

文化芸術を通じた日本企業の社会貢献 —社会包摂機能の発揮が開く可能性—

2021/5

三井物産戦略研究所
国際情報部 総合企画室
大木義徳

Summary

- 日本企業が文化芸術を支援して企業価値の創造も図るにあたっては、違いがある人々を、違いを尊重したまま受け入れる社会を目指す「社会包摂」を機能させることが有効な方法の一つではないか。
- 「子ども・若者や、高齢者、障害者、失業者、在留外国人等にも社会参加の機会をひらく社会的基盤」とされる文化芸術に日本企業が関与して、社会包摂の機能を発揮する余地はあると考えられる。
- コロナ禍による社会不安が世界を覆うなか、日本企業の文化芸術への関与は教育普及活動を拡充して人材育成を軸に社会包摂機能を発揮することにより、国際的な調和や「ダイバーシティ&インクルージョン」を重視する社業との一貫性を保ちつつ、さらなる社会貢献を果たせる可能性がある。

1. はじめに

新型コロナウイルス感染症の拡大は、世界に社会不安を招いている。英国の民間調査機関EIUは2021年3月、世界経済のリスク要因として、「パンデミックによる所得や生活の質への悪影響により、2021年は西側諸国と権威主義的国家の双方で社会不安が増幅するおそれがある」と指摘した¹。また、英国の会計監査・コンサルティング会社PwC が2021年1月から2月にかけて、世界100カ国・地域における企業の最高経営責任者（CEO）5,050名を対象に行った「第24回世界CEO意識調査」では、「長引く懸念」（Lingering anxiety）として社会不安を挙げた経営者の割合が、2020年の18%から28%に上昇した。

こうした状況にあって企業にできることは何か。本稿では、特に日本企業が長く社会貢献活動の一環として関与してきた文化芸術が社会包摂機能を有することに着目し、企業自らが社会の一員（パートナー）として、社会課題の解決へさらに貢献する可能性を検討する。

2. 日本企業の文化芸術への関与と文化芸術が有する社会包摂機能

2-1 日本企業と文化芸術のかかわり—パトロンからパートナーへ

日本企業の文化芸術への関与には以下三つの側面があり、境界は曖昧で重なる部分も大きい²。

¹ “Given the negative effect of the pandemic on incomes and quality of life, a spike in unrest is possible in 2021, including in traditionally more stable Western states and long-standing authoritarian regimes.”

（出所）Economist Intelligence Unit, *Global risk - Widespread social unrest weighs on the global recovery* (<https://gfs.eiu.com/Article.aspx?articleType=gr&articleid=3534>)

² 伊藤裕夫（2019）「メセナ（企業の文化支援）論」『文化政策の現在2』小林真理編、東京大学出版会、p. 149

①文化で売る（文化マーケティング）：商品・サービスの販売促進、企業イメージ形成等のために文化的事象を利用するもの

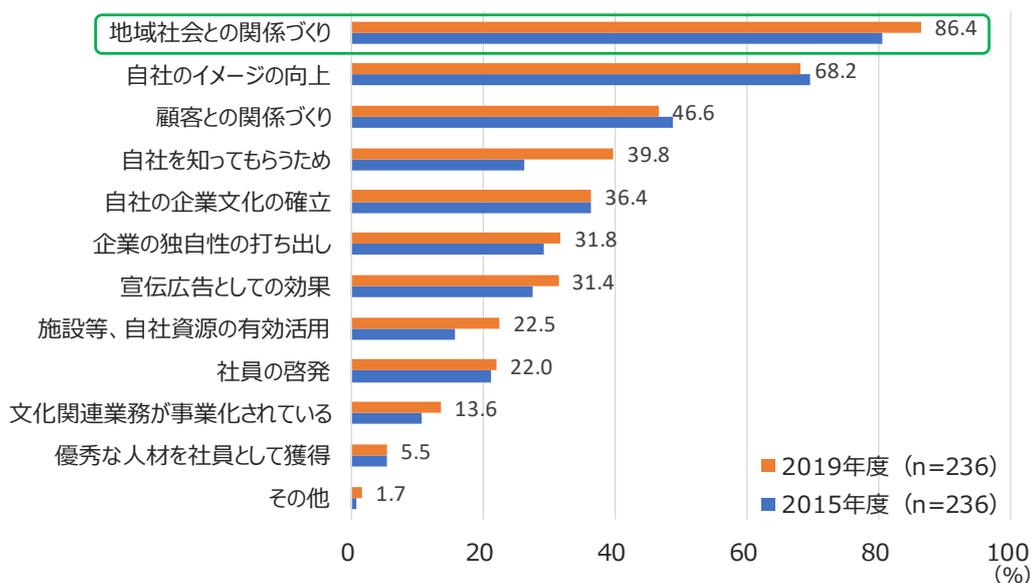
②文化を売る（文化の事業化）：文化施設の開設や文化関連産業への投資など

③文化に貢献する（メセナ）³：文化的責任の考え方から生じ、直接の見返りを期待しない行動

日本企業はその創業者を含め、伝統的に芸術家や団体、施設など供給側を支援する傾向があったと思われる⁴。その意識は不況や災害といった経済・社会の環境変化に対応するなかで、パトロンからパートナーへと変化し、鑑賞者など需要側も重視するようになってきた。公益社団法人企業メセナ協議会⁵「2019年度メセナ活動実態調査」によれば、メセナの取り組み目的として「芸術・文化支援」を基本としつつも、「社業との関連や企業価値創造」を掲げる日本企業が多くなってきている。これは近年重要性が高まったESGの観点から、より強く本業への貢献が求められるようになってきていることにも関係する。社会的な意義と経済的な価値が重なるところに事業機会があり、そこに合わせた戦略が中長期的な企業の成長を後押しするとの指摘もある⁶。

同調査では、社業との関連や企業価値創造において重視する点として、「地域社会との関係づくり」が筆頭に挙げられている（図表1）。かつて企業のステークホルダーといえば株主や顧客、従業員など直接の

図表1 社業との関連、企業価値創造のために重視した点



出所：公益社団法人企業メセナ協議会「2019年度メセナ活動実態調査 [報告書]」から三井物産戦略研究所作成

³ ローマ皇帝の大臣で文学・美術の擁護者だったマエケナス (Maecenas) の名に由来するフランス語。西欧では古代からルネッサンス、絶対王政時代を経て今日まで、国や富裕な市民そして企業が文化を擁護してきた。

(出所) 公益社団法人企業メセナ協議会 (https://www.mecenat.or.jp/ja/about_mecenat/council_history)

⁴ 音楽分野では1911年に少年音楽隊 (その後の東京フィルハーモニー交響楽団) を創設したいとう呉服店 (現在の松坂屋)、演劇分野では1913年に宝塚唱歌隊 (その後の宝塚歌劇団) を創設した箕面有馬電気軌道 (現在の阪急電鉄)、伝統芸能分野では1929年に大劇場の歌舞伎公演全てを担うこととなった松竹、美術分野では1969年に東京国立近代美術館の施設を建築・寄贈した石橋正二郎氏 (ブリヂストン創業者) など、事例には事欠かない。

⁵ フランス「産業・商業メセナ協議会」(ADMICAL: Association pour le développement du mécénat industriel et commercial) 等も参考に1990年設立。現在、150の日本企業・団体が加入。

⁶ 「社会貢献も企業の本分 ポストン・コンサルティング・グループ日本共同代表 秋池玲子氏」『パクスなき世界』(出所) 2021年3月7日付日本経済新聞

関係者を指していたが、より幅広いマルチステークホルダーを意識した経営が求められる現在、企業が関係する地域社会はその中核の一つを成す⁷。文化芸術を通じた日本企業の社会貢献は、例えば地域に根差した美術館・博物館、劇場・音楽堂等の施設や、施設での展示、演技・演奏などを通じて果たされることから、地域社会との関連性も強い。企業の関心もより高くなっているものと考えられる。

2-2 文化芸術が有する社会包摂機能の発揮

では、文化芸術は、どのような機能を有しているのだろうか。日本政府は文化芸術を「成熟社会における成長の源泉、国家への威信付与、地域への愛着の深化、周辺ビジネスへの波及効果、将来世代のために継承すべき価値といった社会的便益（外部性）を有する公共財」と整理し、「子ども・若者や、高齢者、障害者、失業者、在留外国人等にも社会参加の機会をひらく社会的基盤となり得るものであり、昨今、そのような社会包摂の機能も注目されつつある」とも説明している⁸。社会包摂の機能は、文化芸術の専門家の間でも昨今注目される⁹。

社会包摂（social inclusion）とは、違いのある人々を、違いを尊重したまま受け入れる社会を目指す欧州由来の考え方である¹⁰。社会政策や福祉政策において社会排除（social exclusion）と一体で議論され、社会的に排除されたマイノリティの人々をエンパワーメントし（潜在能力を発揮させ）、同時にマジョリティの人々の意識も啓発することを指向する。集団内外の協力関係を円滑化する規範や価値観、理解を共有するネットワークを意味する「社会関係資本」（social capital）¹¹の考え方にも近い¹²。

日本でも社会包摂は社会福祉との関係性が強く、政策課題として議論されてきた。社会包摂に関する国内最初の研究は、2000年12月に公表された厚生省（当時）による「社会的な援護を要する人々に対する社会福祉のあり方に関する検討会報告書」とされる。それまでの福祉政策は主たる対象を貧困としてきたが、同報告書は、現代において「社会的排除や摩擦」「心身の障害・不安」「社会的孤立や孤独」といった問題が重複・複合化していると指摘した（図表2）。

⁷ 例えば、企業のコア・バリューとして定評あるジョンソン・エンド・ジョンソン社「我が信条（Our Credo）」では、第一に顧客、第二に全社員、第三に地域社会、さらには全世界の共同社会、第四に株主に対する責任を挙げている。
(<https://www.jnj.co.jp/about-jnj/our-credo>)

⁸ 「文化芸術の振興に関する基本的な方針」（2011年2月8日閣議決定）。2015年5月22日改訂。

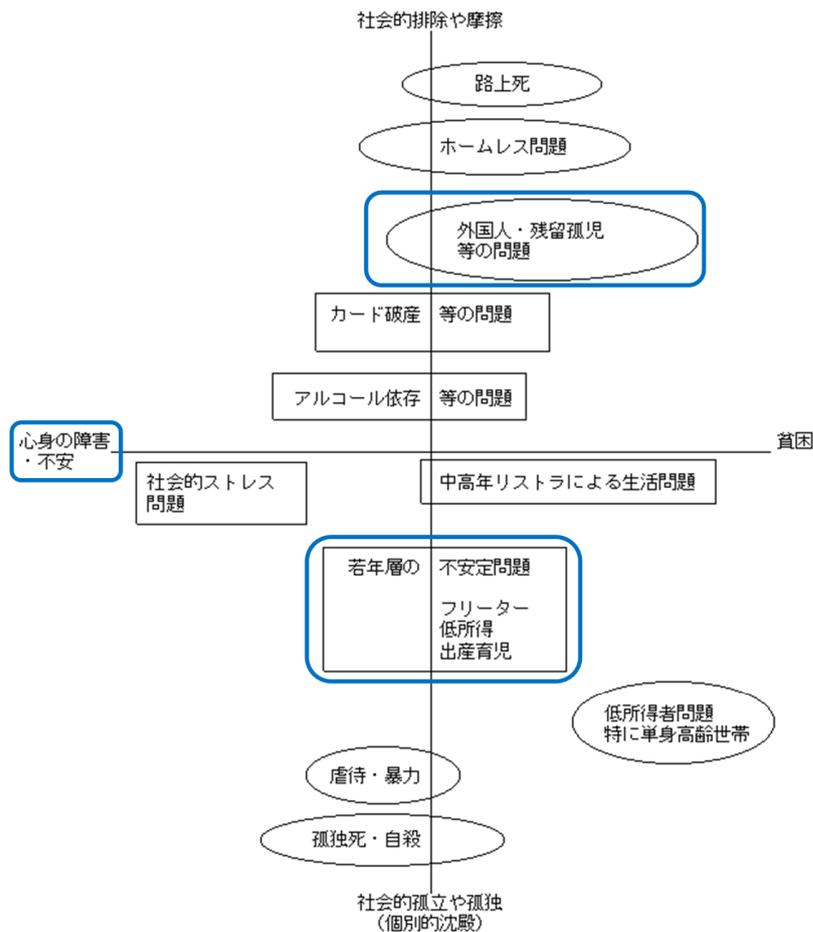
⁹ 河島伸子（2020）「『文化の価値』とミュージアム—経済・社会包摂・幸福度との関連から」『新時代のミュージアム』河島伸子 / 小林真理 / 土屋正臣 著、ミネルヴァ書房、pp. 50-73、など

¹⁰ ルネ・ルノワール（1974）『排除された人々—フランス人の10人に1人』で注目される。欧州連合（EU）は現在も社会包摂を重視し、域内の経済・社会・地域的格差の是正と総体的成長を目指す「Cohesion Policy in 2021-2027」における五つの優先投資分野、①Smarter Europe、②Greener, carbon free Europe、③More Connected Europe、④More Social Europe、⑤Europe closer to citizensのうち、「④」の一要素とする。

¹¹ “Social capital is defined by the OECD as “networks together with shared norms, values and understandings that facilitate cooperation within or among groups””.（出所）OECD（2007）*Human Capital – How what you know shapes your life*, p. 103

¹² 中村美帆（2018）「文化政策とソーシャル・インクルージョン—社会的包摂あるいは社会包摂」前掲書（先述脚注2）、p. 90

図表2 現代社会における社会福祉の諸問題



注：青枠は本稿が着目する箇所として筆者付記

出所：厚生省（2000）「社会的な援護を要する人々に対する社会福祉のあり方に関する検討会」報告書
 (https://www.mhlw.go.jp/www1/shingi/s0012/s1208-2_16.html)

これ以降、社会排除の軽減・緩和のために政策対応が進められてきたが¹³、コロナ禍にある今日、問題は深刻化していると考えられる¹⁴。社会包摂を考慮して諸問題へ対応する政策の領域には、①就労、②所得¹⁵、③シティズンシップ¹⁶、④排除された人々への個別支援の4点がある。③シティズンシップと④排除された人々への個別支援において本領を発揮するのが文化政策とされる¹⁷。

¹³ 例えば、外国人向け日本語教育の充実は、外国人が社会から排除されないようにすることを目的の一つとする。

（出所）首相官邸「外国人材の受入れ・共生のための総合的対応策（令和2年度改訂）」pp. 22-23

¹⁴ 例えば、「社会的孤立や孤独」について、日本政府は2021年2月、孤独・孤立問題担当大臣を置き、内閣官房に孤独・孤立対策担当室を設けた。社会的不安に寄り添い、深刻化する社会的な孤独・孤立の問題について、政府全体として総合的かつ効果的な対策を検討・推進するため、「孤独・孤立対策に関する連絡調整会議」を開催する。

(https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/kodoku_koritsu/pdf/konkyo1.pdf)

¹⁵ ①就労と②所得は経済的包摂と称されて別に論じられる場合もある。全ての国民に定額の現金を給付する「ベーシック・インカム」等が具体的事例となる。世界銀行は2021年1月、各国の政府・非政府組織や研究機関、民間セクターなどの幅広い協力関係を推進する「経済的包摂パートナーシップ」により、「経済的包摂の現状報告書2021：支援拡充の可能性」を公表した。世界の最貧困層は7億人以上ともいわれる状況にあって、所得向上と資産形成を図る経済的包摂プログラムが75カ国で実施され、約2,000万の貧困・脆弱世帯で約9,200万人が受益すると説明する。

¹⁶ ①市民的権利：自由権、財産権など個人の自由にとって必要な権利、②政治的権利：選挙権、被選挙権を通して政治に参加する権利、③社会的権利：社会に普及している生活標準を得る権利。（出所）Marshall, T.H. (1950) *Citizenship and social class: and other essays*, pp. 27-29

¹⁷ 中村美帆（2018）前掲書（先述脚注12）、p. 90

企業にとっても前掲図表2で挙げたような諸問題は、自社の従業員や立地する地域社会との関係を考慮すれば、無視できない課題である。日本企業にもこうした課題への対応が求められるなか、文化芸術への関与を通じて社会包摂の機能を発揮することが可能であり、その余地も残っているのではないか。次章ではこの仮説を傍証する。

3. 文化芸術における教育普及活動の拡充による社会包摂機能の発揮

3-1 文化芸術が社会包摂機能を発揮する具体的活動の種類

社会包摂を実現するための文化芸術における具体的な活動には、「創造」「発表」「鑑賞」「交流」「人材育成」の5類型がある¹⁸。国内の公立文化施設による社会包摂にかかわる最近の取り組みには、アイヌ文化の展示や調査研究などを行う「国立アイヌ民族博物館」（公益財団法人アイヌ民族文化財団）¹⁹、障害者の作品展示やワークショップなどを行う「アートスペースコージン」（きょうと障害者文化芸術推進機構）²⁰等が見られる。先述2-2で挙げた四つの政策領域のうち、前者が③シティズンシップ、後者が④排除された人々への個別支援の事例といえるだろう。

3-2 企業による教育普及活動（アウトリーチ活動）への着目

日本企業が文化芸術への関与を通じて社会包摂の機能を発揮する余地を探る上で、まず世界の公益財団によるフィランソロピー（社会への支援活動全般）を俯瞰する。米国ハーバード大学による日本を除く世界38カ国260,358の公益財団に対する調査結果によれば、寄付・ボランティアなど支援の最重点分野は教育で、文化芸術は4番目にとどまっている（図表3）。

図表3 公益財団のフィランソロピー活動における支援の重点分野（上位5分野）と取組団体の比率

| 合計 (260,358) | 比率 (%) | 欧州 (154,271) | 比率 (%) | 北米 (91,850) | 比率 (%) | アジア・大洋州 (13,170) | 比率 (%) |
|-----------------|-----------|-----------------|-----------|----------------|-----------|---------------------|-----------|
| 教育 | 35.1 | 教育 | 27.5 | 教育 | 93.6 | 教育 | 47.1 |
| 社会福祉 | 21.2 | 社会福祉 | 22.5 | 健康 | 88.3 | 貧困削減 | 17.9 |
| 健康 | 20.4 | 健康 | 18.0 | 社会福祉 | 87.4 | 健康 | 16.6 |
| 文化芸術 | 17.7 | 文化芸術 | 16.9 | 文化芸術 | 80.9 | 文化芸術 | 10.2 |
| 貧困削減 | 16.3 | 貧困削減 | 16.8 | 公益・非営利 | 71.4 | 災害対応 | 8.5 |
| | | 中南米 (859) | 比率 (%) | 中東 (161) | 比率 (%) | アフリカ (47) | 比率 (%) |
| | | 教育 | 45.5 | 教育 | 65.2 | 教育 | 55.2 |
| | | 文化芸術 | 26.7 | 健康 | 43.9 | 貧困削減 | 31.0 |
| | | 健康 | 25.8 | 地域開発 | 42.4 | 健康 | 27.6 |
| | | 社会福祉 | 24.4 | 社会福祉 | 39.4 | 文化芸術 | 24.1 |
| | | 環境・動物 | 23.8 | 宗教 | 39.4 | 災害対応 | 20.7 |

注：調査対象は38カ国・地域260,358の公益財団（日本は含まず）。カッコ内の数字は公益財団数。比率は取組団体の比率

出所：Harvard University (2018) *Global Philanthropy Report - Perspectives on the global foundation sector*, p.25を筆者仮訳、作成（https://cpl.hks.harvard.edu/files/cpl/files/global_philanthropy_report_final_april_2018.pdf）2021年4月9日アクセス

¹⁸ 文化庁×九州大学共同研究チーム（2019）『はじめての“社会包摂×文化芸術”ハンドブック』

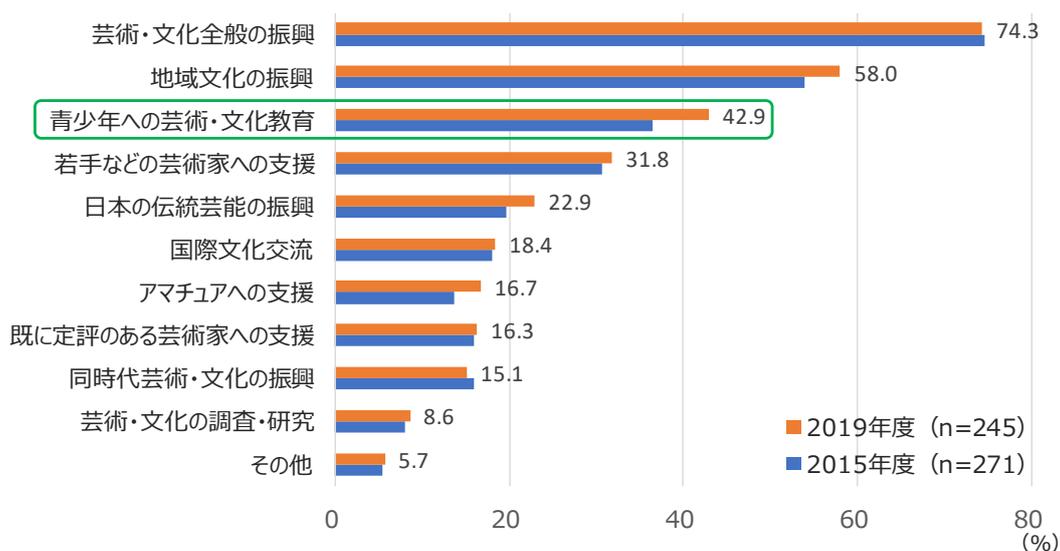
¹⁹ 北海道白老郡白老町に2020年開館。同館を含む「ウポポイ（民族共生象徴空間）」が日本経済新聞社主催「2020年日経優秀製品・サービス賞」最優秀賞（サービス部門）を受賞。

²⁰ 京都市上京区所在。取組内容がNHKでも紹介された。（<https://www.nhk.or.jp/heart-net/article/474/>）

しかしながら、近年の教育のあり方はアクティブ・ラーニング（能動的学修）など多様化が進んでいることを考慮すれば、文化芸術を通じた教育普及活動（アウトリーチ活動²¹）の可能性の大きさに気づく。文化芸術は先述3-1のとおり、「創造」「発表」「鑑賞」「交流」「人材育成」の五つのタイプの活動を通じて社会包摂機能を発揮し得るが、本稿ではそのうち特に「人材育成」を日本企業が関与し得るアプローチと捉える。

企業メセナ協議会によれば、日本企業が芸術・文化支援のために重視した点として「芸術・文化教育」は3位と比較的上位にあるものの、その対象は青少年向けに限定される（図表4）。

図表4 芸術・文化支援のために重視した点



出所：公益社団法人企業メセナ協議会「2019年度メセナ活動実態調査 [報告書]」から三井物産戦略研究所作成

文化芸術は「子ども・若者や、高齢者、障害者、失業者、在留外国人等にも社会参加の機会を開く社会的基盤となり得る」ことを説明したが（先述2-2）、少なくとも本調査には日本企業の文化芸術への関与には高齢者、障害者、在留外国人等の明示的な記載が見られず、その対応が必ずしも十分ではないことがうかがわれる。ここに社会包摂の機能を発揮する余地が残っているのではないか。日本企業がメセナ活動に際し、芸術・文化教育の対象を青少年にとどめず、年齢や国籍、障害の有無等を問わず拡充して社会包摂機能を発揮することは、社会関係資本の形成にも資するものであり、地域社会との関係づくりに寄与することも期待できる。

3-2 日本企業によるさらなる社会貢献の素地

文化芸術のうち、例えば美術館について、教育普及活動は米国を中心に発達し、年齢や環境に応じたさま

²¹ アウトリーチ活動とは元来、社会福祉分野における現場出張サービスなどを指す言葉であったが、文化芸術分野における対外的な活動も指すようになった。（The term “outreach services” is used to describe any type of health service that mobilizes health workers to provide services to the population or to other health workers, away from the location where they usually work and live.）（出所）WHO (2011) *Outreach services as a strategy to increase access to health workers in remote and rural areas*

さまざまなアプローチが企画・提供されている²²。美術館の未来は教育普及活動に委ねられているとの指摘もある²³。日本企業が関与する好事例としては、岡山県倉敷市に所在する大原美術館²⁴が2002年以降に催す参加体験型学習「チルドレンズ・アート・ミュージアム」が挙げられる。子ども向けとも思える本活動の真の目的は、子どもと一緒に参加する保護者へ刺激を与えることとされる²⁵。毎年1,000名を超える参加を得て、外部スタッフ200名も関わるワークショップや鑑賞ツアーが行われている。参加者にとっては認知的、倫理的、社会的能力を引き出すアクティブ・ラーニングの機会に、関与する同館関係者にとっても学びや気づきを得る機会になっていると思われる。また、同美術館に関係する企業にとっても得られる効用は少なくない。同館の創設者が創業家に当たる(株)クラボウや(株)クラレは、繊維や高機能樹脂などを取り扱う大手メーカーだが、創業の地において地域住民を中心に文化芸術と触れ合う機会を提供することで、地域を代表する企業としての社会的責任を果たすだけでなく、従業員にも同社で働くことへの誇りや愛着を生む。

さらに、文化芸術にリベラルアーツ(教養)や人文学(Humanities)も含む「Arts」教育は、かねて重視されてきた「STEM」、Science(科学)、Technology(技術)、Engineering(工学)、Mathematics(数学)²⁶とArtsを合わせた「STEAM」教育として、企業にも昨今注目されている²⁷。Artsが生む問いをSTEMが生み出す技術に盛り込むことで、人間の生活は豊かになると広く考えられるようになってきた²⁸。いわゆるリカレント教育(生涯教育)を重視する流れもあり、対象は青少年にとどまらないことから、社会包摂の効果も期待できるだろう。

日本企業の文化芸術への関与は、教育を一体的に捉え、文化芸術における社会包摂の具体的活動の一つである「人材育成」を軸にその機能を発揮することができれば、これまで以上に社会へ貢献できる素地がある。

4. おわりに

社会包摂の観点からの日本に対する国際的評価には、必ずしも良好とはいえない結果が見受けられる(図表5)。

²² American Association of Museums (2008) *Excellence and Equity: Education and the Public Dimension of Museums* など、先行研究も多い。

²³ 高橋明也(2015)『美術館の舞台裏—魅せる展覧会を作るには』ちくま新書、p.76

²⁴ 1930年(昭和5年)に設立された日本最初の西洋美術中心の私立美術館。公益財団法人大原美術館により運営される。

²⁵ 河島伸子(2020)「子どもたちに開かれたミュージアム：大原美術館の事例」前掲書(先述脚注9)、p.127。

²⁶ 2005年、全米アカデミーズ(United States National Academies)が米国市民の科学(S)、技術(T)、工学(E)、数学(M)各分野の学力低下を懸念したことに端を発する。2013年には当時のオバマ政権が「STEM教育委員会」(CoSTEM: Committee on STEM Education)を創設し、該当分野の人材育成が米国の国家戦略となった。

²⁷ ヤング吉原麻里子・木島里江(2019)『世界を変えるSTEAM人材—シリコンバレー「デザイン思考」の核心』朝日新書、など。2020年度には文部科学省が学習指導要領を改訂し、小学校、中学校、高等学校における文化芸術に係る教育の充実が図られ、経済産業省もSTEAMライブラリー構築事業を開始した。

²⁸ 例えば、スウェーデンの家具量販店IKEAが、デザイン性に富む家具利用補助器具を障害者向けに開発し、立体(3D)プリント用データを無料公開するプロジェクト「ThisAbles」は、社会包摂の観点からも先進的と思われる。

(<https://thisables.com/en/about/>)

図表5 社会包摂の観点を含む国際調査における日本への評価

| 実施機関 | 調査 | 発行年 | 対象国数 | 日本の順位 | 首位 |
|----------------------------|--|-------|-------|-------|--------|
| 国際連合（持続可能な開発ソリューションネットワーク） | 「世界幸福度調査」 （World Happiness Report）＊ | 2021年 | 149カ国 | 56位 | フィンランド |
| 国際連合児童基金（UNICEF） | 「子どもたちに影響する世界：先進国の子どもの幸福度を形作るものは何か」 （Worlds of Influence: Understanding what shapes child well-being in rich countries） | 2020年 | 38カ国 | 20位 | オランダ |
| チャリティー・エイド・ファンデーション：英国 | 「世界寄付指数」 （World Giving Index） | 2019年 | 126カ国 | 107位 | 米国 |
| 世界経済フォーラム：スイス | 「世界ジェンダーギャップ指数」 （Global Gender Gap Index） | 2021年 | 153カ国 | 120位 | アイスランド |

注＊：調査項目に社会的支援（困った時にいつでも助けてくれる親族や友人の有無）や、寛容さ（過去1カ月間に慈善事業に寄付した金額）が含まれる
出所：各調査機関発行の報告書から三井物産戦略研究所作成

文化芸術はその社会包摂の機能を有する。文化芸術への日本企業の関与は、芸術家・団体支援や美術工芸品所蔵・展示等の実績を重ねるなかで、広く評価を得てきた。これまで青少年向けを重視してきたと思われる教育普及活動を在留外国人や高齢者、障害者等へも拡充し、社会包摂の機能を特に「人材育成」の活動により発揮すれば、「地域社会との関係づくり」につながる。文化芸術における教育普及活動の拡充による社会包摂機能の発揮は、国際的な調和や、「ダイバーシティ&インクルージョン」を持続可能な資本主義社会実現の推進力と位置付ける社業²⁹との一貫性を保ちつつ、日本企業にさらなる社会貢献の可能性を開くと指摘して、本稿の結びとする。

²⁹ 一般社団法人日本経済団体連合会は、経営トップ自ら「ダイバーシティ&インクルージョン」（D&I）の重要性を再確認し、D&Iを経営戦略の柱と位置付け、各企業・団体が一層の取り組みを進めることへの賛同を呼びかけている。
(https://www.keidanren.or.jp/journal/times/2021/0325_01.html)

当レポートに掲載されているあらゆる内容は無断転載・複製を禁じます。当レポートは信頼できるとされる情報ソースから入手した情報・データに基づき作成していますが、当社はその正確性、完全性、信頼性等を保証するものではありません。当レポートは執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社及び三井物産グループの統一した見解を示すものではありません。また、当レポートのご利用により、直接的あるいは間接的な不利益・損害が発生したとしても、当社及び三井物産グループは一切責任を負いません。レポートに掲載された内容は予告なしに変更することがあります。