

# 会社独自の基金で、 社会を変える！社員が変わる！

冠基金制度シミュレーション

## 社内プロジェクトチーム発足

社員総会にて、プロジェクトチーム発足を発表。プロジェクトの概要を説明。寄附のためのお金集めの方法として、給料の端数寄附と寄附付き商品の展開を提案。

20代30代向けの衣料品を企画・販売しているメーカーでの出来事

01

「社会貢献のきっかけないかな」

「新聞で寄附付き商品の記事を見たよ」  
「会社で寄附を集めて、社会のためになる活動をしている団体を応援しよう！」

【CSRの一環として、なにか新しい取り組みをする】という会社の方針に則って、「〇〇株式会社子育て支援基金」をつくることを決定。  
「子育てをしながらオシャレを楽しみたいという顧客の声をもとに、子育てを支援することに。」

02

(公財)京都地域創造基金へ

03

プロジェクトの仕組みや詳細を決定

寄附額の上限、寄附する団体の数、寄附先候補となる団体への告知方法、メディアへのPR方法、寄附先候補である応募団体の審査方法、授与式の企画、活動報告会の実施などを決定。

05 CSR発表

社員や株主に対して、寄附金を提供する団体の決定を発表。メディアなどを活用して、社外にも寄附先決定をリリース。

06

寄附先団体の活動に社員が参加

社員が寄附金を提供した団体を訪問したり、実際に活動に参加したりすることで、寄附金の使途を肌で実感。自分たちのお金が、社会のため、地域のために使われていることをダイレクトに知って刺激を受ける。

04

各メディアへのプレスリリース

新聞やインターネット、チラシなどを活用してプロジェクトチームの活動や趣旨を告知。寄附先候補となる団体からの応募を受け付ける。応募団体の活動内容などの審査にも参加。団体の想いを聞いて、寄附先を決定。

07 報告会の実施

団体から、ビデオや写真などで寄附金を利用した活動の成果といった報告を受ける。

## プロジェクトチームメンバーや実際に寄附をした社員の反応

自分たちの寄附で実現できた活動の成果、その活動によって幸せになった人たちや地域の様子などを見て、感動。この会社で働くことで、社会でも役に立つことができるという新たな発見。社内での自己実現により、働くことに対するモチベーションもUP！

## 社外へのPR

会社案内パンフレットや自社HP、採用パンフレットなどに寄附プロジェクトの概要や成果を記載。株主や取引先へのPRポイントに。自社の理念や風土に共感する人材、働きながら社会に貢献したいという向上心に満ちた人材の入社という期待も！

## 直接的にはこのプロジェクトに関わらなかった社員の反応

寄附プロジェクトの概要の説明、成果の報告によって、「地域のためにがんばっている立派な会社に入社できた。この会社で頑張っ働き、自分も地域の人の支えになろう」と改めて思うきっかけに！



会社独自の  
基金をつくる  
ことによって

- 会社の理念や社員の想いに沿った社会貢献を実現できる。
- 働きながら社会貢献できることで、社員のモチベーションがUPする。
- 独自の寄附プロジェクトの活動や成果がメディアで取り上げられ、CSRを果たす。といったさまざまな普及効果や成果を、新しいカタチで得られます。