

〈海外出張報告〉

欧州のフィランソロピー，メセナ事情

キーワード：フィランソロピー，メセナ，ヨーロッパ，企業

山中 芳朗

最近、企業のフィランソロピーやメセナ^{注1)}に対する関心が高まっている。しかし、日本において、まだこれらの活動は諸についたばかりで、各企業とも試行錯誤している段階である。フィランソロピーやメセナについての先輩格である欧米に、基本的な考え方や方法論など学ぶべきことはまだまだ多い。

筆者は、1991年10月15日から11月1日の間、フランス、イギリス、スウェーデン等のフィランソロピーやメセナについて見聞した^{注2)}。本稿では、フィランソロピーやメセナを企業と社会に定着させるために、参考となるであろう事項を中心に報告する。

1. 社会のしくみ

フィランソロピーやメセナの対象となる福祉、教育、芸術文化、地域環境といった分野は、すぐれてその国や地域社会のしくみを反映しているものである。

今回の訪問で感じたことは、これらの国々ではこういった分野を大切にしている価値観が社会に根付いていることである。そして、政府が重点的にこれらの分野の仕事をになってきた。例えば、1987年当時の文化予算でみても、おおよそイギリス810億円、フランス1650億円、対して日本の文化庁予算387億円である。ロンドンで筆者

が試しに覗いたオペラも、3階席で1500円程度という安さである。

そのオペラには正装の夫婦から普通のサラリーマン・学生まで幅広い層が来ており、実にリラックスした雰囲気、場慣れた様子であった。個人生活において、日本のように仕事一点張りではなく、趣味や家庭に費やす時間があることが伺えた。さらに、コミュニティ活動が盛んであり、英国日産自動車製造の社会貢献も、寄付よりも、社員や家族がコミュニティ活動に直接参加するという方法が主流だそうである。

また、ヨーロッパの国々では、地方自治体の権限と財源の基盤が確立しており、住民との連携のもと、機動的にこれらの分野に取り組んでいるという。例えば、中央集権国家といわれるフランスでさえ、国と地方政府の文化予算配分は約1：2で、地方自治体が文化行政を担っている。第三次行革審「豊かなくらし部会」で自立的な地方行政体制の確立に重点をおいているように、日本における中央政府－地方政府の関係は見なおすべき時期にきていると言えよう。

注1) 本稿では、フィランソロピーを企業の社会貢献、メセナを企業による芸術文化支援と定義づけ、メセナはフィランソロピーの一部と考えている。

注2) くらしのリサーチセンター主催「企業の文化支援と社会貢献に関するヨーロッパ事情調査団（団長：工藤芳郎）」に参加した。調査の概要は表参照のこと

2. フィランソロピー・メセナの契機

ヨーロッパでは、伝統的に福祉・教育・芸術文化等は政府の仕事であり、企業の役割は、利潤・納税・雇用といった経済的な責務が中心であった。例えば福祉国家であるスウェーデンでは、企業は公正な雇用や環境対策といった責務を有するが、基本的には福祉の財源を生み出すシステムとして捉えられているようで、法人税率は欧州でも低い方に属するという話や、電気事業も競争原理が一部導入されており「利潤をあげることが先決」との話を聞いた。したがって、スウェーデンの企業はフィランソロピーやメセナに対して熱心ではない。

イギリスやフランスも15年以上前はスウェーデンと同じような状況であった。しかし、政府の財政引締めによる企業への期待や、欧州に進出した米国多国籍企業の社会活動に刺激を受けて、1970年代後半から、メセナ活動などを行う企業が表われ始めた。ちなみに、日本の企業メセナ協議会にあたるイギリスABSAは1976年、フランスADMICALは1979年に発足している。イギリスでは、国営企業の民営化や規制緩和も、フィランソロピーの契機になっていることをブリティッシュ・ガスやロンドン・エレクトリシティ（配電会社）で聞いた。すなわち、規制緩和→競争の激化→消費者・コミュニティ重視路線への転換→社会活動の増加という展開である。事実、英国ではブリティッシュ・テレコム、ブリティッシュ・ペトロリアム、ブリティッシュ・ガスや電力会社がフィランソロピーのお手本とされているようだ。政府規制の強い業界が必ずしも社会・顧客に目を向けているとは言い難い日本の現状を鑑みるに、考えさせる話であった。

3. フィランソロピー・メセナとビジネス

ABSA、ADMICALともに「メセナ活動は見返りを求めないという純粋な貢献活動ではない。」と言っていた。カルティエ財団は、カルティエの保守的な商品イメージを打開するために前衛芸術支援を戦略的に選択したという。BGもロンドンエレクトリシティも社会活動を企業のコミュニティ戦略やイメージアップ戦略として位置づけている。ボルボ社は、環境対策やリサイクルの取組みによって、他社の自動車とはコンセプトが異なることを強調しているようだ。

すなわち、フィランソロピーやメセナは企業の経営戦略の一環なのである。米国でも同様であることが筆者の調査によってわかっている^[1]。企業の本来の機能や種々の利害関係者を考えた場合、このような姿勢は正しいと考える。また、フィランソロピーやメセナは経営戦略に位置付けることによって、真剣に取り組むインセンティブができ、継続するものと考えられる。

BGとロンドンエレクトリシティでは、戦略的にプログラムを選定するためのガイドラインを用意しており、専任部署がある。コミュニティとの対話が目的であるから、従業員による活動を重んじている。BGは常時2~30人の従業員をコミュニティ団体に出向させている。コミュニティ活動に対する従業員の認識を深めるための教育・社内広報も行っている。

効果の把握にも着手している。フランスの電信公社はアンケートで官僚的イメージが払拭されつつあることが判明したようだ。カルティエ財団ではパブリシティ効果を測定しているようだ。BGでは環境保護活動等による取組みによって、事業所を建設する際の地方自治体の許認可手続きが、通常2年かかるところが100日でOK

となるという話をしていた。

4. 日本の企業と社会への示唆

フィランソロピーやメセナの定着は、企業だけでなく、受け手側の社会の成熟が基本要件となる。日本社会の場合、個人とコミュニティの確立が喫緊の課題となるだろう。企業としては時短等による従業員の個性尊重、政府としては地方自治の強化や政策・予算配分の見直しが必要と考える。

イギリスでもフランスでも、企業がフィランソロピーやメセナを始めたきっかけは高邁なる精神やキリスト教によるものではない。むしろ企業の本分をわきまえ、経営戦略としてこれらの活動を推進しているところに、見習うべきことがある。日本の企業は、「陰徳」「見返りなき貢献」「利益還元としての貢献」「横ならび意識」といった社会貢献からそろそろ脱皮する時ではなからうか。このような社会貢献は一見善に見えるが、効果をあげるインセンティブに欠け、

結局は企業に社会貢献活動が定着しにくいだろう。専任部署、ガイドライン、従業員の啓発、効果把握など、欧州企業のプラグマティックな体制も参考にすべきところが多い。

また社会の側も皮相的／感覚的な企業観をすてることが、企業との有益な連携を保つ第一歩と考える。

現在、ヨーロッパは、EC市場統合や東欧州の変化等で、国際的な展開が急速に進んでいる。フィランソロピーやメセナも例外でなく、ABSA、ADMICALやBGも国際的な貢献や交流を考えている。日本企業も国際社会の動きの中で、その社会的役割を考える必要があるだろう。

【参考文献】

- [1] 山中・蟻生「企業の社会的責任のあり方」電力中央研究所報告1990.7

(やまなか よしろう
経済部 社会環境研究室)

表 調査の概要

訪問箇所	調査概要	主なフィランソロピー、メセナ	調査日
スウェーデン電気事業連合会	電源開発と環境対策		10/16
ホルボ社	環境とリサイクルの対策	環境保全の研究に顕賞	10/17
商工業メセナ推進協議会 (ADMICAL)	組織の活動内容、フランスでのメセナの実態	企業に対する支援方法のアドバイス、芸術家への橋渡し	10/21
フランス国有鉄道公社	鉄道経営と環境対策		10/21
カルティエ財団	財団の経緯、活動内容、体制	前衛美術家への場と資金の提供 現代美術のコレクション	10/22
EC	ECの概況、環境政策		10/23
イギリス芸術助成企業協議会 (ABSA)	英国におけるメセナ活動の状況、組織の活動	マッチングスキーム (企業の支援に政府が同額援助する仕組) の推進 企業と芸術家の橋渡し、表彰	10/24
ブリティッシュガス (BG)	社会貢献活動、環境対策の内容と体制、理念	奨学金、研究支援、教育コースの共同開発、環境保護に取組む団体への支援、地域コンサート	10/25
ロンドン・エレクトリシティ	コミュニティ活動の内容と体制、理念	科学博物館の展示支援、野生環境の保護とモニター	10/28
英国日産自動車製造会社	現地経営のあり方、コミュニティ活動	小学校教育のレベルアップ、職業訓練、日本を知らせる活動	10/30