

企業メセナ協議会では、民間の芸術文化支援に関する「メセナ活動実態調査」を1991年より実施。調査結果を「メセナレポート」にまとめ、広く発表しています。

平成18年度 文化庁
芸術団体人材育成支援事業

【調査概要】

調査の対象: 全国の上場企業、非上場売上高上位300社、企業メセナ協議会会員企業、メセナアワード応募企業等、計4,283社
調査の実施時期: 2006年4月～5月
調査方法: 郵送によるアンケート
調査対象期間: 2005年4月1日～2006年3月31日 [2005年度]
有効回答数: 623社 [昨年度634社]
有効回答率: 14.5% [昨年度15.1%]

図表中の「N=000」は母数でN=100%となる。
「SA」は単独回答、「MA」は複数回答。

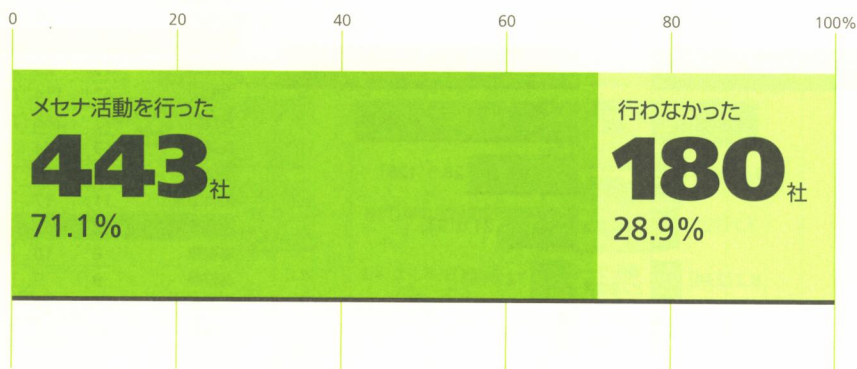
メセナ
note

特別号

メセナレポート 2006

企業のメセナの動向や意識を継続的に探ってきた「メセナ活動実態調査」。今回、メセナ活動を「行った」と回答した443社のうち、「文化・社会貢献の専任部署」を置く企業はこれまでで最も多い111社。メセナ活動を企業の社会的責任の一環と考えるとの回答が、2年間で76%から86%に増えるなど、企業の持続的な活動として一段と定着した感があります。時事設問では、企業の文化施設・スペースの開設状況、メセナと指定管理者制度について聞きました。

図1 | メセナ活動の実施状況 [SA / N=623]



■ は、本文中に図表を掲載しているもの。
□ は、図表は特に掲載していないもの。

メセナ活動の実施状況 [図1]

メセナ (芸術文化支援) 活動を「行った」企業が443社

■…2005年度にメセナ活動を「行った」と回答した企業は443社で過去最多となった。「行わなかった」と回答した企業は180社であった。
■…調査回答企業におけるメセナ実施率は71.1% (昨年度66.9%) であった。調査対象企業における実施率 (無回答企業をすべて未実施とみなす場合) は10.3% (同10.1%) であった。

図2 | 1社当たりのメセナ活動件数 [N=443]

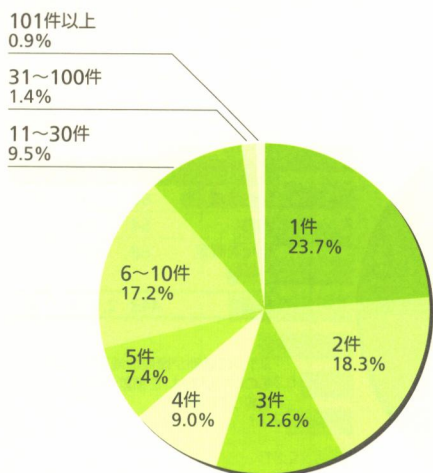
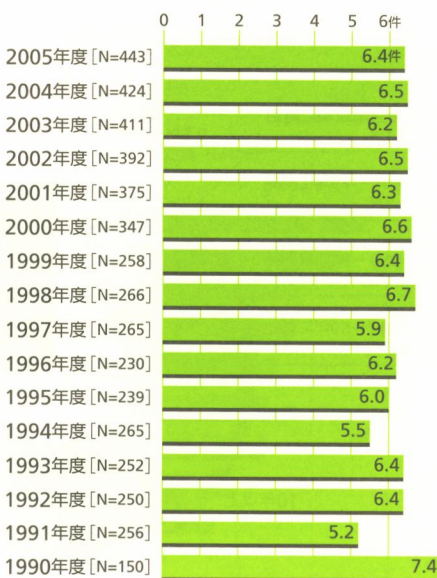


図3 | 1社当たりの平均メセナ活動件数の推移



メセナ活動件数 [図2・3]

1社当たりのメセナ活動件数は平均で6.4件

□…メセナ実施企業443社の活動総数は2,842件である (昨年度424社2,753件)。
■…メセナ実施企業1社当たりの活動件数は、平均で6.4件であった (同6.5件)。
■…活動件数「1件」の企業が23.7%を占め、71.0%の企業が「5件以下」であった。

メセナ活動の芸術分野 [図4]

音楽、美術が多く、次いで
伝統芸能、演劇

■…メセナ実施企業443社のうち、約4分の3 (74.0%)が「音楽」分野での活動を実施した。件数は全体の4割にあたる1,165件だった。

■…次いで「美術」(企業数ベース54.2%)、「伝統芸能」(同29.3%)、「演劇」(同24.8%)、「文学」(同21.0%)であった。

メセナ活動の方法 [図5]

4割の企業が資金以外の
経営資源による支援を実施

□…メセナ活動の実施方法は、「他団体への支援・提供」が372社(84.0%)2,027件(71.3%)、「自主企画・運営」が261社(58.9%)815件(28.7%)であった。

□…「他団体への支援・提供」のうち、「資金支援」は最多の346社(78.1%)、資金以外の経営資源(マンパワー、製品・サービス、場所、技術・ノウハウ)による取り組みも181社(40.9%)あった。

プログラムの継続性 [図6]

10年以上継続されている
活動が3割

■…メセナ活動総数2,842件の開始年度を見ると、「新規」25.9%(735件)、「継続」74.1%(2,107件)であった。企業数ベースで見ると、38.4%(170社)が「新規」のプログラムを実施している。

■…10年以上継続されているプログラムは30.4%(863件)、5年以上のプログラムは44.8%(1,272件)に上った。

メセナ活動の実施地域 [表1]

企業の50%が
複数の地域でメセナを実施

■…メセナ活動は47都道府県全域で実施された。海外*にかかわるメセナ活動は116件(4.1%)であった。

□…全2,842件のうち、複数の都道府県で実施された活動は255件(0.9%)であった。また、メセナ実施企業443社の約半数(50.1%)が複数の都道府県においてメセナ活動を行っている。

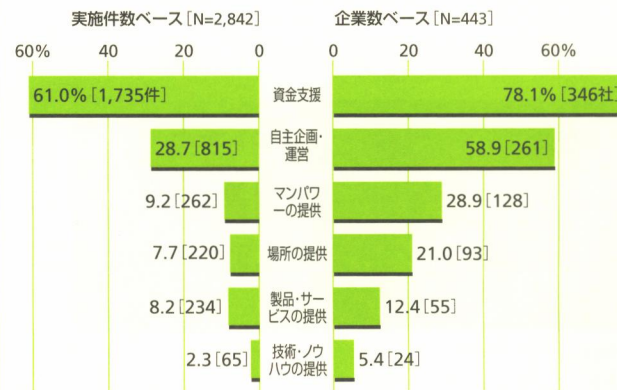
*「海外」には現地で実施した活動に加え、現地での展示会の協賛なども含む。

図4 | メセナ活動の芸術分野 [MA]



※「複合芸術」は、2つ以上の分野の要素を含む表現活動をさす。

図5 | メセナ活動の方法 [MA]



※「資金支援」および「マンパワー」「場所」「製品・サービス」「技術・ノウハウ」の提供は、他団体に対する場合を指す。主催事業で発生した経費やスタッフ/自社施設/製品/技術等の使用はすべて「自主企画・運営」に含まれるものとする。

図6 | プログラムの開始年度 [N=2,842]

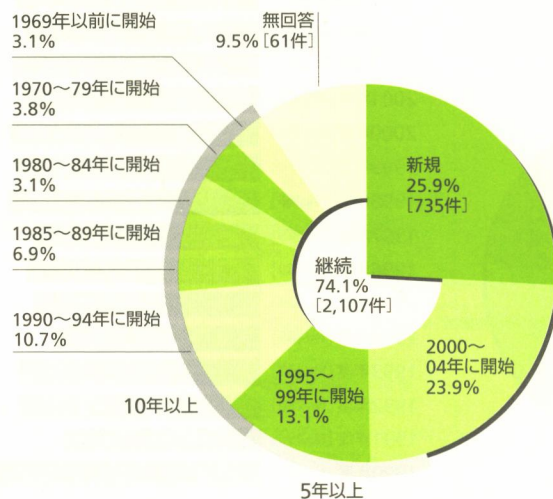
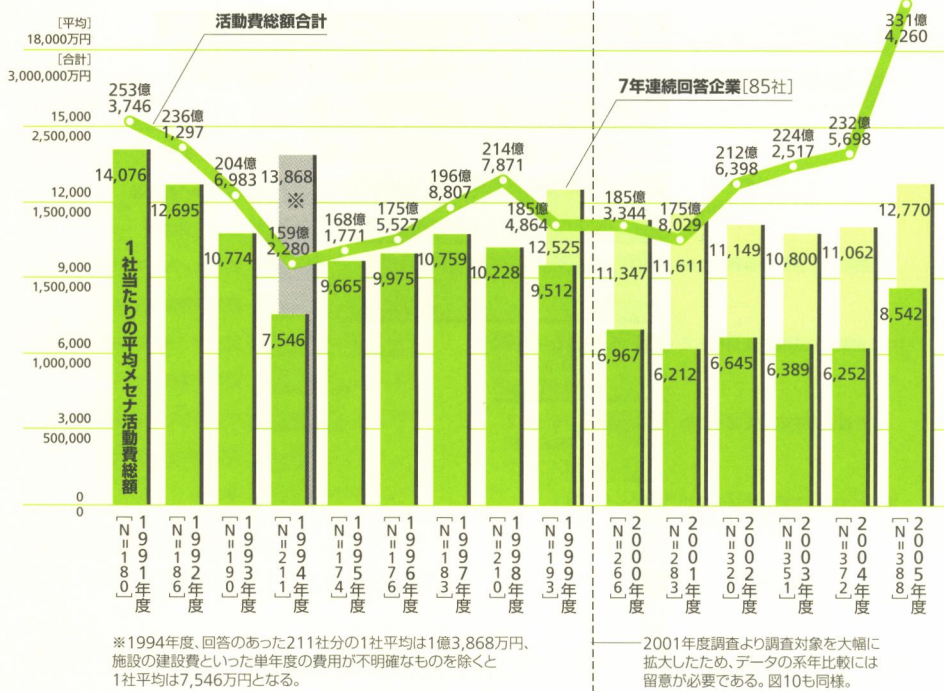


表1 | メセナ活動の実施地域 [都道府県別] [MA]

ブロック・都道府県名	企業数	プログラム数 [%]
北海道		
北海道	43	87 [3.1]
東北地方		
青森県	5	14 [0.5]
岩手県	11	17 [0.6]
宮城県	21	36 [1.3]
秋田県	8	11 [0.4]
山形県	11	30 [1.1]
福島県	14	22 [0.8]
関東地方	246	1,312 [46.2]
茨城県	9	23 [0.8]
栃木県	11	14 [0.5]
群馬県	17	25 [0.9]
埼玉県	21	30 [1.1]
千葉県	24	42 [1.5]
東京都	219	1,103 [38.8]
神奈川県	54	138 [4.9]
北陸・信越地方	66	140 [4.9]
山梨県	10	12 [0.4]
長野県	29	63 [2.2]
新潟県	21	35 [1.2]
富山県	9	10 [0.4]
石川県	10	14 [0.5]
福井県	7	11 [0.4]
東海地方	101	363 [12.8]
岐阜県	11	29 [1.0]
静岡県	31	55 [1.9]
愛知県	77	277 [9.7]
三重県	10	20 [0.7]
近畿地方	134	559 [19.7]
滋賀県	15	25 [0.9]
京都府	47	114 [4.0]
大阪府	77	283 [10.0]
兵庫県	49	144 [5.1]
奈良県	13	21 [0.7]
和歌山県	11	17 [0.6]
中国地方	52	109 [3.8]
鳥取県	8	10 [0.4]
島根県	9	9 [0.3]
岡山県	11	23 [0.8]
広島県	33	67 [2.4]
山口県	9	14 [0.5]
四国地方	20	46 [1.6]
徳島県	4	9 [0.3]
香川県	9	17 [0.6]
愛媛県	13	27 [1.0]
高知県	3	5 [0.2]
九州・沖縄地方	76	175 [6.2]
福岡県	42	87 [3.1]
佐賀県	7	23 [0.8]
長崎県	9	16 [0.6]
熊本県	10	18 [0.6]
大分県	14	36 [1.3]
宮崎県	6	18 [0.6]
鹿児島県	12	25 [0.9]
沖縄県	13	18 [0.6]
国内全域	60	91 [3.2]
海外	54	116 [4.1]
地域を限定しない	68	162 [5.7]
総数※	443	2,842 [100]

※1つの活動が複数地域でおこなわれるものについては、企業数・活動件数ともに重複している。

図7 | 1社当たりの平均メセナ活動費総額と活動費総額合計の推移



メセナ活動費総額 [図7]

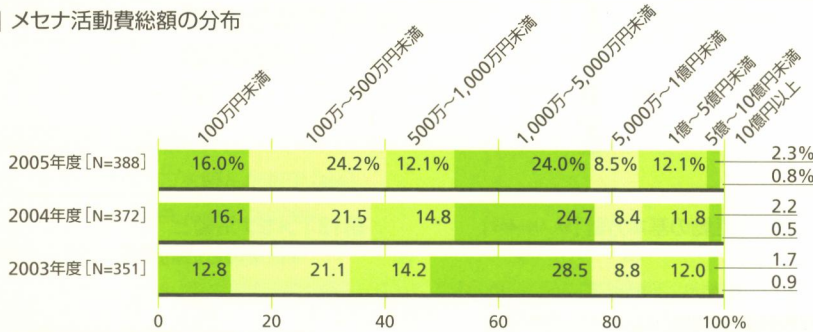
2005年度の活動費合計は388社で331億4,260万円

■…メセナ活動費総額について回答した企業は、メセナ実施企業443社のうち388社(87.5%)であった(昨年度372社87.7%)。

■…回答のあった388社の活動費総額の合計は331億4,260万円、1社当たりの平均は8,542万円であった(昨年度232億5,698万円、平均6,252万円)。数値が大幅に伸びた主な理由には、回答企業のうち2社から、2005年度活動費として約100億円が計上されたことが挙げられる。

■…比較が可能な7年連続活動費回答企業85社の1社当たり平均メセナ活動費について推移を見ると、1999年度が1億2,525万円、2005年度が1億2,770万円であり、この7年間で大幅な増減はない。

図8 | メセナ活動費総額の分布



メセナ活動費総額の分布 [図8]

1,000万円以下の企業が過半数

■…回答のあった388社の活動費総額の分布を見ると、1,000万円以下の企業が52.3%を占めている。1,000万円以上1億円未満は32.5%、1億円以上は15.2%であった。

■…中央値*は810万円、最頻値は100万円である。

* 中央値とは、金額を順に並べて中央(今回は194番目)にある値。最頻値は、具体的な金額として最も多く回答された値。

図9 | 事業費の分布 [N=1,573]



図10 | メセナ活動の予算化の推移 [5A]



メセナ活動の事業費の分布 [図9]

1プログラム当たりの事業費はおおむね10万円~300万円

■…メセナ活動1プログラム当たりの事業費は、計1,573件(55.3%)について回答があった。

□…1プログラム当たりの平均は1,183.6万円で、100万円未満のプログラムが約半数(51.5%)であった。

メセナ活動の予算化 [図10]

メセナ活動の予算枠を決めていた企業が77%

■…年度の初めにメセナ活動の予算を決めていた企業は、77.4% (343社)であった(昨年度75.9%)。

メセナ活動を行う目的 [図11]

「社会貢献の一環として」が9割

■…メセナ実施企業443社にメセナ活動を行う目的を聞いたところ、「社会貢献の一環として」が9割を超え(91.0%)、次いで「地域社会の芸術文化振興のため」(64.3%)であった。
□…「自主企画・運営」(図5)を行った企業の回答を見ると、行わなかった企業に比べて「長期的に見て自社のイメージ向上につながるため」(62.1%)、「自社の企業文化の確立を目指して」(41.8%)、「社員の質的向上を図るため」(20.7%)が、それぞれ10~20ポイント上回った。

メセナ活動の基本方針 [図12]

53%の企業がメセナ活動の方針を持つ

■…メセナ実施企業のうち、52.6%(233社)がメセナ活動を行ううえでの基本方針を策定している(昨年度51.4%、218社)。

メセナ活動とCSRの関連 [図13]

CSRの一環との認識が広まる

■…メセナ活動と「企業の社会的責任(CSR)」をどのように関連づけているかについては、61.8%の企業が「メセナ活動をCSRの一環として位置づけている」と答えた。「今後CSRの一環に含めていくと思われる」企業と合わせて86.2%に上る。

メセナ活動の担当部署 [図14]

文化・社会貢献等の部署を持つ企業は111社

■…メセナ活動を担当した部署については、「広報関連の部署」176社(39.7%)が最も多く、次いで「総務関連の部署」140社(31.6%)、「文化・社会貢献等の専任部署」111社(25.1%)であった。

メセナ活動の担当スタッフ数 [図15]

スタッフ1~3人の企業が過半数

□…専任スタッフのいる企業は204社(46.0%)あり、うち87社(19.6%)は専任・兼任両方のスタッフを置いている。

■…1~3人でメセナを担当する企業が過半数(53.1%)で、1社当たりの平均スタッフ数は6.9人となった。

図11 | メセナ活動の目的 [MA]

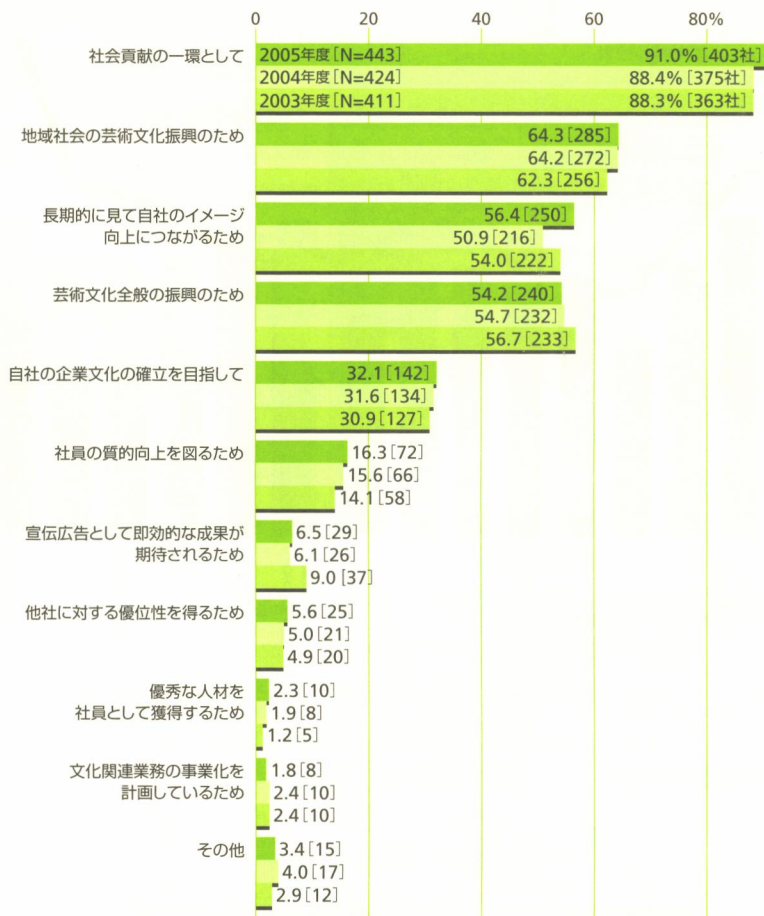


図12 | メセナ活動の基本方針 [SA / N=443]

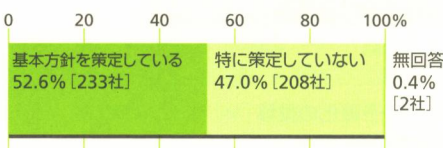


図13 | メセナ活動と「企業の社会的責任(CSR)」の関連

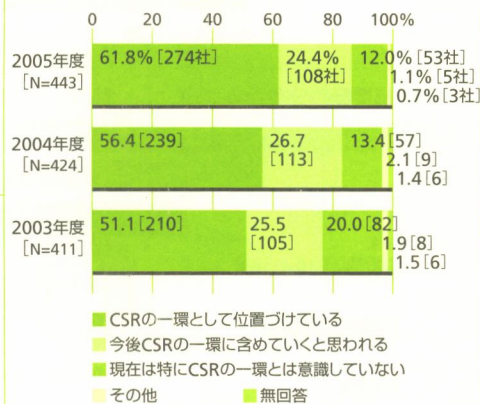


図14 | メセナ活動の担当部署 [MA / N=443]



図15 | メセナ活動の担当スタッフ数 [N=443]

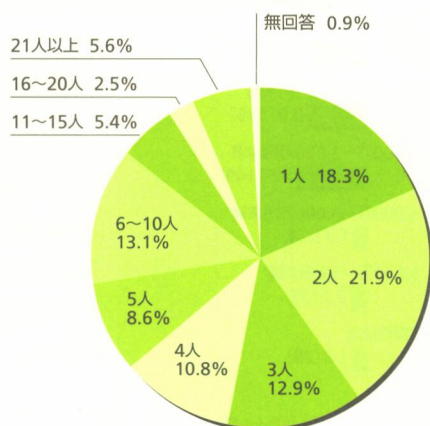
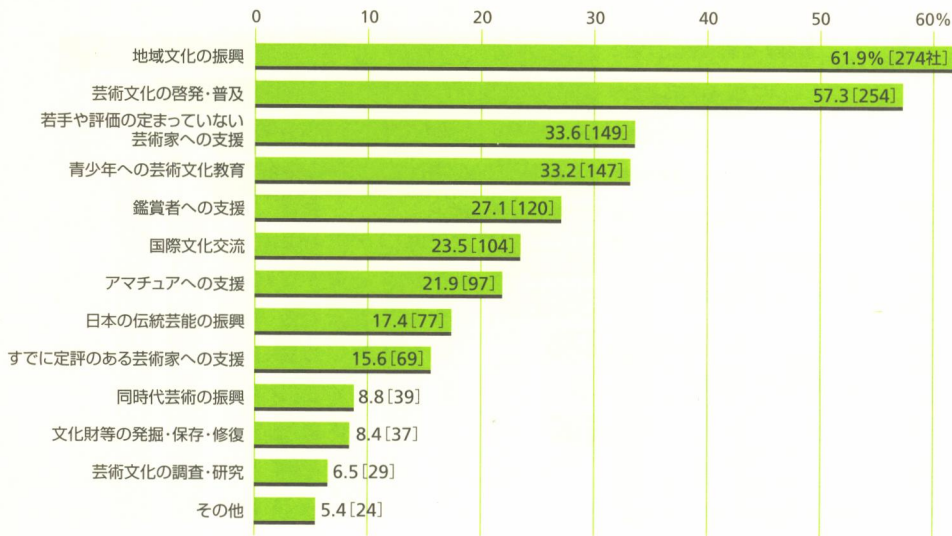


図16 | メセナ活動で重視した点 [MA / N=443]



メセナ活動で重視した点 [図16]

「地域文化の振興」重視の傾向続く

■…メセナ活動を行ううえで重視した点については、「地域文化の振興」(61.9%)が昨年度と同じく最も多く、「芸術文化の普及・啓発」(57.3%)が続く。次いで「若手や評価の定まっていない芸術家への支援」(33.6%)、「青少年への芸術文化教育」(33.2%)であった。

メセナ活動の対象やプログラムの選定方法 [図17]

芸術団体等からの直接要請が最多

■…支援先やプログラムを選定する方法について、「支援対象から直接要請があった」(62.5%)、「自主的に探し出した」(46.0%)が、間接的な支援要請を上回っている。

図17 | メセナ活動の対象やプログラムの選定方法 [MA / N=443]



パートナーシップによるメセナ活動 [図18]

「アーティスト」「他社」などと協働

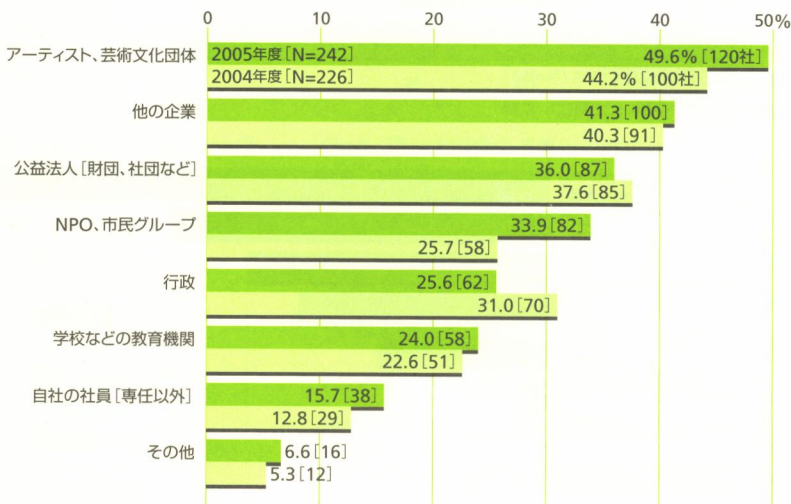
□…メセナを実施した企業の54.6% (242社) が多様な主体とのパートナーシップ*によるメセナ活動を行っている (昨年度53.3%)。

■…パートナーシップの相手先は、「アーティスト、芸術団体」(49.6%)、「他の企業」(41.3%)が多く、昨年に比べると「NPO、市民グループ」(33.9%)が特に伸びている。

*ここでいうパートナーシップとは、名義のみの共催といった形式的なものではなく企画や運営を協働で行うような活動

図18 | パートナーシップを組んだ相手 [MA]

「パートナーシップがあった」と回答した企業について集計

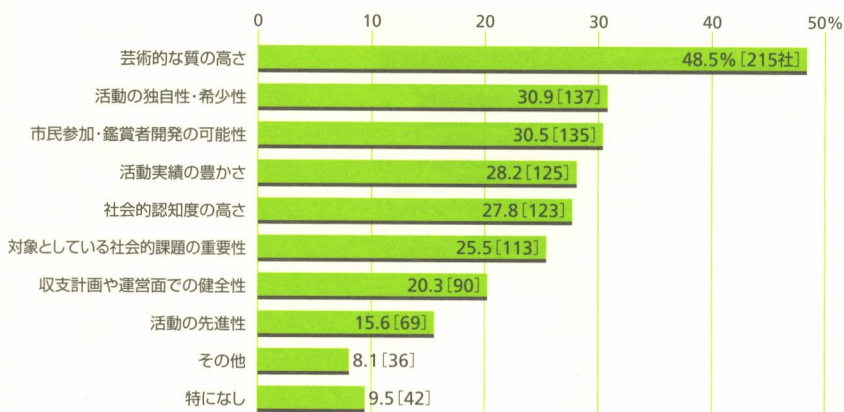


メセナ活動の支援先やパートナーの選定基準 [図19]

「芸術的な質の高さ」が48%

■…どのような基準でメセナ活動の支援先やパートナーを選んだかについては、「芸術的な質の高さ」(48.5%)が最も多い。次いで「活動の独自性・希少性」(30.9%)、「市民参加・鑑賞者開発の可能性」(30.5%)であった。

図19 | 支援先・パートナーの選定基準 [MA / N=443]



メセナ活動に対する社内理解の促進 [図20]

社内報・PR誌が最多で7割

■…メセナ活動に対する社内理解促進のためにどのようなことを行ったのかを聞いたところ、「社内報や企業PR誌などで活動を紹介」(71.3%)、「ポスターやチラシを配布」(58.9%)、「イントラネットなどで告知」(51.7%)が多かった。

メセナ活動を評価する基準 [図21]

芸術活動の享受者の評価を求める

■…メセナ活動を評価する基準については、「参加者・来場者の評価」(62.1%)、「参加者・来場者数」(49.2%)が多く、次いで「社内の評価」(33.4%)、「マスコミの評価」(26.6%)、「被支援者の評価」(25.1%)となった。メセナ活動について参加者からの声を広く聞こうとする姿勢がうかがえる。

メセナ活動を評価する項目 [図22]

社会的な意義と有効性を重視

■…メセナ活動についてどのような観点から評価を行っているかについては、「社会に対する効果・影響があったか」(76.1%)、「目標に対してプログラムが有効か」(50.1%)、「投入された経営資源に対して最大の成果が出たか」(39.9%)となった。

メセナ活動において支障となる事柄 [図23]

活動資金、スタッフ不足が課題

■…メセナを行ううえで支障があったと回答した企業は277社(62.5%)で、その内訳は「予算額が少ない」(48.0%)、「スタッフ数の不足」(31.4%)、「専門知識をもったスタッフの不足」(29.6%)であった。

□…メセナを「行わなかった」と答えた企業180社にその理由を聞くと、「スタッフ数に余裕がない」(44.4%)が初めて最多となり、次いで「資金に余裕がない」(41.1%)、「担当部署がない」(33.9%)となった。

図20 | メセナ活動に対する社内理解の促進 [MA / N=443]

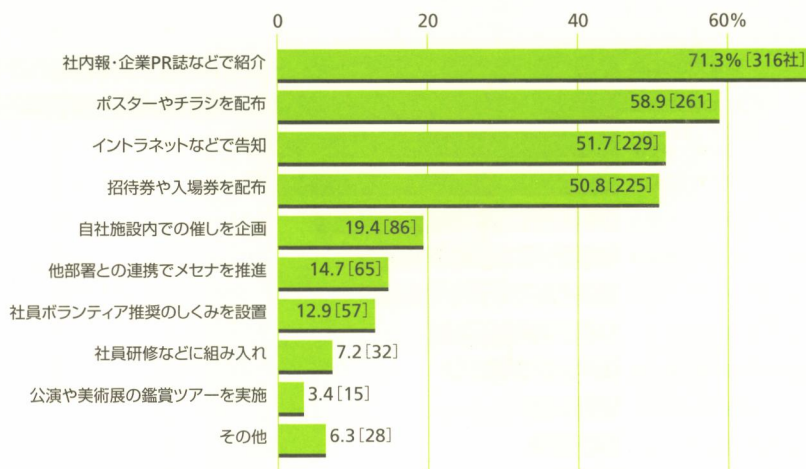


図21 | メセナ活動を評価する基準 [MA / N=443]

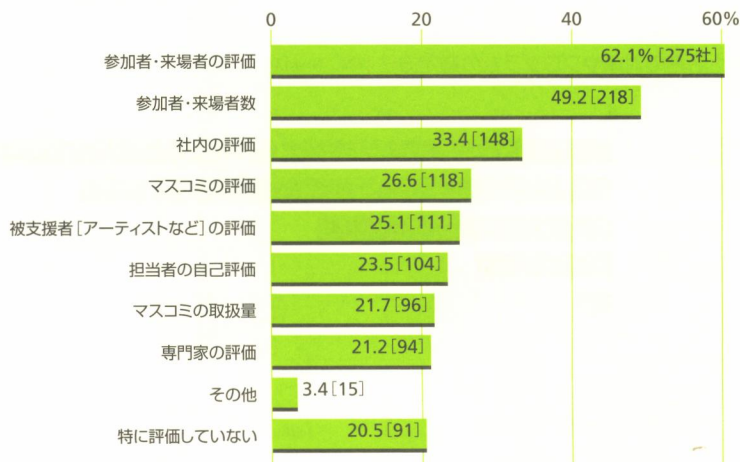


図22 | メセナ活動の評価項目 [MA / N=351]

図21で「評価する基準」をいずれか選択した企業について集計

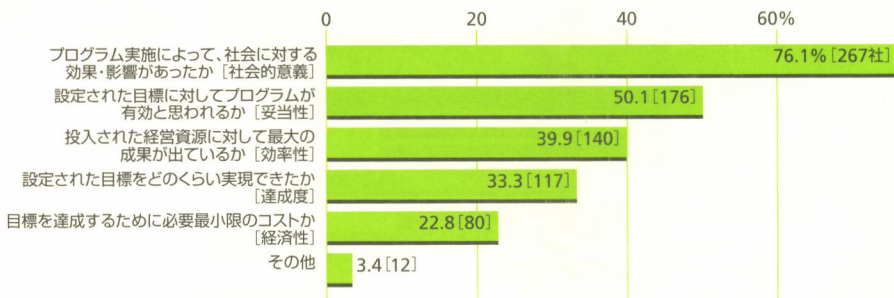


図23 | メセナ活動において支障となる事柄 [MA / N=277]

「支障があった」と回答した企業について集計

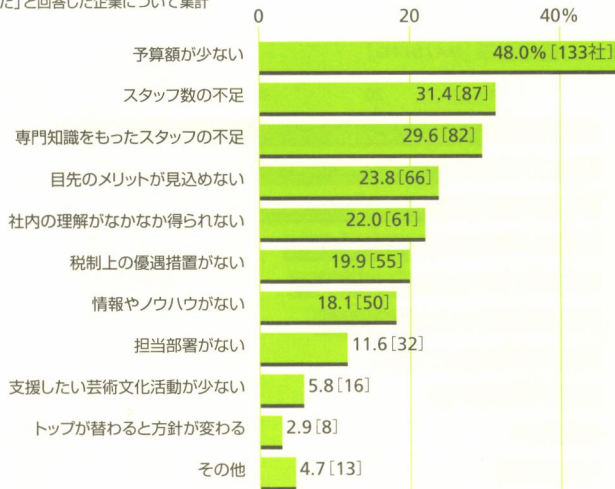
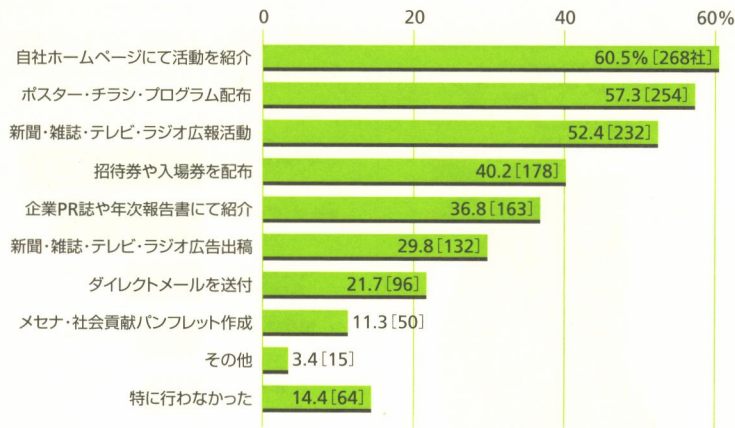


図24 | メセナ活動の社外PR [MA / N=443]



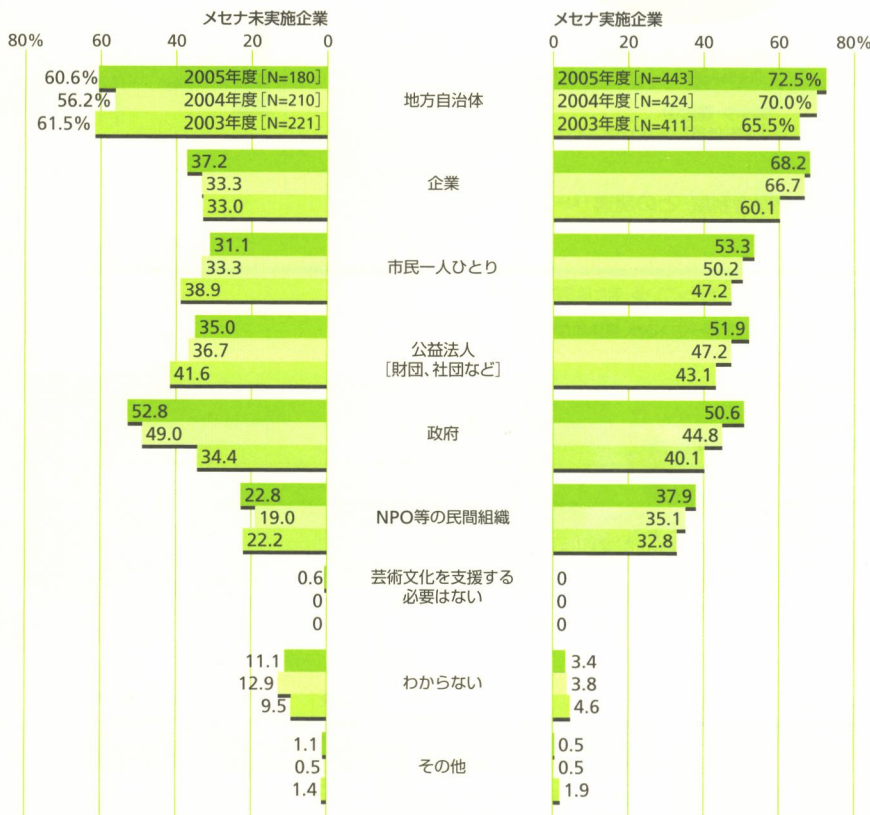
メセナ活動の社外PR [図24]

6割の企業がメセナ活動をホームページで紹介

■…メセナ活動をどのようにPRしたかについては、「自社ホームページ」(60.5%)、「ポスター・チラシ・プログラム」(57.3%)、「新聞・雑誌・テレビ・ラジオ広報活動」(52.4%)をそれぞれ約半数の企業が挙げた。

■…「企業PR誌や年次報告書にて活動を紹介」した企業は163社(36.8%)に加え、「メセナ・社会貢献のパンフレットを作成」している企業も50社(11.3%)あった。

図25 | 芸術文化振興のためにどこが支援すべきか [MA]



芸術文化振興のためにどこが支援すべきか [図25]

地方自治体のイニシアティブに期待

■…芸術文化振興のためにどこが主体となって支援していくべきかを聞いたところ、メセナ実施企業443社においては「地方自治体」(72.5%)、「企業」(68.2%)、「市民一人ひとり」(53.3%)の順であった。

■…メセナ未実施企業180社においては「地方自治体」(60.6%)、「政府」(52.8%)、次いで「企業」(37.2%)が挙がった。

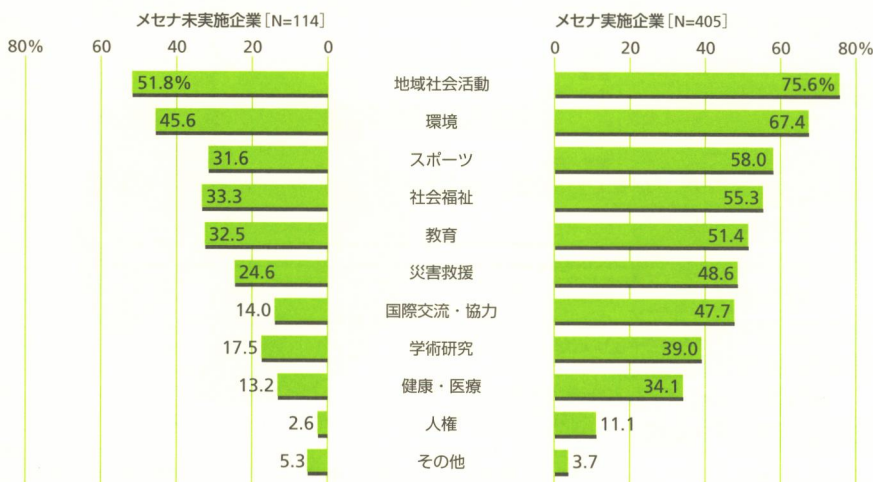
メセナ活動以外の社会貢献活動 [図26]

メセナ実施企業の9割が実施

■…メセナ活動以外の社会貢献活動の実施状況を聞いたところ、メセナ実施企業443社では91.4% (405社)、メセナ未実施企業180社では63.3% (114社)であった。いずれも「地域社会活動」が最多であった。

図26 | メセナ活動以外の社会貢献活動の内容 [MA]

「社会貢献活動をおこなった」と回答した企業について集計



メセナ活動データベース

メセナビ
Mécénavi
www.mecenavi.info

「メセナビ」は、全国の企業・企業財団のメセナ(芸術文化支援)活動に関する総合データベースです。企業メセナの方針や、活動分野・地域などについて知ることができます。

2006年度 時事設問

企業の文化施設および文化活動に利用・提供するスペースは、各地の芸術文化・交流拠点として大きな役割を担っている。
日本の企業メセナの特徴でもある文化施設・スペースの最新事情と、公立施設において進む指定管理者制度に対する意識を調査した。

企業文化施設、スペースの有無 [図27・28]

58%の企業が文化活動に
提供するスペースを持っている

■…メセナ実施企業443社のうち、255社(57.6%)が文化施設および文化活動に利用するスペースを有している。具体的には「社屋や店舗の一部」(47.8%)、「美術館、ギャラリー」(38.4%)、「複合文化施設、多目的ホール」(21.2%)などである。

□…文化施設、スペースの運営主体については「企業内の部署」(79.7%)が多く、次いで「系列の子会社」(21.5%)、「系列の財団・NPO法人」(11.7%)となった。

指定管理者制度との関連 [表2]

8割が「特になし」と回答、
取り組む企業は21社

■…指定管理者制度について、自社のメセナ活動やビジネスとの関連を聞いたところ、事業として取り組む企業は21社、関心はあるが具体的な検討にはいたっていない企業が41社であった。「特に考えていない」企業が368社で大勢を占めた(83.1%)。

□…「その他」のかわりとして、「PFI方式で運営受託」「指定管理者となったNPOと協働・または支援」などの例があった。

図27 | 企業文化施設、
スペースの所有状況 [N=443]

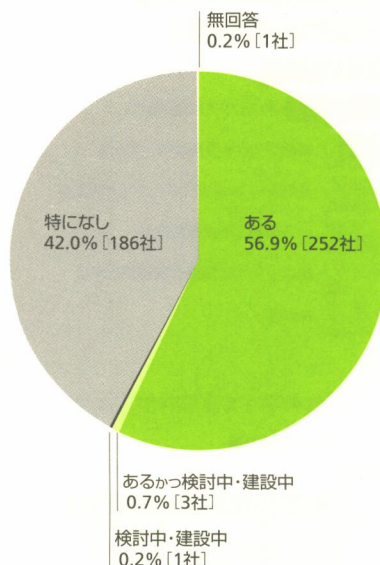


図28 | 企業文化施設、スペースの内訳 [N=255]

「文化施設、スペースがある」と回答した企業について集計

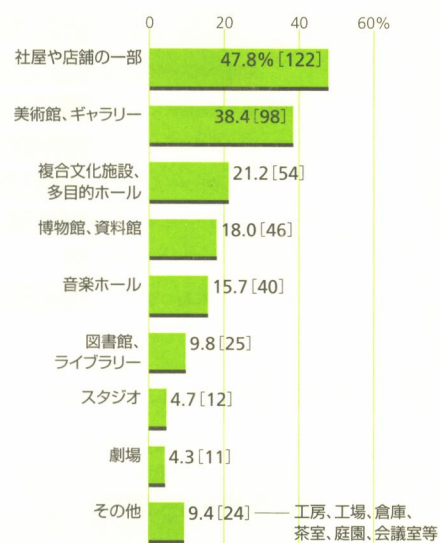


表2 | 指定管理者制度*との関連 [MA]

指定管理者制度との関連	企業数	[%]
指定管理者への取り組みを行っている、または検討している	21	[4.7]
指定管理者制度に関心を持っているが、具体的な検討は行っていない	41	[9.3]
特に考えていない	368	[83.1]
その他	6	[1.4]
無回答	7	[1.6]
合計	443	[100]

*「指定管理者制度」:2003年、地方自治法改正で、企業・NPO等の民間事業者が「指定管理者」として公共施設の管理を代行できるようになった。

回答企業プロフィール

表3 | 業種別に見るメセナ活動の実施状況

業種	企業数	実施企業	未実施企業	業種	企業数	実施企業	未実施企業
水産・農林	1	-	1	その他製品	22	19	3
鉱業	-	-	-	商業	83	49	34
建設	29	21	8	卸売業	44	23	21
食料品	45	34	11	小売業	39	26	13
繊維・紙	14	9	5	金融・保険	113	96	17
繊維製品	12	7	5	銀行	80	68	12
パルプ・紙	2	2	-	証券・商品先物取引	8	6	2
化学・医薬品	42	27	15	保険	8	5	3
化学	29	18	11	その他金融	17	17	-
医薬品	13	9	4	不動産	19	11	8
石油・石炭	6	6	-	運輸・倉庫	14	12	2
ゴム・ガラス・土石	10	9	1	陸運	7	6	1
ゴム製品	5	4	1	海運	2	2	-
ガラス・土石製品	5	5	-	空運	1	1	-
鉄鋼・金属	21	12	9	倉庫・運輸	4	3	1
鉄鋼	6	6	-	公共	48	35	13
非鉄金属	5	2	3	電気・ガス	16	16	-
金属製品	10	4	6	情報・通信	32	19	13
機械・機器	104	72	32	サービス	52	31	21
機械	15	9	6	無回答	-	-	-
電気機器	57	41	16	合計	623	443	180
輸送用機器	18	15	3				
精密機器	14	7	7				

*業種は証券コード協議会の「業種別分類項目」に準ずる。

- これまでの調査結果は、「メセナレポート」(2001年〜)、「メセナ白書」(1991〜2000年、ダイヤモンド社)に収録しています。
- 回答企業各社のメセナ活動は、データベース「メセナビ」(www.mecenavi.info)にて公開しています。
- 企業メセナの事例や分析については、以下の出版物をご覧ください。「いま、地域メセナがおもしろい」(2005年)／「メセナマネジメント」(2003年)／「なぜ、企業はメセナをするのか?」(2000年)／機関誌「メセナnote」(隔月発行)／ブックレット『セミナーシリーズ』(既刊No.1〜9)——詳しくは企業メセナ協議会ホームページ(www.mecenat.or.jp)にて