

MUFG STADIUM

国立競技場の ナショナルスタジアム パートナーへ

共創で描く、持続可能な未来

CONTENTS

- 02 MUFGよりメッセージ
- 03 国立競技場の歩み
- 04 国立競技場のパートナーシップについて
- 05 JNSE × MUFG 対談「パートナーシップの意義」
- 07 JNSE × MUFG の共創で描く国立競技場の未来
- 08 MUFGの社会貢献活動
- 09 MUFGの取り組み①(スポーツ振興/教育支援)
- 10 MUFGの取り組み②(文化・芸術継承/地域の活性化)
- 12 お問い合わせ先



「MUFGスタジアム」始動。 —「つながる」ことで創る未来—



Message

三菱UFJフィナンシャル・グループ(MUFG)は、このたび国立競技場のナショナルスタジアムパートナーに就任いたしました。また、パートナーシップの開始に伴い、正式名称「国立競技場」に加えて、新たな呼称として、「MUFGスタジアム」が誕生します。

ジャパンナショナルスタジアム・エンターテインメント(JNSE)と共に国立競技場を「世界トップレベルのナショナルスタジアム」にすることをビジョンに掲げました。これまで生み出された数々の輝かしい歴史や想い、伝統を継承しながら、スタジアムを通じて、スポーツやエンターテインメントの発展のみならず、次世代育成・文化交流・地域連携などを実現し、国立競技場がさらに国民の皆さまや世界中の方々に親しんでいただける場所となることをめざします。

私たちは今、「分断」が進む時代にいます。また、社会は大きく変化しており、その変化のスピードはますます加速しています。一方で、歴史的にみれば、私たち人類は、国や人、企業同士のつながりが社会の繁栄と精神的な豊かさの源泉となり、発展してきました。分断・変化の時代であったとしても、持続可能な社会・未来を実現していくには、皆が想いを共有し、「つながる」ことが重要だと考えています。その象徴となる場所が、国立競技場/MUFGスタジアムです。

MUFGは、パーパス「世界が進むチカラになる。」を掲げています。多様なステークホルダーとのネットワークを活かし、共創し、世界を「つなぐ」存在になる。「つなぐ」ことであらゆるステークホルダーのチカラになり、社会やお客さまの課題解決に全力を尽くすこと。それこそが、私たちの存在意義です。

これまでの長い歴史の中で築き上げた信頼・信用、グループ・グローバルの総合力を活かして、社会やお客さまを「つなぐ」機能を発揮していきます。そして、新しいナショナルスタジアムのビジョンの実現、さらには社会課題の解決とイノベーションの創出につなげていきます。多くの熱狂と感動を社会全体で共有できる象徴としての姿を実現し、国立競技場の歴史を未来につないでいきます。

重責を真摯に受け止め、皆さまのお力添えをいただきながら、世界中の方々に親しんでいただけるスタジアムをめざしていきます。

取締役 代表執行役社長 グループCEO
亀澤 宏規

国立競技場の歩み

国立競技場の軌跡

—国立競技場の歴史と未来—

国立競技場は日本のスポーツ・文化と共に100年の歴史を刻んできました。前身の明治神宮外苑競技場の完成は1924年。当時アジア最大の競技場として、陸上競技、サッカー、ラグビーが行われ、30年には極東選手権の主会場にもなりました。戦後も利用は続き、54年にはサッカー日本代表が初めて挑んだワールドカップ予選の舞台にもなっています。

国立競技場を語る上で欠かせないのが64年の東京オリンピックです。招致にあたり新競技場の建設が始まり、58年に国立霞ヶ丘競技場が完成。同年にアジア大会を開催した後、改修を経て東京オリンピックのメイン会場としてその名を世界に知らしめました。以後も日本スポーツの中心として発展。高校サッカー選手権やラグビー早期戦などさまざまなイベントの舞台として海外にも広く知られる存在となりました。

93年には日本中の注目を集めたJリーグ開幕戦が行われ、そのJリーグの成功などを経て、日本を代表するスタジアムの役割も少しずつ変わり、2005年には国立競技場として初めて、アーティストによるライブも開催されました。

完成から半世紀が過ぎて施設も老朽化し、新時代のスタジアムとしての建て替え案が浮上。20年オリンピックの招致に向けて、開閉会式

や陸上競技、サッカーなどが行われるメイン会場としての建て替えが正式に決定しました。

12年には東京オリンピック・パラリンピックやラグビーワールドカップ決勝、さらには将来的なサッカーワールドカップ決勝開催も視野に、最新のスタジアム基準に沿った施設の検討を開始。またスポーツにとどまらず大規模コンサートなどの会場として文化の発信拠点となることも期待されました。

16年12月に着工した新競技場は、19年11月に竣工。伝統を受け継ぎながらも最新の設備を備えた、新しい国立競技場として生まれ変わりました。

そして19年12月21日のこけら落としを経て、東京2020オリンピック・パラリンピックの開会式を迎え、世界に向けて再出発を果たしました。

現在の国立競技場は、多彩なイベントの中心地として、スポーツの国際試合や大規模コンサートの開催など、スポーツと文化の両面から人々を魅了する存在として歩みを進めています。

そして、25年4月からは日本スポーツ振興センター(以下、JSC)からジャパンナショナルスタジアム・エンターテインメント(以下、JNSE)が運営事業者となり、運営の民営化を開始。世界トップレベルのナショナルスタジアムをめざして、国立競技場は新たなステージへと歩みを進めています。

1960

草創期

明治神宮外苑競技場からの再生
東京オリンピックの主会場に

前身は1924年(大正13年)完成の明治神宮外苑競技場。64年東京オリンピックの招致に合わせ建て替えられ、58年にアジア屈指の競技場として誕生。

1970

発展期

サッカー、ラグビーで隆盛
日本スポーツの聖地へ

東京オリンピック後は国内最大の競技場として発展。6万人という屈指の観客収容力からサッカーの高校選手権や日本代表戦、ラグビーの早期戦や日本選手権が行われ、多くの選手の憧れの舞台に。



写真提供:共同通信社

1980

隆盛期

国際的な大会で世界が注目
文化イベントでも絶大な発信力

81年に欧州と南米のサッカークラブ王者によるトヨタカップがスタート。91年には陸上世界選手権が行われるなど国際大会の舞台になる。花火大会やコンサートなど文化的行事でも注目される。



写真提供:共同通信社

2020

新生期

新時代に向けて生まれ変わり
2度目のオリンピックを迎える

東京2020オリンピック・パラリンピックに向けて建て替え。旧競技場は14年に歴史の幕を閉じ、19年に新競技場が完成した。国立競技場は最新鋭の設備で生まれ変わり、2度目のオリンピックを迎えた。



2026

改革期

新たな聖地へ再スタート

スポーツと文化が交差する次なる舞台

東京オリンピック後は新たな聖地としてJリーグやサッカー代表戦、リーグワンやラグビー代表戦などで使用され、多くの観客を集めている。国内唯一無二のスタジアムとして新たな価値を創造するために、ハード・ソフト両面の進化を模索。運営を民営化することによって、安定した経営基盤の確立をめざしている。



国立競技場の パートナーシップについて

ジャパンナショナルスタジアム・エンターテインメント（JNSE）とMUFGの
パートナーシップは、スタジアムをさらに進化させるための共創の枠組みです。

パートナーシップの力で 持続可能な競技場をめざす

国立競技場の運営管理については、建設段階から民営化への検討が進められていました。スポーツ庁は2015年にまとめた「整備計画」の中で「民間事業への移行」を公表。17年には「大会後の運営管理に関する基本的な考え方」として、東京オリンピック後に国立競技場を民営化する方針を整理しました。

その際、運営管理に民間事業者のノウハウや創意工夫を取り入れ、スタジアムの価値を高めることが民営化の目的として掲げられています。ホスピタリティ機能の充実や施設整備を通じた大会誘致に加え、コンサートなど文化イベントの開催促進、さらにはネーミングライツの導入による収益基盤の強化などが検討されてきました。

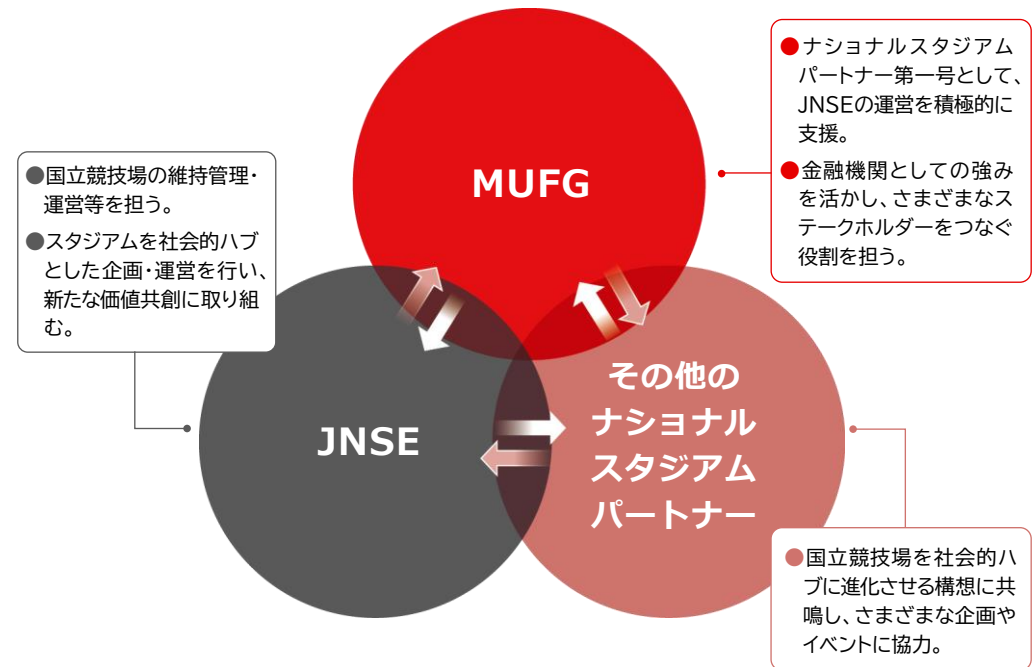
こうした背景を踏まえ、24年6月にはJSCが、25年度から始まる運営事業の優先交渉権者として、NTTドコモを代表企業とする事業体「国立競技場 × Social Well-being グループ」を選定したことを発表。同グループは、公的な費用負担を大幅に削減できる点や今後の発展可能性を社会に提示するような先導的な提案が評価され、

またこの時点で運営権(30年間)にはネーミングライツの導入も含まれました。

優先交渉者に選定された同グループは同年9月に「JNSE」を設立。11月にJSCと公共施設等運営権実施契約を結び、25年4月から正式に国立競技場の運営を開始しています。JNSEは「ネーミングライツの導入および協賛パートナー企業への支援」も公表。広告の掲出だけでなく、ナショナルスタジアムパートナーと共に国立競技場の価値を高めていく方針が示されています。

そして、国立競技場の価値を高めていくという想いに賛同し、このたび、当社、三菱UFJフィナンシャル・グループ(以下、MUFG)は、国立競技場の「ナショナルスタジアムパートナー」第一号として契約を締結いたしました。国立競技場という日本の象徴的な舞台を起点としながら、スポーツやエンターテインメントの発展のみならず、次世代育成、環境保全、文化交流、地域創生など、社会課題解決・地域貢献を推進。また今後は、さまざまな業界、団体、ステークホルダーの皆さまとの輪を広げていながら、新たなナショナルスタジアムのビジョンと構想の実現や、社会課題の解決とイノベーションの創出をめざしてまいります。

共創により、スタジアムを 社会貢献・イノベーション創出の拠点に



JSCとは

日本スポーツ振興センター。スポーツ振興を目的とする独立行政法人として2003年に設立。国立競技場やナショナルトレーニングセンターなどの管理・運営、スポーツ振興くじの販売などスポーツ関連事業を行う。

ナショナルスタジアムパートナーとは

JNSEと共に国立競技場の新たな価値を創造し、世界トップレベルのナショナルスタジアムとすることをめざすパートナー。第一号としてMUFGが就任。共創した価値を収益に転換して経営を安定させるとともに、スポーツの発展や次世代育成、地方創生などを通じて、持続可能なスタジアムとすることをめざす。

JNSEとは

ジャパンナショナルスタジアム・エンターテインメント。NTTドコモ、前田建設工業、SMFLみらいパートナーズ、Jリーグの4社の出資で設立され、国立競技場の社会価値を高めるべく、25年4月から運営事業を開始した。

ネーミングライツとは

スタジアムやアリーナなど公共の施設に対する命名権制度。民間企業の資金によって施設の健全な維持管理・運営に寄与すること等を目的とする。このたびの国立競技場においてはナショナルスタジアムパートナー第一号の活動の一つに含まれる。



4

Dialogue

JNSE × MUFG対談「パートナーシップの意義」

JNSE代表取締役社長

竹内 晃治

KOJI TAKEUCHI

ジャパンナショナルスタジアム・エンターテインメント（JNSE）代表取締役社長。スタジアムやアリーナの管理・運営事業を中心に、プロ野球や日本代表チームの関連事業にも携わり、スポーツ・エンターテインメント業界の発展に貢献。

MUFG代表執行役専務

高瀬 英明

HIDEAKI TAKASE

MUFG代表執行役専務 グループCSO兼CSuO。グローバルな経営戦略に加え、サステナビリティ経営を軸に官民連携や新規事業を展開し、次世代につながる金融モデルの実現をめざしている。



JNSEとのパートナーシップの意義や 国立競技場の将来像について、 想いを語る

—— 今回、パートナーシップ契約に至った経緯、決め手を教えてください

MUFG 高瀬氏 我々は2021年に企業理念としてMUFG Wayを策定し、パーパスとして「世界が進むチカラになる。」を打ち出しました。これが、全ての活動の指針です。同時に、JNSEからナショナルスタジアムパートナーの話や構想、熱意を伺い、パーパスを体现できる場になると、共感を覚えました。これは何としてもやりたい、やるしかないと思いました。我々の強みである幅広いステークホルダーとのグローバルなつながりを活かせる取り組みでもあります。これから、JNSEと一緒に国立競技場の価値を高め、それを世界に発信していける。今は期待と高揚感を感じています。

JNSE 竹内氏 我々は、24年11月にJSCと運営

権実施契約を結びました。民間の柔軟性やノウハウを活かして国立競技場の価値を高め、収益性も上げていくために、新たな事業モデルとして共創していただけパートナーの存在が不可欠でした。金融のプロというだけでなく、地域貢献、文化・スポーツ振興などにも力を入れるMUFGの考えは、我々がめざす先と同じ。MUFGには、国立競技場への熱い想いと決意を一貫してお話いただきました。世界トップレベルのナショナルスタジアムをめざす上で、最高のパートナーに出会えたと思っています。

—— ネーミングライツではなく、パートナー契約とした理由を教えてください

JNSE 竹内氏 もともとスタジアムの価値と一緒に創出していくためにナショナルスタジアムパートナーという枠組みを考えていました。パートナーの知見や強みを活用させていただきながら、共に社会課題を解決し、地域の活性化に寄与していく。そのために、MUFGにトップパートナーとして入っていただき、社会的な取り組みを加速させていく。新呼称がつくこと

自体が目的ではなく、スタジアムの新たな価値を共に創出していく。そのためのアクションの一つがネーミングライツを含んだパートナー契約だということ。そこは、しっかりと発信していきたいと思っています。

MUFG 高瀬氏 このお話が出た時、社内でもさまざまな意見が上がりました。ただ、今回の目的は命名権を取得することではなく、JNSEと一緒に国立競技場を盛り上げていくこと。聖地としてのスタジアムのバリューを持続的に高め、それを世界にも発信すること。国立競技場という歴史ある場所に名前を冠することへの重責を真摯に受け止めながら、国立競技場を未来につないでいくためのアクションを実行していければと考えています。15万人の社員と心をつなげて、貢献していきます。

—— スタジアムの価値向上に向けた、具体的な施策はありますか

MUFG 高瀬氏 まずはより多くの方に足を運んでいただくことが重要です。国立競技場は都心の一等地

にありアクセスが良好、周辺には緑も多く、環境にも配慮している。そんな魅力あるスタジアムであるからには、スポーツに限らずもっと多くの方に門戸を開放し、国内外の皆さまが気軽に訪れることができる場所にして、スタジアムの価値を高めていきたいですね。そのためのアイデアを、社会との対話のなかで創り上げていきたいです。

JNSE 竹内氏 持続性を担保するためには稼働率の向上は欠かせません。スポーツの聖地としての伝統を引き継ぎながらも、音楽や文化イベント、企業利用など、活用の幅を広げていきたい。スポーツにおいてもトップ選手だけでなく、幅広いアスリートの方々にも門戸を開き、そこから高みをめざしていけるような。アスリートの憧れの地というだけでなく、誰もが踏み込めるような場になればと思っています。

MUFG 高瀬氏 我々のネットワークを活かして、スタジアム利用の可能性を広げることにチャレンジしたいですね。MUFGでは以前から次世代育成のために、子どもたちにスポーツの楽しさに触れ体感してもらう

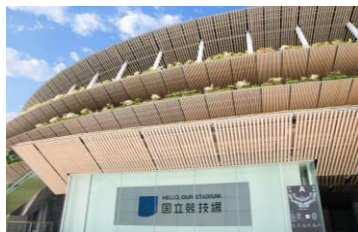
「共創の力で、国立競技場を
起点に『世界が進むチカラ』
を育む（高瀬）」

ラグビー教室や野球教室を行っています。ラグビーリーグワンや侍ジャパンの選手が指導する教室をMUFGスタジアムで開催する。この場所で次世代育成のイベントを開催することは、子どもたちだけでなくスポーツ選手にとってのモチベーションにもつながると思います。また、スポーツだけでなく、スタートアップ企業のマッチングや文化の保全・伝承など、全国で行っているイベントも開催し、産業の発展や地域創生にもつながられる象徴的な場所にしたい。MUFGが持つリレーションを活用し、多様な人々を巻き込んでいくことで、国立競技場・MUFGスタジアムの新たな価値創出にも貢献できるはずです。

JNSE 竹内氏 まさに、そういったMUFGのネットワークや、社会貢献活動には期待しているところで。いろいろなつながりから、新たな交流の創出や、我々が気付いていないようなイベントもできるのではと思います。MUFGのスポーツや文化芸術に対する姿勢、次世代育成、社会貢献活動に対する想いはこれまででも拝見してきました。そういう点でも楽しみにしています。

—— 最後にお二人の国立競技場・MUFGスタジアムへの想い、思い描く将来像をお聞かせください

MUFG 高瀬氏 私も天皇杯や高校サッカーなど、



「共に夢を持って取り組み、
国立競技場を
『世界に誇れる場』に（竹内）」

何度も国立競技場で試合を見てきました。スポーツの聖地として思い入れもあります。ただ、日本の象徴的な場であり、素晴らしい立地・環境を兼ね備えたスタジアムであるのに、行ったことがある人は決して多くない。コンテンツを増やし、その質を高め、多くの人に来て欲しい。スポーツやエンタメだけの聖地ではなく「日本人が世界に誇れる場」となるように。

JNSE 竹内氏 まったく同じ考えです。周囲には神宮球場、秩父宮ラグビー場、東京体育館と施設がそろい、人が住む街がある。皆さまに来ていただくためには、住民の方々との対話が不可欠です。混雑や騒音対策など、検討が必要なハードルもありますが、そこにはハード面で民間のノウハウを活かしていくとともに、地域が発展するような町のイベントにも参加し協力、共創していくなどソフト面にも注力していきたいです。

MUFG 高瀬氏 この事業には夢を持って取り組むことが大切だと思っています。

JNSE 竹内氏 まさに、夢は重要。それがないとチャレンジもできない。強力なパートナーと出会ったいま、国立競技場は次の世代のために夢を追いかけます。

JNSE×MUFGの共創で描く 国立競技場の未来

さまざまなパートナーや地域との共創で、どのような変化が訪れるのか。
国立競技場の未来をご紹介します。

共創施策を通じた これからの国立競技場

今後は、MUFGがこれまでに行ってきた取り組みや培ってきた知見を活かしながら、JNSEやナショナルスタジアムパートナーとの共創により、国立競技場の発展に努めてまいります。

スポーツの聖地として確固たる地位を築いている国立競技場。すでにスポーツの枠にとどまらないイベントなども数多く行われていますが、今後はさらに活用の可能性を広げていきます。皆さまのアイデアも取り入れながら、日本文化の発信拠点、エンターテインメントなどの産業振興、地域創生、次世代育成、環境保全などを含め、社会課題解決に貢献する場となることをめざします。

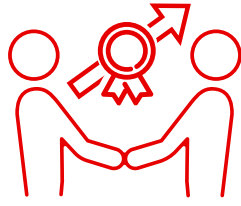


国立競技場の価値向上に関わる取り組み

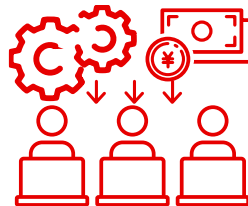
ICT等の先端設備の導入や
技術開発支援と
それらの実証実験



スタジアムの人流と
商流を活かす
新たな事業価値の創出



新産業やスタートアップ育成
に向けたアクセラレーション
活動などの展開



国民や地域の声を
反映した国民参加型の
プロジェクトを推進



次世代支援や地方創生など、
グローバルな文化発信基地
としての展開



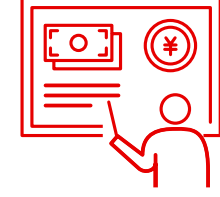
総合金融グループ
ならではのつながりの
広さを活かした、産官学
さまざまなコミュニティ
への接続



共創実績による
全国スタジアム・
アリーナ展開と
スポーツ産業の底上げ



ライフ&キャリア設計や
金融教育の機会を
提供



社会課題の解決に資する取り組み

MUFGの社会貢献活動

「世界が進むチカラになる。」というパーパスの下、「5つの優先領域」を設定。
この優先領域を軸に「5つの想い・こだわり」をもって、社会貢献活動を行っています。

「世界が進むチカラになる。」

急速に変化する時代、全てのステークホルダーが課題を乗り越え、持続可能な未来、新たなステージへと進もうとしています。その想いをかなえるチカラになること、そのために全力を尽くすこと。これが未来に向けて変わらないMUFGの存在意義です。そこで経済的価値とともに社会的価値を追求することが今後の企業価値向上の鍵と捉え、「持続可能な社会」「活力あふれる社会」「強靱(きょうじん)な社会」という3つの軸で10の優先課題を選定。社会課題解決に取り組んでいます。

一方、ビジネスでアクセスしにくい社会課題には、業務純益*1の一部を活用し、社会還元する枠組みを整え、寄付やボランティアによる社会貢献活動を実施しています。その枠組みとして5つの優先領域

を設定。また、優先領域を軸に、以下の5つの想い・こだわりで抽出した施策を、MUFGグループ一丸となって展開しています。

*1 与信関係費用等控除後の業務純益



5つの優先領域



次世代育成・子ども支援

全ての子どもの平等で健やかな成長を見守り、教育・暮らしの包括的な底上げを支援したいと考え、子どもの生活・教育、そしてさまざまなスポーツの支援を行っています。



環境保全

持続可能な社会の実現には、環境保全や環境教育につながる活動を継続的に取り組むことが重要。人類共通のかけがえのない自然環境を守る保全活動や、環境に配慮した技術・研究への取り組みを支援しています。



金融経済教育

地域貢献・社会貢献の一環として、学生向けに金融経済教育を実施。総合金融グループならではの特徴を活かし、あらゆるニーズに対応するために、さまざまなプログラムを提供しています。



文化の保全と伝承

日本で大切に育まれてきた文化の保全と伝承をサポート。さらに、グローバルにも発信していくことで、未来の世代や社会、地球の財産として守っていきます。



災害等・その他支援

レジリエントな社会の実現に貢献したいと考え、能登半島の復興支援や障がい者アーティストの支援など、さまざまな領域への寄付を実施しています。

5つの想い・こだわり

MUFGのパーパス
「世界が進むチカラになる。」を
体現する活動にしたい

「優先して取り組むべき
10の環境・社会課題」を
解決したい

課題解決に向けた持続可能な
仕組み・枠組みづくりに
貢献したい

私たちの地域の広がりや
人とのつながりを活かした
活動をしたい

社会貢献活動への参画を通じ
社員の共感の輪を広げたい

MUFGの取り組み①

(スポーツ振興/教育支援)

「世界が進むチカラ」を育むべく、これまでもさまざまなステークホルダーと共創しながら、スポーツ振興や次世代の育成に注力してまいりました。



次世代育成・子ども支援

スポーツを通じた世代・地域交流イベント「MUFG ONE PARK」

MUFGは、チームのチカラで前へと進む選手の姿勢などがMUFGのパーパスと重なることから、JAPAN RUGBY LEAGUE ONEのプリンシパルパートナーに就任。それを機に、ラグビーの楽しさを体験し試合観戦ができるイベント「MUFG ONE PARK」を開催しています。2024-25年シーズンでは、東京都、神奈川県、三重県、大阪府、静岡県、愛知県の各地で開催し、およそ13,000人の方がトークショーやラグビー教室などのイベントを楽しみました。



卒業記念サッカー大会「MUFGカップ」

卒業間近の小学生にスポーツを通じて仲間との絆、関係者への感謝の気持ちを学んでほしいとの想いから、小学校6年生を対象に毎年、東京・愛知・大阪の3地区で卒業記念サッカー大会「MUFGカップ」を開催しています。毎年、合計1万人の子どもたちが参加しています。



「MUFGジュニアテニストーナメント」

次世代支援の一環として、公益財団法人日本テニス協会へ寄付を行っています。同協会では、プロをめざす子どもたちにとって登竜門となる大会「MUFGジュニアテニストーナメント」を毎年開催しています。



スタジアム関連事業

「IGアリーナ」のファウンディングパートナー就任



写真提供:IGアリーナ

東海地域の新たなランドマークであり、人と人との交流の結節点、感動の拠点となるIGアリーナ。当行の幅広いネットワークや総合金融サービスの機能・知見との融合により、地域社会のさらなる発展とさまざまな社会への貢献に積極的に取り組んでいます。



スポーツ協賛

侍ジャパンのダイヤモンドパートナーに就任

三菱UFJ銀行は、侍ジャパンダイヤモンドパートナーおよびWBSCグローバルスポンサーです。トップチームに加え、社会人・U-23・U-18など、全ての世代で「世界一」になることをめざし、「挑戦」を重ねる侍ジャパン。見る人に勇気を与えるその姿に想いを重ね、全力で応援することを決めました。



「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」のプリンシパルパートナーに就任

リーグワンと協働して新しい社会的価値の創出をめざし、スポーツが持つ人々を引きつけるチカラ・集まるチカラを通じて事業の創出に挑戦。デジタルコンテンツやファンエンゲージメントの仕組みづくり、大会・施設運営のさらなる満足度の向上に向けた支援等、さまざまな取り組みを検討しています。



SVリーグとのパートナーシップ

三菱UFJ銀行は、SVリーグのミッションである3つのS(Strong/強く・Spread/広く・Society/社会とつなぐ)に共感。本パートナーシップ契約の下、SVリーグが主催する「大同生命SV.LEAGUE」におけるプライマリートップパートナーに就任しました。



<当像番号>SVSP-2025-050

MUFGの取り組み②

(文化・芸術継承/地域の活性化)

文化・芸術や地域創生、その他の社会貢献活動など、スポーツ事業以外にも、
パーパスを追求してさまざまな共創に取り組んでまいりました。



文化・芸術継承

日本の伝統文化を守る 「MUFG工芸プロジェクト」

MUFGは日本に根付くものづくりの思想を継承し、挑戦の機会を創出すべく、「伝統と革新」をテーマに、工芸の継承と発展を支援。2023年8月から自社施設での展示を皮切りに、イベントやセミナーで作り手・使い手をつなぎ、変化の時代のイノベーションのヒントを社会へ広げています。展示発信や連携を通じ、新たな価値と魅力を伝え、文化と産業の発展に寄与します。



三菱UFJ銀行大阪ビルでの展示



有松絞りのワークショップ



優れた映画作品の輩出に注力する 「実写映画制作ファンド」

三菱UFJ信託銀行は、実写映画製作事業への投資可能性を多角的に検討しています。産業のバリューチェーンや収益構造、制作・配給の各段階でのリスクを整理し、資金調達や投資スキームを研究。映画をオルタナティブ投資対象とする意義や留意点を提示し、文化と金融の両面から新たな市場の拡大に貢献します。

1987年から音楽の公演を支援している 「三菱UFJ信託芸術文化財団」

クラシック音楽やオペラの公演を支援し、多くの人に芸術文化への参加機会を提供する財団。1987年に創設され、公益財団法人としての体制にも移行。公演への助成は年間50~60件、これまでに1,800件を超え、助成総額は約17.5億円。好不況を問わず、文化の裾野拡大と芸術性の高い舞台の創出に注力しています。



地域の活性化

使い方は十人十色! アクティブにも憩いにも 「MUFG PARK」

地域住民や社員が自然と共生できる場として、東京都西東京市の広大な敷地を一般開放する施設。四季折々の自然を体験できるほか、ワークショップやイベントを通じてコミュニティ形成を促進しています。「自分らしいQOLの追求」をテーマに、自然の保全・継承、レジリエンスの高い地域づくりを進める“プレイスメイキング”を実践。社員参画型の取り組みや地域との対話を重ね、持続可能で活力ある社会を共に創っています。



● MUFG PARK内の主な施設 ●



グラウンド



テニスコート



BBQ施設



ライブラリー



パークオフィス

これらの施設を自由に使うことで、また定期的に行われるイベントに参加することで、人と人との交流機会を創出。

社員が自主的に行うボランティア活動 「MUFG SOUL」

MUFGでは、国内外で多彩なボランティア活動を展開しています。中でも特徴的なのが、社員が自ら考えた社会課題解決アイデアを提案し、活動資金を得て実践できる「MUFG SOUL」です。環境保全、教育支援、地域貢献、災害復興など幅広い分野に取り組み、フードバンク支援やチャリティーコンサートなどの活動も実施。2024年度は日本で総勢約5,700人、海外35拠点で約4,100人が参加しました。社員一人ひとりが主体的に社会課題と向き合い、持続可能な社会の実現に貢献することをめざしています。



フードバンクへの支援



ロボットコンテスト支援



チャリティーコンサート開催
(イギリス)



チャリティーバザーへの支援
(中国)

本資料により、貴社と株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループの間には何ら委任その他の契約関係が発生するものではなく、当社が一切法的な義務・責任を負うものではありません。

本資料は信頼できると考えられる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。ここに示したすべての内容は、当社の現時点での判断を示しているに過ぎません。また、本資料に関連して生じた一切の損害については、当社は責任を負いません。その他専門的知識に係る問題については、必ず貴社の弁護士、税理士、公認会計士等の専門家にご相談の上ご確認ください。

本資料は当社の著作物であり、著作権法により保護されております。当社の事前の承諾なく、本資料の全部もしくは一部を引用または複製、転送等により使用することを禁じます。

© 2025 Mitsubishi UFJ Financial Group, Inc. All rights reserved.

〒100-8330
東京都千代田区丸の内1-4-5
株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ



お問い合わせ先

株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ 経営企画部広報室
代表電話:03-5218-1815