



公益社団法人企業メセナ協会は、  
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.mecenas.or.jp/>



## メセナ担当者からの声 [メセナ活動の成果]

芸術文化活動を  
通じた、新たな  
人的ネットワークを  
得ることができた。

社内における  
企業理念の浸透と  
地域社会の  
持続的成長への貢献。

公募展から独り立ちし  
アーティストとして  
活躍している方が  
年々増えており、継続的に  
支援することにより、  
若手の育成に  
つながっている。

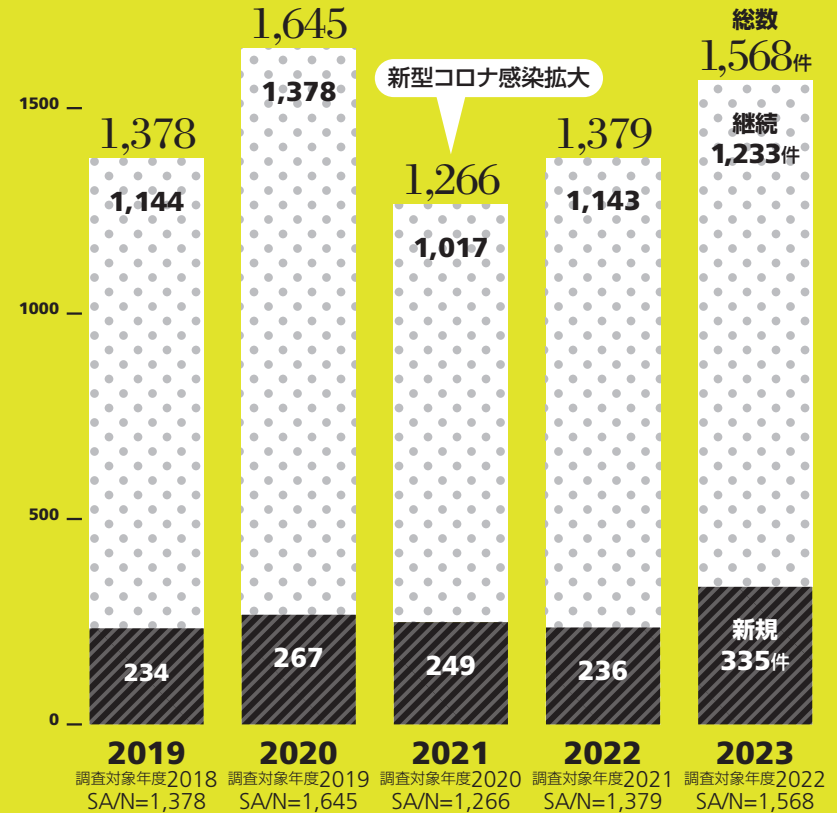
文化・芸術振興事業として、  
年々深まっていることを  
実感しております。  
また、自社の活動とともに  
アーティストたちも作品や  
活動のステップアップが  
見られます。

地域の文化振興を  
図っていることが認知されて  
きているとともに、アンケートから  
自社ブランドの向上にも  
寄与していることがわかる。  
イベントには社内ボランティアが  
参加し運営することで  
従業員の一体感醸成、  
メセナ活動参画への  
意識向上につながった。

主催する公募展について、  
ここ数年、若年層への認知度を  
上げることに成果があり、  
若年層の出品者、入賞者が  
大幅に増えている。そのことが  
また、ベテラン層への  
刺激にもなっている。

## 2023年度メセナ活動実態調査 [報告書]

# Mécénat Report 2023



メセナ活動実施件数 | 実施件数ベース

# Mécénat Report 2023

## 目次

### 事例紹介

- 18 ◎ [株] モデュレックス
- ◎ ダイドーグループ  
ホールディングス [株]
- 19 ◎ 大分県信用組合
- ◎ [株] 淀川製鋼所
- 20 ◎ 三浦工業 [株]
- ◎ 世嬉の一酒造 [株]
- 36 ◎ [公財] クマ財団
- ◎ [公財] 上原美術館
- 37 ◎ [株] ヤマト
- ◎ [株] 兵左衛門

## 03 はじめに

### 04 2023年度調査結果に寄せて 高まるメセナのレジリエンス

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

## 06 回答企業 | 財団プロフィール

### 08 1 | 取り組みの目的・重視点

### 10 2 | メセナ担当部署

### 11 3 | 社員参画

### 12 4 | メセナ活動の基本方針

### 14 5 | 事後評価・活動の成果

### 21 6 | メセナ活動内容

### 24 7 | 活動事業費

### 26 8 | 予算策定方法

### 27 9 | 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・メセナ活動の成果
- ④ 事業分野 ⑤ 活動1件あたりの事業費

### 32 メセナアソシエイト | 協議会アソシエイト

### 33 時事設問 | 新型コロナウイルスによる メセナ活動の変化の有無と継続意向について

### 34 時事設問 | 障がい者の文化芸術活動の支援状況について

### 38 [公社] 企業メセナ協議会 会員一覧

## はじめに

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、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。

2023年度調査（調査対象期間：2022年4月～2023年3月）では、いよいよメセナ活動が発見となり、活動数など定量的なデータからもコロナ前に戻りつつある傾向が読み取れました。また、メセナ活動への取り組みの目的・重視点として、「地域重視」の傾向が続くなか、「次世代育成」「若手支援」「社会福祉」など「人」に直接、かかわる項目も重視される傾向が鮮明になりました。時事設問の「コロナ禍を経た気づき」「障がい者の方の芸術文化活動への支援状況」に関する自由回答からは、新しい試みにチャレンジすることで芸術文化へのアクセスが難しかった状況の人々に向けてもメセナ活動が広がっているという記述が多く寄せられました。

今後も調査研究事業を通じて、企業メセナの価値を追究するとともに、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、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：2022年度（2022年4月～2023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2,088社 [直近5年間における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309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：2023年7月～9月 ● 回答企業数：518社 ● 回答財団数：192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、2023年度の調査結果である。●グラフ表示の0000（年度）という記号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、2023年度調査は2022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%を上下する場合もある ●「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](https://www.mecenat.or.jp/ja/research_top/research_top)



## 2023年度 調査結果に寄せて

### 高まるメセナのレジリエンス

キャノン[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

2023年。新型コロナウイルスの感染症法上の類別が5月に5類に変更になり、長らく苦しんできたコロナ禍の終わりが見え始めた年になりました。

読者の皆さまは、企業メセナ活動がコロナ前、コロナ禍中、コロナ後でどう推移しているかに注目されているのではないかと思います。

今回の調査対象期間は2022年4月から2023年3月までの1年間です。まだコロナの影響が残っている時期といえます。一方、アンケートを記入していただいたのは2023年7月から9月までです。コロナ後の始まりといえるかもしれません。このため真のコロナ後の数字が反映されるのは、次回以降の調査になる見通しです。このように調査対象期間とアンケート回答時期がシフトしていますので、その点を補正しながらお読みいただければ幸いです。

企業メセナの担当者には、「自主企画・運営」を行っている方、「他団体支援・提供」を行っている方、その両方を担当している方など、多様な立場があります。私自身も両方の立場からメセナに携わっていますが、いろいろな場面で活動がコロナ前の状態に戻ってきたと感じています。同時に、ともに進む仲間たちからも徐々に明るい声が聞かれるようになってきました。コロナは私たちに多くの厄災をもたらしましたが、一方で、困難な状況に対して柔軟かつ頑健に対応し、回復する能力である「レジリエンス」の強化をもたらしたと感じます。今回の調査結果からも、そのことを読み取ることができるのではないのでしょうか。国内、海外を問わず、オンラインでの人と人とのつながりやすさは増しましたし、テレワークの進展は効率的に働くための新しい機会となりました。また、オンラインチケット、オンライン講演、ライブビューイングなど、コロナ禍前まで導入が進んでいなかったデジタルの活用が大きく進展したとも感じています。これらはコロナ禍における変革の一部です。課題も多く残っていますが、このようなポジティブな

側面を活かして新たな社会や文化の構築が進んでいくことでしょう。メセナ活動の新しい潮流に期待したいと思います。

そして迎えた2024年。1月1日に発生した令和6年能登半島地震。

発災直後に現地に入った災害対応NPOの知人から厳しい状況をうかがい、心を痛めております。お亡くなりになられた方々にお悔やみを、いまだ不安な気持ちでお越しの被災者の皆さまには、謹んでお見舞いを申し上げます。本稿執筆時の現地の支援フェーズは急性期であり、生活や生業(なりわい)の一刻も早い復旧が求められています。被災地に寄り添った文化面のサポートは、もう少し先になるかも知れませんが、域外から芸術文化によって支援する動きも始まっています。今後、支援フェーズが進むにつれ、現地・現場での心の支えとなるような、文化による支援が有効になる時が来ると存じます。私自身も、この状況で何ができるか、どのようなメセナ活動が求められるか、探っていきたくと考えています。

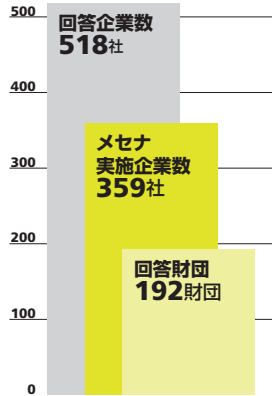
これからもメセナ活動を通じて、芸術文化活動に携わる皆さま、鑑賞者の皆さま、そして企業・財団のメセナ活動担当者・参加者である私たちが、ともにレジリエンスを高めながら、未来に向けて一歩一歩前進していきたくと思います。



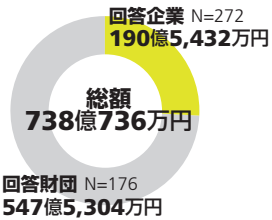
#### てんの・しんいち

1987年入社。障がい者用機器開発に携わったのち、キャノンの技術とアートを結びつけるメセナ活動「キャノンアートラボ」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。

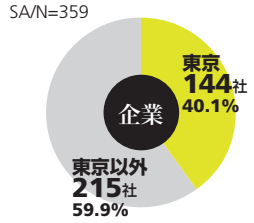
# 回答企業 | 財団 プロフィール



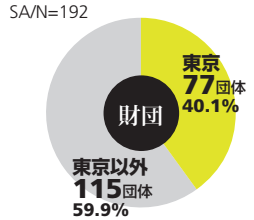
## メセナ活動費総額



## メセナ実施企業 [所在地]



## 財団 [所在地]



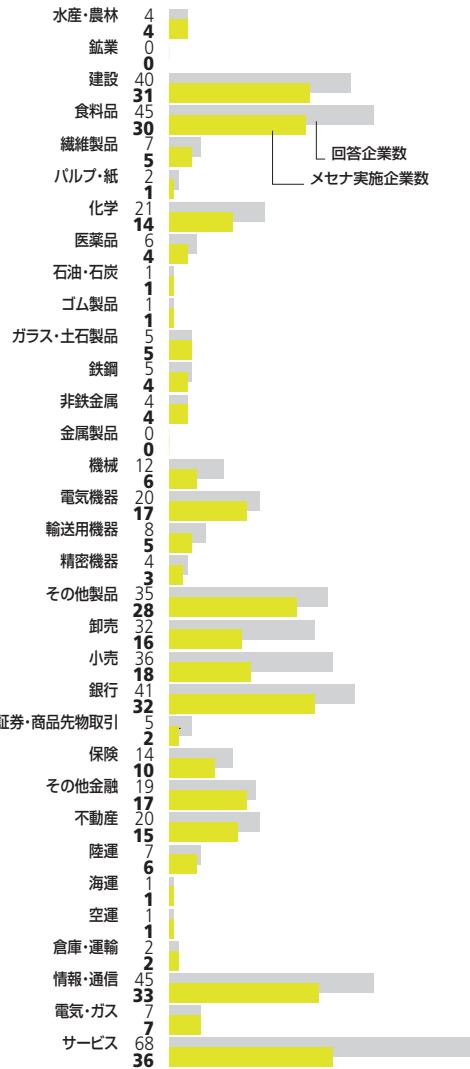
## 回答企業・財団の所在地

企業 N=518 | 財団 N=192

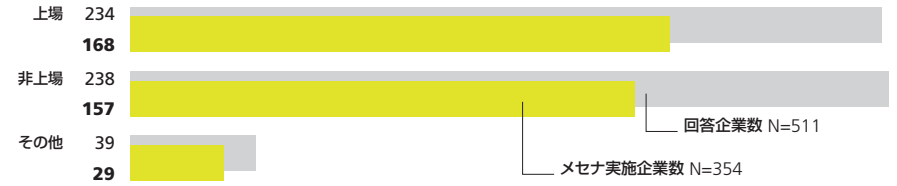
	回答企業数	メセナ実施企業数	回答財団数
北海道	16	11	6
青森県	1	1	1
岩手県	3	2	0
宮城県	3	1	2
秋田県	0	0	0
山形県	3	2	4
福島県	1	0	2
茨城県	2	1	1
栃木県	4	3	0
群馬県	4	4	1
埼玉県	7	3	0
千葉県	8	6	1
東京都	214	144	77
神奈川県	17	14	3
山梨県	5	3	1
長野県	8	5	2
新潟県	9	6	3
富山県	2	2	1
石川県	4	2	2
福井県	3	2	2
岐阜県	6	5	6
静岡県	5	5	5
愛知県	32	19	7
三重県	0	0	2
滋賀県	3	2	1
京都府	18	15	6
大阪府	40	34	9
兵庫県	19	11	13
奈良県	2	2	2
和歌山県	1	0	1
鳥取県	1	1	0
島根県	3	1	1
岡山県	5	4	7
広島県	13	7	5
山口県	4	1	2
徳島県	3	3	1
香川県	7	4	4
愛媛県	5	4	1
高知県	2	2	0
福岡県	10	9	4
佐賀県	8	7	1
長崎県	0	0	0
熊本県	1	1	0
大分県	9	4	1
宮崎県	2	2	0
鹿児島県	2	1	3
沖縄県	3	3	1
計	518	359	192

## 回答企業の業種

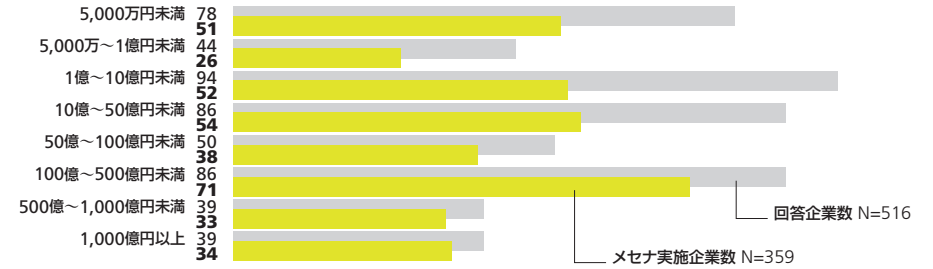
回答企業: N=518  
メセナ実施企業: N=359



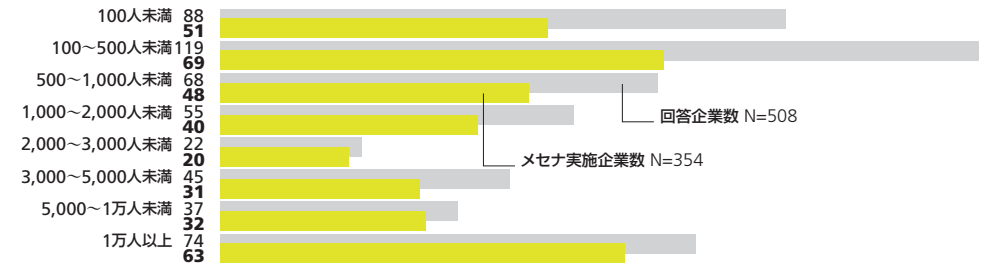
## 回答企業の資本形態



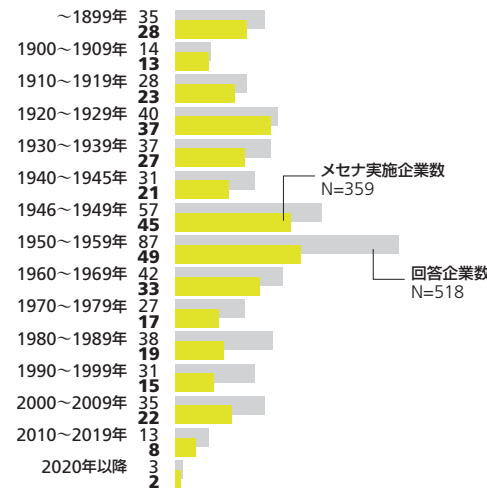
## 回答企業の資本金



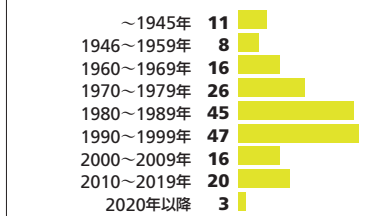
## 回答企業の従業員数



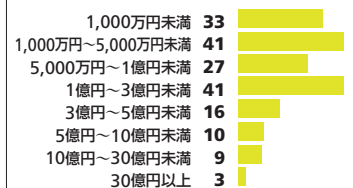
## 回答企業の設立年



## 回答財団の設立年



## 回答財団の年間支出総額



# I

## 取り組みの目的・重視点

引き続き、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

「若手芸術家支援」、「社会福祉」などの割合が3年前に比べ伸びており、「次世代育成・社会教育」も回答割合が高い。「地域」とともに、「人」に関連する項目も重視される傾向が強まっている。

aでは、「芸術文化全般の振興」、「地域文化の振興」の割合が高い。また3年前に比べ、若手層・アマチュアなどへの支援関連の項目が伸びた。

### メセナの取り組み目的 | 2023年度

MA/N=358

#### a 芸術文化支援のため

73.2% | 262社

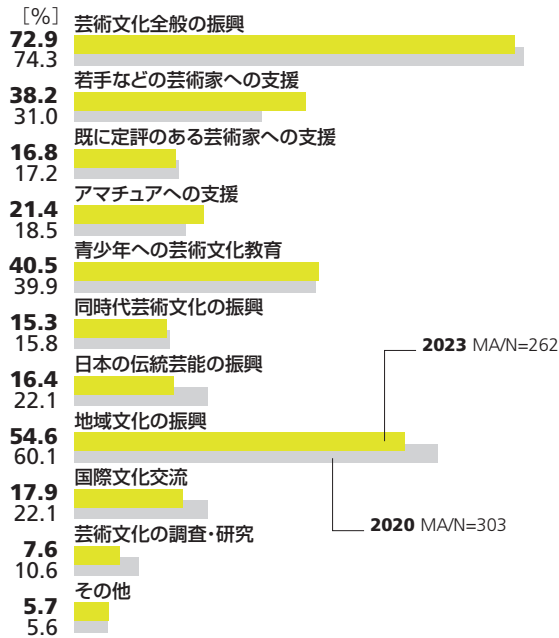
#### b 芸術文化による社会課題解決のため

38.5% | 138社

#### c 社業との関連、企業価値創造のため

70.9% | 254社

#### a. 芸術文化支援のために重視した点 | 3年前との比較



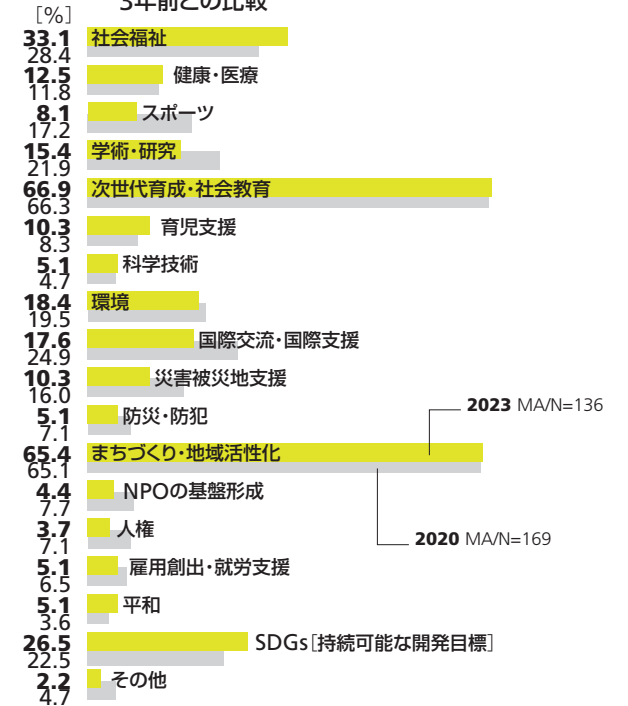
bでは、「次世代育成・社会教育」、「まちづくり・地域活性化」の項目が高かった。また3年前より回答割合を伸ばした「社会福祉」と「SDGs」が続いた。

#### SDGsに関する取り組み例の自由記述 [自由回答より抜粋し編集]

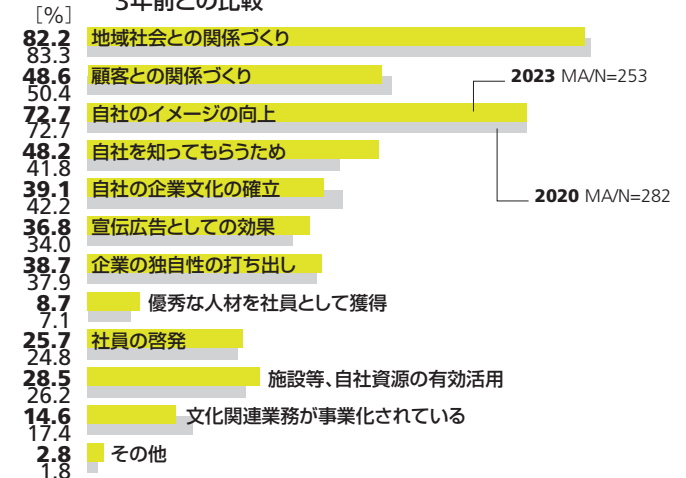
- ◎ シニア世代や特別支援学級の学生を招待し、豊かな音楽体験を提供することで、『すべての人に健康と福祉を』『質の高い教育をみんなに』に寄与。[食料品 | 大阪]
- ◎ 地元のリサイクル業者とコラボし、廃材を活用したインスタレーション作品の制作過程の公開、展示 [建設 | 広島]

c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。3年前と比べ、「自社を知ってもらうため」や「宣伝広告としての効果」など企業の認知度向上を重視する傾向も見られる。

#### 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

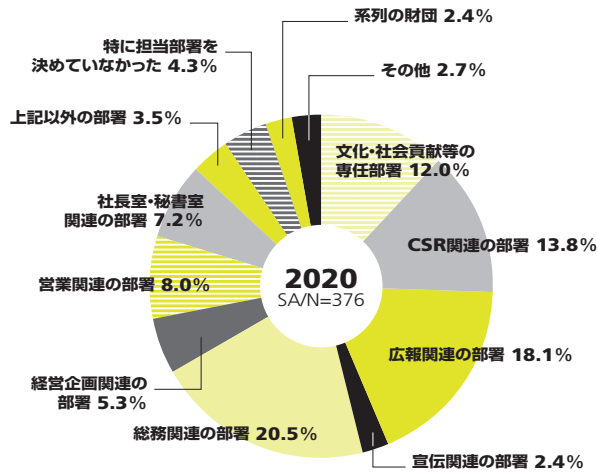
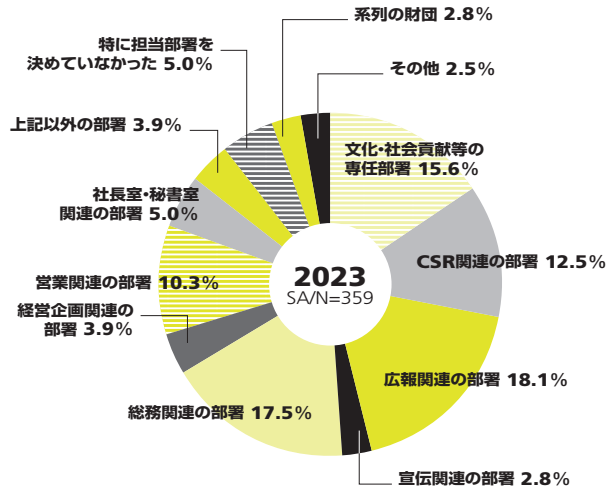




# 2 メセナ担当部署

「広報関連の部署」が最も高く、「総務関連の部署」、「文化・社会貢献等の専任部署」、「CSR関連の部署」が続いた。3年前と比べると、「文化・社会貢献関連の専任部署」が3.6ポイント伸びた。

担当部署 | 3年前との比較

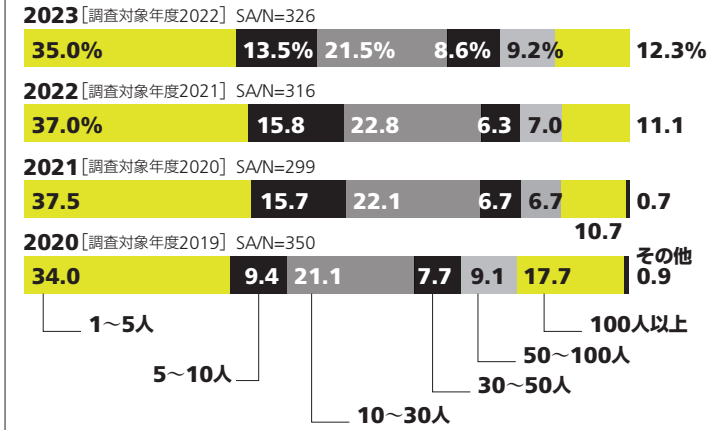


# 3 社員参画

前年、前々年と比べ「30～50人」「50～100人」「100人以上」の回答割合が伸びた。ただし、「100人以上」について、新型コロナウイルス感染拡大前の3年前と比べて5.4ポイント低く、コロナ前の水準には届かなかった。

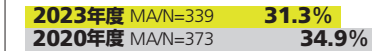
● 社員参画の種類について、3年前と比較すると、「業務の一環として参加」が15ポイント以上伸びた。

社員参画数 | 2020～2023年度の比較



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



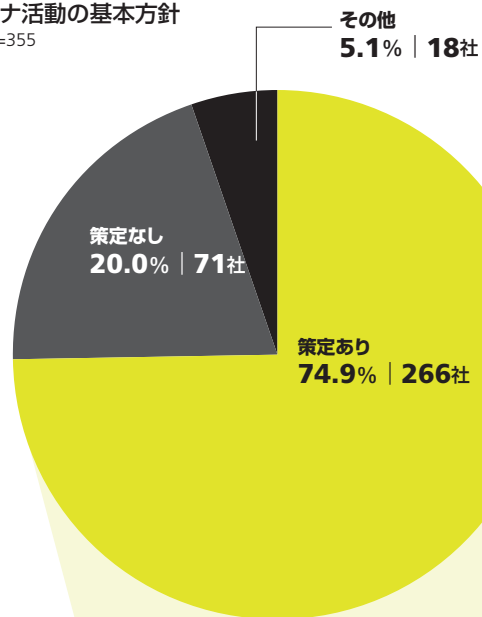
# 4

## メセナ活動の基本方針

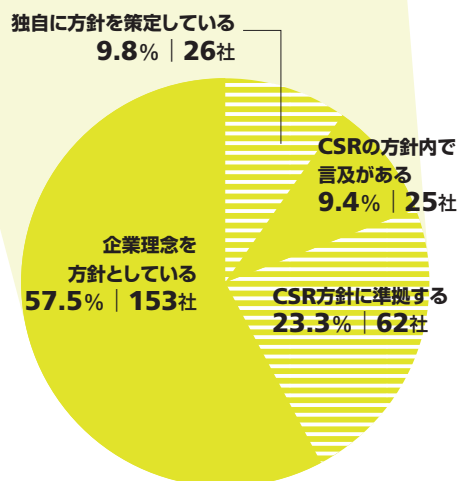
方針を策定している企業は74.9% (266社)

メセナ活動の方針の有無については、266社が「策定あり」と回答した。そのうち57.5%の153社が「企業理念を方針としている」と回答し、前年、前々年と同様の傾向となっている。

メセナ活動の基本方針  
SA/N=355

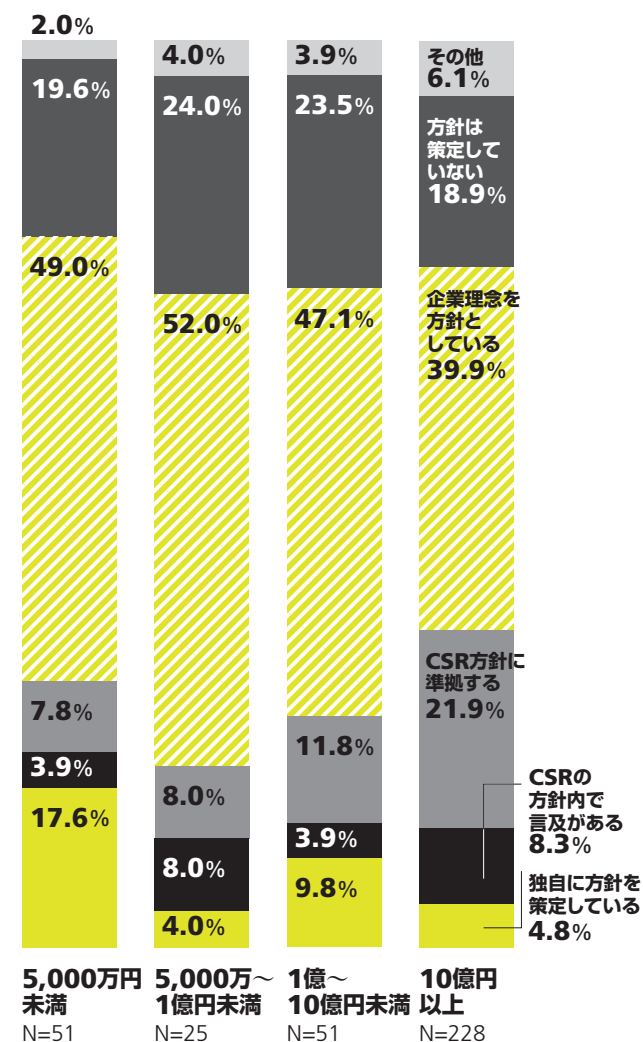


方針策定ありの内訳  
SA/N=266



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」が資本規模にかかわらず最も割合が高い。一方「CSRの方針に準拠する」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

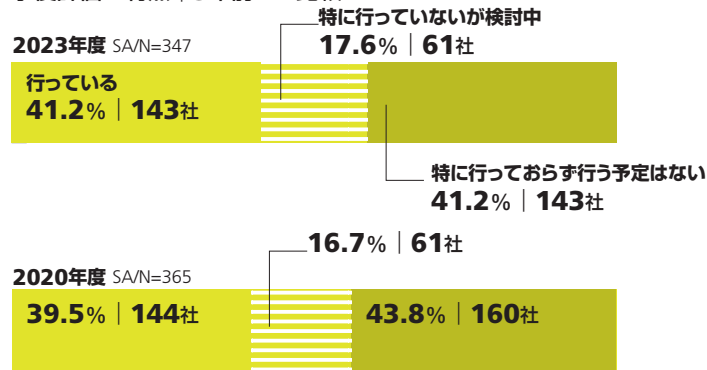


# 5 事後評価・ 活動の成果

全体での事後評価の有無については「行っている」が3年前より1.7ポイント伸びた。「特に行っていないが検討中」も伸びており、約6割の企業が事後評価を実施または関心を持っている。

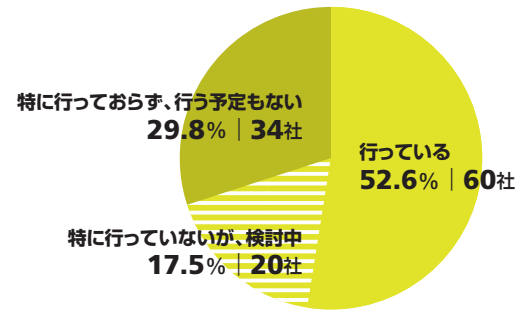
メセナ活動で「自主企画・運営」のみを行った企業の事後評価を「行っている」の回答割合は、「他団体支援・提供」のみを行った企業よりも27.6ポイント高かった。

## 事後評価の有無 | 3年前との比較



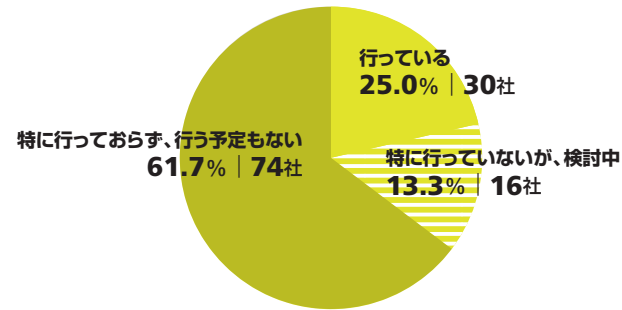
## 「自主企画・運営」のみのメセナ活動を行う企業の事後評価の有無

SA/N=114



## 「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

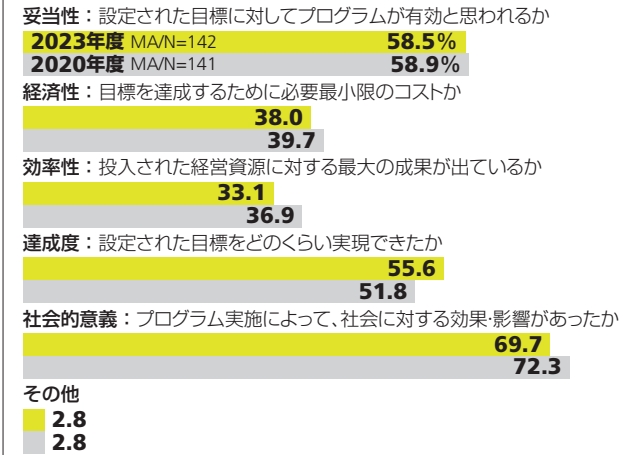
SA/N=120



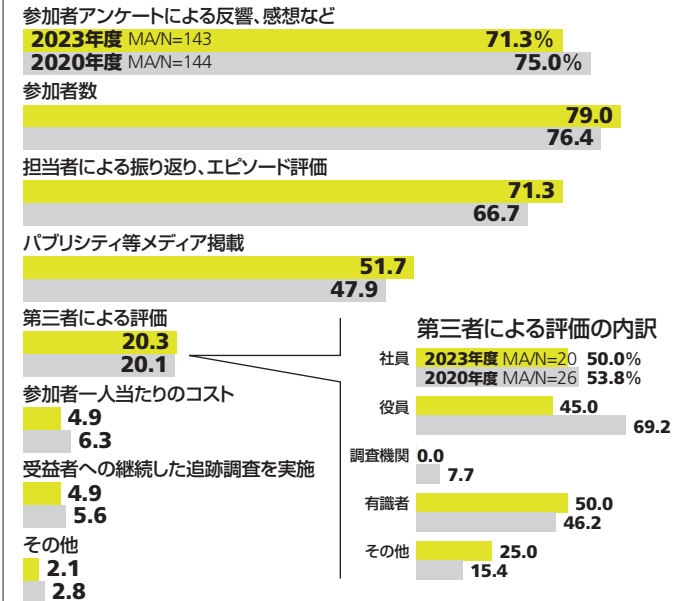
事後評価の観点については、3年前同様「社会的意義」、「妥当性」、「達成度」が上位を占めている。

事後評価の手法については、3年前と比べ、「担当者による振り返り、エピソード評価」が4.6ポイント、「パブリシティ等メディア掲載」が3.8ポイント、「参加者数」が2.6ポイント伸びた。

## 事後評価の観点 | 3年前との比較



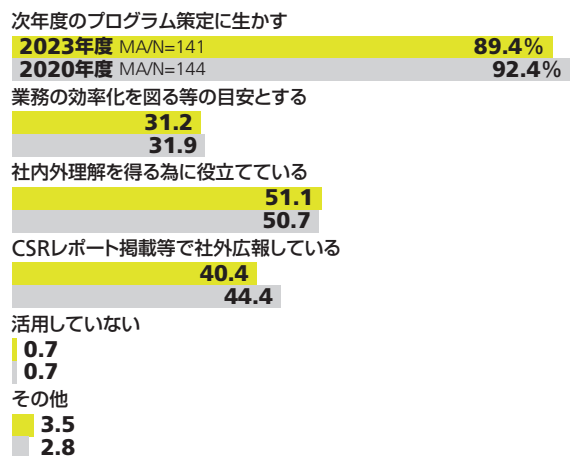
## 事後評価の手法 | 3年前との比較



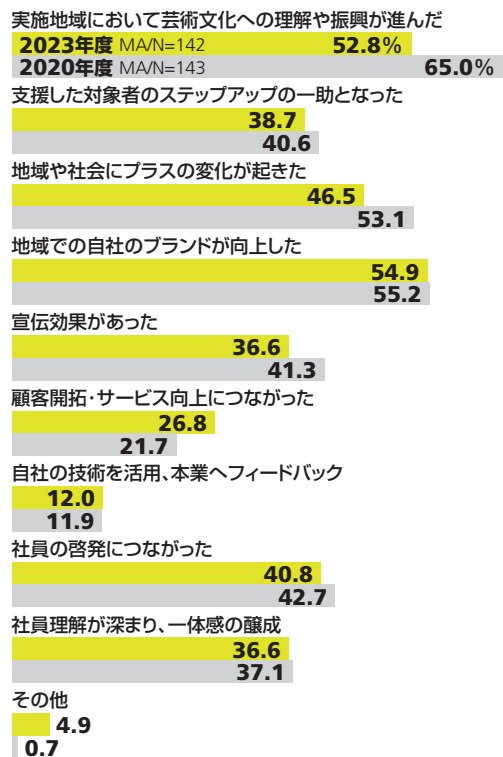


事後評価の活用については、「次年度のプログラム策定に生かす」の回答が89.4%と最も高かった。また「社内外理解を得るために役立っている」も5割強となった。

### 事後評価の活用 | 3年前との比較



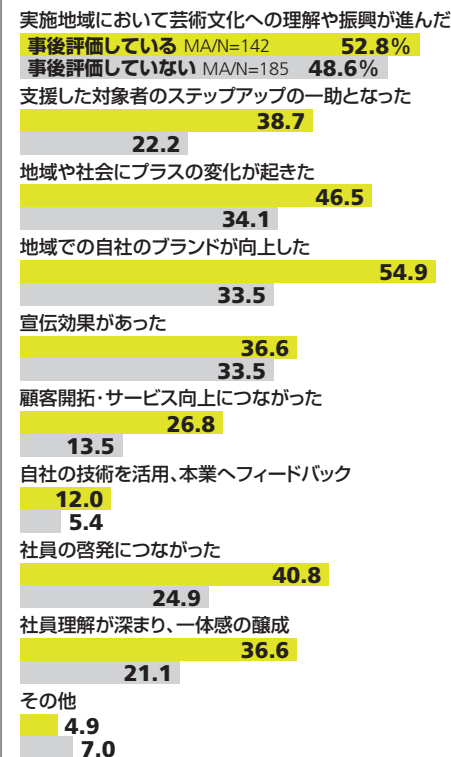
### メセナ活動の成果 | 3年前との比較 [事後評価している企業]



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、3年前同様、上位を「地域」に関連する3つの選択肢が占めた。「顧客開拓・サービス向上につながった」は5.1ポイント伸びた。

2023年度調査では、活動の成果について、事後評価をしていない企業へも設問を設定したところ、「実施地域において芸術文化への理解や振興が進んだ」など、事後評価の有無に関わらず、活動成果として挙げられた。事後評価しているグループのほうが一般的に各項目の割合が高かった。

### 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]

#### 地域

- ◎ 地域に人が集まる場を提供できた。地元の大学と共同運営することで、研究、学習、雇用の場としても活用されている。[その他製品 | 島根]
- ◎ 社員一人ひとりが地域の担い手であり、地域課題の解決やSDGs達成の一助となっているという実感をより深く得ている。[建設 | 大分]
- ◎ 地域の子どもたちが文化芸術に触れる機会を創出。特に自主企画コンサートでは、地元オーケストラへ依頼し地域の保育園や小学校を対象とする年間20公演のコンサートを実施。あまり聞き馴染みのないクラシック音楽から童謡、園歌・校歌までプロの音楽家の演奏で楽しみ、実施先から大変好評。[銀行 | 石川]
- ◎ 弊所に併設している制作スタジオを利用する多くのアーティストが、美術館やギャラリーなど、様々な場所で作品発表をする機会が増えており、大変嬉しく存じます。[サービス | 東京]
- ◎ これまで当社を利用されたことのない顧客の利用につながった。支援アーティストに発表の場を提供するこ

- とにより次のステップアップにつながっていると考える。[小売 | 大阪]
- ◎ 当社の助成であることを助成先団体が作成するパンフレット等へ掲載することで一定の企業宣伝効果があるとともに、地域住民の活動に対する理解が進んだ。[銀行 | 香川]
- ◎ SNSのフォロワーが増えて、情報発信を受けていただく機会も増えた。[繊維製品 | 大阪]
- ◎ メディアへの露出による社会的価値が向上した。取り組みの認知度が向上した。[保険 | 東京]
- ◎ 社員理解が深まり、一体感の醸成
- ◎ 自主展覧会への社員向けツアーのほか、社内スペースを活用した社員向け美術鑑賞を定期的に開催し、社員への啓発や文化活動への理解を深めた。[印刷 | 東京]
- ◎ 社員においてもユニバーサルマナー検定受講など自己啓発にも繋がっている。[その他金融 | 東京]
- ◎ 社員のボランティア精神の醸成。[機械 | 愛知]
- ◎ これまで以上に社員から支援イベントへお得意先などを招待したいとの声が多く聞かれた。[食料品 | 新潟]

## 事例紹介 [01]



活動年数:2022年～

活動地域:国内全域

<https://tokyowo.art/>



社員の芸術体験と音楽家との交流



空間演出と音楽の融合

企業名 **株式会社モデュレックス** [電気機器 | 東京]

メセナ活動 「一般社団法人 東京女子管弦楽団」への支援

2022年6月にモデュレックスが社会貢献の一環として設立した「一般社団法人 東京女子管弦楽団」は、日本で初めての女性だけで構成されるクラシック芸術音楽を提供するプロフェッショナルオーケストラです。日本の音大卒業生の男女比率は約8割が女性、約2割が男性という構造ですが、メジャーなオーケストラとなると女性の割合は3～4割にとどまります。また、女性はライフサイクルの変化により、自身の意に反して活動を継続できないことも多く、本来、音楽は性別も年齢も国籍も越えるといわれていますが、男性社会であるというのが現状です。

その現状を聞いた当社は、少しでも彼女たちのお役に立てればと、同楽団を設立し、演奏機会の創出に注力してきました。冠スポンサーとして半年に1回のオーケストラによる定期公演、月に1回の室内音楽会を開催し、社員とお招きした外部のお客様が同楽団の生演奏に耳を傾け、交流を深めています。演奏機会の創出とともに芸術文化に対する社員教育の場にもなっているほか、当社が追求する空間演出を表現する場にもなっており、相乗効果を生んでいます。

## 事例紹介 [02]



活動年数:2017年～

活動地域:国内全域

<https://www.dydo.co.jp/sustainability/activity/dan-iku-kyouiku.html>



企業名 **ダイドーグループホールディングス株式会社** [食料品 | 大阪]

メセナ活動 「地域ダンス」の創作を通じて地域を深く学び、  
自尊感情を育むプログラム  
踊育(だんいく)ーキャリア教育プログラムー

DyDoでは、2017年より「踊育(だんいく)ーキャリア教育プログラムー」を実施し、これまで92校6,870名の子どもたちに本プログラムの提供を行ってきました。

本プログラムは、地域伝承の踊りに秘められた歴史の学習と踊りの実践を通し、踊りに由来する地域の歴史や文化を学び、踊りの所作をダンスに取り入れた「地域ダンス」をグループで創作する過程で、地域に対する誇りと愛情、コミュニケーション力と自尊感情を育むことを学習目標としています。

プログラムの流れとして、まずリズムダンスを学んだのち、地域の方から地域伝承の踊りの歴史・文化やその踊り方を学び、学習したことをダンスで表現する創作活動に地域の方にも協力していただきながら取り組みます。

その結果、子どもたちが地域の方と交流しながら自分が生まれ育った地域の歴史や文化、人の魅力に気づきながら地域コミュニティの活性化と地域文化の継承に貢献します。

今後も「こころからだに、おいしいものを。」提供する企業として、豊かで元気な社会づくりに貢献してまいります。

## 事例紹介 [03]



活動年数:1992年～

活動地域:大分県

<https://oita-kenshin.co.jp/art/>



展示会場の様子



表彰式の様子

企業名 **大分県信用組合** [その他金融 | 大分]

メセナ活動 「けんしん美術展」の取り組み

大分県信用合では大分県の美術活動の振興を目的として、1992年から「けんしん美術展」を開催し、2023年には第32回を迎えました。大分県内では学生からご高齢の方まで幅広い層の方々から支持をいただき、秋を彩る美術展です。2014年には「第51回全国信用組合大会」にて「社会貢献表彰」を受賞しました。

大分県美術協会会長をはじめ、3名の審査員が審査をし、大賞や各賞を選定します。また当組合の顧客組織である「けんしん同友会」提供の「けんしん同友会賞」は、若手作家の発掘・育成を目的として2017年に制定されました。近年では高校生・大学生の出展者も増え、美術展の若返りに貢献すると同時にベテラン作家への刺激ともなっています。

歴代の大賞作品は、当組合が購入し、通常は本店3階の役員室に展示していますが、2020年に別府市美術館にて「けんしん美術展特別展」を開催し、初めての公立美術館での展覧会となりました。それ以外にも大学のギャラリーホール、民間のギャラリーなどでも、過去のけんしん美術展の大賞作品の貸し出し展示を行い、県内作家の作品と県民の出会いの場を創出しています。

## 事例紹介 [04]



活動年数:2022年～

活動地域:兵庫県

<https://www.yodoko-geihinkan.jp/>



館長からデザインや建築思想などの説明を受ける子どもたち



3階和室での図工作品展の様様

企業名 **株式会社淀川製鋼所** [鉄鋼 | 大阪]

メセナ活動 **重要文化財「ヨドコウ迎賓館」の運営と子どもたちの学びの場としての活用**

淀川製鋼所は、社会貢献活動の一環として、近代建築3大巨匠の一人であるフランク・ロイド・ライト設計のヨドコウ迎賓館(旧山邑家住宅)の保存と一般公開を行っています。近年では、一般公開以外の活用にも積極的に取り組んでおり、地域イベントとの連携や学びの場としての活用にも注力しています。

一例として、2022年度より近隣の芦屋市立山手小学校と連携し、5年生を対象に当館を題材とした図画工作の授業を実施しています。これは、次代を担う子どもたちの文化財への関心を高め、文化財を守る心や豊かな感性を育むこと、また、フランク・ロイド・ライトの特徴ある建築様式やデザインに触れることで、自由な発想を生み出す力を育むことを目的としています。授業では、ライトの「建築思想」を体感した子どもたちが思い思いの発想で建築物の模型をつくります。それらの図工作品展も当館で開催され、子どもたち自身でポスターを作成し、展示の方法などを考えて、保護者・家族や市民にお披露目されます。

今後もヨドコウ迎賓館を学びの場としても活用し、地域の子どもたちとかわる活動に取り組んでまいります。

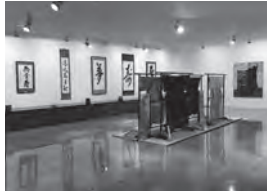
### 事例紹介 [05]



活動年数:1998年～

活動地域:愛媛県

<https://www.miuraz.co.jp/miurart/>



「めおと展～天よりふたたび」



「えひめ工芸作家展」解説会の様子

企業名 **三浦工業株式会社** [機械 | 愛媛]  
メセナ活動 **ミウラート・ヴィレッジ(三浦美術館)**

ミウラート・ヴィレッジ(三浦美術館)は、ミウラグループ創業者の三浦保が地域の人々へ良質な美術品を紹介したいとの想いで、自作の陶板画や自身が蒐集した美術品を展示する美術館として開館しました。芸術家でもあった三浦保は、社員教育にも心血を注いでおり、研修所の隣に美術館を建設することで、より多彩な社員の教育環境もつくり上げました。2022年に5年ぶり2度目の開催となった、創業者夫妻を紹介する「めおと展」では、三浦保が独自の技法で制作した陶板画や自作の茶器、書などとともに、夫同様、美術品への慧眼があった妻の昭子が蒐集し愛用した着物や帯を展示。毎年恒例の「えひめ工芸作家展」は、地元作家が作品を継続して発表する機会をつくることで、郷土工芸の発展の一助となることを願っており、作品解説会や公開制作は、地域の人々と作家の交流の場となっています。また、地域の芸術や美術教育を担う愛媛大学教育学部美術専攻の卒業制作発表の場として、2004年から会場を提供しています。今後も愛媛の一企業として、地域に開かれた美術館を目指して活動していきます。

### 事例紹介 [06]



活動年数:1986年～

活動地域:岩手県

<https://sekinoichi.co.jp/museum/>



博物館前に設置された鳥居型門松



いちのせき文学の蔵内部

企業名 **世嬉の一酒造株式会社** [食料品 | 岩手]  
メセナ活動 **酒の民俗文化博物館・いちのせき文学の蔵の運営と地域伝統文化の伝承支援**

世嬉の一酒造は1986年に仕込み蔵だった土蔵を改装し、「酒の民俗文化博物館」を開館しました。その活動の一環として地域の文化の継承をお手伝いしており、そのひとつとして江戸時代に始まったといわれる、鳥居型の門松の再現活動があります。鳥居型門松は、1980年代には作り方を知る方が少なくなり、途絶えることが危惧されました。しかし再現する活動を続け、報道にも取り上げられたことにより、地元で継承の機運が生まれ、「伝統門松伝承会」が発足。毎年12月15日、地元の方々に鳥居型門松を博物館前へ設置していただき、活動が続いています。鳥居型門松の復元はその本家といわれる仙台でも広がってきています。また一関はゆかりの文人も多く、1990年ごろ、そのご縁から文学館をつくらうとする市民活動が始まりました。島崎藤村や井上ひさし氏が滞在したことがある当社も、郷土の作家による講演会「十人の作家ふるさとを語る」や「井上ひさし日本語講座」などのお手伝いをし、2006年「いちのせき文学の蔵」が開館しました。現在も蔵の一部をお貸しするとともに、事務局をお引き受けし、一関ゆかりの作家を紹介する同文学館を運営しています。

## 2023年度調査結果

# 6

## メセナ活動内容

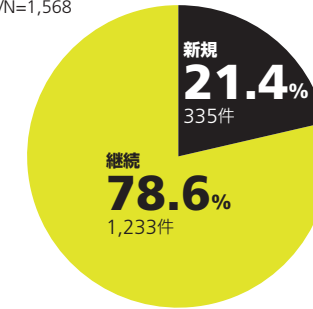
### 継続活動が前年度より増加(+189件)

総活動数は1,568件で前年度調査の1,379件より189件増加した。継続活動が8割程度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。

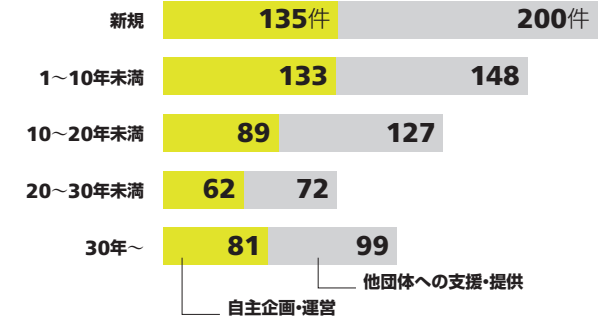
「自主企画・運営」は221社で3年前と同数だった。一方「他団体への支援・提供」は236社で3年前の267社に比べ31社減少した。

新規/継続 | 実施件数ベース  
SA/N=1,568



### 新規/継続年数の内訳

SA/N=1,146

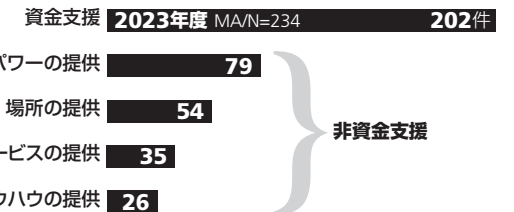


### メセナ活動の手法 | 企業数ベース | 3年前との比較

2023年度 MA/N=351



### 他団体への支援・提供の内訳



2020年度 MA/N=375





## 音楽と美術が大多数

活動分野は、「音楽」と「美術」の割合が高い傾向が続いている。

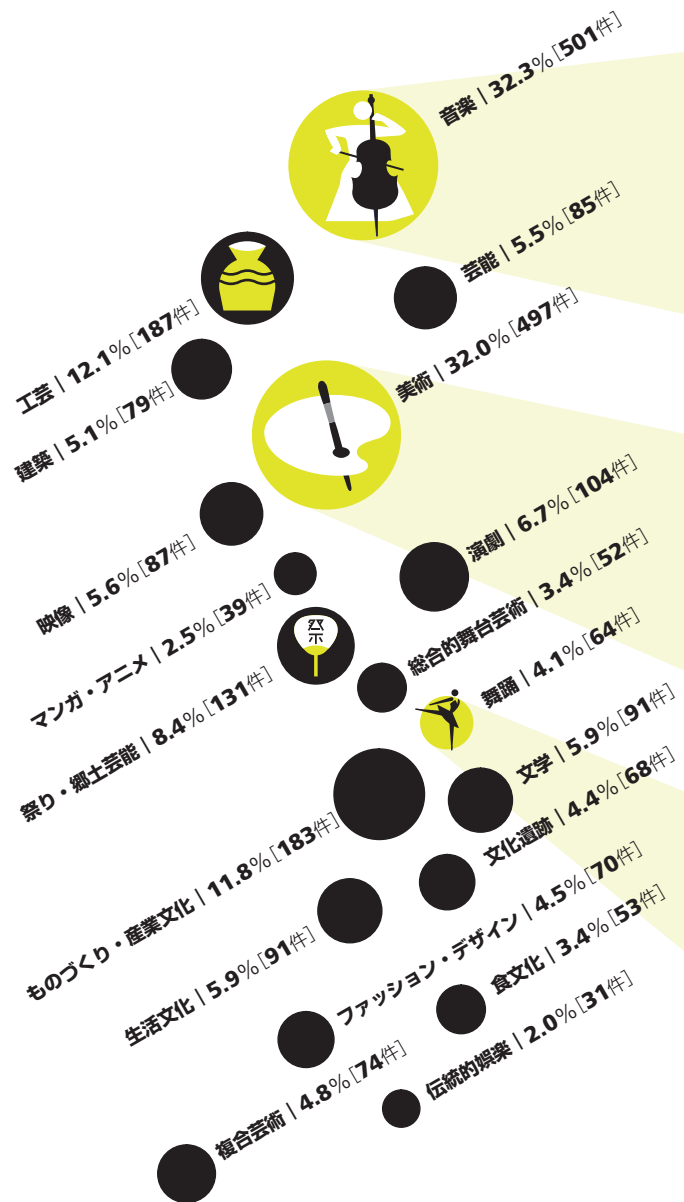
また、企業が本業を生かしたメセナ活動として取り組む事例が多いことが想定される「ものづくり・産業文化」が近年伸びており、2023年度調査は11.8%となった。

活動分野の詳細について、音楽分野では、「クラシック音楽」の割合が最も高く、「オーケストラ」が続いた。

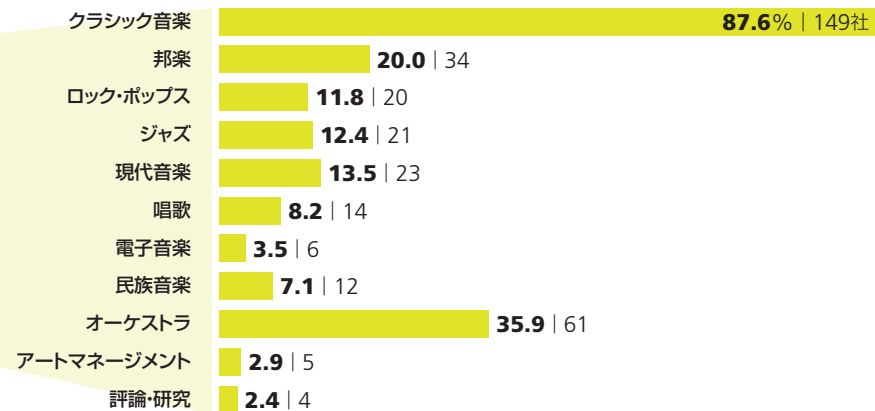
美術分野では、「現代美術」の割合が最も高く、「日本画」、「洋画」が続いた。

舞踊分野では、「バレエ」の割合が最も高かった。

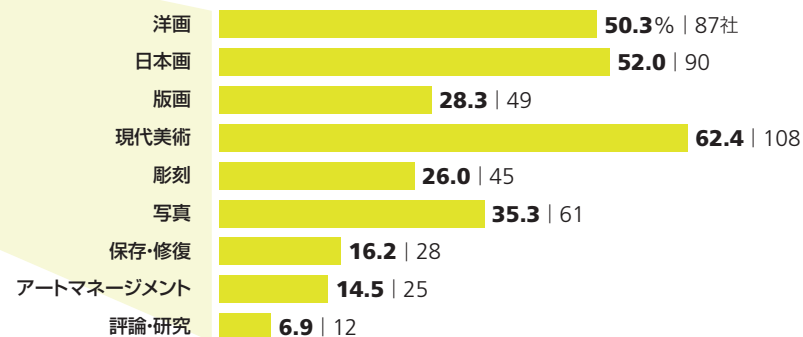
活動分野 | 実施件数ベース  
MA/N=1,551



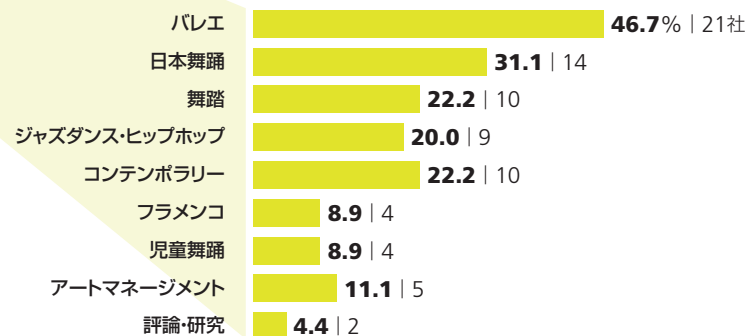
音楽分野詳細 | 企業数ベース  
MA/N=170



美術分野詳細 | 企業数ベース  
MA/N=173



舞踊分野詳細 | 企業数ベース  
MA/N=45



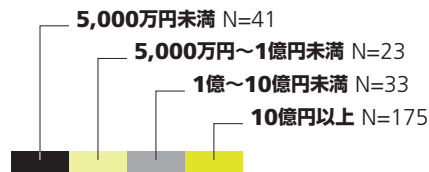
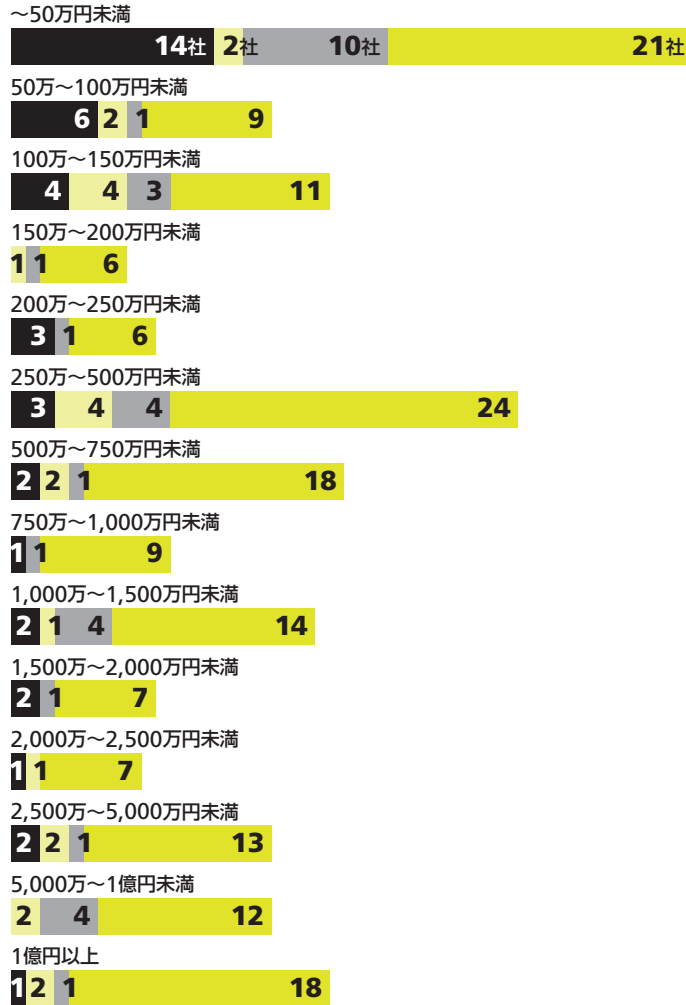
# 7 活動事業費

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

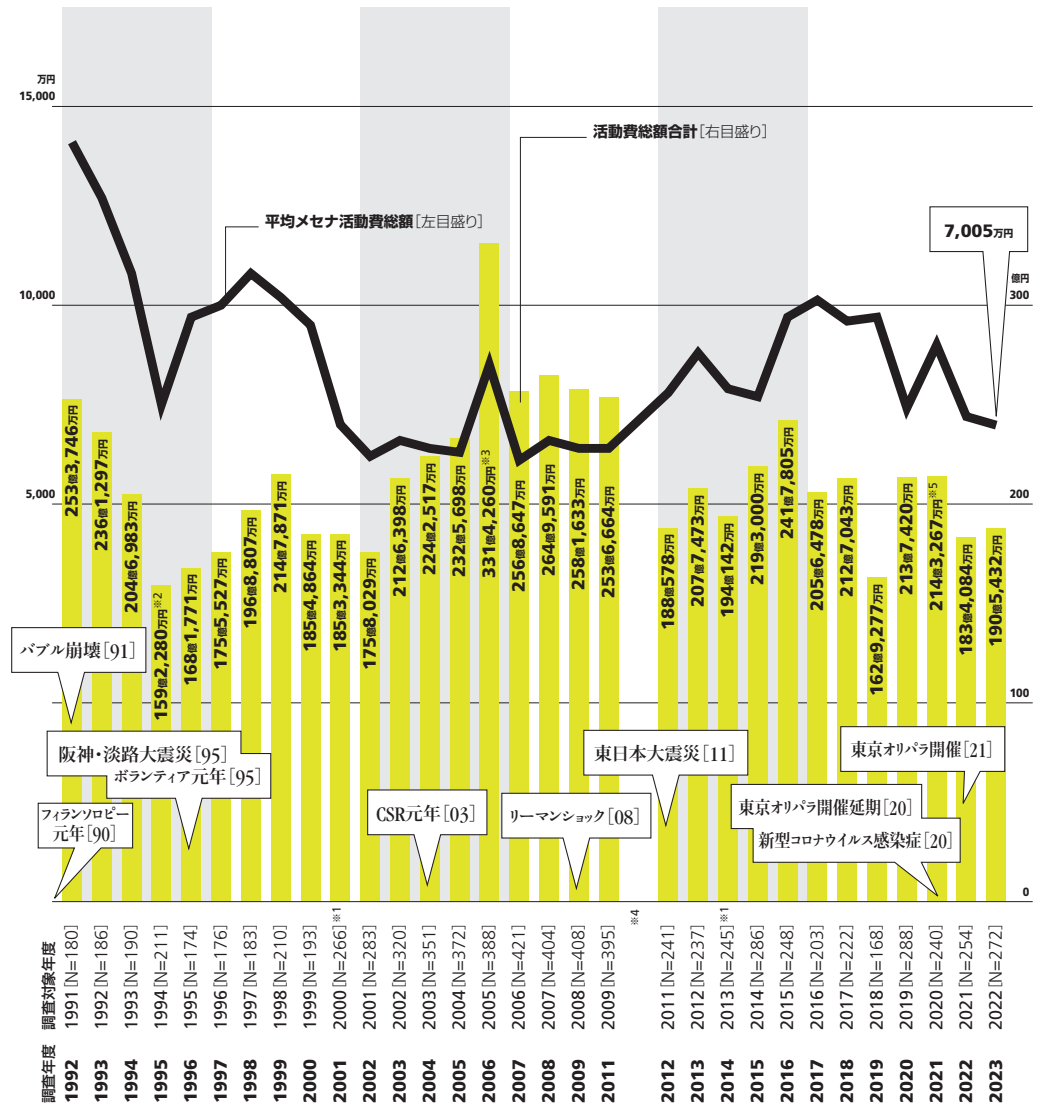
活動費総額は  
190億5,432万円

メセナ活動費総額は、前年度より増加し約190億円となった。1社平均額は7,005万円となり、減少している。

## 企業のメセナ活動費総額 | 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. 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

## 2023年度調査結果

# 8

## 予算策定方法

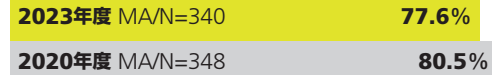
[自由回答欄より抜粋および適宜編集]

予算策定の理由付け・根拠は、「前年度含む過去実績」が最も高かったが、3年前と比べ、2.9ポイント低下した。続く「地域への影響／貢献度合い」は、40.9%となり、3年前より7.3ポイント上昇した。「経営方針」、「宣伝効果／ブランド価値向上」などの項目でも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読み取れる。

自由記述からは、様々な指標を組み合わせた方法も見られた。

## 予算策定方法 | 企業数ベース | 3年前との比較

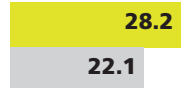
前年度含む過去実績



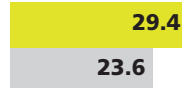
参加者数



経営方針



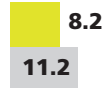
宣伝効果／ブランド価値向上



地域への影響／貢献度合い



その他



- ◎ 社会貢献活動の基本理念の考えに合致しているか。[建設 | 東京]
- ◎ 社会貢献方針との親和性など。[電気機器 | 東京]
- ◎ 支援先の活動方針。[情報・通信 | 東京]
- ◎ 企画団体の要望と自社の過去実績等を考慮し決定。[食料品 | 兵庫]
- ◎ 団体で企画する事業による。[食料品 | 岩手]
- ◎ 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]
- ◎ 基金総額の運用に基づく金額。[銀行 | 神奈川]

## 2023年度調査結果

# 9

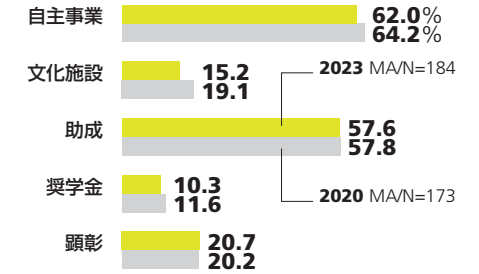
## 財団の回答分析

### 自主事業と助成

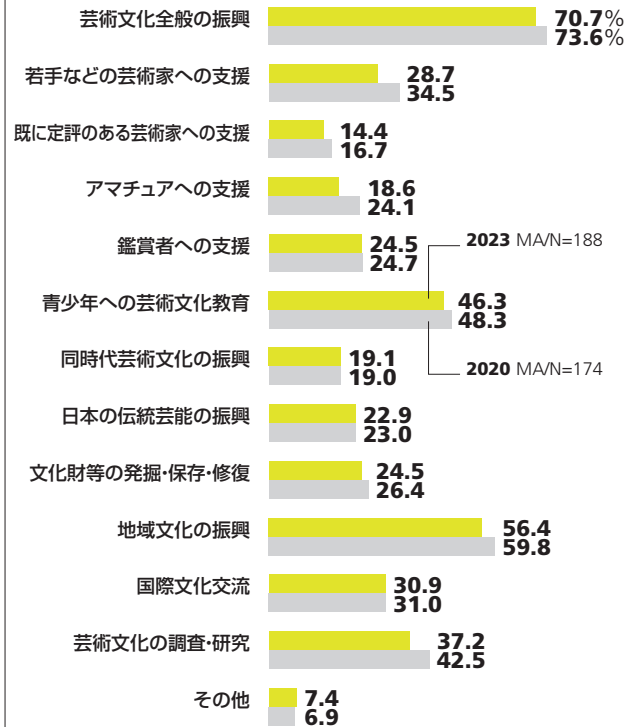
プログラムタイプについては、3年前と同様に「自主事業」と「助成」の回答割合が高かった。

事業目的・重視点は、「芸術文化全般の振興」が約7割と最も高かった。次いで「地域文化の振興」が6割近くとなり、企業の回答と同様に、地域を重視する傾向が見える。

## 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





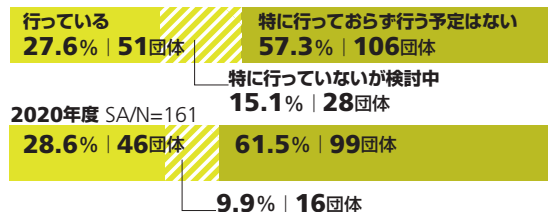
事後評価については、「行っている」の割合は3年前とほぼ変わらなかったが、「特に行っていないが検討中」が5.2ポイント伸び、「特に行っておらず行う予定はない」が4.2ポイント下がった。

● 事後評価の観点とは、3年前同様に「妥当性」が最も高く、「社会的意義」、「達成度」が続いた。3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、3年前と同様に「参加者数」が最も高く、「参加者アンケートによる反響、感想など」、「担当者による振り返り、エピソード評価」が続いた。いずれの選択肢も回答割合が3年前に比べ高くなっており、事後評価の手法の多様化が見られる。

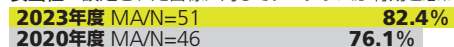
### 事後評価の有無 | 3年前との比較

2023年度 SA/N=185



### 事後評価の観点 | 3年前との比較

妥当性：設定された目標に対してプログラムが有効と思われるか



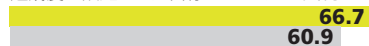
経済性：目標を達成するために必要最小限のコストか



効率性：投入された経営資源に対する最大の成果が出ているか



達成度：設定された目標をどのくらい実現できたか



社会的意義：プログラム実施によって、社会に対する効果・影響があったか

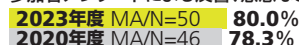


その他



### 事後評価の手法 | 3年前との比較

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



パブリシティ等メディア掲載



第三者による評価



参加者一人当たりのコスト



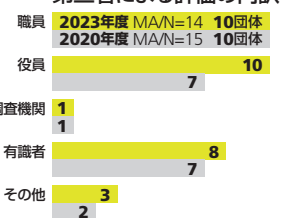
受益者への継続した追跡調査を実施



その他



### 第三者による評価の内訳



事後評価の活用では、「次年度のプログラム策定に生かす」の割合が最も高かった。また、「団内外理解を得るために役立っている」が伸びており、内外の理解を得るために事後評価を活用する傾向の強まりが読み取れる。

● 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」が最も高く、「地域や社会にプラスの変化が起きた」が続いた。また、3年前と比べ「宣伝効果があった」が7.9ポイント、「職員の啓発につながった」が5.5ポイント、「支援した対象者のステップアップの一助となった」が5.1ポイント上昇した。

### 事後評価の活用 | 3年前との比較

次年度のプログラム策定に生かす



業務の効率化を図る等の目安とする



団内外理解を得る為に役立っている



CSRレポート掲載等で団外広報している



活用していない

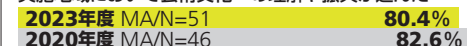


その他



### メセナ活動の成果 | 3年前との比較 [事後評価している財団]

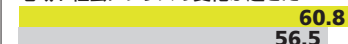
実施地域において芸術文化への理解や振興が進んだ



支援した対象者のステップアップの一助となった



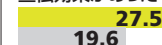
地域や社会にプラスの変化が起きた



地域での財団のブランドが向上した



宣伝効果があった



顧客開拓・サービス向上につながった



財団の技術を活用、本業へフィードバック



職員の啓発につながった



職員理解が深まり、一体感の醸成



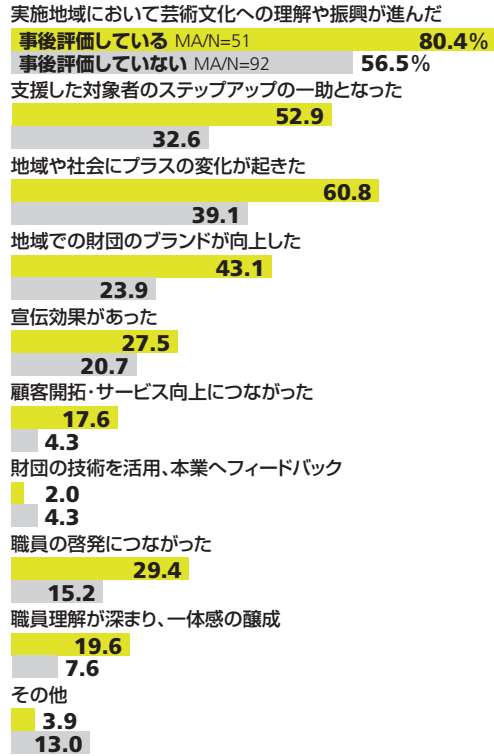
その他



2023年度調査では、活動の成果について、事後評価をしていない団体へも設問を設定したところ、「実施地域において芸術文化への理解や振興が進んだ」など、事後評価の有無に関わらず、活動成果として挙げられた。事後評価しているグループのほうが全般的に各項目の割合が高かった。

事業分野では、財団も企業同様、美術と音楽の割合が高い。

## メセナ活動の成果 | 事後評価している回答グループと事後評価していない回答グループの比較



## メセナ活動の成果 [自由回答より抜粋し編集]

### 地域

- ◎ 機関誌発行、展示、コンサートを通じて、地域文化・歴史等を紹介するとともに、郷土ゆかりの画家・工芸家や新進音楽家の発表の場をつくることにより、多くの方々に地域の文化・芸術に触れ、興味を持っていた。[茨城]
- ◎ 開催地自治体が、その後自主事業のコンサート開催に繋げたり、この公演をきっかけに演奏家との関係が生まれ、後日再びコンサートが開催される等、地域の音楽を楽しむ風土の醸成に繋がっている。[東京]
- ◎ 助成活動については、行政・自治体から市民団体等へ当財団にお願いしてみたら…というようなご案内もいただけるようになり、行政・自治体から感謝される機会も増えてきている。また、当財団の情報交換会などで、市民団体同士のネットワークもできつつある。[岡山]

### 支援対象者のステップアップ

- ◎ 支援アーティストが国際コンクールで受賞。[東京]

- ◎ 地元アーティストのイベントでの演奏機会を提供できた。[佐賀]

### 自社・財団の認知度向上

- ◎ 当館のメセナ認定が地元新聞に取り上げられ活動内容を周知。[静岡]

- ◎ パブリシティ等メディアの注目度の高まり。[岡山]

### 社員・職員啓発 / 社員・職員理解

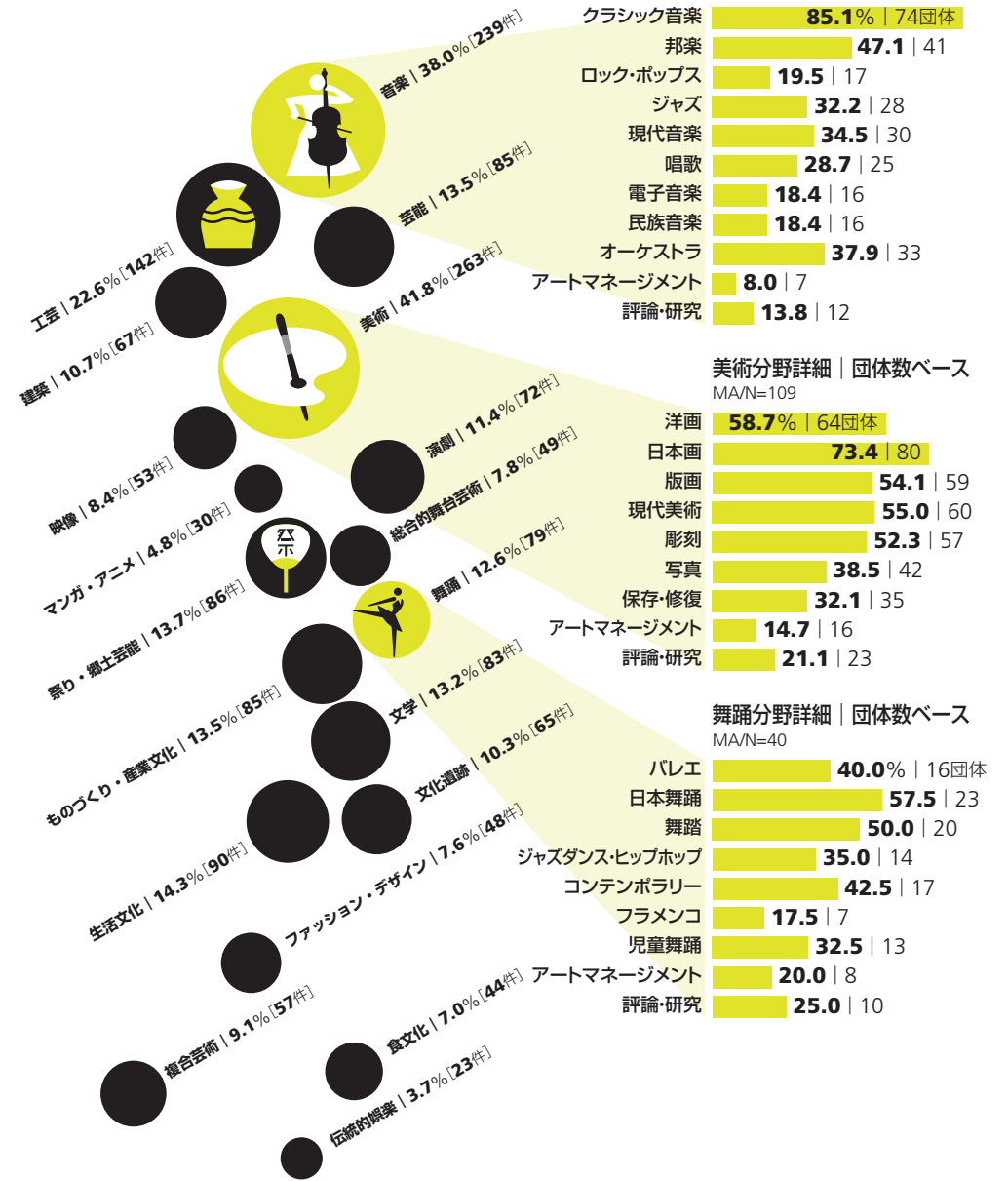
- ◎ 新入社員研修会で時間をもらい、企業メセナと当財団の役割を説明。併せて当財団の受賞者によるミニ演奏会を実施し、芸術に触れる機会を作り「初めて生のクラシックに触れる機会を得て、良かった」との感想が複数あった。[北海道]

### その他

- ◎ 演奏会を開催し、市民の皆様楽しんでいただいた。ネットでのチケット販売に変更したことにより、集客数が増加した。[兵庫]

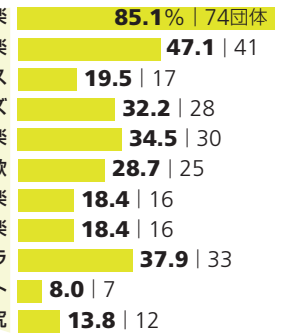
## 事業分野 | 実施件数ベース

MA/N=629



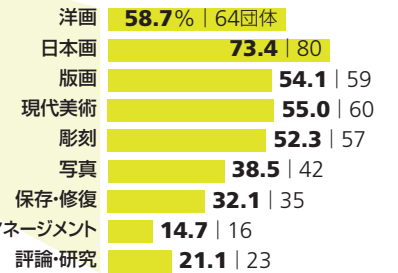
## 音楽分野詳細 | 団体数ベース

MA/N=87



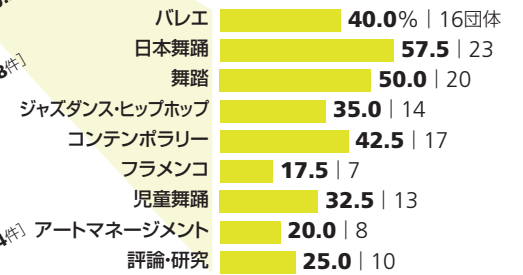
## 美術分野詳細 | 団体数ベース

MA/N=109



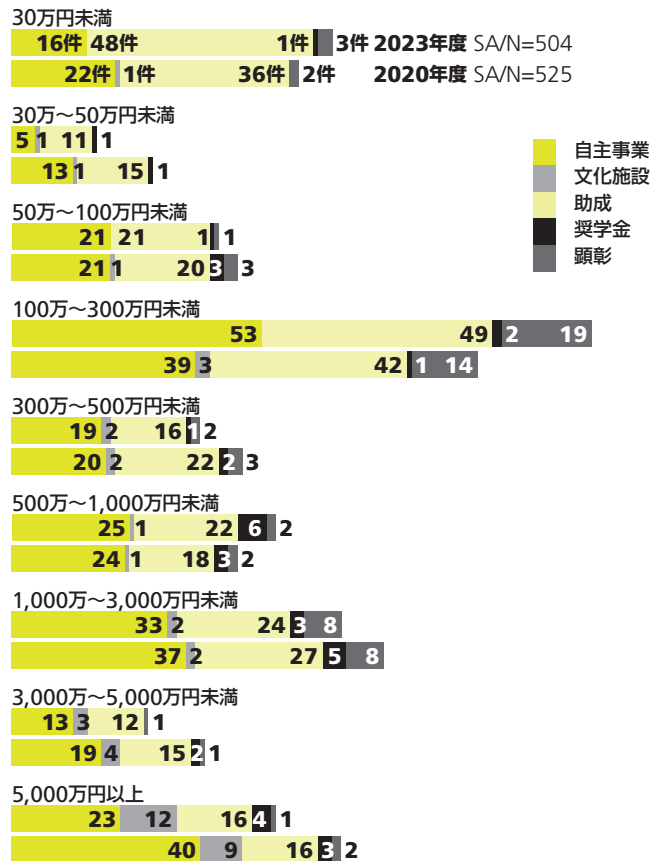
## 舞踊分野詳細 | 団体数ベース

MA/N=40



活動1件あたりの事業費は、3年前同様、「100万～300万円未満」が最多となった。

### 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



自主事業  
文化施設  
助成  
奨学金  
顕彰

### 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.mecenat.or.jp/ja/research\\_top/mecena\\_associate\\_report](https://www.mecenat.or.jp/ja/research_top/mecena_associate_report)  
協議会アソシエイト  
[https://www.mecenat.or.jp/ja/research\\_top/kyogikai\\_mecena\\_associate\\_report](https://www.mecenat.or.jp/ja/research_top/kyogikai_mecena_associate_report)  
2023年度研究レポートは、2024年5月頃公開予定です。

### 時事設問

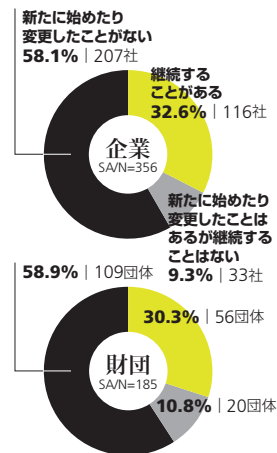


#### 新型コロナウイルスによるメセナ活動の変化の有無と継続意向について

[自由回答欄より抜粋および適宜編集]

企業・財団とも約3割が、新型コロナウイルス感染拡大後、新たに始めたことや変更したことがあり、今後も継続する、と回答した。

#### 新型コロナ後のメセナ活動の変化



「コロナ禍から得られた気づき」の自由記述からは、リアルでの交流の重要性が再認識されるとともに、オンラインを活用する、遠隔地や移動が困難な人に向けた配信、業務の効率化、SNSによる情報発信などのメリットを挙げる記述も多かった。また、自社の活動のスキームや提供価値を見直し、コロナ禍の影響を強く受けたアーティストの幸福や権利についての問題提起もあり、企業メセナとその取り巻く環境について、考察が深まった様子も読み取れる。

### コロナ禍の気づき | リアルの重要性の再認識

[企業]

- ◎ 配信よりもホールで演奏家の演奏を生で聴くほうが、感動もあり、活動の意義を実感する。[情報・通信 | 東京]
- ◎ オンライン開催されていたイベントが、リアル開催に戻ってきており、交流においてはリアルに勝るものはないと感じた。[電気機器 | 千葉]
- ◎ 支援対象事業がオンライン化されたが、やはりその場にいることで感じられることがあると改めて感じた。[電気機器 | 京都]

[財団]

- ◎ コロナ禍により贈呈式などを実施できなかったが、今年再開できたことで助成団体同士の交流機会の重要性を再認識した。[山形]
- ◎ 生の音楽や演奏に触れてもらい、お客さまと演奏家が直に交流することが、弊財団のメセナ活動の基本であると改めて感じています。[東京]

### コロナ禍の気づき | オンラインの活用や情報発信方法の見直し

[企業]

- ◎ 東京に来ることができない方へ良質な音楽を届ける手段として引き続き展開していく。[食料品 | 大阪]
- ◎ オンラインは臨場感には欠けるものの機動力の高さには感心する。今後もリアルとの棲み分けを考慮しながら活用したい。[食料品 | 大分]
- ◎ ホームページの充実、SNS活用は、今後も継続していく予定。[化学 | 東京]
- ◎ Webサイトを充実させることで、より幅広い層と接点を持つことに気づいた。[化学 | 東京]
- ◎ コロナ禍の打ち合わせでオンラインを導入した。オンラインでも必要事項が網羅でき、お互いの負担が減る事が分かり、継続している。[卸売 | 東京]
- ◎ 自社主催の定期コンサートにオンラインチケットサービスの導入を検討。非接触型受付にすることで、受付の簡略化を図る。[電気機器 | 東京]

[財団]

- ◎ オンライン配信を始めた結果、遠方の方の申し込みも多数いただきました。会場での講座と並行してオンライン配信も継続して実施しました。[東京]
- ◎ 閲覧利用の予約制導入により、より利用者のニーズを深掘りした資料を提供出来るようになった。[東京]
- ◎ オンラインを有効活用したイベントを推進したい。オンライン、SNSでの情報発信を強化したい。[東京]
- ◎ オンラインでの海外との打ち合わせが身近になった。[東京]

### コロナ禍の気づき | 活動の価値やスキームの見直し・問題提起

[企業]

- ◎ 感染防止対策として入場制限を始めたが、結果的にお客様にゆとりと楽しんで頂く事ができた。コロナ収束後も団体受け入れを原則不可とし、混雑時の入館制限を継続している。[食料品 | 京都]
- ◎ 会場の席間にゆとりをもたせることで価値観が変わる。値段が高くとも鑑賞環境の良い席を望む方が多い。[サービス | 山梨]

[財団]

- ◎ コロナ禍の芸術文化活動の停滞を受け、アーティストたちは一旦立ち止まり、自らの社会的な立ち位置についてより意識的になったように感じる。なぜアーティストは、社会の一員として、平均的な支払いやウェルフェアの恩恵にあずかれないのかという問題意識がより広く共有されるようになったように思う。もっとこの問題についても社会が真剣に取り組むべきではないだろうか。[大阪]
- ◎ コロナ禍により急遽帰国した海外在住アーティストの居場所として当施設を有効活用することができた。海外を拠点とする方にとっても拠り所となる施設の在り方について考えるきっかけになった。[神奈川]





## 障がい者の文化芸術活動の支援状況について

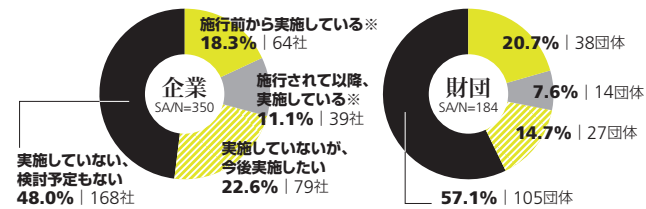
[自由回答欄より抜粋および適宜編集]

障がい者の文化芸術活動の支援状況について、企業では、「実施している」または「今後実施したい」の回答割合が5割強となった。

企業の支援活動の内容をみると、「鑑賞／発表の機会の拡大」や「関係者の連携協力」、「文化芸術活動を通じた交流の促進」などの割合が高かった。

自由記述では、「施設のバリアフリー化」、「鑑賞をソフト面でサポートするサービス提供」、「アートコンテストの開催」などの記述が多かった。また企業では、作品の販売などを通じた新たな価値創造への取り組みが進んでいる。多様性を認めることの大切さについての記述も多く、社会包摂的なメセナ活動も広がっている。

## 障がい者の文化芸術活動の支援状況 | 企業数／団体数ベース



※平成30年施行「障害者による文化芸術活動の推進に関する法律」

## 支援活動の内容 | 企業数ベース ※自由記述をもとに集計

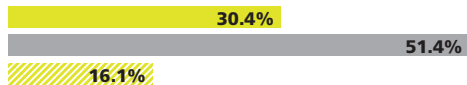
### 鑑賞機会の拡大



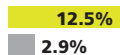
### 創造機会の拡大



### 作品発表の機会の拡大

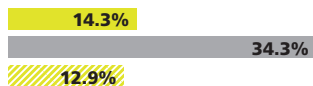


### 芸術上価値が高い作品等の評価



### 0.0%

### 芸術上価値が高い作品等の販売等に係る支援



### 文化芸術活動を通じた交流の促進



### 人材の育成



### 0.0%

### 関係者の連携協力



※支援活動の内容は、「障害者による文化芸術活動の推進に関する法律」が定める11の施策とした。なお、11の施策のうち、「権利の保護」、「相談体制の整備」、「情報の収集」については、同法の内容にそった自由記述はなかったため、上記グラフでは非表示とした。また、11の施策にあてはまらない「検討中」などの自由記述は「その他」として集計し、上記グラフでは非表示とした。

## 記述回答:「施行前より実施している」と回答した企業・財団

### 【企業】

◎ ホールにおけるユニバーサルデザイン設備対応の充実(車いす観覧スペースの設置、オストメイト対応トイレ設置など)。障がい者割引制度や障がい者のための公演の実施など。[食料品 | 大阪]

◎ 聴覚障がい者向けに身体で聴いて楽しめる定期コンサートを開催。主催者から外部コンサートや機材貸出で聴覚障がい者招待枠を頂いて、体感音響システムを設置し、聴覚障がい者の皆さまに音楽を体感していただく活動をしています。[電気機器 | 東京]

◎ 自社主催コンサートへ目の不自由な方々100名以上をご招待。事前に講習を受講した社員ボランティアが会場案内やトイレ介助などを行っている。また、地域の方向けのコンサートでは、アイマスクをして演奏を鑑賞する「視覚にたよらない体験」や「視覚障がいや盲導犬について知る講座」など、楽しみながら多様性にふれ、必要に応じて「声かけ・サポート」ができるよう、自ら行動するきっかけとなることを目指している。[サービス | 東京]

◎ 福祉事業所、クリエイターやメーカー、NPO、プランナーなど、たくさんの人が関わるものづくりを通して、だれもがボーダーなくつながる未来を目指しています。[小売 | 兵庫]

◎ 近年では現地に足を運べない方へのコンサートの映像配信が行われている。[電気機器 | 京都]

◎ 手話通訳、鑑賞支援サービス(字幕・視覚支援眼鏡・音声ガイド)の導入。[その他金融 | 東京]

◎ 食に関するテーマで自由に表現してもらった絵画コンクールを実施。テーマ選定にあたり、誰でもイメージしやすく分かり易い言葉選びを意識している。活動の幅の広げ方が今後の課題。[食料品 | 福岡]

◎ コンサート(特別支援学校への訪問開催、音楽ホールへの招待開催):事前に学校の要望をヒアリングし、プログラムを決定。[不動産 | 東京]

### 【財団】

◎ 養護学校などで演奏会を行っている。[北海道]

◎ 障がいのある方の活動に対して、助成金の支援。[青森]

## 記述回答:「施行されて以降、実施している」と回答した企業・財団

### 【企業】

◎ 東京都江東区の障がいがある方々が描いたアート作品で街を盛り上げるイベントに金銭的協賛及びボランティア参加を行っている。[建設 | 東京]

◎ 障がい者アートの展示会を実施。地域商社や企業と連携して障がい者アートの商業化のアシストを行っている。[銀行 | 大分]

◎ 障がいがあるアーティストの作品を自社技術で価値化、ビジネス利用を促進することで障がい者アートの鑑賞、参加、創造を支援。[その他製品 | 東京]

◎ 障がい者の方が制作したアートをリース形式で調達し、社内に展示。また、分譲マンションにおいて同様のスキームにて共用部にアート展示した物件もあり。[不動産 | 東京]

◎ 建設現場の仮囲いに障がい者アートを活用し、無機質な工事現場の壁を華やかに彩るプロジェクトに参加。[小売 | 愛知県]

◎ 知的障がいのある子どもたちも鑑賞できるコンサートを今年度初めて実施。演奏中の出入りは自由、オーケストラピットにカーペットを敷き、自由な格好でコンサートを鑑賞できるように工夫。[食料品 | 北海道]

◎ パラリンアートをサステナビリティレポートの表紙に活用。[その他製品 | 神奈川]

### 【財団】

◎ 大学教育学部の実践実習として、手話を学ぶ大学生と、ろう者、当美術館の学芸員がグループとなり、展示作品を見ながらの対話を試みた。[東京]

◎ 「インクルーシブ」な価値や意味を持つ作品の貸出しを通じて、多様性を尊重し、支え合い、生き生きと暮らせる社会の実現を目指す。「障がい者の作品」としてではなく、すぐれた現代アート作品として扱うことを心掛け、そうした視点を通してインクルーシブな価値の理解を促していく。[大阪]

## 記述回答:「実施していないが、今後実施したい」と回答した企業・財団

### 【企業】

◎ 地元の障がい者による文化芸術活動団体に協力し、場所の提供等を検討。[その他製品 | 島根]

◎ 当社の劇場において、障がい(視覚障がい、聴覚障がい)のあるお客様も観劇を楽しめるようなソフト面の環境整備を検討していきたい。[小売 | 大阪]

### 【財団】

◎ 視力障がい者に向けた触って感じる彫刻展の実施に向けた調査・研究をスタート。[神奈川]

◎ 聴覚障がい者への台本閲覧提供サービスについて、劇場と連携を取り、現在一般利用者からは受け付けていないメール問い合わせなどに対応出来るよう計画。[東京]

## 事例紹介 [07]



活動年数:2016年～

活動地域:国内全域

<https://kuma-foundation.org/>



財団名 **公益財団法人クマ財団** [東京]  
メセナ活動 **クリエイター奨学金事業、活動支援事業**

公益財団法人クマ財団は、「創造性が共鳴し合う、世の中に」をビジョンに掲げ、2016年の設立以来、「クリエイター奨学金」「活動支援事業」を通して、次世代を担うクリエイターの育成に取り組んでいます。「クリエイター奨学金」は、25歳以下の学生クリエイターからジャンルを問わず募集。年額120万円の返還義務がない奨学金を給付し、同世代クリエイターのつながりを創出する合宿や作品の展示機会を提供するなど包括的なサポートも行います。これまで美術・現代アート・テクノロジー・音楽・建築など、29種におよぶ領域の若手クリエイター339名を支援しました。加えて奨学金給付終了後の支援として「活動支援事業」も展開。クリエイターが次のステップへ進むための機会をプロジェクトベースでサポートし、中長期的な支援制度の実現を目指します。30万円から500万円の希望コースを選択し、企画書をベースに選考・採択しており、現時点で計84のプロジェクトの支援を実施しました。また、2022年4月、「クマ財団ギャラリー」をオープン。文化とアートの中心の一つである東京・六本木に、クマ財団が支援するクリエイターの創造性の発表の場を持つことで、若い才能の無限の可能性を社会とつなげています。

## 事例紹介 [08]



活動年数:1983年～

活動地域:静岡県

<https://uehara-museum.or.jp/>



2023年度特別展「伊豆仏に出逢う」



寺院での仏像調査の様子

財団名 **公益財団法人上原美術館** [静岡]  
メセナ活動 **伊豆の仏像調査**

伊豆・下田にある上原美術館の前身の一つである上原仏教美術館は1983年に開館しました。以来40年間、上原美術館では伊豆半島の仏像など仏教文化の継続調査を行っています。松崎町吉田寺の阿弥陀三尊像および毘沙門天像は1987年の当館調査を通じて再発見され、修理後に伊豆を代表する鎌倉仏の一例として、静岡県指定有形文化財となりました。河津平安の仏像展示館の平安仏群26体は近年、当館調査を通じて伊豆諸島の火山活動を契機に造像された説が論じられ、全国的な注目を集めています。こうした調査活動の成果は年1回、秋の特別展において紹介し、展覧会カタログで報告しています。2022年度は特別展『無冠の仏像—伊豆・静岡東部の無指定文化財』を開催。ここで初公開された裾野市茶畑浅間神社に伝わる木造四面女神像(平安時代)は、展覧会開催後に裾野市指定文化財に指定されました。2023年度には特別展『伊豆仏に出逢う』を開催。今後も伊豆半島および静岡の仏教文化の調査を進めてまいります。

## 事例紹介 [09]



活動年数:1994年～

活動地域:群馬県

<https://www.yamato-se.co.jp/company/culture/>



三輪先生(中央)と  
絵本『みえなくなったちょうこくち』  
著者の立木寛子さん(左)の対談



多くの来場がありました

企業名 **株式会社ヤマト** [建設 | 群馬]

メセナ活動 **ギャラリースペースの運営と  
「見えない人、見えにくい人、見える人、  
すべての人の彫刻展—感じる彫刻展—」**

株式会社ヤマトでは、1994年本社ビル新築を機に、1階ロビーにギャラリースペースを設け、地元芸術家に展示会を開催する場所として無償で提供しております。2022年は、目の難病で見えなくなった彫刻家三輪途道氏を中心に実行委員会を立ち上げ、視覚障がい者を対象に、触れて感じる彫刻展を開催しました。前期は三輪氏の作品展、後期は地元作家や地元大学生によるグループ展を開催。期間中、視覚障がい者と晴眼者との交流ができるワークショップや鑑賞会、解説ボランティアのために地元美術館と協力した講習会なども実施しました。例えば、三輪氏と美学者の伊藤亜紗氏との対談「見るって何?」には50名以上が参加し、両氏のトークに魅了されました。当社は、会場の設営や広報、点字ブロックやスロープ、障がい者専用駐車場の設置を行いました。また、会期終了後、一連の活動を三輪氏のグループが報告書にまとめ、全国の障がい者関係団体に送付するお手伝いをしました。参加された方からは、「見えない芸術の鑑賞について、あらためて考えさせられ世界が変わった」などの感想をいただきました。

## 事例紹介 [10]



活動年数:1998年～

活動地域:国内全域・オンライン

<https://www.hyozaemon.co.jp/activity/education1/>



箸知育教室風景



たいとう福祉作業所風景

企業名 **株式会社兵左衛門** [その他製品 | 福井]

メセナ活動 **箸知育教室**

和食が世界の人気料理になる中、日本の伝統的な文化といえる箸使いも世界から注目を集めています。しかし、今や日本で伝統的な箸の持ち方ができる人は、大幅に減少していて、良き文化の継承が途絶えかけているといわれています。このため、兵左衛門は、1998年から箸知育教室を全国各地で開催し子どもたちを中心に箸の知識や正しい持ち方を伝えてきました。持ち方の実技指導に加えて、マイ箸作りの体験教室を交えながら日本の良き伝統文化の継承に努めています。昨年は55回1,540名に講習を行い、そのうち1件30名は福祉作業所の生徒さんを対象に行いました。マイ箸づくりの素材は、野球の折れたバットやバットをつくる際に出る端材を再利用したものを使用。また、兵左衛門では「直接口に入れる道具であるお箸は、特に安心・安全に配慮した素材を使うべきである」という思いから、箸先には古くから日本で使われてきた天然の素材・漆を塗装しています。日本の大切な文化を身につけ、発信できる人材の育成に貢献していきたいと考えています。

## 公益社団法人企業メセナ協議会 会員一覧 [2024年2月29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 [108 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 [株]  
キッコーマン [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] JT B  
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  
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

### 準会員 [28 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] セゾン文化財団  
[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] 八十二文化財団  
[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] 日本経済新聞社  
[株] 日本廣告社  
日本生命保険 [相]  
[株] 日本テレビ放送網 [株]  
[株] ネクシースグループ  
野村ホールディングス [株]  
[株] 白寿生科学研究所  
[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  
東日本電信電話 [株]  
[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] ブルボン  
[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]  
[株] モデルレックス  
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] リクルートホールディングス  
[株] リソー教育  
[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

池田雅則 一花裕一 岩田武司  
大塩量平 尾崎元規 金子貴弘  
後藤謙太 最首孝之 斉藤恵美子  
坂井泰雄 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

### 個人会員 [26名]

※お名前公開可の方のみ掲載

## 2023年度メセナ活動実態調査 [報告書]

# Mécénat Report 2023

2024年3月26日発行

発行人 夏坂真澄

編集人 藤本恭代 | 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。

- 2023年度調査研究部会  
清水慶之 | [株] 朝日新聞社  
天野真一 | キヤノン [株]  
金井 圭 | SOMPOホールディングス [株]

助成：



文化庁文化芸術振興費補助金 [舞台芸術等総合支援事業

(次代の文化を創造する新進芸術家育成事業)]

独立行政法人日本芸術文化振興会

©企業メセナ協議会

本誌掲載記事の無断転用を禁じます。