

1992年度事業及び収支計画

1990年度に引き続き、1991年度もメセナに関する話題が多くのマスコミ、媒体に取り上げられ、さらに一層メセナの知名度が高まるとともに、メセナ活動に真剣に取り組む企業も増え、メセナや社会貢献に関する専門部署、担当部署を設置した企業も相継ぎました。当協議会が刊行しました『メセナ白書』はこれまでの企業の文化支援の実態と傾向を数値的に明らかにし多くの問題提起を行い、また、メセナ大賞の授与によってメセナの在り方を一般に理解させ、1つの指針を示すことができたことは大変意義があったと考えます。

このような企業の動向と並んで、91年度は地方自治体など地方でのメセナへの関心が高まった年であったともいえます。これまでの文化施設建設といったハード偏向の地方自治体行政の在り方に反省の声が高まり、「ソフトをどうするか、そこに企業メセナの力をどう取り込むか」という「街づくりと企業メセナ」が大きなテーマになってきました。

このようなメセナの広がりの中で、それを取り巻く社会的経済的環境は激しく変化していきました。

ソ連の崩壊にともなう国際情勢の激変、湾岸戦争で迅速な勝利をおさめたアメリカの経済的停滞、と先行き不透明感が増す一方で、国内での企業の収益悪化、消費の鈍化という景気の後退傾向が企業の歩み出したばかりのメセナ支出にブレーキをかけるのではないかという疑念もつつあります。それに加えて、銀行・証券不祥事や共和事件の発覚は社会に対して企業への不信感をつのらせ、メセナをはじめとする企業の社会貢献活動が社会から正しく評価してもらえない風潮を生み出しかねない状況も生じました。それだけに、企業は今こそ、メセナをはじめとする社会貢献活動に真摯に取り組む姿勢を国民、世論に訴えて行かねばなりません。さいわい、このような厳しい環境下でも、協議会に加入する企業数は引続き増加し、正準会員は合わせて200社を大きく上回りました。このことはメセナが企業にとって一過性のものではなく重要であるとの認識が定着しつつあることのあらわれと言えらると思います。しかしその反面、果たして企業の芸術文化への支援が実質的に増加して行くかどうか厳しく問われることになりそうです。

企業メセナ協議会の目的は、究極的には企業による芸術文化へのメセナ支援の拡大にあります。1992年度の当協議会の活動はこのメセナの拡大を可能にする環境整備に重点をおき、定例的事業のほか税制と助成仲介を最重要課題として取り組んでまいりたいと考えます。このような観点にたって、次ぎの事業及び収支計画を作成いたしました。

1. 1992年度収入計画

1.1 会費収入

1992年2月12日現在、正会員は180社460口、準会員は33社35口となっております。1992年度の予算編成上の会員獲得目標を一応、正会員70口合計口数530口、準会員10口合計口数45口とし、会費収入合計13790万円を見込みました。

1.2 事業収入

メセナ誌の頒布収入（1991年度は約75万円）を80万円、7月に発行予定の『メセナ白書92』の頒布収入（1991年度は『メセナ白書91』と『ヨーロッパのメセナ』の2冊で約470万円）を345万円、セミナー等の参加費収入（1991年度は約80万円）を90万円と見込んで事業費収入計515万円としました。

1.3 雑収入その他

受取利息などで150万円、基本財産受取利息80万円を見込んでおります。

2. 事業計画

2.1 啓蒙・普及事業

2.1.1 会員懇話会

1991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年2回開催いたします。

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する定例会は今年度は4回（白州フェスティバル、グローブ座、クリスト展、維新派）開催しました。1992年度も同様に年4回程度いろいろな芸術文化に触れる機会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。1991年度はメセナ担当者を対象にメセナ活動の今日的意義と社内での進め方を考えるセミナーを開催しました。1992年度も継続実施いたします。これと並行して「企業のメセナ活動を考えるセミナー・アートに学ぶ」シリーズを開催いたします。これは、メセナ担当者が業務を推進するうえで芸術についての基礎知識をもつことは必要不可欠のことから、美術・舞踊・演劇・音楽の各分野について開催するものです。

2.1.4 対芸術団体講座（アート・マネージメント講座改め）

文化団体や文化施設管理者などを対象にアート・マネージメントに関する講座の必要性を提唱し1991年3月と10月に同講座を開催しました。これ

を契機に昨年慶応大学で日本最初のアート・マネージメント講座が開設されるなど芸術関連教育機関でこの種の講座開設の動きが起こっております。このような動向を踏まえ、協議会としてはアート・マネージメントにこだわらず、広く芸術団体に役立つ内容の講座を年2回開催いたします。

2.1.5 企業メセナ展（メセナ月間改め）

1990年度、1991年度と実施しましたメセナ月間は「メセナ」の知名度を高めるという所期の目的を一応果たしたと評価し、これを発展解消し1992年度は内容を充実した「企業メセナ展」のみを開催いたします。これは日本及び世界各国のメセナ活動の現状を具体的ケースで紹介するものです。

2.1.6 メセナ大会

1993年2月には設立3周年を迎えますので、その記念行事を行います。

2.1.7 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共催で実施してまいります。1991年度は文化パステルとの共催で“文化フロンティア会議91”を開きNHK教育テレビで放映され注目を集めました。今年度も“文化フロンティア会議92”を文化パステルとの共催で実施するなど積極的に対応してまいります。

2.1.8 文化サロン（仮称）

文化人・芸術家の意見を直接企業トップが開き、芸術文化や企業メセナに関する両者間の豊かな情報交換と理解を深める場を開きます。

2.2 情報集配・仲介事業

2.2.1 メセナ誌

1991年度を踏襲し、年4回の発行を基本とします。なお、現在の内容は協議会のニューズレター的要素とメセナ研究的要素が混在していますので、これを2分し、会員向け会報誌と一般にも参考になる情報研究誌とに分けて発行することを検討し結論が出次第それへの移行を図ることに致します。

2.2.2 助成仲介

文化団体やアーティスト側は、当協議会の仲介によって助成実現の件数が増加することを期待しているものと考えます。一方、企業側は何にどのように支援するのが本当のメセナなのかを試行錯誤しているのが現状であります。協議会としましては数多い助成要請及び企業が主体的に取り上げるプログラムのなかから、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き、メセナのモデルケースを会員企業とともに作って行くことを検討してまいります。

2.3 調査研究事業

2.3.1 メセナ白書

『メセナ白書92』は基本的には『メセナ白書91』を踏襲してまいります
が、前年度の調査項目に加え、各企業の本セナに対する取り組み方に視
点をおいたものとし、調査結果の分析を通じて企業メセナの現状と
問題点を浮き彫りにしてまいります。なお、発行は7月の予定で
す。

2.3.2 調査研究

『メセナ白書』以外にも協議会として取り組むべき調査研究について
検討してまいります。

2.4 顕彰事業

2.4.1 メセナ大賞

第2回メセナ大賞につきましては、基本的には第1回を踏襲してま
いります。

2.5 国際交流事業

2.5.1 海外派遣

1991年度は6月フランス、11月オーストリア、1月スイスと3回
派遣しましたが、1992年度も重要な国際会議には積極的に参加
してまいります。

2.5.2 海外視察団

1992年5月に会員企業トップを中心とした渡米視察団を派遣
いたします。

2.5.3 国内受入れ

1992年秋にはアメリカから日本のメセナ事情を視察する訪日
視察団が予定されております。今後は相互訪問による国際交流
を通じてメセナの国際的連携が強まるものと考え、来日関係
者の受け入れ体制を整えてまいります。

2.6 その他

2.6.1 税制改正

当協議会設立当初からの懸案でありますメセナに関する税制
上の優遇措置を政府に求める件については、1990年夏以降
専門部会で検討を重ね、1991年秋に政府への提案内容の骨
格がきまりましたが、その実現を図るために今年度は関係
省庁との話し合いに重点を置き、7月をめどに改正要望を
成案いたします。

以上