

自生するメセナ

田尾圭一郎

はじめに

メセナ活動¹は 90 年代に台頭して以来、日本に浸透し、親しまれ、多様化してきた。その一つひとつは多くの人の心を潤してきたが、そのいっぽうで、(バブルなどによって生み出された) 企業の余剰利益が活動を継続するための資金源となっていたケースも少なくなく、バブル崩壊 (1991~93 年) や東日本大震災 (2011 年) などの影響を受けて、1990 年の企業メセナ協議会設立以降、連動するように減少してきた²。ましてや、2020 年に世界を襲いいまも渦中にある新型コロナウイルスの感染拡大は、経済の停滞にとどまらず多くの人の生活を最低限維持することも困難にし、投資対象として文化芸術活動自体のプライオリティが下がりつつあることも否定できない。また、“ニューノーマル”といわれる日常生活の変化は、活動におけるコミュニケーションや練習機会の確保、観客を減らしたなかでの収益化など、資金だけでは解決しきれない課題を提示している。[文化を庇護する] という語源が示す本質であり臨界点を眼前に、“メセナ”という枠組みのみでは文化芸術と企業とのつながりを背負いきれなくなっているようにも感じられる。

そのような状況のなか、これを一過性のものとして耐える (あるいは助成金などで凌ぐ) のではなく、中長期的に続く時代の変化として捉えたとき、企業は文化芸術とどのような関係性を構築し、持続するべきなのだろうか。経済社会が不確実ななかでメセナという資金の投下のみ頼るのは危うく、また求められているものも多様化してきている。そこで本論では加速的に変化する時代性をまずは把握すべく、それぞれ異なる視座から社会や経済界を捉えようとアプローチしている 3 名の有識者にインタビューを行った。そのうえで、現代における文化芸術と企業との新たな関係性を踏まえ、メセナがどのように姿を変えようとしているのか考察した。

文化芸術と企業、受容者

日本において文化芸術と企業との関わりを振り返る際に、1970 年の日本万国博覧会 (大阪万博) の存在は避けられない。パビリオン出展する企業が“人類の進歩と調和”として未来の社会像を提示するにあたり、彼らはアーティストと協働し、未来という時代の空気を表現した。特に会場やパビリオンの設計に関わったメタボリズムの建築家やペプシ館の E.A.T. と中谷芙二子のような、制作費が巨額になりがちな作家たちは大きな発表の舞台を得ることに成功し、世界に対してプレゼンスを発揮した。

その後、70~80 年代の日本は経済成長めざましく、メセナが拡大。欧米を代表するオーケストラや絵画が来日し、多くの日本人の文化度を上げることに貢献した。だが 90 年代に入りバブルが崩壊すると、経済至上主義のひずみが表出。企業はメセナに投資する余剰を失い、文化芸術もまたその減少した予算を補おうと、協賛などのプロモーションやグッズ開発など収益コンテンツとしての性格を強めていった。その舞台は展覧会や演奏会といった文化芸術のための施設だけな

¹ フランス語の [庇護する] を語源とする、企業による文化芸術の支援活動

² 企業メセナ協議会『2020 年度メセナ活動実態調査[報告書] Mécénat Report 2020』(企業メセナ協議会、2021、p.25)

く、芸術祭や音楽祭として地域活性を目的とした地方にも行き及び、メセナの減少とともに文化芸術と企業は経済的側面³に偏重していった。

大まかに文化芸術と企業、そしてその受容者との関係性を振り返ると、1970年の大阪万博における“未来の共創とプレゼンテーション”にはじまり、70～80年代の“文化芸術の庇護と生活者への啓蒙”に続き、90～00年代の“文化芸術の商品化への傾倒と場の拡張”に帰着する。つまり、メセナの減衰を過剰に悲嘆するなかれ、文化芸術と企業は、その関係性や目的を時代ごとに変容させてきたのだ。

変容の前兆

では、文化芸術と企業との関係性が変容し続けるなかで、メセナは減衰とともにどのような次代への前兆を示そうとしているのだろうか。この章ではメセナに焦点を絞り、企業メセナ協議会が設立してから30年のあいだ、どのような変化の傾向が見られるのか、3つのキーワードとともに整理したい。

①メッシュワーク

メセナ活動の関係者が増え、多面的な取り組みになったことが1つ目の変化として挙げられる。表現者と鑑賞者といった単線的な対の関係性に留まらず、地域ボランティアが活動を補助し、研究者が知見やノウハウを提供し、国やNPOが助成金で資金援助する……といった様々な関与がひとつのメセナ活動に見られ、メッシュのように関係性が縦横に編まれるようになった⁴。資金のやり取りだけで完結するメセナはいまや少なくなり、複層的な関係性こそが活動の主となる。ニコラ・ブリオーの『関係性の美学』を起点とするソーシャリー・エンゲージド・アートは、日本では2010年頃から多く見られるようになったが、こうした表現の傾向と同期して、企業による支援もまた、移行を見せていると言及できる。

②サステナビリティ

企業がマーケティングにブランディングを取り入れ、ターゲットとの良好な関係性を構築することに腐心しているように、メセナにおいても、継続的な関係性をステークホルダーと構築できるか、ということを企業が重きをおくようになった。2019年のメセナアワードで大賞をとった聴竹居は、竹中工務店によって、建築物の保存と地域ボランティアによる維持管理の拠点づくりが行われている。主役は同施設に集うボランティアや見学者であって、企業は半歩後ろに下がりその場所づくりを支えながら住み続けられるまちづくりを目標とし、SDGsに寄与している⁵。活動の規模拡大や予算増を目指したのではなく、企業自身の取り組みとして、メセナ活動が持続し浸透していくことが目指されている点で、近年増えた傾向といえるだろう。

③共用される場

資金に余剰のある企業が巨額を投資して名画を購入する……といった、資金拠出によるものから、観客と芸術家との接点の場づくりといったものに、企業の支援のあり方が移行しつつある。経済成長とともに西洋の文化芸術を資金力で取り入れようとする動きが当時は多く見られたが、この30年のうちにそれらはかなり一般的に浸透してきたといえる。ゴッホやルノワールの代表作やウィーンフィルが来日することは（それ自体は素晴らしい機会ではあるものの）、一生に一度という希少なものではなくなった。近年増えているのは、例えばアーティストが町で滞在し住民と交

³ ここでは企業と文化芸術の変遷を大まかに俯瞰することを目的とするため、地域芸術祭の目的たる“地域活性”においては、主に経済的な活性に着目する。

⁴ 人類学者ティム・インゴルドは『ラインズ 線の文化史』（左右社、2014）のなかで、（直線が交差し合うネットワークに対して）有機的に絡み合う線を「メッシュワーク」とした

⁵ 株式会社竹中工務店『SDGs BOOKLET—SDGs 達成に向けた取り組み—』（株式会社竹中工務店、出版年不明、p. 6）

流す機会づくりのための資金的な援助であったり、アーティストによる若手表現者への教育の機会を企業が提供支援するなどの、かたちである。

こうして挙げた3つの傾向へと移行を見せるメセナ活動は、多自然な池のような様相が浮かぶ。水が瞬間的に流れ過ぎていく滝のように上から下へとタテに資金が投下されるのではなく、複数の支流から支援が流れ着きヨコに水流を生む場としてメセナ活動があり、それによって（植物や羽虫が多様な生態系をつくるように）地域ボランティアや企業、表現者が関与し、継続的に営まれていく。ひとつの企業による主体的な活動ではなく、多くの関与者によって共用されるものに、かたちを徐々に変えようとしているのではないか。

広く今日の社会状況へと視線を上げたときに、それらは注目されている ESG や SDGs といった指標に対する考え方と近接しているように感じられる。経済資本への偏重に警鐘を鳴らし、いち企業のみ的发展と独占ではなく、より継続的な世界との共存を目指し、投資価値や将来性を測る指標として Environment（環境）・Social（社会）・Governance（ガバナンス）を取り入れる ESG。あるいは、世界各国で取り組まれるべき社会課題を17項目に分類し、国家・企業・個人……といった各々の micro action（一人ひとりの一手）によって解決や改善していこうとする SDGs。これらはどちらも、一時的かつ局所的な行いではなく、鳥瞰され共有され継続される姿勢として示されている点で、ビジョンの性格が先に挙げたメセナ活動の変化と共通している。

文化芸術の場にいる多様なステークホルダーで“ブリコラージュ”されながら、且つ、その場に集まる関係自体もまたひとつの創造性を内在している広義のソーシャル・エンゲージド・アートとも呼べるようなこの傾向において、資金的支援によるメセナは一部分であって中心的要素ではない。ではこの多様な関係性による「庇護」を、私たちはどう解釈すればよいのだろうか。先のように生態系になぞらえるならば、必ずしも“野生”——先天的に存在する——ではないとしても、“自生”——多様な関係性の環境下で自立している——と言及できるのではないだろうか。

2020年度の取り組み：周辺事例を探る

本研究は2ヵ年（2020-21）にわたって行う予定であり、本年はその前半として、まずは今日の社会で通底している姿勢がどういったものなのか探ることを目的としている⁶。インタビューを行った3名の有識者がどんな人物か、紹介する。

1人目は、一般社団法人 ESG 情報開示研究会・共同代表理事の増田典生⁷。増田は、株式会社日立製作所で同社の CSR 活動に従事しながら、各界企業と ESG 情報開示研究会を設立し、日本企業が ESG を指標として取り入れよりサステナブルな事業活動が増えていくことを目指し活動している。日本企業の ESG に対する向き合いの現状と課題について話を聞いた。2人目は、哲学者の山本哲士だ。山本は大学アカデミズムとは異なるオルタナティブの知的生産活動に取り組みながら、多くの著書を発表。超領域的な特集テーマで研究を扱う『季刊 iichiko』（企画：三和酒類株式会社）を1986年から現在もおお発刊している。1990年代より経済資本だけでなく文化資本や社会資本、環境資本といった複数の資本の存在を唱えてきた。このことは ESG や SDGs の考え方にも近接しているように見受けられたため、話を聞いた。3人目は、アマタホールディングス株式会社・代表取締役の熊野英介だ。アマタはサステナブルな企業経営や地域運営をコンサルティング・支援する「社会デザイン事業」を展開しており、事業内容として直接的に ESG や SDGs に関わっている。そこで近年の具体的な事例やそこから見える展望について話を聞いた。

⁶ 後半の2021年度では、より具体的な文化芸術の取り組みに焦点をおいた研究が目指される予定だ

⁷ 以下、敬称は省略させていただく

3名はそれぞれ、ESG やSDGs といった近年の社会姿勢における、基礎的な思想（山本）・全体性の策定（増田）・具体的な事例（熊野）を取り組みの領域としている。メセナが、文化芸術としての純粋性でなくむしろ企業や社会との接面として機能すると前置きしたときに、社会の大きな変化を受けてどのように変容すべきなのだろうか。以降で、3名へのヒアリングをまとめる。

1. 一般社団法人 ESG 情報開示研究会

2020年9月18日

一般社団法人 ESG 情報開示研究会・共同代表理事 増田典生

一般社団法人 ESG 情報開示研究会は、日本の民間企業による ESG に関する情報開示や研究活動を目的に、2020年6月に発足された団体である。日産自動車や花王、KDDI など19団体⁸によって、組織されている。共同代表理事の増田が所属する日立製作所は、その立ち上げから中心的な位置づけとして関わってきた。日立は2005年より「サステナビリティレポート」を毎年発行し、投資家や調査機関、CSRの専門家に対し非財務の詳細情報を開示してきた。2015年の「パリ協定」採択と並行して、世界全体の ESG 成長率は2014年から16年までで25.2%になった。特に日本は66.9倍に成長し、伸び率としては世界一だった。日立も「日立ソーシャルイノベーションフォーラム2017」でSDGsセッションを開催するなど情報発信や主要事業とSDGsの関わりを整理するなど、取り組みを強化してきた。2019年には「2021中期経営計画」にて、トリプルボトムライン⁹を重視する経営方針を発表。だがいっぽうで事業部門の理解を得ながらも、サステナブルな取り組みの優先度を上げることが難しく、ESG 価値観の社会との適合性—経済合理性—を得ることが課題となっていた。社内の、そして日本社会の流れをよりサステナブルなものへと向けるために、青山学院大学名誉教授・北川哲雄を代表理事に迎え、ESG 情報開示研究会を発足するに至った。

日本社会の機運を変えていくにあたり、企業の ESG 項目を開示する対象として、顧客・シェアホルダー（株主）・従業員だけでなく、BtoS（Business to Society）—社会—も重要であることを増田は指摘する。これまでステークホルダーとされてきた直接的に企業と関与する人々に加え、生活者に対し企業のサステナブルな取り組みを発表することが重要であり、その際に、地域社会へと関わる機会を持ちうる、メセナ活動に代表される非財務的な取り組みは、多様な接触機会を生むポテンシャルを持っている。またその際には、社会や環境を改善するポジティブな取り組みだけでなく、ネガティブ・インパクトと呼ばれる事業活動が与えている負荷を提示することにも意義がある。その負荷や原因を可視化し開示することで、対策や改善策を議論することができる、と増田は言及している。

同研究会では、ESG 情報開示における日本企業特有の課題について、下記の4点を挙げている。これらを克服していくことが、ESG の日本への浸透には不可欠だろう。

- ① 経営にサステナビリティを、いかに組み込むか。これまで過多に経済価値が重視されてきた企業経営に対し、一見サステナブルは逆行する概念だ。価値基準自体を変えようとする ESG 経営の理解を得ることは、容易ではないことが想像される。
- ② 非財務価値の測定をいかに行うか。どれだけ社会のダイバーシティに寄与したか、どれだけ貧困をなくせたか……といった SDGs に代表される非財務活動の貢献度を測定する手法ははまだ確立されていない。評価を測るための指標づくりもまた、必要となるだろう。
- ③ 非財務価値をいかに財務価値に還元するか。非財務価値を重視することで財務価値を犠牲にするのでは、SDGs の取り組みを持続することは困難だろう。例えば製造効率を上げることで、環境の負荷を減少し製造コストを下げるなど、両者の価値を上げることが目指されるべきだ。

⁸ 発足当時。現在は約80社が加盟している。

⁹ 経済価値だけでなく、社会価値、環境価値の3軸で企業経営を評価する手法

- ④ 取り組みのストーリーテリングもまた不可欠だ。ただ正しいことを言い行うだけでは、多様なステークホルダーの共感を得ることはできない。企業としてのミッションを示し活動に落とし込む、物語性が日本の企業には欠けている。

また、日立製作所だけでなく複数社で研究会を構成していることの狙いのひとつに、モデル指標づくりがあると増田は指摘する。事業活動が、経済だけでなく社会や環境にどのようなインパクトを与えるのか。事業内容に関わらず複数企業間で汎用し可視化する指標が求められる。日立はこれに対し、ロジックモデルチャートによる可視化を試みている。To Society（社会）・To Customers（ステークホルダー）・To Business（直接顧客）の三者に対し、それぞれどのような社会インパクト・環境インパクト・経済インパクトを与えているか、ポジティブ／ネガティブ、定量／定性の側面からチャートに一覧で整理しているのだ。また、各インパクトをそれぞれ下記のように価値項目で細分化し、誰でも一定の水準と指標でロジックモデルを作成できるようにした。

社会.....健康、安全・安心・セキュリティ、快適、教育、雇用、文化、調達、地域経済効果
環境.....CO2/GHG 排出、資源、水、大気・水質・土壌汚染、海洋・陸上資源
経済.....顧客の経済価値

振り返り

文化芸術においてもロジックモデルを活用しているケースはあり、表現活動の社会的インパクトを測る「社会的インパクト評価ツールセット 文化芸術」において実践的な手法が公開されている¹⁰。「多様なステークホルダーを持つ」「評価が困難な非財務価値である」といった共通点があることから、ESG 情報開示研究会で用いられているロジックモデルチャートは、文化芸術と企業との関係性においても、有効であることが期待される。

また、増田が指摘した4つの日本企業特有の課題のうち（先述した②に加え）③④は文化芸術のケースにも当てはまり、解決が不可欠なのではないだろうか。表現活動を継続するうえで、経済性は避けられない。そのとき、サステナブルであることや多様なステークホルダーに応えることが、同時に収益化にも還元されると、より強固な“自生”と呼べる（人間が肥料や水やりを繰り返さなくても雨水や小川が水分を提供し、根を張り巡らし葉を広げ、大地や環世界と強く関連し合っている植物を連想してほしい）。そして、複数の関与者を巻き込んでいくうえで、表現の純粋性とは別に、表現の背景となるストーリーテリングによる共感もまた、必要となるだろう。

2. 山本哲士

2020年9月24日
哲学者・山本哲士

山本哲士は1948年生まれ。ホスピタリティ、教育、ジェンダー、言語論、国家論.....など幅広い分野において思想哲学を展開し、著書や『季刊 iichiko』などで発表してきた。近年では2017年に「文化資本学会」を、19年に一般財団法人「日本国際高等学術会議」を設立し、理事長に就任。会員とともに文化資本のあり方を精力的に研究し続けている。今回主に話を聞いたのは、1999年に発表された『文化資本論 超企業・超制度革命にむけて』（新曜社）で展開されている「文化資本」についてだ。

山本はこの著書のなかで、画一的な消費至上主義に陥っている（経済）資本主義社会と企業を指摘し、そこから脱するために下記が必要だと言及している。

¹⁰ 社会的インパクト・マネジメント・イニシアチブ (<https://simi.or.jp/>)

ここを脱出するには、[中略]モノによって生活を豊かにする所有に代わって、資本の意味を変えるべく「資本=capital」の本来のあり方をとらえかえして、「資本と世界（地球）」を諸個人一人ひとりが獲得=領有する経済意志を働かせることだ。それは、「国民市場」中心の閉じた世界交換経済から「地球と場所」の開かれたダイナミズムの文化経済／環境経済の市場へ転換することである。経済の画一性から、経済の多様性／多元性へと取り組むことである。¹¹

この言葉は、発行から20年以上経ったいま、興味深く響く。ポスト（経済）資本主義が叫ばれるなかで、人々は一人ひとりがメディア化（領有する経済意志を働かせる）し、かつオンラインによる“地球”各地への自由なアクセスと、ニューノーマル下で物理的移動が制約されている場所性によって、グローバリゼーションとグローカリゼーション—地球と場所—を両在させている。そのときに、グローバリゼーションが誘発する懸念を潜めている画一化から多様性を守り、またその個別性が国家・企業・地域・場所・個人といった各レイヤーで多元性を担保するのが文化資本であると、山本は予言している。

同書において山本は、“資本”は3つ—経済資本・社会資本・文化資本—あり、それらのバランスを取りながら設計していくことで、企業は固有の存在として“超企業”に至る、と言及している¹²。つまり、文化資本が固有性の原動力として機能し、社会資本によって地域や場所との関係性を構築し、それらが経済資本を動かし企業の企業体としての統治を継続していく、ということだ。企業の文化化は企業がポスト資本主義社会において持続していくうえで、不可欠なエネルギーとなるのだ。

では“企業の文化化”とは何を意味するのだろうか。まず第一に、企業で働く“人”の文化力を高めることを山本は挙げている。これまでの人材教育がルールやマナー、ナレッジ—知識資本 [knowledge capital]—だったのに対し、人材教育として知恵—知的資本 [intelligence capital]—の文化的な創造力を高めていくことが、成熟した資本主義社会では求められる。第二に、こうした社員が文化資本の活動をし得る場を、企業が組織体としてつくりあげることだ。第三については、下記に引用を記載したい。

第三に企業が「社会」へ向けて、文化をつくっていくことである。文化支援=メセナはその一つの形態であるが、支援だけでは文化はつukれない。支援する企業みずからが、分配の次元と場において、新しい社会ビジョン（社会はこうあることが人々にとってよいという見解をはっきりさせること）を設定し、その実行をはかっていくことである。

この記述では、本論の冒頭で指摘した「文化を庇護する」メセナの臨界点が予言され、文化資本自体と活動の場をつくることの必要性が訴えられている。ヒアリングの際にそのための具体的な手段を問うたところ、山本は文化資本の評価とマネジメントが不足していることを指摘した。企業によってつくられた製品やサービスにばかり視点が向いてしまい、その足場として支えている文化資本が批評の対象になることが少ない。例えば“場所”にひもづいた様々な文化資本を、コンペティションの開催によって一同に並べ比較し、評価する。あるいは各々のプロジェクトがどのように育成や管理されているか、マネジメントの術を共有知とする。そうすることで、企業の文化資本を育むことができる、と言及した。

最後に、先に山本が挙げた文化資本の活動がされる“場”が、どのような性格のものであるか、言及を引用する。

¹¹ 山本哲士『文化資本論 超企業・超制度革命にむけて』（新曜社、1999年）、p9

¹² と同時に、その3つの資本をさらにダイナミックに動かしていくには「自然資本」「象徴資本」もまた考慮する必要があると記述している。

交換価値／交換関係へ収束する資本主義社会的な形式をこえる「資本」とは、交換価値を支配的／決定的としない使用／コミュニケーションの「領有関係」において思考され設計されねばならない。この領有関係の域で働いているものごとは、ヒトと対象との多義的關係性であり、空間的表象であり、有用性の多様な文化プラチックである。

経済自身には自己言及性はない。経済は、純化されることによって、自己増殖するか自己崩壊する「増加」ないし「減少」の外化する回転の運動でしかないものとなる。

場所は、自己言及的な絶対無の場にあるゆえ、自己制作的な生命活動を展開している。場所がつくりだすもの—その典型が自然生態系—は、目的や機能ではなく、場所の制作行為の産物が場所自体であるという、「場所においてある場所」の意志による。場所の経済は、商品生産をつくりだす組織にはなく、場所それ自体の生命的な自己制作のいとなみである。

つまり、近年の文化芸術に見られる、多様な人と関わり、持続的な、活動の場とは、それ自身が「自己制作的な」活動であり、メセナ—企業による経済資本的な支援—はそこにおいては内在する一部となる。そして強く場所に根ざしていながらも、（まるで羽虫が遠くの草花の花粉を運び受粉するかのごとく）オンライン技術によって遠くの人とも交流することで、自らの“場所”を刺激し育むと同時に、多元的に他の人とも“場所”を構築する。ここに見られる企業と文化芸術との関係とは、〔庇護する〕主体的行為でも〔庇護される〕客体的行為でもない、〔自ら生きる（＝自生）〕活動自体であり、場所自体でもあるのだ。

3. アミタホールディングス株式会社

2020年10月12日

アミタホールディングス株式会社・代表取締役 熊野英介

アミタホールディングス株式会社¹³は1977年に創業。産業廃棄物のリサイクルを事業としながら、グローバル経済に疲弊を見せ始めていた社会情勢を受けて、環境・社会ニーズに先駆けた事業展開に力を入れていった。1987年に、国連に設置された「環境と開発に関する世界委員会」が報告書「Our Common Future」を発表。環境と開発を相反しない不可分のものであるとし、「持続可能な開発 [Sustainable Development]」の重要性が訴えられ、この言葉が浸透するきっかけとなった。アミタホールディングスの代表取締役・熊野英介が影響を受けたものとして同報告書を挙げていたのは印象的だ。2002年には、世界経済フォーラムで国連事務総長（当時）のコフィー・アナンの提唱した「グローバル・コンパクト¹⁴」にも、日本国内で4番目の早さで加入を表明した。また、アミタ自身も「持続可能経済研究所」を2005年に開設。サステナブルな企業・地域経営のコンサルティングに事業を拡大し、現在活動している。

アミタグループによる取り組みの一例として、2018年に宮城県南三陸町で行われた持続可能な町づくりのための実証実験「MEGURU STATION」がある。これは人口減少や高齢化、資源の再利用、地域経済の縮小……といった複数の社会課題を統合的に解決するプラットフォームで、カフェやキッズスペースといった交流の場、住民が資源ごみを持ち込み分別・回収する資源回収テント、古着や雑貨などの提供と受領の場となるリユースコーナー、そして農産物販売や移動販売車のコーナーが集まっており、様々な目的の人が集まり交流しながら、地域内での循環や人との繋がりを実感できる場となっている。町内の生ごみからできた液体肥料の無料配布や、ごみの持ち

¹³ 創業当初の社名はスミエイト興産株式会社

¹⁴ 世界の各企業・各団体が持続可能な成長を実現するために定められた、人権の保護・不当な労働の排除・環境への対応・腐敗の防止に関わる10の原則。加盟団体は、自発的に遵守することに取り組む。1999年に提言された。

込みに対して「感謝ポイント」を参加者に付与することで、参加の継続と可視化を図り、潤滑油となっている。約2ヶ月の取り組みで1日平均147名が来場し、人との交流と経済や雇用の動き、環境の負荷軽減が実践された。この試みを先に“プラットフォーム”と紹介したが、MEGURU STATIONは南三陸町に限らず他の場所でも流用できるシステムである点を言及したい。事実、2020年には奈良県の生駒市でも同様の試みが行われており、その有用性と汎用性もまた実証されている。

また熊野は、アートが社会で果たす役割についても、ヒアリングのなかで言及。MITメディアラボのネリ・オックスマン教授が提唱した「クリエイティビティのクレブスサイクル¹⁵」にふれ、資本主義が成熟し定常化した現代社会でこそ、新たな価値創造にアート（文化芸術）による問題提起が有効だと述べた。購買行動においては感動や共感といった心の動機が重視されるようになり、企業の文化性を通じて表現される思想や価値観が付加価値となる時代がくるのではないかとの推測もしている。

振り返り

アマタホールディングスで行われているMEGURU STATIONは、文化芸術の表現ではなく社会的な活動ではあるものの、その性格については下記に整理した通り「自生するメセナ」と特徴を共通している。

- ① メッシュワーク.....まず、企業（アマタ）と受益者の単線的でなく、多世代にわたる生活者・自治体・事業者・被雇用者など、様々な関与者を取り組みが内包している。
- ② サステナビリティ.....南三陸町では実証実験として2ヶ月間のみとなったが、打ち上げ花火のようなイベントごとではなく“ごみの分別”という日常的な行為を軸においた取り組みのため、生活の一部として持続していくポテンシャルを大いに秘めている。
- ③ 共用される場.....MEGURU STATIONという場所自体が、複数の関与者・複数の目的によって構築された生態系—創造的な営み—となっている。

文化芸術はその表現を追究する純粋性ゆえ、メセナに限らずその表現行為自体が目的となることが多かった。ホワイトキューブやコンサートホールといった漂白された密室のなかで表現は展開され、純粋性が維持されることによって、多くの人にカタルシスやエウレカを提供してきたのだ。

もちろん、その純粋性は表現の内在的アイデンティティとしては担保されるべきだが、それが表現され表出されたあとの外在的アイデンティティは、より社会と緻密かつ多層的に編まれるべきなのかもしれない。MEGURU STATIONは、資源回収テントやリユースコーナー、販売コーナーといったそれぞれは独立して純粋性を有しながら、近接していることで意味や交流を生み、営みへと発展している。それは野菜売りや鮮魚売り、精肉売り.....といった店や機能としては個別性を保ちながら、近接することで、市井の買い物や飲食業の仕入れ、あるいは飲食自体など様々な目的の人を引き寄せ、総体としての営みを構築している意味で「マルシェ的」とも言い換えることができるかもしれない。

¹⁵ オックスマン教授が2016年に発表したレポート「Age of Entanglement」のなかで提唱。サイエンス・エンジニアリング・デザイン・アートの4つはそれぞれ役割を持ちながらつながっており、自らのアウトプットがまたインプットとして循環して戻ってくるサイクルを構築している。サイエンスの役割は、現実世界の説明や予測を試み情報[information]を知識[knowledge]に変えること。エンジニアリングの役割は、科学的知識を使って問題を解決し知識[knowledge]を有用性[utility]に変えること。デザインの役割は、機能性を最大化し有用性[utility]を生活の一部[behavior]に変えること。アートの役割は、問題を提起し日常の生活[behavior]から新しい情報を発見すること.....と、それぞれ4つを定義した。

文化芸術の分野において、これらに近い例として浮かぶのは、“芸術祭¹⁶”と一般に呼ばれる取り組みだ。各出品作の独立性は（もちろんすべてではないが大まかに全体として）保たれながら、アートファンに限らない多くの人を呼び集め、それが地域交流の活性化や雇用の刺激、移住の促進など様々な社会課題の解決へと働きかけている。2000年代から全国的に広がった芸術祭は、もちろん本論の冒頭で言及しているような“メセナが自生へと至る”変化の過程にあると捉えてよいだろう。だがいっぽうで、芸術祭はその言葉が示す通り“祭り”——つまり“ハレ”の取り組みである。文化芸術にとってそれがイレギュラーな試みであることは間違いなく、そもそもの構造や性格が変容し“自生”に至ったとは言及しづらい。社会への立ち振舞いが似ていることは同意しながらも、むしろ（“自生”になぞらえると）“植樹”とも言うべき性格となっている。そのため、社会との継続的な接続に成功している芸術祭があるいっぽうで、開催自体が目的化し毎回の運営に疲弊を感じたり、アーティストや観光客といった異分子が訪れることに不快感を隠さない地域も出ており、芸術祭ブームの沈静化と淘汰が見えているのが直近の様相といえる。植樹されたとして、肥料を与えられたとして、それは一時的な措置であり、環境に順応し定着するためにはまた別の努力が必要になるのだろう。

共有されるメセナ

3名へのヒアリングを通じて、次代におけるメセナの輪郭を手探りしてきた。企業によってただ注がれるでも“植樹”されるでもない“自生”するメセナが、具体的にどんな「文化芸術の庇護」たり得るのかを、最後に考察して本論を閉じたい。

冒頭で「多自然な池」と例示したように、メセナはいま、企業が一方的に資金を支援するものから、多くのステークホルダーと関連した（①メッシュワーク）、持続的（②サステナビリティ）な活動や状態（③共用される場）になろうとしている。つまり、「庇護する」の主語は企業だけでなく地域住民、個人、表現者にまで拡張され、その手段も、資金だけでなく場所や人材、リソースなど、各々が持てるものを提供し支援する、というものだ。筆者は前段で“自生”という言葉を用いて企業の資金的支援に頼らないメセナを言語化しようとしたが、それは企業に代わる新たなパトロン¹⁷の現出……といった類のものではどうやらない。ヒアリングによる俯瞰的な視座から見えてくるのは、エスタブリッシュメントだけが支援し得るものではなく、むしろ多様な関係者によって多様なかたちで共有される「庇護」だ。不確実な時代に地球規模の社会課題や資本主義の行き詰まりを迎え、文化芸術は表現／鑑賞という二極に留まらない関与として能動的なものへと社会における実装のかたちと役割を拡張させている。そのとき“メセナ”もまた共有されるものとして定義を拓き、社会との接面として機能しようとしているのだ。

¹⁶ ここでは、「芸術祭」の言葉を広義に捉え、例えば音楽祭など文化芸術全般のイベントもその一例として含みたい