



アート産業活性化に向けたエコシステムの構築

2021年5月12日
公益社団法人 経済同友会

内容

はじめに.....	1
1. わが国のアートを取り巻く現状.....	2
1-1. アート市場規模.....	2
1-2. アーティストの現状.....	2
2. アート産業が活性化しない要因.....	3
2-1. アート市場のグローバル化が不十分.....	3
2-2. 公的評価制度・税制が未整備.....	4
2-3. アート市場の裾野拡大が不十分.....	6
2-4. アートの管理体制が未構築.....	7
2-5. その他.....	8
3. 目指すべきアート産業のビジョン.....	9
「アート産業活性化のエコシステム」の三つの柱と産業界の役割.....	11
4. 提言.....	13
<提言1> 保税地域を有効活用しアート市場のグローバル化を.....	13
<提言2> オープンイノベーションによってアート産業への投資促進を.....	15
<提言3> アーティスト育成のための環境整備を.....	18
<提言4> アート作品に対する公的評価制度の構築を.....	19
<提言5> アート投資促進のための抜本的な税制改正を.....	19
<提言6> アート作品のストックの流動化を.....	20
<提言7> アート市場に関する公的統計の構築を.....	21
<提言8> アート×教育による教養の醸成を.....	21
おわりに.....	23
参考資料.....	24
スポーツとアートの産業化委員会 活動実績.....	28
スポーツとアートの産業化委員会 名簿.....	30

はじめに

新型コロナウイルスの世界的流行は、私たちの「働き方」や「暮らし」の奥にある、「幸せ」や「生きがい」といった「価値観」に変化をもたらしている。

このコロナ禍において、昨年、ドイツのメルケル首相が「文化的イベントは、私たちの生活にとってこのうえなく重要なもの」と、また、グリュッター文化相が「アーティストは今、生命維持に必要不可欠な存在」とそれぞれアート¹の重要性に言及したように、コロナ禍を経験し、ますますアートの価値が再認識されている。

これまでも各国では、アートが経済、観光、外交など多くの分野に影響をもたらすという認識の下、アートは国力の源泉として自国のプレゼンスを高める重要な役割を果たしてきた。

わが国においても、雑誌、テレビ、ネットなどでは、しばしば特集が組まれ、アート関連の書籍も増えてきている。アートに対する関心は、コロナが流行してから一段と高まっており、それはこの「価値観」の変化と無縁ではない。

当委員会でも、アートの視察会を幾度も企画・実施してきたが、毎回、参加希望者が多く、経営者の間でもアートへの関心は極めて高い。

さらに最近では、政府がアートビジネスを容易にする規制緩和策を矢継ぎ早に進めており（後述）、アートへの追い風はかなり高まっていると言える。

本提言では、このようなアート産業の現状を俯瞰した上で、アート産業が活性化するためのエコシステムの姿を示し、その実現のための政策や行動を提言する。

¹本提言でのアートは、絵画・工芸品等の美術品に限定する。

1. わが国のアートを取り巻く現状

1-1. アート市場規模

世界全体のアート市場規模は約5.4兆円（2020年）で、わが国は1%未満とされている²。これは、国際的なオークションでの売買記録を反映して推計された数値である。

国際的なオークションへの主な参加者である富裕層については、例えば日本では、100万ドル以上の資産を持つ人は332万人と、世界全体の6%を占めていることを考えれば、わが国における高額なアート作品の購入は、高いポテンシャルを有していると推察される。

また、低中価格のアート作品についても、「はじめに」で述べたように、アートへの関心が高まっていることから、大きなマーケットになる可能性を秘めている。

1-2. アーティストの現状

わが国のアーティスト（画家、彫刻家、工芸美術家）は約4万人いるが（2015年度国勢調査）、その中でアート制作だけで生計を立てられている人は、全体のうちのごくわずかしかないと言われている³。

当委員会は、昨年1月に茨城県取手市にて、東京藝術大学関係者のアーティスト活動等を視察した。その際に得られたアーティストの生の声をまとめると、概ね以下の通りとなる。

- 「制作するための環境（アトリエ、作品収蔵スペース）整備や材料準備に必要な資金の負担が重い」
- 「販売に結び付く機会（展示、一般人との接点と作品説明、中堅向けコンペ）が少ない」
- 「経理や販売に関する事務作業や営業活動が負担で、制作に充てる時間が減少する」
- 「アートでは生活費を稼ぐのが困難なので、アルバイトや会社勤めや非常

² The Art Market 2021 (Art Basel & UBS)調べ。

³ なお、アーティストの収入の水準や分布を調査した公的な統計はない。

勤講師をしつつ、制作している」

加えて、昨年来のコロナ禍によって、作品を展示する機会は大幅に減ったため、生計は一層厳しくなったものと思われる。多くのアーティストは、困難な状況に陥りながら、兼業でカバーしつつ、作品を制作しているというのが現状である。

2. アート産業が活性化しない要因

わが国では、バブル崩壊に伴い、アート作品の評価や価格が下落して以降、国内における評価が戻らず、需要の拡大が停滞している。わが国のアート産業が活性化しない要因として、以下の課題が指摘されている。

2-1. アート市場のグローバル化が不十分

わが国のアート市場は、下記の要因により、国内市場が停滞しているだけでなく、グローバル化にも遅れを取っている。

- アートフェアやオークションの開催数や売上規模が小さく、海外からの参画や国際的な認知度が低い。
- アート業界・作品の海外発信が不足しており⁴、体制も整っていない。
- 海外市場へのマーケティングが不十分である。
- アーティストが国際的な美術展に参加する際の障壁が高い⁵。
- 国際的な学術拠点（研究等）の誘致・新設、ジャーナリズム、学術研究の育成ができておらず、国際水準の人材が不足している。

こうした中、先般、外国からの貨物を倉庫に置いたり展示できる「保税地域⁶」に係る規制緩和が実施された。その結果、税関に相談・申請の上、特定の場

⁴ 批評やメディアもレビューが少なく、アートの批評が脆弱。日本語のみの論文等が多く、国際発信力が極めて弱い。

⁵ 参加費や作品制作のための材料費などがかさむため、参加するのが難しい。

⁶ 保税地域では、一時的に消費税を課されることなく外国からの美術品の蔵置や展示が可能となる。これが国内に引き取られる場合は外国貨物の輸入となるので、輸入手続きを行い、消費税の納付が必要となる（既製品を使った作品や使用を目的とする工芸品等については関税の納付も必要）。国外に送られる場合は納付の必要はない（巻末：参考資料1・参考資料2を参照）。保税蔵置場は、認定後6年間は適用され、その後は6年ごとの更新が必要である（更新の制限は無い）。外国貨物が保税地域に置かれる場合には、最初の3カ月は申請せずに置くことが可能。それ以上は、倉入れ申請を別途行う必要がある。申請が認められた後、2年間は適用される。その後は2年ごとの更新が必要（更新の制

所や施設が保税地域として許可されれば、一時的な納税が不要になり、世界的なアートフェア・オークションの開催、海外メガギャラリー誘致の可能性が高まった（巻末：参考資料1・参考資料2を参照）。

このように、わが国がアート拠点となる条件は整いつつあるものの、こうした規制緩和策が本格的に活用されるのはこれからである。

2-2. 公的評価制度・税制が未整備

① 公的評価制度について

わが国では海外諸国に比べ、公的評価制度の構築が遅れている。個人や私的な機関が独自の基準で評価し、また国家資格や認定制度及び統一的な基準がないため、評価の依頼主の事情に応じて恣意的な評価が行われる恐れがある。公的評価がないということは、購入・売却・保有・相続する際の税額を予測できないことに繋がり、アートの売買を抑制する方向に作用する。

アートの売買を活発化させ、資産として適切に扱われるためには、課税のベースとなる公的評価を構築し、適正に作品の評価がなされる必要がある⁷。

（図表1）美術品の課税価格算定の仕組み・体制に関する国際比較

	日本	アメリカ	イギリス	フランス	シンガポール
課税価格算定機関	国家資格や認定制度は無い	米国美術鑑定士協会、米国鑑定士協会	行政機関の審査パネル（メンバーは、学芸員、アートディーラー、などの有識者にて構成）	競売吏（国家資格）（鑑定士は競売吏の支援業務に従事）	政府や美術館推奨の指名した民間企業
課税価格算定方法	申請者が選んだ美術品の鑑定人が算定	私有財産の価格算定を行う業界基準（米国統一鑑定基準）に基づき価格算定	審査パネルメンバーの協議によって算定	作品の真贋、競売落札額、国際的美術品データベース、作品の状態、需要等の要素に基づいて最終的に決定	政府や美術館推奨の鑑定企業リストを基に、美術館が指名し、国家遺産国が承認する機関企業が実施 算定方法は各民間企業の方法に準ずる

（出所）平成29年度「我が国の現代美術の海外発信事業」美術品等の寄附税制等に関する調査研究事業より抜粋。

限は無い）。

⁷ 公的評価未整備の現状で可能な税制改正（美術館への寄託に係る相続税の納税猶予措置等）は既に行われており、抜本的な税制改正を行うためには、公的評価制度の構築が必要不可欠である。

② 税制について

わが国は海外に比べて税制面でのアート市場活性化策が不十分である。また資産選択の際もアートは他の資産と比べて不利である。

i. 寄付税制

日本では寄付控除額が海外と比較して少なく、また控除の繰越ができない点が問題である。具体的には、日本では個人が美術品等を国等に寄付した場合、所得から控除される金額は取得価額となる。さらに年間の控除額に上限があり（総所得の40%－2,000円）、かつ控除できるのは当該年度のみなので、高額な美術品等を寄付した場合は控除しきれない場合がある。

一方、アメリカでは、取得価額のコストではなく、その時点の市場価格相当額が所得から控除される。さらに5年間の繰越が可能となっている（巻末：参考図表2を参照）。

ii. 相続税

アート作品を物納しようとしても、第3順位なため、第1順位の土地・国債・上場株式や第2順位の非上場株式などに適当な価額が無い場合にしか物納できない⁸。

アーティストが自作のアート作品を多数保有している場合は、相続が大きな問題になり、売却されれば海外流出やコレクションの分散化につながる（巻末：参考図表3を参照）。

なお、重要文化財や登録有形文化財（美術工芸品）の長期寄託契約を美術館と結び、保存活用計画の認定を受けていた個人が亡くなった際、相続人がその契約を継続した場合は相続税の一部の納税を猶予するという制度がある⁹。しかし、相続開始前に被相続人が長期寄託契約を結び、保存活用計画の認定を受けておかなければ、猶予されない。

⁸ 世界文化の見地から歴史上、芸術上又は学術上、特に優れた価値を有する作品である「特定登録美術品」については、順位に関係なく物納できるという制度があるが、相続開始前に特定登録美術品に登録されていなければならない。アート作品について物納制度が適用された事例は、文化庁が把握している限りでは過去に1件のみである。

⁹ 文化財保護法の改正により、特定美術品として現代美術品も対象として追加された。

iii. 減価償却制度

2014年の通達改正で、減価償却資産として減価償却可能な美術品の上限が1点20万円未満から100万円未満へと引き上げられた。ただ、アート作品には100万円以上の高額なものも多く、企業や個人事業主の購入意欲を盛り上げるためには不十分だと考えられる。

iv. 譲渡益に対する所得税

日本では、アート作品の譲渡益にかかる所得税は総合課税が適用され¹⁰、分離課税が適用される土地や株式とは異なっている。一方、アメリカでは、美術品を売却して得た譲渡益への課税には優遇税率があり、最高税率が28%である¹¹。

2-3. アート市場の裾野拡大が不十分

近年、アートへの関心は高まってきたが、富裕層以外をターゲットとしたマーケットは依然として小さい。

その一つの背景としては、わが国におけるアート鑑賞教育の不足が挙げられる。欧米では、幼い頃からのアート鑑賞教育が盛んである上、例えばニューヨークの美術館等で、早朝にビジネスマンのためのギャラリー・トークイベントも開かれるなど、成人してからもアート鑑賞を学ぶ機会が数多く行われている。すなわち、アート鑑賞教育を受ける環境整備が、日本は未だ不十分である。

また、英国のターナー賞や、イタリアのベネチアビエンナーレ、スイスのアートバーゼルのような、メディアや国民が注目する大規模な賞やイベントがないことも、裾野拡大が不十分な要因である。

¹⁰ 所有期間が5年超で、1つの作品の価格が30万円を超える場合は、譲渡益から特別控除（50万円）を差し引いた金額の半分が譲渡所得とされ、他の所得と合算されて総合課税が適用される。

¹¹ ただし、画家や彫刻家自身が自分の作品を売却した場合には、通常の所得税の対象となり、15~36.6%の間の5段階税率となる。美術品の売却が購入から1年以内に行われた場合、収入は通常の所得税対象の一部とみなされ、収入に応じて最高で39.6%の税率が適用される。

2-4. アートの管理体制が未構築

① 美術館・博物館の作品の活用が不十分

わが国の美術館・博物館における美術品の収蔵情報は十分に可視化されておらず、過去に購入された美術品が多く死蔵されている可能性が高い。作品の所在が不明なため、展覧会・アートフェアを実施するにも作品を集めることも難しい。また、海外からのアクセスに対する窓口組織や Web サイトもなく、対応が極めて不十分である。

そして、全国の美術館・博物館のほぼ半分近くで、収蔵庫に作品が入りきらない事例が出てきているが、費用対効果の問題で収蔵庫の増築はなかなか進んでいないのが現状である。このように日本国内の美術品を有効活用できておらず、保管コストだけが嵩んでいる可能性が高い。また、保存環境に関しても問題が多く、価値の毀損が進行しているケースが多いと推測できる¹²。美術品の価値創造に中心的な役割を担う美術館・博物館の再生が必要である。

② 二次流通以降の作品の管理について

アート産業全体の課題としては、二次流通以降の作品の管理が挙げられる。アート作品は一般的な商材と違い、二次流通以降の価値が問われる商材である。

例えば、2017年に株式会社 ZOZO 前社長の前澤友作氏がジャン＝ミシェル・バスキアの絵画「Untitled」を約 123 億円で落札をしたが、この作品の初期の取引額は約 220 万円だった。このように、アートとは様々な歴史を経て評価が高まり、価値が上がる。

しかしながら、二次流通以降に「誰が、どこで、いくらで、作品を購入したのか」という来歴は精緻に記録されておらず、二次流通以降に発生した売買取引代金がアーティストへ還元されることがない。その二次流通以降の管理には莫大な費用がかかり、トップのギャラリーしか作品・アーティストのマネジメントができていないが、アーティスト活動の持続性を高めるためには、二次流通以降の作品の管理は不可欠である。

¹² また、わが国の博物館・美術館は 1990 年代に集中して建てられた施設が多く、今後、各地方公共団体において維持補修・更新に係る財源を確保していくのは困難となるおそれがある。

2-5. その他

① アート作品のストックの流動化が不十分

企業や個人が、非公開のアート作品を数多く保有している可能性がある¹³。それらが極めて優れた作品の場合、そうした貴重な資産が死蔵されていることはアート市場活性化の阻害要因となるので、それらが世に出やすくなるような施策が求められる。

ただ、アート作品は土地や株式と違って収益還元方式による価格の算出が困難¹⁴であり、評価も曖昧なため、ボラティリティが大き過ぎる。また、登記の仕組みがなく権利関係が不明確で、さらに、贋作が多いことも流動化を阻んでいる。

② 公的な統計が未整備

現在、わが国には、アートの市場規模やその内容を定量的に示した公的な統計が存在しない。アートの市場規模については、1-1「アート市場規模」で示した The Art Market 2021 の数値以外に、一般社団法人アート東京が企画・制作した調査による数値がある。それによれば、2020 年における日本の市場規模は 3,197 億円¹⁵で、うちギャラリーや百貨店等で購入されたアート作品そのものは 2,363 億円と推計されている¹⁶。

この調査は、インターネットアンケート会社が契約するモニターを対象としたアンケートで、全国の 23,280 人に美術品や美術関連品の購入額を尋ねており、貴重なデータではあるが、今後、アート産業の活性化に向けた戦略を立てるためには、地域別・世代別など、より詳細で多様な側面から実態を把握できる統計が必要である。

なお、日本では 1970 年以後、厳密な国富調査が行われておらず、加えて国富の定義に「文化」が含まれていない。日本にある美術品のストック・データすら

¹³ 中には、バブル期に企業がオフバランスで入手した作品や、個人が相続の際に申告しなかった作品も存在する可能性がある。

¹⁴ アート作品を保有した際、土地における地代、株式における配当に相当する収益は通常ないため。

¹⁵ 出所：日本のアート産業に関する市場調査 2020（一般社団法人アート東京）。アート作品、美術関連品（著名な絵画を複製したポスター・ポストカード等）、美術関連サービス（美術館・博物館入場料等）を合計した数値。

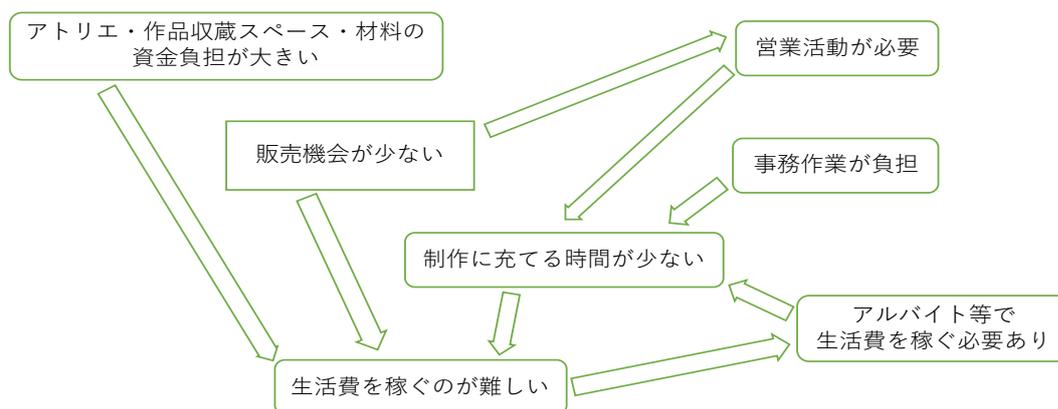
¹⁶ 1-1 で示した The Art Market 2021 による市場規模（550 億円未満）と大きく乖離している。その一つの理由は、The Art Market 2021 の数値が、オークションでの売買記録だけを反映して作られているためだと思われる。

ない状況は極めて問題であり¹⁷、早急に検討する必要がある。

③ アーティスト育成のための環境整備が不十分

前述（1－2）したアーティストの現状を整理したのが図2であるが、そこから「販売機会が少ない」ことが最大の課題と読み取れる。すなわち、「販売機会」を大幅に拡大できれば、生活費を稼ぐ必要がなくなるために、アルバイトが不要になり、制作に充てる時間を増やすことができる。また、資金に余裕が生じれば、アトリエ・作品収蔵スペース・材料等の費用負担も軽くなり、営業活動の時間も節減が可能となる。

（図表2） アーティストが直面している現状の因果関係



（出所）ヒアリングを基に経済同友会事務局にて作成。

3. 目指すべきアート産業のビジョン

アート産業活性化のためには、エコシステムを構築し、健全に機能させることが重要である（図表3）。すなわち、制度・人材・教育などの基盤を整えつつ、アート産業活性化策を実現し、それに伴い、アートを社会に貢献させる。そして、その産業活性化と社会への貢献が相互に作用することで、アート産業

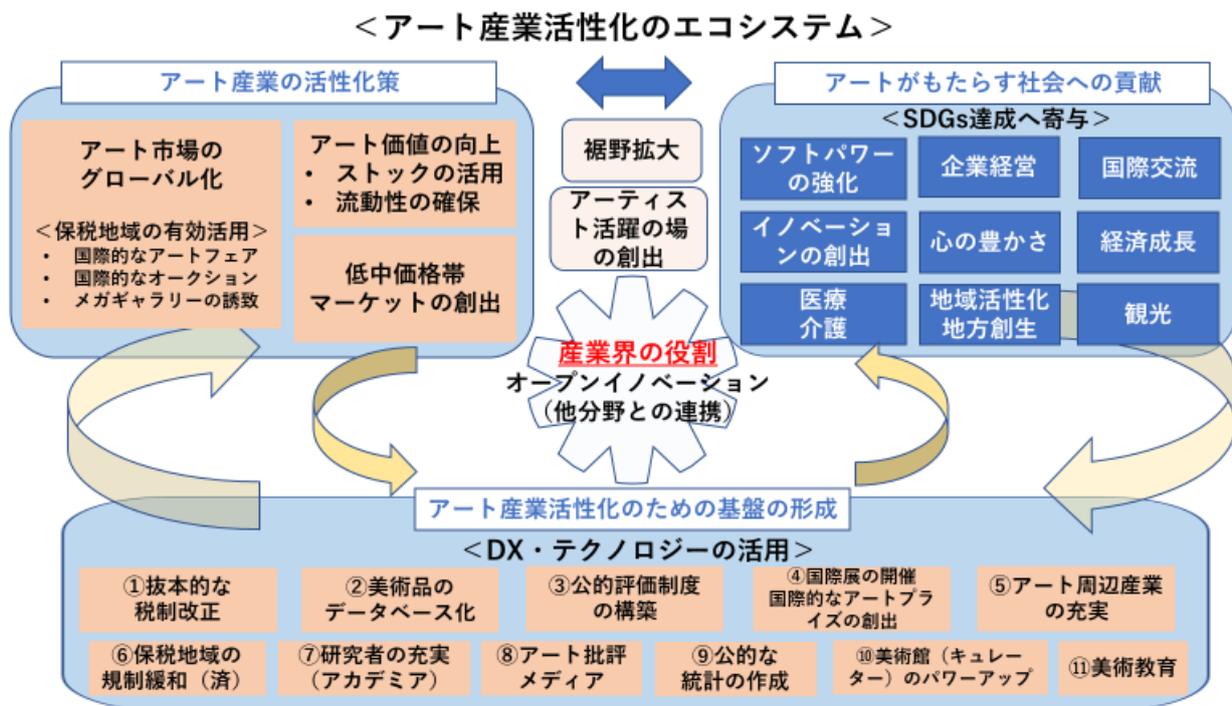
¹⁷ 経済同友会「スポーツとアートの産業化に向けた課題整理」2019年3月22日

を支える基盤をさらに強固なものとする。その結果、アート産業の裾野は拡大し、アーティストの持続的な活躍の場が創出される。

このエコシステムを構築して健全に機能させるためには、産業界の役割は大変重要であり、オープンイノベーションを推進し、これまで一見アートとは関連性がなかったと思われるような他分野との連携を実現していく歯車の役割を担うことが求められる。

以下に、このエコシステムを図示し、詳しく説明する。

(図表3) アート産業活性化のエコシステム



基盤の形成とアート産業活性化策の関連性

<アート市場のグローバル化> : ①、②、④～⑪

<保税地域の有効活用> : ①、④、⑤、⑥

<アート価値の向上> : ①、②、③、⑨、⑩

<低中価格帯マーケットの創出> : ①、②、⑪

(出所) 経済同友会事務局にて作成。

「アート産業活性化のエコシステム」の三つの柱と産業界の役割

目指すべきエコシステムには、三つの大きな柱がある。

第一に、アート産業活性化のための基盤の形成である。前述したように、アート産業が活性化しない要因は、制度や人材、教育、規制など、数多く存在する。そうした課題を解決するために、アート産業の基盤を形成していくことが必要である。

第二に、アート産業の活性化である。そのための具体策として、「アート市場のグローバル化」、「アート価値の向上」、「低中価格帯マーケットの創出」がある。

アート市場のグローバル化に向けては、保税地域の規制緩和を活用し、国際的なアートフェア等を開催して、世界に開かれた市場にすることが必要である。

また、アート価値の向上のためには、公的な評価制度の整備や税制改正と共に、わが国に存在する豊富な美術品ストック活用とその流動性の確保が重要である。

一方で、国内に目を向けると、アートは富裕層のものだという風潮が存在する。富裕層を対象としたマーケット開拓に注力するのは当然だが、低中価格帯のアートマーケットも開拓するために、多くの人々がアートと触れられる接点を作ることが必要である。

第三に、アートがもたらす社会への貢献である。アートには社会に影響を与える様々な効用があり、ここでは特に「地域活性化・地方創生」「企業経営」「イノベーションの創出」について述べる。

① 「地域活性化・地方創生」に有効

保税地域でのアートに係る規制緩和は、国内・海外からの観光客の誘致にも繋がり、個人消費等の経済効果をもたらすため、「地域活性化・地方創生」に有効である。文化観光推進法が制定され、観光や地域の活性化で生じた経済効果（収益）を再投資する循環を生み出すことや、これまではあまり連携が進んでこなかった地域観光関係事業者等との連携を深め、文化観光拠点を中心として情報発信や交通アクセスの向上、キャッシュレス化やWi-Fiの設置など、これまで以上に文化観光が活発化することが期待できる。

② 「企業経営」に対する効用

これまでのビジネスでは、消費者の利便性の追求だけで差別化が比較的可能だったが、企業の生産技術、商品力の差異が少なくなっている現在では、企業

の社会観、世界観などの情緒的価値に基づき購入するという消費者行動が生まれている。特にZ世代（1998年～2016年生まれ）は「物質的な豊かさ」から「つながりや影響力」を重視する傾向が強く¹⁸、2027年には世界の人口の30%に達する見込みであり、従来のビジネスモデルでは企業は存続ができない可能性は高い。これから増加していく世代に対して、企業は製品やサービスをただ提供するだけでなく、世界観とストーリーを共有することがより重要であり、それには感性をベースにしたアート思考が求められる。

③ 「イノベーションの創出」への効果

わが国では、イノベーション力が低下している¹⁹。アート作品はアーティストがゼロから1を生んだ「イノベーション」そのものであり、それを鑑賞することで知覚力が高まり、眼による観察力だけでなく、「不在情報の認識」、つまり眼に見えないものを観る知覚の力が大幅に向上することが証明されている²⁰。実にノーベル賞受賞者の9割以上がアート愛好者であるという研究結果も出ており、イノベーションとアートとの強い関連が推察できる。

このエコシステムの三つの柱がそれぞれ健全に機能することで、アート産業の裾野拡大、アーティストの活躍の場の創出に繋がり、アーティストが持続的に活動できる。

そして産業界は、三つの柱を機能させるための重要な役割を担う。すなわち、オープンイノベーションで他分野との連携を図り、テクノロジーを活用した新たなプラットフォームの構築や、物流や金融などのアート産業を取り巻くインフラをさらに充実させることが期待される。先述したように、政府によるアート産業への規制緩和等は着実に進みつつある。しかし、それを実現するための基盤がなければ、産業は持続的に活動ができない。

¹⁸ A.T.カーニー株式会社「未来の消費者に関するグローバル調査」より。

¹⁹ IMD（International Institute for Management Development）が作成する「世界競争力年鑑」によると90年まで高水準を誇っていた日本の競争力は、90年代半ば以降、大きく低下した。2020年は34位となり、過去最低の結果となった。中でも、起業環境や国際経験は分野別で最下位、新規開業率は5%程度と10%を超える欧米諸国に比べると見劣りしている。科学技術の分野でも凋落が著しい。Top10%論文が減少し如実にイノベーション力が低下している。

²⁰ 欧米のグローバル企業は、アートスクールや美術系大学によるエグゼクティブトレーニングに、多くの幹部を送り始めている（Financial Times「The art school MBA that promotes creative innovation」より）。

4. 提言

以下、「アート産業活性化のエコシステムの構築」の実現に向けた政策・行動を提言する。

<提言1> 保税地域を有効活用しアート市場のグローバル化を

現在、アジアのアート市場の拠点である香港の情勢変化によって、コレクター、国際的なギャラリーやオークション会社は新たなアート拠点を待望している。わが国が新たなアジアのアート市場のハブとなることができれば、市場の活性化はもちろんのこと、文化の振興や国際物流・経済の活性化にも繋がる。アート産業全体のインフラの整備やアートの評価制度、アーティストの収益化の仕組みなど、未整備な部分を産業界全体にとってのビジネスチャンスとして捉え、早急に対応し、アート市場の国際化を図るべきである。

① 保税地域を有効活用して、わが国を新たなアジアのアート市場のハブに

規制緩和により、保税地域でのアートフェア・オークションの開催、メガギャラリーの誘致が可能になった（2021年2月）。保税展示場・保税蔵置場としての申請が認可されれば、日本全国で保税地域を活用した国際的なアート活動が展開できる。また、海外からの美術品輸入時の税の手続きも簡素化された。

これらの措置を活用して、保税地域での国際的なアートフェア・オークションの開催、メガギャラリーの誘致を行い、世界的なアーティスト、アート関係者、コレクターが集う環境を創出することが重要である。

これにより、市場の拡大のみならず、インバウンド（特に富裕層）の増加、国内での集客・需要喚起を実現できるため、アート産業と他産業を組み合わせ、様々なビジネスチャンスが生まれる可能性がある。

以下は一例であるが、産業界には知恵を絞って、この機会を積極的に活用することが望まれる。

<活用例>

- ・ 保税地域の対象を各地方に広げ、大都市で行われたアートフェア・オークション等を保税地域同士で移動させ、全国各地で同イベントを開催する。また、各地の観光事業と組み合わせることで地域活性化・地方創生を実現する。

- ・ 保税地域の対象を、新国立競技場のようなスポーツ観戦が行われる場所やリゾート地に適用し、試合を見るためにVIPルームを訪れる富裕層や長期滞在する旅客に対して、試合観戦や滞在と同時に美術品も鑑賞できる体制を整えることで売買の発生が見込める。
- ・ 日常から多くの人を訪れる銀座や六本木などの繁華街や空港、及びその周辺に保税蔵置場を設け、海外のメガギャラリーが進出すれば、質の高い作品に多くの人に触れられるようになる。

② アート周辺産業の充実と人材等の育成

- ・ 保税地域をフリートレードゾーンとして、美術品の梱包・輸送、美術品国際修復拠点の整備、フレーミング業者の拡充、保税倉庫の拡充、美術品に関わる保険機能の整備、セキュリティ機能の高度化、アート作品のデジタルデータ管理プラットフォームの構築、ブロックチェーンを活用した証明書での管理などインフラの整備を早急に行うべきである。
- ・ 国際的なアートビジネスに関わる外国人が働きやすい環境づくりが重要である。昨年12月には、国際金融センターを実現するために、外国人が働きやすい環境を作るための諸施策（相続税・所得税・法人税の負担軽減、窓口英語環境整備、住環境整備、教育環境整備、医療環境整備、在留資格規制の見直し等）が閣議決定された。これはアートに関わる国際人材にとってもプラスなため、今後の着実な進捗が必要である。
- ・ アート市場を国際化するためには、国際水準の人材やギャラリーを育成し、また国際的な学術拠点を誘致・設立することが必要である。人材については、専門職（研究者、キュレーター、評論家、ジャーナリスト、修復家等）を育成し、国際水準で作品の価値を評価できる人材、及び自由な批判とジャーナリズムを活性化できる人材を増やすべきである。また、世界で通用するギャラリーの海外進出のためのマーケティング費用、海外出展のための助成、デジタル化のための補助金制度が必要である。さらに、世界から人材を集めて国際標準のルールで運営される新たな現代美術館を、官民が協力して立ち上げ、国際化の起爆剤とすることも考えられる。
- ・ なお、各国がマネーロンダリング規制法の検討（EUは昨年1月にAMLA導入）している現況下、保税地域の活用における管理運営の透明

性や確実性が確保される仕組みが必要である。

<提言2> オープンイノベーションによってアート産業への投資促進を

アート産業におけるオープンイノベーションによって、アート産業への投資促進やアート産業の価値高度化を図るとともに、アート産業から他産業の価値高度化や社会課題の解決につながる新たな財やサービスを創り出す。

① DX・テクノロジー（デジタル技術の活用）

エコシステムを構築する際には、オープンイノベーションが大切だが、特にデジタル技術の活用が重要である。

わが国の美術館や博物館における美術品の収蔵情報はほとんど可視化されていない。海外の専門家からは「日本の情報にアクセスすることが難しく、知りたくても手掛かりがない」という指摘が頻繁にある²¹。

こうした状況を改善するために文化庁は現在、ナショナルセンター創設の取り組みにより、国立美術館を中心としたデータベース・アーカイブ構築を目指しているが、国内にある1000を超える美術館の所蔵作品をデジタル化・データベース化²²し、美術品の収蔵情報を可視化すると同時に国内外へ情報発信ができる体制を整えるべきである。

収蔵作品以外についても、デジタル化は大きな可能性を秘めている。例えば、日本のアーティストが制作した作品の画像をデジタル化すれば、スマホ等の中で作品に簡単にアクセスでき、世界中の人々の目に触れる可能性が生ずるからである。

ただ、現行の著作権法では、販売またはレンタルを目的とする場合にのみ、9万画素までの画像を出せると定められており²³、作家の許可なく作品画像をネット等で使うためには、販売もしくはレンタルを絡めざるを得ない。

この点と、画素数の制限（9万画素以下）を緩和して、アーカイブや批評目的の場合に、より柔軟に利用できるようになれば、多くの隠れた作品が広く公開され、日本の創作環境や良いものを評価する土壌は格段に進歩することにな

²¹ 文化庁「我が国におけるアート・エコシステムの形成」より。

²² 株式会社NTTデータでは、デジタルアーカイブサービス「AMLAD」を駆使し、バチカン図書館に保管された2世紀から20世紀にかけて書き残された約8万冊の手書き文献のうち、約3000冊を対象としたデジタルアーカイブを実現した。<https://www.nttdata-recruit.com/project/01/>

²³ コピープロテクションも必要である。なお、著作権者の了解を得れば、9万画素以上の細密な画像を出せる。

るだろう。

なお、著作権については現在、音楽における JASRAC²⁴のような広く管理する団体がなく、個々の契約の中で管理されている。作品のデジタル化に際しては、著作権の対価がアーティストに還元される仕組みの構築が必要であり、管理団体の設立等、今後、早急に検討する必要がある。

なお、二次流通以降の売買については、その際に発生した利益の一部をアーティストに還元する仕組みを整えるために、ブロックチェーンを活用して、作品の管理も含めた問題を解決しようとするビジネスが進みつつある²⁵。こうした動きのみならず²⁶、今後は多くのテクノロジーを十分に活用し、アート産業の活性化を図ることが重要である。

② アートを活用した他産業の付加価値創出と社会課題の解決

アートを活用すれば、他産業でも新たなサービスを生み出せる。例えば教育の分野では、美術系大学とコンサルティング会社等が組んで、アート思考を取り入れた教育プログラムを提供できる。また、アート作品の公正な評価を実現できれば、金融の分野では美術品担保ローン²⁷が可能になるだろう。さらに、医療や介護の分野では、アートを生かして病院での療養環境向上や認知症予防を図る例が出てきている²⁸。

²⁴ 一般社団法人日本音楽著作権協会

²⁵ スタートバーン株式会社では、「Startrail」というブロックチェーン技術を活用した、作品の取引の真正性を担保するサービスを展開している。このサービスでは、初期取引時からの作品の基礎情報を格納し、自動で来歴を追加していく。売買履歴だけでなく、展示や修復、真贋判定など評価や信頼に関わる情報を自動的に記録していく仕組みとなっている。また、当サービスが発行する証明書では、リージョナルコントロールや著作権など、二次流通の管理を容易にカスタマイズオープンに取引履歴等をサービス上に残すことで、改ざんできないようになっている。契約で売買時のアーティストが受け取る収益を取り決めれば、二次流通以降の売買時にもアーティストに収益が入る仕組みとなっている。こうした最先端の技術を駆使できれば、作品の管理やアーティストの収益も確保され、二次流通忌避という風潮もなくなるだろう。また、最初の価格を低く設定してプライマリー市場に出すことができるようになる。

²⁶ 美術館においても、予約システムや多言語音声ガイドシステムなど、これまでにはなかったサービスが展開され始めた。

²⁷ 米国の美術品担保ローンの市場規模は 170 億ドル～200 億ドル（2017 年）

²⁸ 一例として、四国こどもとおとなの医療センターにおけるホスピタルアート。また、アール・ブリュット（伝統的な美術の教育・訓練を受けていない人が制作したアート作品）が認知症予防のプログラムの題材になり得るかの検証作業が進行中。

③ SDGs 達成へ寄与

企業のブランディング・プロモーションやインナーブランディング²⁹による文化芸術への投資に留まらず、SDGs 等企業の社会的存在意義を再構成するための文化芸術投資が必要とされている。

企業の社会観、世界観、文化観までを含んだ共感を軸にした企業と消費者との持続的な関係構築は、人権や環境などへの配慮にもつながり、結果としてSDGs 達成にも寄与することになる。

(例) アスクル株式会社では、東日本大震災を機に「こどもアートプロジェクト」を立ち上げ、日本国内の災害被災地の子どもたちが描いた絵を商品デザインに採用し、対象商品の購入金額の3%を「アート使用料³⁰」として、特定非営利活動法人子供地球基金に対して支払うプロジェクトが継続されている。

「こどもアートプロジェクト」の様子

2020年10月31日 宮城県亘理町 キッズアースホーム東北



(出所)：アスクル株式会社 サステナビリティ報告「こどもアートプロジェクト」活動レポートより抜粋。

²⁹ 企業が従業員に向けて行うブランディング活動。

³⁰ 「アート使用料」は、子供地球基金を通じて、災害被災地の子どもたちを対象とした物資支援、アートワークショップの開催など、災害被災地の子どもたちに還元される社会貢献活動に役立てられている。

<提言3> アーティスト育成のための環境整備を

① 若手アーティストが活躍する場の創設

若手アーティストが制作活動を継続し、生計を立てていくためには、一般の人たちが低中価格帯のアート作品に巡り合える場を増やし、アーティストにとっての販売機会を拡大する必要がある。以下は最近の好事例であり、リアルとデジタル両面で一層の拡大が必要である。

- ・ 寺田倉庫株式会社 WHAT CAFÉ：若手アーティスト支援を目的とした新しい芸術文化発信施設。年間、数百点の若手アーティストの作品を披露・購入機会を創出。
- ・ 株式会社 The Chain Museum：ArtSticker によるアーティスト支援と、ミュージアム事業によるオンラインでのアート作品の紹介と販売。
- ・ アーティストフェア京都：2018 年からスタートした、アーティストが企画・運営・出品する新しいスタイルのアートフェア。

② アーティストへの教育・サポート

- ・ 美術系大学における価格付け³¹、マーケティング、経理・財務など実践的な教育のカリキュラム化（専門家講師を経済界等が大学に派遣するなど）。
- ・ アーティストが作品制作する場所の拡充（大型の作品が制作できる安価なスタジオやアトリエ、他の分野のアーティストとの交流が出来る場所の確保）。
- ・ マンガ・アニメの作家の編集者やアスリートにおけるコーチや代理人といった役割をチームで行う体制の構築。
- ・ 日本の若手アーティストを支えるアートプロデューサーやキュレーターの育成。
- ・ パブリックアートの規制緩和や、1%フォー・アート制度³²の日本への導

³¹ 世界的なアーティストの杉本博司氏は、若い頃、ニューヨーク近代美術館の写真部長に認められて、250ドルでの作品購入が決まった。今は作品の価格が1,000万円単位だが、作家のCV（履歴書）に「ニューヨーク近代美術館に所蔵」と書けるようになったことで、その後の幸運が転がり始めたと言われていた。

³² 公共建築の建設費の1%を、その建築物に関連・付随する芸術・アートのために支出しようという考え。最初に法制化したのは1950年代のフランスで、60年代になると他のヨーロッパ諸国やアメリカでも採用された。アメリカの場合

入、企業のふるさと納税制度の活用により、若手アーティストの作品を設置・購入可能な機会拡大。

<提言4> アート作品に対する公的評価制度の構築を

公的な評価制度の構築は喫緊の課題である。評価の主体としては、新たに公的な機関を立ち上げるか、もしくは新たに鑑定士という国家資格を作り、鑑定士が公的評価を担うことが考えられる。

また、評価手法については、アメリカ等にならって基準を定めるか、もしくは現在、評価鑑定を執り行っている民間企業と連携したり委託することが考えられる。

そして、研究者(アカデミア)中心に評価委員会を立ち上げ、中世・近世・現代から選んだ代表的なアーティストの作品の評価付けを行い、その後、対象アーティストを順次拡大していくことが望ましい。

なお、公的評価制度の構築後、速やかに抜本的な税制改正(後述)を実施するとともに、公的評価された作品を登記して贋作との区別を容易にすることが望ましい。

<提言5> アート投資促進のための抜本的な税制改正を

① 寄付税制

日本では寄付税制の所得控除額が海外と比較して少なく、また繰越ができない点が問題である。アメリカと同様に、所得控除額を時価にして拡大し³³、また繰越(例えば5年)を可能にすべきである。

② 相続税

フランスがピカソの多くの作品を遺族からの物納によって集め³⁴、一大コレク

合、狭い芸術・アートに限定せず、演劇、ダンスなどのパフォーマンスも対象となっている。近年はアジアにも広がり、韓国、台湾で法制化された。「1%フォー・アート」はパブリックアートの振興・普及の大きな原動力となる。

³³ 時価が取得価格を下回った場合は、所得控除額は拡大しないが、時価への変更は、トップスターになる前の中堅・若手アーティストの作品の需要が盛り上がる方向に作用するので、望ましいと考えられる。

³⁴ 日本の特定登録美術品と異なり、フランスでは相続開始後の物納申請が可能で、この制度を通じて国が受け取った美術作品は1万点を超えるとされている。

ションとしてピカソ美術館で公開しているように、優れたアート作品の物納を促進させ、コレクションを分散化させずに美術館での公開を増やすことが望ましい。

そのためには、優れたアート作品の物納を容易にする制度変更（特定登録美術品への登録を相続開始後でも可能にする等）が必要である。

また、美術館との長期寄託契約に伴う相続税の一部納税猶予制度については、相続開始後に相続人が長期寄託契約を結んだ場合でも、納税猶予を可能にする制度変更が必要である。

③ 減価償却制度

減価償却制度については、2014年の税制改正で費用計上可能額の上限が100万円未満へ引き上げられた。しかし、アート作品には100万円以上の高額なものも多いため、企業や個人事業主の購入意欲を盛り上げるためには、例えば5年間の時限措置として、もう一段の上限引き上げを検討すべきである³⁵。

④ 譲渡益に対する所得税

アート作品は金融資産としての性質も持ち、また高額な作品は譲渡益が土地並みになることがある。従って、価格評価の適正化を前提に、税制優遇策の一つとして分離課税の適用を検討すべきである³⁶。

<提言6> アート作品のストックの流動化を

ストックの流動化を促進させる際のポイントは、公正な評価と真贋性の担保である。それが実現できれば、国が主導してファンドを組み、非公開の特に優れた作品のみをまとめて買い取ることが考えられる³⁷。

また、民間金融機関も、バルクで買い取り、証券化して金融商品として組成

³⁵ アート作品は、時の経過によって価値が減っていく資産とは必ずしも言えないが（美術史に位置付けられた作品については、時間の経過とともに、価値が高まる場合もあり得る）、即効性のある需要喚起策として検討すべきである。なお、上限金額については、中堅・若手アーティストの作品の主要な価格帯を勘案して決定することが望ましい。

³⁶ 預貯金の利子と株式の譲渡益に分離課税が適用される理由は申告の煩雑さなどで、土地については譲渡益が高額に上ることが多いからだと考えられる。

³⁷ なお、バブル期に企業がオフバランスで入手した作品や、個人が贈与・相続の際に申告しなかった作品については、国がコレクション実現という目的を掲げて寄贈を呼びかけ、その際、過去の受贈益の税務申告未済や贈与税・相続税未納については、寄贈することを条件に修正申告を免除することが考えられる。

できれば、ストックの流動化が一層進む可能性が高まる。

<提言7> アート市場に関する公的統計の構築を

アート産業の活性化に向けた戦略を策定するには、アート市場の実態を正確に反映した統計を整備することが必要不可欠である。統計のベースとなり得るのは、各種税務データ、貿易統計、オークション会社からのデータ提供、ギャラリーへのアンケート調査等が考えられる³⁸。また、美術館や企業が保有する美術品のデータベース化などを含めて、ストックの統計を作成する必要がある³⁹。各省庁の関連部局が連携して、早急に統計作成に向けた準備を開始することが望ましい。

<提言8> アート×教育による教養の醸成を

イノベーションの創出力を高めるなど、アートの効用を教育に生かすことが重要である。わが国では学校教育でのアート教育が不十分であることをはじめ、社会人になってからアートに触れる機会が少ない。幼い頃からアートに関する教養を身に付けられる体制の整備は重要であるため、学校教育でアート交流する機会を増やし、また社会人になってからも学べる場を提供すべきである。

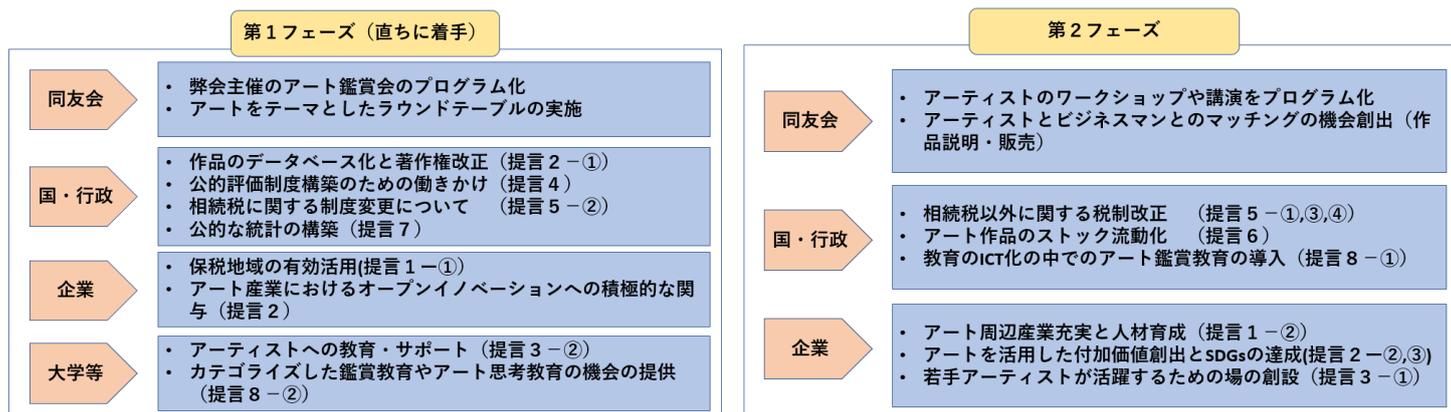
- ① 文部科学省が推進している教育のICT化の中で、デジタル化した作品を用いて、オンラインで鑑賞教育を拡大する。その際、美術館で使われているアートカードを使った鑑賞教育等も取り入れる。
- ② ビジネスマン向け、高齢者向け等にカテゴライズした鑑賞教育やアート思考教育の機会提供の場を創出すべきである。特に企業・ビジネスマン向けには、顧客の抱える課題、問題に共鳴・共感し、その解決手法としてデザインを用いる、クライアントの要望や欲求を満たす製品やサービスを生むための思考法である「デザイン思考」と、主体性を持って事業に取り組む人たちのためのイノベーションの方法論であり、社会や自分自身への「問

³⁸ スポーツの分野では、独自の算出方法で市場規模を確定しており、アートでも参考になるとと思われる。

³⁹ 公正な評価がストック統計のベースとなる。

い」を表現し、その表現物(作品)に対し、共鳴・共感してもらおうというプロセスで新しいものを生み出す「アート思考」の両方を使った「価値創造」が求められている。

(図表4) 今後の各提言の実行手順(主体別)



(出所) 経済同友会事務局にて作成。

おわりに

本提言では、どうすればアート産業の活性化が実現するかという観点から、多くの施策や産業人としての向き合い方を示した。これらは実践されて初めて意味を成すものである。我々は、関係各所に制度改正等を働きかけるとともに、「Do Tank」として、具体的な実践・行動をする。

- ・ 本会主催のアート鑑賞会をプログラム化し、会員がアートと触れ合う機会を継続して提供する。
- ・ アートをテーマとしたラウンドテーブルを実施し、会員のアートへの理解・関心の向上とアーティストとの交流の場を創出する。
- ・ アーティストのワークショップや講演をプログラム化する。
- ・ 本会ははじめ、ビジネスマンを対象として、アーティストが自身の作品の意図や背景を説明する機会を設け、マッチングする取り組みを行う。

「はじめに」でも述べたように、新型コロナウイルス感染拡大によって、人々の生活やコミュニケーションは大きく変容した。需要が大きく減退し、苦境に陥る個人・企業・地域が生じている。多くの人々がこれまで以上に幸福を求め始めている。

アーティストならではの直観や感覚が、世界的には「坑道のカナリヤ」にもたとえられる。常に先見的な視点を提示し、観る人々のものの見方や感じ方を変え、価値観を揺さぶり、インスピレーションを与える、「アートの力」を今こそ最大限に活用するときである。

以 上

参考資料

(参考資料1) 保税地域における国際的なオークション・ギャラリー・アートフェアについて

保税地域における国際的なオークション・ギャラリー・アートフェアについて

経緯
<ul style="list-style-type: none"> ・ 美術品等の国際的なオークションや、様々なアートギャラリーが一堂に集まり作品を展示販売するアートフェアを開催しようとする動きがある。 ・ それらは、文化の振興や国際物流・経済の活性化等に繋がるものであることを踏まえ、本件について、保税地域の活用を可能とするもの。 ・ 既に許可を受けている保税地域に加え、新たに保税地域の許可を受けて開催することも可能である。
保税地域の活用
<p>○ 保税地域とは 保税地域とは、外国貨物についての蔵置や展示ができる場所である。</p> <p>○ 関税等の取扱いについて 保税地域では、関税、内国消費税及び地方消費税を課されることなく外国貨物の蔵置等を行うことができる。 保税地域でのオークションにおいて落札又はアートフェアあるいはギャラリーにおいて販売された外国貨物は、日本国内に引き取られる場合は、外国貨物の輸入となるので、輸入手続きを行い、関税等の納付が必要となる。 一方、外国貨物が輸入されることなく、外国へ送られる場合は、関税等の納付は必要ない。</p>

(イメージ図)

保税地域でなければ、基本的に全ての貨物について関税等の納付が必要

関税等を納付して輸入して引き取り

関税等を納付せず海外へ送る

(出所)：関税法基本通達等の一部改正について（令和3年2月26日財関第137号）より。

(参考資料2) 国際的なオークション・ギャラリー・アートフェアにおける保税地域の活用

国際的なオークション・ギャラリー・アートフェアにおける保税地域の活用

国際的なオークション・ギャラリー：保税蔵置場	国際的なアートフェア：保税展示場
<p>保税蔵置場とは 特定の場所や施設で、外国貨物を置くことができる場所として、税関長が許可する保税地域</p> <p>保税蔵置場の許可を受けるには 税関に相談の上、申請書類を提出し、審査を受ける</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> <ol style="list-style-type: none"> ①保税蔵置場許可申請書 ②最近の事業報告書等 ③保税蔵置場及びその付近の図面 ④貨物管理に関する社内管理規程（CP）等 </div> <p>国際的なオークション・ギャラリーにおける活用にあたって</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 貨物の管理 ● 入退場者の管理又は厳格な貨物管理 <ul style="list-style-type: none"> ※ 厳格な貨物管理 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 監視カメラにより保税蔵置場全域を常時監視 又は ➢ 電子タグを活用した防犯ゲートの設置等 ● 輸入等手続き ● 国際的な商品取引や積戻しが見込まれる美術品等の保管も可能 <p style="text-align: right;">等</p>	<p>保税展示場とは 国際博覧会、見本市等において、外国貨物を展示する会場として使用できる場所として、税関長が許可する保税地域</p> <p>保税展示場の許可を受けるには 税関に相談の上、申請書類を提出し、審査を受ける</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> <ol style="list-style-type: none"> ①保税展示場許可申請書 ②保税蔵置場の2～4書類 ③博覧会等の名称、目的内容、開催期間及び開催者の名称を記載した書類 等 <p>※国・地方公共団体の後援等が必要</p> </div> <p>国際的なアートフェアの開催にあたって</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 貨物の管理 ● 輸入等手続き (展示物品の購入の申込みがあった場合、輸入等の必要な手続きを行った後、購入者に引き渡す) <p style="text-align: right;">等</p>
<p>(一例) 関係フロー</p>	

(出所)：関税法基本通達等の一部改正について（令和3年2月26日財関第137号）より。

(参考図表1) 保税地域に係る課税の整理

(○：課税、×：非課税)

		関税・消費税
日本の保税地域でオークション開催		-
外国人が購入	自国に持ち帰り	×
	保税蔵置場に保管	×
日本人が購入	自分の手元に	○
	保税蔵置場に保管	×
日本の保税地域でアートフェア開催		-
外国人が購入	自国に持ち帰り	×
	保税蔵置場に保管	×
日本人が購入	自分の手元に	○
	保税蔵置場に保管	×
日本の保税地域でギャラリー営業		-
外国人が購入	自国に持ち帰り	×
	保税蔵置場に保管	×
日本人が購入	自分の手元に	○
	保税蔵置場に保管	×
日本の保税地域で鑑賞会開催		-
入場料を取る	保管料超	○
	保管料以下	×
入場料を取らない		×

(出所)：関税局のヒアリングを基に経済同友会事務局にて作成。

(注) 関税は美術品にはかからないが、既製品を使った作品や使用を目的とする工芸品にはかかる。また、国際的な商品取引や積戻しが見込まれる美術品については、2年ごとに所要の手続きを行うことにより、保税蔵置場に置き続けることが可能(通常の外国貨物については、税蔵置場に蔵置できる期間が蔵置の日から2年まで)。

(参考図表2) 寄附税制の国際比較

		日本	アメリカ	イギリス	フランス	シンガポール
寄付金控除の方式		所得控除方式	所得控除方式	所得控除方式	税額控除方式	所得控除方式
控除額の上限	個人	課税所得の40%まで	課税所得の50%まで(金銭) 課税所得の30%まで(金銭以外)	無し	課税所得の20%まで	無し
	法人	(1) 無し(国、地方公共団体、公共法人) (2) (課税所得×6.25%+資本金等の金額×0.375%)×1/2(その他)	課税所得の10%まで(金銭、金銭以外共に)	無し	年間売上高の0.5%まで	無し
繰越・繰延可能年数		無し	5年	無し	5年	5年

(出所)平成29年度「我が国の現代美術の海外発信事業」美術品等の寄附税制等に関する調査研究事業より抜粋。

<例>

日本で、総所得1,000万円の人が、取得価額450万円、市場価格1,100万円のアートを国に寄附する場合、所得控除は450万円ではなく、上限の399万8,000円(=1000万円×40%−2000円)で、繰越できず1年限りとなる。

一方、アメリカでは、上記と同様の場合、所得控除は1,100万円で、1年当たりでは総所得の30%、つまり300万円(1,000万円×30%)が上限だが、5年間繰越できるため、1年目、2年目、3年目はそれぞれ300万円、4年目は200万円の所得控除が可能となる。

つまり所得控除の合計額は、日本では399.8万円、アメリカでは1,100万円となる。

(参考図表3) 相続税の国際比較

	日本	アメリカ	イギリス	フランス	シンガポール
相続税方式	併用方式	遺産課税方式	遺産課税方式	遺産取得課税方式	
配偶者に対する相続税額の税額軽減措置	(1) 1億6000万円 (2) 配偶者の法定相続分相当額 いずれか高い価格控除	全額控除 (米国民権を持つ場合)	全額控除	全額控除 (連帯市民契約を締結したパートナー含む)	2008年に 相続税廃止
相続財産に係る基礎控除	3,000万円	549万ドル	32万5,000ポンド	続柄によって異なる 子供は10万ユーロ	
相続税率	課税価格によって、 10%～60%の8段階	課税価格によって 18%～40%の12段階	一律40%	続柄と課税価格により決定 例えば直系の親族の場合 5%～45%の7段階	
美術品に係る相続税の特例	美術品・文化財に係る相続税の納税猶予の特例の創設 (H30年)	相続時に寄附をした場合、寄附時の美術品の公正市場価格を総遺産額から控除	一般公開や国内保管を条件に相続税の免除 (条件付き免除制度)	美術品相続時は、金銭での支払い、物納いずれの方法も選択可能	

(出所)平成 29 年度「我が国の現代美術の海外発信事業」美術品等の寄附税制等に関する調査研究事業より抜粋。

スポーツとアートの産業化委員会 活動実績

<2020 年度>

(所属・役職は開催当時)

日程	会合名	テーマ・講師
2020 年 7 月 21 日	第 1 回 正副委員長 会議	討議：2020 年度活動方針（案）について
2020 年 7 月 28 日	第 1 回 会合	討議：2020 年度活動方針（案）について 「B リーグの成長と新型コロナウイルスの影響 ニューノーマル時代のスポーツの発展」 講師：大河 正明 びわこ成蹊スポーツ大学 副学長/委員会副委員長
2020 年 8 月 31 日	第 2 回 会合	「アートと企業とのコラボを通じた地域の活性化」 講師：長谷部 健 渋谷区長
2020 年 9 月 3 日	第 3 回 会合	「アーティスト支援に向けた方策と ポスト・コロナのアート産業」 講師：遠山 正道 株式会社スマイルズ 代表取締役社長
2020 年 9 月 19 日	第 1 回 視察会	「日本ハンドボールリーグ公式戦視察」 対戦カード：ジークスター東京 vs 大崎電気 OSAKI OSOL
2020 年 10 月 22 日	第 4 回 会合	「ポスト・コロナのスポーツビジネス」 講師：木村 弘毅 株式会社ミクシィ 取締役社長/委員会副委員長
2020 年 11 月 10 日	第 5 回 会合	「アート×ビジネスによる 天王洲アートシティ構想について」 講師：寺田 航平 寺田倉庫株式会社 取締役社長 CEO/委員会委員

2020年 11月20日, 12月8日	第2回, 第3回 視察会	「森美術館 STARS 展 現代美術のスターたちー 日本から世界へ」 解説者：片岡 真実 森美術館 館長
2021年 1月12日	第6回 会合	「ブロックチェーンを用いた アートのインフラ事業について」 講師：施井 泰平 スタートバーン株式会社 代表取締役 最高経営責任者 (CEO)
2021年 2月16日	第2回 正副委員長 会議	討議：アート提言骨子案について
2021年 2月26日	第7回 会合	討議：アート提言骨子案について
2021年 3月12日	第3回 正副委員長 会議	討議：アート提言案について
2021年 3月17日	第8回 会合	討議：アート提言案について

2021年5月現在

スポーツとアートの産業化委員会 名簿

(敬称略)

委員長

- 秋 田 正 紀 (松屋 取締役社長執行役員)
山 口 栄 一 (アートパワーズジャパン 代表理事)

副委員長

- 岩 本 修 司 (構造計画研究所 上席執行役員)
大 河 正 明 (びわこ成蹊スポーツ大学 副学長)
木 村 弘 毅 (ミクシィ 取締役社長)
木 村 美代子 (アスクル 取締役・CMO)
布 施 達 朗 (セコム 常務取締役)
増 山 美 佳 (増山 & C o m p a n y 代表)
御 立 尚 資 (ボストンコンサルティング グループ シニア・アドバイザー)
湧 永 寛 仁 (湧永製薬 取締役社長)

委員

- 穴 山 眞 (日本政策投資銀行 取締役常務執行役員)
飯 豊 聡 (損害保険ジャパン 取締役副社長執行役員)
石 坂 直 人 (ANAホールディングス 常勤顧問)
石 塚 茂 樹 (ソニーグループ 代表執行役 副会長)
稲 葉 俊 人 (横浜駅前ビルディング 常務取締役)
井 上 智 治 (井上ビジネスコンサルタンツ 代表取締役)
上 原 仁 (マイネット 取締役社長)

宇 治 則 孝 (第一三共／横河電機 社外取締役)

内 永 ゆか子 (J-Win 理事長)

大 石 圭 子 (シミックホールディングス 取締役社長執行役員COO)

大 岡 哲 (大岡記念財団 理事長)

大 賀 昭 雄 (東通産業 取締役社長)

大久保 伸 一 (凸版印刷 取締役副社長執行役員)

大 森 京 太 (三菱総合研究所 取締役会長)

奥 村 真 介 (PEOPLE HORIZON 代表取締役)

尾 崎 哲 (野村證券 顧問)

尾 崎 弘 之 (パワーソリューションズ 取締役)

小 野 傑 (西村あさひ法律事務所 オブカウンセル)

小野寺 純 子 (GKデザイン機構 顧問)

恩 田 学 (GTM総研 常務取締役)

上 條 典 夫 (電通 エグゼクティブアドバイザー)

神 山 治 貴 (マクニカ・富士エレ ホールディングス 名誉会長)

加 茂 正 治 (東芝 執行役上席常務)

川 原 秀 仁 (山下PMC 取締役社長 社長執行役員)

川 村 嘉 則 (三井住友ファイナンス&リース 特別顧問)

川 村 喜 久 (DICグラフィックス 取締役会長)

菊 地 麻緒子 (日立建機 取締役)

草 野 隆 史 (ブレインパッド 取締役社長)

楠 原 茂

桑 田 始 (JECC 取締役社長)

高 祖 敏 明 (聖心女子大学 学長)

小 林 克 満 (大東建託 取締役社長)

小 林 惠 智 (ヒューマンサイエンス研究所 理事長)

小 山 正 彦 (プリンスホテル 取締役社長執行役員)

齋 藤 勝 己 (東京個別指導学院 取締役社長)

坂 田 憲 彦 (電通 執行役員)

佐 藤 誠 治 (デサント 社外取締役)

里 見 治 紀 (セガサミーホールディングス 取締役社長グループCEO)

杉 山 恒太郎 (ライトパブリシティ 取締役社長)

鈴 木 国 正 (インテル 取締役社長)

住 谷 栄之資 (K C J G R O U P 取締役会長)

錢 高 丈 善 (錢高組 取締役専務役員)

高 木 真 也 (クニエ 取締役社長)

高 木 嘉 幸 (コスモスイニシア 取締役会長)

高 橋 秀 行 (ステート・ストリート信託銀行 取締役会長)

高 畑 勲 (インフィニオンテクノロジーズジャパン 取締役 C F O)

滝 澤 宗 幸 (島本パートナーズ 執行役員パートナー)

竹 内 由紀子 (大和証券グループ本社 執行役員)

田 中 達 也 (富士通Japan 取締役会長)

田 中 豊 人 (リコー コーポレート上席執行役員 C D I O)

谷 川 史 郎 (N T T 都市開発 社外取締役)

種 橋 牧 夫 (東京建物 取締役会長)

田 原 創 (日本アイ・ビー・エム 執行役員)

玉川 雅之 (工学院大学 常務理事)

塚本 英彦 (日本信号 取締役社長)

手納 美枝 (アカシアジャパン・デルタポイント 代表取締役)

寺田 航平 (寺田倉庫 取締役社長CEO)

遠山 敬史 (パナソニック)

鳥海 智絵 (野村證券 専務執行役員)

長瀬 玲二 (長瀬産業 取締役副会長)

中村 公大 (山九 取締役社長)

西浦 天宣 (天宣会 理事長)

西村 豊 (カーライル・ジャパン・エルエルシー シニア アドバイザー)

橋谷 義典 (クオンタムリープ 副会長 兼 Co-CEO)

畑川 高志 (リバフェルド 代表取締役)

羽深 成樹 (三菱ケミカルホールディングス 執行役)

早川 由紀 (大和証券グループ本社 執行役員)

林 信光 (国際協力銀行 取締役副総裁)

板東 徹行 (ケーユーホールディングス 取締役副社長)

東 良和 (沖縄ツーリスト 取締役会長)

東野 博一 (住友商事 常務執行役員)

樋口 貞治 (ゲンバカンリシステムズ 取締役最高顧問)

平井 康文 (楽天グループ 副社長執行役員)

藤重 貞慶 (ライオン 特別顧問)

星 久人 (ベネッセホールディングス 特別顧問)

堀江 章子 (アクセンチュア 常務執行役員)

牧 浦 真 司 (ヤマトホールディングス 専務執行役員)
増 田 健 一 (アンダーソン・毛利・友常法律事務所 パートナー)
益 戸 宣 彦 (GCAパートナーズ 代表取締役 社長執行役員)
松 永 明 彦 (プレミアムインベストメントアドバイザー 代表取締役)
丸 山 容 子 (思文閣 取締役)
宮 川 美津子 (TMI 総合法律事務所 パートナー弁護士)
宮 本 潤 二 (東鉄工業 顧問)
武 藤 和 博 (日本アイ・ビー・エム 専務執行役員)
望 月 美佐緒 (ルネサンス 取締役常務執行役員)
森 公 高 (日本公認会計士協会 相談役)
森 哲 也 (日栄国際特許事務所 弁理士・学術博士・会長)
森 浩 生 (森ビル 取締役副社長執行役員)
山 梨 広 一 (イオン 顧問)
横 尾 隆 義 (マイナビ地域創生 取締役社長)
吉 川 淳 (野村不動産 顧問)
若 山 健 彦 (ミナトホールディングス 取締役会長兼社長)
渡 部 賢 一 (野村ホールディングス 名誉顧問)
鰐 淵 美恵子 (銀座テラーグループ 取締役会長)

以上104名

事務局

近 藤 学 (経済同友会 政策調査部 グループ・マネジャー)
渡 邊 義 (経済同友会 政策調査部 マネジャー)