け役となったミッドセンチュリーモダン・スタイルや、木の素朴な素材感や手仕事の温かみが魅力の、白木の家具やプリントのファブリックがアクセントの北欧モダン・スタイルなどが主流です。いずれもスタイルそのものの独自性ととも、住居に安らぎや温かみを求める傾向を反映しているといえます。また、今後のトレンドの傾向として、北欧モダンのようなシンプルかつ軽さのある洗練されたカジュアルなスタイルと、一方で都会的なグレード感のあるライフスタイルの表現に合致する、重厚な色合いで高級感を出したハイラグジュアリーなスタイルとに、大きく二極化傾向にあるともいえるでしょう。

一方で、アートのトレンドの変化はファッションなどに比較すると緩やかではありますが、例えば、発祥は50年代に遡るが80年代にブームとなり、90年代には一般化した、CGや映像を多用しテクノロジーに依拠したデジタルな作品の流れがあります。また少し遅れて70年代半ば～89年ベルリンの壁崩壊までにかたちづくられ、90年代には大衆化されたニューペインティングとよばれる具象の作品を新しい感性で描く若い作家たちの台頭も特徴的です。伝統的な技法でもある平面のペインティングそのものが再び注目されるようになってきました。更に、ニューヨークやロンドンのコンテンポラリー・アートマーケットでは、写真作品はアート作品としてすでに定着しており、作家本人の手仕事への関心が高まるとともに絵画とくにドローイング的な作品への注目度が高くなっています。ギャラリーでの個展などにおいても、1人の作家の映像とドローイングと写真とを同時にインスタレーションし、そのクリエイションの世界観を表現するケースが増えています。

こうした流れのなかで、例えば、エリザベス・ペイトンやローラ・オーウェンス、ピーター・ドイグなどの、伝統的なペインティングの技法を用いながらも、現代の感性を感じさせる洗練された作風のアーティストたちが人気を集めています。デジタル技術を駆使した表現とは異なった、親密感をもったドローイングの技法、手仕事の温かみが求められる背景には、スロー＆ナチュラルなライフスタイルを求める世の中全体のトレンドが反映されているようです。

インテリアトレンドも考慮し、お客様の好みに合う作品をお選びいただけるタグポート

タグポートが提案するコンテンポラリーアートは、現代の多様なインテリアトレンドに対応し、お客様1人ひとりの感性に適合する作品をお選びいただけるよう工夫を凝らしています。例えば、洗練された良質感のあるライトな感じのインテリアには、優しい色調の作品を、ハイラグジュアリーな重厚感ある空間には、それに負けないクラス感のあるコンテンポラリー・マスターズであるウォール・オブ・ワークスなどの、と選択肢を広く提示しています。

また、お客様のご要望にお応えしての、アートのコンサルティング・サービスも実施しており好評をい

ただいています。ミッドセンチュリー・モダンなインテリアにあわせる絵画をセレクトしてほしい、新築したビルのエントランスに絵を飾りたいなど、お客様の条件やイメージ感を確認した上で、お客様に心から納得していただけるようきめ細やかな対応でアート選びのお手伝いをしています。さらに、お客様満足のさらなる向上を目指して、2004年7月より、お客様が希望される作品を当社が購買代理する「お探しサービス」も開始しました。

*「タグボート」のサービスについて

タグボートは、歴史的に閉鎖性が高く、一般の方々にとっては敷居が高かった「絵画」の取引(売買)をインターネット上で展開する事業です。これまで極めて分かりづかった絵画マーケットにおいて、“透明性の確保”を最優先した独自のビジネスモデルを展開していることが最大の特徴です。価格、品質、返品・買取、関連情報の提供などにおいて公平で的確な情報開示を行うことで、お客様に安心を提供し、徐々に信頼を獲得し、2004年10月でサイト開設1周年を迎えました。

株式会社エムアウト 会社概要

株式会社エムアウトは、FA 部品や金型部品などを中核事業とする専門商社、株式会社ミスミ(東証一部上場)の代表取締役を務めた田口弘が設立した企業です。徹底して市場本位の視点に立ち、そこから商品やサービスを開発・提供する「マーケットアウト」という思想に基づいた“起業専門企業”です。絵画事業を初め様々な事業を展開しています。

・商号	株式会社エムアウト (M-out Inc.)
・設立	2002年10月(会社登記1995年3月)
・代表取締役社長	田口弘
・資本金	5,000万円
・事業内容	絵画事業 ライフクリエイティブ事業(メンタルサポートサービス) アイデクト事業(ジュエリーリフォーム)
・社員数	40名(2004年11月1日現在)
・本社	〒107-0062 東京都港区南青山2-11-16 AIG 青山ビル6F TEL 03(5412)8610 FAX 03(5412)8615
・URL	http://www.m-out.com/

本件に関するお問い合わせ先

アットギャラリー タグボート(@Gallery TAGBOAT)広報事務局 担当：小林

〒102-0084 東京都千代田区二番町2番地平田ビル4F (株)パラフ内
TEL / 03-3556-7188 FAX / 03-3556-7177