

民間企業における芸術文化支援 活動の一考察No.1

—舞踊を中心として—

薩 佐 久仁子

【研究目的】

日本における企業の芸術文化支援の実態，企業の特徴・課題を明らかにする。

【研究方法】

㈱東急文化村係長1991. 8. 14 (水)，三洋電機㈱部長・課長1991. 10. 17 (木)，㈱ワコールアートセンターチーフ1991. 11. 29 (金)。以上3企業より1時間のインタビュー形式で行った。

【調査内容】

①芸術文化支援を始めた動機・企業理念②劇場を作った動機③作品の選択基準④企画運営内容⑤企画内容の対象者⑥採算⑦人材育成⑧企業の芸術文化支援の限界⑨限界から公的機関・国家に望むものは

【本研究の限界】

各企業の実態は歴史も浅く活動内容経済的データは未公開であった。公的機関は扱わない。

【まとめ】

各企業の特徴は㈱東急文化村—地域再開発タイプ。㈱三洋電機—販売促進タイプ。㈱ワコールアートセンター—文化推進タイプ。3企業の中でも三洋電機は宣伝広告として捉えているため採算は考えず宣伝広告費としている。また人材育成も自社の社員（電気メーカーとして新卒社採用）の中から社風を知り適材適所で担当者を決めている。専属の社員を雇うほど企業には余裕が無いとしたこれが企業の現状である。東急文化村は舞台上演の専門教育はいらず，経験者が必要とした。公的機関に対しては観客が舞台を育て施設を育てるといことから芸術教育に親しむ機会を教育面で投資すべきだとした。ワコールアートセンターは前衛的な作品を企画内容としてポイントとしているダンス公演は採算が採れないとした。従って公的機関には資金援助を望んだ。さらに日本人が芸術を楽しむのが下手なのは完全に教育のせいで，アートの楽しみ方を教えない。次に芸術をビジネスと考える—このような視点でも大学やビジネススクールに有るべきである。企業とアーティストの間に入る公的な機関が必要であるとした。（アートを育てるが内容には口を出さないこと。）

【調査結果】

	㈱東急文化村	㈱三洋電気	㈱ワコールアートセンター
① 施設を手段		伝達的手段	文化ビジネス
② 地域の活性化		劇場無し	総合的文化施設
③ 他文化施設意識せず独自		若者文化・時代を意識	前衛的
④ 他では実現できないもの		継続性・宣伝効果	地道な企画・公演
⑤ 大人の人間		18～25歳オピニオンリーダー	アートを楽しむ生活者
⑥ 健全な管理理念		採算度外観（広告宣伝費）	採算とれない
⑦ 舞台上演の専門教育いらない 経験者必要		社員の中から適材適所で決める	頭の柔らかい人・体力
⑧ ロングラン公演は打てない 赤字では商談成立せず		⑥に同じ	芸術を育てるのは企業の役割ではない
⑨ ソフトの充実 芸術に親しむ機会を教育面でも投資すべきだ		政府には何も期待せず	資金援助 アートマネジメント教育 ニュートラルな教育機関が必要（内容には関与しない）
	地域再開発タイプ	販売促進タイプ	文化推進タイプ