

○ワークショップ 「文化活動のマーケティング研究会」

開催責任者 経営学部 川北真紀子
堀田 治

2017年8月28日

南山大学 Q棟4階104教室

8月29日

南山大学 Q棟4階415教室



ワークショップは以下のとおり、開催された。

◇研究目標

「鑑賞者」を中心とした「文化組織」と「支援企業」という、3つの主要なステークホルダーとその関係性を継続的なテーマとする研究会である。今年度はトヨタ自動車の社会貢献活動に関する報告を基調講演とし、CSRとマーケティングを研究会の中心的な目標とした。この他、文化活動に関連する最新の実務や研究情勢を参加者間で共有することを目標とした。

◇報告者および題目

8月28日(月)

1. 【基調講演】

布垣直昭（トヨタ自動車株式会社 社会貢献推進部部長 兼トヨタ博物館館長）

「トヨタの企業姿勢と社会貢献活動」

2. 芳賀康浩（青山学院大学 経営学部 教授）
「ソーシャル・マーケティングの2局面－戦略的マーケティングとプロモーションにおけるCSRの意義と方法－」
3. 菌部靖史（東洋大学 社会学部 准教授）
「ライセンス供与によるプロスポーツチームのブランド拡張」

8月29日（火）

1. 石崎和宏（筑波大学 芸術系 教授 教育研究科教科教育専攻芸術科教育コース代表）
「美術鑑賞における発達と学習方略」
2. 高島知佐子（静岡文化芸術大学 文化政策学部芸術文化学科 准教授）
「家元組織による享受者の開拓と後継者の育成」
3. 高柳直弥（豊橋創造大学 経営学部 講師）
「企業博物館における従業員来館者層対策の現状と従業員参加型活動の可能性に関する研究」

◇ワークショップの討論内容

初日は、トヨタ自動車㈱の社会貢献推進部部長・トヨタ博物館館長の布垣直昭氏による「トヨタの企業姿勢と社会貢献活動」に関する基調講演からスタートした。トヨタでは「収益は果実ではなく、いい街、いい社会、人への貢献のための樹」であるとし、社会貢献は「社会・文化」「環境」「安全」「人材育成」「国際交流とスポーツ」の5テーマによって構成される。そのうえで、本研究会のテーマに沿った形で、トヨタのメセナ芸術活動の歴史や概要についての解説および、同社の企業理念が、どのように文化活動の支援と関わっているかについての紹介がなされた。「プロ支援」「アマチュア支援」「若手育成」「地域文化」を軸に「本物の文化を大切にす社会」をめざしていることが説明された。参加者の関心は高く、討論も活発になされた。

第二報告は「ソーシャル・マーケティング－戦略的マーケティングとプロモーションにおけるCSRの意義と方法－」の研究報告がなされた。報告者の芳賀氏は、ソーシャル・マーケティングによるマーケティング成果の創出メカニズムを解明する、包括的な枠組みがないという問題意識のもと、企業に報酬を与える顧客と社会貢献活動受益者の2×2軸＝4パターンに戦略的ソーシャル・マーケティングを分類し、企業イメージや社会規範に与える効果や課題を論じた。

第三報告者の菌部氏は、「ライセンス供与によるプロスポーツチームのブランド拡張」について報告を行なった。異業種企業がプロスポーツチームとのブランド提携により、ファンが見出す新たなベネフィットに適応するプロセスを明らかにする研究である。プロスポーツチームからのライセンス供与によって、ブランドが拡張するかどうかについて、顧客へのインタビュー調査を行なった結果、まずはターゲットとブランドが適合していることが必

要条件であることが示唆された。

二日目は、より広く文化活動全般に関する報告と討論がなされた。第一報告者の石崎氏は、従来の美術教育は表現と鑑賞を表裏一体に捉えすぎていたという問題提起を行なった。その上で、美術鑑賞における発達段階に着目し、人が美術作品をどう理解しているかをモデル化し、鑑賞支援ツールの提案を行なった。アート鑑賞のリテラシー発達の観点から活発な討論がなされた。

第二報告者の高島氏は、「家元組織による享受者の開拓と後継者の育成」についての研究報告を行なった。日本の伝統文化の享受者が長期的に減少傾向にあるなか、能楽の家元制度に着目した鑑賞者の開拓の方策と後継者の育成についての報告となった。

第三報告者の高柳氏は、「企業博物館における従業員来館者層対策の現状と従業員参加型活動の可能性に関する研究」報告を行なった。

二日間の日程を通じて、広く文化活動のマーケティングに関連した、企業の社会貢献やそれにまつわるソーシャル・マーケティング、および鑑賞者や享受者の開拓に関する最新の研究報告と討論が交わされた。実際に企業において社会貢献活動に携わる参加者、コンサートホールや劇場のマーケティング活動の研究者、アートやスポーツの消費に関する研究者など、それぞれにとって今後の活動の発展に寄与する知見が共有された研究会となった。

◇研究成果発表

堀田 治、「無関心と拒否の消費者認知 - マーケティング刺激の典型性と具体性への着目 - 」、2018年3月、『南山経営研究』第32巻 第2号、pp.229-257。