



企業メセナの最新動向

2004年度「メセナ活動実態調査」結果

～企業と社会とのコミュニケーションを育むメセナ～

社団法人企業メセナ協議会（東京都千代田区、会長：福原義春）は、2004年4月に全上場・店頭公開企業、非上場売上高上位300社、協議会会員企業等計4,124社を対象に、2003年度のメセナ（芸術文化支援）活動について調査しました。（郵送によるアンケート。有効回答数は632社、有効回答率は15.3%）

2003年度（2003年4月1日～2004年3月31日）にメセナ活動を実施した企業は、411社（65.0%）、そのメセナ活動総件数は2,560件、1社当たりの平均活動件数は6.2件でした。

調査を開始して14回目の本年度は、例年継続している調査項目に加え、新たに「企業がメセナ活動を通じて得たこと」についてたずねました。これに対し、メセナ実施企業411社のうち242社（58.9%）が「地域との関係がより深まった」と回答。次いで「企業イメージやブランド価値が向上した」（55.0%）、「自社について広く知られるようになった」（31.4%）、「顧客との関係がより深まった」（27.7%）という結果になりました。[複数回答/本頁下[2004年度時事設問]参照]

このことから、企業にとってメセナは「地域との関係」や「顧客・消費者との関係」など社会とのコミュニケーションを育む上で、有効な活動であるととらえられていることがわかります。もはや企業がメセナに取り組む意義は「芸術文化支援」の域にとどまらず、社会との良質な関係づくりに寄与しているともいえます。

なお、継続的な調査項目においては、メセナ実施企業の98.1%がメセナ活動の「担当部署」を定め、75.2%が活動費を「予算化」し、51.6%が活動の「基本方針」を策定していました。さらに、自社のメセナ活動について「評価」を行っている企業が8割を占めるなど、多くの企業においてメセナの定着がみられます。[次頁[2]参照]

また、メセナの活動費総額については351社から回答があり、その合計は224億2,517万円、1社当たりの平均は6,389万円でした。[次頁[1]参照] 一方、自社の「マンパワー」「場所」「製品・サービス」「技術・ノウハウ」による支援など、資金以外の経営資源を活かした活動も実施されています。

各企業の活動については、インターネットで公開しています。「メセナビ」[<http://www.mecenavi.info/>]

【2004年度時事設問】

以下、「2003年度にメセナを実施した」と回答した企業411社の回答

メセナ活動を通じて企業が得たこと（複数回答/N=411）[別紙『メセナレポート2004』図29]

「地域との関係がより深まった」（242社・58.9%）、「企業イメージやブランド価値が向上した」（226社・55.0%）との回答が多かった。そのほか「自社について広く知られるようになった」（129社・31.4%）、「顧客との関係がより深まった」（114社・27.7%）、「新たな人的ネットワークを得た」（95社・23.1%）、「社員が自社に誇りを持つようになった」（78社・19.0%）、「本業へのフィードバックがあった」（31社・7.5%）など。

メセナ活動と「企業の社会的責任[CSR]」の関連（N=411）[同上、図28]

「（メセナ活動を）企業の社会的責任[CSR]の一環として位置づけている」企業は210社（51.1%）、
「今後CSRの一環に含めていくと思われる」を合わせると315社（76.6%）となった。

2004年度「メセナ活動実態調査」おもな調査結果 <図表は、別紙『メセナレポート2004』参照>
 以下、「2003年度にメセナを実施した」と回答した企業411社の回答

【1】資金以外の経営資源による支援も実施

メセナ活動の芸術分野、実施地域（複数回答）[『メセナレポート2004』図4、表1]

2003年度に実施された活動プログラムの分野は、「音楽」(300社・73.0%)、「美術」(224社・54.5%)、「伝統芸能」(124社・30.2%)、「演劇」(111社・27.0%)、「舞踊」(74社・18.0%)などであった。また、プログラムの実施地域は47都道府県全域にわたっている。

メセナ活動の方法（複数回答）[図5]

「自主企画・運営」によるプログラムを230社(56.0%)が行っており、協賛や寄付など「他団体への資金支援」は306社(74.5%)が行っている。資金以外の経営資源による支援も実施されており、「マンパワーの提供」(98社・23.8%)、「場所の提供」(87社・21.2%)、「製品・サービスの提供」(57社・13.9%)、「技術・ノウハウの提供」(23社・5.6%)であった。

メセナ活動費総額 [図7]

メセナの活動費総額については、351社が回答。その合計は、224億2,517万円(1社当たり平均6,389万円)。より精度の高い連続回答企業の継続データで活動費の推移を見ると、比較可能な5年連続活動費回答企業102社の1社当たりの平均は、1億270万円であった。

【メセナ活動費総額の推移:単純集計】

(単位:万円)

実績年度	2003年度[N=351]	2002[N=320]	2001[N=283]	2000[N=266]	1999[N=193]
活動費総額合計	2,242,517	2,126,398	1,758,029	1,853,344	1,854,864
1社平均	6,389	6,645	6,212	6,967	9,512

【メセナ活動費総額の推移:5年連続回答企業102社】

1社平均[N=102]	10,270	10,240	10,850	10,542	11,594
-------------	--------	--------	--------	--------	--------

【2】担当者および予算を定め、恒常的な企業活動として展開

メセナ活動の担当部署 [図13、図14]

「文化・社会貢献等の専任部署があった」と回答した企業(130社・31.6%)を含め、「メセナ活動の担当部署があった」企業は、403社(98.1%)。「特に担当部署を決めていなかった」と回答した企業8社を除いた数
 メセナ活動の予算化、基本方針[図10、図12]

メセナ活動について「年度の始めに予算を決めていた」企業は309社(75.2%)。また、「基本方針を策定している」企業は、212社(51.6%)であった。

メセナ活動の評価（複数回答）[図21、図22、図23]

メセナ実施企業のうち、329社(80.0%)が、自社のメセナ活動について何らかの「評価」を行っている。その評価項目は「社会に対する効果・影響があったか」(229社・69.6%)が最多。評価の結果をどのように活用しているかについては「目標設定とプログラム内容を検討する手がかかりとしている」(166社・50.5%)などの回答があった。

【3】地域の芸術文化の振興をめざして

メセナ活動を行う目的（複数回答）[図11]

「社会貢献の一環として」(363社・88.3%)が最多。次いで「地域社会の芸術文化振興のため」(256社・62.3%)、「芸術文化全般の振興のため」(233社・56.7%)、「長期的にみて自社のイメージの向上につながるため」(222社・54.0%)、「自社の企業文化の確立をめざして」(127社・30.9%)となった。

メセナ活動を行ううえで重視した点（複数回答）[図17]

「芸術文化の啓発・普及」、「地域文化の振興」がともに57.2%(235社)で最も多い。そのほか「若手や評価の定まっていない芸術家への支援」(130社・31.6%)、「鑑賞者への支援」(116社・28.2%)、「青少年への芸術文化教育」(115社・28.0%)の順で回答があった。

芸術文化振興のためにどこが支援すべきか（複数回答）[図30]

メセナ実施企業の60.1%が「企業」が主体となって支援すべきと回答。「地方自治体」(65.5%)に次いで2番目に多かった。

「メセナ活動実態調査」とは

社団法人企業メセナ協議会が、全国の上場企業や非上場売上高上位 300 社、協議会会員企業等を対象に 1991 年より毎年実施している、企業の芸術文化支援に関する調査。企業が実施するメセナ（芸術文化支援）活動の事例を収集し、メセナ活動の動向を調査することで、企業メセナの課題や展望を探る手がかりとする。本調査結果は、企業の文化・社会貢献活動についての代表的なデータとして、企業の担当者・芸術団体・研究者・行政・海外の文化機関等に広く活用されている。

調査の結果は、書籍『メセナ白書シリーズ』、『メセナリポート』（ニュースレター『メセナ note』増頁版）等の刊行物、データベース「メセナビ」[<http://www.mecenavi.info/>] などで紹介。

「メセナ活動実態調査」では、宣伝広告費、広報費などの経費で支出した活動も対象であるが、販売促進を主目的とした場合は対象としない。また、スポーツ、学術研究、福祉、環境問題等への支援は対象としない。

メセナ【mecenat】とは

芸術文化支援を意味するフランス語。古代ローマ皇帝アウグストゥスに仕えた高官マエケナス（Maecenas）が詩人や芸術家を手厚く擁護したことから、後世、その名をとって「芸術文化を擁護、支援すること」を指すようになった。日本では 1990 年の企業メセナ協議会設立に際し、企業市民としての自覚にもとづき社会貢献の一環として企業が行う芸術文化支援を指す言葉として、テレビ番組等の協賛の意で使用されている「スポンサー」ではなく「メセナ」を採用したことから一般に知られるようになった。

社団法人 企業メセナ協議会とは

企業によるメセナ（芸術文化支援）活動の推進を目的とする民間企業の連合体として、1990 年 2 月に発足した公益法人。主な事業として、企業の芸術文化支援についての、1. 啓発・普及、2. 情報集配、3. 調査・研究、4. 顕彰、5. 国際交流、6. 助成認定 を行っている。

会長：福原義春。正会員 146 社、準会員 41 団体。（2004 年 9 月現在）

< 企業メセナ協議会 調査部会 >

2004 年度「メセナ活動実態調査」は、[社]企業メセナ協議会 調査部会が企画・実施した。

メンバー： 大場智行（[財]損害保険ジャパン美術財団）、齊藤公治（日本電気[株]）、嶋田実名子（花王[株]）、高畑芳秋（朝日新聞社）、中島康夫（[株]電通）[以上、氏名 50 音順]
太下義之（UFJ 総合研究所 / 本調査部会アドバイザー）

【本件に関するお問い合わせ先】

社団法人企業メセナ協議会〔広報担当：渡辺 調査担当：喜多〕

Tel：03-3213-3397 Fax：03-3215-6222 E-mail: mecenat@mecenat.or.jp

〒100-0006 東京都千代田区有楽町 2-5-1 有楽町マリオン 13 階

↑ 企業メセナ協議会ホームページ <http://www.mecenat.or.jp/>

↑ データベース「メセナビ」（企業・財団の活動情報）<http://www.mecenavi.info/>

本件は 11 月 11 日（木）に、経団連会館〔東京〕で記者発表会を実施しているほか、文部科学記者会にて資料配布を行っています。