

「アートを買場」から、「人が集まる場」へ

NODE INTERVIEW

マーク・スピーグラー氏

アートバーゼル/アートバーゼル・マイアミビーチ 共同ディレクター

40年もの間、景気に感わされず毎年スイスで開催されている「アートバーゼル」。そして世界屈指のリゾート地で行われる「アートバーゼル・マイアミビーチ」。これらの二大アートフェアを指揮するのがマーク・スピーグラー氏だ。フェアのメインスポンサーの一つであるUBSグループの支援により、今年1月に来日し、東京・六本木の森美術館にて講演を行った彼が考える、アートフェアの世界基準とは？

Photo: Kazuhisa Hatanaika
Text: Chisaki Fujita

スイスにはアヴァンギャルドな
作品を受け入れる土壌がある

——アートバーゼルと聞くと、今年
40周年を迎える老舗のアートフェア、
という印象があります。なぜ、こん
なに長い間続けて来られたのでし
ょうか？

スピーグラー (以下) 理由は三
つあります。一つには、出品作品の
年代を1900年から先週あたりま
でに作られたものまで(笑)と括つ
ていること。アートバーゼルに来る
ことで、現代アートを代表する、し
かも美術館レベルの作品を、時代を
遡るように見ることができるとい
うことです。写真や映像など、新しい
メディアの登場に際した作品を扱っ
てきたことも、成功の秘訣の二番目
に挙げられるでしょう。

そして三番目は開催地がスイスだ
ということ。20世紀美術をひもく
とわかりますが、人口700万人弱
のスイスにはアヴァンギャルドな作
品を受け入れる土壌があります。そ
のため、関心の高いコレクターはも
ちろん、展示スタッフも最高レベル
の人たちが集まってきて、「アート
を売買するビジネスの場」から、「だ
んだんといろいろな人が集まる場」
に変わってきたのです。出展する
ギャラリスト、アーティスト、最新
のアート作品を追うジャーナリスト
や批評家も含めて、今や様々な人た
ちのミーティングプレイスになつて
います。

——「プライベートジェット機で作



