

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19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4,423社
調査の実施時期: 2007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: 2006年4月1日～2007年3月31日 [2006年度]
有効回答数: 690社 [昨年度623社]
有効回答率: 15.6% [昨年度14.5%]

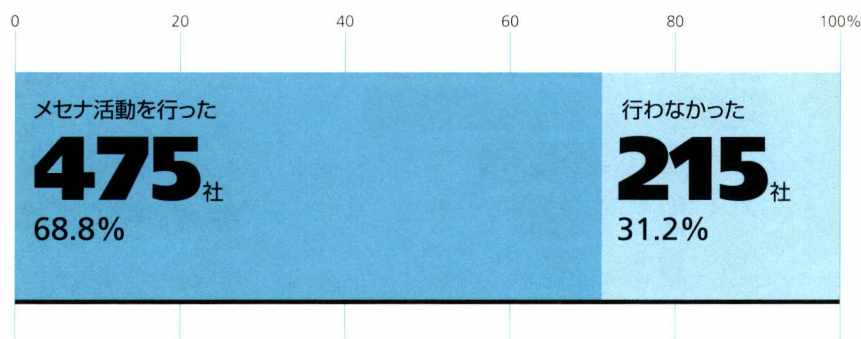
図表中の「N=000」は母数でN=100%となる。
「SA」は単独回答、「MA」は複数回答。

メセナ
note
特別号

メセナレポート 2007

企業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」。これまでで最も多い690社から回答を得た今回は、メセナを企業の社会的責任（CSR）の一環として位置づける傾向が強まるとともに、地域や顧客等とのコミュニケーションの深化、企業姿勢についての評価の向上などをメセナの意義として挙げる企業が多くありました。時事設問ではメセナ活動に社員参加を促す制度やプログラムについても聞いています。

図1 | メセナ活動の実施状況 [SA / N=690]



■ 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」企業は475社

■ …2006年度にメセナ活動を「行った」と回答した企業は475社で過去最多となった。「行わなかった」と回答した企業は215社であった。
■ …調査回答企業におけるメセナ実施率は68.8%（昨年度71.1%）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見なす場合）は10.7%（同10.3%）であった。

図2 | 1社当たりのメセナ活動件数 [N=475]

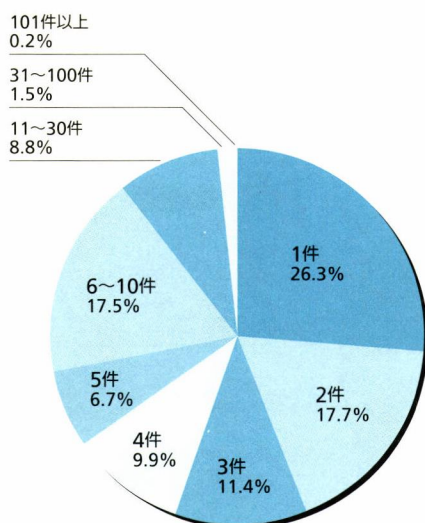
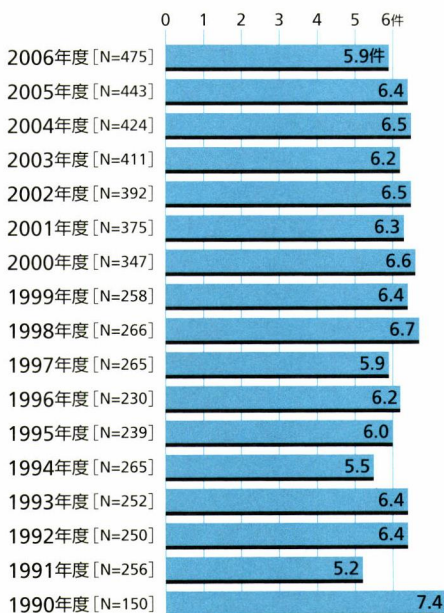


図3 | 1社当たりの平均メセナ活動件数の推移



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5.9件

□ …メセナ実施企業475社の活動総数は2,819件である（昨年度443社・2,842件）。
■ …メセナ実施企業1社当たりの活動件数は、平均で5.9件（同6.4件）、中央値*は3件（同3件）であった。
■ …活動件数「1件」の企業が26.3%を占め、72.0%の企業が「5件以下」である。
* 中央値とは、回答（活動件数）を順に並べて中央（今年度は238番目）にある値。

メセナ活動の芸術分野 [図4]

音楽が4割で最多、次いで美術が3割

■…メセナ実施企業475社の活動総数2,819件のうち、約4割にあたる1,193件が「音楽」分野での活動であった。次いで「美術」(28.8%)が多く、「伝統芸能」(9.2%)、「演劇」(6.2%)が続いた。

■…企業数ベースで見ると、「音楽」分野での活動実施は、全体の7割に上る(337社・70.9%)。

メセナ活動の方法 [図5]

175社で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392社(82.5%)・2,021件(71.7%)、「自主企画・運営」が275社(57.9%)・798件(28.3%)であった。

■…「他団体への支援・提供」のうち、「資金支援」が最多の366社(77.1%)で、資金以外の経営資源(マンパワー、場所、製品・サービス、技術・ノウハウ)による支援も175社(36.8%)で行われた。

プログラムの継続性 [図6]

5年以上継続されている活動が47%

■…メセナ活動総数2,819件の開始年度を見ると、「新規」25.0%(705件)、「継続」75.0%(2,114件)であった。企業数ベースで見ると、35.4%(168社)が「新規」のプログラムを開始し、96.2%(457社)が「継続」のプログラムを実施している。

■…5年以上継続されているプログラムは47.4%(1,336件)、10年以上のプログラムは33.3%(938件)であった。

メセナ活動の実施地域 [表1]

約半数の企業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100件(3.5%)であった。

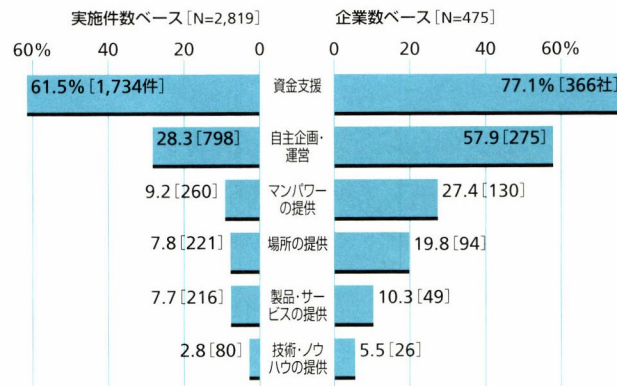
□…全2,819件のうち、複数の都道府県で実施された活動は264件(9.4%)であった。企業数ベースで見ると、236社(49.7%)が複数の都道府県においてメセナ活動を行っている。

図4 | メセナ活動の芸術分野 [MA]



※「複合芸術」は、複数分野の要素をあわせ持つ活動を指す。

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=2,819]

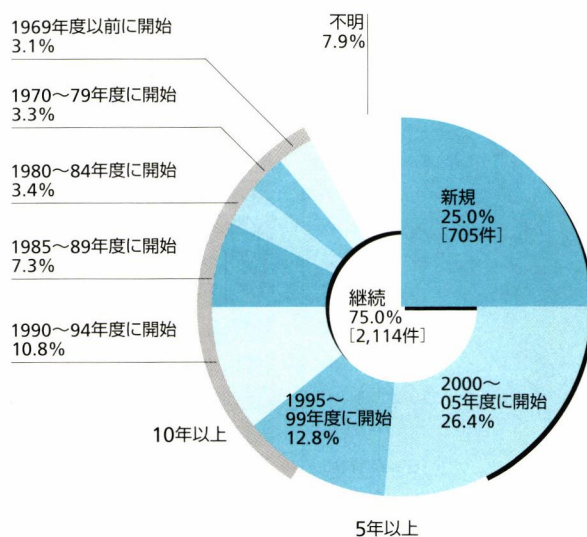
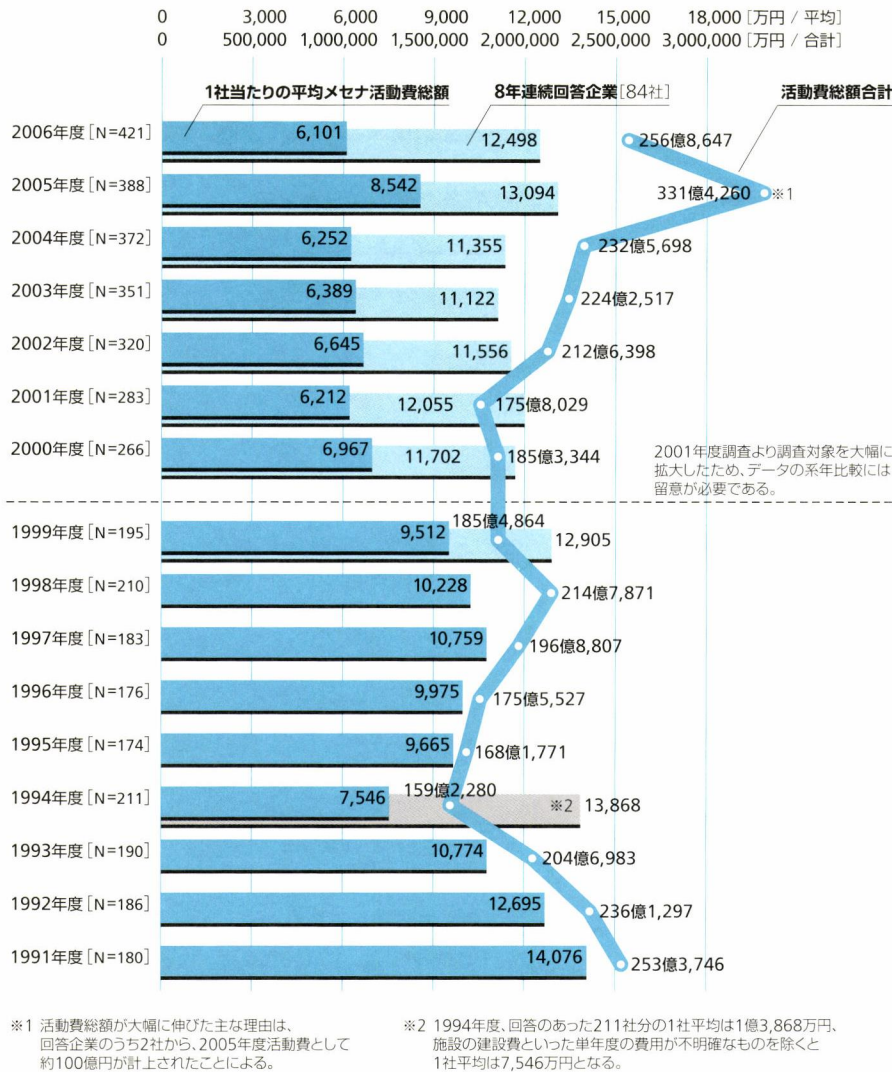


表1 | メセナ活動の実施地域 [都道府県別] [MA]

都道府県名	企業数 (社)	プログラム数 (件) [%]
北海道		
北海道	50	96 [3.4]
東北地方	48	113 [4.0]
青森県	10	21 [0.7]
岩手県	11	16 [0.6]
宮城県	24	47 [1.7]
秋田県	8	13 [0.5]
山形県	7	26 [0.9]
福島県	14	26 [0.9]
関東地方	264	1,294 [45.9]
茨城県	13	24 [0.9]
栃木県	17	24 [0.9]
群馬県	14	21 [0.7]
埼玉県	22	34 [1.2]
千葉県	29	42 [1.5]
東京都	233	1,106 [39.2]
神奈川県	50	114 [4.0]
北陸・甲信越地方	75	158 [5.6]
山梨県	11	15 [0.5]
長野県	34	59 [2.1]
新潟県	22	38 [1.3]
富山県	14	18 [0.6]
石川県	13	21 [0.7]
福井県	10	16 [0.6]
東海地方	107	343 [12.2]
岐阜県	20	43 [1.5]
静岡県	35	61 [2.2]
愛知県	75	241 [8.5]
三重県	9	18 [0.6]
近畿地方	141	559 [19.8]
滋賀県	12	18 [0.6]
京都府	46	108 [3.8]
大阪府	91	295 [10.5]
兵庫県	49	141 [5.0]
奈良県	10	20 [0.7]
和歌山県	9	15 [0.5]
中国地方	55	112 [4.0]
鳥取県	8	10 [0.4]
島根県	8	11 [0.4]
岡山県	16	24 [0.9]
広島県	34	66 [2.3]
山口県	8	13 [0.5]
四国地方	28	54 [1.9]
徳島県	7	13 [0.5]
香川県	13	28 [1.0]
愛媛県	14	23 [0.8]
高知県	4	5 [0.2]
九州・沖縄地方	80	203 [7.2]
福岡県	42	114 [4.0]
佐賀県	10	25 [0.9]
長崎県	11	18 [0.6]
熊本県	9	17 [0.6]
大分県	18	33 [1.2]
宮崎県	6	19 [0.7]
鹿児島県	14	28 [1.0]
沖縄県	9	14 [0.5]
国内全域	56	91 [3.2]
海外※1	51	100 [3.5]
地域を限定しない※2	80	141 [5.0]
総数※3	475	2,819 [100]

※1 「海外」には現地でも実施した活動に加え、現地での展覧会の協賛なども含む。
 ※2 「地域を限定しない」には、公募地域を限定しない顕彰・コンクール、実施場所を持たない冊子・ウェブサイトの制作などが含まれる。
 ※3 一つの活動が複数地域で行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]

2006年度の活動費合計は421社で256億8,647万円

■…メセナ活動費総額については、これまでで最も多い421社 (88.6%) から回答があった (昨年度388社・87.5%)。

■…回答のあった421社の活動費総額の合計は256億8,647万円、1社当たりの平均は6,101万円であった。2社から約100億円の回答があった昨年度 (331億4,260万円) より数値は下がったが、それ以前から見れば、回答企業数の伸びに伴い活動費総額は増えている。

■…比較が可能な8年連続活動費回答企業84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1億2,905万円、2006年度が1億2,498万円であり、この8年間で大幅な増減はない。

メセナ活動費総額の分布 [図8]

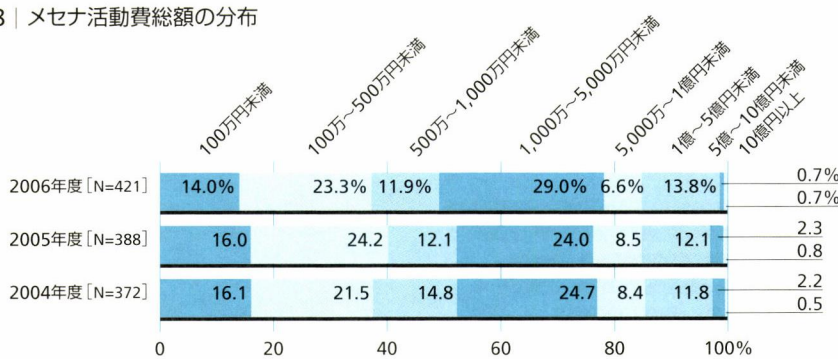
1,000万円未満の企業が約半数

■…回答のあった421社の活動費総額の分布を見ると、1,000万円未満の企業が49.2%を占めている。1,000万円以上1億円未満は35.6%、1億円以上は15.2%であった。

□…中央値は1,000万円、最頻値*は100万円である。

* 最頻値は、具体的な金額として最も多く回答された値。

図8 | メセナ活動費総額の分布



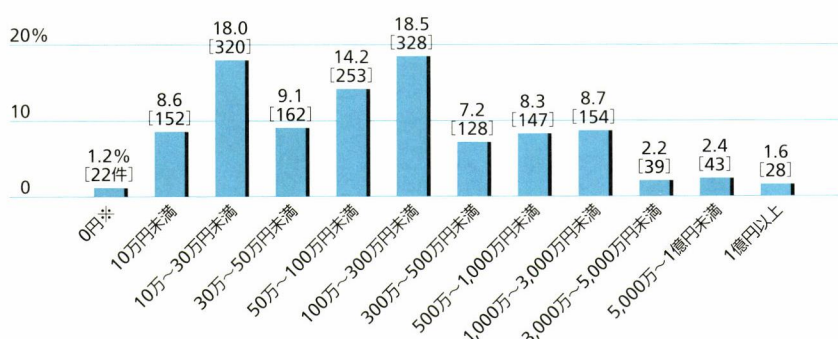
メセナ活動の事業費の分布 [図9]

1プログラム当たりの事業費は約半数が100万円未満

■…メセナ活動1プログラム当たりの事業費は、計1,776件 (63.0%) について回答があった。

□…1プログラム当たりの平均は807.4万円、100万円未満のプログラムが約半数 (51.1%) であった。

図9 | 事業費の分布 [N=1,776]



※マンパワーや場所の提供などで「0円」と回答があった活動のみ。

メセナ活動を行う目的 [図10]

「社会貢献の一環として」が9割超

■…メセナ実施企業475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(92.2%)、次いで「地域社会の芸術文化振興のため」(66.9%)、「芸術文化全般の振興のため」(53.5%)であった。

メセナ活動の基本方針 [図11]

半数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、53.5%(254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52.6%・233社)。

メセナ活動の予算化 [図12]

メセナ活動の予算枠を決めていた企業が78%

■…年度の初めにメセナ活動の予算を決めていた企業は、78.3%(372社)であった(昨年度77.4%)。

メセナ活動の担当部署 [図13]

4分の1の企業で専任部署が担当

■…メセナ活動を担当した部署については、「広報関連の部署」189社(39.8%)が最も多く、次いで「総務関連の部署」157社(33.1%)、「文化・社会貢献等の専任部署」119社(25.1%)であった。

□…全体の約半数にあたる224社(47.2%)では、複数の部署でメセナ活動を担当している。

メセナ活動の担当スタッフ数 [図14]

スタッフ1~3人の企業が過半数

■…メセナ活動の担当スタッフ数について聞いたところ、1~3人でメセナを担当する企業が過半数(54.1%)で、1社当たりの平均スタッフ数は6.5人となった。

□…専任スタッフを置く企業は208社(43.8%)、兼任スタッフを置く企業は358社(75.4%)あり、99社(20.8%)で専任・兼任両方のスタッフを置いている。

図10 | メセナ活動の目的 [MA]

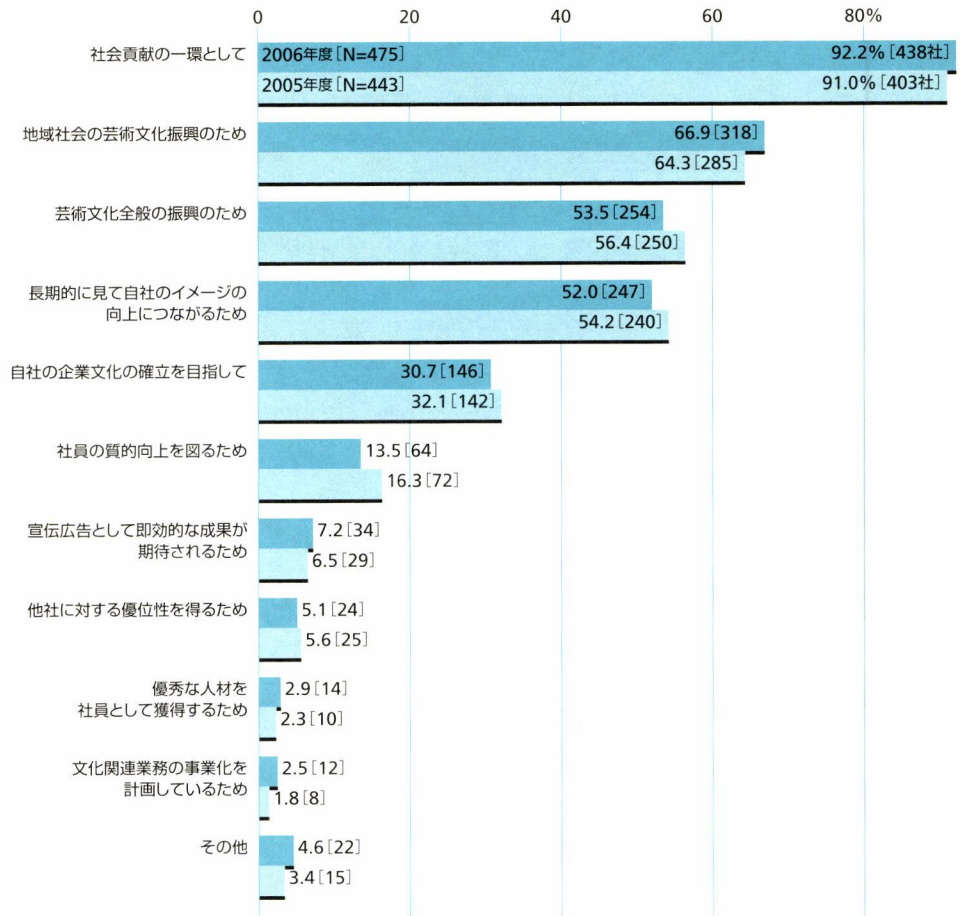


図11 | メセナ活動の基本方針 [SA / N=475]

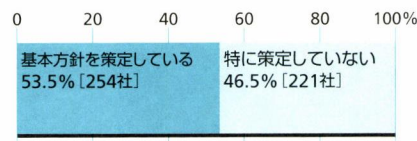


図12 | メセナ活動の予算化 [SA / N=475]

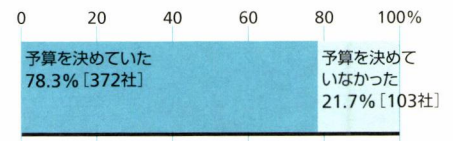


図13 | メセナ活動の担当部署 [MA / N=475]



図14 | メセナ活動の担当スタッフ数 [N=475]

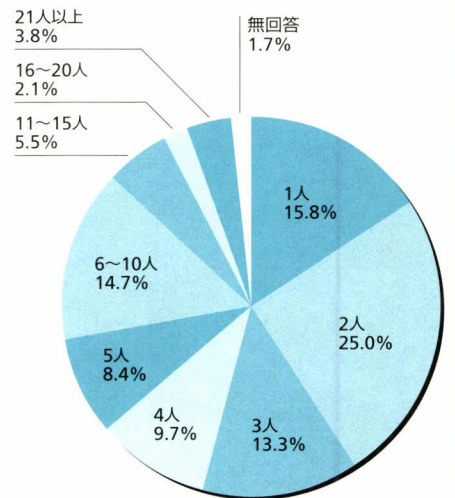


図15 | メセナ活動で重視した点 [MA / N=475]

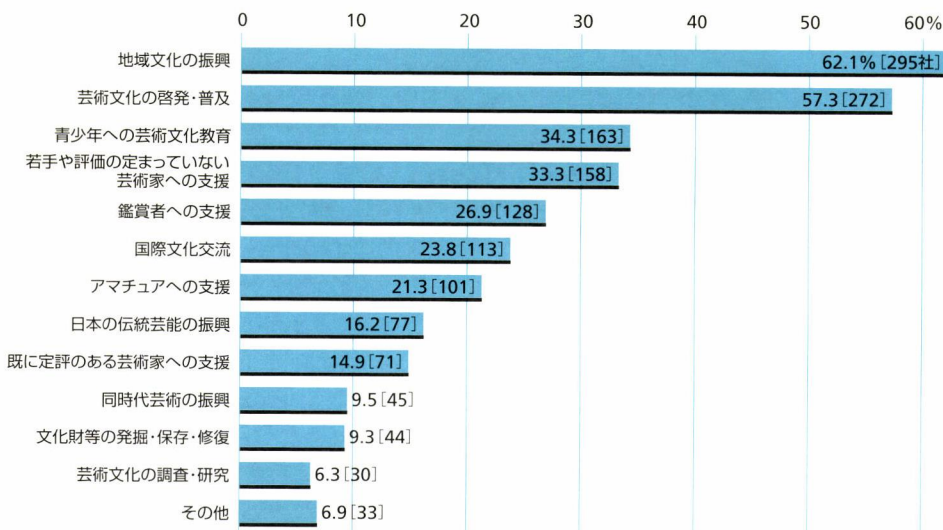


図16 | メセナ活動の対象やプログラムの選定方法 [MA / N=475]

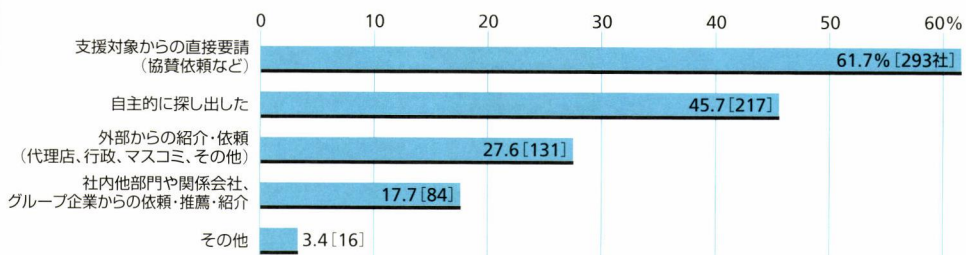


図17 | パートナーシップを組んだ相手 [MA / N=251]

「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

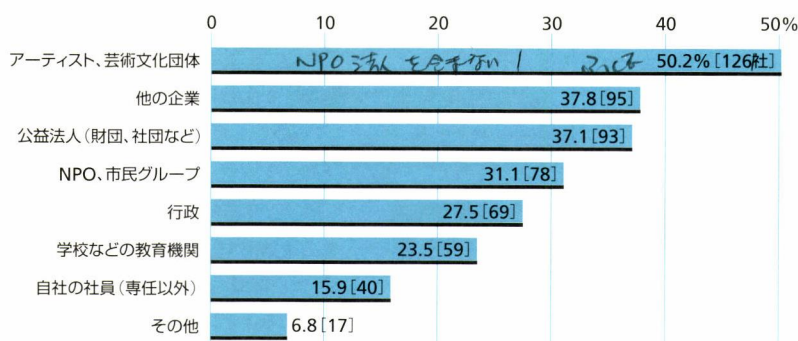
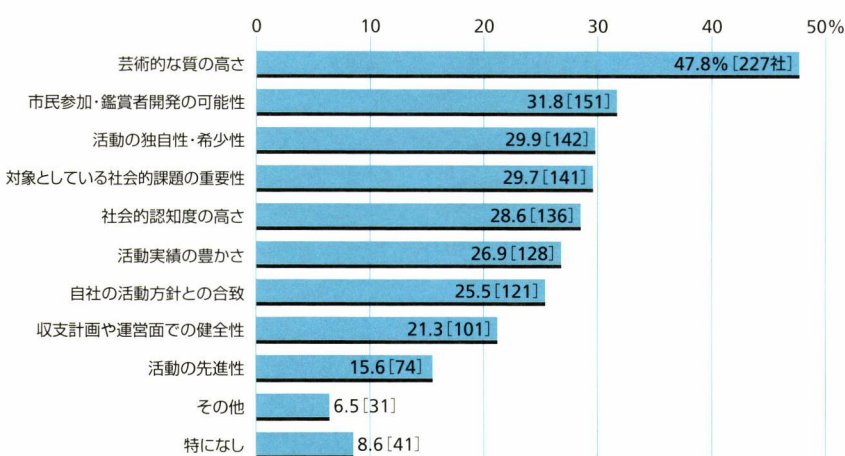


図18 | 支援先・パートナーの選定基準 [MA / N=475]



メセナ活動で重視した点 [図15]

「地域文化の振興」が最多

■…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」(62.1%)が最も多く、「芸術文化の啓発・普及」(57.3%)が続く。

□…「青少年への芸術文化教育」(34.3%)の割合は、この5年間で約10ポイント増加しており、意識の高まりが見られる。

メセナ活動の対象やプログラムの選定方法 [図16]

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、「支援対象からの直接要請」(61.7%)、「自主的に探し出した」(45.7%)が、間接的な支援要請を上回っている。

□…「自主的に探し出した」と回答した企業に具体的な方法を聞いたところ、「担当者が公演に足を運ぶなどして情報収集」「一般より広く募集」「社員からの提案」「地域の芸術団体に相談」などが挙げられた。

パートナーシップによるメセナ活動 [図17]

「アーティスト、芸術文化団体」との協働が最多

□…メセナを実施した企業の52.8%(251社)がパートナーシップ*によるメセナ活動を行っている(昨年度54.6%)。

■…パートナーシップの相手先は、「アーティスト、芸術文化団体」(50.2%)が最多で、次いで「他の企業」(37.8%)、「公益法人」(37.1%)が多い。

* 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。

メセナ活動の支援先やパートナーの選定基準 [図18]

「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」(47.8%)が最も多い。次いで「市民参加・鑑賞者開発の可能性」(31.8%)が多く、「活動の独自性・希少性」(29.9%)、「対象としている社会的課題の重要性」(29.7%)がほぼ同数で続いた。

メセナ活動とCSRの関連 [図19]

「CSRの一環」との認識高まる

■…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、65.1%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」企業と合わせて87.0%に上る。

メセナ活動を評価する基準 [図20]

「参加者・来場者」を意識

■…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」(62.9%)、「参加者・来場者数」(50.3%)が多く、次いで「社内での評価」(36.6%)、「被支援者の評価」(27.6%)、「マスコミの評価」(24.8%)となった。

メセナ活動を評価する項目 [図21]

「社会的意義」を最も重視

■…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」(76.6%)が最も多く、次いで「目標に対してプログラムが有効か」(53.2%)、「投入された経営資源に対して最大の成果が出ているか」(35.3%)となった。

メセナ活動において支障となる事柄 [図22]

「スタッフの不足」が大きな支障

■…メセナを行ううえで支障となる事柄があったと回答した企業は288社(60.6%)で、うち「予算額が少ない」(47.2%)との回答が最多であった。「スタッフ数の不足」(35.8%)と「専門知識を持ったスタッフの不足」(30.2%)は、ともにこの5年間で約10ポイント増加している。

□…メセナを「行わなかった」と答えた企業215社にその理由を聞くと、「資金に余裕がない」(42.8%)と「スタッフ数に余裕がない」(41.4%)がほぼ同率でトップに挙げられ、次いで「情報やノウハウがない」(31.6%)、「担当部署がない」(28.4%)となった。

図19 | メセナ活動と「企業の社会的責任 (CSR)」の関連 [5A]

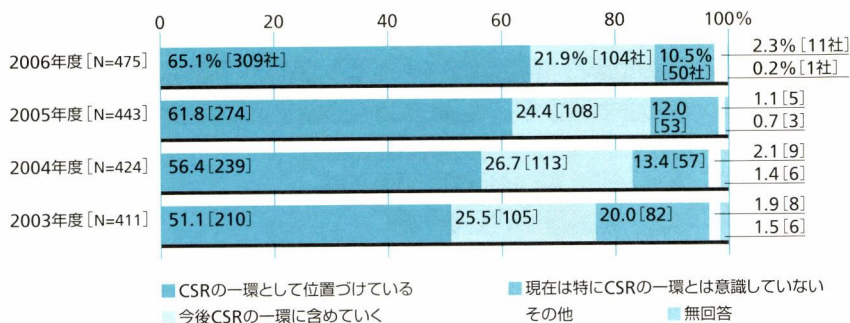


図20 | メセナ活動を評価する基準 [MA / N=475]

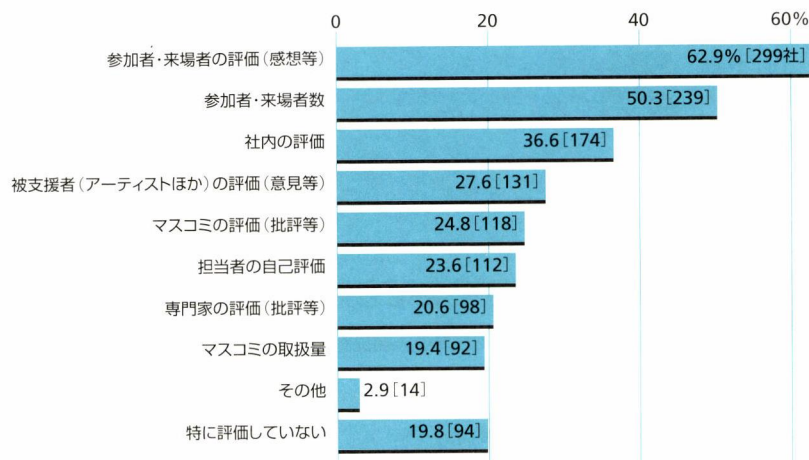


図21 | メセナ活動の評価項目 [MA]

図20で「評価する基準」をいずれか選択した企業について集計

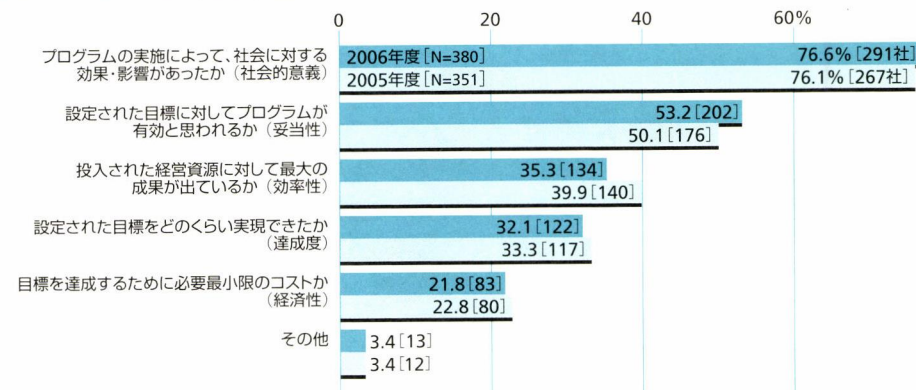


図22 | メセナ活動において支障となる事柄 [MA / N=288]

「支障があった」と回答した企業について集計

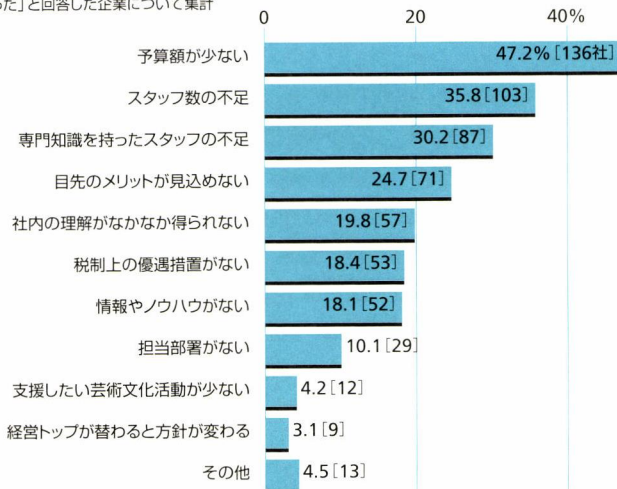
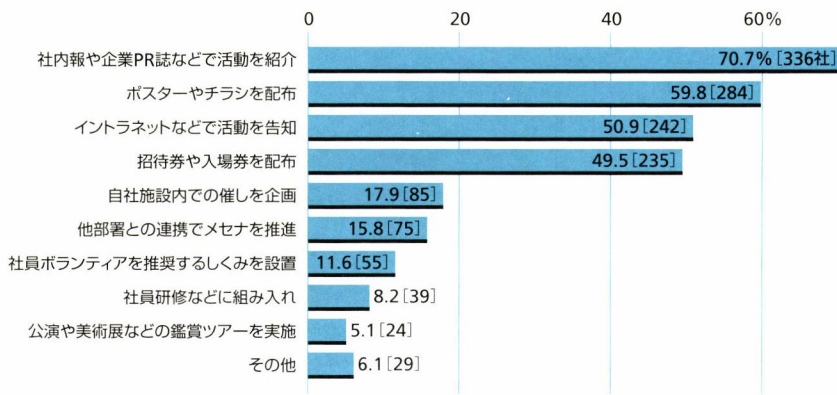


図23 | メセナ活動に対する社内理解の促進 [MA / N=475]

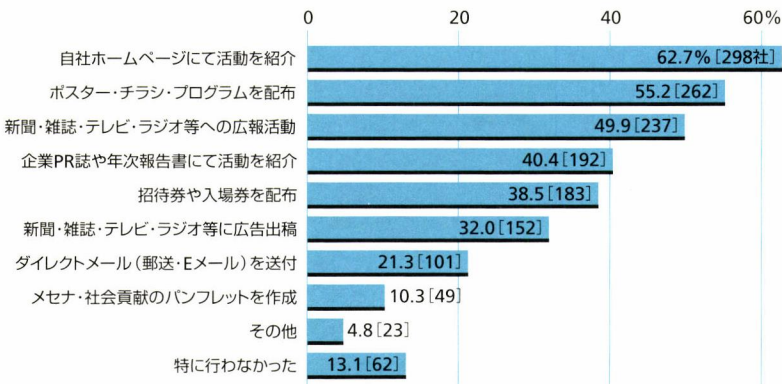


メセナ活動に対する社内理解の促進 [図23]

社内報・PR誌が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かを聞いたところ、「社内報や企業PR誌などで活動を紹介」(70.7%)が最も多かった。また、「他部署との連携でメセナを推進」(15.8%)や「社員ボランティアを推奨するしくみを設置」(11.6%)など、メセナ運営に社員の関与を促す取り組みも見られた。

図24 | メセナ活動の社外PR [MA / N=475]



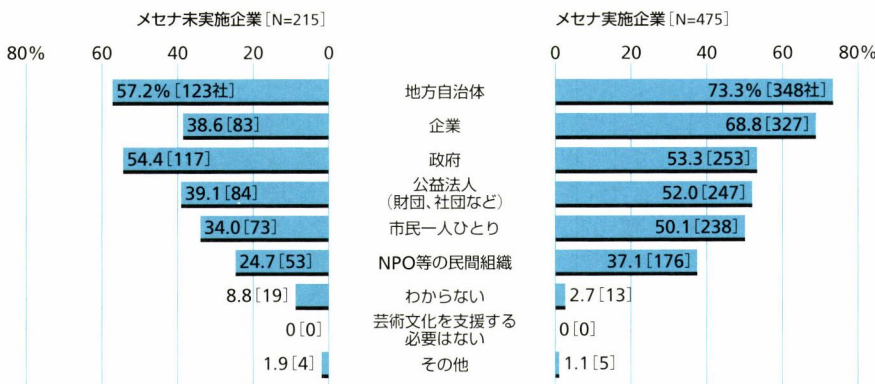
メセナ活動の社外PR [図24]

4割の企業がメセナ活動を年次報告書等で紹介

■…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」(62.7%)、「ポスター・チラシ・プログラム」(55.2%)、「新聞・雑誌・テレビ・ラジオ等への広報活動」(49.9%)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192社(40.4%)に増え(昨年度36.8%)、「メセナ・社会貢献のパンフレットを作成」している企業も49社(10.3%)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]

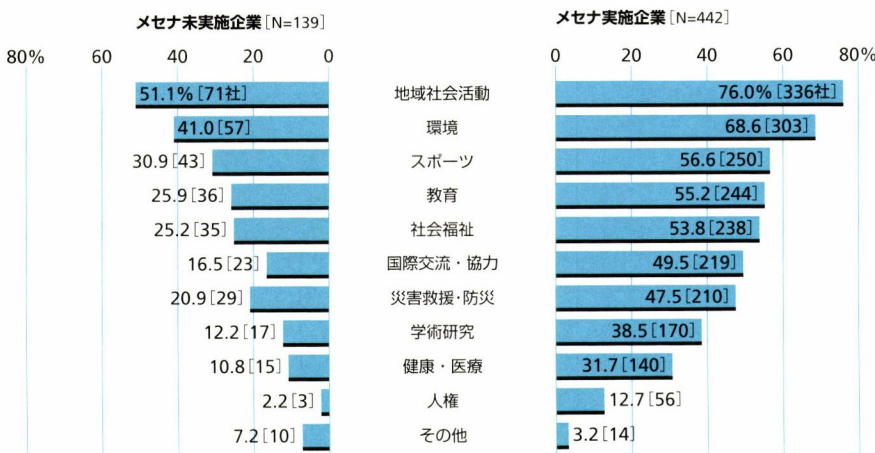
地方自治体のイニシアティヴに期待

■…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475社においては「地方自治体」(73.3%)、「企業」(68.8%)、「政府」(53.3%)の順であった。

■…メセナ未実施企業215社においては「地方自治体」(57.2%)、「政府」(54.4%)、「公益法人」(39.1%)が上位に挙がり、「企業」は38.6%であった。

図26 | メセナ活動以外の社会貢献活動の内容 [MA]

「社会貢献活動を行った」と回答した企業について集計



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割以上が実施

□…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475社では93.1%(442社)、メセナ未実施企業215社では64.7%(139社)であった。いずれも「地域社会活動」が最多であった。

2007年度 時事設問 毎年継続的に調査している項目に加え、今年度は企業がメセナ活動を通じて得たことと、社員参加を促す制度やプログラムについて調査した。

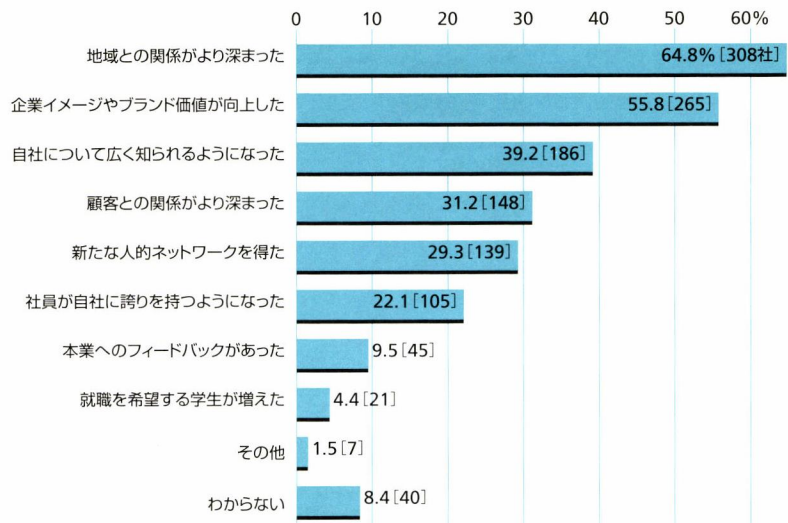
メセナ活動を通じて企業が得たこと [図27]

「地域との関係が深まった」が最多

■…メセナ実施企業475社に、メセナ活動を通じて得たことはなにかを聞いたところ、「地域との関係がより深まった」(64.8%)が最多で、次いで「企業イメージやブランド価値が向上した」(55.8%)が多かった。

□…具体的には、「日ごろ接点のない地域の人々との交流のきっかけになっている」「取引先からの評価が高い」「本業では得にくい人脈を得た」「今までにない発想や新たな活動のヒントを得た」などの回答が寄せられた。

図27 | メセナ活動を通じて企業が得たこと [MA / N=475]

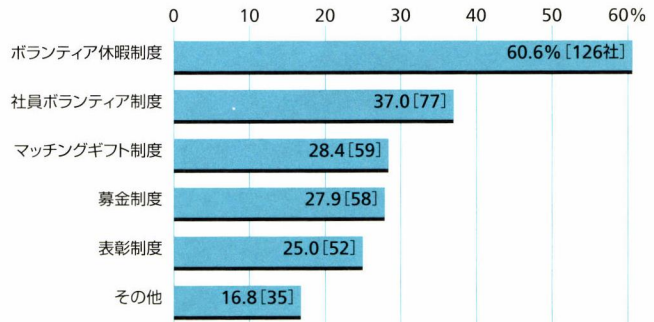


社員参加を促す制度やプログラム [図28]

「ボランティア休暇制度」が最多

■…メセナ活動を含む社会貢献活動等への社員参加を促す制度については、メセナ実施企業475社のうち208社(43.8%)が導入していると回答した。その内容は「ボランティア休暇制度」が126社で最も多く、次いで「社員ボランティア制度」(77社)、「マッチングギフト制度」(59社)、「募金制度」(58社)などである。

図28 | メセナ活動を含む社会貢献活動等への社員参加を促す制度やプログラム [MA / N=208]
「導入している」と回答した企業について集計



回答企業プロフィール

表2 | 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	2	1	1	その他製品	23	20	3
鉱業	-	-	-	商業	96	50	46
建設	33	24	9	卸売業	45	24	21
食料品	37	31	6	小売業	51	26	25
繊維・紙	12	8	4	金融・保険	126	100	26
繊維製品	10	6	4	銀行	88	78	10
パルプ・紙	2	2	-	証券・商品先物取引	7	4	3
化学・医薬品	39	28	11	保険	15	12	3
化学	25	15	10	その他金融	16	6	10
医薬品	14	13	1	不動産	19	12	7
石油・石炭	8	8	-	運輸・倉庫	20	14	6
ゴム・ガラス・土石	10	8	2	陸運	10	8	2
ゴム製品	3	3	-	海運	2	2	-
ガラス・土石製品	7	5	2	空運	1	1	-
鉄鋼・金属	22	14	8	倉庫・運輸	7	3	4
鉄鋼	7	7	-	公共	62	44	18
非鉄金属	4	2	2	電気・ガス	17	17	-
金属製品	11	5	6	情報・通信	45	27	18
機械・機器	108	77	31	サービス	73	36	37
機械	18	13	5				
電気機器	54	40	14				
輸送用機器	23	18	5				
精密機器	13	6	7				
				合計	690	475	215

※業種は証券コード協会の「業種別分類項目」に準じる。

- 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.1～10)——詳しくは企業メセナ協議会ホームページ(www.mecenate.or.jp)にて