# 文化庁月報

1989—8　No.251

## もくじ


**特集：企業と芸術文化**

対　談　福原義春
**企業と芸術文化**　植木　浩　4

企業はふだん着の文化会館　藤原清明　12

文化事業における国と産業界との協力　文化庁文化普及課　14

都道府県のページ

我が県の文化行政——㉘
文化首都大阪の実現をめざして
—大阪文化振興ビジョンを策定—　大阪府　17

特色ある博物館・美術館紹介——⑫
〝見る　学ぶ　憩う〟
ファッショナブルな新しい感覚
名古屋市美術館　20

国民文化祭ニュース
・第四回国民文化祭さいたま89の創作テーマ曲決まる　22
・第五回国民文化祭・愛媛90マスコットマークの愛称決まる
—愛称は「みかちゃん」—　22
・第五回国民文化祭・愛媛90の賛歌決定される
—「風のシンフォニー(あすの予感が聴こえる)」—　22

文化庁だより

・昭和六十三年度民間芸術等振興費補助金の交付状況について　23
・平成元年度(第四十四回)芸術祭の開催計画決定　25
・文化庁舞台芸術創作作品募集　27
・地域文化振興室の発足　28

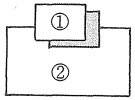
・文化庁行事報告
・予定……30
・「美をもとめて」放送予定……30
・国立劇場ニュース……31

展覧会紹介　29

■特別展
発掘された古代の在銘遺宝

■ドラクロワとフランス・ロマン主義展


表紙写真紹介




① ペレアスとメリザンド
㈶二期会オペラ振興会

② ホフマン物語
牧阿佐美バレエ団
PHOTO飯島篤事務所

題字デザイン※桑山弥三郎

特集―企業と芸術文化

対談

# 企業と芸術文化

福原義春
植木浩

**植木**　資生堂は昔から、美というものに大変近い産業として発展をしてこられたわけですが、今日は、そのトップでいらっしゃる福原社長に「企業と芸術文化」というテーマでいろいろお話を伺わせていただきたいと思います。

福原社長とは昨年京都で行われたいわゆる日仏文化サミットで御一緒した際、社長が経済人として立派な文化論を展開されておられたことが強く印象に残っております。さらにその後、文化活動を支援する企業の組織を作るために中心的な役割を果たしていらっしゃると伺っております。

最近とくにいろいろな機会に、企業と文化の関係、企業の文化活動、あるいは芸術に対する企業の支援が話題となっておりますが、その一例として資生堂と文化のかかわりについて、そもそもどんなところから始まったのかまずお話いただければと思います。

## 文化と経済の関係

**福原**　私どもは、創設して百十七年になりますが、最初は西洋風の調剤薬局の第一号としてスタートしたのです。それまでの薬店は漢方の薬店でした。西洋の薬が必要とされた時代でしたが、いい薬を体系的に輸入するところも、調剤するところもない時代に最初の西洋風の調剤薬局を始めたわけです。

それから練り歯磨や洋風の化粧品などをつくり始めたわけです。今になって分ったんですけれども、洋風の技術やスタイルを日本にあわせて創造するということと、もう一つは商品として徹底的に高い品質のものをつくる。その二つの理念で通してたんですね。商品の品質はもちろんのことですが、同時にパッケージとか宣伝のデザインが、大変重要だということに早くから気が付いていたのです。当時の日本の本当にトップクラスのデザイナー数人を、社長直轄の意匠部員とし、社長が製品作りを自らの指揮でやってたんです。今でこそ、商品は文化であるということをいわれる方もありますが、当時はそんなことを考えていたわけではないと思います。しかし、今日その時代の商品なり広告を見ると、ああ、なるほど、歴史として文化の一部を支えていた役割もあったなあ、というようなことがあるわけです。

戦後はかなり意識的に、一種のCI（コーポレート・アイデンティティ）活動としての文化支援活動を、いろんな形で始めるようになったわけです。その中で一番成功し、歴史的にも意味があったのは、一九七七年に開催した「六人のパリ」というイベントです。これは、ティエリー・ミュグレー、クロード・モンタナなど当時のパリの中堅のデザイナー六人を招いて、そのコレクションを日本の六都市で紹介したんです。パリのデザイナーがこれだけまとまったコレクションも初めてであるし、それから、その中堅の人たちが、日本でショーをしたということによって、パリで認められ世に出る契機になった。そういう意味でこれは大変画期的な仕事であったと思います。

**植木**　私が会議でパリに行った折、たまたま広告美術館を訪ねましたら、ちょうど資生堂のデザインの展覧会をやっていたんです。全館に資生堂のポスターや製品などが展示されており、フランスのデザイナーたちが熱心に見ていたことを記憶しています。

**福原**　その展覧会を開催することになったのは、一九八六年にポンピドー・センターで「前衛の日本芸術展」を開く準備で装飾美術館のキュレーターのブルナメルさんが来日し、我々の所蔵品を見て、その一部を前衛展で展示したいが、ほんの数点しか並べられないのであまりにもったいない。傘下のもう一つの美術館を提供するから、是非そこでまとめて別個に展覧会をおやりなさいと言われて持って行ったのです。

その時に、私たちがなぜそれをお受けしたかというと、結局、経済は出超、文化は入超というフランスとの関係がありますね。我々自身もかなり入超ですし、フランスで事業をさせていただいている以上フランス社会に何らかのお返しをしたいという意味があったんです。

**植木**　フランスの方たちがみんな座り込んで見入っていたのを見てうれしかったですね。

**福原**　テレビ・コマーシャル集を見るのに床にべったり座り込んでいましたね。それから、美術学校の学生もたくさん見に来ていましたし、論文の課題にされたところもあったようです。あれは三か月ほどやってましたが、期間を通じて一万二千人以上の方が観覧にいらっしゃって、あの美術館としては画期的な記録になりました。

## ユマニテ・エ・レアリテ

**植木**　今、いわゆる文化の時代ということがよくいわれますが、企業においても物から心へという流れが、大きく出てきたような気がするわけです。福原社長はそういう時代に、企業は一体何をなすべきかということについて、これからの経済は経済論理による経済の側面だけでなく、非経済の側面とのバランスが大切だ。会社も個人も国もヒューマニティがもっと大切だと、おっしゃっておられますが、そのあたりをいろいろお伺いしたいのですが。

**福原**　ちょうど、昨年十一月京都で開かれた第三回日仏文化サミットに参加する前にいろいろ考えたのですが、私たちの企業も含めて戦後の日本経済の歴史を振り返ってみると、第二次オイルショックまでは成長の時代であって、経済の論理が全てを支配していた。というのは、まず最初の時期には物が足りなかったわけだし、次は物が充足してもまだ品質という点で、生活者の満足を得られてなかった。そして第二次オイルショックの頃に、その時期を脱して、情報化時代あるいは脱工業時代への転換期に入ってきたというふうに考えたんですね。そうしますと企業というのは、お客様にいい物やサービスを必要な量お届けするというのが最低の責務ですけれども、脱工業社会における企業の社会における役割というのは、また違うべきではないのだろうか。その違うべきというのは一体何なのだろうと、いろいろ模索していたわけです。ちょうどその前の年にポンピドー・センターのマウ館長（当時）と、お会いする機会があって、「経営と文化との相克というか矛盾のようなものに悩んでいるんです」と言ったら、彼は、「そうだな、それはユマニテ・ウ・レアリテ（人間性又は現実性）の問題だな」とおっしゃったんですね。それは私にとっての公案みたいなものとなり、それからいろいろ考えてみると、いや、ユマニテ・エ・レアリテ（人間性と現実性）じゃないかと。もしかすると共存し得るんじゃないか。人間性を通じて現実に迫ること、現実を通じて人間性に迫ること、その二つのやり方が出来るのではないかと考えるようになってきたんです。そうなってくると、今、私は非経済と言っていますけど、これは

㈱資生堂社長
福原義春

誤解がないようにしないといけないのは、ノン経済でもないしアンチ経済でもないんですね。もっと経済外の責任が企業にはあるのではないか、と。経済の部分は最低の責任であって、それ以上の機能を果たして行かなければいけないんじゃないか。さらに考えてみますと、例えば、個人が社会において何で評価されるかというと、才能と性格とその上に人徳というようなものがあると思うのですね。そうすると企業の場合でも法人としてアビリティとキャラクターと、もう一つはやはり企業の人徳のようなものがあるべきではないか。それらをひっくるめての経営があるんじゃないか。そしてもっと考えていくと、企業も社会における一市民だという観念を持たなければいけないというふうに段々変わってきたのです。

**植木**　そうですね。今おっしゃったヒューマニティとリアリティが、オアなのかアンドなのかというのは大変面白いですね。やはり両方なんでしょうね。経済がなければ文化もないし、文化がなければ経済もない。しかもその両方が、それぞれ独立している面もあるかと思うと、それぞれ絡み合う面も多いですね。

**福原**　今の私の考えは、一種の試論でして、こういう問題をマウ前館長のような立場の方、長官のような行政の立場の方、私のような経済人としての立場の者も、いろんな立場から、将来の二十一世紀社会に向けて、この問題をいろいろ議論して……。

**植木**　いろいろな角度から知恵を出し合う。そうすると段々にモンタージュされてきますね。

## 最近の芸術文化に関する企業の動向

**植木**　企業と芸術文化のかかわり方について、最近の雑誌や新聞の論調を見ていますと、いくつかの企業と文化の関係が表われて来るのですが、私は四つのパターンを考えてみたのです。

　一つは、先ほどもお話に出ましたけれど、企業の生産面自体で、消費者が多様化し感性的な物を求める、その消費者の心をどう捕らえるかという意味で、生産と文化のかかわり合いというのが出てきていると思います。それは、例えばデザイン・マネージメント。経営者アンケート調査の結果が日本経済新聞に出ていましたが、企業のトップでデザインを重視するという方が八割近いんです。そのデザインを仮りに芸術とか文化と置き換えてみると、やはり、企業の中でもそういう文化というものの重要性が急速に高まりつつあると言えるかと思います。

　二番目のカテゴリーは、文化による企業のイメージ・アップというか、コーポレート・アイデンティティ（ＣＩ）だと思います。それによって優秀な人材を集めたり、さらにマーケットの開拓などにも非常に役に立つ。これもまだ経済とダイレクトに結び付いている感じがするのですが。

　三番目は、ＣＩからさらにコーポレート・カルチャーということで、ここまでくると、企業そのものの中に新しい文化をクリエートする心要がある。従来のような企業人あるいは会社人間ではなくて、伝統的な社風とともにもっと新しいジェネレーションの文化をうまく織り混ぜて、企業の文化的な雰囲気を確立する。それがまた企業自体の活性化にもつながるし、製品にもつながっていくことになると思われます。

　四番目に、これはコーポレート・シティズンシップ―企業市民性―という言葉が使われていますが、企業が今度はダイレクトな経済目的ではないけれど、社会の一員として、市民の一員として、文化面なり社会面なりで貢献をすること。

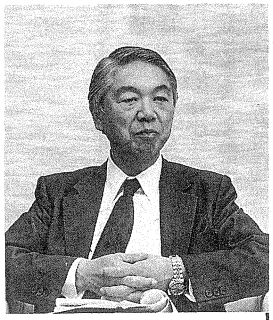
　こんな四つのパターンです。必ずしもこの四つの段階を追って発展しているということではなくて、併存したり、絡み合ったりということだと思います。

**福原**　私たちの会社では、その時代、その時代のお客様のニーズにどう応えるかということで、特に感性的なニーズについては、いち早くからその必要性を重視してやっていたということになります。

　それからＣＩ活動としてのいろいろな文化支援活動の中で「冠」とよばれるような活動はどこの会社でもやっていらっしゃるのですが、最近とくに気になっているのは、結局宣伝活動の一種になっているのではないかということなんです。これには税制の問題もありまして、文化支援をしても宣伝費支出の問題などと同じことになってしまうといった背景があります。それから、こういう問題について、社会的な評価が与えられないんですね。極端に言うと、営利活動をやっていて、何でそんな余計なことをやるのかということになってくるので、大変やりにくい。そのために、社名を明らかにして、間接的にも宣伝になるような形を取らざるを得ない。

　さらに、企業の文化活動に対する批判がありますが、そういう批判を受けるような形にせざるを得ないというところもあるんですね。大変残念なことなんですが。

　三番目の文化風土を新しくしていくことについては、かなり多くの会社が今取り組んでいます。それはなぜかというと、今脱工業社会に入りつつあるということを認識して、その組織体をどうそれに適合させるかということになりますと、やはり新しい企業文化につくりかえなければならないと模索されているんではないでしょうか。



文化庁長官
植木　浩

　四番目のコーポレート・シティズンシップというのは、先ほど申し上げましたように、正に個人と法人が同じような感覚で、個人でも地域の行事に参加しないようではいけないので、そういう意味で良きシティズンシップを持てということではないかと思うのです。この間、経団連の国内広報部会がございまして、そういう問題について皆さんで話し合ったんです。そこである方から、ＩＢＭが一九六九年に「企業は良き市民でなければならない。」と言い、現在の世界規模での文化活動に至っているという指摘がありました。そういうことから考えると、日本はこの面でも二十年遅れているのか、という気がしました。それなのに、もう一方の経済効率や製品の性能の面が良くなり過ぎたので、アンバランスになっているんです。

**植木**　先般、社長自ら「いかに美しく老いるか」という国際フォーラムをなさったということですが、それは正にそういうことの実践ですね。

**福原**　あれも言ってみれば、新しい企業文化への取組みの試みなんです。参加いただいた方々には本当に感動していただきました。参加した社員からも「こういうことのやれる会社にいてよかった」という感想が出てきまして、これが私にはありがたかったですね。

**植木**　それはシティズンシップであると同時にコーポレート・カルチャーでもありますね。

**福原**　はい。先ほど申しましたが、このごろ企業文化のことをいろいろ言いますと、いくつかの批判があるのですね。その一つは、企業が経済活動をいろいろやりながら、文化活動を一つの免罪符にしようという考え方がある。それは文化を冒瀆するものであるというような意見もあるわけです。

　二つ目には、企業は感性的あるいは知性的な商品を作っている。それが文化であって、それ以上に余分なお金を使う必要はない。その分、商品を安くすべきであるというような極端な議論があるんですね。

　三番目には、例えば、純粋芸術のようなものは、文化支援活動によってスポイルされたり、あるいはミスリードされることがある。またゆがめられて表現されることもある。

　四番目には、文化交流をいくらやっても、経済摩擦あるいは政治摩擦のようなものとはしょせん性格が違うので、それらの緩和にはならないのではないか。そういう議論が最近起こるようになりました。

　これについて私も考えますし、またいろんなところでも議論が起こっています。アンチテーゼが出てくるようになったこと自体、企業の文化活動が随分世に出てきたんだと考えられます。

**植木**　そうだと思いますね。

**福原**　第一番目の文化を免罪符にするというのは、ちょっと前の時代の考えでありまして、今は多くの会社では、社会に対する企業の在り方として、文化活動を考えていらっしゃるのではないかと思います。

**植木**　確かに、文化行政の側からみても、企業が本格的に文化に対してアプローチしようという意欲がみられ、もうそういう免罪符という感じの時代ではないような気がしますけれどね。

## 企業の文化支援と芸術の主体性

**福原**　それは確かになくなりつつありますね。そこで、私が言いたいことは、例えば同じ新聞紙上で、一方では前年対比利益率でどれだけ上がったかというようなことだけで評価しているのに、一方別の欄では、企業は文化活動を是非やるべきだというような意見が書かれているんです。今後望みたいのは、経済ジャーナリズムなども、企業に対して全体的な捉え方をしていただかないと、純粋な意味での文化活動ができにくくなるような気がするのですが……。

**植木**　そうですね。企業の活動を評価する側からも、冒頭に社長がおっしゃったような意味で、経済的な側面と非経済的な側面の全体で評価するようになると、それが新しい時代と言えるかも知れませんね。

今、おっしゃった中に大変重要な問題があると思うのです。芸術家の方々と接していますと、企業が積極的に文化を支援してくださるのはもちろんありがたいけれども、同時に文化の主体性というか、芸術をする側の主体性というものも確立していかないといけないという声が聞かれるのですが、私もその通りだと思うんです。

**福原**　そうですね。企業が文化支援をする場合に、創作活動そのものに干渉することは戒めなければなりません。

**植木**　この間、ある経済団体での議論で、経済と文化は両輪であるが、それぞれの違いも認識していかないといけないということが出たと聞いています。それから、ある企業の社長さんが、文化は経済の手段ではないという認識が大切だ。もちろん手段としての面も場合によってはあるが、基本的には手段ではないという認識が大切だという、大変重要な指摘をされていました。そのへんは経済のサイドも文化のサイドも、確かにそういう基本的な構えが大事だと思います。

**福原**　そうなんです。その前提として、今企業というのは何なのか、社会に対してどんな責任を持っているかということを考えなくてはならない。もう一つは、企業をみるジャーナリズムや世の中一般の方々の目も、企業をそういう経済活動も文化活動もバランスしたものとして見ていただくということになってくると、状況はかなり違ってくると思うのです。

**植木**　それは大切なことですね。

**福原**　それからもう一つは、例えば、フランスのアドミカル（文化擁護に関心を持つ企業の協会）でやっていることを拝見すると、企業はもう冠イベントどころではなくなって、純粋な芸術活動を支援することもある。その場合、極端に言えば、その企業がスポンサーしているということは表面にでない場合だってある。それを社会が認めれば、そういう状況も段々起こってくるんじゃないかと思うんですね。現に去年、三宅一生さんの「AUN」の展覧会をパリの装飾美術館でやりましてね。あの時は、世界の約四十の会社が、虫眼鏡で見なければならないような小さな活字でしかパンフレットに載らないのに、ドネーションに応じて、その展覧会は成功したんです。

**植木**　そうですか。今、社長がお話になったように、場合によっては企業の名前をストレートに出さないで応援するということも、一つの今後の行き方として大事な点だと思います。新聞によると、渋谷の東急文化村では、何かオフィシャル・サプライヤーという言葉が使われていましたが、数社が毎年定期的に相当の金額をサポートする。しかし一つひとつの公演には直接名前などは出さない方式を取るということで、より成熟した行き方の一つかなと思いました。

**福原**　ロンドンのロイヤル・オペラをサポートする企業も数多くあるそうですが、そういう形で応援しているのですね。



## 企業の芸術文化活動を奨励する国の政策

**植木**　企業が直接文化事業を支援する場合のほかに、財団を設立し、ワンクッション置いた形でいろいろ助成活動を行う場合がありますが、文化庁関係の企業オリエンテッドな芸術助成財団は、今、十団体ございます。昭和四十四年のサントリー音楽財団を筆頭に、最近ではセゾン文化財団とかアフィニス文化財団、それからアサヒビールもこの三月に芸術助成財団を作られました。基金を全部足しますと百数十億円になります。

去年十一月に、このような財団に声をお掛けしまして芸術文化助成財団協議会が組織され、今後ここで、財団相互の連絡や情報交換あるいは国に対する連絡とか、芸術文化の助成活動そのものについての研究をやっていこうとスタートしたところです。例えば、こういった芸術助成財団への寄付金に対する税制改革の要望もそこで出まして、内容は後で御説明いたしますが、先般一歩前進をみたところでございます。

**福原**　それはすばらしい前進だと思いますね。

**植木**　そういう芸術助成財団が段々増え、協議会もできて、経済と文化の世界をつなぐような存在としての役割を果たしつつあるところです。

それから、文化庁では、文化庁としても予算を出し、民間の企業等からも御支援いただく、さらに芸術団体の自己収入も加えて三位一体で、大型の芸術活動を推進していこうということで、昭和六十三年度に始めたもので、芸術活動特別推進事業という活動があります。例えば、昨年八月に行われたエジンバラの国際フェスティバルに、松山バレエ団が「ジゼル」と「新当麻曼荼羅」を、また、蜷川カンパニーが、日本版の「テンペスト」を持って行って非常に好評を博しました。この芸術活動特別推進事業は、海外に出て行くものだけなく、国内でも、例えば二期会の「ペレアスとメリザンド」の上演とか、大阪フィルハーモニー交響楽団によるリヒアルト・シュトラウスの「アルプス交響曲」なども支援しております。初年度の昨年は二億円でスタートしたんですが、今年は三億七千万円になりました。今後もこういう大型の芸術活動や邦人作品の上演等創作性の高い舞台芸術活動を推進していくためには、この事業が大事なチャネルだろうと思っており、企業サイドの御支援をお願いしたいところです。

先ほどの税制についてですが、確かに芸術文化活動を活発にするためには、直接そういう予算なり資金で支援するという以外に税制が大きな役割を果たすと思います。今年はそういう観点から、文部省全体としても芸術文化の税制にかなりの重点を置いて努力しまして、二つほど進展をみました。

一つは、特定公益増進法人という制度がありますね。これに認められると、この法人に対して企業が支出する寄付金の損金算入限度額が通常の倍額になるわけですが、従来は芸術の普及向上に関する活動を自ら行う団体が、この対象になっていたわけです。先ほど来話に出ています芸術活動に助成金を支給する民法法人についても、特定公益増進法人に是非して欲しいという御要望が強くございまして、平成元年度から、そういう団体も対象になり得ることになりました。また、国立劇場は特殊法人ですが、これまで特定公益増進法人になっていなかったんですが、これも認められることになりました。

それから指定寄付金制度。これは全額が損金に算入でき、非課税になるというもので、今まで芸術文化関係の事業が対象になっていなかったんです。これも各方面の方々から御要望が非常に強くて、今回、芸術関係の民法法人の公演とか展覧会、あるいは稽古場の建設費用に対しては、これは個別の審査というプロセスは必要ですが、指定寄付金の対象になり得ることになりました。これなどもさらに民間の方々に御活用いただきたいと思っているんです。確かに税制は非常に大事で、諸外国でも芸術文化に対して、税制上いろいろ優遇措置を講じて、それがその国の芸術文化の活性化に役立っているわけです。日本もみんなで工夫、努力をしていかなければいけないと思っております。

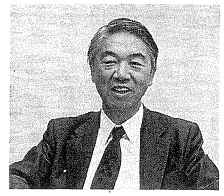
**福原**　今の財団のことですが、一つは税制上の問題で、財団を作った方が活動が積極的に

出来るということがあって財団が作られるわけです。もう一つは、財団を作った方が将来的に活動基盤が安定するという面があったんですね。ところが今の時代になってみますと、財団の活動を困難にする状況として、基本金運用収入が目減りする問題が生じ、活動資金が極めて限られてきています。基金の積み増しもそう無限に出来ませんでしょうから、むしろこれからの時代には、財団の活動も一方で重要ですが、企業の恒常的な文化活動に対しての指定寄付金の適用なり助成ということが必要だと考えます。ただ、これがなかなか難しいのは、どこまでがまじめなものかという線引きですね。これは将来とも私たち企業側もいろいろ考えるところですが、そういう点を是非ご検討いただきたいということはあるんです。

**植木**　確かに、社長がおっしゃるように、財団以外に直接企業が文化活動に出すものについての支援が、今後の大きな課題かも知れませんね。

**福原**　それからもう一つおっしゃった中で、例えば文化庁が予算を出して、民間も協力するということも、今後の形として非常に重要だと思うんです。この場合に私が思いますのは、いろんなレベルでの協力、政府と民間、あるいは地方自治体と民間ということもあるでしょう。もう一つは、個人というレベルも考えなくちゃいけないですね。

**植木**　いろいろな組合せがありますね。



**福原**　どんな組合せが出来ても、両者が対等にお付き合いできるということが大切だと思います。私が一番警戒しているのは、政府側が声だけ掛けて資金を全部民間で集めるという形になると、「何だ、これでは率直にいって一種の税金じゃないか。」ということが起こるんですね。イギリスでもいわば呼び水として半分くらいを政府側が出すという例があるそうですが、そういうように共同体としてやっていく形は歓迎すべきじゃないかと思うんですね。

**植木**　確かに、文化政策ということで見た場合に、基盤整備や、条件や環境の整備などは、国が相当積極的にやらないといけませんですね。あとは自由闊達に芸術家の方々とか芸術団体なりがやっていく。その場合に、国も地方公共団体あるいは民間団体と一緒にやったり、いろいろな組合せが出てくるでしょうね。

**福原**　もう一つは、フランスやイギリスの例を見ますと、国でする仕事、自治体がする仕事、企業がする仕事、個人がする仕事と、それぞれかなりカテゴリーが違うというか、レベルが違っているので、文化活動が多様になっているのではないかと考えるのです。

**植木**　そうですね。自ずから役割分担というようなものがあるように感じますね。

**福原**　特に、これから先、日本がもっと裕福になるとすると、個人や個人企業でやる仕事を重要視しなければならないと思うのです。というのは、ともすると国とか、企業でも大企業が取り上げる場合には、既に評価が定まっているものでないと、いろいろ世論が分かれて、なぜこんなものをやったかということも起こるでしょう。ところが世の中を動かすのは、むしろマイナーな部分やプログレッシブな部分の方が、実は後世に対しては役に立つということがあるんですね。その部分の支援はオーナー型企業やあるいは個人の寄付で行われることが、大変多いように思われるわけです。

**植木**　大事なところですね。

**福原**　税制の問題も含めたインフラストラクチャーが、段々整備されてくると、今申し上げたようないろんなレベルの自由な取組みが出来るようになると考えております。

**植木**　多様性が失われたら文化の振興はないと思いますね。

## 文化と経済のパートナーシップ

**植木**　フランスのアドミカルの日本版を、いろいろな企業のトップの方々が中心になって進められていると報道されていましたが、大体どのようなイメージを描いていらっしゃるのでしょうか。

**福原**　まず誤解があるといけないんですが、アドミカルはフランスでいわゆるメセナ（文化擁護）活動・企業の文化支援活動の研究団体でして、我々が考えているものも実行団体ではないんです。一体今後の企業の存在において、こういう文化支援活動はどんな意味があるのか。それをやるとしたらどういう形が望ましいのか。各国ではどんな前例があるのか。もう少し具体的なレベルになると、例えば、こんな活動がこういうスポンサリングを持っているよ、というような情報を交換する。それから研究もしましょう。出来れば月に一度くらい集まって、講師を招いて研究会や討論会というのもいいんじゃないか。と言うことなんです。

　そこで問題になってくるのは、じゃあ、企業の中でだれがこういうことが出来るのかということなんです。実は現実にはほとんど社長がなさっているんですね。ある企業のトップの方などは、実はぼくの代わりになる人がいないんだよと、おっしゃるくらいなんです。それで我々のアドミカルでは、企業の中における文化支援活動を進める専門人を育てるという仕事も考えているんです。今、私たちが考えていますのは、芸術に対して十分な素養を持って入社した方に、企業教育をして、社長がいなくても文化支援活動が出来るような体制が出来ないだろうか。あるいは逆に、技術系や経済系の素養を持って入社した方に、二年間美術館に派遣するなどという形で文化的なキャリアを積んでもらう。そういうことをどうしたら出来るかということも、この仕事の大きな努めではないかと思っています。実際に成果が出てくるのは十年後ぐらいになると思うんですけど、これはもう長いレンジで考える話ですから。

**植木**　確かに、経済と文化の新しい関係が出てきたので、そういう人材という点でも新しい養成の方法を、いろいろ考えていかないと対応出来ないということがございますね。

　この新しい時代の文化と経済の関係というのが、私流に言うと、経済の方も文化抜きでは進めなくなった、文化の方も経済の支援がもっと欲しい。そんな新しい関係、パトロンという関係に加えて、パートナーシップともいえるような関係も出てきたように思うんです。

**福原**　全くおっしゃるとおりだと思います。文化と経済を対立するものとして考えることも、段々必要がなくなるでしょうし、企業の経営そのものの中に文化活動みたいなものが、必然的な要素で組み込まれるという時代になってくるような気がします。もう既に、たくさんの経営者はそのことをいろいろ模索しているわけです。そして今悩んでいるわけです。その中で一番大きな問題は、そういうことを社会的にどう評価し、認知していただけるか。あるいはさせるのか。それから、例えば、従業員などに対して、そのことをどうコミュニケートして従業員の気持も一つにすることが出来るんだろうか。この数年はかなり企業経営者の意識転換を期待したいところです。

**植木**　従来、文化と経済の関係というと、例えば、経済が下部構造で、文化が上部構造だと、割り切るようなこともあったわけですが、今の社会でみると逆に文化が経済を牽引する力も、出てきている。そういうように非常に新しい、面白い関係がいっぱい出てきましたね。このような状況にどう新しく対応していくか。正に今模索しつつある時代で、みんなで努力して模索すれば、何かそこから浮かび上がってくる。そういう希望が持てると思うんです。

**福原**　そこで今私が考えていることは、こういうことが口火になって、いろんなレベルの方にいろんな発言をしていただくと、一つのみんなのコンセンサスが、その中に段々浮かび上がってくるんではないかしらという気がします。

**植木**　高度工業社会の後は何だというのは、その辺から段々姿が見えるようになってくるんでしょう。

**福原**　そう思いますね。

**植木**　文化と経済の新しい関係に期待しまして、このあたりで終わらせていただきます。お忙しい中をありがとうございました。

# 企業はふだん着の文化会館

経済団体連合会広報部
藤原清明

## 一　顔のみえる文化交流

「日本のビジネスマンは、ゴルフの時でも、カラオケを歌う時でも、いつも日本人だけでかたまっていて、現地の人々と交流しない。」

東南アジアの人々と話していると、必ず指摘されることである。

日本の文化交流の現状は、この言葉に代表されているような気がする。

経団連では、今年に入ってから二度にわたって、東南アジア六か国に文化訪問団を派遣し、日本と各国との文化交流促進のための意見交換を行った。そこで、日本企業、日本人のビヘイビアについて指摘された事項は、

①日本企業の社会的貢献が少ない
②現地スタッフを登用しない
③技術移転に積極的でない
④現地社会に溶け込もうとしない

ということであった。

現象としてはそのとおりだが、根底には、日本人が何を考えているのか分からないという気持ちがあるようだ。

日本人の生活様式、ものの考え方、社会慣習、宗教観、倫理感とはどのようなものか、言い換えればどんな顔をしているのかを知ってもらうことが、日本を理解してもらう第一歩である。

## 二　ふだん着の文化交流

文化交流と一言でいうが、その範囲は極めて広い。日本でも様々な機関が文化交流に取り組んできたが、とかく注目を集めるのは、歌舞伎、相撲、お茶、お華と外国人が目を見張るような珍しい文化を外国に紹介することであり、日本人もそれでよしとしてきた。

もちろんこれらも日本が誇る文化であるが、いわば〝よそゆき〟の文化である。そのような文化ばかりを紹介することは、二つの点で問題がある。

第一に、われわれ日本人自身、よそゆきの文化に接する機会は少なく、必ずしも理解しているとは限らない。

第二に、類似性の少ない言語を話すうえに、全く異なる文化を持つとなれば、日本人、日本文化は特殊であると理解され、日本はますます孤立化してしまう。

日本を理解してもらうには、〝ふだん着〟の文化を紹介することが重要である。ふだん着の文化とは、日本人の一日の生活、労働、娯楽、宗教である。このような文化を紹介することで、外国人は彼我の類似性、相違性を発見、理解できるのである。昨今、東南アジアでは「おしん」が大流行した。このドラマが現代日本文化を代表するわけではないが、東南アジアの人々は共通した生活の匂いを感じたのではないだろうか。

幸い、ふだん着の日本文化は世界各地に存在する。企業活動の国際化が急速に進む中で、日本の企業とその社員は、世界で経営、生活を営んでいる。日本系企業は日本の経営の特徴を備えて活動しているし、日本人の家庭には日本の生活の匂いがある。まさに生きた文化会館である。

このような中に現地の人々を招き入れ、体験してもらい、また日本企業、日本人は現地の生活、文化の匂いを感じることにより、文化交流は自然に行われるのである。

## 三　東南アジアを知らない日本人

国際文化交流とは、文字通り、双方向の交流、相互理解があって初めて成り立つ。日本のことを知ってもらうと同時に、われわれがよその国のことを知らなければならない。

ところで、日本人の外国に対する知識は偏っていないだろうか。身近なところで考えてみても、アメリカやヨーロッパの映画、音楽、スポーツはよく知っているが、果たして東南アジアの音楽を聞いたことのある人がどれだけいるだろうか。映画やニュースを通じて欧米人の生活や生き方に触れることはあっても、タイやインドネシアの人達がどのような生活をしているのかは知らない。

高校の世界史の授業では、ヨーロッパの中世から近代にいたる歴史をかなり細かく教えられるのに、東南アジアの歴史は下手をすると時間切れでとばされてしまう。第二次世界大戦の体験がどのような形で東南アジアの人々の胸に刻みこまれているかを知らない。

知らないことを知ろうとすることは、大変な努力を要する。ついついそのまま放置しておくか、ひどくなると何も知らないのに「たいした価値はない」などと否定的な見方をしてしまう。日本が国際文化交流に取り組もうとする時、ややもすると欧米諸国との交流だけに目が向いてしまう。東南アジアばかりでなく、アフリカ、南米諸国も含め、世界の人々との相互理解を深めたいものである。

## 四　企業の海外進出と文化交流

円高により、日本の企業の海外進出、海外直接投資は、急速に増加した。日本との経済関係が最も深い国がアメリカであることは変わらない。しかし、ここ数年間、日本企業の進出が著しく増加しているのは、東南アジア、なかでもタイ、シンガポールであろう。これらの国々では、日本の製品を消費するばかりでなく、雇用、社会生活のうえでも、日本の企業、日本人に接する機会が多くなったのである。

一つの文化の中に異なる文化が入り込めば様々な意味で摩擦が生じることは、歴史が証明してくれる。摩擦の結果として、もともとある文化に刺激、活力を与える場合もあれば、大きなトラブルに発展する場合もある。

企業の行動をすべて利潤追求型としてとらえれば、現地における文化交流、社会貢献は最終的には企業のイメージアップ、宣伝効果を狙ったものとも言えるが、そのような意味を越えた社会的責任が求められるのである。

日本系企業は、各国日本人商工会議所、日本人会を中心に、現地社会への貢献、文化交流の必要性を痛感し、真剣に取り組んでいるが、欧米系の企業に較べると、どうしても立ち遅れが目立つ。欧米社会、特にアメリカでは、企業及びその社員は、地域社会の一員として積極的な貢献を行うことが常識となっている。国や地域社会の維持、発展は、それを構成する国民、住民の一人一人が責任を持って取り組まなければならないという考え方が根底に流れている。企業も社会の構成員の一人であり、営利活動を行い税金さえ支払えばよいということにはならない。公益事業に積極的に寄付を行い、社会活動に参加すべきであるという考え方である。

欧米系企業は、このような考え方を持って進出先の国々で積極的な社会貢献活動を行うので、進出先の国民に信頼され、社会の一員として認められるのである。

## 五　日本国内での社会貢献

進出先社会における日本系企業と欧米系企業の社会貢献活動に対する差は、とりもなおさず、それぞれの母国における企業の社会的責任の姿を映し出している。日本では、社会貢献活動、文化活動に対する寄付のうち企業の占める割合はかなり大きいが、その寄付の姿勢は積極的なものとは言い切れない。ことに社会、文化事業に協力する場合、社員をボランティアとして派遣したり、会社の責任者が現場に赴くといったことは稀である。また都心のオフィスに勤める社員は、自分が住む地域の活動にめったに参加しない。

近年、日本企業が自ら財団を設立して、文化活動を支援したり、社会事業を実施する動きが活発になりつつある。このような活動を進出先の社会で応用、実践することにより、現地社会の人々との相互理解を深めることを期待する。

# 文化事業における国と産業界との協力

## 文化庁文化部文化普及課

### 一　はじめに

国民一人一人の真の「豊かさ」は、文化を享受し、創造し、文化的な環境の中で生活することによって初めて得られるものといえる。その意味で、今ほど芸術文化を国民の身近かなものとすることが必要とされている時代はない。このため、文化庁においても各種の芸術文化施策を推進しているが、我が国芸術文化活動の一段の飛躍を図るためには、公費を充実することはもちろん、国民を挙げてその振興に取り組む必要があり、特に、民間企業等からの援助を強化することが望まれる。

近年、経済のソフト化や国民の芸術文化への志向の高まりを反映して、民間企業等が、美術館や音楽ホールを設置したり、冠コンサート等により文化イベントに参画するなど様々な形で芸術文化活動を実施する傾向にある。文化庁においてもこのような状況に対応して、国と産業界との連携協力を図るため、以下のような、各種の施策を実施している。

### 二　芸術活動特別推進事業

芸術活動、特にオーケストラ、オペラ、バレエ等の大型の舞台芸術は、その性質上、入場料等の自己収入のみでは成立できず、欧米諸国に見られるように公費等外部からの援助、助成が不可欠なものとなっている。

文化庁では従来から民間芸術関係団体に対する補助等を行ってきたが、昭和六十三年度から、海外フェスティバル参加公演、国内大型公演等、芸術団体の自主的努力や商業ベースでは実施が困難な、有意義かつ意欲的な舞台芸術活動を行うことにより、我が国舞台芸術の水準向上と発展を図ることを目的として「芸術活動特別推進事業」を実施している。

この事業は、文化庁と芸術団体のほか企業等民間団体の資金的援助を得て三者の協力により実施するところに大きな特色があり、昭和六十三年度には海外フェスティバル参加公演として、イギリスの「エジンバラ国際フェスティバル」及びポーランドの「ワルシャワの秋」に、オペラ、バレエ及び演劇各一団体が参加し、国内公演としてオペラ、バレエ及びオーケストラの公演が行われた。

平成元年度予算においては、対前年比一億七千万円増の三億七千四百万円が計上され、海外公演五公演（表1参照）、舞台芸術創作活動公演（国内公演）十八公演を実施する予定であり、今後とも事業の充実に努めていくこととしている。

表1　平成元年度芸術活動の特別推進事業

○　海外フェスティバルその他の海外公演（音楽分野）

| 団体名 | 公演内容 | フェスティバル等 | 公演日等 |
|---|---|---|---|
| ㈱東京フィルハーモニー交響楽団 | 指揮　尾高忠明<br>ヴァイオリン　堀米ゆず子<br>ピアノ　坂上博子、ジョン・リル<br>演奏曲　シューマン　ピアノ協奏曲イ短調<br>チャイコフスキー　交響曲第６番ロ短調「悲愴」<br>武満　徹　「海へ」<br>吉松　隆　「朱鷺に寄せる哀歌」他<br>（創立50周年記念公演） | アスコナ音楽祭<br>スウォンジー音楽祭<br>（イギリス）等<br>ユーロパリア参加<br>（ベルギー） | ９月25日<br>～10月20日<br>（20公演） |
| ㈱二期会オペラ振興会 | 水木洋子作　團伊玖磨作曲　オペラ「ちゃんちき」<br>指揮　團伊玖磨、演出　小田健也、振付　西田堯<br>出演　平野忠彦、勝部太、斎藤昌子、大川隆子、松本進、辻宥子他<br>（昭和50年度〈第30回記念〉芸術祭　創作委嘱作品） | ゼンパーオペラ劇場<br>（ドレスデン・東ドイツ）<br>ブダペスト国立劇場<br>（ハンガリー）<br>ベオグラード国立劇場<br>（ユーゴスラビア）<br>ルクセンブルク公演<br>（ユーロパリア参加） | 10月８日<br>～21日<br>（４公演） |

○　（演劇分野）

| 団体名 | 公演内容 | フェスティバル等 | 公演日等 |
|---|---|---|---|
| 劇団青年座 | 「写楽考」<br>矢代静一作、石澤秀二演出<br>出演　森塚敏、東恵美子、益富信孝<br>阪上和子、土師孝也、竹中直人他<br>（青年座35周年記念公演） | マドリット・オターニ・フェスティバル<br>（スペイン）等 | ９月28日<br>～10月12日<br>（８公演） |
| 劇団ＳＣＯＴ<br>（㈱国際舞台芸術研究所） | 「トロイアの女」<br>鈴木忠志演出<br>出演　白石加代子、高橋洋子<br>蔦森皓祐、錦部高寿他 | 国際演劇月<br>（ヘルシンキ・フィンランド）等 | ５月16日<br>～20日<br>（３公演） |

○　（舞踊分野）

| 団体名 | 公演内容 | フェスティバル等 | 公演日等 |
|---|---|---|---|
| ㈱日本舞台芸術振興会 | チャイコフスキー記念東京バレエ団 第11次海外公演<br>Ａプログラム<br>「舞楽」　演出・振付　モーリス・ベジャール<br>音楽　黛　敏郎<br>「俳句」　演出・振付　ジョン・ノイマイヤー<br>音楽　ARVO PAERT<br>Ｂプログラム<br>「ラ・シルフィード」全２幕<br>演出・振付　ピエール・ラコット（フィリッポ・タリオーニ原案による）<br>音楽　ジカン・シュナイツ　ホーファー<br>総監督　佐々木忠次<br>芸術監督　溝下　司郎<br>照明　高沢　立生<br>舞台監督　増田　啓路<br>指揮　ミッシェル・ケヴァル | ベルリン・<br>ドイツ・オペラ<br>ウィーン国立歌劇場<br>（オーストリア）<br>ミラノスカラ座<br>（イタリア）等 | 10月７日<br>～11月12日<br>（27公演） |



表2　助成事業を行う芸術文化関係財団法人の概要（平成元年６月現在）

| 設立年月日 | 名称 | 代表者 | 目的 | 基本財産 |
|---|---|---|---|---|
| S62.7.13 | ㈶セゾン文化財団 | 理事長<br>堤　清二 | 芸術文化活動を助成すること及び芸術文化に係る国際交流を促進することなどにより、芸術文化の普及と向上を図り、もって我が国の文化の発展に寄与する。 | 45億円 |
| S63.3.31 | ㈶アフィニス文化財団 | 理事長<br>長岡　實 | 芸術文化、とりわけ音楽を中心とした領域での文化普及活動を行うとともに、芸術家の研鑽に対する助成等を行って、芸術文化の振興を図り、もって、我が国文化の向上発展に寄与することを目的とする。 | 35億円 |
| S62.12.10 | ㈶三菱信託芸術文化財団 | 理事長<br>三角哲生 | 音楽芸術を中心に芸術文化活動への支援とその国際交流を通じての相互理解を図るとともに、広く一般市民に芸術文化活動への参加機会の提供を行い、もって我が国文化の向上発展に寄与することを目的とする。 | 20億円 |
| S57.11.16 | ㈶鹿島美術財団 | 会長<br>鹿島昭一 | 美術に関する調査研究、出版物の刊行、国際交流等の助成援助を行って、美術の振興をはかり、もって我が国の文化の向上、発展に寄与することを目的とする。 | ６億<br>2,500万円 |
| S52.4.20 | ㈶ソニー音楽芸術振興会 | 理事長<br>大賀典雄 | 我が国の音楽、オペラ、舞踊等の芸術の普及向上を図るため、国際交流の促進、創造開発の活発化、新進芸術家の育成等に努め、もって我が国の文化の発展に寄与することを目的とする。 | ３億<br>8,500万円 |
| S63.10.21 | ㈶大正海上文化財団 | 理事長<br>石川　武 | 音楽、郷土芸能等の分野において、国民一般の文化活動を助成することなどにより、地域における文化の振興及び文化の国際交流の促進を図り、もって我が国文化の向上、発展に寄与することを目的とする。 | ３億円 |
| H元.3.31 | ㈶アサヒビール芸術文化財団 | 理事長<br>樋口廣太郎 | 美術、音楽を中心とした芸術文化活動を助成し、かつその国際交流を支援することによって、我が国の文化の向上発展に寄与することを目的とする。 | ３億円 |
| S44.12.26 | ㈶サントリー音楽財団 | 理事長<br>佐治敬三 | 洋楽の分野における優秀な音楽家を顕彰し、もって日本洋楽界の水準の向上に資し、我が国文化の発展に寄与することを目的とする。 | ２億円 |
| S60.2.1 | ㈶沖永文化振興財団 | 理事長<br>沖永荘一 | 特色ある地域文化活動を助成することにより、地方の文化の振興を図り、もって国民生活の向上に寄与することを目的とする。 | １億<br>4.500万円 |
| S48.3.30 | ㈶日本交響楽振興財団 | 会長<br>江戸英雄 | 我が国交響管弦楽の振興と普及を図るため交響楽団等の演奏活動を助成するとともに、すぐれた交響管弦楽を提供し、もって我が国音楽文化の進展に寄与することを目的とする。 | 5,000万円 |

基本財産合計　120億500万円

### 三　芸術文化助成財団協議会の発足

企業が出捐して財団を設立する例は、これまでも多数見受けられてきたが、近年、特に、オーケストラ、オペラ等の芸術創作活動や国民一般の文化活動等各種の芸術文化活動に対して助成金を支給する等支援を行う芸術文化財団の設立が顕著になってきた。

昨年十一月には、文化庁の指導によりこれらの財団が集って「芸術文化助成財団協議会」が発足した。この協議会は、助成財団相互の連携と国等との協力により、助成事業の充実を図ることを目的として、助成財団相互の情

表3　芸術文化助成財団協議会の概要

1．設立：昭和63年11月18日
2．目的：協議会は、芸術文化助成財団相互の連携と国および関係機関との協力により、芸術文化活動に対する助成事業の充実を図り、もって我が国芸術文化の向上、発展に寄与することを目的とする。
3．事業：協議会は、目的を達成するため次の事業を行う。
　①　芸術文化助成財団相互の連絡および情報の交換
　②　国および関係機関との連絡
　③　芸術文化活動に対する助成に関する調査研究
　④　その他協議会の目的達成に必要な事業
4．会員：協議会員は、芸術文化活動に対する助成、援助を行う財団法人とする。
5．幹事および監事

| | | | |
|---|---|---|---|
| 代表幹事 | ㈶三菱信託芸術文化財団 | 理事長 | 三角　哲生 |
| 幹事 | ㈶アフィニス文化財団 | 理事長 | 長岡　實 |
| 〃 | ㈶鹿島美術財団 | 会長 | 鹿島　昭一 |
| 〃 | ㈶セゾン文化財団 | 理事長 | 堤　清二 |
| 〃 | ㈶ソニー音楽芸術振興会 | 理事長 | 大賀　典雄 |
| 監事 | ㈶沖永文化振興財団 | 理事長 | 沖永　荘一 |
| 〃 | ㈶大正海上文化財団 | 理事長 | 石川　武 |

報交換、芸術文化活動に対する助成に関する調査研究等の事業を行うこととなっている。（表2、3参照）

今後とも助成財団が設立される傾向は続くと思われ、芸術文化の振興に大きな役割を果たしていくであろう。また、芸術文化助成財団協議会における企業の文化活動に関する調査、企業へのPR等の活動により、民間資金の大幅な導入が図られることが期待される。

## 四　税制上の優遇措置

芸術文化活動に対する企業等の民間資金の導入を容易にするためには、税制上の優遇措置が必要である。企業に関する優遇措置としては、法人税法上の損金算入に係る措置がある。すなわち国、地方公共団体に対する寄付金及び特定の要件を満たすものとして大蔵大臣が指定した寄付金については全額が損金に算入でき、芸術の普及向上に関する業務を行うことを主たる目的とする法人で、公益の増進に著しく寄与する法人（特定公益増進法人）として認定されたものに対する寄付金は、通常の損金算入限度と同額が、別枠で損金に算入できることとなっている。

芸術に関する特定公益増進法人については、これまで、芸術の普及向上に関する活動を自ら行う民法法人のみが認められていたが、平成元年度税制改正においては、前述の芸術文化助成財団協議会等の強い要望により、助成金の支給を行うことを目的とする民法法人も認められることとなった。また、実際には、これまで芸術文化事業が対象とされていなかった指定寄付金についても一定のものについては、個別審査により、その対象となり得ることとなった。（表4参照）

## 五　結　び

以上、紹介した施策・制度のほかに、主として新聞社や放送局の協力を得て行う国立博物館、美術館の共催展や民間の芸術文化活動を奨励する後援名義の付与等の施策があるが、今後の文化面における行政需要の一層の拡大や、企業の文化活動の活発化の状況をかんがみるとき、文化活動支援にあたっての国、地方公共団体と産業界との協力のより良き在り方について充分に検討し、適切な施策を展開していくことが課題となっている。

表4　芸術文化に関する税制上の優遇措置

Ⅰ．制度の概要

〈企業が寄付を行った場合の優遇措置（損金算入限度額の特例）〉

| | 寄付金の種類 | 損金算入の取扱い | 芸術文化関係（従来の例） |
|---|---|---|---|
| 企業 | 一般の寄付 | 損金算入限度額まで損金に算入できる。<br>損金算入限度額<br>＝（資本金×2.5/1,000＋所得×2.5/100）×1/2 | |
| | 国、地方公共団体に対する寄付 | 全額が損金算入できる。 | |
| | 指定寄付金（包括指定及び個別指定） | 全額が損金に算入できる。 | 対象とされていない。 |
| | 特定公益増進法人に対する寄付 | 上記損金算入限度額と同額が、別枠で損金に算入できる。 | 芸術の普及向上に関する活動を自ら行う民法法人が特定公益増進法人に認められている。（ただし、認定に際して大蔵大臣との協議が必要。） |

2．平成元年度税制改正における優遇措置の拡充

（1）特定公益増進法人の追加
- 芸術の普及向上のための助成金の支給を行うことを目的とする民法法人
- 特殊法人国立劇場

（2）指定寄付金の対象拡大

芸術の普及向上を目的とする民法法人が行う公演又は展示で我が国芸術創作活動の向上に寄与すると認められるもの及び芸術活動の用に直接供するために整備する稽古場等の建設費用に対する寄付金について、個別の審査により、指定寄付金の対象に含まれることとなった。

## 編集後記

夏の風物詩となった全国高等学校総合文化祭、全国高等学校総合体育大会、高校野球と若人の祭典が始まり、夏真っ盛りです。

また各地で花火大会や盆踊り大会、多彩な博覧会も行われておりますが、このような種々行事ではいろいろな協賛企業名を目、耳にします。特に近年、大型の文化イベントでは、企業の主催あるいは協賛は日常的になっているようで、文化と経済の関係が話題を呼んでいます。

今月の特集は、このような背景を踏まえ、積極的に文化活動を行っている企業の代表をお迎えして、企業が文化活動に取り組む理念・姿勢、文化における官民協力など興味深いお話を伺いました。

(K)


**広告の問合せ・申込み先**

株式会社 ぎょうせい 営業第一課 宣伝係

☎(〇三)二六九―四一五一(ダイヤルイン)

**「文化庁月報」八月号**

(通巻第二五一号)

平成元年8月25日印刷・発行

編集 文化庁

〒100 東京都千代田区霞が関3丁目2番2号

発行所 株式会社 ぎょうせい

本社〒104 東京都中央区銀座7丁目4番12号

営業所〒162 東京都新宿区西五軒町52番地

電話 (〇三) 二六八―二四一 (代表)

振替口座 東京 九―一六一番

印刷所 (株)行政学会印刷所

定価一九〇円(本体一八四円)(送料四六円)

年間購読料二、二八〇円(税込・送料共)