

企業の文化活動促進研究にかか る 中間報告

令和7年9月30日

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 / 公立大学法人 公立小松大学 国際文化交流学部 国際文化交流学科 准教授

企 業 赤石 洋平 / (株)ジャクエツ 経営企画室 課長
麻内 長史 / (株)福井銀行 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
中島 啓之 / 三谷セキサン(株) 総務部 次長
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
中野 義則 / 福井信用金庫 営業推進部 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 総括主任
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
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
加藤 智也 / 福井商工会議所 地域振興部 地域活性・振興課
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
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

計14名

企業の文化活動促進研究会 活動実績

- ▶ 研究会活動期間：2年間
- ◆ 第1回 令和7年 4月 24日（木） 9:00~11:00
福井商工会議所 会議室E
- ◆ 第2回 令和7年 5月 23日（金） 15:00~17:00
AOSSA 603研修室
- ◆ 第3回 令和7年 6月 20日（金） 15:00~17:00
福井商工会議所 会議室D
- ◆ 第4回 令和7年 7月 25日（金） 15:00~17:00
福井商工会議所 会議室E
- ◆ 第5回 令和7年 8月 29日（金） 15:00~17:00
八一モ二一ホール 練習室1



企業が文化活動を行う上での課題

- 企業が文化活動に関わることの意義が十分に認識されていない
- 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、アート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・資金的に余裕のある企業が行うものであるというイメージがあり、払拭することが難しい
- 企業活動に文化的な要素をどう取り入れていくべきか学ぶ機会や、アート作品やアーティストと触れる機会が少なく、活動を始めるきっかけが少ない
- 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
- 様々な文化活動を行っているにも関わらず、内容や成果について県民に伝えられていない
- 企業が持つ文化資産や既存の活動についてのPRが効果的にできていない

【参考1】企業アンケートの結果

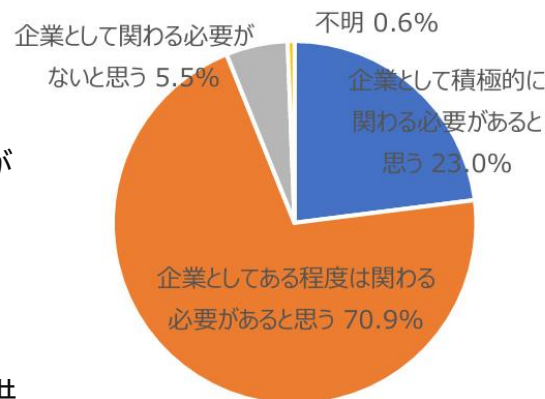
調査対象: 県内企業1,636社

回答数: 509社(回答率: 31.1%)

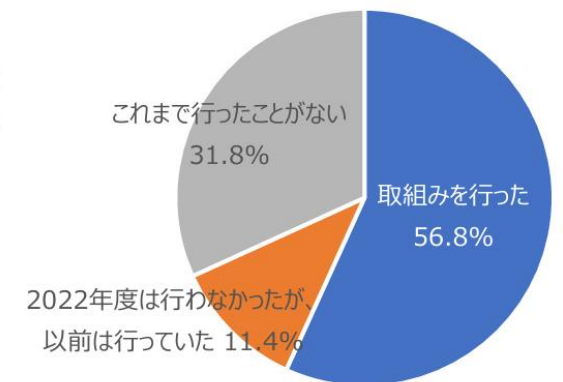
調査期間: 令和5年8月10日~31日

- ・地域文化(支援)活動に「企業として関わる必要がある」と答えた割合は約9割
- ・実際に活動に取り組んだ割合は約6割
- ・実際に取り組んだ活動として最も多かったのは、地域のイベントや祭りを支援するための資金提供

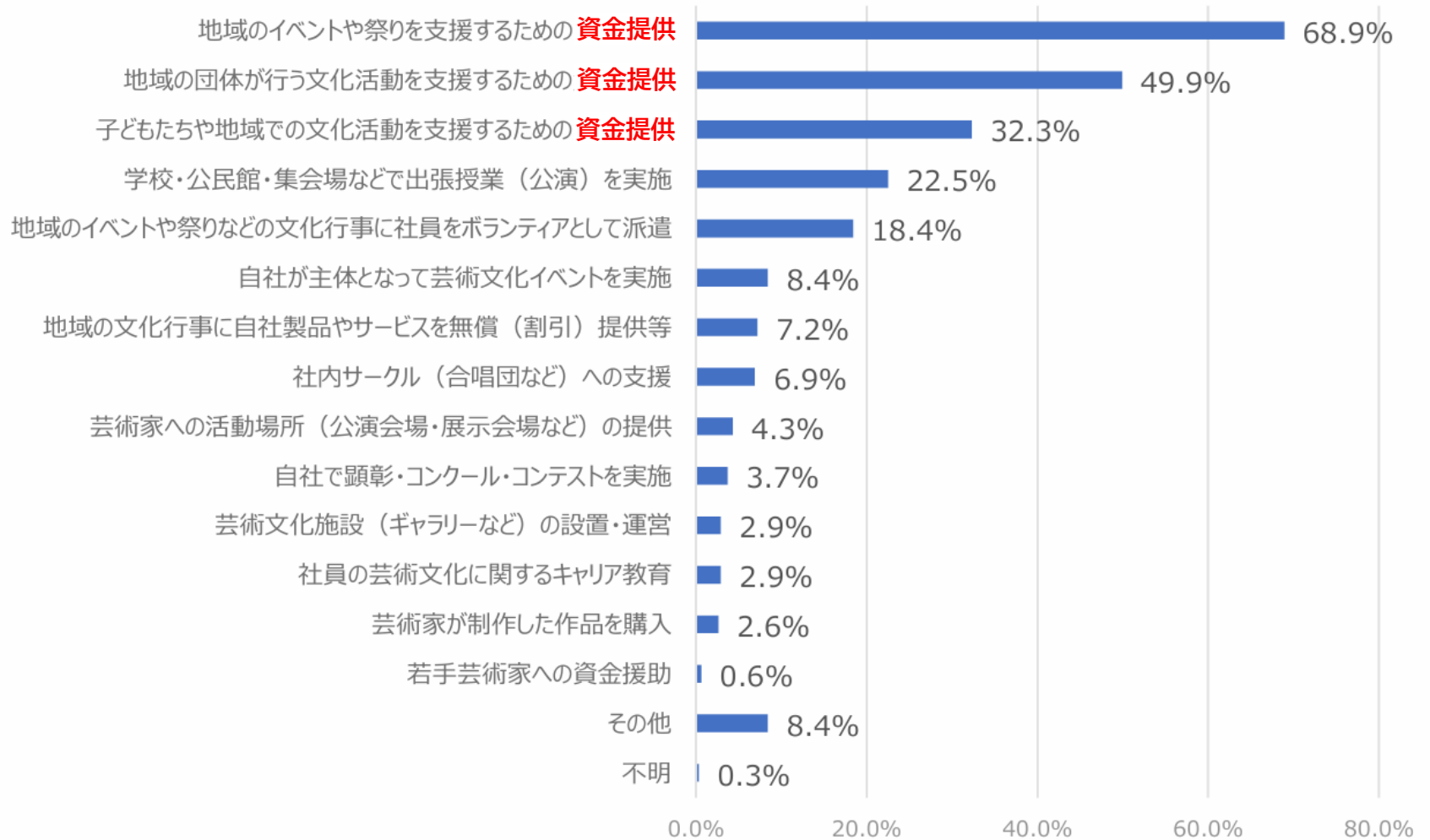
企業よる地域文化(支援)活動 についての考え



2022年度に地域文化(支援) に取り組んだか



どのような地域文化（支援）活動に取り組んだか



【参考2】 企業等からの聞き取り等で聞いている意見

- ・ 文化活動は人的・資金的に余裕がある大企業が行うものというイメージがある
- ・ 企業として文化活動に取り組む意義・メリットがはっきりしない(すっきり腹落ちしない)
- ・ 経営者がやろうという考えにならない限り、企業は動かない

研究会での調査・研究の方向性

研究会では、企業が文化活動を行う上での課題として出された意見をもとに、調査・研究する3つの柱を定めた。

(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

1 企業や社員に対する意識啓発

(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

- 経営者が集まる場で「企業経営者のための文化芸術セミナー」を開催
 - ・ 福井商工会議所の議員懇談会などの卓話として開催する など
- 「ビジネスパーソンのための文化芸術セミナー」の開催継続



[今年度の予定]

【第1回】 令和7年 9月18日 「アート思考を体験する」

(株)E&K Associates 代表 長谷川 一英 氏

【第2回】 令和7年10月15日 「文化資産を活かした企業戦略」

油機エンジニアリング(株) 代表取締役社長 牧田 尚起 氏

千島土地(株) 取締役名誉会長 芝川 能一 氏

【第3回】 令和7年10月23日 「アートをビジネスに活かす企業戦略」

(株)tagboat 代表取締役 徳光 健治 氏

※ 文化芸術セミナーでは、越のルビーアーティスト(*)によるミニコンサートも実施し、講義だけではなく芸術に実際に触れられたり、コンサートの招待券の特典があるなど、参加意欲を高める工夫をしている。

* 越のルビーアーティスト … (公財)福井県文化振興事業団が運営する「越のルビーアーティストバンク」に登録する福井県ゆかりのプロの演奏家の総称です。

1 企業や社員に対する意識啓発

(2)官民が連携し、企業や社員の文化意識を高める仕組みづくり

- 企業のイメージ向上や社員のエンゲージメントを高め、リクルートにもつながるPR強化を検討
 - ・ 県や(公財)福井県文化振興事業団によるPR活動
 - ・ ホームページや機関誌での掲載、事例集の作成などによる露出を強化

(3)企業が文化活動に取り組みやすい形で発信する方法を検討

- 文化活動を行っていない企業などにも、文化活動を行う動機付けとなり得るような表現 など



2 企業が文化活動を行いやすい仕組みづくり

(1) 文化活動を行う団体と企業をつなげ、共に発展できる仕組み

○ 文化活動を行う団体と企業をマッチングする方法を検討

- ・ 文化活動を行う団体の地域活性化に対する想いを企業経営者に伝える仕組み(PR動画など)

(団体側が求めること)

- ◆ 人的協力:社会貢献活動として企業の社員が活動に参加(プロボノ活動)
- ◆ 物的協力:社屋や工場のスペースの活用
- ◆ 資金等協力:資金援助、広報協力(チラシの配架など)

(企業の視点)

- ◆ アーティスト主体の活動ではなく、社会貢献につながる地域活性化事業
- ◆ 企業の協力についての周知・広報



Fukui Art Project

| ふくいアートプロジェクト |



2 企業が文化活動を行いやすい仕組みづくり

(2) 企業の規模に関わらずみんなで県民の豊かな暮らしづくりを応援する仕組み

- 文化へのアクセスが限られる状況にある県民に参加・享受の機会を提供することや、次世代を担う子どもたちの育成につながる支援制度を検討
 - ・ 多くの企業から少額の協賛金を集めることができる制度 など

(3) 文化活動に関する企業向けの相談機能や企業同士の交流促進につながる仕組み

- (公財)福井県文化振興事業団の「芸術文化相談窓口」の機能充実を検討

(4) 企業が県内のアーティストの力を活かす仕組み

- 企業経営者などに県内のアーティストを知ってもらう仕掛けを検討
 - ・ 越のルビーアーティストによるPR公演
 - ・ 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
 - ・ ダンス、演劇、伝統芸能など多様な世代が興味を持てる分野のアーティスト紹介・活用を促進できる仕組み など

3 企業の文化活動についての広報・PR

(1) 企業のイメージ向上やリクルートにつながるPRを強化

- 県や(公財)福井県文化振興事業団によるPR活動
 - ・ ホームページや機関誌での掲載、事例集の作成などによる露出を強化
- 県内企業の文化活動が(公社)企業メセナ協議会に認定され全国に発信される仕組みを検討

(2) 取組みを束ねることでの活動や情報発信の充実

- 文化活動を行う団体に助成を行う企業・団体のネットワーク化
 - ・ 助成金活用団体に分かりやすい情報発信や助成を受けている団体同士の連携が創出されるように文化活動を行う団体に助成を行う企業・団体間の連携体制づくりを検討

(3) 企業の社会的な価値を高める仕組み

- 文化活動を行う企業のPRにつながる認定・顕彰制度を検討

企業の文化活動促進研究会 今後の予定

- ▶ 中間報告書に記載のテーマについてさらに研究・検討を深める
 - ⇒ 引き続き研究会を開催し、施策として実現できるよう具体化していく
 - ⇒ 「企業が行う文化活動」のとらえ方についての研究を深める
- ▶ 県内企業に対して、企業が行う文化活動などについてのアンケートを実施
 - <アンケート内容案>
 - ・ 企業が行っている文化活動
 - ・ 研究会で調査・研究するテーマ等についての企業の意識や見解
- ▶ 文化活動を活発に行っている企業の取り組みの視察や専門家による講話の実施など
- ▶ 令和8年9月頃に最終報告を予定