

「お金」から見つめる日本のアートプロジェクト

公認会計士・税理士 山内 真理

1 アーティストとお金

この講演のお話をいただいたときに「財務の専門家として話を」というオーダーでしたが、会計士、税理士が必ず財務の専門家であるとは言い切れないかもしれません。財務とはお金を調達したり、その出し入れの流れや量をコントロールすることです。アートの世界では財務、会計、税務、経理、監査など、多くの専門用語が混同されて飛び交う現場によく立ち会います。そういった用語が混沌と用いられるアートの現場ですので、それぞれの概念についても整理をしていながら、お金という広い切り口でアート分野における答えのないテーマについても一緒に考えていけたらと思います。

まずアート業界では、お金が伝統的にタブー視され、議論されにくい状態が続いてきた歴史があるように思います。そもそも日本においては、お金について語らないことが美德という文化がありますし、とくに表現者には「お金を追求することは表現の価値を歪める」という価値観も見受けられます。お金の本質はアーティストにとっても変わらず交換や蓄積の手段なものにもかかわらずです。お金自体に色はないが、お金との付き合い方によって表現に色が出るということもあるでしょう。貨幣を媒介にして人や組織が繋がるということもあります。そういう意味で貨幣はアーティストにとっても社会的なコミュニケーション手段のひとつともいえます。お金とどう付き合うのかという視点からアーティストの個性を感じ取ってみるのも面白いアプローチです。

たとえば、フランス出身のアーティスト JR は「インサイドアウトプロジェクト」で世界各地で差別や貧困などの課題に直面している人々と共に参加型のプロジェクトを行っています。JR はプロジェクトに際し直接資金を調達するというをほとんどやっていないようです。ただし日本でのクラウドファンディングのプロジェクトを除きます。彼の表現には支援したい人、

プロジェクトに賛同する人が大勢います。プロジェクトの原資がどのように確保されているかという、コマーシャルギャラリーで作品を販売し、その収益を回しているようです。アートにおける活動モデルを作ることは、いかに意義を持つ作品やプロジェクトへと資金を回していくかという自立モデルを作ることもあります。JR というアーティストが取る資金に対するアプローチも、自律した、表現そのものとも一貫するようなところがあり面白いと感じます。

「お金を稼ぐことは芸術、働くことも芸術、うまくいっているビジネスは最高のアートだよ」と述べ、ビジネスアートの概念を打ち立てたアンディウォーホル。彼の場合も大量消費社会というテーマとスタイルを合致させ作品の売り方自体が表現そのものでしたね。このようにアーティストの個性をファンディングやマーケティングの視点から掘り下げてみることは面白いです。アートプロジェクトがアーティストと共に取り組むテーマにおけるファンディングやマーケティングについて次に考えていきたいと思います。

Question

アーティストと取り組むテーマや 이슈がアートプロジェクトのファンディングやマーケティング手法に影響を与えている事例を取り上げ、その影響について考察してみてください。

—— 映画監督の藤井光氏が『ASAHIZA』という映画のワンシーンで、廃館になりそうな映画館にお客さんを入れて上映をするという場面を撮るための「観客」を募集していた。チケットを彼らに販売してその映画鑑賞の様子を撮影し、さらにその収入を映画制作の資金に充てる、その両義を狙っていた。

—— 村上隆氏はキャラクター的イメージをアート表現として作り出し、しかもそれを最初に海外で売り、凱旋的に日本でも評価されている。つまり、どう作品を発表するか戦略を世界規模で持っている。さらに日本、海外ともにコマーシャルギャ

ラリーに所属し、ちゃんと自分の作品が売れるネットワークを作っている。

——「3331 アーツ千代田」を運営している中村政人氏。3331 をさまざまな団体に貸し出すビジネスをおこなっている。そういった営利事業の収益から、地域へ向けたアートプロジェクトもおこなうアーティストである。

——大阪のドヤ街を拠点とする「釜ヶ崎芸術大学」がヨコハマトリエンナーレ 2014 に参加するが、その際にドヤ街の労働者たちを横浜に連れていきたいということでクラウドファンディングでお金を募り、数百万の予算を集めている。

ありがとうございます。自立可能な事業モデルとして「持続性」が担保されるような設計が重要なようです。ただし当然ながらそれだけではなく、コミュニティが根付く仕掛けや、活動にシナジーを持たせていくことが成功の鍵だと思います。地域や組織のビジョン、あるいは「政策課題」に対しての「問題解決方法」としてアートに予算が付くことがありますね。そのような場合に、**イシューを実現可能なテーマに落とし込み、そのイシューに対してアプローチしていく**というところで、**ファンディング方法に色々個性が出てくるところは面白い**と思います。

2 事業者としてのアーティスト

独立して活動するアーティストは一方で「事業者」としての側面を持っています。アーティストの方は活動の経済的な規模が拡大するフェーズで作品を社会的な文脈にどう繋げていくかという視点を強く意識されることが多いように感じます。**マーケットと向き合うことはすなわち自分の作品がどのように社会から求められているかに意識的にならざるを得ないことでもあります**。事業規模の拡大局面で社会的役割に対する意識がより強くなっていくが、自分が表現したいものと求められるものが常に一致しているとは限らない。表現者としてのやり方を確立するために、作品性と商品性のグラデーションやバランスをうまく選択しながら、独自に持続可能なモデルを持つということは、アーティストが個として生き抜くうえで必要なアプローチだと感じます。もちろん、全てのアーティストがセルフマネジメントが得意なわけではないし、それをすべきというわけではない。アートマネージャーやプロデューサーの方が彼らと連携し協働する意義がそこにあると思います。

たとえば、ここで伝統的な卸売の事業を行う事業主とアーティストを比較してみます。こうして比較してみると経営的に同じような課題を抱えていることがあるということに気がきます。例えば商品が売れないと「在庫」という形で滞留します。在庫というのはお金がモノに転嫁している状態でこの状態が続くと資金難に陥ることもあります。一方、アーティストの方も材料費などの実費が多くかかる作品が売れない場合には資金繰りが

厳しくなることがありますね。それから、商品販売を行う事業主が販売代金が貸倒れてしまうことでリスクを抱えるのと同じように、アーティストもまた作品の取引で支払遅延や支払不能のトラブルでリスクを抱えることもあるでしょう。

マネージメントの問題は「アーティストだから」とか「アートプロジェクトだから」といって特別なのではなく、どこでも起こり得ることです。裏返せば、それに対処する方法も特別ではないということです。

3 アートプロジェクトの社会的波及力

社会的に波及力を持つアートプロジェクトを成功させるにはどうしたらよいのでしょうか。良い作品、良いキュレーションであれば社会的波及力が生まれるというわけでは当然ないですね。アウトリーチの方向であったり、どうやって利益を生むのかのデザインの視点、利害関係のある方々とどうやって付き合っていくのかというリレーションシップも大切です。「お金の話ではないじゃないか」と思われる方もいるかもしれませんが、実はお金の話ともいえます。

会計は利害関係者と関係性を持つためのコミュニケーション言語です。会計は、多岐にわたる事象を貨幣的に記録し、測定して情報に落とし込む技術ですが、コミュニケーションのために情報として利用されます。組織の業績や状況をまとめている決算書もコミュニケーションツールのひとつとして捉えることができます。

例えば NPO 法人や公益法人には決算書を開示する義務が法律によって定められています。それは社会的に信頼に足るか、事業の成果はどうだろう、といったことを外部から評価できるようにするためです。利害関係者（ステークホルダーともいいます）が、その組織体や組織体が行う事業や活動を評価し、あるいはモニタリングできるように、そういった制度があるわけです。

このように、情報を提供してステークホルダーの間の利害調整をするという会計の機能は「情報提供機能」「利害調整機能」と呼ばれます。適切な情報開示をすれば団体の社会的信頼性を高めることに繋がる。すなわち新たな支援を呼び込みやすくなる。会計が団体の活動の社会的な波及力に資する面があるので

さて、続いてファンドレイジングについて考えていきます。ファンドレイジングとは資金集めのことをいいます。

注意すべきはファンドレイジングの本質は「施しを乞う」ことではないという点です。芸術団体の資金調達では、とかくどのように補助金を手に入れるかという点を頼りにしてしまう傾向があるように感じます。しかし、特定の補助金ありきで進む事業は自律性を失ってしまうことが多いです。資金獲得の本質はステークホルダーへの価値提案とそれに対するコミットメ

ント、つまり責任を伴う約束ごとなのです。それが出来るからこそ資金集めが可能になるのだ、という意識を持つことが重要だと思えます。

海外では、ファンドレイジングのデータベースがツールとして現場で効果的に活用されているようです。このデータベースでは、どんな人がどういった形で支援をしたかという履歴が残るようになっています。支援者との対話の中で支援者がどのようなことを考えているかを分析してメニュー作り落とし込んでいきます。このサイクルはビジネスにおける「カスタマー・リレーションシップ・マネジメント」に近いと感じます。「施しを乞う」といった関係性から脱却できるような自律的な戦略を組み立てるために、こうしたツールのアイデアは参考になります。

次に、アメリカのクリエイティブグロスアートセンターの事例を取り上げてみます。この団体は知的障害者に対して教育や就業の機会を提供している非営利組織で、障害をもつ方の芸術表現の可能性を追求し、アート活動による彼らの経済的な自立を支援しているそうです。ここでは団体がギャラリーや工房を持ち、工房では現役アーティストが有償で障害者の方々にに対して直接指導を行っています。所属アーティストの中には作品が高額で取引される方もいます。団体がプロデュース機能を持ちギャラリーや EC での展開の他、ファッションブランドとコラボレーションして作品をプロダクトとして流通させることを積極的に仕掛けている。面白いレベニュー・シェアの在り方だと思います。このようにステークホルダーに対して提供できるものを効果的に設計しプレゼンしていくことは表現の社会的波及力を生むための重要なアクションです。まだまだ可能性は無限にあると感じますしもっと色々なことが試されてもいいのではないかと思います。

4 アートプロジェクトの持続可能性とお金

さて、アートプロジェクトの社会的波及力という観点でお金にまつわる問題を考えてきました。ここからはアートプロジェクトの持続可能性という観点でお金にまつわる問題を考えていきます。

事業に社会的意義があれば当然に活動が持続するというわけではありませんよね。文化芸術活動の経済的な持続性を確保するためには、原資を獲得しそれを再生産するという視点が不可欠です。また、事業や組織の基盤が強固であることも持続する体力という意味で重要です。また、収益性のある事業を効果的に実施するというのも、目的事業とのシナジーを生みかつ必要原資を確保するという意味で重要だと思います。それから、どんな活動体も血液の循環がなければやがて死んでしまう。ファイナンス、すなわち財務の本質は活動に血液を送り込み、循環させることだと思います。それによって活動の持続可能性を担

保していくという。

これまでアートプロジェクトに携わる NPO 団体は必ずしも金融機関からの融資を受けやすい環境にはありませんでした。しかし近年では日本政策金融公庫はじめ地域の信用金庫など様々な金融機関がアート分野を含む NPO 向けの融資プランを用意しています。例えばつなぎ融資などの短期の資金を得るために賢くこういった制度を利用するのも良いでしょう。

また、次の事例はアート分野ではないですが面白い資金調達事例なので紹介します。先日トヨタが新たに「トヨタ・モビリティ基金」という財団を作るという発表を行いました。興味深いのはトヨタはその財団に必要な資金を株式市場から調達しようとしたということです。株式市場から自社の株式を吸い上げて、その株を 1 円、つまり超有利な金額で財団に持たせたのです。もちろん株主総会で株主の了承を得ています。ちなみに超有利な金額で発行するということは、市場における株式の価値を薄めてしまう結果となるため、全体の株式流通量を減らすために株式消却の手法を合わせて使って、調整を行っています。財団は有価証券を持ち、配当を得ることで、運営資金を確保することができます。このように法人が寄附を受けることなく、直接市場を通じて資金を調達する手法はとても興味深いものです。アートの分野でもこうした試みがもっと試されてもいいのではないのでしょうか。

5 事業計画と予算編成をめぐる課題

予算を編成する際に、補助金などの調達資金の枠に限られるため必要な管理活動の予算をやむなく削るしかないという話を耳にすることがあります。人件費に負荷をかけた状態でなんとかプロジェクトをまわす。しかし、管理費予算を十分に確保できないとやがて組織は体力を失い負のスパイラルに陥ってしまいます。

また、プロジェクトの参加料金などの価格は皆さんどのように設定しているのでしょうか。そもそも価格というのは、プロジェクトの受け手がいくらであれば気持ちよく支払ってくれるのだろうか、というニーズを反映したものであるべきです。また、プロジェクトにどれほどの人が動員されるか、それから、必要な事業費や管理費の支出を回収するという観点を考慮しなければなりません。損益分岐点を超えるような、つまり赤字が出ないような事業の計画が立てられているか。さらには、組織の未来の基盤をつくるための「投資分」が確保できているか、そういった視点も重要になってきます。人への投資は、組織基盤を創る未来に向けた投資でもあります。その原資を確保していくべきということは文化芸術団体に限らず重要です。獲得できる補助金の枠を制約条件と捉えて、そこから必要な活動予算を組み立てるという傾向が多く見られるようですが、そういったやり方は、人が育てにくくなり組織の基盤が作れず疲弊していく、プ

プロジェクトが必要とするステークホルダーや共同パートナーにリーチできないなど、弊害が大きいと思います。

皆さんが所属している組織が行うファンドレイジングや予算編成のプロセスにおいて、持続可能性をより高めていくために、必要とされる視点や試されるべきアイデアはなんでしょうか？是非そんなことも考えていただければと思います。

6 補助金を獲得する意味と税金

続いて、補助金=公的な資金を獲得することの意味を考えていきます。国や地方の補助金や公的な財団から支給される助成金などは、市民の税金から捻出されています。つまり補助金などを獲得するという事は、市民や行政に対して利害関係が生じるということです。

さて、税制とはどのような側面を持っているのでしょうか。一言でいうと、税制には「助け合い」という側面や「行政サービスの対価」という側面があります。受ける行政サービスに応じて費用を負担するという面もありますが、全員が均等に税金を支払うということではなく、豊かな者・富める者がより多くを負担するという設計になっています。税制における平等の考え方の根底には「支払える能力に応じて税を負担しましょう」ということがあります。これは言えば「富の強制的な再分配」を規定したものです。もちろんいたずらに財産を奪われて再分配されてしまっただけではいけないので、市民が選んだ代表が決議して成立した法律で定められた場合にだけ課税ができるということを憲法で規定しています。これを租税法律主義と呼んでいます。

税金にはどんな種類のものがあるか、ここでちょっと大雑把に整理してみましょう。税金の中でも個人の所得税や会社などに課される法人税は、儲けに応じて課税しましょうという性質のものです。「所得」という尺度を、税金を負担できる能力の一つと考えて、その能力を計算する概念として定義づけたわけですね。

また、消費税のように消費に課税されるというような性質のものもあります。消費課税というのは、より多く消費できるならより多く負担できる能力があるでしょう、というふうに、「消費」を税を負担できる能力を測る一つの尺度としています。

それから相続税や贈与税、固定資産税のように資産課税の税金たちもあります。これらは、資産をより多く持っているのであれば、より多く負担出来るでしょうと負担できる能力の尺度として「資産」という概念を用います。このように「資産」「消費」「所得」といった尺度で税金を支払える能力に応じて税金の負担を決めているのが税制の基本構造なんだ、とざっくり捉えたと理解が進みやすいかもしれませんね。まず儲けに課税され、そして儲けから消費した分にも課税され、さらに残った資産にも課税される・・・ということつまり何重にも課税されているわ

けですよね。でも、逆に言えばそうしないと維持できない社会システムになっているのだと言うこともできます。

7 補助金を獲得する矛盾

ここで「価格を設定する」ということと「補助金を獲得する」ということの矛盾について少し考えてみます。

例えば、あるプロジェクトに 3,000 円払ってでも参加したい人が 1,000 人いるとします。しかし、補助金をとることで参加費を 0 円にすることになったとします。つまり無料で参加できるということです。このような場合に補助金をとってでも価格を 0 円にするということの社会的価値はどのように説明されどのように肯定されるでしょうか。

価格を 3,000 円から 0 円としたことで、このプロジェクトは機会損失(※利益を得る機会を逃したことによる損失)300 万円を被るわけです。その損失を補助金によって補い参加費を 0 円にするというのは社会的メリットがないと当然肯定できないと思うわけです。0 円だから参加しようという人も追加的に出てくると予想されるわけですが、それだけではプロジェクトが補助金を獲得することを肯定する理由として十分ではありません。例えば、追加で来てくれる人たちが特別にリーチすべき属性の人たちだと説明出来るでしょうか？リーチすべき属性の人たちへのアプローチとしてその他の方法は試せないのでしょうか？

補助金獲得の社会的意義を説明するということはなかなか難しいことです。しかし、市民と利害関係を持つということは、それに答えなければいけないということです。むしろこの場合 3,000 円で 1,000 人集めたほうがいいのかも。市民の税金をある種強制的に奪って再配分するというのが税制だとすると、それを原資にした補助金獲得に足るプロジェクトの意義って何だろうか。そう考えていくと、実は価格とはすごく重要なファクターです。価格を設定しマーケットと向き合って、提供するプログラムなどに価値を感じてもらえる人を少しでも増やす努力をまずすることからなのです。そのうえで、社会的な意義や芸術的な意義のために補助金を獲得し公的な財源を用いるべきという意思決定をするのであれば、さきほどの問いとそれに対する答えがそこに常にあるべきなのだと思います。補助金に頼るということはそういうことなのです。

8 文化芸術と税制について

「なにが良い芸術か」というコンセンサスを得るのは難しい作業です。国や自治体が直接補助する場合には、団体や活動のひとつひとつを一定の基準で評価し選別しなければなりません。しかし、その善し悪しを公的機関が判断することには批判もあっ

て、近年では政策課題を明らかにし、中間的な財団や委員会などの外部の独立的な専門機関に予算を与え、そこから色々な文化芸術団体へ間接的に補助金を回す、ということを用意した仕組みが、広く普及してきているかと思えます。

一方、税制の仕組みに「寄附金控除」という制度があります。寄附金控除とは間接的な補助金システムともいえます。どういふことでしょうか。多くの税金は、税収の財源として一度大きな財布に入り、そこから各所に分配されたり一定の目的で支出されます。その行先は公的な意思決定で決まるもので、寄附者個人の判断で決まるものではありません。しかし寄附金控除を使うと、寄附をする側が寄附者の意思でその寄附金をどこに振り分けるかを決められることができます。と同時に納付すべき税金のベースになる所得の計算から一定の控除を行うことができるわけです。ある特定の団体に寄附が集まるかわりに、税収の大きな財布から一部が控除されるわけですから、これは寄附者自身の意思に基づく再分配だということで、いわば間接的な補助金システムともいえるわけです。

便利な仕組みではありますが、ハードルはあります。例えば**一般法人や NPO 法人で「認定」「公益認定」を取っていない法人には適用できません。その「認定」「公益認定」を取るには事業や組織について様々な条件を整える必要があります。**公益性のある事業を実施しているか、資金を広く集められているか、事業を継続的に回すことのできる組織基盤の有無や、構成員の私腹を肥やすような設計にはなっていないか、事業の成果を適切に情報開示しているか、など色々な要件の充足が求められます。要はパブリックな組織であるということに公的なお墨付きを与える制度ですね。現状では求められる基準が高いというのもあり、文化芸術分野の NPO で「認定」を取っているケースは少ないようです。

続いて美術品などの相続や寄附に関する非課税制度について説明します。美術品も所有者が亡くなったときには相続税の対象になります。美術品の価値は適切に管理されて、多くの人が見られるようにするなどオープンに活用されてこそ価値が高まるという側面があります。パブリックアクセスに資するようなオープンな活用は公益に資するという考えから、一定の要件のもと、相続人が相続にあたって国や自治体、公益法人が運営する美術館などに寄附をする場合には、相続税が非課税になるというような制度があります。

では、生前の寄附はどうか。作家個人やコレクター個人が、生きていた間に美術品を寄附したいという場合ですね。この場合、通常は時価で譲渡したと見なされてしまうというのが税制の原則的な取扱いです。そうすると譲渡益相当分に対して所得税が課税されてしまうので、このままだと負担が重いわけです。しかし、先ほどの考え方に基づいて、美術品を国や自治体や公益法人運営の美術館などに寄附するという場合には、一定の条件のもとで、その譲渡所得というのが無かったこととみなされます。つまり所得税が非課税になるのです。

税制の設計は国によってさまざまです。例えば香港やシンガ

ポールでは譲渡をする際の譲渡益が非課税になる、つまり美術品を売買するのが非常にしやすい環境です。税制の設計には政策的な意図がありマーケットの活況に一役買っている面があると思います。譲渡益に対して非課税の国では、アーティストが文化芸術団体に美術品を寄附して、団体がその美術品をオークションなどで転売することで運営資金を補填するというようなことも行いやすいでしょう。税制から文化芸術にまつわる環境を比較してみるのも面白いです。

9 アートプロジェクトの組織デザインと会計・税務について

アートプロジェクトを実行する組織形態には「実行委員会」や「運営委員会」と呼ばれるものや「特定非営利活動法人」「公益法人」「株式会社」など様々なものが存在します。〇〇委員会に代表されるような任意団体の法的性質は様々です。たとえば、組織の機関の構成や役割分担が対外的にも明確になっていて、理事のような業務執行や意思決定の役割があり、重要なことを多数決で決定している、その決定ルールも定款などで明瞭になっている・・というような場合で、人の集まりである社団の性質に近いと判断される場合には、法人格がなくても法人格がある組織と同じようなルールが動くということがあります。また、「A 社 B 社 C 社の 3 社で共同事業をする約束をして事業を始めます」という場合のように、組合的な性質を持つ場合もあるでしょう。このように、いろいろなタイプの組織が存在しているのが任意団体の世界だと思えます。

ではこれらの組織の会計・税務や情報公開はどうなっているかという、それぞれの組織形態によります。**組合形態の場合は、共同事業体的な性質を持つので、それ自体が独立した会計主体として決算書を公開したり納税するということが基本的にありません。**共同事業の成果や財産の状況などは構成員である法人や個人の会計に取り込まれますし納税も構成員単位で行われます。これに対して**社団の性質に近い形態では、団体それ自体が独立した会計主体になりますし納税の主体にもなります。**任意団体を立ち上げる際には事業を行う枠組みがどのような性質を持つかを整理して準備を進めないと思わぬリスクを負ってしまうことがあるかもしれません。

次に、NPO 法人（特定非営利活動法人）です。会計の拠り所としては **NPO 法以外に「NPO 法人会計基準」と呼ばれる市民を中心に作成された決算書の作成指針があります。強制力はありませんが一般に普及してきています。**決算書は NPO 法により毎決算期末から 3 ヶ月以内に事務所に据え置いて利害関係者が閲覧できる状態にしなければなりません。それから所轄する自治体に提出することも義務付けられています。その提出された決算書を市民は閲覧することができます。このようにパブリックに公開されるということによって NPO 法人の社会的な信頼

性を担保しようという意図がこの制度にはあるわけです。

続いて一般法人についてです。一般法人とは一般社団法人や一般財団法人のことです。近年一般法人の設立が非常に増えている印象があります。一般法人は登記で簡単に立ち上げられ、自治体の認証なども必要でなく、公益認定を取得しない限り情報公開の義務もありません。NPO 法人などに比べると事務的にも楽だからと、一般法人が選ばれやすい傾向にあるようです。しかし非公開だと何をやっているか外から見えにくい。裏を返せば社会的信頼性を担保するものが制度上で十分でないともいえます。広く世の中を見渡せば、社会的な意義が不明瞭な団体が設立され問題になっているのもまた事実です。

一般法人には非営利型と普通法人型というのがあって、ここでいう非営利というのは、**構成員に利益分配などを行わない、分配を制限しているという意味です。**非営利とは儲けてはいけないという意味ではありません。非営利型の法人は定款でこのような分配を制限する規定を置いています。

一般法人が税務上の優遇をより多く受けようと思ったら公益認定を取らなければなりません。そして公益認定を取得すると公益法人ということになります。**公益法人になると決算書を備え置いたり公開する義務が出てきます。**公益法人のホームページで決算書が公開されているのを見かけたことはありませんか。公益法人の会計の拠り所としては「一般社団法人法」「認定法」「整備法」などの法律の他「公益法人会計基準」があり、それに基づいて決算書を作成することが求められます。

組織形態ごとに税務についても一度整理していきます。まずは任意団体で、組合のような形態を取る場合、この場合には各構成員が納税主体になります。団体自らが納税をするわけではありません。一方、社団の形態の場合には団体自らが納税の主体になります。それから NPO 法人や公益法人、非営利型の一般法人の場合にはどうか。営利法人である株式会社の場合、全ての法人の儲け（所得）を合算したものに法人税などが課税されますが、これら非営利法人の場合は原則として特定の事業に該当する部分だけが課税の対象になります（公益法人にはこれ以外に色々な税務上の優遇がありますが詳しくは割愛します）。課税の範囲が限定的というわけですね。「法人税法」は課税対象の業種を 34 業種に限定しています。この 34 業種を収益事業と呼んでいます。非営利型の一般法人や NPO 法人で収益事業に該当しない事業しかやっていないという場合には、寄附を受けた場合の収入は法人税非課税になります。

一般法人を立ち上げるとき、非営利型を選択するか否かという判断は組織の性質を決めると同時に課税の範囲も決めます。分配を制限しない普通法人型を選んだ場合は、株式会社と同じように全ての所得に課税されます。一般法人の組織設計がどのようになっているかということは、アートプロジェクトを行う団体自身も助成元の団体も気にすべきところではありますが、必ずしも意識的ではないケースも多いという印象を受けます。

10 公益とは何かを問う【質疑応答】

桂英史（以下、桂）：geidaiRAM プログラム責任者

林立騎（以下、林）：geidaiRAM 運営担当

相馬千秋（以下、相馬）：アートプロデューサー

相馬——例えば東京都の場合、NPO 法人で収入が支出を上回らなくとも課税対象とする指導があります。しかし税務署によってその事業を収益事業とみなすか、そうではないと考えるかは見解がかなり分かれるようです。すでに NPO 法ができて十数年が経ちますが、現在の一般的な流れはどのようになっているのでしょうか。

山内——まず法人税法が規定しているところの収益事業の話をしますと、収益事業かどうかの実態判断はケースバイケースであり、グレーゾーンも多いため税務署や担当官によっても判断が分かれることがあると思います。文化芸術団体がしっかりとロジックと根拠をもって実態判断していることを示すことが大切だと思います。

相馬——私の知っている NPO では、34 業種にすべての事業が該当すると判断され、NPO 法人であることを税制面から否定されたという例もあります。

山内——NPO 法でいうところの事業区分と法人税法上の区分とは異なるのですが、法人税法において「収益事業課税」という仕組みが成立した背景の話をしますと、当初は不特定かつ多数の人たちのための利益の増進のための法人だということで、無償ないし低価格でサービスを提供する団体を想定しつつ、課税の範囲を狭めることで活動を促進していこうという趣旨があったと思います。そして事業を経済的に補完するために、通常収益性が想定されるような事業だけに絞って株式会社と同じように課税する、ということにしたわけですね。しかし、近年では一般に事業型 NPO も増えてきていて、当初の前提とは違う現実が出てきています。そこで、収益事業課税のしくみ自体を見直そうじゃないかという議論もあります。補助金頼みではられない時代ですし、昨今は規制緩和によって株式会社であっても非営利法人が従来行っていたような事業に参入できるようになってきていますよね。広い視野で考えたとき、組織の法的な形態が違うというだけで、同じ事業をやっているのに課税範囲が違うのはおかしいんじゃないか、という批判もあります。文化芸術分野でも類似する種類の事業を色々な形態の組織がそれぞれに行っているということはあります。そういう意味で、税制は現状に即して完璧にデザインされているというわけではないのです。事業者の側が制度の性質や差異をしっかりと理解して賢く振る舞っているケースもあるでしょう。

桂——「美術館の所蔵している美術コレクションを売って、違うものにする」というようなことはおこなわれていないですよ

え。本当にパーネントコレクション（永久所蔵）を維持しなければならないのでしょうかねえ？おそらくは、さまざまな制約が地方自治法や条約によって科せられているのですが、税法上になにか問題あるのでしょうか。

山内——美術品を公益法人などが非課税で財産として受け入れたという場合には、すぐに処分されてしまって事業に使われないということがあっては目的を果たせないで、制約があったりしますね。

桂——しかし現代美術の市場は動いていて、今日性や同時代性もそれぞれの地域によって変化していくわけですから、作品も当然動かしていくべきものでしょう。日本の場合はそういったアクションを起こすことはできた方がいいと思いますけどねえ。僕の知る限りその障壁となっているのは、まず条例ですねえ。どういう意図を持って購入したかという目的があるので、それを外すとすると「目的外資本」のようなことになります。それから地方自治体で定められている資産の問題。いわゆる自治体、もしくはそれに準ずる団体の資産を売却する場合、煩雑な処理が必要となります。しかし、その課題をクリアすれば、そんなにコストがかからず美術館は運営できるでしょう。美術館スタッフはコレクションを手放す事をタブーとしていますよねえ、たぶん。そういう制度を乗り越えてまで売ろうという人はまずいませんが、こういうこともあってよいのではないのでしょうかねえ。それが可能となれば、コスト面を含め、美術館運営に良い流れ、つまりは美術館における「持続性」を生み出すことになるのではないのでしょうか。

林——さきほどから「公益」とか「公的目的」という言葉が多用されていますよね。要するに「公に資す」れば、美術品などの相続においても非課税となり、自治体に寄付され美術館などに収蔵される。そういったいわゆる「公的と見なされた作品」を売買することに対して、法的な問題があるのか。それとも日本人の価値観としてそういった行為はタブーとされているのでしょうか。

山内——本来パブリックアクセスに資する状態になるということが非課税制度の前提になっているわけですが、実際は公開されていない作品が美術館の倉庫に多く眠っているということがありそうですね。それらを有効に回転させたりオープンにできると良いなと思います。「なにをもって公益なのか」という議論に通じますが、美術品の価値を公共的価値として認めるために試されるべきことが色々ありそうです。美術館やそのコレクションとしての価値を失わずに、作品を売買したり貸し出したりということができれば美術を楽しむ人を増やすことができるかもしれない。そして美術館の存続可能性を高めることに繋がるかもしれない。

相馬——しかし、パブリックアクセスするにも、アーカイブやデータベースがないから、どこになにがどれだけあるかということもパブリックに共有されていない。

桂——僕が言っていることは、後生大事にデットストックを貯めておいてどうするんだということだと思います。日本のよう

な国はアートマーケットというよりむしろ公共、公益を原則として作品を購入することが多い。関税も高いし、マーケットにおいてはシンガポールや香港、アブダビ、ドバイなどには勝てないわけですね。そここそ日本は規制緩和すべきだと思う。

林——そこに公益があるのかということですね。

山内——規制や足かせになっているものを整理して可能性を模索してみたいですね。アーカイブの問題などあると思いますが、解決すべきところが見えてくれば良い方向に向かうかもしれないですね。

桂——それと、美術館のコレクションに関して。個人が持っている場合にはそれは自分が死んだ時に関わってきますが、財団の持つコレクションは未来永劫そのままだから、動かさないかぎり税金はかからない。そこを悪用しているといえなくはないですね。ゆえにビジネスモデルとしてコレクションの流動性という話を持ち込まないとみんなやる気にならない。

山内——引き続き皆さんで多方面からリサーチを行うと面白そうです。

林——法的、制度的なリサーチをしての新しいモデル。出し方、回し方のモデルを作るプロジェクトができたら面白いですね。

(2014年7月7日、東京藝術大学上野校地にて)

山内真理（やまうち・まり）

公認会計士・税理士。Yamauchi Accounting Office 代表。芸術家を支援する NPO Arts and Law 代表理事（共同代表）。NPO 法人東京フィルメックス実行委員会監事等。会計・税務面から文化や創造的活動を下支えすることを目指す。会計・税務・財務に関するアドバイスの他、組織力や事業基盤強化のためのアドバイス、個人クリエイターの法人設立支援等も行う。アート・クリエイティブ・IT等を中心とする組織体の税務やアーティスト、デザイナー、建築家、漫画家等を中心とした個人の税務にも従事。

採録：平沢花彩

編集：武田力（geidaiRAM）

レイアウト：松原史奈（geidaiRAM）

主催：東京藝術大学大学院映像研究科

平成 26 年度文化庁「大学を活用した文化芸術推進事業」