



# IMPACT REPORT

## 2025

# INDEX

インパクトレポート 2025  
目次

P03 | 会社概要

P04 | ビジョン・ミッション

P05 | コングラントが生み出す社会的インパクト

P06 | ソーシャルセクター向けの事業・サービス

P12 | エンタープライズ向けの事業・サービス

P19 | 新たな取り組み(GOJO・ルールメイキング)

P23 | 各事業の今後の方向性

P25 | 代表メッセージ

P26 | 語句説明

## インパクトレポートとは

インパクトレポートとは、企業や団体が行った活動やプロジェクトが、社会や環境にどのような影響を与えたかという社会的インパクトを評価・報告するための報告書です。

本報告書は、2024年度にコングラントが出した社会的インパクトについて記載しています。

※ 社会的インパクトとは、「短期、長期の変化を含め、当該事業や活動の結果として生じた社会的、環境的なアウトカム」のことを指します。

※ アウトカムとは、事業や取り組みの実施後の直接、間接の影響として、受益者やその周辺や関係者、または取り組みのターゲットに現れてくる変化を指します。

## 社会的インパクトの4つのポイント

- 1 長期的な結果のみではなく、短期でも変化は生じる
- 2 大規模な取り組みによるものだけでなく、小規模のものや一人の心理的変化なども含む
- 3 数値化(定量化)されたものだけでなく、定性情報でも表すことができる
- 4 ポジティブな変化だけでなく、ネガティブな変化も含む

一般財団法人社会的インパクト・マネジメント・イニシアチブによる記載を一部改変

## 会社概要

会社名	コングラント株式会社	
設立	2020年5月11日	
所在地	〒550-0002 大阪府大阪市西区江戸堀1丁目22-17 江戸堀イーストビル 6F	
資本金	1億円	
社員数	30名	
顧客数 (2025年11月)	ソーシャルセクター <sup>3,700団体</sup> エンタープライズ企業 <sup>約50社</sup>	
寄付流通額 (2025年11月)	2024年度(24年4月~25年3月)流通額 32億円 累計流通額 134億円	

## 沿革

- 2024.4 • イベント事業収益の決済機能を提供開始
- 2024.7 • マンスリー寄付挑戦プログラム累計3回実施、支援者398人
- 2024.8 • 企業向け寄付DXシステム「コングラント for Business」をリニューアル
- 2024.9 • 支払手段に「PayPay」を導入
- 2024.11 • ジェネシア・ベンチャーズ及びSony Innovation Fundをリード投資家として総額3億円の資金調達を実施
- 2024.12 • 支払手段に「Amazon Pay」を導入
- 2025.1 • インパクトスタートアップ協会 第5期正会員として参画
- 2025.4 • 寄付流通額100億円を突破
- 2025.5 • スマート寄付アプリ「GOJO」サービス開始
- 2025.9 • 支払手段に「PayPay」を標準導入 ※法人格に制限あり
- 2025.11 • 認定NPOカンファレンスignite!を初開催

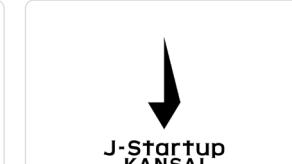
## 経営役員

代表取締役CEO	佐藤 正隆
取締役CMO	佐藤 大吾
社外取締役	井上 陽介
監査役	秋山 尚子

## 投資家

株式会社ジェネシア・ベンチャーズ
Sony Innovation Fund
一般財団法人KIBOW
株式会社グッドパッチ
株式会社ペイフォワード
福留大士

## 受賞・採択実績

-  日経クロストレンド「未来の市場をつくる100社 2026年版」2026年版選出
-  Forbes JAPAN「NEXT IMPACT STARTUPS 30」2025年版選出
-  週刊東洋経済「すごいベンチャー100」2024年最新版選出
-  経済産業省J-Startup KA NSAI採択

## VISION for 2030

### あらゆる困難に 寄付が届く世界の実現

コングラントは日本と世界の「あらゆる困難に寄付が届く世界を実現する」というビジョンがあります。誰しも人生の中で困難があり、不運・不平等な困難もあります。国・行政では支援が届かない困難に寄付が届くインフラを構築していきます。

## MISSION

### 挑戦する、 すべての寄付を支える

NPO・ソーシャルセクターが困難を抱える当事者に支援を届け、同時に、必要な資金をファンドレイズするのは困難を極めます。私たちの使命は、寄付集めの挑戦と成功の障壁となっているあらゆる課題をなくし、挑戦する人の気持ちと共に活動していくことです。

#### 解決する社会課題

1

ソーシャルセクターの  
資金不足を解消する

2

寄付に生じる  
あらゆる障壁を無くす

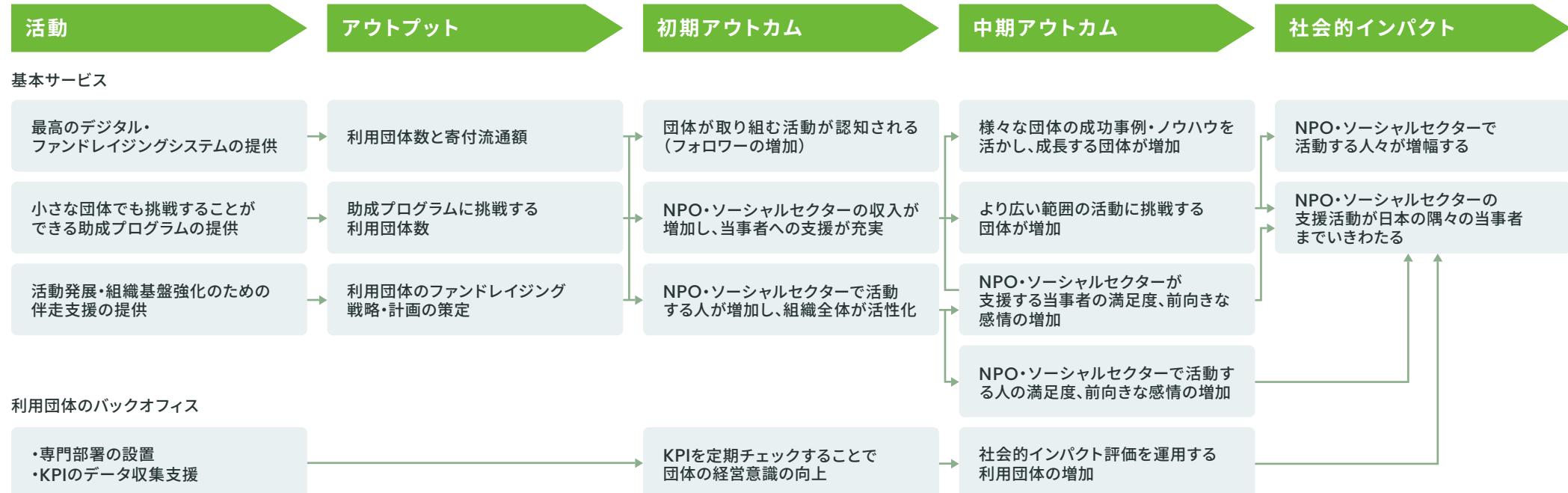


## SOCIAL IMPACT

社会的インパクト

NPO・ソーシャルセクターで活動する人々が増幅し、その支援活動が日本の隅々の当事者までいきわたる。

### ロジックモデル



### 社会的インパクトの測定

- ① 活動する人々の総量
- ② 活動する団体の総量
- ③ 寄付者、寄付額の総量
- ④ 収入の総額
- ⑤ 活動の変化

NPO・ソーシャルセクターは、社会課題解決のために地域で事業の実施を担うプレイヤーとしての役割だけでなく、新しい社会課題を解決するための新規事業を生み出すイノベーター、社会変革を推進するシステムチェンジャーとしての役割も果たしています。

こうした活動の原資には、国や自治体の補助金だけではなく、寄付金が重要な役割を果たしています。当事者への支援を充実させるだけでなく、新規事業を立ち上げる、社会課題の認知度を上げる、人材を育成して組織を成長させる、といった補助金や助成金を充てることが難しい活動を実施するためにも寄付金が必要です。国・自治体の助成金・補助金が先駆りしている現在、多くの団体が資金面に課題を抱えています。こうした現状の中でNPO・ソーシャルセクターが社会課題を解決し続けていくためには、より多くの寄付金を安定的に獲得できるようになる必要があります。

こうした状況を踏まえ、NPO・ソーシャルセクターのための寄付DXシステム「コングラント」を開発し、寄付募集・決済・CRMなどファンディングに必要なすべてをワンストップで提供しています。

NPO・ソーシャルセクターはこれまでにない圧倒的なスピードと低コストでシステムを導入し、資金調達力の向上と業務効率化を実現できるようになりました。また、助成プログラムも多数実施し、システム面だけでなく組織基盤からNPOの経営力向上に取り組んでいます。

ファンディング力が向上することで、当事者への支援が充実すると共に働いている人もより活動的になり、組織が活性化します。結果的に、ソーシャルセクター全体の活動が活性化して、支援活動が日本の隅々の当事者までいきわたるようになる、という変化が生まれます。

# 寄付DXシステム「コングラント」



NPO・ソーシャルセクター向け寄付DXシステム「コングラント」は、法人格を問わず、社会課題に取り組むすべての非営利組織で利用できるサービスです。クレジットカード決済に加え、PayPay、Amazon Pay、Apple Pay、Google Pay、銀行振込にも対応。寄付募集から決済、管理、領収書発行までをワンストップで提供します。寄付情報は管理画面に即時反映され、領収書の自動発行・送付や、支援者への一括メール送信など、CRM機能も充実しています。

## コングラントの特徴

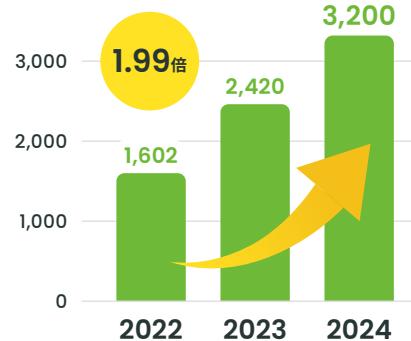
- 1 すべての法人・任意団体が利用可能
- 2 業界最安水準の決済手数料3.4%
- 3 5大国際カードブランドが最短即日利用可
- 4 あらゆる寄付募集に対応
- 5 寄付決済から領収書生成まで全自動
- 6 Salesforceとの自動連携も可能

NPO法人だけでなく、行政や公益法人、病院など、さまざまな領域でコングラントの利用が広まっています。

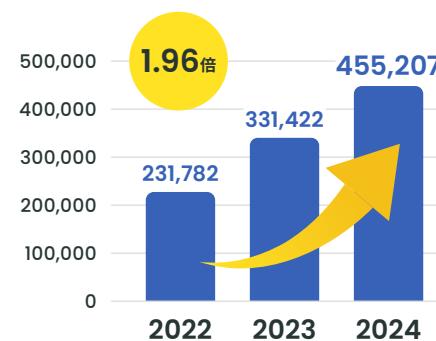


# 数字で見る「コングラント」

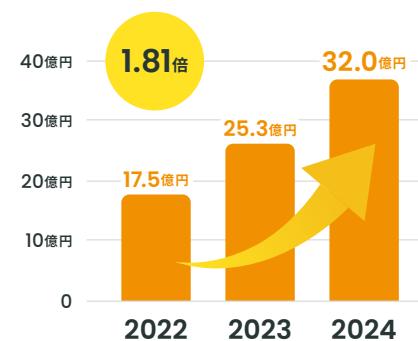
## 利用団体数



## 寄付件数



## 寄付流通額



算出期間:2024年4月～2025年3月

2024年度末時点では、コングラントをご利用いただいている団体数は前々年度の約2倍である3,200団体に達しました。また、寄付件数は45万、寄付流通額は32億円を超えました。

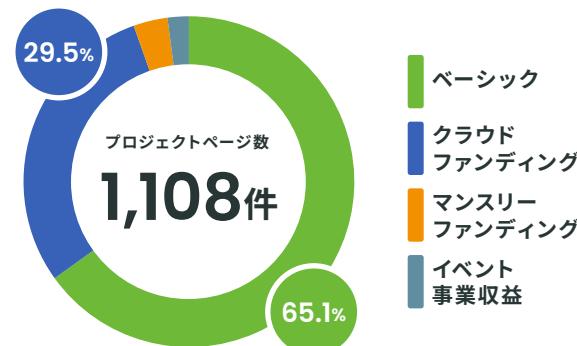
## 継続利用による寄付総額・寄付者数の変化

3年以上利用団体



コングラントを3年以上継続利用する団体では、寄付額・寄付者数ともに大きな成長を見せています。こうした成果はコングラントでの持続的な資金調達と関係構築の確かな効果を示しています。

## プロジェクトタイプの多様化



恒常的な寄付募集に使う「ベーシック」が約65%を占め、ベース決済として定着する一方、クラウドファンディング(約30%)やマンスリーファンディング(約3%)など、単発の寄付募集も活発です。

## 開発アップデート

### 決済

### PayPay追加

クレジットカードを持たない支援者にも寄付の機会を拡大しました。「PayPay募金」により、個人情報入力不要で少額から簡単に寄付が可能に

### 決済

### AmazonPay追加

Pay決済の拡充に伴い、「Amazon Pay」を新たに導入しました。Amazonアカウント連携で、クレジットカード情報の入力費用で決済が可能に

### 決済

### イベント事業収益決済機能

寄付・会費に加え、セミナー参加費や講座受講費などのイベント・事業収益の決済にも対応無料申込や、申込時にあわせた寄付受付も可能に

### サポート

### チャットサポート開始

利用団体向けに管理画面からのチャットサポートを開始しました。団体の課題やお困りごとに、より迅速に対応が可能に

### 分析

### 支援ルート機能

支援の流入経路を簡単に把握できる「支援ルート」機能を追加しました。メディア別に専用URLを設置するだけで、効果測定が可能に

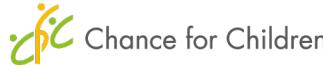
### 英語化

### 英語版プロジェクトページ作成機能

国外の寄付者向けに、決済フォームや決済完了メールを英語対応しました。海外参加者の多い東京マラソンチャリティなどで活用が可能に

## ユーザーの声(導入事例: コングラント)

公益社団法人チャンス・フォー・チルドレン

公益社団法人  
チャンス・フォー・チルドレン公益社団法人チャンス・フォー・チルドレン  
ファンドレイジング部

佐藤 様

### 活動概要

チャンス・フォー・チルドレン(CFC)は、経済的に困難な家庭の子どもたちに対して、学習塾や習い事等で利用できる「スタディクーポン」、スポーツや音楽・芸術活動のほか、体験活動で利用できる「ハロカル奨学金」を提供することで、子どもの貧困・教育格差の解決に取り組んでいます。

また、専門家の研修を受けた大学生ボランティアがスタディクーポンを使用する子どもの相談に乗ったり、地域で活動するコーディネーターが子どもや家庭を地域の体験の場につないだりするなど、アフターフォローにも力を入れています。

### コングラントのご活用状況

2024年春に、寄付決済システムのセキュリティ強化を目的に旧システムからコングラントへの切り替えを決断しました。コングラントのプロジェクト作成機能により、夏募金、冬募金、東京マラソンなど複数のページを作成し、寄付を募集しています。併せて、コングラントとSalesforceを自動連携させて、寄付者管理を行なっています。

### 導入後の成果として感じていること

コングラント導入後は、セキュリティ面で安心して寄付を受け付けられる体制が整い、スタッフが本来業務に集中できる環境が実現。見えづらい部分ながら、団体運営において非常に大きな改善となりました。そのほか、コングラントの支援ルート機能を活用することで、活動報告書やメールマガジンからの流入分析も手軽に行えるようになり、業務効率化という点で助かっています。

学びたいという想いを持ち、スタディクーポンを希望している子どもたちが200名以上います。引き続き、すべての子どもに多様な学びの機会を届けられるよう、更なるファンドレイジングの強化に取り組んでいきたいと思います。

## ユーザーの声(導入事例: コングラント)



新潟県共同募金会

社会福祉法人  
新潟県共同募金会

社会福祉法人新潟県共同募金会  
主任  
渡邊 様

### 活動概要

新潟県共同募金会は、たすけあいの精神を基調として、共同募金運動を通じて、新潟県における社会福祉事業の健全な発展と社会福祉に関する活動の活性化を図ることにより、地域福祉の推進を図ることを目的として様々な活動を行っています。

### コングラントのご活用状況

2025年1月1日～3月31日の期間の「赤い羽根共同募金」クラウドファンディングの実施にあたり、コングラントを導入しました。地域の非営利団体のクラウドファンディングページをコングラントにて公開することに加え、クラウドファンディング開始前のセミナー（オンライン・対面）や、実施期間中の個別相談会を依頼し、特設サイトの制作支援にも活用しました。

### 導入後の成果として感じていること

募金額が減少傾向の中当会のオンライン寄付は1%にも満たない状況でほとんど伸びておらず、また従来から募金の使い道が見えづらいことなどが課題でした。イベントでコングラントを知る機会があり、課題解決に直結すると考え、導入を決めました。

初年度は共同募金がプラットフォームになって実施するクラウドファンディング型の「テーマ型募金」で導入しました。19のテーマでコングラントページを作成し、280名、3,642,814円と全体の20%弱の募金をシステム経由で集めることができました。

今後は通常の共同募金にも活用し、使い道が見えづらいといった課題に対してシステムを活用し、地域課題や使途の見える化を図り課題解決に繋げていきたいと考えています。

# コングラントの活用によって生まれている変化

コングラントの導入によって、利用団体には寄付額や寄付者数の増加にとどまらない、さまざまな変化が生まれています。

## 広報・寄付の募集

## 寄付者管理

## 組織・活動の変化

### 新規寄付者の増加

- 顔の知らない方から寄付を受けることが増えた。
- 単発のご寄付者さまが増えたことは本当にありがとうございます！
- アイディアとしてはあったが、実際に行う方法がわからなかつた私たちでも初めてのマンスリーサポーターに出会うことができました。
- 寄付がしやすくなつて新規の寄付者が増えた。特に若い世代の寄付が増加。

### 広報活動の強化

- 寄付を求める団体であることを、QRコードを一つ載せるだけでも広報できるので、封筒に載せるなど、きちんと広報できるようになった
- 支援を訴えやすくなつた。

### 管理業務の効率化

- すぐ誰でも確認できるシステム、寄付者管理も楽で助かっています！
- 属性化していた業務が減っている
- 領収書の発行業務など、ルーティーンワークが減ったおかげで、他のやるべきことに集中できるようになった

### 寄付者との関係性の強化

- 寄付者とよりコミュニケーションをとることができるようになつた。担当者の負担が減ったかなと思います。
- コングラントのシステムを通じて寄付をしてくださったかたに、メッセージをすぐ返すことができるのがありがたい。

### クレームの削減

- 「お叱り」が減りました。私を含むメンバーのモチベーションのアップにつながっています。

### 寄付獲得への意欲向上

- コングラントの導入に伴い、ページの内容についてスタッフみんなで考える場面ができ、寄付をしやすいWEBにするためにサイトを作り直す案も出た。事務所全体が募金について意見を出してくれるようになった。

### 責任感、自信の獲得

- 寄付や応援メッセージをいただくことで、自分たちのやっていることに自信や誇りが持てるようになりました。

### 団体の基盤強化

- 気軽に会員になれるマンスリー寄付会員の枠組みが作れたのはコングラントのシステムを活用できたから。今でも50名以上の会員が継続寄付をしてくれているのは団体の基盤強化に繋がっている。

### 挑戦へのハードルの低下

- マンスリー寄付挑戦プログラムをはじめとしたサポート体制があるおかげで、団体として初めての寄付アプローチへのハードルが下がっていると感じています。組織内でもチャレンジすることへの不安感が解消されています。

# 寄付者と社会とのつながりを増やす取り組み

## 東京マラソンチャリティ × コングラント

国際的な寄付文化の広がりを支える  
チャリティ決済のインフラとしての挑戦



東京マラソンチャリティは、寄付先団体が設定する一定額以上の支援を行った寄付者が「チャリティランナー」として東京マラソンに参加できる仕組みです。寄付者はランナーとして走るだけでなく、寄付のみでの参加も可能。社会課題への関心を持つ人々が、スポーツを通じて支援の輪を広げるユニークな取り組みです。

2024年大会では、コングラントがチャリティ決済の基盤として広く採用されました。寄付先団体のうち7団体がコングラントを導入し、合計約2.2億円の寄付を集めました。特に海外ランナーや国外寄付者が多い東京マラソンにおいて、コングラントの以下の3つの特徴が高く評価されました。

- ①多様な決済手段への対応：クレジットカード、銀行振込に加え、PayPay、Amazon Pay、Apple Pay、Google Payなど幅広い決済方法を提供。
- ②英語版決済フォームの作成が可能：海外寄付者向けに、英語対応したフォームを団体ごとに柔軟に設計。
- ③GDPR準拠のデータ管理：欧州を含む国外寄付者の個人情報保護に対応し、安心して寄付できる環境を整備。

これらの機能により、寄付体験の質も向上。団体側にとっても、寄付受付から領収書発行、CRM連携までを一元管理できることで、運営負荷の軽減と寄付者対応の精度向上につながりました。

## 能登半島地震・台湾地震における企業連携型 緊急支援の展開



2024年に発生した能登半島地震および台湾地震では、被災地支援を目的とした緊急寄付活動が全国で展開されました。コングラントでは、災害発生直後から企業による社内募金や従業員寄付を迅速に立ち上げられる「緊急支援サポート」を提供。寄付先団体と連携し、企業専用の寄付ページを最短3営業日で構築することで、スピーディーな支援体制を実現しました。

能登半島地震では、66社がこの仕組みを活用し、1万人以上の寄付者から約1億円の寄付が集まりました。企業は決済システムの導入不要で、クレジットカードによるオンライン寄付を即時に開始。

台湾地震においても、同様の仕組みが展開され、企業が寄付先団体を選定し、社内募金を立ち上げることで、国際的な支援の輪が広がりました。

これらの取り組みは、災害時における寄付の「スピード」と「信頼性」を両立する新しい支援モデルとして注目されています。コングラントは今後も、社会的インパクトを最大化する寄付基盤として、緊急支援の現場を支えていきます。

# 企業支援型クラウドファンディング

地域やステークホルダーを巻き込んで、社会課題の解決を実現する、新しい社会貢献施策



協賛企業専用の特設サイトを構築し、ファンドレイジングに挑戦する非営利団体を募集。寄付金は企業を経由せず団体に直接送金され、手間なく透明性の高い支援を実現します。SNSや団体HP、プレスリリースなど複数媒体で企業の社会貢献活動が広く発信され、ブランディング・エンゲージメント強化・インパクト拡大に寄与します。導入企業には阪急阪神やソニー銀行などがあり、広告換算効果は数千万円規模に達する事例もあります。

## 2024年度実績



## ユーザーの声（導入事例：企業支援型クラウドファンディング）

## | ソニー銀行株式会社

SDGsに貢献する寄付型クラウドファンディング

# GIVING for SDGs

sponsored by ソニー銀行



ソニー銀行株式会社アライアンス推進部 Sony Bank GATE 推進課  
シニアマネージャー

金子 豊 様

ソニー銀行は、創業以来「フェアである（Be fair）」を企業理念に掲げ、すべての人にとって公正で透明性の高い金融サービスを提供することを目指してきました。その理念のもと、社会的課題の解決に資する取組として、2022年より「GIVING for SDGs sponsored by ソニー銀行」を開始しました。

本プログラムでは、SDGsに取組む非営利団体のクラウドファンディングの伴走サポートに加え、広報支援や寄付決済手数料の負担を行い、寄付金が100%届くしくみを構築しています。2023年度の参画団体は10団体でしたが、2024年度には23団体へと飛躍し、寄付流通額も前年度比約2.2倍、支援者数も大幅に増加しました。また、本プログラムを継続して実施することで、お客さまや非営利団体からの認知度も向上してきています。

今後もSDGsに取組む非営利団体への支援を介して、誰もが気軽に社会貢献へ参加できるしくみづくりを進めてまいります。

「GIVING for SDGs sponsored by ソニー銀行」を通じ、多くのお客さまと共にSDGsに取組む非営利団体への支援や社会的課題の解決に取組めていることを嬉しく思います。本プログラムを開始して4年目となります。支援の輪は年々広がり、2025年6月には節目となる総支援額1億円を突破しました。今後も、誰もが身近に寄付や支援を実践できる機会を創出し、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

## ユーザーの声(導入事例:企業支援型クラウドファンディング)

## | 阪急阪神ホールディングス株式会社



ゆめ・まちクラウドファンディング

Powered by 阪急阪神ホールディングス



阪急阪神ホールディングス株式会社  
総務部 課長(社会貢献担当)  
竹之内 麻里 様

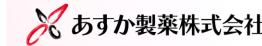
阪急阪神ホールディングスグループは、「安心・快適、そして夢・感動をお届けすることで、お客様の喜びを実現し、社会に貢献します」というグループ経営理念を掲げ、都市交通、不動産、エンターテインメント、情報・通信、旅行、国際輸送の6つのコア事業を展開しています。

社会貢献活動「阪急阪神 未来のゆめ・まちプロジェクト」は2009年4月に始動し、「未来にわたり住みたいまち」を目指して「地域環境づくり」と「次世代の育成」を重点領域に、沿線の市民団体に対する助成や協働を継続しています。また、「阪急阪神 未来のゆめ・まち基金」ではグループ従業員募金に同額を上乗せをして、市民団体への助成を行っており、これまでに200団体以上の市民団体を助成してきました。2024年からは「阪急阪神 ゆめ・まちクラウドファンディング」を実施し、従業員だけでなく、市民団体の活動を応援する方々とも一緒に、市民団体の活動を後押しする仕組みを整えました。

「阪急阪神 ゆめ・まちクラウドファンディング」では、市民団体のクラウドファンディングの伴走サポートに加え、特設WEBサイトやSNS、電車広告等を活用した広報・PRの支援および寄付決済手数料の負担を行います。これにより、資金獲得のみならず、活動を応援する方々の温かいお声をクラウドファンディングに挑戦する市民団体に届けることで、持続可能な社会の実現に貢献したいと考えております。

## ユーザーの声(導入事例:企業支援型クラウドファンディング)

## あすか製薬株式会社



20周年プロジェクト チャリティーウォーク クラウドファンディング お問い合わせ

20周年社会貢献プロジェクト  
**Powered by あすか製薬株式会社**  
**Wings of Women**

あすか製薬株式会社  
経営企画部 コーポレートコミュニケーション課長  
**山田 真也 様**

あすか製薬は、「先端の創薬を通じて、人々の健康と明日の医療に貢献する」という経営理念のもと、内科(消化器、甲状腺)、産婦人科、泌尿器科の重点3領域に特化し、競争力のあるスペシャリティファーマを目指し、新薬を中心とした事業を通じて、女性の心身の健康を支えることに注力しています。

近年は医薬品の提供にとどまらず、女性の健康に関する情報発信や啓発活動を展開しています。その一環として「女性のための健康ラボ Mint+」を設立し、若年層向けの啓発活動や教育現場への保健体育教材の無償提供、健康課題に関する実態調査などを行っています。

2025年10月、創立20周年を記念して、非営利団体や従業員をはじめとするステークホルダーと共に創し、女性の生活を多面的に支える「Wings of Women Powered by あすか製薬」を導入しました。本プログラムは、主に女性を支援する非営利団体の活動をサポートし、女性がいきいきと活躍し、自由に飛翔できる社会の実現を目指します。

「Wings of Women Powered by あすか製薬」では、チャリティーウォークとクラウドファンディングを組み合わせ、気軽に参加できる社会貢献活動を提供しています。誰もが社会課題に関与できる機会を創出する点で意義深いものです。また、HPやSNSで非営利団体の活動を紹介し、従業員が社会課題について学ぶ機会も生まれています。本プログラムを通じて、社会貢献の側面からも女性に寄り添い、持続可能な支援を続けてまいります。

## 寄付者と社会とのつながりを増やす取り組み

### オンライン従業員募金

#### 従業員募金の オンライン化で 業務工数を削減



従来の募金箱や給与天引きによる募金の手間をなくし、企業の業務負担を大幅に軽減します。従業員はスマートフォンやPCからいつでも参加でき、クレジットカード・Apple Payなど多様な決済方法で手軽に寄付することができます。

寄付先はポータルサイト上で社会課題とともに紹介され、社員は関心に応じて自由に選択できます。企業は「オンライン従業員募金」を通じて社員の社会参加を促進し、エンゲージメント向上や非財務情報の可視化にもつなげることができます。

#### 2024年度実績

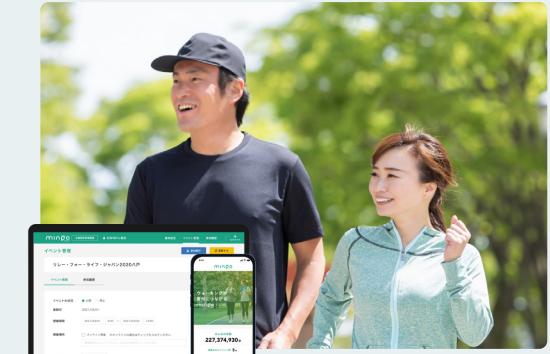
総支援者数 ..... 4,576人

寄付を届けた団体数 ..... 29団体

総寄付額 ..... 15,903,791円

### チャリティウォーク(オンライン)

#### スマホで参加 できるプログラムで 社会貢献を身边に



参加者の歩数をアプリで自動計測し、その歩数に応じて企業がマッチング寄付を行い、寄付金はNPO団体の活動に活用されます。

歩くことで社員同士の交流や社会課題への理解促進にもつながり、アプリ内のランキングやチーム対抗機能により社内の一体感も醸成できます。特設サイトでは歩数ランキングやNPO団体の紹介、企業のサステナビリティ方針なども掲載可能で、柔軟なカスタマイズに対応します。ウォーキングを通じて「健康×社会貢献×エンゲージメント」を同時に実現する新しいCSR施策です。

#### 2024年度実績

総支援者数 ..... 4,485人

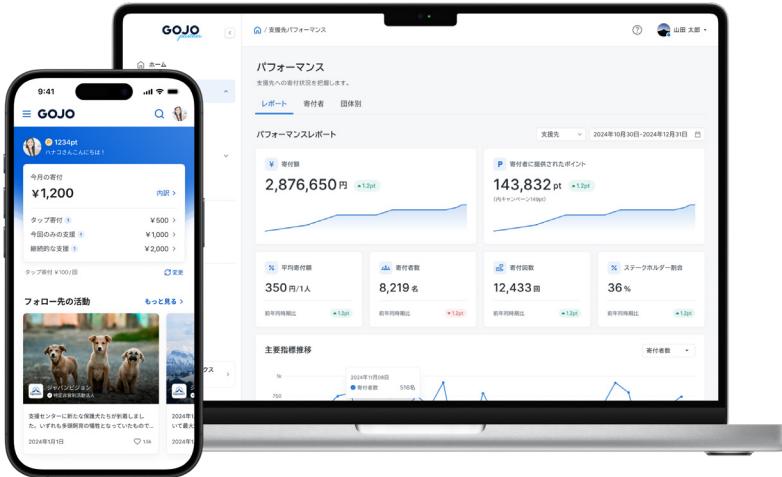
寄付を届けた団体数 ..... 39団体

総寄付額 ..... 6,744,023円

# 従業員の社会参画を推進するGOJO for Enterprise

## GOJO for Enterprise

### 社員の社会参画を促進・可視化する、まったく新しいプラットフォーム



- タップ寄付
- マイページ管理
- オンライン領収書(マイナポータル連携によるオンライン確定申告)
- ポイントインセンティブ
- 匿名での寄付者の把握

従業員参加型  
災害支援

社会課題起点の  
社内コミュニティ

#### 社会貢献は経営の主要テーマに

企業経営において、社会貢献活動はもはやCSRの延長ではなく、パーカーパス経営やマテリアリティ戦略、人的資本経営と直結する重要なテーマになっています。企業は事業による価値創出に加え、「事業領域の外側」にある社会課題への向き合い方も問われています。背景には、社会課題の複雑化と社会的期待の高まりがあります。

#### 事業だけでは解決できない領域

企業の社会的役割はまず事業を通じて果たされますが、気候変動や災害、貧困、教育格差といった複雑な社会課題は事業の枠だけでは解決できず、さらに、放置すれば地域社会・人材・生活基盤といった事業の土台を揺るがします。だからこそ、社会貢献活動を事業の補完として位置付けることは、企業としてのブランドや信頼、従業員エンゲージメント等、企業の持続可能性の観点からも重要です。

#### 従業員の社会参画は、仕組みを整えることで増える

その重要性が理解されていても、多くの企業では掲げた社会貢献の方針や理念が日常業務と結びつかず、従業員の行動として定着しない課題があります。方針や理念が掲げるだけで終われば、組織文化にはなりません。背景には、従業員が日常の中で社会課題と接点を持つ機会が乏しい構造があります。従業員が無関心なのではなく、参加しやすい仕組み・設計が欠けていたのが実情です。

#### コングランツがつくる接点

コングランツはこの断絶を埋めるプラットフォームとして、企業向けに「GOJO for Enterprise」を提供しています。スマートフォンで社会課題にアクションできる環境を整え、社会貢献を特別なイベントから日常行動へと変換。企業は参加データを人的資本経営やマテリアリティ開示と連携させ、理念を掲げるものから、組織全体で体現されるものへと進化させることができます。

## ユーザーの声(導入事例:GOJO for Enterprise)

## | 戸田建設株式会社



戸田建設株式会社  
本社総務部次長  
村山 博一様

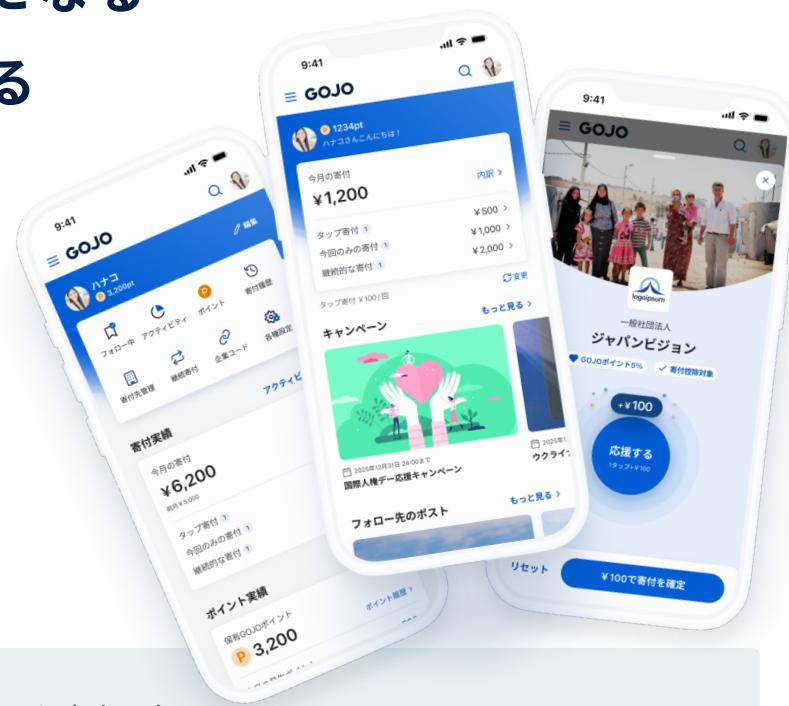
戸田建設は主に、建築・土木工事の設計・施工・監理、都市開発、不動産事業、再生可能エネルギー事業などを展開しています。また、サステナビリティ基本方針のもと、学習機会の提供や防災・清掃、文化活動、ボランティア、作業所での地域連携などを通じて地域と共生してきました。2016年には「一般財団法人戸田みらい基金」を設立し、若手・女性・外国人技能者の採用育成や建設教育への助成を行っています。

従来の清掃活動やボランティアでは参加者が固定化しがちという課題があり、より幅広い従業員に社会課題への関心を深めてもらい、自発的なアクションを促すことを目指しています。「GOJO」は、手軽な寄付を入口としながら、将来的にはボランティアといった次の行動にも繋げられる「社会貢献プラットフォーム」としての可能性に期待し、導入を決定しました。

導入後約3か月で従業員約300名がアプリを体験し、これまで活動に参加してこなかった層や、関心がありつつも行動を起こせていなかった従業員の参加を促すことができていると感じています。今後は、寄付をきっかけに関心を深めた従業員が、ボランティアやプロボノ活動へ自然にステップアップできるような、新たな行動に繋がる仕組みづくりに期待しています。

## 寄付アプリ「GOJO」を25年4月にリリース

寄付する人が  
もっと楽になる  
幸せになる



GOJOはこれまでになかった  
新しい寄付者体験をつくる寄付アプリです。

- タップ操作による100円からのかんたん寄付
- 寄付額に応じたポイント付与
- 寄付の履歴の確認
- 企業との連携による従業員寄付の促進やキャンペーンの開催

コングラントを利用する非営利法人であれば追加費用なし・新たなサービス導入や契約なしでスムーズに導入できます。



### かんたんな寄付手続き

GOJOにはさまざまな社会課題解決に取り組む活動が掲載されています。関心のある社会課題や応援したい団体に対して、1タップ100円から気軽に寄付できます。

### 寄付でポイントが貯まる

GOJOで寄付をすると寄付額に応じて1%から最大30%のポイントをもらいます。貯まったポイントはコーヒーブレイクに使ったり、ポイントをまた別の活動に寄付することもできます。

### 寄付のログが貯まる

寄付した履歴はマイページで確認可能。今年自分がどんな活動を応援したのか、どれだけ社会に貢献できたのか、かんたんに把握できます。

### 応援したい寄付先が見つかる

GOJOには15のカテゴリ・数百の活動が掲載されます。あなたが応援したい団体やプロジェクトがきっと見つかります。また、応援したい寄付先をGOJOに掲載することも可能です。

### 企業との共創で社会課題解決

GOJOは企業との共創によるパートナーシップを推進します。企業と共にプロジェクトを推進したり社会貢献を促進することで社会課題の解決に貢献します。企業からの協賛金等の収益金はGOJOポイントに活用されます。

## GOJO開発に込めた想い

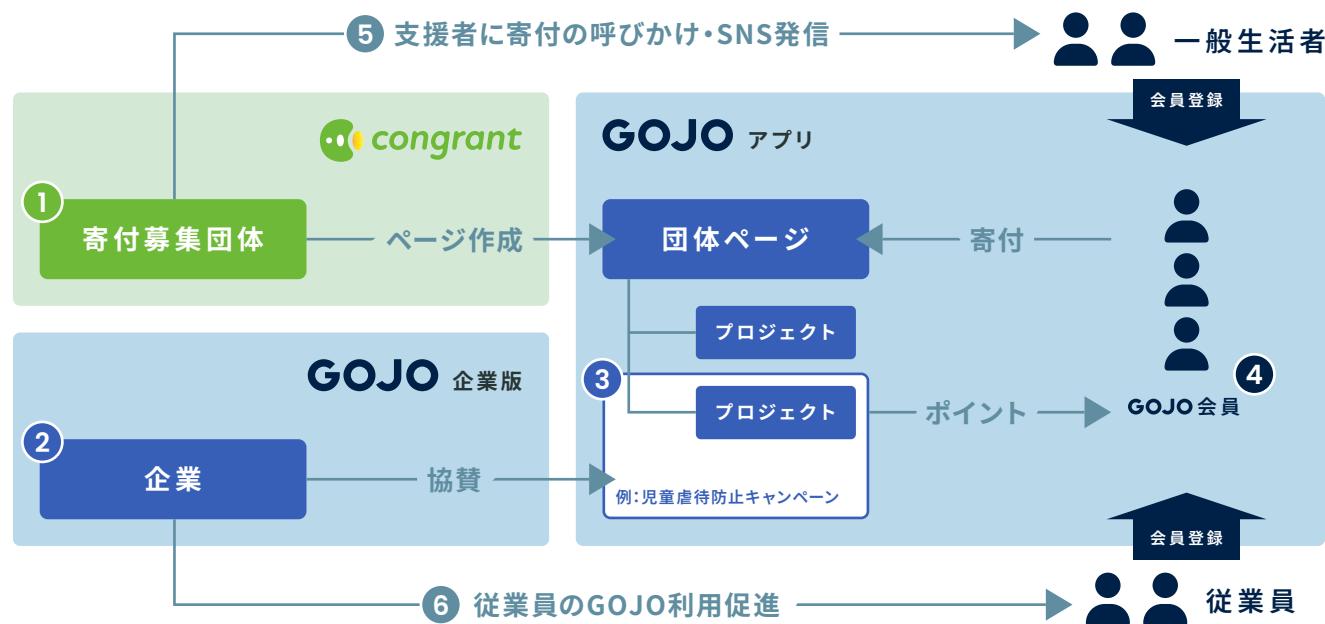
寄付がもっと身近に、日常に。そんな想いからGOJOは生まれました。多くの人が寄付を、経済的に豊かな人や限られた人が行う「崇高な行為」として捉えています。自分には関係のこと、特別な人だけができるとして、距離を感じてしまっている。しかし、本当にそうでしょうか。

私たちは、寄付が一部の人だけの特別な行為ではなく、誰もが自然に選べる日常の選択肢になる世界を目指しています。朝のコーヒーを選ぶように、お気に入りのお店を選ぶように、寄付もまた、日々の暮らしの中で気軽に選べるものであってほしい。GOJOは、寄付をもっと身近な存在にするために生まれたプラットフォームです。

GOJOは、寄付募集団体、寄付者、企業という三者をつなぎます。団体は想いを発信し、寄付者は共感した活動を支援し、企業は従業員の社会貢献を後押しする。それぞれの立場から、それぞれのやり方で、社会をより良くする活動に参加できる仕組みです。誰もが気軽に、心地よく寄付できる体験を提供します。難しい手続きも複雑な仕組みも必要ありません。スマートフォンで、数回のタップで、あなたの想いを届けることができます。

寄付が日常の選択肢となる世界。それは、より多くの人が社会に参加し、より多くの団体が持続的に活動できる世界です。GOJOは、想いを循環させるプラットフォームとして、誰もが親しみをもてる寄付文化の創造に貢献していきます。

### 団体・寄付者・企業をつなぐ寄付のエコシステム



①団体はGOJOに掲載することで、新たな寄付者とマッチングや寄付者の利便性向上を図ることができます。GOJOのプロジェクトページはコングラン트のシステムから作成できます。GOJO経由の寄付者の情報もこれまで通りコングラン트のCRMで管理できます。

②企業はGOJO(企業版)で従業員の社会貢献活動見える化できます。さらに企業の事業領域に添った社会課題に関するキャンペーンへの協賛、ポイントの発行で新たな寄付を創出し、効果を可視化できます。

③企業・運営によって選ばれた団体は期間限定のキャンペーンにプロジェクトを掲載できます。キャンペーン掲載プロジェクトに寄付をした会員は、通常よりも多くのポイント還元を受けられます。

④GOJO会員はGOJOに掲載されている団体やプロジェクトに対してかんたんに寄付できます。

⑤団体は広報物やメルマガ、SNSなどでGOJOのプロジェクトを発信します。

⑥企業は自社の従業員やステークホルダーに対して、GOJOを使った寄付を呼びかけます。企業連携コードを発行することで従業員にポイントを付与し、寄付を促します。

## 25年11月に認定NPOカンファレンスignite!を開催



### 開催概要

開催日 2025年11月7日(金)10:00～19:15

開催場所 東京商工会議所 Hall & Conference Room

主催 認定NPOカンファレンスignite!実行委員会(コングラント株式会社・リタワークス株式会社・合同会社Co-Work-A・細貝朋央)

### 開催内容

「認定NPOカンファレンスignite!」は、認定NPOの経営課題解決や制度や仕組みの改善に向けて、認定NPO法人の「経営力向上」と「組織成長」の支援、制度改革・寄付税制改善のための議論と発信を目的に開催しました。全国の認定NPO法人をはじめ、総勢420人(参加者・登壇者を含む)にご参加いただき、開催パートナーとして、9社による協賛、6社によるメディアパートナー、9団体による後援団体にご協力をいただきました。

キーノートセッションでは米国の寄付文化を変革したダン・パロッタ氏と日本ファンドレイジング協会鶴尾雅隆氏にご登壇いただき、非営利組織が持つ本来の可能性を引き出すための思考をお話いただきました。続く、ignite! PITCH 2025では、フローレンス、Learning for All、D×P、ウィーログ、eboard、全国こども食堂支援センター・むすびえの6団体がピッチ登壇。どの団体からも魂のこもったピッチをいただきました。

さらに、NPO・ソーシャルセクターや企業のCSRを牽引する方々による10のセッションを実施しました。参加者からは、「熱量に触れ、心が動いた。ignite!された」「ignite! PITCH 2025や多様なセッションが新しい気づきを生んだ」などのお声をいただいています。

認定NPOカンファレンスignite!は、2028年まで残り3回の開催を予定しております。認定NPOの経営課題解決や制度や仕組みの改善に向けて挑戦を続けてまいります。

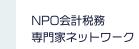
### 協賛



### メディアパートナー



### 後援



## ビジョンの実現に向けたルールメイキングの推進

コングラントがビジョンとして掲げる「あらゆる困難に寄付が届く世界」を実現するためには、優れたプロダクトだけではなく、寄付をするという行為が社会に仕組みや文化として組み込まれている必要があります。

しかしながら、米国の個人寄付がGDPの約2%であるのに対し、日本は約0.1%。法人、個人共に、寄付の市場規模も長らく成長が止まっています。世界的に見ても「寄付後進国」である、この日本の現状を変えるためには、寄付に関する制度やルールを見直し、寄付をすることが必要不可欠です。コングラントとしては、特に右の2つの方向でルールメイキングを推進していきます。

### ビジョン実現のための2つのルール

1

#### 寄付控除の拡大等による インセンティブの強化

- 寄付に関する税額控除率の引上げ
- 少額寄附については100%税額控除など

2

#### 寄付控除等の 手続きの簡素化(DX)

- マイナポータル連携による寄附控除の電子化
- 紙と電子の併用による手続きの簡素化など

政策や法律の改革だけでなく、既存制度の運用改善や効率的な運用方法の提案についても進めています。

### 現在ある課題とコングラントの実践

#### クレジットカード決済の受領日問題 (→決済日が受領日)

##### 現状の課題

寄付者が決済を行った「決済日」ではなく、決済代行会社から団体に入金される「入金日」を受領日とする慣習があり、寄付者の認識との齟齬や、寄付者が前年の確定申告で税制控除を申告できない問題があった。

##### コングラントの実践

顧問弁護士と連携しながら内閣府に改善を求めた。2023年12月22日に行われた、内閣府NPOホームページのQ&Aの更新において、確定申告に必要な寄付金受領証明書の受領年月日を「決済日」にすることが明記された。

#### 寄付金受領証明書の郵送必須問題 (→郵送任意化)

##### 現状の課題

認定NPOの多くは、寄付金の受領証明書を紙で印刷して寄付者に送付しているが、郵送業務及び費用が過大な負荷となっている。

##### コングラントの実践

所轄官庁である内閣府、国税庁に確認し、電子データでの領収書の送付については法的に問題ない旨の回答を得た。今後、認定NPO法人への周知をしていく。

## ソーシャルセクター事業部

ソーシャルセクター事業部  
マネージャー



佐野 友希衣

ソーシャルセクター事業部  
プロジェクト伴走チームリーダー



奥田 彩花

### 病院・大学など、 ソーシャルセクター全体を支える寄付DXシステムへ

これまで主にNPOや非営利団体を主な対象としてご利用いただいておりましたが、病院や大学などより広いソーシャルセクターの寄付DXを支えられるよう、サポートを拡大していきます。病院領域では、全国的に経営悪化が進むなかで寄付の必要性が高まっている一方、ノウハウ不足から寄付募集に踏み出せない医療機関が多い現状があります。私たちはこれまでの知見を生かし、寄付を“病院を支える選択肢”として根付かせる仕組みづくりを進めています。また大学領域においても、財政難に直面する教育現場の持続可能性を支えるため、寄付による自主財源確保の強化を後押ししていきます。幅広い社会課題に向き合う組織の挑戦を、寄付の力で支える体制づくりを今後さらに推進していきます。

### 団体相互の学び合い、 つながりができるプラットフォームへ

寄付決済サービスとしてプロダクトを利用してもらうだけでなく、今後は団体同士が学び合い、つながり合うコミュニティをプロデュースすることで、寄付募集に挑む団体が自走できる環境づくりを進めていきたいと考えています。成功事例やノウハウを共有し合える場を整備し、地域団体まで支援の範囲を広げながら、新しい伴走体制の構築に取り組んでいます。寄付募集の成果を最大化し、社会課題に向き合う団体の成長をともに支えるエコシステムをめざします。

## 法人事業部

執行役員 法人事業責任者



高橋 敦彦

### 寄付をきっかけに企業文化を変える

私たちはGOJOを単なる「寄付のDXツール」ではなく、「経済活動の枠組みから外れた社会課題を、経済界として解決するインフラ」として位置付けています。従業員一人ひとりが社会課題に向き合い、行動する文化を企業の内部に育てていくこと。それこそが、これから企業価値を左右する重要な要素だと考えています。単発的なCSR施策ではなく、日常的に社会課題とつながる仕組みを企業内に浸透させることで、社会的価値の創出を継続可能な形に転換します。寄付はその第一歩です。

### 共創によるインパクトの最大化

今後は個社導入にとどまらず、複数企業が参加する共創型の社会貢献を推進します。例えば、災害支援や教育、こども・環境といった社会テーマごとに、企業横断で寄付文化を広げていく。共通の社会課題に複数企業が関わることで、企業単体では生み出せないインパクトを創出し、社会的信頼の獲得とエンゲージメントの強化・可視化につなげます。GOJOは、こうした共創を支えるプラットフォームとして、企業・個人(従業員)・NPOの三者をつなぐハブになることを目指します。

### 社会的インフラとしての進化

GOJOによって可視化される企業・従業員の寄付データは、将来的に、従業員の興味/関心を、寄付という行動を裏付けとした行動データとして、人的資本経営・マテリアリティ開示に直結する非財務情報へと進化していくと考えています。企業が従業員の社会貢献行動を戦略的に捉え、サステナビリティ経営を前進させるための基盤となることを目指します。私たちは、GOJOを、社会と企業・従業員を結ぶ新しいスタンダードとして、社会に根付かせていきます。

## 開発部

プロダクトマネージャー

荒木 雄大



### 寄付しやすい決済フォームの追求

開発部では、コングラントの事業KGIである寄付流通額(GMV)の最大化を目指して開発に取り組んでいます。そのための第一歩として、「寄付しやすい決済フォームの追求」を重要なテーマに掲げています。

寄付者の方々が決済フォームに訪れてから実際に寄付を完了するまでの過程で、少しでも迷いや不安を感じる要素があれば離脱につながってしまいます。入力のしやすさ、わかりやすさ、安心感といった要素を一つひとつ見直し、誰もが気持ちよく寄付できる体験を作りていきます。また、決済手段の選択肢を広げることで、より多くの方に自分に合った方法で支援していただける環境を整えていきます。

### 継続寄付の申込率・継続率の向上

単発寄付だけでなく、継続寄付の申込率と継続率の向上にも力を入れています。継続寄付は団体にとって安定的な収入源となり、より長期的な活動計画を立てることを可能にします。決済フォームの段階で継続寄付を選びやすいデザインにすることで申込率を高めるとともに、一度継続寄付を始めた方が長く支援を続けられるような仕組みづくりに取り組みます。決済エラー時のフォローや、寄付者の状況変化に柔軟に対応できる機能の充実を通じて、団体と寄付者の良好な関係が長く続くことを支援していきます。

### プラットフォームとしての使いやすさの向上

GMVに直接貢献する機能だけでなく、団体スタッフの皆さまが日々使う管理画面の使いやすさの向上にも継続的に取り組んでいきます。新しく導入された団体がスムーズに使い始められること、日常の業務が効率的に進められること、寄付者とのコミュニケーションがしやすくなることなど、現場の声に耳を傾けながら改善を重ねていきます。

## 経営企画室

経営企画室室長

内藤 千賀



### 認定NPO等への寄付促進に向けた制度改革

日本では、NPO法創設から25年以上が経過し、制度疲労が顕在化しています。認定NPO法人数の伸びは鈍化し、個人寄付額も横ばいが続く中、民間による社会課題解決の力が十分に発揮されていない現状があります。その背景には、寄付金控除のインセンティブが弱いことや、確定申告が必要となる手続き負担の大きさなど、寄付を行う上での障壁が残されています。

認定NPOをはじめとしたNPO・ソーシャルセクターへの寄付を促進させるため、寄付税制の改善に向けた政策提言を推進します。寄付控除率の引き上げや地域間格差の解消、特定条件下での寄付金控除率100%適用など、インセンティブを強化するとともに、マイナポータル連携や年末調整による手続きDXを実現し、寄付のハードルを下げていきます。民間の力がより発揮される寄付制度のアップデートを進めます。

### 認定NPOの プラットフォームづくり・情報提供体制づくり

2025年11月に実施した認定NPOカンファレンスignite!に引き続き、全国47都道府県の認定NPOがつながることができるネットワーク基盤の構築を進めます。制度改革の最新情報やノウハウを共有し、共通課題の解決を加速する仕組みを整備します。認定NPO同士が横につながり、互いの力を引き出しながら発展できる環境づくりを推進します。

また、このネットワークの中で、認定NPO法人制度の不具合改善のための取り組みを進めます。

2025年9月、コングラントはサービス開始から8年を迎えました。NPOが直面する「寄付の壁」を打破するために生まれたこのシステムは、当初300団体ほどの試験的な取り組みからスタートしました。現在では、認定NPO法人を含む約4,000の団体に導入され、累計流通額は130億円を超えるまでに拡大しました。さらに2025年5月には、ソーシャルセクターと寄付者をつなぎ、より良い寄付体験を提供する手段として、「寄付する側」にアプローチするスマート寄付アプリ「GOJO」を開始しました。

私は「日本には寄付文化がないのではなく、寄付システムの構造がないのだ」と確信しています。私たちの目的は、単なるシステムの提供に留まりません。テクノロジー、政策改革、そして企業との共創という多角的なアプローチを通じ、「誰かの役に立ちたい」という人々の想いが、社会の隅々まで毛細血管のように循環する仕組みを構築することにあります。

かつて宅急便が物流の常識を変えたように、私たちは“想い”を届けるインフラとなり、あらゆる困難に支援が届く世界を実現します。日本の寄付のあり方をアップデートし、新しい社会参加の形を、ステークホルダーの皆様とともに創り上げていければ幸いです。

コングラント株式会社 代表取締役CEO 佐藤 正隆



## コングラントとして今後実現していきたいこと

### より良い寄付体験と業務効率化の追求

- 寄付者にとって快適な決済と寄付管理ができるマイページの開発提供
- PayPay等の新しい決済手段、時代に沿う先駆的な決済機能の開発提供
- 寄付募集・管理にかかる業務を効率化するAI機能の開発提供

### ソーシャルセクター全体に寄付DXを拡大

- 病院・大学・博物館・政党など寄付DXの提供範囲を拡大
- 社会課題に向き合うあらゆる組織が、寄付という「自主財源」を確保し、活動を継続できる強固な体制づくりを後押し

### 国民総寄付者で寄付者率を大幅改善する提言

- 年間5万円までの少額寄附については、適用下限(2,000円)超過部分を100%税額控除とする「共助促進税額控除」を新設
- 給与所得者の年末調整に寄附金控除ができるように整備、提言

### 企業と従業員の寄付DXと寄付文化醸成

- 企業・従業員との共創による寄付・社会的投資によるインパクト創出
- GOJO等の導入で人的資本経営・サステナビリティ戦略に貢献

## アウトカム

出典:[https://simi.or.jp/social\\_impact/about](https://simi.or.jp/social_impact/about)

事業や取り組みのアウトプットがもたらす変化、便益、成果のことです。事業や取り組みの実施後の直接、間接の影響として、受益者やその周辺や関係者、または取り組みのターゲットに現れてくる変化を指します。受益者であれば、知識・意欲・行動・態度・スキルなどの変化、制度であれば政策変更などがあります。

## NPO

出典:<https://www.npo-homepage.go.jp/about/npo-kisochishiki/npoiroha>

NPOとはNon-Profit OrganizationまたはNot-for-Profit Organizationの略称で、様々な社会貢献活動を行い、団体の構成員に対し、収益を分配することを目的としない団体の総称です。

したがって、収益を目的とする事業を行うこと自体は認められますが、事業で得た収益は、様々な社会貢献活動に充てることになります。このうち、特定非営利活動促進法に基づき法人格を取得した法人を、特定非営利活動法人(NPO法人)と言います。NPOは法人格の有無を問わず、様々な分野(福祉、教育・文化、まちづくり、環境、国際協力など)で、社会の多様化したニーズに応える重要な役割を果たすことが期待されています。

## NPO・ソーシャルセクターで活動する人

組織の理事・有給職員だけではなくボランティア、プロボノ、支援者も含めた組織に関わって活動するすべての人を活動する人と定義しています。

## KPI

出典:[https://simi.or.jp/social\\_impact/about](https://simi.or.jp/social_impact/about)

組織の目標を達成するための重要な業績評価の指標を意味し、達成状況を定点観測することで、目標達成に向けた組織のパフォーマンスの動向を把握できるようになります。仮に、目標値からギャップが生まれた場合には、組織行動が当初想定の方向に向かっていないことを意味し、活動の修正が必要です。

## クラウドファンディング

出典:認定ファンドレイザー講座(日本ファンドレイジング協会)

群衆(クラウド)と資金調達(ファンディング)を合わせた造語です。特定のプロジェクト実施に対する資金をオンラインで募るもので、寄付型だけでなく、投資型・購入型などもあります。

## CSR(企業の社会的責任)

出典:[https://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei\\_innovation/kigyoukaikei/](https://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/kigyoukaikei/)

企業が社会や環境と共存し、持続可能な成長を図るために、その活動の影響について責任をとる企業行動であり、企業を取り巻く様々なステークホルダーからの信頼を得るための企業のあり方を指します。

## 社会的インパクト

出典:[https://simi.or.jp/social\\_impact/about](https://simi.or.jp/social_impact/about)

短期、長期の変化を含め、当該事業や活動の結果として生じた社会的、環境的なアウトカムのことです。社会的インパクトの特徴として、4つのポイントを挙げています。

- 長期的な結果のみではなく、短期でも変化は生じる。
- 大規模な取り組みによるものだけでなく、小規模のものや一人の心理的変化なども含む。
- 数値化(定量化)されたものだけでなく、定性情報でも表すことができる。
- ポジティブな変化だけでなく、ネガティブな変化も含む。

## 人的資本経営

出典:[https://www.meti.go.jp/policy/economy/jinteki\\_shihon/index.html](https://www.meti.go.jp/policy/economy/jinteki_shihon/index.html)

人材を「資本」として捉え、その価値を最大限に引き出すことで、中長期的な企業価値向上につなげる経営のあり方です。

## ソーシャルセクター

出典:<https://cococolor-earth.com/social-sector/>

ソーシャルセクターとは社会課題解決を目的とした組織・団体の総称であり、非営利のみならず営利団体も含まれます。

## 当事者

その事柄に直接関係している人のことです。

## 認定NPO法人

出典:<https://www.pref.osaka.lg.jp/o070040/fukatsu/v-npo/ninteigaiyou.html>

NPO法人のうちその運営組織及び事業活動が適正であって公益の増進に資するものにつき一定の基準に適合したものとして、所轄庁の認定を受けたNPO法人をいいます。

## パーパス経営

出典:<https://www.jmam.co.jp/hrm/column/0083-purpose-kesei.html>

社会においてどのような存在意義を出してどのような貢献をするのかを「パーパス」として掲げ、その「パーパス」を軸に経営を行っていくことです。

## ファンドレイジング

出典:<https://jfra.jp/pdf/koudoukijyun.pdf>

民間非営利団体が行うファンドレイジングは、単にその活動資金を調達することではなく、支援を募る過程を通じて、より多くの人たちに社会の課題を示し、理解と共感を得て、その課題解決への参加者を増やして社会をより良くしていくことです。

## マテリアリティ

出典:<https://www.dir.co.jp/world/entry/materiality>

マテリアリティとは、「重要性」や「重要課題」を意味します。企業の経営計画や経営戦略等で「マテリアリティ」といわれるときには、企業が経営を行っていく上で優先的に取り組むべき重要な課題のことを指します。

## マンスリーファンディング

マンスリーファンディングは、募集期間と目標人数を設定して、マンスリーサポーター(毎月寄付者)を募集するためのプロジェクト種別です。

## ロジックモデル

出典:<https://jfra.jp/pdf/koudoukijyun.pdf>

ロジックモデルとは、事業が成果を上げるために必要な要素を体系的に図示化したものです。一般的なロジックモデルの図は事業の構成要素を矢印でつなげたツリー型で表現され、「インプット」「活動」「アウトプット」「アウトカム」と4つの要素で図示されます。



挑戦する、すべての寄付を支える

## コングラント・インパクトレポート 2025

発行元 | コングラント株式会社

発行日 | 2025年12月

所在地 | 〒550-0002 大阪府大阪市西区江戸堀1-22-17 江戸堀イーストビル6F

問い合わせ | 経営企画室 [corporate@congrant.com](mailto:corporate@congrant.com)

[congrant.com](http://congrant.com)