

地域を拠点とする活動が拡大 ～人のつながりがメセナを広げ、メセナが新たな人のつながりを生む～ 2013年度「メセナ活動実態調査」結果

公益社団法人企業メセナ協議会(東京都港区、理事長:福地茂雄)が、このたび実施した2012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調査結果がまとまりました。

「企業のメセナ活動実態調査」(4,546社対象)に回答した530社のうち、メセナ活動を実施した397社の活動総件数は3,124件。「企業財団のメセナ活動実態調査」(309団体*対象)に回答した184団体の活動総件数は699件でした。メセナ活動費総額は企業と企業財団をあわせて811億3,875万円、前回調査と比較すると93億4,848万円増額。企業セクターは資金面でも国の文化予算に迫る規模で、積極的にメセナ活動を展開しています。この調査は、2013年6～8月にアンケート調査として実施したものです。

※事業内容に芸術文化(支援)活動を含む財団・公益信託を抽出。企業本体の出捐だけでなく企業オーナー個人が拠出している財団・公益信託も含む。

◆「まちづくり・地域活性化」が過去最多6割超。次いで「次世代育成・教育」を目的にメセナを実施。

メセナの目的を前回と比較すると、企業、財団ともに「まちづくり・地域活性化」(企46.6⇒61.7%/財58.4⇒64.7%)、「次世代育成・教育」(企45.0⇒54.5%/財36.7⇒46.2%)が大きく伸びました。一方、「被災地支援」(企42.9⇒18.9%)は大幅に下がりましたが【図2参照】、活動の実施件数は、東日本大震災の被災地3県で1.6倍、震災前からは2.2倍増加しています。「被災地の人とのネットワークで活動を継続」、「被災地の子どもたちが元気になるために」といったコメントからも、災害復興支援という緊急的な対応から、長期的視点でのまちづくり、次世代育成へとメセナ活動の目的意識が変化したと読み解けます。

◆メセナによる「地域社会との関係づくり」に8割が期待。「祭り・郷土芸能」が対象分野の上位に。

自社メリットとして期待する点は「地域社会との関係づくり」(79.6%)が最も高く、成果として得た点もまた「地域との関係がより深まった」(68.5%)がトップとなりました。芸術・文化分野では「音楽」「美術」に次いで、初めて「祭り・郷土芸能」(企21.2%/財24.5%)が上位となり【(企)図4/(財)図7参照】、地域社会との関係づくりや被災地域の再生の要として「祭り・郷土芸能」が注目されました。さらに、東北の被災地の活動支援に、主に関東・東海地区の企業が入っていること、また被災地域だけでなく、震災を機に社員がコミュニティに参加し、市民とともに活動する機会が増え、顔が見える関係性を築いていることから、企業が所在する地域だけでなく、人々の縁やつながりを大切にしている新たな「地域観」が生まれていることが解ります。

◆国外でメセナを行う企業の8割が現地で事業展開、メセナが現地のブランディングに寄与。

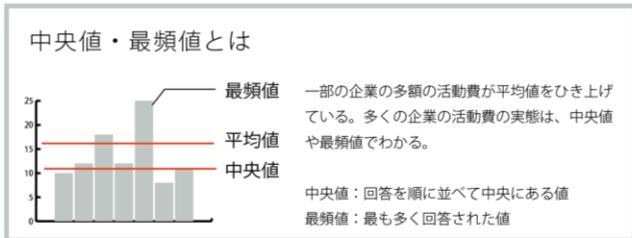
今回、「国外でのメセナ活動」を調査したところ、国外で実施している57企業のうち82.4%が、「現地で事業展開をしている」「予定である」と回答。メセナの目的として、「現地の芸術・文化振興」(50.9%)、「国際交流」(49.1%)、「現地社会との関係づくり」(42.1%)があげられました。国外でメセナを実施した各社のコメントでは「知名度アップ」、「従業員の会社へのロイヤリティが高まる」など、現地でのブランディングの向上に寄与していることがうかがえます。また、「活動の実施内容を把握していない」と回答した中には、本社側で現地法人の活動内容を必ずしも把握していない企業もありました。これら活動が、今後、企業のグローバル戦略と結びつくことを期待し、協議会では、国際的なメセナ活動の事例を報告できるよう、さらなる調査を進めてまいります。

<2013 年度「企業のメセナ活動実態調査」、主な調査結果>

[N=000] は母数で N=100%となる。

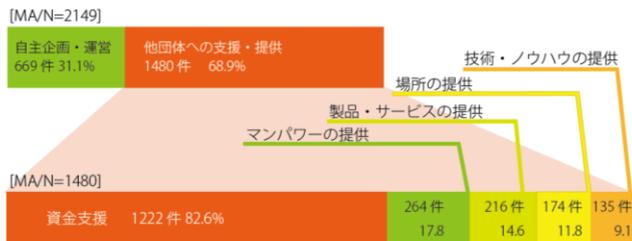
「MA」は複数回答

【図1】メセナ活動費 2011 [N=207] 2012 [N=241] 2013 [N=237] **企財**

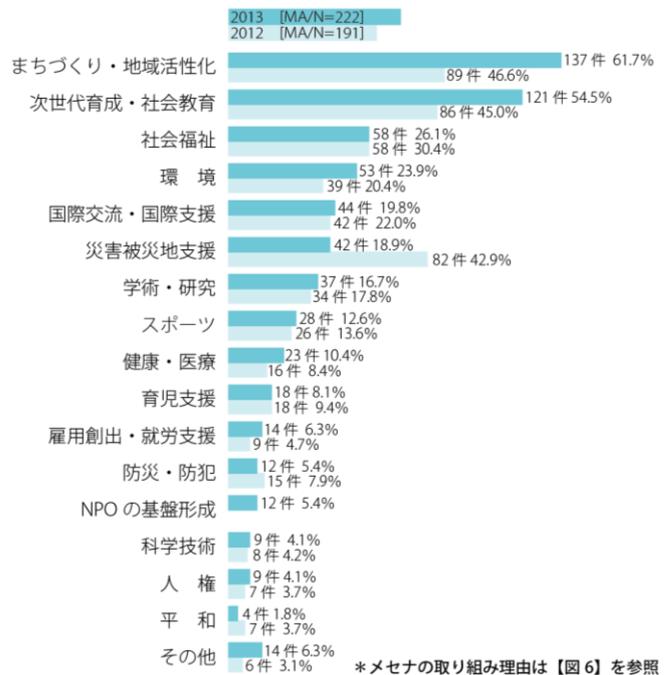


【図3】活動の実施方法 **企**

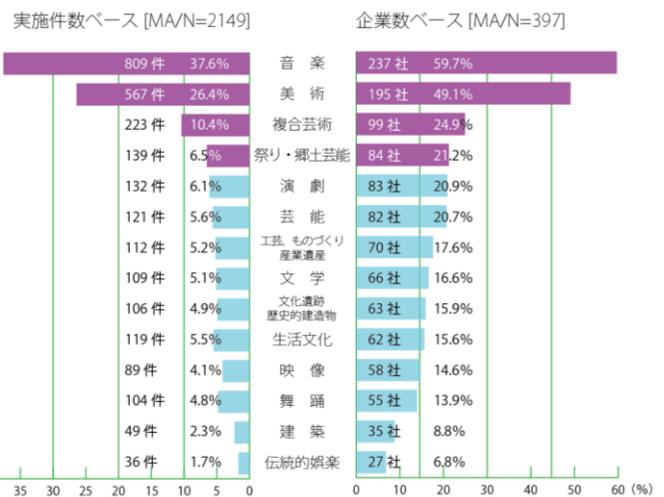
実施件数ベース



【図2】メセナ活動の目的 (社会課題解決等) **企**



【図4】活動の芸術・文化分野 **企**



■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、調査・研究、顕彰、情報集配、助成等を行う。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 129 社・団体、準会員 36 団体(2013 年 10 月現在)。

■「メセナ活動実態調査」とは : 全国の企業や企業財団・公益信託を対象に 1991 年より実施。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。

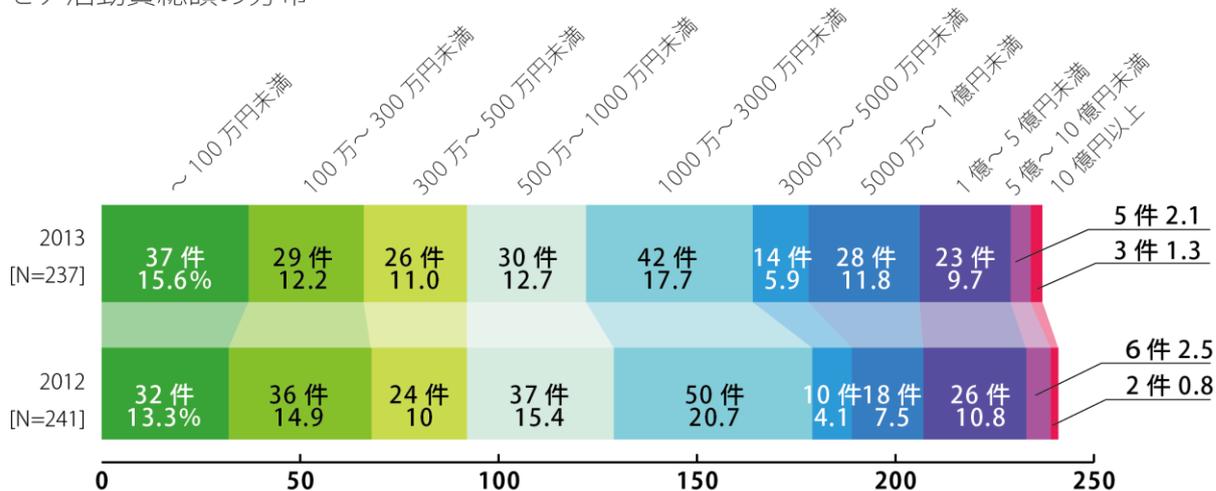
【本件に関するお問い合わせ先】

公益社団法人企業メセナ協議会 広報担当: 松村 / 調査研究担当: 戸沢・松木

TEL: 03-5439-4520 FAX: 03-5439-4521 E-mail: research@mecenat.or.jp

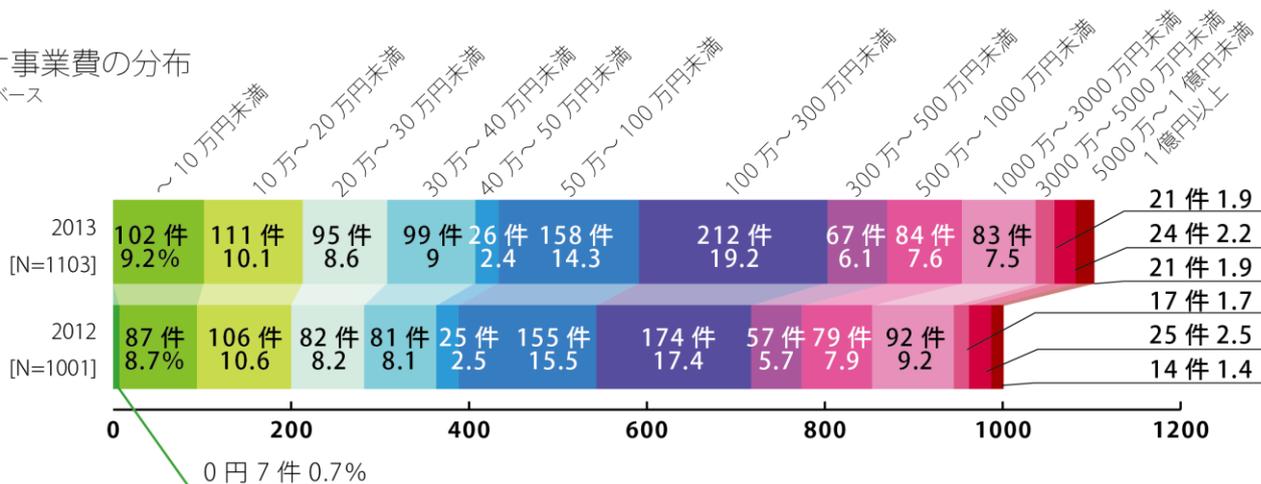
〒108-0014 東京都港区芝 5-3-2 アイセ芝ビル 8 階 URL: <http://www.mecenat.or.jp/>

【図5】メセナ活動費総額の分布



メセナ事業費の分布

実施案件ベース



【図6】メセナを行う理由

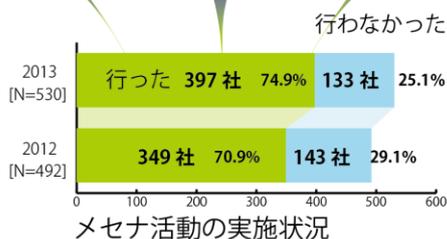
[MA/N=397]

なぜメセナを行ったか？

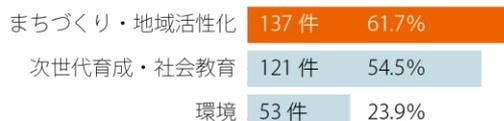
芸術・文化支援のため
268社 67.5%

社会地域貢献の一環のため
222社 55.9%

社業の一環
関連活動のため
114社 28.7%



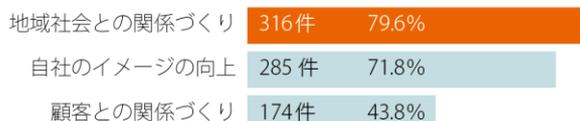
社会課題解決等の目的 [MA/N=222]



芸術・文化支援の重視点 [MA/N=268]



自社メリットとして期待する効果 [MA/N=397]



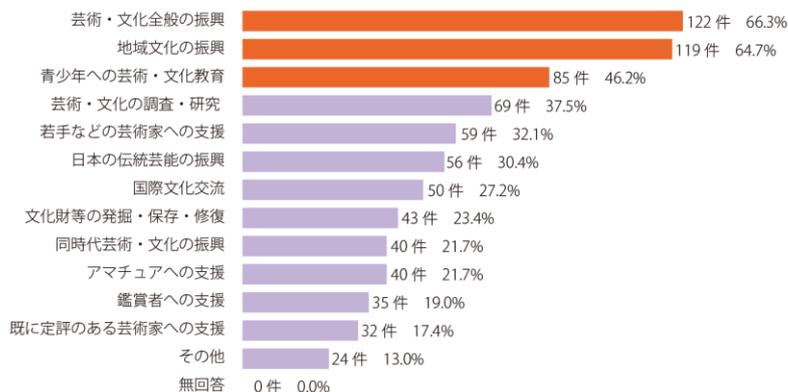
【図 7】メセナ活動費

2011 [N=207]
2013 [N=237]

13.9%UP



【図 8】事業の目的・重視点 [MA/N=184]



【図 10】活動の芸術・文化分野

実施件数ベース [MA/N=699]

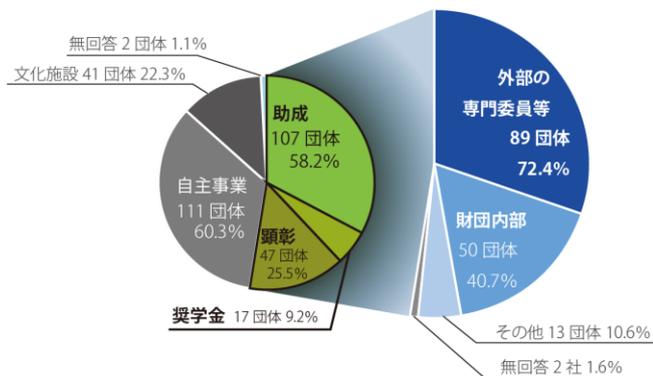
財団数ベース [MA/N=184]



【図 9】事業分類 [MA/N=184]

実施件数ベース

助成型プログラムの選考方法 [MA/N=123]



【図 11】企業本社・財団の所在地 企 財

企業



財団

