企業の文化活動促進研究会

最終報告（案）

令和8年10月

企業の文化活動促進研究会

企業の文化活動促進研究会　設立趣旨

- 福井県は、令和６年４月に「福井県文化振興プラン」を策定。今後の文化政策の方向性と重点戦略を明示し、県内の活動者・関係機関・市町との協働による計画的な推進を目指す。
- 同プランにおいては、７つの施策の方向性が示され、その１つに「文化芸術によるクリエイティブな経済の活性化」が掲げられている。
- 近年、企業が行う社会課題の解決の活動の1つとして、企業の自主的な文化活動の企画・実施や、文化活動への支援などが広く行われるようになっている。
- 多様な価値観のもと豊かな福井を築くため、地域社会の一員として企業による文化芸術活動は重要性を増している。
- 令和５年度に実施した県内企業へのアンケートでは、約６割の企業が過去にメセナ活動（企業による文化支援）を行ったと回答しているが、その多くは地域の祭りやイベントへの資金提供であり、企業による主体的な文化活動は少ない状況。
- 県内企業による文化活動を行う意義や効果への理解を促進し、積極的に取り組む企業をさらに増やしていくための仕組みや方策を調査・検討するため、本研究会を設立した。

企業の文化活動促進研究会　構成

座　　長	朝倉　由希	/ 福井県立大学 地域政策学部 地域イノベーション学科 教授
企　　業 （五十音順）	赤石　洋平	/ (株)ジャクエツ パブリックスペース営業課 課長
	武川　泰基	/ (一財)新田塚医療福祉センター 福井総合病院 総務課 副室長
	中島　啓之	/ 三谷セキサン(株) 福井本社　（前　総務部 次長）
	中野　義則	/ 福井信用金庫 理事 営業推進部 部長
	麻内　長史	/ (株)福井銀行 小松支店 支店長 （前　経営企画グループ ブランド戦略チーム チームリーダー）
	牧野　将寛	/ (株)福井新聞社 経営企画局 財務経理部長
行　　政	小西　富美子	/ 福井県 交流文化部 文化・スポーツ局 文化課 課長補佐
経済団体	永田　幸也	/ 福井商工会議所 地域振興部 地域活性・振興課 課長（～R8.3）
	藤井　寿朗	/ 福井商工会議所 地域振興部 地域活性・創生課 課長（R8.4～）
文化団体	佐々木 玲子	/ (公財)福井県文化振興事業団 事業部 部長
事 務 局	前田　幸大	/ 福井県 交流文化部 文化・スポーツ局 文化課 企画主査(～R8.3)
	堂坂　梨乃	/ 福井県 交流文化部 文化・スポーツ局 文化課 企画主査(R8.4～)
	加藤　智也	/ 福井商工会議所 地域振興部 地域活性・振興課(～R8.3)
	菅原　風香	/ 福井商工会議所 地域振興部 地域活性・創生課(R8.4～)
	黒田　光亮	/ (公財)福井県文化振興事業団 ふくい文化創造センター長(～R8.3)
	大石　光紀	/ (公財)福井県文化振興事業団 ふくい文化創造センター長(R8.4～)
	渡邉　一孝	/ (公財)福井県文化振興事業団 ふくい文化創造センター アーツカウンシルディレクター(R7.7～)
	江尻　麻唯	/ (公財)福井県文化振興事業団 ふくい文化創造センター 主任

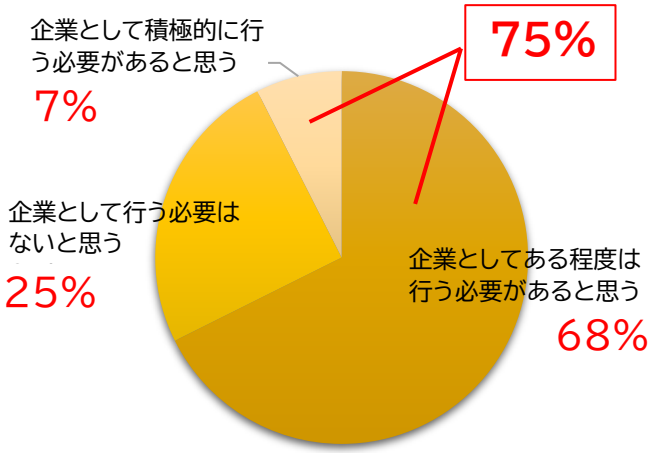
企業の文化活動の現状と課題

- 文化活動の必要性は認識されているものの、実際の取組みにはつながっていない
- 県内企業の行う文化活動の多くは、地域の祭りやイベントへの資金提供（寄付等）であり、文化活動を行う団体との協働や、企業自身による文化芸術事業の企画運営など、企業による主体的な文化活動が少ない
- 文化活動は人的・資金的に余裕が必要というイメージがあり、活動へのハードルとなっている
- 文化活動の意義を学んだり、具体的な事例やアーティストに触れたりする機会が少なく、活動を始めるきっかけが不足している
- 文化活動はトップ経営者の判断に大きく依存しているため、経営層における理解と共感を得ていくことが重要
- 企業が行っている文化活動や、その活動によって生まれている価値が十分に共有・発信されていない

【参考】　令和8年に実施した企業アンケート

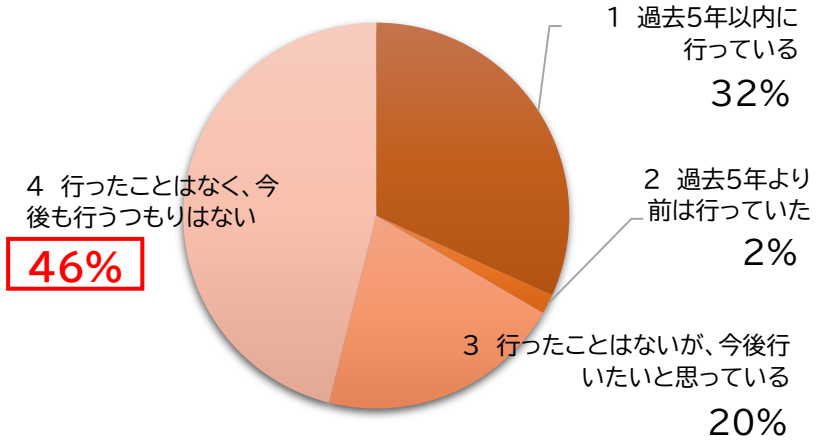
調査対象：県内企業5,815社　　回答数：482件（回収率：8.3%）　調査期間：令和8年2月16日～3月31日

①企業として文化活動を行う必要があると回答した企業は75%



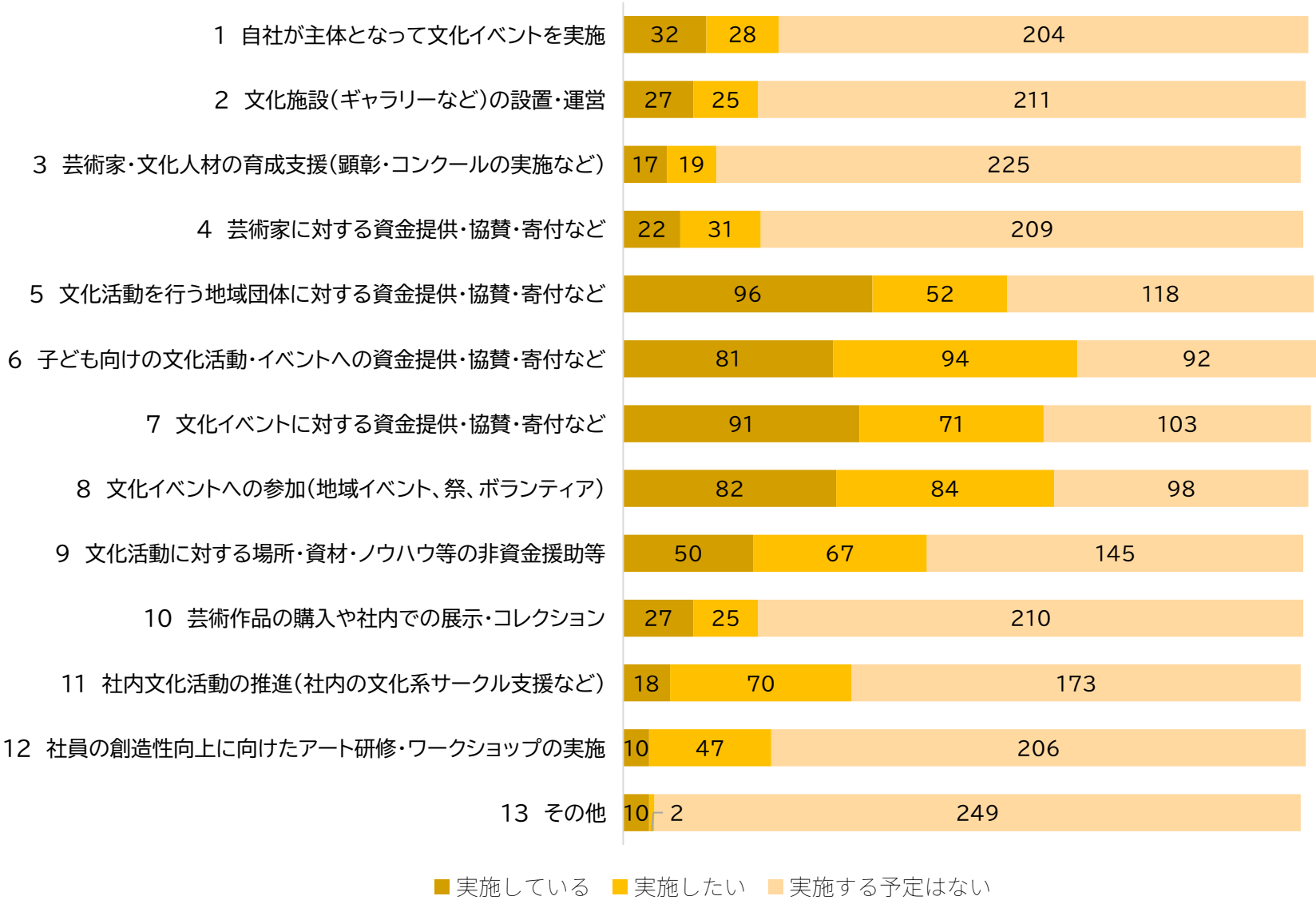
②これまでに文化活動を行った企業は22%、今後行いたいと考えている企業は20%

⇒今後も行うつもりがない企業が約半数



③企業が実施している/実施したい/実施する予定はない　文化活動

県内企業の文化活動は、地域団体・イベントへの協賛や祭りへの参加など、地域貢献的な取組みが中心である。
活動目的も地域との関係づくりや次世代の体験機会、地域活性化などが多く、文化活動が地域とのつながりを深める取組みとして位置付けられていることがうかがえる。



研究会における文化活動の定義

企業の文化活動とは（例示）

活動形態/分類	活動例
主体的な文化・芸術活動	・コンサートや演劇公演、美術展、アートフェスティバル、ワークショップなどを企業が直接開催する ・企業が所有する絵画などの芸術品を、公民館や学校などへ寄付する　など
文化施設の設立・運営	・社屋でギャラリーを運営する （使っていない倉庫を改装、エントランスにギャラリーコーナーを作って開放）　など
顕彰・機会の提供	・顕彰やコンクールの実施 ・企業による奨励賞制度を開設し、文芸術活動を行う団体に奨励金を提供する （例えば、「○○社奨励賞」として、毎年3団体を受賞者とし、3万円ずつ賞金を渡す）　など
資金提供	・NPO、文化団体、芸術家への活動資金や助成金の提供、奨学金給付 ・地域で行われる文化芸術活動や芸術にまつわるイベントへの資金提供 ・歴史的建造物や文化財の保存・活用支援 など
非資金提供 （人材、施設、技術、物品など）	・地域で行われる文化芸術活動や芸術にまつわるイベントに社員を派遣する ・アーティストの制作に使用する廃材などの材料や、文化団体・イベントに空間や物資、 トラックの提供、 作品の運搬・保管、印刷技術やIT技術の提供　など
社員の文化活動奨励 企業文化の醸成	・社員向けのアートワークショップ、社内コンサート、作品展示 ・音楽や美術、茶道・華道、書道などの社内の部活動や、秀でた趣味を持つ社員の活動を社内で周知する ・社員の文化活動を奨励し、活動に必要な道具購入のサポート、休日の活動場所として社屋の開放　など

（作成：企業の文化活動促進研究会）

研究会で整理した方向性

研究会では、課題を踏まえ、企業の文化活動を促進するための3つの柱を整理し、10の提案を取りまとめた

（1）企業や社員に対する意識啓発

・企業が文化活動に取り組む意義やメリットを伝え、経営者をはじめとする幹部に理解を促す方策、資金提供だけではない、企業による主体的な文化活動が必要であることについて理解を促す方策を検討する

（2）文化活動を実施しやすい仕組みづくり

・企業が文化活動の意義やメリットを理解し、「やってみたい」「やってみよう」と考えた時に参画しやすい仕組みづくりについて検討する

（3）企業の文化活動についての広報・PR

・文化活動を行う企業のイメージ向上を図り、さらなる活動の拡大につながる仕組みについて検討する

３つの柱と１０の提案

方向性	提案	今後の方向性	主に想定される推進主体
企業や社員に対する意識啓発	1 ビジネスパーソン向け文化芸術セミナー	継続・拡充が望ましい	福井県、福井県文化振興事業団、福井商工会議所
	2 活動事例の収集・発信	継続・拡充が望ましい	福井県、福井県文化振興事業団
企業が文化活動を行いやすい仕組みづくり	3 県内アーティストと企業との連携・促進	既存制度の周知・活用促進が望ましい	福井県文化振興事業団
	4 県内アーティストの作品購入・レンタル	今後の検討に期待	―
	5 企業向け相談窓口	既存相談機能の充実が望ましい	福井県文化振興事業団
	6 文化活動の担い手と企業との連携	交流・マッチング機能の充実が望ましい	福井県文化振興事業団、福井県、福井商工会議所
	7 企業が一体となり文化を応援・支える仕組み	今後の検討に期待	―
企業の文化活動についての広報・PR	8 企業のイメージ向上につながるPR	継続的な発信が望ましい	福井県、福井県文化振興事業団、福井商工会議所
	9 支援する企業・団体とのネットワークづくり	継続・発展させることが望ましい	福井県文化振興事業団、助成企業・団体
	10 文化活動を行う企業への顕彰制度	制度化に向けた検討を進めることが望ましい	主として福井県

提案1 経営者やビジネスパーソンの意識啓発につながる仕組み

研究会での主な議論

- ✓ 企業には、効率性や合理性だけでなく、新たな価値を創造する力が求められている
- ✓ 文化芸術が持つ創造性や多様な視点、感性を企業経営や人材育成に生かす動きが広がる一方、県内では文化活動を実施する予定のない企業も多い
- ✓ そのため、制度や助成だけでなく、文化芸術が企業経営や人材育成等にどのような価値をもたらすのかを知り、「自社でもできそう」と感じる機会が必要



越のルビーアーティストによる演奏



パネルディスカッション

研究会の提案

- ● ビジネスパーソン向け「文化芸術セミナー」を継続し、経営者が集まる機会を捉えたテーマ型セミナーも実施
- ● 県内企業の実践事例やアーティストによる演奏等を組み合わせ、文化芸術と企業活動との接点を考える機会を創出
- ● 企業同士や文化活動の担い手との交流・情報共有を充実させ、文化芸術に「関心を持つ」企業を増やす

提案2 企業の文化活動事例を発信する仕組み

研究会での主な議論

- ✓ 企業は、地域とのつながりや企業価値の向上など、さまざまな目的や想いをもって文化活動に取り組んでいる
- ✓ 一方で、企業自身がその取組みを「文化活動」と認識していない場合もあり、県内企業の活動やその価値が十分に知られていないことが課題
- ✓ 企業の文化活動を背景・目的・効果とともに可視化し、他企業の取組みのきっかけにつなげるための情報発信が必要

事例

（株）ジャクエツ
This is MECENATに
福井県で初めて認定（2026）



障がいにかかわらず遊べる遊具開発

研究会の提案

- WEBサイト上で活動事例を掲載し、県内企業の文化活動事例を継続的に追加
- 活動内容に加え、背景・目的・効果なども紹介
- 顕彰制度やSNS等と連携し、より多くの企業に事例を発信
- 県内で特に優れた文化活動については「This is MECENAT」等への応募を促し、県内外への発信につなげる

提案3 企業に県内アーティストを知ってもらう仕組み

研究会での主な議論

- ✓ 企業からは「県内のアーティストを知らない」「文化活動をしたいが相談先が分からない」といった声があり、企業とアーティストの接点が少ないことが課題
- ✓ 「越のルビーアーティストバンク」や「芸術文化人材データベース」など、既存の仕組みや支援機能を知ってもらい、相談・利用につなげることが重要
- ✓ 情報発信だけでなく、実際の演奏や作品に触れる機会や、企業での活用事例を通じて、アーティストの魅力や企業における活用の可能性を伝えることが重要



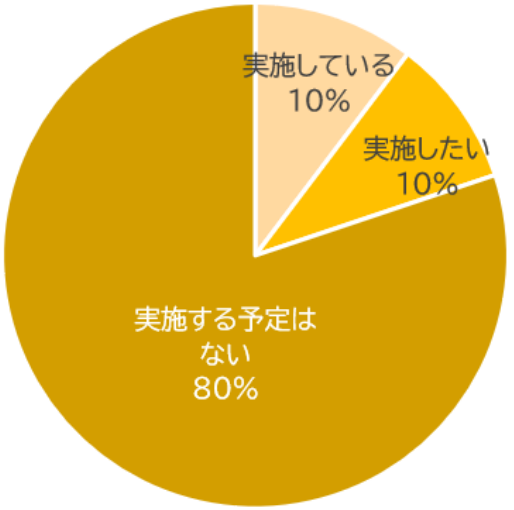
研究会の提案

- セミナーやPR公演等を通じ、県内アーティストを知る機会を充実
- 「越のルビーアーティストバンク」「芸術文化人材データベース」の企業向け周知を強化
- 企業の目的やニーズに応じた相談・マッチングを実施
- 「アーティスト活用奨励金」等を活用し、文化活動を始めるきっかけをつくる

提案4 県内アーティストの作品を購入・レンタルしやすい仕組み

研究会での主な議論

- ✓ 月額で作品を入れ替えられるアートレンタル等は、企業ステータス向上となる作品展示など、制度設計によっては潜在的なニーズが見込める可能性がある
- ✓ 企業側の負担を軽減するためには、展示をコーディネートする体制構築も重要だが、県内に運営母体となり得る事業者がいないのではないか
- ✓ R8企業アンケート調査では、アートの購入や展示に取り組む企業は10%にとどまっており、現時点では需要は限定的
- ✓ まずは企業が文化活動に関心を持つ環境づくりを優先すべき



【参考】R8企業アンケート調査結果
芸術作品の購入や社内での展示・コレクション

研究会の提案

- 現時点では実施は見送るのが妥当との結論に至った
- ただし、従業員がアートに触れられることに加え、地域文化振興につながるという意義や可能性は確認されたため、実現可能性について今後の検討が望まれる

提案5 文化活動を行いたい企業の相談窓口機能の充実

研究会での主な議論

- ✓ 企業が文化活動を始めようとしても、「何から始めればよいか」「誰に相談すればよいか分からない」
- ✓ 相談窓口では、事例や助成制度の情報提供だけでなく、アーティストや文化活動を行う団体との橋渡しまで行うことが重要
- ✓ 企業が文化活動に関心を持ち、実際の活動につながるまでを支える入口となるべき
- ✓ 相談内容を蓄積し、企業の課題やニーズを今後の支援策につなげることも重要



研究会の提案

- ● WEBサイトやセミナー等を活用し、企業も気軽に相談できる窓口であることを周知
- ● 事例・助成制度・アーティスト・文化活動を行う団体等の情報を提供し、必要な相手や制度につなぐ機能を充実
- ● 企業の関心やニーズに応じ、相談から具体的な活動までを支援
- ● 相談内容を蓄積・分析し、企業のニーズ把握や支援策の改善に活用

提案6 文化活動を行う団体（担い手）と企業をつなぐ仕組み

研究会での主な議論

- ✓ 企業には「どのような活動に関わればよいか分からない」「文化活動を行う団体との接点がない」といった課題がある
- ✓ 文化活動を行う団体も、資金だけでなく、人材・技術・施設・資材等のさまざまな協力を必要としている
- ✓ 双方のニーズを知り、協賛金に限らない多様な連携につなげる機会や情報発信の仕組みが必要



【参考】県内で行われている文化活動
「さばえまつり」

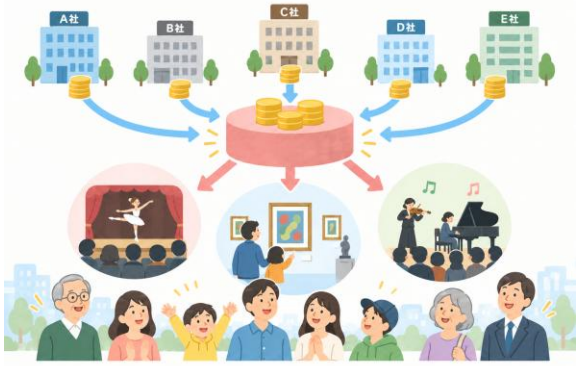
研究会の提案

- ● 福井県文化振興事業団ふくい文化創造センターの事業や、企業関係者が集まる機会等を活用し、団体の活動や企業との連携の可能性を紹介する機会をつくる
- ● 団体の活動内容や企業との連携ニーズをWEB等で発信し、人材・技術・施設・資材等、企業の強みと団体のニーズをつなぐ
- ● 継続的な接点をつくり、具体的な協働に発展させるコーディネート機能の充実を図る

提案7 企業が一体となって県民の文化を応援する仕組み

研究会での主な議論

- ✓ 企業が文化芸術への支援を始めやすいよう、企業規模にかかわらず少額から参加できる仕組みが必要
- ✓ 子ども・若者や、文化芸術に触れる機会が限られている人など、「誰のために、何を支援するのか」を明確にすることが重要
- ✓ 特別チケットや協賛シートなど、企業の支援が具体的な成果につながることを見える化することが重要
- ✓ 協賛・寄付・クラウドファンディング等の資金調達方法に加え、資金管理や支援対象の選定、実施主体・役割分担など制度全体の設計が必要



研究会の提案

- 企業規模にかかわらず、企業や県民が文化芸術を支えることのできる仕組みの必要性や基本的な方向性を整理
- 実施主体や役割分担、資金の収集・管理方法など、仕組みの具体化に向けて整理すべき課題を明確化
- 企業・行政・文化芸術団体・県民等、多様な主体が地域の文化芸術を支えるあり方について、今後の検討につなげる

提案8 企業のイメージ向上やリクルートにつながるＰＲの強化

研究会での主な議論

- ✓ 「文化活動」が具体的にイメージしにくく、企業の事業や経営との関わりが十分に認識されていない
- ✓ 文化活動は社会貢献にとどまらず、人材育成・企業ブランディング・地域との関係づくりなどにつながる
- ✓ 文化活動が企業価値の向上につながることを分かりやすく発信することが重要
- ✓ 企業の実践をPRするとともに、認定・顕彰制度等を活用し、外部から評価・発信される機会をつくることが重要

研究会の提案

- ● 企業の文化活動の意義や事例、企業にとっての効果を積極的に発信
- ● 社会貢献だけでなく、人材育成・地域との関係づくり・中長期的な企業ブランディング等につながる活動としてPRし、企業が自らの活動と文化芸術とのかかわりを見出すきっかけづくりを進める
- ● こうした取組みから、文化活動が企業の認知度・イメージ向上やリクルート等につながることへの理解を促進

提案9 文化芸術実践団体に助成している企業・団体同士のネットワークづくり

研究会での主な議論

- ✓ 県内には文化芸術を支援する企業・団体や助成制度が複数あるが、情報交換や連携の機会が少ない
- ✓ 文化活動を行う団体が、自身の活動に合った支援制度や相談先を把握しにくい
- ✓ 支援する企業・団体同士が制度や支援内容、事例を共有し、それぞれの強みを生かすことが重要
- ✓ 支援する側と文化活動を行う団体が継続的につながり、情報交換や連携につながる環境づくりが必要



研究会の提案

- ● 文化芸術を支援する企業・団体等のネットワークづくりを進める
- ● 助成制度や支援事例等を共有し、支援する側同士の情報交換を促進
- ● 各団体の支援制度・取組みを整理・発信し、必要な支援情報にアクセスしやすい環境を整える
- ● 企業・助成団体・文化活動を行う団体等がつながり、新たな支援や協働につなげる

提案10 文化活動を行う企業のPRにつながる認定・顕彰制度

研究会での主な議論

- ✓ 顕彰制度は、文化活動を行う企業のPRや、取組みを始めるきっかけとして有効
- ✓ 中小企業や小規模な取組みも参加しやすく、文化活動を行う企業を増やす制度とすることが重要
- ✓ 営利性を含む取組みも対象とし、その企業ならではの独自性や挑戦的な取組みを評価するべき
- ✓ 「これも文化活動なのか」と気付くきっかけとなるような広報的な役割を担うとともに、多様な取組みを発信し、企業の文化活動への理解を深めることが重要
- ✓ 県主催（知事表彰）とするなど、受賞企業のPR効果が大きい表彰制度とすべき

THIS IS MECENAT

MECENAT AWARDS

【参考】（公社）企業メセナ協議会が実施する認定・顕彰制度
「THIS IS MECENAT」「MECENAT AWARDS」

研究会の提案

- 表彰制度の創設は前向きに検討されるべきであり、制度化にあたっては、次の3つの視点が重視されることを期待

  ①主体的に文化活動を行う企業の拡大を目的とすること

  ②企業と地域の文化芸術活動が相互に発展できる活動を表彰対象とすること

  ③企業の文化活動の認知度向上・理解促進、受賞企業のイメージアップにつながる効果的な広報を併せて行うこと

今後の展開に向けて期待される役割

企業の文化活動を県内に広げていくため、行政、企業、文化活動の担い手、支援機関・関係団体が、それぞれの強みや役割を活かして連携していくことが重要である。

企業	・自社の理念や特性に応じた文化活動に取り組み、 人材や技術、施設などの資源を生かした多様な関わり方を実践する ・文化芸術を人材育成や地域との関係づくり、企業の魅力発信に活用し、企業価値向上につなげる ・活動成果を発信し地域に還元し、他企業の取組みや文化振興につながる好循環を生み出す
文化活動の担い手	・活動内容や連携ニーズを積極的に発信し、企業との新たな接点づくりにつなげる ・企業との協働に取り組み、双方にメリットのある企画や関係づくりを進める ・地域文化の魅力向上に貢献し、多様な主体との連携を通じて文化活動の発展を図る
県民	・文化芸術活動への参加や鑑賞を通じて地域文化を支える ・企業の文化活動への理解を深め、地域全体で文化を支える機運の醸成につなげる ・それぞれの立場で文化活動を応援し、ボランティアや寄附なども行う

県	・企業の文化活動を促進する環境を整備し、セミナーや事例発信、顕彰制度等を通じて企業の理解促進と機運醸成を図る ・企業と文化活動の担い手をつなぐ仕組みを支え、多様な主体が連携しやすい環境づくりを進める ・地域全体で文化を支える仕組みを検討し、企業や県民が参加しやすい新たな文化支援のあり方を模索する
福井県文化振興事業団	・企業の文化活動を支える中間支援機能を担い、相談対応や情報提供を通じて企業の最初の一歩を後押しする ・企業とアーティスト・文化団体との橋渡しを行い、マッチングや交流機会の創出により協働を促進する ・文化活動に関するネットワーク形成を進め、企業や文化団体等の継続的な連携を支援する
福井商工会議所	・企業への普及啓発を進め、文化芸術が企業経営や人材育成にもたらす価値を発信する ・企業同士が学び合う機会を創出し、 実践事例の共有や交流を通じて取組みの広がりを促す ・行政や文化団体との連携を後押しし、企業と地域をつなぐ役割を果たす