



メセナ白書'92

Association for Corporate Support of the Arts



社団法人 企業メセナ協議会

【お詫び】

編集実務の過程で、次の企業の〈メセナ活動基本方針〉の記述、および「メセナ活動についての具体的支援基準」が脱落してしまいました。ご回答をいただいた企業をはじめ、関係各位の皆様に多大なご迷惑をおかけしたことを深くお詫び申し上げます。

社団法人企業メセナ協議会
株式会社ぎょうせい

[旭硝子]

<メセナ活動基本方針>

(メセナに限らず社会文化貢献全般についてのコンセプトを検討中)

[朝日新聞社]

<メセナ活動基本方針>

1. 企業としての社会的使命あるいは公共サービス。
2. 社名、社業のイメージアップ。
3. 利益の社会還元(創業以来、年間総売り上げの1%を文化事業予算として投入してきたが、社会情勢の変化で近年この比率は低下)。

[鐘紡]

<メセナ活動基本方針>

1. 当社100年の歴史の過程において、当社「経営の根本精神」に沿い、具体的活動を推進してきたこと。
2. 1990年代、当社の主張である「芸術化産業宣言」の具現化の趣旨のもとに推進する。

[勸角証券]

<メセナ活動基本方針>

コーポレート・スローガン 「視点、あたらしく、あたたかく」(メセナ活動においても「あたらしい」ものを「あたたかく」応援していきたいと考えております。)

[キリンビール]

<メセナ活動基本方針>

1. 酒文化研究
2. 現代芸術支援
 - いまだ評価の定まらない若手芸術家を支援。
 - アワード展開、展覧会・発表のスペースの提供。
 - 舞台芸術の支援。

[山陰合同銀行]

<メセナ活動基本方針>

社会福祉活動を根本とし、万人向けの内容とする。

[サントリー]

<メセナ活動基本方針>

1. 創業者の鳥井信治郎が唱えた「利益三分主義」の精神に基づき、企業活動で得た利益の一部を社会に還元すべきという企業理念が生きている。
2. 本業である洋酒事業は、豊かな文化的土壌を必要としており、当社は創業以来一貫して、酒を通じて潤いと豊かさを持った様々な文化的な生活スタイルを提案してきた。1979年には「生活文化企業」を標榜した。企業活動自身が深く文化と結びついている独自の企業風土によって、当社のメセナ活動は支えられている。

[資生堂]

<メセナ活動基本方針>

1. 企業使命「新しい価値の発見と美しい生活文化創造」を背景に次代への「新しい試みに積極的に目を向け、評価の定まっていない質の高い芸術文化を支援していく」。
2. 支援活動の継続により、将来的にその成果が自らに帰ってくることを期待する。
3. 資金、人、場所の提供等幅広い支援方法をとる。

[十八銀行]

<メセナ活動基本方針>

地域の文化向上に資することを基本にしている。

[積水化学工業]

<メセナ活動基本方針>

社会貢献活動の重点領域として、

1. 学術研究に対する助成
2. 地域社会への貢献
3. 文化・芸術分野への援助
4. 環境保護活動への貢献 と定めております。

[ソニー]

<メセナ活動基本方針>

1. 社会をより豊かな楽しいものとするためには、多面的な文化・芸術活動が必要であり、そのためには国だけでなく、民間の援助も必要である。
2. 当社の事業活動の領域を考慮し、音楽分野を中心に活動する。
3. 活動は主に、当社が設立した財団を通して行っている。

[十勝毎日新聞社]

<メセナ活動基本方針>

地域の文化振興のために行う。

[日本生命]

<メセナ活動基本方針>

本社は生命保険事業の公共性を自覚し、古くより幅広く社会貢献活動に取り組んでいる。メセナについても、生活の豊かさを実現するうえで極めて重要と考えており、可能な範囲でオリジナリティーのあるものを、積極的に支援している。

[福島中央テレビ]

<メセナ活動基本方針>

放送事業という性格上、メセナ活動は必要不可欠なものと考えているが、まだまだ十分なものとは思っていない。

[フジカワ画廊]

<メセナ活動基本方針>

1. 公的展覧会への作品貸し出しおよび出品協力。
2. 現在、本当の芸術家で、いまだ十分な評価を得ていない作家達の作品を通して支援し続ける。
3. 国および公的美術館は、先進国に比べ極端に作品購入費が少ないため、当社に余裕がある時はできるだけ、資金および作品の寄付を行う。

[松下電器産業]

<メセナ活動基本方針>

「産業人タルノ本分ニ徹シ 社会生活ノ改善ト向上ヲ図リ 世界文化ノ進展ニ寄与センコトヲ期ス」との企業理念に基づき、本業を通しての社会への貢献と同時に、フィランソロピーとメセナ活動を通して、世界文化の進展に貢献することが基本的な考え方です。

[丸紅]

<メセナ活動基本方針>

社会貢献活動の一環として位置付けている。

[三井海上火災保険]

<メセナ活動基本方針>

特にない。要請のあった場合、個別に応否判断している。

[三菱信託銀行・三菱信託芸術文化財団]

＜メセナ活動基本方針＞

1. 当社の業績に左右されず、継続的なメセナ活動ができるよう、別法人である財団三菱信託芸術文化財団で展開する。
2. 支援対象は当面音楽芸術とし、音楽家等の専門家に選考してもらい、ビジネスを離れた純粋な支援活動とする。
3. オペラの練習所に体育館を提供するなど、有効な支援策を工夫する。

[山梨日日新聞社]

＜メセナ活動基本方針＞

当社は山梨における唯一の県紙としての自覚から、編集方針に芸術、文化、スポーツの育成振興を掲げ、紙面を通じて積極的な芸術文化活動の援助を展開している。これは金銭には換算できない支援活動として高い評価を得ている。

[ヤマハ]

＜メセナ活動基本方針＞

企 業 目 的：世界の人々の豊かな人生に貢献する。

基本的考え方：当社の基盤である音楽事業を中心に、各事業および事業外活動を含めて、ヤマハの独自性を大切にしながらメセナ活動に貢献する。

メセナ活動についての具体的支援基準

下記に収録したのは、今回の「メセナ活動実態調査」に際して、各企業から寄せられた「メセナ活動についての具体的支援基準」である。

- 「若手（学生等これからの世の中にデビューしていく人）の発掘、育成」がそのひとつとなっている。
- 地域社会に展開可能なものを支援する（単なる冠コンサートは今後減少させていく）。
- 1. スイスに関連ある活動を支援。
 - 2. 必ず社員や顧客を招待できるもの。
 - 3. 日本とスイスの文化の交流に役立つもの。
- 当面は、大阪の文化・芸術活動に特化して支援を行う。
- 本業の“オーディオ”、“ビジュアル”、“コミュニケーション”に関係の深い分野、つまり“音楽”、“美術”、“演劇”を重点支援分野と特定し、別途支援のために準備を行っております。
- 経常利益の1%を目途とする。
- 出品資格30歳迄のアーティストを対象とした公募による「フィラン大賞展」を開き、斯界の一般通念を廃し、出品料（会場費・審査手数料）、カタログ費等の費用の一切を作家に負担をかけない。その上受賞者若干名の作品を2～3年間で合計1,000万円相当分を買い取り支援する。
- 「たばこを中核とする生活文化」「クラシック音楽」の2本柱に限定し、かつ短期的なものではなく長期的なもので、単に経費支援だけのものは行わない。
- 支援する劇団側の年間及び公演演目と取り組む姿勢を検討し、基本的な考え方を十分理解された所とする。
- 主催・共催によるイベントは財団あるいは部門別に年度計画を持っている。支援・寄付等については案件ごとに判断。
- “人間と文化”というテーマです。
- 実際に見た上で評価基準書に照らして選択している。
- 先進性、継続性、●すぐれた創造性、●国際性、●社会貢献、●良質な芸術文化の育成。
- 日仏間の文化交流に資すると認められるものを主眼とすることを基準にそのつど決定。
- 独自の価値観に立つユニークな活動と継続性のあるもの。
 - 次代の創造に努力を惜しまない人々の活動。
- ①印刷技術・デザインに関連した内容、②印刷周辺の関連分野（写真・絵画・書・出版など）、
 - ③地域社会に還元できるものの3つを活動の対象領域とする。予算枠は特に設けない。
- 美術を中心とした文化の支援活動。
- 青少年の情操を育むために、お役に立てる活動、とりわけ舞台芸術を中心に文化活動を展開している。
- ①8mmや16mmで自由に製作される映画にスポットをあて、若い才能を発掘する。
 - ②若い才能を独自のバックアップシステムによって支援・育成させる。
 - ③興行採算的な基準から一般公開されにくい良質の映画作品を紹介する。
- コンテンポラリーアート支援。
 - 赤十字支援。
 - 馬術競技支援。
- アマチュアグループに発表の場を提供する（各地のママさんコーラスなど）。
 - 普段コンサートやミュージカルがあまり開催されない地域での開催を心掛ける（県庁所在地

以外で約94%開催)。

- 1. 継続して支援できること。
- 2. 企業の個性(企業文化)が出ること。
- 3. その企画を通じて文化提案ができること。
- 4. その企画の文化的高さ。
- 新規案件については、
 - ①絵画、クラシック音楽の分野で、②継続性があり、③若い人達への啓蒙に資する、または若い芸術家を育成する活動。
- 営利を目的とした活動、特定個人に対する支援は行わない。
- ①現時点で評価の定まっていないもの。
 - ②前衛的、現代的なもの。
 - ③わが社の企業理念と相通ずるもの。
- 経団連の1%(ワンパーセント)クラブにも加入しており、これを目途としている。
- 公序良俗に反することなく、地域文化に寄与するもの。
- その活動が公序良俗に反しないものであること。
- 地域の青少年の人材育成(財団活動)。
- 財団法人を組織して美術文化支援を行っている。
- PRの一環であるため、ある程度話題性、パブリシティの量、内外への波及効果との度合が基準となる。
- 1. 写真文化の助成、写真家の育成。
 - 2. 日本文化デザイン会議の支援と関連の助成。
 - 3. 画像処理・CG関連の研究開発の助成。
- プログラム分野は文化・社会・教育・地域社会、消費者問題、環境問題にわたる。具体的なプロジェクト・ベースのもの。公的機関、一般民間の協力体制によるもの。わが社の社員が参加する非営利団体の活動等を特に優先的に支援する。
- 1. 毎月1回日曜日に定期コンサートを行う。
 - 2. 年に一度夏にイベントが行われる。今年はサンセットコンサートがそのイベントへの協賛。
- 主として若手現代美術作家の展覧会開催を支援する。
 - 展覧会開催時に作成される印刷物の無料提供を可能な範囲内で支援する。
- 関連会社を母体として、年間予算をたてて支援している。
- 文化芸術等の振興に寄与されている者、あるいは将来性のある者(企業・個人・団体等)に対して助成を行う。
- 将来の日本で美術生涯教育の土壌となるべき根本の、豊かで優れたコレクションを一刻も早く充実させ、公開させるための潤滑油であること。
- 広報室を中心に社会貢献活動ガイドライン(含むメセナ)を作成中。
 - 本年4月頃制定予定(メセナ単独の支援基準ではない)。
- 美術・音楽・演劇等芸術分野を中心としているが、発生のつど検討する。
- 広報部内に社会貢献室を設置('91.7月)。
 - 現代芸術支援として、多目的ホールを中心とした複合文化施設での活動。
- 活動対象を意匠建築インテリアデザインに限定している。
 - 暮らしと水に関する資料に限定し、収集・開架を行っている。
- 電波媒体での活用。
- 教育・文化・芸術及び学術の研究ならびにその普及に活躍する、個人または団体に対する助成。
 - 上記に関する講演会・研究会や出版物の刊行に対する助成。

- 名古屋フィルハーモニー交響楽団の育成。
- 特にあると言えないが、強いて言えばアマチュアリズムの振興を主にしている。
- ここ数年間基本的にアメリカ文化の紹介。
 - 当社の企業文化に合うもの。
- 当社事業に関連するグラフィックデザイン・写真・アートマネジメント教育。
- コンサート及び音楽賞を通じ、主として若手音楽家への活動の場を提供し、その活動を支援することにより、これらクラシック音楽家育成の一端を担う。
- 1. 基準は特に作らない方針。
 - 2. ことにメセナの場合困難なのではないか。

メセナ白書'92

社団法人 企業メセナ協議会

巻頭言

社団法人 企業メセナ協議会会長
鈴木 治雄

この1ケ年間で私がメセナ活動について特に感じたことを若干述べてみたい。

最初にいいたいことは当協議会が発想し実行した「メセナ大賞」の授与は成功だったということである。

殊に今回大賞の受賞者に林原グループが選ばれたことはきわめて意義が深い。同社はそのユニークな哲学を基礎にして文化支援を活発に展開してきた。しかも拠点が岡山という大都会でなく地方に位置しており、経営自体が横並び発想でなくきわめてオリジナルな精神で行われていることが今回広く知られるようになり、全国の企業に強い反響と励ましを与えることになったと思う。

次に5月にアメリカの文化支援団体BCAと企業メセナ協議会の共催で行われた「日米メセナ・サミット」の成果を指摘したい。本来、このサミットは本白書の対象期間外ではあるが、非常に有意義な試みであったので、特別にこの場を借りて言及したい。

福原理事長の言によれば、「文化支援ではアメリカ企業に学ぶこと多々ありと痛感した」ということである。また堤清二さんの「アメリカの文化支援の裾野の広さ、裏方の充実ぶり、日本は“唯物国家”であり過ぎたのではないか。文化でパブリック（公益）に奉仕するという考えが、アメリカでは自由や人権と同じくらい重要な理念になっている」との感想はきわめてインパクトのある内容のものである。

さて、最後にいいたいことは景気後退と文化支援との関係についてである。

私はこの1年間つとめて優れた演劇、映画、音楽会、絵画の展覧会に接してきたが、その都度感じたことは、婦人層の熱心な文化に対する関心と盛り上がりであった。

それに反して何時行っても経営者の姿はほとんど見られないことに失望とさびしさを感じた。

メセナという文化支援の基盤には経営者の文化に対する興味と理解とが前提になるべきではあるまいか。

現在、進行中の不況はメセナにとって一時的に不安定要素ではあるが、国民の中の広範囲にわたる文化志向の増大は基本的にメセナ活動を継続的に発展させるもっとも強力な支えであることを確信したい。

目 次

巻頭言	社団法人企業メセナ協議会会長 鈴木 治雄 …	3
-----	------------------------	---

第1章 総論

メセナ活動の現状と展望

社団法人企業メセナ協議会理事長 福原 義春 …	8
-------------------------	---

第2章 メセナ活動実態調査の結果と分析

1. 調査結果からみた企業メセナの現状と課題

社団法人企業メセナ協議会専務理事 根本 長兵衛 …	12
---------------------------	----

2. メセナ活動実態調査の概要 …………… 18

3. 調査結果の分析 …………… 20

4. 企業別メセナ活動一覧 …………… 45

●支援される側について気づいた点や要望 …………… 124

第3章 91年における国・地方自治体・財団等の芸術文化支援

1. 国の芸術文化支援 …………… 128

2. 地方自治体の芸術文化支援 …………… 134

3. 財団法人の芸術文化支援 …………… 138

4. 公益信託の芸術文化支援 …………… 145

第4章 メセナ賞受賞企業紹介

●林原グループ …………… 151

●株式会社INAX …………… 157

●コニカ株式会社 …………… 160

●新日本製鐵株式会社 …………… 164

●岩谷産業株式会社 …………… 168

●オムロン株式会社 …………… 171

●セイコーエプソン株式会社 …………… 175

●トヨタ自動車株式会社 …………… 179

●モービル石油株式会社 …………… 183

第5章 活字と電波にあらわれたメセナ

1. 論説・論文	189
2. 記事索引	202

第6章 企業メセナ協議会の概要

1. 組織	236
2. 役員・正会員・準会員	237
3. 1年間の活動状況	244
4. 社団法人企業メセナ協議会定款	248
5. 事業内容	254

付 録

1. メセナ年表1991	256
2. 世界のメセナ機関	259
3. 回答企業名一覧	262
4. メセナ活動実態調査票	268

あとがき

(表紙：資生堂制作)

第1章

総論

メセナ活動の現状と展望

社団法人 企業メセナ協議会理事長
福原 義春

●メセナ活動の高まり

企業メセナ協議会は1990年2月に発足したが、その当初より社会の注目を浴び、「メセナ元年」ともいわれたように、企業による文化支援活動についての認識が急速に社会へ広まっていた。これまで全く知られていなかった「メセナ」という新しいキーワードが伝播された反面、その本質的な理解には至らず、企業の具体的活動も本格的な取り組みを始めた段階であったといえる。

1991年に入って、賛成、批判の両論が議論され、その中で次第に社会理念として成立してきた。また、単なるキーワードのブームで終らず、企業のメセナ活動は着実に発展する推移をみせた。その後今日に至る間に、景気の後退という客観的条件の変化の中で、企業のメセナ活動は徐々にではあるが、意識のレベルアップと真剣な取り組みの点で前進してきたように感じている。

このことは、今年当白書のために本協議会が実施したメセナ活動実態調査においても示されている。即ち、前回調査ではメセナ活動を実施していると回答した企業は150社であったのに対し、今回は256社と100社以上増加したこと。また、社内でメセナ活動をリードするのは前は社長が1位であったのに対し、今回は担当部署が社長を抜いてトップになったことでも着実な前進がうかがえる。さらに、本協議会会員企業で文化・社会貢献に関する専任担当部署を設置しているところが30社を超え、会員外でも8社を数えている。

それでも全体としての日本企業は、メセナに対して未だに総論賛成、各論疑問という傾向にあるのが現状であろう。現在の状況で企業の文化支援活動にきわめて熱心なのは部課長クラスで、いま企業メセナ協議会を動かしているのはまさにミドルマネジメントである。そういうことで、ある程度時間はかかるが、日本にメセナが本当の意味で定着する歩みが見え始めてきている。

●メセナ活動の具体的状況

文化庁の諮問機関である「文化政策推進会議」は昨年7月31日に、「“文化の時代” 対処する我が国文化振興の当面の重点方策」を発表した。その中で「我が国がその優れた伝統文化を踏まえつつ、創造性あふれる新しい芸術文化を積極的に発信し、文化における個性豊かな国家として国際社会に確固たる地位を固めていくことが21世紀を通して我が国の

発展を図っていく上で不可欠かつ緊急の課題と思われる」と指摘している。その上で「幅広い国民の間で、心の豊かさを求め、芸術や文化に対する関心と期待がかつてない高まりを見せ、また芸術文化関係者のみならず企業等における文化振興の意欲もこれまでになく盛り上がっている」としている。そして、このような状況をうけて、文化振興のため当面取り組むべき重点施策として「優れた芸術団体・活動の助成」、「文化振興のための人材養成・確保」、「税制上の優遇措置の整備」等を提言している。

またこの1年間で、芸術文化支援財団は年間設立数としては過去最多の4つが新設され、25財団となった。

さらに地方においても、一昨年発足した「企業メセナ群馬」につづいて「秋田県メセナ協議会」、「東海メセナ研究会」、「京都・企業と文化の会」と各地で支援研究団体の設立の動きが続いている。また、地方自治体や各地の経済団体も企業メセナの協力によって地域文化の振興を図りたいという動きがみられたことも今年の特徴であろう。

啓蒙活動の面では、国際シンポジウム「企業の文化的役割」(3月)、日米シンポジウム「社会貢献活動と民間の役割」(5月)、文化フロンティア会議'91「日本型メセナの可能性を探る」(6月)等の活動が積極的に行われた。

その他の活動実績については、「メセナ年表」(256ページ)に掲げている通りである。

●今後の展望と課題

景気が後退してメセナどころではないのではないか、という質問をされるのだが、むしろメセナの本質を深く考える好機でもある。安易に協賛すればいいというやり方は意味がなく、景気後退で支援額が減れば、支援する側も受ける側も真剣にならざるを得なくなる。こういう時期だからこそ、企業による文化支援の意味を深く考え、自社のオリジナリティを持って真剣に取り組んでいる企業が浮かび上ってくるのではないか。

メセナ活動が本当に定着するのは10年計画と考えている。米国のBCAが創立25年、フランスのADMICALが12年。それだけ続けて、やっと実績が認められている。企業メセナ協議会はわずか2年余りで、まだまだこれからの段階である。しかし、よちよち歩きであるが、大きく育っていく兆しはみえる。

4～5年先の社会のことを知るには学生に聞けばよいという。いま学生が支持している考え方は何年か先に世の中の主流になる、という見方がある。昨年11月、アイセック(国際経済商学学生協会)東京大学委員会が行った「企業のメセナ活動に対する学生の意識調査」によると、65%が「メセナ」を知っており、85%が企業のメセナ活動の必要性を認めている。学生自身の手によるひとつのデータにすぎないが、今後メセナがまちがいなく育っていくことを示しているのではないか。

メセナが定着していくための課題として、

- ・国際交流を通じて、欧米企業の蓄積しているノウハウを学ぶこと

- 企業内に専門部署を置き、スタッフを育成すること
- 経営者の芸術文化支援活動に対する理解を深めること
- 支援を受ける側のマネジメント能力を高めること
- アートプロデューサー、アートマネージャーを育成すること
- 税別上の優遇措置をはじめ、社会的環境の整備を急ぐこと

などが挙げられるが、本協議会が運動を盛りあげ、日本型メセナという構造の中での民間セクターとしての企業メセナ運動の確立を図っていきたい。

第2章

メセナ活動実態調査の
結果と分析

1 調査結果からみた 企業メセナの現状と課題

社団法人 企業メセナ協議会専務理事
根本 長兵衛

〈1〉 調査結果からみたメセナ活動の現況

1. メセナ活動に関する基本的考え方

今回の回答社数は前回より100社以上増加し、455社に達した。また、このうち「メセナを行っている」と回答した256社に対して、その理念や方針について具体的に回答を求めたところ、実に82.8%にあたる212社が何らかの形で回答を寄せた。このことは、量的にも質的にもメセナが企業の中に着実に広がりとつづめることのあらわれと評価できよう。ただし、企業経営理念、社是といった企業の経営ポリシーの中にメセナ活動を明確に位置づけている企業は、残念ながらまだ少ないようだ。次に回答内容をみると、社会貢献活動の一環としてあるいは企業の社会的責任としてメセナをとらえている企業が非常に多いことが明らかになった。しかもその大半は、地域の文化振興、地域社会との調和を目指している。別項の活動内容に関する回答をみても、重点支援分野として音楽、絵画について3番目に多いのが地域文化振興であり、地域密着型のメセナが実施されていることが分かった。このように、「地域文化振興を通じての社会貢献」というメセナの考え方が広がっている事実が、今回浮き彫りにされたことは注目すべきであろう。

なお、少なからぬ企業が、「地域文化の振興」のほか「企業文化の確立」や「国際化への対応」「新しい文化の創造、新人の発掘・育成」をメセナを行う理由としてあげていた。この点も、各企業がそれぞれ自主性と多様性をもって芸術文化の創造に寄与しようというメセナの趣旨からみて大いに評価したい。

2. 活動実績

①支援分野

集計された256社による1,403件の支援内容を分野別に見ると、「音楽・ミュージカル」が全件数の32.2%を占める452件、企業数170社（66.4%）となり、今回もトップであった。2位の「絵画」が137件（9.8%）、74社（28.9%）であるのでいかに音楽に対する支援が多いかがわかる。何故これほど企業の支援が音楽に集中するのか、音楽のどのジャンルが支援されているのかを、とくに分析を試みることにした（④項）。音楽以外では、上記のように絵画について3位に「地域文化振興」が上げられており、実に多方面に支援がなされている。また、今回の調査では支援分野が芸術文化の範疇に入らない「その他」という回答を具体的に分析したが、それによると文化講演・シンポジウム、基金協力、文化施設建設

運営などに対する支援も盛んに行われていることがわかった。このように見ると、芸術団体やアーティストの活動を直接支援するだけでなく、芸術文化の振興に側面から、また、間接的に支援するなど、企業メセナの内容が多様であることに気付く。この多様性は、日本における今後のメセナを考える場合、多角的に検討されるべきだと思う。また、音楽以外の芸術分野に対する支援が何故多くないのかも検討に値するテーマである。

②支援形態

支援形態として資金援助、人的援助、場所の援助、その他の4分類で回答を求めたが、全支援件数のうち、資金71.3%、人22.5%、場所16.8%という結果となった（複数回答）。「資金援助」はもちろん大切であるが、実際は資金援助だけでなく、他の経営資源による支援もなされている事実が明らかになったわけだ。これは、今後も支援を受ける側が必要としているものを企業側が積極的に汲み取っていけば、多様な支援方法が有り得ることを示唆している。

③資金援助額

援助額については180社の回答を得たが、その総額は253億3746万円となっている。1社平均1億4076万円で、1000万円以上5000万円未満の企業が53社（29.4%）、1000万円未満が48社（26.7%）、1億円以上5億円未満が47社（26.1%）となっている。この数字の中には、寄付金だけでなく、各種の事業協賛や文化イベント、文化事業に対して支出された経費なども含まれている。総額が多いか少ないか、あるいは質的にどう評価すべきかを直ち

に判定するのは難しいが、少なくとも回答企業自身が「メセナ」と認識して支出をした、その実態がはじめて明らかになったという点で、この統計は、きわめて貴重なデータだと思う。ちなみに、同時期の「芸術文化振興基金」による助成実績は31億3390万円であった。

④音楽

既に見たように、企業の支援が何故、音楽に集中するのであろうか。今回の調査では、とくにこの点に焦点を当てて、より詳細な質問を試みた。ジャンル別にみると、「クラシック」が68%を占め、2位の「ポピュラー」12.4%、3位の「現代音楽」8.8%を大きく引き離している。形態としては「オーケストラ」が38.8%を占めるほかは、「室内楽」20.8%、「独奏会・独唱会」13.6%、「オペラ」11.2%となっている。つまり、音楽といっても、クラシックを中心とした支援が行われているわけである。何故、クラシックなのか、いくつかの解釈が成り立つ。確かにクラシック音楽は評価が定まっており、なじみやすさ、分かりやすさなどの点で他の芸術分野より支援しやすい安全性をもっていると言えるかもしれない。

また、それに加えて、クラシック音楽関係のアーティスト側はマネージメント体制が比較的整っており、熱心に企業に働きかけ、その結果組織だった支援を受けられる環境ができているためと考えることができよう。それに対して、他の音楽分野について言えば、必ずしも評価の定まっていないものが多い。マネージメント体制もまだ不十分なので、アーティスト側は企業との間で十分かつ効果的なコミュニケーションを行うことができないの

ではないだろうか。こうした意味からも、各芸術分野に携わるアーティストと企業との仲介をより効果的に行う手段の一つとして、いわゆるアート・マネージメントのようなシステムの確立についても検討していく必要があるだろう。

次に、支援の目的としては、「既成芸術家支援」が30%であるのに対して、「若手支援」18.7%、「アマチュア支援」13.7%、「青少年育成」12.9%と、育成に目を向けた支援もかなりあることは大いに評価すべきである。既成芸術家への支援が必要なことは理解できるが、一方では評価の定まらない創造的な音楽活動や他の芸術分野への積極的支援が増えていくことも期待したい。

3. メセナ活動の運営について

誰が企業のメセナをリードしているのか。前回の調査では、会長16%、社長46%と、企業トップの指示の下で行われていることが窺われた。今回の調査でも会長13.7%、社長38.3%とウェイトは依然高いものの、前回よりは低くなり、その分逆に担当部署のウェイトが33%から41%に増加し、1位となった。これは企業内のメセナへの取り組みが組織的に進められつつあることを示しているといえよう。このことは、メセナの専任部署あるいは担当部署を殆どの企業が設けていると回答していることから窺える。とは言え、専任部署に限って見れば、前回の9.6%から19.9%に増加しているもののまだまだ少ない。担当部署も多くは総務・広報部門などにあり、独立していない現状をみると、メセナや社会貢献活動が社内で組織的には必ずしも確固たる

地位を占めているとは言えない。さらに、メセナ担当役員のいない企業や、予算が決まっていない企業が依然過半数を超えていることも事実であり、この点に関して今後も一層の啓発活動が必要であることを指摘しておきたい。

4. メセナ活動の進め方について

支援先をどのように選ぶのか、について複数回答を求めた結果、「自社の方針に合った活動を自主的に探して支援する」という回答が55.5%で一番多くなっている。これは「方針に合ったものを選びたい」という企業担当者の意識が強く表れた結果ではないかと推測される。ただし現実には、「直接要請」や「間接要請」を受けたものの中から自社の判断を加えて選んでいるケースが大半ではないかと思われる。文字通り第三者の力によらず「自主的に探して」を実現するにはメセナに関する方針を明確にすることはもちろんのこと、そのための人材の確保・育成が必要であり今後の課題といえよう。この種の人材育成はノウハウの蓄積のない企業内では困難であり、この点からも、いわゆるアート・マネージメント教育の確立を急ぐ必要性を改めて痛感した。

「代理店に相談して」支援を決める企業が25.4%にとどまっているのはメセナと冠イベントとを区別している企業が多いことを示しているといえよう。

メセナ活動の評価については「内容で判断する」が59.8%となっている。その内訳をみると約6割は「芸術上の価値で判断」と答えているが、同時に社内50.9%、会長・社長

26.5%、担当役員17.4%と企業内の評価もかなり重視していることがわかる。企業内部の評価は当然尊重されるべきだが、芸術的価値を度外視し、直接的見返りだけを求めるような支援がなお多いとすれば、問題が残るわけだ。「芸術上の価値」「アーティストからの評価」に、よりウェートをおいた評価基準の設定が望まれる。

5. メセナ活動の社内認知度

自社内での認知度について担当者の考えを回答してもらったが、57.8%は「大半の社員が知っていると思う」と答えている。担当者の日頃の努力ぶりが窺える。社内認知度が一日も早く100%になることを期待したい。その際、大切なことは自社のメセナ活動の意義をどのように伝え理解させるかである。メセナの障害となる事項を尋ねた項目では「社員の理解不足」をあげたものが19.5%もあることからみても、「認知されただけ」では決して十分とはいえないからだ。

6. メセナ活動と社会貢献活動、一般寄付金との関連

社会貢献分野の中でどの分野に重点をおいているのか、ウェートの高い順に4つの分野をあげる質問に対しては、「芸術文化支援」が断然トップであった。これは回答者がメセナ担当者であることを割り引いても芸術文化支援が重視されている証拠とみてよいと考える。また次に重視されているのが「地域社会

の振興」であるが、これも基本的考え方に対する回答で「地域文化への貢献」をあげていた企業が多かったことに符合する。

一般寄付金の損金算入限度額に対しての利用率を聞いたところ、100%を超えている企業が15.7%もあった。抜本的な税制改正の必要を示唆するものとして注目したい。

一方で、メセナ費用の財源の一部または全部を寄付金に求めている企業は46.9%にすぎず、53.1%の企業は寄付金で処理していないことがわかった。これについては、いくつかのケースが考えられるが、まず、損金算入限度額が低すぎたり、限度額いっぱいを使いきれない事情などから、やむを得ず宣伝広告費などの経費で処理しているというケースである。また、寄付をしたくても自社の方針にかなう適当な支援先が見つからないというケースもあろう。さらに、自社の名前を出して支援を実施するメセナの場合には寄付の認定を受けられないケースもあるかと思われる。いずれにしても、現行の一般寄付金制度のあり方に問題があることを示唆しているようだ。メセナ支出をメセナ枠の寄付金で処理できるしくみをつくることが必要で、このことは、メセナの障害となる事項を尋ねた質問で「税制上の枠」をあげたものが35.9%と一番多く、その中の30.1%は税制上の優遇措置がとられればメセナ活動が現在より増加するだろうと答えていることから明らかだ。協議会活動への要望も、免税措置の早期実現促進が圧倒的に多かった。

〈2〉今後の課題

1. 新しい経済環境下でのメセナ活動のあり方

今回の実態調査では調査期間が1991年であり、バブル崩壊後の経済界の混乱や景気の後退によるメセナ活動への影響がどのようにあらわれてくるかが、懸念された。しかし、冒頭で触れたように回答数が増加していることや、これまで見てきた各質問項目の回答からもわかるように、メセナに対する企業の認識は着実に高まっている。メセナが決して一過性の流行ではなく、企業にとって重要なテーマとして真剣に受け止められていることを示しているといえよう。

メセナを定着させるには、まず第一にメセナに関する企業の考え方を確立すること、第二にトップ主導型から専任・担当部署による予算をもった組織としての活動に脱皮すること、第三に金銭だけでなく、人、場所といった経営資源を有効に活用すること、第四に金銭の多寡ではなく継続性をもつことなどが必要である。今回の調査では、これらのことが徐々にではあるが、実現されつつあることが窺えたのは心強い。

協議会は上記の問題点の解決を急がなければならぬ。ただしメセナの内容面については、各企業の意識や見識、裁量がよりいっそう尊重されるべきであろう。調査結果から、既にメセナは企業独自の考え方をもとにかなり自主的にしかも多種多様に展開されているとの印象を受けた。特に地域の文化振興を中

心とする社会貢献活動としてのメセナがクローズアップされたが、これはわが国のメセナが決して東京一極集中ではなく地域社会、地方文化を重視した形で展開を始めていることのあらわれであり、今後のメセナのあり方に貴重な示唆を与えるものといえよう。

2. 社内の理解から協力、参画へ

前述したように、社内の認知度は高いことが窺えたが、大切なのはそれを社員一人ひとりがどのように理解しているかである。メセナを定着させ継続的に実行していくためには、社内の理解と協力が必要であり、さらには参画をうながすことも重要であろう。そのための社内諸制度を整備していくことも大事である。企業は社員も一市民であるとの認識を持ち、まず市民である社員の生活の豊かさを実現するためにどのように貢献できるのか、社員をどのように参画させられるかを真剣に考える時に来ているといえよう。

3. 支援する側とされる側との相互理解を

今回の調査の特色の一つは支援する側から支援される側に対しての意見を求めたことである。回答には率直な前向きの意見が多く寄せられた。最後に、その代表的な声をまとめてみた。

支援する企業側は、「創造・育成につながるものを重視し」「恵まれない若手芸術家」や「埋もれがちな人々」「真に実力のある人」を発見し、「アーティストが熱意をもって自助努力す

る」ことを支援し、「芸術を守り育てて行きたい」という気持ちを潜在的にもっている。しかし、「何故支援が必要かコンセプトが不明確であったり」「支援を受けたお金の使途を明確にせず」「契約を簡単に破る人がある」など「通常のビジネス感覚では考えられない」と思われることもあり、支援される側への不満も率直に披瀝された。支援する側とされる側の間には「共通の土壌がなく」「お金のみにつながりとなって底の浅い本当の支援とは言えない」ものになっている、との批判もあった。このような現状を改善するには、「企業とアーティストとの交流の場」「アーティストと社員とのふれあいの場」をつくり、「相手のことを

もっとよく知り」「相互に理解」することが大切である。回答のなかには、「支援する、されるという立場でなく、一緒に考え、一緒に育てて行く」というように「お互いに心をつなぎ合い、励まし合い、永年にわたって」協力していくことが肝心であるというような指摘もあった。

企業とアーティストとの、パートナーシップに基づくコミュニケーションを図っていくことを、いよいよ企業自身が真剣に求めだした証左として注目したい。当協議会としても、企業とアーティストの関係改善を今後の大きな課題として検討していかなければならない。

2 メセナ活動実態調査の概要

1. 調査の目的

「メセナ活動実態調査」は、メセナ白書の発行にあたり、各企業がどのようなメセナ活動を行っているのか、また、メセナ活動についてどのような意識をもっているのか、その実態と方向を把握し、今後のメセナ活動のあり方や、発展方向を探る手掛りにしようと実施したものである。

2. 新しい調査項目

1991年に行われた企業メセナの実態調査は前回の調査票を土台にし、いくつかの新しい内容を盛り込んだものとした。その新しい質問項目は次の通りである。

①メセナに関する各社の基本的考え方について

メセナを企業内に定着させる第一歩はメセナに関するポリシーを明確にすることである。どのような考え方をもっているか記述式で回答を求めた。

②社内のメセナに関する認知度について

社内の理解なくして企業メセナを継続することは困難である。メセナ担当者からみた社内の認知度とPR方法について回答を求めた。

③メセナ費の財源、寄付金など費用について

メセナ費をどのような費目で賄っているかを知るため、財源について、また寄付金の利用率はどれほどかを調査した。財源によってメセナの性格が規制されるのでその現状を知るとともに現行の寄付金税制の実態を把握す

るためである。

④社会貢献活動とメセナとの関連について
種々の社会貢献活動の中で芸術文化支援がどのような位置を占めているかを知るためである。

⑤支援される側に対する意見について

メセナは企業が一方的に支援をするのではなくアーティストとの意思疎通が大切であるが、両者の対話はまだまだである。今回は企業側の支援される側に対する意見を求めた。

⑥音楽分野の分析

前回の調査では音楽の分野に対する支援が一番多かったので今回の調査では音楽についてのみ形態、ジャンル、支援目的について回答を求め、支援内容の分析を試みた。

3. 調査の方法

本調査は、全上場企業（東京ⅠⅡ部、大阪、名古屋、札幌、新潟、京都、広島、福岡）、主な外資系企業・メセナ協議会会員企業（上場企業にほとんど含まれる）、メセナ大賞応募企業など2,623社に3つの大項目、42の小項目の調査票を1991年12月末に送付し、郵便による回収方法で実施した。

回答数は、455通であり、回収率は約17.3パーセントとなった。これを前回の調査と比較すると100社以上増加しており、各企業のメセナ活動に関する関心の高さの表れと受け取ることができる。

4. 調査報告書の見方について(留意事項)

①比率はすべて百分率(%)で表し、小数点以下2位を四捨五入して算出した。したがって、合計が100%を上下する場合もある。

②基数となるべき実数は、“N = ○○○”として掲載した。その際はNを100%として算出した。

③質問の終わり等に「複数回答」や「2つ

回答可」とある問などでは、1人の回答者が2つ以上の回答を出してもよい問であり、したがって、各回答の合計比率は100%を超える場合がある。

④図表として示したもののなかには、「無回答社」を省略した部分がある。そのため、各セグメントの標本数の合計が全体の標本数と一致しないことがある。

3 調査結果の分析

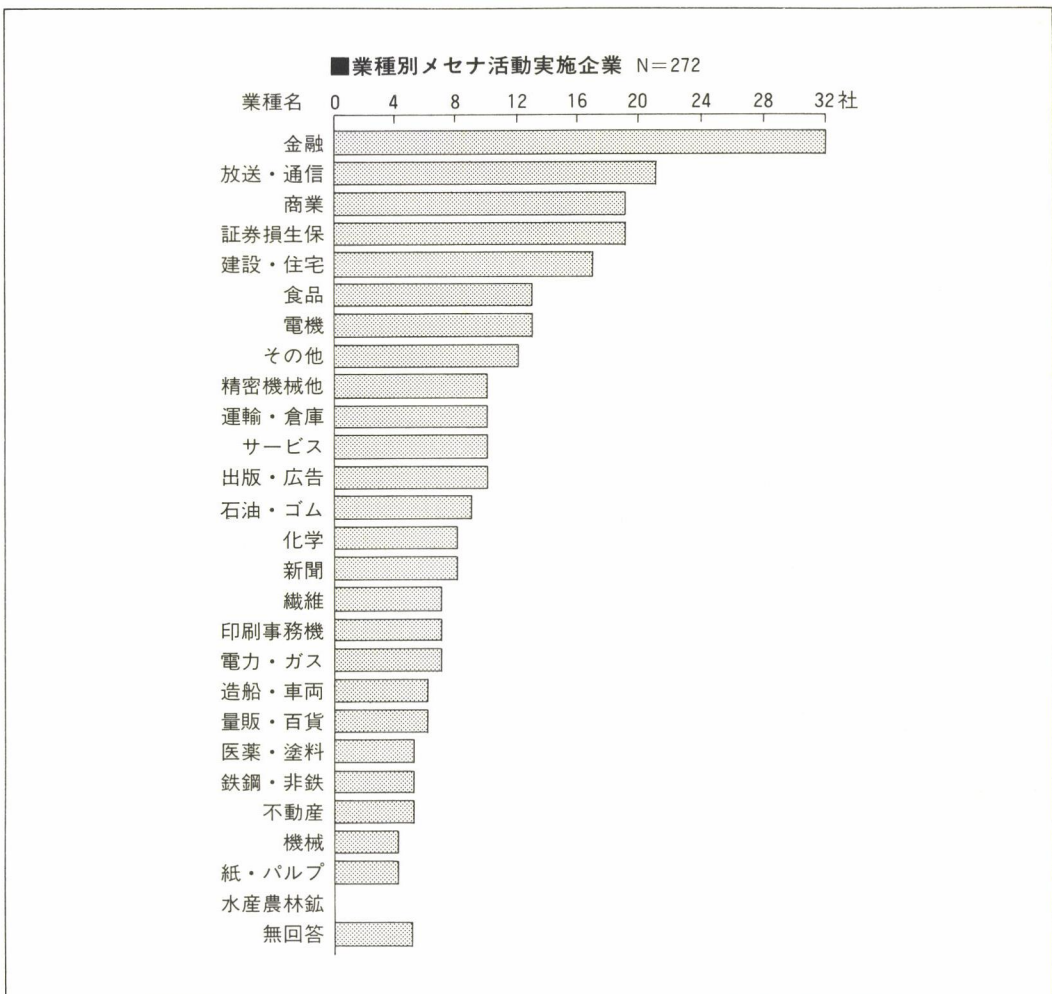
1 実施企業の概要について

1. 業種

メセナ活動実施企業の業種では、「金融」が一番多く11.8%となっている。次いで「放送・通信」が7.7%、「商業」「証券・損保・生保」がそれぞれ7.0%、「建設・住宅」が6.3%、「食品」「電機」が各4.8%、「その他」が4.4%で、これら以外は4%以下で、業種の分類が多いために、回答が散らばった結果になった。しかし、しいておおよその傾向を指摘すれば、金融、放送、証券、保険、住宅、食品、電機等、消費者と直接関係の深い企業がより活発にメセナ活動を行っているといえる。

なお、1社で複数の業種を申請した企業が数社あり、ここでは、すべてそのまま集計したので回答総数が256より多くなっている。

業 種	回 答 企業数	行っ て い る	行っ て い な い
水産・農林・鉱業	3社	—社	3社
建設・住宅	32	17	15
食 品	18	13	5
織 維	11	7	4
紙・パルプ	5	4	1
化 学	24	8	16
医薬・塗料	12	5	7
石油・ゴム・硝子・土石	15	9	6
鉄工・非鉄金属	13	5	8
機 械	17	4	13
電 機	27	13	14
造船・車両・自転車・自動車	10	6	4
精密機械・その他製造	16	10	6
印刷・事務機器	8	7	1
商 業	39	19	20
量販店・百貨店・スーパー・外食	13	6	7
金 融	40	32	8
証券・損保・生保	24	19	5
不動産	10	5	5
運輸・倉庫	17	10	7
電力・ガス	7	7	—
サービス	20	10	10
出版・広告	15	10	5
放送・通信	34	21	13
新 聞	9	8	1
その他	17	12	5
無回答	22	5	17
合 計 (実回答企業数)	478 (455)	272 (256)	206 (199)



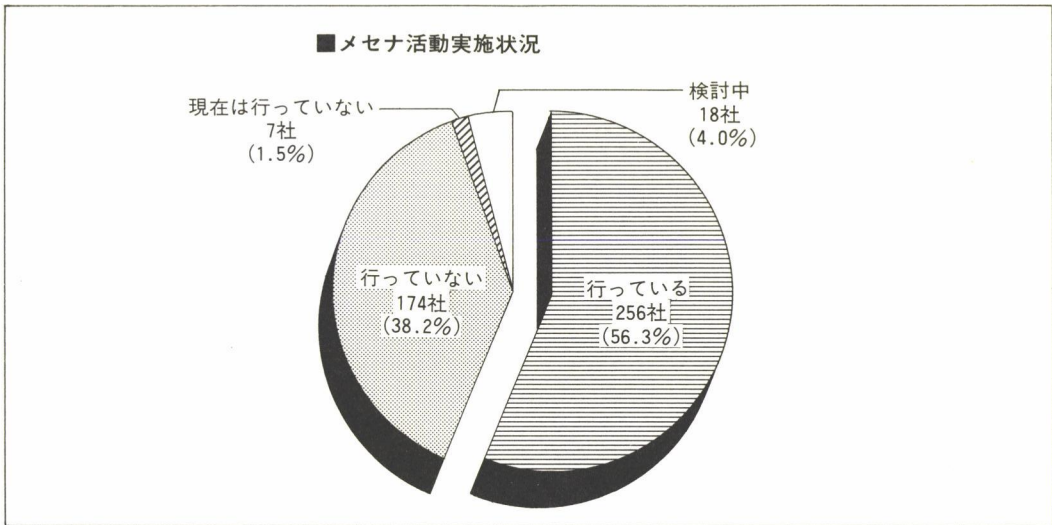
2. 資本金

メセナ活動実施企業を資本金別にみると、「100億円～500億円未満」が28.1%と一番多く、次いで「10億円～100億円未満」が21.9%となっており、この2つで全体の約50%を占

めている。また、「1000億円以上」は16.4%で、必ずしも企業規模が大きくなるほど、メセナ活動を活発に行っているという単純な図式にはなっていない。

資本金	1 億円未満	1 億円～ 10億円未満	10億円～ 100億円未満	100億円～ 500億円未満	500億円～ 1000億円未満	1000億円 以上	無回答	計
会社数 (%)	13社 (5.1)	27 (10.5)	56 (21.9)	72 (28.1)	28 (10.9)	42 (16.4)	18 (7.0)	256 (100.0)

2 メセナ活動の実施状況について



メセナ活動を行っているか否かについては、「行っている」が56.3%と半数以上にのぼっており、「行っていない」の38.2%を上回っている。また、「過去に行ったが、現在はなし」が1.5%、「行っていないが、やることを検討中」が4.0%となっており、「行っている」と「行っていないが、やることを検討中」のメセナ活動に対して積極的なグループは

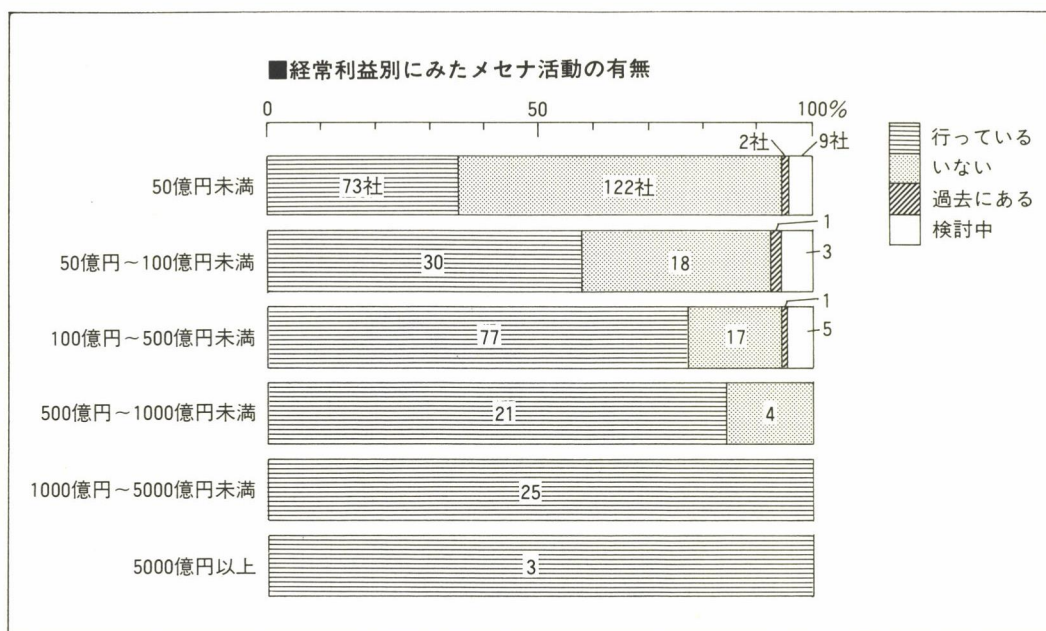
60.3%で、「行っていない」と「過去に行ったが、現在はなし」のグループ39.7%をかなり上回る結果となった。これを前年調査の数値の「行っている」42.7%、「行っていないが、やることを検討中」5.4%の両者を合わせて48.1%と比較してみると2割以上の増加を示しており、企業のメセナ活動が着実に根付きつつあると考えられる。

メセナ活動を行っているか	行っている	行っていない	過去行ったが現在はなし	行っていないが検討中	無回答	計
会社数	256社	174	7	18	—	455
(%)	(56.3)	(38.2)	(1.5)	(4.0)	—	(100.0)

これを経常利益別にみると、「50億円未満」の層では「行っている」は35.3%であり、「行っていない」の58.9%と比べてかなり少ない。ところが、「50億円～100億円未満」の層では「行っている」は57.7%、「行っていない」は34.6%となり、この2つの層の比較では、

「行っている」が「行っていない」を逆転している。さらに、経常利益が100億円以上の層になると、「行っている」が圧倒的に多くなり、経常利益が多くなるほどメセナ活動を実施している企業が増加するという現象が顕著に現われている。

3 調査結果の分析



3 メセナ活動の実態について

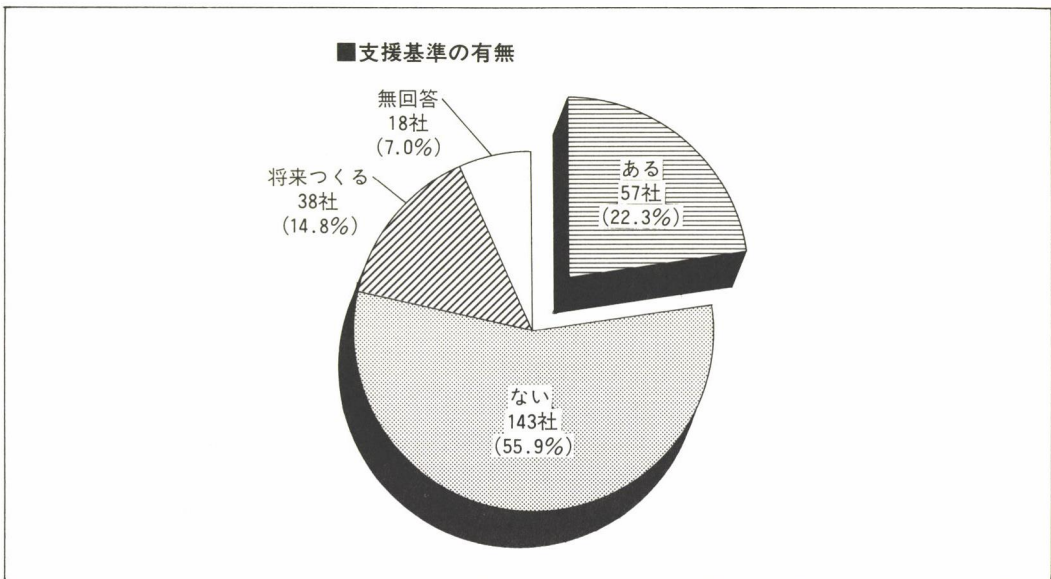
1. メセナ活動に関する基本的考え方

①基本的考え方や方針

メセナ活動を「行っている」と回答した256社のうち212社から多面多岐にわたる考え方や方針が述べられ、各企業のメセナ活動に対する積極的な姿勢をうかがうことができ

る。

これを類型別に分類することは困難であり、その内容1つ1つを熟読していくと、212通りのメセナ活動に対する考え方や方針が述べられているものと解される。その内容は後掲の「企業別メセナ活動一覧」に各企業ごとに掲載してある。



②具体的支援基準

具体的な支援基準については、「ある」が22.3%、「ない」が55.9%となり、半数強が「ない」と答えている。また、「現在はないが、将来つくる予定」が14.8%となっている。

さらに、「ある」と答えたところに具体的に記入してもらったところ、55社から基準がよせられた。その概要は本章末尾に掲載しておりである。

2. 活動実績と内容

メセナ活動を行っているとは回答した256社から詳細な一覧表が寄せられている。このうち、活動の内容は次表の一覧のとおりである。

この結果によれば、総件数1,403件のうち、最も多いものは「音楽・ミュージカル」で32.2%、その次は「絵画」で9.8%、次いで「地域文化振興」で4.8%となり、この3つでは半数を占めている。

これを実企業数比率でみると、

「音楽・ミュージカル」

「絵画」

「地域文化振興」

「文化講演シンポジウム」

「基金協力」

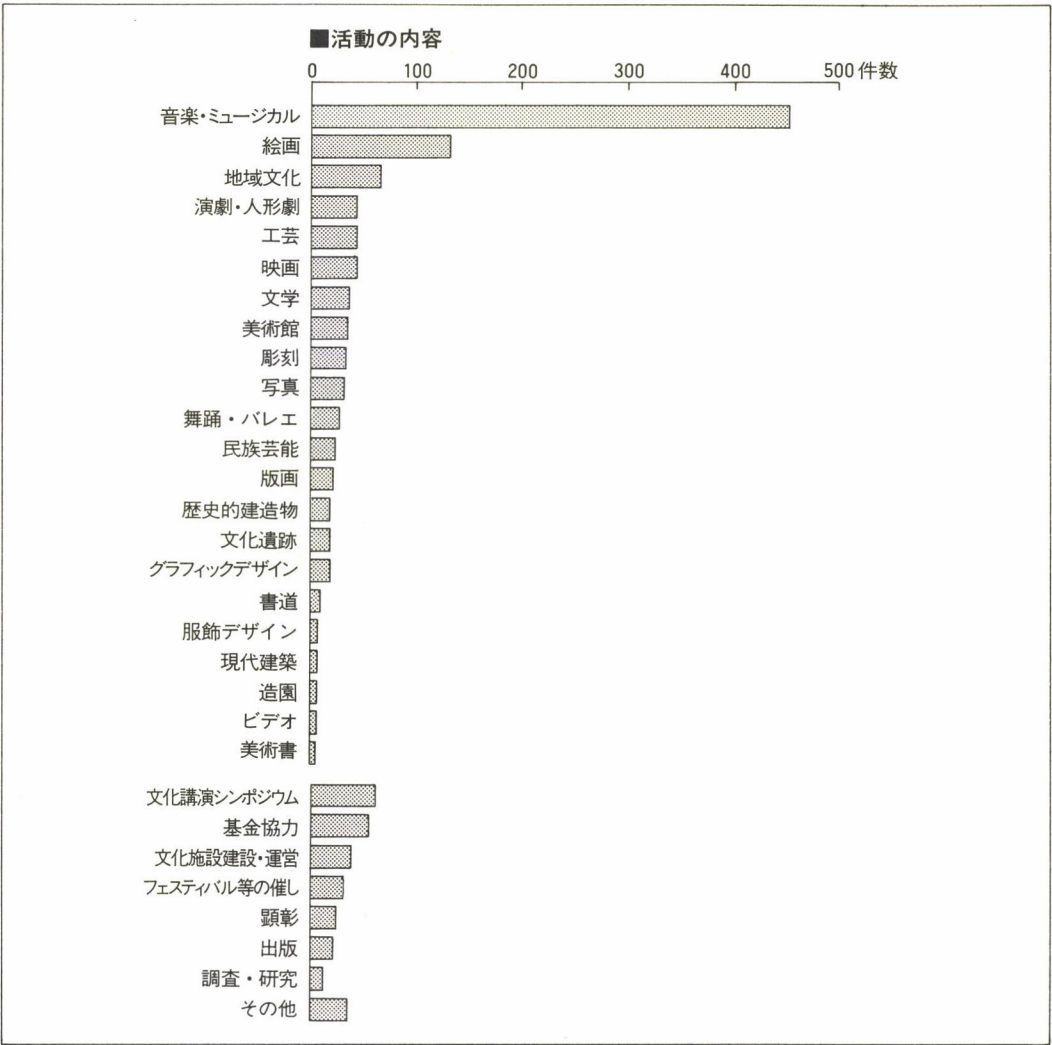
「工芸」

「演劇・人形劇」

「文化施設・運営」

などがめだっている。

	実施件数	件数比率	実企業数	企業数比率
1 音楽・ミュージカル	452件	32.2%	170社	66.4%
2 絵画	137	9.8	74	28.9
3 グラフィックデザイン	16	1.1	11	4.3
4 書道	13	0.9	11	4.3
5 版画	22	1.6	19	7.4
6 写真	30	2.1	23	9.0
7 工芸	43	3.1	32	12.5
8 彫刻	31	2.2	22	8.6
9 服飾デザイン	10	0.7	9	3.5
10 舞踊・バレエ	26	1.9	21	8.2
11 演劇・人形劇	44	3.1	32	12.5
12 文学	36	2.6	24	9.4
13 映画	44	3.1	26	10.2
14 ビデオ	6	0.4	4	1.6
15 民族芸能	25	1.8	21	8.2
16 美術書	5	0.4	5	2.0
17 美術館	34	2.4	27	10.5
18 歴史的建造物	17	1.2	15	5.9
19 文化遺跡	17	1.2	15	5.9
20 現代建築	9	0.6	7	2.7
21 造園	7	0.5	6	2.3
22 地域文化振興	67	4.8	48	18.8
23 基金協力	58	4.1	36	14.1
24 文化講演シンポジウム	63	4.5	43	16.8
25 顕彰	25	1.8	17	6.6
26 フェスティバル等の催し	36	2.6	26	10.2
27 文化施設建設・運営	45	3.2	33	12.9
28 出版	22	1.6	16	6.3
29 調査・研究	16	1.1	14	5.5
30 その他	47	3.3	34	13.3
合 計	1,403件	100.0	(256)841社	256社(100.0)



なお、音楽・ミュージカルの詳細内訳については、次表のとおりであり、この中では、形態は「オーケストラ」、ジャンルでは「ク

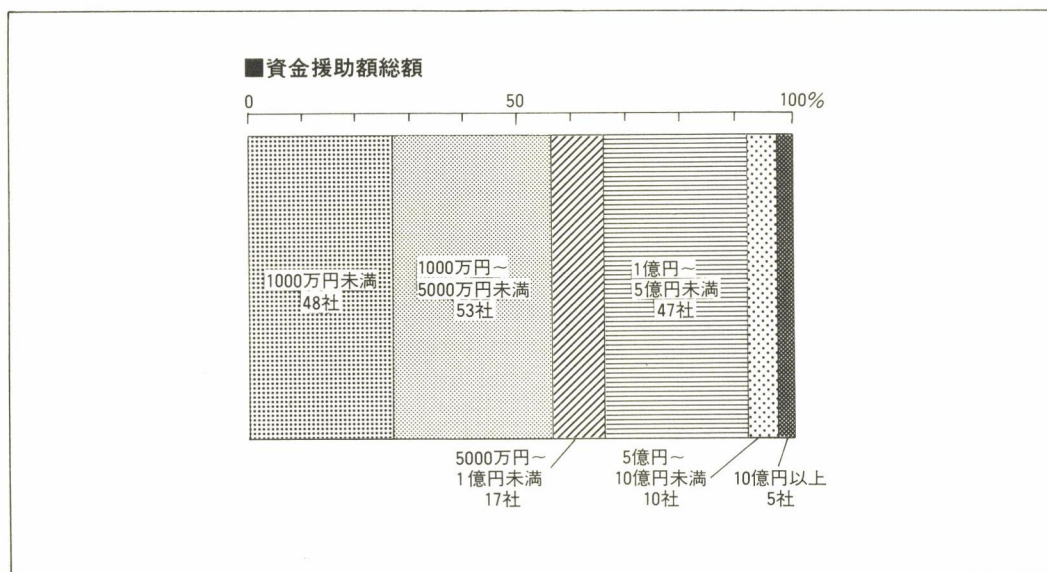
ラシック」、支援目的では「既成芸術家支援」が一番多くなっている。

A 群（形態）		B 群（ジャンル）		C 群（支援目的）	
1. オーケストラ	162件	1. クラシック	264件	1. 若手芸術家支援	78件
2. オペラ	47	2. 現代音楽	34	2. 既成芸術家支援	125
3. 室内楽	87	3. 邦楽	8	3. アマチュア支援	57
4. 独奏会、独唱会	57	4. 民謡	8	4. 青少年育成	54
5. 合唱	40	5. 童謡	19	5. 鑑賞者の啓発	104
6. ミュージカル	25	6. 民族音楽	7		
		7. ポピュラー	48		
		（ジャズ、ロック、ニューミュージック、シャンソン、歌謡曲など）			

3. 資金援助額総額について

資金援助額総額については、各企業の合計値で集計し、無回答の企業も相当数（76社）

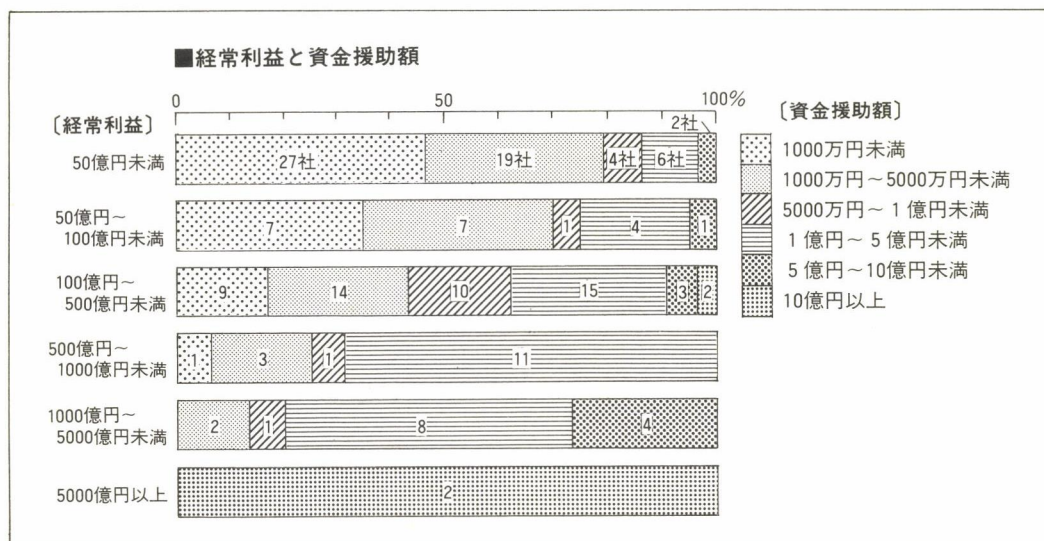
あるが、回答企業のうちでは、「1000万円～5000万円未満」の層が一番多く29.4%、続いて「1000万円未満」の層が26.7%、「1億円～5億円未満」の層が26.1%となっている。



資金援助の総額は253億3746万円で、一社平均では、1億4076万円となっている。

これを経常利益別にみると、50億円未満の層で1000万円未満の資金援助をしている企業が一番多く、次いで同じ層で1000～5000万円

未満の資金援助となり、これ以外には、100億円～500億円未満の層で1億円～5億円未満と1000万円～5000万円未満の資金援助をしているところが目立っている。

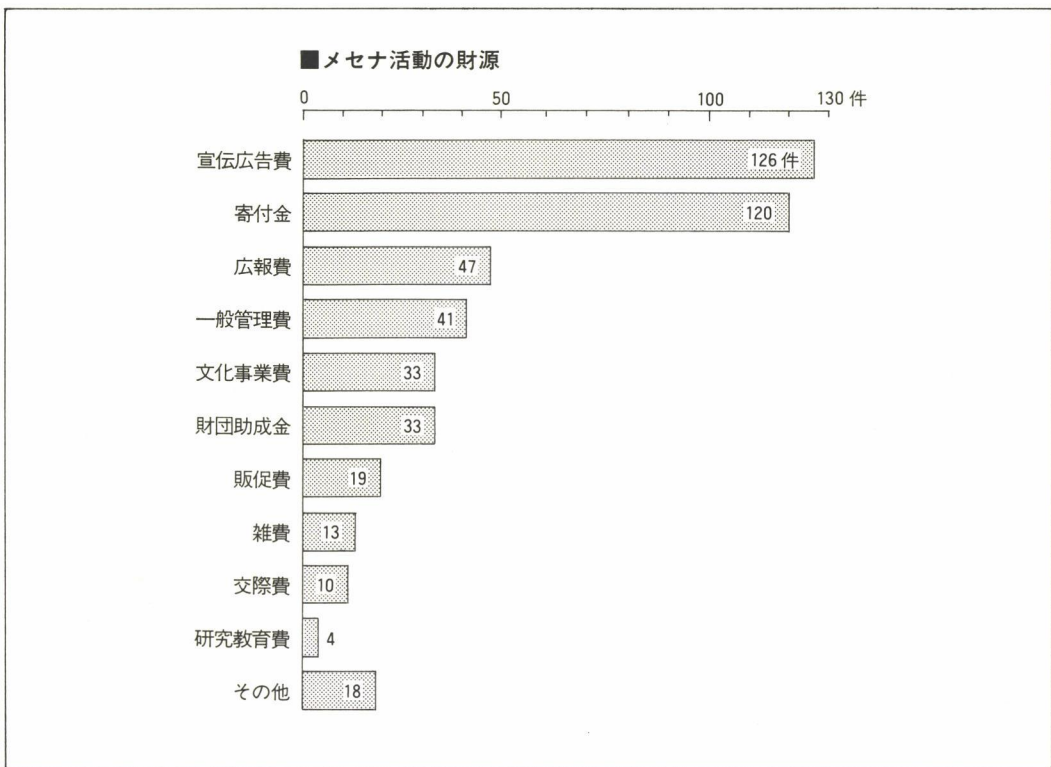


4. メセナ活動費の財源

メセナ活動の財源では、「宣伝広告費」が一番多く49.2%、次いで「寄付金」が46.9%、「広報費」が18.4%、「一般管理費」が16.0%、「文化事業費」と「財団助成金」が各12.9%、「販促費」が7.4%となり、これら以外は少なくなっている。なお、以上の回答は複数回答である。

これをみると、宣伝広告費や販促費等、利

潤追求のための費目で支出されているものが145件と約3分の1を占めているものの、寄付金、文化事業費、財団助成金等芸術文化振興を目的としている費目により処理されている件数も3分の1を上回る186件と前者より多い数字を示している。もしメセナ税制が整備されれば、一般管理費、雑費、交際費等で処理されている部分は当然メセナ費として計上され、企業のメセナ活動もより実施しやすくなることが期待される。



5. 支援形態

企業の芸術文化支援の形態は大別して、資金援助、人的援助、場所の援助、その他（現物支給ほか）の4通りとなる。援助形態の主

流は、下表にみられるとおり資金援助であるが、人的援助や場所の援助も少なくはない。財源がないからメセナはできないという企業も、人手や場所の提供によりメセナを行える可能性を示唆している。

資金援助	人的援助	場所援助	その他
1,118件	352件	263件	133件

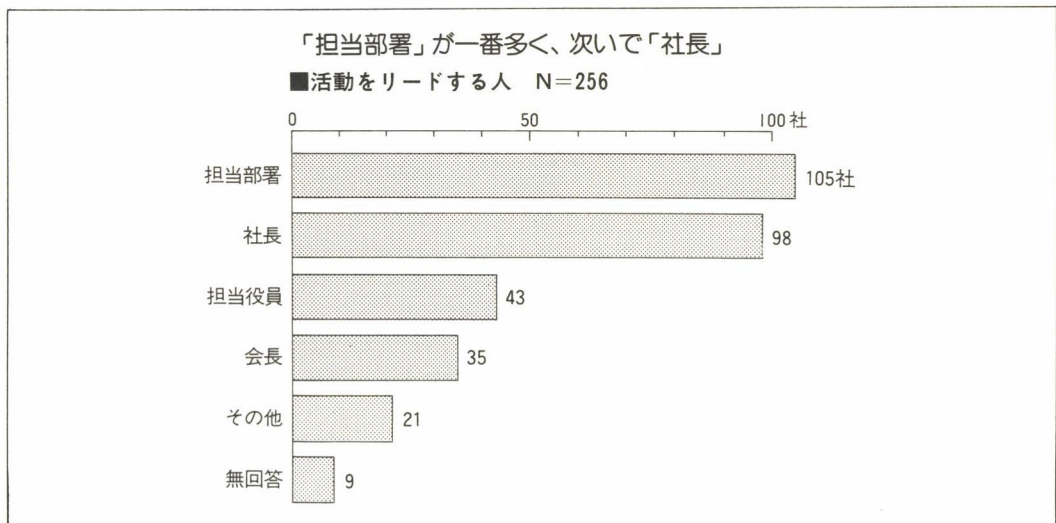
4 メセナ活動の運営について

1. 組織について

①メセナ活動をリードする人（結果的に複数回答あり）

メセナ活動をリードしているのは、「担当部署」が一番多く41.0%、次は「社長」の38.3%、

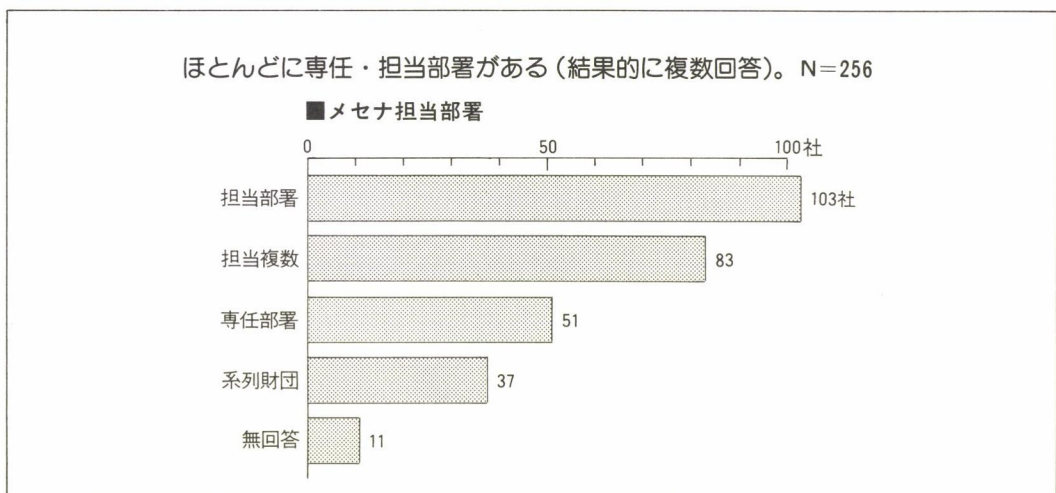
「担当役員」が16.8%、「会長」が13.7%となっている。昨年の調査結果と比較すると、今回は「担当部署」が「社長」にかわって第1位となっており、メセナ活動が一層組織的に行われるようになったと考えられる。



②メセナ担当部署

メセナ活動の担当部署については、「専任部署はないが、担当部署を決めている」が40.2%で、「担当部署が複数である」は32.4%、「専任

部署がある」は19.9%、「系列の財団が行っている」は14.5%、となっており、専任ないしは担当部署を持っているところがほとんどである。



3 調査結果の分析

それらのうち、メセナ担当部署で具体的な専任部署名およびスタッフ数の記入があったものを集計したのが次表である。これによるとメセナ活動の専任部署をかなりの企業で設定しているようであり、活動が本格化していることがうかがわれる結果となっている。

さらに、「専任部署はないが担当部署を決めている」、「担当部署が複数である」と答えた企業については、総務系、企画系、広報系、宣伝系、秘書系、営業・事業企画系がほとんどであり、これら以外はあまり見当たらない。

(スタッフ数=人 空欄は記入なし)

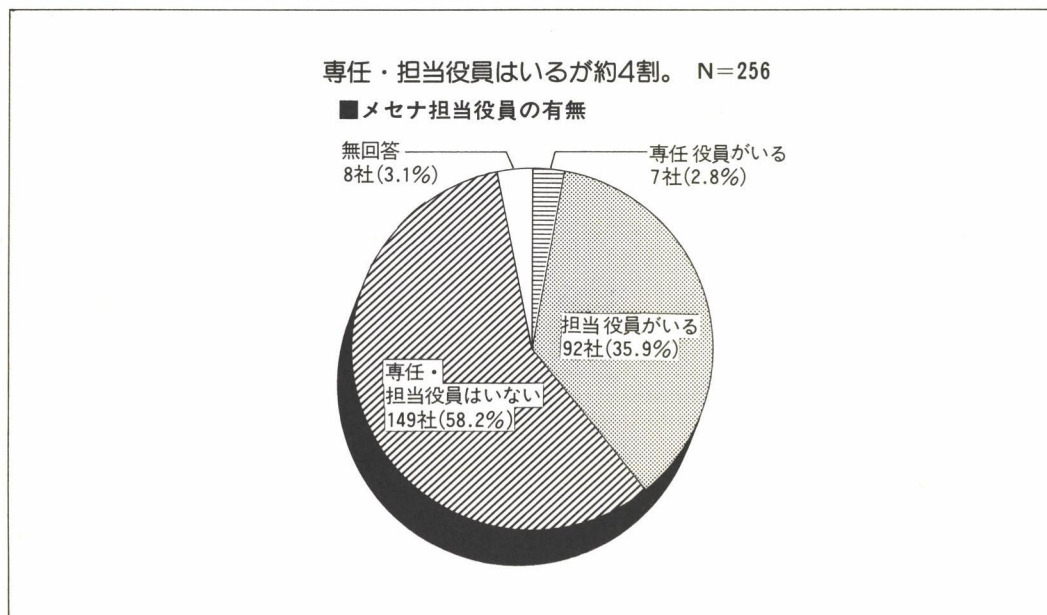
部 署 名		部 署 名		部 署 名	
文化企画部	1人	文化情報センター	14人	広報部文化企画課	2人
生活文化センター	6	社会業務室	8	福祉基金事業部	6
社会貢献グループ	5	I C C 本部	10	広報部社会文化室	6
広報部文化事業室	5	文化支援室	7	企業市民室	13
文化事業部	10	企業文化部	2	広報部社会公共課	4
広報部社会文化事業室	3	広報、宣伝、イベント部	4	文化事業部	21
ヒューマニー推進室	7	社会文化事業室	3	文化支援室	2
企画室	5	社長室文化G		社会貢献活動委員会事務局	16
広報渉外	1	文化事業部、事業開発部	30	広報部社会文化担当	2
総合企画部広報室	5	アーティストネットワーク	2	文化推進部	15
総務部メセナ支援担当	2	文化情報センター	23		

③メセナ担当役員

「担当役員はいない」が58.2%と過半数を超えている。しかし、「担当役員がいる」が35.9%あり、約4割は専任ないし、担当役員

がいと回答している。

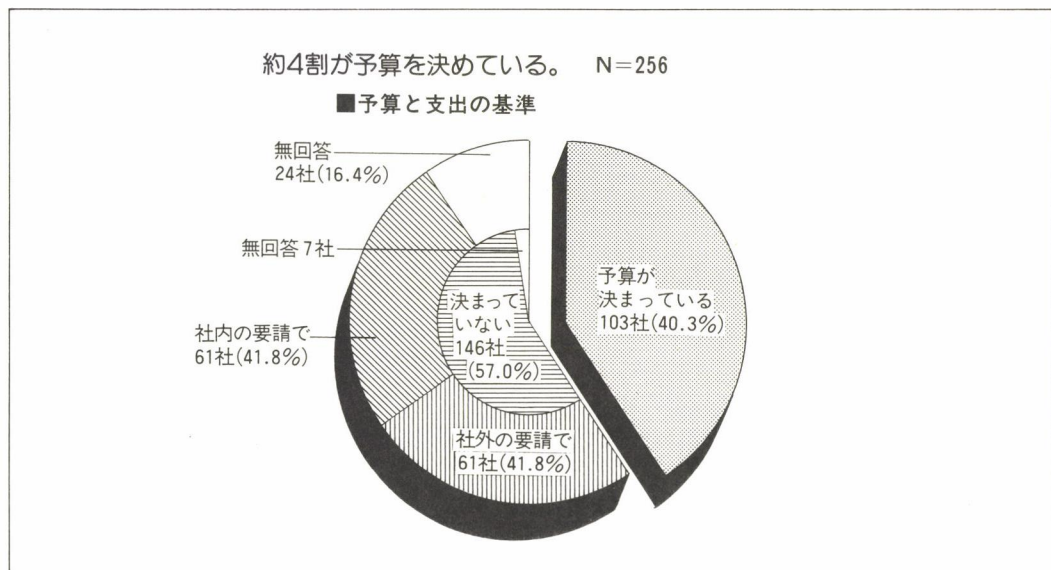
これを昨年の調査数値と比較すると、昨年は「担当役員がいる」は31.6%であったので、僅かながら増加傾向を示している。



2. 予算について

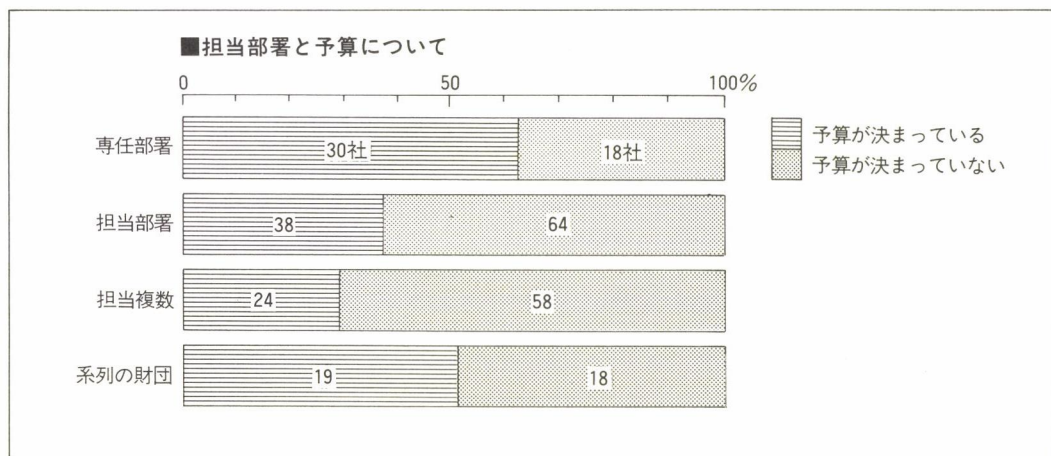
「予算が決まっている」は40.3%、「予算は特に決まっていない」が57.0%となり、前年の調査と比較して「予算が決まっている」が増加傾向にある。

そこで「予算は特に決まっていない」と答えたところに支出について尋ねたところ、「社内からの要請があれば個別に判断して支出する」、「社外から支援要請がある都度支出する」は41.8%と同率である。



そして組織と予算の関係でみると、「専任部署がある」、「系列の財団が行っている」ところでは「予算が決まっている」と答える方が多く、この2つ以外の「専任部署はないが、

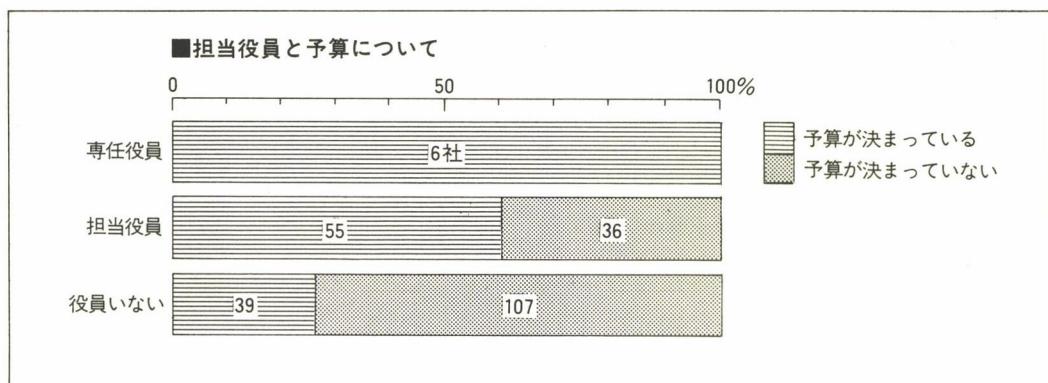
担当部署が決まっている」、「担当部署が複数である」ところは「予算は特に決まっていない」が多くなっている。



3 調査結果の分析

次に、担当役員と予算の関係でみると、「専任役員がいる」、「担当役員がいる」ところでは「予算が決まっている」が多く、「担当役

員はいない」ところは「予算は特に決まっていない」が相当に多くなっている。



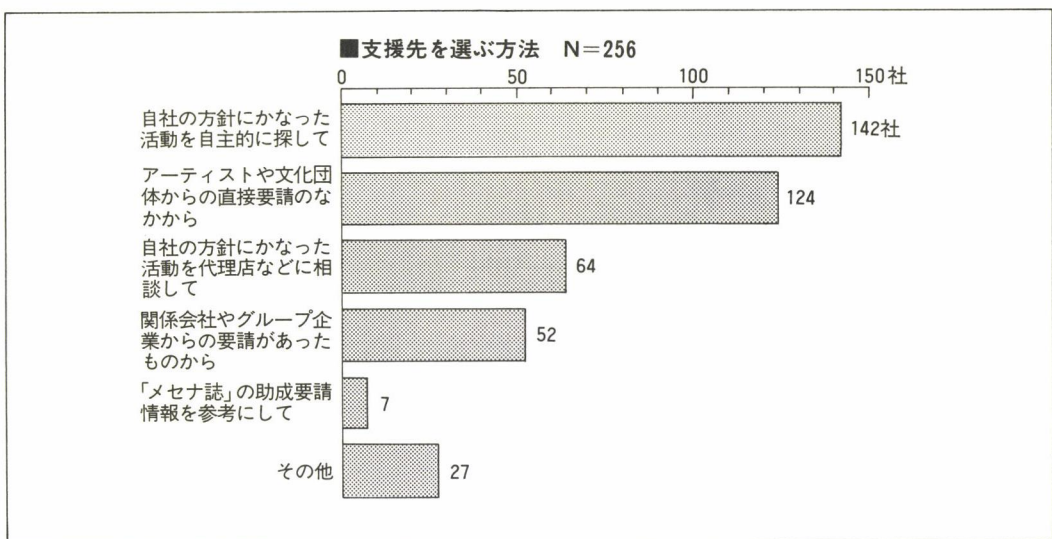
5 メセナ活動の進め方について

1. 支援先を選ぶ方法

支援先を選ぶ方法で、一番多かったのは「自社の方針になかった活動を自主的に探して支援する」で55.5%、続いて「アーティストや文化団体からの直接要請があったものから検討」で48.4%、「自社の方針になかった活動を代理店などに相談しながら企画する」は

25.0%、「関係会社やグループ企業から要請があったものを検討」は20.3%、「メセナ誌の助成要請情報を参考にして選ぶ」は2.7%となっている（複数回答）。

この結果をみると、企業の自主性が強く現れていることが感じられ、メセナ活動に対する姿勢の積極的な変化を読み取ることができる。



2. メセナ活動を評価する基準

メセナ活動を評価する基準をどこにおいているかの問では、「内容で判断する」が過半数を超え59.8%、「数値的基準がある」は7.4%となっているが、「別がない」が31.2%と全体の約3分の1程度ある。

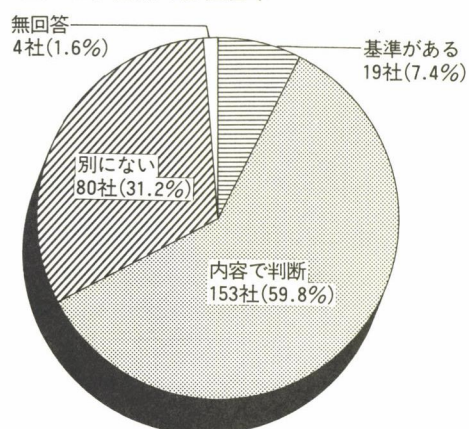
そこで、「別がない」と答えたところに今後どうするかを尋ねたところ、「当面考えてい

ない」が65.0%、「今後つくりたい」が35.0%となっており、考えていない方が上回っている。

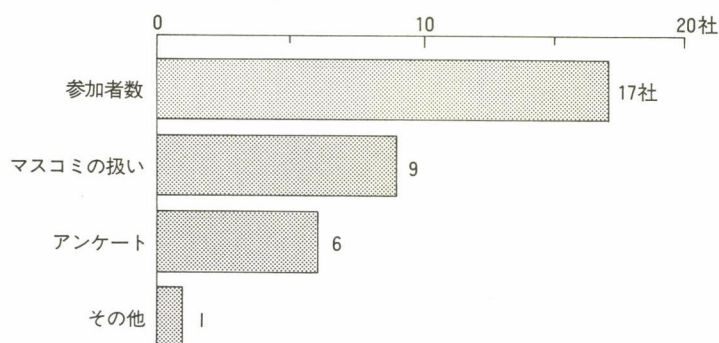
また、「数値的基準がある」と答えたところへは、その内容を尋ねた。これによると「参加者（入場者）数」が一番多く89.5%、次いで「マスコミによる取り扱い量」が47.4%、「来場者アンケート数」が31.6%となった（複数回答）。

内容で判断が過半数、しかし、別になしも約3分の1 N=256

■メセナ活動の評価基準

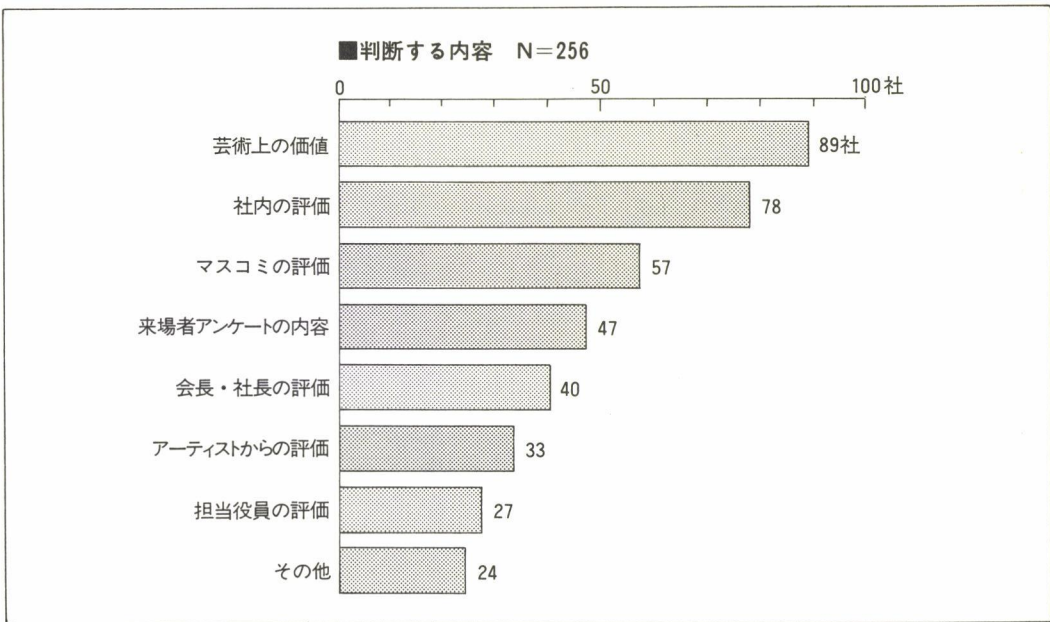


■数値的基準の内容 N=19



さらに、「内容で判断する」場合その内容は何かと尋ねたところ、最も多かったものは「芸術上の価値」で58.2%、次に「社内の評価」で51.0%、次いで「マスコミの評価」で37.3%となり、「来場者アンケートの内容」は30.7%となり、「会長・社長の評価」は26.1%、「アー

ティストからの評価」は21.6%、「担当役員の評価」は17.6%であった。この結果によれば、活動の評価は、芸術上の価値を判断しながら、社会的なものや社内的なものとの両方の基準で総合的に判断されているようである（複数回答）。



3. メセナ活動の認知度

①社内の認知度

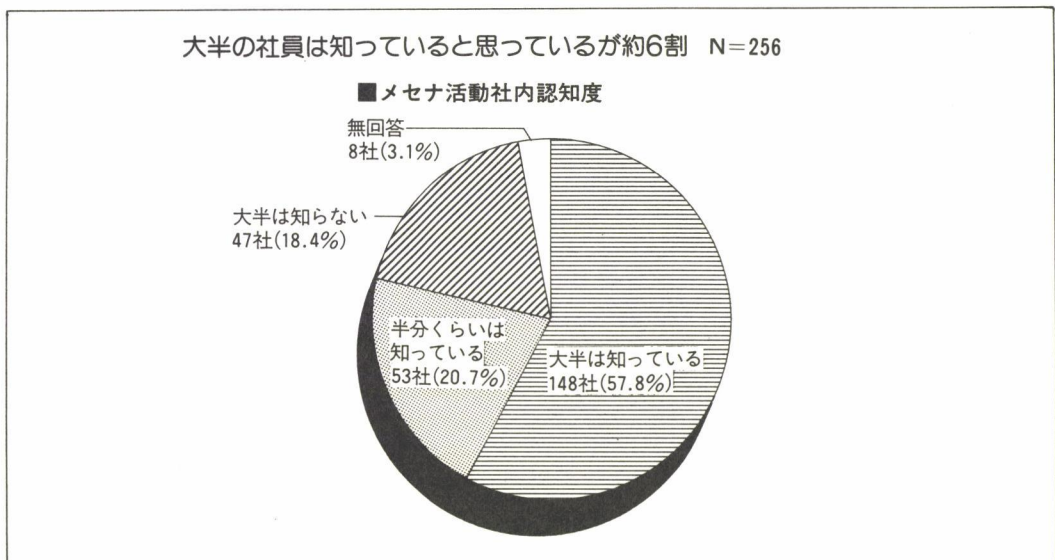
メセナ活動の社内での認知度を担当者に聞いたところ、「大半の社員は知っていると思う」が57.8%であるが、「知っている社員は半分ぐらいであると思う」が20.7%、「大半の社員が知らないと思う」が18.4%であった。

そこで、社内へのPRについて聞いたところ、

「している」が72.7%、「特にしていない」が26.2%であり、社内PRをしているところが大半である。

具体的なPR方法では、ほとんどの企業が社内報の活用を中心に対応している。

一方、特にしていない理由については、「メセナ活動に対する体制が整っていない」、「開始してまだ日が浅い」、「活動の規模が小さい」



3 調査結果の分析

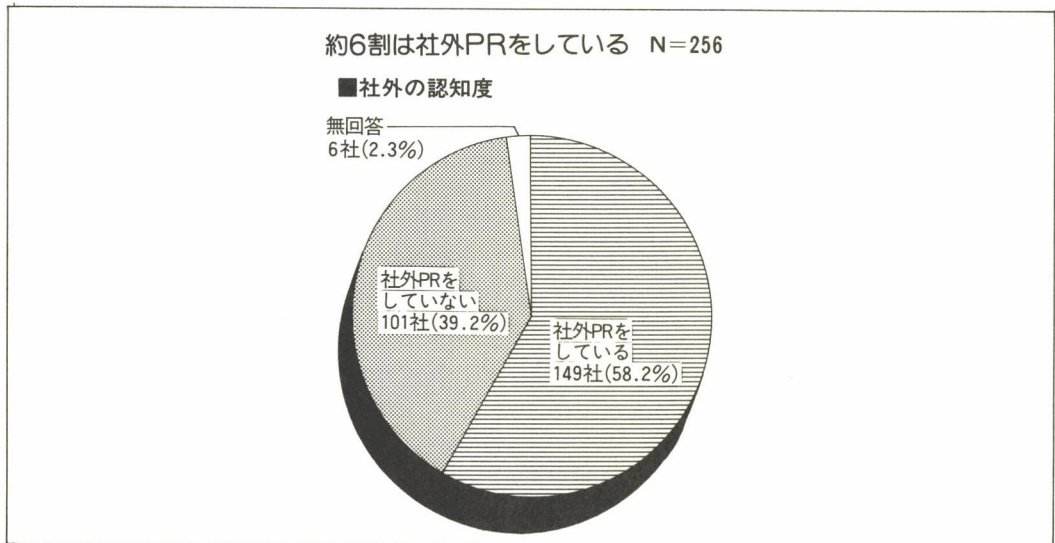
などが主たるものである。

②社外PR

メセナ活動についての社外PRは、「している」が58.2%、「特にしていない」が39.5%となっており、具体的な方法としては、ポスター等の掲示、チラシ・プログラムの配付、パブ

リティとしてのリリース、広告宣伝、顧客の招待などが多い。

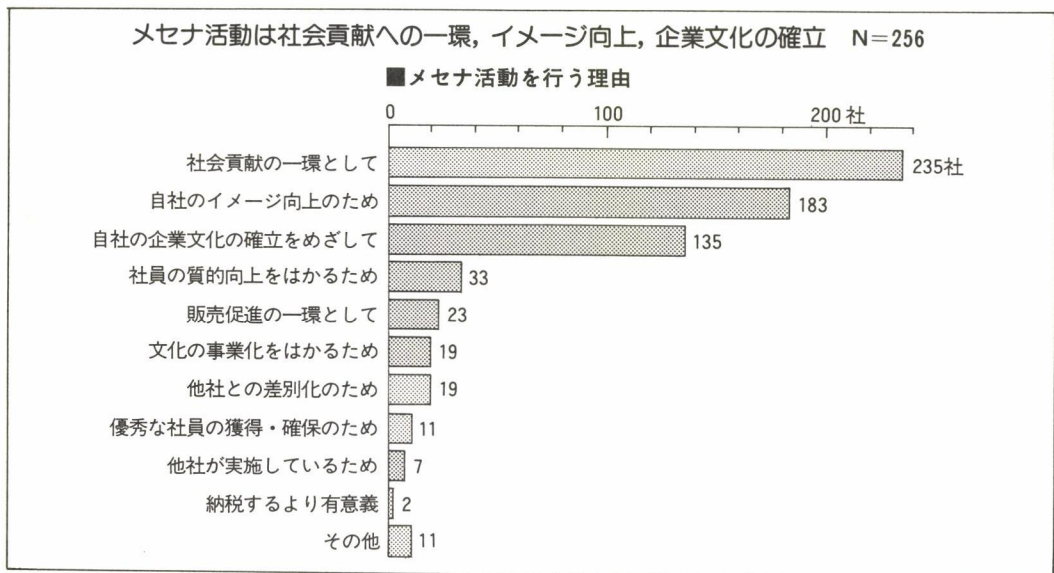
また、「特にしていない理由」としては、「公式にPRする必要がない・すべきでない」「あまり実績がない」「宣伝活動とは一線を画する」などの意見が主流となっている。



4. メセナ活動を行う理由（3つ以内）

メセナ活動を行う理由については、最も多いものが「社会貢献の一環として」で91.8%、次に「自社のイメージ向上のため」で71.5%、

次いで「自社の企業文化の確立をめざして」52.7%となっており、昨年調査同様この3つが他の理由からぬきんでて高い数値を示している。



5. メセナ活動と社会貢献活動、 一般寄付金との関連

①重点分野

社会貢献活動の中で、どの分野に重点をおいてきたかを1位から4位まで順位をつけてあげてもらったところ、「芸術文化振興」を第

1位とする企業がもっとも多く、「地域社会の振興」がこれに次ぎ、やや離れて「社会福祉」と続いている。「芸術文化振興」は第1位から第4位までのいずれの順位においても筆頭にあげられており、社会貢献活動としていかに重要視されているかがうかがわれる。

これまで貴社では社会貢献活動の中でどの分野に重点をおいてきましたか

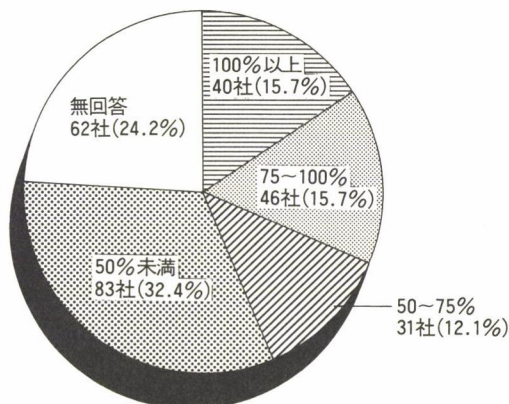
	第1位	第2位	第3位	第4位	合 計
1. 教育	24社 (9.3%)	17社 (6.6%)	31社 (12.0%)	22社 (8.5%)	94社 (36.3%)
2. 社会福祉	31 (12.0)	36 (13.9)	21 (8.1)	18 (7.0)	106 (41.4)
3. 健康・医療	7 (2.7)	14 (5.4)	3 (1.2)	7 (2.7)	31 (12.0)
4. 学術・研究	24 (9.4)	28 (10.8)	25 (9.8)	23 (8.9)	101 (39.1)
5. 地域社会の振興	56 (21.9)	39 (15.2)	27 (10.4)	33 (12.7)	155 (60.5)
6. 芸術文化振興	66 (25.8)	56 (21.6)	38 (14.7)	33 (12.7)	193 (75.4)
7. スポーツ振興	10 (3.9)	14 (5.5)	34 (13.3)	26 (10.0)	84 (32.8)
8. 環境保全	13 (5.0)	15 (5.8)	18 (7.0)	16 (6.2)	62 (24.2)
9. 国際交流	10 (3.9)	17 (6.6)	26 (10.0)	28 (10.9)	81 (31.6)
10. その他	2 (0.8)	2 (0.8)	1 (0.4)	1 (2.3)	6 (2.3)
11. 無回答	13 (5.0)	18 (6.9)	32 (12.4)	49 (18.9)	112 (43.2)
合 計	256 (100.0)	256 (100.0)	256 (100.0)	256 (100.0)	256 (100.0)

②1990年度における一般寄付金の損金算入
限度額に対しての利用率
「50%未満」が全体の約3分の1を占め

32.4%、次いで「100%以上」と「75%以上100%未満」が各15.6%、「50%以上75%未満」が12.1%となっている。

「100%以上」が15%をこえる。N=256

■限度額に対して利用率

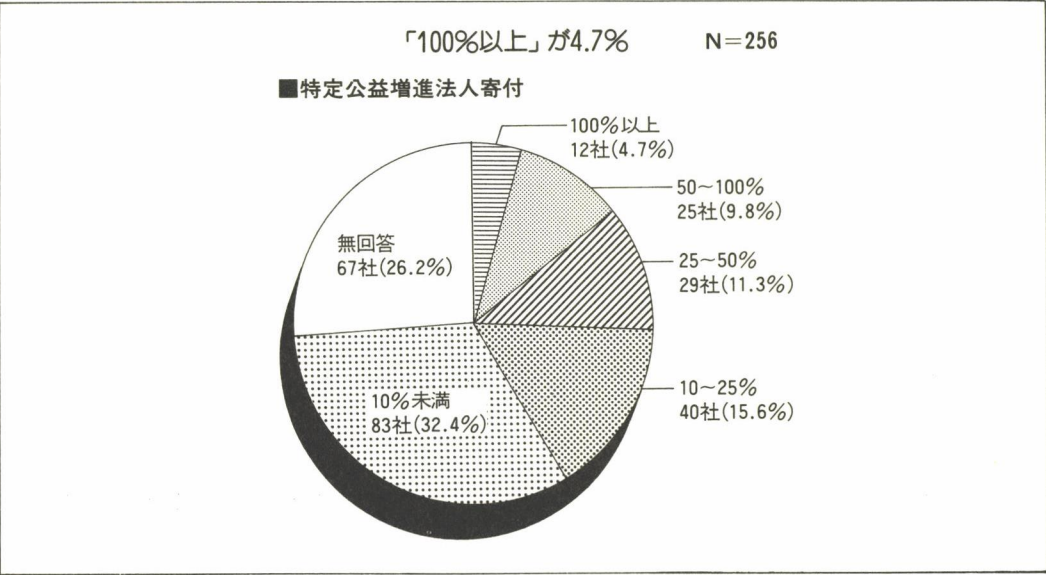


3 調査結果の分析

③1990年度における特定公益増進法人に対する寄付の利用率

「10%未満」が一番多く32.4%、次いで「10%以上25%未満」が15.6%、「25%以上50%未満」

が11.3%、「50%以上100%未満」が9.8%、「100%以上」は4.7%で寄付の率が高くなるほど企業数は少なくなっている。



6. 支援される側について気づいた点や要望事項

46の企業から意見が寄せられており、本章末尾に掲載してある。寄せられた意見には、コミュニケーションの不足や、誤解に基づくと思われるものも散見されたが、企業側の率直な声を紹介することは今後のメセナ活動の

健全な発展に寄与することが期待される。もちろん、支援される側の意見や要望も聞く必要があり、早い機会に実行したいと考えている。

7. メセナ活動推進のための意見

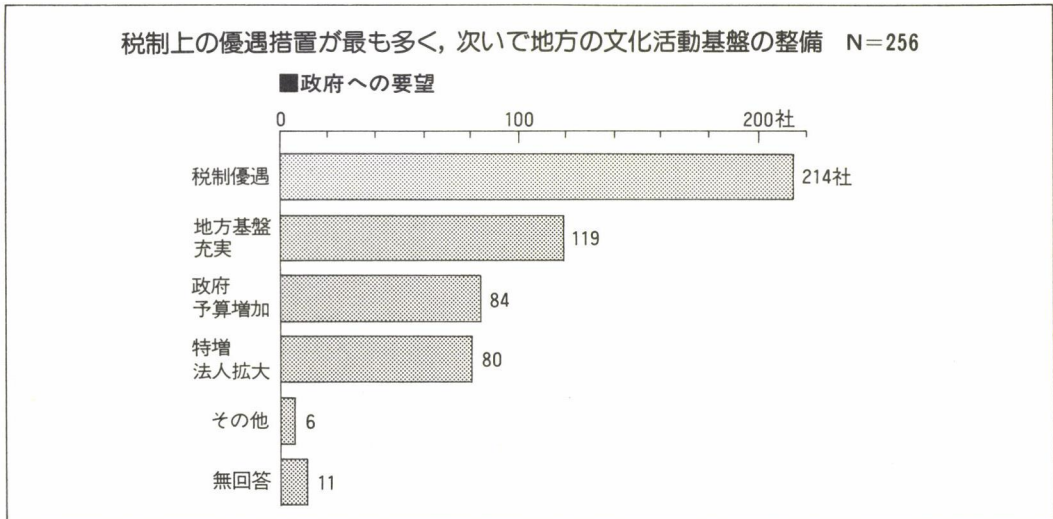
①メセナ協議会の活動への要望一覧(下表)

	是非やってほしい	できればやってほしい	やる必要はない	無回答
メセナ活動に対する免税措置の早期実現	219社	24社	2社	11社
国内外のメセナ活動の具体例などの情報の提供	141	82	6	27
企業に対する啓発活動の充実	133	83	15	25
国内外の芸術文化情報の紹介	99	98	16	43
メセナに対するセミナーの開催	77	122	23	34
芸術関係者に対する勉強機会の提供	55	131	34	36
助成情報の積極的仲介	45	128	49	34
企業のメセナ活動に対するコンサルタント	44	118	59	35
企業メセナ協議会による直接助成	41	91	87	37
『メセナ』誌発行回数の増加	22	137	57	40
海外視察団の派遣	16	122	77	41
メセナ活動担当者の斡旋	12	94	111	39

8. メセナ活動に関する政府への要望

政府への要望では、「税制上の優遇措置」が83.6%、次に「地方の文化活動基盤の充実」

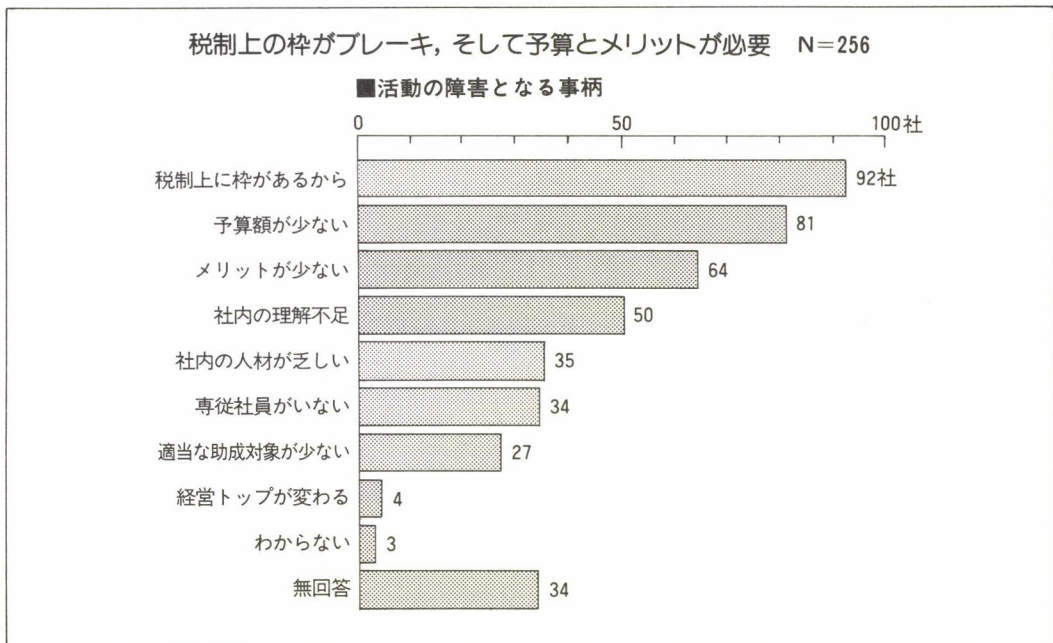
が46.5%、「文化庁予算の増額」が32.8%、「特定公益増進法人の拡大」が31.3%となっている。



9. メセナ活動に障害となる事項

メセナ活動を行う上で障害となる事柄については、最も多いのが「税制上の枠がブレー

キ」が35.9%、次に「予算額が少ない」の31.6%、次いで「目先のメリットが少ない」の25.0%、以下順に「社内



3 調査結果の分析

の理解不足」の19.5%、「社内の人材が乏しい」の13.7%となっていて、「専従社員がいない」13.3%、「適当な助成対象が少ない」10.5%もそれほど多くはないがあげられている。

そこで、「税制上の枠がブレーキ」と答えたところに税制上の優遇措置がとられれば、メ

セナ活動はどうかと尋ねたところ、

「現在より増加する」 59.0%

「現在と変わらないが、寄付金で処理する分が増えるだろう」 30.1%

「わからない」 10.8%

という結果になった。

6 メセナ活動未実施企業

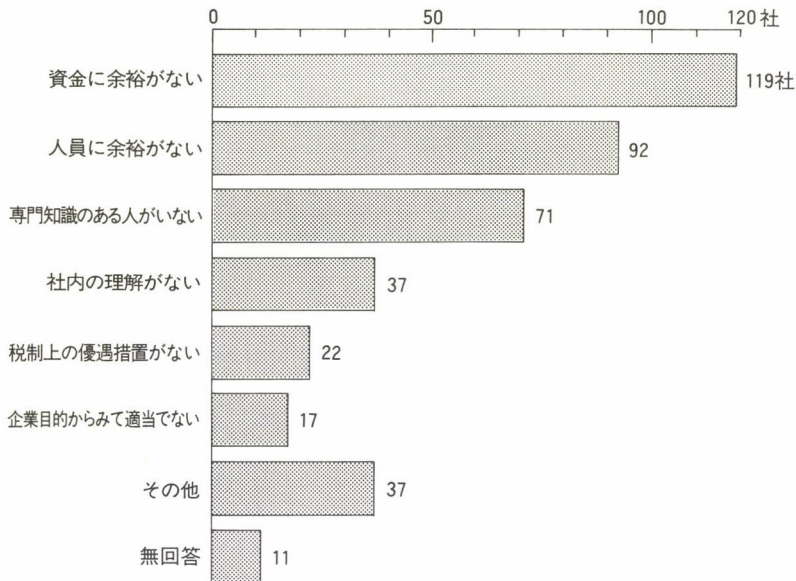
①メセナ活動をしていない理由

メセナ活動をしていない理由については、「資金に余裕がない」が59.8%と一番多く、次いで「人員に余裕がない」が46.2%、「専門知識のある人がいない」が35.7%、「社内の理

解がない」が18.6%、「税制上の優遇措置がない」が11.1%、「企業目的からみて適当でない」が8.5%、となっていて、資金・人員・知識の不足がメセナ活動のネックとなっていると思われる。

資金と人員の余裕が少ない N=199

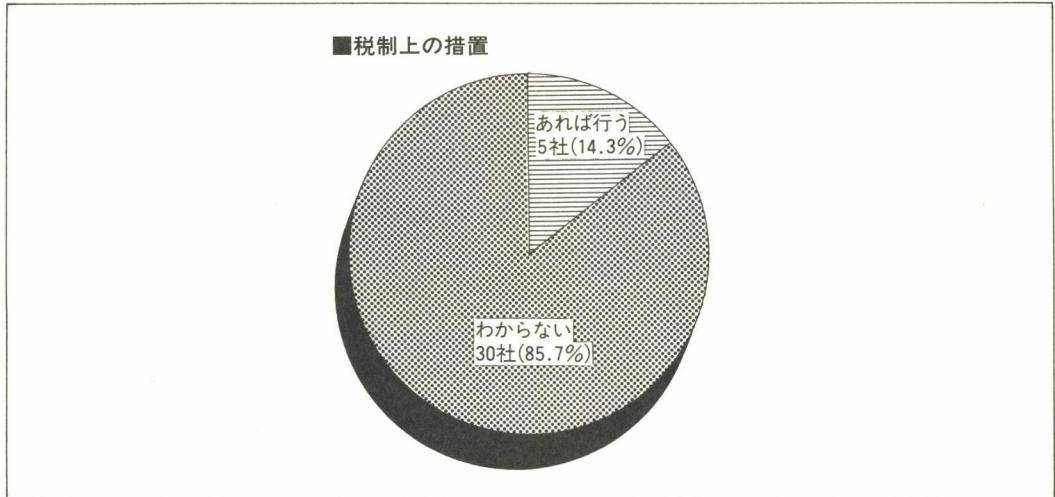
■メセナ活動未実施理由



3 調査結果の分析

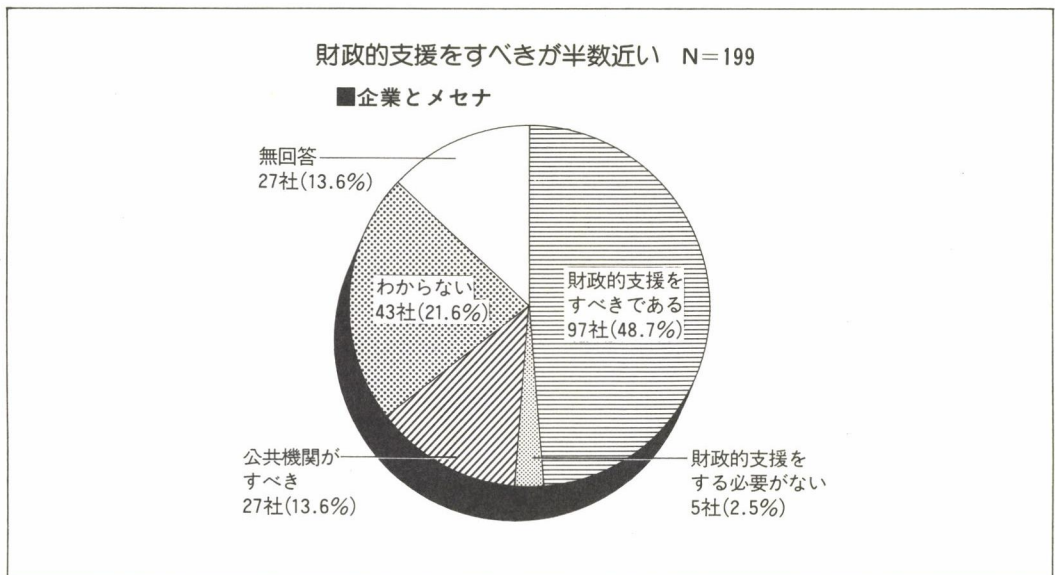
②「税制上の優遇措置」と答えた場合
相当多くが「行うか行わないかわからない」
と答えている（85.7%）。また「優遇措置が

あれば行う」も14.3%となっていて、「優遇措
置があっても行わない」はない。



③企業とメセナについての考え
企業とメセナ活動について未実施企業につ
いての考えでは、「財政的支援をすべき」が
48.7%、次いで「わからない」が21.6%、「公

共機関がすべき」が13.6%となっている。ま
た「財政的支援の必要性はない」は2.5%と
少ない。



4 企業別メセナ活動一覧

〈注〉

1. 回答をいただいた企業のうち、活動実績の書いてある企業を50音順に掲載した。
2. 資本金、従業員数、売上高、経常利益の項については、91年のものだが、企業の決算期月の相違によって、そうでないものもある。
3. 企業名のあとの、①は資本金、②は設立年、③は従業員数、④は売上高、⑤は経常利益、⑥はメセナ活動担当部署名を示している。⑦の「有」は、メセナ予算が決まっていることを示し、「無」は特に決まっていないことを示している。
4. 芸術分野の数字は次のことを示している。

- | | | |
|--------------|---------------------|----------------|
| 1. 音楽・ミュージカル | 2. 絵画 | 3. グラフィック・デザイン |
| 4. 書道 | 5. 版画 | 6. 写真 |
| 7. 工芸 | 8. 彫刻 | 9. 服飾デザイン |
| 10. 舞踊・バレエ | 11. 演劇・人形劇 | 12. 文学 |
| 13. 映画 | 14. ビデオ | 15. 民俗芸能 |
| 16. 美術書 | 17. 美術館 | 18. 歴史的建造物 |
| 19. 文化遺跡 | 20. 現代建築 | 21. 造園 |
| 22. 地域文化振興 | 23. その他以上の分野に入らない支援 | |

なお、23. のあとの数字は、次のことを示している。

- | | |
|---------------|-----------------------|
| 24. 基金協力 | 25. 文化講演会・シンポジウム・会議など |
| 26. 顕彰 | 27. フェスティバルなどの催し |
| 28. 文化施設運営・建設 | 29. その他 |
| 30. 調査・研究 | |

5. 芸術分野の1. 音楽・ミュージカルの内訳は次の通り。

- | A 群（形態） | B 群（ジャンル） | C 群（支援目的） |
|------------|---------------------------------|------------|
| 1. オーケストラ | 1. クラシック | 1. 若手芸術家支援 |
| 2. オペラ | 2. 現代音楽 | 2. 既成芸術家支援 |
| 3. 室内楽 | 3. 邦楽 | 3. アマチュア支援 |
| 4. 独奏会・独唱会 | 4. 民謡 | 4. 青少年育成 |
| 5. 合唱 | 5. 童謡 | 5. 鑑賞者の啓発 |
| 6. ミュージカル | 6. 民族音楽 | |
| | 7. ポピュラー | |
| | (ジャズ、ロック、ニューミュージック、シャンソン、歌謡曲など) | |

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[愛知製鋼]

①249億9,700万円 ②1940年 ③3,500人 ④1,789億円 ⑤49億4,000万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. 地域の文化芸術活動・施設の充実について支援する。
2. 全国的な規模で支援が必要なものについて、業界・団体などと一体となり、相応の協力をする。

碧海キャッチネットワーク (CATV)	22								○
「日仏文化会館」建設	23	28							○
からくり人形「浦島太郎」設営	7								○
豊田佐吉記念館保存会	23	28							○
名古屋フィルハーモニー楽団	1		1	1	2				○

[朝日新聞社]

①6億5,000万円 ②1879年 ③8,500人 ④4,056億9,700万円 ⑤154億900万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 表彰事業
朝日賞、朝日社会福祉賞、朝日スポーツ賞、朝日農業賞、朝日国際奨励金、朝日森林文化賞、健康推進学校賞、大仏次郎賞など。
2. 芸術その他の催事
①美術展 (91年は大英博物館展、ルーブル美術館特別展など多数)
写真展 (レニ・リーフェンシュタール展、マグナム国際写真展など)
②音楽 (イスラエル交響楽団演奏会など多数)、演劇 (グローブ座のシェークスピアシリーズなど)、舞踊 (世界バレエフェスティバルなど)、映像 (ビデオ・コンテスト、国会開設百年記録映画など)、ファッション (春、秋二度のショーなど) など舞台関係もの。
③講演、講座、コンクール、ゼミナールなど多数。
3. スポーツ事業
全国高校野球選手権大会、福岡国際マラソン選手権大会、東京国際女子マラソン選手権大会、札幌国際スキーマラソン大会、日米大学野球選手権大会、全国社会人ラグビー大会、朝日レガッタ、全国家庭婦人バレーボール大会など。
4. 育成、普及、奨励事業
全日本写真連盟、全日本合唱連盟、全日本吹奏楽連盟、日本学生航空連盟などの組織・運営・活動。
5. 学術振興のための事業
国際会議 (日仏文化サミットなど)、学術調査 (新疆省出土ミイラの調査など)、探検 (中国楼蘭探検など)、文化財の調査保護。
6. 財団組織による事業
朝日厚生文化事業団、日本対ガン協会、教育設備助成会、こどもの国協力会、森林文化協会。
7. 宣伝・広告関係の文化的事業
高校生のための国際文化セミナー、囲碁、将棋フェスティバル、全日本家庭婦人ソフトボール大会、全日本レディーステニス大会など。

[旭硝子]

①877億3,300万円 ②1950年 ③1万10人 ④1兆180億8,500万円 ⑤636億1,700万円 ⑦有

ガラスアート展

7

顕彰

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

〔朝日生命保険〕

①（総資産）9兆1,773億8,200万円 ②1888年 ③4万969人 ④（保険料等収入）1兆7,751億100万円
⑤3,336億6,900万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

当社は、広く社会に奉仕すること（「まごころの奉仕」）を経営の理念としており、企業の文化活動も、その一環として位置づけている。

したがってメセナ活動に、いかに取り組むかという視点からではなく、当社の社会貢献活動の中にある文化活動の展開が、メセナ活動として評価・認知されればと考えている。

新都心プロムナード・ギャラリー「ルノアール」展	2								○
新都心プロムナード・ギャラリー「オルセー美術館」展	2								○
新都心プロムナード・ギャラリー「ボストン美術館ミュージアム・レプリカ」展	2								○
新都心プロムナード・ギャラリー「ミレー」展	2								○
「平山郁夫」展（日本の美を訪ねて）	2								○
朝日生命ホール各種音楽会									○
朝日生命ギャラリー展示会									○

〔アサヒビール〕

①1,265億4,900万円 ②1889年 ③4,612人 ④7,308億円 ⑤172億4,600万円 ⑥企業文化部、アサヒビール芸術文化財団、アサヒ生活文化振興財団 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. お客様への感謝の気持ちを表現する社会貢献活動のひとつとして実施。
2. 評価の定まっていないもので、将来性に富むと考えられるものに重点。
3. 独創性重視、参加型、継続性に配慮。
4. 社員の見ている前で活動する。

アサヒビール・ロビーコンサート	1	3、4	1、2	1		○	○	○
和歌山版画ビエンナーレ	5					○		
「メカスの日本」	12、13					○		
アサヒビール文化講座	22					○	○	○
アリス・フェスティバル	11					○		
世界バレエ・フェスティバル	10					○		
アレーナ・ディ・ヴェローナ	1	2	1	2、5		○	○	

〔朝日放送〕

①18億円 ②1951年 ③809人 ④932億4,300万円 ⑤66億1,200万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

小社は、電波を通じて社会に貢献する企業であることは言うまでもありませんが、さらにその公共性や文化性・影響力を背景に電波以外の企業活動としてメセナを考えている。とくに地域社会との調和・人にやさしい環境作りをスローガンに、人間復活都市への具体策を考えている。

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
ABCギャラリー	2～8				1	○	○	○	
ABC音楽振興財団 (国際音楽賞, ABCフレッシュコンサート)	1				1	○	○	○	
ABCミュージカル	1		6			○	○		

【味の素】

①792億9,500万円 ②1925年 ③5,915人 ④5,040億800万円 ⑤291億3,200万円 ⑥味の素の文化センター ⑦有(財団の場合)

食文化研究助成	22	30				○			
ミュージカル「キャッツ」	1					○			
ふるさとキャラバン	1					○			
食の文化ライブラリー	22	28							○
食文化フォーラム	22	25							

【アッド】

①300万円 ②1988年 ③73人 ④10億9,500万円 ⑤100万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. 私どもは小さな企業である。したがってムリのない方法をとる。
2. 次代に貢献できる普遍性の高い活動を支援する。
3. メセナ発足パーティで山崎正和氏が述べられたプロデュースを中心とする(予算をとれる企業ではないので、知恵と人的支援にならざるを得ない)。

出雲建築展	22					○			
建築思潮出版	23	29				○			郵送費
建築の世紀末と未来	23	25				○			ポスター など

【アドブレーション】

①1,000万円 ②1983年 ③15人 ④2億2,000万円 ⑤600万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. 社員の主催する個展などの支援。
2. 国際交流活動における支援。

KYOTO VISITOR'S GUIDEの発行	23	29				○	○		
関西留学生新聞の発行	23	29				○	○	○	
パルナスダンスシアター「宇宙のうずき」	10						○		
祇園祭山鉾巡行	22						○		

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[アマダ]

①523億円 ②1948年 ③1,737人 ④1,651億7,400万円 ⑤311億200万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 会社のイメージアップ。
2. リクルート面での効果。
3. 地域住民への還元。
4. 社員家族への福祉。

アマダミュージッククラブ	1	3				○	○	○	
ソニーロリンズ'91	1	4	7			○	○		
堀内孝雄サンセットコンサート	1	4	7			○	○		

[アメリカン・エクスプレス]

①66億USドル ②1850年 ③10万人 ④243億USドル ⑤1億8,100万USドル ⑥広報・渉外 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

良き企業市民を目指し、積極的に社会貢献活動に従事することは、①当社事業の健全な成長と社会の安寧とは相互関係にある。②地域社会を支援することによって優秀な人材、顧客、ビジネス、パートナーを得ることができる、という概念より社会貢献活動を行っている。

第5次上智大学アンコール遺跡研究・国際調査団	19					○			
すばらしきアメリカ・野球美術展	2,6,8,14					○			
カンボジア文化のタペチャリティーコンサートセミナー	6,15,23	25,27				○		○	○
メキシカン・プレイ・カントヴェルデ	11					○			
国際難民奉仕会	23	24				○			
日本イスラエル婦人協会	23	24				○			
インターリンク：A Festival of New American Music	1		7			○			
日本ボランティア・センター	23	24				○			
赤い羽根募金	23	24				○			
チャリティー・バザー	23	24				○			
アンコールワット・パネル写真展	6								○

[イオングループ1%クラブ]

⑥イオングループ1%クラブ事務局 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 国際的文化交流に資する事業の実施及び助成。
2. 地域の文化に資する事業の実施及び助成。

ハンガリー交響楽団支援	1	1				○			
早稲田大学交響楽団支援	1	1				○			
メトロポリタン美術館支援	17					○			

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

三重県文化振興基金寄付

22

○

【伊藤忠商事】

①1,747億1,100万円 ②1949年 ③7,108人 ④20兆5,959億5,900万円 ⑤543億7,300万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

社会貢献活動の基本理念の中に、芸術文化に対する支援を定めている。

ウィーン室内管弦楽団ワールドツアー

1

1

1

2

○

日本音楽文化交流協会

1

4

1

1

○

東京国際映画祭

13

○

【INAX】

①485億円 ②1924年 ③6,700人 ④2,750億円 ⑤186億円 ⑥文化推進部 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 生活文化〈建築・環境美〉に深い関連を持つ分野である。
2. 他社がしない、当社がすべきユニークなものである。
3. 自前で活動をする。
4. 継続して行う。

ギャラリー活動／東京

2,3,5、
6,8,16、
20,23

25,28,29

○

〃／名古屋

23

25,28,29

○

〃／大阪

23

25,28

○

出版活動

23

29

○

各地での講演会活動

23

25

○

INAXデザイン・プライズ

23

26

○

○

窯のある広場資料館

23

28

○

【伊予銀行】

①203億5,600万円 ②1941年 ③2,957人 ④2,177億4,000万円 ⑤134億300万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

愛媛県内の営業店網を活用し、地域に根ざした文化活動を支援することによって、当行の新しい企業理念「潤いと活力ある地域の明日を創る」を具現化していく。

音楽座ミュージカル「シャボン玉とんだ宇宙までとんだ」

1

6

7

4

○

○

【岩手日報社】

①1億7,000万円 ②1876年 ③376人 ④111億円 ⑤7億7,000万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

社は、独立・責任・奉仕である。企業が成り立っているのは、地域のおかげであるという認識のもとに、メセナのみならず還元していくという考え方である。

岩手芸術祭	22								○
山口青邨生誕百年記念祭	12								○
岩手日報文化賞	23	26							○
日報文学賞	23	26							○

[宇佐美組]

①83億円 ②1924年 ③144人 ④124億9,600万円 ⑤7億9,700万円 ⑥文化事業部 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

「優れた経済活動は優れた文化活動である」という認識のもと、企業経営を積極的に推進し、さらに「優れた文化活動は優れた経済活動を大きく導き出す」との認識のもと、企業はいかに地域に密着しつつ、地域の発展のために役立つことができるかを課題の一つとして実行している。

ウサミ・ファースト・コンサート1991	1		3	1	2	○	○	○
---------------------	---	--	---	---	---	---	---	---

[AIU保険]

①8億ドル ②1946年 ③2,500人 ④AIG人事教育統括本部 ⑤有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 自分たちで考え、自分たちで企画・交渉し、自分たちの手で実施し、フォローする。
2. 実施するほうも、参加するほうも、協力して行う。
3. 金額や大きさが全てではないと信じています。

東京都内高校生国際交流プログラム	23	31					○	○	○
AIGコンサート	1		3	1	4		○	○	
マダム・パタフライ国際コンクール	1		2	1	2		○	○	

[エーザイ]

①232億600万円 ②1941年 ③4,271人 ④2,054億9,300万円 ⑤344億5,000万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

いかなる医療体制下にあっても、存在価値あるヒューマン・ヘルス・ケア企業として成長していくことを最大眼目としており、フィランソロピー、メセナ活動は社の重要な事業活動の一環として推進している。

財内藤記念科学振興財団	23	24					○	○	○
財医療科学研究所	23	24					○	○	○
第20回医療功労賞	23	24					○	○	
内藤記念くすり博物館特別展「目で見ると すりのあゆみ」	23	27					○	○	○
内藤記念くすり博物館	23	28					○	○	○

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[江崎グリコ]

①64億8,600万円 ②1922年 ③1,700人 ④1,396億3,400万円 ⑤96億8,300万円 ⑦無

江崎記念館	23	28							
グリコピア神戸	23	28							

[エッソ石油]

①200億円 ②1961年 ③1,200人 ④6,135億5,400万円 ⑤178億4,500万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 青少年の活動を支援する。
2. 世間で脚光を浴びていない活動を支援する。

ジュニア・フィルハーモニック・オーケストラ・ミュージック・キャンプ	1		1	1	4	○			
全日本ピアノ指導者協会ピアノ・コンペティション	1		4	1	4	○			

[愛媛銀行]

①135億4,000万円 ②1943年 ③1,696人 ④（経常収益）977億7,000万円 ⑤46億3,000万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

- ・基本方針……ふるさととの共生
- ・重点施策……ふるさととの諸行事などへの積極的参加
ふるさとへの還元事業の実施
- ・具体的施策……社会、文化、芸術など地域諸行事に積極的に参加

愛媛交響楽団支援	1		1	1	3	○	○		
WIZ KIDS ミニコンサート	1		4	7	3	○		○	

[エルメス ジャパン]

①2億2,000万円 ②1983年 ③84人 ④6億5,400万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

日仏間の文化交流に資すると認められるものを主眼とする。

アリオン音楽財団	1		3	1	1	○			
----------	---	--	---	---	---	---	--	--	--

[大分放送]

①2億6,000万円 ②1953年 ③208人 ④66億300万円 ⑤6億1,000万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

大分県内における教育・文化・芸術及び学術の振興を図り、もって大分県教育文化の発展及び育成に寄与することを目的とする。

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
大分交響楽団の県下での活動	1		1	1	3	○			
宇佐市の神楽念仏楽打の継承保存	15					○			
臼杵市の伝統的建造物の調査研究活動	18					○			

[大阪ガス]

①1,321億2,700万円 ②1897年 ③1万812人 ④5,909億円 ⑤318億3,200万円 ⑦無

ともしびこども劇場	1		6	7	1				○
チャリティーコンサート	1		3、4	1、7	2、3				

[大阪スタジアム興業]

①11億1,000万円 ②1949年 ③235人 ④30億6,500万円 ⑤9億700万円 ⑦無

ドームシアター「王手」上映	13								○
王子動物園「亀井一成」講演会	23	25							○

[沖縄銀行]

①95億2,500万円 ②1956年 ③1,529人 ④703億9,500万円 ⑤47億5,900万円 ⑥総合企画部企画課 ⑦有
〈メセナ活動基本方針〉

当行では、特にメセナ活動に関する方針や取り決めを定めているわけではないが、平成元年8月に設立した「財おきぎんふるさと振興基金」の中で、県内文化・芸術の発展のために研究されている方々にも助成を行うという形で、メセナの活動を進めていく考えである。

メサイア演奏会運営委員会	1		5	1	1				○
--------------	---	--	---	---	---	--	--	--	---

[オムロン]

①386億5,000万円 ②1948年 ③7,400人 ④3,800億円 ⑤278億円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1959年に制定された社憲(企業理念)“われわれの働きでわれわれの生活を向上し、よりよい社会をつくりましょう”と、本年10月に制定された企業市民憲章をもとに企業の社会的貢献活動を実践し、その中でメセナ活動も実行している。

オムロン京都文化フォーラム	23	25							○
細川コレクション・イン・スミソニアン	7								○
世界陶芸祭「土をうたう」	7								○
京都フランス音楽アカデミー	1				1				○
ベルリン日本文化祭	7								○
京都・南座改築支援	22								○
アメリカフェア1991	1								○
妙心寺天球院改築	18								○

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
「京都みどりの祭典」	23	27				○			
グレートカナダ'91	23	27				○			
アジア太平洋工芸会議	23	25				○			
ソ連現代絵画展	2					○			
京の歌舞伎展	23	27				○			
東大寺仁王尊像修理	19					○			
米国・森上美術館拡充	17					○			
'91カントリーゴールド	1			2		○			
メトロポリタン美術館	17					○			

【オリентコーポレーション】

①532億1,400万円 ②1954年 ③5,194人 ④4,216億9,100万円 ⑤211億2,500万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

自社の方針にみあった活動を、自主的に探して支援することを基本方針としております。

古代オリент博物館	23	24				○	○
第5回オールジャパンジャズエイド	1			7		○	
カザルスホールティータムコンサート	1		3	1	2	○	
角川文庫読書感想文コンクール	12					○	
第3回フェミナ賞	12					○	
オリент日本語学校	23	24				○	
オリентアジア文化基金	23	24				○	

【オリックス】

①201億8,000万円 ②1964年 ③2,500人

コレクションの一般公開	2						○
①茨城県つくば美術館「現代美術をひらいた巨匠たち」へ全作品出展							
②滋賀県立近代美術館「心をのぞいた芸術家たち」へ一点出展							
オリックス・コンサート（松岡直也）	1			7		○	

【花王】

①618億4,900万円 ②1940年 ③7,972人 ④5,700億円 ⑤400億円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

- メセナ活動は花王(株)と(財)花王芸術文化財団の二面になる。
財団の助成内容と予算枠もあり、オール花王として効果的に対応する。
- 弊社は、老若男女生活者の全てがお客様であり、長いご愛顧に対し、芸術・文化を通じて、社会還元の一助にする。
- 活動が弊社の企業文化の確立を通じ、企業イメージの向上に寄与すれば幸いである。

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
美術館連絡協議会	17								○
東京交響楽団	1		1	1	2、5				○
読売日本交響楽団	1		1	1	2、5				○
東急文化村オーケストラシリーズ	1		1	1	2、5				○
ミラノスカラ座弦楽合奏団	1		3	1	2、5				○
NHKエンタープライズオペラ「魔笛」	1		2	1	2、5				○
花王芸術文化財団	23	24							○

[香川銀行]

①84億9,100万円 ②1943年 ③1,354人 ④657億4,100万円 ⑤58億7,300万円 ⑥広報部、助かかわ海外交流財団 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. 地域の人々に貢献できること。
2. 当行のイメージづくりに役立つこと。

バリ「木の十字架少年合唱団」	1		5	1	5				○
高校生海外派遣	22								○
オリーブ杯英語スピーチコンテスト	22								○
国際交流講座	23	25							○
海外研修生招聘	23	31							○

[鹿島建設]

①640億7,000万円 ②1930年 ③1万3,452人 ④1兆7,016億6,100万円 ⑤1,032億3,000万円 ⑦無

日本フィルニューイヤーコンサート	1		1	1	2				○
ノヴァクトリオ日本公演	1		1	1	5				○
日本建築学会「建築文化週間」	20								○
ウォルトディズニー映画祭	13								○
日本フィルヨーロッパ公演	1		1	1	2				○
旧東ベルリン森鷗外記念館	18								○
ルーマニア音楽祭	1		1、3、4	1	1				○
ベルリンコミッシュオーパー	1		2	1	5				○
「磯崎新1960～1990建築」展	20								○
細川光代ピアノリサイタル	1		4	1	1				○
東京フィル「太平記」コンサート	1		1	2	5				○
名古屋フィルコンサート	1		1	1	2				○
新日フィルクリスマスコンサート	1		1	1	2				○
五十田安希「ひとり芝居」	11								○

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[鐘紡]

①307億6,100万円 ②1887年 ③1万300人 ④5,277億7,100万円 ⑤110億3,500万円 ⑦有

朝日ベルサロン

第78回	1		4	1	5	○	○		
第79回	11					○	○		
第80回	13					○	○		
第13回読売「女性ヒューマンドキュメンタリー大賞カネボウスペシャル」	12					○	○		
カネボウ・ミセス童話大賞	12					○	○		
読売日響サマーフェスティバル	1		1	1	5	○			
童謡ニッポン	1		5	5	4	○	○		
第1回ピアノデュオコンクール	1		※連弾	1	1	○	○		
ピアノデュオ全国縦断コンサート	1		※	1	1	○	○		
カネボウ国際女性映画週間	13					○	○		
移動岩波ホールIN大阪	13、22					○	○	○	
YIWCオリエンテーション	23	25				○	○	○	
YIWCランチョン	23	27				○	○	○	
繊維美術館（春期、秋期）	17					○	○	○	

[カルティエ ジャパン]

①2億5,000万円 ②1977年 ③200人 ⑥広報・宣伝・イベント部、カルティエ現代美術財団 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. カルティエ現代美術財団の活動（コンテンポラリーアートとアーティスト支援）。
2. 学術的メセナ活動支援（「日仏経営行動」の比較的研究プロジェクト）。
3. スポーツメセナ（馬術競技への支援）。
4. 赤十字、福祉施設などへの援助。

「日仏経営行動」の比較的研究プロジェクト	23	30
ガルースト展	17	
カルティエ杯ジャンピング・リレーアスロン（馬術）	23	24
赤十字への寄付	23	24
チャリティー	23	28

[河合塾]

②1933年 ③1,400人 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

とりあえず、生徒、先生（講師）、生徒の保護者を対象とする範囲で行うことを原則とする。

リトル・シンドバット	13	○
------------	----	---

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[川島織物]

①82億7,700万円 ②1938年 ③1,250人 ④923億円 ⑤32億8,000万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

創業以来、149年にわたって社内に蓄積された8万点以上の史料を含め、織物に関する技術・美術情報、ならびに世界各地の歴史的に価値のある古代裂を含むコレクションを展示公開し、インテリア産業の発展と生活に潤いをもたらすインテリアの質的向上に寄与する。

職業訓練法人川島育成会「マイスタースクー	7、20					○	○	○
ル」								
「川島テキスタイル・スクール」	7	28				○	○	○
「川島織物文化館」	7、17	28				○	○	○
織物文化館秘蔵品展	17					○	○	○
「織芸の彩り・宮中儀礼の装飾織物」展	17					○	○	○
第15回世界クラフト会議寄付	7					○	○	

[勸角証券]

①660億6,000万円 ②1922年 ③5,629人 ④1,288億2,100万円 ⑤41億1,000万円 ⑦無

ラッコのかんかくシアター（富山支店）	22					○	○	○
知的障害者による音楽表現ワークショップ	1		2	3			○	○
畠山夢恵美展「夢宇宙の世界」	2						○	○
パーティー会	22					○	○	○
ベルリン放送交響楽団	1	1	1	5		○	○	
ラッコの感謝デー（全国各地）	22					○	○	○
日本オペラ振興会	1	2				○		
徳川美術館	17					○		
水戸芸術館	17					○		
九州交響楽団	1	1	1			○		
名古屋フィルハーモニー交響楽団	1	1	1			○		
広島交響楽団をウィーンへ送る会	1	1	1			○		

[煥乎堂]

①800万円 ②1868年 ③136人 ④40億円 ⑥企画室

〈メセナ活動基本方針〉

1. 地方文化の啓蒙。
2. 全国レベルでの文化を県内に吸収させる。
3. 県内の秀れた芸術家に発表の場を提供する。

小田実文芸講座	12						○	○
吉本隆明文芸講座	12						○	○
小川国夫・司修展	12						○	○
イスラエル美術の現況	2、8						○	○
中村節也七十年展	2						○	○

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
深谷徹展	2								○ ○
岡部蒼風展	4								○ ○

[北日本放送]

①2億3,000万円 ②1952年 ③212人 ④77億8,600万円 ⑤14億4,300万円 ⑥総務局、営業開発局 ⑦無
 〈メセナ活動基本方針〉

1. 地域文化活動の活性化
2. 地域文化水準のボトムアップ
3. 伝統文化の保存啓蒙
4. その他

パリ、オペラ座バレエ学校公演	10								主催
ゲアハルト・ヘッツェルバイオリンリサイタル	1		4	1		○			共催バブ リシティー
横山幸雄ピアノリサイタル	1		4	1		○			〃
ジョルジュ・ドン、ニジンスキー神の道化	11					○			主催
読日響富山公演	1		1	1	5	○			共催
タチアナ・ニコライエツピアノリサイタル	1		4	1	5	○			主催
ウォルト・ティズニーワールドオンアイス 公演	23	27				○	○	○	〃

[紀伊國屋書店]

①37億円 ②1927年 ③2,000人 ④900億円 ⑦無
 〈メセナ活動基本方針〉

1966年紀伊國屋演劇賞を創設し、1991年で第26回を迎えた。1964年紀伊國屋ビル新築と同時に、紀伊國屋ホール・画廊をオープン、今日に至っている。

紀伊國屋演劇賞	23	26				○			
---------	----	----	--	--	--	---	--	--	--

[キヤノン]

①833億5,900万円 ②1937年 ③1万9,351人 ④9,312億9,600万円 ⑤732億3,700万円 ⑥文化支援室 ⑦有
 〈メセナ活動基本方針〉

1. 企業理念である「共生」に則るものとする。
2. 自社がもつ資源「技術」「人材」を有効活用する。
3. 事業ドメインに近く、社員にもわかりやすい支援活動を行う。
4. 永続的に行う。

アートラボ（展示会）	2					○	○	○	
写真新世紀	6					○			○

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[キャノン販売]

①402億5,700万円 ②1968年 ③7,818人 ④5,028億円 ⑤175億円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 企業の経済活動は、顧客のQuality of Lifeを創造するという意味で、即文化活動であることを前提に、企業の社会的責任として社会文化支援活動を行う。
2. 当社の事業活動を通して培った知恵や技術（知的資産）をもって、社会貢献できる分野を中心に支援活動を行う。

国際美術史学会東京会議	23	25				○			
第13回国際比較文学会東京会議	23	25				○			
日本文化デザイン会議'91島根	23	25				○			
若州一滴文庫（水上勉氏設立）	12								○
バードソン1991	23	24				○			
アムネスティインターナショナル世界大会	23	27				○			
21世紀への伝言	23	25				○			
並河萬里ユネスコプロジェクト	19					○			
文庫による読書感想文コンクール	12					○			
カメラマン手帳出版協力	6					○			
世界テレビ映像祭	23	27				○			
われら地球人フォトフェスティバル	6					○			
青山学院大学寄付講座	23	31				○			
熊本大学工学部	18					○			
F1 グランプリ支援（機器・サービスの提供など）	6					○	○		
カメラマン支援（6都市／150回の写真展）	6					○	○	○	

[九州電力]

①2,372億1,000万円 ②1951年 ③1万3,813人 ④1兆1,691億5,600万円 ⑤677億8,500万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

当社は、地域密着型の企業として、従来からコンサートや講演会の開催など様々な文化活動を行ってきた。しかし、今後、良き企業市民として、より積極的に文化活動に取り組むため、昨年10月に社内に検討組織を設け、総合的な検討を行っている。

コミュニティプラザ・イリスの運営	23	28				○	○	○	
作文募集（小・中・高校生対象）	23	31				○			
文化講演会	23	25				○	○		
ふれあいコンサート	1		1	1	5	○	○		
点字作文集・カセット等の配付	23	31				○			
文化フォーラム等の開催	23	25				○	○	○	
パソコン教室等の開設	23	31				○	○	○	

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[京セラ]

①1,018億6,900万円 ②1959年 ③1万4,031人 ④3,308億9,200万円 ⑤560億8,000万円 ⑥本社秘書室、本社文化事業課、東京本部、稲盛財団 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

現在のところ、どのような分野にどのような方針で支援する、といった明確な方針はありませんが、あえていえば、

1. 後世に伝えるに足る文化・芸術への側面からの支援。
2. 大勢の人々に感動を与えた創作活動に対する顕彰、その他になります。

国際賞「京都賞」への寄付	23	26				○	○		
日米交流草の根サミット	23	25				○			
'91ソーラーフェスティバルインオホーツク	22					○			
京都フランス音楽アカデミー	1		3	1	3	○			
世界陶芸祭セラミックワールド	7					○			
第15回WCCアジア総会	7					○			
国際日本文化交流財団	23	24				○			

[京都中央信用金庫]

①142億3,300万円 ②1940年 ③2,394人 ④(預金量)1兆5,414億4,600万円 ⑤28億3,500万円 ⑥情報開発部 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 地域金融機関である信用金庫は、地元の文化向上のためにも貢献するべき。
2. 京都という地域の特殊性から考えても、文化芸術支援をするのは当然。

京都美術文化賞贈呈	23(2、7)	26				○			
「美術京都」発行	23	29							○
美術文化講演会開催	22						○	○	○
京都美術文化賞受賞記念展	2、7					○	○		
京都市美術館(京都の美術－昨日・きょう・明日)協賛	2					○			

[共同印刷]

①45億1,000万円 ②1897年 ③2,527人 ④1,298億100万円 ⑤59億3,500万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

特に方針はないが、地域文化の振興については今後とも努力していきたい。

共同印刷サロンオーケストラ	1		3	1	3	○			○
文京区の文化を推進する会	22					○	○		

活 動 名	芸 術 分野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[キリンビール]

①1,020億5,700万円 ②1907年 ③7,866人 ④1兆3,557億8,700万円 ⑤849億1,900万円 ⑥広報部社会貢献室 ⑦有

ロマンティックバレンタイン'91	1			7	5	○			
アートタンク中西學展	3					○			
ヴィジュアル・ダンスワーク	10					○			
西澤文隆ライフワーク展	21					○			
ウィリアム・クライン映画祭&写真展	13					○			
市川雷蔵映画祭RAIZO '91	13					○			
三澤憲司展「春の雪」	8					○			
松井紫郎展	8					○			
今村幸生予言氣流	2					○			
マレイシア映画祭	13					○			
トモエ静嶺と白桃房一皮膚宇宙のバイザー ジュ	10					○			
ヤノベケンジの奇妙な生活	8					○			
アートタンク城下るり子展	8					○			
コンテンポラリーアウォード'91	23	26				○			
ブリジット・バルドー映画特集	13					○			
フィリピン映画祭	13					○			
アート・タンク荒井真一展	5					○			
マッコイ・タイナー・ソロピアノコンサート	1		4	7	5	○			
CINEMA & LIVE "THE GIFTS"	13					○			
アンディー・ウォーホル映画回顧展	13					○			
宮前正樹+COUNCIL	13					○			
ボブ・マーリー10周年記念作品	13					○			
舞塾舞踏公演「大根に月光」	10					○			
コンテンポラリーアウォード'92	23	26				○			
ボブ・マーリースペシャルエキシビジョン	6					○			
インスタレーションーミシェル・ブラン ジェ	21					○			
大林フェスティバル	13					○			
ニューイヤーコンサート	1					○			

[クボタ]

①777億7,300万円 ②1930年 ③1万5,970人 ④7,089億円 ⑤363億2,000万円 ⑥広報宣伝部、広報室、総務部 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

従来は企業のイメージアップという目的で実施してきた。今後は社会貢献の一環として、更には当社の企業文化の確立という視点から活動内容を再検討し前向きに対応したい。

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
シルクロード管弦楽作曲コンクール	1		1	2	1、2	○	○		
クボタビューテックサウンドライブ	1		4	7	5	○			
クボタビューテックシネサロン	1					○			

【クレディ・スイス】

①18億5,000万スイスフラン ②（東京進出）1972年 ③280人（東京のみ） ④12億5,700万スイスフラン
⑤4億7,000万スイスフラン ⑥広報 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

企業の責任は、単なる利潤追求以上のものでなければならない。

スイス伝統工芸展	7					○	○	○	
スイスアルプス博物館主催講演会	23	22				○	○	○	
スイス・ロマンド室内楽団コンサート	1					○	○	○	
在日スイス企業製品を当社ビルロビーに展示	23	22				○	○	○	

【グンゼ】

①173億2,500万円 ②1896年 ③3,950人 ④1,799億9,600万円 ⑤128億6,900万円 ⑥マーケティング部宣伝課 ⑦有

グンゼ記念館	18					○	○	○	
グンゼミュージックスペシャル	1		1	1	2	○			

【群馬銀行】

①461億3,600万円 ②1932年 ③3,771人 ④3,339億2,500万円 ⑤274億2,100万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

社会貢献の一環として考えており、特段メセナということを意識していない。

群馬交響楽団賛助	1		1	1	2	○			
高崎元旦コンサート協賛	1		1	1	5	○			
上毛文学賞協賛	12					○			
群馬県邦楽協会協賛	1		3	3	2	○			
大川美術館助成	17					○			
若扇会舞踏大会	10					○			

【京葉銀行】

①496億3,600万円 ②1943年 ③2,292人 ④1,440億3,400万円 ⑤144億2,800万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

千葉県内の若い芸術家を育成すべく、広く県民に作品などを紹介し、多くの人に芸術文化に触れていただき、

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

理解を深めてもらうことを目的としている。

若い芽のαコンサート	1		1	1	1	○	○		
現代アートへの窓	2							○	○

[コニカ]

①375億円 ②1873年 ③5,000人 ④3,693億8,700万円 ⑤143億6,400万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 当社は画像情報産業なので、業務自体が文化活動に密接な関係がある旨、念頭におく。
2. 創業以来文化活動支援の精神をもっている。
3. 肩肘はらず、ムリのない範囲で長期的に活動を続ける。

コニカフォトギャラリー写真展	6					○	○	○	
コニカプラザトレンドショウケース	23	28				○	○	○	企画参加
コニカプラザ奨励賞	6					○		○	
コニカプラザアーティストプライズ	7					○		○	
歌舞伎ロンドン公演	11					○			
ジャパンフェスティバル鎌倉時代の彫刻展	8					○			
コニカ生涯学習セミナー	23	25				○			

[山陰合同銀行]

①201億9,300万円 ②1941年 ③3,309人 ⑤51億5,800万円 ⑦無

五十嵐父娘オペラコンサート	1		2	1	5	○			
---------------	---	--	---	---	---	---	--	--	--

[山陰放送]

①1億3,000万円 ②1953年 ③185人 ④49億3,000万円 ⑤3億5,600万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 地域経済の振興、活性化。
2. 地域の文化活動への貢献。
3. 地域の音楽・美術の振興。
4. 地域と海外との交流活動。

BSS少年少女合唱団	6		5	4、5、7	3、4	○	○	○	
環日本海国際交流会議	23	25				○	○	○	

[産経新聞社]

①31億5,000万円 ②1933年 ③3,300人 ④1,215億6,300万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

産経信条（抜粋）

1. われわれは……すぐれた文化、美しい自然のなかで、調和のとれた物質的繁栄とこころの豊かさを探求して

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

ゆく。

高松宮殿下記念世界文化賞	23	26				○	○		
産経児童出版文化賞	23	26					○		○
産経国際書展	4						○		○
第4回ロダン大賞展	8						○		○
第12回日本の美現代女流美術展	2						○		○

[サントリー]

①300億円 ②(創業)1899年 ③4,802人 ④7,964億5,000万円 ⑤143億6,800万円 ⑥文化事業部 ⑦有

サントリーホールの運営・自主公演	1		1～5	1～7	1～5				○
サントリー音楽財団の運営(サントリー音楽賞、芥川作曲賞、記念コンサート、作曲委嘱、出版)	1、29		1～5	1、2	1～5	○	○	○	
ニューイヤークンサートの協賛(東京、他都市で開催)	1		1、5	1	5	○	○		
一万人の第九	1,10,11		1、5	1	5		○		○
ブロードウェーミュージカル招聘	1		6	7	5	○	○		
「ZEAMI」制作投資	11		6	2	2	○	○		
第三舞台、ラヴレターズ制作投資	11					○			
サントリー美術館の運営(サントリー美術館大賞、サントリー音楽文化展)	17						○		○
シャトーバイシュヴェル国際現代芸術センターの運営(フランス)	2,3,5,6,7,8,14					○	○	○	
ポスター名品展巡回展示(奈良、神戸、和歌山、広島)	5								○
サントリー文化財団の運営(地域文化賞)	22					○			○
学芸賞	23	26				○			
地方講演会(アステイオンサロン)	23	25				○			
研究助成(海外出版助成)	23	29、30				○			
サントリーミステリー大賞	12					○	○		
開高健賞	12					○	○		
企業博物館の運営(ウイスキー、ビール、ワイン)	22								○
映像ソフト事業の運営(ビデオソフトの制作・販売、日本映画の制作投資・配給、外国映画の制作投資)	13、14					○	○		○

[山陽印刷]

①2,700万円 ②1949年 ③150人 ④19億7,000万円 ⑥アーティストネットワーク ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

広報的見地や販売促進に役立つという考えもあるが、社会貢献の一環としてとらえ、自分達のできる範囲でできるだけのことをしようと考えている。

活 動 名	芸 術 分野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

資金面での援助には無理があるので、現物支給、人的援助といった方法が主である。

渡辺明個展	8					○			
瀬田哲司展	8								○
矢櫃徳三展	2、5								○
SELF ENVIRONMENT	2,6,8								○
HETEROLOGY展	2					○			
伊東直昭展	2								○
白州・夏・フェスティバル	23	27							○
中瀬康志展	2、8								○
若手作家現代美術交流展「The Plan」	2、8								○

[三洋信販]

①58億7,200万円 ②1959年 ③1,115人 ④(貸付高)1,383億円 ⑤140億円 ⑥社長室文化グループ ⑦有
 〈メセナ活動基本方針〉

1. 芸術文化を、より地域の人々に親しんでいただくために、規模より回数を多くする。
2. 地元の伝統文化を育成保存することと、より地域の人々に親しんでもらうための活動をする。

トワイライトコンサート「海の譜」	1		3	1	2、5	○	○	○	
トワイライトスペシャル	1		1	1	5	○			○
夏休み子供劇場協賛	1		6	5	1、4	○			○
九州交響楽団後援会	22					○			
ソヴィエト民族アンサンブル福岡公演主催	15					○			○
山下洋輔福岡公演協賛	1		3	7	2	○			
プラシド・ドミンゴ北九州公演協賛	1		4	1	2	○			

[三洋電機]

①1,683億3,700万円 ②1950年 ③3万80人 ④1兆1,045億1,500万円 ⑤370億2,600万円 ⑥社会貢献グループ ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 人と社会と企業の三位一体で、より良い社会づくりのお手伝いをする。
2. 資金だけでなく、必ず汗と時間を提供します。
3. 奥ゆかしい精神を発揮します。

大阪シンフォニカー支援	1		1	1	1	○	○	○	
本福寺建立		24				○	○		
関西芸術文化協会		24				○			
日本芸術文化振興会		24				○			
伊勢神宮		24				○			
ジャパンフェスティバル		24				○			
メトロポリタン美術館		24				○			

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[三和酒類]

① 3 億2,000万円 ②1958年 ③181人 ④252億1,800万円 ⑤52億9,700万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 「酒は地域の文化」が信念。
2. 産業社会の進展で埋もれつつある、地域に根ざした固有の文化の発掘・見直しが目的。

「季刊 iichiko」刊行	23	29				○			
----------------	----	----	--	--	--	---	--	--	--

[滋賀銀行]

①264億9,500万円 ②1933年 ③2,775人 ④（経常収益）2,141億1,200万円 ⑤77億6,600万円

〈メセナ活動基本方針〉

1. 企業の社会的貢献策の一つである。
2. 企業市民として地域に支援されることや、地域の文化度が向上することは必要なことである。
3. よき企業としてのCI戦略上必要な部分でもある。
4. 地域への利益還元策として妥当性のある活動である。

しがぎんホール運営

[静岡けんみんテレビ]

①10億円 ②1976年 ③130人 ④69億5,600万円 ⑤ 7 億2,900万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

放送局として、県の文化水準の向上、文化の創造は使命と考えている。

ハートフル音楽会	1	1、2、3、 4、5	1、5	1、2、3、 4、5	○		
カベレ・シズオカの結成	1	3	1	1	○		
カベレ・シズオカ初の演奏会	1	3	1	1		○	
県芸術祭への賞提供	11				○	○	
小中高生の書道コンクール	4				○	○	
〃 の絵画コンクール	2				○	○	
県民合唱祭	1	5	1、5	3、4、5	○	○	
県おかあさんコーラスフェスティバル	1	5	1、5	3、4、5	○	○	

[資生堂]

①358億7,800万円 ②1872年 ③2 万人 ④3,523億円 ⑤301億円 ⑥企業文化部 ⑦有

「統一ドイツ現代絵画」展	2					○	○
劇団スコットアメリカ公演「ザ・チューホフ」	11					○	
「ボーン・ストーン・シェル・アクセサリー」展	7						○ ○
「写真のエコール・ド・パリ」展	6					○	○ ○

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
第36回CWAJ版画展	5					○			
田中泯ベトナム公演	10					○			
日本女性作曲家連盟コンサート	1		4	1	1	○			
スーリー城音楽祭（フランス）	1		1	1	1	○			
「デザイナーの世界」展（フランス ガリエラ美術館）	9					○			
「エレヌ・トラン」展	3							○	○
「マドレーヌ・ヴィオネ ドローイング」展	2							○	○
「アフリカン・ストリート・アート」展	2、8							○	○
ハーモニック・クワイヤ	1		4	2	1	○			○
メカス1991年夏	12					○			
CKDブラハ合唱団イン ジャパン	1		5	1	3	○			
マリ・クリスチヌ香水関連図書翻訳出版	23	29				○	○		
「チェロとピアノの夕べ」	1		3	1	1	○			
西川千麗「祇王寺まんだら」	10					○			
杉陽子「ミュージック・セラピー」	1		3	1	5	○	○		
「ジャン＝フィリップ・デローム」展	2							○	○
「ウィリアム・ホーキンス」展	2							○	○
英国ジャパンフェスティバル1991山海塾公演	10					○			
「駒井哲郎」版画展	5							○	○
今泉篤男と椿会の作家たち	2							○	○
「現代工藝」展	7							○	○

[七十七銀行]

①243億2,500万円 ②1932年 ③3,511人 ④（経常収益）2,361億8,900万円 ⑤227億1,600万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

銀行の発展は地域社会の繁栄とともにあることを認識し、つねに奉仕の精神の高揚につとめる（行是）。

どんと祭参加	22					○			
青葉祭参加	22					○			
冠コンサート	1		3	1、2	5	○	○		
仙台七夕まつり協賛	22					○			○
仙台光のページェント協賛	22					○			

[清水建設]

①742億6,000万円 ②1804年 ③1万1,000人 ④1兆8,800億円 ⑤1,150億円 ⑦無

モーツァルトオペラ公演	1		2	1	2	○			
フレアーク公演	1		3	1	2	○			
日フィル公演	1		1	1	2	○			
名古屋フィル演奏会	1		1	1	2	○			

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
室内楽振興財団寄付	1		3	1	2	○			
西新宿プロムナードギャラリー	2					○			
東大寺仁王像修理	18					○			
サンタマリア号復原	18					○			
杉山寧展協賛	2					○			
ローザンヌバレエコンクール	10					○			
伝統工芸美術全集寄付	15					○			

【シャチハタ工業】

①42億9,500万円 ②1941年 ③1,200人 ④350億円 ⑤16億円 ⑥企画室 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

企業が企業活動（営利目的のものを含む）を理解していただく（市場に対して）ためには、企業の生き方を理解してもらう必要を感じる。また、企業が社会と共生していくためには、企業が文化を育てていく義務があると考えている。

ジャパンアーツスカラシップ	23	31				○	○	○	
---------------	----	----	--	--	--	---	---	---	--

【シヤルレ】

①36億2,500万円 ②1975年 ③350人 ④406億7,900万円 ⑤41億4,400万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

明確な方針、考え方は、現在、特にない。企業の文化的なイメージを長期的にアピールしていくという、広報宣伝方針に基づきPRの一環として行っている。

国際服飾学会発表会	9					○			
現代フランス作家たち展	2					○	○		
神戸国際映画祭	13					○	○	○	
ベルリンカルテットコンサート	1		3			○	○	○	

【JEUGIA】

①9億5,200万円 ②1952年 ③355人 ④157億5,400万円 ⑤3億4,100万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

地域内における音楽芸術の向上と発展につながるものを中心に、自主的に文化活動の振興・育成に努める。

STARLIGHT EVE	1		6	7	4	○	○		
'91京都ピアノコンクール	1		4	1	4	○	○		
YAMAHA PIANO CONCERT	1		4	1	5	○	○		
華麗なるクラシックコンサート	1		4	1	5	○	○		

活 動 名	芸 術 分野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[主婦の友社]

①1億円 ②1924年 ③380人 ④210億円 ⑤(財)石川文化事業財団 ⑥有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 当社の基金によって設立した石川文化事業財団が中心になって活動している。
2. 当社および関連会社が文化事業財団に協賛する形で文化イベントを開催している。
3. イベント施設として、音楽ホール、アートプラザ、レクチャーホール、その他を有している。
4. 室内楽、芸術作品展覧会、文化講演会、文学賞、郷土文化賞など定期的に行っている。
5. 出版活動やその他事業活動を通して文化の普及PRをしている。

郷土文化賞

22

○

[十條製紙]

①484億600万円 ②1949年 ③4,477人 ④4,029億900万円 ⑤133億1,300万円 ⑥無

〈メセナ活動基本方針〉

文化の発展に貢献する企業。

芸術文化振興基金

23

24

木曽音楽祭

1

3

1

4

○

国際文化フォーラム寄付

23

24

[十八銀行]

①223億3,100万円 ②1877年 ③2,039人 ④(経常利益)651億300万円 ⑤73億500万円 ⑥経済文化部、(財)十八銀行社会開発振興基金 ⑦無

文化講演会

23

25

○

○

長崎県新演奏家協会

1

1

○

NHK学園

12

○

木場浮立保存会

15

○

大潟町新田唄伝承保存会

15

○

移動芸術祭佐世保市実行委員会

1

1

○

ミンストレル・ソサエティ

1

1

○

諫早子ども劇場

11

○

対馬子ども劇場

11

○

長崎県美術協会

2

○

佐世保市祇園町

15

○

長崎北子ども劇場

11

○

長崎歴史文化協会

22

○

長崎日米協会

22

○

長崎日本ポルトガル協会

22

○

長崎上海クラブ

22

○

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[昭和シェル石油]

①136億5,400万円 ②1985年 ③2,346人 ④1兆6,520億400万円 ⑤218億9,300万円 ⑥広報室 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

メセナ活動は、企業が見返りを期待せずに行う芸術文化支援活動で、企業が企業市民として当然行うべき社会貢献活動の一部である。

チョコ合唱団	1		5	6	3	○			
クリスマスレクチャー	23	25				○			
ロイヤルフィルハーモニー	1		1	1	2	○			

[昭和電工]

①1,054億4,800万円 ②1939年 ③5,497人 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. 要請団体が信頼できるところ。
2. 活動に必要性があると判断される時。

文化庁芸術文化振興基金	22					○			
ミッテラン基金に対する支援	22					○			
日本国際交流センター						○			
旧東ベルリン「森鷗外記念館」救援募金	18					○			

[常陽銀行]

①688億300万円 ②1935年 ③4,811人 ④（経常利益）5,515億2,200万円 ⑤336億900万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

当行は主に茨城という地域を営業地盤とする地方銀行であり、芸術・文化支援を通して地域社会に貢献することを基本としている。

横山大観名作展	2								○
とどきたいものいっぱいコンサート	1		4	3、5、7	2、5	○		○	
関野準一郎「奥の細道」版画展	5					○		○	
財常陽藝文センター	1、2、4、 7、8、11、 12、13		3、4、5	1、3、4、 5、6、7	1、2、3、 5	○		○	

[新潮社]

①1億5,000万円 ②1896年 ③530人 ④310億円 ⑤20億円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. 文学・芸術作品の顕彰を行うことにより、創作者の啓発と発表の場を提供する。
2. 文化講演会を通して、文化・芸術・一般時事など、著作と著者の心を伝える。

三島由紀夫賞	12					○	○	○	
山本周五郎賞	12					○	○	○	

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
新潮学芸賞	12					○	○	○	
日本芸術大賞	2,7,8					○	○	○	
新潮新人賞	12					○	○	○	
小説新潮新人賞	12					○	○	○	
新潮社の文化講演会									

[新日本製鐵]

①4,195億2,000万円 ②1950年 ③5万4,000人 ④2兆6,083億円 ⑤1,609億円 ⑥秘書部、総務部 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

企業が社会の公器として、社会とのかかわりを深めることが求められている中で、社業を通じて産業社会の発展を支えるとともに、社会の繁栄に率先して貢献する。具体的には音楽分野を活動の中心とし、昭和30年から続けている新日鉄コンサートをはじめとする、継続的かつ地道な活動を旨としている。

「新日鉄音楽賞」の企画運営	1		4	1	1	○	○		○
新日鉄コンサート（無料）開催・放送	1		1,2,3,4	1	1,2,5	○			
クリスマスファミリーコンサート提供	1		1	1	5	○			
日仏文化会館建設	23	28				○			
英国ジャパンフェスティバル1991開催	23	27				○			
ハワイ日本文化センター建設	23	28				○			
メトロポリタン美術館ギャラリー建設	17					○			

[住友海上火災保険]

①568億1,100万円 ②1944年 ③6,065人 ④7,135億200万円 ⑤378億8,700万円 ⑥文化企画部 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

企業にはサイエンス（経済合理性の追求）の側面とアート（企業文化の追求）の側面がある。当社はビックカンパニーであるだけでなく、グッドカンパニーであることをめざしている。メセナ活動は、グッドカンパニーであることを追求するために重要であるが、その活動は企業と社会が調和していくためにその企業固有のフィロソフィー、文化に根ざしたものでなければならないと考える。

オリジナルコンサート	1		4		4	○			
Father's Day Concert	1		3	1	2	○			○
ニューワールド・シンフォニー	1		3	1	2	○			
オランダ弦楽四重奏団	1		3	1	2	○			○
コミュニケーション・セミナー	23	25				○			○
コングロータ・フェスティバル'91	1			7	2	○			
三岸節子展	2					○			
WWF熱帯林シンポジウム	23	25							○
日本フィルハーモニー交響楽団	1		1	1	2	○			
日本フィルハーモニー交響楽団ヨーロッパ公演	1		1	1	2	○			
世界自然保護基金日本委員会	23	24				○			
大阪フィルハーモニー協会	1		1	1	2	○			
芸術研究振興財団	2					○			

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
二期会オペラ振興会	1		1	1	2	○			
NHK交響楽団	1		1	1	2	○			
日本オペラ振興会	1		1	1	2	○			
宝塚歌劇「ベルサイユのバラ」	1		6	2	5	○			

【住友銀行】

①5,021億1,500万円 ②1895年 ③1万7,926人 ④4兆3,850億900万円 ⑤3,743億4,600万円 ⑥社会文化事業室 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. 従来から支援している団体・活動については、引続き支援を継続する。
2. 新規案件については、①行員の理解と共感が得られ、②（できあいのものを支援するのではなく）自らの手で造り出す形態で、③継続でき、④極力弊行の特色を生かした、活動を実施する。

シカゴ美術館「安宅コレクション展」協賛 7 ○

【住友商事】

①1,688億円 ②1919年 ③6,363人 ④19兆2,126億円 ⑤772億円 ⑥広報室 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. バランスのとれた成熟社会の実現を目指す。
2. 住友の事業精神の一つである「自利利他公私一如」の精神に基づく。

エトルリア文明展	18,19					○			
住友商事シンフォニックウェーブ（パーミンガム交響楽団）	1		1	1	2	○			
シリーズシンポジウム「地方文化の復権」	22					○			
インドネシア・プルサダ大学へ日本語図書 の寄贈	23	31							

【住友生命保険】

②1926年 ③8万9,000人 ⑤5,296億8,000万円 ⑥ヒューマニー推進室 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

- ・本業である生命保険事業に徹することがまず第一義である。
- ・同時にご契約者等から納得いただける範囲で、社会・文化に貢献したいと考えている。
- ・従来から取り組んでいるもの（全日本こども絵画コンクール、全国縦断チャリティコンサート、オーストラリアの日本語学校、いずみホール等）を継続実施する。

全日本こども絵画コンクール	2					○	○	○	
全国縦断チャリティコンサート	1		1,3,4	1,2	2,5	○	○	○	
オーストラリア日本語学校	22					○			
いずみホール	1		1,2,3, 4,5	1	1,2,5	○	○	○	
地方高校オーケストラへの楽器寄贈	22					○			
地域還元活動 ^(注) 伝統芸能助成	15					○			

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
スミセイミュージカルファンタジー 「アンの青春」協賛	1		6		1, 2, 5	○			
モーツァルト国際シンポジウム協賛	23	25				○		○	
その他芸術・文化支援	種々あり					○			

(注) 地域還元活動：当社が全国の支社で行っている社会貢献活動。そのうち本調査に該当するものを掲載した。

[スルガ銀行]

①300億4,300万円 ②1895年 ③2,926人 ④1,886億8,200万円 ⑤95億9,000万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

- 文化、教育、芸術への貢献を通して、地域の抱える問題に前向きに関わり支援すること。
- 単なる資金援助にとどまったり、イメージアップ戦略の一つとして行うのは本来の趣旨ではない。「良き企業市民」としての認識が不可欠である。

スルガ経営講座（講演会）	22								主催
静岡県科学技術振興財団	23	24				○			
市民文化会館リトグラフ寄贈	5					○			寄贈
財駿河奨学会	23	31				○			
財ベルナール・ビュフェ美術館	17					○	○		
財芦沢・井上文学館	12					○		○	
尚古館	18								主催

[セイコーエプソン]

①125億3,000万円 ②1985年 ③1万3,300人 ④4,569億円 ⑤201億円 ⑥社長室 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

「全世界のそれぞれの地域において信頼される良い会社でありつづける」という経営理念にのっとり、社会貢献活動の一部としてとらえている。長期的視野からとらえ、自社のイメージの向上と、社内の企業文化への見返りも期待し、ひとつの社内資産ととらえている。

サイトウ・キネン・オーケストラ海外公演	1		1	1	1, 2	○	○	○	
世界同時ブリッジコンテスト	23	27							

[セイコー電子工業]

①10億円 ②1937年 ③5,900人 ④1,833億円 ⑦有

第12回草津夏期国際音楽アカデミーフェスティバル	1		1, 3, 4	1	1, 3	○			
エスアイアイ・エプソンコンサート'91メラニーホリデイ日本公演	1		1, 2	1	2	○			
エスアイアイコンサート'91ウィーン弦楽四重奏団	1		3	1	2	○			
YFU法人スカラシップ参加	23	31				○			
新世代研究所	23	30				○	○	○	

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[積水化学工業]

①927億円 ②1947年 ③5,524人 ④6,171億2,500万円 ⑤485億800万円 ⑥総務部、マーケティング部
⑦無

N響演奏会	1		1	1	5	○			
京都交響楽団演奏会	1		1	1	5				○
名古屋フィル演奏会	1		1	1	5	○			
圓城三花（フルート）、チー・ユン（バイオリン）、蒲原史子（ソプラノ）コンサート	1		3	1	5	○			
グレンミラーオーケストラ演奏会	1		1	7	5	○			
PAX MUSICA '91 IN FUKUOKA（谷村新司、チャー・ヨンビルほか）	1		4	7	5	○			
札幌国際フェスティバル大倉山サウンドフ ラッシュ'91（吉田拓郎ほか）	1		4	7	5	○			
OTONICATION '91（本田美奈子ほか）	1		4	7	5	○			
「ミクル劇団（プロジェクトM）」公演	1		6	7	1、4、5	○			
文学座「好色一代男」公演	11					○			
盛岡さんさ踊り職場対抗コンテスト	15					○			
群馬青年ビエンナーレ'91（若手芸術家育成 の美術展）	22					○			
朝日みんなの作文コンクール	23	26、29				○			
「阿刀田高」文化講演会	23	25				○			
「栗本慎一郎」文化講演会	23	25				○			
「小原二郎」文化講演会	23	25				○			
「米長邦夫」文化講演会	23	25				○			
「楠田枝里子」文化講演会	23	25				○			
「大山のぶ代」文化講演会	23	25				○			
「日高晤郎、木内みどり」文化講演会	23	25				○			

[セゾングループ]

⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

“総合生活産業を目指す”企業理念に沿った

1. 創造性を重視し、
2. 継続性と社会性をもつ、良質な文化活動を、あらゆる機会を捉え紹介・支援していくことが不可欠。

ただし、これを実現していく過程は可能な限り企業活動として事業化計画をもつことを基本としており、純粋なメセナ活動との差異・線びきの明確化を検討中。

銀座セゾン劇場の運営プロデュース活動	11、23	28				○	○	○	
セゾン美術館運営	17、23	28				○	○	○	
映画館20館運営	13					○	○	○	
映画祭「ソビエト女性映画人週間'91」	13					○	○	○	
映画祭「サンダンスフィルムフェスティバ ル・イン・トーキョー」	13					○	○	○	
第2回サンダンス・スカラシップ	13					○			

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
日ソ女性文化人シンポジウム	13、23	25				○			
ソビエト・バレエ・インスティテュート運営	10					○	○	○	
ハケ岳高原音楽堂運営	23	28				○	○	○	
ハケ岳高原音楽祭	1		1、3	1、2	1、2	○	○	○	
MUSIC TODAY	1		1、3	2	1	○	○	○	
ハケ岳サロンコンサート	1		1、3	1	1、2	○		○	
セゾン現代美術館の支援	17					○			
アンコールワット遺跡救済支援	19					○			
Japan Art Today in Scandinaviaの支援	2					○	○		
ハケ岳南牧村レクチュアコンサート	22					○		○	

[全国朝日放送]

①12億円 ②1983年 ③1,400人 ④1,753億500万円 ⑦無

シルクロード管弦楽作曲コンクール	1	1			○	○
慈善大相撲					○	○
チェルノブイリ被災者救援基金						
さくらキャンペーン						

[全日産・一般業種労働組合連合会]

②1955年 ③(組合員数)23万人 ⑥日産労連福祉基金事業部 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

芸術文化活動の支援を通して、福祉社会建設を目指す。

1. 芸術文化活動を広く社会に紹介し、相互理解を高める。
2. その分野は、青少年・児童を対象とした「ミュージカル」「人形劇」とし作品の主張点を明確なものとする。
3. 「公演」は無料招待とし、その対象は、原則として福祉施設・団体及びその後援者の方々とする。
4. 「公演」にあたっては、その主旨を広く理解してもらうため関係省庁の後援名義使用の許可を得る。

劇団四季「王様の秘密」クリスマス・チャリティー公演	1	6	2	4	○	○	○
おはなしキャラバン「つばさ」巡回公演	11				○	○	○
劇団飛行船「アルプスの少女ハイジ」ファミリー観劇会	11				○	○	○

[セントラルファイナンス]

①96億8,700万円 ②1960年 ③3,045人 ④1,139億6,500万円 ⑤20億9,800万円 ⑦無

日米ソ地球環境保護共同プロジェクト	1	6、7			○	
①GAIA21世紀コンサート						
②日米ソ環境フォーラム						

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[ソニー]

①2,977億7,500万円 ②1946年 ③1万9,906人 ④1兆8,805億7,900万円 ⑤1,145億円 ⑥社会業務室、ソニー音楽芸術振興会 ⑦無

Museum of Broadcasting	23	28							製品
ソニー音楽芸術振興会	23	24					○		
東京国際映像文化振興会	13						○		
日本芸術文化振興会	23	24					○		
東京フィルハーモニー交響楽団	1		1	1	2	○			
ベネズエラシモンボリーバル交響楽団	1		1	1	1	○			
日本ファッション協会	23	24					○		
カーネギーホール100周年記念	1						○		
メトロポリタン美術館	17						○		
ダイヤモンド社（美術出版事業）	16						○		
細川コレクションスミソニアン展覧会	7						○		
国際オーディオドラマコンクール森繁賞	11						○		
日本フィルハーモニー交響楽団	1		1	1	2	○			
クリエイティブアート実行委員会	2						○		
ウイーン音楽大学	1		1	1	1	○			
オペラ金閣寺	1		2	2	2	○			
日米美術協会（NY展）	2						○		
劇団すぎのこ	11								製品
シューベルト国際歌曲コンクール	1		4	1		○			
二期会オペラ振興会	1		2	1	2	○			
ルドルフ・シュタイナー・ムジーク・セラピー	1		3	1	3	○			
ジョージ・ロンドン財団	1			1	1	○			
新日本フィルハーモニー交響楽団	1		1	1	2	○			
日本オペレッタ協会	1			1	2	○			
NHK交響楽団	1		1	1	2	○			

[大正製薬]

①238億7,800万円 ②1928年 ③4,490人 ④1,733億2,300万円 ⑤470億4,800万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

現在、模索中。

ドレスデン祝祭管弦楽団コンサート	1		3	1	2	○			
リブシー&アンナリサイタル	1		3	1	2	○			
ゲイリー・カーリサイタル	1		3	1	2	○			

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[大成建設]

①941億3,500万円 ②1917年 ③1万3,086人 ④1兆5,488億7,800万円 ⑤810億9,800万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. 自主ギャラリー活動（ル・コルビュジエの作品紹介、近・現代建築家の紹介、現代アーティストの紹介）をメセナ活動の中心に据える。
2. わが国の芸術文化振興に役立つ活動を支援する。
3. 以上を通じてわが国の芸術環境の改善に寄与し、大成建設は「建設」を核として、「芸術」と「生活」を融合させる企業であるというアイデンティティを明確にする。

Taisei Collection知られざるル・コルビュジエ展	2								展観
当社カレンダー掲載版画	5								掲載
八千代カルチャータウン埋蔵文化財発掘機材寄付	19					○			
芸術文化振興基金	23	24				○			
日本フィルハーモニー交響楽団	1		1	1	5	○			
御寺泉涌寺平成大修理募金	18					○			
財古代オリエント博物館寄付	19					○			

[太陽神戸三井銀行]

①4,230億9,000万円 ②1990年 ③2万3,282人 ⑤1,703億2,000万円 ⑥広報部社会活動推進室 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

フィランソロピー活動の一環としてのメセナ活動——良き企業市民として、企業および企業の構成員である行員が、継続的に行える活動を中心に展開。

京都文化財展示室	22,23	28				○	○	○	
貨幣資料室	23	28				○	○	○	
プロムナードコンサート	1		1,3,5	1,3	1,2,3,4,5	○	○	○	

[第一勧業銀行]

①4,579億3,000万円 ②1897年 ③1万9,356人 ④4兆5,916億1,200万円 ⑤1,909億8,800万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. 継続性。
2. 地域性に片寄りがないこと。
3. 広く国民の支持を得られるもの。
4. 営利を目的としないもの。

フィレンツェルネサンス芸術と修復展	2					○			
-------------------	---	--	--	--	--	---	--	--	--

[第一証券]

①176億5,500万円 ②1938年 ③2,822人 ④421億6,400万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

文化活動を通じて地域社会の文化程度の向上に貢献する。

山形由美クラシック・スペシャル	1	4	1	1	○	○
-----------------	---	---	---	---	---	---

〔第四銀行〕

①226億6,700万円 ②1873年 ③3,000人 ④（経常収益）2,030億9,500万円 ⑤148億6,600万円 ⑥総合企画部広報室 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

地域文化の形成・発展に貢献する。

だいしライフアップコンサートベートー ヴェン第九演奏会	1	1、5	1	3、5	○
--------------------------------	---	-----	---	-----	---

〔第一生命保険〕

②1902年 ③8万2,537人 ⑤6,444億8,600万円 ⑥広報部社会文化事業室 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

経営基本方針に「社会からの信頼確保」がうたっており、企業として社会への貢献する責務が明示してある。

子供と語る音楽会	1	1	1	5	○
東京ゾリステンコンサート	1	3	1	1	○
手づくり童謡コンテスト	1		5	3	○
劇団ふるさときゃらばん	1	6		1	○
善人会議	11				

〔大昭和製紙〕

①265億9,500万円 ②1938年 ③5,056人 ④3,448億8,000万円 ⑤191億400万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

地域文化水準の向上に寄与する。

ミュージアム・コンサート	1	3、4、5	1	5	○
--------------	---	-------	---	---	---

〔大東京火災海上保険〕

②1918年 ③6,938人 ④570億円 ⑤269億6,700万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 宣伝・広告にわたらないこと。
2. 社名はできるだけ小さく。
3. 資金的な援助はできるだけ。
4. 自社と係わりのあるテーマに絞込む。

椿絵画展	2				○	○
------	---	--	--	--	---	---

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[大同生命保険]

②1902年 ③9,693人 ④（保険料等収入）8,855億5,100万円 ⑤1,083億7,400万円 ⑥（財）大同生命国際文化基金 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

「広く文化と福祉の向上ならびに地域経済の発展等に資する企業活動を展開して、社会の信頼と付託に応えること」を「平成3年度を始期とする中期計画大綱」に明文化している。

アジアの現代文芸シリーズの翻訳・出版	23	29							○
大同生命地域研究賞の贈呈	23	26				○			
国際的相互理解促進事業への助成	23	24				○			
札幌ビル大同ギャラリーの無償提供（一部催し）	22					○		○	

[大同特殊鋼]

①359億1,800万円 ②1916年 ③7,509人 ④3,260億200万円 ⑤122億1,700万円 ⑦無

名演奏家シリーズ	1	3、4	1	2	○
----------	---	-----	---	---	---

[大日本印刷]

①1,046億6,400万円 ②1894年 ③1万3,824人 ④9,567億6,800万円 ⑤710億8,400万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. 当社事業に関連するグラフィックデザインを中心に支援活動を行う。
2. 当社事業との関連のアートマネジメントの向上に対する支援活動を行う。

ギンザ・グラフィック・ギャラリーの運営	3					○	○	○	○
慶應義塾大学アート・マネジメント講座 DNP基金	23	24				○			○

[ダイニック]

①52億3,200万円 ②1919年 ③1,141人 ④371億3,900万円 ⑤10億200万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 天文台・観測設備・機器を一般公開（無料）することにより、宇宙・天文に関する関心を高める。とくに次代をになう青少年を育成する。
2. 天文施設を地域に開放、音楽会、各種展示会を開催、地域文化に貢献する。

天文国際大会	23	25				○	○
宮澤賢治展	6					○	○
多賀町ふるさとまつり	1					○	○
七夕祭コンサート	1					○	○
門脇久芳写真展	6					○	○
江尻全機写真展	6					○	○
ベルリンフィル五重奏の夕べ	1					○	○

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[第百生命保険]

②1914年 ③1万3,431人 ⑥広報部社会文化担当 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

企業理念にて「心豊かな生活づくりを提案するため、社会文化に貢献する」と明示している。

モスクワ国立交響楽団日本公演

1

1

1

2

○

[大丸]

①202億8,300万円 ②1920年 ③7,081人 ④6,066億1,500万円 ⑤100億2,200万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 生活者に秀れた芸術文化を提供、紹介する。
2. 地域社会に貢献する。
3. 芸術家を育成する。
4. 企業文化の醸成とイメージアップを図る。

情熱のミロ展

2

○

第26回日春展

2

○

○

'91西洋の眼・現代の絵画展

2

○

○

第11回日本陶芸展

7

○

○

近畿伝統工芸品展

7

○

○

関西の書家100人展

4

○

○

[大和証券]

①1,265億5,300万円 ②1943年 ③1万495人 ④4,774億円 ⑤1,193億200万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. ロンドンに設立した大和日英基金を中心に考えている。
2. 基金の主目的は日英交流。
3. メセナ活動はその一部として自然に組み入れられる。

St.Mary大講演会

23

25

○

現代日本織物展

9

○

三浦安針会

23

27

○

鈴木音楽協会

23

30

○

日英タペストリー会

7

○

ちょうちん作り

19

○

子供の物語

11

○

アルスター大「日本の演劇」

11

○

狂言研究所

11

○

日本の劇場

23

25

○

Japan Festivalのインパクト

23

25

○

北海道芸大留学

23

30

○

「日本の日常」写真展

6

○

国際指揮者競技会

1

1

○

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
ウィンチェスター「日本週間」	23	25					○		
ヨーク大尺八公演	15						○		
彫刻家遠藤としあき展	8						○		
ライトグリゲイド弦楽四重奏	1		3				○		
大英博物館日本画展	2						○		
子供劇場「ボルカ」	11						○		
麻上げ会	15						○		
「柳田国男」英訳	15						○		
ビデオ・フェスティバル	14						○		
パパ・タラフマラ劇団	11						○		
文化財保存法	19						○		

[高田工業所]

①6億1,900万円 ②1948年 ③1,800人 ④450億1,300万円 ⑤21億1,300万円 ⑦無

(メセナ活動基本方針)

21世紀に向けてボーダレス傾向が加速している昨今、日本の芸術文化活動からの国際交流が必要であり、そのための日本の伝統的芸術・文化の育成と保護を行っていききたい。

日本棋院囲碁振興基金	22						○		
北九州オペラ公演協賛	1		2	1	2		○		
地方の伝統芸術である踊りや祭りへの寄付	22						○		

[高島屋]

①168億8,600万円 ②1831年 ③1万20人 ④7,648億5,600万円 ⑤204億7,400万円 ⑦有

(メセナ活動基本方針)

1. 人の創造性を大切にし、文化や芸術を積極的に支援する。文化催事の開催や新人アーティストなど、新しい才能の発掘・育成などの活動を通じて、より多くの人の心に感動のタネをまきます。
2. 地球規模で発想し、環境問題や地域社会に積極的に貢献する。

タカシマヤ文化基金	2,3,5,7,8						○		
ティエリー・ミュグレー・ファッションショー	9						○	○	
シンガポール学生絵画コンテスト	2						○	○	○
高島屋奨学金高島育英会	22						○		

[武田薬品工業]

①478億3,200万円 ②1925年 ③1万1,147人 ④5,508億7,100万円 ⑤735億7,900万円 ⑥総務部 ⑦無

(メセナ活動基本方針)

商売との接点において要請があれば、可能な限り応じていく。

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
杏雨書屋公開	23	31							コレクション展示
アーヘン大聖堂補修	18					○			

[竹中工務店]

①500億円 ②1937年 ③8,650人 ④1兆4,030億7,500万円 ⑤637億200万円 ⑥広報 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. 建築は文化であり建築を通じて社会に貢献する。
2. 幅広く建築に関連する文化活動に支援する。

伊東豊雄展	20					○			
松山バレエ団アメリカ公演	10					○			
ニューヨーク九谷焼三代徳田八十吉展	7					○			
磯崎新1960～1990建築展	20					○			
TAKENAKA ART FORUM '91	1、23	31		2		○	○	○	
TAKENAKA DESIGN展	23	31							
現代アメリカの先鋭たち展	2					○			
大工道具館運営	23	28				○	○	○	
日本フィルハーモニー交響楽団ヨーロッパ公演	1		1	1		○			
大阪御堂筋彫刻ストリート整備事業	8					○			

[多摩中央信用金庫]

①(出資金) 24億6,700万円 ②1933年 ③1,487人 ④(資金運用収益) 693億3,800万円 ⑤50億5,200万円 ⑥(助)たましん地域文化財団 ⑦無

財団法人たましん地域文化財団の設立	2、22					○	○	○	
-------------------	------	--	--	--	--	---	---	---	--

[千葉銀行]

①1,068億8,100万円 ②1943年 ③4,819人 ④5,588億7,700万円 ⑤342億2,400万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

千葉県を代表する企業として、また地域の金融機関として、地域の芸術・文化振興に貢献する。

ちばぎんアートギャラリー	2					○		○	
ちばぎんひまわりコンサート	1		3	1		○		○	

[中京テレビ放送]

①4億8,000万円 ②1968年 ③283人 ④247億9,300万円 ⑤28億5,600万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

1. 社会貢献の一環として。
2. 自社のイメージ向上のため。
3. 販売促進等の一環として。

上記の基本的コンセンサスの中で行う活動を、当社電波媒体を活用することでさらに認知を高めていく。

5時SATおかげさま祭り	1		2、7	1	○	○			
日本民謡大賞	1		4	4	3、4、5	○	○		
名古屋クラシックフェスティバル	1			1	5	○	○		
ミュージカル「アニー」	1		6		5	○	○		
横山幸雄ピアノリサイタル	1		4	1	5	○	○		
らくごIN名古屋	23	31				○			
日仏現代美術展	2					○	○		
世界児童画展	2							○	

[中部電力]

①3,695億8,300万円 ②1951年 ③2万191人 ④1兆8,293億3,400万円 ⑤573億2,100万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

地域社会に密着した企業として、また良き企業市民として、少しでも地域文化の振興に貢献したいと考えています。

夢気球ふれあい子ども劇場	1		6	1	1、4	○		○	
冒険舎子どもミュージカル									
夢気球ときめきコンサート	1		3	1	1	○		○	
名古屋パストラーレ合奏団演奏会									
夢気球サウンドメッセージ	1		1	7	2、5	○		○	
服部克久音楽畑コンサート									
ステレオコンサートホール名フィル演奏会	1		1	1	2	○			
山形由美バレンタインコンサート	1		3	1	2	○		○	
ルイス・C・ティファニー展	7					○			
名城夏まつりスターライトコンサート	1		4	7	1、5	○			
和泉宗家第3回名古屋薪狂言	15					○			
和泉宗家英国公演	15					○			

[秩父セメント]

①56億4,500万円 ②1923年 ③1,660人 ④811億3,400万円 ⑤48億9,700万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

要請があった場合、検討の上、対応する。

文化財保護振興財団	19					○			
日本アルバンベルク協会	1					○			
劇団「柝の実」	11					○			
秩父音楽祭	1					○			

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[都築電気]

①98億1,200万円 ②1932年 ③1,501人 ④645億9,500万円 ⑤24億3,300万円 ⑥総務部 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

- 日本の大学における囲碁振興を目的に、学生囲碁の普及と技能の育成を図るために講演会・講習会の開催や大学生囲碁大会に対する助成を行い、もって学生囲碁の発展と大学生間の交流ならびに国際親善に寄与、貢献したい。
- 当社の姿勢、活動が未来を担う学生、父母にコンセンサスを得るとともに社会に対し、企業としてのイメージアップを図る。

日韓大学囲碁決戦	23	31				○			
第35回全日本大学囲碁選手権	23	31				○			

[TDK]

①287億3,000万円 ②1935年 ③8,421人 ④4,140億円 ⑤448億円 ⑦有

TDKスペシャルバイエルン放送交響楽団特別演奏会	1		1	1	5	○			
レイ・クラウセン展	7					○			
ジャパン・トレイル	23	31							○
ビデオ・レター	23	31							○

[帝人]

①702億7,000万円 ②1918年 ③8,000人 ④3,257億2,700万円 ⑤344億5,100万円 ⑦無

テイジンホール運営（其他要請に応じて）	23	28							○
---------------------	----	----	--	--	--	--	--	--	---

[テレビ愛知]

①10億円 ②1982年 ③121人 ④70億円 ⑤10億円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

「地域社会の発展と文化の向上に役立つ」を経営理念の一つとして打ち出しており、この線に沿ってメセナ活動を展開している。

ニューアーティストコンサート	1		3、4	1	1	○	○	○	
名古屋レクバレー大会	22					○	○	○	
美術展「日本の古典」	17					○	○		○
日赤献血キャンペーン	23		24			○	○	○	
その他多数									

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[テレビ大阪]

①10億円 ②1982年 ③126人 ④106億4,000万円 ⑤17億3,000万円 ⑥総務、編成、制作・報道、イベント事業 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. 電波を通じて社会の発展、文化の向上に寄与することが責務である以上、可能な限りメセナ活動に取り組むべきだと考えている。
2. 立局の精神が主として地域発展にあり、当面は大阪府を中心に関西全域の文化振興をめざすことを願っている。

放送番組センター	23	24				○			
大阪版画トリエンナーレ1991	5					○			
第2回国際現代造形コンクール									
大阪府みどりのトラスト基金	23	24				○			
上方文化芸能協会	15								

[テレビ北海道]

①20億円 ②1988年 ③70人 ④32億2,500万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

企業の独自性を重視し、自主的なメセナ活動を展開することが望ましい。

札幌交響楽団	1		1	1	2	○			
札幌国際交流プラザ	23	28				○			
北海道マサチューセッツ協会	23	31				○			
札幌日仏協会	23	31				○			
北海道航空協会	23	27				○			
ボーイスカウト北海道連盟	23	31				○			
北海道神宮例大祭	22	27				○			

[テレビユー福島]

①10億円 ②1983年 ③110人 ④42億円 ⑤4億8,000万円 ⑥開発局営業促進部 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 地域における文化・芸術の保存と育成。
2. 利益の地域還元。
3. 自社のステーションイメージの向上。

福島新能	15					○	○		
ふるさとの祭りこども美術展	2					○	○		
劇団四季ミュージカル公演	1		6		5				
日本音楽コンクール入賞者コンサート	1		4	1	1,5	○		○	
ニューサウンドフェスティバル	1			7	3	○		○	
福島夏まつり	23	27				○			

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

〔電通〕

①46億800万円 ②1901年 ③5,823人 ④1兆3,620億1,000万円 ⑤1,991億5,800万円 ⑦無

広告電通賞	23	26				○	○		
学生広告論文電通賞	23	26				○	○		
電通フォーラム	23	25				○	○		
電通コミュニケーションワークショップ	23	25				○	○		
電通ギャラリー	23	28				○	○	○	
電通アドギャラリー	23	28				○	○	○	
財日本オペラ協会	1		2	1		○			
国際俳句交流協会	12					○			
内藤記念財団	23	30				○			
東大寺修復費	18					○			
梶山季之文学碑	12					○			
マスコミ功労者顕彰	23	26				○			
CBCC	23	24				○			
他									

〔トーカイ〕

①64億8,500万円 ②1955年 ③755人 ④189億2,300万円 ⑤23億1,600万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

企業の社会的貢献活動として、資金面で協力させていただきたいと考えております。また、必要な場合、人的援助についてもできる限り協力させていただく方針であります。

加藤栄三・東一記念館	17					○			
ワールド・ミュージック・アンド・ライト フェスティバル'91岐阜	1			7		○			
「水戸黄門」観劇会	11					○			
小野木科学技術振興財団							○		
岐阜青年会議所							○		

〔東海銀行〕

①3,116億7,200万円 ②1941年 ③1万2,226人 ④2兆6,429億9,500万円 ⑤1,120億6,800万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. 経営理念として「公共性」—お客様の信頼に応え、社会に貢献していく経営—を掲げ、この理念に沿った社会的活動を実施している。
2. 地域社会との繋がりを基本とする金融機関として、社会的活動を通じた地域貢献は、経営の重要な課題となっている。

鯨類の生態調査	23	30				○			
東海銀行シンフォニア	1		1	1	1				
世界子供フェスタ	1		5	4	4	○	○	○	
からくり人形海外公演	15					○	○	○	

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
広重版画の保存・公開	23	28				○	○	○	

〔東海テレビ放送〕

①10億円 ②1958年 ③339人 ④313億9,200万円 ⑤47億1,200万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

当社では、「地域社会に密着した放送活動」をモットーとし、これまで芸術文化の番組の放送、国際的・文化的イベントを展開してきた。

テレビ局の公共性、社会性の側面をあらゆる文化的分野で実践し、特に昭和63年には、地上15階、地下2階の「テレビア」を建設、2階のテレビアホールは、音楽・演劇・展示会の会場に使用されるなど文化交流の場として、地域から高い評価を得、文化の向上に寄与している。

昭和54年に設立された東海テレビ福祉文化事業団は、設立以来、心身障害児（者）・老人、児童各福祉施設の援護、助成、ボランティア活動の助成、社会福祉の啓蒙など、あらゆる福祉活動をマスコミの使命として地域社会に役立つ、きめ細かな援助、助成活動を行っている。

また、東海テレビ友の会も昭和34年に発足し、地域の人々、相互の親睦の輪を広げるお手伝いをしている。文化講座の開催、チャリティバザールやチャリティショーを催し、社会的にも意義のある活動を年間を通じて行っている。

東海テレビ文化賞	23	26				○			
東海テレビひまわり賞	23	26				○			
東海テレビ・芸能選奨	23	26				○			
東海テレビスペイン協会国際基金	23	24				○			
福祉文化事業団のチャリティ映画祭	13					○			
福祉文化事業団愛の鈴号贈呈	23	31				○			
福祉文化事業団ボリショイサーカス、音楽会への無料招待	23	27				○			
福祉文化事業団母子寮・養護施設等にビデオ作品贈呈（70カ所）	23	24				○			
岐阜県・三重県・名古屋市愛知県共同募金会への義援金（助成）	23	24				○			
大須演芸場招待（年6回各200名）									
マジカルガーデン									
第2回世界こどもフェスタ									
一宮西地区施設児童招待									
夏休みファミリー劇場									
F1グランプリフェア									
沖縄の雅びー琉球王朝の美									
コメディ人形劇場									
名古屋フィルハーモニー交響楽団への特別会員（助成）と番組制作による支援	1		1	1	2、3	○	○		
「ブーニン・ピアノリサイタル」岐阜・名古屋で主催公演と、岐阜では県下の高校生とブーニンが公開レッスンと交歓会を開く	1		4	1	4	○	○		
「画業70周年・片岡球子展」主催と番組制作とスポンサーPR	2					○	○		
「藤井達吉展」主催と番組制作によるPR	2					○	○		
第13回中日展主催（中部地方最大の公募美術展）						○	○	○	

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
名古屋城美術展主催「沖縄の雅びー琉球王朝の美」	19					○	○	○	
モラビア男性合唱団公演	23	27	5	1	2	○	○	○	
名古屋城夏まつり	23	27				○	○	○	
「愛の鈴」「東海美術作家即売会」	23	27				○	○		
友の会文化講座の開催とイベント催事への招待	22					○	○	○	
テレビア・ビルにおける当社美術品の一般公開（常設）	2、23	28							○

【東海旅客鉄道】

①1,120億円 ②1987年 ③2万1,850人 ④1兆1,185億円 ⑤1,292億円 ⑥広報部、営業本部、支社、JR東海生涯学習財団など ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

企業が必ずしも文化支援をしなければならないという考え方はとらないが、わが社は公共性の高い事業を行っており、販売促進だけにとらわれない社会的責任がある。最終的には、社員が誇りと自信を持てるような会社にするための活動をすべきと考えている。

大和文化講座	23	25				○			
山口蓬春記念館開館	2					○	○		
古都名作写真館	6					○			○
佐久間レールパーク	23	28				○	○	○	
ミュージック・エクスプレス	1		3	1	2	○			
大覚寺観月の夕ベココンサート	1		3	1	2	○			
平安神宮紅しだれコンサート	1		3	1	2	○			
劇団夢の遊眠社公演	11					○			

【東京海上火災保険】

①997億3,500万円 ②（創業）1879年 ③1万3,000人 ④（正味収入保険料）1兆61億2,200万円
⑤979億3,100万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

当社は、社会貢献活動を積極的に取り組む方針ではあるが、芸術支援（メセナ）を重点分野とは考えていない。実績の中には、広義のメセナの範疇のものもあるが、これらも当社としては、社会福祉、地域社会貢献の意味で実施している。

慈善狂言会	15					○			
トウキョウ・マリン・ギャラリー	2、4、5、6								○
懸賞論文・優秀著書表彰（東京海上各務記念財団）	12					○			
ユネスコ・アジア文化センター助成	23					○			
美術展協賛（年間数件）	2					○			

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[東京ガス]

①1,418億1,200万円 ②1885年 ③1万2,519人 ④7,305億円 ⑤218億円 ⑥生活文化センター ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 音楽支援を中心に実施、特に地域社会への音楽の振興を目指す。
2. メセナもさることながら、当社は地域に密着した企業であるため、地域の役に立つ社会貢献活動を中心に実施する。

ポケットコンサート（ミニコンサート）	1		3	1	1	○		○
冠コンサート（日フィル・読響）	1		1	1	2	○		
創作オペラ十五夜物語	1		2	1	1	○		
カレンダーイラストコンクール	2					○		○

[東京ドーム]

①317億7,200万円 ②1936年 ③1,187人 ④675億7,000万円 ⑤84億2,600万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

近年では、バブル経済の崩壊などがあり、各社とも徐々に手控えている傾向にあると思う。したがって当社においても、支援先を多少厳しく選別していかなければならないのではと思う。

朝日生命プロムナードギャラリー	2					○		
大阪読売交響楽団	1		○			○		
渋沢青洲記念財団								
国際大学へ寄付	教育					○		
日本イベント産業振興協会	2					○		
早稲田大学交響楽団	1					○		
文京区民祭	22					○		
弘済学園チャリティーバザール	社会福祉	24				○		
中国帰国者施設招待	国際交流	24				○		

[東京電力]

①6,704億1,500万円 ②1951年 ③3万9,640人 ④4兆3,836億8,900万円 ⑤1,282億200万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

当社の特徴である「地域密着性」や「電気料金から成り立っていることからくる公平性」の点から、メセナの基盤づくりとして、アマチュアの支援やより多くの方に参加および観る機会を提供する。

TEPCOふれあいツアーコンサート	1		5	2	3			○
TEPCO一万人コンサート	1		5	2	3			○
TEPCO夏休みファミリーミュージカル	11							○
おはなしきやらばん	11							○
国立ベルリン放送少年少女合唱団	1		5	6	5	○	○	○
TEPCO日光山書画コンクール	2					○		
TEPCO郷土絵画コンクール	2					○		
「ボストン王朝美術」展	17					○		

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

プラス・マイナスギャラリーの運営 23 28 ○ ○

〔東京放送〕

①439億8,600万円 ②1951年 ③1,650人 ④1,082億3,600万円 ⑤131億5,100万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

積極的に取り組む方針。

維新派「少年街」 1 6 2 1 ○

〔東芝〕

①2,725億7,500万円 ②1904年 ③7万5,211人 ④3兆2,777億1,100万円 ⑤1,754億3,400万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

当社では、人間尊重を第一に、豊かな価値を創造し、社会に貢献することを基本とした東芝グループ経営理念と、「人と、地球の、明日のために。」というグループスローガンを制定し、これをベースに企業活動を行っている。

東芝グランドコンサート'91 1 1 1 5 ○
東芝スーパーライブ'91 1 4 7 5 ○

〔東陶機器〕

①353億7,100万円 ②1917年 ③1万592人 ④3,946億4,000万円 ⑤346億5,600万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 社会貢献の一環（地域貢献などを含めて）。
2. 自社文化イメージ向上のため。
3. 自社の企業文化の確立をめざして。
4. 優秀な社員の獲得・確保のため。

建築家作品展開催	23	28				○	○	○	○
建築家講演会開催	23	28				○	○		○
水の専門図書館運営	23	28				○	○	○	○
水に関する講演会開催	23	25				○	○		○
出版活動		29				○			○
音楽祭協賛	1		3	1	1,2	○	○		
TOTOスーパートーク開催	23	25				○	○		

〔東武ストア〕

①119億4,400万円 ②1959年 ③1,500人 ④1,259億200万円 ⑤22億2,600万円 ⑦無

日本フィルハーモニー賛助会員 1 1 1 2 ○
ベートーベン第九 5000人大合唱会 1 5 1 5 ○

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

〔東武鉄道〕

①643億1,200万円 ②1897年 ③1万954人 ④2,064億3,500万円 ⑤130億1,100万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

- 沿線地域社会の発展に寄与する。
 - 地域住民とのコミュニケーションを促進する。
- ※上記の点を踏まえて当社に対する理解度を深める。

とーぶ5000人の大合唱	1		5		1	○	○	○	広報宣伝
とーぶふれあいコンサート	1		1、3、4、5		1、5	○	○	○	広報宣伝
東武博物館向島文化サロン	22					○			〃
東京都文化振興会事業資金寄付	23	24				○			〃
日光自然博物館建設	23	28				○	○	○	〃

〔東邦ガス〕

①330億5,700万円 ②1922年 ③3,604人 ④1,608億2,200万円 ⑤63億3,500万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

公益事業者として、メセナ活動を通じての社会貢献及び広く地域社会とのコミュニケーションを図っていく。

ふれ愛コンサート	1		3、5	1、7	2、3	○	○	○	
名フィルコンサート	1		1	1	2	○	○	○	
ふれ愛寄席	23	31				○		○	
文化講演会	23	25				○		○	
映画試写会	13					○		○	
ミュージックサロンパサージュ	1		3	1、7	2	○	○	○	
ガスエネルギー館	23	28					○		○

〔東和銀行〕

①112億5,000万円 ②1942年 ③2,261人 ④（経常収益）1,066億7,300万円 ⑤75億6,500万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

「地域社会への貢献と調和」を基本的な方針として捉えています。

県民文化講座	23	25				○	○		
東和ふれあいコンサート	1		3	1、5	1、3	○	○		
東和よいこ劇場	11								
群馬交響楽団	1		1	1	2	○			

〔同和火災海上保険〕

①350億1,800万円 ②1944年 ③3,733人 ④1,976億4,100万円 ⑤156億1,100万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

従来は取引先など関係先からの要請あったものについて、個別審査し決定していました。現在、今後のための基本方針など策定作業中です。

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
オリンピック博物館（ローザンヌ）基金への寄付	23	24				○			
松尾塾子供歌舞伎公演	11					○	○		
第33回大阪国際フェスティバル	1		1	1	2	○			
東京ホームコーラス公演	1		5	1	3	○			

[十勝毎日新聞社]

①3,000万円 ②1919年 ③169人 ④29億6,400万円 ⑤2億8,500万円 ⑦無

十勝文化会議	23	25				○	○		
アマチュア・オーケストラ支援	1		1	1	3	○			
十勝新聞教育研究会	23	30				○	○		
十勝グリーンステーツフェア	23	27				○	○		
林一族史跡保存事業	19					○			
江戸のプリントアート展	2							○	
帯広駅コンサート	1		3	1	5	○	○		
民族歌舞団公演	10					○	○		
勝毎ホームセンター	20							○	
中学校・学級新聞づくり講習	23	25						○	
おびひろひろびろ音楽祭	1	1	1	1	5	○	○		
いとうけんぞう展	2							○	
シャガールとエコル・ド・パリ展	2							○	

[凸版印刷]

①900億6,900万円 ②1900年 ③1万3,500人 ④8,461億9,900万円 ⑤622億200万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

当社の企業理念を「文化に根ざした情報・生活産業」と位置づけ、

- ①印刷技術・デザインに関連した内容、
 - ②印刷周辺の関連分野（写真・絵画・書・出版など）、
 - ③地域社会に還元できるもの、
- の3つを活動の対象領域とする。

ニューヨークCG展	3					○			
デザインベレストロイカ展	7					○			
トッパンコレクションN.Y.展	6					○	○		
「日本のポスター100」収集と復刻事業	3					○	○		
New Japanese Graphics展	3					○			
第2回名古屋国際ビエンナーレ	3					○			
読書感想画中央コンクール	2					○			

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

〔飛鳥建設〕

①300億200万円 ②1947年 ③4,324人 ④4,195億6,200万円 ⑤109億5,700万円 ⑦無

美術館の設置・運営

17

○ ○ ○

〔トヨタ自動車〕

①2,559億円 ②1937年 ③7万3,000人 ④8兆5,640億円 ⑤5,743億円 ⑥社会貢献活動委員会事務局（広報部第1広報室社会文化グループ、総務部庶務室コミュニティグループ、海外渉外広報部総括グループ）、トヨタ財団 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 「文化の育成」を基本方針とし、21世紀に向けて日本がより豊かな文化基盤を構築できるよう芸術文化活動への支援を行う。
2. 現代の日本文化を海外に紹介するなど、文化を通じ、国際的な相互理解につながる活動の支援を行う。

トヨタ・コミュニティ・コンサート開催（年間47回）	1		1、2、5	1	3	○	○	○
トヨタ青少年ミュージック・キャンプ開催	1		1	1	4	○	○	
トヨタ・ミュージック・ライブラリー運営	1		1	1	3、4		○	○
ステーション・リゾート・コンサート開催	1		1	1	3	○	○	○
ジャパン・ヤングチェンバーミュージック・ソサエティ支援	1		1	1	1	○	○	○
パシフィック・ミュージック・フェスティバルへの協賛	1		1	1	1	○		
アジア・クラシック公演支援	1		1	1	5	○		
英国ジャパン・フェスティバルへの協賛	23	27				○		
サンパウロ・ピエンナーレ支援	2					○		
メトロポリタン美術館支援	17					○		
ラテンコンサート支援	1			7	5	○		
名フィル・日フィル・東フィル・新日フィル支援	1		1	1	2	○		
「日本の伝統工芸産業全集」への協賛	7					○		
「西域美術展」協賛	2					○		
ルイス・ティファニー展協賛	7					○		○
クリエイティブ・ダンスへの協賛	10					○		
トヨタ博物館の運営	23	28						

〔豊田通商〕

①250億円 ②1948年 ③1,900人 ④2兆1,638億3,000万円 ⑤161億5,700万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

社会的貢献策の重点対象の一つとして、国際交流、地球環境などと共に芸術・文化を考えている。

（財）名古屋フィルハーモニー交響楽団	1		1	1	2	○		
（財）オペラ振興会	1		2	1	2	○		

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
神戸カリブ展	22					○			
ドミニカ共和国コロンプス500年祭	22					○			
LIVE ON BALI SOUNDS	15					○			

[トリイ]

①49億9,000万円 ②1962年 ③370人 ④216億7,800万円 ⑤16億1,600万円 ⑦有

モーツァルト協奏曲連続演奏会	1		3	1	2	○			
中日名匠能	11					○			

[長崎文化放送]

①20億円 ②1988年 ③60人 ④29億円 ⑥営業局営業推進部 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

地方都市長崎において、弊社としましては、離島の多い地域条件などで、ともすれば、文化活動のかたより、後退などの弊害が生じてしまうため、離島でのイベント、郡部での文化活動に力を注ぐとともに、できるだけ地域密着型の文化活動を推進するよう心がけている現状です。

ncc&スタジオ県民デー 主婦	9					○	○		
ncc&スタジオ県民デー 学生	1				3	○	○		
ncc&スタジオ県民デー 老人	1			2		○	○		
ncc&スタジオ県民デー 若者	10					○	○		
長崎県少年柔道大会						○			○
長崎県少年空手大会						○			○
長崎県少年相撲大会						○			○

[名古屋銀行]

①227億3,700万円 ②1949年 ③2,896人 ④1,601億7,600万円 ⑤107億5,000万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

地域銀行として、地域文化の向上と地域社会への貢献活動の一環、ならびに自社のイメージアップのため。

名古屋銀行コンサート	1		1	1	2				主催
------------	---	--	---	---	---	--	--	--	----

[南海電気鉄道]

①412億6,600万円 ②1885年 ③5,396人 ④1,052億1,100万円 ⑤26億4,100万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

当社線沿線の文化活動の発展向上に寄与し、あわせて当社のイメージの向上をはかる。

大阪フィルハーモニー交響楽団のコンサート のタイトルスポンサー	1		1	1	2	○			
------------------------------------	---	--	---	---	---	---	--	--	--

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

〔南海放送〕

①3億6,000万円 ②1953年 ③323人 ④92億9,400万円 ⑤7億4,200万円 ⑥企業文化局、サンパーク事業局
⑦無

愛媛県少年少女合唱団	1		5	4、5	3、4	○			
松山少年少女合唱団	1		5	4、5	3、4	○			
ツィター奏者河野保人後援会	1		3	2	2、5	○	○	○	
畦地梅太郎記念美術館	28					○	○	○	
畦地梅太郎全版画集刊行	16					○	○		

〔西日本銀行〕

①357億1,200万円 ②1944年 ③3,602人 ④2,556億8,200万円 ⑤161億3,400万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

単に資金のみの援助だけでなく、社員が何らかの形でかかわるような活動にしたい。

にしぎんトレンドストリーム	23	25				○		○	
---------------	----	----	--	--	--	---	--	---	--

〔西日本旅客鉄道〕

①1,000億円 ②1987年 ③4万8,413人 ④8,923億円 ⑤875億円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

わが社のメセナ活動の基本的な考え方は、「経営理念」の中で、いわゆる企業の社会貢献の一端として、次のように示している。『わが国のリーディングカンパニーとして、社会・経済・文化の発展、向上に貢献します。』

交通科学博物館運営	23	28				○	○	○	
梅小路蒸気機関車館運営	23	28				○	○	○	
奈良大乗院庭園保護管理	19					○			
大阪フィルハーモニー協会	1		1	1	2	○			
大阪女性文芸賞協賛	12					○			
大阪セルヴィス・ギャラリー運営	2					○		○	
京都市文化観光資源保護財団	22					○			
東大寺南大門仁王像修復	18					○			
ステーションギャラリーの開催	2					○		○	
日高正法作の彫刻を大阪駅に設置	8					○		○	

〔ニチレイ〕

①300億円 ②1942年 ③3,000人 ④3,861億4,800万円 ⑤81億1,700万円 ⑥広報室 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

企業の社会性を十分に認識した上で、企業活動をしていくことは当然のことですが、営利に直結しないで、文化や芸術面への支援活動も大切な使命と考えています。

小劇団支援	11					○			
-------	----	--	--	--	--	---	--	--	--

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[日本アイ・ビー・エム]

①1,353億円 ②1937年 ③2万5,304人 ④1兆3,265億1,700万円 ⑤1,543億8,400万円 ⑥社会貢献／地域社会／広報宣伝 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 社会貢献の一環として。
2. 自社のイメージ向上のため。
3. 自社の企業文化の確立をめざして。

日本IBMバレエ奨学金	10					○			○
IBMウェルフェアコンサート	1		3	1	2、5	○	○		
かわさきIBM市民文化ギャラリー	17					○		○	
飛鳥村文化財保存協力	19					○			
交響楽振興協力	1		1	1	2	○			
上野の森美術館大賞展	2					○			
日本の絵本賞	2					○			

[日本アムウェイ]

①124億6,250万円 ②1979年 ③650人 ④1,230億3,800万円 ⑤366億2,000万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

当社の経営理念の基本は、日本の方々の生活向上にお役立てすることです。品質を誇る製品とサービスの提供を通して、また文化（芸術）のサポート活動を通して、その使命を遂行することが、良き企業市民としての責任であるとも考えます。

「拡張する美術展」協賛	2					○			
MOA協賛	2					○			
インターリンク協賛	1			2		○			
サンパウロビエンナーレ出展援助	23	24							

[日本オリベッティ]

①24億3,750万円 ②1961年 ③1,380人 ④353億3,500万円 ⑤3億7,100万円 ⑥広報部 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

当社の企業理念にもとづいています。
「われわれは、社会に対して物質的な貢献をすると同時に、道義的、文化的な貢献をも果たさなければならない」

肢体不自由児・者の美術展	2、4					○			
日本書道芸術院展	4					○			
日本オペラ振興会			2			○			
文化誌「SPAZIO」発行	16								○
メキシコ古代美術展	8								○

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

〔日本火災海上保険〕

①611億4,200万円 ②1944年 ③6,000人 ④（正味収入保険料）3,600億9,900万円 ⑤283億6,100万円

⑥広報部文化企画課 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

検討中です。

日本バレエ協会コンクール	10					○			
ミレー展	2					○			
ボストン美術館屏風絵名品展	2					○			
東京ベイNKホール	23	28				○	○		

〔日本航空〕

①1,883億2,100万円 ②1951年 ③2万1,485人 ④11兆1,880億円 ⑤2,480億円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. 新人の育成。
2. 新しい文化を創造する。
3. 良質なものを安価に提供。
4. 継続性。

JALクラシックスペシャル・ニューアー ティスト・シリーズ	1		4	1	1	○			航空券
JALステージスペシャル清水寺音舞台	1		3	1、2、3		○			航空券
パシフィック・ミュージック・フェスティ バル	1		1、3、4	1	1、4	○			航空券
ヒュー・オブライエン青少年交流基金	23	31					○		航空券
日航名人会（落語）	15					○			航空券
ワールド・オブ・モーツァルト	1		2	1	5	○			
霧島音楽祭	1		1、3、4	1	1、4				航空券

〔日本ガイシ〕

①323億2,700万円 ②1919年 ③5,000人 ④2,066億2,500万円 ⑤172億6,400万円 ⑥秘書室、総務部、ほか
⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

当社として、確たる分野や金額を未だ定めてはいない。基本的には、企業としてその分に応じて、坦々としてやるべきものと考えている。

都市緑化事業	21					○			
名古屋フィル運営資金	1		1	1	1	○			
留学生ネットワークフォーラム	23	25				○			
富本憲吉展	7					○			
その他									

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

【日本コカ・コーラ】

①36億円 ②1957年 ③632人 ⑥広報渉外部 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

弊社は、清涼飲料業界では先駆的役割を果たしておりますので、メセナ活動にも、従来から重視して行っておりま

1. 青少年の健全育成のためのスポーツ活動。
2. 青少年の健全育成のため教育・文化活動。
3. 環境美化活動。

青少年映画育成協議会	13					○	○		
高松宮杯全日本中学校英語弁論大会	22					○	○		
コカ・コーラボトラーズ育英会	22					○			○
コカ・コーラ環境教育基金	23					○			
各種スポーツ振興事業	1		5			○	○	○	
各種音楽振興事業	1		5			○	○		
学術・文化講演会	22					○	○	○	

【日本交通公社】

①19億2,000万円 ②1963年 ③9,600人 ④1兆4,500億円 ⑤91億5,000万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

旅行文化の向上に資する活動を展開する。

杜の賑い	15					○	○		
日本旅行記賞	12					○			
旅行文化講演会	23	25				○	○	○	

【日本酸素】

①269億2,700万円 ②1918年 ③1,788人 ④1,793億300万円 ⑤99億8,000万円 ⑥社長室 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

当社の社業と体力にあった、当社にふさわしい内容の活動を、継続して実施する。

日本酸素記念館	18					○	○	○	
NHK交響楽団賛助	1		1	1	2	○			

【日本精工】

①651億9,600万円 ②1916年 ③1万183人 ④3,686億3,300万円 ⑤216億6,600万円 ⑦無

勸文化財保護振興財団の年会費	23	31				○			
日本芸術文化振興会への寄附	23	24				○			
ジャパンフェスティバル in U.K. への協賛金 (テート・ギャラリー)	2					○			

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
シェイクスピア狂言和泉宗家英国公演への協賛金	11								○
日本中国文化交流協会への年会費	23	31							○
オランダ女王来日記念オランダ美術と日本展募金	2								○
(この他に海外子会社のメセナ活動あり)									

[日本生命]

②1889年 ③10万人 ⑦有

ニッセイ名作劇場	1		6		4	○	○	○
ニッセイ・ファミリーミュージカル	1		6		4	○	○	
ニッセイ劇場オペラ教室	1		2		1,4	○	○	○
ニッセイ・オペラシリーズ「モーツァルト6大オペラ」	1		2		4,5	○	○	○
「オペラ座の怪人」(劇団四季)名古屋公演	1		6		2,5	○		
日本の絵本賞	2					○		
全国童謡歌唱コンクール	1		4,5	5	4	○		
「はだかの王様」(劇団四季)日生劇場公演	1		6		2,5	○		○
博物館総合案内	23	29				○	○	
芸術文化振興基金	23	24				○		

[日本製粉]

①105億6,200万円 ②1896年 ③ 1,704人 ④1,405億1,200万円 ⑤31億4,800万円

〈メセナ活動基本方針〉

企業といえども利益追求一辺倒でなく、社会への利益還元の一方法としてメセナ活動を当然行うべきものと考えます。ただし、それにはその企業にとって妥当な(適正な)利益が確保されていることが前提であると考えます。

[日本たばこ産業]

①1,000億円 ②1985年 ③ 2万3,800人 ④ 2兆7,000億円 ⑤1,026億円 ⑥広報室、アド企画室 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. 長期継続
 2. 分野限定
 3. 組織的取り組み
 4. 文化の育成
 5. 社員参加
- 現在策定中の方針であり、現時点で社内的にオーソライズされているものではない。

JTカルチャーコロンプス'92	23	30				○	○	
たばこと塩の博物館	23	28				○	○	○
JTいきいきフォーラム	23	25				○		

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
JTスーパークラシック	1		1	1	5	○			
JTクラシック	1		1	1	5	○			

【日本テレビ放送網】

①180億700万円 ②1952年 ③1,406人 ④1,960億3,900万円 ⑤207億900万円

〈メセナ活動基本方針〉

「電波は国民のものである。常に大衆に奉仕する精神を忘れず文化と福祉の向上に役立てよう」。この言葉は、創業者正力松太郎の遺訓である。

【日本電気】

①1,882億円 ②1899年 ③4万人 ④2兆9,610億円 ⑤1,405億円 ⑥広報室社会貢献推進部 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 直接的な見返りや経済的効果を期待しないものであること。
2. 自主的、創造的活動を優先するものであること。
3. 特定の個人に係る支援でないこと。

東急文化村オフィシャルサプライヤー	22					○			
NECスーパータワーコンサート（ザルツブルグ室内オーケストラ）	1		1	1	5	○	○	○	
NECスーパータワーコンサート（パリ「木の十字架少年合唱団」）	1		5	1、7	5	○	○	○	
企業コレクションによる世界の名作展	2								絵画貸出
ボストンオーケストラ北米・欧州公演	1		1	1	2	○			
ミュンヘンフィルオーケストラ	1		1	1	2	○			

【日本電信電話】

①7,800億円 ②1985年 ③26万人 ④5兆9,584億2,900万円 ⑤4,143億2,600万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

社内のソーシャル・マーケティング委員会で検討。

- ・新しいコミュニケーション文化の形成。
- ・社会的要請に対する企業として対応。

NTTインターコミュニケーションセンターの設立	23	28							○
情報と文化に関する研究及び出版活動	23	30							○
カザルスホール・クアルテット協賛	1		3	1	2	○			
NTTチャリティコンサート	1		4	7	5	○	○	○	
NTT-N響コンサート	1		1	1	5	○		○	
NTTトーク&トークシアター	23	31							○
NTTふれあいトーク大賞	12								○
NTTトークカルチャースクール	25					○	○	○	

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[日本マクドナルド]

①10億円 ②1971年 ③3,700人 ④1,750億円 ⑤11億2,000万円 ⑥広報部 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

新しい文化の出合いをプロデュース。

マクドナルド・ダンスコンテスト	10					○	○		
明治神宮クラシックコンサート	1		3	1	2	○	○		
ドナルドシアター青山子供の城	1		6	5	4	○	○		

[日産建設]

①56億6,300万円 ②1946年 ③1,789人 ④1,516億5,400万円 ⑤54億8,500万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

当社の企業理念に合ったものを支援対象にしています。

パトリックデュボンとフランス国立ナンシーバレエ団	10					○			
加古川市国際交流基金	22					○			
長崎県雲仙普賢岳義援金	23	31				○			

[日産自動車]

①2,031億9,200万円 ②1933年 ③5万6,873人 ④4兆1,750億1,300万円 ⑤1,647億4,700万円

⑥広報部社会文化室 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

見識ある自己利益 (Enlightened Self-interest) の考え方：企業のフィランソロピー活動は、社会、コミュニティの活性化、生活の質の向上に寄与することで、長期的に見れば企業自身にとってプラスとなる。

ニッサン童話と絵本のグランプリ	12					○	○	○	
白州フェスティバル	23	27				○	○		現物貸与
草津国際音楽アカデミー	1			1	1	○			
Tokyo New Art Exhibition	23					○	○		
五十田安希「アイアム・ポーシャ」	11					○	○		
映画「きこばたとん」制作	13					○	○		
ニッサンドリームコンサート	1		1	1	4	○			
ニッサントワイライトコンサート	1		3	1	1	○	○	○	

[日商岩井]

①798億7,000万円 ②1928年 ③5,276人 ④13兆3,432億900万円 ⑤245億3,500万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

特にない。しいて言えば、企業のCMなど一過性の効果をねらうのではなく、地味な活動でも息長く支援していけるものを選択し、支援していきたい。

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
ケルビーニ弦楽四重奏団	1		3	1	1	○			
シンポジウム「1992年の衝撃」	23	25				○	○		○
シンポジウム「1995年の選択」	23	25				○	○		○
シンポジウム「新リーダー論」	23	25				○	○		○
日商岩井国際交流財団	23	24				○			

【日新火災海上保険】

①156億3,400万円 ②1908年 ③2,997人 ④2,125億2,800万円 ⑤92億2,000万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

企業の社会的責任として。

アコースティックカフェ	1		3	7	1	○			
荘村清志ギターコンサート	1		4	7	5				主催

【日新電機】

①99億8,800万円 ②1917年 ③3,500人 ④886億8,300万円 ⑤60億5,000万円 ⑦無

パルナス・ダンスシアター「宇宙のうずき」公演	10					○		○	
シャクティ&ヴァンサンタマラ印度舞踊公演「The New ATLANTS」	10					○			

【ニッポン放送】

①5億円 ②1954年 ③274人 ⑦無

写真のエコール・ド・パリ	6								
ACT ALIVE	11								
歌舞伎セミナー	11								
東京国際ファンタスティック映画祭	13								
明治神宮こどもの日・文化の日フェスティバル	23	27							

(このほか、多くの芸術分野で実施している。当社の場合は協賛スポンサーとの共同作業が基本)

【野村不動産】

①20億円 ②1957年 ③1,387人 ④1,525億2,100万円 ⑤75億1,600万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

本来、建築と芸術は一体的なものであるという考えから、弊社の取り組んでいる都市開発に現代彫刻を配置するなど、芸術的要素を取り込む。

「芸術が都市を開く」展	23	31							○
-------------	----	----	--	--	--	--	--	--	---

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
「人間とユーモア」展	2、8								○
シャンソンコンサート	1		1	7	5			○	

【博報堂】

①108億円 ②1924年 ③3,450人 ④5,674億6,200万円 ⑤117億3,300万円 ⑦無

博報賞	23	26				○
-----	----	----	--	--	--	---

【服部物産】

①1,100万円 ②1906年 ③15人 ④11億円 ⑤3億円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 支援する活動の趣旨、目的が明確であること。
2. 支援する活動に対し、口をはさまない。

第8回Japan牛窓国際芸術祭	23	27				○ ○ ○
-----------------	----	----	--	--	--	-------

【原信】

①21億3,800万円 ②1967年 ③1,106人 ④228億9,100万円 ⑤7億5,900万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

特に成文化されたものはない。

高校生海外相互派遣事業	23	31				○ ○
文化講演会	23	25				○ ○

【ぴあ】

①7,500万円 ②1974年 ③340人 ④480億円 ⑥文化事業部 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

PFF（ぴあ フィルム フェスティバル）という活動を通じて、映像分野における人材の育成と良質の作品紹介をテーマに、支援する側と支援される側（若手映像作家）に対して、主催者の立場から継続的に広く門戸を開放することを、基本的な考え方としている。

PFFアワード（コンテスト部門）	13					○ ○ ○ 主催
PFFプレゼンツ（海外映画祭）	13					○ ○ ○ 主催
PFFスカラシップ（製作援助）	13					○ ○ ○ 主催

【東日本旅客鉄道】

①2,000億円 ②1987年 ③8万810人 ④1兆8,516億8,100万円 ⑤1,496億5,400万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

わが社のメセナ活動基本方針は、

1. 地域社会の文化の向上と豊かな生活の創造に貢献する。

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

2. 良質、斬新で多様なサービスを提供する
というわが社の企業理念にのっとっている。

東京ステーションギャラリーの運営	2					○	○	○	
「とうきょうエキコン」の主催	1		1	1	5	○	○	○	
「新宿エキサイティング」の主催	1			7	5	○	○	○	
上野の森美術館「日本の自然を描く展」	2					○			
世界らん展日本大賞'91	21								○
1991年都道府県対抗第34回東日本縦断駅伝競争大会	23	31				○			
平成3年度Jリーグ東日本カップ第65回関東大学サッカーリーグ戦	23	31				○			

[ヒロセ電機]

①73億1,100万円 ②1937年 ③890人 ④500億8,100万円 ⑤103億6,000万円

〈メセナ活動基本方針〉

1. 企業の社会的・文化的貢献。
2. 企業のイメージアップ。

ヒロセ電機カップ争奪シリーズ（日韓甚界 若手No1の対決5番勝負）	23	31				○			
--------------------------------------	----	----	--	--	--	---	--	--	--

[福岡シティ銀行]

①235億6,700万円 ②1924年 ③2,485人 ④1,953億4,800万円 ⑤118億2,200万円 ⑥財福岡文化財団

⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

豊かな社会は、経済と文化の融合、調和によって築かれるもので、その実現は企業にとっても大きなテーマであります。福岡シティ銀行は、利益還元、文化的貢献の活動母体として、昭和60年に財福岡文化財団を設立し、美術・音楽・演劇など芸術の各分野でより豊かな地域社会づくりに寄与することを目的としています。

プロムナードコンサート	1		3			○	○	○	
ミュージカル「キャッツ」サポート	1		6			○		○	
シルクロード写真展	6					○		○	
アジア国際美術展	2				2	○			
九州大学中国ウイグル調査団	23	30				○			
その他									

[福島中央テレビ]

①4億円 ②1969年 ③160人 ④56億1,500万円 ⑤3億5,100万円 ⑦有

FCT郡山少年少女合唱団	1		5	5	3、4	○		○	
プラハ国立歌劇場管弦楽団	1		1	1	5		○		

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
FCT児童画展	2					○	○	○	
世界児童画展	2					○	○		
日本民謡大賞	1			4	3	○	○		
日仏現代美術展	2					○	○		
サマーライブタイロン橋本	1			7	5		○		
映画試写会	13						○		
FCT師走寄席 春風亭柳昇	25						○		

[フジカワ画廊]

①3,900万円 ②1967年 ③20人 ④28億4,100万円 ⑤3億300万円 ⑦無

森芳雄展	2								作品貸出
浦添市美術館開館一周年記念展	2								〃
「ヨーロッパ近代絵画の流れーミレーからピカソへ」									
昭和の洋画ー戦後の姿展	2								〃
河口湖町立河口湖美術館開館記念展	2								〃
「日本の名画ー富士ー」									
エコール・ド・パリの4人展	2								〃
第13回日本秀作美術展	2								〃
静岡の美術4ー栗原忠二展	2								〃
企業と文化ー世界の名画展	2								〃
パリ市立ザッキン美術館	2								作品寄贈
鹿児島市立美術館	2								〃

[藤倉電線]

①308億8,500万円 ②1910年 ③4,173人 ④2,543億7,000万円 ⑤100億2,500万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. 企業の体力に応じ、できるものがあればやっていく。
2. 企業の社会貢献は、芸術文化支援以外にもいろいろな形のものがある。

江東区音楽家協会	1		1	1	5	○			
----------	---	--	---	---	---	---	--	--	--

[不二越]

①133億4,600万円 ②1928年 ③5,000人 ④1,602億7,200万円 ⑤81億1,700万円 ⑥総務部 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 良き企業市民として微力ではあるが、地域の芸術・文化を支援し、地域の発展に貢献する。
2. 社内の芸術・文化サークル活動を支援し、彼らが地域の芸術・文化活動の支援者として育つことを期待する。

朝日アマチュア囲碁大会	22					○	○		
富山県民謡フェスティバル	1		5	5	4	○			

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
地元高校定期演奏会	1		1,3	1,7	4	○			
山室郷土史編纂	12					○	○		
ジャパンエキスポ'92	23	27				○	○		
荒井仁一（社員・日展作家）作品購入	7					○			
社内文化部	23	31				○	○	○	

【富士写真フィルム】

①375億6,200万円 ②1934年 ③1万1,000人 ④9,148億4,900万円 ⑤1,689億5,300万円 ⑦無

「日タイ交流写真展」協賛	6					○			
英国「ジャパンフェスティバル1991」の日 本映画特集のスポンサー	13					○			
「オランダ美術と日本展」協賛	2					○			
第4回東京国際映画祭に協賛	6					○			
在日ベルギー大使館主催「新能」協賛	15					○			
メトロポリタン美術館「日本武具甲冑ギャ ラリー」建設資金協賛	17					○			

【富士ゼロックス】

①200億円 ②1962年 ③1万4,000人 ④6,200億円 ⑤490億円 ⑥社会貢献推進部、広報宣伝部 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 国際交流、国際理解の促進。
2. 質（内容）の重視。
3. 可能性（若手芸術家）の支援。
4. 社員の参加を配慮する。

アジア・ユース・オーケストラ支援	1		1	1	1	○			
パールマン演奏会支援	1		1	1	2	○			
アート・バイ・ゼロックス支援	5							○	○

【フジタ】

①578億5,200万円 ②1937年 ③5,515人 ④7,447億円 ⑤362億円 ⑥広報室、ヴァンテ運営、技術研究所
⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

企業理念・企業文化と深く一致するものを実施または支援する。

例えば、当社の企業理念「自然を社会を街をそして人の心を豊かにするためにフジタはたゆまず働く」。

ビデオポエムコンテスト'91	14					○		○	
ヴァンテ本社内地域開放ハイビジョンシア ター	14,23	28				○	○	○	
テクノフェア	23	27				○	○	○	
ロンドントイ&モデルミュージアム	23	28				○	○	○	

活 動 名	芸 術 分野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
日本大学大学院理工学研究科特別寄付講座	23	25				○	○		
大分まなびピア'91出展(第3回生涯学習フェスティバル)	23	27				○	○		

[フジテレビギャラリー]

①5,000万円 ②1970年 ③20人 ④38億3,400万円 ⑤4,300万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

凡庸な人間がすぐれた芸術家固有の感性にふれることができるのは、芸術家の表現活動に、より積極的に参画して、その創造の喜びを共有するのがもっとも近道といえよう。その端的な手段が、メセナである。物質主義による破局は、人間の品性を高め豊かな精神風土を創り出そうとするエネルギーによってのみ回避できる。

その他

○

[富士プロジェクト]

①2億5,000万円 ②1950年 ③20人 ⑦有

松尾塾子供歌舞伎

11

○ ○

[ブラザー工業]

①186億8,100万円 ②1934年 ③5,000人 ④1,660億4,600万円 ⑤46億8,800万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 芸術文化に限らず、学術・スポーツ・医療・福祉・国際交流など幅広く援助している。個々の事業を吟味し、社会貢献となるものについて、経常利益の1%をメドとして実施(寄付金として)。
2. 広告宣伝として行うものについては、企業文化の確立(ファッション文化)、企業イメージの向上を目的としている。

IOCオリンピック博物館建設基金資金援助	23	24				○			
名古屋ボストン美術館建設基金資金援助	17					○			
米国ニュージャージー州ラトガース大学ザマリー美術館展示催事	17					○			
日英ジャパンフェスティバル	23	27				○			
ファッションクリエイターコンクール	9					○			

[ブロードウェイギャラリー]

①8,200万円 ②1983年 ③3人 ④1億2,400万円 ⑤200万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 既存芸術家より若手芸術家の育成、支援に使命感を持つ。
2. 一般企業や社会に対して、若手芸術家が育つ風土づくりを啓発。

第12回美術大学卒制選抜展	2		1	○	○
第2回フィラン大賞展	2		1、5	○	○

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[平和橋自動車教習所／ジェイブ美術館]

①1,000万円 ②1990年（開業1991年1月） ③11人 ⑥広報課 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

一方的な資金援助ではなく、両者がともに活動するということを基本にしています。

小中学生プラスバンド指導	1			3	○	○			
無料開放	17								○
環境保護団体「エコソフィア」主催サマーコンサート	1			2					○

[北陸電力]

①1,169億8,900万円 ②1951年 ③5,343人 ④3,982億3,900万円 ⑤180億7,200万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

わが社は、企業理念「Power & Intelligenceで豊かな活力あふれる北陸を」を受けた行動宣言『素晴らしい北陸』に向けて「産業の発展と文化の向上に努めます」を具体的に表現する方策として、企業市民としての社会貢献活動、お客さまとのコミュニケーション活動を展開しており、メセナ活動も広報活動の一環として位置づけている。

中村絃子コンサート	1		1	1	5	○	○		
オーケストラ・アンサンブル金沢	1		1	1	2,5	○	○		
福井交響楽団	1		1	1	3,5	○	○		
ミュージックフェスティバル'91	1				4	○	○		
女性コーラス発表会	1		5	2	3	○	○		
サービスステーションのギャラリー開放	2,4,5,6								○
ニューイヤーコンサート	1		1	1	2,5	○			

[北海道銀行]

①441億2,800万円 ②1951年 ③3,155人 ④（経常収益）2,493億4,900万円 ⑤157億2,900万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 当行設立以来「北海道の未来と歩む」を基本理念として、「豊かな地域社会づくり」をめざして経営を進めている。
2. 「地域での高度できめ細かな金融サービスの提供」はもとより「地域経済の振興」「北海道の文化・教育・芸術の向上」にも従来から力を注いでいる。
3. メセナ事業もその一環であり、地域と共に発展成長する地域企業として、必要な活動の一部である。

道銀ライラックコンサート	1		1	1	2,5	○			
小谷博貞展	2					○			
PMF	1		1	1	1	○			
財団法人道銀文化財団	23	24				○	○	○	
木田金次郎展	2					○			
ミュージカル「キャッツ」札幌公演	1		6	2	5	○			

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[HOYA]

①62億6,400万円 ②1944年 ③3,007人 ④1,099億2,200万円 ⑤134億8,900万円 ⑦無

日本芸術文化振興基金

23

24

○

[ホワイトピーアール]

①2,000万円 ②1973年 ③28人 ④1億2,000万円 ⑤3,000万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. 企業の芸術文化支援活動は、世界から期待される日本の知的成熟…グローバル化への必須要件として捉える。
2. 当社は、広告代理、PR、企画マーケティングを業とするが、これからの企業のアイデンティティ確立のために、企画提案することを通じて国際交流、社会貢献、メセナなどの先進的習得に努める。

ヨーロッパ印象派絵画展

2

○

○

○

フランス19世紀絵画展

2

○

○

○

ドイツ表現主義ブリュッケ展

2

○

○

○

[本田技研工業]

①853億5,800万円 ②1948年 ③3万3,000人 ④2兆8,001億9,900万円 ⑤850億2,400万円 ⑦有

芸術文化振興基金への寄付

23

31

○

早稲田大学交響楽団世界演奏旅行

1

1

1

3

○

グレイトカナダ'91募金委員会

23

27

○

横浜市文化募金への寄付

17

○

「オレンジ美術と日本展」への寄付

23

27

○

[毎日新聞社]

①41億5,000万円 ②1892年 ③6,500人 ④1,720億円 ⑤17億5,000万円

〈メセナ活動基本方針〉

- ・基本理念：生き生きとした活動を通じて時代の創造に貢献する。
- ・指針：企業として、読者をはじめとするすべての人々に個性的で質の高い文化事業を提供する。

あまりにも多く書ききれません（全国規模で150、東京本社管内だけで70ほどになります。）以下はほんの一例。

毎日出版文化賞

23

29

顕彰

青少年読書感想文全国コンクール

23

29

〃

毎日デザイン賞

デザイン全体

〃

毎日ファッション大賞

9

〃

毎日映画コンクール

13

〃

毎日音楽コンクール

1

3,4

1

1

○

○

〃

毎日書道展

4

〃

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[毎日放送]

①11億7,200万円 ②1950年 ③722人 ④718億5,300万円 ⑤52億4,700万円 ⑦無

放送文化館	23	28				○	○	○	
映画「王手」への制作出資	13					○			
近畿は美しくキャンペーン	22					○	○	○	
清水寺音舞台	1						○		
ASIAN MUSIC SCENE	1						○		
国際少年少女合唱祭	1						○		
一万人の第九	1		5	1			○		

[松下電器産業]

①1,963億8,600万円 ②1918年 ③4万5,346人 ④4兆6,915億5,600万円 ⑤2,765億1,300万円 ⑥文化支援室 ⑦有

パナソニックグローブ座支援	11					○	○		
パシフィック・ミュージック・フェスティバル'91	1		1	1	1	○			
パナソニック・スペシャルコンサート ニューヨークフィルハーモニックアンサンブル	1		3	1	2	○			
大阪フィルハーモニー他演奏団体(15)支援	1		1、3	1	2	○			
日本伝統工芸への支援他	7 他					○			
磯崎新建築展他ハイビジョンの技術協賛	20						○		機器 技術
芸術と広告展協賛	2						○		
メトロポリタン美術館日本武具甲冑ギャラ リー協賛 他海外への文化支援	16、17						○		
ASIAN MUSIC SCENE'91 (香港)	1		4	7	2	○			
東京パーン各種コンサート	1、23				1、5	○		○	機器
イギリス「ジャパンフェスティバル」協賛	23	27				○			
第4回東京国際映画祭協賛	13					○			

[マツダ]

①928億9,200万円 ②1920年 ③2万9,625人 ④2兆2,257億1,400万円 ⑤491億2,500万円 ⑦無

大英博物館展	19					○			
カルチャーブック	23	29				○	○		

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[丸紅]

①1,934億5,400万円 ②1949年 ③7,364人 ④19兆156億円 ⑤548億700万円 ⑦無

名古屋フィルハーモニー交響楽団	1		1	1	2	○			
「北讃歌」写真展	6					○			
「日本国際切手展'91」	23	31				○			
ジャパンフェスティバル文楽公演	15					○			
九州交響楽団	1		1	1	2	○			
カナダ・バンクーバー交響楽団仙台公演	1		1	1	2	○			
日本文化会議	22					○			
ベルギー・ハッセル市日本庭園建設	21					○			
ベネズエラ国立シモン・ビリバル交響楽団 日本公演	1		1	1	2	○			
メトロポリタン美術館・日本武具甲冑ギャ ラリー建設資金	17					○			
日本民族工芸技術保存協会	7								
保有絵画の貸出し（各地催物会場・随時）	2								○
古代衣裳の貸出し（テレビ・各地催物会場・ 随時）	9								○

[三浦印刷]

①22億1,200万円 ②1950年 ③641人 ④244億7,000万円 ⑤19億2,200万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. 会社の事業に関係の深い分野を対象に。
2. 自然体で、地味であっても長く続ける。
3. 会社の規模相応に。
4. 直接の見返りなど多くを期待しない。
5. 企業の社会的責任（特に地域社会を対象とした）。

ヤングカラーフォトコンテスト	6					○	○	○	
全日本女流アマ囲碁選手権大会	23	27				○			
日中アマ囲碁十強戦	23	27				○			

[三国コカ・コーラボトリング]

①46億2,400万円 ②1964年 ③2,227人 ④961億2,500万円 ⑤85億3,800万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

文化芸術活動の支援につきましては、従来から取り組んでまいりました福祉・文化・教育・スポーツなどへの貢献活動の一環として、予定されている活動の内容を十分に検討させていただいた上で、限りある予算の中から地域文化の向上に役立ち、そして企業ニーズに合った効果的な内容の企画に対し、支援させていただこうと考えている。

高松宮杯中学弁論大会	22					○			
奨学金制度	22					○			
さわやかコンサート	1				3,4	○	○		

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

福祉コンサート 1 3,4 ○ ○

[ミサワホーム]

①113億8,100万円 ②1967年 ③1,815人 ④2,662億2,400万円 ⑤224億200万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

当社のメセナ活動に関する基本的な考え方は、売名行為のような一社単独で行うようなものでなく、長期間にわたって複数社一体となって行うものだと思います。あまりメセナ活動がPR色が強いものは、本当のメセナではないと思います。

住まいの文化誌	23	29				○	○
パウハウスコレクション						○	○
CD制作	1		1	2	5	○	

[三井海上火災保険]

①484億3,900万円 ②1918年 ③7,946人 ④4,874億8,800万円 ⑤351億8,700万円 ⑦無

奈良県未指定文化財緊急保存対策	18					○	
オペラ「金閣寺」上演実行委員会	1		2			○	
ダークダックス40周年祭イベント	1			7	2	○	
「世界の名作展」への協賛	2					○	○
(財)三井海上文化財団	1				3	○	○ ○
(財)アリオン音楽財団	1				1	○	
(財)文化財保護振興財団	19					○	

[三井金属]

①2億4,300万円 ②1950年 ③3,800人 ④4,230億円 ⑤62億円 ⑦無

グレート・カナダ展	1,2,10		1,3,6	1,2	2	○
吉野ケ里フェスティバル	23	27				○

[三ツ葉電機制作所]

①74億1,900万円 ②1946年 ③2,830人 ④785億7,000万円 ⑤8億1,000万円 ⑥総務部 ⑦無

大川美術館メセナ法人会員	2					○
群馬交響楽団法人会員	1		1	1	2	○

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

〔三菱商事〕

①1,249億6,800万円 ②1929年 ③9,812人 ④17兆4,213億7,500万円 ⑤943億2,000万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

活動内容を個別に吟味し、有意義と判断できるものを適宜支援する。

ベネズエラ国立交響楽団日本公演	1		1			○			
財日本交響楽振興財団	1		1			○			
イギリス ジャパンフェスティバル	23、27					○			
棟方志功展	5					○			
野村万作狂言	11					○			
その他10件									

〔三菱信託銀行・三菱信託芸術文化財団〕

①1,927億5,400万円 ②1927年 ③7,001人 ④1兆6,400億3,900万円 ⑤802億6,600万円 ⑥総務部、(財)三菱信託芸術文化財団 ⑦有

藤原歌劇団公演ロッシーニ「ラ・チェネレントラ」	1		2	1	2	○			
オペラ「金閣寺」上演実行委員会公演	1		2	2	2	○			
横浜シティオペラ公演プリテン「アルパート・ベリング」	1		2	1	2	○			
関西歌劇団公演ヴェルディ「仮面舞踏会」	1		2	1	2	○			
東京室内歌劇場公演プリテン「小さな煙突 そうじ屋さん」	1		2	1	2	○			
二期会公演ワーグナー「神々のたそがれ」	1		2	1	2	○		○	
モーツァルト劇場公演モーツァルト「後宮 からの逃走」	1		2	1	2	○			
オペラシアターこんにゃく座シェイクスピア オペラ連続公演	1		2	2	2	○			
日本オペレッタ協会公演ベナツキー「白馬 亭にて」	1		2	1	2	○			
藤原歌劇団公演ヴェルディ「オテッロ」	1		2	1	2	○			
日本オペラ協会公演原嘉壽子「よさこい節」	1		2	2	2	○			
横浜シティオペラ公演神奈川オペラフェス ティバル	1		2	1	2	○			
国立音楽大学公演モーツァルト「イドメネ オ」	1		2	1	2	○			
関西二期会公演三木稔「春琴抄」	1		2	2	2	○			
名古屋オペラ協会公演 清水脩「修禅寺物 語」	1		2	2	2	○			
NHK交響楽団「N響MIF'91」	1		1	2	2	○			
新日本フィルハーモニー交響楽団原嘉壽子 「岩長姫」	1		1	2	2	○			
日本現代音楽協会「現音創立60周年記念行 事」	1		1、3	2	2	○			

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
日本現代音楽協会「東京現代音楽祭」	1		1、3、4、5	2	2	○			
一九九一年秋事務局「一九九一年秋－同時代の音楽のター」	1		3、4	2	2	○			
ミュージック・フロム・ジャパン「16周年シーズン新春コンサート」	1		3、4	2	2	○			
フィンランド音楽祭'91イン武生実行委員会「同音楽祭」	1		3、4	1	2	○			
アリオン音楽財団「〈東京の夏〉音楽祭におけるレクチャー・コンサート」等	1		3、4	1	2	○			
ジェスク音楽文化振興会「霧島国際音楽祭・講習会」	1		3、4	1	2	○			
山口県20世紀音楽の会「秋吉台国際20世紀音楽セミナー」	1			2	2	○			
日本音楽コンクール事務局「声楽部門オペラアリア本選会」	1		2	1	1	○			
栃木〔蔵の街〕音楽祭実行委員会「同音楽祭」	1		1、3、4、5	1	2	○			
日米現代音楽事務局「インターリンク・フェスティバル」	1		3	2	2	○			
東京ドイツ文化センター「ドイツと日本の音楽の現在」	1		3、4	2	2	○			
なかのアスペンミュージックフェスティバル実行委員会「同フェスティバル」	1		3、4	2	2	○			
日本テレマン協会「ドイツ縦断演奏旅行」	1		3	1	2	○			
東京都交響楽団「カーネギーホール100周年記念祭公演」	1		1	1、2	2	○			
日本フィルハーモニー交響楽団「創立35周年記念ヨーロッパ演奏旅行」	1		1	1、2	2	○			
能「隅田川」と教会劇「カーリユリバー」1991年英国オールドバラ音楽祭開幕出演推進委員会「同公演」	1		2	1、2	2	○			
邦楽4人の会「ドイツ・イタリア公演」	1		3	1、2	2	○			
東京交響楽団「創立45周年記念ワールド・コンサート・ツアー」	1		1	1、2	2	○			
広島交響楽団「国連創立記念コンサートほか」	1		1	1、2	2	○			
オペラプロジェクトカンタンテコミチ公演モーツァルト「コシ・ファン・トゥッテ」	1		2	1	1	○			

〔三菱電機〕

①1,745億円 ②1921年 ③4万8,000人 ④2兆5,900億円 ⑤1,360億円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

社会貢献活動としての基本方針はあるが、「メセナ活動」個別の基本方針はない。

日本オペレッタ協会	1	2	1	2	○
日本フィルハーモニー交響楽団	1	1	1	2	○
宗教法人泉涌寺	18				○

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
フジサンケイグループ彫刻の森展	8					○			
第7回ヘンリームーア大賞									
メトロポリタン美術館	17					○			
太宰府天満宮	18					○			
MITSUBISHI AV SPECIAL									
「ディック・リー・コンサート」	1			7					冠協賛
「パパ・ウエンパ・コンサート」	1			6					同上
「ガンボ・ジャンボ・カーニバル」	1			6					同上

[村田製作所]

①515億9,600万円 ②1950年 ③4,087人 ④2,131億9,300万円 ⑤201億600万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

当社のメセナ活動は、社是の一部にある「独自の製品を供給して文化の発展に貢献する」ためのひとつの手段として位置づけている。

米国森上博物館	22					○			
アジア・太平洋工芸会議	7					○			
世界陶芸祭	7					○			
全国植樹祭	21					○			
文化財保護振興財団基本財産	19					○			
八日市市大風会館	22					○			
ハワイ日本文化センター建設	23	28				○			

[明治製菓]

①283億6,300万円 ②1916年 ③5,243人 ④2,215億800万円 ⑤71億5,300万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

当社は、企業理念として「夢と楽しさ、いのちの輝きを大切に、世界の人々の心豊かな暮らしに貢献する」ことを掲げている。このため、関連事業領域としての健康関連サービス分野に重点を置いて支援活動をすすめている。

健康情報TV番組「医食同源」の企画、単独提供	23	31				○	○	○	
上記関連書籍の出版・寄贈	23	29				○	○	○	
健康に関するフォーラムの実施	23	25				○	○	○	
学術・美術的視点による写真集の発行、寄贈	23	29				○	○	○	

[明星工業]

①36億9,300万円 ②1947年 ③360人 ④345億5,000万円 ⑤30億900万円 ⑥財富本奨学会 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

育英資金活動を重点とする。

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

富本奨学会

23

24

○

〔メイテック〕

①128億2,600万円 ②1974年 ③5,700人 ④445億6,900万円 ⑤40億6,200万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

「企業は社会の公器である」というトップポリシーのもとに活動を行っている。

名古屋国際ビエンナーレアートテック'91協賛

23

31

○

○

〔メモリアルアートの大野屋〕

①3億1,550万円 ②1939年 ③400人 ④132億4,000万円 ⑤10億800万円 ⑦有

めもりある講演会

12

○

サロンコンサート

1

3

1

○

仏像彫刻教室

8

仏画教室

2

水墨仏画教室

2

写仏教室

2

石の彫刻教室

8

〔メルシャン〕

①209億6,100万円 ②1934年 ③1,335人 ④841億6,900万円 ⑤32億9,000万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. 会社業績との関係でメセナ活動も考えざるを得ない。
2. 現状では会社のPRを無視することはできない。

ワイン資料館の公開

23

28

○

オペレッタ協会

1

2

○

〔モービル石油〕

①110億円 ②1893年 ③1,255人 ④6,961億9,300万円 ⑤95億2,500万円 ⑥広報部 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 陽があたりず、他社があまり援助していない分野を支援する。
2. 一時的ではなく、継続性を重視する。
3. 自社のメリットや利益と結びつけず、見返りを求めない支援をする。
4. 手づくりのプログラムで、社員、役員が実行に参画する。

モービル児童文化賞

23

26

○

○

モービル音楽賞

1

○

○

モービル・ライブ・サウンズ

1

○

○

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
コロンビア・モービル・フェローシップ	23	31				○	○		
野草園コンサート	1			5		○			
日本身体障害者水泳大会	23	31				○			

〔ヤギコーポレーション〕

①14億6,300万円 ②1967年 ③200人 ④80億4,000万円 ⑤22億1,100万円 ⑥経営企画室、(財)ヤギメセナファンデーション ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

昨年3月、当社はCIを導入しましたが、その中で経営理念の1つの柱として、企業文化を盛り込みました。21世紀型企業を目指し、さらに企業文化を発信していきたい。

(財)ヤギメセナファンデーション設立	23	24				○	○	○	
石川県文化産業振興基金	23	24				○			
大野一雄舞踏公演	10					○			
映画「夢二」協賛	13					○			
植田いつ子ワークショップ協賛	23	25				○			

〔安田火災海上保険〕

①581億円 ②1944年 ③1万2,000人 ④1兆2,082億円 ⑤424億4,700万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 自文化＝自分の文化（個性化・差別化）を持つこと。消化することの意であり、自分化との懸詞。
2. 多細胞レベルでの活動＝全国及び世界に営業拠点を有する企業としては、本社のみが活動するだけでは地域密着型の展開は不可能である。おのおのの出先が判断機能を持って推進するの意。
3. お金のみでなく、汗を出せ、知恵を絞れ。

アウシュビッツの子供達の絵画展	2					○	○	○	
システィーナ礼拝堂修復活動に対する援助	2					○			○
ゴッホ美術館への寄付	2					○			
安田火災東郷美術館への支援	17					○	○		
ライフプラザの運営	1,2,6		3	2,7	1,3	○	○	○	
ひまわりホール人形劇	22					○	○	○	
動物児童文学賞	12					○	○		

〔安田生命保険〕

②1880年 ③1万9,029人 ④（経常収益）1兆9,784億6,900万円 ⑤2,568億9,300万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

「クオリティ・オブ・ライフの豊かな発展に貢献する」との経営理念のもと、単なる資金援助の枠を超えて、芸術文化と深いかわりを持ち、自社のアイデンティティ、イメージを消費者・社会に持続的に訴え、企業市民としての社会的評価を獲得する。

読売日響コンサート	ニューイヤーコンサート	1		1	1	2	○		
-----------	-------------	---	--	---	---	---	---	--	--

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
鳥塚しげきファミリーコンサート	1		6	5	4	○			
内田光子ピアノリサイタル	1		3	1	2	○			
読売日響コンサート 仙台公演	1		1	1	2	○			
シエナウィンドオーケストラ定期演奏会	1		3	1	2	○			
毎日児童小説・童話新人賞	12					○			
チエの輪サークル映画鑑賞会	13					○			
読売日響コンサート 第九	1		1	1	2	○			
東タイゴールデン試写会	13							○	
NHK短歌大会	12					○			
いのちの輝き作詞大賞	12					○			
海外音楽コンクール参加助成 6名	1		3	1	1	○			
海外音楽研修助成 7名	1		3	1	1	○			
伝統文化・民族芸能助成 24件	15					○			

[矢作建設工業]

①57億3,100万円 ②1949年 ③1,069人 ④879億5,800万円 ⑤34億2,600万円 ⑥企画調査部 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. 地域社会への貢献。
2. 社外的なイメージ・アップ。
3. 社員のマインド・アップ。

宇宙へ飛べ!日本の錦鯉!キャンペーン	23	30				○			
24時間テレビ「愛は地球を救う」キャンペーン	23	24				○			

[山種産業]

①64億9,900万円 ②1937年 ③442人 ④476億2,100万円 ⑤22億100万円 ⑥総合企画部 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

当社の所属している山種グループには、学校法人と美術財団があり、この芸術文化活動に対し、積極的に支援している。

農業土木学会	23	25				○			
経済教育研究協会	23	30				○			
農林水産先端技術産業振興センター	23	30				○			
世田谷美術館	17					○			
国際大学	30					○			
東京フィルハーモニー	1		1	1	2	○			
日本オペラ振興会	1		2	1	2	○			

[ヤマト運輸]

①492億6,600万円 ②1919年 ③4万4,000人 ④4,262億1,100万円 ⑤126億4,800万円 ⑦有

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

音楽宅急便	1		1	1	2、4、5	○		○	
-------	---	--	---	---	-------	---	--	---	--

〔大和設備工事〕

①35億2,200万円 ②1946年 ③502人 ④252億100万円 ⑤18億4,900万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

資金援助程度

群馬交響楽団	1		1	1	2	○			
--------	---	--	---	---	---	---	--	--	--

〔山梨日日新聞社〕

①4,000万円 ②1872年 ③208人 ④79億2,600万円 ⑤13億円 ⑦無

野口賞（毎年）	22					○		○	
レニングラードバレエ公演	10	} 主催と福祉施設の人たちの無料招待							
モスクワフィル公演	1								
その他									

〔山梨放送〕

①2億4,000万円 ②1954年 ③128人 ④55億6,600万円 ⑤11億円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

当社は山梨日日新聞社とグループ経営を特色として、新聞社と連携をとりながら、芸術文化活動の育成・振興について、ニュース報道・番組制作・文化イベントの実施を通じて貢献することを方針とする。

県民音楽祭	1					○	○		
少年少女のための夏休みコンサート	1					○	○		
ふるさと民謡祭	1					○	○		
名人寄席						○	○		
その他多数						○	○		

〔山之内製菓〕

①542億4,000万円 ②1923年 ③3,800人 ④2,131億8,300万円 ⑤596億900万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 芸術文化的質の高い内容であること。
2. 文化・社会面からの良好な企業イメージを得られること。

大英博物館展	17					○			
横浜プリント展	17					○			
オクラホマシティ・フィルハーモニーオーケストラ	1					○			

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[ヤマハ]

①163億400万円 ②1887年 ③1万2,036人 ④3,834億9,900万円 ⑤108億2,000万円 ⑥(財)ヤマハ音楽振興会
⑦有

ジュニアオリジナルコンサート〈国内〉150回〈海外〉北京、天津、エヴィアン、ウランバートル	1		1,4		1	○	○		主催
バンドエクスプロージョン（世界27カ国）	1			7	3	○	○		共催
ティーンズミュージックフェスティバル	1			7	1	○	○		主催
キーシンリサイタル	1		4	1	2	○	○		主催
園田高弘リサイタル	1		4	1	2	○	○		主催
霧島音楽祭	1					○			
草津音楽祭	1					○			
北海道パンパシフィックフェスティバル	1					○			
「イレーナ・グラフェナウアー」フルートリサイタル	1		4	1	2	○	○		主催
「クロード・フォーコンプレ」クラリネットリサイタル	1		4	1	2	○	○		主催
トランペットセミナーinつま恋	1				1	○			
クラリネットセミナーin八ヶ岳	1				1	○			
サキソフォンセミナーin八ヶ岳	1				1	○			
葛城工芸美術展	7					○	○		主催
グラスナウ展	7					○	○		主催
ヤマハデザイン展	3					○	○		主催

[ユーストアイ]

①71億800万円 ②1977年 ③379人 ④632億6,300万円 ⑤43億9,000万円 ⑦有

社団法人造形美術協会	23	24				○			
------------	----	----	--	--	--	---	--	--	--

[ユアテック]

①51億6,900万円 ②1944年 ③4,518人 ④1,532億9,600万円 ⑤122億2,800万円 ⑥本社総務部 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

公益事業である電気事業の一翼を担う企業として、企業本来の活動を前提に、その地域社会の発展に貢献し、企業と地域社会との新たな信頼関係を築く。

宮城フィルハーモニー協会	1		1	1	1	○			
カナダバンクーバー交響楽団	1		1	1	5	○			

[ユニ・チャーム]

①106億1,100万円 ②1961年 ③700人 ④800億円 ⑤47億円 ⑦無

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

五十田安希ひとり芝居	11								○
------------	----	--	--	--	--	--	--	--	---

[ヨークベニマル]

①98億9,800万円 ②1965年 ③4,583人 ④1,595億7,600万円 ⑤79億6,500万円 ⑥社長室、(財)ヨークベニマル文化教育事業財団 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

「良き企業市民」でありたいーそのために社会的存在としての責任を果たす。

1. 企業財団に対する支援。
2. 宣伝、広報とは区別。

企業財団に対する出捐	22		4			○	○		○
------------	----	--	---	--	--	---	---	--	---

[横河電機]

①323億5,000万円 ②1920年 ③7,798人 ④1,990億600万円 ⑤169億7,000万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

当社企業理念及び企業ビジョンに明記（メセナを含むフィランソロピー＝企業の社会貢献活動）を支持・支援することが明記されているが、メセナ単独に対する記述ではない。

英国「ジャパンフェスティバル1991年」	23	27							○
NHK交響楽団	1		1						○
オランダ美術と日本展	23	27							○

[横浜銀行]

①1,339億9,100万円 ②1920年 ③6,289人 ④9,514億2,600万円 ⑤396億5,300万円 ⑦有

〈メセナ活動基本方針〉

1. 地域社会への貢献という観点からメセナ活動を考える。
2. 現段階では、財団法人はまぎん産業文化振興財団の活動を支援することでメセナ活動を行う。

(財)はまぎん産業文化振興財団への出捐	23	31							○ ○ ○
---------------------	----	----	--	--	--	--	--	--	-------

[読売エージェンシー]

①4,000万円 ②1936年 ③108人 ④95億円 ⑤2億2,800万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. グローバル化時代に備え、海外の文化芸術を、積極的に日本へ紹介する。
2. 内外のすぐれた芸術文化を日本企業に紹介、支援活動の橋渡しを行うことを、自社の企業使命とする。

チェーカーデーブラハ合唱団	1		5					○	○
読売日本交響楽団	1		1					○	

4 企業別メセナ活動一覧

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他

[読売新聞社]

① 6 億1,320万円 ②1874年 ③4,571人 ⑦無

マン・レイと友人たち展	2								
ワズウォース美術館展	2								
セレクト・ライブ・アンダー・ザ・スカイ	1			7					
(このほか年間数十件の展覧会、コンサートを開催)									
女性ヒューマン・ドキュメンタリー大賞	23								
(このほか多数の表彰事業を実施)									

[ローム]

①597億6,000万円 ②1958年 ③2,781人 ④1,657億1,900万円 ⑤81億600万円 ⑦無

(メセナ活動基本方針)

企業活動を通じて、文化の進歩向上に貢献することが、当社の基本理念であり、メセナ活動も、その考え方をもとに実施している。

助)ロームミュージックファンデーション	23	24				○			
京都市立芸術大学「芸術教育振興基金」	23	24				○			
助)日本オペラ振興会	23	24				○			
グリーン・コンサート「地球のみどりのために」	1		3			○			

[リクルート]

①27億2,000万円 ②1960年 ③7,841人 ④3,697億2,000万円 ⑤521億3,100万円 ⑦有

(メセナ活動基本方針)

特に方針等を明確にはしていないものの、現状として、

- ・事業に関連する分野（デザインなど）での活動が多い。
- ・「若手（世の中にデビューしていく人）の発掘、育成」の観点で取り組んでいる。

クリエイションギャラリーG8	2,3,5,6					○	○	○	
ガーディアン・ガーデン	1～8			3		○	○	○	
ツールドモダンシアター	11					○	○		
「クリエイション」発行	3					○	○		
「求人広告半世紀」発行	23	29				○	○		
日本オペラ振興会	1		2						

[リコー三愛グループ三愛会]

②1936年 ③130社 6万人 ④2兆円 ⑥三愛会事務局 ⑦有

(メセナ活動基本方針)

創業者の生涯の信念であった“三愛精神一人を愛し、国を愛し、勤めを愛し”をモットーに各種の支援を心がけています。

活 動 名	芸 術 分 野	23 の 内 訳	音楽・ミュージカルの内訳			支 援 内 容			
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他
カルチャーセミナー	全般	25				○	○	○	
講演集発行		29				○	○		

[LIHAT LAB]

①18億3,000万円 ②1948年 ③388人 ④132億6,600万円 ⑤7億4,800万円 ⑦無

関西フィルハーモニー管弦楽団後援会	1	1	1	2	○
-------------------	---	---	---	---	---

[ワコール]

①132億6,000万円 ②1949年 ③4,976人 ④1,174億9,400万円 ⑤124億9,400万円 ⑦無

〈メセナ活動基本方針〉

1. 市民生活の豊かさへの貢献。
2. 継続的支援の可否。
3. 芸術性、文化性の昂揚度。
4. 地域社会への貢献度

「ロココの華麗な衣裳」展	9				○	○
紫式部顕彰会	12				○	
世界陶芸祭	7				○	
京都フランス音楽アカデミー	1	3	1	2	○	
(財)奈良屋記念杉本家保存会	19				○	
英国ロンドン「京都庭園」	21				○	
(財)ファッション産業人材育成機構	9				○	

支援される側について気づいた点や要望

下記の記述は、今回の「メセナ活動実態調査」に際して、各企業から寄せられた、支援される側（芸術家、芸術団体など）についてのコメントや要望である。配列は順不同、固有名詞は省略した。

- 地方都市では支援される側（アーティスト、団体など）の存在がよく知られていない。著名アーティスト、有名団体以外のこれから有望な方々の情報が不足している。貴協議会を通じ更にインフォメーションを希望します。
- あまりにも自分勝手な人が多く、とても通常のビジネス感覚ではやっていけないこともある。契約を簡単に破る人もいるし、これらを考えるとやはり代理店が中に入った方がいいのかと考えることもある。
- 1. 支援テーマ終了後の報告がないケースが時々ある。
2. テーマによっては総費用の中に占めるメセナ要請金額のウェイトが極端に高く意図を理解しがたいものもある。一考をお願いしたい。
3. 冠協賛に近い要請が多く、お引受け出来ない旨ご理解いただきたい。
- 世渡り上手、社交上手の個人・団体等、結局メジャーなものへ流れてしまうきらいがある。うもれがちな方面の人々へも目をやり、真に実力のある人を発見、支援を多くの企業人をお願いしたい、また当方もそのような視点に役立ちたいと思います。
- 音楽会や美術館通いなどを生活習慣とし、日常的に芸術に触れる人々がもっと増えるよう、一般の人を芸術に向け、啓蒙するような企画（レクチャーコンサートなど）の努力もして欲しい。
- 美術館関係者と接触する機会があるが、企業側と美術館側の共通言語がない（特に県立美術館）。お互いに理解しようと努めているのでコミュニケーションはなんとかできている。両者ともに相手のことをもっと知る必要がある。
- 芸術家は少なくとも一人よがりの活動をしないでほしい。
- 支援される側もする側もお互いに相手の勉強をもっとする必要があると思います。単に経費のみのつながりでは底が浅く、本当の支援とは言えないと思います。
- 劇団内部の体制強化、特にスタッフ部門
オリジナリティのある作品の創作力の欠如
- 経済的支援以外に、芸術を共に創り上げる姿勢がほしい。観客の質を軽く見ている場合がある。アーティストと企業の交流の場を増やすとよい。
- 支援される側と企業とがまだ共通の土壌を持っていない。今はそういう土壌をつくり、相互理解を深める時期だと思う。また、メセナ担当者だけでなく、他の社員と支援される側がもっと触れあえる場を提供していればもっと素晴らしいと思う。
- 支援される側も特に税制上の問題について、政府に強烈にアピールをお願いしたい。
- 一部に常識に照らしても図々しいと思われる例や、マナーを欠く例が見られます。
- 資金面で他人（ひと）頼みの傾向が大変顕著。
一般市民への貢献、還元がない（例：入場料）。
唯我独尊。
- 支援をうけた側は極力それを一般市民へ還元して戴きたい（入場料を下げる等）。そうすれば底辺が広がり、文化芸術の輪が広がっていくと思う。
- アーティストの側に冠を当然のことのよう受け取る風潮がある。当社としては、金銭面の支援をする時、そのウラに芸術を守り、育てていきたいという気持ちがあることをアーティストに理解してほしい。
- 質の高い芸術活動を継続、発展させていって欲しい。

- ・企業がアーティストを支援する大前提は、アーティスト自身が熱意をもって、自助努力することである。支援するのが当たり前という態度は困る。
 - ・素人が理解できる平易な表現、簡潔なプレゼンテーションを心がけて欲しい。
 - ・企業にとっては、50万円の支援も、500万円の支援も、検討に要する時間は同じであるが、予算制度や稟議制度、決裁手続きなどもあるので、性急な回答を期待されて困ることが多い。
- 1度支援したとしても2度目以降支援するとは限らないので、継続を期待しないで欲しい。
- ①検討する上での資料（収支計画や写真・VTRなどビジュアルなもの）の不備
 - ②冠とメセナの混同（過大な支援要請金額）
 - ③検討～決定までの時間不足
 - ④社会人としての一般常識（礼儀）に欠ける人・団体がみられる。
- 旅行会社ということで、旅行費用の補助をご依頼頂くケースが多くありますが、私どもとしては、こうした支援はメセナ活動とは異質のものであり、支援対象としては考えておりません。
- 将来とも当社と何らかの形で関わりをもって頂き、メセナに関する助言・指導を得たい。
- 単なる文化・芸術の消費だけでなく、創造・育成につながるものを重視し、経済的に恵まれない若手芸術家、団体及びスポーツマンを優先支援していきたい。
- 芸術活動に対する支援は、支援の公平性を保つことが非常に難しい。本来は、社会福祉やチャリティー活動に企業は力を注ぐ必要があるのでは。
- 支援する方、される方、それぞれが互恵の精神が大切ではないかと思う。
- コンサート、写真展などをよく実施しているが、一切無料公開のため、出演者への謝礼は行っていないが、社会還元、文化振興の趣旨を理解していただき、快く承諾いただいている。
- 先方から聞いたこともないし、特にない。
- なぜ支援が必要か、コンセプトを明確にしてほしい。
- ①寄附金有効活用の面から、支援を受けたい金額のみならず、その用途分野の明確化が望まれる。
 - ②寄附金の形以外の支援形態も考慮することが望まれる。
- 企業がスポンサーになると支援される側は多少ではあるが、ギャランティをアップされることがあると聞いた。その中には、企業だからお金に困らないだろうという考えが見え隠れしている気がする。未だに支援される側には、メセナ活動自体が地域振興のためというより、「金余り現象」という捉え方をされているためではないだろうか。企業と支援される側と同一のメセナ活動であるという方向性を見出すことが大切であろう。
- ・支援する側の理念、規模、システムをよく知って、企画内容を吸収できる企業にアプライすること、また、支援しやすい方法でアプローチすること。
 - ・1回断られても、あきらめないこと。
 - ・双方ともに慣れることが必要。
- 地域の社会貢献または国際貢献という言葉が最近しばしば語られる。この場合、大事なことは受け手側において、しっかりと根を張った十分な下地ごしらえができた上での、種まきでなくてはならない。実を結ぶためには、手間ヒマかけた下地ごしらえと盲目的ともいえるアフターケアもする側が必要である。単なる人的、資金援助も必要であるが、受け手側にその資金をどのように利用、有効に活用する指導者と基礎組織もしっかりとしたものが望まれる。社会は一つ、援助する側とされる側がお互いに心をつなぎあい、励まし合い、永年に渡ってやっていかねばならないと思います。
- 地元出身のアーティスト等についての情報不足と、芸術的価値を評価する人材の問題。したがって、活動が特殊一定の分野に偏る傾向がある。
- 県内の伝統芸術を県外へもっとPRしてもらいたい。

- 支援の継続は重要だが、企業側の支援に対し、芸術家側の芸術性がマンネリ化することが多くなる。さらなる芸術の向上を望みます。
- 支援される側の財政状況は、非常に厳しい。特に地方の団体（例：オーケストラ等）はその典型的なものです。その中で技術の研鑽に努め、優れた演奏（作品）を提供していただくことが、長期的にみて発展の道が開かれるのではないのでしょうか。
- 創造力向上、テクニック向上、自主経営努力
- 特に顕彰事業においては、官製ではない、県民の賞として評価されており、対象者からは飛躍への意気込みが感じられる。
- 芸術文化向上の美名やメセナブームのもとに、企業等の経済界からの資金援助に安直に頼り過ぎる傾向が強い。
- 日本の美術館の中には、企業（除く新聞社）による支援に必ずしも慣れておらず、対応がビュロクラティックなところもあるのではないかとと思われる。
- 時間的余裕をもって依頼にきてほしい。
- ・メセナに頼るだけではなく、個々の努力がより必要に思う。
 - ・特に地味に活動している団体等は、マスメディアによる社会に対する理解を得られるような働きかけが大事に思う。
- 互いに支援する、支援されるという立場でなく、一緒に考え、一緒に育てていくようになれば、小さなものでも光ってくるのではないかと、確信します。
- メセナ活動と言えば大半は芸術や音楽に偏っているが、これらのジャンルは量・質とも充足されている。文化という枠で考えると建築も文化であり、環境芸術として考えられる。わが社の活動対象における建築作品展、講演会は上記の特定少数を取り上げているが、これも立派なメセナ活動ではないだろうか。
- 1. どんな支援機関があるかの情報の把握ができていない(助成財団資料センターなどの活用)。
 - 2. 計画の説明などを出来るだけ要領よくすること。
 - 3. 遠慮せずに幅広くコンタクトした方がよい。

第 3 章

91年における国・
地方自治体・財団等の
芸術文化支援

1 国の芸術文化支援

矢野 和彦（文化庁文化部文化普及課企画調査係長）

国による芸術振興のための施策は、芸術活動の水準向上とこれを支える活動基盤の整備・充実を目的とし、優れた芸術活動の奨励と芸術家の養成、国民の芸術鑑賞機会の充実、芸術活動の場の確保、優れた芸術家に対する顕彰等の観点から進められている。

1. 芸術創作活動の振興

●民間芸術等活動費補助

わが国芸術文化水準の維持向上に中心的役割を果たしている民間芸術関係団体のオーケストラ、オペラ、バレエ等の定期定例公演等基幹的事業、芸術関係の資料整備等の事業に対して民間芸術等振興費補助金により経費の一部を補助している。平成3年度における本補助金は以下のとおりである。

芸術創作活動促進事業	33団体	4億7,011万円
青少年等芸術普及事業	6団体	3,020万円
芸術関係資料整備事業	9団体	4,210万円
芸術の国際交流促進事業	8団体	4,253万円
その他の事業	1団体	4,100万円

●芸術活動特別推進事業

わが国舞台芸術に大きな刺激を与え、その水準の格段の向上に資する舞台芸術活動、例えば、海外フェスティバル等への参加公演や大規模な国内公演などを昭和63年度以来、企業等民間の積極的な協力を得て実施している。平成3年度においては、海外フェスティバル等への参加公演への支援件数を増やすとともに、国内公演の対象分野に現代演劇を追

加するなどの充実を図っている。

海外フェスティバル等への参加公演

分野	公 演 名 等	フェスティバル名等
音楽	ショパン ピアノ協奏曲第1番	ジャパン・フェスティバル（イギリス）
	モーツァルト バイオリン協奏曲第3番	ブラハの春音楽祭 （チェコスロバキア）
演劇	「はなれ瞽女おりん」 「葉武列士倭錦絵」	ジャパン・フェスティバル（イギリス）
	狂言「法螺侍（ホルスタッフ）」	
舞踊	「ささやかに幸福」他	エッセン舞踊祭 （ドイツ）

国内公演

オペラ	R.ワーグナー作曲 「神々のたそがれ」	財二期会オペラ振興会
	ヴェルディ作曲 「オテロ」	財日本オペラ振興会
バレエ	「牧神の午後」 「葉は色あせて」	財スターダンサーズ・バレエ団
現代舞踊	「土佐源氏」	西田 堯舞踊団
演 劇	「人生の終り方—死の横顔」	財現代演劇協会

●優秀舞台芸術公演奨励

広く舞台芸術の創作活動を促進することを目的として、音楽、舞踊および演劇の各分野において、創造性にとみ、舞台芸術に新生面を開拓したと認められる公演の再演を奨励している。平成3年度13件。

●日米舞台芸術公演奨励

舞台芸術の分野における日米両国間の交流を通じて公演水準の向上と相互理解を図るた

め、現代舞台芸術の公演を米国に派遣している。平成3年度2件。

2. 芸術祭

優れた芸術作品を鑑賞する機会を広く一般に提供するとともに、芸術家に意欲的な公演発表の機会を与えて芸術の創造と発展を図るための芸術の祭典である。毎年度、文化庁において芸術祭執行委員会が組織され、芸術祭の実施と運営にあたっている。また、公演形態としては、文化庁に設置される執行委員会が企画・実行する主催公演、芸術祭の期間中に行われる優れた公演の中から選定し委嘱する協賛公演、芸術祭に参加を希望する公演の中から選ばれる参加公演、アジア・太平洋諸国の民族芸能を招く国際公演等がある。平成3年の主催公演は音楽を主要テーマとし、オール・ジャパン・シンフォニー・オーケストラのコンサートや日本歌曲・現代邦楽の系譜、現代的民族音楽の公演などのほか、文楽公演、映画鑑賞会等が開催され、また栃木県との共催で、芸術祭栃木公演も実施された。

3. 芸術家の研修と顕彰

●芸術家在外研修

音楽、舞踊、演劇、美術、舞台美術等の各分野の芸術家を海外に派遣し、その専門分野における実際的な研修の機会を与えるための制度で、文化庁が往復旅費および滞在費を負担するものである。期間によって1年派遣、2年派遣、特別派遣（3カ月）があり、3年度は37名が研修員として派遣された。

●芸術インターンシップ

新進芸術家に国内の専門研修施設等におけ

る研修や自己研鑽の機会を与えるため、文化庁が研修費として月額15万1千円を10ヵ月間負担する制度（定数37名）で、従前の国内研修に代えて、平成3年度から実施された。

●文化勲章および文化功労者制度

文化勲章は、文化の発達に関し、勲績卓絶な者に対して授与されるものであり、昭和12年2月公布の文化勲章令によって制定された単一級の特別勲章である。

文化功労者は、学術、芸術、文化等の分野において活躍し、文化の向上発達に関して特に顕著な功績をあげた者が選ばれている。この制度は、昭和26年4月公布の文化功労者年金法に基づき、「文化の向上発達に関し、特に功績顕著なもの（文化功労者）に年金を支給し、これを顕彰することを目的とする」ものである。平成3年度の文化勲章受勲者並びに文化功労者は下記のとおりである。

文 化 勲 章	文 化 功 労 者
猪瀬 博 (電子工学)	秋野 不矩 (日本画)
江上 波夫 (アジア考古学)	蘆原 義信 (建築)
蓮田 修吾郎 (鍍金)	伊藤 清永 (洋画)
福沢 一郎 (洋画)	石川 忠雄 (中国現代史・教育)
森繁 久弥 (現代演劇、映画・放送)	梅棹 忠夫 (民族学)
	岡村 総吾 (電子工学)
	香川 綾 (栄養学・教育)
	亀倉 雄策 (グラフィックデザイン)
	河北 倫明 (美術評論・美術振興)
	川島 武宜 (民法)
	木下 恵介 (映画)
	沼 正作 (生化学)
	花房 秀三郎 (がんウイルス学)
	司馬 遼太郎 (小説)
	吾妻 徳穂 (邦舞)

●日本芸術院

優れた芸術家を優遇顕彰するための国の栄

誉機関であり、芸術上の功績顕著な芸術家を会員として任命し、年金を支給するほか、卓越した芸術作品と認められるものを制作した者および芸術の進歩に貢献する顕著な業績ありと認める者に対し、恩賜賞および日本芸術院賞を授与している。

●芸術選奨

芸術各分野において優れた業績をあげた者、またはその業績によってそれぞれの部門に新生面を開いた者を選奨し、芸術選奨文部大臣賞または芸術選奨文部大臣新人賞を授与している。演劇、映画、音楽、舞踊、文学、美術、古典芸術、放送、大衆芸能、評論等の10部門である。

●芸術作品賞

テレビ、ラジオ、レコード各分野の優れた作品16件に対して授与した。

●優秀映画作品賞

年間を通じて公開された日本映画の中から優れた作品を選んで顕彰するもので、長編映画、短編映画、子ども向けテレビ用アニメーション映画の3部門（合計15作品）がある。

●舞台芸術創作奨励

毎年度分野を定めて独創的な優れた舞台芸術創作作品を広く募り、優秀作品に対し創作奨励特別賞3件、佳作5件を授与した。

●優秀美術作品買い上げ

美術作家の創作意欲を高めるため、新進の作家の絵画、彫刻等の優秀作品を買い上げて、文化庁主催現代美術選抜展において公開するほか、国立美術館等に収蔵、展示する。平成3年度には計7点の美術作品を買い上げた。

4. 芸術鑑賞機会の充実

芸術活動の水準向上のための基盤づくりとして、広く国民に優れた芸術を鑑賞する機会を提供する。特にこども、青少年に最高水準の芸術を鑑賞させることは、将来の優れた芸術家とこれを支える芸術の理解者、愛好者を育てるためにも重要である。

このため「移動芸術祭」、「こども・青少年芸術劇場」、「中学校芸術鑑賞教室」、国立美術館所蔵内外美術名品展、現代美術選抜展などを実施した。

5. 国立美術館等

●国立美術館

現在、国立美術館としては東京国立近代美術館、京都国立近代美術館、国立西洋美術館、国立国際美術館の4館が設置されている。これらの美術館では、美術品やその他の資料を収集、保管して公衆の観覧に供して、関連の調査研究および事業を行うことを目的としている。主な事業として、収蔵作品を順次展示する「常設展」、特定の課題に基づき内外の美術作品を展示する「企画展」を行っている。企画展には年1回から2回程度の大規模な「特別展」および民間文化事業団体等と共催で行う「共催展」などがある。

講演会や講座等の開催、展覧会図録や館報の刊行等により、美術の普及に努めるとともに、美術作品や美術史等に関する調査研究を行い、その成果を展示事業や普及事業等に反映している。

(1)東京国立近代美術館

近代美術に関する美術館の中核としての機

能を果たしており、今世紀初頭から現代に至るまでの日本画、洋画等を収集・保管、展示し、これらに関する普及活動や調査研究を行っている。

また、工芸館は近代工芸に関する専門的な施設として陶磁、染織、漆工、金工等の展示

や調査研究を行っている。

また、フィルムセンターでは、内外の映画フィルムや映画関係資料を収集し、これらに関する調査・研究を行うとともに、主として所蔵作品による企画上映や諸外国との交換上映を実施している。

名 称	期 間	観覧人員	備 考
常設展示—近代日本の美術—	平3.11.1～4.3.31	4,092人	
常設展示—近代日本の工芸—I・II	3.4.2～9.16	4,871	
富本憲吉展	3.10.1～11.24	11,431	工芸館特別展
荒川修作の実験展— 見る者がつくられる場	3.11.1～12.10	14,652	特別展
大英博物館所蔵品による— アフリカの染織	3.12.19～4.2.16	9,135	京都国立近代美術館の特別展
古賀春江—創作のプロセス	3.12.21～4.3.1	17,705	企画展
常設展示—近代日本の工芸—III	4.3.3～3.31	3,230	会期：4.3.3～4.19
イサム・ノグチ展	4.3.14～3.31	12,772	共催：朝日新聞社 会期：4.3.14～5.10

(2)京都国立近代美術館

関西における近代美術のセンターとして、
関西で活躍した美術家および工芸を中心とし

美術作品の紹介など特色ある活動を行っている。

名 称	期 間	観覧人員	備 考
常設展示 —近代日本の美術と工芸及び現代世界の工芸—	平 3.4.2～ 4.3.31	17,449人	
フランク・ロイド・ライト回顧展	4.2～ 5.6	48,046	共催：毎日新聞社
生誕100年記念 長谷川 潔展	5.21～ 6.30	23,572	企画展
ロバート・ヴェンチューリ&スコット・ブラウン展 建築とデコラティヴ・アート	5.28～ 6.30	17,469	国際交流展
フィレンツェ・ルネサンス芸術と修復展	7.16～ 9.1	210,690	共催：NHK
野島康三とその周辺展 日本近代写真と絵画の一断面	9.10～ 10.13	15,240	企画展
京都の未来像建築展—北と南を結ぶ	9.18～ 10.13	10,103	共催：町家研究会
大英博物館所蔵品による アフリカの染織展	10.22～ 12.8	25,325	特別展
金田 和郎回顧展	11.2～ 12.1	14,397	国公立美術館連繋企画展
荒川修作の実験展 —見る者がつくられる場	4.1.7～ 2.5	12,280	東近美特別展
ゴッホと日本展	2.18～ 3.29	133,575	共催：テレビ朝日 朝日新聞社

1 国の芸術文化支援

(3)国立西洋美術館

松方コレクションと、その後収集した西洋

美術作品等を収集・保管するとともに、西洋美術の普及紹介と調査研究等を行っている。

名 称	期 間	観覧人員	備 考
平常展示	平3.4.1～ 4.3.31	135,926人	
ドイツの素描展	3.4.1～5.19	73,180	特別展
マルティン・ショーンガウアーと 15世紀ドイツ銅版画展	3.6.25～8.18	53,633	特別展
ルーブル美術館特別展	3.9.18～12.1	497,426	共催：朝日新聞社
スペイン・リアリズムの美	4.2.11～3.31	110,659	共催：NHK、NHKプロモーション

(4)国立国際美術館

日本の美術と世界の美術とが密接な関係を持ちながら発展してきていることを、時代や

地域の区分を超えて示そうとするものである。世界の現代美術に重点を置き、多様な展開の紹介を行っている。

名 称	期 間	観覧人員	備 考
大英博物館展—美術と人間	平3.4.1～5.7	366,615人	共催：大英博物館・NHK・朝日新聞社
近作展 8. 松本陽子展	3.5.18～6.18	1,819	
フランク・ステラ展	3.7.6～8.6	4,744	
拡張する美術 アメリカン・アート 1960—1990	3.8.29～9.29	7,745	
芸術と日常—反芸術／汎芸術	3.10.10～12.1	8,171	特別展
近作展 9. 堀 浩哉展	4.1.5～2.4	1,873	
現代世界の美術	4.2.6～3.31	4,413	

6. 日本芸術文化振興会

日本芸術文化振興会は、平成2年3月に特殊法人国立劇場を改組して発足した特殊法人であり、現在、国立劇場の運営、第二国立劇場（仮称）の整備、芸術文化振興基金による助成金の交付の各事業を行っている。

(1)国立劇場

わが国の伝統芸能の保存・振興の拠点として大きな役割を果たしている。現在、国立劇場本館、国立演芸資料館、国立能楽堂、国立文楽劇場の各施設を擁し、古典の正しい保存

と伝承を心掛けた伝統芸能の自主公演を行うとともに、歌舞伎、文楽、能楽等の伝承者の養成、伝統芸能に関する調査研究、資料の収集等の事業を行っている。

(2)第二国立劇場（仮称）の整備

オペラ、バレエ、ミュージカル、現代舞踊、現代演劇等わが国の舞台芸術の殿堂となり、文化の国際交流の拠点ともなる第二国立劇場（仮称）については、特殊法人日本芸術文化振興会をその設置主体とし、早期開場を目指してその建設を推進するとともに、柿落し公演の諸準備が行われている。

(3)芸術文化振興基金

「芸術文化振興基金」は、「優れた芸術文化の多彩な展開とその普及」「文化によるまち

づくりの推進」といった芸術文化のすそ野を広げるため下記のごとき多彩な助成を行っている。

助成対象分野別採択状況表

助 成 対 象 分 野		応募件数	採択件数	助成金交付額 (単位：千円)
芸術創造普及活動	現代舞台芸術創造普及活動	411	278	1,509,500
	音楽	201	129	866,700
	舞踊	53	40	144,200
	演劇	157	109	498,600
	文楽等の伝統芸能公開活動	57	37	144,900
	芸術の国際共同・交流活動	29	19	150,800
	音楽	13	7	43,300
	舞踊	8	4	16,200
	演劇	5	5	41,100
	映画祭	3	3	50,200
	美術の創造普及活動	31	20	42,000
	映画の製作活動	33	11	215,000
	長編	24	8	200,000
	短編	9	3	15,000
地域文化振興活動	先駆的・実験的芸術創造活動	147	91	202,200
	小 計	708	456	2,264,400
	地域文化施設公演・展示活動	188	134	324,600
	歴史的集落・町並み保存活用活動	19	15	135,700
	民俗文化財の保存活用活動	43	25	39,400
文化振興普及団体活動	小 計	250	174	499,700
	アマチュア等の文化団体活動	242	150	218,400
	伝統工芸技術・文化財保存技術の保存伝承等活動	28	9	70,000
	小 計	270	159	288,400
合 計		1,228	789	3,052,500

(注)映画の製作活動については、長編映画3回募集分のうち2回分、短編映画は2回募集分の1回分である。こども向けテレビ用アニメーション映画は今後審査の予定。

2 地方自治体の芸術文化支援

矢野 和彦（文化庁文化部文化普及課企画調査係長）

近年、日本の芸術文化をめぐる状況の変化の中で特に顕著なものの1つが、地域における芸術文化活動の活発化である。各地方自治体においても芸術文化を通じて地域の振興を図るという観点から、地域における芸術文化活動や伝統芸能の伝承活動などの振興を図るための施策を積極的に推進している。それらの施策は、それぞれの地方自治体によって異なるが、1991年においては、概ね以下のよう

1. 各種の芸術文化事業の実施

県民に優れた芸術を鑑賞する機会を提供するとともに、文化活動の発表の機会を与えるため、ほとんどの都道府県においては、舞台芸術および美術の巡回事業（41県）、都道府県芸術祭（41県）、高校文化祭（42県）を自ら実施したり、またはその実施に対し助成を行っている。その他、都道府県の実情に応じて、合唱祭、写真展、文化講演会など多様な芸術文化事業を行っている。

文化の向上発展に大きな功績を上げた者を顕彰することは、文化行政の重要な柱の1つとなっている。各地方公共団体においても、国と同様に各種の顕彰事業が実施されており、42都道府県で86事業にわたり、都道府県が主催、共催、後援等で関与した芸術文化事業は平成元年度において8,196件で、音楽・美術分野の事業が多い。

また、地方公共団体が主体の文化関係の国

際交流は年々活発化していて、外国からの受け入れ、または外国への派遣は、中国、韓国、ヨーロッパ、北米、中南米等各国にわたっているが、東南アジアとの交流が比較的少なく、今後、東南アジアとの交流拡大が期待されている。

2. 芸術文化団体の育成のための 助成や連絡・助言

全県的な芸術文化の総合的連合団体は、平成2年5月で36県あり、15年前に比べると6県増えている。その事業として、構成団体の連絡調整、研究集会の開催、県芸術祭や県美術展の実施または協力、総合文化誌、年鑑等の発行、顕彰、団体助成等を行っている。また、全県的な分野別の団体は全国で367団体が活動しており、分野別に見ると音楽、文芸、美術等の団体が多数を占めている。これらの団体は構成員相互の連絡、発表会の実施、研修会・講習会の開催、県芸術祭への参加、機関誌・会報の発行等の事業を行っている。

3. 芸術文化活動の推進者の育成

地域の文化活動の指導者を育成するため、市町村に指導者を派遣したり、研修会を行うことは14府県が実施している。これに要する経費として、1県当たり平均約250万円が支出されている。

各分野を総合した全県的規模の文化団体の運営費に対し補助を行ったり、舞台芸術の県

内巡回事業または指導者養成などを実施する文化団体に補助している都道府県は42都道府県となっており、1県当たり平均1億3,700万円が支出されている。

4. 芸術文化施設の設置・運営

文化会館および美術館の整備が進んでおり、平成2年10月現在、都道府県立の文化会館は36都道府県に75館が、美術館は45都道府県に91館が各々設置されている。また、博物館、図書館のほかに文学等特色ある芸術文化施設が整備されている例も見受けられる。これら文化施設の管理運営に県が支出した額は、1県当たり平均約6億円となっている。また、今後、芸術文化施設の新設等を計画している都道府県は30都道府県であり、土地購入費も含めた建設費は約469億9,000万円（1県当たり15億7,000万円）となっている。

5. 文化に関する情報の提供

国民が芸術文化活動の成果を享受するとともに、積極的に文化活動に参加していく上で多種多様な文化関係の情報が必要となっている。このような中で文化活動にかかわる内外の情報を収集し、整理、提供することは文化活動の基盤整備の観点からも、また文化関係事業間相互の連携の強化の観点からもたいへん重要である。美術館の所藏品や展示に関する情報、文化会館等の事業に関する情報、全国のイベント情報、指導者や団体についての情報などを体系的に収集、整理し、必要なデータベースを構築するなど、広く文化関係の情報を提供する体制を整えることも大きな課題である。

次にこれらの芸術文化施策を実際に担当している文化行政組織はどうなっているかをみると、従来の概念での文化行政の充実に加えて、幅広く行政一般での対応を求める動きとなって現れている。そのため、地方公共団体の文化行政組織の充実化、文化行政組織相互の連携・協力、文化関連行政との連絡・協力体制の整備、文化関連行政組織の拡充など、これまでとは異なった新しい対応が見られるようになってきている。

6. 文化行政組織

●行政組織

都道府県における芸術文化、文化財の専管課はすべての都道府県に専管課が置かれている。また、知事部局においても、文化関連行政を所管する組織が多く設けられるようになった。

教育委員会と知事部局に置かれた組織の所掌事務について見ると、文化財保護に関する行政については教育委員会で専属管轄しているが、文化行政一般について知事部局で所管する事例については近年増加傾向にある。

●担当職員数

組織の充実とともに職員数も近年増加しており、最近5年間についていえば都道府県においては全体として約64%増加している。また、近年、芸術文化関係担当職員の増加が目覚ましく、文化財関係担当職員が最近5年間で約47%の増加であるのに対し、芸術文化関係担当職員は約157%の増加となっており、文化行政担当職員数全体の約30%を占めるに至っている。

都道府県・政令指定都市の文化行政担当職員数

(平成25.1現在)

地方公共団体		区別	総務・庶務	芸術・文化	文化財保護	計
都道府県	教育委員会	本庁	364	214	800(480)	1,378(480)
		附属機関	883	954	1,661(1,207)	3,498(1,207)
	知事部局	本庁	230	276	1(0)	507(0)
		附属機関	545	511	62(6)	1,118(6)
	小計		2,022	1,955	2,524(1,693)	6,501(1,693)
政令指定都市	教育委員会	本庁	29	55	132(58)	216(58)
		附属機関	206	195	130(44)	531(44)
	市長部局	本庁	67	48	24(8)	139(8)
		附属機関	247	297	123(97)	667(97)
	小計		549	595	409(207)	1,553(207)
計			2,571	2,550	2,933	8,054(1,846)

(注) () 内は埋蔵文化財担当職員数で内数である。

(文化庁調べ)

●文化振興財団等

地域における文化事業の実施、文化団体への助成事業、文化会館の運営等に当たる機関として都道府県等の出資により設立された文化振興財団等は、平成2年5月現在32都道府県の43に及んでいる。また、ほとんどの政令指定都市においても同様な財団等が設置されており、9指定都市に14が設けられている。なお、最近では都道府県や指定都市のみの出資ではなく、民間からの出資も加えて設置されるものが多く見られるようになり、官民が一体となった文化事業推進体制が進展していることがうかがわれる。

7. 連携協力体制

文化行政に限らず、相互に関連する行政は常に密接な連携・協力の下に行われなくてはならないが、文化行政にあっては地域社会の生活に密着した総合的な行政を展開する必要性が高まってきているので、このことは特に重要である。

●国と地方公共団体との連携

文化庁では、各種の文化・文化関連行政の

担当者会議等を開催するとともに、文化行政等に関する指導・助言、地方公共団体の文化施設や文化事業への援助、地方公共団体の職員を対象とした各種の研修会、講習等を通して地方公共団体との円滑な連携・協力体制の形成に努めている。

●教育委員会と首長部局との連携

首長部局で担当する文化関連行政が増大しつつある現状においては、地域文化の振興を総合的に促進するためにも、教育委員会と首長部局とが連携して文化関係の施策を推進していかなければならない。

都道府県のレベルでは、教育委員会と知事部局の職員で構成する連絡調整の機関を設置するようになっており、市町村のレベルでも政令指定都市を中心としてそのような動きが見られる。

●都道府県と市町村の連携

市町村の中心的な役割は、その地域に密着し、地域の特性を生かした独自の文化活動や地域住民に直接的にかかわる文化活動の振興を図ることであり、都道府県の中心的な役割はより広域的な文化活動の振興、広域的な文

地方公共団体の文化関係予算の推移

(単位 億円)

	都 道 府 県			市 町 村			地方公共 団体合計
	芸術文化	文 化 財	計	芸術文化	文 化 財	計	
昭和55年度	373	175	528	1,282	254	1,536	2,064
56	543	205	748	1,413	325	1,738	2,487
57	475	180	655	1,636	285	1,920	2,575
58	391	190	581	1,651	318	1,969	2,550
59	475	180	655	1,617	342	1,960	2,615
60	531	184	715	1,700	319	2,019	2,734
61	439	187	626	2,186	363	2,550	3,176
62	648	231	879	2,076	383	2,459	3,338
63	822	224	1,046	2,688	421	3,109	4,155
平成元年度	1,050	313	1,363	2,915	548	3,463	4,826

(文化庁調べ)

化施設の整備、市町村に対する指導・助言、援助および連絡調整であるといえよう。

ほとんどの都道府県が市町村との共同事業を実施し、市町村の文化事業に対して補助金の交付等の支援をしている。また、毎年定期的に「文化行政連絡会議」を開催し、あるいは文化に関する情報紙を発行している都道府県は全体の6割以上になるものと推定される。

次に地方公共団体の文化予算を見てみよう。昭和55年度以降の地方公共団体の文化関係予算の推移は上の表のとおりである。「文化の時代」「地方の時代」を反映して、地方の文化関係事業の増加、文化関係組織の拡充と並行して地方公共団体の文化関係予算は着実に伸びている。

●文化予算の内容

都道府県と市町村の合計額について昭和55年度と昭和61年度を比較してみると約1.5倍の伸びを見せている。内容別には、芸術関係は1.6倍、文化財関係でも1.3倍の伸びを示している。これを都道府県、市町村別に見ると、芸術関係では都道府県の1.2倍の伸びに対し、

市町村では1.7倍の伸びを見せている。文化財関係では、都道府県の1.1倍の伸びに対し、市町村は1.4倍の伸びとなっている。このように地方公共団体は大きく文化予算を伸ばしており、特に芸術文化関係に文化財関係の4.8倍以上の予算を投入していることがわかる。また、文化振興に地方公共団体、特に市町村の果たす役割が重要になっている。

●都道府県、政令指定都市の新規事業

地域住民の文化的要求の増大、多様化に対応し、地域の活性化を図るための人的、物的、文化的資源を結集しての新規の文化施策を推進する動きが活発になっている。

自治省の昭和61年度の「地域施策の動向」調査では、新規の単独事業の件数は都道府県が3,418件、政令指定都市が434件となっている。これを分野別にみると、都道府県では第1位が「産業振興」(37.7%)、次が「教育、文化、スポーツ」(16.1%)となっており、政令指定都市では第1位が「教育、文化、スポーツ」(25.8%)、次いで「産業振興」(20.3%)となっている。

3 財団法人の芸術文化支援

側島 文夫（三菱信託銀行株式会社総務部）

はじめに

財団法人とは、一定の目的のために提供された財産を運営する公益法人の一種で、民法に規定がある。ここで検討の対象になるのは、芸術文化に関する事業を行う財団法人で、金銭的な助成の支援を行うものである。芸術文化関連の財団法人は、一般にオペラ公演団体やオーケストラ団体などに代表される事業型財団とそれ以外の助成型財団と大きく二つに分けられる。メセナの観点からすると、原則として助成型財団が対象になるが、この分類にとらわれることなく、事業型財団であっても金銭的な助成事業を行っているものを含める必要がある。助成型財団に関しては、文化庁の呼びかけで、文部省を主務官庁とする芸術文化に対して助成を行っている財団が会員となり、1988年11月に芸術文化助成財団協議会が発足している。

また、芸術文化財団の主務官庁は文部省であるが、事業が一つの都道府県内に限られる場合は、都道府県教育委員会に権限委譲されており、そこが主務官庁となる。

今回情報の提供をお願いした財団は、上記助成財団協議会の会員財団を中心に、規模の大きい財団や都道府県教育委員会が主務官庁となっているもの2財団を含め、末尾の表に掲載の25財団中、91年下半期に設立された2財団を除いた23財団である。もとより、これがわが国の芸術文化支援財団を網羅している

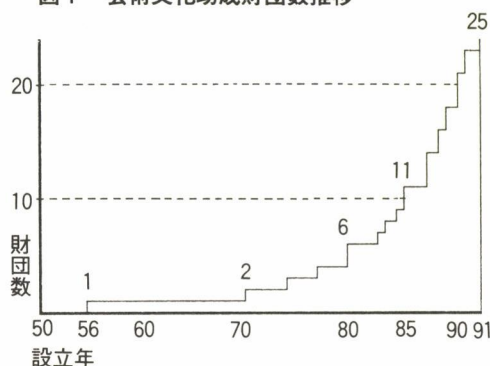
とはいえないが、傾向をみることはできよう。この23財団の情報に基づき、1991年のわが国の財団法人による芸術文化支援の状況を概観する。

1. 設立状況

企業のメセナという観点から見ると、企業が出捐者になっている、いわゆる企業財団が対象になる。この点を23財団について見ると、個人が基本財産の全額あるいは相当部分を拠出していると思われるものが6財団ある。しかし、いずれも企業の創業者ないしはオーナーと考えられるので、これらを含め広い意味の企業財団と呼んで問題なかろう。

つぎに、これらの財団の設立時期を見ると、下図のとおり、80年代に入って設立が相次いでいる。特に企業の社会貢献活動の必要性についての関心が高まってきた80年代後半には、符節を合わせたように財団の設立数が増えており、91年には過去最多の4財団が設立された。

図1 芸術文化助成財団数推移



財団事業の基になる基本財産の額について見ると、表1のとおりである。昨年の状況と比べて見ると、この1年で企業が基本財産の積み増しに努めた結果、10億円以上のランクが4財団増加している。もっとも、財団にはもっぱら基本財産の運用収益を事業の財源にするもののほかに、事業の財源を企業の継続的な寄付によっている財団もあり、基本財産の多寡のみで事業の規模を判断することはできない。

表1 基本財産の額

基本財産額	財団数
3億円未満	6
3億円～5億円未満	4
5億円～10億円未満	4
10億円～50億円未満	6
50億円以上	3
23財団の平均基本財産額	1,587,291千円

2. 支援の対象分野と実態

芸術文化分野ということについていえば、絵画、版画、書、写真、彫刻、工芸、建築などに代表される造形作品に結実するものと、音楽・オペラ、演劇、舞踊・バレエ、演劇などの舞台上演されるものとに大まかに二つに分けて考えることができる。前者は通常個人がつくり出すことで完了し、人はその完成された作品に触れることでいつでも芸術的感興が得られるのに対し、後者は、そのつど一定の時間、場所に、それを鑑賞する人々を集め、たいていは大勢の人間が行為をして、人に芸術的感興を与えるという点に大きな違いがある。経済的支援の需要が高いのはいうまでもなく後者の舞台上演の分野である。

助成財団の中には地域文化、伝統芸能、国際交流という切り口で支援対象を定めている

ところもあり、対象をそのまま上の二つに分け難い場合もあるが、23財団の支援対象分野を寄付行為からあえて分類してみると、造形芸術のみ4、舞台上演芸術のみ9、両者10となる。

助成の形態別について、1991年度の予算で、助成、奨学金、表彰、自主事業の4分類で見ると、次のとおりである。ここにみられるように、財団数も金額も、助成と自主事業がそれぞれ10億円を超す規模となっている。もっとも、事業のみを行っている財団をはずしているので、この数値自体には余り意味がない。ただ、助成予算の1財団平均は、53.4百万円となり、昨年の47.7百万円に比べ、12%程度の増加となった。なお、奨学金または表彰のみ、あるいはこの両者のみを行っている財団は皆無で、この二つはいずれも額も少なく、助成と自主事業の付随的なものであるということはいえよう。

表2 事業活動予算内訳

支援形態	全財団合計額
助 成	1,175,478千円
奨 学 金	101,520千円
表 彰	58,950千円
自主事業	1,077,460千円
合 計	2,433,408千円
22財団平均	110,609千円

また、1991年1月から12月まで1年間の助成に限った実績の数値は、一部未回答もあるが合計9億1千万円余りに達する。対象1件当たりの平均助成額は193万円で、昨年の209.2万円をやや下回った。昨年の実績には大口の助成が含まれていたのではないかと考えられる。

また、助成対象の実質的決定機関は、次のとおり専門機関である選考委員会（企画委員

会を含む)とするものが圧倒的に多い。通常、支援対象の芸術文化分野に明るい専門家が委員となるであろう選考委員会は、芸術文化支援事業に客観的妥当性を持たせるためには重要な機関と思われる。

表3 助成対象の実質的決定機関

決定機関	財団数
選考委員会	16
理事会	4
理事会と選考委員会	2
常務理事	1

3. 財団による芸術文化支援の特徴

財団法人による芸術文化支援は、数多くの特徴を持つ。まず、財団法人であるということから、公益性があげられる。支援対象についても主体的な考えに基づき、明確にできる。また、有機的な法人組織によるので、継続性を保証されるし、独立性もある。これらは、いずれも支援対象となる芸術文化にとっても極めて好ましい特徴であることはいうまでもない。独自の芸術文化分野をターゲットにする個性的な財団が、それぞれの対象に支援するということは、芸術文化の重要な要素である多様性とか自由ということを尊重することにもつながる。

4. 問題点

財団から運営上困っていることを聞いた。回答がない、すなわち困っていないと判断されるのは約半数の11財団であるが、回答のあったものは次の通りである。

昨年と同様、財源の不十分を訴える回答が一番多いが、旺盛な助成の需要を伺わせる一方、これで十分という絶対的な財源規模とい

表4 財団運営上の問題点

問題点	財団数
財源が十分でない	9
事務局に専門知識を有する者がいない	2
出捐者の意向に左右されやすい その他	1
• 公立の一部美術館では、助成金をもらうと、その分予算が削られかえって経理手続きが複雑になると辞退される	1
• 公募をすると応募が殺到し収拾がつかなくなる	1
• 潜在的な応募希望者、団体への財団事業の知らせ方、候補者の集め方	1
• 限られた財源の有効な活かし方	1

うものはあり得ないにしても、基本財産を継続的に積み増しするなど財源増加策の必要性を示唆しているものである。また、事務局に専門知識を有する者がいないという悩みも出されている。助成の決定は選考委員会の判断によるとしても、対象とする芸術文化が一定の分野に限られることから、事務局にも専門家が在るにこしたことはないといえよう。

5. 今後の見通し

メセナ先進国である欧米における芸術文化支援財団の事情は、平成3年6月当会発行『ヨーロッパのメセナ』によると、ヨーロッパでは、支援者と芸術家や文化団体との仲介者としての役割をになっているとのことだが、国により財団の数の差や事情が異なり、財団については今後の調査の必要性が指摘されている。アメリカでは、世界に類をみないほど財団が発達しており、フォード、ロックフェラー、カーネギーなどの大型財団が民間非営利活動のリード役を果たしているということである。

冒頭でふれたように、わが国の芸術文化助成財団協議会が発足して数年になるが、この協議会で最近、「メセナ財団をつくりませんか」という助成財団設立の手引（注）を作成した。文化庁の全面的協力を得てまとめられたもので、具体的な設立手続きについても説明し、設立をよびかけている。

先駆的な財団はあったものの、財団法人による芸術文化支援が一般化してきたのは、上に見てきたようにここ数年のことにすぎな

い。しかし、アメリカのように民間非営利活動のリード役になるかどうかはともかく、財団法人による芸術文化支援には優れた特徴があり、今後のわが国の芸術文化支援活動における比重もたかまり、その重要性はますます増えてくるものと考えられる。

（注）本手引ご希望の方は下記にご請求願います。
三菱信託芸術財団
〒103 東京都中央区日本橋2-2-4
TEL (03) 3281-0604

■1991年財団別助成・顕彰活動一覧

アサヒビール芸術文化財団

助成対象		音楽				美術展	海外研修		合計	
		オペラ	オーケストラ	室内楽	合唱		小計	美術		音楽
件数	4	10	4	2	20	14	2	3	5	39

アフィニス文化財団

助成対象	クラシック音楽演奏活動	音楽家海外研鑽	調査研究企画	合計
件数	23	10	3	36

アリオン音楽財団

顕彰対象	若手クラシック音楽家	合計
件数	1	1

石橋財団

助成対象	文化一般	国際文化	美術一般	国際芸術	音楽	文学	合計
件数	2	5	3	4	1	1	16

冲永文化振興財団

助成対象	民俗芸能	演劇	合計
件数	19	4	23

花王芸術文化財団

助成対象	美術展	美術研究	音楽公演	音楽の創作発表	合計
件数	4	4	8	2	18

鹿島美術財団

助成対象	調査研究	出版	国際交流	国際会議	国際共同研究	合計
件数	47	2	14	1	1	65

（注）対象分野はすべて美術に関するもの

熊本放送文化振興財団

助成対象	助成事業	寄付事業	合計
件数	4	5	9

五島記念文化財団

助成・顕彰対象	オペラ新人賞	美術新人賞	オペラ公演	合計
件数	4	2	11	17

3 財団法人の芸術文化支援

サントリー音楽財団

助成・顕彰対象	コンサート	楽譜出版	音楽賞	作曲賞	合計
件数	1	1	1	1	4

セゾン文化財団

助成対象	演劇	舞踊	その他	合計
件数	16	8	1	25

ソニー音楽芸術振興会

助成対象	コンサート	合計
件数	3	3

中信美術奨励基金

助成・顕彰対象	文化講演会	美術展	顕彰	出版	基金協力	合計
件数	1	1	1	2	1	6

東洋信託文化財団

助成対象	オーケストラ	オペラ	独奏・独唱会	合唱	演劇	民俗芸能	美術館	工芸	彫刻	合計
件数	12	5	2	1	10	19	4	3	1	57

日本交響楽振興財団

助成対象	音楽展	合計
件数	1	1

野村国際文化財団

助成対象	音楽	演劇	美術書	美術館	その他	合計
件数	3	1	1	1	27	33

美術工芸振興佐藤基金

助成・顕彰対象	調査研究	奨学	講座	顕彰	出版	展覧会	合計
件数	1	2	1	1	1	1	7

(注) 対象分野はすべて工芸

ポーラ伝統文化振興財団

助成対象	文化財保存	出版	合計
件数	1	1	2

三井海上文化財団

助成対象	室内楽	独唱・合唱	文化の国際交流	合計
件数	2	19	20	41

三菱信託芸術文化財団

助成対象	オペラ	オーケストラ	作曲家団体公演	音楽祭	海外公演	その他	合計
件数	15	2	2	11	7	1	38

ローム ミュージック ファンデーション

助成対象	オーケストラ	オペラ	室内楽	独奏会	合唱	シンポジウム	調査研究	奨学	合計
件数	5	2	8	1	1	1	5	16	39

安田火災美術財団

顕彰対象	中堅作家の顕彰	新進作家の育成・援助	合計
件数	2	10	12

(注) 対象分野は美術

安田生命クオリティ オブ ライフ財団

助成対象	音楽			伝統文化		合計
	コンクール	海外研修	奨学金	民俗芸能	伝統的生活技術	
件 数	6	7	10	24	5	52

■メセナ財団名簿

(1992. 1. 1 現在)

財団名／所在地	電 話	理事長氏名	助成対象分野	設立年月
*アサヒビール芸術文化財団 130 墨田区吾妻橋 1-23-1	5608-5202	樋 口 廣太郎	2・5・6・10・12	89年 3月
*アフィニス文化財団 105 港区東新橋 2-2-8	3431-4211	長 岡 實	5	88年 3月
*アリオン音楽財団 107 港区赤坂 3-6-4	3505-5222	江 戸 京 子	5	85年 9月
石橋財団 106 港区麻布永坂町 1	3583-0922	石 橋 幹一郎	1・2・5・9・10・14	56年 4月
沖永文化振興財団 106 港区六本木 5-17-16	3582-1281	沖 永 莊 一	4・8・13	85年 2月
花王芸術文化財団 103 中央区日本橋茅場町1-14-10	3660-7055/6	丸 田 芳 郎	2・5・10・12	90年10月
*鹿島美術財団 107 港区赤坂 6-5-30	3582-5920	鹿 島 昭 一	2・9・12	82年11月
熊本放送文化振興財団 860 熊本市山崎町30	096-328-5509	水 野 重 任	1・3・5・7・11・14	83年 3月
*五島記念文化財団 150 渋谷区道玄坂 1-21-2	3477-6672	横 田 二 郎	2・5・6・12	90年 3月
*サントリー音楽財団 107 港区赤坂3-21-4 新日本ビル	3589-3694	佐 治 敬 三	5	69年12月
セゾン文化財団 104 中央区京橋 1-6-13	3535-5566	堤 清 二	1・2・4・5・7・8・12	87年 7月
全国税理士共栄会文化財団 160 新宿区西新宿 1-6-1	3340-6991	瀬 戸 晃	8・13	91年10月
*ソニー音楽芸術振興会 108 港区高輪 4-10-18	3448-3577	大 賀 典 雄	5・6・7・12	84年11月
中信美術奨励基金 600 京都市下京区四条烏丸西入	075-223-8385	西 村 清 次	2・9・10・13	87年 4月
東洋信託文化財団 100 千代田区丸の内 1-4-3	3218-0611	森 田 千賀三	4・5・8・10・13	89年11月
*日本交響楽振興財団 101 千代田区外神田2-1-8	3253-2032	江 戸 英 雄	5・12	73年 3月
野村国際文化財団 103 中央区日本橋 1-9-1	3271-2330	田 淵 義 久	5・12	90年 5月
美術工芸振興佐藤基金 248 鎌倉市浄明寺408	0467-23-0118	佐 藤 千 寿	2・10・12	79年 5月
*ポーラ伝統文化振興財団 104 中央区銀座 1-7-7	3561-7408	安 藤 憲	2・8・14	79年12月
三井海上文化財団 101-11 千代田区神田駿河台 3-9	3259-4131	石 川 武	5・8・12・13	88年10月
三菱信託芸術文化財団 103 中央区日本橋 2-2-4	3281-0604	志 立 託 爾	5・12	87年12月
ローム ミュージック ファンデーション 107 港区赤坂 2-11-1	3505-5081	佐 藤 研一郎	5	91年 2月

3 財団法人の芸術文化支援

安田火災美術財団 160 新宿区西新宿 1-26-1	3349-3081	後 藤 康 男 2	76年 6 月
安田生命クオリティ オブ ライフ文化財団 160 新宿区西新宿 1-9-1	3349-6194	岡 本 則 一 5・13	91年 6 月
よんでん文化振興財団 760 高松市丸ノ内 2-5	0878-23-5511	山 本 博 2・5・13	91年10月

*印 特定公益増進法人

[助成対象分野コード]

1 文学	2 美術	3 写真	4 演劇	5 音楽	6 オペラ	7 舞踊
8 民俗芸能	9 美術書	10 美術館	11 文化遺跡	12 芸術文化の国際交流		
13 芸術に関わる地域文化	14 その他					

4 公益信託の芸術文化支援

清水 一彦（社団法人信託協会企画部副長）

1. 公益信託の概要と特徴

①概 要

公益信託は民間の公益活動を支える手段として定着している制度である。民間の篤志家（委託者）が自己の財産を公益の利益のために信託し、その管理・運用および日常の運営等の公益目的の遂行を信託銀行等の受託者に委ねている。

公益信託の一般的仕組みは下図のとおりである。

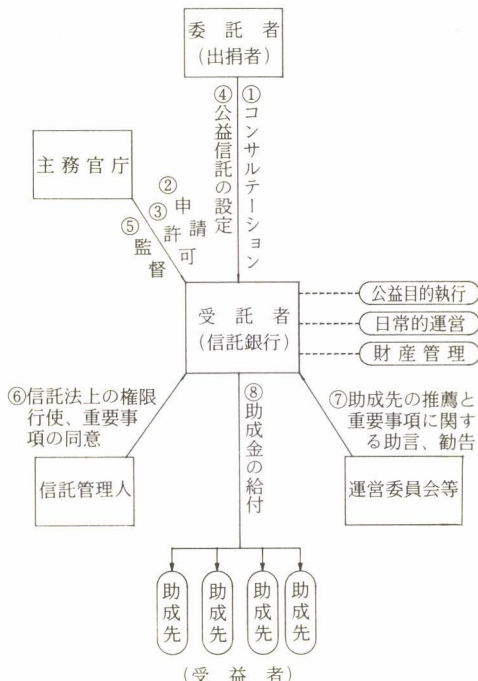
公益信託は1977年に第1号が発足して以

来、順調に推移し、1991年3月末現在で、受託件数は344件、信託財産残高は268億円となっている。

また、これまでの給付総額は42億円に達し、受給者総数は1万9,000人を超えるに至っている。

信託目的を見ると、当初は奨学金給付を目的としたものが多数を占めていたが、医学などの学術研究、国際交流・国際協力、自然環境の保全、まちづくりを目的としたものなど、最近では多様化し、芸術・文化振興を目的としたものも増えてきている。

図 公益信託の仕組み



①委託者（出捐者）と受託者（信託銀行）の間で、公益目的の具体的な選定、その目的達成のための方法、公益信託契約書の内容などについて、あらかじめ綿密な打ち合わせを行う。

②受託者は、公益信託の引受けの許可につき、主務官庁に申請する。

③主務官庁は、これを審査のうえ、許可する。

④許可を受けた後、委託者と受託者との間で、「公益信託契約」を締結する。

⑤主務官庁は、財団法人に対するのと同様の監督のほか、公益信託の事務処理につき検査をし、受託者に対して必要な処分を命ずることができる。

⑥信託管理人は、不特定多数の受益者のいわば代表者として、受託者の職務のうち重要な事項について承認を与える。

⑦運営委員会は、公益目的の円滑な遂行のため、受託者の諮問により、助成先の推薦及び公益信託の事業の遂行について助言・勧告を行う。

⑧受託者は、運営委員会の助言・勧告にもとづき、その公益信託の目的に沿った助成先への助成金の交付を行う。

また、公益信託の出捐者である委託者をみると、当初は個人が大半を占めていたが、法人（企業）が委託者となるケースが年々増加してきている。この背景には、企業が社会一般のために役立ちたいとする意識の高まり、それに加えて、税制上の優遇措置が講じられたことなどが考えられる。

②特 徴

私財を提供して一定の公益目的を実現する制度として、公益信託は信託法（66条以下）に規定されているが、民法上に定められた公益法人（特に財団法人）とその社会的機能はほぼ同様である。両者の違いは法律上、法人か信託かという点にある。

このような点から、公益信託は、財団法人のように法人組織を作る必要がないことから、事務所や専従職員を必ずしも置かなくても良く、この点では財団法人よりかなり経費が節約できるし、信託財産の取り崩しや短期間の費消も可能なので、比較的小規模の財産でも設立できるのが特徴である。

2. 公益信託の芸術文化支援

公益信託で、信託（公益）目的を芸術文化支援としている27基金について、1991年におけるわが国の公益信託の現状を述べることにしたい。

①公益信託芸術文化助成基金の設立

公益信託芸術文化助成基金は、1991年末現在27基金が存在するが、委託者（出捐者）別に分類すると、委託者が企業であるものが5基金、任意団体4基金および個人が委託者であるものが18基金となっている。5基金のみが企業の出捐によるものであり、まだまだ少

表1 設定年別基金数

設立年	基金数
1979	2
1980	1
1981	2
1982	2
1983	1
1985	2
1986	2（2）
1987	1
1988	2（1）
1989	5
1990	4（2）
1991	3
計	27（5）

（ ）内は、企業が委託者となっている数

表2 信託財産額の規模別

信託財産額	基金数
～5千万円未満	19（1）
5千万円～1億円未満	4（2）
1億円～3億円未満	2（1）
3億円～5億円未満	0
5億円以上	2（1）

（ ）内は、企業が委託者となっている数

・信託財産総額は22億6,500万円

・27基金の平均信託財産は8,389万円

ないが、これら芸術文化支援を目的とした公益信託の設定自体が企業にとってメセナ活動となっているわけである。

公益信託芸術文化基金の設定年月を見ると表1のとおりである。

公益信託制度が発足して以来順調に伸びてきているが、ここ4～5年の伸びが著しい。また、企業が委託者となっているものは1986年以降に設定されたもので、最近の企業における社会貢献の高まりとともに公益信託制度を活用しようとする動きが活発になっている。

芸術文化助成の財源は、一般的には信託財産等の運用収益が充当されるが、ひとつの目安として各基金の信託財産を見ると表2のとおりである。

表3 信託目的

分野	公益信託数
文学	5
美術	7
演劇	1
音楽	6
舞踊	1
芸術にかかわる地域文化	11
その他	7

②公益信託芸術文化助成基金の目的と事業
公益信託の信託目的については委託者と受託者の間で締結される公益信託契約書において定められ、受託者はこの定めに従い事業を遂行することとなる。ここに掲げた各基金は、公益信託契約書に芸術文化の振興を目的とすることを謳っている。

その芸術文化の分野を、それぞれの公益信託契約書から見ると表3のとおりで、「文学」、「美術」および「音楽」が大半を占めている。さらに、地域の芸術文化の振興を併せて謳っているものも見られる。また、少額資金をもって公益信託を設定しているケースも多く、信託目的を「浮世絵の研究及び普及」、「民族音楽の研究」、「古陶磁の研究」、「連句の振興」などのように分野をかなり限定して定めているものも見られる。

このような目的の定め方も公益信託の一つの特徴といえる。

上記分野における支援は、助成、奨学金、表彰の3通りの形で行われ、受給者別の受給状況は表4のとおりである。

公益信託でも受託者自ら事業を執行することもできるが、現在は原則として取り扱っていない。

③支援の状況

これら公益信託芸術文化助成基金の支援金

表4 受給者別内訳と給付額

受給者別内訳	件数	給付額
個人	63人	39,839千円
法人	1法人	2,000
任意団体	42団体	21,841
計	106	計 63,680

額は、27基金の1990年度の給付額で見ると表4のとおりである。一基金あたりの助成金額を単純平均で見ると約236万円となる。各基金ごとの助成金額を見ると、最低15万円余りから最高3000万円となっており、かなりの幅がある。一件あたりの平均受給額をとって見ると約60万円となっている。

これらの助成、奨学金、表彰等の決定は、信託目的の円滑な遂行を期するため、学識経験者等によって構成された運営委員会による助成先等の助言、勧告にもとづき行われる。

各基金とも年1回ないし2回程度の運営委員会を開催し、助成金を決定している。

3. 最後に

以上が1991年における公益信託芸術文化助成基金の現状である。公益信託は個人の少額資金により設定されているものが多く、1件当たりの給付額も少額で、個人に対する表彰ならびに奨学金の給付が大半を占めている。しかし、芸術文化の分野では、作品の展示などのイベント・公演活動など、多額の経費を必要とする場合が多い。最近の企業メセナ活動の活発化により、公益信託においても大型の基金が設定されるようになってきており、上述したような芸術文化活動に対しての助成も、今後おおいに期待されるところである。

■公益信託 芸術文化助成基金一覧

公益信託	平澤 興記念奨学基金	公益信託	高賀富士子記念美容文化振興基金
公益信託	藤堂顕一郎音楽褒賞基金	公益信託	上野五月記念日本文化研究奨励基金
公益信託	内山 晋米寿記念浮世絵奨励基金	公益信託	小山富士夫記念賞基金
公益信託	音丸漆芸研究奨励基金	公益信託	平澤貞二郎記念基金
公益信託	中島健蔵記念現代音楽振興基金	公益信託	現代詩人賞沢野起美子基金
公益信託	黒柳守綱記念音楽振興基金	公益信託	愛媛出版文化賞基金
公益信託	国華創刊百周年記念顕彰基金	公益信託	信越化学地域文化振興基金
公益信託	山本安英の会記念基金	公益信託	雫石とみ文芸賞基金
公益信託	村松音楽舞踏振興基金	公益信託	西田記念東洋陶磁史研究助成基金
公益信託	倫雅美術奨励基金	公益信託	あがしん地域文化振興基金
公益信託	小泉文夫記念民族音楽基金	公益信託	俳諧寒菊堂連句振興基金
公益信託	ルイ・グレーラー記念室内楽基金	公益信託	磐田文化振興基金
公益信託	タカシマヤ文化基金	公益信託	チヨタ遠越準一基金
公益信託	三浦 規記念音楽教育振興基金		

第4章

メセナ賞受賞企業紹介

メセナ賞受賞企業紹介

「企業メセナとは何か」との問いに抽象的な字句を連ねて説明するよりは、これこそメセナといえる実例を紹介したほうがわかりやすい。そのような狙いもあって、また、第1回メセナ賞受賞企業のメセナ活動の実態を広く紹介することも有意義であるとの見地から、ここに受賞各企業の活動を収録した。

1991年12月16日、企業メセナ協議会による初のメセナ賞授賞式が行われた。応募総数160社270件の中から、当日受賞の栄に浴した企業が下記9企業である。

林原グループ（メセナ大賞）

INAX 株式会社（メセナ賞）

岩谷産業株式会社（　　〳　　）

オムロン株式会社（　　〳　　）

コニカ株式会社（　　〳　　）

新日本製鉄株式会社（　　〳　　）

セイコーエプソン株式会社（　　〳　　）

トヨタ自動車株式会社（　　〳　　）

モービル石油株式会社（　　〳　　）

本章では、上記9企業の担当の方々をお願いして、メセナ賞の対象となった活動を中心に各社の芸術文化支援活動の方針、歴史、効果等々についておまとめいただいた。なお、メセナ大賞受賞企業の林原グループについては、本年3月2日に開催された社団法人企業メセナ協議会の会員総会において(株)林原の宮本高治メセナ開発担当取締役が講演なさったものをそのまま使わせていただいた。

林原グループ

受賞理由

伝統芸術や文化の習得、伝承に活躍している若い伝承者を対象とした「国際芸術・文化振興奨学金制度」の創設、地方都市において質の高い国際シンポジウム「林原フォーラム」を開催したり、地域の伝統文化の振興に貢献するなどの一連の芸術文化支援活動に対して。

岡山市に本社を置きます林原グループは、現在、食品原料、医薬品の研究製造の業務に携わっていますが、出発点は水飴製造の林原商店として創業した明治16年にさかのぼります。その水飴の新しい製造技術の開発によって市場を拡大し、その後、世の中がバイオの時代を迎える以前の昭和45年から生物化学系の研究部門を独立させ、林原生物化学研究所を設立しました。その10年後にはインターフェロンをはじめとする各種の生理活性物質の大量生産が可能な林原独自の製法を開発し、さらに食べられるプラスチックともいわれるプルランやさまざまな商品の開発を行い、現在は林原グループは四つの基幹社のほかに12社の企業と二つの公益法人から成り立っています。

当社の手掛ける業種は多岐にわたりますが、同時に、勤務している者も実にさまざまであります。最古参には、インターフェロンを日本で発見された、東大名誉教授の長野先生がいらっしゃいます。先生は大変に焚き火の好きな方で、岡山の焚き火の出来る家を作ってくれるならば岡山に来てもいいということで岡山に来ていただきました。現在も焚き火をしながらインターフェロンの研究を続けていらっしゃいます。また、アメリカで20

数年間、白血病の研究を続けられ、その分野では大変権威のある箕和田博士も、岡山で自由に研究できるならということでわが社にお越しいただき、現在、細胞センターの所長をしていただいています。また、大阪大学の政本工学博士にもお勤めいただいています。この方は本業よりも政本打法というゴルフの本を多数出版しておられますし、昨年は72歳でエージシューターを成し遂げられてギネスブックに載られました。そのほか超能力の研究も盛んにやっけていただいています。また、元国立博物館の刀剣室長の加島先生も、備前刀の地岡山の十分資料の研究ができるならということで当社にお越しいただきました。

これらトップの方は別としましても、本社にも、マスコミ、銀行マン、教師というように、さまざまな分野から中途入社した社員が多いということも当社の特徴のひとつです。個人の能力を尊重するというのが当社の社風ですので、こういう多種多様な人種が、厳しさの中にも伸び伸びと仕事をしています。

当社には、よく見学の方がお見えになり、お帰りになる時にはたいい変わった会社です。ねとおっしゃいますが、当社は、社員一人ひとりが物心両面豊かでなければ会社の発展はあり得ず、また利益の追求のみでなく、地

域に少しでも役にたっていこうと考えることを基本姿勢としてきました。したがって、社内で行われる文化活動から少しずつ枠を越えて、社外、地元に対する文化活動を古くから、地道に着実にやってまいりました。そして今回、企業メセナ協議会よりメセナ大賞というかたちで、これまでのわが社の文化芸術支援活動が広く認められ、社長はじめ社員一同大変に感動し喜んでおります。厚く御礼申し上げます。

ここで、当社社長の林原の言葉をご紹介しますと、「メセナの定義はまだ手探りの状態で一定のものではなく、企業によってそれぞれあるべきものである。我々の考え方もそのうちの一つであり、それは地方の企業に何ができるかということで、まず自分たちの住む岡山という地方で失われている伝統の芸術や工芸に光を当て、あくまで表面に出ない黒子の役に徹するという発想が生まれました。陽が当たってしまえば独り立ちできますが、陽の当たらないうちにどれだけ手を差し伸べられるかが、私なりにメセナの核心のような気がいたします」と申しております。

では林原グループのメセナ活動の内容について簡単にご紹介させていただきます。当社のメセナ活動は、社団法人林原共済会と財団法人林原美術館という二つの大きな柱とそのほかの活動から成っています。林原共済会は、幅広く種々の福祉、文化活動を行うため、1952年（昭和27年）に発足しました。この共済会という呼び名は、文化財団という趣がありますが、先代が陰徳を積むということを基本精神としたので、古くさいようですが、現

在もそのままです。

林原共済会で行っている内容のなかで主なものをご紹介しますと、まず、林原賞というものがあります。林原賞は1961年に胃がんのために、先代の社長が岡山大学医学部付属病院でなくなりましたので、その遺志を継いで設けられたものです。岡山大学医学部に対して、がん研究の推進と撲滅のための基金を拠出し、その基金をもとに毎年1回、その年のすぐれた医療研究を成し遂げた医学者に対して贈られるものです。林原賞は各医療分野における指導的な立場で活動されている優秀な医学者の方々に授与され、受賞者はこれまで延べ34名に達しています。

また、教育研究助成活動の一環として1986年に林原国際がん研究フェローシップ奨学金制度を設けました。この制度は林原グループ及びがんや関連疾病分野の専門家で構成されている科学諮問委員会で任命された委員会が管理運営されています。委員会は国籍、人種、宗教、年齢、性別を問わず、世界各国の白血病の基礎的研究に携わる博士号を有する研究者を招請いたします。選ばれた研究者は、林原生物化学研究所藤崎細胞センターにフェローとして迎え、林原共済会からの奨学金の援助により高度な研究活動の推進を図るために研究開発業務に従事していただいています。これまでにアメリカ、イギリス、中国、フランス、インド、ブルガリア、チェコスロバキア、日本など各国からフェローを招きました。フェローシップ制度は5年まで更新可能であり、入国から住居、設備品の準備の補助、社会保険の手続きなど福利厚生に至るまですべての準備を一括して共済会で行い、研



国際芸術・文化振興奨学生の中国人新進演奏家たち

究開発活動に専心していただけるようになっています。充実した研究体制と快適な生活環境の両方を兼ね備えたシステムで、研究活動の向上が期待されています。

次に林原フォーラムです。林原共済会では学術研究の面においても地域文化の向上にいきさかでもお手伝いができるようにと、インターフェロンシンポジウムなどの国際的レベルのシンポジウムを単独で行っていましたが、国内外から定期的な開催を望む声が多く寄せられたため、1985年に林原フォーラムを制度化しました。林原フォーラムでは、内外の研究者、知識人の方々と共に、科学、技術、社会、哲学などの広い分野にわたり、従来地方ではなかなか行えなかった国際シンポジウムの企画実施に取り組んでいます。またシンポジウムばかりではなく、フィールズ賞受賞

者の広中平祐博士、ノーベル物理学賞受賞者の江崎玲於奈博士、イギリスの分子生物学研究所長のシドニー・ブレナー博士、ノーベル化学賞受賞者のウォルター・ギルバート博士など、研究者の方々をお招きしての講演会なども開催し、最先端の技術者との対話の機会を積極的に広く一般の方々、特に地方の方々に提供してきました。シンポジウムは年1回欠かさず行っており、これまでにシンポジウム、講演会とも十数回開催しました。今後も内外の学術的な対話、交流を通して、生命科学をはじめとする国際的なシンポジウムを開催することによって、広く地域に対する学術研究の振興に寄与していきたいと考えています。

また、海外研修生支援制度も設けています。この制度は、海外の社会福祉事業に従事する

研究者を対象に、日本での研修を支援するものです。1957年に設立された岡山市の総合医療福祉法人施設の旭川荘というものがありますが、ここにフィリピンからの研修生を定期的に派遣して社会福祉事業に貢献していただいています。この施設では、軽度から重度の障害を持つ乳児から老人に至るまで医療福祉の総合的サービスを行い、地域の医療福祉の要望に応えるよう福祉施設、サービスを充実させ、社会福祉の基礎を固めてまいりました。

海外研修生支援制度は、フィリピンで社会福祉事業に従事する職員、または従事しようとする人に対して研究の機会を与えるとともに、両国間の友好親善関係のいっそうの発展を図ることを目的として1987年に設立しました。6カ月の研修期間を設けて、フィリピンから1回につき3人まで派遣人員として研修生を受け入れています。この受け入れは林原共済会と総合医療法人旭川荘が共同で行っています。

次に芸術文化活動の一環として1991年に国際芸術文化振興奨学金制度を設けました。これは国内外を問わず、世界の貴重な伝統芸術や文化の保存、振興を目的としたもので、現在消滅しつつある貴重な伝統芸術や文化に携わる伝承者を選出の対象として奨学金を支給し、さまざまな芸術活動を支援しようというものです。国籍や人数の制限などは一切なく、将来が期待されている有望な若手を中心とした方々を奨学生として選出しています。選出された奨学生は1年ごとの契約を交わして更新も可能です。半期に一度活動報告を出していただき、現在契約している音楽家の方は年に2回程度岡山で無料のコンサートを開

催するというくらいが条件で、何ら活動の制限はございません。奨学生の方々は現在、全員東京にお住まいですが、住宅事情のために家で練習をするのが非常に不便ですので、このなかのお2人が岡山に住んでもいいということをおっしゃっています。そこで私どもの会社のなかに練習場を作って、十分技術を磨いていただければと思っております。

それから今年、バイオリンのストラディヴァリウス、ジュピターをアメリカで購入し、現在、世界的バイオリニストとして活躍していらっしゃる五嶋みどりさんに無償で終身貸与することを決定いたしました。わが国ではまだ数少ないことですが、これも我々のメセナ活動の今後の一つのあり方ではないかと考えています。

次に映画の制作についてですが、今村昌平監督の「黒い雨」が、ロケを岡山でおやりになり、ふとしたご縁で監督と社長が懇談いたしました。その折、監督が語られた商業ベースに巻き込まれない映画制作の理念に賛同し、納得のいく映画をお作りくださいとご協力いたしました。現在、このことがご縁になって今村監督の総指揮で、伝統工芸の技術の伝承をテーマにして、日本の真の姿を外国に伝えようと記録映画を制作しています。約3年で完成する予定です。

続いて、林原美術館の活動です。財団法人林原美術館は、岡山の非常に静かな天守閣を眼前に臨む立地条件に恵まれた場所に、1964年に開館いたしました。当時全国的にも美術館は数えるほどしかなく、県下では2番目に設立された美術館です。国宝や重要文化財を含むかなりレベルの高い古美術品4000点など



刀を鑑定する刀剣研究所加島研究室長

を収蔵していますが、特に能装束、備前刀、中国の漆陶芸、陶磁器などのコレクションに名高いものがあります。1、2カ月ごとに展示替えをする収蔵品展のほかに、特別展、美術講座なども開催しており、今後とも系列的に陳列できるように中身の充実を図ってまいります。さらに将来はそれぞれの美術工芸品の技術の伝承のための伝承者を岡山に招くことも考えておりまして、単なる陳列の場としてではなく、学習と技術伝承の場としての美術館にしたいという考え方を持っています。

その他の活動について申し上げますと、郷土岡山で生まれた備前刀、その伝統技術を後世に伝えるために、1990年日本で初の刀剣研究所を岡山に作りました。先ほど申し上げま

した国立博物館刀剣室長を長年お勤めになった加島進同博物館名誉会員を室長に迎えまして、古刀、特に備前刀の研究に必要な文献や資料を集めて研究拠点にしたいと考えています。活動内容としては、鉄と刀のかかわりや歴史文化との関係などの研究のほかに、備前刀学会を組織して年4回発行される学会誌の編集も手掛けています。

また資料だけではなく、備前刀の復興に力を入れるため1991年に岡山県の北西部で広島県との境に刀剣鍛錬場を建設しました。作刀技術の研究の場でもある刀剣鍛錬場は、鉄づくりから鍛錬まで一貫して行うことができますようにしています。作刀技術は無論のこと、材料の鉄の研究にも取り組んでおります。作刀にあたっているのは、哲多町という町の無

形重要文化財に指定されております備前刀の刀匠藤本昭氏と、和久、眞吾という2人のご子息です。この2人のご子息は社員にいたし、納得のいくまで技術を磨いて頂き、備前刀の復活に力を注いでいくことにしています。

以上が、だいたい社外的な活動ですが、社外の援助と両輪のかたちで社員の文化活動の支援も行わないと、本当の意味で社員にメセナに対する認識を持たせることができないという社長の考えで、今回、社員の社外的なボランティア活動の支援制度を設けました。地方で欠如しているものは文化、スポーツなどの指導者であり、それらの方面の能力を持つ社員が地域社会に奉仕することに対して、会社がバックアップすることがこの制度の狙いです。仕事との兼ね合いがありますが、会社の認めたボランティア活動のための遅刻、早退、外出、休暇などは全部出勤扱いとし、もし経費が必要な場合は会社が支援することになっています。この制度は昨年度に設けたばかりなので経験的にはまだ浅く、一時的に仕事の能率が落ちるかもしれませんが、しかし長い目で見れば地域で愛される企業になること

は会社にとっては大きなプラスとなり、また業績向上主義だけでは企業に対する多様な価値観に対応できず、幅の広い社員は生まれないうという考えから実施しております。

以上、林原グループにおけるメセナ活動の主な内容をご紹介しましたが、もう一つ、現在当社では、岡山駅に隣接する4万5,000㎡ほどの本社敷地を再開発する計画をたてています。できればその核になるものは世界的規模の文化施設をと考えています。ありきたりの都市開発ではなく、水と緑に囲まれた文化施設を中心にした街づくりをして、少しでも地域にお役に立てばと考えています。

当社では、昨年、社内にメセナ開発グループという部署も新設し、あくまで黒子として経済活動と非経済活動（文化、福祉関係）のバランスを考えながら、地域に根ざした、オリジナリティあふれた活動を地道に続けていきたいと考えています。今後とも皆さまのご指導をお願い申し上げまして、大変簡単でございますが、今日の報告を終わらせていただきます。どうもありがとうございました。

（拍手）

株式会社 INAX

受賞理由

全国ショールーム展開の場で、東京、大阪、名古屋の「INAX ギャラリー」、札幌、広島
の「INAX スペース」、その他焼物ギャラリー、生け花の場、セミナー、講演会などを開催
して多領域にわたる文化活動を進め、文化と経営とをバランスをとって推進している新しい
企業姿勢に対して。

1. 株式会社 INAX の文化活動の基本

INAX の事業がより人々の生活に密着した
ものとなっていくために、「デザインを大切
にするサービス型製造業」を志向しているが、
社会から真の評価を受け生きていくため
には、生活者あるいは社会に対して、新しい生
活提案をすることができる、あるいは生活文
化を創造できる企業になることが必要であ
る。

これに必要なのは、企業のあらゆる活動の
文化性や社会性を高め、常に新しい価値創造
のできる「企業文化」の形成である。そして
これには社員を含めた INAX 全体の文化活動
と文化度の向上とが大きく貢献する。

企業を経済機関（事業活動）＋文化機関（文
化活動）と捉えていたが、わが社の場合事業
そのものが生活文化創造業であるとしてお
り、企業のあり方を経済機関が文化機関の
ベース上にあるものとして位置づけている。
そのため、文化活動の目的は次の通りである。

- 1) わが社製品や直接のユーザーへのサー
ビスにとどまらず、広く社会全体を対象
とした会社の事業領域に関する文化的情
報の提供。

- 2) 社会性・文化性を強く持った企業であ
るというイメージづくりのためのコーポ
レート・コミュニケーションであるこ
と。

- 3) わが社がより文化度の高い企業となる
ための、社員一人ひとりがより文化性を
身につける必要があることから、各社員
に対する啓蒙活動の一環であること。

そして、これら三つをバランスよく推進す
ることであり、東京地区においては1990年1
月に文化推進部として担当部署を設置、同様
に大阪、名古屋にも専任担当を設置している。
また、1991年には、経営企画室内に文化スク
エア設立準備室を新たに設けて常滑地区での
活動を充実させる体制をとっている。

2. 活動内容

- 1) ギャラリー活動

1981年に銀座ショールームを開設し、その
フロアーに2つのギャラリーを設けたことに
始まっている。

「ギャラリー1」は、建築とその周辺をめ
ぐるテーマの企画展を3カ月単位で実施し、
今までに40回の展示と、それに伴う毎回84
ページのブックレットの発行をしている。ま

た、写真や模型の展示ではなく、ものの展示を主にしている。

「ギャラリー2」は、現代美術を対象とし、コンテンポラリーアートのさまざまなジャンルの企画展を、1カ月単位を会期として開催している。90年度にはこの企画展も100回を越えたため、その100回の展示回顧として『80年代美術100のかたち』を出版した。また、101回からは現代美術の新人のためのギャラリーというコンセプトを打ち出し、国内外・年齢を問わず、作品を公募・審査するという方式にシフトした。また、昨年末までに展示したそれまでの作家の協力を得て、「100回記念チャリティ展」を開催し、収益金を日本盲導犬協会に寄付した。

「大阪ギャラリー」は1984年に大阪ショールーム内に開設し、内容としてはギャラリー1とギャラリー2を交互に開催している。また、「名古屋ギャラリー」は1988年に名古屋ショールーム内に開設し、「インダストリアルデザイン」に関連したテレビ、自動車、自

動販売機などの企画展を開催し、ブックレットの出版も行っている。

この他、独自のテーマを設け、札幌で1988年から現在までに79回の企画展、広島では1987年から40回の企画展を開催、ギャラリー活動を行っている。

2) “INAX DESIGN PRIZE FOR EUROPEAN”

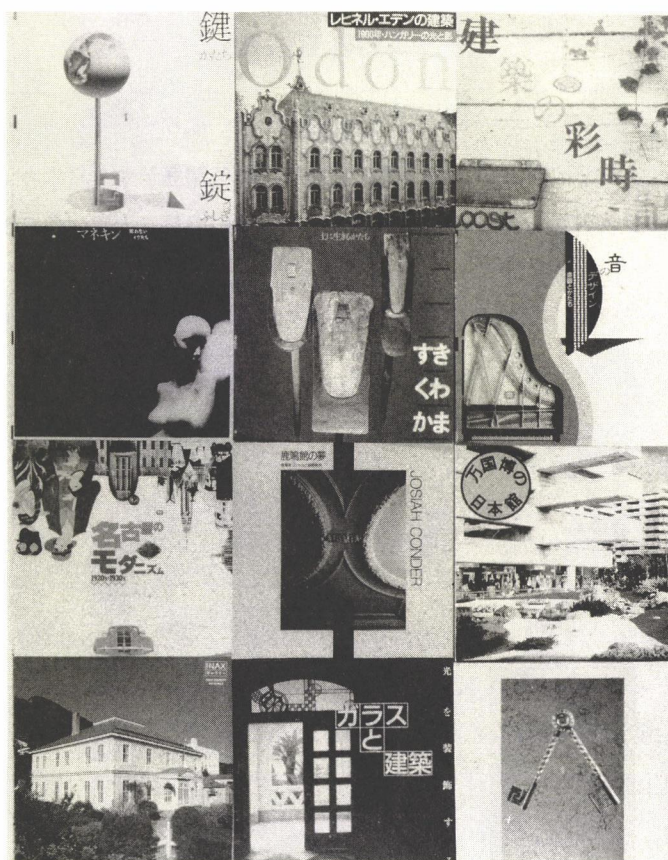
海外の若手やセラミックデザイナーとの文化交流を深めながら、自国にない新しい表現の発見や、独創的な発想を交換しあうことを目的に1988年に創設された。ヨーロッパの陶芸家からの作品を公募し、入賞者(約4人)を日本に招聘し、作品の制作を依頼し、展覧会を開催している。

3) 出版活動 “INAX ブックギャラリー”

ギャラリーの開設と同時に、展示内容を紹介するという形で、ブックレットの出版から始め、その枠を「環境美の創造と提供」に係る単行本へと広げた。また、これに関連して、1988年には銀座ショールームに、建築・



ギャラリー1「ガラスと建築展」
(1990年5月～7月)



主催展覧会パンフレットの表紙組み合わせ

デザイン・美術とその周辺の雑誌・書籍を専門に取り扱う「ブックギャラリー」をオープンした。そして90年度には、ギャラリーの企画展と連動した11冊のブックレットの他、『日本トイレ博物誌』、『レヒネル・エデン ハンガリーの世紀末建築』等という労作を出版している。

4) 「窯のある広場」資料館

本社所在地でもあり INAX 発祥の地である愛知県常滑市は、日本六古窯の街でもあり、わが社では1988年より、歴史的に価値のある常滑焼きの窯とその建屋を保存しており、そ

の中に窯業文化と建築用テラコッタの歴史的遺産を保存展示し「窯のある広場」資料館として一般公開している。

5) アートスクール、セミナー活動

各ギャラリーを母体にした企画展示活動の他に、「INAX 人・間・空・間・セミナー」を全国各地で開催しており、その他東京では月1回「INAX アートスクール」を、また「GALA XSITE」では、音楽やトークワークショップを通して文化的コミュニケーション活動を行っている。

コニカ株式会社

受賞理由

大英博物館所蔵の2万点に及ぶ日本美術工芸品を常時公開展示する日本ギャラリー建設への寄付、及びここ数年にわたる歌舞伎のヨーロッパ公演の協賛による国際交流への貢献、並びに新規創設した「コニカプラザ・アーチストプライズ」ほか、若手、中堅作家の支援活動として展開している活動に対して。

1. 映像情報産業としての理念

コニカの企業文化活動は、明治、大正時代にまで遡る。

1873年の創業以来、写真を核とした映像情報産業という事業領域の関連において、芸術や文化を中心に社会貢献活動を行うことが企業経営の底流に存在していたことができる。

その一つが1923年に創立された小西写真専門学校（現・東京工芸大学）である。

映像文化を育て、発展させる学問研究の場として、多くの技術者や芸術家を輩出して今日に至っている。

1966年に設立された財団法人橘保善会は、コニカ創業者の遺志を後世に継承する機関で、写真に関する学校や研究機関、研究者を対象として、毎年奨学金を贈り続けている。

1988年に開設されたコニカカレッジは、企業内にあって独立運営する教育機関で、社内に蓄積されてきた技術や文化の知識、経験等を次の世代を担う人材に指導し、さらに大きく実らせることを目的としている。社員なら誰でも、勤務時間中でも受講できる制度となっている。

さらにコニカは、写真のもつ記録性という側面から、長年にわたり数多くの貴重な映像情報を残して来た。創業以来100年余り、一貫して日本の皇室のご日常や公式記録の撮影を承ってきている。もちろん一般の写真記録に関する実績も多い。現在では国宝的存在とまで言われている、明治時代の歌舞伎の映画はその一例で、明治32年11月28日に当時の小西六（コニカの前身）によって製作された。内容は九代目団十郎、五代目菊五郎主演による「紅葉狩」で、当時の姿をそのまま伝える、今日では全くかけがえのない資料として斯界では誰知らぬ者のない存在となっている。

コニカは業界のパイオニアとしての自覚と情熱をもってこのような活動を企業文化としてとらえ、その基本理念は今日もいささかも変わっていない。

近年の活動状況の主なものは次のごとくである。

2. 活動状況

1) ロンドン大英博物館内の「コニカギャラリー」

大英博物館の5階には、日本の美術工芸品等が展示されている日本ギャラリーがある。



ロンドン大英博物館「コニカギャラリー」

その一画がコニカギャラリーと名付けられた企画展示場となっている。大英博物館には2万数千点に及ぶ日本関係の所蔵品があるが、従来それらの展示スペースがなく、特に近年に至り公開を求める声が強くなってきた。同館では1980年代の半ばから、これら所蔵品を展示する日本ギャラリーの建設を計画し、その資金500万ポンドを日英両国から寄付金として調達することとした。これに逸早く賛同し募金に応じたのがコニカで、このため1990年4月、日本ギャラリーが開館されるに当たり、同館ではコニカに対する友好と感謝の意を記念して「コニカ」の名称をギャラリーの中に付すこととなった。日本ギャラリーは総面積約500平米で、その3分の2ほどのスペースが常設展示場、約3分の1が企画展示場となっている。この入口の頭上に The Konica Gallery と書かれた梁がある。

2) 大歌舞伎欧州公演の支援

1986年に東京都とパリ市の友好都市提携記念事業の一環として、日本の代表的伝統芸能である歌舞伎の本格的な公演を、パリ市で開催することとなった。舞台に出演する役者の数は15人くらいであっても、囃子方、道具方を含む一行の人数は60人以上になる。これらの経費は入場料収入では全く賄うことはできず、スポンサーが必要となった。ただし開催趣旨からみて、いわゆる宣伝効果を期待したスポンサーをつけることはできず、日本の文化芸能を海外へ紹介する意義を理解し、賛同する機関の支援が必要であった。コニカは歌舞伎芸能自体、及び主催者である松竹株式会社と縁の深い企業であり、協賛会社として全面的に支援することをお引き受けした。

この時点がスタートとなり、次に1989年にはベルギーのブラッセル市でヨーロッパシア'89が開催され、テーマ国に日本が選ばれた折、そのメインイベントとして歌舞伎公演が

行われることとなった。さらに翌90年には再び東京都、パリ市の記念事業でパリで公演、続いて91年にロンドンでジャパンフェスティバルの一環としても歌舞伎公演が開催されることとなり、これらすべてを通じ、常にコニカが協賛会社として興行を支えてきた。

歌舞伎公演の、この4回の開催に当たっては欧州の観客に劇的とも言える感動を与え、回を重ねるごとにその反響は大きくなるばかりであった。91年のロンドンに至っては出演の勘九郎丈、玉三郎丈とも、その感激と興奮を日本の歌舞伎ファンにもぜひお伝えしたいということから、「ロンドン凱旋公演」と銘打った特別公演を同年年末に歌舞伎座において催し、勘九郎丈自ら現地の様子を逐一報告するという舞台を設定したほどであった。

3) 日米学生ユースサミット開催

コニカでは毎年夏休みに日本の学生を米国へ、米国の学生を日本へ研修旅行に招待する活動が続けている。日本の学生は大学生を対象とし、日本経済新聞社が主催して、テーマを定めた懸賞論文によって約25人の男女学生が選考される。

彼らは約2週間、米国各地を訪問するツアーを行うが、特にワシントンD.C.にて米国側の大学生や国会議員と討論する機会が設けられている。この企画は89年夏より実施されている。今まで3回の参加学生がいるが、彼ら全員による同窓会が年1回催され、学校や年齢を越えて共通の体験をもった同志として広く意見を交換し、交流を深める場となっている。ちなみにこの同窓会から既に3組の新家庭カップルが誕生した。米国の学生を日本へ招く企画は90年より開始された。ノース

カロライナ州にコニカの主力工場の一つが建設されたことを機に、地元に対する感謝と交流を深めることを目的として、地元の高校生6人を教育委員の方々などに選考を委嘱し、約2週間の日本体験を提供するものである。当然のことながら全員初めての来日であり、その体験は本人にとって誠に貴重であると同時に、強烈な印象を与えている。多感な年齢の学生に日本の本当の姿を知らせ、日本への親近感をもってもらうことができれば、それが何年かの後にはやがて現地で好ましいイメージとして定着していくものと期待されている。

4) コニカプラザの活動

東京新宿東口前にあるコニカプラザは、1988年5月に開館した。多目的ビジュアルコミュニケーション空間として、写真展や各種イベントの会場になっている。新宿を銀座のように文化の香り高い街にしよう、そのために少しでも寄与することを願ってコニカプラザの活動が続けられている。アオキ靴店ビル の2階から5階までを使用しているが、2～3階を「トレンドショウケース」と称し、話題となるようなイベントを常時開催するスペースとしている。4階はフォトギャラリー、カメラミュージアム、写真図書ライブラリー、5階はサービスステーション及び写真家のサロンなどとして利用されている。

昨年度の企画展の中では、写真の歴史を大成した「写真150年展」が注目を浴びた。これは写真が日本に到着した当時の資料や記録を全国から集め、一堂に展示した画期的なものとして評判になった。

コニカプラザでは、この施設を基点として

2つの奨励賞を設定している。1つは若手、新進の写真家を対象としたもので、毎年1名を選考し奨励金500万円の贈呈と1年後に作品発表の個展開催を支援するもの、もう1つは、写真以外のいろいろな芸術分野で創作活動続ける新人、中堅のアーティストを対象としたもので、その製作意欲を奨励するとともに、コンセプト、表現の優れた作者に奨励金と発表の機会を提供するものである。毎年2人を選出し、それぞれ300万円を贈呈する。若手アーティストにとっては賞金のみならず、これだけの立地条件で、これだけのスペースが与えられるということは極めて大きな魅力となっている。

5) コニカフォトギャラリー

コニカは全国的に写真展専用のフォトギャ

ラリーを設置している。東京ではコニカプラザ内に、その他の地域は名古屋、大阪、福岡にあり、プロ、アマチュアを問わず、写真愛好家の作品発表の場として親しまれている。フォトギャラリーは写真を媒体として、芸術や記録情報を発信する場でもあり、社会文化活動の一翼を担うことを目的としている。

さらにこれらを基地としてアマチュア同好会である「コニカフォトクラブ」を組織し、北海道から沖縄までの約1万人が会員となっている。

この他にもコニカが支援する写真愛好家の会は全国に多数あり、その中で最も歴史の長い会は100年以上に及んでおり、今なお積極的な活動が続けている。

新日本製鐵株式会社

受賞理由

1990年4月創設の「新日鉄音楽賞」や、35年間継続のラジオ番組「新日鉄コンサート」の提供、公開録音のための無料コンサートなどによる若手クラシック演奏家への支援等を通じてクラシック音楽文化支援活動に対して。

1. 「新日鉄コンサート」の提供

ラジオ番組「新日鉄コンサート」は、新日鉄が35年間にわたって提供を続けている長寿番組である。この番組はクラシック音楽がわが国で今ほど身近でなかった昭和30年にスタートし、週1回の放送と若手演奏家などによる無料公開録音コンサートの開催等を通じて、広く一般市民の間にクラシック音楽を普及してきた。

1955年：10月7日、新日鉄の前身である富士製鉄提供によるクラシック音楽番組「フジセイテツ・コンサート」が、前年開局したばかりのAMラジオ局のニッポン放送でスタートした。毎週金曜午後9時30分から30分番組で（現在は日曜10時30分から）、当時としては初の試みとしてなま演奏のクラシック音楽が電波にのることとなった。

放送第1回は高田信一指揮による東京フィルハーモニー交響楽団の演奏で、チャイコフスキーの〈白鳥の湖〉からの抜粋とリストの〈ハンガリー狂詩曲第2番〉であった。

1956年：この番組のために誕生した“NFC

交響楽団”（N：ニッポン放送、F：フジセイテツ、C：コンサート）は、在京オーケストラの主要メンバーによって随時編成され、山田一雄、小沢征爾、森正、岩城宏之氏などが指揮し、出演者には巖本真理、伊藤京子、中村紘子さんなど日本を代表する一流演奏家を迎えコンサートを開催、電波で日本全国のファンに向けて放送した。

1970年：富士製鉄と八幡製鉄の合併による新日鉄誕生により、番組名も現在の「新日鉄コンサート」に変更。

1976年：放送20周年を迎えたこの年には、新企画として、誰もがこの人こそ有望と認める若手クラシック演奏家のためのリサイタルシリーズ「プロミシングアーティスト・シリーズ」を開始。第1回目の出演はチェロの藤原真理さんであった。このコンサートシリーズは現在年7回開催しており、これまでに出演した多くの方々は期待どおり世界に翔いて活躍中である。

1983年：この年、音楽の友社賞（第7回）が新日鉄コンサート制作スタッフに

贈られた。これは長年にわたるクラシック番組の制作、特にプロミシングアーティスト・シリーズの着実な歩みを評価されたものであった。

1985年：放送30周年を機に、クラシック音楽界で地道に活動続ける“実力派”アーティストの方々にスポットを当てる「ギフトィッドアーティスト・シリーズ」を企画。これは雑誌社「音楽の友社」と「新日鉄コンサート」との共同企画によるもので、活字と電波が手を結んだ新しい試みとして注目を集めた。第1回の出演者は、ピアノの伊藤京子さん。現在、年2回の頻度で都内の神楽坂「音楽の友社ホール」で公開録音コンサートを開催している。

1990年：「新日鉄コンサート」放送35周年と新日鉄創立20周年とを記念して「新日鉄音楽賞」を創設し、将来を

嘱望される若手クラシック演奏家や音楽文化の発展に貢献された方々に対してわずかながら支援を行うこととした。また、これを機会に従来から実施していた若手演奏家のリサイタルシリーズである「プロミシングアーティスト・シリーズ」の開催を年7回に増やし、より一層の充実を図ることとした。

また、コンサートとしては、この他に年2回、新日鉄の製鉄所・支店などのある地方都市を巡回する“地方公開録音”を開催。毎回、一流のクラシックを「新日鉄コンサート」ならではのユニークな趣向で彩りを添えた無料コンサートとして地元の人気をあつめている。

〔参考〕「新日鉄コンサート」

- ・ AM ラジオ／クラシック音楽番組（すべてライブ演奏の録音番組）
- ・ ニッポン放送制作：全国11の放送局をネット
- ・ 放送時間：（ニッポン放送）日曜午後10時30分～11時（30分）
- ・ 提供 CM：番組編成を考慮して CM は挿入していない
（番組のはじめと終わりに“新日鉄の提供”と紹介するだけ）
- ・ 番組公開録音コンサート：年12回開催
 - 内 7 回：「プロミシングアーティスト・シリーズ」（都内ホール）
 - 2 回：「ギフトィッドアーティスト・シリーズ」（音楽の友社ホール）
 - 2 回：地方公開録音（全国各地）
 - 1 回：「新日鉄音楽賞」受賞記念コンサート（都内ホール）

※すべて無料コンサート

2. 「新日鉄音楽賞」について

1990年4月に、新日鉄創立20周年と「新日鉄コンサート」の放送35周年を記念して、わが国の音楽文化の発展にわずかながらでもお役に立ちたいと念願し、「新日鉄音楽賞」を創設した。

同賞は、将来を期待される優れた若手クラシック演奏家（1人）に贈る“フレッシュアーティスト賞”（副賞300万円）と、演奏家に限らず広い分野からクラシック音楽をベースにしたユニークな活動・企画などで注目された個人（1人）に贈る「特別賞」（副賞100万円）の2つの賞で構成されている。

第1回（1990年）の受賞者には、フレッシュアーティスト賞にチャイコフスキー国際コンクールにも史上最年少で優勝した若手ヴァイオリニストの諏訪内晶子さん、特別賞には、長年にわたり世界の一流オペラ舞台で活躍中のソプラノ、松本美和子さんが選ばれた。ま



「新日鉄音楽賞」第2回受賞者

た、第2回（1991年）は、フレッシュアーティスト賞にフィンランド留学中の若手チェリスト長谷川陽子さん、特別賞には、46年間にわたりステージマネージャーとして舞台裏から

〔参考〕「新日鉄音楽賞」……1990年4月創設

- ・主催：新日本製鐵株式会社
- ・協力：株式会社音楽の友社
- ・運営事務局：事務局長／秘書部広報室長

（連絡先）☎03-3297-0081(株)エヌシーピー内

・選考委員

〔顧問〕遠山一行

〔レギュラー選考委員〕

三善清達（委員長）、富永壮彦、長谷川武久、百瀬喬

〔ゲスト選考委員〕

伊藤京子（ソプラノ）、中村紘子（ピアニスト）、尾高忠明（指揮者）、藤原真理（チェリスト）、なかにし礼（作詩家）、赤川次郎（作家）

わが国のクラシック音楽振興を支えてこられた宮崎隆男さんが選ばれた。

昨年、今年とも2月に行われた授賞式には、多くの音楽関係者ならびに報道関係者の方々が来場し、また同日、受賞者を囲んでクラシック音楽に関心の深い経済界の方々と、クラ

シック演奏家、音楽関係者との交流を図る趣旨で開催した「懇親パーティー」には当初の予想を上回る多数の参加があり、わが国では珍しい趣向の催しとして双方の方々から好評を得ている。

私どもは、以上のように今日までクラシック音楽の普及・支援活動を継続してきたが、このたび、さらに長期的かつ安定的な文化支援体制を整備する一環として、東京都内の社有地に音楽ホールの建設を計画しており、

1994年中には完成の予定である。将来はこのホールを活用して、長年にわたる当社の音楽文化との関わりを踏まえた堅実な支援活動を展開していきたいと考えている。

岩谷産業株式会社

受賞理由

土地固有の民謡をユニバーサルなクラシック音楽に編・作曲することで、埋もれがちな各地方の古い文化を新しく再現し、地方文化の発掘に深く貢献している「ふるさと交響楽」シリーズの創作活動及びその演奏団体である NHK 交響楽団の地方公演等への支援活動に対して。

1. メセナ活動実施への背景

わが社は、1930年の創業より「ガス」を事業の中核に据え、家庭への LP ガス供給、わが国初の H-I 宇宙ロケットへの燃料供給等、幅広い「ガスの文化」を通じた商品・サービスの提供で社会に奉仕してきた。

特に LP ガスについては、約2,000店の特約店ネットワークを通じて、全国300万世帯の家庭に対して供給を行っているという、極めて公共性の強い部分を持っている。また、1935年から始まった、この全国規模での LP ガスの家庭への供給は、主婦にとっての台所労働の軽減と、「カマドのスス」からの解放という台所の近代化という生活革命に寄与したのである。

このようにわが社は、自らの構築した全国的なネットワークに基づき、「ガス」という「モノ」を通しての生活文化の向上へ貢献することにより、地域の信頼と支持を得てきた。

しかし生活そのものが高度化・多様化し、「モノの時代」ではなく、むしろ「心の時代」と言われるようになると、地域や生活者に密着した新しい価値を創造し提供することが重要になってきた。言い換えれば「心の

文化」の提供である。すなわち、「モノ」であるガスの供給だけではだめで、文化をそれぞれの地域社会へ、そして家庭へ送り届けなければならなくなってきている。

そこで、こうした生活者の価値観の変化やライフスタイルの変化を背景にして、わが社では、これまでの LP ガスの家庭への供給を中心とした生活関連部門の事業を、衣・食・住・遊・カルチャーなどの関連商品・サービスをトータルで据えた「生活総合サービス事業」へと転換を図ることにし、その中核となるコンセプトを“ライフアップ”とした。

2. 活動内容

1) ふるさと交響楽

わが社が「生活総合サービス事業」への転換を図ろうとしていたその頃、「クラシック音楽を通じてわが国の音楽芸術の向上発展を図る」という NHK 交響楽団との出会いがあった。わが社では、NHK 交響楽団の事業目的に賛同し、クラシック音楽の全国的活動に協力するとともに、NHK 交響楽団の協力のもとで、一流作曲家に編・作曲を委嘱し、各地のすぐれた民謡や風土を素材としたオーケストラ用の「ふるさと交響楽」シリーズの

創作活動を推進し、NHK 交響楽団はもちろん、広く社会に対して21世紀に残る無形の財産を提供することができたら、と考えた。

こうしたことから、NHK 交響楽団との間で多角的な面での事業協力を行うことで合意し、1987年7月1日に正式に契約調印を行った。その事業のひとつが、『日本民謡によるシンフォニック・スケッチ～N響ふるさとシリーズ～「ふるさと交響楽」』づくりである。「ふるさと交響楽」づくりは、「日本固有の古い民族音楽を世界に知らしめるのにクラシックが一番良い方法ではないか。それだけではなく土地固有の文化を取り上げ、クラシック音楽として海外に日本の文化を広めるとともに、また日本の若い世代にも古い文化を新しい形で見つめ直してもらおう」と約10年をかけて都道府県に各1曲の交響楽をつくることを目指し、翌88年の「江差」からそのスタートを切って取り組みが始まった。初演はいず

れもNHK 交響楽団により行われ、90年までに9曲が完成している。さらに、当該地における同交響楽団の演奏会では、アンコール曲として演奏され、「N響“夏”」というコンサートでは、その年に作られたふるさと交響楽の全曲が披露されている。

●1988年の作品

江差（北海道） 編・作曲：林 光
相馬盆踊唄（東北）

編・作曲：外山 雄三
河・叫ぶ（最上川舟唄 東北）

編・作曲：池辺晋一郎

●1989年の作品

搗臼唄（近 畿） 編・作曲：外山 雄三

京の大仏（近 畿） 編・作曲：林 光

九州幻想（九 州） 編・作曲：池辺晋一郎

ねんねしゃんせ（九 州）

編・作曲：林 光



「ふるさと交響楽」を演奏するNHK交響楽団（写真提供：NHK交響楽団）

●1990年の作品

こんびらふねふね～よさこい節（四国）

編・作曲：外山 雄三

麦さがし（中 国）編・作曲：林 光

青菜切るうた（中 国）

編・作曲：林 光

なお、「ふるさと交響楽」づくりは引き続いて進められており、新たに2曲がシリーズに加わる予定である。

2）ライフアップコンサート

N響の地方公演の移動日をうまく利用して、「イワタニ ライフアップコンサート」と銘打ち、コンサートを開催している。構成は、公演のようなフル・オーケストラではなく、弦楽器や打楽器のアンサンブル程度の規模である。90年度には、大宮・山口・広島で

計3回のライフアップコンサートが開催された。

3）特別事業

わが社、岩谷産業(株)の創業60周年を迎えた90年度は、ここ4、5年の活動のひとつの区切りとして充実したメセナ活動を展開、特別事業として下記のコンサートを開催した。

・創業60周年記念式典「祝典曲」

演奏：大阪センチュリー交響楽団

指揮：團伊玖磨

・中日友好文化交流コンサート（中国・大連市にて）

演奏：遼寧楽団 指揮：團伊玖磨

・岩谷産業(株)創業60周年記念 NHK 交響楽団演奏会

指揮：尾高忠明

オムロン株式会社

受賞理由 企業市民として人類・社会の向上・発展に貢献し、技術の進歩と人間尊重を目指す企業でありたいという企業理念に基づき、新しい表現形式の芸術に対する支援や人間とは何か等を考えるフォーラムを続ける等、各方面にわたる文化活動全般に対して。

1. オムロン株式会社の企業理念

わが社は、1959年に「われわれの働きで、われわれの生活を向上し、よりよい社会をつくりましょう」との社憲を制定し、また企業哲学においても「機械にできることは機械に任せ 人間はより創造的な分野での活動を楽しむべきである」としているように、人類・社会の向上発展に貢献し、技術の進歩と人間尊重をめざしている企業である。

今日、企業市民といった企業の社会的なあり方が問い直されている。もとより企業には経済的側面に立脚したあり方が存在している。しかし企業の公器性の観点からみると、どちらの側面（経済的側面と社会的側面）も、文化・文明・福祉といった人類・社会発展に貢献するということにおいては、その本質に何ら違いはないはずである。

オムロンでは直接的な社会貢献を「社会公器性」として、人間尊重の基本に立ち帰り、人を中心とした社会・会社のあり方を、企業理念の実践をとおして追求していこうとしている。その具体的な指針として、1991年10月「企業市民憲章」を制定した。

企業市民憲章がしめす社会貢献の活動原則は、オリジナリティと継続性、行動力と自発性であり、オムロンらしさを意識し、独自の

価値観に立つユニークな活動を実践し、また活動に参画している。

活動分野においても、自身の向上や、次代の創造に努力を惜しまない人びとへの支援と地域密着性を重視し、福祉、教育、科学、文化・芸術などの分野で支援活動を行っている。

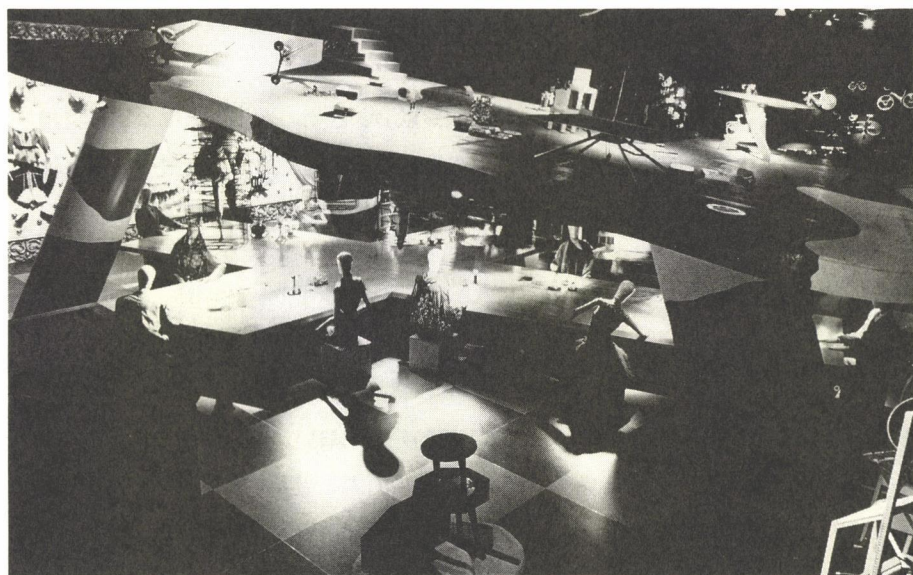
このようにオムロンは企業理念、市民憲章に基づき、幅広い形で社会貢献活動を実践し、その中でメセナ活動も継続していきたい所存である。

2. 活動内容

1) イタリア式生活デザイン体験ミュージアム「クレアティヴィタリア」展

自分の人生を、より自分らしくつくりあげていくために、日常生活を取り囲む衣食住をはじめとした毎日の生活を、自分らしく楽しみたい。そのような生活にとっては、機能だけでなく、生活を楽しむ、遊び心が加わったイタリアンデザインが最適ではないか。

そういったコンセプトのもと、レールシティ汐留にて1990年4月7日から5月13日の39日間にわたり、イタリアンデザインの100を超えるアーティスト&グループと200社以上の企業の作品を、巨大な一軒の家に見たてた会場で展開紹介した。



クリエイティヴィタ
リア展（90年4月
～5月）

またここでは、生活を体験してもらうために、見て、触れて、聴いて、香りを嗅いでという参加方法を取り、会期中の総入場数は13万人を数えた。

2) 御室・仁和寺夏調べ SUPER SESSION 「成就」

わが社の発祥地である御室・仁和寺で、地域の方々に対する日頃の感謝のしるしとし

て、また京都が持つ文化的・創造的ストックの豊富さ、多彩さをもとに、新たな文化を創造発信していくイベントとして、1990年7月24日に開催した。

藤舎名生の横笛を軸に、世界的ジャズトランペット奏者・日野皓正の即興を加え、中村扇雀（現・中村鴈治郎）の創作舞踊をクロスオーバーさせた総合芸術が、夏の夕暮れの蟬



御室・仁和寺夏調べ
（90年7月24日）

時雨を交え、仁和寺金堂前の特設ステージで繰り広げられた。

このような自然・宗教・芸能が一体となった新しいイベントは、異なったジャンルの共演にとどまらず、自然と歴史に囲まれての即興という、素晴らしい演奏・演技を生み出す場を提供することとなり、地域の方々には、その生み出された即興作品を味わっていただくよい機会となった。

3) ジャンヌ・モローの「ゼルリンヌの物語」

フランス・ヌーベルバーグの代表的な女優であり、世界的にも有名なジャンヌ・モローが挑んだ新しいジャンルの「一人芝居」(舞台に一人だけ登場し、すべて独白のみで構成・進行していく演劇)日本公演を、1990年2月2日から21日にかけて協賛した。

舞台の俳優と観客とが相互に反応しあって進んでいく演劇が、日本においては映画ほどの人気を得ていなかったのに加え、特に「一人芝居」という新しいジャンルを実際に目のあたりにしている人はごく少数であろう。

ヨーロッパでは好評を博し、興行成績もよかった演目ではあったが、日本での公演は採算が危ぶまれていた。

「ゼルリンヌの物語」の日本公演は、社名変更を控えていたわが社の、それをひとつの機会に、さらに社会を豊かにおもしろくしたいという時期に当たり、日本公演の実現を支援した。

4) オムロン京都文化フォーラム

京都は日本人の心のふるさとと位置づけられている都市であり、長い歴史に包まれた文化都市であると同時に、現在進行形で活動を続けている都市でもある。

こうした環境のもと、NHK 京都文化センターの呼びかけに応じ、1988年から月1回「オムロン京都文化フォーラム」を協賛、政治・経済・社会・文化などさまざまな分野の方々の、味わい深いお話を伺う機会を提供し続けている。1990年度は4年先に迎える「平安建都1200年を前に」のテーマで、各界の方々のご提言をいただいた。



オムロン京都文化
フォーラム

また、フォーラムの開催にとどまらず、各講演を書き起こした小冊子を社内に配布している。なお、講演内容はNHK ラジオ第2放送「文化講演会」の時間に全国放送されている。

5)朝日ヒューマンルネッサンスフォーラム

私たちを取り巻く状況は、かつてないほど激しく変化しているという事実を踏まえながら、「人間とはなんだろう？」と会場の聴講者からの意見も交え、毎回1人のコーディネーターと3～4人のパネラーを中心に、まだ見えていない人間の可能性を探っていく

フォーラムである。

明確な結論に落ち着くことはなく、本音や意見の交換などが繰り広げられるフォーラムでもある。普段TVなどで顔なじみの方々の真面目な、時にユーモアを交えた真摯な意見を生で聞くことができ、その中から、なかなか答えの見つからなかった悩みのヒントを持ち帰ったり、新たな疑問が生じたり…とライブならではの楽しみがある。

フォーラム開演前のささやかな軽食も新しい出会いの場として、フォーラム参加への序曲として設定され好評を博している。

セイコーエプソン株式会社

受賞理由

「サイトウ・キネン・オーケストラ」ヨーロッパツアーへの財政面および運営面での本社および海外法人連携による文化支援活動等に対して。

1. 企業理念と芸術文化支援

当社は、27カ国に46拠点を持ち、世界の各地域で製品を製造し、販売する情報機器メーカーです。社員の半数は世界中の拠点で働く海外国籍の方々です。つまり、経営自体が世界の地域に深く溶け込まないと成り立たないという側面があります。この当社の本質は「全世界のそれぞれの地域において信頼される良い会社でありつづける」という経営理念に強く反映されています。この経営理念をバックボーンに地域の各オフィスでは、良き企業市民（Good Corporate Citizenship）であるために、真にその地域に合った社会貢献活動（Philanthropy）の努力をしています。その一環として、芸術文化支援を位置づけております。当社の各拠点がそれぞれの地域で求められている芸術文化支援を行うことが基本ですが、2カ国以上にまたがる国際的なものに関しては、本社の方で支援しております。「サイトウ・キネン・オーケストラ」への支援も、この一例にあたるものです。

2. サイトウ・キネン・オーケストラとは

「サイトウ・キネン・オーケストラ」は、世界的チェリストであり、桐朋学園の創設者の一人である故斎藤秀雄教授の門下生によっ

て、教授を偲んで没後10年目の1984年9月にコンサートを開いたのがきっかけになって結成されました。その中心となったのは、斎藤教授の教え子であり、桐朋学園の一期生である、小沢征爾氏と秋山和慶氏です。

過去、4回にわたって海外公演ツアーを行っており、1990年には、日本のオーケストラとしては初めて、伝統あるザルツブルク音楽祭に招かれ、わずか4日間のリハーサルで臨んだにもかかわらず「70年の歴史を持つ音楽祭の中でも傑出した演奏」と絶賛を浴びました。また、1991年には日英両国の友好を記念して4カ月にわたって行われた祭典“ジャパンフェスティバル1991”のオープニングコンサートに招かれ、観客を魅了しました。回を重ねるごとに世界最高レベルのオーケストラとの評価をますます揺るぎないものとしています。

しかし、こういった実力を示している割には、その名は一般にあまり知られていません。それもそのはず、「サイトウ・キネン・オーケストラ」のメンバーは普段は世界中に拠点をもち、それぞれ独自の活動を行っており、皆が一堂に集まり「サイトウ・キネン・オーケストラ」としての活動を行うのは年1回、それもたった10日ほどなのです。けれども、それにもかかわらず、斎藤教授に教えを受け



サイトウ・キネン・オーケストラ
(ロンドン・ジャパン・フェスティ
バル 91年9月16日)

た音楽への取り組みの姿勢と精神、基本テクニックは不思議なほど一致しており、わずかな練習で見事な演奏を行うことのできるオーケストラなのです。

3. サイトウ・キネン・オーケストラ支援の経過

年1回といっても、音楽家やスタッフなど関係者の総数は130~140人ほどの大所帯になり、2週間にわたる海外公演の運営は楽なものではありません。当社がこのオーケストラとその海外公演を支援するようになったのは、当時の社長である中村（現副会長）の経営理念に裏づけられた素早い決断があったからです。

そもそもすべてのきっかけは当社の本社の所在地、長野県は諏訪市にある地元の諏訪交響楽団に関係しています。このオーケストラはN響よりも古い日本で最古の歴史をもつア

マチュアオーケストラです。当社の社員が団員の1/3を占め、当社はこの地元のオーケストラに様々な形で関わり、支援をしてきました。今から30年ほど前に、小沢征爾氏は中学時代の担任の教師の頼みを聞き入れ、多忙なスケジュールをさき、このオーケストラの指揮をしてくださいました。その時以来、小沢氏とお付き合いを続けてきたオーケストラのメンバーである当社の一社員が、ある日この「サイトウ・キネン・オーケストラ」とその海外公演ツアー企画の支援をトップに提案しました。このオーケストラの世界各地への演奏旅行の支援は、世界の各地に芸術文化を提供していくという地域還元につながること。また、このオーケストラは、メンバーが1年に一度だけ世界中から集まり結成するという全く新しくユニークな試みであり、“創造と挑戦”を理念に掲げ、常に新しいものにチャレンジしていく当社の気風にぴったり合っ

いるということ。こういったことが中村にこのオーケストラの支援を決めさせました。

しかしより強い動機は、日本人を中心とするこのオーケストラの音楽レベルが世界でも最高峰にあることを深く理解し、この素晴らしいオーケストラに是非、世界の檜舞台に立ってもらいたいと思ったことです。したがってこのオーケストラへの支援は「サイトウ・キネン・オーケストラ」をあくまで主役にし、前面にだす。当社の企業名はコンサートの冠にいれず、裏方にまわる。このことを徹底させることが結果的に経営理念にあたる「全世界のそれぞれの地域において信頼される良い会社になりつづける」を実現する一番の近道だと判断したためです。

実際の運営は、広告代理店を通さず、実行委員会と直接やりとりをしてきました。海外公演先の当社現地法人の従業員がそれぞれの地域のコンサートのPR、ポスター作成、懇親パーティーまで、地元の地の利を生かして、きめ細かくサポートしました。スポンサードは当社のPR活動全体の中では、かなりの比重を占めるものですが、多額の協賛金については、「サイトウ・キネン・オーケストラ」の音楽活動を尊重し、その使い方の注文は一切しませんでした。当初は、冠イベントでもなく、また、「サイトウ・キネン・オーケストラ」が主役で、社名はなるべく出さないというこの活動に消極的な声も社内では聞かれました。しかしトップの決定が明確であり、また、社員が実際の運営に関わったこともあり、年ごとに社員の支援意識が高まってきました。

4. SKOを通して育んだわが社のメセナ精神

企業がメセナを行う時、その考え方には様々なものがあり、日本型メセナの形が模索されています。企業に利益追求の側面がある以上、全くそれと切り離して考えられないのも事実です。しかし、当社では短期的、近視眼的に考えずに長期的、広角的視点で世界の各地域への、社会還元活動としてとらえています。この活動を通して、当社が良き企業市民として地域に根づいていくことを目標としています。

今回の「サイトウ・キネン・オーケストラ」の支援活動には以下の四つの特色があります。

①企業名を極力出さず、企業が主役になることを押さえたこと……宣伝を第1目的としない

②「サイトウ・キネン・オーケストラ」の音楽レベルの高さを理解し、尊重しようとしたこと……芸術真価への理解とその擁護精神

③1年に10日だけ結成される新しい形のオーケストラを支援したこと……新しい形、芸術への支援

④当社の海外ネットワークを利用し、社員みずから汗を流し、サポートしたこと……金銭面のみならず、自社の資産：人、物、経営ノウハウ、海外ネットワークを利用し直接関わっていく

当社では、この経営を生かし、文化・芸術の価値を深く理解しながら、これからもわが社の特色を生かしたメセナ活動を行っていきたいと考えております。

5. この他の支援活動

この他、海外の各オフィスでは、それぞれの地域に一番適した形を探りながら、以下のようなメセナ活動を行っています。以下はその一例です。

①（アメリカ オレゴン）オレゴン州生まれのロナルド・マクドナルド氏は太平洋をわたり無事、単身日本へ到着し、19世紀に日本で最初の英語教師となった方です。日米を通してこのあまり知られていない地元の英雄の業績を後世に伝えようと“マクドナルド友の会”を支援し、自伝出版の援助も行った。

②（ワールドワイド）世界同時ブリッジ大会。世界95カ国の会場で総勢9万人の参加者が一斉にコントラクトブリッジを行い、当社のコンピュータを得点の集計処理に使うことにより世界一の優勝ペアを決定しようというもの。自国の会場でプレイしながら世界中の参加者と競うことができるこの大会は愛好者の間で大変親しまれている。

③（イギリス テルフォード）“オリガミアーティスト”の個展開催：地元の新進のアーティストであるアンドリューさんの折り紙の個展のために自社のカフェテリアとエントランスホールを開放した。

オペラ“ニュルンベルクの指輪”の公演に協賛：Barmingham Touring Opera Companyの初めてのテルフォードでのオペラ公演ワーグナーの“ニュルンベルクの指輪”の公演に

協賛。英国政府より芸術評議会賞を贈られた。

パントマイム“緑ずきんちゃん”公演への協賛：地元テルフォードの若者による劇の演出、俳優は7～16歳の子供という環境問題をテーマにしたパントマイムの公演に協賛。

④（オーストラリア）シドニー・オペラハウスを本拠地に海外からも有名な音楽家を招いてコンサートを行うなどオーストラリアの国民に大変親しまれているオーケストラ“シドニー・シンフォニー・オーケストラ”への支援。

⑤（アメリカ ロサンジェルス）“グラミー・イン・ザ・スクール”：アメリカの高校生を対象に音楽業界全体の理解を深めてもらうことで、アメリカの音楽産業の発展の一助にしたいという願いをこめた活動。具体的には有名なミュージシャンに体験談や、ボーカルテクニック、またミュージシャンを支える多くの人達のことなど、音楽とそれに携わることの素晴らしさを伝える講演会を開いてもらったり、学生やミュージシャンによるコンサートを開催するなどの活動をしている。

⑥（スペイン）論文コンテスト：第1回目と1988年に行った。プロ・大学生・19歳以下の3つのカテゴリーにわかれており、“コンピュータ革新”“コンピュータが若者にどんなチャンスを与えるか”のタイトルで行った。賞品のひとつに日本旅行と本社訪問も含まれていた。

トヨタ自動車株式会社

受賞理由

アマチュアオーケストラのニーズに応える従来の支援活動に加え、国際化プログラム、プロと市民参加のオーケストラの共演、プロセス重視型の支援という新展開を生み出し、地域に根ざした着実なアマチュアオーケストラ支援活動を実施する文化的功績に対して。

1. メセナ活動の企画背景

トヨタ自動車は、1937年の創業以来、「自動車を通して豊かな社会づくり」を基本理念に掲げ、国内外で積極的な事業活動を展開、お客様の幅広いご愛顧に支えられ、1991年3月には生産累計7000万台を達成し、現在に至っている。国内においては、310社の独立した車両販売会社と約5000の拠点ネットワークが整備され、それぞれの地域に密着する形で日常の販売およびサービス活動が進められている。

このような事業活動の拡大を背景に、1970年代後半より、「経済と文化のバランスある発展」の一助として、「事業活動を離れた文化の領域で、日ごろお世話になっている地域への貢献ができないか」という観点から、「地域文化の向上」をめざした文化活動のあり方についてのスタディーを開始した。

「地域文化の向上」をめざす活動を展開するに当たって、大きく分けて次の二通りの考え方がある。

一つは、中央の優れたアーティストを地方に招き、各地域の人びとにトップレベルのアートに触れていただく機会を提供する方式である。ただし、この場合は刺激的ではある

が、一過性の、いわば「フローの文化支援」であり、「文化の消費」に終始することが多い。

もう一つは、地元根づいた文化活動を応援することである。こちらは、「フローの文化支援」に比べ目立たず地味な活動であり、継続性が求められるが、活動の成果は確実に地元の文化資産として残っていく「ストックの文化支援」と言える。「文化の消費」に対して「文化の生産」つまり「文化の育成」につながるやり方である。

トヨタでは、検討の結果、後者の方式、すなわち継続性に重点を置いた「ストックの文化支援」を展開することとした。

支援対象の選定に当たっては、「地域文化」においても、将来的には、「草の根国際交流」に発展できるグローバルな発想が必要であるとの観点から検討を加えた。そして世界共通のコミュニケーション手段として最も普遍性が高い「クラシック音楽」が選定された。「クラシック音楽」の中でも、特にオーケストラ演奏の場合には、多くの演奏者が一つになって力を合わせる必要があるとあり、演奏会の開催や観客（聴衆）層の拡大等のインフラ整備も不可欠である。

1979年当時、日本で活動中のアマチュアオーケストラの数は、統計で確認されたもの

だけでもジュニアオーケストラ（青少年）の32団体を含め167団体にのぼり、各都道府県には少なくともいずれかが一つが必ず存在しているという状況であった。これらを支援することは、「地域文化」の担い手である市民の文化活動の育成につながるとの考えから、トヨタは「アマチュアオーケストラ支援活動」をスタートさせた。

ところで、アマチュアオーケストラへの支援活動を継続的に展開するためには、オーケストラ側の声を代表するパートナーが不可欠である。幸い1972年に、全国のアマチュアオーケストラを組織して「日本アマチュアオーケストラ連盟」が結成されており、連盟側でも、活動の一層の発展のためのサポートを必要としていたことから、トヨタの考えを十分に理解していただくことが出来た。こうして両者の間で提携がスタートした。その後、連盟側はどのような支援がオーケストラに望まれているかをトヨタに随時アドバイスし、両者の協議から今日の「トヨタ・コミュニティ・コンサート」「トヨタ青少年オーケストラ・キャンプ」「トヨタ・ミュージック・ライブラリー」など、一連のトヨタのアマチュアオーケストラ支援プログラムが順次設定された。

2. 支援活動内容

1) 「トヨタ・コミュニティ・コンサート」 (TCC)

調査の結果、アマチュアオーケストラの抱える問題点・要望は「財政困難などの資金的問題」「指導者不足」「若年層の団員が少ない、など後継者問題」「定期演奏会場の確保など

のコンサートマネジメントの問題」の四つに集約することが出来た。

そこで、「トヨタ・コミュニティ・コンサート」(TCC)では、これらのニーズに対応すべく、まず楽団の技術向上を図るため練習中のトレーナーの派遣などプロセスに重点を置いたコンサート支援を展開することになった。具体的な支援方式としては、開催費用の全額をトヨタ自動車と地元のトヨタ販売会社が負担し、コンサート告知から演奏会当日の舞台裏の運営面まで、トヨタの全国ネットワークを活用して全面的に支援する方法と、一流のソリストや指揮者を招聘する費用（練習時を含む）を支援する方法がとられている。一流のソリスト等の指導を受け、共演できることは団員にとって大きな励みとなり、演奏レベルの向上はもちろんのこと、コンサートを通じて楽団の認知率向上、新しいファン層の拡大、ひいては若手団員の確保にもつながるという考えである。また、これらのコンサートのチケット収入（1人500円～1,500円）はすべて地元社会福祉とアマチュアオーケストラ育成に役立てられている。

お陰様で、1981年の第1回開催以来、この支援方式は関係の皆さんから高い評価をいただき、1992年3月現在、全国58都市で累計300回の開催実績を数えるに至っている。

2) 「トヨタ青少年オーケストラ・キャンプ」

地域文化の将来の担い手である青少年の育成については、各アマチュアオーケストラの共通の課題となっているが、その中でも「指導者の問題」に対する何らかの対応策が求められていた。

そこでトヨタでは、1985年から、日本アマ



トヨタ・コミュニティー・コンサート (90年12月8日)

チュアオーケストラ連盟との共催で「トヨタ青少年オーケストラ・キャンプ」を開始した。このキャンプは毎年春休みを利用して、オーケストラ活動を行っている青少年約200人を広く全国から募集し、3泊4日の日程で一流の講師陣から集中的に指導を受け、演奏技術のレベルアップと相互の交流を図ろうというものである。練習スケジュールの立案・運営とも集まった青少年が自主的に推進するというのが、このキャンプのもうひとつの特徴となっており、3年を1クールとし、3年目には練習の成果を披露するコンサートを開催している。

1990年の第7回キャンプには、英・独・ベルギー・オーストラリア・ノルウェー・アメリカ・シンガポール・中国の世界8カ国から指導者各1人と青少年各2～3人、合計18人を招聘して合同練習や、今後の国際交流についての協議を行い、ワールド・ユース・オーケストラ・カンファレンス(WYOC)を設

立するなど、国際交流の要素を加味した新たな展開にむけてスタートを切っている。

3) 「トヨタ・ミュージック・ライブラリー」

各地のアマチュアオーケストラにとって楽譜の入手は、手間がかかる上に費用負担も大きい。そこで、この問題を解決するため、演奏頻度の高い作品を中心に108曲の楽譜(パート譜含む)を揃え、1986年、「トヨタ・コミュニティー・コンサート」5周年を機に、トヨタ自動車東京ビル内に民間企業として初の試みである楽譜ライブラリー「トヨタ・ミュージック・ライブラリー」を開設、市民オーケストラから小中学校のオーケストラに至るまで、幅広い音楽ファンに無料で貸し出している。

4) 「ステーション・リゾート・コンサート」

毎日仕事に忙しいビジネスマン・OLに「心の余暇」を提供しようと、1989年にプロ室内管弦楽団「ニューヨーク・シンフォニック・アンサンブル」のコンサートを新宿駅構

内で開催したのが、このコンサートの始まりである。翌1990年からは、聞く立場だけでなく「演奏する」立場から文化活動に参加する機会を提供することを狙いに、余暇を活用して楽器演奏を楽しむビジネスマン等から一般公募により「丸の内交響楽団」を編成、同オーケストラとの共演が東京駅丸の内北口ドームで実現した。この試みはアマチュア演奏家の間に大きな反響を呼び、1991年には団員募集定員50人に対して約200人の応募があるなど、プロとアマの共演という新しい形の「市民参加型」文化活動となったといえる。

5) その他 日本アマチュアオーケストラ連盟への協力

トヨタでは、日本アマチュアオーケストラ連盟の主催により年1回、全国の加盟オーケストラを集めて合同演奏を行う「全国アマチュアオーケストラ・フェスティバル」に対して、トレーナーの派遣費などの財政的支援を毎回行うとともに、オーケストラの課題・要望などの生の声を聞く場としての研究協議会にオブザーバーとして参加している。また、同連盟が全国のアマチュアオーケストラの現状や問題点などをまとめ5年ごとに発行している「アマチュアオーケストラ要覧」に対し、アマチュアオーケストラ発展のための重要な活動であるという観点から財政的支援を続けている。

モービル石油株式会社

受賞理由

過疎地域の人びとのために無料コンサートを提供する「モービル・ライブ・サウンズ」による地域の文化振興への貢献度、並びに「モービル児童文化賞」、「モービル音楽賞」を通して陽の当たらない部門を長年継続して支援している文化的功績に対して。

1. メセナ活動実施の背景

モービル石油は日本法人の企業ですが、アメリカに籍をおくモービル・コーポレーションの100%出資による子会社でもあります。モービル・コーポレーションは、世界の100カ国以上で、原油の採掘から石油製品販売までを幅広く手掛けている多国籍企業です。全世界のモービル・グループが「各国の良き企業市民であれ」という基本的な考え方のもとに、世界各地で活発な文化・社会活動を行っています。ただ、そこに二つの制約があります。一つは政治、もう一つは宗教、この二つには関与しないということを基本にしています。政治・宗教に絡む活動をする、いろいろな意味で逆効果がでてくることから、この二つの分野は手がけないことにしています。言い替えば、それ以外のものは、各国の現地会社がそれぞれの判断で、その社会に役立つような企業の文化活動を行っていくということです。もちろん、予算的な制約はありますが、各国の現地会社が案を作って年間のプログラムにまとめ、それを実行していくというのが全世界のモービル共通の基本的アプローチです。

この理念をふまえて、日本での活動は次の

4原則に基づいて行われています。

①現在、陽は当たってなくても、社会にとって重要な分野をサポートする（良き企業市民は、華やかな分野だけでなく、社会全体に高い関心を持つべきであるとの考えから実施している）。

②単発ではなく、継続性を非常に重要視する（一つのプログラムは継続してこそ初めて価値が出てくると考えている）。

③企業のメリットとか利益に結びつかせることはせず、見返りを求めない。

④他の企業とスポンサーを分けあって行うというよりも、モービル独自の手作りのプログラムを実施し、社員や役員ができるだけそれに参画する。

2. 活動内容

1) モービル・ライブ・サウンズ

企業のメセナ活動の大半が都市部集中になっていることから、何か地域文化の役に立ってことはないだろうかと検討して生まれたのが「モービル・ライブ・サウンズ」です。これは地理的な条件のために日頃生の音楽に接する機会の極めて少ない地域の人びとに一流の演奏家による音楽を無料で提供するプログラムです。北海道から九州までの全国各地



モービル・ライブ・サウンズ (91年4月27日)

を年6回のペースで回り、1986年に開始して以来、1991年末までに33回の公演を提供しています。

開催する町・村は人口5,000人～1万人の過疎地が多く、専用ホール等はあまりないことから、演奏会場は学校の体育館等が主に使用されます。そういった開催地の選定は、全国に9カ所あるモービルの支店からの情報をもとに、直接担当者が町・村長へ開催の意向を聞いてまわります。前述の「見返りを求めない」というポリシーから、モービルのガソリンスタンドの有無等は一切考慮しないことにしています。会場内や舞台には企業名やロゴマーク等は一切出さず、また、開演前に会社側から挨拶をするなどということもなく、純粋に良い音楽をひとりでも多くの人に聴いてもらおうというところにも、この理念が貫かれています。

出演者や開催地との交渉、準備も担当者が直接行っています。そうすることにより、出

演者や町・村民と一体感が生まれ、心が通じあい、結果的にはほのぼのとしたあたたかいコンサートが生まれています。また、公演には会社の役員が必ず参加し、自社の文化活動の実態を自分の目で確かめ実感することになっています。

公演に係る一切の費用はモービル石油が負担しますが、聴衆の動員や会場整理などは、町・村役場や教育委員会など、地元自治体が積極的に引き受けてくれます。これもモービルの「見返りを求めない」理念に共感してのことだと思っています。

生の演奏を初めて聴いた人たちは、五十嵐喜芳、斉田正子、荘村清志、林康子、ポニー・ジャックス、デューク・エイセスといった一流の音楽家の熱演に感動し、いつまでも惜しめない拍手を送り続けます。モービル・ライブ・サウンズをきっかけに、これからも自分たちの手でコンサートを開催しようと、空缶を集め資金集めに立ち上がった町の青年団の

報告、「村史に残るできごと」と感謝状を送ってくれる村長、自分の町でも開催して欲しいとの連絡など、たくさんの反響がよせられています。

2) モービル児童文化賞

モービル石油創業70周年記念として、1963年、モービルのシンボルマークのペガサス(赤馬)にちなんで、ペガサスを題材とした童話を募集しました。当時、この分野は全く低調であり、マスコミも企業も目を向けるころはなかったにもかかわらず、大変な反響で、3,600編を超える応募がありました。川端康成、坪田譲治、壺井栄をはじめとする審査委員が選考を行い、優秀作を『赤馬物語』という本にまとめ全国の小学校等に寄贈しました。

このような活動を1回限りで終わらせたくないとのことから、1966年に「モービル児童文化賞」が創設されました。以来今日まで、童話作家はもとより、人形劇団、コーラスグループ、写真家などさまざまな分野で子供たちのために献身的な努力を続けている方、または団体に賞を贈り続けています。最近でこそ児童文化に対する世間の関心は高まっていますが、モービル石油はこの分野でのパイオニアであったことに特に誇りを感じています。

モービル児童文化賞創設以来ユニークな受賞者を選び続けた選考委員の藤田圭雄、飯沢匡、筒井敬介の各氏に代わって、1992年度から阪田寛夫、羽仁進、植木治、三木卓の4氏が選考委員になりました。1992年度第27回目の受賞者は、NHK テレビ番組の「中学生日記」に決まりました。この番組は放送30年を

超える長寿番組で、時流に目を奪われず、生きた子供の課題に挑み続け、「校内暴力」や「校則問題」など、中学生だけでなく社会問題として、視聴者と一緒に考えようとしています。受賞者には、トロフィーと副賞200万円が贈られます。

3) モービル音楽賞

モービル音楽賞は1971年に創設され、今年22回目を迎えます。邦楽部門と洋楽部門の二つの部門にわかれ、日本の音楽文化の発展・向上に貢献のあった方、または団体に贈られます。特に邦楽の分野への顕彰活動は少ないこともあって、自国の文化を守り、その良さを普及するために努力されている関係者の間では、「モービル音楽賞(邦楽部門)」は「一度受けてみたい賞」といわれるまでになりました。1989年からは優れた若い演奏家をたたえ励ますため洋楽部門に奨励賞も設けました。

選考委員には邦楽部門で、吉川英史、岸辺成雄、矢野輝雄の三氏、洋楽部門で、三善清達、小石忠男、富永壮彦の三氏で構成されています。モービル音楽賞の受賞者には、トロフィーと副賞200万円が贈られます。なお、奨励賞の受賞者には、トロフィーと副賞100万円が贈られます。

4) コロンビア・モービル・フェローシップ

今日の国際社会はますます相互依存の度合いを深めており、日本のジャーナリズムにとって国際ニュースの報道は一段と重要性を増しています。そこで、日本人ジャーナリストが、国際報道に精通し、さらに理解を深めることを目的に、コロンビア大学(ニューヨーク)の全面的協力を得て、1981年に「コロン

ピア・モービル・フェローシップ」が創設されました。選考委員会によって選ばれた1人のジャーナリストが1年間、同大学大学院(スクール・オブ・ジャーナリズム)で研究活動を行います。モービル石油は、フェローのための授業料及びその他の諸経費、滞在費、旅費を負担しています。しかし、フェローはモービル石油に対し何ら負うべき義務はありません。これまでに、このプログラムによって留学、研究活動を行ってきた11人のフェローの

方々は、新聞社、テレビ局、雑誌社など様々な分野の方ですが、コロンビア大学で勉強してきたことが色々な形で仕事に反映できたと、感謝の言葉がよせられています。

上記の他、日本ハンディキャップ・テニス大会、日本身体障害者水泳選手権大会などの身体障害者スポーツの援助、日米の現代音楽を紹介するインターリンク・フェスティバルの協賛、国立劇場「歌舞伎鑑賞教室」のサポートなど、さまざまな活動を行っています。

第5章

活字と電波にあらわれた
メセナ

メセナ論文の収録について

本書には1991年中に発表されたメセナ関連の新聞社説や雑誌論文の中から、メセナ活動におけるいくつかのキーワードを論じた社説と論文・評論を転載させていただいた。それらのキーワードとは「地方にメセナを」、「アートマネジメント」、「メセナ税制」、「芸術文化施設、いわゆる箱もの」の4項である。

1990年に続き、1991年も10紙以上の新聞が社説でメセナを取り上げた。その中でもメセナ活動の流れを包括的に論ずるとともに、「地方にこそメセナを」とメセナ活動の大都市集中地方軽視の風潮をいましめる論陣を張った北海タイムス社の6月24日付社説を収録した。

メセナ論議が活発になるにつれ、アートマネジメントについての関心も高まり、1991年4月にはアートマネジメント講座が慶応義塾大学に開設されるに至った。しかし、このアートマネジメントという語も一般の人に正確に理解されているとはいえず、的確な説明が待ち望まれていた。まさにこの要望に応え、アートマネジメントについての明快な定義、米国における実例を挙げつつの説明、そしてわが国におけるアートマネジメントの必要性等を述べた林容子氏の「アート・マネジメントについて」を転載した。

メセナ活動拡大のためには税制改正が不可欠ということはかねて指摘されているところであるが、1991年5月には政府税制調査会長の見解として寄付の損金算入を拡大するメセナ減税の検討が示唆された。本章に収録した山岡義典氏の論文「フィランソロピー税制を考える」はメセナ減税に限定してはいないが、メセナも含めたフィランソロピー税制を歴史的経緯から説き起こし、課題として“個人の公益寄付金控除制度の確立”、“損金算入限度額算定法の再検討”、“特定公益増進法人のあり方”の3点について論じている。

箱ものと俗称される芸術文化施設の建設については、自治体の建設するものはほとんどが多目的ホールを目指すため、芸術文化のための施設としては中途半端に墮していることは以前から指摘されていた。丹羽正明氏の「東京文化会館30周年と日本の音楽ホールの今後を考える」は、最近造られる音楽ホールがかなり水準の高いものとなってきたことを評価すると同時に、施設を造る側が未だに確固たるポリシーを有していないこと及びその運用に当たる人材が確保されていないことを憂うべき点として指摘している。

1 論説・論文

地方こそ「メセナ」を渴望

北海タイムス社説 6月24日

ここ数年、企業人の口からよく聞かれる言葉が『メセナ』であり『フィランソロピー』である。

『メセナ』とはフランス語で『文化の擁護・保護』の意味だが、現在はさまざまな企業の文化支援活動に使われる。『フィランソロピー』も『博愛・慈善』の意から、広く企業の社会貢献活動を指すようになった。

企業の関心がこうした活動に向けられるようになってきた要因は、日本経済の発展により、余裕資金が出てきた一方で、それらが無差別ともいえる投資、投機に投入され、国内外からの批判が高まっていることが大きい。

ほこ先をかわすための“道具”ともいえそうだが、ともあれ営利追求型の企業の目が、蓄積した富を社会還元や社会貢献に充てる方向に向いてきたのも事実であり、昨年2月に発足した社団法人『企業メセナ協議会』には140社以上の企業が入会している。

同協議会が上場会社など2440社を対象に行った意識調査によると、回答のあった351社のうち4割強が『現在、芸術・文化などへの支援活動を行っている』と回答している。形態はいろいろあろうが、メセナ活動が徐々に浸透してきている様子がうかがえる。

まだ揺らん期にあるといえるわが国のメセナ活動だが、それを象徴するように企業側と

受け手側にある種のあつれきが生じるようになったことは見逃せない。

コンサートをはじめシンポジウム、講演会などで企業臭が押し出された結果、『文化が企業に利用される』『企業の要望に束縛される』として反発が生じるようになったためである。もちろん企業側にも言い分はある。『金の使途を見極めてこそ、最後まで社会的責任を果たすことになる』とする。

こうした主張のかみ合わなさは、双方の価値観が歩み寄っていないためであろう。芸術・文化に対する支援は無名・無償であることが望ましい。自由な活動、表現への干渉を避けるためである。しかし、企業が文化を宣伝の一環として利用しようとするのは、企業の倫理から照らして誤りではないし、メセナが利益を生み出したとしても、ただそれだけで社会的責任を問われることにはなるまい。

非難されるのは、企業の倫理を押し通そうとして文化性を損ねた場合であり、受け手側はそれを恐れるのだ。求められるのは、海外進出した企業がその国のルールを尊重せずに、日本流で押し通そうとして批判を浴びた轍（てつ）を踏まないようにすることだ。文化には文化の方法があり、それを認めてこそメセナ活動だからである。

企業メセナ協議会の意識調査では、メセナ

活動を行っているのは資本金1000万円以上の企業が圧倒的であり、100万円未満は半数に過ぎない。いまのところ活動ができるのは、資金に余裕のある全国規模の大企業であり、地方の企業ではなかなか取り組めないのが実情である。

この半面、『文化会館』『文化ホール』といった名称の“器”で象徴されるように、社会資本がある程度まで整備された中核都市や近郊町村では、個人の生活を豊かにする手立てと

して“文化”への欲求が特に強いように思われる。そこで率先して行動を起こすのは概して自治体であり、民間有志である。『企業がもう少し芸術・文化に理解を示してくれたなら』という不満はよく耳にするところだ。

メセナ活動が一過性にならず、欧州のように根づいたなら、地方に対するアプローチが早晚課題になろう。持てる大都会より持たざる地方こそメセナ活動の実効を渴望しているからである。

アート・マネージメントについて

林 容子

『芸団協』227号 12月10日

■アート・マネージメントとは

最近「ところで、アート・マネージメントって何ですか」と尋ねられる方が多い。日本語に訳すと芸術経営とでも言うのだろうか。正確には美術から舞台芸術まで芸術全般の運営管理を指す。つまり、芸術をこの世に送り出すシステムである。芸術の源は、まぎれもなく芸術家の才能でありビジョンである。マネージメントの役割りは、アーティストがよい作品を創り、世に出す為の物的、人的環境を整えることである。舞台芸術の創造には、芸術家の才能と、それを具現化する為の資本と、作品を享受する観客の三つの要素が必要で、この三つをつなげるのがアート・マネージメントであり、この作業に関わる人々がアート・アドミニストレーター(芸術管理者)である。

マネージメントの基本は、芸術家の創作活動をスムーズにすることにある。だから当然芸術家及び芸術団体を取り囲む環境によってマネージメントの仕方は異なってくる。芸術家のタイプ、創作資金の作り方及びその出所そして観客によって変わってくる。国家主導型で国からの舞台芸術団体への補助金が90%以上を占めるフランスと5%にも満たないアメリカとでは当然団体の経営の仕方も異なっている。同様に、芸術団体への免税が認められていて、民間寄付の伝統のあるアメリカとそうでない日本とでは芸術の運営の環境が全く違う。だから、どんな芸術団体にも当ては

まってしまうオールマイティーなアートマネージメントなどというものは存在しないのである。それでも、チケット収入が全収入に占める割合が平均で70%ときわめて高いアメリカの舞台芸術団体の最新のマネージメントについて特筆すべきことがある。それは、団体内の職務分担のシステム。団体そのものを売り込むテクニック、そして観客育成の為の教育、啓蒙活動の3点である。

■職務の分担

ブロードウェイを除くアメリカの舞台芸術家団体のほとんどは非営利団体であり、法上の最高責任者は市民の代表ボランティアより成り立つ理事会になっている。が、現場においてはアーティストック部門を取りしきる芸術監督と、団体の運営を担当するエグゼクティブ・ディレクターという2人の監督が存在する。前者の下には、役者、ダンサー、舞台スタッフ等がいて、後者の下には団体の運営の様々な分野—広報、マーケティング、経理、財務等に携わるアート・アドミニストレーターがいる。片や芸術家、片や芸術の裏方であるが両者の立場は対等である。芸術監督は、エグゼクティブ・ディレクターの存在ゆえに自らが創作に専念できることを認識しているし、もう一方は、作品が上演されるのを自らの喜びとし、作品の創造から公演に至る過程に自らが寄与したことを誇りに思っている仕事をしているのである。エグゼクティブ・ディレクター(言ってみれば事務局長)

は、又、芸術家と社会を結ぶコミュニケーターでもあるから、お互いに役割りを尊重することによって初めて団体はその目的を達成できるのである。

■団体を売り込む営業のテクニック

舞台芸術家団体の中に、自らを対外的に売り込むことを要求されるセクションが二つある。一つはディベロップメントという寄付、補助金等を集める部署で、もう一つはマーケティングという広報宣伝とチケット販売を含めた顧客管理の部署である。いずれの場合も人々に団体の活動を理解して共感してもらうことが必須である。資金集めといっても、赤字補てんの為に助成申請書を送るのではなく、自分達のすばらしい活動に参加しませんか、というのが基本の態度である。赤字補てんの為に、例えば、チケットの値段を押しさえ、いい作品をより多くの人に観てもらおう為に寄付をお願いするといった形である。

もう1つは、アメリカでも最近の現象であるマーケティングである。以前なら、劇団やオーケストラのPRは広報係の担当でプレスリリースの作成と、俗にクッキー・カッタープロシユアと呼ばれるクッキーの型で抜いたかのように変わりばえのしないチラシやパンフレットの作成(美しい舞台のカラー写真と、ばく然としたプログラムの内容が載っているもの)に限られていたのだが、現在はどんなにいい商品でもそれが人に知られなければ売れない時代である。芸術も例外ではなく、アメリカの団体はまず注目してもらう為に、マーケティングのテクニックを持ち込んだのである。

一般にマーケティングには、市場中心型と

商品中心型の2種があるが、アートマーケティングは必ず後者になる。観客動員の為に作品の内容を変えるのでは本末転倒になってしまう。だから、マーケティングの担当者は、まず商品である団体とその作品を理解・分析し、その上で作品の市場と観客を客観的に調査分析して、どのグループの人々にどのようなアピールすれば公演を見にきてくれるのかを考えられる人でなければならない。それを基に公演の時期、場所、チケットの値段、プレスリリースの内容、ポスターやチラシのデザイン及び内容に至るまでの綿密なプランを立てるのである。そして、このマーケティング戦略は一時的な観客動員でなく、長期的な団体への理解と支援につながらなくてはならない。それゆえ、団体の市場における位置の確立と、打ち出すイメージの確立が重要になってくる。公演の内容を決める最終責任者は芸術監督であるが、作品の組み合わせ方とか、シーズンチケットのプログラムの作り方等を決めるのはマーケティング部長の責任である。

アメリカの芸術団体の全てにマーケティングのセクションがあるわけではない。しかし、厳しい経済状況のおり、公的助成金や企業よりの寄付が減少する中で、自らを売り込んでチケット収入を伸ばすマーケティングは、なくてはならない存在になりつつある。また、従来の寄付集めと観客動員の機能を一括して相乗効果をねらう団体も多くなっている。

■教育・啓蒙活動

欧米の芸術団体はいずれも観客の教育、啓蒙を活動の中心の一つとしてとらえている。

この活動を担当しているのは、教育専門のセクションであり、あらゆる層の観客の為に団体の提供する芸術をより身近なものとして理解してもらう為の様々なプログラムを企画運営している。その中でも彼らが特に力を入れているのは子供の為のスクールプログラムである。これには以下の背景がある。

小さい時に芸術に親しむ機会のあった者は大人になった時にその芸術の顧客になることが多いという事実、教育的役割りを果たすことで団体の社会における存在価値を高められる、そして、出来るだけ幅の広い層の観客を動員する努力の一環であること。団体所属のアーティストが直接学校に行って教室でワークショップをしたり、実演したりする。アメリカの団体はこうして将来の観客、ひいては支援者を育成しているのである。

このような芸術団体運営のプロフェッショナル化は、益々複雑になっていく社会の中で生き残っていく為には避けられない課題である。その為に、芸術経営のプロを養成するプログラムがあり、そこで履修した者が仕事に

従事している。

■日本の文化振興のかなめ

最後に私が強調したいのは、日本のアート・アドミニストレーター達にも時代に即応したプロフェッショナルマネジメントの為の知識や技能が求められているということである。そして彼らにそういった知識、技能のトレーニングの機会を与えるということだ。そしてはじめて団体の基盤がしっかりして、芸術家も安心して創作に打ちこめる。アート・アドミニストレーターの育成は、これからの日本の文化振興のかなめではないだろうか。アメリカのアート・マネージメントは学者から生まれたものでなく、1960年代に舞台芸術の建て直しをはかったフォード財団に呼ばれた現場に携わるものが、相互に意見を交換して実験をくり返すことによって生まれ育ってきた。日本のアート・マネージメントを確立するのはまぎれもない現場の人々であると思う。

(はやし ようこ コロンビア大学芸術運営
管理修士・アートウッズ代表)

フィランソロピー税制を考える

山岡 義典

『文化庁月報』 91年4月号

■アメリカからやってきたフィランソロピー

自分のことだけでなく何か人のために役立ちたいという気持ちは、歴史や文化の違いを越えて人類に共通する心情であろう。しかしそれがどのように社会的な現象として現れてくるかは、それぞれの社会の成り立ちや文化の性格によって大きく異なってくる。

このような心情を最大限に発揮できるように仕組みられたのが、アメリカの社会である。

「何かやらねば」と思えばすぐに何人かが集まってグループを作り、自主的な活動に向けて行動する。そのグループは比較的簡単に非営利法人として認知され、その団体への寄付は一定の範囲で課税所得から控除される。こうして多くの者が共感して寄付に応じる。個人の寄付が多いのもアメリカ社会の大きな特徴である。そして法人としての企業も、このような個人（＝市民）と同じように行動すべきだという考えが、近年次第に普及し定着してきた。Good Corporate Citizenship すなわち「良き企業市民」の考えである。

アメリカの芸術・文化活動が個人や企業の大額寄付によって支えられている背景には、こうした社会の特徴がある。

これに対して、日本は人の善意をすなおに組織化するのが何と難しい社会か。日本では非営利の活動は原則としてすべて政府（地方公共団体を含む）が責任をもって実施する。国民は営利事業に専念し、その得た利益から税金を払ってすべてを委託する。もし不満が

あれば、政府に対して要求運動をするか反対運動をすればよいのだ。特に戦後は、民間による善意の寄付や非営利の活動は疎んじられてきたように思う。それは篤志とか慈善とか報恩といった言葉が、戦後一貫してマイナスイメージでしか語られてこなかったことによっても分かる。その上、非営利の目的をもつ団体が法人となるのは、なかなか大変だ。それが免税団体になるのはさらに難しい。民間の非営利活動といったものが育つ基盤を、日本人は意識の上でも制度としても、ほとんどもちあわせてこなかった。

このような社会では、営利に直接繋がらない民間の芸術活動や文化活動といったものは育ちにくい。公的な支援がなければ、営利事業としてやっていくしか方法はない。

このような全く性質を異にした二つの社会が、1970年代末から真正面からぶつかり合うことになった。日本の企業がアメリカに生産拠点を移しはじめたからである。こうしてまずアメリカに進出した企業に「良き企業市民」たることが求められたわけだが、やがてそれは日本の本社にも持ち帰られ、ここ数年は国内の企業でも「企業市民」の大合唱が始まっている。

企業市民に求められているのは企業フィランソロピーである。フィランソロピーという言葉は「人間への愛」という意味のギリシャ語に由来する。イギリスのチャリティとほぼ同じ意味をもつが、直接的な救済や福祉活動

よりも根源的な問題解決を目指した教育や研究などへの援助、より豊かな文化や生活を目指した活動への援助を重視する点に特徴がある。フィランソロピーに類似の言葉としては最近フランス語のメセナがよく用いられるようになったが、これは芸術へのパトロネージを意味しており、その対象分野はフィランソロピーより限定される。支援のイメージもいくらか異なるようだが、「企業」メセナとなると、これはフランス経由のアメリカの概念といった方がよい。フランスでは芸術援助はこれまで基本的には政府の責任であり、企業の支援は新しい出来事だからである。

フィランソロピーにしる、チャリティにしる、メセナにしる、もともとは個人の心情に発する行為である。それが近年になって、同じような心情や行為が企業という法人にも求められ始めたのである。ところが日本では、個人のその基盤のないところに、企業のそれだけが突然導入された。この点が、それらが日本の社会に根付いていない理由でもある。企業とともに個人のフィランソロピーなりメセナを育てていくこと、これが今最も必要になってきている。

■フィランソロピー税制の課題

このような現状認識に立って、ここでは個人や企業のフィランソロピー活動と税制について考えたい。芸術や文化を含む民間非営利の分野が活発になるには、それを支える個人や企業の寄付が活発にならねばならない。そのような寄付に関する税制を、ここではフィランソロピー税制と呼ぶことにし、その課題について考える。

ただしあえて私はここでは、芸術とか文化

とかに対象を限定しては考えない。そのように分野毎に限定して対策を考えることよりも、個々の分野やテーマを越えた民間非営利活動全体を対象に、その振興や促進を考えることが重要と思うからである。

(なお以下に記すことは、公益法人・公益信託・税制研究会(座長：石村耕治氏。(財)公益法人協会内に設置)で論議した内容のうち、特に私が関係した部分を私個人の意見として記すものである。研究会の成果については、『フィランソロピー税制の基本的課題』[公益法人協会、1990年]を参照)

①個人の公益寄付金控除制度の確立

企業フィランソロピーが健全に育つためにも、まず個人のフィランソロピーが健全に育つことが大切である。その促進のためには色々な方策があると思うが、税の面で言えば、公益的な寄付を行った場合には、一定の額を課税所得から控除する仕組みが必要だろう。

企業の場合には次に見るような損金算入限度額があって、一定の額までの寄付は損金として処理できるが、同じような制度が個人にはない。所得の数%、あるいは金額にして数十万円でよい。1万円、2万円の小さな寄付の積み重ねが控除の対象となること、そして多くの人達が公益活動に関心をもつようになることが重要である。控除の方法は、申告によらなくても年末調整でできるようにすることが簡便で望ましい。

②損金算入限度額算定法の再検討

企業の場合には、寄付金は一定の額(年間所得の2.5%と資本金の0.25%の和の2分の1)まで損金として処分できる。すなわち経費扱いとして課税対象から除かれる。これを

損金算入限度額と言い、良い制度であるが、次の点で問題がある。

第1は、この限度額は公益的な寄付に限らず、政治献金など雑多な寄付も含んでいること。そのため内容全体の公開が難しく、公益寄付の実態が把握できないため、この分野のまともな議論がしにくくなっている。

第2には、その限度額が所得割合と資本金割合を併せて算定されること。算定式自体が複雑な上、資本金に対する利益の割合が非常に大きくなっている現状では、この算定式そのものの合理性に説得力がなく、また相互会社などのように資本金がないため所得割だけで算定される企業に比べて不公平になる。

第3は、この限度額が、公益的な寄付に積極的な企業にとっては小さいこと。そのため熱心な企業にとっては寄付活動が制約されている、あるいは今後の増大が抑制される可能性がある。

以上の点を考慮して次のような方式に改めることが望ましいと思う。すなわち、損金算入限度額を公益損金と一般損金に分け、それぞれの限度額を年間所得に対する比率だけで決めるようにすること、である。その比率としては、(現状の実態が把握できないので明確には言えないが)例えば公益損金では年間所得の1.5%、一般損金では1.0%などが妥当ではないか。所得が一定以下の場合にはこの数値を0.5%ずつ上げるといった工夫も必要かもしれない。

③特定公益増進法人のあり方

公益法人が特定公益増進法人(以前は試験研究法人等と呼ばれていた)に認定されると、その法人に寄付した場合、寄付者は一定の免

税の特典を得ることができる。寄付者が企業なら一般の損金算入限度額の倍までを損金として処理することができるようになるし、寄付者が個人なら年間所得の25%から1万円を引いた額を課税所得から控除することができる。すなわち、企業でも個人でも、寄付によって税金を減らすことができる。

それゆえ、ある種の目的をもった公益法人の設立を促進しようとする場合には、まずその種の事業目的を特定公益増進法人の項目に盛り込むことが意図される。具体的には、法人税法施行令77条と所得税法施行令217条の第1項第3号に定める「……を主たる目的とする法人」に新たな項目を追加することである。こうして1961年以来現在まで「科学技術に関する試験研究」から「水難に係わる人命の救済」に至る22の項目が定められてきた。それぞれの項目は、それぞれの業務を所掌する官庁が大蔵省から闘いとってきたもの、と言ってよいかもしれない。

そこで「文化税制のあり方」などを議論すると、まず登場するのが、「芸術文化団体も特定公益増進法人の対象になるように施行令の改正を」ということになる。それはそれで一見現実的な意見であるが、私はあまり賛成しない。今のような形で個別に免税目的を追加していくやり方それ自身が、民間非営利活動を行政の縦割りに従属させることになり、日本の社会に先駆的で生き生きした民間の活動を育てることにはならないと思うからである。

これについては、ここで十分議論する余裕はないが、現在の特定公益増進法人制度については、本来の民間にふさわしい創造的な活

動を促進するという観点から、根本的に検討しなおすことが必要な気がする。少なくとも各省庁を越える組織で民間公益とは何かの理念を確立し、それにのっとった運営が必要ないように思う。

■非営利法人制度の必要性

以上、私の関心領域ということで公益寄付税制に関する三つの課題に限って述べてきた。しかしここまできて、ふと考えこんでしまった。三つの課題はおおむね従来の公益法人を対象として検討したものである。それぞれの課題を解決したとしても、公益法人でない団体には税制上は何のメリットもない。

ところが多くのクリエイティブな文化芸術団体は、現実には任意団体か会社組織である。公益法人になりたくても、まず条件が厳しくてなれないのだ。確かにまれに芸術団体や業界組織で公益法人の資格をもつものはある。また芸術文化を援助する公益法人もいくつかはある。そのような団体にとってはフィランソロピー税制の改善の意義は大きい。しかし直接に創造活動をする団体、新しい何かを創り出すような団体にとって有効でなければ意味がない。

そこで課題になるのが、従来の財団法人や社団法人よりは簡単に設立できる非営利法人制度の確立である。非営利性について明確に保障できれば、公益性についての条件は従来の公益法人よりゆるやかでよい。設立も主務官庁制ではなく、都道府県の認可で可能とするのがよいだろう。制度としては、あらゆる分野の非営利団体を対象とするのが望ましいが、もしそれが無理な場合には、例えば芸術文化団体についてだけの法人制度をまず作ってみるということも意味があるかもしれない。あるいはどこか一つの都道府県で試行的に制度を作って運用してみるのもよい。

ともかく、このような制度ができないかぎり、創造力のあるフィランソロピーは日本の社会に定着しないのではないかとすら思う。税制以前の、あるいは税制とともに考えるべき基本的な課題であろう。

(やまおか よしのり 財団法人トヨタ財団
プログラム・ディレクター)

(注)本稿は、その後改訂・加筆され、「芸術文化の支援とフィランソロピー税制」として、佐々木晃彦編『企業と文化の対話』(91.9 東海大学出版会)に収録されている。

東京文化会館30周年と 日本の音楽ホールの今後を考える

丹羽 正明

『音楽芸術』 91年7月号

■はじめに

東京文化会館が今年で建設30周年を迎え、4月から5月にかけてさまざまな記念行事が行われていた。これを機会に日本の音楽ホールの問題について考えてみたい。

東京・上野に、クラシック音楽の殿堂と位置付けられた、東京文化会館が出来てから、東京そして日本の音楽界の、少なくとも演奏に関わる環境は、飛躍的に向上したと言っても過言ではないだろうと思われる。ここが出来前、東京におけるクラシック音楽の演奏会場としては、元来が演説会場であった日比谷公会堂が、いわば檯舞台の役割を一人で背負って立っていた観があって、国内各オーケストラの定期演奏会はみんな日比谷で行われ、戦後間もなくわが国を訪れるようになった外国の演奏家・演奏団体も、まずは日比谷で日本の聴衆に相見えたのであった。ハイフェッツもラザール・レヴィもコルトーも、ウィーン・フィルもシンフォニー・オブ・ジ・エアー（元NBC交響楽団）も、みんな日比谷公会堂で聴いたものだった。それが、1961年に東京文化会館が出来上がってからは、主な催しは先ずもって、上野の文化会館で行われるようになった。コンサートはおろか、オペラの公演に至るまで、音楽会は日比谷から上野へと瞬く内に移ってしまったのだった。今でも私はよく覚えているが、新装成った東京文化会館の大ホールに初めて座っ

て、オーケストラの演奏を聞いたとき、それまでの日比谷と違って、高い天井から音が降り注ぎ、あたり一面が音楽の響きに満たされて、体中で音楽を受け止めることが出来る喜びを噛み締めたものだった。

■多目的ホール

それ以前の日本では、音楽を聞くための場所と言えば、音楽専用のホールは無く、いわゆる〈多目的ホール〉が全盛を窮めていた。それには理由があった。例えばどこかの町で公共のホールを先ず一つ建てようという計画が持ち上がったとすると、自治体の首長のポストにある人は、選挙の票が絡んでくるから、各方面からの要望に万遍無く答えなければならぬ立場になる。そうすると必然的に、一つで何でも出来る多目的ホールが生まれてしまう。これは或る意味では仕方のないことで、その時代としては、むしろ賢明な選択であったと言うべきだろう。『まず最初に一つだけ建てるのならば、みんな恨みっこなしに多目的ホール』というわけである。

そうした事情を物語るように、第二次大戦後、日本各地に作られた公共施設は、「文化会館」「市民会館」「県民ホール」「文化ホール」といった名称になっていて、その実態は、殆ど全てが多目的ホールだった。その中で、例外的に正式名称に「音楽」の二字が明記してあるのは、神奈川県横浜市の「神奈川県立音楽堂」と群馬県高崎市の「群馬音楽センター」

ぐらいのものだろう。前者は、現行の消防法が生まれる前に作られた関係で、内装に木材が沢山使われている関係もあって、当時としては音響条件の良いことで知られ、未だに現役のホールとして音楽関係者に愛用されている。また、後者は、わが国の地方交響楽団のトップを切って設立された群馬交響楽団（当時は、群馬フィルハーモニー）の根拠地として作られたものと聞いている。共に日本の音楽界において先見の明を誇るに足る音楽専用ホールであった。

■音楽専用ホール

だが、今やその時代が過ぎて、二つ目、三つ目の公共施設を作れるご時世になった。時あたかも「文化の時代」が標榜される頃合に至り、文化が票になるとの判断が為政者の側に生まれて来たことも幸いして、音楽を単一の目的にした〈音楽専用ホール〉に目が向くようになってきたのである。それにまた、最近の傾向として、ホールの建設主体が、自治体などのいわゆる〈官製〉ホールだけではなく、民間の私企業、或いは場合によると小規模のホールでは、一個人によるものが現れてきたことが、以前には考えられなかった点として注目される。大阪の「ザ・シンフォニーホール」がその先鞭をつけ、次いで東京の「サントリーホール」が生まれた。東京・赤坂の「サントリーホール」などは、ここへ行くことが一つのファッションとなった観があって、ホールを取り巻く社会の環境が大きく変化してきたことを知らされたのである。また「サントリーホール」は、施主が名だたるお酒の会社なので、ホール内で、軽食、喫茶のサービスはもとより、それまではどこでも

禁止されていたビールやワインなど酒類が売られるようになって、音楽生活の幅がぐんと広がった。面白いことに、こうした趨勢が公共ホールにも波及して、近頃ではビールぐらいはホール内で飲めるように『規制』が緩められるようになってきた。ようやく欧米並になったというところだろうか。[かつて日本にも大正時代、東京の麻布・狸穴に、南葵音楽文庫という民間の音楽専用ホールおよび音楽図書館があった。これは徳川頼貞侯爵という旧華族が個人的趣味でやっていたようなものだが、関東大震災で建物が崩壊したあと、そこにあったパイプ・オルガンが上野の東京音楽学校（現・東京芸大）奏楽堂に移設され、今も上野公園内で演奏可能な状態である。]

■音楽専用施設のモデル・ケース

ところで、東京文化会館は、名称こそ文化会館という無性格な名前だが、その実態はクラシック音楽の殿堂と言うべき内容を備えている。東京都の条例だったかと思うが、会館の性格を規定する文書にもその事は明記されている筈だ。大小二つあるホールの内、2300席余の大ホールは、コンサート・ホールとして使われることも多いが、その形態から言えば、むしろ設計者のアイディアの根底にはオペラ・ハウスのイメージが強くあったと思える。ステージの脇および裏を広く取ってあること、舞台の上部空間に、背景幕などを吊るための多数のパイプを渡すスペースがあること、そして何よりも客席が五階にも積み上げられていることは、明らかにオペラ・ハウスの伝統に沿い、その機能を備えた構造である。コンサート・ホールは、長方形の箱型に作られるのが常識だからである。現にここでは、

いわゆる〈色物〉と称されるオペラやバレエなど、ステージワークを伴う種目を優先して扱う傾向が強く、最近都内にサントリーホールとか池袋の東京芸術劇場大ホールなどのように専らコンサートを対象にしているホールが増えていることもあって、ますます上野の文化会館のオペラ・ハウスの性格が鮮明になりつつあるようだ。

それに、この東京文化会館の施設の特色として、見落としてはならないのは、ここが単なる演奏会場というだけではなく、音楽に関わる文化の総合施設としての機能を果たせるように作られていることだ。四階には音楽資料室があって、音楽書、楽譜、レコード、映像資料などが豊富に揃えてある。視聴覚の機器を備えた部屋もあって、ミニ・コンサートぐらいは開ける。また、大中小各種の会議室があり、国際会議にも対応できるように同時通訳の設備が備えてある。確かこの東京文化会館の設立目的の一つには、国際交流ということが掲げられてあったように思う。今から30年前の1961年（昭和36年）、東京開都500年を記念してこの会館が建てられたとき、ここを会場にして「東京世界音楽祭」が開催され、東西音楽交流会議のシンポジウムが小ホールで開かれた。これはナボコフ氏を中心とする文化自由会議など反共団体が絡んでいるとかという批判が出たりして、必ずしも全面的に幸せな推移を辿るものではなかったが、音楽に関する国際会議が東京でも開かれたことは、ひとえにそれが可能な施設を持ったことによるものと感慨深く思ったことであつた。東京文化会館は30年前に出現した音楽文化施設の一つのモデルとしての意味があつた。

■残響 2 秒

ところで、昨今のホール建設ラッシュである。大阪の「ザ・シンフォニーホール」が作られたとき、その音響条件の良さを誇るキャッチ・フレーズが生まれた。曰く『残響 2 秒』である。音楽専用のホールとして良い音響条件を確保するためには、豊かな残響を備えていることが必須の条件であるが、それ以前のホールは殆どが多目的ホールとして建てられた関係で、内部の音響条件は、比較的残響が短めに設定されていた。講演会などのときに言葉が明瞭に聞こえるためには、余り長い残響は不利だからであつた。そこで、わが国で初めて音楽専用の大ホールを目指して作られることになった「ザ・シンフォニーホール」の建設に当たって、わが国の先例には余り無かった長めの残響値が設定されることとなり、それが2秒（満席時）だった。ところが、これも往々にしてわが国では起きることだが、そうしたキャッチフレーズがその後独り歩きをし始めてしまった。『残響 2 秒』が音楽ホールの絶対条件みたいに思われて、ホールの大きさや、そこで主として演奏される音楽の種目が声楽なのか器楽なのか、室内楽なのか大オーケストラなのかは一切お構い無く、只ひたすら残響 2 秒に作ることを、ホールを作ろうとする施主側が、設計者に強要するようにすらなつて、妙にワンワン響くホールがあちこちに作られるようになった。響きのトータルな質が無視されて、ただ、中音域の残響値が満席時で2秒あれば良いというような話になってしまったのである。こうした行き過ぎは是正されなければならない。やはり量よりも質を考えることが大切である。

■オルガン

最近のわが国における、オルガンに向けられる関心の度合いは、異常と言えるほどに高い。音楽ホールを作ろうとする場合、そこにオルガンを設置するのは、日本全国もはや〈常識〉になった観がある。私は個人的にはオルガンが好きで、「日本オルガン研究会」の会員の末席を汚す者の1人でもあって、こうした風潮は大いに歓迎したいところだが、さて本当のところ、音楽ホールにオルガンが絶対に不可欠のものなのかどうか、というよりは、なんのためにオルガンを入れようとするのか、初めに良く考えてから導入に踏み切らないと、入れたは良いがさてどう使おうかと、後で思案投げ首という有様になってしまうのではもったいない。大ホールに入れるパイプオルガンとなれば、2億円や3億円は投入しなければならない、決して安い買物ではないからである。オルガンは、ピアノなどと違って、一台ずつ一品生産するものなので、そのホールの性格に即し、周囲の状況に応じた機種が導入されることが望ましい。同じ地域に、同じドイツ・バロック・タイプのオルガンが二つも三つもあるよりは、フランス・ロマンティック・タイプとかスペインの音楽に特色のある機種とか、さまざまなヴァリエティを備えた楽器が共存する方が、音楽生活を豊かにしてくれるだろう。オルガンは、それほど頻繁に使われるものではないとは言っても、やはりコンサートホールには不可欠の備品であると私と思う。要は飾り物では無く、本当にそれを使いこなすことが大事なのである。

■人材の確保

それには、運用に当たる人材を確保するこ

とが肝要である。実は、最近各地で音楽専用ホールが、雨後の竹の子みたいになどと言ったら叱られそうだが、どんどん建てられているが、建物だけはお金さえあれば建つ。しかし、その中身の充実、つまり立派な運用は、専門的知識を持った人材がその任に当たらなければおぼつかないのは、言うまでもない事だ。しかし、これまでのところ、殊に公共のホールあたりでは、2、3年で役職が移動するお役人の腰掛けポストみたいな扱いを受ける場合が多く、じっくり腰を落ち着けて音楽事業に取り組もうとする意欲も能力にも乏しい人がそのポストに配置されるという、不幸なケースを数多く見てきている。

そこで提案したいのだが、美術館に学芸員というれっきとした専門職が必ず配置されているように、音楽専用ホールにも音楽の学芸員を置くことを義務付けることにしたらどうだろう。実は、これには思わぬ障害がある。それは、美術館の学芸員を養成するシステムは美術系大学で確立されているが、音楽の場合は、音楽大学では、国で決めた学芸員の資格に必要な単位を取得するためのカリキュラムが組まれていないので、今のままでは人材を送り出すことが出来ないのである。従って、音楽の学芸員の資格取得の単位を変えるか、そうした講座を音楽大学に設けるか、どちらかの手を打つことを早急にしないと、これほどのスピードで各地に音楽ホールが建てられているハード面の進歩に、内容の充実を計るソフト面の手当てがますます追いつかなくなつて、そのギャップは広がるばかりになってしまう恐れがあるのだ。

(にわ まさあき 音楽評論家)

2 記事索引

- ◎ここには、1991年中に新聞、雑誌、テレビ等で扱われたメセナを収録した。ただし、厳密な意味でのメセナだけではなく、フィランソロピー、CI、企業文化等メセナとも関連が深いと判断されたものも収録している。
- ◎収録は1月から12月まで各月別に分けてあり、さらにその中で、[新聞社説・雑誌巻頭言]、[論文・評論]、[解説]、[対談・座談会]、[インタビュー]、[コラム]、[報道]、[単行本]、[特集]、[電波]の順に収録してある。
- ◎雑誌の場合は、混乱を避けるため実際には前月に発行されても、1月号は1月の項に記載されている。
- ◎各項目内の配列は、発行日付順とし、同一日付の場合は新聞、雑誌の順、雑誌は週(旬)刊誌、月刊誌の順となっている。さらに雑誌・新聞の中では、紙・誌名の五十音順配列となっている。単行本は、著者名の五十音順である。
- ◎単行本の項には、会議記録、講演要旨、小冊子資料等も含まれている。

91年1月

[新聞社説・雑誌巻頭言]

- 「会社が幅をきかす時代とは」(朝日新聞 91. 1. 4)
「文化の時代といわれるが」(山陽新聞 91. 1. 12)
「企業の文化支援は歓迎だが」(西日本新聞 91. 1. 12)

[論文・評論]

- 「企業と文化」堤清二(産経新聞 91. 1. 1)
「企業の文化活動：支援より自ら実践」新宮康男(日本工業新聞 91. 1. 21)
「情けは人のためならず：企業と文化の新しいかわり」上野征洋(『週刊ダイヤモンド』91. 1. 12)
「世に問う“わが社のメセナ戦略”」上野征洋(『週刊ダイヤモンド』91. 1. 12)
「新時代が迫る企業の新たな社会的責任」梅澤 正(『エネルギーフォーラム』91. 1)
「企業を取り巻く“市民”の論理：その方法と展望」上野征洋(『宣伝会議』91. 1)
「もっと要求される明確な文化経営の視点と行動」澤 茂樹(『宣伝会議』91. 1)
「企業におけるフィランソロピーの実践と役割」アリス・ジメット(『ビジネス・リサーチ』91. 1)
「日本の海外文化活動と企業の貢献について」久野 桂(『ビジネス・リサーチ』91. 1)

[解説]

- 「合い言葉は“メセナ”：成就社会へ企業も変身」(毎日新聞〈大阪〉91. 1. 1)
「企業の新しい役割“社会的貢献”」(日本工業新聞 91. 1. 3)
「“企業文化”節度ある行動を」(日本経済新聞 91. 1. 6)
「小さな大国・日本—地球社会の中で：①企業市民」(産経新聞 91. 1. 8)
「小さな大国・日本—地球社会の中で：②社会貢献」(産経新聞 91. 1. 9)
「“黒字大国”の肖像：④本物の文化はこれから」(毎日新聞 91. 1. 9)
「市民としての企業活動を」(日刊自動車新聞 91. 1. 14)
「文化支援を模索する企業」(朝日新聞 91. 1. 26)
「注目の文化施設を見る」(建設通信新聞 91. 1. 28)

- 「日本人と会社：第2部 社会と折り合っているか」（日本経済新聞 91.1.29）
- 「先発50社調査：ここまで来た文化・芸術支援活動」（『週刊ダイヤモンド』91.1.12）
- 「冠アレルギーのカルテ450社調査」（『日経エンタテインメント』91.1.16）
- 「この先10年で伸びるよい会社」（『週刊ポスト』91.1.18）
- 「企業の社会貢献活動の現状と課題」（『調査月報』91.1.25）
- 「1%クラブ、動きだす」（『経団連月報』91.1）

【対談・座談会】

- 「“企業文化”を語る」関沢 義、高垣 佑、室伏 稔、藤吉敏生（日刊工業新聞 91.1.7）
- 「フィランソロピーと1%クラブ」房野夏明、松本明男（日刊工業新聞 91.1.10）
- 「文化貢献ははじめに志ありき」本間正明、佐治敬三（『週刊ダイヤモンド』91.1.12）
- 「芸術文化助成への新たな展望」青木正久、團伊玖磨、遠山一行（『音楽芸術』91.1）

【インタビュー】

- 「足元固める総点検の年 — 西武百貨店、水野誠一社長」（日本繊維新聞 91.1.1）
- 「地域社会に貢献していきたい — 日産自動車公報部主管兼社会文化室長、島田京子さん」（日刊自動車新聞 91.1.11）
- 「哲学持つて社会的責任果たす — キヤノン社長、山路敬三氏」（日経産業新聞 91.1.14）
- 「文化活動に見返り求めぬ — 資生堂、福原義春社長」（毎日新聞 91.1.14）
- 「まず、“ソフト”優先の運営を — 東急文化村取締役企画運営部部長、田中珍彦氏」（建設通信新聞 91.1.21）
- 「社会に貢献する企業を — 新潟大学教授、梅澤 正さん」（東京新聞 91.1.22）
- 「創造的な画家を支援、文化の輸入超過解消 — 資生堂企業文化部長、井上義文氏」（日経産業新聞 91.1.25）
- 「“明確さ”を提示し、100%受け手に伝達 — 水戸芸術館事務局長、横須賀徹氏」（建設通信新聞 91.1.28）
- 「“芸術化産業”の実現へ全力 — カネボウ・ライフ・インスティテュート所長、遠入 昇氏」（日本工業新聞 91.1.29）
- 「企業メセナ協議会の発足 — 現在進行形のingです — 根本長兵衛 企業メセナ協議会専務理事」（『守破離』91.1）

【コラム】

- 「もっと文化を」（織研新聞「視点」91.1.14）
- 「日産自動車の初代社会文化室長に就任した島田京子さん」（産経新聞「人」91.1.15）
- 「大手百貨店のメセナ」（産経新聞「素描」91.1.17）
- 「文化貢献に東奔西走」（日刊工業新聞「コイル」91.1.21）
- 「住友銅吹所の遺構：経済性を優先か、文化財の保護か」（朝日新聞「水曜ノート」91.1.23）
- 「メセナの行方」（京都新聞「月々抄」91.1.26）
- 「企業収益の1%で仙台フィル支援を」（河北新報「直言・提言」91.1.28）
- 「企業と文化つなぐプロデュース組織」（日本経済新聞「文化往来」91.1.31）

【報道】

- 「社会貢献活動に本腰：トヨタがグループ一丸で」（日刊自動車新聞 91.1.1）
- 「経団連に“社会貢献部”企業の文化活動を支援、4月に創設」（朝日新聞 91.1.3）
- 「社会貢献推進へ、大商が財団設立へ」（日本経済新聞 91.1.4）
- 「新日鉄が都心用地に文化施設を建設計画」（朝日新聞 91.1.7）
- 「文化事業などに低利融資」（日刊工業新聞 91.1.7）
- 「Keio to Offer “Art Management”」（Daily Yomiuri 91.1.8）
- 「銀行に文化流行中」（西日本新聞 91.1.10）
- 「タカシマヤ文化基金」（日本工業新聞 91.1.12）
- 「市民としての企業活動を」（日刊自動車新聞 91.1.14）

- 「企業の“文化経営”提言へ：メセナの組織化探る」(富山新聞 91. 1. 16)
「オペラに熱い視線：地方でブーム、文化振興の目玉に」(日本経済新聞 91. 1. 21)
「無料の文化講座とロビー演奏会」(東京新聞 91. 1. 22)
「企業の社会還元が活発化」(産経新聞 91. 1. 23)
「市民社会と“協奏曲”」(産経新聞 91. 1. 23)
「企業寄付なお努力を、朝日生命リポート対収益比、米の半分」(朝日新聞 91. 1. 24)
「利益の1%、社会のために：文化・スポーツ支援の動き広がる」(中国新聞 91. 1. 25)
「企業は社会活動に目を」(日本経済新聞 91. 1. 25)
「いま音楽・文化に焦点：相次ぐ企業の大型プロジェクト」(流通サービス新聞 91. 1. 29)

【電波】

- 「儲けるばかりが企業じゃない!? 本格化するメセナ活動」(よみうりテレビ「おもしろサンデー」
91. 1. 27)

91年2月

【論文・評論】

- 「企業の社会的貢献度」名東孝二(朝日新聞 91. 2. 2)
「社会貢献会計の創設を」名東孝二(日本経済新聞 91. 2. 2)
「地方から文化を考える、舞台人無視した豪華市民会館」倉本 聡(朝日新聞 91. 2. 28)
「寄付動向からみた企業の社会貢献活動」朝日生命保険総合企画部(『経済月報』91. 2)
「“企業市民”を日本企業の行動様式として定着させるには」遠藤久夫(『JMAジャーナル』91. 2)
「人と企業のアイデンティティは“五感”の時代—企業の文化戦略・文化活動の視点から」上野征洋(『宣伝会議』91. 2)
「“ポスト冠時代”の企業の音楽戦略—企業文化ビジネスと音楽」木村篤子(『宣伝会議』91. 2)
「企業の社会貢献活動の現状と課題」高橋正彦(『郵政研究所調査月報』91. 2)

【解説】

- 「当世沖縄事情6：企業も文化交流に一役」(琉球新報 91. 2. 3)
「企業は“宣伝”の発想をやめよう」(毎日新聞 91. 2. 6)
「脱“文化小国”自治体の文化活動に“活”、運営・設備に多様な試み」(朝日新聞 91. 2. 9)
「広まる企業文化〈上〉：支援は目立たずさりげなく」(読売新聞 91. 2. 13)
「広まる企業文化〈中〉：地元重視多彩な交流活動」(読売新聞 91. 2. 14)
「広まる企業文化〈下〉：海外での貢献に目覚め」(読売新聞 91. 2. 15)
「良き企業市民に日系財団が続々(米国)」(日刊工業新聞 91. 2. 15)
「めざせ市民型文化ビジョン」(愛媛新聞 91. 2. 17)
「ソ連の改革 音楽界にも」(朝日新聞 91. 2. 23)
「走り出す芸術監督制」(日本経済新聞 91. 2. 23)
「文化的イベント市場規模きつ抗」(日経流通新聞 91. 2. 28)
「アートサミット：日本を襲う多国籍キュレーターたち」(『AERA』91. 2. 26)
「生きた人間の顔を前面に—住友海上火災」(『経済広報センターだより』91. 2)
「地球社会人として文化を作る」(『経済広報センターだより』91. 2)

【対談・座談会】

- 「創意と社会的責任：芸術・文化を経営資源に」ソニー社長大賀典雄、資生堂社長福原義春(毎日新聞
91. 2. 13)

【インタビュー】

「社会に役立つ輝く企業を模索」日産自動車社会文化室長、島田京子さん（朝日新聞 91. 2. 2）

【コラム】

「美術、音楽分野の若手を支援」（日本経済新聞「賞の消息」91. 2. 3）

「公は公、私は私」（日本工業新聞「チャレンジャー」91. 2. 11）

「（メセナ活動）」（日本経済新聞「環状線」91. 2. 14）

「国際シンポ “美術の未来”から」（読売新聞「手帳」91. 2. 19）

「（メセナ用語集）」（日本経済新聞「春秋」91. 2. 21）

「企業のメセナ活動」（日本農業新聞「四季」91. 2. 21）

「外務省の補助金とNGOの独立性」（日本経済新聞「文化往来」91. 2. 26）

「ボストン美術館に日本企業が財政支援」（日本経済新聞「文化往来」91. 2. 28）

「カルチャー活動本番」（日本工業新聞「せんさあ」91. 2. 28）

「つか“演劇界世直し”の千円公演」（読売新聞「SEE SAW」91. 2. 28）

「企業メセナ」（『日経ビジネス』「ミニ調査」91. 2. 25）

【報道】

「11美術館ネット化」（朝日新聞 91. 2. 1）

「企業セミナー花盛り」（京都新聞 91. 2. 1）

「国際貢献減税制度スタート：寄付を免税扱い」（日本経済新聞 91. 2. 2）

「文化施設運営の企業に低利融資」（日本経済新聞 91. 2. 3）

「“企業の援助活動は一時的ブーム”5割」（日本経済新聞 91. 2. 4）

「企業の寄付金：年平均9.6%の伸び」（産経新聞「データNOW」91. 2. 5）

「NEC、米に財団設立」（朝日新聞 91. 2. 10）

「スポーツ版メセナ登場」（日本経済新聞 91. 2. 12）

「旭山音楽祭支えるメセナ：増える企業の文化活動、見返り求めぬ姿勢大切」（北海道新聞 91. 2. 12）

「企業の社会貢献活動展」（朝日新聞 91. 2. 13）

「企業文化に関する用語集発刊」（日本工業新聞 91. 2. 18）

「芸術活動にも支援を（ソ連美術画家同盟）：日本企業に協力要請」（日刊工業新聞 91. 2. 21）

「問われる社会貢献度、企業“採点”の時代へ」（毎日新聞 91. 2. 21）

「音楽振興に私財82億円：ロームの佐藤社長が財団」（日本工業新聞 91. 2. 20、朝日新聞・日本経済新聞 91. 2. 22）

「企業活動にアートを」（日刊工業新聞 91. 2. 22）

「企業協賛金を還元 入場料千円でOK：つか事務所『熱海殺人事件』」（朝日新聞 91. 2. 27）

「目立つ企業の文化・社会貢献活動専門セクションの新設」（『経済広報センターだより』「企業広報ニュース」91. 2）

【単行本】

『メセナ用語集'91』京都府東京経済情報センター（京都府東京経済情報センター 91. 2）

『企業の社会貢献活動関連資料一覧』経済団体連合会（経済団体連合会 91. 2）

『アート・マネジメントサポート'90s — 芸術と経済の新しい関係を求めて』アートサポート編集委員会（芸団協出版部 91. 2）

【特集】

「会社と社会：企業の社会貢献度を考える」（『朝日ジャーナル』臨時増刊号 91. 2. 20）

「よき隣人となるために：企業市民権とフィランソロピー」『ジェトロセンサー』91. 2）

91年3月

[新聞社説・雑誌巻頭言]

「県内にはしいメセナ機関」(北日本新聞 91. 3. 11)

[論文・評論]

「企業の文化を考える：モノマネ日本脱出の道」岡田清治(日刊工業新聞 91. 3. 18)

「日本における1990年以降の現代美術の在り方とアーティストの立場」前川正明(『A.N.PRESS』91. 3)

「美術館の社会的役割」本間正義(『A.N.PRESS』91. 3)

「より柔軟な助成を行なうために」片山正夫(『A.N.PRESS』91. 3)

「コンクールと商業主義ー若い才能に“投資”ではなく“援助”を」丹羽正明(『音楽芸術』91. 3)

「“Give all you can”ーフィランソロピーの背景、キリスト教の観点から」古屋安雄(『経団連月報』91. 3)

「企業財団設立の実際と意義ー心のこもった援助を通じて」雨宮孝子(『ビジネス・リサーチ』91. 3)

「智慧のある、息の永い活動を」芳賀徹(『文化庁月報』91. 3)

[解説]

「寄付活動〈上・中・下〉」(流通サービス新聞 91. 3. 1、5、8)

「Business and the Community: Corporate Philanthropy becoming a must」(Asahi Evening News 91. 3. 12)

「アート・マネージメント、日本でも関心：ビジネスとの接点探る」(朝日新聞 91. 3. 16)

「日本でもアート・マネージメント講座：芸術とお金を考える」(産経新聞 91. 3. 20)

「広がる輪 メセナ・アラカルト」(読売新聞〈名古屋〉91. 3. 21)

「メセナの華競う新世紀：文化・芸術・暮らし潤す東海企業」(読売新聞〈名古屋〉91. 3. 21)

「美術館＝文化なのか！：ぞくぞくオープン 貧しい中身」(流通サービス新聞 91. 3. 23)

「文化に社会にメセナ花盛り」(日本経済新聞 91. 3. 28)

「企業メセナ最新事例 アート支援の行方」(『FP』91. 3)

「民間企業などによる芸術文化支援と文化庁の施策」文化庁(『文化庁月報』91. 3)

[対談・座談会]

「文化をはぐくむメセナへ」宮川泰夫、塩野谷格(読売新聞〈名古屋〉91. 3. 21)

「企業に新しい風を入れる」伊坪経夫、堀越秀憲、守 恭助(『経済広報センターだより』91. 3)

「企業の社会貢献活動の推進に向けて」梅本純正、豊田章一郎、岡田卓也、樋口広太郎、稲盛和夫、立石信雄(『経団連月報』91. 3)

[インタビュー]

「美術通じメセナで先駆ーイセ社長、伊勢彦信氏」(日経産業新聞「トップの素顔」91. 3. 16)

「『メセナ用語集'91』」を編集した小沢司さん(毎日新聞「人」91. 3. 17)

「“冠”がつくのに入場万円とは。企業は“人”に金を使え」つかこうへい氏(東京新聞 91. 3. 18)

「メセナー 背景と展望：大阪21世紀協会理事長中塚氏に聞く」(日本経済新聞 91. 3. 28)

「企業にとっての社会貢献活動の意義ー武田哲夫日本アイ・ビー・エム取締役(『経団連月報』91. 3)

「国と民間のパートナーシップによる文化支援」渡辺通弘氏(『A.N.PRESS』91. 3)

「企業メセナと文化支援」鈴木治雄氏(『文化庁月報』91. 3)

[コラム]

「冠支援、入場料抑え“還元”の動き」(日本経済新聞「文化往来」91. 3. 2)

「慶大に現代美術・メセナの専門講座」(日本経済新聞「文化往来」91. 3. 6)

「1%クラブの活動とは」(日刊工業新聞「Myオピニオン」91. 3. 9)

「芸術文化振興基金の趣旨めぐり議論」(日本経済新聞「文化往来」91. 3. 9)

「なぜ低い？日本企業の社会貢献意識」(『日経ビジネス』「ワールド・データ」91. 3. 11)

「花ひらいた芸団協の研究蓄積」(朝日新聞「取材ファイル」91. 3. 13)

- 「(企業の冠公演：フランスでの能公演)」(織研新聞「め・て・みみ」91.3.19)
- 「(フランクフルトの銀行での芸術支援)」(日本経済新聞「春秋」91.3.19)
- 「メセナ」(毎日新聞「経済観測」91.3.19)
- 「東海三県 企業の美術、博物館」(読売新聞「名古屋」91.3.21)
- 「慶応義塾大学公開講座：芸術とメセナー 公共財としての芸術を考える」(毎日新聞「矢口」91.3.23)
- 「名人が弾きたくなるピアノホールを」(日本経済新聞「消息あの人この人」91.3.26)
- 「金の工面：文化助成に熱心な企業回り奔走」(朝日新聞「美の裏方」91.3.28)
- 「欧州各国のメセナ団体が“大同団結”」(日本経済新聞「文化往来」91.3.29)
- 「韓国・全経連、社会貢献活動を支援」(『経済広報センターだより』91.3)

【報道】

- 「社会貢献に比重 — 日本電気」(産経新聞 91.3.5)
- 「酒蔵から“文化”の香り」(日本経済新聞 91.3.5)
- 「毎日経済人賞“企業文化”の先駆者」(毎日新聞 91.3.5)
- 「身近な“文化”百貨店の美術館」(織研新聞 91.3.9)
- 「“社会貢献部”経団連が新設」(日本経済新聞 91.3.9)
- 「社会文化活動の専門組織設置へ — 松下電器」(日経産業新聞 91.3.11)
- 「International Symposium on Corporate Support of Arts to be held」(Asahi Evening News 91.3.12)
- 「絵画の展示場提供など：文化活動後押し」(日本工業新聞「あすに挑む信金」91.3.15)
- 「国際シンポジウム：企業の文化的役割」(産経新聞 91.3.20)
- 「地方企業も国際メセナ」(日本経済新聞 91.3.20)
- 「街角メセナ」(読売新聞「名古屋」91.3.21)
- 「芸術と経営で議論：アート・マネージメント講座を開く」(電通報 91.3.21)
- 「企業の文化支援に賞：メセナ大賞」(朝日新聞・産経新聞・日本工業新聞 91.3.26)
- 「メセナ活動42%、分野では“音楽”、企業メセナ協が調査」(日本経済新聞、読売新聞 91.3.26)
- 「文化活動支援も多国籍で、企業メセナ協議会国際シンポジウム開く」(電通報 91.3.28)
- 「社会貢献への新組織を設立」(日刊工業新聞 91.3.29)

【単行本】

- 『メセナ末吉 — 新メセナ運動・文化の産地をめざして —』MBC総合研究所(鹿児島県末吉町 91.3)
- 『うねり — テーマ“文化施設の整備とその運営” — 平成三年度神奈川県市町村文化行政研究会議報告書』神奈川県市町村文化行政研究会議(神奈川県市町村文化行政研究会議 91.3)
- 『自主文化事業振興のために』自主文化事業委員会(全国公立文化施設協議会 91.3.31)
- 『共感の戦略』野村総合研究所(野村総合研究所 91.3.15)
- 『企業市民：社会にやさしい企業たち』宮本惇夫(日本能率協会 91.3)

【特集】

- 「音楽家経済白書」(『音楽の世界』91.3)
- 「企業と文化 — 日米企業の新しい挑戦」(『NIRA政策研究1991』Vol. 4 No. 3)

91年4月

【新聞社説・雑誌巻頭言】

- 「メセナは中身を充実するとき」(朝日新聞 91.4.1)

【論文・評論】

- 「“音の環境”向上へ意識高める教育を」丸山 亮(読売新聞 91.4.3)
- 「コーポレートアートを論ずる前に：文化と文明を混同」大川栄二(流通サービス新聞 91.4.16)

「高感度・先端組織で走りぬけ！」土屋勉男（『週刊ダイヤモンド』91. 4. 13）
「地域に次々と建つりっぱなホール・芸術館」日野 旬（『音楽の世界』91. 4）
「拝啓、冠コン企業様 — おかねを有効に使うために」小山内めぐみ（『音楽の世界』91. 4）
「企業と社会・文化」今田忠（『文化庁月報』91. 4）
「フィランソロピー税制を考える」山岡義典（『文化庁月報』91. 4）

【解説】

「揺れる舞台裏 — 人が足りない 1：綱渡りの現場」（日本経済新聞 91. 4. 1）
「揺れる舞台裏 — 人が足りない 2：ハコはできたが」（日本経済新聞 91. 4. 2）
「ニュービジネス系 増加する“企業組合”専門性など発揮の場に」（日経産業新聞 91. 4. 4）
「“メセナ”企業は夢中、真の意味での文化のパトロンになれるか？」（毎日新聞 91. 4. 10）
「バレエや演劇などソ連の芸術が続々：企業と提携も盛ん」（日本工業新聞 91. 4. 13）
「“文化都市ロス”アピール」（日本経済新聞 91. 4. 23）
「音楽少年の夢 実現へ180億円：若手支援で財団設立」（東京新聞 91. 4. 25）
「消費者の“満足”を追求するクオリティー・マーケティング」（流通サービス新聞 91. 4. 29）
「“文化”を企業宣伝に使うな：思想・哲学ある支援を」（読売新聞 91. 4. 30）
「広げようフィランソロピーの輪 — フィランソロピー展・セミナーを振り返って」朝倉永子（『経団連月報』91. 4）

【インタビュー】

「文化は、おながやすく：アサヒビール企業文化部 伊坪経夫部長」（読売新聞「自由席」91. 4. 11）
「検証・模索の時代：メセナの展開〈1〉芸術の現場 — 佐藤 信さん」（読売新聞 91. 4. 30）
「企業の社会貢献と税制 — 経済同友会副代表幹事、河合三良氏に聞く」（『文化庁月報』91. 4）

【コラム】

「オケと専用ホール」（日本経済新聞「文化往来」91. 4. 6）
「文化事業にも意欲」（日本工業新聞「チャレンジャー」91. 4. 10）
「メセナの現状理解に便利な資料」（日本経済新聞「文化往来」91. 4. 11）
「“それ以前”の問題が山積：アート・マネジメントの導入」（赤旗「十字路口」91. 4. 14）
「全社挙げて社会貢献：日本電気が社内に専門組織」（流通サービス新聞「こぼれ話」91. 4. 19）
「海外でも“メセナ”活発」（朝日新聞「世界文化ウォッチング」91. 4. 20）
「企業文化人 — 福原義春」（朝日新聞「人きのうきょう」91. 4. 20）
「企業メセナのすすめ」（琉球新報「話の卵」91. 4. 20）
「（企業のメセナ担当者の悩み）」（毎日新聞「編集室から」91. 4. 24）
「結果を期待せず」（日刊工業新聞「ターミナル」91. 4. 24）
「川口市が世界の劇団招きフェスティバル」（日本経済新聞 91. 4. 29）
「企業の利益社会還元：衣の下のヨロイ見える“志”のない援助は疑問」（日本経済新聞「コンパス」91. 4. 29）

【報道】

「メセナ活動盛ん：企業が演奏会や美術展」（山陽新聞 91. 4. 3）
「参院予算委の論戦ポイント」（日本経済新聞 91. 4. 4）
「コンピューター芸術支援する組織設置：キヤノン」（読売新聞・日経産業新聞・日本経済新聞 91. 4. 10）
「若手作家ら支援：対日批判の緩和に一役」（朝日新聞 91. 4. 10）
「“メセナ”県内でも具体化：利益還元と活性化へ」（新潟日報 91. 4. 10）
「文化振興に財団を」（日本経済新聞 91. 4. 11）
「社員貢献活動を独自に展開」（日本工業新聞 91. 4. 15）
「文化活動支援にも力」（日経流通新聞 91. 4. 16）
「開銀変身ソフト化路線」（朝日新聞 91. 4. 17）
「第1回企業メセナ大賞募集」（東京新聞 91. 4. 18、読売新聞 4. 25）

- 「公開講座でメセナ論」(朝日新聞 91. 4. 20)
- 「通産省、英独へ出張指導：海外だより『企業市民』に」(産経新聞 91. 4. 21)
- 「出演交渉や券販売すべてお手伝い：地元サークルと連携」(北日本新聞 91. 4. 22)
- 「日本の商工会議所：地元振興へ寄付金 — シンガポール」(朝日新聞 91. 4. 24)
- 「企業の文化活動：ソフト面から支援」(日刊工業新聞 91. 4. 24)
- 「盛り上がる“企業メセナ大賞”」(電通報 91. 4. 25)
- 「“京”銘柄のオーナー社長、若手支援で財団設立」(東京新聞 91. 4. 25)
- 「企業の文化支援：メセナ押すな押すな“入門講座”にビジネスマン」(読売新聞 91. 4. 26)

[単行本]

- 『文化経済学の可能性』池上 惇(芸団協出版部 91. 4. 25)
- 『文化経済学のすすめ』池上 惇(丸善 91. 4. 20)
- 『トップが語る美しい企業の文化』片方善治(毎日コミュニケーションズ 91. 4. 20)
- 『地方都市・21世紀への構想』酒田 哲(日本放送出版協会 91. 4. 20)
- 『日本企業次なる変革：共存時代の新たな経営戦略とは』島田晴雄(PHP研究所 91. 4. 5)
- 『地域貢献企業の時代』通商産業省関東通商産業局(通商産業調査会 91. 4. 30)
- 『文化のパトロネージ：芸術する社会 — キーワード事典』電通総研編(洋泉社 91. 4)
- 『アメリカ市民が見た日本企業』ダニエル・ボブ(日本経済新聞社 91. 4. 16)

91年5月

[新聞社説・雑誌巻頭言]

- 「“企業メセナ”を育てるには」(毎日新聞 91. 5. 6)

[論文・評論]

- 「音楽時評：海外進出への助成、システム研究が課題」横溝亮一(東京新聞 91. 5. 21)
- 「文化事業は公共工事：ベルリン交響楽団の残したものの〈上・下〉」上地 昇(沖縄タイムス 91. 5. 30、31)
- 「Pセクターの育成でより豊かに」島田晴雄(『エコノミスト』91. 5. 7)
- 「人と金の両面から貢献する米企業」矢部 武(『エコノミスト』91. 5. 7)
- 「企業の社会貢献・文化活動はどこまでできたか」中沢康彦(『エコノミスト』91. 5. 7)
- 「パートナーシップとしての文化支援」伊藤裕夫(『A.N.PRESS』91. 5)
- 「地方の文化のために — 企業コミュニティをめぐる」(『A.N.PRESS』91. 5)
- 「企業ソフト化時代のメセナ活動を考える」正木鞆彦(『週刊時事』91. 5. 25)
- 「芸術文化振興基金の新しい動向」栗田晃穂(『音楽芸術』91. 5)
- 「昨日イベント今日メセナ：企業にとって文化とは」須藤公明(『経済広報センターだより』91. 5)
- 「米国における企業フィランソロピー活動：企業市民としての社会的責任」クレイグ・スミス(『ジェトロセンサー』91. 5)
- 「これからの企業の社会貢献 — トヨタ財団の助成活動を通じて」山岡義典(『ビジネス・リサーチ』91. 5)

[解説]

- 「知的交流めざす“日米センター”同盟強化への長期展望必要」(読売新聞 91. 5. 4)
- 「公共ホール新たな挑戦：市民も参加、水戸芸術館」(日本経済新聞 91. 5. 9)
- 「消費トレンド：ゆとりの一粒、社会に還元 — 個人メセナ広がる」(日経流通新聞 91. 5. 9)
- 「難解メセナ言葉：文化のパトロノ道険し」(毎日新聞〈大阪〉91. 5. 10)
- 「質が問われる企業出版：宣伝臭は薄める傾向に」(朝日新聞 91. 5. 12)

- 「“社会貢献”の活動を」(日本繊維新聞「提言」91.5.13)
- 「フランスの音楽祭：“音楽重視”で趣向凝らす 公的機関が資金の大半負担」(産経新聞 91.5.15)
- 「日本企業が続々デビュー：ブロードウェーの大口スポンサー」(朝日新聞 91.5.18)
- 「企業の文化擁護：メセナと地域の美術 — 大分県由布院町でシンポ」(朝日新聞〈小倉〉91.5.25)
- 「近代美術館が企業支援で開催」(上毛新聞 91.5.27)
- 「柔らかな冒険者：日本たばこ産業編」(『サンデー毎日』91.5.26)
- 「アート・マネージメント教育、具体化の背景」(『A.N.PRESS』91.5)
- 「企業は芸術・文化にどのように関わっているか(メセナ協議会アンケート調査)」(『政界ジャーナル』91.5)
- 「国際文化交流の担い手を目指して：メセナ活動への取り組み強める航空会社」(『トラベルジャーナル』91.5.27)

[インタビュー]

- 「検証・模索の時代：メセナの展開〈2〉企業の論理 — 伊坪経夫さん」(読売新聞 91.5.1)
- 「検証・模索の時代：メセナの展開〈3〉オーガナイザー — 南條史生さん」(読売新聞 91.5.2)
- 「検証・模索の時代：メセナの展開〈4〉人材の養成 — 美山良夫さん」(読売新聞 91.5.7)
- 「検証・模索の時代：メセナの展開〈5〉文化批判 — 蓮實重彦さん」(読売新聞 91.5.8)
- 「変わってきた企業の“文化観” — 児玉麻里さん」(産経新聞 暉峻淑子 91.5.9)
- 「メセナに意欲燃やす：日本生命副社長、小林玉夫さん」(産経新聞「近況」91.5.10)
- 「企業の文化活動はホンモノか!？」遠山敦子さん(時評 91.5)

[コラム]

- 「文化とビジネスの接点探る」(朝日新聞「取材ファイル」91.5.2)
- 「企業メセナを考えよう」(オカニチ「一筆一心」91.5.8)
- 「企業の社会貢献で日米シンポ」(日本工業新聞「催事記」91.5.13)
- 「企業メセナ」(秋田魁新報「地方点描」91.5.17)
- 「メセナ：スポンサーやパトロンではもう古い」(毎日新聞「コトバ新図鑑」91.5.25)
- 「『文化企業』の社内抑圧」(朝日新聞「新かいしゃ考」91.5.25)
- 「専門職と管理職」(毎日新聞「視点」91.5.28)
- 「ビジネス化するメセナ活動」(福井新聞「視界」91.5.29)

[報道]

- 「地域文化に融資します：多摩中央信金が文化財団を設立」(朝日新聞 91.5.1)
- 「ピンチピンチ — 日独混成の前衛舞踏、独統一で補助金失う」(朝日新聞 91.5.2)
- 「地方文化の復権：商社も一役買います」(朝日新聞 91.5.9)
- 「企業メセナ大賞へ応募を」(産経新聞 91.5.11、日本工業新聞 5.25)
- 「経済人が文化支援団体」(日本経済新聞 91.5.22)
- 「40億で日本文化を紹介：9月から英で開催」(毎日新聞 91.5.22)
- 「国際文化交流 実施体制を見直し」(日刊工業新聞 91.5.27)
- 「スポーツ版メセナ呼びかけ」(日本経済新聞 91.5.29)
- 「6、7月はメセナ月間：展覧会など普及活動」(読売新聞 91.5.30)
- 「メセナを語る夕べ」(朝日新聞「お知らせ」、読売新聞「よみうり抄」91.5.31)

[単行本]

- 『人にやさしい企業』岸 永三(太陽企画出版 91.5.20)
- 『自分探しのパトロネージュ』ダヴィンチ倶楽部(メディアファクトリー 91.5.25)
- 『“好感企業”の時代』中江剛毅(実業之友社 91.5.21)

91年6月

【新聞社説・雑誌巻頭言】

- 「地方こそ“メセナ”を渴望」(北海タイムス 91. 6. 24)
- 「“文化”がなければ企業でない？」(『イグザミナ』91. 6)
- 「企業の社会貢献」首藤 堯(『地域づくり』34号 91. 6)

【論文・評論】

- 「企業文化とは：伝統と時代が醸す風格」林 満大(中国新聞 91. 6. 10)
- 「新聞時評：“企業の責任”監視の必要性」暉峻淑子(毎日新聞 91. 6. 11)
- 「企業メセナの現状と今後：地方にも文化支援の“芽”」杉山直樹(新潟日報 91. 6. 21)
- 「企業の社会的貢献：フィランソロピーの社会経済学」本間正明(『週刊東洋経済』91. 6. 1)
- 「企業の新しい社会的貢献活動の推進を」藤森鐵雄(『経済界』91. 6. 11)
- 「企業メセナ協議会が提示するもの」佐々木三重子(『音楽芸術』91. 6)
- 「(人物クローズアップ—61—石丸寛)音楽の遊びをより多くの人へ」横溝亮一(『音楽芸術』91. 6)
- 「“メセナ”日本上陸から一年：資生堂の困惑と模索」(『実業の日本』91. 6)
- 「企業も市民の一員、社会文化の後援者」牧野 昇(『東洋経済統計月報』91. 6)
- 「日本独特の企業の冠公演。入場料、なぜ安くない？の秘密」又平享(『ル・クール』91. 6)

【解説】

- 「国立大の“冠講座”急増：今春一挙に13講座開設」(日本経済新聞 91. 6. 1)
- 「日本研究、世界とオンライン：(メセナ研究も開始)」(日本経済新聞 91. 6. 1)
- 「文化支援—フランスにみる〈上〉：企業参加、地方で盛んに」(朝日新聞 91. 6. 4)
- 「文化支援—フランスにみる〈中〉：見返り求めず多彩な活動」(朝日新聞 91. 6. 5)
- 「文化支援—フランスにみる〈下〉：メセナ支援に上級閣僚委」(朝日新聞 91. 6. 6)
- 「民間の文化支援運動：企業にまだ活動の余地」(読売新聞 91. 6. 13)
- 「CI時代のデザイナー：早くからメセナに熱心—永井一正氏」(毎日新聞 91. 6. 14)
- 「メセナと地域文化」(西日本新聞 91. 6. 20)
- 「拡大するメセナの動き：方向づけ模索する各企業」(西日本新聞 91. 6. 26)
- 「1%クラブ世話人の発足について」豊田章一郎(『経団連月報』91. 6)
- 「企業の文化活動はホンモノか：現代の文化的状況を探る」(『時評』91. 6)
- 「企業も市民の一員、社会文化の後援者」(『東洋経済統計月報』91. 6)

【対談・座談会】

- 「提言・さあ音楽の国へ」大嶋圭己、小西奈雅子、小坂康彦、横山直子(新潟日報 91. 6. 21)

【インタビュー】

- 「文化支援1人ひとりの手で—美山良夫(慶大助教授)に聞く」(北日本新聞 91. 6. 20)
- 「なぜ、メセナ活動に力を入れるか—カルティエ・ジャパン大伴昭社長」(『週刊ダイヤモンド』91. 6. 15)
- 「梅本純正、企業の社会貢献活動(フィランソロピー)推進委員長に聞く」(『経団連月報』91. 6)

【コラム】

- 「冠コンサートと招待客の質」(日本経済新聞「斜論」91. 6. 1)
- 「企業の出版活動、電力など積極的」(日本経済新聞「ピンポイント」91. 6. 2)
- 「現代美術展で協賛企業が半額デー」(日本経済新聞「文化往来」91. 6. 3)
- 「メセナの先覚者を再評価」(毎日新聞「自由帳」91. 6. 3)
- 「展覧会で芸術家発掘：企業メセナをおぜん立て」(日本経済新聞「ビジネス新風」91. 6. 5)
- 「展覧会で芸術家発掘」(日本経済新聞「ビジネス新風」91. 6. 5)
- 「安田生命が文化財団」(東京新聞「ミニファイル」91. 6. 9)
- 「企業の芸術文化支援」(東京新聞「グラフィックニュース」91. 6. 10)

- 「各社の企業市民度どれくらい」(日刊自動車新聞「HOTショット」91.6.10)
「(企業の出版活動)」(読売新聞「小窓」91.6.10)
「“日経”のメセナ匿名座談会」(赤旗「朝の風」91.6.11)
「美術展出品に自己負担の壁」(朝日新聞「取材ファイル」91.6.12)
「CEL」(毎日新聞「憂楽帳」91.6.12)
「(メセナ白書'91)」(読売新聞「よみうり寸評」91.6.13)
「メセナに乗り出します—鴻池組広報部」(東京中日スポーツ「わが社の話題」91.6.14)
「メセナへの疑問」(日本工業新聞「グローバル25時」91.6.14)
「メセナ」(東京新聞「時のことば」91.6.15)
「特別研修会“メセナ企業の文化戦略”への指針」(日本工業新聞「講習・講演会」91.6.15)
「メセナは京都文化から」(京都新聞「経済天気図」91.6.27)
「“ベンチャー・メセナ”の時代：小企業が熱意、案外早く？」(毎日新聞「アクセス」91.6.27)
「わが国の芸術文化の発展を考える：メセナ白書'91」(日本工業新聞「話題の本」91.6.29)
「ビジネス・アンテナ：企業—企業の1%社会還元の、今後の広がりに期待大」(『ダカーボ』91.6.19)
「オペラとフィランソロピー」林 宏(『経団連月報』「私と趣味」91.6)

【報道】

- 「文化支援室とMIT93推進室を新設—松下電器産業」(日本工業新聞、日刊工業新聞、読売新聞 91.6.1)
「メセナ減税を検討」(日本経済新聞 91.6.2)
「メセナで企画展：20社の特別日も」(流通サービス新聞 91.6.4)
「企業メセナ展：“動機づくり”に重点」(日本工業新聞 91.6.5)
「“芸術文化交流の会”結成：異分野の意見交換を」(産経新聞 91.6.10)
「企業の社会貢献は道楽？」(毎日新聞〈大阪〉 91.6.11)
「『メセナ白書'91』を発表」(朝日新聞 91.6.12)
「化けの皮がはがれ始めた企業メセナ：これでは文化程度は四流、五流とバカにされるはず」(日刊ゲンダイ 91.6.15)
「28日にシンポジウム—企業メセナ協議会」(流通サービス新聞 91.6.18)
「社会に貢献“企業市民室”です—オムロン」(京都新聞、日本工業新聞 91.6.21)
「経常利益の1%は寄付：メセナ活動を拡大」(日経産業新聞 91.6.24)
「地域金融機関もメセナ：美術館や文化賞」(日本経済新聞 91.6.28)
「第1回企業メセナ大賞1991 応募受付中」(東京新聞 91.6.30)
「冠コンサートにチェックの要あり」(『週刊東洋経済』「音楽雑記帖」91.6.29)
「メセナ2年目は出版ブーム」(『AERA』91.6.25)

【単行本】

- 『ヨーロッパのメセナ』欧州評議会、フランス文化・コミュニケーション省 共同編集(企業メセナ協議会 91.6)
『まちづくりと文化』川西市企画部(都市文化社91.6.10)
『メセナ白書'91』企業メセナ協議会(企業メセナ協議会 91.6)

91年7月

【新聞社説・雑誌巻頭言】

- 「横浜文化の土壌どう耕す」(神奈川新聞 91.7.25)

【論文・評論】

- 「芸術活動と経済的基盤」大和 滋(公明新聞 91.7.9)

- 「新聞時評：社会貢献に意識改革を」藤田 彬（毎日新聞 91.7.16）
 「モーレツからビューティフルへ」藤岡和賀夫（朝日新聞 91.7.20）
 「文化は球体：メセナ活動で“心”知る」高橋壽常（日本工業新聞 91.7.22）
 「メセナの原点は“紙芝居屋さん”」木村尚三郎（『日経ビジネス』91.7.15）
 「手探りのアート・マネージメント」米屋尚子（『AERA』91.7.9）
 「東京文化会館30周年と日本の音楽ホールの今後を考える」丹羽正明（『音楽芸術』91.7）

【解説】

- 「夏だ祭りだ、企業連：最新スポンサー事情」（日刊工業新聞 91.7.3）
 「不祥事相次ぐ経済界 — 企業の社会貢献見直しを」（読売新聞 91.7.4）
 「ゴッホの“ひまわり”で名をあげた安田火災海上：“文化を支える企業”の誇り」（東京タイムス 91.7.10）
 「二年目のPMF：企業依存、もうい土台〈上〉」（北海道新聞 91.7.10）
 「二年目のPMF：育て、夏の看板行事〈下〉」（北海道新聞 91.7.11）
 「バブルはじけてメセナに試練：浮ついた意識、まず締め直し」（日経産業新聞 91.7.15）
 「夏のメセナ：利益追求から徐々に脱却へ」（日本経済新聞 91.7.22）
 「日本の国際貢献、文化面でも充実」（読売新聞 91.7.29）
 「独シュレスウィヒ・ホルシュタイン音楽祭“日本”テーマの催しに意欲 企業資金力も期待？」（読売新聞 91.7.31）
 「手探りのアートマネージメント：仙台のセミナーに80人参加。自治体や企業の文化を担う人たち」（『AERA』91.7.9）
 「企業の文化支援」（『IMFA』No.1、91.7.1）
 「学生の考える21世紀の企業像」（『経済広報センターだより』91.7）
 「文化が泣いています。メセナの実態は、野暮そのもの」（『バックス』91.7）
 「注目を浴びる企業の文化活動」（『ファイナンシャル・フォーラム』91.7.20）
 「グッゲンハイムにみる90年代的美術館運営のあり方」（『MARCOPOLLO』91.7）
 「シンポジウム：舞台芸術のリーダーシップの場に、と開かれたセミナー」（『ワールドプラザ』No.17 8、9月号）

【インタビュー】

- 「けいざいセミナー：企業の“文化支援” — 企業メセナ協議会専務理事、根本長兵衛さん」（信濃毎日新聞 91.7.7）
 「メセナにかげり：メトロポリタン美術館ルアーズ理事長に聞く」（読売新聞 91.7.23）
 「国内初のメセナ白書をまとめた企業メセナ協議会理事長 — 福原義春さん」（産経新聞 91.7.24）
 「メセナ：社会全体で文化支援」鈴木治雄（読売新聞 91.7.28）
 「日本独自の斬り口で現代の芸術を、世界に向けて発信してゆきたい — 慶応大学文学部助教授、美山良夫」（『エグゼクティブ』『今月のキーパーソン』91.7）
 「森永製菓がこの時期、公益法人“エンゼル財団”を設立したのは何故ですか？」鈴木雄太郎（『財界』91.7.9）

【コラム】

- 「露骨な宣伝利用など反省：日本型メセナを求めて討論」（読売新聞「手帳」91.7.4）
 「メセナの先見」（読売新聞「今日のノート」91.7.6）
 「消費者からみた企業の社会貢献活動」（日本繊維新聞「視標」91.7.6）
 「“メセナ白書'91”にみる：矛盾かかえる“社会貢献”」（赤旗 91.7.7）
 「オペラ売り込みに熱」（日経産業新聞「人往来」91.7.15）
 「バブルからメセナへ」（『公益法人』『岡目八目』91.7）

【報道】

- 「企業文化 — 企業32%が出版活動」（読売新聞「インフォメーション」91.7.2）
 「企業のメセナに消費者冷ややか」（日本経済新聞 91.7.4）

- 「メセナ活動について江柄氏が講演行なう」(千葉日報 91. 7. 7)
「文化提案、自治体にも」(日経産業新聞 91. 7. 9)
「企業の文化活動支援で情報誌発行：マザーズシステム・ジャパン」(日刊工業新聞 91. 7. 15)
「県内最大の個人財団誕生：進学や文化振興ビッグに後押し」(山梨日日新聞 91. 7. 15)
「免罪符でないメセナ：倫理を欠く“補てん”企業」(毎日新聞 91. 7. 18)
「消費者は企業メセナに冷淡」(織研新聞 91. 7. 20)
「企業の文化活動応援：福岡市に専門会社」(日本経済新聞 91. 7. 23)
「社外奉仕活動を出勤扱い―(株)林原」(山陽新聞 91. 7. 23)
「メセナ活動の企画請負：企業に演奏家を紹介」(日経産業新聞 91. 7. 24)
「沖縄に“第三国立劇場”」(産経新聞 91. 7. 27)
「日本文化の特質明示を」(読売新聞 91. 7. 31)
「シェークスピア人気」(『財界』91. 7. 9)

【単行本】

- 『21世紀型企業の創造』碓井慎一(ダイヤモンド社 91. 7. 25)

【電波】

- 「シンポジウム：21世紀への文化支援―企業メセナの可能性」(NHK「土曜フォーラム」91. 7. 6)

91年8月

【新聞社説・雑誌巻頭言】

- 「思い切った文化予算増額を」(毎日新聞 91. 8. 9)

【論文・評論】

- 「イベント性優先は本末転倒」丹羽正明(読売新聞 91. 8. 31)
「シンポジウム“21世紀への文化支援―日本型メセナの可能性を探る”にみる今後の課題」栗田晃穂(『音楽芸術』91. 8)

【解説】

- 「日本企業は素敵な“天使”か」(日本経済新聞 91. 8. 3)
「それぞれの夏に―日本とアメリカの50年：⑦フィランソロピー」(読売新聞 91. 8. 11)
「企業ニュートレンド：“メセナ”活動」(静岡新聞 91. 8. 13)
「広がる企業の文化・スポーツ支援」(読売家庭経済新聞 91. 8. 22)
「現代アートを旗振り役に国際派に名乗り」(朝日新聞 91. 8. 24)
「企業カラーに合った出資：“メセナ”はコンセプト明確に」(産経新聞 91. 8. 27)
「文化が夏にやってきた」(朝日新聞 91. 8. 31)
「この企業のメセナ活動②オムロン」(『イグザミナ』91. 8)
「実態を知らせることを重視―サントリー」(『経済広報センターだより』91. 8)
「メセナ活動に積極的な企業が未来の文化遺産を創造する！」(『カデット』91. 8)
「文化振興の今日的課題」(『文化庁月報』91. 8)
「文化の時代に対処するわが国：文化振興の当面の重点方策」(『文化庁月報』91. 8)
「美術の世界に新たな登龍門、企業が支えるスカラシップ」(『ぴあ』91. 9. 12)
「物語解体新書：メセナは〈無償の奉仕〉精神の発展型である。」大塚英志(『MARCOPOLO』91. 8)

【対談・座談会】

- 「21世紀の企業文化を考える」梅澤 正、小泉 博、福原義春、島矢志郎(『ALGA』91. 8)
「小・中学生からお年寄まで参加の演劇私塾づくりが私の夢」細川護熙・如月小春(『エグゼクティブ』91. 8)

[インタビュー]

「社会貢献活動研究で留学：サントリー文化財団主任研究委員 — 出口正之」（日経産業新聞「くろーずあっぷ」91. 8. 10）

「“メセナ”で企業ルネサンス：真の定着にはなお課題 — 根本長兵衛さん」（毎日新聞〈東京・大阪〉91. 8. 28）

「文化の平等性」つかこうへい（『I feel』91. 8. 5）

「経営におけるアートとサイエンス」徳増須磨夫（『経済広報センター』91. 8）

[コラム]

「商社のメセナ：トーマン文化事業室」（東京中日スポーツ「わが社の話題」91. 8. 1）

「もはや化石？ 文化政策会議」（日本経済新聞「斜論」91. 8. 3）

「バブル“冠イベント”」（毎日新聞「プリズム」91. 8. 13）

「だからメセナは嫌われる」（日本経済新聞「斜論」91. 8. 17）

「新人芸術家を継続支援する試み」（日本経済新聞「文化往来」91. 8. 21）

「文化のありがたき応援団」（朝日新聞「リズム&ビジネス」91. 8. 24）

「メセナに思うこと — 大之本精二」（中国新聞「でるた」91. 8. 28）

「横並びのメセナ」（『公益法人』「岡目八目」91. 8）

[報道]

「企業の文化を考えるセミナー」（朝日新聞 91. 8. 3）

「日本流メセナ、仏でも悪評 オペラ“チケット買えない”」（毎日新聞 91. 8. 12）

「“すてっぷUP” 活躍：企業が協力、メセナに影響」（栃木新聞 91. 8. 19）

「文化庁が建設を推進：地方に芸術専用ホール」（日本工業新聞 91. 8. 21）

「地域文化振興、京の企業も」（京都新聞 91. 8. 23）

「“メセナ”の問題点明らかに」（北日本新聞 91. 8. 24）

「アフター5に芸術・文化活動支援：人気は上々業務にゆとり」（日本工業新聞 91. 8. 27）

「日本の誠意わかって：海外での企業の社会貢献」（毎日新聞 91. 8. 27）

「日米企業の社会貢献レポート：日本は付き合い型」（日経産業新聞 91. 8. 30）

「企業の社会貢献自主性に“？”」（朝日新聞 91. 8. 31）

「21世紀の人と企業を考えるメセナ関連書6冊」（『日経アントロポス』91. 8）

[単行本]

『文化ホールがまちをつくる』森 啓（学陽書房 91. 8. 10）

[特集]

「企業の社会的貢献（フィランソロピー）の方向と課題」（『日本開発銀行調査第153号』91. 8）

「企業市民特集：今なぜフィランソロピーか」月間論説会議（『論説会議』91. 8）

91年9月

[新聞社説・雑誌巻頭言]

「広げたい企業の社会貢献活動」（愛媛新聞 91. 9. 16）

「日本型メセナとはなにか」（政府刊行物新聞 91. 9. 20）

「メセナ活動とは何か」根本長兵衛（『文化ジャーナル鹿児島』91. 9）

[論文・評論]

「メセナの先駆け：20周年を迎えた街角の彫刻」八木富太（産経新聞 91. 9. 7）

「米企業のフィランソロピー事情」田中龍雄（日本工業新聞 91. 9. 23）

「米・欧メセナ事情ほんの少々見聞録」西田 誠（『エネルギーフォーラム』91. 9）

「文化政策推進会議7・31緊急提言！」光成寿治（『月刊ギャラリー』91. 9）

- 「フィランソロピーの現状と将来：一元主義から多元主義へ」本間正明（『公益法人』91. 9）
- 「The Art of Corporate Philanthropy」（『Pacific Friend』91. 9）
- 「今、企業は“文化”の時代」（『文化ジャーナル鹿児島』91. 9）
- 「環境保護や芸術支援など企業の社会的貢献活動はバブル経済の産物？」竹内 宏（『マネージャパン』91. 9）
- 「Sharing the Wealth—Corporate Citizenship: Ways and Means」Atsuo Miyamoto（『Look Japan』91. 9）
- 【解説】**
- 「メセナ（文化的事業）、大学でも」（産経新聞 91. 9. 4）
- 「企業の社会貢献活動：消費者の認識まだ低い」（日経流通新聞 91. 9. 7）
- 「セゾンの旗艦会社に浮上：文化事業を一手に」（日経流通新聞 91. 9. 7）
- 「最先端文化を発信12年“スタジオ200”が閉館」（朝日新聞 91. 9. 10）
- 「コーポレート・シチズンシップ：心の豊かさを求める熱い志」（日本経済新聞 91. 9. 11）
- 「欲しい刺激的な論議：最近のメセナ批判をめぐって」（神奈川新聞 91. 9. 21）
- 「仙台フィル育て市民の楽団に：まだ少ない協力企業」（河北新報 91. 9. 23）
- 「コーポレート・シチズンシップ：活動多岐にわたる福祉・教育・文化・芸術」（日本経済新聞 91. 9. 25）
- 「メセナ：芸術に対する奉仕の“豊かさ”」（北海道新聞 91. 9. 27）
- 「なんか知らないけど、ひっかかる企業が社会貢献活動をする理由」（『SPA』91. 9. 25）
- 「メセナ活動の実態を報告：メセナ白書'91」（『そめとおり』91. 9）
- 「利益があがるならなんでもアリ、日本の企業の論理は、これでいいの？」（『エル・ジャポン』91. 9）
- 「企業の文化活動はホンモノか!？」（『時評』91. 9）
- 「企業メセナという処女地に花は咲いたか？」（新美術新聞 91. 9. 1）
- 「メセナの在り方問う先鋭作家の美術展」（『につけいあーと』91. 9）
- 「危ない会社・良い会社プロ級判定術」（『日経アントロポス』91. 9）
- 「企業内プロデューサー&デザイナー」（『日経アントロポス』91. 9）
- 【対談・座談会】**
- 「出すほうも貰うほうもへっぴり腰?：免税枠を満たせぬ企業の寄付金」X・大学教授、Y・財団スタッフ、Z・税制研究家（『週刊東洋経済』91. 9. 15）
- 「日本の企業経営はもう限界：ポスト・バブル経済、何を変えるか」内橋克人、島田晴雄（『エコノミスト』91. 9. 24）
- 【インタビュー】**
- 「地方の文化世界へ：企業の協力舞台支援 — 久保田俊一信州市民文化協会専務理事」（信濃毎日新聞 91. 9. 8）
- 「日本企業の社会的貢献：米国に比べ遅れる — 日本開発銀行調査部、松井敏浩さん」（日経産業新聞 91. 9. 9）
- 「メセナは先見の明より、たまたま：長い期間で健康な企業体に — ボーラ化粧品本舗社長、鈴木常司さん」（流通サービス新聞 91. 9. 17）
- 「メセナ支援の会社設立 — Poco a Poco代表取締役、河野初江さん」（西日本新聞 91. 9. 20）
- 「地域あつての企業：企業メセナ — 文化水準向上へ積極支援 — 徳島総合流通センター理事長、北 公さん」（徳島新聞 91. 9. 23）
- 「日米企業の社会貢献：米で歓迎と反発 — クレグ・スミス氏」（日経産業新聞 91. 9. 26）
- 「国際展に参加する資金がない。日本企業の援助が頼り。」アズビー・ブラウン氏（『ぴあ』91. 9. 12）
- 「メセナは個性を生かすもの — サントリー会長、佐治敏三氏」（『日経ビジネス』91. 9. 2）
- 【コラム】**
- 「本当のメセナ — 加地伸行」（毎日新聞「視点」91. 9. 10）
- 「“実験室”スタジオ200の閉鎖」（日本経済新聞「文化往来」91. 9. 18）
- 「夢二の女性美その魅力：メセナに今後も一層期待」西里秀雄（琉球新報 91. 9. 22）

「“日本芸能”への熱い視線」(朝日新聞「コーヒーブレーク」91.9.28)

「小さな放送局の文化サポート」(『公益法人』「岡目八目」91.9)

【報道】

「企業メセナ展開に弾み：財界トップら積極姿勢—'91九州連合議会」(西日本新聞 91.9.1)

「支援の基金創設提案：地域の個性化へ文化はぐくめ」(西日本新聞 91.9.1)

「助成が熱い：“創造”への参加を」(西日本新聞 91.9.1)

「多彩な行動で新風を：九州連合議会」(西日本新聞 91.9.1)

「ポーランドの日本美術センター見切り着工へ」(読売新聞 91.9.2)

「米大に125万ドル寄贈—松下電器」(日本工業新聞、電波新聞 91.9.6)

「文化振興へ財団を設立—四国電力」(日本経済新聞、日本工業新聞、四国新聞 91.9.7)

「減税で“メセナ”後押し：寄付金を課税控除」(読売新聞 91.9.9)

「企業メセナ活動に本腰：西濃運輸が協議会」(岐阜新聞 91.9.15、朝日新聞〈名古屋〉 91.9.27)

「芸術を味わえる町に」(東奥日報 91.9.20)

「徳島に育て音楽文化」(徳島新聞 91.9.25)

「“メセナ”を語るシンポ：30、1日五木寛之さんら講演」(神奈川新聞 91.9.26)

「“都市と文化”のかかわりを考える日伊文化フォーラム」(読売新聞 91.9.26)

「スポーツ版メセナをめざし協議会設置へ—文部省」(日刊自動車新聞 91.9.27)

「住友財団が発足」(日経産業新聞 91.9.27)

「メセナ、中堅企業も：中国や東欧の画家支援」(日本経済新聞 91.9.30)

【単行本】

『名画の経済学』ウィリアム D グランブ(ダイヤモンド社 91.9.20)

『企業と文化の対話』佐々木晃彦(東海大学出版会 91.9.1)

『美術経済白書』瀬木慎一(美術年鑑社 91.9.1)

【特集】

「メセナ特集」(政府刊行物新聞 91.9.20)

「今、企業は“文化の時代”」(『文化ジャーナル鹿児島』91.9)

91年10月

【論文・評論】

「企業メセナの課題」佐々木晃彦(西日本新聞 91.10.10)

「経済教室：独立セクターで社会貢献を」本間正明(日本経済新聞 91.10.14)

「音楽展望：文化と行政」吉田秀和(朝日新聞 91.10.24)

「日本でのフィランソビー：自主性欠ける企業寄付」松井敏浩(朝日新聞 91.10.26)

「アートのある生活空間」河島信子(『経済広報センターだより』91.10)

【解説】

「交通戦争へのメセナ期待：飲酒運転に厳しい態度を」(読売新聞〈名古屋〉 91.10.1)

「絵画ビジネス色あせる」(日経産業新聞 91.10.2)

「Japanese philanthropy on the rise in U.S.」(The Japan Times 91.10.6)

「英ジャパンフェスティバル：一般客には“高根の花”」(読売新聞 91.10.13)

「2001年の企業社会：良い会社とは何か」(日経産業新聞 91.10.14)

「効果的CI術：親しまれる文化活動」(産経新聞 91.10.15)

「パブルはじけ絵画ビジネス冬景色」(日本経済新聞 91.10.20)

「馬里邑：絵画は修復出来ず」(日経産業新聞 91.10.25)

「企業市民：日本の場合」(毎日新聞 91.10.28)

「こちんまりした雰囲気、企業メセナをめざす：ヒューマン・リレーション・クラブ」(流通サービス新聞 91.10.29)

「関西21世紀特集：社会貢献—メセナ、関西先行」(日本経済新聞 91.10.31)

「収益第一」反省、よい会社3つのハードル」(日本経済新聞 91.10.31)

「魅力ある企業を創る魅力ある社員“社会貢献活動”」電通CI室PI研究会(『月刊アドバタイジング』91.10)

「企業の文化支援②」野田泰通(『IMFA』No.2、91.10.1)

「メセナ・スペシャル：メセナの原点(財)稲盛財団」(『イグザミナ』91.10)

「企業評価の新しいモノサシ」(『THE 21』91.10)

「企業が文化にお金を出す、“メセナ”の時代がやってきた」(『シュプール』91.10)

「激突！キムラ総研vs電通総研：企業はメセナの見返りを求めている」(『SPA』91.10.2)

「企業寄付の実態—経団連のアンケート調査から」(『政財界ジャーナル』91.10)

「“企業買い”有益論—メセナが死語になるとき」(『につけいあーと』91.10)

「企業1000社が初めて明かす'91企業メセナ決算報告」(『につけいあーと』91.10)

「認知度低く、課題山積み『企業メセナ』の今後」(『プレジデント』91.10)

【対談・座談会】

「開かれた都市づくり 関西の役割が高まる」磯村隆文、グレゴリー・クラーク、田中直毅、山本信孝、吉田卓也(日本経済新聞 91.10.31)

【インタビュー】

「困難な時だが文化は放り出せない：日仏文化サミットを前にラング文化相に聞く—日本の少ない文化予算は残念、“アリ”発言は働き者への敬意」ジャック・ラング(朝日新聞 91.10.28)

「企業の新しい社会貢献のかたち……“メセナ活動”」根本長兵衛(『NOVA』vol.28、91.10)

「野坂昭如氏—バブル企業がメセナなど語れるのか」(『につけいあーと』91.10)

【コラム】

「“文化と企業”の問題に脚光」(朝日新聞「取材ファイル」91.10.1)

「企業の文化支援、人も知恵も必要に」(日本経済新聞「文化往来」91.10.8)

「メセナはさりげなく」(読売新聞「中部さろん」91.10.10)

「公立美術館、地方で建設ラッシュ」(日本経済新聞「ザ・リサーチ」91.10.21)

「“とうきょうエキコン”など駅構内でのイベントに意欲的だが、その狙いは？」(日刊ゲンダイ「快適通勤を考える」91.10.26)

「山口・文化拠点作り・観光資源も活用」(日本経済新聞「文化発信」91.10.28)

「米美術館が店舗展開」(日本経済新聞「文化往来」91.10.29)

「企業に“音楽浴”提供」(日本経済新聞「ビジネス新風」91.10.30)

「100年の歴史を支える人たち」(朝日新聞「取材ファイル」91.10.31)

【報道】

「新しい企業文化考える：文化人と企業の会、発足へ」(日本経済新聞 91.10.1)

「企業メセナの拠点“誕生”—四国徳島ビル別館」(徳島新聞 91.10.3)

「アート関連の“学問”が人気」(織研新聞 91.10.5)

「住友財団基金50億円で月末始動」(東京新聞 91.10.6)

「パーティやめて現地に奨学金：交代披露より地元貢献、浮いた経費で財団設立」(日本経済新聞 91.10.8)

「来月メセナ協議会設立：西濃運輸」(岐阜新聞 91.10.12、毎日新聞〈名古屋〉91.10.15、日刊工業新聞 91.10.16、流通サービス新聞 91.10.25、日経産業新聞 91.10.31)

「東京工学院、英で表彰：買収したホールを改修」(朝日新聞 91.10.16)

「企業メセナでセミナー」(日経流通新聞 91.10.17)

「フジサンケイ、米に映画会社」(日本経済新聞 91.10.19)

「シンポジウム日仏文化サミット'91：文化への期待」(朝日新聞 91.10.20)

「多価値化、シンポジウム：新しい企業感性—企業市民」(日本経済新聞 91.10.22)

- 「日伊比較『都市と文化』シンポ」(読売新聞 91.10.23)
 「1位は日本航空、2位サントリー：文化イベントのスポンサー調査」(毎日新聞、読売新聞、産経新聞、日刊工業新聞 91.10.23、日本工業新聞 91.10.28)
 「レストランを夜間一般開放：無料の音楽会」(日刊工業新聞 91.10.24)
 「メセナ効果花開く：企業の協力で“四季の花壇”」(徳島新聞 91.10.24)
 「ヨンデンプラザ徳島：企業メセナの拠点、記念イベント多彩」(徳島新聞 91.10.27)
 「国際交流企画のCIP：仏ランス市と協力協定」(日本経済新聞 91.10.28)
 「“社会貢献”68%が活動」(日経産業新聞 91.10.29)
 「“メセナ”で意見交換：31日、東京で“考える会”」(日刊工業新聞 91.10.29)
 「日仏文化サミット'91ー文化への期待：ハイテク・メディアの影響探って様々に意見」(朝日新聞 91.10.30)
 「社会貢献活動、多様に展開：企業の国際貢献」(生産性新聞 91.10.30)

【単行本】

- 『文化のいま、これから』神谷国善、他(新日本出版社 91.10.20)
 『“企業風土”大転換の時代』島谷泰彦(オーエス出版 91.10.16)
 『新しい地域文化戦略』瀬沼克影(第一法規出版 91.10.25)

【特集】

- 「地域振興における文化と企業」(『ほくとう』91.10)
 「Corporate Artー文化としてのアート戦略」(『Mainichi Art News』91.10)

91年11月

【新聞社説・雑誌巻頭言】

- 「育てたい“文化支援”の運動」(信濃毎日新聞 91.11.3)
 「本物にしたい文化支援ブーム」(読売新聞 91.11.3)
 「日仏交流ルネサンス：日仏文化サミット'91」(朝日新聞 91.11.16)

【論文・評論】

- 「舞台芸術への公的助成」鈴木忠志(朝日新聞 91.11.19)
 「さびしい伝統芸能保護の実情」佐藤克明(朝日新聞 91.11.25)
 「労組がはじめた“メセナ”ふれあい郵便」松原 聡(『エコノミスト』91.11.12)
 「進展する企業メセナの現状と課題」澤田 進(『住生総研レポート』91.11)
 「企業メセナと地域開発ー山梨県白州町」(『リジョン・ビュー』創刊準備号)
 「日本型メセナの可能性を探る：“ブラック・ホール脱出”をめざして/Mecenat-The Way out of Japan's Cultural Black Hole」根本長兵衛(『BY THE WAY』91.11)

【解説】

- 「銀行の明日を考える社会との調和を求めて：企業文化と社会貢献」(『ニッキン』91.11.1)
 「“文化入超”ニッポン：芸術品もっと海外公開を」(日本経済新聞 91.11.2)
 「バブルと文化：あぶく銭の捨て場では」(日刊工業新聞 91.11.4)
 「次世代はぐくむ：〈下〉国際学生映画祭ー学生の養成を広く援助」(朝日新聞 91.11.13)
 「百貨店、美術館で集客競う」(日本経済新聞 91.11.14)
 「日本人と会社：第5部 新しい企業像を求めて」(日本経済新聞 91.11.16)
 「企業に社会・文化貢献の姿勢高まる」(東京タイムズ 91.11.18)
 「大物デザイナー抜け寒風：海外への発信力乏しく、新人発掘もメセナ頼り」(日本経済新聞 91.11.18)
 「日伊文化フォーラム：都市と文化」(読売新聞 91.11.29)
 「生活大国へメセナ充実ー日独の状況、講演会で報告」(朝日新聞 91.11.30)

「芸術家に映像ハイテクの場提供：キヤノンのアトラボ、東京・六本木で本格活動」（日本工業新聞 91.11.30）

「社会貢献157社の実態」 樫村寿郎（『週刊ダイヤモンド』 91.11.16）

「確固たる企業文化を支えに本物のメセナへ旗を振る — 福原義春」（『日経ビジネス』 91.11.18）

「『劇団』経済学」（『日経アドレ』 91.11）

「時代を先取る“陰徳” 積む会社：オムロン&富士ゼロックス」（『東洋経済』 91.11.23）

「社会知らずの会社：許されない会社ミーイズム」（『東洋経済』 91.11.23）

「長寿イベント成功の秘訣」（『広告』 91.11.15）

「人にやさしい経営が明日を創る」（『実業の日本』 91.11）

「和魂洋才で進める“企業メセナ” — 福原義春」（『平河フォーラム』 91.11）

「メセナ：サントリーによる定点研究」（『毎日グラフ』 91.11.17）

「正しい文化支援のありかたとは」（『MARCOPOLLO』 91.11）

【インタビュー】

「日本で初の“フィランソロピー” 月刊誌を発刊する、クレイグ・スミス」（読売新聞 91.11.2）

「文化支援はやピンチ？ “宣伝意識” 脱却を：カネもクチも出す本当のパトロン — カザルスホール総合プロデューサー、萩元晴彦氏」（日経産業新聞 91.11.18）

「慈善事業と区別し企業戦略の一環で — アプコ・アソシエイツ社長 マージェリー・クラウス氏」（日経産業新聞「この人と5分間」 91.11.25）

「“もてなし文化” 世界に発信 — UCCコーヒーマuseum館長、諸岡博熊さん」（日本経済新聞 91.11.25）

「社会と共生する企業をめざして」 歌田勝弘氏（『経済広報センターだより』 91.11）

「“企業は文化事業をすべきではない” という究極の文化支援の在り方を問う男」 尾崎宣之（『B-ing』 91.11.28）

【コラム】

「バブル消え企業協賛の文化事業減少」（日本経済新聞「文化往来」 91.11.7）

「社会貢献求められる企業」（岩手日報「指針」 91.11.8）

「悪名！ 冠コンサート」（東京新聞「大波小波」 91.11.9）

「67：コンサート料金の内外価格差（東京を100とした時のニューヨークの指数）」（読売新聞「数字くらし学」 91.11.9）

「大賞がメセナの指針に」（毎日新聞「ひとと模様」 91.11.13）

「メセナ版画展」（北海道新聞「今日の話」 91.11.15）

「企業名、なぜ伏せる？」（日経産業新聞「美術品手帳」 91.11.16）

「企業メセナで社員の感性を」（北陸中日新聞「テレックス」 91.11.16）

「若手演奏家に名器を貸そう」（日本経済新聞「文化往来」 91.11.21）

「自治体の文化振興策：予算よりまず情熱」（日本経済新聞「文化往来」 91.11.22）

「第九交響曲」（毎日新聞「憂楽帳」 91.11.22）

「メセナと芸人」（神戸新聞「あ・ん」 91.11.26）

「不況でも企業文化を育てます」（日刊工業新聞「いっふく」 91.11.26）

「残照、本間家」（朝日新聞「天声人語」 91.11.27）

「“メセナ”に問い合わせ多数」（産経新聞「読者サービス室から」 91.11.30）

「社会貢献でなく企業貢献」（『エコノミスト』『筆刀/直評』 91.11.5）

「メセナの沙汰も金次第？」（『360』『Business』 91.11）

【報道】

「企業コレクションの名画がズラリ」（毎日新聞 91.11.2）

「住銀がリフレッシュ制度：スポット休暇や芸術鑑賞支援」（日本経済新聞 91.11.4）

「米国での寄付活動やっと認められた」（朝日新聞 91.11.8）

「ローム・佐藤社長が設立の音楽文化振興の財団法人」（電波新聞 91.11.8）

「ファッション研究で助成制度」（日本経済新聞 91.11.9）

- 「企業の社会貢献状況：具体策実施は16% — 日本能率協会」(読売新聞 91.11.9)
- 「21世紀の人間活動探る：YKKがメセナでシンポ」(富山新聞「東京だより」91.11.10)
- 「ギャラリー無料化も利用増につながらず：重厚すぎて敷居が高い？」(朝日新聞〈名古屋〉91.11.12)
- 「企業は社会活動を」(茨城新聞 91.11.13)
- 「主婦を狙ってメセナ花盛り」(神奈川新聞 91.11.13)
- 「アサヒビールが協賛スーパーオペラ東京講演：企業文化部を設置、バブル後も社会貢献に意欲的」(日本工業新聞 91.11.16)
- 「“大阪コミュニティ財団”設立：社会貢献活動を支援」(日刊工業新聞、日経産業新聞、日本経済新聞 91.11.16)
- 「財政難のロンドン動物園：日本企業出資で存続へ」(日本経済新聞 91.11.17)
- 「個人と企業の文化交流を」(日本工業新聞 91.11.18)
- 「専門組織が発足 — 岡山・林原のメセナ活動：地域貢献目ざす」(山陽新聞 91.11.20)
- 「(アート・マネージメント講座で)美術品の保険 大学生に指南」(朝日新聞 91.11.22)
- 「文化支援、定着へ」(住宅新報 91.11.22)
- 「文化事業開催に取り組み：地域からの評価必要 — 静岡マツダ」(日刊自動車新聞 91.11.25)
- 「4つの効果、経営資源に：メセナ — サントリーの文化事業」(日経産業新聞 91.11.26)
- 「日本型メセナの可能性探る」(千葉日報 91.11.29)
- 「メセナ、企業が芸術・文化に投資：税制改正など積極的に支援 — 文部省・文化庁」(日本農業新聞 91.11.29)
- [単行本]**
- 『企業の社会貢献 — 個人・企業・社会の共生』電通総研編(日本経済新聞社 91.11)
- 『企業フィランソロピーの時代：よき企業市民への道』長坂寿久(JETRO 91.11.28)
- 『シンポジウム：統計データにみる日本の芸術状況』日本統計学会(日本統計学会 91.11.12)

91年12月

[新聞社説・雑誌巻頭言]

- 「“ボランティア社会”目指して」(読売新聞 91.12.10)
- 「企業メセナの理想と現実」(『マネジメント21』91.12)

[論文・評論]

- 「座標：企業倫理の見直し — 社会へ奉仕不可欠」高橋文利(朝日新聞 91.12.1)
- 「文化庁の芸術支援姿勢に疑問」佐々木忠次(朝日新聞 91.12.12)
- 「ふれあい演奏会独り裏方」及川光悦(日本経済新聞 91.12.18)
- 「電気事業における社会的貢献の理論と実践」山中芳朗(『エネルギーフォーラム』91.12)
- 「文化支援と寄付金税制」尾原榮夫(『花伝』91.12)
- 「わが国における文化政策の課題：世界の芸術文化の核に」渡辺通弘(『花伝』91.12)
- 「フィランソロピーとアメリカ文化」柏岡富英(『国際交流』No.57 91.12)
- 「日本資本主義の挫折と教訓」山本雄次郎(『財界』91.12.10)
- 「企業と芸術のパートナーシップ」野呂健男(『社会教育』91.12)
- 「ワコールの文化活動」藤沢哲二(『ビジネス・リサーチ』91.12)
- 「企業財団の最近の動きと企業財団による株式保有の問題点」雨宮孝子(『法学研究』91.12)

[解説]

- 「しんじロジー：利益か社会貢献か、迷える経営トップ」(日本経済新聞 91.12.2)
- 「ワインの里のシャトーに“芸術村”：日仏企業メセナで共同運営」(読売新聞「国際文化」91.12.4)
- 「文化のすそ野広げよう：地域は支援に期待する」(西日本新聞 91.12.5)

- 「メセナもバブル」にするな：消費者、持続させる選択を」（日本経済新聞 91.12.9）
「文化と企業：官・民・学の協力で支援体制の確立を」（西日本新聞 91.12.11）
「メセナ活発化：地道なボランティアも」（毎日新聞「門司」 91.12.12）
「地域への貢献が課題：利益還元、文化活動支援」（河北新報 91.12.13）
「メセナ：暖かく他者に配慮する心を」梅澤 正（東京新聞 91.12.13）
「関西の中堅企業2社がユニークな文化活動」（日本工業新聞 91.12.14）
「メセナ大賞1991：問われる“支援”の意味」（流通サービス新聞 91.12.24）
「80年代文化の“体験教室”」（日本経済新聞 91.12.26）
「林原グループの企業戦略」（東京新聞 91.12.27）
「バブル去り芸術に冬：スポンサーやーい！」（朝日新聞 91.12.28）
「“相互誤解”で危うく中止に：来秋のミュンヘン“日本フェス”」（日本経済新聞 91.12.29）
「利益か社会貢献：迷える経営トップ」（日本経済新聞 91.12.29）
「フィレンツェの興亡と戦後日本—メディチ家の教訓500年前のバブル大崩壊」（『AERA』91.12.31）
「利益を株・土地で蓄えメセナ活動」（『AERA』91.12.31）
「企業の進出で芸術の世界も“弱肉強食”」（『東洋経済』91.12.7）
「メセナ」『キャプテンベディ』91.12）
「メセナで選んだ先端200社」（『日経アドレ』91.12）

【対談・座談会】

「いよいよ本領を発揮する芸術文化振興基金と企業メセナ協議会：世界が注目する日本型文化政策」横瀬庄次、福原義春、中村雄二郎（『花伝』91.12）

【インタビュー】

- 「社会貢献の情報誌を創刊—電通CI室長、岡田芳郎氏」（日経産業新聞 91.12.7）
「横浜市文化振興財団、分厚い手帳片手に奮闘—木村尚三郎氏」（神奈川新聞 91.12.10）
「メセナの火、消さぬ」福原義春氏（読売新聞 91.12.12）
「第1回メセナ大賞を受賞した“林原グループ”代表—林原 健さん」（朝日新聞 91.12.18、読売新聞 91.12.25）
「文化支援と寄付金税制」尾原榮夫大蔵省税制第一課長（『花伝』91.12）
「福原義春、消費者・生活者委員長に聞く」（『経団連月報』91.12）
「本物のイベントを日本に」ジール・ヘネシー氏（『ザ・ビッグマン』91.12）

【コラム】

- 「カムリ講座」（朝日新聞「仕事の周辺」91.12.2）
「日本メセナ協の奮起を」（産経新聞「ふりーとーく」91.12.2）
「企業と自治体：芸術監督を迎え専属に、専門劇場設け予算計上」（朝日新聞「なんでもQ&A」91.12.5）
「驚く舞台公演料金の高さ」（朝日新聞「コーヒーブレーク」91.12.7）
「企業メセナの動きに期待」（神奈川新聞「自由の声」91.12.12）
「閉館、スタジオ200」（東京新聞「大波小波」91.12.13）
「芸術家の世界にもルールあり」（日本経済新聞「斜論」91.12.14）
「社党が文化政策でシンポ」（朝日新聞「取材ファイル」91.12.17）
「“メセナ大賞”成功にホッと—根本長兵衛」（毎日新聞「ひと模様」91.12.17）
「批判が再集中、東京芸術劇場」（朝日新聞「取材ファイル」91.12.19）
「メセナは悪税制の落し子？」（日本経済新聞「斜論」91.12.21）
「メセナ」（東京新聞「複眼」91.12.24）
「チケットはどこだ？」（東京新聞「大波小波」91.12.27）
「メセナ正念場、問われる企業の姿勢」（日本経済新聞「文化往来」91.12.31）
「クラシックや歌舞伎のテレビ中継に、企業はもっとメセナ精神を」（『週刊TVガイド』「異見あり」91.12.6）

「日本企業を国際的な文化活動に」(『正論』「ビジネス最前線」91.12)

「泡沫に終るのか文化貢献—できないことははじめからやるな」(『日経イベント』「三田村和彦の視点・論点」91.12)

【報道】

「“文化と企業”で3日にシンポ」(日本繊維新聞 91.12.2)

「アンコール遺跡救済へ3美術館が共通券発行：売り上げ全額を寄付」(読売新聞 91.12.3)

「人権感覚は企業に不可欠—自由人権協会がシンポ、“社会的貢献参加は品質の一部”(朝日新聞 91.12.3)

「われわれも冠コンサート：“文化”に貢献したい」(中国新聞 91.12.6)

「会社員もメセナしましょ」(朝日新聞〈小倉〉 91.12.7)

「税理士組織が地域文化支援」(産経新聞 91.12.7)

「500億円の奨学財団設立」(毎日新聞、産経新聞 91.12.9)

「いま四国で：製菓会社がメセナ活動」(高知新聞 91.12.9)

「ホテルもメセナ参加」(日経産業新聞「談話室」91.12.10)

「第1回メセナ大賞」(日本経済新聞、読売新聞、朝日新聞 91.12.16、朝日新聞〈岡山〉、毎日新聞〈東京・岡山〉、産経新聞、山陽新聞、日刊工業新聞、日本経済新聞、日本工業新聞 12.17、電通報 12.19)

「岩田屋、企業メセナ充実」(読売新聞〈小倉〉、日経流通新聞 91.12.17、19)

「“文化経済学会”設立へ準備進む」(東京新聞 91.12.20)

「メセナ支援プログラム：日産が新年度から開始」(日刊工業新聞 91.12.24)

「サラリーマン“芸人”大集合ゆとりの大切さ訴え：“文化芸術振興会”来年4月発足」(日本経済新聞 91.12.25)

「ビジネス交流日米が合意：企業文化への理解求める」(日本経済新聞 91.12.31)

【単行本】

『企業倫理の制度化に向けて』日本生産性本部(日本生産性本部経営開発部 91.12)

【特集】

「拡大する企業メセナとフィランソロピー」(『経営情報』No.54 91.12)

「どう変わる!? 企業の社会・文化戦略」(『宣伝会議』91.12)

91年1月～12月の連載

日工ひろば（日本工業新聞）（86.6.7より毎土曜）

1. 5 「ミニシアター界、差別化や個性化 —— 東京ドームにスモールエッグ」
1. 12 「東西で女性だけの異業種交流飛躍へ —— 地球女倶楽部 INANNA」
1. 19 「新春から“イベント”にビジュアル(映像)加え新展開 —— オンキヨーオーディオセンター」
1. 26 「西洋（ルネサンス音楽）と東洋（能）を初ジョイント —— 富士火災海上保険が支援」
2. 2 「カラオケ文化を世界各国に —— パイオニアがアジア・カラオケ大会」
2. 9 「シネセゾン、ネットの拡大に本格取り組み —— 岩波ホールと提携」
2. 16 「フジテレビ、初の自主制作ミュージカルがヒット —— 演劇の世界にも企業後援活動の波」
2. 23 「岩手・安比高原で“ジャマイカ”体験!! —— ペンションにディスコ」
3. 2 「百貨店業界、子供向け“高級路線”に照準」
3. 9 「経団連“顔の見える国際文化事業”展開 —— マレーシアに日本研究センター」
3. 16 「サントリー、ブロードウエー・ミュージカルに進出 —— 酒・食品に次ぐ事業に育成」
3. 23 「大阪のトレンド発信基地キタ、ミナミからニシへ」
3. 30 「日本衛星放送、民間で初本放送へ向け大宣伝作戦」
4. 6 「高く評価された“草の根大使” —— シルバー奉仕隊の30人」
4. 13 「パレエや演劇などソ連の芸術が続々 —— 西友は“女性映画人”週間」
4. 20 「“ひとの見える街づくり” —— ホロン思想で都市論考察」
4. 27 「今年も代々木の杜はお祭りムードいっぱい —— 国際スポーツフェア '91春」
5. 4 「待望の新作も初公開、愛と夢の世界へ —— ウォルト・ディズニー映画祭 '91」
5. 11 「4 輪車でパリから北京までユーラシア大陸横断 —— 世界最長規模自動車ラリー」
5. 18 「“自分の価値観”生かす新しい雑誌 —— 20代の働く女性がターゲット」
5. 25 「全国6地区8事業所で地域ぐるみ“工場祭り” —— “企業市民”をめざすコマツ」
6. 1 「仮設テント撤去前に一役、響くモーツァルトの楽曲 —— 鹿島建設大阪の工事作業所」
6. 8 「5年半、55回目を迎えた無料招待コンサート —— 三陽商会」
6. 15 「楽しい映画の“おもちゃ箱”6パビリオンに夢いっぱい」
6. 22 「ビジネスビデオ制作者の活動や姿勢を評価の基準に選定 —— 第1回 SAVA 企業映像祭」
6. 29 「新潟に宇宙テーマパーク、社員のアイデアから誕生 —— 佐藤工業 NASA と提携」
7. 6 「“ビール文化”花開く横浜に“ブレッジ” —— キリンビール工場をリニューアル」
7. 13 「荒々しい建設現場で“造形”と“音”の饗宴 —— 竹中工務店」
7. 20 「命を捧げた建設会社技師実名小説がTVドラマに —— 西松建設映像製作にも協力」
7. 27 「今年も北海道に楽の音、札幌を中心にPMFを開く —— 多くの企業が支援」
8. 3 「“ライブラリー”がオープン新生JCII本格スタート —— 日本写真機光学機器検査協会」
8. 10 「さまざまな生活シーンに新しいパターンを提案 —— 体験型のショールーム、松下電器」
8. 24 「地球環境の保全を芸術を通して啓蒙 —— 地球のゴミでアートする展 '91」
8. 31 「長崎・大村湾で17世紀のオランダを再現 —— 巨大プロジェクトハウステンボス」
9. 7 「未来への創造性を大切に“車と人の出会うサロン” —— 東京・東池袋のトヨタ自動車ショールーム」
9. 14 「“音”と芸術全般の協調神戸で前衛的イベント —— ジーベックが運営」
9. 21 「今年も27日から渋谷で華やかに第4回東京国際映画祭 —— 恒例の企業冠協賛企画も」
9. 28 「サントリーホールが5周年記念フェスティバル —— 世界でも有数のホール」
10. 5 「中国・上海のホテル事情」
10. 12 「スペシャルイベントにソニー・ロリンズ特別公演を主催 —— アマダグループ」

- 10.19 「植物との共生がテーマ “ハーベストフェスティバル’91 —— 松下労組の“花の植物館”」
 10.26 「集合住宅の1戸ごとに外観にも個性を持たせる —— ペッシェ氏と大成建設が共同プロジェクト」
 11. 2 「素朴な“日本の美”を描く原田泰治の“魅力” —— チノンが個展に協賛」
 11. 9 「老人の健康づくり快適な生活を提案 —— 大阪ガスが地域に根ざす二つの活動」
 11.16 「アサヒビールが協賛スーパーオペラ東京公演 —— バブル後も社会貢献に意欲的」
 11.30 「芸術家に映像ハイテクの場提供 —— キヤノンのアートラボ」
 12. 7 「日本の伝統芸能を未来に伝えよう —— 二十一世紀日本文化会議を創設」
 12.14 「関西の中堅企業2社がユニークな文化活動 —— モリシタとボックス」
 12.21 「日米の生活様式の差? クーボン広告の人気、今一つ」

企業と人の社会貢献：フィランソロピー（産経新聞、大阪）（91.1.5より毎土曜）

1. 5 〈1〉「太平記の中の逸話」
 1.12 〈2〉「プラトンの熱い想い」
 1.19 〈3〉「メセナとマエケナス」
 1.26 〈4〉「戦争と人類愛」
 2. 2 〈5〉「“道頓堀”も一例」
 2. 9 〈6〉「ハーバード大学」
 2.16 〈7〉「大阪商人の財団」
 3. 2 〈8〉「論語とソロバン」
 3. 9 〈9〉「日米親善交流基金」
 3.16 〈10〉「カーネギーの恩人」
 3.23 〈11〉「富んで死せるとは…」
 3.30 〈12〉「余剰の注意」
 4. 6 〈13〉「大阪コミュニティ財団」
 4.13 〈14〉「マンション型財団」
 4.20 〈15〉「コミュニティ財団の魅力」
 4.27 〈16〉「名前を潰すこと」
 5.11 〈17〉「サラモン教授の来日」
 5.18 〈18〉「日本生命財団でさえ…」
 5.25 〈19〉「北風と太陽」
 6. 1 〈20〉「平成フィランソロピー元年」
 6. 8 〈21〉「株主からの訴え」
 6.15 〈22〉「見識ある自己利益」
 6.22 〈23〉「デイトン・ハドソン」
 6.29 〈24〉「2つのP」
 7. 6 〈25〉「国際フィランソロピー会議」
 7.13 〈26〉「眠りから覚めた法律」
 7.20 〈27〉「アジア・コミュニティ・トラスト」
 7.27 〈28〉「省庁益法人」
 8. 3 〈29〉「世間の誤解」
 8.10 〈30〉「もぬけの殻」
 8.17 〈31〉「小さな誇り」
 8.24 〈32〉「国際フィランソロピー研究員」
 9. 7 〈33〉「企業財団」
 9.14 〈34〉「企業財団の伝統」

- 9.21 〈35〉「東レ科学振興会」
- 9.28 〈36〉「トヨタ財団の誕生」
- 10. 5 〈37〉「孤立財団」
- 10.12 〈38〉「“企業財団”の独立性」
- 17.19 〈39〉「上乗せ寄付制度」
- 10.26 〈40〉「雲泥の差」
- 11. 2 〈41〉「“顔のない巨人”の財団」
- 11. 9 〈42〉「詭弁（きべん）」
- 11.16 〈43〉「ばかげた話」
- 11.30 〈44〉「個人寄付」
- 12. 7 〈45〉「善意と税」
- 12.14 〈46〉「株と土地の寄付」
- 12.21 〈47〉「“冠”におかんむり？」
- 12.28 〈48〉「具体化・前進した年」

企業ミュージアム（『イグザミナ』）（89.10より）

- 91. 1 〈15〉「菊正宗酒造記念館」
- 91. 2 〈16〉「JGA ゴルフミュージアム」
- 91. 3 〈17〉「つまようじ資料室」
- 91. 4 〈18〉「グリコピア神戸」
- 91. 5 〈19〉「ハカリの小歴史館」
- 91. 6 〈20〉「宝塚電車館・宝塚歌劇記念館」
- 91. 7 〈21〉「三洋電機北条記念資料館」
- 91. 9 〈22〉「ヤンマーディーゼルメモリアルホール」
- 91.10 〈23〉「甲南漬資料館」
- 91.11 〈24〉「島津創業記念資料館」
- 91.12 〈25〉「日本ペイント歴史館」

企業と文化（『政財界ジャーナル』）（90. 2より）

- 91. 1 「地道な国民への健康活動：第一生命保険」
- 91. 4 「ソーシャルサービス制度を日本で初めて導入：富士ゼロックス」
- 91. 6 「アマチュア・オーケストラの支援：トヨタ財団」
- 91. 9 「地方から世界へ：林原グループ」
- 91.10 「時期に合った“環境財団”：イオングループ」
- 91.11 「松下幸之助の遺産：松下電器㈱」
- 91.12 「キリン記念財団：キリンビール」

いま、企業文化が変わる：企業市民としてのわたしたち（『JAAA Reports』）（90. 4より）

- 91. 1 「なるべくしてなった地球企業——(株)服部セイコー」
- 91. 2 「“睡眠学”の確立を目指す——西川産業株式会社」
- 91. 3 「メセナ最前線に立つ——(株)資生堂」
- 91. 4 「グッドカンパニーを目指す——アサヒビール株式会社」
- 91. 5 「転換点を切り開く——富士ゼロックス株式会社」
- 91. 6 「夢をかたちに——富士通株式会社」
- 91. 7 「地域生活文化へのパートナーシップ——ジャスコ株式会社」

- 91. 8 「地域にやさしい紙づくりを目指す —— 本州製紙株式会社」
- 91. 9 「高校生活へ新しい価値基準の提案 —— (株)学生援護会」
- 91.10 「ビデオ・レターから深まる交流の場 —— TDK 株式会社」
- 91.11 「ユーザー・オリエンテッド・カンパニー —— (株)INAX」
- 91.12 「テクノアメニティー —— (株)日本触媒」

文化再発見：企業の戦略（日経産業新聞）（90. 4. 6～91. 5. 17）

- 1. 4 「吉田工業：地域振興と国際交流 —— 演劇・建築など施設や会議」
- 1.11 「ネスル：地方の演奏家育成」
- 1.18 「アメリカン・エクスプレス：支援対象細かく審査」
- 1.25 「ワールド：美術館運営を支援 —— 自前施設の建設にも夢」
- 2. 1 「三陽商会：無料の手作り音楽会 —— 増える応募者楽しむ出演者」
- 2. 8 「小田急電鉄：地域密着、走る“学会”」
- 2.15 「リブラン：沿線住民の輪広げる」
- 2.22 「大阪ガス：異色研究、社会に提言」
- 3. 1 「東芝：技術教育の支援的」
- 3. 8 「スズキ：感性重視へ意識改革」
- 3.15 「西洋環境開発：リゾート地に音楽堂」
- 3.29 「武田薬品工業：日中の医学書10万冊 —— 財団通じ医学賞や奨励金」
- 4. 5 「JR 東日本：エキコンでお国自慢 —— 地方自治体との共催増加」
- 4.12 「北一硝子：“豊かな暮し” 紹介 —— 生活密着の美術館・ホール」
- 4.19 「三井不動産：より消費者へ身近に —— 映像で飾る X マスの新宿」
- 4.26 「富士ゼロックス：アジアの音楽家支援 —— 政治排除し演奏ツアー」
- 5.10 「クラボウ：工場創設時の姿保つ —— 倉敷活性化へ催事に協力」
- 5.17 「出光興産：宣伝抜きで音楽番組 —— 賞創設でも独自の姿勢」
- 5.24 「林原：共済会で独自の催し —— 誇れる岡山へ“陰徳積む”」

メセナ：企業と文化（日本経済新聞）（90. 5. 27より毎土曜）

- 1. 5 「企業、理念の確立急ぐ：“元年” 過ぎ問われる持続性」
- 1.12 「元気一杯、異色の企画：女性に“文化”を任せた INAX」
- 1.19 「イベント、内製化の動き：お仕着せを嫌い始めた企業」
- 1.26 「“広く浅く”に不満の声も：芸術文化振興基金、助成先決まる」
- 2. 2 「民間顔負け“脱官作戦”ユニーク企画目白押しの自治体」
- 2. 9 「まず実践、マンション型財団：税制優遇など大商に先駆者の債務」
- 2.16 「“発信基地”めざし独自活動：世界に目を向け新しい企画続々」
- 2.23 「白熱化する博物館建設：企業の町づくりを行政側も支援」
- 3. 2 「沿線に芸術の町夢みる：南海電鉄、“野球”から“文化”へ」
- 3. 9 「民間主導の伝統生きる：一口1万円で市民オペラを支援」
- 3.16 「文化育てる役割に戸惑い：期待高まる中、どうかかわるか」
- 3.23 「省構想、内部に慎重論：文化振興、米型か欧州型かで揺れる」
- 3.30 「あるべき姿は……模索続く：パワーを一本化できぬ難しさも」
- 4. 6 「人材養成へ大学に講座：行きつくところは“人の問題”」
- 4.13 「文化と企業の橋渡し役：接点見つけ運営法を編み出す」
- 4.20 「企画から夜食手配まで：待遇未整備“好きな道”が支え」
- 4.27 「卒論出版を企業が後押し：公募で無名の若い才能発掘」
- 5. 4 「ミットヨ、大蔵経を英訳：売上の1%で仏教伝道支援」

- 5.11 「企業美術館“社員のため”対外面より社風改善のバネに」
- 5.18 「コンクルの制作費補助：資金乏しい芸術家、企業が支援」
- 5.25 「言葉が先行、実態伴わず：経済偏重から脱皮めざす企業」
- 6. 1 「原点は“芸術求める心”無償性の協調、企業に戸惑い」
- 6. 8 「企業の風土作り必要：国際化の中で文化の重み増す」
- 6.15 「社会貢献が動機のトップ：企業メセナ協、初の『白書』を発表」
- 6.22 「実現の裏に一社員の情熱：オーケストラの海外公演支援」
- 6.29 「緒についた文化・芸術支援：寄付への税優遇で設立進む」
- 7. 6 「金も出すが口も手も出す：知恵しぼるプログラムオフィサー」
- 7.13 「国と民間のすき間埋める：第三セクターで福祉・国際交流…」
- 7.20 「社員一体型の新企画登場：企業から完全独立型、まだ少数」
- 7.27 「助成額や情報公開に課題：資料センター設立し活性化に努力」
- 8. 3 「地域に密着、活動も多様化：継続性を重視、社会貢献型増える」
- 8.10 「国境越えた活動展開：東欧文化危機にも積極的対応」
- 8.17 「証券不祥事を越えて——：福原義春企業メセナ協理事長に聞く」
- 8.24 「迫られる倫理の見直し：企業の社会貢献を根づかせるために」
- 8.31 「日本企業の寄付が支え：難関切り抜け英国でジャパン・フェス」
- 9. 7 「日本企業が友好の基金：シンガポールで商議所が受け皿に」
- 9.14 「文化的な企業風土を志向：景気の陰りで活動見直し機運」
- 9.21 「審査はもっと大胆に：助成額、5割増えて30億円に」
- 9.28 「“公”や“草の根”の論理にズレ：福岡の二つの映画祭をめぐって」
- 10. 5 「中小企業や個人も利用：少額の元本で小回りきく助成」
- 10.12 「大型基金で助成を充実：裾野広げる公募型も順調」
- 10.19 「地域社会の助成に力：身近な問題を見直す役割も」
- 10.26 「個人の情熱が夢実らす：日本オペレッタ協会、財団法人に」
- 11. 2 「広がり始めた美術支援：公的展覧会に企業の協賛活発化」
- 11. 9 「無視できない環境問題：“文化”と並ぶ社会貢献の尺度に」
- 11.16 「景観美化・地域振興に一役：野外彫刻展に協力、作家を育成」
- 11.23 「感性引出し社内活生化：社員に文化を学ばせる会社」
- 11.30 「地方文化の時代へ布石：財団が島根・賀茂町の振興助成」
- 12. 7 「音楽への夢、助成に託す：半導体メーカー社長が財団設立」
- 12.14 「専門家の目通し“質”向上：公開に動く企業コレクション」
- 12.21 「日本型支援を模索：審査が難航した“メセナ大賞”」

メセナ対談（『21世紀版画』）（90.10から）

- 1月号 「福原義春（株）資生堂代表取締役社長」
- 2月号 「中江利忠（株）朝日新聞代表取締役社長」
- 3月号 「西尾信一（第一生命保険相互会社代表取締役会長）」
- 4月号 「柴田俊治（株）朝日放送専務取締役」
- 5月号 「関本忠弘（日本電気（株）代表取締役社長）」
- 6月号 「レオ・カステリ（レオ・カステリ画廊社長）」
- 7月号 「石川六郎（鹿島建設（株）代表取締役会長）」
- 8月号 「佐治敬三（サントリー（株）代表取締役会長）」
- 9月号 「椎名武雄（日本アイ・ビー・エム（株）社長）」
- 10月号 「江戸京子（財）アリオ音楽財団理事長」
- 11月号 「松橋 功（株）日本交通公社代表取締役社長」

12月号 「神林留雄（日本電信電話㈱代表取締役副社長）」

いまメセナとやま（北日本新聞）（91. 1. 8～91. 4. 2、毎火・水曜）

- 1. 8 「第1部 パトロン新時代：企業イベント——YKK 中心に前衛的企画」
- 1. 9 「第1部 パトロン新時代：倉庫再生——美術館やアート・ホテルに」
- 1.15 「第1部 パトロン新時代：ニュー・ギャラリー——建築関係者が相次ぎ開設」
- 1.16 「第1部 パトロン新時代：日米美術交流——NY でビル買収、展覧会」
- 1.22 「第1部 パトロン新時代：にわか劇場——ビルの遊休空間で劇、音楽」
- 1.23 「第1部 パトロン新時代：冠コンサート——企業イメージの浸透狙う」
- 1.29 「第1部 パトロン新時代：楽器店ホール——地域音楽文化の裏方に」
- 1.30 「第1部 パトロン新時代：居酒屋寄席——若手に勉強の場を提供」
- 2. 5 「第1部 パトロン新時代：自主企画——大規模に総合デザイン展」
- 2. 6 「第1部 パトロン新時代：企業ホール——新社屋に組み込む計画」
- 2.13 「第1部 パトロン新時代：第三セクター——文化行政の限界カバー」
- 2.19 「第1部 パトロン新時代：行政の仕掛〈上〉——はじめにホールありき」
- 2.20 「第1部 パトロン新時代：行政の仕掛〈下〉——鑑賞者育てることから」
- 3. 5 「第2部 創造のとき：意識改革——耕し育てるのが文化」
- 3. 6 「第2部 創造のとき：芸術都市——市予算の1%を運営費に」
- 3.12 「第2部 創造のとき：文化の百貨店——素人スタッフが制作」
- 3.13 「第2部 創造のとき：地方企業——民間の機動力生かして」
- 3.19 「第2部 創造のとき：総合芸術——アマチュア団体が上演」
- 3.20 「第2部 創造のとき：文化の住民自治——市民がホールを運営」
- 3.26 「第2部 創造のとき：利賀の試み〈上〉——“東京一極化への疑問”」
- 3.27 「第2部 創造のとき：利賀の試み〈下〉——異文化との遭遇に驚き」
- 4. 2 「第2部 創造のとき：先行投資——文化こそ共有の財産」

企業と文化（日本繊維新聞）（91. 4 から6月、毎月第3土曜）

- 4.20 「企業文化：価値観と行動様式を共有」
- 5.18 「文化事業：カネボウ・ライフ・インスティテュート始動」
- 6.15 「メセナ活動：メセナ白書'91から4割の企業が実施」
「社内報の社外報：東レ びいぶる」

コーポレート・シチズンシップ（日刊工業新聞）（90. 4. 19～91.12.25）

- 1. 9 「オムロン：オムロン太陽の家」
- 1.16 「日本メナード化粧品：メナード美術館」
- 1.23 「宇部興産：宇部市野外彫刻美術館」
- 1.30 「不二越：迎賓館“無辺閣”」
- 2. 6 「第一生命：サウンド・スペシャル」
- 2.13 「日本通運：ねぶた祭り」
- 2.20 「吉田工業：建築デザイン会議」
- 2.27 「トヨタ自動車：トヨタ・コミュニティ・コンサート」
- 3. 6 「住友金属鉱山：菱刈鉱山の“山神祭”」
- 3.13 「JTB：観光文化資料館」
- 3.20 「トーメン：海外演奏活動を支援」
- 3.27 「三洋電機：淡路島・三つのダイヤモンド構想」

- 4. 3 「中部電力：電気文化会館」
- 4. 10 「福岡銀行：吹奏楽団のコンサート」
- 4. 24 「広島銀行：美の殿堂“ひろしま美術館”」
- 5. 1 「安田信託銀行：スリー C 運動」
- 5. 8 「ジョンソン・エンド・ジョンソン：子供洋上教室」
- 5. 15 「ポーラ化粧品本舗：ポーラ伝統文化振興財団」
- 5. 22 「イトーヨーカ堂：こども図書館」
- 5. 29 「三菱商事：国際交流、地域貢献に重点」
- 6. 5 「南海電気鉄道：南海コンサート」
- 6. 12 「INAX：とこなめトイレパーク」
- 6. 19 「松尾建設：中高一貫教育の“弘学館”」
- 6. 26 「ヨークベニマル：高校生海外研修」
- 7. 3 「林原共済会：国際芸術・文化振興奨学金制度」
- 7. 10 「オリックス：美術コレクションを全国で展覧」
- 7. 17 「オイレス工業：グラウンドを地元に開放」
- 7. 24 「京都中央信用金庫：祇園祭りに参加」
- 7. 31 「セントラル硝子：国際建築設計競技」
- 8. 7 「日清紡針崎工場：バラ園を市民に開放」
- 8. 14 「アメリカ松下電子部品：米国の中・高生を日本に招待」
- 8. 21 「横浜銀行：カルチャーパーク開設」
- 8. 28 「ジャスコ：イオングループ環境財団」
- 9. 4 「スギノマシン：クラシックコンサート」
- 9. 11 「尼崎信用金庫：世界の貯金箱博物館」
- 9. 18 「東ソー：カレッジ・東ソー・ボウル」
- 9. 25 「ブリヂストン：吹奏楽団久留米」
- 10. 2 「日興証券：クラシックバレエ野外公演」
- 10. 9 「朝日酒造：“ホテルの里”づくり」
- 10. 16 「愛知トヨタ自動車：ふれあいギャラリー」
- 10. 23 「忠実屋：少年サッカー大会」
- 10. 30 「月桂冠：濠川堤クリーンアップ作戦」
- 11. 6 「九州電力：ふれあいコンサート」
- 11. 13 「ダイイチ：スポーツ振興基金創設」
- 11. 20 「セイコーエプソン：サイトウ・キネン・オーケストラ」
- 11. 27 「伊藤忠商事：“地球温暖化”研究を支援」
- 12. 4 「オリエントグループ：古代オリエント博物館」
- 12. 11 「日本鋳業：ギャラリー日鋳」
- 12. 18 「薄皮饅頭柏屋：児童詩誌『青い窓』」
- 12. 25 「渋谷工業：学術文化スポーツ振興財団」

コーポレート・アート：企業の美術活動を訪ねて（『月刊実業の日本』（91. 2 より）

- 91. 2 「メナード美術館」
- 91. 4 「川村記念美術館」
- 91. 5 「村内美術館」
- 91. 6 「アルファ・キュービク・ギャラリー」
- 91. 7 「サントリー美術館」
- 91. 9 「池田20世紀美術館」

- 91.10 「ニューオータニ美術館」
- 91.11 「ひろしま美術館」
- 91.12 「東京国際美術館」

この会社のメセナ度チェック（日刊ゲンダイ）（毎月曜）

- 3.11 「鐘紡：“芸術化産業”を宣言」
- 3.18 「東芝：“地球規模”の支援活動展開」
- 3.25 「ハウス食品工業：今年も“イカれた主婦”に冠協賛」
- 4.1 「三菱電機：国際親善、ボランティア支援に意欲」
- 4.8 「三和銀行：社会貢献活動20年の実績」
- 4.15 「三井海上火災保険：明治期の全蔵書を寄贈」
- 4.22 「安田火災海上保険：90歳の卓球チャンピオン誕生？」
- 4.29 「ライオン：経常利益の約10%を活用」
- 5.13 「ローム：音楽財団を設立」
- 5.20 「朝日生命保険“社会還元、貢献は義務”」
- 5.27 「大和証券：日英交流に最大規模の助成」
- 6.3 「学生援護会“一芸一能”をバックアップ」
- 6.10 「三陽商会：毎月、無料コンサート開催」
- 6.17 「マツダ：地元への貢献をより充実」
- 6.24 「旭化成工業：共働き家庭に情報発信」
- 7.1 「住友商事：地元文化復権を追求」
- 7.8 「日本航空：環太平洋の学生交流を推進」
- 7.15 「大日本印刷：銀座に常設ギャラリー」
- 7.22 「メイテック：ケンブリッジ市に“日米友好の家”設立」
- 7.29 「オムロン：5本の柱で多彩に展開」
- 8.5 「TOTO：ギャラリー、図書館に博物館」
- 8.12 「オリックス：社蔵美術品を寄託、一般公開」
- 8.19 「日野自動車工業：緑化、自然保護へ財団設立」
- 8.26 「東京電力：アマ参加のコンサート」
- 9.2 「ヤマハ：世界の子供たちが自作曲披露」
- 9.9 「オリエントコーポレーション：北京市に日本語学校開校」
- 9.16 「キッコーマン：1周年を迎える江戸前寄席」
- 9.23 「日本鉱業：虎ノ門にギャラリー開設」
- 9.30 「住友クレジットカードサービス：チャリティーでユニセフに寄付」
- 10.7 「凸版印刷：戦後日本のポスターを復刻」
- 10.14 「住友生命：東京・大阪に専門部署を新設」
- 10.21 「キヤノン：芸術とハイテクの工房設立」
- 10.28 「エッソ石油：貢献は地道にしっかり」
- 11.4 「日本電気：本社ビルでコンサート」
- 11.11 「日本マクドナルド：和洋折衷コンサート開催」
- 11.18 「横河電機：早大エジプト調査隊に支援」
- 12.2 「日清食品：本社を“食の受・発信”基地に」
- 12.9 「すかいらーく：東京交響楽団を全面的に支援」
- 12.16 「共同石油：今年で22冊、創作童話集発行」
- 12.23 「日本オリベッティ：日伊文化交流活動を展開」

県内企業もメセナ花盛り（琉球新報）（91. 4. 7～6.16）

- 4. 7 「地域の芸術、文化を育成“今後も継続的に支援”—— 沖縄電力」
- 4.14 「“琉石美術賞”を創設、無名画家の発掘に重点—— 琉球石油」
- 4.21 「沖縄の定期演奏を支援、地域に役立つものを—— 琉球総合開発」
- 4.28 「ソ連現代美術を紹介、4日間で6600人入場—— 沖縄三菱電機販売」
- 5. 5 「沖縄民謡を観光客に、民謡かりゆし大会を実施—— 沖縄ハム総合食品」
- 5.12 「文化は観光の重要な要素、ミュージックキャンプ開催—— ホテル・ムーンビーチ」
- 5.19 「著名な楽団招き演奏会、すべて無料で社会還元—— 住友生命沖縄支社」
- 5.26 「ベルリン響にチャレンジ、演奏会開催の手法経験—— 金秀グループ」
- 6. 2 「子供に絶大な人気、ぬいぐるみの人形劇入場者33万に達す—— 沖縄明治乳業」
- 6. 9 「毎年親子を無料招待、劇団四季のミュージカル—— 日本生命那覇支社」
- 6.16 「ショーや講演で地域還元、来年は20周年イベント—— 第一生命那覇支社」

大商人の末裔たち：パトロネージュの系譜：岩淵潤子（日本経済新聞）（91. 6. 1より毎土曜）

メセナ事始め（『月刊ギャラリー』）（91. 6より）

- 6月号 「（メセナ事始め）」
- 7月号 「文化行政①芸術文化振興基金」
- 8月号 「文化行政②日本芸術文化振興会」
- 9月号 「文化行政③文化庁」
- 10月号 「文化行政④地方自治体」
- 11月号 「財団法人①恒久的助成活動が設立に求められるファクター」
- 12月号 「公益信託」

この企業のメセナ活動（『月刊イグザミナ』）（91. 7より不定期）

- 7月号 「日本生命」
- 8月号 「オムロン」
- 10月号 「近畿コカ・コーラボトリング、カネボウ」
- 11月号 「明治生命」
- 12月号 「日清食品」

いま会社はジェントリー（夕刊フジ）（91.10. 1より毎火曜）

- 10. 2 「平岩経団連会長の決意：経営者 権限でなく責任がある」
- 10.16 「スカウト人事の妙：アサヒビール 謙虚で礼儀正しくあれ」
- 10.23 「資生堂の人材育成：学んだことを地域に還元」
- 10.30 「第一勧銀の地道な活動：ボランティア休暇新設」
- 11. 6 「新日鉄の音楽支援：クラシックを36年間」
- 11.13 「松下電器の意識革新」
- 11.20 「ヤクルト“愛の訪問活動”：社員の一人、喜びと誇り」
- 11.27 「オムロンの企業市民憲章：温かさと誇りでよりよい社会を」
- 12. 4 「環境に優しい“ボディショップ”」
- 12.11 「環境につよいクボタ：誠実に、真剣に“いい国づくり”」
- 12.18 「新進画家を支援“兼松”：本社ロビーを無料提供」
- 12.25 「アパレルの“ライカ”：“未来都市”で文化支援」

企業とメセナ（産経新聞）（91.10.21～12.20）

- 10.21 「1. 協議会に多様な業種参加」
- 10.22 「2. “担当部署” 続々と増える」
- 10.23 「3. 地元オーケストラを支援 —— トヨタ」
- 10.24 「4. 専門知識をもつ人材を育成 —— 資生堂」
- 10.28 「5. 良き市民として地域の活動重視 —— アサヒビール」
- 10.29 「6. 35年間の長寿番組“鉄冷え”も克服 —— 新日鉄」
- 10.30 「7. 美術・音楽・愛鳥運動…… —— サントリー」
- 10.31 「8. 経営理念との合致 国際化、アジア重視 —— 富士ゼロックス」
11. 1 「9. 複合ビルを基地 “新体操”も10年 —— ワコール」
11. 5 「10. 手作りで地道に続けることが…… —— 安田火災海上」
11. 6 「11. 童話と絵本に力 地味な活動続く —— 日産自動車」
11. 7 「12. 本社ビル開放してコンサート活動 —— 日本電気」
11. 8 「13. “絵本” シリーズ一般募集で出版 —— 富士通」
- 11.12 「14. 女性映画上映など“芸術化産業宣言” —— 鐘紡」
- 11.13 「15. 日本が世界に誇る伝統文化・落語を —— キッコーマン」
- 11.14 「16. 久留米の吹奏楽団地域に根ざし35年 —— プリヂェストン」
- 11.15 「17. ハイテク技術を駆使 芸術、福祉分野へ支援 —— キヤノン」
- 11.18 「18. “世界のオザワ”と子供たちの音楽会 —— 第一生命」
- 11.19 「19. 食文化の図書館設立：調査、研究にも助成 —— 味の素」
- 11.20 「20. クラシック音楽の普及と向上に貢献 —— ソニー」
- 11.21 「21. 全国の小学生対象にミュージカルを27年 —— 日本生命」
- 11.25 「22. 海外でも積極的な支援 地域とのつながり重視 —— 東レ」
- 11.26 「23. 東京ベイ NK ホールを文化芸術活動の拠点に —— 日本火災海上」
- 11.27 「24. 感性重視の1年契約、スタッフは全員女性 —— INAX」
- 11.28 「25. 人々の反応ある限り活動の灯は消さず —— 日興証券」
12. 2 「26. グラフィックの専門ギャラリー —— 大日本印刷」
12. 3 「27. コンサートなど地域社会と密着 —— 東京電力」
12. 4 「28. 総合文化誌発行でイタリアとの交流 —— 日本オリベッティ」
12. 5 「29. シェークスピア専門の“グローブ座”を継承 —— 松下電器産業」
12. 6 「30. 集客力を生かしたクラシックのタベ —— JR 東日本」
12. 9 「31. “社会の要求”探り活動開始から17年 —— 日本 IBM」
- 12.10 「32. 民営化、100周年を引き金に活動進展 —— NTT」
- 12.11 「33. 主婦をターゲット、地方での活動重視 —— ヤマト運輸」
- 12.12 「34. 海外文化交流に“足”を提供支援 —— 日本航空」
- 12.13 「35. 文化部発足させ社員の育成図る —— セゾングループ」
- 12.16 「36. ハイテクを駆使、子供に夢の空間 —— フジタ」
- 12.17 「37. 建築アートの情報発信基地 —— 東陶機器」
- 12.18 「38. 草の根型支援で市民活動に密着 —— 東京ガス」
- 12.19 「39. “戦士”の憩いの場、本社内ギャラリー —— 日本鉱業」
- 12.20 「40. 環境の保全・活用“緑の育生”を支援 —— 富士フィルム」

【書評】

『企業は文化のパトロンとなり得るか』 福原義春著（求龍堂 91.1）

日本工業新聞 91.1.5

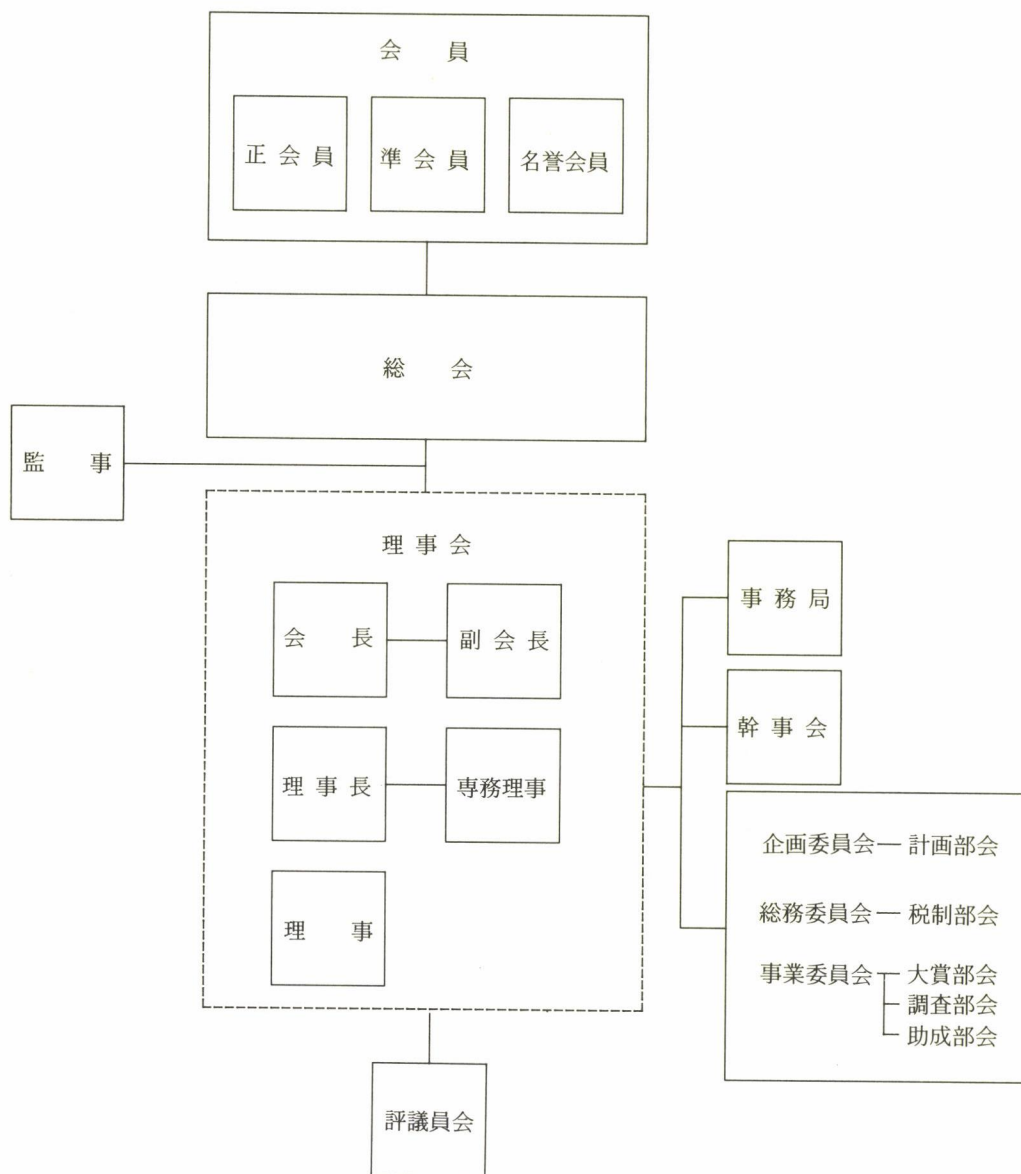
東京新聞 91.1.6

- 毎日新聞 91. 2. 4
産経新聞「宮崎 勇が読む」91. 3. 5
日経アントロポス 91. 8
Will 91. 3
『アートサポート '90s』アートサポート編集委員会（芸団協 91. 2）
朝日新聞 91. 3. 13
東京新聞「げいのうの本」91. 3. 26
読売新聞「小窓」91. 4. 1
『メセナ白書 '91』企業メセナ協議会編
日本工業新聞「話題の本」91. 6. 29
『共感の戦略』野村総合研究所総合研究本部編（野村総合研究所）
日経アントロポス 91. 8
『文化のパトロネージ』電通総研責任編集（洋泉社）
日経アントロポス 91. 8
実業の日本「私の本棚から」91. 12
『文化経済学のすすめ』池上 惇著（丸善）
Will 91. 7
日経アントロポス 91. 8
『アメリカ市民が見た日本企業』ジャパン・ソサエティー編、ダニエル・ボブ著（日本経済新聞社）
日経アントロポス 91. 8
『トップが語る美しい企業の文化』片方義治、他著（毎日コミュニケーションズ）
日経アントロポス 91. 8
『美術経済白書』瀬木慎一著（美術年鑑社 91. 9）
日本経済新聞「Sunday Nikkei」91. 9. 8
『企業と文化の対話』佐々木晃彦著（東海大学出版会 91. 9）
読売新聞 91. 9. 30
テアトロ「Book」91. 11
『企業の社会貢献——個人・企業・社会の共生』電通総研編（日本経済新聞社）
日本経済新聞 91. 11. 10、91. 12. 8
『文化とは何か』T. S. エリオット著（清水弘文堂書店）
日本経済新聞 91. 11. 10
『企業風土大転換の時代』島谷泰彦著（オーエス出版）
東京新聞「気になる本」91. 11. 14
日本工業新聞 91. 12. 18
『(ニュースレター) CPR Corporate Philanthropy Report』電通
日経産業新聞 91. 11. 25
[専門雑誌]
「CREO」(神鋼ヒューマン・クリエイト 89. 3. 31より年4回)
「CPR：企業の社会・文化貢献情報」クレイグ・スミス、電通 CI 室編（電通 91. 11より）

第6章

企業メセナ協議会の概要

1 組織



2 役員・正会員・準会員

役員 (1992年3月2日現在)

会 長	鈴木 治雄	昭和電工株式会社名誉会長
副会長	佐治 敬三	サントリー株式会社会長
副会長	塚本 幸一	株式会社ワコール会長
副会長	堤 清二	株式会社セゾンコーポレーション会長
副会長	西尾 信一	第一生命保険相互会社会長
理事長	福原 義春	株式会社資生堂社長
理 事	天谷 直弘	株式会社電通総研社長兼研究所長
理 事	石川 六郎	鹿島建設株式会社会長
理 事	稲盛 和夫	京セラ株式会社会長
理 事	大賀 典雄	ソニー株式会社社長
理 事	後藤 康男	安田火災海上保険株式会社社長
理 事	椎名 武雄	日本アイ・ビー・エム株式会社社長
理 事	柴田 俊治	朝日放送株式会社専務取締役
理 事	関澤 義	富士通株式会社社長
理 事	関本 忠弘	日本電気株式会社社長
理 事	竹中 統一	株式会社竹中工務店社長
理 事	豊田章一郎	トヨタ自動車株式会社社長
理 事	中江 利忠	株式会社朝日新聞社社長
理 事	樋口廣太郎	アサヒビール株式会社社長
理 事	平岩 外四	東京電力株式会社会長
理 事	松沢 卓二	株式会社富士銀行相談役
理 事	松橋 功	株式会社日本交通公社社長
理 事	三沢千代治	ミサワホーム株式会社社長
理 事	山口 開生	日本電信電話株式会社会長
専務理事	根本長兵衛	共立女子大学教授
監 事	中村 一郎	株式会社第一勧業銀行会長
監 事	吉野 照蔵	清水建設株式会社会長

(五十音順)

正会員 (1992年3月2日現在)

法人名	代表者名(役職)	住所
(株)I & S	鈴木 真人(会長)	東京都中央区日本橋室町1-5-3
(株)朝日広告社	三澤篤四郎(社長)	東京都中央区京橋3-2-16
(株)朝日新聞社	中江 利忠(社長)	東京都中央区築地5-3-2
朝日生命保険(相)	若原 泰之(社長)	東京都新宿区西新宿1-7-3
(株)旭通信社	稲垣 正夫(社長)	東京都港区新橋1-9-6
アサヒビール(株)	樋口廣太郎(社長)	東京都墨田区吾妻橋1-23-1
朝日放送(株)	柴田 俊治(専務)	大阪市北区大淀南2丁目
味の素(株)	鳥羽 董(社長)	東京都中央区京橋1-5-8
(株)アッド	柊 武(社長)	大阪市西區南堀江1-11-1
イオングループ	岡田 卓也(会長)	東京都千代田区神田錦町1-1
INAX	伊奈 輝三(社長)	愛知県常滑市鯉江本町5-1
イムカ(株)	武原 誠郎(社長)	東京都千代田区紀尾井町3-23
岩尾磁器工業(株)	岩尾 慶一(副社長)	佐賀県西松郡有田町1288
インターアート(株)	森田 文雄(社長)	東京都港区元麻布1-3-30
(株)ウスイ・コミュニケーションズ	臼井 美喜(社長)	東京都港区芝公園1-3-8
(株)エイ・アイ・エイ	飯田 純(社長)	東京都中央区銀座5-13-3
衛星デジタル音楽放送(株)	福田 信(社長)	東京都渋谷区神宮前2-4-12
(株)エフエム京都	立石 孝雄(社長)	京都市北区上賀茂松本町98番地
(株)エフエム東京	後藤 亘(社長)	東京都千代田区麴町1-7
エルメス ジャパン(株)	加藤三樹雄(社長)	東京都中央区銀座1-16-1
王子製紙(株)	千葉 一男(社長)	東京都中央区銀座4-7-5
オータ事務所株式会社	太田 宏(社長)	東京都新宿区西新宿1-6-1
(有)大庭音楽事務所	大塚 明子(社長)	東京都目黒区鷹番3-3-16
オムロン(株)	立石 義雄(社長)	京都市下京区烏丸通七条下ル
(株)オリエントコーポレーション	阿部 喜夫(社長)	東京都豊島区東池袋3-1-1
オリックス(株)	宮内 義彦(社長)	東京都港区浜松町2-4-1
(株)オンワード樫山	馬場 彰(社長)	東京都中央区日本橋3-10-5
花王(株)	常盤 文克(社長)	東京都中央区日本橋茅場町1-14-10
鹿島建設(株)	石川 六郎(会長)	東京都港区元赤坂1-2-7
鐘紡(株)	石坂多嘉生(取締役)	東京都中央区銀座5-15-1
(株)鎌倉画廊	中村 路子(社長)	東京都中央区銀座7-10-8
カルティエ ジャパン(株)	大伴 昭(社長)	東京都港区六本木1-10-6
勸角証券(株)	岸田 昭(社長)	東京都千代田区丸の内1-6-1
キャノン(株)	山路 敬三(社長)	東京都新宿区西新宿2-7-1
(株)求龍堂	足立龍太郎(社長)	東京都千代田区紀尾井町3-23
京セラ(株)	稲盛 和夫(会長)	京都市山科区東野北井ノ上町5-22

(株)ギャラリーきく	山元 清則(社長)	東京都中央区銀座5-7-19
クレディ・スイス	ハインリッヒ・ウェグマン(在日代表)	東京都港区赤坂1-11-30
(株)京王プラザホテル	加覧 郁夫(社長)	東京都新宿区西新宿2-2-1
(株)現代彫刻センター	飯野 毅一(社長)	東京都中央区銀座3-10-19
(株)光文社	小林 武彦(社長)	東京都文京区音羽2-12-13
コンプリホテルジャパン(株)	山本将太郎(社長)	東京都新宿区歌舞伎町2-16-9
(株)さくら銀行	末松 謙一(頭取)	東京都千代田区九段南1-3-1
(株)佐谷画廊	佐谷 和彦(社長)	東京都中央区銀座4-2-6
(株)産業経済新聞社	植田 新也(社長)	東京都千代田区大手町1-7-2
サントリー(株)	佐治 敬三(会長)	大阪府北区堂島浜2-1-40
(株)三陽商會	高月 英五(社長)	東京都新宿区本塩町14
三洋電機(株)	井植 敏(社長)	大阪府守口市京阪本通2-18
(株)資生堂	福原 義春(社長)	東京都中央区銀座7-5-5
清水建設(株)	吉野 照蔵(会長)	東京都港区芝浦1-2-3
シヤチハタ工業(株)	舟橋紳吉郎(社長)	名古屋市西区那古野2-12-10
(株)集英社	若菜 正(社長)	東京都千代田区一ツ橋2-5-10
(株)主婦と生活社	遠藤 昭(社長)	東京都中央区京橋3-5-7
(株)主婦の友社	石川 晴彦(社長)	東京都千代田区神田駿河台2-9
(株)小学館	相賀 徹夫(社長)	東京都千代田区一ツ橋2-3-1
松竹(株)	永山 武臣(社長)	東京都中央区築地1-13-5
昭和電工(株)	鈴木 治雄(名誉会長)	東京都港区芝大門1-13-9
(株)シライシ画廊	白石 幸生(社長)	東京都中央区銀座6-4-16
(株)新潮社	佐藤 亮一(社長)	東京都新宿区矢来町71
新日本製鐵(株)	斎藤 裕(社長)	東京都千代田区大手町2-6-3
(株)ジェーワン	神 康(社長)	東京都港区赤坂7-5-34
十條製紙(株)	宮下 武四(社長)	東京都千代田区有楽町1-12-1
住友海上火災保険(株)	小野田 隆(社長)	東京都中央区新川2-27-2
(株)住友銀行	巽 外夫(頭取)	東京都千代田区丸の内1-3-2
住友生命保険(相)	上山 保彦(社長)	大阪府北区中之島2-2-5
セイコーエプソン(株)	中村 恒也(社長)	長野県諏訪市大和3-3-5
(株)世界文化社	鈴木 勤(社長)	東京都千代田区九段北4-2-29
積水化学工業(株)	廣田 肇(社長)	大阪府北区西天満2-4-4
セコム(株)	飯田 亮(会長兼社長)	東京都新宿区西新宿1-26-2
セゾングループ	提 清二(会長)	東京都豊島区東池袋3-1-1
セントラル警備保障(株)	森田 健三(社長)	東京都新宿区西新宿2-4-1
セントラルリース(株)	土屋 隆平(社長)	名古屋市中区栄1-24-15
全国朝日放送(株)	桑田弘一郎(社長)	東京都港区六本木1-1-1
全日本空輸(株)	近藤 秋男(社長)	東京都千代田区霞が関3-2-5
(株)草土舎	河原 四郎(社長)	東京都千代田区神田小川町1-7
ソニー(株)	大賀 典雄(社長)	東京都品川区北品川6-7-35

大正製薬(株)	上原 明(社長)	東京都豊島区高田 3-24-1
武田薬品工業(株)	梅本 純正(社長)	大阪市中央区道修町 2-3-6
(株)竹中工務店	竹中 統一(社長)	東京都中央区銀座 8-2-1
(株)淡交社	納屋 嘉治(社長)	京都市北区堀川通鞍馬口上ル
(株)第一勧業銀行	中村 一郎(会長)	東京都千代田区内幸町 1-1-5
第一企画(株)	境 直哉(社長)	東京都千代田区内幸町 2-2-3
第一生命保険(相)	西尾 信一(会長)	東京都千代田区有楽町 1-13-1
ダイカンホーム(株)	綱川 高三(社長)	東京都新宿区西新宿 7-1-7
(株)大広	西尾昭二郎(社長)	大阪市淀川区宮原 4-3-39
大東京火災海上保険(株)	小坂伊左夫(社長)	東京都中央区日本橋 3-1-6
大日本印刷(株)	北島 義俊(社長)	東京都新宿区市ケ谷加賀町 1-1-1
(有)大和工務店	後関 和之(社長)	東京都江戸川区一之江 5-5-13
大和証券(株)	江坂 元穂(社長)	東京都千代田区大手町 2-6-4
秩父セメント(株)	栗原 隆(社長)	東京都千代田区丸の内 1-4-6
(株)テレビ東京	杉野 直道(社長)	東京都港区虎ノ門 4-3-12
(株)電通	木暮 剛平(社長)	東京都中央区築地 1-11
東海旅客鉄道(株)	須田 寛(社長)	東京都千代田区丸の内 1-6-5
(株)東急エージェンシー	前野 徹(社長)	東京都港区赤坂 4-8-18
東急建設(株)	五島 哲(社長)	東京都渋谷区渋谷 1-16-14
(株)東急百貨店	三浦 守(社長)	東京都渋谷区道玄坂 2-24-1
東急不動産(株)	安藝 哲郎(社長)	東京都渋谷区道玄坂 1-21-2
東京ガス(株)	安西 邦夫(社長)	東京都港区海岸 1-5-20
東京急行電鉄(株)	横田 二郎(社長)	東京都渋谷区桜丘町 26-20
東京電力(株)	平岩 外四(会長)	東京都千代田区内幸町 1-1-3
(株)東京ドーム	保坂 誠(社長)	東京都文京区後楽 1-3-61
TBS(株)東京放送	磯崎 洋三(社長)	東京都港区赤坂 5-3-6
(株)十勝毎日新聞社	林 克己(社長)	北海道帯広市東一条南 8-2
凸版印刷(株)	鈴木 和夫(会長)	東京都千代田区神田和泉町 1 番地
飛鳥建設(株)	飛鳥 章(社長)	東京都千代田区三番町 2
トヨタ自動車(株)	豊田章一郎(社長)	東京都文京区後楽 1-4-18
同和火災海上保険(株)	岡崎 真雄(社長)	東京都中央区日本橋 3-5-15
西日本旅客鉄道(株)	角田 達郎(社長)	大阪市北区大深町 1-1
(株)ニチレイ	金田 幸三(社長)	東京都中央区築地 6-19-20
日産自動車(株)	久米 豊(社長)	横浜市神奈川区宝町 2
日東興業(株)	松浦 均(会長兼社長)	東京都港区北青山 1-2-7
(株)ニッポン放送	羽佐間重彰(社長)	東京都千代田区有楽町 1-9-3
日本アイ・ピー・エム(株)	椎名 武雄(社長)	東京都港区六本木 3-2-12
日本アムウェイ(株)	ウィリアム A. ハマー(会長兼社長)	東京都港区南麻布 2-8-12
日本火災海上保険(株)	佐野 喜秋(社長)	東京都中央区日本橋 2-2-10
(株)日本経済新聞社	新井 明(社長)	東京都千代田区大手町 1-9-5

(株)日本コーポレートアート研究所	眞田 一貫(社長)	東京都中央区銀座7-12-5 貝新ビル
日本航空(株)	山地 進(社長)	東京都千代田区丸の内2-7-3
(株)日本交通公社	松橋 功(社長)	東京都千代田区丸の内1-6-4
日本酸素(株)	野崎 次郎(社長)	東京都港区西新橋1-16-7
日本食研(株)	大沢 一彦(社長)	愛媛県今治市東鳥生町5-35
日本信販(株)	山田 洋二(社長)	東京都文京区本郷3-33-5
日本生命保険(相)	小林 玉夫(副社長)	東京都千代田区有楽町1-2-2
日本たばこ産業(株)	水野 繁(社長)	東京都品川区東品川4-12-62
日本テレビ放送網(株)	佐々木芳雄(社長)	東京都千代田区二番町14
日本電気(株)	関本 忠弘(社長)	東京都港区芝5-33-1
日本電信電話(株)	山口 開生(会長)	東京都千代田区内幸町1-1-6
(株)日本フランコニー	鶴丸純一郎(副社長)	東京都港区南青山3-8-37
(株)能力開発センター	増澤 空(社長)	神戸市中央区多聞通3-3-7
野村證券(株)	坂巻 英雄(社長)	東京都中央区日本橋1-9-1
(株)博報堂	磯邊 律男(社長)	東京都千代田区神田錦町3-22
服部物産合資会社	服部 恒雄(代表社員)	岡山県邑久郡牛窓町牛窓3805番地
(株)ハトヤ観光	岩井栄太郎(社長)	京都市下京区西洞院通小路下ル東塩小
パイオニア(株)	松本 誠也(社長)	東京都目黒区目黒1-4-1
(株)バル工房	田邊 健次(社長)	東京都新宿区新宿1-4-13
(株)ヒューマンウェア研究所	清水 英雄(社長)	東京都中野区上高田3-5-10
(株)美研	仲田 亮介(社長)	大阪市西区堀江1-5-2
びあ(株)	矢内 廣(社長)	東京都千代田区麴町2-5
ファイザー(株)	笹山 堅(社長)	東京都港区西新橋1-6-21
(株)富士銀行	松沢 卓二(相談役)	東京都千代田区大手町1-5-5
富士ゼロックス(株)	小林陽太郎(社長)	東京都港区赤坂3-3-5
(株)フジタ	藤田 一憲(社長)	東京都渋谷区千駄ヶ谷4-6-15
富士通(株)	関澤 義(社長)	東京都千代田区丸の内1-6-1
(株)フジテレビジョン	日枝 久(社長)	東京都新宿区河田町3-1
(株)富士プロジェクト	松尾日出子(社長)	東京都渋谷区宇田川町2-1-1205
(株)婦人画報社	本吉 敏男(社長)	東京都港区西新橋2-9-1
(株)ブリヂストン	家入 昭(社長)	東京都中央区京橋1-10-1
(株)ブロードウェイギャラリー	寺西 進(社長)	東京都中央区銀座6-5-17
(株)文藝春秋	田中 健五(社長)	東京都千代田区紀尾井町3-23
(有)平和橋自動車教習所	石井 良昭(社長)	東京都葛飾区東立石1-3-16
(株)ホワイトピーアール	野中 肇(社長)	東京都新宿区西新宿3-2-11
本州製紙(株)	米澤 義信(社長)	東京都中央区銀座5-12-8
本田技研工業(株)	川本 信彦(社長)	東京都港区南青山2-1-1
(株)毎日コミュニケーションズ	江口 末人(社長)	東京都千代田区一ツ橋1-1-1
(株)毎日新聞社	渡邊 襄(社長)	東京都千代田区一ツ橋1-1-1
(株)マガジンハウス	木滑 良久(社長)	東京都中央区銀座3-13-10

松下電器産業(株)	谷井 昭雄(社長)	大阪府門真市大字門真1006
(株)マルチサービス	角 廣志(社長)	東京都文京区本郷 3-14-12
丸紅(株)	泊 久次(総務部長)	東京都千代田区大手町 1-4-2
ミサワホーム(株)	三沢千代治(社長)	東京都新宿区西新宿 2-4-1
三井観光開発(株)	萩原 次郎(社長)	東京都中央区日本橋室町 2-1-1
三井不動産(株)	田中順一郎(社長)	東京都中央区日本橋室町 2-1-1
(株)三越	坂倉 芳明(社長)	東京都中央区日本橋室町 1-4-1
(株)三菱銀行	伊夫伎一雄(頭取)	東京都千代田区丸の内 2-7-1
三菱信託銀行(株)	林 宏(会長)	東京都千代田区丸の内 1-4-5
三菱重工業(株)	相川賢太郎(社長)	東京都千代田区丸の内 2-5-1
メルシャン(株)	鈴木 忠雄(社長)	東京都中央区京橋 1-5-8
(株)ヤギコーポレーション	八木 孝男(社長)	石川県金沢市問屋町 2-80
安田火災海上保険(株)	後藤 康男(社長)	東京都新宿区西新宿 1-26-1
安田生命保険(相)	岡本 則一(社長)	東京都新宿区西新宿 1-9-1
山武ハネウエル(株)	沖信 春男(会長)	東京都渋谷区渋谷 2-12-19
ヤマト運輸(株)	都築 幹彦(会長)	東京都中央区銀座 2-16-10
ヤマハ(株)	上島 清介(社長)	静岡県浜松市中沢町10-1
(株)ユーマック	吉田 清明(社長)	東京都豊島区巢鴨 1-6-12
雪印乳業(株)	正野 勝也(社長)	東京都新宿区本塩町13
(株)読売エージェンシー	木村 旭志(社長)	東京都千代田区二番町11-17
(株)読売広告社	黒木 利夫(社長)	東京都中央区銀座 1-8-14
(株)読売新聞社	渡辺 恒雄(社長)	東京都千代田区大手町 1-7-1
(株)リクルート	位田 尚隆(社長)	東京都中央区銀座 8-4-17
リコー三愛グループ三愛会	三善 信一(会長)	東京都中央区銀座 6-14-7
ルイ・ヴィトン ジャパン(株)	秦 郷次郎(社長)	東京都港区南青山 1-1-1
(株)レナウン	金田 康男(社長)	東京都渋谷区神宮前 2-34-18
(株)ワコール	塚本 幸一(会長)	京都市南区吉祥院中島町29

準会員 (1992年3月2日現在)

法人名	代表者名(役職)	住所
APA芸術振興協会	市村作知雄(代表)	東京都文京区音羽1-21-10-702
(株)岡設計	岡 秀隆(社長)	東京都渋谷区千駄ヶ谷5-1-11
神奈川県庁	長州 一二(知事)	横浜市中区日本大通1
(学)河合塾生涯教育開発室	古田 敏(室長)	東京都渋谷区千駄ヶ谷1-25-2
京都商工会議所	塚本 幸一(会頭)	京都市中京区烏丸通夷川上ル
(財)京都服飾文化研究財団	塚本 幸一(理事長)	京都市南区吉祥院中島町29
熊本県庁	福島 譲二(知事)	熊本県熊本市水前寺6-18-1
芸術文化交流の会	石川 忠(会長)	東京都千代田区一番町22-7
(株)劇団影ぼうし	山崎 靖明(社長)	東京都武蔵野市緑町2-1-5
劇団四季	浅利 慶太(代表)	東京都渋谷区神宮前5-52-2
(株)劇団飛行船	田中 久弘(社長)	東京都渋谷区道玄坂2-15-1-604
(株)三和総合研究所	松本 和男(社長)	大阪市西区阿波座1-6-1
(株)シー・ディー・アイ	川添 登(所長)	京都市下京区烏丸通七条下ル東塩小路
(株)社会工学研究所	牛尾 治朗(社長)	東京都港区元赤坂1-7-10
昭和音楽大学	下八川共祐(理事長)	川崎市麻生区万福寺1-16-6
全日産・一般業種労働組合連合会	清水 春樹(会長)	東京都港区海岸1-4-26
中央区文化・国際交流振興協会	山本 恵造(理事長)	東京中央区築地1-1-1
地人会	木村 光一(社長)	東京都新宿区新宿2-8-18
東京バレエ劇場バレエ団	川島誠之介(社長)	東京都新宿区百人町1-16-4
(株)栃木生活文化総合研究所	渡辺 孝雄(社長)	栃木県宇都宮市東宿郷5-2-2
(株)トライビジョン	角原 征也(社長)	東京都渋谷区広尾1-3-5
(株)七彩	服部 清治(社長)	京都市右京区四条通葛野大路東
(社)日本演奏連盟	安川加壽子(理事長)	東京都港区虎ノ門5-3-20
(財)日本オペレッタ協会	牧野昭次郎(理事長)	東京都港区西麻布1-14-15
(社)日本芸能実演家団体協議会	中村歌右衛門(会長)	東京都中央区銀座1-7
(財)日本交通文化協会	瀧 久雄(専務理事)	東京都千代田区丸の内3-4-1
(学)日本放送協会学園	荒井 治郎(理事長)	東京都国立市富士見台2-36
(株)フジテレビギャラリー	山本 進(社長)	東京都新宿区河田町3-1
矢島邦茂法律事務所	矢島 邦茂	東京都港区虎ノ門1-12-14
(財)余暇開発センター	宮野 素行(理事長)	東京都千代田区霞が関3-8-1
リ्यूズ(株)	門田 賢司(社長)	大阪市北区大淀中1-7-19

3 1年間の活動状況

1. 活動状況について

1991年は、国の内外において不測の事態が相次いで起こり、これまでの流れに大きな影響を与えた激動の年であったといえる。

メセナについても、夏頃までは、前年度に引き続き、メセナや社会貢献を大きく取り上げ、追風を吹かしていたマスコミも、夏以降の経済情勢の悪化に伴い、一変してメセナの将来を危ぶむ論調や報道をのせるなど、この1年は落差の激しい年であった。

しかし、そのようなマスコミ・媒体の風潮にもかかわらず、現実には、メセナや社会貢献に関する企業や社会一般の関心が高まった年だったといえる。当協議会に加入する企業数は引き続き増加し、正会員183社、準会員33社となり、正準会員合わせて200社を大きく上回った。また、メセナに関する明確な考えをもつ企業が増え、組織的にメセナに取り組み、メセナや社会貢献に関する専任・担当部署を設置する企業が相次いだ。

一方、地方のメセナに対する関心も高まり、地方自治体による「街づくりと企業メセナ」が叫ばれ、数多くのシンポジウムなどが開催され、当協議会も協力した。

また、各地に芸術文化支援の組織を結成する動きがみられた。これらはメセナが企業や社会にとって重要であるとの認識が着実に広まっていることの証左と考えられる。

当協議会の1991年は、設立当初策定した事業計画を実施し、軌道に乗せることを第一義に活動を行い、各専門部会、プロジェクトのメンバーを中心に推進した。各部会、プロジェクトは年間延べ90回に及ぶ会合を開き、事業の具体化を図った。その活動内容は以下の通りである。

1. 計画部会

設立1周年記念行事「メセナ月間」、海外視察

団派遣計画、ならびに92年度事業計画案の策定を中心に活動した。1周年記念行事として3月にBCA ジェドリカ事務局長、ADMICAL カセド事務局長を招聘し、国際シンポジウムを東京・大阪で開催した。「メセナ月間」は参加企業数26社となり、メセナの知名度を高める目的は達せられたと考える。当協議会独自の催しとしては「メセナ展」、「メセナを語る夕べ」を開催した。

2. 税制部会

政府に対する「メセナに関する税制上の優遇措置を求める要望書」については、その基本的な考え方を第5回理事会で提案し、承認された。それに沿って、要望書を92年7月に提案すべく関係省庁と接触を図りながら作成中である。

3. 調査部会

91年6月に『メセナ白書'91』を発刊、企業メセナの実態と傾向を数値的に明らかにした資料として評価を得た。92年版については、メセナの考え方、支援分野の解析、支援される側への要望などを、調査内容に盛り込み、改善・充実を図った。

4. 助成部会

『メセナ』誌による助成要請情報の掲載方法の改善を図るとともに、より積極的な助成仲介をすべく、その方法の検討を行い、第6回理事会で「メセナモデル研究会の設置」を提案し、承認された。

5. 大賞部会

7月5日に締め切ったメセナ大賞の応募件数は270件に達し、関心の高さがうかがわれた。部会ではその選考作業を精力的に行い、第1回「メセナ大賞」授与式は草月会館にて盛況裡に終了、マスコミに大きく報道され、注目を集めた。メセナ大賞の授与を通じて、メセナの指針を示すことができたことは大変有意義であったと考える。

6. プロジェクト

• 『メセナ』誌

季刊誌としての充実を図り、単に協議会の会報的な情報提供だけでなく、「メセナ」を考える研究的な要素を加え、会員企業に役立つものとした。

• メセナを考えるセミナー

91年度は「企業の社会的責任と企業メセナ」をテーマに、会員企業のメセナ担当者を対象として3クラス実施した。また、セミナーⅡとして、美術、舞踊、演劇、音楽の各分野についての基礎知識を修得するための「アートを学ぶ」を92年3月から開催するための準備に入った。

• アート・マネージメント講座

3月、カナダモントリオール大学高等商科学院コルベール教授を招聘し、第1回アート・マネージメント日本特別講座を東京と京都で開催。さらに、有識者によるアート・マネージメント講座推進委員会を開き、講座内容の検討を行い、10月15日、第2回アート・マネージメント講座を開催した。

• 『ヨーロッパのメセナ』

当協議会設立記念出版として、フランス文化コミュニケーション省発行の『ヨーロッパのメセナ』を翻訳出版した。

個別の活動内容は次ページの通りである。

2. 事業の実施結果

2月27日	定例会、劇団四季「コーラスライン」鑑賞の夕（日生劇場、80名）
3月1日	会報「メセナ」4号発行（3,500部）
5日	英国アーツ・カウンシル ハワード・ウェーバー氏を囲んで（朝日スクエア、15名）
6日	企業のメセナ活動を考えるセミナー「企業の社会的責任と企業メセナ」（電力中央研究所、20名）
13～14日	第1回アート・マネージメント日本特別講座（東京）「芸術と経営」（資生堂別館会議室、241名）
17日	第1回アート・マネージメント日本特別講座（京都）（京都商工会議所、47名）
25日	理事会、総会、会員懇話会（経団連会館） 設立1周年記念国際シンポジウム「企業の文化的役割 — その新しい方向」（経団連会館、340名）
28日	設立1周年記念特別公演「山海塾」（東京芸術劇場） 設立1周年記念国際セミナー「企業の文化的役割 — その新しい方向」（大阪アメリカン・センター、105名）
4月3日	企業のメセナ活動を考えるセミナー（電力中央研究所、20名）
5月8日	企業のメセナ活動を考えるセミナー（電力中央研究所、20名）
20日	企業のメセナ活動を考えるセミナー（電力中央研究所、14名）
6月1日	会報「メセナ」5号発行（3,500部）
3日	理事会、総会、会員懇話会（如水会館）
3～8日	メセナ展開催
4日	メセナを語る夕べ「いまなぜメセナなのか」講師：三浦雅士・吉本光宏氏（朝日スクエア、90名）
6日	メセナを語る夕べ「現状のメセナ、夢のメセナ」講師：三浦雅士・佐藤まいみ氏（朝日スクエア、80名）
10日	『メセナ白書'91』刊行（4,000部） 『ヨーロッパのメセナ』刊行（2,000部） アート・マネージメント講座推進委員会
17～18日	フランス・アドミカル国際会議「メセナの新しい領域：ヨーロッパの新しい文化秩序における企業の役割」（パリ、1名）
19日	企業のメセナ活動を考えるセミナー（電力中央研究所、14名）
28日	シンポジウム（文化パステル共催）「21世紀への文化支援：日本型企业メセナの可能性を探る」（京王プラザホテル、280名）
7月5日	「メセナ大賞」応募締切
8日	評議員会
19日	企業のメセナ活動を考えるセミナー（電力中央研究所、14名）
24日	アート・マネージメント講座推進委員会
25～26日	定例会、白州フェスティバル（5名）

8月12日	企業のメセナ活動を考えるセミナー（電力中央研究所、16名）
22～24日	アート・マネージメント国際学会（カナダ・モントリオール、2名）
9月1日	会報「メセナ」6号発行（3,500部）
19日	「第1回メセナ大賞」審査委員会
25日	定例会、パナソニック・グローブ座「お話と観劇」（80名）
10月2～3日	企業のメセナ活動を考えるセミナー（ABC 賢島寮、17名）
15日	タックマン氏を囲む会（朝日スクエア、47名）
18日	第2回アート・マネージメント講座（東京芸術劇場、90名）
23日	定例会、水戸芸術館とアンブレラ・プロジェクト見学会（35名）
29日	定例会、維新派「少年街」、お話と観劇（30名）
11月9日	「第2回メセナ大賞」審査委員会
12～13日	ウィーン国際会議「ザ・ワールド・オブ・スポンサーズ」（ウィーン、3名）
27日	会長・副会長会議
12月16日	「第1回メセナ大賞」授賞式（草月ホール、426名）
20日	理事会、総会、会員懇話会
25日	会報「メセナ」7号発行（3,500部）

4 社団法人企業メセナ協議会定款

第1章 総 則

(名称)

第1条 この法人は、社団法人企業メセナ協議会（英語名 Association for Corporate Support of the Arts）と称する。

(事務所)

第2条 この法人は、事務所を東京都千代田区有楽町2-5-1に置き、従たる事務所を総会の議決を経て、必要な地に置くことができる。

第2章 目的及び事業

(目的)

第3条 この法人は芸術文化活動に対する支援を行う企業相互の連絡協議を図り、芸術文化支援に係わる啓蒙、情報提供、顕彰等を行うことにより、もってわが国の芸術文化の向上、発展に寄与することを目的とする。

(事業)

第4条 この法人は、前条の目的を達するために、次の事業を行う。

- 一) 芸術文化に関する啓蒙・普及
- 二) 芸術文化支援に係わる情報の収集と配布、並びに仲介
- 三) 芸術文化支援活動の調査・研究
- 四) 芸術文化支援活動の顕彰
- 五) 海外の同種の機関との交流
- 六) その他、この法人の目的を達成するために必要な事業

第3章 会 員

(会員の種別)

第5条 この法人の会員は、次のとおりとする。

- 一) 正会員 この法人の目的に賛同して入会した法人
 - 二) 準会員 この法人の事業を賛助する個人または法人
 - 三) 名誉会員 この法人に特別の功労があった者で総会において推薦されたもの
- 2) 前項各号の会員のうち、正会員をもって民法上の社員とする。

(会費)

第6条 正会員は、総会において別に定める会費を納入しなければならない。

- 2) 準会員は、総会において別に定める準会員費を納入しなければならない。

(入会)

第7条 会員になろうとするものは、所定の入会申込書を理事長に提出し、理事会の承認をうけなければならない。ただし、名誉会員に推薦されたものは、入会の手続きを要せず、本人の承諾をもって会員となるものとする。

- 2) 入会を認められた正会員及び準会員は、1カ月以内に会費を納入しなければならない。

(会員の資格喪失)

第8条 会員が次の各号の一に該当する場合には、その資格を喪失する。

- 一) 退会したとき。
- 二) 禁治産または準禁治産の宣告を受けたとき。
- 三) 死亡し、もしくは失踪宣告を受け、または会員である団体が消滅したとき。
- 四) 除名されたとき。

(退会)

第9条 正会員及び準会員は、理事会の議決を経て理事長が別に定める退会届を理事長に提出して、任意に退会することができる。

(除名)

第10条 会員が次の各号の一に該当する場合には、総会の議決を経て、理事長がこれを除名することができる。

- 一) この法人の名誉を傷つけ、またはこの法人の目的に違反する行為があったとき。
- 二) この法人の会員としての義務に違反したとき。
- 三) 会費を1年以上滞納したとき。

(抛出金品の不返還)

第11条 既納の会費及びその他の抛出金品は、返還しない。

第4章 役員及び職員

(役員)

第12条 この法人に、次の役員をおく。

- 一) 理事 12名以上30名以内
- 二) 監事 2名

2) 理事のうち、1名を会長、4名以内を副会長、1名を理事長、1名を専務理事とする。

(役員を選任)

第13条 理事及び監事は、総会において選任する。

- 2) 会長、副会長、理事長及び専務理事は、理事会において互選する。
- 3) 特定の理事とその親族その他特別の関係にあるものの合計数は、理事現在数の3分の1を越えてはならない。
- 4) 理事及び監事は、相互にこれを兼ねることができない。
- 5) 監事は、互いに親族その他特別の関係にあるものであってはならない。
- 6) 理事は満80歳を越えて選任されることはない。また、理事長は満75歳、専務理事は満70歳を越えて選任されることはない。

(理事の職務)

第14条 会長はこの法人を代表し、その会務を総覧する。

- 2) 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるときは、その職務を行う。
- 3) 理事長は、会長、副会長を補佐し、この法人の会務を統括する。
- 4) 専務理事は、理事長を補佐し、この法人の常務を掌理する。
- 5) 理事は、理事会を組織して、この定款に定めるもののほか、この法人の総会の権限に属せしめられた事項以外の事項を議決し、執行する。

(監事の職務)

第15条 監事は、この法人の業務および財産に関し、次の各号に規定する業務を行う。

- 一) この法人の財産の状況を監査すること。
- 二) 理事の業務執行の状況を監査すること。
- 三) 財産の状況または業務の執行についての不正の事実を発見したときは、これを理事会、総会または文部大臣に報告すること。
- 四) 前号の報告をするため必要があるときは、理事会または総会を招集すること。

(役員任期)

第16条 役員の任期は2年とする。ただし、再任を妨げない。

2) 補欠または増員により選任された役員の任期は、前任者または現任者の残任期間とする。

3) 役員は、辞任または任期満了の後においても、後任者が就任するまでは、その職務を行わなければならない。

(役員の解任)

第17条 役員が次の各号の一に該当する場合には、理事現在数および正会員現在数それぞれの4分の3以上の議決により理事長がこれを解任することができる。ただし、その役員に対し、総会の前に弁明の機会を与えなければならない。

一) 心身の故障のため職務の執行に堪えないと認められるとき。

二) 職務上の義務違反その他役員としてふさわしくない行為があると認められるとき。

(役員の報酬)

第18条 役員は、有給とすることができる。

2) 役員の報酬は、理事会の議決を経て理事長が定める。

(名誉会長、顧問、評議員)

第19条 この法人に、名誉会長、顧問及び評議員を置くことができる。

2) 名誉会長、顧問及び評議員に関する事項は、総会の議決を経て理事長が別に定める。

(職員)

第20条 この法人の事務を処理するために必要な職員を置く。

2) 職員は、理事長が任免する。

3) 職員は有給とする。

第5章 会 議

(理事会の招集等)

第21条 理事会は毎年3回理事長が招集する。ただし、理事長が必要と認めたとき、または理事現在数の3分の1以上から会議に付議すべき事項を示して理事会の招集を請求されたときは、理事長は、その請求があった日から30日以内に臨時理事会を招集しなければならない。

2) 理事会の議長は、理事長とする。

(理事会の定足数等)

第22条 理事会は、理事現在数の3分の2以上の者が出席しなければ議事を開き議決することはできない。ただし、当該議事につき書面をもって、あらかじめ意思を表示した者は、出席したものとみなす。

2) 理事会の議事は、この定款に別段の定めがある場合を除くほか、出席理事の過半数をもって決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(総会の構成)

第23条 総会は、第5条1号の正会員をもって組織する。

(総会の招集)

第24条 通常総会は、毎年2回、会長が招集する。

2) 臨時総会は、理事会が必要と認めたとき、会長が招集する。

3) 前項のほか、正会員現在数の5分の1以上から会議に付議すべき事項を示して総会の招集を請求されたときは、その請求のあった日から30日以内に臨時総会を招集しなければならない。

4) 総会の招集は、少なくとも7日以前に、その会議に付議すべき事項、日時および場所を記載した書類をもって通知する。

(総会の議長)

第25条 通常総会の議長は、会長とし、臨時総会の議長は、会議の都度出席正会員の互選で定める。

(総会の議決事項)

第26条 総会は、この定款に別に定めるもののほか、次の事項を議決する。

- 一) 事業計画及び収支予算についての事項
- 二) 事業報告及び収支決算についての事項
- 三) 財産目録及び貸借対照表についての事項
- 四) その他この法人の業務に関する重要事項で、理事会において必要と認めるもの。

(総会の定足数等)

第27条 総会は、正会員現在数の2分の1以上の者が出席しなければその議事を開き議決することができない。ただし、当該議事につき書面をもってあらかじめ意思を表示した者及び他の会員を代理人として表決を委任した者は、出席したものみなす。

2) 総会の議事は、この定款に別段の定めがある場合を除くほか、正会員である出席者の過半数をもって決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(会員への通知)

第28条 会の議事の要領および議決した事項は、全会員に通知する。

(議事録)

第29条 すべての会議には、議事録を作成し、議長及び出席者の代表2名以上が署名押印の上、これを保存する。

第6章 資産及び会計

(資産の構成)

第30条 この法人の資産は、次のとおりとする。

- 一) 設立当初の財産目録に記載された財産
- 二) 会費
- 三) 資産から生じる収入
- 四) 事業に伴う収入
- 五) その他の収入

(資産の種類)

第31条 この法人の資産を分けて、基本財産と運用財産の2種とする。

2) 基本財産は、次に掲げるものをもって構成する。

- 一) 設立当初の財産目録中基本財産の部に記載された財産
- 二) 基本財産とすることを指定して寄付された財産
- 三) 理事会で基本財産に繰り入れることを議決した財産

3) 運用財産は、基本財産以外の資産とする。

(資産の管理)

第32条 この法人の財産は、理事長が管理し、基本財産のうち現金は、理事会の議決を経て定期預金とする等確実な方法により、理事長が保管する。

(基本財産の処分の権限)

第33条 基本財産は、譲渡し、交換し、担保に供し、または運用財産に繰り入れてはならない。ただし、この法人の事業遂行上やむを得ない理由があるときは、理事会及び総会の議決を経、かつ、文部大臣の承認を受けて、その一部に限りこれらの処分をすることができる。

(経費の支弁)

第34条 この法人の事業遂行に要する経費は、運用財産をもって支弁する。

(事業計画及び収支予算)

第35条 この法人の事業計画及びこれに伴う収支予算は理事長が編成し、理事会及び総会の議決を経て毎会計年度開始前に、文部大臣に届け出なければならない。
これを変更しようとする場合も同様とする。

(収支決算)

第36条 この法人の収支決算は、理事長が作成し、財産目録、貸借対照表、事業報告書及び財産増減事由書並びに会員の異動状況書と共に、監事の意見をつけ、理事会及び総会の承認を受けて毎会計年度終了後3カ月以内に文部大臣に報告しなければならない。

2) この法人の収支決算に余剰金があるときは、理事会の議決及び総会の承認を受けて、その一部若しくは全部を基本財産に編入し、または翌年に繰り越すものとする。

(長期借入金)

第37条 この法人が借入をしようとするときは、その会計年度の収入をもって償還する短期借入金を除き、理事会の議決を経、かつ文部大臣の承認を受けなければならない。

(新たな義務の負担)

第38条 33条ただし書及び前条の規定に該当する場合並びに収支予算で定めるものを除くほか、この法人が新たな義務の負担または権利の放棄のうち重要なものを行おうとするときは、理事会及び総会の議決を経なければならない。

(会計年度)

第39条 この法人の会計年度は、毎年4月1日に始まり翌年3月31日に終わる。

第7章 定款の変更及び解散

(定款の変更)

第40条 この定款は、理事会及び総会において理事及び正会員各々の現在数の4分の3以上の議決を経、かつ、文部大臣の認可を得なければ変更することができない。

(解散)

第41条 この法人の解散は、理事会及び総会において理事及び正会員各々の現在数の4分の3以上の議決を経、かつ、文部大臣の許可を受けなければならない。

(残余財産の処分)

第42条 この法人の解散に伴う残余財産は、理事会及び総会において理事及び正会員各々の現在数の4分の3以上の議決を経、かつ、文部大臣の許可を受けて、この法人の目的に類似の目的を有する公益法人に寄付するものとする。

第8章 補 則

(備え付の帳簿及び書類)

第43条 この法人の事務局には、次の書類及び帳簿を備えなければならない。ただし、法令により、これらに代わる書類及び帳簿を備えたときは、この限りではない。

一) 定款

二) 社員の名簿

三) 役員及びその他職員の名簿及び履歴書

四) 財産目録

五) 資産台帳及び負債台帳

六) 収入支出に関する帳簿及び証拠書類

七) 理事会及び総会の議事に関する書類

八) 処務日誌

九) 官公署往復書類

十) その他必要な書類及び帳簿

2) 前項第一号から第五号までの書類及び同項七号の書類は、永年、前項第六号の帳

簿及び書類は10年以上、同項第八号から第十号までの書類及び帳簿は1年以上保存しなければならない。

(細則)

第44条 この定款の施行についての細則は、理事会及び総会の議決を経て別に定める。

附 則

1) 第13条の規定にかかわらず、この法人設立当初の理事及び監事は、次のとおりとする。この場合の役員の任期は、第16条第1項の規定にかかわらず、平成4年3月31日までとする。

理事(会長)	鈴木 治雄	昭和電工株式会社名誉会長
〃(副会長)	佐治 敬三	サントリー株式会社会長
〃(〃)	塚本 幸一	株式会社ワコール会長
〃(〃)	堤 清二	西武セゾングループ代表
〃(〃)	西尾 信一	第一生命保険相互会社会長
〃(理事長)	福原 義春	株式会社資生堂社長
〃	天谷 直弘	株式会社電通総研研究所長
〃	石川 六郎	鹿島建設株式会社会長
〃	稲盛 和夫	京セラ株式会社会長
〃	大賀 典雄	ソニー株式会社社長
〃	永井 道雄	財団法人国際文化会館理事長
〃	中江 利忠	朝日新聞社社長
〃	平岩 外四	東京電力株式会社会長
〃	松沢 卓二	株式会社富士銀行相談役
〃(専務理事)	根本長兵衛	共立女子大学教授
監事	中村 一郎	株式会社第一勧業銀行会長
〃	吉野 照蔵	清水建設株式会社社長

(五十音順)

2) 第39条の規定にかかわらず、この法人設立当初の会計年度は法人設立の日から平成3年3月31日までとする。

5 事業内容

協議会では基本的に、個々のメセナ（芸術文化支援）活動はそれぞれの企業の自主性を尊重して個々に行う、という考え方に立っています。そうした立場から協議会は、あくまで個々の企業のメセナ活動が今後ますます推進されるような環境整備、すなわち優遇税制の制定を始めとする政府・社会への啓蒙活動や企業内部における文化への関心の高揚、さらには企業と文化団体・機関とのより密な関係づくり等を当面の主要な課題とし、以下の諸事業を行います。

1. 啓発・普及事業

企業による芸術文化支援の積極的意義を啓発し、特に優遇税制などの法的措置をはかるために、次のような事業を行います。

- シンポジウム、セミナーの開催（対社会向け、対会員向け）
- 展示会、啓発イベントの開催
- 定期的な出版物の刊行（会員向けニューズレター、白書、その他）
- その他マスコミを通しての企業メセナ活動普及に関する広報活動
- 事業共催** 企業が芸術文化支援事業を行う場合、事業実施のノウハウを教えたり、共催・協力団体として名を連ねたりする
- 講師派遣** 企業がメセナ活動の勉強会をしたり、メセナ活動の一環として講演会、シンポジウム等を行う場合、当協議会の理事長、専務理事その他の有識者を講師として派遣または斡旋する

2. 情報集配・仲介事業

アーティスト・文化団体からの対企業助成要請の窓口となってそれらを一括受付、全国の企業に情報を配信、またケースに応じては仲介するために、次のような事業を行います。

- 企業メセナの情報センターとして、国内（及び海外の同様の機関の協力を得て国外）のアーティストならびに文化団体・施設からの助成要請の受付
- それら助成要請情報の定期刊行物その他の手段による企業への配信
- 会員企業の個別メセナ活動への情報面での仲

介・コンサルティング

3. 調査・研究事業

わが国ならびに世界の企業メセナ活動の実態、その企業経営上の意義、将来予測等を把握するため、次のような調査研究事業を行います。

- データ収集と情報サービス
- 実態調査、予測調査、経営上の意義等の研究の委託
- 研究者による関連研究への助成

4. 顕彰事業

わが国の企業によるメセナ活動に対し、社会的・文化的に高い貢献を行った企業を顕彰します。

- 企業メセナ大賞** 社会的・文化的貢献度の高い企業メセナ活動を顕彰することにより、その企業だけではなく、他企業にも企業メセナに対する関心を抱かせ、かつ世論の喚起をはかる。

5. 国際交流事業

海外の同種の団体との交流、芸術支援活動に関する国際会議等への参加、海外におけるメセナ活動関係者の招聘、情報の交換等を行います。

- 派遣事業** 芸術支援活動に関する国際会議等へ、代表、オブザーバー等を派遣して海外との連帯を強める
- 受入事業** 海外におけるメセナ活動関係者を日本に招聘し、わが国のメセナ活動の活性化に資する
- 連絡事業** 海外における同種の団体と緊密な関係を保ち、情報の交換、人脈の拡大につとめる

付録

1 メセナ年表1991

1月25日	APA セミナー 6 回連続 (国際文化会館、芸術振興協会主催)
2月1日	国際貢献減税制度スタート
3日	第1回全国文化の見えるまちづくり政策研究フォーラム開催 (徳島市) 文化施設運営の企業に低金利融資制度を新設 (通産省) 『メセナ用語集'91』発刊 (京都府東京統計情報センター) NEC ファンデーション設立を発表
18～22日	フィランソロビー展開催 (経団連会館、経団連主催)
19日	ローム・ミュージックファンデーション設立 (ローム)
3月6日	企業のメセナ活動を考えるセミナー第1クラス開講 (3回シリーズ) (電力中央研究所、企業メセナ協議会主催)
13～14日	第1回アート・マネージメント日本特別講座開催 (資生堂別館、企業メセナ協議会主催)
15日	つくしアートインテリア館開館 (北九州市、第1通産グループ)
17日	第1回アート・マネージメント日本特別講座開催 (京都商工会議所、企業メセナ協議会主催)
22日	芦屋市立美術博物館開館 (兵庫県)
25日	国際シンポジウム「企業の文化的役割 — その新しい方向」 (経団連会館、企業メセナ協議会主催)
26日	平塚市美術館開館 (神奈川県)
28日	国際シンポジウム (大阪アメリカンセンター、企業メセナ協議会共催)
4月1日	経団連に社会貢献部設置
9日	ギャラリー日鋳完成 (虎ノ門、日本鋳業)
25日	日本最初のアート・マネージメント講座、アート・プロデュース講座開講 (慶応大学)
5月1日	たましん地域文化財団設立 (多摩中央信用金庫)
15日	日米シンポジウム「社会貢献活動と民間の役割」 (大阪商工会議所主催)
20日	企業のメセナ活動を考えるセミナー第2クラス開講 (電力中央研究所、企業メセナ協議会主催)
6月1日	メセナ月間スタート (7月末日まで、26社参加)
3～8日	メセナ展 (朝日スクエア、企業メセナ協議会主催)
4日	メセナを語る夕べ (朝日スクエア、企業メセナ協議会主催)
6日	メセナを語る夕べ (朝日スクエア、企業メセナ協議会主催)
10日	日本最初のメセナ白書『メセナ白書'91』発刊 (企業メセナ協議会) 『ヨーロッパのメセナ』刊行 (企業メセナ協議会)
12～13日	舞台芸術交流セミナー開催 (仙台市青年文化センター、国際舞台芸術交流センター、仙台市市民文化事業団主催)
25日	シンポジウム「メセナ (企業の文化戦略) への指針」 (森永プラザ、日本経営技術懇話会主催)
28日	文化フロンティア会議'91「日本型メセナの可能性を探る」 (京王プラザホテル、文化バステル、企業メセナ協議会共催)
7月1日	高崎市美術館開館 (群馬県)
18日	蓼科高原美術館矢崎虎夫記念館開館 (長野県)
19日	スパイラル企業人プロデューサーズセミナー (スパイラルホール、株式会社ワコールアートセンター主催)
25～26日	第10回近畿文化大学校「文化首都圏をめざして…新世紀に向けての文化戦略」 (オオ

-
- サカ サンパレス、近畿ブロック知事会主催)
- 31日 文化推進会議(文化庁長官の諮問機関)「“文化の時代” に対処する我が国文化振興の当面の重点方策について」提言
- 8月18日 安田生命クオリティオブライフ文化財団設立(安田生命)
- 9月4日 シンポジウム「芸術のエネルギー・新時代へのサバイバル」(ドイツ文化センター、芸術振興協会主催)
- 4～5日 シンポジウム「企業文化をグローバル視点で考える」(カナダ大使館、国際ビジネスコミュニケーション協会主催)
- 6日 石川県輪島漆芸美術館開館(石川県)
- 18日 シンポジウム「日本型メセナの可能性を探る」(ホテルオークラ、(社)社会経済国民会議主催)
- 山口蓬春記念館開館(神奈川県葉山、JR 東海)
- 22日 北海道立帯広美術館開館(北海道)
- 25日 「京都・企業と文化の会」結成(京都)
- 30日 住友財団設立
- 30～1日 シンポジウム「メセナとつきあう」(横浜美術館、横浜美術館協力会主催)
- 10月1日 よんでん文化振興財団設立(四国電力)
- 2～3日 企業のメセナ活動を考えるセミナー第3クラス開講(ABC 賢島寮、企業メセナ協議会主催)
- 7日 「ひょうご舞台芸術国際シンポジウム」(神戸、ひょうご舞台芸術国際シンポジウム実行委員会主催)
- 11日 第11回神奈川県市町村文化行政研究交流集会「創造的文化の展開を求めて」(平塚市美術館、神奈川県市町村文化行政研究会議、平塚市、神奈川県共催)
- 18日 第2回アート・マネージメント講座開催(東京芸術劇場、企業メセナ協議会主催)
- 22日 日伊文化フォーラム「都市と文化」(日本プレスセンター、読売新聞社、ジョバンニ・アニエッリ財団共催)
- アート・マネージメント・セミナー(7回連続)開講(東京、コンテンポラリー・アート・ネットワーク主催)
- アールフチュール会の会発足(コシノジュンコ)
- 23日 講演会「企業と文化政策 ― イタリアにおける企業の文化活動」(東京、二十一世紀文化学術財団主催)
- 31日 街づくりと企業メセナを考える会(麻布区民センター、全国市街地再開発協議会)
- 11月6～7日 第14回地方の時代シンポジウム「芸術と自治体 ― 豊かさと感動を求めて」(横浜、神奈川県他7都道府県共催)
- 7日 シンポジウム「企業文化を考える」(経団連会館、企業史料協議会主催)
- 12日 メセナ・文化経済学シンポジウム「統計データにみる日本の芸術状況」(専修大学、日本統計学会主催)
- 13日 目黒雅叙園美術館開館(東京 目黒雅叙園)
- 15日 大阪コミュニティ財団設立(大阪商工会議所)
- 23日 丸亀市猪熊弦一郎現代美術館開館(香川県)
- 27日 第12回全国文化行政シンポジウム「地方都市の未来像を考える」(和歌山県県民文化会館、第12回全国文化行政シンポジウム実行委員会主催)
-

-
- 12月3日 「企業と文化 ― 文化発信基地としての企業を考える」(サンシャインシティ、生活文化サロン主催)
- 7日 全国税理士共栄会文化財団設立(全国税理士共栄会)
- 11日 地域と文化シンポジウム(水戸芸術館、日本社会党シャドーキャビネット委員会主催)
- 16日 第1回企業メセナ大賞授与式(草月会館、企業メセナ協議会主催)
- 19日 須坂版画美術館平塚運一版画美術館開館(長野県)

2 世界のメセナ機関

[アイルランド]

Cothú — The Business Council for the Arts

所在地：Irish Management Institute, Sandyford Road, Dublin 16, Ireland

電 話：001-353-956 911

ファクス：001-353-955 150

[アメリカ]

Business Committee for the Arts Inc.

所在地：1775 Broadway, New York, NY 10019, U.S.A.

電 話：001-1-1-212 664 0600

ファクス：001-1-1-212 956 5980

Art and Business Council Inc.

所在地：130 East 40th Street, New York, NY 10016, U.S.A.

電 話：001-1-1-212-683 5555

ファクス：001-1-1-212-683 5559

[イギリス]

Association for Business Sponsorship of the Arts (ABSA)

所在地：Nutmeg House, 60 Gainsford Street, Butlers Wharf, London SE1 2NY, England

電 話：001-44-71-378 8143

ファクス：001-44-71-407 7527

[EC]

Comité Européen pour le Rapprochement de l'Economie et de la Culture (European Committee for Business, Arts & Culture) (CEREC)

所在地：Nutmeg House, 60 Gainsford Street, Butlers Wharf, London SE1 2NY England

電 話：001-44-71-378-8143

ファクス：001-44-71-407-7527

[イスラエル]

The Israel-British Arts Foundation

所在地：31 Ahad Haam St., T. A. 65202 Israel

電 話：001-972-3-200305

ファクス：001-972-3-292143

3 回答企業名一覧

次に掲げる451の企業・団体からご回答をいただきました。紙上を借りまして、ご協力に御礼申し上げます。なお、このほかに、社名公表を希望しなかった企業が2社および社名のなかった企業が2社ありました。

あ行

アーコ・ケミカル・ジャパン株式会社
 愛眼株式会社
 愛知製鋼株式会社
 株式会社青森テレビ
 青森放送株式会社
 株式会社浅川組
 旭硝子株式会社
 株式会社朝日広告社
 株式会社朝日新聞社
 アサヒビール株式会社
 朝日放送株式会社
 朝日生命保険相互会社
 味の素株式会社
 株式会社アッド
 アップジョン ファーマシューティカルズ リミテッド
 アップルコンピュータジャパン株式会社
 アド・ブレン株式会社
 株式会社アマダ
 アメリカン・エクスプレス・インターナショナル
 アラビア石油株式会社
 株式会社阿波銀行
 イオングループ1%クラブ
 石川島建材工業株式会社
 一吉証券株式会社
 伊藤忠商事株式会社
 株式会社 INAX
 井上工業株式会社
 岩崎通信機株式会社
 岩田塗装機工業株式会社
 株式会社岩手日報社
 株式会社伊予銀行
 株式会社宇佐美組
 宇徳運輸株式会社
 AIU 保険会社
 エーザイ株式会社
 エイボン・プロダクツ株式会社
 株式会社栄電社
 江崎グリコ株式会社
 エッソ石油株式会社

株式会社愛媛銀行
 愛媛放送株式会社
 株式会社エフエム青森
 株式会社エフエムジャパン
 エルメス ジャパン株式会社
 株式会社遠藤照明
 株式会社大分放送
 大阪ガス株式会社
 大阪商船三井船舶株式会社
 大阪スタジアム興業株式会社
 大阪セメント株式会社
 岡部株式会社
 株式会社沖縄銀行
 オムロン株式会社
 株式会社オリエントコーポレーション
 オリックス株式会社
 オリンパス工業株式会社
 株式会社オンワード樫山

か行

花王株式会社
 株式会社香川銀行
 株式会社鹿児島銀行
 鹿島建設株式会社
 神奈川中央交通株式会社
 鐘紡株式会社
 兼松羊毛工業株式会社
 カルティエ ジャパン株式会社
 学校法人河合塾
 株式会社川島織物
 川鉄商事株式会社
 勸角証券株式会社
 株式会社煥乎堂
 株式会社関電工
 関東特殊製鋼株式会社
 株式会社紀伊國屋書店
 北恵株式会社
 北日本放送株式会社
 株式会社北川鉄工所
 キヤノン株式会社
 キヤノン販売株式会社

九州電力株式会社
 京三電線株式会社
 京セラ株式会社
 共同印刷株式会社
 京都商工会議所
 京都中央信用金庫
 キリンビール株式会社
 株式会社クボタ
 株式会社熊本放送
 クレディ・スイス
 黒田精工株式会社
 株式会社クワザワ
 グンゼ株式会社
 株式会社群馬銀行
 株式会社京王プラザホテル
 KDK 株式会社
 株式会社京葉銀行
 国際航業株式会社
 国際証券株式会社
 株式会社寿屋
 コニカ株式会社
 小松建設工業株式会社
 五洋建設株式会社

さ行

酒井重工業株式会社
 札幌テレビ放送株式会社
 株式会社サッポロライオン
 株式会社山陰合同銀行
 株式会社山陰放送
 三機工業株式会社
 サンクス株式会社
 株式会社産経新聞社
 サンコール株式会社
 株式会社三條機械製作所
 三精輸送機株式会社
 サントリー株式会社
 山陽印刷株式会社
 三洋信販株式会社
 三洋電機株式会社
 三和酒類株式会社
 株式会社シーイーシー
 株式会社JEUGIA
 株式会社JSP
 株式会社J&S
 株式会社滋賀銀行

敷島紡績株式会社
 四国化成工業株式会社
 株式会社資生堂
 株式会社静岡県民放送
 株式会社七十七銀行
 品川白煉瓦株式会社
 シノプフーズ株式会社
 清水建設株式会社
 株式会社社会工学研究所
 シャチハタ工業株式会社
 十條製紙株式会社
 株式会社十八銀行
 株式会社主婦の友社
 株式会社シャルレ
 昭和シェル石油株式会社
 昭和電工株式会社
 昭和電線電纜株式会社
 松竹株式会社
 株式会社常陽銀行
 株式会社シライシ画廊
 新京成電鉄株式会社
 新光電気工業株式会社
 株式会社新潮社
 新日本製鐵株式会社
 住友海上火災保険株式会社
 株式会社住友銀行
 住友金属鉱山株式会社
 住友商事株式会社
 住友信託銀行株式会社
 住友精密工業株式会社
 住友生命保険相互会社
 株式会社スルガ銀行
 世紀東急工業株式会社
 セイコーエプソン株式会社
 セイコー電子工業株式会社
 星和電機株式会社
 積水化学工業株式会社
 セゾングループ
 全国朝日放送株式会社
 株式会社ゼンチク
 セントラル警備保障株式会社
 株式会社セントラル・ファイナンス
 セントラルリース株式会社
 全日産・一般業種労働組合連合会
 ソニー株式会社
 ソニー生命保険株式会社
 ソマール株式会社

た行

株式会社第一勧業銀行
 第一企画株式会社
 第一證券株式会社
 第一生命保険相互会社
 ダイカンホーム株式会社
 株式会社大京
 株式会社第四銀行
 大正製薬株式会社
 大成建設株式会社
 大成道路株式会社
 大昭和製紙株式会社
 台糖株式会社
 大東京火災海上保険株式会社
 大都工業株式会社
 大同生命保険相互会社
 大同特殊鋼株式会社
 大日精化工業株式会社
 大日本印刷株式会社
 ダイニック株式会社
 ダイハツ工業株式会社
 第百生命保険相互会社
 株式会社ダイヘン
 株式会社大丸
 株式会社太陽神戸三井銀行
 大和證券株式会社
 ダイワ精工株式会社
 ダウ・ケミカル日本株式会社
 田岡化学工業株式会社
 株式会社高島屋
 株式会社高田工業所
 株式会社タカラブネ
 株式会社滝沢鉄工所
 株式会社タクマ
 武田薬品工業株式会社
 株式会社竹中工務店
 株式会社立花商会
 多摩中央信用金庫
 チェースマンハッタン銀行
 秩父セメント株式会社
 株式会社千葉銀行
 株式会社千葉興業銀行
 千葉テレビ放送株式会社
 中京テレビ放送株式会社
 中国工業株式会社
 中部電力株式会社

株式会社筑邦銀行
 都築電気工業株式会社
 TOA 株式会社
 帝国石油株式会社
 帝人株式会社
 株式会社デサント
 TDK 株式会社
 株式会社寺岡製作所
 テレビ愛知株式会社
 テレビ大阪株式会社
 株式会社テレビ金沢
 株式会社テレビ信州
 株式会社テレビ東京
 株式会社テレビ北海道
 株式会社テレビユー福島
 株式会社電通
 東亜合成化学工業株式会社
 東亜石油株式会社
 株式会社トーエネック
 株式会社十勝毎日新聞社
 株式会社戸上電機製作所
 株式会社トーカイ
 株式会社東海銀行
 東海テレビ放送株式会社
 東海旅客鉄道株式会社
 東急観光株式会社
 株式会社東急百貨店
 東京海上火災保険株式会社
 東京ガス株式会社
 東京急行電鉄株式会社
 東京コスモス電機株式会社
 東京電力株式会社
 株式会社東京ドーム
 株式会社東京放送
 東陶機器株式会社
 株式会社東芝
 東武鉄道株式会社
 株式会社東武ストア
 東邦アセチレン株式会社
 東邦化学工業株式会社
 東邦ガス株式会社
 東和織物株式会社
 株式会社東和銀行
 同和火災海上保険株式会社
 図書印刷株式会社
 凸版印刷株式会社
 飛鳥建設株式会社

豊田工機株式会社
トヨタ自動車株式会社
豊田通商株式会社
株式会社トリイ

な行

株式会社長崎新聞社
長崎文化放送株式会社
株式会社長崎放送
中道機械株式会社
株式会社名古屋銀行
名古屋鉄道株式会社
奈良テレビ放送株式会社
南海建設株式会社
南海電気鉄道株式会社
南海放送株式会社
株式会社新潟鐵工所
株式会社新潟テレビ21
西日本システム建設株式会社
株式会社西日本銀行
西日本旅客鉄道株式会社
ニッカウスキー株式会社
日産建設株式会社
日産自動車株式会社
日商岩井株式会社
日新火災海上保険株式会社
日清製粉株式会社
日新電機株式会社
株式会社ニチレイ
日東紡績株式会社
株式会社ニッポン放送
日本アイ・ビー・エム株式会社
日本アビオニクス株式会社
日本アムウェイ株式会社
日本オリベッティ株式会社
日本ガイシ株式会社
日本加工製紙株式会社
日本火災海上保険株式会社
日本ギア工業株式会社
日本軽金属株式会社
株式会社日本経済新聞社
日本光電工業株式会社
日本航空株式会社
株式会社日本交通公社
日本コカ・コーラ株式会社
日本コムシス株式会社
日本酸素株式会社
日本商事株式会社
日本信販株式会社
日本新薬株式会社
日本水産株式会社
日本精化株式会社
日本精工株式会社
日本ゼオン株式会社
日本製粉株式会社
日本生命保険相互会社
日本ゼネラルエレクトリック株式会社
日本たばこ産業株式会社
日本団体生命保険株式会社
日本チバガイギー株式会社
日本ディジタルイクイップメント株式会社
日本電気株式会社
日本電気システム建設株式会社
日本電信電話株式会社
日本電線工業株式会社
日本ヒューム管株式会社
日本ピラー工業株式会社
日本フィリップス株式会社
日本放送テレビ網株式会社
日本マクドナルド株式会社
日本輸送機株式会社
日本ロシュ株式会社
ネボン株式会社
野崎産業株式会社
株式会社乃村工藝社
野村不動産株式会社

は行

株式会社博報堂
服部物産合資会社
株式会社ハトヤ観光
株式会社原信
ハリマ化成株式会社
びあ株式会社
東日本旅客鉄道株式会社
株式会社百五銀行
日野車体工業株式会社
ヒロセ電機株式会社
株式会社福岡シティ銀行
株式会社福島中央テレビ
株式会社福田組
株式会社フジカワ画廊
藤倉電線株式会社
富士興産株式会社

3 回答企業名一覧

株式会社不二越
藤沢薬品工業株式会社
富士写真フィルム株式会社
富士ゼロックス株式会社
株式会社フジタ
株式会社フジテレビギャラリー
富士通電装株式会社
フジテック株式会社
株式会社富士プロジェクト
ブラザー工業株式会社
古河機械金属株式会社
フルサト工業株式会社
株式会社フレンドリー
株式会社ブロードウェイギャラリー
文化シャッター株式会社
株式会社文藝春秋
平和橋自動車教習所 ジェイブ美術館
豊和工業株式会社
北陸電力株式会社
株式会社北海道銀行
北海道中央バス株式会社
北興化学工業株式会社
ホーチキ株式会社
株式会社ホームワイド
HOYA 株式会社
株式会社ホワイトピーアール
本州製紙株式会社
本田技研工業株式会社

ま行

株式会社毎日新聞社
株式会社毎日放送
株式会社マガジンハウス
松下電器産業株式会社
マツダ株式会社
株式会社マルイチ産商
丸八倉庫株式会社
丸紅株式会社
三浦印刷株式会社
三国コカ・コーラボトリング株式会社
ミサワホーム株式会社
ミズノ株式会社
三井海上火災保険株式会社
三井観光開発株式会社
三井金属株式会社
三井不動産株式会社
株式会社三ツ葉電機製作所

三菱商事株式会社
三菱信託銀行株式会社
三菱電機株式会社
三菱レイヨン株式会社
株式会社南日本銀行
株式会社宮崎太陽銀行
宮田工業株式会社
株式会社村田製作所
明治製菓株式会社
明治乳業株式会社
明星工業株式会社
名鉄運輸株式会社
株式会社メイテック
株式会社メモリアルアートの大野屋
メルシャン株式会社
モービル石油株式会社

や行

株式会社ヤギコーポレーション
安田火災海上保険株式会社
安田生命保険相互会社
矢作建設工業株式会社
株式会社山種産業
ヤマト運輸株式会社
大和生命保険相互会社
大和設備工事株式会社
株式会社山梨日日新聞社
株式会社山梨放送
山之内製薬株式会社
ヤマハ株式会社
ユアサ産業株式会社
湯浅商事株式会社
株式会社ユアテック
株式会社ユーマック
有楽土地株式会社
雪印乳業株式会社
株式会社ユーストア
ユニチカ株式会社
ユニ・チャーム株式会社
横河電機株式会社
株式会社横浜銀行
株式会社ヨークベニマル
株式会社読売エージェンシー
株式会社読売新聞社

ら行

株式会社リクルート

株式会社理経

リコー三愛グループ三愛会

菱電商事株式会社

菱洋エレクトロ株式会社

株式会社 LIHIT LAB

レック株式会社

株式会社レナウン

レブロン株式会社

ロイヤル株式会社

ローム株式会社

わ行

若築建設株式会社

株式会社ワコール

4 メセナ活動実態調査票

メセナ活動実態調査票

貴社名

担当部署

記入者ご氏名

住所、電話

I

貴社の概要についてお答えください。(該当する番号を○印で囲んでください)

- [1]業種
- | | | | |
|---------------|-------------|----------|--------------------|
| 1.水産・農林・鉱業 | 2.建設・住宅 | 3.食品 | 4.繊維 |
| 5.紙・パルプ | 6.化学 | 7.医薬・塗料 | 8.石油・ゴム・硝子・土石 |
| 9.鉄鋼・非鉄金属 | 10.機械 | 11.電機 | 12.造船・車両・自転車・自動車 |
| 13.精密機器・その他製造 | 14.印刷・事務機器 | 15.商業 | 16.量販店・百貨店・スーパー・外食 |
| 17.金融 | 18.証券・損保・生保 | 19.不動産 | 20.運輸・倉庫 |
| 21.電力・ガス | 22.サービス | 23.出版・広告 | 24.放送・通信 |
| 25.新聞 | 26.その他 | | |

[2]資本金(1991年12月末現在) 百万円

[3]設立年(西暦) 年

[4]従業員数 人

[5]売上高(1990年度) 百万円

[6]経常利益(1990年度) 百万円

*
*
*
*
*

*印は記入不要

[7]貴社は芸術文化支援(メセナ)活動を行っていますか。

1.行っている。――→以下引き続き第II問の[9]まで全部お答えください。

2.行っていない。

3.過去に行ったが、現在はやっていない。

4.行っていないが、やることを検討中。

→2, 3, 4のいずれかを答えた方は第III問(7ページ)のみお答えください。

II 貴社における芸術文化支援(メセナ)活動に関し、お答えください。

[1] 貴社のメセナ活動に関する基本的考え方について

1. メセナ活動に関する基本的な方針や考え方があればご記入ください。
(簡条書で簡潔にお答えください)

.....

.....

.....

.....

.....

- 2 具体的支援基準がありますか。該当する番号を○印で囲んでください。

1. ある。
2. ない。
3. 現在はないが、将来つくる予定。
→具体的にご記入ください。

.....

.....

.....

[2] 活動実績(1991.1～1991.12)

1. 活動内容について(別紙の「記入の手引き」をお読みください)
①から⑤までは個別企業名で発表させていただきますが、⑥の質問は個別企業名は出さず、全企業の集計値の形で使わせていただきます。

① 活 動 名	② 芸術分野	③ ②が23 の場合	④ ②が1の場合			⑤ 支 援 内 容				⑥ 資金援助額(万円)
			A	B	C	資金援助	人的援助	場所援助	その他	
計										

[お願い]書ききれない場合は別の紙にご記入ください。

4 メセナ活動実態調査票

2. メセナ活動費の財源はどこから出ていますか。該当する番号を○印で囲んでください。

(複数回答可)

1. 寄付金 2. 広報費 3. 宣伝広告費 4. 販促費 5. 研究教育費
6. 交際費 7. 一般管理費 8. 文化事業費 9. 雑費 10. 財団助成金
11. その他()

[3] メセナ活動の運営について、該当する番号を○印で囲んでください。

1. 組織について

① 貴社のメセナ活動をリードしているのはどなたですか。

1. 会長 2. 社長 3. 担当役員 4. 担当部署
5. その他()

② メセナを担当する部署はありますか。

1. 専任部署がある 部署名 _____ 担当スタッフ数 _____ 人
2. 専任部署はないが、担当部署を決めている。 _____
3. 担当部署が複数である。 _____
4. 系列の財団が行っている。 財団名 _____

③ メセナ担当役員はいらっしゃいますか。

1. 専任役員がいる。 2. 担当役員がいる。
3. 担当役員はいない。
 └─ 4. 将来はおく予定
 └─ 5. 将来ともおく予定はない。
 └─ 6. 現時点ではわからない。

部署名を個別企業名で発表することについてお答えください。

1. 発表してよい。
2. 発表しない。

2. 予算について

1. 予算が決まっている。
2. 予算は特に決まっていない。
 └─ 3. 社外から支援要請がある都度支出する。
 └─ 4. 社内からの要請があれば個別に判断して支出する。

[4] 貴社のメセナ活動の進め方についてお答えください。

1. 支援先を選ぶのは主にどの方法ですか。該当する番号を○印で囲んでください。(複数回答可)

1. アーティストや文化団体からの直接要請があったものから検討。
2. 『メセナ』誌の助成要請情報を参考にして選ぶ。
3. 自社の方針にかなった活動を自主的に探して支援する。
4. 自社の方針にかなった活動を代理店などに相談しながら企画する。
5. 関係会社やグループ企業から要請があったものを検討。
6. その他(具体的に)

2. 自社のメセナ活動を評価する基準をどこにおいていますか。

1. 数値的基準がある。
2. 内容で判断する。 _____
3. 別でない
 └─ 1. 今後作りたい。
 └─ 2. 当面考えていない。

→ 該当するものを○印で囲んでください。(複数回答可)

1. 参加者(入場者)数
2. 来場者アンケート数
3. マスコミによる取り扱い量
4. その他(具体的に)

該当するものを○印で囲んでください。(複数回答可) ←

1. 来場者アンケートの内容 6. 芸術上の価値
2. マスコミの評価 7. アーティストからの評価
3. 社内の評価 8. その他(具体的に)
4. 会長・社長の評価
5. 担当役員の評価

[5] 貴社のメセナ活動の認知度について担当者の考えをお答えください。

1. 貴社がメセナ活動を行っていることについて
 1. 大半の社員は知っていると思う。
 2. 知っている社員は半分ぐらいであると思う。
 3. 大半の社員が知らないと思う。
2. 貴社のメセナ活動に関する社内PRを

1. している
 2. 特にしていない。 _____
- 具体的なPR方法を簡条書でご記入ください。

.....

.....

.....

.....

何故ですか、理由を簡条書でご記入ください。 ←

.....

.....

.....

.....

3. 貴社のメセナ活動に関する社外PRを

1. している。
 2. 特にしていない。 _____
- 具体的なPR方法を簡条書でご記入ください。

.....

.....

.....

.....

何故ですか、理由を簡条書でご記入ください。 ←

.....

.....

.....

.....

[6] 貴社のメセナ活動についてお尋ねいたします。

1. メセナ活動を行うのは、次のどの理由からですか。該当するものを3つ以内○印で囲んでください。

1. 社会貢献の一環として
2. 自社のイメージ向上のため
3. 自社の企業文化の確立をめざして
4. 販売促進の一環として
5. 文化の事業化をはかるため
6. 社員の質的向上をはかるため
7. 他社との差別化のため
8. 優秀な社員の獲得・確保のため
9. 他社が実施しているため
10. 納税するより有意義
11. その他(具体的に

2. 貴社のメセナ活動と社会貢献活動、一般寄付金との関連についてお答えください。

① これまで、貴社では下記の社会貢献分野の中で、どの分野に重点をおいてきましたか。ウエイトの高い順に4つあげ、その番号をご記入ください。

--	--	--	--

1. 教育 2. 社会福祉 3. 健康・医療 4. 学術・研究 5. 地域社会の振興
6. 芸術文化支援 7. スポーツ振興 8. 環境保全 9. 国際交流
10. その他(具体的に

② 貴社の1990年度に於ける一般寄付金の損金算入限度額に対しての利用率は、おおよそどのくらいでしょうか。該当する番号を○印で囲んでください。

1. 100%以上
2. 75%以上100%未満
3. 50%以上75%未満
4. 50%未満

③ 貴社の1990年度に於ける特定公益増進法人に対する寄付は損金算入限度額のおおよそ何%でしょうか。該当する番号を○印で囲んでください。

1. 100%以上
2. 50%以上100%未満
3. 25%以上50%未満
4. 10%以上25%未満
5. 10%未満

[7] メセナ活動の体験上、支援される側(芸術家、芸術団体など)についてお気付きの点や要望があれば、ご記入ください。

.....
.....
.....
.....
.....
.....

[8] 今後メセナ活動を促進するために、ご意見をお聞かせください。

1. 社団法人企業メセナ協議会の活動について、是非やってほしいものには○を、できればやってほしいものに△を、やる必要のないものに×を下記のそれぞれの項目についてご記入ください。

1. メセナ活動に対する免税措置の早期実現
2. 企業に対する啓蒙活動の充実
3. 国内外のメセナ活動の具体例など情報の提供
4. メセナに関するセミナーの開催
5. 企業のメセナ活動に対するコンサルタント
6. 助成情報の積極的仲介
7. 芸術関係者に対する勉強機会の提供
8. 企業メセナ協議会による直接助成
9. 『メセナ』誌発行回数の増加
10. 海外視察団の派遣
11. メセナ活動担当者の斡旋
12. 国内外の芸術文化情報の紹介
13. その他(具体的に

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12

2. メセナ活動に関し、政府への要望を下記の中から選び、該当する番号を○印で囲んでください。
(複数回答可)

1. 税制上の優遇措置
2. 文化庁予算の増額
3. 地方の文化活動基盤の整備
4. 特定公益増進法人の拡大
5. その他(

[9] メセナ活動を行う上で、障害となる事柄はありますか。下記の中から2つを選び、その番号を○印で囲んでください。

1. 税制上のワクがブレーキ。
2. 目先のメリットが少ないので活動しにくい。
3. 予算額が少ない。
4. 社内の理解不足。
5. 社内の人材不足。
6. 適当な助成対象が少ない。
7. 専従社員がいない。
8. どうすればよいかわからない。
9. 経営トップが変わるたびに方針が変わる。

→ 1. と答えた方にお尋ねします。

税制上の優遇措置がとられれば、貴社のメセナ活動は、

1. 現在より増加するだろう。
2. 現在と変わらないだろうが、寄付金で処理する分が増えるだろう。
3. わからない。

ご協力ありがとうございました。

III	メセナ活動未実施企業におたずねします (集計値のみ発表いたしますので、企業名は出しません)。
------------	---

①芸術文化支援(メセナ)活動をしていない理由をお答えください。該当する項目の番号を○印で囲んでください。(いくつでも結構です)

1. 資金に余裕がない。
2. 人員に余裕がない。
3. 専門知識のある人間がいない。
4. 社内の理解がない。
5. 税制上の優遇措置がない。
6. 企業目的からみて適当でない。
7. その他()

②5. とお答えの方にお聞きします。その理由をお答えください。

1. 税制上の優遇措置が取られれば、メセナ活動を行う。
2. 税制上の優遇措置が取られても、メセナ活動は行わない。
3. 行うか行わないかわからない。

③企業とメセナについて、お考えをお聞かせください。該当する項目の番号を○印で囲んでください。

1. 企業は芸術文化を振興させるために財政的な支援をすべきである。
2. 企業は芸術文化を振興させるために財政的な支援をする必要はない。
3. 企業よりも公的機関がすべきである。
4. わからない。

ご協力ありがとうございました。

あとがき

多くの皆様のご協力により、『メセナ白書'92』を発行することができました。

私達にとって何よりの励ましとなったのは、発行に先立って実施させていただいたアンケート調査に対して、'91年を上回る455社という多くの企業の皆様からの回答を得ることができたことです。ご多忙の折、当白書の発行主旨をご理解いただき、詳細にわたる質問に対して、懇切に回答をお寄せいただいた各企業の皆様に、まず感謝申し上げます。

わが国初の『メセナ白書』として発行した'91年版は、各方面に大きな反響を呼ぶと同時に、貴重なご意見やご指摘も多数いただきました。これらを参考に、'92年版では、いくつかの改善・充実を試みました。アンケート調査項目の見直し・追加、公益信託による芸術文化支援の項の新設等のほか、調査結果の分析と考察にも紙面を割きました。このため、調査部会のメンバーで合宿を行い、検討を重ねました。改めてメセナが企業に広く、深く、しかも極めて多様性をもって浸透しつつあることを、認識することができました。

第1回メセナ賞受賞企業に執筆いただいた各社の事例は、回答企業別メセナ活動の一覧と合わせて、これから活動に取り組もうとする企業の担当の皆様にとって、実に多くの示唆を含んでいると確信いたします。同時に本書は、地道に社会貢献に取り組む、企業の“知られざる一面”を、広く社会に紹介する資料になっているとも言えるでしょう。

メセナに関する記事索引やメセナ年表等もさらに整備しました。『メセナ白書』がメセナに関心を寄せる企業関係者をはじめ、アーティストや芸術・文化団体関係者、行政関係者、報道関係者、研究者や学生の皆さん、そして市民の皆様にとって“必携の書”となり、一人でも多くの皆様の目に触れ、わが国メセナの普及と発展に、いささかなりともお役に立てば、編集に携った一人として、これに優る喜びはありません。

もちろん、白書としては2年目であり、時系列分析等、今後版を重ねることで、さらに充実させるべき点が多く残されていることも事実です。なにとぞ、本白書に対する忌憚のないご意見・ご感想をお寄せいただきますよう、お願い申し上げます。

本白書発行に当たり、ご協力いただいた皆様、原稿をお寄せいただいた皆様に、改めて心からお礼申し上げます。また、この機会に、繁雑な調査・編集業務を分担いただいた調査部会の全メンバーの皆様、事務局の岩瀬慶孝次長、小池佐知子氏、さらに、'91年版に引き続き事務局業務を終始ご指導いただいた前部会長田辺龍郎氏に対し、紙上をかりて、深く感謝申し上げます。

調査部会長 北川 哲夫

企業メセナ協議会調査部会

部会長 北川哲夫 トヨタ自動車株式会社 広報部社会文化グループ課長

岩崎 登 株式会社竹中工務店 広報部長

岡崎 貢 株式会社読売エージェンシー 取締役

木脇裕二 勸角証券株式会社 総合企画室主任

鈴木広樹 第一生命保険相互会社 社会文化事業室副長

成川道守 日本酸素株式会社 社長室専門部長

原 晴夫 株式会社資生堂 企業文化部長

深尾 聡 東海旅客鉄道株式会社 広報部

メセナ白書'92

平成4年8月31日発行

定価

(本体2,000円+税)

編集・発行

社団法人 企業メセナ協議会

〒100 東京都千代田区有楽町2-5-1
有楽町マリオン13階

Tel : (03) 3213-3397

Fax : (03) 3215-6222

協力 (株) きょうせい

ISBN4-906414-00-1 C0000 P2000E

本書は再生紙を使用しています

©1992 Printed in Japan

MÉCÉNAT



Association for Corporate Support of the Arts

定価(本体2000円+税) ISBN4-906414-00-1 C0000 P2000E