

企業と文化委員会（2005年度・加賀見俊夫委員長）は7月4日、提言「企業が文化になるとき—文化をベースに企業と社会の好循環を築く—」を発表した。

企業の本来の目的とは、利益に固執することではなく、私たちが心豊かに生活できる社会を支えることに尽きる。企業が社会の一員として存在意義を高めていくためには、社会を支えてきた理念や美学、志といった、目に見えない“こころの価値”の再確認が必要だろう。その“こころの価値”として社会に認められたものが“文化”になるのである。

本委員会では、社会に愛され、心の豊かさにつながる価値を創出し続け、企業そのものが文化となり社会により良く生かされることこそが、社会における企業の存在価値と位置づけ、提言に取りまとめた。

企業と文化委員会
（2005年度・加賀見俊夫委員長）提言

「企業が文化になるとき」

—文化をベースに企業と社会の好循環を築く—

提言の概略

I. 現状認識

～社会は文化の上に成り立ち、企業は社会の上に成り立っている～

1 問題提起

『経済的価値の偏重に流され、本質を忘れかけていないか』

21世紀の成熟したあるべき日本社会に向けて、あらためて心の豊かさにつながる社会を考える時期である。

2 なぜ文化なのか

『持続可能な経済発展は、文化に支えられた豊かな社会にこそ築かれる』

人は文化に触れることで、ある時は心を落ち着かせ、ある時は高揚し、感動する。そして自分の価値観を感じ、心の豊かさというお金やモノでは得られない真の豊かさを手に入れることができる。

3 企業のあるべき姿

『文化性のある企業は、社会における存在価値が高まる』

長期的な視点を持ち、社会全体を大きく捉えながら土を耕すことで、豊かな社会という土壌を作ることができる。そうして企業は、社会における存在価値を高め、社会とともに持続的に発展することができる。

4 企業と文化の関係『企業と文化は密接な関係である』

【関係1】直接的な文化事業活動
扱っている商品・サービスそのものが文化的な事業

【関係3】事業活動以外の文化支援
社会の文化を支援する活動（メセナ活動）

【関係2】文化インフラを支える事業活動
文化を技術や伝達といったインフラ面で支える事業

【関係4】文化性のある事業活動
事業活動、商品・サービスに文化性を取り込む

企業

II. 提言

～文化をベースに企業と社会の好循環を築く～

1 提言1：『文化支援活動の“経営性”を高めよう』

(a) 方向性：より経営性を高める3つのポイント

- | |
|--|
| ①「見返りを期待しない社会還元活動」から「社会と自社の双方に利する未来への先行投資活動」へ |
| ②「利益還元の金銭的支援活動」から「人・モノ・金・情報・サービス等の自社の特徴を活かした支援活動」へ |
| ③「陰徳の美」から「陽徳の美」へ |

(b) 実践的視点：Plan-Do-Seeに沿った3つのステップ

【Plan】「経営的視点」を踏まえた基本方針を策定する	【Do】「協働」「双方向」により当事者意識の醸成を行う
【See】短期的な定量効果に固執せず「内部の評価基準」を明確に持つ	

(c) まとめ：文化支援活動の基盤を形成する

これからの文化支援活動は、企業と社会とのコミュニケーションツールであり、企業の戦略の一環として位置づけるべきである。

企業が文化支援活動に関わることで、その企業に対する社会の評価が向上し、さらなる文化支援活動の基盤を形成するという好循環を築くことができる。

2 提言2：『事業の“文化性”を高めよう』

(a) 文化性の定義：“文化性”とは

文化性とは、「文化的価値」を「企業の信念や価値観、美学、こだわり等々」によって付加されたもの。

(b) 方向性：文化から学ぶ3つのポイント

①企業の思いとして独自の信念・価値観などを貫く	
②社会の問題や矛盾を企業の課題と捉える	③文化的価値を作り出す喜びを得る

(c) 実践的視点：文化性を高め浸透させる4つのステップ



(d) まとめ：文化性が感性を高める

事業に文化性を注入するということは、そのプロセスを通じて経営者はもちろん従業員に対して労働の価値を高め、その喜びを見つけることができる。

企業が発信する文化性が、受け手の心に刺激を与え、受け手の心が企業の文化性を維持・発展させる原動力にもつながるような好循環を築くことができる。

3 企業にもたらすもの『従業員の誇りと新たな価値創造の機会』

企業の文化支援活動は、従業員一人ひとり、つまり同時に社会の構成員である個人一人ひとりの誇りとなり、精神的・人間的成長に大きく貢献する。

文化、社会との関係の中から、新しい課題や問題点が見つかり、また新たなリソースを発見することができ、企業としての新たな価値創造につながる。

4 経営者が今日からできること『5つの示唆』

①非日常の場で、経営陣の思いを交換し文化戦略を見つめ直そう	②組織のリーダーを伝道者にしよう	③経営計画に明示しよう
④様々な媒体を選択・活用し、企業の思いを伝えていこう	⑤CSRレポート等、成果や進捗状況のフィードバックを実施しよう	

おわりに ～企業が文化になるとき～

社会の文化を支え、“文化性”という側面があるからこそ、その企業独自の魅力が生まれ、企業の立ち居振る舞いの質を高め、社会における存在価値が高まるのである。

私たち経営者は大きなプライドを持ち、新しい時代の価値観を創造し、社会に対する働きかけをする使命があるのではないだろうか。企業が文化になるとき、心豊かに生きる社会を支えるという企業の真の目的を達成できると考える。