

1991年度事業計画及び収支計画

1990年2月に企業メセナ協議会が発足して以来、企業と文化との関係が頻繁に新聞や雑誌、書籍などで取り上げられました。その論調は、企業の21世紀への生き残り策を模索するもの、これまでの経済一辺倒の企業姿勢を見直すもの、企業の文化へのかかわり方について反省するもの、今日的な企業の社会的責任を論ずるもの、さらには国際社会の一員として当然のこととして論ずるものなどで、その数は協議会が調査しただけでも、約250件の多きにのぼりました。その殆どは企業の文化支援を待ち望んでいる賛成意見であったといえます。メセナという名も最初は耳慣れないものとして受け取られていましたが、1年経過した現在では多くの人達に浸透してきたといえます。一方、国も4月には芸術文化振興基金を創設し、初めて国の支援体制がスタートしました。さらに、経団連も1%クラブで社会貢献活動への参加を呼び掛けるなど、1990年度はメセナ、フィランソロピーの言葉が飛び交う画期的な年であったといえます。

しかしながら、キーワードとして浸透したメセナも、その意義が十分理解されているとはいえず、また、十分な実行を伴ったものともいえません。企業のトップやメセナ活動を担当する部門などごく一部の人たちが理解しているだけで、決して企業の内部まで深く認識されているとは言えません。

日本を取り巻く経済環境は、湾岸戦争や日米経済摩擦などの厳しい状況の中で、景気の見通しも楽観出来ない先行き不透明な様相を呈しております。それが、今クローズアップされてきた企業と文化のかかわり方にどのような影響をもたらすか予断を許さない状況といえます。かかる時こそ、もっとメセナ活動を深くすすめるべきと考えます。企業の芸術文化支援活動を一時のブームとしてではなく、着実に継続性のあるものにしていくためには、当協議会として、さらに一層、啓蒙・普及に力を入れるとともに、事業計画の実現によって社会の支持を得るよう活動していくことが重要だと考えます。

1990年度は、外に対しては、メセナ誌・メセナ月間・各種シンポジウムなどでメセナの知名度を高め、その意義を理解させる啓蒙活動に重点をおき、内に対しては、専門部会の設置など事業が推進出来る体制づくりをした年でした。

本年度は上述のような状況をふまえ、講座、セミナー、シンポジウムなどこれまでの啓蒙・普及活動の一層の充実を図るとともに、本格的な事業スタートの年として「メセナ白書」の発行、「メセナ大賞」の授与をはじめとする以下のような様々な事業計画を文化庁や国際交流基金そして会員企業のご指導ご協力を得て実施してまいります。

皆様のご理解とご支援をお願い申し上げます。

1. 1991年度収入計画

1.1 会費収入

1991年2月28日現在、正会員は156社で430口、準会員は24社で26口となっており、今後も、会員の拡大に努力してまいります。正会員については、1991年度の予算編成上の獲得目標を一応、50社70口とし、合計口数500口を想定しております。準会員も地方自治体などの加入を促進し16口、計40口といたしております。

正会員の獲得は「メセナ白書」の刊行時や「メセナ月間」など事業計画とタイミングをあわせ、集中的に会員企業のご協力を頂いて実施してまいります。特に、鉄鋼、機械、電機、商社、流通など、これまで会員の少ない業界を中心に全業種にわたるよう働きかけてまいります。また、現在の会員が東京に集中していることから、関西地区など各地方の会員獲得にも力を入れてまいります。

1.2 事業収入

メセナ誌の頒布収入(1990年度は約30万円)、6月に発行予定の「メセナ白書」、
「ヨーロッパのメセナ」の頒布による収入、さらに各セミナーの参加料による収入を見込んで約200万円といたします。

2. 事業計画

2.1 啓蒙・普及事業

2.1.1 会員懇話会

1990年度と同様、通常総会のあと、会員の親睦と情報交換の場として開催いたします。1990年度実績見込み額は150万円でした。

2.1.2 定例会

会員企業とアーティストや文化団体との相互理解の場として1990年度は3回開催しました。企業の文化政策と施設の見学（ワコール、スパイラルホール）、地方自治体の文化施設見学とアーティストとの懇談（藤沢市民シアター）、演劇人との懇談と観劇（劇団四季・コーラスライン）です。1991年度も同様にいろいろな芸術文化に触れる機会としますが、特に今日の芸術文化の潮流に合わせたもの、会員の希望に沿った内容のものを企画してまいります。

2.1.3 企業のメセナ活動を考えるセミナー

企業メセナの企業経営上の諸問題を研究する会員向けの実務者セミナーです。

1990年度は12月にニューヨーク・パブリック・ライブラリーのヒーリー館長を迎えての講演会、3月からは3回シリーズで企業の社会的責任と企業メセナをテーマに研究会を開催しております。1991年度はこの研究会を東京、大阪で引き続き開催するほか、企業メセナ担当者に対してメセナの実務を研修するセミナーも実施の予定です。

2.1.4 アート・マネジメント講座

文化団体、文化施設管理者その他を対象にアート・マネジメントの基礎知識や実務をカリキュラムとする短期間の講座です。この講座の開設に当たっては演劇、音楽、美術の各界の方々や大学の先生方の意見を聴取するとともに、各界の専門家からなるアート・マネジメント講座研究推進委員会を設け内容を構築することいたしました。その第1回は3月にモンリオール大学附属高等商科学院のkolbe教授を招聘し、アート・マネジメント日本特別講座を東京と京都にて開催いたしました。1991年度以降、専門委員会の立案を順次講座として具体化してまいります。

2.1.5 事業共催

他の団体の活動で企業メセナの啓蒙・普及に役立つものがあれば事業共催を検討してまいります。

2.1.6 メセナ月間

1990年度は設立記念事業として、「メセナ」の浸透を図り、知名度を高めるためメセナ月間（会員企業主催による各種文化イベントの集中実施）を開催しました。1991年度も前年度を踏襲してメセナ月間を6月から7月にかけて実施します。参加企業を会員から募集しますが、協議会としてはシンポジウムやメセナ展を計画検討しております。

2.1.7 メセナ大会

通常総会や各種のセミナー、イベントは一部を除いて会員企業や文化団体など限られた人たちを対象にしており、未加入企業や一般の人に協議会の考えや活動をPRする場はありません。しかし、企業メセナを啓蒙・普及していくためには未加入企業や一般の人達にも周知させる機会を持つことが必要と考えメセナ大会（仮名）の実施を検討してまいります。

2.2 情報集配・仲介事業

2.2.1 メセナ誌

1990年度を踏襲し、年4回の発行といたします。

2.2.2 ヨーロッパのメセナ

フランス文化省と欧州理事会共同発行の「ヨーロッパのメセナ」の翻訳を6月に刊行いたします。

2.2.3 助成仲介

数多い助成要請に対応するには、メセナ誌の助成要請欄だけでは不十分であるため、それ以外の仲介の方法を検討しております。協議会としましては助成要請のなかから、有識者による選考委員会で年間数件の活動を選び、それを積極的に会員企業に仲介させていただくことに致します。また、メセナに関する企業、文化団体双方の情報が把握できるよう改善を図ってまいります。

2.3 調査研究事業

2.3.1 メセナ白書

企業のメセナ活動の実態を白書として集大成するため、1990年8月から調査の準備に入り、12月に調査票の配布、回収を行い現在集計中で、6月に「メセナ白書」を完成の予定です。

2.3.2 資料収集

協議会にはメセナに関するあらゆる情報がクリッピングされていることが望ましいのですが、現陣容では情報収集に限界がありますので外部の業者に発注してまいります。メセナのデータベースをめざし順次情報量や内容の充実をはかってまいります。

2.3.3 調査研究

1990年度はメセナ白書に関する調査が主でしたが、1992年度以降、協議会としてどのような調査に取り組むかを検討してまいります。企業メセナ活動と企業経営との関連、会員企業の従業員のメセナに関する意識調査、文化団体の企業に対する希望調査などです。また、税制問題の研究も引き続き行ってまいります。

2.4 顕彰事業

2.4.1 メセナ大賞

第1回メセナ大賞を12月発表すべく具体的な作業を進めております。

2.5 協力・後援事業

2.5.1 講師派遣

1990年度は鈴木会長をはじめとして、多くの方に講師としてご協力いただきました。1991年度も講師派遣要請に対しては前向きに対応してまいります。

2.6 国際交流事業

2.6.1 海外派遣

1990年度は6月フランス、7月アメリカ、9月ギリシャ、12月イギリスと4回派遣しましたが、1991年度も重要な会議には積極的に参加してまいります。

2.6.2 視察団派遣

海外のメセナ事情や芸術文化のトレンドを視察するため、企業トップやメセナ担当実務者を対象とした視察団の派遣を検討いたしております。

2.6.3 受け入れ

1990年度はアドミカルのリゴー会長をはじめ計6名の関係者を海外から招聘し国際交流を図ってまいりました。1991年度はさらに国際的連携が強まることも予想されますので、来日関係者の受け入れ体制を整えてまいります。