

事務局説明資料



令和4年3月2日(水)

文化庁 文化経済・国際課

1. 第2回基盤・制度WGの議事概要（2月18日）

- 価格評価のみを行う場合であっても、真贋評価は必ず必要で、個々の判断によって学術上の評価を加味するケースも存在する。
- 取引事例比較法を採用するにしても、オークションは価格が上振れやすく、逆に公立館が購入する場合は、価格交渉してから購入するので下振れやすく、価格の幅が出やすい。個々の事例は特殊なので、大量のデータ蓄積が必要ではないか。
- 価格には、売買価格などの動的な価格もあれば、資産評価額などの静的な価格もあり、どちらを念頭に置くか。精通者意見価格の場合も、精通者がどちらを念頭に置いているかでばらつきが出るのでは。
- 価格の考え方について、何を基準において考えるのかを整理していこう、というのがこの議論の趣旨であって、新たな制度である以上、基準は運用を進める中で適正化されていくべきで、最初から完全な制度設計を志向し、完全な制度でなければ実施すべきでないとするのは適切な考え方ではない。
- 財産債務調書は、年末の時価評価額を記入するケースは少なく、取得価格で済ます実態も多い。
- 日本税理士協同組合連合会が、株式会社美研鑑定と連携して、美術品鑑定サービスを提供している。また、地域の税理士会が地元の鑑定機関と連携しているケースもあり、実態把握が必要では。
- 売買件数が増えて、アート市場が活性化するためには、ここで挙げられている機能は必要だろう。文化的価値と市場価値が切り分けて示されることが重要。まずやってみて、改善していくのでは。
- 市場は価格のボラティリティが存在することが前提で、参加者が共通認識を持つことが重要。
- 不動産鑑定評価の場合、実際には売買しない土地にも価格を付ける。住宅地・工業地・商業地など用途によって分類しており、こうした考え方は参考にできるかもしれない。
- 何を目的にした価格かを考えることが重要。今回の目的はアート市場活性化であり、まずは動的な価格を念頭に置くとして、他方で課税資産評価を切り離すことは望ましくないのでは、双方のチューニングを考えていく必要がある。
- 日本の鑑定評価制度が、戦後なぜ作られなかったのか。作ろうと思えば、未上場株式のようにいくらでも設計できるはずだが、保有資産割合や流通量の少なさや、評価のむつかしさから作られなかったのでは。
- 時価ではなく、路線価のような誰もが使える統一的な基準価格として考えるのでは。不動産の場合も同様であるが、信頼できる価格、というコンセンサスを形成できることが重要。
- 時価の概念について、統一基準を作るのは難しいが、とりあえず作って変えていくでは。日本の他のシステムからか、あるいは海外の最新の事例を持ってくるということも考えられるが、その場合は売却時価か。
- 鑑定価格の実績が増えたときに備えて、経年変化を把握できるメルクマールが必要では。
- 土地鑑定については、鑑定業務の不正に対してペナルティがあり、鑑定業者がすべて正しい行動をとるという前提を置かないほうが良い。
- 企業価値算定の場合、専門家が共通認識を持っていて、一定のフォーミュラがあることが重要。人材育成の観点からも、方法論のガイドラインとなる専門書があるとよいのでは。
- 公益法人のみを対象とするのでは、認定対象機関の候補が少なくなるのではないか。
- 鑑定事業自体は、公益事業というより営利事業と思われるので、「公益法人」といのは、鑑定以外で公益事業を行っていると思われる。
- 売るときの価格と、残すための価格が異なってもいいという前提が置けるとよい。
- 精通者価格の透明性を高めることは重要だが、それゆえに現に機能している実態もあり、あるべき姿との乖離とそれに向かっていく場合の影響は議論していくべき。
- 70年以上にわたってなにもされなかった領域に、新たな制度を設けるというのが、今回の議論の要諦と考える。必要と主張し、実態を鑑みて実施できる者に委任してみて、制度を観察してみるというアプローチをとりながら、とにかく前に進めて走りながら考えるべき。必要性や妥当性のない制度はそもそも用いられない。
- 市場活性化の観点から、価格の妥当性をどう判断するかが悩ましい。
- 実際に評価額算定を行っている画商の方などの意見を聞いた方が良い。
- 評価と鑑定の機能は違うので、どちらに軸足を置くかが重要。
- アート市場活性化のための鑑定制度という基本を置きつつ、将来的に相続税評価にも使えるなどの税制インセンティブを付けていくという進め方が、実態を作っていく観点から望ましい。
- 客観性のある指標や数値を使うという点については、企業価値を測定する手法も参考になるのでは。

2. 第1回WGの議論の補足①（企業版ふるさと納税をうまく活用した事例のポイント）

- 企業版ふるさと納税をうまく活用した事例をみると、①自治体による積極的なPR活動、②オール自治体での取組、③効果的な企業アプローチ、④寄附企業への丁寧なフォロー、などがポイントとして挙げられる。

図1：寄附受入れに至る流れ

1. 市内の体制づくり

- 地域再生計画の認定（具体的な寄附の見込みがなくても可）
- 企業版ふるさと納税の担当部局が各部局に制度を周知（幹部会議や市内掲示板などを利用）
- 横断プロジェクトを立ち上げ、企画・立案・実働で連携

2. 企業のリストアップ

- 企業版ふるさと納税の担当部局が、産業振興の担当部局等に企業情報の提供を依頼
- 寄附を依頼する企業候補をリストアップし、市内共有

3. 企業へのアプローチ

- 寄附活用事業のPRチラシを作成し、企業へ送付
- 電話やメールによる営業活動からアプローチを進める<アプローチの主体>
 - －都道府県が、市町村の事業を取りまとめて発信
 - －首長や幹部職員によるトップセールス
 - －企業と接点のある外部の人物の協力

4. 企業からの寄附を受け入れる

5. 寄附受入れ後のフォロー

- ・寄附企業名等を積極的に発信（HPや広報誌）
- ・企業名入り銘板の設置、寄附目録の贈呈式・記者会見完成式典等への招待など
- ・寄附活用事業の進捗報告（活用用途や効果など）

図2：好事例における寄附受入れに係る工夫

岡山県瀬戸内市：国宝「山鳥毛」購入活用プロジェクト

地方公共団体 寄附受入れの経緯・工夫

寄附を募るに当たって、当市に縁のある企業や刀に関心がありそうな企業をリストアップし、電話等で連絡するところから開始。当市の事業や企業版ふるさと納税制度の内容を記載したパンフレットを企業に送付したことや、県内の地方紙に新聞広告を出したことも効果がありました。市長のトップセールスが寄附の決め手となったケースも多いですが、寄附企業が他の企業に声をかけてくれた結果、即決で寄附が決まったこともありました。ふるさと納税やクラウドファンディングとあわせて資金集めを行ったことや、地域新聞や放送局などの協力を得たことで、事業そのもののイメージや認知度が高まったことも寄附獲得につながりました。また、プロジェクトに共感してくれた、地域で発信力のある方をアンバサダーに任命し、当市と企業とのパイプ役を担っていただいたことも大きな効果がありました。多くの方に日本刀に興味を持っていただくため、刀に関連のある神社やイベント等で積極的にPRを行い、SNSで日本刀に関するプチ情報を積極的に発信しました。

寄附企業 寄附の経緯・効果

岡山県の宝を守ることで地域に貢献したいという思いから寄附を決めました。瀬戸内市から招かれた内覧会では、実際に購入した国宝を目の前に見ることができ、県外に流失しなくて本当によかったと感じています。

香川県：瀬戸内国際芸術祭を中心としたインバウンド推進プロジェクト

地方公共団体 寄附受入れの経緯・工夫

従前より寄附をいただいていた芸術祭の協賛企業等から企業版ふるさと納税を活用した寄附をいただくことが多いです。寄附企業には、芸術祭における活動や展示作品などを取りまとめた記録集を贈呈するとともに、次回の芸術祭に向けた準備の進捗状況やイベントなどを伝えるメールマガジンを発行するなど、寄附をいただいた後においても、寄附企業との関わりを大切にしていることが継続的な寄附につながっています。多くの寄附企業が、芸術祭での受付業務や作品制作のボランティア活動、自社ホームページで芸術祭を盛り上げる活動など、自発的な取組を通じて事業をサポートしてくれています。

寄附企業 寄附の経緯・効果

過疎化が進む瀬戸内海の美しい島々に活力を取り戻そうとする芸術祭の趣旨に賛同して継続的な寄附を行っています。休校していた男木島の小中学校の再開や、国立ハンセン病療養所がある大島への定期航路の就航、休耕田となっていた豊島の^{おぎしま}棚田の風景の復活など、芸術祭が地域の活性化に寄与していることも寄附のモチベーションにつながっています。

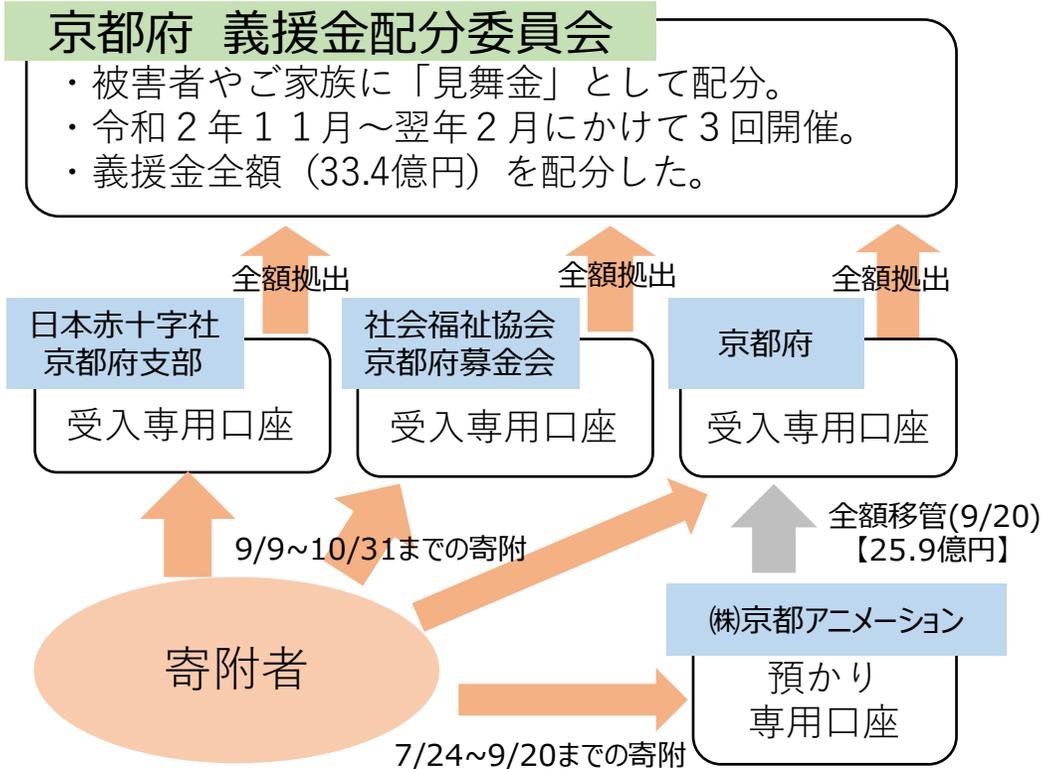
（出所）内閣府地方創生推進事務局「企業版ふるさと納税活用事例集～全国の特徴的な取組～」
（令和3年3月発行）（図1は文化庁による加工）

3. 第1回WGの議論の補足②（京都アニメーションの寄附スキームの特色）

- 令和元年7月に発生した株式会社京都アニメーション放火事件に係る義援金については、**京都府が義援金配分委員会を組成する等により「特定寄附金」として扱うことが可能なスキームを構築した。**

（1）寄附スキームの概要

- ・ 令和元年7月に株式会社京都アニメーション本社ビルで放火事件が発生（死傷者は70名に上り、平成以降最悪の被害）。
- ・ 事件の被害者への支援を目的として、国内外から多くの義援金が寄せられたところ、以下のようなスキームで配分が行われた。



（2）本スキームにおけるポイント

- 本事件により、多数の方々が生命又は身体に危害を受け、甚大な被害が生じていることを以て、被害者やご家族への見舞金（※）となることを募集要項等において明記することで、義援金を受け取る個人（被害者や遺族）の税負担を回避することができた。
- 寄附者と被害者・遺族の間に、自治体（京都府）を立てることで、「地方自治体への特定寄附金（ふるさと納税）」とみなすことで、寄附者の税負担を軽減することができた。
（法人の場合は、「国等に対する寄附金」に該当し、全額損金算入）
- 募金団体が専用口座を設けて、受領した義援金の全額を京都府の「義援金配分委員会」に拠出することを募集要項において明記することで、災害義援金と同様に、募金団体への寄附を自治体への寄附とみなすことができるようになった。
- 京都府に設置された「義援金配分委員会」は、義援金を一元的に受け入れ、被害の程度等に応じた公平かつ適正な配分を行うために設置され、見舞金が社会通念上認められる相当の金額であることを明確化。
- 株式会社京都アニメーションの預かり専用口座に寄附された分は、受入専用口座に全額移管された上で、寄付金控除を希望する者に対しては、移管日を以て寄附されたことを証する受領証を京都府が発行することで、京都府受入前の義援金も寄付金控除の対象とすることができた。

4. (参考) 美術品の寄附税制に関する美術関係者からの声

- ある著名なコレクターより、実際のケースをご紹介いただいた上で、我が国の寄附税制に関する提案があった。
- また、公益法人等で受贈を受ける現場の声として、租税特措法40条の規定に基づく美術品の寄贈を受ける場合、要件を満たさなくなるときに課税される恐れのある「みなし譲渡所得課税」の肩代わり分への懸念なども聞かれる。

あるコレクターによる寄贈のケース

- 企業創業者が蒐集している現代美術コレクション。
- 公益財団法人に基金を設立し、作品を寄附。一部を寄附したが、その際に発生した寄附金控除額は控除しきれなかった。
- 公益に資する目的のため、公開・展示が必要だが、貸出しや展覧会開催は寄附者が意思決定可能。売却して別の作品を購入することも可能。ただし、保管料は寄附者が負担。

<提言案>

- 美術品に寄附した場合、税額控除を適用できないか。
→ 現行制度ではPST要件を満たす公益法人等のみ適用。
- 評価機関の確立（民間機関）が必要ではないか。
- 寄附金控除の繰越を認められないか → 米国は5年繰越可
- 租特法40条みなし譲渡所得課税の非課税措置を使いやすく。

ある公益法人による美術品の受贈の際のケース

- 美術品の寄贈を受ける際、取得価額と時価の差が大きい場合、個人が「みなし譲渡所得課税」の非課税措置（租特法40条）を適用した上で受け入れる。
- 本措置の適用要件は、①公益増進要件、②事業供用要件（2年以内の展示等）、③不当減少要件（寄附者の税負担を不当に減少させない）の3点。
- 本要件を満たさない場合、国税庁長官は非課税承認を取り消すことができる。公益目的事業の用に供した後に取り消された場合、**寄附者ではなく、受贈者である公益法人等に対して、取り消された日時点での時価**で譲渡所得課税される。
- 公益法人等にとっては、何らかの理由で公益目的事業の用に供することができなくなった場合を想定し、特に高額な美術品の受入れについては及び腰になることもある。
- ただし、取得価額と時価の差が、50万円未満であれば、特別控除の範囲内なので、上記を気にせず受け入れることが可能。

5. 第2回WGの議論の補足①（価格の種類について）

- 財産の価格には、売買・相続・贈与等の財の「移転」に係る価格と、移転は想定せず「保有」に係る価格の2種類が存在している。不動産・美術品のそれぞれについて、以下のとおり整理することができる。

図3：不動産と美術品の価格の種類

不動産価格	概要	用途	美術品価格	概要	用途
固定資産税 評価額(市町村)	<ul style="list-style-type: none"> ・土地の1㎡あたりの単価、建物にも設定 ・市場価格の約7割 ・3年に1度改正 	<ul style="list-style-type: none"> ・固定資産税の算出（・建物の相続税や贈与税の算出にも使われる。） 	評価額	<ul style="list-style-type: none"> ・財産債務調書に記入する価額（※） ・保険契約時の評価額 	<ul style="list-style-type: none"> ・財産債務調書 ・保険契約
相続税 路線価(国税庁)	<ul style="list-style-type: none"> ・市街地の道路に面した宅地の1㎡あたり単価 ・市場価格の約8割 ・毎年改定（7月） 	<ul style="list-style-type: none"> ・土地の相続税や贈与税の算出 	課税評価額	<ul style="list-style-type: none"> ・取引実例価格もしくは精通者意見価格 ・透明性が低いとの指摘あり 	<ul style="list-style-type: none"> ・相続税や贈与税の算出
公示地価 (国土交通省)	<ul style="list-style-type: none"> ・「標準地」に設定された土地1㎡あたりの単価 ・毎年公表（3月） ・市場価格に近い 	<ul style="list-style-type: none"> ・土地売買の目安 ・経年変化の観測 	美術年鑑等の 評価額	<ul style="list-style-type: none"> ・年鑑等の発行者が独自基準で算定 ・作家ごとの作品の市場価格の目安がわかる 	<ul style="list-style-type: none"> ・売買の目安 ・経年変化の観測
基準地価 (都道府県)	<ul style="list-style-type: none"> ・「基準地」に設定された土地1㎡あたりの単価 ・毎年公表（9月） ・市場価格に近い 	<ul style="list-style-type: none"> ・土地売買の目安 ・経年変化の観測 	市場価格	<ul style="list-style-type: none"> ・オークション価格、ギャラリー販売価格、美術館への売却価格など ・様々な要因で変動する 	<ul style="list-style-type: none"> ・売買の目安
市場価格 (実勢価格)	<ul style="list-style-type: none"> ・実際に不動産を売買する際に使われる価格 	<ul style="list-style-type: none"> ・不動産売買の目安 			

※財産債務調書に記入する書画骨とう及び美術工芸品の価額については、時価又は見積価格を使用する。見積価格については、①当該年中の直近の売買実例係数、②翌年に財産債務調書提出前に譲渡した場合は譲渡価格、③これらが無い場合は取得価額、とすることとされている。

6. 公的な鑑定評価制度に関する基本的な考え方（案）

1. 目的

- 公的な鑑定評価制度の整備を通じて、「**アート市場の活性化**」を実現することが目的。
 - アートの価格が客観的に分かりにくいいため、**新たな購入者が増えないという課題への対応**
 - 信頼性の高い時価評価手法の確立を通じた、**アート作品の「ナショナルアセット」の可視化**

※国が個々の美術品の真贋判定をしたり、文化的価値を判断する枠組みを作るものではない。

2. 本制度の対象

- 公的な鑑定評価制度は、**美術品等の「価格評価」の信頼性を高めるためのインフラ**として整備する。
- 「市場価格」については、**価格の透明性を高めるため、まずは過去の記録などの「見える化」**に取り組む。
- 「評価価格」については、**美術品関係者が共通して使用することができる信頼性の高い仕組み・基準等の検討**を進める。
特に透明性が低いと指摘されている「**精通者意見価格**」については**透明性を高める取組**を進める。
- 中長期的には、**税務における価格評価との整合性を確保**することを目指す。

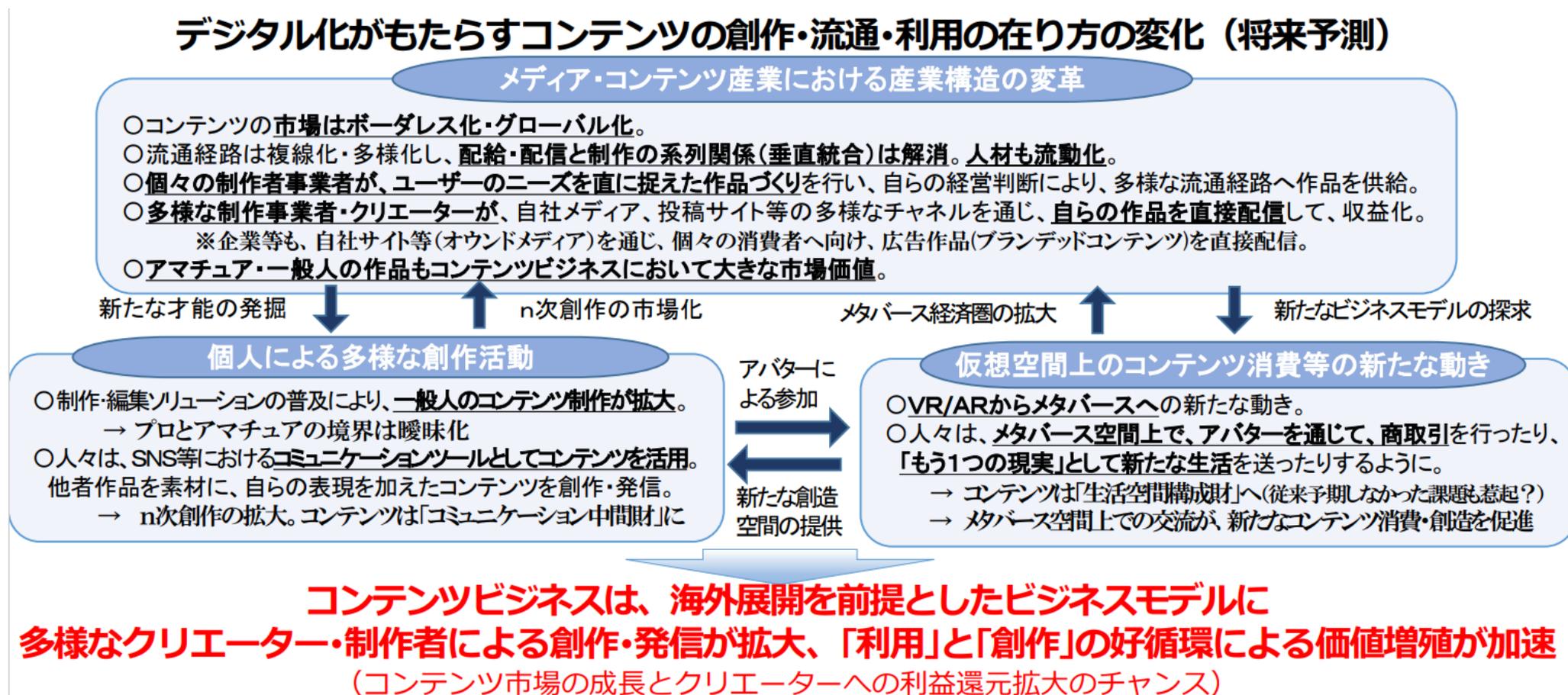
3. 制度設計の基本的な考え方

- 諸外国の中でもシンガポールの制度に倣い、**鑑定評価業務を行う民間事業者を認定する等の方法**を念頭に検討を進める。
- 上記のような方法を前提とした場合、認定等を受ける民間事業者に対して想定される要件は以下のようなものが考えられる。
 - 取り扱うことができる**美術品の種類を明確化**すること。
 - 鑑定評価方法について、**鑑定評価を行う体制（プロセスや鑑定評価者等の情報）を対外的に透明化**すること。
 - 過去の売買取引情報等の**価格に関する情報にアクセスできる環境が整えられている**（整えられる予定である）こと。
 - 専門領域に関する鑑定評価方法を、**次世代の人材育成に積極的に取り組む**。
- 検討に当たり、鑑定評価実務を行っている画商や、想定される制度利用者（税理士等）から実態を聴取しながら進めること。

7. 第3回WGで議論すべき論点について

- 「世界におけるメディア・テクノロジーの変化」をテーマに、①映像制作に係る世界の動向、②新たなテクノロジー（NFT、メタバース等）の潮流について、制度・税制との観点から整理する。
- デジタル化はコンテンツの創作・流通・利用の在り方を変化させ、①メディア・コンテンツ産業構造の変化、②個人の多様な創作活動の展開（クリエイターエコノミー）、③仮想空間上のコンテンツ消費等の新たな動きが生まれた。

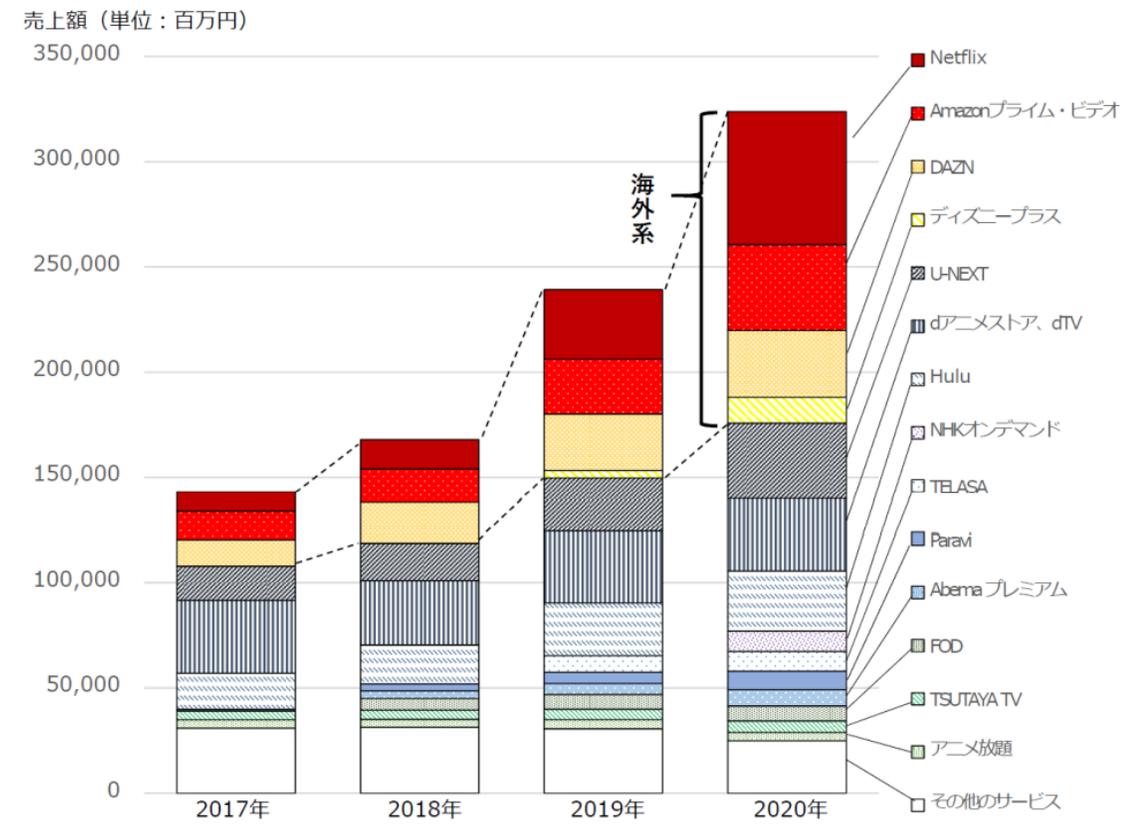
図4：現状認識の整理



8. 世界の映像制作の現場における環境変化①

- 世界の映像制作の現場においては、**配信放映作品の存在感が高まっている**。例えば、アカデミー賞では複数の配信映画がオスカーを受賞し、また韓国発のドラマ「イカゲーム」は世界中にブームを巻き起こした。
- グローバルな配信プラットフォームは、豊富な視聴者データを活用しながら、視聴者ニーズに合わせた**コンテンツ制作に注力し、巨額の投資**を行っている。日本市場は、今や「**制作の現場**」としての**優位性をもてるかどうか**が勝負。

図5：定額制動画配信サービスの市場推移（国内）



※GEM Partners「動画配信（VOD）市場5年間予測レポート」に基づき作成

（出所）知的財産戦略本部「知的財産推進計画2021」（令和3年7月）

図6：グローバル配信プラットフォームに関する動き

- 2020年4月に授賞式が行われた第93回アカデミー賞では、Netflixオリジナルの7作品がオスカーを受賞した。
- 韓国のドラマ「Squid Game(イカゲーム)」は、全世界で1億4,200万世帯が視聴、米国を含むNetflixの視聴ランキングで1位を獲得した。ブルームバーグ社が入手したNetflixの資料によれば、同作品のインパクトバリューは、予算24億円対して、約42倍の約1,017億円を生み出したとされている。
- 動画配信サービスDisney+を抱えるウォルト・ディズニー社は、2022年にコンテンツ制作費として330億ドルを投入するとみられている。
- Netflix社は、東京都内に世界初のアニメ制作拠点「アニメ・クリエイターズ・ベース」を設置、自社の動画配信サービス向けに日本の人材を取り込む狙い。

（出所）各種報道情報より作成

9. 世界の映像制作の現場における環境変化②

- 我が国の映像制作については、関係省庁で連携し、人材育成や取引環境整備など様々な取組を行ってきている。
- 他方、「制作の現場」として真に世界で高い競争力を持つために、**諸外国で行われている映像制作に対する強いインセンティブ措置**を念頭に置きながら、我が国における取組について、別途検討を進めていくべきではないか。

図7：諸外国における映像制作のに向けた取組（税制優遇）

アメリカ

- 譲渡可能な税額控除(Transferable Tax Credit)や還付可能な税額控除(Refundable Tax Credit)を導入している州が存在する（所得税）。
- 特徴としては、以下の2点。
 1. 譲渡可能：税額控除に関する権利を譲渡・売買
－納税義務地と制作地が異なる場合、税額控除メリットが受けられないことへの代替的なインセンティブ措置
 2. 還付可能：納税額を控除額が上回ると、還付可能
－例えば新プロジェクトのために新会社を設立する場合、税制メリットを受けられないのを回避。後払い補助金。
- 対象となる制作費は州によって様々だが、基本的には州内で支出された制作経費が対象となる。
- 行政当局側もきめ細かにプロセス管理を行う。

フランス

- 財政的に独立した権限を持った「フランス国立映画・映像センター」を中心に各種助成事業を展開。
- 海外映画の誘致のため、2012年よりタックスインセンティブを導入。いくつかの条件を満たす場合は、制作費の30%~の税金還付による支援が得られる。

イタリア

- 制作から配給、投資に至る様々なフェーズで税優遇措置。
- 制作：制作に係る支出の30%の各種税優遇。
- 配給：配給に係る税控除（上限有り）。
- 投資：投資額の30%に対して控除
- 海外映画誘致のため、政府による投資に係る各種税優遇（上限有り）。

10. 新たなテクノロジーの潮流

- 2021年、「NFT」や「メタバース」といった**新たな技術トレンドが文化芸術領域において大きな影響**を及ぼした。
- NFTについては、アートの高額取引を契機に、**様々な領域で応用事例が創出**。また、仮想空間では、**既に様々な創作活動が行われているが、経済圏としての活用可能性が意識され**、様々なプレイヤーが参入してきている。

図8：NFT（Non-Fungible Token）について

- ブロックチェーンで発行された**代替性のないトークン（≠コンテンツ）**。
- デジタルコンテンツ等に関する情報を、改ざん可能性が低い形で、記録し、永続的に蓄積することができる仕組み。デジタルコンテンツの**「希少性」を表現することが可能な点**において意義がある。
- 2021年2月、NFTを活用したアート作品の高額落札が話題。アート・ゲーム・音楽・ハイブランドなど**様々な領域で活用**。

(事例)

- ①Beeple:「everydays: the first 5000 days」クリスティーズが初めて実施したオークションで、約75億ドルで落札（2021/3）
- ②**手塚プロ公認のNFTプロジェクト**にて、鉄腕アトムのもザイクアートNFTを販売し、即完売となった（21/12）
- ③世界的バンド「**リンキンパーク**」の**マイク・シノダ氏**が音楽作品のNFTをオークションに出品(21/2)
- ④LVMHは、プラダ・カルティエと連携してブロックチェーンコンソーシアム「Aura」を設立。グッチ、バーバリー等もNFTコレクションを発表。

図9：仮想空間（いわゆるメタバースを含む）について

- Facebook社の社名変更から話題に(2021/10)。
- 多様な定義があるが、例えば**多人数が参加する仮想空間で、自由に行動したり、相互に交流・協働**することができる場と考えられる。特に、仮想空間内において**価値交換が可能な場を指す場合もある**。
- 既にこうした空間は、国内外に存在しており、国内にも**表現・創作のストックが存在する**。昨今、NFT等との関連から、**新たなプレイヤー参加、活用事例の多様化**、などにより投資家や産業界の注目も集める。
- 例えば以下のような、プラットフォームやサービスが存在する。

(サービスの例)

- ①オンラインゲーム型：Fortnite、あつまれどうぶつの森、Minecraft
 - ②モバイル型：cluster、Tokyo girls collection、バーチャル渋谷
 - ③VRSNS型：VRchat、Neos VR（、cluster）、Roblox、バーチャルマーケット
 - ④経済圏構築型：decentraland、the sand box、Metatokyo
- ※必ずしもこの分類が適切とは限らないが、便宜的に分類している

1 1. NFTに係る留意点と活用事例について

- NFTによって紐づけられたデジタルコンテンツの活用にあたっては、**様々な留意点**が存在する。
- 既に国内外で政府や美術館等での前向きな取組が始まっており、**文化芸術領域での活用事例は増えてきている**。ブロックチェーン・NFTの技術的な性質等を踏まえると、**文化芸術振興への活用の余地は大きい**。

図 1 0 : NFTに関する留意点

1. デジタルコンテンツの“所有権”を実現するものではない。

- －無体物には民法上の所有に係る権利は適用されない。

2. いわゆる“コンテンツ保護技術”ではない。

- －コンテンツが保存されるサーバーが外部サーバーのケースが多く、当該サーバーからデータが失われることも想定されうる。

3. 制作者の“著作権”を保護するものではない。

- －特段の規約がない限り、著作権を保護しない。
※最大の取引市場のopenseaの発表によれば、80%以上の出品NFTが、盗用や偽物、スパムであるとされている。(2022/1/28の同社公式Twitterより)

4. 偽物を見抜き、“本物”を証明するものではない。

- －登録者が制作者とは限らず、第三者が登録することも可能。

5. いわゆる“メタバース”の必要条件ではない。

- －NFTを使用しない(できない)仮想空間も多く存在。
※将来的には、仮想オブジェクトへの活用可能性の余地は大きい。

図 1 1 : NFTを活用する政府・美術館等の取組

- **韓国政府**は、2022年度予算でメタバース関連費として約16億円を計上。同国の世界的音楽グループではメタバースを通じたファンコミュニティ形成やNFTの活用を積極的に進めている。
- **大英博物館**では、葛飾北斎作品のデジタル画像のNFT200点以上を販売(21/9)、ターナー作品による第二弾も開始。
- **マイアミ現代美術館**では、デジタルアートNFT「Crypto Punk 5293」の寄贈を受け入れた。

図 1 2 : 文化芸術振興におけるNFTの意義

- ① NFTを用いた表現活動に形成される**新たな価値体系**
- ② グローバル展開における**ファンコミュニティ形成**のための手段
- ③ クリエイターやアーティストが、自身の作品販売や二次流通を通じて、**直接収益還元を得られるスキームの実現**
- ④ デジタルコンテンツも含む芸術作品の**来歴情報等の蓄積**

1 2. NFTと税制について

- NFTの取引に係る税務について、**国税庁から公式見解はなく、実態に合わせて判断される。**
- 資産性が認められるデジタルコンテンツの取扱いや、NFTの関連事業者の事業環境整備に関する論点が存在。

図 1 3 : NFTに係る税務処理について

- **国税庁から公式見解は未だ存在しない(22/3時点)。**
したがって、以下のケースは例示であり、実際には個別判断。
- NFTに係る取引が、「**資産の譲渡**」と判定されるか、「**役務の提供**」と判定されるかにより、所得の種類は異なる。
- NFTを発行し、譲渡した場合について、
 - (1) 個人Aから個人Bに譲渡した場合、
 - A : 雑所得もしくは譲渡所得 (事業性があれば事業所得)
 - B : 無し (寄附/低額譲渡の場合は贈与税の対象)
 - (2) 個人Aから法人Bに譲渡した場合、
 - A : 雑所得もしくは譲渡所得 (事業性があれば事業所得)
 - B : 無し (寄附/低額譲渡の場合は受贈益)
 - (3) 法人Aから個人Bに譲渡した場合、
 - A : 益金処理
 - B : 無し (寄附/低額譲渡の場合は贈与税の対象)
 - (4) 法人Aから法人Bに譲渡した場合、
 - A : 益金処理
 - B : 無し (寄附/低額譲渡の場合は受贈益)

図 1 4 : NFTに関わる税制上の課題とされる論点

(資産性のあるNFTの論点)

- 時価30万円以内の実物絵画については、「生活用動産」として、譲渡所得が非課税となる。他方で、動産ではない、デジタルコンテンツは、当該規定が適用されない。
- 相続税の物納が可能な財産は、不動産・船舶・証券・上場株式・非上場株式・動産に限定されており、デジタルコンテンツは対象とはならない。
⇒ 動産に認められていた税制措置は、動産ではないデジタルコンテンツの場合、認められない。

(NFTに関する事業者の課題)

- 仮想通貨など、活発な市場が存在する暗号資産については、事業年度終了時に時価評価をする必要があり、もし差益が生じる場合は、益金に加えなければならない。
⇒ 議決権の要素を持つガバナンストークンも課税対象となり、国内における事業活動に支障が出ており、海外に流出せざるを得なくなっているとの声もある。

1 3. 美術品DXによる管理適正化・市場活性化推進事業（令和4年度新事業）

美術品DXによる管理適正化・市場活性化推進事業

令和4年度政府予算計上額
(新 規)

44百万円



趣旨

我が国が誇る有力な美術品を「ナショナル・コレクション」として国内外に発信すべく、美術館・博物館における管理の徹底及び民間に所在する美術品の捕捉をDXを通して実現する。まず、美術品・文化財の管理を標準化し、全国主要な美術館と民間（個人コレクター、企業等）が保有する美術品のうち、真に重要なものをICタグ等で分散管理。その情報を一元的に取得するシステムを開発することで、美術品情報の提供、管理の適正化を図る。あわせて、美術品のトレーサビリティの確保による取引の透明性の向上を図り、より活発な取引市場を作り出すことも目指す。

※令和4～9年度予定（5か年）

美術館・博物館の現状

予算不足

- ・購入予算ゼロ 60.5%
- ・施設の老朽化が問題 76.9%

人員不足

- ・学芸員の業務過多、非常勤学芸員の増加
- ・専門人材不足

収蔵庫不足

- ・収蔵庫がほぼ満杯33.9%
- ・外部に倉庫を借りている27.2%

デジタル化の遅れ

- ・資料のDB化51.0%、公開12.0%
- ・画像公開24.8%

*令和元年度博物館総合調査より

取引市場の問題

取引の信頼性不足

- ・来歴がわからない
- ・価格の根拠が不明瞭
- ・真贋問題

*アート市場活性化WG、自民党アート小委員会等より

美術品・文化財の適切な管理が必要

美術品・文化財の適切な情報管理が必要

美術品・文化財の活発な情報発信が必要

我が国美術館・博物館のDXによる経営基盤強化

我が国美術館・博物館における文化財・美術品の取り扱いにかかる受け入れから処分までの一連の業務の標準化及び、DX化を通じた、運営の効率化、バックオフィス・収蔵庫等の共通化等による地域・分野中核館の創設、アカウントビリティの確保等を通じた経営体制の改善を図る。

トレーサビリティ確保による我が国アート市場の活性化

国内のアート取引に際して、トレーサビリティを確保できる方策（ブロックチェーン等）の導入を図り、アート作品の来歴や取引価格等、情報の追跡が可能ないように制度設計、導入支援を行うことにより、取引の透明性を高め、市場の活性化と贋作の排除を目指す。

実施スケジュール

R4

業務標準化の検討

文化財・美術品の受け入れから処分にかかる業務（ドキュメンテーション）の標準化、ICタグ、DB等の共通化等、効率的で使いやすい方法を検討。ICタグの情報を追跡できるシステムの開発や一部モデル事業の実施。

R5

全国主要美術館へのICタグ等導入及び民間への導入支援

全国の主要美術館を中心に、モデル事業としてナショナル・コレクションとなりうる美術品へのICタグを設置して情報のトレーシングを実施。民間倉庫、コレクター、企業等、民間部門が所有、管理している美術品へも普及を図る。

長期的には

モデル事業の全国展開・民間への援用、国際標準化に向けた活動を推進

ICタグの設置館・分野の拡大、収蔵品データベースとの連携。さらに、国際化も推進する。また、これらの事業をサポートするため、アート・コミュニケーションセンター（仮）等に経営改善、DX推進にかかる人員配置、全国各地への地域別共同オフィス、共同収蔵庫等の設置を検討。

1 4. NFTを活用した表現活動の事例について①

(1) VRアーティストのせきぐちあいみ氏【アーティスト】

- VR空間に立体のアートを描く「VRアート」の制作活動等
- 自身の作品をNFTとして販売。あるいは、メタバーズ上に展示した作品（神社）を訪問したらNFTが付与される仕掛けなどに取り組んでいる。

(2) 名和晃平氏の「white deer」プロジェクト【寄附活用】

- TRICERA社が、名和晃平氏の「white deer(oshika)」の原盤3Dデータ等を含むパッケージをNFTとして販売。
- 収益は、同作品が発表された「Reborn-Art Festival」の実行委員会への寄付と、作品維持のための管理資金に充てられた。

(3) デジタルアートフェス「デジトーマ2021」【文化財保護】

- 登録有形文化財「藤間家住宅」（奈良県）にて、52名のクリエイターがデジタルアートを展示、NFTを販売。
- 販売費用は、藤間家住宅の保全費用と、参加したクリエイターの活動支援に充てられる。

1 5. NFTを活用した表現活動の事例について②

(4) 集英社マンガアートヘリテージ【マンガ、リアルアート】

- 集英社が保有する大量のマンガ原画の高精細画像を、高品質な実物アート作品（マンガアート）とする取組。
- 全ての作品にブロックチェーン証明書を付与し、作品情報や譲渡等の記録が永続的に残る仕組みを採用。

(5) 日本財団子どものNFTアート寄附【寄附、アート】

- 子どもたちとアート作品を制作し、Metaaniというキャラクターの柄として販売。収益は「子ども第三の居場所基金」に寄附。

(6) DAO (decentralized autonomous organization) を活用した取組

- 映画監督3名によるエンタメDAO「SUPER SAPIENSS」。
トークン購入者は、映像コンテンツ制作等に係るプロセス共有。
- 山古志村は錦鯉NFTアート「Colored Carp」1万点販売。
販売益は地域活性化プロジェクトに活用。購入者は電子住民票を持ち、地域活性化コミュニティとして機能。
- Love addicted girlsは、4,000枚のジェネレティブアート。
購入者はコミュニティメンバーとして多数の特典を得られる。

1 6. 仮想空間における表現活動について①

- いわゆるメタバースを含む仮想空間は、①物理制約を無視できる、②性別・容姿・社会的立場等から解放され、③国籍や言語の壁を越えやすく、④現実の創作活動とはルールの違う新たな創作活動の現場となっており、そうした場で活動するのは、比較的若い世代が多い。
- 仮想空間で重要な要素であるアバターについては、我が国発の標準規格「VRM」が存在する。

図 1 5 : VR空間の参加者属性 (性別・容姿、年齢)

- 男性のVRユーザーは、アバターでは76%が女性、16%が男性、8%が人間以外の容姿を使用する。
- 女性のVRユーザーは、アバターでは79%が女性、5%が男性、16%が人間以外の容姿を使用する。
- 各プラットフォームにおける30代以下の年齢層の割合
cluster : 66%
Virtual Cast : 76%
Neos VR : 89%
VRchat:87%

図 1 6 : VRMについて

- 仮想空間において不可欠な「人型のキャラクターや3Dアバター」において細かいモデルデータの差違を吸収・統一しアプリケーション側の取り扱いを簡単にするプラットフォーム非依存の3Dアバターファイルフォーマット。
- 2019年にVRMの普及と統一規格の策定を目的とした「一般社団法人VRMコンソーシアム」が設立され、国内の主要な仮想空間サービスの提供者が参加。

17. 仮想空間における表現活動について②

- 我が国発のVtuber（バーチャルYoutuber）は、世界でもファンが多く、**クリエイターエコノミーを牽引**する存在。仮想空間においても、タレントやエンターテイナーとしての活躍の余地があると考えられる。
- 他方で、所属事務所との契約に係るトラブルなども存在。また、バーチャル上のキャラクター・アバターと、いわゆる「前世」「中の人」「魂」とされる実演家との関係性に応じて、人格権をいかに解釈するかなどの課題も想定される。

図17：Vtuberについて

- バーチャルYouTuberとは、「主にインターネットやメディアで活動する2DCGや3DCGで描画されたキャラクター（アバター）、もしくはそれらを用いて動画投稿・生放送を行う配信者」。
- 2016年12月に活動を開始した「キズナアイ」が先駆けであり、観光大使やCJアンバサダーなどに起用。2018年頃より急増、現在約16,000人いるといわれる。2021年のスーパーチャット（YouTube上の投げ銭機能）ランキングで、世界TOP10を日本発のVtuberが席卷。
- 「ホロライブEnglish」は、2020年9月に立ち上がったVtuber世界展開プロジェクト。最も有名なのは“Gawr Gura（がる・ぐら）”で、登録者数は358万人（Vtuberとして世界最多）、毎週の動画の視聴者数は50～60万再生。
- 2021年11月19日（金）に開催された「Anime NYC」において、**ニューヨーク日本国総領事とコラボレーションを実現**した（運営会社であるカバー株式会社との共催展示）。

バーチャルYouTuber「キズナアイ」

2018年3月、JNTOニューヨーク事務局が「キズナアイ」を観光大使に起用。2020年には知財事務局のクールジャパンコンテストの審査員に起用。2022年2月より無期限活動休止。



1 8. 仮想空間における文化資源活用の取組について：文化庁「バーチャル日本博」

○「リアル体験」と「バーチャル体験」の融合を目指した新しい文化芸術発信

日本各地での日本博の開催状況の発信とともに、バーチャルの世界でデジタルコンテンツを発信し、国内外の皆様には様々な「日本の美」を体験していただく、新しい文化芸術の鑑賞方法として、未来の創造へつながるレガシーとなるプラットフォームの実現を目指す。

令和4年2月には、「バーチャル日本博」を「メタバース」としてリニューアル。エリアの拡張に加え、アバター機能の搭載で没入感を伴う日本文化体験につながる。

○縄文時代から現代まで続く「日本の美」をバーチャル空間で体験

美術展、舞台芸術、自然、芸術祭など、日本博事業が表現する様々な「日本の美」を、美しい映像、VR、画像などを通じてバーチャルの世界で体験。オンライン上で、実際に行われる日本博事業とのつながりを持たせつつ、各種体験事業などのコンテンツを日本語と英語で掲載し、国内外からアクセス可能な体験型のバーチャル空間を構築していく。



エリア全体（俯瞰イメージ）



水のミュージアム（回遊イメージ）

動画、VR、画像等のコンテンツ
をご覧ください

「バーチャル日本博」コンテンツ例

近代から現代のアート



名和晃平《White Deer (Meiji Jingu)》2020
ブロンズに塗装
Photo : Keizo KIOKU

日本の伝統芸能



令和3年2月特別企画公演
「月・雪・花 - 四季折々のこころ -」

日本のきもの



特別展「きもの KIMONO」(東京国立博物館)
記録映像

アイヌ文化



日本博特別企画「アイヌ文化フェスティバル」

共生社会



障がい者と共に演奏するライブパフォーマンス

19. 仮想空間における表現活動の事例について

(1) 自治体における取組【都市活性化】

- 都市などをバーチャル空間に再現し、リアルと連動した体験価値を提供するなどの取組が行われている。
- バーチャル大阪やバーチャル渋谷などの取組が有名。

(2) 芸術大学学生の作品展示【芸術教育】

- 東京藝術大学の学生・卒業生の作品を、世界最大級のVRイベント「バーチャルマーケット」に出展。
- 来場者やゲスト審査員が評価した作品については、三井不動産が保有するギャラリーにてリアル展示。

(3) 地方自治体や行政で活用されるVtuber

- 民間企業などに限らず、地方自治体や行政機関による広報におけるVtuberの活動も盛んに行われている。

20. 仮想空間における表現活動の事例について

(4) 東京国立博物館での企画【博物館】

- アニメ映画「時をかける少女」の細田守監督とのコラボ企画、東博の一部をバーチャル空間に再現。
- 細田監督と監修を務めた松嶋研究員がアバターで登場し、トークセッションを行うなどのイベント開催。

(5) MetaTokyo【NFT活用】

- メタバース空間上でクリエイターや企業との事業展開を行うプロジェクトを推進。
- NFTアートプロジェクトや、会員NFTの販売、エンタメフェスティバルの開催などを実施（予定）。

(6) ROBLOX【ゲーム】

- ユーザーが独自にゲームを開発し、他のユーザーが遊ぶことができる「ゲーム版YouTube」。
- 13歳未満のユーザーが半数以上を占める。デイリーアクティブユーザー数は約5,000万人。

2 1. 本日も議論いただきたい論点について

- (1) 公的な鑑定評価制度の基本的な考え方について、修正すべき点や更に追加すべき論点などはあるか。
- (2) 新たなメディア・テクノロジーの動向を踏まえて、我が国文化芸術の振興に向けて、文化行政としてどのように向き合っていくべきか。
- (3) これまでの議論を整理し、資料2「政策提言（案）」として整理した。
本資料について修正すべき点や追加すべき点があるか。