

危機の時代の芸術文化活動 コロナ禍における企業メセナ ～欧米の文化政策の特徴と企業メセナの最新事例から～

三上真理子

はじめに

2020年に世界を揺るがした新型コロナ感染症という未知のウィルスは、私たちの身体だけでなく、資本主義と民主主義という社会の急所にも容赦なく侵入した。持つものと持たざるものの差は拡がり、世界各地で横行する弱者の声が届かぬ統治システムへの苛立ちは、市民による抗議活動となって立ち現れた。文化芸術分野においても同様だ。

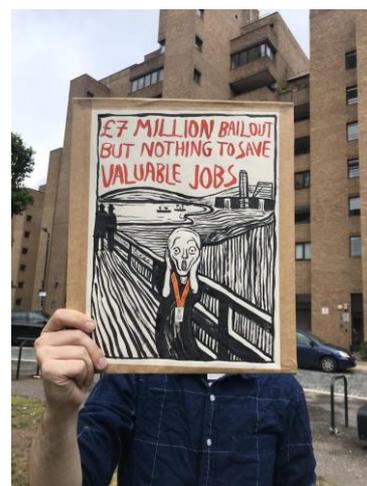
世界のリーディング美術館として英国で4つの国立美術館を運営するテイトグループの中で商業部門を担うテイトエンタープライズは、2020年夏、カフェやミュージアムショップで働く300人超の従業員の解雇を発表した。従業員には女性、エスニックマイノリティや移民も多いという。ロンドンの現代美術を扱うテイトモダンの前では1ヶ月以上に渡る抗議活動が繰り広げられ、ターナー賞受賞者を含む世界中のアーティストの署名が添えられた公開書簡がテイトグループに向けて提出された¹。政府からテイトグループに支給された特別緊急支援金700万ポンド(約9億7300万円)の10%で、解雇対象となっている313人の従業員を雇い続けられるはずだ、10万英国ポンド(約1390万円)以上の給与を得る上級スタッフではなく、解雇対象者は低賃金労働者なのだからと、憤りを露わにした²。

ロンドンでのこの事件は、英国特有の文化政策と文化産業特有の労働環境を示唆する³。芸術の自立性を保持するために、英国では国からの文化産業に対する財政支援が限定されており、公的な補助金を得るには、同規模の財源を自力で調達することが求められてきた。テイトグループは、公的なコレクションを扱いつつも、国から独立した組織であるため、チケット等販売による売上収入は生命線でもある。また、社会や分野による程度の違いはあるものの、文化産業を根幹で支えている制作者や表現者を始めとする文化芸術活動への従事者は、プロジェクトベースで働き、生計を立てるフリーランスである割合が高い⁴。感性的・創造的生産性に価値を置くこの業界も、作品は商品、労働力は資本とい

う自由市場資本主義のルールから自由になれない。

民主主義と自由市場資本主義の関係を政府と企業の関係から研究するレベッカ・ヘンダーソンは、民主主義を「政府が暴政に転落したり、その過程で市場を統制したりしないようにする重石」と定義するが、現在、世界中でこの重石が外れかけている。「民主的な政府がガードレールを提供してくれなければ(…)利益を生み出す効率的な機械である企業は、いずれ自らの成功を傷つけることになる」と指摘する⁵。政府と企業は、対立し、傷つけ合うあうものではなく、相互に刺激し、補完し、人々が安心して暮らせるような社会の土台造りを共に担っている。

本レポートでは、行政と企業の文化芸術支援活動に注目し、危機の時代の文化芸術を社会との関係の中から考察するヒントを提供することを目指す。前半では、筆者が暮らすドイツでの新型コロナウイルスに対する文化政策を出発点とし、米国、英国を比較対象として取り上げる。国ごとの芸術文化支援をめぐる行政、民間の基本的な特徴を概略することで、国や地域による千差万別な文化政策のあり方を明らかにする。後半では、新型コロナウイルスに対する企業のユニークなメセナ活動を紹介し、企業が、経済活動だけでなくコミュニティビルディングや価値観創出において重要な役割を担っていること、またビジネスの中身がメセナ活動にとってもより重要である理由、そして一企業のメセナ活動が、持続可能な世界の創出に果たす役割について見ていく。なお、出てくるデータはすべて本レポート執筆時の2020年12月から2021年3月時点の情報であることを留意されたい。



ロンドンのテイトモダン前で抗議活動をする従業員や支援者たち
写真提供 (左) Justice for Workers [Goldsmith] @CleanersFor. (右) Twitter

十人十色の文化政策（1）大陸ヨーロッパ型 ドイツの場合

なぜ国が文化芸術を支援するのか？この根本的な問いに対して力強い回答を発信し続けたのが、ドイツのモニカ・グリュッターズ文化メディア国务大臣だ。ドイツでは2015年の欧州難民危機が引き金となり、移民・難民政策をめぐる議論が白熱、移民排斥と愛国心を掲げる政党が支持率を上げ、数値的にも日常生活の実体験としても、社会の分断を感じる機会が増えていた。こうした背景から、グリュッターズ国务大臣は、文化芸術が前提とする表現の多様性を認め合うことこそが民主主義の根幹であると繰り返し主張してきた。新型コロナウイルス感染症が対岸の火事ではなくなった2020年4月以降は、アーティストを社会の生命維持に不可欠な存在とたびたび力説し、文化芸術の従事者に向けて、個人が応募できる即時支援から文化施設や団体向けの再開のための支援など、段階に合わせた施策を次々と打ち出した。

2020年3月には、零細企業、独立事業主への緊急給付金提供を、文化芸術領域にも適用できるようにし、ドイツ全土で総額500億ユーロ（約6兆3000億円）規模の即時支援策が打ち出された。これによってアーティストをはじめ、フリーランスの美術修復家やパフォーマー、技術スタッフなどの文化芸術従事者も給付金を受けられるようになった⁶。2020年7月以降は、人件費やアトリエの賃料など固定費がかかる個人・団体向けの支援策が続けられ、2021年2月には、固定費のかからないアーティストを含む独立事業主向けの支援策が新たに打ち出された。2020年7月中旬には、文化施設や文化イベントの再開のために10億ユーロ（約1260億円）規模のプログラム「NEUSTART KULTUR」が打ち出された⁷。当プログラムの採択率が2-3割に留まっていること、また予想外に長引くコロナの状況から、グリュッターズ国务大臣は新たな措置を講じる姿勢を示している⁸。さらに長期化する事態を踏まえ、2021年の連邦政府の文化予算の拡充を要求し、史上最高額の21億4000万ユーロ（約2696億円）の予算が確定した⁹。

連邦政府によるこうした矢継ぎ早の支援策は、ドイツにとっていかに非常事態であったかを映し出している。州政府・地方自治体が強い権限を持つ文化分権主義を採るドイツでは、平時であれば、中央政府の力は抑制されるはずだからだ。国の成り立ちからしても、同国での連邦制の歴史は長い。ナチスが政権を握っていた時代、一時的に中央集権的な国家主導の文化政策がとられたが、これは文化芸術の支援ではなく統制と呼ぶべきものであった。その結果、第二

次世界対戦敗戦後、西側では文化分権主義が採用され、現在に至っている。グリッターズ国務大臣のポジションにも、中央政府の介入を制限するという文化政策が反映されている。便宜的に「国務大臣」という通称が用いられるが、正式には「首相府直属国務大臣および連邦政府の文化メディア委任官」であり、ドイツには、日本の文化庁、フランスの文化省、英国のデジタル・文化・メディア・スポーツ省のような文化芸術を司る省庁は存在しない。委任官の役割は首相府に割り当てられた文化メディア政策の予算を執行することであり、議決権は持たない。本ポストが設立されたのは1998年と新しく、ドイツ統一に伴い旧東独の文化支援を連邦レベルで取り組むためであった。ドイツにとって文化・クリエイティブ産業は、自動車、機械に次ぐ第三に大きな産業であり¹⁰、平時であれば、連邦政府の文化・クリエイティブ産業に対する公的文化歳出額は13.5%程度に過ぎず、州政府および地方自治体の予算が8割以上を占めている（表1及び2参照）。

コロナ禍というドイツ全土を襲った危機を契機に、文化産業においても連邦政府のプレゼンスは高まったが、だからといって州政府や地方自治体が存在感を潜めているわけではない。独自の財源を用いた奨学金や給付金が各地で打ち出され、地域に根ざした支援が実施された。例えば、筆者が住むノルトライン＝ヴェストファーレン州では、実現可能度よりアイデアが評価されるアートプロジェクトへの助成金、芸術家のための社会保障（KSK）加入者が受けられる特別給付金、またアーティスト以外の文化芸術分野での従事者向けの奨学金など、様々なプログラムが発表された¹¹。

連邦制で文化分権主義が取られているドイツのように、国や地域自治体など公的機関主導の文化政策は、大陸ヨーロッパ諸国に共通して見られる。EU加盟27カ国の国家予算に占める文化予算の割合は平均1%と報告されている¹²。フランスは、国家予算に占める文化予算の割合が高いことで日本でもよく引き合いに出されるが、EU加盟国の中ではちょうど平均値というところだ。ラトビア、ハンガリー、リトアニアでは、国家予算に占める文化予算の割合はいずれも2%を上回っている。宗教的な背景を考慮する必要はあるが、一般的にEU加盟の東欧諸国では西欧諸国よりも文化予算の国家予算に占める割合が高い傾向にある。

十人十色の文化政策（2）民間主導の米国型

公的機関主導の大陸ヨーロッパ型の文化政策と異なり、公的機関からの介入を最小限に留め、市場と市民主体の文化政策を行うのが米国である。同国では、ドイツと同様に連邦制が採用され、いわゆる文化省に当たる省庁は存在せず、文化は市民によって支えられるものという認識が広く共有されている。しかし大きく異なるのは、非営利団体を中心とした民間セクターからの寄付に基づく文化政策が実施されてきた点だ。エンターテインメントと文化ビジネスが盛んな米国では、非商業的な文化活動はすべて非営利の活動として認定される。非営利活動を行う NPO 団体に対する寄付金は、税制上の優遇を受けられるため、寄付者にとっても NPO 団体にとってもメリットがある¹³。ニューヨーク近代美術館やメトロポリタン美術館も非営利団体であり、財源の多くは個人や企業による民間からの寄付によるものだ。国家予算に占める文化予算の割合は、先述の通り大陸ヨーロッパ型の文化政策をとる地域では平均 1%と報告されているが、米国ではわずか 0.02%に過ぎない。一方で民間からの非営利の文化芸術活動への支援総額は 195 億ドル（2 兆 211 億円）と米国連邦予算の約 14 倍あり、とりわけ個人からの寄付が突出している¹⁴（表 1 及び 2 参照）。

そんなアメリカでも、新型コロナウイルス感染症による甚大な影響を受け、民間主導の文化政策に対する懐疑的な声も上がってきている。Americans for the Arts の 2021 年 3 月のデータによると、従業員やスタッフの解雇を余儀なくされた非営利の文化芸術団体は 46%に登り、アーティストや表現者で完全に失職した人は 63%に上る¹⁵。教育や福祉など他の分野の非営利団体と比べても、文化芸術団体の失業率が高いことが示されている。新型コロナウイルス感染症の蔓延を受け、アンドリュー・W. メロン財団やゲッティ財団など、民間セクター側も支援の手を差し伸べる姿勢を示しているが¹⁶、Americans for the Arts の報告によれば、多くの非営利団体は民間からの寄付金の将来的な減額を懸念している。寄付金を集めやすい大型の文化機関だけでなく、中小の団体やアーティストが活動を継続できるような持続可能な環境を構築するには、運営資金として使用可能な連邦政府による長期的かつ安定した支援が必要ではないかという声が高まっている¹⁷。

十人十色の文化政策（3）バランス重視の英国型

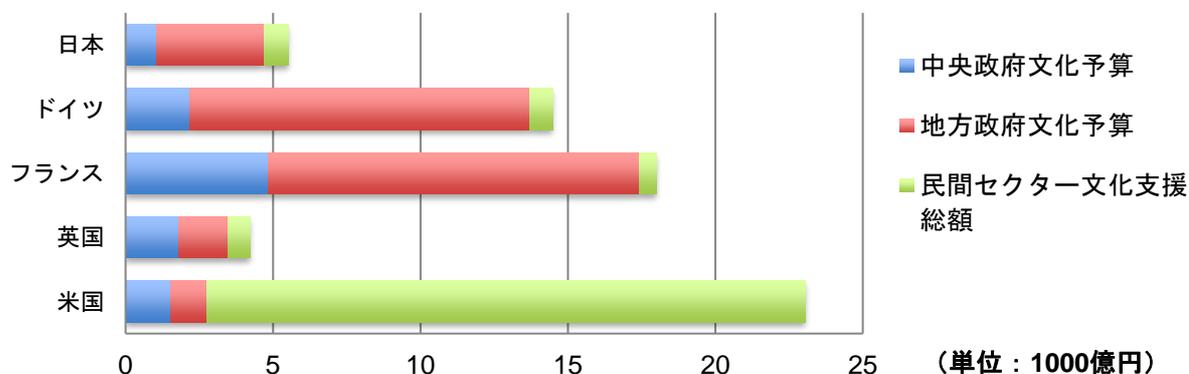
文化産業に対する公的な財政支援の拡充を望む声は、ブレグジットを経た英国からも聞こえてくる。英国では、王国貴族の庇護と豊かな市民層による自主的支援がなされてきた歴史を背景に、芸術文化の独立と表現の自由を確保するという「アームスレングスの法則」が採られ、国からの財政支援は制限されてきた。公的な補助金を受ける時は、その金額と同等の財源を自ら調達するマッチングファンドが基本である。文化芸術団体の収入総額の内訳を見ると、52%がチケット収入などの自助努力による売上であり、15%が民間からの支援、公的な財源は収入の33%に過ぎない¹⁸。チケット収入に頼らざるをえない体質では、コロナ禍により来場者が激減した分のダメージは大きい。冒頭に挙げたテイトグループだけでなく、ヴィクトリア&アルバート博物館など国立のリーディング美術館でも、国立という冠を与えられているものの、国からの文化芸術分野への支援金（総額15.7億ポンド、約2,182億円）が切れた時点で従業員の大規模な解雇を行わざるをえなくなったが、背景にはこうした英国独特の文化政策がある。

2007年の金融危機以降、英国の文化予算は10年間で35%ほど減少した一方で¹⁹、英国政府の文化予算の約半分に届く規模で重要な財源となっているのが民間セクターからの支援である。2017-18年時点では民間セクターによる支援総額は5億4500万ポンド（約758億円）と算出されている（表1及び2参照）。支援主体としては個人と財団で8割を超えている。英国での民間の慈善活動は全般的に増加傾向にあるが、文化芸術は、福祉や貧困支援など優先順位の高い社会課題の陰に追いやられており、文化芸術への支援は寄付総額の1%程度とされる²⁰。

国や地方政府などの公的機関、民間セクター、売上収入という複数の財源をバランスよく組み合わせているが、新型コロナウイルスのように、そもそも売上が出せないような状況に置かれてしまうと、従業員の解雇などに追いやられてしまう。こうした点からも、自国政府による長期的な運営資金への支援を求める文化芸術従事者たちの声は高まっている²¹。

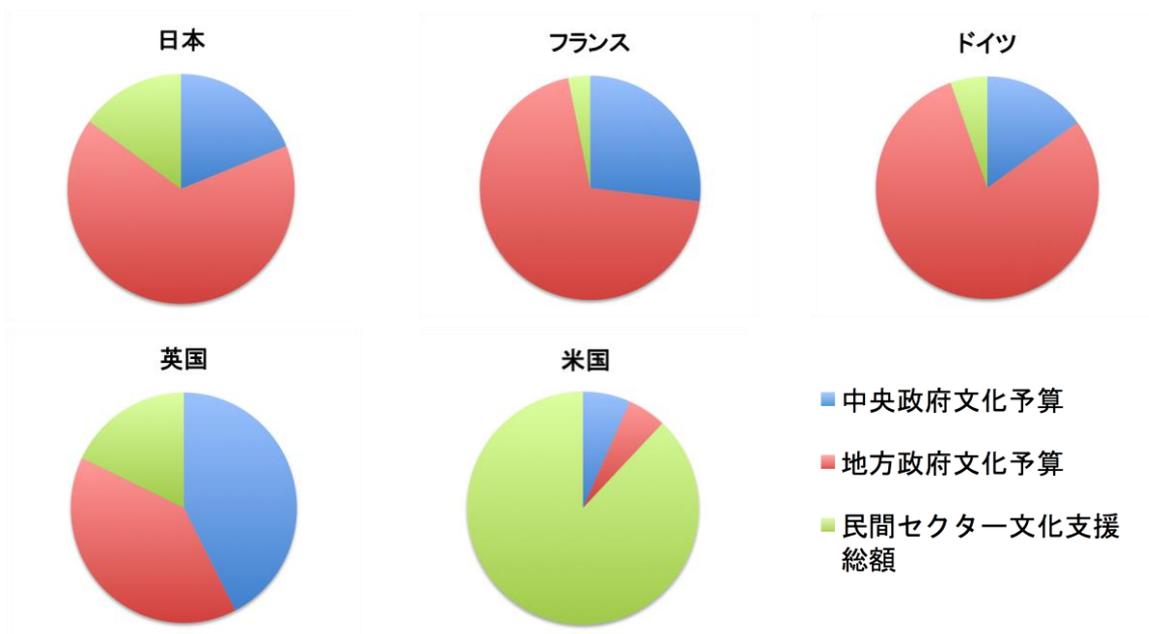
【表 1】文化関係予算規模 国別比較

各国の中央政府、地方政府、及び民間セクターからの文化支援額を日本円で独自に算出



【表 2】国別の文化関係支援額の傾向

中央政府、地方政府、及び民間セクターからの文化支援総額を 100%とした時の比率



(注) 両表とも 2012 年から 2018 年の異なるデータ参照年が混在しているため、あくまで傾向と凡その規模を見るための参考資料と捉えていただきたい。データ参照元など詳細は、本論考末尾の「各国文化政策及び民間セクターの文化芸術支援比較表」を参照のこと。

コロナ危機に対する民間セクターのメセナ活動

これまで、ドイツ、米国、英国の文化政策のおおまかな特徴を行政の仕組みに重点を置いて見てきたが、では、新型コロナウイルス感染症に対して民間からはどのような動きがあっただろうか？社会貢献の一環として行われる企業、財団、個人など民間からの文化芸術支援活動、すなわちメセナ活動は、公的機関による文化政策とも呼応して時代や地域でのグラデーションがありつつも、地域共同体の文化芸術活動を支える重要な存在であり続けてきた。企業の事業規模や支援内容は様々であるが、以下ではグローバル大企業と地域密着の中小企業による、金銭的な支援からデジタル化のための技能支援や地域振興の支援まで、コロナ禍で行われた企業メセナのユニークな事例を紹介する。

コロナ禍での企業からの応答（1）グローバル大企業



フォルクス・ヴァーゲン社「ART 4 ALL」より United We Stream（キャプチャ画面）

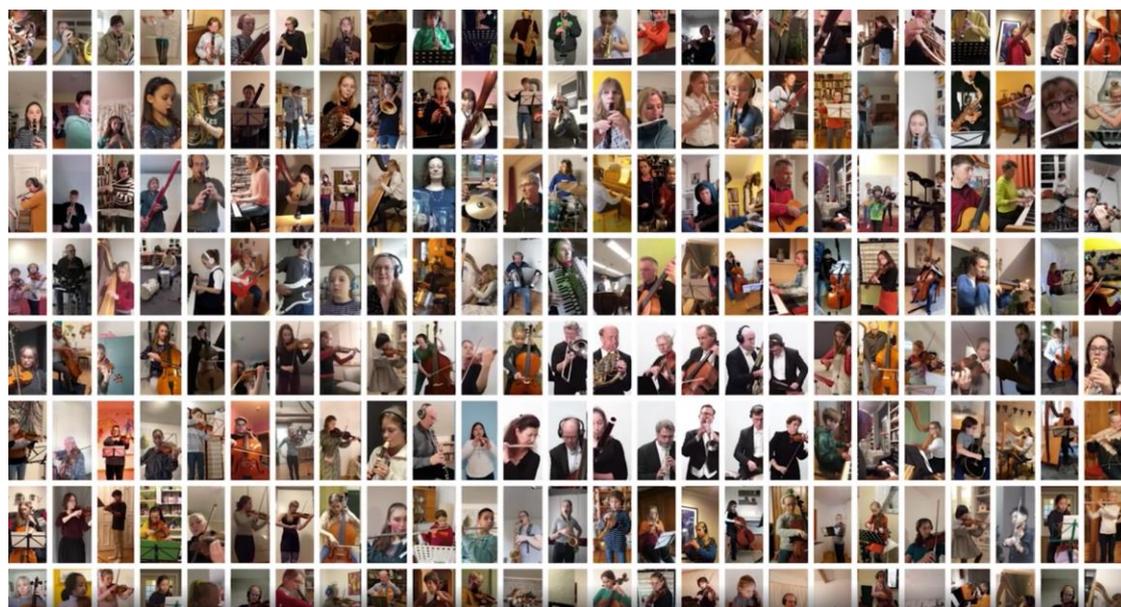
ドイツのフォルクス・ヴァーゲン社は、各地の美術館と協力し、入場料を無料にする「すべての人にアートを（ART 4 ALL）」プログラムをドイツ全土で実施している。その一つであるベルリンのハンブルガーバーンホフ現代美術館では、コロナ禍で困窮するベルリンのクラブシーンを救うためのオンラインプラットフォーム United We Stream と協力し、この入場無料プログラムをオンラインの特別企画へと昇華した。閉館中のオーディエンスのいない展示室内に、ミュージシャンやDJを招いてライブパフォーマンスを中継した。カメラを通してみる展示室内は普段とは違った視点をもたらし、音楽とテンポよく共演するユニークなアート体験を提供した。クラブが文化として根付いているこの街らしいプログラムで、アート好きからテクノ好きまで異なる嗜好を持つオーディ

エンスを惹きつけた²²。

米国アドビ社は、フォロシヨップやイラストレーターなど同社のクリエイティブ系ソフトを活用して作品を制作するアーティストやクリエイターを対象としたデジタルレジデンスを平時より提供してきた。コロナ禍を受けて、レジデンスの受け入れ枠を増やすことで、表現者たちの支援を行った。また、地元地域の非営利団体にエンジニアの社員を派遣することで、コロナ禍で需要が加速したデジタル化のための技能サポートを無償で行うサービスを提供した²³。

コロナ禍を受け需要が高まったオンラインの音楽配信サービス企業は、サービスの要でもあるコンテンツ制作者に対する緊急支援を行った。動画配信サービスのネットフリックス社は、世界各地の映像放映団体と協力し、同社の映画製作に関わっているフリーランスの製作者を始め、技術者からメイクアップアーティストまで、困窮する映画関係者に対して1億ドル（約103億円）を越す緊急支援基金を立ち上げた²⁴。スウェーデンの音楽配信企業スポティファイは、「COVID-19 Music Relief」を立ち上げ、世界各地の音楽家支援組織と提携し、オンラインで一般人から集めた寄付と同額（上限1000万ドル＝約10億3000万円）のマッチングファンド形式で提携先組織に分配した²⁵。

コロナ禍での企業からの応答（2）地域型大企業



dm と未来ラボによる「Music Lab」でビゼーの歌劇「カルメン」第1幕への前奏を思い思いに演じる参加者（キャプチャ画面）

ドイツ全土で展開する大手のドラッグストアチェーン dm は、ブレーメンを拠点にプロの音楽家と教育の現場を繋ぎ、音楽を通じたエンパワメントプロジェクトを実施してきた未来ラボ (ZukunftsLabor) と協力し、「ミュージックラボ (Music Lab)」を立ち上げた。誰もが一度は耳にしたことがある有名な交響曲を、ブレーメン室内管弦楽団のメンバーとともに、オーケストラの一員として演奏できるオンラインのプログラムだ。楽器を演奏できる人は当然のこと、できない人でも、楽譜を読めない人でも、大人も子供も、誰でも参加できるのが特徴だ。チュートリアルに従って自分が写っている演奏の映像を提出すると、未来ラボのスタッフにより他の参加者の映像とコラージュされ、後日オンラインで公表される。食器や食べ物、身体を楽器代わりに演奏したり、あるいは踊ったり歌ったりして参加する人もおり、通常のクラシックコンサートでは見られないようなユニークなオーケストラ編成で目も楽しませてくれる。



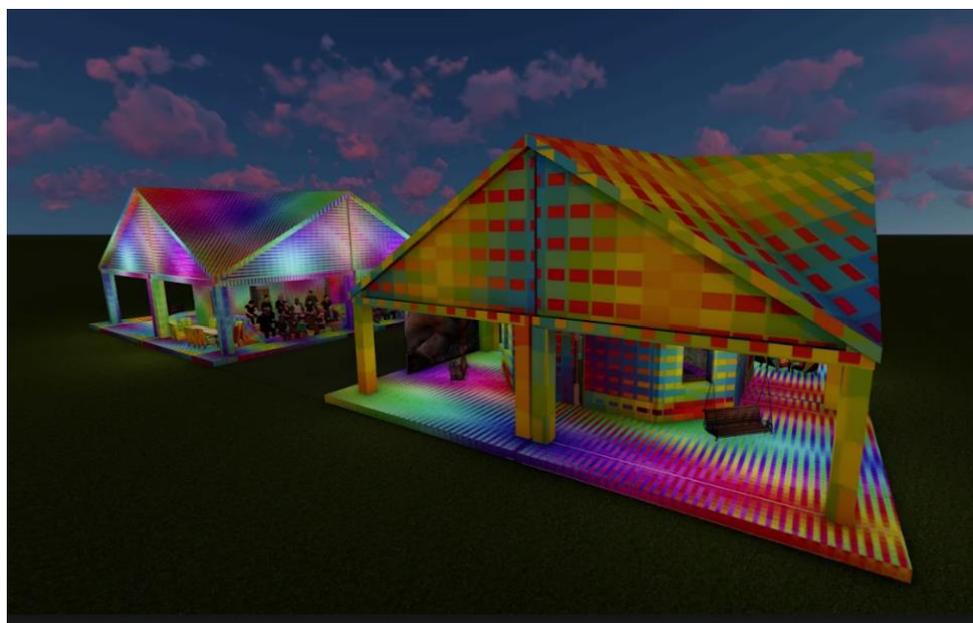
シュトゥットガルト空港で開催された「1：1コンサート」(同プロジェクトホームページより)

オンラインだからこそ可能な大多数の特設オーケストラに対し、演奏者と鑑賞者の1対1のライブコンサートを実施したプロジェクトもある。「1：1コンサート」は、音楽家と舞台芸術家、カルチュラルメディエーターから編成され

るチームが企画したプロジェクトで、コロナ禍で許容されるソーシャルディスタンスである 2 メートルの至近距離で演奏者と鑑賞者が向かい合わせに座り、10 分間、ソロの演奏が提供されるというものだ²⁶。このプロジェクトに賛同したシュトゥットガルト空港は、会場の一つとして場所を提供し、地域の交響楽団員と鑑賞者を招き入れた。通常コンサートが行われないような場所で演奏が、非日常感をより高めてくれる。現在では世界各地のオーケストラと支援組織で実施されている。

瓶入りでカフェイン多めな無添加コーラが看板商品であるフリッツコーラ社は、ドイツ全土にビジネスを広げる飲料企業である。カフェインが多めであることからライブ会場、野外フェスティバル、クラブなどで親しまれてきたが、コロナ禍を受け、大きく打撃を受けたクラブシーンをサポートするために、「クラブ救済者 (clubretter)」と書かれた T シャツを製作した。購入金額のうち 10 ユーロ (1260 円) が、フリッツコーラの拠点であるハンブルクのクラブ救済基金へ寄付される仕組みだ²⁷。

コロナ禍での企業からの応答 (3) 地域型中小企業



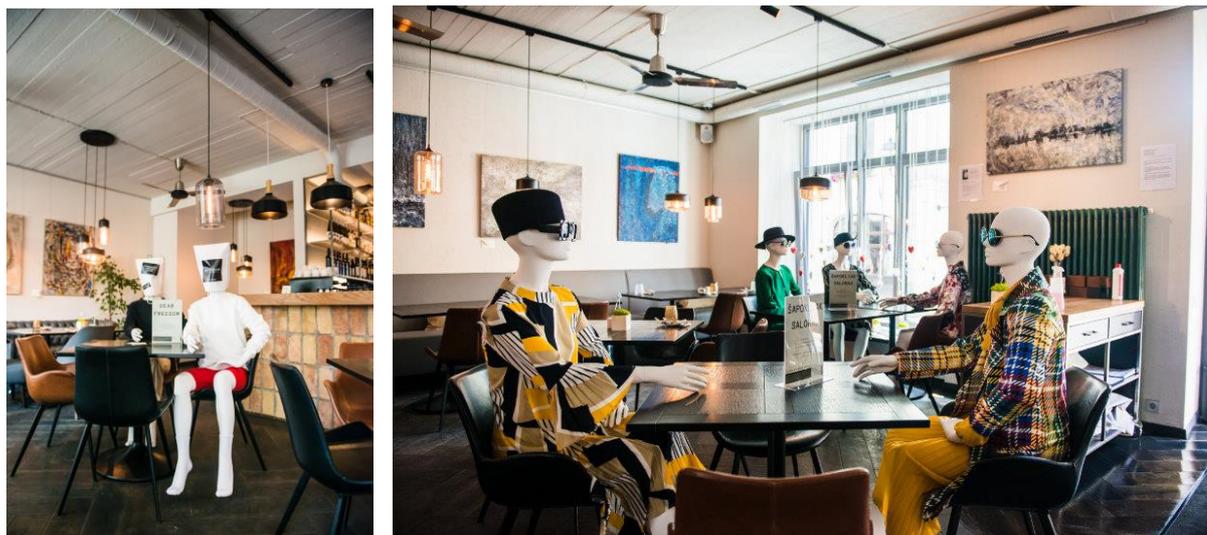
採用された Matthew Mazaottq のプロジェクト「NEIGHBORS」(Rbhu ウェブサイトより)

Rbhu は、アメリカのバーニングマンなど大規模な野外イベントで動く巨大彫刻等の制作を手がける会社である。コロナ禍を受け、巨大彫刻をつくるアーテ

ィストに対して、サイズを問わず彫刻の制作費の一部を請け負う「Rbhu Gives Back」プロジェクトを立ち上げた。アーティストとの協働こそが同社の強みであり、これまでの協働から得た技能とノウハウの蓄積を、アーティストに還元する試みだ。応募者は、巨大彫刻の構想を提出し、採択された作品に対して、構造分析や設計モデル制作や設置時の許可申請書類の作成などを含めた制作費総額 30,000 ドル（約 310 万円）分の役務が無償で提供された²⁸。

リトアニア首都ヴィリニュス市を拠点とする IDW は、ショーウィンドウや衣料品店に置かれるマネキンを専門に製作する会社である。コロナ禍を受け、フィジカル・ディスタンスを逆手に取り、飲食店の間引かれるべき椅子にマネキンを設置し、地元デザイナーによる服をまといわせ、コロナ禍だからできるユニークなランウェイを提供した²⁹。ヴィリニュスの旧市街にある飲食店、ブティック、ファッションデザイナーとの協力し、旧市街の複数の店舗で実施され、華やかさを転出した。

ニュルンベルクに拠点を置くグランドフィルム社は、芸術性の高い映画の制作や配給を行う会社である。コロナ禍を受け、#supportyourlocalcinema（地元の映画館をサポートしよう！）というドイツ各地で実施されたプロジェクトの一環で、地域密着型のミニシアターで上映予定であった芸術性の高い映画をオンラインの動画配信サービス VIMEO を使ってストリーミング配信した。鑑賞者が支払う「入場料」の 40%が、一時的に閉鎖を余儀なくされた地元のミニシアターに分配された³⁰。



地元デザイナーの新作で飲食店に彩りを添える IDW 社のマネキン達
(2020 年 5 月 25 日付 Lucire 誌より)

中小企業による地域密着型の支援

上で紹介した企業メセナの中でも、オンラインを活用した取り組みに加え、地域に根ざしたメセナ活動において印象的な取り組みが目立つ。とりわけ地域密着型の中小企業においては、企業自体が厳しい状況に置かれながらも、企業の中核となる価値観と親和性の高いメセナ活動を行っている。自社の価値観に裏付けられた動機から行動を起こすことは、その地域での存在感を高めることに繋がるだろう。小規模ながらもユニークなこうした取り組みは、企業は経済活動の要であるだけでなく、コミュニティの創出や非金銭的な価値形成においても重要な役割を果たすことを改めて気づかせてくれる。

コロナ前のデータにはなるが、ドイツ、フランスでは中小企業によるメセナ活動が近年増えていると報告されている。フランスの商工業メセナ推進協議会 ADMICAL によると、2014 年時点で従業員数 250 人以上の企業の活動資金が全体の 5 割以上のウェイトを占める一方で、実際の企業数では従業員数 10 人未満の小規模企業が約 8 割を占めている³¹。つまり、メセナ活動を行う企業の大半が小規模の企業であることがわかる。その背景に、フランスでは 2003 年の時の文化相の名前をとって通称「アイヤゴン法」と言われる税法改正を指摘することもできよう。本法改正により、メセナ活動を行う企業への税制面での優遇措置が強化され、現代美術や国宝の購入やコレクションを一般公開する場合には特別控除を受けられるようになった³²。その結果、2003 年以前は 2,000 社程度だったメセナ活動を行う企業数は 37,000 社にまで増え³³、メセナ活動費総額は 2002 年の 3 億 5000 万ユーロ（約 441 億円）から 2005 年には 10 億ユーロ（約 1260 億円）に増加したと報告されている³⁴。

ドイツ産業連盟（BDI）の芸術文化経済部会が 2008 年と 2018 年に行った企業メセナ活動の比較調査によると、寄付あるいはスポンサーシップにおける金銭的支援額と企業規模を調べたところ、この 10 年で、1 社あたりの支援金額が 1 万ユーロ（約 126 万円）を超える企業は減少しているが、1 万ユーロ以下の支援を行う企業は大きく増加した³⁵。5000 ユーロ（約 63 万円）以下の支援を行っている企業の半数は、従業員数 200 人以下の小規模企業である。またこうした小規模企業では、従業員の職能やノウハウなど専門性を用いた技術力の提供を大企業よりも頻繁に行っている。事業規模においてはドイツ全土、ヨーロッパ全土、あるいはグローバルに展開している企業が、文化芸術支援は地元周辺地域を対象にしているというデータを踏まえると、中小企業による地域に

特化した小規模な支援が増加傾向にあるといえよう。

なお、フランス、ドイツとも行政中心の文化政策がとられており、民間セクターによる文化芸術の支援額の割合は低いものの、両国とも一定の存在感を示している。フランスにおいては、約 4 億 6000 万ユーロ（約 580 億円）が民間によるメセナ活動への支出規模と算出され、国の文化予算の約 12%に相当する³⁶。ドイツでは、収益目的か社会貢献かの線引きが難しく、6 億ユーロ（約 756 億円）とも 19 億ユーロ（約 2394 億円）とも言われ、連邦政府の文化予算の約 38 から 118%に相当する³⁷（本論考末尾「各国文化政策及び民間セクターの文化芸術支援比較表」参照）。

社会と共に変化するメセナ活動

ドイツやフランスにおいて、小規模企業による小口の金銭的支援と非金銭的支援が増えてきた背景には、その地域特有の社会変化に加え、社会と連動して変化する企業メセナの考え方の展開と、時代による文化芸術概念の拡張という背景を指摘できよう。

第二次世界大戦後に欧米で芽生えた企業メセナ概念も、黎明期と現在では大きく変化してきた³⁸。1950 年から 60 年代には、より利他主義的で、企業トップによる個人的な趣味が反映された、従業員に対する福利厚生の一部という傾向が強かった。しかし、1980 年代になると、ビジネスのグローバル化と国際競争の激化を受け、メセナ活動は企業戦略の一部と位置付けられる³⁹。1990 年代以降は、環境問題や人権問題への関心の高まりとともに、グローバルレベルでの企業倫理が問われるようになり、CSR 活動が盛んになった。2010 年代以降は、CSV（Creating Shared Value: 共有価値の創造）⁴⁰や SDGs（Sustainable Development Goals: 持続可能な開発目標）など、社会的課題の解決に向けた創造的な取り組みが、メセナ活動においても求められるようになってきた。

メセナ活動が対象としてきた文化芸術が包摂する分野も、時代と呼応するように拡大してきた。ファインアートやクラシック音楽といったハイカルチャーだけでなく、大衆文化やアンダーグラウンドや複数分野を横断するような活動が幅広くアートとみなされるようになり、文化施設の代名詞である美術館や音楽ホールだけでなく、小規模なオルタナティブスペースやクラブ等も広く文化施設として認知されるようになった。グローバル化とテクノロジーの発展を背

景に、環境さえあれば誰もがアクセス可能なインターネットを活用した様々なコンテンツが生まれ、文化芸術への入口は激増し、オーディエンス層は拡大した。

ドイツ産業連盟によれば、難民問題、格差による社会の分断、都市のジェントリフィケーション、デジタル化、環境問題など、社会課題に取り組む企業メセナ活動がここ10年で増えている。メセナ活動の対象となる分野も、美術、音楽、ダンスといった古典的な文化芸術分野よりも、文化教育や異文化交流といった分野横断型の活動に対する支援が増えていると報告されている。地域に根ざしたメセナ活動を行っている企業が増えているという報告と合わせて考察すると、規模が小さくとも身近な社会課題に取り組もうとする企業像が見えてくるだろう。様々な要素が複雑に入り組み常に変化している社会の価値観に連動するように、メセナ活動も時代とともに確実に変化してきている。

同時代そして未来の他者への想像力

メセナ活動が同時代の価値観と連動しているということ象徴するような二つの出来事がある。かつて現代のメディチ家と言われ、美術館等への寄付活動で世界的に有名なサックラー家の一部が、中毒性が極めて高い鎮静剤オピオイドに手軽で安全という偽った印象を植え付け販売し、同薬剤の普及に関わっていたことが判明した。これを受けて、一家の主要な寄付先であった欧米を代表する文化施設—グッゲンハイム美術館、メトロポリタン美術館、英国ナショナルポートレートギャラリー等—は、何百万人という中毒者と過剰摂取による死亡者を出したこのオピオイド問題を放置したことへの抗議として、同家からの支援を辞退し始めた。また、昨今の地球温暖化や気候変動問題への関心の高まりは、国際石油資本企業からの支援を受けた美術館や展覧会などに対する批判と抗議活動を促してきた。ロンドンのテイトモダンでは2010年代にたびたび過激な抗議活動が繰り広げられ、石油メジャーのビーピー（BP）社は、抗議活動との因果関係は否定しているものの、26年に渡った同美術館へのスポンサーシップが打ち切られることになった⁴¹。また石油化学企業シェル社は、19年に渡ったヴァン・ゴッホ美術館との、6年に渡ったマウリッツハイス美術館との提携に終止符を打つことになり、オランダの重要な美術館との関係を終えることになった⁴²。いかに貴重な財源であったとしても、消費者の健康を害する商品を販

売している企業や地球環境の破壊に加担している企業からの「ダーティマネー」を拒む姿勢は、問題提起やビジョンの提示、そして感性を通じた共感を得意とする現代アート業界において特に強まっている。企業が文化芸術支援をしていけば良いという時代は過去のものになり、企業の中核となる価値観と社会課題に対する立場が問われるようになってきている。

むすび

新型コロナウイルス感染症の世界的蔓延は、社会の歪みや格差を可視化した。表現を変えれば、浮き彫りになった社会課題を考える機会が増えたということでもあろう。空気のように甘受してきた民主主義や自由市場資本主義が危機的状況に陥っている今こそ、その制度が誰のためのものなのか、社会の構成員には誰が含まれているのかを再考する時だ。危機の時代を利用して利益を生む人も、ただじっと耐えるしか選択肢がない人も、様々な立場の人々が入り組み合い暮らすこの社会が、真にサステイナブルであるためには、インクルーシブである必要がある。女性、移民、障がい者だけでなく、社会で生きづらさを抱えるあらゆる人、そして人間以外の地球上の全存在を含む「他者」への想像力、そして共感力が、今後ますます求められるだろう。言語や宗教が異なり、会えば憎しみ合うかもしれない人々の間でも取引を可能にするのがビジネスだ。また国家や共同体の枠を超え、真に個人と個人が向き合う可能性を有するのが文化芸術である。越境と他者とのコミュニケーションを本来得意とする企業が、感性の越境をもたらす文化芸術を支援することは、異なる他者を認め、多様で弾力性のある民主主義社会の創出に大きく貢献するはずだ。「社会創造」である企業メセナ活動は、この危機の時代にこそ欠いてはならないのではないだろうか。(了)

【参考資料】各国文化政策及び民間セクターの文化芸術支援比較表

	米国	英国	フランス	ドイツ	日本
文化を主に司る中央政府の組織	連邦政府の関わる文化関係機関（例 スミソニアン機構、ナショナルギャラリー、NEA等）	デジタル・文化・メディア・スポーツ省	文化省	文化メディア国務大臣	文化庁
文化政策の概要	連邦政府による文化への介入は限定的、非営利団体への民間からの寄付金に重点が置かれた完全に民間主流の文化政策。	中央政府による文化への介入は限定的。公的機関と民間セクターの両者が半分ずつのバランス重視の文化政策。	文化省と文化大臣の権限が強い中央集権型の文化政策。パリへの一極集中があるものの、地方都市での文化政策にも力を入れている。	連邦制で文化分権が取られ、平常時の文化歳出は州政府、地方自治体が85%以上を占める。地自政府と市民社会の力が強い。	中央集権型だが、東京をはじめ都市部の地方自治体による文化支援も活発。文化庁の京都移転は文化分権の一步と捉えられる。
歳出額 (上:現地通貨、下:円)	6兆0823億ドル 664兆5520億円	7324億ポンド 111兆7349億円	4109億ユーロ 55兆4139億円	3291億ユーロ 44兆3824億円	97兆7128億円
文化関連予算歳出額 (上:現地通貨、下:円)	13.99億ドル 1529億円	11.79億ポンド 1799億円	35.97億ユーロ 4851億円	16.12億ユーロ 2174億円	1043億円
国家予算に占める文化支出比率*1	0.02%	0.16%	0.88%	0.49%	0.11%
地方自治体の文化予算*1 (国の文化予算を100%とした時の比率)	1243億円 81%	1678億円 93%	1兆2583億円 259%	1兆1527億円 530%	3644億円 349%
民間セクターの文化支援総額 (国の文化予算を100%とした時の比率)	195億ドル*2 1394%	5億4500万ポンド*3 46%	4億6198ユーロ*4 13%	6億1500万~19億ユーロ*1 38%-118%	826億円*6 79%
民間メセナ活動の大まかな傾向	個人による寄付が多い。	個人、財団による支援が多い。	企業、財団による支援が多い。	企業、財団による支援が多い。	企業、財団による支援が多い。
企業メセナ活動への優遇税制措置*5	課税対象から10%を上限に控除。	財団への寄付は上限なく課税対象から控除。	法人税から公益事業への寄付額60%を売上高の0.5%を上限に控除。現代美術や国宝購入時の特別措置。一般公開される場合は、寄付額の90%等税額の50%を上限に控除。	課税対象の20%または売上高の0.4%を上限に課税対象から控除。	特定公益増進法人や認定NPO等への寄付に対して、特定寄付金額もしくは総所得の40%相当額から2000円を引いた金額を上限に控除。期間限定で企業版ふるさと納税も実施。
人口*7	3億2710万	6714万人	6499万人	8312万人	1億2720万人

*1 「諸外国における文化政策等の比較調査研究事業報告書」より2017年のデータ参照（文化庁委託業務、平成30年、株式会社シー・ディー・アイ）
各国通貨の円換算は上記報告書参照の「関税率法第4条の7に規定する財務省令で定める外国為替相場」（2018年2月18日～24日）に従い、
1GBP=152.56円、1USD=109.26円、1EUR=134.86円で計算。

*2 Giving USA 2019

*3 Arts Council England, Private Investment in Culture Survey, 2019

*4 Giving in Europe. The State of Research on Giving in 20 European Countries. (Lenthe Publishers. Amsterdam, 2017) フランスの国別レポート記載の2013年のデータを基に試算。

*5 Comparisons internationales, Ministère de la culture 及び日本については国税庁、内閣府地方創生推進事務局

*6 メセナ活動費総額と個人の「芸術文化・スポーツ」への寄付の合計。寄付白書2013より試算。

*7 United Nations, Populations Division, 2018

注釈一覧

1 テイトグループへの公開書簡の全文は[こちら](#)から閲覧可能。(以下、特に但し書きがない限り全て 2021 年 3 月 23 日アクセス) 国からの支援に加え、[クロエ・ダッフィールド財団](#)はコロナ禍に喘ぐ英国内の 21 の美術館、19 のギャラリーへ総額 250 万ポンドを寄付し、テイトグループには 30 万ポンドが寄付されたことが明らかになっている。

なお、2020 年 12 月にはテイトグループの[ホームページ](#)上でコロナにより例年の来場者 800 万が 100 万人にまで減り、チケット収入が大幅に減ったことで、人員削減を余儀なくされている実情が公開された。

2 1 英国ポンド=139 円 (関税定率法第 4 条の 7 に規定する財務省令で定める外国為替相場の適用期間令和 2 年 12 月 27 日から令和 3 年 1 月 2 日までに従い計算。以下同じ根拠為替を用いる)

3 現在では、EU や UNESCO 等国际機関が文化産業の経済効果を認めたことから、非営利を目的とした文化産業と営利目的のクリエイティブ産業を合わせた「文化・クリエイティブ産業」と用いられることが多い。本稿では、非営利の活動を重視する文脈では文化産業と記す。(Ruth Towse, *Advanced Introduction to Cultural Economics*, Edward Elgar Publishing, 2014)

4 EU27 か国では、文化・クリエイティブ産業従事者でのフリーランスの割合は 32%で、他の産業の平均 14%と比較して高い。(eurostat, [Culture statistic: cultural employment](#), 2019)

5 レベッカ・ヘンダーソン著、藤原朝子訳「企業には民主主義を再建する力と責任がある」『ハーバードビジネスレビュー』(ダイヤモンド社、2020 年 11 月号)

6 当初は経費に対する補助として設計され、スピーディーな対応をするため個人事業主には一律 9000 ユーロが振り込まれたが、固定費のない個人事業主は使用できないなど混乱が生じ、抗議を受けて、最終的には 2000 ユーロは返金免除されることになった。他にも給付金を騙し取る偽ウェブサイトの出現や返金を巡るプロセスの二転三転した情報など、給付金をめぐる混乱が起きた。2021 年秋頃までに返金手続きが完了する見込みという。

7 1 ユーロ=126 円で計算。

8 ドイツ連邦文化メディア委任官ウェブサイト及び „Grüters für neue Kultur-Hilfe: Brauchen weitere Milliarde“, *Zeit Online*, 8. Dezember 2020.

9 ドイツ連邦文化メディア委任官ウェブサイト。なお、近年ドイツの文化予算は右肩上がりであり、2013 年のモニカ・グリュッタース文化メディア委任官就任時と比べると 60%増、2008 年のアンゲラ・メルケル首相就任時から比較すると実に 85%増である。Naomi Rea, „[Germany Is Boosting Culture Budget By \\$140 Million Next Year](#)“, *artnet*, September 24, 2020.)

10 藤野一夫「コロナ時代のドイツは芸術・文化をどう守るか」『ドイツニュースダイジェスト』(1122 号、2020 年 5 月 22 日)

11 ノルトライン・ヴェストファーレン州独自の[文化芸術従事者向けプログラム](#)

12 文化サービス (Cultural Service) の割合であり、放送出版については含まれない。文化産業に含める分野は地域・研究により差異があり、厳密な比較ではない。(eurostat, [Culture statistics. Government expenditure on culture](#))

13 [フランス文化省](#)作成の寄付控除措置に対する各国比較表を参照した。

14 Giving USA 2019 より。文化芸術及び人文学への寄付を含む金額。1 米国ドル=103,65 円で計算。なお、対 GDP 比による個人寄付全般の 2016 年比較では、アメリカが 1.44%と第 2 位のニュージーランド 0.79%と比較しても突出している。なお、第 4 位は英国で 0.54%である。(CAF: Charities Aid Foundation, [Gross Domestic Philanthropy. An International Analysis of GDP, Tax and Giving](#), January 2016)

15 American for the Arts ではコロナによるインパクトの[アンケート](#)を取っており、毎週アップデートして公表している。

16 [アンドリュー・W. メロン財団](#)は、非営利の芸術及び人文系団体に追加で 2 億ドルの支援を発表し、[グッティエー財団](#)はロサンジェルス周辺の非営利の美術館やビジュアルアートの団体に 1000 万ドルの支援を、[フランケンサーラー財団](#)は全体で 500 万ドルの支援をそれぞれ発表した。

17 Mike Scutari, [Remake the Model. Philanthropy and Arts After Coronavirus](#), Inside Philanthropy, March 27, 2020.

-
- 18 Arts Council England, *Private Investment in Culture Survey 2019*
- 19 Robert Hewison, [How the UK Government Failed to Save the Arts](#), *artreview*, September 9 2020.
- 20 Rod Fisher, Country Profile, United Kingdom, England and Wales, *Compendium*, cultural policies and trends, March 2020, p.92.
- 21 Robert Hewison, *ibid.*
- 22 フォルクスヴァーゲン社[ホームページ](#)参照。
- 23 アドビ社[ホームページ](#)参照。
- 24 ネットフリックス社[ホームページ](#)参照。
- 25 スポティファイ社[ホームページ](#)参照。
- 26 1:1 Concert [ホームページ](#)参照。
- 27 フリッツコーラ社[ホームページ](#)参照。
- 28 Rbh社 [ホームページ](#)参照。
- 29 IDW 社[ホームページ](#)参照。
- 30 グランドフィルム社[ホームページ](#)参照。
- 31 ADMICAL, [Corporate philanthropy trends in France. Figures and practises](#) (2021年1月3日アクセス)
- 32 正式には「メセナ、任意団体、基金に関する2003年8月1日付法第2003-709号」。寄付額を課税対象所得から控除するのではなく、寄付額を所得税・法人税から控除するもの。なお、税務上の優遇措置を受けるには、現実的な支援であり、無償であり、また公益性があることが求められる。前掲のフランス文化省作成の寄付控除措置に対する各国比較表参照。
- 33 Laura Brower Hagood, [A Paradigm Change: The Case for Private Philanthropy in the Arts in Germany, the Netherlands, and France](#), 2016.
- 34 企業メセナ協議会「日本の芸術文化振興について、10の提言」2007年
- 35 Klaus Siebenhaar, Achim Müller, *Unternehmerische Kulturförderung in Deutschland*, Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im BDI e.V., 2019
- 36 フランスの国別レポート記載の2013年のデータを基に試算。*Giving in Europe. The State of Research on Giving in 20 European Countries*, Lenthe Publishers, Amsterdam, 2017.
- 37 「諸外国における文化政策等の比較調査研究事業報告書」(文化庁委託業務、2018年)の秋野有紀氏によるデータを参照。
- 38 現在のような形の企業メセナ活動は第二次世界大戦後の欧米で生まれ、日本では企業メセナ協議会が発足した1990年をメセナ元年と定めているが、例えばアンドリュー・カーネギー(1835-1919)、ソロモン・グッゲンハイム(1861-1949)、倉敷紡績の大原孫三郎(1880-1943)や資生堂の福原信三(1883-1948)など、実業家が文化芸術を支援していた歴史は戦前からある。
- 39 戦略的フィランソロピーと呼ばれる事業戦略として、マーケティングにフィランソロピーが結びついたビジネスモデルが生まれた。Tracy Grose, [Evolution of corporate philanthropy over time](#), Tracy Grose, March 26, 2019,
- 40 Mark R. Kramer and Marc W. Pfitzer, [“The Ecosystem of Shared Value”](#), *Harvard Business Review*, October 2016
- 41 Nadia Khomami, [BP to end Tate sponsorship after 26 years](#), *The Guardian*, 2016, March 11th
- 42 [“Van Gogh Museum Pulls Plug on Shell Sponsorship”](#), *FRIEZE*, 2018, August 30th