

## —文化は資本だ—創造経済と社会創造

- 開催日 2015年3月7日(土)
- 会場 クリエイティブセンター大阪  
(大阪府大阪市住之江区北加賀屋 4-1-55 名村造船所大阪工場跡地)

(13:10～14:40)

### セッション1 世界の企業メセナの現状

#### 【出演者】

ロール・ショデ(アドミカル・インスティテュート代表、アドミカル法務・国際関係部門 マネージャー)  
イザン・サトリナ・モハメド・サレフディン(MyPAA ディレクター)  
加藤種男(公益社団法人企業メセナ協議会 専務理事)

#### ■プレゼンテーション

【加藤】企業メセナ協議会は1990年に設立して、今年で25周年になります。協議会ができた当初は、芸術・文化の振興が目的でした。しかし最近では、さまざまな社会的課題にアートや文化を活用することで、その解決に相当寄与できるのではないかと考え、我々の目標を「芸術・文化の振興」に加えて、「芸術・文化を通じた社会創造」に変えました。現在、約170の会員で組織を形成しており、そのうち約140が企業ですが、他にも企業財団、文化団体、NPO等に入っています。

我々の仕事の1つは調査・研究です。それによると、企業と企業財団のメセナ活動費の総額は956億円ほどです。現在は統計で捉えられる数字しか公表していませんが、実際は1,000億円を超えるメセナ活動が行われていると推測しています。この数字は、文化庁の年間予算にほぼ匹敵することから、日本において企業のメセナ活動はかなり大きな規模であることがご理解いただけると思います。規模だけでなく、さまざまな領域で開発してきた文化振興のソフト、ノウハウが多岐にわたっており、世界的にも突出していると思います。

特筆すべきは、地域文化の振興が卓越している点です。その1つの例として、まさに本日、皆様にお集まりいただいたこの会場、千島土地による「北加賀屋クリエイティブビレッジ構想」があります。今回の会議にここを選んだ理由は、千島土地がいかにか地域振興と文化振興とを深く結びつけているかという点で、日本のメセナ活動の中で優れた事例ではないかと考えたからです。

他の仕事としては、情報発信と交流、セミナーなどを開催するほか、創造支援として幾つかのファンドをつくっています。東日本大震災の後、芸術や文化を活用した復興支援や、郷土芸能に対する支援を行う「GBFund」をつくりました。まだまだ皆様からのご寄付を受け付けていますので、ぜひご支援いただければありがたいです。それから、東京オリンピックの先を見据えて、2020年以降も継続した文化活動が行えるように「2021 Arts Fund」をつくりました。現在、さまざまな目的の募金を受け付けています。

オリンピックについて簡単に触れておきます。オリンピックはもちろんスポーツの祭典ですが、前回のロンドン大会から、スポーツだけでなく文化の祭典でもあるということが強く打ち出されました。

ロンドンでは4年間で18万件ぐらいの文化プログラムが実施されたと言われています。これはロンドンだけでなく全国で実施されたものです。したがって東京大会の時も、スポーツは東京でやりますが、文化プログラムは全国で実施することになります。2016年のリオ・オリンピックが終わった瞬間から東京オリンピックが終わるまでの4年間で、日本政府は20万件のプロジェクトを実施したいと言っています。そこで、政府のみではなく、我々が全国の企業の皆様と一緒に、さらにはアート NPO 等とパートナーを組んで文化プログラムを実施し、民間セクターで20万件の1/3は引き受けたいと考えています。

その他に、相談・協力、コーディネート、あるいは政策提言のような活動も行っています。企業だけではなく、さまざまな文化団体や市民の方々とともに、社会創造のための文化振興プラットフォームの形成を目指したいと考えています。

次に、各企業がどういう活動をしておられるか、ごく簡単に紹介しておきます。まず、企業自らが美術館やギャラリー、音楽ホールのような文化施設をつくるケースがあります。資生堂、サントリー、竹中工務店などが代表的な例です。あるいは、さまざまな展覧会やコンサートなどを支援する企業も多くあります。大変興味深いのが、千島土地がやっているような、まち全体を企業がクリエイティブに変えていこうという事例です。島根県の中村ブレイスは義手や義足をつくっている会社ですが、石見銀山がある大森町で、空き家をリノベーションしてまちづくりをしておられます。他にも、地域の伝統的な文化や郷土芸能を継承していく活動にも、多くの企業が取り組んでいます。

それから、トヨタは子供たちがアートと出会う活動を NPO と組んでやっているほか、アサヒビールは全国のアート NPO や市民と協働して、さまざまな地域におけるアートプロジェクトのネットワークをつくっています。日本生命も劇場を持ち、子供向けのミュージカルを全国で展開してきました。音響機器メーカーの TOA は、次世代を対象とした音楽活動をしたり、キヤノン文化財の保存と活用のために、複製をつくって公開するような事例もあります。

このように実にさまざまな活動が展開されていて、100社あれば百様のメセナがあるということです。規模も多様性もある日本の企業メセナは、世界的に見ても相当高い水準の活動をしています。これら企業の皆様がより活動しやすい状況をつくるため、我々はネットワーク組織をつくり、少しでも役に立ちたいと考えています。

**【シヨデ】**私からは、フランスにおける企業のメセナ、企業のフィランソロピーに関して話をさせていただきます。企業のフィランソロピー振興のためにアドミカルがどういう活動をしているかを紹介させていただき、フランスの企業フィランソロピーに関する調査の結果から幾つかの数字を挙げさせていただきます。また、文化や芸術に関わっている企業の事例も紹介します。

最初に、アドミカルの目的と使命についてお話します。1979年に設立され、30年以上の歴史があります。ジャック・リゴーがアートの振興にとっても熱心で、企業にも市民社会のプロジェクトに参加してもらいたい、特に芸術と文化を振興していきたいと考えたわけです。幅広い分野を網羅していますが、我々の第一の使命は、企業に市民社会やチャリティーなど、さまざまな活動をサポートしてもらうことです。これは大企業のみならず、中小企業も含めてです。

フランスでは、企業が企業活動以外のことに資金を提供するために、法的な枠組みを形成しました。我々にとっても大きな挑戦でした。今ではアドミカルに200社ほどのメンバーがいます。ほとんど

が大企業ですが、個人に対しても門戸を開くことが求められていますので、個人の財団や文化機関も入っています。また、グラントを求めている人たちもネットワークに入っています。

重要な点は、メセナ、あるいはコーポレート・フィランソロピーの定義です。フランスでは、メセナは、資金、製品、技術や時間などを供与する活動すべてを含みます。さらにメセナとは、公益に関わるものをサポートするということです。したがって、メセナを受けるためには公益に関わるもの、公益のためのものでなければなりません。そしてメセナは芸術や文化だけではなく、さまざまな分野にわたっています。環境、研究・開発、教育、健康といったすべての分野がメセナの対象となります。コーポレート・フィランソロピーや企業がメセナを行うのは強制ではなく、任意で自由意思で行うものです。さらには、税制上の優遇措置にもつながりますから、企業のフィランソロピーを受けるには、ある一定の基準を満たすプロジェクトでなければなりません。

次に、我々が行った調査の結果をご紹介します。2年に一度の調査で、どのようなトレンドや動向が企業にあるかを調べます。2013～2014年の調査結果では、幾つかの興味深い情報を読み取ることができます。コーポレート・フィランソロピーの2014年の費用総額は28億ユーロでした。芸術・文化のみならず、さまざまな分野に企業が支出したメセナの総額です。調査対象企業の12%が回答したわけですが、まだまだメセナに参加してもらえ可能性が高いということです。

コーポレート・フィランソロピーでどのような分野がカバーされているかを見ますと、企業数と金額に差があることがわかります。スポーツでは多くの企業が地域のプロジェクトやチームをサポートしていますが、金額はさほど大きくありません。一方で文化は、均衡しています。23%の企業が関与して、予算の13%を文化に提供しています。3億6,400万ユーロという大きな額ですが、企業にはさまざまな選択肢が与えられています。企業はフィランソロピーの活動を、社会的な活動、あるいは雇用や教育などにシフトしていく傾向があります。

なお、フランス政府がどれだけ文化芸術にお金を投じているかという点、文化コミュニケーション省があり、文化や芸術、メディア、映画などを含めて70億ユーロが拠出されています。

次に、企業が芸術や文化に注目する際の動機を企業規模で比較します。零細企業にとっては、地域の魅力が重要です。ですから、芸術・文化をサポートして、地域の魅力を高めたいと考えるわけです。中小企業では、CEO個人の意識によります。大企業になると、企業戦略の一部として見なされています。コーポレート・フィランソロピーやメセナというのは、企業のアイデンティティにもつながります。つまり、特異なコミュニケーション戦略ということができ、企業の差別化にもなります。そうした戦略に基づいて、何に寄付をするかが判断されています。

では文化・芸術に関しては、どのような活動が行われているのでしょうか。ほとんどの企業では、国の文化遺産のサポートを最優先に考えています。文化遺産がとても重要視されていて、地域経済の活性化にもつながると考えられています。地域を魅力的にすることで観光が活性化し、地域を活性化できるということです。

続いて多いのは展覧会やパフォーミング・アーツの振興、その次は、全ての人に文化へのアクセスを提供することです。必ずしも劇場や美術館に出かけない人たちにも、文化を身近なものに感じてもらえるようにすること、つまり社会と芸術・文化の統合が重要だと考えているのです。最後に挙げられるのが創造支援です。企業は、文化・芸術に対してリスクを取りたくないという気持ちがあるので、クリエイションとなると、なかなかサポートするのは難しいようです。最近、フランスでは個人に

よるフィランソロピー活動が増え、個人がクリエイションを支援する傾向が強いです。

最後に2つの例を紹介します。我々は2年に一度、興味深くユニークな活動に関わった企業を表彰しています。そのうち2つが文化に関わるものでした。コンサート・オー（Concert'O）というフランス南西部にある、100社ぐらいの企業が集結している中小企業のグループです。企業ネットワークで地域のオーケストラをサポートするという活動を10年にわたり行っており、コンサートを開いたり、フランスでツアーをしたり、海外ツアーを行うための支援をしています。この企業集団の特徴は、お金を提供するだけでなく、企業のCEOや従業員も活動に関与している点です。CEOのネットワークを活用して、地域のオーケストラを成功させたり、従業員が実際に歌ったり。ミュージシャンと従業員、CEOが団結して広く働きかけ、オーケストラと一般の人たちを身近な関係にすることをしています。

もう1つは、ソシエテ・ジェネラルに授与しました。100年ほどの歴史がある銀行ですが、25年間フィランソロピー活動に従事し、一貫して継続性を持って活動しています。現代アートとクラシック音楽の支援のほか、コレクションも有しています。フィランソロピーの施策も、さまざまな展開がありました。初めはトップダウンでしたが、今では行員が直接関わっています。アーティストや非営利団体と協力し、いろいろなアイデアを形成しています。先日、この銀行を訪問した時、廊下へ出るとピアノの音が聞こえてきました。本社内にコンサートホールがあって、行員の一人がリハーサル室でピアノを練習していたのです。彼はとても優れたピアニストでした。この光景は我々にとっても大変興味深いものでした。

**【イザン】**MyPAAのイザン・サトリナです。まず、マレーシアにおける芸術についてお話をする前に、背景を知っていただくためのビデオをお見せします。

（ビデオ上映）マレーシアは非常に多文化な社会で、90ほどの異なる民族グループが存在しています。1971年に独立してから国が文化政策を立ち上げましたが、これは社会契約のようなもので、国の文化について定義し、民族文化をさまざまなコミュニティの中で振興していこうというものです。主なアジェンダは、文化を通じて国の一体感を高め、国民のアイデンティティを守り育てることです。社会・経済の発展と同時に人間の生活の質を改善していこうというもので、この方針は今でも生きています。それを、さらに促進するために「ナショナル・マレーシア・プラン」という施策があり、毎年50億ほどの予算がつけられています。

これは、マレーシアの文化遺産、芸術、文化を振興し、環境を整え、公的部門とのパートナーシップを組むことでマレーシアの文化を国際的なレベルに引き上げようとする試みです。ローンや助成金なども用意され、エンターテインメントや芸術が盛んになることで、観光振興にもつなげていこうというものでした。

現在、マレーシアでは経済改革のプログラムが進んでいます。このプログラムでは12の主要分野が定められており、その1つが芸術・文化です。これが定められた時点では、国の成長の牽引役が文化・芸術と見なされ、500万ドルほどが充てられました。政府が6つの戦略プランを定め、コンテンツ開発、人材開発、アーティストのエンパワーメント、新しいパフォーマンスの場づくり、国際市場の形成、マーケティングといった取り組みがなされています。政府が文化・芸術の振興に大きな役割を果たしていて、これは東南アジア諸国に共通しています。シンガポールのほうが、より活発にこ

うしたことを行っているかもしれません。

しかしながらマレーシアでは、アートの形態によって所管の省庁が違います。ビジュアルアーツ、パフォーミング・アーツ、音楽、文学、コンテンツ創造、ファッション、デザイン、伝統文化など、それぞれ異なる省庁が管理しているため、クリエイティブな産業がインパクトを及ぼす際に障害となるなど、いわゆる縦割り行政になってしまっている問題もあります。そこで、政府と民間セクター、そしてコミュニティの橋渡し役としてつくられたのが MyPAA です。これは民間のエージェンシーで、私とパートナーが投資をしました。KMK(企業メセナ協議会)のような活動をしているとえば、わかりやすいと思います。マレーシア国王からも支援を受け、集めた資金を活用して、国際芸術会議なども催しています。非政府組織として活動していますが、政策の決定にも関与しています。

ビジネスと芸術の関係を考える上で、政府は企業が寄付をするように促し、毎年70万リンギットほどの減税措置を講じています。また、国際的な芸術支援を行う企業に対しては20万ほどの税控除を行っています。企業もまた、政府がこのような施策を用意していることから、多くの企業が芸術に貢献できるよう、プロセスの合理化に努めています。例えば、文化施設などが税金の控除を受けられるチャリティー機関となるなどです。長期的には新しい政策として、文化や芸術を楽しむために、消費者向けの税控除のシステムをつくる予定です。例えば、ラップトップのパソコンを買った場合に3,000リンギットの減税措置が受けられるようギャラリーに行ったり、芸術活動に消費をした場合は減税措置を受けられるようにするなどです。また、プレゼント・フォー・ザ・アートという新しい取組みも始めようとしています。開発予算の1%をインスタレーションや彫刻など、芸術家へ発注する、いわゆるコミッションワークを支援するものです。

もう1つ、ペナンで行われた事例も示したいと思います。これは野党が率いてきたプロジェクトですが、文化都市として再生させた2009年に、ペナンはユネスコから世界遺産として認定されました。政府は2,000万リンギットほどの支援をして文化遺産の保存などを行い、コミュニティもさまざまな取組みを実施しました。これによってペナンでは、国際的なフェスティバルやイベントが行われ、直接的・間接的な結果が生まれたのです。いかにFDI(外国直接投資)を引きつけ、海外からの観光客や滞在者、若い芸術家を引き寄せているか。また、不動産開発もどれだけ活発に行われているか。政府もさまざまな投資をし、環境保護にも努めています。そしてペナンは、引退後の時間を過ごす、最も人気のある場所になっています。このような素晴らしい結果について、どの国の政府もここから学ぶことがあるのではないかと思います。

現在、マレーシアでは、政府も民間も、創造産業を振興したいという気運が高まっています。KMKやアドミカルが、いかに世界の組織に影響を与えてきたか。日本とフランスで行われた文化に対する投資をマレーシアで伸ばすためには、どのようにすればよいかということを、今回ご教示いただければと思います。

## ■ディスカッション

**【加藤】**日本の企業メセナ協議会がどういう経緯でできたかという、1988年に開催された「日仏文化サミット」がきっかけです。日本とフランスの文化関係者が集まってディスカッションをした時に、フランス側は当時の文化大臣のジャック・ラングさんが出席されました。フランス側の意図としては、日

本の文化政策のトップを含めた人たちとディスカッションしたかったのですが、残念ながら日本は当時、文化政策を語れる政治家も役人もいなくて、これを受けられなかった。そこで資生堂社長の福原さんに話があって、日本側は企業で文化振興をしている人たちがお迎えしようということになり、ワコールの塚本さん、セゾンの堤さん、サントリーの佐治さんたちが参加したのです。その席で、フランスには、企業が文化振興に努めるアドミカルという組織がある。あなた方も同じような組織をつくってはどうかのご提案をいただいて、2年後の1990年には企業メセナ協議会が発足しました。アドミカルがモデルとしてあったので、我々は企業メセナ協議会(KMK)をつくりやすかったわけです。

そこで我々としては、今度はアジアのさまざまな地域で、KMK をつくってはどうかという提案をしていきたいと考えました。すでに企業が手厚い文化振興をやっておられるマレーシアの方々に今回お越しいただきましたが、これから「KMK マレーシア」あるいは「KMK ASEAN」というものをつくっていくことを議論し、応援していきたいと考えています。先ほどイザンさんが、日本やフランスの知見を学びたいと仰いましたが、実は、マレーシアの企業メセナはとても進んでいます。その最先端に位置しているのが石油会社のペトロナスで、今日は、その総責任者をしておられるラヒムさんにお越しいただきましたので、プレゼンテーションをお願いしたいと思います。

**【ラヒム】**お招きいただきありがとうございます。私からは、ペトロナスがどのように芸術・文化を後援しているかをお話したいと思います。

ペトロナスは国営の石油企業で、マレーシア全ての石油とガスについてのアクセス権を管轄しています。石油法ができた後、マレーシア政府が重要な決定を下し、国営企業ではあるもののビジネス事業体として、1965年の企業法のもとで創業することになりました。多国籍企業で、炭鉱生産からガソリンスタンドの経営までやっています。我々のコンペティターとしては、大きなところでペトロブラス、シェルなどがあります。フォーチュンによると、現在100社のうち69位で、今は5万人の従業員を抱え、売上が1,010億、総資産が1,680億です。

我々のミッションは、国と人々の幸福に貢献すること、つまり利益はすべてマレーシアの人々に返すことです。ロイヤリティ、インテグリティ、プロフェッショナリズム、そして一貫性という共有の価値観を持ち、結束して仕事をするということです。世界50カ国で操業している収益を国と人々に返すというミッションは、企業市民としての責任であると思っています。市民が我々に託したものを返し、人々に貢献するという目的のために、ビジネスとしてどのように実行したらよいかというと、企業の社会的責任が大事だと思っています。我々がそれを実行するために幾つかの原理原則を持っています。まず、正しいことをやっているのだという信念です。2番目に、企業の責任というのは単なるフィランソピーではなく、開発であるということ。人がどのように自分自身を開発し、成長させていくのかということです。そして3番目に、長期にコミットすること。持続可能なやり方で、すべて人々のためにやる、ということです。

3億米ドルに相当するような予算をCSRに使っていますが、芸術文化活動について3つ紹介したいと思います。1点目は、デワン・フィルハーモニック・ペトロナスというオーケストラとマレーシア・フィルハーモニー・オーケストラに対する支援です。最初はコンサートホールもオーケストラもなく、インフラ投資から始めました。15年が経って、ユース・オーケストラをつくりました。マレーシアとして最初の女性指揮者を指名し、彼女はいまドイツでも指揮をしています。女性のロックスターを招いて

コンサートを開催したこともありましたが、2013年には15歳の天才ピアニストを連れてハノイへ巡行するなど、国際的なツアーも実施しました。また、病院など、さまざまなところでミュージックセラピーもやっています。さらに、スタッフの子供たちも巻き込んだ教育活動も行っています。いわゆるストリートアートやサイエンス・フェスティバルのほか、ワークショップを開いてトークを行ったり、学校に行ったり、コミュニティに出ていったり、子供の両親に対するプログラムも展開しています。我々のこうした関わりは、さらにニコ・ラスバークやルイス・ハミルトンと一緒にペインティングを行ったり、自分たちのプロダクションとの提携やコンクールも実施しています。

2番目はギャラリー・ペトロナスで、私はここに所属しています。1992年に、マレーシアの近現代芸術の発展のためにつくられた組織です。まだ1,500点ぐらいの所蔵作品しかありませんが、それをいま増やしています。フォースター・アンド・パートナーの主催で行われた建築の展覧会では、スペインの染色家の作品を出しました。2010年からは新たに写真の展覧会も始めましたし、クロアチアや釜山などに所蔵作品の貸出もしています。

最後に、ペトロナス・グラントという、伝統的な芸術や文化に対する助成金があります。舞台芸術に対してはペトロナス・パフォーミング・アート・グループ(PPAG)をつくり、伝統文化を継承していくために活動するとともに、ローカルの芸術をもとに独自の作品を作り上げています。また、マイヨンという伝統的なダンスの組織もありますし、さまざまな民族芸能のワークショップも行っています。ボルネオ・ツアーのワークショップでは、我々のオーケストラと一緒にフォークアートパフォーマンスを行いました。

こうした我々の音楽、ギャラリー、舞台芸術の促進に対して、マレーシア首相賞を贈られました。

**【加藤】**ペトロナス社は、利益が非常に大きいから文化活動をやるに違いないのですが、もっと重要なことは、会社の考え方やハードとソフトのバランスの良さで、そこに感動しました。実はペトロナスではオーケストラのためのホールをつくっておられます。日本でも文化施設を持つ企業は多くありますが、ペトロナスでは同時にオーケストラそのものを雇用しているわけです。100人を超える演奏家を雇用し、管理部門も20名ぐらい雇用しています。さらにユース・オーケストラを加えて、その人たちの教育もし、さまざまなワークショップを実施しているのはご紹介された通りです。

企業活動になぞらえて言うと、文化支援というのは販売だけではなく、その前に製造工程があり、さらに手前に研究・開発があって、研究・開発と製造と販売が一体化していくと、文化支援はうまくいくのです。けれども、我々はどうしても販売部分、展覧会やコンサートを観客の皆さんに提供する部分を強調したがるわけです。この部分さえやれば文化を支援しているような錯覚をしますが、もっと大事なのは発表する以前の「製造」の部分です。アーティストが創り出さなければ発表もできないわけで、そのことに企業として早くから目をつけて、きちんと対応しておられるのが素晴らしいと思います。

ここでロールさんにお聞きします。アドミカルは企業中心ながらも個人の社会的な活動に広がってきていると仰いましたが、どうして個人に広がっているのかをお話いただけますか。

**【ロール】**個人は少し前からフィンソロピーに参加してきました。我々は企業が市民社会をサポートすることを奨励していますが、特に、起業家の方々との結びつきを構築してほしいとお願いしていま

す。企業のフィランソロピー活動は起業家とともに行われることが少ないからです。企業のフィランソロピーのネットワークに起業家の方々に入ってもらおうとしていますし、個人の財団、起業家の家族の財団などにもネットワークに加わっていただいています。

フランスは福祉国家としての歴史があり、非常に強い中央集権政府があります。一方で民間セクター、つまり個人と企業があり、市民社会の活動を支えるうえで大きな役割を果たすようになってきました。2003年にフィランソロピーに関する重要な法律が制定された際、当時の大臣が、個人を含めた全員が公益に参加する権利を持っていると発言しました。新しいフィランソロピーの時代がここで始まったと思います。歴史的には長らく、富裕層の人たちがフィランソロピーに参加するということはありませんでしたが、フランス人はあまりお金について話したがらず、オープンにせずに参加していました。それが今、新しいフィランソロピーの世代が生まれています。起業家が大きな利益を生み出すようになり、その利益を還元したいと考えたわけです。アメリカはそうした考え方が強いと思いますが、フランスでも、起業家がビジネスを営んでいる間、あるいは退職した後に財団をつくったりして、いろいろな活動を支えたいと考える人が多くいます。

数か月前に300人ぐらいの起業家に対して、フィランソロピーをどのようにやっているかについてインタビューしたところ、何か具体的な結果をもたらすものをやりたい方が多いということがわかりました。何十年も待って成果が生まれるものではなく、短期的なインパクトがあるものをしたいのです。企業においてもそうした志向があるようです。コーポレート・フィランソロピーと起業家のフィランソロピーでは、起業家的な活動に結びつけたいということもあります。起業家は自分たちのビジネスの経験や企業を興すという経験、ネットワークを使いたいと考えています。お金を出すだけでなく、自分たちがやっていることに参加したいという気持ちの表れです。

**【加藤】**個人でも、事業を新しく起こして財を成していくような方々にメセナに参加してもらおうというのですが、その前提として、税制優遇が大きな役割を果たしていると思います。日本でも数年前に公益法人改革があって、公益活動に対する税の優遇は相当変化しています。そのことが、フィランソロピーやメセナに対するバックアップになっていると思います。

マレーシアの取り組みとして、先ほどペナン島の事例をご紹介いただきました。ペナンは、素晴らしいリゾート地も抱えつつ古いまち並みがあって、そうしたところを含めて、いろいろな活動がこれからも行われていくのだらうと思います。その中で、KMK マレーシアをぜひつくっていただきたいと思いますが、既に MyPAA という中間支援組織があるのだから、これをもう少し大きくして、いろいろな企業に参加していただければいいのではないかと思います。マレーシアにおいては、企業と個人の役割はどのように考えられていますか。

**【イザン・サトリナ】**我々はまだまだ歩き始めたばかり、幼児の状況です。マレーシアは独立して58年経ちますが、これから他の国に追いついていかなければならない部分が多くあります。企業の文化支援に関しては、ビジュアルアーツや伝統文化の保存には多少の支援が出ていますが、現在のところ最低限のレベルです。コマーシャルアーツ、これはビジュアルアーツの分野ですが、価値が理解されているため支援があります。コンテンポラリーアートに関しては、企業からも個人からも、あまり支援がありません。なかなか理解できないものに支援はできない、投資がなされないという状況



です。ですから、より多くの方がコンテンポラリーアートを支援してくれるよう促そうと考えています。

また現在のところ、税制もそれほど整備されていません。政策はあり、多くの方がそれを知っていますが、便益を享受できていない状況です。マレーシアの人々は無料のものが大好きです。どこでも同じかもしれませんが、お金を払わずに何かを得ることが好きなわけです。ですから、マレーシアで企画したさまざまなフェスティバルや国際美術展などは、ほとんど無料か、安い入場料で開催しています。しかし、そういう背景で収入源がとても少ないため、アートフェスティバルやそれに関わる組織の継続性を保つのが大変難しい状況にあります。

まだまだ改善が必要な側面は残っています。民間セクターだけでなく、同じように重要なのは政府の関与です。ですから、フランスや日本からもマレーシアに来ていただいて、KMK マレーシアとしてペトロナスに支援していただければ、今後、大きく前進していくのではないかと思います。

**【加藤】**企業がなぜ文化に深く関わってきたか、今も関わろうとしているか、更に今後関わろうとするかをあらためて考えると、長い歴史がある企業もそうですが、企業は新しく事業を起こす場合、いつもイノベーションしていなければならない。つまり、企業は毎日毎日、昨日と今日を変えていくことを頑張ります。昨日と同じことを今日また繰り返すというのは、企業の発展を阻害するからです。この点からも、企業は常に新しい表現、新しい活動、若い人たちのコンテンポラリーな表現などに関心を持ち得る余地がある。もちろん、最初はなかなか親しみにくいということもありますが、それを乗り越えて接していくと、そのことが企業の考え方にとっても非常に役立っていく。

そういう意味で、ロールさんがアントレプレナーを重視していると指摘された点、またイザンさんが新しい表現活動に今後さらに力を入れていきたいと仰った点に、とても共感できました。今後とも企業は新たな取り組みにチャレンジしていくべきだし、実は、一般に考えられているより、遥かにその方向に向いているのだということを伝えさせていただいて、第 1 のセッションを終わります。皆さん、ありがとうございました。