IMPACT REPORT 2026

コングラント インパクトレポート2026

congrant

コングラントの紹介

3 会社概要
4 ビジョン・ミッション
5 ビジネスコンセプト
6 社会課題解決の中間支援組織として生み出す4つの変化
7 コングラントのロジックモデル

ソーシャルセクター向けの事業・サービス

9 寄付DXシステム「コングラント」
10 数字で見る「コングラント」
11 新たにコングラントの利用を開始した団体
12 お客様の声：公益財団法人ジョイセフ
13 お客様の声：兵庫県立こども病院
14 コングラントの活用によって生まれている変化
15 寄付者と社会とのつながりを増やす取り組み

エンタープライズ向けの事業・サービス

17 本業と社会課題解決の両立
18 お客様の声（導入事例：企業5社）
～
22 ソニー銀行／アイニコグループ／サントリーHD／SOMPO HD／戸田建設

ソーシャルアクション

24 ビジョンの実現に向けたルールメイキングの推進
25 京都大学との共同研究
26 認定NPOカンファレンス ignite!
27 認定NPO全国ネットワークの設立

一年間の総括と今後の方向性

29 私たちが目指しているもの
30 一年間のtiny things
31 目指す組織のあり方
32 各事業の今後の方向性
33 役員メッセージ

補足

34 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、2025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

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	40名	
顧客数 （2026年10月）	ソーシャルセクター エンタープライズ企業	約4,500団体 約50社
寄付流通額 （2026年10月）	累計流通額	190億円

経営役員

代表取締役CEO	佐藤 正隆
取締役	佐藤 大吾
社外取締役	井上 陽介
執行役員CAO	石井 賢
執行役員COO	坂本 修通
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

沿革

2026．5	日本初「認定NPO全国ネットワーク」設立
2026．3	「FIN/SUM 2026」IMPACT PITCHにて三菱地所賞受賞
2025．11	認定NPOカンファレンスignite!を初開催
2025．9	支払手段に「PayPay」を標準導入 ※法人格に制限あり
2025．5	スマート寄付アプリ「GOJO」サービス開始
2025．4	寄付流通額100億円を突破
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
2024．12	支払手段に「Amazon Pay」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
2024．9	支払手段に「PayPay」を導入
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
2024．4	イベント事業収益の決済機能を提供開始

受賞・採択実績

日本経済新聞社・金融庁「FIN/SUM 2026」スタートアップコンテスト、三菱地所賞受賞

日経クロストレンド「未来の市場をつくる100社」2026年版

Forbes JAPAN「NEXT IMPACT STARTUPS 30」2025

週刊東洋経済「すごいベンチャー100」2024年最新版選出

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、日本と世界で「あらゆる困難に寄付が届く世界」を実現することをビジョンに掲げています。
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なくす

寄付を中心とした金融・データ・文化のインフラを構築することで、社会課題解決の中間支援組織となっていくことを目指しています

コングラントは、寄付決済のシステムを提供する会社にとどまりません。
「誰かの役に立ちたい」という一人ひとりの想いが、社会の隅々まで確実に届く仕組みそのものをつくります。

01 寄付金をデリバリーする

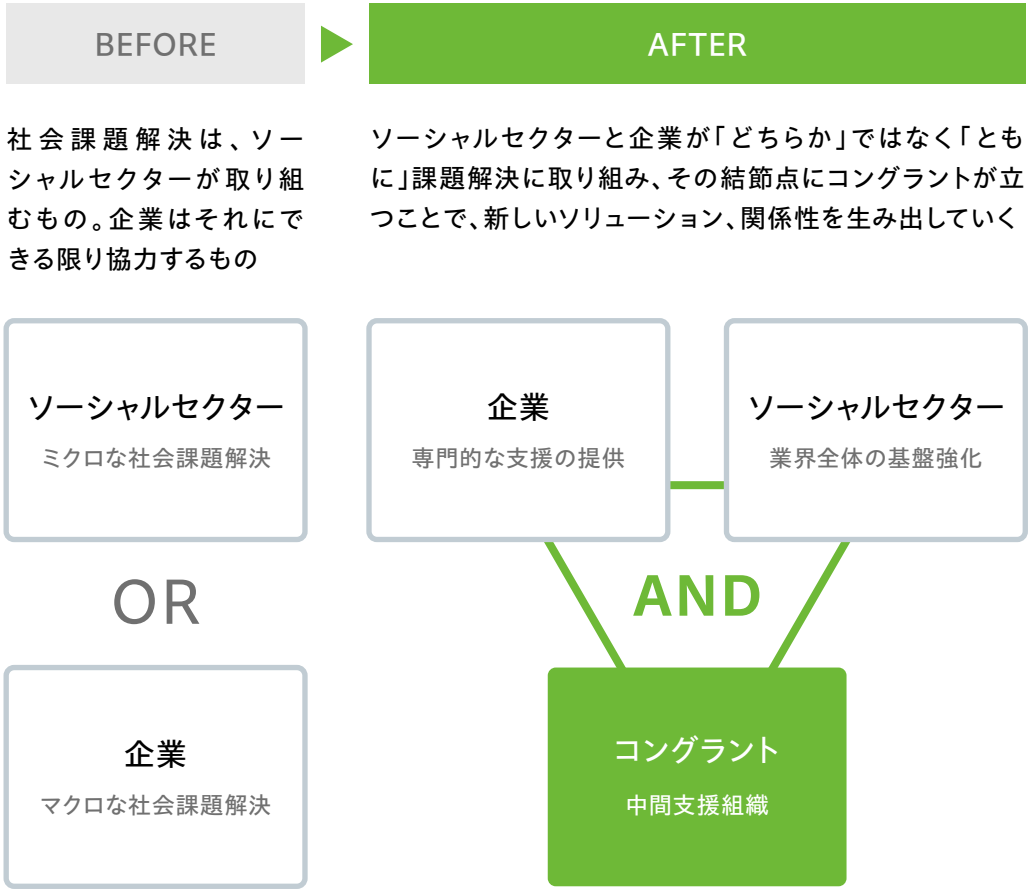
現場の支援者ほど「支援に集中したいが、資金がなければ届けられない」というジレンマを抱えます。あらゆる困難に確実に資金を届けることが、私たちの出発点です。

02 全セクターを巻き込んで課題を解決する

社会課題の解決は、ソーシャルセクターだけの役割ではありません。命に寄り添うミクロな解決と、資本によるマクロな解決。両者が「OR」でなく「AND」で取り組みます。

03 中間支援組織として団体を支援する

NPO・ソーシャルセクターと企業、寄付者をつなぐ結節点に立ち、業界の基盤強化と専門的支援を通じてセクターを越えた共創を生み出します。



コングラントは中間支援組織として
日本の寄付を取り巻く4つの領域に変化を起こしていきます。

体験が変わっても制度が伴わなければ広がらず、制度が変わっても社会の認識が動かなければ使われません。
コングラントは、日本の寄付に関わる体験・制度・事業環境・社会認識という4つの領域で並行して変化を起こしていきます。

1 寄付体験を変える

寄付DX

気軽に、いつでも、よい体験として寄付できる仕組みを。寄付履歴をひとつのIDで管理する「寄付者マイページ」やAIによる寄付者コミュニケーションの自動化を進めます。

2 事業環境を変える

エンパワメント

公益団体が抱える課題を解決し、成果を出しやすい環境を。認定NPOカンファレンス「ignite!」の開催や、「認定NPO全国ネットワーク」の運営に取り組んでいます。

3 制度を変える

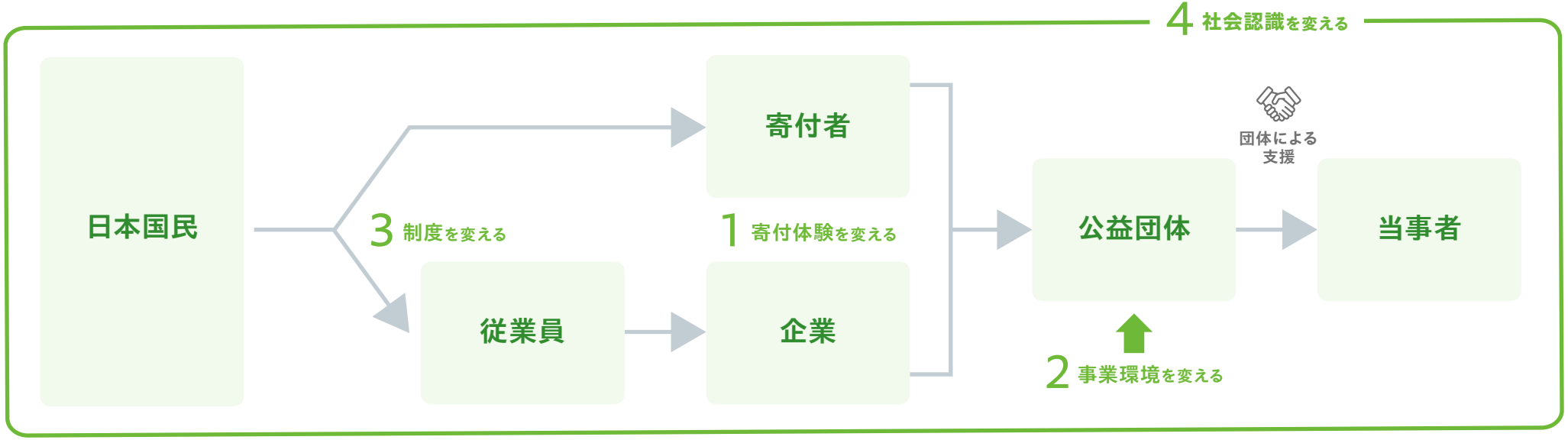
政策提言

インセンティブが弱く手続きが複雑な制度を、使いやすいものへ。マイナポータル連携による確定申告や、年末調整での寄付控除を、有識者とともに提言し、実現を目指します。

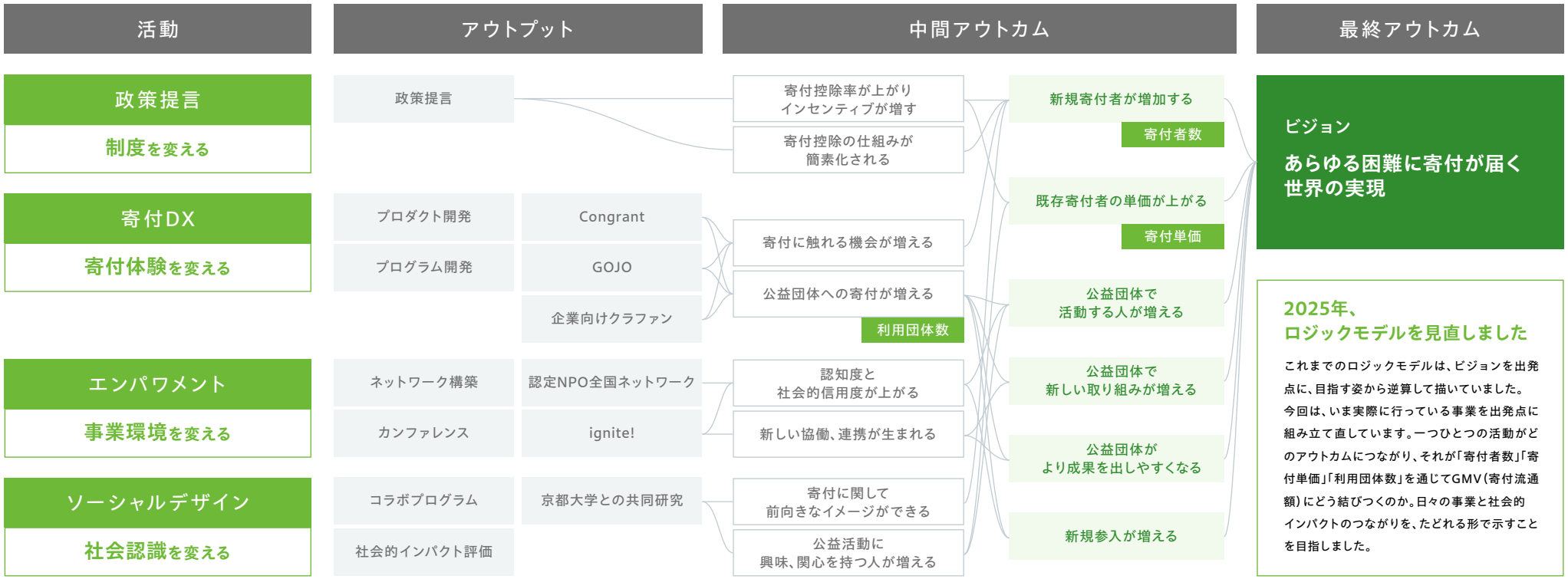
4 社会認識を変える

ソーシャルデザイン

寄付がよりカジュアルで、意義ある営みであるという新しいイメージを。挑戦する人々の喜びや、支援の先にある笑顔のストーリーを集め、伝えていきます。



政策提言、寄付DX、エンパワメント、ソーシャルデザインの4つの活動を通じて、「あらゆる困難に寄付が届く世界の実現」というビジョンの実現を目指します。



なぜ、GMV（寄付流通額）を重視するのか

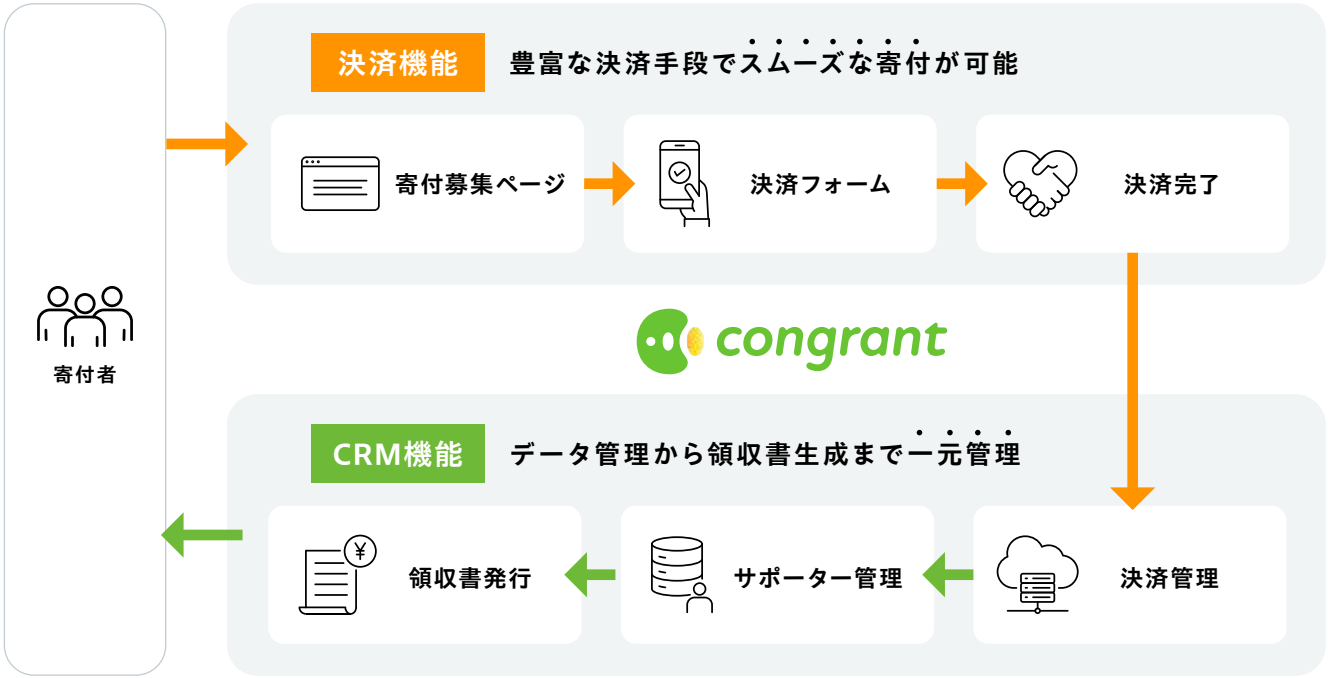
GMVとは、コングラントを通じて寄付者から公益団体へと流れた寄付の総額です。この数字は、単なる事業規模の指標ではありません。私たちにとってGMVは、社会にどれだけの支援が届いたかを測る、最も根本的なものさしです。ロジックモデルが示すとおり、制度・寄付体験・事業環境・社会認識という4つの変化への取り組みは、それぞれ異なる道筋をたどりながら、最終的には「寄付者数」「寄付単価」「利用団体数」という共通の要素に結びつきます。そしてこの3つの積が、GMVを形づくります。GMVが増えるということは、より多くの人が寄付に参加し、一人ひとりの想いがより大きな支援となり、それを受け取る団体が増えているということ。つまりGMVの拡大は、NPO・ソーシャルセクターの資金基盤が強くなり、その先にいる当事者へ支援が行きわたっていく過程を、そのまま表しています。だからこそ私たちは、GMVを事業の中心に据え、その最大化を追求しています。



ソーシャルセクター向けの事業・サービス

Solutions for the Social Sector

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

01 すべての法人・任意団体が利用可能

02 業界最安水準の決済手数料3.4%

03 5大国際カードブランドが最短即日利用可

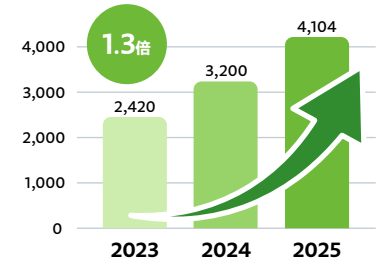
04 あらゆる寄付募集に対応

05 寄付決済から領収書生成まで全自動

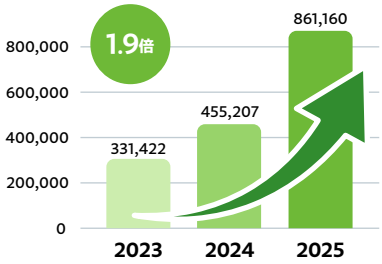
06 Salesforceとの自動連携も可能

数字で見る「コングラント」

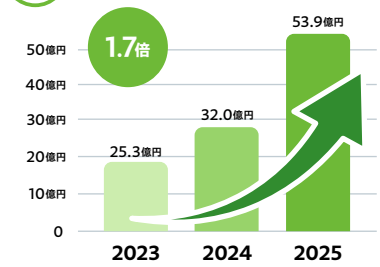
利用団体数



寄付件数



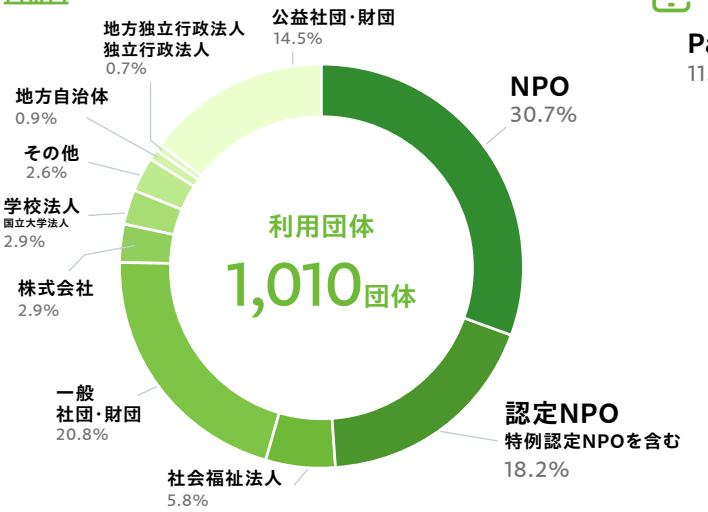
寄付流通額



算出期間：2025年4月〜2026年3月

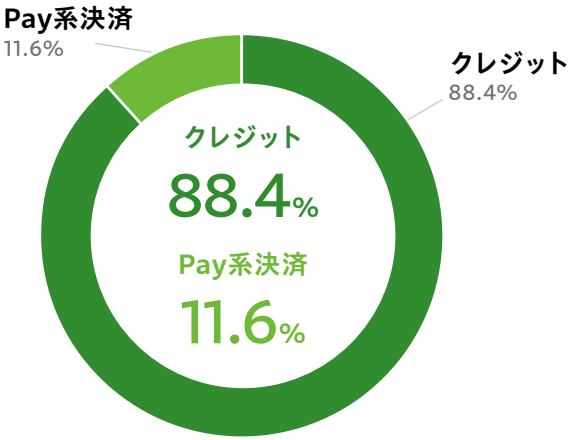
2025年度末時点で、コングラントをご利用いただいている団体数は前年度の約1.3倍である4,104団体に達しました。また、寄付件数は86万件、寄付流通額は約54億円となりました。

利用団体の法人格（有料団体のみ）



NPOと認定NPO（特例認定NPOを含む）が約半数の48.9%を占めています。一方で、一般社団・財団（20.8%）や公益社団・財団（14.5%）、社会福祉法人（5.8%）といった多様な法人格の利用も進んでおり、さらに学校法人や地方自治体など公共性の高い団体の利用も広がりつつあります。

オンライン決済方法の内訳



オンライン決済の内訳は、クレジットカードが88.4%、Pay系決済（PayPay等）が11.6%となりました。Pay系決済の割合は年々拡大しており、今後もその利用拡大が見込まれます。

※ PayPay・Amazon Payが利用できるスタンダードプランご契約団体のオンライン寄付決済の件数

開発アップデート

決済 PayPay決済の対象法人を拡大

PayPay決済を導入できる法人格を拡大。学校法人・国公立大学法人・独立行政法人・地方自治体など、計11法人格での利用に対応。

決済 「1ページ型」決済フォームをリリース

決済フォームの入力項目を1画面に集約。ページ遷移をなくし、寄付者の入力負担を軽減。

決済 寄贈品指定寄付機能をリリース

団体が必要な物品をプロジェクトページに掲載し、寄付者がその購入資金を支援できる「寄贈品指定寄付」機能を追加。使い道を具体的に示し、寄付をしやすくする仕組みを実装。

決済 カード決済上限を1,000万円に拡大

クレジットカード決済の上限額を100万円から1,000万円に拡大。団体が決済手段ごとに上限額を設定できる機能も実装。

決済 カード更新リマインド機能を追加

継続寄付の決済失敗を減らすため、カード有効期限が近づいたサポーターへ更新を促すメールを自動送信する機能を追加。継続寄付の途切れを防ぐ。

管理 Excel出力項目の選択機能を追加

Excelファイルの出力項目を、用途に応じて自由に選択できるよう改善。領収書発行日や内部メモなどの新項目も追加。

新たにコングラントの利用を開始した団体

2025年度の1年間で、コングラントには新たに1,122団体が加わりました。NPO法人や公益法人に加え、病院や大学、自治体など、寄付を必要とする現場は広がり続けています。ここでは、この1年で利用を開始した団体の一部をご紹介します。

NPO法人 認定NPO法人	瀬戸内オリーブ基金	プラン・インターナショナル・ジャパン	JHP・学校をつくる会	放課後こどもクラブ Bremen	みんなのコード Code for Everyone	こまちぷらす	パブリックマインド	
	JAMネットワーク	コミュニティ・オーガナイジング・ジャパン	全国ギャンブル依存症家族の会		ペアレントBASE -Sagamihara-		グレースケア機構	カラフルチェンジラボ
公益法人 一般社団・財団	日本YMCA同盟	パブリックリソース財団	サンクゼール財団		九州交響楽団	広島市みどり生きもの協会	ギャンブル依存症問題を考える会	スペシャルキッズサポート振興協会
病院 医療機関	天理よろづ相談所	大阪府済生会	京都済生会病院	埼玉県立病院機構	大阪急性期・総合医療センター	牧田総合病院	ガラシア会	兵庫県立がんセンター
大学 学校法人	大阪経済大学	日本福祉大学	長岡技術科学大学	愛知教育大学	武蔵野美術大学	開成学園	南山高等学校・中学校女子部	中央大学附属横浜中学校・高等学校
自治体 公共施設	旭川市旭山動物園	市川市動植物園	逗子市					

※2025年4月～2026年3月に利用を開始した団体のうち、ロゴ掲載が可能な団体の一部を掲載しています（順不同）。

お客様の声：公益財団法人ジョイセフ

キャンペーンごとの入口で、支援の流れが見えるように
支援ルートの可視化が、これまで届かなかった層との出会いを生む



パートナーシップグループ
マーケティング＆エンゲージメント担当
栗原 様

団体概要

ジョイセフ（JOICFP）は、すべての人が自分の意思で生き方を選べる世界をめざし、性と生殖に関する健康と権利（SRHR）を推進する、日本生まれの国際協力NGOです。アフリカやアジアの低・中所得国と日本を中心に、意図しない妊娠や性暴力、性感染症などを防ぎ、女性や若者の健康と人権を守るため、人材養成や啓発・教育、アドボカシーに取り組んでいます。
今夏は「10代の望まない妊娠を防ぎ、女の子の命と健康を守る」をテーマに活動するほか、紛争などで厳しい状況が続くアフガニスタンの母子保健クリニックを支える緊急募金や、令和8年熊本地震で被災した女性・母子・声を上げにくい方々への支援など、情勢に応じた緊急募金・支援活動も機動的に展開しています。

コングラント導入前後の変化

導入前は、期間限定のキャンペーンや緊急募金ごとに専用の寄付受付フォームを作る手段がなく、通年の汎用フォームを使うしかありませんでした。そのため、募集文を見て寄付フォームを訪れた支援者に「窓口が違うかも」と戸惑わせてしまうことも。また、SNSやメルマガなど、どのチャネルから寄付につながったのか把握できないことも課題でした。

導入後は、キャンペーンごとにプロジェクトページを作成できるようになり、メール・ウェブ・SNS・チラシQRなど各チャネルに支援ルートを設定。これまで見えなかった流入経路を可視化・分析できるようになりました。さらに、これまでリーチできていなかった層との新たな接点も生まれ、成果につながり始めています。

今後の展望

「性と生き方を選ぶこと、そしてその権利」は、日本ではまだ直感的に伝わりにくいテーマです。だからこそ、まずは共感からジョイセフを応援してくれる「ファン」を一人でも増やし、この課題をより多くの方に「自分ごと」として届けたいと考えています。そして、自分のために、誰かのためにできることの一つとして、ジョイセフの活動に関わっていただくことが目標です。

お客様の声：兵庫県立こども病院

年間の寄付額が約6倍に
紙の申込書からオンラインへ、小さな寄付がこども病院を支える力に



総務部 次長兼総務課長
猪股 様

団体概要

兵庫県立こども病院は、1970年に日本で2番目の小児専門病院として開設されました。
県内唯一の高度専門小児病院であり、他院では対応が難しい重症の子どもを24時間体制で受け入れる「最後の砦」の役割を担っています。さらに、ドクタージェット事業への参画など、西日本を中心に全国の重症患者を受け入れる体制を整えています。
医療の提供のみならず、関西初となる「ホスピタル・ファシリティドッグ®」の導入など、子どもたちとご家族に寄り添い、癒しの場となるよう取り組んでいます。

コングラント導入前後の変化

これまでは紙の寄付申出書によるやり取りが必要でした。そのため、少額の寄付は集まりづらく、年間の寄付額は1,000万円程度でしたが、コングラント導入後は約6,000万円まで拡大しました。特に1万円未満の小口寄付が全体に占める割合は、導入前の40%台から70%超へと大きく増加しています。

時間や場所を問わず寄付ができるようになったことで、これまで寄付につながりにくかった方々からも、支援をいただけるようになりました。担当職員の間でも、日々届く寄付が楽しみになっており、寄付の広がりを実感しています。

今後の展望

病院経営の改善策の一つとして、寄付募集の強化が検討され、2025年にコングラントを導入しました。病院への一般寄付に加え、ファシリティドッグへの寄付、寄贈品指定寄付など、目的に応じた複数のプロジェクトを実施し、支援者の想いに合わせて支援の方法を選べる仕組みを整えています。

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。
2026年7月に実施した利用団体アンケートから、ロジックモデルの中間アウトカムに対応する変化を、団体の声で紹介します。

調査概要
2026年7月実施／回答 300団体

総合的な満足度
89%

運営・サポート対応
81%

システムのアップデート
89%

※満足度は
「とても満足」「やや満足」の合計（回答300団体）

寄付が増える

中間アウトカム：新規寄付者が増加する／公益団体への寄付が増える

新規寄付者の増加

「知らない方からのご寄付が増えたこと、うれしく思います」

「導入前は寄附者の大部分が患者や患者家族であったが、導入後、患者以外の寄附や県外からの寄附が増加した」

「かつての知り合いと再びつながり、支援につながるケースが増えた」

寄付金収入の増加

「寄付しやすくなったおかげで、既存支援者の方はもちろんですが、新しい支援者の方からも、ウェブサイト（コングラント）を通じて多くの寄付が集まりました」

「NPOとしての寄付を集めていることを伝えやすくなり、実際に増えた」

継続寄付への広がり

「単発寄付から継続寄付への切替ユーザーがあり安定性が高まった」

「継続寄付者さんの存在と、ご寄付いただけることで活動が持続できるという安心感を日々実感しています」

団体が成果を出しやすくなる

中間アウトカム：公益団体がより成果を出しやすくなる

広報・寄付の呼びかけのしやすさ

「少額からでもできるということで寄付の呼びかけがしやすくなった」

「ページがあるために、URLを貼り、ボランティア個人のインスタ等でも寄付を募りやすくなった」

「『寄付』をお願いすることについての心理的ハードルが下がった」

寄付者管理の業務工数削減

「寄付者情報の管理から受領書の発送作業までが格段に楽になった」

「チームの結束力が上がった。継続寄付の引落し失敗が劇的に減った。リピーターがすぐわかるようになった」

「領収書発行の時間も大幅に短縮できたため、団体の資金的・人的リソースを効果的に活用できるようになったと感じています」

寄付者との関係強化

「どなたが寄附して下さったのかがすぐに分かり、迅速にお礼のメッセージを送ることができる等、お礼を忘れることがなくなった」

「応援コメントなどを通して、寄付者がより近い存在と感じられるようになった」

活動する人・新しい取り組みが増える

中間アウトカム：公益団体で活動する人が増える／新しい取り組みが増える／認知度と社会的信用度が上がる

新しい挑戦のハードル低下

「クラファン自体のハードルが下がった。次もまたやってみよう！と思える機会になった」

「マンスリーサポーター募集キャンペーンや、能登への支援などのページを作ることで、活動の手法の幅が広がったと思います」

スタッフの意欲・自信の向上

「寄付者が増えるたび、スタッフのやる気も上がっている」

「プロジェクトページを作成する際に職員間であらためて自分たちの組織のありようや存在意義を確認することができるようになった」

「みなさんに支えられていることを一同で再認識し、連帯感に繋がりました」

社会的信用と新しいつながり

「寄付システムを利用しているということ自体が信用度が上がると感じています」

「コングラントさん経由で支援企業とのご縁ができましたので、コングラントさんを使っていてよかったと思いました」

団体の声は、2026年7月実施の利用団体アンケート（自由記述）より原文のまま掲載しています。

寄付者と社会とのつながりを増やす取り組み

動物園で広がるコングラントの活用　―公共施設を支える寄付の受け皿に

全国に約100園ある動物園の多くは、入園料収入の伸び悩みや、物価高騰による飼育コストの増加により、財源確保が課題となっています。
特に公営の動物園では、入園料が極端に安く抑えられている事例が多く、飼育費や施設環境整備のための寄付を募集する動きが全国で広がっています。
こうした動物園での寄付募集にも、コングラントが使われ始めています。

北海道の旭山動物園では、コングラントを利用したPayPayでのキャッシュレス募金の受付を開始しました。以前より運営していた「あさひやまもっと夢基金」は、これまで園内の募金箱での現金受付が中心でしたが、「現金を持たずに手軽に支援したい」という来園者の声を受け、園内8か所の募金箱に専用QRコードを掲示し、動物を見ながらその場で気軽に寄付できる導線を整えました。

また、名古屋市の東山動植物園では、看板動物であるコアラのエサとなるユーカリの安定確保を目的に、コングラントを活用したふるさと納税型のクラウドファンディングを実施し、439人から500万円以上の支援が集まりました。

動物園という誰もが訪れたことのある公共的な場所に寄付の選択肢が組み込まれていくことは、寄付文化がより身近な生活動線の中に浸透していく一つの兆しといえます。
今後、全国の動物園や水族館へ、こうした取り組みが広がっていくことが期待されます。



北海道・旭山動物園

飼育環境の向上や活動の充実、豊かな自然環境や生態系を守り、未来の世代につないでいくための「あさひやまもっと夢基金」の取り組みにあたり、コングラントを活用中。



愛知県・東山動植物園

日本では自生していないユーカリの安定的な確保のため、栽培環境維持をはじめとしたユーカリの確保にかかる費用すべてを補うためクラウドファンディングを実施。

エンタープライズ向けの事業・サービス

Solutions for Enterprises



本業と社会課題解決が両立する仕組みを社会に実装する
— ソーシャルセクターと企業を結ぶ中間支援としてのコングラントの挑戦 —

課題

昨今、多くの企業が社会貢献活動に取り組む一方で、
多様な壁に直面しています。

- **目的が曖昧で、本業と両立させる具体的ロードマップを描けない**
- **限られた経営資源の投資判断が難しく、外部パートナー（NPO等）との連携ノウハウがない**
- **複数部署で分断・形骸化し、社員間の意識差から一過性の寄付や義務感で終わってしまう**

コングラント（エンタープライズ事業部）の挑戦

コングラントは、ソーシャルセクターと企業をつなぐ中間支援組織として、
これらの課題を根本から解決します。

企業の社会貢献を
一過性のイベントで終わらせるのではなく、
企業価値向上と社員エンゲージメントの双方を高める
「持続可能な仕組み」として社会へ実装していきます。

提供サービスのご紹介

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みながら、非営利団体への資金支援を後押し。
企業の社会貢献を、広報・ブランディングと両立させる仕組みです。

GOJO（従業員募金）

従業員一人ひとりが日常のなかで気軽に参加できる寄付の入口。
企業のパーパスを、社員が「自分ごと」として体感するきっかけをつくります。

チャリティウォーク

歩くという身近な行動を、社会貢献につなげるプログラム。
健康増進と社員同士の一体感醸成を、寄付と同時に実現します。

本レポートでは、企業の事業規模や目的に合わせて多様に広がる、コングラントとパートナー企業5社の協働最前線をご紹介します。

お客様の声：ソニー銀行株式会社

約4年間で1.5億円の支援を創出
社会課題解決の深化がもたらす、共感と信頼の企業ブランディング





ソニー銀行株式会社 アライアンス推進部
法人ビジネス推進課 シニアマネージャー
金子 豊 様

コングラントは、2023年からの「GIVING for SDGs」運営実績を活かし、「GIVING for FUTURE」では金融教育授業の設計という初めての領域にも挑戦。決済・管理システムの提供から伴走支援までを一気通貫で担うことで、ソニー銀行が目指す次世代への金融教育を、実現可能な形へと落とし込んでいます。

1.5億円を超える資金を社会課題の現場へ届けてきた、これまでの実績と社会的インパクト

ソニー銀行とコングラントによる企業支援型クラウドファンディングの取り組みは、開始から4年目を迎えました。
ソニー銀行は、社会のピースを埋める活動を行うNPO団体への寄付を通じてSDGsに貢献する寄付型クラウドファンディング「GIVING for SDGs」への協賛を2023年より続けています。これまでに1.5億円を超える支援金を社会課題の解決に取り組むNPOにお届けすることができました。

社会的責任の果たし方が育む「共感型ブランディング」

継続的な支援と具体的な成果の可視化は、社会からの高い信頼と評価へと結びつきます。単なる資金提供にとどまらない誠実な姿勢がメディアやステークホルダーの共感を呼び、結果として企業の信頼性とブランドイメージの向上に寄与しました。社会課題への向き合い方は、企業の独自性やブランド価値を形づくる要素の一つにもなっています。

「GIVING for SDGs」への協賛に加え、次世代の金融教育プログラム「GIVING for FUTURE」始動

2026年で4年目を迎える中、ソニー銀行の取り組みはさらに進化を続けています。
「GIVING for SDGs」への協賛に加え、2025年からはソニー銀行が主催企業、コングラントが運営サポートとして、子どもたち自身がクラウドファンディングを通じて地域の課題解決に挑戦する金融教育プログラム「GIVING for FUTURE」を立ち上げました。2026年6月には、子どもたちが主役のクラウドファンディングも実施しました。

ソニー銀行は、こうした取り組みを次の世代へとつないでいくことで、誰もが身近に社会課題と向き合える機会を、これからも広げていきたいと考えています。

お客様の声：アイニコグループ株式会社

草の根の支援で、地域社会を豊かに
行政・住民との強固な絆がもたらす、持続可能な企業価値の向上





アイニコグループ株式会社
代表取締役
田尻 忠義 様

コングラントは、地域社会のニーズに合わせたプラットフォーム設計から、行政連携を見据えたスキーム構築までをトータルで支援。地域に根差した企業が、NPOや行政と共に成長し、自らの企業価値も高めていける「地域循環型モデル」のアップデートをこれからも強力に後押ししていきます。

団体の規模・種別を問わず、地域の草の根の活動を支える取り組み

2026年で2回目の開催を迎えるアイニコグループ（楓工務店）が取り組む企業支援型クラウドファンディング「楓工務店 ならスマイルリレー」は、支援対象の「間口の広さ」が大きな特徴です。特定の法人格に限定せず、立ち上げたばかりの任意団体や小さな地域団体、スポーツクラブ、奈良ならではの伝統的な文化継承のプロジェクトなど幅広く参加できる仕組みを構築。大企業と大手NPOの協働とは対照的に、地域に根ざした草の根の社会活動を足元から力強く支えています。

行政・社会福祉協議会との連携が生む「地域からの圧倒的な信頼」

本プロジェクトは、奈良県および奈良県社会福祉協議会の「後援」を取得して実施しています。行政や関係機関がバックアップする座組みを整えたことで、プロジェクト全体の社会的信用が高まり、地元の新聞にも取り上げられました。地域全体を巻き込む持続可能な仕組みとして機能しており、こうした信頼の積み重ねが、2026年の2回目の開催へともつながっています。

「地域から一番に選ばれる」企業ブランドへの貢献

地域貢献に対する愚直で誠実な姿勢は、地域住民や顧客から「地域の未来に本気で向き合う企業」という認知に結びついており、単なるCSRを超えた企業独自のブランド価値（地域愛着度・信頼度）の構築に繋がっています。住宅選びという人生の大きな決断において、こうした評価は楓工務店ならではの強みとなっています。

「楓工務店 ならスマイルリレー」では、今後も奈良の未来をより良くしたいという想いを持つ皆様とともに、新たな笑顔のリレーをつくって行きたいと思います。

お客様の声：サントリーホールディングス株式会社

従業員が企業理念に「共感し行動する」企業へ
社内イベントと連動した社会貢献プラットフォームが育む「わたしたちの価値観」





サントリーホールディングス株式会社
CSR推進部　課長
神部 美香 様

コングラントは、単にツールを提供するだけでなく、大企業の従業員が社会課題に触れる「きっかけ」となる社内アジェンダを設計・提供。企業が掲げる価値観と、社員一人ひとりの社会貢献への想いを滑らかにつなぐ仕組みづくりを伴走支援しています。

豊富な社会貢献実績と、埋もれがちな従業員の「参加のきっかけ」

サントリーグループは、企業理念に基づいた多様な社会貢献活動を幅広く展開してきました。創業以来、環境保全や文化・芸術支援、次世代育成など、その活動は多岐にわたります。一方で、活動の歴史や事業領域が広がる中で「現場の従業員が取り組みを詳しく知らない」「自ら参加する具体的なきっかけがない」という一部の社員からの声もあり、企業理念に掲げる「わたしたちの価値観」の日常的な体感・浸透に対して、課題意識を持っていました。

「たすけあい月間」と連動し、一歩目を踏み出せる体験を設計

この課題に対し、従業員向け社会貢献プラットフォーム「GOJO」を導入。2025年12月の「たすけあい月間」では、創業者のエピソードにちなんだ「餅つき」イベントに合わせ、様々な社会課題に取り組みながらサントリーの活動を応援してくれているNPO団体へエール（寄付）を届ける「寄付de応援」企画を実施、楽しみながら社会課題に触れる機会を創出。そのほか、社内ボランティアプログラムの提供団体への寄付や、ファミリーイベントで家族も参加できる寄付プログラムなど、様々な機会で寄付への参加を促しました。

1,000人規模の参加が生む「わたしたちの価値観」の腹落ち

取り組みの結果、プラットフォームの登録者数は1,000人を突破。単なる「会社の方針・理念」という知識レベルの理解にとどまらず、自らの意思で社会課題解決に参加する体験を通じて、「わたしたちの価値観」に対する深い共感と自走的なエンゲージメント（誇り・愛着）が醸成へ貢献。トップダウンの理念掲示に加え、ボトムアップの文化定着へと変化を促す強力な推進力となりました。

サントリーホールディングスは、こうした一歩目の参加体験を積み重ねながら、社員一人ひとりが自らの意志で社会と関わり続けられる文化を、これからも育んでいきたいと考えています。

お客様の声：SOMPOホールディングス株式会社

組織の壁を越え、グループの想いをひとつに
数万人規模の社員をつなぐプラットフォームが育む、「SOMPOらしい」社会貢献文化への挑戦





SOMPOホールディングス株式会社
サステナブル経営推進部　課長
安藤 知英 様

コングラントは、多様なバックグラウンドを持つ数万人規模のグループ従業員を、ひとつの「社会貢献」というテーマで結びつけるための基盤づくりを支援。企業の枠を越え、グループ全体の持つアセットと従業員の想いを最大化して社会へ届けるための仕組みを共に構築しています。

グループ内で独立していた活動と、広がりづらい「熱量」

SOMPOグループは「“安心・安全・健康”であふれる未来へ」というパーパスを掲げ、損害保険、生命保険、介護事業などをグローバルに展開しています。グループ横断のボランティア組織「SOMPOちきゅう倶楽部」を中心に、社員の自主的なボランティアや寄付を推進していますが、数万人規模の組織ゆえに、グループの一体感が薄れてしまったり、アイデアや経験が組織を越えて共有されなかったりする課題がありました。

組織を横断するプラットフォームで、グループの一体感とつながりを醸成

この課題を解消するため、寄付への参加をはじめ、グループ横断で参加できるボランティア活動への応募や、その実績の共有を集約できるプラットフォームを構築しました。他グループでの参加実績や役員からのメッセージも可視化することで、グループ全体での熱量を共有できるような仕組みを実現しています。社員は他部門の取り組みを知ることで、自らも一歩踏み出すきっかけを得られました。

グループの壁を越えた一体感が、独自のカルチャーへ

プラットフォームを通じた活動の共有は、グループ各社の社員同士が刺激を与え合う「相乗効果（シナジー）」を生み出しています。組織の壁を越えて社会課題に取り組む経験は、グループとしての一体感を高め、仕事へのやりがいや誇りにも繋がっていると感じています。現在も、社員の声を取り入れながら「SOMPOグループらしい社会貢献活動」の在り方を模索し、独自の企業カルチャーとしてアップデートし続けています。

今後も、組織を越えた一体感の醸成を通じて、SOMPOグループらしい社会貢献のかたちを追求し続けていきたいと考えています。

お客様の声：戸田建設株式会社

自社の事業を応援することが、社会貢献に
新規事業とのシナジーが生む「事業成長×社会的価値」の循環





戸田建設株式会社
本社総務部　次長
寺井 大助 様



戸田建設株式会社
本社総務部
坂井 隆寛 様



戸田建設株式会社
事業化推進部　下川プロジェクト課　主管
三浦 玄太 様

NPOの紹介にとどまらない、新規事業「まちづくり」との融合

戸田建設における「GOJO」の活用は、運用開始から1年を迎えました。同社では、単に外部のNPO団体を紹介して支援を募るだけにとどまらず、自社の新規事業として推進する「まちづくり」プロジェクトと連動させた取り組みを展開。事業活動の中で協働するパートナーNPOや、戸田建設との共同プロジェクトそのものに対する応援・寄付を社内で呼びかける仕組みを構築しました。

導入1年で社員の10%が参加する「本業への誇り」の醸成

「自社が取り組む事業を応援することが、そのまま地域や社会への貢献につながる」というストーリー性の高い設計により、運用わずか1年で全従業員の約1割（10%）が参加する高い浸透率を達成しました。
社員にとっては「自社の事業がどのように社会課題解決に役立っているか」を身近に体感する機会となり、本業に対する誇りや社内エンゲージメント（愛着・コミットメント）の大幅な向上に寄与しています。

社会課題解決と事業成長を同時実現する「CSVモデル」の実践

社会貢献を一過性の「寄付」で終わらせず、建設業・まちづくりという本業の価値創造プロセスそのものに組み込んだ本事例は、企業価値の向上と社会的インパクトの創出を両立させる、経済的価値と社会的価値を同時に生み出す先進的な「CSV（Creating Shared Value）モデル」として今後の戸田建設で従業員の社会参加を呼びかけるにあたり好事例となりました。

戸田建設は、今後も、本業を通じて社会に貢献できるという実感を社員一人ひとりが持てるよう、この取り組みを育てていきたいと考えています。

コングラントは、単なる寄付ツールの提供を超えて、企業の事業領域や新規事業のアジェンダに合わせた柔軟な活用方法を提案。企業の強みや事業活動と、ソーシャルセクターの現場を最も効果的な形で接続し、本業と社会課題解決が両立する持続可能な仕組みづくりを伴走支援しています。

ソーシャルアクション

Social Action



ビジョンの実現に向けたルールメイキングの推進

「あらゆる困難に寄付が届く世界」を実現するには、優れたプロダクトだけでは足りません。
寄付という行為が、社会の仕組みとして組み込まれている必要があります。人口減少によって公助が、地域の弱体化によって共助が縮小するなかで、
社会のセーフティネットを維持していく。そのためにコングラントは、寄付を通じた共助を維持・成長させる制度の改善を提言しています。

現状の課題とコングラントの政策提言

課題 01 **寄付をしても、控除が受けられない**

寄附金控除は年末調整の対象外とされており（所得税法施行令第217条）、控除には確定申告が必要です。
確定申告をした668万人のうち寄附金控除の利用は147万人。年末調整の対象である給与所得者4,697万人の
多くが、寄付をしても控除を受けていません。

課題 02 **インセンティブが弱く、担い手が広がらない**

2024年に、NPOなど社会課題に取り組む分野へ寄付した人は約2割（17.9%）にとどまります。確定申告が不
要で節税メリットの大きいふるさと納税は30〜50代が中心である一方、それ以外の寄付は高齢層が中心。
共助を支える世代が細っていく構造が続いています。

手続きの簡素化

1 給与所得者の年末調整に寄附金控除を導入する

2 マイナポータル連携により、寄附金控除の申告手続きを電子化する

手続きが簡単になれば、少額の寄付でも控除が受けやすくなります。
同じく手続きを簡素化したふるさと納税は、5年で市場規模が2倍以上（1兆1,176億円）に拡大しました。

インセンティブの強化

3 年間5万円までの少額寄付について100%税額控除とする
※適用下限（2,000円）を超える部分

4 公益法人等への寄付の税額控除率を、一律50%へ引き上げる

少額の寄付では控除の恩恵が小さく、寄付が一部の層にとどまる要因になっています。
少額から控除を実感できる仕組みにすることで、若い世代を含む新しい担い手を広げます。



国税庁：令和4年度民間給与実態統計調査

出典「日本ファンドレイジング協会『寄付白書2025』」
国税庁：令和5年度申告所得税標本調査

京都大学と「寄付の制度的障壁」を明らかにする共同研究を開始

コングラントでは、認定NPO法人、大学・研究機関、シンクタンク、著名人・クリエイターとともに、寄付を社会の当たり前にしていくための取り組みとして「コングラント・コラボレーション・プログラム」を開始しました。大学・研究機関との連携の第一弾として、2026年4月、京都大学との共同研究を開始しました。寄付文化の醸成と寄付市場の拡大に向けて、寄付を支える「制度資本」のあり方を多角的に検討します。



研究概要

研究題目　日本の寄付を促進するための制度資本の充実に関する研究
研究期間　2026年4月1日 ～ 2027年3月31日

研究体制

京都大学 成長戦略本部
渡邉 文隆（特定准教授）
占部 まり（連携研究員）
小木 郁夫（連携研究員）

コングラント株式会社
佐藤 正隆（代表取締役CEO）
内藤 千賀（経営企画室 室長）
今井 峻介（経営企画室）

本研究が目指すもの

寄付を起点とした新たな社会資源の循環可能性を検討し、市民一人ひとりが主体的に社会課題解決に参画できる「国民総寄付者」社会の実現に向けて、実効性の高い制度のあり方を提示することを目指します。

主な研究課題

研究課題 01

特定領域（病院）における寄付の影響評価

病院がどのような目的で寄付を募り、どのような活動を実施し、どの程度の寄付を獲得したのか。その寄付をどのような使途で活用し、寄付を集める行為そのものが病院や地域にどのような影響を与えたのかを、質的な観点から分析します。
税収の減少分を上回る社会的価値の創出や、公助のみでは解決が難しい課題に対する有効性など、寄付が組織と社会に与える影響（アウトカム）に関する仮説を提示します。

研究課題 02

若年層を含む一般市民の寄付行動を促す制度的要因の特定

寄付への心理的・物理的なハードルを下げる税制上のインセンティブや、手続きの簡素化といった広義の制度的要因が、個人の行動変容に与える影響を実験的に検証します。
あわせて、こうしたエビデンスをどのように社会とコミュニケーションすることが実質的な制度改正につながるのかについても、アドボカシー・ロビイング研究の観点から検討します。

認定NPOカンファレンス ignite!

日本の認定NPO法人は約1,300団体。全NPO法人のわずか約2.6%にあたります。厳格な審査と高い透明性を備え、行政や経済活動の支援が届きにくい社会課題の最前線を担ってきた存在です。ignite!は、その認定NPOと企業・業界団体が出会い、交流し、次の一歩をともに描くための年次カンファレンスです。2025年に日本初の認定NPOカンファレンスとして第1回を開催しました。

ignite!が目指すもの

1 「実行力」と「ポテンシャル」に触れる

厳しい要件を超えてきた認定NPOが持つ、
社会を変える実行力と、これから広がる
ポテンシャルに触れられる機会をつくります。

2 次のステージに向けた課題を認識する

社会構造の変化と多様化する社会課題に対応するため、
セクター全体がこれから向き合うべき課題を
共有します。

3 共創でインパクトを生み出す

認定NPO単独では生み出しにくいインパクトのために、
認定NPOとステークホルダーの
出会い・交流・共創の場を提供します。

ignite! 2025：日本初の認定NPOカンファレンスとして開催

2025年11月7日、東京商工会議所にて開催。キーノートセッション、6団体が登壇した「ignite! PITCH 2025」、10のテーマセッションを通じて、
認定NPO法人の経営課題や、制度・仕組みの改善に向けた議論を多角的に行いました。

参加者数（登壇者含む）	参加した認定NPO法人	登壇したゲスト
420名	90団体	41名

オープニングセッション



日本維新の会
共同代表 藤田文武 氏

キーノートセッション



起業家・著者・活動家
Dan Pallotta 氏

ignite! PITCH 2025



認定NPO法人
フローレンス
代表理事
赤坂緑 氏



認定NPO法人D×P
理事長
今井紀明 氏



認定NPO法人
全国こども食堂支援
センター・むすびえ
理事長　三島理恵 氏



NPO法人eboard
代表理事
中村孝一 氏



認定NPO法人
Learning for All
副代表理事
石神駿一 氏



認定NPO法人
ウィーログ
代表理事
織田友理子 氏

ignite! 2026：規模を拡大し、2026年11月20日に開催

開催概要

開催日	2026年11月20日（金）終日（懇親会あり）
会場	TAKANAWA GATEWAY Convention Center（東京都港区）
主催	認定NPOカンファレンスignite!実行委員会
運営事務局	コングラント株式会社
規模	700名規模（認定NPO法人200団体・企業100社）

キーノートセッション

社会課題解決の次のステージを問う、象徴的なセッション。
第一線の登壇者を迎えます。

ignite! PITCH 2026

認定NPOを代表するリーダーが、
「原点」と「次の一歩」を語るピッチイベント。

テーマセッション

経営・組織運営・ファンドレイジング・制度など、
認定NPOの実務に役立つ学びの場。

ネットワーク／懇親会

認定NPO・企業・業界関係者がつながり、
共創のきっかけを生む場。

認定NPO全国ネットワークの設立





認定NPO法人制度の創設から25年。この間、婚姻件数の減少や一人暮らし高齢者の増加、不登校児童生徒数の増加など、日本の社会構造や生活基盤は大きく変化しました。
社会保障給付費は25年で1.7倍（出典：厚生労働省 給付と負担について）に増加する一方、人口減少により公助の充実は難しくなっており、ヤングケアラーや孤独・孤立、在住外国人など、既存の制度だけでは対応しきれない新しい課題も生まれています。
産業構造の転換や世界情勢の不安定化、AIの台頭により、こうした社会構造の変化は今後さらに加速すると見込まれます。
人口増・経済成長期には、公助と地域の共助を組み合わせて社会のセーフティネットを維持できましたが、人口減少と地域の弱体化により共助は縮小しており、共助を成長させるための変革が必要な時期にきています。
そこで、コングラントは、認定NPO法人の経営環境をより良くすることで、認定NPO法人に提供されるあらゆるリソースを拡大し、より多くの社会課題の解決に対応することができるセーフティネット・インフラとしてのプレゼンスを向上するために、2026年5月、認定NPO全国ネットワークを立ち上げました。



2026年7月2日に設立記者会見を開催。ACE・キッズドア・グッド・エイジング・エールズ・桜ライン311・ジャパンハート・ジャパン・プラットフォーム・バディチームが登壇

一年間の総括と今後の方向性

Annual Review & Future Outlook



私たちが目指しているもの

私たちが目指しているのは、誰もが自分の関心から社会と関わり、支援が必要な場所へ確実に届いていく社会です。
NPO・ソーシャルセクターで活動する人が増え、その活動が日本の隅々にいる当事者までいきわたっていく。そんな社会を描いています。

そして私たち自身も、その社会にふさわしい組織でありたい。
多様な背景を持つ一人ひとりがその人らしく在り、社会のためという信念をぶらさずに、変化と挑戦を続けていく。
描く未来と、目指す組織のあり方は、地続きだと考えています。



一年間のtiny things

数値で表せるもの、インパクトがあるものだけが、仕事の価値ではありません。
日々の業務の中でメンバーが「意味があった」「誇らしい」と感じた小さな瞬間。その一つひとつにも大事な意味があると考えています。

「財源が安定しました！」と団体から報告をもらったこと

支援者からの声や寄付の金額を見て「こんなに応援されていたんだ」と団体さんが気づいたとき

商談を終えたとき、「今日、話してよかった」と言ってもらえた



NPO以外の団体も、使ってくれるようになった！

団体が涙ぐみながら発表してくれたとき

PayPay対応：不可能をチームで走りきって間に合わせた

コングラントで働いている中で

嬉しかったこと、誇りに思えたこと、いい仕事をしたと感じた瞬間は？

団体から「キャンペーン募集に自信がつきました」と言われたこと

後輩が、いつのまにか育っていたこと

団体の寄付担当の方が、私たちを仲間だと思ってくれた瞬間



メンバーが団体さんとその活動について語るときの目の輝き

ずっと伴走してきたクラウドファンディングが目標を達成した瞬間



病院のイベントでお客さんに「成長したね」と言われた

目指す組織のあり方

前ページの tiny things が、この一年を振り返って見つけた言葉だとすれば、ここに並ぶのは、これから向かう先の言葉です。
全社総会のワークショップで、メンバー一人ひとりが「どんな文化のある／人材・チームのいる組織を目指していきたいか」を書き出しました。
掲げられた理想ではなく、働く人の側から出てきた願いを、できるだけそのまま並べています。



挑戦する人を支える会社でありたい。そう言うからには、いちばん挑戦しているのは自分たちでありたい。うまくいくかわからないことに手を伸ばしている団体の隣に立てるのは、私たちも同じ場所に立っているときだけです。その人らしくいられること。ムチャぶりを笑って受けとめられる余裕。さまざまな人たちと対等に向き合えること、一緒に仕事ができること。どれも、挑み続けるために要るものでした。支えながら、私たちも挑みます。

ソーシャルセクター事業部

病院・大学・自治体まで、ソーシャルセクター全体の課題解決に向き合う

私たちは、認定NPOをはじめとした非営利団体だけでなく、病院・大学・博物館・自治体など、あらゆるソーシャルセクターが抱える課題解決に向き合うパートナーを目指します。
また、システムの提供のみならず、大規模な資金調達に挑むプロジェクトには個別の伴走支援を強化し、達成までしっかり併走します。さらに、災害時にもより迅速に支援を届けられるよう、緊急支援に対応できる審査・サポート体制の構築を進めています。



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

開発部

増やす開発と、支える開発を両立させる

ユーザーの皆さまからいただくフィードバックをもとに、この1年も新機能の開発と改善に取り組んできました。その一方で、機能が増えるほどシステムは複雑になり、手を入れ直すべき箇所も積み上がっています。プロダクトをさらに成長させるには、新しい機能を足すことと、その土台を整えることの両方が必要になります。今後は新たな価値をつくることに加えて、障害の予防、安定性の向上、開発の速さの向上にも取り組みます。安定した基盤の上で、これまで以上にAI活用も推進し、より大きな価値をより速く届けられる開発チームを目指します。



プロダクトマネージャー
荒木 雄大



鵜久森 裕

エンタープライズ事業部

企業価値に繋がる社会的インパクトの創出と実践支援

私たちは、企業の理念やパーパスと地続きで社会課題解決に取り組む「持続可能なサステナビリティ経営」の伴走者を目指します。従来のCSRで課題とされていた「企業価値とのつながり」を明確にし、寄付等の手法を活用したストーリー性ある企画の立案から現場への定着・情報発信までを一貫してサポートします。



エンタープライズ事業部
マネージャー
中野 響子

経営企画室

寄付の可能性を社会に広げ、寄付文化をつくる

私たちはこれまで、寄付を支える仕組みを通じて、社会課題の解決に挑戦する団体を支えてきました。これからは、団体や人々とともにどのような未来をつくっていくのか、その想いや寄付の可能性を社会に広く発信していきます。寄付を、誰もがより良い未来づくりに参加できる身近な選択肢へ。その実現に向けて、企業としてのブランディングに取り組み、寄付に対する社会の認識を変え、新たな寄付文化をつくることを目指します。



経営企画室室長
内藤 千賀



今井 峻介

寄付を、社会を支えるインフラへ。
積み重ねてきた挑戦を、さらに加速させていく。



いつもご利用いただきありがとうございます。コングラントは「あらゆる困難に寄付が届く世界の実現」に向け、単なる寄付DXにとどまらず、「社会のお金の流れ」の再定義に挑んでいます。寄付を概念や構造から変革し、寄付市場を金融市場の一角へと押し上げる新たな経済圏を切り拓くこと。現場の声から革新的なプロダクトを提供し続け、日本の寄付インフラ・寄付文化をつくる企業として、これからも皆さまと共に果敢に挑戦を続けてまいります。



代表取締役CEO
佐藤 正隆

WEB制作・受託開発に約15年従事し、2020年コングラントを設立。
社会・業界の圧倒的発展のためにあらゆる活動を企画推進。

団体の皆さまの成長こそが、我々コングラントの成長にほかなりません。弊社のビジネスモデルをはじめ、料金体系、プロダクト、サポートにいたるすべてのサービスは、団体さまの成長を力強く後押しし、ともにビジョンを実現するために構築されています。これまでも多角的な支援を展開してまいりましたが、我々が真に目指すべき高みは、まだ遠い先にあるはずです。
その理想の未来に向かい、これからも顧客、社会、そして我々もともに発展を遂げられるよう、会社および私自身、日々研鑽を積み、尽力してまいります。



執行役員COO
坂本 修通

キャリアとして、楽天にて営業/CSのマネジメントに従事。その後、保育施設向けICTサービスのユニファ株式会社にて、取締役COOなどを歴任し事業戦略全体の策定・執行を主導。
2026年9月にコングラントに参画。

コングラントにとって今年は、GMVという数字の裏側にある一つひとつの挑戦を、より確かな形で社会に届けるための一年だと考えています。
CAOとして私が担うのは、その挑戦を支える経営管理・ガバナンスという土台づくりです。制度も体制も地味に見えて、実は挑戦を長く支える力になります。
次のステージに向けた歩みも、団体の皆さまの挑戦を止めないための手段の一つです。あらゆる困難に寄付が届く世界の実現に向けて、これからも足元を固めながら挑み続けます。



執行役員CAO
石井 賢

調理人としてキャリアスタート。
ソフトバンクで品質管理・業務改革に従事後、ZEALSではコーポレート責任者として経営管理を管掌。

本レポートで使用している主な用語について、その意味を記載しています。

社会的インパクトの評価

社会的インパクト

短期・長期の変化を含め、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。

出典：社会的インパクト・マネジメント・イニシアチブ
https://simi.or.jp/social_impact/about

アウトカム

事業のアウトプットがもたらす変化・便益・成果。
受益者やその関係者に現れる変化を指す。

出典：https://simi.or.jp/social_impact/about

ロジックモデル

事業が成果を上げるために必要な要素を「インプット→活動→アウトプット→アウトカム」の流れで体系的に図示したもの。

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

セクターと組織

NPO

様々な社会貢献活動を行い、団体の構成員に収益を分配することを目的としない団体の総称。

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

認定NPO法人

NPO法人のうち、運営組織や事業活動が適正で公益の増進に資すると認められ、所轄庁の認定を受けた法人。

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

ソーシャルセクター

社会課題の解決を目的とした組織・団体の総称。非営利のみならず営利団体も含まれる。

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

中間支援組織

課題解決に取り組む団体と、資金・人材・企業などの資源をつなぎ、セクター全体の基盤を支える組織。

NPO・ソーシャルセクターで活動する人

理事・有給職員だけでなく、ボランティアやプロボノ、支援者も含めた、組織に関わり活動するすべての人。

当事者

その事柄に直接関係している人のこと。

寄付と制度

ファンドレイジング

単なる資金調達ではなく、支援を募る過程を通じて社会の課題を示し、共感と参加者を増やしていく活動。

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

クラウドファンディング

群衆（クラウド）と資金調達（ファンディング）の造語。特定のプロジェクトの資金をオンラインで募る仕組み。

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）

GMV（寄付流通額）

Gross Merchandise Volume。コングラントを通じて寄付者から公益団体へと流れた寄付の総額。

寄付DX

寄付の募集・決済・管理・領収書発行といった一連の業務を、デジタル技術によって効率化・高度化すること。

寄附金控除

個人や法人が特定の団体へ寄付した際に、支払う税金が軽減される制度。所得控除と税額控除の2種類がある。

年末調整

給与支払者が従業員の1年間の所得税額を計算し直し、過不足を調整する手続き。現行では寄附金控除は対象外。

マイナポータル

行政手続きをオンラインで行える国の窓口。寄付の証明データと連携すれば確定申告の負担軽減が期待される。

企業経営

CSR（企業の社会的責任）

企業が社会や環境と共存し持続可能な成長を図るため、その活動の影響に責任をとる企業行動。

出典：https://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/kigyoukaikei

CSV（共通価値の創造）

社会課題の解決を本業の価値創造プロセスに組み込み、社会的価値と経済的価値を同時に生み出す経営。

パーパス経営

社会においてどのような存在意義を持ち、どう貢献するのかを掲げ、それを軸に経営を行うこと。

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

congrant

あらゆる困難に寄付が届く世界の実現

コングラント インパクトレポート2026

発行元　コングラント株式会社
発行日　2026年11月
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
問い合わせ　経営企画室 corporate@congrant.com