

企業が地域の文化振興に大きな役割 ～3・11 震災後もきめ細やかな文化支援を継続～ —2012年度「企業のメセナ活動実態調査」結果—

このたび、公益社団法人企業メセナ協議会(東京都港区芝 5-3-2 アイセ芝ビル 8 階、理事長:福地茂雄[アサヒグループホールディングス株式会社 相談役])は、2012 年 5～6 月に全国の上場企業、協議会会員企業等計 4,291 社を対象に、2011 年度のメセナ(芸術・文化振興による社会創造)活動の動向について、アンケートによる調査を実施しました。回答した 492 社のうち、メセナ活動を実施した 349 社の活動総件数は 1,875 件。活動費総額について 241 社が回答、その合計は 188 億 578 万円で、1 社当たりの平均活動費総額は 7,803 万円となりました。

東日本大震災で文化活動が大きな影響を受けた年にもかかわらず、メセナ実施率(70.9%)や平均活動費総額が堅調であったことは、地道に活動を継続してきた企業の取り組みが社会に深く定着していることの証左といえます。また、地域に拠点を置く資本金 1 億円未満の企業社員の活動への積極的な直接参加と、震災後の各社の機敏できめの細かい支援活動が調査結果から浮き彫りとなりました。

地場の企業を中心に、文化によるまちづくりへの参画

今回の調査結果の特徴として、規模の小さな企業や地域に基盤を置く企業のメセナ活動の健闘が目立ち、各地の文化振興に大きな役割を果たしていることがあげられます。地域に根ざし、多様なステークホルダーに対応する企業は、メセナを大切なコミュニケーション機会と捉え、社員が中心となって、地元地域を元気にする取り組みを重ねています。地域における文化活動の一端を企業人が担い、地域に貢献する姿は文化振興の多様なあり方を示しているといえます。また、こうした活動を通して、地場企業としての「信用度」をさらに高めている姿がうかがえます。

「芸術分野と他分野の複合型」でメセナを行ったと回答した企業のうち 46.5%が「まちづくり・地域活性化」を実施。そのうち 62.5%と最も実施率が高いのは、資本金 5,000 万円未満の比較的規模の小さな企業でした。メセナを行う目的では、「社会貢献の一環として」(89.1%)に次いで多いのが、「地域社会への貢献」(76.8%)でした。また、基本方針を策定している 150 社の具体的な記述を見ると、「地域」や「地元」という言葉や地域名を方針に盛り込んでいる企業が全体の 58.3%に上りました。※地域における活動エピソードは参考資料(P3～)をご覧ください。

震災後の一年、文化による多様な被災地支援を実施

具体的な活動内容を記述する部分の 36.5%が震災に関連するものでした。また、メセナ活動の実施地域を見ると、東北 5 県が約 1.7 倍の伸び、複合型メセナを行ったと回答した企業のうち、「災害救援・防災」活動は、実施件数にして 8 倍(97 件)、比率にすると 4 倍の伸びがありました。いずれも震災復興支援に注力する企業の取り組みが見てとれます。震災発生直後の文化活動の自粛ムードや、困難の多い一年だったにもかかわらず、企業は義捐金拠出のほかにも、被災者の「心のケア」や被災地のニーズを鑑みながら、通常のメセナ活動から「今できること」をそのつど検討し、自社ネットワークや技術を活用する支援活動を展開したことがわかりました。

具体的には、「メセナ活動を通して何ができるのかを担当者が自問しながら、これまで築いてきた自社活動の成果や繋がり、自社資源を確認し、被災地の状況に配慮しつつ、芸術・文化との触れ合いを通した心の癒しやストレスを解放する活動を実施した」など、従来のプログラムで培ったノウハウと絆を大切にしながら、時間をかけた丁寧な活動が推進されたとの回答がありました。

また、社内の「ボランティア派遣」や「ボランティア休暇」、「マッチングギフト活用」制度など、社員自らが「よりよい社会づくり」の当事者として活動する環境を整備するなど、復興を支える企業人とそれを支える企業の姿が浮かびあがります。

※震災後の企業活動エピソードは、以下の参考資料(P3～)をご覧ください。

こうした傾向をふまえて、企業メセナ協議会では、災害復興支援における企業の取り組みについて、今後さらなる調査を実施する予定です。

2012 年度「メセナ活動実態調査」おもな調査結果

■メセナ活動の実績

[MA]=複数回答

活動の実施状況	<ul style="list-style-type: none"> 「メセナ活動を行った」と答えた企業は、回答492社のうち349社 活動総数は1,875件、1社当たりの平均活動件数は5.37件
活動の芸術分野[MA]	<ul style="list-style-type: none"> 「音楽」226社(64.8%)、「美術」166社(47.6%)、「伝統芸能」71社(20.3%)など
活動の実施方法[MA]	<ul style="list-style-type: none"> 「他団体への支援・提供」265社、「自主企画・運営」207社 「他団体への非資金支援(マンパワー、場所、製品・サービス等)」123社
活動費総額	<ul style="list-style-type: none"> 支出総額合計は241社で188億578万円、1社平均は7,803万円

■メセナ活動の取り組み

新規の活動件数	<ul style="list-style-type: none"> 全1875件のうち、新規の活動は422件(22.5%)、継続活動は1453件(77.5%)
メセナ活動の運営体制 [方針・担当部署] [MA]	<ul style="list-style-type: none"> 「基本方針を策定していた」企業は150社(43.0%) 「文化・社会貢献等の専任部署」が設けられている企業は52社(14.9%)
メセナ活動の目的 [MA]	<ul style="list-style-type: none"> 「社会貢献の一環として」311社(89.1%)、「地域社会への貢献」268社(76.8%)、「自社のイメージ向上につながるため」175社(50.1%)
活動を何で評価するか[MA]	<ul style="list-style-type: none"> 「参加者・来場者の感想」195社(55.9%)、「参加者・来場者数」183社(52.4%)、「社内の認知・反応」102社(29.2%)が上位。
活動を通じて企業が得たこと[MA]	<ul style="list-style-type: none"> 「地域との関係がより深まった」228社(65.3%)、「企業イメージ・ブランド価値が向上」227社(65.0%)、「顧客との関係がより深まった」119社(34.1%)、「広く知られるようになった」100社(28.7%)、「新たな人的ネットワークを得た」95社(27.2%)、「社員が誇りを持つようになった」81社(23.2%)が上位。
有効回答(回答率)	492社(11.5%)

※ 「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はあるが、販売促進を主目的とする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。

■公益社団法人企業メセナ協議会 : 企業によるメセナ(芸術・文化振興による社会創造)活動の推進を目的として、1990年2月に発足した民間の公益法人。企業のメセナへの意欲を高め、社会のメセナに対する理解を深めるために、1.促進・普及、2.情報集配・仲介、3.調査・研究、4.顕彰、5.協力・連携、6.助成等を行う。日本で唯一のメセナ専門の中間支援組織。会長: 福原義春([株]資生堂名誉会長)、理事長: 福地茂雄(アサヒグループホールディングス[株]相談役)。正会員 134 社・団体、準会員 37 団体(2012年7月現在)。

■「メセナ活動実態調査」とは : 全国の企業を対象に 1991 年より実施している、企業の芸術文化支援に関する調査。メセナ活動の統計調査および事例収集を通じ、企業メセナの課題や展望を探る手がかりとする。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・行政・研究機関・海外の文化機関等に広く活用されている。調査の企画・分析・研究は、協議会会員企業のメセナ担当者で構成する調査研究部会が行う。

【本件に関するお問い合わせ先】 公益社団法人企業メセナ協議会 広報担当: 松村、若林 / 調査研究担当: 戸沢、倉知
 TEL: 03-5439-4520 FAX: 03-5439-4521 E-mail: mecenat@mecenat.or.jp
 〒108-0014 東京都港区芝 5-3-2 アイセ芝ビル 8階 URL: <http://www.mecenat.or.jp/>

2012 年度「企業のメセナ活動実態調査」結果 参考資料

■メセナ活動事例(記述・抜粋)

★他複数

企業のイメージ・信頼度がアップ	
<p>地域におけるメセナ活動事例: 「企業経営に資するメセナ活動、エピソード」ほか</p> <p>◎社員への影響 (企業経営への影響)</p> <p>◎アーティスト等への影響</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 継続により、顧客、地域社会などのステークホルダーからの信頼が深まると実感(機械／大阪)★ • メセナは、企業イメージの向上や地域との結びつきの強化に役立っている(機械／和歌山) • イベントアンケートに、「企業イメージが変わった」等のご意見(食料品／東京) • メセナは、顧客とのコミュニケーション手段として役立つ(情報・通信／東京)★ • 本業とも絡ませて、企業イメージアップにもつながっている(情報・通信／宮崎) • 「創業の地、ふるさとのために何ができるだろう」というスローガンの下、地域や行政とのさまざまなイベントや企画を通じて協働した結果、営業活動では得られない地域の信頼を実感(食料品／東京) • 顧客との直接的な関係づくりや、流通キーマンの巻き込みに成功。メセナ活動の終了後、自社に対する認知と企業イメージが大きく向上し、その後、具体的な商談・受注に結びついた事例も報告される。加えて、活動に参加した社員からは、自社への誇りの醸成、モチベーションアップが目に見えて感じられた(電気機器／兵庫) • 企業のプレゼンスが向上していると感じる。運営にあたる社員も直接お客様からの感謝の声を聞くことは励みになる、なによりも一つのものをつくりあげることで結束力が高まる(化学／東京) • 参加した社員から「メセナにより取引先とのコミュニケーションが深まり、営業活動で業績があがった」、「メセナの長期的な取り組みが地域とのつながりや企業への信頼を深めた実感は強い」、「地域PRでメセナ活動が紹介され、地域社会が企業を認めてくれた」など。契約者からも取組を評価する声を多数いただく(保険／大阪) • 企業イメージやブランド価値の向上に関する社員の声:「メセナ活動は、企業価値を高めていく上で非常に重要な考え方だと思う」「文化貢献は可視化できない利益を多く生んでいる。イメージアップや営業支援として有効な活動だと思う」、顧客との関係がより深まった:「文化貢献によってこの不況下の中でも多くの人に愛される企業でありつづけられる」「文化活動について聞かれることも多くなり、お客様から非常に高い評価」、自社に対する誇り、入社 of 動機:「文化活動は他社にない弊社の個性の一つだと思うので誇り」「文化活動は社会に楽しさやゆとりを生み出すもの。社員が生き生き働けるのもこのような風土があるから」「企業アイデンティともいえる文化・芸術活動への支援は、入社決意の動機のひとつ」(食料品／大阪) • メセナをきっかけに新たに取引を始める方がいる、就職希望の学生たちからメセナ活動に好感が持てるという意見が多くある。職員もお客からそのような意見を聞き、誇りを持つようになった(その他金融／京都)★ • メセナ活動の成果実績を地元行政に高く評価してもらった結果、本業のビジネス活動に対しても行政の理解と支援(業務委託)を得ることができた、競合他社のいない独自のステージ(随意契約)でビジネス活動を展開している(サービス／東京) • メセナ活動が契機となり、ビジネスに結びついたケースが複数。当社への就職を希望する学生にメセナ活動が入社 of 動機となった者が少なからずいる。新入社員や若手社員の担当部門に対する関心度が高い(その他製品／東京) • 作家より「販売することを考えずに制作でき、ギャラリースペースでの展示を自ら構成することは若手にとって良い経験であり、大きな支援である」との声があった(保険／東京) • 行政の後援、テレビ、雑誌等で紹介され、来場者・参加アーティスト初回開催時の倍に増加、若手アーティストと市民との交流を図る定期的な催しとして認識が広まる(サービス／東京) • 地元で交流や芸術に触れるライフスタイルを提案できた(建設／東京) • アーティストから、会期後、作品に興味をもって、作品を購入した鑑賞者がいた、また企画によりアーティスト自身の創造が刺激されて作品を制作することができたとの報告があった(海運／東京) • 作家としてデビューするために、当社企画展に出展したいと言われた(繊維製品／大阪)
社員の積極的な参画	
	<ul style="list-style-type: none"> • 活動をきっかけに地域とのつながりを得て、芸術家との交流やNPOやボランティア活動に参加する社員が現れた(倉庫・運輸／大阪) • メセナ活動により企業が地域、社会に貢献していることで従業員の意識が高まった(卸売／東京)★ • 参加社員の意識向上はめざましく、参画する意義を強くもって来て自信につながっている(サービス／東京) • 従業員が芸術活動に興味を持ち、以前より芸術鑑賞する機会が増えた(サービス／大阪) • 地域社会の人との交流が深まり、参加社員は、自分が社会に役立つことによる自信を持っている(電気機器／東京) • 地元地域への誇りが持てるようになった(不動産／埼玉)

	<ul style="list-style-type: none"> 地域貢献への社員の意識が少しずつ高まって、地域貢献のイベントを実施すると社員から「会社としてこのような取り組みをしてくれることを誇りに思う」というフィードバックがある(情報・通信/東京) 祭に内定者を招待し参加。社員とのコミュニケーションの場に。本社からの応援者を派遣し、多くの社員の活動参加を促した(水産・農林/東京) 自社はおもしろいことをする会社であるという印象があると思う。イベントの日に休暇を取り、お客として参加するスタッフもいる(サービス/広島)
領域横断的な活動:具体的な事例	
地域活性化 ×メセナ	<ul style="list-style-type: none"> 助成団体の活動を通じ、さまざまな領域の課題解決に寄与(化学/東京) NPO 主催のフィルムフェスティバルを支援(食料品/東京) 地域商店街と協力をして音楽祭(情報・通信/東京) ・文化施設における地域学校の総合学習受け入れ(その他製品/東京)★
小中(高等)学校 ×メセナ	<ul style="list-style-type: none"> 地元学校での出前授業(食料品/東京)★ 子どもたちの豊かな情操を育むため鑑賞教室に学校単位で無料招待(保険/大阪) 有志の学校の先生方とともに、絵画のコンクールを実施(銀行/東京) 文化施設へのインターンシップ受け入れ(建設/兵庫)★ 教育者向けのワークショップ(情報・通信/東京)★
大学機関 ×メセナ	<ul style="list-style-type: none"> 大学が運営する卒業生のための仕事受注サイトを活用して若手クリエイターを発掘、芸術文化の促進(情報・通信/東京) 芸術大学、若手クリエイターやアーティストへの会場提供による展覧会やイベントの開催・コーディネート(食料品/京都)
環境 ×メセナ	<ul style="list-style-type: none"> 排出権を取得、会場で消費する電力、来場者・出演者・スタッフ移動の際に排出するCO2等の相当量を相殺(その他金融/東京) 環境、福祉と連携したプログラムの支援(食料品/東京) 絵画コンクールテーマを環境に、環境教育につながる(銀行/東京)
農 ×メセナ	<ul style="list-style-type: none"> 都市部で農に身近に触れることのできる場を生み出し、そこに地区の特色であるアートを融合させることにより、文化芸術に対する親和性を促す場所として本事業に着手(不動産/大阪)
社会福祉 ×メセナ	<ul style="list-style-type: none"> 障がいのある方のアート展、あわせ地域のアーティストや市民とワークショップを共有しながら多彩なプログラムを実施。大きなフラッグや新聞紙でつくった海の生き物たちが商店街をとことろせましと泳いでいたのが印象的(その他金融/大阪) 障がいのある人もない人も一緒に音楽を楽しむ機会を設けることで、障がいのある人への理解が深まる(電気機器/神奈川) 話題の映画を楽しみたいという視覚・聴覚障がい者のニーズに応えようとバリアフリー映画を行う(卸売/東京) 障がいのある人を招待、病院などへの訪問コンサート(保険/大阪)★ 介護福祉をテーマとするミュージカルを支援(建設/大阪) コンサートを通じた骨髄移植推進の支援(医薬品/東京) 育児支援、未就学児の公演ほか、赤ちゃんが参加できるロビ・コンを実施(保険/東京)
国際交流 ×メセナ	<ul style="list-style-type: none"> 海外の若手写真家やデザイナーを紹介する展覧会を開催。日本の若手作家との交流の場も作った(情報・通信/東京) 戦争や災害で傷ついた子供たちを支援するチャリティーコンサート(銀行/東京) 海外のフォト展覧会企画へのブログの協賛・機材提供、写真展の開催協力(精密機器/東京) 展覧会の海外美術館巡回(その他製品/東京) 通訳ボランティアを派遣(銀行/香川)
※その他本業を活かした数々の支援あり	<ul style="list-style-type: none"> 日本語作文コンクールの開催(小売/東京) 海外博物館とのデジタルアーカイブ研究(その他製品/東京) 松竹大歌舞伎への留学生招待(その他金融/新潟)
東日本大震災後の企業のメセナ活動事例:「震災にまつわるエピソード」	
<ul style="list-style-type: none"> 震災後、これまで実施してきたイベントのネットワークが顕在化し、人的・資金的支援に迅速に動けた。奇しくも、そのネットワークの価値を再確認する機会となった。また、国際ネットワークプロジェクトの立ち上げは、中長期的にメセナを通して交流してきた機関等との連携が実を結び、スピーディに実行できた。中長期的に活動を取り組んできたことにより、弊社メセナ活動の方針等がしっかりと伝わっていたことの成果といえる(食料品/東京) これまでのイベントを通じて、震災被災地への支援につながり、寄付先NPOの方に大変感謝いただいた(銀行/東京) 絵本を作製し提供する当社のメセナ活動に手紙がきた。絵本の配布に協力いただく岩手県の方からで、家や職場を失った人から「ぜひひき続き送ってほしい」と言われ、この絵本がどれだけの力になっているかを知ってほしいとの内容だった。この手紙を社内で紹介したところ、社員からも喜びの声が届くなど、この活動が当社の社会貢献の柱であり、社員 	

の誇りになっている(銀行/東京)

- 4回目となる企画展は、開催直前に大震災が発生し、開催を見合わせるべきではないかと考えた。しかし、参加いただいている皆さま、東北地方の方々と連絡をとるなかで、やめないでほしいというお声をいただき、このようなときだからこそ、日本の地域のものづくりを応援する企画を開催するべきではないかと考え実施した。地域の作り手にとってのステージを提供できることの喜びや重要性を再確認した活動となった(小売/東京)
- 日本国際放送 Portraits of Courage (全世界向け英語放送)震災から6カ月、それぞれの事情を抱えつつも、前向きに歩み始めた東北の人々の姿を世界へ伝えるため、弊社は国際放送番組を企画。本番組の制作については、現地の撮影も含め全面的な支援を行った。元国連専属カメラマン ジョン・アイザック氏のカメラは、被災地の人々の心に寄り添いながら、小さな希望を胸に歩き出した被災者のこの夏の姿を捉えた。外国人の報道写真家の視点を通して被災者の「今」を描いたことにとっても共感し、感動的な内容だったという声が多数寄せられた。災害を乗り越えたくましく行き抜く自然や前向きな人々のいのちの輝きを切り取って紹介するというバランスがとてもよかったという賞賛も多かった。また、ナレーションが落ち着いたトーンでわかりやすく、番組にマッチしていたとの評価も複数見られた(精密機器/東京)
- 被災地での人形劇公演では「震災以来笑顔の少なかった子供が初めて笑った。ありがとうございました」との保護者の声をいただき、とても感動するとともに芸術のもつ力を実感した(保険/東京)
- 前年にワークショップを行った仙台市内の小学校から、「学校は避難所になっているけれど、子どもたちは、ワークショップでつくった曲を口ずさんで、元気にしています」と連絡を頂き、大変な状況の中でも、子どもたちの中で、ワークショップでの経験が根づいているのを感じた。その後、各自主プログラムの協働パートナーと、復興に向けて震災で受けた恐怖感や不安感に苛まれている被災者に対し、芸術・文化との触れ合いを通して心を癒したり、ストレスを解放する一助となる活動を、数カ月かけてじっくり検討。今できること(既存のプログラム)を中心に、被災地域内や既存プログラムでの繋がりを大事にして推進したことにより、無理なくスムーズに活動を行えた。メセナ活動を通して、どこまで被災された方々の心の癒しや、明日への希望に寄与できたのかは不明だが、一助になればと願っている。本業を通じての社会貢献がベースにあったからこそ、メセナ活動を受け入れていただきやすかったのかもしれない。本業と社会貢献活動は、車の両輪なのだと感じた。年2回のロビーコンサートでは、活動拠点や展示の機会を失った福島県在住のアーティスト7名の展示・即売会も実施(輸送用機器/愛知)
- チャリティ募金で今年は、あしなが育英会東日本大震災・津波遺児支援と明記し多くの募金が寄せられた(ゴム製品/愛知)
- これまでの企画協力者、出演者から被災地支援の相談を受け、新しい企画を進めることになった(銀行/東京)
- アート作品の震災チャリティ展示に際し、グッズ販売収益を震災地に寄付した(不動産/大阪)
- チャリティコンサートの開催によりコンサートの収益金で被災した学校に楽器を寄贈。参加した社員から多くの声援(証券・商品先物取引/東京)
- 被災した中学校へがれき再生太鼓の製作・寄贈(その他製品/東京)
- 被災博物館施設への寄付、復興支援のための演奏活動への特別助成(食料品/東京)
- 被災エリア施設等への図書寄贈(卸売/東京)
- 津波被害に遭った文化センターの民俗資料をデータ化する「文化財レスキュー」活動を実施、被災地支援として移動図書館「ブックワゴン」の運営(その他製品/東京)
- 募金箱等の無料提供(パルプ・紙/大阪)
- 被災地56箇所で開催された著名な演奏家によるクラシックコンサートを開催(保険/東京)
- 主催公演において、被災された皆さまの復興支援を目的とした募金活動を実施。マッチングギフトを活用し、日本赤十字社を通じて被災地に寄付を実施(その他金融/東京)
- バレエ公演で募金を募り、全額を被災地へ寄付。子どもたちには「募金という尊い行為」を感じてもらった(サービス/東京)
- 「毎月百円義援金」をよびかけ長期的で息の長い支援活動。ミュージカルはじめ、被災地のこどもの情操を育む活動も支援(小売/兵庫)
- チャリティー・オークションの売上金を被災地へ寄附(卸売/東京)
- ふれあいコンサートを震災被災地の病院で実施(食料品/東京)
- 東日本大震災復興支援チャリティ絵画展の実施(銀行/東京)
- 原発被害で外で自由に遊べない子どもたちのためにアウトリーチ活動を実施(保険/東京)

ほか多数案件・心あたたまる熱いエピソードが寄せられました

【本件に関するお問い合わせ先】 公益社団法人企業メセナ協議会 広報担当:松村、若林/調査研究担当:戸沢、倉知
TEL: 03-5439-4520 FAX: 03-5439-4521 E-mail: mecenat@mecenat.or.jp
〒108-0014 東京都港区芝 5-3-2 アイセ芝ビル 8階 URL: <http://www.mecenat.or.jp/>