



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/



WITHコロナに向かい前進してはいるのですが、昨年度より地域社会の皆様方のコロナ関連の反応や対応が慎重になっているように感じます。

展覧会の開催においては、見てもらいいたいの集客できない。先の状況が見通せない。なのでスケジュール・予算を立てづらい。

コロナ禍のなか自主プログラムのオンライン化を進めています。オンラインではどうしても置き換えがきかないものがあったり、フェイスtoフェイスよりも情報量が落ちてしましますが、コロナ禍の長期化を見越して対応しているところです。

メセナ活動を行う余裕のようなものがなくなってきている。

「集うことができない」が最も苦労していることです。いくらリモートが拡大してもリアルには敵わないなあ、と痛感しています。今後、「いつ頃」・「どのくらいのレベル」でコロナ前に戻れるかを見ながら考えて参ります。

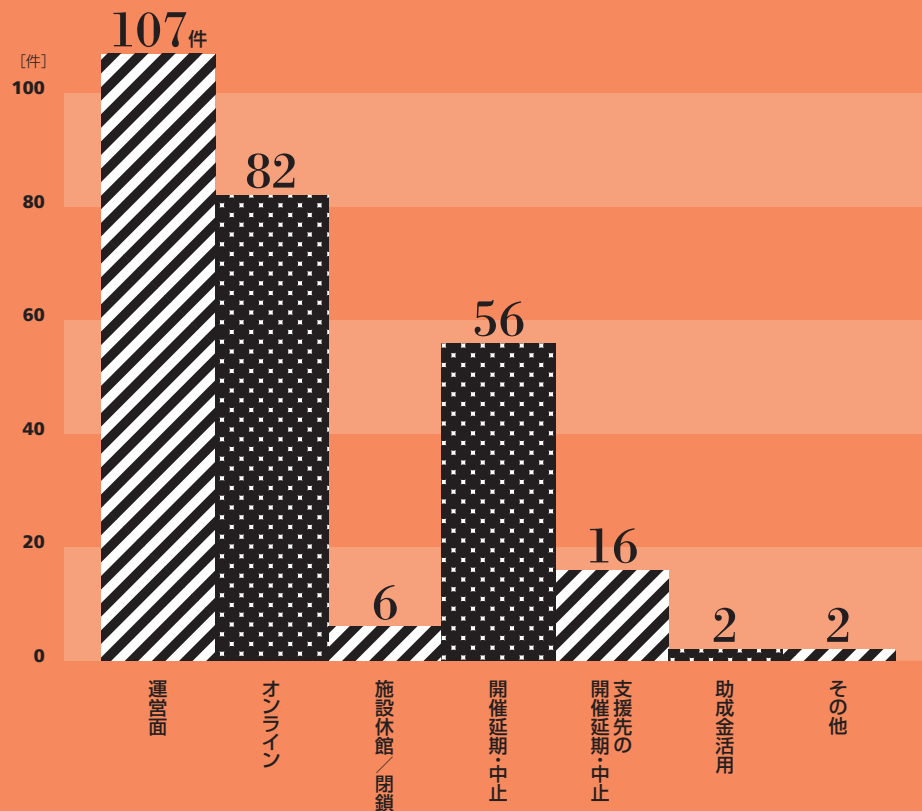
アーティストへの機会提供と、感染対策のための活動制限の間での難しいバランス取り。

感染者数の増減に伴う国や都の発令状況に応じて、急な変更や対応に苦慮いたしております。

コロナ禍でのメセナ活動

2021年度メセナ活動実態調査[報告書]

Mécénat Report 2021



新型コロナウイルス感染症について 変更点と現在検討中の事項[企業]

N=186

Mécénat Report 2021

目次

事例紹介

- 09 ◎月桂冠[株]
◎[株] グランマーブル
- 11 ◎[一財] おおさか創造千島財団
◎[公財] 福武財団
- 14 ◎凸版印刷[株]
- 15 ◎[株] ジーエス・ユアサ
バッテリー
◎[株] ボーラ・オルビス
ホールディングス
- 16 ◎岡山放送[株]
- 24 ◎NHN JAPAN[株]
◎サントリー
ホールディングス[株]
- 25 ◎[株] 東京ソワール
◎[株] 長谷工コーポレーション
- 30 ◎[株] みずほフィナンシャル
グループ
- 37 ◎[公財] 宗桂会

03 はじめに

04 2021年度調査結果に寄せて

メセナ調査 参加することに意義がある よね!

[株]朝日新聞社 CSR推進部 業務推進担当部長

[公社]企業メセナ協議会 調査研究部会 上坂 陽次郎

06 回答企業 | 財団プロフィール

08 時事設問……………新型コロナウイルス感染症について

12 1 | 取り組みの目的・重視点

16 2 | メセナ担当部署

17 3 | 社員参画

18 4 | メセナ活動の基本方針

20 5 | 事後評価・活動の成果

23 6 | メセナ活動内容

28 7 | 活動事業費

30 8 | 予算策定方法

31 時事設問……………東京オリンピック・パラリンピック2020
文化プログラムの実施について

32 9 | 財団の回答分析

- ① プログラムタイプ ② 事業目的・重視点 ③ 事後評価
④ 事業分野 ⑤ 活動1件あたりの事業費

36 その他事例紹介 | 協議会アソシエイト

37 その他事例紹介 | メセナアソシエイト

38 [公社]企業メセナ協議会 会員一覧

はじめに

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。

2021年度調査でも前年度から続くコロナ禍のメセナ活動について時事設問で取り上げました。中止や延期となる活動もある中、前年の経験を活かし様々な工夫をこらしながら活動を継続している姿が浮かびあがります。活動内容については、近年の傾向同様に取り組み目的に「地域」を重視する回答が多く、「SDGs」の割合が伸びています。活動の成果でも地域社会や自社ブランド、社内へのポジティブな効果をあげる回答が増えています。

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

調査概要 ●調査内容：2020年度(2020年4月～2021年3月)のメセナ活動実施状況、実施内容、体制等 ※本調査でいう「メセナ活動」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/施設等の運営/顕彰やコンクール/次世代人材育成/ワークショップ等/資金支援(芸術文化の振興に資する活動への協賛・寄付)/人的・物的支援/ノウハウや場の提供/まちづくり・地域の伝統的祭事・被災地支援等で芸術文化の要素を含むプログラム など ●調査対象：日本国内企業2,085社〔直近5年間にメセナ活動実態調査(対象:全上場企業、非上場売上高上位企業、企業メセナ協議会会員企業、当協議会顕彰事業「メセナアワード」応募企業等)への回答企業〕、日本国内企業財団300団体 ●調査方法：郵送およびメセナ活動実態調査ウェブサイトシステム等によるアンケート調査 ●アンケート実施期間：2021年7月～9月 ●回答企業数：503社 ●回答財団数：186団体

凡例 ●経年比較は、各年度により回答母数に差があるため、全て比率での比較を行った。・特に年度の記載がない表は、2021年度の調査結果である。●表タイトルの0000年という記載は調査を実施した年を表している。「メセナ活動実態調査」では、前年度の活動実績についてアンケート調査を行っているため、2021年度の調査は2020年度の活動実績についての結果データである。●比率は全て百分率(%)で表し、小数点以下2位を四捨五入して算出した。したがって、合計が100%を上下する場合もある。●「複数回答可」の設問は、[MA]と表記した。●表は「無回答」を除き作成している。

参考：過去のメセナ活動実態調査結果 https://www.mecenat.or.jp/ja/research_top/research_top



2021年度 調査結果に寄せて

メセナ調査 参加することに意義がある よね!

[株]朝日新聞社 CSR推進部 業務推進担当部長

[公社]企業メセナ協議会 調査研究部会

上坂 陽次郎

冒頭、私事で恐縮だが、退社を機に「企業メセナ」担当を離れる。ではあるが、調査研究部会長NEC森実尚子さんのご異動にあたり、ピンチヒッターとして調査を振り返る。

この2年ほとんどすべて、新型コロナウイルス感染症(COVID-19、以下「コロナ」)に振り回された。「普通の日常」が当たり前でなく、実に尊いものであったか身に染みた。未だコロナの渦中にあるが、この調査は1年通して「コロナ」の影響を免れなかった2020年4月～2021年3月の結果であることをまず押さえておきたい。

企業メセナ協議会発足以来30年、いくつかの大きなエポックはあった。バブルの崩壊と景気低迷、阪神・淡路大震災、米同時多発テロにリーマンショック、東日本大震災等々。その都度、社会的に大きなダメージがあったが、それなりに変化に対応、工夫を凝らしてメセナは発展、成長してきた。連綿と続くこの調査で裏付けられている。しかし、今回の「コロナ」ほど、文化芸術活動に著しいダメージを与えたものはなかったように思う。動けない、集えない、この不自由さ。一時的では無い、地球規模で長期にわたって制約を強いられる不自由さは、先の大戦を除き100年前のスペイン風邪をも凌ぐものではなかろうか。一方、文化芸術が「不要不急」ではないことを、生きていくうえで不可欠な分野であることを、改めて知る機会にもなった。

調査に戻る。活動総額を見る。214億3千万円強で前回比約6千万円弱の増加。えっコロナの影響は!?と思うだろう。当たり。p29※5注釈に記されているが、昨年、未回答であったが回答頂いた企業の中に100億円を超える活動があった。無論有り難いし責任など有りはしない。そのうえで回答企業の出入りもあるし単純に差し引くことに違和感はあるが、差引総額は少なくとも114億円程度、前回対比53%強になる。これが「コロナ」におけるメセナの実態に近いものではなかろうか。実際、弊社の活動費は前回対比47%ほどであった。様々な努力を重ね何とかして活動を続けようとしたが、これがリアルだ。

もうひとつ気になることがある。調査の規模と都道府県別の偏りだ。最初の1990年度を調査した対象企業は2440社(回答数は351社、回答率14.4%)で今回が2085社(回答数503

社、同24.1%)。▲355社だからそれほど変わっていない。しかし全国の上場企業は4千社弱であるから、調査対象は数字として半分ほど。「メセナ」に上場も非上場もないが、上場企業数は全国の企業数358.9万社の0.1%、「大企業」で仕分けすると1.1万社で0.3%。一方、「中規模企業」にして53万社もある(中小企業白書2021年版)。調査対象数が少ないのは直近5年の回答企業を中心に絞り込んでいるに他ならないが、「お前が言うな」ではあるが、なんだか物足りない。

都道府県の回答企業数は東京が194で全体の約4割。回答企業数が0の県が3(青森・秋田・長崎)、1が5県(三重・和歌山・鳥取・高知・宮崎)、2が6県(岩手・福島・茨城・奈良・山口・鹿児島)と、偏りがある。ともに増えれば増えたで調査依頼、集計作業が大変になるが、調査対象数を上げていく努力は、それはそれで必要ではないかと思う。調査依頼は「メセナ」を知っていただく絶好の機会となるのは自明の理であるのだから。最後に謎かけをひとつ!「メセナ調査」とかけて、何と解く?「オリンピック」と解く。そのころは!?「参加することに意義がある」。

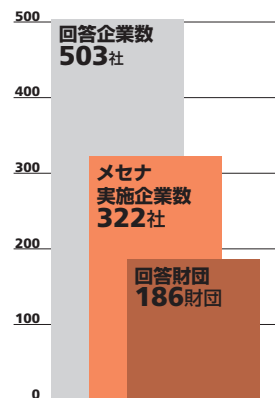
企業財団はさることながら、少しでも多くの企業にお声掛けできれば精度も上がるし参考にもなる。後段の調査結果をご覧ください。ご理解ご協力に多謝しつつ、おあとがよろしいようで!



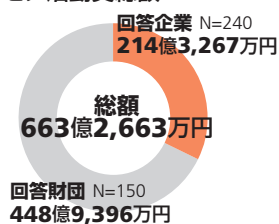
うえさか・ようじろう

1984年入社。販売局でASA担当を経て宣伝部門に12年、電子電波メディア本部、グループ戦略本部でテレビ・ラジオなど電波部門でCM出稿やローカルTV局非常勤取締役等務める。グループ財務部で連結決算業務等を経て2011年にCSR推進部へ。その間こどもの国協会(上皇・上皇后陛下ご成婚記念で1965年に開園した自然遊園地「こどもの国」)に6年間出向し、2019年に帰任、現在に至る。

回答企業 | 財団 プロフィール

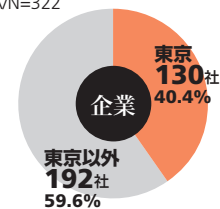


メセナ活動費総額



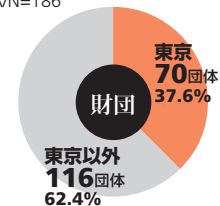
メセナ実施企業〔所在地〕

SA/N=322



財団〔所在地〕

SA/N=186



回答企業・財団の所在地

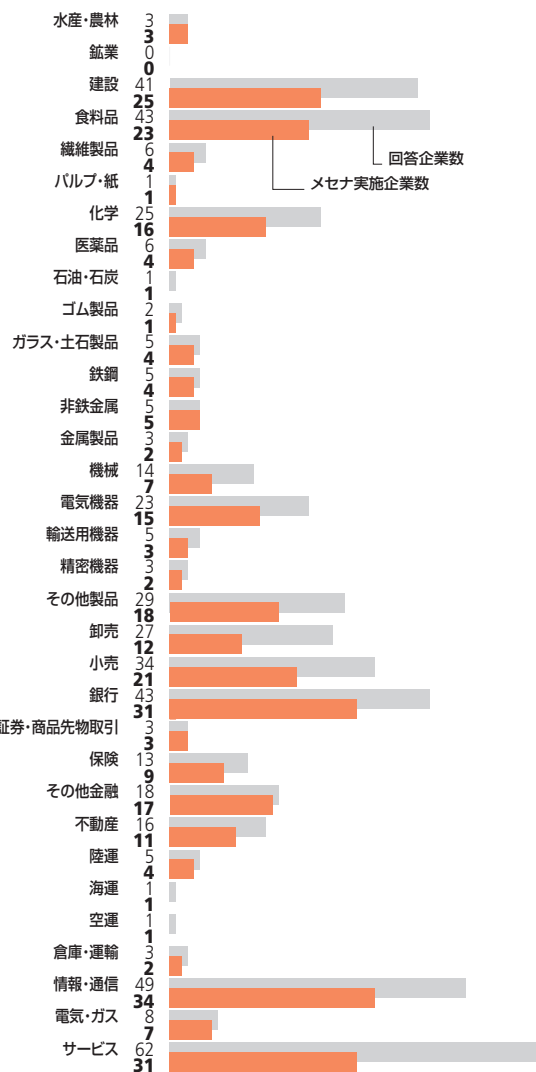
企業 N=503 | 財団 N=186

	回答企業数	メセナ実施企業数	回答財団数
北海道	15	12	7
青森県	0	0	1
岩手県	2	1	0
宮城県	4	1	2
秋田県	0	0	0
山形県	4	2	3
福島県	2	0	2
茨城県	2	0	2
栃木県	3	2	0
群馬県	5	5	1
埼玉県	6	3	0
千葉県	9	4	1
東京都	194	130	70
神奈川県	16	8	3
山梨県	3	3	1
長野県	7	5	3
新潟県	8	5	4
富山県	3	3	1
石川県	4	3	2
福井県	3	1	2
岐阜県	11	5	6
静岡県	6	5	4
愛知県	29	17	7
三重県	1	0	2
滋賀県	3	0	0
京都府	15	11	5
大阪府	41	32	8
兵庫県	22	9	11
奈良県	2	1	3
和歌山県	1	0	1
鳥取県	1	1	0
島根県	3	0	1
岡山県	5	4	7
広島県	14	8	5
山口県	2	0	3
徳島県	4	2	1
香川県	6	5	5
愛媛県	5	4	1
高知県	1	1	0
福岡県	13	9	4
佐賀県	8	3	1
長崎県	0	0	0
熊本県	4	3	0
大分県	8	6	1
宮崎県	1	1	1
鹿児島県	2	2	3
沖縄県	5	5	1
計	503	322	186

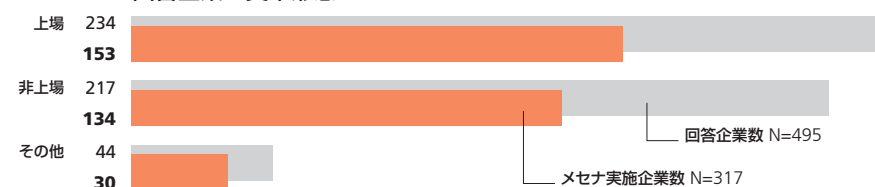
回答企業の業種

回答企業:N=503

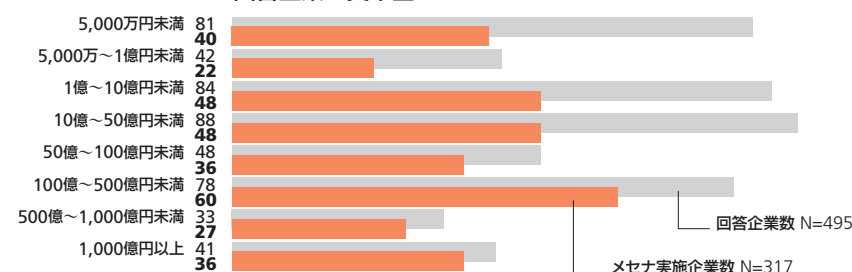
メセナ実施企業:N=322



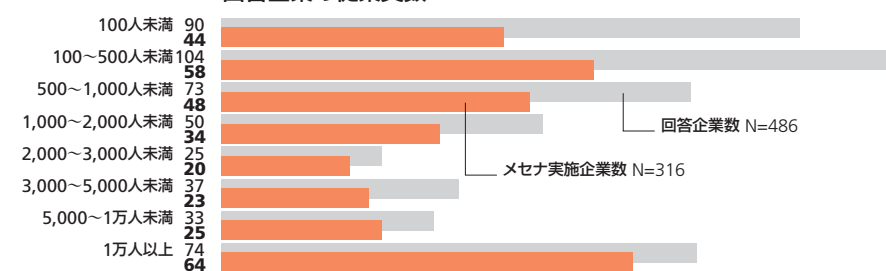
回答企業の資本形態



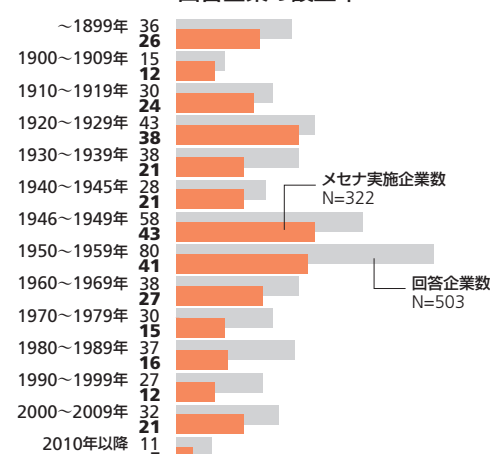
回答企業の資本金



回答企業の従業員数

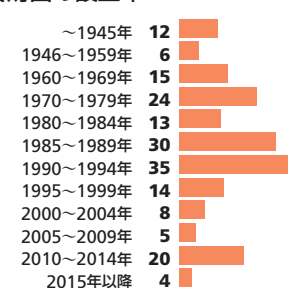


回答企業の設立年



回答財団の設立年

N=186



回答財団の年間支出総額

N=160





新型コロナウイルス感染症について 【企業】

[自由回答欄より抜粋および適宜編集]

新型コロナウイルス感染拡大前後でのメセナ活動の変更については、60%以上の企業が「変わった点がある」と回答している。ただし、「変わっていない」と回答した企業の中にも、自由記述から、活動の一部にオンラインを導入した場合など活動実施に至った場合は「変わっていない」を選択する企業も少なくないと思われる。

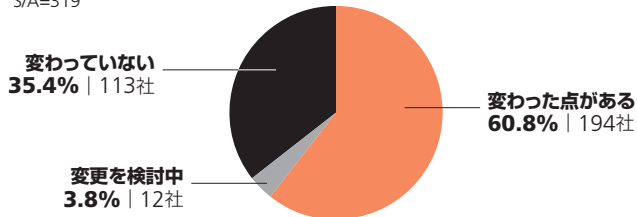
自由記述集計から、運営面での変更や検討(企画内容・予算・スタッフ体制・感染対策等)の回答が目立った。感染拡大状況を見ながら、できる限り活動を実施し継続できるよう適宜変更を加えながら対応している記述が多く見られた。

現在苦勞している点や今後の課題では、オンラインについて触れる記述が多かった。合わせて、先の感染状況が見通せず、スケジュール、予算、実施可否の判断の難しさを課題にあげる記述も見られた。一方で、本来の活動をオンラインで代替しきれないというようなオンライン導入後の感想も昨年度の調査時より増えている。

※2021年7～9月の調査回答期間中に得られた回答をもとに作成

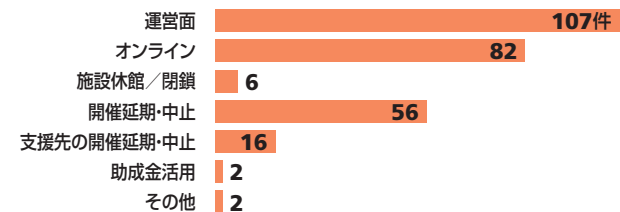
新型コロナウイルス感染拡大前後で変わった点の有無

S/A=319



変更点と現在検討中の事項 | 自由記述集計 [回答: 変わった点がある]

N=186 ※回答記述をもとにキーワード集計



記述回答: 変更点と検討中の事項

- 変更点は愛媛県博物館協会の書面会議の対応。今後はオンライン会議も検討中。[機械 | 愛媛]
- 対面型の事業が中心のため規模を縮小または中止、直接主催する事業よりも調査研究などへの間接的支援を中心とした。展覧会の呈茶などを制限し、予約申し込み制にしたり、展覧会そのものをオンライン開催とした。[食料品 | 山形]
- 緊急事態宣言発令中はオンラインを導入しガイドラインとした。そのため訪問を諦めた学校もあった。当初、通信環境が今ひとつの学校も多くあり、作っている物の手元が見えづらかったり、聞こえにくかったりして進行に影響が起きた。[繊維製品 | 東京]

記述回答: 現在苦勞している点や今後の課題

- 配信事業が多くなり、コンテンツを埋もれないようにする方策。[情報・通信 | 東京]
- 緊急事態宣言が頻発され、かつ期間も長期にわたっているため、先を見通す企画を立てづらい。特に外国人カンパニーの招聘は企画自体が無理。会場のキャパ半数以下では収支が立たず、しばらく配信イベントに頼らざるを得ない。[情報・通信 | 東京]
- 海外からの作品の搬送ができないことで、予定していた企画展が延期になるなど、先を見据えた支援計画が立てづらい。また、若年層への訴求方法やアート分野のデジタル化などへの対応の進め方、予算や知見の確保等。[保険 | 東京]
- 通常は学校に赴いてワークショップを行っていたが、現在は学校がワークショップを受け入れる余裕がない状態。一方で受け入れたい意思はあるのに遠慮している学校もある様子。ホールなどで公演をするにしても宣伝費用が追加で必要になり、削られた予算がさらに圧迫する結果になってしまう。子ども達に会いに行くのにハードルが非常に高く感じている。[電気機器 | 兵庫]
- 助成団体がコロナのため予定していた活動を延期したり、中止になったりしているため、助成後のフォローが必要。[銀行 | 愛媛]
- リアルな活動を実施(参加)することで蓄積されたノウハウの陳腐化が心配されます。[その他金融 | 静岡]

事例紹介 [01]



活動年数: 1982年～

活動地域: 京都府

<https://www.gekkeikan.co.jp/enjoy/museum/>



大倉記念館外観



抹茶き実演の様子(平日午後1回)

事例紹介 [02]



活動年数: 2010年～

活動地域: 京都府

HP: <https://www.galleryparc.com>

Store: <https://www.parcstore.com>



HP



Store



2020年に続き2021年も継続開催した「すべとしるべ2021 田中秀介」展
会場風景 撮影: 栗生田兵吾



冊子とともに会場記録として制作した映像はHPで公開している。

企業名 月桂冠株式会社 [食料品 | 京都]

メセナ活動 月桂冠大倉記念館の運営

京都・伏見は、豊臣秀吉が伏見城を築城し城下町として発展、幕末の「鳥羽・伏見の戦い」でも知られる町です。1637年に創業した月桂冠は、その歴史と日本酒について少しでも理解を深めていただきたいという思いから明治期の酒蔵を改装して1982年に月桂冠大倉記念館を開館しました。沢山のお客様にお越しいただいていましたが、コロナ禍により来館客は大きく減少し、緊急事態宣言時には休止期間を設ける事態となりました。その期間中に展示室の耐震工事をを行い安全にかつ快適に観覧いただける環境を整備し、2020年12月にリニューアルオープンしました。展示室に無料wifiを導入し、お客様ご自身の端末でご参照いただける「館内ガイド」を作成するとともに、映画視聴や酒樽の菰巻き実演見学などの体験要素を取り入れ、さらに、試飲コーナーではお客様ご自身が多彩なアイテムを選べるよう試飲マシンを導入しました。日本酒と歴史の薫る町、京都・伏見の観光拠点の一つとしてこれからもお客様に少しでも満足いただけるようおもてなしの精神で皆さまをお待ちしています。

企業名 株式会社グランマール [食料品 | 京都]

メセナ活動 ギャラリー・パルク

「展覧会」を表現と社会の「接触の場」と捉え、2010年より京都市内のギャラリースペースで約200本の展覧会を開催してきたギャラリー・パルクは、COVID-19による影響を数年に及ぶものと考え、2020年6月にスペースを閉鎖した。これは、状況に受動的に停滞するのではなく、これからの「展覧会という体験」の開発を目指し、柔軟で多様な方法を模索するための機会と捉えた選択であった。以降、6月にオンラインストアを開設、7月より『ポストで出会う』をコンセプトに、アーティストのクリエイションを3ヶ月ごと・年4回に渡って角2封筒で郵送する「[m@p] meet@post」を開始。10月には助成金により、展覧会の「記録」に焦点をあてたプロジェクト『すべ と しるべ』を開始した。郊外の旧酒蔵を会場とした展覧会を起点に、映像や冊子による記録のあり方を見直すことで、場所と時間に依拠しない鑑賞体験を「のこし・ひろく」ことを模索した(2021年も開催)。以上の活動を継続しながら、2022年4月からは書店やカフェとの複合施設にスペースを開設し展覧会活動を再開する。



新型コロナウイルス感染症について [財団]

[自由回答欄より抜粋および適宜編集]

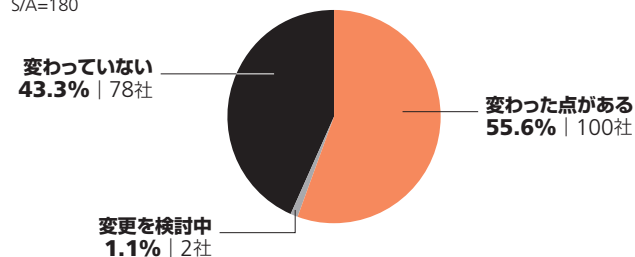
新型コロナウイルス感染拡大前後でのメセナ活動の変更については、55%以上の財団が「変わった点がある」と回答している。「変わっていない」と回答した財団は40%を超える。企業の変更にとどまる場合は「変わっていない」と選択する財団も少なくない。

自由記述集計から、企業の記述回答の分析傾向と同様に、運営面について言及する内容が多く見られた。海外からのアーティストの招聘、あるいは海外研修や派遣など海外と接点をもつ活動の実施の困難さについて言及する記述も多かった。

※2021年7～9月の調査回答期間中に得られた回答をもとに作成

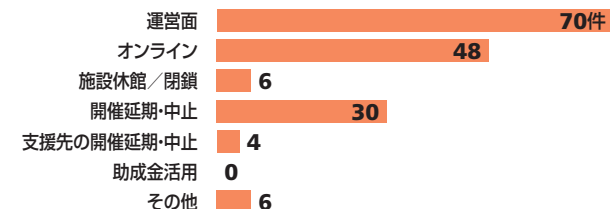
新型コロナウイルス感染拡大前後で変わった点の有無

S/A=180



変更点と現在検討中の事項 | 自由記述集計 [回答: 変わった点がある]

N=98 ※回答記述をもとにキーワード集計



記述回答: 変更点と検討中の事項

- ◎ 新型コロナウイルスの影響により、生のクラシックコンサート実施が難しくなったことで、オンラインでの配信を実施したり、おうちで子どもたちがクラシック音楽に触れることができるよう、クラシック音楽アプリの開発を計画中です。加えて、表現の機会を失い深刻なダメージを負い続ける若手演奏家と、音楽に触れる機会を失った子どもたちに対しクラシック音楽を通じた支援を行う「新型コロナウイルス対策特別支援プロジェクト 2021-2022」を、昨年に引き続き実施いたします。[東京]
- ◎ 休館やイベントの中止に伴い、従来の体験型の普及活動は一旦休止し、資料的価値の高い作品収集に力を入れました。[石川]
- ◎ 外国人留学生向けの日本の伝統文化体験セミナーをオンラインで実施。[福岡]

記述回答: 現在苦労している点や今後の課題

- ◎ 国際教育音楽祭としての役割を果たしていくためには、海外関係者の受入が不可欠であるが、各国との往来再開や入国後の隔離免除の時期など先行きが不透明であることから、早い段階で公演プログラムを決めることができず準備も遅れがちになる。近年、協賛金及び民間助成金収入が、全盛期の1/4まで減少している中、コロナの影響を受けた企業を中心に協賛からの撤退や金額の減少などが予想され、財源の確保が一層厳しい状況にある。[北海道]
- ◎ 助成先の視察に行けず、団体様との交流が出来ない点。(公演や展覧会が開催され始めているが、遠方の視察等は、所属先での許可が難しい) [東京]
- ◎ 海外への研修などで、渡航できなくなっている。延期を許可しているが、いつになるかわからない為、通常の報告書類が作成できない事など、今後注意が必要となっている。[東京]
- ◎ 海外研修助成の応募が減っている。各助成対象者の活動が遅れたり、できなかったりするケースが発生する。[愛知]
- ◎ メセナ活動を行ううえで必要な資金面で、コロナの影響で財団運営施設の入場者数が減少しており、また財団自身の収入も低下している。今後、メセナ活動への予算についても見直しの必要が出てくる。[奈良]

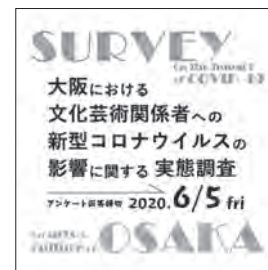
事例紹介 [03]



活動年数: 2020年

活動地域: 大阪府

<https://www.facebook.com/osakaartssurvey2020/>



事例紹介 [04]



活動年数: 2012年～

活動地域: 香川県・岡山県

<https://fukutake-foundation.jp/>



財団名 一般財団法人おおさか創造千島財団 [大阪]

メセナ活動 大阪における文化芸術関係者への
新型コロナウイルスの影響に関する実態調査

大阪の創造環境整備というミッションに基づき、新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴う活動自粛の要請等によって、大阪府在住または大阪府内に活動拠点をおく文化芸術に関わる個人や団体・事業所が受けている影響やニーズを把握するための実態調査を、大阪アーツカウンシルとの協力体制のもと実施。2020年5月28日から6月5日にかけて、オンライン上でアンケートを配布・回収し、個人対象748件、団体・事業所対象162件、合計910件の有効回答を得ました。調査結果データは、メディア向けプレスリリースを発行したほか、申し出のあった機関へ参考資料として提供。また、同年6月に開催された大阪府市文化振興会議にて、大阪アーツカウンシルより、実態調査の結果から重要と思われる点(大阪市による支援の必要性、回答の多かった若い世代への配慮、情報提供や相談対応を行う中間支援のニーズ、被害の大きかった技術者＝文化芸術のエッセンシャルワーカーへの支援等)について発言がなされ、大阪の芸術文化支援に関する提言が提出されました。

財団名 公益財団法人福武財団 [香川]

メセナ活動 美術鑑賞を通じた教育・研修プログラムの開発

福武財団の美術館事業では、株式会社ベネッセホールディングスと協働して、美術教育における鑑賞・表現だけでなく、学校・団体のニーズを受けながら探究学習やSTEAMなど、作品鑑賞を通じた教育・研修プログラムの開発にも取り組んでいる。瀬戸内の自然や集落での五感を使ったリアルな体験を重要視しているが、新型コロナウイルス感染症拡大による往來の自粛により、来島が叶わないケースが増え、これまでの内容が実施できない状況になった。そこで、オンラインでの対話を用いた作品鑑賞や動画の講座制作等、社会情勢に応じた作品の鑑賞体験の提供と、プログラム開発を積極的に行った。コロナ禍では以前より更に「創造力」や「思考力」を身に付けたいというニーズが高まり、実践機会は約3倍に増加した。状況や属性に応じてプログラムをカスタマイズし、参加者が各自の潜在的な問いを見つめ、自分なりの答えを考える体験を設計した。今後は事前学習などでオンラインも活用しながら、リアルな場での体験がより深まるようなプログラム開発にも取り組んでいきたい。

2021年度調査結果

1 取り組みの 目的・重視点

「芸術文化支援のため」
「社業との関連、
企業価値創造のため」と
それぞれ7割近くの
企業が回答

「地域」「SDGs」
「企業価値創造」重視の
傾向が続く

a~cの特に重視した点で、
2021年度調査でも近年の
傾向同様に「地域」を含む選
択肢への回答が6~8割。ま
た、5年前の調査結果と比較
して、メセナ活動の目的に企
業ブランディングを意識す
る企業が増加している。

aでは、5年前とほぼ同率で
「芸術文化全般の振興」が
最も高い。「地域文化の振
興」が6割を超え、「若手な
どの芸術家への支援」、「既
に定評のある芸術家への支
援」、「アマチュアへの支
援」などの芸術家支援も割
合を伸ばしている。

メセナの取り組み目的 | 2021年度

MA/N=321

a 芸術文化支援のため

77.6% | 249社

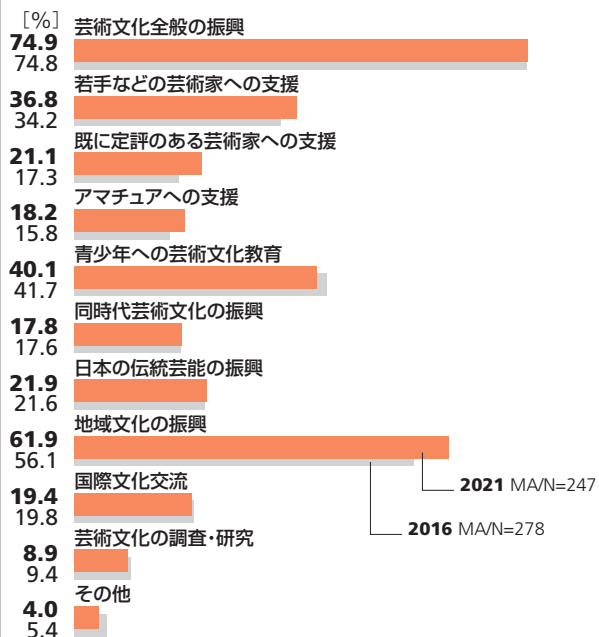
b 芸術文化による社会課題解決のため

42.1% | 135社

c 社業との関連、企業価値創造のため

69.2% | 222社

a. 芸術文化支援のために重視した点 | 5年前との比較



bでは、5年前は「次世代育
成・社会教育」が最多だった
が、2021年度調査では「ま
ちづくり・地域活性化」が割
合を伸ばし最多となった。
また、「SDGs」への回答は
年々増加傾向にあり、4年
前と比べると22.6%の大
幅な増加が見られる。

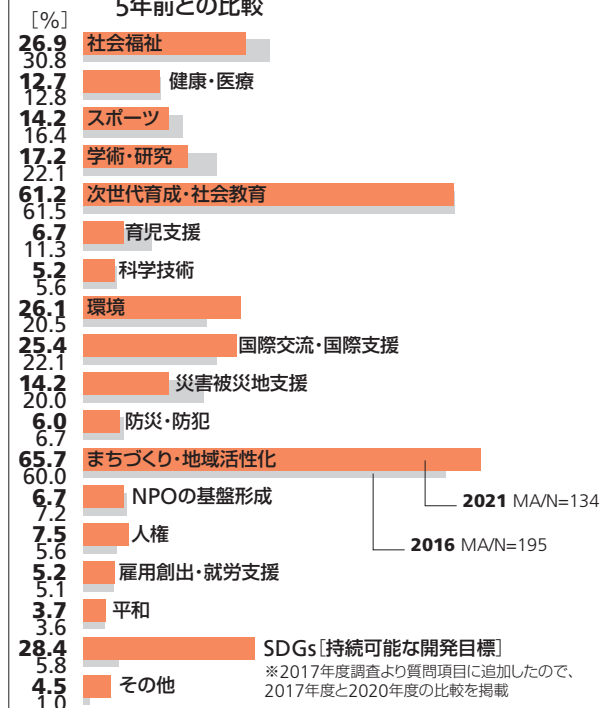
持続可能な開発目標「SDGs」 17ゴール

1. 貧困の撲滅
2. 飢餓撲滅、食料安全保障
3. 健康・福祉
4. 万人への質の高い教育、生涯学習
5. ジェンダーの平等
6. 水・衛生の利用可能性
7. エネルギーへのアクセス
8. 包括的で持続可能な経済成長、雇用
9. 強靱なインフラ、産業化・イノベーション
10. 国内と国家間の不平等の是正
11. 持続可能な都市
12. 持続可能な消費と生産
13. 気候変動への対応
14. 海洋と海洋資源の保全・持続可能な利用
15. 陸域生態系、森林管理、砂漠化への対応、生物多様性
16. 平和で包摂的な社会の促進
17. 実施手段の強化と持続可能な開発のためのグローバル・パートナーシップの活性化

cでは、5年前と傾向は変わ
らず「地域社会との関係づ
くり」が8割超えで最も高く、
2番目に「自社のイメージの
向上」が続く傾向は変わら
ない。5年前と比べると、「自
社を知ってもらうため」や
「企業の独自性の打ち出し」
など企業ブランディングに
関連する選択肢への回答増
加が目立つ。

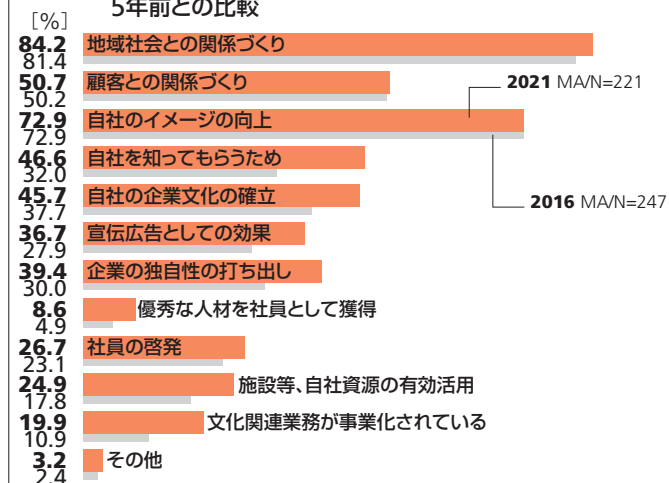
b. 芸術文化による社会課題解決のために重視した点 |

5年前との比較



c. 社業との関連、企業価値創造のために重視した点 |

5年前との比較



SDGsに関する取り組み例 [自由回答より抜粋し編集]

教育

- ◎ コンサートにおいて、次世代を担う青少年層を社内外で公募し、高品質なクラシック音楽に触れる機会を提供。[その他金融 | 東京]

教育 × 成長・雇用 × イノベーション × 不平等

- ◎ 当行の施設にて無料のコンサートを開催。会場には障がい者アートの展示画を行った。収録の様子はラジオ番組で放送し「SDGs 4. 質の高い教育をみんなに」に取り組んだ。障がい者アートの商業化への取り組みを拡大し、当行が設立支援する地域商社と連携して作品をチョコレートパッケージやクリスマス紙バックに使用し販売に繋げたり、企業の営業職員のキャリアバックにデザインを採用する等、「SDGs 8.9.10」に繋がる自立支援の取り組みを行った。その結果、プラチナ大賞一次審査を通過し最終審査へ選出された。[銀行 | 大分]

成長・雇用

- ◎ 芸術大学の学生が制作した作品を購入することで、技術的職業的スキル等動きがよいある人間らしい仕事や企業等に必要な技術を備えた若者を増やす。[銀行 | 京都]

- ◎ 2020年度に新設した有料老人ホームをはじめとする5施設において、公募による作品募集を行い、約150点の作品を選定、買取、展示を行いました。[サービス | 大阪]

まちづくり

- ◎ 「11. 住み続けられるまちづくりを」の実現に向け、地域社会の活動、史跡・伝統文化保全の支援を行う。(具体例)お客様の保有するポイントを活用した寄付の受付を行っており、2020年度より、少子高齢化や過疎化、気候変動等の影響により、危機的な状況にある地域の文化や自然を守り、未来の子どもたちへ伝えていく「未来遺産運動」への活用をめざしたメニューを追加し寄付を行っている。地域祭事などへの協賛、社員ボランティアの参加による地域振興支援を行っているが、2020年度はコロナ禍での苦労が強い。[情報・通信 | 東京]

生産・消費

- ◎ (サステナブルを)デザインアワードの作品評価基準の一つとした。[その他製品 | 大阪]

事例紹介 [05]



活動年数：2008年～

活動地域：東京都

<https://www.toppan.co.jp/sustainability/charityconcert/>



トッパンチャリティコンサートの様子



「SMILE ASIAプロジェクト」識字教室での学習

企業名 **凸版印刷株式会社** [その他製品 | 東京]

メセナ活動 **トッパンチャリティコンサート**

1900年の創業以来「情報・文化の担い手としてふれあい豊かに暮らしに貢献する」という企業理念の実現を目指し、印刷業界や文化・芸術の発展にも努めてきました。その一環として創業100周年の2000年には「印刷博物館」、「トッパンホール」を開設しました。また国連グローバル・コンパクトへの参加表明を契機に、グローバルな社会貢献活動の重要性を認識し、2008年から「トッパンチャリティコンサート」を開催しています。コンサートの収益金を公益財団法人ユネスコアジア文化センターがカンボジアで実施している「SMILE ASIAプロジェクト」の活動資金として寄附し、途上国での子供を育てる女性や妊産婦の識字能力向上に活かされています。コンサートを通じて企業としての社会的責任を果たし、社会的課題解決に貢献したいと考えています。さらに社会全体の発展に貢献していくために「社会的価値創造企業」を目指し、SDGsへの取り組みへの考え方である「TOPPAN SDGs STATEMENT」を2019年に策定・公表しました。

事例紹介 [06]



活動年数：2009年～

活動地域：国内全域

<https://gyb.gs-yuasa.com/csr/concours/2021/>



第13回金賞受賞作品

企業名 **株式会社ジーエス・ユアサ バッテリー** [その他製品 | 東京]

メセナ活動 **小学生ECO絵画コンクール**

「GSユアサ 小学生ECO絵画コンクール」は、お子様とご家族が一緒になって地球環境について考えるきっかけになることを願い、2009年から毎年開催しており、応募作品の累計は19,468点にのぼる。第13回となる今回は、「みらいへとどけ わたしたちのしぜん」をテーマに、全国各地から3,853点もの子どもたちの想像力あふれる素晴らしい絵画作品の応募があり、その中から金賞1点、環境大臣賞1点をはじめとした受賞作品を選出した。GSユアサのCSR方針である「地球環境の保全」や、「地域社会との共生」に基づいた活動として、次世代を担う子どもたちが、身近な自然から地球環境について考え、絵画という表現方法を通じて人に伝えることができる当コンクールを今後も開催していく。

事例紹介 [07]



活動年数：2020年～

活動地域：国内全域

<https://www.po-holdings.co.jp/m-annex/>



企業名 **株式会社ポーラ・オルビスホールディングス** [化学 | 東京]

メセナ活動 **アーティストとの協業による
チャリティオークションの開催**

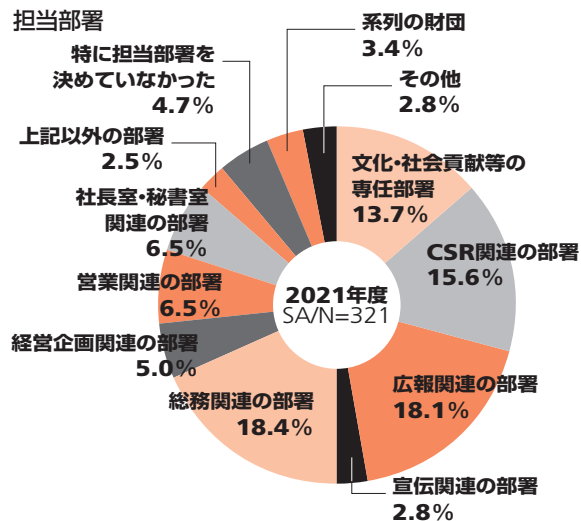
ポーラ ミュージアム アネックスは、ポーラ美術館のコレクションから現代アートまで多彩な展覧会を入場無料で開催し、上質なアートを通じて多くの人に豊かな時間を提供している。2020年には「新型コロナウイルス感染症への対応に関する寄付」を目的に、当社グループ初となるアーティストとの協業によるチャリティオークションを開催。これまで当ギャラリーの展示に参加したアーティスト20名による作品をオークションで販売し、その収益の全額を日本赤十字社へ寄附した。2回目となる2021年のチャリティオークションでは、コロナ禍で自由に旅行へ行けない状況の中、アーティストが表現するさまざまな「旅」をテーマにした作品を通して、旅行気分を味わっていただく企画を開催した。前年を上回る約2,200万円の収益全額を日本赤十字社へ寄附し、その功績が認められて厚生労働大臣感謝状を授与された。このチャリティ企画は、ただ寄付を行うにとどまらず、当社グループの独自性を活かし、文化・アート活動を医療機関への支援へと展開したオリジナリティの高い取り組みであり、今後も文化・芸術の活動を通じて人々に彩りのある人生を提供していくことを目指す。

2021年度調査結果

2 メセナ担当部署

総務、広報、CSRに文化・社会貢献等の専任部署が続く

10%以上を占める上位4部署（総務、広報、CSR、文化・社会貢献等の専任部署）は近年の傾向と同じである。



事例紹介【08】



活動年数：2011年～
活動地域：岡山県・香川県

<https://www.ohk.co.jp/corporate/data/reading/csr/>



企業名 岡山放送株式会社 [情報・通信 | 岡山]

メセナ活動 アナウンサー出張朗読会

読書の楽しさを伝えたい「アナウンサー出張朗読会」

岡山放送は、読書の楽しさを子どもたちに伝えようと2011年から「アナウンサー出張朗読会」を始めました。放送エリアの岡山・香川の全市町村を訪問し、小学校など計136回・約2万5000人に朗読を届けました。アナウンサー自らESD（持続可能な開発のための教育）の理念を学び、朗読を教育にどう役立てていくかを考えました。その結果、アナウンサーが独自のオリジナル作品を制作したり、アナウンサーが直接朗読指導を行い、コミュニケーションの楽しさを伝えています。子どもたちが本を読む楽しさを覚え、本を手取るきっかけになったと喜ばれています。この活動が評価され、令和3年日本民間放送連盟賞特別表彰部門 放送と公共性で最優秀賞を受賞しました。

災害や新型コロナを越えて

災害や新型コロナウイルス感染拡大により、子どもたちの読書の機会が失われています。2018年の西日本豪雨で被災した小学校で、路線バスをお借りして朗読会が実現しました。アナウンサー6人が訪問し、オリジナル童話を披露しました。コロナ禍で出張朗読会が難しくなっていますが、オンラインでの朗読配信に切り替え、活動を続けています。

誰一人 情報から取り残されない社会へ

こうしたアナウンサーの取り組みは、現在、小学校への出張朗読にとどまらず、障害者への情報提供にも活動の幅を広げています。「情報のバリアフリー」を目標に掲げ、聴覚障害者に向けた手話付きの朗読や視覚障害者に向けた生活情報誌の音読など、「誰一人情報から取り残されない社会」の実現に向け歩みを進めています。

2021年度調査結果

3 社員参画

2019～2021年度の過去3年の経年比較を見ると、2021年度調査の結果は「1～5人」をはじめとする少人数での社員参画が増え、「50～100人」や「100人以上」の大規模な社員参画が減少した。これはコロナ禍の影響によるものと考えられる。



社員参画の種類をコロナ禍前の3年前と比較すると、「業務の一環として参加」が15%以上増加した。「社内外での展示・コンサート等への参加」と「企画段階からの参画」も伸びている。

社員参画数 | 2019～2021年度の比較

2021 SA/N=299

37.5% 15.7% 22.1% 6.7% 6.7% 0.7%

2020 SA/N=350

34.0 9.4 21.1 7.7 9.1 17.7 0.9

2019 SA/N=253

31.6 9.5 19.4 7.1 10.7 21.3 0.4

1～5人 5～10人 10～30人 30～50人 50～100人 100人以上 その他

社員参画の種類 | 3年前との比較

ボランティアとしてイベント運営等への参画

2021年度 MA/N=304 33.9%
2018年度 MA/N=283 36.4%

社内外での展示・コンサート等への参加

48.4
44.5

寄付等に社員からの募金がある

13.5
11.7

プロボノとしての参画

4.9
2.8

企画段階からの参画

36.2
31.1

業務の一環として参加

59.9
44.5

その他

6.6
3.2

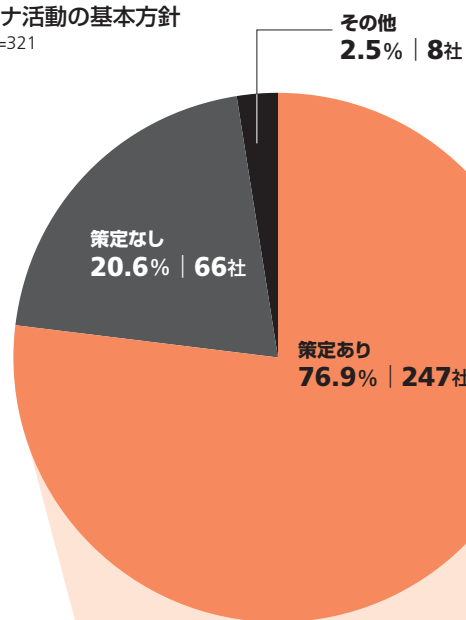
4 メセナ活動の 基本方針

方針を
策定している企業が
76.9% (247社)

メセナ活動の方針の有無
については、247社が「策
定あり」と回答し、そのうち
半数以上の136社が「企業
理念を方針としている」と
回答している。

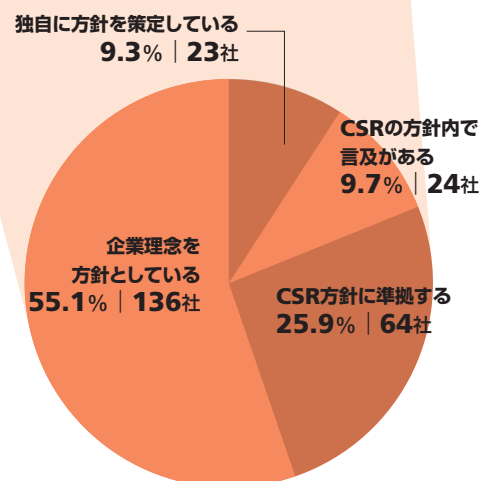
メセナ活動の基本方針

SA/N=321



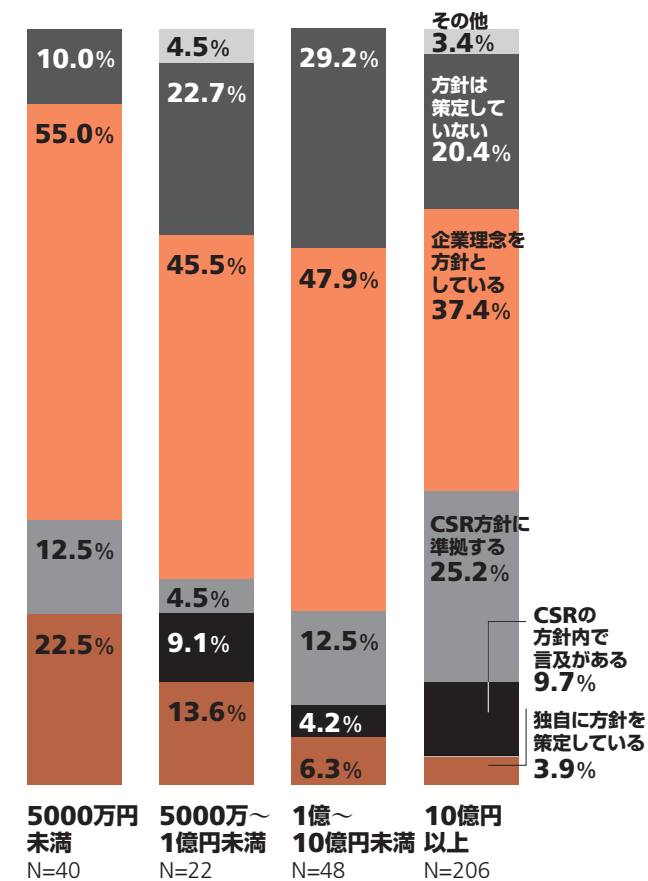
方針策定ありの内訳

SA/N=247



資本規模別にみたメセナ
活動の基本方針において、
「独自に方針を策定してい
る」は資本規模が小さくな
るにつれて高い傾向が見ら
れる。10億円以上のCSR
に関わる方針策定（「CSR
の方針内で言及がある」、
「CSR方針に準拠する」）は
他の資本規模の同割合よ
り高い。

メセナ活動の基本方針 | 資本規模別



2021年度調査結果

5 事後評価・活動の成果

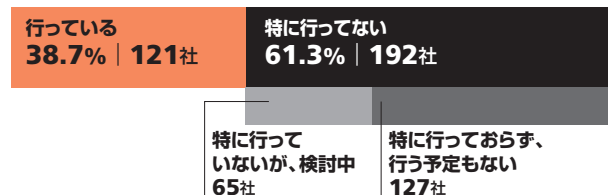
事後評価の有無は メセナ活動の手法により 分かれる

全体での事後評価の有無については「特に行っていない」が3年前より6.8%増加し、6割以上を占める。しかし、その中で「特に行っていないが、検討中」が65社入っている。

メセナ活動の手法で、「自主企画・運営」のみを行う企業の事後評価実施は、「他団体支援・提供」のみを行う企業より多く、検討中も含めると7割以上となる。

事後評価の有無 | 3年前との比較

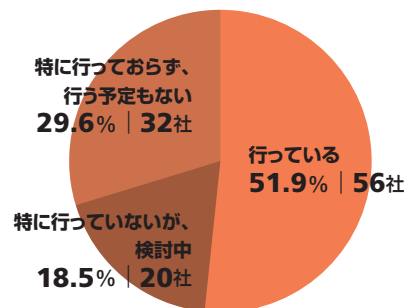
2021年度 SA/N=313



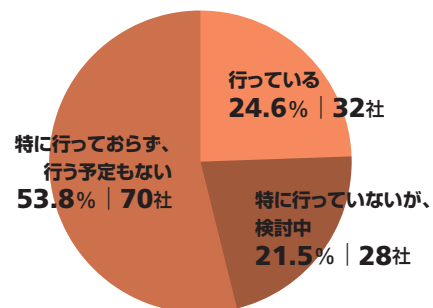
2018年度 SA/N=288



「自主企画・運営」のみのメセナ活動を行う企業の事後評価の有無 SA/N=108



「他団体支援・提供」のみのメセナ活動を行う企業の事後評価の有無 SA/N=130



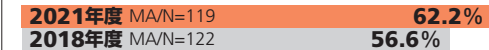
事後評価の観点について3年前と比較すると、「その他」を除くすべての観点の割合が増加した。特に、「社会的意義」、「妥当性」、「経済性」の観点は約5%以上伸びている。

事後評価の手法については、「参加者数」と「参加者アンケートによる反響、感想」が7割以上を占める傾向は3年前と同様である。

「その他」には、回答に以下のような記述があった。
◎予算に対する収支実績
◎企画運営等での課題や反省点の抽出
◎人材づくり、知財づくりへのつながり

事後評価の観点 | 3年前との比較

妥当性



経済性



効率性



達成度



社会的意義



その他



事後評価の手法 | 3年前との比較

参加者アンケートによる反響、感想



参加者数



担当者による振り返り、エピソード評価



パブリシティ等メディア掲載



第三者による評価



参加者一人当たりのコスト



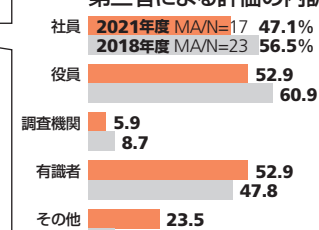
受益者への継続した追跡調査を実施



その他



第三者による評価の内訳



事後評価の活用については、「次年度のプログラム策定に生かす」が95%を超え、次年度のプログラム改善のベースとなっている。社内外理解や社外広報など社内外へのコミュニケーションに活用する傾向が3年前と比べて強まっている。

事後評価の活用 | 3年前との比較

次年度のプログラム策定に生かす

2021年度 MA/N=119 95.8%

2018年度 MA/N=122 86.9%

業務の効率化を図る等の目安とする

30.3

27.0

社内外理解を得る為に役立てている

47.1

45.1

CSRレポート掲載等で社外広報している

41.2

36.1

活用していない

0.0

2.5

その他

3.4

3.3

メセナ活動の成果 | 3年前との比較

実施地域において理解や振興が進んだ

2021年度 MA/N=121 58.7%

2018年度 MA/N=129 66.7%

対象者のステップアップの一助となった

41.3

38.0

地域や社会にプラスの変化が起きた

57.0

50.4

地域での自社のブランドが向上した

53.7

48.8

宣伝効果があった

35.5

39.5

顧客開拓・サービス向上につながった

23.1

18.6

自社の技術を活用、本業へフィードバック

11.6

10.1

社員の啓発につながった

40.5

36.4

社員理解が深まり、一体感の醸成

33.1

27.1

その他

3.3

1.6

活動の成果については、上位3つを「地域」を重視する3つの選択肢が占める傾向は3年前と同じ。社内への効果に関係する2つの選択肢（「社員の啓発につながった」、「社員理解が深まり、一体感の醸成」）が割合を伸ばしている。地域や社内にポジティブな効果が表れている。

2021年度調査結果

6 メセナ活動内容

継続活動が
80.3% (1,017件)

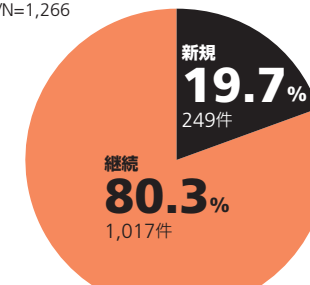
コロナ禍での総活動数は1,266件で、前年度調査の1,645件から379件減少した。継続活動が8割以上を占める割合は前年度と同様である。

継続年数別に見ると、新規を含めてすべての継続年数で「他団体への支援・提供」が「自主企画・運営」を上回る。

「自主企画・運営」への回答企業の割合は58.6%で5年前の61.3%より微減する結果となった。「他団体への支援・提供」は5年前から8.1%減少した。「資金支援」や「マンパワーの提供」の減少を含めて、コロナ禍での助成先等の活動実施に左右されていることが推測される。

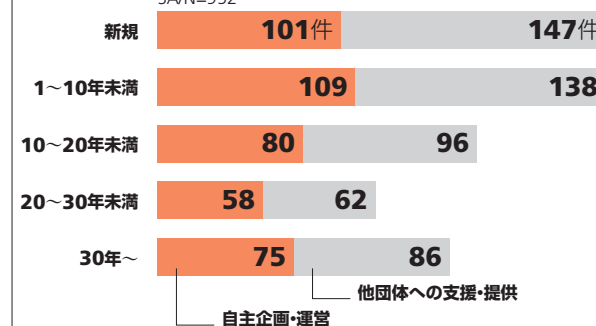
新規／継続 | 実施件数ベース

SA/N=1,266



新規／継続年数の内訳

SA/N=952



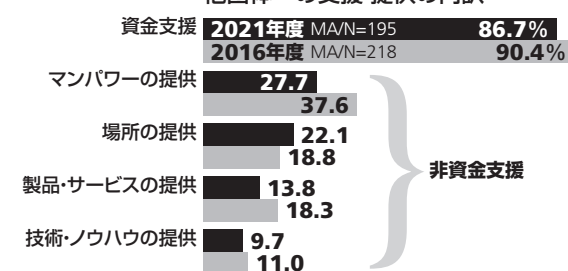
メセナ活動の手法 | 企業数ベース | 5年前との比較

2021年度 MA/N=321

自主企画・運営 58.6%

他団体への支援・提供 64.8%

他団体への支援・提供の内訳



2016年度 MA/N=328

自主企画・運営 61.3%

他団体への支援・提供 72.9%

事例紹介 [09]



活動年数：2017年～

活動地域：大分県

<https://camy.oita.jp/>



©NHN JAPAN Corp.

企業名 **NHN JAPAN株式会社** [情報・通信 | 東京]

メセナ活動 **COMICO ART MUSEUM YUFUIN**
(現代美術館)の運営

COMICO ART MUSEUM YUFUINは、高水準の文化芸術の提供とさらなる社会貢献のために開館しました。全国有数の温泉地として知られる湯布院は、保養地としてだけでなく映画祭や音楽祭を独自に開催するなど芸術の町としても愛されています。当館では日本の現代美術界を代表するアーティストたちの作品を長期展示しており、2階ラウンジにはグループ会社が運営する漫画アプリ「comico」の作品も展示しています。コロナ禍においてガイドツアー鑑賞は中止していますが、無料音声ガイドを活用した自由観覧で、お客様にはそれぞれのペースで鑑賞を楽しんでいただいています。2021年に併設する簡易宿所COMICO ART HOUSE YUFUINがオープンし、より充実した時間を過ごしていただけるようになりました。2022年には美術館の増築が完了しグランドオープン予定です。新しい作家の作品を迎え、さらに多くのアート作品を湯布院を訪れる方々に楽しんでもらいたいと思っています。湯布院は四季折々の風景も大変美しい場所です。その自然美もあいまって今後も特別な時間を皆様に提供してまいります。

事例紹介 [10]



活動年数：2016年～

活動地域：岩手県・宮城県・福島県

<https://www.suntory.co.jp/company/csr/support/>



企業名 **サントリーホールディングス株式会社** [食料品 | 大阪]

メセナ活動 **東日本大震災復興支援活動**
「サントリー&仙台フィル みんなのまちのコンサート」

サントリーグループは、「太陽のようにあたたかな光が、被災地にさんさんとふりそそぎますように」という思いをこめて、東日本大震災復興支援「サントリー東北サンさんプロジェクト」を立ち上げ、「漁業」「子ども」「文化・芸術・スポーツ」「チャレンジド・スポーツ」の分野を中心に総額108億円の規模で2011年から取り組んでいます。

「サントリー&仙台フィル みんなのまちのコンサート」は音楽の力を通して、被災された方々の「心の復興」にいっそう貢献したいという思いから、東北に活動拠点を置く仙台フィルハーモニー管弦楽団と共に2016年から開催しています。楽団員が被災された地域に伺いコンサートを行う活動で、これまでに33公演・約3,500名の方にご参加いただいています。(2022年2月時点)

私たちが大切にしているのは、岩手県・宮城県・福島県の地域の皆さまと共に活動を続けていくこと。本活動をはじめ、私たちはこれからも東北にたくさんの笑顔と希望があふれるようなみらいづくりのお手伝いができればと考えています。

事例紹介 [11]



活動年数：2014年～

活動地域：東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県・オンライン

<https://www.soir.co.jp/company/csr/index.html>



企業名 **株式会社東京ソワール** [繊維製品 | 東京]

メセナ活動 **僕の私のフォーマルウェア**

弊社では社業であるフォーマルメーカーの特性を活かした社会貢献活動を実施しています。具体的には、小中学校に出向き子供世代にファッションの楽しさを伝える「出前授業」を「僕の私のフォーマルウェア」という自主企画として50校以上の学校に提供してきました。この企画は3つのステップで構成されています。

【1.知る】「冠婚葬祭」をキーワードに「フォーマルウェア」の意味を理解し、1着の服が完成するまでの過程を知る。

【2.体験する】服作りのテーマに基づき、思い描いている事を可視化するイメージマップ作りを体験し、デザイナー職に関心を持たせる。

【3.実現する】作成したイメージマップのプレゼンテーションを行い、インプットとアウトプット両面アプローチを目指す。

以上の事からSDGsの目標にある「4.質の高い教育をみんなに」を念頭にキャリア教育の一環として「服育」を実践しております。コロナ禍においては対面からオンライン授業に変更して対応しました。他に生産過程で出てしまう端切れを利用しコサージュやマスクの型紙と生地を一般の方に提供。「12.つくる責任、つかう責任」の目標達成に貢献しております。

事例紹介 [12]



活動年数：2017年～

活動地域：奈良県

<https://www.haseko.co.jp/hc/csr/product/community.html>



企業名 **株式会社長谷工コーポレーション** [建設 | 東京]

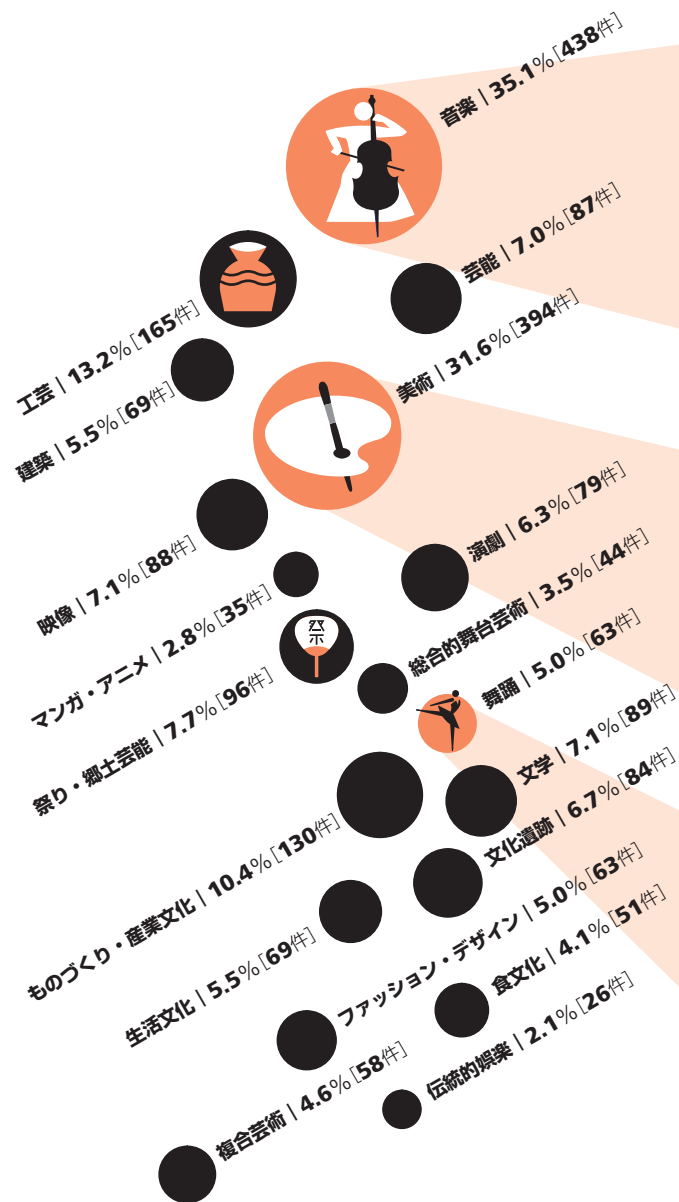
メセナ活動 **奈良県明日香村古民家再活用事業**
「古民家ホテル プランシエラ ヴィラ明日香」オープン

古民家ホテル「プランシエラ ヴィラ 明日香」は「暮らすように自由に過ごす」をコンセプトに明治3年、築150年の古民家に新たな生命を吹き込みました。歴史ある建物を可能な限り復元・再生。登録有形文化財にも登録されました。昔の明日香村の生活に思いを馳せると共に現代技術を導入し、ゆったりと快適な時間をお過ごしいただけるホテルへと再生いたしました。長谷工グループは2017年に明日香村・明日香村地域振興公社と包括連携協定を締結し、古都飛鳥の歴史保全活動及び明日香村産業及び地域活性化を図るため、明日香村を「堪能する」「経験する」「居住する」をテーマにプロジェクトに取り組んできました。明日香村の課題である空き家問題や宿泊施設の不足などの一助とホテルを通じて明日香ファンを作り、将来的に居住に結びつけばと考えています。また2020年には奈良女子大学とも明日香村の地域課題解決に向け包括協定を締結し、進行中の雷計画では学生の皆さんの若い発想と力で約400年前の茅葺き古民家の再生・活用に取り組んでおります。是非とも明日香村にお越しいただき共に明日香村を応援いただければと思います。

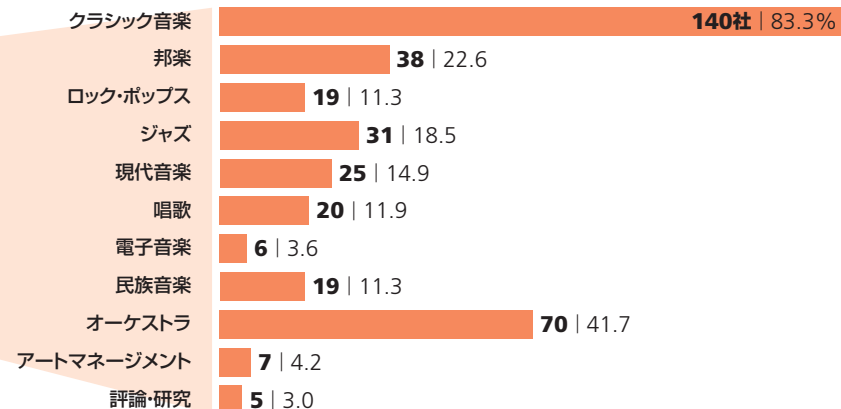
音楽と美術の実施が大多数

活動分野は、コロナ禍で活動総数が減ったものの、近年同様に「音楽」と「美術」が多い傾向は変わらない。合わせて、それ以外でもさまざまな分野で活動が実施されている。

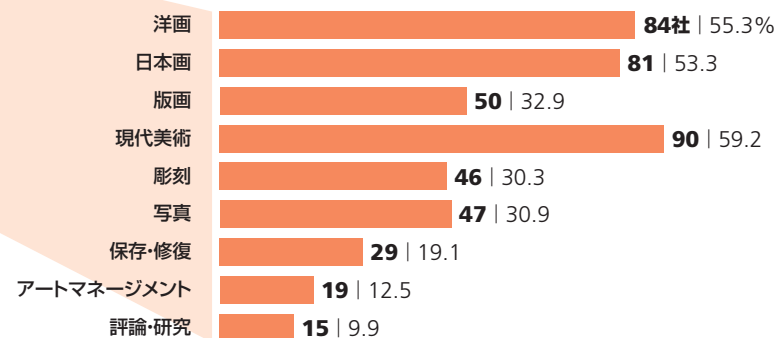
活動分野 | 実施件数ベース
MA/N=1,248



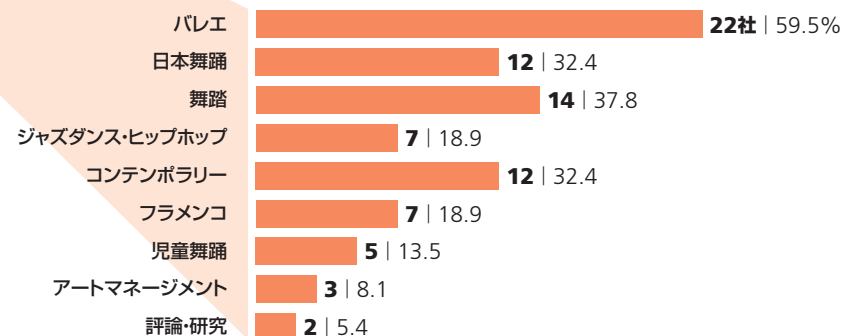
音楽分野詳細 | 企業数ベース
MA/N=168



美術分野詳細 | 企業数ベース
MA/N=152



舞踊分野詳細 | 企業数ベース
MA/N=37



7

活動事業費

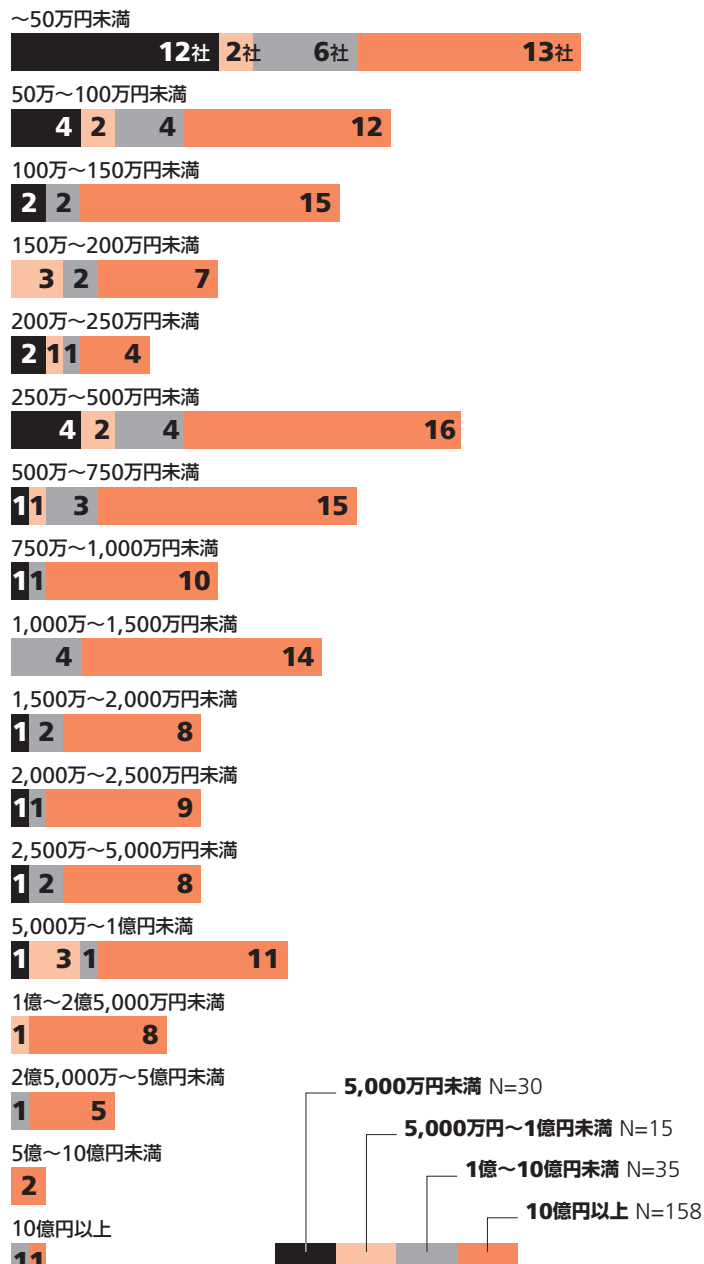
資本金別にみた活動費総額では、資本規模10億円以上では50万円未満から10億円以上と幅広い金額で活動が実施されている。資本規模にかかわらずメセナ活動が実施されていることが読み取れる。

活動費総額は 214億3,267万円

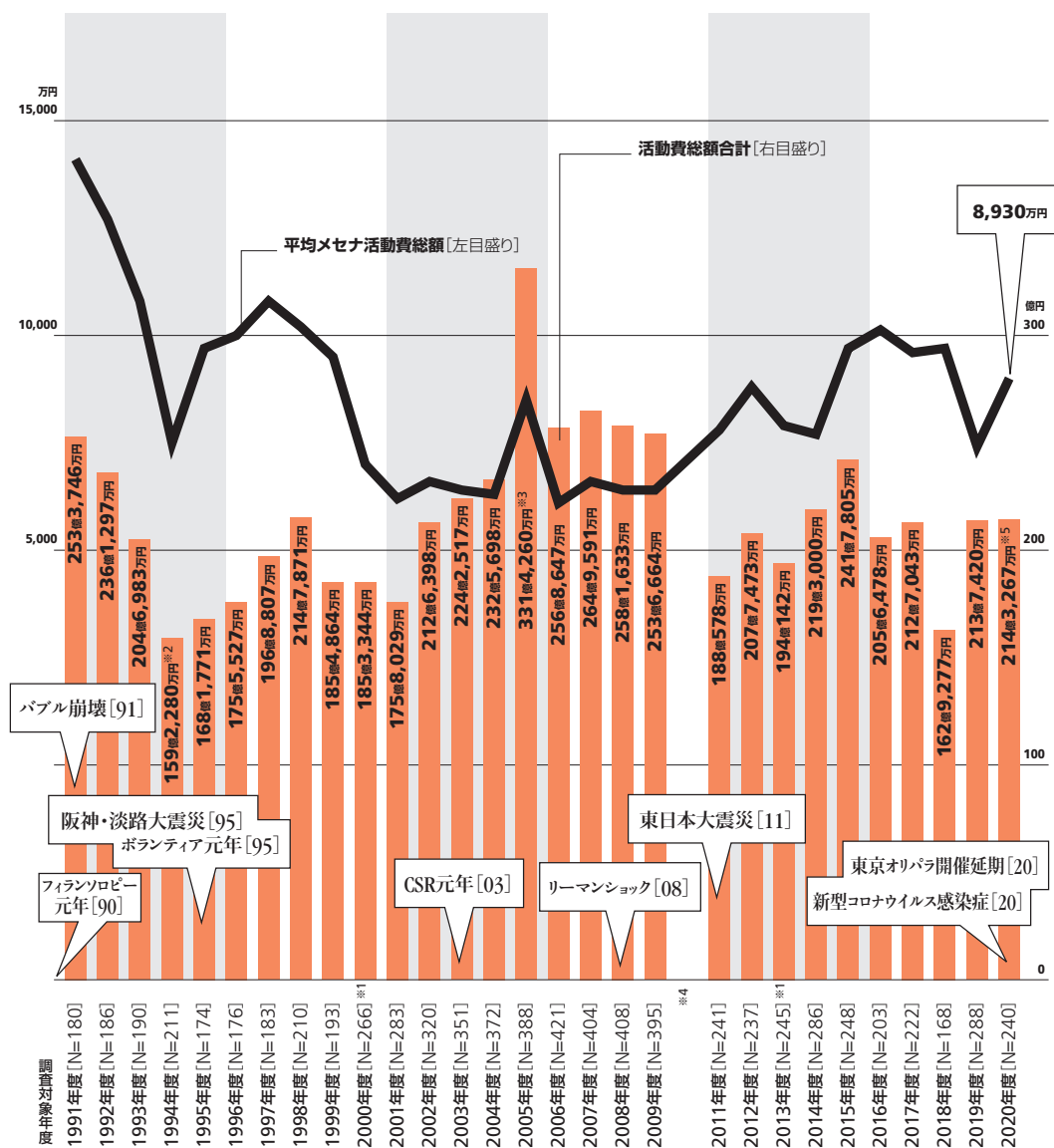
メセナ活動費総額は、昨年度より増加し約214億円の結果となった。

100億円以上と回答した企業が1社あったことが影響している。

メセナ活動費総額 | 資本規模別 | 企業数ベース



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
 ※5. 2020年度、回答企業のうち1社から活動費として約100億円が計上されたことによる

2021年度調査結果

8 予算策定方法

「前年度を含む過去実績」の次に「地域への影響／貢献度合い」

予算策定方法は、「前年度含む過去実績」が最多は前年度調査と変わらないが、「地域への影響／貢献度合い」や「宣伝効果／ブランド価値向上」などその他の指標が割合を増加させている。また、その他の記述からは、「他社動向」、「活動の妥当性」、「CSR方針」、「本業と協賛先との親和性や関係性」などさまざまな指標が見られた。

予算策定方法 | 企業数ベース | 前年度との比較

前年度含む過去実績

2021年度 MA/N=298	75.2%
2020年度 MA/N=348	80.5%

参加者数

13.1
15.5

経営方針

25.2
22.1

宣伝効果／ブランド価値向上

29.2
23.6

地域への影響／貢献度合い

38.3
33.6

その他

13.8
11.2

事例紹介 [13]



活動年数：1990年～

活動地域：東京都

<https://www.mizuho-fg.co.jp/csr/local/concert/index.html>



photo: K. Miura

企業名 株式会社みずほフィナンシャルグループ [その他金融 | 東京]

メセナ活動 成人の日コンサート

〈みずほ〉は、若手アーティストの育成支援と次世代を担う青少年へのクラシック音楽の普及を目的として、毎年、成人の日に、「成人の日コンサート」を開催しています。1990年に始まり、2022年1月10日、東京都港区赤坂サントリーホールでの開催で、33回目を迎えました。これまでに約50名の若手アーティストがステージに立ち、今では世界を舞台に幅広く活躍されています。東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催前には文化プログラムの一環として、叶えたい目標や夢に向かって歩み始めた新成人の皆さまに寄り添う思いで、公演をお届けして参りました。コンサートの構成は、これまで日本の伝統芸能とクラシック音楽を組み合わせるなど、趣向をこらした演目で、クラシック音楽に馴染みの少ない青少年の方々にも気軽に楽しんでいただけるようにと考えております。今年の第33回公演では、新型コロナウイルス感染防止対策のため、会場観覧とオンラインライブ配信のハイブリッド形式にて公演をお届けしました。今後も〈みずほ〉は、「成人の日コンサート」等の諸活動を通じ、次世代への支援と文化・芸術の発展に貢献して参ります。

時事設問

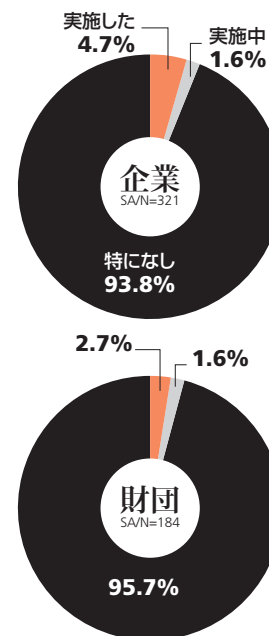


東京オリンピック・パラリンピック2020文化プログラムの実施について

[自由回答欄より抜粋および適宜編集]

オリンピック文化プログラムを「実施した」、「実施中」は、企業が6.3%、財団が4.3%であった。回答の中には「聖火リレー」に関連したプログラムの実施など五輪開催年度ならではの記述も寄せられた。

※2021年7～9月の調査回答期間中に得られた回答をもとに作成



記述回答：「プログラムの実施によって2021年以降に残したいレガシー（遺産）について」

【企業】

- ◎ 文化プログラムの活動舞台となる劇場や博物館は、戦後建築されたものが大規模修繕や建て替え時期を迎えています。地域や社会に影響を与えた建物になればなるほど、過去の利用者、所有者の大切な想いを、次の新たな建物にどのようにいかして、次の文化活動の舞台を築くかが課題です。そこで、2014年より当社の手がけた作品紹介、建築技術紹介を行う展示会を開催しております。当社の東京本店がある江東区は、オリンピック施設が最も数多く立地する場所であり、これを機に増加する来訪者（観光客）、変化していく街並み、新たな文化活動等、地元企業として地域と連携して魅力あるまちになるよう寄与したいと考えます。[建設 | 大阪]

記述回答：その他

【企業】

- ◎ 聖火リレー時に、地元のアマチュアオーケストラに演奏してもらう『シティーセレブレーション』を実施。[輸送用機器 | 愛知]
- ◎ 東京2020オリパラ能楽祭(2021年7月～8月のオリンピック・パラリンピック期間中)における鑑賞支援。※弱視の方を支援する網膜に直接見た映像を投影するメガネ型機器および聴覚障がいを持つ人を支援する音を振動で伝える機器の提供を通じ、舞台をより一層体験することのお手伝いを行った。[情報・通信 | 東京]

【財団】

- ◎ 東京2020参画プログラム:特別展「オリンピック・ランゲージ:デザインでみるオリンピック」(会期2021年7月20日～8月28日) 概要:オリンピック博物館(スイス、ローザンヌ)で2018年に開催された展覧会「Olympic Language: Exploring the Look of the Games」の巡回展。デザイン面で画期的だった1964年東京、1968年メキシコシティ、1972年ミュンヘン、1994年リレハンメル、2004年アテネ。5つの大会に焦点を絞り、エンブレムやポスター、ピクトグラム、聖火トーチなどを通して、各大会のデザインがどのように統一感と個性を表現してきたかを探る。[東京]
- ◎ 東京ステーションギャラリー、旧新橋停車場のホームページの多言語対応として、簡体字・繁体字・韓国語の翻訳対応を行っているほか、英語での案内を行っている。また、東京ステーションギャラリーにおいては、WiFi環境を整え、英語・中国語・韓国語による音声ガイド案内を実施している。[東京]

9

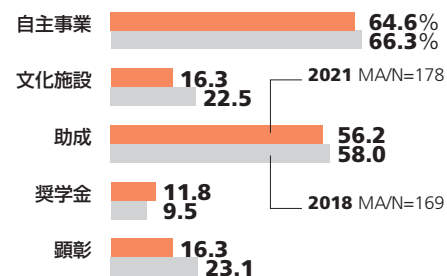
財団の回答分析

自主事業と助成

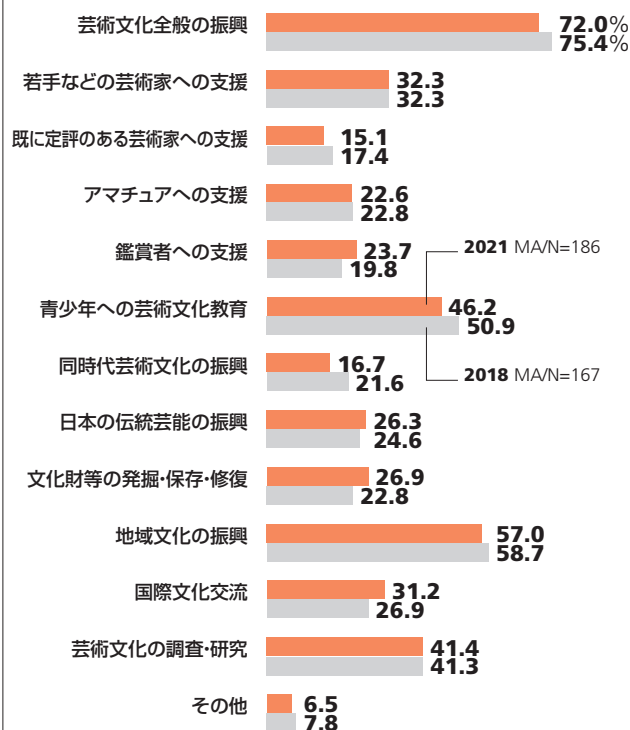
プログラムタイプについては、3年前と比較して「奨学金」以外は減少した。「自主事業」と「助成」が多くを占める。

事業目的・重視点では、3年前と比較して「芸術文化全般の振興」がわずかに減少したものの7割以上で、「地域文化の振興」が5割以上という傾向は変わらない。

プログラムタイプ | 団体数ベース | 3年前との比較



事業目的・重視点 | 団体数ベース | 3年前との比較



事業評価については、3年前とほぼ変わらず7割以上の134団体が「特に行っていない」を選択している。「特に行っていない」のうち「特に行っておらず、行う予定もない」が大多数を占める。

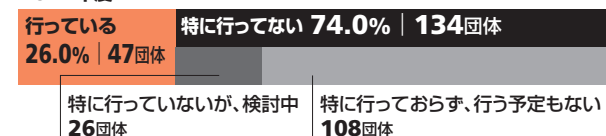
「妥当性」
「社会的意義」
「達成度」を重視

事後評価の観点は、3年前より「社会的意義」が伸び「妥当性」とともに最多となった。「達成度」も7割を超え、事後評価の主要な指標とされている。さらに、「経済性」が約15%、「効率性」が約10%と大きく増加している。

事後評価の手法は、3年前と同様に「参加者アンケートによる反響、感想など」と「参加者数」が同率の最多。合わせて、「パブリシティ等メディア掲載」が15%以上割合を伸ばした。

事後評価の有無 | 3年前との比較

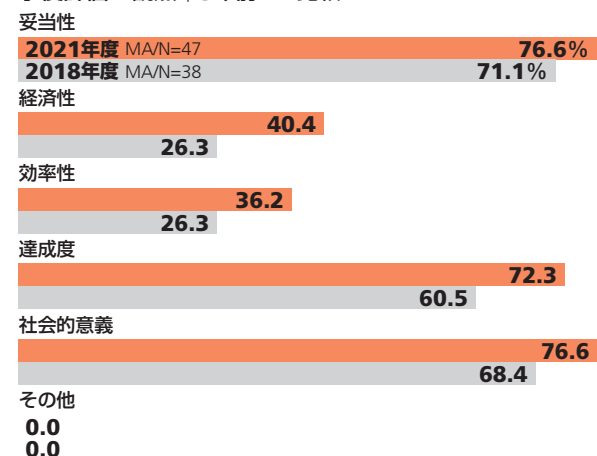
2021年度 SA/N=181



2018年度 SA/N=153

24.8% | 38団体 75.2% | 115団体

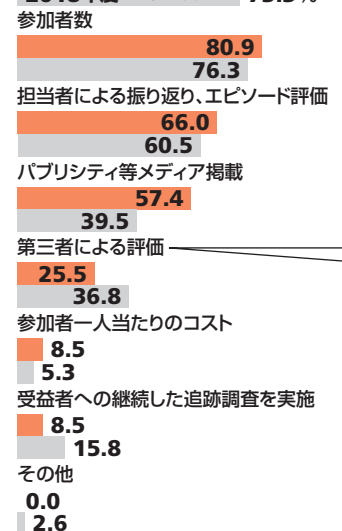
事後評価の観点 | 3年前との比較



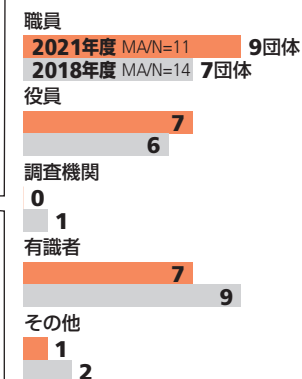
事後評価の手法 | 3年前との比較

参加者アンケートによる反響、感想など

2021年度 MA/N=47 80.9%
2018年度 MA/N=38 73.3%



第三者による評価の内訳



事後評価の活用では、「次年度のプログラム策定に生かす」が97.9%を占めている。また、「団内外理解を得る為に役立てている」が7割以上の回答となっており、多くの財団内外のコミュニケーションにも活用していることがわかる。

メセナ活動は 地域や職員へプラスの 効果をもたらす

「実施地域において理解や振興が進んだ」、「地域や社会にプラスの変化が起きた」など「地域」へプラスの効果をもたらすという選択肢への回答が3年前と比べて増加した。さらに、「職員の啓発につながった」、「職員理解が深まり、一体感の醸成」の2つの選択肢への回答も伸びていることから、団内外によい影響を与えている。

美術が音楽を上回る傾向が続く

事業分野では、2018年度調査は音楽が美術の実施件数を上回ったが、2019年度調査から2021年度調査まで美術が最多となっている。美術と音楽が上位を占める傾向は変わらない。

事後評価の活用 | 3年前との比較

次年度のプログラム策定に生かす



業務の効率化を図る等の目安とする



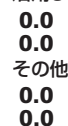
団内外理解を得る為に役立てている



CSRレポート掲載等で団外広報している



活用していない



メセナ活動の成果 | 3年前との比較

実施地域において理解や振興が進んだ



対象者のステップアップの一助となった



地域や社会にプラスの変化が起きた



地域での財団のブランドが向上した



宣伝効果があった



顧客開拓・サービス向上につながった



財団の技術を活用、本業へフィードバック



職員の啓発につながった



職員理解が深まり、一体感の醸成

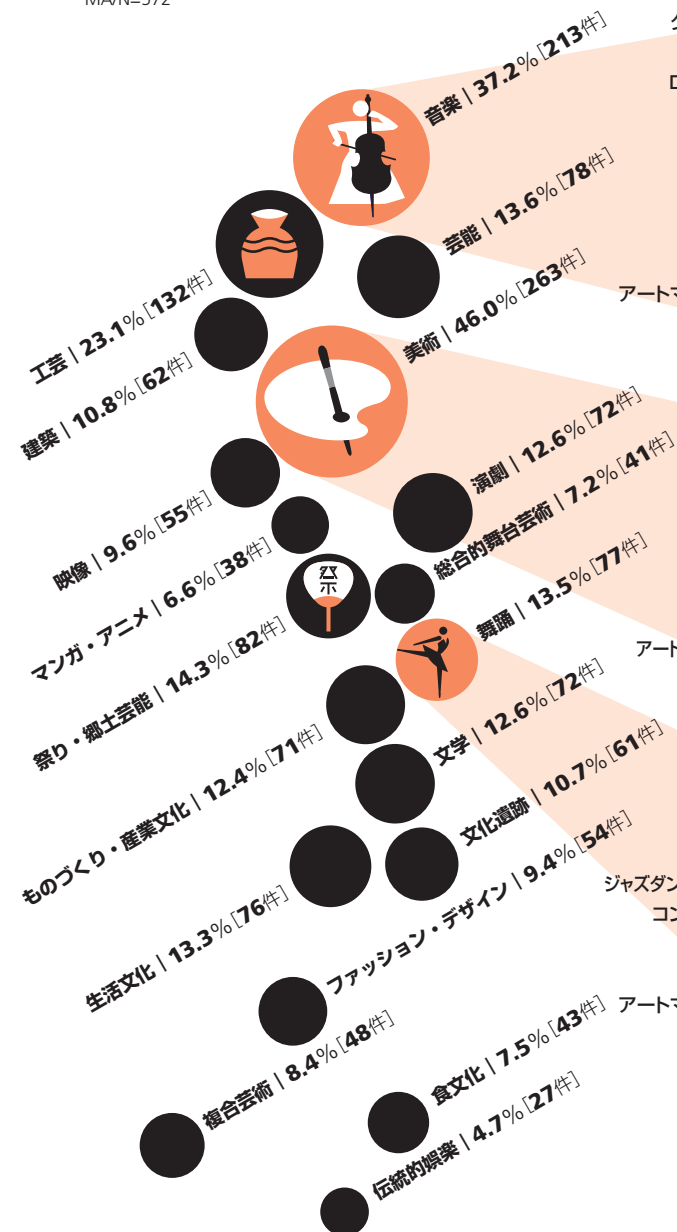


その他



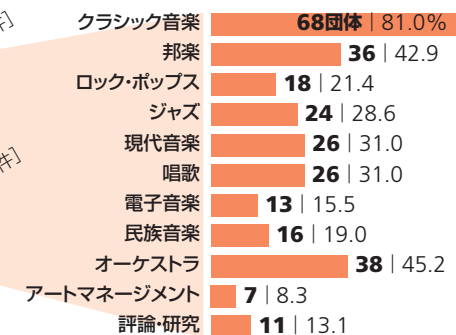
事業分野 | 実施件数ベース

MA/N=572



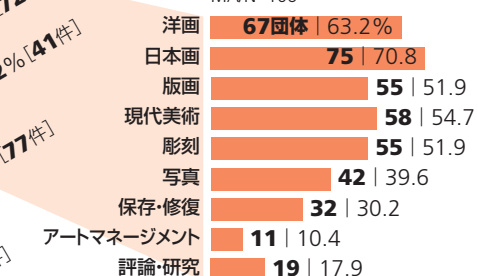
音楽分野詳細 | 団体数ベース

MA/N=84



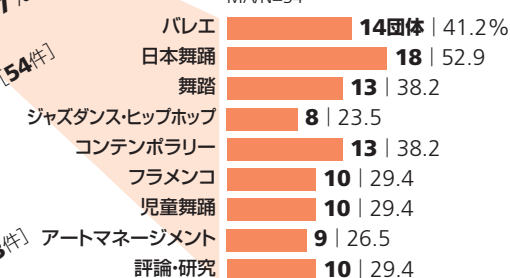
美術分野詳細 | 団体数ベース

MA/N=106



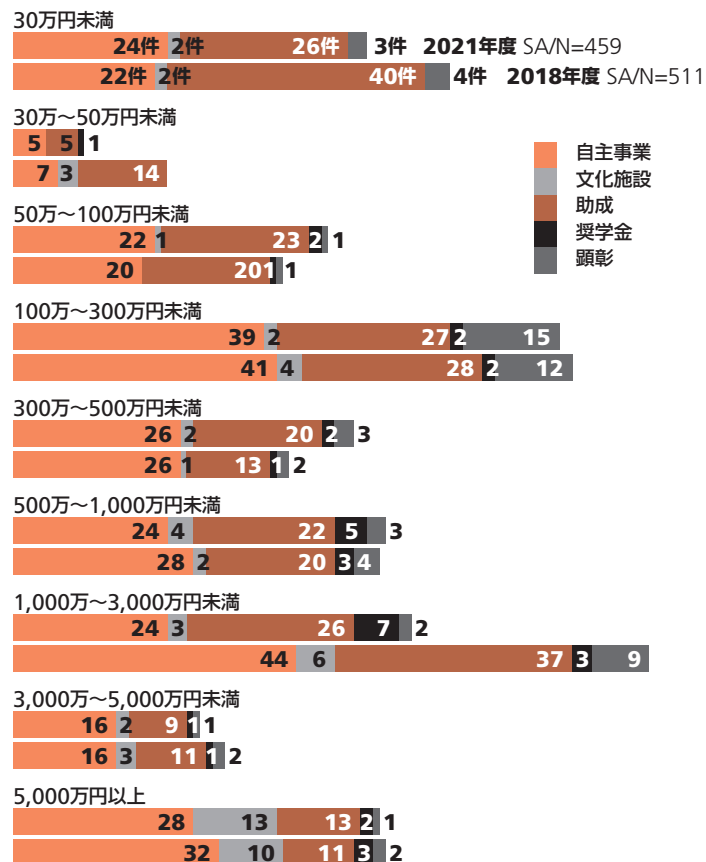
舞踊分野詳細 | 団体数ベース

MA/N=34



活動1件あたりの事業費に関して、「自主事業」は1000万～3000万円未満が3年前に最多であったが、2021年度調査では100万～300万円未満が最多で事業費の縮小傾向が見受けられる。

活動1件あたりの事業費 | 実施件数ベース | 3年前との比較



その他事例研究紹介



協議会アソシエイト

https://www.mecenat.or.jp/ja/research_top/kyogikai_mecena_associate_report



企業メセナ協議会では、2020年度より外部研究員「協議会アソシエイト」との協働による国内外の芸術文化活動や活動組織等に関する調査研究に取り組んでいます。企業メセナだけでなく芸術文化を取り巻く環境や今日的な課題から協議会が調査研究テーマを設定し、研究員自ら視察やヒアリングを行い、レポートを執筆します。

2020年度 協議会アソシエイトによる研究レポート

三上真理子 [アートプロジェクトマネジャー／キュレーター]
「危機の時代の芸術文化活動 コロナ禍における企業メセナ～欧米の文化政策の特徴と企業メセナの最新事例から～」
事例紹介◎フォルクス・ヴァーゲン社 [ドイツ] | dm [ドイツ]
アドビ社 [アメリカ] | IDW [リトアニア] 他

協議会アソシエイトによる事例研究レポートは、協議会ウェブサイトでご覧いただけます。
2021年度 協議会アソシエイトによる研究レポートは、2022年6月頃公開予定です。

事例紹介 [14]



活動年数：1993年～

活動地域：石川県

<http://www.soukeikai.or.jp/>



宗桂会館での加賀象嵌展示



専門塾
(人間国宝 中川衛氏による指導の様子)

財団名 公益財団法人宗桂会 [石川]

メセナ活動 伝統工芸・加賀象嵌の保存・普及活動

公益財団法人 宗桂会は、1993年に日機装(株)創業者 故 音桂二郎により創立されました。音のルーツには石川県の伝統工芸・加賀象嵌の名工・山川孝次家があり、自身のものづくりに対する精神の神髄も、加賀象嵌の精緻な技に見出していました。宗桂会は、加賀象嵌の継承発展を目的に様々な事業活動を行っています。

日機装 金沢製作所敷地内に設置された「宗桂会館」では、山川孝次の作品を中心とする加賀金工の名品を常設・企画展示し、無料公開しています。また、後継者育成事業としては、若手作家に制作活動の場を提供する月浦工房の運営を行っている他、1998年に金沢市から委託を受け、加賀象嵌などの伝統技法習得を目指す「加賀象嵌・彫金専門塾」を一般市民向けに開校しています。そのほか、加賀象嵌を広く知っていただくために、金工分野だけでなく工芸全般に関する広報誌「Decoration(デコレーション)」や象嵌作品をテーマとしたカレンダーの制作・配布、金属の性質など科学の視点から象嵌を学ぶ「子ども科学教室」の開催など、幅広い普及活動を展開しています。コロナ禍で活動に一部制限もありますが、月浦工房・専門塾運営や作品収集等の活動を通じ、伝統技法の保存や担い手の育成を今後も継続していきます。

その他事例研究紹介



メセナアソシエイト

https://www.mecenat.or.jp/ja/research_top/mecena_associate_report



企業メセナ協議会では、2014年度より外部研究員「メセナアソシエイト」との協働によるメセナの事例研究に取り組んでいます。研究員自ら「メセナ活動実態調査」やその他協議会保有データをもとに研究テーマを設定し、企業へ視察やヒアリングを行い、レポートを執筆します。

2020年度 第7期メセナアソシエイトによる研究レポート

田尾圭一郎 [美術手帖「ビジネス・ソリューション」ユニット プロデューサー]
「共生するメセナ」
研究対象◎ [一社] ESG情報開示研究会 | 山本哲士氏 | アミタホールディングス [株]
丹羽 梓 [横浜国立大学大学院 都市イノベーション学府 博士課程後期]
「企業メセナにおけるパートナーとは？」
研究対象◎ 三菱地所 [株] | 日興文化協会 | [公財] 三井住友海上文化財団
吉田駿太郎 [東京藝術大学大学院 音楽研究科音楽文化学研究領域芸術環境創造科 博士課程]
「コンテンポラリーダンスにおける日本のメセナ活動
ー「振付家の時代」と振付家の社会的な役割を中心にー」
研究対象◎ [株] 資生堂 | トヨタ自動車 [株]
[株] ワコールアートセンター | [公財] セゾン文化財団

メセナアソシエイトによる事例研究レポートは、協議会ウェブサイトでご覧いただけます。
2021年度 第8期メセナアソシエイトによる研究レポートは、2022年6月頃公開予定です。

公益社団法人企業メセナ協議会 会員一覧 [2022年3月1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 [117社・団体]			準会員 [31社・団体]		
[株]アーバネットコーポレーション	三和酒類 [株]	日本生命保険 [相]	[特非]アートネットワーク・ジャパン	茨城県	
[株]I&S BBDO	GMOインターネット [株]	日本テレビ放送網 [株]	[学] 瓜生山学園京都芸術大学	[公財] 鹿島美術財団	
[株]IHIエスキューブ	[株]JTB	[株]ネクシィーズグループ	[公財] 神奈川芸術文化財団	[公財] 関西・大阪21世紀協会	
[株]AOI Pro.	しずおか焼津信用金庫	野村ホールディングス [株]	[公財] 京都服飾文化研究財団	[公財] 公益法人協会	
アコム [株]	[株]資生堂	[株]白寿生科学研究所	[公財] 埼玉県芸術文化振興財団	[株]シアターワークショップ	
朝倉不動産 [株]	清水建設 [株]	[株]博報堂	[公財] 墨田区文化振興財団	四季 [株] 劇団四季	
アサヒグループホールディングス [株]	[株]集英社	[株]長谷工コーポレーション	[公財] 新国立劇場運営財団	[公財] 東京都歴史文化財団	
[株]朝日広告社	[株]小学館	パナソニック [株]	[株]フジタ	[公財] 山口市文化振興財団	
[株]朝日新聞社	住友生命保険 [相]	[株]原田	[公財] たましん地域文化財団	[公財] 横濱市芸術文化振興財団	
朝日放送テレビ [株]	積水化学工業 [株]	東日本電信電話 [株]	[税] 出塚会計事務所	[公財] 吉田英雄記念事業財団	
[株]アンデルセン・パン	損害保険ジャパン [株]	久光製薬 [株]	東京都生活文化局文化振興部		
生活文化研究所	第一生命保険 [株]	[株]ファーストリテイリング	[公財] 東京都歴史文化財団		
一帆会・昭和電工グループ	ダイキン工業 [株]	[株]フジテレビジョン	[公財] 新潟県基礎研究所		
エイバックス [株]	大正製薬 [株]	富士通 [株]	[公社] 日本芸能実演家団体協議会		
[株]ADKホールディングス	大日本印刷 [株]	[株]フジテレビジョン	[公財] 釜山美術館		
[株]NHKエデュケーション	[株]大和証券グループ本社	富士フイルムホールディングス [株]	[公財] 八十二文化財団		
[株]NHKエンタープライズ	[株]竹中工務店	[株]ブルボン	[株]マザーズ		
[株]NHKプロモーション	千島土地 [株]	[株]ベネッセホールディングス	[公財] 水戸市芸術振興財団		
ENEOSホールディングス [株]	[株]チャーム・ケア・コーポレーション	[株]ベネフィットワン	[公財] 山口市文化振興財団		
MS&ADインシュアランス	中部日本放送 [株]	[株]ホテルオークラ東京	[公財] 横浜市芸術文化振興財団		
グループホールディングス [株]	TOA [株]	[株]毎日新聞社			
大阪ガス [株]	[株]TBSホールディングス	[株]マガジンハウス			
[株]大塚商会	[株]テレビ朝日	[株]みずほフィナンシャルグループ			
[株]大林組	[株]テレビ東京	三井不動産 [株]			
[株]沖縄タイムス社	[株]電通	三菱地所 [株]			
鬼塚電気工事 [株]	東急 [株]	明治安田生命保険 [相]			
花王 [株]	東京海上日動火災保険 [株]	油機エンジニアリング [株]			
鹿島建設 [株]	[株]東京国際フォーラム	[株]吉野工業所			
カトーレック [株]	[株]東京ドーム	[株]読売新聞東京本社			
キッコーマン [株]	[株]東芝	楽天 [株]			
キヤノン [株]	[株]東北新社	[株]リクルートホールディングス			
京セラ [株]	[株]東横イン	[株]リンノ教育			
[株]久原本家グループ本社	凸版印刷 [株]	[株]琉球銀行			
[株]幻冬舎	トヨタ自動車 [株]	[株]琉球新報社			
[株]講談社	中村ブレイス [株]	リンナイ [株]			
[株]光文社	日本毛織 [株]	ローム [株]			
コスモエネルギー	日本製鉄 [株]	六花亭製菓 [株]			
ホールディングス [株]	日本電気 [株]	[株]ワコールホールディングス			
[株]サイバーエージェント	[株]ニッポン放送				
[株]産業経済新聞社	[株]日本経済新聞社				
サントリーホールディングス [株]	[株]日本広告社				

2021年度メセナ活動実態調査 [報告書]

Mécénat
Report
2021

2022年3月24日発行

発行人 尾崎元規

編集人 足立康子 | 澤田澄子

デザイン NDCグラフィックス

印刷 株式会社 耕文社



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 +SHIFT MITA 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。

●

2021年度調査研究部会

上坂陽次郎 | [株]朝日新聞社

吉本光宏 | [株]ニッセイ基礎研究所

森実尚子 | 日本電気 [株]



文化庁

本調査は、「令和3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。