



公益社団法人企業メセナ協議会は、  
企業や芸術・文化にかかわる  
個人・団体が集い、  
芸術文化の振興とこれを通じた  
社会創造に取り組んでいます。  
詳しい事業内容は  
WEBサイトをご覧ください。  
[www.mecenat.or.jp/](http://www.mecenat.or.jp/)

プログラム実施によって、  
社会に対する効果・影響があったか  
[社会的意義]  
72.5%  
74社

設定された目標に対して  
プログラムが有効と思われるか  
[妥当性]  
56.9%  
58社

設定された目標を  
どのくらい実現できたか  
[達成度]  
52.0%  
53社

投入された経営資源に対する  
最大の成果が出ているか  
[効率性]  
32.4%  
33社

目標を達成するために  
必要最小限のコストか  
[経済性]  
32.4%  
33社

その他  
6.9%  
7社

事後評価の観点 [MA/N=102]

2016年度メセナ活動実態調査 [報告書]

# Mécénat Report 2016



2015年度 [N=397]

2016年度 [N=345]

取り組みの目的 [MA]

# Mécénat Report 2016

## 目次

### 03 調査研究事業について

### 04 定着の、その先へ

#### 2016年度 調査結果に寄せて

TOA[株] 経営企画本部 広報室主事／

[公社]企業メセナ協議会 調査研究部会長 吉村真也

### 06 回答企業・財団プロフィール

### 08 2016年度メセナ活動実態調査結果

#### 企業のメセナ

① 地域へのまなざし、社業・経営との結びつき —— 08

② メセナを支える社内の仕組み —— 10

③ 堅調なメセナ事業費 —— 12

④ 独自性の広がり、多様な分野に成果 —— 14

メセナの現場から —— 16

#### 企業財団のメセナ

⑤ 各地の芸術・文化基盤を支える企業財団 —— 18

#### 時事設問

⑥ 2020年に向けた文化プログラムの実施について —— 20

### 21 企業メセナ協議会 その他の調査研究

### 22 [公社]企業メセナ協議会 会員一覧

## 調査研究事業について

企業メセナ協議会では、民間によるメセナ(芸術・文化振興による社会創造)活動の現状を探り、さらなる推進をはかるべく、さまざまな調査研究事業に取り組んでいます。

なかでも「メセナ活動実態調査」は、全国の企業および企業財団を対象に、1991年より継続して実施しているものです。メセナ活動の規模や手法、実施体制、時事的な事柄についてたずね、集計により得られた全体的な動向や、取り組み内容、現場の意識等について、協議会会員有志からなる調査研究部会との分析を加えて公表しています。日本におけるメセナに関する唯一の統計調査として、企業各社、官公庁や地方自治体、研究機関、マスコミ等でも広く活用されています。

2016年度「メセナ活動実態調査」では、アンケート調査に寄せられた回答のほか、公開資料や協議会保有データもあわせ、メセナの最新動向をまとめました。地域との関係を育み、社業や経営との結びつきや、多様な経営資源を活かしながら、芸術・文化を支える企業メセナの姿が明らかとなっています。

協議会では今後も調査研究事業を通じて、企業メセナの価値を追究するとともに、メセナの推進と文化による社会創造に努めてまいります。

本調査にご協力をいただきました、すべての企業・企業財団の皆様にご礼申し上げます。

公益社団法人企業メセナ協議会

#### 本調査でいう「メセナ」とは:

「芸術・文化振興による社会創造」を幅広く捉え、企業による芸術・文化(支援)活動、およびこれを通じた教育、福祉、環境、地域振興等のあらゆる社会課題解決への取り組みを指します。  
※「メセナ」の例…公演や展覧会等の開催/文化施設等の運営/資金支援/人的・物的支援/ノウハウや場の提供/顕彰やコンクール/ワークショップや人材育成事業/まちづくり・次世代育成・災害被災地支援等の取り組みで、芸術・文化の要素を含むプログラム など

#### 2016年度調査の概要:

調査内容…………… 2015年度(2015年4月1日~2016年3月31日※)のメセナ活動実施状況・実施内容・体制等  
※企業財団は各財団の事業年度に順じた期間

調査対象…………… [企業]日本国内企業1,911社: 全国上場企業、非上場企業売上高上位企業、当協議会会員/認定・顕彰事業応募企業等のうち、過去に本調査にご回答をいただいた企業約1,600社、およびその他協議会調べ企業約400社  
[財団]事業内容に芸術・文化活動を含む企業財団・公益信託など312団体  
※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

調査方法…………… 郵送、インターネット、電子メール等によるアンケート調査

アンケート実施期間…………… 2016年6~9月

回答数…………… [企業]398社 [財団]192団体

## 定着の、その先へ

### 2016年度 調査結果に寄せて

TOA[株] 経営企画本部 広報室主事/  
[公社]企業メセナ協議会 調査研究部会長  
吉村真也

今年度の調査では、メセナ専門部署を設置している企業が減少し、他部門、特に総務関連を担当部署とする企業の比率が増加した。専門部署の設置を推奨してきた当協議会にとって、いささか残念な結果といえるが、部会では必ずしもネガティブな印象では捉えていない。ジャパンメセナ発展の経緯、他の調査データとあわせて考察することで、以下の仮説が浮かび上がるからである。

立ち上げ期であった90年代、企業内においてメセナは、アートの職能を要求される業務であった。企業の「本業」とは異なる、いわば「特殊業務」であり、それゆえに担当者は専門性を磨いてきた。メセナの拡大は社内専門家の拡充を意味し、その結果、恒常的な担当部署や専門部署が設置されていた時代である。2000年代に入り、メセナは、CSRの普及と相関しつつ、専門性を保ちながら「本業」と「特殊業務」との親和を模索していく。社会課題解決を念頭に、自社資源活用による独自性の発揮、自社らしさを表現できる自主企画への注目が高まった時代である。こうした過程が、ジャパンメセナの世界に誇る多様性を育ててきたといえる。

昨今、自主企画への注目はさらに高まり、本調査では実施企業は半数に迫る。これと同期し、メセナにおける「社業との関連」はより重視されるようになった。とりわけ「地域社会との関係づくり」「自社のイメージづくり」という企業にとっての価値が、明確に意識されつつあるのが足元の状況である。メセナで得られる価値の明確化は、担当部署を必然的に決定する。地域社会との窓口である総務関連を担当部署とすることは、ここに理由があると考えれば腑に落ちる。今やメセナは実施企業の価値判断により、職務分掌に従って分担され、経営サイクルの一部、「本業」の一部に組み込まれつつある。企業活動として定着しつつあるといえるだろう。

この仮説の検証には慎重な判断を要するが、少なくともメセナ継続のための社内体制が、より強固になったという点では歓迎されるべきであろう。一方で、メセナ本来の特性に鑑みれば、あ

えて警鐘を鳴らす必要性を感じずにはいられない。メセナが「特殊業務」でなくなることで、失うものはないのだろうか。もし、企業にとっての価値のみが優先され、専門性と多様性を失っていくことになれば、ジャパンメセナの未来が危ぶまれる。

思い返せば、これまで幾度となくメセナは危機に直面してきた。バブル崩壊、リーマンショック、状況を打破してきたのは常に現場の力、担当者の絶え間ない奮闘であった。企業と地域が、継続的に対話できる環境が得られた今こそ、より先を見据えた、さらなる奮闘が必要だ。「継続案件」の改革は、新規立案より困難であろう。関与者も増え、合意形成により多くの時間を要するだろう。今、メセナには、経営とアートの双方に対する、これまで以上の専門性と行動力が求められているのである。

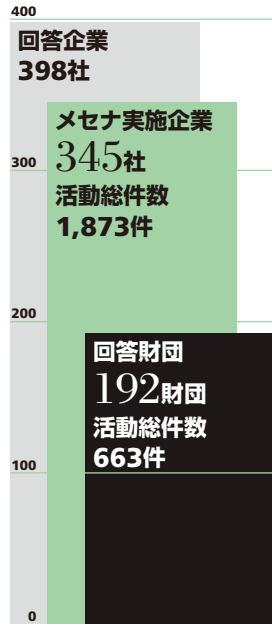
メセナ元年以来、今年で27年目。企業活動の寿命とされる30年まで、あと3年足らずである。悲観的に捉えてはいない。芸術文化の振興、社会課題の解決という価値と、企業にとっての価値を両立するための仕組みは、きっと生み出せる。次の30年に向け、新しい一歩を踏み出すための舞台は整いつつある。



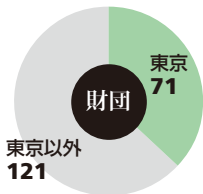
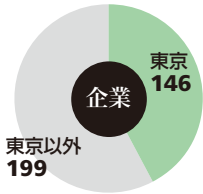
よしむら・しんや

1997年より現職。企業広報業務と、社会貢献・メセナ活動の企画運営を兼務。音響メーカーとしての自社資源を活用し、子どもたちと音楽が出会う場を創出する活動を展開。日本アートマネジメント学会、日本文化政策学会、各会員。

# 回答企業・財団 プロフィール



## メセナ実施企業・財団数



## 回答企業・財団の所在地 回答企業の業種

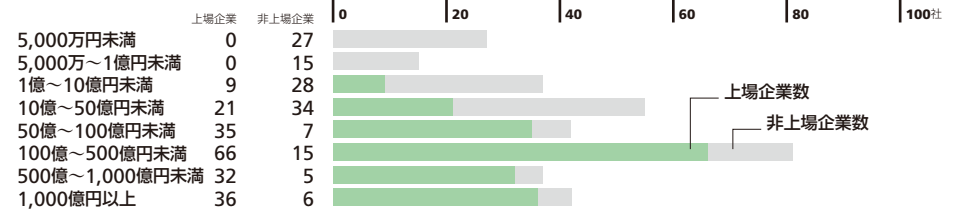
[企業 N=398 | 財団 N=192]

所在地	メセナ実施企業数	回答財団数	業種	メセナ実施企業数	回答企業数
北海道	8	7	水産・農林	2	2
青森県	2	1	鉱業	0	0
岩手県	0	0	建設	21	17
宮城県	3	2	食料品	33	29
秋田県	1	1	繊維製品	5	5
山形県	3	2	パルプ・紙	0	0
福島県	0	0	化学	19	16
茨城県	2	1	医薬品	9	8
栃木県	1	1	石油・石炭	7	7
群馬県	3	3	ゴム製品	3	3
埼玉県	3	2	ガラス・土石製品	4	4
千葉県	9	9	鉄鋼	4	4
東京都	173	146	非鉄金属	3	3
神奈川県	4	11	金属製品	3	3
山梨県	2	1	機械	13	9
長野県	5	3	電気機器	25	23
新潟県	4	4	輸送用機器	8	6
富山県	2	2	精密機器	4	4
石川県	2	2	その他製品	18	16
福井県	1	1	卸売	11	10
岐阜県	7	7	小売	21	18
静岡県	9	9	銀行	29	29
愛知県	24	23	証券・商品先物取引	2	1
三重県	2	2	保険	8	8
滋賀県	2	2	その他金融	45	41
京都府	12	12	不動産	6	6
大阪府	35	31	陸運	4	4
兵庫県	13	10	海運	0	0
奈良県	1	1	空運	1	1
和歌山県	3	3	倉庫・運輸	4	3
鳥取県	1	0	情報・通信	38	28
島根県	1	1	電気・ガス	10	9
岡山県	4	4	サービス	40	31
広島県	9	7			
山口県	0	0			
徳島県	1	1			
香川県	5	4			
愛媛県	3	3			
高知県	2	2			
福岡県	8	7			
佐賀県	7	6			
長崎県	1	1			
熊本県	1	1			
大分県	2	2			
宮崎県	2	2			
鹿児島県	1	1			
沖縄県	4	4			
計	398	345			192

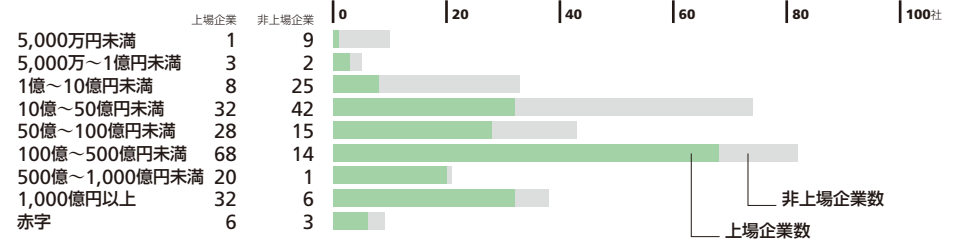
東京からの回答が最も多いが、メセナ実施企業・財団は全国に広がっている。企業業種別に見ると「銀行」(都市銀行、地方銀行)「その他金融」(信用金庫、労働金庫等)「食料品」(飲料・酒類、パン、製菓など)は全国から回答が得られた。

## 企業規模・財団規模と設立年

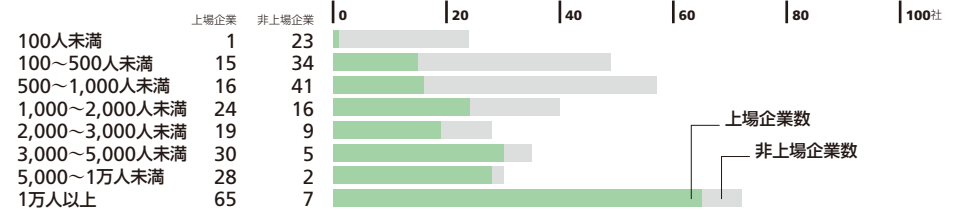
### メセナ実施企業の資本金 [N=336]



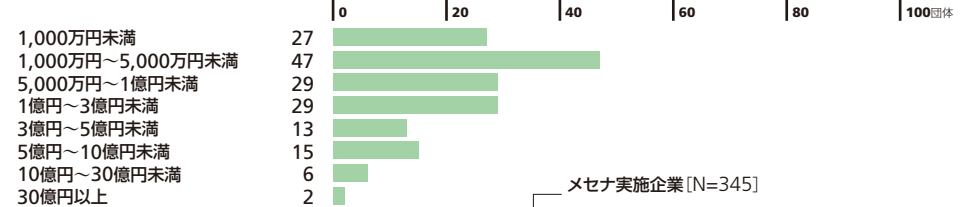
### メセナ実施企業の経常利益 [N=315]



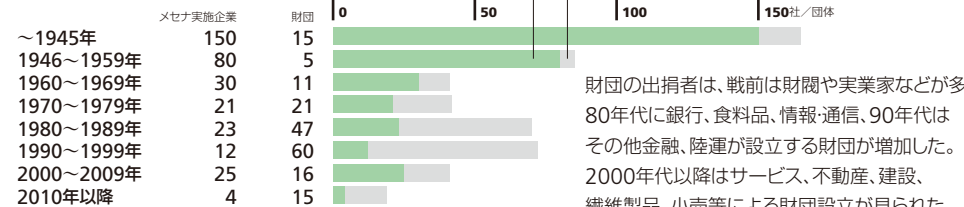
### メセナ実施企業の従業員数 [N=335]



### 回答財団の年間支出総額 [N=168]



### 設立年



財団の出捐者は、戦前は財閥や実業家などが多く、80年代に銀行、食料品、情報・通信、90年代はその他金融、陸運が設立する財団が増加した。2000年代以降はサービス、不動産、建設、繊維製品、小売等による財団設立が見られた。

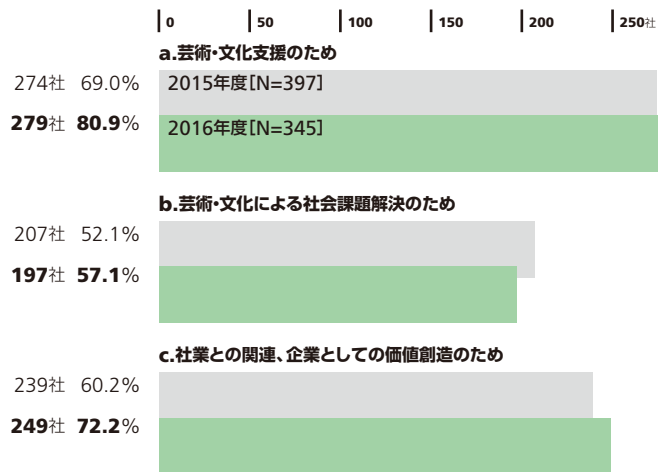
2016年度  
メセナ活動実態調査結果

企業のメセナ  
[目的・重視点]

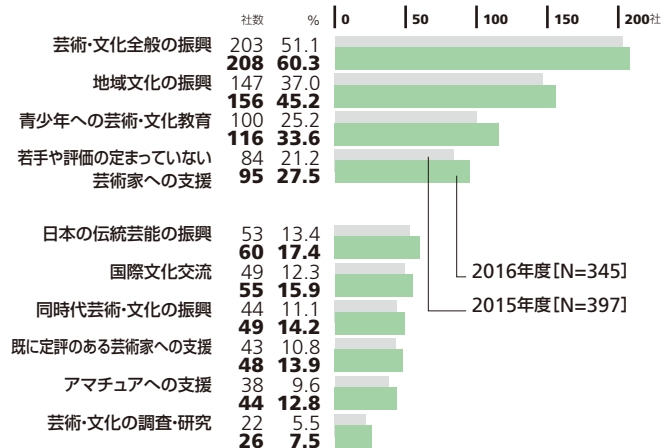
1  
地域へのまなざし、  
社業・経営との  
結びつき

今年度の調査結果では、メセナの実施目的として「芸術・文化振興のため」に次ぎ、「社業との関連、企業としての価値創造のため」が大きく伸びました。活動の重視点としては各項目ともに「地域との関係づくり」が多く挙げられています。CSRの浸透など企業を取り巻く社会状況の変化に伴い、社業・経営との結びつきがより求められる中、各社が多様な経営資源を活かし、事業に取り組む様子が見えがえまます(p.14参照)。

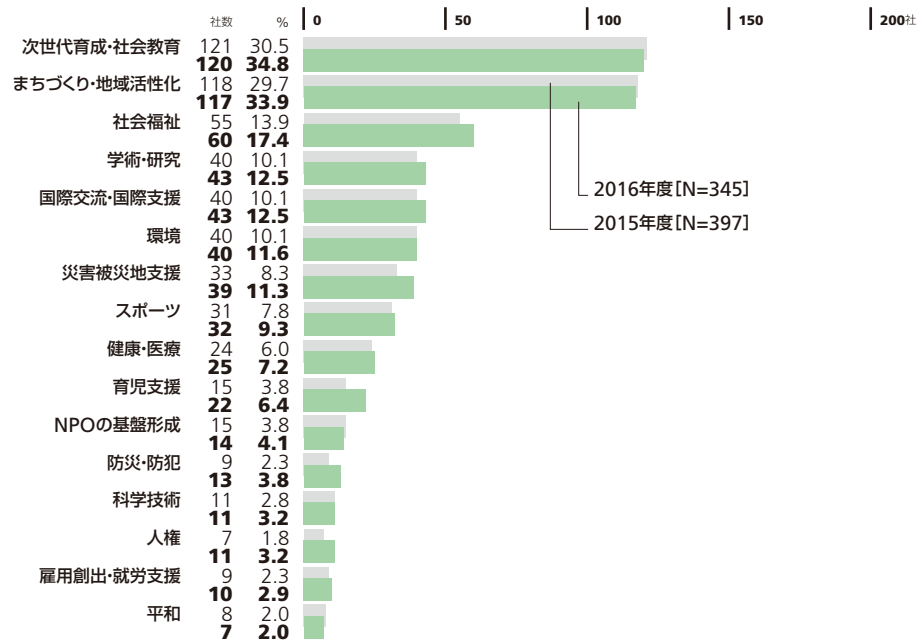
取り組みの目的 [MA]



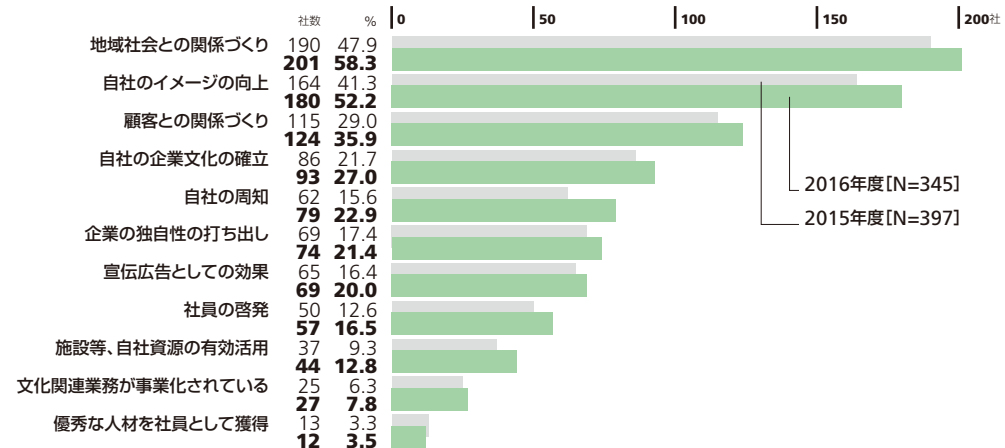
a. 「芸術・文化支援のため」で特に重視した点 [MA]



b. 「芸術・文化による社会課題解決のため」で特に重視した点 [MA]



c. 「社業との関連、企業価値創造のため」で特に重視した点 [MA]





2016年度  
メセナ活動実態調査結果

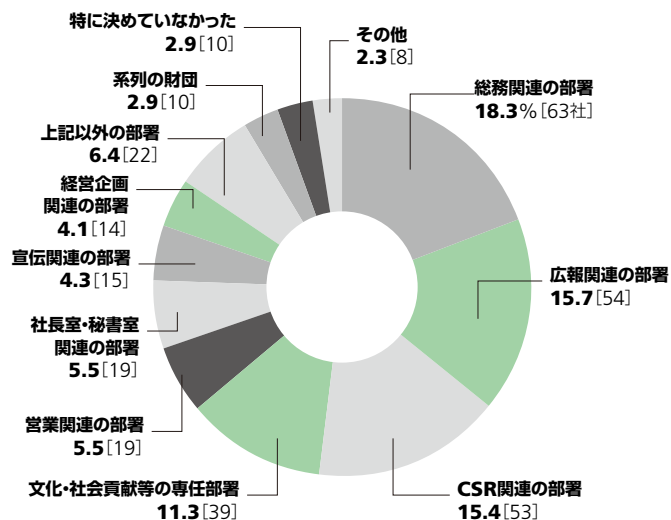
●  
企業のメセナ  
[実施体制・事後評価]

# 2

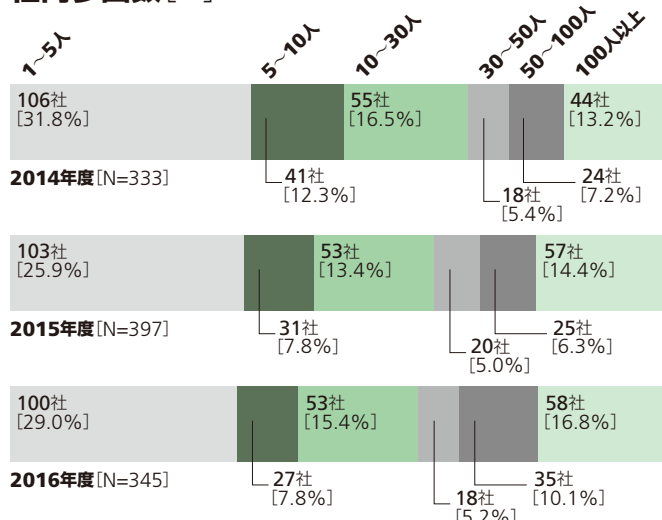
メセナを支える  
社内の仕組み

メセナの担当部署は「総務関連」が最多となり、「地域の窓口」として地域文化助成やお祭りへの協力・参加などを行いながら、「地域との関係づくり」(p.8~9参照)に取り組んでいます。また、「広報関連」「CSR関連」「文化・社会貢献等の専任部署」等、各社の重視するメセナ活動に適した専門部署が事業を担い、社員の巻き込みや事後評価の実施といった工夫を通じて、企業活動の一部としての体制づくりも進んでいます。

## メセナ担当部署 [MA/N=345]

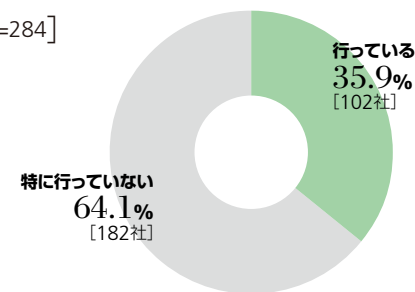


## 社内参画数 [SA]



※ 各年とも無回答・不明を除きグラフを作成

## 事後評価の有無 [SA/N=284]



## 事後評価の観点 [MA/N=102]



## 具体的な評価方法 (自由回答欄より)

### 参加者・受益者へのアンケート

- 受益者アンケートによるエピソード評価、担当者による自己評価。[化学/東京]
- 主催ワークショップに参加した子どもたちからアンケートと自由感想文を収集。何をどう感じているかや、印象に残ったことを定量的に分析している。[電気製品/兵庫]
- 各参加小学校長へ事後アンケートを送っている。回答率は100%。[サービス/東京]

### 社内外関係者間の協議・評価

- 社内外メンバーによる委員会を設置している。[小売/千葉]
- 公益性、独自性、先進性、拡張性、地域への貢献、パートナーシップ、人づくり、事業活動への寄与、コスト規模などを評価軸として各プロジェクトを評価。詳細をCSRレポート別冊の取り組み事例集で開示している。[保険/東京]
- 若手アーティスト育成のための企画展について、ギャラリー運営委員6名による反省会を毎年実施。議事録を作成し、担当役員に提出している。[情報・通信/愛知]

### 収支コスト

- 企画はコンペ制にし、企画内容とコストの適正化を図っている。[電気製品/東京]
- 来場者一人あたりの単価目標を設定し、運営の効率化を図っている。[その他金融/東京]

### その他

- 助成金交付先の団体等に対し、活動成果などの報告を求めている。[その他金融/福岡]
- 社内レビューの実施と、外部業者から広告換算データを入力し効果測定。[石油・石炭/東京]
- 参加者数、アンケート内容、パブリシティ、SNS等の発信状況、社内反響など。[その他製品/東京]
- 社内でCSR表彰制度を設け、メセナ活動を含めたCSR活動に対しレベルの高い取り組みを表彰している。[建設/東京]

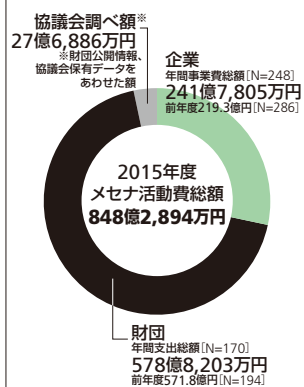
## 2016年度 メセナ活動実態調査結果

### 企業のメセナ [活動事業費]

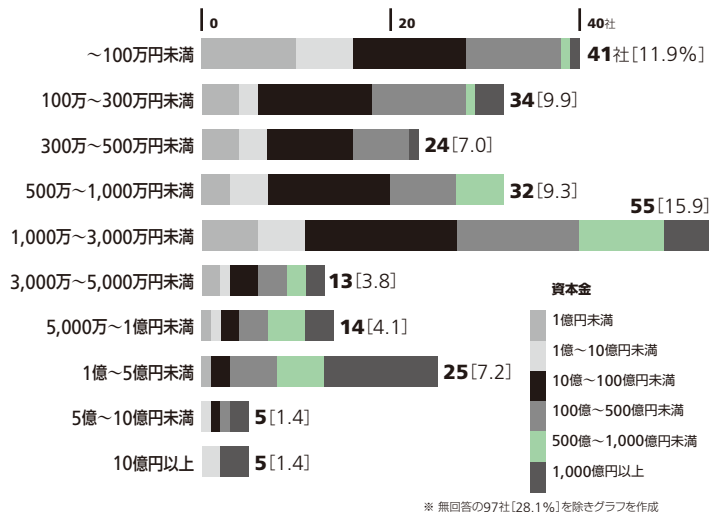
# 3 堅調なメセナ事業費

企業・財団によるメセナ活動費の総額は、引き続き国の文化予算に匹敵する規模になっています。回答数の変化などにより経年比較には注意を要しますが、1社あたりのメセナ事業費が高額であった90年代を経て、2000年代以降の不況下でも地道なメセナ活動は継続され、近年再び企業の平均活動費は増加傾向にあります。資本金別に内訳を見ると、大企業のみならず、中小・中堅企業も大きな存在感を示しています。

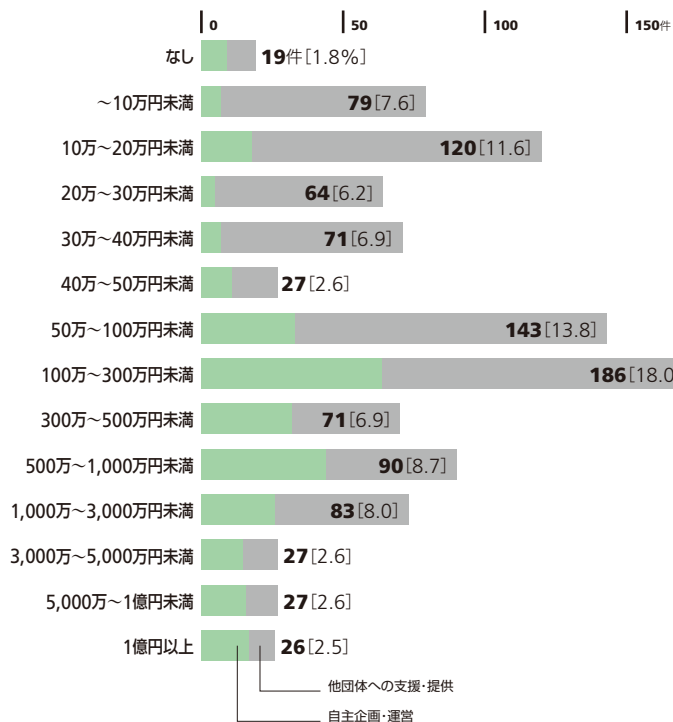
### メセナ活動費総額



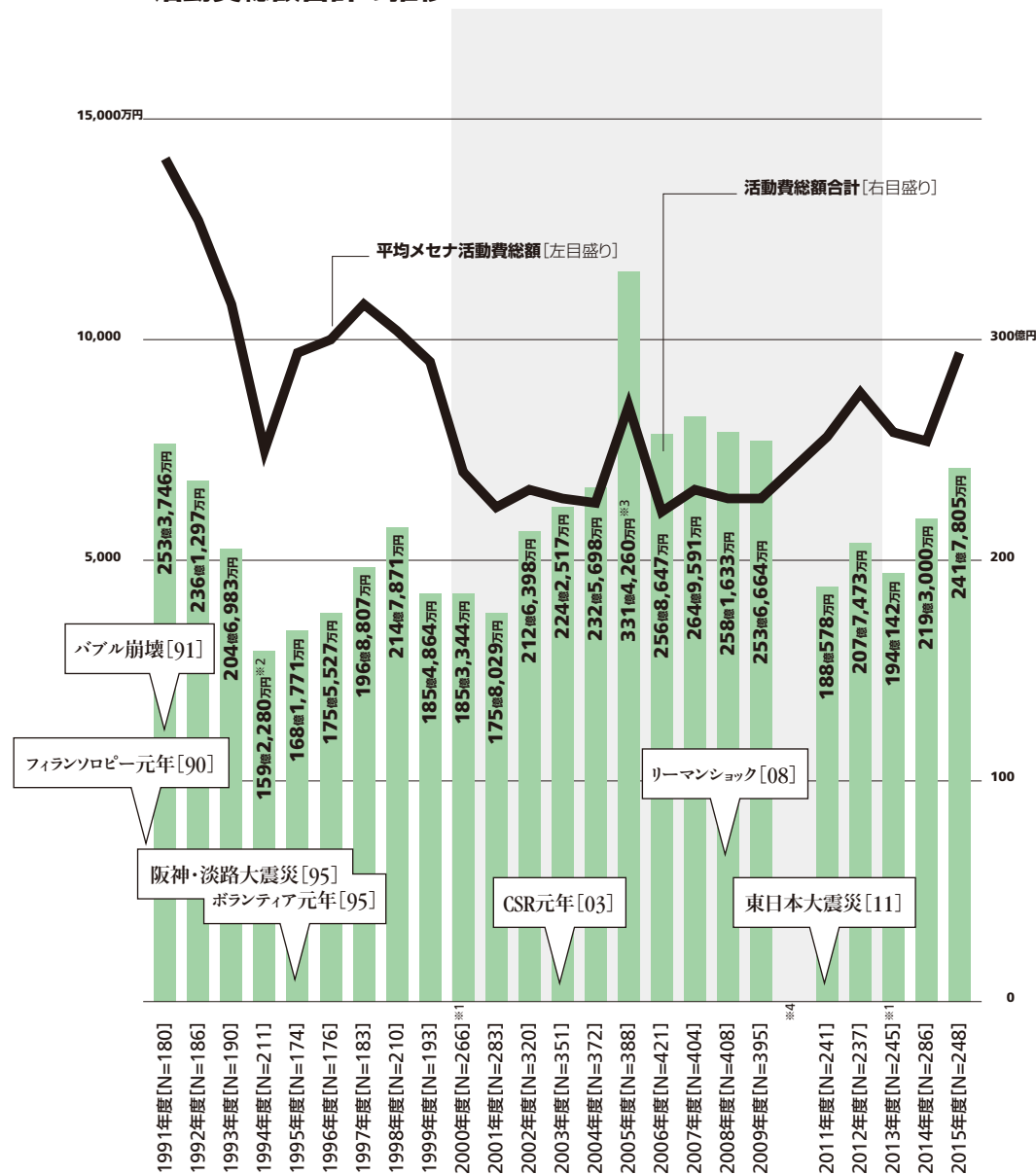
## 企業のメセナ活動費総額 資本金別 [S/N=345]



## 活動1件あたり事業費 [実施件数ベース MAVN=1,033]



## 1社あたりの平均メセナ活動費総額と活動費総額合計の推移



※1. 2001年度、2014年度調査に調査対象母数の大幅な変更を行ったため、データの時系列比較には留意が必要である  
 ※2. 1994年度、回答のあった211社分の1社平均は1億3,868万円。グラフは施設建設費といった単年度費用が不明確なものを除き作成  
 ※3. 2005年度活動費総額が大幅に伸びた主な理由は、回答企業のうち2社から活動費として約100億円が計上されたことによる  
 ※4. 2010年度分は調査未実施

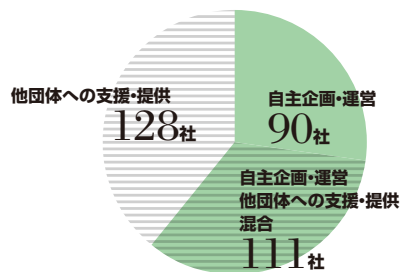
2016年度  
メセナ活動実態調査結果

企業のメセナ  
[実施手法・分野]

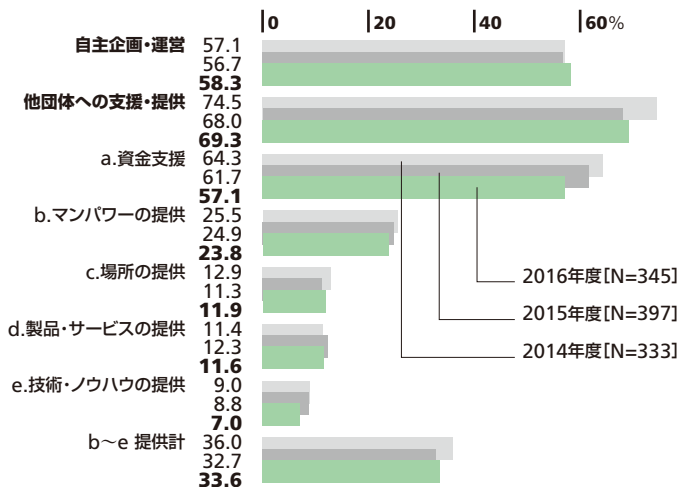
4  
独自性の広がり、  
多様な分野に成果

「自主企画・運営」に取り組む企業は半数を超え、資金以外の資源も活かした各社独自のプログラムが実施されています。  
10年以上続く活動が30%を超えるなど地道な取り組みは各地で実を結び、アーティストや作り手の支援、地域文化振興、次世代育成や災害被災地支援、社員の啓発など、さまざまな成果についてのエピソードが自由回答欄に寄せられています(p.16～17参照)。

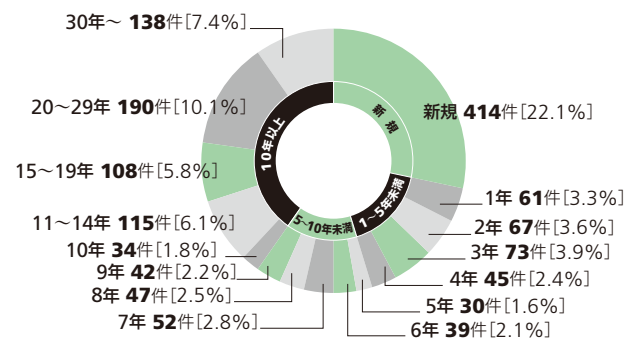
プログラムタイプ [企業数ベース SAVN=329]



プログラム手法の変化 [企業数ベース MA]

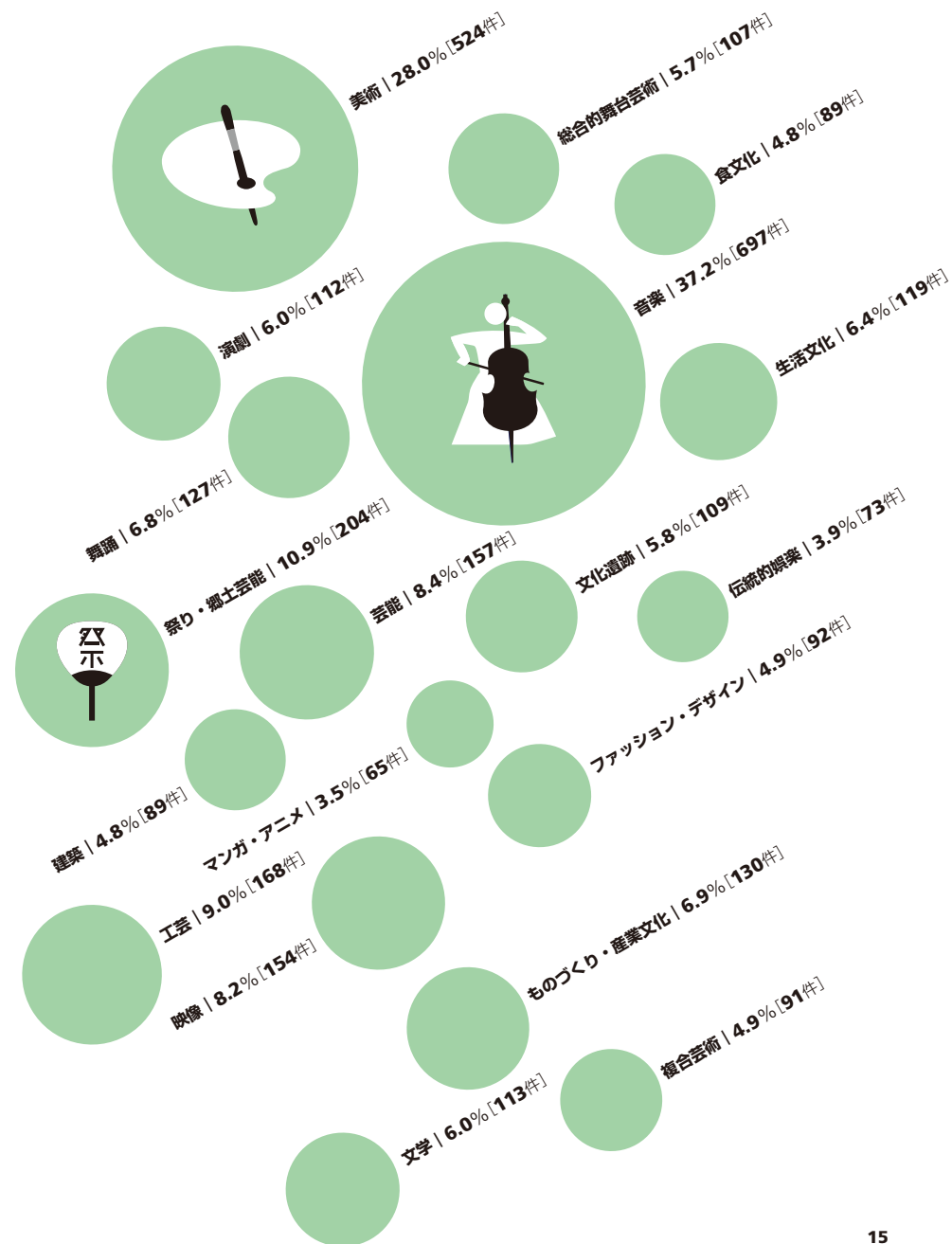


プログラムの継続年数 [実施件数ベース SAVN=1,873]



※ 継続年数不明無回答の418件 [22.3%] を除きグラフを作成

プログラムの実施分野 [実施件数ベース MA/N=1,873]





●  
企業のメセナ



メセナの現場から

## メセナの取り組みによって達成できたことから、 印象に残った出来事(自由回答欄より)

### 芸術家の育成、サポート

- ◎—— 過去12回開催してきた新人工芸作家展のなかから、トップランナーとして活躍する作家を輩出するようになり、その後輩や弟子たちが応募するようになってきた。[繊維製品/大阪]
- ◎—— ギャラリーでの企画展はディレクション力や運営ノウハウが必要とされるが、それに応えられるよう強度の高い展覧会の発信に努めてきた。支援した若手作家が美術館や他施設でチャンスを掴み、芸術大学の多い地元アートシーンで存在感を発している。[食料品/京都]
- ◎—— 10年以上継続して開催している現代アート公募展の歴代受賞者の中から、活動の場を海外に広げて活躍するアーティストが育ちつつある。[サービス/栃木]
- ◎—— 公募展入選者の中から、継続的に表現活動を続け今後の活躍が期待できる作家の個展やグループ展を開催。長期にわたり活動をサポートしている。[サービス/東京]

### 地域文化の振興、地域とのつながり

- ◎—— 地元のお祭りを題材とした写真コンテストを50年継続。応募作品を多く保存していることから、市役所や商工会議所も持っていない、お祭りの「画像記録庫」となっている。[その他金融/広島]
- ◎—— 他地域からの移住者が多い地域で、30年前より「ふるさとづくり」として地域の祭りを主催。成長し地元を離れても祭りの時期に戻り、親・子・孫と楽しめる方が増えている。[不動産/埼玉]
- ◎—— 当地域は住宅都市整備公団の団地があり、アートプロジェクトとして団地の立体壁画が完成。地域の活性化、住居のイメージアップにつながった。[電気・ガス/茨城]
- ◎—— 福岡で運営する商業施設内のギャラリーで、地元作家の掘り起しや地元コーディネーターとの共同企画を実現するシリーズをスタート。“いま、ここで紹介すべき作家”を吟味し、地域で生まれた表現に出会える場を育て、地域を見つめる多様な視点の創出と、対話の深化を目指している。[不動産/東京]
- ◎—— 社屋ロビーでのコンサートを継続して実施。近隣の住民の皆さまに、少しずつメセナ活動への取り組みが知られてきているのではないかと思います。[その他製品/東京]
- ◎—— 地元エリアの活性化と魅力向上のため、文化芸術活動助成を4年実施。関連するワークショップを地元小学校が通常の授業として行って下さるようになったことは成果の一つ。[金属製品/愛知]

### 次世代育成、学生とのプロジェクト

- ◎—— 「小学校向け狂言鑑賞教室」を始めてから8年。参加した学校の子どもたちを牽引してきた先生方、校長先生の多くが、転勤先の学校でも同様の授業を計画し実施するなど、教育現場での波及効果が大きく感じられ、うれしく思っている。[サービス/東京]
- ◎—— 建築コンペを通じて学生から集まる提案は、既存の枠組みにとらわれない自由な発想で、とても幅広くおもしろいアイデアを聞くことができます。[不動産/東京]

### 社業の活用、社業への還元

- ◎—— 社の技術を活かし、海外の国立美術館と作品鑑賞システムを協働開発。同館の常設展示フロアに導入された。[その他製品/東京]
- ◎—— 美術作家を対象とする主催スカラシップ制度で、作品材料として自社製品を供給。美術作家コミュニティへのイメージ向上、受給者からの質の高いフィードバックが得られる。[化学/大阪]
- ◎—— ものをつくり販売する背景に企業としての文化的な価値観を打ち出すことで、お客さまはより納得し目を輝かせて喜んでくださる。メセナに取り組んでから少し客層がかわってきたような気もします。[食料品/青森]
- ◎—— 10年間の経験をもとに、アートと本業を結びつけるプロジェクトを開始。元社宅をアーティスト・クリエイターが改装し一般向けに賃貸する取り組みで、新たな賃貸住宅の在り方として注目を集めエリア外からの転入者が入居。メセナ活動によって培われた経験・ネットワークを本業へフィードバックできる可能性を実感できた。[不動産/大阪]

### メセナ活動への社員の参加、工夫

- ◎—— 国内外グループ会社も含めて毎年1万人以上の職員で展開しているボランティアデーを通じた取り組みによって、地域市民と職員、NGOの方々の連携、職員間の一体感の醸成、CSRの浸透に繋がった。[保険/東京]
- ◎—— 他部署も巻き込んだ活動の中で、社員が自分なりの参画意義を見い出し、自発的な行動となってプロジェクトを推進している。メンバー一人ひとりが、「自分自身のプロジェクト」と意識し行動することが、活動の質の担保と継続性に強く寄与している。[電気製品/兵庫]
- ◎—— 本社近郊の300件ポスティング、地元新聞の広告掲載、地元メディアによる告知、市内飲食店にポスター掲示等、地道な作業を数年にわたり続けました。「友の会」を設立し、当初50名位であった会員は、今では450名を超えるまでに成長。「継続は力なり」を実践したと、社内の良い事例として語り継がれています。[食料品/群馬]

### 災害被災地での取り組み

- ◎—— 東北被災地でまちづくり基金を設立。まちづくりリーダーに必要な視点や知見を学ぶ講座や、復興の推進に向けて地域資源の掘り起こし方を学ぶ講座を開催している。[建設/東京]
- ◎—— 震災以降支援してきた現地まちづくりクラブが地元や行政と話し合い生まれたアイデアが実現し、子どもたちのための図書館・ふれあいセンターが竣工。建設費を全額支援した。[食料品/大阪]
- ◎—— 自社コンサート事業の一環として、福島の子供や地元合唱団で編成されたアマオケ連盟を結成。300名以上が本番にむけて練習を重ねた。震災直後からの現地での支援と、30年以上継続し年輪を重ねてきた活動だからこそできたことだと実感。[輸送用機器/愛知]
- ◎—— 運営ギャラリーに関わる102名の作家と、主催公募展を経た作家75名がボランティアでマフラー・ブランケットのデザインを製作し、福島のニットメーカーで製造。展示・販売した収益金は、東北の子どもたちのために寄付を行った。[サービス/東京]

### 海外での取り組み

- ◎—— 海外大学での和菓子のシンポジウムに参加。展示・実演を行った。[食料品/東京]
- ◎—— 英国で日本語や伝統舞踊を学ぶための支援や、1,000ポンド相当の日本の昔話の本を各家庭に贈呈。[その他金融/東京]
- ◎—— 次世代フォトドキュメンタリーの作家育成として、半年間におよぶ海外フィールドワークを支援し続けている。[精密機器/東京]
- ◎—— 日本でのメセナ活動をレポートし翻訳した。海外パートナーシップづくりのため、海外でプレゼンテーションやデモを実施し、パートナー契約につながった。[サービス/東京]

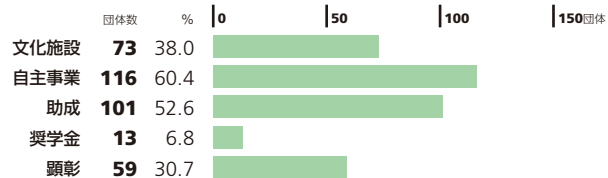
2016年度  
メセナ活動実態調査結果

企業財団のメセナ

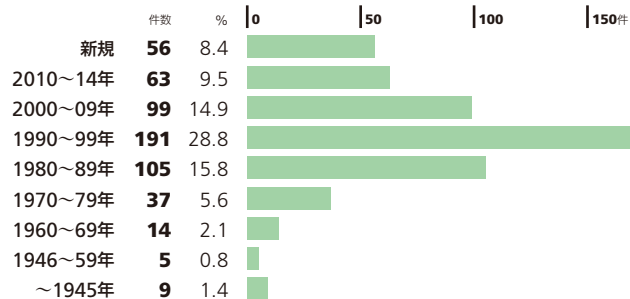
5  
各地の  
芸術・文化基盤を  
支える企業財団

企業財団の活動内容は主に事業型、助成型の2タイプ(またはその混合型)にわかれます。活動開始年にも見られるように、全国各地で継続性高く、大小さまざまな事業が行われています。「芸術・文化の調査・研究」や「文化財等の発掘・保存・修復」などの分野においても、長期的な視野のもと高度な専門性を活かし、各地の芸術・文化基盤を支えています。

プログラムタイプ [団体数ベース MA/N=192]

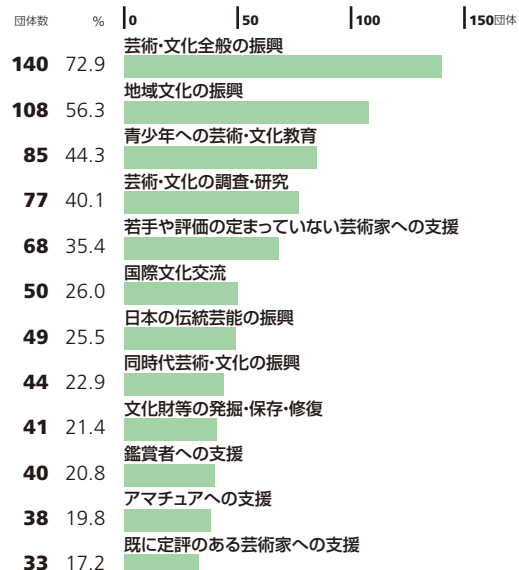


活動の開始年度 [実施件数ベース SA/N=663]

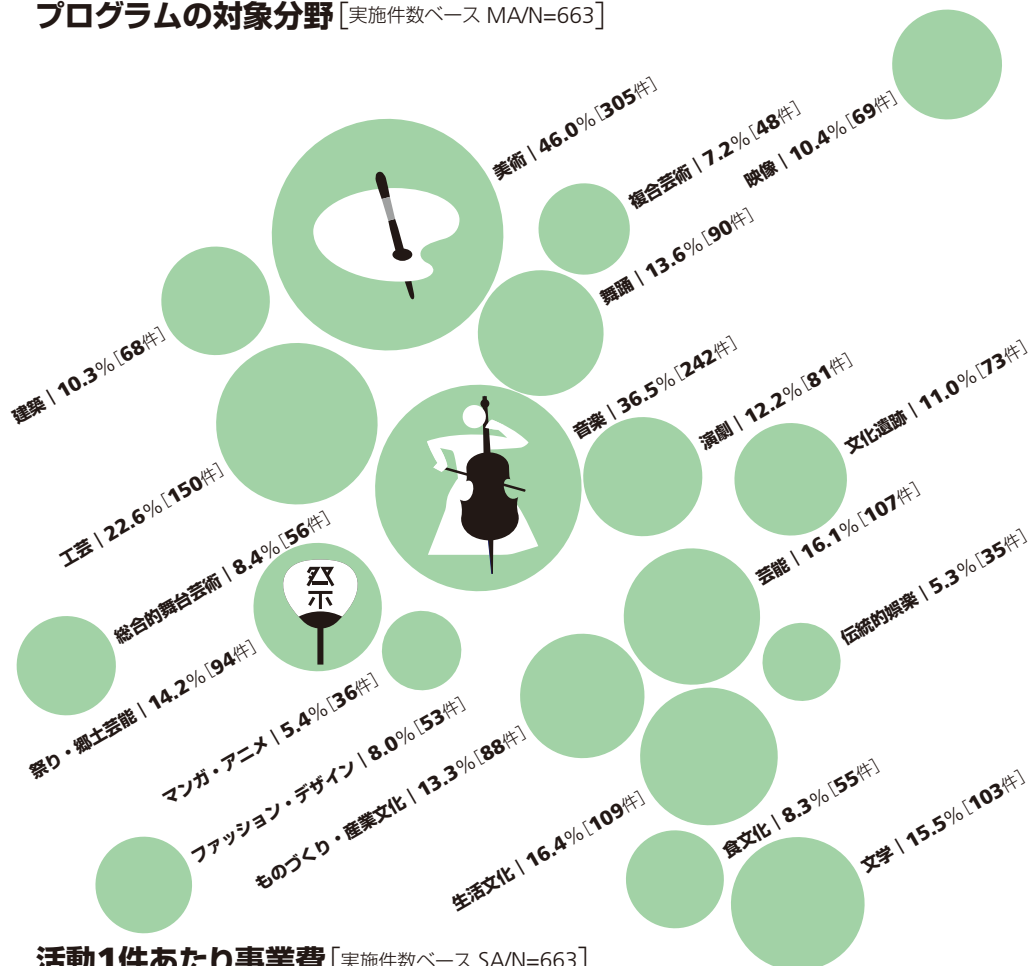


※ 無回答の84件[12.7%]を除きグラフを作成

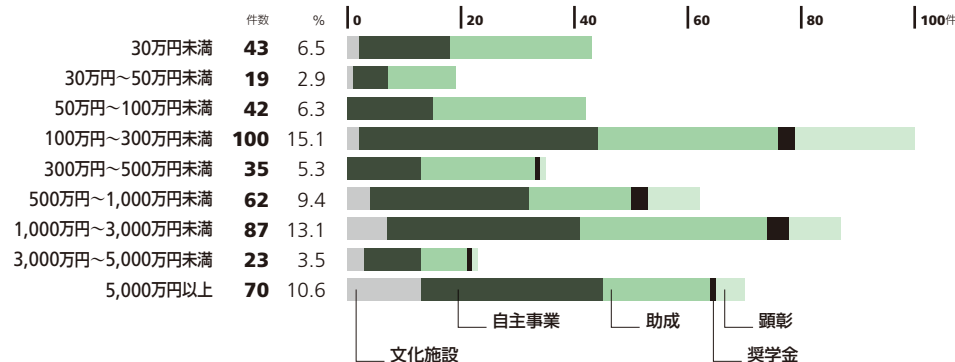
事業の実施目的 [MA/N=192]



プログラムの対象分野 [実施件数ベース MA/N=663]



活動1件あたり事業費 [実施件数ベース SA/N=663]



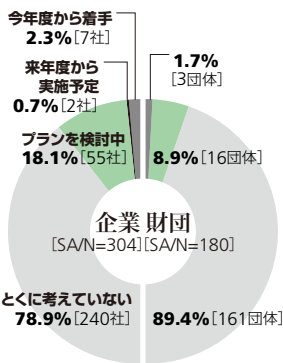
※ 無回答の182件[27.5%]を除きグラフを作成

時事設問

# 6

## 2020年に向けた文化プログラムの実施について

昨年に引き続き2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催を契機とした文化プログラムの実施についてたずねたところ、計83社・団体から前向きな回答が得られました。アンケートに寄せられた各社・団体の検討内容をご紹介します。



## おもな検討内容 (自由回答欄より)

### 企業

- ◎—— メインスタジアムのおひざもととして、社員や地域の方向けの「おもてなし講座」を開催。近隣企業も招き、各国言語の会話や文化の勉強会などを5回実施した。[情報・通信／東京]
- ◎—— 自社文化施設の開館20周年記念事業にあたり、2020年を視野に日本文化の多彩な魅力を毎年紹介していくシリーズを開催予定。[サービス／東京]
- ◎—— 主催しているものづくり大会のオリンピック・ワールドカップを開催予定。各国の技術力の向上を図り、国際交流の機会となるイベントとしたい。[サービス／神奈川]
- ◎—— 社員オーケストラや合唱団、音楽・演劇活動を続けるスタッフ、障がい者のアーティストなど、すでに多くの社員が取り組む活動をどのように結びつけていくか検討したい。[サービス／東京]
- ◎—— 障がい者自立推進団体が主催するアートコンテストに賛同し、トップスポンサーとして支援。2020年までスポーツ団体とのコラボレーションを開催予定。[保険／東京]
- ◎—— 芸術系大学のコンソーシアムが検討しているプログラムをサポート予定。[その他製品／東京]
- ◎—— 既存のメセナ事業を継続的に実施することを主眼に、その枠組みの中で組織委員会や国の動きを確認しながら、企画内容を検討していく。[輸送用機器／愛知]

### 財団

- ◎—— 外国人向けに日本美術史や伝統的な素材・技法の講座、日本画ワークショップを企画中。[東京]
- ◎—— 海外の方に興味を持っていただける企画展、WEBやスタッフによる英語での発信を増やす。[岡山]
- ◎—— 財団設立以来行ってきた文化財修復助成の代表事例を展示紹介し、外国人観光客に向けて日本の文化財と保護活動をアピール。定期的に各所で展示できるような継続性を目指したい。[東京]
- ◎—— 金メダルをテーマにした、地元産業連盟主催の子どもデザインコンクールを共催。区の保育園児・幼稚園児および小学生を対象に、地元企業の協力を得て毎年実施している。[東京]

## 企業メセナ協議会



### その他の調査研究

企業メセナ協議会では「メセナ活動実態調査」のほか、メセナに関するさまざまな調査研究に取り組んでいます。

#### 「メセナ・アソシエイト」による事例研究

<http://www.mecenate.or.jp/ja/introduction/research/post/2/>

協議会が毎年公募する外部若手研究員「メセナ・アソシエイト」との協働事業。「メセナ活動実態調査」や協議会ライブラリ資料の読み解き、企業メセナ担当者への取材をもとに、メセナの質的側面を掘り下げる事例研究に取り組んでいます。研究員各自の専門性を活かしたアソシエイトレポートは、協議会ウェブサイトにて公開し、事務局での公開ミニ報告会も実施しています。

#### 2014年度(第一期)研究レポート

- 澤谷夏樹 「『アート』は玄関に響く——ロビーコンサート四態」
- 宮本典子 「美術体験を広げ、深めるさまざまなメセナ活動」
- 宮本祐輔 「企業メセナ活動における『企業としての経営効果』についての考察」
- 西島 綾 「米国の民間企業による経済危機以降の芸術文化支援の動向」

#### 2015年度(第二期)研究レポート

- 澤谷夏樹 「顕彰・コンクール事業の現在——選考方法と事後支援策」
  - 鈴木紗綾子 「ソーシャルインクルージョン系プロジェクトのベンチマーク調査およびプロジェクト実施による知見の社内資産化に関する評価」
  - 高島知佐子 「中規模企業におけるメセナ活動の意義と継続性」
- 2016年度(第三期)メセナ・アソシエイトレポートは2017年6月ごろ公開予定です。

#### メセナに関する海外調査

<http://www.mecenate.or.jp/ja/introduction/research/post/international/>

2015年より、諸外国における民間の芸術・文化振興の動向を探り、参考となる事例を得るため、ネットワークのある各国機関への視察・ヒアリング調査を実施しています。海外では1950年代に旧西ドイツで企業メセナを推進する組織が生まれ、1960年代後半にはアメリカ、70年代はカナダ、80年代には欧州に数多くの組織が設立。90年代には日本、韓国、その他アジア諸国、南アフリカ等でも誕生しました。現在、世界各国に20あまり存在するメセナ関係機関の一覧は、協議会ウェブサイト「世界のメセナ」ページでもご覧いただけます。

#### これまでの視察レポート

- 2016年度 オーストラリア(メルボルン)  
マレーシア(クアラルンプール | ベナン)  
インドネシア(ジャカルタ)
- 2015年度 ドイツ(フランクフルト | ベルリン)  
フランス(パリ | ナント)

#### 「世界のメセナ」:

<http://www.mecenate.or.jp/ja/introduction/post/link/>

## 公益社団法人企業メセナ協議会 会員一覧 [2017年3月8日現在:五十音順]

企業メセナ協議会は下記の会員の参加を得て運営しています。

正会員 [138社・団体]	
[特非]アートネットワークジャパン	住友生命保険[相]
[株]I&S BDDO	積水化学工業[株]
[株]IHIエスキューブ	[公財]セゾン文化財団
[株]AOI Pro.	全日本空輸[株]
朝倉不動産[株]	ソニー[株]
[株]アサツー ディ・ケイ	損害保険ジャパン日本興亜[株]
アサヒグループホールディングス[株]	大正製薬[株]
[株]朝日広告社	大成建設[株]
[株]朝日新聞社	第一生命保険[株]
朝日放送[株]	ダイキン工業[株]
[株]板室観光ホテル大黒屋	大日本印刷[株]
一帆会・昭和電工グループ	[株]大和証券グループ本社
[株]NHKエデュケーショナル	大和ハウス工業[株]
[株]NHKエンタープライズ	[株]竹中工務店
[株]NHKプロモーション	[株]チシマエンタープライズ
大阪ガス[株]	千島土地[株]
[株]大塚商会	中外製薬[株]
[株]大林組	TOA日本放送[株]
[株]沖縄タイムス社	TOA[株]
[株]オンワードホールディングス	DIC[株]
花王[株]	テルモ[株]
鹿島建設[株]	[株]テレビ朝日
カトーレック[株]	[株]テレビ東京
関西電力[株]	[株]電通
キャコマン[株]	東京急行電鉄[株]
キャノン[株]	[株]東京国際フォーラム
京セラ[株]	東京電力ホールディングス[株]
グリー[株]	[株]東京ドーム
[株]クレディセゾン	[株]東京放送ホールディングス
[株]幻冬舎	[株]東芝
[株]講談社	東燃ゼネラル石油[株]
[株]光文社	[株]東北新社
コスモエネルギー	[株]東横イン
ホールディングス[株]	凸版印刷[株]
[株]サイバーエージェント	トヨタ自動車[株]
[株]産業経済新聞社	中村ブレイス[株]
サントリーホールディングス[株]	日清食品ホールディングス[株]
三和酒類[株]	日本テレビ放送網[株]
しずおか信用金庫	日本電気[株]
[株]資生堂	[株]ニッポン放送
清水建設[株]	日本オラクル[株]
[株]集英社	[株]日本経済新聞社
[株]小学館	[株]日本広告社
[株]新潮社	日本生命保険[相]
新日鐵住金[株]	日本たばこ産業[株]
GMOインターネット[株]	[株]ネクシィーズグループ
[株]ジェイティービー	野村ホールディングス[株]

準会員 [33社・団体]	
EU・ジャパンフェスト日本委員会	[株]白寿科学研究所
茨城県	[株]博報堂
[公財]いづさきちひろ記念事業団	[株]長谷工コーポレーション
[公財]神奈川芸術文化財団	[株]パナソニック
[公財]金谷美術館	[株]原田
[有]カノン工房	[株]パルコ
[公財]関西・大阪21世紀協会	東日本電信電話[株]
[公社]企業メセナ群馬	東日本旅客鉄道[株]
京都商工会議所	久光製薬[株]
京都造形芸術大学	[株]日立製作所
[公財]京都服飾文化研究財団	[株]ファーストリテイリング
劇団四季	[株]フェリスモ
[公財]公益法人協会	富士ゼロックス[株]
[公財]埼玉県芸術文化振興財団	[株]フジタ
佐賀県企業メセナ協議会	富士通[株]
[株]シアターワークスショップ	[株]フジテレビジョン
昭和音楽大学舞台芸術政策研究所	富士フィルム[株]
[公財]新国立劇場運営財団	[株]ブルボン
[公財]墨田区文化振興財団	フルームバークエルビー
[公財]せたがや文化財団	[株]ベネッセホールディングス
[公財]たましん地域文化財団	[株]ベネフィット・ワン
出稼会計事務所	[株]ホテルオークラ東京
東京都写真美術館	[株]毎日新聞社
東京都生活文化局文化振興部	[株]マガジンハウス
[公財]東京都歴史文化財団	[株]みずほフィナンシャルグループ
[株]ニッセイ基礎研究所	三井住友海上火災保険[株]
[公財]日本芸能実演家団体協議会	[株]三井住友銀行
[公財]八十二文化財団	三井不動産[株]
[株]マザーズ	[株]東芝
水と土の芸術祭2015実行委員会	明治安田生命保険[相]
[公財]水戸市芸術振興財団	ヤマトホールディングス[株]
[公財]山口市文化振興財団	油機エンジニアリング[株]
[公財]横浜市芸術文化振興財団	[株]吉野工業所
	[株]読売新聞東京本社
	LINE[株]
	楽天[株]
	[株]リクルートホールディングス
	[株]リン・教育
	[株]琉球銀行
	[株]琉球新報社
	ローム[株]
	六花亭製菓[株]
	[株]ワコールホールディングス
	中坪功雄
	古竹孝一
	石井康之
	江上節子
	江幡 淳
	扇谷 勉
	太下義之
	尾崎元規
	加藤種男
	最首孝之
	迫田時雄
	笹島康弘
	白神しのぶ
	添石幸伸
	巽 知代
	塚本真由
	永井伸和
	野見山 亨
	福川伸次
	横井奏子
	横山利夫

### 個人会員 [26名]

※氏名公開可の方のみ掲載

飯島 健	石井康之	一花裕一
岩田武司	江上節子	江幡 淳
扇谷 勉	太下義之	尾崎元規
加藤種男	最首孝之	迫田時雄
笹島康弘	白神しのぶ	添石幸伸
[株]ワコールホールディングス	塚本真由	永井伸和
中坪功雄	野見山 亨	福川伸次
古竹孝一	横井奏子	横山利夫

## 2016年度メセナ活動実態調査 [報告書]

# Mécénat Report 2016

2017年3月31日発行

発行人 尾崎元規

編集人 木澤汐音 | 齋藤 望 | 赤熊莉江 | 坂本麻里絵 | 澤田澄子

デザイン NDCグラフィックス

印刷 株式会社明祥



編集・発行 公益社団法人企業メセナ協議会

108-0014 東京都港区芝5-3-2 アイゼンビル8階

Tel.03-5439-4520 | Fax.03-5439-4521

調査の企画・分析は、協議会会員企業の

メセナ担当者を中心に構成する調査研究部会が行っています。

### 2016年度調査研究部会

部会長 吉村真也 | TOA [株]

副部会長 金井 圭 | 損害保険ジャパン日本興亜 [株]

藤原朋子 | トヨタ自動車 [株]

吉本光宏 | [株]ニッセイ基礎研究所

企業メセナ協議会のWEBサイトでは、これまで実施した

各種調査の報告書、資料等を公開しています。

[www.mecénat.or.jp/ja/introduction/research/](http://www.mecénat.or.jp/ja/introduction/research/)



本調査は、「平成28年度次代の文化を創造する

新進芸術家育成事業」として文化庁から委託を受け、

企業メセナ協議会が実施しました。

©企業メセナ協議会

本誌掲載記事の無断転用を禁じます。