

なぜ民間企業はメセナ活動を行うのか？

Why do private companies do mécénats?

平手 杏佳
指導教員 鯉淵 賢

中央大学 商学部 金融学科 鯉淵ゼミナール

なぜ民間企業がメセナをするのか研究した。資生堂の福原義春氏はその先駆者で、企業文化の重要性を高めた。一方、公益財団法人を介した活動もあり、ポーラ美術館は創業者の意思を反映し経営資源を活用している。しかし、メセナ活動は評価基準が難しく、長期的な視野が必要という課題がある。

キーワード：メセナ活動, 文化支援, 企業文化, 公益財団法人, 創業者の意思

1. はじめに

なぜ民間企業はメセナ活動をするのか。メセナとは企業が芸術文化活動を支援することだ。欧米では活発に行われてきたが、日本では1980年代後半から盛んになった。その先駆的役割を担ったのが、資生堂の福原義春氏であり、多くの日本の経営者をメセナ活動へと導いた。

2. 資生堂と福原氏

資生堂の「企業文化」の重要性を高めたのは、福原氏である。資生堂は化粧品を中心として、レストラン事業や教育・保育事業などに多角化した企業である。福原氏は創業者ではないが、経営者であり文化人でもある能力を発揮し、メセナを活用して、資生堂の「企業文化」を発展させた。

資生堂はどのようなメセナを実施しているのか。資生堂は多様な価値観と出会う多くの機会を提供できること、また社員も成長する機会となるという理由からメセナを行っている。福原氏はメセナ活動には「経営者の志」「会社の理念」「支援対象の質を見極める眼力」の三つの要素が必要になると考えている。資生堂は「企業文化部」という芸術文化の支援と企業文化を幅広く社会に提供するという二つの目的を持った場を持ち、「支援対象の質を見極める眼力」を持った社員がいて、芸術表現では「わからないものに賭けることも重要である」というチャレンジ精神

をもって。多種多様な価値観をもった存在に投資をすることで社会も社員も成長できるという考えのもと投資をしている。

資生堂のように本業のノウハウや企業文化を直接活用してメセナを実施している企業がある一方で、メセナ活動は「公益財団法人」を介して実施している場合もある。

3. ポーラ美術館によるメセナ活動

公益財団法人を介してメセナ活動を行っている企業について調査したところ、支援元の本業が大規模企業である傾向が強く、継続した支援を行っていることが分かった。また2020年の「公益財団法人資金ランキング」上位20位では3位以内に2つも芸術文化支援を主に行っている。

では公益財団は支援元の企業にとってどのような存在なのだろうか。有価証券報告書の大株主一覧を読み取った結果、「ローム」「ブリヂストン」「ポーラ・オルビス」の3社で公益財団が実質的な筆頭株主であることが分かった。この結果を踏まえ公益財団の総資産ランキング3位のポーラ美術振興財団について調査を実施した。

ポーラ美術館は創業者の意思を元にメセナ活動を始め、公益財団法人という立場から「利益相償」という利益を出す活動を行っている。また美術館事業に顧客関係管理を取り入れる試みをはじめ、ポーラ・オルビスの強みである「ホスピタ

リティ精神」を活用するなど、ポーラ・オルビスの経営資源を取り入れて経営していることがわかる。そしてポーラ美術館に訪れることでお客様がポーラオルビスグループと気づき、間接的なイメージアップにつながっている可能性があることから、ブランド価値の向上になっていることも期待できる。

以上から公益財団法人を介してのメセナ活動には「創業者の意思」を大切にしていること、「利益相償」という枠組みを持つこと、支援元の経営資源を活用していることが分かった。

4. メセナの対象と創業者の意思

企業メセナ協議会が毎年出しているメセナ活動実態調査（2014年度～2023年度）から199社のデータを集め、①「創業者由来」の割合 ②メセナ活動の継続性と創業者の意思の関係 ③公益財団法人設立の割合についてまとめた。

まず①についてであるが、創業者の意思を引き継いでいる企業は199社のうち60社（約3割）という結果が得られた。次に②についてグラフ1の結果が出た。最もメセナを始めた期間が古い1979年以前に最も創業者の意思を引き継いでいる企業が多いことがわかる。しかし他の年度はほぼ横ばいという結果が得られた。③は1社で様々な方法でメセナをしている企業があるため201という母数になるが、そのうち公財は57個あったため、28.4%という割合が分かった。

以上のデータから、約3割が創業者の意志を引き継ぎ、公益財団法人を介していることが分かった。では公益財団法人を介して行うメセナの特徴とは何だろうか。

メリットは専門的な人材を雇用しやすいこと、また本業と切り離して活動ができること、本業のノウハウを活用しやすい環境にあることが挙げられる。それに対してデメリットは支援元の企業の従業員に対する企業文化の教育が難しくなる点がある、また定款があるため決めたこと以外をすることが難しいことが挙げられる。

5. メセナの課題

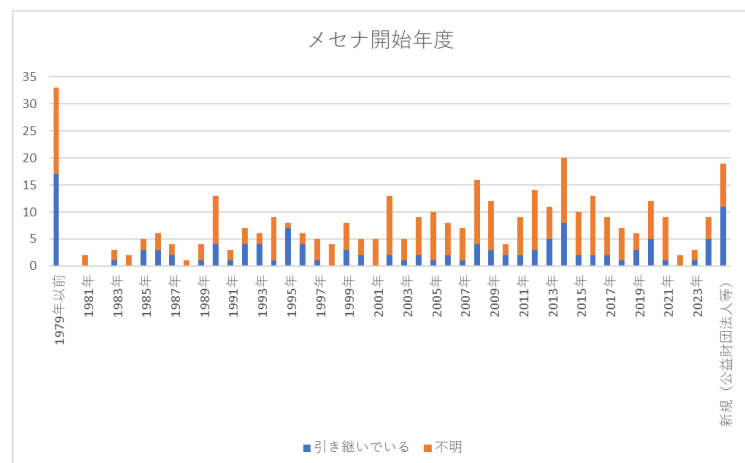
メセナ活動には2点の課題がある。

1つ目は評価基準を設けることが難しいことだ。環境問題などの社会性に貢献した結果は数値化しやすくステークホルダーは簡単に評価できるが、メセナは客観的に評価することが難しい。エピソード評価という手法などの定性評価などがあるが今のところ正確な評価基準がない。

2つ目は長期的な視野を必要とすることだ。ステークホルダーは短期で結果が出ることを求めるため、企業はメセナ活動に取り組みにくい環境にある。メセナ活動はいつインパクトが出るかわからないため、長期的な期間を求められる。納得できる内容であることやメセナ活動の重要性を理解してもらえなければ、メセナを始めることは難しい。

しかしメセナ活動のような文化支援は良い経済に必要不可欠である。メセナを始めやすく、続けやすい環境を整えることが重要だ。

グラフ1



参考文献

- (1) 福原義春, 「文化資本の経営」, 2023
- (2) 公益社団法人メセナ協議会 THIS IS MECENAT, https://mecenat-mark.org/table_index.php?sort_archive=0&query_fiscal_year=&keyword= (2024年10月閲覧)