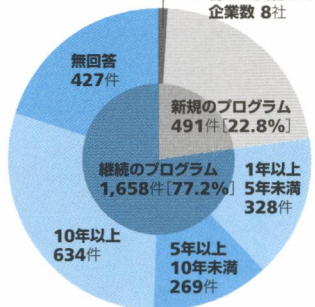


企業・企業財団のメセナ活動実態調査報告

企業メセナ協議会では、日本における企業メセナの動向を明らかにするために、1991年から継続的に企業や企業財団・公益信託を対象とする「メセナ活動実態調査」を実施しています。2013年度調査から見えてきた、最新のメセナの実態とは？ 基礎データとともに、被災地や海外でのメセナ活動も含めて探ります。

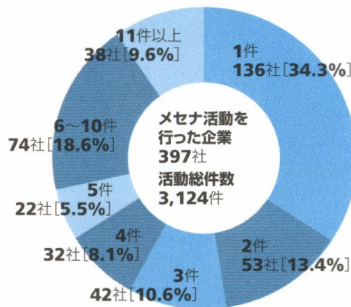
継続年数・新規プログラム数〔企業〕

N=2,149 実施件数ベース
初めて実施した企業数 8社



1社あたり活動件数〔企業〕

N=397 企業数ベース



年間総額

〔企業〕 N=237

207億7,473万円

+

〔財団〕 N=184

603億6,402万円

=

民間のメセナ活動費総額

811億3,875万円

1企業・1財団あたりでは…

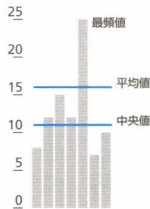
〔企業〕

平均 8,765万円
中央値*866万円 | 最頻値*400万円

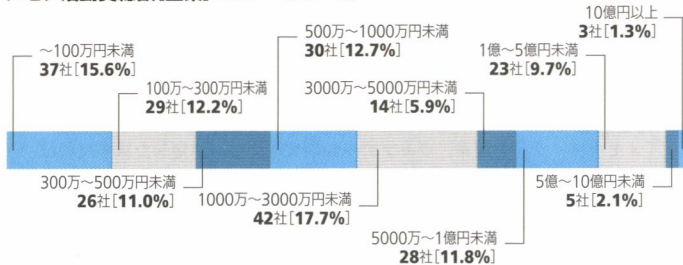
〔財団〕

平均 3億6,363万円

*一部、多額の活動費が平均値を引き上げているため、実態により近い値は回答を順に並べて中央にある値(中央値)、最も多く回答された値(最頻値)の2つからわかります。



メセナ活動費総額〔企業〕企業数ベース N=237



メセナ活動の実施件数

「企業のメセナ活動実態調査」(4546社対象)に回答した530社のうち、「メセナ活動を行った」と答えた企業は397社、活動総件数は3124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

企業・企業財団によるメセナ活動費総額の合計は237社・184団体で811億超。回答のなかった企業、財団をあわせれば、国の文化予算(1033億円)に匹敵する規模と推察されます。



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、芸術・文化の推進とともに、それを通じた教育、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も含みます。

2013年度調査の概要

調査対象：

〔企業〕 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4,546社
〔財団〕 事業内容に芸術文化(支援)活動を含む財団・公益信託309団体。企業本体の出損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。

調査対象時期：
2012年4月1日～
2013年3月31日
アンケート実施期間：
2013年6～8月
調査方法：
郵送およびWEBによるアンケート調査

調査対象時期：

2012年4月1日～

2013年3月31日

アンケート実施期間：

2013年6～8月

調査方法：

郵送およびWEBによるアンケート調査

「メセナ活動費」について：広告宣伝費、営業費、広報費などの経費で支出したものも含む(販売促進を主目的とした場合は除く)。

● 図表中の「N=000」は母数でN=100%。「MA」は複数回答。

● 企業メセナ協議会のHPでは、これまで実施した各種調査の報告書、解説資料等を公開しています。
<http://www.mecenas.or.jp/introduction/research.html>

● 調査の企画・分析・研究は、協議会会員企業のメセナ担当で構成する調査研究部会が行っています。

2013年度

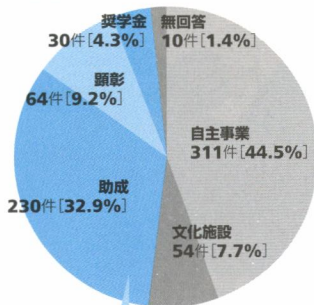
調査研究部会メンバー

- 吉村真也 | TOA [株] *
- 高井健吉 | 富国生命保険 [相] *
- 相澤麻希子 | 花王 [株]
- 酒井香世子 | [株]損害保険ジャパン
- 山本真由美 | トヨタ自動車 [株]
- 南野嘉治 | 日本生命保険 [相]
- 岡崎真理 | [株]三井住友銀行
- * 部長

● 本調査は、「平成25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。

メセナ活動の実施方法

〔財団〕 N=699 実施件数ベース

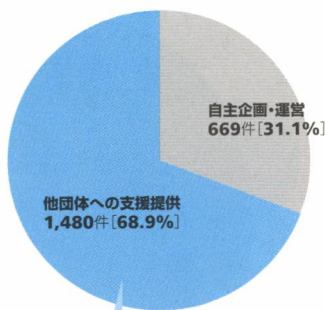


助成型プログラムの選考方法

MA/N=324

| | | |
|----------|------|---------|
| 外部の専門委員等 | 197件 | [60.8%] |
| 財団内部 | 117件 | [36.1%] |
| その他 | 19件 | [5.9%] |
| 無回答 | 16件 | [4.9%] |

〔企業〕 N=2,149 実施件数ベース

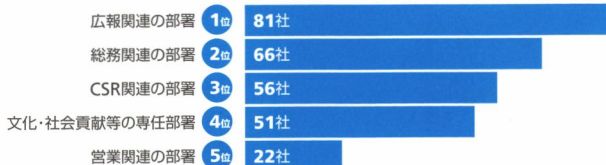


他団体への支援の内容

MA/N=1,480

| | | |
|------------|--------|---------|
| 資金支援 | 1,222件 | [82.6%] |
| マンパワーの提供 | 264件 | [17.8%] |
| 製品・サービスの提供 | 216件 | [14.6%] |
| 場所の提供 | 174件 | [11.8%] |
| 技術・ノウハウの提供 | 135件 | [9.1%] |

メセナ担当部署〔企業〕TOP 5 N=397 企業数ベース



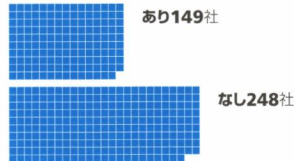
事業の評価方法〔企業〕TOP 3

MA/N=397 企業数ベース



基本方針の策定〔企業〕

N=397 企業数ベース



メセナ活動の実施方法

企業は自主企画のほか、人材技術、製品サービスなど、資金以外の独自の資本も活用して他団体の文化活動を支援しています。財団は、自主企画事業と助成事業の二本柱でメセナ活動に取り組んでいます。

メセナ定着のバロメーター

企業メセナ協議会では、メセナに関する基本方針の策定、専任部署の設置、予算化を、企業におけるメセナ定着のバロメーターと位置づけています。

メセナを行う理由[企業] MA/N=397 企業数ベース

社業の一環・
関連活動のため
114社
[28.7%]

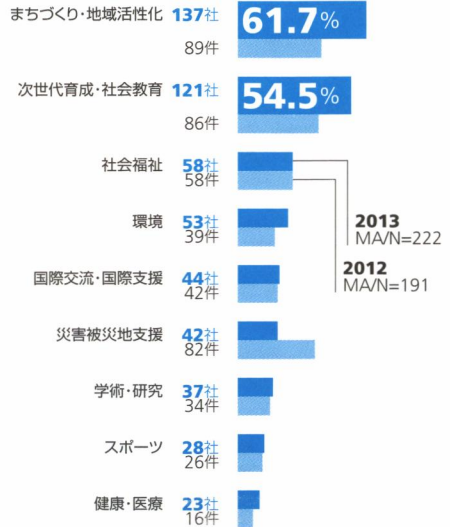
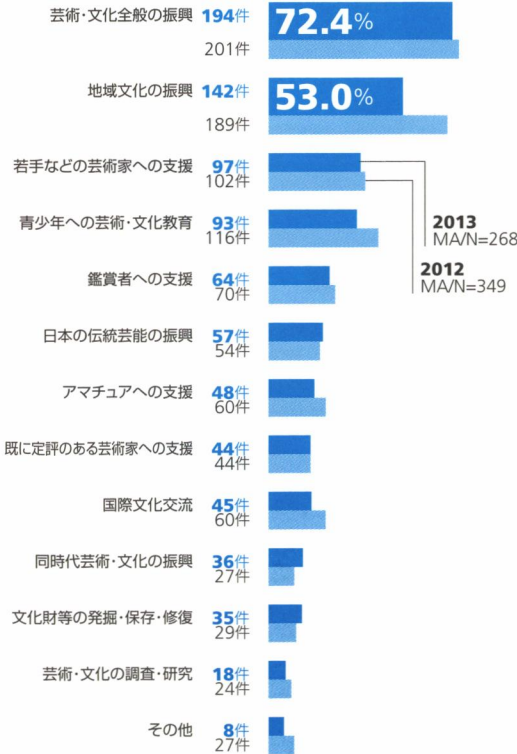
芸術・文化支援のため
268社
[67.5%]

社会・地域貢献の一環として
222社
[55.9%]



0 | 50 | 100 | 150 | 200件

0 | 50 | 100 | 150社



メセナ活動を
行い理由

2012年度調査で件数の多かった「災害被災地支援」に変わり、今年度は「まちづくり・地域活性化」や「次世代育成・社会教育」が大きく伸びました。災害復興支援という緊急的な対応から、長期的な視点でメセナを通じた社会課題の解決を目指す傾向がうかがえます。



メセナ活動を行って
印象に残った出来事は
何ですか？

[自由記述欄より]

●—— 約30年続くコンクール
にかつて応募された小学生も父
親・母親に。そのお父さまからご
応募いただくことも。歴史の重さ
を実感。[食料品]

●—— 社員から「営業活動以
外で自社と社会が対話可能なこ
とを初めて知った。新感覚の企
業コミュニケーション」との声。
[電気機器]

●—— 幼少期にファミリーコン
サートを鑑賞しプロの音楽家に
なった方や、親子三代で聞きにき
てくださる方もいる。[陸運]

●—— 発行している小冊子に、
全国各地から1,000通を超える
お礼状が届く。会社のことは知ら
なくてもこの小冊子は知っている
人もいる。[金貨製品]

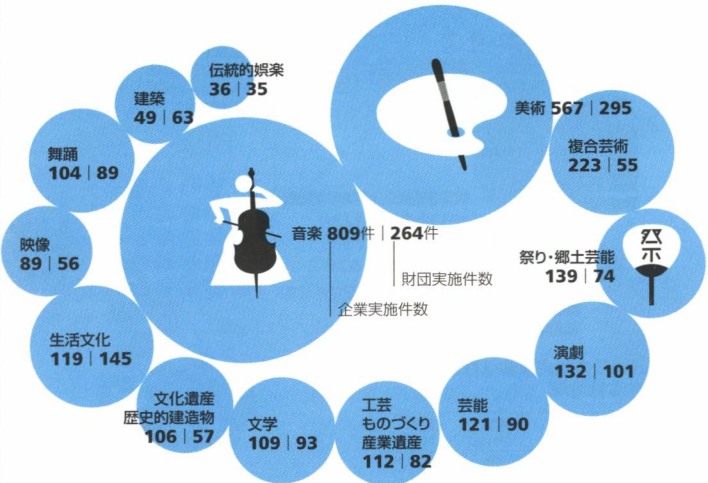
●—— 写真学校の海外フィー
ルドワークを支援。「写真文化の
担い手として世界で活躍するこ
とを望む学生たちが、海外を身
近に捉え、映像による表現の可
能性を肌で感じる大きな助け。
写真教育を通じた映像文化の発
展への理解・協力があってこそ」と
感謝の声をいただいている。
[精密機器]

●—— 日ごろはBtoBビジネス
のため直接エンドユーザーと接
する機会が少ないが、地元の音楽
イベントに参加し、地域の方、音
楽ファンの方との交流ができ、地
域での知名度が確実に浸透して
いる手ごたえがある。[情報・通信]

●—— 文化活動での縁があり、
海外の由緒ある工房が基金を設
立した際、日本企業では当社の
みに支援依頼があった。メセナを
通じた心の交流を感じさせた。
[その他製品]

活動の芸術・文化分野

[企業] MA/N=2,149 [財団] MA/N=699 いずれも実施件数ベース



メセナに期待する効果 [企業]

MA/N=397 企業数ベース

| | |
|---------------|------|
| 地域社会との関係づくり | 316社 |
| 自社のイメージの向上 | 285社 |
| 顧客との関係づくり | 174社 |
| 自社の企業文化の確立 | 155社 |
| 自社の周知 | 117社 |
| 社員の啓発 | 106社 |
| 企業の独自性を打ち出せる | 104社 |
| 施設等、自社資源の有効活用 | 80社 |
| 宣伝広告として即効的な成果 | 51社 |
| 優秀な人材を社員として獲得 | 16社 |
| 文化関連業務の事業化を計画 | 13社 |
| その他 | 13社 |

メセナ活動を通じて得たこと [企業]

MA/N=397 企業数ベース

| | |
|--------------------|------|
| 地域との関係がより深まった | 272社 |
| 企業イメージ・ブランド価値が向上した | 264社 |
| 顧客との関係がより深まった | 149社 |
| 自社について広く知られるようになった | 130社 |
| 新たな人的ネットワークを得た | 111社 |
| 社員が自社に誇りを持つようになった | 110社 |
| 本業へのフィードバックがあった | 38社 |
| 就職を希望する学生が増えた | 22社 |
| その他 | 5社 |
| わからない | 23社 |

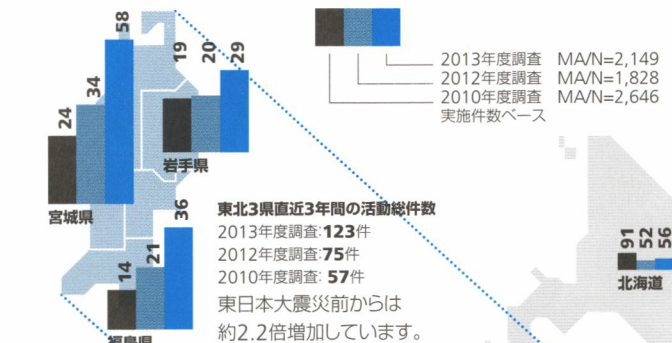
メセナ活動の
芸術・文化分野

「音楽」と「美術」での活動が突
出していますが、芸術文化のみ
ならず、「祭り郷土芸能」、「生
活文化」、「工芸、ものづくり
産業遺産」など、幅広い分野で
メセナ活動は行われています。

メセナに期待する
効果、メセナ活動を
通じて得たこと

いずれも地域や顧客との関係
づくりが上位に。自由回答欄
に寄せられたエピソードから
は、メセナ活動ならではの地
域顧客等とのつながりが育ま
れ、さまざまな面から企業に
とってプラスに循環していく
様子が見えられます。

東北3県と全国エリア別メセナ活動実施件数〔企業〕



東北3県でメセナ活動を行った企業の本社地域

| | 岩手 N=29 | 宮城 N=58 | 福島 N=36 |
|------|------------|------------|------------|
| 東京本社 | 17 | 29 | 28 |
| 愛知本社 | 7 | 10 | 5 |
| 大阪本社 | 3 | 5 | 2 |
| 兵庫本社 | 1 | 1 | 0 |
| その他 | 1 | 13 | 1 |

メセナ活動を行った印象に残った出来事は何か?

東北編

〔自由記述欄より〕

●—— 寄託先である大槌町の震災復興状況を目的に当たりし、今後も継続して事業を行うことになった。〔不動産〕

●—— 仮設児童館で絵本の読み聞かせ会と贈呈式、社員が絵本のキャラクターの着ぐるみを着て子どもたちと一緒に体操を行った。今も仮設住宅で暮らす子どもたちが元気に笑顔で喜んでくれたこと、参加した社員が「参加できたことがうれしく、この活動を誇りに思う」と感じてくれたことが印象に残っている。〔銀行〕

●—— 被災したミュージアムの生の声をレポートするサイトを開設し、岩手・宮城・福島・茨城から23館を紹介した。震災後には一部の館の被災状況が広く報道される一方で、状況がほとんど伝わらないミュージアムも多い。館ごとに悩みも大きく異なっていることがわかり、今後もレポートを継続していく予定。〔サービス〕

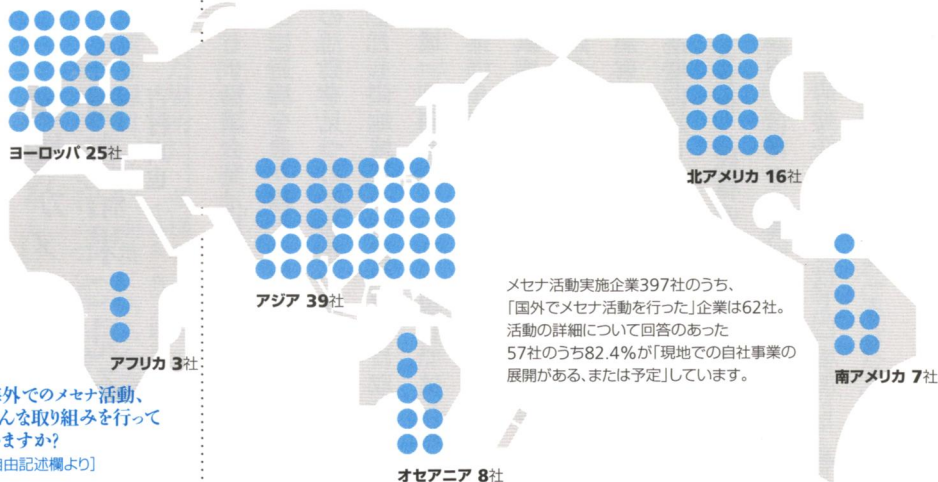
●—— 子どもたちが「鍛ヶ崎の魅力」を地域の人から聞き取り、白い仮設集会所の壁に絵を描くワークショップを実施。先生から「町は流されてしまったが、子どもたちには「鍛ヶ崎っ子」として胸を張って生きていってほしい。子どもたちにとって町の魅力を再発見することができ、まちの復興のために役に立たれたという経験が自信につながった」という感想をいただいた。〔輸送用機器〕

メセナがたくなく、 緑・地域

—— 東北3県の活動から

「地域」とのつながりは、企業のメセナ活動において重視される点の一つ。国内各地で実施されているメセナ活動ですが、東北3県での実施状況を見ると、企業に「この地域」とは、企業所在地の「地元」だけでなく、人々の縁やつながりによって「コミュニティ」にまで広がっている。被災地でのメセナ活動は、多くが関東・東海地方の企業に集中して行われています。また被災地だけでなく、震災を機に社員が「ボランティア」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

国外でのメセナ活動実施エリア【企業】 MAN=57 企業数ベース



海外でのメセナ活動、
どんな取り組みを行っていますか？

[自由記述欄より]

●——日本で開催するフェスティバルによる視察ツアーを実施。現地でのシンポジウムなどの開催とともに、国内にも海外ゲストを招へいし、双方向性ある活動を模索している。[マレーシア/食品]

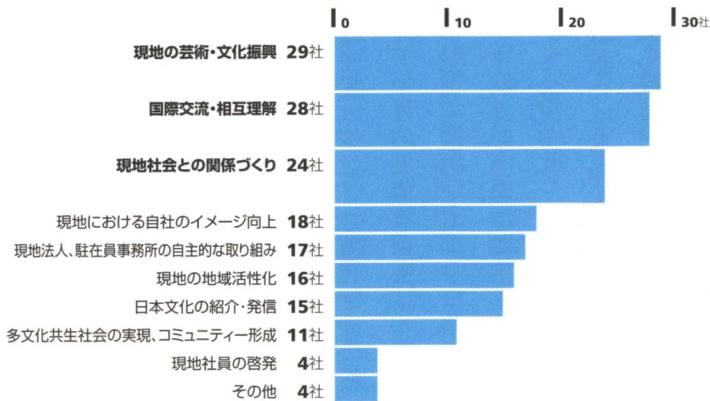
●——自社の国際文化基金の多年にわたる教育分野への貢献が認められ、同国から勲章が授与された。[ラオス/保険]

●——バリアフリー映画への自社の取り組み知見をいかし、世界博覧会にて日本館のバリアフリー化に協力した。[韓国/卸売]

●——ワルシャワ大学日本学科で、「源氏物語」に関する自社の創作和菓子を通じた和菓子文化の講演会と、京ことばでの源氏物語の朗読会を開催。[ポランド/食品]

●——国際ボランティアNGOのプロジェクトに寄付、難民キャンプで生まれたストーリーに難民画家が絵をつけたオリジナル絵本が1年間かけて制作された。できあがった絵本約1,000冊がキャンプ内の図書館に配布され、子どもたちの手に届けられている。[ミャンマー/小売]

国外でのメセナ活動で重視した点【企業】 MAN=57 企業数ベース



グローバル化の時代、国際的なメセナ活動について、協議会では今後さらなる調査を進めてまいります。

今回の調査では、アジア、ヨーロッパをはじめ、海外でも日本企業によるメセナ活動が行われていることがわかりました。国際的な視点からの芸術文化活動や、その企業ならではの文化交流、現地での社会貢献活動を通し、海外事業展開における現地との関係づくりやブランディングの向上にいかしているようです。

海外でも
行われている、
企業のメセナ活動