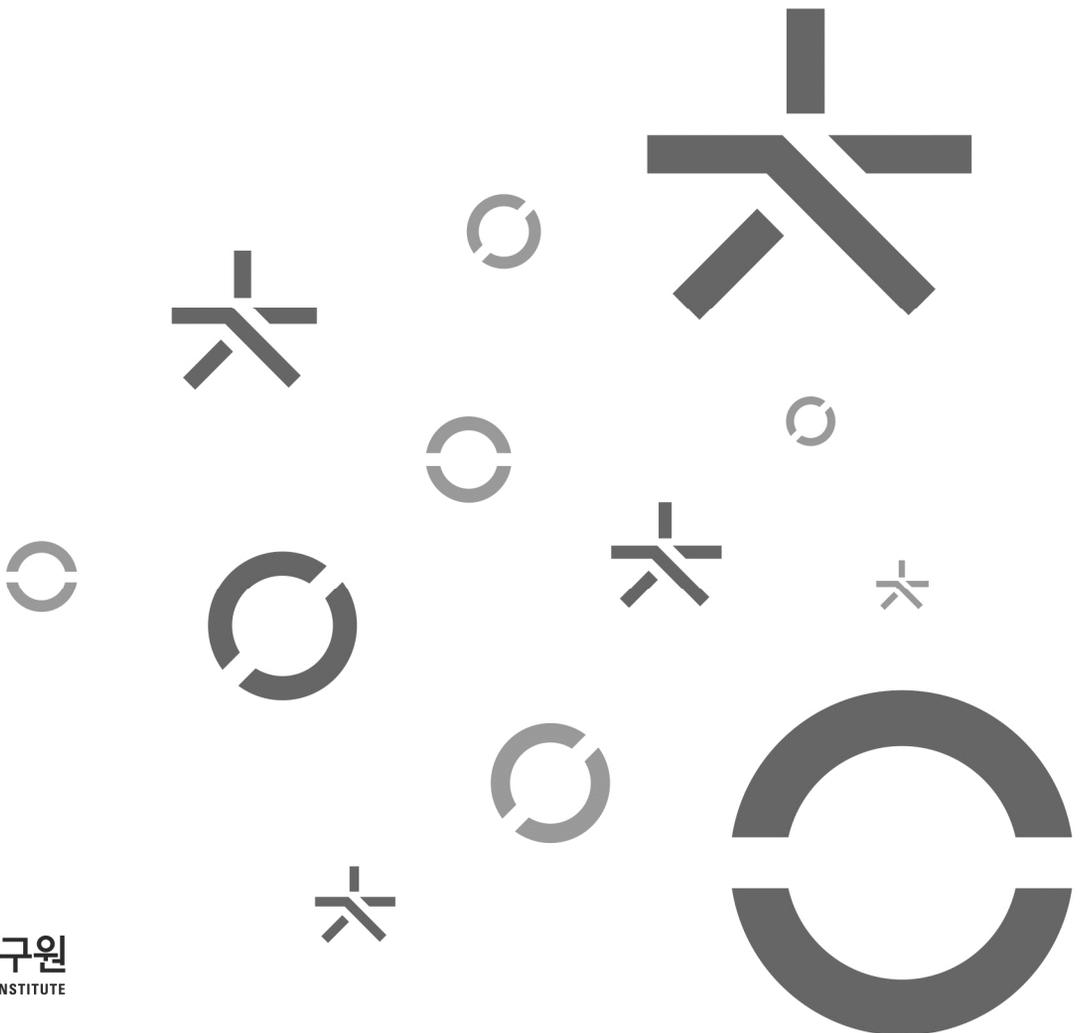


인천형 아트옥션 도입방안 연구

민경선



연구책임

민경선 도시경영연구실 연구위원

연구참여

황용재 도시경영연구실 초빙연구원

본 연구 결과는 연구진의 견해로서
인천광역시의 정책과는 다를 수 있습니다.

1. 연구개요

1) 연구 배경

- 2018년 문화체육관광부는 ‘미술진흥 중장기계획(2018~2022)’을 통해 지속가능한 미술시장 만들기를 위한 추진전략 및 과제를 발표하였고, 특히 큰 성장세를 보이는 미술품 경매시장의 제도를 보완하여 미술품 소비층의 확대를 유도할 계획임
- 한편, 2018년 기준으로 주요 미술품 유통 영역인 국내 화랑의 56.5%와 경매회사의 80.0%가 서울에 있으나 인천에는 단 한 곳의 경매회사도 운영되고 있지 않으며, 한 해 동안 국내에서 개최된 53개의 아트페어 중 단 세 개 만이 인천에서 개최됨
- 이와 같은 인천시의 열악한 미술품 유통 여건은 지역으로의 예술인 유입과 미술품에 대한 수요 창출을 제약하는 요인임
- 따라서 미술품에 대한 다양한 수요의 창출이 가능함과 동시에 인프라 구축에 대한 초기비용이 비교적 적게 요구되는 대안으로서 공공이 지원하는 미술품 경매시장을 도입해 인천시 미술시장 활성화를 위한 기반을 다질 필요가 있다고 판단함

2) 연구목적

- 본 연구의 첫 번째 목적은 아트옥션 도입 여건으로서 인천시 미술시장의 여건을 검토하고 문제점을 진단하는 것임
- 두 번째 목적은 국내·외의 미술품 경매 및 미술시장 활성화 사업 사례를 발굴·분석하고 인천시 아트옥션 도입방안 마련에 참고할 시사점을 도출하는 것임
- 마지막으로, 본 연구는 아트옥션 도입을 계기로 인천시 미술시장의 주요 유통 영역과 공공 유통 영역을 활성화할 방안을 모색하고자 함

2. 인천시 미술시장 현황분석과 진단

- 인천시 미술시장 현황에 대한 분석을 토대로 도출한 진단 사항은 다음과 같음
- 첫째, 인천시에서 운영되고 있는 전시시설 수 대비 미술시장에의 참여는 저조하여, 전시시설과 연계한 미술시장 활성화 사업의 추진방안을 모색해야 함
 - 인천문화재단이 파악한 관내 전시시설은 74곳에 이르지만, 예술경영지원센터의 '2019 미술시장실태조사'에서는 두 곳의 화랑만이 집계됨
 - 이와 같은 문제를 개선하기 위한 첫걸음으로서 인천시에서 운영되고 있는 전시시설의 현황을 점검하고, 이들 공간과 연계한 미술품 전시를 활성화하여 관내의 전시시설이 미술시장에 적극적으로 참여할 것을 유도해야 함
- 둘째, 인천시의 미술품 유통 여건은 상당히 열악하여 이에 대한 개선이 필요함
 - 인천시에서 운영되고 있는 전시시설 중 미술시장에 참여하고 있는 화랑과 미술관은 부족하고 인천시의 단체가 개최한 아트페어는 단 두 건으로 조사되었으며, 민간 미술품 경매회사는 없음
 - 인천시 미술품 유통 여건 개선을 위해 장기적인 관점에서 다양한 미술품 유통 영역의 성장을 지원해야 할 것이며, 현재 인천시 미술시장의 여건을 감안해 지역 예술인의 미술품 유통 판로개척 지원사업을 선제적으로 추진하는 것을 고려해야 함
- 셋째, 공공 미술품 유통 영역을 활성화해야 함
 - 2018년 104점의 미술 작품이 법률에 따라 인천시 건축물에 설치된 것으로 조사되나, 인천시에서 설치된 미술품의 목록을 별도로 관리하거나 홍보하고 있지는 않음
 - 2005년부터 운영된 인천문화재단의 미술은행은 2019년까지 총 209점을 구입했으나 2019년 소장품 대여실적은 2건에 불과함
 - 앞으로는 건축물에 설치한 미술품의 목록을 관리, 홍보하고 인천 미술은행의 대여 및 전시 사업 방식을 개선하여 공공 미술품 유통 영역의 존재 이유와 정체성, 역할을 정립해 나가야 함
- 넷째, 창작활동 여건 개선으로 미술 분야 작가의 인천시 유입을 유도해야 함
 - 인천의 미술 분야 예술인은 전국의 2.7%로, 미술시장의 구조 중 '유통' 부문뿐만 아니라 '창작' 부문 역시 견고하지 않음을 알 수 있음

- 이를 개선하기 위해 우선 예술인이 안정적으로 창작활동을 할 수 있는 여건 조성도 중요할 것이며, 나아가 창작의 결과인 작품이 여러 유통채널과 대중에 소개될 기회를 확대해 작품 판매까지 이어지는 환경을 마련해야 함
- 다섯째, 미술품 전시 및 생활 미술교육을 활성화해야 함
 - 인천시에서 개최되는 전시 건수는 전국의 4.1%에 불과하며, 인구 10만 명당 전시 건수도 21.0건으로 전국 평균인 29.3건에 미치지 못하였음
 - 또한, 인천시민 중 미술교육 경험이 부재한 경우가 상당히 많으며 미술품 구입 및 대여에 관한 관심 역시 매우 낮은 수준으로 조사됨
 - 미술시장을 구성하는 ‘소비’ 부문을 확대하고 효과적으로 미술품 소장문화를 확산할 수 있도록 미술품 전시 및 생활미술 교육을 활성화하여 시민이 미술을 경험할 수 있는 접촉 빈도를 높여나가야 함

[요약 표 1] 인천시 미술시장 현황

구분	조사내용
전시시설(화랑·미술관) 및 전시	<ul style="list-style-type: none"> • 예술경영지원센터의 ‘2019 미술시장실태조사’(2018년 기준 자료)에 의하면 인천시에서 최근 아트페어에 참가한 이력이 있거나 미술품 거래를 한 화랑은 두 곳이 있고, 미술관은 없는 것으로 조사됨 • 인천문화재단의 자료를 활용하여 인천 전역에 총 74곳의 전시시설이 있는 것을 파악함 • 한국문화예술위원회의 ‘2019 문예연감(2018년 기준 자료)’에 의하면 인천시에서 개최된 전시 건수는 전국의 4.1%이며, 인천시의 인구 10만 명당 전시 수는 21.0건으로 전국 평균인 29.3건보다 적음
경매	<ul style="list-style-type: none"> • 인천시에서 운영되고 있는 민간 미술품 경매회사는 없음 • 부평구문화재단이 2014년부터 한 해에 한 번 자선 경매의 형태로 ‘부평 옥션’을 운영함
아트페어	<ul style="list-style-type: none"> • ‘2019 미술시장실태조사’에 의하면 2018년 3개의 아트페어가 인천시에서 개최됨
건축물에 대한 미술 작품의 설치	<ul style="list-style-type: none"> • 법률 및 조례에 따라 2018년 인천시 건축물에 104점의 미술 작품이 설치되었고, 총 작품 금액은 116억 원에 달함
인천 미술 활성화 사업 (인천 미술은행)	<ul style="list-style-type: none"> • 인천문화재단이 운영하는 미술은행은 2005년에 시작되어 2019년까지 총 209점의 작품을 9.9억 원을 지출하여 구입함 • 2019년 미술은행 소장품의 대여실적은 총 2건, 11점임
시각예술 분야 예술인	<ul style="list-style-type: none"> • 한국예술인복지재단에 예술 활동 증명을 완료한 인천시의 미술 분야 예술인은 515명으로 전국 시각 예술인의 2.7%를 차지함
인천시민의 문화예술 활동 실태	<ul style="list-style-type: none"> • ‘2019 국민 문화예술 활동 조사’에 의하면 인천시민의 지난 1년 동안 미술품 전시 관람률과 미술 관련 창작활동 참여율은 각각 16.3%, 7.3%로 조사됨 • 문화예술 활동 중 가장 많이 지출하는 항목으로 ‘미술품 구입 및 대여’를 응답한 인천시민은 0.3%에 불과함 • 지난 1년 동안 미술교육 경험이 있는 인천시민은 1.8%로 조사됨

3. 미술시장 활성화 사업 사례분석

1) 조사 개요

- 국내사례 중 경기문화재단의 아트경기와 전라남도문화재단의 미술시장 활성화 사업은 경매를 포함한 다양한 미술시장 영역을 활성화하고자 추진되는 사업임
- 광양시의 광양아트옥션은 2019년 국내 최초로 지방자치단체가 직접 미술품 경매를 진행한 사례여서 분석대상으로 선정함
- 해외사례로는 2000년 이후 아시아에서 국제적 미술시장으로 성장한 홍콩과 상하이의 대표 아트페어를 살펴봤고, 이들 지역이 국제적 미술시장으로 성장하는 과정에서 어떠한 공공의 역할이 수반되었는지를 검토함

[요약 표 2] 사례조사의 개요

구분		특성
국내	경기문화재단 아트경기	• 지역 문화재단에서 옥션을 포함한 다양한 미술시장 활성화 사업을 운영한 사례
	전라남도문화재단 미술시장 활성화 사업	
	광양시 광양아트옥션	• 지자체에서 직접 미술품 경매를 운영한 사례
해외	아트 바젤 홍콩	• 비교적 최근에 국제적 미술시장으로 성장한 사례
	상하이 웨스트 번드 아트 & 디자인	

2) 정책적 시사점

- 첫째, 미술품 유통 활성화를 지원하고 미술시장에 대한 신뢰를 구축하기 위해서는 이를 뒷받침할 제도를 마련해야 함
- 둘째, 인천시의 미술시장 활성화 사업을 전개할 때 공공이 시장에 직접 참가하기보다는 인천시 미술계에 전문미술품 유통사업자가 참여할 수 있는 여건을 조성하는 데 정책적 역량을 투입하는 것을 우선하여 고려해야 함
- 셋째, 지역에 미술품 유통시장이 적절히 형성되어 있지 않더라도 외부의 자원을 연계·활용하여 지역 미술시장의 형성 기반을 다지는 전략을 수립해야 함
- 넷째, 지역의 미술시장 생태계 육성을 위해 시장의 현황과 시장을 둘러싼 환경 변화를 지속 연구·조사해야 함

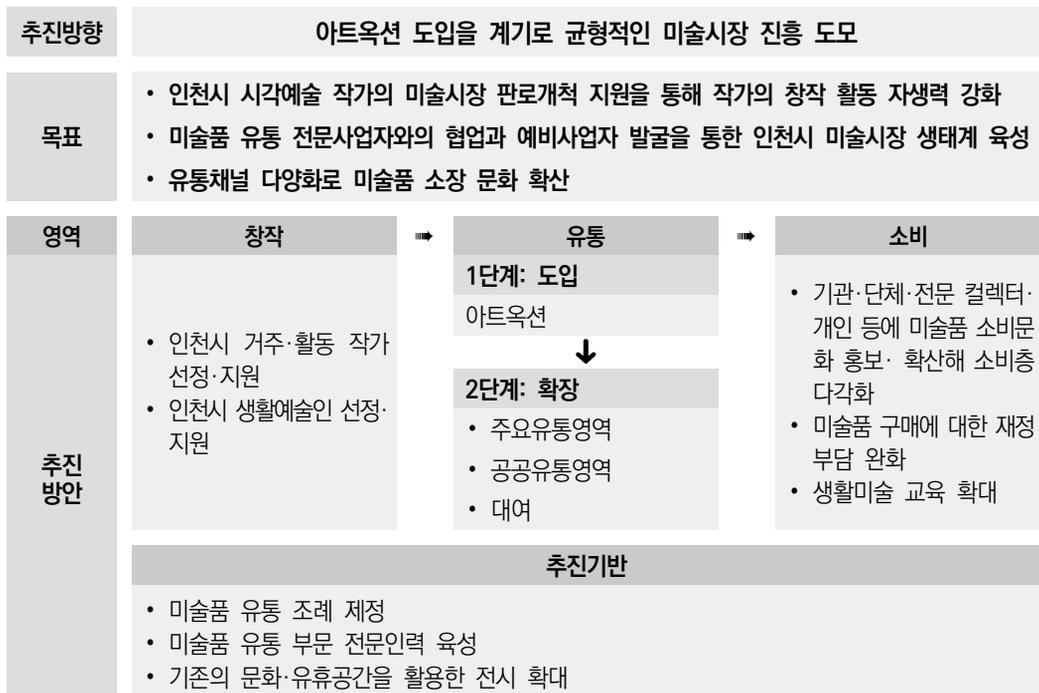
- 다섯째, 지역 미술시장 조성 and 홍보를 위하여 대표 미술시장 활성화 사업을 기획해 집중적으로 지원하고, 지역 문화예술계를 대표하는 하나의 문화 브랜드로 육성하는 전략을 마련해야 함

4. 아트옥션 도입을 통한 미술시장 활성화 방안

1) 기본 방향

- 본 연구는 공공이 지원하는 미술품 옥션 사업의 도입을 시작으로 인천시 미술시장에 다양한 미술품 유통 매체의 참여를 유도하여 균형적인 미술시장 진흥을 지향하는 것을 인천 미술시장 활성화 방안의 기본 방향으로 설정함
- 아트옥션 도입과 연계한 미술시장 활성화 사업이 달성할 목표로 ‘인천시 시각예술 작가의 미술시장 판로개척 지원을 통한 작가의 창작활동 자생력 강화’, ‘미술품 유통 전문사업자와의 협업과 예비사업자 발굴을 통한 인천시 미술시장 생태계 육성’, ‘유통채널 다양화로 미술품 소장 문화 확산’을 수립하였음

[요약 그림 1] 아트옥션 도입을 통한 인천 미술시장 활성화 추진 방향과 목표



- 공공에서는 창작자와 유통사업자 간의 약한 연결고리를 강화하는 매개자 역할을 담당할 것을 제안함

[요약 그림 2] 예술인과 유통사업자 간 매개자 역할

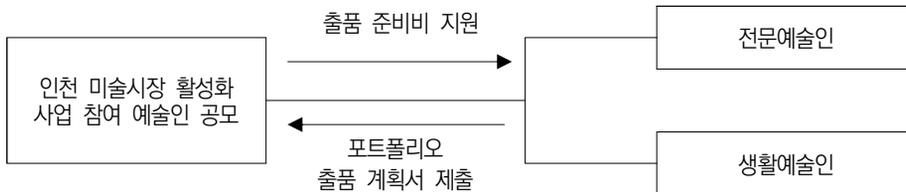


2) 추진방안

(1) 창작 부문

- '창작' 부문에서는 인천에서 거주·활동하는 '전문예술인'과 '생활예술인'을 공모를 통해 선정하여 미술시장 활성화 사업에 참여할 수 있도록 함
 - 선정된 예술인에 대해서는 출품 준비비 명목으로 소정의 지원금을 지급함

[요약 그림 3] 인천시 전문·생활 예술인 선정 및 출품준비비 지원



(2) 유통 부문

- 인천의 미술시장 활성화 사업의 도입 단계로서 온라인 아트옥션(미술품 경매)을 운영할 것을 제안함
- 사업 확장 단계에서는 온·오프라인 형태로 '인천 아트옥션'을 운영해 인천 미술시장 활성화 사업의 대표사업으로 육성함
- 그리고 다양한 유통채널을 통해 인천지역 예술인의 작품이 소개·판매될 수 있도록 지역을 한정하지 않고 화랑과 경매, 아트페어, 미술품 렌탈을 기획, 운영하는 사업자를 협력사업자로 선정하여 미술시장 활성화 사업을 본격적으로 추진토록 함

- 단, 인천지역의 미술품 유통사업자 육성을 위하여 1곳 이상의 지역 미술품 유통사업자 및 예비창업자(갤러리, 기획사 등)를 선정해 협력적으로 사업을 운영

[요약 표 3] 전문·예비 유통사업자를 선정해 미술시장 활성화 사업추진

구분	참여	내용	
주요 유통 영역	경매	<ul style="list-style-type: none"> • 온·오프라인 미술품 경매 경험이 있는 사업자 선정 - 온·오프라인을 통해 전문예술인과 생활 예술인의 작품 경매를 별도 추진 - 작가 소개, 작품 판매 • 인천 미술시장 활성화 사업의 대표사업으로 '인천 아트옥션'을 육성하고 브랜드화 - 미술품 경매에 대한 노하우를 충분히 축적하고 미술시장에서의 네트워크를 견고히 쌓아 온 경매사와 협력 	
	아트페어	전문·생활 예술인	<ul style="list-style-type: none"> • 미술 장터, 아트페어 기획·운영 사업자 선정 - 인천 아트마켓 운영: 인천 미술 활성화 사업 참여 예술인 전원이 참여하는 아트페어
		전문 예술인	<ul style="list-style-type: none"> - 인천국제아트페어 및 국내 아트페어 참여 기획
	화랑	전문 예술인	<ul style="list-style-type: none"> • 공공·민간 기관, 복합문화공간 등에서의 전시 기획·판매를 담당할 사업자 선정 - 공공·민간 기관 행사장, 로비 등에서 진행 - 사업자 소유 갤러리, 복합문화공간 등에서 전시
		생활 예술인	<ul style="list-style-type: none"> • 팝업갤러리 기획·운영 사업자 선정 - 생활예술인 작품 전시·판매
	공공 유통 영역	건축물에 대한 미술 작품의 설치	<ul style="list-style-type: none"> • 건축물, 기관의 공간에 대한 아트 컨설팅과 작가들의 작품을 홍보, 판매하는 전문사업자로 선정 - 사업자의 제휴 작가로 등록 추진 - 법률에 따라 건축물에 미술품을 설치하고자 작품을 의뢰하는 건축주에 작가의 미술 작품 소개
대여	전문·생활 예술인	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 기반 미술품 대여 전문사업자 선정 - 온라인 대여 플랫폼을 구축한 전문사업자를 선정하여 전문·생활 예술인의 작품 대여사업 운영 - 렌탈 후 구매도 가능하도록 사업 운영 	

- 이 외에도 인천시 미술시장의 공공 유통 영역을 활성화하기 위하여 건축물에 대한 미술 작품의 설치 제도 홍보, 인천 미술은행 운영 개선, 수도권 미술관을 대상으로 한 인천 미술시장 활성화 사업 홍보 등이 이어져야 함

(3) 소비 부문

- 시장의 소비 부문을 활성화하기 위해 인천시 미술시장 홍보 다각화, 미술품 구매에 대한 재정부담 완화, 생활미술 체험·교육 확대가 필요함

[요약 표 4] 소비 부문 활성화 사업추진

구분	내용
홍보 다각화	<ul style="list-style-type: none"> • 문화체육관광부·예술경영지원센터의 '미술주간'을 활용한 인천 미술시장 활성화 사업 소개·홍보 • 인천, 서울, 경기지역에 인천 미술시장 활성화 사업 홍보 <ul style="list-style-type: none"> - 지리적으로 인접한 서울, 경기지역에 우리나라 대부분의 화랑과 경매회사, 예술 기획사가 밀집해 있는 것을 활용해 인천 미술시장 활성화 사업을 적극적으로 홍보하고 이에 대한 참여 유도 - 인천 예술인의 미술 작품에 관한 수도권 시민들의 관심을 제고
재정부담 완화	<ul style="list-style-type: none"> • 카드사 제휴를 통해 구매 금액에 대한 무이자 혜택 제공 • 일정 금액 이하의 작품을 인천e음카드로 구매 시 할인 혜택 제공
생활미술 체험·교육 확대	<ul style="list-style-type: none"> • 미술관 체험프로그램 운영 확대 • 미술을 주제로 한 관광 프로그램 '아트 투어' 운영 • 동시대 미술, 미술 감상에 대한 교육 기회 확대

(4) 추진기반 부문

- 인천시 미술시장의 기반을 견고히 구축하기 위하여 미술품 유통 활성화 조례 제정, 미술품 감정 및 유통인력 양성, 기존의 문화·유휴공간을 활용한 전시 확대가 이루어져야 함

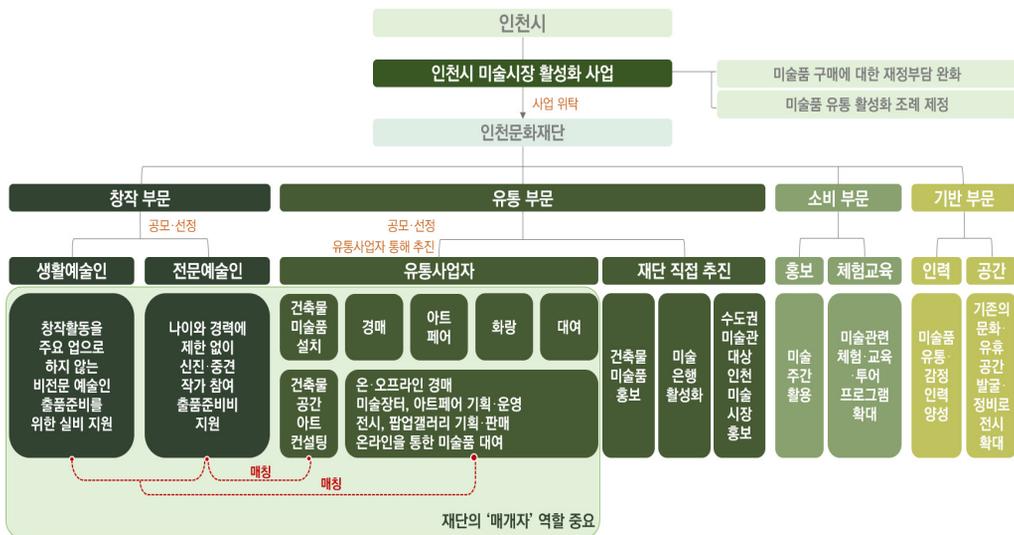
[요약 표 5] 미술시장 활성화 기반구축 사업추진

구분	내용
조례 제정	<ul style="list-style-type: none"> • 미술품 유통 활성화 및 지원조례 제정 <ul style="list-style-type: none"> - 미술시장의 안정적 발전과 미술품의 창작과 소비를 활성화하기 위한 조례 제정
인력 육성	<ul style="list-style-type: none"> • 미술품 감정 및 유통 인력 양성 <ul style="list-style-type: none"> - 대학의 미술 관련 학과 및 시민을 대상으로 미술품 감정업·유통업에 대한 수요조사 - 예술경영지원센터와의 업무협약을 통해 지역의 예비 미술품 감정·유통 사업자 양성 프로그램 운영 지원
공간 활용	<ul style="list-style-type: none"> • 미술시장 활성화 사업추진을 위한 공간 발굴 <ul style="list-style-type: none"> - 문화재단이 파악하고 있는 인천시의 전시공간 소유주를 대상으로 미술시장 활성화 사업추진을 위한 공간으로 활용하는 것에 대한 수요 확인 - 미술시장 활성화 사업추진이 가능한 전시공간을 목록화하고, 미술품 전시·판매·기획 프로그램 운영이 가능하도록 공간을 정비하여 활용

3) 추진방식

- 본 연구는 인천시가 안정적이고 선순환하는 미술시장 생태계 형성을 위하여 ‘미술품 유통 활성화 조례’를 제정하고, 미술품 구매에 대한 재정부담 완화 방안을 마련할 것을 제안함
- 재단은 창작 부문에서 미술시장 활성화 사업에 참여할 생활예술인과 전문예술인을 선정하고, 유통 부문에서는 미술품 유통시장에서 활발하게 활동하고 있는 유통사업자와 관내 유통사업자를 선정해 사업에 참여할 수 있도록 함
 - 그리고 재단은 선정한 예술인과 유통사업자 간 매개자 역할을 담당하여 예술인의 미술시장 진출을 위한 접점을 만들어나가야 함
- 유통 부문 중 건축물에 대한 미술품의 설치 제도에 대한 홍보와 수도권 미술관을 대상으로 한 인천 미술시장 홍보 업무, 기존의 미술은행 활성화 사업과 소비 부문 활성화 및 시장 기반구축 사업은 유통사업자를 통하지 않고 재단이 자체적으로 수행하는 사업으로 분류함

[요약 그림 4] 인천시 미술시장 활성화 사업 추진방식 제안



- 나아가 인천시 전역에서 미술 향유 여건을 개선하고 미술품 소장문화를 확산하기 위해서는 광역문화재단과 기초문화재단의 교류·협력이 요구됨

1 연구개요

1. 연구 배경과 목적	3
2. 연구범위 및 방법	5

2 미술시장의 유형 및 현황과 정책 여건 분석

1. 미술시장의 유형	9
2. 미술시장의 현황	12
3. 미술시장 관련 지원정책 여건	26
4. 소결	33

3 인천시 미술시장 현황분석과 진단

1. 조사 개요	39
2. 인천시 미술시장 여건	40
3. 인천시민의 문화예술 활동 실태	54
4. 진단	59

4 미술시장 활성화 사업 사례분석

1. 사례조사의 개요	65
2. 경기문화재단 아트경기	67
3. 전라남도문화재단 미술시장 활성화 사업	79
4. 광양아트옥션	84
5. 아트 바젤 홍콩	86
6. 상하이 웨스트 번드 아트 & 디자인	90
7. 시사점	93

5 아트옥션 도입을 통한 미술시장 활성화 방안

1. 추진 방향과 목표	99
2. 추진방안	103
3. 추진방식	121

6 결론 및 정책제언

1. 요약 및 결론	125
2. 정책제언	128

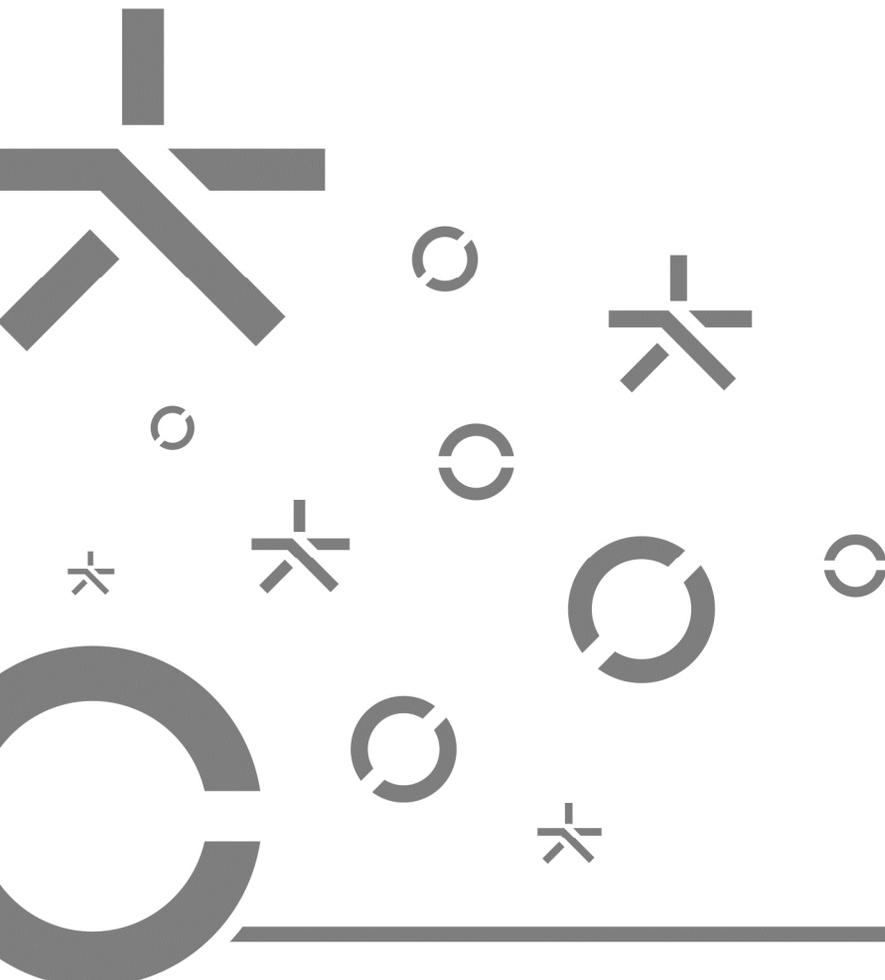
참고문헌	131
------------	-----

[표 2-1] 미술시장의 유형	11
[표 2-2] 미술시장 거래 규모 추이(2008~2018)	13
[표 2-3] 2018년 미술시장 주요 유통 영역 작품거래 규모 - 작품거래금액 기준	14
[표 2-4] 2018년 미술시장 주요 유통 영역 작품거래 규모 - 거래 작품 수 기준	14
[표 2-5] 2018 개별 아트페어 정보	17
[표 2-6] 2018년 미술시장 공공 영역 작품거래 규모 - 작품거래금액 기준	19
[표 2-7] 2018년 미술시장 공공 영역 작품거래 규모 - 거래 작품 수 기준	19
[표 2-8] 2018년 시·도별 건축물에 대한 미술 작품 설치 현황	21
[표 2-9] 2018년 국립현대미술관 미술은행 장르별 작품 구입 세부현황	21
[표 2-10] 2018년 정부 미술은행 장르별 작품 구입 세부현황	21
[표 2-11] 2018년 미술관 연간 작품 구입 현황 - 작품 구입 금액 기준(전체)	24
[표 2-12] 2018년 미술관 연간 작품 구입 현황 - 구입 작품 수 기준(전체)	25
[표 2-13] 예술경영지원센터의 미술시장 활성화 지원사업	31
[표 3-1] 미술시장 현황 조사 개요	39
[표 3-2] 인천시 전시시설 현황	40
[표 3-3] 시·도별 전시 건수(2018년 기준)	43
[표 3-4] 인구 10만 명당 시·도별 전시 건수(2018년 기준)	44
[표 3-5] 2019 부평 옥션 개요	45
[표 3-6] 인천 아트페어 개최 현황(2018년 기준)	46
[표 3-7] 「인천시 문화예술진흥 조례」 중 건축물에 대한 미술 작품의 설치에 관한 내용	47
[표 3-8] 인천시 건축물에 대한 미술 작품의 설치 현황	48
[표 3-9] 인천 미술 활성화 사업 대여기간에 따른 요율	49
[표 3-10] 인천 미술 활성화 사업 기획전시 절차	50
[표 3-11] 인천 미술 활성화 사업 작품 구입 현황(2005~2019)	51
[표 3-12] 2019 인천 미술 활성화 사업 작품선정 현황	51
[표 3-13] 2020 인천 미술 활성화 사업 미술은행 소장품 구입 공모 주요 내용	52
[표 3-14] 인천시 예술 활동 증명 완료자 누적 현황(2020.10.20.)	53
[표 3-15] 2019 국민 문화예술 활동 조사 응답자의 기본적 특성	54

[표 4-1] 사례조사의 개요	66
[표 4-2] 「경기도 미술품 유통 활성화 및 지원에 관한 조례」 주요 내용	68
[표 4-3] 2020 아트경기 작가·협력사업자 공모 내용	70
[표 4-4] 2020 아트경기 세부사업	71
[표 4-5] 2019 아트경기 추진실적 개요(2019.5.~2020.3.)	72
[표 4-6] 2019 아트경기 선정 작가와 장르	73
[표 4-7] 2019 아트경기 선정 협력사업자	74
[표 4-8] 2019 아트경기 사업	75
[표 4-9] 아트경기 성과 요약(2019.5.~2020.3.)	76
[표 4-10] 2019 아트경기 성과공유 간담회 주요내용	77
[표 4-11] 2019 광양아트옥션 행사 일정	85
[표 4-12] 2019 광양아트옥션 지역별 작품 판매현황	85
[표 4-13] 2019 아트 바젤 홍콩 프로그램 현황	87
[표 4-14] 2019 웨스트 번드 아트 & 디자인 프로그램 현황	91
[표 5-1] 전문·예비 유통사업자를 선정해 미술시장 활성화 사업추진	108
[표 5-2] 미술시장의 공공 유통 영역 활성화 사업추진	112
[표 5-3] 소비 부문 활성화 사업추진	115
[표 5-4] 미술품 유통 활성화 지원조례 사례	117
[표 5-5] 예술경영지원센터의 미술품 감정 및 유통인력 양성 프로그램 구성	118
[표 5-6] 미술시장 활성화 기반구축 사업추진	120
[표 6-1] 한국 미술품 경매시장 동향(2019.10.~2020.9.)	127

[그림 1-1] 연구수행 절차	6
[그림 2-1] 지역별 화랑 현황	15
[그림 2-2] 지역별 경매회사 현황	16
[그림 2-3] 지역별 아트페어 개최 현황	17
[그림 2-4] 2018년 지역별 미술관 분포 현황	22
[그림 2-5] 미술진흥 중장기계획(2018~2022)의 목표 및 추진전략	28
[그림 3-1] 인천문화재단 소장작품 대여 절차	49
[그림 3-2] 지난 1년 동안 미술품 전시 관람률과 미술 관련 창작활동 참여율	55
[그림 3-3] 문화예술활동 중 가장 많이 지출하는 항목과 향후 지출을 늘리고 싶은 항목	56
[그림 3-4] 정규교육 이외의 문화예술교육 경험률	57
[그림 3-5] 지난 1년 동안 미술교육 경험률	58
[그림 4-1] 협력적인 아트경기 추진체계	69
[그림 4-2] 아트경기 추진 순서	70
[그림 4-3] 2020 아트경기-라이브 경매쇼 유튜브 화면	71
[그림 4-4] 2020 미술주간과 연계한 아트경기 - 미술장터	72
[그림 4-5] 남도 예술은행의 작품 구입과 판매 절차	80
[그림 4-6] 남도 예술은행 소장품샵	80
[그림 4-7] '제로 베이스 in' 전남 추진 절차	82
[그림 5-1] 아트옥션 도입을 통한 미술시장 활성화 방안 도출 과정	100
[그림 5-2] 아트옥션 도입을 통한 인천 미술시장 활성화 추진 방향과 목표	101
[그림 5-3] 예술인과 유통사업자 간 매개자 역할	103
[그림 5-4] 인천시 전문·생활 예술인 선정 및 출품 준비비 지원	104
[그림 5-5] 아트옥션 운영 방식	106
[그림 5-6] 경기도 건축물 미술 작품 홈페이지 메인화면	110
[그림 5-7] 오픈갤러리(open gallery)의 '작품 걸어보기' 메뉴 화면	111
[그림 5-8] 2020 미술주간: 지역 미술 행사 안내 예시	114
[그림 5-9] 인천시 미술시장 활성화 사업 추진방식 제안	121
[그림 5-10] 광역과 기초문화재단의 교류·협력	122

연구개요



연구개요

1. 연구 배경과 목적

1) 연구 배경

(1) 인천형 아트옥션 도입으로 미술시장 활성화 유도

- 미술시장의 구조는 크게 '창작(생산)', '유통(매매·전시)', '소비(구입·향유)'의 영역으로 구분되고, 3개의 영역이 고루 발전할 때 미술 생태계가 선순환을 이루며 성장함
- 그런데 지금까지 국내 예술정책에서 창작과 향유 영역에 대한 지원정책이 다양하게 발전되어 온 것에 비해 상대적으로 유통 부문의 육성을 위한 정책 추진은 다소 미흡하였음
- 이에 2018년 문화체육관광부는 '미술진흥 중장기계획(2018~2022)'을 통해 지속가능한 미술시장 만들기를 위한 추진전략 및 과제를 발표함
- 중장기계획에 따르면 앞으로 정부는 미술품의 주요 유통 영역인 '화랑', '경매', '아트페어'를 집중적으로 지원하여 미술시장의 활성화를 도모하고자 하며, 특히 큰 성장세를 보이는 미술품 경매시장의 제도를 보완하고 중저가 시장을 육성하여 미술품 소비층의 확대를 유도할 계획임(문화체육관광부, 2018)
- 미술시장 실태조사 결과, 각 유통 영역을 통한 미술품 거래 규모는 2014년 대비 2018년 경매 94.1%, 아트페어 17.4% 성장하였고 화랑은 4.6% 감소(문화체육관광부·예술경영지원센터, 2019)

- 더욱이 미술품 경매는 온·오프라인을 통한 거래가 가능하므로 다양한 소비자 발굴에 용이하여 미술시장 확대에 효과적으로 기여할 것으로 기대됨
- 따라서 미술품 경매 사업 도입을 계기로 인천 미술시장의 활성화 유도가 필요함

(2) 인천시 미술품 유통 여건 개선 필요

- 2018년 기준으로 주요 미술품 유통 영역 중 하나인 국내 화랑의 56.5%가 서울에 소재하며, 그 외에는 부산 10.9%, 대구 9.1% 등의 순으로 나타남(문화체육관광부·예술경영지원센터, 2019)
- 국내에서 운영되고 있는 10곳의 미술품 경매회사 중에 8곳이 서울에 소재하고, 충청북도 충주시와 전라북도 전주시에 각 1곳씩 있는 것으로 조사됨
- 또한, 2018년 한 해 동안 국내에서 개최된 아트페어는 총 53개였는데, 이 중 인천에서 개최된 페어는 단 세 개(인천국제아트페어, 강화아트페어, 위드아트페어)에 불과하였음
- 이러한 조사 결과는 인천의 미술품 유통 여건이 상당히 부실함을 보여주는 것이며, 이와 같은 열악한 유통 여건은 지역으로의 예술인 유입과 미술품에 대한 수요 창출을 제약하는 요인임
- 따라서 주요 유통 영역 중 일회성의 행사에 그치지 않으면서도 장기적으로 미술품에 대한 다양한 수요의 창출이 가능함과 동시에 인프라 구축에 대한 초기비용이 비교적 적게 요구되는 대안으로서 공공이 지원하는 미술품 경매시장 도입방안을 마련하여 인천시 미술시장 활성화를 위한 기반을 다질 필요 있음

2) 연구목적

- 아트옥션 도입 여건으로서 인천시 미술시장의 여건을 검토하고 문제점을 진단함
- 국내·외의 미술품 경매 및 미술시장 활성화 사업 사례를 발굴·분석하고 인천시 아트옥션 도입방안 마련에 참고할 시사점을 도출함
- 아트옥션 도입을 계기로 인천시 미술시장의 주요 유통 영역과 공공 유통 영역을 활성화할 방안을 모색함

2. 연구범위 및 방법

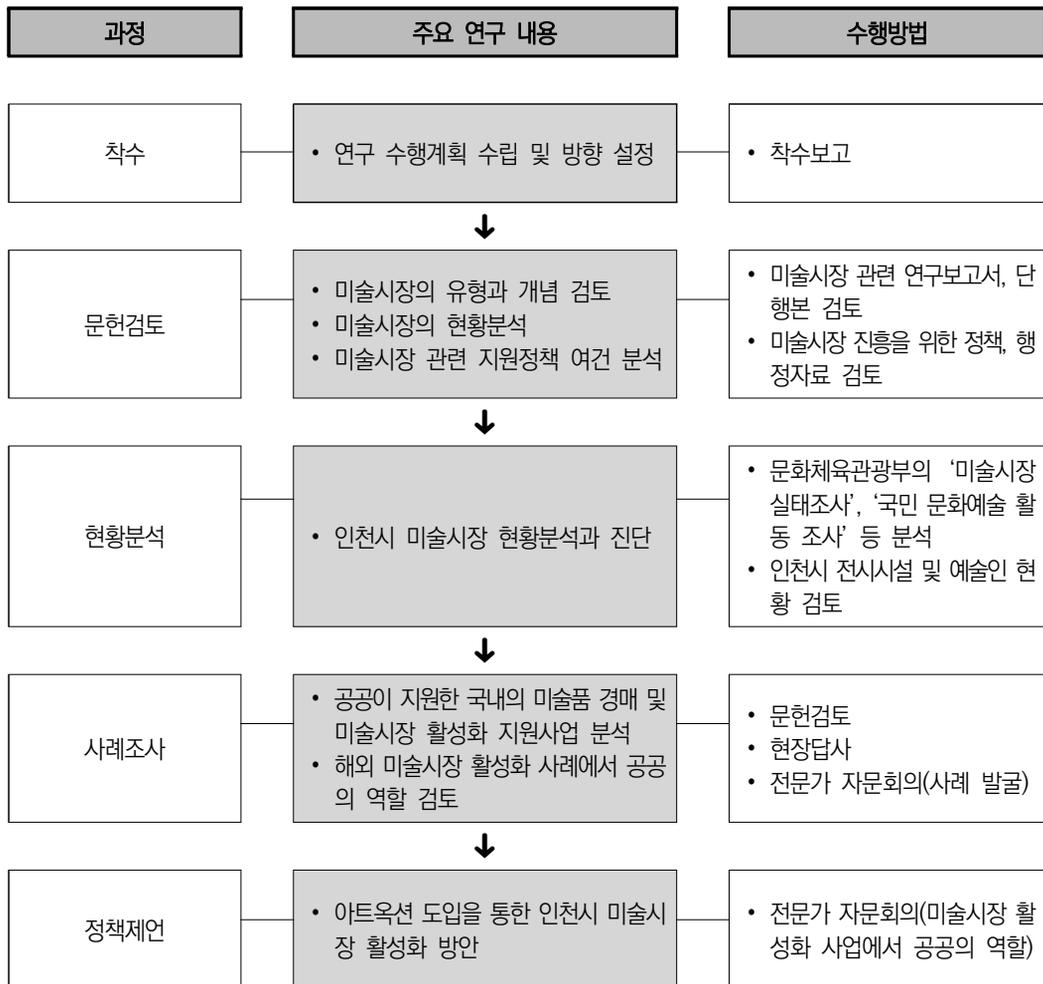
1) 연구범위

- 미술시장에 관한 문헌고찰
 - 미술시장의 유형과 현황
 - 미술시장 관련 지원정책 여건
- 인천시 미술시장 현황분석과 진단
 - 인천시 미술시장 현황
 - 현황에 대한 진단
- 미술시장 활성화 사업 사례분석
 - 국내사례 : 공공이 지원한 미술품 경매 및 미술시장 활성화 사례 검토(경기문화재단 아트경기, 전라남도문화재단 미술시장 활성화 사업, 광양시 광양아트옥션)
 - 해외사례 : 국제적으로 성공한 미술시장 활성화 사례에서 공공의 역할 검토(아트 바젤 홍콩, 상하이 웨스트 번드 아트 & 디자인)
- 아트옥션 도입을 통한 미술시장 활성화 방안

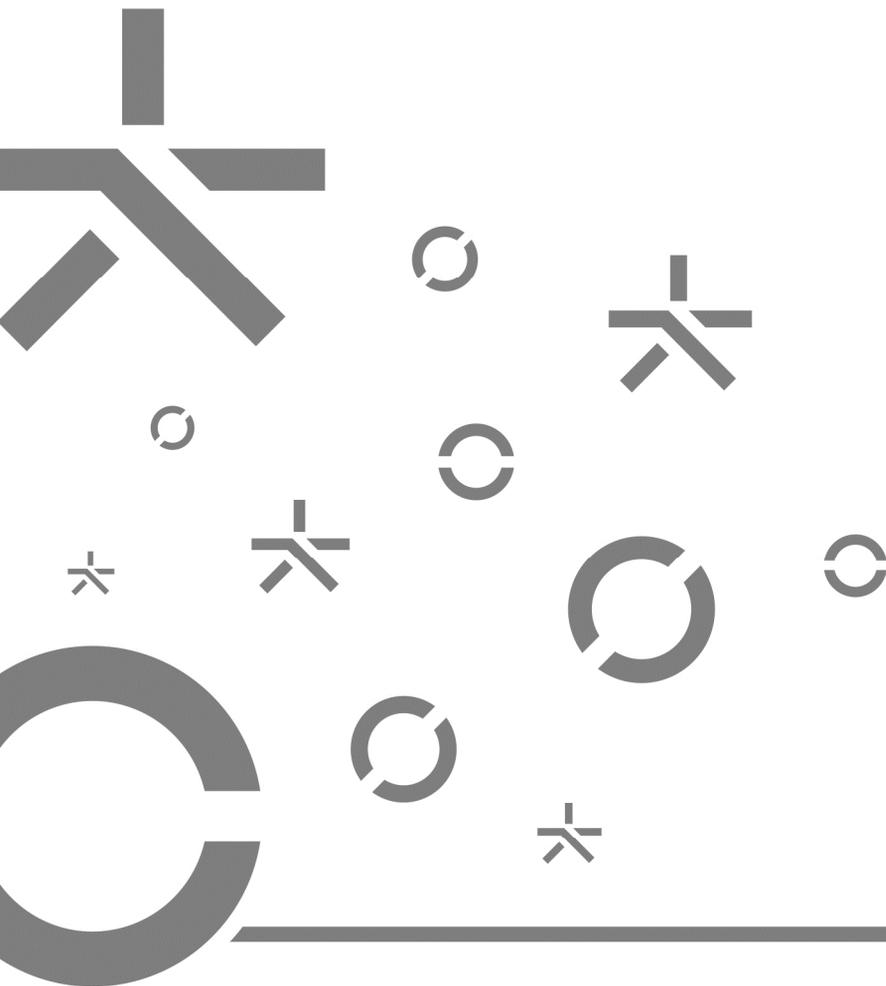
2) 연구 방법

- 문헌고찰 : 법률 및 조례, 행정자료, 연구보고서, 논문, 단행본, 언론 기사 등 검토
- 사례조사 : 국내·외 미술품 경매 및 미술시장 활성화 사업 사례분석
- 자문회의 : 인천시 아트옥션 도입 및 미술시장 활성화 방안 도출

[그림 1-1] 연구수행 절차



미술시장의 유형 및 현황과 정책 여건 분석



미술시장의 유형 및 현황과 정책 여건 분석

1. 미술시장의 유형

- 미술품에 대한 거래가 이루어지는 미술시장의 구조는 크게 ‘창작’, ‘유통’, ‘소비’ 부문으로 구분됨
- 미술시장을 활성화하는 데는 미술품을 창작하는 예술인과 미술품을 관람·소비하는 소비자와 함께 예술인이 창작한 미술품을 소비자에게 전달하는 유통 부문의 역할이 중요함
 - ‘창작’된 미술 작품은 ‘매매와 전시(유통)’를 통해 ‘소비자’에게 전달된다는 점에서 유통 부문이 미술시장의 허리 역할을 한다고 볼 수 있음
- 2008년부터 국내 미술시장 유통 부문의 운영 현황과 통계자료를 수집한 결과를 매년 발표해 오고 있는 예술경영지원센터는 미술 작품 유통 부문을 ‘주요 유통 영역’과 ‘공공 유통 영역’으로 구분하여 현황을 파악함
 - 예술경영지원센터는 예술 유통 활성화와 예술기관의 경쟁력 강화를 종합적·체계적으로 지원해 예술 현장의 자생력 제고에 기여하고자 2006년 문화체육관광부 산하 재단법인으로 설립됨(예술경영지원센터 홈페이지)
- 주요 유통 영역에는 ‘화랑’, ‘경매회사’, ‘아트페어’가 해당하고, 공공 유통 영역은 ‘건축물에 대한 미술 작품의 설치’로 인해 형성된 미술시장, 그리고 ‘미술은행’ 및 ‘미술관’으로 구성됨
- 우선, 주요 유통 영역은 화랑을 1차 미술시장, 경매를 2차 미술시장으로 보고, 1차 시장으로부터 파생된 시장을 아트페어로 봄(최병식, 2008)

- 1차 미술시장인 화랑(gallery)은 대부분 영리를 목적으로 미술품을 전시하고 판매하는 시장으로, 화랑이 작품을 작가로부터 직접 구입해 판매하기도 하지만 작품을 소유하고 있는 컬렉터로부터 위탁을 받아 다른 컬렉터에게 재판매하기도 함(김봉수, 2013)
 - 이 외에도 전속작가 제도운영 및 신진작가 발굴 활동과 함께 최근에는 아트 컨설팅 사업을 겸하기도 함
 - 즉, 화랑은 작가들이 시장에 진입하는 일차적인 기회이자 직접적으로 시장의 주체들과 관계를 형성하는 유통 영역임(최병식, 2008)
- 2차 시장인 경매(auction)는 미술품 전문경매회사가 주도하며, 1차 시장에서 거래된 작품들에 대한 공개적인 거래 형태로서 모든 거래 과정과 결과를 투명하게 공개하는 특징을 지님(김봉수, 2013; 최병식, 2008)
- 근래에는 미술품 경매를 경매회사만 전유(專有)하지 않고, 화랑들이 모여 경매시스템을 만들거나 작가들이 직접 경매에 나서기도 하며, 지자체에서 직접 기금을 확보하고 작가들의 작품을 경매하는 등 영역과 영역이 혼합되는 크로스오버(crossover) 현상이 나타나고 있음(최병식, 2008)
- 그러나 1차 시장과 2차 시장의 관계는 협력관계이자 경쟁 관계이기 때문에 두 시장 간의 관계가 다양하고 건전하게 발전할 수 있도록 시장의 질서와 균형 유지, 고유 기능의 강화를 지향할 필요가 있음(최병식, 2008)
- 아트페어(art fair)는 여러 화랑이 한 장소에 모여 각자의 부스를 개설해 미술 작품을 전시하고 판매하는 대규모 행사 형태의 미술시장으로(김봉수, 2013), 주로 문화예술 행사와 아트페어 기획을 담당하는 전문회사와 기구에서 개최함
- 공공 영역으로 구분된 건축물에 대한 미술 작품의 설치는 「문화예술진흥법」 제9조에 따라 공공부문에 형성된 미술시장임
 - 법률에 따라 ‘대통령령으로 정하는 종류 또는 일정 규모 이상의 건축물을 건축하는 자는 건축 비용의 일정 비율에 해당하는 금액을 미술 작품의 설치에 사용해야 함. 다만, 건축주는 건축 비용의 일정 비율에 해당하는 금액을 미술 작품의 설치에 사용하는 대신 문화예술진흥기금에 출연할 수 있음
 - 미술 작품을 설치할 의무가 있는 건축주가 건축물에 미술 작품을 설치하려면 해당 건축물이 소재하는 지역을 관할하는 시·도지사에게 해당 미술 작품의 가격과 예술성 등에 대한 감정, 평가를 신청해야 함(동법 시행령 제13조)

- 미술은행은 공공에서 미술 작품을 구입하고, 이에 대한 대여·전시 활동 등을 하는 제도로 미술 향유 기회 제고와 미술시장 활성화를 위해 도입됨
- 대표적인 사례로, 2005년에 설립된 국립현대미술관 미술은행과 2012년 설립된 정부 미술은행이 있으며, 국가기관 외에 지방자치단체 등에서도 지역 미술 분야 작가의 성장을 위해 미술은행을 운영함
 - 국립현대미술관 미술은행은 매년 다양한 경로를 통해 우수한 작품을 구입하고 이들 작품을 공공기관 및 지역 문화예술기관, 기업 등에 대여·전시하여 미술 문화의 대중화에 기여함(국립현대미술관 미술은행 홈페이지)
 - 정부 미술은행은 중앙 행정기관 등의 수요에 따라 매년 우수한 작품을 구입하여, 이들 작품을 국립기관 및 해외 문화원 등에 대여·전시함(정부 미술은행 홈페이지)
- 마지막으로, 미술시장에서 작품을 구입하여 전시하는 미술관은 일반적인 상업화랑과는 달리 영리적인 목적을 갖지 않고 공공을 위해 운영되는 비영리기관이라는 점에서 공공 영역의 미술시장으로 분류됨
 - 「박물관 및 미술관 진흥법」은 미술관을 “문화·예술의 발전과 일반 공중의 문화 향유 및 평생교육 증진에 이바지하기 위하여 박물관 중에서 특히 서화·조각·공예·건축·사진 등 미술에 관한 자료를 수집·관리·보존·조사·연구·전시·교육하는 시설”로 정의함

[표 2-1] 미술시장의 유형

구분		의미
주요 유통 영역	화랑	미술품을 진열, 전시하고 판매하는 장소
	경매회사	미술 작품이 경매방식을 통해 매매하는 곳
	아트페어	미술 작품 판매를 목적으로 일정 공간에서 화랑들이 모여 개최되는 대규모 미술시장
공공 유통 영역	건축물에 대한 미술 작품의 설치	문화예술진흥법 제9조에 따라 건축 비용의 일정 비율에 해당하는 금액을 미술 작품의 설치에 사용
	미술은행	공공 영역에서 미술품을 구입하여 일정 규모의 컬렉션을 만들고 이를 공공기관이나 기업에 대여해주는 제도
	미술관	미술에 관한 자료를 수집, 관리, 보존, 조사, 연구, 전시, 교육하는 시설

자료 : 김봉수(2013); 문화예술진흥법 제20조; 한국문화예술위원회 홈페이지; 미술은행 홈페이지; 양현미(2017); 박물관 및 미술관 진흥법 제2조

2. 미술시장의 현황

- 본 연구는 예술경영지원센터가 제공하는 미술시장 실태조사 중 가장 최근 자료인 「2019 미술시장 실태조사」를 활용해 미술시장의 현황을 살펴보았으며, 해당 자료의 자료 수집 기준 연도는 2018년임
- 11년간 미술시장 거래 규모 추이를 살펴보면, 2008년 미술시장의 총 거래금액은 약 4,560억 원이었으며, 이후 증감을 반복하다가 2017년 약 4,942억 원으로 조사 기간 중 최고점을 나타낸 후 2018년 약 4,500억 원으로 감소함
- 다만, 총 거래금액 면에서 보면 2008년과 2018년 사이에 큰 차이가 없으나, 거래 작품 수로 보면 2008년이 25,465건, 2018년이 39,367건 이어서 미술시장에 중저가 미술품 거래가 확대되었음을 알 수 있음
- 주요 유통 영역의 거래금액은 2008년~2012년에 약 3,500억 원 내외를 유지하다가, 2013년과 2014년에는 3,000억 원보다 작은 규모로 작품 거래가 이루어짐
- 2015년부터 주요 유통 영역을 통한 미술품 거래금액이 다시 증가하여 2018년 약 3,200억 원으로 회복했으나, 이는 2017년인 3,900억 원보다는 감소한 것임
- 거래금액 면에서 보면, 주요 유통 영역에서 가장 큰 비중을 차지하는 것은 화랑이나, 가장 두드러진 성장세를 보이는 시장은 미술품 경매이며, 아트페어의 거래 규모는 감소세를 보임
- 공공 영역의 거래금액 변화를 살펴보면, 조사기간 중 2012년부터 2016년까지는 거래금액 규모가 위축되어 2015년 500억 원을 기록했고, 이후 차츰 회복세를 보이면서 2018년 약 1,243억 원 규모를 나타냄
- 공공 영역에서는 건축물에 대한 미술 작품 설치로 인한 거래금액이 가장 크고, 그다음으로는 미술관, 미술은행 순임
- 2018년 건축물에 대한 미술 작품 설치 제도로 인한 거래 규모는 1천억 원을 넘어섰고, 미술은행의 거래금액도 약 23억 원으로 크게 성장함

[표 2-2] 미술시장 거래 규모 추이(2008~2018)

(단위: 백만 원 건)

구분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
주요 유형명	화랑	205,495	254,026	315,959	289,358	270,789	201,518	233,846	210,308	238,733	168,628
	경매회사	133,222	58,456	58,595	78,238	85,274	77,868	98,472	127,798	149,282	151,147
	아트페어	9,609	9,137	5,287	9,832	10,753	8,407	9,017	7,932	4,447	2,568
	합계	348,326	321,619	379,841	377,428	366,816	288,403	340,250	342,553	390,583	323,957
	건축물 미술작품	97,537	66,792	89,564	83,557	62,051	58,718	51,017	34,323	36,805	87,932
구분명	미술은행	1,764	881	940	832	653	1,396	2,085	1,956	2,054	2,293
	미술관	8,361	19,012	13,217	10,442	10,998	8,829	13,724	15,155	13,674	15,520
	합계	107,662	86,685	103,721	94,831	73,702	69,181	61,243	50,132	103,660	124,267
총 거래 규모 (백만 원)	455,988	408,304	483,563	472,259	440,518	324,927	349,646	390,382	396,469	494,243	448,224
거래 작품 수(건)	25,465	29,224	27,729	31,297	25,195	26,865	26,912	28,415	33,348	35,712	39,367

주: 중북실직거래 제외(화랑: 건축물 미술 작품 판매금액 제외, 아트페어: 화랑이 아트페어에 참가해 판매한 금액 제외, 미술은행: 현장 구입제(아트페어) 제외, 미술관: 화랑·경매회사·아트페어 작품 구입 금액 제외)

자료: 문화체육관광부, 예술경영지원센터(2019)

1) 주요 유통 영역 현황

- 2018년 기준 미술시장 주요 유통 영역의 작품거래 현황을 살펴보면, 460개의 화랑에서 거래된 미술품 금액이 1,686억 원(중복금액 제외)으로 주요 유통영역 중 가장 많은 비중인 52.1%를 차지함
- 총 10곳의 경매 회사에서 거래된 미술품 금액은 전체의 46.7%인 1,511억 원으로 나타났고, 53개의 아트페어를 통해 거래된 미술품 거래금액은 총 733억 원이며, 화랑 등의 실적을 제외하면 약 42억 원으로 조사됨

[표 2-3] 2018년 미술시장 주요 유통 영역 작품거래 규모 - 작품거래금액 기준 (단위: 백만 원, %)

구분	거래금액(a)	중복금액(b)	계(a-b)		중복내용	
			백만 원	비율		
주요 유통 영역	화랑 (N=460)	195,387	26,759	168,628	52.1	건축물미술품작품 판매 작품 제외
	경매회사 (N=10)	151,147	-	151,147	46.7	-
	아트페어 (N=53)	73,290	69,108	4,182	1.3	화랑참가 아트페어 판매작품제외
계	N=523	419,824	95,867	323,957	100.0	

자료: 문화체육관광부, 예술경영지원센터(2019)

- 거래된 작품 수를 기준으로 미술시장의 현황을 살펴보면, 2018년 주요 유통 영역에서 거래된 작품 수는 36,754점(중복 집계 제외)이며, 이 중 경매회사에서 거래된 작품이 약 2만 점으로 주요 유통영역에서 거래된 미술품 중 가장 큰 54.0%를 차지함. 다음으로는 화랑 33.0%, 아트페어 13.0% 순으로 나타남

[표 2-4] 2018년 미술시장 주요 유통 영역 작품거래 규모 - 거래 작품 수 기준 (단위: 점, %)

구분	거래 수(a)	중복 수(b)	계(a-b)		중복내용	
			점	비율		
주요 유통 영역	화랑 (N=460)	12,276	138	12,138	33.0	건축물 미술 작품 판매 작품 제외
	경매회사 (N=10)	19,839	-	19,839	54.0	-
	아트페어 (N=53)	9,693	4,916	4,777	13.0	화랑참가 아트페어 판매작품제외
계	41,808	5,054	36,754	100.0		

자료: 문화체육관광부, 예술경영지원센터(2019)

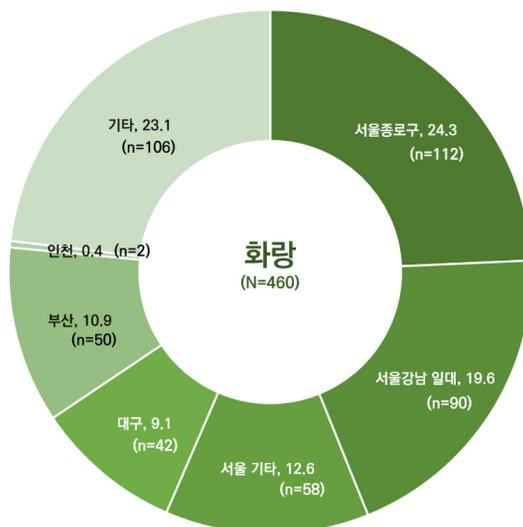
- 즉, 작품 거래 금액 기준으로 거래 규모를 살펴보면 화랑이 경매회사보다 크지만 거래된 작품 수 기준으로 보면 경매를 통한 거래 건 수가 화랑보다 많음
- 이러한 조사 결과는 미술품 거래가 화랑보다 경매를 통해 더욱 많이 이루어지고 있고, 두 주체를 통해 거래된 작품의 거래금액도 큰 차이를 보이지 않아 미술품 경매시장이 미술시장에서 큰 비중을 차지하고 있음을 보여줌
- 그러나 화랑이 460곳인데 반하여 경매회사는 약 10곳에 불과해 상당히 소수의 경매회사에 국내 미술품 경매시장이 집중되어 있다는 것을 알 수 있음

(1) 화랑

- 2018년을 기준으로 전국의 화랑은 총 460개이고, 구체적으로 살펴보면 서울 종로구에 112개, 강남 일대에 90개, 기타 서울지역에 58개가 있어, 전체 화랑 중 56.5%가 서울에 집중된 것으로 나타남
 - (사)한국화랑협회 및 지역 화랑협회 회원화랑, 2007년 이후 국내에서 개최된 아트페어에 1회 이상 참가한 화랑의 현황이며, 2018년 기준 운영 중단 및 폐업 화랑은 제외됨
- 인천에는 두 곳의 화랑이 있는 것으로 조사되었고, 이는 전국 화랑의 0.4%에 불과함(예술경영지원센터 직접문의)

[그림 2-1] 지역별 화랑 현황

(단위: %, 개)



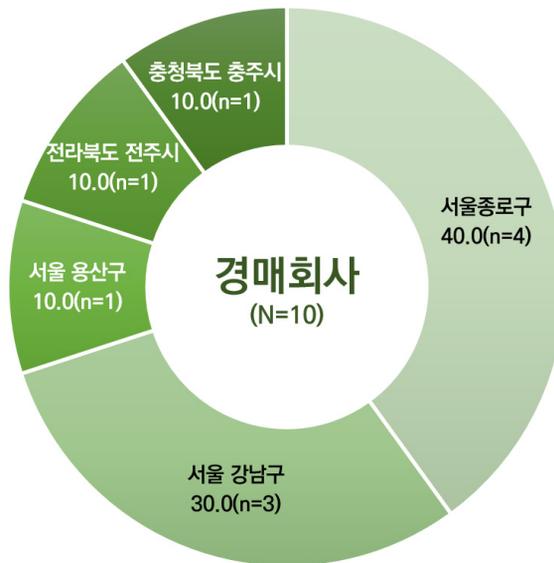
자료: 문화체육관광부·예술경영지원센터(2019)

(2) 경매회사

- 2018년 미술시장에서 활동한 경매회사는 총 10곳이고, 이 중 8곳이 서울에 소재하여 화랑에 이어 미술품 경매회사도 서울에 집중된 것으로 나타남
 - 서울 종로구 4개(40%), 강남구 3개(30%), 용산구 1개(10%)임
 - 미술품 전문 경매회사와 일반경매 및 온라인 경매회사 현황임. 아트상품, 고미술 및 골동품 전문 취급 경매회사와 2018년도 기준 운영중단 및 폐업한 경매회사는 제외됨
- 다음으로는 충청북도 충주시와 전라북도 전주시에 각 한 곳씩 경매회사가 있는 것으로 조사되었으며, 인천에서 운영되고 있는 경매회사는 없음

[그림 2-2] 지역별 경매회사 현황

(단위: %, 개)

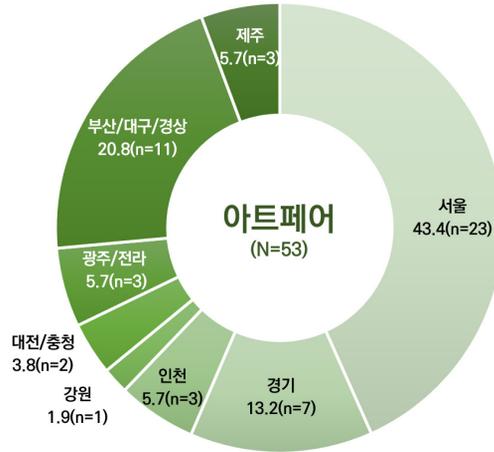


자료: 문화체육관광부·예술경영지원센터(2019)

(3) 아트페어

- 2018년을 기준으로 전국에서 총 53개의 아트페어가 개최되었고, 이 중 가장 많은 아트페어가 개최된 지역은 서울로, 23개(43.4%)의 아트페어가 서울에서 열림
 - 이 외에 부산·대구·경상도 지역에서 11개(20.8%), 경기지역에서 7개(13.2%)의 아트페어가 개최됨
 - 인천에서는 3개의 아트페어가 개최되어 전체의 5.7%를 차지함

[그림 2-3] 지역별 아트페어 개최 현황 (단위: %, 개)



자료: 문화체육관광부·예술경영지원센터(2019)

- 2018년에 개최된 아트페어의 세부현황을 살펴보면, 서울에서 진행된 23개의 아트페어 중 부스별로 화랑이 참가한 형태는 8개이며, 작가가 직접 아트페어에 작품을 출품한 형태는 15개임
- 인천에서는 ‘인천국제아트페어’, ‘강화아트페어’, ‘위드아트페어’가 개최되었고, 이 중 인천국제아트페어가 국제행사로 진행됨
 - ‘인천국제아트페어’와 ‘강화아트페어’는 작가가 직접 작품을 출품한 형태였고, ‘위드아트페어’는 화랑이 참가하는 방식으로 진행되었음
 - 그리고 ‘강화아트페어’는 강화군에서, ‘인천국제아트페어’와 ‘위드아트페어’는 송도에서 개최됨

[표 2-5] 2018 개별 아트페어 정보

아트페어명	개최지역	화랑/작가	국제/국내
서울아트쇼	서울	화랑 참가	국제
아시아호텔아트페어서울			
조형아트서울			
핑크아트페어			
한국국제아트페어			국내
솔로쇼			
화랑미술제			
더 갤러리스트			

아트페어명	개최지역	화랑/작가	국제/국내		
마니프서울국제아트페어	서울	작가 참가	국제		
서울국제조각페스타					
장애인창작아트페어					
아트룸스 아트페어 서울					
대한민국 민화 아트페어					
아시아프(아시아대학생 청년작가미술축제)			국내		
대한민국미술제					
디자인아트페어					
서울모던아트쇼					
히즈아트페어					
블랑블루호텔아트페어			경기	작가 참가	국제
아트서울					
목우국제구상미술제					
서울컬렉터아트 페스티벌					
한국구상대제전					
안산국제아트페어	국내				
안산국제누드드로잉아트페어					
고양국제아트페어					
성남아트페어					
아트 경기					
아트 아시아	화랑 참가	국제			
아트에디션					
인천국제아트페어					국제
강화아트페어					
위드아트페어					
강원아트페어	국내				
대전국제아트쇼					
아트 청주		충청			
광주국제아트페어					
리빙아트&핸드메이드페어			전북		
단야국제아트페어					
부산국제화랑아트페어	화랑 참가				
아트부산					
부산국제아트페어					
BFAA부산미술협회 국제아트페어		작가 참가			
아트페어 언더 35			국제		
대구아트페어					
더 코스모 아트페어	경남				
경남국제아트페어					
통영아트페어					
아트 경주		경북			
포항호텔아트페어					
아트제주	화랑 참가				
제주아트페어			국제		
제주국제아트페어&페스티벌					

자료: 데일리시큐(2019)¹⁾; 문화체육관광부, 예술경영지원센터(2019); 아트아시아 홈페이지; 아트에디션 홈페이지

2) 공공 유통 영역 현황

- 2018년 기준 미술시장 공공 유통 영역의 총 작품 거래금액은 약 1,300억 원이고, 이 중 중복금액을 제외하면 약 1,240억 원임
- 건축물에 대한 미술 작품의 설치로 이루어진 거래가 약 1,065억 원으로 공공 영역 미술품 거래의 85.7%를 차지함
- 미술은행 제도로 발생한 거래 규모는 아트페어 매출 건을 제외하면 22.9억 원으로 공공 영역의 1.8%를 차지했으며, 244개의 미술관이 구입한 작품금액은 약 155억 원으로 공공영역 거래 규모 전체의 12.5%를 차지함

[표 2-6] 2018년 미술시장 공공 영역 작품거래 규모 - 작품거래금액 기준

(단위: 백만 원)

구분	거래금액(a)	중복금액(b)	계(a-b)		중복내용	
			백만 원	비율		
공공 영역	건축미술 작품	106,454	-	106,454	85.7	-
	미술은행	3,250	957	2,293	1.8	현장구입제(아트페어) 구입 작품 제외
	미술관 (N=244)	20,259	4,739	15,520	12.5	화랑·경매회사·아트페어 구입 작품 제외
계	129,963	5,696	124,267	100		

자료: 문화체육관광부·예술경영지원센터(2019)

- 공공 영역에서 이루어진 작품거래 규모를 거래된 작품 수를 기준으로 살펴보면 미술관(56.2%), 건축물에 대한 미술 작품의 설치(34.5%), 미술은행(9.3%)의 순임

1) 우진영(2019.5.20.). 위드아트페어 2019 인천 송도서 개최. 데일리시큐

[표 2-7] 2018년 미술시장 공공 영역 작품거래 규모 - 거래 작품 수 기준

(단위: 점)

구분	거래 수(a)	중복 수(b)	계(a-b)		중복내용	
			점	%		
공공영역	건축물 미술 작품	901	-	901	34.5	-
	미술은행	344	100	244	9.3	현장구입제(아트페어) 구입 작품 제외
	미술관 (N=244)	1,703	234	1,468	56.2	화랑·경매회사·아트페어 구입 작품 제외
계	2,948	344	2,613	100		

자료: 문화체육관광부·예술경영지원센터(2019)

(1) 건축물에 대한 미술 작품의 설치

- 2018년 시·도별 건축물에 대한 미술 작품의 설치 현황을 살펴보면 경기지역이 약 298억으로 거래금액이 가장 크고, 설치작품 수 또한 209점(23.2%)으로 가장 많았음([표 2-8] 참고)
- 다음으로는 경상남도 지역이 미술 작품 설치금액(122억 원)과 설치 수(109점)의 규모가 모두 큰 것으로 나타남
- 인천은 전국 시·도 중 세 번째로 건축물에 대한 미술 작품의 설치에 따른 거래 규모가 큰 지역으로 거래금액은 약 116억 원, 설치된 작품 수는 104점(11.5%)임

(2) 미술은행

- 2018년 국립현대미술관 미술은행 제도에 근거하여 발생한 미술 작품 거래 규모는 총 19.5억 원, 191점임([표 2-9] 참고)
 - 거래된 작품 중 서양화가 59.7%로 가장 큰 비중을 차지했고, 그다음으로는 한국화(13.6%), 사진(9.9%), 조각(8.9%) 순으로 나타남
- 정부 미술은행을 통한 작품 구입 규모는 약 13억 원(153점)이며, 관리가 전환된 작품이 3점으로 총 156점을 보유함([표 2-10] 참고)
 - 정부 미술은행에서 가장 많이 구입한 작품의 장르는 서양화(78점), 한국화(26점), 조각(16점), 사진(13점), 미디어(11점) 순임

[표 2-8] 2018년 시·도별 건축물에 대한 미술 작품 설치 현황

구분	전체	서울	부산	광주	대전	대구	울산	인천	강원	경기	충북	충남	경남	경북	전북	세종	제주
설치금액 (백만원)	106,454	1,900	9,630	591	1,586	2,896	1,808	11,562	4,937	29,782	7,914	8,713	12,216	4,402	2,789	3,810	1,919
설치작품 수(점)	901	12	85	6	12	28	31	104	72	209	51	61	109	38	32	25	26
비율(%)	100.0	1.3	9.4	0.7	1.3	3.1	3.4	11.5	8.0	23.2	5.7	6.8	12.1	4.2	3.6	2.8	2.9

[표 2-9] 2018년 국립현대미술관 미술은행 장르별 작품 구입 세부현황

구분	전체	한국화	서양화	판화	사진	조각	미디어	공예	서예	문인화
작품구입금액 (천 원)	1,960,000	188,600	1,228,400	6,000	176,200	161,800	173,000	7,000	6,000	3,000
구입 작품수(점)	191	26	114	1	19	17	10	2	1	1
비율(%)	100.0	13.6	59.7	0.5	9.9	8.9	5.2	1.0	0.5	0.5

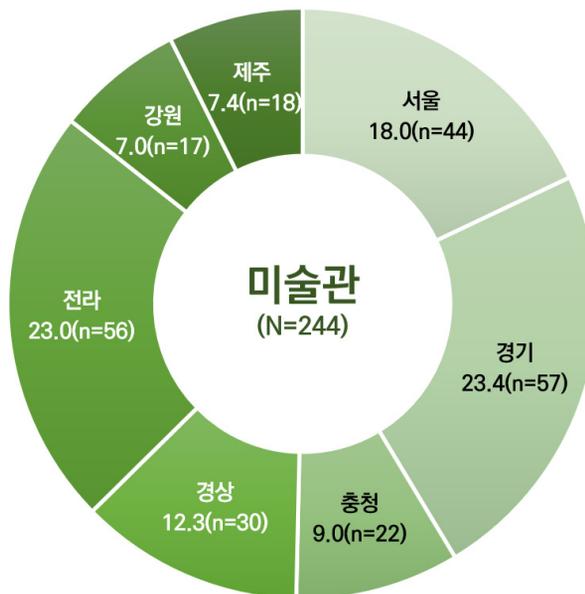
[표 2-10] 2018년 정부 미술은행 장르별 작품 구입 세부현황

구분	전체	한국화	서양화	서양화	판화	사진	조각	미디어	공예	서예	문인화
작품구입 작품구입 (천원)	1,299,990	158,790	789,100	3,700	80,500	159,200	90,400	11,300	4,000	3,000	
	153	26	78	3	13	16	11	4	1	1	
관리전환 작품수(점)	3	1	2	-	-	-	-	-	-	-	
계	156	27	80	3	13	16	11	4	1	1	

(3) 미술관

- 예술경영지원센터는 대인 면접 조사를 통해 미술관의 일반 및 작품 수집 현황 등을 조사하였고, 조사에 포함된 244개 미술관 중 101개(41.4%)가 서울·경기 지역에 위치함
- 그리고 전라지역에 56개(23.0%), 경상지역에 30개(12.3%), 충청지역에 22개(9.0%), 제주지역에 18개(7.4%), 강원지역에 17개(7.0%)의 미술관이 분포함
 - 2017년 전국 문화기반시설 총람 기준 국·공립 및 대학·사립 미술관을 대상으로 대인 면접 조사를 통해 미술관의 일반/종사자/사업/작품 수집/재정 현황 등을 조사함
 - 2017년 전국 문화기반시설에 인천 소재 미술관으로 송암미술관, 인천아트플랫폼, 더리미술관, 전원미술관이 포함되어 있으나, 송암미술관은 2007년 인천시립박물관 분관으로 편입되었고 인천아트플랫폼은 예술인 레지던시를 중심으로 한 전시공간으로 이용되고 있어서 예술경영지원센터 조사에 포함되지 않음
 - 강화군에는 개인이 설립한 전원미술관과 1996년 갤러리로 시작해 1999년 사립미술관으로 등록된 더리미술관이 있으나 작품 구입 등 미술시장에서의 활동 현황을 조사하는 '미술시장실태조사'에서는 제외됨

[그림 2-4] 2018년 지역별 미술관 분포 현황 (단위: %, 사례 수)



자료: 문화체육관광부·예술경영지원센터(2019)

- 2018년 미술관 연간 총 작품 구매 금액은 약 203억 원이고 지역별로 미술관 작품 구매 금액 규모를 살펴보면, 경기지역 99억 원, 경상지역 34억 원, 서울지역 29억 원 순으로 조사됨([표 2-11] 참고)
- 조사 대상 중 2018년 작품을 구입하지 않았다고 응답한 미술관은 서울(76.3%), 강원(75.2%), 경기(71.6%) 순으로 많았고, 제주도 지역이 41.5%로 가장 낮은 비율을 나타냄
- 미술관 운영 주체를 기준으로 현황을 살펴보면 국·공립 기관은 총 약 180억 원 규모의 작품을 구입했고, 대학·사립 미술관은 총 약 23억 원을 작품 구입에 사용한 것으로 조사됨
- 작품 금액대 별로 살펴보면 1천만 원 미만 작품에 대한 구입 사례가 가장 많음
- 다음으로, 미술관 연간 작품 구입 현황을 작품 수를 기준으로 살펴보면, 전국 미술관에서 2018년 한 해 동안 총 1,703점, 평균 20점을 구입함([표 2-12] 참고)
- 지역별로 구입한 작품 수를 살펴보면 경기지역 미술관이 666점으로 가장 많았고 경상 326점(평균 29.4점), 전라 261점(평균 10.7점), 서울 227점(평균 21.7점) 순으로 조사되었음
- 운영 주체별로 살펴보면, 2018년 미술관이 구입한 1,703점 중 70%에 달하는 작품을 국·공립 미술관이 구입하였고, 대학·사립 기관은 526점을 구입한 것으로 조사됨
 - 국·공립 미술관이 구입한 총 작품 수는 1,177점, 평균 42.2점임

[표 2-11] 2018년 미술관 연간 작품 구입 현황 - 작품 구입 금액 기준(전체)

구분	사례수	작품 금액																		합계 (백만 원)
		작품구입 없음		1천만원 미만		1~2천만원 미만		2~5천만원 미만		5천만~1억 원 미만		1~5억 원 미만		5~10억 원 미만		10억 원 이상				
		사례수	비율 (%)	사례수	비율 (%)	사례수	비율 (%)	사례수	비율 (%)	사례수	비율 (%)	사례수	비율 (%)	사례수	비율 (%)	사례수	비율 (%)			
계	244	159	65.3	25	10.2	13	5.4	18	7.5	5	2.0	14	5.8	6	2.3	4	1.6	20,259		
지역	서울	44	76.3	1	2.7	-	-	3	5.7	1	2.9	3	7.7	1	2.8	1	2.0	2,901		
	경기	57	71.6	4	7.3	3	4.9	4	6.7	-	-	3	5.8	1	1.9	1	1.7	9,856		
	충청	22	64.3	4	18.7	1	6.5	-	-	-	-	1	5.3	1	5.3	-	-	1,204		
	경상	30	63.0	1	4.4	2	7.9	3	10.5	1	4.1	-	-	1	3.4	2	6.8	3,402		
	전라	56	56.4	11	19.0	5	8.1	4	7.9	1	2.6	2	4.1	1	1.9	-	-	1,604		
운영 주체	강원	17	75.2	2	12.4	2	12.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	53		
	제주	18	41.5	1	7.2	-	-	4	24.6	1	5.2	4	21.5	-	-	-	-	1,240		
	국·공립	70	60.2	1	1.7	1	1.5	5	7.0	1	1.3	12	16.6	4	6.2	4	5.5	17,972		
대학·사립	174	67.3	24	13.6	12	7.0	13	7.7	4	2.3	2	1.4	1	0.7	-	-	2,287			

자료: 문화체육관광부·예술경영지원센터(2019)

[표 2-12] 2018년 미술관 연간 작품 구입 현황 - 구입 작품 수 기준(전체)

구분	사례수	작품 판매 수														평균	증양값	합계
		작품구입 없음		1~5점 미만		5~10점 미만		10~20점 미만		20~50점 미만		50~100점 미만		100점 이상				
		사례수	비율 (%)	사례수	비율 (%)	사례수	비율 (%)	사례수	비율 (%)	사례수	비율 (%)	사례수	비율 (%)	사례수	비율 (%)			
계	244	159	65.3	35	14.4	15	6.0	19	7.6	11	4.6	2	0.9	3	1.3	20.1	6	1,703
서울	44	34	76.3	6	13.4	-	-	1	2.7	3	5.7	-	-	1	2.0	21.7	3	227
경기	57	41	71.6	4	6.8	3	4.9	6	11.0	2	3.9	-	-	1	1.7	41.2	12	666
충청	22	14	64.3	6	25.1	-	-	1	5.3	-	-	1	5.3	-	-	15.4	2	121
경상	30	19	63.0	2	6.4	1	4.4	2	7.9	4	14.2	-	-	1	4.1	29.4	18	326
전라	56	32	56.4	11	18.8	6	10.7	6	10.1	1	2.1	1	1.9	-	-	10.7	6	261
강원	17	13	75.2	4	24.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.5	4	15
제주	18	7	41.5	3	17.2	4	24.7	2	11.1	1	5.5	-	-	-	-	8.3	6	87
국·공립	70	42	60.2	7	10.1	2	2.7	7	10.7	7	10.6	2	3.2	2	2.6	42.2	18	1,177
대학·사립	174	117	67.3	28	16.1	13	7.3	11	6.4	4	2.1	-	-	1	0.7	9.3	5	526

자료: 문화체육관광부·예술경영지원센터(2019)

3. 미술시장 관련 지원정책 여건

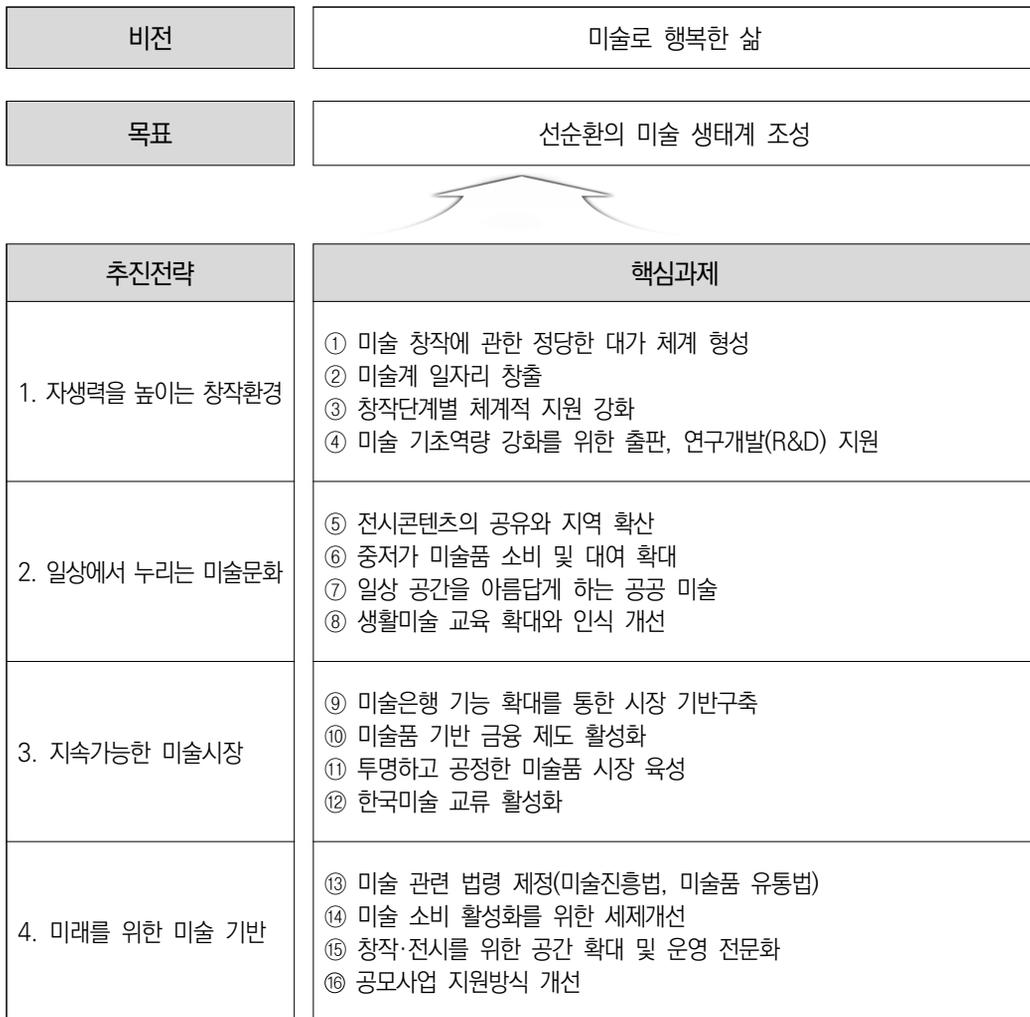
1) 미술진흥 중장기계획

- 2018년 문화체육관광부는 미술 창작자가 안정적인 환경 속에서 창작활동을 하고, 미술 향유자는 일상 속에서 미술품을 쉽게 향유하며, 미술 매개자가 공정한 시장 환경 속에서 전문성을 발휘할 수 있도록 지원하고자 ‘미술진흥 중장기계획(2018~2022)’을 발표하였음
- 미술진흥 중장기계획(2018~2022)은 ‘미술로 행복한 삶’을 비전으로 수립하고, 선순환의 미술 생태계를 조성한다는 목표와 이를 따르는 4개의 추진전략 및 16가지의 핵심과제를 설정하였음
- 첫 번째 추진전략인 ‘자생력을 높이는 창작환경’은 미술 창작환경으로 창작자의 정당한 권익 보장, 미술계 직업군 세분화·전문화 및 신직무군 양성의 필요성과 경력에 따른 전략적 지원체계 미흡, 미술 기초연구 부족 등의 문제를 배경으로 수립되었으며 4개의 핵심과제를 담음
 - 첫 번째 핵심과제인 ‘미술 창작에 관한 정당한 대가 체계 형성’에는 미술 작가 보수제 확대·제도화, 미술 분야 표준계약서 도입, 미술품 재판매에 관한 보상청구권 도입이 제시되었음
 - 두 번째 핵심과제인 ‘미술계 일자리 창출’은 신진작가 육성을 위한 화랑의 전속 작가제 지원(매년 100명), 전문화된 전시시스템 도입으로 일자리 창출(매년 300명), 미술평론 전문화 등의 과제를 포함함
 - 세 번째 핵심과제인 ‘창작단계별 체계적 지원 강화’에는 작가의 경력단계별로 체계적·맞춤형 지원을 강화하고 작품 기획에서 전시까지 연속적으로 지원할 수 있는 구조로 개편한다는 내용이 제시됨
 - 네 번째 핵심과제인 ‘미술 기초역량 강화를 위한 출판, 연구개발(R&D) 지원’은 미술분야 담론 활성화를 위한 국내·외 출판 지원과 미술 연구개발 지원체계를 구축한다는 내용을 포함함

- 두 번째 추진전략인 '일상에서 누리는 미술 문화'는 중저가 미술 작품 소비 확대의 필요성과 낮은 전시 관람률, 미술 공교육의 약점을 보완하고자 수립되었으며, 이를 위한 4가지의 핵심과제가 제시되었음
 - 핵심과제인 '전시콘텐츠의 공유와 지역 확산'에는 지역의 전시콘텐츠 및 전시공유플랫폼과 미술 통합 전산망을 구축한다는 내용이 제시됨
 - '중저가 미술품 소비 및 대여 확대'에는 미술 소비층 확대를 위해 미술품 구매에 대한 무이자 할부 지원, 작가 미술 장터 확대, 작품가격 공개 유도를 제기함
 - '일상 공간을 아름답게 하는 공공미술'에서는 건축물 미술작품 제도개선과 마을 미술 사업 개선, 작가 중심의 메이커 스페이스 구축 사업이 제시됨
 - '생활미술 교육 확대와 인식개선'을 위해 미술 관련 교과과정 지원 및 미술 교사 교육지원, 미술관 체험 프로그램 확대, 미술주간 프로그램 다양화를 추진하고자 함
- 세 번째 추진전략은 '지속가능한 미술시장'으로 미술은행 기능의 한계, 미술품 보험금 부담 문제와 미술품 유통업 제도화의 필요성, 불공정 거래 관행 개선 등을 배경으로 수립되었으며, 이를 위한 4가지의 핵심과제를 제시함
 - '미술은행 기능 확대를 통한 시장 기반구축'은 정부미술품에 대한 전문적 자산 관리, 미술은행의 미술품 대여, 지역 미술은행 설립 및 공공수장고 운영 지원이 제시됨
 - '미술품 기반 금융 제도 활성화'는 미술품 보험제도 개선과 미술품 투자 및 담보 보증 지원으로 추진할 예정임
 - '투명하고 공정한 미술품 시장 육성'의 내용에는 화랑업·경매업 등록제와 미술품 감정업의 등록제 도입, 미술 분야 저작권 시장 활성화를 포함함
 - '한국미술의 교류 활성화를 위해 국제 교류 활성화를 위한 레지던시 지원 확대, 한국미술의 해외 전시 지원 확대, 남북 미술 교류 활성화를 추진할 예정임
- 네 번째 추진전략은 '미래를 위한 미술 기반'으로 미술진흥을 위한 법령 부재, 미술 소비 부진, 미술 관련 공간 부족, 행정적 불편 등의 문제를 배경으로 설정되었고, 4가지의 핵심과제를 제시함
 - '미술 관련 법령 제정'은 미술 진흥법(안) 제정, 미술품의 유통 및 감정에 관한 법률(안) 제정을 내용으로 함

- '미술 소비 활성화를 위한 세제개선'에는 문화접대비에 소액 미술품 추가, 문화비 소득공제 전시 관람비 추가, 상속자의 납세 편의성을 위한 상속세 물납 도입이 있음
- '창작·전시를 위한 공간 확대 및 운영의 전문화'를 도모하고자 유희 산업공간의 문화 공간화, 세종 국립박물관단지 내 국립 디자인 박물관 조성, 기존 공공 미술관 운영의 전문화를 추진할 예정임
- '공모사업 지원방식 개선'을 위해 관련 서식 간소화와 더불어 지원사업 공모 기간의 확대 등을 추진할 계획임

[그림 2-5] 미술진흥 중장기계획(2018~2022)의 목표 및 추진전략



자료: 문화체육관광부(2018.4.), p.6

2) 예술경영지원센터의 미술시장 활성화 지원사업

- 예술경영지원센터는 예술 유통의 활성화와 예술기관의 경쟁력 강화를 종합적이고 체계적으로 지원함으로써 예술 현장의 자생력을 제고한다는 목적으로 2006년에 설립되었음(예술경영지원센터 홈페이지)
- 예술경영지원센터의 추진 사업은 크게 세 분야(‘예술 현장 성장기반 조성’, ‘공연시장 활성화 지원’, ‘미술시장 활성화 지원’)로 구분되며, 본 절에서는 센터의 미술시장 활성화 지원사업의 내용을 살펴봄
- 예술경영지원센터의 미술시장 활성화 지원사업은 총 12개로 ‘시각예술 실태조사’, ‘미술품 감정 및 유통기반 구축’, ‘미술주간’, ‘한국 미술시장 정보시스템’, ‘미술품 해외시장 개척지원’, ‘작가 미술 장터 개설 지원’, ‘한국미술 글로벌 플랫폼(더아트르)’, ‘한국미술 해외출판 지원’, ‘예비 전속 작가제 지원’, ‘한국 미술담론 창출’, ‘아트페어 등 활성화 지원’, ‘미술품 대여사업 지원’임
- ‘시각예술 실태조사’ 사업은 국내 미술시장 거래 규모, 화랑, 경매회사, 아트페어, 미술관 등의 작품 유통현황 및 운영실태, 전시현황, 해외 미술시장 등을 조사하여 시각예술 활성화 정책 마련을 위한 기초 자료를 제공함
- 센터는 ‘미술품 감정 및 유통기반 구축’ 사업으로 체계적이고 종합적인 미술품 감정 및 유통 기반구축을 위한 감정·유통·매개 인력 양성 및 연구 사업을 지원함
- ‘미술주간’은 10월 문화의 달을 맞이해 미술에 관한 관심을 높이고 범 미술계 및 국민 모두가 참여할 수 있는 국내 최대 미술축제를 운영하는 것으로 전국 미술 공간과 협력하여 다채로운 연계행사와 프로그램을 진행함
- ‘한국 미술시장 정보시스템’은 국내 미술 작품의 거래정보 및 시장분석과 화랑, 경매, 아트페어의 전시 및 행사 정보를 제공하는 사업임
- ‘미술품 해외시장 개척지원’ 사업은 한국미술의 해외시장 진출과 프로모션을 위한 아트페어 참가와 기획전시를 지원함
- ‘작가 미술 장터 개설 지원’은 직거래 미술 장터를 개설하여 미술시장 진입장벽이 높은 작가들의 미술품 판매 판로개척을 지원함

- ‘한국미술 글로벌 플랫폼(더아트로)’ 사업은 한국 현대미술 정보를 영문으로 제공하는 글로벌 온라인 플랫폼으로 미술 현장의 최신 담론, 뉴스, 동영상, 작가, 공간, 전시, 일정 등의 정보를 제공함
- ‘한국미술 해외출판 지원’ 사업은 한국미술에 대한 접근성과 인지도 제고를 위해 해외출판을 지원하고 번역을 위한 다국어 용어집을 제작함
- ‘예비 전속 작가제 지원’ 사업은 전업 작가에게 안정적인 창작환경을 제공하고 화랑이 체계적인 작가 발굴 및 육성 기반을 조성할 수 있도록 전속 작가제를 지원함
- ‘한국 미술담론 창출’은 한국미술 분야의 담론 활성화를 위한 연구를 진행하고 관련 세미나를 개최하며, 비평가-매체 매칭을 통한 비평가의 활동을 지원함
- ‘아트페어 등 활성화 지원’은 국내 아트페어 및 비엔날레에 대한 평가를 시행하여 행사 발전을 위한 피드백을 제공하고 다음 해 지원사업 추진의 근거를 마련함
- ‘미술품 대여사업 지원’은 ‘미술 공유 서비스 누리집(k-artsharing.kr)’을 통해 작가, 화랑, 대여업체를 홍보하고 작가와 화랑·대여업체 간 매칭 플랫폼을 제공함
- 이처럼 예술경영지원센터는 미술시장에 대한 기반구축, 기초조사를 시행하고 시장 활성화와 작품대여 및 소비를 진작하기 위한 사업을 다방면으로 추진함
- 따라서 지역의 미술시장 활성화 사업과 센터의 사업을 연계·추진하는 방안 마련이 필요할 것으로 사료됨

[표 2-13] 예술경영지원센터의 미술시장 활성화 지원사업

사업명	사업내용
시각예술 실태조사	<ul style="list-style-type: none"> • 미술시장 유통 영역 및 공공 영역 조사 : 국내 유통 영역 및 공공 영역의 작품 판매·구입 현황, 재정 현황, 종사자 현황 등 부문별 사업 운영실태 제공 • 미술시장 전시영역 조사 : 국내 화랑과 미술관의 전시개최 현황, 관람객 현황, 청년·신진 작가 전시현황 등 전시 운영실태 제공
미술품 감정 및 유통기반 구축	<ul style="list-style-type: none"> • 미술품 감정·유통·매개 인력 양성지원 : 근현대 미술품 감정 및 유통·매개 인력의 체계적인 육성을 지원하고 해외 선진 기관과의 협력을 통해 전문인력의 국제적인 전문성 함양과 네트워크 확장 • 미술품 감정·유통지원 : 미술품 감정 및 유통 기반구축, 미술품에 대한 과학적 분석과 감정 연계 연구 및 감정 체계 마련 연구 지원 • 작가 디지털 아카이빙 : 원로작가의 화업 정리 및 연구 지원을 통한 한국 근현대미술의 디지털 자료를 구축하고, 국제적으로 통용되는 한국미술 디지털 자료생성을 통해 한국 작가 해외 홍보 지원
미술주간	<ul style="list-style-type: none"> • 미술 여행 프로그램 : 미술 향유 기회 확대 및 소비 증진을 위해 전문 인솔자와 함께 전국의 다양한 전시공간 및 화랑들을 방문하는 미술 여행 운영 • 미술주간 연계 프로그램 지원 : 미술주간 기간 내 다채로운 미술 행사를 개최하고 지역 내 미술 관련 콘텐츠를 개발·확대 • 미술주간 통합패스 : 전국 비엔날레 및 아트페어를 합리적인 가격으로 편리하게 관람할 수 있도록 구성된 통합권 운영 • 대국민 참여 행사 : 미술주일을 알리고 일반 시민 누구나 일상 속 미술을 체험할 기회 마련
한국 미술시장 정보시스템	<ul style="list-style-type: none"> • 미술 작품 거래정보 분석 : 국내 미술시장을 통해 거래된 미술 작품의 정보와 데이터 기반 월간, 반기, 연간 시장분석 자료제공 • 미술시장 정보 : 국내 화랑, 경매회사, 아트페어의 전시, 경매, 작가, 작품 정보를 제공하고 공공기관의 시각예술 분야 정부지원 공모사업 안내
미술품 해외시장 개척지원	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 아트페어 참가 지원 : 해외 미술 기관과 아트페어를 활용해 한국미술의 효율적 홍보와 해외 판로개척을 지원 • 해외기관 초청·협력 전시 지원 : 한국 작가들의 해외 진출 지원을 강화하기 위해 해외 미술 기관으로부터 직접 지원 신청을 받음
작가 미술 장터 개설 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 서울·부산 미술 장터 지원 : 민간단체가 주관하여 기획·운영하고자 하는 서울, 부산 지역의 중·소규모 미술 장터 개설 지원 • 서울·부산 외 미술 장터 지원 : 민간단체가 주관하여 기획·운영하고자 하는 서울·부산 외 지역의 중·소규모 미술장터 개설 지원
한국미술 글로벌 플랫폼 (더 아트로)	<ul style="list-style-type: none"> • 한국미술 글로벌 플랫폼 '더 아트로(The Artro)' 기획·운영 : 한국 현대미술의 최신 이슈, 전시, 작가 소개를 통한 전문적인 국제교류 및 해외 프로모션을 지원하는 온라인 플랫폼 • 국내·외 매체 협력 및 네트워크 구축 : 국내·외 시각예술 분야 매체와의 협력을 통해 전문적이고 다각화된 한국미술 콘텐츠 제공
한국미술 해외출판 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 한국미술 해외출판 집필·출판·배포지원 : 한국미술 서적의 출판을 위한 단계별 지원을 통해 효과적으로 도서가 해외에서 출판되고 주요 기관에 배포될 수 있도록 집필 및 번역지원, 출판지원, 배포지원 사업 운영 • 시각예술 도록·자료 번역지원 : 해외에서 진행되는 시각예술 행사를 위한 한국미술 소개자료 번역지원 • 한국미술 다국어(영·중·일) 용어사전 제작 : 한국미술 자료에 접근하는 외국인에게 올바른 정보 전달 및 기초 자료를 배포하기 위해 한국미술 주요 용어의 외국어 표기지침을 마련하여 번역 권고안을 제안하며, 외국어 자료제공

사업명	사업내용
예비 전속 작가제 지원	<ul style="list-style-type: none"> • <u>예비 전속 작가제 지원(작가 공모)</u> : 화랑과 전속계약을 원하는 작가 지원 • <u>예비 전속 작가제 지원(화랑 공모)</u> : 작가 공모를 통해 선정된 작가와 전속계약을 맺은 단체에게 전속작가의 창작 지원금 및 홍보비 지원 • <u>우수 전속화랑 기획전 개최 지원</u> : 전문가 평가를 바탕으로 선정된 우수 전속화랑의 작가를 대상으로 국내 대규모 기획전 개최를 통해 전속작가 프로모션 지원
한국미술 담론 창출	<ul style="list-style-type: none"> • <u>한국미술 담론 연구</u> : 한국 현대미술 담론 연구 및 확장을 위한 자료 검토, 출판물을 제작, 공유하기 위한 세미나 개최 • <u>시각예술 비평가-매체 매칭 지원</u> : 비평인력의 전문성 함양과 매체의 비평 활동 활성화 매칭 지원
아트페어 등 활성화 지원	<ul style="list-style-type: none"> • <u>아트페어·비엔날레 평가 운영</u> : 국제 아트페어·비엔날레를 대상으로 평가를 시행하여 행사 운영에 대한 피드백 및 차기년도 정부 지원 근거로 활용할 수 있는 평가 결과 제공 • <u>아트페어 활성화 지원</u> : 국내 아트페어의 해외 홍보·마케팅 프로그램을 통해 해당 아트페어의 시장성과 대외 경쟁력 강화 지원
미술품 대여사업 지원	<ul style="list-style-type: none"> • <u>미술품 대여·전시 지원</u> : 국민의 미술품 향유·소장 문화를 확산하고 신진작가의 미술시장 진출 확대를 위해 화랑·대여업체의 공공시설 대상 미술품 대여·전시 지원 • <u>아트페어 신진작가 특별전 지원</u> : 신진작가의 미술시장 진출 확대를 위한 아트페어 내 신진작가 특별전 개최 지원 • <u>미술 공유 서비스 누리집(k-artsharing.kr) 운영</u> : 미술작가, 작품, 화랑, 대여업체에 대한 정보를 제공하고 미술작가와 화랑, 대여업체 간의 온라인 매칭 서비스를 제공

자료: 예술경영지원센터 홈페이지(검색: 2020.8.10.)

4. 소결

❖ 미술시장의 균형적 성장 유도 필요

- 미술시장은 주요 유통 영역과 공공 유통 영역으로 구분되고, 주요 유통 영역 중 화랑을 1차 미술시장, 경매는 1차 미술시장에서 거래된 작품들에 대한 2차 시장으로 정의되며 아트페어는 1차 시장으로부터 파생된 시장으로 봄
- 이처럼 전통적인 미술시장의 구조가 형성되어 있어서 화랑을 거치지 않고 경매시장을 통한 작가의 작품 판매만을 공공에서 지원한다면 오히려 시장의 균형적 성장을 저해할 수 있음
- 즉, 작가의 다양한 미술시장 진출 판로개척을 지원한다는 면에서 미술품 경매 영역을 지원하되, 지역의 미술시장 활성화 사업을 통해 균형적인 미술시장이 성장할 수 있도록 경매를 포함한 다양한 유통 영역으로 지원사업의 폭을 확대해야 함

❖ 미술품 경매 운영 주체와 방식의 다각화 유도 필요

- 미술시장의 변화 추이를 살펴본 결과, 미술시장에서 중저가 미술품 거래가 확대되고 있으며 주요 유통 영역 중 미술품 경매시장이 가장 큰 성장세를 나타냄
- 한편, 경매회사는 10곳에 불과하지만, 주요 유통 영역에서 작품거래 금액을 기준으로 46.7%를 차지하고, 거래 작품 수 기준으로는 54.0%를 차지함
- 이는 경매시장은 성장하고 있으나 소수 경매회사에 거래가 집중되어 있다는 것을 의미함
- 따라서 공공에서 미술시장 활성화 사업을 추진할 때 미술품 경매시장에 다양한 주체가 참여할 수 있는 여건을 조성하고, 경매를 통한 중저가 미술품 거래를 촉진하여 신규 소비층을 확보하는 방안을 마련해야 할 것으로 사료됨

❖ 미술품 공공 유통 영역의 거래 성과공유 활성화 필요

- 우리나라 공공 유통 영역의 미술시장 현황을 작품거래 기준으로 살펴보면, 건축물에 대한 미술 작품의 설치로 인한 거래금액이 전체의 85.7%를 차지하고 있고, 거래 작품 수를 기준으로 살펴보면 미술관이 56.2%를 차지함

- 그러나 「문화예술진흥법」에 근거해 건축물에 설치된 미술 작품에 대한 홍보나 활용은 적극적으로 이루어지고 있지 않아 이에 대한 개선이 필요함
- 또한, 미술관의 소장품을 활용한 기획전시와 교육 및 체험 프로그램 등을 운영하여 다각적으로 공공 유통 영역에서 거래된 미술품을 홍보·활용해 소장품에 대한 시민의 접근성과 이해 기회를 확대해야 함

❖ 서울의 미술품 유통 주체와 연계한 미술시장 활성화 방안 마련 필요

- 국내 화랑의 56.5%, 경매회사의 80%가 서울에서 운영되고 있고, 미술관의 41.4%가 서울과 경기지역에 소재하며 국내에서 개최되는 아트페어의 상당수가 서울에서 개최되고 있음
- 이처럼 인천과 인접한 서울과 경기지역에 미술품 유통과 관련한 자원이 집중된 것은 상대적으로 인천시 미술시장의 성장을 제약하는 단점으로 평가됨
- 그러나 이러한 약점을 역으로 활용하여 인천시와 근거리에 있는 다양한 미술품 유통 주체와 인천시 예술인을 연계하는 방식으로 예술인의 미술시장 진출 판로를 개척해 나간다면 인천시 미술시장 생태계 형성에 일정 부분 기여할 수 있을 것임

❖ 선순환하는 미술 생태계 조성 필요

- 2018년 문화체육관광부가 발표한 ‘미술진흥 증장기계획’에 담긴 핵심과제와 연계해 지역의 미술시장 활성화 사업을 추진한다면 선순환하는 미술 생태계를 조성하는데 이바지할 수 있을 것임
 - 문화체육관광부의 증장기계획은 ‘자생력을 높이는 창작환경’, ‘일상에서 누리는 미술 문화’, ‘지속가능한 미술시장’, ‘미래를 위한 미술 기반’이라는 추진전략을 따르는 핵심과제를 제시함
- 이와 관련하여 첫째, 예술인의 미술시장 진출을 위한 판로개척 지원사업이 필요하며, 미술품을 거래하는 과정에서 예술인이 정당한 대가를 받을 수 있는 거래 체계 구축이 이루어져야 함

- 둘째, 중저가 미술품 거래 활성화 방안을 마련해 미술품 소비와 소장 문화를 활성화하고, 생활미술 교육 확대 및 전시공간 확충을 통해 미술품 전시와 시장에 대한 시민의 관심을 제고해야 함
- 마지막으로, 미술시장에 대한 신뢰를 높이고 지역 실정에 맞는 미술시장 육성방안이 마련될 수 있도록 미술품 유통에 관한 제도를 보완해야 할 것임

❖ 예술경영지원센터 사업을 통한 지역 미술시장 활성화 지원 필요

- 문화체육관광부 산하 공공기관인 예술경영지원센터는 미술시장 실태조사 시행, 한국 미술시장 정보시스템 구축·운영을 포함해 다양한 미술시장 활성화 지원사업을 추진함
- 이와 같은 예술경영지원센터의 사업을 활용한다면 지역의 미술시장을 활성화하는데 직간접적인 지원을 받을 수 있을 것이라 예상함
- 특히, 예술경영지원센터가 추진하는 미술품 감정·유통·매개 인력 양성사업과 연계한 교육 프로그램의 추진은 지역에 유통인력 양성 프로그램을 도입하는 데 도움이 될 것임
- 그리고 센터의 미술주간에 적극적으로 참여해 지역의 전시공간과 미술 관련 프로그램, 예술인을 홍보하고 소규모 미술 장터 지원사업 및 미술품 대여사업을 참고하여 미술시장에 대한 시민의 접근성을 향상할 필요 있음

인천시 미술시장 현황분석과 진단



인천시 미술시장 현황분석과 진단

1. 조사 개요

- 인천시 미술시장 여건을 파악하고자 화랑·전시시설의 현황과 전시 개최현황을 조사함
- 미술품 경매를 위해 인천시에서 운영되고 있는 민간 전문기관은 없는 것으로 파악되어, 부평구문화재단에서 운영하는 미술품 경매 프로그램인 '부평 옥션'을 조사함
- 다음으로, '2019 미술시장실태조사'에서 수집된 인천시에서 개최된 아트페어의 추진 주체와 출품 수를 살펴보고, 건축물에 대한 미술 작품의 설치에 관한 법률에 따라 인천에 설치된 작품 수의 현황을 살펴봄
- 이어서 인천문화재단의 인천 미술 활성화 사업의 내용과 한국예술인복지재단에서 파악하고 있는 인천지역 미술 분야 예술인 현황을 검토함
- 마지막으로, 문화체육관광부의 '2019 국민 문화예술 활동 조사'를 활용해 인천시민의 미술 분야 향유와 경험, 관심 정도 등의 실태를 분석함

[표 3-1] 미술시장 현황 조사 개요

구분	조사내용
전시시설(화랑·미술관) 및 전시 경매	• 화랑·미술관 등의 전시시설과 전시개최 현황 • 부평구문화재단의 미술품 경매 자선사업인 '부평 옥션'
아트페어	• '2019 미술시장실태조사'가 수집한 아트페어 자료 중 인천시 내에서 개최된 아트페어 개최 결과
건축물에 대한 미술 작품의 설치	• 건축물에 대한 미술 작품의 설치를 규정한 「인천시 문화예술진흥 조례」 • 법률 및 조례에 근거해 설치된 미술 작품 현황
인천 미술 활성화 사업 (인천 미술은행)	• 인천문화재단이 미술 부문 활성화를 위해 인천 연고 작가의 작품을 구입하고, 구입한 미술품을 대여하거나 전시하는 사업
시각예술 분야 예술인	• 시각예술 분야 예술인 수
인천시민의 문화예술 활동 실태	• '2019 국민 문화예술 활동 조사'를 활용해 인천시민의 미술 분야 향유·경험·관 심 정도 실태 분석

2. 인천시 미술시장 여건

1) 전시시설 및 전시

❖ 전시시설 현황

- 예술경영지원센터의 ‘2019 미술시장실태조사’는 (사)한국화랑협회 및 지역 화랑협회 회원 화랑과 2007년 이후 국내에서 개최된 아트페어에 1회 이상 참가한 화랑을 토대로 전국의 화랑 분포를 자료화함(문화체육관광부·예술경영지원센터, 2019)
 - 예술경영지원센터는 협회 회원, 아트페어 참가 현황에서 중복 사항을 확인해 모집단에서 제외하였고, 2018년도를 기준으로 운영이 중단된 곳과 폐업한 화랑은 조사에서 제외함
- 이러한 기준을 근거로 화랑 현황에 대한 조사를 시행한 결과, 전국의 460곳(2018년 기준)의 화랑이 운영되고 있는 것이 확인되었고 인천에는 총 2곳(코스모스 갤러리, 김가빈 아트 갤러리)이 조사 기준에 부합하는 화랑으로 조사됨
- 나아가 본 연구는 인천문화재단이 제공하는 자료를 활용하여 미술관과 화랑을 포함해 시각예술 작품의 전시가 이루어지고, 시민의 작품 관람 경험을 가능하게 하는 인천 내 전시공간의 현황을 정리함
- 자료를 취합한 결과, 인천시 전역에 총 74곳의 전시시설이 있는 것을 알 수 있었음
- 지역별 전시시설 현황을 보면, 중구 18곳, 동구 3곳, 미추홀구 11곳, 연수구 12곳, 남동구 5곳, 부평구 6곳, 계양구 4곳, 서구 2곳, 강화군 13곳으로 중구에 가장 많은 전시시설이 있고, 서구의 전시시설 수가 가장 적은 것으로 나타남

[표 3-2] 인천시 전시시설 현황

지역	시설명	개관(설립)연도
중구(18곳)	선광미술관	2013
	플레이스막 인천 1층, 2층	2018
	송림아뜨렛길 갤러리	2015
	갤러리GO	2014
	스페이스아도	2014
	임시공간	2016
	관동 갤러리	2015
	파라다이스 아트스페이스	2018
	인하대병원 갤러리	2008

지역	시설명	개관(설립)연도
	구)제물포구락부	2007
	인천학생교육문화회관 가온갤러리	2004
	인천아트플랫폼 B동 갤러리, 창고갤러리	2009
	한중문화관 전시실	2005
	북성동갤러리 또는 헤이루체	2016
	잇다스페이스	2015
	미추홀문화회관	2018
	인천중구문화회관 전시실	2012
	칠통마당 갤러리 디딤	2016
동구(3곳)	사진공간 배다리	2012
	인천문화양조장(구스페이스빔)	2007
	우리미술관	2015
미추홀구(11곳)	파티움아트갤러리	2017
	해원갤러리	2005
	송암미술관	2011
	제물포갤러리	2017
	수봉문화회관 전시실	1982
	OCI 레지던스 창작스튜디오(8개)	2011
	인천 신세계 갤러리	1997
	인천 롯데 갤러리	2019
	공간 틈	2014
	채움갤러리(인천 구치소)	2012
	인천 지방 검찰청 갤러리	2011
연수구(12곳)	작은 갤러리(원인재역)	2012
	인천평생학습관 갤러리 나무, 다솜	2008
	아트스페이스 인	2016
	인천경제자유구역청 G타워 갤러리	2013
	갤러리 디반	2015
	문화의 집 어린이미술관	2014
	연수갤러리	2012
	트라이볼 다목적 전시실	2012
	스퀘어원 인천점 문화홀	2012
	리부스갤러리(인천카톨릭대학교)	2010
	진달래 생활문화센터 갤러리홀	2017
	더샵갤러리	2014
남동구(5곳)	가천갤러리(가천대 길병원)	2016
	인천대공원 제1전시실, 제2전시실	2008
	미목갤러리	2015

지역	시설명	개관(설립)연도
	남동소래아트홀 갤러리화소	2011
	인천종합문화예술회관	1994
부평구(6곳)	구울담갤러리(구울담치과)	2002
	인천여성가족재단 전시실	1994
	굴포갤러리(부평구청)	2012
	부평구청역 작은갤러리	2013
	부평생활문화센터 다목적홀	2017
	부평아트센터 갤러리꽃누리	2010
계양구(4곳)	계양아트갤러리(계양구청)	2011
	갤러리 란(세종병원)	2017
	계양문화회관 전시실	1996
	지누리움(경인교육대학교)	2018
서구(2곳)	서구문화회관 전시실	2013
	예술반점 길림성	2018
강화군(13곳)	코스모스 갤러리	2002
	한두뽀 1.2 미술관	2017
	강화미술관	2012
	박진화미술관	2009
	해트뮤지움	2013
	사진공간 틈	2015
	Art Space 그린힐리데이	2010
	더리미미술관	1996
	갤러리 더 웨이	2011
	전원미술관	1995
	심은미술관	2000
	맘커피갤러리	2015
	갤러리 드 플로르	2016
계(74곳)		

주 : 인천문화재단에서는 전시실별로 전시공간을 구분하였으나, 본 연구는 기관을 중심으로 전시시설을 정리함. 즉 문화재단의 문화시설편람은 강화미술관의 대전시설과 소전시실을 구분하여 정리하였으나 본 연구는 두 개의 전시실을 강화미술관 한 곳으로 분류하는 방식으로 전시시설 현황을 정리함

자료: 인천문화재단(2019), 문화예술연감 중 문화시설편람; 갤러리 드 플로르 직접문의; 인천시청 홈페이지; 뉴스1(2012)²⁾; 인하대병원 홈페이지; 연합뉴스(2014)³⁾

2) 주성남(2012.7.9.). 인천 부평, 사랑나눔 전 개최, 뉴스1

3) 윤태현(2014.3.7.). 인천 연수구 문화예술 공간 '아트 플러그' 개관, 연합뉴스

❖ 전시 개최현황

- 전시 개최현황은 한국문화예술위원회의 ‘2019 문예연감’을 통해 파악함
- 2018년 기준으로 전국에서 개최된 전시 건수는 약 1.5만 건으로 그 중 서울지역에서 개최된 전시가 전체의 41.5%(6,312건)를 차지하는 것으로 나타났음
 - 서울에서 개최된 전시 중 일반 시각예술 분야가 6,199건으로 대부분을 차지함
- 경기지역의 전시 건수가 1,700건(11.2%)으로 서울에 이어 전시개최 건수가 많았고, 다음으로 부산 942건(6.2%), 대구 850건(5.6%) 순으로 나타났음
- 인천지역의 총 전시 건수는 620건으로 이는 17개 시·도 중 다섯 번째로 많은 전시가 개최된 것이나, 전시가 서울지역에서 집중되었기 때문에 전국 전시 건수 중 인천시에서 개최된 전시의 비중은 4.1%에 불과함

[표 3-3] 시·도별 전시 건수(2018년 기준)

(단위: 건, %)

지역	시각예술		융합								계	
			융합 (+공연예술)		융합 (+문학)		융합 (+공연예술, 문학)		소계			
	전시 건수	비율	전시 건수	비율	전시 건수	비율	전시 건수	비율	전시 건수	비율	전시 건수	비율
서울	6,199	41.6	24	47.1	88	39.8	1	33.3	113	41.1	6,312	41.5
경기	1,669	11.2	7	13.7	24	10.9	0	0	31	11.3	1,700	11.2
부산	923	6.2	4	7.8	15	6.8	0	0	19	6.9	942	6.2
대구	843	5.7	1	2	6	2.7	0	0	7	2.5	850	5.6
인천	605	4.1	7	13.7	8	3.6	0	0	15	5.5	620	4.1
강원	610	4.1	1	2	9	4.1	0	0	10	3.6	620	4.1
전북	593	4	1	2	10	4.5	0	0	11	4	604	4.0
광주	582	3.9	1	2	4	1.8	0	0	5	1.8	587	3.9
경남	556	3.7	0	0	6	2.7	0	0	6	2.2	562	3.7
대전	399	2.7	0	0	8	3.6	0	0	8	2.9	407	2.7
전남	401	2.7	0	0	8	3.6	0	0	8	2.9	409	2.7
경북	386	2.6	3	5.9	12	5.4	2	66.7	17	6.2	403	2.7
충남	294	2	1	2	5	2.3	0	0	6	2.2	300	2.0
충북	278	1.9	0	0	13	5.9	0	0	13	4.7	291	1.9
제주	293	2	0	0	3	1.4	0	0	3	1.1	296	1.9
울산	256	1.7	0	0	0	0	0	0	0	0	256	1.7
세종	30	0.2	1	2	2	0.9	0	0	3	1.1	33	0.2
전국	14,917	100.0	51	100.0	221	100.0	3	100.0	275	100.0	15,192	100.0

주: 전시 건수가 많은 순으로 나열함

자료: 한국문화예술위원회(2020), 2019 문예연감

- 2018년 기준 인구 10만 명당 시·도별 전시 건수를 살펴보면 서울이 64.6건으로 절대적인 전시개최 건수뿐만 아니라 인구대비 전시 수도 많은 것으로 나타남
- 그다음으로 제주 44.4건, 광주와 강원지역이 각각 40.2건 순으로 나타나, 이들 지역에서 인구대비 전시개최가 비교적 활발히 진행되고 있음을 알 수 있음
- 인천은 인구 10만 명당 전시 건수가 21건으로, 이는 전국 평균인 29.3건보다 크게 적은 수치임
- 즉, 인천지역에서 개최되는 절대적인 전시 건수는 상대적으로 적지 않다고 볼 수 있으나, 인구대비 전시 건수는 상당히 적음
- 이러한 조사 결과는 인천시민이 일상적으로 미술품 전시를 관람하고 다양한 전시 주제를 경험하도록 하기 위한 여건 조성이 필요하다는 것을 의미함

[표 3-4] 인구 10만 명당 시·도별 전시 건수(2018년 기준)

(단위: 건)

지역	시각 예술	융합				개인전	단체전	계
		융합 (+공연예술)	융합 (+문학)	융합 (+공연예술, 문학)	소계			
서울	63.5	0.2	0.9	0	1.2	36.3	28.4	64.6
제주	43.9	0	0.4	0	0.4	18.3	26.1	44.4
광주	39.9	0.1	0.3	0	0.3	18	22.3	40.2
강원	39.5	0.1	0.6	0	0.6	17	23.1	40.2
대구	34.2	0	0.2	0	0.3	14.7	19.8	34.5
전북	32.3	0.1	0.5	0	0.6	11.8	21.1	32.9
전국	28.8	0.1	0.4	0	0.5	13.5	15.8	29.3
부산	26.8	0.1	0.4	0	0.6	9.4	18	27.4
대전	26.8	0	0.5	0	0.5	9.9	17.5	27.3
울산	22.2	0	0	0	0	8.7	13.5	22.2
전남	21.3	0	0.4	0	0.4	9.8	11.9	21.7
인천	20.5	0.2	0.3	0	0.5	9.6	11.4	21.0
충북	17.4	0	0.8	0	0.8	5.8	12.4	18.2
경남	16.5	0	0.2	0	0.2	4.9	11.8	16.7
경북	14.4	0.1	0.4	0.1	0.6	6.8	8.2	15.1
충남	13.8	0	0.2	0	0.3	5.3	8.8	14.1
경기	12.8	0.1	0.2	0	0.2	5	8	13.0
세종	9.6	0.3	0.6	0	1	1	9.6	10.5

주: 전시 건수가 많은 순으로 나열함

자료: 한국문화예술위원회(2020), 2019 문예연감

2) 경매

- 문화체육관광부·예술경영지원센터(2019)의 조사 결과, 인천에서 운영되고 있는 미술품 경매회사는 없는 것으로 나타남
- 그러나 부평구문화재단에서 미술품 유통시장 확대를 위해 운영하는 '부평옥션' 사업이 있어 이에 관한 내용을 조사함

❖ 부평 옥션

- 부평 옥션은 2014년부터 부평구문화재단이 미술품 유통시장 경로 확대와 예술을 통한 사회적 가치 구현, 지역 미술 활성화를 도모하고자 추진해 옴
 - 예술을 통한 나눔이라는 새로운 형태의 기부문화 실현과 지역민의 건전한 예술 향유 확산을 위해 문화재단-작가-지역민-지역의 기업·기관이 함께 뜻을 모아 미술품 자선 경매를 운영하고 지역 미술의 저변 확대에 기여하는 것을 목표로 하는 사업임
- 2019년 부평구문화재단이 주최·주관한 아트 옥션은 사회복지공동모금회, (사)해반문화사랑회, 콜라스트의 후원을 받아 진행됨
- 사업은 크게 '프리뷰 전시', '경매', '경매 후 전시'로 구분해 추진되었음
 - '프리뷰 전시'와 '경매 후 전시'는 부평아트센터 갤러리꽃누리에서 진행되었으며 아트센터에서 기획공연이 있을 시에는 공연 시작 전까지 연장하여 전시장을 운영하였음
- '경매'는 자선 경매 형태로 진행되어 작품 낙찰금의 50%는 수수료 없이 사회복지공동모금회에 낙찰자의 이름으로 기부하였으며, 나머지 50%는 작가료로 지급함
- 2019년 부평 옥션에는 37명의 작가가 참여해 작품을 출품하고 2,408명의 관람객이 다녀갔으며, 약 1,400만 원에 해당하는 32점의 작품이 판매되었음

[표 3-5] 2019 부평 옥션 개요

구분	내용
사업명	부평 옥션 화이트 세일
사업기간	<ul style="list-style-type: none"> • 프리뷰 전시: 2019.11.07.(목) ~ 11.13.(수) • 경매일시: 2019.11.14.(목) 오후 7시 • 경매 후 전시: 2019.11.15.(금) ~ 2019.11.21.(목)
사업성과	<ul style="list-style-type: none"> • 참여작가: 37명 / 관람객: 2,408명 • 판매작품: 32점 / 판매액: 13,811,000원

자료: 부평구문화재단(2019)

3) 아트페어

- 문화체육관광부·예술경영지원센터(2019)가 2018년 한 해 동안 전국에서 개최된 아트페어(미술품 판매를 위해 일정한 장소에서 진행되는 대규모 미술 전시행사)를 조사한 결과, 총 53개의 아트페어가 개최된 것으로 나타남
- 이 중 ‘인천국제아트페어’, ‘강화아트페어’, ‘위드아트페어’가 인천에서 개최되었음
- 2018년 인천국제아트페어는 인천시, 인천미술협회, (사)한국미술협회 인천시지회 주최, 인천국제아트페어 운영위원회 주관으로 10월 10일부터 13일까지 5일간 개최됨
 - 인천국제아트페어에는 인천 송도 컨벤시아에서 개최되었고 1,000점의 작품이 출품됨
- 강화아트페어는 (사)강화미술협회가 주최·주관하여 12월 16일부터 31일까지 강화미술관에서 진행되었고 104점의 작품이 출품됨
- 위드아트페어는 줌갤러리가 주최하고 위드아트페어 운영위원회가 주관하여 2월 1일부터 4일까지 송도 오크우드호텔에서 개최되었으며, 여기에는 2,000점의 작품이 출품되었음

[표 3-6] 인천 아트페어 개최 현황(2018년 기준)

구분	인천국제아트페어	강화아트페어	위드아트페어
개최기간	10.10~10.13	12.16~12.31	2.1~2.4
개최장소	인천송도컨벤시아	강화미술관	송도 오크우드호텔
작품 수	1,000점	104점	2,000점
주최	인천광역시, 인천미술협회, (사)한국미술협회 인천시지회	(사)강화미술협회	줌갤러리 (서울시 마포구)
주관	인천국제아트페어 운영위원회		위드아트페어(With Art Fair) 운영위원회

자료: 문화체육관광부·예술경영지원센터(2019); 한국미술협회 인천광역시지회 직접문의; 강화군청 직접문의; 줌갤러리; 문화체육관광부(2019)

4) 건축물에 대한 미술작품의 설치

❖ 인천시 문화예술진흥 조례

- 인천시는 「인천시 문화예술진흥 조례」(제6195호)에 건축물에 대한 미술 작품의 설치에 관한 사항을 정함
- 제18조 미술 작품의 설치 절차에 따르면 시장은 미술품 설치 대상 건축물의 건축허가, 협의, 승인을 신청하는 건축주에게 미술 작품의 설치 의무를 고지해야 함
- 건축주는 착공 후 90일 이내에 미술 작품 설치 계획서를 제출해야 하며, 작품 설치에 대한 공정한 감정·평가를 위해 건축물 미술 작품 심의위원회의 심의를 받아야 함
 - 심의위원회는 미술작품의 가격, 예술성, 건축물 및 환경의 조화, 접근성과 미술 작품의 도시미관에 대한 기여도를 감정·평가함

[표 3-7] 「인천시 문화예술진흥 조례」 중 건축물에 대한 미술 작품의 설치에 관한 내용

구분	내용
제18조 미술 작품의 설치 절차	<ul style="list-style-type: none"> • 시장은 미술 작품 설치 대상 건축물의 건축허가, 협의 또는 승인을 신청하는 건축주에게 건축물에 대한 미술 작품의 설치 의무가 있음을 고지하여야 한다. • 문화예술진흥법 시행령 제12조 제1항에 의하여 미술 작품을 설치하고자 하는 건축주는 착공 후 90일 이내에 시장에게 미술 작품 설치 계획서를 제출하여야 한다. • 시장은 미술 작품 설치에 대한 공정한 감정·평가를 위하여 인천시 미술 작품 심의위원회에 이를 회부하여 심의를 받도록 하여야 한다. • 시장은 감정·평가 결과를 당해 건축주에게 통보하고, 시보에 공고하여야 한다.
제18조의2 공모를 통한 건축물 미술 작품의 설치	<ul style="list-style-type: none"> • 건축주는 우수한 미술 작품 설치를 위해 공모를 통해 작품을 제작·설치할 수 있다. • 건축주는 미술 작품의 공모 및 선정에 대행하여 줄 것을 시장에게 요청할 수 있다. • 시장은 건축주의 요청에 따라 미술 작품의 공모 및 선정에 대행할 때에는 심의위원회의 심의를 거쳐 미술 작품을 선정하여야 한다.
제20조 건축물 미술 작품 심의위원회의 구성 및 임기	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술진흥법 시행령 제14조 제1항 및 제4항에 따른 심의위원회는 인천시의회 의원 3명과 당연직(위원회 업무를 담당하고 있는 국장, 도시경관·공공 디자인 관련 실무를 담당하고 있는 과장) 위원 2명을 포함하여 미술·건축·환경·공간디자인·도시계획 분야에 관한 전문성과 식견을 갖춘 사람 중 시장이 위촉한 자로 구성한다.
제20조의 2 건축물 미술 작품 심의위원회의 기능	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술진흥법 시행령 제14조 제2항에 따라 심의위원회는 건축물에 설치되는 미술작품에 대하여 다음 각 호의 사항을 감정·평가한다. <ol style="list-style-type: none"> 1. 미술 작품의 가격: 가격의 적정성(작가경력, 비용내역 등), 계약의 합리성 등 2. 미술 작품의 예술성: 조형미, 형식미, 내용미, 독창성 등 3. 미술 작품과 건축물 및 환경의 조화: 환경과의 친화성 등 4. 미술 작품에 대한 접근성: 설치 위치의 적절성, 공공 미술로서의 기능성 등 5. 그 밖에 미술 작품의 도시미관에 대한 기여도 등

자료: 「인천시 문화예술진흥 조례」(제6195호)

❖ 건축물에 대한 미술 작품의 설치 현황

- '인천시 건축물에 대한 미술 작품의 설치 현황'을 살펴보기 위해 각 연도 미술시장실태 조사를 확인하여 최근 보고된 10년 자료를 살펴보았음
- 그 결과 2009년 36점이 설치되었지만 2010~2013년까지 평균 72점으로 증가 추세를 이루다가 2014년 18점, 2015년 6점으로 대폭 감소하였음
- 그러나 2016년, 2017년에 각 35점, 2018년 104점으로 다시 크게 증가하였음
- 설치금액 또한 2009년 약 29억 원이었으나 2010년~2013년 평균 87억 원으로 증가하였다가 2014년~2015년은 평균 15억 원으로 대폭 감소하였고, 2016년~2017년에는 평균 47억 원, 2018년 116억 원으로 증가하였음

[표 3-8] 인천시 건축물에 대한 미술 작품의 설치 현황

구분	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
설치작품 수 (점)	36	70	84	77	60	18	6	35	35	104
설치금액 (백만원)	2,880	9,352	9,561	6,927	8,762	2,224	804	5,390	4,012	11,562

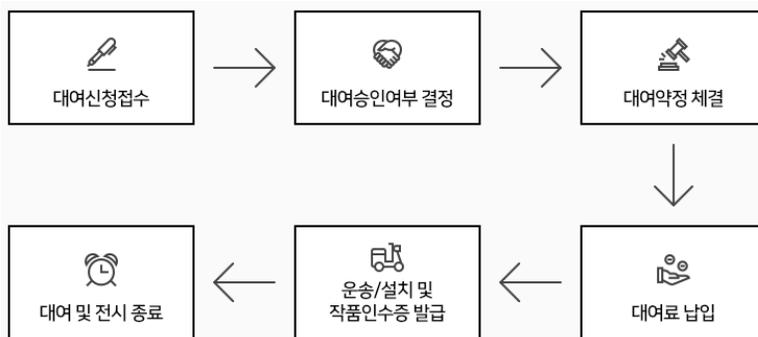
자료: 각 연도의 미술시장실태조사(문화체육관광부·예술경영지원센터)

5) 인천문화재단 인천 미술 활성화 사업

- 인천 미술 활성화 사업은 2005년부터 인천문화재단에서 시작된 사업으로 시각예술 분야 작가를 지원하고 인천시민의 문화적 향유를 촉진하고자 기획되었음(인천문화재단 직접문의)
- 현재 인천문화재단 창작지원부에서 팀장을 포함한 3명이 미술 활성화 사업을 담당하고 있으며 매년 공모를 통해 구입할 작품을 선정함
 - 선정된 작품을 안정적으로 관리하기 위해 작품 보험에 가입하여 대여를 진행하고 정기적으로 관내 소장품을 파악·확인함
- 본 사업은 인천 연고 작가의 작품을 구입하여 공공기관, 학교 등에 '대여'하는 미술은행 성격의 세부사업과 함께 '소장품 기획전시' 사업을 운영함

- ‘대여’의 경우 인천지역 미술작가의 창작활동 진흥과 소장작품의 공적 활용을 통한 인천시민의 문화적 향유를 목적으로 시행되고 있음
- 인천문화재단 홈페이지에서 소장품과 작가에 대한 소개를 제공하여 인천 미술은행 소장품 현황을 홍보하고, 대여사업 활성화를 유도함
- 대여 절차는 공문으로 접수하는 것을 원칙으로 하며, 대여 신청이 완료되면 대여 기관의 신뢰성 및 작품 활용의 적정성을 고려하여 승인 여부를 결정함

[그림 3-1] 인천문화재단 소장작품 대여 절차



자료: 인천문화재단 홈페이지

- 대여 기간은 최소 10일부터 최대 12개월까지 가능하며 기간이 만료되었을 경우 작품을 반납하거나 연장하여 신청할 수 있음
- 작품의 대여 요율은 기간에 따라 상이하나 사회공헌을 주목적으로 하는 전시의 경우 협의하여 조정이 가능함

[표 3-9] 인천 미술 활성화 사업 대여기간에 따른 요율

대여 구분	대여 기간/비율			
	공공기관의 문화 공간화 및 환경개선 등의 목적 ※작품총가액(구입가격)×비율×개월 수	1개월~6개월	7개월~12개월	
	1.5%	1.0%		
시민문화 향수권 신장을 위한 기획전시 등의 목적 ※작품총가액(구입가격)×비율×개월 수	대여 기간 (1~3개월)	적용 비율		
		1개월	2개월	3개월
		1.0%	0.7%	0.6%

자료: 인천문화재단 홈페이지(검색: 2020.11.29.)

[표 3-10] 인천 미술 활성화 사업 기획전시 절차

순서	개요	진행내용
1단계	전시계획 보고	○ 요청 기관과 협의, 잠정적인 전시계획 수립 및 보고
2단계	작품 선정	○ 인천 미술은행 작품 중 기획 의도에 적합한 작품선정 ○ 인천문화재단의 추천
3단계	약정 체결	○ 인천문화재단-요청 기관 간의 기획전시 약정 체결
4단계	작품대여료 납부	○ 소장미술품 대여 요율에 따른 작품대여료 납부
5단계	보험 가입 및 작품 운송	○ 대여작품 보험 가입 및 작품 운송
6단계	작품 인계인수 및 전시 진행	○ 작품 인계인수, 디스플레이, 전시 진행

자료: 인천문화재단(2020)

- ‘기획전시’는 인천시민의 문화 향유 기회 향상을 위해 구입한 소장품을 활용하여 추진되는 것이며, 작품대여 기관과의 협의를 통해 진행하거나 재단 자체적으로 운영함
- 기획전시의 절차는 요청 기관과의 협의, 전시계획 수립 및 보고를 시작으로 작품선정, 약정 체결, 작품대여료 납부, 보험 가입 및 작품 운송, 기획전시 홍보, 전시개최의 과정으로 구성됨
- 재단은 사업이 시작된 2005년부터 최근 2019년까지 총 209점의 작품을 약 9.9억 원을 지출하여 구입함
 - 작품 구입 규모는 2009년이 38점, 2억 원으로 가장 큼
 - 2011년, 2015년, 2016년은 재단의 예산 부족으로 작품 구입을 진행하지 못하였음
 - 현재 소장되어있는 작품의 장르는 서양화 109점, 한국화 38점, 사진 24점, 입체(조각) 13점 순으로 많은 것으로 파악함
 - 이 외 설치·뉴미디어 7점, 서예·서각 5점, 판화 5점, 공예 4점, 기타 4점을 소장함

[표 3-11] 인천 미술 활성화 사업 작품 구입 현황(2005~2019)

연번	구입연도	수량(점)	금액(원)
1	2005	14	45,000,000
2	2006	10	42,000,000
3	2007	15	92,000,000
4	2008	19	94,500,000
5	2008(아트페어를 통해 구입)	6	10,000,000
6	2009	38	200,000,000
7	2010	14	100,000,000
8	2012	17	60,000,000
9	2013	17	60,000,000
10	2014	15	55,000,000
11	2017	15	70,000,000
12	2018	14	80,500,000
13	2019	15	78,000,000
소계		209	987,000,000

자료: 인천문화재단(2020)

[표 3-12] 2019 인천 미술 활성화 사업 작품선정 현황

구분	부문	작가명	작품명	규격(cm)	금액(만 원)
1	사진	송희정	Some links	144×96	320
2	사진	민성홍	닝쿨Runner	105×70	400
3	서양화	박영동	고향의 봄	72.7×60.6	600
4	서양화	고윤	無題(No Title)	115.0×50.5	600
5	서양화	박송우	섬과 바다 (여름방학의 추억)	160×130.3	900
6	판화	강보라	먼지(작업실)#1	72×100	180
7	한복 콜라주	김정열	LOVE	72.7×72.7	285
8	서양화	고진이	Plant	130*97	340
9	서양화	최주석	빛과 갯벌1	122×80	640
10	서양화	정철규	귀를 보고 하는 말 - 1	91×116	400
11	서양화	박현웅	우리는 여행 중	85×110	950
12	서양화	이정진(정진)	우연적 일치의 밤	112×162	540
13	한국화	정재원	가을과 겨울 사이 I	97×130	420
14	서양화	차승언	능직얼룩-5 (TwillStain-5)	162×97	625
15	서양화	김광미	心-풍경	90.9×65.1	600

자료: 인천문화재단(2019)

- 2019년 인천 미술 활성화 사업은 소장작품 구입 공고를 6월~7월에 게시하였으며 공모 접수 및 선정을 8월~10월에 진행함(인천문화재단, 2019)
 - 총 99명의 작가가 공모에 지원하였으며 접수된 작품 수는 185점임
- 재단은 심사를 통해 15점의 작품에 대한 구입을 결정하여 11월~12월에 작품 반입과 보험 가입을 완료함
- 2019년 재단이 구입한 작품은 사진, 서양화, 판화, 한국화 부문에 해당하며, 각 작품의 금액은 180만 원에서 950만 원의 범주로 책정되었음
- 한편, 2019년 소장품 대여는 총 2건, 11점으로 진행되었고, 대여 기관은 인천대학교(10점)와 인천도시역사관(1점)이었음
- 2020년 인천 미술은행 소장품 구입은 ‘공모Ⅰ’과 ‘공모Ⅱ’로 구분하여 진행되었으며, 신설된 공모Ⅱ는 지원 자격을 대폭 낮추고 소품을 다량 구매하는 방식으로 시민참여형 심의제도를 도입함
 - 지난 7월에 진행된 공모Ⅰ을 통해 총 65점의 작품이 선정되었고, 총 구입 금액은 2억 9,800만 원임
 - 선정된 작품의 분야는 서양화, 사진, 한국화, 설치, 조각, 공예, 판화 등으로 다양함
 - 공모Ⅱ는 10월 29일까지 작품을 접수하였고, 이후 심의 절차를 진행하고 있음
 - 시민참여형 심의제도는 시민의 선호를 고려하여 작품을 구매하기 위해 도입한 것으로 문화재단 홈페이지를 통해 접수된 작품에 대한 시민의 선호도를 조사함

[표 3-13] 2020 인천 미술 활성화 사업 미술은행 소장품 구입 공모 주요 내용

구분	공모Ⅰ	공모Ⅱ
공모 부문	한국화, 서양화, 서예, 판화, 사진, 순수공예, 조소 및 조각, 설치미술 및 미디어아트, 기타	한국화, 서양화, 서예, 판화, 사진 등 평면 미술 작품, 조각·조소 등 입체 미술 작품
출품 자격	○ ①,②,③ 자격 조건에 모두 부합하는 작가 ① 인천 연고 작가 ② 공고일 이전(2020.7.10.) 3년 이상 창작활동을 한 자 ③ 공고일로부터 3년 이내 개인전 경력 1회 이상이거나, 국내·외 공인 전시 또는 기획전·그룹전 10회 이상의 경력이 있는 자	○ 인천 활동 작가 - 공고일 기준(2020.9.29.)으로 인천에 거주하거나, 최근 5년간 1회 이상 인천에서 전시, 인천을 활동의 근거지로 삼는 작가(작업실 인천 가능, 주소 증빙) - 인천의 미술 발전을 위해 기여해 온 작가(활동 증빙)
심의 절차	서류검토 > 공모심의 > 공고 > 구입계약 > 작품 반입	자격요건 검토 > 작품 구입 심의위원회 > 시민참여·선호도 투표 > 작품 가격 결정 심의위원회

자료: 인천문화재단 ‘2020 인천미술활성화기획사업 인천미술은행 소장품 구입 공모Ⅰ,Ⅱ’

6) 예술인 현황

- 인천시 예술인 중 한국예술인복지재단에 예술 활동 증명을 완료한 예술인의 현황을 살펴보면 2020년 10월 기준 총 3,865명으로 전국 예술인의 4.1%를 차지함
 - 예술인의 성별을 기준으로 살펴보면 남성이 1,997명으로 51.7%, 여성이 1,868명 48.3%이며, 연령대를 기준으로 보면 30대 1,673명(43.3%), 40대 770명(19.9%), 20대 이하 758명(19.6%) 등의 순으로 많음
 - 작품 분야를 기준으로 인천시 예술인의 현황을 살펴보면 음악 분야가 1,056명(27.3%)으로 가장 많고, 다음으로는 연극 592명(15.3%), 미술 515명(13.3%), 영화 381명(9.9%) 등의 순으로 나타남
- 전국에 예술 활동 증명을 완료한 예술인 94,943명 중 미술 분야 예술인은 18,994명으로 20.0%를 차지하고 있으나 인천시의 총 예술인 중 미술 분야 예술인은 13.3%임
- 인천시 미술 분야 예술인의 연령대 분포를 살펴보면 30대가 172명(33.4%)으로 가장 많고, 다음으로 40대 120명(23.3%), 50대 86명(16.7%), 60대 58명(11.3%) 등의 순으로 많음
- 이는 미술시장 활성화 사업 운영 시 청년·신진 예술인뿐만 아니라 중견 작가의 참여를 독려할 필요가 있음을 나타냄
- 그리고 전국 미술 분야 예술인 중 인천시 예술인은 2.7%로 인천시에서 활동하는 미술 분야 예술인은 비교적 많지 않아 예술인의 유입을 위해 미술품 창작활동과 유통 여건의 개선이 필요할 것으로 사료됨

[표 3-14] 인천시 예술 활동 증명 완료자 누적 현황(2020.10.20.)

(단위: 명)

구분	문학	미술	사진	건축	음악	국악	무용	연극	영화	연예	만화	복수	합계		
전국	8,377	18,994	1,710	37	21,529	4,897	3,602	14,537	7,732	5,334	2,159	6,035	94,943		
인천시	계	300	515	43	0	1,056	133	108	592	381	285	177	275	3,865	
	성별	남	102	183	30	0	694	43	32	302	240	149	80	142	1,997
		여	198	332	13	0	362	90	76	290	141	136	97	133	1,868
	연령별	20대 이하	25	45	1	0	282	24	25	133	83	62	32	46	758
		30대	83	172	8	0	479	50	55	297	176	138	89	126	1,673
		40대	58	120	12	0	188	17	13	102	93	50	43	74	770
		50대	70	86	11	0	61	19	10	47	20	18	11	19	372
		60대	41	58	6	0	40	18	4	11	2	9	1	7	197
		70대	17	22	5	0	5	4	1	1	3	5	1	2	66
80대 이상		6	12	0	0	1	1	0	1	4	3	0	1	29	

자료: 한국예술인복지재단 자료협조 '예술 활동 증명 누적 완료자 현황(2020.10.20. 기준)'

3. 인천시민의 문화예술 활동 실태

1) 2019 국민 문화예술 활동 조사 개요

- 본 연구는 문화체육관광부의 ‘2019 국민 문화예술 활동 조사’ 자료를 활용하여 미술에 대한 수요 실태를 살펴봄
- 전국 만 15세 이상 인구를 모집단으로 하는 이 조사의 표본은 다단계 층화 집락 방식으로 추출하여 시행되었고, 최종적으로 10,102명의 유효 응답을 얻음

[표 3-15] 2019 국민 문화예술 활동 조사 응답자의 기본적 특성

(단위: 명, %)

구분		빈도(명)	구성비(%)
전체		10,102	100.0
성별	남성	4,889	48.4
	여성	5,213	51.6
연령	15~19세	677	6.7
	20대	1,573	15.6
	30대	1,640	16.2
	40대	1,894	18.7
	50대	1,925	19.1
	60대	1,335	13.2
	70세 이상	1,058	10.5
시·도	서울	1,208	12.0
	부산	707	7.0
	대구	621	6.1
	인천	651	6.4
	광주	465	4.6
	대전	464	4.6
	울산	412	4.1
	세종	206	2.0
	경기	1,388	13.7
	강원	443	4.4
	충북	469	4.6
	충남	516	5.1
	전북	475	4.7
	전남	510	5.0
	경북	606	6.0
	경남	664	6.6
	제주	297	2.9

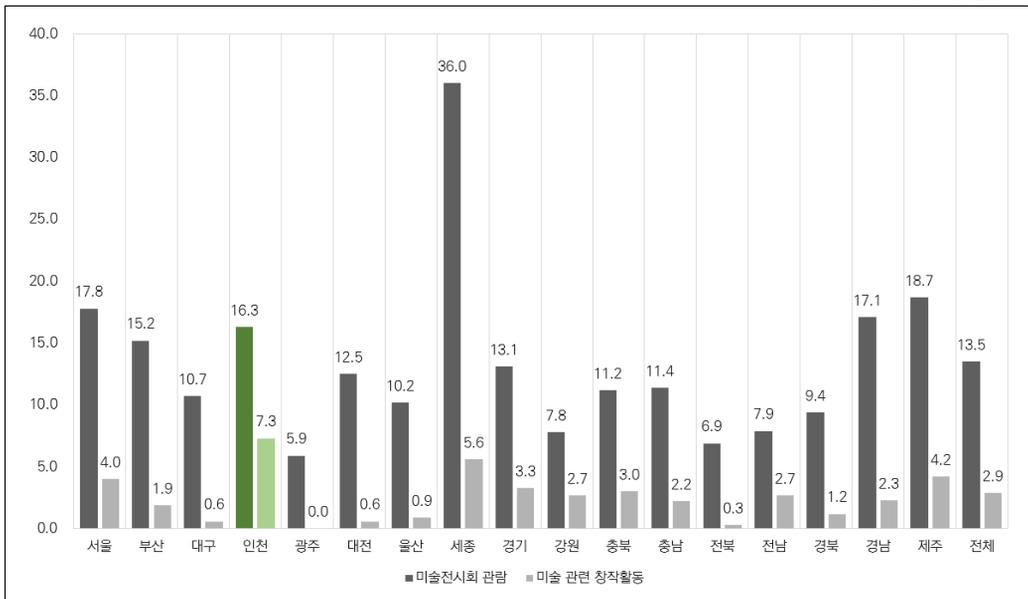
자료: 문화체육관광부(2019)

- 조사의 목적은 국민의 문화 향유 경로와 방식 등에 대한 실태를 파악하고 통계적으로 분석하여 궁극적으로 국민의 문화 향유 진흥을 도모하고, 축적된 자료를 활용한 시계열 분석을 통해 문화정책의 개선점을 도출하여 향후 정책 수립에 필요한 정보를 제공하는 것임(문화체육관광부, 2019)
- 조사는 문화예술 관람 및 참여, 문화예술교육, 문화예술 활동 공간 이용, 문화 자원봉사 및 동호회 참여, 역사문화 유적지 및 축제 방문 등에 관한 실태를 파악하기 위한 문항으로 구성됨
- 총 10,102명의 응답자 중 6.4%에 해당하는 651명이 인천시민이며, 응답자의 기본적인 특성은 [표 3-15]에 제시함

2) 주요 조사 결과

- 인천시민의 ‘지난 1년 동안의 미술품 전시 관람률’은 16.3%로 전국 평균인 13.5%보다 높을 뿐만 아니라 17개 시·도 중 다섯 번째로 미술품 전시 관람 경험이 많음
 - 미술품 전시 관람률은 세종 36.0%, 제주 18.7%, 서울 17.8%, 경상남도 17.1% 등의 순으로 높음

[그림 3-2] 지난 1년 동안 미술품 전시 관람률과 미술 관련 창작활동 참여율 (n=10,102, 단위=%)

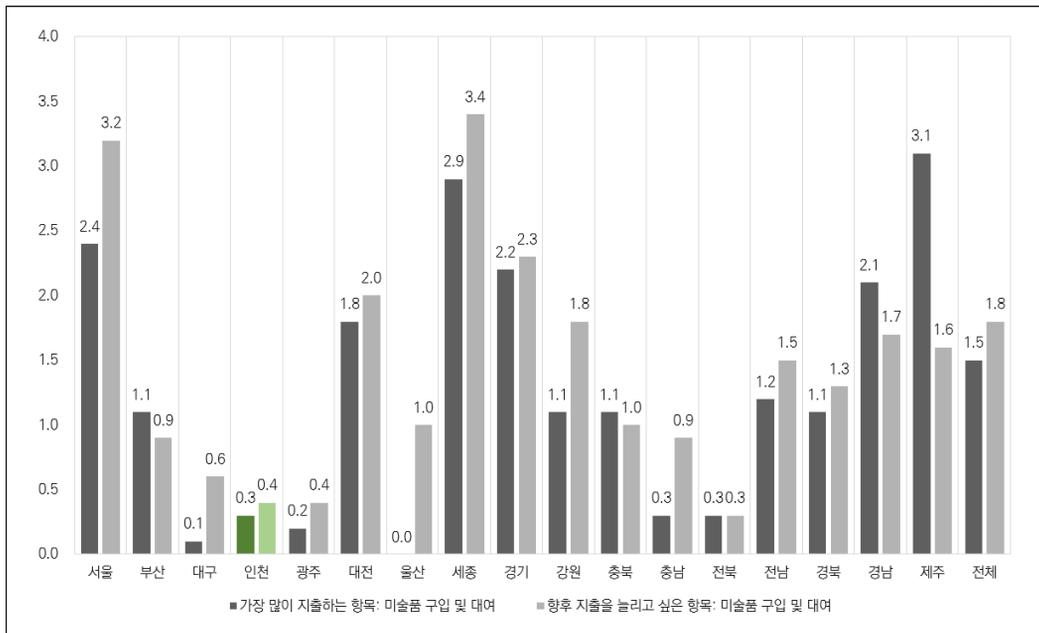


자료: 문화체육관광부(2019), 2019 국민 문화예술 활동 조사

- 인천시민의 ‘지난 1년 동안 미술 관련 창작활동 참여율’은 7.3%로 전국 17개 시·도 중 가장 높은 것으로 조사됨
 - 인천 다음으로는 미술 관련 창작활동 참여율이 높은 곳은 세종(5.6%), 제주(4.2%), 서울(4.0%) 등의 순이며, 전국 평균 참여율은 2.9%에 불과함
- 이와 같은 조사 결과는 인천시민의 미술품 전시 관람 경험과 미술 관련 창작활동 참여가 절대적으로 많은 것은 아니지만 타 시·도와 비교하면 미술에 관한 관심이 상대적으로 낮은 수준을 보여줌
- 다음으로 문화예술 활동 중 가장 많이 지출하는 항목으로 ‘미술품 구입 및 대여’를 응답한 비율을 지역별로 살펴본 결과, 전반적으로 미술품 구입 및 대여에 가장 많은 지출을 한다고 응답한 비율은 높지 않은 것으로 나타남
- 인천시민의 0.3%만이 미술품 구입 및 대여에 가장 많은 지출을 한다고 응답하였고, 이는 울산(0.0%), 대구(0.1%), 광주(0.2%)에 이어 낮은 응답률임
 - 전국 평균은 1.5%이며, 제주(3.1%), 세종(2.9%), 서울(2.4%) 등의 순으로 나타남

[그림 3-3] 문화예술활동 중 가장 많이 지출하는 항목과 향후 지출을 늘리고 싶은 항목으로 ‘미술품 구입 및 대여’를 응답한 비율(1~3순위 합산)

(n=10,102, 단위=%)

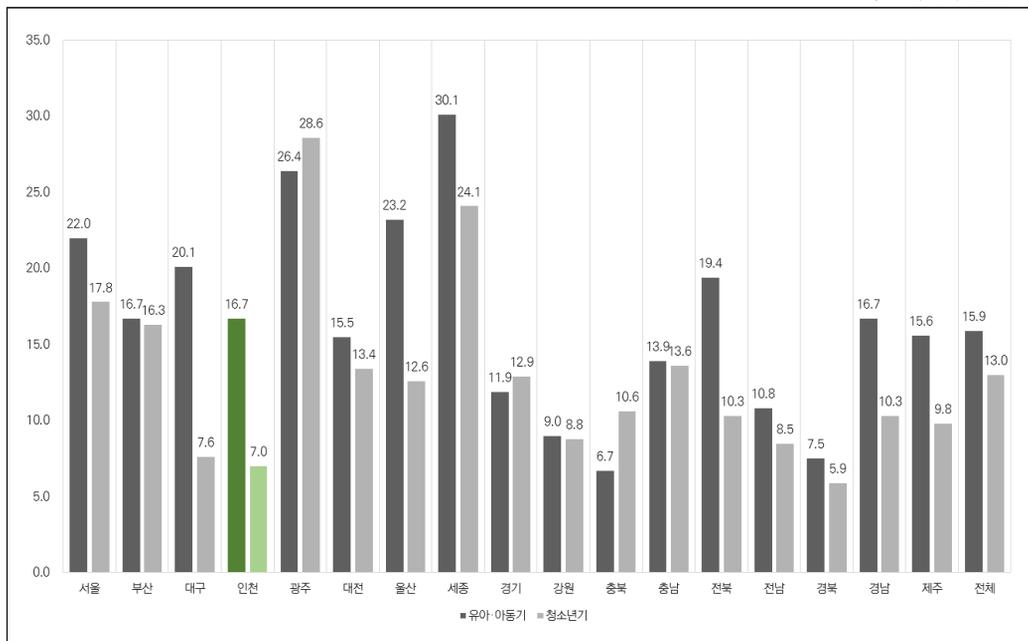


자료: 문화체육관광부(2019), 2019 국민문화예술활동조사

- 이어서 인천시민이 향후 지출을 늘리고 싶은 항목으로 ‘미술품 구입 및 대여’를 응답한 비율은 0.4%에 불과해 전라북도(0.3%)에 이어 전국에서 두 번째로 낮음
 - 전국 평균은 1.8%이며, 세종(3.4%), 서울(3.2%), 경기(2.3%) 등의 순으로 나타남
- 이와 같은 조사 결과는 인천시민의 미술품 전시와 창작활동에 관한 관심 대비 미술품 소장에 관한 관심은 상대적으로 적음을 보여주는 것임
- 인천시민의 ‘유아·아동기 문화예술교육 경험률’은 16.7%로 전국 평균인 15.9%보다 다소 높은 것으로 조사됨
 - 세종(30.1%), 광주(26.4%), 울산(23.2%), 서울(22.0%), 대구(20.1%), 전라북도(19.4%) 등의 순으로 유아·아동기 문화예술교육 경험률이 높음
- 반면, 인천시민의 ‘청소년기 문화예술교육 경험률’은 7.0%로 17개 시·도 중 경상북도(5.9%)에 이어 두 번째로 낮으며, 전국 평균인 13.0%에도 크게 미치지 못함
 - 청소년기 문화예술교육 경험률은 광주(28.6%), 세종(24.1%), 서울(17.8%), 부산(16.3%) 등의 순으로 높음

[그림 3-4] 정규교육 이외의 문화예술교육 경험률

(n=10,102, 단위=%)

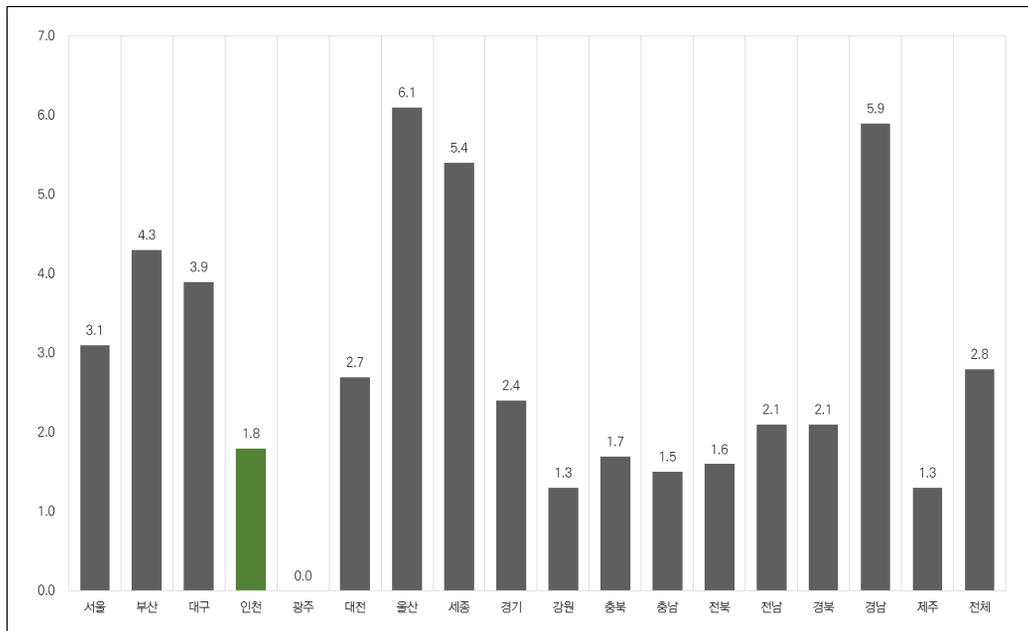


자료: 문화체육관광부(2019), 2019 국민 문화예술 활동 조사

- 이와 같은 조사 결과는 인천시민은 유아·아동기에 문화예술교육에 대한 접촉 수준이 상대적으로 낮지 않으나 성장하는 과정에서는 정규교육 외에 문화예술교육을 접할 기회나 이에 관한 관심은 충분하지 않음을 보여줌
- 마지막으로 전국 17개 시·도의 ‘지난 1년 동안 미술교육 경험률’을 조사한 결과 모두 10% 미만으로 높지 않음
 - 울산(6.1%), 경상남도(5.9%), 세종(5.4%), 부산(4.3%) 등의 순으로 경험률이 높음
- 인천시민이 지난 1년 동안 미술교육을 경험한 비율은 1.8%로 전국 평균인 2.8%에도 미치지 못하였음
- 이와 같은 조사 결과는 15세 이상 인천시민은 미술교육에 관한 관심이 부족하거나 이들이 일상적으로 미술교육에 참여할 수 있는 여건이 형성되어 있지 않다는 것을 예상케 함

[그림 3-5] 지난 1년 동안 미술교육 경험률

(n=10,102, 단위=%)



자료: 문화체육관광부(2019), 2019 국민 문화예술 활동 조사

4. 진단

❖ 인천시 전시시설 대비 미술시장 참여 저조

- 인천문화재단이 파악하는 관내 전시시설은 74곳에 이르지만, 예술경영지원센터의 '2019 미술시장실태조사'에서는 두 곳의 화랑만이 집계됨
 - 예술경영지원센터는 미술시장에서의 활동 이력 등을 근거로 화랑과 미술관을 조사했고, 그 결과 인천시에서는 화랑 두 곳만이 조사되었으며 미술관은 단 한 곳도 조사 대상에 포함되지 않았음
- 이는 인천시에서 운영되고 있는 전시시설 수 대비 미술시장에의 참여는 저조하다는 것을 의미함
- 이와 같은 문제를 개선하기 위한 첫걸음으로서 인천시에서 운영되고 있는 전시시설의 현황을 점검하고, 이들 공간과 연계한 미술품 전시를 활성화하여 관내의 전시시설이 미술시장에 적극적으로 참여하도록 유도해야 함

❖ 인천시 미술품 유통 여건 열악

- 인천시에서 운영되고 있는 전시시설 중 미술시장에 참여하고 있는 화랑은 두 곳에 불과하고, 인천시의 기관·단체가 주최·주관한 아트페어는 두 건으로 조사되었으며 출품된 작품 수가 1,000건 이상인 아트페어는 단 한 곳임(문화체육관광부·예술경영지원센터, 2019)
- 그리고 인천시에서 운영되고 있는 민간 미술품 경매회사는 없으며, 부평구문화재단이 2014년부터 한 해에 한 번 운영하는 '부평 옥션'은 자선 경매의 형태로 운영됨
- 즉, 미술품의 주요 유통채널인 화랑, 아트페어, 경매 모두가 인천에서 비활성화되어 있어서 인천시의 미술품 유통 여건은 상당히 열악한 것으로 평가함
- 인천시 미술품 유통 여건을 개선하기 위해 장기적인 관점에서 다양한 미술품 유통 영역의 성장을 지원해야 할 것이며, 현재 인천시 미술시장의 여건을 감안해 지역 예술인의 미술품 유통 판로개척 지원사업을 선제적으로 추진해야 함

❖ 공공 미술품 유통 영역 활성화 필요

- 「문화예술진흥법」과 「인천시 문화예술진흥 조례」에 근거하여 인천지역 건축물에 상당히 많은 미술 작품이 설치되어 있음
- 특히, 2018년에는 104점의 미술 작품이 건축물에 설치된 것으로 조사되나, 인천시에서 설치된 미술품의 목록을 별도로 관리하거나 홍보하고 있지는 않음
- 또한, 2005년부터 운영된 인천문화재단의 미술은행(인천 미술 활성화 사업)은 2019년까지 총 209점을 구입하였고, 2020년 제1차 공모를 통해 65점의 작품을 구입했으나 2019년 소장품 대여 실적은 2건에 불과함
- 앞으로는 건축물에 설치한 미술품의 목록을 관리, 홍보하고 인천 미술은행의 대여 및 전시 사업 방식을 개선하여 공공 미술품 유통 영역의 존재 이유와 정체성, 역할을 정립해 나가야 함

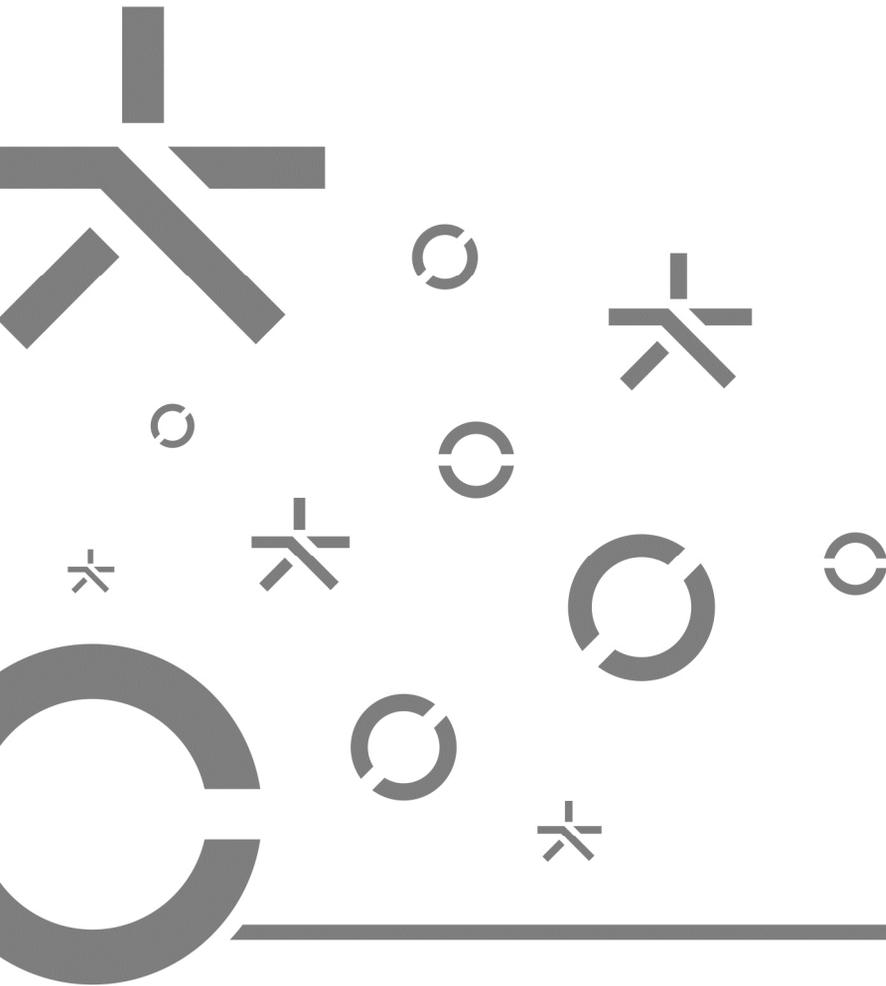
❖ 창작 활동 여건 개선으로 미술작가 유입 유도 필요

- 인천의 미술 분야 예술인은 전국의 2.7%로, 미술시장의 구조 중 ‘유통’ 부문뿐만 아니라 ‘창작’ 부문 역시 견고하지 않음을 알 수 있음
- 이러한 현황 자료는 인천시의 미술시장 생태계 조성 및 육성을 위하여 미술 분야 예술인의 창작활동 여건을 개선하여 예술인의 유입을 유도해야 함을 시사함
- 창작활동 여건을 개선하는 데는 우선 예술인이 안정적으로 창작활동을 할 수 있는 기반을 조성하고, 나아가 창작의 결과인 작품을 여러 유통채널과 대중에 소개할 기회를 확대하는 방안 마련이 중요함
- 즉, 예술인이 작품을 통해 미술계에서 활동할 수 있는 여건을 조성하는 것은 인천시 예술인이 경력을 쌓고 자생력을 향상하는 기회가 될 것이며, 이는 결과적으로 인천시로 예술인의 유입을 유도해 창작 부문을 활성화하는데 기여할 것임

❖ 미술품 전시 및 생활 미술교육 활성화 필요

- 인천시에서 개최되는 전시 건수는 전국의 4.1%에 불과하며 인구 10만 명당 전시 건수도 21.0건으로 전국 평균인 29.3건에 크게 미치지 못하였음
- 그러나 인천시민의 미술품 전시 관람률과 미술 관련 창작활동 참여율은 상대적으로 낮지 않은 것으로 나타나, 인천시민이 타 시·도에서 미술품 전시를 관람했을 가능성이 크다는 것을 예상할 수 있음
 - 전국에서 개최된 전시 건수 중 서울과 경기지역에서 개최된 전시가 52.7%를 차지하고, 인구 10만 명당 전시 건수도 서울시가 64.6건으로 나타남. 이는 인천시와 근거리에 있는 서울, 경기지역에서 전시 관람 기회가 더 많이 제공되고 있음을 의미함
- 또한, 인천시민 중 미술교육 경험이 부재한 경우가 상당히 많으며 미술품 구입 및 대여에 관한 관심 역시 매우 낮은 수준으로 조사됨
- 미술시장을 구성하는 '소비' 부문을 확대하고 효과적으로 미술품 소장문화를 확산할 수 있도록 미술품 전시 및 생활 미술교육을 활성화하여 시민이 미술을 경험할 수 있는 접촉 빈도를 높여나가야 함

미술시장 활성화 사업 사례분석



미술시장 활성화 사업 사례분석

1. 사례조사의 개요

- 본 연구는 인천시 아트옥션 도입방안 마련에 참고할 시사점을 도출하고자 미술시장 활성화 사업 사례를 선정해 분석함
- 국내사례 중 경기문화재단의 아트경기와 전라남도문화재단의 미술시장 활성화 사업은 경매를 포함한 다양한 미술시장 영역을 활성화하고자 추진되는 사업으로 분석대상에 선정하였음
- 광양시의 광양아트옥션은 2019년 국내 최초로 지방자치단체가 직접 미술품 경매를 진행한 사례여서 분석대상으로 선정함
 - 다만, 광양시는 2019년보다 경매 규모를 더 확장해 2020년 11월 27일부터 전라남도 문화재단과 함께 '2020 광양아트옥션'을 온라인으로 진행할 계획임
- 해외사례로는 2000년 이후 아시아에서 국제적 미술시장으로 성장한 홍콩과 상하이의 대표 아트페어를 살펴봤고, 이들 지역이 국제적 미술시장으로 성장하는 과정에서 어떠한 공공의 역할이 수반되었는지를 검토함
 - 현지답사 및 인터뷰 방식이 아닌 도서, 잡지, 언론 기사 등의 문헌에 대한 조사를 통해 해외사례를 정리하여, 국내사례와는 자료 구성 방식과 정보의 양에 차이가 있음을 한계로 밝힘
 - 일찍이 미술시장이 발전한 서구에서 상위 미술시장인 미술품 경매를 공공에서 직접 구축, 운영해 성공한 사례는 찾아보기 어려워 전문가 자문을 통해 비교적 근래에 국제적 미술시장으로 성장한 홍콩과 상하이를 사례조사 대상으로 선정함

- 선정된 사례는 '아트 바젤 홍콩'과 '상하이 웨스트 번드 아트 & 디자인'이며, 홍콩과 상하이가 아시아를 대표하는 국제적인 미술시장으로 성장하는 데 공공이 어떠한 역할을 하였는지를 문헌 조사를 통해 정리함

[표 4-1] 사례조사의 개요

구분		특성
국내	경기문화재단 아트경기	• 지역 문화재단에서 옥션을 포함한 다양한 미술시장 활성화 사업을 운영한 사례
	전라남도문화재단 미술시장 활성화 사업	
	광양시 광양아트옥션	• 지자체에서 직접 미술품 경매를 운영한 사례
해외	아트 바젤 홍콩	• 비교적 최근에 국제적 미술시장으로 성장한 사례
	상하이 웨스트 번드 아트 & 디자인	

2. 경기문화재단 아트경기

1) 사업개요

- 2016년에 시작된 '아트경기'는 「경기도 미술품 유통활성화 및 지원에 관한 조례」(제 667호)에 근거하여 경기예술인들의 미술시장 진출과 미술품 유통촉진을 위해 경기도가 주최, 경기문화재단이 주관하는 사업임
 - 본래 아트경기는 「경기도 사고파는 미술품거래소 설립 및 운영조례」에 근거해 운영되었으나, 이 조례는 2020년 7월 「경기도 미술품 유통 활성화 및 지원에 관한 조례」가 제정되면서 폐지됨
 - 경기문화재단 문예진흥팀에서 팀장을 포함해 3명의 직원이 아트경기 업무를 담당함
 - 2016~2018년까지 경기문화재단에서 사업을 운영하다가, 2019년에는 경기도에서 사업 수행기관을 직접 입찰해 추진하였는데 미술시장에 공공이 개입하는 문제로 시장 교란이 발생할 수 있다는 문제가 지적되었을 뿐만 아니라 실적 역시 저조하여 2020년부터 다시 경기문화재단이 운영을 맡음
- 「경기도 미술품 유통활성화 및 지원에 관한 조례」는 미술품 시장의 건전하고 안정적인 발전 도모와 미술품의 창작과 소비 활성화에 기여하고자 제정됨
 - 과거 「경기도 사고파는 미술품거래소 설립 및 운영조례」가 공공이 미술시장에 직접적으로 개입하는 성격으로 지원사업을 제시했다면, 본 조례는 '미술품 유통활성화' 지원을 중심으로 제정되어 미술시장에 대한 공공의 개입을 축소함
 - 조례는 경기도 미술품 유통 활성화 지원계획 수립과 미술품 유통 등에 대한 실태조사 시행에 관한 사항을 정함
 - 제5조에서는 미술품 유통 활성화 사업의 내용을 제시하고, 제6조와 제7조에는 이러한 사업을 원활히 운영할 수 있도록 미술품 전시장 설치 등을 지원할 수 있음을 설명함
 - 제8조에서 미술품 유통 활성화 사업을 효율적으로 운영하기 위하여 관련 법인·단체에 위탁할 수 있도록 정하였고, 이러한 사항은 「경기도 사무위탁 조례」를 따르도록 함

[표 4-2] 「경기도 미술품 유통 활성화 및 지원에 관한 조례」 주요 내용

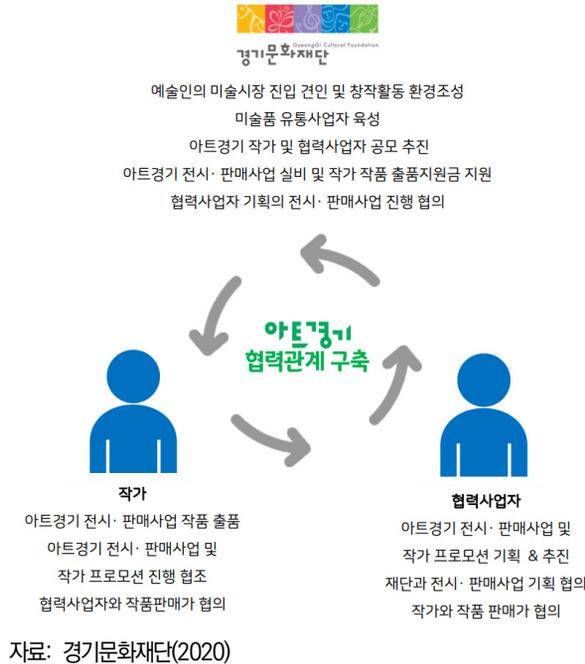
구분	내용
제1조 목적	<ul style="list-style-type: none"> 이 조례는 경기도 내 미술품의 유통 활성화를 위하여 필요한 사항을 규정함으로써 미술품 시장의 건전하고 안정적인 발전을 도모하고 미술품의 창작과 소비를 활성화하는데 기여함을 목적으로 한다.
제2조 정의	<ul style="list-style-type: none"> “미술품”이란 작가의 사상·감정이나 예술적 경험 등을 회화, 조각, 판화, 서예, 사진, 영상, 설치미술, 응용미술 등의 시각적 매체를 이용하여 표현한 창작물을 말한다.
제4조 지원계획의 수립·시행 등	<ul style="list-style-type: none"> 도지사는 경기도 미술품 유통 활성화 지원계획(이하 “지원계획”이라 한다)을 매년 수립·시행할 수 있다. 지원계획에는 다음 각호의 사항이 포함되어야 한다. <ol style="list-style-type: none"> 1. 미술품 유통 활성화를 위한 정책의 기본 방향 2. 미술품 유통에 필요한 기반 조성에 관한 사항 3. 미술작가의 창작 여건 개선에 관한 사항 4. 미술품의 공정한 거래 질서 구축에 관한 사항 등 도지사는 지원계획 수립을 위하여 필요한 경우 미술품 유통 등에 대한 실태조사를 시행할 수 있다.
제5조 미술품 유통활성화 사업	<ul style="list-style-type: none"> 도지사는 미술품 유통 활성화를 위하여 다음 각호의 사업을 추진할 수 있다. <ol style="list-style-type: none"> 1. 작가의 미술시장 진출 지원과 유통사업자 육성 2. 미술품 유통과 관련한 플랫폼의 개발 3. 미술품 판매 행사 개최 4. 미술품 유통 관련 전문인력 양성사업 등
제6조 미술품 전시장의 설치 등	<ul style="list-style-type: none"> 도지사는 경기도 내 작가의 미술품을 전시·홍보·판매하는 전시장을 설치할 수 있다.
제7조 미술품 유통 활성화 지원	<ul style="list-style-type: none"> 도지사는 다음 각호의 사업을 추진하는 법인·단체 등에 예산의 범위에서 행정적·재정적 지원을 할 수 있다. <ol style="list-style-type: none"> 1. 미술품의 판로개척 지원 2. 미술품의 해외시장 진출 활성화 지원 3. 미술품 유통 활성화를 위한 행사의 지원 등
제8조 위탁	<ul style="list-style-type: none"> 도지사는 이 조례에 따른 사무를 효율적으로 처리하기 위하여 사무의 일부 또는 전부를 관련 법인·단체 등에 위탁할 수 있다.

자료: 「경기도 미술품 유통활성화 및 지원에 관한 조례」(경기도조례 제6667호)

- 아트경기 사업은 ‘경기문화재단’, ‘작가’, ‘협력사업자’ 간의 협력을 통해 추진되는 사업구조를 갖추
 - 경기문화재단은 미술시장에 직접 개입하는 것을 최소화하고자 협력사업자를 통해 아트경기 사업을 추진함
- 우선, ‘경기문화재단’은 예술인의 미술시장 진입 견인, 창작활동 환경조성, 미술품 유통사업자 육성, 아트경기 작가와 협력사업자 공모 추진, 아트경기 전시·판매사업 실비 및 작가 작품 출품지원금 지원, 협력사업자가 기획한 전시·판매사업 진행 협의 업무를 맡음

- '작가'는 아트경기 전시·판매사업에 작품을 출품하고, 아트경기 전시·판매사업 및 작가 프로모션 진행에 협조하며, 협력사업자와 작품 판매가를 협의함
- '협력사업자'는 아트경기 전시·판매사업 및 작가 프로모션 기획과 추진, 재단과 전시·판매사업 기획 협의, 작가와 작품 판매가 협의 등을 수행해야 함

[그림 4-1] 협력적인 아트경기 추진체계



2) 사업 현황

(1) 2020 아트경기 사업 현황

- 아트경기의 사업은 크게 '사전과업'과 '협력사업'으로 구분됨
- 사전과업으로 시각예술 작가와 협력사업자를 선정한 후, 선정 시각예술 작가 및 협력사업자와 워크숍을 통해 작품 판매가 결정을 위한 협의를 진행함
 - 올해는 아트경기 작가로 60인이 선정되었고, 협력사업자로는 미술품 유통 분야 전문 사업체 6곳(아트플러스엑스, 상업화랑, 아트플레이스, 칸, 스튜디오 끼, 올댓큐레이팅)이 선정됨(경기문화재단 자료제공 '2020 아트경기 사업소개서')

- 아트경기는 전시·판매 사업에 작품을 출품할 때 ‘작가-협력사업자’ 간 ‘전시·판매 위탁 계약서’를 작성하도록 하고, 작품 판매가는 ‘작가 수익 70%’와 ‘공정 수수료 30%’로 구성할 것을 권장함
- 공정 수수료는 전시·판매 사업의 취지 및 협력사업자에 따라 달라질 수 있음

[그림 4-2] 아트경기 추진 순서



자료: 경기문화재단 자료제공(2020 아트경기 사업설명서)

[표 4-3] 2020 아트경기 작가·협력사업자 공모 내용

공모 명	선정 규모	신청 자격	지원내용	지원 규모
아트경기 작가공모	60명	경기도에 거주 또는 활동하는 시각예술 작가	① 작품 출품지원금 지급 ② 전시 및 판매사업 출품 ③ 작품 판매수익 배분 ④ 작가 프로모션 지원	총 지원금 4천만 원
아트경기 협력사업자 공모	6곳	전문미술품 유통사업자 및 예비창업자 (갤러리, 기획사 등)	① 팝업갤러리 사업지원 ② 미술장터 사업지원 ③ 해외진출 사업지원	총 지원금 3.6억 원

자료: 경기문화재단 홈페이지(2020 아트경기 작가·협력사업자 공모 안내); 경기문화재단 자료제공(2020 아트경기 사업소개서 2020.6)

- 이와 같은 사전과업이 마무리되면, 경기문화재단과 작가 및 협력사업자는 ‘미술 장터(아트페어)’, ‘팝업갤러리’, ‘해외 진출’ 사업에 협력적으로 참여함
- 우선, ‘미술 장터’는 경기도 미술시장 활성화, 경기예술인의 자생력 강화와 프로모션 목적의 미술 유통 플랫폼을 구축하고자 기획된 사업이며, 중·저가 미술시장의 활성화를 유도하고 가격 공신력 제고를 통해 미술품 유통구조를 개선하고자 함
- ‘팝업갤러리’는 대중에 문화예술 향유 공간 제공 및 미술품 소비·소장·활용 유도를 목표로 복합문화시설과 기업 및 공공시설에서 전시·판매사업 및 아트경기 참여작가를 위한 프로모션을 진행하는 행사임

- ‘해외 진출’ 사업은 경기예술인이 해외 미술시장에 단계적으로 진출할 수 있는 체계를 마련하고자 해외전시·판매사업을 기획·지원함

[표 4-4] 2020 아트경기 세부사업

세부 사업명	사업목적	사업내용
미술 장터	<ul style="list-style-type: none"> 경기도 미술시장 활성화, 경기예술인의 자생력 강화 및 미술 유통 플랫폼 구축 중·저가 미술시장의 활성화를 유도하며 가격공신력 제고를 통해 미술 유통구조 개선 	<ul style="list-style-type: none"> 아트경기의 브랜드 정체성이 담긴 미술 장터 기획 도민 참여형 미술장터 기획 아트경기 작가 전원과 협력사업자 추천작가가 참여하는 미술 장터 기획 / 연 2회 이내
팝업갤러리	<ul style="list-style-type: none"> 대중의 문화예술향유 공간 제공 및 미술품 소비·소장·활용을 유도 	<ul style="list-style-type: none"> 복합문화시설, 기업 및 공공시설에서 미술품 활용 촉진을 위한 전시·판매사업 기획 아트경기 참여작가 프로모션형 행사(네트워킹 파티, 컬렉터 교육, 옥션, 포럼 등 부대행사 기획
해외 진출	<ul style="list-style-type: none"> 경기예술인의 해외 미술시장 단계적 진출 체계 마련 해외 미술시장 유통 환경조성 	<ul style="list-style-type: none"> 아트경기 작가와 협력사업자 추천작가가 참여하는 해외전시·판매사업 지원 업무협약 체결 등으로 현지 기관과 협력

자료: 경기문화재단 자료제공(2020 아트경기 사업소개서)

- 특히, 올해는 코로나19 확산에 대응하여 온라인 라이브 미술품 경매 쇼, 온·오프라인 미술 장터 동시개최 등 온라인으로 참여할 수 있는 전시·판매사업이 추진됨
- 협력사업자로 선정된 ‘스튜디오 끼’가 기획한 ‘이광기의 광끼채널 Live 경매쇼 - 아트경기 신진작가’가 7월에 시작되었고, 12월까지 격주로 유튜브 ‘이광기의 광끼채널’을 통해 아트경기 작가의 작품 경매가 진행됨(경기문화재단, 2020)⁴⁾
- 해당 사업은 2020 아트경기 작가를 라이브 경매 쇼에 초청해 ‘아트경기 신진작가 특집 토크쇼’를 진행하는 등 관객과 작가가 소통할 수 있는 자리를 마련함
- 이러한 온라인 미술품 경매는 장소의 제약 없이 경매에 참여할 기회를 제공하여 미술품 소장 문화 확산으로 이어질 것으로 기대되고 있음

[그림 4-3] 2020 아트경기-라이브 경매쇼 유튜브 화면



자료: 유튜브(youtube.com)에서 2020 아트경기 이광기의 라이브 경매쇼 화면 캡처(검색일: 2020.10.8.)

4) 경기문화재단(2020). 2020 아트경기, 온라인 경매 쇼 첫선. 보도자료

[그림 4-4] 2020 미술주간과 연계한 아트경기 - 미술장터



자료: 연구자 직접 촬영(2020.10.15.)

(2) 2019 아트경기 추진실적

- 경기문화재단은 2019년 5월부터 2020년 3월까지 5.3억 원의 예산으로 아트경기 사업을 운영함

[표 4-5] 2019 아트경기 추진실적 개요(2019.5.~2020.3.)

구분	내용		
사업 기간	2019년 5월 ~ 2020년 3월		
사업비 (계획액)	총 530,000천 원	보조금	530,000천 원 (100%)
추진실적	<ul style="list-style-type: none"> ○ 아트경기 작가 선정 44명, 협력사 5팀을 공모를 통해 선정 ○ 아트경기 캠페인(순회 전시) 5회(9월~12월) ○ 미술장터 2회(9월, 10월): ①아트경기×유니온아트페어(서울) ②아트경기×유니온아트페스타(수원) ○ 팝업갤러리 전시 2회(10월, 11월) ○ 아트경기 화랑미술제 특별전(2020년 2월) 		
사업성과	<ul style="list-style-type: none"> ○ 아트경기 작가 작품 판매 성과 : 총 판매액 196,313,086원 ○ 총 출품작 1,253점, 판매 작품 총 237점(파생상품 85점 포함) ○ 총 27,104명의 방문객 달성 ○ 사업을 통한 미술품 소장 기회 확장과 미술시장 진출 기회 확대에 긍정적 평가를 받음 		

자료: 경기문화재단 자료제공(2019년 지방보조금 지원사업 추진실적)

① 2019 아트경기 작가와 협력사업자 공모·선정

- 2019년 5월부터 6월까지 총 96명의 작가가 공모에 지원하였고, 심의를 통해 조각, 사진, 회화 등의 장르에서 44명의 작가를 선정해 1인당 출품지원금 1백만 원을 지급함
- 경기도 시각예술 작가의 미술시장 진출을 지원할 협력사업자 공모에는 총 12팀이 지원하였고, 심사를 통해 5팀을 선정함
- 선정된 협력사업자는 상업화랑, 아트플레이스, KAN(칸), 앤갤러리, 아트플러스이며 경기도 소재 여부와 관계없이 미술품 유통 전문사업자와 예비사업자를 협력사업자로 선정하여 경기도 작가의 작품이 다채로운 기획과 장소에서 소개될 수 있도록 함
- 앤갤러리는 협력사업자로 선정되었으나, 중간에 사업 담당자 변경 등으로 업무수행 동력이 떨어져 결과적으로 아트경기 사업 운영에 참여하지 않음

[표 4-6] 2019 아트경기 선정 작가와 장르

연번	이름	장르	연번	이름	장르
1	박용남	조각	23	임선이	조각, 사진
2	이재인	사진	24	손민아	기타
3	권현조	조각	25	박재영	조각, 사진
4	전승일	사진	26	이계월	회화
5	임승천	조각	27	고유진	회화
6	나광호	회화	28	이진솔	조각
7	김건일	회화	29	전희경	회화
8	홍기원	조각	30	박진희	기타
9	김영선	회화	31	김아라	회화
10	이윤서	회화	32	김경준	회화
11	김리윤	회화	33	최은경	회화
12	이병욱	회화	34	황석선	사진
13	김남용	회화	35	이해균	회화
14	이효주	회화	36	박현우	조각, 기타
15	이미숙	회화	37	이부강	회화
16	정인국	조각	38	박미라	회화
17	박소현	회화	39	김소정	회화
18	홍진희	회화	40	박수환	회화
19	한세리	조각	41	최빛나	회화
20	김상균	회화	42	조문희	사진
21	이영후	조각	43	송수영	조각
22	옥정호	사진	44	박용식	사진

자료: 경기문화재단(2019)

[표 4-7] 2019 아트경기 선정 협력사업자

사업자명	대표자명	위치	기관 특성
상업화랑	양찬제	서울시 중구	<ul style="list-style-type: none"> 대안적 전시공간으로 잠재력을 갖춘 기획자와 작가를 연계하며, 전시 기획력이 우수하다는 평가를 받는 기관임 작가들의 전시를 기획하고, 새로운 미술의 방향과 흐름을 제시하는 기획자를 양성
아트플레이스	홍소미	서울시 용산구	<ul style="list-style-type: none"> 미술, 디자인, 테크놀로지 등 다양한 장르의 국내외 전시, 학술심포지엄, 아트페어, 출판 등의 플랫폼 기획 및 컨설팅 주도 아트페어 성공 경험이 다수 있는 협력사업자로 아트경기에서의 매출도 가장 높음
KAN(칸)	김유숙	서울시 서초구	<ul style="list-style-type: none"> 기업의 미술품 관리 및 공간의 예술적 활용을 기획, 아트 컨설팅 역할을 담당 공공 건축물 미술에 대한 노하우가 높은 기관으로 건축물 미술 작품 및 조형물 분야 심의·자문위원으로도 참여
앤갤러리	장형환	경기도 성남시 분당구	<ul style="list-style-type: none"> 국내외 작가들의 초대전, 기획전 기획·전시와 미술품 대여 업무를 하는 기관이나, 사업 인력의 변경으로 아트경기 업무 수행 동력이 떨어져 사업에 참여하지 않음
아트플러스	석혜원	서울시 영등포구	<ul style="list-style-type: none"> 국내 대표 작가 미술 장터인 '유니온 아트페어'와 제휴되어 있는 사업자로 아트페어형 아트옥션을 담당 작가 기반의 미술 장터 및 다양한 아트 연계 컨설팅 사업추진
총 5팀			

자료: 경기문화재단 자료제공(2019년 지방보조금 지원사업 추진실적); 서울아트가이드 홈페이지; 아트플레이스 홈페이지; 칸 홈페이지, 앤갤러리 홈페이지; 자문회의(2020.10.15.)를 통해 내용 보완

② 2019 아트경기 협력사업

- 경기문화재단은 2019년 5월부터 2020년 3월까지 아트경기사업의 일환으로 미술 장터 2회, 팝업갤러리 7회(캠페인 5회, 팝업 갤러리 전시 2회), 아트경기 화랑미술제 특별전 1회를 진행하였음
- '미술 장터'는 문화체육관광부의 미술주간 행사 중 '미술품 사자' 프로그램과 연계한 아트페어(유니온 아트페어 주관)로 아트경기 작가와 추천작가 전체가 참여함
 - 1차 미술 장터는 서울시 성수동에서, 2차 미술 장터는 경기도 수원시의 경기 상상캠퍼스에서 개최되었으며, 부대행사로 오프닝 파티, 퍼포먼스, 어린이 대상 프로그램, 국제교류 세미나, 네트워킹 파티 등이 진행됨
- '팝업갤러리'는 아트경기 작가의 작품들을 공공기관과 기업 로비 등에 전시하는 캠페인 순회 전시와 미술품 판로개척을 목적으로 하는 팝업갤러리 전시로 구분됨

- 경기문화재단은 공공기관 및 기업의 미술품 소장과 활용을 유도하고자 협력사업자 칸(KAN)과 함께 경기도청, 농촌진흥청, 신한은행 PMW 판교센터 등에서 캠페인 순회 전시를 진행함
- 팝업갤러리 전시는 아트플레이스, 상업화랑과 함께 도내 문화복합시설과 공용시설에서 작품을 전시, 판매할 수 있도록 기획됨
- 국립암센터에서 진행된 팝업갤러리에서는 부대행사로 국립암센터 발전기금 마련을 위한 자선경매를 개최하였음
- 또한, 아트경기 작가의 미술시장 진입을 지원하기 위해 ‘아트경기 화랑미술제 특별전’을 진행함
 - 국내 최장수 아트페어인 화랑미술제에 참가하여 아트경기의 작가 소개를 소개하고 갤러리와 매칭하는 프로모션을 지원함

[표 4-8] 2019 아트경기 사업

구분		횟수	장소		참여 협력사	내용
미술 장터		2회	1차 미술장터	서울	유니온 아트페어	일정: 2019.9.20.~9.29. 장소: S Factory A동 (서울 성수동)
			2차 미술장터	경기	유니온 아트페어	일정: 2019.10.08.~10.15. 장소: 경기상상캠퍼스 공간1986 (수원)
팝업 갤러리	캠페인	5회	공공기관	경기	칸KAN	경기도청 [9.2.~11.30.] 경기도의회 [9.1.~11.30/9.16~27.] 농촌진흥청 국립식량과학원 [10.21.~31.] 신한PMW판교센터 [11.28.~12.20.] 판교세븐벤처밸리 [11.28.~12.20.]
	팝업 전시	2회	복합문화공간	경기	아트 플레이스 상업화랑	일정: 2019.10.29.~12.20. 장소: 국립암센터 1층 로비(일산) 일정: 2019.11.20.~11.25. 장소: AK Gallery (수원)
아트경기 특별전 :화랑미술제		1회	코엑스	서울	상업화랑	일정: 2020.2.19.~2.23. 장소: 서울 코엑스 2층 Hall C

자료: 경기문화재단(2019)

- 2019년부터 2020년 1분기까지 진행된 아트경기 사업(미술장터, 팝업갤러리, 특별전)에는 아트경기 작가 44명과 협력사업자 추천작가 103명이 참여하였으며, 약 2.7만 명이 행사를 찾음

- 같은 기간 아트경기 사업에는 총 1,253점의 작품이 출품되어 237점이 판매됐고, 매출액은 약 2억 원에 달함
- 경기문화재단은 아트경기 홍보를 위해 '2019 아트경기 홈페이지'를 제작하고 SNS 채널을 개설하였으며, 미술 장터 홍보영상을 제작하여 경기도 버스(G-BUS) TV 광고로 송출하는 방법 등을 통해 도민들의 관심과 참여를 유도함

[표 4-9] 아트경기 성과 요약(2019.5.~2020.3.)

사업 구분	참여작가(명)		출품작(점)	집객(명)	판매작품(점)	매출(원)
	공모	추천				
미술장터	44*	69	867	6,125	100	48,218,686
캠페인	30	26	203	2,267	110 (25점 판매, 대여, 85개 굿즈)	28,794,400
팝업갤러리 전시	26	6	115	5,712	23	116,800,000
특별전 (2020년 실행)	12	2	68	13,000	4 (갤러리 매칭 5곳)	2,500,000
합계	44	103	1,253	27,104	237	196,313,086

주: *은 공모를 통해 선정된 아트경기 작가 전원이 참여
 자료: 경기문화재단(2019)

(3) 경기문화재단의 자체평가

- 경기문화재단은 2019년 11월 아트경기 성과공유 간담회를 개최하여 사업성과에 대한 자체평가를 시행함
 - 간담회에는 경기도청, 경기문화재단, 아트경기 작가가 참여
- 아트경기 사업에서 '사업자와 작가 간 협의를 통해 출품작을 결정하는 과정', '협력사업자와 아트경기 작가 간의 매칭 프로모션', '참여작가 대상으로 지급된 출품지원금'에 대한 긍정적 평가가 이루어짐
- 다만 '전시·판매사업과 연계한 워크숍 및 부대행사 부족', '작품가격에 대한 논의 부족', '사업별 수수료율 변동 폭에서의 혼란' 등이 문제로 지적됨
- 향후 발전방안으로 '작품의 적정가격 결정에 대한 기준과 연구 필요', '출품작에 대한 방문객 평가 시행', '장소접근성과 거점화가 가능한 행사지역 확대 검토' 등이 제안되었음

[표 4-10] 2019 아트경기 성과공유 간담회 주요내용

구분	내용
긍정적 측면	<ul style="list-style-type: none"> • 협력사업자 매칭 프로모션 방법에 만족 • 참여작가 출품지원금 수혜에 매우 긍정적 • 나이 제한 없는 작가지원사업으로 신진·중견 작가가 함께할 수 있었음 • 사업자와 작가 간의 협의를 통한 출품작 결정 과정이 매우 만족스러움
문제점	<ul style="list-style-type: none"> • 전시 판매 사업 연계의 워크숍 또는 부대행사가 적었음 • 일반인 참여 확대와 작품 이해 개선 등을 위한 홍보 활성화 필요 • 작품 또는 작품가 결정에 대한 논의가 부족했음 • 기존 미술시장과 비교하면 아트경기의 작가 수수료율에 만족하나, 사업별로 수수료율에 변동이 있어 혼란스러웠음
발전방안	<ul style="list-style-type: none"> • 작품가격 산출에 대한 적정가격선 결정 제안 연구 필요 • 작품 판매와 함께 작품에 대한 방문객 평가 및 만족도 등의 정보 수집 방안 검토 • 장소 접근성 개선과 거점화가 가능한 행사지역 확대 검토 • 작품 판매 수수료율과 작품가격 결정 방법 논의 필요

자료: 경기문화재단 자료제공(2019년 지방보조금 지원사업 추진실적)

3) 시사점

- 경기도는 2015년 「경기도 사고파는 미술품거래소 설립 및 운영에 관한 조례」를 제정하여 아트경기 사업 신설의 근거를 마련했으며, 2020년 해당 조례를 폐지하고 「경기도 미술품 유통 활성화 및 지원에 관한 조례」를 신규 제정해 아트경기 사업 운영의 안정성을 확보함
 - 특히, 「경기도 미술품 유통 활성화 및 지원에 관한 조례」는 경기도가 미술품 유통 활성화를 위해 지원하는 사업의 분야를 작가의 미술시장 진출 및 유통사업자 육성, 미술품 유통 관련 전문인력 양성 등으로 구체적으로 명시함
- 아트경기 사업은 경기도가 주최, 경기문화재단이 주관하고 있고, 재단은 공모를 통해 협력사업자를 선정하여 재단-협력사업자-참여작가 간 협력적인 추진체계를 구축함
- 재단은 협력사업자로 일반 갤러리뿐만 아니라 미술품 관리, 전시·아트페어 기획, 기업의 미술품 관리와 공간의 예술적 활용, 미술품 대여, 아트 컨설팅과 설치, 미술 아카데미 운영 등 미술품 유통 부문의 다양한 주체를 선정해 사업의 전문성을 향상하고 작가와 협력사업자 간 네트워크 형성을 도움

- 또한, 아트경기는 국내 최장수 전문 아트페어와 연계하여 아트경기 작가의 작품을 미술계에 적극적으로 홍보·전시·판매하고, 복합문화공간에서 미술 장터를 열었으며, 공공기관과 민간기업의 미술품 소장과 활용을 유도하고자 팝업갤러리를 운영함
- 즉, 아트경기 사례는 전문미술계, 일반 시민, 기관 등을 대상으로 사업을 기획하여 미술품의 유통 판로를 다각화하고자 했다는 점에 의의가 있음
 - 아트경기는 경기도민에게 중·저가 미술작품을 구매할 수 있는 여건을 제공하여 미술품 소장 문화 확산을 위한 토대를 마련하고자 함
 - 향후 경기도 활동 작가들의 해외 미술시장 진출도 적극적으로 지원할 방침이어서 아트경기 사업추진의 경과와 성과를 지속 검토해 벤치마킹할 필요 있음
- 2020년에는 협력사업자의 유튜브 채널을 활용하여 아트경기 작가 토크쇼와 라이브 경매 쇼를 진행함
- 미술품 경매를 대중적인 유튜브 채널을 통해 생중계함으로써 장소의 제약을 해소하고 미술품 구매와 소장에 대한 심리적 진입장벽을 낮추는 효과를 낼 것으로 기대됨
- 그리고 온라인 미술품 경매방식을 정착시키는 것은 코로나19와 같은 전염병 확산 시에도 미술시장 위축 방지에 일정 부분 이바지할 것으로 예상함
- 마지막으로, 아트경기는 경기도청, 경기문화재단, 아트경기 작가가 참여하는 간담회를 운영하고, 자체평가를 시행해 사업 참여자의 만족도 향상과 향후 사업의 질적 개선을 도모함
 - 간담회에서 작품가격 산출과 수수료율 결정을 위한 논의가 더 충분히 이루어져야 한다는 의견에 제시되어, 인천시가 미술품 경매 사업을 도입할 경우 사전에 이와 같은 문제에 대비해야 함

3. 전라남도문화재단 미술시장 활성화 사업

1) 사업개요

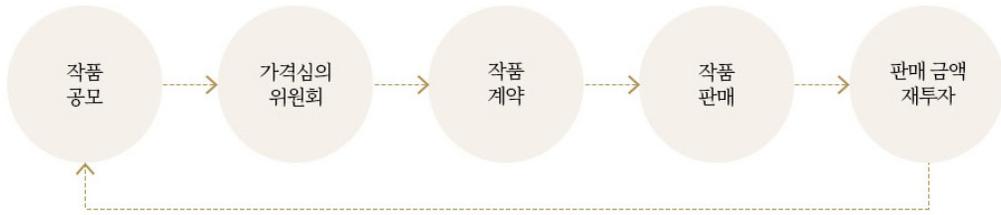
- 전라남도문화재단은 미술 문화 향유 증진과 지역 예술인의 작품 홍보를 통해 미술시장을 활성화하고자 ‘남도 예술은행’, ‘G&J 광주·전남 갤러리’, ‘온라인 경매’, ‘남도 사이버갤러리’를 운영하고 있음(전라남도문화재단 홈페이지)
- 2005년부터 운영되고 있는 ‘남도 예술은행’은 지역 미술작가의 작품을 구입하여 판매하는 사업이며, 2017년부터는 작품 임대도 병행함
- ‘G&J 광주·전남 갤러리’는 전라남도문화재단과 광주시립미술관이 공동으로 운영하는 곳으로 2016년 10월 26일 인사동에 개관하였고, 전남·광주 지역작가를 우선으로 공간 대관을 지원함
- 2020년 문화재단은 한국의 메인 미술품 경매 회사인 서울옥션과 업무협약을 맺고 온라인 경매 ‘제로 베이스’를 추진함
- ‘남도 사이버갤러리(namdogallery.or.kr)’는 전남을 배경으로 한 사진·회화, 전남지역 작가 예술작품 등을 전시하는 사이버갤러리아자 ‘남도 갤러리’, ‘남도 예술은행’, ‘G&J 광주·전남 갤러리’ 등과 관련한 서비스를 제공함

2) 사업 현황

(1) 남도 예술은행

- ‘남도 예술은행’은 전남 출신 작가를 대상으로 매년 미술 작품 구입 공모를 하여 작품을 접수하고, 심의위원회를 거쳐 구입할 작품을 선정한 후 작가와 계약을 통해 작품의 구입·판매가를 결정함(전라남도문화재단 홈페이지)
- 남도 예술은행의 작품 구입 및 판매사업은 문화재단이 작가로부터 적정가격에 작품을 구입한 후 구입 금액보다 낮은 금액으로 작품을 판매하여 작가의 자생력 향상과 작품 소장 문화 확산에 기여하고자 추진되는 사업임

[그림 4-5] 남도 예술은행의 작품 구입과 판매 절차



자료: 남도사이버갤러리 홈페이지(검색: 2020.11.24.)

- 또한, 2017년부터 도입된 남도 예술은행 렌트 사업은 공공기관, 문화시설, 기업, 단체 등을 대상으로 대여 목적에 따라 유·무상으로 작품 임대 서비스를 제공함
 - 작품 임대가 가능한 대상은 신청일 기준 전라남도에 소재한 공공·민간기관이어야 함
 - 환경미화를 목적으로 한 경우 유상으로 작품 임대가 가능하고, 임대료 요율은 대여 기간에 따라 상이함. 공공의 목적 또는 미술은행 홍보 및 대여 촉진을 위한 문화 행사인 경우 무상으로 작품 임대가 가능함
 - 예술은행 활용 사례로, 2020년 2월 나주공공도서관은 작품 임대를 통해 ‘2020년 남도 예술은행 소장작품 기획전’을 개최함. 한국화 및 서양화 작품 11점을 책 심터에 전시함으로써 시민에게 일상에서 예술작품을 향유할 수 있는 기회를 마련하고 예술은행 사업을 홍보함(전남목포신문, 2020)⁵⁾

[그림 4-6] 남도 예술은행 소장품샵



자료: 남도 사이버갤러리 홈페이지 예술은행 소장품샵(검색: 2020.11.24.)

- 현재 ‘남도 예술은행’에 소장된 작품은 남도 사이버갤러리 홈페이지를 통해 판매·임대가 가능하도록 게시되어 있음(남도 사이버갤러리 홈페이지 소장품샵)

5) 강천웅(2020.2.11.). 나주공공도서관, 2020년 남도예술은행 소장작품 기획전 개최. 전남목포신문

- 사이버갤러리에서 예술은행이 소장한 작품을 소개하고 구입 및 임대 가능 여부, 작품가격 및 임대료 정보를 제공함

(2) G&J 광주·전남 갤러리

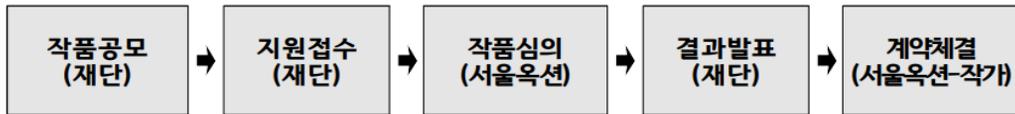
- 2016년 광주광역시와 전라남도는 미술시장 활성화를 위해 국내의 화랑이 밀집해 있는 서울시 인사동에 'G&J 광주·전남갤러리'를 개관하여 공동으로 운영하고 있음
 - 서울시 종로구 인사동길 35-4 인사동마루 본관 3층에 개관함
- 개관 전시로 '수묵으로 사유하다'를 개최한 것을 시작해 광주와 전라남도 작가의 작품을 알리는 다양한 기획전시를 운영해 왔고 대관업무도 병행함
 - 대관료는 전라남도·광주광역시 작가의 경우 일주일에 1백만 원, 타 지역 작가의 경우 일주일에 3백만 원으로 책정되어 있음
- 2020년 11월 현재 광주광역시에 소재한 호남대학교 예술대학 동문회의 '호미회' 전시가 G&J 갤러리에서 진행 중임

(3) 제로 베이스 in 전남

- 전라남도문화재단은 지역 미술 분야 작가의 수도권 미술시장 진출을 지원하기 위해 전문 경매 회사인 서울옥션과 연계하여 온라인 경매 '제로 베이스 in 전남'을 추진함
 - 서울옥션의 '제로 베이스(Zero Base)'는 미술시장에 선보이지 않았으나 꾸준히 본인의 작품 세계에 집중해 온 작가 발굴을 위해 추진하는 온라인 경매 프로젝트임
 - 2020년 4월 전라남도 출신 미술 분야 작가를 대상으로 제로 베이스 참여 작품을 공모하였고, 작품 수는 1인당 10점 내외로 한정하였으며 작품심의회는 서울옥션에서 담당함. 선정된 작가는 서울옥션과 작품 출품, 전시 및 판매에 대한 계약을 체결함(제로베이스 온라인 경매 작품공모)
 - 1차 미술시장인 화랑과 계약이 되어 있는 작가의 경우 지원이 불가하였음
- 온라인 경매를 위해 6월 3일부터 6월 8일까지 전라남도청갤러리와 목포문화예술회관에서 서울옥션 스페셜리스트들이 선정한 작가(8명: 고차분, 김미숙, 김성결, 김옥진, 김우성, 윤영누, 이태희, 서지영)의 출품작으로 사전 전시회를 개최함

- 사전 전시회 방문이 어려운 경우 '남도 사이버갤러리'의 VR 전시관에서 작품을 관람할 수 있도록 온라인 전시관을 운영함
- 온라인 경매는 6월 12일부터 18일까지 서울옥션이 진행하였고, 경매 진행 기간에는 서울옥션 강남센터에서 2차 전시회가 진행됨
- '제로 베이스 in 전남'에는 서울옥션에 회원가입을 하면 누구나 응찰할 수 있었고, 이는 미술 작품 구매에 대한 문턱을 낮추는 데 이바지할 것으로 기대됨(남도일보, 2020)⁶⁾

[그림 4-7] '제로 베이스 in' 전남 추진 절차



자료: 제로베이스 온라인경매 작품공모

(4) 남도 사이버갤러리

- '남도 사이버갤러리' 홈페이지는 도비 3천만 원의 지원으로 전라남도문화재단이 운영하고 있으며 '남도 예술은행', 'G&J 광주·전남 갤러리' 등의 사업을 홍보, 안내하고 미술시장 활성화 사업에 관한 서비스를 제공하며 온라인 전시회를 운영함
- 이 외에도 전라남도 예술인에 대한 정보를 제공하고 매달 이달의 작가를 선정하여 웹진을 통해 작가의 작품과 작품 세계관을 소개함
- 2020년 5월에는 코로나 확산으로 인해 지친 도민들을 위로하고자 온라인 기획전 '봄의 위로'를 개최하여 봄을 소재로 한 52점의 미술 작품을 남도 사이버 갤러리에서 전시하였음(뉴스워커, 2020)⁷⁾

3) 시사점

- 전라남도문화재단은 2005년부터 '남도 예술은행' 사업을 시작으로 공급자(작가)와 수요자(기관 등)를 연결하는 매개자 역할을 해 옴
- 2017년부터는 예술은행에 임대사업을 새롭게 추가하는 등 예술은행 사업을 활성화하고자 변화를 지속 시도함(전남목포신문, 2020)⁸⁾

6) 김재환(2020.6.5.). 전남문화관광재단 '제로베이스in전남' 사전 전시회 개최. 남도일보

7) 조준성(2020.4.22.). (재)전라남도문화관광재단, 남도사이버갤러리온라인 기획전 개최. 뉴스워커

- 광주, 전남 지자체가 'G&J 광주·전남 갤러리'를 공동으로 운영한다는 점과 미술시장이 활성화되어 있는 서울 인사동에 갤러리를 마련함으로써 지역작가가 더욱 효과적으로 미술시장에 소개되도록 지원한다는 점이 재단 사업이 차별화되는 부분임
- 2020년 코로나19 확산에도 불구하고 G&J 광주·전남 갤러리에서 방역수칙을 철저히 준수하면서 작가들의 개인전을 꾸준히 개최하였고, 국내 경매기업 1호 상장사인 '서울옥션'과 온라인 경매를 추진하여 미술시장 활성화의 동력을 잃지 않기 위해 노력함
- 한편, 문화재단은 '남도 사이버갤러리' 홈페이지를 구축하여 효과적으로 문화재단의 미술시장 활성화 사업을 홍보하고 온라인 미술품 전시와 판매 및 대여 시스템을 안정화해 옴

8) 강천웅(2020.2.11.). 나주공공도서관, 2020년 남도예술은행 소장작품 기획전 개최. 전남목포신문

4. 광양아트옥션

1) 사업개요

- 광양아트옥션은 광양시 문화도시 조성 기반구축과 시민들의 문화예술 향유 및 미술시장 활성화를 위해 2019년 전국 지방자치단체 최초로 시도된 미술품 경매 사업임
- 사업은 청년작가에 예술 활동과 전시 기회를 지원함으로써 추후 도립미술관의 성장동력을 확보하고 광양을 문화도시로 알리고자 기획됨(광양시문화도시사업단, 2019)
- 광양아트옥션은 광양시 주최, 광양시문화도시사업단 주관으로 15억 원의 예산 지원을 통해 추진되었음(광양시, 2019)
 - 2020년에는 전라남도문화재단과 함께 온라인 경매 방식으로 ‘테이크 아트 홈’을 운영. 2020년 11월 27일부터 경매에 출품될 작품을 온·오프라인을 통해 전시하고 12월 3일 온라인 경매를 진행

2) 사업 현황

- 광양아트옥션은 2019년 11월 27일부터 12월 10일까지 14일간 광양문화예술회관(2전시실)에서 개최되었으며 옥션에는 약 400점의 작품이 출품됨(광양시문화도시사업단, 2019)
- 사업에는 총 50명(지역작가 25명, 전국작가 25명)의 작가가 참여하였고 행사는 광양지역 작가의 작품전시·판매가 이루어지는 ‘블루 아티스트’와 광양 및 전국의 작가 작품을 대상으로 전시·판매·경매를 진행한 ‘G-아트옥션’으로 구성되었음
 - ‘블루 아티스트’에는 광양지역 작가 20명이 참여하였고, 두 차례에 걸쳐 진행된 ‘G-아트옥션’에는 30명의 작가가 참여하였음
 - 경매는 1부와 2부로 구분해 광양문화예술회관(2전시실)에서 진행되었으며, 여기에는 총 200명(1부 130명, 2부 70명)이 참석하였음
- 사업추진 결과, 총 61점의 작품이 판매되었고 약 5,900만 원의 성과를 달성하였으며 이 중 경매로 낙찰된 작품은 13점임

- 참여작가의 지역별 판매현황을 살펴보면 광양 29점, 순천 11점, 여수 8점, 광주 10점, 서울 외가 3점으로 집계되었음
- 이 외에도 광양아트옥션의 성공적 개최를 위해 개막식과 작품 프리뷰를 운영하고 부스별 도슨트를 배치하여 작품설명을 진행함

[표 4-11] 2019 광양아트옥션 행사 일정

행사명	기간	내용
블루아티스트	11.27.(수) ~ 12.1.(일)	광양지역 작가의 작품 전시·판매
G-아트옥션	1차: 12.2.(월) ~ 12.6.(금)	광양 및 전국작가의 작품 전시·판매
	2차: 12.7.(토) ~ 12.10.(화)	

자료: 광양시문화도시사업단(2019)

[표 4-12] 2019 광양아트옥션 지역별 작품 판매현황

지역	판매 수(점)	총계(%)
광양	29	95.0
순천	11	
여수	8	
광주	10	
서울 외	3	5.0
총	61	100.0

자료: 광양시문화도시사업단(2019)

3) 시사점

- 지방자치단체에서 직접 미술시장 활성화를 위해 미술품 경매를 시도했다는 것이 특징적임
- 광양아트옥션은 2020년 도립미술관 개관을 앞두고 광양시가 문화도시를 조성하는데 기여함과 동시에 지역주민에게 미술 문화 경험과 향유, 미술품 소장 기회 확대하는 계기가 되었음
- 미술시장에 지역작가를 소개하는 기회를 마련하였으며 도슨트 운영으로 작가의 작품에 관한 관심과 이해 향상을 도움
- 2020년에는 광양아트옥션의 규모를 키워 전라남도문화재단과 함께 운영함. 이는 지자체가 단독으로 미술시장 지원사업을 전문적으로 운영하는 데 일정 부분 한계가 있음을 의미함

5. 아트 바젤 홍콩

1) 주요 내용

- 2008년에 시작된 '아트 홍콩'의 참여 갤러리와 관람객 수는 해를 거듭할수록 증가하였고, 2011년 아트 바젤과 아트 바젤 마이애미비치를 운영하는 MCH 그룹이 아트 홍콩의 소유자인 아시안 아트페어의 주식 중 60%를 사들이면서 2013년 아트 홍콩은 '아트 바젤 홍콩'으로 새롭게 도약함(네이버 캐스트 '세계의 아트페어'; 박수강·주은영, 2015; ART CHOSUN, 2020⁹⁾)
- MCH 그룹은 스위스의 마케팅 솔루션과 컨벤션 회사로 아트 바젤, 아트 바젤 마이애미, 주얼리 페어인 바젤 월드 쇼 등 연간 40여 회의 페어를 운영하는 전문회사임(헤럴드경제, 2019¹⁰⁾)
- 후원사로는 스위스 프라이빗 बैं킹인 'UBS'가 있으며 이 회사는 '아트바젤'의 공식 파트너로 스위스 취리히에 있는 글로벌 금융기업임(아트바젤 홈페이지)
- 홍콩 컨벤션 및 전시 센터에서 개최되는 아트 바젤 홍콩은 아시아 태평양 지역 갤러리들의 참여 비율을 50%로 맞추어 아트 바젤이나 아트 바젤 마이애미비치와 차별화된 아트 바젤 홍콩만의 특성을 만들어 냈으며, 이러한 방침은 홍콩 지역 갤러리들을 고무시킨다고 알려짐(박수강·주은영, 2015)
- 2019년 아트 바젤 홍콩은 3월 27일부터 3월 31일까지 개최되었으며 2020년 제8회를 맞이한 아트 바젤 홍콩은 지속되는 코로나19 확산으로 3월에 온라인으로 진행됨(아트바젤 홈페이지)
- 3월 27일 프라이빗 오픈을 시작으로 3월 29일부터 3월 31일까지 정식 오픈하여 36개국 242개의 다국적 갤러리와 8.8만 명의 관람객이 참여하였음(보그 패션, 2019¹¹⁾; 이코노미톡뉴스, 2019¹²⁾)
- 한국에서는 국제갤러리, PKM, 학고재, 아라리오갤러리 등 10개의 화랑이 참여함

9) 윤다함(2020.3.17.). 취소된 아트바젤 홍콩, 누구나 온라인에서 본다. ART CHOSUN

10) 이한빛(2019.2.11.). 아시아 아트페어는 '몸값' 재편중. 헤럴드경제

11) 보그 패션(2019.4.1.). 아트바젤 홍콩 2019. 보그코리아

12) 왕진오(2019.4.5.). 2019 아트바젤 홍콩 리포트... 작품성보단 가격이 대세?. 이코노미톡뉴스

- 각국의 갤러리들은 ‘갤러리스’, ‘인사이트’, ‘디스커버리’, ‘인카운터’ 등의 섹터를 통해 아트페어에 참여함(아트바젤, 2019)
 - ‘갤러리스’에서는 세계 최고의 196개 갤러리가 그림, 조각, 드로잉, 설치, 사진, 비디오 및 디지털 작품을 선보임
 - ‘인사이트’는 아트 바젤 홍콩만의 특화된 프로그램으로 아시아 태평양 지역의 갤러리들이 작가들을 소개하는 장으로 운영됨
 - ‘디스커버리’는 신진작가를 위한 공간으로 최근 작품을 위주로 전시를 진행했고 ‘인카운터’는 아트 바젤 홍콩의 자체 기획전시를 선보이는 공간으로 “Still We Rise”라는 주제로 전시를 개최함

[표 4-13] 2019 아트 바젤 홍콩 프로그램 현황

구분	내용
갤러리스	그림, 조각, 드로잉, 설치, 사진, 비디오 및 디지털 작품 전시
인사이트	아시아 태평양 지역의 갤러리들이 지역작가를 소개하는 장
디스커버리	신진작가를 위한 작품 전시공간
인카운터	아트바젤 홍콩의 자체 기획전을 선보이는 공간

자료: 아트바젤(2019)

- 2020년 아트 바젤 홍콩은 ‘온라인 뷰잉룸’을 통해 230여 개의 갤러리가 2천 점의 작품을 선보였고 방문객은 약 25만 명으로 집계되었음(조선일보, 2020)¹³⁾
 - 디지털 플랫폼인 ‘온라인 뷰잉룸’을 통해 입장료 없이 아트 바젤 홍콩에 출품된 작품을 누구나 관람할 수 있었으며 VIP 카드 소지자를 대상으로 3월 18일에 프라이빗 뷰(private view)를 먼저 진행한 후 3월 20일부터 대중에게 공개함
 - 통상적으로 아트 바젤 홍콩은 공식 오픈 하루 전에 VIP 오프닝인 ‘프라이빗 뷰’와 티켓 구매 시 일반인도 입장할 수 있는 ‘베르니사주(vernissage)’를 구분해 진행함. VIP 카드는 주로 페어 주최 측, 참여 갤러리, 스폰서 등을 통해 주요 컬렉터, 업계 전문가 및 잠재적 아트 컬렉터들에게 제공됨(박수강·주은영, 2015)

13) 조선일보(2020.6.12.). 국제갤러리, 제2회 아트 바젤 온라인 뷰잉룸 참가. 조선일보

2) 성장 과정에서 공공의 역할

- 홍콩 미술시장의 급성장에는 무관세와 정부의 문화지구 조성 사업이 기여했다고 평가됨(경향신문, 2015¹⁴)
- 우선, 자유무역항인 홍콩에서는 미술품 반입에 대한 관세가 없어서 절세 측면에서 미술시장이 활성화할 수 있는 환경이 조성됨(한국보건산업진흥원, 2019)
 - 중국에서는 해외에서 중국 본토로 미술품을 반입하는 경우 30%가 넘는 세금이 부과되어 중국 경매회사를 포함해 아시아 시장에 주목하는 갤러리와 경매회사가 홍콩에 진출했다고 보는 시각이 있음(박수강·주은영, 2015)
- 홍콩은 도시발전의 맥락을 문화예술에 접목하여 2008년부터 구룡반도 서쪽에 문화지구 조성 사업을 추진하였고, 이는 홍콩이 아시아의 문화 허브로 자리매김하는 데 이바지함(경상일보, 2015)¹⁵)
 - 1998년 제1대 행정장관을 역임한 텅치화 장관은 홍콩을 아시아의 문화예술 중심지로 만들겠다는 계획을 밝히며 서구룡 지구에 문화시설 건립을 제안하였고, 이 계획은 2008년 서구룡 문화지구 당국의 설립으로 구체화됨(박수강·주은영, 2015)
 - 문화지구의 핵심시설인 ‘엠펙플러스(M+)’는 ‘뮤지엄 플러스(museum plus)’의 약자로 복합 시각 문화 박물관으로 운영되고 있으며, 엠펙플러스를 비롯한 여러 문화시설은 아트 바젤 홍콩이 개최되는 3월에 ‘아트 갤러리 나이트’, ‘홍콩 예술 축제’ 등을 개최해 시너지 효과를 냄(이데일리, 2017)¹⁶)
- 또한, 홍콩은 미술시장 생태계의 성장을 위하여 1999년까지 정부가 도축장으로 운영하던 곳을 예술단체와 작가들의 창작공간으로 사용할 수 있도록 1만5천 m² 규모의 캐틀 디포 아티스트 빌리지를 조성함(박수강·주은영, 2015)
- 홍콩 관광청의 서울사무소는 한국의 경매회사 및 미술 관련 기관들과 접촉하여 아트 바젤 홍콩을 포함한 미술 행사를 방문하는 투어를 조직해 홍콩 미술계를 홍보하였고, 이러한 사업을 일본, 유럽, 미국 등에서도 운영함(박수강·주은영, 2015)

14) 이성희(2015.8.27.). 홍콩, 이제 아트다... 갈 때 마다 새로운 '감성 도시'. 경향신문

15) 홍영진·김경우(2015.7.30.). [국내외 미술관 도시를 가다]서구룡문화지구 조성, 소비지향도시 홍콩의 미래를 바꾼다. 경상일보

16) 강경록(2017.2.12.). [여행팁] 느낌 충만한 홍콩의 3월 백배 즐기는 방법. 이데일리

- 이 외에도 홍콩으로부터 모든 자금을 조달하는 비영리기관인 아시아 소사이어티 홍콩센터는 아트 바젤 개최 기간에 아시아 미술계 발전에 기여한 인물을 축하하는 '아시아 아트 게임 체인저 어워드(Asia Arts Game Changer Awards Hong Kong)'를 진행함
- 이를 통해 홍콩을 비롯한 아시아의 미술시장 활성화를 도모하고, 건강한 미술시장 생태계 조성을 위하여 대중을 위한 미술교육 프로그램을 운영함(뉴시스, 2018)¹⁷⁾
- 그러나 2020년 중국에서 홍콩 국가보안법이 통과되면서 아시아의 문화 허브였던 홍콩의 위상이 흔들릴 수 있다는 전망이 나오고 있어 향후 정치적 이슈가 아트 바젤 홍콩 등의 미술시장에 미칠 영향을 예의주시해야 함

17) 박현주(2018.3.19.). 국제 갤러리, 아트바젤홍콩 캐비닛(김용익), 피름섹터(정연두) 참가. 뉴시스

6. 상하이 웨스트 번드 아트 & 디자인

1) 주요 내용

- 2014년부터 중국의 국영 개발 회사인 웨스트 번드 개발 그룹이 주최하는 ‘웨스트 번드 아트 & 디자인’은 비행기 격납고를 개조한 ‘웨스트 번드 아트센터’에서 진행됨
 - 웨스트 번드는 상하이시가 웨스트 번드 그룹과 함께 기존의 항공기 제조공장 지대를 문화예술 특구로 개발한 곳임
- 2019년 제6회를 맞이한 웨스트 번드 아트 & 디자인은 11월 8일부터 11월 10일까지 진행되었으며, 이 페어는 다른 아트페어와는 달리 주최측에서 초청한 갤러리만 참여할 수 있다는 점이 특징임
 - 중국의 상하이 난징동루에서 열리는 아트 O21(오투원) 아트페어가 로컬 갤러리 중심의 시장이라면 웨스트 번드 아트 & 디자인은 세계의 우수 갤러리가 참여하는 특징을 지니고 있음
 - 실제로 웨스트번드 아트 & 디자인에는 국제적으로 작품성이 인정되고 미술관과 같은 기관이 선호하는 작품이 다수 출품되며, 아트 O21은 일반 수집기들이 쉽게 구입할 수 있는 작품을 판매하는 경향을 보임(노블레스, 2019)¹⁸⁾
- 2019년 웨스트 번드 아트 & 디자인은 전 세계 갤러리 부스를 선보이는 ‘갤러리 리즈’ 섹션, 국제적인 작가들의 작품을 단독으로 조명하는 ‘셴 창’, 100개 이상의 영상작업을 외벽에 LED로 상영하는 ‘드림 비디오 100’으로 구성됨(조선일보, 2019)¹⁹⁾
 - 2019년 페어에서는 20세기 근대미술과 현대미술을 망라한 18개국 800여 명의 작가와 3,000여 점의 회화, 조각, 미디어 아트, 설치작품이 소개되었음
 - 참여한 갤러리는 총 109개로 한국에서는 국제갤러리, 아라리오갤러리, 조현화랑, P21이 참가하였음(the NEIGHBOR, 2020)²⁰⁾

18) 이소영(2019.12.4.). 상하이의 뜨거운 바람. 노블레스

19) 조선일보(2019.10.31.). 국제갤러리, 상하이 웨스트번드아트&디자인·아트O21 아트페어 참가. 조선일보

20) Jackline Jiae Byun(2020.1.7.). 상하이 아트의 새로운 발견. the NEIGHBOR

[표 4-14] 2019 웨스트 번드 아트 & 디자인 프로그램 현황

구분	내용
갤러리즈	회화, 조각, 미디어 아트, 설치 등의 작품 전시
센창	국제적으로 명성이 높은 작가들의 작품을 조명
드림 비디오 100	100개 이상의 영상작업을 외벽에 설치된 LED로 상영

자료: 조선일보(2019)

- 중국 미술시장의 약진에 상하이의 웨스트 번드 아트 & 디자인 아트페어도 큰 역할을 했다고 평가됨
- 더욱이 2019년 11월에 웨스트 번드 지역에 풍피두센터 분관이 설립되면서 웨스트 번드 아트 & 디자인 아트페어를 위시해 성장한 웨스트 번드의 미술시장이 아시아 현대미술의 중요 메카로 성장할 것이 전망됨(중앙시사매거진, 2019)²¹⁾

2) 성장 과정에서 공공의 역할

- 상하이는 2008년부터 웨스트 번드를 문화특구로 개발하면서 황푸강을 따라 약 11km에 이르는 지역에 세계적으로 유명한 갤러리, 미술관을 유치·설립하면서 뮤지엄 마일을 조성하고 있음(미술세계 편집부, 2017)
 - 2008년 상하이 세계 엑스포 개막과 동시에 ‘황푸강 종합개발계획’을 시행하면서 웨스트 번드 그룹과 함께 황푸강 서쪽에 달하는 낙후된 공장 지대를 미술관들로 탈바꿈하였음 (the NEIGHBOR, 2020)²²⁾
 - 이에 따라 웨스트 번드 지역에는 웨스트 번드 아트 센터, 롱 뮤지엄, 유즈 뮤지엄, 상하이 파워 스테이션, 탱크 상하이 등이 설립됨(THE ARTRO, 2018)²³⁾
- 또한, 상하이는 슈퍼 컬렉터와 정부의 자본력을 바탕으로 전 세계 미술관과 미술 관계자들을 모으고, 미술관과 옥션, 갤러리 등 미술 기관과 협력하여 상하이를 차세대 글로벌 아트 마켓으로 육성해 옴
- 중국 정부는 2018년까지 미술품에 대한 높은 세금을 부과하였으나 최근 미술품에 대한 관세를 크게 낮추어 미술시장 활성화를 촉진하고자 함(헤럴드경제, 2019)²⁴⁾

21) 이지윤(2019.9.23.). Art Renaissance in West Bund Shanghai. 중앙시사매거진

22) Jackline Jiae Byun(2020.1.7.). 상하이 아트의 새로운 발견. the NEIGHBOR

23) 정필주(2018.1.29.). 비아 살롱(Via Salon): 아트페어로 바라본 미술시장의 현황. THE ARTRO

- 상하이가 국제적인 미술시장으로 성장하기까지 상하이 정부는 미술관, 비엔날레, 아트페어, 갤러리, 옥션 등 미술시장의 각 영역이 역동적으로 상호작용하는 미술계 구축을 주도해 옴(김달진미술연구소, 2017²⁵); 이소영, 2019²⁶)
- 중국에선 관 주도의 문화정책이 일반적으로, 중국은 2009년 국무회의에서 문화를 ‘전략 산업’ 수준으로 격상하고, 문화산업을 중국 국내총생산의 최소 5%를 차지하는 ‘중국 경제의 기둥 산업’으로 제안하며 이와 관련한 정책적 노력을 현재까지 이어오고 있음(중앙시사매거진, 2019)²⁷)
- 다만, 관이 주도해 온 중국 본토의 미술시장은 중국 작가 작품을 중심으로 거래가 이루어져 왔으며, 중국 경매시장의 경우 낙찰 후 거래가 취소되는 비율이 높고 다소 불투명한 운영 방식 때문에 경매 낙찰액을 액면 그대로 받아들여도 되는지에 대해 여전히 논란이 있음(박수강·주은영, 2015)

24) 이한빛(2019.11.10.). [2019 상하이아트위크②] 문는 작품마다 ‘솔드 아웃’... 페어장 휩쓴 상하이 콜렉터들. 헤럴드경제

25) 주연화(2017.1.1.). 상하이 르네상스. 김달진미술연구소 칼럼

26) 이소영(2019.2.). 상하이로 떠나는 예술여행. 연합이매진

27) 이지윤(2019.9.23.). 아시사 미술의 꽃이 되다 ‘상하이 웨스트번드’ 르네상스. 중앙시사매거진

7. 시사점

❖ 미술품 유통시장의 안정적 성장을 뒷받침할 제도운영

- 미술품 유통 활성화를 지원하고 미술시장에 대한 신뢰를 구축하기 위해서는 이를 뒷받침할 제도의 마련과 운영이 필요함
- 사례로 살펴본 경기문화재단의 아트경기는 「경기도 미술품 유통 활성화 및 지원에 관한 조례」에 근거해 지원을 받아 추진되는 사업으로, 사업 운영을 위한 안정적인 추진기반을 확보함
- 반면 중국 미술시장 거래의 상대적으로 약한 투명성은 시장에 대한 신뢰 구축을 제약하는 요인이 됨
- 인천시의 미술시장 생태계를 형성하고 이를 안정적으로 육성하기 위해서는 미술품 유통 활성화를 지원하고 시장에 대한 신뢰 구축, 불공정 거래 및 위작 유통 등을 방지할 제도를 마련해야 함

❖ 공공에서 미술시장 형성·성장을 촉진하되 민간의 적극적 참여 유도

- 경기문화재단과 전라남도문화재단의 사례를 살펴보면, 지역 미술시장 형성과 성장을 촉진하되 재단은 기존 시장의 유통업자와 예술인을 매개하고 거래를 중계하는 역할을 담당하며 유통업자의 플랫폼과 네트워크를 활용해 사업을 확장해 감
- 아트바젤 홍콩의 사례에서도 공공은 아트페어가 열리는 시기에 맞추어 연계 문화행사와 관광 프로그램 운영을 지원하고, 홍콩을 중심으로 아시아의 미술시장 생태계가 발전할 수 있도록 문화 특구 개발과 예술인·단체 대상 창작공간을 지원하여 아트바젤이 홍콩을 기반으로 더욱 성장할 수 있는 여건을 조성함
 - 아트바젤 홍콩은 아트페어 전문회사가 탄탄한 기획력을 바탕으로 세계의 우수한 화랑의 참여를 유도하고, 공공은 아트페어를 직접 주최·주관하기보다는 미술시장이 원활히 성장·발전할 수 있는 여건을 조성하여 홍콩을 아시아를 대표하는 미술시장으로 거듭나게 하였음을 보여주는 사례임

- 인천시가 미술시장 활성화 사업을 전개할 때 공공은 시장에 직접 참가하기보다는 인천시 미술계에 전문미술품 유통사업자가 참여할 수 있는 여건을 조성하는 데 정책적 역량을 투입하는 것을 우선하여 고려해야 함

❖ 외부의 자원을 활용·연계한 지역 미술시장 활성화 전략 필요

- 우리나라 미술시장의 자원은 이미 서울에 상당히 집중되어 있어 각 지방자치단체가 행정구역 내로 한정하여 미술시장을 육성하기는 어려운 구조임
- 이에 따라 경기문화재단의 아트경기는 사업장의 소재지를 한정하지 않고 사업계획의 기획력과 전문성을 평가해 사업을 함께 추진할 협력사업자를 선정함
 - 다만, 지역의 미술품 유통사업자를 육성하기 위해서 한 해에 한 곳 이상 경기도지역에 소재한 유통사업자를 협력사업자로 선정함
- 그리고 전라남도도 광주광역시와 협력하여 미술품 거래가 활발히 일어나는 서울시 인사동에 화랑을 열고 공동으로 운영하며 지역작가들이 낮은 가격에 전시관을 대관할 수 있도록 해 효과적으로 지역작가를 국내 미술시장에 소개함
- 이러한 사례를 참고해 지역에 유통시장이 적절히 형성되어 있지 않더라도 외부의 자원을 연계하여 인천 미술시장의 형성 기반을 다지는 전략을 활용해야 함

❖ 미술시장의 환경 변화에 대한 민첩한 대응 필요

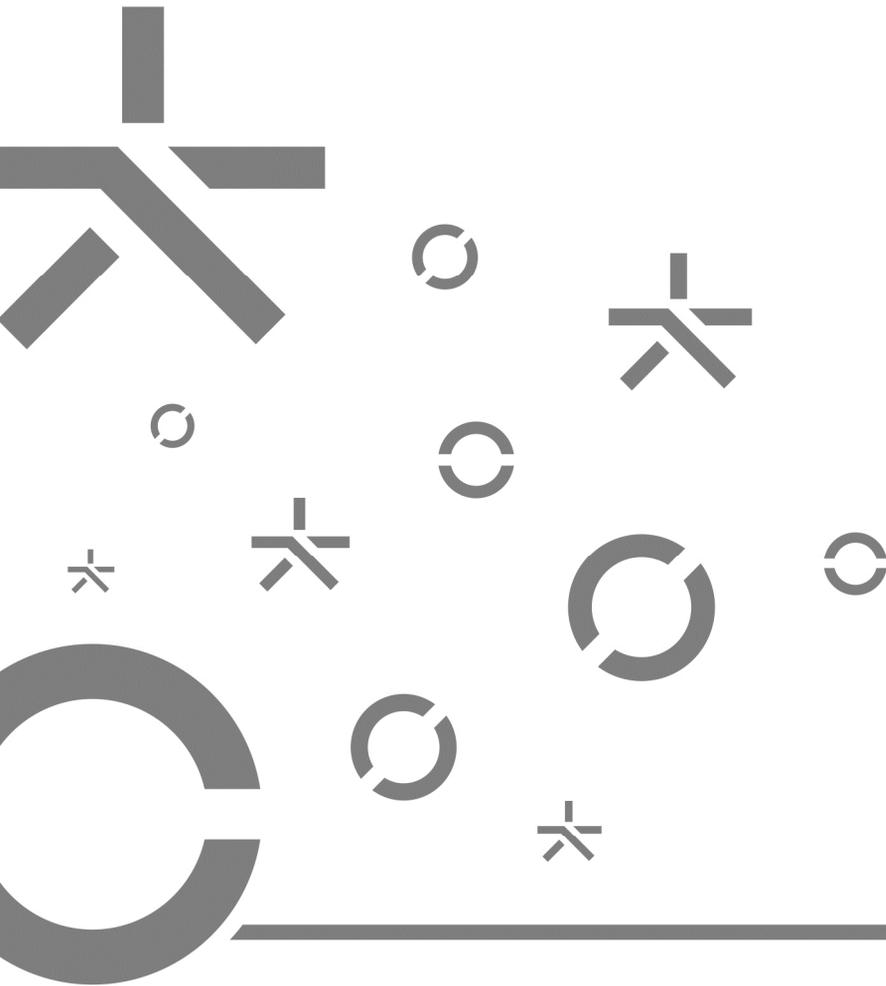
- 미술시장에서 발견되는 주요 변화 중 하나는 국내 미술시장에서 중저가 미술품 거래가 많아짐에 따라 더 넓은 미술품 소비자층을 선제적으로 확보하는 것에 대한 미술품 유통업계의 관심이 높아지고 있다는 것임
- 그리고 올해의 두드러진 시장 환경의 변화는 코로나19 확산으로 대면접촉과 이동에 제약이 발생하면서 기존의 오프라인 경매나 아트페어, 문화예술 관련 행사의 추진이 어려웠다는 점임
- 이와 같은 변화를 포착한 국내 미술품 유통사업자는 온라인 미술품 거래 플랫폼을 구축하고 유튜브와 같은 대중에게 친숙한 콘텐츠 유통채널을 활용하여 미술품 경매를 진행했으며, 2020년 아트 바젤 홍콩도 온라인으로 아트페어를 진행함

- 이 외에 전라남도문화재단도 미술품 소장 문화의 확산을 위하여 예술은행 온라인 플랫폼의 서비스를 개선해 옴
- 이처럼 미술시장의 환경 변화에 주목하고 시장의 동향을 포착하여 민첩하게 대응하는 것은 미술시장 생태계 활성화를 위해 요구되는 전략이 될 수 있으므로 지역의 미술시장 육성을 위해 시장의 현황과 시장을 둘러싼 환경 변화를 지속 연구, 조사해야 함

❖ 대표 미술시장 활성화 사업을 지역 문화 브랜드로 육성

- 상하이선 관 주도적으로 문화 특구를 개발하고, 전 세계 미술시장에서 활발하게 활동하는 유명 화랑을 직접 초대해 성공적으로 웨스트 번드 아트 & 디자인을 국제 아트페어로 육성함
- 또한, 문화 특구 내에 미술과 관련한 기반 시설들을 설립하고 유럽 최고의 현대 미술관인 퐁피두센터의 아시아 분관을 유치하여 아트페어 개최 기간이 아니더라도 상하이 미술시장에 대한 국제적 관심이 지속 이루어지도록 유도함
- 이와 같은 일련의 노력은 상하이를 홍콩에 이어 아시아의 떠오르는 미술시장으로 브랜드화하는 데 효과적으로 기여하고 있음
- 홍콩 역시 국제적으로 명성이 높은 아트 바젤 홍콩과 연계한 문화행사의 개최를 지원하고, 아트 바젤 홍콩을 위시해 지역 예술계의 지속가능한 성장이 이루어지도록 예술인·단체를 대상으로 창작공간을 지원함. 또한, 미술시장의 소비자라 할 수 있는 일반 시민을 대상으로 한 미술교육이 미술관에서 제공될 수 있도록 지원함
- 인천에서도 지역 미술시장 조성 과 홍보를 위하여 대표 미술시장 활성화 사업을 기획해 집중적으로 지원하고, 지역 문화예술계를 대표하는 하나의 문화 브랜드로 육성하는 전략을 마련해야 함

아트옥션 도입을 통한 미술시장 활성화 방안



아트옥션 도입을 통한 미술시장 활성화 방안

1. 추진 방향과 목표

- 본 연구는 미술시장의 유형 및 현황, 지원정책 여건을 검토해 주요 유통 영역과 공공 유통 영역, 1차와 2차 미술시장의 균형적 성장을 지원할 정책이 필요하다는 시사점을 도출하였음
- 인천시의 미술품 유통 여건과 인천시민의 문화예술 활동 실태를 분석하여, 열악한 지역의 미술품 유통 실태를 감안해 지역 예술인의 미술품 판매를 위한 판로개척 지원사업의 우선 추진과 미술시장에 관한 시민의 관심을 향상할 방안 마련이 필요함을 설명함
 - 미술시장을 활성화하기 위해서는 시각예술 작가들의 활발한 창작활동, 소비자의 미술품 전시, 구매, 대여에 관한 관심 제고와 더불어 미술품 유통단계에 있는 다양한 주체들의 시장 참여가 요구됨
- 국내·외 사례분석을 통해 미술시장의 성공 요인으로 미술품 유통시장의 안정적 성장과 시장에 대한 신뢰를 확보할 제도 마련, 민간 미술품 유통사업자의 활발한 참여 촉진, 미술시장 환경 변화에 대한 민첩한 대응 등을 도출함
- 분석 결과를 종합하여 본 연구는 아트 옥션 도입만으로는 균형적이고 지속 가능한 미술시장 생태계를 형성하는 것은 역부족이라고 판단함
- 이에 지역 아트 옥션 도입을 계기로 다양한 미술시장 유통 영역을 균형적으로 육성하고, 미술시장에 대한 창작, 유통, 소비 부문의 참여를 활성화한다는 관점에서 제안사항을 정리함

[그림 5-1] 아트옥션 도입을 통한 미술시장 활성화 방안 도출 과정

미술시장의 유형 및 현황과 지원정책 여건	
과정	주요 시사점
<p>[문헌고찰]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 미술시장의 유형 검토 • '미술진흥 중장기계획(2018~2022)'과 예술경영지원센터의 미술시장 활성화 지원사업 검토 <p>[한국 미술시장 현황분석]</p> <ul style="list-style-type: none"> • '2019 미술시장 실태조사' 자료를 활용하여 미술시장 거래 규모 추이, 주요·공공 유통 영역 현황분석 	<ul style="list-style-type: none"> • 주요 유통 영역과 공공 유통 영역, 1차 미술시장과 2차 미술시장이 균형적으로 성장할 수 있도록 유도, 지원해야 함 • 한국 미술품 경매시장은 소수의 경매회사에 집중되어 있어서 경매시장 참여자와 운영 방식을 다각화해야 함 • 미술시장에서 공공 유통 영역의 활동 결과와 성과를 공유할 필요 있음 • 미술시장에서 활발히 활동하는 유통 주체와 연계한 인천시 미술시장 활성화 전략이 유효할 것으로 예상함 • 예술경영지원센터 사업과 연계한 지역의 미술품 유통 전문인력 양성 과정 운영과 시장 실태조사 시행을 고려해 볼 필요 있음



인천시 미술시장 현황	
과정	주요 시사점
<p>[인천시 미술시장 여건 분석]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 전시시설 및 미술품 전시, 부평 옥션, 아트페어, 건축물에 대한 미술 작품의 설치, 인천 미술 은행, 시각예술 분야 예술인 수 분석 <p>[인천시민의 문화예술 활동 실태 분석]</p> <ul style="list-style-type: none"> • '2019 국민 문화예술 활동 조사' 자료를 활용하여 인천시민의 미술품 전시 관람률, 미술교육 경험률, 미술품 구입 및 대여 지출 관련 현황을 분석 	<ul style="list-style-type: none"> • 인천시에서 운영되고 있는 전시시설은 74곳에 이르지만, 미술 시장에서 인천지역 화랑의 활동은 저조하여, 전시시설의 미술 시장 참여를 유도해야 함 • 인천시 미술품 유통 여건이 열악하여 지역 예술인의 미술 작품 유통을 위한 판로개척이 우선하여 추진될 필요 있음 • 공공 유통 영역에서 거래된 미술품을 효과적으로 홍보, 관리해야 함 • 미술품 전시와 소장에 대한 시민의 관심을 제고하여 선순환하는 미술시장 생태계를 구축해야 함



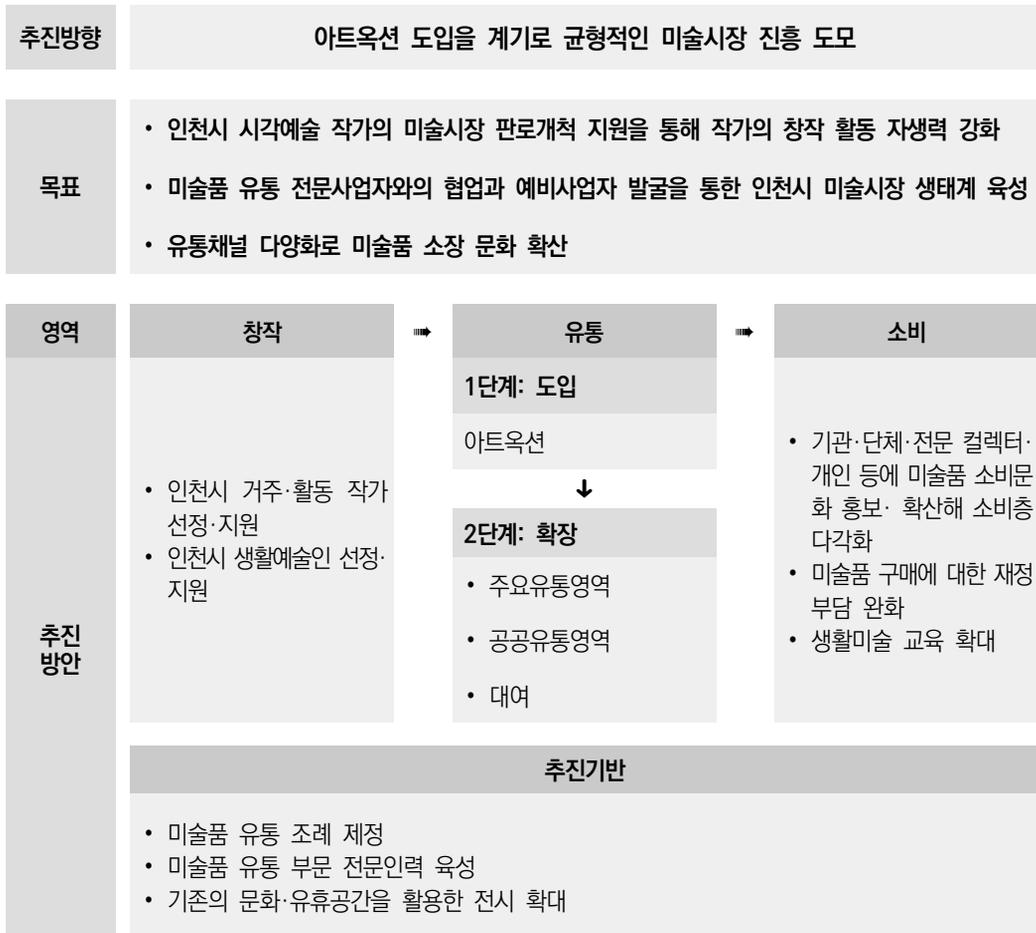
미술시장 활성화 사업 사례	
과정	주요 시사점
<p>[국내사례 분석]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 문헌 조사, 현장답사, 인터뷰: 경기문화재단 아트경기, 전라남도문화재단 미술시장 활성화 사업, 광양아트옥션 • 자문회의: 지역이 지원하는 미술시장 활성화 사업의 추진방식과 고려 사항 <p>[해외사례 분석]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 서면자문: 해외사례 발굴 및 공공의 역할 제시 • 문헌조사: 아트 바젤 홍콩, 상하이 웨스트 번드 아트 & 디자인 	<ul style="list-style-type: none"> • 경기도는 지역 미술품 유통시장의 안정적 성장을 뒷받침할 조례를 제정해 운영함 • 공공은 미술시장 형성 및 성장의 촉진자 역할을 하고, 민간의 적극적 참여를 유도하는 것이 지속가능한 미술시장 생태계 발전을 위한 전략이 될 수 있음 • 인천시 미술품 유통 여건이 열악하고, 인접한 서울에 국내 미술시장의 자원이 집중되어 있다는 것을 감안하여 외부 자원을 연계, 활용한 인천시 미술시장 활성화 전략이 필요함 • 인천시 미술시장을 브랜딩할 대표 사업을 선정해 집중적으로 지원하고, 미술시장의 환경 변화에 민첩하게 대응해야 함

↓ 분석 결과 종합

아트옥션 도입을 통한 미술시장 활성화

- 본 연구는 공공이 지원하는 미술품 옥션 사업의 도입을 시작으로 인천시 미술시장에 다양한 미술품 유통 매체의 참여를 유도해 균형적인 미술시장 진흥을 지향할 것을 인천형 아트옥션 도입의 추진 방향으로 제안함
- 그리고 아트옥션 도입과 연계한 미술시장 활성화 사업이 달성할 목표로 ‘인천시 시각예술 작가의 미술시장 판로 개척 지원을 통해 작가의 창작활동 자생력 강화’, ‘미술품 유통 전문사업자와의 협업과 예비사업자 발굴을 통한 인천시 미술시장 생태계 육성’, ‘유통채널 다양화로 미술품 소장 문화 확산’을 수립하였음
- 추진방안은 ‘창작’, ‘유통’, ‘소비’, ‘추진기반’ 영역으로 구분하여 제시함

[그림 5-2] 아트옥션 도입을 통한 인천 미술시장 활성화 추진 방향과 목표



- ‘창작’ 영역에 전문 시각예술 작가뿐만 아니라 생활예술인도 참여하도록 해 중저가 미술품 유통을 촉진하고, 시민의 생활예술 및 미술품 소장에 대한 접근성 향상을 도모함
- ‘유통’ 영역의 제안사업은 다양한 미술품 유통 주체가 미술시장 활성화 사업에 참여토록 하고, 기존의 미술 지원사업을 개선·보완하고자 ‘도입’과 ‘확장’ 단계로 구분하여 정리함
 - ‘도입’ 단계에서는 미술품 옥션 부문의 전문·예비사업자의 사업 참여를 통해 인천의 전문예술인과 생활 예술인의 작품이 경매시장에 소개될 수 있도록 함
 - ‘확장’ 단계에서는 경매와 함께 화랑, 아트페어를 포함하는 ‘주요 유통 영역’에서 활동하는 전문·예비사업자의 참여를 유도해 사업의 영역을 확대하고, ‘공공 유통 영역’의 미술은행과 미술관 소장품 및 건축물에 설치된 미술 작품을 다각적으로 활용함
 - 이 외에도 ‘확장’ 단계의 제안사업에는 시민과 기관 등이 미술 작품 소장에 대한 심리적 장벽을 낮추는 데 이바지할 미술품 ‘대여’ 지원사업을 제시함
- 다음으로, 선순환하는 미술시장을 형성하기 위하여 ‘소비’ 영역을 활성화할 방안을 제시하고, 미술시장 활성화 사업의 원활한 운영에 필요한 사안을 ‘추진기반’ 영역에 정리하였음

2. 추진방안

1) 창작과 유통 부문

- 미술시장이 소수의 저명한 예술인에 집중되기보다는 더 많은 예술인이 참여할 수 있는 시장으로 운영될 때 예술인의 자생력과 작품의 다양성을 향상하고 결과적으로 소비자층의 확대로도 이어질 수 있다고 판단함
- 이에 본 연구는 공공이 시장에 다양한 예술인의 참여가 가능한 여건을 형성하는 것을 지원할 필요가 있다는 관점에서 창작자와 유통사업자 간의 약한 연결고리를 강화하는 데 주목하였음
- 특히, 인천에 근거지를 둔 미술품 유통사업자는 상당히 부족하여 인천시 예술인이 작품 판매를 통해 수익을 창출하기 어려운 환경이란 점을 감안하고, 우리나라의 미술품 유통과 관련한 자원이 서울에 집중되어 있다는 점을 이점으로 활용하여 공공이 인천지역 예술인과 미술시장 유통사업자의 매개를 지원할 것을 제안함
 - 국내 미술시장의 자원이 서울에 집중되어 있다는 것을 인천 미술시장의 위기가 아닌 기회로 볼 필요 있음
 - 미술시장 진흥 정책의 추진에서 행정구역을 구분해 지역 내의 예술인, 유통사업자, 소비자만이 참여하는 시장을 구상하며, 지역 내에서만 사업 시행의 성과가 공유되기를 기대하는 것은 시장의 확장을 제약할 수 있다고 판단함
- 다양한 방식으로 창작 부문과 유통 부문의 접점을 만들어나가는 것은 향후 인천시 미술시장의 확장과 발전에 이바지할 것으로 기대함

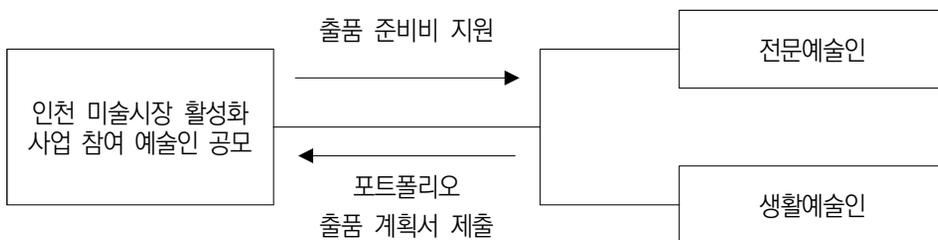
[그림 5-3] 예술인과 유통사업자 간 매개자 역할



❖ 창작: 인천시 전문·생활 예술인 선정

- 본 연구는 아트옥션 도입을 통해 인천지역 전문예술인의 시장 진출을 위한 판로를 개척하고 생활예술과 미술품 소장에 관한 관심을 확산하기 위해 '창작' 부문에서는 인천에서 거주·활동하는 '전문예술인'과 '생활예술인'을 공모를 통해 선정하여 미술시장 활성화 사업에 참여토록 할 것을 제안함
- 전문예술인과 생활 예술인의 활동 범주는 서화, 서예, 조각, 공예, 사진, 한국화, 서양화, 판화, 뉴미디어 및 설치, 도자기, 응용미술로 정해 작품 포트폴리오와 출품 계획 등을 심사하여 매년 선정하고, 그해 아트옥션을 포함한 미술시장 활성화 사업에 작품을 출품하도록 함
 - 나이·경력에 제한을 두지 않고 공모하여 신진, 중견 작가의 사업 참여를 유도함
- 본 연구가 제안하는 미술시장 활성화 사업은 예술인에 대한 직접 지원보다는 예술인과 미술시장 유통 부문 사업자 간 매개를 지원하는 데 초점을 두고 있으므로, 선정된 예술인에 대해서는 창작활동비가 아닌 출품 준비비 명목으로 소정의 지원금을 지급함
 - 작품 출품에 앞서 아트옥션, 화랑 등의 유통 부문 사업자와 작가의 작품 중 어떠한 작품을 출품할 것인지, 몇 점을 출품할 것인지, 어떻게 작품가격을 책정할 것인지 등에 대한 사전 조율을 하는 과정에서 발생하는 비용을 충당할 수 있도록 지원함
 - 경기문화재단의 아트경기는 선정 작가 1인당 출품지원금 1백만 원을 지원하였음
 - 생활 예술인에 대한 출품 준비비 지급 방식은 작품 활동을 주요 업(業)으로 하는 전문예술인과는 차등을 두어 청구한 실비를 지급하는 방식이 적절할 것으로 사료됨

[그림 5-4] 인천시 전문·생활 예술인 선정 및 출품 준비비 지원

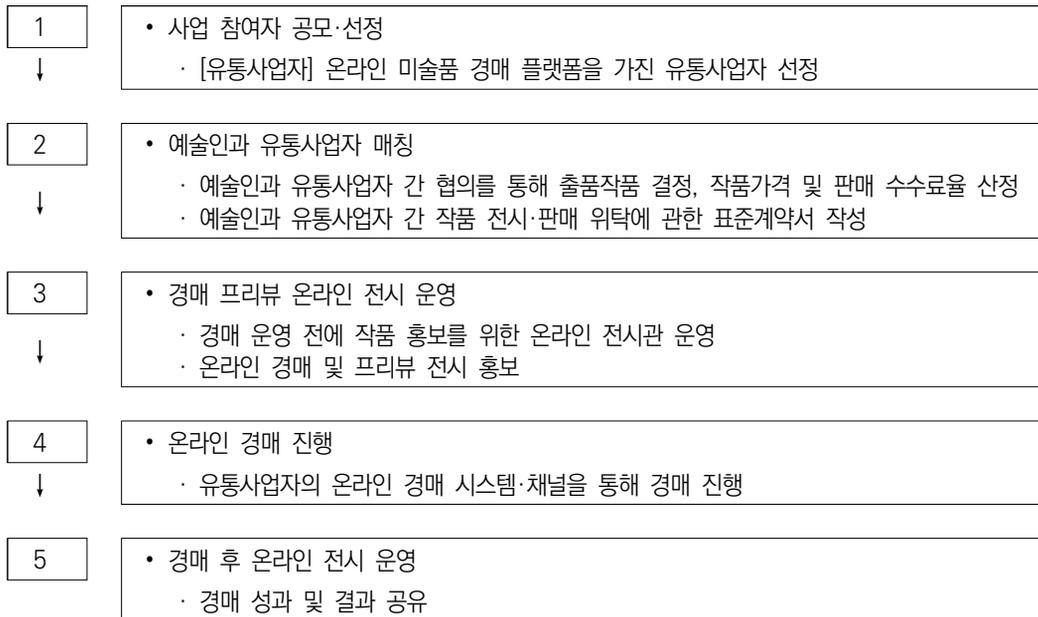


❖ 전문·예비 유통사업자 선정

(1) 1단계 : 도입

- 본 연구는 인천의 미술시장 활성화 사업을 본격적으로 추진하기에 앞서 사전 홍보 사업으로 온라인을 통한 아트옥션(미술품 경매)을 도입할 것을 제안함
- 기존에 온라인 미술품 경매를 운영하고 있거나 진행한 경험이 있는 협력사업자를 선정하여 사업자의 온라인 플랫폼을 활용해 파일럿 프로그램 성격의 경매를 추진한다면 사전 홍보 효과와 함께 사업에 대한 시장의 반응을 살펴볼 수 있을 것임
 - 미술품 경매에 대한 노하우를 충분히 축적한 사업자를 선정하는 것이 도입 사업인 아트옥션의 수월한 진행을 도울 것이라 예상함
 - 미술품 경매 사업에 투입하는 예산을 절감하고 운영 과정에서의 시행착오를 줄이기 위해 온라인 미술품 경매 플랫폼을 가진 유통사업자와 협력해 인천 아트옥션을 착수하는 것이 적절할 것으로 사료됨
- 다음으로, 선정한 유통사업자와 예술인을 매칭하여 양자 간 협의를 통해 출품작품을 결정하고 작품가격 및 판매 수수료율을 산정하도록 함
 - 다만, 적정 수수료율에 대한 권장안을 제시하여 양측의 사업 참여에 대한 열의를 낮추지 않도록 해야 함
 - 미술시장의 지속가능한 확장을 위하여 작가에게는 적절한 작품 판매에 대한 보상이, 사업자에게는 적절한 수수료 수익이 발생하도록 하는 사업구조를 갖춰야 함
- 그리고 예술인과 유통사업자 간 작품 전시와 판매 위탁에 관한 표준계약서 작성을 의무화하여 불공정한 계약을 방지해야 함
- 경매 프리뷰 온라인 전시관을 운영하는 것은 성공적으로 미술품 경매를 진행하고, 인천 미술시장 활성화 사업에 대한 시민과 전국 유통사업자의 관심을 제고하는데 도움이 될 수 있음
- 경매는 유통사업자의 온라인 경매시스템 혹은 유튜브 등의 채널을 통해 실시간으로 중계하고, 경매 후에도 일정 기간 온라인 전시관을 운영해 경매의 성과를 홍보함

[그림 5-5] 아트옥션 운영 방식



(2) 2단계: 확장

- 확장 단계에서 유통 부문의 사업 영역은 크게 아트옥션을 포함한 주요 유통 영역, 공공 유통 영역, 대여로 구분함
- 미술시장이 자생력을 갖고 지속 발전하기 위해서는 유통 부문의 한 영역이 아닌 다양한 유통채널이 고루 시장에 참가하고 그 활동이 활력이 얻을 때 지속가능한 미술시장의 토대가 구축된다고 봄
- 이러한 관점에서 본 연구는 온라인 아트옥션 도입을 1단계 사업으로 추진하고, 나아가 미술시장의 다른 유통 영역으로까지 사업을 확장할 것을 제안함
- 우선, 사업 확장 단계를 착수하기 위해서는 1단계에서 운영한 아트옥션의 추진과정과 결과에 대해 평가하고 환류하는 작업이 이루어져야 함
 - 확장 단계 사업을 본격적으로 추진하기에 앞서 1단계 사업에 대한 면밀한 평가와 사업 참여자와 함께하는 결과 공유회를 거쳐 수정이 필요한 사안은 발굴하고 보완 방안을 마련하는 것이 2단계 사업을 성공으로 이끌 유효한 전략이 될 것임

- 공모를 통해 참여 예술인과 유통사업자를 선정하고 이들을 매칭하여 사업을 추진하는 방식은 1단계와 마찬가지로 2단계에서도 동일하게 제안하는 방식임
- 특히, 도입 단계에서 온라인으로만 운영했던 옥션을 확장 단계에서는 오프라인 형태로도 운영하여 '인천 아트옥션'을 대표사업으로 육성하고, 미술시장 활성화 사업이 포함하는 아트페어, 화랑의 기획전시 등도 효과적으로 홍보할 수 있도록 함
- 그리고 다양한 유통채널을 통해 인천지역 예술인의 작품이 소개·판매될 수 있도록 지역을 한정하지 않고 화랑과 경매, 아트페어, 미술품 렌탈을 기획, 운영하는 사업자를 대상으로 인천 미술시장 활성화 사업을 홍보하고 공모를 통해 협력사업자를 선정함
 - 시장에서 활발히 활동하는 유통사업자의 참여를 유도하기 위하여 인천시 미술시장 활성화 사업의 적극적인 사전 홍보가 요구됨
- 경매, 아트페어, 화랑, 대여 영역에서 사업을 각각 담당할 전문사업자를 선정하되, 인천지역의 미술품 유통사업자 육성을 위해서는 1곳 이상의 지역 미술품 유통사업자 및 예비창업자(화랑, 기획사 등)를 선정해 협력적으로 사업을 추진해야 함
 - 제3장에서 인천시 미술시장의 현황을 살펴본 결과, 1차 미술시장인 화랑의 활동이 크게 부족하였음. 인천시 미술시장이 균형적으로 성장할 수 있도록 미술시장 활성화 사업에 지역 화랑의 참여를 적극적으로 독려해야 함
- 유통 부문 사업자는 각 사업의 추진 계획서와 활동실적을 제출하고, 이에 대한 심의를 통해 참여 사업자로 선정되도록 함
 - 사업자가 보유한 전문 컬렉터의 규모, 관심 작품 종류와 가격 범위 등을 검토하여 인천시 미술시장 활성화 사업의 성격과 맞는 사업자를 선정하는 전략 필요
- 선정된 유통사업자에게는 사업착수를 위한 준비와 운영에 필요한 소정의 경비를 지원해 인천 미술시장 활성화 사업에 시장의 경쟁력 있는 사업자의 참여를 촉진하고, 다양한 유통채널을 통해 인천 예술인의 작품을 소개할 수 있도록 함
 - 경기문화재단은 2020년 아트경기에 참여하는 협력사업자 6곳에 대한 총 지원금을 3.6억 원으로 산정함(2020 아트경기 협력사업자 공모 안내 및 선정 공고문)

[표 5-1] 전문·예비 유통사업자를 선정해 미술시장 활성화 사업추진

구분	참여	내용	
주요 유통 영역	경매	<ul style="list-style-type: none"> • 온·오프라인 미술품 경매 경험이 있는 사업자 선정 - 온·오프라인을 통해 전문예술인과 생활 예술인의 작품 경매를 별도 추진 - 작가 소개, 작품 판매 • 인천 미술시장 활성화 사업의 대표사업으로 '인천 아트옥션'을 육성하고 브랜드화 - 미술품 경매에 대한 노하우를 충분히 축적하고 미술시장에서의 네트워크를 견고히 쌓아 온 경매사와 협력 	
	아트페어	전문·생활 예술인	<ul style="list-style-type: none"> • 미술 장터, 아트페어 기획·운영 사업자 선정 - 인천 아트마켓 운영: 인천 미술 활성화 사업 참여 예술인 전원이 참여하는 아트페어
		전문 예술인	<ul style="list-style-type: none"> - 인천국제아트페어 및 국내 아트페어 참여 기획
화랑	전문 예술인	<ul style="list-style-type: none"> • 공공·민간 기관, 복합문화공간 등에서의 전시 기획·판매를 담당할 사업자 선정 - 공공·민간 기관 행사장, 로비 등에서 진행 - 사업자 소유 갤러리, 복합문화공간 등에서 전시 	
	생활 예술인	<ul style="list-style-type: none"> • 팝업갤러리 기획·운영 사업자 선정 - 생활예술인 작품 전시·판매 	
공공 유통 영역	건축물에 대한 미술작품의 설치	<ul style="list-style-type: none"> • 건축물, 기관의 공간에 대한 아트 컨설팅과 작가들의 작품을 홍보, 판매하는 전문사업자로 선정 - 사업자의 제휴 작가로 등록 추진 - 법률에 따라 건축물에 미술품을 설치하고자 작품을 의뢰하는 건축주에 작가의 미술 작품 소개 	
대여	전문·생활 예술인	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 기반 미술품 대여 전문사업자 선정 - 온라인 대여 플랫폼을 구축한 전문사업자를 선정하여 전문·생활 예술인의 작품 대여사업 운영 - 렌탈 후 구매도 가능하도록 사업 운영 	

❖ 전문·생활 예술인과 유통사업자를 매개하고 협력 조율

- 선정한 전문·생활 예술인과 유통사업자를 대상으로 인천 미술시장 활성화 사업 워크숍을 진행하여 예술인은 출품할 작품에 관해 설명하고, 유통사업자는 사업 추진계획과 특성을 설명하도록 함
- 작가의 전시 및 판매사업에 출품할 작품 정보와 사업자의 사업계획서에 관한 내용을 공유한 후에 작가는 참여 희망 사업을 제출하고 사업자도 전시, 판매 및 프로모션이 가능한 작가 명단을 제출하도록 함

- 제출된 희망 사업과 작가 명단을 검토하여 예술인과 유통사업자를 매개하고 사업 운영에 대한 예술가와 사업자 간의 의견 교류가 원활히 이루어질 수 있도록 지원함
 - 선정 예술인이 모두 참여하는 ‘인천 아트마켓(가칭)’을 운영하여 모든 예술인이 적어도 한 번씩은 미술시장 활성화 사업에 참여할 수 있도록 기획
- 각 사업을 운영하는 사업자와 참여 예술인이 선정되면 예술인과 사업자 간 협의를 통해 작품 판매가격과 판매 수수료를 정하고 전시·판매 위탁 계약서를 작성함
 - 작품 판매가에서 작가 수익 70%, 판매 수수료 30%의 비율을 권장하되, 사업의 특성과 취지에 따라 차등을 둘 수 있도록 함(경기문화재단 아트경기 사례를 참고함)

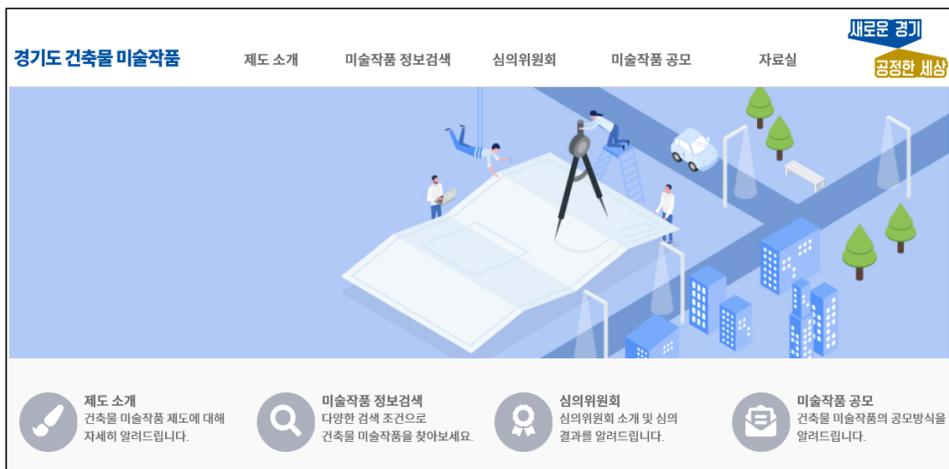
❖ 공공 유통 영역 활성화

① 건축물에 대한 미술 작품의 설치

- 건축물에 대한 미술 작품의 설치 제도를 지역작가에게 적극적으로 홍보하고, 해당 제도에 따라 설치된 미술 작품을 다각적으로 활용할 것을 제안함
- 「문화예술진흥법」(제17408호)의 제9조(건축물에 대한 미술 작품의 설치)와 「인천시 문화예술진흥 조례」 제6장(건축물에 대한 미술 작품의 설치)에 따라 대통령령으로 정하는 종류 또는 일정 규모 이상의 건축물에는 건축비의 일정 비율에 해당하는 미술 작품을 설치함
- 이와 같은 법률에 따라 인천시 건축물에도 미술 작품이 설치되어왔고, 2018년 한 해에만 총 104점의 작품이 인천시 내 건축물에 설치된 것으로 조사됨(문화체육관광부·예술경영지원센터, 2019)
- 과거 인천시에서는 건축주가 제출한 미술 작품 설치 계획서에 대한 인천시 미술 작품 심의위원회의 심의를 통해서만 작품을 설치할 수 있었는데, 도시 미관에 기여하고 시민의 일상적인 문화 향유 기회를 제공한다는 법률의 취지에 부합하도록 2019년 6월 ‘공모를 통한 건축물 미술작품의 설치’ 조항을 신설함
 - 건축주가 직접 작가를 선정하여 작품을 선정할 때 유행하는 작가의 작품 위주로 선택하는 경우가 많아 작가의 참여 폭이 좁고 작품의 다양성이 제약되는 문제가 있었음(인천시, 2019)²⁸⁾

- 개정한 조례에 따라 인천시는 건축주가 원하는 경우 작품공모를 대행할 수 있음
- 미술시장 활성화 사업에 참여하는 예술인에게 신설된 건축물 미술 작품의 공모 대행 제도를 적극적으로 홍보하여 공모에서 선정된 지역 예술인이 많아진다면 건축물에 설치되는 미술 작품의 질과 지역 예술인의 자생력을 향상하는 데 기여할 것임
- 그리고 조례에 근거하여 인천시의 많은 건축물에 미술 작품이 설치되었으나 인천시 차원에서 설치된 작품을 안내·홍보하고 있지는 않고, 한국문화예술위원회가 운영하는 '공공 미술 포털(<https://www.publicart.or.kr/>)'에서만 설치된 작품 현황을 알 수 있는 실정임
- 이와 같은 문제를 개선하기 위해 인천시는 도심 및 주거지역에 설치되는 미술 작품에 대한 시민의 관심과 향유 기회를 향상하고, 나아가 설치되는 미술 작품의 질적 제고가 이어질 수 있도록 작품 활용 및 홍보 사업을 활성화해야 함
 - 예컨대, 서울시는 홈페이지에 '건축물 미술 작품공모 대행' 메뉴를 개설하여 수시로 공모 공고를 게시하고 선정 결과를 알림
 - 경기도는 '경기도 건축물 미술 작품' 홈페이지를 별도로 개설하여 제도를 소개하고, 경기도에 설치된 미술 작품, 심의위원회, 심의 계획·결과, 미술 작품공모 공고·결과 등의 정보를 제공함

[그림 5-6] 경기도 건축물 미술 작품 홈페이지 메인화면



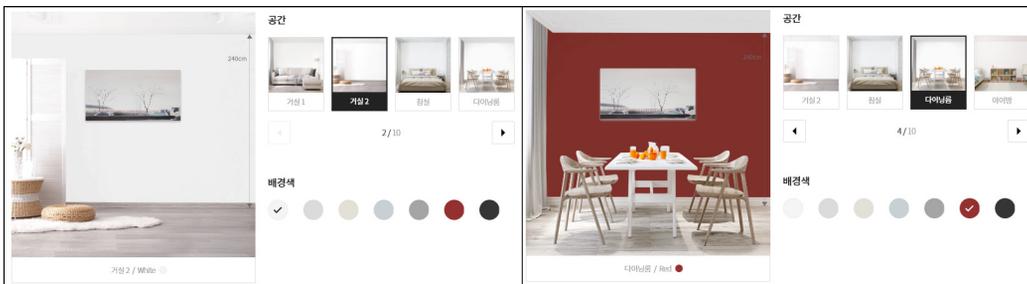
자료: 경기도 건축물 미술작품 홈페이지 <https://www.gg.go.kr/mn/publicart/> (검색: 2020.11.12.)

28) 인천시(2019.9.1.). 인천시, 건축물 미술작품 공모대행 시행한다. 보도자료

② 미술은행

- 현재 인천문화재단에서 운영하는 미술은행 사업을 활성화할 것을 제안함
 - 재단은 미술 활성화 사업의 일환으로 미술은행을 운영하고, 매년 공모를 통해 구입할 작품을 선정해 소장품 기획전시 및 작품 대여사업을 추진함
- 미술은행을 활성화하기 위해서는 공공기관뿐만 아니라 민간과 개인을 대상으로 작품대여가 활발히 이루어질 수 있도록 작품 안내 홈페이지를 우선하여 개선할 필요 있음

[그림 5-7] 오픈갤러리(open gallery)의 '작품 걸어보기' 메뉴 화면



자료: 오픈갤러리 홈페이지(검색: 2020.11.13.)

- 인천문화재단 홈페이지에서 작품 이미지를 다양한 크기의 고화질로 제공하고, 가상 공간에 작품을 설치한 장면을 보여주는 방식으로 서비스를 개선한다면 소장품 홍보와 대여를 활성화하는 데 이바지할 것으로 예상함
 - 현재는 작품 이미지, 제작연도 및 규격 등의 정보, 작가 소개만을 제공함
 - 전문적으로 작품 대여사업을 운영하는 민간의 '오픈 갤러리(open gallery)'는 홈페이지를 통해 '작품 걸어보기' 서비스를 제공하여 거실, 침실, 부엌, 사무실 등의 가상 공간에서 벽지 색깔도 다양하게 선택해 작품을 걸어볼 수 있음
 - 이는 대여자가 작품을 설치할 공간과 유사한 환경에서 작품이 주변과 잘 조화되는지 미리 확인해 볼 수 있도록 한 서비스로, 작품 선택의 편의성과 고객의 만족도를 높임
- 또한, 미술은행 소장품을 활용한 기획전시를 인천 내에서뿐만 아니라 다른 지역의 전시공간, 복합문화 공간 등에서도 개최해 인천 미술은행 소장품과 작가를 효과적으로 홍보하고, 전시 현장에서 작품대여 신청을 접수하는 등 기획전시의 운영 방식을 다양화해야 함

- 그리고 미술은행 사업의 확장을 목표로 무조건 소장품을 늘리는 것은 구입 예산의 추가적 확보와 소장품 보관과 관련한 문제를 촉발하므로, 효과적인 지역 미술은행 운영을 위해 인천 미술은행 활성화 방안 연구를 수행하고, 연구 결과에 따라 사업 추진방식과 내용을 재정비해야 함

③ 미술관

- 미술품 공공 유통 영역의 한 부분을 차지하는 미술관이 소장품을 구입할 때 인천 작가의 작품을 우선하여 고려하도록 이들을 대상으로 인천지역 작가의 작품을 적극적으로 홍보할 것을 제안함
- 미술관은 2019년 1월 기준으로 전국에 258곳이 있으며, 이 중 서울에 45개소, 경기도에 52개소, 인천에 5개소가 있어서 전국 미술관의 약 40%가 수도권에서 운영되고 있음
- 이를 이점으로 활용하여 인천 미술시장 활성화 사업의 일환으로 추진하는 아트페어, 경매, 전시 등의 사업을 안내하는 초대장을 수도권 미술관에 발송하는 것은 인천시 미술시장과 인천지역 작가에 관한 관심 향상으로 이어질 수 있음

[표 5-2] 미술시장의 공공 유통 영역 활성화 사업추진

구분		내용
공공 유통 영역	건축물에 대한 미술작품의 설치	<ul style="list-style-type: none"> • ‘건축물에 대한 미술 작품의 설치’ 제도 홍보 - 선정한 전문예술인을 대상으로 인천시의 건축물 미술 작품 공모 대행 제도 홍보 - 법률에 따라 인천시 내 건축물에 설치된 미술 작품 홍보
	미술은행	<ul style="list-style-type: none"> • 미술은행 운영 활성화 - 미술은행 소장품 홍보 및 전시 내실화 - 미술은행 활성화 방안 연구 수행
	미술관	<ul style="list-style-type: none"> • 수도권에서 운영되고 있는 미술관에 인천 미술시장 활성화 사업으로 추진되는 아트페어, 경매, 전시 등 안내, 초대장 발송

2) 소비 부문

❖ 인천시 미술시장 홍보 다각화

- 매년 문화체육관광부가 주최하고 예술경영지원센터가 주관하는 ‘미술주간’과 연계한 전시 및 판매사업을 추진하여 인천시 미술시장 활성화 사업의 내용과 작가를 홍보할 것을 제안함
 - ‘미술주간’은 전국 300여 개 국립·공립·사립미술관, 갤러리, 비영리 전시공간, 비엔날레, 아트페어 등이 함께 만들어가는 국내 최대 규모의 미술 행사임
- 2020년 9월 24일부터 10월 11일까지 ‘당신의 삶이 예술’이라는 주제로 진행된 미술주간은 ‘미술여행’, ‘미술주간 연계 프로그램’, ‘판화 날다: 도시여행’, ‘책·영화로 만나는 미술’, ‘내 생애 첫 컬렉션 도전’, ‘온라인 VR전시’ 프로그램으로 구성됨
- 이 중 인천시는 ‘미술여행’의 ‘아트 워킹투어’에 참여해 ‘개항장 바이브’ 프로그램을 운영했고, 인천에 소재한 ‘파라다이스 아트 스페이스’가 미술주간을 맞이해 운영 시간을 연장하는 등의 방식으로 참여하였으나 다른 지역의 문화기반시설들에 비하면 참여가 저조하였음
- 앞으로는 타 시·도의 미술주간 활용 사례를 참고하여 인천시의 미술시장을 전국 행사인 미술주간을 통해 효과적으로 홍보하는 전략을 마련해야 함
 - 부산의 경우 2020 부산비엔날레, 작가의 작업실 엿보기, 작가와의 만남, 심야 미술 탐방 프로그램을 운영해 미술주간 동안 하루는 부산에서 미술 문화 프로그램을 체험해 볼 수 있도록 다양한 프로그램을 고안하였음
 - 경기도의 ‘아트경기’도 미술주간 동안 2개의 미술장터(온택트 아트경기 2020, 아트경기 × 아트로드77)를 운영했으며, 비대면 상담창구 운영과 실시간 채팅 기능을 통해 소통하고 온라인을 통한 작품 구매 기능도 도입함
- 다음으로, 수도권에서 운영되고 있는 화랑, 경매회사, 예술 기획사들을 대상으로 인천 미술시장 활성화 사업을 홍보하여 시장에서 활발하게 활동하는 미술시장 주체들이 인천시 미술시장 사업에 참여하도록 유도하고 이들과의 네트워크 구축을 통해 인천 미술시장 성장의 기회로 삼아야 함

- 즉, 화랑, 경매회사, 예술 기획사 등 국내의 주요 미술시장 주체들이 인천과 지리적으로 인접한 서울에서 운영되고 있다는 것은 그만큼 인천이 활용할 수 있는 미술시장의 자원이 풍부하다는 것을 의미함. 이를 활용하여 인천시의 작가와 유통 부문의 접점을 늘려나가야 함

[그림 5-8] 2020 미술주간: 지역 미술 행사 안내 예시

<p>부산 내 하루는 예술이여라</p> <p>선선한 가을밤 미술주간에서는 부산에서 즐길 수 있는 미술행사가 가득하다. 바다 내음에 취해, 예술 향에 취해 부산에서 감성여행을 해보는 건 어떨까? 우리 삶이 예술이 되는 곳, 바로 부산이다!</p> <p>1 부산시립미술관 2 고은사진미술관 3 대안공간 아트스페이스 융상 4 부산현대미술관 (부산비엔날레) 5 40계단 앞 마포·이여 광장 6 부산현대미술관, 원도심 일대, 영도 정교 7 롯데아트센터</p> <p>1 2020 부산비엔날레 Busan Biennale (9.5-11.8) 도시'부산'을 주인공으로 한 '열정의이야기(열 다섯 편의 시)' 2 쉽게 접할 수 없는 작가의 작업실을 엿보는 시간, 작업실의 외출 (10.7/13:30-13:30) 2020 부산비엔날레 작품을 보고 설명을 들을 수 있는 기회, 미술의 오해 (10.8/13:30-13:30) 3 아티스트X 시민=미술과 연애하기 (9.24-9.25) 작가와 시민의 만남으로 내연의 미술 상상 가능성을 깨우는 특별한 시간 4 부산에서만 할 수 있는 아랍의 미술 탐방 상아 갤러리(9.25-10.8/19:00-24:00) · 심야 작업실(9.25/20:00-01:00) 심야 아티스트 토크&경매(10.8/19:00-24:00) ● 부산 아트 버스투어, 부산에서 한 폭의 작품이여라 (9.26-27, 10.10-11 총 4회 운영)</p>	<p>아트경기</p> <p>📅 개최기간 2020. 10. 15 - 11. 1 📍 개최장소 경기상상캠퍼스 임학임산학관 및 온라인 / 파주 헤이리 예술마을 🚗 참가비 무료</p> <p>2020 아트경기</p> <p>경기도를 대표하는 미술품 전시·판매 행사인 <아트경기>는 '온택트 아트경기 2020'과 '아트경기 x 아트로드77' 두 개의 미술장터를 진행한다. 장소의 제약 없이 전시·판매를 즐길 수 있는 '온택트 아트경기 2020'과 다양한 체험과 함께하는 '아트경기 x 아트로드77 미술장터'를 주목해보자.</p> <p>● 미술주간에는 행사명 - 아트경기 미술장터 <온택트 아트경기 2020>, <아트경기 x 아트로드77> 일시 - 2020. 10. 15 - 11. 1 (매주 월 휴무) 장소 - 경기상상캠퍼스 임학임산학관 및 온라인, 파주 헤이리 예술마을 경기상상캠퍼스에서 개최되는 경기도 작가의 작품을 보고 (Viewing)-사고(Buying)-행하는(Doing) 온·오프라인 연계 전시판매 행사 <온택트 아트경기 2020>와 파주 헤이리 예술마을 갤러리와 연계한 종합미술행사 <아트경기 x 아트로드77>를 만나볼 수 있다.</p>
<p>2020 미술주간 - 부산시 행사 안내</p>	<p>2020 미술주간 - 아트경기 안내</p>

자료: 2020 미술주간 가이드북

❖ 미술품 구매에 대한 재정부담 완화

- 미술품 소장 문화 확산을 위해서는 미술품 구매에 대한 재정적 부담의 완화가 필요하므로 카드사와 제휴를 통해 인천 미술시장 활성화 사업에서 구매하는 미술품에 한하여 무이자 할부 서비스를 제공할 것을 제안함
- 지난 2018년 문화체육관광부 주최, 예술경영지원센터가 주관한 미술주간은 '미술품 사자' 캠페인을 진행하기 위해 롯데·BC카드사와 제휴하여 '작가 미술 장터'에서 미술품을 구입하는 카드사 고객이 2~3개월 무이자 할부 혜택을 받을 수 있도록 함(매일경제, 2018)29)

- 온라인으로 미술품을 전시하고 판매하는 '사이버 뮤제(Cyber Musée)'도 미술품 관람과 소장의 대중적 확산을 유도하고자 카드사와의 제휴를 통해 2~7개월 무이자 할부 이벤트를 진행해 옴(사이버 뮤제 홈페이지)
- 다음으로, 인천e음카드로 미술시장 활성화 사업을 통해 일정 금액 이하의 중저가 미술품을 구매할 경우 소비자에게 할인 혜택을 제공한다면 인천 시민에게 미술품 소장 문화를 효과적으로 확산하고 인천시의 미술시장 유통사업자 육성에도 이바지할 것으로 예상함

❖ 생활미술 체험·교육 확대

- 2019년 국민 문화예술 활동 조사에 의하면 인천시 응답자 중 7.0%만이 청소년기에 학교 교육 이외 문화예술교육 경험이 있다고 응답하였고, 1.8%만이 지난 1년 동안 미술 관련 교육을 받은 경험이 있다고 응답함(문화체육관광부, 2019)
- 이와 같은 미술 교육·체험에 대한 기회의 부족은 미술에 대한 낮은 관심으로 이어져 결과적으로 미술시장 생태계 활성화를 저해하는 요인이 됨
- 따라서 문화예술교육사업을 통해 미술사, 동시대 미술, 미술 감상 교육을 확대하고, 미술관 등의 전시공간에서 관람객을 대상으로 한 체험프로그램과 작가와의 대화·만남 프로그램을 운영할 것을 제안함
- 전시작품 스케치 등 실기·감상 교육 프로그램, 작가의 창작 과정 공개, 작가와의 대화, 소장작품을 주제로 한 미술 교실 운영 등(문화체육관광부, 2018)

[표 5-3] 소비 부문 활성화 사업추진

구분	내용
홍보 다각화	<ul style="list-style-type: none"> • 문화체육관광부·예술경영지원센터의 '미술주간'을 활용한 인천 미술시장 활성화 사업 소개·홍보 • 인천, 서울, 경기지역에 인천 미술시장 활성화 사업 홍보 - 지리적으로 인접한 서울, 경기지역에 우리나라 대부분의 화랑과 경매회사, 예술 기획사가 밀집해 있는 것을 활용해 인천 미술시장 활성화 사업을 적극적으로 홍보하고 이에 대한 참여 유도 - 인천 예술인의 미술 작품에 관한 수도권 시민들의 관심을 제고
재정부담 완화	<ul style="list-style-type: none"> • 카드사 제휴를 통해 구매 금액에 대한 무이자 혜택 제공 • 일정 금액 이하의 작품을 인천e음카드로 구매 시 할인 혜택 제공
생활미술 체험·교육 확대	<ul style="list-style-type: none"> • 미술관 체험 프로그램 운영 확대 • 미술을 주제로 한 관광 프로그램 '아트 투어' 운영 • 동시대 미술, 미술 감상에 대한 교육 기회 확대

29) 전지현(2018.9.18.). 미술품 사면 카드 무이자 할부. 매일경제

- 그리고 공공 미술, 건축물에 설치된 미술 작품 등을 주제로 한 미술 관광 프로그램을 운영하여 다양한 세대가 함께 미술을 체험·감상할 기회를 만들고, 나아가 미술시장의 신규 수요를 창출해야 함

3) 추진기반 부문

❖ 미술품 유통 활성화 조례 제정

- 미술시장의 상대적으로 불투명한 유통구조와 빈번하게 발생하는 위작 논란은 결과적으로 시장에 대한 신뢰를 낮추어 미술시장 활성화를 제약하는 요인이 됨
- 이에 문화체육관광부는 ‘미술진흥 중장기 계획(2018~2022)’을 통해 ‘미술품의 유통 및 감정에 관한 법률’을 제정하여 신뢰받는 미술시장 발전의 기반을 마련하겠다고 발표하였으나 2020년 10월 현재까지 해당 법률은 제정되어 있지 않음
 - 지난 20대 국회에서 해당 법률(안)은 발의·제출되었으나 국회 임기 만료로 폐기됨(대한민국 국회 홈페이지)
- 다만, 경기도와 전라남도가 각각 2019년과 2020년에 지역 미술품 시장의 건전하고 안정적인 발전을 도모하고, 미술품의 창작 및 소비를 활성화하고자 미술품 유통 활성화 조례를 제정해 운영하고 있음
- 이에 본 연구는 인천시의 안정적인 미술시장 형성을 위한 토대를 마련하고 지역 예술인의 창작기반 강화와 시민의 미술 소비를 활성화하기 위하여 ‘인천시 미술품 유통 활성화 조례’를 제정할 것을 제안함
- 조례에는 ‘미술품 유통 활성화 지원계획 수립·시행’, ‘미술품 유통 활성화 사업추진’, ‘미술품 유통 활성화를 위한 행·재정적 지원’, ‘공공기관의 미술품 구매·임차·전시 권장’ 등의 내용을 담아 건강한 미술시장 생태계 형성을 지원해야 함(「경기도 미술품 유통 활성화 및 지원에 관한 조례」; 「전라남도 미술품 유통 활성화 조례」)
 - 지원계획에는 미술품 유통 활성화를 위한 인천시 정책의 기본 방향, 기반 조성에 관한 사항, 작가의 창작 여건 개선에 관한 사항, 공정한 거래 질서 구축에 관한 사항 등이 포함되어야 함

- 미술품 유통 활성화를 위한 사업에는 작가의 미술시장 진출 지원 및 유통사업자 육성, 미술품 유통과 관련한 플랫폼 개발, 미술품 판매 행사 개최, 미술품 유통 관련 전문인력 양성사업 등을 포함하도록 함
 - 미술품 유통 활성화를 위한 행·재정적 지원에는 미술품의 판로개척, 미술품의 해외시장 진출 등을 추진하는 법인·단체를 행·재정적 지원한다는 조항이 포함될 수 있음
 - 그리고 미술품 유통 활성화를 위하여 관내 공공기관에 미술품 구매·임차·전시를 권장할 수 있다는 내용도 제시할 필요 있음
- 이외에도 미술품 유통 활성화 조례는 불공정 거래와 위작 유통을 방지하기 위해 미술품 유통업자와 감정업자의 의무에 대한 사항을 규정하여 미술시장에 대한 신뢰를 강화해야 함
- 미술품 유통업자의 의무에는 위작 유통 방지, 투명한 거래 내역 관리, 계약서 및 보증서 교부 등을 포함하고, 감정업자의 의무에는 허위 감정서 발급 금지, 표준감정서 사용, 특수한 이해관계 미술품 감정 금지 등의 사항을 포함할 수 있음(문화체육관광부, 2018)

[표 5-4] 미술품 유통 활성화 지원조례 사례

구분	경기도	전라남도
조례 명	경기도 미술품 유통 활성화 및 지원에 관한 조례	전라남도 미술품 유통 활성화 조례
시행 일자	2020.11.12.	2020.10.8.
목적	○	○
정의	○	○
도지사의 책무	○	○
지원계획의 수립·시행	○	○
미술품 유통 활성화 사업	○	○
미술품 전시장의 설치 등	○	○
미술품 유통 활성화 지원	○	○
미술품 구매·임차·전시	○	X
위탁	○	○

자료: 「경기도 미술품 유통활성화 및 지원에 관한 조례」(경기도조례 제6667호); 「전라남도 미술품 유통 활성화 조례」(전라남도조례 제5147호)

❖ 미술품 감정 및 유통인력 양성

- 미술시장 실태에 관한 조사를 살펴보면, 인천시에는 시장에 활발히 참가하는 회랑이나 경매회사 등의 미술품 유통사업자는 상당히 부족한 것으로 나타남

- 단순 지원금 교부로는 인천시의 미술시장 생태계의 지속가능한 성장을 기대하기 어려우며, 미술시장에 대한 이해와 경험을 갖춘 전문인력의 양성과 활동이 필요함
- 이러한 제약 여건 때문에 본 연구는 인천의 미술시장 생태계 형성을 위해 인천시 연고 예술인과 여러 지역에서 활발하게 활동하는 미술품 유통업자 간의 접점을 만들어나갈 것을 제안하였음
- 그러나 인천시에서 활동하는 유통사업자의 부재 혹은 부족은 인천시 미술시장의 성장을 제약하는 요인이 될 수 있음
- 이에 본 연구는 인천시 내 미술 부문 대학과 일반 시민을 대상으로 미술품 유통사업자 육성에 대한 수요를 조사하여 예비 미술품 유통인력을 파악하고, 수요에 맞춘 미술품 감정 및 유통인력 양성 교육 사업을 시행할 것을 제안함

[표 5-5] 예술경영지원센터의 미술품 감정 및 유통인력 양성 프로그램 구성

회차	교육내용
1	<ul style="list-style-type: none"> • 미술 및 유관 분야 관련 법 소개 <ul style="list-style-type: none"> - 문화예술 관련 법 및 미술 기관 내 인사 관련 법과 사례 소개 • 전문가의 법적, 윤리적 책임과 의무 <ul style="list-style-type: none"> - 갤러리스트, 감정가 해외 윤리 규정 사례 소개
2	<ul style="list-style-type: none"> • 미술 관련 법적 쟁점 사례 - 민사 <ul style="list-style-type: none"> - 미술품 관련 계약 및 거래 유형의 법적 이해 - 미술품 거래 주요 당사자 관련 법적 쟁점 및 사례 - 미술품 소유권 귀속의 문제 사례(민법)
3	<ul style="list-style-type: none"> • 미술 관련 법적 쟁점 사례 - 형사 <ul style="list-style-type: none"> - 미술 관련 형사 분쟁 사례 및 판례 - 내용증명 작성 등 실제 형사 사례 대응
4	<ul style="list-style-type: none"> • 미술품과 저작권에 대한 이해 <ul style="list-style-type: none"> - 디지털 시대의 시각예술품의 저작권 - 미술 작품 소유권과 저작인격권 - 미술 저작물 저작권 침해와 구제 사례
5	<ul style="list-style-type: none"> • 글로벌 예술 현장의 다양한 법적 쟁점들 <ul style="list-style-type: none"> - 글로벌 예술거래 및 예술행사의 특수성과 기본 원칙 - 국제 예술거래의 주요 법적 쟁점 및 분쟁과 사례
6	<ul style="list-style-type: none"> • 미술세법에 대한 이해 <ul style="list-style-type: none"> - 미술품 유통과 세제(소득세 양도소득세, 기타소득, 원천징수 등) - 미술품 구입 및 전시 절세 전략(세율, 공제율)
7	<ul style="list-style-type: none"> • 예술계약 실무 <ul style="list-style-type: none"> - 예술품 및 예술거래 관련 핵심 계약 사항 이해 - 예술품 거래 및 예술행사 관련 주요 계약서 작성법과 사례
8	<ul style="list-style-type: none"> • 라운드 테이블 <ul style="list-style-type: none"> - 참여 강사 및 초청 전문가 라운드 테이블

자료: 예술경영지원센터 홈페이지(검색: 2020.11.14.)

- 인천시가 예술경영지원센터 등의 전문기관과 업무협약을 통해 교육 프로그램을 유치하고 운영을 지원한다면 교육내용의 전문성도 담보하고 예비 미술품 유통 및 감정 인력도 효율적으로 양성할 수 있을 것임
- 2020년 11월 현재 예술경영지원센터는 ‘미술품 감정 및 유통인력 양성을 위한 법률 교육과정’을 운영하고 있고, 과거에도 ‘과학적 분석을 활용한 미술품 감정 인력 양성 프로그램’, ‘미술품 감정 아카데미’, ‘도자 감정 인력 양성 프로그램’ 운영을 지원한 바 있음

❖ 기존의 문화·유휴공간을 활용한 전시 확대

- 문화체육관광부와 예술경영지원센터(2019)의 ‘2019 미술시장 실태조사’에 의하면 시장에서의 활동이 확인되는 인천의 화랑은 두 곳이고 국·공사립 미술관 운영도 타 시·도에 비하면 상당히 저조한 것으로 나타남
- 그리고 한 해 동안 전국에서 개최된 전시 중 인천에서 진행된 전시는 4.1%에 불과하였고, 인구 10만 명당 전시 건수도 21.0건으로 서울의 64.6건에 크게 못 미쳤으며 전국 평균인 29.3건과도 차이를 나타내었음(한국문화예술위원회, 2020)
- 그러나 지난 1년 동안 미술전시 관람률은 세종, 제주, 서울, 경남에 이어 인천시가 다섯 번째로 높은 것으로 나타남(문화체육관광부, 2019)
- 게다가 지난 1년 동안 인천시민의 미술 관련 창작활동 참여율은 7.3%로 조사되었고, 이와 같은 참여 정도는 절대적으로 크다고 할 수는 없으나 17개 광역 시·도 중에서는 가장 높은 것이었음
- 즉, 인천시의 미술 전시개최 상황과 비교하면 인천시민의 미술 관련 활동 참여는 상대적으로 낮지 않다고 볼 수 있음
- 또한, 인천문화재단이 파악하고 있는 인천시 내의 전시시설은 약 74곳으로 조사되었고, 비록 서구 등의 지역에는 전시시설이 절대적으로 부족하나 인천 전역에 적지 않은 전시시설이 있는 것을 알 수 있었음
- 본 연구의 제3장 전시시설 조사에서 서구에 소재한 전시시설은 2곳에 불과함

- 따라서 미술시장 활성화 사업추진을 위한 새로운 공간의 신규 설치를 추진하기보다는 기존의 전시공간을 대상으로 미술품 전시, 판매 등이 가능한 환경인지 조사하고, 미술시장 활성화 사업추진을 위한 공간으로 활용하는 것에 대한 공간 소유주의 수요를 확인하는 절차를 우선해야 함
- 최종적으로 미술시장 활성화 사업의 추진이 가능한 전시공간을 목록화하고, 미술품 전시, 판매, 각종 기획 프로그램 운영이 가능하도록 공간을 정비하여 미술품 전시와 판매사업에 대한 인천 시민의 접근성을 향상하도록 함
- 이는 미술품을 접하는 경험을 다양화하여 결과적으로 미술품에 대한 수요를 창출하고, 예술인이 활동할 수 있는 장을 넓히는 역할을 할 것으로 기대함

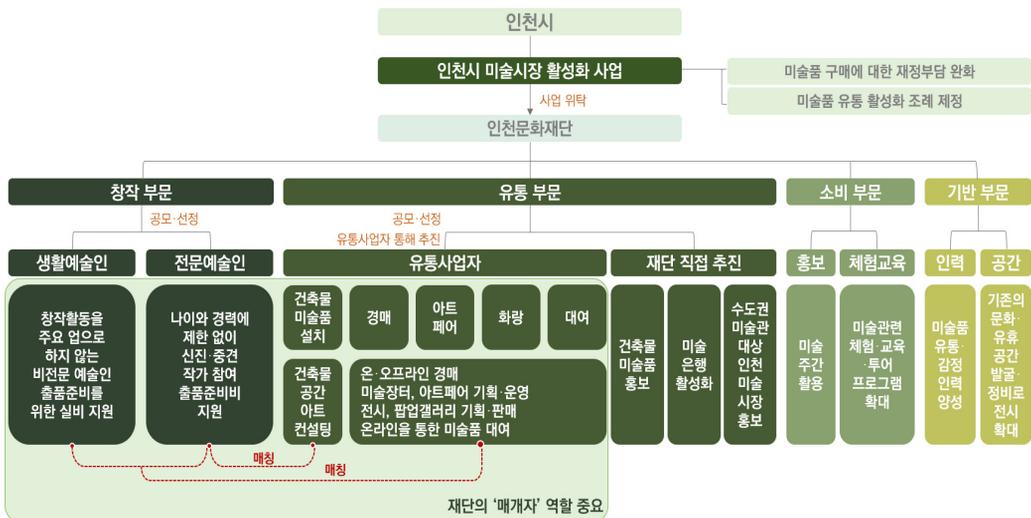
[표 5-6] 미술시장 활성화 기반구축 사업추진

구분	내용
조례 제정	<ul style="list-style-type: none"> • 미술품 유통 활성화 및 지원조례 제정 - 미술시장의 안정적 발전과 미술품의 창작 및 소비를 활성화하기 위한 조례 제정
인력 육성	<ul style="list-style-type: none"> • 미술품 감정 및 유통 인력양성 - 대학의 미술 관련 학과 및 시민을 대상으로 미술품 감정업·유통업에 대한 수요조사 - 예술경영지원센터와의 업무협약을 통해 지역의 예비 미술품 감정·유통 사업자 양성 프로그램 운영 지원
공간 활용	<ul style="list-style-type: none"> • 미술시장 활성화 사업추진을 위한 공간 발굴 - 문화재단이 파악하고 있는 인천시의 전시공간 소유주를 대상으로 미술시장 활성화 사업에 대한 참여 수요 확인 - 미술시장 활성화 사업추진이 가능한 전시공간을 목록화하고, 미술품 전시·판매·기획 프로그램 운영이 가능하도록 공간을 정비하여 활용

3. 추진방식

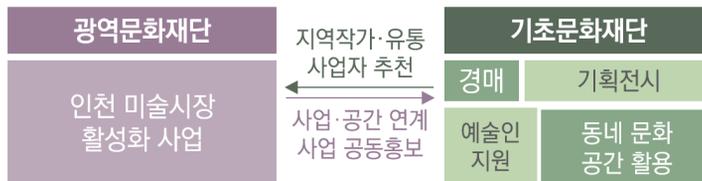
- 본 연구는 인천시가 안정적이고 선순환하는 미술시장 생태계 형성을 위하여 ‘미술품 유통 활성화 조례’를 제정하고, 미술품 구매에 대한 재정부담 완화 방안을 마련해 추진할 것을 제안하였음
- 재단은 창작 부문에서 미술시장 활성화 사업에 참여할 생활 예술인과 전문예술인을 공모를 통해 선정하고, 유통 부문에서는 미술품 유통시장에서 활발하게 운영되고 있는 유통사업자와 관내 유통사업자를 선정해 사업에 참여할 수 있도록 함
- 그리고 재단은 선정한 예술인과 유통사업자 간 매개자 역할을 담당하여 예술인의 미술시장 진출을 위한 접점을 만들어나가야 함
- 또한, 창작 부문과 유통 부문을 매개하는 과정에서 불합리한 계약이 발생하지 않도록 재단은 표준계약서 작성을 의무화하고 예술인과 유통사업자 간 적정 수수료율을 도출하기 위한 합의를 조율하는 역할을 맡아야 함
- 유통 부문 중 건축물에 대한 미술품의 설치 제도에 대한 홍보와 수도권 미술관을 대상으로 한 인천 미술시장 홍보 업무, 기존의 미술은행 활성화 사업과 소비 부문 활성화 및 시장 기반구축 사업은 유통사업자를 통하지 않고 재단이 자체적으로 수행하는 사업으로 분류함

[그림 5-9] 인천시 미술시장 활성화 사업 추진방식 제안

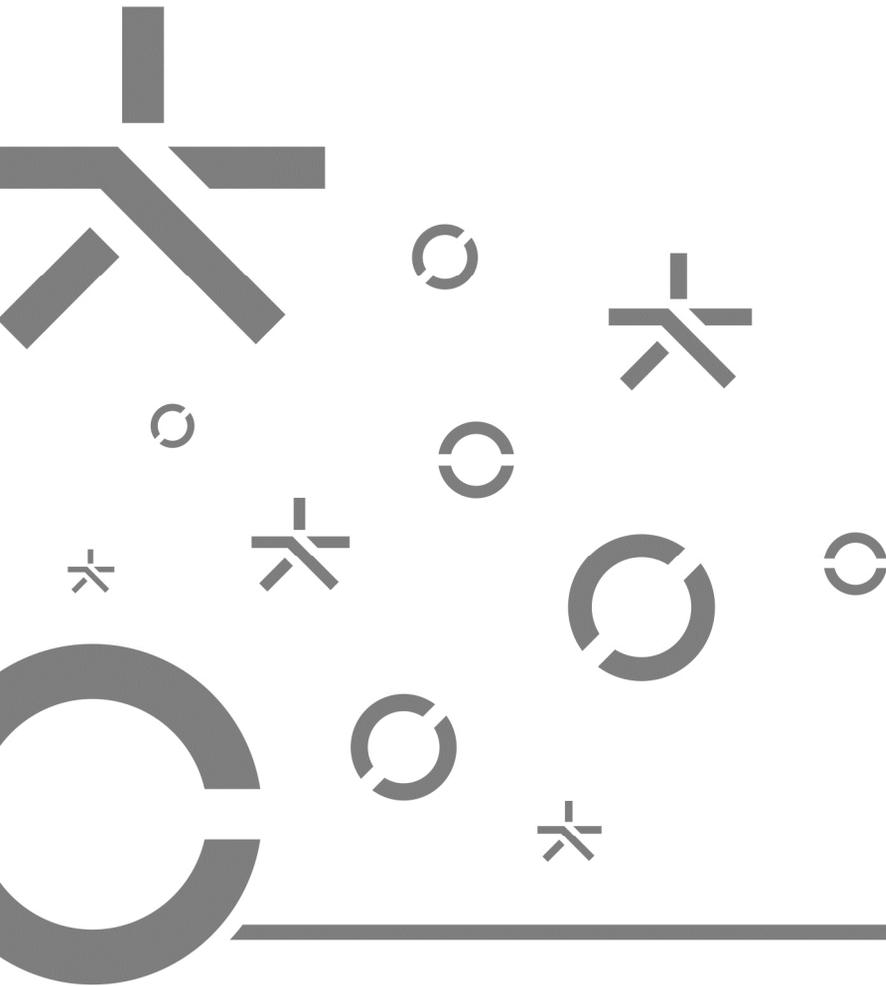


- 나아가 인천시 전역에서 미술 향유 여건을 개선하고 미술품 소장 문화를 확산하기 위해서는 광역문화재단과 기초문화재단의 교류·협력이 요구됨
 - 더욱이, 부평구문화재단에서는 이미 부평 옥션을 운영하고 있고, 서구문화재단과 연수문화재단에서도 자체적으로 전시공간을 운영하고 있으며 예술인과 구민을 대상으로 한 다양한 지원사업을 추진·기획해 옴
- 인천 미술시장 진흥이라는 공동의 목표를 전제로 광역문화재단인 인천문화재단과 기초문화재단 간 교류·협력 체계를 구축해 기초문화재단은 지역의 작가와 유통사업자를 광역문화재단에 추천하여 미술시장 활성화 사업에 참여할 수 있도록 함
- 그리고 기초문화재단에서 운영하는 미술품 경매를 인천 미술시장 활성화 사업과 연계 추진하여 규모를 확장하고, 광역문화재단이 유통사업자와 함께 운영하는 아트페어를 기초문화재단이 운영하는 전시시설에서 개최하는 것도 고려해 볼 수 있음
- 마지막으로 기초문화재단이 파악하고 있는 지역의 문화 공간을 활용해 소규모 미술 장터가 운영되도록 기획한다면 인천 미술시장 활성화 사업의 성과를 인천 전역에 더욱 효과적으로 전달할 수 있을 것이라 기대함

[그림 5-10] 광역과 기초문화재단의 교류·협력



결론 및 정책제언



결론 및 정책제언

1. 요약 및 결론

- 본 연구는 아트옥션 도입을 계기로 인천시의 열악한 미술품 유통 여건을 개선하고 미술시장을 활성화할 방안을 모색하고자 수행됨
- 이를 위해 미술시장의 유형 및 현황과 지원정책 여건을 검토하고 인천시 미술시장의 현황과 국내·외 미술시장 활성화 사례를 분석해 시사점을 도출함
 - 주요 유통 영역과 공공 유통 영역으로 분류되는 다양한 미술시장 유형의 균형적 성장을 유도하고 문화체육관광부의 ‘미술진흥 중장기계획(2018~2022)’ 및 예술경영지원센터의 미술시장 지원과 연계 추진할 사업 발굴이 요구됨
 - 인천지역 시각예술인의 작품 판매 판로개척과 전시시설의 시장 참여를 촉진하고 공공 유통 영역에서 거래된 작품의 홍보와 미술품 향유 및 소장 문화의 확산 필요
 - 미술시장 활성화에 이바지한 국내·외 사례들은 미술품 유통시장의 안정적 성장을 뒷받침할 제도를 마련하고, 민간의 미술시장 참여를 장려함. 또한, 행정구역을 구분하지 않고 지역 미술시장 발전에 기여할 자원을 탐색, 발굴하여 활용하고 지역 미술시장을 브랜딩할 대표사업을 선정해 집중적으로 지원해 옴
- 그리고 분석한 결과를 종합하여 인천시 미술시장 활성화 사업의 추진 방향을 ‘아트옥션 도입을 계기로 균형적인 미술시장 진흥 도모’로 설정함
 - 3대 목표로 ‘인천시 시각예술 작가의 미술시장 판로개척 지원을 통해 작가의 창작활동 자생력 강화’, ‘미술품 유통 전문사업자와의 협업과 예비사업자 발굴을 통한 인천시 미술시장 생태계 육성’, ‘유통채널 다양화로 미술품 소장 문화 확산’을 수립

- 아트옥션 도입을 통한 인천 미술시장 활성화 추진방안은 ‘창작’, ‘유통’, ‘소비’, ‘추진기반’ 부문으로 구분해 제시하고, 공공의 지역 예술인과 미술품 유통사업자 간 매개자 역할을 강조함
 - ‘창작’ 부문: 인천시 전문·생활 예술인을 선정해 미술시장 활성화 사업에 참여케 함
 - ‘유통’ 부문: 1단계 사업에서는 미술품 경매사를 협력사업자로 선정하고, 2단계 사업 확장기에서는 미술품 경매, 아트페어, 화랑, 건축물에 대한 미술작품의 설치, 대외 영역에서 활동하는 유통사업자를 협력업체로 선정해 사업을 추진. 단, 지역의 미술품 유통사업자와 화랑 등을 활성화하기 위하여 한 해에 한 곳 이상의 지역 사업자를 협력업체로 선정
 - ‘소비’ 부문: 인천시 미술시장 홍보 다각화, 미술품 구매에 대한 재정부담 완화, 생활미술 체험·교육 확대를 통해 선순환하는 미술시장 생태계 조성에 기여
 - ‘추진기반’ 부문: 미술품 유통 활성화 조례 제정, 미술품 감정 및 유통인력 양성, 기존의 문화·유휴공간을 활용한 전시 확대로 인천시 미술시장 성장기반 강화
- 아트옥션을 포함한 미술시장 활성화 사업의 추진은 인천문화재단에 위탁해 원활한 사업추진과 확장을 도모하고 광역과 기초문화재단의 교류·협력을 통해 인천시 전역에서 미술 향유 여건을 개선하며 미술품 소장 문화를 효과적으로 확산할 것을 제안함
- 인천의 미술시장 생태계를 조성하고 활성화하기 위한 이와 같은 사업의 추진은 궁극적으로 지역 시각예술인의 자생력 향상, 미술품 유통업의 육성, 미술품 소장문화 확산의 결과를 낳을 것이라 기대함
- 특히, 2020년은 코로나19 확산의 장기화로 각종 예술행사가 취소 혹은 비대면으로 전환되어 공연업계를 포함한 전체 문화예술계의 성장이 정체된 해임
- 시각예술계 역시 코로나19의 영향으로 오프라인 전시, 아트페어 및 경매 등이 원활히 추진되기 어려웠고, 아시아 최대 규모의 아트페어인 홍콩 아트 바젤도 오프라인 행사를 전면 취소하고 온라인 뷰잉룸을 운영하는 방식으로 대체함
- 이러한 환경 변화로 예술계의 시름과 불확실성이 커진 것은 사실이나, 지난 1년간 한국 미술품 경매시장의 동향은 미술품 유통업의 육성이 시각예술계의 자생력과 회복력 향상에서도 상당히 중요할 수 있다는 것을 시사함

- 2020년 전염병 확산 우려로 인해 많은 오프라인 문화예술 행사 개최가 정체됐음에도 불구하고, 미술품 경매는 [표 6-1]에 제시된 바와 같이 2020년 6월 한 달 동안 24회(온라인 20회, 오프라인 4회), 9월 19회(온라인 14회, 오프라인 5회) 개최되어 코로나19 확산 이전인 2019년 10월, 11월보다 개최 수가 더 많거나 유사함
 - 다소 변동도 있으나 출품작품 수와 낙찰률도 일정수준에서 유지되고 있음
- 즉, 인천 아트옥션을 시작으로 지역의 열악한 미술품 유통 여건을 개선하고 미술시장을 활성화하는 것은 지속가능한 미술 생태계 정착의 토대가 될 것이라 예상함

[표 6-1] 한국 미술품 경매시장 동향(2019.10.~2020.9.)

구분	2019.10.	2019.11.	2019.12.	2020.1.	2020.2.	2020.3.
국내 온라인 경매 횟수(회)	17	15	16	8	12	14
국내 오프라인 경매 횟수(회)	2	2	4	2	0	5
해외 온라인 경매 횟수(회)	0	0	0	0	0	0
해외 오프라인 경매 횟수(회)	1	1	0	0	0	0
계(회)	20	18	20	10	12	19
출품작품 수(점)	2,424	2,220	2,547	1,401	1,476	3,022
낙찰작품 수(점)	1,550	1,347	1,618	770	703	1,899
낙찰률(%)	58	51	60	52	51	57
작품낙찰 총액(백만 원)	12,675.9	21,578.6	10,413.4	7,128.7	1,815.6	14,397.8
구분	2020.4.	2020.5.	2020.6.	2020.7.	2020.8.	2020.9.
국내 온라인 경매 횟수(회)	13	14	19	13	12	13
국내 오프라인 경매 횟수(회)	1	2	4	2	1	5
해외 온라인 경매 횟수(회)	0	0	1	0	0	1
해외 오프라인 경매 횟수(회)	0	0	0	1	0	0
계(회)	14	16	24	16	13	19
출품작품 수(점)	2,054	2,283	3,310	2,460	2,096	2,266
낙찰작품 수(점)	1,328	1,429	2,112	1,615	1,306	1,421
낙찰률(%)	58	63	59	67	62	62
작품낙찰 총액(백만 원)	4,761.5	9,002.3	11,791.7	13,949.4	2,306.8	18,845.6

자료: 예술경영지원센터, 한국 미술시장 정보시스템 월간리포트(2019.10.~2020.9.)

2. 정책제언

❖ 인천 미술시장 현황 파악

- 인천의 미술시장을 활성화하기 위해서는 미술품 주요 유통 영역과 공공 유통 영역의 운영 현황에 관한 자료를 매년 수집하여 미술진흥 정책 수립의 기초로 삼아야 함
- 현재 인천시 내 미술시장 활동은 활발하지 않을뿐더러 시장 현황에 대한 자체조사도 이루어지지 않아 명확한 인천 미술시장의 동향을 파악하기 어려움
- 미술품 유통현황을 파악하고 그 실태를 점검하는 것은 객관적이고 신뢰성 있는 미술시장 활성화 정책 수립의 기초가 됨
 - 문화체육관광부 산하 공공기관인 예술경영지원센터는 미술시장 활성화를 위한 정책 수립에 참고할 기초 자료를 제공하고자 매년 ‘미술시장 실태조사’를 시행함
 - 그러나 예술경영지원센터의 미술시장 실태조사는 전국 단위 조사이기 때문에 미술시장에서 활동이 활발하지 않은 인천 미술시장의 현황은 ‘기타’ 지역으로 묶여 발표되고 있어, 해당 자료만으로는 인천 미술시장 실태를 진단하는 데 어려움이 있음

❖ 인천 미술품 유통 활성화 지원 조례 제정

- 안정적인 지역의 미술시장 생태계를 조성하고 미술시장에 대한 신뢰감을 향상하기 위해서 ‘인천 미술품 유통 활성화 지원 조례’의 제정과 운영이 필요함
 - 경기도와 전라남도가 지역 미술품 시장의 발전과 미술품 창작 및 소비의 활성화를 도모하고자 미술품 유통 활성화 조례를 운영하고 있음
 - 지원 조례에는 지역 미술품 유통 활성화 지원계획 수립과 시행, 미술시장 활성화를 위한 지원사업의 범위, 지원사업 추진을 위한 행·재정적 지원의 범위, 미술품 유통업자와 감정업자의 의무 등에 관한 사항이 담겨야 함
- 미술품 유통 활성화 지원에 관한 조례의 제정은 인천시 미술시장 성장의 제도적 토대가 될 것임

❖ 미술품 관련 양질의 온라인 콘텐츠 제작 및 제공 시스템 구축 지원

- 온라인 기반 미술시장의 확장을 위해 미술품 전시 및 판매와 관련한 양질의 온라인 콘텐츠 제작 및 제공 시스템 구축을 지원해야 함
 - 기존의 오프라인 전시와 아트페어 등이 2020년에는 감염병 확산 우려로 인해 비대면 방식으로 추진되었으나, 단순히 ‘비대면의 시대’에 ‘온라인’에서 ‘미술품을 판매할 수 있는 시스템’을 구축하는 정도로만 운영되고 있다는 점이 문제로 지적됨. 온라인을 미술품의 이미지와 크기 등에 관한 정보를 제공하는 도구(tool)로만 보는 것이 아니라 작가, 작품 세계, 작품 등에 관한 정보를 하나의 스토리라인으로 구축하여 양질의 콘텐츠로 제공하는 플랫폼으로 활용해야 함(윤영준, 2020)
- 2020년은 코로나19 확산의 장기화로 문화예술계에 대한 국가와 지역 차원의 긴급 지원이 요구됨과 동시에 문화예술계가 이 사회적 재난을 어떻게 넘어설 것이며, 앞으로 변화하는 사회문화적 환경에서 또 어떻게 대응할 것인가에 대한 논의를 촉발함
- 이에 중앙정부는 2020년 9월 ‘코로나 일상 속 비대면 예술 지원방안’을 발표하고, 향후 온라인 예술 유통기반 구축을 지원해 미술품 유통시장을 활성화한다는 계획 등을 밝힘(관계부처 합동, 2020)
- 지역에서도 중앙의 정책 기조에 맞추어 온라인 예술품 유통 플랫폼 구축과 양질의 콘텐츠 제작을 지원해 창작자와 소비자 모두가 만족하는 새로운 형태의 시장 형성과 성장을 준비해야 함
 - 이는 비대면 시대 미술시장의 지속적인 성장과 향후 새로운 사회적 재난에 대비한 미술계의 대응력 향상 및 예술인의 자생력 제고에 기여하고, 미술시장에 대한 진입장벽을 낮추어 미술품 소비자층을 확대하는 데도 이바지할 것이라 기대함

참고문헌

■ 단행본/연구보고서

- 문화체육관광부(2019). 2019 국민문화예술활동조사 보고서.
- 문화체육관광부·예술경영지원센터(2019). 2019 미술시장실태조사(2018 기준).
- 박수강·주은영(2015). 아트 마켓 홍콩. 아트북스.
- 인천문화재단(2019). 2018 인천문화예술연감.
- 최병식(2008). 경기도 박물관·미술관 장단기 진흥방안. 사단법인 경기도박물관협의회.

■ 학술지/학위논문/발표자료

- 김봉수(2013), 국내 미술시장 현황 연구 미술시장실태조사를 중심으로. 경영관리연구, 6(1), 27-49.
- 미술세계 편집부(2017). ISSUE & PEOPLE. 미술세계. 59, 46-51.
- 양현미(2017). 공공미술로서 미술은행 재정립 방안 연구. 문화정책논총, 31(1), 4-28.

■ 관련 법/조례/규정

- 경기도 미술품 유통활성화 및 지원에 관한 조례(경기도조례 제6667호). 2020. 7. 15. [제정]
- 경기도 사무위탁 조례(제6785호). 2020. 11.12. [일부개정]
- 국가기관 소유 미술품 보관관리규정(조달청고시 제2019-16호). 2019.11.1. [일부개정]
- 국립현대미술관 미술은행 운영규정(국립현대미술관예규 제204호). 2018.4.11. [일부개정]
- 문화예술진흥법(제17408호). 2020.9.10. [일부개정]
- 박물관 및 미술관 진흥법(제17411호). 2020.12.10. [일부개정]
- 인천광역시 문화예술진흥 조례(제6195호). 2019. 6. 21. [일부개정]
- 전라남도 미술품 유통 활성화 조례(전라남도조례 제5147호). 2020. 10. 8. [제정]

■ 행정자료

- 경기문화재단(2019). 2019 아트경기 추진실적.
- 경기문화재단(2020). 2020 아트경기 사업소개서.

관계부처 합동(2020). 코로나 일상 속 비대면 예술 지원방안.
 광양시(2019). 2019 광양시 문화예술과 세출예산사업명세서.
 광양시문화도시사업단(2019). 2019 광양아트옥션 결과보고.
 문화체육관광부(2018). 미술로 행복한 삶: 미술진흥 중장기계획(2018~2022).
 문화체육관광부(2019). 2018년 아트페어 평가 결과 발표 보도 작성자료.
 부평구문화재단(2019). 부평옥션 화이트세일 결과보고.
 아트바젤(2019). 2019 아트바젤홍콩 행사보고서.
 인천문화재단(2019). 2019 인천미술활성화 사업 결과보고.
 인천문화재단(2020). 인천미술은행 소장작품 대여 및 기획전시 절차.
 인천문화재단(2020). 인천미술활성화기획사업 인천미술은행 소장품 구입 공모 I
 인천문화재단(2020). 인천미술활성화기획사업 인천미술은행 소장품 구입 공모 II
 전라남도문화재단(2020). 2020 제로베이스 온라인경매 작품공모
 한국문화예술위원회(2020). 2019 문예연감.
 한국보건산업진흥원(2019). 홍콩 수입규제 및 관세.
 한국예술인복지재단(2020). 예술활동증명 누락 완료자 현황(2020.10.20. 기준)

■ 보도자료/신문기사

강경록(2017.2.12.). [여행팁] 느낌 충만한 홍콩의 3월 백배 즐기는 방법. 이데일리. <https://www.edaily.co.kr/news/read?newsId=01243126615829864>(검색일: 2020년 10월 30일)
 강천웅(2020.2.11.). 나주공공도서관, 2020년 남도예술은행 소장작품 기획전 개최. 전남목포신문. <http://www.ksngn.net/news/articleView.html?idxno=15900>(검색일: 2020년 11월 18일)
 경기문화재단(2020.7.13.), 2020 아트경기, 온라인 경매쇼 첫선. <https://www.ggcf.kr/archives/125912>(검색일: 2020년 10월 8일)
 김재환(2020.6.5.). 전남문화관광재단 '제로베이스인전남' 사전 전시회 개최. 남도일보. <http://www.namdonews.com/news/articleView.html?idxno=573457>(검색일: 2020년 11월 18일)
 박현주(2018.3.19.). 국제갤러리, 아트바젤홍콩 캐비닛(김용익), 필름섹터(정연두) 참가. 뉴시스. https://newsis.com/view/?id=NISX20180319_0000255813&cID=10701&pID=10700(검색일: 2020년 10월 30일)

- 보그 패션(2019.4.1.). 아트바젤 홍콩 2019. 보그 코리아. <http://www.vogue.co.kr/2019/04/01/%ec%95%84%ed%8a%b8%eb%b0%94%ec%a0%a4-%ed%99%8d%ec%bd%a9-2019/>(검색일: 2020년 10월 28일)
- 우진영(2019.5.20.). 위드아트페어 2019 인천 송도서 개최. 데일리시큐. <https://www.dailysecu.com/news/articleView.html?idxno=51019>(검색일: 2020년 8월 3일)
- 윤다함(2020.3.17.). 취소된 아트바젤 홍콩, 누구나 온라인에서 본다. ARTCHOSUN. http://art.chosun.com/site/data/html_dir/2020/03/17/2020031703607.html(검색일: 2020년 10월 26일)
- 윤태현(2014.3.7.). 인천 연수구 문화예술 공간 ‘아트 플로그’ 개관. <https://www.yna.co.kr/view/AKR20140307050400065>(검색일: 2020년 8월 4일)
- 이성희(2015.8.27.). 홍콩, 이제 아트다... 갈 때 마다 새로운 ‘감성 도시’. 경향신문. http://news.khan.co.kr/kh_travel/khan_art_view.html?artid=201508270005355&code=900306(검색일: 2020년 10월 30일)
- 이소영(2019.2.). 상하이로 떠나는 예술여행. 연합이매진. <https://img.yonhapnews.co.kr/basic/svc/imize/201902/138.pdf>(검색일: 2020년 11월 2일)
- 이소영(2019.12.4.). 상하이의 뜨거운 바람. 노블레스. <https://www.noblesse.com/home/news/magazine/detail.php?no=9289>(검색일: 2020년 11월 2일)
- 이지윤(2019.9.23.). Art Renaissance in West Bund Shanghai. 중앙시사매거진. <https://jmagazine.joins.com/forbes/view/327712>(검색일: 2020년 11월 24일)
- 이한빛(2019.2.11.). 아시아 아트페어는 ‘몸값’ 재편중. 헤럴드경제. <http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20190211000498>(검색일: 2020년 10월 26일)
- 이한빛(2019.11.10.). [2019 상하이아트위크②] 묻는 작품마다 ‘솔드 아웃’... 페어장 휩쓴 상하이 콜렉터들. 헤럴드경제. <http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20191110000209#a>(검색일: 2020년 10월 28일)
- 왕진오(2019.4.5.). 2019 아트바젤 홍콩 리포트... 작품성보단 가격이 대세?. 이코노미톡뉴스. <https://www.economytalk.kr/news/articleView.html?idxno=182908>(검색일: 2020년 10월 28일)
- 인천시(2019.9.1.). 인천시, 건축물 미술작품 공모대행 시행한다. 보도자료. <https://www.gov.kr/portal/locgovNews/1971287>(검색일: 2020년 11월 12일)
- 전지현(2018.9.18.). 미술품 사면 무이자 할부. 매일경제. <https://www.mk.co.kr/news/culture/view/2018/09/589294/>(검색일: 2020년 11월 14일)

- 정필주(2018.1.29.). 비아 살롱(VIA Salon): 아트페어로 바라본 미술시장. THE ARTRO. https://www.theartro.kr:440/kor/features/features_view.asp?idx=1434&b_code=11e&page=1&searchColumn=&searchKeyword=(검색일: 2020년 10월 28일)
- 조선일보(2019.10.31.). 국제갤러리, 상하이 웨스트번드아트&디자인·아트021 아트페어 참가. 조선일보. https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2019/10/31/2019103101664.html(검색일: 2020년 10월 28일)
- 조선일보(2020.6.12.). 국제갤러리, 제2회 아트 바젤 온라인 뷰잉룸 참가. 조선일보. https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2020/06/12/2020061203248.html(검색일: 2020년 10월 26일)
- 조준성(2020.4.22.). (재)전라남도문화관광재단, 남도사이버갤러리온라인 기획전 개최. 뉴스워커. <http://www.newsworker.co.kr/news/articleView.html?idxno=68832>(검색일: 2020년 11월 19일)
- 주성남(2012.7.9.). 인천 부평, 사랑나눔 전 개최. 뉴스1. <https://www.incheon.go.kr/park/park010202>(검색일: 2020년 8월 25일)
- 주연화(2017.1.1.). 상하이 르네상스. 김달진미술연구소 칼럼. <http://www.daljin.com/?WS=31&BC=cv&CNO=316&DNO=14355>(검색일: 2020년 11월 2일)
- 홍영진·김경우(2015.7.30.). [국내외 미술관 도시를 가다]서구룡문화지구 조성, 소비지향도시 호공의 미래를 바꾼다. 경상일보. <http://www.ksilbo.co.kr/news/articleView.html?idxno=510126>(검색일: 2020년 10월 30일)
- Jackline Jiae Byun(2020.1.7.). 상하이 아트의 새로운 발견. the NEIGHBOR. <http://m.theneighbor.co.kr/neighbor/view.asp?no=7008&pType=C&page=1&sg=&sw=>(검색일: 2020년 10월 28일)

■ 전자문서자료/홈페이지

- 경기도 건축물 미술작품. <https://www.gg.go.kr/mn/publicart/>(검색일: 2020년 11월 12일)
- 경기문화재단 홈페이지. <https://www.ggcf.kr/>(검색일: 2020년 10월 26일)
- 공공미술포털. <https://www.publicart.or.kr/main.do>(검색일: 2020년 11월 12일)
- 국립국어원 표준국어대사전. 경매. <https://stdict.korean.go.kr/search/searchResult.do>(검색일: 2020년 8월 1일)
- 남도사이버갤러리. <https://namdogallery.or.kr/main/>(검색일: 2020년 11월 17일)
- 네이버캐스트. 세계의 아트페어. <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=3572672&cid=58862&categoryId=58879>(검색일: 2020년 10월 26일)

대한민국 국회. <https://www.assembly.go.kr/assm/userMain/main.do>(검색일: 2020년 11월 14일)

국립현대미술관 미술은행. <https://www.artbank.go.kr/home/main.do?loc=h00>(검색일: 2020년 8월 2일)

사이버 뮤제. https://cybermusee.com/board/notice_view.php?seq=172(검색일: 2020년 11월 14일)

서울아트가이드 홈페이지. <https://www.daljin.com/>(검색일: 2020년 10월 26일)

아트바젤 홈페이지. <https://www.artbasel.com/hong-kong>(검색일: 2020년 10월 26일)

아트아시아 홈페이지. <https://artasia.kr/>(검색일: 2020년 8월 3일)

아트에디션 홈페이지. <https://artedition.kr/>(검색일: 2020년 8월 3일)

아트플레이스 홈페이지. <https://www.artplace.co.kr/new-page-1>(검색일: 2020년 10월 26일)

앤갤러리 홈페이지. <http://artko.kr/~ngallery>(검색일: 2020년 10월 26일)

예술경영지원센터. http://www.gokams.or.kr/06_intro/greeting.aspx(검색일: 2020년 8월 25일)

예술경영지원센터. 한국 미술시장 정보시스템 월간리포트. https://www.gokams.or.kr:442/05_know/trends_01.aspx(검색일: 2020년 12월 28일)

오픈갤러리. <https://www.opengallery.co.kr/>(검색일: 2020년 11월 13일)

위키백과. 아트옥션. <https://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%95%84%ED%8A%B8%EC%98%A5%EC%85%98>(검색일: 2020년 8월 1일)

유튜브 이광기의 라이브 경매쇼. <https://www.youtube.com/watch?v=nOIRM79mmZ4>(검색일: 2020년 10월 8일)

윤영준(2020). 온라인 미술시장을 대하는 태도: 코로나19 이후 예술과 시장의 변화. 웹진 예술경영 447호, 예술경영지원센터. https://www.gokams.or.kr:442/webzine/wNew/column/column_view.asp?idx=2345&page=3&c_idx=85&searchString=&c_idx_2=(검색일: 2020년 12월 28일)

인천시청. <https://www.incheon.go.kr/park/park010202>(검색일: 2020년 8월 25일)

인하대병원. <https://www.inha.com/page/about/notice/142035?q.keyword=%EA%B0%A4%EB%9F%AC%EB%A6%AC&¤tPage=1&dataPerPage=10>(검색일: 2020년 8월 25일)

전라남도 문화재단. <http://jact.or.kr/jact/index.do>(검색일: 2020년 11월 17일)

정부미술은행 홈페이지. <https://www.artbank.go.kr/home/main.do>(검색일: 2020년 8월 2일)

칸옥션 홈페이지. <http://www.kanauction.kr/>(검색일: 2020년 10월 26일)

한국문화예술위원회. <https://www.arko.or.kr/main.do>(검색일: 2020년 8월 2일)

K옥션. 오프라인 경매약관. <http://www.k-auction.com/Auction/Clause.aspx>(검색일: 2020년 8월 1일)

2020년도 정책연구

인천형 아트옥션 도입방안 연구

발행인 이용식

발행일 2020년 12월 31일

발행처 인천연구원

인쇄처 032디자인(주)

I S B N 978-89-5678-920-0 93600

주소 22711 인천광역시 서구 심곡로 98(심곡동 307)

© 인천연구원 2020

이 보고서의 내용은 연구책임자의 견해로서 인천연구원의 공식적 입장과는 다를 수 있습니다.
출처를 밝히는 한 자유로이 인용할 수 있으나 무단 전재나 복제는 금합니다.

