

二〇一六年一月、企業による美術館の新しい支援制度「MOMAT支援サークル」を作った。誕生から三年半が経過し、現在、十五の企業に東京国立近代美術館を支援していただいている。

それまで東京国立近代美術館では、個人も団体・企業も「賛助会」というひとつの制度で会員を募っており、賛助会の特典は、展覧会招待券や図録の提供など、個人を基準に考案されたものであった。しかし、企業は会社のお金を使って美術館を支援するので、厳しさが増す現在の経済界で努力を重ねる企業にとっては、やはりそこにしつかりとした意味や意義がなくてはならない。となると、支援を受ける側の美術館は、説得力もメリットもある制度を構築しなければならない。余談だが、こうした厳しい状況においては、純粋な社会貢献としての支援だけでなく、技術やノウハウを提供する形での支援、顧客サービスに活用する形での支援など、企業にとってもビジネスに活かせるようなケースが出てきており、支援の形態も多様化している。

館のスペースを利用して企業のプライベートイベントを開催できるというのはどうだろうか。特別なクライアントを招待したパーティーや新商品発表会などは、ホテルやレストラン、イベント会場でもできるが、そこに日本最大の近代美術のナショナルコレクションがあったらどうだろうか。もちろん、作品保護の理由から展示室内での飲食はできないが、数歩歩いた先に傑作作品群があり、鑑賞することができる。企業は特別な空間に、ホテルやレストランにはない文化の香りをまとうことができる。皇居の向かいを体験できる機会となる。皇居の向かいに位置する日本で一番初めにできた国立美術館を支援していると示すことで、企業イメージの向上やバリューアップが期待できる。

ただ、こうしたプライベートイベントをエントランスホールで行う場合、休館日（基本的に月曜日）にしか利用できないという美術館側の制約による利便性における欠点がある。しかし、美術館スペースの中でも、講堂は開館日でも利用できるように、日程の制約はない。そのため、これまで、機関投資家への説明会や研究発表会などに利用したパートナー企業がある。また、美術館閉館後の夜、会社の周年記念パーティーを館内のレストランで行い、食後に所蔵作品展を鑑賞してもらおうというイベントを開催した。パートナー企業もある。

館にしているものの、基本的には十七時で閉館してしまう美術館側の受け入れ体制も整っていない実情もあり、なかなか本特典の利用者数は伸びないところだ。

誰もが当たり前前に文化・芸術を支える社会にしたい、そういう土壌を作りたい。そんな思いであれこれ考え、本制度を作った。この大きな目標に到達できる日は遠いが、今後もパートナー企業からの貴重な支援を大切にしつつ、新しい支援企業を増やし、美術館と企業との最良のパートナーシップとは何かを模索し努力を続ける所存だ。

（ファンドレイジング担当）

残念ながら、多くの人にとって、日常生活の中で美術館に行くという習慣はなく、美術が生活の一部にある、ということもない。このような環境であれば、当然、文化を支援しようという気持ちは湧いてこない。であれば、美術と親密な日常を築けるような仕組みを作るしかない。ただ、仕組みは作ったが、忙しい毎日の中で、お昼休みや仕事終わりに「ふらっと美術館に立ち寄り、という気持ちにはそう簡単にはならないだろうし、金曜・土曜は二十時まで開