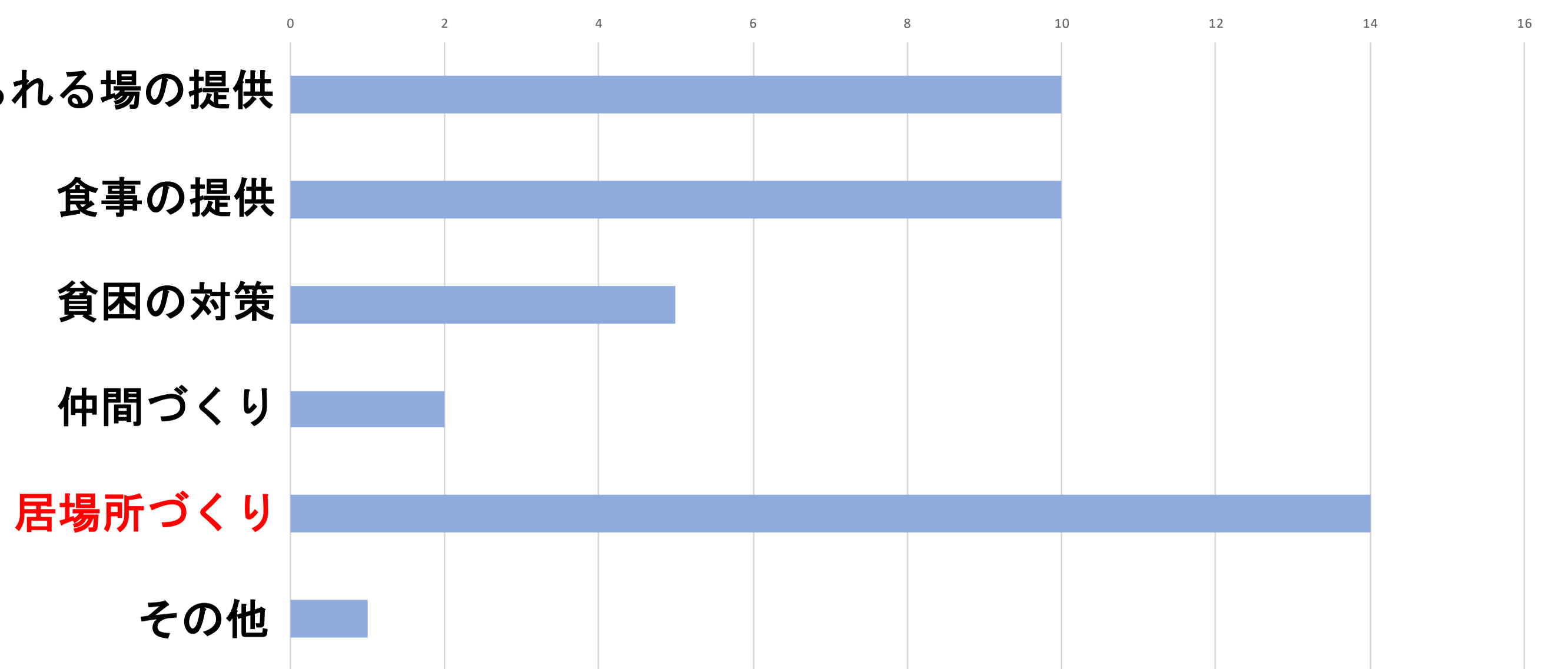


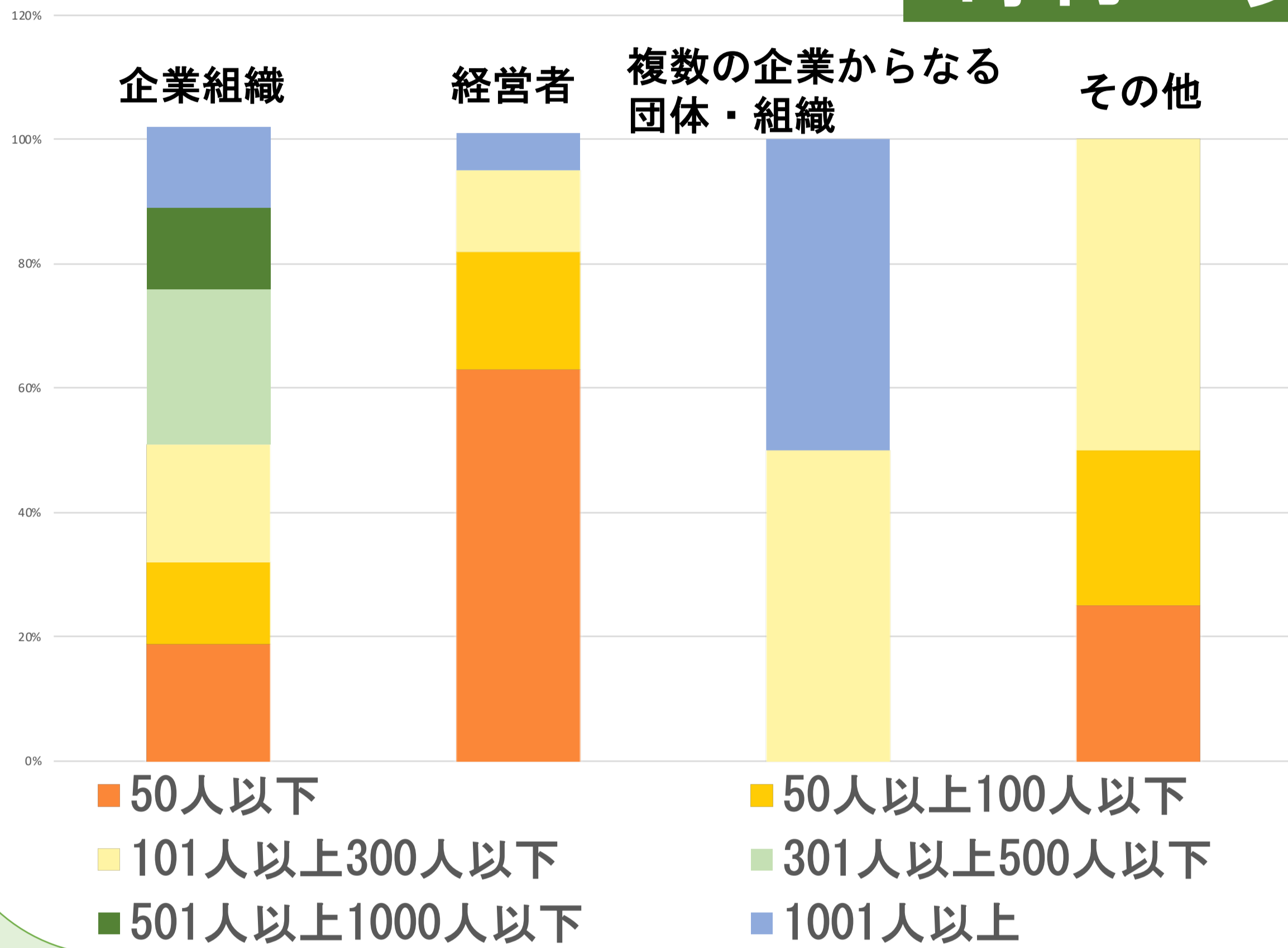
子ども食堂の役割

子ども食堂に寄付・貢献をする企業は、子ども食堂の役割を**居場所づくり**と考えていた。

子ども食堂の一般的なイメージが「貧困対策」である一方で、寄付・貢献をする企業にとって、「居場所づくり」といった**地域共通拠点**として捉えている。



寄付・貢献に参入する企業（団体）の傾向



経営者の活動として回答した企業の内9割が300人以下の従業員を抱えている。

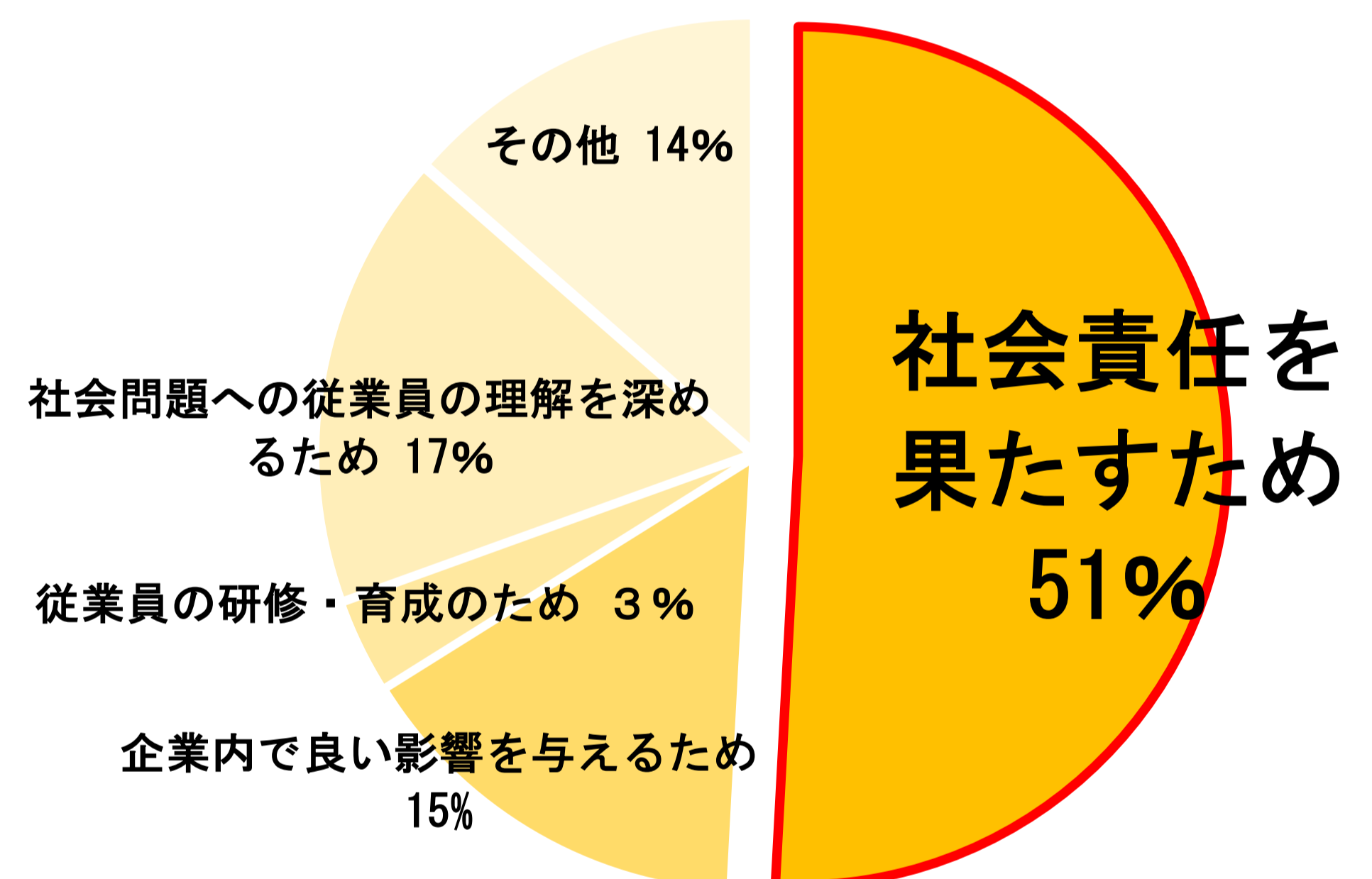
このことから、子ども食堂への寄付・貢献は**中小企業**が主に担っている。

中小企業の方が、**地域との距離が近い**と考えられる。中小企業だからできる地域貢献の形なのではないか。

寄付・貢献の目的

「企業（団体）の社会的責任を果たすため」に半数以上の票が集まった。

CSRの一環として地域交流拠点としての子ども食堂に寄付・貢献をしている企業が多いと思われる。また地域に貢献することが、**SDGs目標11の「住み続けられるまちづくり」**に繋がっていると考えられる。

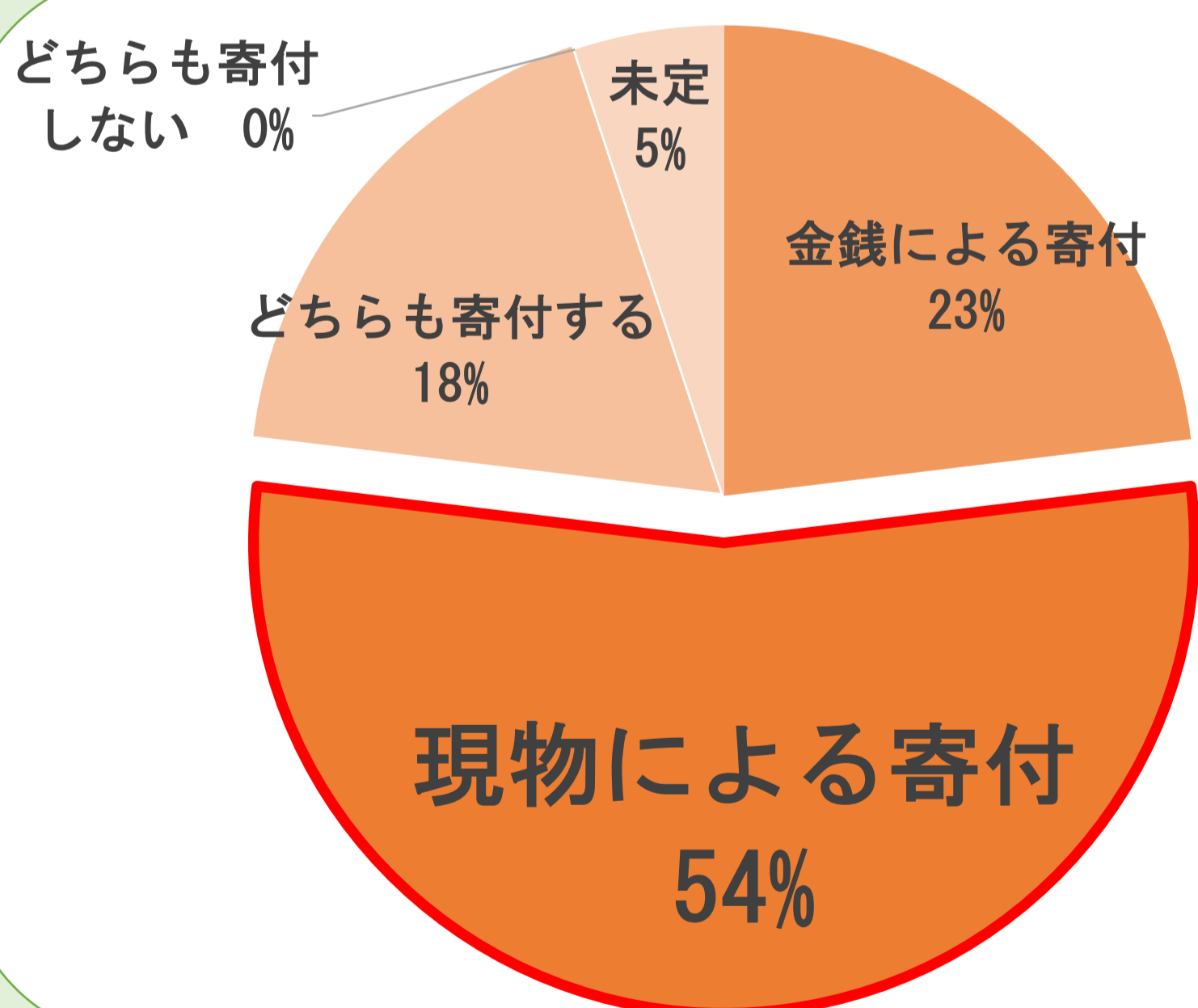


今後の寄付・貢献の予定

「現物による寄付をする予定」に半数以上で、「金銭による寄付をする予定」「金銭と現物のどちらも寄付する予定」と続いた。

※現金以外の寄付の例…食材の提供、運営会場の貸し出し、運営スタッフとしての参加

寄付・貢献に決まった形はなく、どの企業も**できる範囲内で自由に**参入することができると考えられる。



寄付・貢献によって得られた効果

子ども食堂の寄付・貢献を通して、企業の**半数**は、**社会貢献する企業**として評価が得られたと回答。

寄付・貢献を通して、社内だけでなく、社外からの評価を得ることができる。子ども食堂に寄付をすることで、子ども食堂を中心として

企業のコミュニティが形成されているのではないかと。

寄付・貢献の主体や種類に関係なく、社会貢献する企業との評価が得られるのではないかと。

