

2008 年度（平成 20 年度）事業計画書

＜事業計画の策定にあたって＞

（社）企業メセナ協議会では、企業による芸術文化支援を推進するという設立理念に基づき、近年は以下 5 つの中期的目標を掲げて事業運営に取り組んでいます。

- ① 企業メセナの今日的意義の再整理とその普及
- ② 日本の社会状況にふさわしい企業メセナの促進
- ③ 「文化支援プラットフォーム」としての機能充実
- ④ 地域の活力を高める企業メセナの推進
- ⑤ 活動強化のための新会員の加入促進

2008 年度事業計画の策定にあたっては、上記の目標を鑑みつつ、主に次の 2 つの視点に重きを置いて検討しました。

ひとつは、2007 年度の事業の継続的發展をどのように図るか、という点です。特に、研究事業の成果を踏まえて「日本の芸術文化振興について、10 の提言」を発表し、その後、アドボカシー（政策提案）活動や政党との意見交換会、「文化政策フォーラム」開催へと続く一連の活動は注目され、「行動し、発言する協議会」との評価を得ました。この政策提言機能をさらにどう強化していくかが、今後の事業運営での大きなポイントになります。

ふたつめは、地域間格差の問題が指摘される一方で、文化による地域振興や個性的な地域づくりに対する社会的関心が高まっており、この機をとらえて、中期的目標にも挙げている「地域の活力を高める企業メセナの推進」をどう展開するかという点です。

この 2 つの視点を 2008 年度の事業計画に反映させるうえでは、芸術文化関連機関はじめ関係諸機関との効果的な連携を図る必要もあります。さらに本年度は、新公益法人への移行準備と 2010 年度の協議会設立 20 周年記念事業への準備をスタートさせる年と位置づけて、以下の事業計画を策定いたしました。

1. 啓発・普及事業（7,160千円）

1.1 セミナー等の開催（2,396千円）

本年も、①企業メセナ担当者向けセミナー、②芸術文化団体向けセミナー、③メセナやアートの現場を訪問する「フィールド視察」を3つの柱に事業を推進します。

企業向けは、教育や環境といった「他分野との複合型メセナ」を重点テーマのひとつとし、その傾向整理と情報収集、担当者同士のネットワーク構築につながるセミナーを開催します。あわせて公益法人制度改革や企業ブランドとメセナについて、新任メセナ担当向けの入門講座等、時事・個別テーマも扱います。芸術団体向けセミナーは、07年にテキストを刊行しシリーズ化した「企業メセナへのアプローチセミナー」を引き続き実施し、企業とアートの現場との望ましい関係づくりを推進します。フィールド視察は、個人では得ることのできない情報や経験につながるような内容を盛り込んだ現場視察を随時開催します。

なお、各地の文化関係団体との共催等も含め、多様な地域での開催をめざし、開催地の企業メセナ情報の収集に努めます。

1.2 広報活動の強化（696千円）

各メディアとのリレーション強化と地方メディアとの接点拡大に努めつつ、「メセナ アワード」やメセナ活動実態調査などの事業や、政策提言に関する活動を中心に、積極的な広報活動を展開します。

また、上記事業に関する広報活動のほか、例えば年間を通じたメセナの話題や動向をまとめて発信するなど、設立20周年に向けた気運の醸成と協議会の認知度向上に努めます。

（余 白）

1.3 全国メセナネットワーク会議への参加 (318 千円)

全国メセナネットワーク（加盟 17 団体／事務局：企業メセナ協議会）の本年度の全国会議は、2008 年 8 月 22 日（金）・23 日（土）に大阪府・八尾市で開催される予定です。当組織は情報交流が目的のゆるやかな連帯として活動を続けてきましたが、メンバーの中から新たな展開を期待する声が出てきています。ついては、会議運営は主催者の八尾市文化振興事業団に委ねるものの企画には積極的に関わり、地域の文化振興を共通のテーマとしてネットワークが連携して行うべき活動について議論を深めることとします。また、加盟団体のない地域でもメセナの気運が高まりつつあることから、関係者のゲスト参加の呼びかけと、周辺団体への協力要請を検討します。

2. 情報集配・仲介事業 (24,112 千円)

2.1 情報誌の発行 (5,467 千円)

創刊 10 年目となる機関誌『メセナ note』は、毎号、企業メセナに関するタイムリーな特集テーマを設けて編集・発行し、読者も定着してきました。しかし、年度購読（4 月～翌年 3 月）のみという現在の仕組みが、新規購読者の開拓にあたって不便であることから、申込時点から 1 年間の購読にも対応することとします。また第三種郵便登録の必要性から有料（一冊 200 円）としてきた冊子代を、メール便への移行により登録を返上して無料化し、広報ツールとして配布しやすくします。併せて、ホームページやメールマガジンと連動させながら、協議会の各種事業でも活用してメッセージ性を高めるとともに、メセナの啓発・普及や芸術文化のインフラ整備に繋がるよう、地域の動向にも焦点を当てつつ内容の充実をはかります。なお、「冊子代＋送料」としてきた年間購読料 1,000 円は「送料＋手数料」の名目に切り替えます。

（余 白）

[発行要領]

□発行月 奇数月 15 日（年 6 回） ※他に特別号・増刊号を発行

□体裁 A5 サイズ、16 ページ

□発行予定部数 毎号 約 4,500 部

*なお本誌の制作にあたっては、会員企業より協賛をいただく予定です。
(2007 年度協賛企業: アサヒビール、サントリー、資生堂、損害保険ジャパン、
第一生命保険、大日本印刷、松下電器産業、ワコール)

2.2 情報システムによる発信 (6,065 千円)

(1) ホームページ (<http://www.mecenat.or.jp/>)

増加する情報の適切な管理・発信と英文ページを含むコンテンツの充実により、情報源としての魅力向上に努めます。

現在、月間アクセス数は平均約 10 万件（ページビュー）ですが、幅広いジャンルから関心を寄せられる近年の状況をふまえ、情報を必要としている方により確実にお届けできるよう、認知向上をめざします。

あわせて、ホームページを通じた会員のメセナ活動の広報協力を積極的に取り組みます。

また、ブログにて事務局からリアルタイムできめ細かい情報発信を行います。

(2) メセナ活動のデータベース「メセナビ」(<http://www.mecenavi.info/>)

2005 年度に検索機能を充実した「メセナビ」は、収録データも増加し、企業が約 540 社、企業財団が約 200 団体となっています。そして、昨年 4 月以後の月間アクセス数は、平均 3.8 万件という状況です。

本年度も、「メセナ活動実態調査」に基きデータの更新を行い、ユーザビリティ向上のため改善をはかりながら、企業メセナの有力な情報源としてより多くの人々に活用されるよう PR をしてまいります。

(余 白)

2.3 コーディネート事業 (3,710 千円)

協議会に蓄積された情報やノウハウ、ネットワークを活かし、会員企業や教育機関、公共団体などからの要請に応え、メセナ関連プログラムや教育カリキュラムなどの企画立案あるいは運營業務に協力します。

近年、メセナに関する問い合わせや相談が増えており、今後さらに、コーディネート機能の強化に努めるべく、「メセナ相談日」(仮)などを設けて会員サービスを行いながら、当事業の周知をはかります。

<現在継続中の事業>

企業・団体	概 要
(財)アサヒビール 芸術文化財団	美術展アサヒ・アート・コラボレーションの企画運営
トヨタ自動車(株)	「トヨタ・アートマネジメント」事業の企画・運営 ①アートマネジメント総合情報サイト「ネットTAM」(継続) ②「トヨタ・芸術環境改善プロジェクト」(新規)

2.4 資料収集 (1,014 千円)

事務局内の情報ライブラリーは、企業のメセナ・社会貢献、アートマネジメント、文化政策等に関連する資料の充実・整備を進めています。今年度は WEB を通じた収蔵資料の案内、および、より利用しやすい閲覧環境づくりをはかります。

[現在の開架資料]

書籍・報告書 約 1,300 冊、企業・企業財団の資料 約 2,000 社、新聞・雑誌掲載記事、各機関の定期刊行物、映像資料約 300 点

(余 白)

2.5 出版（1,224 千円）

2010 年度に 20 周年記念の出版を行うことを前提に企画の検討に着手し、当該費用の引当てを始めるとともに、文化庁の助成など外部資金の導入を検討します。既刊本については、需要を見ながら増刷を検討するとともに、主要なセミナーの内容をまとめて発行する小冊子「メセナ セミナーシリーズ」を随時発行します。なお当シリーズ既刊の『アプローチガイド』についてはセミナーテキストとしても使用していくことから、改訂版の発行を検討します。

3. 調査研究事業（11,751 千円）

3.1 調査活動（3,105 千円）

<メセナ活動実態調査>

本年度も調査部会の協力を得て、より多くの企業におけるメセナ活動の実態把握を行い、さまざまな事例の発掘をめざすとともに、調査結果を踏まえて長期的な動向および課題などの分析に取り組みます。また、現行の公益法人制度下では最後となる財団調査については、特にその意識をもって情報収集を行います。

□調査対象 民間企業約 4,400 社／企業財団約 300 団体

□実施時期 2008 年 4 月～5 月／7 月～8 月

□調査方法 郵送によるアンケート

□調査結果の発表方法

① 報告書「メセナレポート 2008」（『メセナ note』特別号）

② メセナ活動データベース『メセナビ』

③ 協議会ホームページ

④ 記者発表会の実施、プレスリリースの配信

なお、2007 年度の成果については、本年度は発表会等の公開機会を設ける予定とします。

3.2 研究活動（1,260 千円）

(1) 研究（916 千円）

継続的に取り組んできた「企業メセナの成果と課題」の研究について、中間まとめ（07年6月）の骨子に具体事例とデータを加え、最終的なまとめを行います。

また、「日本の芸術文化振興について、10の提言」の発表（07年6月）、「文化政策フォーラム」開催（08年1月）等の流れを継承し、引き続き民間企業のメセナ活動の果たす役割を表明しながら、国や地方自治体における文化政策の実現に向けて、各種提案を行います。

(2) 実務担当者勉強会（344 千円）

会員企業の若手メセナ担当者による「実務担当者勉強会」（通称：メセナ若手ネットワーク）は、参加者の自主的な企画・運営を基本に年3～4回の開催を目指します。セミナー等の開催日程・内容とバランスをとりつつ、メセナの実務に携わる担当者の情報交換・相互研鑽の機会を定期的に提供します。

（余 白）

4. 顕彰事業 (18,118 千円)

4.1 「メセナ アワード 2008」 (11,522 千円)

本年度も大賞部会の協力を得て、文化庁との連携のもとに、「メセナ大賞」と「文化庁長官賞」の2部門からなる「メセナ アワード」を実施します。本年で18回を数える当事業は、新規案件の応募が年々難しくなっていますが、地域に活動基盤を持つ芸術文化振興諸機関やメディアなどの協力を得て新しい案件の発掘に努めます。また審査委員等から選考過程についての課題が指摘されており、2008年度は緊急対応が迫られている「メセナ大賞部門」と「文化庁長官賞部門」の審査方法の改訂を行います。さらに本顕彰事業そのものの成果についての検証を求める意見もあり、20周年の節目に向けて具体的な方法を検討します。

□募集期間 4月～5月

□審査会 8月下旬・9月中旬(2回)

□贈呈式 11月28日(金)(会場:東京港区・スパイラルホール)

□後援 文化庁

なお、審査委員は次の方々で、本年度が3年任期の最終年となりますが、贈呈式終了後に、審査委員の出演協力を得て、アワードを通じて見えてきたメセナの今日的意義等を考えるシンポジウムの開催を検討します。

いとうせいこう氏 [作家、クリエイター]

大笹吉雄氏 [演劇評論家]

岡部真一郎氏 [音楽評論家、明治学院大学教授]

樺山紘一氏 [東京大学名誉教授、印刷博物館館長]

北川フラム氏 [アートディレクター、アートフロントギャラリー主宰]

檜崎洋子氏 [武蔵野音楽大学教授、音楽学]

山根基世氏 [LLP ことばの杜 代表]

福地茂雄 [企業メセナ協議会理事長]

※本年中に、次期審査委員(3年任期)の選任とトロフィー作家の選定(3年間起用)、大賞部会メンバー(2年任期)の選任を実施。

5. 国際交流事業 (1,235 千円)

5.1 国際交流 (567 千円)

各国のメセナ協議会 (約 20 団体) との、双方向の情報交換に積極的に取り組みます。①収集した海外の最新メセナ情報を、ブログなどを活用して日本国内に発信する一方、②協議会ホームページを通じて、当協議会の活動や国内の企業メセナ情報を海外に発信します。

②については、会員の協力を得て、各企業・団体が発行する英文資料 (冊子やテキスト) を数多く収集し、情報発信力を強化します。

また、海外からの訪問者との情報交換、訪問団の受け入れ、関連分野の国際会議への出席や在日文化諸機関との連携などにより、国際交流をさらに深めます。

6. 助成事業 (助成寄付金額 900,000 千円 / 業務費 15,380 千円)

「助成認定制度」の利用状況は、下表のとおり大きな変動がなく推移しています。新公益法人制度への移行により当事業の変容も考えられますが、移行手続きの難しさもあって少なくとも本年度に利用者が激減することはないと思われます。動向を注視しつつも、寄付の非課税枠拡大など環境整備が進んでいることから、(財)大阪 21 世紀協会をはじめ全国各地の相談窓口とも連携しつつ、積極的に制度の利用を呼びかけてまいります。

(参考) 最近の助成認定実績

年度	1994	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007※
申請件数	103	151	155	246	276	245	213	177
認定件数	83	146	153	234	256	234	206	127
寄付件数	159	949	835	1,001	1,643	1,738	1,515	1,249
金額 (万円)	19,705	57,361	47,679	46,113	64,932	76,581	120,382	90,705
1件当り (万円)	123	60	57	46	39	44	79	72

※2007年度は10ヶ月の実績 (申請件数:5回分、認定件数4回分)

以上の各事業を推進するほか、本年度は入会促進に注力します。

7. 入会促進活動

協議会設立以来の会員数及び口数の推移は下表のとおりです。ここ数年、入会はあるものの退会も同数程度あり、会員数はほぼ横這いです。協議会の運営コストの殆どが会員の年会費で賄われる構造の現状においては、会費収入が増えない限り新しい活動にチャレンジする原資が生まれてきません。会員各位や企業が関連する諸団体から情報を得るなど協力もいただきながら入会促進活動を推進し、設立 20 周年を迎える 2010 年度までに、正・準会員数 200 社・団体をめざします。

(参考) 年度別会員数推移 (毎年度 6 月の総会時点)

年度	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
正会員 (口数)	107 (337)	168 (447)	183 (470)	173 (458)	169 (460)	168 (470)	175 (471)	172 (475)	168 (468)
準会員 (口数)	7 (7)	29 (29)	34 (36)	39 (42)	42 (45)	40 (44)	42 (46)	45 (48)	42 (43)
合計 (口数)	114 (344)	197 (476)	217 (506)	212 (500)	211 (502)	208 (514)	217 (517)	217 (523)	210 (511)
年度	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
正会員 (口数)	166 (471)	167 (470)	168 (447)	159 (396)	149 (364)	146 (368)	147 (361)	146 (354)	149 (361)
準会員 (口数)	41 (44)	42 (44)	41 (42)	42 (42)	39 (39)	41 (41)	39 (40)	39 (40)	40 (40)
合計 (口数)	207 (515)	209 (514)	209 (489)	201 (438)	188 (403)	187 (409)	186 (401)	185 (394)	189 (401)

以上

<ご参考>

部会メンバー

(敬称略)

[調査部会] (2007 年度)

部会長 関 正雄 (損害保険ジャパン)
嶋田実名子 (花王)
松代 隆子 (電通)
大野マリ (日本オラクル)
齊藤 公治 (日本電気)
柴崎 敏男 (三井物産)

[研究部会] (2007 年度)

部会長 加藤 種男 (アサヒビール)
市村作知雄 (アートネットワーク・ジャパン)
大久保典香 (AIG カンパニーズ)
樋口 昌樹 (資生堂)
斉藤全彦 (セガサミーホールディングス)
片山 正夫 (セゾン文化財団)
高萩 宏 (せたがや文化財団)
佐藤 正明 (ソニー音楽芸術振興会)
吉本 光宏 (ニッセイ基礎研究所)
相沢 俊行 (松下電器)

[大賞部会] [2007~2008 年度]

部会長 布施 直人 (トヨタ自動車)
尾崎 宣之 (京都服飾文化研究財団)
高倉 健 (サントリー)
町田 龍一 (新日鐵文化財団)
舟橋 香樹 (大日本印刷)
上野 友紀 (フェリシモ)
田中 典子 (松下電器)