



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個人・団体が集い、
芸術文化の振興とこれを通じた社会創造に
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/>



メセナ担当者からの声

コロナ禍の
状況下で、
2020年以降、
事業活動を行なうことが
できていない。

地味でも
継続して
コツコツと
やって
いきます。

各方面で
行われている
メセナ活動の
さまざまな事例を知り、
情報共有を
行いたい。

他のメセナ活動を
知ること、自社の
活動を客観的に
みることができる。

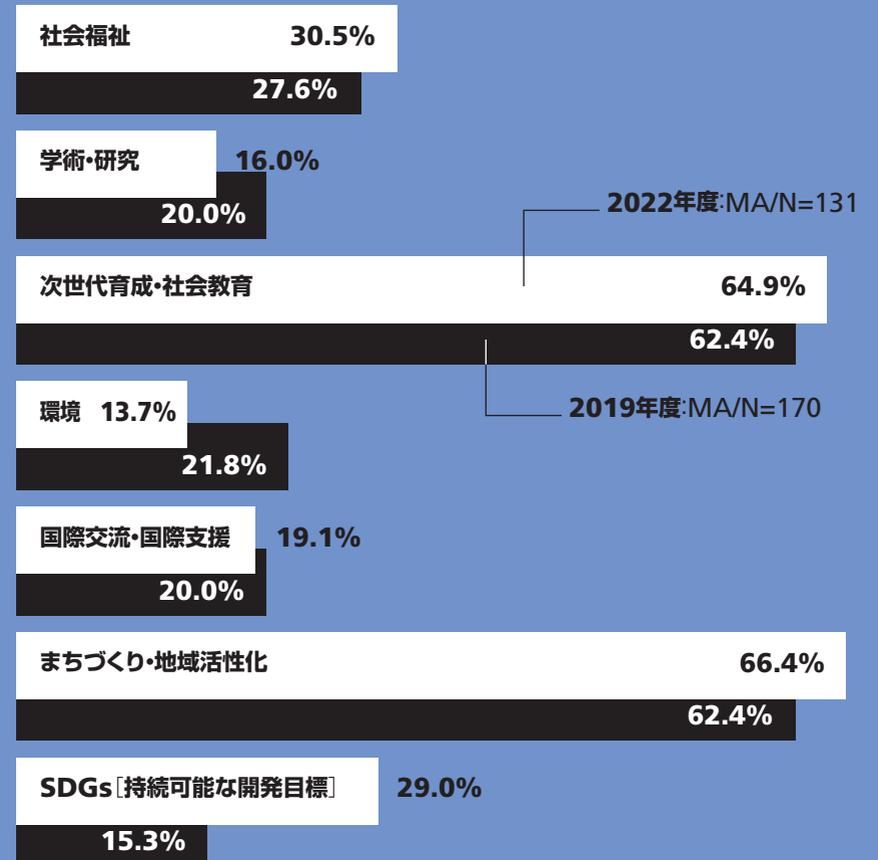
コロナで
多くの人々が
影響を受けている
今こそ、心の支えとして
社会貢献活動を
頑張りたい。

あらためて
事業を振り
返ると、メセナに
近い活動を行っていた。

2年連続で
新型コロナウイルスの
影響で音楽祭を
開催できなかったが、
今秋は開催予定。

2022年度メセナ活動実態調査 [報告書]

Mécénat Report 2022



芸術文化による社会課題解決のために重視した点 | 3年前との比較

Mécénat Report 2022

目次

事例紹介

- 09 ◎ [公財] 諸橋近代美術館
12 ◎ [株] チャーム・ケア・コーポレーション
13 ◎ [株] ニッスイ
◎ [株] 北國銀行
14 ◎ 朝日放送グループホールディングス [株]
23 ◎ [株] 広島マツダ
24 ◎ 伊藤忠エネクス [株]
◎ WALL SHARE [株]
25 ◎ 川崎信用金庫
◎ [株] 六花亭
37 ◎ [一財] セガサミー文化芸術財団

03 はじめに

04 2022年度調査結果に寄せて

失ったものを取り戻すときが来ました！

[株]朝日新聞社 CSR推進部 業務推進担当部長
[公社]企業メセナ協議会 調査研究部会長 清水慶之

06 回答企業 | 財団プロフィール

08 時事設問……新型コロナウイルス感染症について

10 1 | 取り組みの目的・重視点

14 2 | メセナ担当部署

15 3 | 社員参画

16 4 | メセナ活動の基本方針

18 5 | 事後評価・活動の成果

21 6 | 実施地域

22 7 | メセナ活動内容

28 8 | 活動事業費

30 9 | 予算策定方法

31 時事設問……東京オリンピック・パラリンピック2020文化プログラムの実施について

32 10 | 財団の回答分析

- ① プログラムタイプ ② 事業目的・重視点 ③ 事後評価
④ 事業分野 ⑤ 活動1件あたりの事業費

協議会事例研究の紹介

36 メセナアソシエイト

37 協議会アソシエイト

38 [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社会創造）活動の現状を探り、さらなる推進をはかるべく、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、時事的な事柄についてたずね、集計により得られた全体的な動向や、取り組み内容、現場の意識等について、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。

2022年度調査でも、コロナ禍の収束が見えない中でのメセナ活動について時事設問で取り上げました。活動ジャンルの詳細では、過去の回答と比較し、「現代音楽」「現代美術」「ジャズダンス・ヒップホップ」等の増加が目立ち、活動のトレンドの変化が垣間見える結果となりました。また、芸術文化による社会課題解決のために重視した点では、近年と同様、地域・次世代育成・SDGsなどが増加となりました。

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、メセナの推進と文化による社会創造に努めてまいります。

本調査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：2021年度（2021年4月～2022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「メセナ活動」とは、「芸術文化振興による社会創造」を幅広く捉え、企業による芸術文化支援活動、およびこれを通じた教育、福祉、環境、地域振興等のあらゆる社会課題解決への取り組みを指します。「メセナ」の例…公演や展覧会等の開催／施設等の運営／顕彰やコンクール／次世代人材育成／ワークショップ等／資金支援（芸術文化の振興に資する活動への協賛・寄付）／人的・物的支援／ノウハウや場の提供／まちづくり・地域の伝統的祭事・被災地支援等で芸術文化の要素を含むプログラム など ●調査対象：日本国内企業2,082社 [直近5年間にメセナ活動実態調査（対象：全上場企業、非上場売上高上位企業、企業メセナ協議会会員企業、当協議会顕彰事業「メセナアワード」応募企業等）への回答企業]、日本国内企業財団294団体 ●調査方法：郵送およびメセナ活動実態調査ウェブサイトシステム等によるアンケート調査 ●アンケート実施期間：2022年7月～9月 ●回答企業数：517社 ●回答財団数：187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、すべて比率での比較を行った。●特に年度の記載がない表は、2022年度の調査結果である。●表タイトルの0000年という記載は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、2022年度の調査は2021年度の活動実績についての結果データである。●比率はすべて百分率（%）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.mecenat.or.jp/ja/research_top/research_top



2022年度 調査結果に寄せて

失ったものを取り戻すときが来ました!

[株]朝日新聞社 CSR推進部 業務推進担当部長

[公社]企業メセナ協議会 調査研究部会長

清水慶之

2022年春よりメセナ協議会の運営企画委員になり、同11月に調査研究部会長を拝命しました。メセナ素人の私でしたが、部会のメンバーと事務局の方々の大きな助けを得て、厚かましくも何とかやっていけそうな気になっている中での「Mécénat Report2022」のご挨拶です。

あらためて申し上げるまでもありませんが、この3年間は我々がかつて経験したことのない特殊で異常な日々でした。メセナ活動にも数多の制約が課され、これまで普通に続けていたことができなくなる、新たな活動もNG、残念にも活動を終えるなどの声が各所から聞こえてきました。その状況下でも、メセナに携わる方々はできうる最大限の活動を行ってきました。リアルでの展開ができなくても、ITの活用などでそれを補って余りある成果を挙げています。すばらしいことだと思います。

我々の調査に依ると、19年度のメセナ活動費総額は800億円に近いものでした。それが20年度には660億円ほどにまで激減してしまいました。しかし、21年度は僅かですが増加しました。まだ楽観はできないのですが、これで下げ止まり、22年度はV字回復となればとても喜ばしいことです。

提供する側も受け取る側も、リアルな本物を媒体とした生の交流が一番だと思っているのは間違いありません。たとえばコンサート。開催情報を見て“行きたい!”と思う。家族や友人を誘ってチケットを購入。開催日までのワクワク感。ちょっと余所行きき服装。離れた会場までの電車の揺れ。大きくて立派なホールの佇まい。始まる前の人々の騒めき。そこ

に流れる空気の匂い。目の前でいくつもの楽器が奏でる生の美音、そしてあの歌い手の美声。身体を包み込むエコー。止まぬ拍手。アンコールの声。終わったときの満足感。帰り道での心地よい余韻と感想の交換などなど。すべてのリアリティーが重なり合って素敵な思い出となり、人々の心を豊かに育んでいくのだと確信しています。

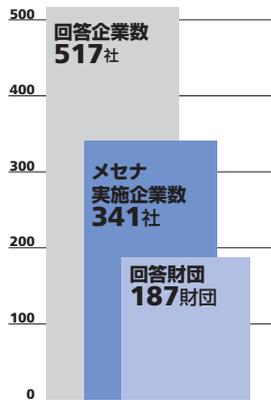
この3年間、私たちの社会は何を得、何を失ってきたのでしょうか。もうお仕舞いにして、さあ新たに始めましょう。本物に出会うことを待ち望んでいる人々の情熱がまちにあふれています。この危機を知恵と努力で乗り越えてきた皆さまのポテンシャルは無限大です。そして、潤いある社会を再構築するためにその力が必要不可欠です。失ったものを取り返すための旺盛なメセナ活動を繰り広げていただくよう熱望しています。ありがとうございました。



しみず・よしゆき

1987年入社。西部本社営業局、東京本社広告局で新聞広告営業に従事。システム局業務情報部、出版本部出版広告部、コーポレート・コミュニケーション本部宣伝部、企画事業本部スポーツ事業部、販売局顧客開発プロモーション部などを経て、2019年に（社福）こどもの国協会（横浜市青葉区）に3年弱出向。2022年に帰任し現在に至る。

回答企業 | 財団 プロフィール



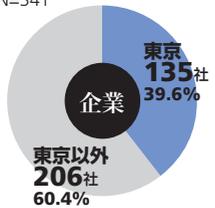
メセナ活動費総額



回答財団 N=166
480億4,196万円

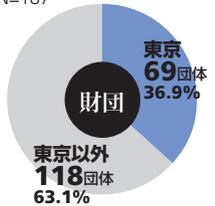
メセナ実施企業 [所在地]

SA/N=341



財団 [所在地]

SA/N=187



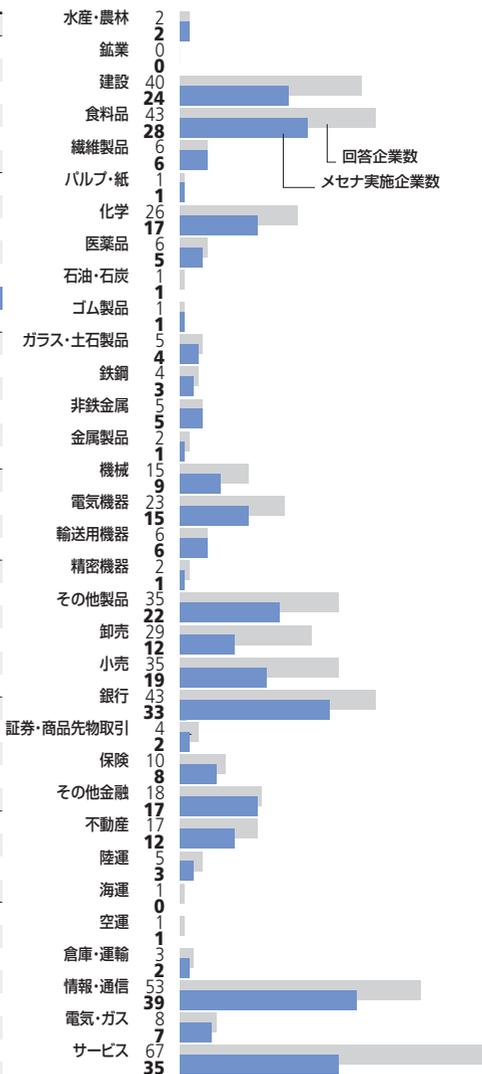
回答企業・財団の所在地

企業 N=517 | 財団 N=187

	回答企業数	メセナ実施企業数	回答財団数
北海道	15	10	7
青森県	0	0	1
岩手県	2	1	0
宮城県	3	2	2
秋田県	0	0	1
山形県	4	2	3
福島県	1	0	3
茨城県	2	1	1
栃木県	3	2	0
群馬県	4	4	1
埼玉県	2	1	1
千葉県	7	5	1
東京都	208	135	69
神奈川県	18	10	4
山梨県	4	3	1
長野県	9	5	3
新潟県	9	7	3
富山県	3	3	1
石川県	4	2	2
福井県	2	1	1
岐阜県	12	6	6
静岡県	6	6	5
愛知県	30	18	6
三重県	1	0	2
滋賀県	3	1	0
京都府	18	13	5
大阪府	43	35	8
兵庫県	20	10	13
奈良県	2	2	3
和歌山県	1	1	1
鳥取県	1	1	0
島根県	3	0	1
岡山県	6	4	7
広島県	14	10	5
山口県	2	1	3
徳島県	3	0	1
香川県	7	4	4
愛媛県	4	3	1
高知県	2	1	0
福岡県	13	9	4
佐賀県	10	8	1
長崎県	0	0	0
熊本県	1	1	0
大分県	7	5	1
宮崎県	1	1	1
鹿児島県	2	2	3
沖縄県	5	5	1
計	517	341	187

回答企業の業種

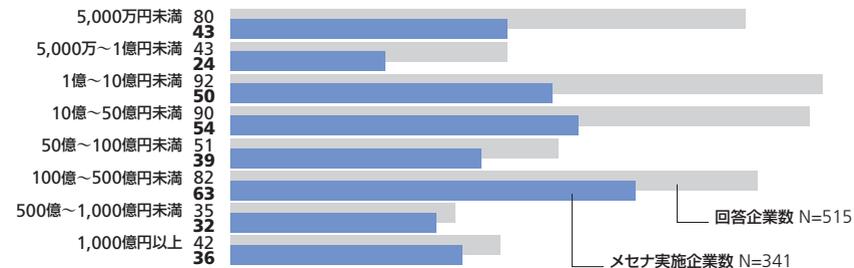
回答企業: N=517
メセナ実施企業: N=341



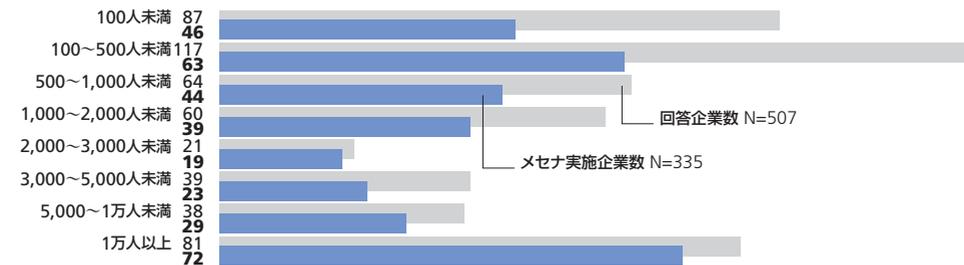
回答企業の資本形態



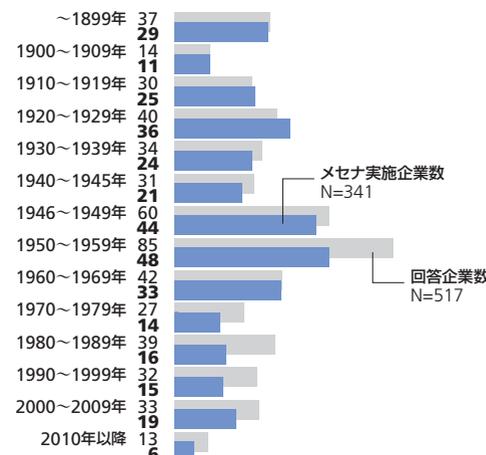
回答企業の資本金



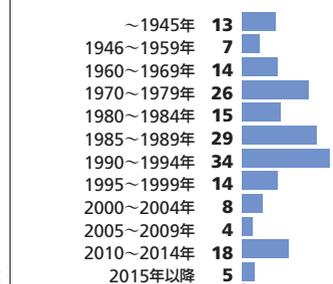
回答企業の従業員数



回答企業の設立年



回答財団の設立年



回答財団の年間支出総額



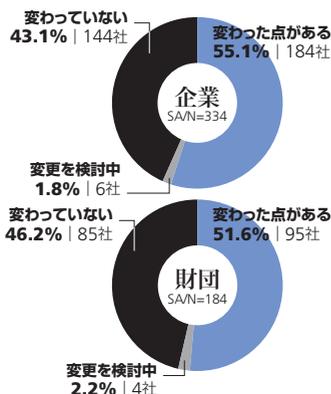


新型コロナウイルス感染症について

[自由回答欄より抜粋および適宜編集]

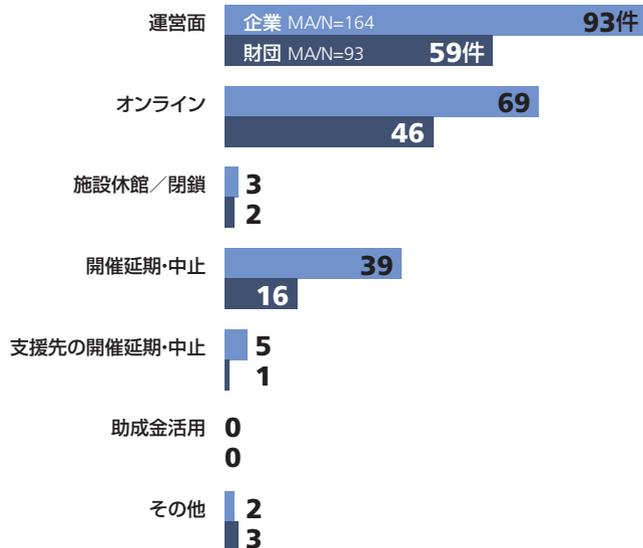
新型コロナウイルス感染拡大前後でのメセナ活動の変更については、約55%の企業が「変わった点がある」と回答している。「変わっていない」と回答した企業は約43%あった。コロナ禍2年目を迎え、対応力がつき、オンライン化をはじめとした手法を講じるなど、工夫を凝らして活動を継続している様子が見えてくる。財団も約52%が「変わった点がある」と回答し、「変わっていない」が46%と、ほぼ企業と同傾向であった。

新型コロナウイルス感染拡大前後で変わった点の有無

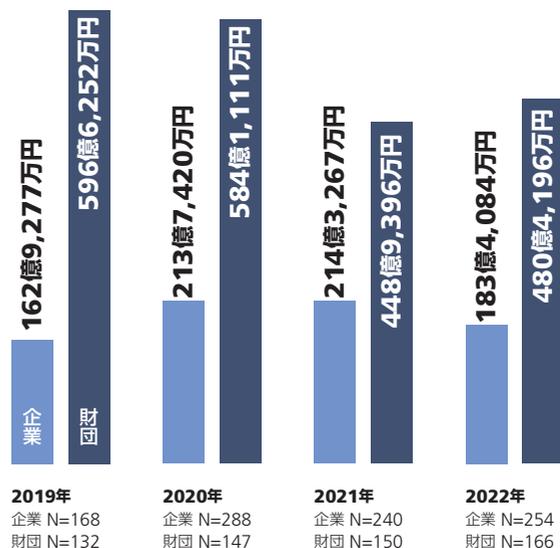


変更点と現在検討中の事項 | 自由記述集計 [回答: 変わった点がある]

※回答記述をもとにキーワード集計



コロナ禍でのメセナ活動費総額の変化



記述回答: 変更点と検討中の事項

[企業]

◎ 昨年同様、コロナ感染予防対策マニュアルを策定し、来館者に感染対策への協力をいただき、展示運営を行っております。ただ、これまでオープニングで実施してきたレセプションは中止しております。事前予約は行っておりませんが、来館多数の場合は入場制限を行っております。[その他製品|東京]

◎ コロナ感染拡大を受けて2020、2021年にはVRオンラインアート展示会を実施しました。これによって世界31カ国からVRオンライン展示会を観覧いただきました。2022年はさらに発展させて、メタバース空間での展示を行い、来場者とインタラクティブに観覧できる仕組みを構築しました。[その他製品|東京]

[財団]

◎ 国や自治体、会場および業界団体などのガイドラインを踏まえて団内ガイドラインを作成し、感染予防・防止対策を講じたうえでリハーサルから本番までを行っている。感染状況によりガイドラインの見直しを随時検討している。[東京]

記述回答: 現在苦労している点や今後の課題

[企業]

◎ 感染症の影響で「雑談」が育む発想や、つながりが減っている。[その他金融|静岡]

◎ コロナ禍は、対外的に広く知っていただく機会を損失したが、社内的にも以前より共通にかかわる機会が減少した。[繊維製品|大阪]

◎ 少人数やオンライン開催など可能なイベントの再開はあったものの、大規模なものは中止されているため、地域社会との関係づくりや貢献・宣伝広告効果が得られないことに苦労している。[電気機器|京都]

[財団]

◎ 記念館・講演会・コンサートなどの参加者数の激減がなかなか回復しない。そのために赤字幅が大きくなり予算が立てにくい。[大阪]

◎ コロナ禍で以前開催していた飲食を伴う行事を行うことが難しくなった。再開についてめどがたっていない。[島根]

◎ デジタル・オンライン対応時の実績カウント(人数・回数・費用)の定義など。この3年で累積実績がわかりにくくなっている。[広島]

事例紹介 [01]



活動年数: 2020年~

活動地域: 福島県

<https://dali.jp/event-page/6704>



財団名 **公益財団法人諸橋近代美術館** [福島]
メセナ活動 **zoomを使ったオンライン鑑賞教室**

諸橋近代美術館ではコロナ禍以降、感染症対策のために館内での活動が大きく制限された。そのような中でも美術館における教育活動を止めないために、オンラインでのリモート鑑賞教室を学校向けにスタートさせた。オンライン化することで小学校から大学まで全国各地の学校施設との連携が叶い、フリースクールや支援学校など、来館そのものが困難な学生たちとも鑑賞教室を実施している。また、担当の先生との事前のやりとりを大切にしており、要望や課題意識にあわせて内容を調整し、同一クラスへの連続授業や英語科目での授業など、従来の「当館に来てもらう」鑑賞教育では困難だった教科横断的で密度の濃い鑑賞教育となっている。この鑑賞教室では「諸橋近代美術館」ではなく「身近な美術館」を活用してもらうことを目標に設定しており、広く学生たちに、身近に美術館があることの大切さと、アート鑑賞のおもしろさを伝えるべく実施している。この鑑賞教育が今後の潤いある文化の発展に寄与すると信じ、当館ではアフターコロナの時代になっても活動を続けていく予定だ。

I

取り組みの目的・重視点

7割を超える企業が「芸術文化支援のため」「社業との関連、企業価値創造のため」と回答

「地域」重視の傾向が続く

a~cの特に重視した点で、近年の傾向では「地域」を含む回答が多く選ばれており、2022年度調査も同様の傾向となった。

aでは、3年前より「芸術文化全般の振興」が減少しながらも最も高い。「若手などの芸術家への支援」をはじめ、若手層・アマチュアなどへの支援も伸びている。

メセナの取り組み目的 | 2022年度

MA/N=335

a 芸術文化支援のため

74.9% | 251社

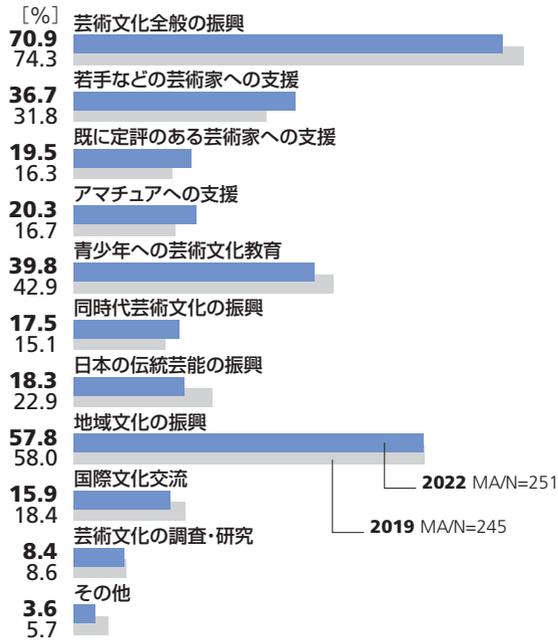
b 芸術文化による社会課題解決のため

39.1% | 131社

c 社業との関連、企業価値創造のため

71.6% | 240社

a. 芸術文化支援のために重視した点 | 3年前との比較



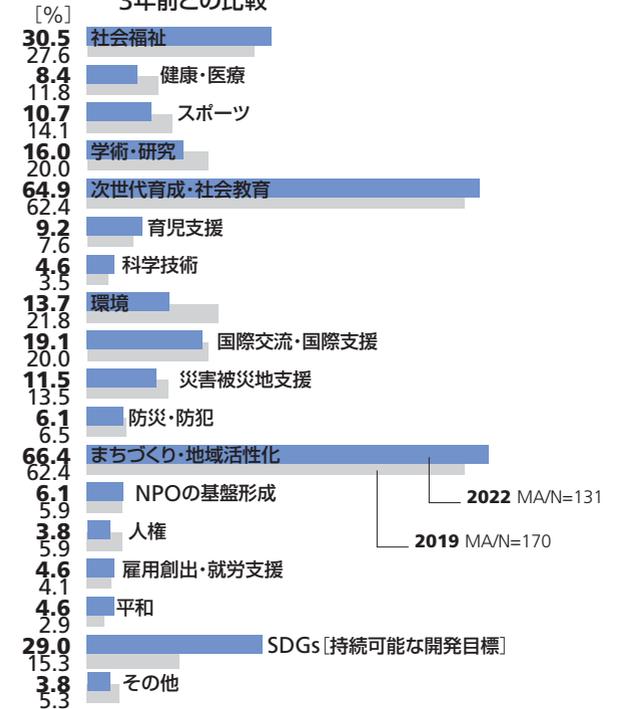
bでは、3年前は「次世代育成・社会教育」、「まちづくり・地域活性化」が最多であり、2022年度調査でも同様の傾向が見られる。「SDGs」への回答は年々増加しており、3年前と比べると約14%の大幅な増加が見られる。

持続可能な開発目標 [SDGs] 17ゴール

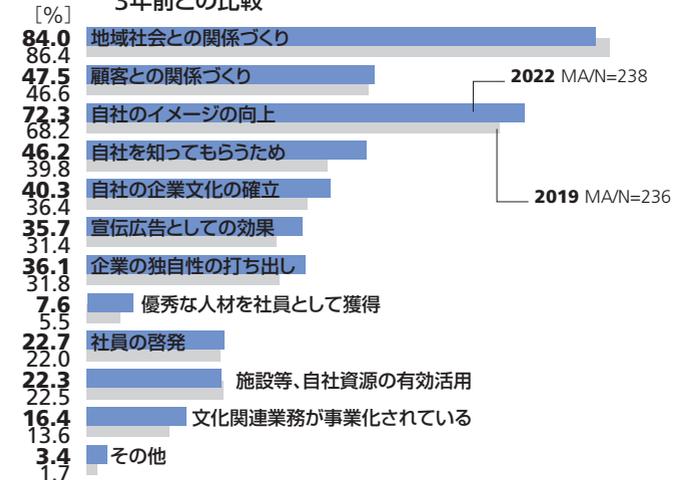
1. 貧困の撲滅
2. 飢餓撲滅、食料安全保障
3. 健康・福祉
4. 万人への質の高い教育、生涯学習
5. ジェンダーの平等
6. 水・衛生の利用可能性
7. エネルギーへのアクセス
8. 包括的で持続可能な経済成長、雇用
9. 強靱なインフラ、産業化・イノベーション
10. 国内と国家間の不平等の是正
11. 持続可能な都市
12. 持続可能な消費と生産
13. 気候変動への対処
14. 海洋と海洋資源の保全・持続可能な利用
15. 陸域生態系、森林管理、砂漠化への対処、生物多様性
16. 平和で包括的な社会の促進
17. 実施手段の強化と持続可能な開発のためのグローバル・パートナーシップの活性化

cでは、3年前と傾向は変わらず「地域社会との関係づくり」が最も高い。2番目に「自社のイメージの向上」が続き、3年前と比べると伸びている。「顧客との関係づくり」、「自社を知ってもらうため」や「企業の独自性の打ち出し」など企業ブランディングに関連する選択肢への回答も増加している。

b. 芸術文化による社会課題解決のために重視した点 | 3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 | 3年前との比較



教育

◎ 質の高い教育の推進のため、全国の小学校でどの美術館でも活用できる対話型鑑賞学習ツールの制作と発信。[建設|大阪]

◎ 生命の大切さ、人を思いやる心、信じあう喜びなど、人が生きていくうえで大切なものを舞台を通じて子どもたちの心に語りかけるため、公演に協賛し、子どもたちを無料で劇場に招待 [その他製品|東京]

◎ 視覚障がいを持つ方にコンサートの参加機会を提供。(4.教育) [情報・通信|東京]

教育×まちづくり

◎ 地域の産官学3つの文化施設が連携し、小学生向け連携事業をおこなっている。2021年はコロナ禍でもあり、オンラインによる鑑賞ツアーを、2022年度は、教育委員会の後援を得て、3館をめぐる鑑賞ツアーを実施する。この取り組みは、SDGsに掲げる(4.教育)、(11.持続可能な都市)への貢献を目指し、地域の子どもの学びを支援プログラムと位置づけている。[情報・通信|東京]

雇用×平等

◎ 障がい者アートコンペを開催し全国から応募を受付、受賞作品の選出を行った。また作品を社内ノベルティや現場仮囲いへの展示へと活用を広げ、障がい者アートの応援をした。[建設|東京]

◎ web会議用背景の作成をパラアーティスト(2名)に依頼し、パラアーティストの活動支援を実施した。[建設|東京]

生産・消費

◎ イベント開催の際に、①身近でできるSDGs活動を告知する、②SDGs活動を行っている出演者を選ぶ、③省エネルギーを意識する。[輸送用機器|愛知]

環境

◎ 小学生を対象とし、伐採材コースターに絵を描くデザインコンテストを実施した。[建設|神奈川]

事例紹介 [02]



活動年数:2014年～
活動地域:東京都・神奈川県
<https://www.aghccc.com/>



アーティストと共に制作する様子



出来上がった作品を通してコミュニケーションを深める

企業名 株式会社チャーム・ケア・コーポレーション [サービス|大阪]

メセナ活動 若手アーティストと高齢者をつなぐ、文化支援活動『アートギャラリーホーム』

「豊かで実りある高齢社会」実現と若手アーティスト支援を目的に、自社運営する有料老人ホームで「アートギャラリーホーム事業」を2014年より展開し、作品発表の機会に恵まれない若い世代の実績づくりの一助となるよう努めてきました。

2022年からアートコミュニケーター※(東京都美術館と東京藝術大学の連携事業「とびらプロジェクト」より輩出された有資格者)を迎え、有料老人ホームの入居者と、これまでの公募に参加したアーティストがアートを通じたコミュニケーションを図る「アートプログラム」を継続的に開催しています。

この取り組みは、双方に学びの場を提供しながら、アーティストへの継続的支援と入居者の意欲・QOL向上につながっており、アートによる社会への貢献を目指しています。

今後も介護企業ならではの視点で、高齢者と若手アーティストの橋渡しをすることによって生まれる相乗効果を活かしながら、サステナビリティを巡る諸課題への解決に向けた持続可能な社会の構築に貢献してまいります。

事例紹介 [03]



活動年数:1982年～
活動地域:国内全域、海外全域
<https://www.umitosakana.com/>



企業名 株式会社ニッスイ [水産・農林|東京]

メセナ活動 「海とさかな」自由研究・作品コンクール

ニッスイは次世代を担う多くの子どもたちに海やさかなへの興味を持ってもらうため、「海とさかな」自由研究・作品コンクールの第1回から協賛を続けています。未来を支える子どもたちの発見や体験を応援したいという、ニッスイの思いが込められています。

第41回目となった2022年の応募作品総数は2万9,185作品、累計応募作品総数では88万8,834作品にのぼります。

このコンクールでは作品を募集して表彰するだけでなく、子どもたちにさかなや体験を通じて学ぶ場を提供することにも取り組んでいます。全国の小学校を直接訪問して開催する「出張授業」、海やさかなに触れたり関連施設を訪問する体験学習ツアーなどを続けてきました。2020年、新型コロナウイルス感染拡大によって対面での開催が困難になったため、開催方法をオンラインに切り替えて行いました。場所を問わず一度に複数の子どもたちをつながられるため、離島や海外からの参加者も増え、以前より多くの小学校・子どもたちに参加してもらえるようになりました。今後も海とさかなについて、多くの子どもたちが学べる場、機会を提供します。

事例紹介 [04]



活動年数:2009年～
活動地域:石川県
<https://www.artgummi.com/>



企業名 株式会社北國銀行 [銀行|石川]

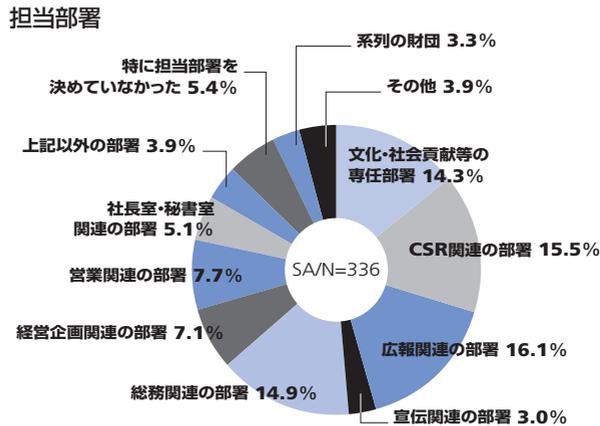
メセナ活動 金沢アートグミへの支援活動

北國銀行は、外部委託費の拠出や活動場所の提供を通じ、金沢の文化芸術を育む NPO法人「金沢アートグミ」を支援しています。北國銀行武蔵ヶ辻支店3階(金沢市)を拠点とし、アートを切り口に【人】【情報】【まち】をつなぐ活動を行っています。ギャラリーでの展覧会やイベントを実施し、地元・若手作家の活動機会や活動場所の提供を行うとともに、県内外からの来場者に向けた「芸術の楽しさや喜びの提案」を目指します。

2018年からは、独自のこども向けイベントや、自治体との協業事業を通じた保育施設でのワークショップを実施するなど、地域と連携したアート事業にも注力しています。また、イベント企画のほかに、企業のウェブサイト制作やグラフィックデザインを行うなど、地元企業と作家をつなぐコーディネーターとしての役割も担っています。アーティストを支援する面では、講師として税理士を招き、「確定申告講座」を実施するなど、各種申請のノウハウを学ぶ場を設けています。北國銀行では、アートを通じた新たな活動やコミュニケーション創出に向け、今後も「金沢アートグミ」と協働してまいります。

2 メセナ担当部署

文化・社会貢献等の専任部署は微増している。広報・CSR・総務関連が近年の傾向と同様、上位を占めている。



事例紹介 [05]



活動年数:2020年～
活動地域:大阪府・兵庫県
<https://corp.asahi.co.jp/ja/csr/mori.html>



こども本の森 中之島



こども本の森 神戸

企業名 **朝日放送グループホールディングス株式会社** [情報・通信 | 大阪]
メセナ活動 **未来ある子どもたちへ“最高の読書体験”を！
「おはなしの森」**

ABCテレビアナウンサーによる絵本の読み聞かせ（朗読）イベント「おはなしの森」は、“未来ある子どもたちへ最高の読書体験を贈る”ことを願い、2020年7月に開館した「こども本の森 中之島」と2022年3月に開館した「こども本の森 神戸」で定期的を開催しています。2022年7月には「こども本の森 中之島」開館2周年を機に、施設的设计・寄贈者でもある建築家の安藤忠雄さんをゲストにお迎えし、アナウンサーによる読み聞かせだけでなく、安藤忠雄さんとのスペシャルトークを展開。「読書の大切さ」などを語りかけ、子どもたちに「好奇心を持ってほしい!」とメッセージを贈りました。また、阪神淡路大震災から28年経った2023年1月には、「こども本の森 神戸」で、子どもたちに絵本を通じて「防災・減災」の大切さや自分の身の守り方などを伝えました。今後も、未来ある子どもたちの育みへ貢献するとともに両文化施設の支援も目指し、定期的・持続的に活動していきます。

「こども本の森 中之島」伊藤真由美館長のコメント

子どもたちが大好きな読み聞かせ。いろんな世界に触れ、場面を想像することで創造力を豊かにしていきます。アナウンサーの皆さんによる「おはなしの森」は、堂島川から遊びに来てくれるABCキャラクターのエピソードとともに大人気です。

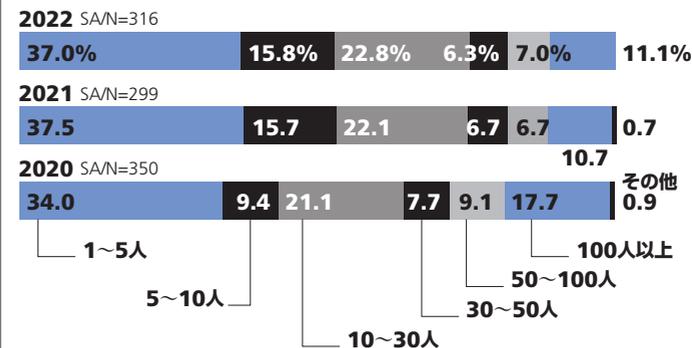
桂紗綾アナウンサーのコメント

木の温もりを感じる空間で触れた本は、生涯特別な一冊になるかもしれない。想像力という双葉はやがて大きな幹へ成長し、世の中を潤す木々となる。空想の森に誘い、大切な本に出逢うお手伝いできて私たちも幸いです。

3 社員参画

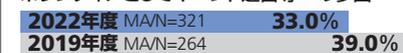
社員参画数は、コロナの影響を受け、減りつつあったが、2022年度では少し盛り返しの傾向が見られる。

● 社員参画の種類を3年前と比較すると、「業務の一環として参加」が14%以上増加している。企業内での社会参画への理解が進んでいると推測される。「社内外での展示・コンサート等への参加」も伸びており、また、「プロボノとしての参画」も、着実に増加している。



社員参画の種類 | 3年前との比較

ボランティアとしてイベント運営等への参画



社内外での展示・コンサート等への参加



寄付等に社員からの募金がある



プロボノとしての参画



企画段階からの参画



業務の一環として参加



その他

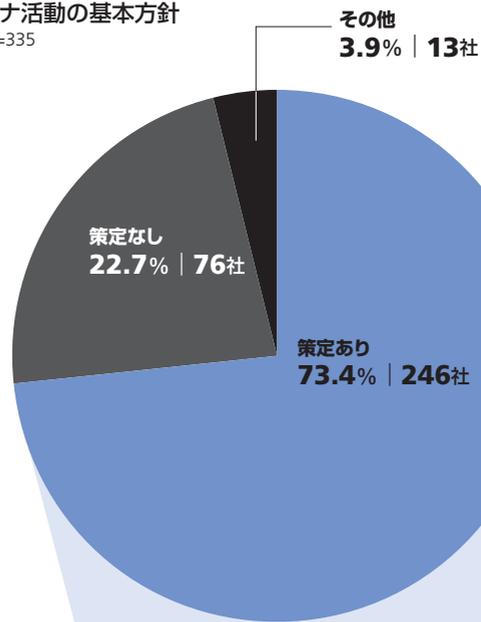


4 メセナ活動の 基本方針

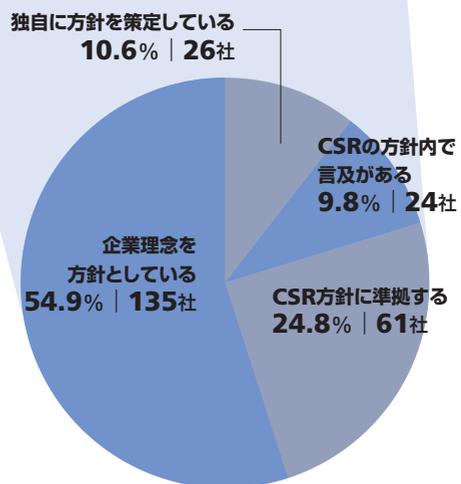
方針を
策定している企業は
73.4% (246社)

メセナ活動の方針の有無に
ついては、246社が「策定
あり」と回答した。そのうち
約55%の135社が「企業理
念を方針としている」と回答
し、ほぼ前年度と同様の結
果となっている。

メセナ活動の基本方針
SA/N=335

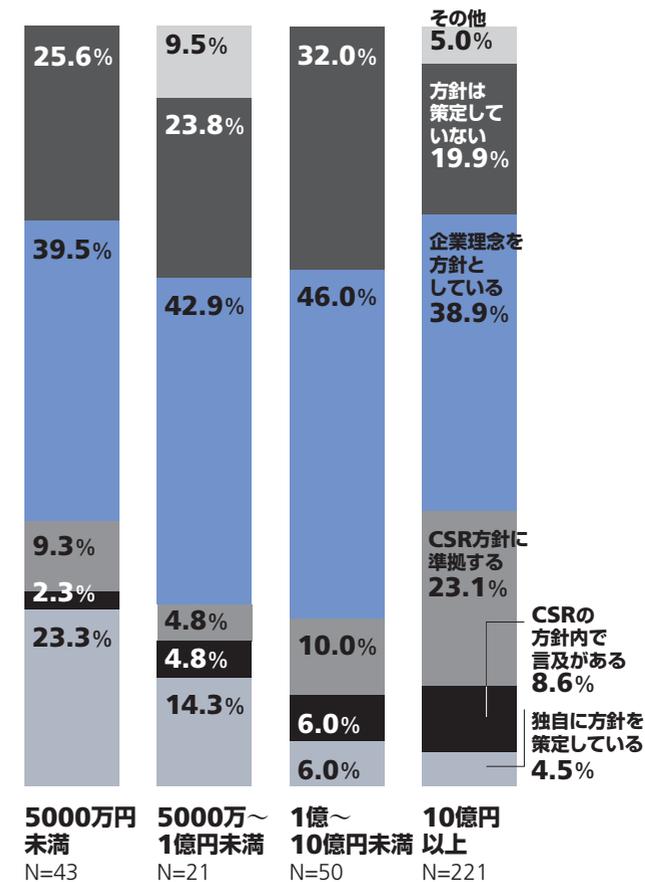


方針策定ありの内訳
SA/N=246



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」が各
資本規模において最も高い。
「独自に方針を策定してい
る」は資本規模が小さくな
るにつれて高い傾向が見ら
れる。一方「CSRの方針内
で言及がある」は資本規模
が大きくなるにつれて高い
傾向が見られる。

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

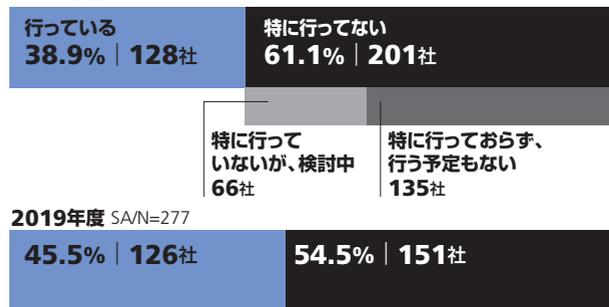
全体での事後評価の有無については「特に行っていない」が3年前より6.6%増加し、6割を超える201社となっている。
 コロナ禍の影響で、評価し難い状況が影響している可能性がある。
 「特に行っていない」の内「特に行っていないが、検討中」は66社であった。

「自主企画・運営」のみ行った企業は約半数が事後評価を行っている。

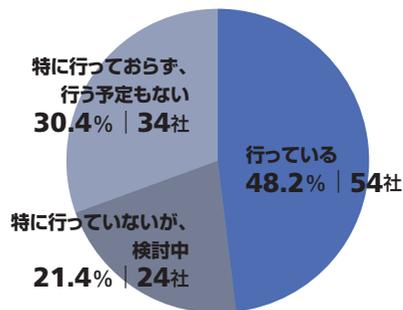
メセナ活動で「自主企画・運営」のみを行った企業の事後評価の有無を見ると、約半数が実施しており、「他団体支援・提供」のみを行う企業よりも22%以上多くなっている。

事後評価の有無 | 3年前との比較

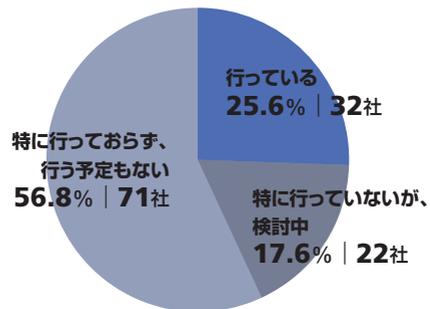
2022年度 SAN=329



「自主企画・運営」のみのメセナ活動を行う企業の事後評価の有無 SAN=112



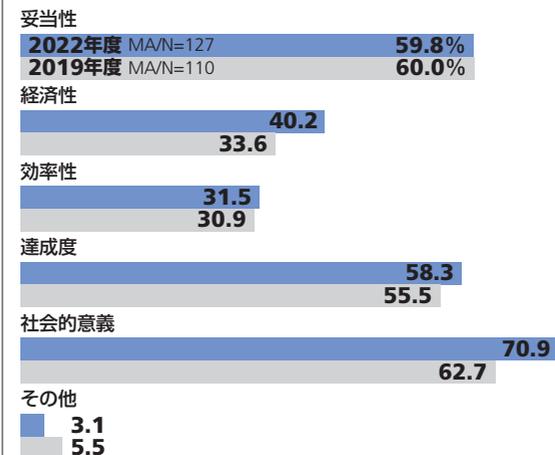
「他団体支援・提供」のみのメセナ活動を行う企業の事後評価の有無 SAN=125



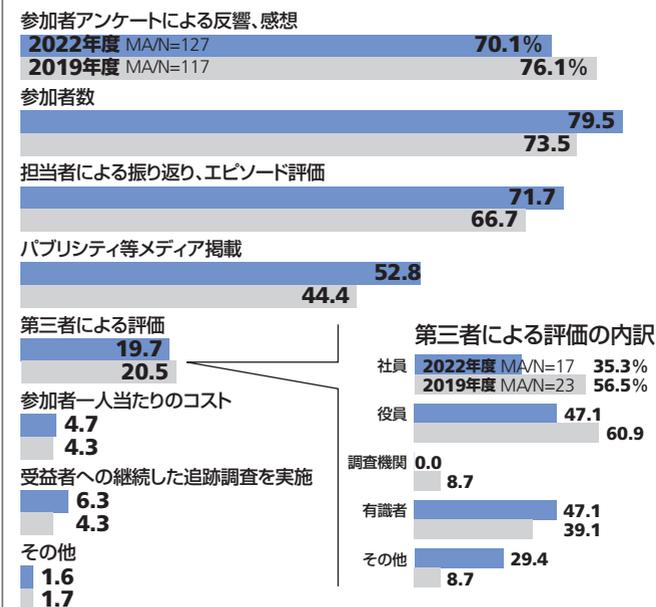
事後評価の観点については、3年前と同様「社会的意義」、「妥当性」、「達成度」が上位3位を占めている。「社会的意義」、「経済性」はそれぞれ5%以上伸びている。

事後評価の手法については、上位の項目のうち「参加者数」、「担当者による振り返り、エピソード評価」、「パブリシティ等メディア掲載」が伸びている。

事後評価の観点 | 3年前との比較

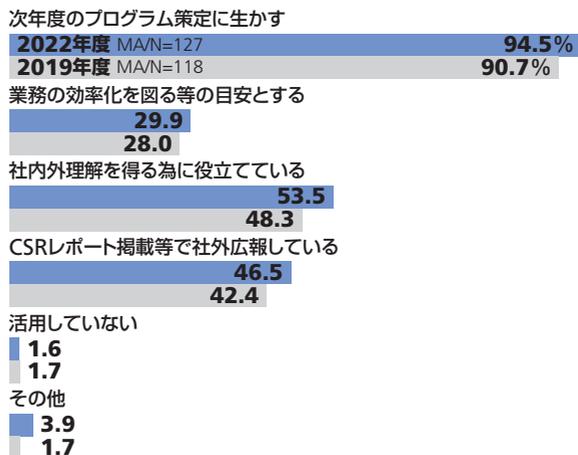


事後評価の手法 | 3年前との比較



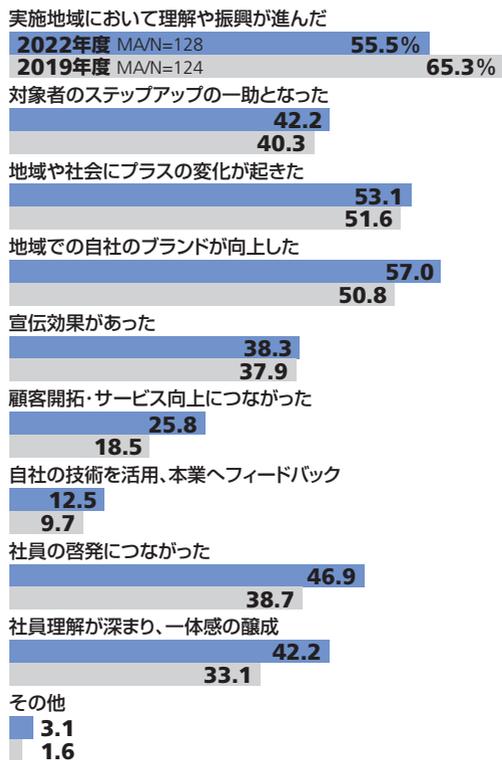
事後評価の活用については、「次年度のプログラム策定に生かす」が9割を超えている。また、社内外理解や社外広報など社内外へのコミュニケーションに活用する傾向がより強まっている。「その他」では、「社内表彰の検討情報に活用している」といった記述の回答もみられた。

事後評価の活用 | 3年前との比較



活動の成果については、上位3つを「地域」を重視する3つの選択肢が占める傾向は3年前と同じである。特に、「地域での自社のブランドが向上した」は約6%増加した。また、「社員の啓発につながった」、「社員理解が深まり、一体感の醸成」も大きく割合を伸ばしており、メセナ活動が地域のみならず、社員にもポジティブな効果をもたらしていることがわかる。

メセナ活動の成果 | 3年前との比較



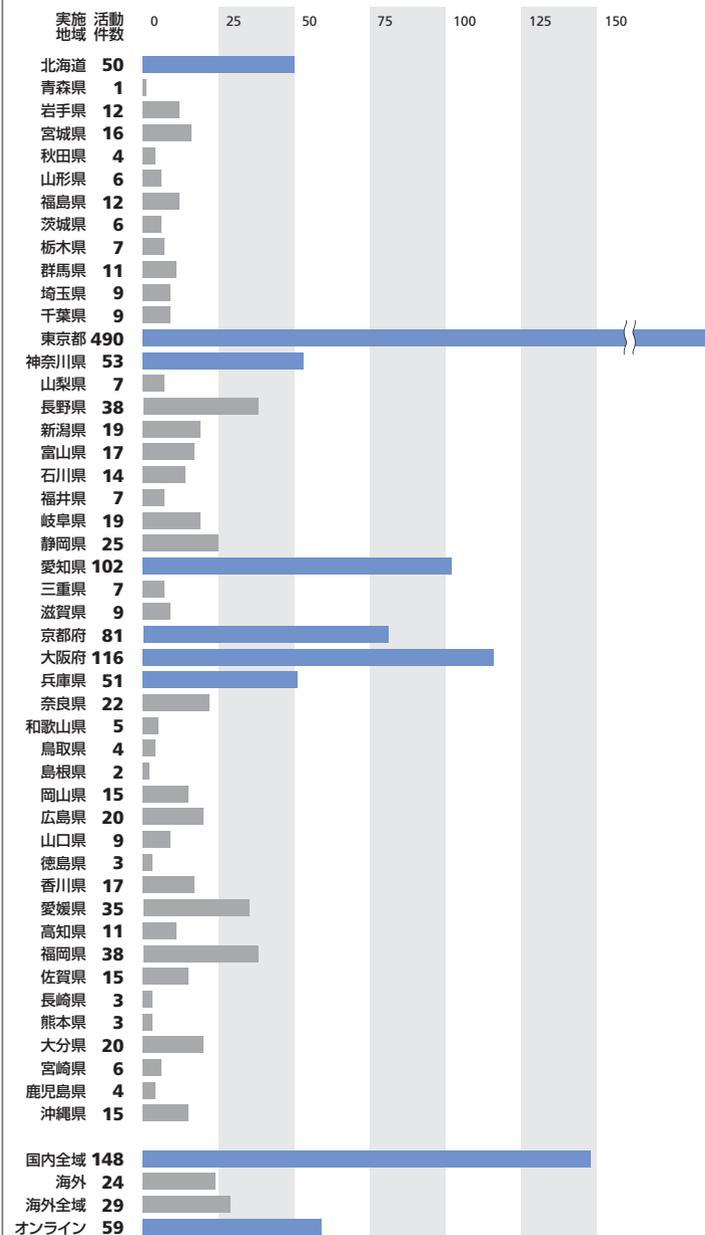
2022年度調査結果

6 実施地域

メセナ活動が実施された地域は「東京」が多いものの、「国内全域」や「オンライン」を対象とした活動も目立っている。「大阪府」、「愛知県」、「京都府」、「神奈川県」、「兵庫県」に続き、「北海道」も数が多い。さまざまな地域で多彩な活動が行われていることが表れている。

実施地域 | 実施件数ベース

MA/N=1,705



総活動数が前年度より増加(+113件)

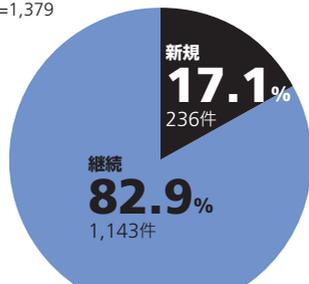
コロナ禍が続く中でも、総活動数は1,379件となり前年度調査の1,266件より113件増加した。新規活動は13件の減少となっている。継続活動が8割以上を占める割合は近年の傾向と同様である。

実施内容について継続年数別に見ると、新規を含めてすべての継続年数で「他団体への支援・提供」が「自主企画・運営」を上回る。

「自主企画・運営」への回答企業の割合は59.5%で3年前より減少する結果となった。「他団体への支援・提供」も約10%減少している。内訳を見ると、「資金支援」が最多となっている。

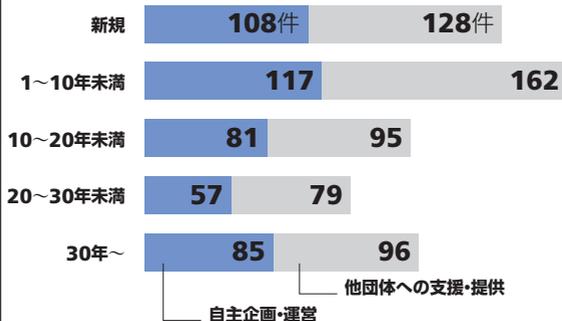
新規／継続 | 実施件数ベース

SA/N=1,379



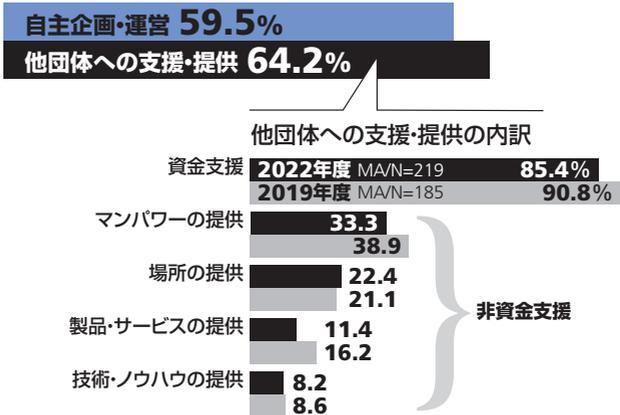
新規／継続年数の内訳

SA/N=1008



メセナ活動の手法 | 企業数ベース | 3年前との比較

2022年度 MA/N=341



2019年度 MA/N=266



事例紹介 [06]



活動年数:2022年～

活動地域:広島県

<https://www.orizurutower.jp/wallart/>



企業名 株式会社広島マツダ [サービス | 広島]

メセナ活動 **おりづるタワー WALL ART PROJECT "2045 NINE HOPES"**

おりづるタワーは、原爆ドームの東隣に2016年にオープンしました。運営する私たち(株)広島マツダは1933年、当時の原爆ドーム一帯に位置した猿楽町で創業。しかし、1945年の原子爆弾投下により社屋が倒壊、全社員を失いました。今日に至るまで、広島の復興の歩みとともに成長することができた企業です。

おりづるタワーの屋上階には吹き抜けの展望台があり、原爆ドームや平和記念公園、晴れた日には宮島の弥山も見渡すことができます。オープン以降、国内外から多くのお客様が訪れる広島の新たなランドマークとなりました。

2022年度より開始したウォールアート企画では、戦後75年を越えた今、被爆地広島からこの地でしか伝えられない「哀しみ」だけでなく、復興を遂げ、力強く広島で生きた人々にしか伝えられない「願い」をアートで描くことにより、平和都市広島の社会意義を提案しています。ウォールアートは、広島ゆかりの20代～90代のアーティスト9名が、約4m×24mの壁に戦後100年への「願い」を描きました。世界中から訪れる観光客の方々にアートを通じて、広島で生きた人々の想いを、言語を越えて伝え問いかけています。



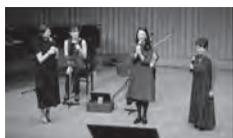
事例紹介 [07]



活動年数:2014年～

活動地域:国内全域

—ことばの力を楽しむ会Youtubeチャンネル
<https://www.youtube.com/@user-lw8c5vd5i/featured>



企業名 **伊藤忠エネクス株式会社** [卸売 | 東京]

メセナ活動 **ことばの力を楽しむ会**

<ことばの力を楽しむ会>は東日本大震災で被災された方々を「ことば」の力で支援することを目的に、2014年に開始した朗読と音楽のコラボレーションイベントです。現在は幅広い世代に向けて、この時代だからこそ大切にしたい、人とのつながり方である「ことば」本来の美しさや重みを楽しみながら体感できるイベントとして全国へ展開しています。

会場では当社社外取締役であり元NHKアナウンサーの山根基世さん、元TBSアナウンサーの進藤晶子さんが進行・朗読を務められ、開催地にゆかりのあるゲストを毎回お迎えしています。ことばのプロによる朗読を生演奏や映像とともに楽しみいただきながら、地元文化や方言などを織り交ぜたユニークなトークも通じ、その地で生きるすばらしさを伝える地域活性化としての役割も担っております。

ご来場にあたり料金はいただいておりません。イベント開催当初より震災を忘れないという想いを引継ぎ、会場では震災で遺児・孤児となってしまった福島県の子どもたちに向けた任意の募金をお客様へお願いし、全額基金へ寄付を行っております。

事例紹介 [08]



活動年数:2021年～

活動地域:大阪

<https://www.wallshare-inc.com/communication-kyobashiredesignproject>



企業名 **WALL SHARE株式会社** [サービス | 大阪]

メセナ活動 **京橋ReDesignProject**

WALL SHAREはミューラル(壁画)を主軸に事業を展開する企業です。具体的には、ミューラルを描く「アーティスト」、キャンバスとなる壁面を提供する「壁主」、まちづくりやプロモーションなどを目的とする「企業」の3者をつなぐ総合プロデュースを行っています。私たちは、ミューラルを描くことで「まちの美術館」を巡るような体験を創出し、誰もが気軽にアートに触れるきっかけを生み出すべく取り組んでいます。

「Re Design KYOBASHI」というアートプロジェクトでは、JR京橋駅の南北の高架下をミューラルで彩りました。京橋の中でも暗く雑多なスペースをミューラルで美化し、「アートでまちの活性化や防犯の対策に活かしたい」という大阪府都島警察署の思いから発足した本プロジェクトは、プロのアーティストだけでなく大阪デザイン専門学校の学生も加わり制作を行いました。

官民学一体となって制作された作品によって、地域の方々からも「空間が明るくなって通りやすくなった」などのポジティブな声が上がっています。

事例紹介 [09]



活動年数:1992年～

活動地域:神奈川県



展示会の様子



2023かわしんカレンダー

企業名 **川崎信用金庫** [その他金融 | 神奈川]

メセナ活動 **川崎ジュニア文化賞**

川崎ジュニア文化賞は川崎市内に在住・通学する小学校5・6年生を対象とする作文と絵画のコンクールであり、行政等の委員で構成された実行委員会を主催として毎年開催されております。当金庫では次代を担う児童の資質向上を目的とする当事業の趣旨に賛同し、1992年(第1回)より協賛をしております。第31回目の昨年は5,000点を超える作品の応募があり、通算すると10万点を超える作品応募となり、地域に根差した社会貢献活動として定着しています。

大賞を受賞した児童は、川崎市より「かわさき国際友好使節」の認定を受け、姉妹都市であるオーストラリア・ウーロンゴン市へ子ども親善大使として訪問し、両市の友好親善と川崎市のイメージアップに貢献する活動を行っています。(直近の3回は新型コロナウイルス感染拡大防止のため親善訪問は見合わせました)

また、当金庫では受賞された作品を掲載したカレンダーを製作し、学校関係者をはじめ日ごろよりご愛顧をいただいているお客さまへ配布しております。このカレンダーは信用金庫業界のPRコンクールに出展もさせていただき、相応の評価を頂戴しております。今後も当事業をはじめ、できる限りの社会貢献活動を引き続き行って参ります。

事例紹介 [10]



活動年数:1999年～

活動地域:北海道

<http://www.oda-kikin.com/rokka.html>



企業名 **株式会社六花亭** [食料品 | 北海道]

メセナ活動 **六花文庫**

六花文庫は食に関する文献、書籍を収集、展示する図書施設で1999年4月、北海道帯広市の六花亭帯広本店ビル内に開館しました。

蔵書3,000冊、テーブル卓のスタートでしたが、2004年4月以降は札幌市に拠点を移して活動を続けています。現在、蔵書はおおよそ8,000冊。2007年からは隔年でボックスアートの公募展『六花ファイル』も実施し、施設内で自由に鑑賞いただけます。コロナ禍以前には蔵書を用いた四季折々の朗読会や、地域の方々为本を持ち寄って交換するイベント『本のばくりっこ』を主催して参りました。

本業を知る皆さんには菓子屋がなぜ?と尋ねられます。しかしながら、1933年の創業時より私どもの指針は『お菓子は文化のパロメーター』にあり、これからも変わりません。

六花文庫は北海道の食文化づくりに貢献すること、児童の詩心、豊かなこころを育むことを目的とし特定非営利活動法人・小田豊四郎記念基金のもとで運営しております。この建物を覆うツタのように地元につながり、ここで過ごす時間が日常の栄養になれたなら、これ以上はありません。

音楽と美術が大多数

活動分野は、近年同様「音楽」と「美術」が多い傾向は変わらない。しかし、それ以外にも最も実施数の少ない「伝統的娯楽」が23件実施されるなど、多彩な活動が行われている。

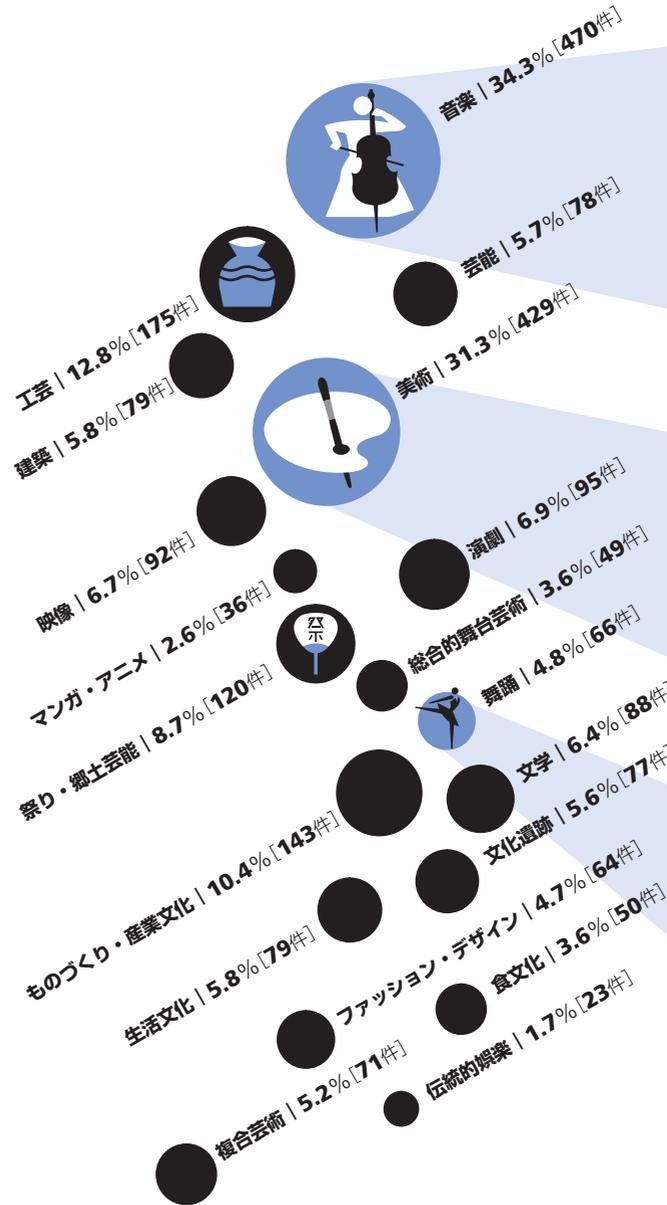
活動分野の詳細について、音楽分野では、5年前と比べ、「クラシック音楽」、「邦楽」、「現代音楽」といった項目が伸びている。

美術分野では、「現代美術」が大幅に増加している。

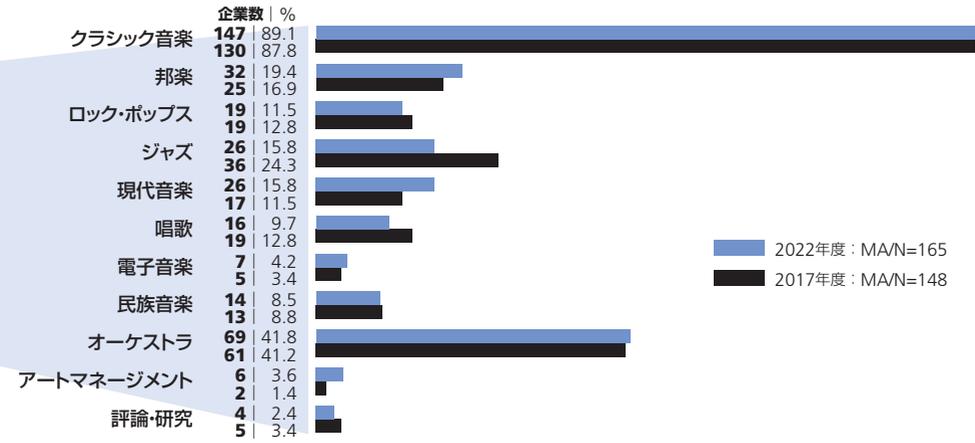
舞踊分野では、「バレエ」、「日本舞踊」といった項目のみならず「コンテンポラリー」など、すべての選択肢が伸びている。

活動分野 | 実施件数ベース

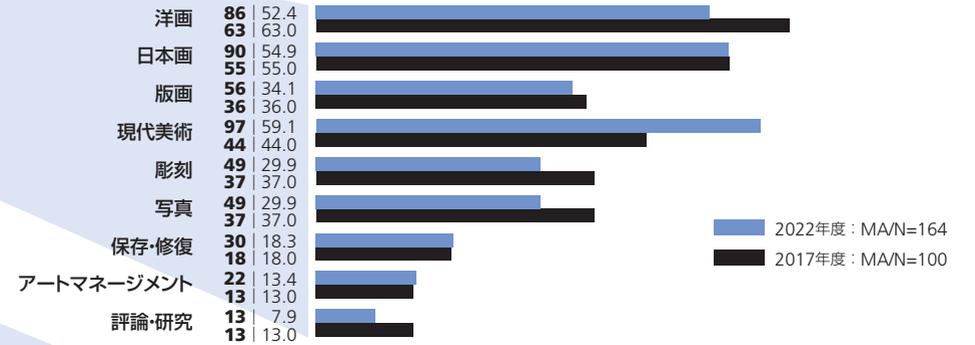
MA/N=1,372



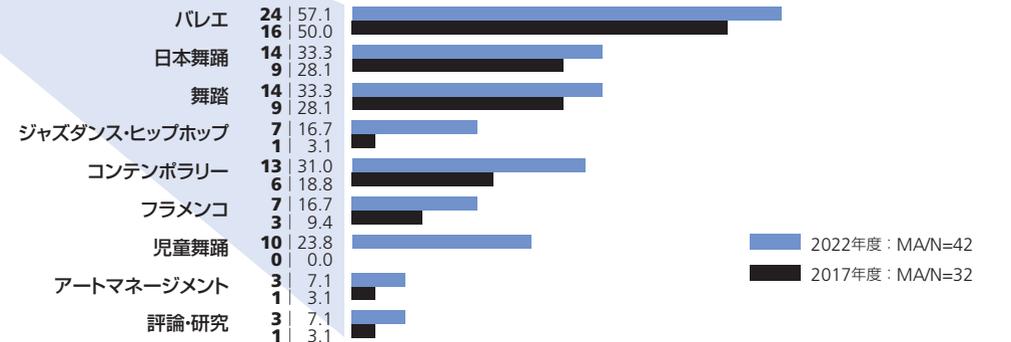
音楽分野詳細 | 企業数ベース | 5年前との比較



美術分野詳細 | 企業数ベース | 5年前との比較



舞踊分野詳細 | 企業数ベース | 5年前との比較



8 活動事業費

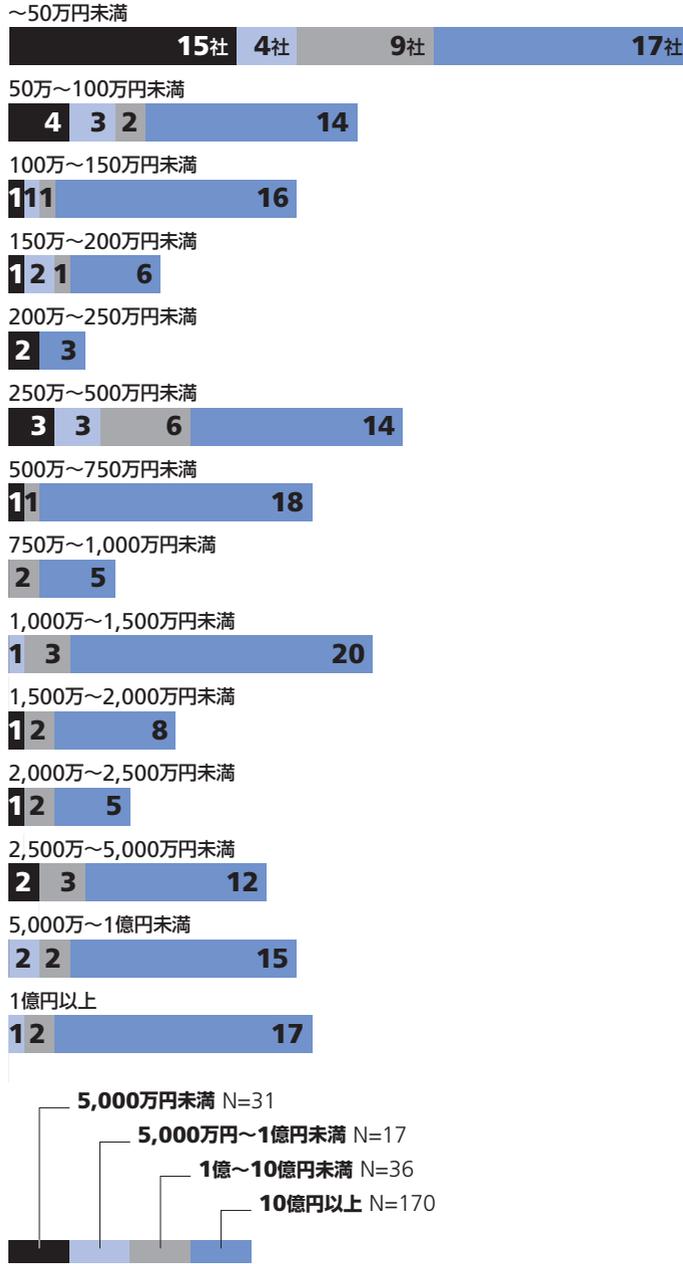
資本金別にみた活動費総額では、資本規模にかかわらず、幅広くメセナ活動が実施されていることが読み取れる。

活動費総額は
183億4,084万円

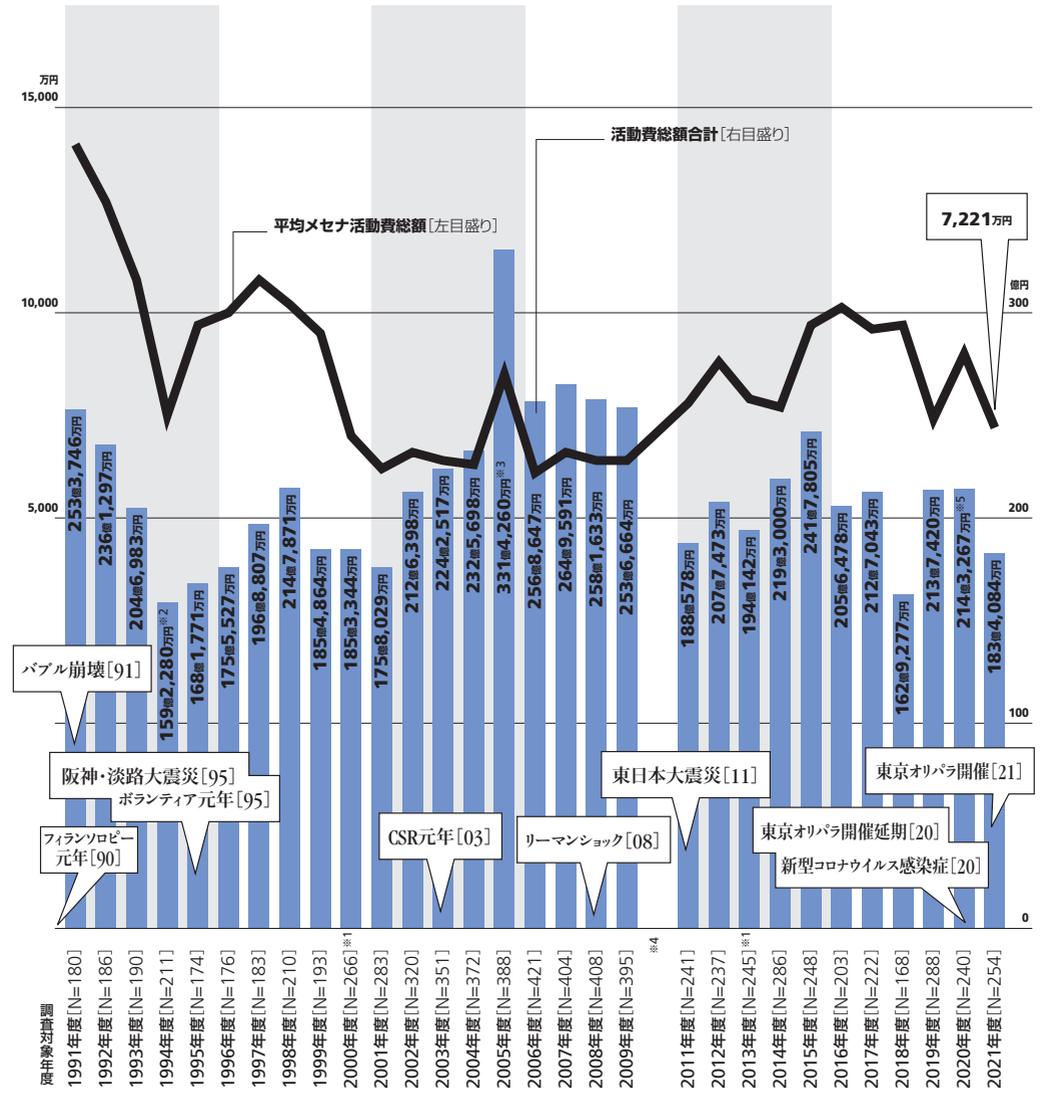
メセナ活動費総額は、前年度より減少し約183億円となった。

活動数は増加しているものの、1社平均額は7,221万円となり、減少している。

メセナ活動費総額 | 資本規模別 | 企業数ベース



1社あたりの平均メセナ活動費総額と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. 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. 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. 2010年度分は調査未実施
 *5. 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

9

予算策定方法

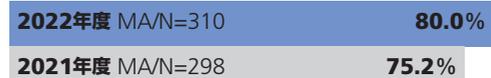
[自由回答欄より抜粋および適宜編集]

予算策定方法は、「前年度含む過去実績」が最多となり、「地域への影響／貢献度合い」、「宣伝効果／ブランド価値向上」が続く。

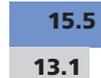
自由記述からは、上記選択肢など、さまざまな要素に基づいて、策定されていることがわかる。

予算策定方法 | 企業数ベース | 前年度との比較

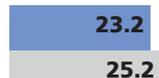
前年度含む過去実績



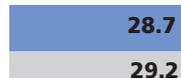
参加者数



経営方針



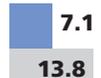
宣伝効果／ブランド価値向上



地域への影響／貢献度合い



その他



- ◎ 前年度実績、今後の展開等を考慮し総合的に判断 [不動産 | 東京]
- ◎ 関連事業の売上規模に対して一定の割合で予算組み。[その他製品 | 東京]
- ◎ プログラムの妥当性 [卸売 | 愛知]
- ◎ 前年度実績、参加者数、アンケート結果、会社の宣伝効果 [輸送用機器 | 愛知]
- ◎ 当年度の施策実施内容を吟味し、前年度実績や他社動向等を踏まえ、予算の妥当性等を検証 [情報・通信 | 東京]
- ◎ 前年度実績（コロナ禍で中止の活動はコロナ禍前の支出額） [機械 | 愛知]
- ◎ 各事業部門の戦略 [建設 | 東京]

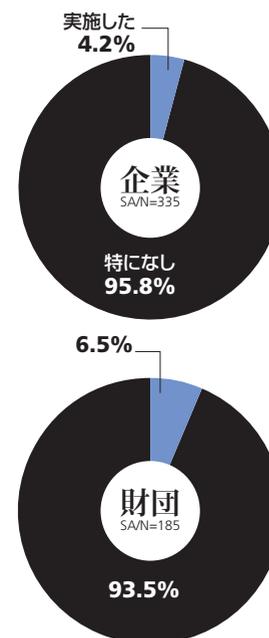
時事設問



東京オリンピック・パラリンピック2020文化プログラムの実施について

[自由回答欄より抜粋および適宜編集]

企業の4.2%、財団の6.5%がオリンピック文化プログラムを「実施した」と回答した。実施したのは少数に留まったものの、記述回答からは多彩な内容の活動が行われた事がうかがえる。



記述回答：プログラムの実施によって2021年以降に残したいレガシー（遺産）について

[企業]

◎ 東京オリンピック・パラリンピックをきっかけに始めた活動については、「東京2020参画プログラム」の文化分野で認証を取得し、コンサートやロビー展等を複数開催。東京2020とその先の未来に向けて、全国各地、日本文化の保全など、さまざまな分野で挑戦する人々を紹介するドキュメンタリーシリーズを会社のwebサイトやSNS、一部店舗のスクリーン等で継続放映。2020年より、東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会が主催する、東京2020大会に向けたポスター募集企画の入賞作品を一部店舗のスクリーンにて放映。これら文化プログラムなどを通じて醸成した社会創造への志向、社員意識などを今後のレガシーとして残していきたい。[その他金融 | 東京]

記述回答：実施した内容など

[企業]

- ◎ パラスポーツの一つである、ポッチャを気軽に体験できる、サイバーポッチャの開発を支援。[建設 | 東京]
- ◎ 聖火リレーの「プレゼンティングパートナー」、社員ボランティアの募集、各種イベントへの参加など予定していたが、コロナ禍により活動制限もあった。「みんなのメダルプロジェクト」では、使用済み携帯電話端末の回収で中心的な役割を果たし、メダルに必要な金属量を確保することができた。またパラリンピックについては、社員が日本代表に選出され、全社的に支援を行った。2022年度以降は、社員ボランティアの継続とリモートボランティア活動情報提供など継続的にボランティア活動機会の創出を行っている。[情報・通信 | 東京]
- ◎ パラアスリートを写真家が撮影したグラフィック誌への協賛。[電気機器 | 東京]
- ◎ オリンピック関連の演奏会を実施。[ゴム製品 | 東京]

[財団]

- ◎ 過去のオリンピック映画の上映。[東京]
- ◎ 本団の定めた「東京五輪・パラリンピック特別賞授賞基準」にのっとり、銅メダル以上を獲得した「東北にゆかりのある選手」に対し、賞の贈呈。本年度は銀メダル3名、銅メダル1名に授与。[宮城]
- ◎ 当協会パブリックアート作品にbeyond2020プログラムの認証取得。[東京]
- ◎ 各種表記の多言語対応、開催期間に合わせた営業の追加、延長など。[東京]

10

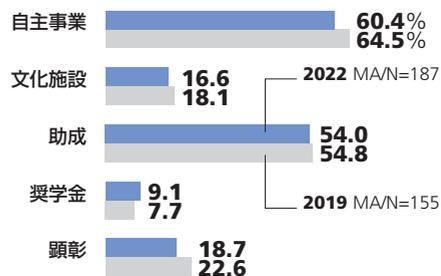
財団の回答分析

自主事業と助成

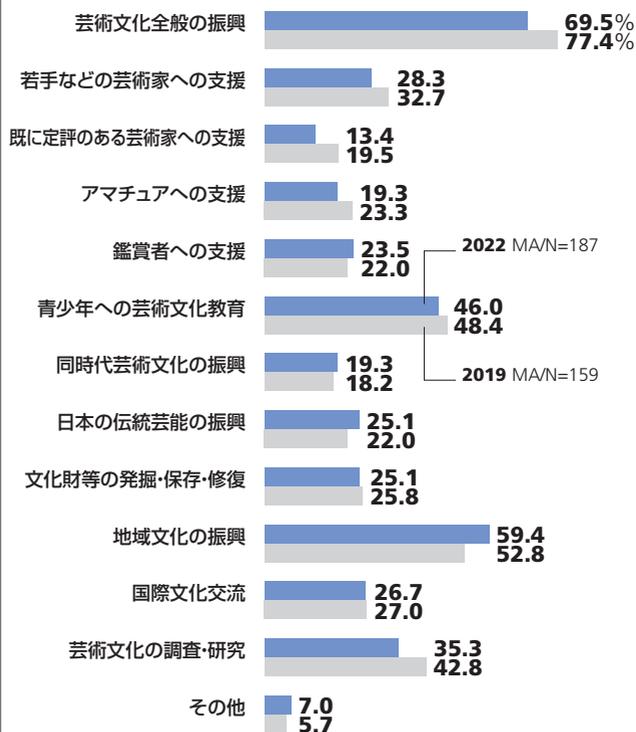
プログラムタイプについては、3年前と同様に「自主事業」と「助成」が多数を占めている。また、「奨学金」が若干伸びている。

事業目的・重視点では、3年前と比較して「芸術文化全般の振興」がわずかに減少したものの7割近い数字で最も高かった。2番目の「地域文化の振興」は6割近くとなっており、企業の回答と同様に、地域を重視する傾向がみえる。

プログラムタイプ | 団体数ベース | 3年前との比較



事業目的・重視点 | 団体数ベース | 3年前との比較



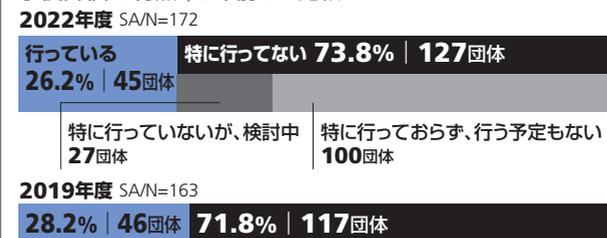
事業評価については、3年前とほぼ変わらず7割以上の127団体が「特に行っていない」を選択している。「特に行っていない」のうち「特に行っておらず、行う予定もない」が100団体と多数を占めている。

「妥当性」が最多。「経済性」「効率性」が大幅に増加

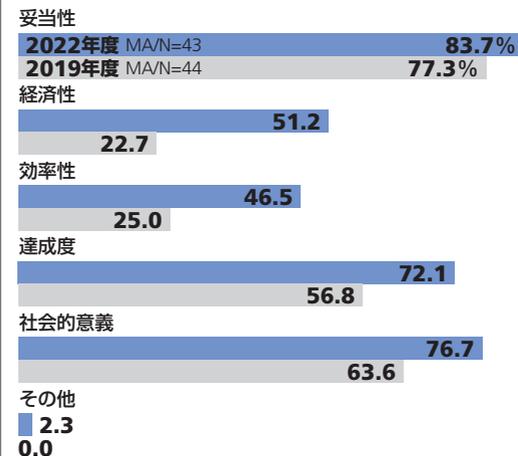
事後評価の観点は、3年前同様に「妥当性」が最多となった。「社会的意義」「達成度」も7割を超え、事後評価の主要な指標とされている。さらに、「経済性」や「効率性」も20%を超える大幅な増加をみせた。

事後評価の手法は、3年前と同様に「参加者数」が最多で、「参加者アンケートによる反響、感想など」が続く。「担当者による振り返り、エピソード評価」の数も7割を超え多くなっている。

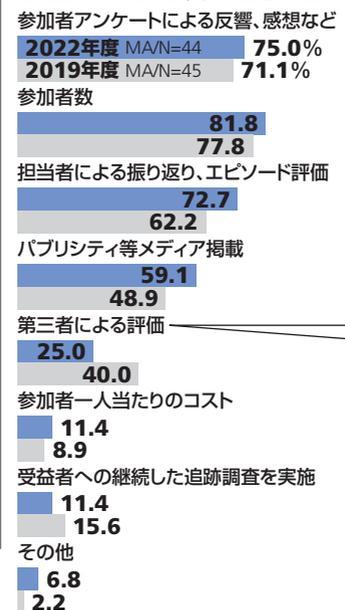
事後評価の有無 | 3年前との比較



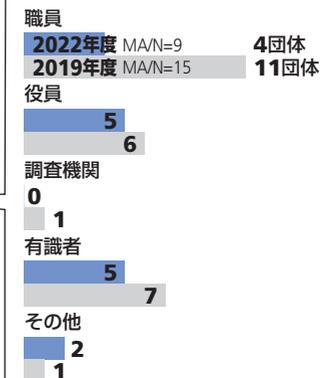
事後評価の観点 | 3年前との比較



事後評価の手法 | 3年前との比較

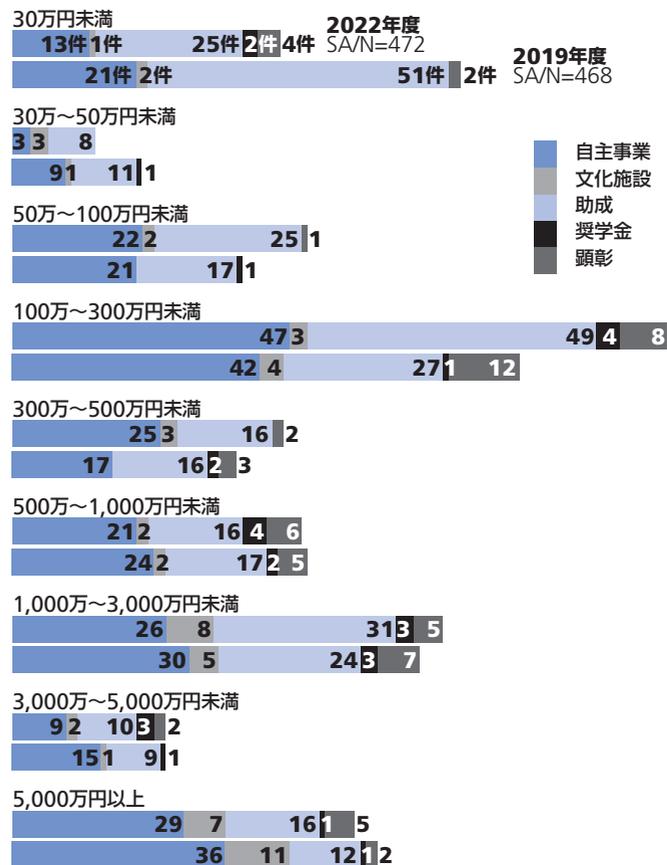


第三者による評価の内訳



活動1件当たりの事業費は、「自主事業」において、3年前と同様、100万～300万円未満が最多となっている。「助成」では3年前は30万円未満が最多であったものの、2022年度調査では100万～300万円が最多となり、増加の傾向もみられている。

活動1件あたりの事業費 | 実施件数ベース | 3年前との比較



協議会事例研究の紹介



メセナアソシエイト

https://www.mecenat.or.jp/ja/research_top/mecena_associate_report



企業メセナ協議会では、2014年度より外部研究員「メセナアソシエイト」との協働によるメセナの事例研究に取り組んでいます。研究員自ら「メセナ活動実態調査」やその他協議会保有データをもとに研究テーマを設定し、企業へ視察やヒアリングを行い、レポートを執筆します。

メセナアソシエイトによる事例研究レポートは、協議会ウェブサイトでご覧いただけます。2022年度 第9期メセナアソシエイトによる研究レポートは、2023年6月ごろ公開予定です。

事例紹介 [11]



活動年数: 2020年～

活動地域: 神奈川県

<https://dancebase.yokohama/>



©Yuka Uesawa

舞踊家×音楽家など異ジャンルのクリエイターとのコラボレーションや、地域イベントとのコラボレーションも積極的に行っている。

財団名 一般財団法人セガサミー文化芸術財団 [神奈川県]

メセナ活動 Dance Base Yokohama

Dance Base Yokohama (=DaBY) は、国内外のすぐれた芸術や伝統文化への寄与をめざす一般財団法人セガサミー文化芸術財団により、特に舞踊分野における活動の拠点として2020年6月に横浜・馬車道に設立されたダンスハウスです。

日本国内ではダンスアーティストがプロフェッショナルとして活動するための環境が十分に整備されておらず、創作の場も限られ、社会との接点も数少なくなっています。そうした日本のダンス環境の改善を目的として、アーティストへのレジデンススペース（創作の場）の提供のみならず、建築、美術、音楽、哲学などさまざまな分野のクリエイターとの創作・研究会や、実験的なトライアウト公演の実施、差別やハラスメントが起こらない環境の創造、新たな観客の醸成を目指したトークイベントやダンスアーカイブ事業など多様な活動を行っています。

また、愛知県芸術劇場との官民連携を行い、DaBYで創作した作品を愛知県芸術劇場で上演する取り組みや、大規模な海外招聘も毎年実施しています。



©2022 MURAI Isamu

パフォーミングアーツ・セレクション2022——2022年には全国7カ所の公立劇場と連携し、DaBY創作作品を日本各地で再演するツアーを行った。

協議会事例研究の紹介



協議会アソシエイト

https://www.mecenat.or.jp/ja/research_top/kyogikai_mecena_associate_report



企業メセナ協議会では、2020年度より外部研究員「協議会アソシエイト」との協働による国内外の芸術文化活動や活動組織などに関する調査研究に取り組んでいます。企業メセナだけでなく芸術文化を取り巻く環境や今日的な課題から協議会が調査研究テーマを設定し、研究員自ら視察やヒアリングを行い、レポートを執筆します。

メセナアソシエイトによる事例研究レポートは、協議会ウェブサイトでご覧いただけます。2022年度 協議会アソシエイトによる研究レポートは、2023年6月ごろ公開予定です。

公益社団法人企業メセナ協議会 会員一覧 [2023年3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 [110 社・団体]

[株] アーバネットコーポレーション
[株] I&S BBDO
[株] IHIエスキューブ
[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
[株] NHKエンタープライズ
MS&ADインシュアランス
グループホールディングス [株]
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 [株]
キッコーマン [株]
キャノン [株]
京セラ [株]
[株] 久原本家グループ本社
[株] 幻冬舎
[株] 講談社
[株] 光文社
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 [株]
[株] JTBC
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]
第一生命保険 [株]
ダイキン工業 [株]
大正製薬 [株]
大日本印刷 [株]
[株] 大和証券グループ本社
[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
東急 [株]
東京海上日動火災保険 [株]
[株] 東京国際フォーラム
[株] 東芝
[株] 東北新社
[株] 東横イン
凸版印刷 [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

準会員 [29 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
[学] 瓜生山学園京都芸術大学
[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] 京都服飾文化研究財団
[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
四季 [株] 劇団四季
[公財] 新国立劇場運営財団
[公財] 墨田区文化振興財団
[公財] ソニー音楽財団
東京都生活文化スポーツ局
文化振興部
[公財] 東京都歴史文化財団
[公財] 東京都歴史文化財団
東京都写真美術館
東京ミッドタウン
マネジメント [株]
新潟市
[株] ニッセイ基礎研究所
[公社] 日本芸能実演家団体協議会
[公財] 鑑山美術館
[公財] 八十二文化財団
[株] マザーズ
[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
[株] プルボン
[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] 毎日新聞社
[株] マガジンハウス
[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]
明治安田生命保険 [相]
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] リクルートホールディングス
[株] リソー教育
[株] 琉球銀行
[株] 琉球新報社
ローム [株]
[株] 六花亭
[株] ワコールホールディングス

個人会員 [22名]

※お名前公開可の方のみ掲載

池田雅則 石井裕太 一花裕一
岩田武司 大塩豊平 尾崎元規
金子貴弘 最首孝之 斉藤恵美子
白神しのぶ 添石幸伸 巽知代
中坪功雄 永井伸和 長尾廣義
原野千明 福川伸次 藤岡達也
藤田裕一 古竹孝一

2022年度メセナ活動実態調査 [報告書]

Mécénat Report 2022

2023年3月27日発行

発行人 夏坂真澄

編集人 橋本佳奈 | 澤田澄子

デザイン 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

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。

●

2022年度調査研究部会

清水慶之 | [株] 朝日新聞社

天野真一 | キャノン [株]

金井 圭 | SOMPOホールディングス [株]

吉本光宏 | [株] ニッセイ基礎研究所



本調査は、「令和4年度次代の文化を創造する
新進芸術家育成事業」として文化庁から委託を受け、
企業メセナ協議会が実施しました。

©企業メセナ協議会

本誌掲載記事の無断転用を禁じます。