

6-1 自らが取り組むべき社会的な課題について、資源や専門能力を投入し、その解決に貢献する。

《基本的な心構え・姿勢》

企業は、社会貢献活動を「社会への投資」ととらえて、社会の抱える様々な問題の中から自発的に取り組むべき課題を選択し、その経営資源や専門能力を投入する。投入にあたっては、目標を定めるとともに、活動の評価を行い、社内外のステークホルダーに自社の社会貢献活動をわかりやすく説明する。

《具体的なアクション・プランの例》

(1) 社会貢献活動の形態

- ①寄付： 寄付は、企業の社会貢献活動の中で中心的な役割を占めており、社会の期待も大きい。寄付を効果的なものとするために、寄付の方針や寄付先の判断基準、社内決裁の仕組みを明確にする。

なお、日本経団連では「1%クラブ」（1990年設立）により、個人や企業による社会貢献活動の促進に努めている。

⇒「1%クラブ」 (<http://www.keidanren.or.jp/1p-club/>)

経常利益の1%相当額(法人の場合)、可処分所得の1%相当額(個人の場合)を目標に、寄付やボランティア活動を行うことによって社会の役に立ちたいという企業や個人の集まり。企業の社会貢献活動に関する啓発や情報提供のほか、企業や企業に勤める人々のNPOとの出会いの場づくり、企業とNPOの具体的連携策の例示などを行っている。

- ②自主プログラム： 自主プログラムとは、企業自らが企画、立案し、場合によっては実施までを行う社会貢献活動のことである。具体的には、植樹や清掃活動の実施、学生がNPOで学ぶ奨学金の提供、地域の車いす利用者への外出移送サービスの提供、市民によるアート活動の支援など多岐にわたる。従業員がボランティアとして参画したり、外部の専門家やNPOと連携するなどの広がりも見られる。

- ③企業財団： 企業は、学術研究、環境保全、教育、文化・芸術活動などを助成したり、独自の公益事業を行うために、公益法人としての企業財団を設立することもある。企業財団は、企業本体の業績に左右されることなく比較的安定した助成や公益事業を行うことができる点、財団内部に公益活動に関する専門知識や経験を蓄積できる点などが評価されている。

④その他の社会貢献の方法

- (イ) 事業活動を通じて培ったコスト意識、効率的な業務遂行能力、組織運営ノウハウ等を提供する。
- (ロ) 技術、専門知識を持った役員・従業員を派遣する。
- (ハ) 自社の各種施設を提供する。