

2017 | 2016년 기준 |

미술시장실태조사

SURVEY ON THE ART MARKET



구분	내용	조사결과
미술시장 작품거래규모	작품거래금액	396,469백만 원
	거래 작품 수	33,348점



화랑(a)

화랑 수	437개
종사자 수	1,176명
전시개최횟수	5,683회
전시 참가 작가 수	17,751명
관람객 수	2,507,912명
작품판매금액	215,825백만 원
판매 작품 수	12,524점
매출액	230,604백만 원
지출액	242,513백만 원



경매회사(b)

경매회사 수	12개
종사자 수	199명
경매개최횟수(일반+온라인=총) * 해외개최 경매 제외	29회+391회=420회
작품판매금액	127,798백만 원
판매 작품 수	15,411점
매출액	63,736백만 원
지출액	52,646백만 원



아트페어(c)

아트페어 수	47개
종사자 수	356명
아트페어개최횟수	48회
참가화랑 수	1,509명
참가작가 수	11,218명
관람객 수	942,403명
작품판매금액	73,593백만 원
판매 작품 수	11,805점
수입액	13,893백만 원
지출액	14,504백만 원

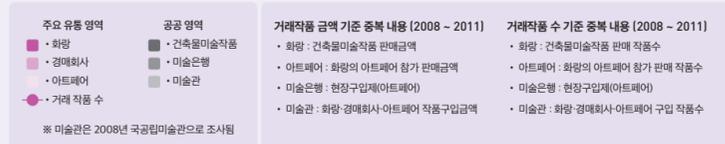
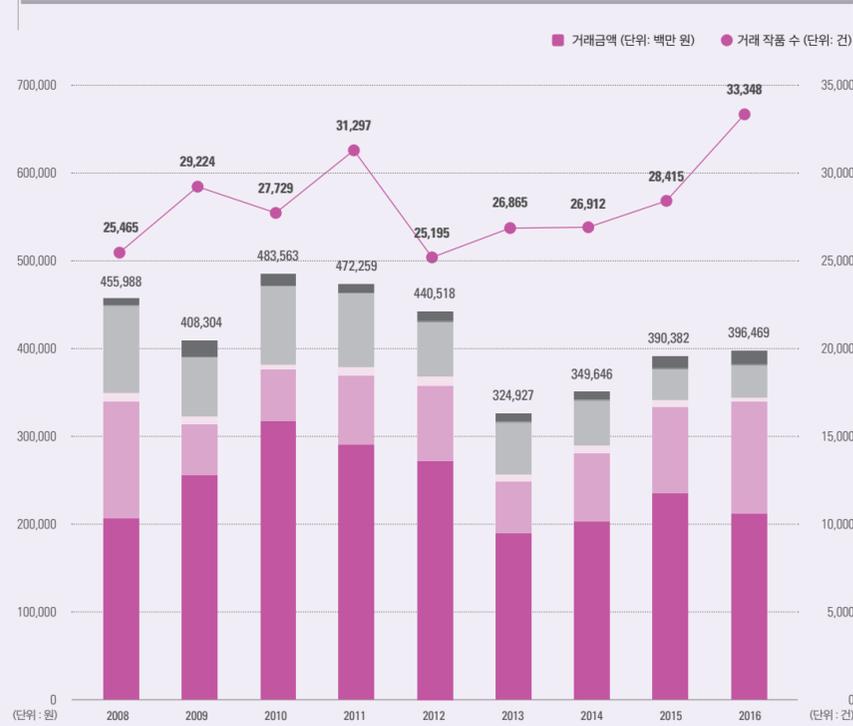


전체(a+b+c)

업체 수	496개
종사자 수	1,731명
전시-경매 아트페어 개최횟수	6,151회
관람객 수(화랑+아트페어)	3,450,315명
작품판매금액	417,216백만 원
판매 작품 수	39,740점
매출(수입)액	308,233백만 원
지출액	309,663백만 원

구분	내용	조사결과
건축물에 대한 미술작품의 설치(a)	작품설치금액	36,805백만 원
	설치 작품 수	319점
	미술은행(b)	작품구입금액
미술관(c)	구입 작품 수	367점
	미술관 수	223개
	종사자 수	2,316명
	전시개최횟수	2,712회
	참가작가 수	36,759명
공공영역	관람객 수	17,440,304명
	작품구입금액	20,122백만 원
	구입 작품 수	2,662점
	수입액	218,186백만 원
	지출액	222,833백만 원

9년간 미술시장 거래 규모 추이



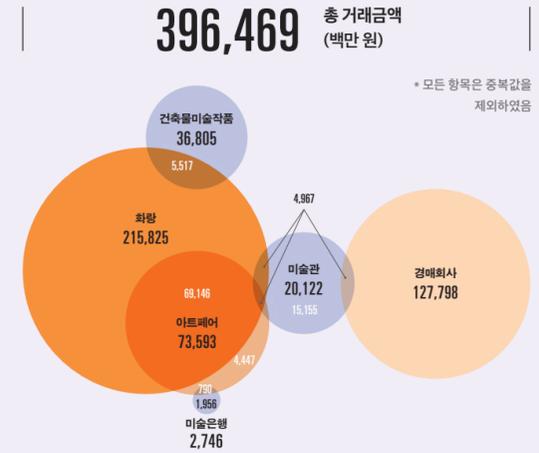
* 중복 작품거래 실적 제외

구분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	
주요 유통 영역	화랑	205,495	254,026	315,959	289,358	270,789	188,123	201,518	233,846	210,308
	경매회사	133,222	58,456	58,595	78,238	85,274	59,216	77,868	98,472	127,798
	아트페어	9,609	9,137	5,287	9,832	10,753	8,407	9,017	7,932	4,447
	계	348,326	321,619	379,841	377,428	366,816	255,746	288,403	340,250	342,553
공공 영역	건축물미술작품	97,537	66,792	89,564	83,557	62,051	58,718	51,017	34,323	36,805
	미술은행	1764	881	940	832	653	1,372	1,396	2,085	1,956
	미술관	8,361	19,012	13,217	10,442	10,998	9,091	8,829	13,724	15,155
	계	107,662	86,685	103,721	94,831	73,702	69,181	61,243	50,132	53,916
거래규모	455,988	408,304	483,563	472,259	440,518	324,927	349,646	390,382	396,469	

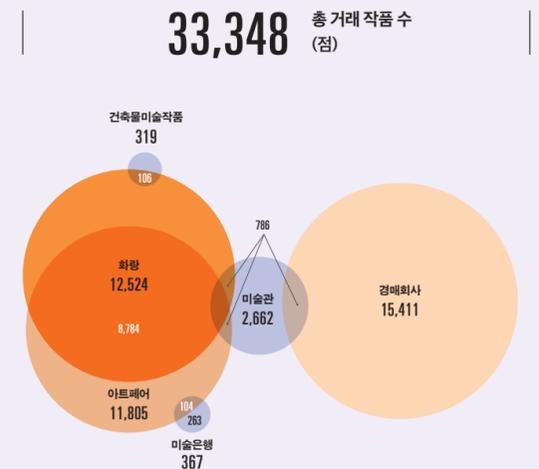
2017 | 2016년도 기준 |
미술시장실태조사

SURVEY ON THE ART MARKET 2017

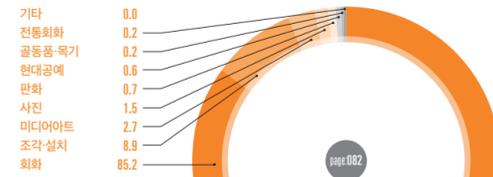
2017 미술시장실태조사
연간 주요 결과



2016년도 국내 미술시장 규모는 작품거래 가격 기준 약 3,965억 원(전년대비 1.6% 증가), 작품거래 수 기준 약 33,348점(전년대비 17.4% 증가)으로 추정됨.



장르별 거래현황 (%)
화랑

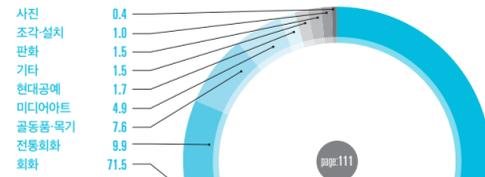


거래금액(백 만원) **215,825**

작품 수(%)

회화	77.0
조각-설치	5.8
사진	5.2
현대공예	5.1
판화	3.8
골동품-목기	1.8
전통회화	0.7
미디어아트	0.6
기타	0.0

장르별 거래현황 (%)
경매회사

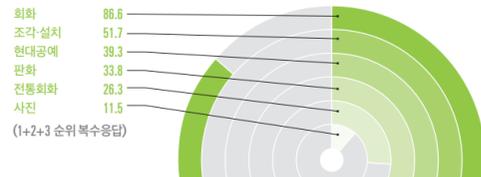


거래금액(백 만원) **127,798**

작품 수(%)

회화	48.2
전통회화	20.6
골동품-목기	10.5
판화	6.5
현대공예	5.8
기타	3.4
조각-설치	2.5
미디어아트	2.1
사진	0.4

장르별 거래현황 (%)
아트페어

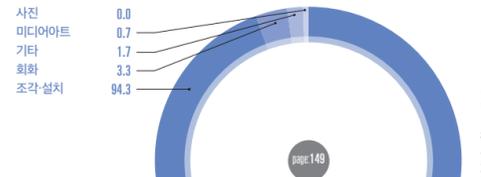


거래금액(백 만원) **73,593**

작품 수(%)

회화	86.6
조각-설치	51.7
현대공예	39.3
판화	33.8
전통회화	26.3
사진	11.5

장르별 거래현황 (%)
건축미술작품

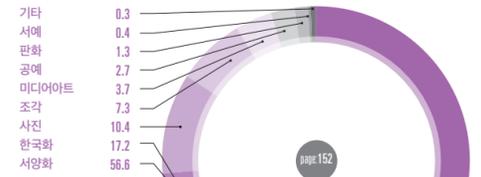


거래금액(백 만원) **36,805**

작품 수(%)

조각-설치	86.5
회화	11.0
기타	1.6
미디어아트	0.6
사진	0.3

장르별 거래현황 (%)
미술은행

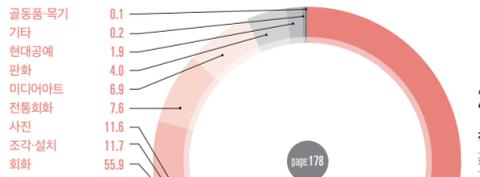


거래금액(백 만원) **2,746**

작품 수(%)

회화	56.6
사진	17.2
미디어아트	10.4
공예	7.3
판화	3.7
현대공예	2.7
기타	2.7
서예	0.4
기타	0.3

장르별 거래현황 (%)
미술관

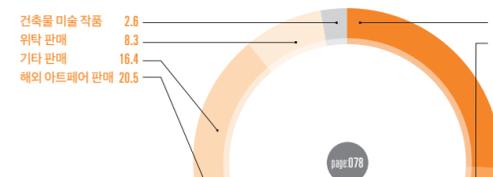


거래금액(백 만원) **20,122**

작품 수(%)

회화	46.3
사진	23.0
전통회화	6.1
조각-설치	6.0
판화	5.7
현대공예	4.4
미디어아트	4.2
기타	3.7
골동품-목기	0.5

판매별 거래현황 (%)
화랑

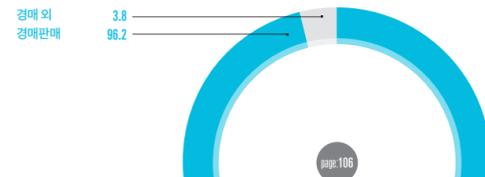


거래금액(백 만원) **215,825**

작품 수(%)

전시판매	57.1
국내아트페어 판매	24.6
해외아트페어 판매	12.4
위탁	4.6
건축물	0.9
기타	0.4

판매별 거래현황 (%)
경매회사

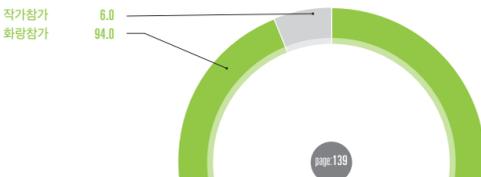


거래금액(백 만원) **127,798**

작품 수(%)

경매판매	98.4
경매 외	1.6

참가방법별 거래현황 (%)
아트페어



거래금액(백 만원) **73,593**

작품 수(%)

화랑참가	94.0
작가참가	6.0

전시개최횟수 (회)
화랑
5,683



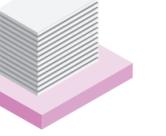
참가작가 수 (명)
화랑
17,751



개최횟수 (회)
경매회사
420



판매작품 수 (점)
경매회사
15,411



개최횟수 (회)
아트페어
48



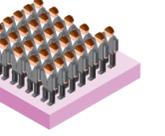
참가작가 수 (명)
아트페어
11,218



전시개최횟수 (회)
미술관
2,712



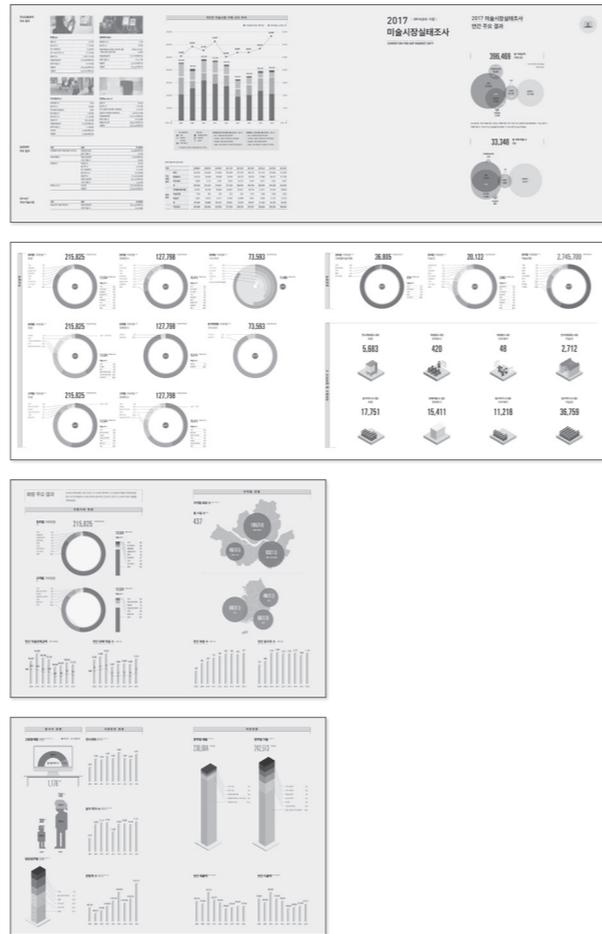
참가작가 수 (명)
미술관
36,759



연간 주요 결과 / 부문별 주요 결과

보고서 첫머리에 연간 주요 통계내용을 시각화하여 2016년 한해 동안의 미술시장 규모와 특성을 파악할 수 있도록 하였음.
각 장의 절이 시작되는 곳에도 부문별 주요 통계정보를 시각화하여 각 부문별 세부 내용을 일목요연하게 파악할 수 있음.

Information Graphics



1장 조사개요

2017 미술시장실태조사의 조사 설계에 대한 내용을 담고 있음. 실태조사의 조사배경과 목적, 조사대상 및 범위, 조사 방법, 조사내용, 분석방법 등 조사 진행과 관련된 전반적인 내용을 상세하게 다루고 있음.

2장 미술시장 규모 및 특성 분석

3장과 4장에서 다루고 있는 미술시장 주요유통영역 및 공공영역의 통계자료를 재구성하여 국내 미술시장 규모와 특성을 파악할 수 있도록 하였음. 미술시장 규모는 업체 수, 종사자 수, 작품판매금액(판매 작품 수), 매출 및 지출액으로 나누어 연도별 추이 및 증감 현황, 상위그룹 분석 등을 시행하였음.

3장 미술시장 주요유통영역 운영 현황

미술시장의 주요유통영역을 화랑, 경매회사, 아트페어로 나누어 각 주체들의 운영 현황을 분석하였음. 세부적으로는 시설 현황, 종사자 현황, 사업 운영 현황, 작품판매 현황, 재정 현황 등을 특성별로 분석한 내용을 담고 있으며, 각 주체들의 시장규모와 운영 실태를 파악하는 것을 목적으로 하고 있음.

4장 미술시장 공공영역 운영 현황

미술시장 작품거래에 직·간접적으로 관여하는 제도 및 미술관에 대한 작품구입 현황을 분석 하고 있음. 건축물에 대한 미술작품의 설치 제도, 미술은행(정부미술은행), 미술관의 운영 현황을 작품 구입실적 중심으로 분석한 내용을 담고 있으며, 각 주체들의 시장 규모와 운영 현황 및 미술 시장에 미치는 영향 파악을 목적으로 하고 있음.

부록 I. 2017 해외미술시장조사 II. 미술시장실태조사 조사표

해외미술시장조사는 세계 주요 달러, 경매, 아트페어, 온라인 시장을 통한 시장 규모를 분석하고 있으며, 한국미술의 세계 미술시장 진출 현황 등을 다루고 있음. 조사표는 설문 조사를 진행한 화랑, 경매회사, 아트페어, 미술관의 조사표가 수록되어 있음.

일러두기

- 본 보고서는 「2008 미술시장실태조사」를 시작으로 매년 발간되고 있으며, 국내 미술시장 유통영역 운영 현황에 관한 통계자료를 수집하고자 기본적으로 설문조사를 실시하고, 기타 외부 관련기관 문헌자료를 일부 활용하여 결과를 수록하였음.
- 2015년부터 조사 시행년도를 보고서 명에 표기하고 있으며, 수록된 데이터는 2016년 기준임.
- 「2017 미술시장실태조사」의 조사대상은 미술시장 주요유통영역인 '화랑(437개)', '경매회사(12개)', '아트페어(47개)'를 대상으로 구조화된 설문지를 통한 조사를 시행하였음. 또한 공공영역 조사를 문헌조사를 통해 '건축물에 대한 미술작품의 설치 제도'와 '미술은행(정부미술은행)'을 조사하였으며, 구조화된 설문지를 통해 '미술관(223개)' 조사를 시행하였음.
- 화랑, 경매회사, 아트페어, 미술관의 모든 결과는 모집단 분석을 통해 화랑은 '지역×법적성격×종사자규모×작품판매규모×작품판매세부규모', 경매회사는 '지역×운영형태×법적성격×매출규모×매출세부규모', 아트페어는 '지역×참가방식×참가규모×작품판매규모', 미술관은 '지역×운영주체×종사자규모'와 같은 층별 가중치를 적용하였음. 통계의 정확성 제고를 위하여 최종 통계산출 과정에서 사후 모수추정 방식을 적용하여 결과를 제시하고 있으며, 경매회사, 아트페어, 미술관의 경우, 각 세분화된 층별 자료의 사례수가 적기 때문에 해석 시에 유의해야함. 또한 층별 가중치가 적용되지 않은 기준의 조사 항목별 사례수 합계가 일부 일치되지 않을 수 있음.
- 통계 자료의 숫자는 소수점 이하 반올림되었으므로 합계와 일치되지 않을 수 있음.
- 조사항목에 대한 정의 및 조사기준 등 세부사항은 설문지에 기록되어 있음.
- 통계표에 사용된 부호의 뜻은 다음과 같음.
[-] 조사 결과값이 0이거나 0의 근사값인 경우
[+] 조사 결과값의 마이너스 부호
- 「2017 미술시장실태조사」는 (재)예술경영지원센터 홈페이지 (<http://www.gokams.or.kr>)에서 온라인 자료를 다운받아 활용할 수 있음.
- 수록된 자료에 대한 문의사항은 (재)예술경영지원센터 예술산업진흥실 시각유통팀 (02-708-2254)으로 문의바람.

목차

1장 조사개요

이용자를 위하여	002
일러두기	004
1. 조사배경 및 목적	018
2. 조사대상 및 범위	019
3. 조사방법	021
4. 조사내용	023
5. 실사진행 결과 및 모수추정	025
6. 분석방법	032

2장 미술시장 규모 및 특성 분석

1절 미술시장 규모 분석	
1. 미술시장 작품거래 규모 추정결과	036
2. 미술시장 주요유통영역 규모	038
3. 미술시장 공공영역 규모	044
2절 미술시장 특성 분석	
1. 주요 특성별 작품거래 규모	048
2. 재정 규모	051

3장 미술시장 주요유통영역 운영 현황

1절 화랑 운영 현황	
화랑 주요 결과	056
1. 화랑 일반 현황	060
2. 화랑 종사자 현황	063
3. 화랑 사업 운영 현황	066
4. 화랑 작품판매 현황	075
5. 화랑 재정 현황	086
2절 경매회사 운영 현황	
경매회사 주요 결과	092

4장 미술시장 공공영역 운영 현황

1. 경매회사 일반 현황	096
2. 경매회사 종사자 현황	099
3. 경매회사 사업 운영 현황	101
4. 경매회사 작품판매 현황	105
5. 경매회사 재정 현황	120
3절 아트페어 운영 현황	
아트페어 주요 결과	124
1. 아트페어 일반 현황	128
2. 아트페어 종사자 현황	131
3. 아트페어 사업 운영 현황	133
4. 아트페어 작품판매 현황	139
5. 아트페어 재정 현황	142
1절 건축물에 대한 미술작품의 설치 현황	
건축물에 대한 미술작품의 설치 현황 주요 결과	148
1. 건축물미술작품 연간 설치 현황	149
2. 건축물미술작품 특성별 설치 현황	150
2절 미술은행 운영 현황	
미술은행 주요 결과	152
1. 미술은행 작품구입 현황	154
2. 미술은행 작품 활용 현황	155
3. 정부미술은행 현황	156
3절 미술관 운영 현황	
미술관 주요 결과	158
1. 미술관 일반 현황	162
2. 미술관 종사자 현황	165
3. 미술관 사업 운영 현황	168
4. 미술관 작품구입 현황	174
5. 미술관 작품수집 현황	182
6. 미술관 재정 현황	184

부록

I. 2017 해외미술시장조사	주요결과 및 이슈 분석	191
	1. 조사목적	195
	2. 조사범위 및 출처	195
	1절 세계 미술시장 현황	
	1. 세계 미술시장 규모 분석	198
	2. 세계 경매시장 현황	204
	3. 세계 아트페어 현황	212
	4. 온라인 미술시장	219
	2절 한국미술의 세계 미술시장 진출 현황	
	1. 한국 작가의 해외경매 참가 현황	222
	2. 한국 화랑의 해외 아트페어 참가 현황	225
II. 미술시장실태조사	주요유통영역 조사표	
	1. 화랑	233
	2. 경매회사	241
	3. 아트페어	251
	공공영역 조사표	
	1. 국·공립·대학 미술관	257
	2. 사립 미술관	265

표 목차

1장 | 조사개요

표 1-1	2017 미술시장실태조사 조사범위	020
표 1-2	2017 미술시장실태조사 조사모집단 정의 및 수집 경로	020
표 1-3	2017 미술시장실태조사 주요유통영역 조사방법	022
표 1-4	2017 미술시장실태조사 공공영역 조사방법	022
표 1-5	주요유통영역 조사항목 및 주요 조사내용	023
표 1-6	공공영역 조사항목 및 주요 조사내용	024
표 1-7	화랑 실사 결과 - 권역	025
표 1-8	화랑 실사 결과 - 종사자 수	025
표 1-9	화랑 실사 결과 - 작품판매 규모	025
표 1-10	경매회사 실사 결과 - 매출 규모	026
표 1-11	아트페어 실사 결과 - 참가방식	026
표 1-12	아트페어 실사 결과 - 참가 규모	026
표 1-13	미술관 실사 결과 - 운영주체	027
표 1-14	미술관 실사 결과 - 종사자 수	027
표 1-15	화랑 모집단과 표본의 특성 및 층별 가중치	029
표 1-16	경매회사 모집단과 표본의 특성 및 층별 가중치	030
표 1-17	아트페어 모집단과 표본의 특성 및 층별 가중치	030
표 1-18	미술관 모집단과 표본의 특성 및 층별 가중치	031
표 1-19	기관별 주요 변수 추정오차	032

2장 | 미술시장 규모 및 특성 분석

	1절. 미술시장 규모 분석	
표 2-1-1	2016년 미술시장 작품거래 규모 추정 - 작품거래금액 기준	037
표 2-1-2	2016년 미술시장 작품거래 규모 추정 - 거래 작품 수 기준	037
표 2-1-3	미술시장 주요유통영역 시장 규모	038
표 2-1-4	연도별 업체 수 증감 현황	040
표 2-1-5	연도별 종사자 수 증감 현황	040
표 2-1-6	연도별 작품판매금액 증감 현황	041
표 2-1-7	연도별 판매 작품 수 증감 현황	041
표 2-1-8	연도별 매출(수입)액 증감 현황	042
표 2-1-9	연도별 지출액 증감 현황	042
표 2-1-10	주요유통영역 상위그룹 시장 점유율 세부 현황	043
표 2-1-11	미술시장 공공영역 규모	044
표 2-1-12	연도별 미술관 수 증감 현황	046
표 2-1-13	연도별 평균 지출액 증감 현황	046
표 2-1-14	연도별 작품구입금액 증감 현황	047

표 2-1-15	연도별 구입 작품 수 증감 현황	047
----------	-------------------	-----

3장 | 미술시장 주요유통영역 운영 현황

	1절. 화랑 운영 현황	
표 3-1-1	화랑 시설 세부 현황	063
표 3-1-2	화랑 고용형태별 종사자 현황	064
표 3-1-3	화랑 담당업무별 종사자 현황	065
표 3-1-4	화랑 전시 개최 현황	066
표 3-1-5	화랑 전시 개최 현황	067
표 3-1-6	화랑 국제전시 개최 현황	068
표 3-1-7	화랑 유료전시 개최 현황	069
표 3-1-8	화랑 관람객 세부 현황	070
표 3-1-9	화랑 아트페어 참가 세부 현황	071
표 3-1-10	전속작가 제도 운영 화랑 현황	073
표 3-1-11	화랑 전속작가 현황	074
표 3-1-12	화랑 연간 작품판매 현황 - 작품판매 금액 기준	076
표 3-1-13	화랑 연간 작품판매 현황 - 작품판매 금액 기준(전체)	076
표 3-1-14	화랑 연간 작품판매 현황 - 판매 작품 수 기준	077
표 3-1-15	화랑 연간 작품판매 현황 - 판매 작품 수 기준(전체)	077
표 3-1-16	화랑 국·내외 작품판매 현황 - 작품판매 금액 기준	079
표 3-1-17	화랑 국내·외 작품판매 현황 - 판매 작품 수 기준	079
표 3-1-18	화랑 판매방법별 작품판매 현황 - 작품판매금액 기준	081
표 3-1-19	화랑 판매방법별 작품판매 현황 - 판매 작품 수 기준	081
표 3-1-20	화랑 고객별 작품판매 현황 - 작품판매금액 기준	083
표 3-1-21	화랑 고객별 작품판매 현황 - 판매 작품 수 기준	083
표 3-1-22	화랑 장르별 작품판매 현황 - 작품판매금액 기준	085
표 3-1-23	화랑 장르별 작품판매 현황 - 판매 작품 수 기준	085
표 3-1-24	화랑 연간 매출액 세부 현황	087
표 3-1-25	화랑 항목별 매출 세부 현황	088
표 3-1-26	화랑 연간 지출액 세부 현황	089
표 3-1-27	화랑 항목별 지출 세부 현황	090
	2절. 경매회사 운영 현황	
표 3-2-1	경매회사 시설 현황	098
표 3-2-2	경매회사 고용형태별 종사자 현황	099
표 3-2-3	경매회사 담당업무별 종사자 현황	100
표 3-2-4	경매회사 경매 개최 세부 현황	102
표 3-2-5	경매 개최횟수 세부 현황	103
표 3-2-6	경매 참가자 현황	103
표 3-2-7	경매 외 사업 운영 현황	104

표 3-2-8	경매회사 회원 세부 현황	105
표 3-2-9	경매회사 연간 작품낙찰 세부 현황	106
표 3-2-10	경매회사 연간 평균 낙찰률 현황	107
표 3-2-11	경매회사 연간 작품판매 현황	109
표 3-2-12	경매회사 작품가격대별 판매 현황 - 작품판매금액 기준	110
표 3-2-13	경매회사 작품가격대별 판매 현황 - 판매 작품 수 기준	110
표 3-2-14	경매회사 고객별 작품판매 현황 - 작품판매금액 기준	111
표 3-2-15	경매회사 고객별 작품판매 현황 - 판매 작품 수 기준	112
표 3-2-16	경매회사 장르별 작품판매 현황 - 작품판매금액 기준	113
표 3-2-17	경매회사 장르별 작품판매 현황 - 판매 작품 수 기준	113
표 3-2-18	온라인 경매 연간 작품판매 현황	114
표 3-2-19	온라인 경매 작품가격대별 판매 현황 - 작품판매금액 기준	115
표 3-2-20	온라인 경매 작품가격대별 판매 현황 - 판매 작품 수 기준	115
표 3-2-21	온라인 경매 장르별 작품판매 현황 - 작품판매금액 기준	117
표 3-2-22	온라인 경매 장르별 작품판매 현황 - 판매 작품 수 기준	117
표 3-2-23	해외 경매 연간 작품판매 현황	118
표 3-2-24	해외 경매 작품가격대별 판매 현황 - 작품판매금액 기준	118
표 3-2-25	해외 경매 작품가격대별 판매 현황 - 판매 작품 수 기준	119
표 3-2-26	해외 경매 장르별 작품판매 현황 - 작품판매금액 기준	120
표 3-2-27	해외 경매 장르별 작품판매 현황 - 판매 작품 수 기준	120
표 3-2-28	경매회사 매출액 세부 현황	121
표 3-2-29	경매회사 항목별 매출 세부 현황	122
표 3-2-30	경매회사 연간 지출액 세부 현황	123
표 3-2-31	경매회사 항목별 지출 세부 현황	123

3절. 아트페어 운영 현황

표 3-3-1	아트페어 고용형태별 종사자 현황	131
표 3-3-2	아트페어 담당업무별 종사자 현황	132

표 3-3-3	아트페어 참가 화랑 세부 현황 - 화랑참가 아트페어	134
표 3-3-4	아트페어 참가 작가 세부 현황 - 화랑참가 아트페어	135
표 3-3-5	아트페어 참가 작가 세부 현황 - 작가참가 아트페어	135
표 3-3-6	국제 아트페어 참가자(국가·화랑·작가) 현황 - 화랑참가 아트페어	136
표 3-3-7	국제 아트페어 참가자(국가·작가) 현황 - 작가참가 아트페어	137
표 3-3-8	아트페어 참가자(화랑·작가) 모집 방법 세부 현황	137
표 3-3-9	아트페어 평균 참가비(부스비) 현황	138
표 3-3-10	아트페어 연간 관람객 세부 현황	139
표 3-3-11	아트페어 연간 작품판매 현황	140
표 3-3-12	아트페어 판매방법별 작품판매 세부 현황	141
표 3-3-13	아트페어 장르별 작품판매 세부 현황 (1+2+3순위 기준)	142
표 3-3-14	아트페어 연간 수입액 세부 현황	143
표 3-3-15	아트페어 항목별 수입 세부 현황	143
표 3-3-16	아트페어 연간 지출액 세부 현황	144
표 3-3-17	아트페어 항목별 지출 세부 현황	145

4장 | 미술시장 공공영역 운영 현황

1절. 건축물에 대한 미술작품의 설치 현황

표 4-1-1	건축미술작품 연간 설치 현황	149
표 4-1-2	건축미술작품 시도별 설치 현황	150
표 4-1-3	건축물미술작품 수별 설치 세부 현황	151
표 4-1-4	건축물미술작품 건축물 용도별 설치 현황	151
표 4-1-5	건축물미술작품 건축물 장르별 설치 현황	151

2절. 미술은행 운영 현황

표 4-2-1	미술은행 장르별 작품구입 세부 현황	154
표 4-2-2	미술은행 대여요율	155
표 4-2-3	미술은행 작품대여 현황	155
표 4-2-4	미술은행 장르별 작품대여 현황	155
표 4-2-5	정부미술은행 작품구입 현황	156
표 4-2-6	정부미술은행 작품 장르별 대여활용도 현황	156

3절. 미술관 운영 현황

표 4-3-1	미술관 시설 세부 현황	165
표 4-3-2	미술관 고용형태별 종사자 현황	166
표 4-3-3	미술관 담당업무별 종사자 현황	167
표 4-3-4	미술관 전시 개최 현황	168

표 4-3-5	미술관 전시유형별 전시 개최	169
표 4-3-6	미술관 유료전시 개최 현황	170
표 4-3-7	미술관 관람객 세부 현황	171
표 4-3-8	미술관 관람료 현황	172
표 4-3-9	미술관 기타 사업 운영 현황	172
표 4-3-10	미술관 일반 회원 현황	173
표 4-3-11	미술관 연간 작품구입 현황 - 작품구입금액 기준	174
표 4-3-12	미술관 연간 작품구입 현황 - 작품구입금액 기준(전체)	175
표 4-3-13	미술관 연간 작품구입 현황 - 구입 작품 수 기준	175
표 4-3-14	미술관 연간 작품구입 현황 - 구입 작품 수 기준(전체)	176
표 4-3-15	미술관 국내·외 작품구입 현황 - 작품구입금액 기준	177
표 4-3-16	미술관 국내·외 작품구입 현황 - 구입 작품 수 기준	177
표 4-3-17	미술관 구입방법별 작품구입 현황 - 작품구입금액 기준	179
표 4-3-18	미술관 구입방법별 작품구입 현황 - 구입 작품 수 기준	179
표 4-3-19	미술관 장르별 작품구입 현황 - 작품구입금액 기준	181
표 4-3-20	미술관 장르별 작품구입 현황 - 구입 작품 수 기준	181
표 4-3-21	미술관 수집방법별 작품수집 현황	183
표 4-3-22	기증 작품 감정가 현황	183
표 4-3-23	미술관 연간 수입액 세부 현황	184
표 4-3-24	미술관 항목별 수입 세부 현황	185
표 4-3-25	미술관 연간 지출액 세부 현황	186
표 4-3-26	미술관 항목별 지출 세부 현황	187

부록 | I. 해외미술시장조사

표 A-1	해외 미술시장 조사 범위 및 기준	195
표 A-2	조사내용별 조사 범위 및 주요자료 출처	196

1절. 세계 미술시장 현황

표 A1-1	2016 세계 미술시장 주요 이슈	198
표 A1-2	세계 미술시장 작품판매액 및 건수 추이 (2006년~2016년)	199
표 A1-3	국가별 작품판매 점유율 (2016년)	200
표 A1-4	판매 경로별 작품판매액 및 비중(2016년)	202
표 A1-5	세계 경매시장 상위 10위 (2016년) - 작품판매액 기준	207
표 A1-6	세계 경매시장 상위 10위 (2015년) - 작품판매액 기준	208
표 A1-7	세계 경매시장 상위 10위 낙찰 작가 현황 (2016년)	209
표 A1-8	세계 현대미술 경매시장 상위 10위 낙찰 작가 현황 (2016년 7월~2017년 6월)	210

표 A1-9	아시아 및 중동지역 주요 아트페어 현황	213
표 A1-10	미주 및 남미지역 주요 아트페어 현황	214
표 A1-11	유럽지역 주요 아트페어 현황	216
표 A1-12	미술시장 온라인 플랫폼의 방문자, 구매자, 만족도 등 순위	220

2절. 한국미술의 세계 미술시장 진출 현황

표 A2-1	경매사별 해외 경매 낙찰 결과(2016년)	222
표 A2-2	지역별 해외 경매 낙찰 결과(2016년)	223
표 A2-3	한국작가 해외경매 낙찰가 상위 10위 (2016년)	224
표 A2-4	한국작가 해외 경매 낙찰건수 상위 10위 (2016년)	225
표 A2-5	해외 주요 아트페어 한국 화랑 참가 현황 (2016)	225
표 A2-6	아시아 주요 아트페어 한국 화랑 참가 현황 (2016년)	228
표 A2-7	2016년 한국 작가 전시 현황 (2016년)	230

그림 목차

1장 | 조사개요

그림 1-1 미술시장실태조사 조사 설계에 따른 미술시장 구조	019
그림 1-2 조사 추진 절차	021

2장 | 미술시장 규모 및 특성 분석

1절. 미술시장 규모 분석

그림 2-1-1 미술시장 작품거래 규모 추정방법	036
그림 2-1-2 미술시장 주요유통영역 시장 규모 비중	038
그림 2-1-3 연도별 주요유통영역 시장 규모 추이	039
그림 2-1-4 주요유통영역 상위그룹 시장 점유율 - 작품판매 금액 기준	043
그림 2-1-5 미술시장 공공영역 규모 비중	044
그림 2-1-6 연도별 공공영역 규모 추이	045

2절. 미술시장 특성 분석

그림 2-2-1 장르별 작품판매 규모(화랑) - 작품판매 금액 기준	048
그림 2-2-2 장르별 작품판매 규모(경매회사) - 작품판매 금액 기준	048
그림 2-2-3 장르별 작품판매 규모(아트페어)	048
그림 2-2-4 판매방법별 작품판매 규모(화랑) - 작품판매 금액 기준	049
그림 2-2-5 판매방법별 작품판매 규모(경매회사) - 작품판매 금액 기준	049
그림 2-2-6 판매방법별 작품판매 규모(아트페어)	049
그림 2-2-7 고객별 작품판매 규모(화랑) - 작품판매 금액 기준	050
그림 2-2-8 고객별 작품판매 규모(경매회사) - 작품판매 금액 기준	050
그림 2-2-9 화랑 매출구조	051
그림 2-2-10 화랑 지출구조	051
그림 2-2-11 경매회사 매출구조	051
그림 2-2-12 경매회사 지출구조	051
그림 2-2-13 아트페어 수입구조	052
그림 2-2-14 아트페어 지출구조	052

3장 | 미술시장 주요유통영역 운영 현황

1절. 화랑 운영 현황

그림 3-1-1 화랑 주요 전시형태별 현황	060
그림 3-1-2 화랑 지역별 현황	060
그림 3-1-3 화랑 설립연대별 현황	061
그림 3-1-4 화랑 법정성격별 현황	061
그림 3-1-5 화랑 국내 지점 운영 현황	062
그림 3-1-6 화랑 해외 지점 및 파트너십 운영 현황	062
그림 3-1-7 화랑 시설 보유 여부	062
그림 3-1-8 화랑 총 종사자 현황	063
그림 3-1-9 화랑 담당업무별 인력 보유 여부	064
그림 3-1-10 화랑 4대 보험 가입 현황	065
그림 3-1-11 4대 보험 가입률	065
그림 3-1-12 화랑 전시유형별 전시 개최 여부	067
그림 3-1-13 화랑 관람객 현황	069
그림 3-1-14 화랑 아트페어 참가 현황	070
그림 3-1-15 화랑 국내 아트페어 참가 현황	071
그림 3-1-16 화랑 해외 아트페어 참가 현황	071
그림 3-1-17 화랑 국내 아트페어 참가 성과	072
그림 3-1-18 화랑 해외 아트페어 참가 성과	072
그림 3-1-19 화랑 전속작가 계약 방식 현황	074
그림 3-1-20 화랑 전속작가 지원 현황	075
그림 3-1-21 화랑 국내 아트페어 참가 현황 - 작품판매금액 기준	075
그림 3-1-22 화랑 해외 아트페어 참가 현황 - 판매 작품 수 기준	075
그림 3-1-23 화랑 평균 작품판매 수수료율 현황	078
그림 3-1-24 화랑 국내·외 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준	078
그림 3-1-25 화랑 국내·외 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준	078
그림 3-1-26 화랑 판매방법별 작품판매 여부	080
그림 3-1-27 화랑 판매방법별 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준	080
그림 3-1-28 화랑 판매방법별 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준	080
그림 3-1-29 화랑 고객별 작품판매 여부	082
그림 3-1-30 화랑 고객별 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준	082
그림 3-1-31 화랑 고객별 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준	082

그림 3-1-32 화랑 장르별 작품판매 여부	084
그림 3-1-33 화랑 장르별 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준	084
그림 3-1-34 화랑 장르별 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준	084
그림 3-1-35 화랑 연간 매출액 현황	086
그림 3-1-36 화랑 항목별 매출 세부 현황	087
그림 3-1-37 화랑 연간 지출액 현황	088
그림 3-1-38 화랑 항목별 지출액 현황	089

2절. 경매회사 운영 현황

그림 3-2-1 경매회사 주요 경매형태별 현황	096
그림 3-2-2 경매회사 지역별 분포 현황	097
그림 3-2-3 경매회사 설립연대별 현황	097
그림 3-2-4 경매회사 법적성격별 현황	097
그림 3-2-5 경매회사 시설 보유 여부	098
그림 3-2-6 경매회사 총 종사자 현황	099
그림 3-2-7 경매회사 담당업무별 종사자 보유 여부	100
그림 3-2-8 경매회사 4대 보험 가입 현황	101
그림 3-2-9 경매회사 4대 보험 가입률	101
그림 3-2-10 경매회사 경매 개최 여부	101
그림 3-2-11 경매회사 경매 개최 현황	102
그림 3-2-12 경매 개최횟수 현황	102
그림 3-2-13 경매 외 사업 운영 여부	104
그림 3-2-14 경매회사 연간 경매 작품낙찰 규모 - 작품낙찰금액 기준	105
그림 3-2-15 경매회사 연간 경매 작품낙찰 규모 - 낙찰 작품 수 기준	105
그림 3-2-16 경매회사 국내·외 작품낙찰 규모 - 작품낙찰금액 기준	106
그림 3-2-17 경매회사 국내·외 작품낙찰 규모 - 낙찰 작품 수 기준	106
그림 3-2-18 경매회사 연간 경매 외 작품판매 현황	107
그림 3-2-19 경매회사 연간 경매 외 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준	108
그림 3-2-20 경매회사 연간 경매 외 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준	108
그림 3-2-21 경매회사 연간 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준	108
그림 3-2-22 경매회사 연간 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준	108
그림 3-2-23 경매회사 작품가격대별 판매 규모	109

- 작품판매금액 기준	084
그림 3-2-24 경매회사 작품가격대별 판매 규모 - 판매 작품 수 기준	109
그림 3-2-25 경매회사 고객별 작품판매 여부	111
그림 3-2-26 경매회사 고객별 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준	111
그림 3-2-27 경매회사 고객별 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준	111
그림 3-2-28 경매회사 장르별 작품판매 여부	112
그림 3-2-29 경매회사 장르별 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준	113
그림 3-2-30 경매회사 장르별 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준	113
그림 3-2-31 온라인 경매 작품판매 현황	114
그림 3-2-32 온라인 경매 작품가격대별 판매 규모 - 작품판매금액 기준	115
그림 3-2-33 온라인 경매 작품가격대별 판매 규모 - 판매 작품 수 기준	115
그림 3-2-34 온라인경매 장르별 작품판매 여부	116
그림 3-2-35 온라인 경매 장르별 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준	116
그림 3-2-36 온라인 경매 장르별 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준	116
그림 3-2-37 해외 경매 작품판매 현황	117
그림 3-2-38 해외 경매 작품가격대별 판매 규모 - 작품판매금액 기준	118
그림 3-2-39 해외 경매 작품가격대별 판매 규모 - 작품판매금액 기준	118
그림 3-2-40 해외 경매 장르별 작품판매 여부	119
그림 3-2-41 해외 경매 장르별 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준	119
그림 3-2-42 해외 경매 장르별 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준	119
그림 3-2-43 경매회사 연간 매출액 현황	121
그림 3-2-44 경매회사 항목별 매출 현황	121
그림 3-2-45 경매회사 연간 지출액 현황	122
그림 3-2-46 경매회사 항목별 지출 현황	123

3절. 아트페어 운영 현황

그림 3-3-1 아트페어 참가방법별 현황	128
그림 3-3-2 아트페어 전시 작품 시대별 현황	129
그림 3-3-3 아트페어 전시 작품 장르별 현황	129

그림 3-3-4 아트페어 개최 지역별 현황	129
그림 3-3-5 아트페어 최초 개최연대별 현황	130
그림 3-3-6 아트페어 법적성격별 현황	130
그림 3-3-7 아트페어 총 종사자 현황	131
그림 3-3-8 아트페어 담당업무별 종사자 보유 여부	132
그림 3-3-9 아트페어 4대 보험 가입 현황	133
그림 3-3-10 아트페어 4대 보험 가입률	133
그림 3-3-11 아트페어 월별 개최 현황	133
그림 3-3-12 아트페어 참가 화랑 현황 - 화랑참가 아트페어	134
그림 3-3-13 아트페어 참가 작가 현황 - 화랑참가 아트페어	134
그림 3-3-14 아트페어 참가 작가 현황 - 작가참가 아트페어	135
그림 3-3-15 국제 아트페어 현황 - 화랑참가 아트페어	136
그림 3-3-16 국제 아트페어 현황 - 작가참가 아트페어	136
그림 3-3-17 아트페어 참가 작가 현황	137
그림 3-3-18 아트페어 참가비(부스비) 현황	138
그림 3-3-19 아트페어 연간 관람객 현황	138
그림 3-3-20 아트페어 연간 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준	139
그림 3-3-21 아트페어 연간 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준	139
그림 3-3-22 아트페어 판매방법별 작품판매 여부	140
그림 3-3-23 아트페어 판매방법별 작품판매 현황	141
그림 3-3-24 아트페어 장르별 작품판매 현황	141
그림 3-3-25 아트페어 연간 수입액 현황	142
그림 3-3-26 아트페어 항목별 수입 현황	143
그림 3-3-27 아트페어 연간 지출액 현황	144
그림 3-3-28 아트페어 항목별 지출 현황	145

4장 | 미술시장 공공영역 운영 현황

1절. 건축물에 대한 미술작품의 설치 현황

그림 4-1-1 건축물미술작품 연간 설치 현황 - 설치작품금액 기준	149
그림 4-1-2 건축물미술작품 연간 설치 현황 - 설치 작품 수 기준	149
그림 4-1-3 건축물미술작품 지역별 설치 현황	150

- 설치 작품 금액 기준	
그림 4-1-4 건축물미술작품 지역별 설치 현황 - 설치 작품 수 기준	150
그림 4-1-5 건축물미술작품 가격대별 설치 현황	150

2절. 미술은행 운영 현황

그림 4-2-1 미술은행 장르별 작품구입 현황 - 작품구입금액 기준	154
그림 4-2-2 미술은행 장르별 작품구입 현황 - 작품구입 수 기준	154

3절. 미술관 운영 현황

그림 4-3-1 미술관 운영주체	162
그림 4-3-2 미술관 지역별 분포 현황	162
그림 4-3-3 미술관 설립연대별 현황	163
그림 4-3-4 미술관 설립 및 운영주체별 현황	163
그림 4-3-5 미술관 분관 운영 현황	164
그림 4-3-6 미술관 시설 보유 여부	164
그림 4-3-7 미술관 총 종사자 현황	165
그림 4-3-8 미술관 담당 업무별 종사자 보유 여부	166
그림 4-3-9 미술관 전시유형별 전시 개최 여부	169
그림 4-3-10 유료전시 개최 미술관 현황	170
그림 4-3-11 미술관 관람객 현황	171
그림 4-3-12 미술관 전시유형별 전시 개최 여부	173
그림 4-3-13 미술관 연간 작품구입 규모 - 작품구입금액 기준	174
그림 4-3-14 미술관 연간 작품구입 규모 - 구입 작품 수 기준	174
그림 4-3-15 미술관 국내·외 작품 구입 규모 - 작품구입금액 기준	176
그림 4-3-16 미술관 국내·외 작품 구입 규모 - 구입 작품 수 기준	176
그림 4-3-17 미술관 구입방법별 작품구입 여부	178
그림 4-3-18 미술관 구입방법별 작품구입 여부 - 작품구입금액 기준	178
그림 4-3-19 미술관 구입방법별 작품구입 여부 - 구입 작품 수 기준	178
그림 4-3-20 미술관 장르별 작품구입 여부	180
그림 4-3-21 미술관 장르별 작품구입 규모 - 작품구입금액 기준	180

그림 4-3-22 미술관 장르별 작품구입 규모 - 구입 작품 수 기준	180
그림 4-3-23 연간 작품수집 미술관 현황	182
그림 4-3-24 미술관 수집방법별 작품수집 여부	182
그림 4-3-25 미술관 연간 수입액 현황	184
그림 4-3-26 미술관 항목별 수입 현황	185
그림 4-3-27 미술관 연간 지출액 현황	186
그림 4-3-28 미술관 항목별 지출액 현황	187

부록 | I. 해외미술시장조사

1절. 세계 미술시장 현황

그림 A1-1 세계 미술시장 작품판매액 및 건수 추이 (2006년~2016년)	199
그림 A1-2 세계 미술시장 주요 국가별 점유율 (2016년)	200
그림 A1-3 유럽 미술시장 주요 국가별 점유율 (2016년)	201
그림 A1-4 세계 미술시장 주요 국가별 점유율 추이 (2006년~2016년)	201
그림 A1-5 달러의 미술품 판매경로 (2016년)	203
그림 A1-6 달러를 통한 작품 구매자 현황	203
그림 A1-7 세계 경제시장 작품판매 규모 추이 (2006년~2016년)	204
그림 A1-8 주요 국가별 경제시장 현황 - 작품 판매액 기준	205
그림 A1-9 주요 국가별 경제시장 현황 - 작품 판매액 기준	205
그림 A1-10 시대별 미술품 경제 판매액	206
그림 A1-11 연간 아트페어 작품판매액 추이 (2010년~2016년)	212
그림 A1-12 온라인 미술시장 규모 추이 (2013년~2016년)	219
그림 A1-13 세계 주요 경매사의 온라인경매 작품판매액 (2015년 vs. 2016년)	219

2절. 한국미술의 세계 미술시장 진출 현황

그림 A2-1 지역별 한국작가 해외경매 낙찰현황(2016년)	223
-----------------------------------	-----

01

1장
조사개요

1장 조사개요

1 조사배경 및 목적

● 조사배경

「미술시장실태조사」는 객관적이고 체계적인 통계자료가 부족한 국내 미술시장에 대해 조사 필요성이 제기 되면서, 2009년에 처음 실시하였으며, 2017년 아홉 번째로 시행 됨.

● 조사목적

「2017 미술시장실태조사」는 화랑, 경매회사, 아트페어를 중심으로 하는 미술시장 유통영역의 운영 현황에 관한 통계자료를 수집하여, 객관적이고 신뢰성 있는 미술작품 유통 현황 및 실태를 파악하고, 이를 통해 미술시장 활성화를 위한 정책수립에 기초자료를 제공하고자 하였음.

2 조사대상 및 범위

1) 조사대상 설정

「2017 미술시장실태조사」는 미술작품의 생산(창작), 유통(매매), 소비(구입) 영역 중, 유통 중심의 시장을 대상으로 조사함.

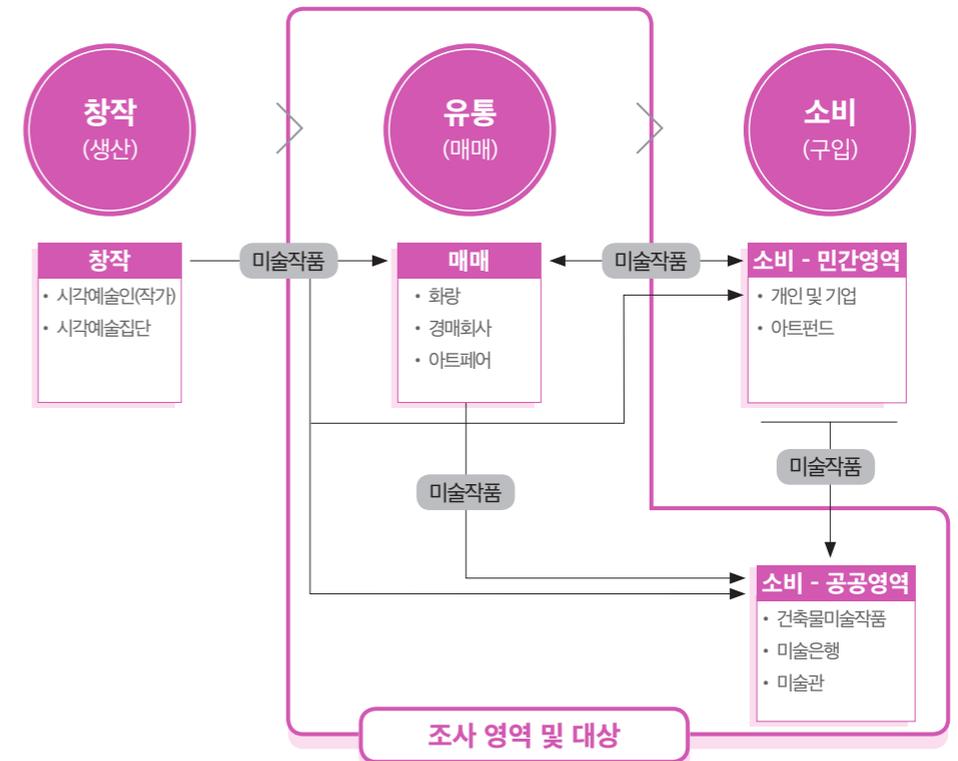
● 본조사 - 주요유통영역

- 화랑 전시를 통하여 미술작품(원화)을 판매하는 곳 (기획·상설·대관 화랑)
- 경매회사 경매를 통하여 미술작품(원화)을 판매하는 곳 (일반·온라인 경매회사)
- 아트페어 미술작품(원화) 판매를 목적으로 일정 공간에서 개최되는 대규모 전시행사 (화랑참가·작가참가 아트페어)

● 부가조사 - 공공영역

- 건축물에 대한 미술작품의 설치 제도 - 한국문화예술위원회 운영
- 미술은행(정부미술은행) - 국립현대미술관 운영
- 미술관 - “2015 전국문화기반시설총람” 기준 전국 국·공립·대학·사립미술관

그림 1-1 미술시장실태조사 조사 설계에 따른 미술시장 구조



2) 조사범위 및 모집단 수집

● 조사범위

표 1-1 2017 미술시장실태조사 조사범위

구분	내용	비고
공간적 범위	전국	-
시간적 범위	2016년도 (2016. 1. 1 ~ 12. 31.)	- '일반현황 및 인력현황'은 2016년 말일(2016. 12. 31.) 기준 조사 - '운영현황 및 실적'은 2016년도(2016. 1. 1. ~ 12. 31.) 기준 조사

● 조사모집단 정의 및 수집 경로

표 1-2 2017 미술시장실태조사 조사모집단 정의 및 수집 경로

구분	내용	조사대상 설정기준 및 모집단 수집 경로	조사 모집단 수
주요 유통 영역	화랑	<ul style="list-style-type: none"> ■ (사)한국화랑협회 및 지역(대구, 부산)화랑협회 회원 화랑 ■ 2007년 이후 국내에서 개최된 아트페어에 1회 이상 참가한 화랑 <ul style="list-style-type: none"> • 협회 회원, 아트페어 참가 중복 확인 및 모집단 제외 • 2016년도 기준 운영중단 및 폐업 화랑 제외 	437
	경매회사	<ul style="list-style-type: none"> ■ 미술작품(원화) 전문 경매회사 ■ 일반 경매 및 온라인 경매회사 <ul style="list-style-type: none"> • 아트상품, 고미술 및 골동품 전문 취급 경매회사 제외 • 2016년도 기준 운영중단 및 폐업 경매회사 제외 	12
	아트페어	<ul style="list-style-type: none"> ■ 일정한 장소에서 진행되는 미술작품(원화)판매를 위한 대규모 미술 전시행사 ■ 화랑참가 및 작가참가 아트페어 <ul style="list-style-type: none"> • 2016년도 기준 미개최 아트페어 제외 	47
공공 영역	건축물에 대한 미술작품의 설치	<ul style="list-style-type: none"> ■ 전국 건축물에 대한 미술작품의 설치 현황 	-
	미술은행	<ul style="list-style-type: none"> ■ 미술은행 및 정부미술은행 	-
	미술관	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2015 전국 문화기반시설 총람 기준 국·공립 및 대학·사립 미술관 ■ 2010~2015년도 실태조사 모집단 설정 미술관 <ul style="list-style-type: none"> • 2016년도 기준 운영중단 및 폐관 미술관 제외 	223

3 조사방법

그림 1-2 조사 추진 절차

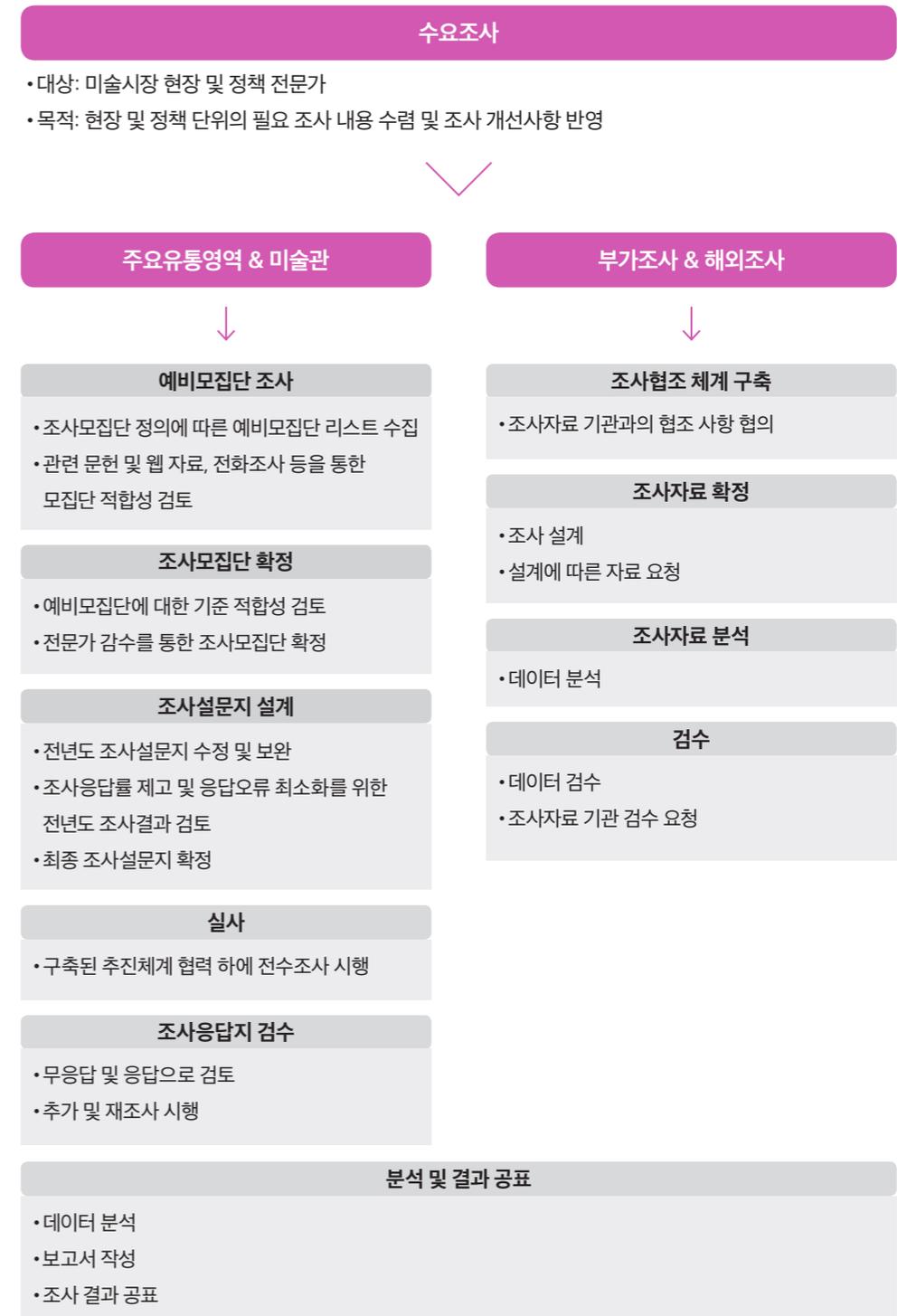


표 1-3 2017 미술시장실태조사 주요유통영역 조사방법

구분	내용																				
조사대상	<ul style="list-style-type: none"> ■ 화랑 ■ 경매회사 ■ 아트페어 																				
조사방법	<ul style="list-style-type: none"> ■ 구조화된 조사지에 의한 대인면접조사 (Face-to-face Interview) <ul style="list-style-type: none"> · 대인면접조사가 불가능한 경우, FAX / E-mail / 전화 조사 시행 · 금융감독원 전자공시시스템 데이터 병행 분석 																				
조사지역	전국																				
표본 추출방법	조사모집단 내 전수조사 (Complete enumeration)																				
최종 표본 수	총 308개 (조사응답률 62.0%)																				
표본 구성	<table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>조사모집단 수</th> <th>조사응답 수</th> <th>조사응답률</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>화랑</td> <td>437</td> <td>263</td> <td>60.2%</td> </tr> <tr> <td>경매회사</td> <td>12</td> <td>11</td> <td>91.7%</td> </tr> <tr> <td>아트페어</td> <td>47</td> <td>34</td> <td>72.3%</td> </tr> <tr> <td>합계</td> <td>496</td> <td>308</td> <td>62.1%</td> </tr> </tbody> </table>	구분	조사모집단 수	조사응답 수	조사응답률	화랑	437	263	60.2%	경매회사	12	11	91.7%	아트페어	47	34	72.3%	합계	496	308	62.1%
구분	조사모집단 수	조사응답 수	조사응답률																		
화랑	437	263	60.2%																		
경매회사	12	11	91.7%																		
아트페어	47	34	72.3%																		
합계	496	308	62.1%																		
조사기간	2017. 06. 21. ~ 2017. 10. 20.																				
조사기관	입소스 주식회사(IPSOS)																				
조사협력	(사)한국화랑협회, 대구화랑협회, 부산화랑협회																				

표 1-4 2017 미술시장실태조사 공공영역 조사방법

구분	내용																
미술관 조사방법	<ul style="list-style-type: none"> ■ 구조화된 조사지에 의한 대인면접조사 (Face-to-face Interview) <ul style="list-style-type: none"> · 대인면접조사가 불가능한 경우, FAX / E-mail / 전화 조사 시행 																
조사지역	전국																
표본 추출방법	조사모집단 내 전수조사 (Complete enumeration)																
최종 표본 수	총 180개 (조사응답률 80.7%)																
표본 구성	<table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>조사모집단 수</th> <th>조사응답 수</th> <th>조사응답률</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>국·공립</td> <td>60</td> <td>57</td> <td>95.0%</td> </tr> <tr> <td>대학·사립</td> <td>163</td> <td>123</td> <td>75.5%</td> </tr> <tr> <td>합계</td> <td>223</td> <td>180</td> <td>80.7%</td> </tr> </tbody> </table>	구분	조사모집단 수	조사응답 수	조사응답률	국·공립	60	57	95.0%	대학·사립	163	123	75.5%	합계	223	180	80.7%
구분	조사모집단 수	조사응답 수	조사응답률														
국·공립	60	57	95.0%														
대학·사립	163	123	75.5%														
합계	223	180	80.7%														
조사기간	2017. 06. 21. ~ 2017. 10. 20.																
조사기관	입소스 주식회사(IPSOS)																

4 조사내용

주요 조사항목은 일반 현황(시설, 종사자 현황 등), 사업 운영 현황(전시, 경매개최 현황 등), 작품판매 및 구입 현황¹⁾, 재정 현황(수입, 지출 등)임.

1) 주요유통영역

표 1-5 주요유통영역 조사항목 및 주요 조사내용

구분	내용	주요 조사내용
화랑	일반 현황	<ul style="list-style-type: none"> · 기본 현황 : 화랑유형 / 지역 / 설립년도 / 법적성격 / 지점 · 시설 현황
	종사자 현황	<ul style="list-style-type: none"> · 종사자 세부 현황 : 고용형태 / 담당업무 / 4대 보험 가입
	사업 운영 현황	<ul style="list-style-type: none"> · 전시 개최 현황 : 국제전시 / 유료전시 · 관람객 현황 · 아트페어 참가 현황 · 전속작가 제도 운영 현황
	작품판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> · 작품판매 세부 현황 : 국내·외 / 판매방법 / 고객 / 장르
	재정 현황	<ul style="list-style-type: none"> · 매출 현황 · 지출 현황
경매회사	일반 현황	<ul style="list-style-type: none"> · 기본 현황 : 경매형태 / 지역 / 설립년도 / 법적성격 · 시설 현황
	종사자 현황	<ul style="list-style-type: none"> · 종사자 세부 현황 : 고용형태 / 담당업무 / 4대 보험 가입
	사업 운영 현황	<ul style="list-style-type: none"> · 경매 개최 현황 · 경매 외 사업 운영 현황 · 회원 현황
	작품판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> · 작품낙찰 현황 · 경매 외 작품판매 현황 · 작품판매 세부 현황 : 작품가격대 / 고객 / 장르 / 온라인 / 해외개최경매
	재정 현황	<ul style="list-style-type: none"> · 매출 현황 · 지출 현황
아트페어	일반 현황	<ul style="list-style-type: none"> · 기본 현황 : 참가방법 / 작품 장르 및 시대 / 지역 / 최초 개최년도 / 법적성격
	종사자 현황	<ul style="list-style-type: none"> · 종사자 세부 현황 : 고용형태 / 담당업무 / 4대 보험 가입
	사업 운영 현황	<ul style="list-style-type: none"> · 아트페어 참가 현황 : 참가화랑 / 참가작가 / 참가국 · 국제 아트페어 개최 현황 · 관람객 현황
	작품판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> · 작품판매 세부 현황 : 판매방법 / 장르
	재정 현황	<ul style="list-style-type: none"> · 수입 현황 · 지출 현황

1) 2016년부터 온라인 작품판매 및 구입 현황 조사를 시행하였으나, 실적이 미미하여 본 통계에서는 경매회사만 분석함.

2) 공공영역

표 1-6 공공영역 조사항목 및 주요 조사내용

구분	내용	주요 조사내용
건축물에 대한 미술작품의 설치	작품설치 현황	• 작품설치 세부 현황 : 설치부문 / 지역 / 작품가격대 / 건축물 용도 / 장르
	작품구입 현황	• 작품구입 현황
미술은행	작품대여 현황	• 작품대여 현황
	정부미술은행 현황	• 작품구입 현황 • 작품대여 현황
미술관	일반 현황	• 기본 현황 : 운영주체 / 등록 / 지역 / 설립년도 / 법적성격 / 분관 • 시설 현황
	종사자 현황	• 종사자 세부 현황 : 고용형태 / 담당업무
	사업 운영 현황	• 전시 개최 현황 • 관람객 현황 • 기타 사업 운영 현황 • 회원 현황
	작품판매 현황	• 작품판매 세부 현황 : 국내·외 / 판매방법 / 장르
	작품수집 현황	• 수집방법별 현황 • 기증 작품 현황
	재정 현황	• 수입 현황 • 지출 현황

5 실사진행 결과 및 모수추정

1) 주요유통영역

● 화랑

화랑 모집단 및 조사 완료된 기관을 권역, 종사자 수, 작품판매 규모로 분류한 결과는 다음과 같음.

표 1-7 화랑 실사 결과 - 권역

구분	모집단		조사표본 수 화랑 수(개)
	화랑 수(개)	비율(%)	
전체	437	100.0	263
서울 종로구	105	24.0	59
서울 강남 일대	93	21.3	46
서울 기타	46	10.5	25
대구	49	11.2	33
부산	56	12.8	51
기타	88	20.1	49

표 1-8 화랑 실사 결과 - 종사자 수

구분	모집단		조사표본 수 화랑 수(개)
	화랑 수(개)	비율(%)	
전체	437	100.0	263
소 (1~4명)	400	91.5	233
중 (5~9명)	28	6.4	22
대 (10명 이상)	9	2.1	8

표 1-9 화랑 실사 결과 - 작품판매 규모

구분	모집단		조사표본 수 화랑 수(개)
	화랑 수(개)	비율(%)	
전체	437	100.0	263
소 (1억 원 미만)	340	77.8	193
중 (1~5억 원 미만)	68	15.6	46
대 (5억 원 이상)	29	6.6	24

● 경매회사

경매회사 모집단 및 조사 완료된 기관을 매출 규모로 분류한 결과는 다음과 같음.

표 1-10 경매회사 실사 결과 - 매출 규모

구분	모집단		조사표본 수
	경매회사 수(개)	비율(%)	경매회사 수(개)
전체	12	100.0	11
소 (10억 원 미만)	7	58.3	6
중 (10~50억 원 미만)	3	25.0	3
대 (50억 원 이상)	2	16.7	2

● 아트페어

아트페어 모집단 및 조사 완료된 기관을 참가방식, 참가 규모로 분류한 결과는 다음과 같음.

표 1-11 아트페어 실사 결과 - 참가방식

구분	모집단		조사표본 수
	아트페어 수(개)	비율(%)	아트페어 수(개)
전체	47	100.0	34
화랑참가 아트페어	19	40.4	13
작가참가 아트페어	28	59.6	21

표 1-12 아트페어 실사 결과 - 참가 규모

구분	모집단		조사표본 수	
	아트페어 수(개)	비율(%)	아트페어 수(개)	
소계	19	100.0	13	
화랑참가 아트페어	소 (50개 미만)	8	42.1	4
	중 (50~100개 미만)	5	26.3	3
	대 (100개 이상)	6	31.6	6
소계	28	100.0	21	
작가참가 아트페어	소 (100명 미만)	13	46.4	9
	중 (100~500명 미만)	14	50.0	11
	대 (500명 이상)	1	3.6	1

● 미술관

미술관 모집단 및 조사 완료된 기관을 운영주체, 종사자 수로 분류한 결과는 다음과 같음.

표 1-13 미술관 실사 결과 - 운영주체

구분	모집단		조사표본 수
	미술관 수(개)	비율(%)	미술관 수(개)
전체	223	100.0	180
국·공립 미술관	60	26.9	57
대학 미술관	13	5.8	11
사립 미술관	150	67.3	112

표 1-14 미술관 실사 결과 - 종사자 수

구분	모집단		조사표본 수
	미술관 수(개)	비율(%)	미술관 수(개)
전체	223	100.0	180
소 (1~4인)	103	46.2	74
중소 (5~9인)	65	29.1	55
중 (10~65인)	51	22.9	47
대 (65인 이상)	4	1.8	4

2) 무응답 대체

설문의 각 항목별 무응답이 발생한 경우 무응답 대체를 원칙으로 자료 처리를 진행함.

범주형 문항은 각 층의 최빈값으로 대체했으며, 연속형 문항은 각 층별 평균 대체방법을 적용하였음. 연속형 변수 문항에 무응답이 발생한 경우, 응답한 기관의 층을 분류하여 범주화한 동일 층의 평균값으로 무응답을 대체하였음. 층별 모집단 수가 적어 평균대체가 이상치의 영향이 큰 경우 이상치를 제외하고 층별 평균값으로 대체함.

- 화랑 : 권역(6개) × 종사자 규모(3개) × 작품판매 규모(3개)의 평균값 대체
- 경매회사 : 매출 규모(3개)의 평균값 대체
- 아트페어 : 아트페어 참가방식(2개) × 참가 규모(3개)의 평균값 대체
- 미술관 : 운영주체(3개) × 종사자 규모(4개)의 평균값 대체

3) 모수추정 방식

본 조사는 전수조사로 진행되었지만 실제 조사된 표본은 조사대상의 100%를 완료하지 못하였기 때문에, 사후 모수추정 방식을 적용하여 모집단 총계를 추정하였음.

사용된 방식은 “반복비례가중법”으로 주요 변수의 편차를 최소화하기 위하여 특정 수렴조건을 만족할 때까지 반복적으로 가중을 수행하였음.

- 화랑 : 지역(6개), 법적성격(4개), 종사자 규모(3개), 작품판매 규모(3개), 작품판매 세부 규모(9개)
- 경매회사 : 지역(2개), 운영형태(2개), 법적성격(3개), 매출 규모(3개), 매출 세부 규모(4개)
- 아트페어 : 지역(3개), 참가방식(2개), 참가 규모(3개), 작품판매 규모(5개)
- 미술관 : 지역(7개), 운영주체(2개), 종사자 규모(4개)

미술시장실태조사의 추정 계산식은 다음과 같음.

- 총계추정식

모집단이 L개의 층으로 구성되어 있다고 할 때, 각 층의 총계에 대한 추정량(\hat{Y}_h)의 합계로 전체 모집단 총계

$\hat{Y} (= \sum_{h=1}^L \hat{Y}_h)$ 를 추정할 수 있음. 여기에서 \hat{Y}_h 는 전수로 조사된 층(\hat{Y}_{hc})과 일부 미응답이 있는 층

($\hat{Y}_{hs} = \sum_{k=1}^{N_{hs}} \frac{N_{hs}}{n_{hs}} \sum_{k=1}^{n_{hs}} \hat{y}_{hsk}$) 구분하여 $\hat{Y}_h = \hat{Y}_{hc} + \hat{Y}_{hs}$ 로 추정함. 위의 식들을 종합한 결과는 다음과 같음.

$$\hat{Y} = \sum_{h=1}^L \hat{Y}_h = \sum_{h=1}^L \left(\sum_{k=1}^{N_{hs}} \frac{N_{hs}}{n_{hs}} \sum_{k=1}^{n_{hs}} \hat{y}_{hsk} \right)$$

· n_{hs} : 층의 표본 크기

· y_{hsk} : h층 표본의 k번째 관찰값

· N_{hs} / n_{hs} : h층에서 표본 추출률의 역수

- 분산 추정식

$$\cdot V(\hat{X}) = \sum_{h=1}^L V(\hat{X}_h) = \sum_{h=1}^L N_h^2 V(y_h) = \sum_{h=1}^L N_h^2 \frac{N_h - n_h}{N_h} \frac{s_h^2}{n_h}$$

$$\cdot s_h^2 = \frac{1}{n_h - 1} \sum_{i=1}^{n_h} (y_{hi} - \bar{y})^2 \quad L\text{개 표본층의 표본분산}$$

- 모비율 추정식

모총계 추정식에서 전체의 사례수를 나누어 주어 모비율 추정.

$$\cdot \hat{P}_{st} = \left(\sum_{h=1}^L \hat{Y}_{hc} + \sum_{h=1}^L \frac{N_{hs}}{n_{hs}} \sum_{k=1}^{n_{hs}} y_{hsk} \right) / N$$

표 1-15 화랑 모집단과 표본의 특성 및 층별 가중치

구분	모집단		조사표본 수		가중치 (모집단/표본)	
	시설 수(개)	비율(%)	시설 수(개)	비율(%)		
전체	437	100.0	263	100.0	1.662	
지역	1. 서울 종로구	105	24.0	59	22.4	1.780
	2. 서울 강남	93	21.3	46	17.5	2.022
	3. 서울 기타	46	10.5	25	9.5	1.840
	4. 대구	49	11.2	33	12.5	1.485
	5. 부산	56	12.8	51	19.4	1.098
	6. 기타	88	20.1	49	18.6	1.796
법적성격	1. 개인사업자	381	87.2	222	84.4	1.716
	2. 주식회사	49	11.2	34	12.9	1.441
	3. 주식회사 이외	2	0.5	2	0.8	1.000
	4. 기타	5	1.1	5	1.9	1.000
종사자 규모	1. 1~4명	400	91.5	233	88.6	1.717
	2. 5~9명	28	6.4	22	8.4	1.273
	3. 10명 이상	9	2.1	8	3.0	1.125
작품판매 규모	1. 1억 미만	340	77.8	193	73.4	1.762
	2. 1~5억 미만	68	15.6	46	17.5	1.478
	3. 5억 이상	29	6.6	24	9.1	1.208
작품판매 세부 규모	1. 1천만 원 미만	157	35.9	69	26.2	2.275
	2. 1~3천만 원 미만	66	15.1	36	13.7	1.833
	3. 3~5천만 원 미만	58	13.3	47	17.9	1.234
	4. 5천만~1억 원 미만	59	13.5	41	15.6	1.439
	5. 1~3억 원 미만	59	13.5	39	14.8	1.513
	6. 3~5억 원 미만	9	2.1	7	2.7	1.286
	7. 5~10억 원 미만	10	2.3	8	3.0	1.250
	8. 10~100억 원 미만	15	3.4	12	4.6	1.250
	9. 100억 원 이상	4	0.9	4	1.5	1.000

표 1-16 경매회사 모집단과 표본의 특성 및 층별 가중치

구분	모집단		조사표본 수		가중치 (모집단/표본)	
	시설 수(개)	비율(%)	시설 수(개)	비율(%)		
전체	12	100.0	11	100.0	1.091	
지역	1. 서울	9	75.0	9	81.8	1.000
	2. 기타	3	25.0	2	18.2	1.500
운영형태	1. 오프라인	5	41.7	5	45.5	1.000
	2. 온라인	7	58.3	6	54.5	1.167
매출 규모	1. 10억 원 미만	7	58.3	6	54.5	1.167
	2. 10~50억 원 미만	3	25.0	3	27.3	1.000
	3. 50억 원 이상	2	16.7	2	18.2	1.000
매출 세부 규모	1. 10억 원 미만	7	58.3	6	54.5	1.167
	2. 10~30억 원 미만	2	16.7	2	18.2	1.000
	3. 30~50억 원 미만	1	8.3	1	9.1	1.000
	4. 50억 원 이상	2	16.7	2	18.2	1.000

표 1-17 아트페어 모집단과 표본의 특성 및 층별 가중치

구분	모집단		조사표본 수		가중치 (모집단/표본)	
	시설 수(개)	비율(%)	시설 수(개)	비율(%)		
전체	47	100.0	34	100.0	1.382	
지역	1. 서울	23	48.9	14	41.2	1.643
	2. 경기	4	8.5	4	11.8	1.000
	3. 기타	20	42.6	16	47.1	1.250
참가방식	1. 화랑참가	19	40.4	13	38.2	1.462
	2. 작가참가	28	59.6	21	61.8	1.333
화랑참가 아트페어 참가 화랑 규모	1. 50개 미만	8	17.0	4	11.8	2.000
	2. 50~100개 미만	5	10.6	3	8.8	1.667
	3. 100개 이상	6	12.8	6	17.6	1.000
작가참가 아트페어 참가 작가 규모	1. 100명 미만	13	27.7	9	26.5	1.444
	2. 100~500명 미만	14	29.8	11	32.4	1.273
	3. 500명 이상	1	2.1	1	2.9	1.000
작품판매 규모	1. 5억 원 미만	33	70.2	24	70.6	1.375
	2. 5~10억 원 미만	3	6.4	3	8.8	1.000
	3. 10~30억 원 미만	3	6.1	2	5.9	2.500
	4. 30~50억 원 미만	6	13.0	3	8.8	1.333
	5. 50억 원 이상	2	4.3	2	5.9	1.000

표 1-18 미술관 모집단과 표본의 특성 및 층별 가중치

구분	모집단		조사표본 수		가중치 (모집단/표본)	
	시설 수(개)	비율(%)	시설 수(개)	비율(%)		
전체	223	100.0	180	100.0	1.239	
지역	1. 서울	39	17.5	30	16.7	1.300
	2. 경기	55	24.7	40	133.3	1.375
	3. 충청	21	9.4	16	40.0	1.313
	4. 경상	30	13.5	26	162.5	1.154
	5. 전라	46	20.6	45	173.1	1.022
	6. 강원	14	6.3	7	15.6	2.000
	7. 제주	18	8.1	16	228.6	1.125
운영주체	1. 국립·공립	60	26.9	57	356.3	1.053
	2. 대학·사립	163	73.1	123	215.8	1.325
종사자 규모	1. 1~4명	103	46.2	74	60.2	1.392
	2. 5~9명	65	29.1	55	74.3	1.182
	3. 10~65명 미만	51	22.9	47	85.5	1.085
	4. 65명 이상	4	1.8	4	8.5	1.000

4) 모수치 추정에 따른 오차

모집단 총계와 모비율의 추정량을 산출할 때 추정오차가 발생함. 추정오차로는 표준오차와 상대표준오차를 주로 사용하며, 추정오차를 구하는 식은 다음과 같음.

$\widehat{Var}(\bar{N}_{st}) = \sum_{h=1}^L N_{hs}^2 \left(\frac{N_{hs} - n_{hs}}{N_{hs}} \right) \left(\frac{s_{hs}^2}{n_{hs}} \right)$	$SE(\bar{N}_{st}) = \sqrt{\widehat{Var}(\bar{N}_{st})}$	$RSE(\bar{N}_{st}) = \frac{SE(\bar{N}_{st})}{\bar{N}_{st}} \times 100$
$\widehat{V}(\hat{p}_{st}) = \sum_{h=1}^L N_{hs} (N_{hs} - n_{hs}) \frac{\hat{p}_{hs} \hat{q}_{hs}}{n_{hs} - 1}$	$SE(\hat{p}_{st}) = \sqrt{\widehat{V}(\hat{p}_{st})}$	$RSE(\hat{p}_{st}) = \frac{SE(\hat{p}_{st})}{\hat{p}_{st}} \times 100$

N_{hs} : 층의 모집단 크기 / \hat{P}_{hs} : 층의 관찰비율 / \hat{q}_{hs} : 1- \hat{p}_{hs} 층 표본의 관찰비율

미술시장실태조사의 주요 변수에 대한 추정 오차는 다음과 같음.

표 1-19 기관별 주요 변수 추정오차

구분		총계	표준오차	95%신뢰구간		상대표준 오차
				하한	상한	
화랑	중사자 수(명)	1,176	72	1,035	1,318	6.1
	전시 횟수(회)	5,683	606	4,495	6,871	10.7
	작품판매금액(만 원)	215,825,144	7,290,031	201,536,683	230,113,606	3.4
	판매 작품 수(점)	12,524	1,734	9,125	15,923	13.8
	매출액(만 원)	230,603,834	7,359,360	216,179,488	245,028,179	3.2
	지출액(만 원)	242,512,985	7,866,584	227,094,481	257,931,490	3.2
경매회사	중사자 수(명)	199	84	192	520	23.5
	경매횟수(회)	425	33	360	490	7.8
	작품판매금액(만 원)	127,797,605	6,749,804	114,567,989	141,027,221	5.3
	판매 작품 수(점)	15,411	3,406	8,735	22,088	22.1
	매출액(만 원)	63,735,693	4,036,198	55,824,744	71,646,642	6.3
	지출액(만 원)	52,645,930	3,515,583	45,755,387	59,536,473	6.7
아트페어	중사자 수(명)	356	41	276	436	11.5
	참가 화랑 수(개)	1,509	233	1,053	1,965	15.4
	참가 작가 수(명)	11,218	1,783	3,876	10,864	24.2
	작품판매금액(만 원)	73,593,432	2,874,528	67,959,358	79,227,506	3.9
	판매 작품 수(점)	11,805	2,035	7,817	15,793	17.2
	수입액(만 원)	13,893,115	300,444	13,304,245	14,481,985	2.2
	지출액(만 원)	14,504,111	297,893	13,920,242	15,087,981	2.1
미술관	중사자 수(명)	2,316	391	1,550	3,081	16.9
	전시횟수(회)	2,712	226	2,269	3,156	8.3
	작품구입금액(만 원)	20,122,253	840,708	18,474,465	21,770,042	4.2
	구입 작품 수(점)	2,662	725	1,241	4,083	27.2
	수입액(만 원)	218,186,479	6,296,104	205,846,116	230,526,842	2.9
	지출액(만 원)	222,833,093	6,373,307	210,341,411	235,324,775	2.9

6 분석방법

응답된 설문지는 에디팅 및 추가 전화검증을 거쳐 편칭 후, SPSS를 이용하여 빈도분석, 평균분석, 교차분석을 실시하였음. 조사대상 중 규모가 큰 화랑과 경매회사에 대해서는 금융감독원의 전자공시자료를 활용하여 시장규모를 분석하였음.

02

2장 미술시장 규모 및 특성 분석

- 1절 | 미술시장 규모 분석
- 2절 | 미술시장 특성 분석

1절 미술시장 규모 분석

1 미술시장 작품거래 규모 추정결과

미술시장 주요유통영역인 화랑(437개), 경매회사(12개), 아트페어(47개)의 작품판매금액 추정치와 공공영역인 건축물미술작품, 미술은행, 미술관(223개)의 작품구입금액 추정치를 합산하였음.

각 주체들 간의 작품거래 실적에서 발생한 중복 값을 제외한 결과, 2016년 한국 미술시장규모는 약 3,965억 원(거래 작품 수 33,348점)으로 추정되었음.

그림 2-1-1 미술시장 작품거래 규모 추정방법

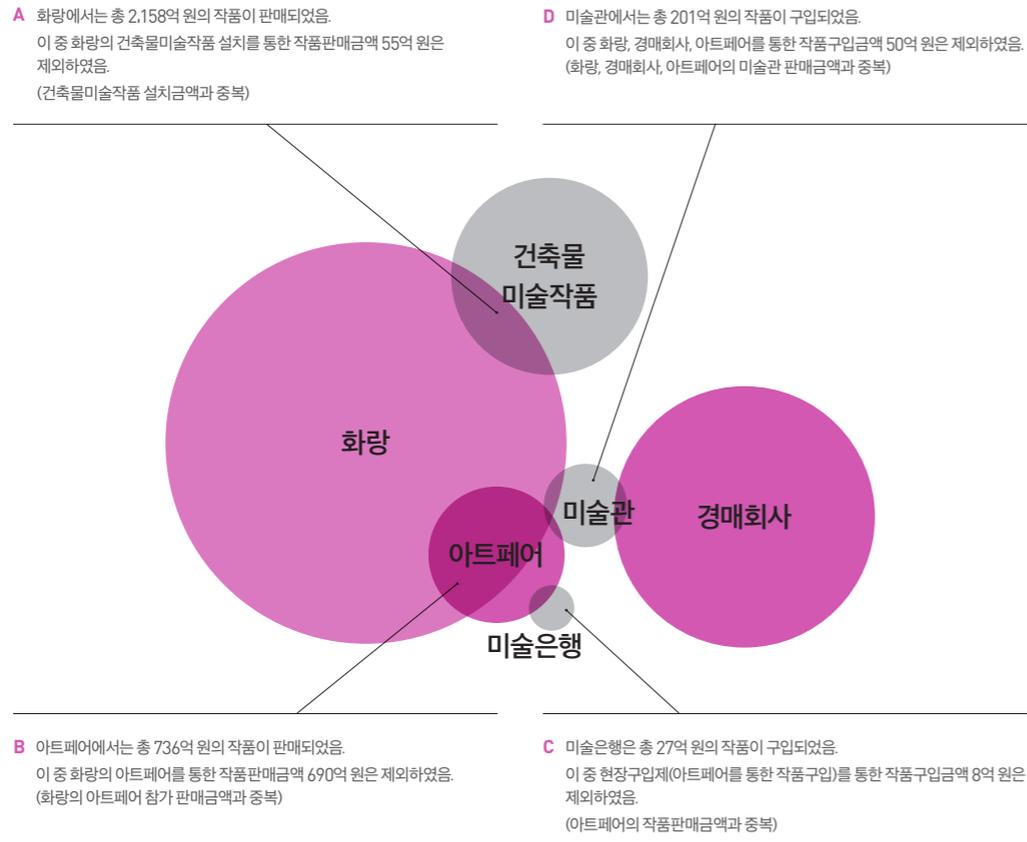


표 2-1-1 2016년 미술시장 작품거래 규모 추정 - 작품거래금액 기준

구분	거래금액 (a) (백만 원)	중복금액 (b) (백만 원)	계 (a)-(b) (백만 원)	중복 내용	
주요 유통 영역	화랑(N=437)	215,825	5,517	210,308	A. 건축물미술작품 판매 작품 제외
	경매회사(N=12)	127,798	-	127,798	-
	아트페어(N=47)	73,593	69,146	4,447	B. 화랑참가 아트페어 판매 작품 제외
	소계	417,216	74,663	342,553	
공공 영역	건축미술작품	36,805	-	36,805	-
	미술은행	2,746	790	1,956	C. 현장구입제(아트페어) 구입 작품 제외
	미술관(N=223)	20,122	4,967	15,155	D. 화랑·경매회사·아트페어 구입 작품 제외
	소계	59,673	5,757	53,916	
거래규모	476,889	80,420	396,469		

표 2-1-2 2016년 미술시장 작품거래 규모 추정 - 거래 작품 수 기준

구분	거래 수 (a) (점)	중복 수 (b) (점)	계 (a)-(b) (점)	중복 내용	
주요 유통 영역	화랑(N=437)	12,524	106	12,418	A. 건축물미술작품 판매 작품 제외
	경매회사(N=12)	15,411	-	15,411	-
	아트페어(N=47)	11,805	8,744	3,061	B. 화랑참가 아트페어 판매 작품 제외
	소계	39,740	8,850	30,890	
공공 영역	건축미술작품	319	-	319	-
	미술은행	367	104	263	C. 현장구입제(아트페어) 구입 작품 제외
	미술관(N=223)	2,662	786	1,876	D. 화랑·경매회사·아트페어 구입 작품 제외
	소계	3,348	890	2,458	
거래규모	43,088	9,740	33,348		

2 미술시장 주요유통영역 규모²⁾

1) 2016년 주요유통영역 규모 현황

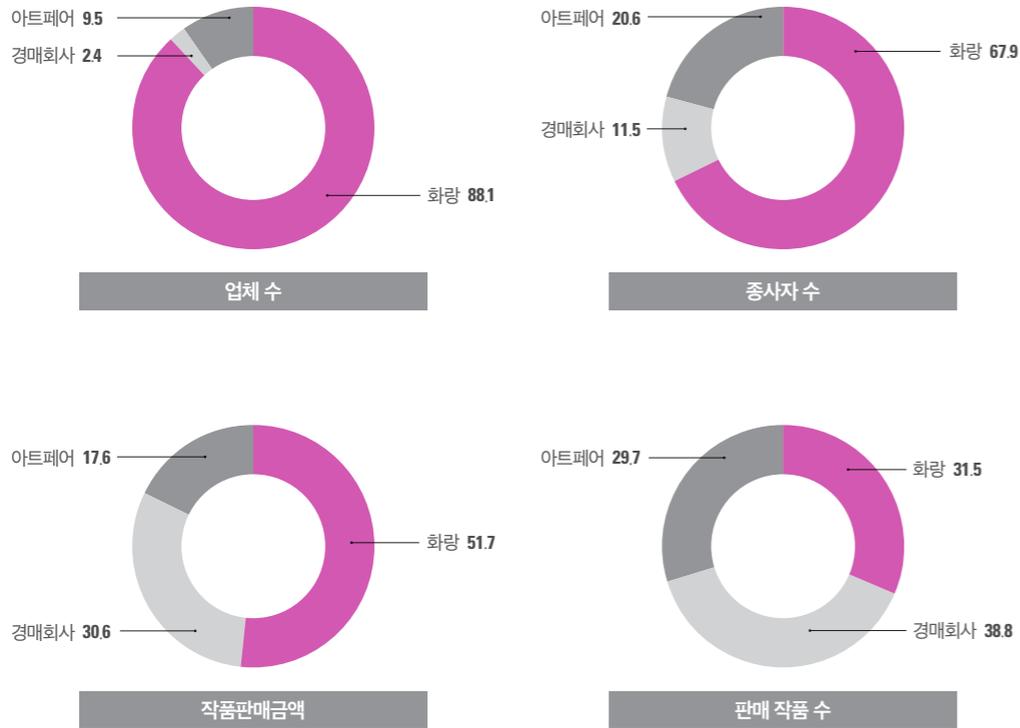
2016년 한해 한국 미술시장 주요유통영역 규모는 업체 수 496개, 종사자 수 1,731명, 작품판매금액 약 4,172억 원, 판매 작품 수 39,740점으로 조사되었음.

표 2-1-3 미술시장 주요유통영역 시장 규모

구분	업체 수 (개)	종사자 수 (명)	작품판매금액 (백만 원)	판매 작품 수 (점)
전체	496	1,731	417,216	39,740
화랑	437	1,176	215,825	12,524
경매회사	12	199	127,798	15,411
아트페어	47	356	73,593	11,805

그림 2-1-2 미술시장 주요유통영역 시장 규모 비중

단위 : %



2) 작품판매금액 및 판매 작품 수는 영역별 중복을 제외하지 않은 값임.

2) 연도별 주요유통영역 규모 현황

최근 8년간 주요유통영역의 업체수와 종사자수가 정체상태를 보인다, 2015년 대비 2016년 업체수와 종사자수가 각각 4.6%(21개), 12.4%(191명) 증가하였음.

2013년까지 하락세를 보이던 작품판매금액은 2014년 이후 증가세를 보이며 2015년 대비 2.6%(약 11억 원) 증가한 4,172억 원으로 조사되었으며, 판매 작품 수도 2015년 대비 8.4%(3,077점) 증가한 것으로 조사되었음.

그림 2-1-3 연도별 주요유통영역 시장 규모 추이

단위 : 개, 명, 백만 원, 점



● 주요유통영역 업체 수 추이

업체 수는 2015년 대비 화랑은 14개 증가, 경매회사는 1개 증가, 아트페어는 6개 증가한 것으로 조사되었음.

표 2-1-4 연도별 업체 수 증감 현황

구분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2016년 전년대비 증감	
	(개)	증감수(개)	증감률(%)								
전체	221	337	370	421	445	478	478	475	496	21	4.4
화랑	183	295	324	371	397	432	433	423	437	14	3.3
경매회사	9	10	12	14	13	11	10	11	12	1	9.1
아트페어	29	32	34	36	35	35	35	41	47	6	14.6

● 주요유통영역 종사자 수 추이

종사자 수는 2015년 대비 12.4%(191명) 증가하였음. 화랑은 8.1%(88명) 증가, 아트페어는 32.8%(88명) 증가, 경매회사는 8.2% 증가(15명)한 것으로 조사되었음.

표 2-1-5 연도별 종사자 수 증감 현황

구분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2016년 전년대비 증감		
	(명)	증감수(명)	증감률(%)									
전체	1,018	1,289	1,555	1,583	1,554	1,488	1,574	1,540	1,731	191	12.4	
화랑	합계	737	866	1,173	1,204	1,137	1,151	1,177	1,088	1,176	88	8.1
	평균	-	-	3.6	3.2	2.9	2.7	2.7	2.6	2.7	0.1	3.8
경매회사	합계	118	118	121	145	123	103	120	184	199	15	8.2
	평균	-	-	10.1	10.4	9.5	9.4	12	16.8	16.6	▽0.2	▽1.2
아트페어	합계	163	305	261	234	294	234	277	268	356	88	32.8
	평균	-	-	7.7	6.5	8.4	6.7	7.9	6.5	7.6	1.1	16.9

● 주요유통영역 작품판매금액 추이

작품판매금액은 2015년 대비 2.6%(약 107억 원) 증가하였음.

경매회사는 29.8%(평균 39.6%)의 증가한 반면, 화랑은 10.3%(평균 11.4%) 감소, 아트페어는 전체는 9.2% 증가하였지만 아트페어의 수가 증가함에 따라 평균 4.7% 감소한 것으로 조사되었음.

표 2-1-6 연도별 작품판매금액 증감 현황

구분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2016년 전년대비 증감		
	(백만 원)	증감 금액(백만 원)	증감률(%)									
전체	389,732	351,481	451,578	420,992	402,431	319,833	345,136	406,515	417,216	10,701	2.6	
화랑	합계	215,403	258,591	344,596	296,308	275,136	194,504	204,841	240,655	215,825	▽24,830	▽10.3
	평균	-	-	1,190.1	973.1	1,007.5	609.4	648.5	742.9	658.0	▽84.9	▽11.4
경매회사	합계	133,222	58,456	58,595	78,238	85,274	59,216	77,868	98,472	127,798	29,326	29.8
	평균	-	-	4,882.9	5,588.4	6,559.5	5,383.3	7,786.8	8,952.0	12,494.9	3,542.9	39.6
아트페어	합계	41,107	34,434	48,387	46,446	42,021	66,113	62,427	67,388	73,593	6,205	9.2
	평균	-	-	1,423.1	1,290.2	1,200.6	1,889.0	1,783.6	1,643.6	1,565.8	▽77.8	▽4.7

● 주요유통영역 판매 작품 수 추이

작품판매금액이 증가한 것과 마찬가지로 판매 작품 수도 8.4%(3,077점) 증가하였음.

화랑은 27.3%(2,688점), 경매회사는 15.6%(2,083점) 증가한 것으로 조사되었으나 아트페어는 12.5%(1,694점) 감소하였음.

표 2-1-7 연도별 판매 작품 수 증감 현황

구분	2009년	2010년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2016년 전년대비 증감		
	(점)	(점)	증감수(점)	증감률(%)								
전체	23,664	31,419	29,577	33,517	27,377	35,164	31,487	36,663	39,740	3,077	8.4	
화랑	합계	8,332	12,091	13,685	15,167	8,487	9,869	10,045	9,836	12,524	2,688	27.3
	평균	-	-	47.4	49.8	31.1	30.9	31.8	30.4	38.2	7.8	25.7
경매회사	합계	11,461	11,744	9,898	11,231	8,116	9,922	11,414	13,328	15,411	2,083	15.6
	평균	-	-	824.8	802.2	624.3	902.0	1,141.4	1,211.6	1,506.8	295.2	24.4
아트페어	합계	3,871	7,584	5,994	7,119	10,774	15,373	10,028	13,499	11,805	▽1,694	▽12.5
	평균	-	-	176.3	197.8	307.8	439.2	286.5	329.3	251.2	▽78.1	▽23.7

● 주요유통영역 재정규모 추이

2016년 주요유통영역 전체 재정규모 기준 지출액은 2015년 대비 10.0%(약 280억 원) 증가한 반면, 매출액은 2015년 대비 4.2%(약 135억 원) 하락함.

세부적으로 살펴보면, 매출액은 화랑 0.1% 증가하여 2015년과 비슷한 수준인 반면, 경매회사 14.7%, 아트페어 16.7% 감소하였음.

지출액은 화랑은 14.2%, 경매회사는 2.0% 증가하였으나 아트페어는 17.3% 감소하였음.

표 2-1-8 연도별 매출(수입)액 증감 현황

구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2016년 전년대비 증감	
	(백만 원)	증감 금액 (백만 원)	증감률(%)						
전체	481,827	365,167	327,849	234,750	267,717	321,726	308,233	▽ 13,493	▽ 4.2
화랑	433,173	320,771	282,267	196,802	215,519	230,321	230,604	283	0.1
경매회사	34,317	30,781	31,777	24,601	35,470	74,722	63,736	▽ 10,986	▽ 14.7
아트페어	14,337	13,615	13,805	13,347	16,728	16,683	13,893	▽ 2,790	▽ 16.7

표 2-1-9 연도별 지출액 증감 현황

구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2016년 전년대비 증감	
	(백만 원)	증감 금액 (백만 원)	증감률(%)						
전체	446,713	363,132	323,185	219,056	245,623	281,599	309,663	28,064	10.0
화랑	402,928	315,076	283,331	185,552	199,543	212,448	242,513	30,065	14.2
경매회사	29,936	34,999	29,231	21,800	29,487	51,610	52,646	1,036	2.0
아트페어	13,849	13,057	10,623	11,704	16,593	17,541	14,504	▽ 3,037	▽ 17.3

3) 2016년 주요유통영역 상위그룹 규모 현황

주요유통영역의 작품판매금액 기준 상위그룹 시장 점유율은 다음과 같이 분석되었음.

- 화랑 - 437개 화랑의 2.3%를 차지하는 상위 10개 화랑의 시장 점유율은 81.4%임.
- 경매회사 - 12개 경매회사의 16.7%를 차지하는 상위 2개 경매회사의 시장 점유율은 81.8%임.
- 아트페어 - 47개 아트페어의 10.6%를 차지하는 상위 5개 아트페어의 시장 점유율은 68.2%임.

그림 2-1-4 주요유통영역 상위그룹 시장 점유율 - 작품판매금액 기준

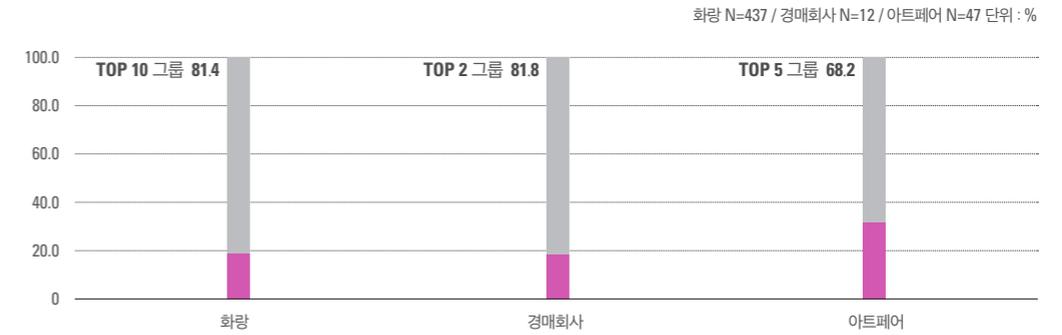


표 2-1-10 주요 유통영역 상위그룹 시장 점유율 세부 현황

구분		(사례 수)	작품판매금액 (백만 원)	비중 (%)
화랑	TOP 10	10	175,588	81.4
	그 외	427	40,237	18.6
경매회사	전체	12	127,798	100.0
	TOP 10	2	104,532	81.8
	그 외	10	23,265	18.2
아트페어	전체	47	73,593	100.0
	TOP 10	5	50,162	68.2
	그 외	42	23,431	31.8

3 미술시장 공공영역 규모³⁾

1) 2016년 공공영역 규모 현황

2016년 한해 한국 미술시장 공공영역의 규모는 작품구입금액 약 597억 원, 구입 작품 수 3,348점으로 조사되었음.

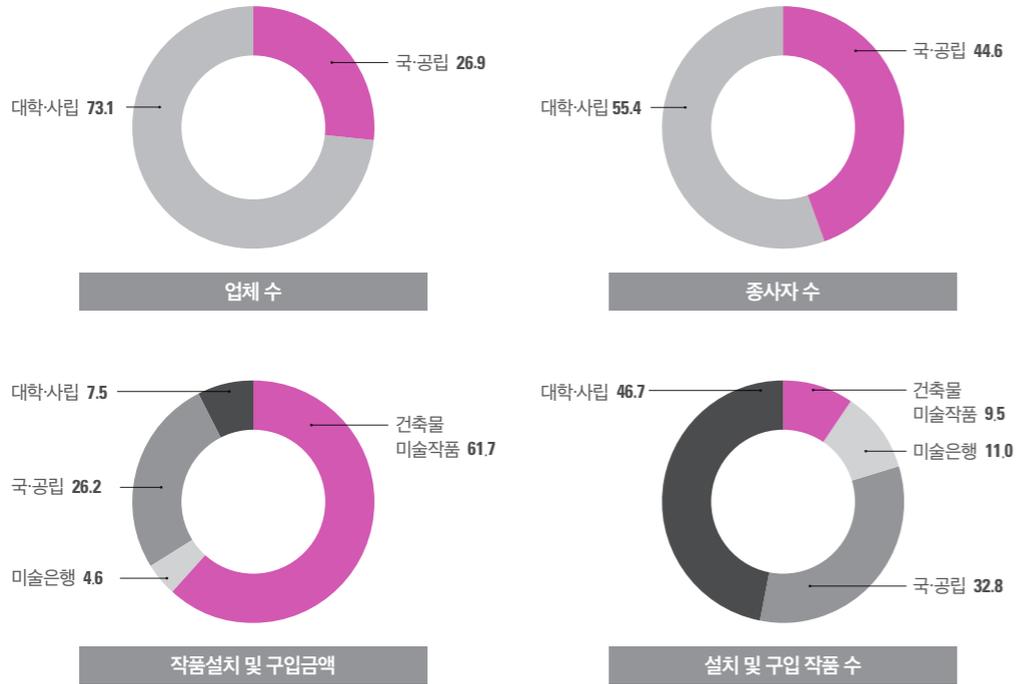
국내 미술관은 총 223개로 국립 1개⁴⁾, 공립 59개, 대학 13개, 사립 150개이며, 종사자 수는 국·공립 1,033명, 대학·사립 1,282명으로 총 2,316명이 종사하는 것으로 조사되었음.

표 2-1-11 미술시장 공공영역 규모

구분	업체 수 (개)	종사자 수 (명)	작품구입금액 (백만 원)	구입 작품 수 (점)
전체	223	2,316	59,673	3,348
건축물미술작품	-	-	36,805	319
미술은행	-	-	2,746	367
미술관	국·공립	1,033	15,660	1,097
	대학·사립	1,282	4,462	1,565

그림 2-1-5 미술시장 주요유통영역 시장 규모 비중

단위: %



3) 작품구입금액 및 구입 작품 수는 영역별 중복을 제외하지 않은 값임.
4) 국립현대미술관 과천관, 서울관, 덕수궁관은 각각 1개의 미술관으로 등록되어 있으나, 과천관에서 전체 재정현황을 관리함에 따라 국립미술관 수가 1개로 조정됨

2) 연도별 공공영역 규모 현황

최근 8년간 미술시장 공공영역 규모 추이를 살펴보면, 미술관 수는 상승세를 보이다가 2016년 15.5%(30개) 증가하였음. 종사자 수는 2015년 대비 22.0%(417명) 증가하였음.

지난 7년간 공공영역의 작품구입금액은 2010년 이후 감소세를 보인다, 2016년 12.9%(6,841백만원) 증가, 구입 작품 수도 2012년 이후 감소세를 보인다 2016년 81.8%(1,506점) 상승하였음.

그림 2-1-6 연도별 공공영역 규모 추이

단위: 개, 명, 백만 원, 점



● 미술관 수 추이

미술관 수는 2015년 대비 국·공립은 11.1%(6개), 대학·사립은 17.3%(24개) 증가하여, 총 15.5%(30개) 증가한 것으로 조사되었음.

표 2-1-12 연도별 미술관 수 증감 현황

구분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2016년 전년대비 증감	
	(개)	증감 금액(명)	증감률(%)								
전체	127	142	160	175	172	185	203	193	223	30	15.5
국·공립	28	31	38	44	46	48	54	54	60	6	11.1
대학·사립	99	111	122	131	126	137	149	139	163	24	17.3

● 미술관 종사자 수 추이⁵⁾

미술관 종사자 수는 2015년 대비 22.0%(417명) 증가하였음.

국·공립 미술관은 10.7%(100명), 대학·사립 미술관은 32.7%(316명) 증가한 것으로 조사되었음.

표 2-1-13 연도별 평균 지출액 증감 현황

구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2016년 전년대비 증감	
	(개)	증감 금액(명)	증감률(%)						
전체	1,313	1,645	1,716	1,633	2,009	1,899	2,316	417	22.0
국·공립	565	785	809	691	1,008	933	1,033	100	10.7
대학·사립	748	860	908	942	1,001	966	1,282	316	32.7

5) 2008~2009년도 조사 시, 종사자 수를 추정하지 않았음.

● 공공영역 작품구입규모 추이⁶⁾

작품구입금액은 2015년 대비 12.9%(약 68억 원) 증가하였음. 미술관은 27.7%(약 44억 원), 건축물미술작품은 7.2%(약 25억 원) 증가하였으나, 미술은행은 0.1%(약 4백만 원) 감소한 것으로 조사되었음.

구입 작품 수는 81.8%(1,506점) 증가하였음. 미술관은 142.7%(1,565점), 미술은행은 0.3%(1점) 증가하였으나, 건축물미술작품은 15.8%(60점) 감소한 것으로 조사되었음.

표 2-1-14 연도별 작품구입금액 증감 현황

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2016년 전년대비 증감	
	(백만 원)	(백만 원)	(백만 원)	(백만 원)	(백만 원)	(백만 원)	(백만 원)	(백만 원)	증감 금액(백만 원)	증감률(%)
전체	88,804	105,654	98,303	77,792	72,462	65,207	52,832	59,673	6,841	12.9
건축물미술작품	66,792	89,564	83,557	62,051	58,718	51,017	34,323	36,805	2,482	7.2
미술은행	1,252	1,586	1,510	1,508	1,674	2,030	2,750	2,746	▽ 4	▽ 0.1
소계	20,760	14,504	13,236	14,233	12,070	12,160	15,759	20,122	4,363	27.7
미술관	13,789	13,249	11,733	12,028	9,477	10,694	13,883	15,660	1,777	12.8
대학·사립	6,971	1,256	1,504	2,205	2,593	1,466	1,876	4,462	2,586	137.8

표 2-1-15 연도별 구입 작품 수 증감 현황

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2016년 전년대비 증감	
	(점)	증감 수(점)	증감률(%)							
전체	2,050	2,264	2,423	2,542	2,130	2,124	1,842	3,348	1,506	81.8
건축물미술작품	816	852	769	619	617	490	379	319	▽ 60	▽ 15.8
미술은행	185	247	267	281	146	241	366	367	1	0.3
소계	1,049	1,165	1,387	1,642	1,367	1,393	1,097	2,662	1,565	142.7
미술관	854	566	598	902	637	625	702	1,097	395	56.3
대학·사립	195	599	789	740	730	768	395	1,565	1,170	296.2

6) 2008년도 조사 시, 작품구입(설치)금액 및 구입(설치) 작품 수를 추정하지 않았음.

1 주요 특성별 작품거래 규모

1) 장르별 작품거래 규모

미술시장 주요유통영역에서 거래되는 작품의 장르별 거래 규모를 살펴보면, 전반적으로 회화 비중이 높은 것으로 조사되었음.

회화는 화랑 작품판매의 85.2%(판매 작품 수 기준 76.9%), 경매회사 작품판매의 71.5%(판매 작품 수 기준 48.2%)를 차지하며 가장 높게 나타났으며, 화랑은 조각·설치와 미디어아트가, 경매회사는 전통회화와 골동품이 뒤를 이었음.

아트페어 역시 회화의 판매가 1순위, 1+2+3순위 각각 86.6%로 가장 높게 나타났으며, 1+2+3순위 기준으로 조각·설치(51.7%), 현대공예(39.3%), 판화(33.8%) 작품이 뒤를 이었음.

그림 2-2-1 장르별 작품판매 규모(화랑)
- 작품판매 금액 기준

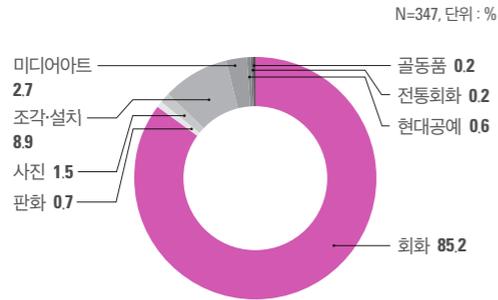


그림 2-2-2 장르별 작품판매 규모(경매회사)
- 작품판매 금액 기준

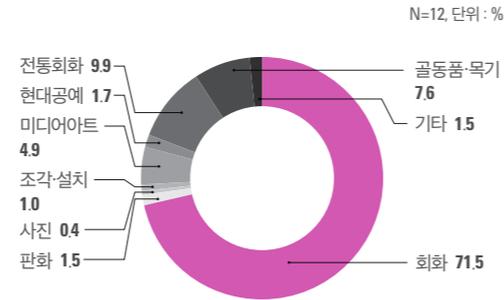
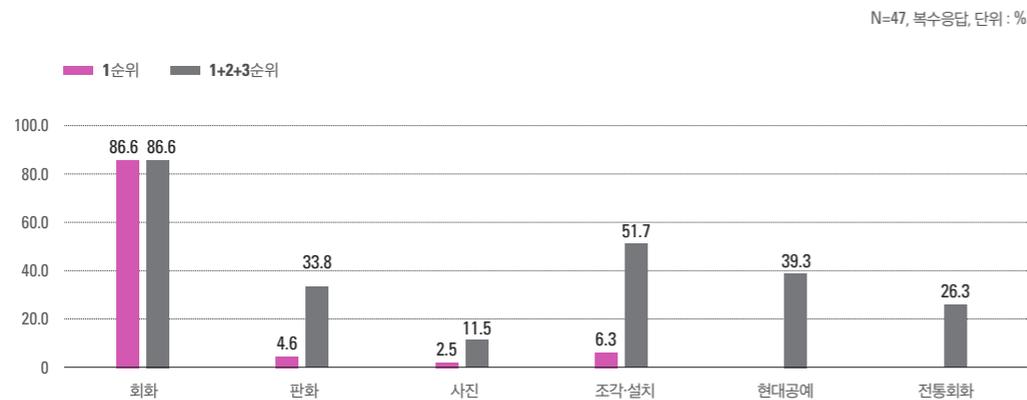


그림 2-2-3 장르별 작품판매 규모(아트페어)



2) 판매방법별 작품거래 규모

화랑은 국내 아트페어가 26.5%로 가장 높게 나타났으며, 전시 판매 25.7%, 해외 개최 아트페어 판매(20.5%) 순으로 조사되었음.

경매회사는 경매 낙찰 판매가 96.2%, 경매 외 판매가 3.8%로 조사되었음.

아트페어는 참가자 직접 판매가 95.4%로 가장 높게 나타났으며, 아트페어 주최 측 판매는 1.8%, 아트페어 주최 측 중개는 1.6%로 조사됨.

그림 2-2-4 판매방법별 작품판매 규모(화랑)
- 작품판매 금액 기준

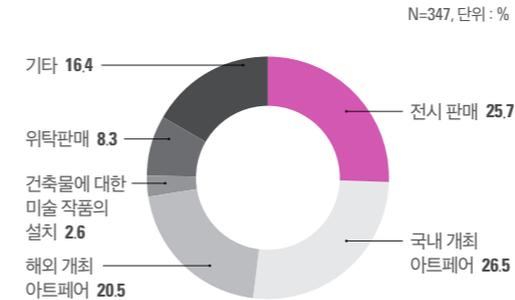


그림 2-2-5 판매방법별 작품판매 규모(경매회사)
- 작품판매 금액 기준

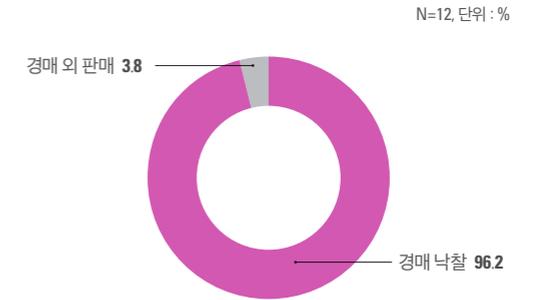
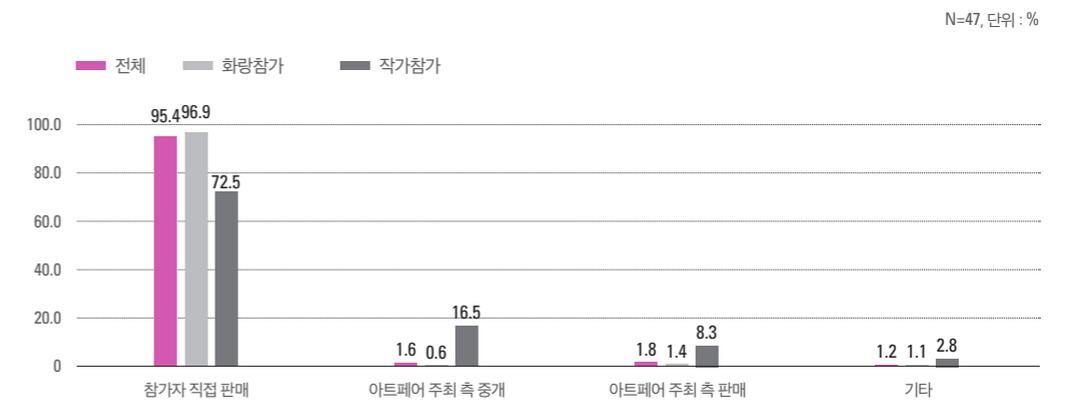


그림 2-2-6 판매방법별 작품판매 규모(아트페어)



3) 고객별 작품거래 규모

화랑과 경매회사 고객별 작품거래 기준 각각 52.9%, 44.7%로 개인 고객이 가장 높은 것으로 조사되었음.

다음으로 화랑은 해외 고객 33.7%, 기업 7.1%, 경매회사는 개인 미술시장 관계자 21.1%, 해외 고객 13.9% 순으로 조사되었음.

그림 2-2-7 고객별 작품판매 규모(화랑)
- 작품판매 금액 기준

N=347, 단위: %

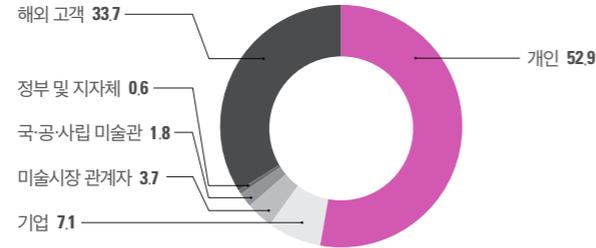
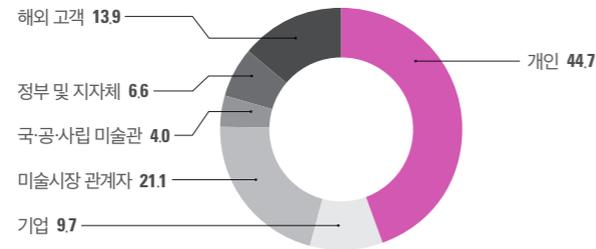


그림 2-2-8 고객별 작품판매 규모(경매회사)
- 작품판매 금액 기준

N=12, 단위: %



2 재정 규모

1) 화랑 재정구조

2016년 매출이 없는 화랑은 63개(14.4%), 지출이 없는 화랑은 없는 것으로 조사되었음.

화랑의 재정구조를 살펴보면, 매출액의 87.3%를 작품판매 수입이 차지하는 것으로 나타났으며, 지출액의 64.9%는 작품 구입비/작가 결제비, 12.8%는 사업 운영 경비가 차지하는 것으로 조사되었음.

그림 2-2-9 화랑 매출구조

N=374, 단위: %

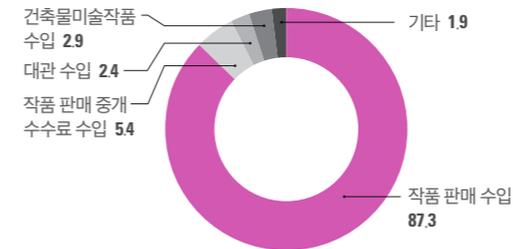
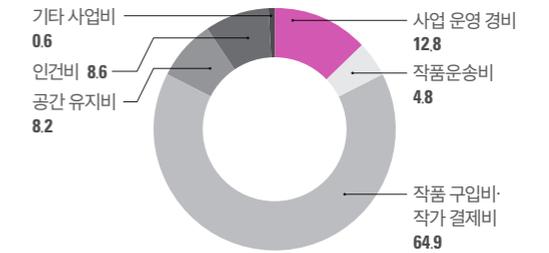


그림 2-2-10 화랑 지출구조

N=437, 단위: %



2) 경매회사 재정구조

경매회사의 재정구조를 살펴보면, 매출액의 66.8%를 작품판매 수수료 수입이 차지하는 것으로 나타났으며, 지출액의 61.8%는 경매 사업비, 11.8%는 경매 외 사업비가 차지하는 것으로 조사되었음.

그림 2-2-11 경매회사 매출구조

N=12, 단위: %

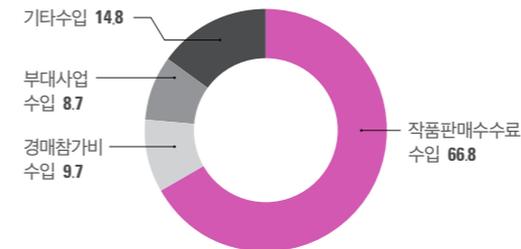
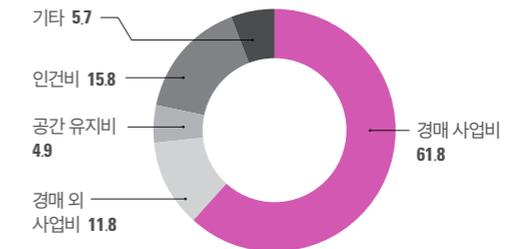


그림 2-2-12 경매회사 지출구조

N=12, 단위: %



3) 아트페어 재정구조

아트페어의 재정구조를 살펴보면, 수입의 65.6%를 차지하는 자체 수입 중 참가비 수입이 72.8%로 가장 높게 나타났으며, 지출액의 42.6%는 장소 임대료 및 장치 설치비, 23.9%는 이외 아트페어 운영비가 차지하는 것으로 조사되었음.

그림 2-2-13 아트페어 수입구조

N=48, 단위 : %

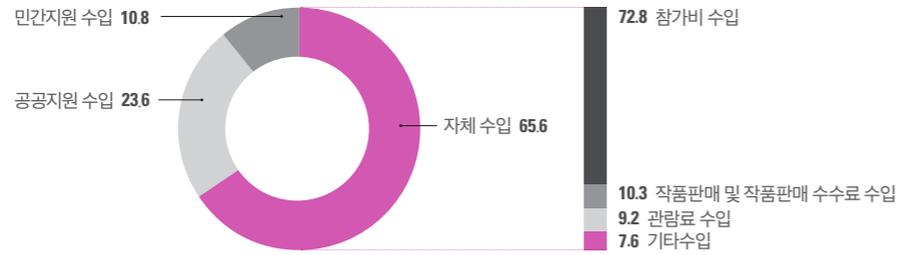
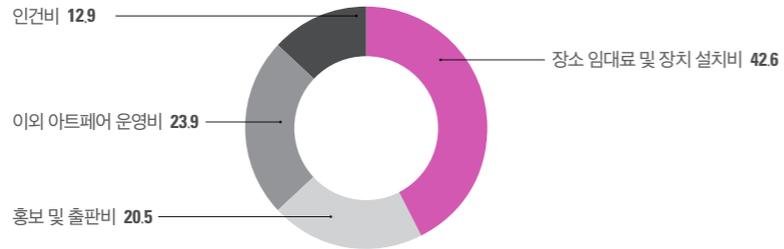


그림 2-2-14 아트페어 지출구조

N=47, 단위 : %



03

3장 미술시장 주요유통영역 운영 현황

- 1절 | 화랑 운영 현황
- 2절 | 경매회사 운영 현황
- 3절 | 아트페어 운영 현황

화랑 주요 결과

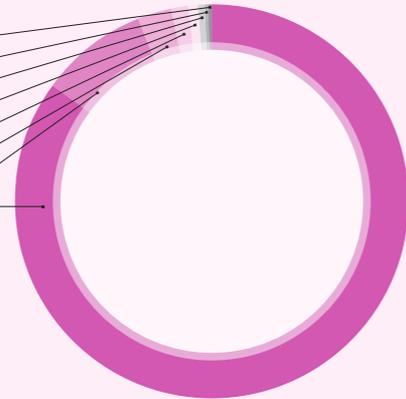
2016년 한해 화랑 시장 규모는 약 2,158억 원이며, 12,524점의 작품이 판매되었음.
전국 437개 화랑에 1,176명 인력이 종사하고 있으며, 연간 약 2,306억 원의 매출을 기록하였음.

작품거래 현황

장르별 거래현황 (%)

215,825 거래금액(백만원)

기타	0.0
전통회화	0.2
골동품·목기	0.2
현대공예	0.6
판화	0.7
사진	1.5
미디어아트	2.7
조각·설치	8.9
회화	85.2



12,524 거래작품 수(점)

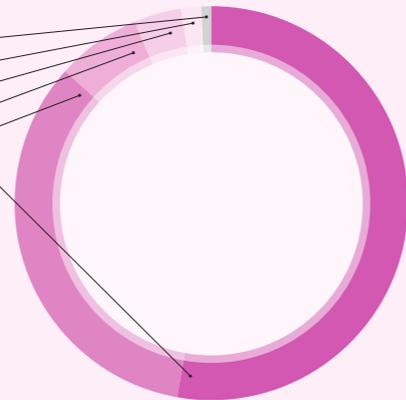
작품 수 (%)

회화	77.0
조각·설치	5.8
사진	5.2
현대공예	5.1
판화	3.8
골동품·목기	1.8
전통회화	0.7
미디어아트	0.6
기타	0.0



고객별 거래현황 (%)

기타	0.0
정부 및 지자체	0.6
미술관	1.0
미술시장 관계자	3.7
기업	7.1
해외고객	33.7
개인	52.9



12,524 거래작품 수(점)

작품 수 (%)

개인	72.0
해외고객	11.7
기업	9.8
미술시장 관계자	4.3
미술관	1.3
정부 및 지자체	0.9
기타	0.0



연간 작품판매금액 단위: 백만원



연간 판매 작품 수 단위: 점

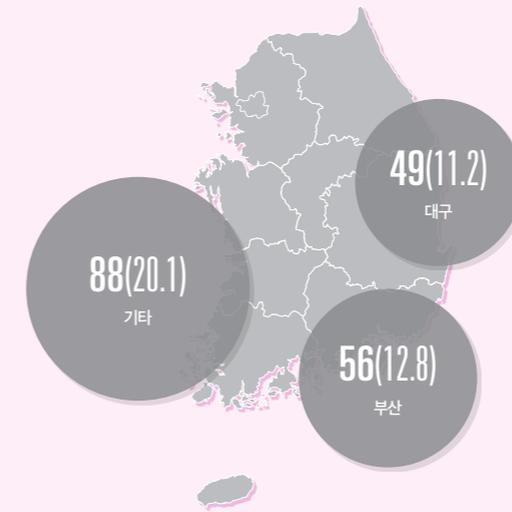
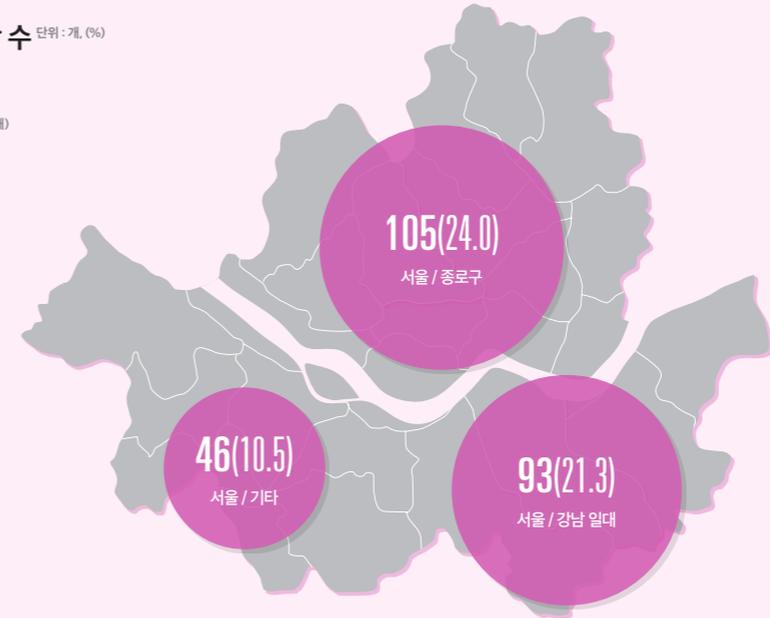


지역별 현황

지역별 화랑 수 단위: 개, (%)

총 시설 수 (개)

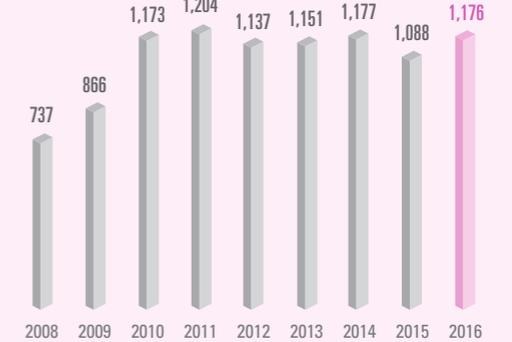
437



연간 화랑 수 단위: 개



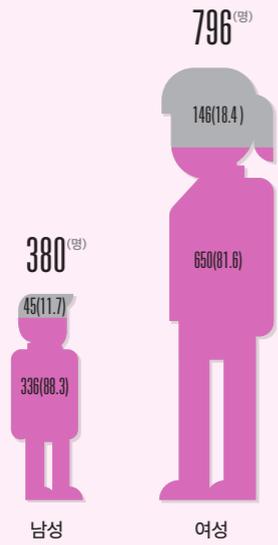
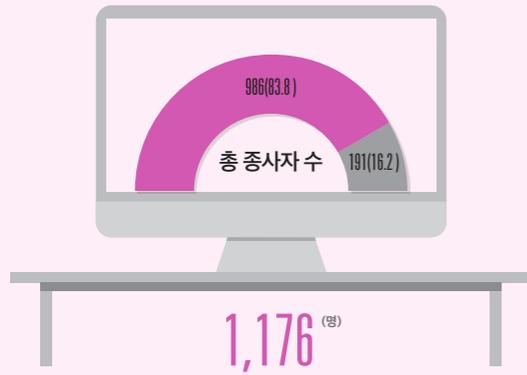
연간 종사자 수 단위: 명



종사자 현황

고용형태별 현황 단위:명, (%)

■ 정규직 ■ 비정규직



담당업무별 현황 단위: %



사업운영 현황

전시개최 추이 단위:회



참가작가 수 추이 단위:명



관람객 수 추이 단위:명



재정현황

항목별 매출 단위: %

230,604 (백만원)



항목별 지출 단위: %

242,513 (백만원)



연간 매출액 단위:백만원



연간 지출액 단위:백만원



1 화랑 일반 현황

1) 화랑 기본 현황

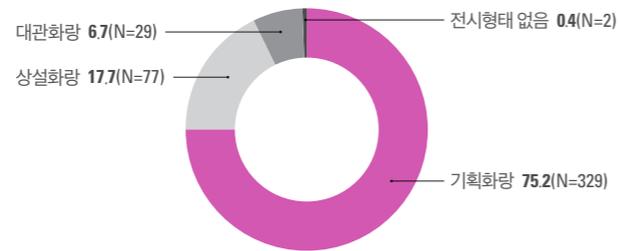
2016년 국내 화랑은 총 437개이며, 이 중 263개 화랑이 조사에 응답하여 조사 응답률은 60.1%임. 본 조사에서는 모수추정을 실시하여, 모든 통계결과는 437개 모집단에 대한 결과를 산출함.

● 화랑 주요 전시형태별 현황

화랑의 주요 전시형태를 조사한 결과, 437개 화랑 중 기획전화랑은 329개(75.2%), 상설화랑은 77개(17.7%), 대관화랑은 29개(6.7%)로 조사됨.

그림 3-1-1 화랑 주요 전시형태별 현황

N=437, 단위: %, (사례 수)



● 화랑 지역별 분포 현황

105개(24.0%)의 화랑이 서울 종로구에 위치하고 있으며, 서울 강남 일대 93개(21.3%), 부산 56개(12.8%), 대구 49개(11.2%) 등의 순으로 조사됨. 전체 화랑의 55.8%인 244개 화랑이 서울에 위치하고 있음.

그림 3-1-2 화랑 지역별 현황

N=437, 단위: %, (사례 수)

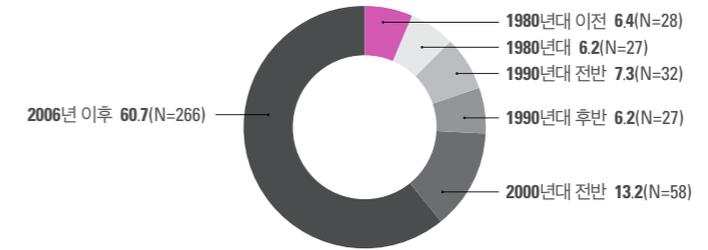


● 화랑 설립년도 현황

324개(74.0%)의 화랑이 2000년대 이후에 설립되었으며, 90년대에 59개(13.5%), 80년대에 27개(6.2%), 80년대 이전에 28개(6.4%)의 화랑이 설립된 것으로 조사됨.

그림 3-1-3 화랑 설립연도별 현황

N=437, 단위: %, (사례 수)

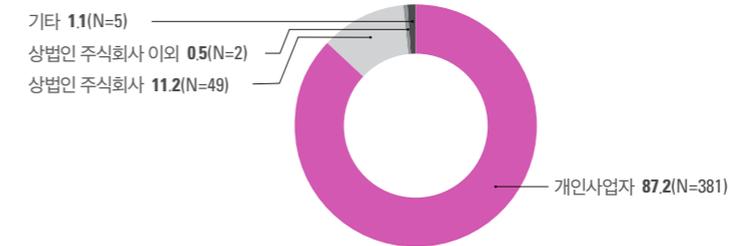


● 화랑 법적성격 현황

전체 화랑의 381개(87.2%)가 개인사업자 형태로 운영되고 있음. 상법인으로 운영되는 화랑은 51개(11.7%)이며 이 중 49개(11.2%)는 주식회사, 2개(0.5%)는 주식회사 이외의 형태로 운영되고 있음. 한편, 기타 법적성격으로 운영되는 화랑은 5개(1.1%)로, 사단법인, 지자체 등으로 조사됨.

그림 3-1-4 화랑 법적성격별 현황

N=437, 단위: %, (사례 수)



● 화랑 지점 운영 현황

17개 화랑이 국내 지점을 운영하고 있으며, 해외 지점을 운영하는 화랑은 4개, 해외 파트너십을 운영하는 화랑은 12개로 조사됨.

그림 3-1-5 화랑 국내 지점 운영 현황

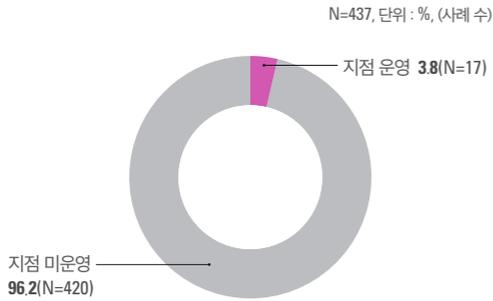
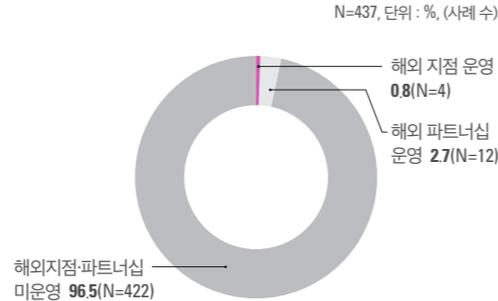


그림 3-1-6 화랑 해외 지점 및 파트너십 운영 현황



2) 화랑 시설 현황

화랑의 보유시설을 조사한 결과, 4개(0.9%)를 제외한 433개(99.1%) 화랑이 전시실을 보유하고 있으며, 사무실을 보유하고 있는 화랑은 390개(89.2%), 수장고를 보유하고 있는 화랑은 366개(83.8%)로 조사됨. 평균 시설 수는 전시실을 1.5개 보유하고 있으며, 사무실 1.2개, 수장고 1.2개를 보유하고 있는 것으로 조사됨.

그림 3-1-7 화랑 시설 보유 여부

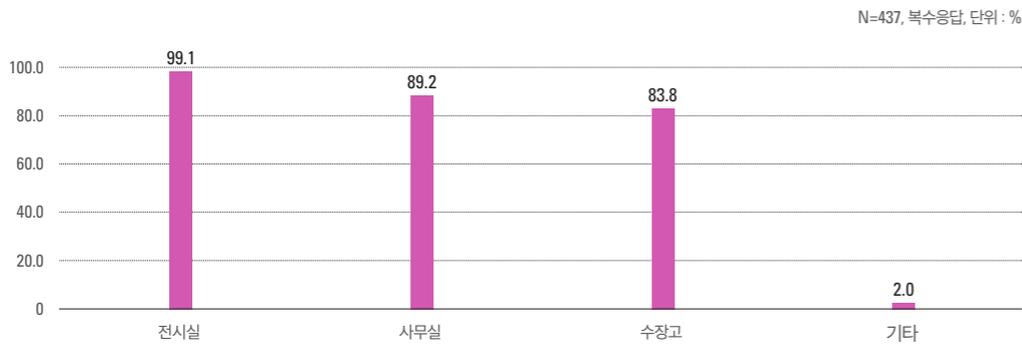


표 3-1-1 화랑 시설 세부 현황

구분	화랑 시설 (개)												
	전시실			사무실			수장고			기타			
	보유 화랑 수	평균	합계	보유 화랑 수	평균	합계	보유 화랑 수	평균	합계	보유 화랑 수	평균	합계	
TOTAL	(433)	1.5	641	(390)	1.2	451	(366)	1.2	428	(9)	2.1	18	
지역	서울 종로구	(105)	1.8	191	(95)	1.3	126	(86)	1.2	107	(2)	1.0	2
	서울 강남 일대	(91)	1.4	131	(82)	1.2	97	(81)	1.2	98	(1)	1.0	1
	서울 기타	(46)	1.6	75	(41)	1.1	43	(33)	1.1	38	(1)	1.0	1
	대구	(49)	1.2	58	(44)	1.1	48	(49)	1.1	54	(1)	3.0	3
	부산	(56)	1.2	64	(50)	1.1	55	(50)	1.1	56	-	-	-
	기타	(86)	1.4	123	(79)	1.1	83	(67)	1.1	75	(4)	2.9	12
매출 규모	1천만 원 미만	(98)	1.3	124	(84)	1.0	85	(70)	1.0	70	(2)	4.6	10
	1~3천만 원 미만	(97)	1.3	126	(77)	1.0	80	(79)	1.1	84	(-)	-	-
	3~5천만 원 미만	(58)	1.3	73	(54)	1.0	54	(52)	1.2	60	(3)	1.0	3
	5천만~1억 원 미만	(68)	1.4	93	(67)	1.1	75	(65)	1.1	74	(2)	1.0	2
	1~10억 원 미만	(94)	1.6	154	(91)	1.2	111	(84)	1.3	107	(-)	-	-
	10억 원 이상	(18)	3.9	72	(17)	2.7	45	(17)	2.0	34	(1)	3.0	3

* 기타: 아트샵 및 휴게공간 등

2 화랑 종사자 현황

1) 화랑 총 종사자 현황

대표자를 포함한 화랑의 총 종사자 수는 1,176명이며, 평균 2.7명으로 조사됨. 성별로는 여성 67.7%(796명), 남성 32.3%(380명)로 여성의 비중이 35.4%p 높은 것으로 조사됨.

그림 3-1-8 화랑 총 종사자 현황



2) 화랑 종사자 세부 현황

● 화랑 고용형태별 종사자 현황

고용형태별 종사자 현황을 살펴보면 전체 종사자의 83.8%(986명)가 정규직이며, 이 중 여성의 비율이 65.9%(650명)로 남성 34.1%(336명)보다 약 31.8%p 가량 높게 조사됨. 비정규직 또한 여성의 비율이 76.4%(146명)로 남성 23.6%(45명)보다 많은 것으로 조사됨.

표 3-1-2 화랑 고용형태별 종사자 현황

구분	사례 수	고용형태별 종사자(명)										
		합계		정규직		비정규직		남성		여성		
		평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계	
TOTAL	(437)	2.7	1,176	0.8	336	1.5	650	0.1	45	0.3	146	
지역	서울 종로구	(105)	3.8	402	1.1	111	2.3	246	0.1	12	0.3	33
	서울 강남 일대	(93)	2.4	224	0.6	58	1.3	122	0.1	7	0.4	38
	서울 기타	(46)	3.2	149	1.1	50	1.5	70	0.2	11	0.4	18
	대구	(49)	2.0	96	0.5	27	1.2	58	0.0	1	0.2	11
	부산	(56)	2.2	124	0.6	31	1.3	70	0.1	6	0.3	17
	기타	(88)	2.1	181	0.7	58	1.0	85	0.1	9	0.3	30
	매출 규모	1천만 원 미만	(100)	1.9	190	0.6	63	0.9	87	0.1	11	0.3
1~3천만 원 미만		(97)	1.7	167	0.5	47	1.0	94	0.1	10	0.2	17
3~5천만 원 미만		(58)	2.0	119	0.7	38	1.1	64	0.0	0	0.3	17
5천만~1억 원 미만		(68)	2.6	177	0.8	53	1.5	100	0.1	4	0.3	19
1~10억 원 미만		(94)	3.2	304	0.8	75	1.7	155	0.2	19	0.6	55
10억 원 이상		(20)	11.0	220	3.0	61	7.5	150	0.1	2	0.4	8

● 화랑 담당업무별 종사자 현황

담당업무별 종사자 현황을 살펴보면, 총괄 인력이 98.9%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 전시기획 인력과 행정, 전시보조 인력이 각각 43.6%, 30.4%, 27.8%로 높게 나타났음. 인력 비율은 총괄 인력이 37.4%(440명)로 가장 많았으며, 전시기획 인력 23.4%(275명), 전시보조 인력 15.5%(182명) 등의 순으로 조사됨.

그림 3-1-9 화랑 담당업무별 인력 보유 여부



표 3-1-3 화랑 담당업무별 종사자 현황

구분		담당업무별 종사자(명)											
		총괄		행정		전시기획		홍보·영업·마케팅		전시보조		기타	
		평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계
TOTAL		1.0	440	1.1	152	1.4	275	1.4	114	1.5	182	1.3	12
지역	서울 종로구	1.0	107	1.5	53	2.0	123	1.8	50	1.7	64	1.0	5
	서울 강남 일대	1.0	94	1.0	29	1.0	38	1.1	21	1.1	41	-	-
	서울 기타	1.0	46	1.1	18	1.3	44	1.1	11	1.6	28	1.0	2
	대구	1.0	49	1.0	10	1.1	12	1.0	8	1.8	18	-	-
	부산	1.0	55	1.0	23	1.2	29	1.1	9	1.4	8	-	-
	기타	1.0	89	1.1	19	1.2	29	1.4	16	1.5	23	2.0	6
매출 규모	1천만 원 미만	1.0	97	1.0	23	1.1	37	1.0	11	1.1	19	2.0	2
	1~3천만 원 미만	1.0	97	1.0	26	1.1	31	1.0	7	1.3	6	-	-
	3~5천만 원 미만	1.0	58	1.1	14	1.0	22	1.0	11	1.0	14	-	-
	5천만~1억 원 미만	1.0	70	1.0	17	1.1	37	1.2	23	1.3	30	-	-
	1~10억 원 미만	1.0	96	1.0	37	1.3	68	1.1	24	1.4	70	1.3	9
	10억 원 이상	1.1	23	2.1	35	4.3	80	2.5	38	3.3	43	1.0	1

● 화랑 4대 보험 가입 현황

4대 보험에 모두 가입한 화랑은 총 204개(46.7%), 일부 가입 41개(9.3%)이며, 나머지 192개(44.0%) 화랑은 모두 가입하지 않은 것으로 조사됨.

그림 3-1-10 화랑 4대 보험 가입 현황

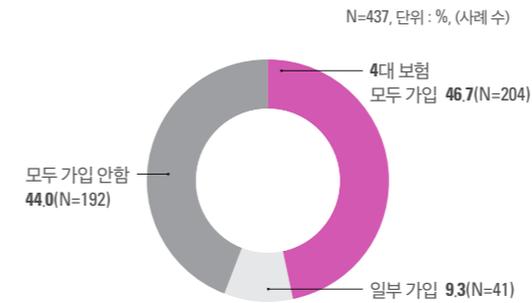
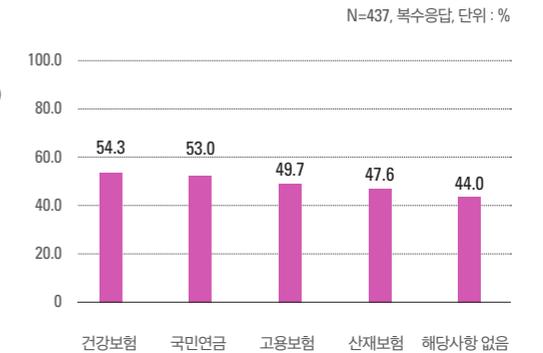


그림 3-1-11 4대 보험 가입률



3 화랑 사업 운영 현황

1) 화랑 전시 개최 현황⁷⁾

● 화랑 연간 전시 개최 현황

2016년 420개 화랑의 전시 개최횟수는 총 5,683회이며, 전시 참가 작가 수는 총 17,751명, 관람객 수는 약 251만 명으로 조사됨.

평균 전시 개최횟수는 약 13.5회이며, 지역별로는 서울 종로구 화랑이 25.8회, 매출 규모별로는 10억 이상의 화랑이 55.2회로 가장 높게 나타났음.

연간 평균 참가 작가 수는 42.3명이며, 평균 관람객은 5,977명으로 조사됨. 평균 관람객은 지역별로는 서울 기타 화랑이 18,078명, 매출 규모별로는 10억 원 이상의 화랑이 37,985명으로 가장 높게 나타났음.

표 3-1-4 화랑 전시 개최 현황

구분	사례 수	연간 총 개최횟수 (회)		연간 총 참가 작가 수 (명)		연간 총 관람객 수 (명)		
		평균	합계	평균	합계	평균	합계	
TOTAL	(420)	13.5	5,683	42.3	17,751	5,977	2,507,912	
지역	서울 종로구	(104)	25.8	2,681	91.8	9,543	8,600	894,003
	서울 강남 일대	(90)	8.6	770	23.4	2,106	3,373	303,119
	서울 기타	(43)	11.8	511	27.7	1,200	18,078	783,705
	대구	(47)	5.5	259	11.2	527	1,408	66,330
	부산	(54)	12.1	659	20.3	1,103	2,083	113,402
매출 규모	기타	(81)	9.9	803	40.5	3,272	4,296	347,352
	1천만 원 미만	(89)	12.9	1,150	41.1	3,671	4,534	405,359
	1~3천만 원 미만	(94)	11.0	1,036	31.0	2,917	1,941	182,521
	3~5천만 원 미만	(58)	12.3	716	34.3	1,995	2,131	124,054
	5천만~1억 원 미만	(67)	9.2	618	23.3	1,571	12,579	848,070
	1~10억 원 미만	(94)	13.1	1,229	66.1	6,188	3,259	305,058
10억 원 이상	(17)	55.2	934	83.2	1,408	37,985	642,850	

* 전시 개최 실적 없음 = 17

● 화랑 전시 개최 세부 현황

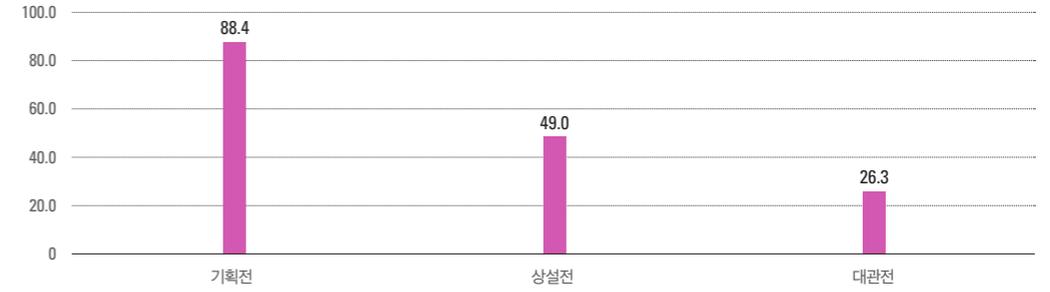
420개 화랑의 전시별 개최 현황을 살펴보면, 기획전을 개최한 화랑이 371개(88.4%), 상설전 206개(49.0%), 대관전 110개(26.3%)로 조사됨.

기획전이 총 3,464회로 가장 많이 개최되었으며, 대관전 1,569회, 상설전 650회 순으로 조사됨.

평균 개최횟수는 대관전이 14.2회로 가장 많았으며, 기획전 9.3회, 상설전 3.2회로 조사됨.

그림 3-1-12 화랑 전시유형별 전시 개최 여부

N=420, 복수응답, 단위: %



* 전시 개최 실적 없음 = 17

표 3-1-5 화랑 전시 개최 현황

구분	사례 수	기획전		상설전		대관전					
		개최율 (%)	개최횟수(회)	개최율 (%)	개최횟수(회)	개최율 (%)	개최횟수(회)				
TOTAL	(420)	88.4	9.3	49.0	3.2	26.3	14.2				
화랑 전시 형태	기획화랑	(316)	99.2	9.5	2,970	39.6	3.0	370	24.3	3.7	285
	상설화랑	(76)	49.7	3.3	123	93.7	3.5	250	8.3	1.6	10
	대관화랑	(27)	70.8	19.2	371	34.6	3.2	30	100.0	46.7	1,274

* 전시 개최 실적 없음 = 17

7) 2016년 전시 개최 실적이 없는 17개 화랑을 제외한 총 420개 화랑을 대상으로 분석함.

2) 화랑 국제전시 개최 현황

420개 화랑 중 국제전시를 개최한 화랑은 137개(32.6%)로 조사됨.

국제전시 개최횟수는 총 308회이며, 참가 해외 작가 수는 1,318명, 평균 9.6명이 참가한 것으로 조사됨.

표 3-1-6 화랑 국제전시 개최 현황

구분	사례 수	연간 총 국제전시 개최횟수 (회)		연간 총 국제전시 참가 해외 작가 수 (명)		
		평균	합계	평균	합계	
TOTAL	(137)	2.3	308	9.6	1,318	
지역	서울 종로구	(37)	2.5	95	12.6	470
	서울 강남 일대	(33)	2.3	76	10.6	355
	서울 기타	(15)	1.9	29	5.8	87
	대구	(10)	2.0	21	5.9	62
	부산	(14)	2.4	34	4.7	66
	기타	(27)	2.0	54	10.4	278
	매출 규모	1천만 원 미만	(16)	3.4	54	26.2
1~3천만 원 미만		(34)	2.0	69	6.6	224
3~5천만 원 미만		(11)	2.2	25	4.4	51
5천만~1억 원 미만		(25)	2.0	51	9.0	225
1~10억 원 미만		(44)	2.1	90	6.3	277
10억 원 이상		(7)	3.0	20	19.9	132

* 국제전시 개최 실적 없음(전시 개최 실적 없음 포함) = 300

3) 화랑 유료전시 개최 현황

420개 화랑 중 유료전시를 개최한 화랑은 16개(3.8%)이며, 총 108회, 평균 6.8회가 개최된 것으로 조사됨.

표 3-1-7 화랑 유료전시 개최 현황

구분	사례 수	연간 총 유료전시 개최 횟수 (회)		
		평균	합계	
TOTAL	(16)	6.8	108	
지역	서울 종로구	(5)	9.0	43
	서울 강남 일대	(2)	15.0	28
	대구	(1)	3.0	4
	기타	(8)	4.2	32
	매출 규모	1천만 원 미만	(2)	6.0
3~5천만 원 미만		(2)	1.5	4
5천만~1억 원 미만		(1)	3.0	4
1~10억 원 미만		(5)	13.3	70
10억 원 이상		(4)	3.6	15

* 유료전시 개최 실적 없음(전시 개최 실적 없음 포함) = 421

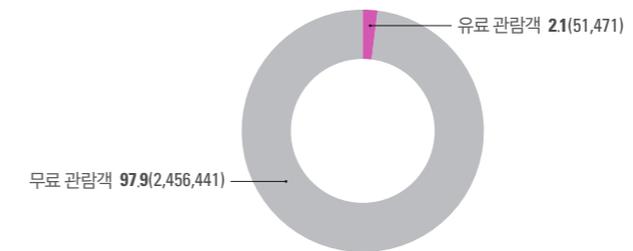
4) 화랑 관람객 현황

2016년 화랑 관람객 수는 총 2,507,912명, 평균 5,977.3명으로 이 중 무료 관람객은 97.9%(2,456,441명), 유료 관람객은 2.1%(51,471명)로 조사됨.

유료전시를 개최한 16개 화랑의 평균 관람요금은 약 3,437.4원으로 조사되었음.

그림 3-1-13 화랑 관람객 현황

N=420, 단위: %, (명)



* 전시 개최 실적 없음 = 17

표 3-1-8 화랑 관람객 세부 현황

구분	관람객(명)									
	전체 관람객			무료 관람객			유료 관람객			
	사례 수	평균	합계	사례 수	평균	합계	사례 수	평균	합계	
TOTAL	(420)	5,977.3	2,507,912	(414)	5,854.6	2,456,441	(16)	3,247.1	51,471	
지역	서울 종로구	(104)	8,599.9	894,003	(104)	8,423.4	875,661	(5)	3,792.0	18,342
	서울 강남 일대	(90)	3,373.2	303,119	(90)	3,349.4	300,985	(2)	1,145.0	2,134
	서울 기타	(43)	18,078.4	783,705	(43)	18,078.4	783,705	(-)	-	-
	대구	(47)	1,407.8	66,330	(47)	1,395.6	65,754	(1)	400.0	576
	부산	(54)	2,083.5	113,402	(54)	2,083.5	113,402	(-)	-	-
	기타	(81)	4,295.7	347,352	(75)	3,919.5	316,934	(8)	3,945.1	30,418
	매출 규모	1천만 원 미만	(89)	4,534.3	405,359	(87)	4,533.0	405,240	(2)	50.0
1~3천만 원 미만	(94)	1,941.2	182,521	(94)	1,941.2	182,521	(-)	-	-	
3~5천만 원 미만	(58)	2,131.4	124,054	(57)	1,863.9	108,487	(2)	6,314.7	15,568	
5천만~1억 원 미만	(67)	12,579.3	848,070	(67)	12,570.8	847,494	(1)	400.0	576	
1~10억 원 미만	(94)	3,259.0	305,058	(92)	3,204.5	299,954	(5)	964.4	5,104	
10억 원 이상	(17)	37,985.2	642,850	(17)	36,206.4	612,746	(4)	7,043.1	30,104	

* 전시 개최 실적 없음 = 17
 * 유료전시 개최 실적 없음(전시 개최 실적 없음 포함) = 421

5) 화랑 아트페어 참가 현황

● 화랑 아트페어 참가 세부 현황

2016년 국내·외에서 개최된 아트페어에 참가한 화랑은 284개(65.0%)로 조사되었으며, 이 중 국내 아트페어만 참가한 화랑은 170개(39.0%), 해외 아트페어만 참가한 화랑은 14개(3.2%)이며, 국내·외 아트페어에 모두 참가한 화랑은 100개(22.9%)로 조사됨.

그림 3-1-14 화랑 아트페어 참가 현황

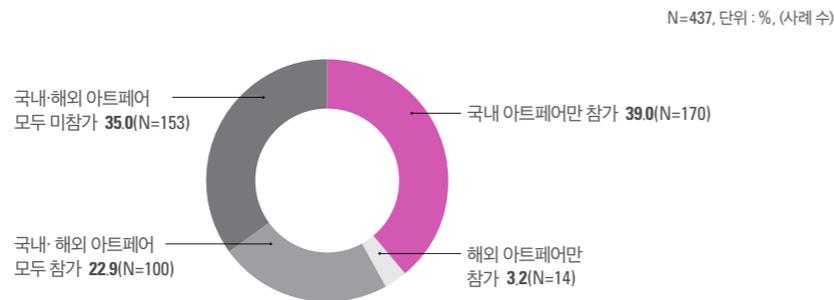


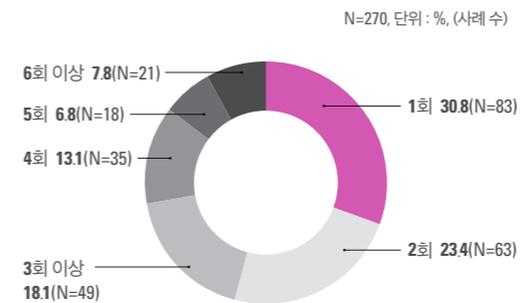
표 3-1-9 화랑 아트페어 참가 세부 현황

구분	사례 수	국내 아트페어만 참가		해외·아트페어만 참가		국내·해외 아트페어 모두 참가		국내·해외 아트페어 모두 미참가		
		사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)	
		TOTAL	(437)	(170)	39.0	(14)	3.2	(100)	22.9	(153)
지역	서울 종로구	(105)	(29)	27.6	(5)	4.6	(28)	26.9	(43)	40.9
	서울 강남 일대	(93)	(29)	30.8	(8)	8.1	(37)	39.4	(20)	21.8
	서울 기타	(46)	(21)	46.4	(-)	-	(9)	20.2	(15)	33.4
	대구	(49)	(28)	58.1	(1)	2.9	(5)	10.1	(14)	28.8
	부산	(56)	(31)	54.8	(-)	-	(7)	12.2	(18)	33.0
	기타	(88)	(32)	36.7	(-)	-	(14)	15.9	(42)	47.4
	매출 규모	1천만 원 미만	(100)	(33)	32.9	(-)	-	(11)	11.4	(56)
1~3천만 원 미만	(97)	(40)	41.6	(4)	4.3	(19)	19.7	(33)	34.4	
3~5천만 원 미만	(58)	(28)	47.4	(2)	2.7	(9)	15.6	(20)	34.4	
5천만~1억 원 미만	(68)	(28)	41.4	(3)	4.8	(19)	27.6	(18)	26.2	
1~10억 원 미만	(94)	(38)	40.8	(4)	4.0	(31)	33.2	(21)	22.0	
10억 원 이상	(20)	(3)	15.6	(1)	5.0	(11)	52.4	(5)	27.0	

국내 아트페어에 참가한 270개 화랑의 평균 참가횟수는 2.8회이며, 1회 참가한 화랑이 83개(30.8%), 2회 참가 63개(23.4%), 3회 참가 49개(18.1%) 등의 순으로 조사됨.

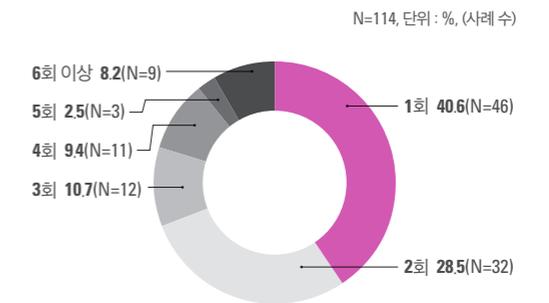
해외 아트페어에 참가한 114개 화랑의 평균 참가횟수는 2.5회이며, 1회 참가한 화랑이 46개(40.6%), 2회 참가 32개(28.5%), 3회 참가 12개(10.7%) 등의 순으로 조사됨.

그림 3-1-15 화랑 국내 아트페어 참가 현황



* 국내 아트페어 참가 실적 없음 = 167

그림 3-1-16 화랑 해외 아트페어 참가 현황



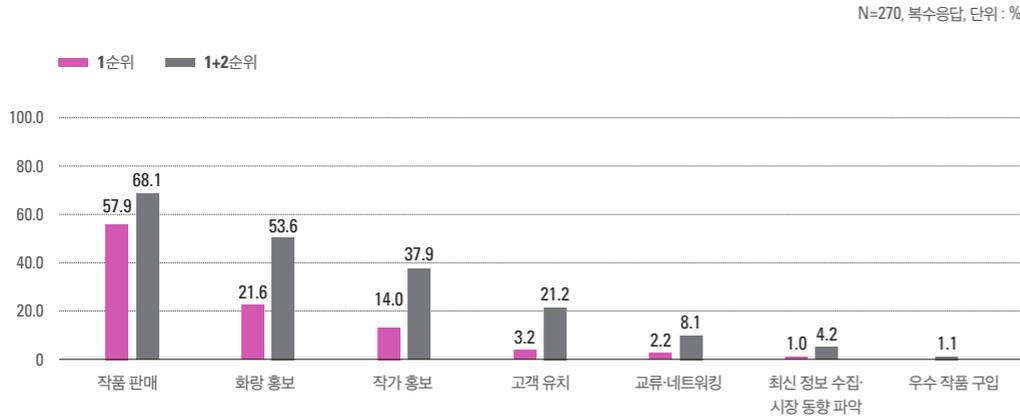
* 해외 아트페어 참가 실적 없음 = 323

● 화랑 아트페어 참가 성과(1+2순위 기준)

국내 아트페어 참가 성과는 작품 판매가 68.1%로 가장 높게 응답되었으며, 화랑 홍보 53.6%, 작가 홍보 37.9% 등의 순으로 조사됨.

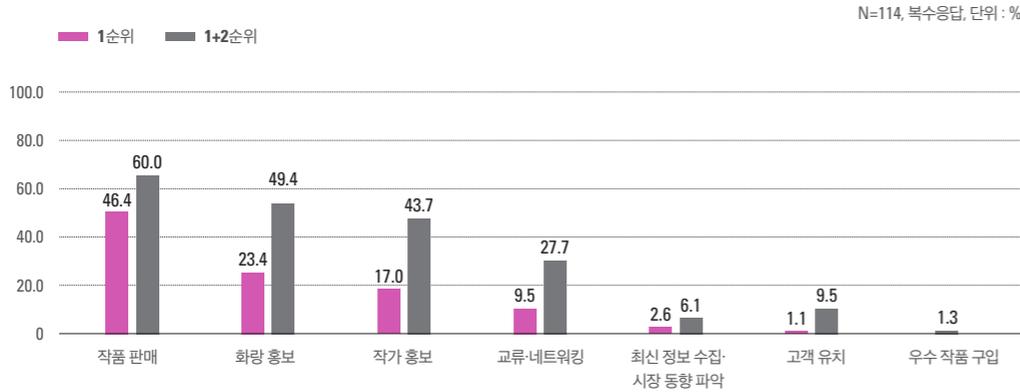
해외 아트페어 참가 성과는 작품판매가 60.0%로 가장 높게 응답되었으며, 화랑 홍보 49.4%, 작가 홍보 43.7% 등의 순으로 조사됨.

그림 3-1-17 화랑 국내 아트페어 참가 성과



* 국내 아트페어 참가 실적 없음 = 167

그림 3-1-18 화랑 해외 아트페어 참가 성과



* 해외 아트페어 참가 실적 없음 = 323

6) 화랑 전속작가 제도 운영 현황

● 전속작가 제도 운영 화랑 현황

전속작가 제도를 운영하고 있는 화랑은 총 121개(27.7%)로 조사됨.

지역별로 대구와 부산 지역 화랑의 전속작가 제도 운영률이 각각 39.6%, 34.7%로 높게 나타났으며, 매출규모 10억 원 이상 화랑의 운영률이 60.2%로 매출이 많은 화랑의 전속작가 운영률이 높게 나타남.

표 3-1-10 전속작가 제도 운영 화랑 현황

구분	사례 수		운영 비율 (%)		미운영 비율 (%)	
	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)
TOTAL	(437)	(121)	27.7	(316)	72.3	
지역	서울 종로구	(105)	(34)	32.4	(71)	67.6
	서울 강남 일대	(93)	(27)	29.2	(66)	70.8
	서울 기타	(46)	(6)	13.7	(40)	86.3
	대구	(49)	(19)	39.6	(30)	60.4
	부산	(56)	(19)	34.7	(37)	65.3
	기타	(88)	(15)	16.9	(73)	83.1
매출 규모	1천만 원 미만	(100)	(5)	4.8	(95)	95.2
	1~3천만 원 미만	(97)	(19)	19.5	(78)	80.5
	3~5천만 원 미만	(58)	(15)	25.2	(44)	74.8
	5천만~1억 원 미만	(68)	(29)	41.9	(40)	58.1
	1~10억 원 미만	(94)	(42)	45.1	(51)	54.9
	10억 원 이상	(20)	(12)	60.2	(8)	39.8

● 화랑 전속작가 제도 운영 세부 현황

전속작가 제도를 운영하는 121개 화랑에 소속된 작가 수는 총 952명, 평균 7.9명으로 조사됨.

매출 규모별로는 3~5천만 원 미만 화랑에 소속된 작가 수가 평균 12.8명으로 가장 많았으며, 지역별로는 부산 화랑에 소속된 작가 수가 평균 12.7명으로 전체 평균 대비 약 1.6배 정도 많은 것으로 조사됨.

표 3-1-11 화랑 전속작가 현황

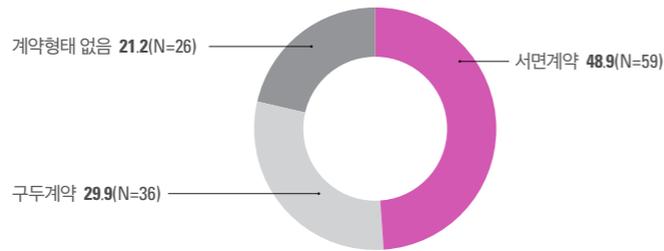
구분	사례 수	전속작가 수 구간										평균	합계 (명)	
		1명		2~5명		6~10명		11~20명		21명 이상				
		사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)			
TOTAL	(121)	(9)	7.0	(66)	54.3	(26)	21.3	(13)	10.8	(8)	6.6	7.9	952	
지역	서울 종로구	(34)	(2)	4.6	(17)	48.9	(11)	32.5	(1)	3.1	(4)	11.0	8.2	281
	서울 강남 일대	(27)	(3)	10.7	(14)	52.6	(5)	16.6	(5)	20.2	(-)	-	6.9	186
	서울 기타	(6)	(-)	-	(4)	58.2	(1)	15.1	(-)	-	(2)	26.7	9.0	57
	대구	(19)	(-)	-	(16)	80.9	(4)	19.1	(-)	-	(-)	-	3.7	72
	부산	(19)	(2)	8.6	(11)	58.8	(2)	9.5	(2)	9.8	(3)	13.2	12.7	247
	기타	(15)	(2)	16.0	(4)	27.4	(4)	25.3	(5)	31.3	(-)	-	7.4	110
매출 규모	1천만 원 미만	(5)	(2)	50.0	(-)	-	(-)	-	(2)	50.0	(-)	-	6.5	31
	1~3천만 원 미만	(19)	(-)	-	(6)	29.3	(11)	55.8	(1)	6.6	(2)	8.3	11.1	210
	3~5천만 원 미만	(15)	(2)	11.5	(8)	51.9	(2)	10.6	(1)	8.7	(3)	17.4	12.8	188
	5천만~1억 원 미만	(29)	(-)	-	(23)	80.7	(3)	9.8	(1)	3.6	(2)	5.9	5.4	155
	1~10억 원 미만	(42)	(3)	6.9	(25)	59.0	(9)	21.1	(5)	13.0	(-)	-	6.1	257
	10억 원 이상	(12)	(2)	12.9	(5)	38.6	(2)	16.6	(2)	13.7	(2)	18.3	9.2	112

* 전속작가 제도 미운영 = 316

전속작가 계약 방식 중 서면계약을 진행하는 화랑은 59개(48.9%), 구두계약 36개(29.9%)로 조사되었으며, 계약형태가 없는 화랑은 26개(21.2%)로 조사됨.
전속작가 운영 화랑의 79.1%가 작가 홍보 지원을 하고 있으며, 아트페어 참가 지원 77.2%, 전시회 개최 지원 64.9%, 도록 및 전시 홍보물 제작 지원 59.4%, 해외 교류 지원 34.3% 등의 순으로 조사됨.

그림 3-1-19 화랑 전속작가 계약 방식 현황

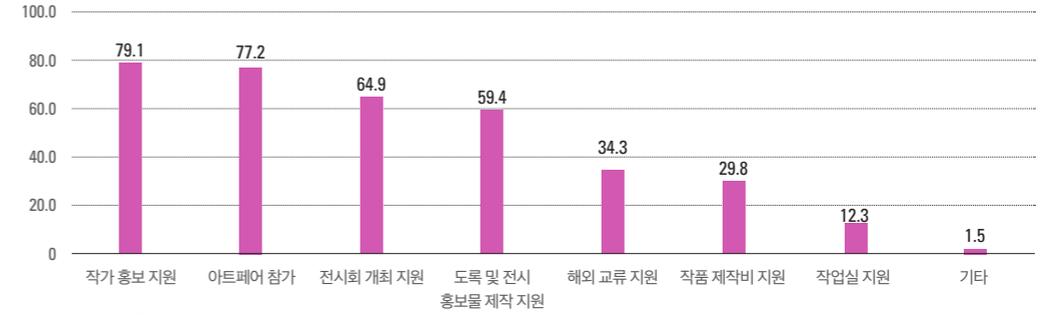
N=121, 단위: %, (사례 수)



* 전속작가 제도 미운영 = 316

그림 3-1-20 화랑 전속작가 지원 현황

N=121, 복수응답, 단위: %



* 전속작가 제도 미운영 = 316

4 화랑 작품판매 현황⁸⁾

1) 2016년 화랑 연간 작품판매 현황

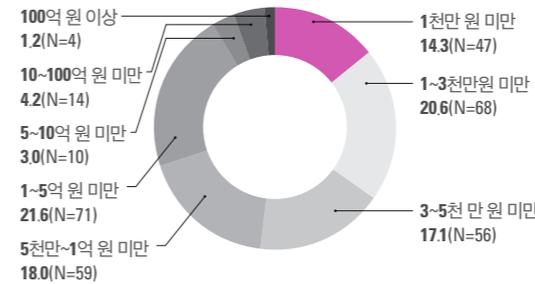
● 화랑 연간 작품판매 현황

화랑의 연간 총 작품판매금액은 약 2,158억 원, 평균 약 6.6억 원이며, 총 판매 작품 수는 12,524점, 평균 38.2점으로 조사됨.
연간 작품판매금액 5천만 원 미만 화랑이 52.0%(171개)를 차지했으며, 1~5억 원 미만 21.6%(71개), 5천만~1억 원 미만 18.0%(59개) 등의 순으로 조사됨. 연간 작품판매금액 10억 원 이상을 기록한 화랑 중 15개는 서울 지역에 위치한 화랑으로 조사됨.
판매 작품 수를 기준으로 살펴보면, 연간 20점 이하의 작품을 판매한 화랑이 61.7%(203개)를 차지했으며, 21~50점 25.3%(83개), 51~100점 7.1%(23개), 101점 이상 5.9%(19개)로 조사됨. 서울 지역 화랑의 판매 작품 수가 8,867점으로 전체 판매량의 70.8%를 차지함.

그림 3-1-21 화랑 국내 아트페어 참가 현황

- 작품판매금액 기준

N=328, 단위: %, (사례 수)

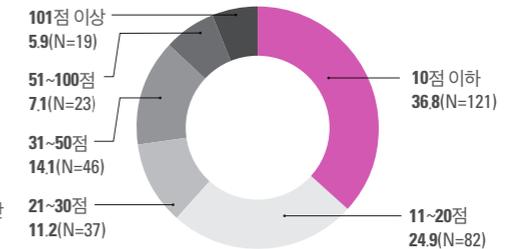


평균 작품판매 금액 : 658.0백만 원
총 작품판매 금액 : 215,825백만 원

그림 3-1-22 화랑 해외 아트페어 참가 현황

- 판매 작품 수 기준

N=328, 단위: %, (사례 수)



평균 판매작품 수 : 38.2점
총 판매작품 수 : 12,524점

8) 2016년 작품판매 실적이 없는 109개 화랑을 제외한 328개 화랑을 대상으로 분석함.

표 3-1-12 화랑 연간 작품판매 현황 - 작품판매 금액 기준

구분	사례 수	작품판매금액 구간																평균	중앙 값	합계	
		1천 만원 미만		1~3천 만원 미만		3~5천 만원 미만		5천만~ 1억 원 미만		1~5억 원 미만		5~ 10억 원 미만		10~ 100억 원 이상							
		사례 수 (%)	비율 (%)	사례 수 (%)	비율 (%)	사례 수 (%)	비율 (%)	사례 수 (%)	비율 (%)	사례 수 (%)	비율 (%)	사례 수 (%)	비율 (%)	사례 수 (%)	비율 (%)						
TOTAL	(328)	(47)	14.3	(68)	20.6	(56)	17.1	(59)	18.0	(71)	21.6	(10)	3.0	(14)	4.2	(4)	1.2	658.0	45	215,825	
지역	서울 종로구	(88)	(7)	7.9	(23)	26.1	(17)	19.2	(8)	8.8	(19)	21.3	(5)	6.2	(5)	6.0	(4)	4.6	2,007.6	45	175,801
	서울 강남 일대	(74)	(14)	18.4	(12)	16.6	(2)	2.1	(15)	19.6	(24)	32.1	(2)	3.2	(6)	8.0	(-)	-	247.0	80	18,338
	서울 기타	(33)	(10)	30.6	(3)	10.6	(5)	15.1	(4)	12.1	(9)	27.4	(1)	4.1	(-)	(-)	(-)	(-)	113.6	30	3,722
	대구	(40)	(-)	(-)	(9)	22.2	(8)	20.6	(16)	38.5	(7)	16.3	(-)	(-)	(1)	2.4	(-)	(-)	152.6	50	6,151
	부산	(45)	(5)	10.4	(11)	24.1	(10)	23.2	(7)	15.4	(11)	23.5	(1)	1.9	(1)	1.5	(-)	(-)	145.7	35	6,594
	기타	(48)	(11)	23.8	(9)	18.9	(14)	29.3	(10)	21.4	(2)	4.4	(-)	(-)	(1)	2.1	(-)	(-)	109.1	30	5,220
매출 규모	1천만 원 미만	(27)	(26)	97.8	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(1)	2.2	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	6.7	3	180
	1~3천만 원 미만	(75)	(16)	21.9	(56)	74.3	(1)	1.7	(2)	2.0	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	15.3	14	1,142
	3~5천만 원 미만	(54)	(-)	(-)	(5)	9.4	(45)	83.1	(4)	7.5	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	37.0	35	2,003
	5천만~1억 원 미만	(63)	(-)	(-)	(5)	7.3	(6)	8.8	(50)	79.8	(2)	2.7	(1)	1.4	(-)	(-)	(-)	(-)	75.4	66	4,713
	1~10억 원 미만	(92)	(4)	4.6	(2)	2.5	(4)	4.7	(4)	3.8	(68)	74.4	(9)	9.9	(-)	(-)	(-)	(-)	206.9	150	19,038
	10억 원 이상	(18)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(14)	77.5	(4)	22.5	10,617.9	3,752	188,750	

* 작품판매 실적 없음 = 109

표 3-1-14 화랑 연간 작품판매 현황 - 판매 작품 수 기준

구분	사례 수	작품판매금액 구간										평균	중앙 값	합계			
		10점 이하		11~20점		21~30점		31~50점		51~100점					101점 이상		
		사례 수 (%)	비율 (%)	사례 수 (%)	비율 (%)	사례 수 (%)	비율 (%)	사례 수 (%)	비율 (%)	사례 수 (%)	비율 (%)				사례 수 (%)	비율 (%)	
TOTAL	(328)	(121)	36.8	(82)	24.9	(37)	11.2	(46)	14.1	(23)	7.1	(19)	5.9	38.2	16	12,524	
지역	서울 종로구	(88)	(24)	27.5	(22)	25.5	(7)	8.0	(14)	16.5	(8)	9.3	(12)	13.2	65.2	20	5,706
	서울 강남 일대	(74)	(33)	44.1	(14)	19.4	(7)	10.0	(11)	14.9	(7)	9.9	(1)	1.7	32.5	14	2,412
	서울 기타	(33)	(15)	45.6	(9)	28.5	(3)	8.6	(3)	10.3	(1)	2.9	(1)	4.1	22.9	11	749
	대구	(40)	(12)	30.7	(10)	24.0	(5)	11.5	(10)	23.8	(4)	10.0	(-)	(-)	26.8	15	1,082
	부산	(45)	(18)	39.2	(9)	20.6	(10)	21.9	(5)	10.7	(1)	1.7	(3)	5.9	33.0	15	1,495
	기타	(48)	(19)	39.7	(17)	34.9	(5)	10.5	(3)	5.8	(2)	3.9	(2)	5.2	22.6	17	1,080
매출 규모	1천만 원 미만	(27)	(26)	97.8	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(1)	2.2	(-)	(-)	(-)	4.7	2	127
	1~3천만 원 미만	(75)	(54)	72.2	(15)	20.0	(1)	1.7	(5)	6.1	(-)	(-)	(-)	(-)	10.3	9	769
	3~5천만 원 미만	(54)	(15)	27.5	(24)	43.6	(10)	18.9	(5)	10.0	(-)	(-)	(-)	(-)	17.9	16	968
	5천만~1억 원 미만	(63)	(17)	27.4	(21)	33.7	(9)	14.4	(10)	15.6	(4)	6.5	(2)	2.4	24.9	16	1,557
	1~10억 원 미만	(92)	(7)	7.7	(19)	20.6	(16)	17.8	(26)	27.7	(15)	16.6	(9)	9.7	65.2	35	5,999
	10억 원 이상	(18)	(2)	8.8	(3)	17.7	(-)	(-)	(1)	5.4	(3)	18.1	(9)	50.0	174.6	104	3,104

* 작품판매 실적 없음 = 109

표 3-1-13 화랑 연간 작품판매 현황 - 작품판매 금액 기준(전체)

구분	사례 수	작품판매금액 구간																평균	중앙 값	합계			
		판매작품수 없음		1천 만원 미만		1~3천 만원 미만		3~5천 만원 미만		5천만~ 1억 원 미만		1~5억 원 미만		5~ 10억 원 미만		10~ 100억 원 이상							
		사례 수 (%)	비율 (%)	사례 수 (%)	비율 (%)	사례 수 (%)	비율 (%)	사례 수 (%)	비율 (%)	사례 수 (%)	비율 (%)	사례 수 (%)	비율 (%)	사례 수 (%)	비율 (%)	사례 수 (%)	비율 (%)						
TOTAL	(437)	(109)	24.9	(47)	10.7	(68)	15.5	(56)	12.8	(59)	13.5	(71)	16.2	(10)	2.3	(14)	3.2	(4)	0.9	493.9	25	215,825	
지역	서울 종로구	(105)	(17)	16.6	(7)	6.6	(23)	21.8	(17)	16.0	(8)	7.3	(19)	17.8	(5)	5.1	(5)	5.0	(4)	3.8	1,674.3	35	175,801
	서울 강남 일대	(93)	(19)	20.2	(14)	14.7	(12)	13.3	(2)	1.7	(15)	15.7	(24)	25.6	(2)	2.6	(6)	6.4	(-)	(-)	197.2	49	18,338
	서울 기타	(46)	(13)	28.8	(10)	21.8	(3)	7.5	(5)	10.7	(4)	8.6	(9)	19.5	(1)	2.9	(-)	(-)	(-)	(-)	80.9	8	3,722
	대구	(49)	(9)	17.7	(-)	(-)	(9)	18.2	(8)	16.9	(16)	31.7	(7)	13.4	(-)	(-)	(1)	2.0	(-)	(-)	125.5	46	6,151
	부산	(56)	(11)	19.2	(5)	8.4	(11)	19.5	(10)	18.7	(7)	12.5	(11)	19.0	(1)	1.5	(1)	1.2	(-)	(-)	117.8	30	6,594
	기타	(88)	(40)	45.7	(11)	12.9	(9)	10.3	(14)	15.9	(10)	11.7	(2)	2.4	(-)	(-)	(1)	1.1	(-)	(-)	59.3	4	5,220
매출 규모	1천만 원 미만	(100)	(73)	73.3	(26)	26.1	(-)	(-)	(-)	(-)	(1)	0.6	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	1.8	0	180
	1~3천만 원 미만	(97)	(22)	22.6	(16)	17.0	(56)	57.6	(1)	1.3	(2)	1.6	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	11.8	10	1,142
	3~5천만 원 미만	(58)	(4)	7.0	(-)	(-)	(5)	8.7	(45)	77.3	(4)	7.0	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	34.4	35	2,003
	5천만~1억 원 미만	(68)	(6)	8.7	(-)	(-)	(5)	6.7	(6)	8.0	(50)	72.9	(2)	2.5	(1)	1.3	(-)	(-)	(-)	(-)	68.8	61	4,713
	1~10억 원 미만	(94)	(2)	1.7	(4)	4.5	(2)	2.4	(4)	4.6	(4)	3.8	(68)	73.2	(9)	9.8	(-)	(-)	(-)	(-)	203.4	150	19,038
	10억 원 이상	(20)	(2)	11.4	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(14)	68.7	(4)	19.9	9,408.4	3,448	188,750	

* 작품판매 실적없는 화랑을 포함한 수치임

표 3-1-15 화랑 연간 작품판매 현황 - 판매 작품 수 기준(전체)

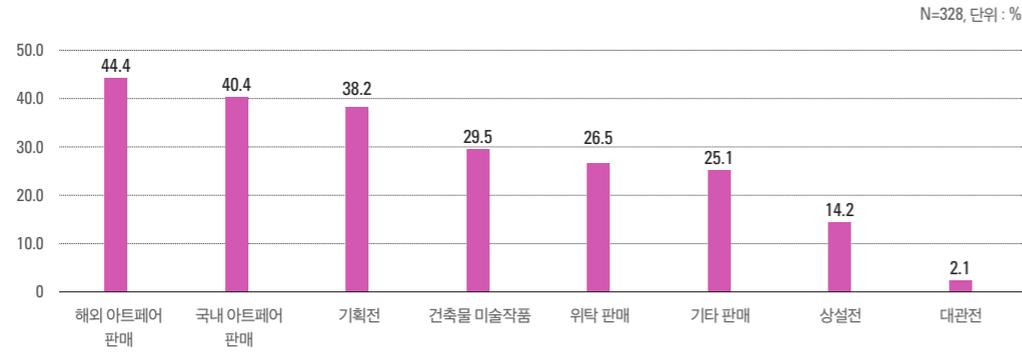
구분	사례 수	판매작품수 없음	작품판매금액 구간										평균	중앙 값	합계						
			10점 이하		11~20점		21~30점		31~50점		51~100점					101점 이상					
			사례 수 (%)	비율 (%)	사례 수 (%)	비율 (%)	사례 수 (%)	비율 (%)	사례 수 (%)	비율 (%)	사례 수 (%)	비율 (%)				사례 수 (%)	비율 (%)				
TOTAL	(437)	(109)	24.9	(121)	27.7	(82)	18.7	(37)	8.4	(46)	10.6	(23)	5.3	(19)	4.4	28.7	10	12,524			
지역	서울 종로구	(105)	(17)	16.6	(24)	22.9	(22)	21.3	(7)	6.6	(14)	13.8	(8)	7.8	(12)	11.0	54.3	16	5,706		
	서울 강남 일대	(93)	(19)	20.2	(33)	35.2	(14)	15.5	(7)	8.0	(11)	11.9	(7)	7.9	(1)	1.3	25.9	10	2,412		
	서울 기타	(46)	(13)	28.8	(15)	32.4	(9)	20.3	(3)	6.1	(3)	7.3	(1)	2.1	(1)	2.9	16.3	4	749		
	대구	(49)	(9)	17.7	(12)	25.3	(10)	19.7	(5)	9.5	(10)	19.6	(4)	8.2	(-)	(-)	22.1	13	1,082		
	부산	(56)	(11)	19.2	(18)	31.7	(9)	16.6	(10)	17.7	(5)	8.7	(1)	1.4	(3)	4.8	26.7	10	1,495		
	기타	(88)	(40)	45.7	(19)	21.6	(17)	19.0	(5)	5.7	(3)	3.2	(2)	2.1	(2)	2.8	12.3	2	1,080		
매출 규모	1천만 원 미만	(100)	(73)	73.3	(26)	26.1	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(1)	0.6	(-)	(-)	(-)	(-)	1.3	0	127
	1~3천만 원 미만	(97)	(22)	22.6	(54)	55.9	(15)	15.5	(1)	1.3	(5)	4.7	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	8.0	6	769
	3~5천만 원 미만	(58)	(4)	7.0	(15)	25.6	(24)	40.5	(10)	17.6	(5)	9.3	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	16.6	15	968
	5천만~1억 원 미만	(68)	(6)	8.7	(17)	25.1	(21)	30.7	(9)	13.1	(10)	14.2	(4)	6.0	(2)	2.2	22.7	15	1,557		
	1~10억 원 미만	(94)	(2)	1.7	(7)	7.6	(19)	20.2	(16)	17.5	(26)	27.3	(15)	16.3	(9)	9.5	64.1	33	5,999		
	10억 원 이상	(20)	(2)	11.4	(2)	7.8	(3)	15.6	(-)	(-)	(1)	4.8	(3)	16.1	(9)	44.3	154.7	92	3,104		

* 작품판매 실적없는 화랑을 포함한 수치임

● 화랑 평균 작품판매 수수료를 현황

화랑의 평균 작품판매 수수료를 조사한 결과, 해외 아트페어 판매 수수료가 44.4%로 가장 높았으며, 국내 아트페어 판매 40.4%, 기획전을 통한 판매 38.2%, 건축물 미술작품 29.5% 등의 순으로 조사됨.

그림 3-1-23 화랑 평균 작품판매 수수료를 현황



* 작품판매 실적 없음 = 109

표 3-1-16 화랑 국·내외 작품판매 현황 - 작품판매 금액 기준

구분	사례 수	국내·외 작품판매금액 (백만 원)				
		국내 작품		해외 작품		
		평균	합계	평균	합계	
TOTAL	(328)	390.0	127,921	268.0	87,904	
지역	서울 종로구	(88)	1,152.4	100,910	855.2	74,891
	서울 강남 일대	(74)	153.5	11,395	93.5	6,943
	서울 기타	(33)	95.7	3,135	17.9	587
	대구	(40)	85.7	3,457	66.8	2,694
	부산	(45)	126.3	5,720	19.3	875
	기타	(48)	69.1	3,305	40.0	1,914
매출 규모	1천만 원 미만	(27)	6.2	165	0.6	15
	1~3천만 원 미만	(75)	14.3	1,070	1.0	71
	3~5천만 원 미만	(54)	35.0	1,892	2.0	111
	5천만~1억 원 미만	(63)	69.7	4,361	5.6	352
	1~10억 원 미만	(92)	169.5	15,601	37.3	3,437
	10억 원 이상	(18)	5,897.2	104,832	4,720.7	83,918

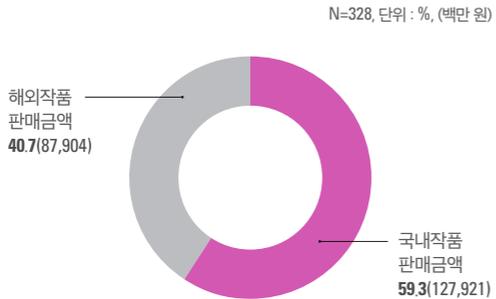
* 작품판매 실적 없음 = 109

2) 화랑 연간 작품판매 세부 현황

● 화랑 국·내외 작품판매 현황

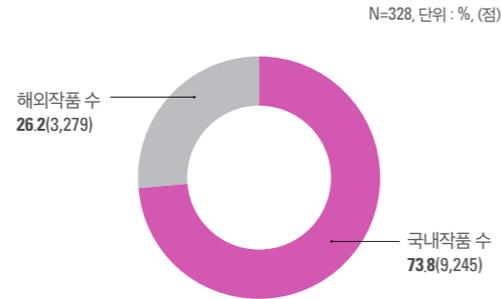
2016년 국내작품 판매금액은 약 1,279억 원, 판매 작품 수는 9,245점이며, 해외작품 판매금액은 약 879억 원, 판매 작품 수는 3,279점으로 조사됨. 국내작품의 평균 작품판매금액은 약 4억 원, 평균 판매 작품 수는 28.2점이며, 해외작품 평균 작품판매금액은 약 2.7억 원, 평균 판매 작품 수는 10.0점으로 조사됨.

그림 3-1-24 화랑 국·내외 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준



* 작품판매 실적 없음 = 109

그림 3-1-25 화랑 국·내외 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준



* 작품판매 실적 없음 = 109

표 3-1-17 화랑 국·내외 작품판매 현황 - 판매 작품 수 기준

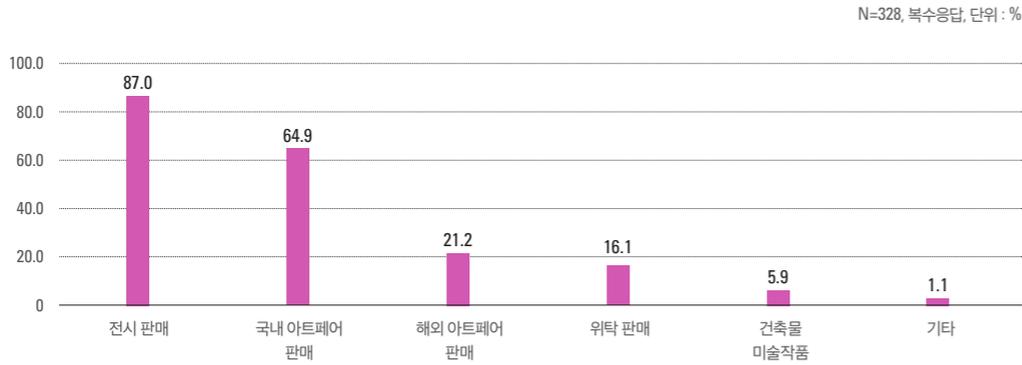
구분	사례 수	국내·외 판매 작품 수 (점)				
		국내 작품		해외 작품		
		평균	합계	평균	합계	
TOTAL	(328)	28.2	9,245	10.0	3,279	
지역	서울 종로구	(88)	40.7	3,568	24.4	2,138
	서울 강남 일대	(74)	23.1	1,719	9.3	693
	서울 기타	(33)	19.8	649	3.1	100
	대구	(40)	24.4	985	2.4	97
	부산	(45)	30.1	1,361	2.9	133
	기타	(48)	20.1	963	2.4	117
매출 규모	1천만 원 미만	(27)	4.5	120	0.3	7
	1~3천만 원 미만	(75)	9.6	722	0.6	47
	3~5천만 원 미만	(54)	17.0	920	0.9	48
	5천만~1억 원 미만	(63)	22.7	1,420	2.2	137
	1~10억 원 미만	(92)	41.5	3,818	23.7	2,181
	10억 원 이상	(18)	126.3	2,245	48.3	859

* 작품판매 실적 없음 = 109

● 화랑 판매방법별 작품판매 현황

판매방법별 작품판매 현황을 살펴보면, 화랑의 87.0%가 전시를 통해 작품을 판매하였으며, 국내 아트페어 판매 64.9%, 해외 아트페어 판매 21.2%, 위탁 판매 16.1% 등의 순으로 조사됨.

그림 3-1-26 화랑 판매방법별 작품판매 여부

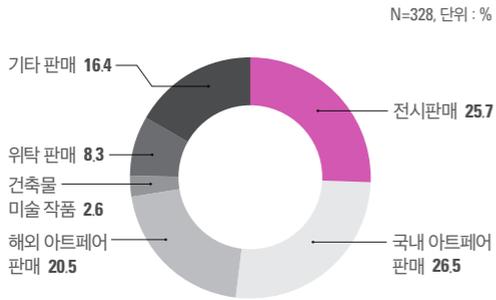


* 작품판매 실적 없음 = 109

작품판매금액 기준으로는 국내 아트페어 판매 비중이 26.5%로 가장 높았으며, 전시 판매 25.7%, 해외 아트페어 판매 20.5% 등의 순으로 조사됨.

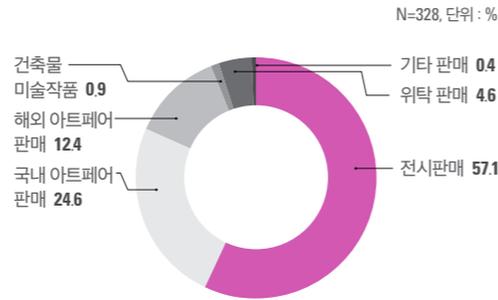
판매 작품 수 기준으로는 전시 판매 비중이 57.1%로 가장 높았으며, 국내 아트페어 판매 24.6%, 해외 아트페어 판매 12.4% 등의 순으로 조사됨.

그림 3-1-27 화랑 판매방법별 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준



* 작품판매 실적 없음 = 109

그림 3-1-28 화랑 판매방법별 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준



* 작품판매 실적 없음 = 109

표 3-1-18 화랑 판매방법별 작품판매 현황 - 작품판매금액 기준

구분	사례 수	판매방법별 작품판매금액 (%)						
		전시판매	국내 아트페어 판매	해외 아트페어 판매	건축물 미술작품	위탁 판매	기타 판매	
TOTAL	(328)	25.7	26.5	20.5	2.6	8.3	16.4	
지역	서울 종로구	(88)	21.8	29.1	22.9	0.5	5.6	20.1
	서울 강남 일대	(74)	31.6	6.9	6.9	19.5	35.2	-
	서울 기타	(33)	42.8	20.4	21.3	14.6	0.8	-
	대구	(40)	48.5	19.0	6.1	4.4	22.0	-
	부산	(45)	53.8	29.7	9.6	4.1	2.9	-
	기타	(48)	60.4	17.9	18.4	-	3.3	0.1
매출 규모	1천만 원 미만	(27)	77.1	22.9	-	-	-	-
	1~3천만 원 미만	(75)	60.5	25.4	4.8	-	9.2	-
	3~5천만 원 미만	(54)	67.9	26.4	2.6	2.2	0.9	-
	5천만~1억 원 미만	(63)	58.7	29.3	8.2	1.8	1.0	1.2
	1~10억 원 미만	(92)	54.2	23.4	10.5	3.0	8.8	-
	10억 원 이상	(18)	21.3	26.8	22.1	2.6	8.6	18.7

* 작품판매 실적 없음 = 109

표 3-1-19 화랑 판매방법별 작품판매 현황 - 판매 작품 수 기준

구분	사례 수	판매방법별 판매 작품 수 (%)						
		전시판매	국내 아트페어 판매	해외 아트페어 판매	건축물 미술작품	위탁 판매	기타 판매	
TOTAL	(328)	57.1	24.6	12.4	0.9	4.6	0.4	
지역	서울 종로구	(88)	61.7	21.1	12.1	0.1	4.1	0.9
	서울 강남 일대	(74)	46.7	23.5	20.0	1.7	8.1	-
	서울 기타	(33)	35.4	30.7	29.1	3.2	1.7	-
	대구	(40)	60.7	31.8	2.6	0.04	4.9	-
	부산	(45)	57.6	33.3	3.7	2.2	3.1	-
	기타	(48)	67.8	21.9	7.5	-	2.7	0.1
매출 규모	1천만 원 미만	(27)	76.3	23.7	-	-	-	-
	1~3천만 원 미만	(75)	58.1	28.9	9.7	-	3.3	-
	3~5천만 원 미만	(54)	67.0	27.4	3.9	0.8	0.9	-
	5천만~1억 원 미만	(63)	55.1	29.6	12.3	0.7	2.1	0.2
	1~10억 원 미만	(92)	64.9	21.3	7.4	0.3	6.1	-
	10억 원 이상	(18)	38.8	26.8	26.1	2.4	4.5	1.6

* 작품판매 실적 없음 = 109

● 화랑 고객별 작품판매 현황

고객별 작품판매 현황을 조사한 결과, 화랑의 98.3%가 개인 고객에게 작품을 판매하였으며, 상법인(기업) 34.4%, 해외고객 26.2%, 미술시장 관계자 22.0%, 국·공립·사립 미술관 13.4% 등의 순으로 조사됨.

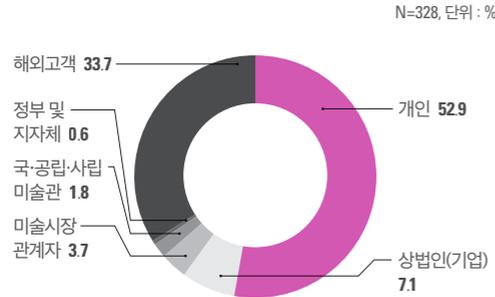
그림 3-1-29 화랑 고객별 작품판매 여부



* 작품판매 실적 없음 = 109

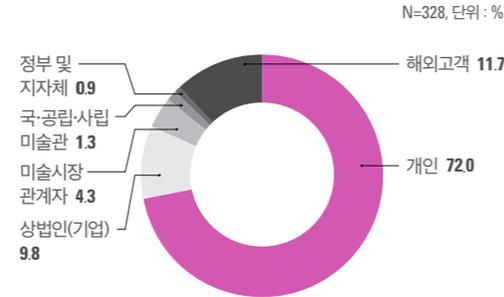
작품판매금액 및 판매 작품 수 기준 모두 개인 판매 비중이 각각 52.9%, 72.0%로 가장 높았으며, 작품판매금액 기준으로는 해외고객 33.7%, 상법인(기업) 7.1%, 미술시장 관계자 3.7%, 판매 작품 수 기준으로는 해외고객 11.7%, 상법인(기업) 9.8% 등의 순으로 조사됨.

그림 3-1-30 화랑 고객별 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준



* 작품판매 실적 없음 = 109

그림 3-1-31 화랑 고객별 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준



* 작품판매 실적 없음 = 109

표 3-1-20 화랑 고객별 작품판매 현황 - 작품판매금액 기준

구분	사례 수	고객별 작품판매금액 (%)						
		개인	기업	미술시장 관계자	국·공립·사립 미술관	정부 및 지자체	해외 고객	
TOTAL	(328)	52.9	7.1	3.7	1.8	0.6	33.7	
지역	서울 종로구	(88)	53.2	5.1	2.2	1.6	0.5	37.4
	서울 강남 일대	(74)	36.0	18.4	16.1	0.2	0.6	28.6
	서울 기타	(33)	60.3	18.6	5.2	2.1	2.6	11.2
	대구	(40)	67.6	12.6	7.5	8.5	2.2	1.5
	부산	(45)	70.3	10.7	8.4	3.0	2.5	5.1
	기타	(48)	59.9	14.7	0.8	5.4	0.3	18.9
매출 규모	1천만 원 미만	(27)	97.2	1.8	1.0	-	-	-
	1~3천만 원 미만	(75)	82.9	7.2	1.7	4.0	0.3	3.9
	3~5천만 원 미만	(54)	85.8	6.9	2.4	0.2	2.6	2.2
	5천만~1억 원 미만	(63)	78.0	8.7	4.9	2.2	1.4	4.8
	1~10억 원 미만	(92)	69.0	14.0	4.4	2.6	1.2	8.9
	10억 원 이상	(18)	50.1	6.4	3.7	1.8	0.5	37.5

* 작품판매 실적 없음 = 109

표 3-1-21 화랑 고객별 작품판매 현황 - 판매 작품 수 기준

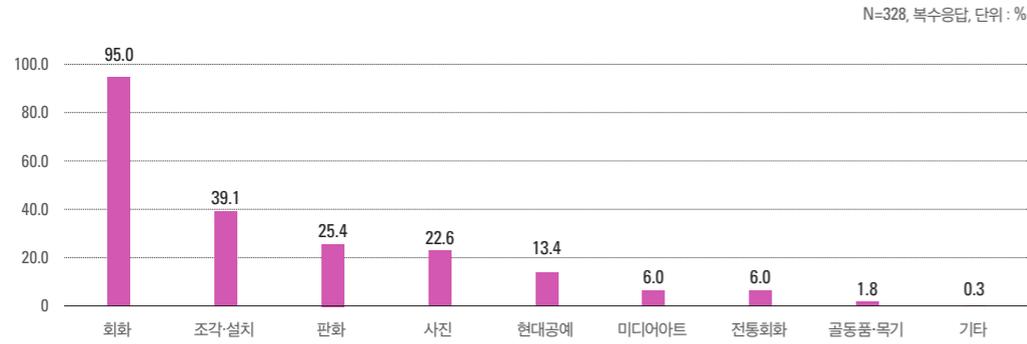
구분	사례 수	고객별 판매 작품 수 (%)						
		개인	기업	미술시장 관계자	국·공립·사립 미술관	정부 및 지자체	해외 고객	
TOTAL	(328)	72.0	9.8	4.3	1.3	0.9	11.7	
지역	서울 종로구	(88)	71.1	8.6	3.5	1.3	0.3	15.2
	서울 강남 일대	(74)	58.8	14.7	7.7	0.4	1.2	17.2
	서울 기타	(33)	64.3	16.7	4.7	2.2	2.3	9.9
	대구	(40)	83.9	5.1	6.4	1.5	0.9	2.2
	부산	(45)	84.0	8.0	2.6	1.7	1.4	2.3
	기타	(48)	83.7	7.2	1.4	1.7	1.3	4.8
매출 규모	1천만 원 미만	(27)	94.3	3.8	1.9	-	-	-
	1~3천만 원 미만	(75)	87.0	3.9	2.2	2.0	0.3	4.6
	3~5천만 원 미만	(54)	89.4	4.3	2.7	0.1	1.7	1.8
	5천만~1억 원 미만	(63)	80.4	7.6	4.2	1.1	1.5	5.3
	1~10억 원 미만	(92)	75.5	11.4	4.2	1.4	0.9	6.6
	10억 원 이상	(18)	51.2	11.3	5.8	1.2	0.4	30.0

* 작품판매 실적 없음 = 109

● 화랑 장르별 작품판매 현황

장르별 작품판매 현황을 조사한 결과, 회화를 판매한 화랑이 95.0%로 가장 높게 나타났으며, 조각·설치 39.1%, 판화 25.4%, 사진 22.6% 등의 순으로 조사됨.

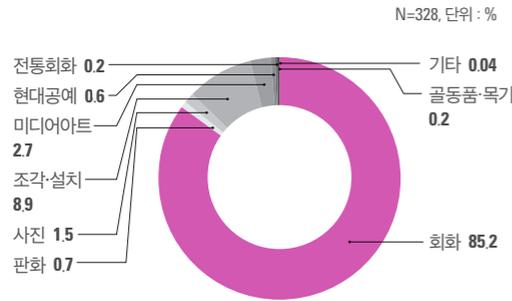
그림 3-1-32 화랑 장르별 작품판매 여부



* 작품판매 실적 없음 = 109

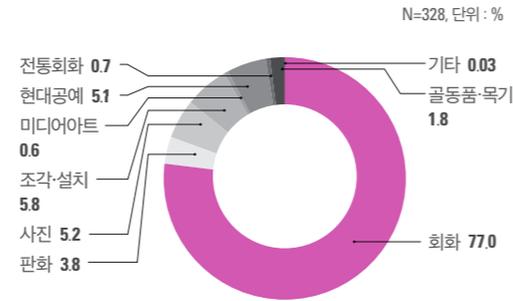
작품판매금액 및 판매 작품 수 기준 모두 회화 비중이 각각 85.2%, 77.0%로 가장 높았으며, 작품판매금액 기준으로는 조각·설치 8.9%, 미디어아트 2.7%, 판매 작품 수 기준으로는 조각·설치 5.8%, 사진 5.2% 등의 순으로 조사됨.

그림 3-1-33 화랑 장르별 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준



* 작품판매 실적 없음 = 109

그림 3-1-34 화랑 장르별 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준



* 작품판매 실적 없음 = 109

표 3-1-22 화랑 장르별 작품판매 현황 - 작품판매금액 기준

구분	사례 수	장르별 작품판매금액 (%)								
		회화	판화	사진	조각·설치	미디어아트	현대공예	전통회화	골동품·목기	기타
TOTAL	(328)	85.2	0.7	1.5	8.9	2.7	0.6	0.2	0.2	0.04
지역	서울 종로구	(88)	87.9	0.2	1.2	7.1	3.1	0.3	0.05	0.003
	서울 강남 일대	(74)	64.4	3.8	2.9	24.7	0.4	2.1	0.003	1.7
	서울 기타	(33)	56.2	9.4	8.7	18.3	2.9	4.6	-	-
	대구	(40)	77.1	1.3	2.5	13.7	2.3	1.9	1.2	-
	부산	(45)	90.8	1.4	0.8	2.8	-	0.2	3.7	0.2
매출 규모	1천만 원 미만	(27)	66.7	9.7	2.8	8.4	7.5	5.0	-	-
	1~3천만 원 미만	(75)	81.6	5.5	2.3	6.7	0.9	0.8	2.2	-
	3~5천만 원 미만	(54)	86.2	3.2	1.6	6.5	-	1.2	1.0	0.4
	5천만~1억 원 미만	(63)	73.8	3.0	5.3	8.8	0.7	4.7	3.7	-
	1~10억 원 미만	(92)	71.8	4.6	7.3	11.2	2.0	2.0	1.0	0.1
	10억 원 이상	(18)	86.9	0.2	0.8	8.7	2.9	0.3	-	0.2

* 작품판매 실적 없음 = 109

표 3-1-23 화랑 장르별 작품판매 현황 - 판매 작품 수 기준

구분	사례 수	장르별 판매 작품 수 (%)								
		회화	판화	사진	조각·설치	미디어아트	현대공예	전통회화	골동품·목기	기타
TOTAL	(328)	77.0	3.8	5.2	5.8	0.6	5.1	0.7	1.8	0.03
지역	서울 종로구	(88)	82.0	1.6	7.7	2.7	0.5	4.8	0.5	0.03
	서울 강남 일대	(74)	57.9	7.5	3.0	10.8	0.8	10.7	0.1	9.2
	서울 기타	(33)	58.3	12.2	10.0	13.4	2.1	4.0	-	-
	대구	(40)	81.7	5.2	1.8	4.8	0.8	2.5	3.2	-
	부산	(45)	90.4	2.2	2.0	2.8	-	1.3	1.1	0.2
매출 규모	1천만 원 미만	(27)	55.7	16.2	12.6	7.0	1.7	6.9	-	-
	1~3천만 원 미만	(75)	77.1	6.2	6.1	5.9	0.5	2.6	1.6	-
	3~5천만 원 미만	(54)	85.0	4.6	3.0	3.1	-	2.4	1.5	0.4
	5천만~1억 원 미만	(63)	75.3	4.8	4.8	11.6	1.0	1.9	0.7	-
	1~10억 원 미만	(92)	77.4	3.6	7.5	4.9	0.6	5.2	0.8	0.04
	10억 원 이상	(18)	75.3	2.6	1.1	5.4	0.5	7.8	-	7.2

* 작품판매 실적 없음 = 109

5 화랑 재정 현황

1) 화랑 연간 매출 현황

● 화랑 연간 매출액 현황

2016년 화랑의 총 매출액은 약 2,306억 원, 평균 약 5억 원으로 조사됨.

전체 화랑 중 323개(74.0%) 화랑의 연간 총 매출액이 1억 원 미만이며, 1~3천만 원 미만 22.1%, 1~10억 원 미만 21.4%, 5천 만~1억 원 미만 15.7%, 3~5천만 원 미만 13.3% 등의 순으로 조사됨. 한편 매출이 없는 화랑은 63개로 14.4%를 차지하고 있음.

지역별로는 서울 종로구 화랑이 평균 약 18억 원으로 가장 높게 조사되었으며, 매출 규모 10억 원 이상인 20개 화랑의 평균 매출액은 약 98억 원으로 조사됨.

그림 3-1-35 화랑 연간 매출액 현황

N=437, 단위: %, (사례 수)

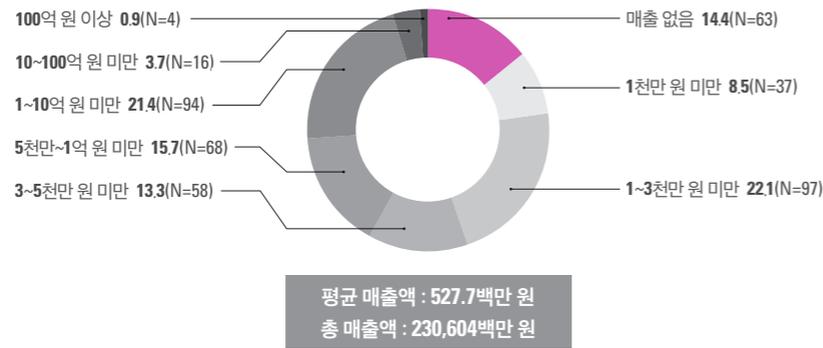


표 3-1-24 화랑 연간 매출액 세부 현황

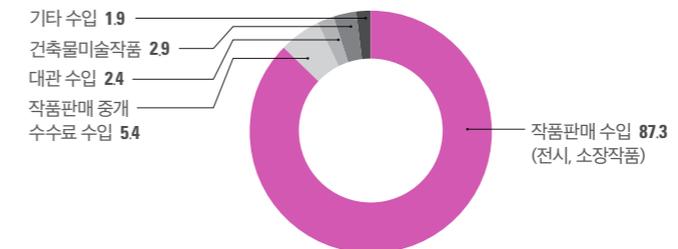
구분	사례 수		매출 없음		1천만 원 미만		1~3천만 원 미만		3~5천만 원 미만		5천만~1억 원 미만		1~10억 원 미만		100억 원 이상		평균	중앙값	합계		
	사	비	사	비	사	비	사	비	사	비	사	비	사	비							
	례 수	율 (%)	례 수	율 (%)	례 수	율 (%)	례 수	율 (%)	례 수	율 (%)	례 수	율 (%)	례 수	율 (%)							
TOTAL	(437)	(63)	14.4	(37)	8.5	(97)	22.1	(58)	13.3	(68)	15.7	(94)	21.4	(16)	3.7	(4)	0.9	527.7	35	230,604	
서울 종로구	(105)	(14)	13.3	(7)	6.6	(14)	13.1	(17)	16.3	(11)	10.2	(31)	29.5	(8)	7.2	(4)	3.8	1,766.0	50	185,431	
서울 강남 일대	(93)	(12)	12.6	(9)	9.6	(21)	22.7	(6)	6.8	(13)	13.7	(26)	28.2	(6)	6.4	(-)	-	208.8	35	19,416	
서울 기타	(46)	(8)	17.3	(10)	21.8	(9)	19.1	(5)	10.7	(6)	12.3	(9)	18.8	(-)	-	(-)	-	87.9	20	4,044	
지역	대구	(49)	(2)	3.8	(-)	(-)	(16)	32.1	(8)	16.9	(16)	31.7	(7)	13.4	(1)	2.0	(-)	(-)	127.8	46	6,260
부산	(56)	(4)	7.9	(2)	2.8	(16)	28.5	(10)	17.5	(8)	14.5	(15)	27.6	(1)	1.2	(-)	(-)	126.6	40	7,089	
기타	(88)	(23)	26.1	(10)	10.8	(21)	24.3	(12)	13.3	(16)	17.9	(6)	6.6	(1)	1.1	(-)	(-)	95.0	20	8,364	
매출 규모	1천만 원 미만	(100)	(63)	63.0	(37)	37.0	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	1.3	0	134	
1~3천만 원 미만	(97)	(-)	(-)	(-)	(97)	100.0	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	16.2	15	1,563	
3~5천만 원 미만	(58)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(58)	100.0	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	37.1	35	2,159	
5천만~1억 원 미만	(68)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(68)	100.0	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	68.9	68	4,720	
1~10억 원 미만	(94)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(94)	100.0	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	261.8	180	24,506	
10억 원 이상	(20)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(16)	80.1	(4)	19.9	9,845.6	3,520	197,521		

● 화랑 항목별 매출 현황

화랑의 매출액을 항목별로 살펴본 결과, 작품판매를 통한 수입이 87.3%로 가장 많았으며, 작품판매 중개 수수료 수입 5.4%, 건축물미술작품 설치 수입 2.9% 등의 순으로 조사됨.

그림 3-1-36 화랑 항목별 매출 세부 현황

N=374, 단위: %



* 매출 없음 = 63

표 3-1-25 화랑 항목별 매출 세부 현황

구분	사례 수	항목별 매출 (%)				
		작품판매 수입	작품판매 중개 수수료 수입	대관 수입	건축물 미술작품	기타 수입
TOTAL	(374)	87.3	5.4	2.4	2.9	1.9
지역	서울 종로구	(91)	93.5	1.6	2.6	1.2
	서울 강남 일대	(81)	45.3	33.6	1.1	18.0
	서울 기타	(38)	80.7	4.8	2.8	9.4
	대구	(47)	63.1	30.5	0.4	4.3
	부산	(52)	76.8	11.4	1.1	4.7
매출 규모	1천만 원 미만	(37)	57.3	12.5	11.2	-
	1~3천만 원 미만	(97)	59.5	11.0	10.6	1.2
	3~5천만 원 미만	(58)	73.7	11.0	9.8	2.2
	5천만~1억 원 미만	(68)	79.0	7.5	6.4	-
	1~10억 원 미만	(94)	74.5	10.2	7.8	1.8
10억 원 이상	(20)	89.5	4.7	1.5	3.2	1.2

* 매출 없음 = 63

표 3-1-26 화랑 연간 지출액 세부 현황

구분	사례 수	지출액 구간												평균	중앙 값	합계 (백만 원)			
		1천 만 원 미만	1~3천 만 원 미만	3~5천 만 원 미만	5천만~1억 원 미만	1~10억 원 미만	10~100억 원 미만	100억 원 이상											
TOTAL	(437)	(17)	3.8	(102)	23.3	(76)	17.4	(105)	24.1	(122)	27.9	(11)	2.6	(4)	0.9	554.9	52	242,513	
지역	서울 종로구	(105)	(3)	2.8	(16)	15.3	(11)	10.2	(27)	26.1	(41)	39.3	(3)	2.5	(4)	3.8	1,830.6	95	192,216
	서울 강남 일대	(93)	(4)	3.9	(14)	14.9	(17)	18.4	(21)	22.7	(31)	33.7	(6)	6.4	(-)	-	242.0	85	22,509
	서울 기타	(46)	(3)	5.8	(6)	13.5	(9)	19.8	(9)	20.1	(19)	40.8	(-)	-	(-)	-	133.4	60	6,137
	대구	(49)	(-)	-	(10)	21.0	(16)	33.4	(15)	30.2	(7)	13.4	(1)	2.0	(-)	-	134.3	44	6,580
	부산	(56)	(3)	5.0	(16)	28.4	(10)	18.2	(10)	17.7	(17)	29.5	(1)	1.2	(-)	-	83.4	45	4,672
매출 규모	1천만 원 미만	(100)	(11)	11.3	(34)	33.9	(26)	25.7	(17)	16.9	(12)	12.2	(-)	-	(-)	-	43.6	30	4,359
	1~3천만 원 미만	(97)	(5)	5.6	(48)	49.6	(13)	13.6	(22)	23.0	(8)	8.1	(-)	-	(-)	-	39.5	25	3,821
	3~5천만 원 미만	(58)	(-)	-	(13)	22.4	(30)	51.3	(13)	21.6	(3)	4.7	(-)	-	(-)	-	48.6	35	2,829
	5천만~1억 원 미만	(68)	(-)	-	(7)	10.2	(7)	10.9	(37)	54.4	(17)	24.5	(-)	-	(-)	-	88.8	70	6,081
	1~10억 원 미만	(94)	(-)	-	(-)	-	(-)	-	(16)	17.4	(77)	82.6	(-)	-	(-)	-	234.7	150	21,966
10억 원 이상	(20)	(-)	-	(-)	-	(-)	-	(-)	-	(5)	24.2	(11)	55.9	(4)	19.9	10,141.5	2,144	203,457	

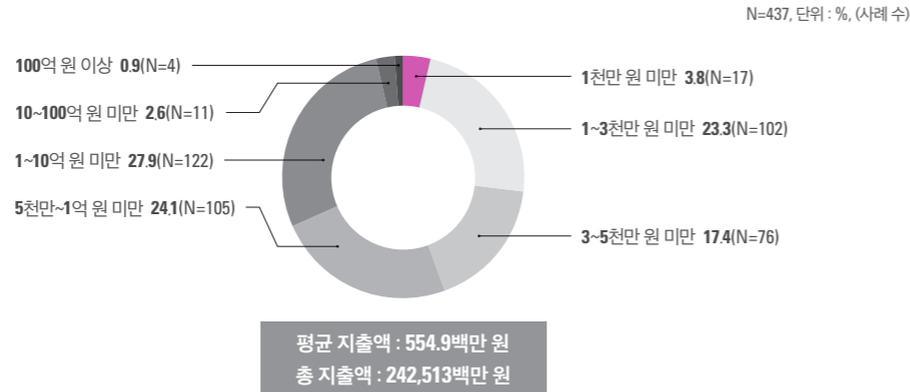
2) 화랑 연간 지출 현황

2016년 화랑의 총 지출액은 약 2,425억 원, 평균 약 5.5억 원으로 조사됨.

전체 화랑 중 300개(68.7%) 화랑의 연간 총 지출액이 1억 원 미만이며, 1~10억 원 미만 27.9%, 5천만~1억 원 미만 24.1%, 1~3천만 원 미만 23.3%, 3~5천만 원 미만 17.4% 등의 순으로 조사됨. 한편 지출이 없는 화랑은 없는 것으로 조사됨.

지역별로는 서울 종로구 화랑이 평균 약 18억 원으로 가장 높게 조사되었으며, 매출 규모 10억 원 이상인 20개 화랑의 평균 지출액은 약 101억 원으로 조사됨.

그림 3-1-37 화랑 연간 지출액 현황



● 화랑 항목별 지출 현황

화랑의 지출액을 항목별로 살펴본 결과, 작품 구입비·작가 결제비가 64.9%로 가장 많았으며, 사업 운영 경비 12.8%, 인건비 8.6%, 공간 유지비 8.2% 등의 순으로 조사됨.

그림 3-1-38 화랑 항목별 지출액 현황

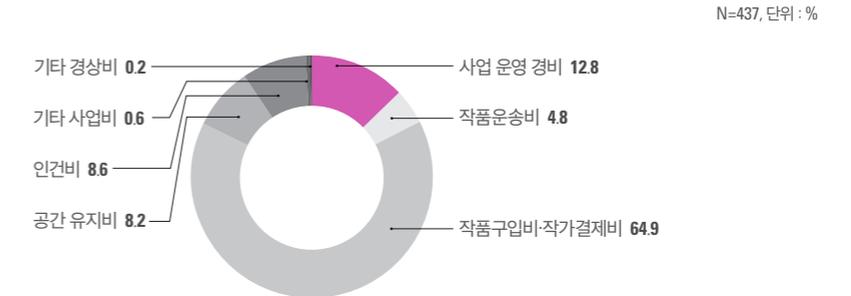


표 3-1-27 화랑 항목별 지출 세부 현황

구분	사례 수	항목별 지출 (%)							
		사업 운영 경비	운송비	작품구입비 ·작가결제비	공간 유지비	인건비	기타 사업비	기타 경상비	
TOTAL	(437)	12.8	4.8	64.9	8.2	8.6	0.6	0.2	
지역	서울 종로구	(105)	10.0	4.0	73.0	5.6	7.2	0.2	-
	서울 강남 일대	(93)	17.2	10.0	36.5	22.4	9.8	2.4	1.8
	서울 기타	(46)	24.6	8.9	22.2	23.2	19.8	0.7	0.6
	대구	(49)	24.1	7.4	37.3	11.2	14.9	5.2	-
	부산	(56)	42.0	8.4	15.8	13.4	20.3	0.0	0.0
	기타	(88)	26.7	2.9	40.9	12.7	15.8	0.7	0.3
	매출 규모	1천만 원 미만	(100)	24.9	4.5	3.5	40.9	24.4	-
	1~3천만 원 미만	(97)	27.9	9.0	13.0	29.4	17.6	1.2	1.8
	3~5천만 원 미만	(58)	27.5	6.5	18.0	27.7	17.6	2.5	0.3
	5천만~1억 원 미만	(68)	29.3	7.5	20.8	19.4	21.3	1.4	0.2
	1~10억 원 미만	(94)	28.5	9.1	23.3	21.0	15.7	2.2	0.2
	10억 원 이상	(20)	9.8	4.2	73.7	5.1	6.8	0.4	0.2

경매회사 주요 결과

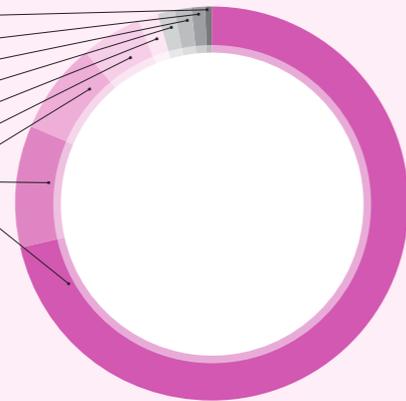
2016년 한해 경매 시장 규모는 약 1,278억 원이며, 15,411점의 작품이 판매되었음. 전국 12개 경매회사에 199명 인력이 종사하고 약 637억 원의 매출을 기록하였음.

작품거래 현황

장르별 거래현황 (%)

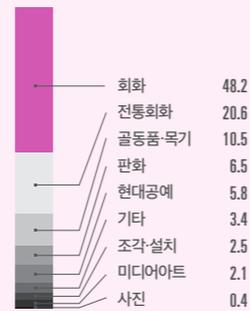
127,798 거래금액(백 만원)

- 사진 0.4
- 조각·설치 1.0
- 판화 1.5
- 기타 1.5
- 현대공예 1.7
- 미디어아트 4.9
- 골동품·목기 7.6
- 전통회화 9.9
- 회화 71.5



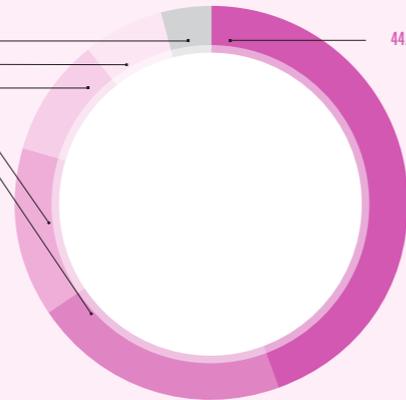
15,411 거래작품 수(점)

작품 수 (%)



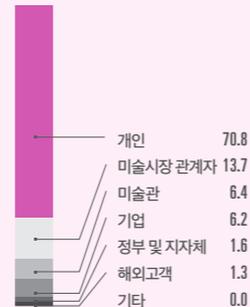
고객별 거래현황 (%)

- 기타 0.0
- 미술관 4.0
- 정부 및 지자체 6.6
- 기업 9.7
- 해외고객 13.9
- 미술시장 관계자 21.1



15,411 거래작품 수(점)

작품 수 (%)



연간 작품판매금액 단위: 백만 원



연간 판매 작품 수 단위: 점

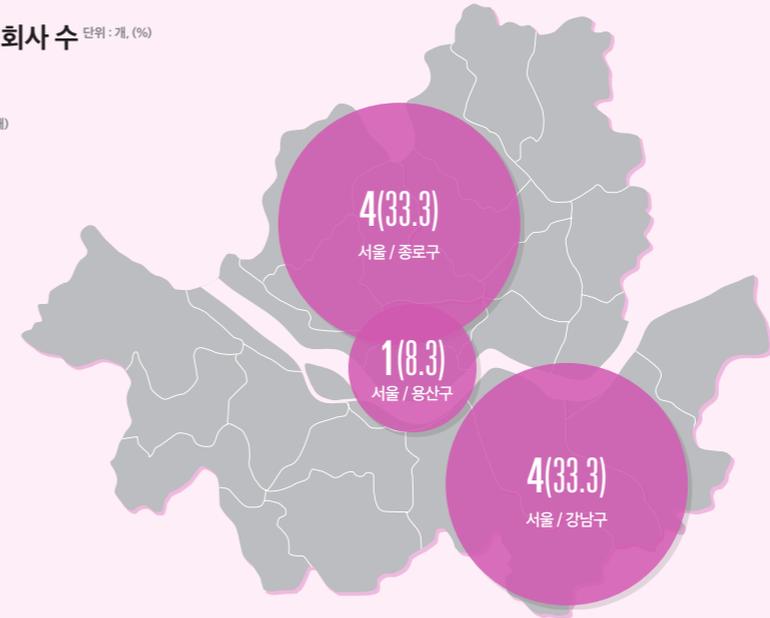


지역별 현황

지역별 경매회사 수 단위: 개, (%)

총 시설 수 (개)

12



연간 경매회사 수 단위: 개



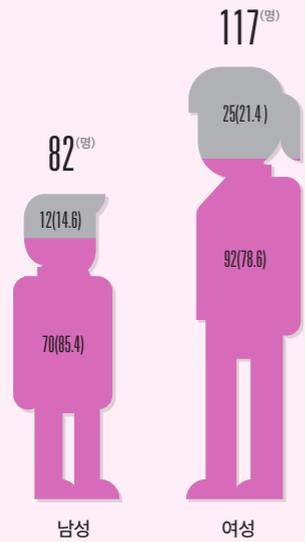
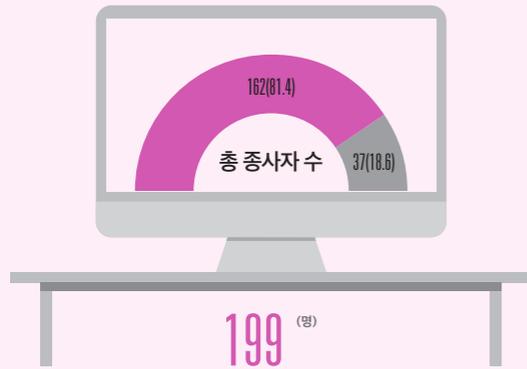
연간 종사자 수 단위: 명



종사자 현황

고용형태별 현황 단위:명, (%)

■ 정규직 ■ 비정규직

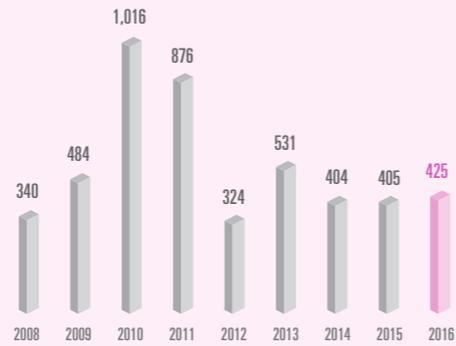


담당업무별 현황 단위: %



사업운영 현황

경매개최 추이 단위:회



경매 참가자 수 추이 단위:명



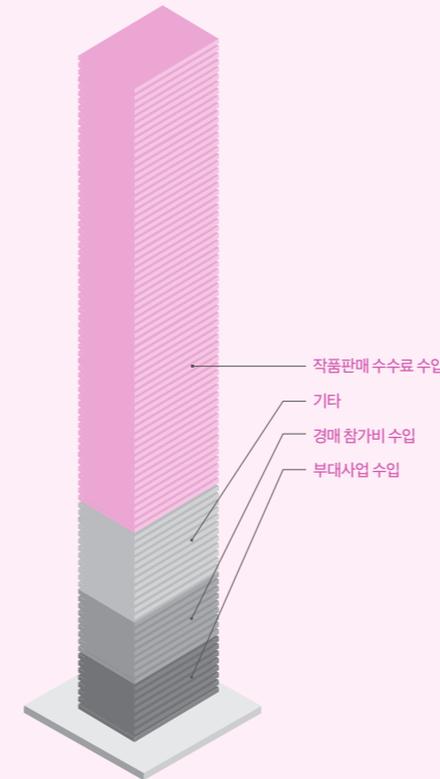
경매 낙찰률 추이 단위: %



재정현황

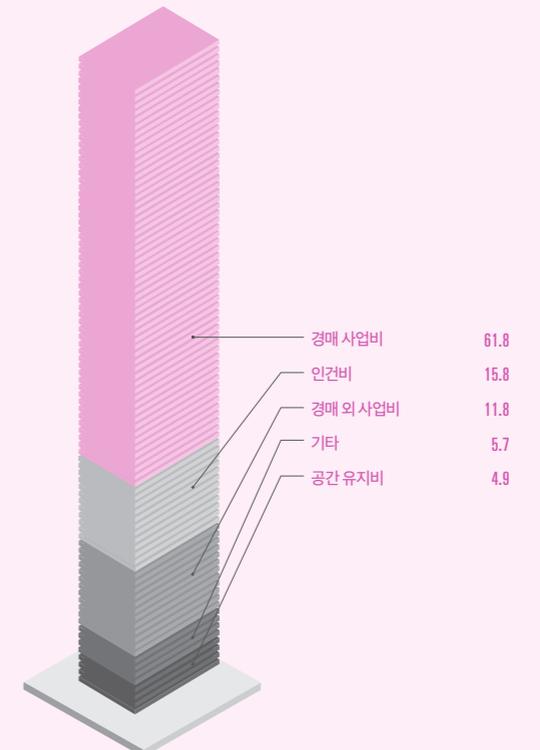
항목별 매출 단위: %

63,736 (백만 원)

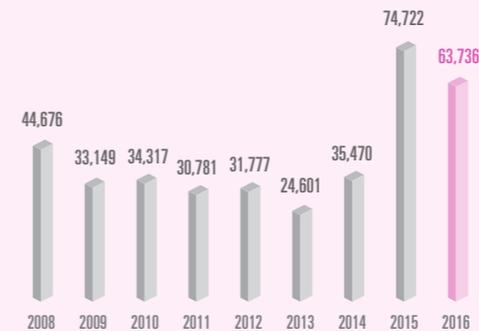


항목별 지출 단위: %

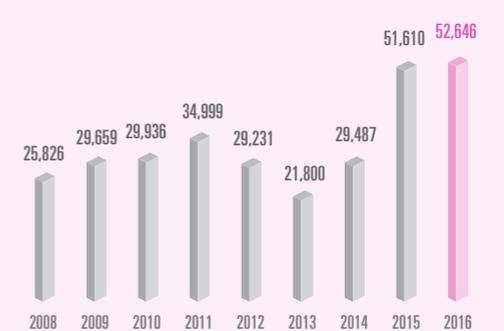
52,646 (백만 원)



연간 매출액 단위: 백만 원



연간 지출액 단위: 백만 원



1 경매회사 일반 현황

1) 경매회사 기본 현황

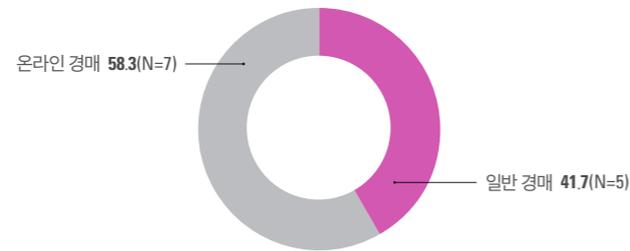
2016년 국내 경매회사는 총 12개이며, 이 중 11개 경매회사가 조사에 응답하여 조사 응답률은 91.7%임. 본 조사에서는 모수추정을 실시하여, 모든 통계결과는 12개 모집단에 대한 결과를 산출함.

● 경매회사 주요 경매형태별 현황⁹⁾

경매회사의 주요 경매형태를 조사한 결과, 12개 경매회사 중 일반 경매회사는 5개(41.7%), 온라인 경매회사는 7개(58.3%)로 조사됨.

그림 3-2-1 경매회사 주요 경매형태별 현황

N=12, 단위: %, (사례 수)



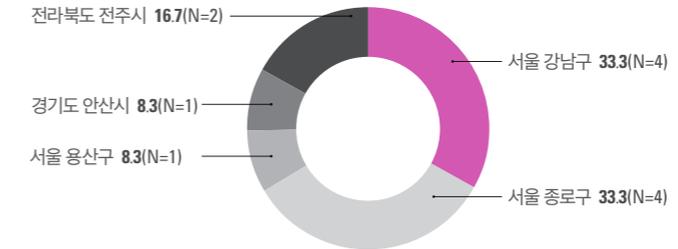
9) 경매운영형태: 대부분의 경매회사는 일반 경매와 온라인 경매를 모두 진행함. 본 조사에서는 분석 편의상 업체가 주로 진행하는 경매형태를 기준으로 분류함.

● 경매회사 지역별 분포 현황

9개(75.0%)의 경매회사가 서울에 위치하고 있으며, 서울 종로구 4개(33.3%), 강남구 4개(33.3%), 용산구 1개(8.3%)로 조사됨. 나머지 3개 경매회사는 경기도 1개(8.3%) 전라북도 2개(16.7%)에 위치하고 있음.

그림 3-2-2 경매회사 지역별 분포 현황

N=12, 단위: %, (사례 수)

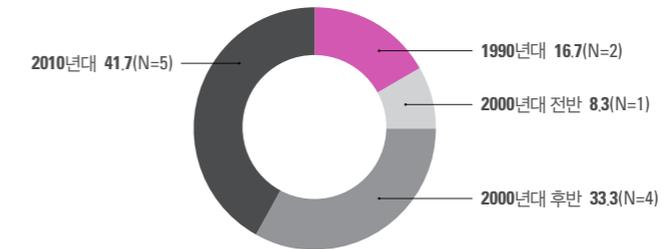


● 경매회사 설립년도 현황

9개(75.0%)의 경매회사가 2000년대 후반('06년~) 이후에 설립되었으며, 90년대 2개(16.7%), 2000년대 전반('00년~'05년)에 1개(8.3%)의 경매회사가 설립된 것으로 조사됨.

그림 3-2-3 경매회사 설립연도별 현황

N=12, 단위: %, (사례 수)

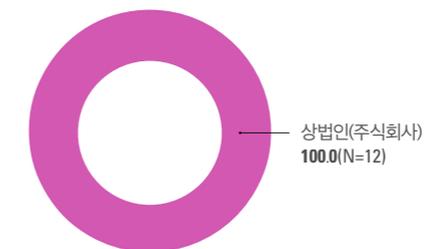


● 경매회사 법적성격 현황

경매회사는 모두 상법인(주식회사) 형태로 운영되고 있음.

그림 3-2-4 경매회사 법적성격별 현황

N=12, 단위: %, (사례 수)



2) 경매회사 기본 현황

경매회사의 보유시설을 조사한 결과, 8개 경매회사가 경매공간을 보유하고 있으며, 전시실 및 수장고 11개 경매회사 보유, 사무실은 12개 경매회사가 보유하고 있는 것으로 조사됨.

평균 시설 수는 경매공간 1.2개, 전시실 1.6개, 사무실 1.8개, 수장고 2.0개로 조사됨.

그림 3-2-5 경매회사 시설 보유 여부



표 3-2-1 경매회사 시설 현황

구분	경매회사 시설 (개)													
	경매공간				전시실				사무실				수장고	
	보유 경매 회사 수	평균	시설 수 합계											
TOTAL	(8)	1.2	10	(11)	1.6	18	(12)	1.8	21	(11)	2.0	21		
지역	서울	(7)	1.3	9	(8)	1.6	13	(9)	1.8	16	(8)	1.9	15	
	기타	(1)	1.0	1	(3)	1.6	5	(3)	1.8	5	(3)	2.2	7	
경매운영 형태	일반 경매	(5)	1.4	7	(5)	2.0	10	(5)	2.0	10	(5)	2.2	11	
	온라인 경매	(3)	1.0	3	(6)	1.3	8	(7)	1.6	11	(6)	1.8	10	
매출 규모	10억 원 미만	(4)	1.0	4	(7)	1.5	11	(7)	1.1	8	(6)	1.2	7	
	10~50억 원 미만	(2)	1.0	2	(2)	1.0	2	(3)	2.5	7	(3)	2.5	7	
	50억 원 이상	(2)	2.0	4	(2)	2.5	5	(2)	3.0	6	(2)	3.5	7	

2) 경매회사 종사자 현황

1) 경매회사 총 종사자 현황

대표자를 포함한 경매회사 총 종사자 수는 199명이며, 평균 16.6명으로 조사됨.

성별로는 여성 58.6%(117명), 남성 41.4%(82명)로 여성의 비중이 17.2%p 높은 것으로 조사됨.

그림 3-2-6 경매회사 총 종사자 현황



2) 경매회사 종사자 세부 현황

● 경매회사 고용형태별 종사자 현황

고용형태별 종사자 현황을 살펴보면, 전체 종사자의 81.4%(162명)가 정규직이며, 비정규직은 18.6%(37명)로 나타남. 정규직 162명 중 여성의 비율이 56.8%(92명)로 남성 43.2%(70명)보다 13.6%p 높으며, 비정규직은 여성의 비율이 67.6%(25명)로 남성 32.4%(12명)보다 35.2%p 높은 것으로 조사됨.

표 3-2-2 경매회사 고용형태별 종사자 현황

구분	사례 수	고용형태별 종사자 (명)										
		합계		정규직		비정규직		남성		여성		
		평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계	
TOTAL	(12)	16.6	199	5.9	70	7.6	92	1.0	12	2.1	25	
지역	서울	(9)	21.0	189	7.1	64	9.8	88	1.3	12	2.8	25
	기타	(3)	3.5	10	2.2	7	1.2	4	-	-	-	-
경매운영 형태	일반 경매	(5)	28.6	143	9.6	48	14.6	73	1.2	6	3.2	16
	온라인 경매	(7)	8.0	56	3.2	22	2.7	19	0.9	6	1.3	9
매출 규모	10억 원 미만	(7)	3.2	23	1.9	13	1.3	9	-	-	-	-
	10~50억 원 미만	(3)	15.6	47	5.4	16	5.2	15	2.0	6	3.0	9
	50억 원 이상	(2)	65.0	130	20.5	41	33.5	67	3.0	6	8.0	16

● 경매회사 담당업무별 종사자 현황

담당업무별 종사자 현황을 살펴보면, 총괄 인력이 100.0%로 나타났음.

인력 비율은 판매·고객관리·마케팅 인력이 44.2%(88명)로 가장 많았으며, 경매기획 인력 22.4%(45명), 행정 인력 13.6%(27명), 총괄 6.0%(12명) 등의 순으로 조사됨.

그림 3-2-7 경매회사 담당업무별 종사자 보유 여부

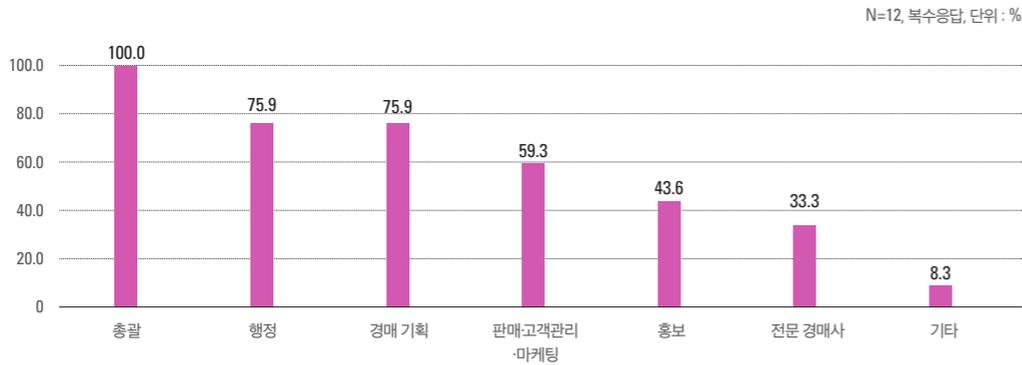


표 3-2-3 경매회사 담당업무별 종사자 현황

구분	사례 수	담당업무별 종사자 (명)														
		총괄		행정		전문 경매사		경매기획		고객 판매관리·마케팅		홍보		기타		
		평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계	
TOTAL	(12)	1.0	12	3.0	27	2.0	8	4.9	45	12.4	88	1.6	8	11.0	11	
지역	서울	(9)	1.0	9	3.3	26	2.0	8	5.2	41	14.8	87	1.8	7	11.0	11
	기타	(3)	1.0	3	1.0	1	-	-	3.0	4	1.0	1	1.0	1	-	-
경매운영 형태	일반 경매	(5)	1.0	5	3.4	17	2.0	8	5.0	25	23.7	71	2.0	6	11.0	11
	온라인 경매	(7)	1.0	7	2.5	10	-	-	4.8	20	4.2	17	1.0	2	-	-
매출 규모	10억 원 미만	(7)	1.0	7	1.0	4	1.0	2	1.0	4	2.1	4	1.0	1	-	-
	10~50억 원 미만	(3)	1.0	3	3.0	9	-	-	6.2	18	4.7	14	1.0	2	-	-
	50억 원 이상	(2)	1.0	2	7.0	14	3.0	6	11.0	22	35.0	70	2.5	5	11.0	11

● 경매회사 4대 보험 가입 현황

3개 경매회사를 제외한 9개 경매회사는 4대 보험에 모두 가입한 것으로 조사됨.

그림 3-2-8 경매회사 4대 보험 가입 현황

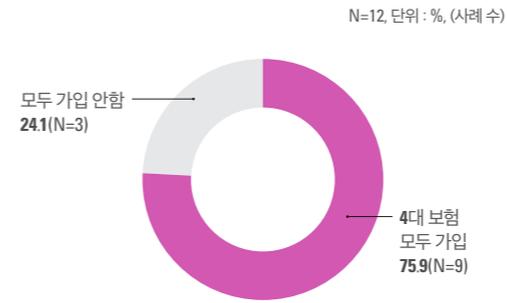
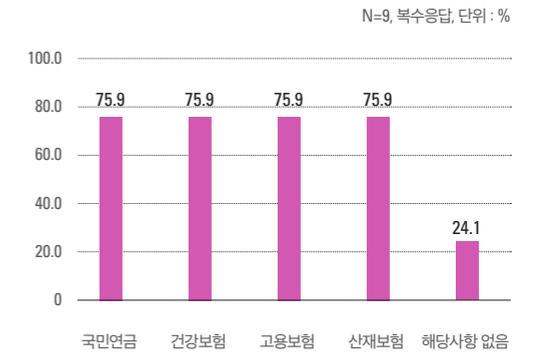


그림 3-2-9 경매회사 4대 보험 가입률



3 경매회사 사업 운영 현황

1) 경매 개최 현황

● 연간 경매 개최 현황

2016년 경매 개최 현황을 조사한 결과, '일반 경매'를 개최한 경매회사는 5개(41.7%)이며, '온라인 경매'를 개최한 경매회사는 8개(66.7%), '해외 경매'를 개최한 경매회사는 2개(16.7%)로 조사됨.

표 3-2-10 경매회사 경매 개최 여부



그림 3-2-11 경매회사 경매 개최 현황

N=12, 단위: %, (사례 수)

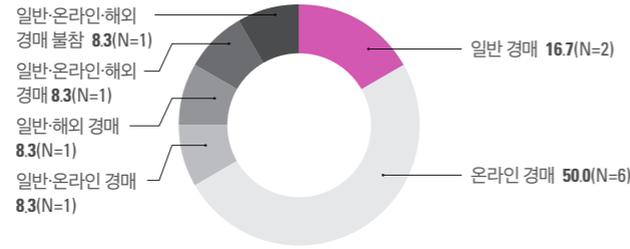


표 3-2-4 경매회사 경매 개최 세부 현황

구분	사례 수	일반 경매		온라인 경매		일반-온라인 경매		일반-해외 경매		일반-온라인-해외 경매		일반-온라인-해외 경매 불참	
		사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)
TOTAL	(12)	(2)	16.7	(6)	50.0	(1)	8.3	(1)	8.3	(1)	8.3	(1)	8.3
지역													
서울	(9)	(2)	22.2	(4)	44.4	(1)	11.1	(1)	11.1	(1)	11.1	-	-
기타	(3)	-	-	(2)	66.7	-	-	-	-	-	-	(1)	11.1
경매운영 형태													
일반 경매	(5)	(2)	40.0	-	-	(1)	20.0	(1)	20.0	(1)	20.0	-	-
온라인 경매	(7)	-	-	(6)	85.7	-	-	-	-	-	-	(1)	14.3
매출 규모													
10억 원 미만	(7)	(2)	28.6	(3)	42.9	(1)	14.3	-	-	-	-	(1)	14.3
10~50억 원 미만	(3)	-	-	(3)	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
50억 원 이상	(2)	-	-	-	-	-	-	(1)	50.0	(1)	50.0	-	-

● 연간 경매 개최 세부 현황

2016년, 11개 경매회사는 총 425회(평균 42.5회)의 경매를 개최한 것으로 조사됨. 경매유형별로 살펴보면, 일반 경매는 29회(6.8%), 온라인 경매는 391회(92.0%), 해외 경매는 5회(1.2%) 개최한 것으로 조사됨.

그림 3-2-12 경매 개최횟수 현황

N=11, 단위: %, (사례 수)



표 3-2-5 경매 개최횟수 세부 현황

구분	사례 수	전체 경매				일반 경매		온라인 경매		해외 경매	
		평균		합계		평균	합계	평균	합계	평균	합계
		평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계		
TOTAL	(11)	42.5	425	5.8	29	55.9	391	2.5	5		
지역											
서울	(9)	45.9	413	5.8	29	63.2	379	2.5	5		
기타	(2)	12.0	12	-	-	12.0	12	-	-		
경매운영 형태											
일반 경매	(5)	15.0	75	5.8	29	20.5	41	2.5	5		
온라인 경매	(6)	70.0	350	-	-	70.0	350	-	-		
매출 규모											
10억 원 미만	(6)	8.8	44	5.7	17	9.0	27	-	-		
10~50억 원 미만	(3)	109.0	327	-	-	109.0	327	-	-		
50억 원 이상	(2)	27.0	54	6.0	12	37.0	37	2.5	5		

일반 및 해외 경매 참가자 수는 총 5,117명이며, 이중 일반 경매 참가자는 4,279명(83.6%), 해외 경매 참가자는 838명(16.4%)으로 조사됨.

연매출 50억 원 이상 경매회사의 참가자 수가 3,377명으로 전체의 66.0%를 차지함.

표 3-2-6 경매 참가자 현황

구분	사례 수	전체 경매				일반 경매		해외 경매	
		평균		합계		평균	합계	평균	합계
		평균	합계	평균	합계	평균	합계		
TOTAL	(5)	1,023.4	5,117	855.8	4,279	419.0	838		
지역									
서울	(5)	1,023.4	5,117	855.8	4,279	419.0	838		
경매운영 형태									
일반 경매	(5)	1,023.4	5,117	855.8	4,279	419.0	838		
매출 규모									
10억 원 미만	(3)	580.0	1,740	580.0	1,740	-	-		
50억 원 이상	(2)	1,688.5	3,377	1,269.5	2,539	419.0	838		

2) 경매 외 사업 운영 현황

12개 경매회사 중 8개(66.7%) 경매회사가 경매 외 다른 사업을 운영하고 있으며, 담보 대출, 전시장 임대, 아트 컨설팅을 하는 곳이 각각 4곳으로 조사되었으며, 교육 사업을 하는 곳은 1곳(12.3%)으로 조사되었음.

그림 3-2-13 경매 외 사업 운영 여부



표 3-2-7 경매 외 사업 운영 현황

구분	사례 수	교육 사업		담보 대출		전시장 임대		아트 컨설팅		기타		없음	
		사례 수	비율 (%)										
TOTAL	(12)	(1)	12.3	(4)	52.1	(4)	49.3	(4)	52.1	(2)	26.1	(4)	33.3
지역	서울	(9)	(1) 19.6	(3)	58.7	(1)	19.6	(3)	58.7	(2)	41.3	(4)	44.4
	기타	(3)	-	(1)	40.9	(3)	100.0	(1)	40.9	-	-	-	-
경매운영 형태	일반 경매	(5)	(1) 33.3	(2)	66.7	(1)	33.3	(2)	66.7	(1)	33.3	(2)	40.0
	온라인 경매	(7)	-	(2)	43.6	(3)	58.7	(2)	43.6	(1)	21.8	(2)	28.6
매출 규모	10억 원 미만	(7)	-	-	-	(2)	45.6	(1)	25.7	(1)	28.7	(3)	42.9
	10~50억 원 미만	(3)	-	(2)	100.0	(1)	55.1	(2)	100.0	-	-	(1)	33.3
	50억 원 이상	(2)	(1) 50.0	(2)	100.0	(1)	50.0	(1)	50.0	(1)	50.0	-	-

3) 경매회사 회원 현황

12개 경매회사에 가입한 회원은 총 141,297명이며, 이 중 무료회원은 96.2%(135,933명), 유료회원은 3.8%(5,364명)로 조사됨.

유료회원을 보유하고 있는 6개 경매사의 평균 연회비는 약 10.6만 원으로 조사됨.

표 3-2-8 경매회사 회원 세부 현황

구분	사례 수	경매회사 회원 (명)						
		전체회원		무료회원				
		평균	합계	평균	합계			
TOTAL	(12)	13,814.7	141,297	13,290.3	135,933	524.4	5,364	
지역	서울	(9)	15,358.5	138,227	14,830.7	133,477	527.8	4,750
	기타	(3)	2,500.0	3,070	2,000.0	2,456	500.0	614
경매운영 형태	일반 경매	(5)	17,966.8	89,834	17,016.8	85,084	950.0	4,750
	온라인 경매	(7)	9,843.7	51,463	9,726.2	50,849	117.4	614
매출 규모	10억 원 미만	(7)	2,207.8	11,543	1,911.4	9,993	296.5	1,550
	10~50억 원 미만	(3)	15,823.4	47,470	15,618.7	46,856	204.7	614
	50억 원 이상	(2)	41,142.0	82,284	39,542.0	79,084	1,600.0	3,200

4) 경매회사 작품판매 현황

1) 2016년 경매회사 연간 작품낙찰 현황

● 경매회사 연간 작품낙찰 현황

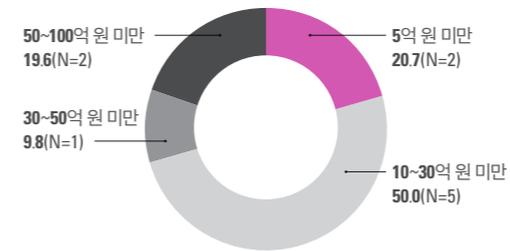
2016년 11개 경매회사의 연간 경매낙찰금액은 약 1,230억 원, 평균 약 120억 원이며, 낙찰 작품 수는 15,160점, 평균 1,482점으로 조사됨.

작품낙찰금액을 기준으로 살펴보면, 서울 지역 경매회사의 낙찰금액이 약 1,185억 원으로 전체의 96.4%를 차지하였으며, 일반 경매회사의 낙찰금액이 약 1,070억 원으로 전체의 87.0%를 차지함.

낙찰 작품 수를 기준으로 살펴보면, 서울 지역 경매회사의 낙찰 작품 수가 11,942점으로 전체의 78.8%를 차지하였으며, 온라인 경매회사의 낙찰 작품 수가 9,334점으로 전체의 61.6%를 차지함. 또한 연매출 10억~50억 원 미만의 경매 회사의 낙찰 작품 수가 7,247점으로 전체의 47.8%를 차지하고 있음.

그림 3-2-14 경매회사 연간 경매 작품낙찰 규모 - 작품낙찰금액 기준

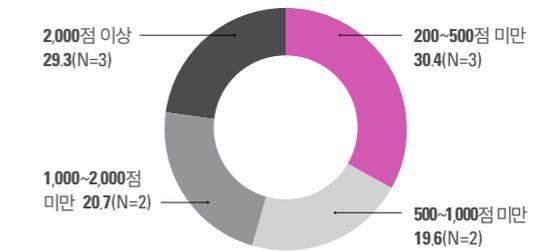
N=11, 단위: %, (사례 수)



평균 작품낙찰 금액 : 12,024.2백만 원
총 작품낙찰금액 : 122,983백만 원

그림 3-2-15 경매회사 연간 경매 작품낙찰 규모 - 낙찰 작품 수 기준

N=11, 단위: %, (사례 수)



평균 낙찰 작품 수 : 1,482.2점
총 낙찰 작품 수 : 15,160점

표 3-2-9 경매회사 연간 작품낙찰 세부 현황

구분	사례수	작품낙찰금액 (백만 원)			낙찰 작품 수 (점)			
		평균	중앙값	합계	평균	중앙값	합계	
TOTAL	(11)	12,024.2	3,223	122,983	1,482.2	1,277	15,160	
지역	서울	(9)	13,168.7	2,565	118,518	1,326.9	875	11,942
	기타	(2)	3,636.2	3,636	4,465	2,620.0	2,620	3,217
경매운영 형태	일반 경매	(5)	21,401.7	4,450	107,009	1,165.2	834	5,826
	온라인 경매	(6)	3,055.6	2,560	15,975	1,785.3	1,778	9,334
매출 규모	10억 원 미만	(6)	1,934.2	2,421	10,112	703.8	460	3,680
	10~50억 원 미만	(3)	4,372.7	3,636	13,118	2,415.7	2,620	7,247
	50억 원 이상	(2)	49,876.8	49,877	99,754	2,116.5	2,117	4,233

● 경매회사 국내·외 작품낙찰 현황

2016년 국내작품 낙찰금액은 약 1,135억 원(92.3%), 해외작품은 약 95억 원(7.7%)이며, 평균 국내작품 약 111억 원, 해외작품 약 9.2억 원으로 조사됨.
 낙찰 작품 수는 국내작품 14,064(92.8%), 해외작품 1,096점(7.2%)이며, 평균 국내작품 1,375.0점, 해외작품 107.1점으로 조사됨.

그림 3-2-16 경매회사 국내·외 작품낙찰 규모 - 작품낙찰금액 기준

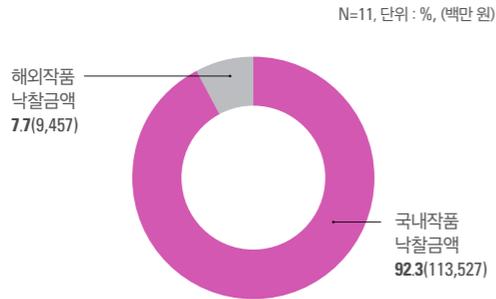
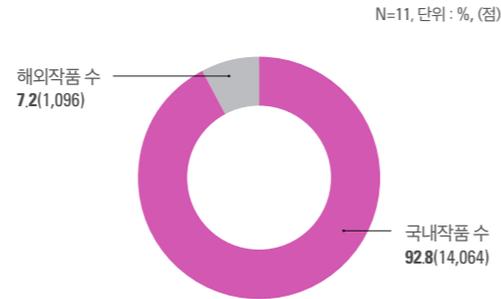


그림 3-2-17 경매회사 국내·외 작품낙찰 규모 - 낙찰 작품 수 기준



● 경매회사 연간 평균 낙찰률 현황

2016년 경매회사의 경매 낙찰률은 62.1%로 분석되었으며, 온라인 경매회사의 낙찰률이 59.6%로 일반 경매회사의 64.6%의 낙찰률보다 약 5.0%p 가량 낮게 나타남.
 국내작품과 해외작품의 낙찰률은 각각 63.8%, 52.2%로 국내작품의 낙찰률이 더 높은 수준이며, 매출 규모별로 살펴보면 연매출 50억 원 이상 경매회사의 낙찰률이 74.0%로 가장 높게 나타남.

표 3-2-10 경매회사 연간 평균 낙찰률 현황

구분	사례수	전체작품		국내작품		해외작품	
		낙찰률 (%)	사례수	낙찰률 (%)	사례수	낙찰률 (%)	
TOTAL	(11)	62.1	(11)	63.8	(11)	52.2	
지역	서울	(9)	60.4	(9)	62.3	(9)	52.5
	기타	(2)	74.7	(2)	74.7	(2)	50.0
경매운영 형태	일반 경매	(5)	64.6	(5)	68.6	(5)	45.4
	온라인 경매	(6)	59.6	(6)	59.3	(6)	58.7
매출 규모	10억 원 미만	(6)	53.6	(6)	56.9	(6)	43.9
	10~50억 원 미만	(3)	69.0	(3)	68.9	(3)	55.0
	50억 원 이상	(2)	74.0	(2)	74.3	(2)	69.8

2) 2016년 경매회사 경매 외 작품판매 현황

2016년 경매 외 작품판매 실적에 있는 경매회사는 5개로, 약 48억 원의 작품(252점)이 판매된 것으로 조사되었으며, 평균 작품판매금액은 약 9억 원, 평균 판매 작품 수는 48.1점으로 조사됨.

그림 3-2-18 경매회사 연간 경매 외 작품판매 현황

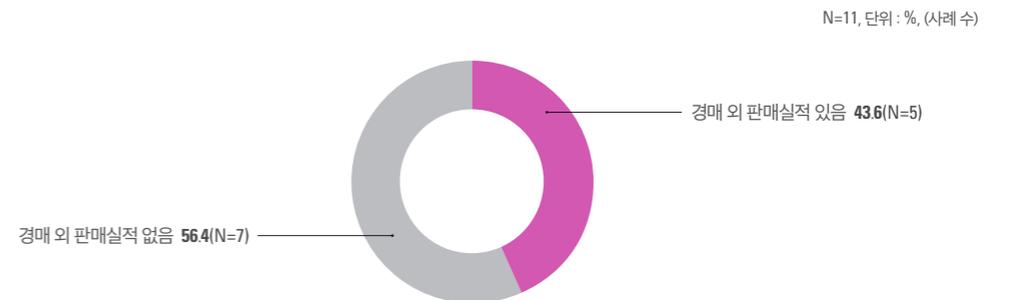
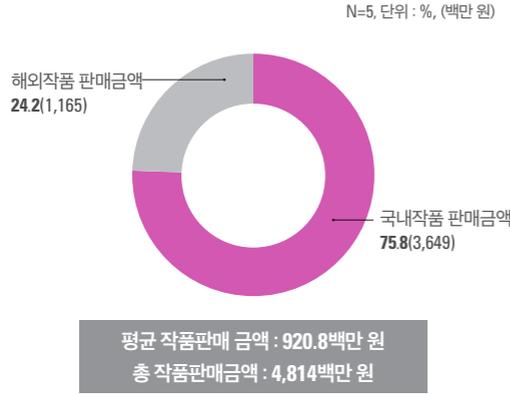
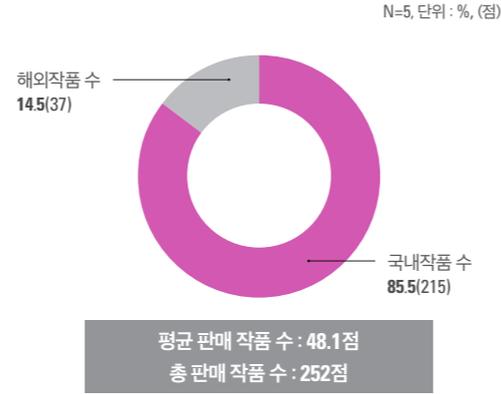


그림 3-2-19 경매회사 연간 경매 외 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준



* 경매 외 작품판매 실적 없음 = 7

그림 3-2-20 경매회사 연간 경매 외 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준



* 경매 외 작품판매 실적 없음 = 7

표 3-2-11 경매회사 연간 작품판매 현황

구분	사례 수	작품판매금액 (백만 원)			판매 작품 수 (점)			
		평균	중앙값	합계	평균	중앙값	합계	
TOTAL	(11)	12,494.9	3,223	127,798	1,506.8	1,295	15,411	
지역	서울	(9)	13,703.6	2,565	123,332	1,354.9	889	12,194
	기타	(2)	3,636.2	3,636	4,465	2,620.0	2,620	3,217
경매운영 형태	일반 경매	(5)	22,357.4	4,450	111,787	1,201.2	880	6,006
	온라인 경매	(6)	3,062.4	2,570	16,010	1,799.0	1,804	9,405
매출 규모	10억 원 미만	(6)	1,938.9	2,432	10,136	712.5	460	3,725
	10~50억 원 미만	(3)	4,376.4	3,636	13,129	2,424.4	2,620	7,273
	50억 원 이상	(2)	52,266.1	52,266	104,532	2,206.5	2,207	4,413

3) 2016년 경매회사 연간 작품판매 현황¹¹⁾

경매회사 연간 총 작품판매금액은 약 1,278억 원, 평균 약 125억 원이며, 총 판매 작품 수는 15,411점, 평균 1,506.8점으로 분석됨.

일반 경매회사의 작품판매금액이 약 1,118억 원으로 전체의 87.5%를 차지하고 있으며, 연매출 50억 원 이상 경매회사 2곳의 작품판매금액이 약 1,045억 원으로 전체의 81.8%를 차지함.

그림 3-2-21 경매회사 연간 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준

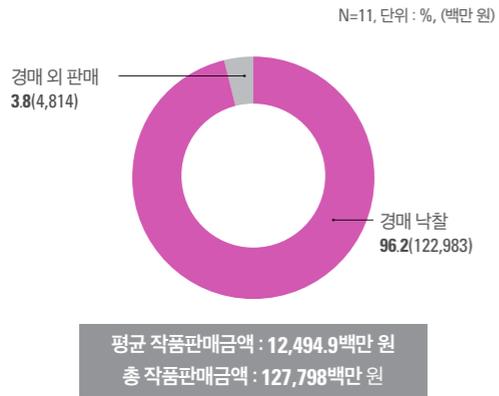
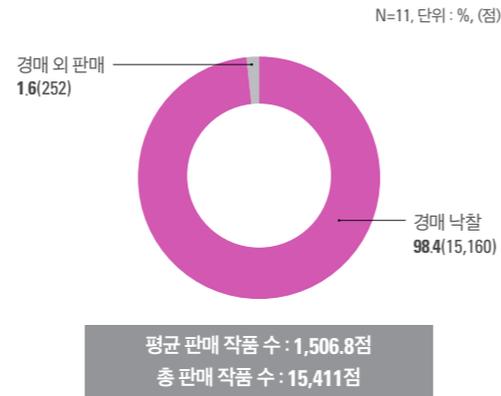


그림 3-2-22 경매회사 연간 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준



4) 경매회사 연간 작품판매 세부 현황

● 경매회사 작품 가격대별 작품판매 현황

경매회사를 통해 판매된 작품의 가격대를 나누어 살펴보면, 작품판매금액 기준으로 1~10억 원 미만 작품이 전체의 37.1%로 가장 높게 나타났으며, 10억 원 이상 16.2%, 1천만 원 미만 14.8%, 1~3천만 원 미만 12.0% 등의 순으로 조사됨.

판매 작품 수 기준으로 살펴보면, 1천만 원 미만 가격대의 작품이 전체의 85.9%로 가장 높게 나타났으며, 1~3천만 원 미만 7.9%, 3~6천만 원 미만 3.2% 등의 순으로 조사됨.

그림 3-2-23 경매회사 작품가격대별 판매 규모 - 작품판매금액 기준

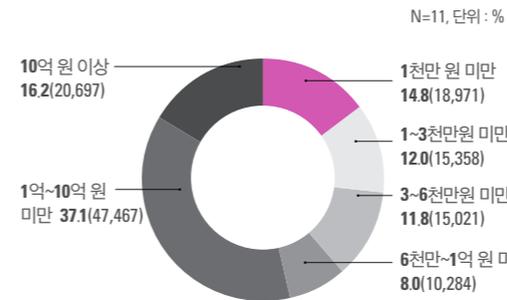
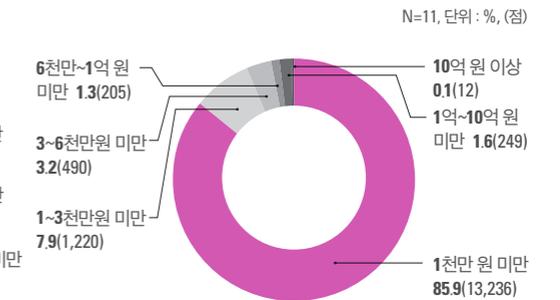


그림 3-2-24 경매회사 작품가격대별 판매 규모 - 판매 작품 수 기준



11) 11개 경매회사의 연간 경매 낙찰과 경매 외 작품판매 실적을 집계한 결과임.

표 3-2-12 경매회사 작품가격대별 판매 현황 - 작품판매금액 기준

구분	사례 수	작품가격대 구간 (%)						
		1천만 원 미만	1~3천만원 미만	3~6천만 원 미만	6천만~1억 원 미만	1~10억 원 미만	10억 원 이상	
TOTAL	(11)	14.8	12.0	11.8	8.0	37.1	16.2	
지역	서울	(9)	12.5	11.9	12.1	8.3	38.5	16.8
	기타	(2)	78.5	16.5	3.1	1.9	-	-
경매운영 형태	일반 경매	(5)	8.2	11.1	12.3	8.9	41.1	18.5
	온라인 경매	(6)	61.6	18.4	8.2	2.3	9.5	-
매출 규모	10억 원 미만	(6)	41.0	16.0	19.0	9.5	14.5	-
	10~50억 원 미만	(3)	56.8	19.1	9.7	2.8	11.6	-
	50억 원 이상	(2)	7.0	10.7	11.3	8.6	42.5	19.8

표 3-2-13 경매회사 작품가격대별 판매 현황 - 판매 작품 수 기준

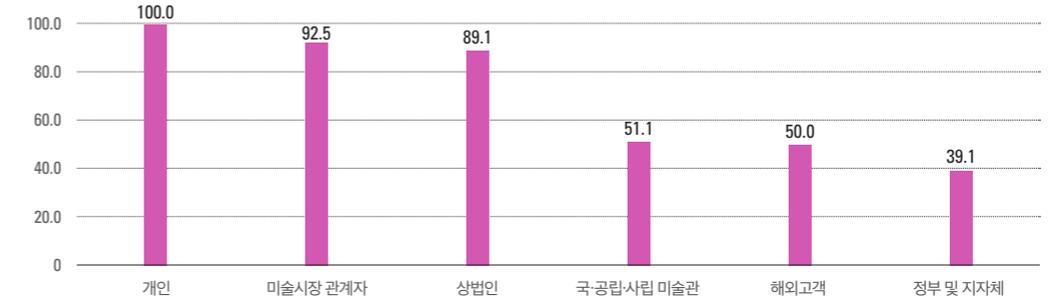
구분	사례 수	작품가격대 구간 (%)						
		1천만 원 미만	1~3천만원 미만	3~6천만 원 미만	6천만~1억 원 미만	1~10억 원 미만	10억 원 이상	
TOTAL	(11)	85.9	7.9	3.2	1.3	1.6	0.1	
지역	서울	(9)	82.6	9.6	4.0	1.7	2.0	0.1
	기타	(2)	98.2	1.6	0.1	0.04	-	-
경매운영 형태	일반 경매	(5)	70.7	15.1	7.3	3.0	3.7	0.2
	온라인 경매	(6)	95.6	3.3	0.6	0.3	0.3	-
매출 규모	10억 원 미만	(6)	80.5	11.0	4.4	2.2	1.9	-
	10~50억 원 미만	(3)	97.1	2.2	0.5	0.1	0.1	-
	50억 원 이상	(2)	71.9	14.7	6.6	2.7	3.9	0.3

● 경매회사 고객별 작품판매 현황

주요 고객별 작품판매 현황을 살펴보면 11개 경매회사 모두 개인 고객에게 작품을 판매했으며, 미술시장 관계자가 92.5%(9개), 법인(기업)이 89.1%(9개), 국·공립·사립 미술관이 51.1%(5개), 해외 고객이 50.0%(5개), 정부 및 지자체가 39.1%(4개)의 순으로 나타남.

그림 3-2-25 경매회사 고객별 작품판매 여부

N=11, 복수응답, 단위: %



작품판매금액 및 판매 작품 수 기준 모두 개인 고객의 비중이 각각 44.7%, 70.8%로 가장 높았으며, 작품판매금액 기준으로는 미술시장 관계자 21.1%, 해외고객 13.9%, 상법인 9.7%, 정부 및 지자체 6.6% 등의 순으로 조사되었으며, 판매 작품 수 기준으로는 미술시장 관계자 13.7%, 국·공립·사립 미술관 6.4%, 상법인(기업) 6.2% 등의 순으로 조사됨.

그림 3-2-26 경매회사 고객별 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준

N=11, 단위: %

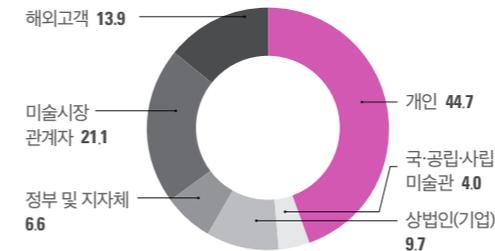


그림 3-2-27 경매회사 고객별 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준

N=11, 단위: %

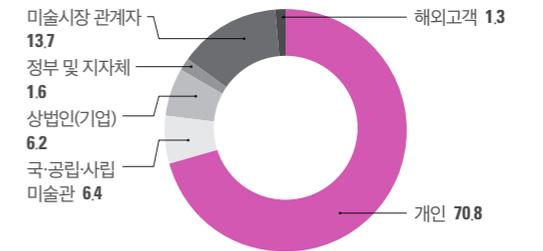


그림 3-2-14 경매회사 고객별 작품판매 현황 - 작품판매금액 기준

구분	사례 수	고객별 작품판매금액 기준 (%)						
		개인	국·공립·사립 미술관	상법인	정부 및 지자체	미술시장 관계자	해외 고객	
TOTAL	(11)	44.7	4.0	9.7	6.6	21.1	13.9	
지역	서울	(9)	43.6	4.1	10.0	6.8	21.1	14.4
	기타	(2)	75.0	2.0	3.0	-	20.0	-
경매운영 형태	일반 경매	(5)	40.5	4.4	10.1	7.5	21.7	15.8
	온라인 경매	(6)	74.2	1.0	6.8	0.5	16.8	0.7
매출 규모	10억 원 미만	(6)	40.8	9.5	31.5	0.9	15.8	1.6
	10~50억 원 미만	(3)	80.2	1.3	5.2	0.6	12.1	0.6
	50억 원 이상	(2)	40.6	3.8	8.2	7.9	22.7	16.7

표 3-2-15 경매회사 고객별 작품판매 현황 - 판매 작품 수 기준

구분	사례 수	고객별 판매 작품 수 (%)						
		개인	국·공립 사립미술관	상법인	정부 및 지자체	미술시장 관계자	해외 고객	
TOTAL	(11)	70.8	6.4	6.2	1.6	13.7	1.3	
지역	서울	(9)	71.1	7.9	6.8	2.0	10.7	1.6
	기타	(2)	70.0	1.0	4.0	-	25.0	-
경매운영 형태	일반 경매	(5)	59.4	15.7	7.5	3.7	11.1	2.6
	온라인 경매	(6)	78.1	0.5	5.3	0.2	15.4	0.4
매출 규모	10억 원 미만	(6)	67.8	2.6	11.7	0.2	17.0	0.7
	10~50억 원 미만	(3)	80.4	0.7	4.3	0.2	14.1	0.2
	50억 원 이상	(2)	57.6	19.2	4.6	4.8	10.4	3.4

● 경매회사 장르별 작품판매 현황

장르별 작품판매 현황을 조사한 결과, 11개 회사 모두 회화, 판화, 전통회화를 판매했으며, 조각·설치 90.2%, 현대 공예 78.2%, 골동품·목기 69.6% 등의 순으로 조사됨.

그림 3-2-28 경매회사 장르별 작품판매 여부



작품판매금액과 판매 작품 수 기준 모두 회화의 비중이 각각 71.5%, 48.2%로 가장 높았으며, 작품판매금액 기준으로는 전통회화 9.9%, 골동품·목기 7.6%, 미디어아트 4.9% 판매 작품 수 기준으로는 전통회화 20.6%, 골동품·목기 10.5%, 판화 6.5% 등의 순으로 조사됨.

그림 3-2-29 경매회사 장르별 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준

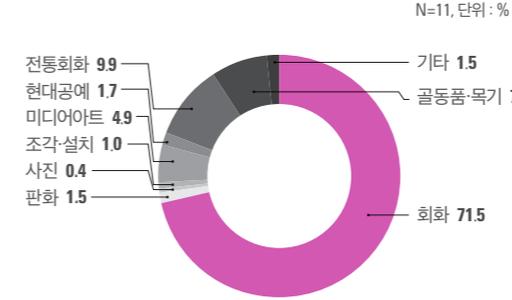


그림 3-2-30 경매회사 장르별 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준

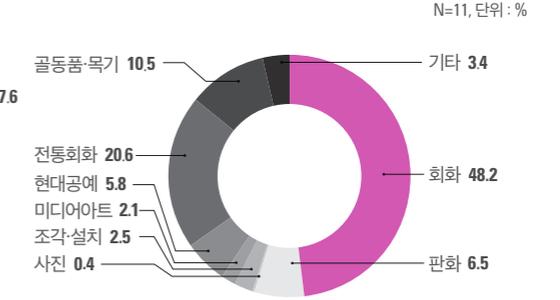


표 3-2-16 경매회사 장르별 작품판매 현황 - 작품판매금액 기준

구분	사례 수	장르별 작품판매금액 (%)									
		회화	판화	사진	조각·설치	미디어아트	현대공예	전통회화	골동품·목기	기타	
TOTAL	(11)	71.5	1.5	0.4	1.0	4.9	1.7	9.9	7.6	1.5	
지역	서울	(9)	72.5	1.5	0.4	0.8	5.1	1.8	8.6	7.9	1.5
	기타	(2)	46.0	2.0	-	5.0	-	47.0	-	-	
경매운영 형태	일반 경매	(5)	74.4	1.0	0.4	0.7	5.6	1.6	9.0	7.3	0.1
	온라인 경매	(6)	51.6	4.9	0.3	2.6	0.1	2.8	16.1	10.0	11.5
매출 규모	10억 원 미만	(6)	31.5	8.0	1.4	2.3	0.2	6.2	20.0	28.3	2.1
	10~50억 원 미만	(3)	47.6	3.6	0.3	2.3	-	2.9	18.9	12.0	12.4
	50억 원 이상	(2)	78.4	0.6	0.3	0.7	6.0	1.1	7.8	5.1	0.1

표 3-2-17 경매회사 장르별 작품판매 현황 - 판매 작품 수 기준

구분	사례 수	장르별 판매 작품 수 (%)									
		회화	판화	사진	조각·설치	미디어아트	현대공예	전통회화	골동품·목기	기타	
TOTAL	(11)	48.2	6.5	0.4	2.5	2.1	5.8	20.6	10.5	3.4	
지역	서울	(9)	53.8	6.4	0.5	2.1	2.7	7.3	9.7	13.3	4.3
	기타	(2)	27.0	7.0	0.0	4.0	-	-	62.0	-	-
경매운영 형태	일반 경매	(5)	51.8	3.9	0.6	2.1	5.2	7.6	11.8	16.7	0.1
	온라인 경매	(6)	46.0	8.1	0.2	2.7	0.1	4.5	26.3	6.6	5.5
매출 규모	10억 원 미만	(6)	32.7	10.7	0.9	4.3	0.3	12.4	17.6	15.9	5.1
	10~50억 원 미만	(3)	46.6	6.4	0.2	2.2	-	3.2	29.7	7.2	4.5
	50억 원 이상	(2)	64.2	3.0	0.3	1.5	7.1	4.2	8.2	11.4	0.2

5) 2016년 온라인경매 작품판매 현황

2016년 온라인 경매 판매 실적이 있는 경매회사는 8개로, 약 248억 원의 작품(12,531점)이 판매된 것으로 조사되었으며, 평균 작품판매금액은 약 34억 원, 평균 판매 작품 수는 1,733.7점으로 조사됨.

그림 3-2-31 온라인 경매 작품판매 현황

N=12, 단위: %, (사례 수)

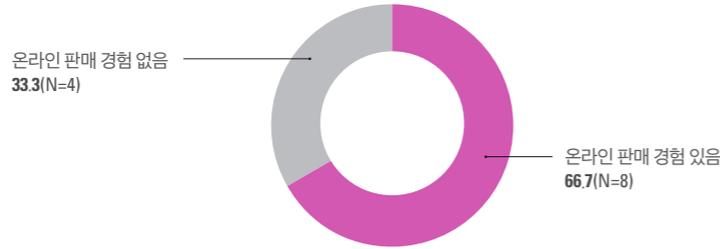


표 3-2-18 온라인 경매 연간 작품판매 현황

구분	사례 수	작품판매금액 (백만 원)		판매 작품 수 (점)		
		평균	합계	평균	합계	
TOTAL	(8)	3,432.3	24,808	1,733.7	12,531	
지역	서울	(6)	3,390.5	20,343	1,552.3	9,314
	기타	(2)	3,636.2	4,465	2,620.0	3,217
경매운영 형태	일반 경매	(2)	4,399.0	8,798	1,563.0	3,126
	온라인 경매	(6)	3,062.4	16,010	1,799.0	9,405
매출 규모	10억 원 미만	(4)	920.5	2,971	784.4	2,532
	10~50억 원 미만	(3)	4,376.4	13,129	2,424.4	7,273
	50억 원 이상	(1)	8,708.1	8,708	2,726.0	2,726

● 온라인 경매 작품 가격대별 작품판매 현황

온라인 경매를 통해 판매된 작품의 가격대를 나누어 살펴보면, 작품판매금액 기준으로 1~3백만 원 미만 작품이 전체의 19.0%로 가장 높게 나타났으며, 1~3천만 원 미만 18.7%, 3~6백만 원 미만 16.8% 순으로 조사됨.

판매 작품 수 기준으로 살펴보면, 1백만 원 미만 가격대의 작품이 전체의 54.0%로 가장 높게 나타났으며, 1~3백만 원 미만 24.5%, 3~6백만 원 미만 11.2% 순으로 조사됨.

그림 3-2-32 온라인 경매 작품가격대별 판매 규모 - 작품판매금액 기준

N=8, 단위: %

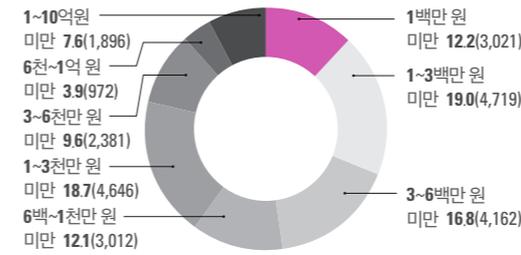


그림 3-2-33 온라인 경매 작품가격대별 판매 규모 - 판매 작품 수 기준

N=8, 단위: %

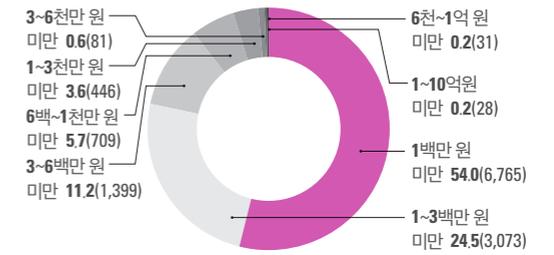


표 3-2-19 온라인 경매 작품가격대별 판매 현황 - 작품판매금액 기준

구분	사례 수	작품가격대 구간 (%)								
		1백만 원 미만	1~3백만 원 미만	3~6백만 원 미만	6백만~1천만 원 미만	1~3천만 원 미만	3~6천만 원 미만	6천만 원~1억 원 미만	1~10억 원 미만	
TOTAL	(8)	12.2	19.0	16.8	12.1	18.7	9.6	3.9	7.6	
지역	서울	(6)	10.5	16.6	16.6	12.3	19.2	11.0	4.4	9.3
	기타	(2)	19.9	29.9	17.4	11.3	16.5	3.1	1.9	-
경매운영 형태	일반 경매	(2)	8.1	17.4	16.0	14.3	22.0	12.4	6.2	3.5
	온라인 경매	(6)	14.4	19.9	17.2	10.9	16.9	8.1	2.7	9.9
매출 규모	10억 원 미만	(4)	12.1	30.5	28.5	18.9	7.3	0.9	0.9	0.9
	10~50억 원 미만	(3)	15.4	17.5	14.5	9.1	19.0	9.6	3.0	11.9
	50억 원 이상	(1)	7.3	17.4	16.2	14.5	22.2	12.5	6.3	3.6

표 3-2-20 온라인 경매 작품가격대별 판매 현황 - 판매 작품 수 기준

구분	사례 수	작품가격대 구간 (%)								
		1백만 원 미만	1~3백만 원 미만	3~6백만 원 미만	6백만~1천만 원 미만	1~3천만 원 미만	3~6천만 원 미만	6천만 원~1억 원 미만	1~10억 원 미만	
TOTAL	(8)	54.0	24.5	11.2	5.7	3.6	0.6	0.2	0.2	
지역	서울	(6)	50.8	23.7	12.9	6.9	4.2	0.8	0.3	27.9
	기타	(2)	63.1	27.0	6.1	2.1	1.6	0.1	0.04	-
경매운영 형태	일반 경매	(2)	46.8	31.2	11.1	5.4	4.3	0.9	0.2	2.0
	온라인 경매	(6)	56.4	22.3	11.2	5.7	3.3	0.6	0.3	25.9
매출 규모	10억 원 미만	(4)	27.5	26.7	22.5	15.0	6.0	0.7	0.7	18.9
	10~50억 원 미만	(3)	67.7	20.6	6.6	2.2	2.2	0.5	0.1	7.0
	50억 원 이상	(1)	42.0	32.8	12.8	6.2	4.9	1.0	0.3	2.0

● 온라인 경매 장르별 작품판매 현황

장르별 작품판매 현황을 조사한 결과, 8개 회사 모두 회화, 판화, 전통회화를 판매했으며, 조각·설치 86.2%, 현대공예 83.0%, 골동품·목기 56.9% 등의 순으로 조사됨.

그림 3-2-34 온라인경매 장르별 작품판매 여부



작품판매금액과 판매 작품 수 기준 모두 회화의 비중이 각각 63.9%, 50.4%로 가장 높았으며, 작품판매금액 기준으로는 전통회화 11.6%, 골동품·목기 9.1%, 판매 작품 수 기준으로는 전통회화 21.8%, 골동품·목기 9.7% 등의 순으로 조사됨.

그림 3-2-35 온라인 경매 장르별 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준

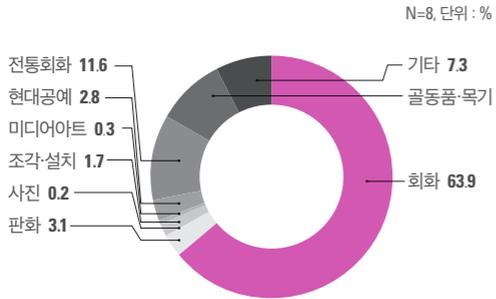


그림 3-2-36 온라인 경매 장르별 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준

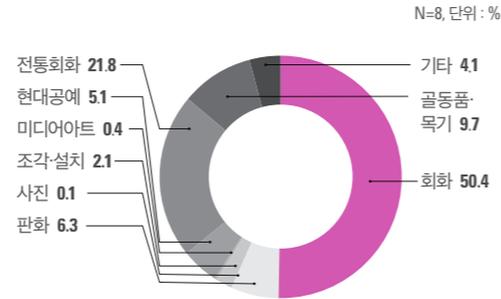


표 3-2-21 온라인 경매 장르별 작품판매 현황 - 작품판매금액 기준

구분	사례 수	장르별 작품판매금액 (%)									
		회화	판화	사진	조각·설치	미디어아트	현대공예	전통회화	골동품·목기	기타	
TOTAL	(8)	63.9	3.1	0.2	1.7	0.3	2.8	11.6	9.1	7.3	
지역	서울	(6)	67.8	3.4	0.2	0.9	0.4	3.4	3.9	11.1	8.9
	기타	(2)	46.0	2.0	-	5.0	-	-	47.0	-	-
경매운영 형태	일반 경매	(2)	84.7	0.2	-	0.0	0.9	2.9	3.6	7.6	-
	온라인 경매	(6)	52.4	4.7	0.3	2.5	0.0	2.7	16.0	10.0	11.3
매출 규모	10억 원 미만	(4)	72.5	9.4	0.2	3.5	0.0	2.5	3.0	2.7	6.2
	10~50억 원 미만	(3)	47.6	3.6	0.3	2.3	-	2.9	18.9	12.0	12.4
	50억 원 이상	(1)	85.6	0.2	-	0.0	0.9	2.7	3.6	7.0	-

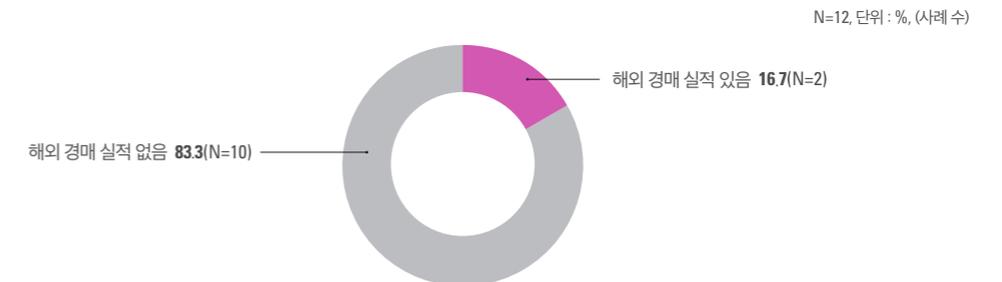
표 3-2-22 온라인 경매 장르별 작품판매 현황 - 판매 작품 수 기준

구분	사례 수	장르별 판매 작품 수 (%)									
		회화	판화	사진	조각·설치	미디어아트	현대공예	전통회화	골동품·목기	기타	
TOTAL	(8)	50.4	6.3	0.1	2.1	0.4	5.1	21.8	9.7	4.1	
지역	서울	(6)	58.4	6.1	0.2	1.4	0.5	6.8	7.9	13.1	5.6
	기타	(2)	27.0	7.0	-	4.0	-	-	62.0	-	-
경매운영 형태	일반 경매	(2)	63.7	1.0	-	0.1	1.2	6.6	8.2	19.2	-
	온라인 경매	(6)	46.0	8.1	0.2	2.7	0.1	4.5	26.3	6.6	5.5
매출 규모	10억 원 미만	(4)	37.8	12.5	0.3	3.9	0.4	10.7	13.7	13.2	7.5
	10~50억 원 미만	(3)	46.6	6.4	0.2	2.2	0.0	3.2	29.7	7.2	4.5
	50억 원 이상	(1)	72.3	0.4	-	0.1	1.4	4.7	8.0	13.2	-

6) 2016년 해외 경매 작품판매 현황¹¹⁾

2016년 해외 경매 판매 실적이 있는 경매회사는 2개로, 약 612억 원의 작품(291점)이 판매된 것으로 조사되었으며, 평균 작품판매금액은 약 306억 원, 평균 판매 작품 수는 145.5점으로 조사됨.

그림 3-2-37 해외 경매 작품판매 현황



11) 미술시장실태조사는 국내 미술시장에 대한 통계자료이므로, 해외에서 개최한 경매실적은 국내 총 미술시장 규모에 포함되지 않음.

표 3-2-23 해외 경매 연간 작품판매 현황

구분	사례 수	작품판매금액 (백만 원)		판매 작품 수 (점)	
		평균	합계	평균	합계
TOTAL	(2)	30,586.1	61,172	145.5	291
지역 서울	(2)	30,586.1	61,172	145.5	291
경매운영 형태 일반 경매	(2)	30,586.1	61,172	145.5	291
매출 규모 50억 원 이상	(2)	30,586.1	61,172	145.5	291

● 해외 경매 작품 가격대별 작품판매 현황

경매회사를 통해 판매된 작품의 가격대를 나누어 살펴보면, 작품판매금액 기준으로 10억 원 이상 작품이 전체의 44.2%로 가장 높게 나타났으며, 1~10억 원 미만 43.0%, 3~6천만 원 미만 6.1% 순으로 조사됨.

판매 작품 수 기준으로 살펴보면, 3~6천만 원 미만 가격대의 작품이 전체의 29.9%로 가장 높게 나타났으며, 1~10억 원 미만 29.6%, 1~3천만 원 미만 20.3% 순으로 조사됨.

표 3-2-25 해외 경매 작품가격대별 판매 현황 - 판매 작품 수 기준

구분	사례 수	작품가격대 구간 (%)					
		1백만 원 미만	1~3천만 원 미만	3~6천만 원 미만	6천만~1억 원 미만	1~10억 원 미만	10억 원 이상
TOTAL	(2)	3.8	20.3	29.9	12.7	29.6	3.8
지역 서울	(2)	3.8	20.3	29.9	12.7	29.6	3.8
경매운영 형태 일반 경매	(2)	3.8	20.3	29.9	12.7	29.6	3.8
매출 규모 50억 원 이상	(2)	3.8	20.3	29.9	12.7	29.6	3.8

● 해외 경매 장르별 작품판매 현황

장르별 작품판매 현황을 조사한 결과, 2개 회사 모두 회화와 미디어아트를 판매했으며, 그 외 나머지 장르에서 각각 50.0%로 조사됨.

그림 3-2-40 해외 경매 장르별 작품판매 여부

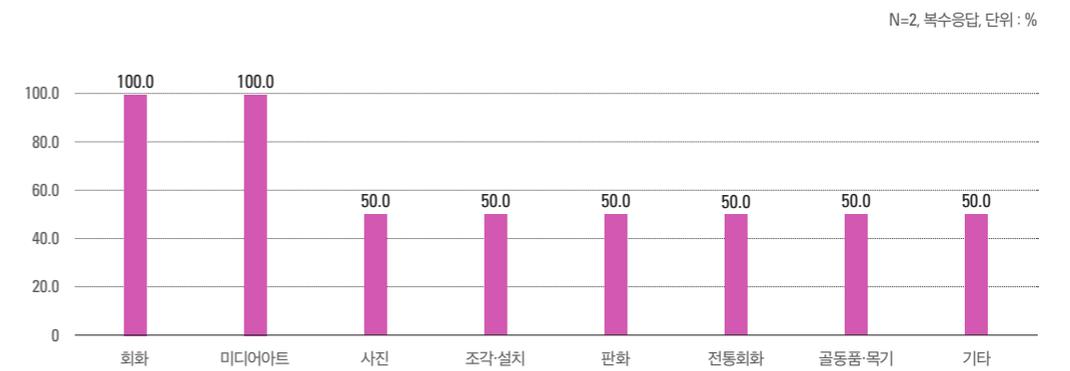


그림 3-2-38 해외 경매 작품가격대별 판매 규모 - 작품판매금액 기준

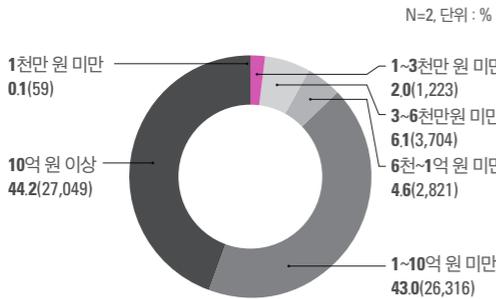


그림 3-2-39 해외 경매 작품가격대별 판매 규모 - 판매 작품 수 기준

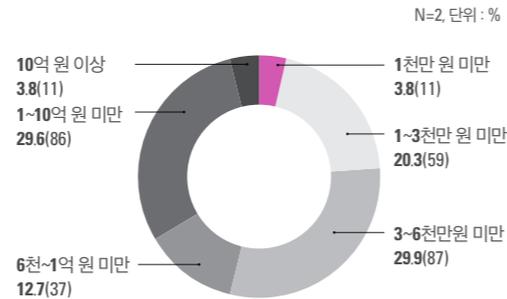


표 3-2-24 해외 경매 작품가격대별 판매 현황 - 작품판매금액 기준

구분	사례 수	작품가격대 구간 (%)					
		1백만 원 미만	1~3천만 원 미만	3~6천만 원 미만	6천만~1억 원 미만	1~10억 원 미만	10억 원 이상
TOTAL	(2)	0.1	2.0	6.1	4.6	43.0	44.2
지역 서울	(2)	0.1	2.0	6.1	4.6	43.0	44.2
경매운영 형태 일반 경매	(2)	0.1	2.0	6.1	4.6	43.0	44.2
매출 규모 50억 원 이상	(2)	0.1	2.0	6.1	4.6	43.0	44.2

작품판매금액과 판매 작품 수 기준 모두 회화가 96.4%, 86.9%로 가장 높았으며, 작품판매금액의 경우 조각·설치 1.6%, 미디어아트 0.5% 순으로 조사되었으며, 판매 작품 수 기준으로는 골동품·목기 7.2%, 조각·설치 및 판화 1.7% 등의 순으로 조사됨.

그림 3-2-41 해외 경매 장르별 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준

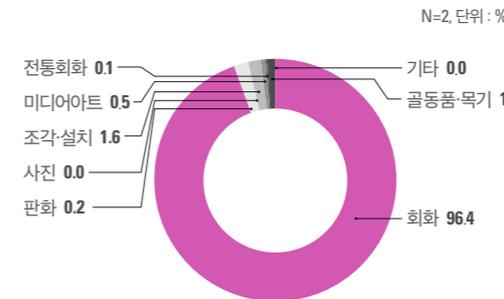


그림 3-2-42 해외 경매 장르별 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준

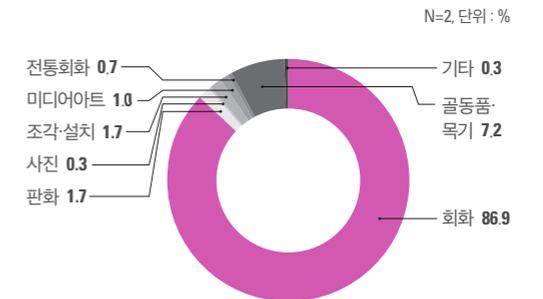


표 3-2-26 해외 경매 장르별 작품판매 현황 - 작품판매금액 기준

구분	사례 수	장르별 작품판매금액 (%)						
		회화	판화	조각·설치	미디어 아트	전통 회화	골동품·목기	
TOTAL	(2)	96.4	0.2	1.6	0.5	0.1	1.1	
지역	서울	(2)	96.4	0.2	1.6	0.5	0.1	1.1
경매운영 형태	일반 경매	(2)	96.4	0.2	1.6	0.5	0.1	1.1
매출 규모	50억 원 이상	(2)	96.4	0.2	1.6	0.5	0.1	1.1

표 3-2-27 해외 경매 장르별 작품판매 현황 - 판매 작품 수 기준

구분	사례 수	장르별 판매 작품 수 (%)								
		회화	판화	사진	조각·설치	미디어 아트	전통 회화	골동품·목기	기타	
TOTAL	(2)	86.9	1.7	0.3	1.7	1.0	0.7	7.2	0.3	
지역	서울	(2)	86.9	1.7	0.3	1.7	1.0	0.7	7.2	0.3
경매운영 형태	일반 경매	(2)	86.9	1.7	0.3	1.7	1.0	0.7	7.2	0.3
매출 규모	50억 원 이상	(2)	86.9	1.7	0.3	1.7	1.0	0.7	7.2	0.3

그림 3-2-43 경매회사 연간 매출액 현황

N=12, 단위: %, (사례 수)

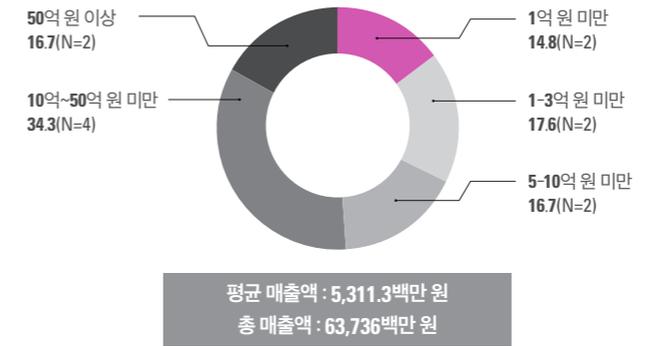


표 3-2-28 경매회사 매출액 세부 현황

구분	사례 수	매출금액 구간					평균	중앙 값	합계					
		1억 원 미만	1-3억 원 미만	5-10억 원 미만	10-50억 원 미만	50억 원 이상								
		사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	(백만 원)				
TOTAL	(12)	(2)	14.8	(2)	17.6	(2)	16.7	(4)	34.3	(2)	16.7	5,311.3	869	63,736
지역	서울	(9)	-	(2)	23.5	(2)	22.2	(3)	32.1	(2)	22.2	6,875.1	1,010	61,876
	기타	(3)	(2)	59.1	-	-	-	(1)	40.9	-	-	619.9	350	1,860
경매운영 형태	일반 경매	(5)	-	(1)	20.0	(2)	40.0	-	-	(2)	40.0	11,000.2	550	55,001
	온라인 경매	(7)	(2)	25.3	(1)	15.9	-	-	(4)	58.8	-	1,247.8	1,069	8,735
매출 규모	10억 원 미만	(7)	(2)	25.3	(2)	30.2	(2)	28.6	(1)	15.9	-	375.8	199	2,630
	10~50억 원 미만	(3)	-	-	-	-	-	(3)	100.0	-	-	2,451.5	1,500	7,354
	50억 원 이상	(2)	-	-	-	-	-	-	-	(2)	100.0	26,875.5	26,875	53,751

5 경매회사 재정 현황

1) 경매회사 연간 매출 현황

● 경매회사 연간 매출액 현황

2016년 경매회사의 총 매출액은 약 637억 원이며, 평균 약 53억 원으로 조사됨.

전체 경매회사 중 4개(34.3%) 회사의 연간 총 매출액이 10~50억 원 미만이며, 1~3억 원 미만이 2개(17.6%), 5~10억 원 미만 및 50억 원 이상이 각각 2개(16.7%)로 조사됨.

일반 경매회사의 매출액이 전체 경매회사의 86.3%를, 연매출 50억 이상 경매회사 2곳의 매출액이 전체의 84.3%를 차지하는 것으로 조사됨.

● 경매회사 항목별 매출 현황

경매회사의 매출액을 항목별로 살펴본 결과, 작품판매 수수료 수입 비중이 66.8%로 가장 많았으며, 기타 수입 14.8%, 경매 참가비 수입 9.7%, 부대사업 수입 8.7%의 순으로 조사됨.

그림 3-2-44 경매회사 항목별 매출 현황

N=12, 단위: %

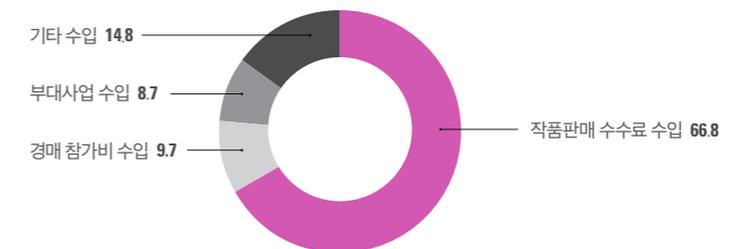


표 3-2-29 경매회사 항목별 매출 세부 현황

구분	사례 수	항목별 매출 (%)				
		작품판매 수수료 수입	경매 참가비 수입	부대사업 수입	기타 수입	
TOTAL	(12)	66.8	9.7	8.7	14.8	
지역	서울	(9)	66.0	9.9	8.8	15.2
	기타	(3)	93.1	1.0	5.9	-
경매운영 형태	일반 경매	(5)	67.4	9.0	8.6	15.0
	온라인 경매	(7)	63.5	14.0	9.2	13.3
매출 규모	10억 원 미만	(7)	97.1	2.2	0.7	-
	10~50억 원 미만	(3)	56.9	16.6	10.7	15.7
	50억 원 이상	(2)	66.7	9.1	8.8	15.4

2) 경매회사 연간 지출 현황

● 경매회사 연간 지출액 현황

2016년 경매회사의 총 지출액은 약 526억 원이며, 평균 약 44억 원으로 조사됨.

전체 경매회사 중 6개(49.1%) 회사의 연간 총 지출액이 5억 원 미만이며, 5~10억 원 미만 2개(19.5%), 50억 원 이상 2개(16.7%), 10~50억 원 미만 2개(14.8%)로 나타남.

일반 경매회사의 지출액이 전체 경매회사의 88.7%를 차지하는 것으로 조사됨.

그림 3-2-45 경매회사 연간 지출액 현황

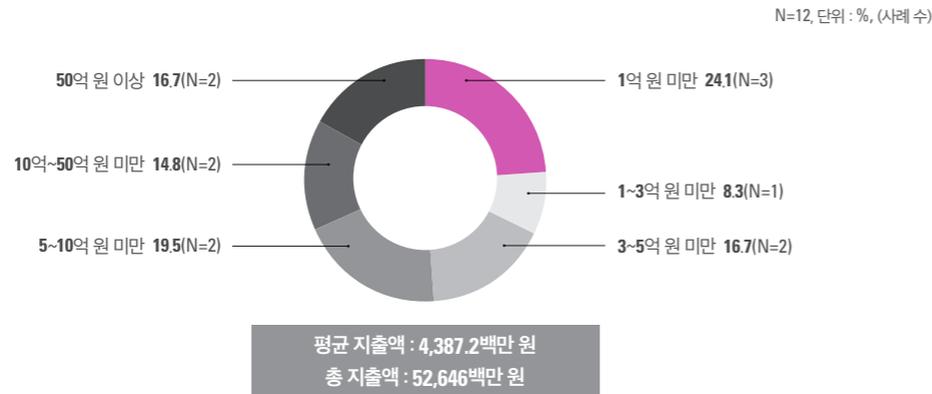


표 3-2-30 경매회사 연간 지출액 세부 현황

구분	사례 수	지출금액 구간										평균	중앙 값	합계 (백만 원)		
		1억 원 미만		1-3억 원 미만		3-5억 원 미만		5-10억 원 미만		10-50억 원 미만					50억 원 이상	
		사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)				사례 수	비율 (%)
TOTAL	(12)	(3)	24.1	(1)	8.3	(2)	16.7	(2)	19.5	(2)	14.8	(2)	16.7	4,387.2	488	52,646
지역	서울	(9)	(1) 12.4	(1) 11.1	(2) 22.2	(1) 12.4	(2) 19.7	(2) 22.2	(2) 22.2	(2) 22.2	5,718.0	505	51,462			
	기타	(3)	(2) 59.1	-	-	(1) 40.9	-	-	-	-	394.8	224	1,184			
경매운영 형태	일반 경매	(5)	-	(1) 20.0	(2) 40.0	-	-	-	-	(2) 40.0	9,344.2	450	46,721			
	온라인 경매	(7)	(3) 41.2	-	-	(2) 33.5	(2) 25.3	-	-	-	846.5	512	5,925			
매출 규모	10억 원 미만	(7)	(3) 41.2	(1) 14.3	(2) 28.6	(1) 15.9	-	-	-	-	241.7	184	1,692			
	10~50억 원 미만	(3)	-	-	-	(1) 40.9	(2) 59.1	-	-	-	1,761.2	1,140	5,284			
	50억 원 이상	(2)	-	-	-	-	-	-	(2) 100.0	-	22,835.4	22,835	45,671			

● 경매회사 항목별 지출 현황

경매회사의 연간 지출액을 항목별로 살펴본 결과, 경매 사업비의 지출 비중이 61.8%로 가장 많았으며, 인건비 15.8%, 경매 외 사업비 11.8% 등의 순으로 나타남.

일반경매 회사, 온라인 경매회사 모두 경매 사업비 지출 비중이 각각 62.9%, 52.5%로 가장 높게 나타남.

그림 3-2-46 경매회사 항목별 지출 현황

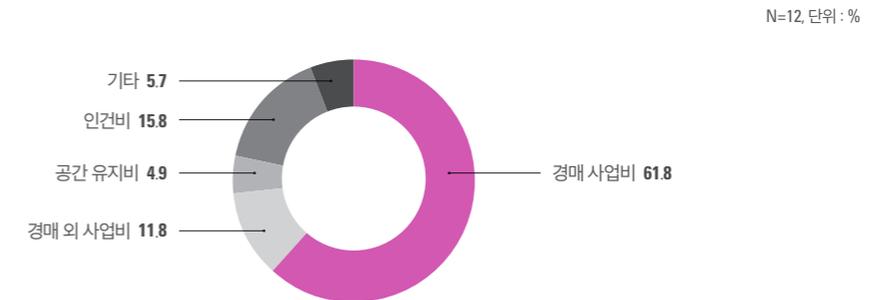


표 3-2-31 경매회사 항목별 지출 세부 현황

구분	사례 수	항목별 지출 (%)					
		경매 사업비	경매 외 사업비	공간 유지비	인건비	기타	
TOTAL	(12)	61.8	11.8	4.9	15.8	5.7	
지역	서울	(9)	62.7	11.9	4.5	15.1	5.9
	기타	(3)	19.7	9.9	21.2	49.3	-
경매운영 형태	일반 경매	(5)	62.9	12.6	4.2	14.8	5.4
	온라인 경매	(7)	52.5	5.3	9.7	23.6	8.8
매출 규모	10억 원 미만	(7)	40.3	7.3	23.2	29.2	-
	10~50억 원 미만	(3)	50.8	5.3	9.7	24.2	9.9
	50억 원 이상	(2)	63.8	12.7	3.6	14.4	5.5

아트페어 주요 결과

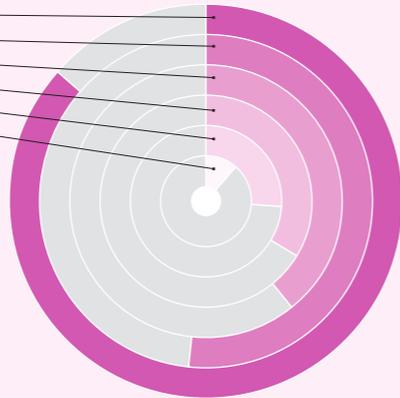
2016년 한해 아트페어 시장 규모는 약 736억 원이며, 11,805점의 작품이 판매되었음. 전국 47개 아트페어에 356명 인력이 종사하고 있으며, 약 139억 원의 매출을 기록하였음.

작품 거래 현황

장르별 거래현황 (%)

73,593 거래금액(백 만원)

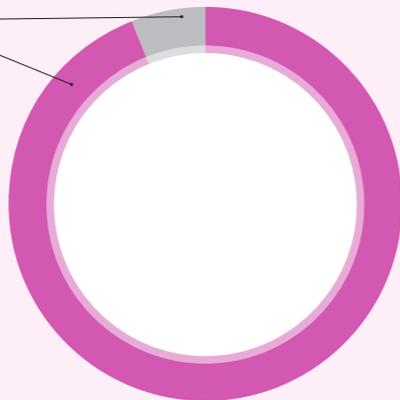
- 회화 86.6
 - 조각·설치 51.7
 - 현대공예 39.3
 - 판화 33.8
 - 전통회화 26.3
 - 사진 11.5
- (1+2+3 순위 복수응답)



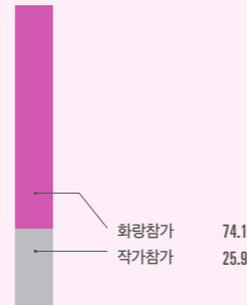
참가방법별 거래현황 (%)

73,593 거래금액(백 만원)

- 작가참가 6.0
- 화랑참가 94.0



11,805 거래작품 수(점)
작품 수(%)



연간 작품판매금액 단위: 백만원



연간 판매 작품 수 단위: 점

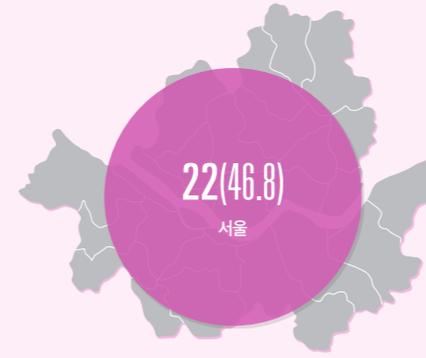


지역별 현황

지역별 아트페어 수 단위: 개, (%)

총 시설 수

47



개별 아트페어 정보

아트페어명	개최지역	화랑/작가	국제/국내
서울아트쇼			
아시아호텔아트페어서울			
아트에디션			
조형아트서울			국제
G-SEOUL 국제아트페어		화랑 참가	
핑크아트페어서울			
한국국제아트페어			국내
화랑미술제			
워드아트페어			국내
목우국제구상미술제			
마니프서울국제아트페어			
서울국제조각페스타	서울		국제
서울모던아트쇼			
아시아프(아시아대학생 청년작가 미술축제)			
장애인참작아트페어		작가 참가	
대한민국미술제			
디자인아트페어			
브리즈아트페어			국내
불량블루호텔아트페어			
아트서울			
A&C아트페스티벌			
한국구상대제전			
대전국제아트쇼	대전	작가 참가	국제
호텔아트페어 인 대구			
대구아트페어	대구	화랑 참가	국제
아트광주	광주	화랑 참가	국제
부산국제화랑아트페어		화랑 참가	국제
아트부산			
부산국제사진페어			
부산국제아트페어	부산	작가 참가	국제
아트페어 언더 35			국내
아트제주	제주	화랑 참가	국제
제주국제아트페어		작가 참가	국제
고양국제아트페어			
안산국제아트페어			
남송국제아트쇼			
안산국제 누드드로잉아트페어			
인천국제아트페어			
스폰아트쇼		화랑 참가	국제
강원아트페어	강원		국내
크리에이티브 오렌지아트 페어		작가 참가	국제
플로리 밸리 아트페어	충북	작가 참가	국제
군산소호아트페어	전북	작가 참가	국내
단아국제아트페어			국제
경남국제아트페어	경남	화랑 참가	국제
아트 경주			
포항호텔아트페어	경북	화랑 참가	국제

연간 아트페어 수 단위: 개



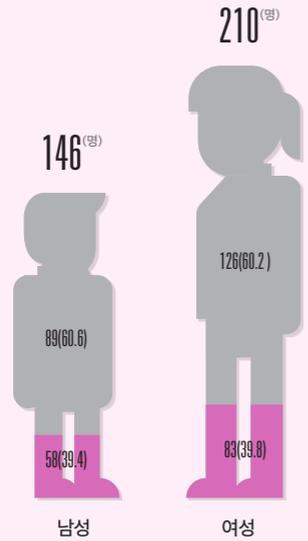
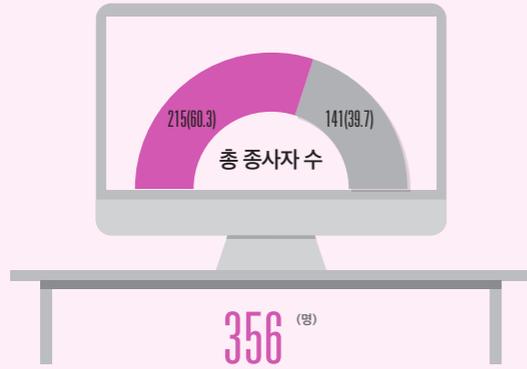
연간 종사자 수 단위: 명



종사자 현황

고용형태별 현황 단위: 명, (%)

■ 정규직 ■ 비정규직



담당업무별 현황 단위: %

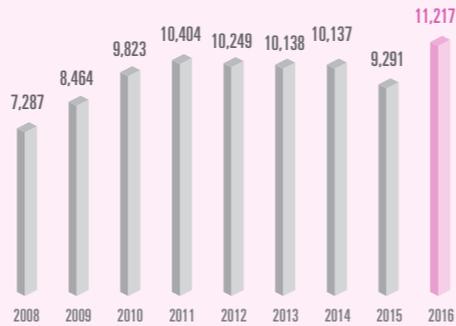


사업운영 현황

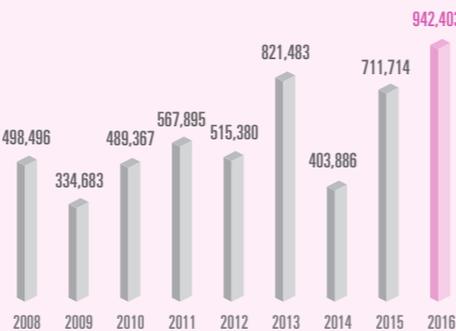
참가 화랑 수 추이 단위: 개



아트페어 참가작가 수 추이 단위: 명



관람객 수 추이 단위: 명



재정현황

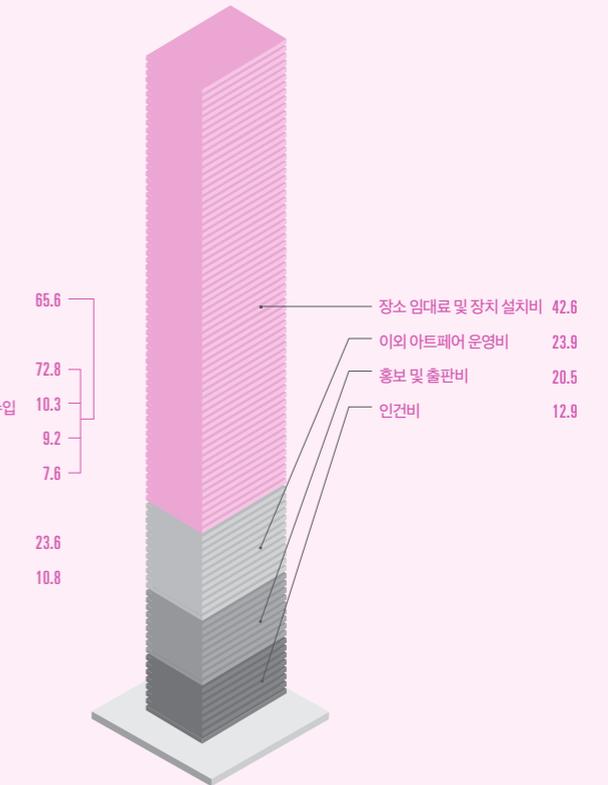
항목별 수입 단위: %

13,893 (백만원)

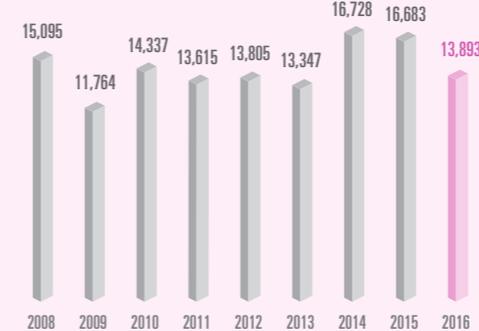


항목별 지출 단위: %

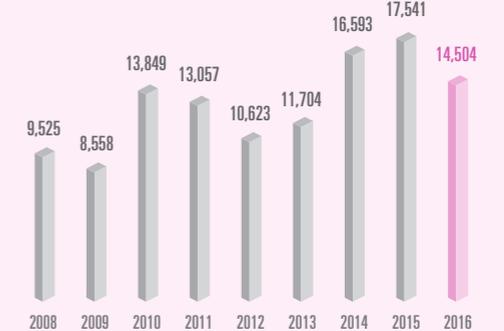
14,504 (백만원)



연간 매출액 단위: 백만원



연간 지출액 단위: 백만원



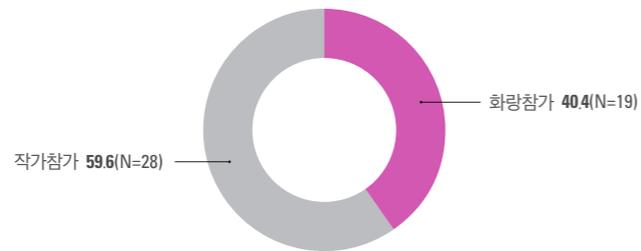
1 아트페어 일반 현황

2016년 국내 아트페어는 총 47개이며, 이 중 34개 아트페어가 조사에 응답하여 조사 응답률은 72.3%임. 본 조사에서는 모수추정을 실시하여, 모든 통계결과는 47개 모집단에 대한 결과를 산출함.

● 아트페어 주요 참가방법별 현황

아트페어의 주요 참가방법을 조사한 결과, 47개 아트페어 중 화랑참가 아트페어는 19개(40.4%), 작가참가 아트페어는 28개(59.6%)로 조사됨.

그림 3-3-1 아트페어 참가방법별 현황



● 아트페어 전시 작품 시대 및 장르별 현황

아트페어에 전시되는 작품의 성향을 조사한 결과, 작품 시대별로 모든 아트페어는 '현대미술 작품'을 전시하였으며, '근대미술 작품' 전시가 11개(24.1%), '고미술 작품' 4개(8.6%)로 조사됨.

전체 아트페어의 75.9%를 차지하는 36개 아트페어는 특정 작품의 장르에 국한하지 않고 미술 전반에 걸친 작품을 전시하였으며, 특정 장르(판화, 사진 등)를 주제로 전시한 아트페어는 11개(24.1%)로 조사됨.

그림 3-3-2 아트페어 전시 작품 시대별 현황

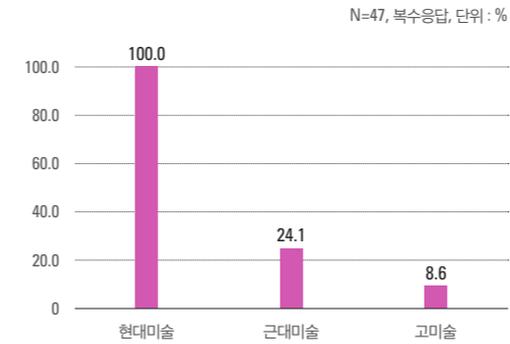
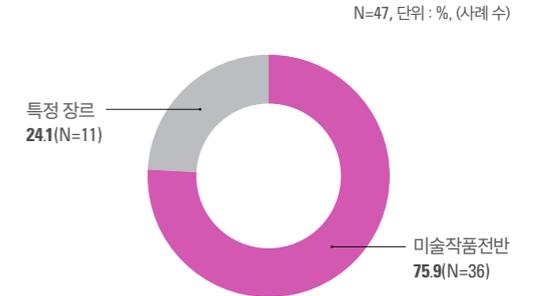


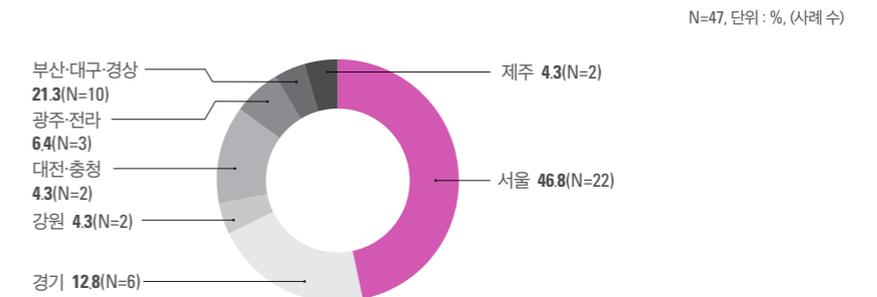
그림 3-3-3 아트페어 전시 작품 장르별 현황



● 아트페어 개최 지역별 현황

2016년에 개최된 47개 아트페어 중 22개(46.8%) 아트페어가 서울에서 개최되었으며, 부산·대구·경상지역 10개(21.3%), 경기지역 6개(12.7%), 광주·전라지역 3개(6.4%), 강원지역, 대전·충청지역 및 제주지역 각각 2개(4.3%)로 조사됨.

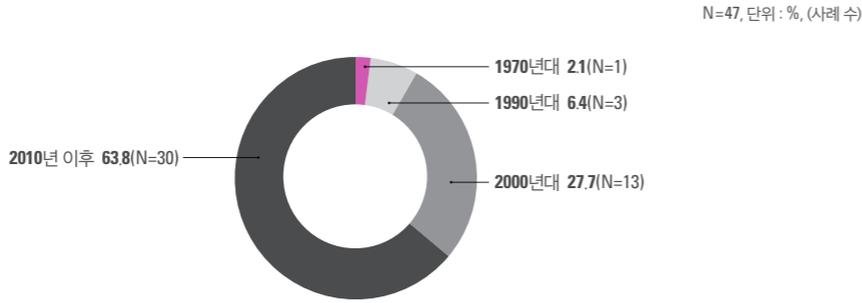
그림 3-3-4 아트페어 개최 지역별 현황



● 아트페어 최초 개최년도 현황¹²⁾

1970년대 1개(2.1%), 1990년대 3개(6.4%)의 아트페어가 개최되었으며, 2000년대부터 43개(91.5%) 아트페어가 최초로 개최됨. 2000년대('00년~'09년)에 13개(27.7%), 2010년 이후에 30개(63.8%) 아트페어가 최초로 개최된 것으로 조사됨.

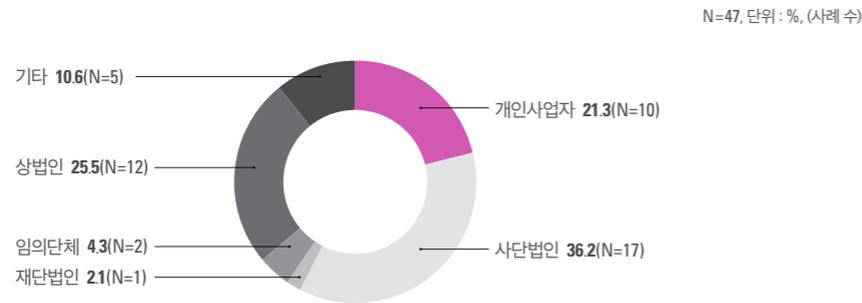
그림 3-3-5 아트페어 최초 개최연도별 현황



● 아트페어 법적성격 현황

아트페어 주최(주관)기관의 법적성격은 사단법인이 17개(36.2%)로 가장 많았으며, 다음은 상법인 12개(25.5%), 개인사업자 10개(21.3%), 임의단체 2개(4.3%), 재단법인 1개(2.1%) 순으로 조사됨.

그림 3-3-6 아트페어 법적성격별 현황



12) 국내 최초 아트페어는 1979년 개최된 '화랑미술제'임.

2 아트페어 종사자 현황

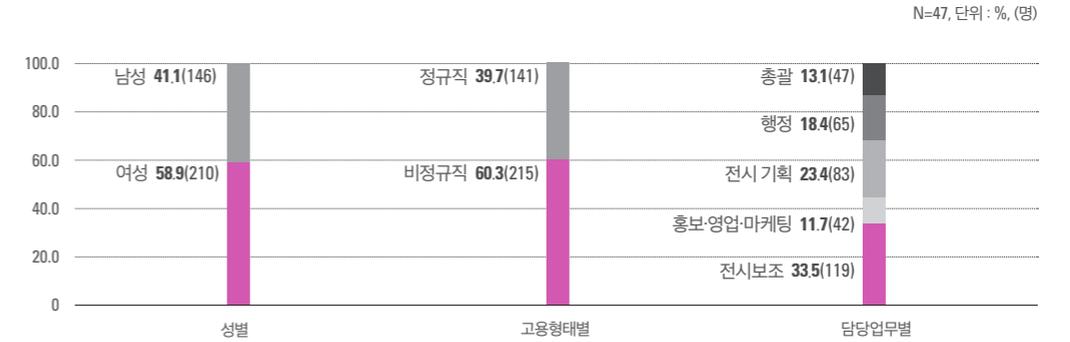
1) 아트페어 총 종사자 현황

대표자를 포함한 아트페어 총 종사자 수는 356명이며, 평균 7.6명으로 조사됨.

성별로는 여성 58.9%(210명), 남성 41.1%(146명)로 여성의 비중이 17.8%p 높은 것으로 조사됨.

화랑참가 아트페어 평균 종사자 수가 7.8명, 작가참가 아트페어 평균 종사자 수 7.4명으로 유사하게 조사됨.

그림 3-3-7 아트페어 총 종사자 현황



2) 아트페어 종사자 세부 현황

● 아트페어 고용형태별 종사자 현황

고용형태별 종사자 현황을 살펴보면, 전체 종사자의 39.7%(141명)가 정규직이며, 비정규직은 60.3% (215명)로 나타남. 정규직 141명 중 여성의 비율이 58.9%(83명)로 남성 41.1%(58명)보다 17.8%p 가량 많았으며, 비정규직 또한 여성의 비율이 58.6%(126명)로 남성 41.4%(89명)보다 많은 것으로 조사됨.

표 3-3-1 아트페어 고용형태별 종사자 현황

구분	사례 수	고용형태별 종사자 (명)										
		합계		정규직		비정규직		정규직		비정규직		
		평균	합계	남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성	
TOTAL	(47)	7.6	356	1.2	58	1.8	83	1.9	89	2.7	126	
지역	서울	(23)	6.1	139	1.4	31	2.7	62	0.5	12	1.5	34
	경기	(4)	12.3	49	0.8	3	0.8	3	3.3	13	7.5	30
	기타	(20)	8.4	168	1.2	23	0.9	18	3.2	64	3.1	62
운영방식	화랑참가	(19)	7.8	148	1.4	26	2.6	50	1.7	32	2.1	41
	작가참가	(28)	7.4	208	1.1	32	1.2	34	2.0	57	3.0	85

● 아트페어 담당업무별 종사자 현황

총괄자를 제외한 담당업무별 종사자 현황을 살펴보면, 행정 인력과 전시기획 인력 보유율이 각각 85.4%, 67.3%로 높게 나타났음.

인력 비율은 전시보조 인력이 33.5%(119명)로 가장 많았으며, 전시기획 인력 23.4%(83명), 행정 인력 18.4%(65명), 총괄 인력 13.1%(47명), 홍보·영업·마케팅 인력 11.7%(42명) 순으로 조사됨.

그림 3-3-8 아트페어 담당업무별 종사자 보유 여부



표 3-3-2 아트페어 담당업무별 종사자 현황

구분	사례 수	담당업무별 종사자 (명)										
		총괄		행정		전시기획		홍보·영업·마케팅		전시보조		
		평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계	
TOTAL	(47)	1.0	47	1.6	65	2.6	83	1.7	42	4.8	119	
지역	서울	(23)	1.0	21	1.4	30	2.1	29	2.0	23	3.9	36
	경기	(4)	1.0	4	1.0	3	1.0	1	1.0	1	13.1	40
	기타	(20)	1.1	22	2.0	32	3.2	53	1.4	18	3.4	43
운영방식	화랑참가	(19)	1.1	21	1.5	25	4.0	56	1.8	23	3.6	23
	작가참가	(28)	1.0	26	1.7	40	1.5	27	1.5	18	5.1	96

● 아트페어 4대 보험 가입 현황

4대 보험에 모두 가입한 아트페어는 총 27개(57.5%), 일부 가입 1개(3.2%)이며, 나머지 18개(39.3%) 아트페어는 모두 가입하지 않은 것으로 조사됨.

그림 3-3-9 아트페어 4대 보험 가입 현황

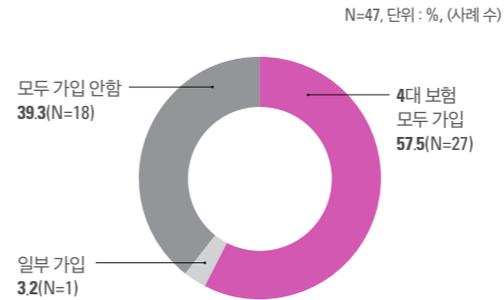
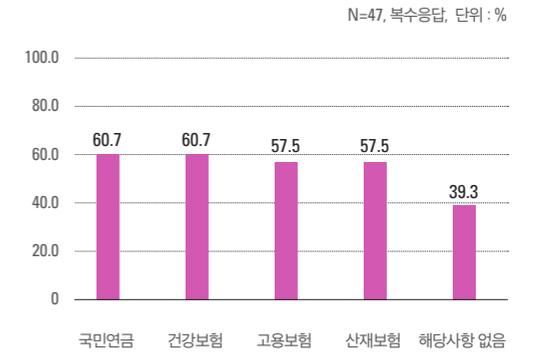


그림 3-3-10 아트페어 4대 보험 가입률



3 아트페어 사업 운영 현황

1) 아트페어 개최 현황

2016년 아트페어 개최 현황을 조사한 결과, 47개 아트페어는 1년에 1회, 1개의 아트페어는 2회 개최하고 있음. 10월에 가장 많은 아트페어(9개)가 개최되었으며, 1/4분기(1~3월)에 2개(4.3%), 2/4분기(4~6월)에 16개(34.0%), 3/4분기(7~9월)에 11개(23.4%), 4/4분기(10~12월)에 18개(38.3%) 아트페어가 개최되었음.

그림 3-3-11 아트페어 월별 개최 현황



* 개최(개막)일 기준이며, 연 2회 개최하는 아트페어는 메인 개최기간 기준임.

2) 아트페어 참가(화랑·작가) 현황

● 화랑참가 아트페어 참가(화랑·작가) 현황

19개 화랑참가 아트페어에 참가한 화랑 수는 총 1,509개, 평균 79.4개이며, 이 중 국내화랑은 1,214개(80.5%), 해외화랑은 295개(19.5%)로 조사됨.

참가 작가 수는 총 7,370명, 평균 387.9명이며, 이 중 국내작가는 6,147명(83.4%), 해외작가는 1,224명(16.6%)으로 조사됨.

그림 3-3-12 아트페어 참가 화랑 현황 - 화랑참가 아트페어

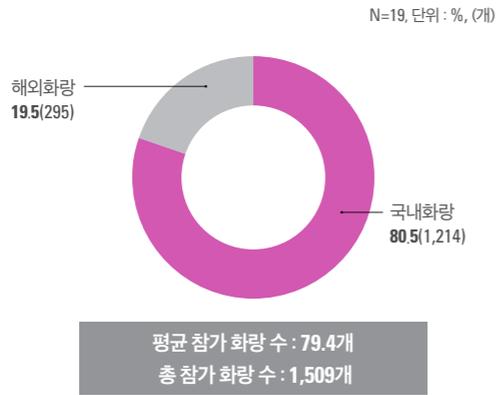


그림 3-3-13 아트페어 참가 작가 현황 - 화랑참가 아트페어

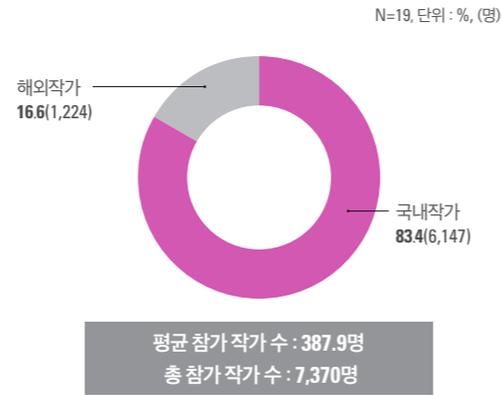


표 3-3-3 아트페어 참가 화랑 세부 현황 - 화랑참가 아트페어

구분	사례 수	참가 화랑 수 구간						평균	합계	
		20~50개 미만		50~100개 미만		100개 이상				
		사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)			
		평균	합계	평균	합계	평균	합계			
TOTAL	(19)	8	42.1	5	26.3	6	31.6	79.4	1,509	
지역	서울	(13)	6	49.8	2	16.3	4	33.8	76.8	1,001
	기타	(6)	2	25.3	3	48.1	2	26.6	85.2	508

표 3-3-4 아트페어 참가 작가 세부 현황 - 화랑참가 아트페어

구분	사례 수	참가 작가 수 구간										평균	합계	
		100명 미만		100~300명 미만		300~500명 미만		500~1,000명 미만		1,000명 이상				
		사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)			
		평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계			
TOTAL	(19)	4	19.3	5	26.5	5	28.4	3	14.6	2	11.2	387.9	7,370	
지역	서울	(13)	2	16.6	2	16.6	5	41.4	1	9.0	2	16.3	458.4	5,975
	기타	(6)	2	25.3	3	48.1	0	0.0	2	26.6	0	0.0	233.8	1,395

● 작가참가 아트페어 참가 작가 현황

28개 작가참가 아트페어에 참가한 작가 수는 총 3,847명, 평균 137.4명이며, 이 중 국내작가는 3,385명(88.0%), 해외작가는 462명(12.0%)으로 조사됨.

그림 3-3-14 아트페어 참가 작가 현황 - 작가참가 아트페어

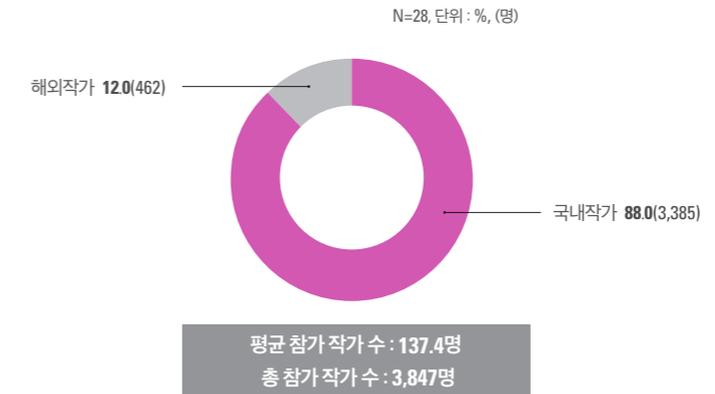


표 3-3-5 아트페어 참가 작가 세부 현황 - 작가참가 아트페어

구분	사례 수	참가 작가 수 구간						평균	합계	
		50명 미만		50~100명 미만		100명 이상				
		사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)			
TOTAL	(28)	6	20.7	7	25.7	15	53.6	137.4	3,847	
지역	서울	(10)	2	18.9	4	37.7	4	43.4	167.2	1,666
	경기	(4)	0	0.0	2	53.1	2	46.9	149.8	599
	기타	(14)	4	28.0	1	9.3	9	62.7	112.7	1,582

3) 국제 아트페어 개최 현황

● 국제 아트페어 현황

19개 화랑참가 아트페어 중 국제 아트페어는 17개(89.5%)이며, 28개 작가참가 아트페어 중 국제 아트페어는 17개(60.7%)로 조사됨.

그림 3-3-15 국제 아트페어 현황 - 화랑참가 아트페어

N=19, 단위 : %, (사례 수)

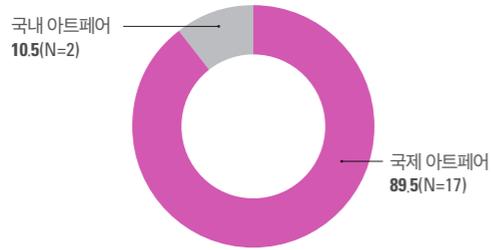
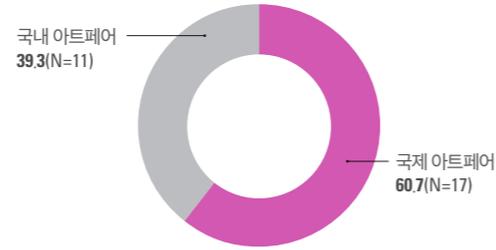


그림 3-3-16 국제 아트페어 현황 - 작가참가 아트페어

N=28, 단위 : %, (사례 수)



● 국제 아트페어 참가자(국가·화랑·작가) 현황

17개 화랑참가 국제 아트페어에 참가한 해외 국가 수는 총 111개국이며 평균 10.7개국 이 참가하였음. 참가 해외 화랑은 총 295개(평균 28.4개), 참가 해외 작가 수는 총 1,224명(평균 64.4명)으로 조사됨.

17개 작가참가 국제 아트페어에 참가한 해외 국가 수는 총 113개국이며 평균 6.0개국 이 참가하였음. 참가 해외 작가 수는 총 462명, 평균 24.5명으로 조사됨.

표 3-3-6 국제 아트페어 참가자(국가·화랑·작가) 현황 - 화랑참가 아트페어

구분	사례 수	참가 해외 국가 수 (개)		참가 해외 화랑 수 (개)		참가 해외 작가 수 (명)	
		평균	합계	평균	합계	평균	합계
TOTAL	(17)	10.7	111	28.4	295	64.4	1,224
지역	서울	(7)	46	28.2	124	65.4	852
	기타	(10)	65	28.6	170	62.3	372

* 해외 화랑 참가 없음(작가참가 아트페어 포함) = 30

표 3-3-7 국제 아트페어 참가자(국가·작가) 현황 - 작가참가 아트페어

구분	사례 수	참가 해외 국가 수 (개)		참가 해외 작가 수 (명)	
		평균	합계	평균	합계
TOTAL	(17)	6.0	113	24.5	462
지역	서울	(5)	21	28.9	125
	경기	(5)	19	19.6	58
	기타	(7)	73	24.2	279

* 해외 화랑 참가 없음(작가참가 아트페어 포함) = 30

4) 아트페어 참가자(화랑·작가) 모집 현황¹³⁾

● 아트페어 참가자(화랑·작가) 모집 방법 현황

47개 아트페어의 참가자(화랑·작가) 모집 방법으로는 '공개모집 후 심의' 방식이 37.7%(18개)로 가장 많았으며, 다음은 '공개모집' 35.9%(17개), '주최 측 지정 및 초청' 방식 26.4%(12개)로 조사됨.

그림 3-3-17 아트페어 참가 작가 현황

N=47, 단위 : %, (사례 수)

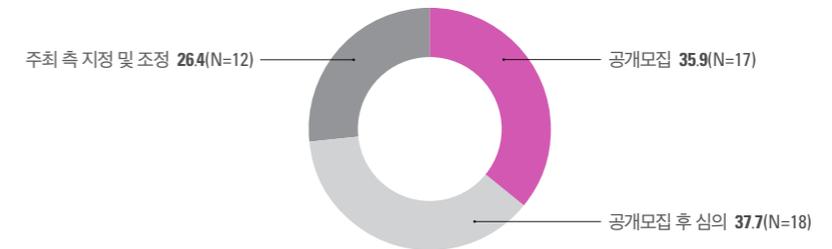


표 3-3-8 아트페어 참가자(화랑·작가) 모집 방법 세부 현황

구분	사례 수	공개모집		공개모집 후 심의		주최 측 지정 및 초청		
		사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)	
TOTAL	(47)	(17)	35.9	(18)	37.7	(12)	26.4	
지역	서울	(23)	(10)	42.3	(7)	29.7	(6)	28.1
	경기	(4)	(1)	26.5	(1)	23.5	(2)	50.0
	기타	(20)	(6)	30.5	(10)	49.9	(4)	19.6
운영방식	화랑참가	(19)	(7)	34.6	(6)	31.4	(6)	34.0
	작가참가	(28)	(10)	36.8	(12)	42.0	(6)	21.2

13) 참가자 모집 방법 : 대부분의 아트페어는 참가자 모집 방법을 혼용하여 사용하지만 본 조사에서는 분석 편의상 주된 방식 기준으로 분류함.

● 아트페어 참가비(부스비) 현황

참가비(부스비)를 받는 아트페어는 39개(83.0%)로 조사됨.
 화랑참가 아트페어는 모두 참가비(부스비)를 받고 있으며, 작가참가 아트페어는 20개(71.5%)가 참가비(부스비)를 받고 있음. 39개 아트페어의 평균 참가비(부스비)는 약 286만 원으로 화랑참가 아트페어 약 495만 원, 작가참가 아트페어 약 89만 원으로 조사됨.

그림 3-3-18 아트페어 참가비(부스비) 현황

N=47, 단위: %, (사례 수)

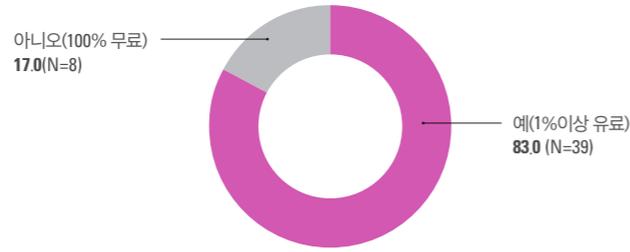


표 3-3-9 아트페어 평균 참가비(부스비) 현황

구분	전체 아트페어		화랑참가 아트페어		작가참가 아트페어	
	사례 수	평균 (만원)	사례 수	평균 (만원)	사례 수	평균 (만원)
평균 참가비(부스비)	(39)	286.2	(19)	494.7	(20)	88.6

* 참가비(부스비) 없음 = 8

5) 아트페어 관람객 현황

2016년 아트페어 관람객 수는 총 942,403명, 평균 20,051.1명으로 이 중 무료 관람객은 60.7% (572,013명), 유료 관람객은 39.3%(370,389명)로 조사됨.
 운영방식별로 살펴본 결과, 화랑참가 아트페어는 유료 관람객 46.1%, 무료 관람객 53.9%이며, 작가참가 아트페어는 유료 관람객 24.3%, 무료 관람객 75.7%로 무료 관람객이 많은 것으로 조사되었음.

그림 3-3-19 아트페어 연간 관람객 현황

N=47, 단위: %, (명)

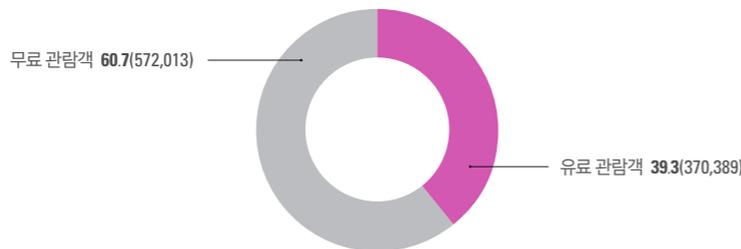


표 3-3-10 아트페어 연간 관람객 세부 현황

구분	사례 수	전체 관람객		무료 관람객		유료 관람객		
		평균	합계	평균	합계	평균	합계	
		TOTAL	(47)	20,051.1	942,403	12,462.7	572,013	12,674.2
지역	서울	(23)	18,058.2	415,338	6,431.9	140,846	16,074.2	274,493
	경기	(4)	2,371.4	9,485	2,313.0	9,252	220.0	233
	기타	(20)	25,878.9	517,579	21,095.8	421,916	8,629.0	95,663
운영방식	화랑참가	(19)	34,215.8	650,123	19,593.0	350,689	19,534.0	299,434
	작가참가	(28)	10,438.8	292,280	7,904.6	221,325	5,106.5	70,955

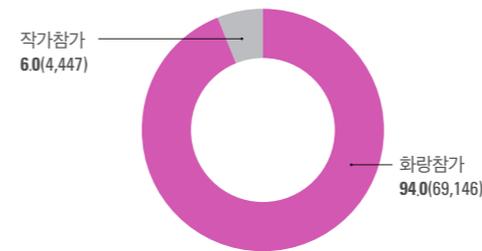
4 아트페어 작품판매 현황

1) 2016년 아트페어 연간 작품판매 현황

아트페어 연간 총 작품판매금액은 약 736억 원, 평균 약 16억 원이며, 총 판매 작품 수는 11,805점, 평균 251.2점으로 조사됨.
 화랑참가 아트페어의 작품판매금액이 약 691억 원으로 전체의 94.0%를 차지하고 있으며, 판매 작품 수 기준 또한 화랑참가 아트페어가 8,744점으로 74.1%를 차지하고 있음.

그림 3-3-20 아트페어 연간 작품판매 규모 - 작품판매금액 기준

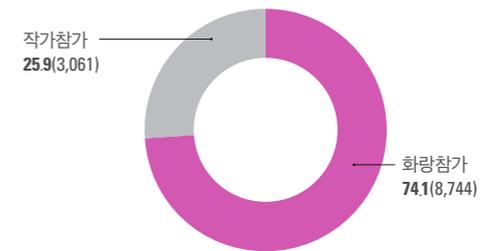
N=47, 단위: %, (백만 원)



평균 작품판매금액: 1,565.8백만 원
 총 작품판매금액: 73,593백만 원

그림 3-3-21 아트페어 연간 작품판매 규모 - 판매 작품 수 기준

N=47, 단위: %, (점)



평균 판매 작품 수: 251.2점
 총 판매 작품 수: 11,805점

표 3-3-11 아트페어 연간 작품판매 현황

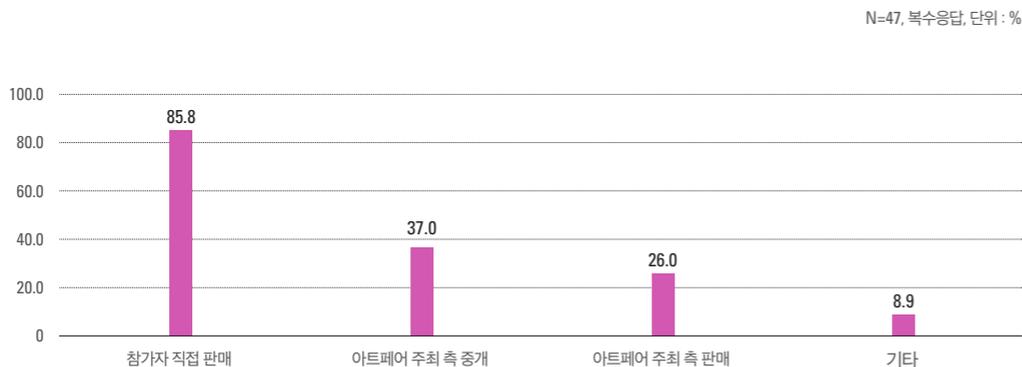
구분	사례 수	작품판매금액 (백만 원)			판매 작품 수 (점)			
		평균	중앙값	합계	평균	중앙값	합계	
TOTAL	(47)	1,565.8	149	73,593	251.2	77	11,805	
지역	서울	(23)	2,028.3	150	46,651	249.4	55	5,736
	경기	(4)	69.4	57	277	53.1	46	212
	기타	(20)	1,333.2	267	26,665	292.8	85	5,856
운영방식	화랑참가	(19)	3,639.1	2,700	69,146	460.2	550	8,744
	작가참가	(28)	158.8	91	4,447	109.3	33	3,061

2) 아트페어 연간 작품판매 세부 현황

● 아트페어 판매방법별 작품판매 현황¹⁴⁾

판매방법별 작품판매 현황을 살펴보면 참가자 직접 판매 방식으로 작품을 판매한 아트페어가 85.8%로 가장 많았으며, 아트페어 주최 측 중개는 37.0%, 아트페어 주최 측 판매는 26.0%로 조사됨.

그림 3-3-22 아트페어 판매방법별 작품판매 여부



판매방법별로 비중을 조사한 결과, 참가자 직접 판매 방식이 95.4%로 가장 많았으며, 아트페어 주최 측 판매 1.8%, 아트페어 주최 측 중개는 1.6%로 조사됨.

14) 아트페어 작품판매 방법: 작품판매방법을 혼용하여 사용하는 아트페어가 있음. 본 조사에서는 분석 편의상 주된 판매 방법을 기준으로 분류함.

그림 3-3-23 아트페어 판매방법별 작품판매 현황

N=47, 단위: %



표 3-3-12 아트페어 판매방법별 작품판매 세부 현황

구분	사례 수	판매방법별 작품판매 (%)				
		참가자 직접 판매	아트페어 주최 측 중개	아트페어 주최 측 판매	기타	
TOTAL	(47)	95.4	1.6	1.8	1.2	
지역	서울	(23)	96.1	1.2	2.7	-
	경기	(4)	90.0	4.8	5.2	-
	기타	(20)	94.2	2.2	0.3	3.4
운영방식	화랑참가	(19)	96.9	0.6	1.4	1.1
	작가참가	(28)	72.5	16.5	8.3	2.8

● 아트페어 장르별 작품판매 현황(1+2+3순위 기준)

장르별 작품판매 현황을 1+2+3순위 응답 기준으로 살펴보면, 회화가 86.6%로 가장 높게 나타났으며, 조각·설치 51.7%, 현대공예 39.3%, 판화 33.8% 등의 순으로 조사됨.

그림 3-3-24 아트페어 장르별 작품판매 현황

N=47, 복수응답, 단위: %

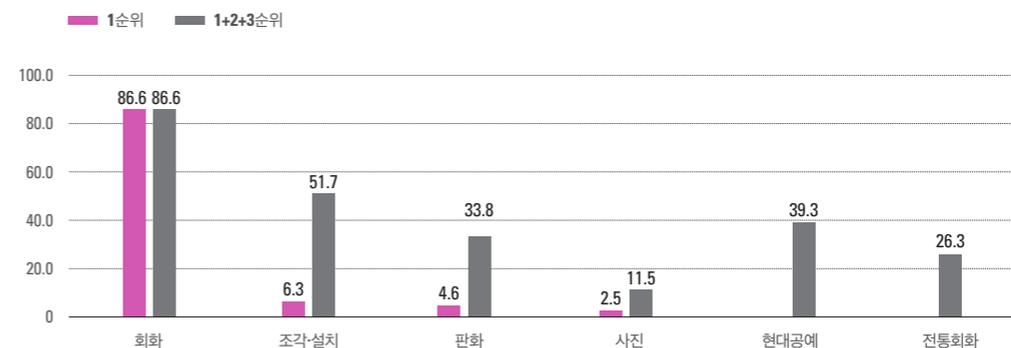


표 3-3-13 아트페어 장르별 작품판매 세부 현황(1+2+3순위 기준)

구분	사례 수	회화		판화		사진		조각·설치		현대공예		전통회화		
		사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	
TOTAL	(47)	(41)	86.6	(16)	33.8	(5)	11.5	(24)	51.7	(18)	39.3	(12)	26.3	
지역	서울	(23)	(19)	83.4	(11)	46.0	(4)	18.6	(15)	65.1	(4)	15.4	(3)	12.5
	경기	(4)	(4)	100.0	-	-	-	-	(1)	23.5	(2)	50.0	(1)	26.5
	기타	(20)	(18)	87.7	(5)	26.4	(1)	5.8	(8)	41.8	(13)	64.7	(8)	42.1
운영방식	화랑참가	(19)	(17)	88.6	(10)	53.8	(3)	17.2	(11)	55.4	(4)	19.4	(4)	23.5
	작가참가	(28)	(24)	85.2	(6)	20.2	(2)	7.7	(14)	49.1	(15)	52.8	(8)	28.2

5 아트페어 재정 현황

1) 아트페어 연간 수입 현황

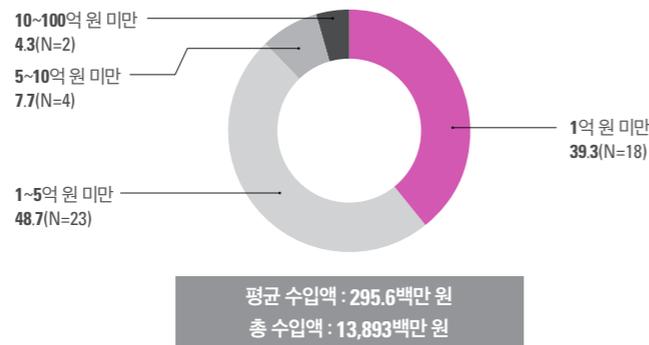
● 아트페어 연간 수입액 현황

2016년 아트페어의 총 수입액은 약 139억 원이며, 평균 수입액은 약 3억 원으로 조사됨.

전체 아트페어 중 41개(88.0%) 아트페어의 연간 총 수입액이 5억 원 미만이며, 5~10억 원 미만 4개(7.7%), 10~100억 원 미만 2개(4.3%)로 조사됨.

화랑참가 아트페어의 평균 수입액이 약 4억 7천만 원으로 작가참가 아트페어의 약 1억 8천만 원 대비 약 2.6배 가량 높은 것으로 조사됨.

그림 3-3-25 아트페어 연간 수입액 현황



N=47, 단위 : %, (사례 수)

표 3-3-14 아트페어 연간 수입액 세부 현황

구분	사례 수	1억 원 미만		1-5억 원 미만		5~10억 원 미만		10-100억 원 미만		평균	중앙값	합계 (백만 원)	
		사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)				
TOTAL	(47)	(18)	39.3	(23)	48.7	(4)	7.7	(2)	4.3	295.6	150	13,893	
지역	서울	(23)	(7)	29.2	(15)	65.7	-	-	(1)	5.1	308.0	150	7,084
	경기	(4)	(4)	100.0	-	-	-	-	-	33.0	26	132	
	기타	(20)	(8)	38.8	(8)	38.9	(4)	18.2	(1)	4.1	333.9	199	6,677
운영방식	화랑참가	(19)	(4)	19.3	(10)	51.0	(4)	19.1	(2)	10.5	465.0	240	8,836
	작가참가	(28)	(15)	52.8	(13)	47.2	-	-	-	180.6	95	5,057	

● 아트페어 항목별 수입 현황

아트페어 수입액을 항목별로 살펴본 결과, 자체 수입 비중이 65.6%로 가장 많았으며, 공공지원 수입 23.6%, 민간지원 수입 10.8% 순으로 조사됨.

자체 수입을 세부적으로 살펴보면, 참가비 수입이 72.8%로 가장 많았으며, 작품판매 및 작품판매 수수료 수입 10.3%, 관람료 수입 9.2%, 기타 수입(협찬금, 카페 운영금 등) 7.6% 순으로 조사됨.

그림 3-3-26 아트페어 항목별 수입 현황

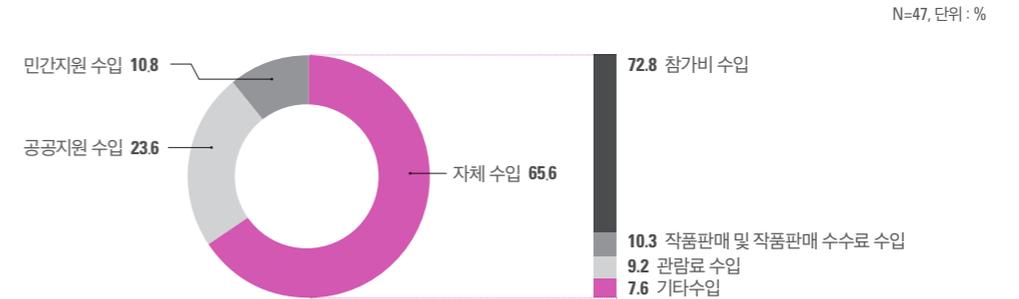


표 3-3-15 아트페어 항목별 수입 세부 현황

구분	사례 수	전체 수입 (%)			자체 수입 (%)				
		자체 수입	공공지원 수입	민간지원 수입	참가비 수입	작품판매 및 작품판매 수수료 수입	관람료 수입	기타 수입	
TOTAL	(47)	65.6	23.6	10.8	72.8	10.3	9.2	7.6	
지역	서울	(23)	78.7	10.7	10.6	75.1	9.0	6.4	9.5
	경기	(4)	50.1	45.1	4.8	82.0	17.2	0.8	0.0
	기타	(20)	52.0	36.9	11.1	68.9	12.4	13.9	4.8
운영방식	화랑참가	(19)	72.7	20.2	7.2	83.8	1.9	6.4	7.9
	작가참가	(28)	53.2	29.7	17.1	46.6	30.4	16.0	7.0

2) 아트페어 연간 지출 현황

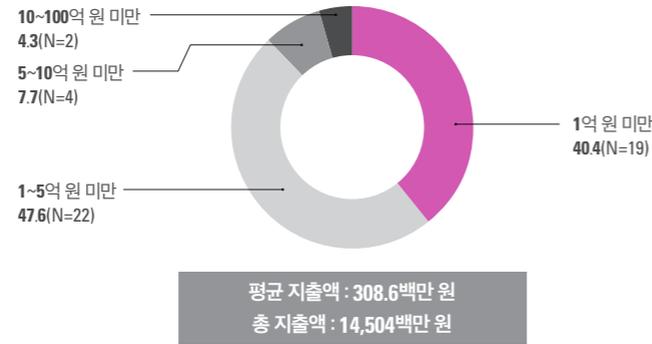
● 아트페어 연간 지출액 현황

2016년 아트페어의 총 지출액은 약 145억 원이며, 평균 지출액은 약 3억 원으로 조사되었음.

전체 아트페어 중 41개(88.0%) 아트페어의 연간 총 지출액이 5억 원 미만이며, 5~10억 원 미만 4개(7.7%), 10~100억 원 미만 2개(4.3%)로 조사됨.

화랑참가 아트페어의 평균 지출액이 약 5억 원으로 작가참가 아트페어 약 1.7억 원 대비 2.9배 이상 높은 것으로 조사됨.

그림 3-3-27 아트페어 연간 지출액 현황



N=47, 단위 : %, (사례 수)

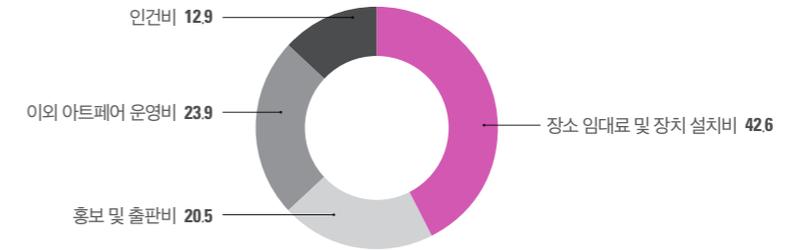
표 3-3-16 아트페어 연간 지출액 세부 현황

구분	사례 수	1억 원 미만		1-5억 원 미만		5~10억 원 미만		10-100억 원 미만		평균	중앙값	합계	
		사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)				
TOTAL	(47)	(19)	40.4	(22)	47.6	(4)	7.7	(2)	4.3	308.6	182	14,504	
지역	서울	(23)	(8)	33.0	(14)	61.9	-	-	(1)	5.1	336.4	250	7,736
	경기	(4)	(4)	100.0	-	-	-	-	-	-	35.6	31	143
	기타	(20)	(7)	37.0	(8)	40.7	(4)	18.2	(1)	4.1	331.3	227	6,625
운영방식	화랑참가	(19)	(2)	11.4	(11)	58.9	(4)	19.1	(2)	10.5	503.0	345	9,557
	작가참가	(28)	(17)	60.1	(11)	39.9	-	-	-	-	176.7	95	4,947

● 아트페어 항목별 지출 현황

아트페어의 지출액을 항목별로 살펴본 결과, 장소 임대료 및 장치 설치비 지출이 42.6%로 가장 많았으며, 홍보 및 출판비 20.5%, 이외 아트페어 운영비 23.9%, 인건비 12.9% 순으로 조사됨

그림 3-3-28 아트페어 항목별 지출 현황



N=47, 단위 : %

표 3-3-17 아트페어 항목별 지출 세부 현황

구분	사례 수	항목별 지출 (%)				
		장소임대료 및 장치 설치비	홍보 및 출판비	이외 아트페어 운영비	인건비	
TOTAL	(47)	42.6	20.5	23.9	12.9	
지역	서울	(23)	50.0	20.5	18.6	10.9
	경기	(4)	24.1	21.3	32.1	22.5
	기타	(20)	34.5	20.5	30.1	15.0
운영방식	화랑참가	(19)	48.4	17.0	23.2	11.4
	작가참가	(28)	31.6	27.2	25.4	15.8

04

4장 미술시장 공공영역 운영 현황

- 1절 | 건축물에 대한
미술작품의 설치 현황
- 2절 | 미술은행 운영 현황
- 3절 | 미술관 운영 현황

건축물 미술작품 주요 결과

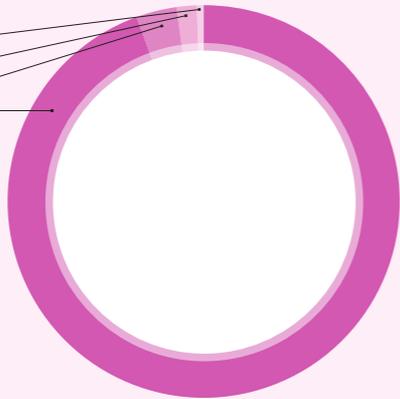
2016년 한해 건축물에 대한 미술작품의 설치 제도를 통해 약 368억 원에 319점의 작품이 설치되었음.

작품 거래 현황

장르별 거래현황 (%)

36,805 거래금액(백만원)

사진 0.0
미디어아트 0.7
기타 1.7
회화 3.3
조각-설치 94.3

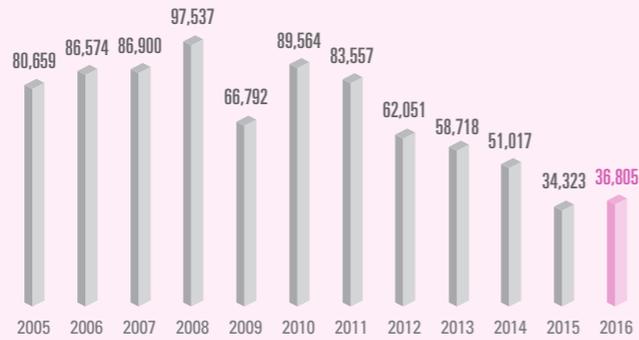


319 거래작품 수(점)

작품 수 (%)



연간 작품설치금액 단위: 백만원



연간 설치 작품 수 단위: 점



1절

건축물에 대한 미술작품의 설치 현황

1) 건축물에 대한 미술작품의 설치 현황¹⁵⁾

1) 건축미술작품 연간 설치 현황

2016년 건축미술작품은 총 설치금액 368억 원에 319점의 작품이 설치되었음.

설치금액은 공공부문에 약 20억 원(5.5%), 민간부문 약 347억 원(94.5%)이며, 설치 작품 수는 공공부문 17점(5.3%), 민간부문 302점(94.7%)임.

표 4-1-1 건축미술작품 연간 설치 현황

구분	설치금액(백만 원)		설치 작품 수(점)
	평균	전체	
TOTAL	115	36,805	319
공공부문	120	2,034	17
민간부문	115	34,770	302

그림 4-1-1 건축미술작품 연간 설치 현황 - 설치작품금액 기준

단위: %, (백만 원)

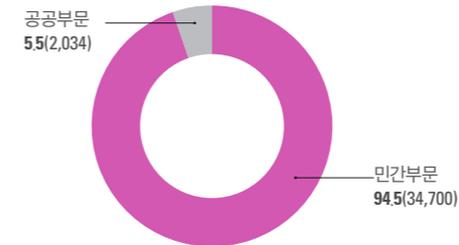
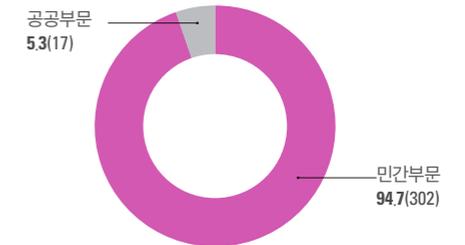


그림 4-1-2 건축미술작품 연간 설치 현황 - 설치 작품 수 기준

단위: %, (점)



15) '16년도 기준 조사 완료된 건축물에 대한 미술작품의 설치 현황만 집계한 결과임

2) 건축물미술작품 지역별 설치 현황

지역별 설치 현황을 살펴본 결과, 경상지역이 154억 원에 총 136점이 설치되어 가장 높게 나타남.

그림 4-1-3 건축물미술작품 지역별 설치 현황 - 설치 작품 금액 기준

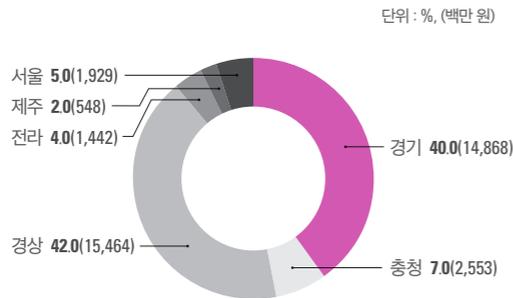


그림 4-1-4 건축물미술작품 지역별 설치 현황 - 설치 작품 수 기준

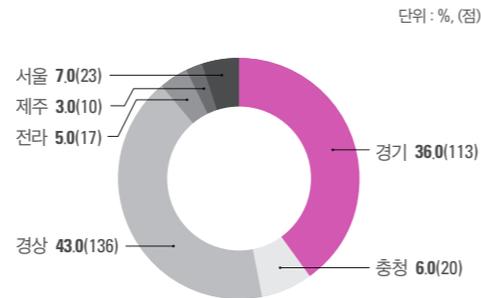


표 4-1-2 건축미술작품 시도별 설치 현황

구분	전체	서울	대구	대전	부산	인천	경기	충북	경남	전북	제주
설치금액(백만 원)	36,805	1,929	4,978	338	4,433	5,390	9,478	2,215	6,053	1,442	548
설치작품 수(점)	319	23	43	3	34	35	78	17	59	17	10

표 4-1-3 건축물미술작품 수별 설치 세부 현황

구분	전체	서울	대구	대전	부산	인천	경기	충북	경남	전북	제주
설치 작품 수(점)	319	11	22	29	49	55	106	33	14	1,442	548
비율(%)	100.0	3.4	6.9	9.1	15.4	17.2	33.2	10.3	4.4	17	10

2) 건축물미술작품 건축물 용도별 설치 현황

건축물의 용도별 설치 현황은 공동주택에 설치된 작품이 설치금액 216억 원(59.0%), 설치 작품 수 207점(64.9%)으로 가장 높은 비중을 차지하였음.

표 4-1-4 건축물미술작품 건축물 용도별 설치 현황

구분	전체	공동주택	공연장, 집회장 및 관람장	근린생활 시설	숙박 시설	업무 시설	의료 시설	판매 시설	기타 시설
설치 금액 (백만 원)	36,805	21,699	194	3,654	1,325	3,256	1,164	3,220	2,293
(%)	100.0	59.0	0.5	9.9	3.6	8.8	3.2	8.7	6.2
설치 작품 수 (점)	319	207	1	32	15	28	9	18	9
(%)	100.0	64.9	0.3	10.0	4.7	8.8	2.8	5.6	2.8

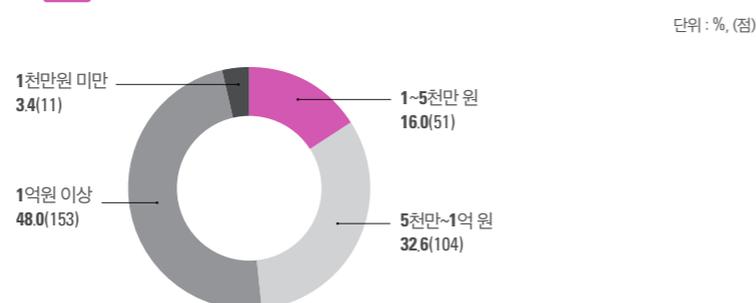
* 기타시설: 복합시설 등

2 건축미술작품 특성별 설치 현황

1) 건축미술작품 가격대별 설치 현황

건축물미술작품의 가격대별 설치 현황을 살펴보면, 1억 원 이상의 작품이 153점(48.0%) 설치되어 가장 높게 나타났으며, 세부 가격대별로 살펴보면, 1~2억 원 미만이 106점, 7천~1억 원 미만이 55점, 5천만~7천만 원 미만이 49점 순으로 조사됨.

그림 4-1-5 건축물미술작품 가격대별 설치 현황



3) 건축물미술작품 장르별 설치 현황

건축물미술작품의 장르별 설치 현황은 조각 및 설치작품이 346억 원(94.3%), 설치작품 수 276점(86.5%)으로 가장 높은 비중을 차지하였음.

표 4-1-5 건축물미술작품 건축물 장르별 설치 현황

구분	전체	회화	조각·설치	미디어아트	사진	기타
설치 금액 (백만 원)	36,805	1,214	34,696	251	10	635
(%)	100.0	3.3	94.3	0.7	0.0	1.7
설치 작품 수 (점)	319	35	276	2	1	5
(%)	100.0	11.0	86.5	0.6	0.3	1.6

* 기타: 혼합재료 등

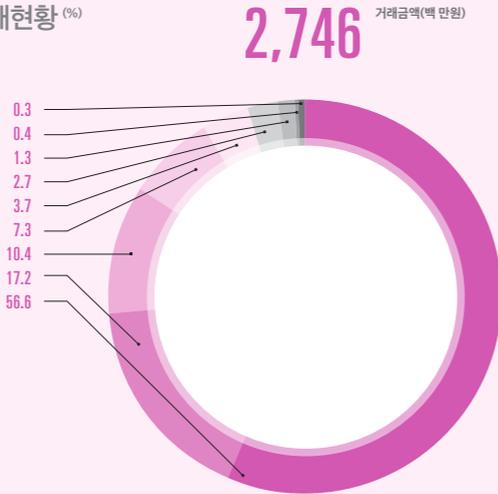
미술은행 주요 결과

2016년 미술은행 및 정부미술은행 제도를 통해 약 27억 원에 367점의 작품이 구입되었음. 미술은행은 188개 기관에 2,547점을 대여하여 약 7.8억 원의 수익을 거두었음. 정부미술은행은 196개 기관에 1,606점을 대여하였음.

작품 거래 현황

장르별 거래현황 (%)

기타 0.3
서예 0.4
판화 1.3
공예 2.7
미디어아트 3.7
조각 7.3
사진 10.4
한국화 17.2
서양화 56.6

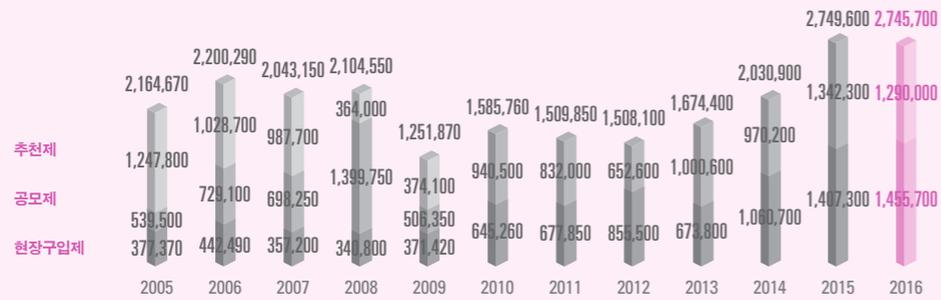


2,746 거래금액(백 만원)

367 거래작품 수(점)
작품 수(%)



연간 작품구입금액 단위:천원



연간 구입 작품 수 단위:점



작품 대여 현황

대여 기관 수 단위:개, (%)

정부미술은행 (개)

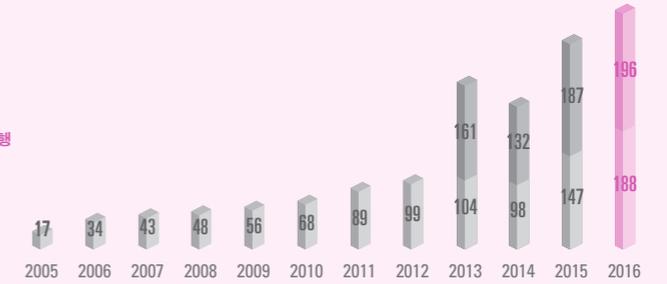
196

미술은행 (개)

188

정부미술은행

미술은행



대여 작품 수 단위:점, (%)

정부미술은행 (점)

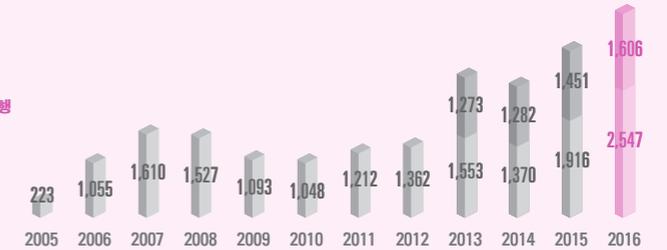
1,606

미술은행 (점)

2,547

정부미술은행

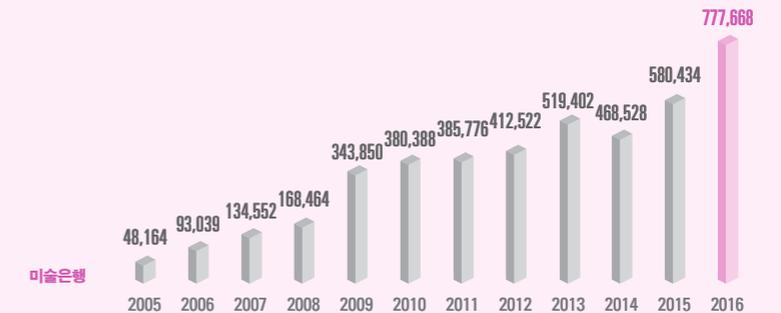
미술은행



대여 수익 단위:천원, (%)

미술은행 (천원)

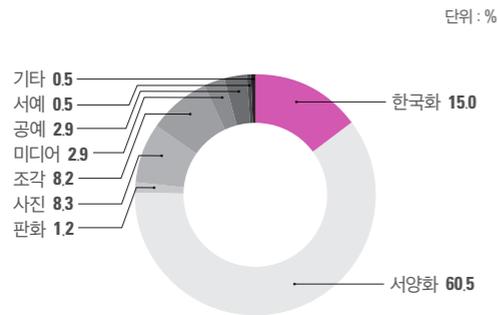
777,668



1 미술은행 작품구입 현황

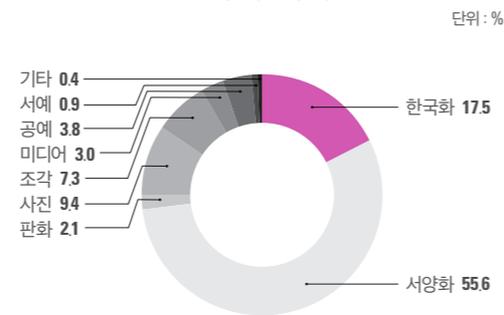
2016년 미술은행은 19억 원에 총 234점의 작품을 구입하였으며, 서양화가 11억 7천만 원에 총 130점이 구입되어 가장 높게 나타남.

그림 4-2-1 미술은행 장르별 작품구입 현황
- 작품구입 금액 기준



* 기타: 서예 및 문인화 등

그림 4-2-2 미술은행 장르별 작품구입 현황
- 작품구입 수 기준



* 기타: 서예 및 문인화 등

표 4-2-1 미술은행 장르별 작품구입 세부 현황

구분	전체	한국화	서양화	판화	사진	조각	미디어	공예	서예	기타
작품구입금액(천 원)	1,947,700	292,400	1,177,600	22,500	162,500	160,500	57,000	56,200	10,000	9,000
구입 작품수(점)	234	41	130	5	22	17	7	9	2	1

* 기타: 서예 및 문인화 등

2 미술은행 작품 활용 현황

미술은행의 작품은 국내 정부 및 공공기관 환경 조성, 재외공관의 한국미술 홍보, 시·도립 미술관 및 지역문화 예술회관의 기획전시 등을 위해 대여가 이루어짐.

미술은행은 대여목적과 대여 개월 수에 따라 대여요율을 차등 적용하고 있음.

2016년 미술은행은 188개 기관에 2,547점을 대여하여 총 7억 7천만 원의 수익을 낸 것으로 나타남.

표 4-2-2 미술은행 대여요율

구분	환경조성 적용기준		기획전시 적용기준
	국가기관, 지방자치단체, 공공기관 등		해외공관, 공공기관, 비영리기관, 기업 등
	1~6개월	7~12개월	1~3개월
대여요율(%)	1.5	1.0	0.5

* 대여료 = 작품 총 가격(구입가격) × 요율 × 대여기간(개월 수)

표 4-2-3 미술은행 작품대여 현황

구분	대여 기관 수(개)	대여 작품 수(점)	대여 수수료(천 원)
작품대여 현황	188	2,547	777,668

표 4-2-4 미술은행 장르별 작품대여 현황

구분	전체	한국화	서양화	판화	사진	조각	미디어	공예	서예	기타
대여 작품수	2,547	642	1,185	150	183	204	50	65	31	37

* 기타: 서예 및 문인화

3 정부미술은행 현황

1) 정부미술은행 작품구입 현황

2016년 정부미술은행은 약 8억 원에 133점의 작품을 구입하였으며, 관리 전환한 작품은 없었음.

표 4-2-5 정부미술은행 작품구입 현황

구분	전체	한국화	서양화	판화	사진	조각	미디어	공예	서예	
작품 구입	작품구입금액 (천 원)	798,000	179,500	377,500	13,200	123,600	39,500	45,500	17,200	2,000
	구입 작품수(A) (점)	133	29	61	4	21	6	6	5	1
관리 전환	작품 수(B) (점)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	보유작품수 (A+B) (점)	133	29	61	4	21	6	6	5	1

* 기타 : 서예 및 문인화

2) 정부미술은행 작품대여 현황

정부미술은행 작품은 부처 및 공공기관 196에 무료로 대여되었으며, 서양화, 한국화, 판화 작품의 대여활용도가 모두 90.0% 이상을 기록하며 높게 나타남.

표 4-2-6 정부미술은행 작품 장르별 대여활용도 현황

구분	전체	한국화	서양화	판화	사진	조각	미디어	공예	서예
대여 작품 수(A) (점)	1,606	455	814	66	73	48	9	16	54
보유 작품 수(B) (점)	1,802	496	878	73	97	66	23	28	61
대여 활용도(C) (점)	89.1%	91.7%	92.7%	90.4%	75.3%	72.7%	39.1%	57.1%	88.5%

* 대여 활용도(C) = 대여 작품 수(A) ÷ 보유 작품 수(B) × 100

기타 : 서예 및 문인화

정부미술은행 대부기관수는 196개소이며, 정부미술은행 소장품은 무료로 대부하고 있어 대부수입은 없음

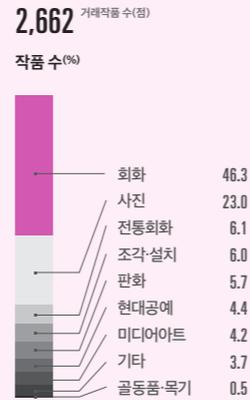
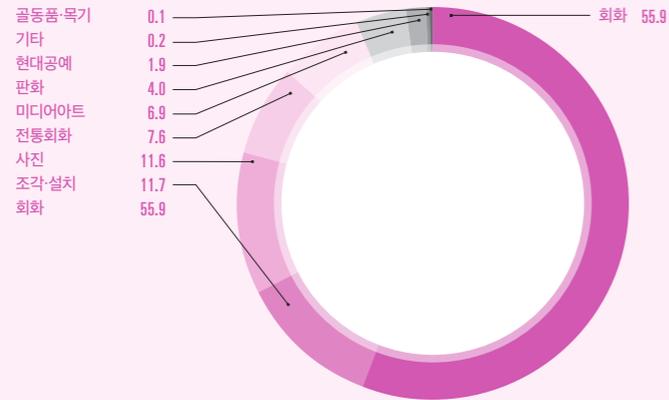
미술관 주요 결과

2016년 한해 미술관 작품구입 규모는 약 201억 원이며, 2,662점의 작품이 구입되었음. 전국 223개 미술관에 2,316명의 인력이 종사하고 있으며, 연간 약 2,182억 원의 수입을 기록하였음.

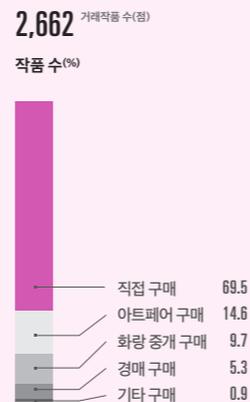
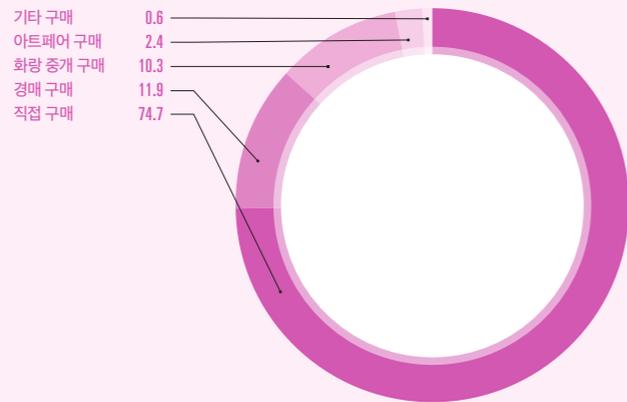
작품거래 현황

장르별 거래현황 (%)

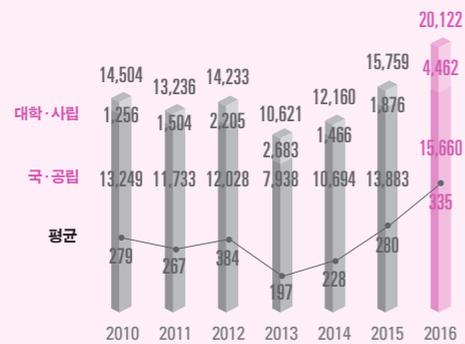
20,122 거래금액(백만원)



구입방법별 거래현황 (%)



연간 작품구입금액 단위: 백만원



연간 구입 작품 수 단위: 점

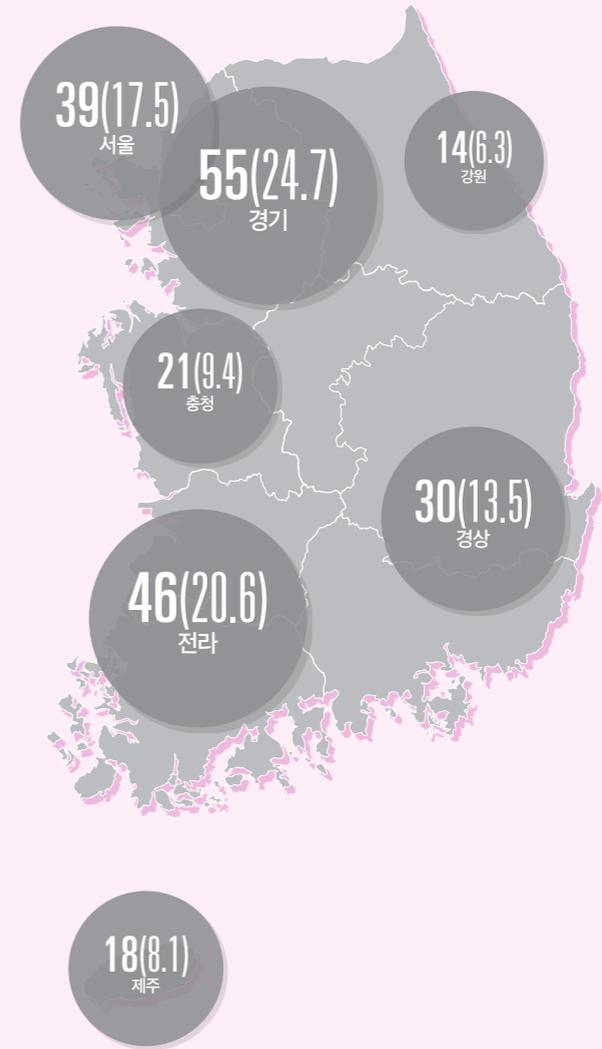


지역별 현황

지역별 미술관 수 단위: 개, (%)

총 시설 수 (개)

223



연간 미술관 수 단위: 개



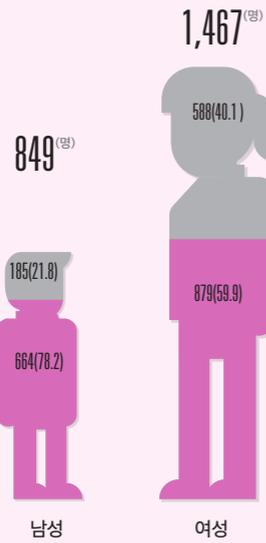
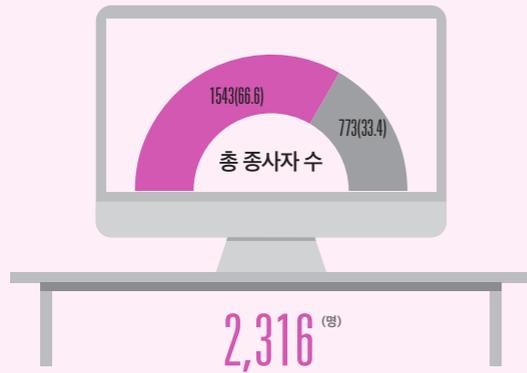
연간 종사자 수 단위: 명



종사자 현황

고용형태별 현황 단위:명, (%)

■ 정규직 ■ 비정규직



담당업무별 현황 단위: %



사업운영 현황

전시개최 추이 단위:회



참가작가 수 추이 단위:명



관람객 수 추이 단위:명



재정현황

항목별 수입 단위: %

218,186 (백만원)



항목별 지출 단위: %

222,833 (백만원)



연간 수입액 단위:백만원



연간 지출액 단위:백만원



1 미술관 일반 현황

1) 미술관 기본 현황

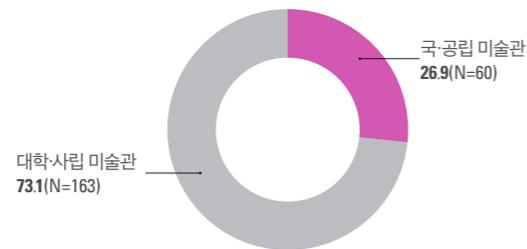
2016년 국내 미술관은 총 223개¹⁶⁾이며, 이 중 180개 미술관이 조사에 응답하여 조사 응답률은 80.7%임. 본 조사에서는 모수추정을 실시하여, 모든 통계결과는 223개 모집단에 대한 결과를 산출함.

● 미술관 운영주체별 현황

미술관의 운영주체를 조사한 결과, 223개 미술관 중 국·공립 미술관은 60개(26.9%), 대학·사립 미술관은 163개(73.1%)로 조사됨.

그림 4-3-1 미술관 운영주체

N=223, 단위: %, (사례 수)

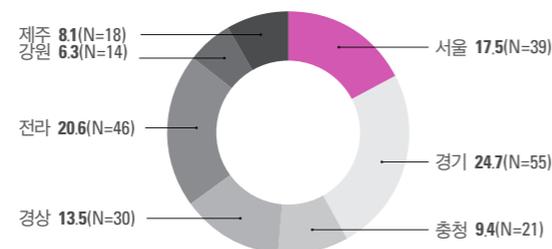


● 미술관 지역별 분포 현황

94개(42.2%)의 미술관이 서울·경기지역에 위치하고 있으며, 광주·전라지역 46개(20.6%), 부산·경상지역 30개(13.5%), 대전·충청지역 21개(9.4%), 제주지역 18개(8.1%), 강원지역 14개(6.3%)로 조사됨.

그림 4-3-2 미술관 지역별 분포 현황

N=223, 단위: %, (사례 수)



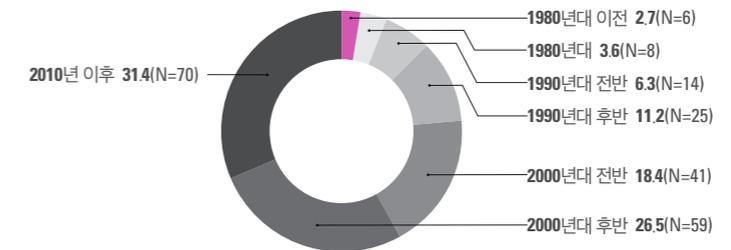
16) '15년 등록미술관 기준으로 '16년 휴폐업을 제외한 수임

● 미술관 설립년도 현황

170개(76.2%)의 미술관이 2000년 이후에 설립되었으며, 90년대 39개(17.5%), 80년대 8개(3.6%), 80년대 이전에 6개(2.7%)의 미술관이 설립된 것으로 조사됨.

그림 4-3-3 미술관 설립연도별 현황

N=223, 단위: %, (사례 수)

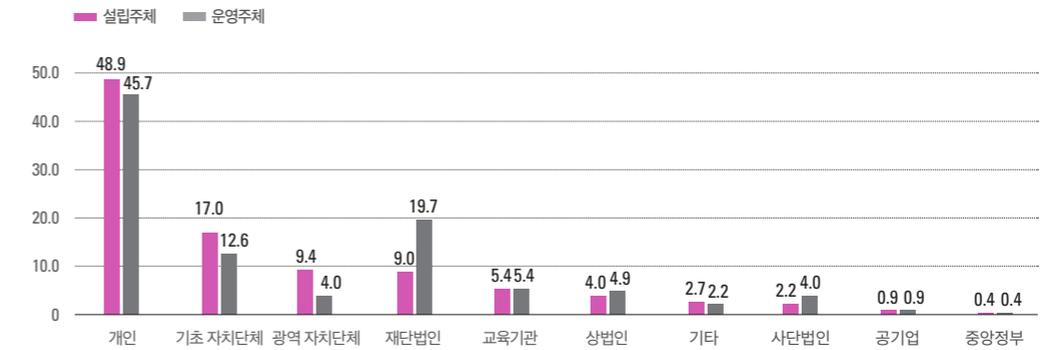


● 미술관 법적성격 현황

설립주체를 기준으로 살펴보면 개인 48.9%, 기초자치단체 17.0%, 광역자치단체 9.4%, 재단법인 9.0% 등의 순으로 나타났으며, 운영주체 기준으로는 개인 45.7%, 재단법인 19.7%, 기초자치단체 12.6% 등의 순으로 조사됨.

그림 4-3-4 미술관 설립 및 운영주체별 현황

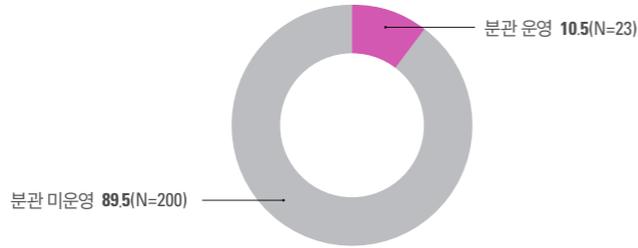
N=223, 단위: %, (사례 수)



● 미술관 분관 현황

분관을 운영하는 미술관은 총 23개(10.5%)로 조사되었으며, 12개의 미술관은 1개, 5개의 미술관은 2개, 3개의 미술관은 3개의 분관을 운영하고 있음.

그림 4-3-5 미술관 분관 운영 현황



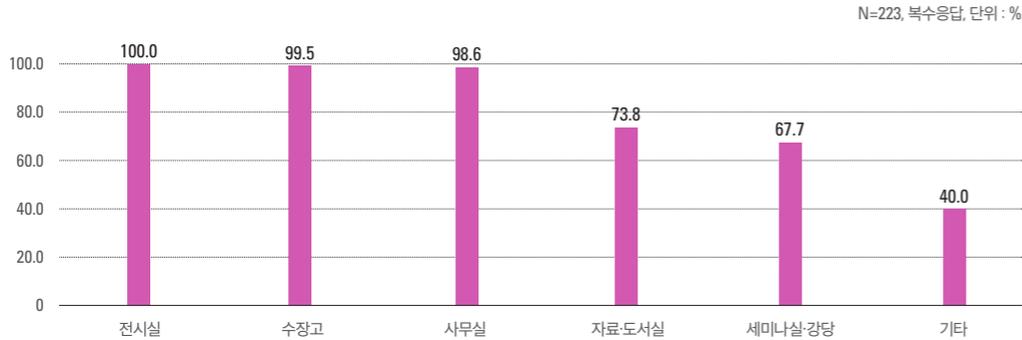
N=223, 단위: %, (사례 수)

2) 미술관 시설 현황

미술관의 보유시설을 조사한 결과, 전체 223개(100%)의 모든 미술관이 전시실을 보유하고 있으며, 수장고 보유 222개(99.5%), 사무실 보유 220개(98.6%), 자료·도서실 보유 165개(73.8%), 세미나실·강당 보유 151개(67.7%) 등의 순으로 조사됨.

전시실의 평균 시설 수는 국·공립 미술관 5.1개로 대학·사립 미술관 2.9개보다 약 2개 정도 많은 것으로 조사됨.

그림 4-3-6 미술관 시설 보유 여부



N=223, 복수응답, 단위: %

* 기타: 카페, 아트샵, 공연장, 교육시설, 관리시설 등

표 4-3-1 미술관 시설 세부 현황

구분	미술관 시설 (개)																		
	전시실		사무실		수장고		세미나실·강당		자료·도서실		기타								
	보유 미술관 수	평균 시설 수	보유 미술관 수	평균 시설 수	보유 미술관 수	평균 시설 수	보유 미술관 수	평균 시설 수	보유 미술관 수	평균 시설 수	보유 미술관 수	평균 시설 수							
TOTAL	(223)	3.5	778	(220)	1.6	359	(222)	1.5	327	(151)	1.4	207	(165)	1.1	186	(89)	1.9	173	
서울	(39)	4.8	189	(38)	1.9	73	(39)	1.5	60	(30)	1.3	39	(27)	1.1	29	(17)	1.6	29	
경기	(55)	3.1	170	(55)	1.9	105	(55)	1.4	79	(43)	1.5	64	(48)	1.2	56	(35)	2.6	92	
충청	(21)	3.4	71	(19)	1.4	27	(21)	1.8	39	(14)	1.6	22	(12)	1.0	12	(4)	1.6	6	
지역	경상	(30)	3.9	116	(30)	1.5	44	(30)	1.6	48	(18)	1.3	23	(24)	1.2	28	(9)	1.6	15
전라	(46)	2.8	129	(46)	1.4	66	(45)	1.4	62	(30)	1.2	37	(31)	1.1	36	(19)	1.4	26	
강원	(14)	2.8	39	(14)	1.6	22	(14)	1.0	14	(8)	1.5	11	(10)	1.2	11	-	-	-	
제주	(18)	3.5	63	(18)	1.2	22	(18)	1.4	25	(9)	1.3	11	(12)	1.1	13	(5)	1.2	6	
운영 주체	국·공립	(60)	5.1	305	(59)	2.4	140	(60)	1.7	102	(46)	1.8	84	(46)	1.3	58	(23)	2.4	54
대학·사립	(163)	2.9	472	(161)	1.4	219	(162)	1.4	224	(105)	1.2	123	(118)	1.1	129	(66)	1.8	119	

* 기타: 카페, 아트샵, 공연장, 교육시설, 관리시설 등

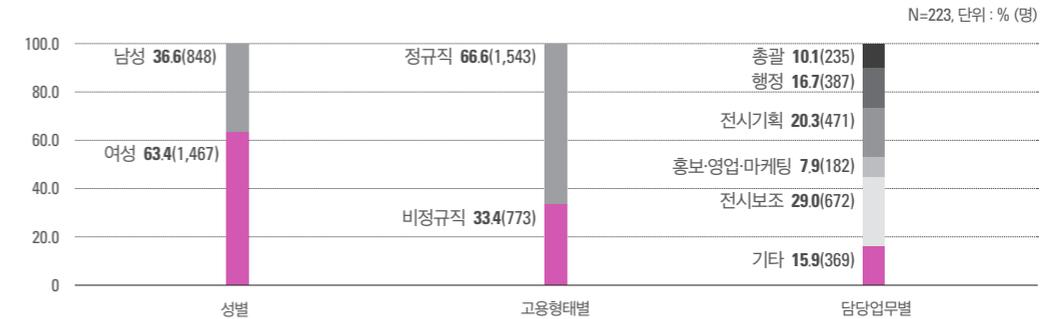
2 미술관 종사자 현황

1) 미술관 총 종사자 현황

대표자(관장)를 포함한 미술관의 총 종사자 수는 2,316명이며, 평균 10.4명으로 조사됨.

성별로는 여성 63.4%(1,467명), 남성 36.6%(848명)로 여성의 비중이 26.8%p 높은 것으로 조사됨.

그림 4-3-7 미술관 총 종사자 현황



N=223, 단위: % (명)

2) 미술관 종사자 세부 현황

● 미술관 고용형태별 종사자 현황

고용형태별 종사자 현황을 살펴보면, 전체 종사자의 66.6%(1,543명)가 정규직이며, 비정규직은 33.4%(773명)로 나타남. 정규직 1,543명 중 여성의 비율이 57.0%(879명)로 남성 43.0%(664명)보다 약 14.0%p 가량 많았으며, 비정규직 또한 여성의 비율이 76.1%(588명)로 남성 23.9%(185명)보다 52.2%p 많은 것으로 조사됨.

표 4-3-2 미술관 고용형태별 종사자 현황

구분	사례 수	고용형태별 종사자 (명)									
		합계		정규직				비정규직			
				남성		여성		남성		여성	
		평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계
TOTAL	(223)	10.4	2,316	3.0	664	3.9	879	0.8	185	2.6	588
지역											
서울	(39)	17.6	685	3.9	153	7.6	295	1.6	61	4.5	176
경기	(55)	13.0	716	3.2	176	4.5	246	1.1	62	4.2	232
충청	(21)	7.8	163	2.9	62	3.1	64	0.4	8	1.4	29
경상	(30)	8.6	257	2.6	78	3.2	95	0.5	14	2.3	69
전라	(46)	5.2	241	1.8	83	1.6	72	0.6	28	1.3	58
강원	(14)	7.0	97	3.9	55	1.9	26	0.5	7	0.7	10
제주	(18)	8.7	156	3.2	58	4.4	79	0.3	5	0.8	14
운영 주체											
국·공립	(60)	17.2	1,033	5.3	321	5.9	354	1.2	69	4.8	289
대학·사립	(163)	7.9	1,282	2.1	343	3.2	525	0.7	115	1.8	299

표 4-3-3 미술관 담당업무별 종사자 현황

구분	담당업무별 종사자 (명)											
	총괄		행정		전시기획		홍보·영업·마케팅		전시보조		기타	
	평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계
TOTAL	1.1	235	2.4	387	2.4	471	2.2	182	4.7	672	4.2	369
지역												
서울	1.0	40	2.9	85	3.9	150	2.0	46	6.8	199	8.6	165
경기	1.1	62	3.1	136	2.3	123	2.5	48	7.0	253	3.3	94
충청	1.1	22	2.1	36	1.9	37	1.3	11	2.4	31	2.2	24
경상	1.1	31	2.1	44	2.3	59	2.9	28	3.7	75	2.4	20
전라	1.0	44	1.7	48	1.3	49	1.1	13	2.0	48	3.0	40
강원	1.1	16	2.0	12	2.6	30	4.3	16	2.5	24	-	-
제주	1.1	19	1.9	27	1.7	22	2.3	20	4.2	42	4.0	26
운영 주체												
국·공립	1.0	58	5.1	207	3.5	196	3.1	72	7.6	345	5.1	155
대학·사립	1.1	177	1.5	180	1.9	275	1.8	110	3.4	326	3.8	214

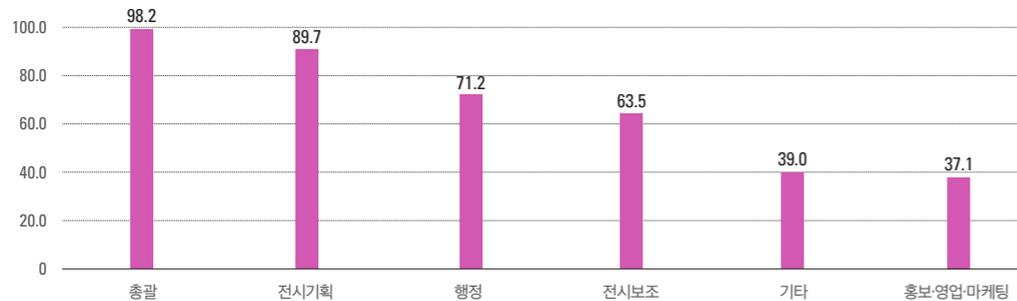
● 미술관 담당업무별 종사자 현황

담당업무별 종사자 현황을 살펴보면, 4개 미술관을 제외한 219개(98.2%) 미술관이 총괄(대표자 및 관장) 인력을 보유하고 있으며, 전시기획 89.7%, 행정 71.2%, 전시보조 63.5% 등의 순으로 조사됨.

인력비율은 전시보조 인력이 29.0%(672명)로 가장 많았으며, 전시기획 인력 20.3%(471명), 행정 인력 16.7%(387명) 등의 순으로 조사됨.

그림 4-3-8 미술관 담당 업무별 종사자 보유 여부

N=223, 복수응답, 단위: %



3 미술관 사업 운영 현황

1) 미술관 전시 개최 현황

● 미술관 연간 전시 개최 현황

2016년 223개 미술관의 전시 개최횟수는 총 2,712회이며, 참가 작가 수는 36,759명, 관람객 수는 약 1,744만 명으로 조사됨.

평균 전시 개최횟수는 약 12.2회이며, 국·공립 미술관이 17.0회로 대학·사립 미술관 10.4회에 비해 약 1.6배 더 많은 것으로 조사됨.

연간 참가 작가 수는 평균 164.8명이며, 평균 관람객은 78,207.6명으로 조사됨.

국·공립 미술관의 평균 관람객 수가 136,370.9명으로 대학·사립 미술관 56,797.9명에 비해 약 2.4배 가까이 많은 것으로 조사됨.

표 4-3-4 미술관 전시 개최 현황

구분	사례 수	연간 총 개최횟수(회)		연간 총 참가 작가 수(명)		연간 총 관람객 수(명)	
		평균	합계	평균	합계	평균	합계
TOTAL	(223)	12.2	2,712	164.8	36,759	78,207.6	17,440,304
지역	서울	(39)	12.7	495	278.6	10,867	180,742.5
	경기	(55)	12.3	674	138.5	7,619	67,903.0
	충청	(21)	12.9	271	142.3	2,988	53,133.6
	경상	(30)	12.5	376	137.9	4,136	49,376.8
	전라	(46)	11.3	521	158.6	7,295	29,795.1
	강원	(14)	19.9	278	224.0	3,136	31,385.6
	제주	(18)	5.4	97	39.9	719	124,977.8
운영 주체	국·공립	(60)	17.0	1,021	234.7	14,084	136,370.9
	대학·사립	(163)	10.4	1,691	139.1	22,675	56,797.9

● 미술관 전시 개최 세부 현황

223개 미술관의 전시유형별 개최 현황을 살펴보면, 기획전을 개최한 미술관이 93.4%(208개), 상설전 68.0%(152개), 대관전 43.6%(97개)로 조사됨.

기획전이 총 1,266회로 가장 많이 개최되었으며, 대관전 1,142회, 상설전 304회 순으로 조사됨.

평균 개최횟수는 대관전이 11.7회로 가장 많았으며, 기획전 6.1회, 상설전 2.0회 순으로 조사됨.

그림 4-3-9 미술관 전시유형별 전시 개최 여부

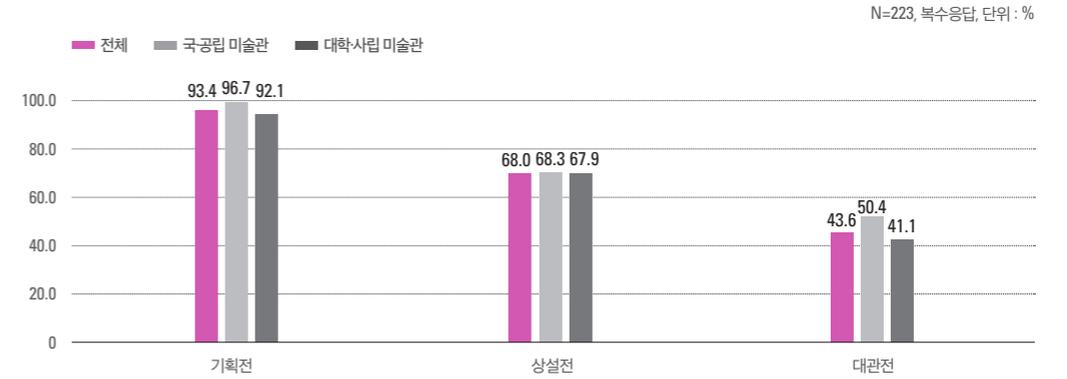


표 4-3-5 미술관 전시유형별 전시 개최

구분	사례 수	기획전				상설전				대관전			
		사례 수		개최횟수(회)		사례 수		개최횟수(회)		사례 수		개최횟수(회)	
		평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계				
TOTAL	(223)	(208)	6.1	1,266	(152)	2.0	304	(97)	11.7	1,142			
지역	서울	(39)	(39)	5.4	212	(14)	1.2	16	(20)	13.2	267		
	경기	(55)	(55)	6.3	344	(43)	1.8	78	(20)	12.6	252		
	충청	(21)	(21)	7.7	161	(15)	2.0	30	(11)	7.0	80		
	경상	(30)	(29)	6.5	189	(19)	2.7	52	(15)	9.1	136		
	전라	(46)	(43)	6.2	267	(32)	2.3	74	(22)	8.3	179		
	강원	(14)	(10)	4.9	47	(10)	2.6	26	(4)	46.8	205		
	제주	(18)	(12)	3.9	46	(18)	1.5	27	(5)	5.3	24		
운영 주체	국·공립	(60)	(58)	8.1	472	(41)	2.3	96	(30)	15.0	454		
	대학·사립	(163)	(150)	5.3	795	(111)	1.9	208	(67)	10.3	688		

2) 미술관 유료전시 개최 현황

223개 미술관 중 유료전시를 개최한 미술관은 119개(53.6%)이며, 운영주체별로 살펴보면, 국·공립 미술관은 30개(25.2%), 대학·사립 미술관은 89개(74.8%)로 조사됨.

119개 미술관이 개최한 유료전시회는 총 685회이며, 평균 5.7회로 조사됨.

그림 4-3-10 유료전시 개최 미술관 현황

N=223, 단위: %, (사례 수)

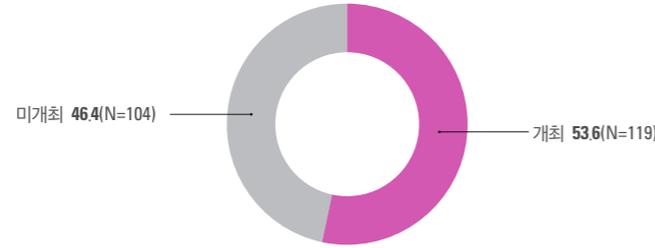


표 4-3-6 미술관 유료전시 개최 현황

구분	사례 수	연간 총 유료전시 개최횟수(회)		
		평균	합계	
TOTAL	(119)	5.7	685	
지역	서울	(25)	4.6	112
	경기	(42)	6.1	260
	충청	(9)	5.9	54
	경상	(16)	7.5	121
	전라	(10)	3.4	35
	강원	(4)	14.3	53
	제주	(13)	3.8	51
운영 주체	국·공립	(30)	5.4	162
	대학·사립	(89)	5.9	523

* 유료전시 개최 실적 없음 = 104

3) 미술관 관람객 현황

2016년 미술관 관람객 수는 총 17,440,304명, 평균 78,207.6명으로 이 중 무료 관람객은 64.6% (11,261,100명), 유료 관람객은 35.4%(6,179,204명)로 조사됨.

미술관의 평균 관람요금은 약 4,600원이며, 대학·사립 미술관이 약 5,200원으로 국·공립 미술관 약 2,700원에 비해 약 1.9배 높은 것으로 조사됨.

그림 4-3-11 미술관 관람객 현황

N=223, 단위: %, (명)

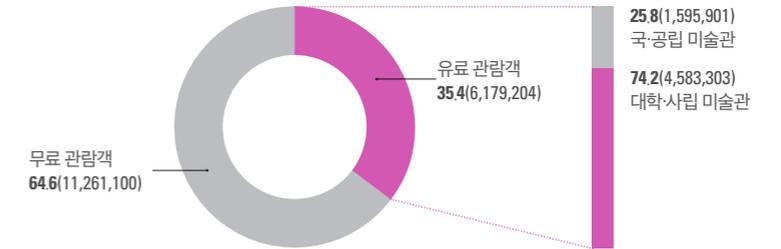


표 4-3-7 미술관 관람객 세부 현황

구분	관람객 (명)									
	전체 관람객			무료 관람객			유료 관람객			
	사례 수	평균	합계	사례 수	평균	합계	사례 수	평균	합계	
TOTAL	(223)	78,207.6	17,440,304	(204)	55,321.1	11,261,100	(119)	51,730.8	6,179,204	
지역	서울	(39)	180,742.5	7,048,957	(39)	120,351.3	4,693,700	(25)	95,999.7	2,355,257
	경기	(55)	67,903.0	3,734,666	(48)	56,969.5	2,717,108	(42)	24,014.2	1,017,557
	충청	(21)	53,133.6	1,115,806	(19)	45,496.9	881,207	(9)	25,862.5	234,598
	경상	(30)	49,376.8	1,481,304	(27)	35,075.2	960,643	(16)	32,256.1	520,661
	전라	(46)	29,795.1	1,370,573	(44)	29,599.9	1,294,053	(10)	7,540.7	76,520
	강원	(14)	31,385.6	439,398	(12)	12,752.9	156,247	(4)	76,438.6	283,151
	제주	(18)	124,977.8	2,249,600	(14)	39,478.3	558,140	(13)	125,500.8	1,691,460
운영 주체	국·공립	(60)	136,370.9	8,182,255	(57)	114,768.6	6,586,353	(30)	52,737.4	1,595,901
	대학·사립	(163)	56,797.9	9,258,050	(146)	31,981.4	4,674,747	(89)	51,389.3	4,583,303

* 유료전시 개최 실적 없음 = 104

표 4-3-8 미술관 관람료 현황

구분	사례 수	관람료 구간								평균 (천 원)
		5천 원 미만		5천~1만 원 미만		1~3만 원 미만		3만원 이상		
		사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)	
TOTAL	(119)	(83)	69.1	(21)	17.5	(15)	12.3	(1)	1.2	4.6
지역										
서울	(25)	(8)	34.6	(9)	35.9	(7)	29.5	-	-	6.5
경기	(42)	(32)	76.0	(8)	18.1	(2)	5.9	-	-	3.7
충청	(9)	(9)	100.0	-	-	-	-	-	-	1.8
경상	(16)	(13)	79.7	(1)	5.4	(1)	6.0	(1)	8.8	5.1
전라	(10)	(10)	100.0	-	-	-	-	-	-	2.1
강원	(4)	(2)	52.8	-	-	(2)	47.2	-	-	10.1
제주	(13)	(8)	57.8	(3)	25.9	(2)	16.3	-	-	5.5
운영 주체										
국·공립	(30)	(25)	83.6	(3)	9.8	(2)	6.6	-	-	2.7
대학·사립	(89)	(57)	64.1	(18)	20.1	(13)	14.2	(1)	1.6	5.2

* 유료전시 개최 실적 없음 = 104

4) 미술관 기타 사업 운영 현황

미술관의 기타 사업 운영 현황을 살펴보면, 교육프로그램을 운영하는 미술관이 90.5%로 가장 많았고, 카페·아트샵 47.4%, 시설물 대여 34.5%, 작가지원프로그램 31.4%, 미술품 대여 29.5% 등의 순으로 조사됨.

표 4-3-9 미술관 기타 사업 운영 현황

구분	사례 수	기타사업 운영(%)							
		교육 프로그램	창작 스튜디오	작가지원 프로그램	미술품 대여	카페·아트샵	시설물 대여	기타	
TOTAL	(197)	90.5	19.9	31.4	29.5	47.4	34.5	4.2	
지역									
서울	(36)	100.0	31.4	43.9	37.5	57.2	41.2	6.6	
경기	(55)	93.8	10.7	32.0	24.4	56.0	41.6	4.0	
충청	(18)	90.8	31.2	33.1	53.9	57.3	34.9	-	
경상	(23)	86.9	15.1	34.2	39.7	41.9	36.9	-	
전라	(38)	94.5	24.3	33.8	21.8	27.8	26.8	4.3	
강원	(12)	63.9	16.3	16.3	19.8	-	-	16.5	
제주	(15)	73.2	11.9	-	12.3	76.1	35.4	-	
운영 주체									
국·공립	(52)	92.7	26.4	33.9	47.4	55.3	48.1	11.6	
대학·사립	(145)	89.8	17.5	30.5	23.1	44.6	29.6	1.5	

* 기타 사업 미운영 = 26

* 기타 : 행사/이벤트, 아카이브 등

5) 미술관 회원 현황

회원제도를 운영하고 있는 미술관은 총 44개(19.7%)로 이 중 일반 회원제도 운영 미술관은 36개, 후원 회원제도 운영 미술관은 10개로 조사됨.

일반 회원제도를 운영하고 있는 36개 미술관에 가입된 회원은 총 404,444명이며, 이 중 무료회원은 97.5%(394,263명), 유료회원은 2.5%(10,180명)로 조사됨.

유료회원을 보유하고 있는 15개 미술관의 평균 연회비는 87,000원이며, 국·공립 미술관 64,000원, 대학·사립 미술관 95,000원으로 조사됨.

그림 4-3-12 미술관 전시유형별 전시 개최 여부

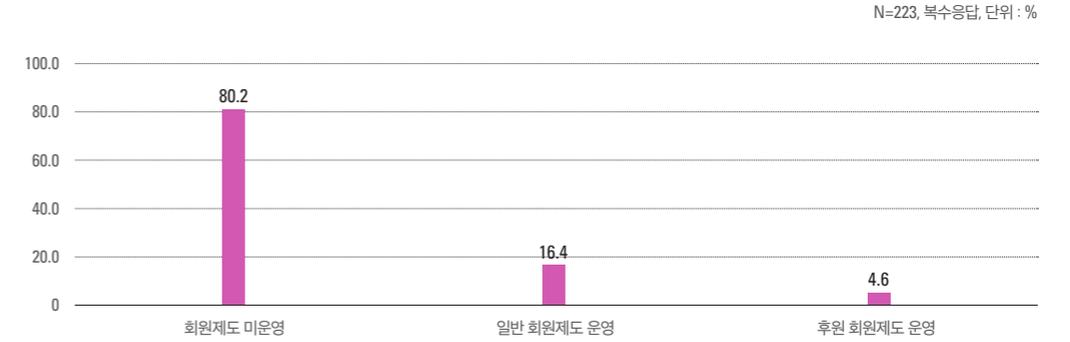


표 4-3-10 미술관 일반 회원 현황

구분	사례 수	미술관 일반 회원 (명)								
		전체회원			무료회원			유료회원		
		사례 수	평균	합계	사례 수	평균	합계	사례 수	평균	합계
TOTAL	(36)	11,087.0	404,444	(26)	10,808.0	394,263	(15)	279.1	10,180	
지역										
서울	(9)	33,163.0	311,719	(7)	32,833.8	308,626	(4)	329.1	3,094	
경기	(11)	5,341.4	60,607	(10)	5,250.9	59,580	(3)	90.5	1,026	
충청	(2)	380.0	888	(1)	217.8	509	(1)	162.2	379	
경상	(5)	5,445.9	25,237	(5)	5,445.9	25,237	-	-	-	
전라	(3)	103.9	334	(3)	96.8	312	(1)	7.1	23	
강원	(4)	1,355.9	5,602	-	-	-	(4)	1,355.9	5,602	
제주	(1)	40.0	57	-	-	-	(1)	40.0	57	
운영 주체										
국·공립	(5)	11,361.8	56,812	(3)	11,101.8	55,512	(3)	260.1	1,300	
대학·사립	(31)	11,043.4	347,631	(24)	10,761.3	338,751	(12)	282.1	8,880	

* 일반 회원제도 미운영 = 187

* 유료 회원제도 미운영(회원제도 미운영 포함) = 208

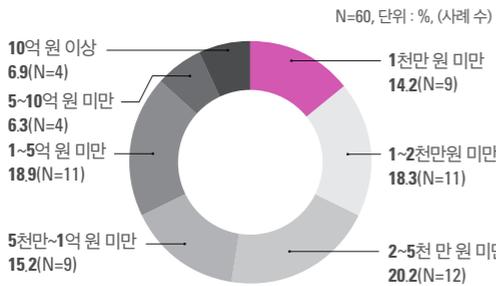
4 미술관 작품구입 현황¹⁷⁾

1) 2016년 미술관 연간 작품구입 세부 현황

미술관 연간 총 작품구입금액은 약 201억 원, 평균 약 3억 3천만 원이며, 총 구입 작품 수는 2,662점, 평균 구입 작품 수는 44.3점으로 조사됨.

운영주체별로 살펴보면, 작품구입금액 기준으로 국·공립 미술관이 약 156억 원(77.8%), 대학·사립 미술관이 약 44억 원(22.2%), 구입 작품 수 기준으로 대학·사립 미술관이 1,565점(58.8%), 국·공립 미술관이 1,097점(41.2%)의 작품을 구입한 것으로 조사됨.

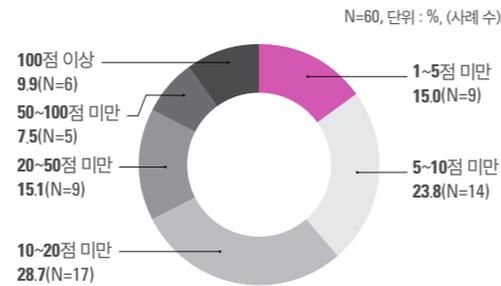
그림 4-1-13 미술관 연간 작품구입 규모 - 작품구입금액 기준



평균 작품구입액 : 335.0백만 원
총 작품구입액 : 20,122백만 원

* 작품구입 실적 없음 = 163

그림 4-3-14 미술관 연간 작품구입 규모 - 구입 작품 수 기준



평균 구입 작품 수 : 44.3점
총 구입 작품 수 : 2,662점

* 작품구입 실적 없음 = 163

표 4-3-11 미술관 연간 작품구입 현황 - 작품구입금액 기준

구분	사례 수	작품판매금액 구간								평균	중 앙 값	합계 (백만 원)							
		1천만 원 미만		1~2천만 원 미만		2~5천만 원 미만		5천만~1억 원 미만					1~5억 원 미만		5~10억 원 미만		10억 원 이상		
		사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)				사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	
TOTAL	(60)	(9)	14.2	(11)	18.3	(12)	20.2	(9)	15.2	(11)	18.9	(4)	6.3	(4)	6.9	335.0	43	20,122	
서울	(9)	-	-	-	-	(3)	29.9	(3)	29.9	-	-	(1)	14.1	(2)	26.0	582.9	70	5,014	
경기	(13)	(5)	38.5	(1)	9.4	(3)	20.7	(2)	15.7	(1)	7.8	-	-	(1)	7.9	655.5	18	8,705	
충청	(3)	-	-	(1)	40.2	-	-	-	-	(2)	59.8	-	-	-	-	185.2	251	617	
지역	경상	(9)	-	-	(1)	10.3	(2)	25.4	(1)	12.4	(3)	33.5	(1)	9.2	(1)	9.2	321.7	210	3,040
전라	(17)	(3)	20.2	(6)	35.7	(3)	19.0	(1)	6.7	(2)	14.2	(1)	4.2	-	-	81.1	16	1,375	
제주	(8)	-	-	(1)	16.7	(1)	13.9	(2)	25.3	(3)	32.7	(1)	11.4	-	-	162.0	85	1,371	
운영 주체	국·공립	(23)	-	-	(2)	8.4	(3)	14.0	(4)	18.5	(8)	35.0	(3)	11.1	(3)	12.9	686.7	150	15,660
대학·사립	(37)	(9)	22.9	(9)	24.4	(9)	23.9	(5)	13.1	(3)	9.1	(1)	3.3	(1)	3.3	119.7	23	4,462	

* 작품구입 실적 없음 = 33

표 4-3-12 미술관 연간 작품구입 현황 - 작품구입금액 기준(전체)

구분	사례 수	작품판매금액 구간												평균	중 앙 값	합계 (백만 원)					
		작품구입 없음		1천만 원 미만		1~2천만 원 미만		2~5천만 원 미만		5천만~1억 원 미만		1~5억 원 미만					5~10억 원 미만		10억 원 이상		
		사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)				사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	
TOTAL	(223)	(163)	73.1	(9)	3.8	(11)	4.9	(12)	5.4	(9)	4.1	(11)	5.1	(4)	1.7	(4)	1.9	90.2	0	20,122	
서울	(39)	(30)	77.9	-	-	-	-	(3)	6.6	(3)	6.6	-	-	(1)	3.1	(2)	5.7	128.6	0	5,014	
경기	(55)	(42)	75.9	(5)	9.3	(1)	2.3	(3)	5.0	(2)	3.8	(1)	1.9	-	-	(1)	1.9	158.3	0	8,705	
충청	(21)	(18)	84.1	-	-	(1)	6.4	-	-	-	-	(2)	9.5	-	-	-	-	29.4	0	617	
지역	경상	(30)	(21)	68.5	-	-	(1)	3.2	(2)	8.0	(1)	3.9	(3)	10.6	(1)	2.9	(1)	2.9	101.3	0	3,040
전라	(46)	(29)	63.2	(3)	7.4	(6)	13.1	(3)	7.0	(1)	2.5	(2)	5.2	(1)	1.5	-	-	29.9	0	1,375	
강원	(14)	(14)	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
제주	(18)	(10)	53.0	-	-	(1)	7.8	(1)	6.5	(2)	11.9	(3)	15.4	(1)	5.4	-	-	76.2	0	1,371	
운영 주체	국·공립	(60)	(37)	62.0	-	-	(2)	3.2	(3)	5.3	(4)	7.0	(8)	13.3	(3)	4.2	(3)	4.9	261.0	0	15,660
대학·사립	(163)	(126)	77.1	(9)	5.2	(9)	5.6	(9)	5.5	(5)	3.0	(3)	2.1	(1)	0.7	(1)	0.7	27.4	0	4,462	

* 작품구입 없음 포함 수치임

표 4-3-13 미술관 연간 작품구입 현황 - 구입 작품 수 기준

구분	사례 수	작품판매금액 구간						평균	중 앙 값	합계 (점)							
		1~5점 미만		5~10점 미만		10~20점 미만					20~50점 미만		50~100점 미만		100점 이상		
		사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)				사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	
TOTAL	(60)	(9)	15.0	(14)	23.8	(17)	28.7	(9)	15.1	(5)	7.5	(6)	9.9	44.3	12	2,662	
서울	(9)	-	-	(3)	29.9	(1)	15.8	-	-	(1)	14.1	(3)	40.1	95.1	73	818	
경기	(13)	(2)	12.8	-	-	(7)	50.8	(3)	20.7	(1)	7.8	(1)	7.9	50.4	17	669	
충청	(3)	-	-	(3)	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	7.1	7	24	
지역	경상	(9)	(2)	20.6	(1)	12.4	(3)	33.5	(1)	9.2	(1)	9.2	(1)	15.1	80.8	14	764
전라	(17)	(4)	24.6	(3)	17.8	(5)	30.3	(3)	19.0	(1)	8.3	-	-	16.5	10	279	
제주	(8)	(1)	13.9	(4)	49.7	(1)	10.2	(2)	26.2	-	-	-	-	12.9	7	109	
운영 주체	국·공립	(23)	(4)	17.9	(5)	21.0	(5)	24.0	(3)	13.5	(3)	14.5	(2)	9.1	48.1	15	1,097
대학·사립	(37)	(5)	13.2	(10)	25.5	(12)	31.7	(6)	16.0	(1)	3.3	(4)	10.3	42.0	10	1,565	

* 작품구입 실적 없음 = 163

17) 2016년 작품구입 실적이 없는 163개 미술관을 제외한 60개 미술관을 대상으로 분석함.

표 4-3-14 미술관 연간 작품구입 현황 - 구입 작품 수 기준(전체)

구분	사 례 수	작품판매금액 구간												평균	중 양 값	합계 (점)			
		작품구입 없음		1~5점 미만		5~10점 미만		10~20점 미만		20~50점 미만		50~100점 미만					100점 이상		
		사 례 수	비 율 (%)	사 례 수	비 율 (%)	사 례 수	비 율 (%)	사 례 수	비 율 (%)	사 례 수	비 율 (%)	사 례 수	비 율 (%)				사 례 수	비 율 (%)	
TOTAL	(223)	(163)	73.1	(9)	4.0	(14)	6.4	(17)	7.7	(9)	4.1	(5)	2.0	(6)	2.7	11.9	0	2,662	
서울	(39)	(30)	77.9	-	-	(3)	6.6	(1)	3.5	-	-	(1)	3.1	(3)	8.8	21.0	0	818	
경기	(55)	(42)	75.9	(2)	3.1	-	-	(7)	12.3	(3)	5.0	(1)	1.9	(1)	1.9	12.2	0	669	
충청	(21)	(18)	84.1	-	-	(3)	15.9	-	-	-	-	-	-	-	-	1.1	0	24	
지역	경상	(30)	(21)	68.5	(2)	6.5	(1)	3.9	(3)	10.6	(1)	2.9	(1)	2.9	(1)	4.7	25.5	0	764
전라	(46)	(29)	63.2	(4)	9.1	(3)	6.6	(5)	11.2	(3)	7.0	(1)	3.0	-	-	6.1	0	279	
강원	(14)	(14)	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.0	0	0	
제주	(18)	(10)	53.0	(1)	6.5	(4)	23.4	(1)	4.8	(2)	12.3	-	-	-	-	6.0	0	109	
운영 주체	국·공립	(60)	(37)	62.0	(4)	6.8	(5)	8.0	(5)	9.1	(3)	5.1	(3)	5.5	(2)	3.5	18.3	0	1,097
대학·사립	(163)	(126)	77.1	(5)	3.0	(10)	5.8	(12)	7.2	(6)	3.7	(1)	0.7	(4)	2.4	9.6	0	1,565	

* 작품구입 없음 포함 수치임

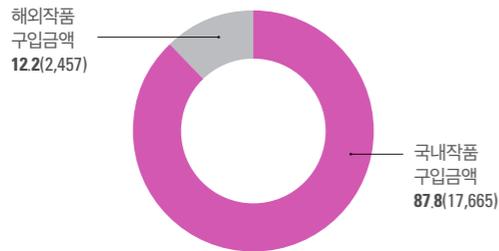
2) 미술관 연간 작품구입 세부 현황

● 미술관 국내·외 작품구입 현황

2016년 국내작품 구입금액은 약 176억 원(87.8%), 해외작품 구입금액은 약 25억 원(12.2%)이며, 구입 작품 수는 국내작품 2,147점(80.7%), 해외작품 514점(19.3%)으로 조사됨.

그림 4-3-15 미술관 국내·외 작품 구입 규모 - 작품구입금액 기준

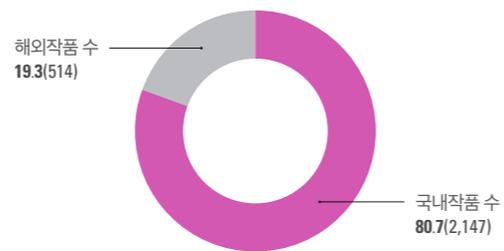
N=60, 단위 : %, (백만 원)



* 작품구입 실적 없음 = 163

그림 4-3-16 미술관 국내·외 작품 구입 규모 - 구입 작품 수 기준

N=60, 단위 : %, (점)



* 작품구입 실적 없음 = 163

표 4-3-15 미술관 국내·외 작품구입 현황 - 작품구입금액 기준

구분	사 례 수	국내·외 작품구입금액 (백만 원)						
		국내작품			해외작품			
		평균	중양값	합계	평균	중양값	합계	
TOTAL	(60)	299.0	40.0	17,665	157.1	34.9	2,457	
지역	서울	(9)	402.9	70.0	3,465	424.8	600.0	1,549
경기	(13)	651.0	16.7	8,646	25.8	23.5	59	
충청	(3)	29.5	26.2	69	275.0	275.1	548	
경상	(9)	296.0	174.9	2,797	49.8	14.6	244	
전라	(17)	78.4	16.4	1,328	33.0	36.8	46	
제주	(8)	160.7	84.9	1,360	8.0	8.0	11	
운영 주체	국·공립	(23)	680.5	122.8	14,842	154.0	171.3	818
대학·사립	(37)	75.8	15.7	2,823	158.7	15.8	1,639	

* 작품구입 실적 없음 = 163

표 4-3-16 미술관 국내·외 작품구입 현황 - 구입 작품 수 기준

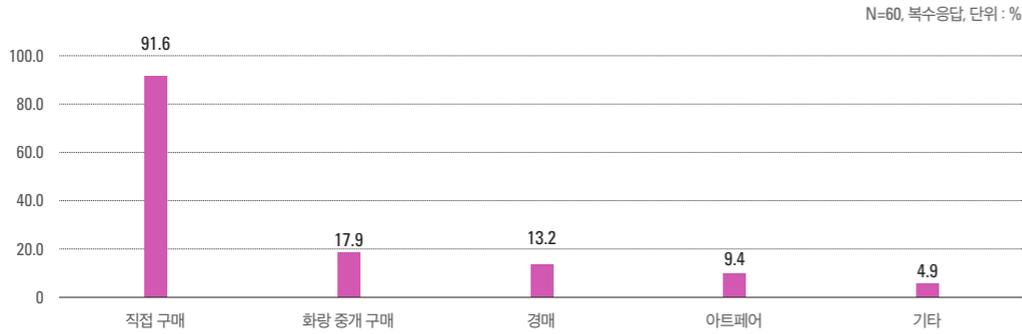
구분	사 례 수	국내·외 구입 작품 수 (점)						
		국내작품			해외작품			
		평균	중양값	합계	평균	중양값	합계	
TOTAL	(60)	36.4	10.0	2,147	32.9	4.7	514	
지역	서울	(9)	45.7	10.0	393	116.7	125.0	425
경기	(13)	49.6	17.1	658	4.5	4.6	10	
충청	(3)	6.7	7.0	16	4.0	4.0	8	
경상	(9)	75.5	11.7	713	10.3	2.8	50	
전라	(17)	15.5	10.0	263	11.5	14.7	16	
제주	(8)	12.4	7.3	105	3.0	3.0	4	
운영 주체	국·공립	(23)	48.9	15.9	1,066	5.8	4.0	31
대학·사립	(37)	29.0	10.0	1,081	46.8	15.2	484	

* 작품구입 실적 없음 = 163

● 미술관 구입방법별 작품구입 현황

구입방법별 작품구입 현황을 살펴보면, 직접 구매가 91.6%로 가장 많았으며, 화랑 중개 구매 17.9%, 경매 구매 13.2%, 아트페어 구매 9.4% 등의 순으로 조사됨.

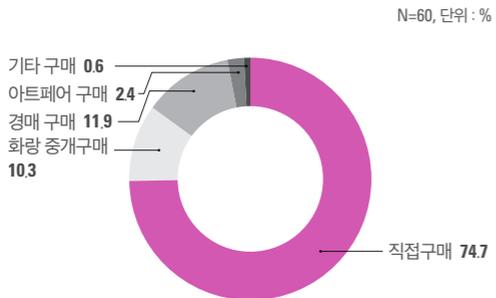
그림 4-3-17 미술관 구입방법별 작품구입 여부



* 작품구입 실적 없음 = 163

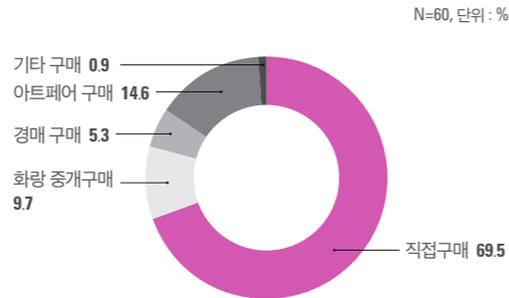
작품구입금액 및 구입 작품 수 기준 모두 직접 구매 비중이 각각 74.7%, 69.5%로 가장 높았으며 작품구입금액 기준으로는 경매 구매 11.9%, 화랑 중개 구매 10.3%, 구입 작품 수 기준으로는 아트페어 구매 14.6%, 화랑 중개 구매 9.7% 등의 순으로 조사됨.

그림 4-3-18 미술관 구입방법별 작품구입 여부 - 작품구입금액 기준



* 작품구입 실적 없음 = 163

그림 4-3-19 미술관 구입방법별 작품구입 여부 - 구입 작품 수 기준



* 작품구입 실적 없음 = 163

표 4-3-17 미술관 구입방법별 작품구입 현황 - 작품구입금액 기준

구분	사례 수	구입방법별 작품구입금액 (%)					
		직접 구매	화랑 중개 구매	경매 구매	아트페어 구매	기타 구매	
TOTAL	(60)	74.7	10.3	11.9	2.4	0.6	
지역	서울	(9)	70.7	22.0	3.6	3.6	-
	경기	(13)	72.0	3.2	23.8	-	1.1
	충청	(3)	98.0	-	2.0	-	-
	경상	(9)	83.7	8.6	1.2	5.9	0.6
	전라	(17)	77.3	4.5	7.3	9.6	1.2
	제주	(8)	73.2	26.8	-	-	-
운영 주체	국·공립	(23)	79.6	5.6	13.2	0.8	0.8
	대학·사립	(37)	57.4	27.0	7.4	8.2	-

* 작품구입 실적 없음 = 163

표 4-3-18 미술관 구입방법별 작품구입 현황 - 구입 작품 수 기준

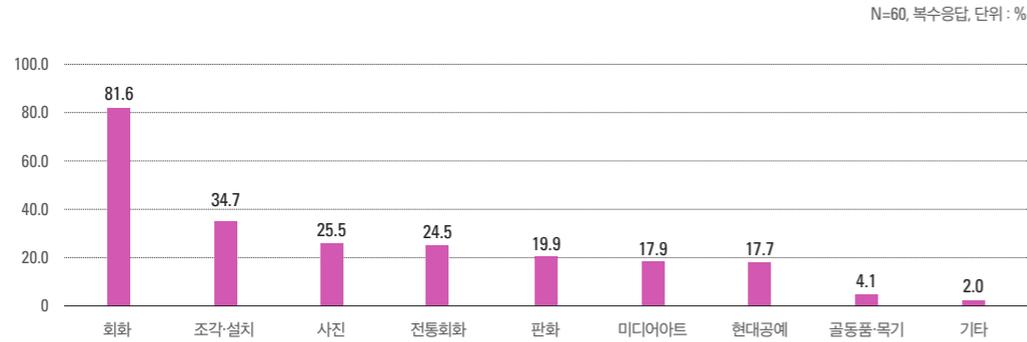
구분	사례 수	구입방법별 구입 작품 수 (%)					
		직접 구매	화랑 중개 구매	경매 구매	아트페어 구매	기타 구매	
TOTAL	(60)	69.5	9.7	5.3	14.6	0.9	
지역	서울	(9)	74.3	18.3	5.6	1.9	-
	경기	(13)	95.0	0.8	1.3	-	3.0
	충청	(3)	86.4	-	13.6	-	-
	경상	(9)	36.6	10.7	9.3	42.9	0.5
	전라	(17)	73.5	5.3	4.4	16.5	0.3
	제주	(8)	94.7	5.3	-	-	-
운영 주체	국·공립	(23)	92.1	2.0	0.8	2.9	2.2
	대학·사립	(37)	53.7	15.1	8.4	22.8	-

* 작품구입 실적 없음 = 163

● 미술관 장르별 작품구입 현황

장르별 작품구입 현황을 조사한 결과, 회화가 81.6%로 가장 많았으며, 조각·설치 34.7%, 사진 25.5%, 전통회화 24.5%, 판화 19.9%, 미디어아트 17.9% 등의 순으로 조사됨.

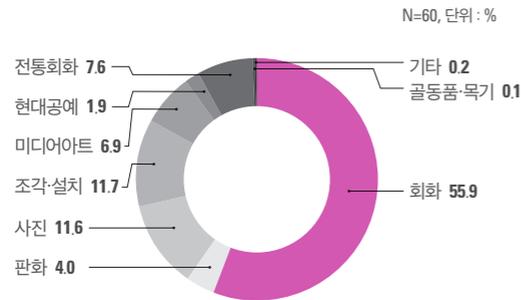
그림 4-3-20 미술관 장르별 작품구입 여부



* 작품구입 실적 없음 = 163

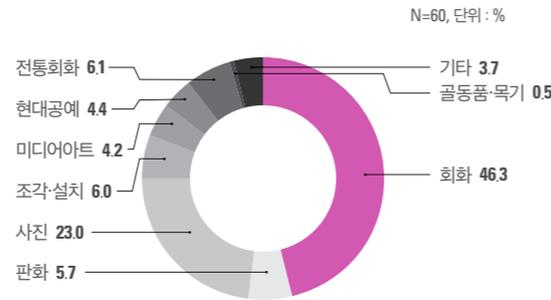
작품구입금액 기준으로는 회화의 비중이 55.9%로 가장 높았으며, 조각·설치 11.7%, 사진 11.6%, 전통회화 7.6% 등의 순으로 조사됨. 구입 작품 수 기준 또한 회화가 46.3%로 가장 높았으며 사진 23.0%, 전통회화 6.1% 등의 순으로 조사되었음.

그림 4-3-21 미술관 장르별 작품구입 규모 - 작품구입금액 기준



* 작품구입 실적 없음 = 163

그림 4-3-22 미술관 장르별 작품구입 규모 - 구입 작품 수 기준



* 작품구입 실적 없음 = 163

표 4-3-19 미술관 장르별 작품구입 현황 - 작품구입금액 기준

구분	사례 수	장르별 구입 작품 금액 (%)								
		회화	판화	사진	조각·설치	미디어아트	현대공예	전통회화	골동품·목기	기타
TOTAL	(60)	55.9	4.0	11.6	11.7	6.9	1.9	7.6	0.1	0.2
지역	서울	(9)	25.0	8.9	33.6	12.9	17.3	1.3	0.3	0.8
	경기	(13)	67.6	2.9	3.0	4.4	4.1	2.7	15.2	-
	충청	(3)	37.3	-	-	58.5	-	-	1.0	3.3
	경상	(9)	64.5	3.3	11.5	15.6	4.5	0.5	0.2	-
	전라	(17)	74.5	0.1	2.3	11.3	0.8	5.3	5.4	0.4
운영주체	국·공립	(23)	65.2	2.4	4.8	12.4	4.7	1.2	9.3	-
	대학·사립	(37)	23.5	9.3	35.7	9.0	14.4	4.6	1.9	0.6

* 작품구입 실적 없음 = 163

표 4-3-20 미술관 장르별 작품구입 현황 - 구입 작품 수 기준

구분	사례 수	장르별 구입 작품 수 (%)								
		회화	판화	사진	조각·설치	미디어아트	현대공예	전통회화	골동품·목기	기타
TOTAL	(60)	46.3	5.7	23.0	6.0	4.2	4.4	6.1	0.5	3.7
지역	서울	(9)	20.0	7.4	37.4	5.8	9.5	7.1	0.7	12.0
	경기	(13)	65.9	2.8	2.7	4.3	3.3	6.5	14.6	-
	충청	(3)	33.7	-	-	16.8	-	-	4.2	45.3
	경상	(9)	50.3	9.4	35.5	3.2	0.9	0.4	0.2	-
	전라	(17)	74.5	0.3	5.5	7.9	1.5	4.6	4.9	0.8
운영주체	국·공립	(23)	60.3	3.3	9.4	9.8	4.9	1.4	11.0	-
	대학·사립	(37)	36.5	7.4	32.6	3.3	3.8	6.6	2.7	0.8

* 작품구입 실적 없음 = 163

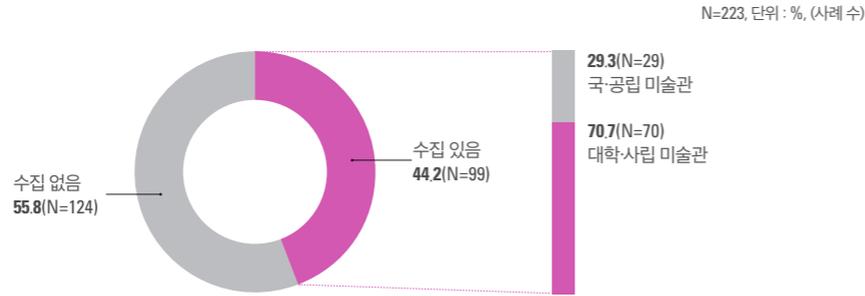
5 미술관 작품수집 현황

1) 2016년 미술관 연간 작품수집 현황

● 미술관 연간 작품수집 현황

2016년 작품을 수집한 실적이 있는 미술관은 총 99개(44.2%)이며, 이중 국·공립 미술관은 29개(29.3%), 대학·사립 미술관은 70개(70.7%)로 조사됨.

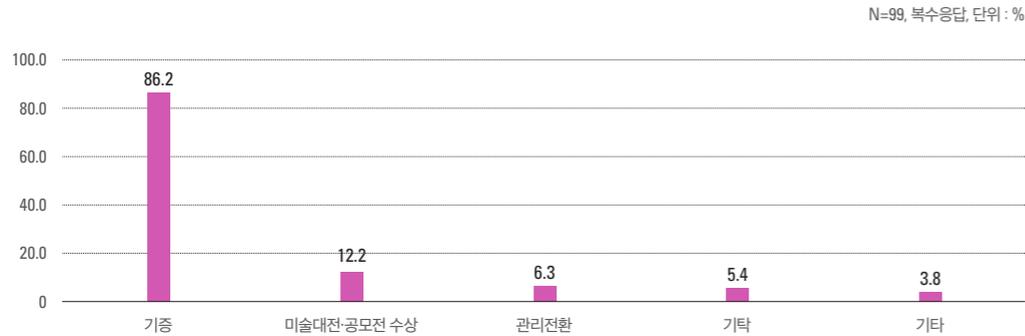
그림 4-3-23 연간 작품수집 미술관 현황



● 미술관 수집방법별 작품수집 현황

미술관의 작품 수집방법별 현황을 살펴보면, 기증을 통해 작품을 수집한 미술관이 85개(86.2%)로 가장 많았으며, 미술대전·공모전 수상 12개(12.2%), 관리전환 6개(6.3%), 기탁 4개(5.4%) 순으로 조사됨.

그림 4-3-24 미술관 수집방법별 작품수집 여부



* 작품구입 실적 없음 = 124

2016년 99개 미술관이 수집한 총 작품 수는 1,908점이며, 기증이 1,555점으로 81.5%를 차지함.

표 4-3-21 미술관 수집방법별 작품수집 현황

구분	사례 수	기증		기탁		미술대전·공모전 수상		관리전환		기타		합계 (점)	
		작품 수 (점)	비율 (%)	작품 수 (점)	비율 (%)	작품 수 (점)	비율 (%)	작품 수 (점)	비율 (%)	작품 수 (점)	비율 (%)		
TOTAL	(99)	1,555	81.5	144	7.6	123	6.4	75	3.9	11	0.6	1,908	
지역	서울	(19)	292	66.9	133	30.4	5	1.1	-	-	7	1.6	437
	경기	(21)	205	75.0	-	-	67	24.5	1	0.4	-	-	273
	충청	(11)	60	94.9	2	2.6	-	-	-	-	2	2.6	63
	경상	(16)	650	89.9	10	1.4	14	2.0	49	6.8	-	-	723
	전라	(23)	217	79.5	-	-	29	10.6	25	9.1	2	0.8	273
	강원	(4)	119	93.8	-	-	8	6.2	-	-	-	-	127
	제주	(5)	12	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	12
운영 주체	국·공립	(29)	506	74.0	4	0.6	106	15.5	61	8.9	7	1.0	683
	대학·사립	(70)	1,049	85.7	140	11.5	17	1.4	14	1.2	4	0.3	1,225

* 작품구입 실적 없음 = 124

2) 미술관 연간 기증 작품 현황

85개 미술관의 기증된 1,555점의 총 감정가격은 약 157억 원, 평균 약 1억 8천만 원으로 조사됨.

표 4-3-22 기증 작품 감정가 현황

구분	사례 수	기증 작품 감정가(백만 원)		기증 작품 수(점)		
		평균	합계	평균	합계	
TOTAL	(85)	184.4	15,676	18.3	1,555	
지역	서울	(18)	144.2	2,530	16.7	292
	경기	(19)	51.7	964	11.0	205
	충청	(7)	33.1	246	8.1	60
	경상	(16)	599.7	9,366	41.6	650
	전라	(19)	129.0	2,412	11.6	217
	강원	(2)	10.0	24	50.0	119
	제주	(5)	28.6	135	2.5	12
운영 주체	국·공립	(22)	340.6	7,475	23.0	506
	대학·사립	(63)	130.0	8,201	16.6	1,049

* 작품구입 실적 없음 = 124

6 미술관 재정 현황

1) 미술관 연간 수입 현황

● 미술관 연간 수입액 현황

2016년 미술관의 총 수입액은 약 2,182억 원이며, 평균 수입액은 약 10억 원으로 조사됨.

전체 미술관 중 94개(42.2%) 미술관의 연간 총 수입액이 1억 원 미만이며, 1~10억 원 미만 93개(41.6%), 10억 원 이상 36개(16.2%)로 조사됨.

국·공립 미술관의 수입액이 61.5%(약 1,341억 원)를 차지하였으며, 평균 수입액 또한 약 22억 원으로 대학·사립 미술관 약 5억 원 대비 약 4.4배 가량 높은 것으로 조사됨.

그림 4-3-25 미술관 연간 수입액 현황

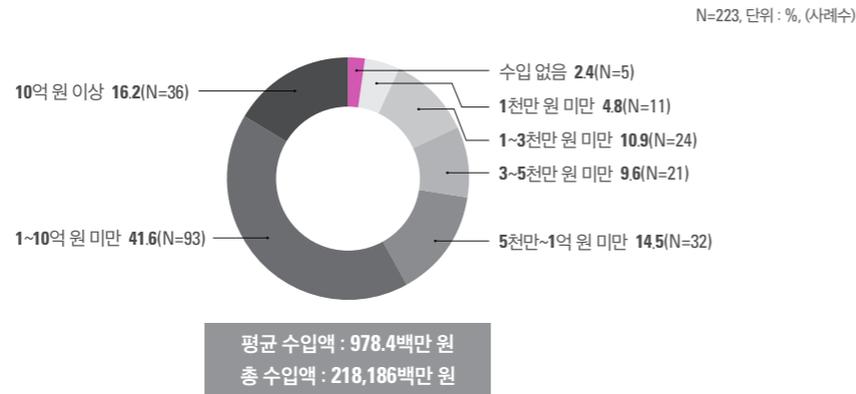


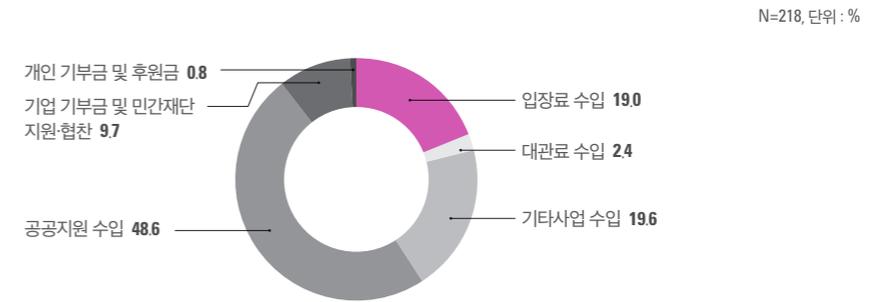
표 4-3-23 미술관 연간 수입액 세부 현황

구분	사 례 수	수입금액 구간																평 균	총 양 값	합 계 (백만 원)
		수입 없음		1천만 원 미만		1~3천만 원 미만		3~5천만 원 미만		5천만~1억 원 미만		1~10억 원 미만		10억 원 이상						
		사 례 수	비 율 (%)																	
TOTAL	(223)	(5)	2.4	(11)	4.8	(24)	10.9	(21)	9.6	(32)	14.5	(93)	41.6	(36)	16.2	978.4	140	218,186		
서울	(39)	-	-	-	-	(5)	12.0	(3)	7.7	(22)	55.4	(10)	24.8	1,644.6	370	64,137				
경기	(55)	(2)	3.1	(5)	9.3	(2)	3.1	(7)	11.8	(7)	13.2	(23)	41.5	(10)	18.0	1,465.8	183	80,617		
충청	(21)	-	-	(3)	15.5	(1)	6.5	(2)	7.8	(3)	12.8	(10)	48.0	(2)	9.5	425.5	102	8,935		
지역	경상	(30)	(1)	3.9	(1)	3.9	(4)	14.2	(3)	9.5	(4)	12.6	(12)	38.4	(5)	17.4	946.5	143	28,396	
전라	(46)	(1)	2.5	(1)	2.5	(13)	28.4	(6)	12.4	(9)	20.6	(14)	30.6	(1)	3.0	271.5	63	12,490		
강원	(14)	-	-	-	-	(2)	17.0	-	-	(4)	28.2	(6)	42.3	(2)	12.5	431.1	100	6,036		
제주	(18)	(1)	7.8	-	-	(1)	7.8	-	-	(2)	12.6	(7)	37.8	(6)	33.9	976.4	250	17,574		
운영	국·공립	(60)	-	-	-	(1)	2.3	(1)	2.3	(6)	10.0	(32)	53.9	(19)	31.5	2,235.4	267	134,123		
주체	대학·사립	(163)	(5)	3.3	(11)	6.6	(23)	14.0	(20)	12.3	(26)	16.2	(60)	37.1	(17)	10.5	515.7	95	84,063	

● 미술관 항목별 수입 현황

미술관의 수입액을 항목별로 살펴본 결과, 공공지원 수입이 48.6%로 가장 많았으며, 기타 사업 수입 19.6%, 입장료를 통한 수입 19.0%, 기업 기부금 및 민간재단 지원·협찬 9.7%등의 순으로 조사됨.

그림 4-3-26 미술관 항목별 수입 현황



* 수입 없음 = 5

표 4-3-24 미술관 항목별 수입 세부 현황

구분	사 례 수	항목별 수입(%)						
		입장료 수입	대관료 수입	기타 사업 수입	공공지원 수입	기업 기부금 및 민간재단 지원·협찬	개인 기부금 및 후원금	
TOTAL	(218)	19.0	2.4	19.6	48.6	9.7	0.8	
서울	(39)	13.5	5.4	53.4	7.9	19.1	0.7	
경기	(53)	5.2	1.1	5.4	80.7	6.9	0.8	
충청	(21)	8.7	0.6	3.6	84.3	1.2	1.6	
지역	경상	(29)	43.4	1.3	3.6	48.0	3.4	0.3
전라	(45)	0.8	2.1	7.0	89.7	0.3	0.2	
강원	(14)	78.4	1.1	-	16.0	-	4.5	
제주	(17)	60.2	0.0	11.0	15.2	13.1	0.4	
운영	국·공립	(60)	10.9	2.0	10.6	72.1	4.2	0.2
주체	대학·사립	(158)	31.9	2.9	33.9	11.2	18.5	1.6

* 수입 없음 = 5

2) 미술관 연간 지출 현황

● 미술관 연간 지출액 현황

2016년 미술관의 총 지출액은 약 2,228억 원이며, 평균 지출액은 약 10억 원으로 조사됨.

전체 미술관 중 84개(37.7%) 미술관의 연간 총 지출액이 1억 원 미만이며, 1~10억 원 미만 105개 (47.2%), 10억 원 이상 34개(15.2%)로 조사됨.

국·공립 미술관의 지출액이 60.1%(약 1,340억 원)를 차지하였으며, 평균 지출액 또한 약 22억 원으로 대학·사립 미술관 약 5억 원 대비 약 4.4배 가량 높은 것으로 조사됨.

그림 4-3-27 미술관 연간 지출액 현황

N=223, 단위: %, (사례 수)

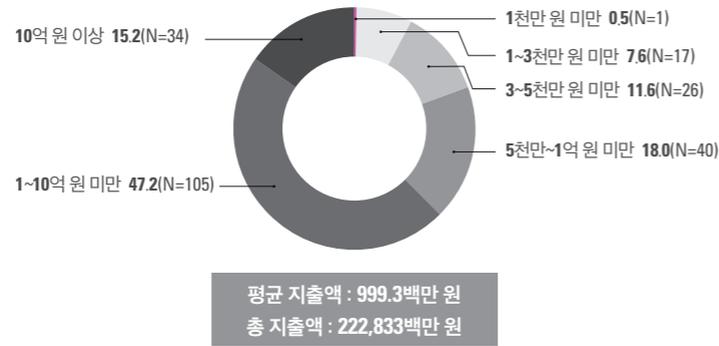


표 4-3-25 미술관 연간 지출액 세부 현황

구분	사례 수	지출금액 구간												평균	중앙 값	합계 (백만 원)	
		1천만 원 미만		1~3천만 원 미만		3~5천만 원 미만		5천만~1억 원 미만		1~10억 원 미만		10억 원 이상					
		사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)	사례 수	비율 (%)				
TOTAL	(223)	(1)	0.5	(17)	7.6	(26)	11.6	(40)	18.0	(105)	47.2	(34)	15.2	999.3	150	222,833	
서울	(39)	-	-	(1)	3.5	(3)	8.5	(2)	4.2	(22)	55.8	(11)	27.9	1,831.9	450	71,445	
경기	(55)	-	-	-	-	(9)	16.8	(10)	18.0	(28)	51.3	(8)	13.9	1,460.3	178	80,317	
충청	(21)	-	-	(3)	15.5	-	-	(6)	27.0	(10)	48.0	(2)	9.5	418.0	101	8,778	
지역	경상	(30)	(1)	3.9	(3)	8.6	(4)	14.2	(7)	22.1	(10)	33.7	(5)	17.4	926.7	107	27,802
전라	(46)	-	-	(5)	9.9	(9)	19.4	(11)	23.5	(20)	44.1	(1)	3.0	296.1	95	13,621	
강원	(14)	-	-	(2)	17.0	-	-	(4)	28.2	(6)	42.3	(2)	12.5	433.7	100	6,072	
제주	(18)	-	-	(3)	15.7	-	-	(1)	7.8	(9)	49.0	(5)	27.4	822.1	248	14,798	
운영	국·공립	(60)	-	-	(1)	2.3	(1)	1.7	(5)	9.1	(34)	57.1	(18)	29.7	2,232.9	297	133,975
주체	대학·사립	(163)	(1)	0.7	(16)	9.6	(25)	15.2	(35)	21.2	(71)	43.5	(16)	9.8	545.1	110	88,858

● 미술관 항목별 지출 현황

미술관의 지출액을 항목별로 살펴본 결과, 인건비 지출이 23.0%로 가장 많았으며, 기타 사업비 22.7%, 전시 사업비 21.6%, 기타 운영비 12.4% 등의 순으로 조사됨.

국·공립 미술관의 경우 기타사업비가 32.0%, 대학·사립 미술관의 경우 인건비가 28.7%로 가장 높게 나타남.

그림 4-3-28 미술관 항목별 지출액 현황

N=223, 단위: %, (사례 수)

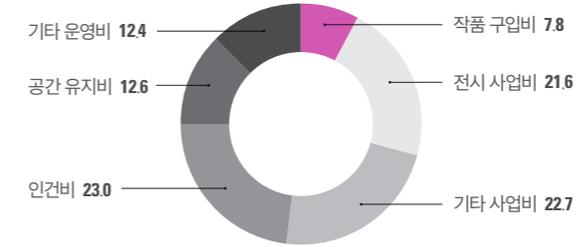
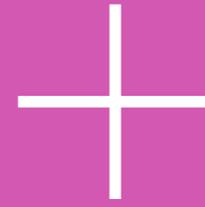


표 4-3-26 미술관 항목별 지출 세부 현황

구분	사례 수	항목별 지출(%)						
		작품 구입비	전시 사업비	기타 사업비	인건비	공간 유지비	기타 운영비	
TOTAL	(223)	7.8	21.6	22.7	23.0	12.6	12.4	
지역	서울	(39)	3.9	35.3	8.2	20.7	16.4	15.5
경기	(55)	10.8	13.5	46.6	18.1	6.9	4.1	
충청	(21)	7.1	15.0	14.5	41.9	9.4	12.2	
경상	(30)	9.4	20.5	9.0	25.3	14.2	21.6	
전라	(46)	9.7	20.2	9.3	31.0	16.1	13.7	
강원	(14)	-	15.6	9.0	43.9	24.4	7.0	
제주	(18)	8.6	9.8	10.6	29.4	15.5	26.0	
운영	국·공립	(60)	11.6	18.2	32.0	19.2	9.7	9.2
주체	대학·사립	(163)	2.0	26.7	8.6	28.7	16.8	17.2



부록 I

1절 | 세계 미술시장 현황

2절 | 한국미술의 세계 미술시장
진출 현황

부록 II

조사표

부록 I

• 2016년 해외미술시장조사

주요 결과 및 이슈 분석

조사 개요

1절 | 세계 미술시장 현황

2절 | 한국미술의 세계 미술시장 진출 현황

2017 해외미술시장조사 (2016년 기준)

주요 결과 및 이슈 분석

2016년 세계 미술시장은 전년 대비 11% 감소한 65.74조 원(\$56.6B)을, 거래 건수는 5% 감소한 3천6백10만 건을 기록하였다. 이는 시장규모 최고점을 찍은 2014년 대비 17% 감소한 것으로 중국 경매의 판매 부진 및 성장이 미미한 유럽시장이 2016년 미술시장 전체 규모 축소에 영향을 미친 것으로 보인다. 이 중 순수미술 경매시장의 규모 축소는 고가 작품의 거래 감소가 큰 영향을 미친 것으로 평가되었다. 약 100억 원(\$10M) 이상의 초고가(highest-end) 작품에 대한 공급 부족과 함께 수요도 감소했기 때문이다. 따라서 2000년대 후반과 같은 빠른 성장세를 보여줬던 미술시장은 당분간 기대하기 어려워 보인다.

장기적인 관점에서 보면 미술시장은 향후 몇 년간 성장과 감소를 반복하는 가운데 작품판매액은 축소되고 거래건수는 증가할 것으로 예상된다. 가령 미술품 소비는 주로 중저가 작품이 거래되는 온라인 미술시장을 중심으로 점차 대중화될 것으로 전망된다. 중국 개인 컬렉터들이 설립하는 사립미술관(Private Museum)들의 소장품 구입 규모도 당분간은 보험세를 유지할 것이다. 다만 중국이 미술품을 사치품으로 분류하여 과세하는 등 미술품 구매에 대한 중국시장의 법적 규제는 여전히 극복해야 할 과제로 남아있다.

지난 10년간 미술시장을 살펴보면, 2007년에 76.49조 원(\$65.88B)으로 정점에 이른 후 2007년~2009년에는 세계 금융위기로 40%에 달하는 급격한 하락을 했다. 하지만 불안정한 경제 상황 속에서도 미국과 중국의 작품 판매 성과로 미술시장은 빠르게 회복했다. 특히 2008년에는 중국에서 일어난 미술 경매시장 붐이 세계 미술시장을 회복하는 데 큰 기여를 했고, 그 결과 2011년의 미술시장은 세계 금융위기가 오기 전 수준으로 거의 돌아갔다. 급격한 성장을 보여준 중국 내 경매시장은 2012년에 이르러 성장세가 정체되기 시작하며, 같은 해 세계 미술시장 규모도 약 65.83조 원(\$56.70B)으로 축소되었다. 2013년, 2014년에는 미국이 세계 미술시장을 다시 주도하게 되는데, 특히 순수미술에서 '근대미술, 전후 및 현대미술' 부문의 판매가 성장 동력이 되었다. 그로 인해 2014년에는 2007년의 약 76.49조 원 보다 3조 원 많은 약 79.23조 원(68.24B)을 기록하며 미술시장 작품판매 규모 최고치를 경신했다.

순수미술과 장식미술을 모두 포함한 세계 미술시장을 주요 국가별로 살펴보면, '미국, 중국, 영국'이 전체의 81%를 점유한 가운데 미국이 40%로 점유율 1위를 차지했다. 국가별 시장 점유율은 전년도와 크게 변동이 없었다. 미국은 3% 감소, 중국은 1%로 소폭 증가, 영국은 작년과 같은 수준을 나타냈다.

작품 판매 경로는 주로 딜러, 경매, 온라인을 통해 이루어진다. 여기서 '딜러'는 화랑 내 영업과 화랑이 아트페어에 참가하여 낸 영업실적 모두를 지칭한다. 2016년 세계 미술시장 판매 경로에서는 딜러의 판매 활동 비중이 전체의 52%(딜러의 온라인 판매 채널 제외)로 가장 높고, 경매 39%, 온라인 9% 수준으로 나타났다. 경매를 통한 작품 판매는 전년대비 26% 감소를 나타냈지만, 온라인 판매는 전년 대비 4% 성장한 약 6조 원(\$4.9B)으로 시장규모가 점차 성장하고 있는 것으로 보인다.

작품 판매액을 기준으로 본 딜러의 판매 활동은 화랑 영업이 51%로 가장 높고, 이어 아트페어(국내/해외)가 41%, 온라인 8% 순으로 나타났다. 특히 아트페어는 국내보다 해외를 통한 작품 판매 비중이 전년 대비 증가하는 추세다. (해외 아트페어 판매 비중 '15년 18%에서 '16년 25%로 증가)

달러를 통해 작품을 구입하는 층은 주로 개인 컬렉터로 전년에 이어 올해도 가장 높은 구매자 비중을 차지했다. 개인 컬렉터뿐만 아니라 미술관의 작품 구매가 '15년 대비 증가한 점도 주목할 만하다.'¹⁾

2016년 경매시장은 지난 10년 중 두 번째로 낮은 성과를 보였다. 전년 대비 26% 하락한 약 26조 원(\$22.1B)을 기록했는데, 전반적인 출품 감소와 특히 고가 미술품의 줄어든 출품수가 영향을 미친 것으로 보인다. 국가별 경매시장 점유에서는 중국, 미국, 영국 세 국가의 점유율이 전체의 84%를 차지했다. 이 중 시장 점유 1위 국가는 중국(34%)이며, 미국이 32%, 영국이 18%로 그 뒤를 이었다. 영국은 유럽시장의 절반 이상을 점유하고 있다. 한편, 거래 건수에서는 미국이 중국보다 3%p 높은 22%로 1위를 차지하였고, 중국이 19%, 프랑스가 13%를 각각 기록했다.²⁾

시대별 순수 미술품의 경매 결과는 '전후 및 현대미술'이 전체 판매금액의 52%로 가장 높았다. (2위: 근대미술 23%) 이는 전년 보다 16%p 상승한 수치이다. '전후 및 현대미술'의 거래건수는 전체의 37%로 판매금액 점유율(52%) 보다 낮은 수치다. 이는 '전후 및 현대미술'의 작품 1점당 낙찰금액이 다른 부문 대비 상대적으로 높았다는 것을 보여준다.³⁾

'아트프라이스'에서 매출액 기준으로 발표한 '2016년 경매사 상위 10위' 중 1위는 전년과 동일하게 크리스티가 차지했다. 크리스티는 약 35,461억 원(\$3.054B)을, 소더비는 약 33,533억 원(\$2.888B)을, 폴리 인터내셔널은 약 11,482억 원(\$0.989B)을, 차이나 가디언은 약 7,072억 원(\$0.609B)으로 각각 1위~4위에 올랐다. 1위부터 4위까지 순위는 전년과 동일하게 나타났으며, 2016년에는 필립스가 5위에서 6위로 밀려났고 중국 경매사 '홀리 인터내셔널', '중홍신 인터내셔널'이 신규로 10위권에 진입하였다. 경매사 변화 만 있었을 뿐 작년에 이어 중국 경매사는 10권 내 6곳이 등재되었다.⁴⁾

2016년 작가별 낙찰총액 10위 중 1위는 4,120억 원을 기록한 '장 다치엔(장대천)'으로 피카소를 제치고 1위에 올랐으며, 2위였던 앤디워홀은 8위에 그쳤다. 전년에는 10위권 내 중국 작가가 한 명도 없었지만 2016년에는 '장 다치엔(Zhang Daqian), 치 바이스(Qi Baishi), 우 관중(Wu Guanzhong), 푸 바오스(Fu Baoshi), 취루 조우(Cui Ruzhuo)' 5명이나 올랐다.⁵⁾

전년도에는 개별 작품의 최고 낙찰가는 '피카소'의 <Les femmes d'Alger>가 약 2,029억 원으로 가장 높았으나 2016년에는 11월 크리스티 뉴욕 경매에서 약 946억 원에 낙찰된 '클로드 모네'의 <건초더미>가 차지했다. 2016년 최고 낙찰가가 작년 5위에 그쳤던 '마크 로스코'의 <No.10>의 낙찰가(약 926억 원)와 비슷한 수준으로 2016년에는 최고가 작품들의 공급이 상대적으로 적었다는 것을 알 수 있다.

세계 현대미술 경매 시장에서는 2016년 경매 낙찰총액 1위는 전년에 이어 올해도 '장 미셸 바스키아'로 3,640억 원을 기록했다. 이 '바스키아'의 낙찰총액은 전년 대비 약 3배 증가한 것이다. 개별 작품 최고가 역시 '바스키아'의

1) 아트마켓 2017 아트바젤& UBS 보고서, p. 42, 43
2) 아트마켓 2017 아트바젤& UBS 보고서, p. 94, 95
3) 아트마켓 2017 아트바젤& UBS 보고서, p. 149, 150
4) <https://www.artprice.com/artprice-reports/the-art-market-in-2016/general-market-consolidation>
5) <https://www.artprice.com/artprice-reports/the-art-market-in-2016/top-500-artists-by-auction-revenue-2016/top-500-1-to-50>

작품으로 2017년 5월 소더비 뉴욕에서 1,283억 원에 낙찰된 <Untitled (1982)>이다. 이 낙찰 기록은 80년대 작품이 경매에서 천억 원대를 넘김으로써 현대 미술품의 가치를 전 세계에 증명하는 계기를 마련했다.

2016년 경매 낙찰총액 10위권에 신규 진입한 작가는 3명으로 '루돌프 스틱겔(Rudolf Stingel), 마크 그로잔(Mark Grotjahn), 요시토모 나라(Yoshitomo Nara)'이다. '그로잔과 스틱겔'은 개별 작품 낙찰가 10위권에도 신규 진입했다.⁶⁾

화랑들이 전 세계인을 대상으로 미술품을 판매하는 아트페어의 규모는 점차 확대되고 있다. 2016년 아트페어의 작품 판매액은 전년 대비 약 5% 상승한 15.4조 원(\$13.3B)을 기록했다.⁷⁾ 이와 같은 판매 성과는 매일 중동, 아시아, 미주 및 남미지역, 유럽을 중심으로 다양한 권역에서 개최되고 있고, 미술 애호가라면 꼭 방문해야 할 곳으로 선정된 아트바젤(Art Basel) 처럼 주요 아트페어가 세계 유명 비엔날레와 같은 선상에서 거론되고 있을 만큼 인기가 올라간 것도 그 한 원인일 것이다. 아시아 지역의 주요 아트페어로는 '아트바젤-홍콩' 외에도 상하이가 아시아 미술시장 주요 도시로 떠오르면서 새로이 각광받는 '아트021'과 '웨스트번드 아트 앤 디자인 페어(West Bund Art&Design Fair)' 등의 아트페어가 있다. 현재 두 아트페어는 높은 판매성과를 보여주고 있으며, 이들 아트페어가 위치한 곳이 자유무역지역(free trade zone)⁸⁾으로 지정 될 것으로 예상되면서 상하이는 홍콩과 더불어 아트페어를 중심으로 한 아시아 미술시장 규모 확대에 중요한 역할을 할 것으로 기대된다.

온라인 미술시장을 지난 4년간 집계한 히스콕스 온라인 아트 트레이드 리포트(2017)에 따르면, 온라인 미술시장은 매년 성장세를 기록하며 점차 확대되는 추세를 보인다. 2016년은 최근 4년간 가장 높은 판매규모로 2013년 대비 약 1.5배 성장하였다.⁹⁾ 특히 세계 주요 경매사들도 온라인 판매를 적극적으로 시도하면서 '크리스티, 소더비, 헤리티지 옥션'의 온라인 판매가 전년 대비 평균 약 13.3% 증가했다. '크리스티 온라인'은 전년대비 1.3배 판매액 증가를 하며 가장 높은 성장을 하였다.¹⁰⁾ 온라인을 통해 작품을 구입한 758명을 대상으로 미술품 '온라인 플랫폼 만족도 조사'를 실시한 결과, 2016년에도 '크리스티 온라인'이 전년도에 이어 1위를 차지했다. 크리스티 온라인은 '방문자 순위', '구매자 순위', '사용자 순위', '구매자 경험 순위'의 평균값에서 모두 1위를 하였다. 2위는 '소더비 온라인'으로 '아트시(Artsy)'를 제치고 2위에 올랐다. '필립스 온라인, 본햄스 온라인'이 2016년 순위권 내 신규 진입하면서 세계 주요 경매사들의 온라인 서비스에 대한 만족도가 점차 높아지고 있는 추세이다.¹¹⁾

한국미술의 세계 미술시장 진출 현황은 해외 경매성과, 세계 주요 화랑(*아트바젤 참가 화랑 기준)에서의 한국작가 전시 건수를 통해 알아보았다. 한국작가의 해외 출품작품수는 468점이며, 평균 낙찰률은 약 84%(394점/468점)로 집계됐다. 본 보고서에서 주요 해외 경매는 '크리스티, 소더비, 필립스, 본햄스, 서울옥션(홍콩), 케이옥션(홍콩)'에서 이루어진 것으로 설정하고, 이 경매사의 한국작가 경매 지역은 홍콩, 뉴욕, 런던, 파리, 밀라노에서 이루어진 것을 집계하였다. 해외에서 가장 많은 한국 작품을 출품한 경매사는 서울옥션(홍콩)이 187점이며, 뒤이어 케이옥션(홍콩)이 114점, 소더비 69점, 크리스티 65점, 필립스 27점,

6) <https://www.artprice.com/artprice-reports/the-contemporary-art-market-report-2017/top-500-contemporary-artists/top-500-contemporary-artists-1-to-50>
7) 아트마켓 2017 아트바젤& UBS 보고서, p. 53
8) www.westbund.com/en/index/NEWS-CENTER/West-Bund-area-in-frame-for-art-facilities-expansion.html
9) 히스콕스 온라인 아트 트레이드 리포트 2017, p. 7
10) 히스콕스 온라인 아트 트레이드 리포트 2017, p. 13
11) 히스콕스 온라인 아트 트레이드 리포트 2017, p. 12

본햄스 6점 순으로 나타났다.

2016년 한국작가의 해외 경매 총 판매액은 984억 원으로 나타났고, 이 중 서울옥션(홍콩)이 471억 원으로 가장 많은 비중을 차지했다. 출품 건수 대비 높은 판매금액을 보여준 곳은 소더비로 총 204억 원이었다. 지역별로는 홍콩이 가장 많은 한국작가의 미술품 경매가 일어난 곳이었으며 851억 원의 낙찰총액을 기록했다. 이어 런던이 81억 원, 뉴욕이 51억 원으로 홍콩에 비해 타 지역의 판매액은 다소 낮게 나타났다.

2016년 한국작가 해외 경매 낙찰총액과 작품별 낙찰가 1위는 '김환기'로 한 해 동안 30점이 출품되어 28점이 낙찰되었고, 낙찰총액은 약 326억 원을 기록했다. '김환기' 작품은 2016년 낙찰최고가 1위부터 5위까지 모두 차지하였으며, 이 중 2016년 11월 서울옥션(홍콩) 경매에서 판매된 <12-V-70 #172>은 최고 추정가인 약 57억 원을 넘긴 73억 원에 낙찰되었다. 해외에서 가장 많이 출품된 한국 작품 수는 '이우환'이 76건으로 가장 많았고, '박서보'(46건), '정상화'(38건) 순으로 나타났다.

2016년 <아트바젤(바젤, 마이애미비치, 홍콩)>에 참가한 화랑 중 2016년에 한국작가 전시를 선보인 해외 화랑 수는 약 총 29개로 <페이스 갤러리>와 <카멜 마누>에서 '이우환', <페로땅 갤러리>와 <화이트 큐브>에서 '박서보', <레비&그로비>에서 '정상화', <블룸 앤 포>에서 '하종현'과 '권영우', <펠렘>에서 '전광영' 등 주로 단색화와 중견 작가들의 전시가 개최된 것으로 나타났다. 그 외에도 뉴욕, 런던, 베를린 등을 중심으로 활동하는 젊은 작가들의 전시가 있었는데, 2017년 이스탄불 비엔날레¹²⁾에 참여하였고 베를린에서 주로 활동중인 '탁영준' 작가는 베를린 <괴니히 갤러리>에서, 2016년 휴고 미술상¹³⁾을 수상한 '아니카 이'는 런던의 <마시모 드 까를로 갤러리>에서, '한영선'은 <데이비드 즈위너>에서 각각 그룹전을 가졌다.

2016년 세계 미술시장 규모는 축소되고 지난 몇 년간 감소세에 있지만, 딜러(화랑 포함)와 온라인 시장을 중심으로 조금씩 활성화되고 있다. 한국 미술시장의 경우, 세계 미술 경매시장 성장이 부진한 가운데서도 홍콩을 중심으로 해외 경매에 진출하는 작가와 작품이 증가했다. 더불어 한국 화랑들의 해외 아트페어 참여도 점차 증가하는 추세이다. 이처럼 2016년 한국 미술의 해외 진출 성과는 조금씩 긍정적인 신호를 보여주고 있다. 다만 앞서 언급했던 것처럼 향후 몇 년간 세계 미술시장 규모가 감소세를 보일 것으로 예측되기 때문에, 이제 막 해외 진출의 가시적인 성과를 내고 있는 한국미술로서는 전체 세계 미술시장 성장 둔화에 영향을 받지 않기 위한 대책과 전략이 필요하다. 가령 전통적인 채널 외 온라인 경매, 팝업 스토어 등 과 같은 매개체를 이용하여 해외 진출 성과를 이어가고 세계 미술 향유 계층에게 소구하기 위한 다양한 판매 전략과 방법을 모색해야 할 것이다.

12) 제15회 이스탄불 비엔날레에 참여작가 57명 중 한국 작가는 김희천과 탁영준인.
13) 휴고 보스상은 구겐하임미술관이 1996년부터 독일계 패션업체 휴고 보스와 협력해 제정한 격년제 예술상이다. 영국의 '터너상'과 더불어 세계 최고 권위의 미술상 중 하나로, 실험적이고 혁신적인 작품 활동을 하는 작가를 선정해 지원한다. 수상자 혜택으로 '아니카 이'는 구겐하임 뮤지엄 내 타워 5층에서 2017년 4월 21일부터 7월 5일까지 <인생은 싸구려(Life is Cheap)>로 개인전을 개최하였다.
14) 크리스티(Christie's), 소더비(Sotheby's), 필립스(Phillips), 본햄스(Bonhams), 서울옥션(홍콩), 케이옥션(홍콩)
15) 2016년 아트바젤(바젤, 마이애미비치, 홍콩)참여 화랑에 한함.

조사 개요

1 조사 목적

「2017년 해외 미술시장조사」는 세계 미술시장의 규모를 국가별, 연도별, 시대별, 주요 경매사별, 판매경로별, 구매자별 등으로 분석하여 미술작품의 판매 성과 및 온라인 미술시장의 성장세 등 미술시장 현황을 파악하는데 활용하고자 함.

세계 미술시장에서 한국 작가의 경매 성과를 측정하기 위해 해외 경매사 및 한국 경매사 해외지점¹⁴⁾에서 한국작가의 낙찰기록을 조사함.

한국 화랑의 해외 진출 현황을 파악하기 위해 해외 주요 아트페어 참가 현황과 한국작가의 해외 전시 현황을 조사함.¹⁵⁾ 또한 월별, 지역별 아트페어 개최 시기를 파악하여 향후 참가 가능한 해외 아트페어를 제시함. 최상위 아트페어인 아트바젤(바젤, 마이애미비치, 홍콩)에 참가하는 화랑전시 조사를 통해, 지역별로 가장 활발하게 활동하는 화랑을 살펴보고 해외지점 설립과 홍콩 진출을 통해 아시아에 적극 진출하는 해외 주요 화랑을 조사함.

2 조사 범위 및 출처

1) 조사 범위

「2017년 해외 미술시장조사」는 2016년도의 활동 현황을 기준으로 조사하였으며, 공간적 조사 범위는 세계 미술시장으로 하고 특별한 언급이 없는 경우 세계 미술시장에서는 순수미술, 공예, 고미술 등의 장식미술을 포함함.

미술시장 트렌드 조사는 작품 판매금액과 거래건수를 국가별, 연도별, 판매경로별, 시대별로 분류하여 조사함.

「한국미술의 세계 미술시장 진출 현황」은 한국작가의 해외 경매, 해외 전시, 해외 아트페어 참가 현황을 파악하여 정리하였으며, 경매는 2016년 해외 주요 경매사에 참가 및 낙찰 성과를 기준으로 조사함.

표 A-1 해외 미술시장 조사 범위 및 기준

구분	내용	비고
공간적 범위	전 세계	전 세계 미술시장과 지역별 세분화 조사 미국, 유럽, 중국 ¹⁶⁾
시간적 범위	2016(1.1.-12.31.)	세계 현대미술 경매시장 낙찰 작가 현황 자료만 2016.7-2017.6(1년간) 기준으로 조사함
조사 기준	작품 판매금액 및 거래건수 연도별, 국가별, 판매경로별, 시대별 한국작가의 경매 2016년 참가 현황 크리스티, 소더비, 필립스, 본햄스, 서울옥션(홍콩), 케이옥션(홍콩) 한국 화랑의 아트페어 참가 현황 세계 주요 아트페어(20개), 아시아 주요 아트페어(10개)를 선정한 후 한국 화랑의 아트페어 참가여부 조사 한국 작가의 해외 전시 현황 2016년 아트바젤(Art Basel 바젤, 마이애미 비치, 홍콩)에 참가한 화랑 기준	

16) 아트마켓 2017 아트바젤&UBS 보고서 내 조사된 '중국'의 데이터는 별도의 표기가 없는 경우, 중국 본토, 홍콩, 대만, 마카오 지역을 모두 포함한 수치임.

2) 자료 출처

표 A-2 조사내용별 조사 범위 및 주요자료 출처

조사내용	참고자료	데이터 출처
세계 미술시장 딜러시장 ¹⁷⁾	<ul style="list-style-type: none"> • 작성자: 클레어 맥 앤드류 박사 (Dr. Clare McAndrew) • 보고서: 아트마켓 2017 아트바젤 & UBS 보고서 (The Art Market 2017 An Art Basel & UBS Report) • 조사처: 아티코노믹스(Art Economics) • 출판처: 아트바젤 & UBS (Art Basel & UBS) 	컬렉트리움 ¹⁸⁾ (collectrium) 아트마켓모니터 (AMMA)
경매시장	<ul style="list-style-type: none"> • 작성자: 티에리 에흐먼(Thierry Ehrmann), 아트프라이스 대표, 완 지에 (Wan Jie), 아트론 대표 • 보고서: 아트프라이스 2016 미술시장 보고서 (The Art Market in 2016) 	아트프라이스 (ArtPrice) 아트마켓모니터 (AMMA)
	<ul style="list-style-type: none"> • 조사처: 아트프라이스(ArtPrice), 아트론 미술시장모니터(AMMA: Art Market Monitor of Artron) • 출판처: 아트프라이스(ArtPrice) 	
	<ul style="list-style-type: none"> • 보고서: 아트프라이스 2017 현대미술시장 보고서 (The Contemporary Art Market Report 2017) • 조사처: 아트프라이스(ArtPrice), 아트론 미술시장모니터(AMMA: Art Market Monitor of Artron) • 출판처: 아트프라이스 (ArtPrice) 	
	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 주요 경매사의 한국작가 참여 및 낙찰결과: 크리스티(Christie's), 소더비(Sotheby's), 필립스(Phillips), 본햄스(Bonhams), 서울옥션(홍콩), 케이옥션(홍콩) 	라이브옥션아트 (Live Auction Art)
아트페어	<ul style="list-style-type: none"> • 보고서: 국제 아트페어 2016 보고서 (International Fair Report 2016) • 조사처: 모마트(Momart) • 출판처: 아트뉴스페이퍼(The Art Newspaper) 	모마트 (Momart)
	<ul style="list-style-type: none"> • 아트팩츠(Artfacts), 아트레이다(Artradar), 아트포럼(artforum) • 아트페어 개별 홈페이지 • 아트바젤(Artbasel) 홈페이지 	아트팩츠 (Artfacts) 아트레이다 (Artradar) 아트포럼 (artforum) 아트바젤 (ArtBasel)
온라인 미술시장	<ul style="list-style-type: none"> • 보고서: 히스콕스 온라인 아트 트레이드 리포트 2017 (The Hiscox Online Art Trade Report 2017) • 조사처: 아트텍틱(ArtTactic) • 출판처: 히스콕스(Hiscox) 	아트텍틱 (ArtTactic)
	<ul style="list-style-type: none"> • 작성자: 클레어 맥 앤드류 박사 (Dr. Clare McAndrew) • 보고서: 아트마켓 2017 아트바젤 & UBS 보고서 (The Art Market 2017 An Art Basel & UBS Report) 	컬렉트리움 (Collectrium) 아트마켓모니터 (AMMA)

17) 딜러시장은 아트페어에 참가하는 화랑, 전시공간을 운영하는 화랑, 개인 딜러 모두를 포함함.
18) 컬렉트리움(Collectrium)은 2009년에 설립된 미술품 수집관리, 리서치 회사로 2015년에 크리스티에 인수되었음. (www.collectrium.com)

3) 용어 정의¹⁹⁾

- 순수미술(Fine art): 페인팅, 조각, 설치작품, 드로잉, 사진, 비디오, 태피스트리, 프린트를 말함.
* 골동품, 익명의 문화적 소품, 가구는 순수미술품에서 제외
- 경매 낙찰가는 구매자 수수료(Buyer fees) 포함
- 올드 마스터(Old Masters): 1250년과 1821년 사이 출생 작가
- 인상주의 및 후기 인상주의(Impressionist & Post-Impressionist): 1821년과 1874년 사이 출생 작가
- 근대미술(Modern Art): 1875년대와 1910년 사이 출생 작가
- 전후 및 현대미술(Post-War & Contemporary): 1910년 이후 출생한 작가

4) 환율 적용 기준

2016년(01.01.~12.31.) 1년간 평균 매매기준율을 적용하여²⁰⁾ 조 원, 천억 원, 억 원으로 환산하여 표기함.

- 미국: 1달러 당 1,161.11원
- 영국: 1파운드 당 1,572.80
- 홍콩: 1홍콩달러 당 149.59
- 유로: 1유로 당 1,284.10
- 금액표기²¹⁾: Billion=B / Million=M

5) 출처 표기

- 아트바젤& UBS: 아트마켓 2017 아트바젤& UBS 보고서
- 아트프라이스: 아트프라이스 2016 미술시장 보고서
- 아트프라이스 현대미술시장: 아트프라이스 2017년 현대미술시장 보고서
- 히스콕스: 히스콕스 온라인 아트 트레이드 리포트 2017

19) 아트마켓 2017 아트바젤& UBS 보고서, p.152

20) 우리은행 외환센터, 연평균 매매기준율(<https://spot.wooribank.com/pot/Dream?withyou=FXRT0016>)

21) B는 십억을 나타내는 단위이며, \$1B 는 한화 약 1조 원을 나타냄. M은 백만을 나타내는 단위이며, \$1M은 한화 약 10억 원을 나타냄.

1 세계 미술시장 규모 분석²²⁾

1) 세계 미술시장 주요 이슈

표 A1-1 2016 세계 미술시장 주요 이슈

항목	내용
세계 미술시장	시장규모 2016년 세계 미술시장규모 전년대비 축소 • 전년대비 11% 감소한 약 65.74조 원(\$56.6B), 거래건수는 5% 감소한 3천6백10만 건을 기록
	국가별 시장점유율 미국, 영국, 중국이 전 세계 미술시장의 81% 시장 점유 • 미국은 작품판매액 기준 미술시장 점유율 1위 (작년 1위 미국) • 미국 40%, 영국 21%, 중국 20%
달러 ²³⁾	판매액 달러의 작품 판매액은 약 37.7조 원(\$32.5B) ²⁴⁾ 으로 전년 대비 3% 증가 • 달러가 작품을 판매하는 주요 채널은 화랑으로 전체 달러 판매의 51% 비중을 차지 ²⁵⁾ • 이어 아트페어 41%, 온라인 판매 8%로 판매 채널 구성
	가격별 달러 시장에서는 상대적으로 고가 시장 강세 • 달러의 작품판매액 범위 중 약 10억 원 ~ 5억 원 이하는 5% 감소, 약 5억 원 이하는 7% 감소 • 작품가가 약 10억 원~100억 원 7% 상승, 약 100억 원 이상 2% 상승
	아트페어 아트페어를 통한 작품 판매 전년 대비 5% 상승, 약 15.44조원(\$13.3B) • 2010년 대비 2016년의 아트페어시장 규모 57% 상승
경매	시장규모 전년 대비 26%감소, 약 26조원(\$22.1B) ²⁶⁾
	판매경향 작가별 판매 성과 양극화, 소수 작가의 작품만이 경매시장에서 고가에 판매 • 경매의 전체 판매금액 규모의 절반 정도가 극소수인 1%에 해당하는 작가들의 작품 판매 결과 • 경매에 참가한 작가의 15%정도만 약 5천만 원 이상에 낙찰(나머지 85% 작가의 낙찰가는 5천만 원 미만) • 경매에 참가한 작가 중 단 1%만 약 10억 원 이상에 낙찰
경매-시대별	전후 및 현대미술 '전후 및 현대미술' 부문 전체판매액의 52%, 거래건수 37% 차지 • 2016년 '전후 및 현대미술'의 작품판매액은 2014년 대비 18% 감소한 약 6.5조 원(\$5.6B), 거래건수는 동일기간 12% 감소 • 순수미술 경매시장에서 가장 높은 판매 및 거래 건수 점유
	근대미술 • '근대미술'은 미술경매에서 두 번째로 판매액이 높은 부문 • 전체의 작품판매금액은 23%, 거래건수는 29% 차지
	인상주의 및 후기인상주의 • "인상주의 및 후기인상주의"는 순수미술경매 중 판매액 12%, 거래건수 18% 차지 • 판매액은 전년 대비 31% 감소한 약 1.5조 원(\$1.3B)이지만, 거래건수는 13% 증가
	올드마스터 • "올드마스터"는 순수미술경매 중 판매액 13%, 거래건수는 16% 차지 • 판매액은 전년 대비 5% 증가한 약 1.6조 원(\$1.4B), 거래건수 12% 증가
온라인	시장규모 온라인 미술시장 규모 성장 • 온라인 시장은 전체 미술시장의 9%를 차지, 작품판매액은 약 5.7조 원(\$4.9B) • 전년대비 4% 증가, 전반적으로 감소세를 보이는 미술시장규모에서 의미 있는 수치 • 신규 고객 중 56%가 온라인을 통해 유입 되는 등 신규고객 창출에 중요한 채널

주 : 세계미술시장 전체 규모는 순수미술과 장식미술 포함

출처 : 아트바젤& UBS 보고서, p. 14~19

2) 세계 미술시장 규모 추이

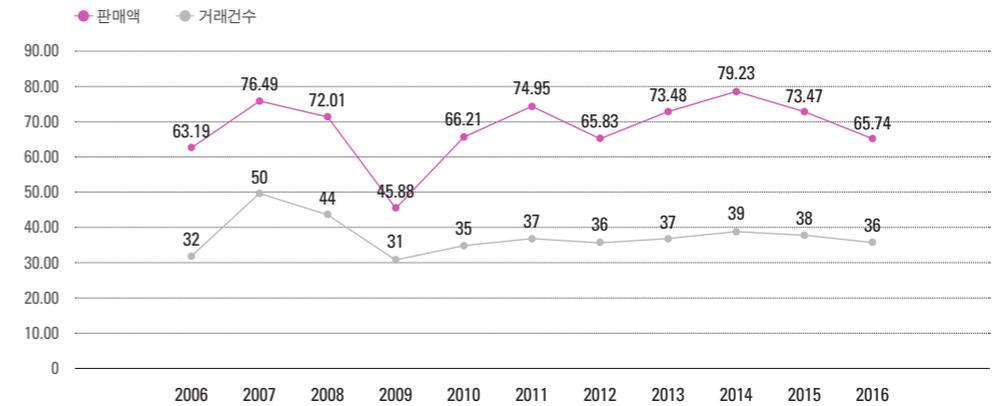
[그림] A1-1과 같이 2016년 세계 미술시장 작품판매액은 전년도 72.19조 원(\$63.75B) 대비 11% 감소한 65.72조 원(\$56.6B), 거래 건수는 지난해 3천8백10만 대비 5% 감소한 3천6백10만 건을 나타냄.

최근 2년간 작품 판매액과 거래 건수는 감소세에 있음.

지난 10년간(2006년~2016년) 작품 판매액은 4.0%, 거래 건수는 12.5% 성장했지만 최고치를 기록한 2014년 대비 작품판매액이 17% 감소하며 성장세가 둔화됨. 순수미술 경매시장 침체, 초고가 시장의 축소가 시장에 큰 영향을 준 것으로 판단됨.

그림 A1-1 세계 미술시장 작품판매액 및 건수 추이 (2006년~2016년)

단위 : (판매액) 조 원, (거래건수) 백만 건



출처 : 아트바젤& UBS p. 27, ©Arts Economics (2017)

표 A1-2 세계 미술시장 작품판매액 및 건수 추이 (2006년~2016년)

년	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
판매액 (\$M)	54,425	65,875	62,020	39,511	57,025	64,550	56,698	63,287	68,237	63,276	56,621
판매액 (한화 조원)	63.19	76.49	72.01	45.88	66.21	74.95	65.83	73.48	79.23	73.47	65.74
거래건수 (백만 건)	32	50	44	31	35	37	36	37	39	38	36

출처 : 아트바젤& UBS p. 27, ©Arts Economics (2017)

22) 장식미술과 순수미술을 대상으로 미술시장을 조사한 '미술시장보고서 2017'를 참고함 (아트바젤 & UBS 발행).

23) 아트페어에 참가하는 화랑, 전시공간을 운영하는 화랑, 개인 딜러 모두를 포함함.

24) 딜러(화랑 포함)의 작품 판매액은 화랑영업, 아트페어, 온라인 판매 등을 통한 판매액 총계임. 온라인 채널을 제외한 딜러의 작품 판매액은 약 34.4조 원(\$29.6B)로 추정됨.

25) 아트마켓 2017 아트바젤& UBS 보고서, p. 15

26) 아트마켓 2017 아트바젤& UBS 보고서, p. 16

3) 주요 국가별 세계 미술시장 점유율

[그림] A1-2와 같이 미국, 영국, 중국은 전 세계 미술시장의 81%를 점유하고 있음. 미국은 작년에 이어 세계 미술시장 1위 국가로 40%를 점유함.

미술시장 주요국인 미국, 영국, 중국은 전년 대비 점유율 변동이 크지 않음. 미국은 3% 감소한 40%, 영국은 전년과 같은 21%, 중국은 1% 증가한 20%를 각각 나타냄.

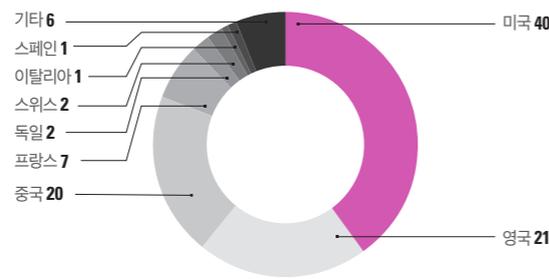
미국은 지난 10년간 중국이 1위를 하였던 2011년을 제외하고는 점유율 1위를 놓친 적이 없음.

표 A1-3 국가별 작품판매 점유율 (2016년)

세계 미술시장 규모 약 65.72조 원 (\$56.6B)				
세계 주요 국가	시장 점유율(%)	판매액(조 원)	유럽 주요 국가	시장 점유율(%)
1 미국	40%	26.29	1 영국	62%
2 영국	21%	13.80	2 프랑스	20%
3 중국	20%	13.14	3 독일	5%
4 프랑스	7%	4.60	4 이탈리아	3%
5 독일	2%	1.31	5 스페인	2%
6 스위스	2%	1.31	6 오스트리아	2%
7 이탈리아	1%	0.66	7 스웨덴	2%
8 스페인	1%	0.66	8 네덜란드	1%
9 기타	6%	3.94	9 기타	3%
계	100%	65.74조 원	계	100%

주 : 미술시장 범위-순수미술 외 공예, 고미술 등의 장식미술도 포함
출처 : 아트바젤& UBS, p. 26, 32, 37

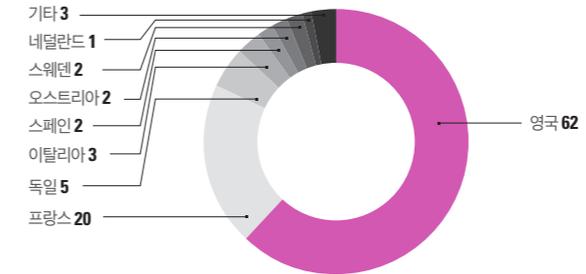
그림 A1-2 세계 미술시장 주요 국가별 점유율 (2016년)



출처 : 아트바젤& UBS, p. 32

[그림] A1-3를 보면, 영국은 유럽 내 가장 높은 시장 점유율을 보여줌(62%). 영국의 경우, 다른 유럽 국가에 비해 저렴한 미술품 관세를 유지하였는데 이러한 요인이 유럽 내 높은 시장 점유율에 영향을 미친 것으로 보임.²⁷⁾

그림 A1-3 유럽 미술시장 주요 국가별 점유율 (2016년)

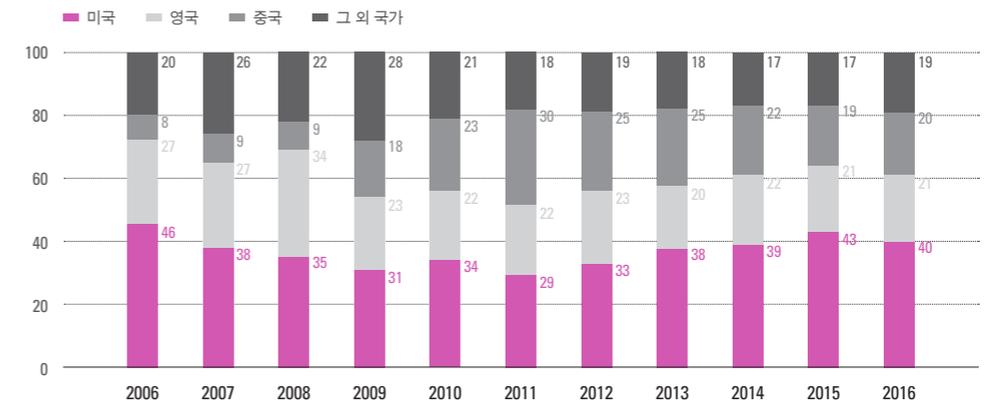


단위 : %

출처 : 아트바젤& UBS, p. 37

[그림] A1-4의 세계 미술시장 주요 국가별 점유율 추이를 보면, 미국, 영국, 중국 세 국가의 총 시장점유율은 지난 10년간 72% ~ 83%를 차지함. 특히, 중국은 2008년 9%에서 2009년 18%로 두 배 증가하였고, 2011년 30%로 최고점을 기록했으나 2012년 소폭 하락 후 현재까지 20%대의 점유율을 거의 유지하고 있음. 한편, 영국은 지난 10년간 20%대 이상의 꾸준한 점유율을 보여주고 있으며, 중국의 경매시장 성장으로 인해 2위 자리를 내주었던 2010년~2013년을 제외하고는 현재까지 미술시장 점유율 2위를 차지하고 있음.

그림 A1-4 세계 미술시장 주요 국가별 점유율 추이 (2006년~2016년)



단위 : %

출처 : 아트바젤& UBS, p. 32

27) 아트마켓 2017 아트바젤& UBS 보고서, p. 37

4) 판매 경로별 세계 미술시장 규모

[표] A1-4와 같이 미술품 판매경로를 '경매, 딜러 및 기타, 온라인'으로 구분 시, 딜러 및 기타가 전체 시장의 52%로 가장 큰 판매경로임.

경매를 통한 작품 판매는 전년 대비 26% 감소, 온라인은 전년 대비 4% 상승하여 약 6조 원(약 \$5B)을 기록함.

표 A1-4 판매 경로별 작품판매액 및 비중(2016년)

판매경로	판매액	판매비중	100%
딜러(화랑 포함) ²⁸⁾ 및 기타	34.4조 원(\$29.6B)	52%	65.7조 원 (\$56.6B)
경매 ²⁹⁾	25.7조 원(\$22.1B)	39%	
온라인 ³⁰⁾	5.7조 원(\$4.9B)	9%	

주 : 미술시장 범위-순수미술 외 공예, 고미술 등의 장식미술도 포함
 딜러(화랑 포함) 및 기타는 작품 판매 총액에서 경매, 온라인을 제외한 수치임
 출처 : 아트바젤& UBS, p. 96(경매), p. 128(온라인), p. 26(작품 판매 총액)

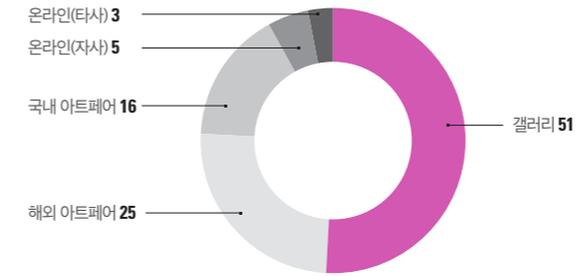
4-1) 판매 경로별 세계 미술시장 규모

딜러의 미술품 판매경로는 [그림] A1-5와 같이 '화랑, 아트페어(국내, 해외), 온라인(자사, 타사)'으로 구분하여 볼 수 있음. 이 중 화랑업업을 통한 판매가 51%로 가장 높고, 아트페어 41%, 온라인 8% 순임.

2015년 해외 아트페어의 비중은 18%로 국내 아트페어보다 4% 낮았지만 2016년에는 해외 아트페어 비중은 7% 상승한 25%로 딜러의 작품 판매에서 점차 중요한 판매경로임을 보여줌. 상대적으로 국내 아트페어는 전년도 22%에서 6%p 감소한 16%를 차지함.³¹⁾

그림 A1-5 딜러의 미술품 판매경로 (2016년)

단위 : %



출처 : 아트바젤& UBS, p. 52, © Arts Economics (2017)

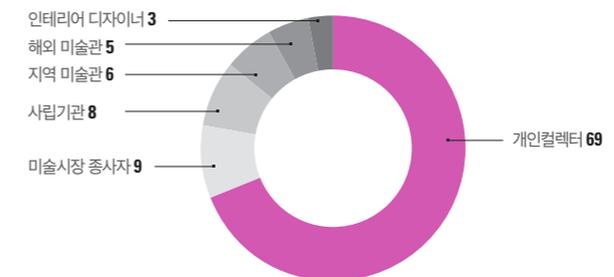
4-2) 딜러를 통한 구매자 현황

[그림] A1-6을 보면, 딜러를 통한 작품 구매자 중 개인 컬렉터가 전년도 72%에 이어 2016년에도 가장 높은 비중(69%)을 차지함.

전년도와 비교해 볼 때, 개인 컬렉터 비중은 전년 대비 3%p 감소하였고, 미술시장 종사자/전문가의 작품 구매 또한 전년 대비 4%p 감소함. 반면, 지역 및 해외 미술관의 작품 구매가 전년도 대비 2%p 증가하여 11%를 기록함.

그림 A1-6 딜러를 통한 작품 구매자 현황

단위 : %



출처 : 아트바젤& UBS, p. 69, © Arts Economics (2017)

28) 아트페어에 참가하는 화랑, 전시공간을 운영하는 화랑, 개인 딜러 모두를 포함함.
 29) 경매사의 프라이빗 세일, 온라인 세일은 제외함 수치임. 아트마켓 2017 아트바젤& UBS 보고서, p. 96
 30) 판매를 위한 중간 매개 사이트 및 플랫폼(third-party)의 작품 판매액 및 수수료 미포함. 아트마켓 2017 아트바젤& UBS 보고서, p. 128
 31) 아트마켓 2017 아트바젤& UBS 보고서, p. 52

2 세계 경매시장 현황³²⁾

1) 세계 경매시장 규모 추이

[그림] A1-7과 같이 10년간 미술 경매시장은 상승과 하락의 기복이 뚜렷하게 보였으며 2016년은 10년 전인 2006년보다 시장이 축소됨.

2007년에 미술 경매시장 규모 최고치를 기록하였으며, 2009년 금융위기로 시장이 급격히 축소된 이후 2015년까지 미국의 '전후 및 현대미술 근대미술' 부문 판매성으로 시장 회복세를 띠었음.

2016년 세계 경매시장은 전년 대비 26% 하락한 26조 원(\$22.1B)을 기록하였는데, 초고가 작품작 수 감소가 주요 원인 중 하나임.

소더비와 크리스티는 전체 26조 원의 경매시장에서 38% 시장을 점유함. '전후 및 현대미술', '근대미술' 부문에서 높은 판매 성과를 보였음.³³⁾

그림 A1-7 세계 경매시장 작품판매 규모 추이³⁴⁾(2006년~2016년)



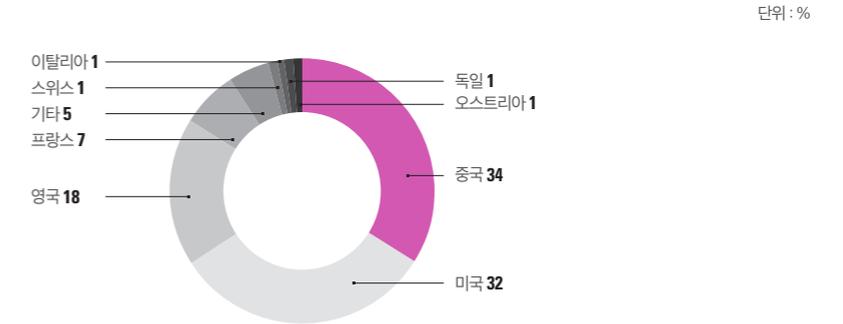
주 : 순수미술, 장식미술과 고미술 포함
출처 : 아트바젤& UBS, p. 97, © Arts Economics (2017)

2) 주요 국가별 경매시장 점유율³⁵⁾

[그림] A1-8과 같이 미국, 중국, 영국 세 국가의 총 경매시장 점유율(작품판매금액 기준)은 전년 대비 1% 감소한 84%임.

미국에 비해 초고가 시장이 안정적으로 유지된 중국시장이 34%를 차지하였으며 영국은 전년과 유사한 18%를 차지하였는데 이는 전체 유럽시장을 기준으로 할 때 30%에 해당하는 점유율임.

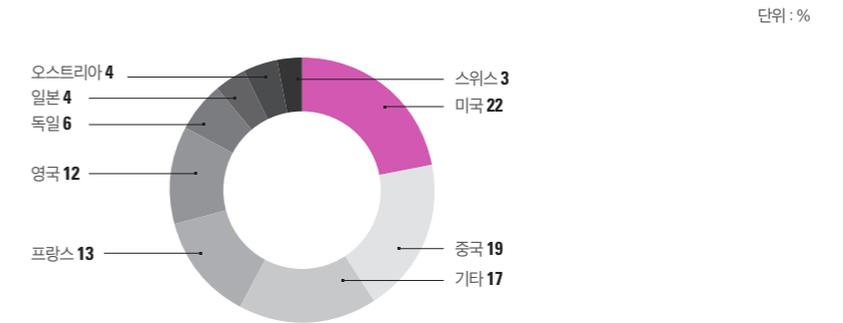
그림 A1-8 주요 국가별 경매시장 현황 - 작품 판매액 기준



주 : 순수미술, 장식미술 등을 포함한 경매 작품 판매액 기준
출처 : 아트바젤& UBS, p. 99, © Arts Economics (2017)

[그림] A1-9을 보면, 국가별 순수 미술 경매시장의 거래 건수는 미국이 전년대비 2%p 상승한 22%로 1위임. 중국은 전년 대비 6%p 상승한 19%로 2위, 프랑스는 전년대비 2%p 상승, 13%를 차지하면서 12%를 차지한 영국보다 약간 높은 점유율을 보임.

그림 A1-9 국가별 순수미술품 경매시장 - 거래건수 기준



주 : 장식미술품을 제외한 순수미술품(Fine Art)의 경매 거래건수 기준
출처 : 아트바젤& UBS, p. 100, © Arts Economics (2017)

32) 2015년 세계 경매시장 규모는 아트프라이스(artprice.com)의 자료를 바탕으로 작성, 2016년은 아트바젤&UBS 보고서를 기준으로 작성함.

33) 아트마켓 2017 아트바젤& UBS 보고서, p. 26

34) 경매사의 개인판매(private sale)와 온라인 판매는 제외함

35) 2015년은 아트프라이스(artprice.com)의 조사를 기준으로 하였으나, 데이터 미제공 관계로 2016년은 아트바젤&UBS 보고서를 바탕으로 작성하였음.

3) 작품 시대별 경매시장 규모

[그림] A1-10과 같이 '전후 및 현대미술' 이 작품 판매액, 거래 건수 기준으로 각 52%, 37%를 차지하며, 순수미술 경매시장 중 가장 높은 비중을 차지함.

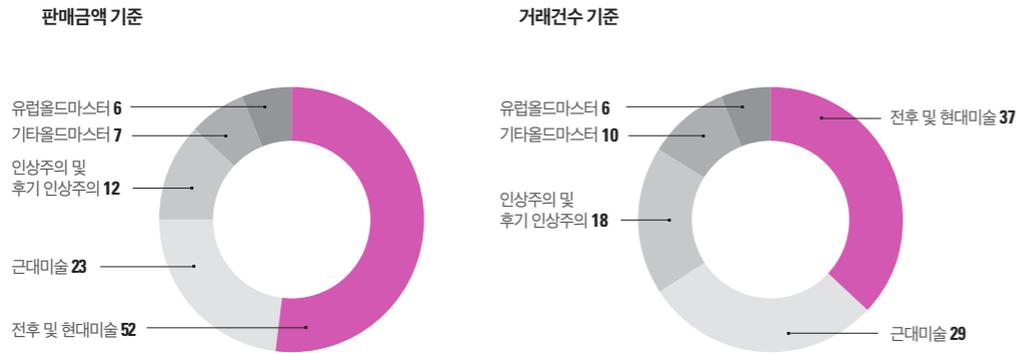
'전후 및 현대미술'이 작년 47%에서 5%p 상승한 52%로 판매액 상승이 두드러졌으나 상대적으로 '근대미술'은 작년 31%에서 23%로 8%p 감소함.

한편, 거래 건수는 '전후 및 현대미술' 이 전년 41% 대비 4%p 감소한 37%이며, 근대미술은 전년도와 비슷한 29%임.

이는 '전후 및 현대미술' 작품이 1점당 낙찰금액이 다른 부문 대비 상대적으로 높았음을 보여줌.

그림 A1-10 시대별 미술품 경매 판매액

단위: %



주 : 장식미술품을 제외한 순수미술품(Fine Art)의 경매 판매액 기준
출처: 아트바젤& UBS 보고서, p. 150, © Arts Economics (2017)

4) 경매사별 경매시장 현황³⁶⁾

[표] A1-5와 같이 작품 판매액 기준으로 작년에 이어 크리스티(35,461억 원)와 소더비(33,533억 원)가 각각 1위와 2위를 차지함.

전년대비 작품 판매액이 크리스티는 약 22,223억 원(\$1.914B), 소더비는 약 18,902억 원(\$1.682B) 크게 감소하였으나, 상대적으로 중국 경매사의 전년대비 감소폭은 크지 않음.

전년과 같이 2016년에도 6개의 중국 경매사가 10위권 내 포함되었는데, 상하이 자허(Shanghai Jiahe), 베이징 한하이(Beijing Hanhai)는 순위에서 제외되고, 홀리 인터내셔널(Holly International)과 중홍신 인터내셔널(Zhong Hong Xin International Auction)이 신규 진입하였음.

표 A1-5 세계 경매시장 상위 10위 (2016년) - 작품판매액 기준

순위	경매사	판매금액	낙찰건수(건)
1	크리스티 Christie's	약 35,461억원 \$3.054B	16,243
2	소더비 Sotheby's	약 33,533억원 \$2.888B	13,945
3	폴리 인터내셔널 Beijing Poly International Auction 北京保利国际拍卖有限公司	약 11,482억원 \$0.989B	9,398
4	차이나 가디언 China Guardian Auctions 中国嘉德国际拍卖	약 7,072억원 \$0.609B	6,648
5	베이징 카운실 Beijing Council International Auction 北京匡时国际拍卖有限公司	약 6,407억원 \$0.552B	3,879
6	필립스 Phillips	약 4,021억원 \$0.346B	3,269
7	시링 인쉐 Xiling Yinshe Auction 西泠印社	약 2,049억원 \$0.176B	4,341
8	본햄스 Bonhams	약 1,687억원 \$0.145B	6,818
9	홀리 인터내셔널 Holly International	약 1,430억원 \$0.123B	1,470
10	중홍신 인터내셔널 Zhong Hong Xin International Auction 中鸿信国际拍卖有限公司	약 1,049억원 \$0.090B	986

주 : 순수미술품(Fine Art) 경매기준
출처 : 아트프라이스 미술시장 보고서 2016
(<https://www.artprice.com/artprice-reports/the-art-market-in-2016/general-market-consolidation>)

36) 순수미술경매시장(Fine Art Auction Market)을 분석 한 아트프라이스 2016년 미술시장 보고서 기준

표 A1-6 세계 경매시장 상위 10위 (2015년) - 작품판매액 기준

순위	경매사	판매금액	낙찰건수(건)
1	크리스티 Christie's	약 56,216억원 \$4.968B	19,238건
2	소더비 Sotheby's	약 51,713억원 \$4.570B	14,805건
3	폴리 인터내셔널 Beijing Poly International Auction 北京保利国际拍卖有限公司	약 9,427억원 \$0.833B	9,922건
4	차이나 가디언 China Guardian Auctions 中国嘉德国际拍卖	약 6,257억원 \$0.553B	7,695건
5	필립스 Phillips	약 4,498억원 \$0.397B	3,311건
6	베이징 카운실 Beijing Council International Auction 北京匡时国际拍卖有限公司	약 3,327억원 \$0.294B	3,720건
7	상하이 자허 Shanghai Jiahe Auction 上海嘉禾	약 1,818억원 0.160B	1,893건
8	시링 인셰 Xiling Yinshe Auction 西泠印社	약 2,257억원 0.199B	3,140건
9	베이징 한하이 Beijing Hanhai art Auction 北京翰海拍卖有限公司	약 1,672억원 0.147B	4,492건
10	본햄스 Bonhams	약 1,619억원 0.143B	8,949건

출처 : 아트프라이스 미술시장 보고서 2015

5) 세계 경매시장 상위 10위 낙찰 작가³⁷⁾

[표] A1-7과 같이 낙찰총액 기준(좌)으로 전년도 1위인 '피카소'를 제치고 중국 작가 '장 다치엔(장대천)'이 낙찰총액 약 4,120억 원으로 1위에 올랐음.

개별 작품 중 최고 낙찰작(우) 또한 '피카소'에서 '클로드 모네'의 <건축도미>로 2016년 11월 16일 크리스티 뉴욕 경매에서 약 946억 원에 낙찰되었음.

2015년에는 낙찰총액 기준 10위(좌) 내 중국 작가가 없었던 것에 반해, 2016년에는 '장 다치엔, 치바이스, 우 관중, 푸 바오스, 취루 조우' 5명이 등재되었음.

37) 순수미술경매시장(Fine Art Auction Market)을 분석 한 아트프라이스 2016년 미술시장 보고서 기준

38) <https://www.artprice.com/artprice-reports/the-art-market-in-2016/top-500-artists-by-auction-revenue-2016/top-500-1-to-50/>

39) <https://www.artprice.com/artprice-reports/the-art-market-in-2016/top-100-auction-performances-in-2016>

표 A1-7 세계 경매시장 상위 10위 낙찰 작가 현황 (2016년)

낙찰총액 기준 ³⁸⁾			개별 작품 낙찰금액 기준 ³⁹⁾		
순위	작가명	낙찰총액	순위	작가명	작품명 경매일자 및 장소 낙찰금액
1	장 다치엔(장대천) Zhang Daqian (1899-1983)	약 4,120억원 \$354,813,562	1	클로드 모네 Claude Monet (1840-1926)	건축도미 Meule (1891) 11월 16일 크리스티 뉴욕 약 946억원 \$81,447,500
2	파블로피카소 Pablo Picasso (1881-1973)	약 3,758억원 \$323,642,744	2	빌렘 데 쿠닝 Willem de Kooning (1904-1997)	무제 Untitled XXV (1977) 11월 15일 크리스티 뉴욕 약 770억원 \$66,327,500
3	치 바이스(제백석) Qi Baishi (1864-1957)	약 2,672억원 \$230,082,436	3	파블로피카소 Pablo Picasso (1881-1973)	무제 Untitled XXV (1977) 11월 15일 크리스티 뉴욕 약 770억원 \$66,327,500
4	우 관중 Wu Guanzhong (1919-2010)	약 2,291억원 \$197,341,070	4	페테르 파울 루벤스 Peter Paul Rubens (1577-1640)	앉아 있는 여인Femme assise (1909) 6월 21일 소더비 런던 약 734억원 \$63,220,336
5	게르하르트 리히터 Gerhard Richter (b.1932)	약 2,200억원 \$189,511,141	5	장 미셸 바스키아 Jean-Michel Basquiat (1960-1988)	롯과 두 딸 Lot and his Daughters 7월 7일 크리스티 런던 약 674억원 \$58,077,955
6	클로드 모네 Claude Monet (1840-1926)	약 2,058억원 \$177,233,626	6	아메데오 모딜리아니 Amedeo Modigliani (1884-1920)	무제 Untitled (1982) 5월 10일 크리스티 뉴욕 약 665억원 \$57,285,000
7	장 미셸 바스키아 Jean-Michel Basquiat (1960-1988)	약 1,991억원 \$171,479,335	7	에드바르 뭉크 Edvard Munch (1863-1944)	스카프를 두른 잔 에뷔테른 Jeanne Hébuterne (au foulard) (1919) 6월 21일 소더비 런던 약 653억원 \$56,265,500
8	앤디워홀 Andy Warhol (1928-1987)	약 1,896억원 \$163,298,379	8	런 런파 (임인발) REN Renfa (1255-1327)	말 위의 술 취한 다섯명의 왕Five Drunken Kings Return on Horses 12월 4일 폴리 인터내셔널 베이징 약 513억원 \$44,149,512
9	푸 바오스 Fu Baoshi (1904-1965)	약 1,837억원 \$158,209,076	9	취루 조우 Cui Ruzhuo (b.1944)	4,492건설산 The Grand Snowing Mountains (2013) 4월4일 폴리옥션 홍콩 약 460억원 \$39,577,200
10	취루 조우 Cui Ruzhuo (b.1944)	약 1,412억원 \$121,614,730	10	싸이 톰블리 Cy Twombly (1928-2011)	무제 (뉴욕) Untitled (New York City) (1968) 5월 11일 소더비 뉴욕 약 426억원 \$36,650,000

[표] A1-8과 같이 세계 '현대미술 경매' 낙찰총액 기준(좌) 1위 작가는 '장 미셸 바스키아'로 작년 약 1,458억 원 대비 3배가 증가한 약 3,640억 원을 기록함.

개별 작품 낙찰가(우) 1위 또한 '바스키아'로 2017년 5월 <Untitled (1982)> 이 소더비 뉴욕에서 약 1,283억 원에 낙찰됨. 이는 작년 현대미술품 개별 최고가인 약 371억 원 대비 3배가 높은 수치임. 이와 같이 천억 원대를 넘어선 '바스키아(1960~1988)'의 경매 결과는 미술시장에서 현대미술의 가치를 재평가하는 계기를 만들.

낙찰총액(좌)에서 신규 등재된 작가는 3명으로 '루돌프 스팅겔, 마크 그로잔, 요시토모 나라' 가 있으며, 개별 낙찰가(우)에서도 '마크 그로잔, 루돌프 스팅겔' 이 10위권 내 새롭게 진입함.

표 A1-8 세계 현대미술 경매시장 상위 10위 낙찰 작가 현황(2016년 7월~2017년 6월)⁴⁰⁾

낙찰총액 기준 ⁴¹⁾			개별 작품 낙찰액 기준 ⁴²⁾		
순위	작가명	낙찰총액 낙찰건수	순위	작가명	작품명 낙찰일시 및 장소 낙찰금액
1	장 미셸 바스키아 Jean-Michel Basquiat (1960-1988)	약 3,640억원 \$313,520,830 98건	1	장 미셸 바스키아 Jean-Michel Basquiat (1960-1988)	Untitled (1982) 2017년 5월 18일 소더비 뉴욕 약 1,283억원 \$110,487,500
2	피터 도이그 Peter Doig (b. 1959)	약 704억원 \$60,651,662 40건	2	장 미셸 바스키아 Jean-Michel Basquiat (1960-1988)	La Hara(1981) 2017년 5월 17일 크리스티 뉴욕 약 406억원 \$34,967,500
3	크리스토퍼 울 Christopher Wool (b.1955)	약 611억원 \$52,622,505 45건	3	피터 도이그 Peter Doig (b. 1959)	Rosedale(1991) 2017년 5월 18일 필립스 뉴욕 약 335억원 \$28,810,000
4	루돌프 스팅겔 Rudolf Stingel (b.1956)	약 598억원 \$51,539,840 28건	4	크리스토퍼 울 Christopher Wool (b.1955)	Untitled(1988) 2017년 5월 17일 크리스티 뉴욕 약 199억원 \$17,159,500
5	마크 그로잔 Mark Grotjahn (b.1968)	약 453억원 \$39,046,320 17건	5	마크 그로잔 Mark Grotjahn (b.1968)	Untitled(S III Released to France Face 43.14)(2011) 2017년 5월 17일 크리스티 뉴욕 약 195억원 \$16,767,500
6	리처드 프린스 Richard Prince (b.1949)	약 418억원 \$36,020,684 56건	6	피터 도이그 Peter Doig (b. 1959)	Cobourg 3+1 More(1994) 2017년 5월 7일 크리스티 런던 약 180억원 \$15,515,147

40) 순수현대미술경매를 분석한 아트프라이스 2017년 현대미술시장 보고서 기준

41) www.artprice.com/artprice-reports/the-contemporary-art-market-report-2017/top-500-contemporary-artists/top-500-contemporary-artists-1-to-50/

42) www.artprice.com/artprice-reports/the-contemporary-art-market-report-2017/current-trends

낙찰총액 기준 ⁴¹⁾			개별 작품 낙찰액 기준 ⁴²⁾		
순위	작가명	낙찰총액 낙찰건수	순위	작가명	작품명 낙찰일시 및 장소 낙찰금액
7	요시토모 나라 Yoshitomo Nara (b. 1959)	약 417억원 \$35,878,411 (233건)	7	장 미셸 바스키아 Jean-Michel Basquiat (1960-1988)	Untitled(One Eyed Man Or Xerox Face) (1982) 2017년 3월 8일 소더비 런던 약 170억원 \$14,607,319
8	키스 헤링 Keith Haring (1958-1990)	약 404억원 \$34,823,067 (350건)	8	정판쯔 Zeng Fanzhi (b.1964)	Mask Series 1996 No.6 (1996) 2017년 4월 3일 폴리옥션 홍콩 약 157억원 \$13,516,074
9	정판쯔 Zeng Fanzhi (b.1964)	약 361억원 \$31,099,780 (23건)	9	루돌프 스팅겔 Rudolf Stingel (b.1956)	Untitled(After Sam)(2006) 2017년 5월 17일 크리스티 뉴욕 약 123억원 \$10,551,500
10	데미안 허스트 Damien Hirst (b.1965)	약 349억원 \$30,071,188 (268건)	10	크리스토퍼 울 Christopher Wool (b.1955)	Untitled(2007) 2017년 3월 8일 소더비 런던 약 101억원 \$8,704,602

주 : 순위 기준 (좌) 1년간 총 낙찰가 합계 (우) 1점당 낙찰 최고가
출처: 아트프라이스 2017년 현대미술시장 보고서

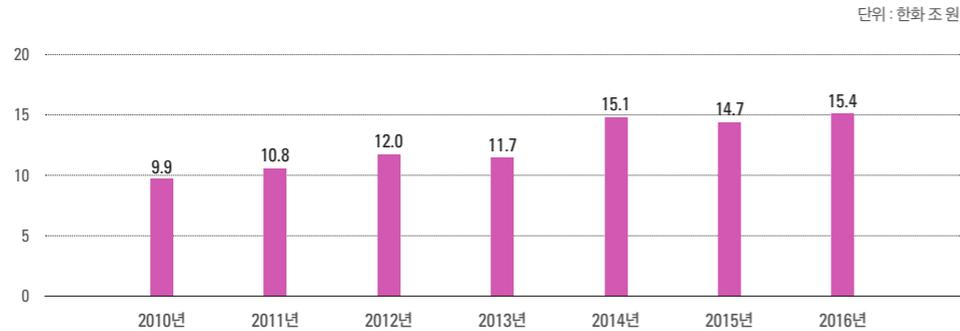
3 세계 아트페어 현황

1) 아트페어 작품판매 규모

[그림] A1-11과 같이 2016년 아트페어 판매액은 전년 대비 약 5% (약 7조원) 상승한 약 15.4조 원(\$13.3B)을 기록함. 이는 2010년 이후 약 57% 상승한 것임.

작년 대비 판매액 증가는 딜러들의 아트페어 참여 증가 때문으로 분석됨. 2016년 딜러들은 평균 5개 아트페어에 참가(국내 3, 해외 2)하는 것으로 집계됨.

그림 A1-11 연간 아트페어 작품판매액 추이 (2010년~2016년)



주 : 아트페어를 통한 딜러의 작품 판매액
출처 : 아트바젤& UBS, p. 53

2) 세계 아트페어 개최 현황

● 아시아 및 중동지역

표 A1-9 아시아 및 중동지역 주요 아트페어 현황

국가	지역	아트페어명	홈페이지	개최월		
대만	타이베이	Art Revolution Taipei	www.arts.org.tw	4월		
		Young Art Taipei	www.youngarttaipei.com	4월		
		Formosa Art Show	www.art-formosa.com	5월		
		Art Taipei	art-taipei.com	11월		
말레이시아	쿠알라룸푸르	Art Expo Malaysia Plus	artexpomalaysia.com	10월		
방글라데시	다카	Dhaka Art Summit	www.dhakaartsummit.org	2월		
싱가포르	싱가포르	Art Apart Fair	www.artapartfair.com	1월		
		Singapore Contemporary Art Show	singaporecontemporary.com/home/en/	1월		
		ART STAGE SINGAPORE	artstagesingapore.com	1월		
		Bank Art Fair	www.bankartfair.com	11월		
		SPOT ART	www.spotart.sg	11월		
		Affordable Art Fair -Singapore	affordableartfair.com/singapore	11월		
		인도	뉴델리	India Art Festival	www.indiaartfestival.com	1월
		뉴델리	India Art Fair	www.indiaartfair.in	2월	
		뭄바이	India Art Festival	www.indiaartfestival.com	10월	
인도네시아	족자카르타	ART JOG	www.artjog.co.id	5월		
	자카르타	ART STAGE JAKARTA	www.artstagesingapore.com/jakarta/home.html	8월		
일본	나고야	Art NAGAYA	artnagoya.jp	2월		
	도쿄	ART FAIR TOKYO	artfairtokyo.com	3월		
		TOKYO international art fair	www.tokyoartfair.com/	5월		
	오사카	ART OSAKA	artosaka.jp	7월		
이란	테헤란	Tehran Art Fair	tehranartfair.com	11월		
이스라엘	텔아비브	Fresh Paint Contemporary Art Fair	www.freshpaint.co.il/en	3월		
중국	베이징	Art beijing	www.artbeijing.net	5월		
		CIGE(China International Gallery Exposition)	www.cige-bj.com	9월		
	상하이	PHOTO FAIRS	www.photoshanghai.org/en	9월		
		Art In The City Festival	artinthecity.cn/en/map/city/shanghai.html	9월		
		Shanghai Art Fair	www.sartfair.com	11월		
		West Bund Art & Design	www.westbund.com/cn	11월		
		ART 021	www.art021.org	11월		
	홍콩	Asia Contemporary Art Show	www.asiacontemporaryart.com/home/main/en	3월/9월		
		Art Central	artcentralhongkong.com	3월		
		Art Basel Hong Kong	www.artbasel.com/hong-kong	3월		
		Affordable Art Fair Hong Kong	affordableartfair.com/hongkong	5월		
필리핀	마닐라	Fine Art Asia	www.fineartasia.com	10월		
	마카티	Art Fair Philippines	www.artfairphilippines.com/artfairph2017	2월		

국가	지역	아트페어명	홈페이지	개최월
한국	부산	ART BUSAN	artbusankorea.com/2016/ko/home	5월
	서울	KIAF (Korea International Art Fair)	kiaf.org/2016/ko/home	10월
	대구	DaeGu Art Fair	www.daeguartfair.com	11월
레바논	베이루트	Beirut Art Fair	www.beirut-art-fair.com	9월
아랍 에미리트	두바이	ART Dubai	www.artdubai.ae	3월
		SIKKA Art Fair	www.dubaiculture.gov.ae/en/Our-Initiative/Pages/sikka-art-fair.aspx/en/Pages/default.aspx	3월
	아부다비	World Art Dubai	www.worldartdubai.com/	4월
		Abu Dhabi Art	www.abudhabiart.ae	11월

출처 : 아트페어 개별 홈페이지

● 미주 및 남미지역

표 A1-10 미주 및 남미지역 주요 아트페어 현황

국가	지역	아트페어명	홈페이지	개최월
미국	LA	LA Art Show	laartshow.com	1월
		Art Los Angeles Contemporary	artlosangelesfair.com	1월
		photo LA	www.photola.com	1월
	뉴욕	Outsider Art Fair	outsiderartfair.com/fair/1651	1월
		Armory show	www.thearmoryshow.com	3월
		ADAA The Art Show	www.artdealers.org/the-art-show/information	3월
		Art on paper	thepaperfair.com/ny	3월
		PULSE Contemporary Art Fair New York	pulse-art.com/new-york	3월
		Scope New York	scope-art.com/shows/new-york-2016/about	3월
		Asia Art Fair New York	theasiaartfair.com	3월
		VOLTA NY	ny.voltashow.com/about	3월
		Clio Art Fair	www.clioartfair.com	3월
		SPRING/BREAK Art Show	www.springbreakartshow.com	4월
		Artexpo New York	artexponewyork.com	4월
		The AIPAD Photography show	www.aipad.com	5월
		Art New York	www.artnyfair.com	5월
		Nada Art Fair New York	www.newartdealers.org/fairs/2017/new-york	5월
		Frieze New York	frieze.com/fairs/frieze-new-york	5월
		1:54 Contemporary African Art Fair	1-54.com/new-york	5월
		ArtHamptons NY	www.arthamptons.com	6월
	Market Art + Design	artmarkethamptons.com	7월	
	Affordable Art Fair - New York	affordableartfair.com/newyork	9월	
	NY Art Book Fair	nyartbookfair.com	9월	
	The Salon Art + Design	www.thesalonnny.com	11월	
	IFPDA Print Fairs	www.ifpda.org/content/print-fair	11월	
	달라스	Dallas Art Fair	dallasartfair.com	4월

국가	지역	아트페어명	홈페이지	개최월
미국	마이애미	Art Wynwood	artwynwood.com	2월
		Aqua Art Miami	www.aquartmiami.com	11월
		Art Miami	www.artmiamifair.com	11월
		CONTEXT Art Miami	www.contextartmiami.com	11월
		Miami Project	miami-project.com	11월
		SCOPE Miami Beach	scope-art.com/shows/miami-beach-2017/about	11월
		Concept art fair	nextlevelfairs.com/concept	11월
		Design Miami/	miami2016.designmiami.com	11월
		PINTA Miami	www.pintamiami.com	11월
		UNTITLED. Miami Beach	www.art-untitled.com	11월
		X Contemporary	xcontemporaryart.com	11월
		Art Basel Miami Beach	artbasel.com/en/Miami-Beach	12월
		NADA Miami Beach	newartdealers.org	12월
		Pulse Miami Beach	pulse-art.com/miami	12월
		INK Miami Art Fair	inkartfair.com	12월
		Red Dot Art Fair	reddotmiami.com	12월
		Miami River Art Fair	miamiriverartfair.com	12월
		SPECTRUM miami	spectrum-miami.com	11월
		벨뷰	Bellevue Art Museum Arts Fair	www.bellevuearts.org/fair
	볼티모어	Baltimore Summer Antiques Show	www.baltimoresummershow.com	8월
	산타페	Art Santa Fe	www.artsantafe.com	7월
		Antique Indian Art Show	www.antiqueindianartshow.com	8월
	샌디에이고	Art San Diego	art-sandiego.com	9월
	샌프란시스코	UNTITLED. San Francisco	www.art-untitled.com/san-francisco	1월
		PHOTO FAIRS San Francisco	photosanfrancisco.org	1월
		artMRKT San Francisco	artmarketsf.com	4월
		Art Silicon Valley / San Francisco	www.artsvfair.com	10월
	시애틀	Seattle Art Fair	seattleartfair.com	8월
	시카고	Expo Chicago	expoichicago.com	9월
		Sculpture Objects Functional Art + Design Fair (SOFA CHICAGO)	sofaexpo.com	11월
아스펜	Art Aspen	www.art-aspen.com	8월	
텍사스	Houston Fine Art Fair	www.houstonartfair.com	9월	
	Texas Contemporary	txcontemporary.com	9월	
멕시코	멕시코시티	Material Art Fair	material-fair.com	2월
	상파울로	SP-Arte	www.sp-arte.com/en/foto	8월
	멕시코시티	Zona Maco - Foto 2016	zsonamaco.com	9월
아르헨티나	부에노스 아이레스	Buenos Aires Photo	buenosairesphoto.com	10월
칠레	산티아고	Feria Ch.ACO	www.chaco.cl	10월
콜롬비아	보고타	ARTBO	www.artbo.co/portal/default.aspx	10월
캐나다	토론토	Toronto Art Expo	torontoartexpo.com	10월
		Art Toronto	www.arttoronto.ca	10월

출처 : 아트페어 개별 홈페이지

표 A1-11 유럽지역 주요 아트페어 현황

국가	지역	아트페어명	홈페이지	개최월	
그리스	아테네	Art Athina	www.artathina.gr	5월	
네덜란드	로테르담	Art Rotterdam	www.artrotterdam.com	2월	
		TEFAF Maastricht	tefaf.com	3월	
	마스트리흐트	YIA ART FAIR Maastricht	yia-artfair.com	3월	
		Affordable Art Fair-Maastricht	affordableartfair.com/maastricht	4월	
		암스테르담	Unseen Photo Fair	www.unseenamsterdam.com	9월
덴마크	코펜하겐	Affordable Art Fair-Amsterdam	affordableartfair.com/amsterdam	10월	
		Art Copenhagen	artcopenhagen.dk	8월	
		CHARTARTFAIR	chartartfair.com	8월	
독일	뒤셀도르프	Art Cologne	www.artcologne.de/ART-COLOGNE/index.php	4월	
		Dusseldorf / Cologne-Open Galleries 2016	dc-open.de	9월	
	칼스루에	Art Karlsruhe	www.art-karlsruhe.de/	2월	
		베를린	Gallery Weekend Berlin	www.gallery-weekend-berlin.de	4월
	Paper Positions Berlin		paperpositions.com/en/berlin/	4월	
	Abc art berlin contemporary		www.artberlincontemporary.com	9월	
	Berliner Liste		berliner-liste.org	9월	
	Positions Berlin		positions.de	9월	
	Friends with Books: Art Book Fair Berlin		friendswithbooks.org	12월	
	뮌헨		Paper Positions Munich	www.paperpositions.com/en/munich/	10월
	슈투트가르트		Art-Stuttgart	www.art-stgt.de	6월
	카셀	2. Kunstmesse Kassel	www.2016.kunstmesse-kassel.de/	10월	
	켈른	Art Cologne	www.artcologne.de/ART-COLOGNE/index.php	4월	
		Cologne Fine Art	www.colognefineart.com/Cologne-Fine-Art/index-2.php	11월	
	함부르크	Affordable Art Fair Hamburg	affordableartfair.com/hamburg	11월	
	러시아	모스크바	Cosmoscow 2016	cosmoscow.com	9월
	리투아니아	빌뉴스	Art Vilnius	www.artvilnius.com	6월
	모나코공국	모나코	Art Monaco	www.artmonaco.com	7월
			Eaf/monaco	eafmonaco.com/	9월
	벨기에	브뤼셀	Affordable Art Fair -Brussels	affordableartfair.com/brussels	2월
YIA ART FAIR BRUSSELS			yia-artfair.com	4월	
Independent Brussels			www.independenthq.com	4월	
Art Brussels			www.artbrussels.com	4월	
Art Nocturne Knocke-International Art and Antiques Fair			www.artnocturneknocke.be	8월	
Accessible Art fair 2016 Brussels			www.accessibleartfair.com/	9월	
스웨덴			스톡홀름	Affordable Art Fair stockholm	affordableartfair.com/stockholm
스위스	바젤	Art Basel	www.artbasel.com	6월	
		Design Basel	basel2016.designmiami.com	6월	
		Liste	www.liste.ch	6월	
		Scope Basel	scope-art.com/shows/basel-2016/about	6월	
		VOLTA Basel	voltashow.com/about	6월	
	제네바	Artgenève	artgeneve.ch	1월	

국가	지역	아트페어명	홈페이지	개최월	
스위스	취리히	Art International Zurich 2016	art-zurich.com	9월	
		Kunst Zürich	kunstzuerich.ch	10월	
스페인	마드리드	ARCO madrid International Contemporary Art Fair	www.ifema.es/arcomadrid_06	2월	
		Art Madrid	art-madrid.com	2월	
		SUMMA Contemporary Art Fair	summacontemporary.com	9월	
		Estampa 2016	www.estampa.org	9월	
	바르셀로나	Loop Fair	loop-barcelona.com	5월	
		Swab Barcelona	swab.es	9월	
		Barcelona International Art Fair	www.bcnartfair.com/	12월	
	세비야	S.A.C.O. International Contemporary Art Fair in Sevilla	www.artsevilla.es	11월	
	영국	런던	London Art Fair	londonartfair.co.uk	1월
			Crafts Council	www.craftscouncil.org.uk	2월
1:54 Contemporary African Art Fair			1-54.com/london	5월	
London Original Print Fair			londonoriginalprintfair.com	5월	
Art 16 London			www.artfairslondon.com	5월	
Photo London			photolondon.org	5월	
Affordable Art Fair Hampstead			affordableartfair.com/hampstead	6월	
20/21 British Art Fair			britishartfair.co.uk	6월	
The Art & Antiques Fair, Olympia			www.olympia-art-antiques.com	6월	
Affordable Art Fair Bristol			affordableartfair.com/bristol	9월	
맨체스터		PAD London Art + Design	pad-fairs.com	10월	
		CROSSROADS The London Art Show	crossroadsart.net	10월	
		Frieze Art Fair London	frieze.com/fairs/frieze-london	10월	
		Frieze Masters London	frieze.com/fairs/frieze-masters	10월	
		SUNDAY Art Fair	www.sundayartfair.com	10월	
		Zoo Art Fair	http://www.zooartfair.com	10월	
		Affordable Art Fair Battersea, London	affordableartfair.com/battersea	10월	
		The Manchester Contemporary	themanchestercontemporary.co.uk	9월	
		Chester Arts Fair	www.chesterartsfair.co.uk	9월	
		Edinburgh Art Fair	www.artedinburgh.com	11월	
오스트리아	도른비른	Art Bodensee	www.artbodensee.info	7월	
		Art Austria	Art-austria.info/	3월	
		Vienna contemporary	www.viennacontemporary.at/en	9월	
인스브루크	인스브루크	VIENNA FAIR	www.viennafair.at	10월	
		ART Innsbruck	www.art-innsbruck.at/index.php/en	12월	
이탈리아	밀라노	Affordable Art Fair Milano	affordableartfair.com/milano	2월	
		Miart	miart.it	3월	
		Mia Photo Fair	www.miafair.it/	4월	
	베로나	Art Verona	www.artverona.it/en/home-en	10월	
	베르가모	Bergamo Arte Fiera	www.bergamoartefiera.it	11월	
	크레모나	Arte Cremona	artecremona.it	3월	
	토리노	ARTISSIMA	www.artissima.it	11월	
	파도바	파도바	Arte Genova	artegenova.com	2월
			Arte Padova	www.artepadova.com	11월

국가	지역	아트페어명	홈페이지	개최월
체코	프라하	Art Prague	www.artprague.cz	3월
		Prague Photo	praguefoto.cz	4월
터키	이스탄불	Contemporary Istanbul Art Fair	contemporaryistanbul.com	11월
포르투갈	리스본	Arco Lisboa	www.arco.ifema.es	5월
프랑스	릴	Art Up Lille	lille.art-up.com	2월
		Art-O-Rama Marseille	art-o-rama.fr/en	8월
	스트라스부르	St-art	www.st-art.com/	11월
		파리	PAD Paris Art + Design	www.pad-fairs.com/paris/fr
	Drawing Now Paris	www.drawingnowparis.com	3월	
	Art Paris Art Fair	www.artparis.com/en	3월	
	Art Elysees	artelysees.fr	10월	
	Salon Zürcher Paris	galeriezurcher.com	10월	
	Paris Internationale	parisinternationale.com	10월	
	ASIA NOW - Paris Asian Art Fair	www.asianowparis.com	10월	
	YIA ART FAIR - Paris	yia-artfair.com	10월	
	Outsider Art Fair Paris	outsiderartfair.com	10월	
	Slick Art Fair	slickartfair.com	10월	
	FIAC Paris	www.fiac.com/paris	10월	
Foire Internationale d'Art Contemporain	www.fiac.com	10월		
Paris Photo	www.parisphoto.com/paris	11월		
Fotofever artfair Paris	www.fotofever.com	11월		

출처 : 아트페어 개별 홈페이지

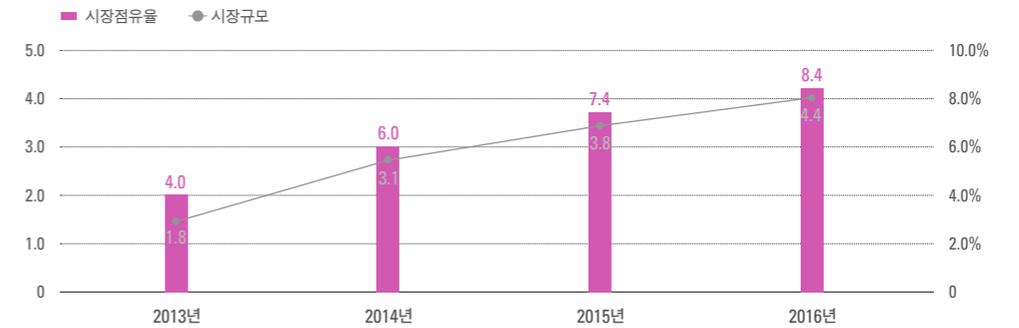
4 온라인 미술시장

1) 온라인 미술시장 규모⁴³⁾

[그림] A1-12과 같이 온라인 미술시장은 매년 성장을 하고 있으며, 2016년도에는 전체 세계 미술시장에서 최근 4년간 가장 높은 점유율인 8.4%를 나타냄. 시장 규모는 전년 대비 약 0.6조 원 증가한 4.4조 원(\$3.8B)을 기록함.

그림 A1-12 온라인 미술시장 규모 추이(2013년~2016년)

단위: 시장점유율 (%), 시장규모 (한화 조원)

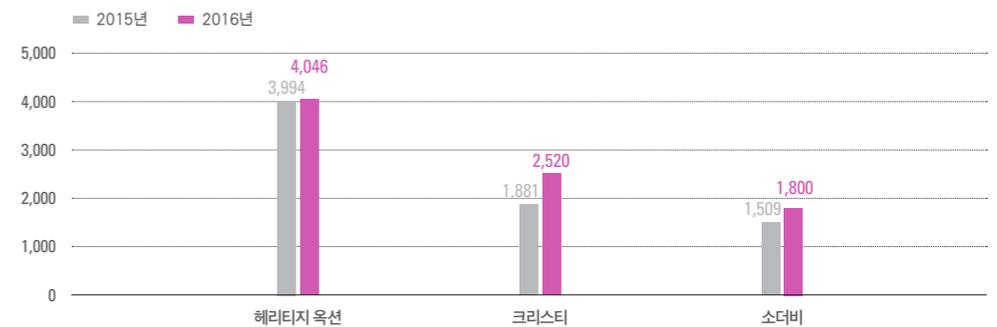


출처 : 히스콕스 온라인 아트 트레이드 리포트 2017, p. 7

[그림] A1-13과 같이 오프라인 경매와 온라인 판매를 병행하고 있는 전통적인 경매사인 '헤리티지 옥션, 크리스티, 소더비'의 온라인 경매 시장이 확대됨. 특히, 크리스티는 전년대비 약 1.3배 판매액이 증가하는 등 가장 높은 성장을 보여줌.

그림 A1-13 세계 주요 경매사의 온라인경매 작품판매액 (2015년 vs. 2016년)

단위: 한화 억 원



출처 : 히스콕스 온라인 아트 트레이드 리포트 2017, p. 13

43) 온라인 시장 규모는 추이 파악을 위해 지난 2013년부터 데이터를 집계한 히스콕스 온라인 아트 트레이드 리포트를 적용함. 아트바젤& UBS 보고서의 온라인 시장 규모는 5.7조 원(\$4.9B)로 아트바젤& UBS 보고서 집계가 히스콕스 대비 약 1.2조 원(\$1.05B) 높음.

2) 온라인 플랫폼 만족도

[표] A1-12은 미술시장 온라인 플랫폼에 대한 만족도 조사로 크리스티 온라인은 작년에 이어 올해도 미술품 구매자 만족도가 가장 높게 나타남. 전년에 4위였던 소더비는 2위에 등재되었으며, 2위였던 아트시는 3위로 떨어짐.

2016년 신규 등재된 온라인 플랫폼은 필립스옥션(온라인), 본햄스(온라인), 드루위츠 블룸즈버리 등으로 전통적인 경매사의 온라인 플랫폼에 대한 만족도가 전년 대비 높아진 것을 보여줌.

표 A1-12 미술시장 온라인 플랫폼의 방문자, 구매자, 만족도 등 순위

순위	회사	전년 대비 증감	방문자 순위	구매 순위	사용자 경험 순위	구매자 경험 순위	평균 순위
1	Christie's(online)* 크리스티(온라인)	0	3	2	1	3	2.3
2	Sotheby's(online)* 소더비(온라인)	+2	4	7	4	1	4.0
3	Artsy 아트시	-1	2	5	2	10	4.8
4	1stdibs 퍼스트딤스	+3	5	3	9	4	6.5
5	Artnet 아트넷	-2	1	1	6	18	4.0
6	PhillipsAuction(online)* 필립스옥션(온라인)	신규	11	12	3	2	7.0
7	Auctionata and Paddle8 옥셔네이트 앤 패들에잇	-2	6	6	5	13	7.5
8	SaatchiArt 사치아트	-2	7	8	10	5	7.5
9	Bonhams(online)* 본햄스(온라인)	신규	12	10	7	8	9.3
10	Invaluable 인밸류어블	+3	10	13	13	14	12.5
11	Barnebys 바네뷔스	+7	17	15	8	12	13.0
12	Artspace 아트스페이스	-4	9	14	18	19	15.0
13	Artfinder 아트파인더	+1	13	11	22	16	15.5
14	Amazon(Art) 아마존(아트)	+2	8	4	42	9	15.8
15	Saffronart 샤프론아트	0	21	21	17	6	16.3
16	Bukowskis Market	+4	28	20	12	7	16.8
17	LiveAuctioneers 라이브옥셔니어	신규	15	16	15	21	16.8
18	The-Saleroom 더-세일룸	-7	20	18	14	15	16.8
19	Dorotheum Online 도로테움 온라인	신규	22	24	16	11	18.3
20	Heritage Auctions 헤리티지옥션	-8	16	17	21	20	18.5

순위	회사	전년 대비 증감	방문자 순위	구매 순위	사용자 경험 순위	구매자 경험 순위	평균 순위
21	Drouot Live 드루오 라이브	+1	19	19	29	24	22.8
22	ArtSlant 아트슬랜트	-3	18	25	27	25	23.8
23	Dreweatts and Bloomsbury 드루위츠 블룸즈버리	신규	24	23	24	25	24.0
24	Ocula 오쿨라	+3	29	36	11	23	24.8
25	EbayArt 이베이아트	-15	14	9	44	34	25.3

주: 위 데이터는 758명의 미술품 구매자를 대상으로 설문조사 한 결과임. 방문자순위, 구매순위, 사용자 경험 순위 등 평균 순위로 정렬함. 전통적인 경매사(Traditional auction house)를 '*'로 표기함.

출처: 히스콕스 온라인 아트 트레이드 리포트 2017, p. 12

1 한국 작가의 해외경매 참가 현황⁴⁴⁾

1) 한국 작가 해외 경매 결과

[표] A2-1과 같이 2016년 출품된 총 468점 중 394점이 낙찰되어 한국작가 작품의 해외 경매 평균 낙찰률은 84%(394점/468점)이며, 한국 작가 해외 경매 낙찰총액은 약 984억 원으로 집계됨. [표] A2-1을 기준으로 가장 많은 한국 현대미술품이 거래되는 곳은 홍콩(약 851억 원)으로 전체 판매액의 86%를 차지함.

표 A2-1 경매사별 해외 경매 낙찰 결과(2016년)

순위		크리스티	소더비	필립스	본햄스	케이옥션(홍콩)	서울옥션(홍콩)	계
출품작품수(점)		65	69	27	6	114	187	468
낙찰작품수(점)		58	62	21	5	102	146	394
낙찰율(%)		89.23	89.86	77.78	83.33	89.47	78.07	(평균 낙찰율) 85
낙찰총액(원)		9,541,595,600 (약 95억 원)	20,417,494,298 (약 204억 원)	3,485,174,099 (약 35억 원)	972,668,488 (약 10억 원)	16,851,178,869 (약 169억 원)	47,087,991,061 (약 471억 원)	98,356,102,413 (약 984억 원)
홍콩 HKD		51,927,500	79,560,000	7,917,500	1,806,250	112,649,100	314,780,340	568,640,690
한화(원)		7,767,834,725	11,901,380,400	1,184,378,825	270,196,938	16,851,178,869	47,087,991,061	85,062,960,817
뉴욕 USD		72,500	3,027,250	678,625	605,000	-	-	4,383,375
한화(원)		84,180,475	3,514,970,248	787,958,274	702,471,550	-	-	5,089,580,546
밀라노 EUR		-	92,500	-	-	-	-	92,500
한화(원)		-	118,779,250	-	-	-	-	118,779,250
런던 GBP		1,074,250	3,104,250	961,875	-	-	-	5,140,375
한화(원)		1,689,580,400	4,882,364,400	91,512,837,000	-	-	-	8,084,781,800
파리 EUR		0(유찰)	-	-	-	-	-	0
한화(원)		0(유찰)	-	-	-	-	-	0

주 : 구매자 수수료 포함, 경매에 낙찰된 작가의 출생년도는 1929~1981년까지임.
출처 : 라이브 옥션 아트(Live Auction Art)

[표] A2-2와 같이 총 지역별 해외 경매 낙찰금액은 홍콩(851억 원), 런던(81억 원), 뉴욕(51억 원), 밀라노(1억 원) 순으로 출품 및 낙찰 작품 수와 비례하되, 홍콩이 타 지역 대비 월등히 높게 나타남.

한국 현대미술품의 해외경매 평균 낙찰가는 약 2.5억 원이며, 도시별로는 런던이 3.23억 원으로 가장 높음.

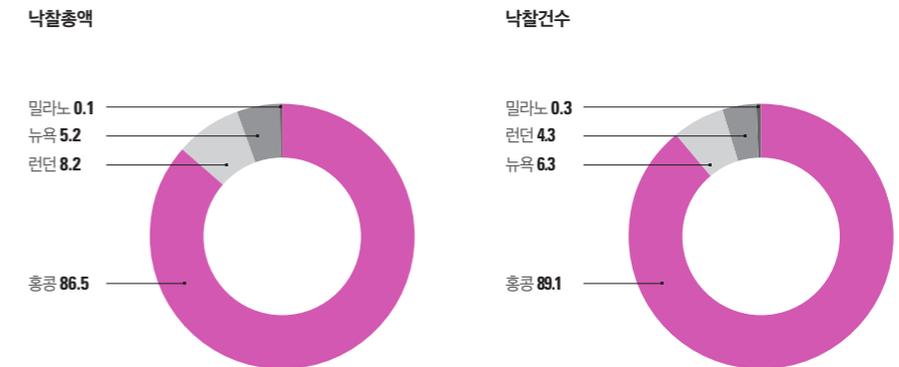
표 A2-2 지역별 해외 경매 낙찰 결과(2016년)

구분	홍콩	런던	뉴욕	밀라노	파리
출품 작품수(점)	417	29	20	1	1
낙찰 작품수(점)	351	25	17	1	0
낙찰율(%)	84.17	86.21	85.00	100.00	-
낙찰총액(원)	85,062,960,817 (약 851억 원)	8,084,781,800 (약 81억 원)	5,089,580,546 (약 51억 원)	118,779,250 (약 1억 원)	0
낙찰총액(해당지역 통화)	HKD 568,640,690	GBP 5,140,375	USD 4,383,375	EUR 92,500	EUR 0
평균 낙찰가(원)	242,344,618	323,391,272	299,387,091	118,779,250	-

주 : 평균 낙찰가=낙찰 총액/낙찰 작품 수, 구매자 수수료 포함, 경매에 낙찰된 작가의 출생년도는 1929~1981년까지임.
출처 : 라이브 옥션 아트(Live Auction Art)

그림 A2-1 지역별 한국작가 해외경매 낙찰현황(2016년)

단위: %



주 : (좌) 낙찰총액 (total= 98,356,102,413원) (우) 낙찰건수(n=394건)
경매에 낙찰된 작가의 출생년도는 1929~1981년까지임.
출처 : 라이브 옥션 아트(Live Auction Art)

44) 크리스티, 소더비, 필립스, 본햄스, 서울옥션, 케이옥션에서 2016년 1월 1일부터 2016년 12월 31일까지 진행된 경매 결과를 기준으로 하여 작성하였으며, 낙찰가는 구매자 수수료를 포함한 금액임.

2) 한국작가 해외경매 낙찰 상위 10위

[표]A2-3과 같이 2016년 총 1,734건의 해외경매 중 최고 낙찰가는 '김환기'의 <12-V-70 #172>로 2016년 11월 27일에 서울옥션 홍콩에서 약 73억 원(HKD 48,970,000)에 낙찰됨.

'김환기' 작품은 1위부터 5위까지 최고 낙찰가에 올랐으며, 10위권(공동 9위 3건, 총 11건)내 김환기는 6건, 그 외 이우환과 정상화가 각각 4건, 1건임.

낙찰 상위 10위 경매기록은 모두 홍콩에서 이루어졌는데, 서울옥션(홍콩)이 총 7건으로 가장 많음.

표 A2-3 한국작가 해외경매 낙찰가 상위 10위 (2016년)

순위	경매사	경매 년월	작가	작품명	사이즈 (cm)	추정가	낙찰가	낙찰가 (한화 원)
1위	서울옥션 홍콩	2016년 11월	김환기	12-V-70 #172	236x173	HKD 32,000,000 ~ 40,000,000	48,970,000	7,325,422,300
2위	서울옥션 홍콩	2016년 4월	김환기	Untitled	222x170.5	HKD 33,000,000 ~ 33,000,000	38,940,000	5,825,034,600
3위	서울옥션 홍콩	2016년 5월	김환기	Untitled 3-V-71 #203	215x152.2	HKD 20,000,000 ~28,000,000	35,400,000	5,295,486,000
4위	케이옥션 홍콩	2016년 3월	김환기	15-XII-72 #305	127x178	HKD 12,800,000 ~20,000,000	17,228,000	2,577,136,520
5위	크리스티 홍콩	2016년 11월	김환기	4-X-69 #121	168.9x88.9	HKD 10,000,000 ~12,000,000	12,060,000	1,804,055,400
6위	소더비 홍콩	2016년 10월	이우환	WITH WINDS	218x291	HKD 6,500,000 ~8,500,000	10,880,000	1,627,539,200
7위	소더비 홍콩	2016년 4월	이우환	FROM POINT	117x91.3	HKD 4,500,000 ~6,500,000	10,280,000	1,537,785,200
8위	서울옥션 홍콩	2016년 11월	김환기	22-VII-70 #184	84.5x59.5	HKD 6,200,000 ~9,000,000	9,440,000	1,412,129,600
공동 9위	서울옥션 홍콩	2016년 5월	정상화	Untitled 97-10-5	290x218.5	HKD 6,800,000 ~10,000,000	8,496,000	1,270,916,640
	서울옥션 홍콩	2016년 4월	이우환	With Winds	226.5x181	HKD 6,000,000 ~8,000,000	8,496,000	1,270,916,640
	서울옥션 홍콩	2016년 5월	이우환	With Winds	197.5x290	HKD 6,800,000 ~10,000,000	8,496,000	1,270,916,640

주 : 구매자 수수료 포함, 경매에 낙찰된 작가의 출생년도는 1929~1981년까지임.

출처 : 라이브 옥션 아트(Live Auction Art)

[표] A2-4와 같이 해외 경매에서 가장 많이 낙찰된 한국작가는 '이우환'으로 총 57건임. '박서보', '정상화', '김환기', '김창렬', '윤형근' 등이 그 뒤를 이음. 2016년 한 해 동안 낙찰된 '이우환'의 낙찰가 합계는 195억 원임. '김환기'는 낙찰 건수 기준으로는 4위를 기록했으나 낙찰총액은 326억 원으로 가장 높음.

표 A2-4 한국작가 해외 경매 낙찰건수 상위 10위 (2016년)

순위	낙찰건수	출품 작가	출품 건수	낙찰 총액(단위: 한화 만원)
1위	57	이우환	76	1,945,522
2위	41	박서보	46	1,230,061
3위	32	정상화	38	1,148,413
4위	28	김환기	30	3,255,788
5위	17	김창렬	22	294,069
6위	20	윤형근	21	318,297
7위	12	백남준	18	223,666
공동 8위(3명)	10	하종현	12	97,784
	10	이성자	11	153,048
	10	김태호	10	69,990

주 : 낙찰건수 기준정렬, 구매자 수수료 포함, 경매에 낙찰된 작가의 출생년도는 1929~1981년까지임, 낙찰건수 기준으로 공동 8위인 3명의 경우, 출품건수 순으로 정렬함.

출처 : 라이브 옥션 아트(Live Auction Art)

2 한국 화랑의 해외 아트페어 참가 현황

1) 해외 주요 아트페어 한국 화랑 참가 현황

2016년에는 아시아 최고 수준의 아트페어로 평가받는 <아트바젤-홍콩>에 한국 화랑 총 9곳이 참여하였음. 그 외 한국 화랑의 해외 아트페어 참가는 <아트 타이페이>에 10곳, <상하이 아트페어>에 8곳, <아트스테이지 싱가포르>에 7곳 등으로 중국(홍콩 포함), 싱가포르, 대만 등 아시아 지역 아트페어가 주를 이룸. 2016년 <아트파리>의 경우, 한불수교 130년을 기념, 한국이 주빈국이었으며 이례적으로 8개 화랑이 참가함.

표 A2-5 해외 주요 아트페어 한국 화랑 참가 현황 (2016)⁴⁵⁾

no.	아트페어	지역	설립연도	참가 화랑 수	2016년 참가 한국화랑
1	아트엑스포 뉴욕 Artexpo New York	미국, 뉴욕	1979	291	창동아트빌리지
2	아트바젤-바젤 Art Basel-Basel	스위스, 바젤	1970	289	국제갤러리/ 티나킴갤러리
3	아트바젤-마이애미비치 Art Basel-Miami Beach	미국, 마이애미	2002	272	PKM
4	테파프 마스트리흐트 Tefaf Maastricht	네덜란드, 마스트리흐트	1987	269	국제 갤러리/ 티나킴갤러리
5	아트바젤-홍콩 Art Basel-Hong Kong	중국, 홍콩	2013	239	국제갤러리/ 티나킴갤러리 리안갤러리 박여숙화랑 아라리오갤러리 원앤제이갤러리 학교재

45) 아트팩츠(artfacts.net)에 등재된 아트페어 목록 및 각 아트페어에서 발표한 참가화랑 수를 종합하여, 참가화랑수가 많은 순으로 정렬함. 대부분 참가화랑 수가 130개 이상인 아트페어를 견본으로 함.

no.	아트페어	지역	설립연도	참가 화랑 수	2016년 참가 한국화랑
5	아트바젤-홍콩 Art Basel-Hong Kong	중국, 홍콩	2013	239	PKM 갤러리EM 313아트프로젝트
6	아트 칼스루에 Art KARLSRUHE	독일, 뷔르템베르크	2003	230	갤러리타블로
7	아르코 마드리드 ARCOmadrid	스페인, 마드리드	1981	222	-
8	아트퀸른 Art Cologne	독일, 쾰른	1967	218	-
9	아모리쇼 The Armory Show	미국, 뉴욕	1994	204	가나아트센터 국제갤러리/티나킴갤러리
10	프리즈 뉴욕 Frieze New York	미국, 뉴욕	2012	202	국제갤러리/티나킴갤러리 갤러리현대
11	피아악 Fiac	프랑스, 파리	1973	186	국제갤러리/티나킴갤러리 PKM
12	파리 포토 Paris Photo	프랑스, 파리	1996	172	-
13	프리즈 런던 Frieze London	영국, 런던	2003	167	국제갤러리/티나킴갤러리 갤러리현대
14	아트 베이징 Art Beijing	중국, 베이징	2006	166	갤러리미루나무 나인갤러리
15	아트스테이지 싱가포르 Art Stage Singapore	싱가포르, 싱가포르	2010	162	갤러리아폴 컬럼스갤러리 두루아트스페이스 선컨템포러리 아라리오갤러리 퍼스트아이콘 MoJ갤러리
16	아트 브뤼셀 Art Brussels	벨기에, 브뤼셀	1982	156	티나킴갤러리
17	아트 타이페이 Art Taipei	대만, 타이페이	1993	150	금산갤러리 갤러리아리움 나인갤러리 동산방화랑 박영덕화랑 아트팩토리 유진갤러리 표갤러리 UM갤러리
18	미아트 MiART	이탈리아, 밀라노	1995	154	313아트프로젝트
19	엑스포 시카고 Expo Chicago	미국, 시카고	1980	146	원앤제이갤러리

no.	아트페어	지역	설립연도	참가 화랑 수	2016년 참가 한국화랑
20	아트 파리 Art Paris ⁴⁶⁾	프랑스, 파리	1998	141	가나아트센터 갤러리소소 갤러리시몬 갤러리신라 박여숙화랑 백해영갤러리 UM갤러리 313아트프로젝트
21	상하이 아트페어 Shanghai Art Fair	중국, 상하이	1996	141	갤러리더그레이스 갤러리아프리카 갤러리전 갤러리제이원 나인갤러리 아트브런치 쑹갤러리 갤러리SAE
22	컨텍스트 아트 마이애미 ⁴⁷⁾ 101	미국, 마이애미	2012	101	갤러리타블로 갤러리가이아 갤러리정 금산갤러리 나인갤러리 박영덕화랑 백송갤러리 백해영갤러리 이화익갤러리 아트파크 갤러리아배 청작화랑 표갤러리
23	아트 021 ART 021	중국, 상하이	2013	84	국제갤러리/티나킴 갤러리 갤러리현대 학교재 아라리오 원앤제이갤러리 갤러리EM(어프로치 Approach)
24	아트 마이애미	미국, 마이애미	1989	125	샘터화랑
25	아부다비아트 Abu Dhabi Art	아랍에미리트, 아부다비	2007	35	이화익갤러리 박여숙화랑

주 : 1위부터 25위까지 나열 된 목록은 참여화랑수가 130개 이상인 아트페어를 선택하여 참여화랑 수 기준으로 정렬함.
그 외 한국 화랑이 많이 참가하는 '아트 마이애미', '컨텍스트 아트 마이애미' 등 추가
출처 : 아트페어 개별 홈페이지, 아트팩츠(artfacts.net) 등

46) 아트파리2016(Art Paris 2016)는 한불 수교 130주년을 기념하여 한국을 주빈국으로 하여 개최되었음.
47) 참여 화랑 수에 상관없이 최근 한국 화랑이 많이 참가하는 컨텍스트 아트 마이애미를 조사목록에 포함함.

2) 아시아 주요 아트페어 한국 화랑 참가 현황

표 A2-6 아시아 주요 아트페어 한국 화랑 참가 현황 (2016년)⁴⁸⁾

아트페어	개최국 및 도시 / 홈페이지	설립연도	성격	참가 한국화랑
1 아트바젤-홍콩 Art Basel- Hong Kong	중국, 홍콩 www.artbasel.com/hong-kong	2013년	근대 및 현대미술 • 아시아 및 호주 지역 컬렉터를 위한 아시아 최대 규모 아트페어 • 서구 미술과 아시아 미술의 비중이 균형 있게 소개하는 것이 특징 • 2016년 총 35개국의 239개 화랑 참가, 약 7만 명 관람객 방문 • 참여 갤러리 성격에 따라 섹터 구분 - 갤러리즈(Galleries): 본 전시 - 인사이트(Insights): 아시아 태평양 지역의 화랑들이 해당 지역의 작가 소개 - 디스커버리즈(Discoveries): 신진작가 한두 명을 집중 소개 - 인카운터(Encounters): 대형 설치 미술품을 선보이는 기획 전시	국제갤러리/ 티나킴갤러리 리안갤러리 (인사이트 Insights) 박여숙화랑 (인사이트 Insights) 아라리오갤러리 원앤제이갤러리 학교재 PKM
2 아트 두바이 Art Dubai	아랍에미리트, 두바이 www.artdubai.ae	2007년	근대 및 현대미술 • 중동 최대 아트페어 • 2016년 75개 화랑 참여, 27,516명 관람객 방문 • 아트페어의 상업적 성격을 넘어 공공 미술관들과 협업을 통해 현대미술의 수준을 유지하기 위해 노력 • 교육 프로그램 구성이 우수한 것으로 평가 받고 있는데, 카타르 국립 현대 미술관과 협업을 통해 아트 포럼 프로그램을 운영하고 있으며, 비엔날레를 개최하는 사르자의 문화 재단과의 협업으로 다양한 문화 예술 프로그램을 공동 진행 • 사르자 비엔날레 기간에는 전략적인 공동 프로모션을 진행하여 시너지 극대화	-
3 아트스테이지 싱가포르 Art Stage Singapore	싱가포르, 싱가포르 www.artstage.com	2011년	근대 및 현대미술 • 동남아시아 미술시장과 이머징 아시아 작가를 세계시장에 소개하는 플랫폼 • 워싱아트페어를 인도네시아 자카르타에 설립 하는 등 규모 확대 중 • 아트페어 기획 전문가인 로렌조 루돌프가 설립(1991년~2000년, 아트바젤 디렉터, 2007년 상하이 sh컨템포러리 설립) • 2016년에 33개국 172개 화랑 참가, 4만500명 관람객 방문 • 2016년 부스 전시와 함께 특별전<DADA ON TOUR>개최하여 다다 100주년을 기념	갤러리아플 컬럼스갤러리 두루아트스페이스 선컨템포러리 아라리오갤러리 퍼스트아이콘 MoJ갤러리
4 컨템포러리 이스탄불 Contemporary Istanbul	터키, 이스탄불 www.contemporaryistanbul.com	2005년	현대미술 • 터키 최대 규모 아트페어 • 2016년에 20개국 70개 화랑 참가 • 100개 이상의 해외 화랑 참가 • 뉴미디어 작품, 디자인 스튜디오, 토크 프로그램 등 다양한 이벤트 마련을 위한 노력	AB갤러리

48) 아트팩츠(artfacts.net)에 등재된 아트페어 목록 및 각 아트페어에서 발표한 참가화랑 수를 종합하여, 참가화랑수가 많은 순으로 정리함. 참가화랑 수가 130개 이상인 아트페어를 견본으로 함.

아트페어	개최국 및 도시 / 홈페이지	설립연도	성격	참가 한국화랑
5 인디아 아트페어 India art fair	인도, 뉴델리 www.indiaartfair.in	2008년	근대 및 현대미술 • 상대적으로 컬렉터 기반이 약한 인도에서 안정적인 운영 중 • 2016년에 50개 화랑 참가	-
6 아트 021 Art021	중국 상하이 www.art021.org	2013년	근대 및 현대미술 • 컬렉터 유입, 마케팅과 홍보, 중국 내 네트워크가 우수한 것 등, 운영 전략이 돋보이는 아트페어 • 해외 우수 화랑의 참가로 빠른 성장 중 • 2016년 84개 화랑 모집에 200여개 화랑이 참가 신청 • 동일기간에 웨스트번드 아트페어, 미술관 전시, 상하이 비엔날레 개최 등과 더불어 '상하이 아트워크' 형식으로 높은 발전 전망 • 메인 갤러리즈(Main Galleries), 어프로치(Approach), 비온드 퍼블릭 프로젝트(Beyond Public Projects) 3개 섹션으로 구분	국제갤러리/티나킴 갤러리 갤러리현대 학교재 아라리오 원앤제이갤러리 갤러리EM (어프로치 Approach)
7 웨스트 번드 아트&디자인 West Bund Art & Design	중국 상하이 www.west-bundshanghai.com	2014년	근대 및 현대미술 • 큐레이팅 전시와 아트페어 간 우수한 균형(운영 총괄 큐레이터 조우 티에하이 Zhou Tiehai) • 초대에 의해서만 참가 가능, 철저한 갤러리 질적 수준 통제 • 상하이 아트 중심지인 웨스트 번드에 위치하여 향후 발전 가능성이 높음 • 해외 주요 화랑 참여로 급부상 중	-
8 아트 타이페이 Art Taipei ⁴⁹⁾	대만, 타이페이 www.art-taipei.com	1992년	근대 및 현대미술 • 아시아에서 가장 오래된 국제 아트페어로 매년 11월에 개최 • 대만화랑협회(약120회원화랑 보유)에서 개최하는 4개 중 최대 규모 아트페어 • 전년 168개에서 18개 감소한 150여개 화랑 참여 • 아시아 화랑이 중심이며, 2016년에는 일본 화랑의 높은 참여 (총 150개 화랑 중 대만 56개, 중국10개, 일본 31개, 동남아(홍콩, 싱가포르 등) 13개, 유럽 6개, 한국 9개 등으로 구성) • 기획전시<ART&TECHNOLOGY>개최	금산갤러리 갤러리이리툼 (보이스오브이미지 Voice of Image) 나인갤러리 동산방화랑 박영덕화랑 아트팩토리 유진갤러리 표갤러리 UM갤러리
9 아부다비 아트 Abu Dhabi Art	아랍에미리트, 아부다비 www.abudhabiart.ae	2007년	근대 및 현대미술 • 아부다비 문화유산청(Abu Dhabi Authority for Culture and Heritage (ADACH)이 설립 운영 • 두바이 아트페어와 함께 중동 최대 규모의 아트페어	이화익갤러리 박여숙화랑
10 아트페어 도쿄 Art Fair Tokyo ⁵⁰⁾	일본, 도쿄 www.artfairtokyo.com	2005년 ⁵¹⁾	골동품, 공예, 근대 및 현대미술 • 일본 최대 규모 아트페어 • 일본 미술을 집중적으로 소개하는 것이 특징 • 아트상품 및 작은 사이즈의 작품이 많이 출품되는 것이 특징 • 2016년에 157개 화랑 참가, 이 중 138개가 일본 화랑, 19개 해외 국가 참가	유진갤러리

49) www.art-taipei.com/2016/en/all_galleries.html

50) www.tokyoartbeat.com/event/2016/B9A2.en

51) 1992년에 니폰 인터내셔널 컨템포러리 아트페어(Nippon International Contemporary Art Fair (NICAF)) 처음 시작

아트페어	개최국 및 도시 /홈페이지	설립연도	성격	참가 한국화랑
11 아트 자카르타 Art Jakarta	인도네시아, 자카르타 www.artjakarta.com	2009년	근대 및 현대미술 <ul style="list-style-type: none"> • 동남아시아 미술시장과 신홍 아시아 작가를 세계시장에 소개하는 플랫폼 • 인도네시아 최대 규모 근현대미술 아트페어 • 2016년에 동남아시아를 대상으로 아트스테이지의 지역 확장 아트페어인 '아트스테이지 자카르타(Art Stage Jakarta)'를 자카르트에서 개최 시작 • 전년도인 2015년에 바자르 아트 자카르타(Bazaar Art Jakarta)와 연계하여, 한국현대미술을 소개하는 특별전 <Three Korean Contemporary Sculptors>개최 	-

출처 : 아트페어 개별 홈페이지, 아트 뉴스페이퍼, 인터네셔널 아트페어 2016년 보고서(The Art Newspaper International Fair Report 2016(MOMART)), 아트레이더 저널(artradarjournal.com/asian-art-events) 등 개별 아트페어 홈페이지

3) 한국 작가의 해외 전시 현황

표 A2-7 2016년 한국 작가 전시 현황 (2016년)

No.	작가명	화랑명(위치)	아트바젤 참가이력(2016년)	전시일정	전시명
1	이우환	PACE(홍콩)	바젤, 마이애미	2015.11.20. ~2016.1.9	New Work
2	탁영준 ⁵²⁾	KÖNIGGALERIE(베를린)	바젤, 마이애미, 홍콩	2016.12.11. ~2017.1.22	THE OTHER (그룹전)
3	아니카 이 ⁵³⁾	Massimo De Carlo(런던)	바젤, 마이애미, 홍콩	2016.6.10. ~2016.7.29	SELF (그룹전)
4	박서보	Perrotin(홍콩)	바젤, 마이애미, 홍콩	2016.3.21. ~2016.5.5	Ecriture
5	박서보	White Cube(런던)	바젤, 마이애미, 홍콩	2016.1.15. ~2016.3.12	Ecriture (描法) 1967-1981
6	정상화	Lévy Gorvy(뉴욕)	바젤, 마이애미, 홍콩	2016.6.1. ~2016.7.30	Chung Sang-Hwa
7	이우환	kamel mennour(파리)	바젤, 마이애미, 홍콩	2016.6.22. ~2016.7.23	LEE Ufan
8	한영선 ⁵⁴⁾ [Young Sun Han]	David Zwirner(뉴욕)	바젤, 마이애미, 홍콩	2016.6.30. ~2016.8.5	People Who Work Here
9	하중현	Blum&Poe(LA)	바젤, 마이애미, 홍콩	2016.11.12. ~2016.12.17	HaChong-hyun
10	권영우	Blum&Poe(뉴욕)	바젤, 마이애미, 홍콩	2016.6.1. ~2016.7.1	KwonYoung-woo

52) 2017년 이스탄불 비엔날레 참여 작가
 53) 뉴욕을 거점으로 활동하는 현대미술가 아니카 이(Anicka Yi, 45)가 한국 작가로는 최초로 세계 양대 미술상으로 꼽히는 '휴고 보스상' 수상, 2017년 4월 구겐하임에서 개인전 개최 예정임. '아니카 이'는 1971년 서울에서 태어나 뉴욕에서 활동, 박테리아를 활용해 색기 쉬운 작품 혹은 냄새 나는 설치물 등 화학과 생물학을 접목한 실험적 작업을 선보이는 개념미술가로 지난 9월 개막한 광주비엔날레에 물 버린내를 풍기는 설치작품 '우리는 물, 치우지 마시오, 30일 뒤에 귀가' 등을 선보였고, 이어 지난 9월 일본에서 개막한 대규모 국제예술제인 '오카야마 아트서밋'에도 작품을 선보이는 등 왕성하게 활동 중임.
 54) w.parisjising.com/bbs/board.php?bo_table=bo_51462&wr_id=621&sfl=&stx=&sst=wr_subject&sod=desc&sop=and&page=9
 55) 아트 인스티튜드 시카고(Art Institute of Chicago) 및 골드스미스 졸업 후 사진, 영상, 설치, 조각 등 다양한 작업 진행 중.

No.	작가명	화랑명(위치)	아트바젤 참가이력(2016년)	전시일정	전시명
11	정상화	Greene Naftali (뉴욕)	바젤, 마이애미, 홍콩	2016.6.1. ~2016.8.5	Chung Sang-Hwa
12	양혜규	Greene Naftali (뉴욕)	바젤, 마이애미, 홍콩	2016.3.4. ~2016.6.16	Haegue Yang
13	박서보	Tina Kim Gallery(뉴욕)	바젤, 마이애미, 홍콩	2016.11.11. ~2016.12.23	Ecriture: Black and White
14	박찬경	Tina Kim Gallery(뉴욕)	바젤, 마이애미, 홍콩	2016.5.5. ~2016.6.11	PARK CHAN-KYONG
15	박이소, 정서영, 김범	Tina Kim Gallery(뉴욕)	바젤, 마이애미, 홍콩	2016.9.22. ~2016.10.29	TWO HOURS
16	박서보	Tokyo Gallery+ BTAP(도쿄)	홍콩	2016.3.30. ~2016.5.14	Empty the Mind: The Art of Park Seo-Bo
17	티모시 현수 리	Sabrina Amrani(마드리드)	홍콩	2016.1.13. ~2016.2.27	No One dies alone
18	제니 지은 리	11R(뉴욕)	마이애미, 홍콩	2016.1.10. ~2016.2.7	JENNIE JIEUN LEE MARIAH ROBERTSON
19	민윤희	Ameringer McEnery Yohe(뉴욕)	마이애미	2016.5.26. ~2016.7.1	YUNHEE MIN
20	전광영	Pearl Lam Galleries(홍콩)	홍콩	2016.3.22. ~2016.4.28	"STRUCTURES OF RECOLLECTION: Contemporary approaches to Contemporary approaches to materials and memory" (그룹전)
21	전광영	Pearl Lam Galleries (상하이)	홍콩	2016.1.17. ~2016.3.13	'Materialised Sentiments' (그룹전)
22	크리스틴 선 킴	Carroll / Fletcher (런던)	바젤	2015.11.27. ~2016.1.30	Christine Sun Kim: Rustle Tustle
23	조용익	Edouard Malingue Gallery(홍콩)	마이애미, 홍콩	2016.05.12. ~2016.06.16	CHO YONG-IK SOLO EXHIBITION
24	강익중	Robilant + Voena (런던)	마이애미	2016.9.6. ~2016.9.23	IK JOONG KANG
25	정윤경	Gallery Exit(홍콩)	홍콩	2016.4.24. ~2016.5.7	Lines of Flight (그룹전)
26	이세현, 문범	Pearl Lam Galleries(홍콩)	홍콩	2016.1.15. ~2016.3.1	Contemporary Sansuhwa: KOR EANCONETEMPORARYLANDS CAPEPAINTINGS
27	조해준, 이경수	TKG+(홍콩)	홍콩	2016.12.10. ~2017.1.26	Towards Mysterious Realities (그룹전)
28	이민호	Gallery Yamaki Fine Art (고베)	홍콩	2016.8.18. ~2016.9.3	Jean LE GAC/ inho LEE/Jeong LEHMANN/ Ringo TANG (그룹전)

주 : 2016년에 아트바젤 (바젤, 마이애미 비치, 홍콩) 참가 화랑 중 2016년 한 해 동안 각 화랑에서 전시 한 이력
 출처 : 화랑 개별 홈페이지

2017 해외미술시장조사 작성자: 이슬기 (SeuKI 대표)

부록 II

● 조사표

주요유통영역 조사 | 화랑
| 경매
| 아트페어

공공영역 조사 | 국·공립·대학 미술관
| 사립 미술관

2017 미술시장실태조사 : 화랑

안녕하십니까? 저는 (재)예술경영지원센터의 미술시장실태조사를 담당하고 있는 조사원 ○○○입니다.
이번에 문화체육관광부가 주최하고 (재)예술경영지원센터에서 주관하여 우리나라 미술시장의 실태와 유통현황을 파악하여 미술품 유통시장의 발전방안을 모색하고 향후 정책 및 현장 환류의 기초자료를 마련·활용하고자 미술시장실태조사를 수행하고 있습니다.
바쁘시더라도 우리나라 미술시장의 발전적인 정책 마련을 위해 적극적인 협조와 정확한 작성을 부탁드립니다.
본 조사는 통계법 제33조(비밀의 보호)에 의거하여 응답해주신 세부 조사결과는 통계 목적 이외에는 절대 다른 용도로 사용하지 않을 것을 약속드립니다. 바쁘신 가운데 도와주신 데 대해 감사드리며, 귀 기관의 무궁한 발전을 기원합니다.
감사합니다.

2017년 6월

주최기관	문화체육관광부	예술경영지원센터	조사수행	Ipsos	입소스 주식회사(IPSOS)
주소	서울시 종로구 대학로 57 종익대학교 대학로캠퍼스 교육동 12층 (재)예술경영지원센터 예술진흥실 시각유통팀		주소	서울시 중구 정파로 463 한국경제신문사빌딩 12층	입소스 주식회사(IPSOS)
연락처	하선영 (전화) 02-708-2254 (팩스) 02-2098-2934		연락처	장희선 (전화) 02-6464-5448 (팩스) 02-6464-5500	

「통계응답자의 의무 및 보호에 관한 법률」

통계법 제33조 (비밀의 보호)

- ① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
- ② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로는 사용되어서는 아니 된다.

■ 조사원 기입란 : 조사원은 아래의 사항을 빠짐없이 기록해 주십시오.

응답자	직 급	① 대표이사 ② 경영지원/재무 관련 팀장 이상 ③ 전시 기획 및 영업 ④ 기타→전시 및 재정현황 담당자 소개		
	성 명		부 서	
조사원	사무실연락처	() -	핸드폰	-
	성 명		조사일시	2016 년 월 일

■ 응답시 유의사항

- ※ 본조사는 귀 화랑의 현황을 잘 알고 있는 화랑주나 관리 책임자분이 응답해 주십시오.
- ※ 질문 앞에 특별한 언급이 없는 한 모든 설문은 응답기준은 2016년 1월 1일~2016년 12월 31일이며, 「현재」라는 표현이 있는 질문은 2016년 12월 31일을 기준으로 작성해 주십시오.
- ※ 조사내용을 응답하실 때 각 문항별로 제공되는 「응답지침」에 따라 작성해 주시기 바랍니다.
- ※ 조사진행이나 응답기준에 대한 의문사항이 있으면 (재)예술경영지원센터나 입소스 주식회사(IPSOS)로 문의 바랍니다.

■ 면접 후 기록

방문일시 및 결과	1 차	월 일	결 과	① 조사완료 ② 부재중 ③ 응답거부 ④ 미완성 ⑤ 면접불능
	2 차	월 일	결 과	① 조사완료 ② 부재중 ③ 응답거부 ④ 미완성 ⑤ 면접불능
	3 차	월 일	결 과	① 조사완료 ② 부재중 ③ 응답거부 ④ 미완성 ⑤ 면접불능
조사방법	① 면접조사 ② 현장방문으로 조사표 배포 후 방문하여 조사완료 ③ 현장방문으로 조사표 배포 후 이메일이나 팩스로 조사완료 ④ 이메일/팩스로 조사표 발송 후 방문하여 조사완료 ⑤ 이메일/팩스로 조사표 발송 후 이메일이나 팩스로 조사완료 ⑥ 기타(적어주세요 :)			
조사원	본조사는 입소스 주식회사(IPSOS)의 면접 지침사항 내용을 준수하여 이루어졌음을 확인합니다.	실사 연구원	검 증	코 디

I. 화랑 현황(본점 기준)

화랑	ID	1 0	화랑명	
	설립연도	년	법적성격	① 개인사업자 ② 상법인:주식회사 ③ 상법인:주식회사 이외 ④ 기타 (적어주세요 :)
	전시실수(본점)	개	주 소	(시.도) (시.군.구) (읍.면.동)

II. 일반 현황

■ 응답지침 ■
 ■ 일반현황과 A. 시설 및 인력현황은 사전에 작성된 응답지를 활용하여 변경된 내용만 수정해 주시기 바랍니다.

선문1) 귀 화랑의 가장 주된 전시 형태를 말씀하여 주십시오.

- ① 기획(초대)전 ② 상설전 ③ 대관전

선문2) 2016년 12월 31일 현재 귀 화랑은 국내 지점(분점)을 운영하고 있습니까?

- ① 국내 지점(분점) 운영 개 **선문 2-1) 국내 지점 현황을 작성하십시오**
 ② 지점(분점)을 운영하지 않음 → **선문 3)으로 가십시오**

선문2-1) (선문2)의 ① 응답 화랑만 국내 지점(분점) 현황

지점	지점 화랑명	소재지	설립연도	전시실수
지점1		(시.도) (시.군.구) (읍.면.동)	년	개
	소재지			
지점2		(시.도) (시.군.구) (읍.면.동)	년	개
	소재지			
지점3		(시.도) (시.군.구) (읍.면.동)	년	개
	소재지			

선문3) 2016년 12월 31일 현재 귀 화랑은 해외 지점을 운영하거나 해외 파트너십(업무 제휴)을 맺고 있습니까?

- ① 해외 지점(분점) 운영 개 → **선문 3-1) 해외 지점 현황을 작성하십시오**
 ② 해외 파트너십(업무 제휴) 운영 개
 ③ 해외 지점 및 파트너십 모두 전혀 없음 → **문1)로 가십시오**

선문3-1) (선문3)의 ①, ② 응답 화랑만 해외지점(파트너십) 현황

해외 지점	지점 화랑명	소재지	설립연도	전시실수
해외 지점1		국가명: 도시명 :	년	개
	소재지			
해외 지점2		국가명: 도시명 :	년	개
	소재지			
해외 지점3		국가명: 도시명 :	년	개
	소재지			

A. 시설 및 인력 현황

■ 응답지침 ■
 ■ 지금부터 모든 응답은 본점과 국내 지점을 모두 포함한 귀 화랑 전체의 현황을 말씀해 주십시오(해외지점 현황은 제외).

문1) 2016년 12월 31일 현재 귀 화랑의 다음 시설별 보유현황을 말씀해 주십시오. (복수응답)
 (각 시설을 보유한 경우) 그럼, 각 시설별 수를 말씀해 주십시오. 시설이 중복되는 경우 주로 사용되는 시설로 분류해 주십시오.

구 분	보유 여부	시설 수
1) 전시실	① 보유 ② 미보유	개
2) 사무실(공간)	① 보유 ② 미보유	개
3) 수장고	① 보유 ② 미보유	개
4) 기타(적어주세요 :)	① 보유 ② 미보유	개

문2) 2016년 12월 31일 현재 귀 화랑의 직원은 총 몇 명입니까?
 대표자(대표이사, 관장 등)를 포함하여 성별 및 정규직 여부로 구분하여 말씀해 주십시오.

구 분	직원수
합 계	명
정규직*	남 자 명
	여 자 명
비정규직**	남 자 명
	여 자 명

* 정규직 : 회사 내규에 의해 고용된 정규 직원으로 고용계약기간이 1년 이상인 직원

** 비정규직 : 고용계약기간이 1년 미만 (기간제, 단시간, 파견근로자 등)

문2-1) 2016년 12월 31일 현재 귀 화랑에는 다음의 업무를 담당하고 있는 직원이 있습니까?
 (업무 담당 직원이 있는 경우) 그럼, 해당 업무를 담당하고 있는 직원의 수를 말씀해 주십시오.

■ 응답지침 ■
 ■ 직원 1명이 2개의 업무를 담당하고 있는 경우 가장 주된 업무를 기준으로 응답해 주십시오.

구 분	직원여부	직원수
1) 총괄(대표자)	① 있음 ② 없음	명
2) 행정(예산, 회계 및 일반사무)	① 있음 ② 없음	명
3) 전시기획	① 있음 ② 없음	명
4) 홍보, 영업, 마케팅	① 있음 ② 없음	명
5) 전시보조(전시장관리, 전시진행보조)	① 있음 ② 없음	명
6) 기타(적어주세요 :)	① 있음 ② 없음	명

문2-2) 2016년 12월 31일 현재 귀 화랑은 4대 보험에 가입하고 있습니까?
 (1개라도 가입하고 있는 경우) 그럼, 가입하고 있는 보험을 모두 말씀해 주십시오. (복수응답)

- ① 국민연금 ② 건강보험 ③ 고용보험 ④ 산재보험 ⑤ 해당사항 없음(4대 보험 미가입)

문8) (작년 한해 동안 작품을 판매한 적이 있는 화랑만 응답)
작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 화랑은 다음의 고객별로 작품을 판매한 적이 있습니까?

(고객별로 판매한 적이 있는 경우) 그럼, 주요 고객별 작품의 판매비율은 각각 몇 % 정도인지 말씀해 주십시오.

구 분	판매여부	작품 수 기준(%)		작품 금액 기준(%)	
		※ 판매 경험이 있는 화랑만 응답			
1) 개인	① 있음 ② 없음				
2) 기업	① 있음 ② 없음				
3) 미술시장 관계자(화랑, 경매, 딜러 등)	① 있음 ② 없음				
4) 국·공·사립 미술관	① 있음 ② 없음				
5) 정부 및 지자체(미술은행 포함)	① 있음 ② 없음				
6) 해외 고객(개인, 기업 등)	① 있음 ② 없음				
7) 기타(적어주세요 :)	① 있음 ② 없음				
합 계		1	0	0	1 0 0

문9) (작년 한해 동안 작품을 판매한 적이 있는 화랑만 응답)
귀 화랑은 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 다음의 장르별로 작품을 판매한 적이 있습니까?

(장르별로 판매한 적이 있는 경우) 그럼, 장르별 판매 작품 수와 작품금액을 작품 수(작품금액) 또는 비율(%) 중 응답하기 편한 내용으로 말씀해 주십시오. 단, 비율(%) 응답 시 장르별 총합은 100%가 되어야 합니다.

■ 응답지침 ■

- 장르별 판매 작품 합계는 문5)의 연간 총 판매 작품 수와 연간 총 작품 판매 금액과 동일해야 합니다.
- 기타 : 해당 내용으로 분류되지 않는 모든 장르(예 : 드로잉, 건축 등)는 구체적으로 내용을 기입하여 주십시오.

구 분	판매여부	연간 판매 작품 수 (수 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)		연간 작품 판매 금액 (금액 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)	
		작품 수	비율(%)	판매 금액	비율(%)
1) 회화*	① 있음 ② 없음	점		억	만원
2) 판화	① 있음 ② 없음	점		억	만원
3) 사진	① 있음 ② 없음	점		억	만원
4) 조각/설치	① 있음 ② 없음	점		억	만원
5) 미디어아트	① 있음 ② 없음	점		억	만원
6) 현대공예(도예, 디자인 등)	① 있음 ② 없음	점		억	만원
7) 전통회화(서예, 문인화, 민화 등)**	① 있음 ② 없음	점		억	만원
8) 골동품/목기	① 있음 ② 없음	점		억	만원
9) 기타(적어주세요 :)	① 있음 ② 없음	점		억	만원
합 계		점 1 0 0		억	만원 1 0 0

* 회화 : 근현대 이후 서양화, 동양화 등
** 전통회화 : 근대 이전 서양화, 동양화 등

D. 아트페어 참가 및 작가 관리 현황

문10) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 화랑은 국내 및 해외에서 개최하는 아트페어에 참가하신 경험이 있습니까?

- ① 그렇다 ② 아니다 **문 11)로 가십시오**

문10-1) 2016년 귀 화랑의 아트페어 참가 현황을 국내와 해외로 구분하여 참가 횟수를 말씀해 주십시오.
문10-2) 그럼, 귀 화랑의 2016년 국내와 해외의 아트페어에 참가하여 얻은 가장 큰 성과는 다음 중 무엇입니까?
그 다음은요?

구 분	참가여부	참가횟수	참가 성과	
			1순위	2순위
※ 참가한 경험이 있는 화랑만 응답				
1) 국내 개최 아트페어	① 참가	회		
	② 미참가			
2) 해외 개최 아트페어	① 참가	회		
	② 미참가			

① 작품 판매 ② 화랑 홍보 ③ 작가 홍보
④ 고객 유치 ⑤ 교류/네트워킹
⑥ 최신 정보 수집/시장 동향 파악
⑦ 우수 작품 구입
⑧ 기타(적어주세요 :)

문11) 2016년 12월 31일 현재 귀 화랑에서 관리하고 있는 전속 작가(화랑과 전속으로 계약을 맺고 있는 작가)가 있습니까?
(전속 작가가 있다는 화랑만) 그럼, 전속 작가의 수는 몇 명 정도나 됩니까? (프로젝트 및 기획전시 별 전속작가도 포함)

- ① 그렇다 → 전속작가 수 명 ② 아니다 → **문 12)로 가십시오**

문11-1) (전속 작가가 있는 화랑만 응답)
귀 화랑은 전속 작가와의 계약형태는 다음 중 무엇입니까?
전속 작가가 2명 이상인 경우 가장 주된 형태를 말씀해 주십시오.
① 서면계약 ② 구두계약 ③ 계약형태 없음 ④ 기타(적어주세요 :)

문11-2) (전속 작가가 있는 화랑만 응답)
귀 화랑이 전속 작가에게 제공하고 있는 지원 사항을 다음 중에서 모두 골라 주십시오. (복수응답)
① 작품 제작비 지원 ② 작업실 지원 ③ 전시회 개최 지원(전시실)
④ 도록 및 전시 홍보물 제작 지원 ⑤ 작가 홍보 ⑥ 해외 교류 지원
⑦ 아트페어 참가 ⑧ 기타(적어주세요 :)

E. 화랑 재정 현황

문12) 귀 화랑의 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일)의 총 매출액은 대략 얼마였습니까?
정확한 수치의 응답이 어려울 경우는 응답표에서 해당하는 번호를 기입해 주십시오.

2016년 총 매출액 억 만원 응답표

문12-1) (2016년 매출이 있는 화랑만 응답)
그럼, 다음의 각 항목이 귀 화랑의 2016년도 매출액에서 차지하는 비율은 각각 말씀해 주십시오.

구 분	매출 여부	매출 비중(%)
1) 작품 판매 수입(전시, 소장작품)*	① 있음 ② 없음	
2) 작품 판매 중개 수수료 수입**	① 있음 ② 없음	
3) 대관 수입	① 있음 ② 없음	
4) 건축물에 대한 미술작품 설치(공공미술) 수입	① 있음 ② 없음	
5) 기타(관람료, 아카데미, 작품 대여료 등) (적어주세요 :)	① 있음 ② 없음	
합 계		1 0 0

* 작품 판매 수입 : 전시 및 아트페어 등 작품판매를 통한 수입으로서 수수료 수입이 아닌 작품 판매 총액을 말함 (작가 공여분 포함)

** 작품 판매 중개 수수료 수입 : 위탁 판매 등 작품 판매 중개시 발생하는 수수료 수입 총액을 말함

문13) 귀 화랑의 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일)의 총 지출액(화랑 운영 경비, 작품 구입비, 임대 및 건물 유지비 등)은 대략 얼마였습니까?
 정확한 수치의 응답이 어려울 경우는 응답표에서 해당하는 번호를 기입해 주십시오.

2016년 총 지출액 억 만원 응답표

문13-1) (2016년 지출이 있는 화랑만 응답)
 그럼, 다음의 각 항목이 귀 화랑의 2016년도 지출액에서 차지하는 비율은 각각 말씀해 주십시오.

구분	지출 여부	지출 비중(%)
1) 사업 운영 경비(개최, 아트페어 참가비용 등)*	① 있음 ② 없음	
2) 작품운송비**	① 있음 ② 없음	
3) 작품 구입비/작가 결제비(작가 공여분)***	① 있음 ② 없음	
4) 공간 유지비(임대 및 건물 유지비)	① 있음 ② 없음	
5) 인건비	① 있음 ② 없음	
6) 기타 사업비(적어주세요 :)	① 있음 ② 없음	
7) 기타 경상비(적어주세요 :)	① 있음 ② 없음	
합 계		1 0 0

* 사업 운영 경비 : 화랑에서 전시회 개최 및 아트페어 참가시 지출되는 비용, 또는 그 외 화랑에서 운영하는 사업에 사용되는 제 경비를 모두 포함 (작품 운송비, 작품 구입 및 작가 결제비는 제외)
 ** 작품운송비 : 화랑에서 작품 운송에 지출되는 모든 비용, 운송에 필요한 보험료 포함
 *** 작품 구입비/작가 결제비 (작가공여분) : 작품 판매후 화랑의 작품 판매 수수료를 제외하고 작가에게 지급하는 금액

참고. 작품 판매수 응답 참고표

응답 구분	응답 구분	응답 구분	응답 구분
(0) 없음			
(1) 3점 미만	(11) 25점~27점 미만	(21) 50점~55점 미만	(31) 100점~200점 미만
(2) 3점~5점 미만	(12) 27점~30점 미만	(22) 55점~60점 미만	(32) 200점~300점 미만
(3) 5점~7점 미만	(13) 30점~33점 미만	(23) 60점~65점 미만	(33) 300점~400점 미만
(4) 7점~10점 미만	(14) 33점~35점 미만	(24) 65점~70점 미만	(34) 400점~500점 미만
(5) 10점~13점 미만	(15) 35점~37점 미만	(25) 70점~75점 미만	(35) 500점~600점 미만
(6) 13점~15점 미만	(16) 37점~40점 미만	(26) 75점~80점 미만	(36) 600점~700점 미만
(7) 15점~17점 미만	(17) 40점~43점 미만	(27) 80점~85점 미만	(37) 700점~800점 미만
(8) 17점~20점 미만	(18) 43점~45점 미만	(28) 85점~90점 미만	(38) 800점~900점 미만
(9) 20점~23점 미만	(19) 45점~47점 미만	(29) 90점~95점 미만	(39) 900점~1000점 미만
(10) 23점~25점 미만	(20) 47점~50점 미만	(30) 95점~100점 미만	(40) 1,000점 이상

참고. 작품 판매 금액, 매출액, 지출액 응답 참고표

응답 구분	응답 구분	응답 구분	응답 구분
(0) 없음			
(1) 1천만원 미만	(11) 1억원~2억원 미만	(21) 20억원~30억원 미만	(31) 300억원~400억원 미만
(2) 1천만원~2천만원 미만	(12) 2억원~3억원 미만	(22) 30억원~40억원 미만	(32) 400억원~500억원 미만
(3) 2천만원~3천만원 미만	(13) 3억원~4억원 미만	(23) 40억원~50억원 미만	(33) 500억원~600억원 미만
(4) 3천만원~4천만원 미만	(14) 4억원~5억원 미만	(24) 50억원~60억원 미만	(34) 600억원~700억원 미만
(5) 4천만원~5천만원 미만	(15) 5억원~6억원 미만	(25) 60억원~70억원 미만	(35) 700억원~800억원 미만
(6) 5천만원~6천만원 미만	(16) 6억원~7억원 미만	(26) 70억원~80억원 미만	(36) 800억원~900억원 미만
(7) 6천만원~7천만원 미만	(17) 7억원~8억원 미만	(27) 80억원~90억원 미만	(37) 900억원~1,000억원 미만
(8) 7천만원~8천만원 미만	(18) 8억원~9억원 미만	(28) 90억원~100억원 미만	(38) 1,000억원 이상
(9) 8천만원~9천만원 미만	(19) 9억원~10억원 미만	(29) 100억원~200억원 미만	
(10) 9천만원~1억원 미만	(20) 10억원~20억원 미만	(30) 200억원~300억원 미만	

지금까지 오랜 시간 응답해 주셔서 감사합니다. 응답해 주신 내용은 소중한 자료로 활용하겠습니다.

2017 미술시장실태조사 : 경매회사(일반+해외+온라인)

안녕하십니까? 저는 (재)예술경영지원센터의 미술시장실태조사를 담당하고 있는 조사원 ○○○입니다.
 이번에 문화체육관광부가 주최하고 (재)예술경영지원센터에서 주관하여 우리나라 미술시장의 실태와 유통현황을 파악하여 미술품 유통시장의 발전방안을 모색하고 향후 정책 및 현장 환류의 기초자료를 마련·활용하고자 미술시장실태조사를 수행하고 있습니다.
 바쁘시더라도 우리나라 미술시장의 발전적인 정책 마련을 위해 적극적인 협조와 정확한 작성을 부탁드립니다.
 본 조사는 통계법 제33조(비밀의 보호)에 의거하여 응답해주신 세부 조사결과는 통계 목적 이외에는 절대 다른 용도로 사용하지 않을 것을 약속드립니다. 바쁘신 가운데 도와주신 데 대해 감사드리며, 귀 기관의 무궁한 발전을 기원합니다.
 감사합니다.

2017년 6월

주최기관	문화체육관광부	예술경영지원센터	조사수행	Ipsos 입소스 주식회사(IPSOS)
주소	서울시 종로구 대학로 57 통역대학교 대학로캠퍼스 교육동 12층	(재)예술경영지원센터 예술진흥실 시각유통팀	주소	서울시 중구 청파로 463 한국경제신문사빌딩 12층 입소스 주식회사 (IPSOS)
연락처	하선영 (전화) 02-708-2254 (팩스) 02-2098-2934		연락처	장희선 (전화) 02-6464-5448 (팩스) 02-6464-5500

「통계응답자의 의무 및 보호에 관한 법률」

- 통계법 제33조 (비밀의 보호)
 ① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
 ② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로는 사용되어서는 아니 된다.

■ 조사원 기입란 : 조사원은 아래의 사항을 빠짐없이 기록해 주십시오.

응답자	직급	① 대표이사 ② 경영지원/재무 관련 팀장 이상 ③ 경매 기획 및 영업 ④ 기타→경매개최 및 재정현황 담당자 소개		
	성명		부서	
	사무실연락처	()	핸드폰	-
조사원	성명		조사일시	2017년 월 일

■ 응답시 유의사항

- ※본조사는 귀 경매회사의 현황을 잘 알고 있는 대표님이나 관리 책임자분이 응답해 주십시오.
 ※질문 앞에 특별한 언급이 없는 한 모든 설문문의 응답기준은 2016년 1월 1일~2016년 12월 31일이며, 「현재」라는 표현이 있는 질문은 2016년 12월 31일을 기준으로 작성해 주십시오.
 ※조사내용을 응답하실 때 각 문항별로 제공되는 「응답지침」에 따라 작성해 주시기 바랍니다.
 ※조사진행이나 응답기준에 대한 의문사항이 있으면 (재)예술경영지원센터나 입소스 주식회사(IPSOS)로 문의 바랍니다.

■ 면접 후 기록

방문일시 및 결과	1차	<input type="text"/> 월 <input type="text"/> 일	결과	① 조사완료 ② 부재중 ③ 응답거부 ④ 미완성 ⑤ 면접불능
	2차	<input type="text"/> 월 <input type="text"/> 일	결과	① 조사완료 ② 부재중 ③ 응답거부 ④ 미완성 ⑤ 면접불능
	3차	<input type="text"/> 월 <input type="text"/> 일	결과	① 조사완료 ② 부재중 ③ 응답거부 ④ 미완성 ⑤ 면접불능
조사방법	① 면접조사 ② 현장방문으로 조사표 배포 후 방문하여 조사완료 ③ 현장방문으로 조사표 배포 후 이메일이나 팩스로 조사완료 ④ 이메일/팩스로 조사표 발송 후 방문하여 조사완료 ⑤ 이메일/팩스로 조사표 발송 후 이메일이나 팩스로 조사완료 ⑥ 기타(적어주세요 :)			
조사원	본조사는 입소스 주식회사(IPSOS)의 면접 지침사항 내용을 준수하여 이루어졌음을 확인합니다.	실사 연구원	검 증	코 디

I. 경매회사 현황

경매 회사	ID	3 0	경매회사명	
	설립연도	년	법적성격	① 개인사업자 ② 상법인 : 주식회사 ③ 상법인 : 주식회사 이외 ④ 기타 (적어주세요 :)
	주 소	(시.도) (시.군.구) (읍.면.동)	주 경매형태	① 일반(오프라인)경매 ② 온라인 경매

II. 일반 현황

A. 시설 및 인력 현황

■ 응답지침 ■
 ■ 지금부터 모든 응답은 본점과 국내 지점을 모두 포함한 귀 경매회사 전체의 현황을 말씀해 주십시오(해외지점 현황은 제외).

문1) 2016년 12월 31일 현재 귀 경매회사의 다음 시설별 보유현황을 말씀해 주십시오. (복수응답)
 (각 시설을 보유한 경우) 그럼, 각 시설별 수를 말씀해 주십시오. 시설이 중복되는 경우 주로 사용되는 시설로 분류해 주십시오.

구 분	보유 여부	시설 수
1) 경매공간	① 보유 ② 미보유	개
2) 전시설	① 보유 ② 미보유	개
3) 사무실(공간)	① 보유 ② 미보유	개
4) 수장고	① 보유 ② 미보유	개
5) 기타(적어주세요 :)	① 보유 ② 미보유	개

문2) 2016년 12월 31일 현재 귀 경매회사의 직원은 총 몇 명입니까?
 대표자를 포함하여 성별 및 정규직 여부로 구분하여 말씀해 주십시오.

구 분	직원수	
합 계	명	
정규직*	남 자	명
	여 자	명
비정규직**	남 자	명
	여 자	명

* 정규직 : 회사 내규에 의해 고용된 정규 직원으로 고용계약기간이 1년 이상인 직원
 ** 비정규직 : 고용계약기간이 1년 미만 (기간제, 단시간, 파견근로자 등)

문2-1) 2016년 12월 31일 현재 귀 경매회사에는 다음의 업무를 담당하고 있는 직원이 있습니까?
 (업무 담당 직원이 있는 경우) 그럼, 해당 업무를 담당하고 있는 직원의 수를 말씀해 주십시오.

■ 응답지침 ■
 ■ 직원 1명이 2개의 업무를 담당하고 있는 경우 가장 주된 업무를 기준으로 응답해 주십시오.

구 분	직원여부	직원수
1) 총괄(대표자)	① 있음 ② 없음	명
2) 행정(예산, 회계 및 일반사무)	① 있음 ② 없음	명
3) 전문 경매사	① 있음 ② 없음	명
4) 경매(전시)기획	① 있음 ② 없음	명
5) 판매, 고객관리, 마케팅	① 있음 ② 없음	명
6) 홍보	① 있음 ② 없음	명
7) 기타(적어주세요 :)	① 있음 ② 없음	명

문3) 2016년 12월 31일 현재 귀 경매회사는 4대 보험에 가입하고 있습니까?
 (1개라도 가입하고 있는 경우) 그럼, 가입하고 있는 보험을 모두 말씀해 주십시오. (복수응답)
 ① 국민연금 ② 건강보험 ③ 고용보험 ④ 산재보험 ⑤ 해당사항 없음(4대 보험 미가입)

B. 경매 개최 현황

■ 응답지침 ■
 ■ 지금부터 모든 응답은 2016년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 경매회사의 운영 현황을 기준으로 응답해 주십시오.

문4) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 경매회사의 각 경매형태별 개최 횟수와 참가자수를 말씀해 주십시오.

구 분	경매여부	연간 개최횟수	연간 경매 참가자수
1) 일반경매	① 있음 ② 없음	회	명
2) 온라인 경매	① 있음 ② 없음	회	명
3) 해외 경매(해외 개최 경매)	① 있음 ② 없음	회	명

* 일반 경매 : 온라인 경매, 해외 개최 경매를 제외함
 * 온라인 경매 : 귀사의 공식적인 온라인 경매 개최 횟수를 구분하여 작성하여 주십시오.

C. 작품 판매 현황

문5) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 경매회사의 연간 작품 출품 및 낙찰 현황을 말씀해 주십시오.
 귀 경매회사의 연간 작품 출품 및 낙찰 현황, 경매성사금액에 대하여 국내작품과 외국작품으로 구분하여 답변해 주십시오.
 정확한 수치의 응답이 어려울 경우는 응답표에서 해당하는 번호를 기입해 주십시오.

■ 응답지침 ■
 ▪ 경매를 통하지 않은 작품판매실적은 제외하고 말씀해 주십시오.
 ▪ 단, 문5~문7)은 해외개최 경매를 통한 작품판매실적을 제외한 [일반 경매], [온라인 경매]를 통한 작품판매실적을 말씀해 주십시오.

경매 형태	해당 여부	출품 작품 수	낙찰 작품 수	총 경매 성사 금액
국내작품	① 해당	□□□□ 점	□□□□ 점	□□□□ 억 □□□□ 만원
	② 비해당	응답표 □□	응답표 □□	응답표 □□
외국작품	① 해당	□□□□ 점	□□□□ 점	□□□□ 억 □□□□ 만원
	② 비해당	응답표 □□	응답표 □□	응답표 □□
합 계		□□□□ 점	□□□□ 점	□□□□ 억 □□□□ 만원
		응답표 □□	응답표 □□	응답표 □□

문6) 귀 경매회사는 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 경매 개최를 통하지 않고도 작품을 판매한 적이 있습니까?

① 예 ② 아니오 **문7)로 가십시오**

문6-1) (작년 한해 동안 경매 외 작품판매를 한 적이 있는 경매회사만 응답)
 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 경매 외 작품판매 현황을 국내작품과 외국작품으로 구분하여 말씀해 주십시오.

구 분	해당 여부	연간 판매 작품 수	연간 작품 판매 금액
국내작품	① 해당	□□□□ 점	□□□□ 억 □□□□ 만원
	② 비해당	응답표 □□	응답표 □□
외국작품	① 해당	□□□□ 점	□□□□ 억 □□□□ 만원
	② 비해당	응답표 □□	응답표 □□
합 계		□□□□ 점	□□□□ 억 □□□□ 만원
		응답표 □□	응답표 □□

문7) (작년 한해 동안 작품을 판매한 적이 있는 경매회사만 응답)
 그럼, 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 경매회사의 연간 1회 이상 거래(낙찰기준)한 작가수와 구매자수를
 내국인과 외국인별로 각각 응답해 주십시오.

■ 응답지침 ■
 ▪ 경매 및 경매 외 작품판매 실적에 포함된 후 중복 거래수는 제외하고 구매자로 등록된 숫자와 작가 숫자를 각각 말씀해 주십시오.

구 분	해당여부	인원수
판매작품 작가	내국인	① 해당 ② 비해당 □□□ 명
	외국인	① 해당 ② 비해당 □□□ 명
구매자	내국인	① 해당 ② 비해당 □□□ 명
	외국인	① 해당 ② 비해당 □□□ 명

2016년도 작품 판매 실적이 없는 경매회사는 문 17)로 이동

■ 응답지침 ■

▪ 지금부터는 경매를 통한 작품판매실적과 경매 외 작품판매실적을 모두 합산하여 응답하여 주십시오.
 ▪ 단, 문8~문10)은 해외개최 경매를 통한 작품판매실적을 제외한 [일반 경매], [온라인 경매], [경매 외] 작품판매실적을 말씀해 주십시오.

문8) (작년 한해 동안 작품을 판매한 적이 있는 경매회사만 응답)
 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 경매회사는 다음의 작품 금액별로 작품을 판매한 적이 있습니까?

(작품 금액별로 판매한 적이 있는 경우) 그럼, 작품금액별 판매 작품 수와 작품금액을 작품 수(작품금액) 또는 비율(%) 중 응답하기 편한 내용으로 답변해 주십시오.

■ 응답지침 ■

▪ 조사원은 문5)와 문6)의 합(판매 작품 수 및 판매 작품금액)과 일치하는지 확인해 주십시오.

작품금액 구분	해당 여부	연간 판매 작품 수 (수 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)		연간 판매작품 금액 (금액 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)	
		작품 수	비율(%)	금액	비율(%)
1천만원 미만	① 해당 ② 비해당	□□□ 점	□□□ %	□□□□ 억 □□□□ 만원	□□□ %
1천만원~3천만원 미만	① 해당 ② 비해당	□□□ 점	□□□ %	□□□□ 억 □□□□ 만원	□□□ %
3천만원~6천만원 미만	① 해당 ② 비해당	□□□ 점	□□□ %	□□□□ 억 □□□□ 만원	□□□ %
6천만원~1억원 미만	① 해당 ② 비해당	□□□ 점	□□□ %	□□□□ 억 □□□□ 만원	□□□ %
1억원~10억원 미만	① 해당 ② 비해당	□□□ 점	□□□ %	□□□□ 억 □□□□ 만원	□□□ %
10억원 이상	① 해당 ② 비해당	□□□ 점	□□□ %	□□□□ 억 □□□□ 만원	□□□ %
합 계		□□□ 점	1 0 0 %	□□□□ 억 □□□□ 만원	1 0 0 %

문9) (작년 한해 동안 작품을 판매한 적이 있는 경매회사만 응답)
 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 경매회사는 다음의 고객별로 작품을 판매한 적이 있습니까?
 (고객별로 판매한 적이 있는 경우) 그럼, 주요 고객별 작품의 판매비율은 각각 몇 % 정도인지 말씀해 주십시오.

구 분	판매여부	작품 수 기준(%)	판매 금액 기준(%)
1) 개인	① 있음 ② 없음	□□□ %	□□□ %
2) 기업	① 있음 ② 없음	□□□ %	□□□ %
3) 미술시장 관계자(화랑, 경매, 딜러 등)	① 있음 ② 없음	□□□ %	□□□ %
4) 국·공·사립 미술관	① 있음 ② 없음	□□□ %	□□□ %
5) 정부 및 지자체(미술은행 포함)	① 있음 ② 없음	□□□ %	□□□ %
6) 해외 고객(개인, 기업 등)	① 있음 ② 없음	□□□ %	□□□ %
7) 기타(적어주세요 :)	① 있음 ② 없음	□□□ %	□□□ %
합 계		1 0 0 %	1 0 0 %

문10) (작년 한해 동안 작품을 판매한 적이 있는 경매회사만 응답)
작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 경매회사는 다음의 장르별로 작품을 판매한 적이 있습니까?
(장르별로 판매한 적이 있는 경우) 그럼, 장르별 판매 작품 수와 작품금액을 작품 수(작품금액) 또는 비율(%) 중
응답하기 편한 내용으로 말씀해 주십시오. 단, 비율(%) 응답 시 장르별 총합은 100%가 되어야 합니다.

■ 응답지침 ■

■ 기타 : 해당 내용으로 분류되지 않는 모든 장르(예 : 드로잉, 건축 등)는 구체적으로 내용을 기입하여 주십시오.

구 분	판매여부	연간 판매 작품 수 (수 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)		연간 작품 판매 금액 (금액 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)	
		작품 수	비율(%)	판매 금액	비율(%)
1) 회화	① 있음 ② 없음		점	억	만원
2) 판화	① 있음 ② 없음		점	억	만원
3) 사진	① 있음 ② 없음		점	억	만원
4) 조각/설치	① 있음 ② 없음		점	억	만원
5) 미디어아트	① 있음 ② 없음		점	억	만원
6) 현대공예(도예, 디자인 등)	① 있음 ② 없음		점	억	만원
7) 전통회화(서예, 문인화, 민화 등)	① 있음 ② 없음		점	억	만원
8) 골동품/목기	① 있음 ② 없음		점	억	만원
9) 기타(적어주세요 :)	① 있음 ② 없음		점	억	만원
합 계		점	1 0 0	억	만원 1 0 0

* 회화 : 근현대 이후 서양화, 동양화 등
** 전통회화 : 근대 이전 서양화, 동양화 등

■ 응답지침 ■

■ 문11~문13)은 작년 한해 동안 온라인/오프라인 모두 판매한 경매회사(문4에서 1),2)모두 응답한 경우만 응답하여 주십시오.
■ 단, [온라인 경매]를 통한 작품판매 실적만 응답해 주십시오.

문11) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 경매회사는 온라인 경매로 판매한 작품수와 작품판매금액을 말씀해주세요

* 온라인 판매란 온라인을 통해 소비자가 구매 선정에서 결제까지 진행된 경우에만 해당
예) 온라인에서 구매선정 후 결제시스템을 이용하지 않고 경매회사에 직접 계좌이체 한 경우는 제외

구 분	해당 여부	연간 판매 작품 수	연간 작품 판매 금액
온라인 판매	① 해당 ② 비해당	점	억
		응답표	응답표

문12) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 경매회사는 온라인 경매에서 다음의 작품 금액별로 작품을 판매한 적이 있습니까?
(작품 금액별로 판매한 적이 있는 경우) 그럼, 온라인 경매의 작품금액별 판매 작품 수와 작품금액을 작품 수(작품금액)
또는 비율(%) 중 응답하기 편한 내용으로 답변해 주십시오.

작품금액 구분	해당 여부	연간 판매 작품 수 (수 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)		연간 판매작품 금액 (금액 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)	
		작품 수	비율(%)	금액	비율(%)
100만원 미만	① 해당 ② 비해당		점	억	만원
100만원~300만원 미만	① 해당 ② 비해당		점	억	만원
300만원~600만원 미만	① 해당 ② 비해당		점	억	만원
600만원~1천만원 미만	① 해당 ② 비해당		점	억	만원
1천만원~5천만원 미만	① 해당 ② 비해당		점	억	만원
5천만원 이상	① 해당 ② 비해당		점	억	만원
합 계		점	1 0 0	억	만원 1 0 0

문13) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 경매회사는 온라인 경매에서 다음의 장르별로 작품을 판매한 적이 있습니까?
(장르별로 판매한 적이 있는 경우) 그럼, 온라인 경매의 장르별 판매 작품 수와 작품금액을 작품 수(작품금액) 또는
비율(%) 중 응답하기 편한 내용으로 말씀해 주십시오. 단, 비율(%) 응답 시 장르별 총합은 100%가 되어야 합니다.

■ 응답지침 ■

■ 기타 : 해당 내용으로 분류되지 않는 모든 장르(예 : 드로잉, 건축 등)는 구체적으로 내용을 기입하여 주십시오.

구 분	판매여부	연간 판매 작품 수 (수 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)		연간 작품 판매 금액 (금액 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)	
		작품 수	비율(%)	판매 금액	비율(%)
1) 회화	① 있음 ② 없음		점	억	만원
2) 판화	① 있음 ② 없음		점	억	만원
3) 사진	① 있음 ② 없음		점	억	만원
4) 조각/설치	① 있음 ② 없음		점	억	만원
5) 미디어아트	① 있음 ② 없음		점	억	만원
6) 현대공예(도예, 디자인 등)	① 있음 ② 없음		점	억	만원
7) 전통회화(서예, 문인화, 민화 등)	① 있음 ② 없음		점	억	만원
8) 골동품/목기	① 있음 ② 없음		점	억	만원
9) 기타(적어주세요 :)	① 있음 ② 없음		점	억	만원
합 계		점	1 0 0	억	만원 1 0 0

* 회화 : 근현대 이후 서양화, 동양화 등
** 전통회화 : 근대 이전 서양화, 동양화 등

■ 응답지침 ■

■ 작년 한해 동안 해외 경매 실적이 있는 경매회사만 응답하여 주십시오.
■ 단, 해외 경매를 통한 작품 판매 실적만 응답해 주십시오. (문4에서 3)에 응답한 경우)

문14) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 경매회사는 해외 개최 경매로 판매하신 작품수와 작품판매금액을 말씀해 주십시오.

구 분	연간 판매 작품 수	연간 작품 판매 금액
해외 개최 경매 판매	점	억
	응답표	응답표

문15) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 경매회사는 해외 경매에서 다음의 작품 금액별로 작품을 판매한 적이 있습니까?
(작품 금액별로 판매한 적이 있는 경우) 그럼, 해외 경매의 작품금액별 판매 작품 수와 작품금액을 작품 수(작품금액)
또는 비율(%) 중 응답하기 편한 내용으로 답변해 주십시오.

작품금액 구분	해당 여부	연간 판매 작품 수 (수 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)		연간 판매작품 금액 (금액 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)	
		작품 수	비율(%)	금액	비율(%)
1천만원 미만	① 해당 ② 비해당		점	억	만원
1천만원~3천만원 미만	① 해당 ② 비해당		점	억	만원
3천만원~6천만원 미만	① 해당 ② 비해당		점	억	만원
6천만원~1억원 미만	① 해당 ② 비해당		점	억	만원
1억원~10억원 미만	① 해당 ② 비해당		점	억	만원
10억원 이상	① 해당 ② 비해당		점	억	만원
합 계		점	1 0 0	억	만원 1 0 0

문16) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 경매회사는 해외 경매에서 다음의 장르별로 작품을 판매한 적이 있습니까?

(장르별로 판매한 적이 있는 경우) 그럼, 해외 경매의 장르별 판매 작품 수와 작품금액을 작품 수(작품금액) 또는 비율(%) 중 응답하기 편한 내용으로 말씀해 주십시오. 단, 비율(%) 응답 시 장르별 총합은 100%가 되어야 합니다.

■ 응답지침 ■

■ 기타 : 해당 내용으로 분류되지 않는 모든 장르(예 : 드로잉, 건축 등)는 구체적으로 내용을 기입하여 주십시오.

구 분	판매여부	연간 판매 작품 수 (수 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)		연간 작품 판매 금액 (금액 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)		
		작품 수	비율(%)	판매 금액	비율(%)	
1) 회화	① 있음 ② 없음	점		억	만원	
2) 판화	① 있음 ② 없음	점		억	만원	
3) 사진	① 있음 ② 없음	점		억	만원	
4) 조각/설치	① 있음 ② 없음	점		억	만원	
5) 미디어/아트	① 있음 ② 없음	점		억	만원	
6) 현대공예(도예, 디자인 등)	① 있음 ② 없음	점		억	만원	
7) 전통회화(서예, 문인화, 민화 등)	① 있음 ② 없음	점		억	만원	
8) 골동품/목기	① 있음 ② 없음	점		억	만원	
9) 기타(적어주세요 :)	① 있음 ② 없음	점		억	만원	
합 계		점	1 0 0	억	만원	1 0 0

* 회화 : 근현대 이후 서양화, 동양화 등
** 전통회화 : 근대 이전 서양화, 동양화 등

D. 회원 및 사업운영 현황

문17) 2016년 12월 31일 현재 귀 경매회사의 회원 현황을 무료 회원과 유료 회원으로 구분하여 말씀해 주십시오.
(유료회원이 있는 경우) 그럼, 유료회원의 1인당 연회비는 얼마입니까?
회원 등급에 따라 연회비가 차등 적용되는 경우 경매에 참가가 가능한 등급의 연회비를 기입하여 주십시오.

회원 구분	회원수	성인 1인당 연회비
1. 무료 회원	명	
2. 유료 회원	명	만 원

문18) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 경매회사는 경매 개최 외에 다음의 사업을 운영하신 적이 있습니까?
다음 중에서 해당하는 것을 모두 말씀해 주십시오.

■ 응답지침 ■

■ 기타 : 위의 사업 외에 운영하는 모든 사업(예: 미술품보관, 갤러리 운영 등)은 구체적으로 내용을 기입하여 주십시오

① 교육 사업 ② 담보 대출 ③ 전시장 임대 ④ 아트 컨설팅 ⑤ 기타(적어주세요 :)

E. 경매회사 재정 현황

문19) 귀 경매회사의 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일)의 총 매출액은 대략 얼마였습니까?
정확한 수치의 응답이 어려운 경우는 응답표에서 해당하는 번호를 기입해 주십시오.

2016년 총 매출액 억 만원 응답표

문19-1) (2016년 매출이 있는 경매회사만 응답)
그럼, 다음의 각 항목이 귀 경매회사의 2016년도 매출액에서 차지하는 비율이 각각 몇 %인지 구분하여 말씀해 주십시오.

구 분	비중 (%)
1) 작품 판매 수수료 수입	
2) 경매 참가비 수입(연회비 포함)	
3) 부대사업 수입	
4) 기타 수입(적어주세요 :)	
합 계	1 0 0

문20) 귀 경매회사의 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일)의 총 지출액은 대략 얼마였습니까?
정확한 수치의 응답이 어려운 경우는 응답표에서 해당하는 번호를 기입해 주십시오.

2016년 총 지출액 억 만원 응답표

문20-1) (2016년 지출이 있는 경매회사만 응답)
그럼, 다음의 각 항목이 귀 경매회사의 2016년도 지출액에서 차지하는 비율이 각각 몇 %인지 구분하여 말씀해 주십시오.

구 분	비중 (%)	
매출 원가	1) 경매 사업비(경매 운영 경비, 작품 구입비 등)	
	2) 경매 외 사업비	
판매 관리비	3) 공간 유지비(임대 및 건물 유지비)	
	4) 인건비	
	5) 기타(적어주세요 :)	
합 계	1 0 0	

참고. 작품 판매 금액, 매출액, 지출액 응답 참고표

응답 구분	응답 구분	응답 구분	응답 구분
(0) 없음			
(1) 1천만원 미만	(11) 1억원~2억원 미만	(21) 20억원~30억원 미만	(31) 300억원~400억원 미만
(2) 1천만원~2천만원 미만	(12) 2억원~3억원 미만	(22) 30억원~40억원 미만	(32) 400억원~500억원 미만
(3) 2천만원~3천만원 미만	(13) 3억원~4억원 미만	(23) 40억원~50억원 미만	(33) 500억원~600억원 미만
(4) 3천만원~4천만원 미만	(14) 4억원~5억원 미만	(24) 50억원~60억원 미만	(34) 600억원~700억원 미만
(5) 4천만원~5천만원 미만	(15) 5억원~6억원 미만	(25) 60억원~70억원 미만	(35) 700억원~800억원 미만
(6) 5천만원~6천만원 미만	(16) 6억원~7억원 미만	(26) 70억원~80억원 미만	(36) 800억원~900억원 미만
(7) 6천만원~7천만원 미만	(17) 7억원~8억원 미만	(27) 80억원~90억원 미만	(37) 900억원~1,000억원 미만
(8) 7천만원~8천만원 미만	(18) 8억원~9억원 미만	(28) 90억원~100억원 미만	(38) 1,000억원 이상
(9) 8천만원~9천만원 미만	(19) 9억원~10억원 미만	(29) 100억원~200억원 미만	
(10) 9천만원~1억원 미만	(20) 10억원~20억원 미만	(30) 200억원~300억원 미만	

참고. 작품 판매수 응답 참고표

응답 구분	응답 구분	응답 구분	응답 구분
(0) 없음			
(1) 3점 미만	(11) 25점~27점 미만	(21) 50점~55점 미만	(31) 100점~200점 미만
(2) 3점~5점 미만	(12) 27점~30점 미만	(22) 55점~60점 미만	(32) 200점~300점 미만
(3) 5점~7점 미만	(13) 30점~33점 미만	(23) 60점~65점 미만	(33) 300점~400점 미만
(4) 7점~10점 미만	(14) 33점~35점 미만	(24) 65점~70점 미만	(34) 400점~500점 미만
(5) 10점~13점 미만	(15) 35점~37점 미만	(25) 70점~75점 미만	(35) 500점~600점 미만
(6) 13점~15점 미만	(16) 37점~40점 미만	(26) 75점~80점 미만	(36) 600점~700점 미만
(7) 15점~17점 미만	(17) 40점~43점 미만	(27) 80점~85점 미만	(37) 700점~800점 미만
(8) 17점~20점 미만	(18) 43점~45점 미만	(28) 85점~90점 미만	(38) 800점~900점 미만
(9) 20점~23점 미만	(19) 45점~47점 미만	(29) 90점~95점 미만	(39) 900점~1000점 미만
(10) 23점~25점 미만	(20) 47점~50점 미만	(30) 95점~100점 미만	(40) 1,000점 이상

지금까지 오랜 시간 응답해 주셔서 감사합니다. 응답해 주신 내용은 소중한 자료로 활용하겠습니다.

2017 미술시장실태조사 : 아트페어

안녕하십니까? 저는 (재)예술경영지원센터의 미술시장실태조사를 담당하고 있는 조사원 ○○○입니다.
이번에 문화체육관광부가 주최하고 (재)예술경영지원센터에서 주관하여 우리나라 미술시장의 실태와 유통현황을 파악하여 미술품 유통시장의 발전방안을 모색하고 향후 정책 및 현장 환류의 기초자료를 마련·활용하고자 미술시장실태조사를 수행하고 있습니다.

바쁘시더라도 우리나라 미술시장의 발전적인 정책 마련을 위해 적극적인 협조와 정확한 작성을 부탁드립니다.
본 조사는 통계법 제33조(비밀의 보호)에 의거하여 응답해주신 세부 조사결과는 통계 목적 이외에는 절대 다른 용도로 사용하지 않을 것을 약속드립니다. 바쁘신 가운데 도와주신 데 대해 감사드리며, 귀 기관의 무궁한 발전을 기원합니다.
감사합니다.

2017년 6월

 문화체육관광부  예술경영지원센터 주 소 서울시 중로구 대학로 57 종익대학교 대학로캠퍼스 교육동 12층 (재)예술경영지원센터 예술진흥실 시각유통팀 연락처 하선영 (전화) 02-708-2254 (팩스) 02-2098-2934	 Ipsos 입소스 주식회사(IPSOS) 주 소 서울시 중구 청파로 463 한국경제신문사빌딩 12층 입소스 주식회사 (IPSOS) 연락처 장희선 (전화) 02-6464-5448 (팩스) 02-6464-5500
---	--

「통계응답자의 의무 및 보호에 관한 법률」

통계법 제33조 (비밀의 보호)

- ① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
- ② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로는 사용되어서는 아니 된다.

■ 조사원 기입란 : 조사원은 아래의 사항을 빠짐없이 기록해 주십시오.

응답자	직급	① 조직위원장 ② 사무국장/팀장 이상 ③ 전시기획/홍보 ④ 기타→귀 아트페어 운영 및 재정현황 담당자 소개		
	성명		부서	
	사무실연락처	() -	핸드폰	-
조사원	사무국 주소	(시.도)	(시.군.구)	(읍.면.동)
	성명	조사일시	2016년	월 일

■ 응답시 유의사항

- ※ 본조사는 귀 아트페어의 현황을 잘 알고 있는 사무국장이나 관리 책임자분이 응답해 주십시오.
- ※ 질문 앞에 특별한 언급이 없는 한 모든 설문은 응답기준은 2016년 1월 1일~2016년 12월 31일이며, 「현재」라는 표현이 있는 질문은 2016년 12월 31일을 기준으로 작성해 주십시오.
- ※ 조사내용을 응답하실 때 각 문항별로 제공되는 「응답지침」에 따라 작성해 주시기 바랍니다.
- ※ 조사진행이나 응답기준에 대한 의문사항이 있으면 (재)예술경영지원센터나 입소스 주식회사(IPSOS)로 문의 바랍니다.

■ 면접 후 기록

방문일시 및 결과	1 차	□□ 월 □□ 일	결과	① 조사완료 ② 부재중 ③ 응답거부 ④ 미완성 ⑤ 면접불능
	2 차	□□ 월 □□ 일	결과	① 조사완료 ② 부재중 ③ 응답거부 ④ 미완성 ⑤ 면접불능
	3 차	□□ 월 □□ 일	결과	① 조사완료 ② 부재중 ③ 응답거부 ④ 미완성 ⑤ 면접불능
조사방법	① 면접조사 ② 현장방문으로 조사표 배포 후 방문하여 조사완료 ③ 현장방문으로 조사표 배포 후 이메일이나 팩스로 조사완료 ④ 이메일/팩스로 조사표 발송 후 방문하여 조사완료 ⑤ 이메일/팩스로 조사표 발송 후 이메일이나 팩스로 조사완료 ⑥ 기타(적어주세요 :)			
조사원	본조사는 입소스 주식회사(IPSOS)의 면접 지침사항 내용을 준수하여 이루어졌음을 확인합니다.	실사 연구원	검 증	코 디ング

I. 아트페어 현황

아트페어	ID	2 0	아트페어명	
	2016년 개최장소	개최장소 : (시.도) (시.군.구) 개최장소명 :	법적성격	① 개인사업자 ② 사단법인 ③ 재단법인 ④ 임의단체 ⑤ 상법인 ⑥ 기타(적어주세요 :)
	최초개최연도	년	주최단체명	
	총 개최횟수	회	* 총 개최회수 : 최초 아트페어 개최 이후 2016년까지 개최한 총 횟수(2016년 포함)	

II. 일반 현황

■ 응답지침 ■

■ 일반현황과 A. 시설 및 인력현황은 사전에 작성된 응답지를 활용하여 변경된 내용만 수정해 주시기 바랍니다.

선문1) 귀 아트페어의 주된 참가방식을 다음 중 무엇입니까?
화랑과 작가가 모두 참가하는 경우 화랑 참가, 작가 참가 중 주된 참가 방식을 선택(✓)하여 주십시오.
① 화랑 참가 ② 작가 직접 참가 ③ 화랑과 작가 모두 참가(주된 참가 : 화랑() / 작가())

선문1-1) 그럼, 귀 아트페어의 참가자(화랑이나 작가 등)의 가장 주된 참가 방법은 다음 중 무엇이었습니까?
① 공개모집 ② 공개모집 후 심의 ③ 주최측 지정 및 초청 ④ 기타(적어주세요 :)

선문2) 귀 아트페어의 개최 주기는 어떻게 됩니까?
① 1년에 1회 ② 연간 2회 이상 1년에 회

선문3) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 아트페어의 개최기간을 말씀해 주십시오. (VIP 오픈 및 개막식 일 포함)

1	개최기간	2016년 월 일 ~ 2016년 월 일
	총 개최일수	총 일간
2	개최기간	2016년 월 일 ~ 2016년 월 일
	총 개최일수	총 일간

A. 시설 및 인력 현황

문1) 2016년 12월 31일 현재 귀 아트페어의 직원은 총 몇 명입니까?
대표자를 포함하여 성별 및 정규직 여부로 구분하여 말씀해 주십시오.

구분	직원수	
합계	명	
정규직*	남자	명
	여자	명
비정규직**	남자	명
	여자	명

* 정규직 : 회사 내규에 의해 고용된 정규 직원으로 고용계약기간이 1년 이상인 직원
** 비정규직 : 고용계약기간이 1년 미만 (기간제, 단시간, 파견근로자 등)

문1-1) 2016년 12월 31일 현재 귀 아트페어에는 다음의 업무를 담당하고 있는 직원이 있습니까?
(업무 담당 직원이 있는 경우) 그럼, 해당 업무를 담당하고 있는 직원의 수를 말씀해 주십시오.

■ 응답지침 ■

■ 직원 1명이 2개의 업무를 담당하고 있는 경우 가장 주된 업무를 기준으로 응답해 주십시오.

구분	직원여부	직원수(명)
1) 총괄(대표자)	① 있음 ② 없음	명
2) 행정(예산, 회계 및 일반사무)	① 있음 ② 없음	명
3) 전시기획	① 있음 ② 없음	명
4) 홍보, 영업, 마케팅	① 있음 ② 없음	명
5) 전시보조(전시장관리, 전시진행보조)	① 있음 ② 없음	명
6) 기타(적어주세요 :)	① 있음 ② 없음	명

문2) 2016년 12월 31일 현재 귀 아트페어는 4대 보험에 가입하고 있습니까?
(1개라도 가입하고 있는 경우) 그럼, 가입하고 있는 보험을 모두 말씀해 주십시오. (복수응답)
① 국민연금 ② 건강보험 ③ 고용보험 ④ 산재보험 ⑤ 해당사항 없음(4대 보험 미가입)

B. 아트페어 운영 현황

■ 응답지침 ■

■ 지금부터 모든 응답은 2016년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 아트페어의 운영 현황을 기준으로 응답해 주십시오.
2016년 연간 아트페어를 2회 이상 개최했으면 모두 합산해서 말씀해 주시기 바랍니다.

▶ 화랑 참가 아트페어만 응답 : 선문 1)의 ① 화랑참가와 ③ 모두 참가 중 주된 참가방식이 화랑참가인 경우
▶ 화랑 참가 아트페어인 경우 문 3)으로 가십시오

▶ 작가 참가 아트페어 : 선문 1)의 ②작가직접참가와 ③ 모두 참가 중 주된 참가방식이 작가 참가인 경우
▶ 작가 참가 아트페어인 경우 문 4)로 가십시오

문3) (선문 1)의 ① 화랑 참가 아트페어 및 ③ 화랑과 작가 모두 참가에서 주된 참가가 화랑인 경우만 응답)
작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 아트페어의 아트페어 개최 현황을 말씀해 주십시오.

구분	개최 현황	세부 현황		
1) 연간 총 참가 화랑수 (연간 2회 이상 개최 시 한 화랑이 2회 이상 참가한 경우 개별 계산)	총(국내+해외) 개	해외(외국)화랑 참가 현황	참여 해외(외국) 국가수	참여 해외(외국) 화랑수
		※ 해외(외국)화랑 참가 아트페어만 응답		
		① 참가	총 개국	총 개
		② 미참가		
2) 연간 총 참여 작가수 (연간 2회 이상 개최 시 한 작가가 2회 이상 참가한 경우 개별 계산)	총(국내+해외) 명	참여 해외(외국)작가수		
		총 명		

▶ 응답 후 문 5)로 가십시오

작가 참가 아트페어만 응답 : 선문 1)의 ②작가직접참가와 ③ 모두 참가 중 주된 참가방식이 작가 참가인 경우

문4) (선문 1)의 ② 작가 참가 아트페어 및 ③ 화랑과 작가 모두 참가에서 주된 참가가 작가인 경우만 응답)
작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 아트페어의 아트페어 개최 현황을 말씀해 주십시오.

구분	개최 현황	세부 현황		
1) 연간 총 참여 작가수 (연간 2회 이상 개최시 한 작가가 2회 이상 참가한 경우 개별로 계산할 것)	총(국내+해외) [] 만 [] 명	해외(외국) 작가 참가 현황	참여 해외(외국) 국가수	참여 해외(외국) 작가수
		※ 해외(외국) 작가 참가 아트페어만 응답		
		① 참가 ② 미참가	총 [] 개국	총 [] 명

응답 후 문 5)로 가십시오

문5) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 아트페어의 총 관람객 수를 말씀해 주십시오.

구분	개최 현황	세부 현황			
연간 총 관람객수	총(유료+무료) [] 만 [] 명	문5-1) 관람객 현황을 무료와 유료 관람객으로 구분하여 말씀해 주십시오.			
		관람 특성	존재여부	관람객 수	성인 1인 기준 관람료
		1) 무료 관람객	① 있음 ② 없음	[] 만 [] 명	
2) 유료 관람객	① 있음 ② 없음	[] 만 [] 명	[] 만 [] 천원		

문6) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 아트페어의 전시작품의 성향을 말씀해 주십시오.
먼저, 전시작품의 시대를 구분하여 해당하는 시대를 모두 말씀해 주십시오. 다음으로 전시작품의 해당하는 장르를 모두 말씀해 주십시오.

구분	내용
문6-1) 전시 작품의 시대	① 고미술 (1900년 이전) ② 근대미술 (1900~1950년 이전) ③ 현대미술 (1950년 이후)
문6-2) 작품 장르	① 미술전반 → 문 7)로 가십시오 ② 특정장르만 → 문 6-3) 특정 장르 항목으로 가십시오
문6-3) 특정 장르 (복수응답 가능)	① 회화 ② 판화 ③ 사진 ④ 조각/설치 ⑤ 미디어아트 ⑥ 현대공예(도예, 디자인등) ⑦ 전통회화 ⑧ 골동품/목기 ⑨ 기타(적어주세요 :)

* 회화 : 근현대 이후 서양화, 동양화 등
** 전통회화 : 근대 이전 서양화, 동양화 등

문7) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 아트페어는 아트페어 개최시 화랑이나 작가에게 참가비(부스비)를 받으셨습니까? 참가비(부스비)를 받으셨다면, 일반적으로 1개 부스당 참가비는 얼마정도였습니까?
경우에 따라 다른 참가비를 받은 경우 가장 기준이 되는 참가비를 기입하여 주십시오.

① 예(1% 이상 유료) → 1개 부스당 참가비 [] 만원 ② 아니오(100% 무료)

C. 아트페어 운영실적

문8) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 아트페어의 연간 미술작품 판매실적을 작품 수와 판매금액으로 구분하여 말씀하여 주십시오.
정확한 수치의 응답이 어려울 경우는 응답표에서 해당하는 번호를 기입해 주십시오.

구분	연간 총 판매 작품 수	연간 총 작품 판매 금액
연간 총 작품 판매실적	[] 만 [] 점	[] 억 [] 만원
	응답표 []	응답표 []

문9) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 아트페어의 작품 판매 현황을 말씀해 주십시오.
또한 작품 판매시 판매 수수료가 있었습니까? 있었다면, 판매방법별로 판매 수수료를 말씀해 주십시오.

구분	판매여부	판매 비중 (%)	수수료 여부	수수료율
1) 참가자(화랑/작가) 직접 판매	① 있음 ② 없음		① 있음 ② 없음	판매금액의 [] %
2) 아트페어 주최측 중개	① 있음 ② 없음		① 있음 ② 없음	판매금액의 [] %
3) 아트페어 주최측 판매	① 있음 ② 없음		① 있음 ② 없음	판매금액의 [] %
4) 기타(적어주세요 :)	① 있음 ② 없음		① 있음 ② 없음	판매금액의 [] %
합 계		1 0 0		

문10) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 아트페어는 온라인을 통해 작품을 판매한 적이 있습니까?

* 온라인 판매란 온라인을 통해 소비자가 구매 선정에서 결제까지 진행된 경우에만 해당
예) 온라인에서 구매선정 후 결제시스템을 이용하지 않고 아트페어에 직접 계좌이체 한 경우는 제외

구분	해당 여부	연간 판매 작품 수	연간 작품 판매 금액
온라인판매	① 해당 ② 비해당	[] 점	[] 억 [] 만원
		응답표 []	응답표 []

문11) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 아트페어의 연간 작품 판매량(거래 건수)을 기준으로 다음 각 장르 중 판매량이 가장 많은 순서대로 3가지를 말씀해 주십시오.

응답지침

- ① 회화 : 근현대 이후 서양화, 동양화 등
- ② 전통회화 : 근대 이전 서양화, 동양화 등

1순위	2순위	3순위
-----	-----	-----

- ① 회화 ② 판화 ③ 사진 ④ 조각/설치 ⑤ 미디어아트
- ⑥ 현대공예(도예, 디자인 등) ⑦ 전통회화 ⑧ 골동품/목기 ⑨ 기타(적어주세요 :)

D. 아트페어 재정 현황

문12) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 아트페어의 총 수입액과 세부항목별 비중을 말씀해 주십시오.

총 수입액	세부항목	수입 여부	비중(%)
* 정확한 수치의 응답이 어려울 경우는 응답표에서 해당하는 번호를 기입해 주십시오. [] 억 [] 만원 응답표 []	1. 자체수입 (작품판매, 참가비, 관람료 수입 등)	① 있음 ② 없음	
	2. 공공 지원 수입	① 있음 ② 없음	
	3. 민간(개인, 기업 등) 지원 수입 (후원 및 협찬)	① 있음 ② 없음	
	합 계		1 0 0

I. 기본 현황

응답지침

- 기본현황과 분관현황, 시설현황은 사전에 작성된 응답지를 활용하여 변경된 내용만 수정해 주시기 바랍니다.
- 설립주체형태 : 미술관을 최초 설립할 때의 주체 ■ 운영주체형태 : 현재 미술관을 운영하고 있는 주체

미술관	ID	4 3	미술관명	개관연도	년
	설립주체명* (설립자명)		설립주체형태*	① 중앙정부 ② 광역자치단체 ③ 기초자치단체 ④ 공기업 ⑤ 재단법인 ⑥ 사단법인 ⑦ 상법인 ⑧ 교육기관 ⑨ 개인 ⑩ 기타(적어주세요 :)	
	운영주체명*		운영주체형태*	① 중앙정부 ② 광역자치단체 ③ 기초자치단체 ④ 공기업 ⑤ 재단법인 ⑥ 사단법인 ⑦ 상법인 ⑧ 교육기관 ⑨ 개인 ⑩ 기타(적어주세요 :)	

* 예시 : 공립미술관인 '경기도 미술관'의 경우 설립주체는 경기도(② 광역자치단체), 운영주체는 경기문화재단(⑤ 재단법인)임

II. 분관 현황

선문1) 2016년 12월 31일 현재 귀 미술관은 분관(별도 미술관 등록 분관 포함)을 운영하고 있습니까?

응답지침

- 분관 운영 : 귀 미술관이 운영중인 모든 분관의 수를 기입해 주십시오.
- 미술관 등록 : 「박물관 및 미술관 진흥법 제16조(등록 등)」에 의거 하여 등록된 미술관

- ① 분관 운영 : 총 개 **1. 분관 현황 Part 작성**
- ② 전체 운영 분관 중 별도 미술관 등록 : 분관 운영 개 → **별도의 조사표를 작성**
- ③ 분관을 운영하지 않음 → **A. 시설 및 인력현황으로 가십시오**

응답지침

- 운영형태 : ① 본관 통합 운영의 경우 분야별로 본관이 관할하고 있는 것을 모두 골라 주십시오.
- 별도 미술관 등록 여부 : 「박물관 및 미술관 진흥법 제16조(등록 등)」에 의거 하여 등록된 미술관일 경우 '① 등록'에 표시해 주시고, 별도의 조사표에 미술관 현황(시설현황, 운영현황, 작품구입현황, 재정현황)을 작성해 주십시오.

분관1	미술관명	개관연도	년
	소재지	(시.도) (시.군.구) (읍.면.동)	
	운영형태	① 본관 통합 운영 → ① 예산·회계 ② 인사관리 ② 분관 별도 운영 ③ 전시사업 ④ 기타(적어주세요 :)	
별도 미술관 등록 여부		① 등록(별도 조사표 작성) ② 미등록	
분관2	미술관명	개관연도	년
	소재지	(시.도) (시.군.구) (읍.면.동)	
	운영형태	① 본관 통합 운영 → ① 예산·회계 ② 인사관리 ② 분관 별도 운영 ③ 전시사업 ④ 기타(적어주세요 :)	
별도 미술관 등록 여부		① 등록(별도 조사표 작성) ② 미등록	
분관3	미술관명	개관연도	년
	소재지	(시.도) (시.군.구) (읍.면.동)	
	운영형태	① 본관 통합 운영 → ① 예산·회계 ② 인사관리 ② 분관 별도 운영 ③ 전시사업 ④ 기타(적어주세요 :)	
별도 미술관 등록 여부		① 등록(별도 조사표 작성) ② 미등록	

(재)예술경영지원센터 www.gokams.or.kr :: 2017 미술시장실태조사_국공립·대학 미술관 :: 2/8

A. 시설 및 인력 현황

응답지침

- 지금부터 모든 응답은 분관과 분관(별도 미술관 등록 분관은 제외)을 모두 포함한 귀 미술관 전체의 현황을 말씀해 주십시오.

문1) 2016년 12월 31일 현재 귀 미술관의 다음 주요 시설별 보유현황을 말씀해 주십시오. (복수응답)
(각 시설을 보유한 경우) 그림, 각 시설별 수를 분관의 시설까지 포함하여 말씀해 주십시오.

구분	보유여부	시설수
주요시설	1) 전시실	① 보유 ② 미보유 <input type="text"/> 개
	2) 사무실	① 보유 ② 미보유 <input type="text"/> 개
	3) 수장고	① 보유 ② 미보유 <input type="text"/> 개
기타시설	4) 세미나실·강당	① 보유 ② 미보유 <input type="text"/> 개
	5) 자료·도서실	① 보유 ② 미보유 <input type="text"/> 개
	6) 기타(적어주세요 :)	① 보유 ② 미보유 <input type="text"/> 개

문2) 2016년 12월 31일 현재 귀 미술관의 직원은 총 몇 명입니까? (해당 미술관에 소속된 직원만 기재)
대표자(대표이사, 관장 등)를 포함하여 성별 및 정규직 여부로 구분하여 말씀해 주십시오.

구분	직원수
합 계	<input type="text"/> 명
정규직*	남 자 <input type="text"/> 명
	여 자 <input type="text"/> 명
비정규직**	남 자 <input type="text"/> 명
	여 자 <input type="text"/> 명

* 정규직 : 회사 내규에 의해 고용된 정규 직원으로 고용계약기간이 1년 이상인 직원

** 비정규직 : 고용계약기간이 1년 미만 (기간제, 단시한, 파견근로자 등)

문2-1) 2016년 12월 31일 현재 귀 미술관에는 다음의 업무를 담당하고 있는 직원이 있습니까?
(업무 담당 직원이 있는 경우) 그림, 해당 업무를 담당하고 있는 직원의 수를 말씀해 주십시오.

응답지침

- 직원 1명이 2개의 업무를 담당하고 있는 경우 가장 주된 업무를 기준으로 응답해 주십시오.

구분	직원여부	직원수
1) 총괄(대표자)	① 있음 ② 없음	<input type="text"/> 명
2) 행정(예산, 회계 및 일반사무)	① 있음 ② 없음	<input type="text"/> 명
3) 전시기획	① 있음 ② 없음	<input type="text"/> 명
4) 홍보, 영업, 마케팅	① 있음 ② 없음	<input type="text"/> 명
5) 전시보조(전시장관리, 전시진행보조)	① 있음 ② 없음	<input type="text"/> 명
6) 기타(적어주세요 :)	① 있음 ② 없음	<input type="text"/> 명

(재)예술경영지원센터 www.gokams.or.kr :: 2017 미술시장실태조사_국공립·대학 미술관 :: 3/8

B. 전시 운영 현황

■ 응답지침 ■
 ■ 지금부터 모든 응답은 2016년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 미술관의 전시 개최현황을 응답해 주십시오.

문3) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 미술관의 전시회 개최현황 및 관람객 현황을 말씀해 주십시오.

전 시 현 황				
연간 전시개최 세부 현황	상설(소장품)전 : 기획(초대)전, 대관전을 제외한 전시			
	전시형태별	개최 여부	연간 개최횟수*	연간 참여 작가수**
	㉠ 기획(초대)전	① 있음 ② 없음	□□□□ 회	□□□□ 명
	㉡ 상설(소장품)전	① 있음 ② 없음	□□□□ 회	□□□□ 명
	㉢ 대관전	① 있음 ② 없음	□□□□ 회	□□□□ 명
연간 총 전시 개최횟수 및 참여작가수		연간 총 개최횟수 총 □□□□ 회	연간 총 참여 작가수 총 □□□□ 명	

* 같은 기간에 2개 이상 전시가 개최된 경우 각각 계산
 ** 2개 이상의 전시에 참여한 작가가 있을 경우 별도 계산

문3-1) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 미술관의 연간 전시 관람 현황을 말씀해 주십시오.

연간 총 전시 관람 현황	유료관람 전시 개최 여부	① 개최 ② 미개최
	※ 유료관람 전시 개최 미술관만 응답	
	유료관람 전시 개최 횟수	□□□□ 회
	유료 관람객 수	□□□□ 만 □□□□ 명
평균 관람 요금		□□□□ 만 □□□□ 원

(무료+유료관람객)
 □□□□ 만 □□□□ 명

C. 미술작품 구입 현황

문4) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 미술관은 미술작품을 구입한 적이 있습니까?

■ 응답지침 ■
 ■ 작품 구입 수 및 금액을 정확히 답변하기 어려울 경우 아래(8page)의 응답표를 보시고 가장 근접한 금액 구간의 번호를 응답표란에 기입해 주십시오.

① 그렇다 ② 아니다 문 8)로 가십시오

작품 형태	구입 여부	연간 총 구입 작품 수 (수 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)		연간 총 작품 구입 금액 (금액 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)	
		작품 수(점)	비율(%)	구입 금액(원)	비율(%)
국내 작품	① 해당	□□□□ 만 □□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
	② 비해당	응답표 □□□□		응답표 □□□□	
외국 작품	① 해당	□□□□ 만 □□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
	② 비해당	응답표 □□□□		응답표 □□□□	
합 계		□□□□ 만 □□□□ 점	1 0 0 %	□□□□ □□□□ 만원	1 0 0 %

문5) (작년 한해 동안 작품을 구입한 적이 있는 미술관만 응답)
 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 미술관은 다음의 구입방법별로 작품을 구입한 적이 있습니까?
 (구입방법별로 구입한 적이 있는 경우) 그럼, 구입방법별 연간 작품 수와 구입금액을 말씀해 주십시오.

■ 응답지침 ■
 ■ 구입방법별 구입 작품 합계는 문4)의 연간 총 구입 작품 수와 연간 총 작품 구입 금액과 동일해야 합니다.
 ■ 구입방법별 구입 작품 수와 구입금액을 정확히 모를 경우 전체 작품 수와 구입금액에서 각 구입방법별 작품이 차지하는 비율을 말씀해 주십시오.

작품 구입방법 구분	구입 여부	연간 구입 작품 수 (수 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)		연간 작품 구입금액 (금액 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)	
		작품 수	비율(%)	구입 금액	비율(%)
1) 직접구매(작가, 소장가 등)	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
2) 화랑 중개 구매	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
3) 경매	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
4) 아트페어	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
5) 기타(적어주세요 :)	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
합 계		□□□□ 점	1 0 0 %	□□□□ □□□□ 만원	1 0 0 %

문6) (작년 한해 동안 작품을 구입한 적이 있는 미술관만 응답)
 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 미술관은 온라인을 통해 작품을 구입한 적이 있습니까?

* 온라인 구매란 온라인을 통해 소비자가 구매 선정에서 결제까지 진행된 경우에만 해당.
 예) 온라인에서 구매신청 후 결제시스템을 이용하지 않고 직접 계좌이체 한 경우는 제외.

구 분	해당 여부	연간 구입 작품 수	연간 작품 구입 금액
온라인 구매	① 해당 ② 비해당	□□□□ 점	□□□□ □□□□ 만원
	응답표 □□□□	응답표 □□□□	응답표 □□□□

문7) (작년 한해 동안 미술작품을 구입한 적이 있는 미술관만 응답)
 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 미술관은 다음의 장르별로 작품을 구입한 적이 있습니까?
 (장르별로 구입한 적이 있는 경우) 그럼, 장르별 구입 작품 수와 구입금액을 말씀해 주십시오.

■ 응답지침 ■
 ■ 장르별 구입 작품 합계는 문4)의 연간 총 구입 작품 수와 연간 총 작품 구입 금액과 동일해야 합니다.
 ■ 장르별 구입 작품 수와 작품 구입금액을 정확히 모를 경우 전체 작품 수와 구입금액에서 각 장르별 작품이 차지하는 비율을 말씀해 주십시오.
 ■ 기타 : 해당 내용으로 분류되지 않는 모든 장르(예 : 드로잉, 건축 등)는 구체적으로 내용을 기입하여 주십시오.

장 르	구입 여부	연간 구입 작품 수 (수 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)		연간 작품 구입금액 (금액 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)	
		작품 수	비율(%)	구입 금액	비율(%)
1) 회화*	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
2) 판화	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
3) 사진	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
4) 조각/설치	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
5) 미디어아트	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
6) 현대공예(도예, 디자인 등)	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
7) 전통회화(서예, 문인화, 민화 등)**	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
8) 골동품/목기	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
9) 기타(적어주세요 :)	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
합 계		□□□□ 점	1 0 0 %	□□□□ □□□□ 만원	1 0 0 %

* 회화 : 근현대 이후 서양화, 동양화 등
 ** 전통회화 : 근대 이전 서양화, 동양화 등

문8) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 미술관은 미술작품 구입 외에 다음의 다른 방법으로 미술작품을 수집한 적이 있습니까?

(다른 방법별로 수집한 적이 있는 경우) 그림, 수집방법별 연간 작품 수를 말씀해 주십시오.
(기증을 통해 수집한 적이 있는 경우) 그림, 기증을 통해 수집한 작품의 총 감정가는 얼마정도 인니까?

■ 응답지침 ■

■ 감정가격의 답변이 어려울 경우 감정금액 응답표를 보시고 가장 근접한 금액구간의 번호를 응답표란에 기입해 주십시오.

수집방법 구분	구입 여부	수집 작품 수	기증 작품 감정가
1) 기증	① 있음 ② 없음	점	억 만원 응답표
2) 기탁	① 있음 ② 없음	점	
3) 미술대전·공모전 수상*	① 있음 ② 없음	점	
4) 관리전환**	① 있음 ② 없음	점	
5) 기타(적어주세요 :)	① 있음 ② 없음	점	

* 미술대전·공모전 수상 : 미술관 주최 대회<미술대전·공모전> 수상작품을 소장하는 경우
** 관리전환 : 미술사적 가치가 높은 개인 또는 국가(공공)의 소장작품을 미술관이 관리하는 경우

D. 회원 및 사업운영 현황

문9) 2016년 12월 31일 현재 귀 미술관은 일반 회원제도나 후원 회원제도를 운영하고 있습니까? (복수응답)

- ① 일반 회원제도 운영 문9-1)로 가십시오
 ② 후원 회원제도 운영
 ③ 없음 문10) 기타 사업 운영현황으로 가십시오

문9-1) 2016년 12월 31일 현재 귀 미술관의 일반회원 현황을 무료 회원과 유료 회원으로 구분하여 말씀해 주십시오.
(유료회원이 있는 경우) 그림, 유료회원의 1인당 연회비는 얼마입니까?

회원 구분	회원수	성인 1인당 연회비
1. 무료 회원	만 명	
2. 유료 회원	만 명	만 천원

문10) 2016년 12월 31일 현재 귀 미술관은 작품 구입 및 전시 이외의 다음의 기타 사업을 운영하고 있습니까?

구분	운영여부	구분	운영여부
1) 교육프로그램	① 운영 ② 운영 안함	5) 카페·아트샵	① 운영 ② 운영 안함
2) 창작스튜디오(레지던시)	① 운영 ② 운영 안함	6) 시설물 대여	① 운영 ② 운영 안함
3) 작가지원프로그램(전시 공모 등)	① 운영 ② 운영 안함	7) 기타(적어주세요 :)	① 운영 ② 운영 안함
4) 미술품 대여	① 운영 ② 운영 안함		

E. 미술관 재정 현황

문11) 귀 미술관의 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일)의 총 수입(자체수입, 지원금, 기부 및 후원금 모두 포함)은 대략 얼마였습니까? 귀 미술관의 해당 기관(재단 및 기업 등)의 연간 예산을 반영하여 작성하여 주십시오.

■ 응답지침 ■

■ 연간 수입액 답변이 어려울 경우 연간 수입 응답표를 보시고 가장 근접한 금액구간의 번호를 응답표란에 기입해 주십시오.

2016년 총 수입액 억 만원 응답표

문11-1) (2016년 연간 수입이 있는 미술관만 응답)
그림, 다음의 수입 항목별로 귀 미술관의 2016년도 수입금액을 말씀해 주십시오.

■ 응답지침 ■

■ 귀 미술관의 해당 기관(재단 및 기업 등)의 연간 예산을 '항목 3) 민간지원 수입'에 반영하여 주십시오.
■ 각 항목별 수입금액 답변이 어려울 경우 총 수입액에서 각 항목별 수입액이 차지하는 비율을 말씀해 주십시오.

구분	수입 여부	연간 수입 (금액 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)	
		금액	비율(%)
1) 자체수입	㉔ 입장료 수입	① 있음 ② 없음	억 만원
	㉕ 대관료 수입	① 있음 ② 없음	억 만원
	㉖ 기타 사업 수입	① 있음 ② 없음	억 만원
2) 공공 지원 수입 (국비, 지방비, 기금지원금 등 수입예산)	① 있음 ② 없음	억 만원	
3) 민간 지원 수입	㉗ 기업기부금 및 민간재단 지원, 협찬	① 있음 ② 없음	억 만원
	㉘ 개인 기부금 및 후원금	① 있음 ② 없음	억 만원
합 계		억 만원	1 0 0

문12) 귀 미술관의 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일)의 총 지출액(미술관 운영 경비, 작품 구입비, 임대 및 건물 유지비 등)은 대략 얼마였습니까?

■ 응답지침 ■

■ 연간 지출액 답변이 어려울 경우 연간 지출액 응답표를 보시고 가장 근접한 금액구간의 번호를 응답표란에 기입해 주십시오.

2016년 총 지출액 억 만원 응답표

문12-1) (2016년 지출이 있는 미술관만 응답)
그림, 다음의 지출 항목별로 귀 미술관의 2016년도 지출금액을 말씀해 주십시오.

■ 응답지침 ■

■ 각 항목별 지출금액 답변이 어려울 경우 총 지출액에서 각 항목별 지출액이 차지하는 비율을 말씀해 주십시오.

구분	지출 여부	연간 지출 (금액 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)	
		금액	비율(%)
1) 사업비	㉔ 작품 구입비	① 있음 ② 없음	억 만원
	㉕ 전시 사업비	① 있음 ② 없음	억 만원
	㉖ 기타 사업비	① 있음 ② 없음	억 만원
2) 경상비	㉗ 인건비	① 있음 ② 없음	억 만원
	㉘ 공간 유지비	① 있음 ② 없음	억 만원
	㉙ 기타 운영경비	① 있음 ② 없음	억 만원
합 계		억 만원	1 0 0

참고. 구입 작품 수 응답 참고표

응답 구분	응답 구분	응답 구분	응답 구분
(0) 없음			
(1) 3점 미만	(11) 25점~27점 미만	(21) 50점~55점 미만	(31) 100점~200점 미만
(2) 3점~5점 미만	(12) 27점~30점 미만	(22) 55점~60점 미만	(32) 200점~300점 미만
(3) 5점~7점 미만	(13) 30점~33점 미만	(23) 60점~65점 미만	(33) 300점~400점 미만
(4) 7점~10점 미만	(14) 33점~35점 미만	(24) 65점~70점 미만	(34) 400점~500점 미만
(5) 10점~13점 미만	(15) 35점~37점 미만	(25) 70점~75점 미만	(35) 500점~600점 미만
(6) 13점~15점 미만	(16) 37점~40점 미만	(26) 75점~80점 미만	(36) 600점~700점 미만
(7) 15점~17점 미만	(17) 40점~43점 미만	(27) 80점~85점 미만	(37) 700점~800점 미만
(8) 17점~20점 미만	(18) 43점~45점 미만	(28) 85점~90점 미만	(38) 800점~900점 미만
(9) 20점~23점 미만	(19) 45점~47점 미만	(29) 90점~95점 미만	(39) 900점~1000점 미만
(10) 23점~25점 미만	(20) 47점~50점 미만	(30) 95점~100점 미만	(40) 1,000점 이상

참고. 작품 구입 금액, 감정 금액 응답참고표

응답 구분	응답 구분	응답 구분
(0) 없음		
(1) 1천만원 미만	(11) 1억원~2억원 미만	(21) 20억원~30억원 미만
(2) 1천만원~2천만원 미만	(12) 2억원~3억원 미만	(22) 30억원~40억원 미만
(3) 2천만원~3천만원 미만	(13) 3억원~4억원 미만	(23) 40억원~50억원 미만
(4) 3천만원~4천만원 미만	(14) 4억원~5억원 미만	(24) 50억원~60억원 미만
(5) 4천만원~5천만원 미만	(15) 5억원~6억원 미만	(25) 60억원~70억원 미만
(6) 5천만원~6천만원 미만	(16) 6억원~7억원 미만	(26) 70억원~80억원 미만
(7) 6천만원~7천만원 미만	(17) 7억원~8억원 미만	(27) 80억원~90억원 미만
(8) 7천만원~8천만원 미만	(18) 8억원~9억원 미만	(28) 90억원~100억원 미만
(9) 8천만원~9천만원 미만	(19) 9억원~10억원 미만	(29) 100억원 이상
(10) 9천만원~1억원 미만	(20) 10억원~20억원 미만	

참고. 연간 수입액, 연간 지출액 응답참고표

응답 구분	응답 구분	응답 구분	응답 구분
(0) 없음			
(1) 1천만원 미만	(11) 1억원~2억원 미만	(21) 20억원~30억원 미만	(31) 300억원~400억원 미만
(2) 1천만원~2천만원 미만	(12) 2억원~3억원 미만	(22) 30억원~40억원 미만	(32) 400억원~500억원 미만
(3) 2천만원~3천만원 미만	(13) 3억원~4억원 미만	(23) 40억원~50억원 미만	(33) 500억원~600억원 미만
(4) 3천만원~4천만원 미만	(14) 4억원~5억원 미만	(24) 50억원~60억원 미만	(34) 600억원~700억원 미만
(5) 4천만원~5천만원 미만	(15) 5억원~6억원 미만	(25) 60억원~70억원 미만	(35) 700억원~800억원 미만
(6) 5천만원~6천만원 미만	(16) 6억원~7억원 미만	(26) 70억원~80억원 미만	(36) 800억원~900억원 미만
(7) 6천만원~7천만원 미만	(17) 7억원~8억원 미만	(27) 80억원~90억원 미만	(37) 900억원~1,000억원 미만
(8) 7천만원~8천만원 미만	(18) 8억원~9억원 미만	(28) 90억원~100억원 미만	(38) 1,000억원 이상
(9) 8천만원~9천만원 미만	(19) 9억원~10억원 미만	(29) 100억원~200억원 미만	
(10) 9천만원~1억원 미만	(20) 10억원~20억원 미만	(30) 200억원~300억원 미만	

지금까지 오랜 시간 응답해 주셔서 감사합니다. 응답해 주신 내용은 소중한 자료로 활용하겠습니다.

2017 미술시장실태조사 : 사립 미술관

안녕하십니까? 저는 (재)예술경영지원센터의 미술시장실태조사를 담당하고 있는 조사원 ○○○입니다.
 이번에 문화체육관광부가 주최하고 (재)예술경영지원센터에서 주관하여 우리나라 미술시장의 실태와 유통현황을 파악하여 미술품 유통시장의 발전방안을 모색하고 향후 정책 및 현장 환류의 기초자료를 마련·활용하고자 미술시장실태조사를 수행하고 있습니다.
 바쁘시더라도 우리나라 미술시장의 발전적인 정책 마련을 위해 적극적인 협조와 정확한 작성을 부탁드립니다.
 본 조사는 통계법 제33조(비밀의 보호)에 의거하여 응대해주신 세부 조사결과를 통계 목적 이외에는 절대 다른 용도로 사용하지 않을 것을 약속드립니다. 바쁘신 가운데 도와주신 데 대해 감사드리며, 귀 기관의 무궁한 발전을 기원합니다.
 감사합니다.

2017년 6월

주최기관	문화체육관광부	예술경영지원센터	조사수행	Ipsos 입소스 주식회사(IPSOS)
주 소	서울시 종로구 대학로 57 홍익대학교 대학로캠퍼스 교육동 12층 (재)예술경영지원센터 예술진흥실 시각유통팀		주 소	서울시 중구 청파로 463 한국경제신문사빌딩 12층 입소스 주식회사(IPSOS)
연락처	하선영 (전화) 02-708-2254 (팩스) 02-2098-2934		연락처	장희선 (전화) 02-6464-5448 (팩스) 02-6464-5500

「통계응답자의 의무 및 보호에 관한 법률」

- 통계법 제33조 (비밀의 보호)
 ① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
 ② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로는 사용되어서는 아니 된다.

■ 조사원 기입란 : 조사원은 아래의 사항을 빠짐없이 기록해 주십시오.

응답자	직 급	① 관장 및 대표 ② 학예사 및 전시기획 ③ 경영지원/재무 관련 팀장 이상 ④ 기타(적어주세요 :)		
	성 명		부 서	
	사무실연락처	() - () - ()	핸드폰	() - () - ()
	미술관 주소	(시.도)	(시.군.구)	(읍.면.동)
조사원	성 명		조사일시	2017년 월 일

■ 응답시 유의사항

- ※ 본 조사는 귀 미술관의 현황을 잘 알고 있는 관장님 및 대표님이나 관리 책임자분이 응답해 주십시오.
- ※ 질문 앞에 특별한 언급이 없는 한 모든 설문문의 응답기준은 2016년 1월 1일~2016년 12월 31일이며, 「현재」라는 표현이 있는 질문은 2016년 12월 31일을 기준으로 작성해 주십시오.
- ※ 조사내용을 응답하실 때 각 문항별로 제공되는 「응답지침」에 따라 작성해 주시기 바랍니다.
- ※ 조사진행이나 응답기준에 대한 의문사항이 있으면 (재)예술경영지원센터나 입소스 주식회사(IPSOS)로 문의 바랍니다.

■ 면접 후 기록

방문일시 및 결과	1 차	□□ 월 □□ 일	결 과	① 조사완료 ② 부재중 ③ 응답거부 ④ 미완성 ⑤ 면접불능
	2 차	□□ 월 □□ 일	결 과	① 조사완료 ② 부재중 ③ 응답거부 ④ 미완성 ⑤ 면접불능
	3 차	□□ 월 □□ 일	결 과	① 조사완료 ② 부재중 ③ 응답거부 ④ 미완성 ⑤ 면접불능
조사방법	① 면접조사 ② 현장방문으로 조사표 배포 후 방문하여 조사완료 ③ 현장방문으로 조사표 배포 후 이메일이나 팩스로 조사완료 ④ 이메일/팩스로 조사표 발송 후 방문하여 조사완료 ⑤ 이메일/팩스로 조사표 발송 후 이메일이나 팩스로 조사완료 ⑥ 기타(적어주세요 :)			
조사원	본 조사는 입소스 주식회사(IPSOS)의 면접 지침사항 내용을 준수하여 이루어졌음을 확인합니다.	실사 연구원	검 증	코 디

I. 기본 현황

■ 응답지침 ■

■ 기본현황과 분관현황, 시설현황은 사전에 작성된 응답지를 활용하여 변경된 내용만 수정해 주시기 바랍니다.
 ■ 설립주체형태 : 미술관을 최초 설립할 때의 주체 ■ 운영주체형태 : 현재 미술관을 운영하고 있는 주체

미술관	ID	4 3	미술관명	개관연도	년
	설립주체명* (설립자명)		설립주체형태*	① 중앙정부 ② 광역자치단체 ③ 기초자치단체 ④ 공기업 ⑤ 재단법인 ⑥ 사단법인 ⑦ 상법인 ⑧ 교육기관 ⑨ 개인 ⑩ 기타(적어주세요 :)	
	운영주체명*		운영주체형태*	① 중앙정부 ② 광역자치단체 ③ 기초자치단체 ④ 공기업 ⑤ 재단법인 ⑥ 사단법인 ⑦ 상법인 ⑧ 교육기관 ⑨ 개인 ⑩ 기타(적어주세요 :)	

* 예시 : 공립미술관인 '경기도 미술관'의 경우 설립주체는 경기도(② 광역자치단체), 운영주체는 경기문화재단(⑤ 재단법인)임

II. 분관 현황

선문1) 2016년 12월 31일 현재 귀 미술관은 분관(별도 미술관 등록 분관 포함)을 운영하고 있습니까?

■ 응답지침 ■

■ 분관 운영 : 귀 미술관이 운영중인 모든 분관의 수를 기입해 주십시오.
 ■ 미술관 등록 : 「박물관 및 미술관 진흥법 제16조(등록 등)」에 의거 하여 등록된 미술관

① 분관 운영 : 총 개 1. 분관 현황 Part 작성

② 전체 운영 분관 중 별도 미술관 등록 : 분관 운영 개 → 별도의 조사표를 작성

③ 분관을 운영하지 않음 → A. 시설 및 인력현황으로 가십시오

■ 응답지침 ■

■ 운영형태 : ① 본관 통합 운영의 경우 분야별로 분관이 관할하고 있는 것을 모두 골라 주십시오.
 ■ 별도 미술관 등록 여부 : 「박물관 및 미술관 진흥법 제16조(등록 등)」에 의거 하여 등록된 미술관일 경우 '① 등록'에 표시해 주시고, 별도의 조사표에 미술관 현황(시설현황, 운영현황, 작품구입현황, 재정현황)을 작성해 주십시오.

분관1	미술관명	개관연도	년
	소재지	(시.도) (시.군.구) (읍.면.동)	
	운영형태	① 본관 통합 운영 → ① 예산·회계 ② 인사관리 ② 분관 별도 운영 ③ 전시사업 ④ 기타(적어주세요 :)	
별도 미술관 등록 여부		① 등록(별도 조사표 작성) ② 미등록	
분관2	미술관명	개관연도	년
	소재지	(시.도) (시.군.구) (읍.면.동)	
	운영형태	① 본관 통합 운영 → ① 예산·회계 ② 인사관리 ② 분관 별도 운영 ③ 전시사업 ④ 기타(적어주세요 :)	
별도 미술관 등록 여부		① 등록(별도 조사표 작성) ② 미등록	
분관3	미술관명	개관연도	년
	소재지	(시.도) (시.군.구) (읍.면.동)	
	운영형태	① 본관 통합 운영 → ① 예산·회계 ② 인사관리 ② 분관 별도 운영 ③ 전시사업 ④ 기타(적어주세요 :)	
별도 미술관 등록 여부		① 등록(별도 조사표 작성) ② 미등록	

A. 시설 및 인력 현황

■ 응답지침 ■

■ 지금부터 모든 응답은 분관과 분관(별도 미술관 등록 분관은 제외)을 모두 포함한 귀 미술관 전체의 현황을 말씀해 주십시오.

문1) 2016년 12월 31일 현재 귀 미술관의 다음 주요 시설별 보유현황을 말씀해 주십시오. (복수응답)
 (각 시설을 보유한 경우) 그림, 각 시설별 수를 분관의 시설까지 포함하여 말씀해 주십시오.

구분	보유여부	시설수
주요시설	1) 전시실	① 보유 ② 미보유 <input type="text"/> 개
	2) 사무실	① 보유 ② 미보유 <input type="text"/> 개
	3) 수장고	① 보유 ② 미보유 <input type="text"/> 개
기타시설	4) 세미나실·강당	① 보유 ② 미보유 <input type="text"/> 개
	5) 자료·도서실	① 보유 ② 미보유 <input type="text"/> 개
	6) 기타(적어주세요 :)	① 보유 ② 미보유 <input type="text"/> 개

문2) 2016년 12월 31일 현재 귀 미술관의 직원은 총 몇 명입니까? (해당 미술관에 소속된 직원만 기재)
 대표자(대표이사, 관장 등)를 포함하여 성별 및 정규직 여부로 구분하여 말씀해 주십시오.

구분	직원수
합 계	<input type="text"/> 명
정규직*	남 자 <input type="text"/> 명
	여 자 <input type="text"/> 명
비정규직**	남 자 <input type="text"/> 명
	여 자 <input type="text"/> 명

* 정규직 : 회사 내규에 의해 고용된 정규 직원으로 고용계약기간이 1년 이상인 직원

** 비정규직 : 고용계약기간이 1년 미만 (기간제, 단시간, 파견근로자 등)

문2-1) 2016년 12월 31일 현재 귀 미술관에는 다음의 업무를 담당하고 있는 직원이 있습니까?
 (업무 담당 직원이 있는 경우) 그림, 해당 업무를 담당하고 있는 직원의 수를 말씀해 주십시오.

■ 응답지침 ■

■ 직원 1명이 2개의 업무를 담당하고 있는 경우 가장 주된 업무를 기준으로 응답해 주십시오.

구분	직원여부	직원수
1) 총괄(대표자)	① 있음 ② 없음	<input type="text"/> 명
2) 행정(예산, 회계 및 일반사무)	① 있음 ② 없음	<input type="text"/> 명
3) 전시기획	① 있음 ② 없음	<input type="text"/> 명
4) 홍보, 영업, 마케팅	① 있음 ② 없음	<input type="text"/> 명
5) 전시보조(전시장관리, 전시진행보조)	① 있음 ② 없음	<input type="text"/> 명
6) 기타(적어주세요 :)	① 있음 ② 없음	<input type="text"/> 명

B. 전시 운영 현황

■ 응답지침 ■
 ■ 지금부터 모든 응답은 2016년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 미술관의 전시 개최현황을 응답해 주십시오.

문3) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 미술관의 전시회 개최현황 및 관람객 현황을 말씀해 주십시오.

전 시 현 황				
연간 전시개최 세부 현황	상설(소장품)전 : 기획(초대)전, 대관전을 제외한 전시			
	전시형태별	개최 여부	연간 개최횟수*	연간 참여 작가수**
	㉠ 기획(초대)전	① 있음 ② 없음	□□□□ 회	□□□□ 명
	㉡ 상설(소장품)전	① 있음 ② 없음	□□□□ 회	□□□□ 명
	㉢ 대관전	① 있음 ② 없음	□□□□ 회	□□□□ 명
연간 총 전시 개최횟수 및 참여작가수		연간 총 개최횟수 총 □□□□ 회	연간 총 참여 작가수 총 □□□□ 명	

* 같은 기간에 2개 이상 전시가 개최된 경우 각각 계산
 ** 2개 이상의 전시에 참여한 작가가 있을 경우 별도 계산

문3-1) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 미술관의 연간 전시 관람 현황을 말씀해 주십시오.

연간 총 전시 관람 현황	유료관람 전시 개최 여부	① 개최 ② 미개최	
	※ 유료관람 전시 개최 미술관만 응답		
	유료관람 전시 개최 횟수	□□□□ 회	
	유료 관람객 수	□□□□ 만 □□□□ 명	
(무료+유료관람객)	□□□□ 만 □□□□ 명	평균 관람 요금	□□□□ 만 □□□□ 원

C. 미술작품 구입 현황

문4) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 미술관은 미술작품을 구입한 적이 있습니까?

■ 응답지침 ■
 ■ 작품 구입 수 및 금액을 정확히 답변하기 어려울 경우 아래(8page)의 응답표를 보시고 가장 근접한 금액 구간의 번호를 응답표란에 기입해 주십시오.

① 그렇다 ② 아니다 문 8)로 가십시오

작품 형태	구입 여부	연간 총 구입 작품 수 (수 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)		연간 총 작품 구입 금액 (금액 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)	
		작품 수(점)	비율(%)	구입 금액(원)	비율(%)
국내 작품	① 해당	□□□□ 만 □□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
	② 비해당	응답표 □□□□		응답표 □□□□	
외국 작품	① 해당	□□□□ 만 □□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
	② 비해당	응답표 □□□□		응답표 □□□□	
합 계		□□□□ 만 □□□□ 점	1 0 0 %	□□□□ □□□□ 만원	1 0 0 %
		응답표 □□□□		응답표 □□□□	

문5) (작년 한해 동안 작품을 구입한 적이 있는 미술관만 응답)
 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 미술관은 다음의 구입방법별로 작품을 구입한 적이 있습니까?
 (구입방법별로 구입한 적이 있는 경우) 그럼, 구입방법별 연간 작품 수와 구입금액을 말씀해 주십시오.

■ 응답지침 ■
 ■ 구입방법별 구입 작품 합계는 문4)의 연간 총 구입 작품 수와 연간 총 작품 구입 금액과 동일해야 합니다.
 ■ 구입방법별 구입 작품 수와 구입금액을 정확히 모를 경우 전체 작품 수와 구입금액에서 각 구입방법별 작품이 차지하는 비율을 말씀해 주십시오.

작품 구입방법 구분	구입 여부	연간 구입 작품 수 (수 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)		연간 작품 구입금액 (금액 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)	
		작품 수	비율(%)	구입 금액	비율(%)
1) 직접구매(작가, 소장가 등)	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
2) 화랑 중개 구매	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
3) 경매	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
4) 아트페어	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
5) 기타(적어주세요 :)	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
합 계		□□□□ 점	1 0 0 %	□□□□ □□□□ 만원	1 0 0 %

문6) (작년 한해 동안 작품을 구입한 적이 있는 미술관만 응답)
 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 미술관은 온라인을 통해 작품을 구입한 적이 있습니까?

* 온라인 구매란 온라인을 통해 소비자가 구매 선정에서 결제까지 진행된 경우에만 해당.
 예) 온라인에서 구매선정 후 결제시스템을 이용하지 않고 직접 계좌이체 한 경우는 제외.

구분	해당 여부	연간 구입 작품 수	연간 작품 구입 금액
온라인 구매	① 해당 ② 비해당	□□□□ 점	□□□□ □□□□ 만원
	응답표 □□□□	응답표 □□□□	응답표 □□□□

문7) (작년 한해 동안 미술작품을 구입한 적이 있는 미술관만 응답)
 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 미술관은 다음의 장르별로 작품을 구입한 적이 있습니까?
 (장르별로 구입한 적이 있는 경우) 그럼, 장르별 구입 작품 수와 구입금액을 말씀해 주십시오.

■ 응답지침 ■
 ■ 장르별 구입 작품 합계는 문4)의 연간 총 구입 작품 수와 연간 총 작품 구입 금액과 동일해야 합니다.
 ■ 장르별 구입 작품 수와 작품 구입금액을 정확히 모를 경우 전체 작품 수와 구입금액에서 각 장르별 작품이 차지하는 비율을 말씀해 주십시오.
 ■ 기타 : 해당 내용으로 분류되지 않는 모든 장르(예 : 드로잉, 건축 등)는 구체적으로 내용을 기입하여 주십시오.

장 르	구입 여부	연간 구입 작품 수 (수 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)		연간 작품 구입금액 (금액 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)	
		작품 수	비율(%)	구입 금액	비율(%)
1) 회화	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
2) 판화	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
3) 사진	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
4) 조각/설치	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
5) 미디어아트	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
6) 현대공예(도예, 디자인 등)	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
7) 전통회화(서예, 문인화, 민화 등)	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
8) 골동품/목기	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
9) 기타(적어주세요 :)	① 있음 ② 없음	□□□□ 점	□□□□ %	□□□□ □□□□ 만원	□□□□ %
합 계		□□□□ 점	1 0 0 %	□□□□ □□□□ 만원	1 0 0 %

* 회화 : 근현대 이후 서양화, 동양화 등
 ** 전통회화 : 근대 이전 서양화, 동양화 등

문8) 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일) 귀 미술관은 미술작품 구입 외에 다음의 다른 방법으로 미술작품을 수집한 적이 있습니까?

(다른 방법으로 수집한 적이 있는 경우) 그림, 수집방법별 연간 작품 수를 말씀해 주십시오.
(기증을 통해 수집한 적이 있는 경우) 그림, 기증을 통해 수집한 작품의 총 감정가는 얼마정도 인니까?

■ 응답지침 ■

■ 감정가격의 답변이 어려울 경우 감정금액 응답표를 보시고 가장 근접한 금액구간의 번호를 응답표란에 기입해 주십시오.

수집방법 구분	구입 여부	수집 작품 수	기증 작품 감정가
1) 기증	① 있음 ② 없음	점	억 만원 응답표
2) 기탁	① 있음 ② 없음	점	
3) 미술대전·공모전 수상*	① 있음 ② 없음	점	
4) 관리전환**	① 있음 ② 없음	점	
5) 기타(적어주세요 :)	① 있음 ② 없음	점	

* 미술대전·공모전 수상 : 미술관 주최 대회<미술대전·공모전> 수상작품을 소장하는 경우
** 관리전환 : 미술사적 가치가 높은 개인 또는 국가(공공)의 소장작품을 미술관이 관리하는 경우

D. 회원 및 사업운영 현황

문9) 2016년 12월 31일 현재 귀 미술관은 일반 회원제도나 후원 회원제도를 운영하고 있습니까? (복수응답)

- ① 일반 회원제도 운영 **문9-1)로 가십시오**
- ② 후원 회원제도 운영
- ③ 없음 **문10) 기타 사업 운영현황으로 가십시오**

문9-1) 2016년 12월 31일 현재 귀 미술관의 일반회원 현황을 무료 회원과 유료 회원으로 구분하여 말씀해 주십시오.
(유료회원이 있는 경우) 그림, 유료회원의 1인당 연회비는 얼마입니까?

회원 구분	회원수	성인 1인당 연회비
1. 무료 회원	만 명	
2. 유료 회원	만 명	만 천원

문10) 2016년 12월 31일 현재 귀 미술관은 작품 구입 및 전시 이외의 다음의 기타 사업을 운영하고 있습니까?

구분	운영여부	구분	운영여부
1) 교육프로그램	① 운영 ② 운영 안함	5) 카페·아트샵	① 운영 ② 운영 안함
2) 창작스튜디오(레지던시)	① 운영 ② 운영 안함	6) 시설물 대여	① 운영 ② 운영 안함
3) 작가지원프로그램(전시 공모 등)	① 운영 ② 운영 안함	7) 기타(적어주세요 :)	① 운영 ② 운영 안함
4) 미술품 대여	① 운영 ② 운영 안함		

E. 미술관 재정 현황

문11) 귀 미술관의 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일)의 총 수입(자체수입, 지원금, 기부 및 후원금 모두 포함)은 대략 얼마였습니까? 귀 미술관의 해당 기관(재단 및 기업 등)의 연간 예산을 반영하여 작성하여 주십시오.

■ 응답지침 ■

■ 연간 수입액 답변이 어려울 경우 연간 수입 응답표를 보시고 가장 근접한 금액구간의 번호를 응답표란에 기입해 주십시오.

2016년 총 수입액 억 만원 응답표

문11-1) (2016년 연간 수입이 있는 미술관만 응답)
그림, 다음의 수입 항목별로 귀 미술관의 2016년도 수입금액을 말씀해 주십시오.

■ 응답지침 ■

■ 귀 미술관의 해당 기관(재단 및 기업 등)의 연간 예산을 '항목 3) 민간지원 수입'에 반영하여 주십시오.
■ 각 항목별 수입금액 답변이 어려울 경우 총 수입액에서 각 항목별 수입액이 차지하는 비율을 말씀해 주십시오.

구분	수입 여부	연간 수입 (금액 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)	
		금액	비율(%)
1) 자체수입	㉔ 입장료 수입	① 있음 ② 없음	억 만원
	㉕ 대관료 수입	① 있음 ② 없음	억 만원
	㉖ 기타 사업 수입	① 있음 ② 없음	억 만원
2) 공공 지원 수입 (국비, 지방비, 기금지원금 등 수입예산)	① 있음 ② 없음	억 만원	
3) 민간 지원 수입	㉗ 기업기부금 및 민간재단 지원, 협찬	① 있음 ② 없음	억 만원
	㉘ 개인 기부금 및 후원금	① 있음 ② 없음	억 만원
합 계		억 만원	1 0 0

문12) 귀 미술관의 작년 한해 동안(2016년 1월 1일~12월 31일)의 총 지출액(미술관 운영 경비, 작품 구입비, 임대 및 건물 유지비 등)은 대략 얼마였습니까?

■ 응답지침 ■

■ 연간 지출액 답변이 어려울 경우 연간 지출액 응답표를 보시고 가장 근접한 금액구간의 번호를 응답표란에 기입해 주십시오.

2016년 총 지출액 억 만원 응답표

문12-1) (2016년 지출이 있는 미술관만 응답)
그림, 다음의 지출 항목별로 귀 미술관의 2016년도 지출금액을 말씀해 주십시오.

■ 응답지침 ■

■ 각 항목별 지출금액 답변이 어려울 경우 총 지출액에서 각 항목별 지출액이 차지하는 비율을 말씀해 주십시오.

구분	지출 여부	연간 지출 (금액 또는 비율 중 편한 내용으로 응답)	
		금액	비율(%)
1) 사업비	㉔ 작품 구입비	① 있음 ② 없음	억 만원
	㉕ 전시 사업비	① 있음 ② 없음	억 만원
	㉖ 기타 사업비	① 있음 ② 없음	억 만원
2) 경상비	㉗ 인건비	① 있음 ② 없음	억 만원
	㉘ 공간 유지비	① 있음 ② 없음	억 만원
	㉙ 기타 운영경비	① 있음 ② 없음	억 만원
합 계		억 만원	1 0 0

참고. 구입 작품 수 응답 참고표

응답 구분	응답 구분	응답 구분	응답 구분
(0) 없음			
(1) 3점 미만	(11) 25점~27점 미만	(21) 50점~55점 미만	(31) 100점~200점 미만
(2) 3점~5점 미만	(12) 27점~30점 미만	(22) 55점~60점 미만	(32) 200점~300점 미만
(3) 5점~7점 미만	(13) 30점~33점 미만	(23) 60점~65점 미만	(33) 300점~400점 미만
(4) 7점~10점 미만	(14) 33점~35점 미만	(24) 65점~70점 미만	(34) 400점~500점 미만
(5) 10점~13점 미만	(15) 35점~37점 미만	(25) 70점~75점 미만	(35) 500점~600점 미만
(6) 13점~15점 미만	(16) 37점~40점 미만	(26) 75점~80점 미만	(36) 600점~700점 미만
(7) 15점~17점 미만	(17) 40점~43점 미만	(27) 80점~85점 미만	(37) 700점~800점 미만
(8) 17점~20점 미만	(18) 43점~45점 미만	(28) 85점~90점 미만	(38) 800점~900점 미만
(9) 20점~23점 미만	(19) 45점~47점 미만	(29) 90점~95점 미만	(39) 900점~1000점 미만
(10) 23점~25점 미만	(20) 47점~50점 미만	(30) 95점~100점 미만	(40) 1,000점 이상

참고. 작품 구입 금액, 감정 금액 응답참고표

응답 구분	응답 구분	응답 구분
(0) 없음		
(1) 1천만원 미만	(11) 1억원~2억원 미만	(21) 20억원~30억원 미만
(2) 1천만원~2천만원 미만	(12) 2억원~3억원 미만	(22) 30억원~40억원 미만
(3) 2천만원~3천만원 미만	(13) 3억원~4억원 미만	(23) 40억원~50억원 미만
(4) 3천만원~4천만원 미만	(14) 4억원~5억원 미만	(24) 50억원~60억원 미만
(5) 4천만원~5천만원 미만	(15) 5억원~6억원 미만	(25) 60억원~70억원 미만
(6) 5천만원~6천만원 미만	(16) 6억원~7억원 미만	(26) 70억원~80억원 미만
(7) 6천만원~7천만원 미만	(17) 7억원~8억원 미만	(27) 80억원~90억원 미만
(8) 7천만원~8천만원 미만	(18) 8억원~9억원 미만	(28) 90억원~100억원 미만
(9) 8천만원~9천만원 미만	(19) 9억원~10억원 미만	(29) 100억원 이상
(10) 9천만원~1억원 미만	(20) 10억원~20억원 미만	

참고. 연간 수입액, 연간 지출액 응답참고표

응답 구분	응답 구분	응답 구분	응답 구분
(0) 없음			
(1) 1천만원 미만	(11) 1억원~2억원 미만	(21) 20억원~30억원 미만	(31) 300억원~400억원 미만
(2) 1천만원~2천만원 미만	(12) 2억원~3억원 미만	(22) 30억원~40억원 미만	(32) 400억원~500억원 미만
(3) 2천만원~3천만원 미만	(13) 3억원~4억원 미만	(23) 40억원~50억원 미만	(33) 500억원~600억원 미만
(4) 3천만원~4천만원 미만	(14) 4억원~5억원 미만	(24) 50억원~60억원 미만	(34) 600억원~700억원 미만
(5) 4천만원~5천만원 미만	(15) 5억원~6억원 미만	(25) 60억원~70억원 미만	(35) 700억원~800억원 미만
(6) 5천만원~6천만원 미만	(16) 6억원~7억원 미만	(26) 70억원~80억원 미만	(36) 800억원~900억원 미만
(7) 6천만원~7천만원 미만	(17) 7억원~8억원 미만	(27) 80억원~90억원 미만	(37) 900억원~1,000억원 미만
(8) 7천만원~8천만원 미만	(18) 8억원~9억원 미만	(28) 90억원~100억원 미만	(38) 1,000억원 이상
(9) 8천만원~9천만원 미만	(19) 9억원~10억원 미만	(29) 100억원~200억원 미만	
(10) 9천만원~1억원 미만	(20) 10억원~20억원 미만	(30) 200억원~300억원 미만	

지금까지 오랜 시간 응답해 주셔서 감사합니다. 응답해 주신 내용은 소중한 자료로 활용하겠습니다.

2017 미술시장 실태조사 소비자 영역

| 2017 미술시장 실태조사 : 소비자 영역 보고서 |

1장

조사개요

1. 조사목적	280
2. 조사대상 및 범위	280
3. 조사방법	281
4. 조사내용	282
5. 조사기간 및 실사진행	283
6. 표본오차	283
7. 응답자 특성	284

2장

조사결과 요약

1. 작품 구매 행태	288
2. 작품 관람 행태	292

3장

조사결과

1. 작품 구매현황	296
2. 작품 구매행태	311
3. 향후 작품 구매 의향	317
4. 작품 결제방법	331
5. 작품 관람행태	335
6. 미술시장 구매 활성화를 위한 필요사항	342

4장

부록 조사표

1. 조사표 : 구매 경험자	346
2. 조사표 : 구매 비경험자	352

01

1장 조사개요

- 1절 | 조사목적
- 2절 | 조사대상 및 범위
- 3절 | 조사방법
- 4절 | 조사내용
- 5절 | 조사기간 및 실시진행
- 6절 | 표본오차
- 7절 | 응답자 특성

1장 조사개요

1 조사 목적

- 미술시장 소비영역 부문의 객관적이고 신뢰성 있는 작품 유통 현황 및 실태를 파악하여 미술시장 활성화를 위한 정책수립에 기초자료를 제공하고자 함
- 국내 미술시장의 소비자 및 잠재소비자의 선호도를 파악하여 중·소규모 미술시장을 강화하고 균형있는 미술시장의 형성을 위한 정책의 기초자료 마련을 목적으로 함

2 조사대상 및 범위

1) 모집단

- 2017년 (아트부산, 유니온아트페어, 한국국제아트페어, 광주국제아트페어) 아트페어 방문객을 대상으로 함

2) 조사대상

- 작품 구매 경험자 : 최근 3년 이내 작품을 구입 경험이 있는 고객
- 작품 구매 비경험자 : 작품 구입 경험이 없고, 2016년 연 1회 이상 미술전시를 관람한 경험이 있는 고객

3 조사방법

구분	내용				
소비자영역 조사 방법	구조화된 조사표에 의한 대인면접조사(출구조사)				
조사 지역	2017년 아트페어 개최지역(서울, 부산, 광주)				
표본 추출 방법	계통추출법(systematic random sampling)				
최종 표본 수	총 2,122명				
표본 구성	구분	참여 화랑수(개)	참여 작가 수(명)	비고	목표 표본 수(명)
	TOTAL	462	2,400	100	2,000
	아트부산	201	1,000	41.7	833
	유니온아트페어	-	80	3.3	67
	한국국제아트페어	182	900	37.5	750
	광주국제아트페어	79	420	17.5	350
조사 결과	구분	목표 표본 수(명)	조사 완료 수(명)	구매 경험자 사례수 %	구매 비경험자 사례수 %
	TOTAL	2,000	2,122	1,066 100.0	1,056 100.0
	아트부산	833	789	385 36.1	404 38.3
	유니온아트페어	67	85	44 4.1	41 3.9
	한국국제아트페어	750	875	444 41.7	431 40.8
	광주국제아트페어	350	373	193 18.1	180 17.0
조사 기관	입소스 주식회사(IPSOS)				

4 조사내용

- 본 조사의 내용은 미술시장 관련 연상 이미지, 전시 관람 행태, 작품 구매 행태, 향후 작품 구매 의향 4개 영역으로 구성됨

구분	내용	구매 경험자	구매 비경험자
1. 미술시장	'미술시장' 연상 이미지 및 느낌	○	○
2. 작품 관람행태	지난 한해(2016년 1월 ~12월) 관람 장소별 작품 관람 경험		○
	관람 장소별 작품 관람 만족도		○
	관람 장소별 향후 1년 이내 작품 관람 의향		○
	작품 전시 또는 행사 관람의 가장 주된 목적		○
	작품 전시 정보 수집 주된 방법		○
	작품 전시 및 행사 선택의 가장 주된 기준		○
	미술품 대여(렌탈) 서비스 이용 경험 / 이유 / 서비스 만족도		○
3. 작품 구매행태	장르별 최근 3년간 작품 구입 작품수	○	
	장르별 최근 3년간 작품 구입 금액	○	
	장르별 지난 한해(2016년 1월 ~12월) 작품 구입 작품수	○	
	장르별 지난 한해(2016년 1월 ~12월) 작품 구입 금액	○	
	소장 작품 중 가장 고가의 작품 가격대	○	
	작품 구매의 가장 주된 목적	○	
	작가 및 작품 정보 수집 주된 방법	○	
	작품 구매를 위해 주로 이용하는 방법(경로)	○	
	작품 구매가격 결정시 주로 활용하는 기준 정보	○	
	작품 구입 결정 시 고려요인	○	
	작품 구매 시 신용카드(체크카드 포함) 결제 현황	○	
	지난 한 해 작품 전시 관람 후 작품 구입 의향 및 구매하지 않은 이유		○
	4. 향후 작품 구매의향	향후 다른 작품 구매 의향	○
향후 작품 구매 시 고려하는 가장 주된 장르		○	○
향후 작품 구매 시 가장 선호하는 작품(국내, 해외)		○	○
향후 작품 구매 시 고려하는 가장 선호하는 구매 방법		○	○
향후 작품 구매 시 고려하는 가장 주된 장르의 가격대		○	○
향후 작품 구매 시 가장 선호하는 결제방법		○	○
향후 작품 구매 결정시 고려요인		○	○
향후 작품 구매의향이 없는 가장 주된 이유		○	○
작품 1점 구매 시 지출 가능한 금액			○
미술시장 구매 활성화를 위한 필요사항		○	○

5 조사기간 및 실사진행

1) 조사기간

- 아트페어 개최 기간 중 실사 진행

구분	아트페어 개최 기간	실사진행 기간
아트부산	2017년 6월 1일~ 5일(1일 VIP)	2017년 6월 1일 ~3일(3일간)
유니온아트페어	2017년 6월 23일 ~ 7월 2일	2017년 6월 24일, 7월 1일(2일간)
한국국제아트페어	2017년 9월 20일 ~ 24일(20일 VIP)	2017년 9월 20~24일(5일간)
광주국제아트페어	2017년 9월 27일 ~ 10월 1일(27일 VIP)	2017년 9월 29일~30일(2일간)

2) 자료수집방법

- 구조화된 질문지 (Structured Questionnaire)

3) 조사 기준 시점

조사표 내용어	해당기간
최근 3년	2014년 1월 ~ 2016년 12월 말
지난 한해	2016년 1월 ~ 2016년 12월 말

6 표본오차

- 작품 구매 경험자 : 95%의 신뢰수준에서 ± 3.00%포인트(무한 모집단 가정시)
- 작품 구매 비경험자 : 95%의 신뢰수준에서 ± 3.02%포인트(무한 모집단 가정시)

7 응답자 특성

1) 구매 경험자

구분		사례수	%
TOTAL		1,066	100.0
아트페어 참여	아트부산	385	36.1
	유니온아트페어	44	4.1
	한국국제아트페어	444	41.7
	광주국제아트페어	193	18.1
연령	만 19세~29세	101	9.5
	만 30세~39세	176	16.5
	만 40세~49세	296	27.8
	만 50세~59세	364	34.1
	만 60세 이상	129	12.1
직업	전문직	301	28.2
	경영/관리직	85	8.0
	사무/기술직	148	13.9
	판매/영업/서비스직	22	2.1
	자영업	152	14.3
	문화예술산업 종사자	86	8.1
	전업주부	233	21.9
	기타	39	3.7
월평균 가구소득	500만원 미만	196	18.4
	500~700만원 미만	216	20.3
	700~1,000만원 미만	245	23.0
	1,000~1,500만원 미만	150	14.1
	1,500~3,000만원 미만	141	13.2
	3,000만원 이상	118	11.1
문화여가활동 월평균 지출액	15만원 미만	181	17.0
	15~25만원 미만	167	15.7
	25~50만원 미만	243	22.8
	50~100만원 미만	264	24.8
	100만원 이상	211	19.8
(최근 3년)작품 구입 여부	평면	814	76.4
	입체	167	15.7
	에디션	331	31.1
(최근 3년)작품 구입 수	1점	368	34.5
	2점	299	28.0
	3점	181	17.0
	4~5점	103	9.7
	6~9점	59	5.5
(최근 3년)작품 구입 금액	10점 이상	56	5.3
	50만원 미만	122	11.4
	50~100만원 미만	125	11.7
	100~300만원 미만	279	26.2
	300~500만원 미만	126	11.8
	500~1,000만원 미만	146	13.7
	1,000~5,000만원 미만	191	17.9
	5,000~1억 미만	40	3.8
	1억 이상	36	3.4
	무응답	1	0.1
향후 구매의향	구매	1,029	96.5
	비구매	37	3.5

2) 구매 비경험자

구분		사례수	%
TOTAL		1,056	100.0
아트페어 참여	아트부산	404	38.3
	유니온아트페어	41	3.9
	한국국제아트페어	431	40.8
	광주국제아트페어	180	17.0
연령	만 19세 미만	24	2.3
	만 19세~29세	325	30.8
	만 30세~39세	216	20.5
	만 40세~49세	248	23.5
	만 50세~59세	188	17.8
	만 60세 이상	55	5.2
거주지역	서울/경기/인천	463	43.8
	경상권	373	35.3
	전라권	180	17.0
	충청권	33	3.1
	강원/제주	7	0.7
직업	전문직	231	21.9
	경영/관리직	43	4.1
	사무/기술직	173	16.4
	판매/영업/서비스직	51	4.8
	자영업	72	6.8
	문화예술산업 종사자	88	8.3
	전업주부	202	19.1
	기타	196	18.6
월평균 가구소득	300만원 미만	121	11.5
	300~500만원 미만	241	22.8
	500~700만원 미만	266	25.2
	700~1,000만원 미만	199	18.8
	1,000~1,500만원 미만	85	8.0
	1,500~3,000만원 미만	66	6.3
	3,000만원 이상	76	7.2
	무응답	2	0.2
문화여가활동 월평균 지출액	9만원 미만	241	22.8
	9~15만원 미만	186	17.6
	15~25만원 미만	206	19.5
	25~50만원 미만	223	21.1
	50~100만원 미만	116	11.0
	100만원 이상	84	8.0
지난 한 해 작품 관람 횟수	1~2회	224	21.2
	3~4회	318	30.1
	5~9회	300	28.4
	10회 이상	214	20.3
(지난한해) 관람장르	미술관	940	89.0
	화랑	544	51.5
	복합문화공간	630	59.7
	대안공간	339	32.1
	야외전시	546	51.7
	아트페어	755	71.5
	경매	53	5.0
	기타	3	0.3
향후 구매의향	구매	856	81.1
	비구매	200	18.9

02

2장 조사결과 요약

1절 | 작품 구매행태

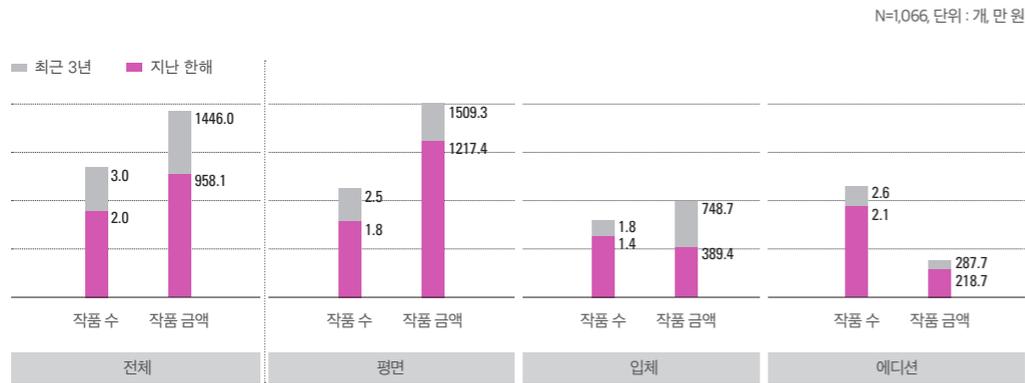
2절 | 작품 관람행태

2장 조사결과 요약

1 작품 구매 행태

- 최근 3년간 평균 작품 구매 수는 3.0점, 구매금액은 1,446만원으로 나타남. 세부 장르별로 살펴보면, 작품 구매 금액으로는 '평면'이 가장 높으며, 작품 구매 수로는 '에디션'이 가장 높음
- 지난 한해 평균 작품 구입 금액(958.1만원)은 최근 3년간 평균 구입 금액(1,446.0만원)의 66.3%를 차지함. 세부 장르별로 살펴보면, '평면'이 80.7%로 가장 높고, 다음으로 '에디션'이 76.0%로 그 뒤를 잇고 있음
- 지난 한해 평균 작품 구입 수(2.0점)는 최근 3년간 평균 구입 수(3.0점)의 66.7%를 차지함. 세부장르별로 살펴보면, '에디션'이 80.8%로 가장 높고, 다음으로 '입체'(77.8%), '평면'(72.0점) 순임

그림 2-1 작품 구입 현황(최근 3년간/지난 한해)·구매 작품 수 및 금액



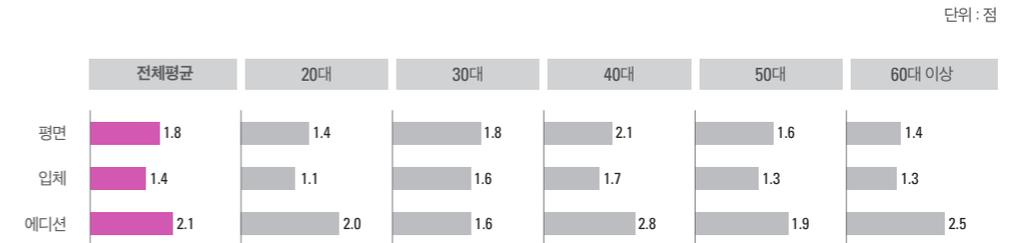
1) 최근 3년, 지난 한해 작품 연령별 구매 행태

- 작품 구입 수 기준, '에디션' 평균 구입 수가 가장 많은 연령대는 20대이며, '평면'과 '입체'는 30대부터 60세 이상까지 비슷한 평균 구입 수 행태를 보임
- 60세 이상 연령층의 지난 한해 가장 높은 구입 장르는 '에디션'(2.5점)이 가장 높으며, 이는 최근 3년간 '에디션'(2.7점) 구입 수의 대부분을 차지함

그림 2-1-1 최근 3년간 작품 구매 장르



그림 2-1-2 지난 한해(2016년) 작품 구매 장르



- 작품 구입 금액 기준, 최근 3년간 '평면', '에디션'을 가장 많이 구입 하는 연령은 60대, '입체'를 가장 많이 구입 하는 연령은 50대임
- 지난 한해 '에디션' 구입금액은 20대가 60대보다 평균 38.5만원 높은 146.6만원임

그림 2-1-3 최근 3년간 작품 장르별 구입금액

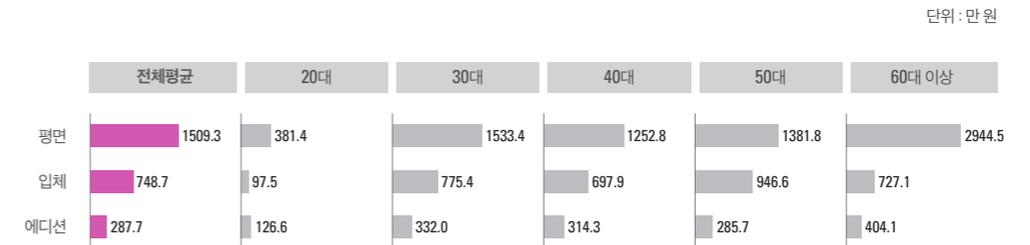


그림 2-1-4 지난 한해(2016년) 작품 장르별 구입금액

단위: 만 원



● 작품 구입 주된 목적 및 소장작품 최고가격

- ‘애호(수집)’ 및 ‘공간인테리어’를 주된 목적으로 작품을 구입하고 있으며, 소장하고 있는 작품의 최고 가격대는 전체 평균 1730.9만 원인 가운데, 60세 이상 연령층에서 3277.7만원으로 압도적으로 높게 나타남

그림 2-1-5 작품 구매 목적

단위: %

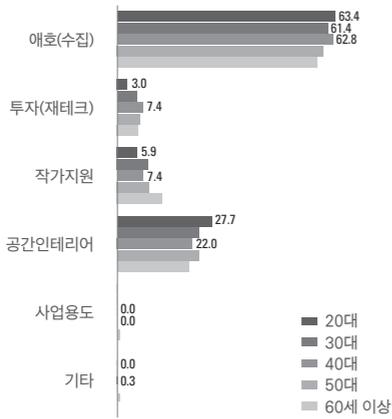
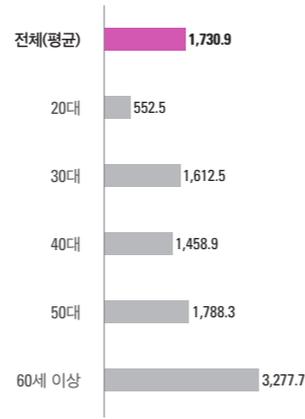


그림 2-1-6 소장작품 중 고가의 작품 가격대

단위: 만 원

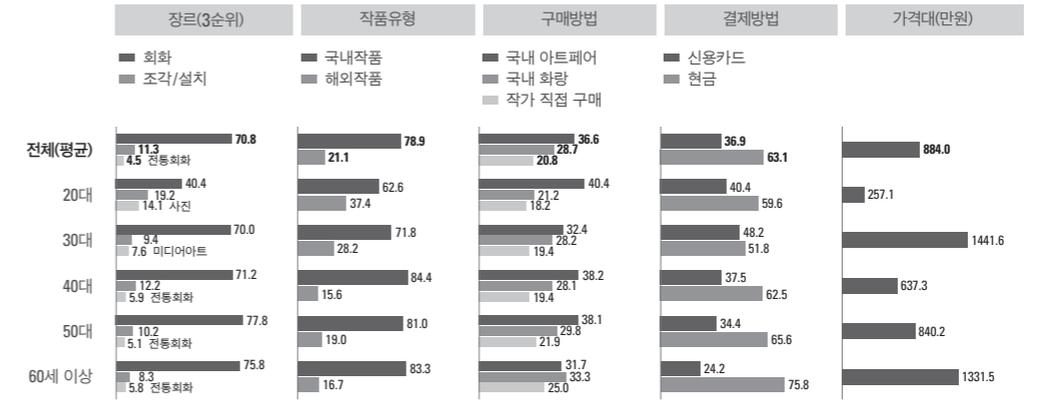


2) 작품 구매 경험자 향후 구매의향 행태

- 향후 구매를 고려하고 있는 장르는 주로 국내작품, 회화에서 구매 의향률이 높으며, 국내 아트페어 및 화랑에서 현금을 통해 구입하기를 선호함. 향후 구매를 고려하는 금액대는 평균 884.0만원으로 30대 (1,441.6만원)와 60세 이상(1,331.5만원) 연령층에서 높게 나타남

그림 2-1-7 구매경험자의 향후 구매의향 행태

단위: 점



● 저연령층의 작품 구매의향 행태

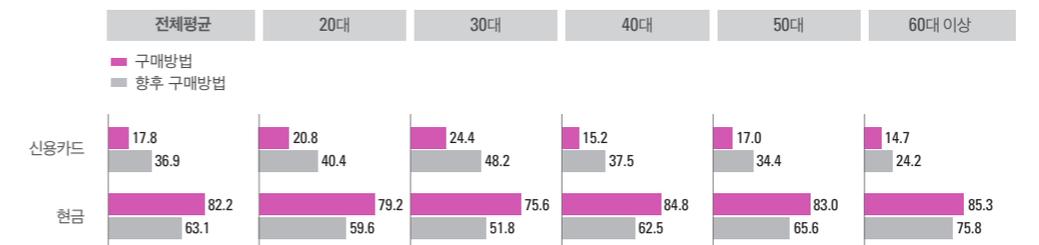
- 30~40대 연령층은 20대 대비 가구소득 및 문화여가 활동 지출액이 증가하면서, 작품 구입 장르 및 구입 방법(경로, 목적 등), 향후 구매의향이 있는 작품(장르 및 구입방법 등)등의 1순위 응답은 작품 주 구매층인 50세 이상의 유형과 유사하게 변화됨
- 20대는 ‘애호(수집)’ 및 ‘공간 인테리어’를 위해 미술전문매체(잡지, 온라인 등) 등을 통해 작품 정보를 수집하고, 중저가의 ‘에디션’을 주로 구매하는 비율이 높음. 향후 ‘회화’에 대한 구매도 선호하지만, 타 연령층 대비 50만원 미만대의 인테리어를 위한 ‘조각/설치’, ‘사진’, ‘미디어 아트’ 장르의 선호도가 높게 나타남

● 신용카드 결제 경험률 및 의향률

- 전체적인 연령대에서 현금결제 경험률은 높지만, 앞으로 이용 의향률은 그에 비해 낮게 나타났고, 반면 신용카드결제 경험률은 낮지만, 향후 이용 의향률은 모든 연령대에서 높게 나타남
- 20대와 30대의 작품 구매자 중 신용카드 결제 이용률이 타 연령층 대비 높은 편이며 향후 결제 시 신용카드 이용 의향률 또한 높게 나타나, 신용카드결제에 대한 선호도가 높은 편임

그림 2-1-8 구매 경험자의 신용카드 결제 경험률 및 의향률

단위: 점

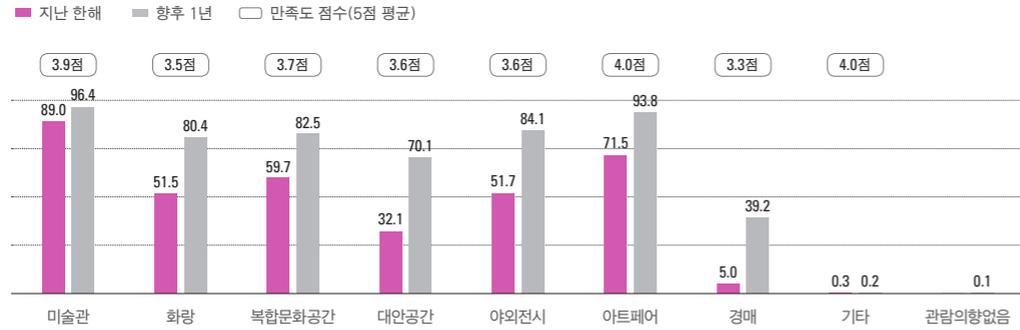


2 작품 관람 행태 (※ 작품 구매 비경험자 대상으로만 조사함)

- 지난 한해 전시 관람 경험 횟수는 미술관 > 아트페어 > 복합문화공간 > 야외전시 > 화랑 순임
- 향후 1년 전시 관람 의향은 미술관 > 아트페어 > 야외전시 > 복합문화공간 > 화랑 순임

그림 2-2 지난 한해 (2016년) 전시 관람 만족도 및 향후 1년 내 관람의향

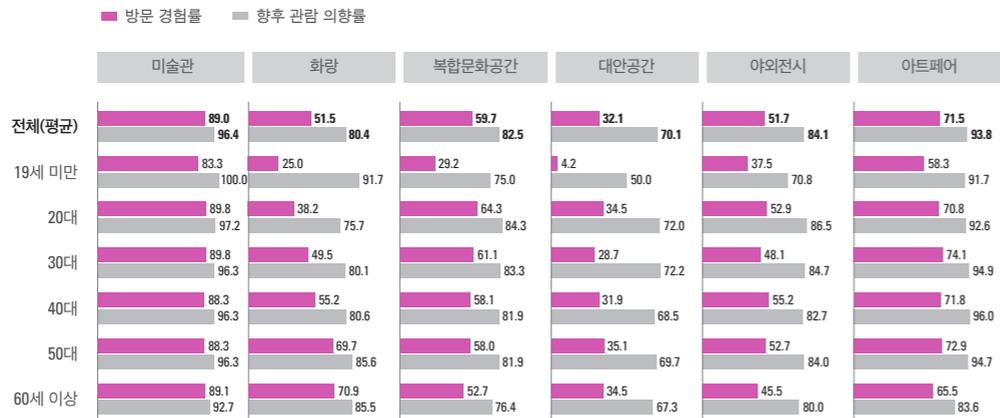
구매 비경험자, N=1,056, 단위 : %, 점



1) 연령별 전시 관람 경험률 및 향후 방문 의향률

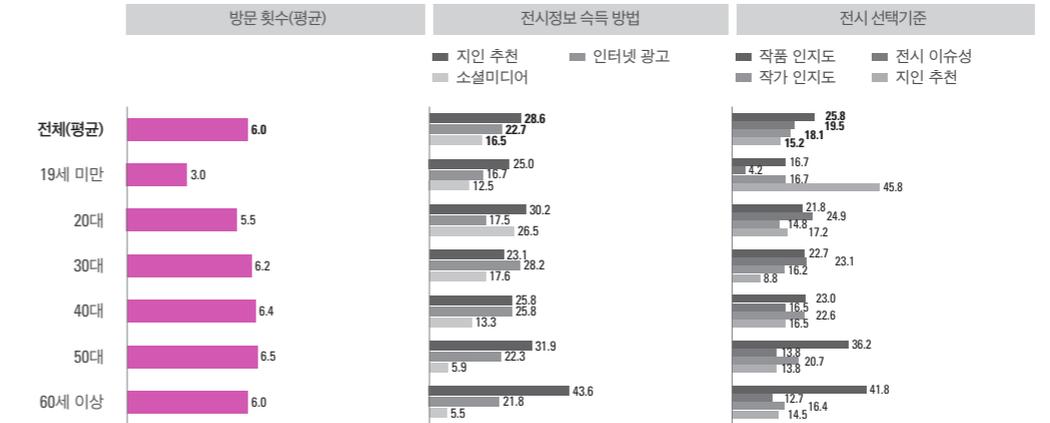
- 60세 이상을 제외한 20~40대의 전시 관람 장소는 대부분 '미술관'이며, 만족도는 '아트페어'가 가장 높음. 향후 작품 관람의향이 높은 장소도 '미술관'과 '아트페어'로 나타남
- 50대~60세 이상 연령층은 타 연령층 대비 '화랑'의 이용률이 상대적으로 높다는 특징을 보이며, 향후 전시 관람의향 장소 또한 '미술관'과 더불어 '화랑' 선호도가 높은 편임
- 20~30대는 타 연령층 대비 '복합문화공간'의 이용률과 향후 전시 관람 의향 모두 높은 편임

그림 2-2-1 연령별 전시 관람 경험률 및 향후 방문 의향률



- 전시/행사에 대한 정보는 연령별로 차이를 보이고 있음. 전반적으로 구전(지인 추천)을 통해 주로 정보를 습득하는 가운데, 20대는 소셜미디어를 통한 홍보물, 30세 이상은 인터넷 광고 및 전시 홍보물을 통해 가장 많이 정보를 습득하고 있다고 응답함
- 20~30대는 작품 전시/행사 선택시 '전시의 이슈성'을 고려하는 반면, 연령이 높을수록 '전시작품 인지도' 및 '작가의 인지도'를 고려함

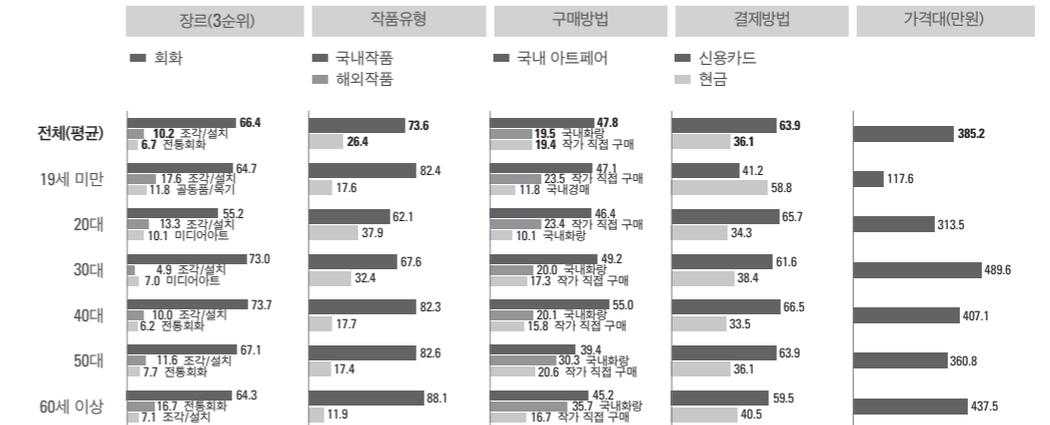
그림 2-2-2 전시 관람 이용 행태



2) 작품 구매 비경험자 향후 구매의향 행태

- 작품 구매 비경험자는 향후 작품 구매 시 '개인취향'을 1순위로 고려하여 구매를 결정한다는 응답이 높은 가운데, 작품 구매경험자 대비 '투자가치'를 고려한다는 응답 비율이 상대적으로 높게 나타남
- 작품 구매 비경험자의 향후 작품 구매 가격대는 30대가 평균 489.6만원으로 가장 높고, 다음으로 60세 이상 437.5만원 > 40대 407.1만원 > 50대 360.8만원 > 20대 313.5만원 순임

그림 2-2-3 작품 구매 비경험자의 향후 구매의향 행태



03

3장 조사결과

- 1절 | 작품 구매현황
- 2절 | 작품 구매행태
- 3절 | 향후 작품 구매 의향
- 4절 | 작품 구매방법
- 5절 | 작품 관람행태
- 6절 | 미술시장 구매 활성화를 위한 필요사항

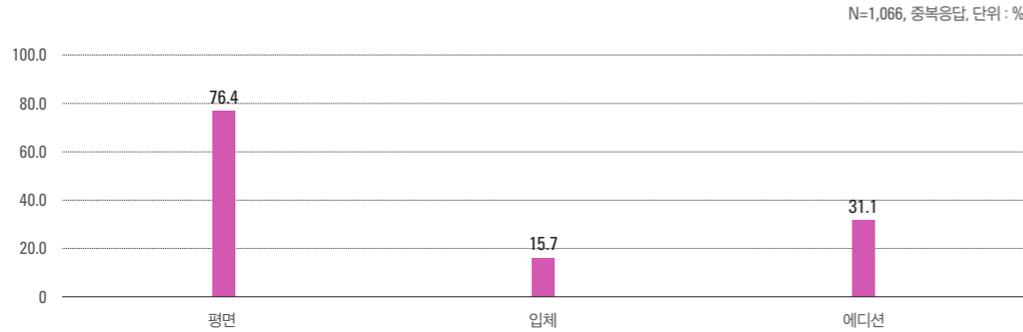
1절 작품 구매현황

1 최근 3년간 작품 구매 현황

1) 최근 3년간 장르별 구입률

- 최근 3년간 작품 종류별 구입률(중복응답)은 '평면'이 76.4%(n=814)로 가장 높고, 다음으로 '에디션' 31.1%, '입체' 15.7% 순임

그림 3-1-1 최근 3년간 장르별 구입률



2) 최근 3년간 장르별 구입 특성

- 최근 3년간 '평면' 작품을 구입한 비율은 40대 이상이 80% 이상으로, 상대적으로 '평면' 작품을 구입하는 경향이 많았음. 반면, '에디션' 작품은 20대(57.4%)와 30대(36.9%)에서 많이 구입하였음

표 1-1 최근 3년간 구입장르

단위: %

최근3년간 작품 구입여부	사례수 (명)	평면	입체	에디션	
전체	(1,066)	76.4	15.7	31.1	
연령	만 19세~29세	(101)	43.6	14.9	57.4
	만 30세~39세	(176)	68.8	15.3	36.9
	만 40세~49세	(296)	83.1	14.5	21.3
	만 50세~59세	(364)	82.1	16.2	27.7
	만 60세 이상	(129)	80.6	17.8	34.1
월평균 가구 소득	500만 원 미만	(196)	69.9	13.3	33.7
	500~700만 원 미만	(216)	76.9	13.9	25.9
	700~1,000만 원 미만	(245)	73.1	12.2	31.8
	1,000~1,500만 원 미만	(150)	84.7	18.0	32.0
	1,500~3,000만 원 미만	(141)	78.0	20.6	29.8
	3,000만 원 이상	(118)	80.5	21.2	34.7
문화여가 활동 월평균 지출액	15만 원 미만	(181)	66.3	9.9	38.1
	15~25만 원 미만	(167)	74.3	16.2	29.3
	25~50만 원 미만	(243)	74.1	11.5	29.2
	50~100만 원 미만	(264)	77.7	17.0	33.0
100만 원 이상	(211)	87.7	23.2	26.1	

3) 최근 3년간 작품 구입 금액 및 구입 수

● 최근 3년간 작품 구입 금액

● 최근 3년간 작품 구입 금액은 평균 1,446만 원으로 나타남. 세부금액별로 살펴보면, 1,000~5,000만 원 미만이 17.9%로 가장 높고, 다음으로 100~200만 원 미만(17.1%), 500~1,000만 원 미만(13.7%) 등의 순임

● 최근 3년간 작품 구입 수

● 최근 3년간 작품 구입 수는 평균 3.0점으로, 1점이 34.5%로 가장 많고, 다음으로 2점 28.0%, 3점 17.0%, 6점 이상이 10.3%로 나타남

그림 3-1-2 최근 3년간 작품 구입 금액

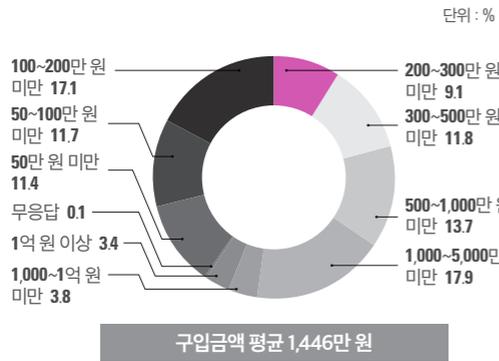
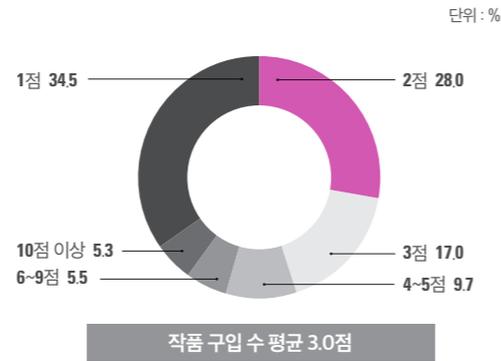


그림 3-1-3 최근 3년간 작품 구입 수



4) 최근 3년간 작품 구입한 응답자 특성

● 구매금액이 높은 응답자 특성

● 응답자 특성별로 살펴보면, 연령, 월평균 가구소득, 문화여가 활동 월평균 지출액이 높을수록 최근 3년간 작품 구입금액이 높아지는 경향을 보임. 연령별로는 '40대 이상', 가구소득 '1,000만 원 이상' 에서 최근 3년간 작품 구입 금액 1,000~5,000만 원 미만 비율이 가장 높게 나타남

● 장르별 응답자 특성

● 작품 구입금액을 장르별로 살펴보면, '평면'이 평균 1509.3만 원으로 가장 높고, 다음으로 '입체'(748.7만 원), '에디션'(287.7만 원) 순임. 세부 금액별로 살펴보면, '평면'은 1,000~5,000만 원 미만(21.5%), '입체'는 100~200만 원 미만(18.6%), '에디션'은 50만 원 미만(29.3%)에서 가장 높게 나타남

표 1-2 최근 3년간 작품 구입 금액대

단위: %

최근3년간 작품 구입 금액	사례 수 (명)	50	50~	100~	200~	300~	500~	1,000~	5,000~	1억	무응 답	평균 (만 원)	
		만원 미만	100 만원 미만	200 만원 미만	300 만원 미만	500 만원 미만	1,000 만원 미만	5,000 만원 미만	1억 이상				
전체	(1,066)	11.4	11.7	17.1	9.1	11.8	13.7	17.9	3.8	3.4	0.1	1446.0	
연령	만 19세~29세	(101)	35.6	22.8	13.9	6.9	10.9	4.0	5.9	-	-	253.3	
	만 30세~39세	(176)	17.0	19.3	21.6	7.4	6.8	6.3	13.1	4.5	4.0	1295.8	
	만 40세~49세	(296)	9.8	9.8	15.2	9.1	15.5	15.9	18.6	4.1	2.0	1209.5	
	만 50세~59세	(364)	5.8	8.8	17.6	10.2	9.6	18.4	22.3	3.8	3.6	1352.5	
	만 60세 이상	(129)	4.7	5.4	16.3	10.1	17.1	13.2	20.2	4.7	7.8	0.8	3405.7
월평균 가구 소득	500만원 미만	(19)	15.8	15.3	24.5	12.8	12.8	9.2	9.7	-	-	356.8	
	500~700만 원 미만	(216)	15.3	15.7	18.1	7.4	13.4	13.4	13.4	2.3	0.9	640.8	
	700~1,000만 원 미만	(245)	9.8	11.0	20.8	13.5	10.2	14.7	15.9	2.9	1.2	832.7	
	1,000~1,500만 원 미만	(150)	7.3	7.3	9.3	6.7	13.3	17.3	28.0	6.7	4.0	1892.1	
문화여가 활동 월평균 지출액	1,500~3,000만 원 미만	(141)	7.1	5.7	8.5	6.4	10.6	15.6	31.2	6.4	8.5	2780.8	
	3,000만 원 이상	(118)	11.0	12.7	15.3	3.4	10.2	12.7	15.3	7.6	11.0	0.8	3864.7
	15만 원 미만	(181)	19.3	13.3	22.7	11.6	12.2	7.7	9.9	1.7	1.7	-	594.4
	15~25만 원 미만	(167)	13.8	14.4	20.4	10.2	11.4	15.6	12.0	2.4	-	-	557.9
작품 구입장르	25~50만 원 미만	(243)	10.3	18.5	18.9	9.5	14.4	13.6	11.5	1.6	1.6	-	755.1
	50~100만 원 미만	(264)	10.2	9.5	15.9	9.5	9.8	14.8	21.6	3.8	4.9	-	1709.2
	100만 원 이상	(211)	5.7	3.3	9.0	5.2	11.4	16.1	32.2	9.0	7.6	0.5	3364.0
작품 구입장르	평면	(814)	6.0	11.3	15.5	9.2	12.0	16.5	21.5	3.7	4.2	0.1	1509.3
	입체	(167)	10.2	12.0	18.6	6.6	16.8	13.8	18.0	2.4	1.2	0.6	748.7
	에디션	(331)	29.3	17.2	23.3	10.0	7.3	5.7	6.0	0.9	0.3	-	287.7

● 작품 구입 수에 따른 응답자 특성

- 대부분의 연령층에서 최근 3년간 작품 구입 수 '1점'이 높은 가운데, 60세 이상에서 '2점'(31.8%)이 가장 높으며, 평균 작품 구입수도 가장 높음. 또한, 타 연령층 대비 '10점 이상'(7.8%)의 비율도 상대적으로 높게 나타남
- 작품 구입 수를 장르별로 살펴보면, 최근 3년간 '평면'(2.5점)과 '에디션'(2.6점) 구입 수가 평균 2점 이상으로, '입체'(1.8점) 보다 높게 나타남

표 1-3 최근 3년간 작품 구입 수 단위: %

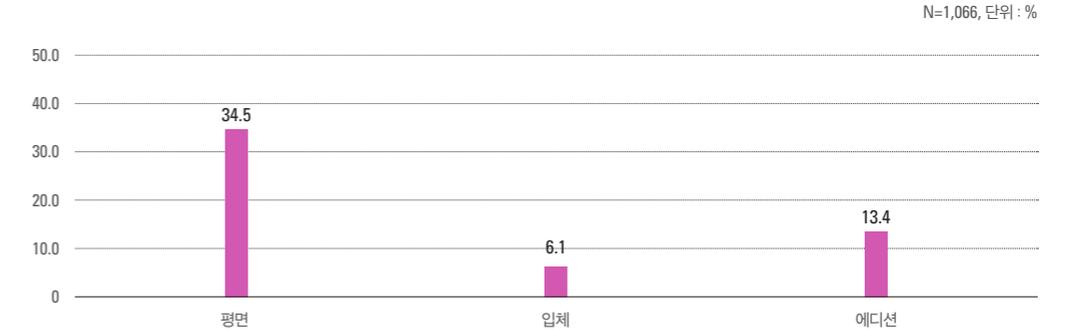
최근3년간 작품 구입 수	사례수 (명)	1점	2점	3점	4~5점	6~9점	10점 이상	평균 (점)	
전체	(1,066)	34.5	28.0	17.0	9.7	5.5	5.3	3.0	
연령	만 19세~29세	(101)	40.6	34.7	11.9	5.0	1.0	6.9	2.8
	만 30세~39세	(176)	39.2	23.3	14.8	9.1	8.5	5.1	2.9
	만 40세~49세	(296)	37.2	28.4	15.9	10.1	4.1	4.4	3.0
	만 50세~59세	(364)	31.9	26.9	19.2	11.0	6.3	4.7	3.0
	만 60세 이상	(129)	24.8	31.8	20.2	9.3	6.2	7.8	3.4
월평균 가구 소득	500만원 미만	(19)	40.3	30.1	14.3	10.2	3.1	2.0	2.3
	500~700만원 미만	(216)	40.7	27.8	16.7	6.9	5.6	2.3	2.4
	700~1,000만원 미만	(245)	34.7	29.0	21.2	8.2	2.0	4.9	2.9
	1,000~1,500만원 미만	(150)	28.7	28.7	16.7	12.7	6.7	6.7	3.6
	1,500~3,000만원 미만	(141)	19.9	29.8	17.7	12.8	11.3	8.5	3.7
문화여가 활동 월평균 지출액	3,000만원 이상	(118)	38.1	20.3	12.7	9.3	8.5	11.0	3.9
	15만원 미만	(181)	40.3	30.4	16.6	7.2	2.2	3.3	2.5
	15~25만원 미만	(167)	44.9	29.9	13.2	6.0	3.6	2.4	2.2
	25~50만원 미만	(243)	39.9	25.5	18.1	11.5	2.5	2.5	2.5
작품 구입장르	50~100만원 미만	(264)	30.7	28.8	17.4	9.5	9.1	4.5	3.0
	100만원 이상	(211)	19.9	26.5	18.5	12.8	9.0	13.3	4.7
	평면	(814)	39.2	30.1	15.0	9.5	2.1	4.2	2.5
	입체	(167)	61.7	23.4	9.6	2.4	1.2	1.8	1.8
에디션	(331)	49.5	23.6	13.3	6.0	2.7	4.8	2.6	

2 지난 한해 작품 구매 현황

1) 지난 한해 장르별 구입률

- 지난 한해 작품 종류별 구입률(중복응답)는 '평면'이 34.5%로 가장 높고, 다음으로 '에디션' 13.4%, '입체' 6.1% 순으로 최근 3년간 작품 구입률과 유사한 분포를 보임

그림 3-1-4 지난 한해 작품 구입 여부(장르별)



2) 지난 한해 장르별 구입 특성

- 지난 한해 작품을 구입률은 연령별로 '20대'를 제외한 모든 연령층에서 '평면'의 구입률이 가장 높음. 한편 연령별로 '20대'(30.7%), 문화여가활동 월평균 지출액 15만 원 미만 (18.2%)에서 '에디션' 구입률이 높은 편임

표 1-4 지난 한해 장르별 구입 특성 단위: %

지난 한해 작품 구입 여부	사례수 (명)	평면	입체	에디션	
전체	(1,066)	34.5	6.1	13.4	
연령	만 19세~29세	(101)	18.8	7.9	30.7
	만 30세~39세	(176)	35.2	5.1	14.8
	만 40세~49세	(296)	34.5	6.8	7.4
	만 50세~59세	(364)	41.5	5.5	11.8
	만 60세 이상	(129)	26.4	6.2	16.3
월평균 가구 소득	500만원 미만	(196)	27.0	2.6	12.2
	500~700만원 미만	(216)	33.8	6.9	7.9
	700~1,000만원 미만	(245)	31.8	4.9	16.7
	1,000~1,500만원 미만	(150)	44.0	8.0	16.0
	1,500~3,000만원 미만	(141)	40.4	9.2	14.2
문화여가 활동 월평균 지출액	3,000만원 이상	(118)	34.7	6.8	14.4
	15만원 미만	(181)	22.1	4.4	18.2
	15~25만원 미만	(167)	35.3	4.2	9.0
	25~50만원 미만	(243)	29.6	3.3	11.9
100만원 이상	(264)	39.8	6.8	13.6	
	(211)	43.6	11.4	14.2	

3) 지난 한해 작품 구입 금액 및 구입 수

● 지난 한해 작품 구입 금액

• 지난 한해 작품 구입 금액은 평균 958만 원으로 나타남. 세부금액별로 살펴보면, 100~200만 원 미만이 17.5%로 가장 높고, 다음으로 1,000~5,000만 원 미만(16.0%), 50만 원 미만(15.6%) 등의 순임

● 지난 한해 작품 구입 수

• 지난 한해 작품 구입 수는 평균 2.0점으로, 1점이 62.0%로 가장 많고, 다음으로 2점 20.9%, 3점~4점 10.1%, 5점 이상이 7.0%로 나타남

그림 3-1-5 지난 한해 작품 구입 금액

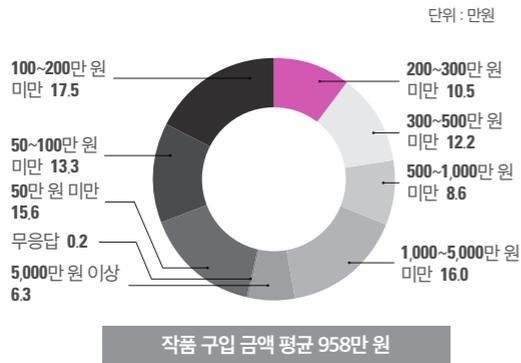
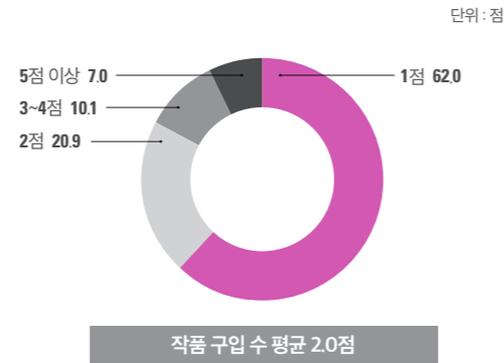


그림 3-1-6 지난 한해 작품 구입 수



4) 지난 한해 작품 구입한 응답자 특성

● 구입 금액이 높은 응답자 특성

• 최근 3년간 작품 구입 금액이 가장 많은 연령층은 '60세 이상'(평균 3405.7만 원)인 반면, 지난 한해 작품 구입 금액이 가장 많은 연령층은 '40대'(평균 1174.5만 원)임

• 최근 3년간 작품 구입 금액 분포와 비교하여, 지난 한해 또한 월평균 가구소득이 높을수록 작품 구입 금액이 높아지는 경향을 보임

● 장르별 응답자 특성

• 지난 한해 작품의 구입 금액을 장르별로 살펴보면, '평면'이 평균 1217.4만 원으로 가장 높고, 다음으로 '입체'(평균 389.4만 원), '에디션'(평균 218.7만 원) 순임. 세부금액별로 살펴보면, '평면'은 1,000~5,000만 원 미만(19.8%), '입체'는 100~200만 원 미만(20.0%), '에디션'은 50만 원 미만(42.0%)으로 가장 높게 나타남. 이는, 최근 3년간 작품 장르별 구입 금액 분포와 유사함

표 1-5 지난 한해 작품 구입 금액대

단위: %

지난 한해 작품 구입금액	사례 수 (명)	50만 원 미만	50~100만 원 미만	100~200만 원 미만	200~300만 원 미만	300~500만 원 미만	500~1,000만 원 미만	1,000~5,000만 원 미만	5,000만 원 이상	무응답	평균 (만원)	
전체	(526)	15.6	13.3	17.5	10.5	12.2	8.6	16.0	6.3	0.2	958.1	
연령	만 19세~29세	(53)	50.9	20.8	13.2	3.8	5.7	-	5.7	-	171.5	
	만 30세~39세	(87)	25.3	11.5	18.4	6.9	8.0	9.2	12.6	8.0	1078.2	
	만 40세~49세	(130)	8.5	10.8	16.9	11.5	14.6	11.5	20.0	6.2	1174.5	
	만 50세~59세	(200)	7.0	13.0	18.5	14.5	14.0	9.0	17.5	6.5	935.9	
	만 60세 이상	(56)	14.3	16.1	17.9	5.4	12.5	7.1	16.1	8.9	1.8	1095.5
월평균 가구 소득	500만 원 미만	(81)	27.2	23.5	21.0	9.9	2.5	6.2	9.9	-	276.3	
	500~700만 원 미만	(97)	18.6	15.5	24.7	9.3	18.6	3.1	7.2	3.1	419.3	
	700~1,000만 원 미만	(124)	17.7	14.5	18.5	17.7	8.9	6.5	13.7	2.4	597.7	
	1,000~1,500만 원 미만	(90)	8.9	11.1	11.1	11.1	14.4	12.2	23.3	7.8	-	1394.4
문화여가 활동 월평균 지출액	1,500~3,000만 원 미만	(80)	6.3	5.0	13.8	6.3	16.3	18.8	22.5	11.3	-	1438.0
	3,000만 원 이상	(54)	13.0	7.4	13.0	1.9	13.0	5.6	24.1	20.4	1.9	2364.1
	15만 원 미만	(79)	30.4	13.9	24.1	8.9	8.9	3.8	5.1	5.1	-	607.8
문화여가 활동 월평균 지출액	15~25만 원 미만	(76)	17.1	23.7	11.8	13.2	10.5	6.6	17.1	-	-	389.3
	25~50만 원 미만	(106)	18.9	17.0	25.5	8.5	11.3	6.6	8.5	3.8	-	593.9
작품 구입장르	50~100만 원 미만	(144)	13.2	11.1	13.2	13.9	16.0	6.3	20.1	6.3	-	992.4
	100만 원 이상	(121)	5.0	5.8	14.9	7.4	11.6	17.4	24.0	13.2	0.8	1829.4
	평면	(368)	5.4	13.3	16.3	12.8	13.3	10.3	19.8	8.4	0.3	1217.4
작품 구입장르	입체	(65)	15.4	12.3	20.0	9.2	15.4	16.9	7.7	1.5	1.5	389.4
	에디션	(143)	42.0	12.6	22.4	7.7	5.6	3.5	5.6	0.7	0.5	218.7

● 작품 구입 수에 따른 응답자 특성

- 모든 연령층에서 작품 구입 수 '1점'이 높은 가운데, 지난 한해 평균 작품 구입 금액이 가장 높은 40대에서 타 연령층 대비 '10점 이상'(10.0%)의 비율이 높은 편임. 또한, 월평균 문화여가활동 지출액 100만 원 이상에서 '10점 이상'(13.2%) 구입 비율이 높게 나타남
- 지난 한해 구입한 평균 작품 수를 장르별로 살펴보면 '에디션'(2.1점) > '평면'(1.8점) > '입체'(1.4점) 순으로 구입 작품 수가 많은 것으로 나타남

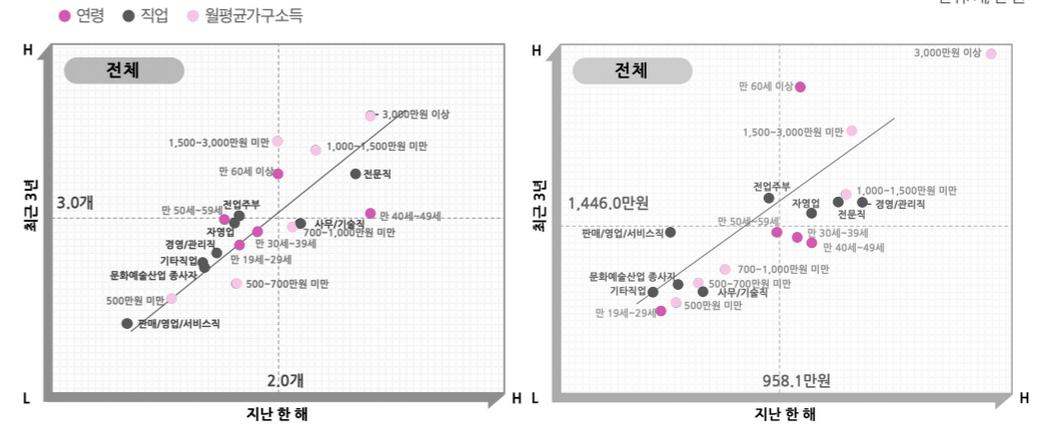
표 1-6 지난 한해 작품 구입 수

단위: %

지난 한해 작품 구입 수	사례수 (명)	1점	2점	3~4점	5점 이상	평균 (점)	
전체	(526)	62.0	20.9	10.1	7.0	2.0	
연령	만 19세~29세	(53)	58.5	26.4	11.3	3.8	1.8
	만 30세~39세	(87)	56.3	25.3	10.3	8.0	1.9
	만 40세~49세	(130)	60.8	22.3	6.9	10.0	2.4
	만 50세~59세	(200)	64.5	18.5	11.5	5.5	1.8
	만 60세 이상	(56)	67.9	14.3	10.7	7.1	2.0
월평균 가구 소득	500만원 미만	(81)	72.8	16.0	7.4	3.7	1.5
	500~700만원 미만	(97)	67.0	20.6	8.2	4.1	1.8
	700~1,000만원 미만	(124)	69.4	17.7	6.5	6.5	2.1
	1,000~1,500만원 미만	(90)	58.9	23.3	6.7	11.1	2.2
	1,500~3,000만원 미만	(80)	53.8	25.0	13.8	7.5	2.0
문화여가 활동 월평균 지출액	15만원 미만	(79)	62.0	22.8	7.6	7.6	2.0
	15~25만원 미만	(76)	76.3	15.8	6.6	1.3	1.3
	25~50만원 미만	(106)	71.7	17.9	5.7	4.7	1.6
	50~100만원 미만	(144)	61.1	21.5	11.1	6.3	1.8
작품 구입장르	100만원 이상	(121)	45.5	24.8	16.5	13.2	3.0
	평면	(368)	67.7	18.2	9.0	5.2	1.8
	입체	(65)	67.7	26.2	4.6	1.5	1.4
	에디션	(143)	56.6	23.1	11.2	9.1	2.1

그림 3-1-7 작품 구입 현황(최근 3년간 / 지난 한 해) 구입 작품 수와 작품 금액의 특성별 현황

단위: 개, 만 원



- 최근 3년간과 지난 한해 작품 구입 수 및 구입금액을 응답자 특성별로 살펴보면, 산포도가 평균을 중심으로 일정 정도 정의 상관관계를 보이고 있음
- 최근 3년, 지난 한해 모두 작품 구입 수와 금액이 높을수록 직업별로 전문직, 월평균 가구소득 1,500만 원 이상, 60세 이상 연령층의 일반소비자 특성을 가지고 있음

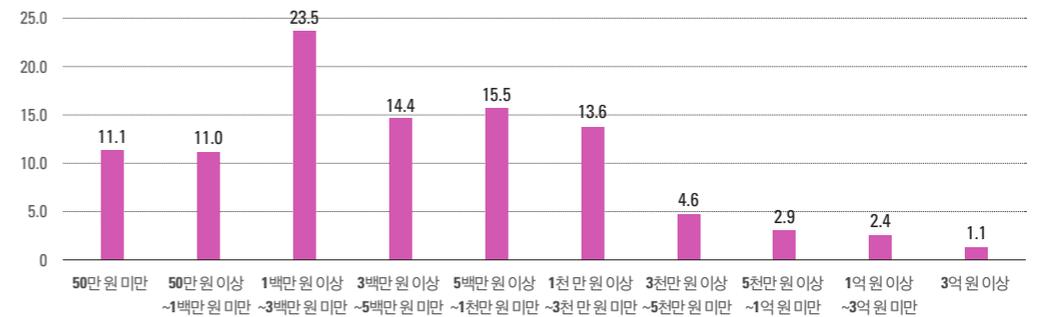
3 소장 작품 중 고가의 작품 가격대 현황

1) 소장 작품 중 고가의 작품 가격대

- 소장하고 있는 작품 중 고가 작품의 가격대는 '1백만 원 이상~3백만 원 미만'이 23.5%로 가장 높게 나타남. 다음으로 '5백만 원 이상~1천만 원 미만'(15.5%), '3백만 원 이상~5백만 원 미만'(14.4%), '1천만 원 이상~3천만 원 미만'(13.6%) 등의 순임

그림 3-1-8 소장 작품 중 고가의 작품 가격대

N=1,066, 단위: %



2) 소장 작품 중 고가의 작품 가격대별 응답자 특성

● 연령대에 따른 특성

연령별로 '20대'는 '50만 원 미만'(36.6%) 작품이 가장 고가의 가격대라고 응답했고, '30대'(25.0%), '40대'(26.0%), '50대'(24.5%)는 '1백만 원~3백만 원 미만'에서 가장 높음. 한편, 최근 3년간 작품 구입금액이 가장 많은 '60세 이상'은 소장 작품 중 고가인 작품의 가격대가 '5백만 원~1천만 원 미만'(20.2%)에서 가장 높게 나타남. 따라서 연령대에 따라 소장하고 있는 고가의 작품 분포에 차이가 있음

● 월평균 가구소득 및 문화여가활동 지출액에 따른 특성

월평균 가구소득이 높을수록, 문화여가활동 월평균 지출액이 높을수록 소장작품의 가격대는 높게 나타남. 이는 최근 3년간, 지난 한해 동안 작품 구입현황(작품 수, 구입 금액)과 유사한 분포를 보임

표 1-7 소장 작품 중 고가의 작품 가격대 단위: %

소장 작품 중 고가의 작품 가격대	사례 수 (명)	50만 원 미만	50~100만 원 미만	100~300만 원 미만	300~500만 원 미만	500~1,000만 원 미만	1,000~3,000만 원 미만	3,000~5,000만 원 미만	5,000~1억 미만	1억~3억 이상	평균 (만 원)		
전체	(1,066)	11.1	11.0	23.5	14.4	15.5	13.6	4.6	2.9	2.4	1,730.9		
연령	만 19세~29세	(101)	36.6	16.8	19.8	8.9	7.9	7.9	1.0	-	1.0	552.5	
	만 30세~39세	(176)	18.2	14.8	25.0	8.5	10.8	12.5	4.0	2.3	3.4	1,612.5	
	만 40세~49세	(296)	8.4	9.5	26.0	19.6	13.5	13.2	5.1	2.4	1.4	1,458.9	
	만 50세~59세	(364)	5.2	10.4	24.5	12.9	19.8	15.7	4.7	3.8	1.6	1,788.3	
	만 60세 이상	(129)	3.9	6.2	15.5	18.6	20.2	14.7	7.0	4.7	7.0	3,277.7	
직업	전문직	(301)	8.6	7.6	21.9	13.0	16.6	16.9	6.0	3.7	4.3	2,342.8	
	경영/관리직	(85)	5.9	5.9	24.7	12.9	18.8	17.6	4.7	3.5	2.4	2,583.5	
	사무/기술직	(148)	14.9	16.9	33.8	14.2	8.8	8.1	2.7	-	0.7	612.0	
	판매/영업/서비스직	(22)	13.6	27.3	27.3	18.2	-	9.1	-	-	-	4.5	1,696.6
	자영업	(152)	6.6	13.8	18.4	15.8	18.4	15.1	4.6	3.9	2.6	0.7	1,756.7
	문화예술산업 종사자	(86)	15.1	10.5	25.6	8.1	23.3	8.1	3.5	2.3	1.2	2.3	1,676.7
	전업주부	(233)	9.9	9.0	21.9	18.5	15.0	14.6	5.6	3.4	1.7	0.4	1,484.1
	기타	(39)	41.0	17.9	15.4	10.3	7.7	2.6	-	2.6	2.6	-	909.6
월평균 가구 소득	500만 원 미만	(196)	18.9	16.3	27.0	12.8	13.8	6.1	2.6	1.5	0.5	0.5	819.8
	500~700만 원 미만	(216)	15.3	14.4	22.2	19.9	13.4	11.6	1.4	0.5	0.9	0.5	885.2
	700~1,000만 원 미만	(245)	11.4	9.8	29.0	13.1	18.4	9.8	4.9	1.6	2.0	-	1,180.6
	1,000~1,500만 원 미만	(150)	4.7	5.3	23.3	14.0	18.7	18.7	7.3	6.0	2.0	-	1,764.5
	1,500~3,000만 원 미만	(141)	6.4	4.3	10.6	15.6	14.9	29.8	7.8	4.3	3.5	2.8	2,987.4
문화여가 활동 월평균 지출액	3,000만 원 이상	(118)	3.4	13.6	23.7	8.5	12.7	11.9	5.9	6.8	8.5	5.1	4,391.1
	15만 원 미만	(181)	23.2	14.9	22.7	15.5	12.7	7.2	2.2	0.6	1.1	-	714.0
	15~25만 원 미만	(167)	14.4	13.2	29.3	15.0	12.6	11.4	3.6	-	0.6	-	717.4
	25~50만 원 미만	(243)	11.1	14.0	25.9	17.3	16.9	8.6	3.7	0.8	1.6	-	972.7
작품 구입경험	50~100만 원 미만	(264)	7.2	9.8	23.5	14.4	16.3	15.5	6.1	3.0	2.3	1.9	2,038.9
	100만 원 이상	(211)	2.8	3.8	16.6	9.5	17.5	24.2	6.6	9.5	6.2	3.3	3,893.4
	평면	(814)	4.9	10.2	22.4	15.7	17.6	16.0	5.3	3.4	3.2	1.4	2,081.2
	입체	(167)	4.8	5.4	21.6	10.2	16.8	19.8	8.4	4.2	7.2	1.8	3,235.8
	에디션	(331)	23.9	11.2	21.5	10.3	10.3	11.5	4.2	3.3	3.0	0.9	1,699.5

4 최근 3년간 작품 구입 대비 지난 한해 구입율

1) 작품 장르별 구입율

● 평면 구입율

'평면' 작품의 경우, 최근 3년간 76.4%(n=814), 지난 한해 34.5%(n=368)로 지난 한 해 구입이 최근 3년간 구입의 45.2% 수준임

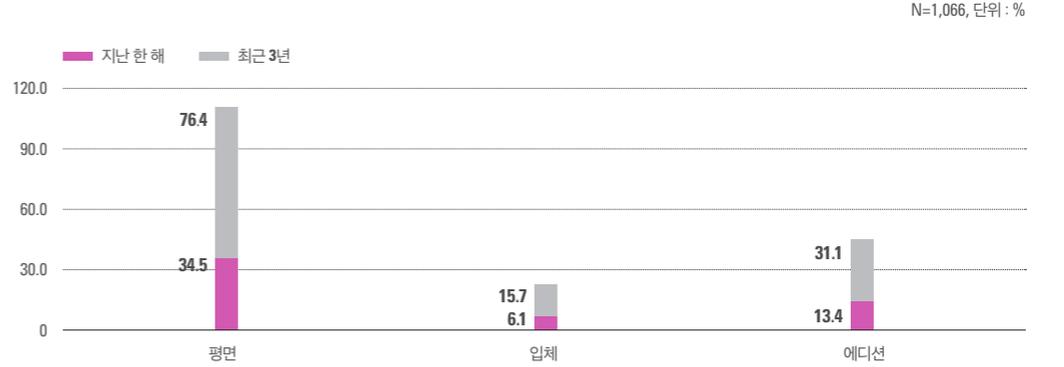
● 입체 구입율

'입체' 작품의 경우 최근 3년간 15.7%(n=167), 지난 한해 6.1%(n=65)로 지난 한 해 구입이 최근 3년간 구입의 38.9% 수준임

● 에디션 구입율

'에디션' 작품의 경우 최근 3년간 31.1%(n=331), 지난 한해 13.4%(n=143)로 지난 한 해 구입이 최근 3년간 구입의 43.2% 수준임

그림 3-1-9 장르별 구입율



2) 장르별 구입을 특성

- 구입율이 높은 순으로 보자면 '평면'만 구입 57.3%, '에디션'만 구입 18.0%, '평면+에디션' 구입 9.0%로 '평면'와 '에디션' 중심으로 구입한 것으로 나타남. 지난 한 해 작품을 구입한 유형을 살펴보면, '평면'만 구입 63.3%, '에디션'만 구입 21.9%, '입체'만 구입 7.6%로 나타남

표 1-8 작품 장르별 구입율 단위: %

장르별 구입유형	사례수 (명)	장르별 구입율 (%)	
최근 3년	평면	611	57.3
	입체	51	4.8
	에디션	192	18.0
	평면 + 입체	73	6.8
	평면 + 에디션	96	9.0
	입체 + 에디션	9	0.8
	평면 + 입체 + 에디션	34	3.2
지난 한해	평면	333	63.3
	입체	40	7.6
	에디션	115	21.9
	평면 + 입체	10	1.9
	평면 + 에디션	13	2.5
	입체 + 에디션	3	0.6
	평면 + 입체 + 에디션	12	2.3

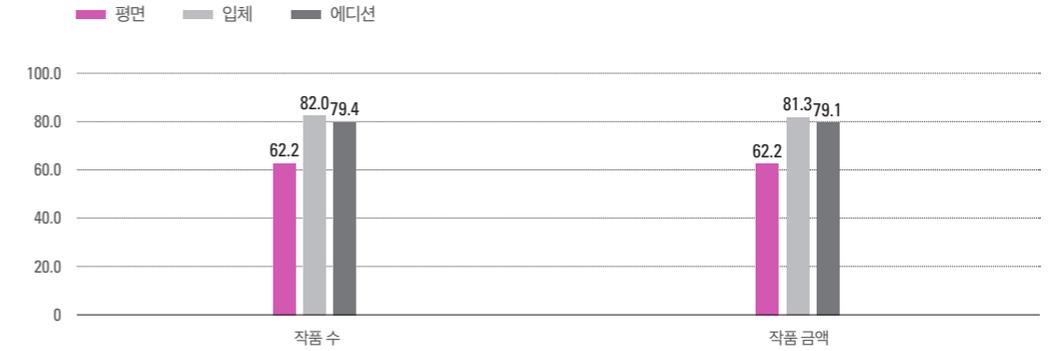
- 최근 3년간 구입한 작품을 '평면', '입체', '에디션'으로 구분하여 1개 유형만 구입한 비율은 80.1%, 2개 유형을 구입한 비율은 16.7%로 나타남. 모든 유형을 구입한 비율은 3.2%로 나타남. 지난 한 해 1개 유형만 구입한 비율은 92.8%, 2개 유형을 구입한 비율은 4.9%, 모든 유형을 구입한 비율은 2.3%로 나타나 1개 유형의 작품을 구입한 비율이 높은 편임

3) 최근 3년 대비 지난 한해 구입 비중¹⁾

- 최근 3년간 구입한 작품 수 대비 지난 한 해 구입한 작품 수의 비중을 살펴보면, '평면' 작품이 62.2%, '입체'는 82.0%, '에디션'이 79.4%로, 지난 한 해 '입체' 작품의 구입이 최근 3년 대비 크게 증가함
- 최근 3년간 구입한 작품 금액 대비 지난 한 해 구입한 작품 금액의 비중을 살펴보면, '평면' 작품이 62.2%, '입체'가 81.3%, '에디션'이 79.1%로 나타났음

그림 3-1-10 최근 3년간 미술작품 구입 대비 지난 한 해 구입 비중

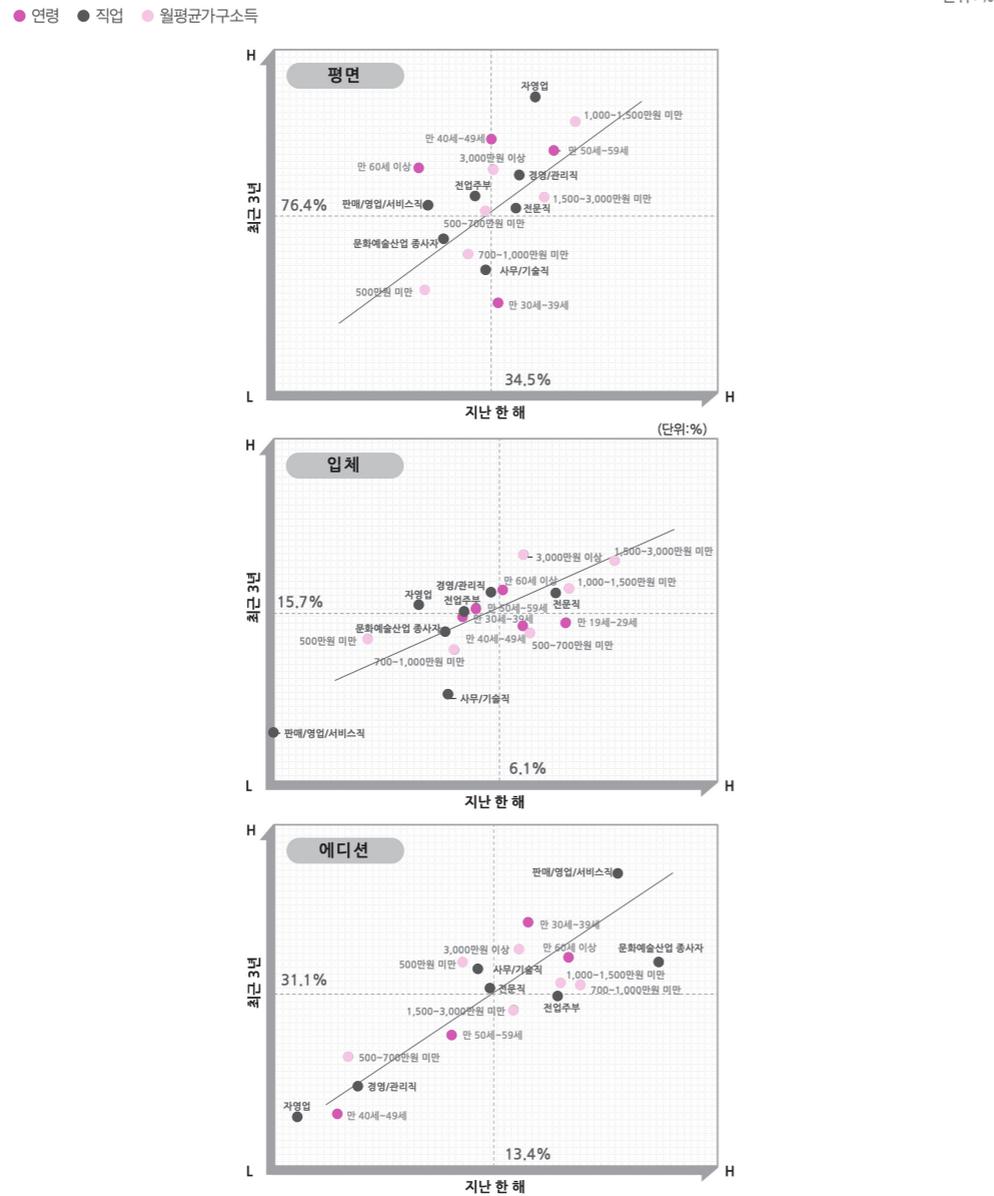
Base: 각 장르별 최근 3년간, 지난 한해 모두 작품 구매자, 평면=368, 입체=65, 에디션=143, 단위: %



1) 각 장르별 최근 3년, 지난 한해 모두 구입자 대상, 최근 3년간 미술작품 구입 대비 지난 한 해 구입 비중 = 지난 한 해 미술작품 구입 수(구입금액) ÷ 최근 3년간 미술작품 구입 수(구입금액)

● 최근 3년 대비 지난 한해 구입 장르별 비중

그림 3-1-11 최근 3년간과 지난 한해 작품 구입 비율 특성별 분석



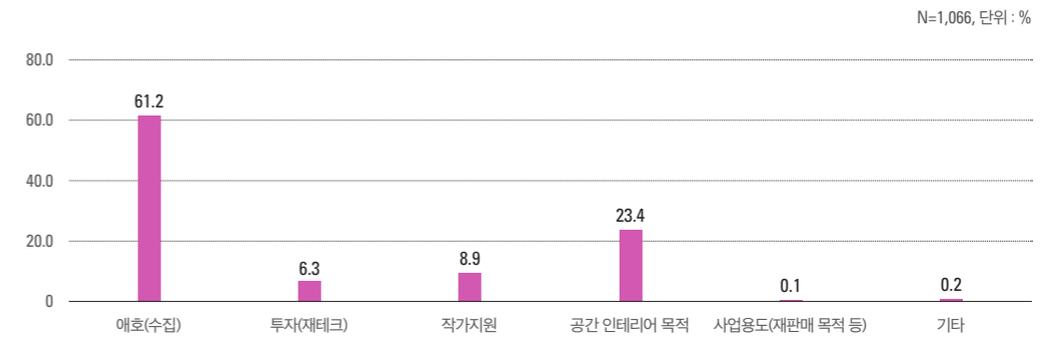
- 최근 3년간과 지난 한해 작품 구입 비율을 미술 소비자 특성별(연령, 월평균 가구소득, 직업)로 살펴보면, 산포도가 평균을 중심으로 일정 정도 정의 상관관계를 보이고 있음
 - 평면과 에디션의 경우 상관관계(산포도)가 상대적으로 높은 반면 입체는 상대적으로 낮은 것으로 나타남
 - 최근 3년, 지난 한해 작품 구입비율이 높을수록 평면은 직업별로 자영업, 월평균 가구소득 1,000만 원 이상, 50세 이상 연령층인 특성을 가지고 있음
 - 입체는 직업별로 전문직, 월평균 가구소득 1,500만 원 이상, 60세 이상 연령층인 특성을 가지고 있음
 - 에디션은 직업별로 판매/영업/서비스직, 문화예술 종사자, 월평균 가구소득 3,000만 원 이상, 30대, 60세 이상 연령층인 특성을 가지고 있음

2절 작품 구매행태

1 작품 구매 목적

- 작품 구매 시 주된 목적으로 응답자의 과반수 이상이 '애호(수집)'(61.2%) 하고, '공간 인테리어 목적'(23.4%), '작가지원'(8.9%), '투자(재테크)'(6.3%)등의 순임

그림 3-2-1 작품 구매 목적



● 작품 구매 목적에 따른 응답자 특성

- '애호(수집)' 목적으로 작품을 구매하는 비율은 비교적 저연령층, 입체 구매자(67.1%)에서 가장 높게 나타남
- '공간 인테리어' 목적으로 작품을 구매하는 비율은 20대(27.7%), 경영/관리직(28.2%), 전업주부(29.2%), 에디션 구매자(27.2%)에서 상대적으로 높게 나타남
- 최근 3년간 작품 구입금액이 가장 많은 60세 이상(13.2%)과 문화예술산업 종사자 (25.6%)는 '작가 지원' 목적이라는 응답이 타 응답자 특성 대비 상대적으로 높게 나타남

표 2-1 작품 구매 주된 목적

단위 : %

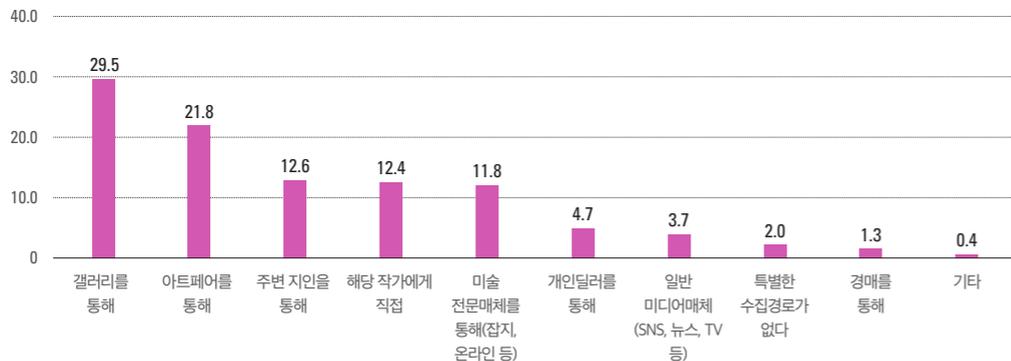
작품 구매 주된 목적	사례 수 (명)	애호 (수집)	투자 (재테크)	작가 지원	공간 인테리어 목적	사업용도 (재판매 목적 등)	기타	TOTAL	
전체	(1,066)	61.2	6.3	8.9	23.4	0.1	0.2	100.0	
연령	만 19세~29세	(101)	63.4	3.0	5.9	27.7	-	-	100.0
	만 30세~39세	(176)	61.4	5.7	9.1	23.9	-	-	100.0
	만 40세~49세	(296)	62.8	7.4	7.4	22.0	-	0.3	100.0
	만 50세~59세	(364)	60.2	6.6	9.3	23.9	-	-	100.0
	만 60세 이상	(129)	58.1	6.2	13.2	20.9	0.8	0.8	100.0
직업	전문직	(301)	60.1	7.0	10.3	21.9	0.3	0.3	100.0
	경영/관리직	(85)	56.5	4.7	9.4	28.2	-	1.2	100.0
	사무/기술직	(148)	65.5	4.7	4.7	25.0	-	-	100.0
	판매/영업/서비스직	(22)	68.2	4.5	4.5	22.7	-	-	100.0
	자영업	(152)	65.1	9.9	5.3	19.7	-	-	100.0
	문화예술산업 종사자	(86)	53.5	5.8	25.6	15.1	-	-	100.0
	전업주부	(233)	58.8	5.2	6.9	29.2	-	-	100.0
	기타	(39)	74.4	5.1	5.1	15.4	-	-	100.0
작품 구입경험	평면	(814)	62.3	7.5	9.0	21.0	0.1	0.1	100.0
	입체	(167)	67.1	8.4	5.4	18.6	-	0.6	100.0
	에디션	(331)	58.6	5.7	8.5	27.2	-	-	100.0

2 작가 및 작품 정보수집 방법

- 작가 및 작품에 대한 정보를 수집하는 주된 방법으로는 '갤러리를 통해'(29.5%), '아트페어를 통해'(21.8%), '주변 지인을 통해'(12.6%), '해당 작가에게 직접'(12.4%), '미술 전문매체를 통해(잡지, 온라인 등)'(11.8%) 등의 순으로 나타남

그림 3-2-2 작가 및 작품 정보수집 방법(1순위 기준)

N=1,066, 단위 : %



● 작가 및 작품 정보수집 방법별 응답자 특성

- 응답자 특성별로 30대~50대, 전업주부(32.6%), 월평균 소득이 많을수록, 작품 구입 수와 금액이 많을수록 '갤러리를 통해' 작가 및 작품 정보를 수집하는 비율이 높게 나타남
- 반면, 50대와 60세 이상에서 '주변 지인을 통해' 작가 및 작품 정보 수집한다는 응답이 타 응답자 특성 대비 높게 나타났으며, '해당 작가에게 직접' 정보를 수집하는 경우는 자영업자(18.4%), 문화예술 산업종사자(19.8%)에서 상대적으로 높은 편임
- 한편, 20대(23.8%), 월평균 가구소득이 적을수록, 에디션 구매 경험자는 '미술전문 매체(잡지, 온라인 등)를 통해' 작가 및 작품 정보를 수집한다는 응답이 상대적으로 높게 나타남

표 2-2 작가 및 작품 정보수집 방법

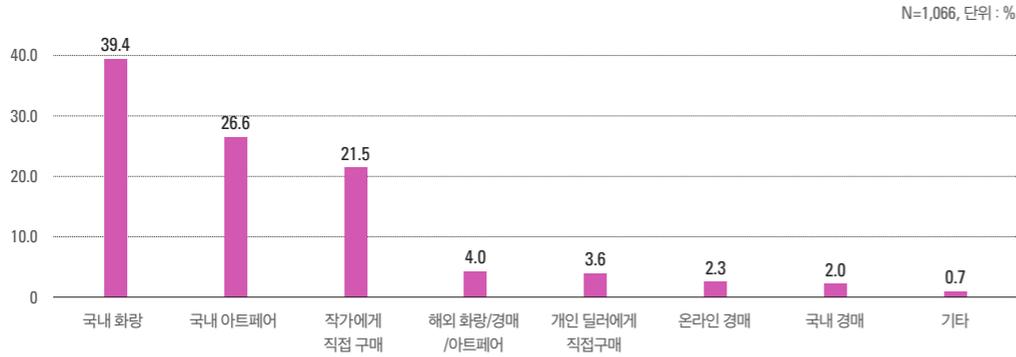
단위 : %

작가 및 작품 정보수집 방법	사례수 (명)	미술 전문 매체를 통해	갤러리를 통해	아트 페어를 통해	경매를 통해	개인 딜러를 통해	해당 작가에게 직접	주변 지인을 통해	일반 미디어 매체 (SNS, 뉴스, TV 등)	특별한 수집 경로가 없다	기타	TOTAL	
전체	(1,066)	11.8	29.5	21.8	1.3	4.7	12.4	12.6	3.7	2.0	0.4	100.0	
연령	만 19세~29세	(101)	23.8	20.8	21.8	-	3.0	5.0	12.9	6.9	5.0	1.0	100.0
	만 30세~39세	(176)	10.8	33.5	18.8	2.8	4.0	13.1	9.7	4.5	2.8	-	100.0
	만 40세~49세	(296)	10.8	32.1	24.0	2.0	4.7	12.2	11.1	2.0	0.7	0.3	100.0
	만 50세~59세	(364)	9.6	30.2	22.8	0.3	4.4	12.6	14.6	3.0	2.2	0.3	100.0
	만 60세 이상	(129)	12.4	22.5	17.8	1.6	7.8	17.1	14.0	5.4	0.8	0.8	100.0
직업	전문직	(301)	11.6	31.6	21.9	2.3	5.0	10.6	10.3	4.0	2.3	0.3	100.0
	경영/관리직	(85)	10.6	27.1	17.6	-	8.2	9.4	20.0	2.4	2.4	2.4	100.0
	사무/기술직	(148)	14.9	29.7	23.6	-	2.7	10.1	12.8	4.7	1.4	-	100.0
	판매/영업/서비스직	(22)	4.5	45.5	22.7	-	9.1	4.5	9.1	4.5	-	-	100.0
	자영업	(152)	9.9	27.0	20.4	2.0	4.6	18.4	14.5	2.0	1.3	-	100.0
	문화예술산업 종사자	(86)	14.0	22.1	20.9	3.5	4.7	19.8	11.6	2.3	1.2	-	100.0
	전업주부	(233)	9.4	32.6	23.6	0.4	3.9	11.6	12.9	3.4	2.1	-	100.0
	기타	(39)	25.6	15.4	17.9	-	5.1	10.3	7.7	10.3	5.1	2.6	100.0
월평균 가구 소득	500만원 미만	(196)	12.2	26.5	22.4	-	1.5	16.3	12.2	5.6	2.6	0.5	100.0
	500~700만원 미만	(216)	10.2	26.9	22.2	1.9	5.1	12.0	15.3	3.7	2.3	0.5	100.0
	700~1,000만원 미만	(245)	11.8	29.0	20.8	1.6	4.5	13.5	11.8	4.9	2.0	-	100.0
	1,000~1,500만원 미만	(150)	8.7	37.3	28.0	-	3.3	10.0	11.3	1.3	-	-	100.0
	1,500~3,000만원 미만	(141)	9.2	31.9	22.0	2.1	6.4	13.5	9.2	2.8	2.8	-	100.0
3,000만원 이상	(118)	21.2	27.1	13.6	2.5	9.3	5.9	15.3	1.7	1.7	1.7	100.0	
작품 구입 경험	평면	(814)	10.6	30.3	22.2	1.6	5.5	13.0	13.4	1.7	1.2	0.4	100.0
	입체	(167)	9.0	29.9	23.4	0.6	8.4	16.8	7.8	2.4	1.8	-	100.0
	에디션	(331)	13.6	29.3	19.9	0.9	3.9	10.3	10.6	6.9	3.9	0.6	100.0

3 작품 구매 방법(경로)

- 작품 구매 시 주로 이용하는 방법(경로)은 '국내 화랑'이 39.4%로 가장 높고, 다음으로 '국내 아트페어' (26.6%), '작가에게 직접 구매'(21.5%)등의 순임

그림 3-2-3 작품 구매 방법(경로_1순위 기준)



● 작품 구매 방법에 따른 응답자 특성

- 대부분 '국내 화랑'을 통해 작품을 구매하고 있는 가운데, 20대와 에디션 구매 경험자는 '국내 아트페어'를 통해 작품을 구입하는 비율이 높게 나타남
- 60세 이상 연령층은 '국내 화랑' 뿐만 아니라 '해외 화랑/경매/아트페어'(6.2%), '작가에게 직접'(24.0%) 작품을 구매한다는 응답 또한 타 연령층 대비 높은 편임
- 직업별로 문화예술산업 종사자(37.2%)에서 '작가에게 직접' 작품을 구매한다는 응답 비율이 상대적으로 높게 나타남

표 2-3 작품 구매 방법

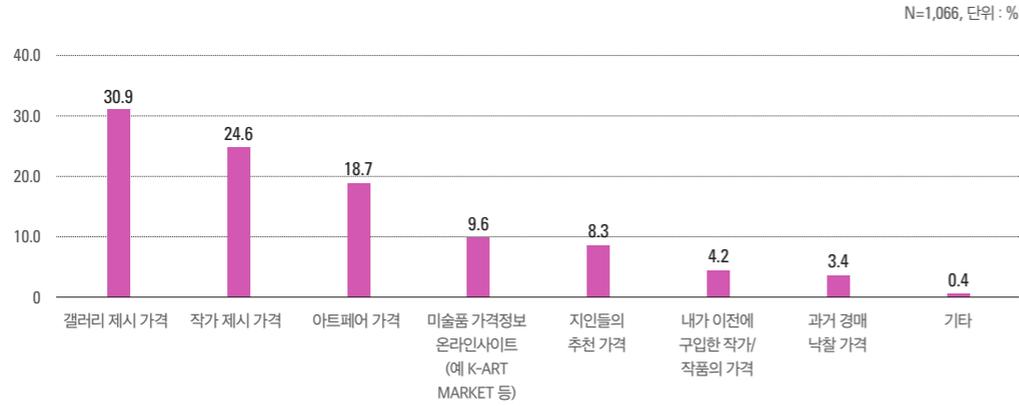
단위: %

작품 구매 방법 (경로)	사례수 (명)	국내 화랑	국내 아트 페어	국내 경매	온라인 경매	해외 화랑/ 경매/ 아트페어	개인 딜러에게 직접구매	작가에게 직접 구매	기타	TOTAL	
전체	(1,066)	39.4	26.6	2.0	2.3	4.0	3.6	21.5	0.7	100.0	
연령	만 19세~29세	(101)	21.8	40.6	2.0	7.9	2.0	6.9	17.8	1.0	100.0
	만 30세~39세	(176)	38.1	23.9	2.3	3.4	6.3	2.8	23.3	-	100.0
	만 40세~49세	(296)	42.2	24.3	3.7	1.4	3.0	4.1	20.3	1.0	100.0
	만 50세~59세	(364)	43.4	25.8	0.5	1.4	3.6	3.3	21.7	0.3	100.0
	만 60세 이상	(129)	37.2	27.1	1.6	0.8	6.2	1.6	24.0	1.6	100.0
직업	전문직	(301)	40.9	24.6	3.0	3.3	6.0	4.0	17.6	0.7	100.0
	경영/관리직	(85)	49.4	24.7	1.2	1.2	3.5	2.4	17.6	-	100.0
	사무/기술직	(148)	34.5	31.1	1.4	3.4	2.7	4.7	20.3	2.0	100.0
	판매/영업/서비스직	(22)	45.5	22.7	4.5	9.1	-	9.1	9.1	-	100.0
	자영업	(152)	38.2	29.6	1.3	-	3.9	4.6	22.4	-	100.0
	문화예술산업 종사자	(86)	30.2	25.6	1.2	-	4.7	1.2	37.2	-	100.0
	전업주부	(233)	43.8	24.5	2.1	0.9	3.0	2.6	22.3	0.9	100.0
	기타	(39)	20.5	35.9	-	10.3	2.6	2.6	28.2	-	100.0
	월평균 가구 소득	500만원 미만	(196)	33.2	28.1	2.0	1.5	1.0	2.6	30.1	1.5
	500~700만 원 미만	(216)	33.3	31.5	0.9	3.7	3.7	5.1	21.8	-	100.0
	700~1,000만 원 미만	(245)	40.4	25.7	2.0	4.1	3.3	2.9	21.6	-	100.0
	1,000~1,500만 원 미만	(150)	47.3	25.3	1.3	-	6.0	2.0	17.3	0.7	100.0
	1,500~3,000만 원 미만	(141)	38.3	27.0	3.5	2.1	6.4	5.7	16.3	0.7	100.0
	3,000만 원 이상	(118)	50.0	18.6	2.5	-	5.9	3.4	17.8	1.7	100.0
작품 구입경험	평면	(814)	42.8	24.6	2.2	1.6	3.6	3.6	21.0	0.7	100.0
	입체	(167)	35.9	23.4	4.2	3.6	6.6	3.6	22.2	0.6	100.0
	에디션	(331)	36.6	30.5	1.8	2.4	4.8	3.3	20.5	-	100.0

4 작품 구매 결정시 기준 정보

- 작품 구매가격 결정 시 주로 활용하는 기준 정보는 '갤러리 제시 가격'(30.9%), '작가 제시 가격'(24.6%), '아트페어 가격'(18.7%)등의 순으로 나타남

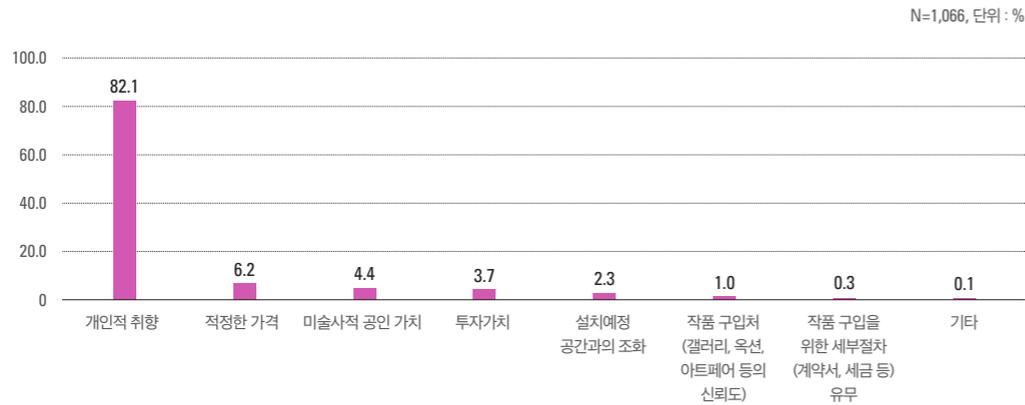
그림 3-2-4 작품 구매 결정시 기준 정보(1순위 기준)



5 작품 구매 결정 시 고려요인

- 작품 구매 결정 고려요인 1순위는 '개인적 취향'이 82.1%로 가장 높게 나타남. 그 외 고려 요인은 모두 10% 미만으로 나타남

그림 3-2-5 작품 구매 결정 시 고려요인(1순위 기준)



3절

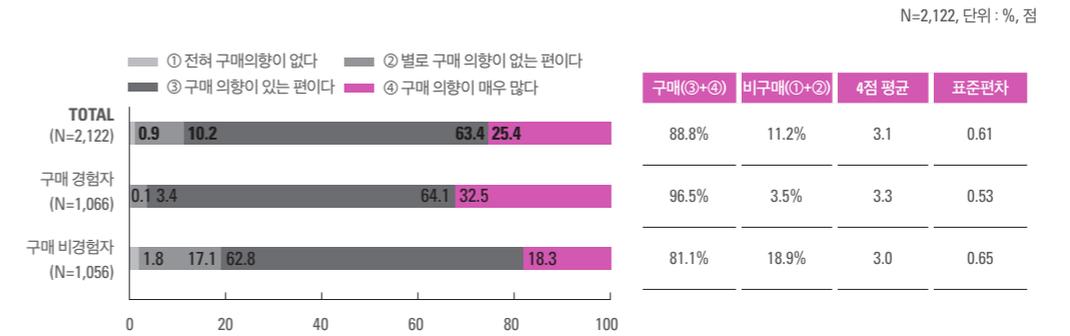
향후 작품 구매 의향

1 작품 구매 의향

1) 향후 작품 구매 의향

- 전체 응답자의 88.8%가 향후 구매 의향이 있다고 응답함. 최근 3년간 작품 구매 경험자의 향후 구매의향률은 96.5%, 구매 비경험자는 81.1%로 나타남

그림 3-3-1 향후 작품 구매 의향

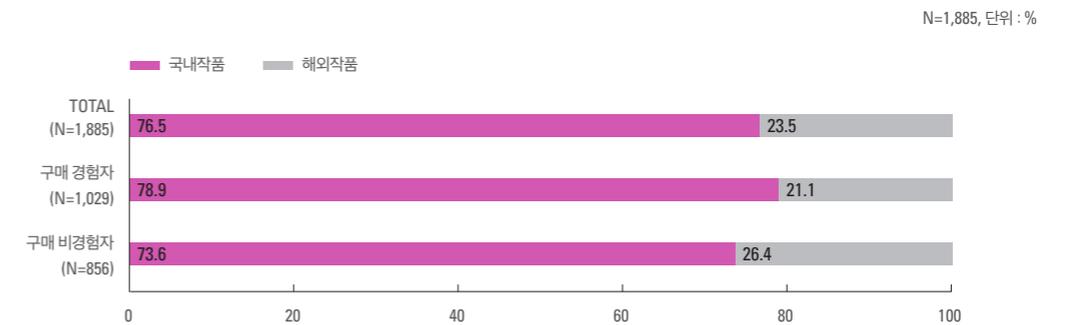


2) 향후 구매 시 선호 작품 특성

● 국내외 작품 향후 선호도

- 향후 작품 구매 시 고려하는 가장 주된 작품으로는 전체 응답자의 70% 이상이 '국내작품' (76.5%)을 선택함
- 작품 구매 경험자(78.9%)가 구매 비경험자(73.6%)보다 '국내작품'에 대한 선호도가 높게 나타남

그림 3-3-2 국내외 작품 향후 선호도(국내, 해외)



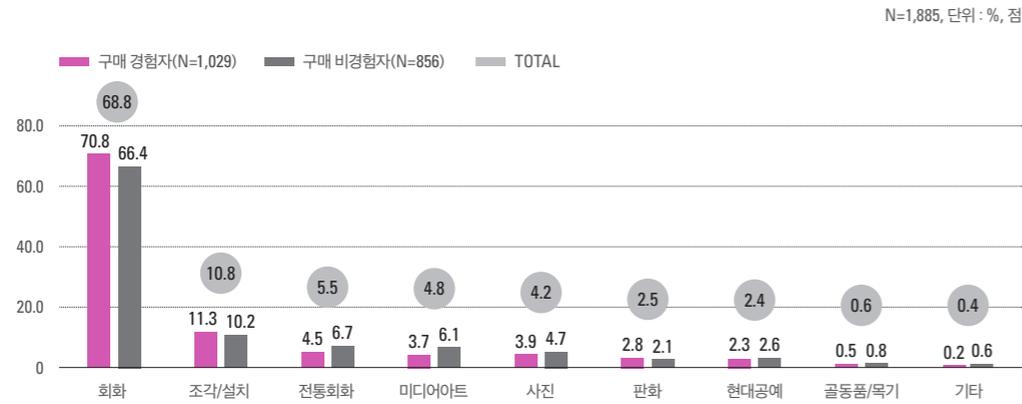
● **향후 구매의향 장르 순위**

- 향후 작품을 구매할 때 고려하는 가장 주된 장르는 응답자의 과반수 이상이 '회화'(68.8%)로 응답함. 다음으로 '조각/설치'(10.8%), '전통회화'(5.5%)등의 순으로 나타남

● **향후 구매의향 장르별 특성**

- 작품 구매 경험자와 구매 비경험자 모두 '회화'에 대한 구매 욕구가 많았으며, 다음으로 '조각/설치'장르로 나타남. 구매 비경험자는 구매 경험자에 비해 '전통회화'(6.7%)와 '미디어 아트'(6.1%) 장르에 대한 구매 의향이 상대적으로 높게 나타남

그림 3-3-3 향후 작품 구매 시 고려하는 장르



3) **향후 작품 구매 의향에 따른 응답자 특성**

- 작품 구매 경험자 중 연령이 많을수록, 경영/관리직(79.3%), 월평균 가구소득 1,000만 원 이상, 작품 평면 구매자에서 향후 구매 선호하는 장르를 '회화'라고 응답한 비율이 상대적으로 높게 나타남
- 작품 구매 경험자 중 20대는 선호하는 장르로 '미디어 아트'(10.1%)와 '사진'(14.1%)을 꼽은 비율이 상대적으로 높게 나타남

표 3-1 향후 작품 구매 시 선호 장르

구매 경험자, 단위: %

향후 작품 구매 시 가장 선호하는 장르 (구매 경험자)	사례 수 (명)	회화	전통 회화	조각/ 설치	미디어 아트	현대 공예	골동품 목기	판화	사진	기타	TOTAL
전체	(1,029)	70.8	4.5	11.3	3.7	2.3	0.5	2.8	3.9	0.2	100.0
연령											
만 19세~29세	(99)	40.4	2.0	19.2	10.1	8.1	1.0	5.1	14.1	-	100.0
만 30세~39세	(170)	70.0	1.2	9.4	7.6	1.8	-	5.3	4.1	0.6	100.0
만 40세~49세	(288)	71.2	5.9	12.2	3.1	3.1	0.3	1.7	2.4	-	100.0
만 50세~59세	(352)	77.8	5.1	10.2	0.9	1.1	0.3	1.7	2.6	0.3	100.0
만 60세 이상	(120)	75.8	5.8	8.3	2.5	-	1.7	3.3	2.5	-	100.0
직업											
전문직	(296)	72.6	5.7	8.1	4.1	0.3	1.0	3.7	4.1	0.3	100.0
경영/관리직	(82)	79.3	3.7	11.0	1.2	1.2	-	1.2	2.4	-	100.0
사무/기술직	(142)	70.4	3.5	13.4	4.2	3.5	-	2.8	2.1	-	100.0
판매/영업/서비스직	(19)	57.9	5.3	21.1	5.3	-	5.3	-	5.3	-	100.0
자영업	(147)	72.1	6.8	9.5	2.0	4.1	-	1.4	4.1	-	100.0
문화예술산업 종사자	(85)	63.5	3.5	11.8	4.7	4.7	-	1.2	10.6	-	100.0
전업주부	(221)	74.7	2.3	11.8	3.2	1.8	0.5	3.6	1.8	0.5	100.0
기타	(37)	35.1	5.4	27.0	10.8	8.1	-	5.4	8.1	-	100.0
월평균 가구 소득											
500만 원 미만	(186)	66.1	3.8	15.1	4.3	2.7	0.5	2.7	4.8	-	100.0
500~700만 원 미만	(211)	67.3	4.7	12.8	3.3	3.8	0.9	2.4	4.3	0.5	100.0
700~1,000만 원 미만	(230)	66.5	7.0	12.2	4.8	2.2	-	4.3	3.0	-	100.0
1,000~1,500만 원 미만	(146)	80.8	2.1	6.8	4.1	1.4	-	1.4	2.7	0.7	100.0
1,500~3,000만 원 미만	(139)	71.2	5.0	12.9	3.6	1.4	0.7	1.4	3.6	-	100.0
3,000만 원 이상	(117)	80.3	2.6	4.3	0.9	1.7	0.9	4.3	5.1	-	100.0

- 작품 구매 비경험자가 선호하는 장르로 '회화'를 꼽은 응답은 30대(73.0%)와 40대(73.7%), 전문직(74.6%), 전업주부(71.1%), 지난 한해 전시 관람 횟수가 많을수록 상대적으로 높게 나타남
- 작품 구매 비경험자가 선호하는 장르로 '조각/설치'를 꼽은 응답은 20대(13.3%), 월평균 가구소득 3,000만 원 이상(17.2%)에서 상대적으로 높게 나타남
- 작품 구매 비경험자 중 60세 이상(16.7%)에서 선호하는 장르로 '전통회화'가 가장 높게 나타남

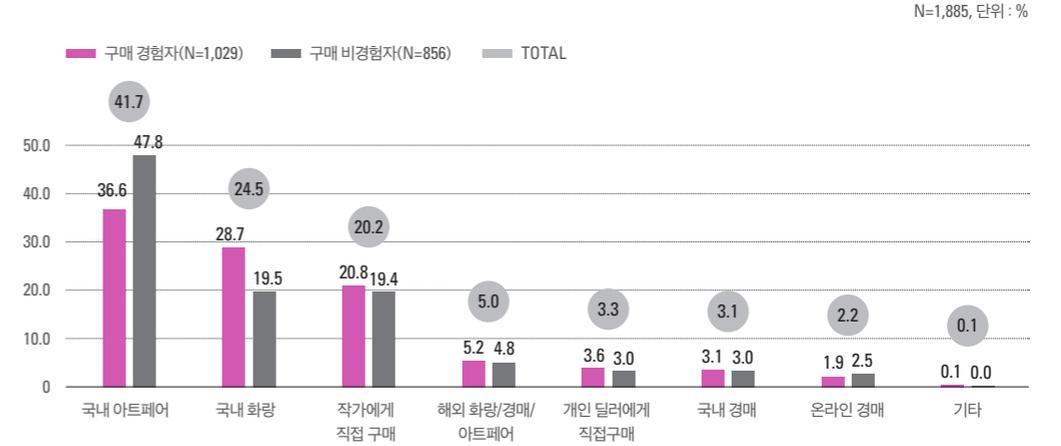
표 3-2 향후 작품 구매 시 선호 장르 구매 비경험자, 단위 : %

향후 작품 구매 시 가장 선호하는 장르 (구매 비경험자)	사례 수 (명)	회화	전통 회화	조각/ 설치	미디어 아트	현대 공예	골동품 목기	판화	사진	기타	TOTAL	
전체	(856)	66.4	6.7	10.2	6.1	2.6	0.8	2.1	4.7	0.6	100.0	
연령	만 19세 미만	(17)	64.7	-	17.6	-	5.9	11.8	-	-	100.0	
	만 19세~29세	(248)	55.2	7.3	13.3	10.1	1.2	-	1.6	9.7	100.0	
	만 30세~39세	(185)	73.0	3.8	4.9	7.0	2.7	1.1	3.2	3.8	0.5	100.0
	만 40세~49세	(209)	73.7	6.2	10.0	1.9	2.9	1.0	1.9	2.4	-	100.0
	만 50세~59세	(155)	67.1	7.7	11.6	5.8	3.9	0.6	1.3	1.9	-	100.0
	만 60세 이상	(42)	64.3	16.7	7.1	2.4	2.4	-	4.8	2.4	-	100.0
직업	전문직	(201)	74.6	5.0	7.5	5.0	3.0	-	2.5	2.5	-	100.0
	경영/관리직	(39)	61.5	10.3	5.1	10.3	5.1	2.6	-	2.6	2.6	100.0
	사무/기술직	(141)	66.0	5.7	11.3	5.0	4.3	1.4	-	5.7	0.7	100.0
	판매/영업/서비스직	(42)	59.5	9.5	11.9	9.5	2.4	2.4	2.4	2.4	-	100.0
	자영업	(63)	65.1	7.9	9.5	3.2	1.6	1.6	1.6	9.5	-	100.0
	문화예술산업 종사자	(77)	62.3	3.9	13.0	3.9	5.2	-	3.9	7.8	-	100.0
	전업주부	(152)	71.1	7.9	9.2	5.3	0.7	-	3.9	2.0	-	100.0
	기타	(141)	56.0	7.8	13.5	9.9	0.7	1.4	1.4	7.1	2.1	100.0
월평균 가구 소득	300만 원 미만	(92)	57.6	3.3	9.8	12.0	3.3	-	4.3	7.6	2.2	100.0
	300~500만 원 미만	(194)	64.9	7.2	8.8	6.2	4.1	1.0	1.5	5.2	1.0	100.0
	500~700만 원 미만	(213)	62.9	8.0	12.7	5.2	1.9	2.3	1.9	5.2	-	100.0
	700~1,000만 원 미만	(161)	71.4	6.8	8.1	5.0	1.2	-	2.5	4.3	0.6	100.0
	1,000~1,500만 원 미만	(73)	79.5	6.8	6.8	2.7	1.4	-	-	2.7	-	100.0
	1,500~3,000만 원 미만	(57)	68.4	5.3	8.8	8.8	3.5	-	3.5	1.8	-	100.0
	3,000만 원 이상	(64)	65.6	6.3	17.2	3.1	3.1	-	1.6	3.1	-	100.0
	무응답	(2)	50.0	-	-	50.0	-	-	-	-	-	100.0
전시 관람 횟수	1~2회	(167)	62.3	7.2	7.8	9.0	3.6	3.0	2.4	4.2	0.6	100.0
	3~4회	(253)	63.2	7.9	14.2	4.0	3.6	0.4	2.0	4.3	0.4	100.0
	5~9회	(255)	70.2	5.1	7.5	8.2	1.2	-	2.0	4.7	1.2	100.0
	10회 이상	(181)	69.1	6.6	10.5	3.3	2.2	0.6	2.2	5.5	-	100.0

4) 향후 작품 구매 선호 방법

- 향후 작품 구매 시 선호하는 가장 주된 방법은 '국내 아트페어'(41.7%), '국내 화랑' (24.5%), '작가에게 직접 구매'(20.2%) 등의 순으로 나타남
- 구매 경험자는 구매 비경험자에 비해 '국내 화랑'을 통해 구입하겠다는 응답이 상대적으로 높게 나타남
- 구매 비경험자는 구매 경험자 대비 '국내 아트페어'를 통해 구입하겠다는 응답이 상대적으로 높게 나타남

그림 3-3-4 향후 작품 구매 선호 방법



● 작품 구매 경험자의 연령별 특성

- 작품 구매 경험자 중 향후 작품 구매 시 고려하는 구매 방법으로 '국내 아트페어'(41.7%)라는 응답은 연령별로 20대(40.4%)에서 상대적으로 높게 나타남
- '국내 화랑'을 선호하는 응답은 연령이 많을수록 상대적으로 높게 나타났으며, '작가에게 직접 구매'를 선호하는 응답은 연령이 많을수록 높게 나타남

표 3-3 향후 작품 구매 선호 방법

구매 경험자, 단위 : %

향후 작품 구매 선호 방법 (구매 경험자)	사례 수 (명)	국내 화랑	국내 아트페어	국내 경매	온라인 경매	해외 화랑/경매/아트페어	개인 딜러에게 직접 구매	작가에게 직접 구매	기타	TOTAL	
전체	(1,029)	28.7	36.6	3.1	1.9	5.2	3.6	20.8	0.1	100.0	
연령	만 19세~29세	(99)	21.2	40.4	4.0	4.0	9.1	3.0	18.2	-	100.0
	만 30세~39세	(170)	28.2	32.4	6.5	2.4	8.2	2.4	19.4	0.6	100.0
	만 40세~49세	(288)	28.1	38.2	3.8	2.1	3.1	5.2	19.4	-	100.0
	만 50세~59세	(352)	29.8	38.1	0.6	1.4	5.1	3.1	21.9	-	100.0
	만 60세 이상	(120)	33.3	31.7	3.3	0.8	2.5	3.3	25.0	-	100.0
	직업	전문직	(296)	24.7	37.2	6.1	2.4	6.8	4.4	18.6	-
경영/관리직		(82)	37.8	32.9	-	-	7.3	3.7	18.3	-	100.0
사무/기술직		(142)	27.5	42.3	1.4	4.9	2.1	2.8	19.0	-	100.0
판매/영업/서비스직		(19)	36.8	42.1	-	5.3	-	5.3	5.3	5.3	100.0
자영업		(147)	26.5	36.7	4.1	-	4.1	2.7	25.9	-	100.0
문화예술산업 종사자		(85)	23.5	28.2	2.4	-	8.2	1.2	36.5	-	100.0
전업주부		(221)	36.2	37.1	1.4	1.4	3.6	4.1	16.3	-	100.0
기타		(37)	16.2	32.4	2.7	5.4	8.1	5.4	29.7	-	100.0
월평균 가구 소득	500만 원 미만	(186)	27.4	36.6	1.6	1.1	2.2	3.8	27.4	-	100.0
	500~700만 원 미만	(211)	25.1	37.0	1.9	3.3	4.3	3.3	24.6	0.5	100.0
	700~1,000만 원 미만	(230)	27.8	37.4	3.9	2.6	5.2	2.2	20.9	-	100.0
	1,000~1,500만 원 미만	(146)	30.8	42.5	0.7	2.7	4.1	4.1	15.1	-	100.0
	1,500~3,000만 원 미만	(139)	26.6	34.5	6.5	-	7.9	2.9	21.6	-	100.0
	3,000만 원 이상	(117)	38.5	29.9	5.1	0.9	9.4	6.8	9.4	-	100.0
작품 구입경험	평면	(787)	30.0	36.3	3.6	1.7	4.1	3.8	20.6	-	100.0
	입체	(162)	32.7	33.3	3.7	1.9	6.2	6.2	16.0	-	100.0
	에디션	(321)	26.5	35.8	2.8	3.7	8.4	4.0	18.4	0.3	100.0

● 작품 구매 비경험자의 연령별 특성

- 작품 구매 비경험자 중 향후 작품 구매 시 고려하는 구매 방법으로 '국내 아트페어'라는 응답은 40대(55.0%), 지난 한해 전시 관람 횟수가 적을수록 상대적으로 높게 나타남
- '국내 화랑'을 선호하는 응답은 구매자와 마찬가지로 연령이 많을수록 상대적으로 높게 나타났으며, '작가에게 직접 구매'를 선호하는 응답은 20대(23.4%)가 상대적으로 높게 나타남

표 3-4 향후 작품 구매 선호 방법

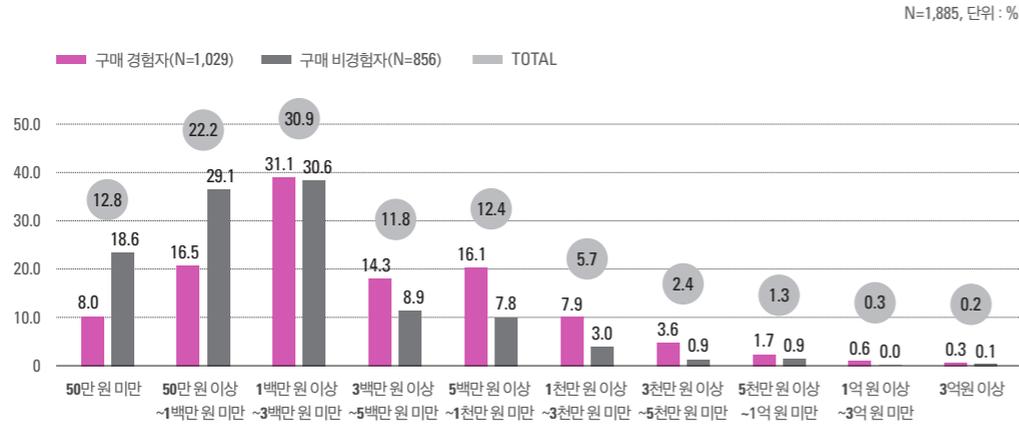
구매 비경험자, 단위 : %

향후 작품 구매 선호 방법 (구매 비경험자)	사례 수 (명)	국내 화랑	국내 아트페어	국내 경매	온라인 경매	해외 화랑/경매/아트페어	개인 딜러에게 직접 구매	작가에게 직접 구매	TOTAL	
전체	(856)	19.5	47.8	3.0	2.5	4.8	3.0	19.4	100.0	
연령	만 19세 미만	(17)	5.9	47.1	11.8	5.9	-	5.9	23.5	100.0
	만 19세~29세	(248)	10.1	46.4	3.2	4.4	8.5	4.0	23.4	100.0
	만 30세~39세	(185)	20.0	49.2	3.2	1.1	7.0	2.2	17.3	100.0
	만 40세~49세	(209)	20.1	55.0	1.9	1.4	2.9	2.9	15.8	100.0
	만 50세~59세	(155)	30.3	39.4	3.2	2.6	0.6	3.2	20.6	100.0
	만 60세 이상	(42)	35.7	45.2	2.4	-	-	-	16.7	100.0
직업	전문직	(201)	12.4	52.2	2.5	4.0	2.5	3.5	22.9	100.0
	경영/관리직	(39)	25.6	51.3	5.1	2.6	2.6	7.7	5.1	100.0
	사무/기술직	(141)	22.7	50.4	4.3	0.7	4.3	2.1	15.6	100.0
	판매/영업/서비스직	(42)	31.0	47.6	-	2.4	-	2.4	16.7	100.0
	자영업	(63)	27.0	47.6	3.2	6.3	1.6	1.6	12.7	100.0
	문화예술산업 종사자	(77)	15.6	33.8	1.3	2.6	10.4	3.9	32.5	100.0
	전업주부	(152)	28.9	48.0	2.0	0.7	3.9	1.3	15.1	100.0
	기타	(141)	9.9	45.4	5.0	2.1	9.9	4.3	23.4	100.0
월평균 가구 소득	300만 원 미만	(92)	12.0	54.3	-	1.1	6.5	6.5	19.6	100.0
	300~500만 원 미만	(194)	24.2	45.4	4.6	3.1	4.1	2.1	16.5	100.0
	500~700만 원 미만	(213)	16.0	46.0	2.8	2.8	4.7	2.3	25.4	100.0
	700~1,000만 원 미만	(161)	22.4	54.7	1.9	0.6	1.2	1.9	17.4	100.0
	1,000~1,500만 원 미만	(73)	19.2	43.8	2.7	2.7	8.2	4.1	19.2	100.0
	1,500~3,000만 원 미만	(57)	8.8	47.4	3.5	7.0	7.0	5.3	21.1	100.0
	3,000만 원 이상	(64)	31.3	37.5	6.3	1.6	7.8	3.1	12.5	100.0
	무응답	(2)	-	100.0	-	-	-	-	-	100.0
지난 한해 전시관람 횟수	1~2회	(167)	21.0	52.7	4.2	1.8	1.8	2.4	16.2	100.0
	3~4회	(253)	22.9	47.0	2.8	3.2	4.0	3.6	16.6	100.0
	5~9회	(255)	18.8	48.6	2.0	2.4	7.1	3.1	18.0	100.0
	10회 이상	(181)	14.4	43.1	3.9	2.2	5.5	2.8	28.2	100.0

5) 향후 구매 고려 장르 가격대

- 향후 작품 구매 시 고려하는 가장 주된 장르의 가격대는 '1백만 원 이상~3백만 원 미만'(30.9%), '50만 원 이상~1백만 원 미만'(22.2%), '50만 원 미만'(12.8%)등의 순으로 나타남
- 작품 구매 경험자의 경우 평균 884.0만 원, 구매 비경험자의 경우 평균 385.2만 원 정도의 가격대를 고려한다고 응답하여, 구매 경험자가 구매 비경험자 대비 약 2.3배 높은 가격대를 고려하는 것으로 나타남

그림 3-3-5 향후 구매 고려 장르 가격대



● 작품 구매 경험자의 향후 구매고려 장르 가격대

- 구매 경험자 중 향후 작품 구매 시 고려하는 가장 주된 장르의 가격대를 살펴보면 30대(평균 1,441.6만 원)와 60세 이상(평균 1,331.5만 원), 월평균 가구소득이 많을수록, 최근 3년간 작품 구입수와 구입금액이 많을수록 상대적으로 높게 나타남

표 3-5 향후 구매 고려 장르 가격대

구매 경험자, 단위: %

향후 작품 구매 시 고려하는 장르 가격대 (구매 경험자)	사례 수 (명)	50만 원 미만	50만 원 ~100만 원 미만	100~300만 원 미만	300~500만 원 미만	500~1,000만 원 미만	1,000~3,000만 원 미만	3,000~5,000만 원 미만	5,000~1억 원 미만	1억 원~3억 원 미만	3억 원 이상	평균 (만 원)	
전체	(1,029)	8.0	16.5	31.1	14.3	16.1	7.9	3.6	1.7	0.6	0.3	884.0	
연령	만 19세~29세	(99)	33.3	27.3	22.2	8.1	4.0	4.0	1.0	-	-	257.1	
	만 30세~39세	(170)	13.5	23.5	26.5	8.8	11.8	5.9	3.5	2.9	0.6	1441.6	
	만 40세~49세	(288)	4.2	13.2	36.8	18.4	14.6	9.0	2.8	1.0	-	637.3	
	만 50세~59세	(352)	3.1	14.5	31.0	15.3	20.2	9.4	4.5	1.7	0.3	840.2	
	만 60세 이상	(120)	2.5	11.7	31.7	14.2	24.2	6.7	5.0	2.5	-	17331.5	
월평균 가구 소득	500만 원 미만	(186)	12.9	27.4	38.2	8.1	8.1	3.8	1.1	-	-	0.5	472.4
	500~700만 원 미만	(211)	10.9	20.4	37.9	14.7	11.4	3.3	0.5	0.5	-	453.6	
	700~1,000만 원 미만	(230)	9.1	15.2	33.0	18.7	15.7	5.2	2.2	0.9	-	528.5	
	1,000~1,500만 원 미만	(146)	4.8	8.9	25.3	17.8	21.9	11.6	4.8	4.8	-	1078.4	
	1,500~3,000만 원 미만	(139)	2.9	8.6	16.5	14.4	29.5	16.5	7.9	2.9	-	0.7	1398.2
3,000만 원 이상	(117)	2.6	13.7	28.2	10.3	15.4	12.8	9.4	2.6	4.3	0.9	2159.6	
문화여가 활동 월평균 지출액	15만 원 미만	(169)	14.2	28.4	30.8	14.2	7.7	4.1	0.6	-	-	307.4	
	15~25만 원 미만	(163)	10.4	22.1	38.0	14.1	9.8	4.3	0.6	0.6	-	381.7	
	25~50만 원 미만	(232)	7.3	17.7	36.6	16.4	16.8	3.9	0.9	-	0.4	478.2	
작품 구입경험	50~100만 원 미만	(257)	7.0	12.8	30.4	14.4	17.9	9.3	5.1	2.3	0.4	1022.7	
	100만 원 이상	(208)	2.9	5.8	20.7	12.0	25.0	16.3	9.6	4.8	1.9	1.0	2027.2
	평면	(787)	4.4	13.9	31.6	15.8	17.7	8.9	4.6	2.0	0.8	0.4	1050.4
작품 구입경험	일체	(162)	4.3	11.1	25.9	14.2	19.8	15.4	3.7	3.7	1.2	0.6	1432.9
	에디션	(321)	14.3	19.6	28.0	10.3	15.6	5.6	3.7	2.5	0.3	-	743.2

● 작품 구매 비경험자의 향후 구매고려 장르 가격대

- 작품 구매 비경험자 중 향후 작품 구매 시 고려하는 가장 주된 장르의 가격대를 살펴보면 30대(평균 489.6 만 원), 지난 한해 전시 관람횟수가 많을수록 상대적으로 높게 나타남

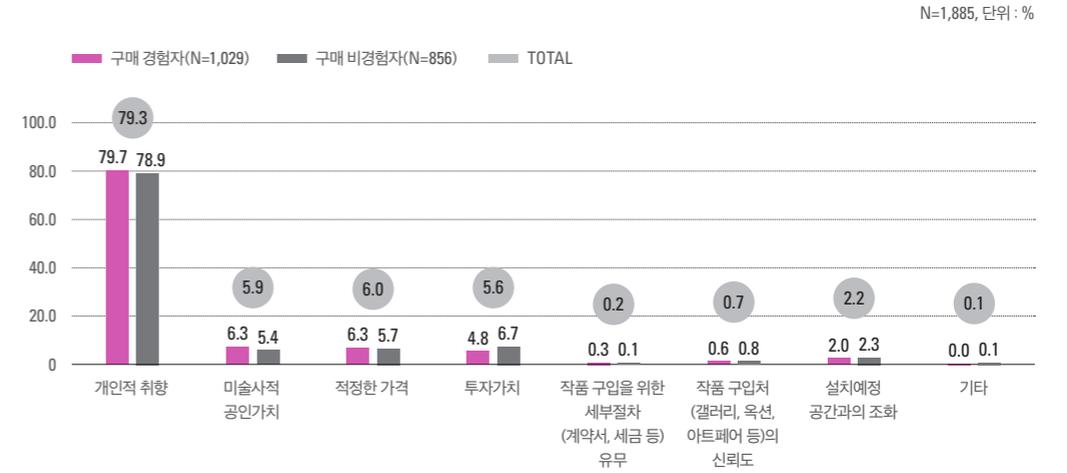
표 3-6 향후 구매 고려 장르 가격대 구매 비경험자, 단위 : %

향후 작품 구매 시 고려하는 장르 가격대 (구매 비경험자)		사례 수 (명)	50만 원 미만	50~100만 원 미만	100~300만 원 미만	300~500만 원 미만	500~1,000만 원 미만	1,000~3,000만 원 미만	3,000~5,000만 원 미만	5,000~1억 원 미만	3억 원 이상	평균 (만 원)
전체		(856)	18.6	29.1	30.6	8.9	7.8	3.0	0.9	0.9	0.1	385.2
연령	만 19세 미만	(17)	58.8	11.8	11.8	17.6	-	-	-	-	-	117.6
	만 19세~29세	(248)	23.0	28.6	33.1	5.6	5.6	2.4	0.4	1.2	-	313.5
	만 30세~39세	(185)	15.1	28.6	31.4	11.9	8.6	2.2	1.1	0.5	0.5	489.6
	만 40세~49세	(209)	13.4	32.1	31.6	10.0	7.2	2.9	1.4	1.4	-	407.1
	만 50세~59세	(155)	19.4	29.0	27.1	7.1	11.6	4.5	0.6	0.6	-	360.8
	만 60세 이상	(42)	14.3	26.2	28.6	11.9	9.5	7.1	2.4	-	-	437.5
월평균 가구 소득	300만원 미만	(92)	27.2	32.6	30.4	5.4	2.2	1.1	-	1.1	-	233.4
	300~500만원 미만	(194)	24.2	34.5	28.4	5.2	4.1	2.6	-	0.5	0.5	385.1
	500~700만원 미만	(213)	20.7	30.5	28.2	9.4	6.1	2.3	1.4	1.4	-	376.6
	700~1,000만원 미만	(161)	14.9	21.1	36.6	11.8	11.8	2.5	0.6	0.6	-	349.7
	1,000~1,500만원 미만	(73)	5.5	27.4	30.1	15.1	15.1	6.8	-	-	-	392.5
	1,500~3,000만원 미만	(57)	10.5	28.1	35.1	10.5	10.5	3.5	1.8	-	-	355.3
	3,000만원 이상	(64)	12.5	26.6	26.6	7.8	12.5	6.3	4.7	3.1	-	748.0
	무응답	(2)	50.0	-	50.0	-	-	-	-	-	-	-
작품 관람 횟수	1~2회	(167)	26.9	33.5	24.6	6.6	5.4	1.8	0.6	0.6	-	252.5
	3~4회	(253)	20.2	34.0	30.0	7.5	4.0	2.8	0.4	0.8	0.4	399.3
	5~9회	(255)	15.3	25.5	34.1	10.6	9.8	2.7	0.8	1.2	-	381.6
	10회 이상	(181)	13.3	23.2	32.0	10.5	12.7	5.0	2.2	1.1	-	492.8

6) 향후 작품 구매 결정시 고려요인

- 향후 작품 구매 의향이 있다는 응답자 중 구매 결정시 고려 요인으로는 전체 응답자의 79.3%가 '개인적 취향'이라고 응답함. 작품 구매 경험자는 다음으로 '미술사적 공인가치'(6.3%), '적정한 가격'(6.3%) 순으로 응답했고, 작품 구매 비경험자는 '투자가치'(6.7%), '적정한 가격'(5.7%), '미술사적 공인가치'(5.4%) 순으로 응답함

그림 3-3-6 향후 작품 구매 결정시 고려요인



7) 향후 작품 구매의향이 없는 이유

- 향후 작품 구매 의향이 없다고 응답한 경우, 주된 이유로는 '작품 가격이 비싸서'가 49.8%로 나타남. 다음으로 '좋은 작품의 기준을 몰라서'(17.3%), '보관할 장소가 없어서(공간부족)'(12.7%), '미술품의 투자 가치에 대한 비확실성 때문에'(9.3%)등의 순으로 나타남
- 작품 구매 경험자는 작품 구매 경험자는 '작품 가격이 비싸서'(40.5%), '보관할 장소가 없어서(공간부족)'(21.6%)등의 순으로 응답함
- 작품 구매 비경험자는 과반수 이상이 '작품 가격이 비싸서'(51.5%) 구매의향이 없다고 응답하였으며, 다음으로 '좋은 작품의 기준을 몰라서'(19.5%) 등의 이유로 나타남
- 작품 구매 비경험자 중 작품 가격이 비싸서 구매 의향이 없다는 응답자(N=103)는 작품 1점 구매 시 지출 가능한 금액으로 평균 72.1만 원이라 응답했으며, '100만 원'이라는 응답이 가장 빈번하였음

그림 3-3-7 향후 미술작품 구매의향이 없는 가장 주된 이유



미술작품 1점 구매 시 지출 가능한 금액

(미술작품 구매 비경험자 중 미술작품 가격이 비싸서 구매 의향이 없다는 응답자, N=103, 단위: %, 만 원)



연령별 향후 구매의향이 없는 이유에 따른 특성

- 작품 구매 경험자 중 작품 구매의향이 없는 응답자가 '작품이 비싸서' 구매하지 않는다는 응답은 50대(58.3%)에서 상대적으로 높게 나타남
- 작품 구매 비경험자가 작품을 구매할 의향이 없는 이유는 연령대별로 차이가 있음. '작품이 비싸서' 구매하지 않는다는 응답은 50대(60.6%)에서 상대적으로 높게 나타나고, 향후 작품 구매금액대가 가장 높은 30대(25.8%)는 '좋은 작품의 기준을 몰라서', '보관할 장소가 없어서'라는 응답은 40대(17.9%)와 60대(15.4%)에서 상대적으로 높게 나타남

표 3-7 향후 작품 구매의향이 없는 이유

구매 경험자, 단위: %

향후 작품 구매의향이 없는 이유 (구매 경험자)	사례 수 (명)	미술 작품 가격이 비싸서	결제 수단이 다양하지 않아서	좋은 작품의 기준을 몰라서	흥미로운 작품이 없어서	보관할 장소가 없어서 (공간 부족)	미술품의 투자 가치에 대한 비확실성 때문에	미술품 대여 서비스로 만족하고 있어서	TOTAL	
전체	(37)	40.5	5.4	5.4	13.5	21.6	10.8	2.7	100.0	
연령	만 19세~29세	(2)	-	-	-	50.0	50.0	-	100.0	
	만 30세~39세	(6)	50.0	-	16.7	16.7	-	16.7	100.0	
	만 40세~49세	(8)	37.5	12.5	-	-	37.5	12.5	100.0	
	만 50세~59세	(12)	58.3	8.3	8.3	25.0	-	-	100.0	
	만 60세 이상	(9)	22.2	-	-	11.1	44.4	11.1	11.1	100.0
직업	전문직	(5)	40.0	-	-	20.0	20.0	-	20.0	100.0
	경영/관리직	(3)	66.7	-	-	33.3	-	-	-	100.0
	사무/기술직	(6)	16.7	16.7	16.7	16.7	-	33.3	-	100.0
	판매/영업/서비스직	(3)	66.7	-	33.3	-	-	-	-	100.0
	자영업	(5)	60.0	-	-	20.0	20.0	-	-	100.0
	문화예술산업 종사자	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-	100.0
	전업주부	(12)	33.3	8.3	-	8.3	41.7	8.3	-	100.0
	기타	(2)	-	-	-	-	50.0	50.0	-	100.0
월평균 가구 소득	500만 원 미만	(10)	50.0	10.0	-	20.0	10.0	10.0	-	100.0
	500~700만 원 미만	(5)	-	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	-	100.0
	700~1,000만 원 미만	(15)	53.3	-	6.7	13.3	26.7	-	-	100.0
	1,000~1,500만 원 미만	(4)	25.0	-	-	-	-	50.0	25.0	100.0
	1,500~3,000만 원 미만	(2)	-	-	-	-	100.0	-	-	100.0
	3,000만 원 이상	(1)	100.0	-	-	-	-	-	-	100.0
문화여가 활동 월평균 지출액	15만 원 미만	(12)	33.3	8.3	-	-	41.7	16.7	-	100.0
	15~25만 원 미만	(4)	100.0	-	-	-	-	-	-	100.0
	25~50만 원 미만	(11)	54.5	9.1	9.1	27.3	-	-	-	100.0
	50~100만 원 미만	(7)	-	-	14.3	28.6	28.6	28.6	-	100.0
작품 구입경험	100만 원 이상	(3)	33.3	-	-	-	33.3	-	33.3	100.0
	평면	(27)	40.7	7.4	7.4	7.4	25.9	7.4	3.7	100.0
	입체	(5)	40.0	-	-	40.0	20.0	-	-	100.0
에디션	(10)	30.0	-	-	20.0	20.0	30.0	-	100.0	

표 3-8 향후 작품 구매의향이 없는 이유

구매 비경험자, 단위 : %

항후 작품 구매의향이 없는 이유 (구매 비경험자)	사례 수 (명)	미술 작품 가격이 비싸서	결제 수단이 다양하지 않아서	좋은 작품의 기준을 몰라서	흥미로운 작품이 없어서	보관할 장소가 없어서 (공간 부족)	미술품의 투자 가치에 대한 비확실성 때문에	미술품 대여 서비스로 만족하고 있어서	TOTAL
전체	(200)	51.5	1.0	19.5	7.5	11.0	9.0	0.5	100.0
연령	만 19세 미만	(7)	57.1	-	42.9	-	-	-	100.0
	만 19세~29세	(77)	50.6	1.3	19.5	7.8	10.4	10.4	100.0
	만 30세~39세	(31)	45.2	3.2	25.8	9.7	9.7	6.5	100.0
	만 40세~49세	(39)	51.3	-	15.4	5.1	17.9	7.7	100.0
	만 50세~59세	(33)	60.6	-	15.2	6.1	6.1	12.1	100.0
월평균 가구 소득	300만 원 미만	(29)	58.6	3.4	10.3	17.2	10.3	-	100.0
	300~500만 원 미만	(47)	46.8	2.1	19.1	8.5	10.6	12.8	100.0
	500~700만 원 미만	(53)	50.9	-	17.0	5.7	15.1	11.3	100.0
	700~1,000만 원 미만	(38)	55.3	-	21.1	5.3	5.3	10.5	100.0
	1,000~1,500만 원 미만	(12)	41.7	-	41.7	-	16.7	-	100.0
전시 관람 횟수	1~2회	(57)	43.9	-	35.1	5.3	10.5	5.3	100.0
	3~4회	(65)	61.5	-	21.5	6.2	4.6	6.2	100.0
	5~9회	(45)	46.7	2.2	6.7	8.9	17.8	15.6	100.0
10회 이상	(33)	51.5	3.0	6.1	12.1	15.2	12.1	100.0	

4절 작품 결제방법

1 작품 구매 시 신용카드(체크카드 포함) 결제 경험

- 전체 작품 구매 경험자 중 작품 구매 시 신용카드(체크카드 포함)로 결제하는 비율은 응답자의 17.8%가 경험 이 있다고 응답함. 결제 경험이 있는 응답자는 평균 1.8회 신용카드(체크카드 포함)로 작품을 구입함

그림 3-4-1 작품 구매 시 신용카드(체크카드 포함) 결제 현황

N=190, 단위 : %, 점



● 신용카드 결제 경험에 대한 응답자 특성

- 신용카드(체크카드 포함) 결제 경험이 있다는 응답은 30대 이하, 최근 3년간 에디션 작품 구매자(22.1%), 최근 3년간 작품 구입수가 많을수록 상대적으로 높게 나타남
- 신용카드(체크카드 포함) 결제 경험이 있다는 응답자(N=190)의 결제 횟수는 최근 3년간 작품 구입수가 많을수록, 에디션 작품 구매자(평균 2.2회)에서 상대적으로 높게 나타남

표 4-1 작품 구매시 신용카드(체크카드 포함) 결제 경험

단위 : %

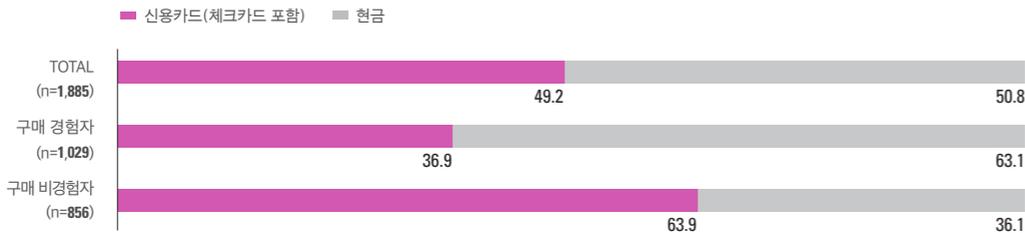
작품 구매시 신용카드 결제 경험(구매경험자)	사례수 (명)	예	아니오	평균 (회)	
전체	(1,066)	17.8	82.2	1.8	
연령	만 19세~29세	(101)	20.8	79.2	1.7
	만 30세~39세	(176)	24.4	75.6	1.9
	만 40세~49세	(296)	15.2	84.8	2.0
	만 50세~59세	(364)	17.0	83.0	1.7
	만 60세 이상	(129)	14.7	85.3	1.7
작품 구입 경험	평면	(814)	15.2	84.8	1.7
	입체	(167)	18.0	82.0	1.5
	에디션	(331)	22.1	77.9	2.2
최근 3년 작품 구입 수	1점	(368)	13.6	86.4	1.0
	2점	(299)	17.7	82.3	1.5
	3점	(181)	17.1	82.9	1.7
	4~5점	(103)	23.3	76.7	1.9
	6~9점	(59)	27.1	72.9	2.2
10점 이상	(56)	28.6	71.4	5.6	

2 향후 선호하는 작품 결제방법

- 향후 작품 구매 시 선호하는 결제 방법으로 작품 구매 경험자는 '현금'(63.1%)을 선호하는 반면, 작품 구매 비경험자는 '신용카드(체크카드 포함)'(63.9%)를 선호함

그림 3-4-2 향후 선호하는 작품 결제방법

N=1,885, 단위 : %



● 작품 구매 경험자 특성에 따른 선호 결제 방법

- 구매 경험자 중 향후 작품 구매 시 선호하는 결제방법으로 '현금'을 응답한 비율은 연령이 많을수록, 판매/영업/서비스직(73.7%), 자영업(72.8%), 월평균 가구소득이 많을수록, 최근 3년간 평면(67.6%)과 입체(66.7%) 구매자, 최근 3년간 작품 구입 수와 구입 금액이 높을수록 상대적으로 높게 나타남
- 작품 구매 경험자 중 신용카드로 구매한 경험이 있는 응답자의 85.6%는 결제방법으로 '신용카드'를 재이용할 의향이 있다고 응답함

표 4-2 향후 작품 구매 시 선호 결제방법

구매경험자, 단위 : %

선호 결제방법 (구매경험자)	사례수 (명)	신용카드 (체크카드포함)	현금	TOTAL	
전체	(1,029)	36.9	63.1	100.0	
연령	만 19세~29세	(99)	40.4	59.6	100.0
	만 30세~39세	(170)	48.2	51.8	100.0
	만 40세~49세	(288)	37.5	62.5	100.0
	만 50세~59세	(352)	34.4	65.6	100.0
	만 60세 이상	(120)	24.2	75.8	100.0
직업	전문직	(296)	40.2	59.8	100.0
	경영/관리직	(82)	43.9	56.1	100.0
	사무/기술직	(142)	41.5	58.5	100.0
	판매/영업/서비스직	(19)	26.3	73.7	100.0
	자영업	(147)	27.2	72.8	100.0
	문화예술산업 종사자	(85)	32.9	67.1	100.0
	전업주부	(221)	34.4	65.6	100.0
기타	(37)	45.9	54.1	100.0	
월평균 가구 소득	500만 원 미만	(186)	41.4	58.6	100.0
	500~700만 원 미만	(211)	40.8	59.2	100.0
	700~1,000만 원 미만	(230)	37.8	62.2	100.0
	1,000~1,500만 원 미만	(146)	32.2	67.8	100.0
	1,500~3,000만 원 미만	(139)	31.7	68.3	100.0
3,000만 원 이상	(117)	33.3	66.7	100.0	
작품 구입경험	평면	(787)	32.4	67.6	100.0
	입체	(162)	33.3	66.7	100.0
	에디션	(321)	41.4	58.6	100.0
최근 3년 작품 구입 수	1점	(347)	41.5	58.5	100.0
	2점	(289)	32.2	67.8	100.0
	3점	(177)	33.9	66.1	100.0
	4~5점	(103)	37.9	62.1	100.0
	6~9점	(58)	37.9	62.1	100.0
10점 이상	(55)	40.0	60.0	100.0	
신용카드 구매경험	경험자	(187)	85.6	14.4	100.0
	비경험자	(842)	26.1	73.9	100.0

● 작품 구매 경험자 특성에 따른 선호 결제 방법

- 구매 비경험자 중 향후 작품 구매 시 선호하는 결제방법으로 '현금'을 응답한 비율은 60세 이상(40.5%), 판매/영업/서비스직(42.9%), 자영업(49.2%), 지난 한해 관람 장르로 경매 (44.9%)를 응답한 경우 상대적으로 높게 나타남
- '신용카드'를 선호하는 응답자는 전문직(71.6%), 경영/관리직(69.2%), 사무/기술직(68.8%), 월평균 가구 소득이 많을수록 상대적으로 높게 나타남

표 4-3 향후 작품 구매 시 선호 결제방법 구매 비경험자, 단위: %

선호 결제방법 (구매 비경험자)	사례수 (명)	신용카드 (체크카드 포함)	현금	TOTAL		
전체	(856)	63.9	36.1	100.0		
연령	만 19세 미만	(17)	41.2	58.8	100.0	
	만 19세~29세	(248)	65.7	34.3	100.0	
	만 30세~39세	(185)	61.6	38.4	100.0	
	만 40세~49세	(209)	66.5	33.5	100.0	
	만 50세~59세	(155)	63.9	36.1	100.0	
	만 60세 이상	(42)	59.5	40.5	100.0	
직업	전문직	(201)	71.6	28.4	100.0	
	경영/관리직	(39)	69.2	30.8	100.0	
	사무/기술직	(141)	68.8	31.2	100.0	
	판매/영업/서비스직	(42)	57.1	42.9	100.0	
	자영업	(63)	50.8	49.2	100.0	
	문화예술산업 종사자	(77)	61.0	39.0	100.0	
	전업주부	(152)	59.2	40.8	100.0	
	기타	(141)	61.0	39.0	100.0	
	월평균 가구 소득	300만 원 미만	(92)	71.7	28.3	100.0
		300~500만 원 미만	(194)	59.8	40.2	100.0
500~700만 원 미만		(213)	62.0	38.0	100.0	
700~1,000만 원 미만		(161)	64.0	36.0	100.0	
1,000~1,500만 원 미만		(73)	67.1	32.9	100.0	
1,500~3,000만 원 미만		(57)	71.9	28.1	100.0	
3,000만 원 이상	(64)	60.9	39.1	100.0		
무응답	(2)	50.0	50.0	100.0		
지난 한해 전시관람 방문 장소	미술관	(775)	64.3	35.7	100.0	
	화랑	(464)	63.1	36.9	100.0	
	복합문화공간	(524)	66.6	33.4	100.0	
	대안공간	(281)	62.6	37.4	100.0	
	야외전시	(453)	65.1	34.9	100.0	
	아트페어	(628)	62.3	37.7	100.0	
	경매	(49)	55.1	44.9	100.0	
기타	(3)	100.0	-	100.0		

5절

작품 관람 행태 (※ 작품 구매 비경험자 대상으로만 조사함)

1 전시 관람 경험

1) 지난 한해(2016년) 전시 관람 경험

● 연간 전시 관람 횟수

- 지난 한해(2016년) 1인 평균 전시 관람 횟수는 6.0회임
- 지난 한해(2016년) 전시 및 행사 관람은 '3~4회'가 30.1%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '5~9회'(28.4%), '1~2회'(21.2%), '10회 이상'(20.0%)순임
- 전시 관람횟수는 연령이 많을수록, 월평균 가구소득이 높을수록, 문화여가활동 월평균 지출액이 많을수록 많아지는 것으로 나타남

그림 3-5-1 지난 한 해(2016년) 전시 관람 경험

구매 비경험자 N=1,056, 단위: %, 회

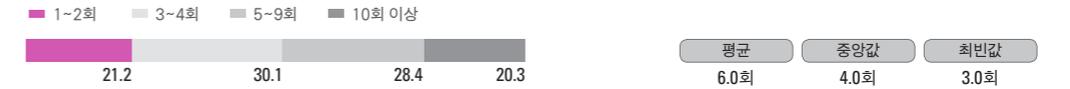


표 5-1 전시·행사 관람 경험 횟수

구매 비경험자, 단위: %

관람경험 횟수	사례수(명)	1~2회	3~4회	5~9회	10회 이상	평균	
전체	(1,056)	21.2	30.1	28.4	20.3	6.0	
연령	만 19세 미만	(24)	66.7	16.7	12.5	4.2	3.0
	만 19세~29세	(325)	19.7	33.5	30.2	16.6	5.5
	만 30세~39세	(216)	22.2	27.8	25.5	24.5	6.2
	만 40세~49세	(248)	21.4	27.0	31.5	20.2	6.4
	만 50세~59세	(188)	17.0	30.9	28.7	23.4	6.5
	만 60세 이상	(55)	20.0	36.4	21.8	21.8	6.0
월평균 가구 소득	300만 원 미만	(121)	22.3	33.9	28.9	14.9	5.5
	300~500만 원 미만	(241)	22.4	32.4	26.1	19.1	5.7
	500~700만 원 미만	(266)	25.6	32.0	23.7	18.8	6.0
	700~1,000만 원 미만	(199)	19.6	27.1	32.2	21.1	5.9
	1,000~1,500만 원 미만	(85)	14.1	25.9	36.5	23.5	6.6
	1,500~3,000만 원 미만	(66)	18.2	19.7	31.8	30.3	7.5
	3,000만 원 이상	(76)	15.8	31.6	28.9	23.7	6.1
무응답	(2)	-	50.0	50.0	-	6.0	
문화여가 활동 월평균 지출액	9만 원 미만	(241)	32.0	30.3	22.0	15.8	5.2
	9~15만 원 미만	(186)	22.6	29.6	30.1	17.7	5.7
	15~25만 원 미만	(206)	23.3	34.0	25.2	17.5	5.2
	25~50만 원 미만	(223)	14.3	27.4	34.5	23.8	6.9
	50~100만 원 미만	(116)	12.1	31.9	36.2	19.8	6.3
100만 원 이상	(84)	13.1	26.2	23.8	36.9	8.0	

2) 지난 한 해(2016년) 전시 관람 만족도 및 향후 1년 내 관람 의향

장소별 관람 경험률

• 지난 한해(2016년) 장소별 관람 경험률(중복응답)은 '미술관'(89.0%), '아트페어'(71.5%), '복합 문화 공간'(59.7%), '야외전시'(51.7%), '화랑'(51.5%) 등의 순으로 나타남. 고연령층은 화랑, 저연령층은 복합문화공간의 관람 경험이 상대적으로 높게 나타남. 전시 관람 경험은 수도권이 다른 지역에 비해 상대적으로 높은 경험률을 보이고 있음. 특히 복합문화공간, 대안공간, 야외전시에서 차이가 큰 것으로 나타남

장소별 전시 관람 만족도

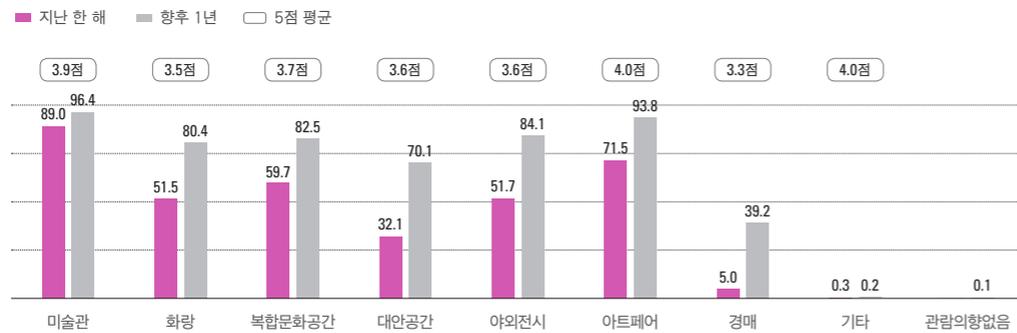
• 지난 한해(2016년) 장소별 관람 만족도(5점 만점)는 '아트페어'(4.0점), '미술관'(3.9점), '복합 문화공간'(3.7점), '야외전시' 및 '대안공간'(3.6점) 순으로 높게 나타남

향후 1년 내 장소별 관람 의향률

• 향후 1년 내 장소별 관람 의향률(중복응답)은 '미술관'(96.4%), '아트페어'(93.8%), '야외전시'(84.1%), '복합 문화공간'(82.5%), '화랑'(80.4%) 등의 순으로 높게 나타남. 작품 전시 관람 공간으로 전통적인 미술관, 아트 페어, 화랑과 더불어 복합문화공간, 야외전시, 대안공간 등이 새로이 부각되고 있음. 경매는 관람 경험이 낮은 반면 향후 관람 의향률이 39.2%로 나타남

그림 3-5-2 지난 한해(2016년) 전시 관람 경험률, 만족도 및 향후 1년 내 관람 의향

구매 비경험자, N=1,056, 단위 : %, 점



전시 관람 장소별 상관관계 분석

- 전시관람 경험을 공간별로 살펴보면, '복합문화공간'을 이용한 관람객은 '대안공간', '야외전시'를 많이 이용하였으며, '화랑'을 많이 이용한 관람객은 '대안공간'도 자주 이용한 것으로 나타남('복합문화공간과 대안공간'(상관계수 r=0.332), '화랑과 대안공간'(상관계수 r=0.302), '대안공간과 야외전시'(상관계수 r=0.291), '복합문화공간과 야외전시'(상관계수 r=0.287))
- 전시관람 이용 의향률도 '복합문화공간', '대안공간', '야외전시' 등은 상관관계가 상대적으로 높은 것으로 나타남('복합문화공간과 대안공간'(상관계수 r=0.401), '대안공간과 야외전시'(상관계수 r=0.394), '복합문화공간과 야외전시'(상관계수 r=0.310))
- 전시관람 경험과 향후 이용의향의 상관관계를 살펴보면, 전시관람 경험이 있는 관람객이 향후 이용의향도 높은 것으로 나타남('미술관'(상관계수 r=0.310), '화랑'(상관계수 r=0.375), '복합문화공간'(상관계수 r=0.337), '대안공간'(상관계수 r=0.325), '야외전시'(상관계수 r=0.232), '아트페어'(상관계수 r=0.270))
- 전시관람 이용만족도와 향후 이용의향의 상관관계를 살펴보면, '경매'(상관계수 r=0.312), '대안공간'(상관계수 r=0.224), '야외전시'(상관계수 r=0.207)는 만족도가 높을수록 이용의향률도 높게 나타남. '미술관'(상관계수 r=0.033)과 '아트페어'(상관계수 r=0.050)는 이용만족도와 이용의향률의 상관관계가 없는 것으로 나타남

2 전시 관람 행태

1) 전시·행사 관람 목적

- 전시 및 행사 관람의 주된 목적으로는 '작품에 대한 이해도 향상'이 39.0%로 가장 높게 나타났으며, '여가시간 향유'(29.5%), '특정 작가의 작품을 감상'(19.0%) 등의 순임

그림 3-5-3 전시·행사 관람 목적

구매 비경험자, N=1,056, 단위 : %

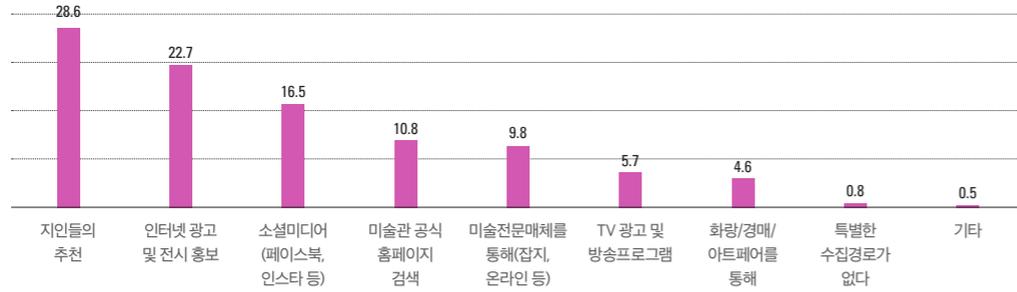


2) 전시정보 수집 방법

- 전시정보 수집의 방법으로는 '지인들의 추천'이 28.6%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '인터넷 광고 및 전시 홍보'(22.7%), '소셜미디어(페이스북, 인스타 등) 전시 홍보'(16.5%) 등의 순임

그림 3-5-4 전시정보 수집 방법(1순위)

구매 비경험자 1순위 기준, N=1,056, 단위 : %



● 전시정보 수집 응답자 특성

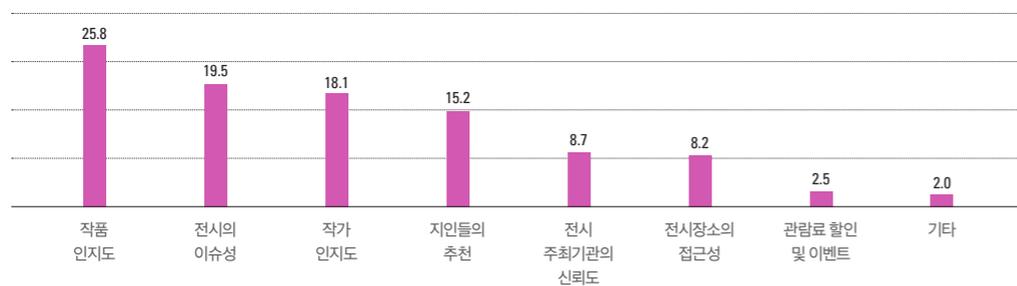
- '지인들의 추천'은 연령이 많을수록, 월평균 가구소득이 높을수록, 문화여가활동 월평균 지출액이 많을수록 많이 이용하고 있음
- '인터넷 광고 및 전시 홍보'는 30대(28.2%)와 40대(25.8%), 전문직(28.6%), 경영/관리직(30.2%), 사무/기술직(33.5%)에서 많이 이용하고 있음
- '소셜 미디어(페이스북, 인스타 등) 전시 홍보'는 20대(26.5%), 경영/관리직(25.6%)에서 많이 이용하고 있음

3) 전시·행사 선택기준

- 전시 및 행사 선택 시 주된 기준으로는 '작품 인지도'(25.8%), '전시의 이슈성'(19.5%), '작가 인지도'(18.1%), '지인들의 추천'(15.2%) 등의 순으로 나타남

그림 3-5-5 작품 전시·행사 선택 기준

구매 비경험자, N=1,056, 단위 : %



● 전시·행사 선택 기준에 따른 응답자 특성

- '작품의 인지도'는 연령이 많을수록, 경영/관리직(32.6%), 전시 관람횟수가 많을수록 상대적으로 중요한 선택 기준으로 꼽힘
- '전시의 이슈성'은 연령이 적을수록, 경영/관리직(34.9%), 전시 관람횟수가 적을수록 상대적으로 중요한 선택 기준으로 꼽힘
- '작가 인지도'는 자영업(23.6%), 문화예술산업 종사자(25.0%), 경매 관람자(37.7%)에서 상대적으로 중요한 선택 기준으로 꼽힘
- '지인들의 추천'은 전시 관람횟수가 적을수록 상대적으로 중요한 선택 기준으로 꼽힘

⇒ '전시 또는 행사관람의 주된 목적에 따라 선택기준을 살펴보면, '여가시간 향유'를 위한 목적으로는 '전시의 이슈성'(24.8%), '작품 구입'을 위한 목적으로는 '작품의 인지도'(37.1%)와 '작가의 인지도'(31.4%)에 따라 전시·행사를 선택하는 비율이 상대적으로 높음

4) 지난 한해(2016년) 전시 관람 후 작품 구매의향 및 비구매 사유

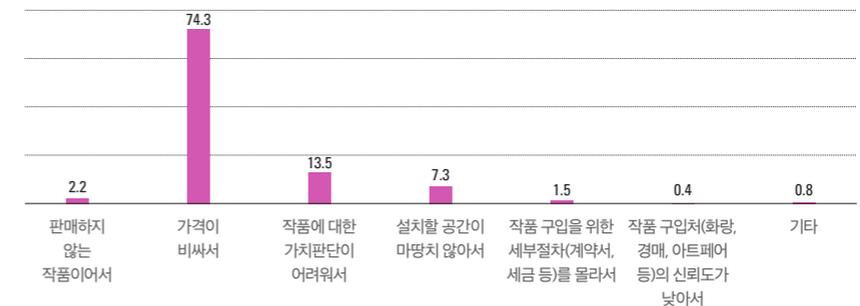
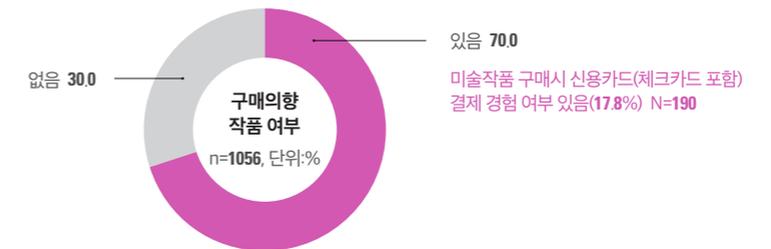
● 전시 관람 후 작품 구매 의향

- 지난 한해(2016년) 전시 관람 시 응답자의 70.0%가 관람 후 구매 의향이 있는 작품이 '있었다'고 응답하였음

● 전시 관람 후 작품 비구매 이유

- 구매 의향 작품이 있으나 실제로 구매하지 않은 이유로는 '가격이 비싸서'가 74.3%로 가장 높게 나타났으며, '작품에 대한 가치판단이 어려워서'(13.5%), '설치할 공간이 마땅치 않아서'(7.3%) 등의 순으로 조사되었음

그림 3-5-6 지난 한해(2016년) 전시 관람 후 구매의향 및 비구매 사유



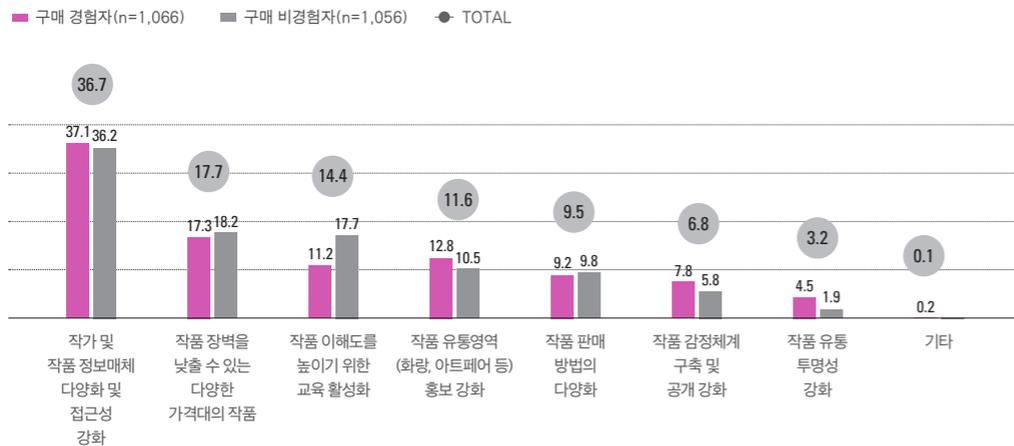
6절

미술시장 구매 활성화를 위한 필요사항

- 미술시장 구매 활성화를 위한 필요사항으로는 '작가 및 작품 정보매체 다양화 및 접근성 강화'(36.7%), '구매 장벽을 낮출 수 있는 다양한 가격대의 작품'(17.7%), '작품 이해도를 높이기 위한 교육 활성화'(14.4%)등의 순으로 나타남
- 작품 구매경험자, 구매 비경험자 모두 미술시장 구매 활성화를 위한 필요사항으로 '작가 및 작품 정보매체 다양화 및 접근성 강화'(37.1%), '구매 장벽을 낮출 수 있는 다양한 가격대의 작품'(17.3%)을 가장 높게 응답함
- 그 다음으로 작품 구매 경험자는 '작품 유통영역 홍보강화'(12.8%), '작품 이해도를 높이기 위한 교육 활성화'(11.2%)가 필요하다고 응답한 반면, 작품 구매 비경험자는 '작품 이해도를 높이기 위한 교육 활성화'(17.7%), '작품 유통영역(화랑, 아트페어 등) 홍보 강화'(10.5%) 순으로 응답함

그림 3-6-1 미술시장 구매 활성화를 위한 필요사항

N=2,122, 단위 : %



- 작품 구매 비경험자 중 구매 의향이 없는 이유로 조사된 요인은 '높은 가격' 외에도 30대의 경우 '좋은 작품의 기준을 몰라서'(25.8%), 40대(17.9%), 60세 이상(15.4%)은 '보관할 장소가 없어서'라는 응답이 상대적으로 높게 나타남
- 40세 이상에서 향후 '재구매' 의향이 없는 이유 역시 '보관할 장소가 없어서'라는 응답률이 상대적으로 높게 나타나, 보관 장소에 대한 이슈가 구매자, 비구매자 모두에게 높은 비중의 이슈로 나타남



부록 조사표

1절 | 조사표 : 구매 경험자

2절 | 조사표 : 구매 비경험자

1절

조사표 : 구매 경험자

2017 미술시장실태조사 : 소비자영역 [구매 경험자]

ID 1 - [] [] [] [] [] []

안녕하십니까? 저는 조사전문기관 인소스주식회사 면접원입니다.
 저희는 문화체육관광부가 주최하고 (재)예술경영지원센터에서 주관하는 「2017 미술시장실태조사 : 소비자영역」 조사를 수행하고 있습니다.
 (재)예술경영지원센터는 문화체육관광부 산하의 재단법인예술기관으로써 우리나라 미술시장의 실태를 파악하여 미술작품 유통 시장의 발전방안을 모색하고 향후 정책 및 현장 활용의 기초자료를 마련·활용하고자 이와 같은 조사를 시행하고 있습니다.
 본 조사는 우리나라의 미술시장의 소비행태에 대한 지출동향, 소비행태 및 향후 소비신호를 조사하고 있습니다.
 선생님께서 응답하신 내용은 통계법 제33조에 의거하여 절대 비밀이 보장되며, 통계적 목적으로만 이용될 것입니다.
 바쁘시더라도 잠시 시간을 내어 응답해 주시면 감사하겠습니다.

2017년 9월

「통계응답자의 의무 및 보호에 관한 법률」	주최 기관	문화체육관광부	예술경영지원센터	주최 기관	Ipsos 인소스주식회사(IPSOS)
응답하신 내용은 통계법 제 33조에 따라 엄격하게 보호되며 통계 작성 목적 외 다른 용도로 사용되지 않으니 성실하고 정확하게 응답하여 주시기 바랍니다.	주소	서울시 종로구 대학로57 종익대학교 예술산림관빌딩 12층 (재)예술경영지원센터	주소	서울시 중구 경희로463 한국경제신문사 12층 인소스주식회사(IPSOS) 사회여론조사팀	
	연락처	하진영 (T:02-708-2254 / F:02-2098-2934)	연락처	실사 연구원 장희진 (T:02-6464-5448 / F:02-6464-5500) 담당 연구원 이민영 (T:02-6464-5333 / F:02-6464-5209)	
휴대전화번호	-	방문 아트페어	① 아트부산 ② 유니온아트페어 ③ KIAF ④ 광주국제아트페어		
※ 본 조사에서는 개인정보 식별이 가능한 이름과 휴대전화번호를 모두 응답 받지 않고, 향후 조사참여 관련 검증을 위한 휴대전화번호만을 작성하도록 하고 있습니다. 작성해 주신 정보는 통계법 33조에 의해 절대 비밀 보장됩니다.					
조사원 성명	조사일시	2017년 월 일 (오전/오후)	시 분 ~ 시 분		
본조사는 인소스 주식회사(IPSOS)의 면접 지침사항 내용을 준수하여 이루어졌음을 확인합니다.	에디터				코딩

(재)예술경영지원센터 www.gokams.or.kr :: 2017 미술시장실태조사 : 소비자영역 -2/6

사전 설문

- SQ1** | 귀하는 아트:광주17 관람 중 [미술시장실태조사: 소비자영역]를 진행한 경험이 있습니까?
 ① 예 조사 중단 ② 아니오
- SQ2** | 귀하는 아트:광주17에 참가한 작가입니까?
 ① 예 조사 중단 ② 아니오
- SQ3** | 귀하는 최근 3년(2014년 1월 ~ 2016년 12월 말까지) 동안 미술작품을 구입한 경험이 있습니까?
 ① 예 구매 경험자 설문으로 이동 ② 아니오

A. 미술작품 구매행태

Q1 | 귀하는 '미술시장' 하면 생각나는 이미지나 느낌은 무엇인지 순서대로 3가지 말씀해 주십시오.

연상 이미지

Q2 | 최근 3년간 (2014년 1월 ~ 2016년 12월 말까지) 구입한 미술작품 현황에 관한 질문입니다.

※ 각 항목별로 구입 경험이 있으면, 최근 3년간 / 전년도(2016년) 미술작품 구입수와 금액을 응답 받도록 합니다.

구분	최근 3년간 미술 작품 구입 현황			전년도(2016년) 미술 작품 구입 현황		
	Q2-1 작품 구입 여부	Q2-2 작품 구입 수	Q2-3 작품 구입 금액	Q2-4 작품 구입 여부	Q2-5 작품 구입 수	Q2-6 작품 구입 금액
1) 평면 (서양화, 동양화 등)	① 예 <input type="checkbox"/> ② 아니오 <input type="checkbox"/>	점	억	① 예 <input type="checkbox"/> ② 아니오 <input type="checkbox"/>	점	억
2) 입체 (조각, 미디어, 설치 등)	① 예 <input type="checkbox"/> ② 아니오 <input type="checkbox"/>	점	억	① 예 <input type="checkbox"/> ② 아니오 <input type="checkbox"/>	점	억
3) 에디션 (판화, 사진 등) *포스터, 아트상품 제외	① 예 <input type="checkbox"/> ② 아니오 <input type="checkbox"/>	점	억	① 예 <input type="checkbox"/> ② 아니오 <input type="checkbox"/>	점	억
합 계		점	억		점	억

(재)예술경영지원센터 www.gokams.or.kr :: 2017 미술시장실태조사 : 소비자영역 -2/6

Q3 귀하의 소장 미술작품 중 가장 고가의 작품 가격대는 어느 정도입니까?

※ Q3은 응답자가 소장하고 있는 모든 미술작품을 기준으로 응답해 주세요.

- ① 50만원 미만 ② 50만원 이상~1백만원 미만
- ③ 1백만원 이상~3백만원 미만 ④ 3백만원 이상~5백만원 미만
- ⑤ 5백만원 이상~1천만원 미만 ⑥ 1천만원 이상~3천만원 미만
- ⑦ 3천만원 이상~5천만원 미만 ⑧ 5천만원 이상~1억원 미만
- ⑨ 1억원 이상~3억원 미만 ⑩ 3억원 이상

※ Q4~Q9는 귀하가 최근 3년(2014년 1월 ~ 2016년 12월 말까지) 동안 구입한 미술작품 전체 구매행태에 대한 문항입니다.

Q4 귀하의 미술작품 구매의 가장 주된 목적은 무엇입니까?

- ① 애호(수집) ② 투자(재테크)
- ③ 작가지원 ④ 공간 인테리어 목적
- ⑤ 사업용도(재판매목적 등) ⑥ 기타(적어주세요.)

Q5 귀하가 작가 및 미술작품 정보를 수집하는 주된 방법을 순서대로 2가지 선택해 주십시오.

- | 1순위 | 2순위 |
|-------------------------|-----------------------|
| ① 미술전문매체를 통해(잡지, 온라인 등) | ② 갤러리를 통해 |
| ③ 아트페어를 통해 | ④ 경매를 통해 |
| ⑤ 개인딜러를 통해 | ⑥ 해당 작가에게 직접 |
| ⑦ 주변 지인을 통해 | ⑧ 일반 미디어매체(SNS뉴스TV 등) |
| ⑨ 특별한 수집경로가 없다 | ⑩ 기타(적어주세요.) |

Q6 귀하가 미술작품 구매를 위해 주로 이용하는 방법(경로)을 순서대로 2가지 선택해 주십시오.

- | 1순위 | 2순위 |
|-----------------|----------------|
| ① 국내 화랑 | ② 국내 아트페어 |
| ③ 국내 경매 | ④ 온라인 경매 |
| ⑤ 해외 화랑/경매/아트페어 | ⑥ 개인 딜러에게 직접구매 |
| ⑦ 작가에게 직접 구매 | ⑧ 기타(적어주세요.) |

Q7 귀하가 미술작품 구매가격 결정 시 주로 활용하는 기준정보를 순서대로 2가지 선택해 주십시오.

- | 1순위 | 2순위 |
|-------------------------------------|--------------|
| ① 미술품 가격정보 온라인사이트(예: K-ARTMARKET 등) | ② 갤러리 제시 가격 |
| ③ 아트페어 가격 | ④ 과거 경매 낙찰가격 |
| ⑤ 작가 제시 가격 | ⑥ 지인들의 추천 가격 |
| ⑦ 내가 이전에 구입한 작가/작품의 가격 | ⑧ 기타(적어주세요.) |

(세)예술경영지원센터 www.gokams.or.kr : 2017 미술시장실태조사 : 소비자영역 :3/6

Q8 귀하가 미술작품 구입 결정 시 가장 고려하는 순으로 2가지 선택해 주십시오.

- | 1순위 | 2순위 |
|--------------------------------|-----|
| ① 개인적 취향 | |
| ② 미술사적 공인가지 | |
| ③ 적절한 가격 | |
| ④ 투자가치 | |
| ⑤ 작품 구입을 위한 세부절차(계약서, 세금 등) 유무 | |
| ⑥ 작품 구입채널(리옥션 아트페어 등의 신뢰도) | |
| ⑦ 설치예정 공간과의 조화 | |
| ⑧ 기타(적어주세요.) | |

Q9 귀하를 미술작품 구매 시 신용카드(체크카드포함) 결제를 해 보신 적이 있으십니까?

※ 신용카드 결제 횟수 : 최근 3년 동안 구매한 미술작품 중에서 신용카드 결제 (일부결제 포함)로 구입한 횟수를 작성합니다.

- ① 예 → 횟수 회 ② 아니오

B. 미술작품 구매 의향도

Q10 귀하는 향후 다른 미술작품을 구매할 의향이 얼마나 있습니까?

- ① 구매의향이 매우 많다 ② 구매 의향이 있는 편이다
- ③ 별로 구매 의향이 없는 편이다 ④ 전혀 구매의향이 없다

▶ ③ 응답시 Q11로 이동 ▶ ④ 응답시 Q11로 이동

Q10-1 귀하는 향후 미술작품 구매 시 고려하는 미술작품의 가장 주된 장르는 무엇입니까?

- ① 회화
- ② 전통회화
- ③ 조각/설치
- ④ 미디어아트
- ⑤ 현대공예
- ⑥ 골동품/목기
- ⑦ 판화
- ⑧ 사진
- ⑨ 기타(적어주세요.)

Q10-2 귀하는 향후 미술작품 구매 시 고려하는 가장 주된 작품은 국내작품입니까? 해외작품입니까?

- ① 국내작품 ② 해외작품

Q10-3 귀하는 향후 미술작품 구매 시 고려하는 가장 주된 구매 방법(경로)은 무엇입니까?

- ① 국내 화랑
- ② 국내 아트페어
- ③ 국내 경매
- ④ 온라인 경매
- ⑤ 해외 화랑/경매/아트페어
- ⑥ 개인 딜러에게 직접구매
- ⑦ 작가에게 직접 구매
- ⑧ 기타(적어주세요.)

(세)예술경영지원센터 www.gokams.or.kr : 2017 미술시장실태조사 : 소비자영역 :4/6

Q10-4 귀하는 향후 구매를 고려하는 가장 주된 미술작품의 가격대는 어느 정도입니까?

- ① 50만원 미만 ② 50만원 이상~1백만원 미만
- ③ 1백만원 이상~3백만원 미만 ④ 3백만원 이상~5백만원 미만
- ⑤ 5백만원 이상~1천만원 미만 ⑥ 1천만원 이상~3천만원 미만
- ⑦ 3천만원 이상~5천만원 미만 ⑧ 5천만원 이상~1억원 미만
- ⑨ 1억원 이상~3억원 미만 ⑩ 3억원 이상

Q10-5 귀하는 향후 미술작품 구매 시 가장 선호하는 결제 방법은 무엇입니까?

- ① 신용카드(체크카드포함)
- ② 현금
- ③ 기타(적어주세요.)

Q10-6 귀하는 향후 미술작품 구매 결정 시 가장 고려하는 순으로 2가지 선택해 주십시오.

1순위	2순위
-----	-----

- ① 개인적 취향
- ② 미술사적 공인가지
- ③ 적절한 가격
- ④ 투자가치
- ⑤ 작품 구입을 위한 세부절차(계약서, 세금 등) 유무
- ⑥ 작품 구입처(갤러리, 옥션, 아트페어 등)의 신뢰도
- ⑦ 설치예정 공간과의 조화
- ⑧ 기타(적어주세요.)

☞ Q10-6까지 응답 완료 후 Q12로 이동

Q11 귀하가 향후 미술작품 구매 의향이 없는 가장 주된 이유는 무엇입니까?

- ① 미술작품 가격이 비싸서
- ② 결제수단이 다양하지 않아서
- ③ 좋은 작품의 기준을 몰라서
- ④ 흥미로운 작품이 없어서
- ⑤ 보관할 장소가 없어서(공간부족)
- ⑥ 미술품의 투자 가치에 대한 비확실성 때문에
- ⑦ 미술품 대여 서비스로 만족하고 있어서
- ⑧ 기타(적어주세요.)

Q12 귀하는 향후 미술작품 구매 활성화를 위해 가장 필요한 사항은 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 작가 및 작품 정보매체 다양화 및 접근성 강화
- ② 작품 유통영어(화랑, 아트페어 등) 홍보 강화
- ③ 작품 감정체계 구축 및 공개 강화
- ④ 작품 판매 방법의 다양화
- ⑤ 작품 이해도를 높이기 위한 교육 활성화
- ⑥ 구매 장벽을 낮출 수 있는 다양한 가격대의 작품
- ⑦ 작품 유통 투명성 강화
- ⑧ 기타(적어주세요.)

(제)예술경영지원센터 www.gokams.or.kr : 2017 미술시장실태조사 : 소비자영역 :5/6



응답자 특성

DQ1 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- ① 남자 ② 여자

DQ2 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

- ① 만 19세 미만
- ② 만 19세 ~ 29세
- ③ 만 30세 ~ 39세
- ④ 만 40세 ~ 49세
- ⑤ 만 50세 ~ 59세
- ⑥ 만 60세 이상

DQ3 귀하는 현재 어떤 일을 하고 계십니까?

- ① 전문직
- ② 경영/관리직
- ③ 사무/기술직
- ④ 판매/영업/서비스직
- ⑤ 자영업
- ⑥ 문화예술산업 종사자
- ⑦ 농·임·어업/축산업
- ⑧ 전업주부
- ⑨ 기타(적어주세요.)

DQ4 귀객의 월평균 가구소득(세금 공제 전)은 어떻게 됩니까?

- ① 300만원 미만 ② 300만원 ~ 400만원 미만
- ③ 400만원 ~ 500만원 미만 ④ 500만원 ~ 600만원 미만
- ⑤ 600만원 ~ 700만원 미만 ⑥ 700만원 ~ 800만원 미만
- ⑦ 800만원 ~ 900만원 미만 ⑧ 900만원 ~ 1,000만원 미만
- ⑨ 1,000만원 ~ 1,500만원 미만 ⑩ 1,500만원 ~ 2,000만원 미만
- ⑪ 2,000만원 ~ 2,500만원 미만 ⑫ 2,500만원 ~ 3,000만원 미만
- ⑬ 3,000만원 이상

DQ5 귀하의 지난 한 해(2016년) 문화·여가활동을 위한 월평균 지출액은 어느 정도입니까?

※ 문화·여가활동 : 일하고 남은 시간에서 취침, 식사시간을 제외한 자유 시간에 스포츠, 공연, 관람, 취미, 휴양 등의 활동

- ① 3만원 미만 ② 3~5만원 미만
- ③ 5~7만원 미만 ④ 7~9만원 미만
- ⑤ 9~15만원 미만 ⑥ 15~25만원 미만
- ⑦ 25~50만원 미만 ⑧ 50~80만원 미만
- ⑨ 80~100만원 미만 ⑩ 100만원 이상

DQ6 귀하는 지난 한 해(2016년)미술작품 전시 또는 행사 등의 정보를 직접 찾아서 관람하신 적이 있으십니까? 있다면, 그 횟수는 어느 정도입니까?

- ① 예 → 연간 관람횟수 회 ② 아니오

지금까지 오랜 시간 응담해 주셔서 감사합니다. 응답해 주신 내용은 소중한 자료로 활용하겠습니다.

(제)예술경영지원센터 www.gokams.or.kr : 2017 미술시장실태조사 : 소비자영역 :6/6

2017 미술시장실태조사 : 소비영역 [구매 비경험자]

ID 2

안녕하십니까? 저는 조사전문기관 임소스주식회사 면접원입니다.

저희는 문화체육관광부가 주최하고 (재)예술경영지원센터에서 주관하는 「2017 미술시장실태조사 : 소비영역」조사를 수행하고 있습니다. (재)예술경영지원센터는 문화체육관광부 산하의 재단법인예술기관으로써 우리나라 미술시장의 실태를 파악하여 미술작품 유통 시장의 발전방안을 모색하고 향후 정책 및 현장 환경의 기초자료를 마련·활용하고자 이와 같은 조사를 시행하고 있습니다.

본 조사는 우리나라의 미술시장의 소비행태에 대한 지출동향, 소비행태 및 향후 소비선호를 조사하고 있습니다. 선생님께서 응답하신 내용은 통계법 제33조에 의거하여 절대 비밀이 보장되며, 통계적 목적으로만 이용될 것입니다. 바쁘시더라도 잠시 시간을 내어 응답해 주시면 감사하겠습니다.

2017년 9월

「통계응답자의 의무 및 보호에 관한 법률」	주최 기관	문화체육관광부	예술경영지원센터	주최 기관	ipsos	임소스주식회사(IPSOS)
응답하신 내용은 통계법 제 33조에 따라 엄격하게 보호되며 통계 작성 목적 외 다른 용도로 사용되지 않으니 성실하고 정확하게 응답하여 주시기 바랍니다.	주소	서울시 종로구 대학로57 종익대학교 대학로필름스 교육동 12층 (재)예술경영지원센터 예술산영진홍실 시간유동팀	주소	서울시 중구 경희로463 한국경제신문사 12층 임소스주식회사(IPSOS) 사회예문조사팀	주소	서울시 중구 경희로463 한국경제신문사 12층 임소스주식회사(IPSOS) 사회예문조사팀
	연락처	하진영 (T:02-708-2254 / F:02-2098-2934)	연락처	실사 연구원 장희진 (T:02-6464-5448 / F:02-6464-5500) 담당 연구원 이민영 (T:02-6464-5333 / F:02-6464-5209)	연락처	실사 연구원 장희진 (T:02-6464-5448 / F:02-6464-5500) 담당 연구원 이민영 (T:02-6464-5333 / F:02-6464-5209)
휴대전화번호	-	방문 아트페어	① 아트부산	② 유니온아트페어	③ KIAF	④ 광주국제아트페어
※ 본 조사에서는 개인정보 식별이 가능한 이름과 휴대전화번호를 모두 응답 받지 않고, 향후 조사참여 관련 검증을 위한 휴대전화번호만을 작성하도록 하고 있습니다. 작성해 주신 정보는 통계법 33조에 의해 절대 비밀 보장됩니다.						
조사원 성명	조사일시	2017년	월	일 (오전/오후)	시	분 ~ 시
본 조사는 임소스 주식회사(IPSOS)의 면접 지침사항 내용을 준수하여 이루어졌음을 확인합니다.	에디터					코딩

(재)예술경영지원센터 www.gokams.or.kr :: 2017 미술시장실태조사 : 소비영역 -2/8

사전 설문

SQ1 | 귀하는 아트:광주17 관람 중 [미술시장실태조사: 소비영역]을 진행한 경험이 있습니까?

- ① 예 조사 중단 ② 아니오

SQ2 | 귀하는 아트:광주17에 참가한 작가입니까?

- ① 예 조사 중단 ② 아니오

SQ3 | 귀하는 최근 3년(2014년 1월 ~ 2016년 12월 말까지) 동안 미술작품을 구입한 경험이 있습니까?

- ① 예 구매경험자 설문으로 이동 ② 아니오

SQ4 | 귀하는 지난 한 해(2016년 1월 ~ 2016년 12월 말까지) 동안 미술작품 전시 또는 행사를 관람한 경험이 있습니까?

- ① 예 연간 관람횟수 회 ② 아니오 조사 중단

A. 미술작품 관람행태

Q1 | 귀하는 '미술시장' 하면 생각하는 이미지나 느낌은 무엇인지 순서대로 3가지 말씀해 주십시오.

연상 이미지

(재)예술경영지원센터 www.gokams.or.kr :: 2017 미술시장실태조사 : 소비영역 -2/8

※ 다음은 지난 한 해(2016년 1월 ~2016년 12월 말까지) 동안 귀하가 직접 관람한 미술작품 전시 및 행사에 관해 여쭙어 보겠습니다.

Q2 다음 각 항목별로 지난 한 해(2016년 1월 ~12월 말까지) 동안 전시 관람을 한 적이 있습니까?

- ※ Q2-1. ①에 응답자만 Q2-2. 관람 횟수를 응답 받도록 합니다.
- ※ Q2-3. 경험여부와 상관없이 응답자 모두 응답 받도록 합니다.
- ※ Q2-2. 관람경험이 2회 이상인 경우 최근 기준으로 응답해 주시기 바랍니다.

구 분	Q2-1 지난 한 해 (2016년) 미술작품 관람경험 여부	Q2-2 전시 관람 만족도			Q2-3 향후 1년 이내 미술작품 관람 의향 있다 없다			
		매우 불만족	다소 불만족	다소 만족		매우 만족		
1) 미술관	① 예 → ② 아니오 ←	1	2	3	4	5	1	2
2) 화랑	① 예 → ② 아니오 ←	1	2	3	4	5	1	2
3) 복합문화공간 (예: DDP)	① 예 → ② 아니오 ←	1	2	3	4	5	1	2
4) 대안공간	① 예 → ② 아니오 ←	1	2	3	4	5	1	2
5) 야외전시	① 예 → ② 아니오 ←	1	2	3	4	5	1	2
6) 아트페어	① 예 → ② 아니오 ←	1	2	3	4	5	1	2
7) 경매	① 예 → ② 아니오 ←	1	2	3	4	5	1	2
8) 기타 (적어주세요:)	① 예 → ② 아니오 ←	1	2	3	4	5	1	2

Q3 귀하의 미술작품 전시 또는 행사 관람의 가장 주된 목적은 무엇입니까?

- ① 여가시간 향유
- ② 작품 구입
- ③ 특정 작가의 미술작품을 감상
- ④ 미술작품에 대한 이해도 향상
- ⑤ 가족 나들이 및 연인과의 데이트 코스
- ⑥ 자녀의 교육 목적
- ⑦ 회사 모임 및 동호회 일종
- ⑧ 기타(적어주세요:)

Q4 귀하는 미술작품 전시 관련 정보를 주로 어디서 얻으십니까? 주된 정보 취득 순으로 2가지 선택해 주세요.

	1순위	2순위
① 미술관 공식 홈페이지 검색		
② 미술전문매체를 통해(잡지, 온라인 등)		
③ 인터넷 광고 및 전시 홍보		
④ 소셜미디어(페이스북, 인스타그램 등) 전시 홍보		
⑤ TV 광고 및 방송프로그램		
⑥ 지인들의 추천		
⑦ 화랑/경매/아트페어를 통해		
⑧ 특별한 수집경로가 없다		
⑨ 기타(적어주세요:)		

(제)예술경영지원센터 www.gokams.or.kr :: 2017 미술시장실태조사 : 소비자영역 :3/8

Q5 귀하의 미술작품 전시 및 행사 선택의 가장 주된 기준은 무엇입니까?

- ① 작가 인지도
- ② 작품 인지도
- ③ 전시의 이슈성
- ④ 전시 주최기관의 신뢰도
- ⑤ 관람료 할인 및 이벤트
- ⑥ 전시장소의 접근성
- ⑦ 지인들의 추천
- ⑧ 기타(적어주세요:)

Q6 귀하 또는 귀하의 데에서 "미술품 대여(렌탈) 서비스"를 이용해 본 경험이 있습니까?

- ① 없다
- ② 있다

① → Q7으로 이동

Q6-1 귀하 또는 귀하의 데에서 "미술품 대여(렌탈) 서비스"를 이용하는 가장 주된 이유는 무엇입니까?

- ① 구매가격 대비 저렴한 가격에 대여가 가능해서
- ② 다양한 작가들의 작품을 교체할 수 있어서
- ③ 다양한 작가 및 작품을 보유하고 있어 선택의 폭이 넓어서
- ④ 전문 큐레이터의 추천 및 컨설팅 이용이 가능해서
- ⑤ 배달, 설치, 교체 등 서비스가 편리해서
- ⑥ 기타(적어주세요:)

Q6-2 귀하는 "미술품 대여(렌탈) 서비스"에 대해 어느 정도 만족하십니까?

- ① 전혀 만족하지 않는다
- ② 별로 만족하지 않는다
- ③ 보통이다
- ④ 어느정도 만족한다
- ⑤ 매우 만족한다

(제)예술경영지원센터 www.gokams.or.kr :: 2017 미술시장실태조사 : 소비자영역 :4/8

Q9 귀하가 향후 미술작품 구매 의향이 없는 가장 주된 이유는 무엇입니까?

- ① 미술작품 가격이 비싸서
- ② 결제수단이 다양하지 않아서
- ③ 좋은 작품의 기준을 몰라서
- ④ 흥미로운 작품이 없어서
- ⑤ 보관할 장소가 없어서(공간부족)
- ⑥ 미술품의 투자 가치에 대한 비확실성 때문에
- ⑦ 미술품 대여 서비스로 만족하고 있어서
- ⑧ 기타(적어주세요.)

Q9-1 (Q9. ①응답자) 귀하께서 미술작품 1점 구매를 위해 지출할 수 있는 최대 금액은 어느 정도입니까?

지출 가능 금액 만원

Q10 귀하는 향후 미술작품 구매 활성화를 위해 가장 필요한 사항은 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 작가 및 작품 정보매체 다양화 및 접근성 강화
- ② 작품 유통영역(화랑, 아트페어 등) 홍보 강화
- ③ 작품 감정체계 구축 및 공개 강화
- ④ 작품 판매 방법의 다양화
- ⑤ 작품 이해도를 높이기 위한 교육 활성화
- ⑥ 구매 장벽을 낮출 수 있는 다양한 가격대의 작품
- ⑦ 작품 유통 투명성 강화
- ⑧ 기타(적어주세요.)

응답자 특성

DQ1 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- ① 남자
- ② 여자

DQ2 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

- ① 만 19세 미만
- ② 만 19세 ~ 29세
- ③ 만 30세 ~ 39세
- ④ 만 40세 ~ 49세
- ⑤ 만 50세 ~ 59세
- ⑥ 만 60세 이상

DQ3 귀하의 거주 지역은 어디입니까?

- ① 서울
- ② 부산
- ③ 대구
- ④ 인천
- ⑤ 광주
- ⑥ 대전
- ⑦ 울산
- ⑧ 경기
- ⑨ 강원
- ⑩ 충북
- ⑪ 충남
- ⑫ 전북
- ⑬ 전남
- ⑭ 경북
- ⑮ 경남
- ⑯ 해외/기타()

DQ4 귀하는 결혼을 하셨습니까?

- ① 기혼
- ② 미혼
- ③ 기타(적어주세요.)

(제)예술경영지원센터 www.gokams.or.kr :: 2017 미술시장실태조사 : 조사영역 :7/8

DQ5 귀하의 최종학력은 어떻게 되십니까?

- ① 중졸이하
- ② 고졸
- ③ 전문대졸
- ④ 4년대졸
- ⑤ 대학원졸

DQ6 귀하는 현재 어떤 일을 하고 계십니까?

- ① 전문직
- ② 경영/관리직
- ③ 사무/기술직
- ④ 판매/영업/서비스직
- ⑤ 자영업
- ⑥ 문화예술산업 종사자
- ⑦ 농·임·어업/축산업
- ⑧ 전업주부
- ⑨ 기타(적어주세요.)

DQ7 귀하의 월평균 가구소득(세금 공제 전)은 어떻게 됩니까?

- ① 200만원 미만
- ② 200만원 ~ 300만원 미만
- ③ 300만원 ~ 400만원 미만
- ④ 400만원 ~ 500만원 미만
- ⑤ 500만원 ~ 600만원 미만
- ⑥ 600만원 ~ 700만원 미만
- ⑦ 700만원 ~ 800만원 미만
- ⑧ 800만원 ~ 900만원 미만
- ⑨ 900만원 ~ 1,000만원 미만
- ⑩ 1,000만원 ~ 1,500만원 미만
- ⑪ 1,500만원 ~ 2,000만원 미만
- ⑫ 2,000만원 ~ 2,500만원 미만
- ⑬ 2,500만원 ~ 3,000만원 미만
- ⑭ 3,000만원 이상

DQ8 귀하의 지난 한 해(2016년) 문화·여가활동을 위한 월평균 지출액은 어느 정도입니까?

※ 문화·여가활동 : 일하고 남은 시간에서 취침, 식사시간을 제외한 자유 시간에 스포츠, 공연 관람, 취미, 휴양 등의 활동

- ① 3만원 미만
- ② 3~5만원 미만
- ③ 5~7만원 미만
- ④ 7~9만원 미만
- ⑤ 9~15만원 미만
- ⑥ 15~25만원 미만
- ⑦ 25~50만원 미만
- ⑧ 50~80만원 미만
- ⑨ 80~100만원 미만
- ⑩ 100만원 이상

지금까지 오랜 시간 응답해 주셔서 감사합니다. 응답해 주신 내용은 소중한 자료로 활용하겠습니다.

(제)예술경영지원센터 www.gokams.or.kr :: 2017 미술시장실태조사 : 조사영역 :8/8

2017 미술시장실태조사 (2016년 기준)
SURVEY ON THE ART MARKET 2017

주최	문화체육관광부
주관	(재)예술경영지원센터
후원	한국문화예술위원회
조사연구총괄	김신아 - 예술경영지원센터 예술산업진흥실 실장 이수령 - 예술경영지원센터 예술산업진흥실 시각유통팀 팀장 하선영 - 예술경영지원센터 예술산업진흥실 시각유통팀 사원
해외조사	이슬기 - SeuKI 대표
조사실사	(주)입소스코리아
조사협력	(사)한국화랑협회 대구화랑협회 부산화랑협회
발행일	2017년 12월
발행처	문화체육관광부 (재)예술경영지원센터
주소	세종특별자치시 갈매로 388 (어진동 184)
문의	044-203-2756 / 02-708-2254
홈페이지	www.mcst.go.kr, www.gokams.or.kr
디자인	BASELINE www.baseline.co.kr
인쇄	수프린팅

본 통계 보고서의 저작권은
문화체육관광부 및 예술경영지원센터에 있으며,
문화체육관광부 및 예술경영지원센터의 승인 없이
상업적인 목적으로 사용하거나 판매할 수 없습니다.
무단복제나 도용은 저작권법(제7조 5항)에 의해
금지되어 있습니다.

Copyright(c)2017 by Ministry of Culture, Sports and Tourism & Korea Arts Management Service
All contents can not be copied without permission.

* 본 사업은 문예진흥기금을 지원 받아 진행하였습니다.

SURVEY ON THE ART MARKET