

企業博物館の公益性・公共性の検討

—公共文化施設との共通性と「新しい公共」に注目して—

* 佐 藤 友 美

1. 本稿の背景と目的
2. 公共文化施設の公益性・公共性
 - 1) 公益性・公共性の語義, 定義
 - 2) 公共文化施設と「公共性」議論
 - 3) 私立博物館と博物館法
 - 4) 小括
3. 企業のCSRと公共性
 - 1) 企業と社会からの観点
 - 2) 「新しい公共」と企業
 - 3) CSR (Corporate Social Responsibility : 企業の社会的責任)
 - 4) 企業の社会貢献活動
 - 5) 小括
4. 企業博物館と公共性
 - 1) 企業博物館
 - 2) 企業博物館論と公共性
 - 3) 企業博物館と社会貢献活動
 - 4) 小括
5. 考察
6. おわりに

1. 本稿の背景と目的

現在、博物館法（1951年公布）について、改正に向けた議論が行われている。2019年11月から文化庁文化審議会博物館部会において博物館の制度と運営に関する課題について検討が開始され、2021年にはその下に「法制度の在り方に関するワーキンググループ」が設置され、2021年7月に「博物館法制度の今後の在り方について」の審議経過が報告されている（文化庁 2021）。

この改正の主要な論点の一つは、博物館の登録制度である。現行法における登録施設の指定は、戦後、公立館への補助と私立館への税制上の優遇を行い、全国で博物館を増加させていくという時代背景のもと創設

された。1951年当時全国で200館余だった館数は、現在、登録博物館・博物館相当施設が1286館となっている¹。しかし、登録博物館は①設置者が地方公共団体、一般社団・財団法人等に限定され、国・独法、大学、地方独法、株式会社等の場合は対象外で、設置主体の多様化に対応できていないこと、②登録・相当施設は審査が外形的な基準で行われており、質や公益性を担保するものとなっておらず、活動の質向上に貢献できていないこと、③公布時に比べてインセンティブが少なくなり、登録・相当施設の館数の割合が、法律で規定されていない博物館類似施設と合わせた総数の約2割にとどまっていること、など、公布以来70年経った現在、法律と実態が乖離していることが課題である（文化庁 2021）。2003年には地方自治法改正で、公立館への指定管理者制度導入が可能となり、2020年に公布・

* 名古屋大学大学院学生

施行された文化観光推進法では博物館は文化観光の拠点とみなされるなど地域への経済的貢献も期待されている。設置者の多様化もこれらに連動した動きともいえよう。

日本学術会議は③について、博物館類似施設が社会教育統計では調査対象であり、登録博物館・博物館相当施設も合わせた総数5738館の8割を占めるにも関わらず、博物館法上、条項も言及もないことに留意すべきと述べている（日本学術会議 2020）。博物館部会ではそれも踏まえ、設置者の類型など博物館の外形的な基準ではなく活動そのものを評価するよう現在の登録制度を見直し、「認証」や「認定」などに名称変更し、博物館類似施設からも申請を促す方向性を示している。（文化庁 2021）。

今後、同法改正が現在の設置者類型を外す方向性に進めば、企業立の博物館も新登録制度の対象となり、審査に合格した場合は、公立館や公益法人同様に博物館として「質」と「公益性」を担保しているともみなされることになる。

その「公益性」ひいては「公共性」は、外形的な基準でないとすれば、果たして博物館のどのような機能・役割・形態から担保されるのだろうか。企業立の博物館の多くは博物館としての基本的機能は持っているが、博物館類似施設、あるいは社会調査統計に入らない施設として活動してきた。その設置目的は企業の周年事業や企業広報目的が多いが、地域社会においては公益性、公共性が生じている場合もあると推測される。

そこで本稿では、企業立の博物館が、「公益性」や「公共性」を持つことがいかに可能か、関連分野の先行研究や資料から考察する。第2章では文化政策の中での博物館を含む公共文化施設の公共性に関する議論を、第3章では「新しい公共」と企業のCSRや社会貢献活動の中での公共性の可能性を、第4章では企業博物館の中で語られる公共性を、それぞれ検討し、第5章では考察とまとめを行う。「公共性」については言うまでもなく、幅広い分野にまたがる概念で数多の論考があるが、本稿では「企業博物館の公益性・公共性」という主題から、文化施設や企業のCSRなど関連する分野に絞って検討する。

2. 公共文化施設の公益性・公共性

1) 公益性・公共性の語義, 定義

『大辞林』第4版では「公益」とは「社会一般の利益。公共の利益」、「公共」とは「①社会全体に関すること。おおよけ②おおよけのものとして共有するこ

と」、「公共性」とは「広く社会一般に利害・影響を持つ性質。特定の集団に限られることなく、社会全体に開かれていること」とされている。長谷川は、日本では「公」と「民」とが、それぞれ政府・行政と企業とに等置され、英語的な意味でパブリックという観念が育ってこなかったとし（長谷川 1998）、public interestの訳である「公益」は「不特定多数の利益」という意味だが、「公益」に『大辞苑』第4版のように「国家または社会公共の利益」という語釈が与えられていることには、日本的なバイアスがあると述べている（長谷川 2000 p.438）。斎藤は、「公共性」という言葉が用いられる際の主要な意味合いは大別して、第一に国家に関係する公的な（official）ものという意味、第二に特定の誰かにはなく、すべての人びとに関係する共通のもの（common）という意味、第三は誰に対しても開かれている（open）であるとしている（斎藤 2010 pp.ix - x）。

2) 公共文化施設と「公共性」議論

もともと文化は私的領域に属するという通念があり、戦後の日本では、文化に関する法律が制定されず、文化は社会教育の中でとらえられていた。一方、国から地方自治体への規制のない自由な領域であることから、1970年代から地方の革新自治体で「文化行政」が進められた。梅棹忠夫は中央と地方の文化格差を均一にするために「水道蛇口論」の中で、ほぼ全ての自治体において国の主導ではなく地方主体で、同一水準の文化施設の建設普及を主張し、80年代には地方自治体による公立文化施設ブームが到来する。文化や文化施設に関する法律²はない中、公民館、図書館、博物館は社会教育法や個別法があり、ある程度の専門性を維持することになった（小林 2018 pp.169 - 173）。その後、国や地方自治体の財政状況が厳しくなり、公共事業の民営化や「新しい公共」の流れの中で、2003年の地方自治法改正により「公の施設」に関する指定管理者制度が施行され、公立文化施設—公共ホール、公民館、図書館、博物館など—もその対象となり、多くの施設で導入されている。

2005年に行われたシンポジウム「美術館・博物館の新たな公共性を求めて—指定管理者制度・NPO・地域社会—」³で、広島市現代美術館学芸課長（当時）の小松崎拓男は、文化財資産の保護、調査研究、教育普及事業は、利益を追求する民間企業には困難であるという「公共性」「公共的使命」から、指定管理者制度には反対する一方、国宝や重要文化財を持つ私立美術館が調査研究や教育普及事業で成果を上げている実績か

ら、公立美術館の優位性にも疑いがあると述べている（小林 2005 p.89）。

指定管理者制度に関する先行研究の中では「公共性」をいかに担保するかという数多くの議論が行われている。友岡は、指定管理者制度が「公共性の抽象化」を引き起こしているとする。従来は公共的課題は公的部門で処理し、公共性に関する社会の機能と制度・組織の構造は合致していたが、指定管理者制度では、公共的課題が適切に処理されるならば、その処理機能を担う組織（社会構造）の形態は問わないという前提を取る（友岡 2006 pp.35-36）。伊藤は指定管理者制度により、公共施設の社会的ニーズと使命が問い直されているとする。従来特権階層のみが独占していた「福祉（Welfare）」のサービスを、近代市民社会成立以降に市民に公開するために制度化されたものが公共施設であり、それはインスティテューション（制度）であるとする（伊藤 2006 pp.51-52）。中川は、指定管理者選定基準である「施設効用の最大化」は公共的価値の最大化で、数値的なアウトプットでなくアウトカムで評価されるべきであり、市民との協働作業により策定しなければならない。これは指定管理に限らずそもそも自治体の文化政策に設定されるべきであると指摘する（中川 2006 pp.23-33）。

文化施設ならではの公共性の問題についての論考も盛んである。新藤は、文化施設は全ての人がいく権利はあるが義務がなく、大衆の感性から隔たった啓蒙的空間で、生活の余剰とみなされがちなため、公共施設としての公共性が持ちにくいという（新藤 2018 pp.17-18）。友岡は文化行政が地方振興の点で取り上げられることが多いのは、文化は公共財でなく準公共財であり、行政から見ると平等性の担保が難しいので「行政の文化化」などでも文化そのものを公共的なものとみなす文化行政が日本ではなされず、総合政策のリベラリズム的価値観が欠如していると述べる（友岡 2018 pp.225-236）。他方、公共ホールの領域からは、藤野は「芸術こそが公共性を開く」として、公共劇場は総合的インスティテューションとしての機能を持ち、市民的公共圏形成の有力なメディアであるべきと主張する（藤野 2011 pp.9-22）。また、近藤は実践的な立場から、公共文化施設にとっての公共性の根拠をめぐる議論は（1）建物あるいはその所有者、（2）施設の運営形態や手順、（3）観客・聴衆そして舞台芸術に関して議論する公衆、（4）芸術の本質、（5）公共財という考え方、という5つに分類できるとし、文化施設に関する公共性は、設置者が公であるなしに関わらず全ての人に開かれた空間か、その活動・サービス・効果

が全ての人に関係するかに重点があると結論づけている（近藤 2011 pp.46-52）。

さらに博物館の収藏品や展示である文化財・文化遺産に関する公共性に対する論考もなされている。荻野は文化財・遺産を公共的なものとみなすフランスと比較し、日本では文化財は私の領域に属し、公が私に介入しない（荻野2002a pp.224-226）。また、資本主義的欲望と博物館的欲望の関連からは文化財は博物館に帰属することにより公共性が見出されると論ずる（荻野 2002b pp.263-265）。松田は、近年注目を集める「文化財の保存から活用へ」という問題を、文化財に関する価値観の変遷によるものと論ずる中で、文化財に従来の歴史的、芸術的、学術的、鑑賞的価値に加えて、社会的価値と経済的価値が見出されていると述べる（松田2018 pp.25-46）。横内は民間の視点から、文化財を保有する個人や宗教法人にとっての文化財の「公共性」は、コストあるいは宗教概念との相違から負担が重すぎ、「公共」であるならば国がそれを負担すべきと主張している（横内2020 pp.1-8）。

3) 私立博物館と博物館法

社会教育施設の中でも博物館は伝統的に私立の割合が一定数あり⁴、平成30年の社会教育調査ではその割合は総数の約25%である。館種・形態もさまざまであり、大正6年（1917年）に開館した私立の美術館の第1号である大倉集古館など美術品・文化財の公開が目的の博物館・美術館、ベネッセ・アートミュージアムや森美術館などメセナ活動目的の美術館、観光地などに集客目的で建設される観光志向型博物館、博覧会や見世物小屋、デパートの催事場などから続く系譜である勤業系・娯楽系の博物館あるいは「ポピュラー文化ミュージアム」⁵、企業が自社や自社産業領域の歴史などを保存・展示・紹介する企業博物館などが含まれる。

1951年の博物館法の制定の緊要性について、当時の文部省の担当官であった川崎は次のように述べる。第一は文化財保護法、図書館法、社会教育法など文化立法が整備され、博物館についても地盤強化のための緊急性があったこと、第二は博物館の概念を包括的に広げ、博物館の概念を集約すること、第三は私立博物館の維持・保全である。昭和21、2年頃に博物館と称していた約160館のうち、100館近くは私立博物館で、その資本であった株や公・社債が戦後無効になったこと、また固定資産税を払うことが困難となり、資料を処分する館もあり、この私立博物館の崩壊を食い止めるため、課税免除の措置などを講じる必要があったことである。（川崎 2008 pp.91-92）

小林はこれを踏まえ、博物館法は博物館、特に私立博物館に公共的役割を担わせ、登録博物館という制度をかぶせることにより、その運営上の窮状を財政的に救うことが重要な課題であったと指摘する。登録制度を設けて「公の支配」に属させることは、団体などの財政運営補助には不可欠で、対象としていたのはすでにある民間の博物館であった。また、博物館法設置後に設立される博物館も視野に入れ、設置する地方公共団体に対する補助金交付も計画された。このように博物館法は制定当初は、戦前から存在する私立博物館の財政状況を救い、地方自治体に設立される博物館への財政出動の根拠として整えられたのだが、その後の博物館政策は、その国の関与を縮小させていった⁶（小林 2020 pp.26-29）。

4) 小括

公共文化施設の公共性に関する先行研究では、従来「公=官」が担っていた公共サービスが「私=民」へ移行することからの「公共性」概念の拡大、逆にそもそも市民社会全体に共通し開かれているということの意味すべき「公共性」が「公=官」由来の議論になっているという問題意識、私的領域ともされる文化あるいは文化財そのものが持つ「公共性」、さらにその「公共性」を「私=民」が担う責任、義務、権利などについての議論がなされている。また、制定時の経緯から博物館法には、私立博物館を含む博物館の概念を集約し、私立博物館の公共性を認めるという意図が汲み取れる。しかし、それを企業博物館に関連づけた論考は管見の限りない。そこで次章以降では、CSRや社会貢献活動の流れを俯瞰しながら、企業博物館における公共性の可能性を検討する。

3. 企業のCSRと公共性

1) 企業と社会からの観点

ポストらは、欧米におけるコミュニティと企業の関わりの中での「公益」をソーシャル・キャピタルと市民参加の視点から論じている。健全なコミュニティは協調や協働意欲、個人や組織のボランティア精神を必要とする。ソーシャル・キャピタルには私的な側面と公的な側面があるが、それはすなわち「私益」であると同時に「公益」でもある。個人であれ組織であれコミュニティのメンバーのネットワークが、コミュニティ全体をさらによくする総合的な関わり合いを推進するというのが、市民参加の基礎的な考え方である（ポスト・ローレンス・ウェーバー 2002=2012 p.54）。つまり企業のコミュニティ活動への「市民参加」が、「私益」で

あると同時に「公益」としてソーシャル・キャピタルの発展に寄与するのである。

2) 「新しい公共」と企業

日本においては長らく「公共」は官が供給するととらえられてきたが、1990年頃から、「新しい公共」という考え方が普及してきた。国や地方自治体の財政状況が厳しくなった一方、経済・社会問題が多様化したため、民間でも供給可能な準公共財や価値財は、民間が担うという方向性である。欧米で普及し始めた官民協働（PPP: Public Private Partnership）の概念であり、NPO、社会的企業、CSRに取り組む営利企業もこの供給主体とみなされ、新しい公共経営の担い手とされている（裕本 2015 pp.82-83）。

1999年に小渕首相に委嘱された「21世紀日本の構想」⁷報告書（2000年）では、企業とその担い手との関係の再構築（コーポレート・ガバナンス・システムの再検討）と、企業と社会の相互関係の再構築（企業の社会的ミッションの再確認）が打ち出されている。企業の新しいミッションとして、第一に正しい企業活動による富の創出、革新的アイデアや発想が公益に直結するという認識を社会が認識し、企業は官の担う様々な事業を担う気概を持つべきこと、第二に創出された富を新たな分野への投資とともに、社会に直接還元すること、それは多様な社会的活動の分野における社会的貢献であり、事例として全国各地でのNPOへの活動支援や文化活動への貢献を挙げている。（「21世紀日本の構想」懇談会 2000 pp.38-43）。櫻井はこれを「新しい公共」と関連づけ、政府・行政が公共から距離をおき、代わって自立した個人と企業、非営利組織などの関与がガバナンスというキーワードのもとで打ち出され、「新しい公共」とはいわゆる小さな政府論への伏線だと指摘する（櫻井2006 pp.109-110）

3) CSR (Corporate Social Responsibility : 企業の社会的責任)

CSRの定義については、欧州委員会が2001年に「企業が社会および環境についての問題意識を自主的に自社の経営、およびステークホルダーとの関係構築の中に組み入れること」としたが、2011年に「企業の社会への影響に対する責任」と改訂している⁸。日本では、経済産業省が「企業が社会や環境と共存し、持続可能な成長を図るため、その活動の影響について責任をとる企業行動であり、企業を取り巻く様々なステークホルダーからの信頼を得るための企業のあり方」と説明する（経済産業省 2021）。国際機関のスタンダードと

しては国際連合が1999年に初めて企業の行動原則を定めたUN Global Compact（人権、労働、環境、腐敗防止の4分野10原則）、2010年に定められたISO26000（組織のガバナンス、人権、労働慣行、環境、公正な事業活動、消費者課題、コミュニティ参加と発展、7主題と、説明責任、透明性、倫理的な行動、ステークホルダーの利害の尊重、法の支配の尊重、国際行動規範の尊重、人権の尊重、の7原則）などがある（谷本2020 pp.63-66）。日本では日本経済団体連合会（以下、経団連）が2005年に「CSR推進ツール」（コンプライアンス・企業倫理、情報、安全と品質、人権・労働、環境、社会貢献の6主要項目と、消費者・顧客、取引先、株主、社員、政治・行政、コミュニティ、NPO/NGO、途上国の8ステークホルダー）を作成している（日本経済団体連合会 2006）。これらスタンダードのCSRの対象分野は、社会的責任投資での評価項目である、環境・社会・ガバナンスすなわちESG（Environment, Social, Governance）の区分と概ね合致する。

世界でCSR議論が始まったのは好調な経済が陰りを見せ始めた1960年代後半のアメリカで、70年代に盛んになった（谷本2020 pp.70-71）。同時期、高度成長期の負の側面である公害問題、石油危機前後の企業不祥事などで企業への批判が高まっていた日本にもその議論が持ち込まれたが、1973年の経済同友会提言などの理念のみにとどまっていた。1980年代以降に日本企業がグローバル展開を進めると、特に欧米においてCSR経営が求められるようになり、2001年には欧州委員会が前述のCSRの定義を含むグリーンペーパーを公表し、2003年には経済同友会が企業白書「『市場の進化』と社会的責任経営』を出して、「CSR元年」と呼ばれた。企業におけるCSR専門部署は2005年の25.6%、2010年の64.5%、2015年の75.1%、CSR担当役員は2005年の35.2%、2010年の58.1%、2015年の67.8%とそれぞれ急増した⁹（同上 p.131）。また、企業市民協議会（CBCC）の調査によれば、CSR情報について、72%がCSR報告書で、89%が自社ウェブサイトで、44%が年次報告書で開示している（CBCC 2017 p.36）。一方、深化したCSRを積極的に経営戦略や事業戦略に統合しようという動きやESG投資の拡大の中で、CSRを通じた企業価値の向上や、CSV（Creating Shared Value）の実現を目指す動きも活発化している（同上 p.2）。2015年に国連でSDGs（持続可能な開発目標）が採択されると、経団連は企業行動憲章（1991年策定）をSDGsの達成を目標としたものに改定し、2019年には企業行動・CSR委員会を企業行動・SDGs委員会に改編している（日本経済団体連合会 2021）。

4) 企業の社会貢献活動

経団連は1980年代後半から「企業と社会貢献」を推進し、1990年には、個人や企業が経常利益や可処分所得の1%相当額以上を自主的に社会貢献活動に支出しようとする、任意団体1%クラブを設立¹⁰。社会貢献活動に関する諸テーマについての議論や、企業とNPO等との対話・連携の促進、企業による社会貢献活動の動向把握と情報発信、企業・NPO等関係者への情報の提供、災害被災地への支援などを行なっている。2000年代に入り企業のCSR取り組みが推進されると、社会貢献活動はCSRの構成要素として整理されるようになり、経団連作成の「CSR推進ツール」（2005年）の中での6つの主要項目に含まれている。

2006年の『CSR時代の社会貢献活動』では、活動の形態として、大きく寄付金と自主プログラムとしての社会貢献事業があげられ、そのいずれもNPOとの協働や、従業員参加が推奨される。活動領域としては1) 社会福祉 2) 健康・医学 3) スポーツ 4) 学術・研究 5) 教育・社会教育 6) 文化・芸術 7) 環境 8) 史跡・伝統文化保存 9) 地域社会の活動 10) 国際交流・協力 11) 災害被災地支援 12) 防災まちづくり支援 13) 人権 14) NPOの基盤強化があげられている（日本経団連社会貢献推進委員会 2008 pp.44-59, pp.85-147）。

2017年のCBCCのCSR実態調査のCSR情報開示項目では、「地域貢献を含む社会貢献」（回答数164社中155社）は、「環境への取り組み」（同156社）に次いで、開示している企業が多い（CBCC 2017 p.40）。2020年の経団連の社会貢献活動に関する調査結果（回答数178社）では、社会貢献活動の役割や意義について、9割以上が「企業の社会的責任の一環」、8割以上が「経営理念やビジョンの実現の一環」と回答。活動内容については、回答企業の93%が「寄付等の資金的支援」のような従来から代表的とされる社会貢献活動を実施する一方、同2017年度調査にはなかった「技術協力、ノウハウ提供」、「事業化に向けた実証的なプログラムの実施」など、事業に関連する活動に取り組む企業が見受けられる。また経団連の企業行動憲章の改定以降、SDGsの浸透が図られ58%が「既存の社会貢献活動プログラムのSDGsマッピング」を行なっている。社外組織と連携を行っている企業が88%であり、その内の82%が「NPO/NGO」と連携している（日本経済団体連合会 2020）。

しばしば企業の社会貢献活動とともに語られる企業メセナ活動は、1990年に企業メセナ協議会が設立されたことから認知度が高まった。1970年代後半から1980

年代のバブル期に広告・マーケティングの多様化のなかで、「文化で売る」手法として企業名を文化事業にかぶせて実施する「冠興行」が広がり、80年代後半にマスコミから批判的になっていった。ここから企業の文化支援の姿勢や意義を問う研究会が開かれ、フランスの類似組織を手本に日本にも同様の組織である企業メセナ協議会を発足させることになった。このような経緯から当初は「メセナの啓発と普及」を目的に「メセナとは見返りを求めない文化支援」という主張が繰り返された。しかし1995年の阪神・淡路大震災発災などにより、文化芸術と社会問題の関わりが注目され、アートNPOやプロジェクトを企業がメセナ活動として支援するという動きが生まれた。また2001年の文化芸術基本法制定に呼応し、同協議会は民間におけるパートナーとして文化政策に関わる姿勢を打ち出し、2011年の東日本大震災の際は芸術・文化による復興ファンドを立ち上げた。つまり同協議会の活動は当初は「企業」が文化支援に取り組む基本的な考え方や社会との接点を探る努力をしていたが、21世紀に入ると単なる「文化支援」を超えて「文化政策」の担い手として、国や社会への提言活動や「文化による社会創造、地域再生」に向けた取り組みがポイントになってきている。企業も当初は芸術家や芸術団体、文化施設を支援していたが、享受者サイドをも重視するようになってきている（伊藤 2018 pp.149-163）。同協議会が毎年実施しているメセナ活動実態調査の2020年度版では、メセナ活動の目的（回答社数378社）は、第1位が「芸術文化支援のため」（303社）、第2位が「社業との関連、企業価値創造のため」（283社）、第3位が「芸術文化による社会課題解決のため」（170社）となっている（企業メセナ協議会 2020 p.9）。

5) 小括

2000年前後から「新しい公共」論の中で、企業の「公共」への参加が促され、これは時期的にも内容的にも企業のCSR論の高まりと合致する。企業の社会的責任は企業の公共性と重なるという良いだろう。2003年の「CSR元年」の頃から、従来の社会貢献活動、企業メセナ活動はCSRの流れの中で整理されていった。また2011年にポーターとクラマーが提唱したCSV（共通価値創造）の潮流からは、企業価値創造など本業とCSRを関連づけた活動が拡大している。

なお、これら企業のCSR活動や社会貢献活動の流れの中には、企業博物館に関する言及はあまり見られない。次章以降では企業博物館の歴史や公共性に関する言説から、CSRや社会貢献との関連を検討する。

4. 企業博物館と公共性

1) 企業博物館

河島は、企業メセナの観点からミュージアムがどのような存在なのかを考察する中で、企業もしくは企業財団が運営するミュージアムについて、本業と自社製品の変遷などを紹介する企業博物館（トヨタ博物館など）、本業と直接関係なく創業者や会社が収集した作品を展示するミュージアム（サントリー美術館など）などを取り上げ、いずれも日本では企業が自ら企画・運営に携わっていることが特徴であると述べる。欧米では文化団体そのものの地位が公的機関やNPOとして確立しているが、日本やアジア諸国では政府による文化政策の発展が遅れ、民間部門が先行した。印刷博物館や竹中大工道具館などその分野の分析・提示をする文化価値の高い活動をする館や、アーティストやクリエイターの展示や新人発掘という文化的役割を果たすギャラリーとして、資生堂ギャラリー、銀座ニコンサロン、ギンザ・グラフィックギャラリーなどを事例として挙げている（河島 2020 pp.167-168）。

河島が挙げるように、本業と自社製品の変遷を取り上げているという点で特徴的なのが企業博物館である。その運営状況を公的に調査している機関はなく、社会教育調査の対象になっていないものも相当数あると推測され、企業側ではPR施設や迎賓施設とみなしているものが含まれる場合がある。星合は2004年の全国の運営実態を調査時点では約200館と述べ（星合 2004）、高柳と粟津が実施した企業博物館に関する調査では調査対象は約300件（高柳・粟津 2018）、2018年に帝国データバンク史料館は展示の際に738館をリストアップしている。

2) 企業博物館論と公共性

企業博物館については1980年代にその設立が増加し、この頃から企業博物館論が盛んになった。企業史料協議会は1987年と1995年に機関誌『企業と史料』で「企業博物館」を特集している。1987年の「産業遺産と企業博物館」で産業考古学会会長（当時）の内田は、企業博物館の増加は産業遺産の保存に寄与するものとして質の向上や研究面での期待を述べ（内田 1987 pp.8-9）、森は、企業博物館を図書館における専門図書館になぞらえ、総合博物館に対する専門博物館とみなして、博物館にふさわしいコレクションと研究体制が必要としている（森 1987 p.24）。なお、産業における総合博物館に当たる館は日本には存在せず、1970年の大阪万博終了後、その跡地に国立産業技術史博物館を

設置するという構想が大阪府から持ち上がったが、国の理解が得られず立ち消えとなっている¹¹（中牧 2020 pp.487-488）。

樺山は産業を論ずる際の視角として「産業技術」「産業を展開する組織としての経営体」「生産活動における成果物品」の3つをあげ、これらが連携して紡ぎ出されるのが「産業文化」とする。一般的な博物館では特に産業技術だけが扱われる傾向にあり、企業が設立する産業分野の博物館がそれを補完するとして「産業文化博物館」と呼称し、産業現場と近接し、産業遺産・遺品を収蔵して博物館の機能を発展的に実現しようとする運動とみなすことができるとする。産業経済と文化の活動の両方にまたがる広い分野を占める特異な博物館とし、私企業の宣伝目的であれ、産業の社会的・文化的役割を学術・教育に資する目的であれ、産業の技術と文化が生産する側と受け取る社会・消費者との対話を重んずる点で、商業目的のショールームとは一線を画するとしている（樺山 2018）。

梅棹は企業博物館の「公共性」について、私企業の立場を超えた普遍的視点が重要と説く。企業の内容そのものを博物館化する業種別企業博物館が増加すれば巨大な産業博物館の体系ができ、日本の博物館活動のひとつの特徴となり得る。ゆえに企業博物館は社史資料室であってはならず、私企業の個別的立場を離れて業種一般の普遍的な立場に立つべきである。サントリーのウイスキー博物館で社史資料の展示があっても、全体では「世界の蒸留酒文化」「日本の洋酒史」としてウイスキーの文明史的位置付けが主題であり、ここまで来て初めて企業博物館の公共性が実現されるとしている。一方、博物館づくりはペイしない事業であるがゆえに、企業PRの手段であるとともに企業利益の社会への還元であるとする（梅棹 1987 pp.86-91）。

UCC コーヒー博物館元館長の諸岡は企業博物館を公立博物館と比較して、公立博物館が教育という行政目的を持つのに対し、企業博物館は企業の地域社会への文化貢献、フィランソロピー活動のひとつであり、最終的には企業が個々に定める目的を達成するものであり、「公共の博物館」とはスタンスが異なるとしている。一方、企業の文化活動であり、情報発信基地であり、地域社会の中で情報コミュニティを形成する活動を行い、人々の生活の豊かさに役立つ企業博物館は「公共的財産」であるとも述べる。しかしそれが社会から認められていないのは、博物館法で企業が登録博物館の設置者として認められていないのが一因で、私立博物館として公立博物館より一段低くみなされ、文化のための公共施設として認識されていないと主張して

いる（諸岡 1995 pp.29-61）。

3) 企業博物館と社会貢献活動

企業博物館の設立動機としては、1987年の丹青総合研究所調査や¹²、伊木が関西の企業博物館についての論考¹³で述べるように、企業の創業・設立の記念事業がまずあげられ、自社史料の保存もその目的である。そして地域貢献・社会貢献が語られることもあれば、既存の企業博物館が社会貢献活動として位置付けし直されているケースもある。

星合は1995年『企業と史料』で、企業博物館を「自社の歴史とその背景に関わる諸資料を保存・展示し、企業理念の理解を得るために企業が設立する施設」と定義し、該当する約200館の企業博物館のアンケートと訪問面接による調査結果を公表した（星合 1995 pp.37-44）。同調査の「博物館創設の目的」「目的に対する成果」「企業のイメージアップに成功したか」という設問の回答からそれぞれ上位を抜粋したものが下表である。

表 1. 博物館創設の目的

①企業史料保存	64%
②関連業界理解	47%
③地域対策	33%
④観光客対策	33%
⑤宣伝普及活動	30%

n=203 複数回答可

表 2. 目的に対する成果

①史料歴品の保存	51%
②学童生徒の教育効果	51%
③観光客対策	49%
④企業内容理解	46%
⑤社員の教育	40%

n=202 複数回答可

表 3. 上がったイメージ

①伝統ある企業	53%
②文化的	43%
③社会貢献企業	42%
④親しさ	23%

* 「イメージが上がった」は92%

n=202 複数回答可

（星合 1995 から筆者作成）

目的で3位の「地域対策」、4位の「観光客対策」、成果では2位の「学校生徒の教育効果」、3位「観光客対策」が社会貢献関連と言えるだろう。さらにイメージアップの点では3位に「社会貢献企業」が上がっている。目的には「企業史料保存」、「関連業界理解」、「宣伝普及活動」など企業活動由来部分が大きい。成果や上がったイメージには教育や観光などの地域貢献、社会貢献の項目が上がってきており、館活動継続の中で博物館としての社会的役割が形成されてきた可能性がある。

4) 小括

博物館の設置者に企業や企業財団が多いのが日本の特徴である。その中で自社事業に関する展示を行う企業博物館は、社会教育調査に入らない商業的性格の施設も多い。しかし1980年代から企業史料協議会などが議論の場として機能し、日本に公的な産業博物館がないことから、それを補完する存在としてなどの公共的な役割への期待が形成された。梅棹や樺山など国立博物館・美術館館長経験者が、企業博物館の公共性や意義を論ずる一方、諸岡は博物館法の設置者基準で登録博物館になり得ないことが、社会から見た企業博物館の公共性を阻害すると主張する。また企業博物館の設立動機は、周年や自社史料の保存と答える企業が多いが、博物館開館後の運営状況を踏まえると、地域対策や教育、観光などの地域貢献・社会貢献活動としての成果が得られていると認識しているといえる。

5. 考察

本稿第2章第2節の公共文化施設の公共性議論からは、文化施設はまず単なる建物ではなくインスティテューション（制度）としての機能を持ち、市民や関係者との連携の中で公共的価値の最大化を目指すべきものである。その問題としては、文化は全ての人の権利ではあるが義務ではなく、平等性の担保が難しい準公共財であることである。日本においては文化に関する法成立以前に、自治体による文化行政の取り組みがあったことにより、文化そのものの価値や公共性より、地方自治の中での文化の意義が語られ、文化施設建設のピークがあったため施設ありきの公共性が取り沙汰された。文化は私的領域のものという社会的な認識が共有されながら、その公共性については公共施設を巡って検討されている。これはパブリックという概念が日本においては「公＝官」ととらえられていることにも由来している。

その中で、博物館は1951年という比較的早い時期に

個別法が成立したこと、それがはじめから一定数あった私立博物館救済のための法律だったこともあり、登録博物館には公共的な認定がなされた。文化財や資料の収集保存、調査研究、教育普及活動という博物館法に定められた博物館の機能そのものが公共性を持つともいえる。登録外の博物館類似施設の中でも、博物館法に準じて運営をしている施設は多く、博物館法自体は博物館の質や公益性を担保するスタンダードとして、登録外の博物館に影響を及ぼしてきたと言える。一方、2003年の地方自治法改正以降、一定数の公立博物館に指定管理者制度が導入されているが、「新しい公共」という概念が成立する以前に定められた博物館法は、登録制度における設置者に営利組織を認めておらず、整合性に若干のずれがある。

企業に関しては、CSR活動が「新しい公共」と重なり、従来の社会貢献活動や企業メセナ活動がCSRの枠組みに取り入れられて「新しい公共」の企業側からのアプローチとなっている。企業博物館に関しては、産業遺産・産業文化の保存、展示内容の普遍性から公共性を持つとの論がある。自社ニーズ（周年、史料の保存、広報活動など）から設立されているが、設立後の評価は地域貢献、社会貢献となっているとの自己評価もある。個別の企業を見るとCSRや社会貢献との紐付けがなされている事例も多い。ただし、CSR活動や社会貢献活動を巡る議論の中に企業博物館はほとんど登場しない。それぞれ経団連、1%クラブ、企業メセナ協議会、企業史料協議会、と異なる推進団体で議論されてきたことも一因であろう。

これらを踏まえると、企業博物館が公共性を持ちうる条件は、単なる建物や展示ではなく、インスティテューション（制度）として、市民や関係者との関わりの中で公共的価値が見出されることであろう。それは企業が社会と協働し、ステークホルダーと対話しながら企業活動を進めるというCSR活動のあり方にも合致する。文化はもともと私的領域に属し、平等性の担保が難しい準公共財であり、民が主体的に提供することはむしろ問題がない。さらに、本業に関連する内容で広報や宣伝と従来みなされている活動でも、社会との共通価値創造の目的であればCSVの潮流に沿ったものとも解釈できる。企業博物館を「新しい公共」に資するCSR活動、社会貢献活動、さらにCSVの範疇に含むと企業側がとらえて、本来の意味でのパブリックな存在としての公共性を持つ可能性がある。

今回の博物館法改正の中で、従来非営利組織にしなかった登録制度を営利組織にも認めるという方向性は、広い意味での「新しい公共」の流れであろう。

ただし、新しい登録あるいは認証制度が現在登録外の博物館に受け入れられるかは、民間から見れば、税制、および収藏品取得や維持の優遇措置、ブランド価値向上が、コストや手続き業務、運営などの負担を考慮しても魅力的である場合、つまりメリットがデメリットを上回る場合である。本稿執筆は2021年10月で、博物館法改正の結論に至っていない時期であり、今後の経緯を注視していきたい。

6. おわりに

本稿では先行研究や資料に基づき、企業博物館の公益性・公共性について、公共文化施設や、企業のCSR活動の流れから考察した。企業博物館の社会的役割を考察する上での準備段階の整理であり、今後の実際の事例調査にこの知見を反映していく予定である。

〔注〕

- ¹ 平成30年度「社会教育統計」。博物館類似施設は4452館である。
- ² 「文化芸術振興基本法」は2001年に、「劇場、音楽堂等の活性化に関する法律」（劇場法）は2012年に成立。
- ³ 「美術史学会東支部大会シンポジウム」の一環として2005年4月16日に東京都美術館で開催
- ⁴ 平成30年度「社会教育統計」では、公民館総数14,281館のうち公立は14,277館（99%）、図書館総数3,360館のうち公立は3,338館（99%）、博物館は登録、相当施設、類似施設合わせて総数5,738館のうち公立4,327館（75%）。
- ⁵ 村田は「ポピュラー文化ミュージアム」を「西洋近代型のミュージアムモデルや、教育機関としての博物館の枠組みからはみ出た、娯楽的でポピュラー文化的な博物館のようなものが、実は日本の現在の博物館文化を支えているもうひとつの大きな柱である」と述べている（村田 2014 pp.163-168）。
- ⁶ 同法は2017年までに22回改正が行われ、補助金制度が打ち切られるなど当初の仕組みは骨抜きにされていった（小林 2021 pp.26-29）。
- ⁷ 「21世紀日本の構想」懇談会（座長・河合隼雄・国際日本文化研究センター所長 当時）1999年3月、小渕恵三内閣総理大臣のもとに民間人16名をもって発足、5月には民間人33名を加えて「世界に生きる日本」「豊かさや活力」「安心とうるおいの生活」「美しい国土と安全な社会」「日本人の未来」の5分科会が設けられ、44回にわたる会合、総理も参加しての合宿、海外での意見交換、国民からの提言の公募など

が行われた。2000年1月に最終報告書が小渕総理大臣に提出された。

- ⁸ European Union, COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility. <http://eur-lex.europa.eu/> の仮訳（下田屋ほか 2013）
- ⁹ 東洋経済新報社『CSR企業総覧』2006, 2011, 2016から引用（谷本 2020 p.131）
- ¹⁰ 2014年からは「経団連1%クラブ」として経団連企業行動・CSR委員会、2019年からは経団連企業行動・SDGs委員会の下部組織となっている
- ¹¹ 万博記念評議員会などで議論され、1979年に大阪府文化問題懇話会が組織され、吉田光邦が中心となって梅棹忠夫、上田篤も委員となり、文部省、大蔵省に交渉したが交渉は進まなかった（中牧 2020 pp.487-488）
- ¹² 36館が企業の創業・設立の記念事業としてリストアップされている（丹青総合研究所 1987 pp.41-42）
- ¹³ 周年記念事業として社史編纂とともに、企業博物館設立がポピュラーであると述べ、リストアップされた関西の主な企業博物館73館のうち33館が周年事業に該当している。（伊木 pp.174-184）

〔参考文献〕

- 伊木稔 2016 「志が支えるもの」『文化を支えた企業家たち「志」の源流と系譜』ミネルヴァ出版
- 伊藤寿朗 1993 『市民のなかの博物館』吉川弘文館
- 伊藤裕夫 2006 「劇場政策論の立場から指定管理者制度を問い直す」小林真理編『指定管理者制度—文化的公共性を支えるのは誰か』時事出版社
- 伊藤裕夫 2018 「メセナ（企業の文化支援）論」小林真理編『文化政策の現在2 拡張する文化政策』東京大学出版会
- 内田星美 1987 「産業遺産保存の学術的意義」『企業と資料 第2集—産業遺産と企業博物館』企業史料協議会
- 梅棹忠夫 1987 「企業博物館のありかた」『メディアとしての博物館』平凡社
- 荻野昌弘 2002a 「かたちのないものの遺産化（1）無形と有形」荻野昌弘編『文化遺産の社会学』新曜社

- 荻野昌弘 2002b 「保存する時代の未来」 荻野昌弘
編『文化遺産の社会学』新曜社
- 樺山紘一 2018 「COMIC10年に当たって 産業文化
博物館の広がり」『印刷博物館 Printing Museum
News』69号 印刷博物館
- 川崎繁 2008 「博物館法制定当時の事情(講演録)」
『博物館学雑誌』第34巻第2号
- 企業市民協議会(CBCC) 2017 「CSR 実態調査結果」
企業メセナ協議会 2021 「2020年度メセナ活動実態
調査[報告書]」
[https://www.mecenat.or.jp/ja/wp-content/
uploads/MecenatReport2020.pdf](https://www.mecenat.or.jp/ja/wp-content/uploads/MecenatReport2020.pdf)
(2021年9月20日アクセス)
- 経済産業省 HP 2021 「企業会計, 開示, CSR(企業の
社会的責任) 政策」
[https://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_
innovation/kigyokukaikei/index.html](https://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/kigyokukaikei/index.html)
(2021年8月22日アクセス)
- 河島伸子 2020 「ミュージアムの運営と資金調達」河
島伸子・小林真理・土屋正臣『新時代のミュージ
アム』ミネルヴァ書房
- 小林真理 2005 「美術史学会東支部大会シンポジウ
ム『美術館・博物館の新たな公共性を求めて—指
定管理者制度・NPO・地域社会—』報告」『ミュ
ージアム・マガジン・ドーム』81巻 日本文教出版
- 小林真理 2006 「公共文化施設の課題と指定管理者
制度」小林真理編『指定管理者制度—文化的公共
性を支えるのは誰か』時事出版社
- 小林真理 2018a 「自治体文化行政論再考:文化行政
が目指すもの」小林真理編『文化政策の現在 3
文化政策の展望』東京大学出版会
- 小林真理 2018b 「指定管理者制度時代の文化振興
財団の課題と展望」小林真理編『文化政策の現在
2 拡張する文化政策』東京大学出版会
- 小林真理 2020「ミュージアム政策の不在」河島伸子・
小林真理・土屋正臣『新時代のミュージアム』ミ
ネルヴァ書房
- 近藤のぞみ2011「文化施設が『公共的役割』を果たす
ために何が必要か」藤野一夫編『公共文化施設の
公共性』水曜社
- 齋藤純一 2010 『公共性』岩波書店
- 櫻井常矢 2006 「公民館の指定管理者制度」小林真理
編『指定管理者制度—文化的公共性を支えるのは
誰か』時事出版社
- サステナビジョン 2012 「欧州委員会から欧州議会,
評議会, 欧州経済社会委員会, 地域委員会へのコ
ミュニケーション— CSR についての欧州連合新
戦略 2011-2014(仮訳)」 下田屋毅監訳, 下濱愛訳
新藤浩伸 2018 「文化施設とは何か」小林真理編『文
化政策の現在 2 拡張する文化政策』東京大学出
版会
- 高柳直弥・粟津重光 2018 「日本における企業博物館
の運営に関する実態調査」『豊橋創造大学紀要』23
号
- 谷本寛治 2020 『企業と社会—サステナビリティ時
代の経営学』中央経済社
- 丹青総合研究所 1987「企業博物館・資料館(室)の
実態に関する調査報告」企業史料協議会編『企業
と資料第2集—産業遺産と企業博物館』企業史料
協議会
- 友岡邦之 2006 「出資法人の回復可能性」小林真理
編『指定管理者制度—文化的公共性を支えるのは
誰か』時事出版社
- 友岡邦之 2018 「地域・コミュニティ」小林真理編
『文化政策の現在 1 文化政策の思想』東京大学出
版会
- 中川幾郎 2006 「自治体文化政策と指定管理者のあ
り方」小林真理編『指定管理者制度—文化的公共
性を支えるのは誰か』時事出版社
- 中牧弘允 2020 「万国博覧会の遺産としての博物館
—夢の後始末をめぐる—」佐野真由子編『万博学』
思文閣
「21世紀日本の構想」懇談会 最終報告書
[https://www.kantei.go.jp/jp/21century/
houkokusyo/index1.html](https://www.kantei.go.jp/jp/21century/houkokusyo/index1.html)
(2021年10月2日アクセス)
- 日本学術会議 史学委員会 博物館・美術館等の組織運
営に関する分科会 2020「博物館法改正へ向けて
の更なる提言 ~2017 年提言を踏まえて~」
- 日本経済団体連合会 企業行動委員会/社会貢献推進
委員会 社会的責任経営部会2005「CSR 推進ツ
ール」日本経済団体連合会
- 日本経済団体連合会 2021 [http://www.keidanren.
or.jp/](http://www.keidanren.or.jp/)
(2021年9月20日アクセス)
- 日本経済団体連合会 2020 「社会貢献活動に関する
アンケート調査結果」
[https://www.keidanren.or.jp/policy/2020/078.
html](https://www.keidanren.or.jp/policy/2020/078.html)
(2021年9月20日アクセス)
- 日本経済団体連合会 1%クラブ 2018 「2017年度
社会貢献活動実績調査結果」

- https://www.keidanren.or.jp/policy/2018/097_honbun.pdf
(2021年9月20日アクセス)
- 日本経団連社会貢献推進委員会 2008 『CSR時代の社会貢献活動』日本経団連出版
- 長谷川公一 1998 「環境社会学の眼で見る…(5)パブリックと「公」の間—NPO法案の成立をうけて」『書齋の窓』475, 有斐閣
- 長谷川公一 2000 「共同性と公共性の現代的位相」『社会学評論』50(4), 日本社会学会 pp.436-450
- 藤野一夫 2011 「問題」「公共文化施設の公共性を問う」藤野一夫編『公共文化施設の公共性』水曜社文化庁 2021「博物館法制度の今後の在り方について(審議経過報告)」
https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/hakubutsukan/pdf/93293401_01.pdf
(2021年8月8日アクセス)
- 星合重男 1995 「企業博物館に期待するもの」企業史料協議会編『企業と資料第5集—企業の文化貢献を担う企業博物館』企業史料協議会
- 星合重男 2004 「日本の企業博物館の動向について」企業史料協議会『レコード・マネジメント』No48
ポスト, ジェームズ.E.ローレンス, アン.E.ウェーバー, ジェームズ 2002=2012「コミュニティと企業」『企業と社会—企業戦略・公共政策・倫理(下)』松野弘・小坂隆秀・谷本寛治監訳, ミネルヴァ書房
- 松田陽 2018 「保存と活用の二元論を超えて」小林真理編『文化政策の現在3 文化政策の展望』東京大学出版会
- 松本佳甫 2015 「新しい公共経営」松本佳甫編『公共経営学入門』大阪大学出版会
- 村田麻里子 2014 『思想としてのミュージアム—ものと空間のメディア論』人文書院
- 森真澄 1987 「専門博物館化への期待」『企業と資料第2集—産業遺産と企業博物館』企業史料協議会
- 諸岡博熊 1995 「企業博物館を考える」『企業博物館—ミュージアムマネジメント』東京堂出版
- 横内裕人 2020 「文化財の所有と公共性」歴史学研究会編『歴史学研究』2002年12月1003号 續文堂出版

An Examination of the Public Interest and Publicness of Corporate Museums —Focusing on the Commonality with Public Cultural Facilities and the “New Public”—

Tomomi SATO*

In the process of revising the Museum Act, there has been a debate that for-profit corporations and joint-stock companies should be allowed to establish registered museums. With this in mind, this paper examines how the public interest and publicness of corporate museums can be guaranteed. This paper reviews how the publicness of public cultural facilities, including museums, is discussed in cultural policy, how the “new public” and corporate social responsibility and social contribution activities have evolved, and what the publicness of corporate museums is. The concept of “new public,” which did not exist when the Museum Act was promulgated in 1951, could be the basis for the public interest and publicness of corporate museums. The key is that corporate museums should be positioned in corporate social responsibility activities and social contribution activities.

* Student, Graduate School of Education and Human Development, Nagoya University

