

米国で広がる映像製作に対する公的支援
- フィルム・コミッションとタックス・クレジット -
~ 「支援措置」自体が取引の対象に ~

2006年3月

日本政策投資銀行
ニューヨーク駐在員事務所

Development Bank of Japan
Representative Office in New York

米国の映像産業に広がる公的支援

- フィルム・コミッションとタックス・クレジット -

~ 「支援措置」自体が取引の対象に ~

[要 旨]

1 . 米国はコンテンツ産業において、世界の半分を占める「**コンテンツ産業大国**」である。コンテンツ産業の重要な一角を占める「映像・音楽産業」は、近年米国の経済成長率を上回る伸び率で成長している。州別に見ると、カリフォルニア州が第一位、ニューヨーク州が第二位でこの2州で全体の四分之三を占めている。州のシェアに大きな動きはないが、近年目立って伸びてきている州がいくつか見られる。映画の興行収入は、近年横ばいであるが、DVD 販売が伸びている。また映画の製作費は、近年上昇傾向は止まっているが、作品あたり、平均でも数十億円から百億円規模の巨額の投資であり、投資の一部であるロケーション撮影費が地域に落とす額も相応に期待できる。

2 . 各地域で映像製作を行う際には、各地域の**フィルム・コミッション**が窓口となる。フィルム・コミッションは、映像製作時のロケーション活動を支援し、製作者側と政府・自治体側の連絡・調整の役割を担う組織で、米国内のほぼ全州に存在し、映像製作には欠かせない存在になっている。

3 . カナダ、英国などの映像産業に対する各種支援策の導入を背景に、米国では、2000 年ごろに映画製作が自国から他国にシフトする「**Runaway Production**」(**映像製作の空洞化**)問題がクローズアップされた。

4 . これをひとつのきっかけに、連邦をはじめ、各州政府・地域が、税制上の優遇措置をはじめとする様々な振興策を、競うように導入しており、大半の州で、映像製作産業に対し、何らかの税制上等の支援措置を導入している。主な措置は **売上税・使用税の免除 所得税等の税額控除 宿泊税の免除 与信制度**である。中でも **売上税・使用税の免除**が中心である。特に **売上税・使用税の免除**の税額控除について、作品によってロケーション場所が変わる映像産業特有の事情から、税額控除が「**譲渡可能**」としている州がみられ、取引が行われるようになってきている。

5 . カリフォルニア州は、映像産業では全米第一位であるが、映像製作産業に特別な支援措置は導入されていない。州内での「**Runaway Production**」(**映像製作の空洞化**)の状況についても論争が続いており、支援措置が導入されるかどうかは**不透明**である。

6 . 映像産業では第二の都市であるニューヨーク市は、 **売上税・使用税の免除**、**所得税**

等の税額控除の導入を行っているほか、ディスカウント・カードの発行や広告支援策なども組み合わせた ” Made in NY キャンペーン ” を行っており、一時落ち込んでいたロケーション日数が**急回復**している。

7. ルイジアナ州は、映像産業の規模はまだ大きくないが、近年ロケーション場所として注目され、その作品の数が急増している。その背景には積極的な税制等の優遇措置の導入がある。なかでも「**譲渡可能**」な税額控除は、その権利の売買を仲介するブローカーまで現れている。今年から優遇措置を再改正し、その積極的な映像産業誘致策は「**第二段階**」に入っている。

8. 映像産業第一位の米国が多くの支援策を導入する中、日本の空洞化も懸念される。厳しい財政事情はあるが、**フィルム・コミッションのカバレッジの拡大 情報の整備 支援制度と信制度**などの対応策の検討を望みたい。

本レポートは、映像製作の最先進国といえる米国においても、様々な支援策が導入されていることを紹介するものである。今後の日本における支援策の立案にあたっての参考の一助になれば幸いである。

日本政策投資銀行 ニューヨーク事務所
担当：梶 雅昭 (makaji@dbj-us.org)
石原早紀子 (Ishihara@dbj-us.org)

目次

| | |
|--|----|
| はじめに | 4 |
| 第一章 米国の映像産業 | 5 |
| 1. コンテンツ産業(全体)の規模 | 5 |
| 2. 米国映像産業の動向 | 6 |
| 3. 劇場興行 | 10 |
| 4. 劇場公開(以外)の収入 | 12 |
| 5. 製作費の動向 | 12 |
| 6. 映像製作産業の傾向 | 14 |
| 第二章 フィルム・コミッション(Film Commissions) | 15 |
| 1. フィルム・コミッションとは | 15 |
| 2. 米国のフィルム・コミッション | 17 |
| 3. フィルム・コミッションの役割 | 17 |
| 4. フィルム・コミッションの運営 | 19 |
| 5. フィルム・コミッションのめざすもの | 19 |
| 第三章 「Runaway Production (映像製作の空洞化)」問題 | 21 |
| 1. 概要 | 21 |
| 2. 「空洞化」状況 | 21 |
| 3. 「空洞化」が発生した理由 | 22 |
| 4. 最近の動向 | 23 |
| 第四章 税制上の優遇措置(Tax Incentive) | 24 |
| 1. 連邦レベルでの支援 | 24 |
| 2. 州毎の措置 | 24 |
| 第五章 ケース・スタディ その1(カリフォルニア州) | 34 |
| 1. カリフォルニア州における「映像産業の空洞化」 | 34 |
| 2. カリフォルニア州の支援の現況 | 39 |
| 第六章 ケース・スタディ その2(ニューヨーク市) | 40 |
| 1. 概要 | 40 |
| 2. ニューヨーク市のメード・イン・ニューヨーク(“Made in NY”)プロジェクト | 40 |
| 3. 「メード・イン・ニュー・ヨークプロジェクト」の効果 | 43 |
| 第七章 ケース・スタディ その3(ルイジアナ州) | 46 |
| 1. 概要 | 46 |
| 2. 具体的措置の内容 | 47 |
| 3. 新しい税制優遇措置～新たな政策の方向性 | 48 |
| 第八章 むすび、日本への示唆 | 51 |
| 末尾 米国各州・地域別の映像産業にかかる主要な税制等の優遇措置 | 53 |

はじめに

現在、日本において、映画、音楽、出版、ゲーム、アニメーションなどのコンテンツ（情報の内容）産業が注目されており、製造業などの他の産業と協同して、わが国経済を牽引する役割を担うことが期待されている。

それを受けて、日本国内では、ここ数年で、「コンテンツ振興法」の成立や「知的財産推進計画」の進捗、「新産業創造戦略」で重点分野として位置づけられるなど、その支援は近年加速しているとも言えるが、具体的な支援措置という面からすると、これからという面が強い。

映画、テレビ番組、コマーシャルなどに代表される映像製作は、コンテンツ産業の中でも、一つの柱であり、また、ロケーション撮影活動等を通じて、地域に多段階の投資効果を及ぼすほか、観光客誘致等につながるなど、将来的な波及効果も期待できることから、国レベルだけでなく各地域の振興手段としても、大きな役割を果たしている。

そのため、世界最大の映像製作産業を持つ米国においても、こうした観点から、連邦レベル、州、地域レベルで公的な側面から各種の支援措置が導入されている。

本レポートでは、映像産業について概観するとともに、同産業向けに米国で導入されているさまざまな措置について述べる。またいくつかの注目地域をケース・スタディとして取りあげる。

全体の構成

全体は七章構成となっている、第一章では、概ね順調に伸びている米国の映像産業市場を概観する。第二章では、映像製作の地域の側面から支援する重要な役割を担っているフィルム・コミッションについて述べる。第三章では、連邦、地域レベルで各種支援措置が導入される背景の一つになっている「Run-away Production（映像製作の空洞化）」問題について概観する。第四章で、連邦・州地域レベルでの具体的な支援措置について述べた後、第五章～第七章において、米国内の注目地域（カリフォルニア州、ニューヨーク市、ルイジアナ州）をケース・スタディとして取り上げる。最終第八章では、調査結果をもとに日本への示唆について考察する。末尾で、全米各州地域別に主な優遇措置を整理した。

（本レポートにおけるドル 日本円への換算レートは、1ドル＝115円とした。）

第一章 米国の映像産業

1. コンテンツ産業(全体)の規模

(1)日米比較

映像産業を含むコンテンツ産業全体の規模を日米で比較すると以下のとおりである。日本は米国に比べて、およそ五分の一の規模である。また、GDP 比も米国に比して低く 2% である。この数字は、世界平均より低く、その意味では、まだまだ伸びる余地があると考えられることも出来る。また、海外売上規模も、米国が圧倒的に多い。

米国は、世界のおよそ半分を占めており、GDP 比でも世界平均より高く、自他共に認める「コンテンツ産業大国」であるといえる。

表 1 - 1 日本と米国のコンテンツ産業規模の比較

| 2000 年 | コンテンツ規模 | 世界でのシェア | GDP | GDP 比 | うち海外売上規模 | 海外比率 |
|--------|-----------|---------|----------|-------|----------|------|
| 日本 | 1,091 億ドル | 11% | 4.9 兆ドル | 2% | 31 億ドル | 3% |
| アメリカ | 5,068 億ドル | 51% | 9.8 兆ドル | 5% | 855 億ドル | 17% |
| 世界 | 1 兆ドル | 100% | 30.9 兆ドル | 3% | | |

(出典：「コンテンツ産業の現状と課題」(経済産業省)2005年2月)

(2)米国の近況

上記比較は 2000 年のものなので、動きを見る意味で、最近の数字を見てみると、その規模は、更に増加している。また伸び率を GDP と比較すると、その伸びを上回る数字となっている。このことから、コンテンツ産業は、米国 GDP を牽引している産業の一つであることが分かる。

表 1 - 2 米国コンテンツ産業 (2002 年)

| コンテンツ規模 | GDP | 比率 |
|----------|------------|------|
| 6,262億ドル | 1兆4,808億ドル | 6.0% |

(出典：Copyright Industries in the U.S. Economy the 2004 Report)

表 1 - 3 GDP との伸び率の比較

| | 1997-2001年 | 1997-2002年 |
|---------|------------|------------|
| コンテンツ産業 | 3.48% | 3.51% |
| 米国全体 | 2.47% | 2.40% |

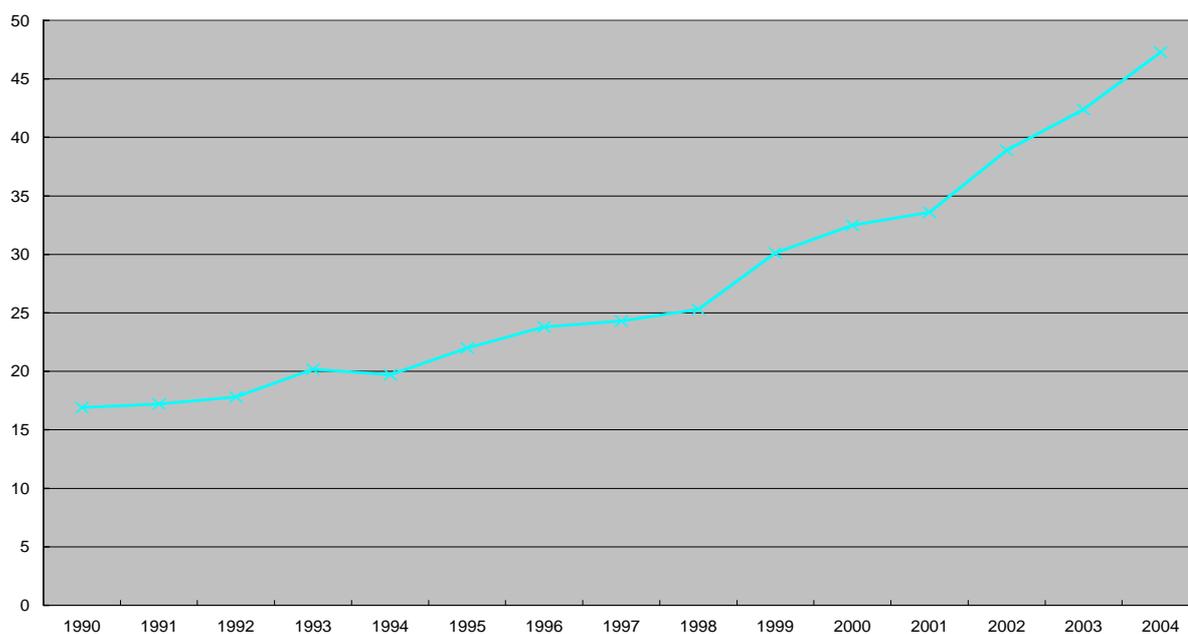
(出典：Copyright Industries in the U.S. Economy the 2004 Report)

2. 米国映像産業の動向

(1) GDP の推移

コンテンツ産業の重要な一角を占めると考えられる映画・音楽産業 (Motion picture and sound recording industries) について見てみると、国内総生産の最近の傾向は以下のとおりである。過去 15 年にわたり、概ね順調に伸びてきていることが分かる。

図 1 - 1 米国映像・音楽産業の国内総生産 (単位：十億ドル)

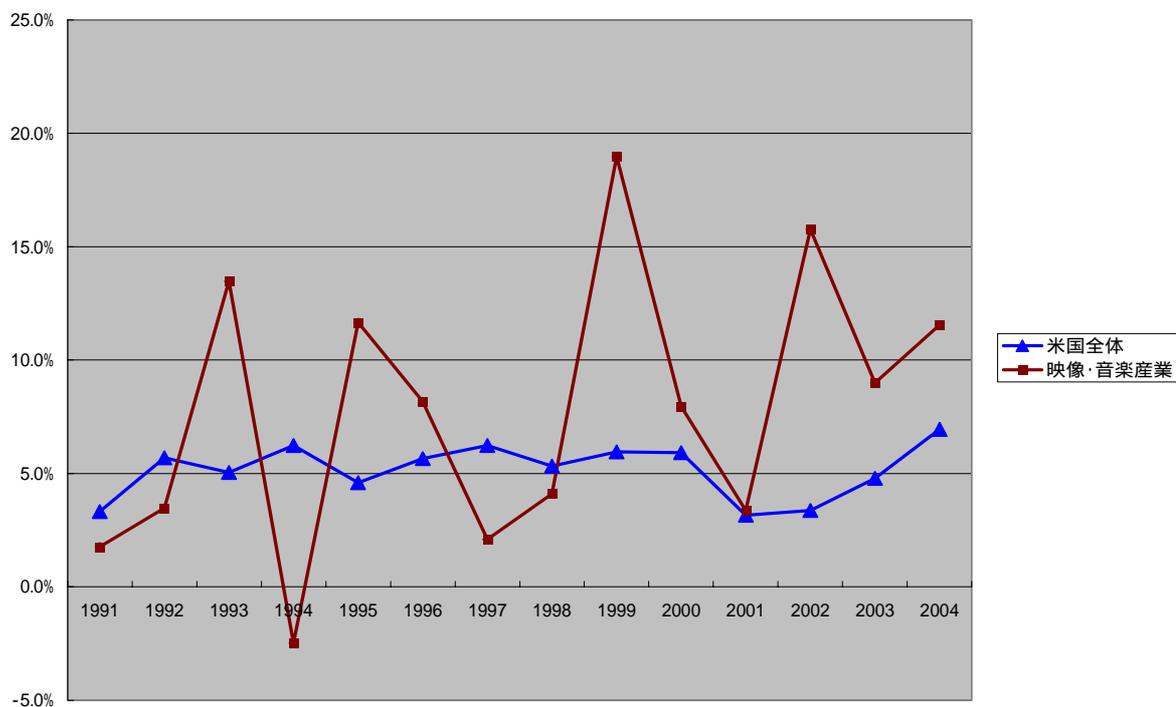


(出典：米国商務省経済分析局データより作成)

これを、米国全体の GDP 伸び率と比較したのが、次ページのグラフである。

10 年ほど前までは、映像・音楽産業の伸び率は、年によって全体の伸び率に対して、上回ったり、下回ったりしていたが、ここ数年は続けて米国全体の伸びを上回る成長を遂げていることが分かる。

図 1 - 2 国内総生産（GDP）の対前年伸び率比較（米国全体と映像・音楽産業）



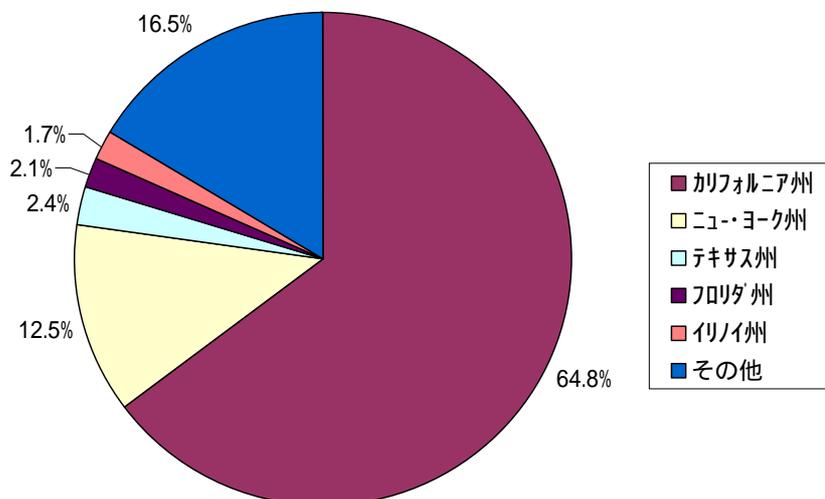
（出典：米国商務省経済分析局データより本行作成）

(2)州別の GDP の現況

それでは、州別に見るとどうだろうか。

次ページのグラフは、国際総生産を州別に分解した GSP (Gross State Product) の数字から、映像・音楽産業の上位 5 州をピックアップしたものである。ハリウッドを擁するカリフォルニア州が、6 割以上を占め、それに続くのが、マンハッタンなどをもつニューヨーク州である。この 2 州で、おおよそ全米の四分之三を占めている。後に続く、テキサス州、フロリダ州、イリノイ州は全体から見ると 2 % 程度である。この数字は、ここ数年大きくは変わっていない。

図 1 - 3 映像・音楽産業の集中度（GSP のシェア、2003 年）



（出典：米国商務省経済分析局データより本行作成）

(3) 州別の GDP 伸び率

しかしながら、足元の伸び率を取ってみると、上位 5 州以外のところが目立って増えてきている。もちろん、上位の州に比べれば、まだまだ数字は小さいが、後述するように、映像・音楽産業の波及効果に着目して、こうした産業の振興に力を入れてきている州が増えているのも事実であり、上位 2 州も安穩とはしてられない状態である。

次ページの表は、伸び率の上位 10 州を表にしたものである。最初の表が 2002 年から 2003 年の伸び率であり、2 番目の表が、1997 年から 2003 年の伸び率を示している。どちらの期間も、上位 10 州には、上位規模の州は入っていない。

参考としてカリフォルニア州とニューヨーク州の伸び率を、順位を入れて示している。

カリフォルニア州は、どちらの表でも、ほぼ伸び率順位は中位であるが、ニューヨーク州は、低順位にある。この差が、後のケース・スタディでみられる州の足下の政策の差（カリフォルニア州は優遇措置がペンディング、ニューヨーク州は積極活用）につながっているととも考えられる。

表 1 - 4 対前年比伸び率の大きかった上位 10 州 (2002 年 2003 年、単位：十億ドル)

| 順位 | 州名 | 伸び率 | GSP(2003 年) | 全米シェア |
|----|-------------|-------|-------------|--------|
| 1 | ニュー・ハンプシャー州 | 41.2% | 48 | 0.10% |
| 2 | ワシントン DC | 36.5% | 247 | 0.60% |
| 3 | ルイジアナ州 | 30.2% | 82 | 0.20% |
| 4 | メリーランド州 | 23.9% | 264 | 0.60% |
| 5 | デラウェア州 | 22.7% | 27 | 0.10% |
| 6 | ネブラスカ州 | 22.6% | 38 | 0.10% |
| 7 | モンタナ州 | 21.7% | 28 | 0.10% |
| 8 | メイン州 | 21.1% | 23 | 0.10% |
| 9 | ワシントン州 | 21.0% | 242 | 0.10% |
| 10 | ペンシルバニア州 | 20.2% | 465 | 0.10% |
| 25 | カリフォルニア州 | 13.7% | 26,700 | 64.80% |
| 34 | ニューヨーク州 | 10.3% | 5,151 | 12.50% |

(出典：米国商務省経済分析局データより本行作成)

表 1 - 5 対前年比伸び率の大きかった上位 10 州 (1997 年 2003 年、単位：十億ドル)

| 順位 | 州名 | 伸び率 | GSP(2003 年) | 全米シェア |
|----|-------------|--------|-------------|--------|
| 1 | ワシントン DC | 268.7% | 247 | 0.60% |
| 2 | ニュー・ハンプシャー州 | 166.7% | 48 | 0.10% |
| 3 | ロード・アイランド州 | 145.5% | 27 | 0.10% |
| 4 | ノース・ダコタ州 | 140.0% | 12 | 0.00% |
| 5 | ペンシルバニア州 | 136.0% | 465 | 1.10% |
| 6 | ネバダ州 | 124.4% | 92 | 0.20% |
| 7 | フロリダ州 | 115.2% | 852 | 2.10% |
| 8 | メリーランド州 | 111.2% | 264 | 0.60% |
| 9 | バージニア州 | 106.5% | 287 | 0.70% |
| 10 | アーカンソー州 | 103.3% | 61 | 0.10% |
| 23 | カリフォルニア州 | 76.5% | 26,700 | 64.80% |
| 42 | ニューヨーク州 | 39.6% | 5,151 | 12.50% |

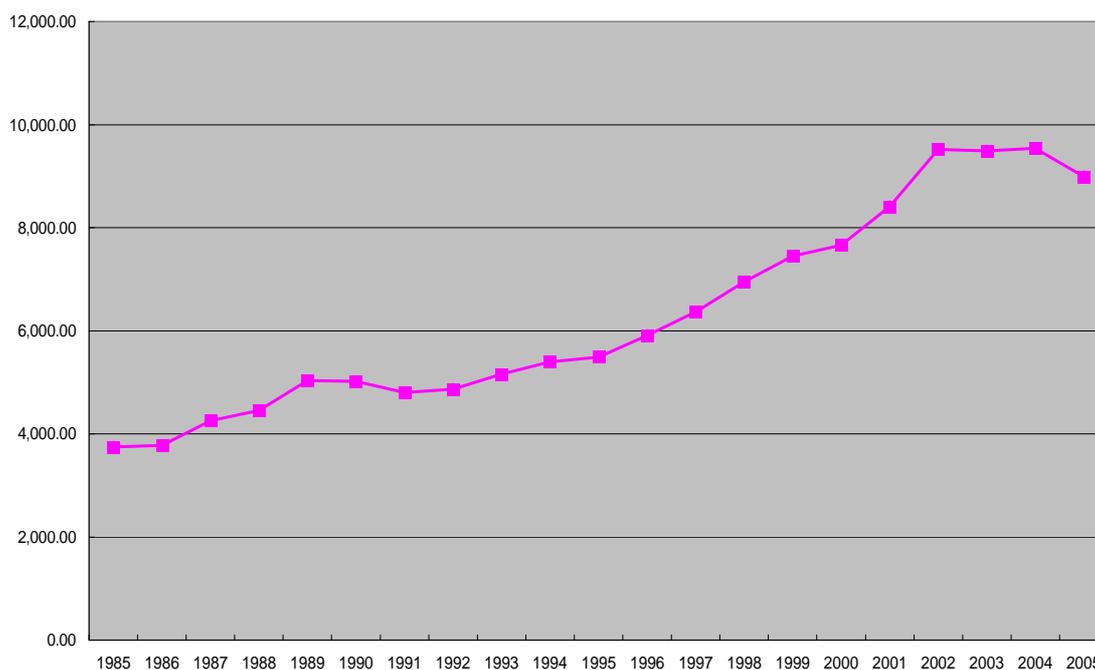
(出典：米国商務省経済分析局データより本行作成)

3. 劇場興行

(1) 収入の推移

映像産業の収入の重要な柱が劇場公開による収入である。この推移を見てみると以下の通りである。米国における劇場興行収入は、長期的に見ると、概ね順調に伸びてきているが、ここ数年は、100億ドル近辺で横ばいになっている。

図 1 - 4 米国における興行収入の推移（単位：百万ドル）

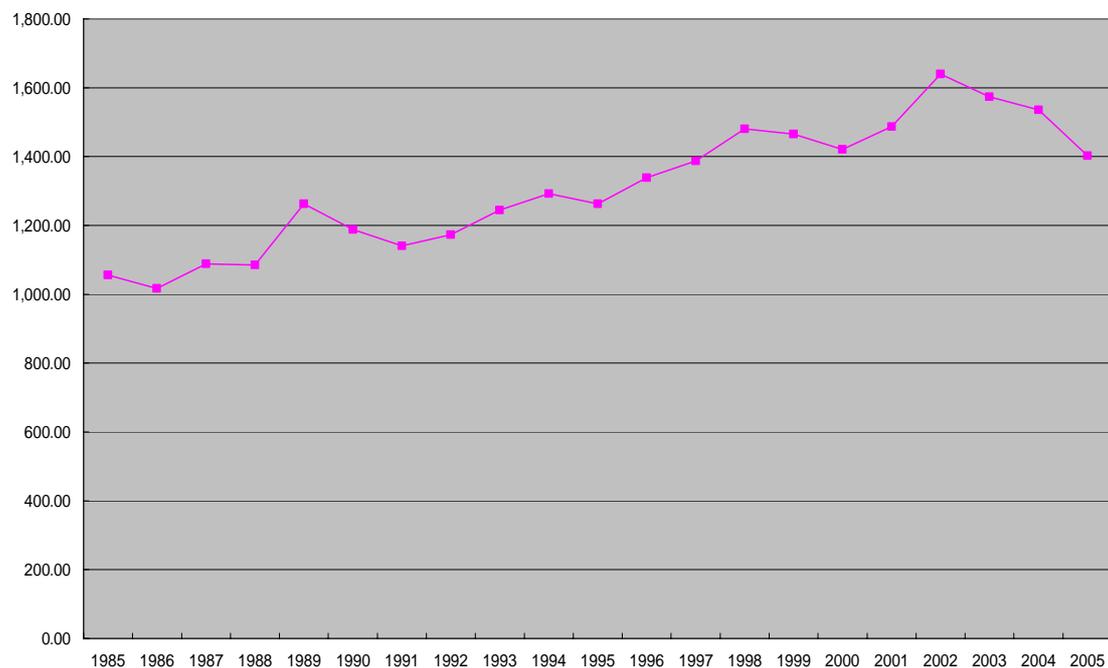


（出典：MPAA データより作成）

(2) 入場者数及び入場料単価の推移

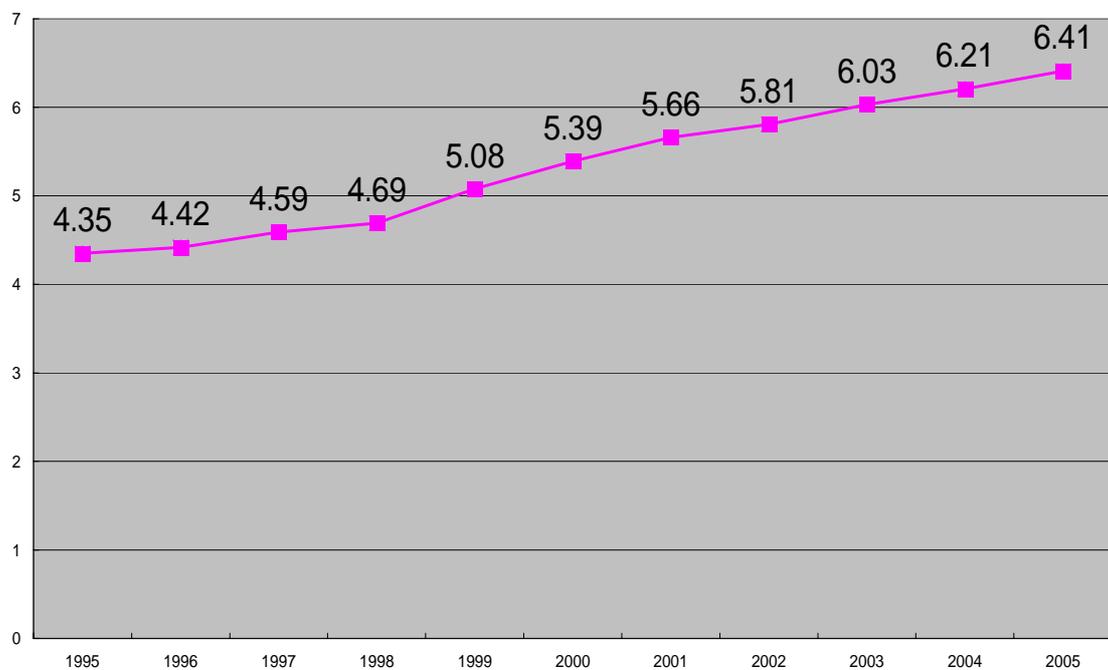
興行収入を分解すると、入場者数と入場料単価に分けられる。これらの推移を見たのが以下のグラフである。これを見ると、近年入場者が減少傾向にある一方、平均入場料は上昇しており、収入を補っていることが分かる。

図1 - 5 米国における映画入場者数の推移（単位：百万人）



（出典：MPAA データより作成）

図1 - 6 米国における映画の平均入場料（単位：ドル）

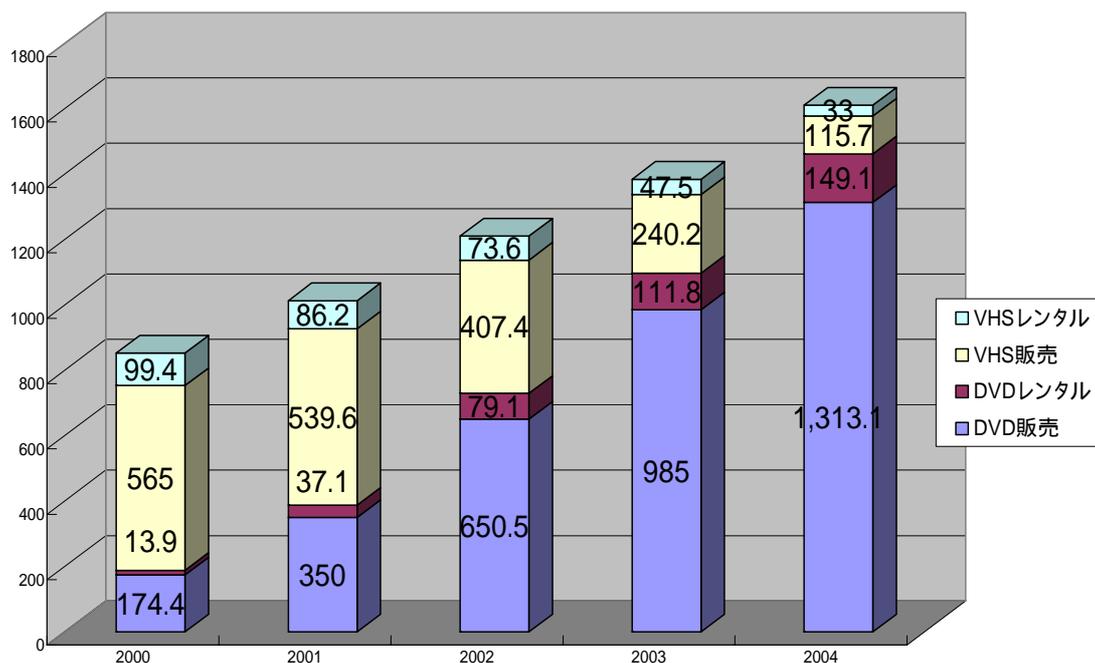


（出典：MPAA データより作成）

4. 劇場公開(以外)の収入

実際の、映像関連の収入は劇場公開で終わるわけではない。近年は DVD の普及により、この市場が大きく伸びている。特に劇場公開時には見られないボーナスシーン（カットされたシーンや製作中の様子を記録したものなど）を DVD 販売時に同時につけるなどの工夫により、購買意欲を刺激している。

図 1 - 7 米国における DVD, VHS ソフト出荷数（単位：百万枚）

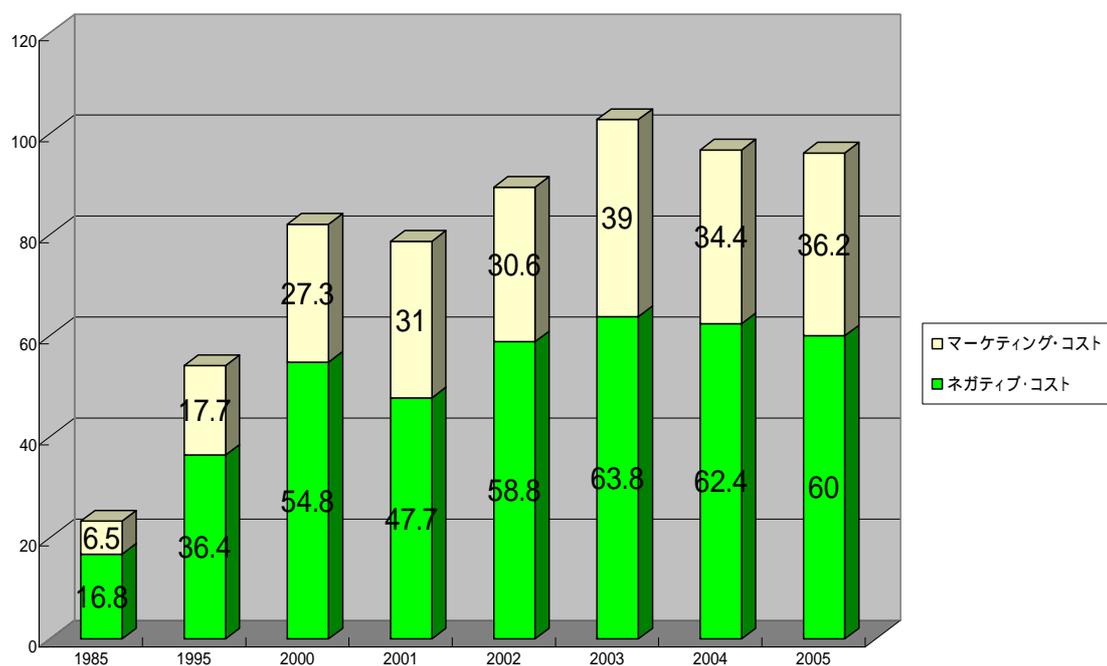


（出典：MPAA データより作成）

5. 製作費の動向

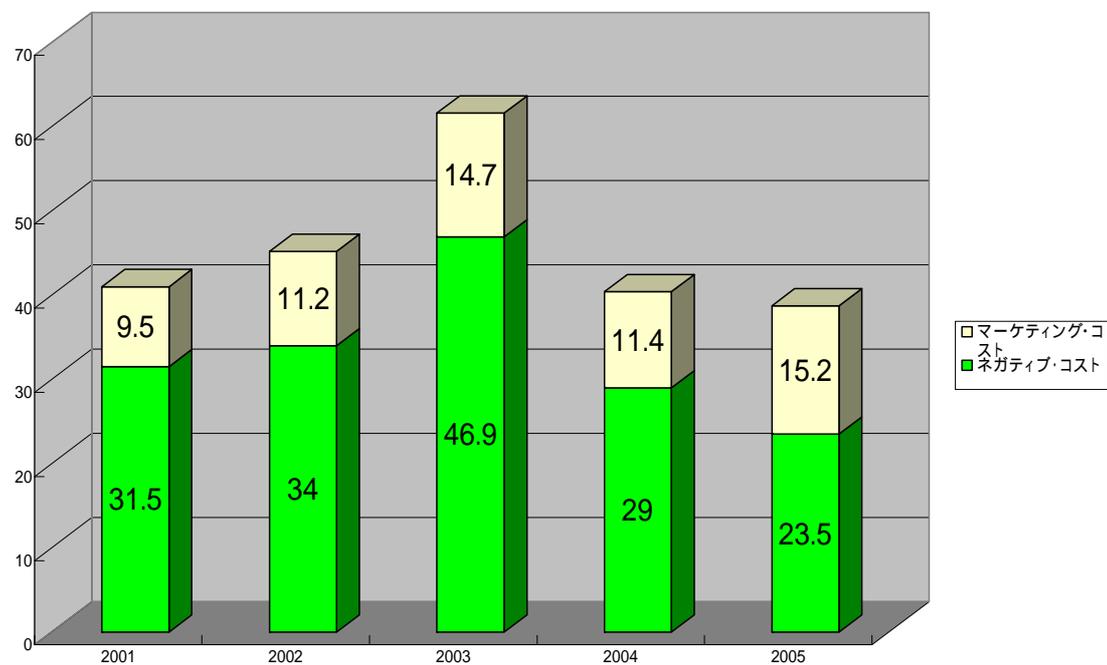
一方で、製作費については、足元では価格の上昇傾向がひとまず止まった形になっている。製作費には大きく分けて、製作時にかかるネガティブコストと製作後の宣伝・販売活動にかかるマーケットコストがあるが、大手製作会社の場合、これらを合わせた映画 1 本あたりの製作総コストは、1 億ドル（115 億円）程度であり、巨額の投資には違いない。逆に言えば、例えばロケーション撮影が行われれば、その地に落とされる額も、期待できるということである。

図 1 - 8 大手スタジオ映画（MPAA 加盟会社）の製作費（単位：百万ドル）



(出典：MPAA 資料より作成)

図 1 - 9 大手スタジオ子会社（系列会社）映画の製作費（単位：百万ドル）



(出典：MPAA 資料より作成)

6. 映像製作産業の傾向

これまでの分析をまとめると、

米国の映像製作産業は、全体として概ね経済成長率を上回る成長を遂げていること。

製作場所として、カリフォルニア州、ニューヨーク州の地位は依然として大きいですが、他州も、力を入れているところが出てきていること

製作費を抑えつつ、利益回収の重点が、劇場公開から DVD ソフトの販売等によるものにシフトしていること、
などが読み取れよう。

それでは、こうした映像製作産業を、各地域において、公的な面から支えているフィルム・コミッションの現況について触れることとしたい。

第二章 フィルム・コミッション(Film Commissions)

1. フィルム・コミッションとは

(1) 概要

フィルム・コミッション (Film Commissions) とは、「**地域に映画・テレビ番組などの映像製作活動を誘致し、実際の撮影時には、様々な面で協力を行なう組織**」のことである。通常その管轄地域の政府・自治体の一部門として設立されることが多い。

フィルム・コミッションの活動としては、映像製作会社に、地域内の適切なロケーション場所を探したり、撮影時のコーディネーションを行なったりする（これらは、基本的に無料で行なわれる。）。

そのために、各地域のロケーション候補地や映像製作のための施設やサービスの一覧などを準備している。フィルム・コミッションは、映像製作会社と地域社会（あるいは自治体）との間に立って、連絡・交渉系の役割を果たすこともある。

フィルム・コミッション自体が、彼らに関わる映画の製作や配給について、直接、資金供給（援助）を行なうことは、通常ほとんど無いが、後述するように、各自治体等が準備している融資制度や税制上の優遇措置や支援措置などについては、その申請等の窓口の役割を果たしていることが多い。

こうした活動により、長期的に地域イメージの向上や地域経済の活性化に貢献することになるわけである。

現在、フィルム・コミッションは、欧米を中心に世界の多くの地域に存在する。それぞれの管轄地域によって、その活動範囲は様々で、国(National)レベルから、地域(Regional)、州(State)、郡、市町村(County/Local)レベルまで、多くのフィルム・コミッションがある。

当初は、映画製作の支援をすることから始まったが、映像製作が、映画からテレビ番組（単発や連続ドラマを含む）やコマーシャルなどに広がるようになり、フィルム・コミッションのニーズはどんどん広がっている。

(2)世界の動向 (AFCI = Association of Film Commissioners International)

AFCI (国際フィルム・コミッション協会) は、全世界のフィルム・コミッションが集まる業界団体である。映画やテレビ番組などにおけるロケーション撮影の場所選定等のニーズの増大に応じてできたもので、1975年に、教育を行うための非営利団体として設立されていることから、30年以上の歴史を持つことになる。

現在事務局はモンタナ州ヘレナ市にある。

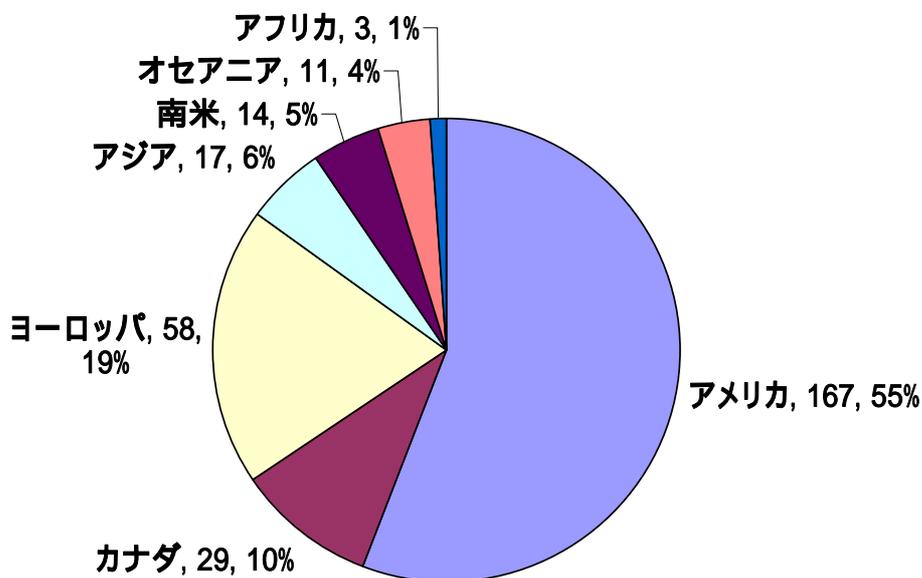
当初は、フィルム・コミッション同士の情報共有や情報交換を目的に少数のグループで構成されたが、年数の経過とともにメンバーの数を増やし、最新(2006年)のAFCI公式リストによると、加盟ネットワークは、40カ国 299メンバーに及んでいる。

地域別内訳を見ると、アメリカが最も多く、メンバー数が 167 と半分以上を占める。カナダも一国でメンバー数が 29 と多い。これらに続くのがヨーロッパでメンバーの数としては 58 である。アジアのメンバー数は 17 で、うち日本が 9 と過半を占める¹。加盟しているのは、萩、姫路、広島、北九州、神戸、那須郡、大阪、東京、横浜である。

最初に AFCI が行った大きな啓蒙イベントは、1976 年に行った「Cineposium(シネポジウム)」である。「シネポジウム」においては、フィルム・コミッションに所属する各参加者に対して、フィルム・コミッションのビジネスに関する管理や手続きなどのセミナーが行われている。これは、年一回続けられ、現在 30 回を数えている。

AFCI が行なっているもう一つのイベントは、「ロケーション・トレード・ショー(Location Trade Show)」というフィルム・コミッションのメンバー向けのフォーラムで、映像製作の各地域の誘致についてのセミナーを行なっている。これは毎年ロサンゼルスで開催されている。最初のフォーラム(当時は「ロケーション・エキスポ(Location EXPO)」という名称だった。)は、60 のフィルム・コミッションのメンバーと、千二百人規模の映画製作関係者の入場があったとのことだが、現在では 200 以上のフィルム・コミッションが参加し、6 千人以上の参加者が訪れる規模になっているとのことである。

AFCIメンバーの地域別内訳



(出典 : AFCI Membership Directory より本行作成)

¹ 日本のフィルム・コミッションが集まる全国フィルム・コミッション連絡協議会の加盟メンバーは、2006年3月13日現在で、87である。

2. 米国のフィルム・コミッション

(1)経緯

最初にフィルム・コミッションが米国で設立されたのは、1940 年後半である。

これは、映画会社が撮影の際に、地方政府との交渉窓口を必要としたためである。例えば、警察や高速道路のパトロール隊、道路管理局、消防署、公園警備官などの関係者とロケーション撮影を行なうための調整が必要だったわけである。

(2)現況

米国 50 州に政府直轄のワシントン DC と自由連合州のプエルト・リコを加えた 52 拠点のうち、AFCI のメンバーになっているのは 46 拠点（メンバー数は 167）である²。メンバーがいないのは、デラウエア州、マサチューセッツ州、ニュー・ハンプシャー州、ノース・ダコタ州、ロード・アイランド州、ウイスコンシン州の各州であるが、これらの州もフィルム・コミッション自体が存在しないわけではない。ただし、ウイスコンシン州のフィルム・コミッションは、2005 年 7 月 1 日に閉鎖されている（撮影申し込みの窓口が、観光情報局となっている。）。

また、これらの州のうち、デラウエア州、ニュー・ハンプシャー州、ノース・ダコタ州、ウイスコンシン州については、後述するように、映像産業に対し、特段の税制上の優遇措置等はないし、デラウエア州、ニュー・ハンプシャー州は、税制上の優遇措置の中心となっている州の売上税（日本の消費税に相当する）が、もともと存在しないことから、映像産業に対する特段の誘致策を取る必要性（あるいはその手段）が相対的に低いと考えられる。

最も数が多いのは、無論カリフォルニア州であるが、州内だけでも、各地域に約 60 箇所のフィルム・コミッションの役割を果たす窓口がある

3. フィルム・コミッションの役割

前述のように、映像製作の範囲が広がったことにより、フィルム・コミッションに期待される役割も、年々大きくなっている。現在、フィルム・コミッションが提供しているサービスをまとめてみると、次ページの表の様な形になる。

² 州レベルのフィルム・コミッションと各地域（郡＝カウティレベルなど）のフィルム・コミッションがある。

| 項目例 | 内容例 |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ・地域の概要 | <ul style="list-style-type: none"> ・地域の特徴や歴史、気候(年間の気候や現時点の気温)など。日の出、日没時間も重要情報である。 ・フィルム・コミッション自身の紹介(スタッフ名やトップの経歴など) |
| <ul style="list-style-type: none"> ・ロケーションガイド | <ul style="list-style-type: none"> ・よく使われるロケーション場所について、写真等を使って紹介。 ・各所の歴史や背景など |
| <ul style="list-style-type: none"> ・優遇措置(インセンティブ) | <ul style="list-style-type: none"> ・その地域で利用可能な税金優遇措置などを紹介。 ・地域単位でのキャンペーンの紹介 ・適用条件や、具体的手続きなどの紹介 ・適用のもとになっている法律条文 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・許可の取得 | <ul style="list-style-type: none"> ・ロケーションに許可が必要な場合に、手続きの流れを解説。必要書類のダウンロード ・撮影上の注意 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・映像製作関連のリソース | <ul style="list-style-type: none"> ・ディレクトリー形式で、製作にかかわる様々な地域内の施設や会社・団体などの連絡先を整理して掲載。 ・撮影スタジオや録音スタジオ、食事の手配先や資材の調達先、宿泊場所、自動車他のレンタル、俳優やエキストラ、スタッフの調達先など、直接製作にかかわる情報から、法律・会計事務所など間接的な手続きに関連するところまで、撮影に必要と思われるあらゆるものの連絡先が分かるようになっている。 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・これまでの実績 | <ul style="list-style-type: none"> ・これまで撮影された映画の紹介(現在撮影中のもの、または今後予定されているものも含む)。ロケーション別や年代別などに整理 ・カテゴリー表示(長編映画、テレビシリーズ、コマーシャルなど) |
| <ul style="list-style-type: none"> ・ニュースや統計、研究 | <ul style="list-style-type: none"> ・フィルム・コミッションが発表したプレスリリース。 ・映像製作に関連した調査(それらへのリンク) ・統計数字。州が行ったインセンティブの効果などを発表しているところもある。 |

4. フィルム・コミッションの運営

各地のフィルム・コミッションのメンバーは、それほど多くない。数名程度のところが多く、小さいところでは1名のところもある。最大と思われるカリフォルニア州のフィルム・コミッションでも10名程度である。

しかしながら、有力フィルム・コミッションのメンバーには、映像製作経験者が入っている。このことにより、製作者側のニーズを十分理解して、実際の撮影がよりスムーズに行くようになっている。一方で行政側のメンバーもあり、対役所との調整に力を発揮している。実際、後述する税制上の優遇措置などを導入する際には、フィルム・コミッションのメンバーが中心となって推し進めていく例も見られ、地域の実情に沿いつつ、映像製作者にとっても効果的な施策を実現するためには、双方のスキルがフィルム・コミッションにあることが望ましいわけである。

5. フィルム・コミッションのめざすもの

フィルム・コミッションに求められる機能は、上表にまとめてあるが、更にフィルム・コミッションが映像産業振興を継続していくために、何を行なったらよいか、という点について、まとめると以下の通りである。

(1) (直接的) 経済効果の測定

実際に、映像産業が各地域にどのような(経済)効果をもたらしているかを継続的に数字で示していくことは重要である。この点について、特にスタンダードとなっている基準の数字はないが、一般的には、作品の種類(長編映画/テレビドラマ/コマーシャル等の区分) 撮影日数、その地域で使われた投資額などを把握することが基本である。こうした数字を継続して把握し、発表していくことで、その効果の程度を図ることが出来る。

(2) 間接的な効果

映像産業が撮影や編集などを各地域で行なっていて、投資を行なった場合の経済効果は、直接支払った金額だけにとどまらない。製作会社が撮影時にあるサービスを得るために対価を払えば、そのサービス会社はその収入を元にまた別の購入を行なう...という形で、乗数(Multiplier)効果あるいは波及効果(Ripple Effect)が見込まれる。

Alliance of Motion Picture Arts and Sciences(AMPAS)が行なった調査によると、エンタテインメント産業の乗数効果は、2.12倍になるとのことである。ルイジアナ州の「THE BUSINESS OF FILM COMMISSIONS」というペーパーによると、この調査数字をもとに、乗数効果を1.5倍~3倍程度とするフィルム・コミッションが多いとしている。

(3) 観光産業への波及

更に、数字では見積もり難い効果に、観光産業への波及がある。直接的にはロケーショ

ン撮影時の宿泊があるが、それだけでなく、映画がヒットした場合にロケーション地への観光客増などが期待できるわけである。日本でも大河ドラマなどの撮影が行なわれると、放映期間前後で、その地域に観光客が増加することは既に定着しているし、最近の「韓流」ブームにより、日本から韓国へ、ドラマの撮影地をめぐる観光客が目立つようになったのは記憶が新しいところだし、米国でも、南北戦争を取り上げた映画により、南北戦争への関心が高まり、関連調査が増加したということもあった。こうしたことを、少しでも持続するためにそのためのパンフレットや地図の整備などは重要である。前章で見たようにDVDの販売も伸びているので、ボーナスとしてロケーション地の紹介を入れるのも一つのアイデアであろう。

(4) 優遇措置の検討

第四章以降に述べるように、米国では、州別にそれぞれの事情に合わせて、税制や与信制度そのほかのさまざまな優遇措置を導入している。これらはいくつかのパターンはあるが、州の事情により、全く同じものは無いと言っていい。各地域において、それぞれの事情に鑑み、出来る限りの範囲で、優遇措置の導入を検討することも重要である。

現在、米国全体で、フィルム・コミッションを利用して、映像産業による経済振興が企図されているといっても過言ではないが、そうした動きを加速させる背景となった「Runaway Production」(映像製作の空洞化)問題について、次章で述べることとする。

第三章 「Runaway Production (映像製作の空洞化)」問題

1. 概要

1999年1月、米国の映画製作において、「Runaway Production Problem」が浮上してきた。すなわち、米国向けに劇場で公開あるいはテレビで放映される映像作品の製作が米国以外の国で作られることが多くなり、米国内での映像製作がいわば「空洞化」しているという問題である。

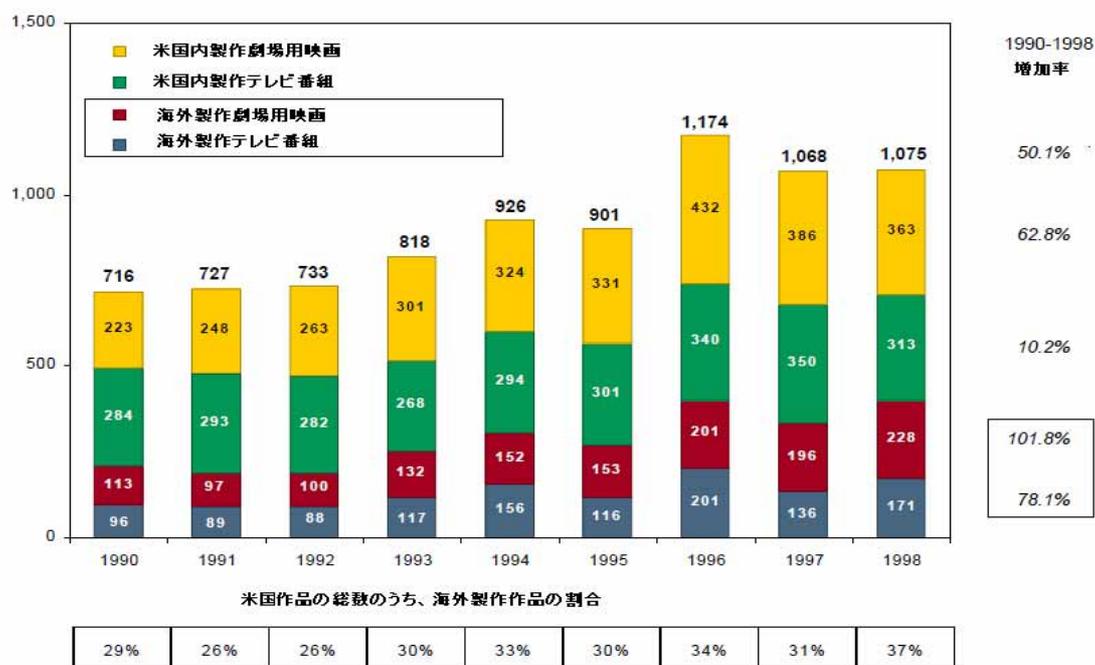
米国監督協会 (DGA = the Directors Guild of America) と米国俳優協会 (SAG = Screen Actors Guild) がこの問題について調査したところ、以下のことが明らかになった。

2. 「空洞化」状況

1998年に、米国向けに公開・放送された映画、テレビ映画(シリーズドラマを含む、コマーシャル・ニュース・スポーツ番組は除く)は、全部で1,075本あったが、このうち、米国外で製作された作品が399本であった。これは、1990年の209本のおよそ1.5倍になっている。

内訳を見ると、劇場用映画が1990年の113本から1998年に228本(約2倍)、テレビ番組が1990年の96本から、1998年の171本(約8割増)である。全体でも、1990年は3割弱であったが、1998年には37%と割合は増加している(図3-1参照)。

図3-11 映像製作の空洞化の状況

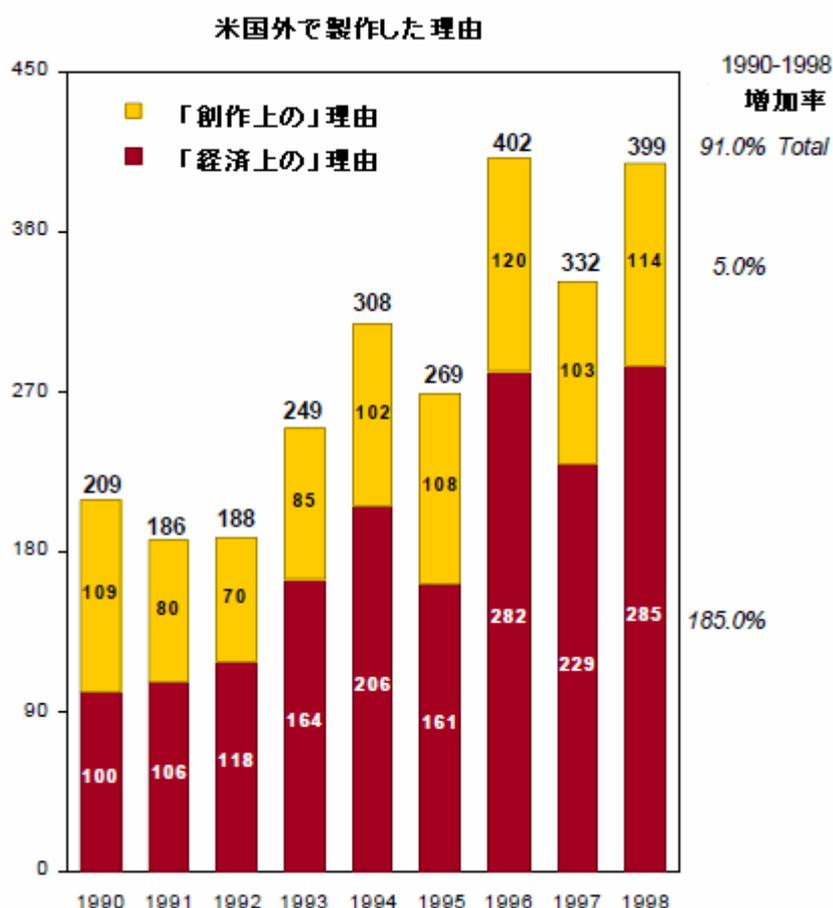


(出典:「U.S. Runaway film and Television Production Study Report」 Monitor Group)

米国外で製作した理由には、「創作上の」理由と「経済上の」理由があることが想定される。問題となっている「映像製作の空洞化」は、後者の「経済上」の理由から製作を米国外で行なっているという問題である。

理由別の推移を見ると、「創作上の」理由による米国外製作が1990年の109本、1998年の114本と、ほぼ横ばいなのに比べ、「経済上の」理由によるものは、1990年の100本から、1998年の285本と3倍近くになっており、まさに「空洞化」が起きていることが示されている（図3 - 2 参照）

図3 - 2



（出典：「U.S. Runaway film and Television Production Study Report」 Monitor Group ）

3. 「空洞化」が発生した理由

上記のごとく空洞化が発生した理由については、全体として、利益率向上の要請が高まり、撮影費用の低減について優先度が高くなったことを背景に、以下の点があげられている。

賃金などの撮影単価が安いこと（為替レートも後押しした）

米国外の国における税制上の優遇措置の存在

このうち、 は、解決が簡単ではないが、 の存在が、動きを加速していると考えられる。特に米国外製作の多くはカナダに取られたもので、カナダの様々な税金の優遇措置により、予算は平均して 25%程度低減されることになったとされている。

4. 最近の動向

こうした調査を受けて、2001年に、米国商務省が、「The Migration of U.S. Film and Television Production」という報告書を出して、映像製作の空洞化の状況や他国の優遇措置などをまとめている。

それ以降、連邦レベル、州レベルあるいは各地域レベルで、多くのインセンティブ（優遇措置）が、次々と導入された。これらを受けて、最近のロケーションの動向を見ると、顕著な「空洞化」は、数字上、見られなくなっている。

しかしながら、他国（カナダ、英国、オーストラリア、ニュージーランドなど）は、引き続き積極的に映像製作の誘致策を進めていることや、また、こうした新興地域において、ロケーションだけでなく、編集作業などでもできる施設の整備や関連の会社が立ち上がるなど、州・地域間の競争は大きくなってきており、従来先行していた地域も、安穩とはしてられない状況である。

次章では、現在の米国の連邦及び州レベルでの具体的な映像産業に対する優遇措置について述べることにしたい。

第四章 税制上の優遇措置(Tax Incentive)

1. 連邦レベルでの支援

米国雇用創出法 (The American Jobs Creation Act of 2004) が、2004 年10 月22 日にブッシュ大統領により署名、成立したが、この中で、米国映像産業の発展促進のための税制改正が2 点行われている。

(1)Section 181

主として少額予算の映画、テレビ番組への投資 (支出) について、一括の所得控除を定めたもの。総予算額が1,500 万ドル (17 億2 千5 百万円) 以下の映画及びテレビ番組 (連続ドラマの場合は、第1 話から第44 話まで) の作成にかかる制作会社の支出について適用される。複数の出資社、制作会社が共同して作るなどで作品が複数の主体に保有されている場合は、持分割合に応じた控除となる。また、特別措置として、新市場税控除制度 (New Markets Tax Credit program³) に定められた低所得地域や Delta Regional Authority⁴ により、貧困地域、あるいは貧困孤立エリアに定められた地域で支出が生じる場合には、予算額の上限が2 千万ドル (23 億円) になる。

(2)Section 199

人件費 (俳優、制作スタッフ、監督、プロデューサー) の最低50% が米国内で提供されることにより制作された映画及びテレビ番組のライセンス、販売、交換もしくはその他の取引について、9% の所得控除 (deduction) が認められることとなった。ただし、以下のような経過措置が設けられている。

2005 年度及び2006 年度 : 3%

2007 年度から2009 年度 : 6%

2010 年度以降 : 9%

この措置自体は、映画、テレビ産業に対し固有に定められたものではなく、他にもいくつかの取引が対象となっており (米国内でその全部又は重要な部分が製造等された製品 (有形動産、コンピュータ・ソフトウェア、音声の録音物などを含む) の販売など)、その控除限度額は、それらを合計した「適格製造業所得」 (qualifying production activities income) に上記の所得控除割合を乗じて求めるが、支払賃金 (様式W-2に規定される賃金総額⁵) の50% が上限となる (それを超える分は控除されない。)。

この控除は、一般的に、代替ミニマム税⁶ の計算上も適用が認められる。

2. 州毎の措置

³ <http://www.cdfifund.gov/> で具体的な地域は確認できる。

⁴ <http://www.dra.gov/> で具体的な地域は確認できる。

⁵ 日本でいえば、源泉徴収票に記載される賃金

⁶ 通常の所得税の計算とは別に、租税優遇措置などについて再計算した別の計算を行わせ、高い方の税額を所得税とする制度

(1)概要

次ページに、米国の「50州+ワシントンDC+プエルトリコ」の合計52の州・地域における税制上の優遇措置を一覧にまとめた。また、各州・地域のそれぞれの措置の具体的内容については、末尾に掲載している⁷。まず、特筆すべきは、映像産業に着目して、何らかの優遇措置を定めている州・地域を数えると36(全体の7割)にも及ぶことである(サービスに課税が無いなど、結果的に映像製作の一部の支出が税対象外になっている州も含む。)

これに、映像産業だけに適用されるわけではないが、広い意味で、映像産業が撮影等を行う際に他州・地域より有利になると考えられる措置(もともと日本の消費税に当たる売上税、使用税が無い、個人または法人所得税が無い、または長期のホテル滞在者に対して宿泊税免除される)を一つでも持つところを含めると、48(全体の9割)となる。

全くこうした優遇措置が見当たらなかったのは、わずか4州・地域(ノース・ダコタ州、ウェスト・バージニア州、ワシントンDC、ウイコンシン州)にとどまる。

こうしたことから、映像産業は、米国の各州・地域経済から、成長の牽引役として大きく期待されていることがうかがえる。

(2)優遇措置の内容

優遇措置の内容を区分すると、製作時に使う物品・サービスの購入、リース、レンタル代金の支払い時にかかる売上税・使用税の免除(減免) 製作費の一部に特定比率を乗じた分につき、製作会社や投資家の所得税等を控除 長期宿泊施設利用者に対して、宿泊税等を免除、の3つが中心となっている。税制上の優遇ではないが、融資・保証などの与信プログラムを持っている州もある。

対象範囲については、全ての州について同じだが、当然のことながら、その州内での支出に限られる。また、多くの州で、優遇措置の対象となる最低支出金額(最低予算)が決まっており、その水準は、条件次第ではあるが、概ね数十万ドル(数千万円)というレベルである。例えば、アラバマ州では、ドキュメンタリー、ビデオ、コマーシャル等については、州内の支出が十萬ドル超であること(商業用途であること)、長編映画については、予算が50万ドル以上かつ州内で100%の撮影または予算が百万ドル以上(劇場公開または全国ネットテレビでの放映が予定されていること)、学生が撮影する場合は別角度から検討される、との条件が付いている。

また、雇用を条件に入れているところもある。例えば、アリゾナ州では、常時雇用者(Full

⁷各州・地域における措置は、運用要領や細かい点を含めると頻繁に変わりかつ多岐にわたるので、実際に適用を検討する際には、各州・地域のフィルム・コミッションのウェブサイトなどを通じて、詳細情報を収集する必要がある。

米国各州の映像産業に関連する優遇措置一覧

| | | 売上税、使用税 | 宿泊関連税 | 所得税等の税額控除または還付 | | | | 与信制度 | |
|----------------|------------|-----------------------|------------------------------------|--|------|------|--------------------|------|----|
| | | 免除/還付 | 免除 | 還付または控除 | 譲渡可能 | 還付可能 | 繰り越し | 融資 | 保証 |
| Alabama | アラバマ | 有り | 有り | | | | | | |
| Alaska | アラスカ | 税自体無し | | 個人無し | | | | | |
| Arizona | アリゾナ | 有り | 30日 | 支出額に応じ 10%/15%/20% | 有り | | 5年 | | |
| Arkansas | アーカンソー | 有り(refund) | | | | | | | |
| California | カリフォルニア | 有り | 30日 | | | | | | |
| Colorado | コロラド | 有り | 30日 | | | | | | |
| Connecticut | コネチカット | 有り | 30日 | | | | | | |
| Delaware | デラウェア | 税自体無し | | | | | | | |
| Florida | フロリダ | 有り | | 個人無し、15% | | 有り | | | |
| Georgia | ジョージア | 有り | | 9%+人件費部分3% | 有り | | | | |
| Hawaii | ハワイ | | 有り | 4% | | 有り | 有り | | |
| Idaho | アイダホ | | 30日 | | | | | | |
| Illinois | イリノイ | 有り | 30日 | 25%+人件費部分10% | 有り | | 5年 | | |
| Indiana | インディアナ | | 30日 | 10% | | | | | |
| Iowa | アイオワ | | 30日 | | | | | | |
| Kansas | カンサス | | 28日 | | | | | | |
| Kentucky | ケンタッキー | 有り(refund) | | | | | | | |
| Louisiana | ルイジアナ | | 30日 | 25%+人件費部分 10%、施設投資15% | 有り | | 10年 | | |
| Maine | メイン | 有り | 28日 | | | | | | |
| Maryland | メリーランド | 有り | 30日 | 人件費部分50% | | 有り | | | |
| Massachusetts | マサチューセッツ | 有り | | 25%+人件費部分20% | 有り | | 5年 | | |
| Michigan | ミシガン | | | 法人無し | | | | | |
| Minnesota | ミネソタ | 一部 | 30日 | | | | | | |
| Mississippi | ミシシッピ | 有り、機器について 1.5%まで減免 | | 10% | | 有り | 10年 | | |
| Missouri | ミズーリ | | 30日 | 50% | 有り | | 5年 | | |
| Montana | モンタナ | 税自体無し | 30日 | 8%+人件費部分12% | | 有り | 4年 | | |
| Nebraska | ネブラスカ | | 30日 | | | | | | |
| Nevada | ネバダ | | | 個人/法人無し | | | | | |
| New Hampshire | ニュー・ハンプシャー | 税自体無し | | 個人は利息・配当の み課税 | | | | | |
| New Jersey | ニュー・ジャージー | 有り。一部は3% | 90日以上 | 20% | 有り | | | | 有り |
| New Mexico | ニュー・メキシコ | 有り | 30日 | 25% | | 有り | | 有り | 有り |
| New York | ニュー・ヨーク | 有り | | 州10%+ニューヨーク 市5% | | 有り | | | |
| North Carolina | ノース・カロライナ | 1%まで減免 | | 15% | | 有り | | | |
| North Dakota | ノース・ダコタ | | | | | | | | |
| Ohio | オハイオ | | 30日 | | | | | | |
| Oklahoma | オクラホマ | 有り | 30日 | 15%、10%/25%(施 設、再投資) | | 有り | | | |
| Oregon | オレゴン | 税自体無し | 30日 | 10%、6.2%(賃金) | | 有り | | | |
| Pennsylvania | ペンシルバニア | 有り | 30日 | 20% | 有り | | 3年 | | |
| Puerto Rico | プエルトリコ | | 有り | 40% | | | | | |
| Rhode Island | ロード・アイランド | | | 15%(投資)/25% | 有り | | 3年 | | |
| South Carolina | サウス・カロライナ | 有り | 25万ドル以 上の投資 | 15%人件費+15%及び 製作会社(10%)、作 品、施設投資の投 資(20%)、 | | 有り | 15年(投 資家向 け) | | |
| South Dakota | サウス・ダコタ | | 28日 | 個人/法人無し | | | | | |
| Tennessee | テネシー | 有り | 30日後でホテ ル税免除、90 日後で売上 税免除 | 個人は利息・配当の み課税 | | 有り | | | |
| Texas | テキサス | 有り | 30日 | 個人/法人無し | | | | | |
| Utah | ユタ | 有り | 30日 | 10% | | 有り | | | |
| Vermont | バーモント | 有り | 30日 | 他州との差額 | | | | | |
| Virginia | バージニア | 有り | | | | | | | |
| West Virginia | ウエスト・バージニア | | | | | | | | |
| Washington | ワシントン | 有り | 30日 | 個人無し | | | | | |
| Washington D | ワシントンDC | | | | | | | | |
| Wisconsin | ワイズコンシン | | | | | | | | |
| Wyoming | ワイオミング | | | 個人/法人無し | | | | | |

(MPAA資料、AFCI資料、各州フィルム・コミッションホームページ、インタビューより本行作成)

time employees)の一定割合以上を、州居住者とすることを対象条件の一つにしており、その割合を年々高く設定している。2006年は25%、2007年は35%、2008年に至っては50%である。いくつかの州（ルイジアナ州、サウス・カロライナ州など）では、一個人に高額のコスト（百万ドル（1億1千5百万円）以上が目安）を払っている場合には、その部分を対象外にしている。

それでは、どれくらいの州・地域がどれだけの優遇措置を実施しているのでしょうか。次の表は、各優遇措置について、それを実施している州・地域の数を一覧にまとめたものである。

表2 - 1 各優遇措置をもつ州・地域の数

| | 売上税、使用税 免除他 | 所得税等 控除等 | 宿泊税 免除 | 与信制度 融資/保証 |
|---------|----------------|-------------|-----------|---------------|
| 有り | 28 | 23 | 32 | 2 |
| 無し | 19 | 20 | 20 | 50 |
| 税が無し/限定 | 5 | 9 | - | - |

（出典：MPAA 資料、各州・地域 HP より本行作成）

これを見ると、優遇措置ごとに概ね半分の州・地域が導入していることが分かる。税制以外の融資・保証は2州（ニュー・メキシコ州、ニュー・ジャージー州）だけだが、各措置の差別化が難しくなってくると、こうした制度の存在もクローズアップされよう。

また、表2 - 2は、優遇措置の組み合わせごとの州・地域数を整理したものである。

表2 - 2

| | |
|--------------|----|
| 「有り」かつ 「有り」 | 16 |
| または が「有り」 | 20 |
| 「無し」かつも 「無し」 | 16 |

（出典：MPAA 資料、各州・地域 HP より本行作成）

州・地域それぞれの事情で、優遇措置の組み合わせされた結果、主たる優遇措置である売上税・使用税の免除と所得税等の税額控除の両方を導入している州・地域が16（全体の約三分之一）で、どちらかの措置を取っている州・地域が20（全体の4割）となっている。

以下で、それぞれの措置について分析してみよう。

3. 各措置の具体的内容

(1) 売上税、使用税の免除

優遇措置の中で、最も多くの州・地域で導入されているのが、売上税 (Sales Tax) 及び使用税 (Use Tax) の免除 (Exemption) である。売上税・使用税は、日本の消費税に類する税で、財・サービスの取得・使用等に対して支払う税である。物品やサービスを購入、リース、レンタルなどを行う際に、広く徴収されるので、米国内でも意識する場面が非常に多い。州税 (State Tax) のみの州とそれに加えて、地方税 (Local Tax) として、カウンティ (郡)、市でも徴収しているところがある。もちろん、州によって、どのような物品・サービスが対象になるかは様々である。税率も州によって異なるが、州税部分は概ね 3% ~ 7% 程度である。

多くの州で 52 の州・地域のなかで、5 州 (アラスカ州、デラウェア州、モンタナ州、ニュー・ハンプシャー州、オレゴン州) については、もともと州レベルでの売上税・使用税は課税されていない (それ自体、撮影の際にはインセンティブにはなろう。)

残りの 47 州・地域のうち、何らかの免除・減免措置を取っているのは 28 州と、半分を超えている。大半が全額の免除であるが、一部の州で税率低減措置となっている州がある。全額免除されれば、上述の税率の分 (地方税分も免税となることが明記されている州 (アラバマ州など) コスト負担が少なくなる訳であり、その効果は小さくない。

実際の手続きは、各州のフィルム・コミッション (Film Commission) やフィルム・オフィス (Film Office) などの窓口にて免税の申請を行い、承認が下りると、免税証明書 (Blanket Certificate of Exemption Form 等) が交付される。免税対象となる行為の代金支払いの際に、その証明書を提示すると、税金が加算されない (あるいは引き下げられた税率分が加算される) ことになる。一部の州では、あとから還付 (rebate、refund) される形になっている。

一部免除としている州について事例を示すと、以下の通りである。

- ・ ミシシッピ州では、製作用品 (フィルム、ビデオテープ、撮影セットの材料など主として消耗品) については税率 7% の州の売上税・使用税が全額免除されるが、製作用機械・機器 (撮影機器、音響機器、編集機器、コンピューターなど) については、税率 1.5% までの引き下げ (免除) となる。
- ・ ノース・カロライナ州では、映画制作関連商品の購入またはレンタル時に、税率 1% までの引き下げとなる。

(2) 所得税等の税額控除

映像産業に対する税制優遇措置のもう一つの柱が、税額控除 (Tax Credit)⁸ である。これは、対象となる州内支出の一定割合に相当する額を、対象となる税金のもとの額から差

⁸ 同じ控除でも所得控除 (deduction) があるが、税額控除が税金から直接差し引かれるのに対し、所得控除は所得から所定額が差し引かれるので、差し引かれる税額は、所得控除額 × 税率である。

し引くものである。例えば、税年度内のある映画製作会社の対象支出が5百万ドルで、15%について、法人所得税の税額控除が行われるとすると、75万ドルが、その製作会社の支払う法人所得税額から、直接差し引かれることになるわけである。

対象となる支出は、州内での製作関連支出が広く対象になる場合が多いが、雇用の観点から、人件費分は追加の控除があったり、その他の支払を分けていたりする州もある（メリーランド州、ルイジアナ州、ジョージア州、モンタナ州など）。

対象金額に対する税額控除の割合は、4%（ハワイ州）から、50%（ミズーリ州）まで様々であるが、概ね10%～25%程度の州が多い。また、控除の対象となる税は、基本的に所得税である。

また、控除の性質の中で、還付可能（refundable）となっている州と還付不可能（non-refundable）となっている州がある。「還付可能」の意味は、控除額が税額自体を上回ったときに、その差額が納税義務者に「還付」される（支払われる）ということである。これに対して、「還付不可能」とされている場合には、控除額は、税額が上限となり、還付額自体はゼロとなる。

さらにユニークなのは、「譲渡可能」（transferable または assignable）な税額控除と定めている州がいくつかあることである（アリゾナ州、ジョージア州、ルイジアナ州、イリノイ州、ミズーリ州など）。これは、税額控除を得た主体が、別の第三者にその税額控除の権利を譲渡することができる、というものである。これは、税の専門家に聞いても「非常に珍しい制度」とのことである。それではなぜこうした機能が必要なのだろうか？

これは、映像事業特有の事情が背景にある。

税額控除自体は、主たる撮影を行った（あるいは主たる支出を行った）州・地域で納税するときにはじめて大きな意味を持つことになる。しかしながら、映像作品はその舞台によって、当然撮影場所が変わってくるので、必ずしも支出主体となる製作会社の拠点のあるところでロケーションを行うわけではない。あるいは、その映像作品の投資をしている主体がその州に多額の納税義務が無い場合も多いだろう。このように、せっかく多額の税額控除「枠」を取得しても、納税額自体が少ない場合には、その枠をもてあましてしまうことになる。ここで、「譲渡可能」が大きな意味を持つのである。枠をもてあましている者が、一方で多くの納税義務を持っている者にその「枠」を移転できれば、売る側、買う側双方にメリットが生ずる。

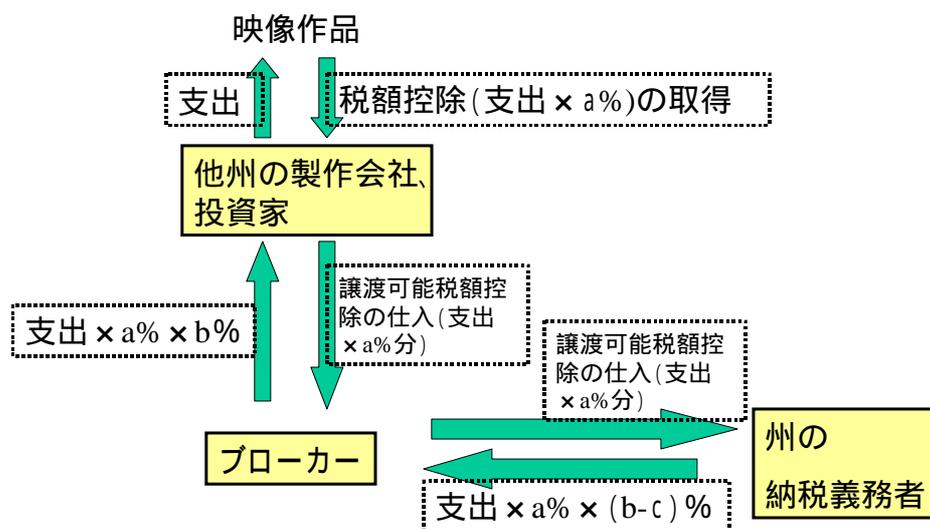
州政府としても、せっかく作った税額控除が譲渡できないために事実上使えなければ、インセンティブとしての役割を果たさないことになってしまう。従来型の固定資産（土地、建物や機器）に対する税額控除であれば、通常その施設は州内で営業を行うため、税額控除を受けた者自身が枠を使うことになるので、こうした必要性は生じなかった。まさに「コンテンツ」へのインセンティブのために生じた機能といえよう。

さらに興味深いのは、こうした「譲渡」を仲介する「ブローカー」が存在することである。考えてみれば、税額控除を受けた者が、他者に譲渡しようと思っても、現実問題とし

て、「誰」に「いくらで」売るのが、また、売買トラブルが起きないように、どういう「契約手続き」にするのか、などを考えると、仲介する業者が出てくるのも自然なことであろう。

基本的には、税額控除「枠」の保有者から、控除額に掛け目をかけて安く仕入れ、それに手数料を乗せて、州内の納税義務者に売却（売却価格 = 仕入額 + 手数料 < 額面となる。）するのが、本ビジネスの基本となる。以下にそのイメージ図を示す。

税額控除の譲渡取引イメージ



(出典：本行作成)

ただし、まだ大きな市場では無いので、売買価格に市場原理が働かない面があると考えられる。このため、4年前に、全米でも早い段階でこの「譲渡可能」な税額控除制度を導入したルイジアナ州では、州政府が割引価格を決めて、その価格で買取を保証する制度を今年から導入している（後述の「ケース・スタディ」(ルイジアナ州)参照)。

この他の税額控除の取り扱いとして、「繰越可能」(carry forward)としている州もある（マサチューセッツ州、ミズーリ州、モンタナ州、ロード・アイランド州、ミシシッピ州など）。これは、税額控除を何年かにわたって繰り越して使えるというものである。税額控除を取得した年に納税義務額が少ないなどの理由で、税額控除枠を使い切れなかった場合に、翌年以降に残りの控除分を利用できるわけであり、繰越期間が長いほど有利であるといえる。

繰越期間は、3年から5年が主流だが、ミシシッピ州やルイジアナ州のように10年可能にしている州もあるし、一部だが15年としている州（サウス・カロライナ州）もある。

税額控除について、Tax Rebate としているところもある。例えばミシシッピ州は、人件費部分が Tax Credit、人件費を除く支出部分が Tax Rebate となっている（どちらも控除割合は10%である。）。どちらも税金が直接控除されるという点で、効果そのものは同様であ

る。Tax Credit は、一般に、今期の税額を計算する際に、適格要件を満たす活動に関する費用の一部を計算された税額から控除できるとい形であり、ミシシッピ州の場合、税額が控除可能額より少ない場合には、Tax Credit が non-refundable で繰越可能なため、その期間（10年間）は、繰越が認められることになる。

一方 Tax Rebate は、Refundable Tax Credit（還付可能な税額控除）と同様の意味とみられる。ミシシッピ州ではプロジェクトが終わってから申請することにより、適格投資金額の10%を州政府から返してもらえらるというものであり、年次の申告書、所得計算、既に支払われた税額等とは一切関係がなく、過去に支払った税額が投資金額より小さくても構わない。州によっては単に rebate と表現し、税金との関係をもたせていないところもある。

機能を見てみると、「譲渡可能」「還付可能」「繰越可能」の全てを可能にしている州・地域は無く、「譲渡」と「還付」も同時に付与している州・地域は見当たらないが、「譲渡可能」かつ「繰越可能」にしている州は、いくつかみられる（アリゾナ州、イリノイ州など）。「還付可能」かつ「繰越可能」としている州はモンタナ州のみである（あまり選択肢が広がらないためか。）。

(3) 宿泊税免除

32の州（全体の6割）でインセンティブとして紹介されている。期間としては、多少の差はあるが、概ね1か月以上（連続）の宿泊について、ホテル税（occupancy tax, room tax, hotel tax 等）が免除されるというものである。ホテル税の税率は10%を超える州も多いし、製作費の中で宿泊費が占める割合も小さくない⁹ことから、一定のインセンティブ効果はあろう。

(4) 与信制度

融資・保証といった与信関連の制度を導入しているのは、ニュー・メキシコ州とニュー・ジャージー州である。

ニュー・メキシコ州では、投資及び（無利子）融資制度がある。これは、州の投資評議会（SIC=State Investment Council）によって運営されており、Film Investment Program と呼ばれている。資金の出し手は、Severance Tax Permanent Fund（同州の資源採取税の運用益を原資とするファンド）である。対象となるには85%以上の撮影を州内で行うこと 配給契約がなされていること ロケ現場での人件費の60%以上が州居住者に支払われることなどが必要である。

無利子融資制度を利用する場合には、第三者の完全な保証が必要である。また、保証人の資格も定められており、以下のどれかに当てはまる必要がある（無論、借り主自身が、これに当てはまっても構わない。）

⁹ モンタナ州の調べによると、製作費中、宿泊代の占める割合は平均で16%であった。

・ A ランクの米国銀行（当該銀行から、信用状（Letter of Credit=L/C）を出してもらうことになる）

- ・ S&P または Moody's で BBB または Baa 以上の格付けを取得している上場企業
- ・ 財務的に、企業価値が最低 5 億ドル（575 億円）以上ある企業
- ・ 全国ブランド企業（一族保有でありながら巨大な、有名企業の子会社など）

融資自体は、「無利子」（金利 0%）と銘打っているが、金利の代わりに、何らかの成功報酬（回収可能性や融資条件を考慮して決まるので、一定でない）をもらうことになっている点は留意が必要である。基本的には、ブレークイーブンに達した後の利益の一定割合であるとされているが、その割合は、融資期間や作品の成功可能性によって、作品毎に交渉で決まるとのことである。その意味では「成功報酬型融資」と呼ぶ方が正確かもしれない。融資期間としては、最長で 5 年になるとのことである。

ニュー・ジャージー州の制度は、融資に対する「保証」制度である。保証額の上限は、150 万ドル（1 億 7250 万円）または融資額の 30%のどちらか少ない方となる。また、適用されるプロジェクトの条件としては、

- ・ 少なくとも製作費の 50%が州内で使われること
- ・ 少なくとも撮影日数の 70%が州内で行われること
- ・ 適正な賃金が、雇用者に払われること
- ・ 契約履行保証（Performance Bond）または完成保証（Completion Bond）を得ていることが、あげられている。

米国においては映像産業に対する投資資金の出し手や融資の枠組み（完成保証を使ったブリッジローン）などが成熟しているためか、州レベルで与信制度を持っているところはそれほど多くないが、上記のニュー・メキシコ州の例などは、作品によって成功度合いが大きく異なる映画産業の性質にあった与信制度として、参考になろう。

(5) その他

一部の州（ニュー・メキシコ州、オクラホマ州）では、売上税等の免除と税額控除のどちらかを選ぶ仕組みにしているところもある。

直接的な公的支援ではないが、いくつかの州でみられる独自の支援策を以下で紹介する。

・ ワイオミング州には、「ワイオミング・プロダクション・インセンティブ・プログラム」と名付けられた制度があり、ホテル・レストラン・ケータリングサービスなどが 10%割引となる（ニューヨーク市にも同様の制度有り（第六章参照））

・ カリフォルニア州の STAR プログラム

State Theatrical Arts Resources`の略で、撮影時に、州所有の資産の利用を（建物など）を無料（あるいは低価格）で提供するプログラムである。

・ その他、州の所有する公園や余剰の家具などを無料で貸し出すところ（メイン州）は多い。

- ・テネシー州のように、運送用のトラックの燃料税などについて免除しているところもある。

このように、米国の多くの州で映像産業に対する何らかの優遇措置が導入されているが、次章以降では、ケース・スタディとして、映像産業の全米第一位と第二位のカリフォルニア州とニューヨーク州（市）、更に、躍進する新興の州として、多くの関係者が注目するルイジアナ州を取りあげ、それぞれの州の政策動向について掘り下げてみることにする。

第五章 ケース・スタディ その1(カリフォルニア州)

～王者の地位は維持しつつも、政策のバックアップは先行き不透明～

1. カリフォルニア州における「映像産業の空洞化」

(1)二分される議論

カリフォルニア州において、「Runaway Production (映像製作の空洞化)」がどれほど深刻なのかについては、議論が分かれている。

(2)空洞化肯定論

空洞化肯定論(優遇措置導入推進)に関連する最近の調査としては、LAEDC (Los Angeles County Economic Development Corporation) が、2005年8月に発表した「WHAT IS THE COST OF RUN-AWAY PRODUCTION?」というレポートがある。このレポートでは、以下に見られるように、カリフォルニア州で撮影される映画が低減していることを示したうえで、傾向として、

・大手映画会社の製作映画について、撮影場所が米国外になる傾向がある。2004年でみると、製作本数の45%が米国外になっている。無論、創作上の問題もあるが、優遇措置等も考慮した結果である。

・独立系会社の製作映画については、カリフォルニア州以外の米国で撮影される傾向がある。2004年には製作本数の48%が米国内の他州(カリフォルニア州外)で撮影されている。と、税制上の優遇措置の必要性を報告している。

表4 - 1 長編映画の撮影場所(単位:本)

| 年 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| カリフォルニア州のみ | 212 | 197 | 174 | 151 | 182 |
| 同上シェア | 31.0% | 32.2% | 31.9% | 25.5% | 29.8% |
| カリフォルニア州+他 | 60 | 45 | 56 | 44 | 54 |
| 同上シェア | 8.8% | 7.4% | 10.3% | 7.4% | 8.8% |
| 長編映画全体 | 683 | 611 | 546 | 593 | 611 |

(出典:「WHAT IS THE COST OF RUN-AWAY PRODUCTION?」LAEDC)

(3)空洞化否定論

これに対し、CBP (California Budget Project) が、以下のような理由を示し、「本当に税制優遇措置は必要なのか?」と反論している¹⁰。

¹⁰ 「ARE REFUNDABLE TAX CREDITS NEEDED TO SAVE CALIFORNIA'S FILM INDUSTRY?」Budget Brief, August 2005

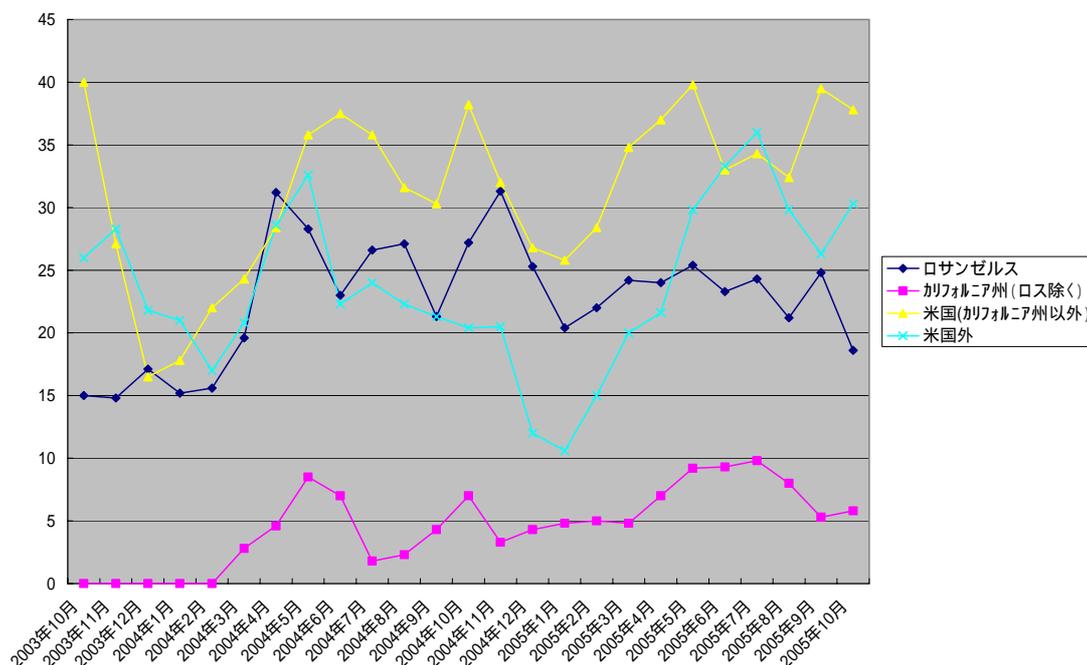
- ・過去1年（2004年6月～2005年6月）の映像産業における雇用者の伸びは、14%で、他の産業全体（1.4%）を大きく上回っている。
- ・ロサンゼルスにおける映画撮影日数は、2004年には過去最高を記録している。
- ・各プロジェクトで、製作者に利益が出ない場合、もともと払う所得税が無いので、控除策を入れる必要性がない。
- ・財政赤字が続く州財政の中で、税制優遇を映像産業に行なうということは、増税あるいは他産業への支援カットにつながる恐れがある。そこまでのベネフィットがあるのか。
また、このレポートの少し前となる2005年6月にカリフォルニア州の雇用開発局（Employment Development Department）が出した報告書においても、「2000年から2003年まで、映画産業における雇用の減少が続いているが、この要因が、「Runaway production」によるものか、別の理由によるものかは、はっきりしない。」と述べられている。

(4)判断が難しい現状

これに対し、LAEDCは、2005年の11月に、「Film Industry Profile of California/Los Angeles County」というレポートを出し、再度、「Runaway production」について言及している。ここでは、最近の映像産業の雇用が回復していることに触れた上で、2005年における劇場興行収入の減少やDVD販売のスローダウンの懸念、引き続き他国や他州が、映像産業の経済効果に着目して、魅力的な優遇措置を講じていること、また新たな製作用施設を建設していることなどから、引き続きロケーション撮影の誘致競争は続いているとして、カリフォルニア州においても税制上の優遇措置を導入することは、見合ったベネフィットがあるとしている。

このレポートには、最新の映画ロケーションの情報について、次ページのグラフに示すように、月別にデータが載っている。レポート本文においては、大手スタジオが、カリフォルニアを離れ、他州より、他国で撮影する傾向にあること、独立系の製作会社は、米国内の他州に撮影場所を求める傾向が増えてきていることが指摘されている。次ページのグラフは、大手スタジオ及び独立系製作会社の数字を合計したもののだが、ここから、顕著な空洞化は読み取りにくい。無論、第一章で見たように映像産業が順調に市場を拡大している割には、カリフォルニア州の数字が伸びていないともいえるが、他州や他国の数字も概ね増加傾向にはあるが、顕著に伸びているとまでは言い切れず、はっきりと断定するのは難しい。

図4-1 映像製作の撮影場所別推移（大手スタジオと独立系製作会社の合計、単位：本）



（出典：「Film Industry Profile of California/Los Angeles County」(LAEDC) より作成)

また、下表にみられるように、最近発表された、2005年のロスアンゼルスにおけるロケーション撮影日数も、前年と比べ、順調に伸びている。

表4-2 ロスアンゼルスにおける映像撮影日数（単位：日）

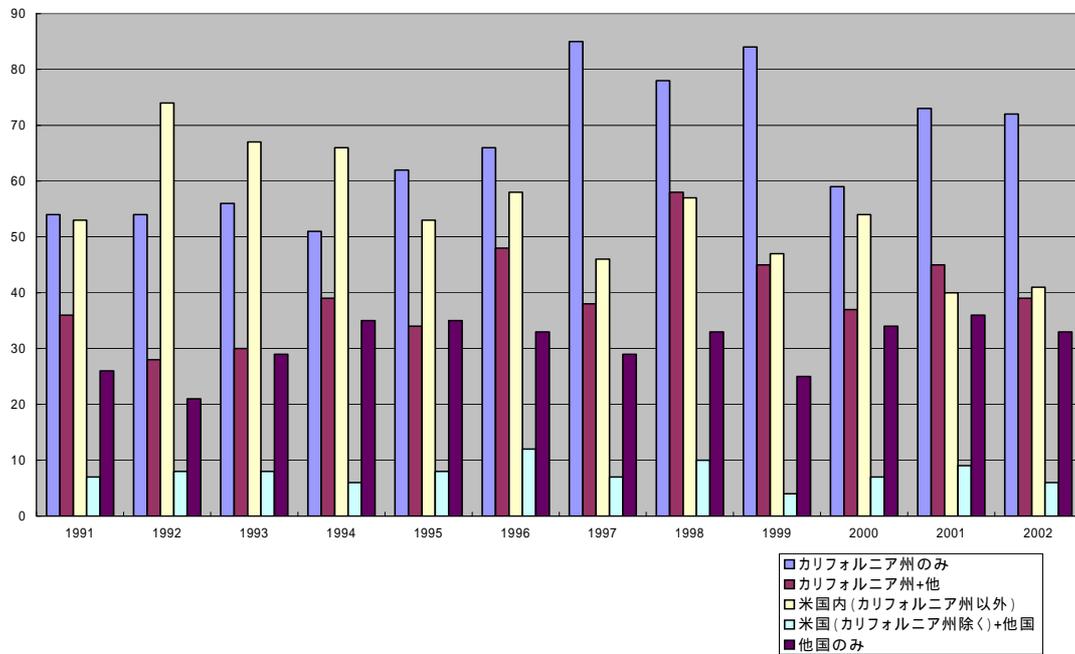
| | 2004年 | 2005年 | 伸び率 |
|---------|--------|--------|------|
| 長編映画 | 8,707 | 9,518 | 9.3% |
| コマーシャル | 6,703 | 6,983 | 4.2% |
| TV | 18,257 | 18,740 | 2.6% |
| 上記3つの合計 | 33,667 | 35,241 | 4.7% |
| その他 | 19,040 | 19,650 | 3.2% |
| 合計 | 52,707 | 54,891 | 4.1% |

（出典：Film L.A., Inc 資料）

こうした状況を見る限りにおいて、足元で、顕著な形で、「空洞化」現象が起きている、と言い切ることは難しい。

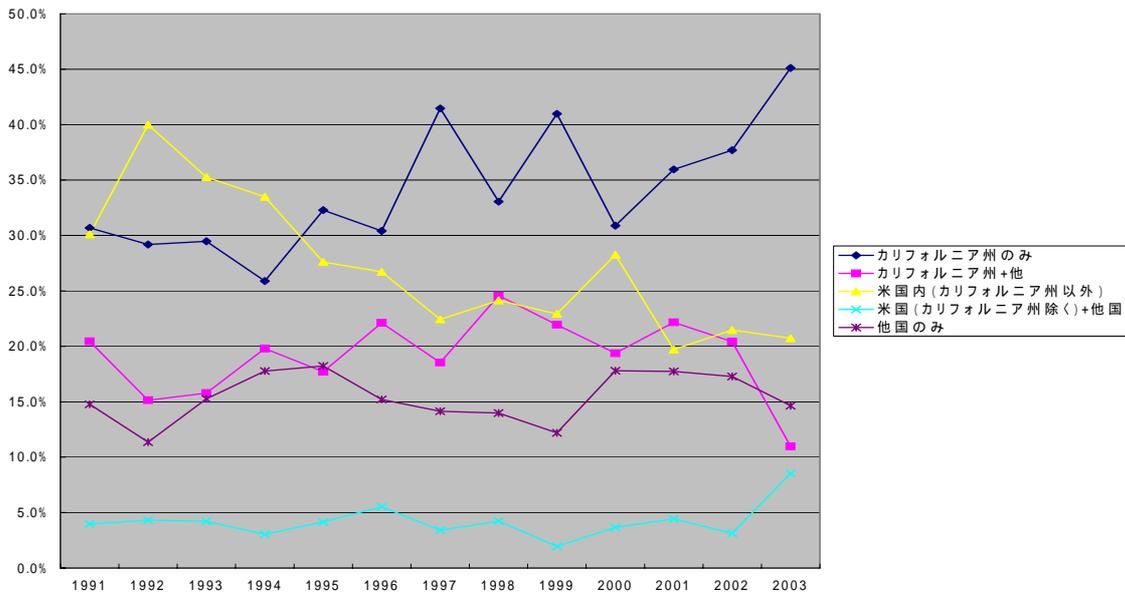
長期的な傾向を見ても、カリフォルニア州労働局の調べたところによれば、以下のグラフの通りであり、確かに他国製作の映画が増加している状況は認められるが、比率としてカリフォルニア州の割合が顕著に落ちているとも言い難く、前者を強調すれば空洞化の懸念はあるし、後者に注目すれば、それほど大きな影響は出ていないということになり、論争にはっきりとして結論を求めるのは難しい状況であると考えられる。

図4 - 2 米国長編映画のロケーション撮影地の本数（単位：本）



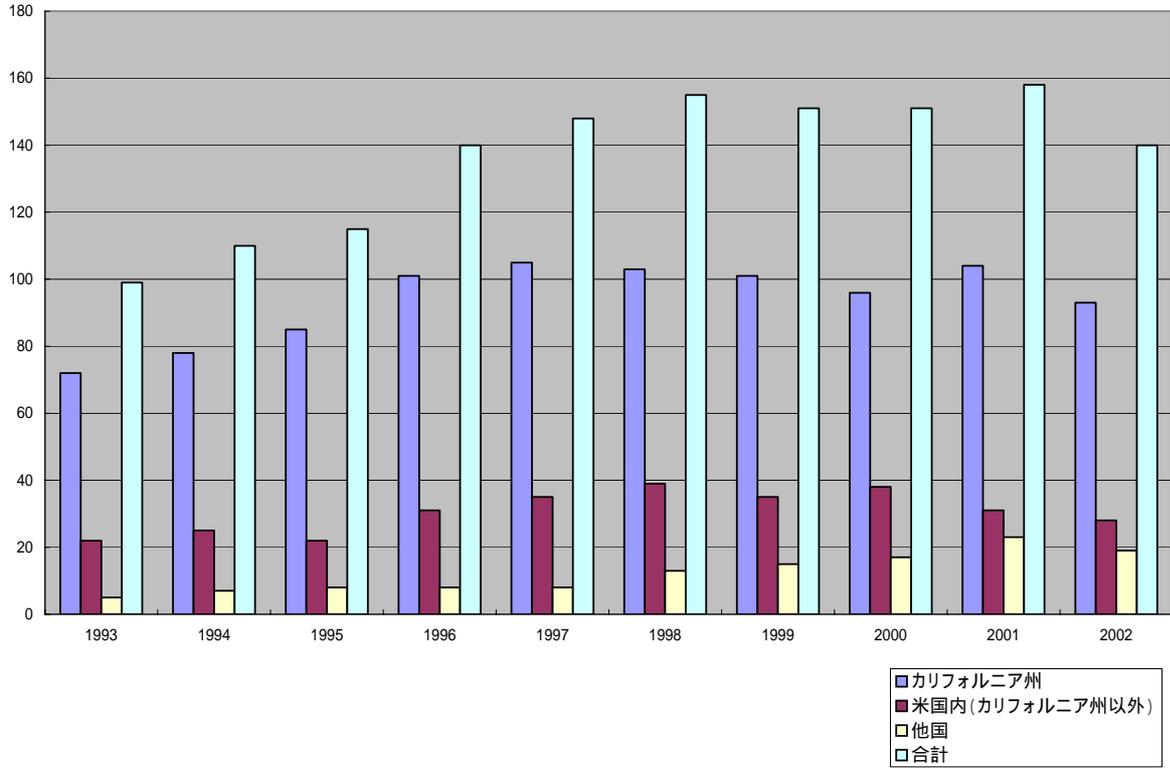
(出典：Report to the Legislature on the Motion Picture Industry in California)

図4 - 3 米国長編映画のロケーション撮影地の比率



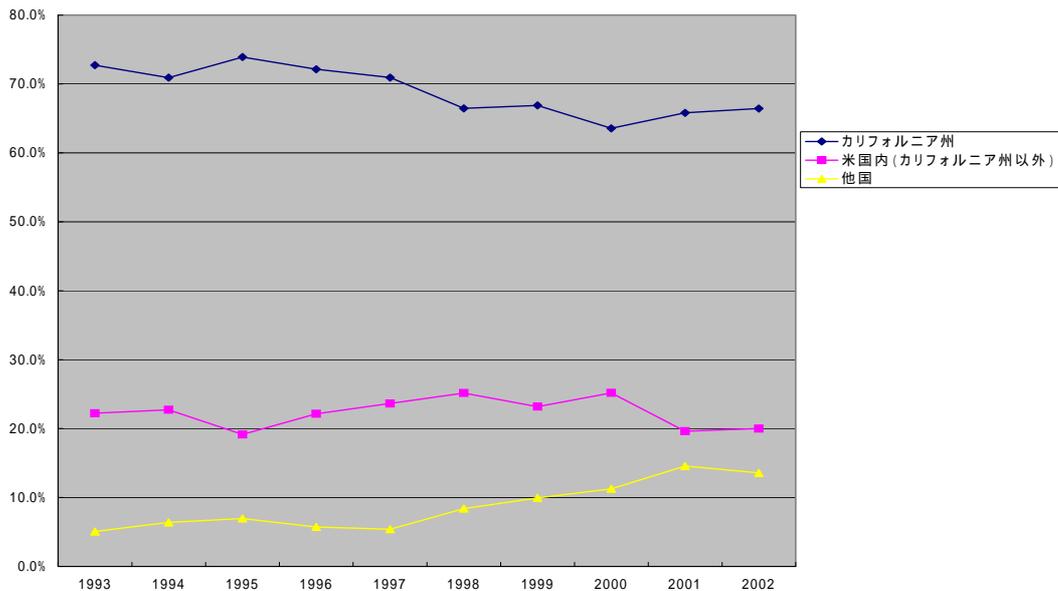
(出典：Report to the Legislature on the Motion Picture Industry in California)

図4 - 4 米国テレビシリーズのロケーション撮影地の推移 (単位: 本)



(出典: Report to the Legislature on the Motion Picture Industry in California)

図4 - 5 米国テレビシリーズのロケーション撮影地の比率



(出典: Report to the Legislature on the Motion Picture Industry in California)

2 カリフォルニア州の支援の現況

こうした論争の結果、カリフォルニア州には、明確に映像産業を支援する税制の優遇措置は見られない。サービスに関する売上税の免除が掲げられているが、同州ではそもそもサービス一般に売上税はかからないので、特段映像産業を優遇しているわけではない。前述したように、州の空いている施設を無料で使える「STAR」プログラムというものがあるが、他州でも同様の措置は多く、それほど特徴的なものともいえない。

カリフォルニア州フィルム・コミッションは、州政府の一部門であるが、ディレクター Amy Lemisch 氏によると、州の財政赤字により、前知事 Gray Davis 氏に、予算の 90% をカットされたとのことである。その後、前知事がリコールされ、2003 年に、Arnold Schwarzeneger 氏が州知事に当選したことから、彼が映画俳優出身ということで、支援も期待されたことから、昨年、税額控除措置を設けることが提案されたが、可決されず、現時点では成立していない。

税制上の優遇措置については、今年の州議会で再度提案される予定である。Amy Lemisch 氏からは「必ず成立させたい。」との意欲が聞かれたが、これまでみたように、既に同州では、映像業が柱になっており、これ以上振興の必要があるのか。足元で「映像製作の空洞化」は深刻なのか、という点については議論が分かれており、成立も見込みは不透明である。

第六章 ケース・スタディ その2(ニューヨーク市)

～多面的なキャンペーンにより復活～

1. 概要

ニューヨーク市は、映像産業都市としては、カリフォルニア州ロサンゼルスに次いで、全米第二位の地位にある。前章でみたように、カリフォルニア州が映像産業に対して、特段の大きな優遇措置を導入していないのに対して、ニューヨーク市及び州では、以下のような優遇措置を実施している。

州税、地方税（ニューヨーク市税含む）ともに、売上税・使用税の全額免除

州のインセンティブ（10%の税額控除）及び、ニューヨーク市内での撮影に対して、追加で5%の税額控除（適用要件は、州とほぼ同じなので、トータルで15%の税額控除となる。）

割引カード（参加事業者の提供するサービスが10%引きになる）の提供

バスの停留所やTV/FM局など、市の関連媒体を使った広告支援（支出の1%相当）

上記のうち、 と は他州でも見られる一般的な優遇策であるが、 と は他州ではみられないユニークな政策である。

また、これらの優遇策をまとめて、全体を“Made in NY”プロジェクトと名付けたキャンペーンを行っている。

2. ニューヨーク市のメード・イン・ニューヨーク(“Made in NY”)プロジェクト

(1)売上税・使用税の免除

同市内での撮影について、許可をもらったり、警察に支援をしてもらったりするのも、もちろん無料であるが、販売目的の映像製作については、広範囲でその物品・サービスの購入時に売上税及び使用税が免除となる。

手続きとしては、

まず DTF-17（売上税事業者登録申込書）という書類に必要事項を記入し、事業者としての許可番号をもらう。これには、20 営業日程度かかるとのことである。

ST-121（免税証明書）に必要事項を記入し、物品・サービスの購入時にその書類を提出することで、売上税・使用税が免税となる。

免税の対象範囲は、広範囲であるが、関連するもの全てというわけではなく対象外のものもある。このため、ニューヨーク州の税務当局では、「A GUIDE TO SALES TAX FOR THE FILM INDUSTRY」と題した50 ページ以上の冊子を作っている。

その冊子には、

基本的なルール（購入物件について50%以上が直接映像製作に使われなければならないなど）

映像製作の各過程における支出のどれが免税になるか
それぞれの用語の解説
等が記載されている。

(2)税額控除

州(10%)と市(5%)を合わせて、対象となる支出に対して、合計15%の「還付可能な税額控除」を得ることができる。

州の措置は2004年8月に署名され、市の措置は2005年1月に署名されている。州内で、ニューヨーク市以外の地域で、こうした税額控除制度を設けている地域は無いので、ニューヨーク州内かつニューヨーク市外での映像製作の場合、税額控除割合は10%となる。

適用条件は、州内(市内)での撮影であることはもちろんだが、最低、施設関連支出の75%以上を州(市)内の「基準を満たした製作施設」で行う必要がある。基準を満たした製作施設とは、少なくともひとつは、7千平方フィート(約653㎡)以上の広さを持つスタジオを持つ施設である。また、撮影費用も含めて税額控除の対象にするためには、3百万ドル(3億4千5百万円)以上の施設関連支出か、撮影日数の75%以上がニューヨークで行われる必要がある。支出が3百万ドル(3億4千5百万円)以下で、ニューヨークでの撮影日数が75%に満たない場合は、施設関連費用のみが税額控除の対象となる。

手続きは以下の通りである。

FORM A(製作概要を記入)、FORM B(各支出項目について、税額控除対象かどうかの一覧表。州と市で微妙に範囲が異なる:記入不要)、FORM C(製作過程毎の予算の詳細、州や市の内外でどれだけ使う予定かを記入)を確認、記入する。州と市の窓口は別々なので、コピーしてそれぞれ提出する。

撮影開始日の180日前以降に申し込みを行う(それ以前だと受け付けられない。)

申込が受け付けられると、面接が行われ、その後許可が下りる。

許可を受け取ったら、撮影開始やスケジュール、その時点での予算等を報告する

撮影が終わったら60日以内に、最終申込書(FORM D(最終的な製作結果概要)、FORM E(最終的な支出詳細)及び付属の書類(最終の支出明細など)を提出する。

暦年ごとに、州は、2千5百万ドル(28億7千5百万円)、市は1,250万ドル(14億3,750万円)の予算を確保しており、合計で3,750万ドル(43億1250万円)の規模の支援を毎年行うことが可能である。申込みは先着順である。

(3)ディスカウント・カードの発行

同市内で撮影を行う間、市のOffice of Filmから、「Made in NY」と名付けられたDiscount Cardがもらえる。

図6 - 1 "Made in NY" のロゴマーク



(出典：The City of New York, Mayor's Office of Film, Theater and Broadcasting WEB サイト

http://www.nyc.gov/html/film/html/incentives/made_ny_incentive.shtml)

参加している業者に、本カードを提示すると、10%割引などの特別料金の適用を受けることができる、というしくみである。参加業者は2006年3月21日現在で465社になっており、事業者の範囲も、レストラン、ホテル、旅行会社といった基本的なところから、メイク(化粧)サービス・ケータリング(仕出し)サービス、機器レンタルといった撮影に不可欠な分野など、広い範囲に渡っている。また、事業者は、日を追う毎に少しずつ増えている。

(4)寄付と無料広告

ニュー・ヨーク市では、支出の75%以上を市内で行なった映画・テレビ番組に対して、市内での支出の1%分について、バスの停留所・テレビ(NYCテレビ、ニューヨーク周辺の州を含め、8百万家庭の視聴者をカバー)やFMラジオ局(Radio New York 91.5MHz、WNYE、13万人のユニーク聴取者)などで、広告を行なう制度がある。そして、その代わりに支出の0.1%分について、非営利の文化団体に寄付を行なってもらうこととしている。

こうした公共設備を使った広報は、その有効利用策としても興味深い。あわせて文化団体への寄付をセットにしていることは、文化発信のイメージを打ち出したい市の方針と、それを企業からのプロジェクトで推進させる、という2点をうまくリンクさせているといえよう。

図6 - 2 広告の例（マンハッタン内のバス停留所）



下の方に、「メード・イン・ニュー・ヨーク」のロゴマークが見える。ロゴマークの横には、ニューヨーク市フィルム・コミッションがサポートしていること、ブルームバーグ市長とフィルム・コミッションのトップのキャサリン・オリバー氏の名前が出ており、さりげなくアピールしている。

寄付は、その映像プロジェクトの主演タレントや責任者の名前で行なわれ、市の次代の文化向上を目的として、劇場や映画そのほかの芸術団体に対して行なってもらふこととなる。

3. 「メード・イン・ニュー・ヨークプロジェクト」の効果

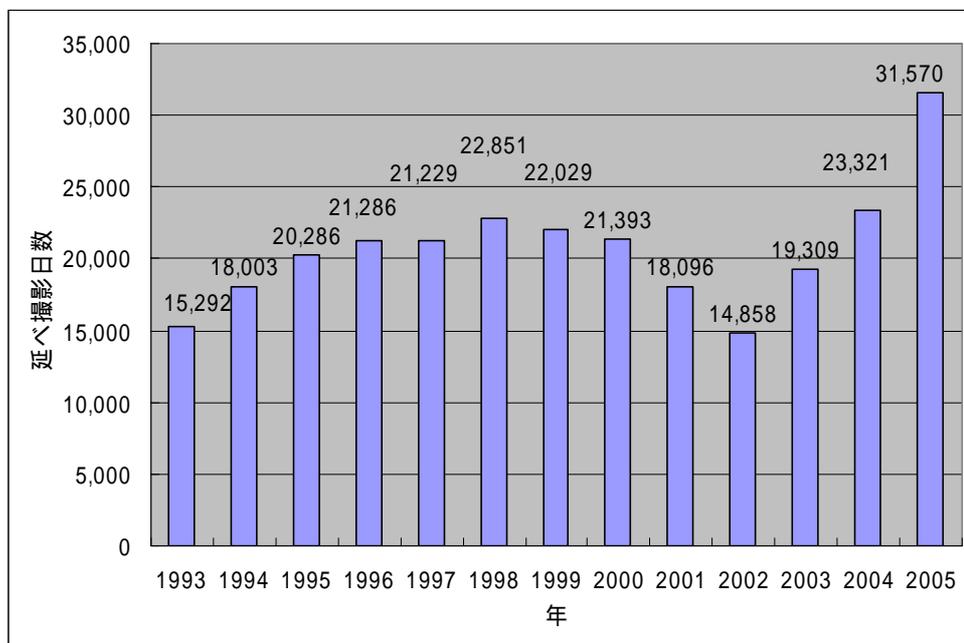
2005年1月に開始されたこのキャンペーンで、税額控除枠が2008年までに5千万ドル(5億5千万円)設けられたが、今年の3月6日にニューヨーク市のフィルム・コミッション(The New York City Mayor's Office of Film, Theatre and Broadcasting)は、枠が一杯になった、と報道された。ただし、受付は継続し、措置についても継続を州議会に要請しているとのことである。このほか、州の措置(2009年までに1億2千5百億ドル(143億7千5百万円)も更に継続(永久措置とすることも知事は視野に入れている)及び枠の追加を検討しているとのことである¹¹。

1993年以降の市内での延べ撮影日数をみると、1998年までは伸びてきたが、1999年以降減少傾向に転じ、同時多発テロ後の2002年には、1998年の約三分の二にまで落ちこんだ。しかしながら、その後は回復し、本章で述べた施策も後押しして、ニューヨーク市の撮影状況は、大幅な回復がみられている。特に、昨年(2005年)の撮影日数は、延べ3万日を

¹¹ 「N.Y. tax credit hits cap」2006年3月6日, Hollywood Reporter

超え、前年に比べ 35% 増と大幅に増加し、1993 年以降で、最高の数字を記録した。

図 6 - 3 ニュー・ヨーク市における映画・テレビ番組の延べ撮影日数



(出典 : The City of New York, Mayor's Office of Film, Theater and Broadcasting
及び LA Times より本行作成)

本プログラムの効果として、2005 年のニューヨークの経済に 15 億ドル (1725 億円) の経済インパクトを与えたと発表されている。また 1 万人以上の雇用創出効果があり、独立系、大手映画会社系あわせて、250 本以上の映画製作、100 本以上のテレビ番組の製作が行われた (ニューヨーク市の映像産業の経済規模は、50 億ドル (5750 億円)、雇用は 10 万人、4000 会社数といわれ、それに加えて観光事業の振興にもつながっている。)

図6 - 4 市内での撮影風景



マンハッタン内でこうした風景を目にするのは、珍しくない。

図6 - 5 撮影時の周辺の駐車禁止のお知らせ（警察署発行）



ロケーション地周辺には、こうした張り紙がしてある

第七章 ケース・スタディ その3 (ルイジアナ州)

～新興ながら、大幅な優遇措置により躍進～

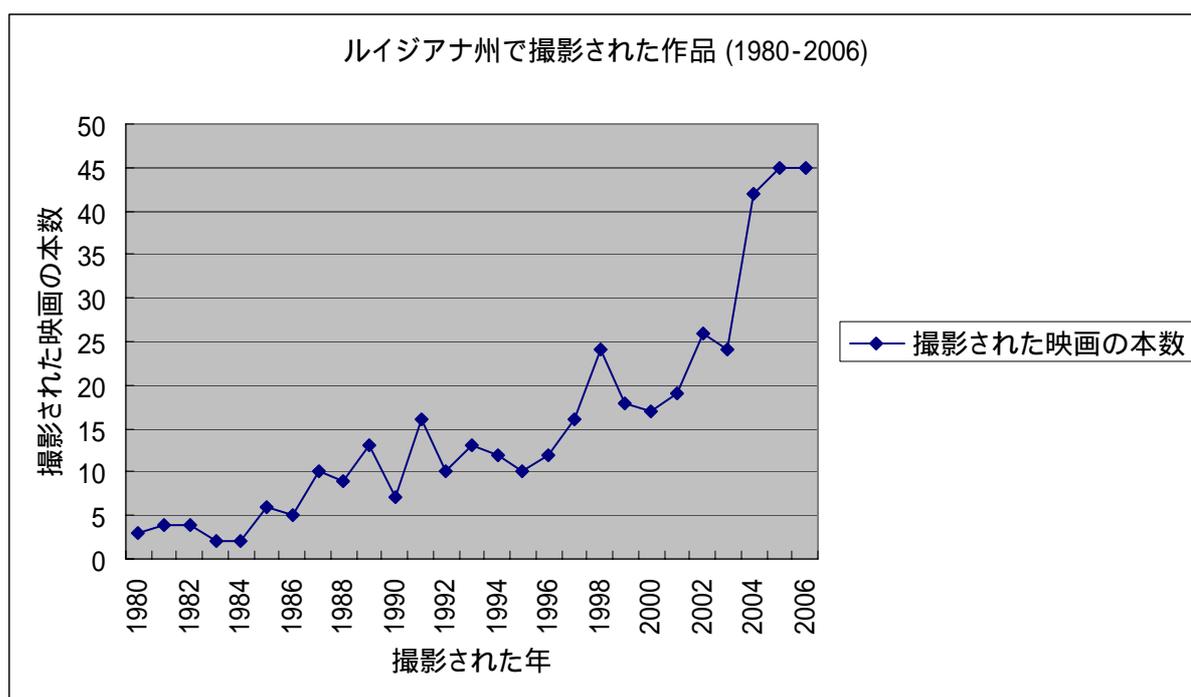
1. 概要

(1) 専門家の多くが注目

税制上の優遇措置を積極的に活用している州の例として、ルイジアナ州を取り上げることにする。本調査を開始した際に、何人かの関係者（プロデューサーや映画監督、映画ファイナンス関係者など）に「映像産業に関する公的支援措置で、注目すべき州はどこか。」とたずねたところ、ほぼ全員が口を揃えて、「是非、ルイジアナ州に注目すべきだ。」との反応があったほどである。

(2) 増加する州内撮影

次に示すグラフは、ルイジアナ州で撮影された映画の本数を年度毎にプロットしたものである。



(出典：<http://us.imdb.com> のデータより本行作成)

グラフを見ると、1990年ごろから本数が伸びており、2002年過ぎに、一段と本数が増えていることがわかる。実際の数字を見ると、1990年以前は一桁であったが、90年代に10～20本程度に増え、ここ数年は、40本台になっている。

2. 具体的措置の内容

(1) 最初的大幅な税制優遇措置

この数字の変化には、税制上の優遇措置の導入が大きく関係している。

ルイジアナ州で、映画振興法（Motion Picture Incentive Act）が制定されたのは、1990年である。このときの優遇措置は、売上税の3%をリベートとして還付するというものであり、州外の制作会社が同州に注目するきっかけをつくった。

優遇措置の大改正があったのは、2002年である。このときに、大きく3つの優遇措置を導入した。

12ヶ月以内に25万ドル（2875万円）以上支出した制作会社に対し、売上税及び使用税を全額免除

投資に対する税額控除：投資額が30万ドル（3450万円）から8百万ドル（9億2千万円）の間の場合は、投資額の10%の税額控除、投資額が8百万ドル（9億2千万円）を超える場合は、15%の税額控除をそれぞれ与える。

雇用に対する税額控除：支出額が年間30万ドル（3450万円）から百万ドル（1億1500万円）未満の場合は、人件費の10%の税額控除、支出額が百万ドル（1億1500万円）以上の場合は、人件費の20%の税額控除をそれぞれ与える。

さらに、の税額控除について、売却、譲渡を可能とした他、その年に使いきれず、未使用となった税額控除を10年間繰り越すことが出来るようにしたのである。

この措置は大きなインパクトを与えた。大手映画会社の作品が、コスト低減を狙って次々とルイジアナでロケーションを始めたのである。

このときに州のフィルム・コミッションにおいて、この改正に大きな役割を果たした Mark Smith 氏によれば、当時の州知事の Mike Foster 氏（共和党）が、非常にビジネス感覚に優れていたという。そこで、潜在的波及効果の大きい映像産業の振興に目をつけたとのことである。また、映像産業の直接的な投資の部分はもちろん、多くの「ブルーカラー」に様々な仕事を与える点、観光の振興にもつながる点などを州としても期待したようである。

このとき撮影された映画には、フォックスの「Runaway Jury」、ディズニーの「Mr. 3000」、ユニバーサルの「レイ（Ray）」などがある。例えば、歌手レイ・チャールズの生涯を描いた「レイ（Ray）」は、当初4千万ドル（46億円）超の予算で、レイ・チャールズが実際多くの時間を過ごしたジョージア州で撮影する予定だったが、譲渡可能な税額控除を売ることによって、簡単に撮影コストを下げる事が出来、ルイジアナにジョージア州を簡単に再現することが出来たとのことである。

また、フォックスの「Because of Winn Dixie（邦題：きいてほしいの、あたしのことウィン・ディキシーのいた夏）」という映画は、当初原作の舞台となったフロリダ州で撮影を予定していたが、やはり予算低減のために、ルイジアナ州のナポレオンビルという町で撮影された。

このように税制優遇措置が機能し始めると、税額控除のマーケットが成立するようになった。ただし、前述のように、それぞれの映画製作会社や投資家が、税額控除の譲渡先を自ら見つけるのは、容易ではない。

(2) 売買される税額控除

そこで売買を仲介するブローカーが出てきている。

その中の1社が、Louisiana Production Capital社である。当社は、法律事務所と会計事務所の合併で出来た。税額控除の取引には、両方の知識が必要であろうから、自然な流れであるといえる。当社によれば、譲渡可能な税額控除が認められた直後の2003年において、州で発行された税額控除3千万ドル(34億5千万円)のうち、7割に当たる2千百万ドル(24億1500万円)について、当社が仲介したとのことである。当社のサービスとしては、コンサルティングについては無料で行っているとのこと。販売先としては、個人もいるし、会社(中～小規模が多いとのこと)もいるとのことである。

また、税額控除の買入れ水準(額面に対する)については、独立(independent)の会社よりも、大手映画会社関連の方が高くなる傾向にある(信用力の差が背景にある)。最低販売単位は、税額控除1万ドル(115万円)である。税額控除の需要が、申告時期に集中しがちなことと、撮影支出額の変更等により、税額控除額が変わる可能性があることがリスクといえる。

当社のCEO Stephan Roberts氏の話によると、現在では、大手として、もうひとつの会社が存在するとのことである。その会社は、Stonehenge Capital Companyで、現在のシェアは、当社と合わせて、昨年で75%程度と推定されるとのことである。Stonehengeが比較的大手映画会社と取引を行うのに対し、当社は、中規模会社あるいは独立系の製作会社の税額控除を取り扱うことが多いとのことである。この2社をあわせ、現在、4～5社程度が、税額控除取引事業に参入しているとみられる。

Stonehenge社の資料によれば、これまで6億ドルの税額控除取引を行なったとしている。また、税額控除の購入により、納税者側は(目安として)10%程度の節税が出来るとしている。

3. 新しい税制優遇措置～新たな政策の方向性

(1) 具体的内容

更に2005年に、映画振興法の再改正を行い、優遇度を高めつつ、優遇の方向性を変化させている。再改正後の優遇措置は以下の通りである。

売上税及び使用税を全額免除措置は廃止

投資に対する税額控除: 投資額が30万ドル(3450万円)以上の場合に25%の税額控除、ただし、控除割合は、2010年7月1日以降20%、2012年7月1日以降は15%に低減させる。

上記に加え、人件費について、10%の税額控除を与える（ただし、一個人に百万ドル（1億1500万円）を超える額を支払った場合、その分は除かれる。）

2005年7月1日以降につくられた映画用の基盤施設（Infrastructure = 編集施設やスタジオなど）の建設に関わる支出の15%の税額控除。ただし、30万ドル（3450万円）を超える支出が必要）

このように変更した趣旨は、Mark Smith氏によると、

控除割合を高くしたのは、他州・地域や他国との競争に対し、高いアドバンテージを確保するため（米国内だけでなく、全世界に対して競争を挑んでいるという考えのようである。）

基盤施設を新たに対象にしたのは、近年の州内へのロケーション撮影や投資の増加により、こうした施設が集まるようになってきており、それを加速させるためである。こうした施設がより充実すれば、ロケーション撮影だけでなく、美術の製作やロケーション後の編集作業なども含め、より多くの支出が州内でなされることになるし、それが何度も繰り返しておこなわれることになり、波及効果が大きいと考えられるからである。

上記に比べると、売上税・使用税の減免は一過性のものである面も大きいので、限られた財源を効果的に使うという意味で、基盤施設を加えた分、こちらは廃止することとした。とのことである。

(2)税額控除の政府買取制導入

もう一つ注目したい点は、税額控除の譲渡に関する点である。これまでの譲渡先は州の納税義務者が対象となってきたが、今回新たに、州政府（州のフィルム・コミッション Governor's Office of Film and Television Development）にも譲渡を行なうことが出来るようになった。これに伴い、平均の譲渡価値と州のウェブサイトに掲載することも決められている。更に、2007年1月1日より、付与された税額控除を、額面の72%で州政府に譲渡することが出来るようになる。購入価額自体が定められるという点は、非常に興味深い。また、この買取率は、2009年1月1日から2年ごとに2%ずつアップすることとなり、最終的に80%になると定められている。

こうした措置を取った背景について、Mark Smith氏は、税額控除の買取率（あるいは販売する際の掛け目）について、取引によって、かなり幅があったため、と言っている。

確かに、税額控除の譲渡について、譲渡する方は、売れなければ全くメリットを享受できないし、買取業者の数もそれほど多くない状況を考えると、税額控除を受けた者のバーゲニング・パワーの大小によって、買取率が大きく変動することは、容易に想像できる。買取率が低いと、それだけ映画制作に対するインセンティブは低下することから、こうした措置を導入したのであろう。一方で、Louisiana Production Capital社側に、その影響を聞いてみたところ、「影響は相当大きい。」としつつも、「法定された割合よりも高く買って

いる例が多いので、当社として、この措置に対応していくことは十分可能。」とのことであった。また「市場自体は年々伸びているので、この事業（税額控除のブローキング）自体には将来性があると思っている。」とのことであった。

なお、昨年夏のハリケーン・カトリーナの影響で、ソニーの「PREMONITION」等いくつかの映画は影響を受けたが、ロケーションの場所を州内の別の場所に変更するなどの形で対応しており、州内で撮影される映画の数が大幅に落ち込むことは無いとの見方が大勢である。

(3)監査の導入

また、今回新たに、優遇措置を受ける際に外部監査が必要となった点も興味深い点である。

これも、実際に優遇措置を数年行ったうえで、必要性が認められたものと考えられる。無論、昨今の様々な会計の透明化の流れも背景にあらう。映画製作に当たっての支出項目は多岐に渡り、こうした作業は多くの工数を必要とするものと考えられるが、会計事務所等にとっては、新たなビジネスチャンスがあるともいえよう。

4. 「第二段階」に入ったルイジアナ州

ルイジアナ州の昨年の優遇措置の改正点を総合的にみてみると、多くの州が現時点で採用している売上税、使用税の免除をやめ、インフラ施設の導入、税額控除の取引推進策等にシフトしている。

これは、ロケーション撮影誘致に重点を置いた初期の段階から、ポストプロダクション（撮影後の編集作業）の誘致もにらみ、より広い範囲で映像産業を振興しようというものであるし、また税額控除の取引推進も、優遇措置を何年か経験したうえでの改善策であり、優遇措置をより実効性のあるものに変えていこうという意図が見える。

こうしたことから、ルイジアナ州の支援策は、他州より一歩進んだ「第二段階」の措置になったといえる。

第八章 むすび、日本への示唆

日本においても、日本を舞台にしたハリウッド映画「ラストサムライ」が、実際は主たる撮影がニュージーランドで撮影が行われたように、他国が競って優遇制度を導入する中で、見えない「映像の空洞化」が顕在化する恐れもあり、こうした状況は意識していく必要がある。

これまで調べた結果により、映像産業で世界のトップの地位を確立している米国においても、「空洞化問題」を意識しつつ、その経済効果を評価して、マーケットをより拡大あるいはその地位を維持するために、連邦・州・地域の各レベルで、様々な優遇策をとっている点は注目すべき点と考えられる。

翻って日本の状況はどうだろうか。無論、厳しい財政事情もあり、同様の優遇措置を行っていく頃は簡単な状況ではない。しかしながら、いくつかの対応策は考えられる。

(1) フィルム・コミッションのカバレッジの拡大

日本でまだ認知度が十分とはいえないフィルム・コミッションについて、県単位や市町村・レベルなどで整備を行うことである。現在でも文化庁と全国フィルム・コミッションの努力もあり、徐々に広がっているが、地域ごとの取組に差がある点は否めない。

観光については、ほとんどの自治体に窓口があるのであるから、そうした部署を起点にして、「フィルム・コミッション」的機能を整備することから始められないだろうか？（この段階では、それほどお金もかからないだろう。）

(2) 情報の整備

その次の段階として、地域の映像に関する情報の整備である。第二章に掲げたようなフィルム・コミッションの提供する情報を整理し、WEBサイト等で発信するとともに、実際の窓口を一元化するのである。各自治体の一部門とする方法もあるし、観光や地域振興に関連するNPOのような組織が行うこともあり得よう。

(3) 支援制度

各州、自治体が税制について大きな決定権をもっているアメリカの事例をそのまま日本の都道府県や市町村単位に応用するのは難しいと思われるが、「Invest Japan」や「新産業増増戦略」におけるコンテンツ産業の戦略分野指定、映像の著作権を含む知的財産権の推進政策等を背景に、映像産業の国単位での何らかの措置（米国と同じ税額控除や所得控除もあろうし、投資減税、補助金のような形もあろう。）の検討が望まれる。また、各自治体においても、映像産業の地域振興効果に着目した施策の検討を望みたい。

(4)与信制度

映画作品に対する与信は、日本においては、国内マーケットが中心で一作品あたりの売りに上げに限界がある 予算規模も相対的に小さい ビジネスとしての評価が確立しておらず、「リスクが高いもの」として捉えられている等の理由により、一般投資家や金融機関からファイナンス支援を得られる機会が限られている。しかしながら、リスク分を成功報酬としてとらえたニュー・メキシコ州の「0%金利」ローンやクレジットの高い第三者の保証を必要としながらも、州としての保証制度を作っているニュー・ジャージー州の例などは参考になろう。

映像産業振興に力を入れているのは、米国だけにとどまらず、現在では、カナダ、英国、オーストラリア、韓国、ルーマニア、ニュージーランドなど、先進国を中心に広く、行われている。

米国においても、日本のコンテンツについては、一定の評価がなされており、また日本映画のハリウッドでのリメイクが盛んに行われるなどの動きから、今後も成長可能性の高い分野であるし、文化への理解や観光効果など波及効果も大きい。

本レポートが、日本の映像産業の発展の一助になれば幸いである。

末尾 米国各州・地域別の映像産業にかかる主要な税制等の優遇措置

| 州名 | 税制等の恩典措置 |
|---|---|
| Alabama (アラバマ) www.alabamafilm.org | 優遇措置を受ける条件 ・ドキュメンタリー、ビデオ、コマーシャル等については、州内の支出が10万ドル超であること(商業用途であること) ・長編映画については、予算が50万ドル以上かつ州内で100%の撮影または予算が百万ドル以上(劇場公開または全国ネットテレビでの放映が予定されていること) ・学生映画については特別扱い 措置の内容 1. 製作で使用される設備・資産・必需品・原材料・サービス等の購入及びリースにかかる州及び各地方の売上税及び使用税(州、地方分とも)の全額免除 2. 宿泊税全額免除(州、地方分とも) |
| Alaska(アラスカ) www.alaskafilm.org | 1. もともと州の売上税は無い。 2. もともと州の個人所得税は無い。 |
| Arizona(アリゾナ) www.azcommerce.com | 2006年1月1日以降の、優遇措置を受ける会社の条件 各年度において、 ・事業の50%以上が映画製作事業であること ・州内に拠点と銀行口座があること ・最低25万ドルの製作費が生じること ・常時雇用者の一定割合以上を州居住者とすること(2006年 25%、2007年 35%、2008年 50%) 1. 州内での支出に応じた段階別の譲渡可能な(法人)所得税(還付不可)の税金控除の付与。 ・25万ドル～百万ドル 10%、百万ドル～3百万ドル 15%、3百万ドル以上 20% ・上記控除は5年の繰り越し可能。 ・一つの映画で5百万ドルを超える控除は取得できない 2. 映画制作に直接使用される機械・設備及び他の自己所有の資産、宿泊施設のリースまたはレンタル、仕出し料理、州内の建物や構築物の建設にかかる取引特権税を免除、機械、機器及びその他の自己使用の有形資産について使用税免除 3. 30日以上宿泊について、ホテル税免除 |

| 州名 | 税制等の恩典措置 |
|---|---|
| Arkansas(アーカンソー) www.1800arkansas.com/film/ | 1. 製作費関連の財産及びサービスの購入(宿泊品含む)にかかる総受取税及び使用税の還付。ただし、製作会社が、製作に関連した支出を、半年以内に最低50万ドルまたは1年以内に最低百万ドル行うことが必要 |
| California (カリフォルニア) www.film.ca.gov/ | 1. 映画・テレビ番組について、製作やその後の映像や音の編集作業サービスについては売上税、使用税は非課税(そもそもサービス一般は非課税 - 執筆・演技・監督・配役・絵コンテなどを含む映像産業特有のサービスも含む) 2. 許可を受けた人に対し、製作後の映像や音の編集作業用の設備の購入またはリースにかかる売上税の一部免除(5%、2001年のみ4.75%) 3. 撮影セット(デザイン、建設、取り壊しにかかる労務費含む)関連代金の45%にかかる売上税及び使用税は課税されない 4. 個人財産のレンタル代金全額についても売上税は課税されない 5. 州レベルでのホテル占有税は無い。ほとんどの市や郡で、ホテル占有税は、30日を超えた場合に免除 |
| Colorado(コロラド) www.coloradofilm.org | 1. 映画会社が、実際には自分の有形資産を使わず、サービスのみを行った場合、そのサービスについては、売上税及び使用税の全額免除 2. 30日を超える宿泊についてホテル占有税免除 |
| Connecticut (コネチカット) www.cultureandtourism.org/cct/site/default.asp | 1. 営利目的で娯楽用につくられる映画・音楽作品の一部となる製作活動(州内に限る)で使う映画・ビデオ製作・音声録音機器の購入、リース、保管所(倉庫)の利用その他の消費にかかる売上税及び使用税の全額免除。 2. 映画・音楽作品の製作専用に使われる機器の固定資産税を免除 3. 30日を超える宿泊についてホテル占有税(12%)免除 |
| Delaware (デラウェア) www.state.de.us/dedo/filmoffice/services/film_liaisons.shtml | 1. もともと州の売上税は無い 2. 宿泊税は低水準(8%) |

| 州名 | 税制等の恩典措置 |
|---|---|
| Florida (フロリダ) www.filminflorida.com/ | <ol style="list-style-type: none"> 1. 映像、音楽作品の製作専用に使われる一定の機器の購入・リースにつき、売上税を全額免除 2. その年の歳出予算の範囲で(2005-2006年においては、一千万ドル)、15%の還付有り(製作会社あたり2百万ドルが上限。)。ただし、最低85万ドル以上の州内支出(一定の基準を満たす必要有り)のあるものに限る。申込には2通りの窓口がある。一つは、劇場公開用映画、ビデオ映画、テレビ放映用映画、テレビ特別番組、コマーシャル、音楽ビデオなど向けで、もう一つは、テレビ番組の試験用、提案用またはテレビの連続ドラマ物など向けである。(減税)資格は、最初(2005年6月13日から始まる2週間)は、その製作会社の撮影開始時期の順番で与えられる。最初の2週間が過ぎた後は、年度予算が無くなるまで、それぞれの窓口での先着申し込み順となる。 3. もともと州の個人所得税は無い。 |
| Georgia (ジョージア) www.filmgeorgia.org/ | <ol style="list-style-type: none"> 1. 広い範囲で、製作やその後の映像・音の編集作業関連の機器・サービスの購入・リースにかかる売上税、使用税が全額免除(州内で行われる一定の基準を満たした製作活動に使われる物に限る。) 2. 2005年1月1日から始まる税年度から、50万ドル以上の州内での映画やテレビ番組への投資に対し、州内で使われる費用全額の9%について、譲渡可能な所得税税額控除が取得できる。あらかじめ定められた貧困地域の場合、追加で、ジョージア州の居住者に対し賃金の3%の控除(最大50万ドル)、製作会社に対して3%の控除が与えられる。2千万ドルを超える支出を行うTV番組製作会社には、追加で、2%の控除が与えられる。 |

| 州名 | 税制等の恩典措置 |
|--|---|
| <p>Hawaii (ハワイ) www.hawaiifilmoffice.com/</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. 映画またはテレビ映画の製作時に州内で使われる費用に対し、最大4%の還付可能な税金控除が与えられる。この権利は、差引の納税義務額から控除可能である。 2. 短期滞在税(ホテル税)について、最大7.25%の還付あり。 上記については、以下の条件を満たした場合100%の権利がもらえる。 タイトルにハワイの名前または言葉がついていること、 ハワイの風景、文化または製品を使っていること 映画の場合、最低2百万ドルの支出が必要。テレビ番組の各話や試験番組、週単位で撮影する様な映画については、最低75万ドルの支出が必要。 配給または放映地域が、全米の66%以上であること 以下の条件を満たした場合は75%の権利がもらえる 映画の場合、最低3百万ドルの支出が必要。テレビ番組の各話や試験番組、週単位で撮影する様な映画については、最低百万ドルの支出が必要。 現場製作段階で、州の居住者を50%以上雇用していること 配給または放映地域が、全米の66%以上であること 3. 投資額に対する税額控除(還付は不可能)があり、投資額に対して、以下に示すように5年で100%使うことができる。投資した年(35%)、投資1年後(25%)、投資2年後(20%)、投資3年後(10%)、投資4年後(10%)。この措置は、投資家一人あたり2百万ドルが上限。各年で、控除額が税額を上回った場合には、繰越可能 4. 作品から得られるロイヤリティ収入について、所得控除あり(益金不算入=税務上の収入にならない。) |
| <p>Idaho (アイダホ) www.filmidaho.org/</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. 30日を超える宿泊についてホテル占有税免除 |

| 州名 | 税制等の恩典措置 |
|--|--|
| Illinois (イリノイ) www.illinoisbiz.biz/dceo/Bureaus/Film/ | <ol style="list-style-type: none"> 1. 営利目的で公開される映画に使用されるために作られたフォトプロセス製品にかかる売上税及び使用税の全額免除 2. 州内でかかった労務費支出に対し、譲渡可能な 25%の所得税の税額控除(各雇用者あたり、最初の 2 万 5 千ドルが上限)の付与。経済不利地域の居住者への支払い分は、10%の追加があり、合計 35%の控除が付与される。この税額控除は、5 年間繰越可能で、支払額の上位二人分の人件費分は除かれる。労務費は、最低 5 万ドル(30 分未満の作品)、10 万ドル(30 分以上の作品)の支払いが必要 3. 30 日を超える宿泊について、14.9%のホテル税は返還される |
| Indiana (インディアナ) www.in.gov/film/ | <ol style="list-style-type: none"> 1. ほぼ全ての製作会社に対し、州及び州立大学が所有する資産でのロケーション撮影に関する代金が無料 2. 州内で納税義務を負う製作会社は、機器や建物への投資につて 10%の最大税額控除の取得が可能。 3. 30 日を超える宿泊についてホテル占有税免除 |
| Iowa (アイオワ) www.iowalifechanging.com/filmiowa/ | <ol style="list-style-type: none"> 1. 30 日を超える宿泊についてホテル占有税免除 2. 州の施設の使用料無し |
| Kansas (カンサス) www.kansascommerce.com/ | <ol style="list-style-type: none"> 1. 28 日以上の宿泊についてホテル占有税免除 |

| 州名 | 税制等の恩典措置 |
|--|---|
| Kentucky (ケンタッキー) www.kyfilmoffice.com/ | 1. 州内で撮影を行う映画製作会社の購入に対して、売上税及び使用税の還付。ただしその製作会社が12ヶ月以内に1本以上の映画を州内で撮影または制作する場合に限る。 |
| Louisiana (ルイジアナ) www.lafilm.org/ | 1. 2006年1月1日より、30万ドルを超える州内での投資に対し、25%の譲渡可能な税額控除を付与。 2. 2006年1月1日より、州内居住者を雇用した場合、支払った人件費に対して10%の譲渡可能な税額控除が付与される(ただし、百万ドルを超える人件費は対象外)。 3. 2005年7月1日以降につくられた映画用の基盤施設の建設に関わる支出の15%の譲渡可能な税額控除。ただし、30万ドルを超える支出が必要 4. 新しい制度は、州政府を通して税額控除の譲渡を行うという選択も可能としている。 5. 30日の連続宿泊後は、14.9%のホテル税が返還される |
| Maine (メイン) www.filminmaine.com/ | 1. 製作に使われるのが主目的の自己所有の有形資産及びサービスにかかる売上税及び使用税の全額免除 2. 税務当局は、2004年に映像製作を製造業であると位置づけた。 3. 28日の連続宿泊後は、ホテル占有税が還付の対象となる。 |
| Maryland (メリーランド) www.marylandfilm.org/ | 1. 映画、テレビ番組、ビデオ、商業用や会社のフィルム用の製作やその後の映像・音の編集作業での機器・サービス・必需品・資産及び撮影セットの購入・リースにかかる州の売上税及び使用税の全額免除 2. 30日を超える宿泊について州の売上税免除 3. 追加予算の範囲で、州内での映画またはテレビ番組の制作活動を行う雇用者(適格基準内)一人あたり50%(対象賃金は一人あたり最大2万5千ドル)の還付制度有り(百万ドル以上支払われる雇用者は除かれる)。ただし、州内での支出が50万ドル以上で、撮影の50%以上が州内で行われる必要がある。還付額は、1社あたり最大2百万ドルまでで、州全体で4百万ドルの予算がある。 |

| 州名 | 税制等の恩典措置 |
|--|--|
| Massachusetts (マサチューセッツ) www.massfilmbureau.com/ | 25 万ドル以上の州内支出が条件 1. 2006 年1月1日より、個人に対し百万ドル以上支払った分を除き、州内での支払人件費の 20%にあたる税額控除(譲渡可能)を付与。 2. 州内での撮影費用の 25%につき、映画制作会社向け税額控除を含む(総製作費用の 50%または主要な撮影日数の 50%が州内である必要がある。) 3. 映画制作会社向け税額控除は一プロジェクトあたり7 百万ドルが上限である。 4. 税額控除は5 年間の繰越が可能である。 5. 売上税の全額免除 2013 年まで継続 |
| Michigan (ミシガン) www.michigan.gov/filmoffice | 1. もともと州の法人所得税は無い |
| Minnesota (ミネソタ) www.mnfilmandtv.org/ | 1. 30 日以上宿泊について売上税免除 2. テレビ・コマーシャルに関し、作品に販売、作品製作で使用または消費され商品購入につき、売上税の全額免除 |
| Mississippi (ミシシッピ) www.visitmississippi.org/film/ | 1. 2004 年7月1日から、全ての新作映画、テレビ企画、ドキュメンタリー、コマーシャルを対象に、 ・州内の居住者への給与支払に対し、10%の還付不可能な税額控除(10 年の繰越可能) ・州内の全ての製作関連支出(給与支払を除く)に対し、10%の還付 ・製作用機器(撮影、照明、音響、映写、編集等)に対し、売上税の一部減免(7% 1.5%) ・製作用品(フィルム、ビデオテープ、撮影セット建設材料、撮影セット用衣装、資産、衣装棚、生地、化粧品、消耗品)の購入にかかる売上税の全額免除 |

| 州名 | 税制等の恩典措置 |
|--|---|
| Missouri (ミズーリ) www.missouribusiness.net/film/ | 1. 州内の支出に対し、最大 50% の譲渡可能かつ繰越 (5 年) 可能な所得税/金融機関税の税額控除の付与 (一プロジェクトにつき、最大百万ドルの税額控除)。ただし製作会社は、州内で最低 30 万ドル支出する必要がある。税額控除は、1 年で 1 社あたり総額 150 万ドルまで利用可能。 2. 31 日間の宿泊後、売上税免除 |
| Montana (モンタナ) www.montanafilm.com/ | 1. もともと州の売上税は無い。 2. 最初の 180 日に州内に持ち込まれた映画関連の自動車や機器について登録関係税を免除 3. 30 日を超える宿泊について州の宿泊税 (7%) の還付 4. 映画及びテレビ製作会社に対し、州の住民に支払われた 5 万ドルまでの賃金につき、12% の還付可能な税額控除の付与、更に州内の総支出に対し、8% の還付可能な税額控除の付与。税額控除は 4 年間の繰越が可能。両方の税額控除は一製作会社につき、百万ドルが上限。 2010 年 1 月 1 日に措置が切れる予定 |
| Nebraska (ネブラスカ) www.filmnebraska.org/ | 1. 30 日間連続同じホテルでの宿泊した後、宿泊税免除 |
| Nevada (ネバダ) www.nevadafilm.com/ | 1. もともと州の法人所得税も個人所得税も無い。 2. ホテル税も低い |
| New Hampshire (ニュー・ハンプシャー) www.filmnh.org/ | 1. もともと州の売上税は無い。 2. 個人の所得税は、利息と配当にかかるのみ |

| 州名 | 税制等の恩典措置 |
|--|--|
| <p>New Jersey (ニュー・ジャージー) www.njfilm.org/</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. 映画・テレビ番組・コマーシャルの製作やその後の映像・音の編集作業で直接使われる全ての映画、ビデオ関連の機械、機器、その機器の設置・修理・維持サービスにかかる売上税の全額免除、前記の対象にならない商品の一部について、指定開発地域(ジャージー・シティ、ニューアーク、エリザベス他)で購入すると、3%へ減免。 2. 最大 1500 万ドル(または他機関から、その映画プロジェクトのために出される融資の30%以下の金額、どちらか少ない方)の融資保証制度。撮影期間の70%が州内で行われ、現場製作段階での支出の最低50%が州内で行われる必要がある。 3. 2006年1月12日より、映画・テレビ番組・テレビ連続ドラマ製作関連の州内支出の20%分につき、譲渡可能な法人所得税税額控除の付与が行われるが、現場製作段階(Below the Line)の費用のうち60%が州内で行われる必要がある。この制度は、予算年度毎に一千万ドルが上限で、繰越措置も含んでいる。年度内に一千万ドルを使い切った場合には、権利を受け取る資格をもつ納税者は、翌年度に優先してこの権利を受け取ることが出来る。この優遇措置は、2005年7月1日から始まる税年度に適用が開始され、2015年7月1日から始まる税年度に終了する。なお、税額控除が認められてから150日以内に撮影を開始する必要がある。 4. 90日以上の滞在について、ホテル占有税(6%)の免除 |

| 州名 | 税制等の恩典措置 |
|---|--|
| <p>New Mexico (ニュー・メキシコ) www.nmfilm.com/</p> | <p>1. 編集撮影セット建設、衣装棚、施設、機器レンタル、全ての製作及び製作後の編集に関するサービスなど全ての製作費にかかる州の総受取税・売上税の全額免除</p> <p>2. 州内で行われる映画の製作及び製作後の編集に関する支出の25%分について還付 製作者側では、売上税免除か、還付かどちらかを選択しなければならない。</p> <p>3. 予想製作費の最大100%(金額上限は一プロジェクトあたり1千5百万ドル)をカバーする保証付きの投資も検討できる。融資の場合には、投資適格の格付けをもった法人による「全額かつ無条件の保証」が付いている必要がある(無利子)。エクイティの場合は、事前販売/配給がはっきりしていることが求められる。</p> <p>4. 30日の宿泊後に、宿泊客に対し、4%の宿泊税の免除がある</p> |

| 州名 | 税制等の恩典措置 |
|--|---|
| <p>New York (ニューヨーク) - 州 - www.nylovesfilm.com/ - 市 - www.nyc.gov/html/film/html/index/index.shtml</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. 長編映画、テレビ番組、音楽ビデオ及びコマーシャルを作る際の製作段階及び製作後の編集段階で使われる機械、機器及びサービスにかかる州、ニューヨーク市及び地方全般の売上税及び使用税の全額免除。作品が電子装置経由または無形資産の形で製作・配布される場合に、映画・テレビ・コマーシャル製作会社は免税となる。 2. 2004年8月20日から、映画及びテレビ番組製作会社(コマーシャル及び音楽ビデオは除く)に対し、州内での製作段階以降の支出(製作後の編集段階や台詞の無い俳優に対するものも含む)について10%の法人・パートナーシップ・個人の所得税の税額控除(還付可能)を付与。ただし、施設支出(製作後の編集段階を除く)の75%が、州内の施設(最低7千平方フィートの広さが必要)で行われなければならない。この製作にかかる施設関連費用が3百万ドル未満である場合、屋外撮影費用を税額控除の対象に含めるためには、施設外での総撮影期間の75%が州内でなければならない。税額控除の上限は、暦年毎に2千5百万ドルであり、その条件は繰り越される。もし年内に上限を超えてしまった場合には、その次の年に先着順で税額控除を付与する。 3. 2005年1月1日から始まる税年度から、ニューヨーク市内での製作については、州と同じ条件の制作作品について、追加で5%の法人・パートナーシップ・非法人の所得税の税額控除(還付可能)を付与。 4. ニューヨーク市の税額控除の年間上限は1250万ドルである。 5. ニューヨーク市では、市内での撮影期間中、割引カードを提供している。これは製作関連サービス、ホテル、レンタカー、駐車、文化団体、銀行サービスなど465(2006年3月21日現在)の地元業者が最低10%の割引や特別サービスを提供するものである。 6. ニューヨーク市では、支出の75%以上を市内で行なった映画・テレビ番組に対して、市内での支出の1%分について、バスの停留所・TV.FM局などで、広告を行なう。またその代わりに支出の0.1%分について、非営利の文化団体に寄付を行なってもらうこととしている。 |

| 州名 | 税制等の恩典措置 |
|---|---|
| North Carolina (ノース・カロライナ) www.ncfilm.com/ | <ol style="list-style-type: none"> 2005年7月1日より、基準を満たした州内のリースや購買品について基準を満たした製作支出の15%に相当する還付可能な所得税税額控除の付与。基準を満たすには、州内での消費が最低25万ドル必要である(注:州法により、課税後の価値で考えるため、税額控除の価値は減殺される。)。長編映画の場合、750万ドルが税額控除の上限である。また、2万5千ドル以上の物品購入の対象価格は、購入額から製作終了後の資産の公正な市場価格を差し引いたものになる。一つの作品で百万ドルを超える個人への貸金支払は対象外。 映画製作会社に対し、撮影機材、フィルム、撮影セット建設材料、さらには作品をリリースするために行われる現像や編集を行うための薬品類や機器の購入やレンタルにかかる売上税及び使用税を1%に減免 |
| North Dakota (ノース・ダコタ) www.ndtourism.com/Resources/ | 特段の制度無し |
| Ohio オハイオ www.ohiofilm.com/ | <ol style="list-style-type: none"> 30日を超える宿泊について州の売上税免除 |

| 州名 | 税制等の恩典措置 |
|--|---|
| <p>Oklahoma (オクラホマ) www.oklahomafilm.org</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. オクラホマ州映像拡大還付制度として、毎年最大5百万ドルの財源を確保し、州内での映画・テレビ・コマーシャル撮影に関し、製作支出の最大15%分の還付を行っている。最低予算は2百万ドルで、州内で125万ドル支出される必要がある。最大分(15%)の還付を得るためには、現場で50%以上の州居住者を雇う必要がある。州居住者が25%~49%の範囲だと還付は10%分となり、州居住者が24%以下だと5%となる。製作会社は、完成保証に関する証憑と主たる撮影の終了後1年以内に米国内または米国外で配給されるという契約が行われているという証憑を提出する必要がある。この還付は、支出が文書化された予算年度後の7月1日以降に支払われる。 2. 映画やテレビ番組製作会社に対して、長編やテレビ番組制作関連で使用または消費される有形かつ自己使用の資産またはサービスの販売時に売上税が免除される。 15%の還付と、売上税の免除は同時には利用できない。 3. 施設投資について、50万ドル以上で10%、百万ドル以上で25%の税額控除(譲渡不可能) 4. 映像音楽作品への投資が、他の映像音楽作品に再投資される場合、25%の税額控除(譲渡不可能) 5. 30日の宿泊後に州の売上税の還付措置あり |

| 州名 | 税制等の恩典措置 |
|---|--|
| <p>Oregon (オレゴン) www.oregonfilm.org/</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. 2005年1月1日以降、オレゴン州製作投資基金が州内の製作関連支出につき10%の還付措置を行っている。映画一作あたりの還付額の上限は25万ドル。テレビ連続ドラマの場合は、一話あたり3万ドルである。これを得るためには、最低百万ドルの支出が必要である(支出は、連続する形で次の期にかかっても構わない。)。基金の原資がある範囲で、製作会社に対する還付の提供が行われる 2. 「グリーンライト・オレゴン・還付プログラム」:2005年秋より、還付は、製作会社が支払った基準内賃金の約6.2%に対しても行われるようになった。制度利用には、製作会社が、州内で最低百万ドルの支出することが必要である。また、民間事業者と州フィルム・コミッションのパートナーシップ制度も計画されている。州内での製作関連商品購入について、10%が還付される制度。参加(民間)事業者は、売上から11.5%をオレゴン州のフィルム・コミッションに支払う。フィルム・コミッションは、1.5%の手数料を除き、製作終了後に還付基準を満たした製作に10%の還付を行う。基準を満たさない場合、10%分は事業者に返還される。1.5%の手数料により、フィルム・コミッションは、プログラムの広報を行い、製作者に対し参加事業者の紹介を行う。 3. もともと州の売上税は無い。 4. 30日を超える宿泊について宿泊税免除 5. 他の地域限定優遇措置として、ポートランドエリアのマルチノマ郡で支払った駐車料金について、延べ100部屋宿泊する毎に、最大千ドル分が戻ってくるという措置がある。 |

| 州名 | 税制等の恩典措置 |
|---|---|
| Pennsylvania (ペンシルバニア) www.filminpa.com/filminpa/index.jsp | <ol style="list-style-type: none"> 1. 全米で配給される長編商業映画の製作や製作後の編集に州内で直接使われる自己利用の有形資産やサービスの購入またはレンタルにかかる6%の売上税及び使用税の全額免除 2. 長編映画やテレビ番組の製作総支出の60%以上が州内で使われる場合に、労務費を含む製作コストの20%分について、譲渡可能な法人所得税の税額控除の付与が、新たに制定された。これは3年の繰越が可能で、総額で予算年度毎に一千万ドル上限で税額控除の配賦が行われる。2004年6月30日以降2012年12月31日までに生じた支出が対象となる。2003年12月31日後に始まる税年度から開始となる。百万ドル以上の支出のある作品が対象である。 3. 30日以上宿泊についてホテル税免税 |
| Puerto Rico (プエルトリコ) www.puertoricofilm.com/ | <ol style="list-style-type: none"> 1. 最低50%の撮影を域内で行う場合、域内の会社や製作現場で支払われた映画・テレビ関連の支出に対し、最大40%の投資税の税額控除を付与。この権利は、申請者が撮影許可を得るために、予算額のうち、1%の四分の一をフィルム・コミッションに支払って承認を得たプロジェクトに対して利用可能である。地元の投資家とプエルトリコ外の会社は、投資税の税額控除を有効に使うために、共同出資をすることになる。 2. 映像製作関係者の宿泊関連税は免税 |
| Rhode Island (ロード・アイランド) www.film.ri.gov/ | <ol style="list-style-type: none"> 1. 州内の映画製作関連支出(州内で働いた人々に対する給与も含む)に対し、25%の譲渡可能な税額控除の付与。対象となるには、映画・テレビ番組・コマーシャル・ビデオゲーム製作会社が主として州内で撮影を行い、最低30万ドルの予算を持っている必要がある。 2. 主として州内で撮影を行う映画・テレビ番組・コマーシャル・ビデオゲームに投資をする州の居住者に対し、譲渡不可能な投資家税の税額控除も付与。投資家は、30万ドルから50万ドルの予算の作品に対して、15%の税額控除(3年間繰越可能)を受けることが出来る。予算が50万ドルを超える場合には、25%(3年間繰越可能)の税額控除を受け取ることが出来る。 |

| 州名 | 税制等の恩典措置 |
|---|---|
| South Caroline (サウス・カロライナ) www.scfilloffice.com/ | <ol style="list-style-type: none"> 1. 州内で25万ドル以上支出した場合、機器や必需品の購入につき、州税及び地方税の売上税及び使用税の全額免除、州の宿泊税の免除 2. 州内で百万ドル以上支出した場合、上記に加え、州の所得税につき、総人件費(クルー、俳優、エキストラ)の15%の還付(一個人に百万ドル以上払った分は除外)及び一定の州内での商品・サービス購入・レンタルにかかる15%の還付 3. 暦年で、50万ドル超の投資をした製作会社は10%の所得税税額控除あり。 4. 作品または製作用施設向けに投資をした投資家については、20%の税額控除有り。作品については、一人あたり10万ドルが上限、施設については、一人一施設あたり50万ドルが上限。15年の繰越可能。税額控除を仕えるのは、各年の納税必要額の50%まで。 |
| South Dakota (サウス・ダコタ) www.filmsd.com/ | <ol style="list-style-type: none"> 1. もともと州の法人所得税も個人所得税も無い。 2. 28日連続の宿泊については、宿泊税が免税 |
| Tennessee (テネシー) www.state.tn.us/film/ | <ol style="list-style-type: none"> 1. 他州の映画会社に対し、州内で購入またはレンタルした商品やサービスにかかる売上税及び使用税の還付(その会社が、12ヶ月以内に最低50万ドル支出することが必要) 2. 31日目の宿泊からホテル税無し。91日目の宿泊から売上税も無し。 3. 州や地域の所得税は無い(個人の利息、配当は課税)。 4. トラックの許可、手数料、燃料税が免除(重さや大きさが特殊なものを除く) |
| Texas (テキサス) www.governor.state.tx.us/film | <ol style="list-style-type: none"> 1. 最終的に販売・権利の頒布または放送(ケーブルテレビでの放送を含む)するための映画・ビデオの製作で使われるサービスや機器の購入またはレンタルにかかる売上税及び使用税の全額免除 2. もともと州の法人所得税も個人所得税も無い。 3. 30日超の滞在につき、ホテル宿泊にかかる売上税免除 |

| 州名 | 税制等の恩典措置 |
|--|---|
| Utah (ユタ) www.film.utah.gov | 1. 2004年7月1日より、映画・テレビ番組・音楽ビデオ、コマーシャルの製作及び製作後の編集で使われる機械や機器の購入、リースまたはレンタルにかかる州の売上税及び使用税の全額免除 2. 州内での支出に対して、10%の還付有り。テレビ連続ドラマやテレビ映画に対する還付のための財源は、一話あたり10万ドルまたは財源が一巡する毎に75万ドル。また新作映画については製作一本あたり50万ドルが上限。 3. 30日以上滞在について、ホテルルーム税の還付 |
| Vermont (バーモント) www.vermontfilm.com/ | 1. 映画・テレビ番組・コマーシャルの製作で使われる商品やサービスの購入またはリースにかかる州の売上税及び使用税の全額免除 2. 他州に本社のある営利目的の映画制作会社に対し、バーモント州の所得税率が、その州の税率を超える場合、その分を税額控除 3. 31日以上滞在についてホテル税、食事税無し |
| Virginia (バージニア) www.film.virginia.org/ | 1. 新作映画、テレビ映画、番組、ドキュメンタリー、コマーシャルなど免税となっているオーディオ・ビジュアル作品については、全てについて、製作に関わるサービスや作り物については、売上税及び使用税が全額免除 2. 脚本・美術・必需品・機器・アクセサリーを含む自己使用の有形資産の購入についても免税。 |
| West Virginia (ウエスト・バージニア) www.wvfilm.com/ | 特段の制度無し |
| Washington (ワシントン) www.filmwashington.com / | 1. 映画やビデオ製作、製作後の編集に使われる機器やサービスの購入またはレンタルにかかる売上税及び使用税の全額免除 2. 製作時に使われる自動車にかかる売上税及び使用税の全額免除 3. 30日を超える滞在について税金無し 4. もともと州の個人所得税は無い。 |
| Washington D.C. (ワシントンDC) www.film.dc.gov/film/site/default.asp | 特段の制度無し |

| 州名 | 税制等の恩典措置 |
|--|---|
| Wisconsin (ウイソコンシン) www.filmwisconsin.org/ 情報提供無し | 特段の制度無し |
| Wyoming (ワイオミング) www.filmwyoming.com/ | <ol style="list-style-type: none"> 1. 州内でビジネスを行っている会社がまとめて、州内で映画製作を行う会社に対し、製作に関わるサービス(ホテル/モーテル、レストラン、食べ物仕出し等を含む)について、10%の割引を行っている。 2. もともと州の法人所得税も個人所得税も無い。 |

(MPAA 資料、AFCI 資料、各州ホームページ、インタビューから本行作成)

参考文献、WEB

- The Association of Film Commissioners International "2006 Membership Directory"
- The Association of Film Commissioners International "Incentives in the United States" [2006],
- ArtsMarket and the Montana Film Office "The Big Sky on the Big Screen Act (the Economic Impact Study)" [2005],
- California Budget Project "budget brief" [2005]
- CALIFORNIA PERFORMANCE REVIEW COMMISSION "THE PUBLIC PERSPECTIVE"

- Gregory GoodeII "Independent Feature Film Production"
- John W. Cones "Film Finance & Distribution"
- KPMG "Entertainment Industry Development Corporation of Southern California Financial Statements"
- LAEDC "Film Industry Profile of California/Los Angeles County" [2005]
- LAEDC "WHAT IS THE COST OF RUN-AWAY PRODUCTION?" [2005]
- Louisiana Department of Revenue "61st Annual Report"
- Louisiana Department of Revenue "Corporation Income and Franchise Taxes Statuettes and Regulations" [2004],
- Mississippi Development Authority, Mississippi Film Office "The Mississippi Motion Picture Incentive Act",
- Monitor Group "U.S. Runaway film and Television Production Study Report"
- Motion Picture Association Of America "U.S. Theatrical Market: 2005 Statistics"
- Motion Picture Association Of America, "2006 STATE-BY-STATE TAX INCENTIVES FOR THE FILM INDUSTRY"
- National Association of State Budget Officers "State Expenditure Report 2004",
- State of California "Governor s Budget Summary 2006-07"
- Stephen E. Siwek, Economists Incorporated "Copyright Industries in the U.S. Economy THE 2004 REPORT"
- THE CENTER FOR ENTERTAINMENT INDUSTRY DATA AND RESEARCH(CEIDR) "The Migration of Feature Film Production From The U.S. to Canada and Beyond Year 2001 Production Report"
- The Department of Commerce "The Migration of U.S. Film & Television Production」, March 2001"

- The Employment Development Department Workforce Development Branch Labor Market Information Division "Report to the Legislature on the Motion Picture Industry in California" [2005],
- The Film Production Advisory Committee And The Tennessee Film, Entertainment & Music Commission "Tennessee Film and Television Production Study"
- The Association of Film Commissioners International, <http://www.afci.org/>
- American Foundation of Television & Radio Artists, <http://www.aftra.com/>
- Film L.A. Inc <http://www.eidc.com/>
- <http://stage.variety.com>
- Louisiana Production Capital, <http://www.laprodcap.com/>
- Stonehenge Capital Company, LLC, <http://www.stonehengecapital.com/>
- The City of New York, Mayor's Office of Film, Theater and Broadcasting, <http://www.nyc.gov/html/film>
- The Entertainment Economy Institute, <http://www.entertainmentecon.org/edp/>
- The Internet Movie Database <http://www.imdb.com/>
- U.S. Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis, <http://www.bea.gov/>
- <http://www.personal.psu.edu/faculty/d/x/dxd22/1991all.htm>
- JETRO 「日本の映画産業の動向」,
- JETRO 「米国映画産業の実状と日本映画コンテンツ進出の手引き」, 2005年3月
- 経済産業省 「コンテンツ産業の現状と課題」, 2005年2月
- 田澤真史 「映画産業におけるデジタル化に関する研究」
- (財)自治体国際化協会 「米国の州、地方団体における売上・使用税の概要」
- PWC 「2004年米国雇用創出法 (American Jobs Creation Act of 2004) 」, January 2005
- 全国フィルムコミッション連絡協議会, <http://www.film-com.jp/>
- JETRO, <http://www.jetro.go.jp/indexj.html>
- 税制メールマガジン,
<http://www.mof.go.jp/jouhou/syuzei/merumaga/merumaga171130.htm>