

2013 年度(平成 25 年度)

**事業計画書**

(第 3 事業年度)

自 2013 年 1 月 1 日

至 2013 年 12 月 31 日

**公益社団法人企業メセナ協議会**

## 「文化の力」の発信

### 新たな社会創造に寄与する企業メセナを内外に向けてアピール

日本文化の再発見・再評価が進んでいる。日本人は衣・食・住といった生活文化において高い美意識を発揮し、暮らしの空間を彩ってきた。日本文化の特色である、高度な技術力と洗練されたデザイン力の希有な結合、みんなでつくりみんなで楽しむ大衆文化のレベルの高さは、豊かな自然風土との交感の中で培われてきた。同時に、各地に伝わる伝統的な芸能、祭りに至るまで、外から流入する多様な文化との出会いによって、常に創造を続けてきた。

こうした、日本の文化の価値を確認し、世界に発信していくことで、東日本大震災後に求められている新たな社会創造と、世界の持続的な発展のために寄与できるのではないか。特に、日本企業は、こうした「文化の力」を高め、国際的な連携と日本文化の振興に尽力し、豊かな社会づくりに寄与してきた実績を持つ。協議会としては特に以下の視点から、各社の企業メセナの価値を明らかにし、活動を応援し、新たな社会創造に全力を挙げる。

#### ① さまざまな社会課題の解決に創造的視点を提供する芸術・文化活動の推進

近年、地域振興や教育、福祉、環境や観光などに文化の力が寄与する事例が増加している。例えば、子どもの創造性を高めるアートプログラムで次世代の人材育成を担い、自己表現を社会化することで、高齢者の生きがいを生み出している。芸術文化により、課題解決に創造的な視点を導入する NPO の活躍もめざましく、企業との連携が進んでいる。文化と他の社会課題の領域を横断する「複合型メセナ」を積極的に取り上げ発信する。

#### ② 文化振興による地域コミュニティの再生と、地域社会創造

多くのメセナ実施企業が地域の文化振興に取り組み、地域社会の一員として地元からの信頼を得ている。過疎化が進んだまちの魅力を引き出すアートプロジェクトが各地で盛んに行なわれている。被災地における伝統芸能や祭りの実施が、コミュニティの再生に寄与している。これを支援する各地の企業メセナ活動の推進と交流に尽力する。

#### ③ 先駆的な日本企業のメセナ活動を世界に発信

企業の社会貢献も国際的な視点での検討が求められている。日本の企業メセナは世界でも比類ない高いレベルにある。さらに、国外に拠点を持つ企業の多くは現地の状況に応じた文化活動にも長年取り組んできた。各国の文化機関のパートナーとなり、国内におけるメセナ活動や文化拠点が海外で高く評価されている。それぞれの地域でのローカルな企業メセナ活動の積み重ねがグローバルな企業ブランドの向上に寄与していることを検証し、日本企業のメセナの先駆性を世界にアピールしていく。

協議会はこれまで、数多くの企業が取り組む多彩なメセナ活動に焦点を当て、事業を通じた情報発信に努めてきた。その中で「メセナ」の定義は広がり、目的や手法、担い手も幅広くなってきたが、背景には日本の文化そのものの多義性や、社会状況を反映して変化に先駆ける予見性がある。「文化の力」を再確認し、社会の変化を先取りし、新たな社会創造に寄与する企業メセナを内外に向けてアピールする一年として、事業展開をはかりたい。

## I. 中期経営目標 [2012~2014 年]

### = 「文化支援プラットフォーム」の形成

- 企業、NPO、市民、行政等と常に連携し、芸術文化振興の先導役として課題解決に取り組み、「文化振興とその基盤整備については企業メセナ協議会」と頼りにされるような存在となることを目指す。
- 調査研究、顕彰、コーディネート等の各機能を強化し、新たな芸術文化助成制度を連動させて、メセナ版「アーツカウンシル」を目指す。
- 2014 年をひとつの到達点として、以下の目標を掲げる

事業目標……「企業メセナ協議会 四半世紀国際会議」2014 年開催

協議会設立 25 周年を迎えるにあたり、民間主導の芸術文化振興の重要性を  
考える国際会議を開催する。

組織目標……会員数 200 社・団体

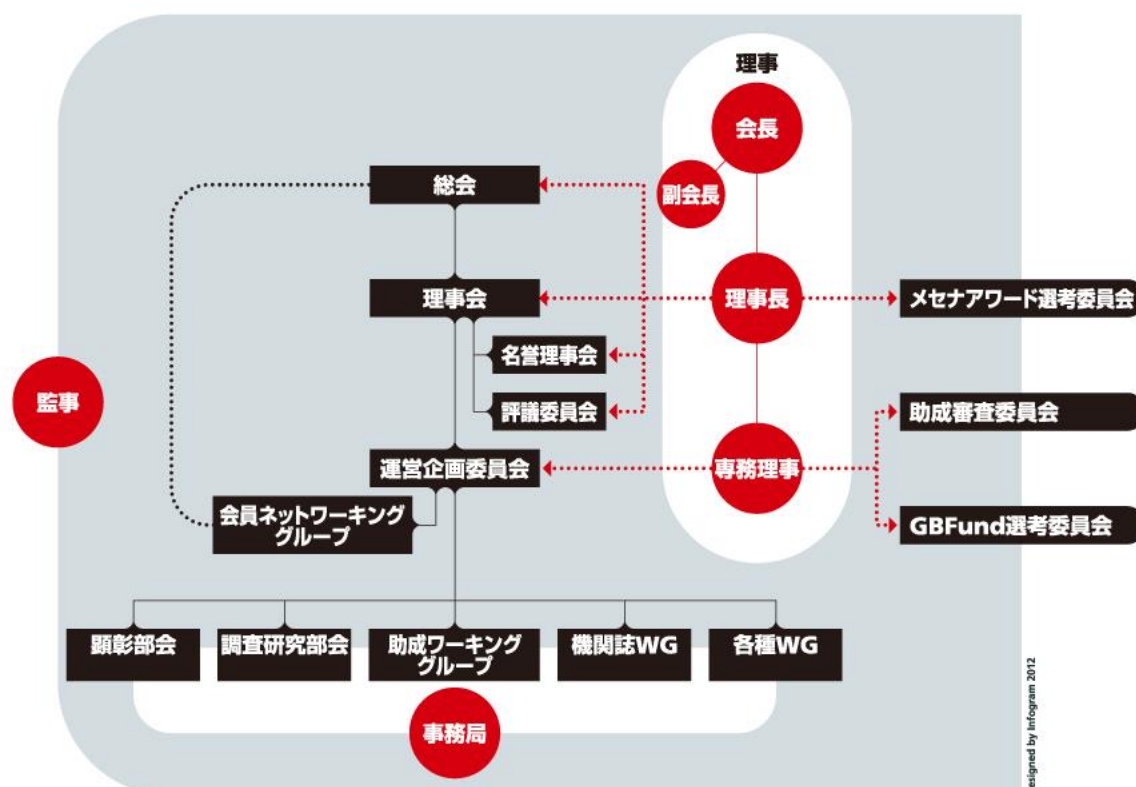
2012 年 11 月現在の会員数:171 社・団体

財務目標……安定的な財務体質の強化

2012 年度は「連携強化元年」=多彩なメセナをコーディネートする企業メセナ協議会、を目標に掲げ、会員主導の事業推進・運営体制を強化するとともに外部機関との事業連携に努めた。GBFund（東日本大震災 芸術・文化による復興支援ファンド）へは国内外より多くの寄付・助成が寄せられ、メセナ専門機関として文化政策に関する評価や提言も多く求められている。本年度はさらに内外の連携を深めつつ、「文化支援プラットフォーム」の形成に向けて、ネットワークの拡大と企業各社のメセナの発信にさらに尽力したい。

## II. 組織運営

### 公益社団法人 企業メセナ協議会組織図



#### 1. 総会

- 公益社団法人としての構成員（正会員）による意志決定機関であり、事業報告および決算の承認をはじめ協議会運営の重要事項について決議する。
- 会員が一堂に会し交流する機会でもあり、芸術・文化振興に関する有用な情報を提供し、メセナ推進について意見交換ができる場となるよう努めたい。[社員総会:3月開催]

#### 2. 理事会

- 協議会の運営方針や事業内容について検討し、総会に提案・報告する。新入会員の承認や緊急案件については臨時理事会を開催する。
- 役員会や運営企画委員会とも連動し、企業メセナおよび協議会のプレゼンス向上を図るための施策を検討、メセナ運動の推進と入会促進についても具体策を講じる。

[通常理事会:2月、12月／ほか臨時理事会]

#### 3. 役員会

- 名誉理事会は理事会の業務の執行の決定について意見を述べ、評議委員会は代表理事および執行理事の業務の執行について助言する諮問機関である。

- 理事を中心に、名誉理事・評議員・顧問を含めた役員合同会議を行うなど、協議会運営について幅広く指導を仰ぎ、あわせて情報の共有を図る機会としたい。[年 1 回以上開催]

#### 4. 運営企画委員会

- 理事会にて定める協議会運営の方針や事業計画に則り、具体的かつ恒常的に事業を推進する役割を担う。会員ネットワーキングや部会、ワーキンググループより提案される事項について検討し、協議会運営についての実質的な議論を行う。
- 運営企画委員会は各委員企業に会場提供を依頼し、メセナ現場を視察・交流する機会としても捉える。会員ネットワーキングとの連動を図る。[年 7 回程度開催]

#### 5. 入会促進・寄付促進

- 理事会および運営企画委員会での議論を踏まえ、入会促進プロジェクトチームを発足。3 年にわたる入会促進キャンペーンについての計画を具体化し、戦略的に推進していく。

[メンバー] ◎一橋忠(資生堂)、○舟橋香樹(大日本印刷)、星久人(ベネッセホールディングス)、宮田昌尚(朝日新聞社)、酒井香世子(損害保険ジャパン)、藤井浩美(日本電気)

- 会員ネットワーキンググループと連動し、「メセナの輪」を広げるメセナネットワーキング活動との相乗的な効果を狙いながら、より多彩な企業・団体の入会を促す。
- 協議会パンフレットはじめ各種ツールを活用し、オンライン寄付システムの導入も検討しつつ、各事業と連動して協議会への寄付を呼び掛ける。
- セミナーやメセナノート、GBFund 等を通じて協議会に理解と関心を示してくださる個人を対象に寄付の呼び掛けを行うとともに、協議会との接点を深める仕組みづくりを検討する。

#### 6. 部会、ワーキンググループ

- 2011 年度下半期に発足した会員ネットワーキング、部会、ワーキンググループにより、事業運営と会員相互のネットワーク強化を推進する。役割および体制は以下の通りである。

##### 【会員ネットワーキンググループ】

会員相互の交流・連携強化を目的とし、情報交換・相談・研鑽などが恒常的に行える場を設ける。既存の会議や各事業に関連づけた会合を開くほか、会員自らのメセナ活動にかかわる日常的な課題について話し合うなど、恒常的に集う場・出会う場を設けて、相互のネットワークづくりに貢献する。

[メンバー] ◎星久人(ベネッセホールディングス)、○飯島健(新国立劇場運営財団)、○宗村泉(凸版印刷)、宮田昌尚(朝日新聞社)、岡部三知代(竹中工務店)、美馬直輝(Rightning Consulting)、菅沼比呂志(リクルートホールディングス)、天坊真彦(リソー教育)、森本智子(ワコールホールディングス)

### 【顕彰部会】 \*2012 年度に「大賞部会」から改称

メセナ活動に取り組む企業・企業財団等を励ますとともに、社会からのメセナに対する関心を高めることを目的とする顕彰事業「メセナアワード」の運営を担う。

①運営方針の検討・決定、②応募案件の推薦・調査協力、③応募案件の調査・検討、選考会への推薦、④選考会運営(部会長のみ)、⑤贈呈式の運営

[メンバー] ◎澤田澄子(キヤノン)、佐々木亮(サントリー芸術財団)、岡田恭子(資生堂)、丹保充(損害保険ジャパン)、細島芳(第一生命保険)、中澤宏昭(電通)、清水義昭(トヨタ自動車)

### 【調査研究部会】

企業・企業財団によるメセナ活動の実態や傾向、意識等を調査し、広く社会に紹介するとともに、メセナ活動を行う企業・実務担当者が求める情報を提供する。あわせて、企業メセナを推進する上での課題や、芸術文化支援の環境整備にかかわる問題を研究する。

[メンバー] ◎高井健吉(富国生命保険)、◎吉村真也(TOA)、南野嘉治(日本生命)、岡崎真理(三井住友銀行)、相澤麻希子(花王)、酒井香世子(損害保険ジャパン)、山本真由美(トヨタ自動車)

### 【助成ワーキンググループ】

94 年より運営する「助成認定制度」の改変、および「GBFund(東日本大震災 芸術・文化による復興支援ファンド)」をはじめ、今後、協議会に求められる助成制度、ファンドのあり方を検討し、制度設計を行う。

[メンバー] ◎大野マリ(日本オラクル)、市村作知雄(アートネットワーク・ジャパン)、根本ささ奈(アサヒビール)、片山正夫(セゾン文化財団)、石綿祐子(東京都歴史文化財団)、高萩宏(東京都歴史文化財団)、山本真由美(トヨタ自動車)、吉本光宏(ニッセイ基礎研究所)

### 【機関誌ワーキンググループ】

協議会機関誌『メセナノート』の特集テーマの検討や編集にかかわるほか、媒体の活用方法や展開などについて検討する。

[メンバー] 室井俊二(板室観光ホテル大黒屋)、石井智子(サントリーホールディングス)、舟橋香樹(大日本印刷)、坂村道子(フェリシモ)

メンバーは 2012.11.15.現在、敬称略

◎は部会長もしくはグループリーダー、○はサブリーダー

## 7. その他

- 2014 年度に設立 25 周年の国際会議を開催するための費用として、特定資産として 250 万円を積み立てる。

### Ⅲ. 事業計画

先に掲げた方針および推進体制のもと、2013年度は、以下6つの公益目的事業を行う。

- 1 : 促進普及
  - 1-1. セミナー等の開催
  - 1-2. メセナネットワークング
  - 1-3. 広報活動
- 2 : 情報集配・仲介
  - 2-1. 出版 1) 機関誌『メセナ note』発行 2) その他書籍
  - 2-2. ウェブサイト等情報システム
  - 2-3. 資料収集(ライブラリー)
  - 2-4. コーディネート事業
- 3 : 調査研究・提言
  - 3-1. 調査研究
  - 3-2. 提言・提案
- 4 : 協力連携
  - 4-1. 地域メセナ推進
  - 4-2. 国際交流
  - 4-3. その他協力・連携
- 5 : 顕彰
  - 5-1. 「メセナアワード 2013」の実施
- 6 : 助成
  - 6-1. 助成認定事業
  - 6-2. 震災復興支援事業 東日本大震災 芸術文化による復興支援ファンド(GBFund)

#### 1. 促進普及事業

##### 1-1. セミナー等の開催

【目的】 企業メセナに対する関心や理解を促進すべくセミナー等を行い、現場担当者(企業、NPO、文化機関)に有用な情報を提供し、芸術文化環境のインフラ整備に努める。

- 企業、文化機関等の現場担当者を含め、広く一般の方々を対象に、メセナや芸術文化をとりまく諸問題をテーマとしたセミナーやシンポジウムを随時開催する。協議会事業を通じて蓄積した情報のアウトプットに努め、他の事業と連携した企画を行う。
- 企業メセナや文化関係者が欲するタイムリーな情報を学べる場を提供することで、中間支援組織として専門性の高さをアピールし、協議会の認知度を高める。
- セミナーの間口は広くし、幅広い分野や専門家、情報との接点を生む場とする。あわせて、企画運営に会員の協力を仰ぐなど、セミナーを通じて会員企業・団体との連携を強化する。
- facebook や twitter、ブログや協議会 HP などで情報発信を心がけ、アンケートの情報分析もを行い、セミナー事業そのものの PR に努める。
- 主催セミナーとしては、①メセナ担当者のニーズに応えるセミナーと、②幅広い層に訴えるセミナーのふたつの方向性で年間 5~6 件のテーマを企画・実施する。

## 1-2. メセナネットワーク

【目的】会員およびメセナに関わる企業・団体のつながりを広く持ち、コミュニケーションの活性化をはかることで「メセナの輪」を拡げ、多様なネットワークの形成に資する。

- 情報交換・研鑽・相談などが恒常的にできる場(プラットフォーム機能)を設けることで、会員はじめ多様な機関・関係者の交流や連携を促進する。
- 会員ネットワークグループの主催により、「新入会員ファーストミーティング」「会員ネットワーク勉強会」を推進しつつ、外部とのネットワーク促進につながる仕組みを設ける。特に、各地域を経済的にも文化的にも盛り上げている地場企業などに対する「メセナ太鼓判制度」(仮称)の設立に注力する。また、個人レベルでのネットワーク促進につながる「メセナ部活動」を会員ネットワークグループ主導で立ち上げる。
- 協議会会員を主体とした交流を促進すべく「会員交流会」「賀詞交歓会」を開催する。会員交流会ではメセナの今、メセナのこれからを感じられるようなテーマを設定する。あわせて会員予備軍となるような企業・団体なども参加できるようにする。
- 運営企画委員会、会員ネットワークグループ、入会促進プロジェクトチームなどと連携して、ネットワークに資する活動を展開する。ニーズに応じて、現状に即し、交流会、勉強会、合同会議、視察などフレキシブルに対応する。
- 会員メルマガ「メセナネットワーク」および会員専用ウェブページのアップデートを毎月 1 回行うことで、情報集配に努める。



▲「トヨタの社会貢献」フィールド視察(2012年7月)



▲会員ネットワークグループ主催  
「新入会員ファーストミーティング」(2012年4月)

## 1-3. 広報活動

【目的】さまざまなメセナ情報について、マスメディアおよびソーシャルメディアを用い、マスコミ・メディア関係者を軸に幅広い関心層に配信する。

- 協議会事業やメセナの促進につながる情報をわかりやすく注目を集めるかたちで発信できるよう、新しい広報戦略および手法を検討する。
- 情報配信先の分析と新規開拓を行うとともに、海外メディアに向けてのプレスリリース配信や記者懇談会の開催を検討する。
- メセナについての議論や情報発信をより促すよう、メディア関係者や文化機関の広報担当者との関係を強化し、文化支援プラットフォーム/ネットワークの構築に寄与する。



## 2. 情報集配仲介事業

### 2-1. 出版

#### 1) 機関誌『メセナ note』発行

【目的】メセナの間接支援組織が発行する専門誌として、読者に有益な情報を提供することを第一に、メセナの意義をさまざまな角度から発信する。

- 企業メセナ、文化政策、アート NPO、アートマネジメント等の動向や新しいトピックスなどを取り上げるとともに、協議会の事業や取り組みを紹介する。実際に企業メセナ担当者のヒントとなり、業務に役立つ内容を目指す。
- 機関誌ワーキンググループによる企画・取材を、引き続き活性化させる。毎号の特集テーマに基づき、誌面構成を検討する。
- 読者の問題意識を汲み誌面に反映させられるよう、アンケートを実施するとともに、読者が参加・交流できる催しや企画を行い、関心を共有する場を設けていく。
- バックナンバーのオンライン販売や、ウェブへのコンテンツ掲載、電子書籍化について検討し、具体的に着手する。
- 2012 年度に引き続き、本誌の発行に対する寄付・協賛を依頼したい(12 社目処)。



#### 【発行要領】

□体裁:A5 判・32 頁

□発行部数:約 3,500~4,000 部

□発行月:季刊・年 4 回(3/15、6/15、9/15、11 月下旬発行予定)

#### 【読者層】

会員:約 800 部、年間購読者:約 400 部(一般 42%、

芸術文化関係者 26%、企業 23%、大学・研究機関 6%、

行政 3%)、その他:文化施設やセミナー等で配布

[2012 年度協賛企業] アサヒビール、板室観光ホテル大黒屋、近畿労働金庫(73・74 号)、サントリーホールディングス、資生堂、損害保険ジャパン、第一生命保険、大日本印刷、トヨタ自動車、富士ゼロックス、ベネッセホールディングス、ワコールホールディングス

#### 2) その他書籍

【目的】既存の刊行物の販売、および事業の成果やメセナ情報をまとめた報告書を発行する。

- 既存刊行物の販売について、オンライン販売を検討する。
- 各事業の報告書、および他機関と連携したセミナーやシンポジウムの記録集などについては、適宜発行する。

【参考:2012/1/1~10/31 販売実績】

371 冊(メセナを知る本:20 冊、

メセナノートNo.37~73:217 冊、

季刊メセナNo.1~35:81 冊、

セミナーシリーズNo.1~10:63 冊 等)



## 2-2. ウェブサイト等情報システム

【目的】オフィシャルサイトの充実を図り、企業のメセナ活動の認知度を高め、事業推進のための効果的な情報発信を行う。

- 2012 年度にリニューアルオープンしたオフィシャルサイト(<http://www.mecenat.or.jp/>)やソーシャルメディアの活用、広報活動との連携によりタイムリーな情報発信に努め、企業メセナの認知度を高めるとともに、セミナー集客や書籍販売等の展開につなげる。
- 英語サイトの作成を進める。
- 具体的なメセナ事例紹介のため、掲示板の設置やメセナアワード応募活動を紹介リンクするページを設ける。またウェブサイト独自のコンテンツを検討するほか、メセナノートのウェブサイト化やライブラリー書籍情報の掲載する。
- 現在、GBFund で導入したオンライン寄付システムについて、他の事業や協議会への寄付にも活用できるよう仕組みを検討する。



オフィシャルサイト <http://www.mecenat.or.jp/>

## 2-3. 資料収集(ライブラリー)

【目的】企業メセナや芸術文化振興に関連する資料の収集を行い、協議会事業に活用するとともに、会員はじめ広く一般に公開する。

- 企業のメセナ・社会貢献、文化政策、アートマネジメント等に関連する書籍・報告書・雑誌等の資料を収集し、事務所内のライブラリーにて公開する。
- WEB へのライブラリー所蔵資料一覧の掲載や「利用者証」の発行など、資料検索や閲覧にあたり、より利用しやすい状況を整える。
- ライブラリー利用者を増やすべく、機会あるごとに文化関係機関への案内・周知に努める。

[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 1,000 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

[公開時間]

月曜～金曜日、11:00～17:30(要電話予約)

## 2-4. コーディネート事業

【目的】 メセナの専門機関として、具体的なメセナ活動やアートプロジェクト等の企画・運営を協働・連携して行うことにより、多彩な芸術・文化振興のプログラム開発を促す。

- さまざまな協力連携を含め、協議会のコーディネート機能についてのアピールを強化し、コンサルティングやメセナの評価、具体的な事業を受託する第三者評価機関を目指す。会員をはじめ、行政や文化機関等とも連携し、多彩なプログラム提供をおこなう。
- これまで継続して受託しているトヨタ自動車「ネット TAM」、アサヒビール「すみだ川アートプロジェクト」については長期にわたる事業となり、社会的影響力のあるプログラムとなっていることから、さらに継続・発展できるよう協力体制を強化し、これらを推進する。
- 事務局スタッフの専門性や得意分野を活かし、コーディネートやコンサルティングを請け負う体制を整えスキルアップに努める。またコーディネート事業を通じて得たノウハウや知識を蓄積し、人的ネットワークを構築することにより、他事業への還元も図る。

## 3. 調査研究・提言事業

### 3-1. 調査研究

【目的】 協議会のプレゼンスの要として、企業メセナの現状や動向について客観的なデータを収集・分析し、企業メセナの価値を明確にし、あわせて芸術文化振興の諸課題について研究する。

- 前年度に引き続き、WEB を活用した「企業のメセナ活動実態調査」を行うとともに、隔年実施の「企業財団のメセナ活動実態調査」を同時期に行う(2013年6月予定)。
- 2012年度下期の「時事トピックス」調査の結果を集計・分析し、プレスリリースほか効果的な手法により発信する。2013年度も下期に、会員企業を中心とする時事設問等の意識調査を行う。
- 実態調査および時事調査では、経営課題とも呼応するテーマ設定により今日的なメセナの状況を顕在化し研究を深める。特に海外における日本企業のメセナ活動の把握・分析に努める。
- 調査設計やテーマの企画、集計結果の分析および研究、アウトプット方法の検討については、調査研究部会により検討し推進する。勉強会の開催や他事業と連携した調査結果の活用を行い、回答企業はじめ広く一般へのフィードバックと活用に努める。
- なお、調査研究事業については、文化庁の「平成25年度 次代の文化を創造する新進芸術家育成事業」に申請する。

### 3-2. 提言・提案

【目的】 民間主導の芸術文化振興を推進し、文化の重要性や社会課題解決における有効性を示すべく提言・提案活動を行う。

- 芸術・文化振興に関して協議会内外の問題意識を集約し、文化による社会創造のための提案や文化政策に関する提言を発表する。
- 協議会のニュートラルな立場をいかし、行政・文化機関等の文化政策に対するパブリックコメントを積極的に行い、協議会の社会的な役割を強化する。

## 4. 協力連携事業

### 4-1. 地域メセナ推進

【目的】 各地の地場企業のメセナ活動を振興・支援し、文化による地域創造に貢献する。

- 関西の会員企業を中心に、関西・大阪 21 世紀協会、文化財団協議会、商工会議所等と連携し、ネットワーク形成を図る。
- セミナーやメセナネットワーク、調査、顕彰など各事業と連動しながら、会員はじめ各地の企業が展開するメセナの現場を訪れ、コミュニケーション機会を増やす。
- 外部機関との協力連携の機会を捉え、各地でメセナをはじめ文化による地域活性に励む実例の情報収集と発信に努める。あわせて商工会議所や青年会議所など既存のネットワーク組織との関係を構築し、情報収集と協議会の周知に努める。
- 福地理事長はじめ理事等が地方を訪れる機会を活かし、現地企業の集まりの場を創出する。

### 4-2. 国際交流

【目的】 世界のメセナ組織や文化機関との交流・ネットワーク構築に努め、日本企業の国内外におけるメセナ活動の情報を発信し、国際的なプレゼンスの向上を図る。

- 日系企業の海外でのメセナ活動の現状について調査を進め、企業の国際的なブランド形成におよぼす影響を分析し、情報を発信する。
- 国内外の芸術・文化関連の動向や優れたメセナ事例について、WEB や facebook 等を通じて英語で随時紹介する。また協議会の媒体だけでなく、海外のメセナ機関誌等への寄稿を検討する。
- 2014 年開催を提案している国際会議の実現について検討する。日本の企業メセナのプレゼンス向上を図り、国際的な交流の実をあげる仕組みづくりには、どのような催しが最適かを探る。
- 情報源の偏りをなくし、包括的な情報収集を行うための基盤整備を図る。海外のメセナ機関や文化・芸術機関、国内の各国大使館文化部などと積極的に交流し、ネットワークの構築と連携の強化に努める。

### 4-3. その他協力・連携

【目的】 協力依頼に積極的に対応し、文化支援プラットフォーム形成に資する。

- 企業や行政、教育機関、文化関連機関、アート NPO 等からの相談や文化催事等の後援依頼については、内容を検討のうえ積極的に応じる。
- 文化政策や助成事業等の選考・評価委員、講師、寄稿依頼等の依頼については、事務局スタッフのみならず、協議会役員や会員のメセナ担当者のご協力を得て対応する。

[2011 年度実績:41 件]

## 5. 顕彰事業

### 5-1. 「メセナアワード 2013」の実施

【目的】 企業や企業財団等が実施した優れたメセナ活動を顕彰することにより、企業メセナの価値を明確にし、その充実をはかり、社会へアピールする。

- 調査事業との連携や、各地のNPOや地方紙からの協力を得るなど幅広い情報収集に努め、クオリティの高いメセナ活動の応募を促すとともに、応募数の確保(100件超)に努める。
- 自薦による応募だけでなく他薦を強化し、応募時の手続きの簡素化を図るなど、推薦案件の増加を目指す。
- 各プレス媒体のほか、WEBニュースや影響力ある個人のソーシャルメディアにアクセスし、広く一般の認知度を高める。受賞が各社のメセナ活動の周知につながり注目度が向上するよう、プレス発表から贈呈式まで、各媒体や発信者へのアピールに努める。
- 顕彰部会を中心に円滑な運営を図るとともに、選考会ではメセナに関する活発で奥行きある議論を引き出し、応募企業へのフィードバックを行う。あわせて、顕彰事業で蓄積した活動事例のアウトプットに努め、セミナーや調査など他の事業との連携を強化する。
- 贈呈式は引き続き、ワコール／ワコールアートセンターに協力を依頼する。

#### [実施要領]

□募集期間： 2013年4月1日～5月31日

□選考委員：

坂本光司 （法政大学大学院政策創造研究科教授）

榎木野衣 （美術批評、多摩美術大学教授）

福岡伸一 （生物学者、青山学院大学教授）

松岡正剛 （編集工学研究所所長、イシス編集学校校長）

茂手木潔子（有明教育芸術短期大学教授） \* 以上五十音順、敬称略

福地茂雄 （企業メセナ協議会理事長）

□選考会： 9月下旬・10月初旬(2回)予定

□贈呈式： 11月下旬～12月上旬

□後援： 文化庁



メセナ アワード 2012 贈呈式

## 6. 助成事業

### 6-1. 助成認定制度

【目的】 多様な制度設計により、芸術文化活動に対する民間寄付を促進し、日本における寄付文化を拡大する。

- 個人寄付者の税額控除選択など公益法人としての利点をアピールするとともに、新「ファンド」の形成やマッチング機能強化など、利用者（寄付者側、被支援者）の声を反映させた制度設計の検討を進める。
- 寄付税制や公益法人・NPO 等の制度改革が進む中、時代のニーズに即した助成制度となるよう、引き続き、本制度の運用について検討を進める。
- また、新たな IT 利用導入の可能性も含め、申請手続きや審査にかかる作業の一層の簡素化・効率化を図る。
- なお、認定案件 1 活動あたり 5,000 円の手数料に加え、寄付件数 10 件ごとに 5,000 円の事務経費を得ることとする。

#### [助成認定制度実績]

年度	1994	2005	2006	2007	2008	2009	2010*	2011
申請件数	103	245	213	222	239	198	165	107
認定件数	83	234	206	209	227	180	139	88
寄付件数	159	1,738	1,515	1,447	1,540	1,474	1,250	944
金額(万円)	19,705	76,581	120,382	104,365	104,113	74,431	41,966	28,579
平均金額	123	44	79	72	50	50	34	30

\*会計年度の変更に伴い、2010 年度は 2010/4/1～2011/1/5

#### [参考:2012 年度上半期の寄付金額]

	寄付件数	寄付金額	平均値
2012/1/1～6/30	526 件	1 億 6,111 万円	31 万円

### 6-2. 東日本大震災 芸術・文化による復興支援ファンド(GBFund)

【目的】 東日本大震災に対する、芸術・文化の分野からの復興支援活動を推進する。

- ①被災地・被災者を励ますような芸術・文化活動、②被災地の有形無形の文化資源を再生していく活動に対して助成を行う。広く寄付を募り、年 2 回の選考会を実施する。
- 安定した助成が行えるよう多方面に寄付を呼び掛け、当面の目標である寄付金 1 億円を達成できるよう努める。2012 年度に導入したオンライン寄付システムにより寄付者層の拡大をはかるほか、会員企業と連携した PR や GBFund 専用パンフレットの作成、海外への働きかけ、季節に合わせたキャンペーンなどを行い、ファンドレイジングに注力する。

- 重点的な支援対象枠として設けた「百祭復興」プロジェクトの周知に努め、米国ジャパン・ソサエティからの支援を引き続き投入するほか、他の助成金の獲得にも努める。
- 助成活動に対するアフターフォローや視察を行い、評価・検証の方法について助成ワーキンググループで検討する。

[当面のファンド目標額] 100,000,000 円

[寄付総額] 82,158,025 円 (2012/11/27 現在の着金済)

[助成総額] 77,287,867 円 (2012/11/20 現在、寄付先指定寄付を含む)

[助成活動件数] 153 件

[助成実績]

	申請数	採択(助成)数	助成総額
第1回選考(4/18)	12 件	11 件	2,450,000 円
第2回選考(5/24)	33 件	14 件	8,354,000 円
第3回選考(6/16)	106 件	12 件	3,200,000 円
第4回選考(8/3)	155 件	23 件	12,263,600 円
第5回選考(2011/12/13)	201 件	29 件	11,226,254 円
第6回選考(2012/5/28)	215 件	36 件	14,402,863 円
第7回選考(2012/11/13)	122 件	28 件	11,718,050 円

[選考委員]

片山正夫(セゾン文化財団常務理事)、加藤種男(企業メセナ協議会専務理事)  
 俵木悟(成城大学文芸学部文化史学科准教授)、船曳建夫(文化人類学者)  
 吉本光宏(ニッセイ基礎研究所主席研究員・芸術文化プロジェクト室長)



東日本大震災  
 芸術・文化による  
 復興支援ファンド

企業メセナ協議会

GBFund ロゴ協力: NDC グラフィックス

以上

(2012 年 11 月作成)