

VI. 社会貢献

基本原則

○健全で持続可能な社会作りのために社会貢献活動を展開する。

(基本原則に関する参考事例)

- ▶ 社会貢献の方針や重点分野を決めて活動を展開する。
- ▶ 社会貢献活動を「社会への投資」ととらえ、社会の課題解決のために、経営資源や専門能力を投入する。
- ▶ 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。
- ▶ NPO/NGO、地域社会等、課題解決のために必要なパートナーと連携する。
- ▶ 従業員の自発的な社会参加を支援する。

1. 消費者・顧客

	主要項目	参考事例
企業の社会貢献活動 に対する理解促進と 支援	▶ 社会貢献活動を社会に公表する。	▶ ホームページ、顧客向け各種資料（ニュースレター、販促ツール）などを利用したPR。 ▶ バリアフリー、介助犬普及、自然保護等、社会的なメッセージを込めたCMや広告。
	▶ 消費者と協力して社会貢献活動を行う仕組み（コーズ・リレーテッド・マーケティング ⁹ など）を導入する。	▶ 「クリック募金」（ホームページ上で、消費者がクリックすることにより、自分で選択した団体に寄付ができるシステム。1クリックあたり1円をNPO団体に寄付）の実施（味の素） ▶ 災害時の義援金やNPOへの寄付などの店頭募金を行い、ポスターや掲示板で、結果報告やNPOの活動紹介をする。

⁹ コーズ・リレーテッド・マーケティング（cause related marketing）は、企業が製品の売り上げに応じてNPO等に寄付を行う仕組み。