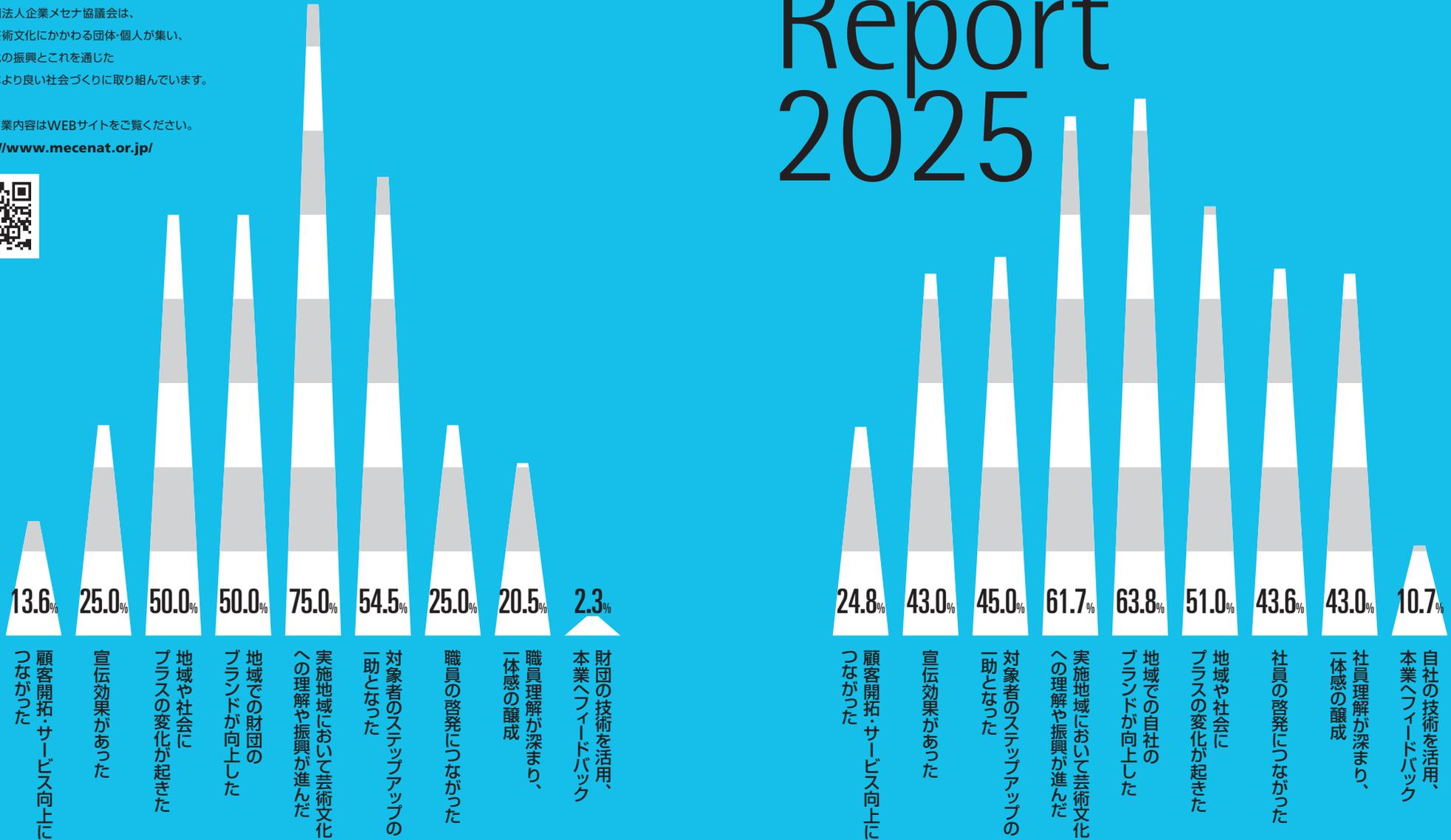


# Mécénat Report 2025

公益社団法人企業メセナ協議会は、  
企業や芸術文化にかかわる団体・個人が集い、  
芸術文化の振興とこれを通じた  
心豊かなより良い社会づくりに取り組んでいます。

詳しい事業内容はWEBサイトをご覧ください。

<https://www.mecenat.or.jp/>



## 財団におけるメセナ活動の成果 [事後評価している財団]

MA/N=44 詳しくはP.27へ

## 企業におけるメセナ活動の成果 [事後評価している企業]

MA/N=149 詳しくはP.14へ

# Mécénat Report 2025

## 目次

## 事例紹介

- 16 ◎東京建物[株]  
◎東洋製罐グループ  
ホールディングス[株]
- 22 ◎伊那食品工業[株]
- 23 ◎アルスコンサルタンツ[株]  
◎岡谷鋼機[株]
- 24 ◎[株]ベネッセ  
コーポレーション
- 31 ◎[公財]ポーラ  
伝統文化振興財団  
◎[公財]八十二文化財団

## 03 はじめに

## 04 2025年度調査結果に寄せて

## 調査結果が紡ぐ未来への視座

キヤノン[株] サステナビリティ推進本部 社会文化担当主幹  
[公社]企業メセナ協議会 調査研究部会長 天野真一

## 05 回答企業 | 財団プロフィール

## 06 1 | 取り組みの目的・重視点

## 08 2 | メセナ担当部署

## 09 3 | 社員参画・参加

## 10 4 | メセナ活動の基本方針

## 12 5 | 事後評価・活動の成果

## 17 6 | メセナ活動内容

## 20 7 | 活動事業費

## 22 8 | 予算策定方法

## 24 メセナアソシエイト | 協議会アソシエイト

## 25 9 | 財団の回答分析

プログラムタイプ

事業目的・重視点

事後評価・活動の成果

事業分野

活動1件あたりの事業費

## 32 トピックス | ① 外部組織との連携について

## 33 トピックス | ② AIへの関心について

## 34 [公社]企業メセナ協議会 会員一覧

企業メセナ協議会では、民間によるメセナ(芸術文化振興による心豊かなより良い社会づくり)活動の現状を探り、さらなる推進を図るべく、さまざまな調査研究事業に取り組んでいます。

なかでも「メセナ活動実態調査」は、全国の企業および企業財団を対象に、1991年より継続して実施しているものです。メセナ活動の規模や手法、実施体制などについて尋ね、集計により得られた全体的な動向や、取り組み内容、現場の意識など、協議会会員有志からなる調査研究部会との分析を加えて公表しています。日本におけるメセナに関する唯一の統計調査として、企業各社、官公庁や地方自治体、研究機関、マスコミ等でも広く活用されています。

2025年度調査(調査対象期間:2024年4月~2025年3月)では、前年度に比べ企業は事業費が減少しましたが、活動数は増加しました。財団は事業費・活動数とも若干減少しました。一方、メセナ活動の成果として、活動の事後評価をしている企業では、「地域での自社ブランドが向上した」、「実施地域において芸術文化への理解や振興が進んだ」、「地域や社会にプラスの変化が起きた」などの回答割合が高い結果となりました。また、トピックスとして「外部組織との連携」、「AIへの関心」について尋ねたところ、非営利組織や国・地方自治体などの外部組織との連携やAIの活用などの工夫を重ねながら、企業・団体がメセナ活動の幅を広げている現状が読み取れました。

今後も調査研究事業を通じて、企業メセナの価値を追求するとともに、メセナの推進とより心豊かな社会づくりに努めてまいります。

本調査および本報告書の事例紹介執筆にご協力をいただきました、すべての企業・企業財団の皆さまに御礼申し上げます。

公益社団法人企業メセナ協議会

**調査概要**◎調査内容:2024年度(2024年4月~2025年3月)のメセナ活動実施状況、実施内容、体制等 ※本調査でいう「メセナ」とは、企業による芸術文化支援、および芸術文化の振興を通じたまちづくり・地域活性、教育、福祉、環境、国際交流などにおける課題解決や豊かな社会づくりのための活動です。「メセナ」の例・芸術文化の振興(公演・展覧会・ワークショップ等の開催/施設の運営/顕彰・コンクール/人材育成支援/協賛・寄付など資金支援/人的・物的支援/ノウハウや場の提供など)およびまちづくり・地域活性、教育、福祉、環境、国際交流などの活動で芸術文化の要素を含むプログラム。◎調査対象:日本国内企業2,097社 [対象:上場企業、非上場売上高上位企業、企業メセナ協議会会員企業、過去本調査への回答企業、当協議会認定・顕彰事業応募企業等]、日本国内企業財団325団体 ◎調査方法:メセナ活動実態調査ウェブサイトシステムおよび郵送等によるアンケート調査 ◎アンケート実施期間:2025年7月~9月 ◎回答企業数:539社 ◎回答財団数:195団体

**凡例** ●経年比較は、各年度により回答母数に差があるため、全て比率での比較を行った。●特に年度の記載がない表は、2025年度の調査結果である。●グラフ等の0000(年度)という記載は注記あるものを除き調査を実施した年を表している。「メセナ活動実態調査」では、前年度の活動実績についてアンケート調査を行っているため、2025年度の調査は2024年度の活動実績についての結果データである。●比率は全て百分率(%)で表し、小数点以下2位を四捨五入して算出した。したがって、合計が100%を上回る場合もある ●「複数回答可」の設問は、[MA]と表記した。●表は「無回答」を除き作成している。

参考:過去のメセナ活動実態調査結果 [https://www.mecnat.or.jp/ja/research\\_top/research\\_top](https://www.mecnat.or.jp/ja/research_top/research_top)



## 2025年度 調査結果に寄せて

### 調査結果が紡ぐ未来への視座

キヤノン[株] サステナビリティ推進本部 社会文化担当主幹  
 [公社]企業メセナ協議会 調査研究部会長  
 天野真一

2025年度メセナ活動実態調査の報告書をご覧ください、誠にありがとうございます。

あらためて、本調査にご協力くださった企業・企業財団の皆さまに、心より御礼申し上げます。

本年度は、企業の活動件数が増加する一方で事業費は減少するなど、効率化と創意工夫を重ねながら活動を広げる姿が見られました。企業財団においても、事業費・活動数の若干の減少は見られたものの、安定的な取り組みを続けていることが確認されました。また、約4割の企業が事後評価を実施し、地域における自社ブランドの向上や社員の一体感醸成など、評価を通じて成果を可視化する動きが広がっています。

さらに、外部組織との連携が進み、知見の循環と新たな協働の可能性が生まれています。AI活用については、業務効率化や多言語化を中心に芽吹き段階ですが、データ分析や来場者体験の向上など、次の展開が視野に入ります。こうした動向は、企業や企業財団が芸術文化を通じて社会課題に向き合い、未来を築く力を示すものです。

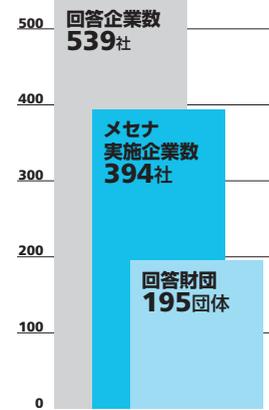
調査研究部会として、これらの調査結果を皆さまの活動に役立つかたちで共有できることを大変うれしく思います。今後も、芸術文化を通じた持続可能な社会の実現に向け、ともに歩んでまいりましょう。



#### てんの・しんいち

1987年入社。障がい者用機器開発に携わったのち、キヤノンの技術とアートを結びつけるメセナ活動「キヤノンアートラボ」を担当。その後、広報部門でのカメラ担当を経て、CSR部門にて、メセナ活動、フィランソロピー活動に従事。2022年1月より現職。

## 回答企業 | 財団 プロフィール

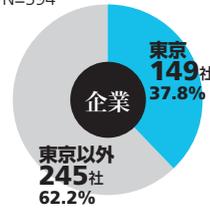


### メセナ活動費総額



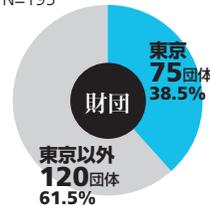
### メセナ実施企業 [所在地]

SA/N=394



### 財団 [所在地]

SA/N=195

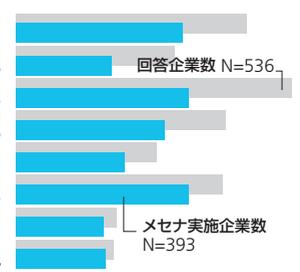


## 回答企業・財団の所在地

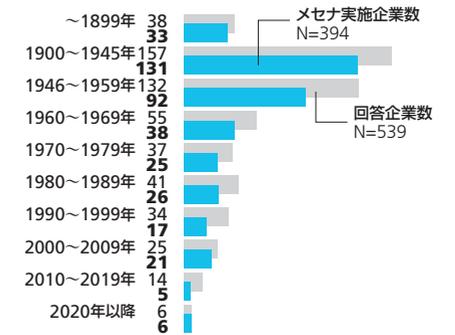
企業 N=539 | 財団 N=195

所在地	回答企業数	メセナ実施企業数	回答財団数
北海道	14	12	5
青森県	2	2	1
岩手県	3	3	0
宮城県	2	0	2
秋田県	4	4	0
山形県	3	3	4
福島県	4	4	3
茨城県	4	2	1
栃木県	4	4	0
群馬県	4	4	1
埼玉県	4	2	2
千葉県	7	4	1
東京都	220	149	75
神奈川県	17	13	6
山梨県	6	5	1
長野県	7	6	4
新潟県	9	7	3
富山県	4	4	1
石川県	10	8	2
福井県	3	2	2
岐阜県	9	6	6
静岡県	6	6	5
愛知県	26	19	7
三重県	0	0	2
滋賀県	3	2	2
京都府	16	13	5
大阪府	42	34	10
兵庫県	15	10	14
奈良県	2	1	2
和歌山県	2	1	1
鳥取県	1	1	0
島根県	5	3	0
岡山県	6	3	7
広島県	15	11	5
山口県	4	2	1
徳島県	3	3	2
香川県	6	4	4
愛媛県	3	3	1
高知県	2	2	0
福岡県	14	13	3
佐賀県	7	4	0
長崎県	1	1	0
熊本県	2	1	0
大分県	9	6	1
宮崎県	2	1	0
鹿児島県	3	2	2
沖縄県	4	4	1
計	539	394	195

## 回答企業の資本金



## 回答企業の設立年



## 回答財団の年間支出総額 N=183



## 回答財団の設立年 N=195



# I

## 取り組みの目的・重視点

引き続き約7割の企業が「芸術文化支援のため」と「社業との関連、企業価値創造のため」と回答

さらに、回答いただいた目的ごとに「重視した点」を尋ねたところ、「a.芸術文化振興のため」では、「芸術文化全般の振興」、「地域文化の振興」の回答割合が高い。

### メセナの取り組み目的 | 2025年度

MA/N=394

#### a 芸術文化支援のため

71.6% | 282社

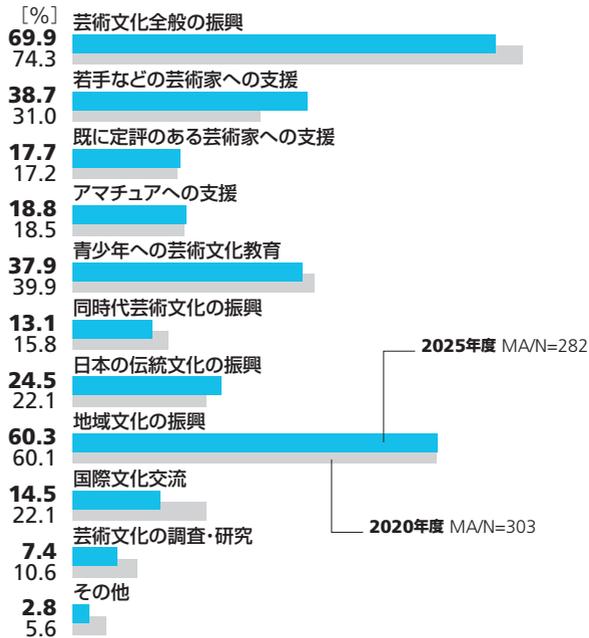
#### b 芸術文化による社会課題解決のため

33.0% | 130社

#### c 社業との関連、企業価値創造のため

68.5% | 270社

#### a. 芸術文化支援のために重視した点 | 5年前との比較



「b.芸術文化による社会課題解決のため」に重視した点では、「まちづくり・地域活性化」の項目が最も高く、「次世代育成・社会教育」、「社会福祉」と続いた。

#### SDGsに関する取り組み例の自由記述

自由記述 [自由回答より抜粋し編集]

◎ マイノリティの文化を取り上げる展示やワークショップ、またノーバリアを宣言するコンサートなどを開催。[小売 | 大阪]

◎ 無料招待のクラシックライブ開催などにより、SDGs目標の③すべての人に健康と福祉を、④質の高い教育をみんなに、⑩住み続けられるまちづくりを、⑯パートナーシップで目標達成、という4つの目標に取り組んだ。[不動産 | 東京]

「c.社業との関連、企業価値創造のため」では、「地域社会との関係づくり」が最も高く、「自社のイメージの向上」が続いた。5年前と比べ、「自社を知ってもらうため」は7ポイント強、回答割合が上昇した。

#### b. 芸術文化による社会課題解決のために重視した点 | 5年前との比較



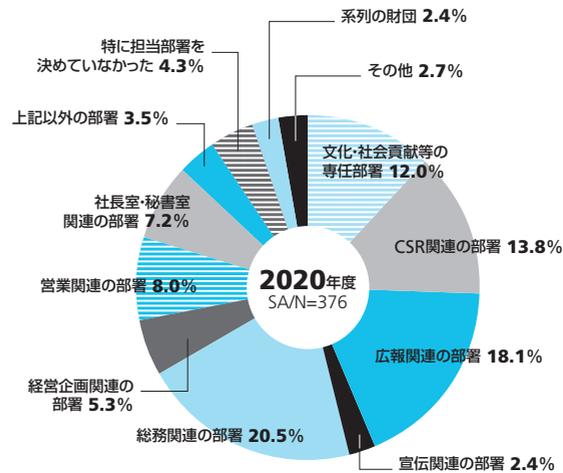
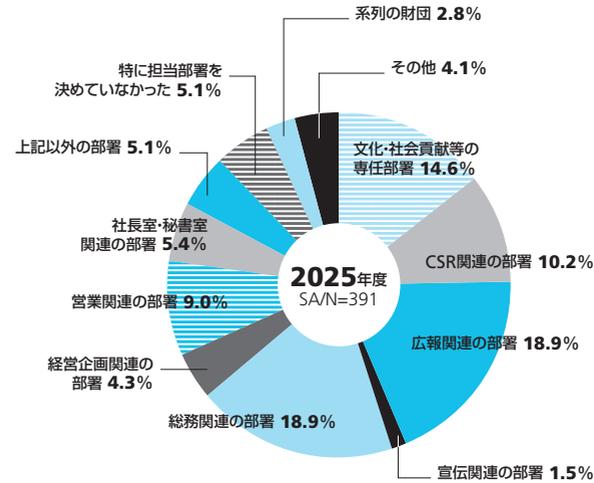
#### c. 社業との関連、企業価値創造のために重視した点 | 5年前との比較



# 2 メセナ担当部署

「総務関連の部署」と「広報関連の部署」の回答割合が最も高く、「文化・社会貢献等の専任部署」、「CSR関連の部署」が続いた。

担当部署 | 5年前との比較

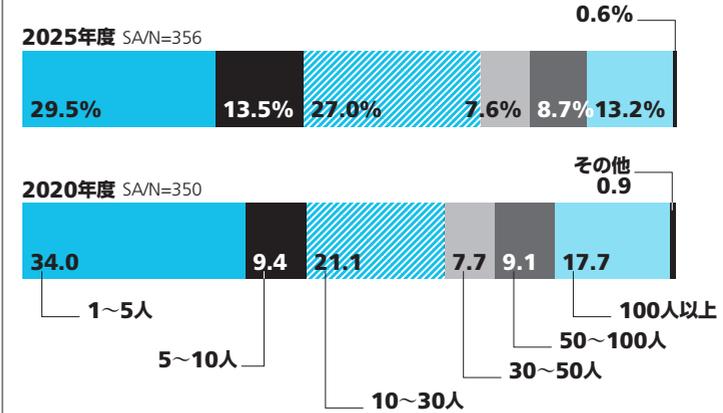


# 3 社員参画・参加

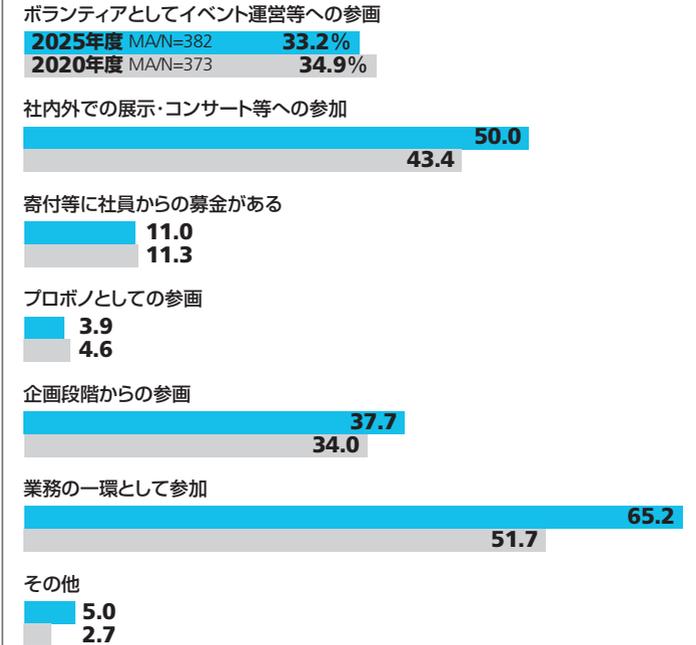
「30～50人」「50～100人」「100人以上」の回答割合の合計を新型コロナウイルス感染拡大前の5年前と比べると、約5ポイント低かった。

社員参画・参加の種類について、「業務の一環として参加」の回答割合が最も高く、「社内外での展示・コンサート等への参加」、「企画段階からの参画」が続いた。5年前と比較すると、「業務の一環として参加」が13ポイント以上と大きく伸びた。

社員参画数 | 5年前との比較



社員参画の種類 | 5年前との比較

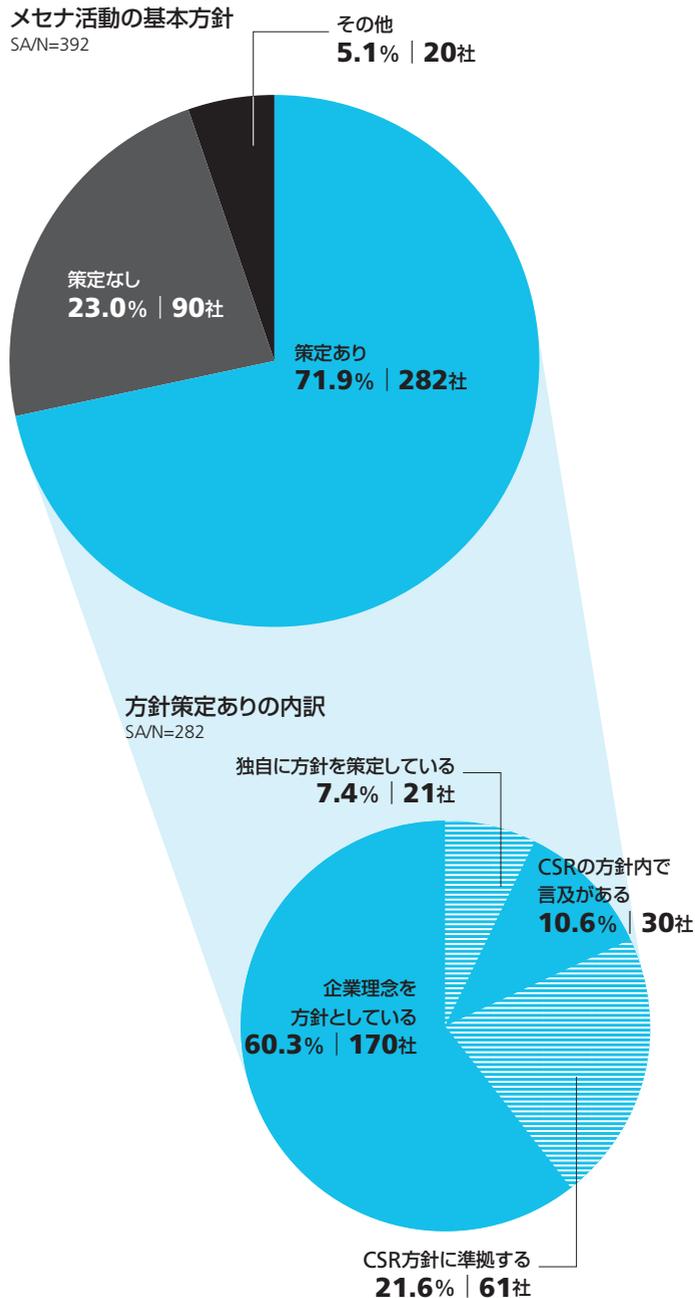


# 4

## メセナ活動の基本方針

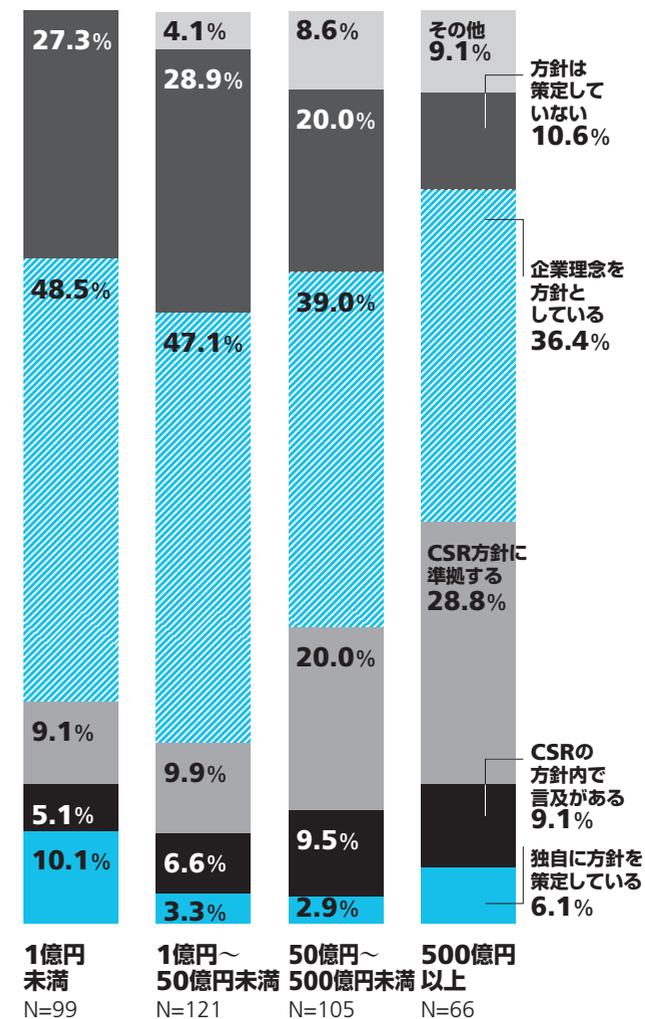
方針を策定している企業は71.9% (282社)

メセナ活動の方針の有無については、282社が「策定あり」と回答した。そのうち60.3%の170社が「企業理念を方針としている」と回答し、近年同様の傾向となっている。



資本規模別にメセナ活動の基本方針を見ると、「企業理念を方針としている」がいずれのグループでも最も回答割合が高い。また、「CSRの方針内で言及がある」と「CSRの方針に準拠する」の合計は資本規模が大きくなるにつれて高くなり、資本金500億円以上では回答割合が37.9%にのぼった。

## メセナ活動の基本方針 | 資本規模別



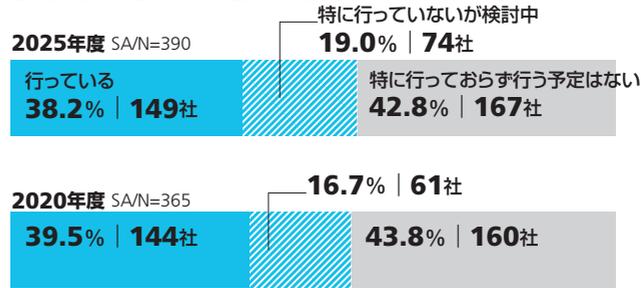
# 5 事後評価・ 活動の成果

全体での事後評価を「行っている」と回答した企業は約4割

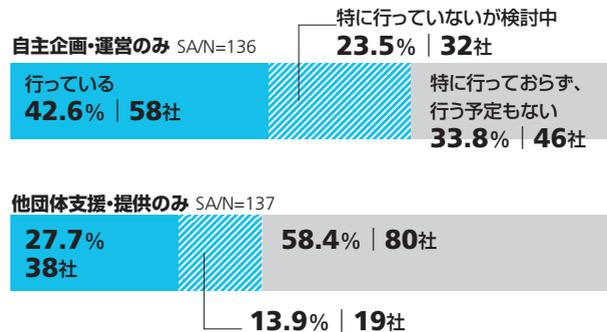
「自主企画・運営」のみのメセナ活動を行った企業の事後評価を「行っている」の回答割合は、「他団体支援・提供」のみを行う企業よりも約15ポイント高かった。

事後評価の観点については、5年前同様「社会的意義」、「妥当性」、「達成度」が上位3位を占めた。5年前と比べると、「経済性」が約5ポイント高くなった。

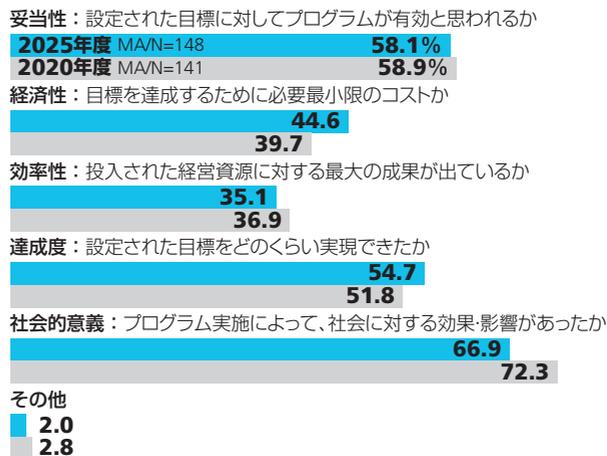
## 事後評価の有無 | 5年前との比較



## 「自主企画・運営のみ」および「他団体支援・提供のみ」のメセナ活動を行う企業の事後評価の有無



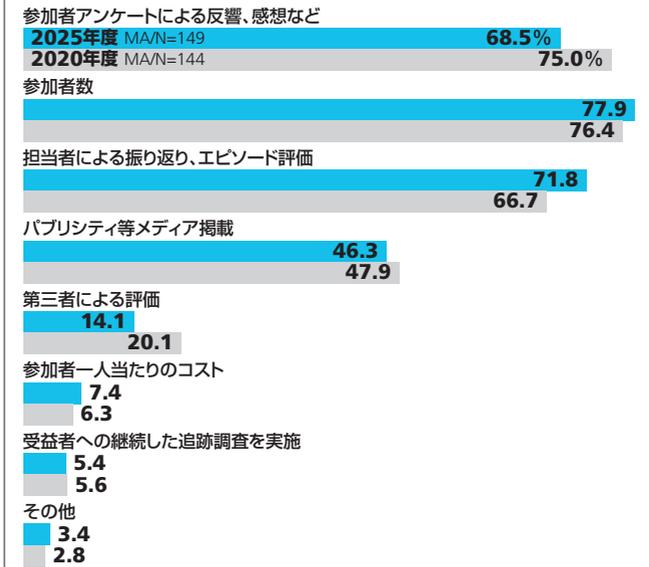
## 事後評価の観点 | 5年前との比較



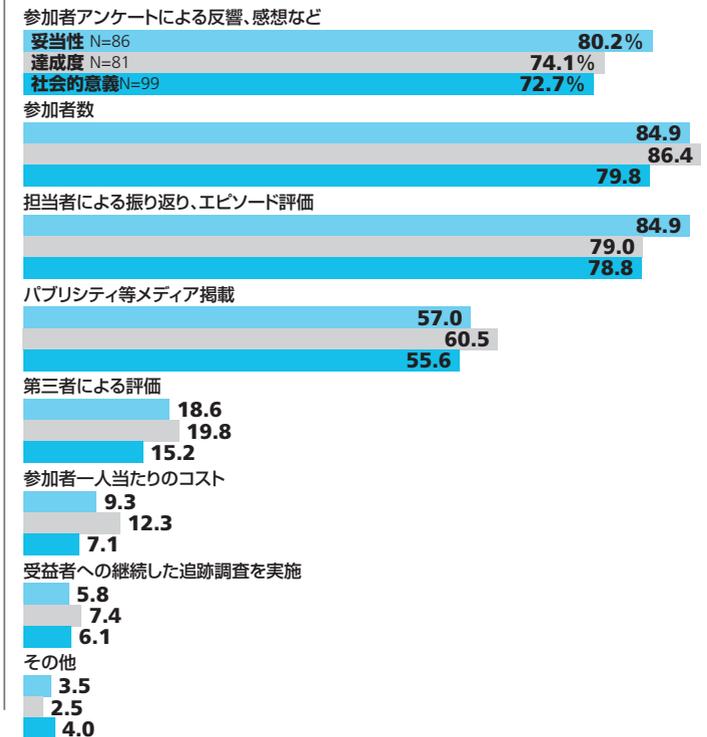
事後評価の手法については、「参加者数」が最も高く、「担当者による振り返り、エピソード評価」、「参加者アンケートによる反響、感想など」が続いた。5年前と比べ、「担当者による振り返り、エピソード評価」が伸びた。

事業評価の観点として、「妥当性」を選択したグループは、全体(P13上図の2025年度回答)と比べ、評価手法として「担当者による振り返り、エピソード評価」、「参加者アンケートによる反響、感想」、「パブリシティ等メディア掲載」で回答割合が10ポイント以上高かった。「達成度」を選択したグループと「社会的意義」を選択したグループでは、全体(P13上図の2025年度回答)と比べ「パブリシティ等メディア掲載」の回答割合が10ポイント前後、高かった。

## 事後評価の手法 | 5年前との比較

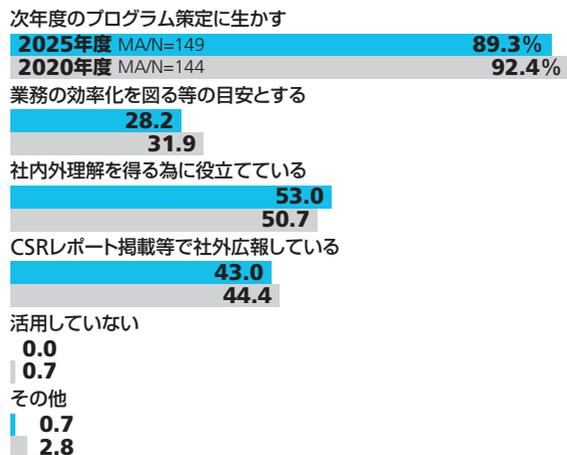


## 事後評価の手法 | 事後評価の観点による比較

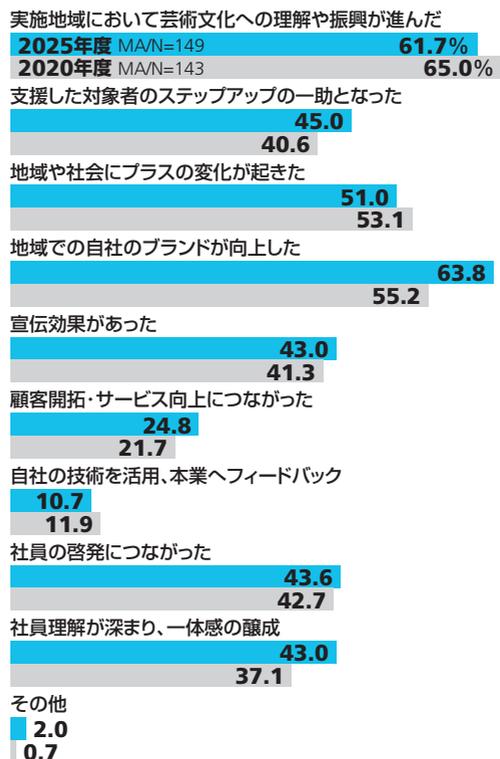


事後評価の活用については、「次年度のプログラム策定に生かす」の回答割合が89.3%と最も高く、「社内外理解を得るために役立てていく」が続いた。

### 事後評価の活用 | 5年前との比較



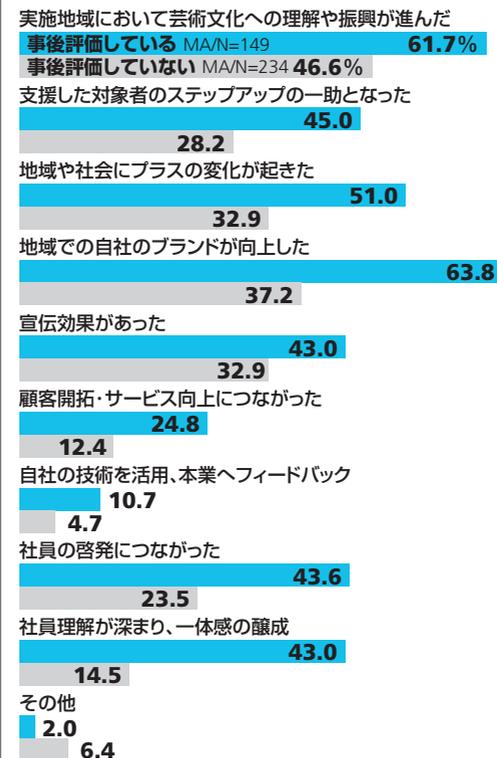
### メセナ活動の成果 | 5年前との比較 [事後評価している企業]



活動の成果について、事後評価をしていると回答した企業は、5年前同様、上位を「地域」に関連する3つの選択肢が占めた。また、5年前と比べ、「社員理解が深まり、一体感の醸成」が約6ポイント伸びた。

活動の成果について、2023年度調査より、事後評価をしていない企業へも設問を設定しており、事後評価の有無による比較を行った。事後評価しているグループは事後評価していないグループに比べ、「社員理解が深まり、一体感の醸成」、「地域での自社のブランドが向上した」、「社員の啓発につながった」の項目で20ポイント以上回答割合が高く、その他の項目でも全般的に回答割合が高かった。

### メセナ活動の成果 | 事後評価の有無による比較



### メセナ活動の成果 [自由回答より抜粋し編集]

#### 芸術文化への理解や振興関連

◎ コロナ禍以前の来場者数に戻り、地域にお住いの方をはじめ、広域からご来場をいただけた、出展作家が次年度の展覧会や新規ギャラリーとのお取引を決めたというご報告を多くいただいた。[繊維製品 | 大阪]  
◎ 障がい者アートの芸術祭での企業賞授与やメインパートナーとしての参画を通じて、アーティストのエンパワーメントと社会的認知の向上に取り組みました。[小売 | 東京]

#### 地域関連

◎ 自社周辺地域そのものが美術館である、という見立てで企画展を開催し、建築マップを無料配布することで鑑賞者を街に引き付けた。建築めぐりを通じ、地域の魅力をあらためて発見したとの感想が多く寄せられ、街の賑わいの創出に大きく貢献した。[小売 | 大阪]  
◎ 大都市圏から離れた地域では芸術文化に直接触れる機会が限られているなかで、オーケストラの定期演奏会を継続的に実施。地域の学校の吹奏楽部員を無料招待することで本物の音楽に触れる機会を創出している。[その他金融 | 北海道]

#### 社員関連

◎ 社員を対象として、協賛展覧会や作品鑑賞会を開催したところ、参加が多く、社員の創造力を喚起しロイヤリティを高めた。また、協賛した展覧会だけではなく、展示に関係する商品提供や、作品で使用する香料の作成・提供を通じて、自社独自の価値を提供できた。[化学 | 東京]  
◎ 障がい者アートの芸術祭で社員がボランティアとして関わる機会を設けることで、協賛活動にとどまらず、社員一人ひとりが社会貢献を主体的に考えるきっかけとなっています。[小売 | 東京]

#### 自社の事業関連

◎ 正月=自社のイメージを醸成した。また、次の世代(現在の子どもたちの世代)とつながるきっかけとなった。[食料品 | 東京]  
◎ ワークショップに参加したお客様が、自社製品のファンになって下さり、SNSでご紹介いただきました。また都内などでワークショップを行ったことで施設がある地域まで足を運んでくださいました。[食料品 | 長野]

事例紹介 [1]



活動年数:2018年~

活動地域:東京都

<https://www.brillia-art.com/award/index.html>



Brillia Art Award Wall 2025「LIGHT TRAIL/光跡」梅崎 健



Brillia Art Award Cube 2025「Roots」宮下ゆり

企業名 **東京建物株式会社** [不動産 | 東京]

メセナ活動 **Brillia Art Award**

東京建物のマンションブランド「Brillia」は、2018年からアーティストとの出会い応援を目的とした、公募展「Brillia Art Award」を開催しています。

不動産デベロッパーとして『場の提供』を収益以外の価値につなげる方法を検討し、視認性が高い東京建物八重洲ビル1階のラウンジに併設された「THE GALLERY」を飾る立体作品の公募展を開催し、アーティスト支援と街の活性化を図ってきました。「Brillia」は新築マンションのブランドですが、ブランドコンセプトとして「豊かで心地よい暮らしを提供したい」と考え、その豊かな暮らしにはアートが不可欠と考えています。2024年からは、新築マンションの集約販売拠点「Brillia Gallery 新宿」のエントランスを彩る平面作品の公募展を新設、アーティストにとっての発表の場を増やすとともに、来場者に向けてアートの魅力と、日々の暮らしに取り入れる機会を提供しています。今後も日常のアート体験を通じて、豊かで心地よい生活の提供を目指していきます。

事例紹介 [2]



活動年数:2012年~

活動地域:東京都

<https://package-museum.jp/>



施設の様子



見学の様子

企業名 **東洋製罐グループホールディングス株式会社**

[金属製品 | 東京]

メセナ活動 **容器文化ミュージアムの運営**

容器文化ミュージアムは、総合容器メーカーである東洋製罐グループが、容器包装の中に秘められたさまざまな秘密を「ひらく」施設として、2012年に本社ビルの1階に開設しました。当館では、容器包装の歴史や役割、環境問題への取り組みについて、地域社会や次世代を担う子どもたちに向けて発信し、容器包装への理解と親しみを深めていただくことを目指しています。日常生活で身近な存在でありながら、普段は意識することが少ない容器包装について、さまざまな観点から学ぶことができる施設です。

常設展示のほかにも、年2回程度の企画展や夏休み期間中の子ども向けイベント、事前予約制で通年実施しているタイムカプセル缶づくりのワークショップなど、世代を問わず楽しめる取り組みを行っています。近年では海外からの来館者も増えており、日本の容器に見られる細やかな工夫や、質の高いリサイクルへの取り組みなどが世界的にも注目されています。

2025年度調査結果

6

メセナ活動内容

活動数が前年度より増加(+141件)

総活動数は1,604件で前年度調査の1,463件より141件増加した。

継続活動が8割程度を占める結果は近年の傾向と同様である。

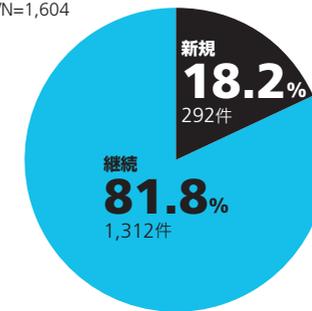
実施内容について、新規/継続年数別に見ると、「継続年数30年以上」を除き、「他団体への支援・提供」が「自主企画・運営」を上回った。

また、20年以上の活動が全体の約3割を占めており、長期間継続している活動が多い。

「自主企画・運営」は246社で5年前の221社を上回った。一方「他団体への支援・提供」と回答した企業は248社で5年前に比べ19社減少した。

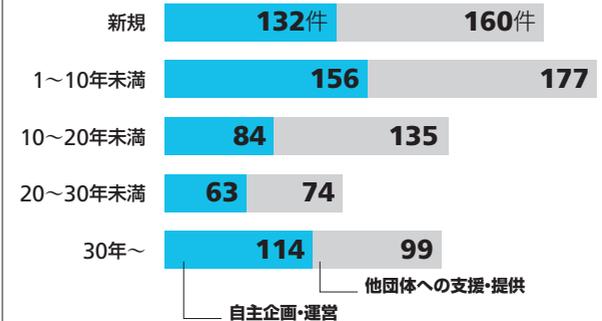
新規/継続 | 実施件数ベース

SA/N=1,604



新規/継続年数の内訳

SA/N=1,194

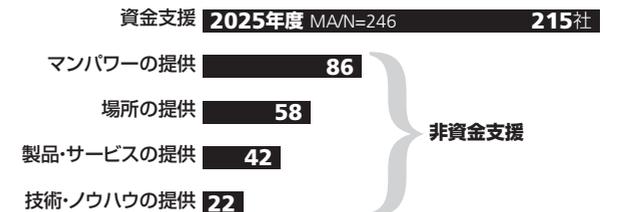


メセナ活動の手法 | 企業数ベース | 5年前との比較

2025年度 MA/N=385



他団体への支援・提供の内訳



2020年度 MA/N=375

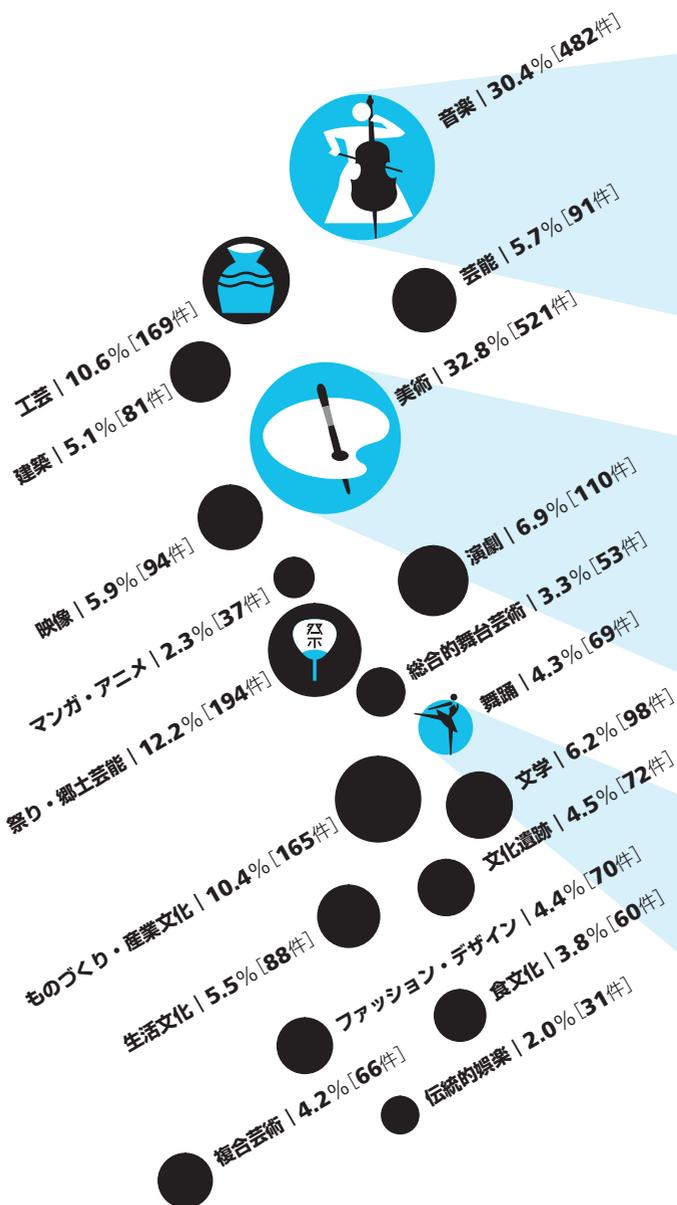


## 音楽・美術が多い

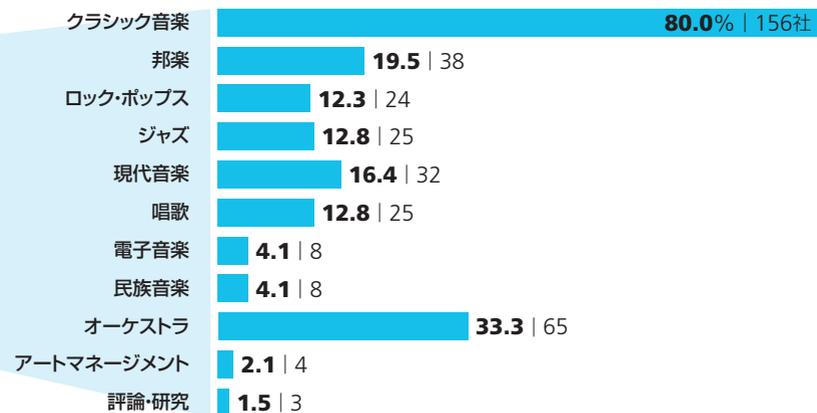
活動分野は、近年同様「音楽」と「美術」の回答割合が高かった。  
 続く「祭り・郷土芸能」、「工芸」、「ものづくり・産業文化」、の回答割合は各々10%強だった。

活動分野の詳細について、音楽分野では、「クラシック音楽」の回答割合が最も高かった。美術分野では、「現代美術」が最も高く、「日本画」、「洋画」が続いた。  
 舞踊分野では「バレエ」と「日本舞踊」の回答割合が高かった。

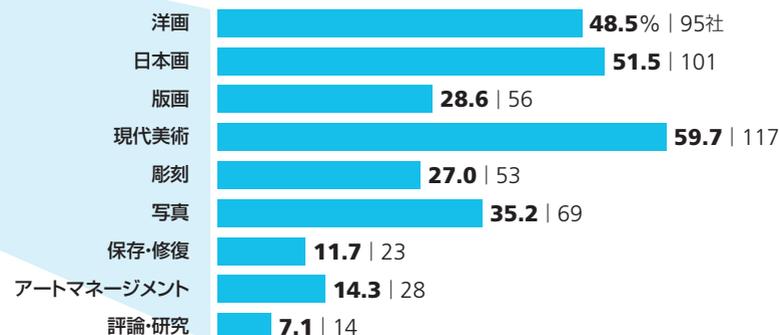
活動分野 | 実施件数ベース  
 MA/N=1,588



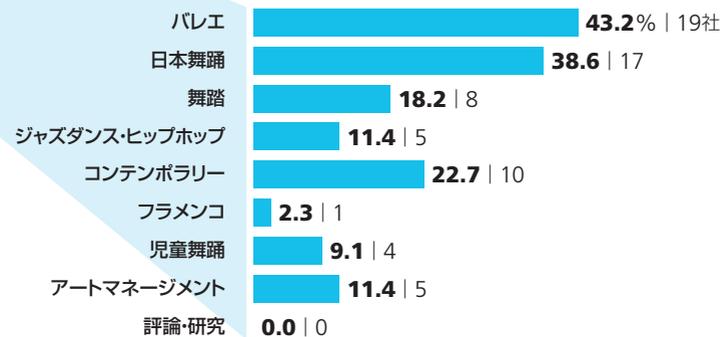
音楽分野詳細 | 企業数ベース  
 MA/N=195



美術分野詳細 | 企業数ベース  
 MA/N=196



舞踊分野詳細 | 企業数ベース  
 MA/N=44



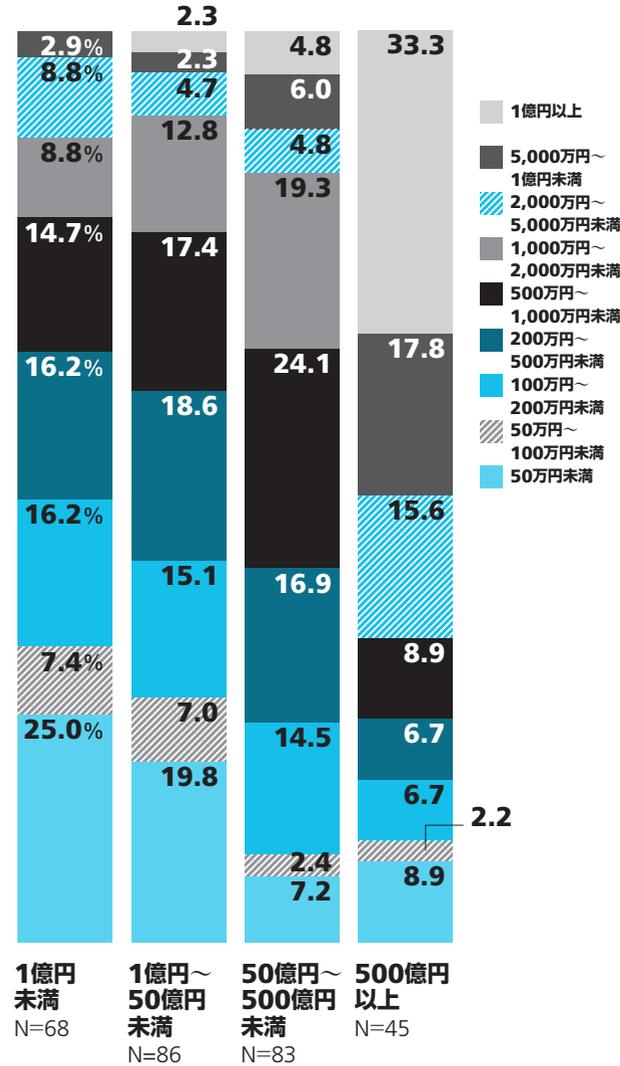
# 7 活動事業費

資本規模に比例して活動費総額が高くなる傾向は見られるが、一方で資本金1億円未満の企業もメセナ活動費総額の回答が分散している。このことから、資本規模に関わらず、活動が実施されていることが読み取れる。

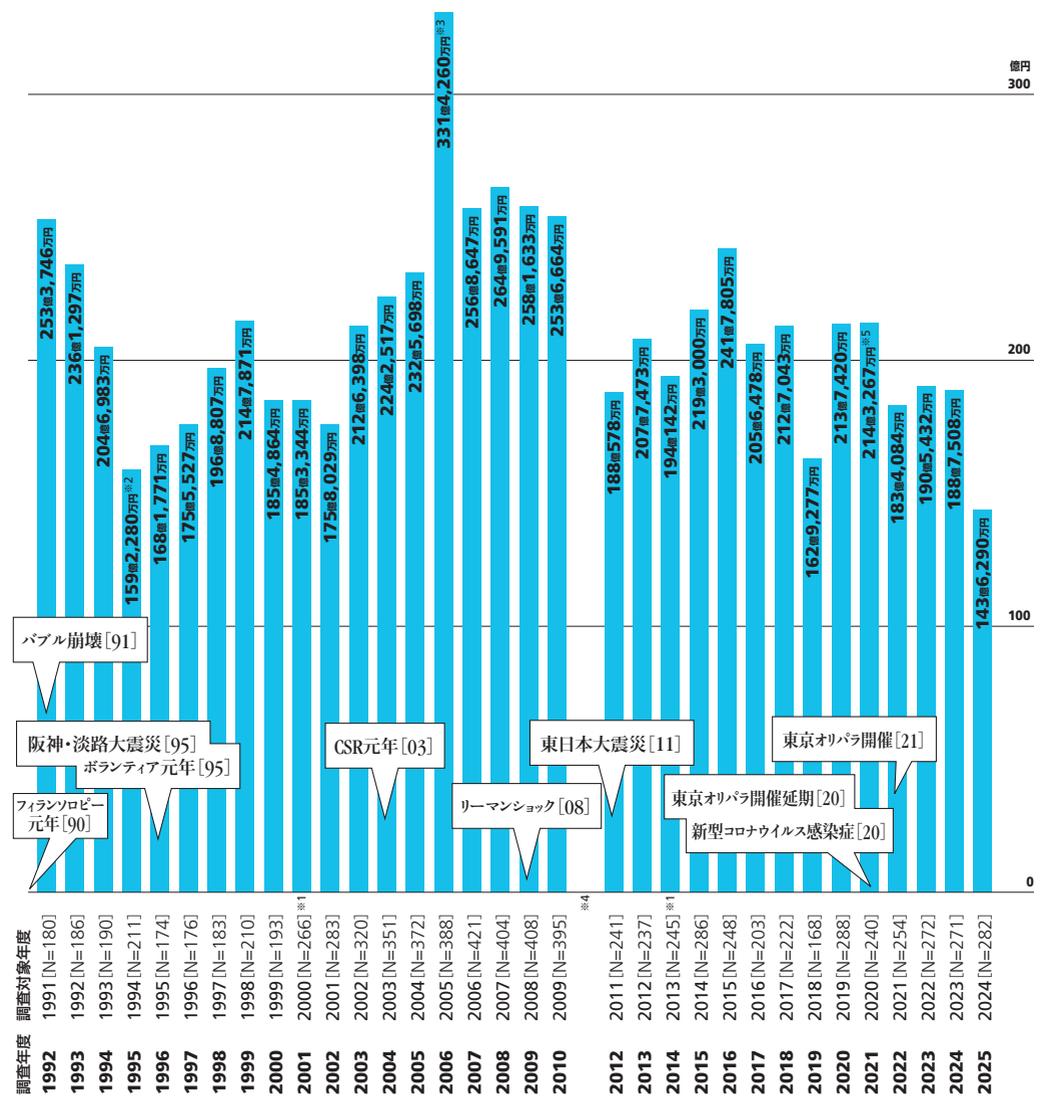
活動費総額は  
143億6,290万円

メセナ活動費総額は、前年度調査より減少し約143億円となった。  
なお、一社あたりの活動費の目安となる中央値は493万円だった。

メセナ活動費総額 | 資本規模別 | 企業数ベース



メセナ活動費総額合計の推移



※1. 2001年度、2014年度調査に調査対象母数の大幅な変更を行ったため、データの時系列比較には留意が必要である  
 ※2. 調査対象年度1994年度、回答のあった211社分の1社平均は1億3,868万円、グラフは施設建設費といった単年度費用が不明確なものを除き作成  
 ※3. 調査対象年度2005年度活動費総額が大幅に伸びた主な理由は、回答企業のうち2社から活動費として約100億円が計上されたことによる  
 ※4. 調査対象年度2010年度分は調査未実施  
 ※5. 調査対象年度2020年度、回答企業のうち1社から活動費として約100億円が計上されたことによる

予算策定の理由付け・根拠は、「前年度含む過去実績」が最も高かった。続く「地域への影響／貢献度合い」は、41.7%で、5年前より8ポイント以上上昇した。「宣伝効果／ブランド価値向上」は約9ポイント高くなった、その他の項目も全般的に回答割合が高くなっており、予算策定にあたって多角的な視点が求められる傾向が確認できる。

予算策定方法 | 企業数ベース | 5年前との比較

前年度含む過去実績

2025年度 MA/N=369	81.0%
2020年度 MA/N=348	80.5%

参加者数

17.9
15.5

経営方針

26.0
22.1

宣伝効果／ブランド価値向上

32.5
23.6

地域への影響／貢献度合い

41.7
33.6

その他

6.0
11.2

事例紹介 [3]



活動年数:2009年～  
活動地域:長野県

<https://www.kantenpp.co.jp/garden/nomura>



野村陽子植物細密画館 外観



野村陽子植物細密画館 館内

企業名 **伊那食品工業株式会社** [食料品 | 長野]

メセナ活動 **野村陽子植物細密画館の運営**

長野県伊那市に本社を置く伊那食品工業は、約2万坪の敷地内(かんてんばばガーデン)にショップやレストラン、多目的ホールなどの施設を持ち、年間約45万人の観光客や地元のお客様で賑わっています。その施設の中には、2009年にオープンした、野村陽子植物細密画館があります。2005年に塚越寛最高顧問が野村陽子先生と出会い、ただ写実的に描くだけでなく、植物のありのままの姿を描く臨場感ある細密画に惚れ込み、同施設を建設。四季折々の絵画を四半期で入れ替えながら、また、一般の方へも興味を持っていただけるよう、同敷地内の多目的ホールでは、月に1回、野村陽子先生による絵画教室も開催しています。さらに、教室に参加された生徒の方々の細密画を集め、かんてんばばホールにて展示会も行なっています。かんてんばばガーデンは、山野草や赤松など自然を大切に、社員全員で朝掃除や木々の手入れも行なっており、これからも地元の方々に愛される企業を目指していきます。

事例紹介 [4]



活動年数:2014年～  
活動地域:石川県

[https://www.ars-c.co.jp/journal/tax\\_channel/culture/](https://www.ars-c.co.jp/journal/tax_channel/culture/)



金沢21世紀美術館20周年記念特別展 観覧レセプションの様子



奥能登芸術祭2017の作品 (地震前の見附島)

企業名 **アルスコンサルタンツ株式会社** [建設 | 石川]

メセナ活動 **珠洲市能登地震災害支援など、地域の芸術文化支援活動**

アルスコンサルタンツは、金沢の芸術の発展、まちづくりや文化育成の一助として2014年より金沢21世紀美術館や石川県立美術館の活動を支援しています。「新しい文化の創造」と「金沢らしい社会の形成」のためにこれからもアートを支援するため、美術館の運営をサポートしていきます。

また、2017年より能登半島の先端にある珠洲市全域を舞台としたトリエンナーレ「奥能登国際芸術祭」を支援しています。珠洲の土地・生活・人々の魅力を感じ再発見する国内外のアーティストと共に、地域内外の大勢のサポーターで造り上げる国際芸術祭です。珠洲は2024年1月1日に発生した能登半島地震、同年9月の奥能登豪雨で甚大な被害を受けました。多くの珠洲焼作家の方々のご自宅や工房、窯等が全壊しました。私たちは、本業である道路や橋等の社会インフラの災害復旧に携わりながら、珠洲焼作家の方々を一時避難もサポートしつつ、珠洲市災害支援金(珠洲焼の復興)の納付も行いました。今後も、地域に根ざした企業として地域と伝統文化を繋ぐ活動と文化振興を推進していきます。

事例紹介 [5]



活動年数:2013年～  
活動地域:愛知県

<https://www.okaya.co.jp/csr/social/welfare/index.html>



2025年コンサートの様子



会場では募金活動も実施

企業名 **岡谷鋼機株式会社** [卸売 | 愛知]

メセナ活動 **OKAYA チャリティーコンサート開催**

OKAYAチャリティーコンサートは、産業材商社である岡谷鋼機が、本社を構える名古屋にて2013年より毎年開催しているクラシックコンサートです。

本コンサートは、3つの地域社会への貢献を目的としています。一つ目は、寄付を通じた地域社会への貢献です。チケット売上金と会社からのマッチングギフトを合わせた全額を、毎年社会福祉法人愛知県共同募金会に寄付し、地域の社会福祉向上に役立てていただいています。二つ目は、地元の若手音楽家の育成です。地域の音楽会をリードする名古屋フィルハーモニー交響楽団に毎年ご出演いただいているほか、地元出身で今後の活躍が期待される若手ソリストをお迎えし、将来を担う音楽家の成長を応援しています。そして三つ目は、地域の皆さまに良質な音楽を楽しんでいただく機会の提供です。本格的なクラシックに気軽に親しんでいただけるよう、チケット代は全席一律1,000円としています。毎年夏の恒例イベントとしてますます地域の皆さまに喜んでいただけるよう、今後も活動を続けていきます。

## 事例紹介 [6]



活動年数:2003年～

活動地域:国内全域

<https://sho-aka.benesse.ne.jp/sho/all/others/concour/>



受賞作品発表会の様子

企業名 **株式会社ベネッセコーポレーション** [サービス | 岡山]

メセナ活動 **夏のチャレンジ  
全国小学生「未来」をつくるコンクール**

ベネッセが2003年から開催している「夏のチャレンジ 全国小学生『未来』をつくるコンクール」は、全国の小学生を対象にした夏休みのコンクールです。毎年、約1万点の応募があります。学校の夏休みの課題にもよく取り上げられる「作文」「自由研究」「絵画」に「環境」「英語スピーチ」を加えた全5部門で開催しています。コンクールへの応募を通じて、子どもたちが自分の個性や可能性に気づき、自信を持ち、探求方法や知識、思考力・判断力、表現力など身につけ、学校での学びに生かすだけでなく、その先の未来を生きる力、未来をつくる力を身につけてもらうことをテーマに実施し、2025年で22年目になります。

2025年も、全国から多くのすばらしい作品が寄せられました。一つひとつの作品には、子どもたちのまっすぐな想いと、未来を見つめるまなざしが込められています。また、参加者の定性的なアンケート結果をみても、成果を感じる声をたくさんいただいています。

「子どもたちは未来からの留学生である」という思想のもと、全国の小学生に夏の挑戦の機会、学びに向かう力を養う機会を提供し、未来を生きる子どもたちを引き続き、応援していきます。



表彰式の様子

## その他調査研究事業紹介



メセナアソシエイト  
協議会アソシエイト



メセナ  
アソシエイト



協議会  
アソシエイト

企業メセナ協議会では、外部研究員制度として、自身でテーマを設定し研究する「メセナアソシエイト」、協議会が設定したテーマでレポートを執筆する「協議会アソシエイト」を設け、研究員と協議会の協働による国内外のメセナ活動に関する調査研究と若手研究者育成に取り組んでいます。研究レポートは協議会ウェブサイトにて公開しております。

メセナアソシエイト  
[https://www.mecenas.or.jp/ja/research\\_top/mecena\\_associate\\_report](https://www.mecenas.or.jp/ja/research_top/mecena_associate_report)

協議会アソシエイト  
[https://www.mecenas.or.jp/ja/research\\_top/kyogikai\\_mecena\\_associate\\_report](https://www.mecenas.or.jp/ja/research_top/kyogikai_mecena_associate_report)

2025年度研究レポートは、2026年4月頃公開予定です。

## 2025年度調査結果

# 9

## 財団の回答分析

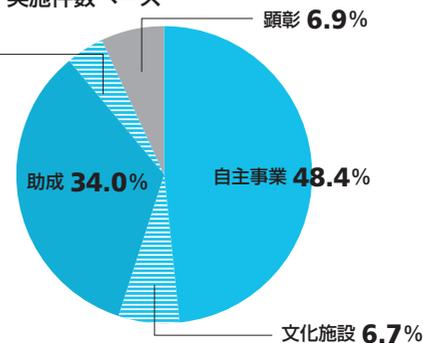
総活動数は642件で、プログラムタイプ別では、5年前と同様に「自主事業」と「助成」の回答割合が高かった。

事業目的・重視点は、「芸術文化全般の振興」の回答割合が70.5%で最も高かった。また「地域文化の振興」が61.7%で続き、企業と同様に、地域を重視する傾向が見られる。

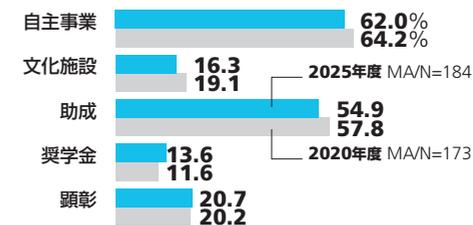
### プログラムタイプ | 実施件数ベース

SA/N=642

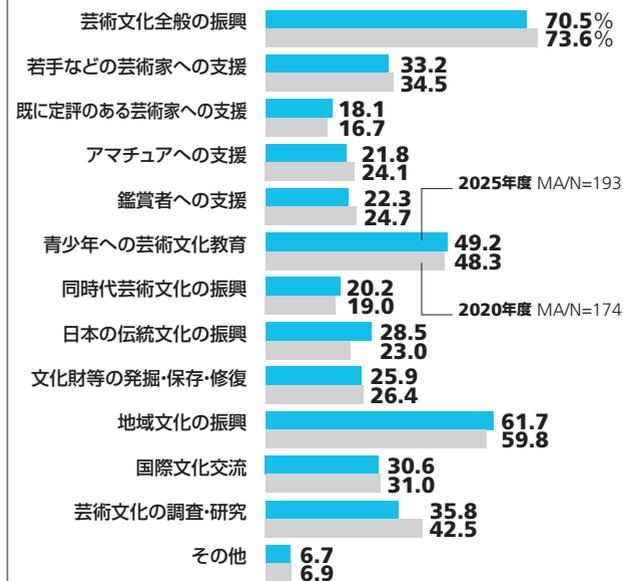
奨学金 4.0%



### プログラムタイプ | 団体数ベース | 5年前との比較



### 事業目的・重視点 | 団体数ベース | 5年前との比較

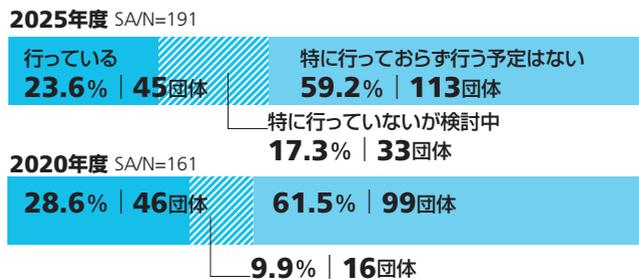


事後評価については、「行っている」の回答割合は23.6%と5年前より5ポイント低下した。

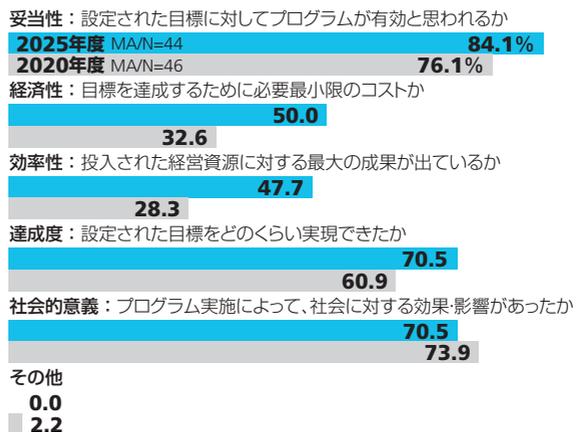
事後評価の観点では、5年前同様に「妥当性」が最も高く、「達成度」と「社会的意義」が続いた。5年前と比べ、「社会的意義」以外の項目は全て回答割合が高くなっており、多角的な観点で事後評価が行われる傾向が強まったと考えられる。

事後評価の手法は、「参加者アンケートによる反響、感想など」、「参加者数」、「担当者による振り返り、エピソード評価」の回答割合が同率で最も高く、「パブリシティ等メディア掲載」が続いた。

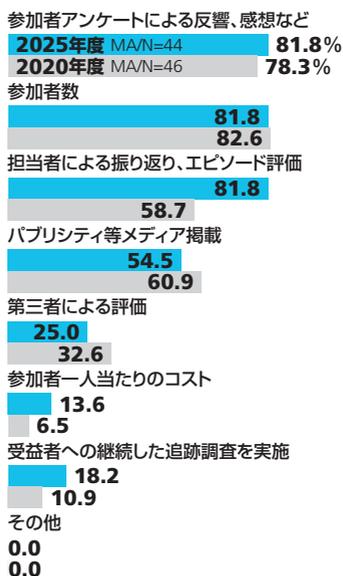
### 事後評価の有無 | 5年前との比較



### 事後評価の観点 | 5年前との比較



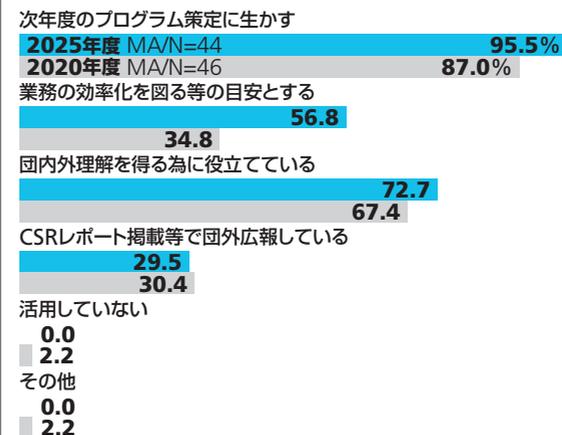
### 事後評価の手法 | 5年前との比較



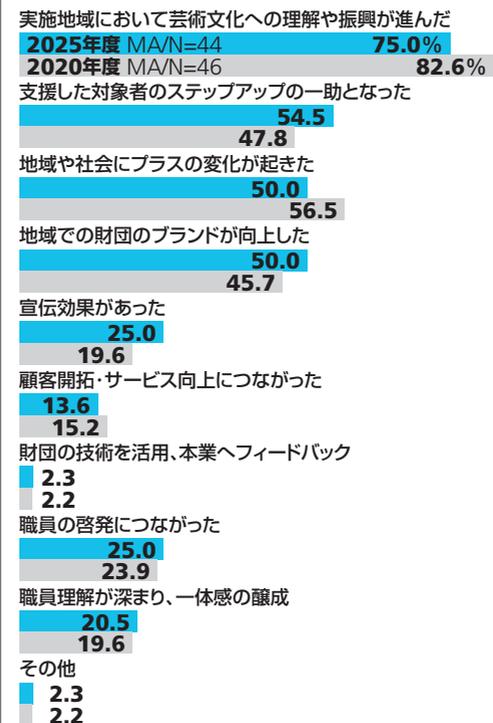
事後評価の活用では、「次年度のプログラム策定に生かす」の回答割合が95.5%と最も高かった。また、「業務の効率化を図る等の目安とする」が5年前に比べ大きく伸びており、財団運営の効率化が求められるなか、事後評価を活用している現状が読み取れる。

事後評価している財団におけるメセナ活動の成果としては、「実施地域において芸術文化への理解や振興が進んだ」、「支援した対象者のステップアップの一助となった」の順で回答割合が高く、「地域や社会にプラスの変化が起きた」、「地域での財団のブランドが向上した」が同率で続いた。「地域」に関する成果の回答割合が高い傾向が続いている。

### 事後評価の活用 | 5年前との比較



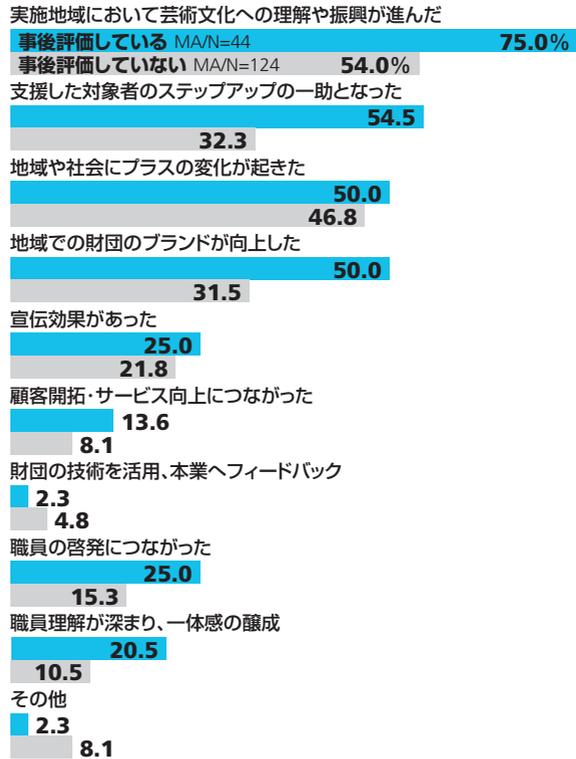
### メセナ活動の成果 | 5年前との比較 [事後評価している財団]



活動の成果について、2023年度調査より、事後評価をしていない団体へも設問を設定しており、事後評価の有無による比較を行った。事後評価をしている団体は、事後評価していない団体と比べ、「実施地域において芸術文化への理解や振興が進んだ」で約20ポイント回答割合が高く、他の項目も全般的に回答割合が高かった。

事業分野では、企業同様、美術と音楽の割合が高い。また企業と比べると、工芸の回答割合が高い。

## メセナ活動の成果 | 事後評価有無による比較



## メセナ活動の成果 [自由回答より抜粋し編集]

### 芸術文化への理解や振興・職員関連

◎ 2024年度は地域の芸術文化に関する一つのテーマに対して、月刊誌、展示、講座および見学会を複合的な実施を試みた。これまで以上にそのテーマへの理解が広まるとともに、内部では各事業担当者の協働が進み一体感の醸成につながった。また、新規事業として、県関連の文化財団と連携して地元出身アーティストの県内ツアーを開催、ステップアップの機会を提供した。[茨城]

### 地域関連

◎ 約30年にわたり地元根差す伝統工芸の振興を行ってきたことにより、その認知度向上や後継者育成に少なからず貢献している。[石川]

◎ まだあまり知られていないが地域にゆかりのある芸術家の存在を取り上げることで、地域の皆さまへ新たな発見を提供できた。[東京]

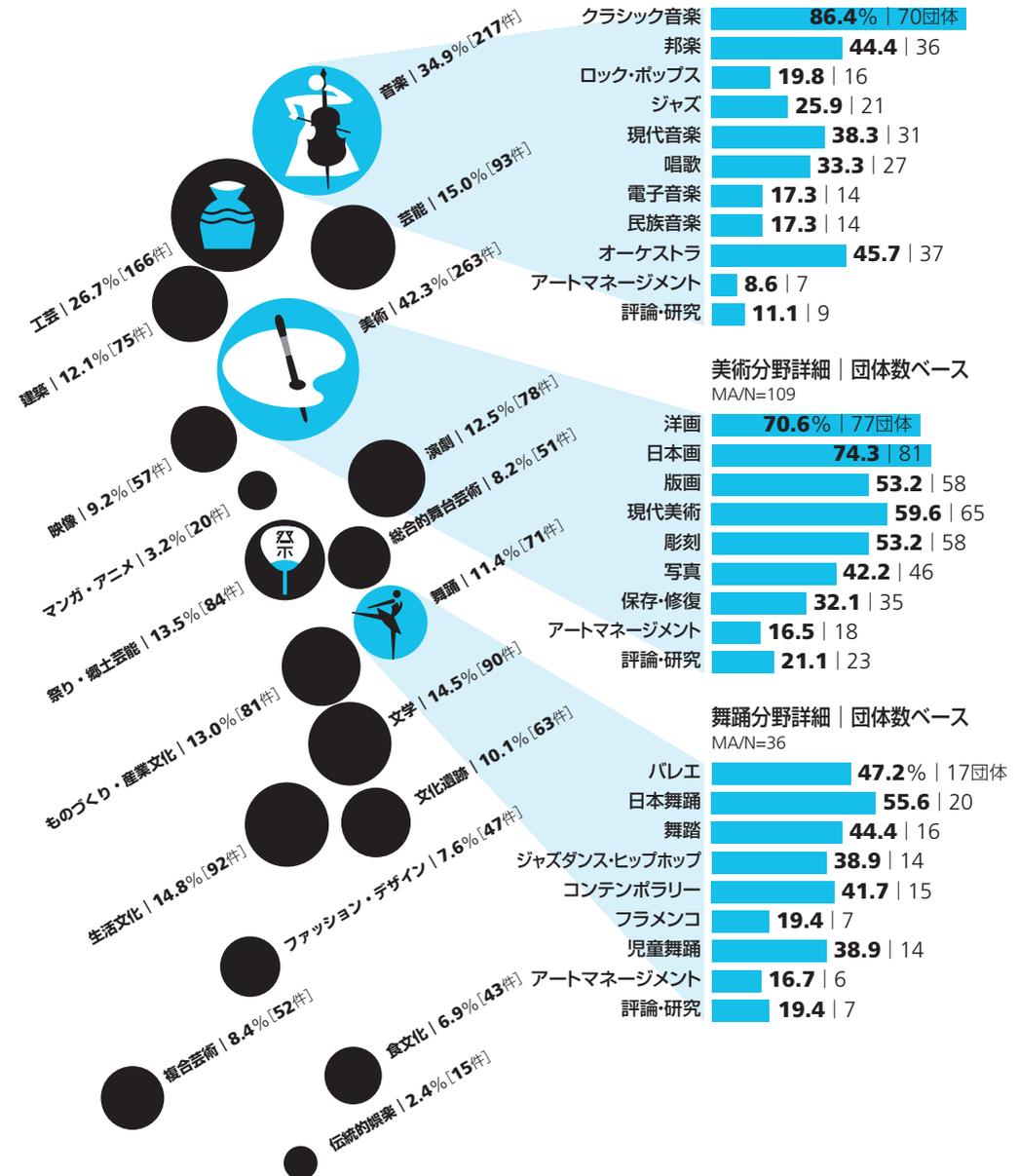
### 自社グループの事業関連

◎ 直接的な社業への還元には時間が掛かると認識しているが企業姿勢のアピールとなっている。また、文化的交流による社外ネットワークの構築による貢献にもつながっている。[東京]

◎ 長年の助成活動により、自社が多くの地域文化活動を支援し、文化・スポーツの振興に寄与しているという企業イメージが高まった。[大分]

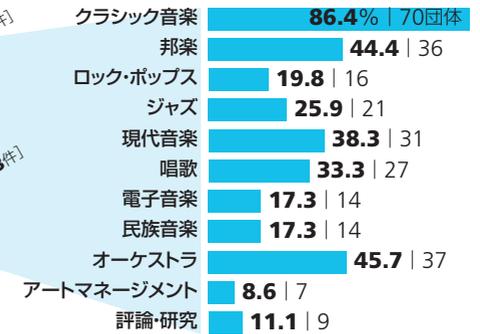
## 事業分野 | 実施件数ベース

MA/N=622



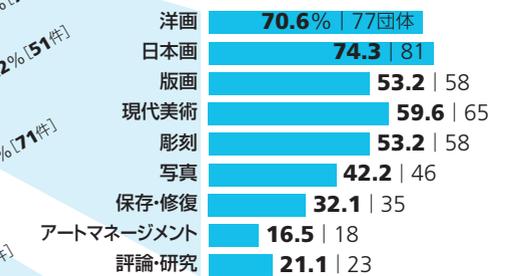
## 音楽分野詳細 | 団体数ベース

MA/N=81



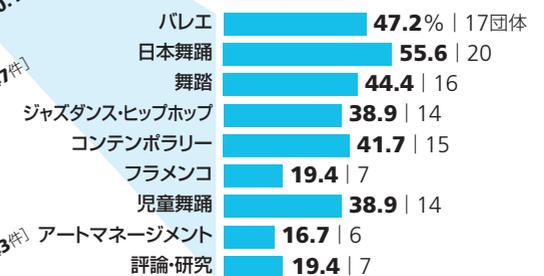
## 美術分野詳細 | 団体数ベース

MA/N=109



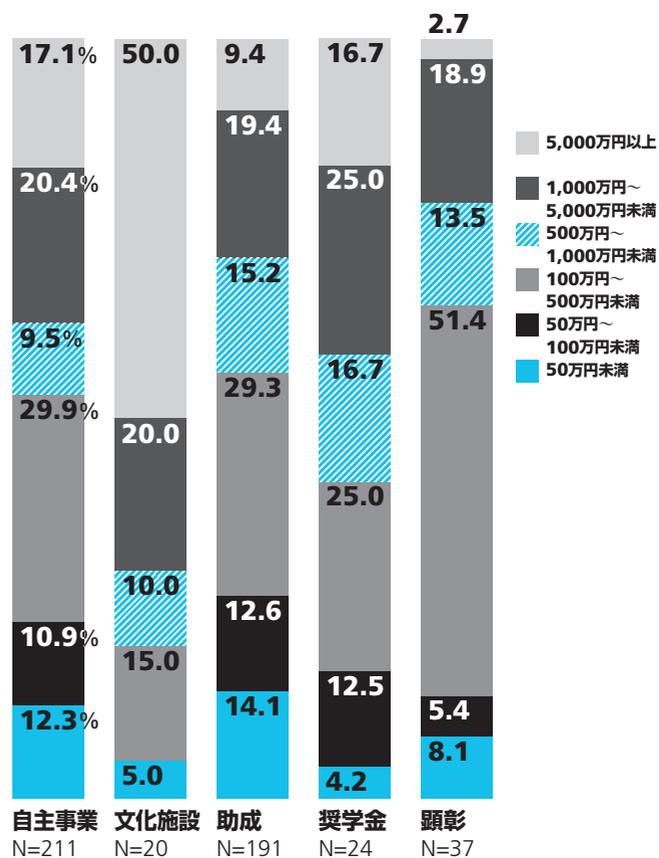
## 舞踊分野詳細 | 団体数ベース

MA/N=36



活動1件あたりの事業費に関して、自主事業、助成、顕彰では「100万～500万円未満」の割合が最も高かった。文化施設では「5,000万円以上」が最も高く、奨学金では「100万～500万円未満」と「1,000万～5,000万円未満」の回答割合が同率が高かった。

活動1件あたりの事業費 | プログラムタイプ別 | 実施件数ベース



### 事例紹介 [7]



活動年数:1979年～

活動地域:国内全域

<https://www.polaculture.or.jp/>



令和7年度贈呈式の様子



令和7年度受賞の皆さま

財団名 **公益財団法人ポーラ伝統文化振興財団** [東京]

メセナ活動 **伝統文化ポーラ賞**

ポーラ伝統文化振興財団は、「本当の美しさは、内面の美や心の豊かさを伴ってこそ初めて実現する」というポーラ創業者の想いのもと、豊かな社会と文化の向上に寄与すべく、ポーラ創立50周年を記念して、1979年に設立されました。2011年には公益財団法人に移行し、無形の伝統文化を対象に、保存・伝承・振興の活動を行なっております。伝統文化ポーラ賞は、時代から時代へ、人から人へ、と脈々と受け継がれてきた無形の伝統文化を支えてきた方々を、伝統工芸技術、伝統芸能、民俗芸能・行事の各分野で見出し、今後も活躍が期待できる個人または団体に対し、更なる業績の向上を奨励することを目的とした顕彰事業です。2025年度で45回目を迎えました。2025年度は全国から107件の推薦があり、優秀賞2件、奨励賞2件、地域賞4件を選出しました。12月には贈呈式を執り行ない、ご受賞者のほか、各界の有識者や過去のご受賞者も参列し、無形の伝統文化を継承する担い手の皆さまの交流の機会ともなりました。今後も、伝統文化の発展に寄与する活動を続けていきます。

### 事例紹介 [8]



活動年数:1987年～

活動地域:長野県

<https://www.82bunka.or.jp/>



基本テーマにもとづく特集



2025年10月発行の秋号

財団名 **公益財団法人八十二文化財団** [長野]

メセナ活動 **機関紙『地域文化』の発行**

八十二文化財団は、2025年3月に創立40周年を迎えました。当財団の機関誌『地域文化』は、1987年7月から毎年4号、38年間にわたって発行しています。2025年10月に発行した秋号で、通算154号となりました。当財団『友の会』会員の皆さまにお届けするとともに、広く一般の方にも公開しています。誌面では、基本テーマを軸に毎月様々な切り口で地域の文化を取り上げています。2022～2025年度は「地域文化の個性や魅力を再発見し、『つなげる』『つたえる』」を基本テーマとして、また「①地域の自然・歴史・文化・風土を掘り起こし、伝える」「②文化や精神を継承・発信する人びとに光を当てる」を編集方針として定め、「山城」「信州と海」「地域を支える医の力」「祭りー受け継がれる地域の誇りー」などを特集しました。専門家や文化人の寄稿、当財団の独自取材・調査報告を写真や図表とともに掲載し、地域の文化の魅力を伝えていきます。『地域文化』は、地域の文化や暮らしを記録し、未来へつなぐことを目指しています。今後も文化の継承・発展に寄与できるよう取り組んでいきます。

## トピックス



### ① 外部組織との連携について

メセナ活動に関する外部組織との連携状況について尋ねたところ、企業は約6割強、財団は5割弱がなんらかの外部組織と連携している、と回答した。

連携先として、企業は「非営利組織と連携」の回答割合が最も高く、財団は「国・自治体と連携」の回答割合が最も高かった。自由記述では、連携による意思決定プロセスの複雑化や活動のゴールイメージに相違が生じるケースがあることなどの課題もあるが、ネットワークの拡大、新たな知見の獲得や新しい活動を展開するきっかけづくりになるなどのメリットが多く挙げられた。

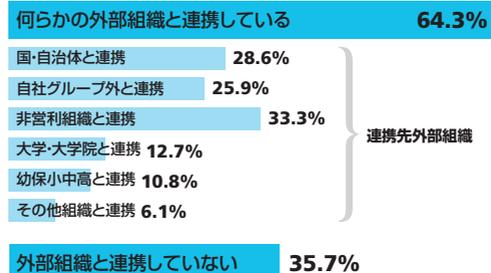
### 記述回答 [自由回答より抜粋し編集]

#### 企業の外部組織との連携

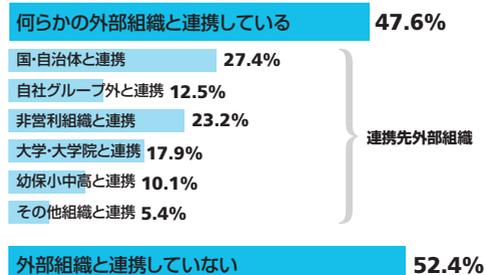
- ◎ 企業が外部の組織と連携してメセナ活動を行うことで、専門性や多様な視点が加わり、より質の高い文化支援が可能になります。相互の強みを活かすことで、社会的な信頼や共感も広がり、活動の持続性と影響力が高まります。[電気機器 | 東京]
- ◎ 自治体との連携により、地域社会とのつながりを強化することが期待されます。また、外部組織との協働によって、それぞれの組織が持つ専門的な知見やノウハウを活用することが可能となります。[輸送用機器 | 愛知]
- ◎ 広域イベントの企画から運営に至るまで、自治体、観光協会、協賛企業など外部組織との連携は不可欠であり、そのことが地域社会における当社への理解獲得やプレゼンス向上に寄与しているものと考えている。[小売 | 神奈川]

## 外部組織との連携の有無と連携先 | 企業数/団体数ベース

[企業] 連携有無SA(連携先MA)/N=378



[財団] 連携有無SA(連携先MA)/N=168



#### 財団の外部組織との連携

- ◎ 国(行政)の後援をもらうことにより信頼度や認知度が向上するほか、大学との連携にて、若手人材との交流促進、人材育成支援の広がりなどの効果を実感している。[東京]
- ◎ 学校等と連携して事業を実施することで、より幅広い市民に世界的に優れた音楽に触れる機会を提供し、文化芸術の振興に寄与することができるとともに、子どもや若年層など未来の聴衆の獲得にもつながるものと考えている。[北海道]
- ◎ 展覧会、新進アーティスト支援および教育普及活動において、美術に関わる外部の組織との連携は必要不可欠。一方で、美術分野を越えた外部との連携においては、両者がメリットを得られる落としどころを設定することが困難なケースも多く、連携を実現する際の課題として認識しています。[東京]

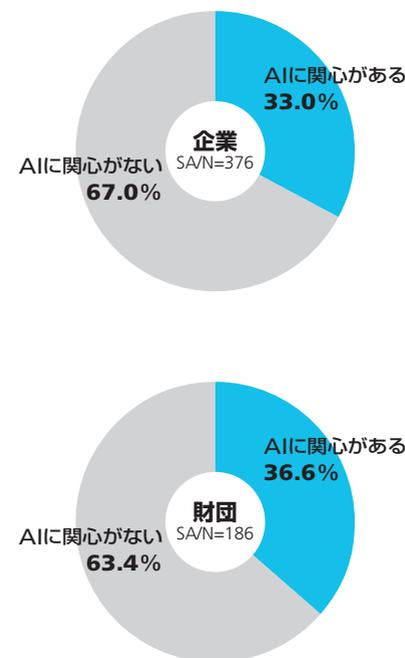
## トピックス



### ② AIへの関心について

AIへの関心について尋ねたところ、企業・財団ともに3割強が「AIに関心がある」と回答した。自由回答では、現在は「業務効率化」や「翻訳/多言語化」で活用しているとの回答が上がり、今後については、「情報収集」「参加者アンケートの集計・分析」などでの活用を検討している声も多かった。また、AIと芸術文化との関係についての回答もあり、AIによる独創性の欠如への懸念とともに、その活用による創造性の拡張への関心についての記述も寄せられた。

## AIへの関心 | 企業数/団体数ベース



### 記述回答 [自由回答より抜粋し編集]

#### 現在の活用状況

- ◎ 翻訳のパターンをあげて、参考にしている。また、展示物を作成する際、わかりやすい表現を参考にしている。[食料品 | 東京]
- ◎ 情報の多言語化が必要になっており、AIは重要なプロセッサ。[神奈川]
- ◎ 事務作業への活用(作業の効率化・省人化)に関心があり、実際に事務作業に活用中。[ゴム製品 | 東京]
- ◎ 企画運営の効率化や新たなアイデア創出。[不動産 | 東京]
- ◎ アンケート結果の分析や公演への評価等の調査等をAIによって実施したい。[電気機器 | 京都]
- ◎ よりイベント内容が充実するようにアイデアの補助として活用したい。[銀行 | 沖縄]

#### AIと芸術文化との関係

- ◎ AI活用による、独自性・独創性の欠如、模倣作品の台頭を懸念している。[建設 | 東京]
- ◎ 当財団の実施する奨学金の内容を変更し、AI技術に関する関心の高い層への価値訴求を試みた。[東京]

- ◎ 文化を創造する、あるいはその創造を支援するうえで、AIの果たす役割は今後ますます大きくなっていくと考えます。そのため、AIを活用することでどのような新しい文化が生まれていくのかには、非常に強い関心があります。一方で、「鑑賞」という行為は、どれほど技術が進化しても、人間固有の営みとして残り続けるでしょう。AIに対しては、仕事を奪う存在として脅威を感じることもありますが、文化の領域においては、そうした不安よりもむしろ好奇心が勝ります。[電気機器 | 東京]
- ◎ AIを活用することで、美術鑑賞の幅を広げる活動が始まっていると感じている。携帯電話にもAIが搭載され、写真の人物等を消去するなど以前であれば特殊な技術が、いまでは誰でも簡単に利用できるようになる。当社でもAIを活用して美術作品の連作をつなげたり、AIが解析した絵画解説を、社内でも展示するといった実験的な展示で社員へ新たな視点を提供している。また、美術館と協働し、来館者の興味関心に沿った作品をAIによって推薦する鑑賞システムの提供等を行ってきたが、AIによる創造の拡張は計り知れないスピードで進んでおり、今後、人々の価値観も変化させていくのではないかと感じている。[その他製品 | 東京]

## 公益社団法人企業メセナ協議会 会員一覧 [2026年1月1日現在・五十音順]

企業メセナ協議会は下記の会員の参加を得て運営しています。

### 正会員 [102 社・団体]

[株] アーバネットコーポレーション  
 [株] I&S BBDO  
 [株] AOI Pro.  
 アコム [株]  
 朝倉不動産 [株]  
 アサヒグループ  
 ホールディングス [株]  
 [株] 朝日広告社  
 [株] 朝日新聞社  
 朝日放送グループ  
 ホールディングス [株]  
 [株] アンデルセン・パン  
 生活文化研究所  
 [株] インターネットイニシアティブ  
 エイベックス [株]  
 [株] ADKホールディングス  
 NTT東日本 [株]  
 MS&ADインシュアランス  
 グループホールディングス [株]  
 [株] 延栄  
 大分県信用組合  
 大阪ガス [株]  
 [株] 大塚商会  
 [株] 大林組  
 [株] 沖縄タイムス社  
 鬼塚電気工事 [株]  
 花王 [株]  
 鹿島建設 [株]  
 カトーレックス [株]  
 キョーマン [株]  
 キヤノン [株]  
 京セラ [株]  
 [株] 久原本家グループ本社  
 [株] 幻冬舎  
 [株] 講談社  
 コスモエネルギー  
 ホールディングス [株]

[株] サイバーエージェント  
 [株] 産業経済新聞社  
 サントリーホールディングス [株]  
 三和酒類 [株]  
 GMOインターネットグループ [株]  
 [株] JTB  
 しずおか焼津信用金庫  
 [株] 資生堂  
 清水建設 [株]  
 [株] 集英社  
 [株] 小学館  
 住友生命保険 [相]  
 SOMPOホールディングス [株]  
 第一生命ホールディングス [株]  
 ダイキン工業 [株]  
 大正製薬 [株]  
 大日本印刷 [株]  
 [株] 竹中工務店  
 千島土地 [株]  
 [株] チャーム・ケア・  
 コーポレーション  
 中部日本放送 [株]  
 TOA [株]  
 [株] TBSホールディングス  
 [株] テレビ朝日  
 [株] テレビ東京  
 [株] 電通  
 東京海上日動火災保険 [株]  
 [株] 東京国際フォーラム  
 東京建物 [株]  
 [株] 東横イン  
 TOPPANホールディングス [株]  
 トヨタ自動車 [株]  
 中村ブレイス [株]  
 日本毛織 [株]  
 日本製鉄 [株]  
 日本電気 [株]  
 [株] ニッポン放送

[株] 日本経済新聞社  
 [株] 日本広告社  
 日本生命保険 [相]  
 日本テレビ放送網 [株]  
 [株] NEXYZ Group  
 野村ホールディングス [株]  
 [株] 博報堂DYホールディングス  
 [株] 長谷工コーポレーション  
 パナソニックホールディングス [株]  
 [株] 原田  
 [株] フジタ  
 富士通 [株]  
 [株] フジテレビジョン  
 富士フイルム  
 ホールディングス [株]  
 [株] フルボン  
 [株] ベネッセホールディングス  
 [株] ベネフィット・ワン  
 [株] ホテルオークラ東京  
 [株] ポーラ・オルビス  
 ホールディングス  
 [株] 毎日新聞社  
 [株] みずほ  
 フィナンシャルグループ  
 三井不動産 [株]  
 三菱地所 [株]  
 [株] 明治産業  
 明治安田生命保険 [相]  
 [株] モデュレックス  
 油機エンジニアリング [株]  
 [株] 吉野工業所  
 [株] 読売新聞東京本社  
 [株] リソー教育グループ  
 コーム [株]  
 [株] 六花亭  
 [株] ワコールホールディングス

### 準会員 [25 社・団体]

※団体名公開可のみ掲載

[特非] アートネットワーク・  
 ジャパン  
 茨城県  
 [公財] 鹿島美術財団  
 [公財] 神奈川芸術文化財団  
 [公財] 関西・大阪21世紀協会  
 [公財] 公益法人協会  
 [公財] 埼玉県芸術文化振興財団  
 [株] シアターワークショップ  
 [公財] 常陽藝文センター  
 [公財] 新国立劇場運営財団  
 [公財] 墨田区文化振興財団  
 [公財] セゾン文化財団  
 [公財] ソニー音楽財団  
 東京都生活文化局文化振興部  
 [公財] 東京都歴史文化財団  
 [公財] 東京都写真美術館  
 東京ミッドタウン  
 マネジメント [株]  
 [公社] 日本芸能実演家団体協議会  
 [公財] 八十二文化財団  
 びあ総合研究所 [株]  
 [公財] 水戸市芸術振興財団  
 [公財] 山口市文化振興財団  
 [公財] 横浜市芸術文化振興財団  
 [公財] 吉田秀雄記念事業財団

### 個人会員

※お名前公開可の方のみ掲載

池田雅則 一花裕一 岩田武司  
 大塩量平 大橋 薫 大橋俊介  
 大和田一麿 岡本礼子 尾崎元規  
 白神しのぶ 世良和美 添石幸伸  
 巽知代 長尾廣義 中坪功雄  
 福川伸次 藤岡達也 藤田裕一  
 古竹孝一 森 陽菜 森崎晴美

## 2025年度メセナ活動実態調査 [報告書]

# Mécénat Report 2025

調査の企画・分析は、協議会会員企業の  
 メセナ担当者を中心に構成する調査研究部会が行っています。

- 2025年度調査研究部会  
 天野真一 | キヤノン株式会社\*調査研究部会長  
 安西 慧 | SOMPOホールディングス株式会社  
 村山秀樹 | 株式会社朝日新聞社

2026年2月25日発行

発行人 夏坂真澄  
 編集人 藤本恭代 | 妹尾美穂子 | 澤田澄子  
 デザイン 株式会社NDCグラフィックス  
 印刷 株式会社東伸社



編集・発行 公益社団法人企業メセナ協議会  
 108-0014 東京都港区芝5-3-2 +SHIFT MITA 8階  
 Tel.03-5439-4520 | Fax.03-5439-4521

独立行政法人日本芸術文化振興会委託事業  
 「令和7年度文化芸術活動の動向把握に向けた  
 基礎資料収集事業」

©企業メセナ協議会

本誌掲載記事の無断転用を禁じます。