

文化審議会第6期文化経済部会（第2回）議事録

[日 時] 令和8年8月7日（金）10:00－12:00

[場 所] 文部科学省3F2特別会議室／オンライン

[出席者]

○委 員：

生駒委員、石田委員、岡室委員（部会長代理）、桶田委員、金野委員、倉森委員、
小池委員、後藤委員、佐藤委員、飾森委員、竹下委員、田中委員、中島委員、堀内委員、
山内委員、吉見委員（部会長）

五十音順

○文化庁：

川上審議官

<文化経済・国際課>

藤田文化経済・国際課長、永友課長補佐、林文化戦略官、堀口室長補佐ほか

<参事官（芸術文化担当）>

相原文化戦略官（コンテンツ振興担当）

[議 題]

1. 第5期までの振り返りと第6期のテーマの確認
2. 委員からの発表（生駒委員、桶田委員、小池委員、竹下委員）
3. クリエイター支援基金（文化芸術活動基盤強化基金）について【報告案件】
4. その他

文化審議会第6期 文化経済部会（第2回）

令和8年8月7日

【吉見部会長】 お集りいただきまして、誠にありがとうございます。今年度、第2回の文化経済部会になるのですけれども、ようやく対面で開けました。本当は、5月か6月にこの第2回、つまり対面の第1回をやりたかったんですね。そのほうがよかったと思いますけれども、なかなか諸般の事情があったようでございまして、8月にずれ込んでしまいました。

12月までに第3期の文化芸術推進基本計画の素案を本部会でまとめていくということからすると、2か月ぐらい時間的に遅れています。ですので、これから半年間、文化庁の皆様、会議の調整をしっかりといただいて、十分な回数を開催して、12月までにある方向をまとめていくようにさせてください。どうかよろしくお願いいたします。

これからですけれども、第6期の文化経済部会では、あいにく本日は御欠席でございますけれども、東京藝術大学の日比野学長も委員に加わっていただいております。また、昨年度より引き続きの委員の皆様も、今年度新規の皆様もどうかよろしくお願いいたします。

日比野先生は、文化政策部会の部会長でいらっしゃいますので、日比野先生に議論に加わっていただくことで、文化政策部会からの文化芸術推進基本計画を上げる接続をうまくやりたいと考えている次第でございます。

また、部会長代理につきましては、昨年度に引き続き、岡室委員を指名させていただいております。今期もよろしくお願いいたします。

岡室先生、一言何かございますか。

【岡室部会長代理】 急に振られて驚いておりますが、部会長代理として全然役に立っていないなと思っておりますので、今期さらにお役に立てるように精進してまいりたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

【吉見部会長】 ありがとうございます。

また、本日は、対面での開催の初回ですので、文化庁の川上文化戦略官より、御挨拶をお願いいたします。

川上戦略官、お願いいたします。

【川上戦略官】 文化庁の文化戦略官をしております川上と申します。今年の4月に着任いたしまして、この会への出席は今日初めてになります。どうぞよろしくお願いいたします。

会の開催に当たりまして、一言、御挨拶を申し上げたいと思います。

まず、吉見部会長をはじめ委員の皆様におかれましては、大変御多忙の中、委員をお引き受けいただきまして、ありがとうございます。

また、第5期より継続してお引き受けいただいた皆様におかれましては、日頃から御尽力、御指導を賜りまして、この場をかりて御礼を申し上げたいと思います。

この文化経済部会におきましては、文化と経済の好循環という議論を続けていただけておるわけでございますけれども、第5期において、その論点整理を取りまとめていただいたところでございます。

昨今の状況でいいますと、先月閣議決定された骨太の方針におきましても、今、文化が持つ力を、これは経済活性化の強力な原動力とするということが明示されておりますし、また、成長戦略のほうでも、コンテンツ分野が成長戦略の17分野の1つに位置づけられているのと、それに加えて、舞台芸術とか、美術、文化財、こういった分野において人材育成や裾野拡大に取り組む、こういったことも明示されているなど、文化と経済の好循環に対して、非常に政府内の注目度も今高まっている状況でございます。

この文化と経済は非常に幅広いテーマでありますし、また、論点も非常に多岐にわたることでございますので、この部会の議論を通じまして、ぜひ、どこに重点を置いて実現させていくべきか、こういったことを浮き彫りにしていただければというふうに思っております。

まず、本部会の最終報告の取りまとめに向けまして、忌憚のない委員の皆様の御意見を賜りたいと考えておりますので、またこの検討の成果を施策として推進するための御助言、御協力も引き続き賜われればというふうに考えております。

簡単でございますけれども、私の挨拶とさせていただきます。よろしくお願いいたします。

【吉見部会長】 川上さん、大変心強い御発言、ありがとうございました。

私は、ずっと文化には、小さく見積もっても60兆円から70兆円の、もうちょっと広げて言えば100兆円以上の市場があるのだと言い続けています。もっと小さいと文化庁は言っているんですけども、僕はそんなことは絶対ないと確信しています。どう考えても、最低で六、七十兆円です。ですから、なぜ文化の市場規模が六、七十兆円なのかということを証明するところから、次期の文化芸術推進基本計画を始めなくてははいけません。ですので、データ整理も含めて、文化庁の皆様には視野を拡大する方向でよろしくお願いいたします。

それでは、議題に入る前に、定足数及び配付資料の確認と、本日の議事の進め方について、

事務局より御説明をお願いいたします。

事務局、永友補佐、お願いします。

【永友補佐】 改めまして、文化経済・国際課の永友と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

まず、定足数ですが、本日、委員及び臨時委員の総数19名に対し16名の委員の先生方に御出席いただいております、会議開催に必要な定足数を満たしておりますことを御報告いたします。

なお、御欠席の委員は、日比野委員、大橋委員、片岡委員でいらっしゃいます。

なお、山内委員も途中で御退席予定と伺っているところです。

配付資料は、議事次第に記載のとおり、資料6点、参考資料5点で構成されております。おそろいでしょうか。本日の会議資料は、いずれも文化庁ホームページに既に公開をさせていただいております。

そのほか、本部会の運営規則や議事の公開、また、建築文化ワーキンググループの設置につきましても、第1回のメール審議において確定とさせていただいたものが本日の参考資料となっております。

そして、本日の議事進行についてですが、議題1といたしまして、第5期の振り返りと第6期のテーマの確認について。そして議題2といたしまして、各委員からの御発表。本日、生駒先生、桶田先生、小池先生、そして竹下先生に御発表いただくことになっております。

そして議題3といたしましては、クリエイター支援基金について、今回、御報告をさせていただくことにしております。各委員からの御発表につきましては、多様な資金調達モデルとグローバル市場での位置づけについて御発表いただくということにさせていただいております。これらを踏まえ、委員の皆様の意見交換をしていただければというふうを考えております。

以上でございます。

【吉見部会長】 ありがとうございます。

今日は4名の委員の先生方から10分ずつ御報告をいただくことになっております。4人からお話をいただくのは、ばらばらな議題で議論するというのではなく、最終的に、第3期の文化芸術推進基本計画の組立てに向けてといたしますか、その骨格を考えたときに、これらの委員の先生方からの話を組み込んでいくことが重要だと考えるからです。なぜ、そう考えるのかは、私のほうから後ほど少し説明をさせていただきたいと存じます。

それでは、議事を進めていきたいと思います。

議題1、第5期の振り返りと第6期のテーマの確認について、まずは事務局より御説明をお願いいたします。

【永友補佐】 資料1を御覧いただければと思います。

本日、時間も限られているため、第5期までの振り返り等はごく簡単に触れさせていただいた上で、第6期のテーマ確認を中心に御説明させていただきたいと思います。

つきましては、ページが飛んで大変恐縮ですが、資料1の7ページを御覧いただいてもよろしいでしょうか。

こちらは、御議論いただきたいテーマ・スケジュール（案）としております。まず、実質の議論が8月にまで遅れたということについて、改めてお詫び申し上げます。

今回、この7ページ目に記載しておりますのは、今後の議論の見通しを共有させていただくためのものです。

上のほうに3ポツ、箇条書で書かせていただいておりますが、ポイントは2つございまして、1つは、これまでの文化芸術活動に関する自律的、持続的な発展に関する調査、審議の最終まとめ、すなわち中長期的な展望について議論をしていただきたいというところでございます。

そしてまた、令和10年度から予定されている次期の文化芸術推進基本計画が閣議決定されるため、来年度は検討が本格化し、予算要求等の政府の動きも始まっていくことを見据えて、御議論いただければありがたいというふうに思っております。

ということで、まず前者の第5期の論点整理につきましては、この6ページまでの間に振り返りとして書かせていただいているところを踏まえて、第2回から第3回にかけての議論のテーマ等の設定をさせていただいております。第2回では、多様な資金調達モデルとグローバル市場での価値付け、第3回では、国のアーツカウンシル機能及び伴走型支援とデータ整備の手順ということで、仮にテーマ設定をさせていただいております。年末にかけて最終報告の素案の議論、そして年明けには最終報告をお取りまとめいただければと考えております。

事務局としても、このテーマに沿って、今後の具体のタスクに落とし込めるようなものを、より解像度を上げてお知恵を頂戴できればなと思っており、僭越ながら、ポイントを少し書かせていただきました。

まず、芸術団体への投資や寄附に関する実態に即した手法・要件について、これまで様々

御議論いただいておりますが、多様な財源、そのための調達手法や人材、そういったものの理解、実践への方策について御議論いただければ幸いです。

次に、グローバル市場への展開・ブランディングの促進に関する手法や事例、こちらも事例等をお示しいただきながら、我々の理解、そして具体的な施策につなげていければと思っております。

また、「分野横断型」と書いておりますが、建築文化や、アート、工芸といった近年の新領域について、これらも含む分野横断型の取組も、この部会の中では繰り返し議論いただいておりますが、改めて深掘りした議論をいただければ幸いです。

また、文化領域に関する統計基盤の確立ということで、こちらは吉見先生からも後ほど言及があるかと思いますが、コンテンツや観光等、市場規模を見込んだときの市場規模の大きさに期待があるのに対して、データが不足し戦略的な政策立案に生かせていないことについて、事務局も課題と思っており、この辺りも御議論いただければ幸いです。

また、海外発信の体制も引き続き関係省庁との連携を図りながらやっていく必要があると書かせていただいております。

このほかにも今日の御議論の中で様々なテーマ・論点を御提示いただくことで、今後の議論でまとめていけるように、引き続き御指導いただければと思っております。本日はよろしくをお願いいたします。

駆け足になりましたけれども、資料1に関しまして、私からの説明とさせていただきます。

【吉見部会長】 永友補佐、ありがとうございました。

若干、私のほうから補足をさせていただきます。

今、御説明のあった資料1の本文を御覧いただきたいと存じます。

ここに書かれているのは、なぜ私たちが文化芸術推進基本計画の素案をこの部会でつくろうとしているのかという、その根本に関わることです。これは、何人かの委員の方は、第1期にも関わっていらっしゃるのですが、その場合は当然、御承知のことなので、一部の皆様には釈迦に説法みたいなどころがあるんですけども、全員がそうとは限らないので、少し根本のところから御説明をしていきたいと思えます。

文化芸術基本法というのは、2001年に制定された文化芸術推進基本法が、2017年に改正になったものです。この2017年改正は極めて大きな意味を持っていると私は思います。それは、この2017年改正で、幾つかの非常に重要な点が法律に入ってきたということです。

1つ目は、資料1の3つ目のポチのところですが、基本法の第2条第10項がとても重要です。

何が書かれているかという点、「文化芸術の固有の意義と価値を尊重しつつ」、その後です、「観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、産業その他の各関連分野における施策との有機的な連携」が図られなければいけないとある。つまり、観光だとか、国際交流だとか、福祉だとか、教育だとか、産業だとか、農業だとか、そういうものを全て含んで、文化芸術の振興を考える。それらの領域も文化芸術に関わるわけです。ですから、観光も、福祉も、農業も、まちづくりも、すべて文化芸術推進計画の射程に含まれるわけです。そうした広がりの中で計画を考えなければならない。これが、第1点の重要なことです。

そしてもう1つ、非常に重要なことが、この芸術基本法の中に定められています。私はそれは第36条だと思っていますけれども、第36条では何が明記されているのかという点、文化芸術の一体的かつ効果的な推進を図るため、その後です、「文化芸術推進会議を設け、文部科学省及び内閣府、総務省、外務省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省その他の関連行政機関相互の連絡調整を行う」というふうに、「文化芸術推進会議」というものを設けるということが明記されています。

文化庁だけで単独でできることは、ある程度限られているんです。しかし、この推進会議がきちんと機能すれば、文化関連の中央省庁、経産省や国交省や農水省や厚生省や外務省や総務省を、全部文化庁が束ねることが明記されている。これはとても重要で、文化庁がこの会議体を使わない手は本当はないわけです。これほどのことが、実は法律にすでにきちんと書き込まれている。この条文をどれだけ上手に使うかは、文化庁の手腕ですね。

ただ、まだ書かれていないこともあります。書かれていないことは何かというと、文化芸術の範囲に関して、現状では、「文化、音楽、美術、写真、演劇、舞踊その他の芸術」とされていて、この基本法の中に、工芸、ファッション、建築、それからデザインをここに書き逃しましたけれども、それから放送といったものが入っていません。我々のこれまでの議論からすれば、これらの、つまり、工芸とか、ファッションとか、建築とか、デザインとか、放送は、当然ながら文化芸術の分野として含まれるべきです。そういう主張を、この部会は極めて強く持っている。しかし、それは法的にはまだ書かれていない。だけれども、範囲を広げてはいけないということはないはずです。実際に第1期、第2期の推進計画の中には、それらの分野の多くが書き込まれていますので、第3期でもそれらの分野を積極的に書いていって、法律がいずれこれを含めて文化芸術の定義とすべきであるということを示していく必要があるだろうと私は思っているところでございます。

じゃあ、問題は、以上のことをどう推進計画の立案に埋め込んでいくのかということにな

ります。これはつまり、基本法改正を企まれ、実現していった方々は、当然そのことも視野に入れていたと思いますけれども、いずれはこの文化芸術の推進を考える母体が、文化庁だけでは足りないことになります。文化庁よりもさらに拡大した組織がこれを担っていくということ。そして、そのときには、実際には、いろいろな文化と経済の好循環、この部会のテーマが出たそもそもの根幹はそこにあるわけですが、そういう文化と経済の好循環を視野に入れた形での我が国の文化芸術経済政策を考えていく。

例えば、これは文科大臣諮問の文書に出てくるのですが、文化芸術推進基本計画をつくるときに、食文化や芸術祭、人材育成、高齢者・障害者の支援等をきちんと追加する。これは、意識的に追加したのだということを書いていて、だから文化芸術推進会議を設け、関連行政機関との連絡調整をするのだと。文化芸術政策を総合的に推進するために、文化庁の機能の拡充等について、その行政組織の在り方も含め検討を加え必要な措置を講ずると、そこまで書いているんですね。つまり、この文化芸術推進会議は、我が国の文化芸術経済政策の司令塔的な役割を果たすのだと考えられていたのだと思います。

ですから、これは文化庁という組織の根幹に関わる話なのです。そういう視野を持っていることが重要だと、まず皆様に申し上げておきたいと思います。

その上で、どういうふうに、そのための1つの手として、文化芸術推進基本計画第3期の計画を立てていくべきなのか。そのときに、何を考えるべきかということこれから議論をしていくことになるわけです。

細かくは、これまでの振り返りと、それから議論については、資料1の中に、これは文化庁の方々とお相談しながら私も加筆して書かせていただきましたので、ぜひそちらをお読みいただきたいと存じます。

ちょうど予定された時間ですので、先に進まないで時間が足りなくなるので、ここから議題2に移らせていただきますけれども、議題2で、それぞれの委員から発表及び意見交換をしていただくということになっておりまして、発表の順は、生駒委員、桶田委員、小池委員、竹下委員の4名の先生方からお話を10分ずついただきます。

それぞれの御発表の後、議論するのではなくて、4名の先生方がずっと御発表いただいた後で、まとめて4名の先生方の御発表についての議論に入りたいというふうに思っております。まずは生駒委員から御発表をお願いします。

【生駒委員】 おはようございます。あいうえお順の通例でトップバッターを切らせていただきます。

本日、多様な資金調達モデルとグローバル市場での価値づけという2本のテーマがあるんですが、私は、今、先生がおっしゃったカテゴリーに入っていないファッションと伝統工芸を主にやっけていまして、あと、アートとかデザインに関わる仕事をしていますが、そういった日本文化をグローバル市場で価値づけする、高付加価値です、高付加価値づけするための事例と課題ということでお話を10分だけさせていただきます。

ディテールに入る前に、2つほど申し上げたいことがあるんですが、1つは、昨今のインバウンドの急増です。あと富裕層、海外からの富裕層が急増して、ヘリコプターで日本国中飛び回っている現状があります。それはなぜかということ。

あと、海外でも、結構いろいろな日本の文化が進出していった話題になっています。これは、本物の日本文化に触れたいという、そういう世界的な気持ちの高ぶりがあると思うんです。私も二十数年前、『VOGUE』という雑誌の創刊に関わっていたときは、海外でなんちゃってジャポニズムの嵐だったんです。憧れているけれども、よく分からないけれども、それっぽくやっちゃおうみたいな、もちろん「なんちゃって」もいいんですよ。裾野の広がりとして楽しくていいんですが、やっぱり突き詰めていくと、本物の日本に触れたいというお声が今非常に高く、そういった本物に触れたいということが1つ柱にあると思います。

2つ目は、SDGsが2030年にコンプリートするかどうかですけれども、次に来るのがウェルビーイングと言われています。心の豊かさですとか、それから幸せ、幸福度、そういったことに向けて世の中の機運が流れるときに、文化芸術の果たす役割ほど高いものはないと思うんです。そういうこともあって、皆さん、すごく今、カルチャーの熱は世界的に、情勢が非常に不安定なものと反比例するかのよう文化熱は高まっていると思います。その中でも日本に対する憧れというのは物すごく熱いものを感じています。

ということが、2つ、まず最初にお伝えした上で、今日は10分なものですから、5項目お話ししたいんですが、まず1つ目は、今まで「モノ」の時代から、本当に「コト」の時代に完全に入っているかなと思うんです。日本から生まれるものはすばらしい。ただ、その奥にある精神性とか美意識が本当にすごいんだぞと、目に見えない部分です。「Spiritual Luxury」と書きました。欧米のラグジュアリー文化は、どちらかというと、物質的な意味合いでのぜいたくさというのが大きく比重を占めていると思うんですが、日本の場合は、侘び寂び、禅じゃないですけども、物質性というより精神性、自然観のようなもののところに大きく寄っている、それによって人々が心の平安や豊かさを得るということです。

1つの事例としては、今、パリのマレ地区にできました、名前は書いていないですが、

「OGATA」というレストラン、日本でも大成功を収められた方がパリに出て行かれて、17世紀の建築の中に美しい店舗をつくられて、和菓子とか、日本料理とか、普通ですと、海外向けにアレンジして持っていかれるところが、本当に本物を持っていこうということでお店をつくられて、そこには自然観とか、調和とか、祈りの文化とか、侘び寂びとか、禅とか、そういうものを感じ取ったお客様がすごくリピーターとしてついていらっしゃるということがあります。そういう実例が今既に生じています。

あともう1つは、「ローカルの文脈」と「現代デザイン」による再編集と書きましたが、私も伝統工芸に十数年携わってきて、一番足りていないのは、やっぱり現代的なライフスタイルですとか、そういう期待感にフィットインするデザインですとか編集がなされてこなかったんです。ある意味、いい部分は残っているんだけど、やっぱり圧倒的にその部分が欠落していることで、市場的な力強さを持ち得ないで来た、本当にもったいない部分があるかなと思っています。

日本のコンテンツというのは、やっぱりすごく世界的に高く評価されているんですが、1つパリの、これ、大手デパートはボンマルシェなんですけれども、中に日本の化粧品専門店が、ブティックが最近オープンしたんです。これは日本のカップル、若い4代のお二人がプロデュースされているんですけれども、日本の、広げて言うとアジアのかな、化粧品はすごい信頼が高いんですよ。やっぱり自然素材を使っている、天然素材を使っている。それから、プロセスもエシカルだろうということで、すごく評価が高い。最初は御自分たちの空間でなさっていたんですが、そこに大手デパートも目をつけて、ポップアップを何回かされた果てにお店ができてしまったということなんです、日本人の美に対する、トータルで体験できる店舗ということで話題になっています。

3つ目は、「物語 (Storytelling)」と「体験 (Experience)」、あと「ウェルビーイング (Well-being)」と書きましたけれども、今、日本に来る富裕層の方々も、とにかく体験したいということで、海女小屋にいきなり行かれたり、農村体験をされたり、私たち日本人でも行かないようなところに行かれて、陶芸体験をすとか、家族で。大体日本に来る富裕層の方は、家族連れが多いですね。3世代とか、そういう方がお子さんにも体験させたいしということでいらっしゃるケースが多いと思うんですが、1つは、ヴェネチア・ビエンナーレで、今まで9月までやっているんですけれども、B-OWNDというグループがいまして、彼らは最先端の伝統工芸を非常にカッティング・エッジに見せているんですけれども、同時に、お茶室をずっと半年間、ベニスにつくっているんです。そのお茶室でお茶室体験をしてもらおうと。結

局、もうモノの時代ではないので、皆さん、そこに来て、瞑想をすとか、心を落ち着けるとか、癒やされるとか、そういうトリップする体験をしていただいて、そこからまた日本の伝統工芸の魅力にも触れていただくということで、そういったことには、全部、建築も絡んでいますし、デザインも絡んでいますし、お寺の僧侶様も絡んでいらっしゃる。ある種、総合芸術的な形で見せていらっしゃる。

実は彼らは、日本のバックアップを受けているというより、海外の展示会に何回か出して、そこで、スイスの文化団体に目を止められて、彼らのサポートでベニスに入っているんです。これ、新しい形だなと。結構やっぱり、それだけ海外の文化芸術団体も、日本の文化活動をしている方への興味がすごく高まっているということを感じまして、それは新しいくくりでの活躍かなというふうに思っております。

また、もう1つ、4番目に、「領域を横断する」ということが、文化庁のくくりの中でどのくらい進んでいるのかなとちょっと興味深いです。「Cross Boundaries」ということで、もはやジャンルはあるんですけども、どんどんコラボレーションが進んでおりますので、一緒になって海外に進出していく、例えば、伝統工芸と漫画は、今、すごいですよね。交流基金とかでプロデュースされて世界中回っていますけれども、漫画のファンも入ってくれば、伝統工芸のファンも入ってくる、ある意味、本当に化学変化を起こすような新しい日本ファンを生み出す装置になっていると思うんです。

また、ファッション×アートであるとかという形で、先ほど先生がおっしゃった美術、音楽、写真、演劇、ファッション、建築、デザイン、全部総合的にジャンルを越えた形で見せていくようなこともできるわけですし、皆さん、それを期待されているところもあると思います。

今、話題のJポップなども、舞台を見ると、やっぱり総合芸術じゃないですか。衣装から、照明から、建築的な要素ですとか。ですので、そういう意味で、ジャンルを横断してCross Boundariesで、いかに文化を押し出していけるか、それを期待されているより先に、我々からどんどん押し出していけたらいいかなと思っています。

あともう1つは、これ、「知の美学」と書いたんですけども、やっぱり日本に対して侘び寂びとか、禅とか、物すごく深く求めてくる層の方が増えているように思うんです。やっぱりそこには、今、世界中がいろいろな問題を抱えています。単純に言えば、戦争もありますし、日本の自然観、そこから生まれる「調和」の美学であるとか、「哲学」とか、「慎み深さ」です。これ、結構向こうの心理カウンセラーが本にしたりしていますよね。謙虚であること、

慎み深さを、ちょっと我々、忘れていなかったかみたいな。そういったことが人間を復活させるんだみたいな、ルネサンスみたいな話も西洋側から出てきているんです。その意味では、日本にはすごい優れたコンテンツが、もともと本当に泉のように湧いて出てくる国ですから、そういった「知の美学」みたいなものを、もっと我々側が意識して、ブランディングして押し出していくようなことも必要なのではないかと思います。書かせていただきました。

例えば、現代美術でいうと、杉本博司さんの世界などは、まさにその集積ですよ。本当に古代からの知恵から宇宙観まで、森万里子さんという方もいらっしゃるけれども、やっぱりそこに彼らを感じるのには神秘性なんですよ。到達できない、欧米の方だとちょっと手が届かないぐらいの神秘性みたいなものが無限の魅力を生み出しているというところを私どもも感じます。そうして世界的にブレイクしている作家さんも日本からたくさん出ています。

今後、日本の文化を我々がグローバル市場に価値づけして押し出していくときに、今申し上げたような視点で、さらにパワーアップできたらいいかなと思ひましてお話しさせていただきました。また皆様の御意見をお伺いできればと思います。よろしくお願いします。

【吉見部会長】 どうもありがとうございました。

今、生駒委員からお話しいただいた、とりわけ体験、ローカルな文脈、それからクロスバウンダリー、こうしたことは大変重要で、インバウンドとか富裕層の動きを見ても、場とか、風景とか、体験とか、自然とか、そうしたものの価値が非常に世界的な視野の中で高まっている。そうすると、1つは、今までクールジャパンを含めて、どちらかというと輸出産業型で日本の文化の輸出、グローバル化を考えてきたんだけど、違うのではないかということですね。そうではなくて、むしろ、それは輸出ということもあるでしょうけれども、同時に日本の内部の文化を豊かにする。体験とか、そうしたことを豊かにすることが海外グローバル市場と連動していく。これは、この部会で考えてきた第一の循環と第二の循環の連関そのものなんですけれども、そういうことを視野に入れたものを考える必要がある。クロスバウンダリーは、今まさに話しいただいたとおりで、これは文化芸術の狭い意味での分野の内部のクロスバウンダリーもあるでしょうけれども、観光とか、福祉とか、それから食とか、そういう分野まで含めて考えないと、ここでの議論は結実しないと考えております。

それでは、引き続きまして、桶田委員、お願いいたします。

オンラインですか。

【桶田委員】 はい、オンラインになります。では、時間もないので、私のほうから話さ

させていただきます。

私は実務家でございます、あまり大所高所というか、広範な御紹介はできないのですけれども、部会長からの御指名でございますので、可能な範囲でと思います。

1番ですけれども、私自身は、専らアニメーションのスタジオがクライアントで、ほかに一部出版社などをクライアントとして活動している弁護士です。

今日お話しできたらなというところで事前に文化庁さんとも打合せをしておりましてのは、2番のところもあるんですけれども、ここはさらっと触れた上で、3番の部分について、これまでの経験を踏まえてちょっと言及できればと思います。

文化経済活動として、今、アニメとか漫画とかが割にいろいろなところで口の端に上ったりしますけれども、これ、文化である以前に経済活動でございます。もちろん大概の工芸であろうが何であろうが、経済として成立しているからずっと培われて継続してきたものだと思いますけれども、とりわけアニメや漫画、特にアニメです、漫画は作家さんの個人活動に究極帰結する部分がありますけれども、アニメに関しては、多人数、通常、数十人から二、三百人ぐらいまでの人が、時によって関わる人数は変わりますけれども、大体1年半から3年、長いものと5年、10年、ずっと動き続けるものでございますので、そういう意味だと、まず経済活動として成立しないと、そもそも存立し得ないという部分が強く出ているものです。

そういう意味で、お金というのは必要不可欠ですけれども、じゃあ、その製作費はどういう構成なのかというと、2.1.に書いてありますが、実際に手を動かす人たちの労務費、人件費であるところの製作費と、テレビであろうが、映画であろうが、世界中で公表するんだろうが、国内だろうが、宣伝には当然費用がかかりますので、これを両方足した費用ということになります。

今、大体夏の7月新番で、テレビシリーズと呼ばれているものが80から90タイトルあると言われてはいますが、大体3か月間、十二、三話のものをワンクールと呼んだりしますが、こういうものをワンクール放送する、シリーズとして制作するだけで、最低3億円ぐらいの費用がかかります。ですので、90タイトルやっているということは、それだけで270億円がどこから集められているということになりますけれども、そういったようなお金が毎回集められて、1年に4回シーズンがありますので、年間で1,000億円ぐらいのお金が集められて動いているというふうにイメージいただければと思います。

2.2.ですけれども、実際にお金が出ていくところはどういうふうになっているのかとい

うと、まず、今申し上げた1年半から3年、5年ぐらいかかる製作と呼ばれるものにお金が出て、完成する間際ぐらいから宣伝が始まって、その後、世の中に出ていくと回収が始まるわけですが、大体回収が始まって実際にお金の出し手の人たちにお金が戻ってくるのが、映画なり番組なりが公開されてから半年後ぐらいから大体始まって、1年半から2年後ぐらいまでの間に回収が終わるということになります。

ですので、トータルでいうと、お金の出し手からすると、大体3年から5年ぐらいの間は、2億円なり3億円なりというお金を出してから回収するまで期間が必要になるということになります。

そうすると、3億円なり5億円なりみたいなお金をどうやって集めるのかということで、よく皆さん、名前だけはお聞きになったことがあると思いますが、製作委員会という民放上の組合が組まれて、それでビジネスをする人たちがお金を出し合って、その作品を利用する権利をお互いに分け合ってビジネスをするという製作委員会が組まれます。

昔と今とで、なぜこれほど活況になっているのかというと、もちろん世界市場が開けたということもありますけれども、大きく私の理解では、やっぱり3とも、2.4.から3.1.に関わる部分ですが、配信の前後で商売の仕組み自体がやや一部変化したというところにあると思います。いわゆるNetflixとか、Amazonプライムとかの配信が導入される以前、2010年代の半ばより前は、どんな作品でも世の中に出るまではお金がどれぐらい回収できるかが分からなかった。ひどいものになると5%とか10%しか戻ってこないみたいなことがざらにありました。1,000に3つみたいな世界ですよ。

これが配信の世界になってくると、配信事業者との契約は、大抵製作が始まってもうちょっとのぐらい、少なくとも完成するより前に契約自体が終わっていて、じゃあ、これ、完成したら幾ら払いますね、どういう条件で払いますねというのは決まっているのが通例です。

ですので、お金の回収までのタームがそんなに短くなるわけではないんですけれども、お金の回収の確実性とか、あるいは、ボラティリティのようなものが大きく変動した。それによって、お金の出し手の人たちは、より確実に回収見込みが立つようになって、計算が立つようにもなったし、同時に配信で市場も大きく開けたので、様々な意味で活況を呈するようになったというのが見えている風景です。

3番に、駆け足でそのまあいってしまいますけれども、これが今半ばお話ししたのが3.1.1.の部分で、配信前夜というのは明けてみないと分からないという世界だったわけですが、3.1.2.の部分で、今は明けてみる前に、大体6割とか8割回収できる見込みが立たないと、逆

に言うと、本当の意味でプロジェクトにグリーンライトが灯らないので、灯れば、大体そのぐらいの回収は見込めているし、ヒットすれば、それを上回るものが来るので、トータルでいうと、回収率が大幅に改善して、より積極的な投資もできるようになったし、市場も拡大している中で積極的な投資が可能になっているので、どんどんそれが勢いがついていっているというのが、この5年強10年弱というところだと思います。

文化という関連だと、あと4分ぐらいですけれども、3.2.の部分で、広がっている中で、今何をこれにひもづけられてお話しできるかという、話がいきなり変わりますが、2010年代の終わりぐらいから、海外での主要な美術館とか博物館での漫画やアニメに関する展覧会もときどき見受けられるようになりました。国内でも何々展という作家や作品の名前を冠する展示は最近本当によく見かけると思いますが、そういうものの展覧会は、大抵の場合、商業的に行われていて、その事業者や新聞社やテレビ局が事業主体になっている、これまでの美術の世界で行われている展覧会の素材、主題が、いわゆるアートから漫画やアニメに置き換わっただけというのがシンプルに言えば多いです。

ただ、2019年に大英博物館で行われた漫画の展覧会や、昨年から今年にかけてサンフランシスコのデ・ヤング美術館で行われた「Art of Manga」展、今年の10月からブルックリン美術館で行われるその巡回展などに関しては、向こう側が主催というか制作をしていて、日本が協力するという体制になっています。

1つお伝えしたいことでいくと、この種のものは、日本側がお金を全く出していないわけではない。例えば、サンフランシスコの展覧会とかは、文化庁が漫画家の渡航とかに1,500万円ぐらいのお金を支援しておりますけれども、いわゆる企画を仕立てるものの費用ですとか、その宣伝とかの費用は全て海外側が出しているんです。美術館とかが自らやりたくて日本側に協力を求めて実現している展覧会です。

そのほかにも、昨年には、フランスパリですけれども、ギメ東洋美術館展覧会を行ったり、そのほかにも海外、来年には、ロサンゼルスザ・ブロードが同じようなものを企画していたりします。

こういったようなものは、日本に対して何らかの形でアプローチがあるのが通常で、何か協力してほしい、自分たちとしては、今、この勃興しつつある文化表現活動をより深く理解したいし、その活動を社会に還元して相互理解を深めたい、自分たちが支援している若いアーティストたちが非常に多くの割合でそれに興味を持っているので、それを理解したいといったようなことを言っています。

つい先月もサンフランシスコとロサンゼルスに行ってきましたけれども、こういったような展覧会が、大体、有料でも17万から18万人ぐらいと、それぞれの美術館で一番上位に入ってくるような人数を集めていて、そういったものを多くやりたいという声は多数集まっています。

また、漫画やアニメのみならず、それ以外の、例えば写真だったり、ほかのアート分野でも、今、日本の人口が構成が変わってくる中で、専門家が足りないのも、日本側に何かそういったものの新しい後継者はいないかといったような話が私のほうにも来ますけれども、そういうときに、つなぐ先がないし、個人的なつてでやるほか何もない。どこかに接続してやれば、こちらから無理に押し出すのにお金とか時間をかけなくとも、向こうが欲しがっているものを与えてさえあげれば、あとは向こうが膨らませてくれるみたいな状況が非常に、少なくともこの5年、10年、私の身の回りで多く見えますけれども、片手間でやる以上に、それをつなぐ余地がないみたいなことがすごく多く見受けられますので、グローバル市場への価値づけということにつながるのか分からないですが、以前に青木保さん、元文化庁長官が私におっしゃったことで印象的なのが、文化とか芸術は非常に流れがあるものだけでも、一度きちんとそれを構造化すれば、その後100年単位で国を食わせてくれるみたいなことがあるといったようなお話がありました。なので、今しているお話とはちょっと違うのかもしれませんが、そういったような取組ができれば面白いのかなと思っています。

すみません、尻切れトンぼになりましたが、一旦終わらせていただきます。

【吉見部会長】 桶田委員、ありがとうございました。

2つ、非常に大きな論点をいただいたと思います。1つは、コンテンツ産業のインフラ、つまり配信プラットフォームがコンテンツの産業の構造そのものにどれだけ決定的な影響を与えたのかという話。それからもう1つは、日本のブランディングの話だと思います。ブランディング戦略で何が足りないのかということもはっきり見えてきている。

それでは、引き続きまして、小池委員から御発表をお願いしたいと存じます。

小池委員、お願いいたします。

【小池委員】 若干細かいので、前を見ていただくより、お手元の資料を御覧になっていただいたほうがいいかなと思います。書いてあるとおりではあるんですけども、私のほうから口頭でも御説明させていただきます。

資料4を御覧くださいませ。

第5期の論点整理では、日本の文化芸術分野は公的助成への依存が高く、民間資金である

寄附やスポンサー、投資といった流入が限定的であるという整理がなされました。総論としてはそのとおりなんですけれども、実際に国内ではどのような手段で民間資金が動いているのか、それぞれどの程度の規模なのかという議論は、必ずしも共有されてこなかったのではないかなと改めて振り返ると思っております。

そこで、本日は、公的な補助金、助成金を除いた国内の資金調達事例を集め、仕組みの性質ごとに9つの類型に整理してお話をしたいと思います。

まず、全体の構造から少し補足させていただきますと、表は上から下にAからIまで並んでいます。この順番には一応意味を持たせておりまして、資金の出し手が何を見返りとして求めているか、その性質の順に並べております。

見返りというと、リターン追求みたいな感じで、ちょっと金融っぽいんですけれども、とはいえ、いろいろな形がございまして、例えば、AからDまでは寄附となっています。見返りは基本的に共感であるとか社会的意義というところにあり、金銭的なリターンを求めてはおりません。

次に、E、Fは、協賛、対価が見返りになります。命名権ですとか、広告の価値、企業ブランドとの結びつきといった事業上の見返りがここには伴うのかなというふうに思います。

次に、GとHは投資。ここでは金銭的なリターンの回収が前提となっております。

そして、Iが官民混合、公的資金と民間の投融資を組み合わせる領域となっております。

寄附から投資へ向かうにつれて、担い手に求められる説明責任であるとか必要な専門性も上がっていくというところが表全体の縦軸だというふうにお考えいただければというふうに思います。

次に、個別にAから順に要点だけ申し伝えたいと思います。

Aのクラウドファンディングですけれども、ミニシアター・エイド基金が3億3,102万円、支援者が約3万人ぐらい、昨年、東京国立博物館の「源氏物語図屏風」の修理は、目標3,000万円に対して7,020万円が集まっております。作品1点の修理という極めて限定的な目的でこの規模が動いた事例となります。

ただ、いずれも危機や特定の作品という「物語」、ストーリーが必要とされる手法なので、恒常的な運営費の調達には向かないというふうに考えております。

次に、Bですけれども、熊本城の「復興城主」です。1口1万円の継続寄附を制度化したもので、平成28年度から令和5年度までの寄附累計が約58.3億円となっております。城主手形という市内施設の優待が継続率を支える要因になっているかなというふうに考えておりま

して、寄附が地域経済に還流する設計になっている事例かなというふうに思います。

次に、Cです。企業メセナ協議会の助成認定制度、ここは助成認定制度に限定しておりますけれども、規模は年間7,661万円。1件当たりの平均は約120万円と小さいのですけれども、個人の芸術家や任意団体でも寄附者に税制優遇を通せる数少ない経路というふうになっております。

次に、文化庁、ここの委員会のワーキンググループでもおとしまでやっておりましたけれども、Dの企業版ふるさと納税です。こちらが令和6年度で631億円、件数として1万8,457件ありました。ここに挙げた中で最大の規模です。実質負担が約1割に圧縮されているので、企業側の障壁が低いこと。ただし、受け手は自治体に限られるという制約があります。

次に、Eです。命名権です。皆様よく御存じの京都市京セラ美術館ですけれども、こちらが50年間で50億円というお金が動いております。応募が1者のみであったこと、かつ、市民団体から抗議があったということは一応申し伝えておきます。

次に、F、企業協賛、いわゆるメセナというやつですけれども、年間およそ759億円というふうに想定されます。企業が188億円、企業財団が570億円。これも桁が違った大きなものとなっております。

GとHは、投資と資産の流動化ですけれども、映画「宝島」のデジタル証券が3億6,800万円で、これが国内初の事例となっております。美術品の共同保有や担保ローンもここに入るかなというふうに思っております。

最後に、Iが官民混合で、大阪中之島美術館のコンセッション、それから一般社団法人ノオトによる古民家再生が事例としてございました。部会でも議論してまいりましたブレンデッド・ファイナンスの数少ない実装例でございます。

次に、累計の欄の下に、小さく青色で普及度を入れてみたんですけれども、金額、件数、認知度の3つを、二重丸からバツまで4段階で分けて書いてみました。ここで申し上げたいのは、9つのタイプのうち、実際に大きく機能しているのは2つだけであるということを皆さんにも読み取っていただけるかなというふうに思います。金額で二重丸がつくのは、Dの企業版ふるさと納税とFの起業資金、メセナ活動のみとなっています。

件数と認知度に二重丸がつくのは、Aのクラウドファンディングのみかなというふうに考えます。

逆に、C、G、H、Iは事例数が1桁でしたので、全ての項目でバツというふうにさせていたでいます。制度としては存在するんですけれども、普及とは呼べない段階にあるのかな

というふうに考えております。

ただ、ここには1つねじれがございます、最大の資金源であるDとFは、いずれも支援先と金額の全体像が公表されていけませんので実態が把握できないという点がございます。

逆に、最もよく知られているであろう、こういったクラウドファンディングみたいなAは、金額としては小さいんですけども、実際には知名度としては高いというところがございます。見えているものは小さいんですけども、大きいものは見えていないといった、そういったねじれがあるのかなというふうに思いますので、データ基盤の整備という論点は、ここに直結するところかなというふうに考えております。

続いて、中央の資金の出し手・受け手の欄も御覧ください。

類型ごとに見ていただきますと、個人の芸術家、クリエイターが直接の受け手になり得るのは、A、C、Hのこの3つだけとなっております。Bの受け手は自治体、Dも自治体、Eは自治か公共施設、Iは特別目的会社や一般社団法人が該当します。

規模の大きい手法ほど、受け手は自治体や法人でなければならないというような制約がつく構造になっておりまして、個人や小規模団体は、そもそも入り口に立てないといった構造があるかというふうに存じます。

第5期の論点整理でも、地方自治体と文化芸術団体が連携した企業版ふるさと納税の活用というふうに書かれていますけれども、まさにこの制約の裏返しの部分かなというふうに思います。連携しなければ使えないというふうになっておりますので、これまでも議論に出た点ですけれども、自治体と事業設計を担える人材が団体側にいるかどうかというところが決定的になるかなというふうに思います。ですので、伴走支援の議論は、精神論ではなくて、この構造的制約への対応として位置づけていくべきかなというふうに引き続き考えております。

最後にですけれども、表の下に参考データとして、日本オーケストラ連盟の数字を書いております。加盟している40団体の2024年の収入構成なんですけれども、事業活動収入の合計、金額でいうと290億9,000万円、大体それぐらいなんですけれども、その内訳としては、演奏収入が54.6%、民間支援が12.3%、助成団体が6.5%、地方自治体が18.5%、文化庁基金等で5.6%となっております。

民間と助成団体を合わせた民間資金が18.8%、地方自治体と文化庁を合わせた公的支援が24.1%、民間資金が公的資金を下回っているという現状がここでも数字上見ていただけるかなというふうに思います。

あと、すみません、1点、念のためお伝えなんですけれども、ここのオーケストラ連盟のところの数字で、助成団体という区分なんです、民間からの助成というふうに読んで差し支えないとは思っているんですけれども、連盟が定義を公表しておられなかったので、自治体の文化財団が含まれている可能性は排除できないということは注釈としてお伝えしておきます。

そうすると、民間資金を12.3%と読むか、18.8%と読むかという前提が変わってくるところなので、ちょっと変わってくるんですが、依然として民間資金が公的資金を下回っているという事実は変わらないかなというふうに思います。

最後に、まとめですけれども、まず1つ目として、資金調達の手法を9類型で今回お伝えしたんですけれども、実際にやはり機能しているのは、実質2つかなというふうに考えております。

そして2つ目に、最大の大きな資金源ほど実態が見えないというところ、データ基盤の整備が必要とされるゆえんかなというふうに考えております。

3つ目に、規模の大きい手法ほど個人や小規模団体は受け手と直接的にはなることができず、自治体、法人との連携が前提となるというところかなというふうに考えております。

多様な資金調達モデルを論じていくに当たって、選択肢を増やすということも重要なんですけれども、既にある選択肢のうち何が実際に使われているのか、誰が使っているのか、使えていないのかということも改めて知っていただいた上で議論を進めていくことも大切かなというふうに思いまして、このようなまとめを御提示させていただきました。

以上でございます。

【吉見部会長】 小池委員、大変どうもありがとうございました。

この資料4の表は、物すごく役に立つというか、これを深掘りしていくことに大変意味があると思いました。特に、Dの企業版ふるさと納税や、Fの企業・財団の長期資本投下型、これをもっとフレキシブルにしていくにはどうしたらいいのか、それから、GとかHとかIというものが、もっと有用になっていくにはどうすればいいのか。非常に具体的にこの場で検討する課題が明確に出たと思います。本当にありがとうございました。

それでは、最後になりましたけれども、竹下委員から御発表をお願いします。

竹下委員、お願いいたします。

【竹下委員】 時間も限られていますので、早速始めさせていただきます。

私からは、文化的価値を資金循環につなげる条件について、論点を整理します。

ここでいう資金循環とは、文化芸術活動に資金が供給され、事業収入から返済・分配が行われるとともに、その資金が次の創作、保存、運営につながっていく流れを指します。

文化芸術分野への多様な資金供給を考える際には、文化的・社会的価値があることと、金融機関や投資家が資金提供の可否を判断できることを、いったん分けて整理する必要があります。もちろん、両者は無関係ではありません。文化的・社会的価値を示すことは、公的支援の必要性を説明し、寄附や協賛を呼び込み、活動の成果を評価する上で有効です。

一方、それだけで融資の返済原資や投資家への分配原資が確保されるわけではありません。文化活動が生み出す便益は、観光客、住民、自治体、周辺事業者、教育機関、医療・福祉の関係者などに広く及びます。そのため、便益を受ける人と、その対価を支払う人が一致しないことがあります。したがって、文化的・社会的価値の評価と資金の回収方法は相互に関連していますが、それぞれ個別に確認する必要があります。

先日、事務局を通じて共有させていただいたレポートでは、コンテンツや知的財産、いわゆるIP分野への資金供給を考える際の基本条件を、3つに整理しました。

実際の投資や融資を行う際には、事業主体の能力、ガバナンス、法令遵守、資金使途なども確認します。その上で、文化芸術分野に特徴的な条件として、次の3点が挙げられます。

第1は、回収原資です。

融資であれば、何を原資として返済するのか。投資であれば、何を原資として分配を行い、最終的に投資資金を回収するのかを確認します。

具体的には、権利使用料、興行収入、放映権収入、施設利用料、作品や資産の売却代金などが考えられます。

ただし、収入があるだけでは十分ではありません。その収入が誰に帰属し、いつ入金されるのか、運営費や権利者への支払いを差し引いた後に幾ら残るのか、さらに、金融機関や投資家がどの順位で返済や分配を受けるのかまで確認する必要があります。

第2は、収入、権利、契約の継続性と承継可能性です。

回収期間中も収入や契約が継続するのか。中心人物の離脱や運営主体の変更があった場合にも、収入、契約、権利を維持し、新たな主体に引き継ぐことができるのかを確認します。特定の人物や組織に収入の多くを依存する案件では、その人物や組織が離れた後も同じ収入を維持できるとは限りません。

第3は、補強条件です。

情報開示、契約、継続的なモニタリング、他の案件と比較できるデータ、保証や劣後資金

によるリスク分担など、金融機関や投資家による判断と資金回収を支える条件が整っているかを確認します。

以上の3つの条件が整えば、金融機関や投資家は、資金提供の可否や具体的な条件を判断しやすくなります。

一方、回収原資が乏しく、便益が社会に広く及ぶため、対価収入に結びつきにくい案件では、補助・助成や寄附など、返済や分配を前提としない資金を中心に考えることが適切です。補助・助成や寄附は、投資や融資に劣る資金手段ではありません。資金収入だけでは支えられない活動や、便益が地域社会に広く及ぶ活動にとって、不可欠な資金です。

この点で、骨子案に示された「多様な資金調達モデル」という方向性には、基本的に賛成です。骨子案における「第一の循環」を、文化芸術活動の創作、保存、運営を支える資金の循環、「第二の循環」を市場における利用や取引を通じて、収入や資金提供につながる循環と理解しています。

この二つの循環は、一方から他方へ順番に進むものでも、どちらかが優れているというものでもありません。案件の性質に応じて、投資・融資が適するもの、補助・助成や寄附が適するもの、複数の資金を組み合わせるものがあります。

図表2では、案件を次の四つに整理しました。

第1は、投資・融資の基本条件が整っている案件です。

例えば、来歴、真贋、評価額、売却経路を確認できる美術品、利用実績と分配経路を確認できる音楽著作権等の利用料収入、作品単位の損益と分配順位を確認できる商業演劇などが挙げられます。

こうした案件では、出資や融資、資産や権利を返済の裏づけとする融資、ファンドによる投資などが考えられます。

第2は、事業収入はあるものの、投資・融資を受けるための条件整備が必要な案件です。

収入の帰属、契約、情報開示、収支管理、運営体制などが十分に整っていない場合、そのままでは投資・融資の判断が困難です。

例えば、利用料収入のある文化施設や地域文化事業、特定の人物やブランドへの依存が高い事業などが該当します。こうした案件では、専門家による伴走支援を行い、必要な条件が整った段階で投資・融資を検討することが考えられます。また、保証・補助・劣後資金などを組み合わせる方法もあります。

第3は、補助・助成や寄附を中心とする案件です。

例えば、実験的な文化活動、地域交流事業、教育的・公益的意義を中心とする活動など、回収原資が乏しく、便益が地域社会に広く及ぶ案件が該当します。こうした案件を無理に投資・融資の対象とする必要はありません。

第4は、事業収入と公益的な機能が併存する案件です。

文化施設の改修、地域文化拠点、教育や福祉と結びついた文化事業などでは、利用料等の事業収入があっても、公益的な機能を維持するために必要な費用のすべてを、事業収入だけで賄うことが難しい場合があります。

こうした案件では、補助や融資、公的な劣後資金と民間の投資・融資、事業収入と寄附など、複数の資金を組み合わせることが考えられます。また、収益事業から生じた余剰を公益的な活動に充てる、いわゆる内部補助も、文化施設や地域文化拠点においては有効だと考えます。

次に、補助・助成や寄附と、融資との関係について申し上げます。

補助・助成や寄附と融資は、対立するものではありません。例えば、補助金の交付や委託料の支払いが決まっても、実際に入金されるのが事業の実施後になる場合があります。この場合、補助金の交付決定や委託契約が成立しており、支払条件や取消しのリスクを確認できれば、事業に必要な先行支出を短期融資によって支えることが考えられます。最終的な財源は補助金や委託料ですが、実際に入金されるまでの期間を融資でつなぐという関係です。

公的支援についても、補助金を交付するだけでなく、保証、利子補給、劣後資金などを通じて、民間の投資家や金融機関とリスクを分担する方法があります。

また、公的資金については、単に資金を交付するだけでなく、民間資金の活動や次の活動につながる条件を併せて整えることも考えられます。

具体的には、補助金や委託料の交付決定、契約内容、支払条件を明確にした上で、入金までのつなぎ融資、保証、利子補給、劣後資金、寄附、協賛などを、案件の性質に応じて組み合わせるということです。

これは、補助金を融資に置き換えるという意味ではありません。回収原資を確認できる案件には民間の投資・融資を組み合わせ、返済や分配を前提とすることが難しい活動には、補助・助成や寄附を用いるという考え方です。

公的資金や寄附資金が一部のリスクを負担し、民間資金が参加しやすい環境を整える資金の組合せは、ブレンデッド・ファイナンスと呼ばれています。これは、回収原資のない活

動を投資・融資に置き換える方法ではありません。回収原資はあるものの、事業の初期段階でリスクが高い、実績が少ない、民間資金だけではリスクを負担しにくいといった案件を、公的資金や寄附資金によって補完する方法です。

寄附と協賛についても、両者を分けて考える必要があります。寄附は、原則として直接的な対価を求めない資金提供です。一方、協賛は、企業名やロゴの表示、広告機会や招待枠の提供など、企業側にも一定の便益を伴う契約です。

両社の性質は異なりますが、継続的な支援を得るためには、活動の実績や成果をデータで示すとともに、なぜ支援が必要なのか、支援によって何が実現するのかを、具体的なストーリーとして伝える必要があります。データが信頼を形成し、ストーリーが共感を形成するという関係です。

さらに、データとストーリーの双方を継続的な資金調達につなげる人材も必要です。こうした人材の不足は、文化芸術分野の資金循環を考える上で大きな課題となっています。

次に、海外における日本文化への評価を、実際の利用や取引につなげるための条件について申し上げます。

日本文化は、コンテンツ、音楽、アート、工芸に加え、文化財や歴史的建造物、地域文化資源など、幅広い魅力を有しています。海外への発信やブランディングを通じて、日本文化への関心や評価を高めることは重要です。

ただし、評価が高まるだけで、利用契約、売買、事業提携、資金提供が実現するわけではありません。海外の企業、文化機関、投資家などが具体的な判断を行うためには、誰が権利や資産を保有しているのか、どのような条件で利用や取引ができるのか、収入が生じる場合には誰に帰属するのかを確認する必要があります。

例えば、コンテンツや音楽であれば、著作権などの権利関係、過去の事業実績、利用料の帰属先や分配方法を確認できることが必要です。

したがって、海外展開にあたっては、日本文化の魅力を伝えるだけでなく、文化的価値や権利を守りながら、海外の企業、文化機関、利用者などが、利用、契約、取引、資金提供について判断するために必要な情報を整備し、取引条件を明確にすることが重要です。

以上を踏まえ、骨子案に対して三点提案します。

第1に、案件の性質に応じて、適切な資金や支援手段を整理することです。

具体的には、回収原資と事業の継続性を確認できる案件、投資・融資に向けた条件整備が必要な案件、補助・助成や寄附を中心とする案件、複数の資金を組み合わせる案件に分類し

ます。

併せて、回収原資や事業の継続性を確認できない案件には、投資・融資を無理に適用しないことも明確にします。

第2に、文化芸術団体が投資・融資や継続的な支援を受けるために必要な条件を明確にし、支援体制を整備することです。

収入の帰属、契約条件、返済・分配の順位、入金経路、モニタリングの方法を明確にし、収支、利用実績、返済・分配の状況、権利処理などを継続的に把握できるようにします。文化芸術団体が、創作や文化芸術活動に加えて、経営、権利管理、データ活用、資金調達まで、すべてを自ら担うことは容易ではありません。そのため、これらの業務を支援する専門人材を確保・育成するとともに、中間支援機能を整備し、国、自治体、助成機関、金融機関、文化芸術団体、専門家の役割分担を明確にします。

第3に、グローバル市場における位置づけを、発信やブランディングだけでなく、取引基盤の整備として捉えることです。

分野ごとに、権利関係、来歴、真贋、収入実績、価格形成、流通経路、契約条件などに関する情報を整理し、海外の市場参加者が利用、取引、契約、資金提供について判断するために必要な情報を整備します。

こうした取組により、文化芸術活動の創作、保存、運営を支える「第一の循環」と、市場における利用や取引を通じて、収入や資金提供につながる「第二の循環」を、案件の性質に応じて具体的に結びつけることができます。

回収原資が乏しい活動には、補助・助成や寄附を用い、回収原資を確認できる案件には投資・融資を組み合わせます。また、回収原資はあるものの、投資・融資に必要な条件が十分に整っていない案件には、専門家による伴走支援や公的資金等によるリスク分担を組み合わせます。

文化芸術の価値を守りながら、それぞれの活動に適した資金や支援手段を選択し、次の創作、保存、運営につなげていくことが必要だと考えます。

私からは以上になります。ありがとうございました。

【吉見部会長】 竹下委員、ありがとうございました。

今日の委員の発表の順番は、あいうえお順だったんですけれども、偶然、見事にきれいにつながっていたと思って驚きました。

先ほど、小池委員が示していただいたのが、言わば資金循環の俯瞰図であったとするなら

ば、今の竹下委員がお話しいただいたのは、時間軸といいますか、プロセスとしての資金循環の手順で、X軸とY軸は小池委員が示してくださって、Z軸というか、T軸なんでしょうけれども、もう1つ、T軸を竹下委員が示してくださっていて、このお二人の御発表を組み合わせると、全体の俯瞰、資金循環に関して考えるべきことの俯瞰的な構図が全部、大体示されていると思います。それから、前半のほうの生駒委員と桶田委員のお話は、お二人とも大きく言えばブランディングの話ですね。グローバルな市場の中での日本のブランディングという話につながっていく話でした。これも2つセットになっていて、今日まさしく資金の循環の話と、それからブランディングの話という2つの軸が、偶然ですけども、後半と前半で、結果的に非常にきれいに収まったと思いました。

これから委員の先生方と議論をしていただきたいと思いますけれども、本日の議論の目標地点について、一言申し上げさせていただきたいと思います。

何度も申し上げているように、我々は、第3期の文化芸術基本計画を視野に入れながら議論を進めてきております。それはどういうことかという、第3期と言うから、第1期と第2期は既にあるわけです。第1期はかなり力が入っているんです。文化芸術基本法ができて、さあ、やるぞということで、相当皆さん頑張って基本計画をつくっていらっしゃったという熱意が伝わってきます。第2期は、コロナの中でどたばたでつくったという感じがちょっと見えていて、ですからちょっとトーンダウンしている。我々としては、第1期の計画をさらに大幅にバージョンアップしていくことを目指すべきだと私は思っております。

それで、その第1期の計画はどういう組立てになっているかというと、4つの目標、6つの基本施策、それから170の細かいもろもろの施策が3層構造になっています。それで、170はいいんですけども、4つと6つのところは押さえておく必要がある。この4つの目標をざっくり言うとどういうことになっているかというと、目標1が文化芸術の継承の話です。それから目標2が、資金の投資と循環の問題です。それから目標3が多様性、ダイバーシティですね。社会的包摂の問題です。そして目標4が地域です、地域的基盤の話です。どちらかという、この目標4は、文化施設部会の話に近いかなという感じもいたします。

これに対して、なぜか基本施策になると4が6に増えています。

基本施策・戦略となっていますけれども、施策の1番目は、これは目標1に対応して、基本的に継承と教育という話です。そして基本施策の2番目が、投資とイノベーションという話です。そして3番目が、国家的なブランディングの話です。この2番目と3番目が、ばっちり今日の話に対応するわけです。資金循環とブランディングの話ですね。そして4番目が、さ

っきの目標3に対応しますけれども、社会的包摂、ダイバーシティの話。そして5番目の基本施策が、これは人材、専門人材の持続可能性の話です。そして、基本施策の6番目が、地域プラットフォームの話ですから、地域的基盤の話になっています。

この第1期の計画に出てきていなくて、しかし我々が議論していて非常に重要なことをもう1つ挙げるとすると、データの話があまり出ていません。しかし、我々はそこは非常に根本中の根本だと思っていますので、データの話を実第3期の計画に埋め込んでいく必要がありますね。そうすると、どちらかというと、この6つの基本施策というのはそんなに悪くなくて、我々が議論してきたものと接続性が非常に強いと思います。6つの基本施策にデータの話を加えていくと、大体全体の構造が見えてくるのではないかと考えています。

ですから、今日のお話は、まさしくこの目標なり基本施策の中で、既に第1期と第2期の計画の中にも出ている、1つは寄附とか投資とか資金循環の話、もう1つはブランディングの話になります。それらの話に直に接続するので、第3期の計画のためには、第1期基本計画とか第2期基本計画の骨格を変える必要はなくて、第1期の基本計画をさらにスケールアップするという方向で、第3期の計画を考えていくことが私はいいいのではないかというふうに思っております。そして、今日、4人の委員の方々にお話いただいたことは、そうした構図の中にすっぽりはまるので、その方向で今後の議論もしていただければと思います。

ちょっと介入しましたけれども、目標地点を少しお示しした上で、今の4名の委員の方々からの話に、ほかの委員の方々から、御質問あるいは御意見、コメント等を御自由にどんどん出していただきたいと思います。

会場にいらっしゃる方は、名札を立てていただければと思いますし、それからオンラインの方は、手を挙げる機能を使っていただきたいと思います。どうかよろしくお願いいたします。どなたからでもどうぞ。

岡室委員から。

【岡室部会長代理】 大変充実したプレゼン、ありがとうございました。

桶田委員に質問させていただきたいのですが、配信プラットフォームのお話が出まして、配信前夜と配信プラットフォームができてからということで分けてご説明いただきました。配信プラットフォームができたことで、事前に契約ができて回収の確実性が増して計算できるようになったという話を伺ったんですけれども、放送などの分野では、今すごく配信プラットフォームが主導権を握りつつあるような気がするんです。アニメーションの場合は、優れた作品が配信されているので、あまり問題ないのかもしれないんですけれども、例

例えば、私が専門にしているテレビドラマなどですと、配信はもう徹底的なマーケティング戦略なんです。韓国とかアメリカのような徹底的にマーケティングをして作品をつくって、いところがモデルになっている。それに対して日本のドラマというのは、作家性を非常に重視していたはずなんですけれども、配信プラットフォームに載せるために、多くの人に支持されるような最大公約数的なつくり方にならざるを得ないようなところがあるんです。

なので、ここでは文化と経済の循環の話をしなければならないのですが、その中で、質をどう担保していくか、配信プラットフォームが主導権を握ったときに、作品の質をどう担保していくかということも同時に考えなければいけないと思うので、その辺り、お考えがあればお聞かせいただければと思います。

【吉見部会長】 桶田委員、お願いいたします。

【桶田委員】 ありがとうございます。

おっしゃるとおり、実写とアニメーションとで全くと言っていいほど状況は違うと思います。アニメーションの場合は、配信はあくまで主要なリソースの1つではありますが、彼らも、少なくない場合で、製作委員会の主たる構成者の1つとなることはありますが、彼らがドミナント、支配的であるという状況は、少なくとも今現在においてはそうではないと、ほぼ言っていると思います。

これは翻って考えると、アニメーションはいわゆる二次利用と呼ばれるような、見られることは全体のうちの一部である。それに伴って、好きになってもらったものについて、様々なビジネスを、その後、展開していくということ。まず経済活動、プラットフォームが必ずしも主導的でない部分に重きがあるので、逆に言うと、プラットフォームに別に寄りかからないでもビジネスできるんだけど、プラットフォームがあると、よりよい環境でできるみたいな、自主財源という言い方がいいのか分からないですが、そういうような部分があると思います。

他方、実写については、映画であろうが、ドラマであろうが、いわゆる一次利用と我々が呼ぶような、最初に見てもらうことがほぼ全てに近くて、その後の二次利用的な部分が薄い、その部分をいわゆるテレビ局や映画会社が外部リソースである配信プラットフォームに頼るのであれば、彼らにおのずから支配権というか、コントロールを委ねるし、とられるという違いなんだろうと想像します。

そういう中で、お尋ねに対して答えというところでいくと、ごめんなさい、私としては、正直、持ち合わせていなくて、実写の人たちは本当に大変だなと思いながらアニメ分野で専

ら活動させていただいている身ですし、究極はマーケティングによらない部分でも、差し込んだ何かのアドオンの作家性の部分で大きなヒットを生み出すという実績を形づくっていくのか、あるいは、何らかプラットフォームという財源によらずに、自分たちの自主財源でもきちんとやっていって、プラットフォームに支配されないようなビジネスの構造自体を形づくるのか、多分そういう、いわゆる銀の弾丸ではなくて、地道な取組でしか、それに対してはなし得ないというのが、ごめんなさい、全く答えにはなっていませんが、私からの見え方になります。

【岡室部会長代理】 ありがとうございます。先ほどのお話ですと、配信プラットフォームの登場で、回収の確実性などが劇的に変わったと受け取ったんですけれども、アニメーションの場合ですと、それでも配信プラットフォームに寄りかからないでやっていけるということですか。

【桶田委員】 配信プラットフォームの買い付けの価格とかトレンドに影響されないということではないです。いささか専門的になりますけれども、なろう系と呼ばれるものとか、異世界物と呼ばれるようなものがすごく大量に増えたのは、明らかに配信プラットフォームの影響ですし、その向こう側にいるユーザーたちがそれを求めているからという部分は大きくあります。

ただ、それでもなお、そこによらない部分での主導権のようなものが、少なくともアニメの場合は、まだ日本の場合は、私が理解している限りは、アニメのつくり手たち、これはクリエイターということもありますし、より広義では、純粋なクリエイターのみならず、日本のアニメのビジネスプレーヤーたちも含みますけれども、そこに主導権がありますね。

恐らくその理由は、漫画とかアニメが持っている多様性とか広さとか、配信が登場するまでの数十年の間に培ってこられた強い作品群、「ドラゴンボール」とか「ONE PIECE」とか、いろいろなものの発言権とか根っこがあるからかなと理解しています。

【岡室部会長代理】 もっと突っ込んで教えていただきたいところではありますが、本筋ではないところであまりマイクを占有しているといけないので、ありがとうございました。

【吉見部会長】 どうもありがとうございました。

ほかにございませんでしょうか。ぜひ御発言いただきたいと思いますし……。

田中委員、お願いいたします。

【田中委員】 どの方の発表もとてもすばらしくて、多くのことを学ばせていただきました。どうもありがとうございました。

全ての話を聞きながら一番痛感したのは、循環をつくり出していく、あるいは支えていくための人材と組織はやっぱり重要になりそうだなということです。

どういふことかといいますと、小池委員からの発表をお聞きしていて、機能しているもの、機能していないもの、そういった話を聞いている中で、資金を必要としている側が資金を調達するためにかかる経費であるとか、労力であるとか、そういったことはやはり大きな問題になるんだと思うんです。資金が調達できたとしても、経費がかかり過ぎると、実際に使えるお金は少なくなってしまうとかということがあつたりすると思いますので、うまく機能させるためには、どんな人材や組織があればいいんだろうかというようなことが、とても気になったことでした。

同じく、生駒委員の話もとてもとても面白かったんですけども、たくさん面白いところがあったんですが、日本の文化を、特に海外で、海外市場に示していくために、やっぱり海外で日本のものが見られているということがとても重要だということがよく分かりました。

それは、まず、向こうで1回、海外で見てから日本に来るということもあるでしょうし、日本で見てから、それへの関心を持続するために海外でも見られ続けるということが重要なんだろうと思うんですが、海外で見せ続けるため、ショップを出すにしても、展示をするにしても、そのための資金というか投資をどこから引き出してくるのかということが重要になるんだと思うんです。

それは単に国の支援金があればいいということではなく、どうやってそこに民間の投資みたいなものを、竹下さんがいろいろまとめてくださいましたけれども、そういったものを呼び込めるようになるのか、そのためのモデル、それが人材なのか組織なのか、そのためのモデルはどういうふうにつくれるのかということを思いました。

そしてもう1つ、生駒委員の話で面白かったのは、そういうものに着目するのは、もちろん日本の人たちだけではなく、海外のお金を持っている人たちもいるので、日本の文化と経済の好循環のときには、海外の資金、海外の人が持っているお金をどう取り込んでいって循環をつくり出していくのか、そのための人材あるいは組織をどうつくっていくのか。

簡単に思いつくことをひとつだけ言うと、海外の個人の方が日本の何かにお金を寄附してくれたときに、向こうの国の税制控除のための書類とかは、我々につくれと言われてもつくれなかったりするわけですね。例えばそういったものをどこか助けてくれるところはあるのかとか、そういったことも必要かなというふうに思ったりもしました。

以上です。

【吉見部会長】 ありがとうございました。

前半のほうの御質問に対しては小池委員、それから、もし可能でしたら、竹下委員からも補足をいただき、後半のほうは生駒委員からお答えいただきたいと思います。

まず、小池委員、お願いいたします。

【小池委員】 ありがとうございます。多分、竹下さんがまとめておっしゃっていただいた内容そのままな気がするので、ここは竹下さんにお願いします。

【竹下委員】

人材ということだと思いますが、これは非常に難しい課題です。一つの正解があるとは思いませんが、まず、各アーティストや文化芸術団体でこうした専門人材を個別に抱えることは難しいため、当初は公的な枠組みの下に専門人材を集めることが考えられます。ただし、専門人材の確保には相当のコストがかかるため、それをどのように賄うのかは大きな課題です。

もう1つは、直接的な対応ではありませんが、アートマネジメント、すなわち資金調達を含む文化芸術団体の運営を担う人材を育成する教育機関や教育的機能を充実させることです。そうした教育機関や機能が全くないわけではりませんが、日本は海外に比べて十分ではありません。また、専門的な教育を受けても、その後の就職先が限られているという問題もあります。そのため、教育から就職まで含めた人材育成の仕組みを、国や行政において検討していただきたいと思います。特に、文化庁、文部科学省には、一体的に検討していただければと思います。

【吉見部会長】 どうもありがとうございました。

では、後半のほうについて、生駒委員、お願いいたします。

【生駒委員】 御指摘どおりのことが起こっていると思います。私のレベルでも、伝統工芸を扱っているということで、アメリカの富裕層の方がぜひ会いたいと言っていらしたり、あと、メキシコなんです。もう1つは、メキシコの結構富裕層の学生さんたちが日本の文化に触れたいということで、また見に行きたいみたいな話が結構今、押し寄せてきておりまして、今、本物という定義は難しいですけども、海外で触れたものを日本で本格的に触れたいという、富裕層に限らないと思いますけれども、そういう意向はすごく強まっているかなというふうに思います。そういうことを我々側がどうきちんと把握して循環させるようにしていけるかということが、1つ、課題としてあるかと思います。

もう1つは、どのような形で、海外の資本ですよね、おっしゃったとおり、例えば、LVMH

であるとか、去年、おとしでしたか、シンポジウムでさせていただきました海外の資本に我々が頼るべきなのかどうかということも含めて、実際に資本投下が始まっています。そういったことが、ありがたいことでもありますし、伝統工芸の世界ですと、やはりアメリカの篤志家の方が全面的にサポートして、グランプリを獲った方に500万の賞金が出るような、私はそうじゃないほうの伝統工芸支援プログラムに入っておりますと、企業協賛を集めてもグランプリの方に50万しか出せないんです。サポートの体制がそれぐらい額が違ってくる。なので、海外の方のそういう支援は非常にありがたいとは思いつつ、それがどういうふうな形で日本の、今ちょっとお聞きした寄附ですとか、サポートの場合の税金の処理ですとか、受けた側もどのぐらいメリットがあって、どういう形で定着していくのかというのは知りたいところです。

ただ、海外の資本家の方も皆さん気を遣っていらっしゃるので、買収するとか、そういうことは一切体制として取っていらっしゃらないので、協業であるとか、対等な形で必ず今されているんです。牡蚕がそうですよね。絹の産業まで日本が一度失ってしまった。シルクの産業をもう1回再興する。今、すごく蚕がブームになっているんですけれども、そういうものをもう1回盛り上げる。AIとリンクさせて養蚕の産業を立て直すというのが、またこれもLVMHさんも支援で始まっていると聞いています。

それ以外にも、金沢、京都、老舗にたくさんサポートが入っていますので、今後はそういったことも並行して、我々、見据えていかなくてもはいけませんし、希望としては、日本側から先ほど御説明いただいたような形で個人で寄附したいという方、さっきの博物館ですか、すごくいらっしゃると思うんですけれども、なかなかクラウドファンディングとか以外に、どういうふうにしたらいいか分からないと思っている方もいらっしゃるもので、そういったことの掘り起こしですとか、そういったことも期待したいところだと思います。

【吉見部会長】 ありがとうございます。

今、議論に出た資金の循環や調達に関しては、人や組織の問題もあると思いますけれども、同時に制度の問題といいますか、特に税制だと思いますが、税制を中心とする制度の問題が非常に大きくて、先ほど、小池委員が俯瞰図を見せてくださいましたこの1つ1つについて、このところの人や組織、それから制度、もろもろチェックして検討するということが必要なのではないかと思います。

オンラインのほうで中島委員が手を挙げてくださっていますので、中島さんのほうから御発言いただきたいと存じます。

中島委員、お願いします。

【中島委員】 改めて、皆さん、よろしくお願いいたします。

本日の発表、どれも非常に参考になるというか、興味深く拝見させていただきました。私自身も文化と教育に関わっているので、やっぱり資金の循環、経済的な面というのは、これ、私たち自身もそうなんですけれども、諸外国で見ても、やっぱりいろいろな国が伝統芸能とかをどう守っていくかというところで、すごくいろいろ悪戦苦闘されていることを見てるので、非常に参考になると思いました。

質問というより、意見も含めてで、皆さんの所感を伺いたいのですけれども、ちょっと私の中で課題感として追加で感じていることを幾つか述べさせていただきます。

企業とかの投資とか、その辺りは今後必要だし補助金もそうなのですけれども、もうちょっと文化が日常化するといいなということをずっと思っているところです。

B to Cの価値づけのところが、今あまり話されていないかなと思うんですけれども、手軽なもので、ちょっと今日、音楽を聴きに行ってみよう、すてきだから、このぐらいの値段だったら買えるなという、すごくお金持ちの方だけではなくて、割と一般の方々が文化に対してもうちょっと関心を持って、それが思わず手に届く、韓国の音楽とかは割とそういうことが成功しているのかなと思うんですけれども、その辺りのところが、もう少しできるといいなと思っています。これは教育とかにも関わってくるのかと思います。

と同時に、アーティストたちのほうとすると、今まで割と対個人でやっていることが多くて、やっぱり弱かった。あるいは事務所とかがあったとしても、従来の芸能事務所とかは、どうしても個人のアーティストたちの立場が弱めであったというところから、今、新たなそういう事務局というか、事務所の在り方みたいなものが求められているのかなということを今すごく感じています。

例えば、和太鼓集団の鼓童さんとか、最近、御一緒していますけれども、あそこもやっぱり事務局があることで守られていたり、世界のほうでもやっぱり意外にアーティスト自身が会社を立ち上げるとか、私自身も割とそういうところもあるんですが、何かそういう形でアーティストたちを守りつつ、個人としてではなくて、組織として立ち上げつつ、でも、そこにはアーティストだけではなくて、やっぱり事務局の人たちがいる、いろいろな手分けをしながらそういう文化を守っていくという組織の在り方がやっぱりまだ弱い、割と個人がいて、やっている人たちが本当にまだまだ多いと思うので、その部分の新たな組織の在り方がどうなのかなということをちょっと思っていました。

それからもう1つ、これはより深く言ってしまうんですけども、経済の在り方として、やっぱり今、社会全体が参加型の時代というか、すごくごちゃまぜになってきて、対価を払うほうと受け取るほうという関係性が大分崩れてきている中の新たなビジネスというものが、これ、文化に限らず、すごく求められつつあるというところだと思っています。AIとかも台頭してきて。だから、そういうごちゃまぜの時代における新たな経済循環の在り方がどういうものなのかということを経験的に考える必要はないかと思いました。

あとは、文化とは何かというか、私たち、インクルーシブとか、やはり文化ということと多様性ということは切っても切り離せないかと、それは土地土地の多様性であったり、いろいろな国であったり、自分があるからこそ、ほかのものが、1つ1つの個性みたいなものが浮き上がる場所なので、やっぱりごちゃまぜにするというか、多様な存在があることと文化ということが、非常に切っても切り離せない何かがあるかと思っています、こういうことを真摯に話す場も必要なのではないかと思っていた次第です。

簡単に観点として考えていたことを4個述べて終わりにしたいんですけども、本委員会でも出ていましたけれども、ローカルということです。ローカルの価値がすごく出てくるんだなと思っています。ローカルの中には、祭りとかもそうですけれども、究極のプロフェッショナルとともに、プロじゃないけれども参加していて、みんなの持ち寄りによって成り立っている、観光業にもつながるけれども、でも、観光だけでもなくて、自分たちがやっぱりそこを大事にしていこうということで、持ち寄りでやっているような文化もあるかと思っています、こういうものの価値づけとか、未来に残すために何をすればいいのか。

それから、先ほどから出ている教育、人材育成のところでは、やっぱりここもすごく重要だと思っています、文化の意味合いは、やっぱり文化をもっと日常化するというのも必要なのではないか。だから、特別なものというか、お金持ちであったりとか、何か特殊なときに寄附をするというだけではなくて、もっと日常から関わり合えるような意味合いというものを経験、人材育成、両方の観点から必要かなと思いました。

あと、B to Cという意味では、イベント業、イベント業者とコンテンツを持っているところが、今、連携が十分できていないかと思っています。イベントを回していくということがコンテンツを持っているところがしっかりできるような体制、連携でもいいんですけども、そこがすごく必要なのではないか。

それにも近いんですけども、最後に場づくり。つまり、コトとモノとヒトと場が、もうちょっと連携しながらやっていかないといけない中で、イベントというコトとか、コンテン

ツとか、ヒトというだけではなくて、さらにハード面も含めて、どういう場でそういうことをやっていくのかという場を含めた議論、もちろんミュージアムであるとか、そういうものもあるんですけど、箱としてだけではなくて、場というか、何かそういうものがすごく大事で、多角的に議論していくような場が必要なんだろうなと思っています。

ちょっとまとまっていないんですが、とにかく文化が日常化してくる、それによって、もう少し全体としても回っていくような形がとれないかなと常々思っているのです、その辺りについての御意見を伺えたらと思います。ありがとうございます。

【吉見部会長】 ありがとうございます。

もうちょっと回したいと思います。

飾森委員、お願いいたします。

【飾森委員】 三菱UFJの飾森です。

お話が多岐にわたっているので、資金循環の面と、ブランディングの面で意見を申し上げればよろしいですか。

今日の先生方のお話を聞いて、民間の事例ということで、うちの会社の事例を話させていただいて、議論の御参考にいただければと思ひまして、まず1個目のブランディングに関して、生駒先生のお話はそのとおりだと思ひまして、文化をジャンルを超えて押し出しをするという意味では、先ほどは B-OWND の例をお出しになっていましたけれども、ああいう石上賢さん（丹青社・B-OWND）のように文化を、いわゆるジャンルを超えて押し出せるプロデューサーの存在がもっと必要なのではないかということで、我々もそういう方たちをもっと可視化して育成・連携をする仕組みづくりに取り組んでいるところです。

それから、やっぱりそういうプロデューサー的な人たちがいても、ジャンルを超えていけるような工芸作家たちをもっと育てなければいけないということで、1つ今年からやっております当社とLVMHの共同の取組では、日本の若い工芸家たちが、自分の専門ジャンルを超えて新しい作品をつくり、それを海外でプレゼンテーションする機会を創出しています。今年は、日本の工芸作家、例えば、漆をやったり、陶芸をやったり、ガラスをやったり、いろいろな方たちが、和紙とコラボレーションして、自分の表現をするという枠を超えた取組をして、それをLVMHと我々で応援をして、海外でそれをプレゼンテーションするという、機会を与えるということと。あと、若い作家たちがLVMHの各メゾンにプレゼンテーションして、自分の作品とLVMHの様々なメゾンとのマッチングの機会をつくるというプログラムも立ち上げています。こういう形で枠を超えていける作家たちを育てるということも必要かなと。

もう1つ当社がやっておりますのが、これは文化庁の助成金もいただいている取り組みですが、プロデューサー的な人たち、富裕層マーケティングに強い方たちと、京都の寺社仏閣と連携をしまして、京都の寺社仏閣の体験と、寺社に工芸品、美術品を飾って、そのバックには百貨店を置いて、販売もできるようにする、そして、そこに訪れた富裕層の皆さんが、寺社仏閣の体験を楽しみ、すてきな工芸品を買い、その後、京都の食とかツーリズムを楽しんでいただくという一連の文化の体験をしていただくというパッケージをやっております。

これは文化とツーリズムの掛け合わせということで、実際、ビジネスにするためにということと、その中で工芸家たちを育てる、見える化するということの仕組みをつくって回していますという事例です。

あとは、後半の資金循環の事例としては、ちょっとジャンルが違いますが、先ほど、映画製作委員会の話が出ましたが、弊社は、新しい映画制作スキームということで、Japan Creative Worksというファンドをつくってしまして、これの特徴は、後ほどプレスリリースをお配りしたいと思いますけれども、いわゆる銀行として資金調達のファンドを組成しているだけでなく、これはクレデウスさんという映画制作会社と講談社さんとのスキームになっていますので、資金調達と、コンテンツのプロの人たちの目で、どんな映画に投資をしたらいいのかという目利きができるということと、まず最初にファンドがお金を拠出するので、安心して作家の皆さん、クリエイターの皆さんが作品の創出に集中できるということと、なるべく早くクリエイターの皆さんに成功報酬が配れるということで、新しい映画の制作スキームをつくりまして、第1号としては、今、ヒットしている「ブルーロック」がこのスキームで実現されていますので、つくる人たちにとっても、クリエイターの皆さんにとっても、いいスキームであるかなということで、御参考でございます。

あと、ちょっとこれはまだビジネススキームを検討中なのでここだけにしたいのですが、先ほどのお話のとおり、いろいろな寄附の仕組みが世の中にあり、その仕組みを使って、例えば、寺社仏閣の修繕とか、いろいろなところの工芸品とかに支援をしたいけれども、どういうふうに支援したらいいかわからないという、企業は多数いるので、そういう方たちに対して、価値あるものに価値ある支援をするためのコネクションをするという寄付マッチングコンサルティング事業みたいなものも、今、検討しています。これは、できたらまた皆様から御意見もいただきたいので発表させていただきたいと思いますので、やっぱりそういうことをしたい人と手段はあるけれども、それをどういうノウハウとか、ナレッジを持って適切なところにお金を注入すればいいかという、そのコンサルをできる人

がないということ。これを我々金融ができないかということを計画をしています。

最後に、地方創生絡みなんですけれども、私たちは、オープンファクトリーの仕組みと協同しまして、地方の様々なものづくりの拠点とか工芸の拠点を、もっとアップデートして世界に向けて価値を出せないということをやっている、工芸コモンズという仕組みを持っております。

今年は、香川の「CRASSO」というオープンファクトリーで、有名なのは手袋とか刺繍とか、そういうテキスタイルが有名な地域で、ここをもっとブランディングしてマーケティングを強くして、ここの商品が、分かりやすく言うと、鯖江のように、鯖江ブランドが日本中、世界中に出ていったように、もっとこういう地域を増やせないかというプロジェクトですので、今年は香川の「CRASSO」と、佐賀の有田の「NEXTRAD」というオープンファクトリーを支援する。支援の仕方は、もちろん我々は銀行ですので、資金の使い方とかということもあるんですけれども、それ以外に、先ほどの最初に出たクリエイター、工芸プロデューサーというような、文化とものづくりの枠を超えて、魅力的な作品とか、地域ブランディングができるような人たちをうまくマッチングをして伴走支援をして、いろいろな地域の好事例をつくっていくという取組をやっていますので、これもまだ始めたばかりで成果が出ていないんですけれども、もう少し成果が出てきたら御紹介したいと思いますし、これを日本の各地域で伴走支援をしたいという取組をしております。

以上です。

【吉見部会長】 ありがとうございます。

では、倉森委員、金野委員、石田委員の順番で御発言いただきたいと思います。

倉森委員、お願いします。

【倉森委員】 本当に今日の4人の方の発表は大変勉強になる意義深いものでした。ありがとうございました。

質問というよりも意見なんですけれども、さきほどから話題に出ている人材育成が「いつの時点から始まるのか」ということについて、この基本計画の中に「大学」が対象として書き込まれたらいいのではないかと思います。

美術大学に春から勤め始めて、先ほど竹下さんがおっしゃったように、就職先がないからということもあるのですが、プロデューサー育成のようなことがほとんどなされていないことを勿体無いと思っています。サブ選考みたいな形でも良いので、大学時代からプロデューサー育成が始められないか。私は自分自身の仕事はプロデューサーと思っています

が、それはNHKで仕事をする中で培われたもので、全く体系化されているような学び方をしたわけではありません。しかし、そういうことを竹下さんがおっしゃったように、体系化した学びにもできるはずで、そうした教育が大学で行われるよう計画の中に盛り込むという手はないでしょうか。

そしてもう一つ。「第二の循環」を活性化するためのメディア戦略についての情報提供です。NHKでは6月の組織改正で、IP展開局という新しい局ができました。今まであった知財センターと展開センターというところが一緒になって、いろいろなものの権利の所在をはっきりさせて国内・国外に展開をしていこうという組織です。

NHKは国の方針に則ってこのような組織改正をしたわけではありませんが、同じ方向を向いている動きがあることをご紹介させていただきました。

以上です。

【吉見部会長】 ありがとうございます。

金野委員、お願いします。

【金野委員】 ご説明ありがとうございました。それぞれ興味深く聞かせていただきました。

私からは、基本計画に盛り込むという方向で、長期の投融資のアイデアを申し上げたいんですが、小池委員の資料でいうと、Fに「企業・財団の長期資本投下型」というのがあるんです。ベネッセさんの事例が示されている。これの一般普及型というふうに理解していただきたいと思います。

背景として2つ申し上げたいんですけれども、1つは、最近、博物館も稼ぎなさいということが話題になって、賛否の議論がありますが、公的なお金とか寄附でまかなえている活動であっても、やはり経営をするという、当事者が経営という感覚を持たないといけないというのが1つです。

それから、文化施設が、50年たったら建て替えるのが当たり前みたいになっているのがどうも解せなくて、やっぱり100年、200年耐用するようなものを建てていくという文化をつくらなければいけないのではないかということが2つ目の背景です。

こういうことを考えますと、要は、建築や文化芸術活動というのはインフラだと思うんです。ソフト事業も含めまして社会インフラなんです。それもすごく良いインフラで、普通の建築は会計処理で減価償却するのと同じように実際の価値も減価していくんですけれども、歴史的建築とか、ソフトな文化芸術活動は社会を支えるインフラで、年を経るごとに価値が

上がっていくんです。これ、ヨーロッパでは普通感覚です。古いアパートマンのほうが高いんですね。そういうものを僕らは扱おうとしているんだから、なぜそれをやろうと思ったときに、10年償還の融資や投資の話になるんですかと。社会インフラなんだから、道路みたいになんと30年とか50年償還の資金を当たり前に出していくという文化をつくらなければ駄目だと思います。

これができたら、今、政府でやっているややこしい補助金がなくてもよくなりますよ。そういうみんなが参入しやすい資金システムを、ぜひ今回提案できたらというふうに思った次第です。

私からは以上です。

【吉見部会長】 ありがとうございました。

先ほどの小池委員の表は本当に役に立って、このDの企業版ふるさと納税型や、Fの企業・財団の長期資本投下型、これをどう発展させて、そのための仕組みをどうつくっていくのかということは、1つの突破口になり得る気がいたしますね。

石田委員、お願いいたします。

【石田委員】 ありがとうございました。今のお話、共感しかありません。

私からは、簡単に。小池委員の資料で、オーケストラを取り上げていただいてありがとうございます。御発表の中で収入構造のうち、民間資金がどれぐらいかあまりよく分からないというふうにおっしゃいました。それはそのとおりで、資料の示し方がそうになってしまっているのですけれども、この民間支援では、例えば、新聞社がバックについているオーケストラは、民間支援の中にその支援の額を算入しています。放送系のオーケストラのほうは、助成団体の中に入っています。ということで、団体によって数字のとり方が違うということをお話ししつつ、この表も見ながら思ったんですが、やはりオーケストラに関しましては、メディア等での露出の多い放送系、それから新聞社系は、民間資金もやはり集まりやすいという現状があります。

とはいえ、認定ファンドレイザーのような資格を持って、オーケストラの中で活動している人材もいらっしゃいます。そういう方たちが地道に資金を集めている団体がありますけれども、分類していただいたような資金調達手法がうまくその団体に組み込めるようにすることが、これからの課題だと思います。

今日は、ハウツーの話がメインでしたが、何にということに関して私の立場からは申し上げたいと思います。

それはやはり生駒委員のおっしゃっていたようなブランディングの話です。今、モノからコトに移っているということでしたけれども、私はさらにヒトに移っていくことも望まれるのではないかなということをお願いしたいのです。

昨日、京都で、これは東京でも実施しましたが、劇場の制作者たちを招きまして、その人たちがどのように劇場のシステムの中で働いているかということをはっきりとするという会を開催しました。ドイツの劇場の中で働いている日本出身の方々、社会のシステムの中に位置づく劇場、文化施設の芸術セクションで働いている非常に優れたアーティストたちでもあります。

彼らは、日本の芸術上のテクニックを輸出しているということなのだと思います。そういう人たちの存在も、我々はこういう場での話の中に入れていきたいです。またどちらかというと、パフォーマーであるアーティストに話がいきがちなんですけれども、その人たちを支えて舞台などをつくっていく、そういう制作者にも、実は海外で活躍している人たちはいます。そういう人たちのフォロワーをどんどんつくっていく。そのためには、やはりそういう道をめざす若い人たちを支援するような仕組みを、早急につくるということが必須だと思うんです。そういうことにも我々は目を向けていきたいというふうに思いながら、金野委員の先ほどのお話を聞いておりました。ありがとうございました。

以上です。

【吉見部会長】 ありがとうございました。

後藤委員、お願いいたします。

【後藤委員】 金野委員が言われたことに補足で、全体の視点でも抜けてしまっているかなと思うのは、そもそも減価償却で建物の価値が減るというのは、日本のかなり特殊な税制で、減価償却の考え方自身は世界中にあるんですけれども、建物本体は、そういう減価償却だけではなくて、固定資産としては価格が変わらないんです。海外だと、減価償却する投資の部分と建てたときから変わらない部分とが両面あってという、例えばそういうふうになっていたり、日本みたいに土地と家屋が分かれていなかったりということで、資産課税の在り方そのものが全然違うので、税制のところで、寄附のことしか書いていないんですけれども、資産課税の在り方の中で、文化に対する投資みたいなものが、より活発に行われるような税制を検討するみたいな書き方があると、よりいいのではないかなと思うのと、今日は投資とか仕組みの話だったんですけれども、それを誘発することももちろんなんです。投資したくなる、モノが生み出される環境をつくるということが結構大事で、そういう

意味で、文化庁がまず最初にやるべきことは、クロスボーダーの話がありましたけれども、文化庁の助成自体が縦割りを誘発しているのではないかと強く感じていて、私が関わっている文化財なども特にそうで、建造物が保存のためにしかお金を出さないと、文化財保存という特殊な業界と世界が確立してしまっていて、むしろ文化財を活用して新たな芸術の場にすることに助成を出すとかというふうにやった瞬間に、そのお金自身がクロスボーダーを引き起こすということになるので、ありとあらゆる助成金が護送船団方式の縦割りに寄与するような出し方になっていないかということを見直すということがとても大事なのではないかなと思うので、その辺りを書き込むようにすると、より明るい第3期になるのではないかなと思いますので、意見として出させていただきました。

【吉見部会長】 どうもありがとうございました。

時間が大分超過してしまっていて、そろそろ締めなければいけないんですけれども、どうしてもとという発言、何かございますでしょうか。

よろしゅうございましょうか。

今日、4人の委員の先生方から、物すごく有益な御報告をいただきまして、かなり議論が前に進んだように思います。

キーワード的に言えば、体験ですとか、クロスボーダーですとか、ブランディング、それから、小池委員と竹下委員がお話いただいたような、浸潤期間のやっぱり全体像と、それからプロセス像が具体的に明確になってきたというふうに思っております。

これをどういうふうに最終的な計画の素案に埋め込んでいくかというところですけども、第1期計画や第2期計画を結構読み込んだんですけども、そうすると、第1期計画はとてよくできているんですけども、3点、やっぱりちょっと不満な点がありました。

第1点は、この4つの目標と6つの主要施策ということ自体はあまり異論がないんですけども、構造化されていないというか、なぜこの4つなのか、なぜこの6つなのか、6つはどうつながっているのか、4つはどうつながって、全体はどういうふうな構造になっているのかというのは、読んでもよく分からないというふうになって並んでいるんです。

いろいろ並んでいて、これみんな頑張りますよと言って、じゃあ全体の戦略的な構造はどうなっているんですかという問題ですね。やっぱりこういう計画は構造化されているべきで、AだからBになって、BだからCになって、必然的にこうなるということがやっぱり示されるべきだと思います。そういうものが、国家の戦略なのだと私は思っています。

それから2番目は、今日、竹下委員の御報告が、とてもその点で重要だったんですけど

も、時間軸です。つまり、何をやるべきかは書いてあるんだけど、じゃあ、どういう順番で、どういう段階的なステップを踏んで、ホップ・ステップ・ジャンプというか、明確にいついつということを示すことは無理だと思いますけれども、政策を進める段階的な時間軸がやっぱり示されるべきなのではないかと私は思いました。

それから3番目は、推進主体というか、じゃあ、誰がやるのかということなんです。誰がこの施策を推進するのか、政策の責任は誰がとるのかということです。そのときに、最初にも申しあげましたけれども、文化芸術推進会議という文化庁を超えた母体は、もっと重要だと思います。今のところ、形としてはあるんだけど、実質的に機能の仕方が不十分だと思います。文化芸術推進会議というせっかく省庁横断で文化庁が全部を束ねるみたいなことが法律で書かれているということは、結構すごいことだと思いますけれども、それならその組織を実質的なものにしていくべきです。この会議を、実際に大洋を航海できる船団にしていくためには、何をどうしていけばいいのかも基本計画の中に書かれた形にする必要がある。そこに、今日の議論も入れていくと、非常に実効性があるといえますか、有意義な計画の素案ができていくのではないかと考えております。

以上で終わりますが、今日、4人の皆様から、とてもすばらしい御発表をいただいて、今日はメインは資金循環とブランディングの話だったんですね。次回、10月ぐらいですか、10月ぐらいに、もう1回こういう会をやります。もう1回は、アーツカウンシル機能の話と、それから伴走支援でデータの話で、アーツカウンシルは石田先生からまた発表があるのではないかと思います。同時にもうちょっと基盤的な、組織とかデータとかの話、そういう話をもう1回やります。それを踏まえて、11月か12月ぐらいに、この最終報告の素案のラフなものを、私と文化庁でやり取りしながらつくらせていただき、御提示して皆様の御意見をもらっていくという見通しです。最終的にもう1回会議があるかと思いますけれども、1月辺りに会というか部会をやって、この最終報告案、つまり、文化審議会に投げて、来年度の文化政策部会のほうに投げる最終報告案が1月にまとまると考えておりますので、そのプロセスに今日の4名の先生方の御発表は十分生かしていきたいと考えております。

最後になりましたけれども、生駒委員、小池委員、竹下委員、桶田委員の御発表、誠にありがとうございました。拍手。(拍手)

ありがとうございました。

それで、まだ実は議題2というのがあって、すみません、あと5分ぐらい、クリエイター基金について、事務局のほうから御報告いただきたいと存じます。

【相原文化戦略官】 お時間を超過しておるところ、手短にいきたいと思いますけれども、コンテンツを担当しております文化戦略官の相原でございます。よろしくお願いします。

資料6のまず2ページ目になりますけれども、令和5年度の補正予算事業につきましては、海外展開を視野に入れて、次代を担うクリエイター育成を図る事業と、その活躍、発信の場である文化施設の機能強化を図る事業の2つから構成されておりますが、5か年の活動計画の下で、第1期として3か年分をクリエイター支援基金で弾力的に支援をさせていただいているというものでございます。

採択から2年半ほどたちまして、今年度は、これまでの成果目標の達成状況等を検証した上で、第2期となる4、5年目の予算措置を検討するということとなっておりますところ、今回、日本芸術文化振興会の事業検証委員会から検証結果の報告を得ましたので、本部会にも報告をさせていただくというものでございます。

次のページをお願いします。

採択事業の全体像は、クリエイター支援で28件、文化施設で13件、また、育成者もそれぞれ書いてございますとおり、合計で約700人規模というようなことでございます。これに芸文振、アドバイザーが、右側にございますように伴走支援を行いながら進めてきたというところ です。

事業には、中段にありますように、のKPIをそれぞれ設定しています。クリエイター支援であれば、世界的な芸術祭、専門誌等の高評価を得たプロジェクト、内外のネットワーク構築数、著名な賞の受賞・ノミネートといったような3層で構成しております。

このうち、左側、クリエイター支援については、実績でKPIの2、3は、既に目標を達成しておりますして、KPI1も含めて、さらなる進展が期待されているところ。また、右側、文化施設につきましても、KPI1は、ほぼ目標達成、またはKPI2は、200%という達成率になっております。文化施設のほうは、特に3年目に出展、公演を行う計画が多いことに鑑みまして、KPI3という部分も含めて、今年度さらに進展が期待されるような状況となっております。

また、その下に、画像を含めて特出した成果の例も一部掲載しておりますけれども、新国立劇場バレエ団、初めての海外公演を支援しておりますけれども、この「ジゼル」のロンドン公演は、アジアの団体として初めて批評家協会賞を受賞することもできたということになります。

改めまして、この資料の後ろのほうに、この資料6の参考1ということで、7月の書面開催時の部会の資料抜粋を添付しておりますので、そちらに一部成果が載っておりますので、

御覧いただければと思います。

下にございますように、検証委員からは、国際発信、育成者の成長、ネットワーク構築といったところで高い評価をいただきました。

次のページで、活動・アプローチについてでございます。総括的に、海外との協働により創造活動の高度化やマネジメントの知見蓄積といった成果も特出した部分でございます。

中頃の段、成果目標のところでございます。この数値は、一番下に注釈のとおり、それぞれの団体自身の計画を踏まえて団体ごとに設定されているものでございますが、進捗状況について、各団体、施設で100%進捗しているという団体、施設の割合が、ここの進捗の割合として書かせていただいている数値の意味合いということになります。

このクリエイター支援の部分は、育成数、団体、キュレーター、連携数など、いずれも順調というようなところでございます。今年度で、ほぼ全ての団体が目標達成となりそうだという状況。

それから、文化施設につきましては、右側、主催事業数、入場者数の2つの部分で、目標を達成した施設の割合が低くなっております。ちょっと下に文字で書かせていただいておりますが、昨年度末時点の実績で、目標事業数を達成した施設がないということで0%になっておりますが、事業本数ベースで見ると、下の文字の記載のとおり、64%ということになっておりまして、今年度の進捗もしてくれば、全体として、ここも達成する施設が伸びてくるのではないかというように見ております。

また、次のページでは、個別の事業について、これらのKPIだけにとらわれず、成果、課題を御指摘いただいております。全体を通じて、人材の成長、国際発信、ネットワーク構築といった点で着実な成果、今後の海外展開につながる関係構築、基盤ができたというような評価をいただいております。特に舞台関係は、海外展開の長期停滞があった中で、それを打破する顕著な成果であるという評価をいただきました。

メディア芸術の中では、育成者の対象範囲やゴール設定、あるいは、それに関連する取組といった部分で計画の精緻化を求めるような御指摘もいただきました。

全体を通じて、下のほうにございますが、マーケティングの充実、知見共有を進めて、文化芸術界全体に波及させてほしいという評価をいただきました。

私どもとしても、検証委員会、あるいは、本部会の先生方からいただきました御助言を、採択団体に対して効果的に伝えていきますとともに、第2期の予算継続の検討の基礎材料とさせていただきたいと思っております。

また、特に事業成果の横展開、成果の共有といった部分につきましては、日本芸術文化振興会で成果報告会を6月にも開催いたしましたけれども、分野内、あるいは異分野間で知見の共有といった取組を行える場を設けさせていただきました。この辺りも様々御助言を得ながら、さらに工夫を図ってまいりたいというふうに考えております。

このほか、この資料の最後のほうに、資料6の中の参考資料2として、マンガ翻訳者育成など、中核的な専門人材の育成・確保に関わる令和7年度補正事業の第一次公募の採択結果をおつけしました。また近く第二次公募も予定しておりますところでは。

最後に、参考資料3といたしまして、最近の政府文書におけるコンテンツ分野の人材育成に関する記載の抜粋もおつけしましたけれども、今後このクリエイター支援基金の充実にさらに検討を進めてまいりたいと思っております。

以上でございます。よろしくお願いいたします。

【吉見部会長】 どうもありがとうございました。

御質問などありましたらお願いいたしますが、何かございますでしょうか。

よろしゅうございましょうか。

どうもありがとうございました。

もう既に時間をちょうど15分超過してしまっております。私の不手際で申し訳ございません。では、これで第2回文化経済部会を閉会とさせていただきたいと思います。

最後に、事務局から連絡事項をお願いいたします。

【永友補佐】 本日は、様々な御意見をいただき、誠にありがとうございました。いただいた御意見を踏まえて、次回以降の文化経済部会での議論について検討を進めてまいります。

次回は、また別のテーマになりますけれども、議論が積み上がっていきますように、部会長や発表いただく委員に御相談し、今回発表いただいた先生方にも御知見を伺いながら進めてまいりたいと思っております。

次回以降の予定につきましては、また追って御連絡を差し上げます。引き続き、どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、これで第6期第2回の文化経済部会を閉会とさせていただきます。委員の皆様、今後ともどうぞよろしくお願いいたします。ありがとうございました。

【吉見部会長】 どうもありがとうございました。

— 了 —