

持続可能な開発目標（SDGs: Sustainable Development Goals）達成へ向けた取組み

2015年9月、ニューヨークでの国連サミットにおいて、17の目標と169のターゲットからなる「持続可能な開発目標」（SDGs：Sustainable Development Goals）が加盟193ヶ国の全会一致で採択されました。公式合意文書の第67段落では、「創造性とイノベーションを持つ企業の参画を要請する」と明記されるなど、SDGs 達成において企業の役割が期待されています。



▶ 経営・事業へのSDGsの組み込み

▶ SDGs達成へ向けた取組事例

▶ SDGs時代のSOMPOホールディングスの価値創造ストーリー

▶ (バックナンバー) SDGs達成へ寄与するリーダーシップ

経営・事業へのSDGsの組み込み

当社グループでは、SDGsの企業行動指針である「SDG Compass：SDGsの企業行動指針－SDGsを企業はどう活用するか－」などを参考に、2015年度より取組みを推進しています。

「SDG Compass」は、グローバル・レポート・イニシアティブ（GRI）、国連グローバル・コンパクト（UNGC）、持続可能な発展のための世界経済人会議（WBCSD）によって策定された企業行動指針で、企業がいかにしてSDGsを経営戦略と整合させ、SDGsへの貢献を測定し管理していくかに関し、5つのステップを追って指針を提供しています。

<企業への指針：5つのステップ>

1. SDGsを理解する
2. 優先課題を決定する
3. 目標を設定する
4. 経営へ統合する
5. 報告とコミュニケーションを行う



SDGsに取り組む当社グループの5つのステップ

1. SDGsの理解

SDGsを事業に統合していく最初のステップとして、2015年度からグループ内での共有・理解の促進に取り組みました。グループ会社横断の「グループCSR推進本部」の会合や執行役員以上の全役員を対象とした勉強会でSDGsをテーマに取り上げ、さらに、社内広報ツールなどを通じSDGsの内容を発信し、理解を深めました。

2016年度には、グループ全社員が受講する「CSR研修」でSDGsを紹介しました。また、2018年2月には昨年に引き続きSDGsをテーマに「CSRディベロップメント研修」を開催しました。

▶ SDGsに関するグループ内エンゲージメント



CSRディベロップメント研修の様子

2. 重点課題の見直し

SDGsの17の目標、169のターゲットをふまえ、グループCSR重点課題の見直しを行い、5つの重点課題と3つの重点アプローチを策定しました。

▶ グループCSR重点課題 策定プロセス

3. CSR-KPI（重要業績評価指標）の設定

グループCSR重点課題に即したグループCSR-KPIを策定し、毎年見直しています。

▶ グループCSR-KPI（重要業績評価指標）

4. 新たな重点課題に沿った取組推進、パートナーシップの構築

SDGsをふまえた重点課題のCSR-KPIのもと、PDCAを通じて、パフォーマンスの向上を目指すことにより、グループをあげて社会的課題に資する取組みを推進し、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

また、3つの重点アプローチの1つとして、これまで重視してきた「NPO/NGOをはじめとするさまざまなステークホルダーとの連携」を引き続き掲げ、地球規模の複合的な社会的課題の解決に向け、多様なステークホルダーとの協働に注力していきます。

▶ マネジメント体制

▶ ステークホルダー・エンゲージメント



5. 情報開示およびコミュニケーション

新たな重点課題やCSR-KPIをもとに施策の取組状況や目標の達成度を開示し、多様なステークホルダーとのコミュニケーションを図りながら取組みの向上に努めていくとともに、自社の取組みだけでなく、行政やCSR推進団体などと協働し、社会全体のSDGsの推進を担い、発信していきます。

- ▶ [SDGs時代のSOMPOホールディングスグループの価値創造ストーリー](#)
- ▶ [CSRに関する情報発信の全体像と方針](#)
- ▶ [社会への宣言・イニシアティブへの参画](#)

SDGs達成へ向けた取組事例

当社グループは、グループCSRビジョンに基づき5つの重点課題を定め、SDGs達成に向けて様々な取組みを実施しています。

重点課題1 防災・減災への取組み

目指す姿

防災・減災に資する商品・サービスなどの提供やさまざまな組織との協働プロジェクトを展開し、人々が安心・安全に暮らせる社会の実現に貢献している。



主な取組事例

- ▶ ビッグデータ解析やテレマティクス技術などを活用した安全運転支援
- ▶ 噴火デリバティブの販売と「噴火発生確率の評価手法」の開発
- ▶ 防災教育の普及啓発「防災ジャパングプロジェクト」
- ▶ インドネシアでの交通安全プロジェクト

※その他の取組事例は以下をご覧ください。

- ▶ 重点課題1 防災・減災への取組み（主な取組み）

重点課題2 健康・福祉への貢献

目指す姿

質の高い介護・ヘルスケアサービスなどの提供や健康・福祉の増進に資するプロジェクトを展開し、あらゆる人々がよりよく生活できる社会の実現に貢献している。



主な取組事例

- ▶ 世界銀行によるパンデミック緊急ファシリティへの参画
- ▶ 「世界に誇れる豊かな長寿国日本」の実現に向けた介護事業
- ▶ 健康サービスブランド「Linkx（リンククロス）」
- ▶ ミャンマーの母子保健プロジェクト

※その他の取組事例は以下をご覧ください。

- ▶ 重点課題2 健康・福祉への貢献（主な取組み）

重点課題3 地球環境問題への対応

目指す姿

気候変動への適応と緩和、生物多様性の保全などにバリューチェーンで対処し、新しいソリューションを提供することで、持続可能な社会の実現に貢献している。



主な取組事例

- ▶ 東南アジアでの天候インデックス保険の提供
- ▶ 再生可能エネルギーの普及・拡大を後押しする保険商品の提供
- ▶ 日本の「エコファンド」の先駆けとして、SRI（社会的責任投資）ファンド普及・拡大へ取り組み
- ▶ SAVE JAPANプロジェクト

※その他の取組事例は以下をご覧ください。

- ▶ 重点課題3 地球環境問題への対応（主な取組み）

重点課題4 よりよいコミュニティ・社会づくり

目指す姿

社会貢献活動や地域の文化振興に資する活動などを通じ、ステークホルダーからもっとも信頼される企業グループとして、よりよいコミュニティ・社会の実現に貢献している。



主な取組事例

- ▶ 独立行政法人 国際協力機構（JICA）の本邦初となる社会貢献債（ソーシャル・ボンド）への投資
- ▶ SOMPO ホールディングス ボランティアデー
- ▶ 大規模災害 被災地支援の取組み

※その他の取組事例は以下をご覧ください。

- ▶ 重点課題4 よりよいコミュニティ・社会づくり（主な取組み）

重点課題5 ダイバーシティの推進・啓発

目指す姿

基本的人権を尊重し、多様な個性を認め、ダイバーシティを推進することで、社員を含めたステークホルダーが活躍できる社会の実現に貢献している。



主な取組事例

- ▶ 女性活躍推進
- ▶ LGBTへの配慮
- ▶ ワークスタイルイノベーション

※その他の取組事例は以下をご覧ください。

- ▶ [重点課題5 ダイバーシティの推進・啓発（主な取組み）](#)

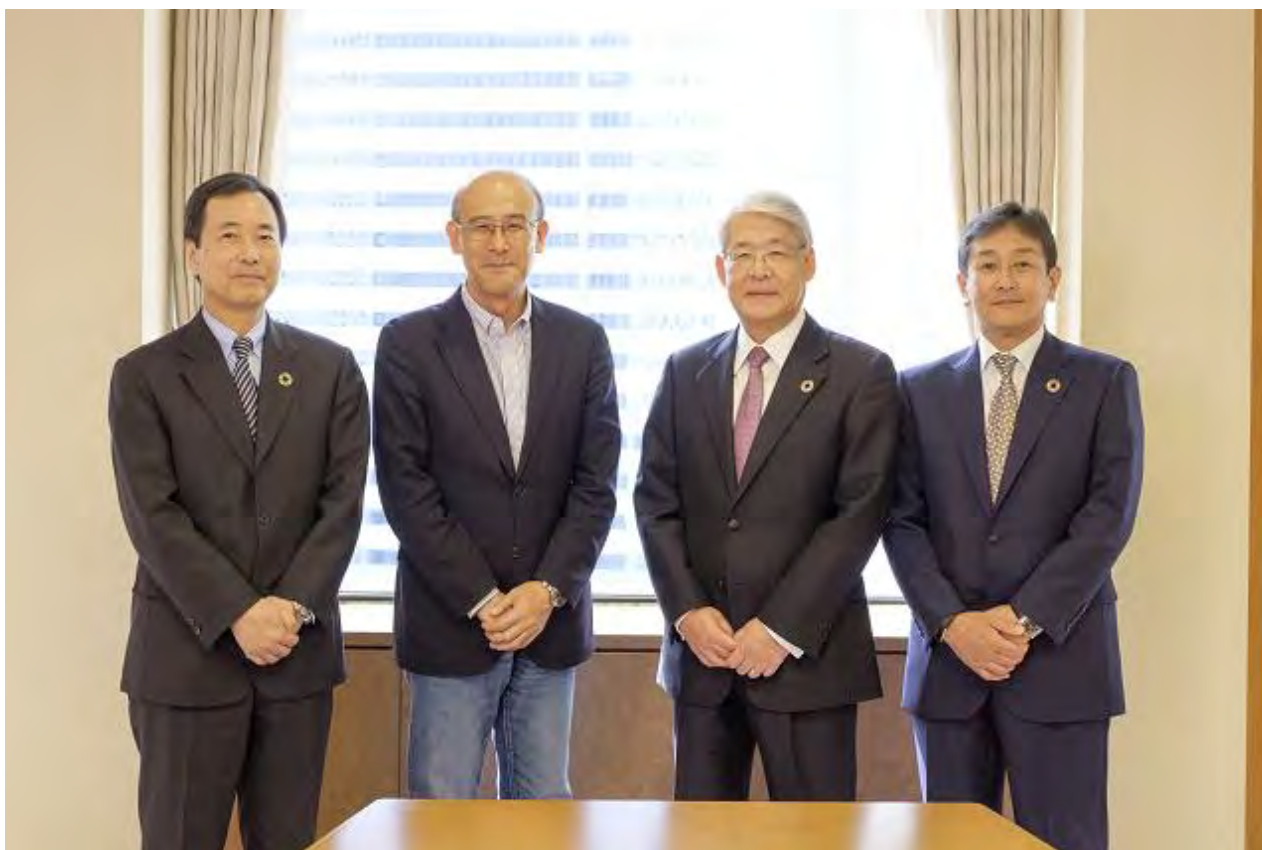
SDGs時代のS O M P Oホールディングスグループの 価値創造ストーリー

特別対談：

SDGs時代のS O M P Oホールディングスグループの価値創造ストーリー

2015年9月に国連で採択されたSDGsを受け、国内では2017年11月に経団連の企業行動憲章が7年ぶりに改定され、「Society5.0」の実現を通じたSDGsの達成を目指すことが示されました。当社グループは、デジタル技術などを活用し「安心・安全・健康のテーマパーク」という世界でも稀有なグループへのトランスフォーメーションを通じて、SDGsの志向する持続可能な社会へ貢献していくことを掲げています。

今回、2001年以来、当社のCSRコミュニケーションレポート「第三者意見」を毎年継続してお寄せいただいている、IIHOE [人と組織と地球のための国際研究所] 兼 ソシオ・マネジメント編集発行人の川北秀人氏を招き、グループCBO (Group Chief Brand Officer) の青木潔、損保ジャパン日本興亜の取締役会長で経団連 企業行動・CSR委員会委員長を務める二宮雅也、損保ジャパン日本興亜CSR室シニアアドバイザーで経団連企業行動憲章タスクフォースの座長を務める関正雄の4名で、SDGs時代における当社グループの価値創造ストーリーについて、多様な視点からダイアログを実施しました。(ダイアログ実施日：2018年7月3日)



損害保険ジャパン日本興亜株式会社
CSR室シニアアドバイザー
関 正雄

SOMPOホールディング株式会社
グループCBO 執行役員
広報部長 兼 CSR室長
青木 潔

IIHOE [人と組織と地球のための国際研究
所]
兼 ソシオ・マネジメント編集発行人
川北 秀人氏

損害保険ジャパン日本興亜株式会社
取締役会長
二宮 雅也

経団連企業行動憲章の改定とSDGs

関 本日は、SDGs時代の当社グループの価値創造ストーリーについて、昨年の経団連の企業行動憲章の改定や最新の動向などを踏まえて話し合いたいと思います。

まずは、二宮さんに経団連の企業行動・CSR委員会の委員長の立場として、経団連の役割や企業に求められる行動およびSDGsの理念をどう捉え行動していくべきかについて、お話しいただけますか。

二宮 SDGsというと「誰一人取り残さない」という強いメッセージが理念の根幹にあると思っています。これを翻って言えば、「これまで多くの人々を置き去りにしてしまった」という反省から強いメッセージに

なったということだと思います。その背景にあるのは短期的利益など求めすぎた資本主義と社会の根幹であるべき人間尊重をなおざりにしたグローバル化の進展、これらが結果として貧困や格差を生んでしまった。それが今の偏狭なナショナリズム、保護主義、ポピュリズムなどを蔓延させてしまったのだらうと考えています。

昨年も申し上げましたが、SDGsの17の目標は、人類の英知の結集です。我々が次の世代にしっかりと持続可能な社会を引き継いでいくために、我々が取り組まなければならない唯一の方策であり、そのことに迷いはないはずだと思っています。この極めて高い理想であるSDGsの達成には、企業の創造性、イノベーションが欠かせないことは誰もが認識しています。そこで経団連が行ったのが企業行動憲章の改定です。経団連に加盟する1,350以上もの企業・経済団体が行動原則として、その遵守を申し合わせているものですが、今一度社会の要請に即したものに直視することにしたわけです。

関 改定のポイントについてお話しいただけますか。

二宮 企業行動憲章の改定は、企業にとっての立ち位置、行動のあり方をしっかりと再整理したということだと思います。

「Society5.0」の実現を通じたSDGsの達成を柱として企業行動憲章を改定すること、持続可能な社会の実現が企業の基礎であることを確認し、その前文では、企業が持続可能な社会の実現を牽引する役割を担っていることを謳っています。



10原則のうち、第1条ではイノベーションを通じて、持続的な経済成長と社会的な課題の解決を図ると明快に言い切っています。第4条ではすべての人々の人権を尊重する経営を行うことを新たに条文として追加しました。そして第10条では、経営トップに対して本憲章の精神の実現が自らの役割であることを認識してリーダーシップを発揮することを強く求めています。

2030年のありたい姿からバックカスティングで考え、事業戦略に落とし込んでいる企業はこの1年間で増加し、SDGsに資するイノベーション事例も数多く出てきていると感じています。

現在、経団連ではイノベーションの事例集を取りまとめているところです。これを日本企業間だけでなく海外の企業にもわかるように整理し、2018年7月にニューヨークで開催される国連のハイレベルポリティカルフォーラムの場で発信していきたいと思っていますし、また経団連の役割のひとつ「連携・協働のプラットフォーム」が形になって現れてきていると考えています。

関 私も企業行動憲章の改定には過去何度か関わってきましたが、今回の改定は企業の基本姿勢として、持続可能な社会の実現を牽引するというところに踏み込んだ改定になっており、非常に大きな意味があったと思います。

川北 日本企業には企業行動憲章の遵守や社内への共有について、CSRレポートなどでもっと言及して欲しいという思いが強くあります。それは、世界の英知がSDGsだとすると、日本企業の営みの英知は企業行動憲章であり、地に足のついた判断基準になっていると思うからです。

だからこそ、コンプライアンスをはじめとする企業内研修で、企業行動憲章をもっと参照してほしいですね。これまでも「べからず」的な教科書事例については、各社ですっかり研修していると思いますが、では「どうあれば良いのか」についての共有や機会の提供には及んでいません。各社だけでなく、経団連とし



でも、めざすべき理念教育の機会を作っていただきたいと思います。そういう意味で、今年この話題をダイアログのテーマとされたことは非常に重要な意味があると思っています。

関 プラットフォームを提供するという意味からいうと、二宮さんは経団連の外郭団体である企業市民協議会（CBC C）の会長もされていますが、今回の憲章の改定につながるような役割としてどのような取組みをされてきたか、お話しいただけますか。

二宮 CBC Cは毎年海外にCSR対話ミッションを派遣して海外の情報を収集すると同時に、日本企業の活動についての発信母体として、経団連本体にも提言する役割を果たしています。また、昨年からはSDGs達成に資する企業の事例を集めており、それをより充実させた形で経団連が情報を取りまとめた、そのような位置づけになると思います。

関 内外のステークホルダーと対話を重ねながら持続可能な社会の実現に向けて経団連全体が動く、という非常に大きな流れになっているということですね。

二宮 そうですね。個社、業界の中だけでなく、あらゆるステークホルダーとの連携・協働がなければSDGsという極めて高い理想は実現できない、ということを我々がもっと知るべきでしょうし、また日本企業の良い取組みをもっと海外にも知ってもらうために、会員企業の取組事例やアンケート調査結果などもうまく連携し、より充実したものにしていければと思っています。せっかくの機会ですので、ニューヨークでの国連ハイレベルポリティカルフォーラムでも、日本企業の取組みを世界と共有する、そんな場にしていけるよう発信したいと思っています。

関 今後の日本企業の取組みにおいて、もっとこうあるべき、あるいは期待する点はいかがでしょうか。

二宮 やはり日本企業は衆知を集める、様々なステークホルダーとの対話を通じて、可能性の幅を広げることが大事なのだと思います。

企業の強みをもっとオープンにして、よりよい価値に変えていく、チャンスとして活用していく、そこにもっと貪欲になるといいと思っています。今の時代、自社のみの取組みであらゆることができると考えている企業はなく、また、オープンイノベーションという言葉は当たり前になっているわけですから、衆知を集めて新しい価値につなげるということが日本の企業にとって大事だと考えます。

また、日本は失敗を許さない風土があるためイノベーションが起こりにくい、という意見をよく耳にします。失敗を恐れず一歩でも二歩でも踏み出す、という「行動」に移すことがとても大切だと思います。そのためには、失敗を許すといえますか、失敗を単純にマイナスの評価とするのではなく、ことに挑み成果を生み出す過程としてとらえ、その積極性を評価するという環境に変えていかなければいけないと思います。

関 経営者・トップの役割という点ではいかがでしょうか。

二宮 SDGsの達成には、トップが確信を持たなければ広がりを見せないと考えます。また揺るがない姿勢を示すことや共感を呼ぶような発信を繰り返す行くとともに、最後に成果に結びつける実現力が必要であり、トップの果たす役割は極めて大きいと思います。



SOMPOホールディングスグループの価値創造ストーリー

関 次に青木さんにうかがいます。当社グループとして、SDGsをどう捉え、グループとして標榜している「安心・安全・健康のテーマパーク」という戦略とどう結びつけていくか（価値創造につなげるか）という点について、どのように考えていますか。

青木 今、当たり前のようにSDGsという言葉がグループ内で飛び交うようになり、この2年くらいの間に、まさに世界の共通言語として定着してきていると思います。今後はこのSDGsの理念を我々のビジネス、経営の中にいかにして組み込んで実践していくかが非常に大切だという思いで経営にあたっています。

6月29日に、損保ジャパン日本興亜が損保協会の協会長会社となり、社長の西澤が協会長に就任しました。先日の記者会見のステートメントの中で、協会長として取り組んでいくことを2点発表しています。1点目は、協会としてもSDGs達成に貢献していくということ、2点目は「Society5.0」に貢献していくことです。もともと防災や事故防止の観点から、SDGsにもなじみやすい業界ですので、取り組むきっかけ、必要性を強く感じていると思います。協会長会社としての損保ジャパン日本興亜、SOMPOホールディングスグループとしてもSDGsへの取組みを牽引していきたいと思っています。

次に我々が目指している姿というのは、当社の経営戦略である「安心・安全・健康のテーマパーク」の実現です。これは経営トップが打ち出し、繰り返し発信し続けていることであり、現在は構築途上にある、という状況です。

当社グループは損保事業からスタートしている会社なので、まさかの時にマイナスになった状態をゼロに戻す機能はあります。また、たとえば防災に関する取組みも行っていますので、ゼロをゼロのまま維持するこ

ともありますが、損害保険の商品はそこまでが限界だと感じます。

「安心・安全・健康のテーマパーク」の実現には、ゼロをプラスにして、健康で長生きして、楽しんでいくということまで踏み込んでいく必要があると考えます。つまり、損保だけではなく生保事業、生保事業でも健康増進にいかに関与していくか、介護事業では、少しでも認知症を予防するために、そしてもし認知症になっても少しでも長寿であるために、という考えのもと、ゼロやマイナスをプラスに変換するビジネスにも乗り出していかないと、テーマパークは実現できないと考えています。

そのための具体的な取組みとして、生保事業では健康応援企業を目指しています。InsuranceとHealthcareを組み合わせた新たな価値

「Insurhealth（インシュアヘルス）」の提供を目指し、2018年4月に収入保障保険『リンククロス じぶんと家族のお守り』を発売しました。禁煙や減量など、健康状態が改善されたことが認められた場合には、お客さまに保険料（相当額）をお返しするという、お客さまの健康を応援する企業への変革を具現化した商品です。また、介護事業では、「予防」の視点から認知症対策に取り組んでおり、グループ横断のプロジェクトも立ち上げています。損保、生保、介護の各事業が連携し、たとえば介護施設の紹介サービスや認知症の症状を和らげる支援・コンサルティング、アプリを活用した各種支援サービスなどを提供していく予定です。



このように、「安心・安全・健康のテーマパーク」を実現していくことが、社会的課題の解決、ひいてはSDGsで目指す世界の実現につながっていきます。つまり、SDGsのために何かをやっていくというよりも、当社グループの経営戦略そのものがSDGsの達成に貢献するという認識でビジネスをやっているということです。

関 目指す姿を実現するためのポイントはこういった点でしょうか。

青木 「安心・安全・健康のテーマパーク」を実現するうえでキーとなるのは「デジタルの活用」であり、その推進力は「デジタル×ヒト」だと考えています。「安心・安全・健康のテーマパーク」という我々が目指すビジネスモデルを構築していくにはデジタルをいかに活用していくかが重要です。また、デジタルだけを活用してもそこにヒトがいなくなってしまう訳ではないので、ヒトとの融合で付加価値をどう生み出していくのかを考えていかなければなりません。そのため、グループとして、最新のデジタル技術をビジネスに活用できないかということで、東京とシリコンバレーに続いて、イスラエルにもDigital Labを設置しました。

また、二宮さんの話にもありましたとおり、複雑化した社会的課題に対しては、SDGsで掲げる目標17（持続可能な開発に向けて実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する）のとおり、例えば産学連携のように様々なステークホルダーと連携し、協業しながら解決していくことも重要だと思っています。

関 「安心・安全・健康のテーマパーク」の実現に向けた、代表的な商品やサービスには、どのようなものがありますか。



青木 損保事業では、防災・減災に資する商品・サービスとして、ビッグデータ解析やテレマティクス技術などを活用した『スマイリングロード』、『ポータブルスマイリングロード』が挙げられます。さらには運転に不安を感じる方向けにドライブレコーダーを活用した『DRIVING!』を提供しています。介護分野では、親の介護をしながら働く子（勤労者）の「仕事と介護の両立」を支援する業界初の保険『親子のちから』を2018年10月より販売予定です。この保険商品は介護離職という社会的課題を踏まえて開発され、グループのSOM

POケアの介護施設紹介サービスもセットにすることで、シナジーを発揮しています。

気候変動に対しては、「適応」の視点で東南アジア各国で天候インデックス保険を提供していますが、「緩和」の点でも、太陽光発電事業者や風力発電事業者向けの保険商品を提供し、再生可能エネルギーの普及・拡大を下支えしています。

関 青木さんはグループCBOという立場で、広報とCSRを所管されていますが、シナジーが生まれている点はある点ありますか？

青木 広報の立場からするとマスコミの皆さまの当社グループのESGやSDGsに関する取組みへの関心が高くなっていると感じます。そのためこのようなCSR分野のことを発信していくことで、企業価値、ブランド価値に非常に大きく貢献し、評価していただけるということを身を持って感じています。

当社は文化・芸術に関する活動も行っていますが、様々な人々が豊かな生活を送るための教育といった側面など、広い意味ではこれもSDGsに関係し、企業価値向上に寄与していると感じています。

関 加えてシナジーに関して、社内コミュニケーションの活性化という点も重要だと思いますがいかがでしょうか。

青木 社内広報ツールなども、CSR室と広報部が連携していることが社内コミュニケーションの好影響につながっていると感じます。

新たな価値創造に向けた提言

関 これまで産業界全体と当社グループとしてのお話がありましたけれども、川北さんから当社グループへの今後の期待についてお話しいただけますでしょうか。

川北 さきほど失敗を許さない文化についてお話がありましたが、どの企業にも地域にも当てはまることだと思います。

私が地域にお邪魔した際に、元気な地域とそうでない地域があると感じます。両者の違いは、老若男女誰もが「こういうことが大事だ」、「こういうことをやってみよう」と声を出して動き出しているか否かにあります。私はこれを「てみる」文化と呼んでいます。

たとえば地域のおじいちゃん・おばあちゃんが、昔は近くの農協にたくさん出荷していたけれど、仲間も減って、自分の買い物にも困るようになってきた。そんなとき、「地域の人も同じように困っているのだから、こういうものを買いたいのではないか」と思って、作ってみる・売ってみる、それを地域の方が買っ

「でみる、といった「～してみる市」。地域の方が作ったものをその地域の方が買う関係・環境が整えば、地域に経済の循環が生まれ、買い物難民問題の緩和・解消にもつながります。「～してみる」を許容するかどうかは、経済の持続可能性を左右することになるのです。

リスクマネジメントを本業にされてこられた保険会社としては、イノベーションを促すために、チャレンジとリスクテイクを応援することを、もっと強く発信されてもよいのでは、と思います。

関 「でみる」文化、というのは面白いですね。社内外とのコミュニケーションの観点ではいかがでしょうか。

川北 青木さんをお願いしたいのは、お取引先のSDGsに関する取組みを、社内広報ツールでご紹介いただきたい、ということです。大手企業の取組みはSDGsの文脈でいくらでも語れますが、中小企業がこんなことをやっている、というケース集が、いま日本には必要です。

青木 当社もグループ報(社内報)でSDGsを特集として取り上げたことはありますが、他の会社とか、取引先、代理店などの取組みを紹介するというのは、効果的で説得力もありますし、広い意味ではお客さまに対し、もしくは社内に還元していくことにもなるので、是非チャレンジしようと思います。

関 介護事業における価値創造としては、いかがでしょうか。

川北 シニアマーケット事業部とのダイアログで、SOMPO Food Labを設置したとうかがいました。

東日本大震災や今年相次いだ地震・水害でも、発災によって、食の供給も途絶えます。ですので、介護事業所では定期的に「避難食を食べてみる」という体験をしていただきたい。利用者も参加する訓練が日常的にできていると、利用者も職員もいざというときの備えや感覚が高まります。

これも、自然災害と高齢化のさらなる進展に備える価値創造ストーリーの一つであると考えます。保険のノウハウがあり、BCPについて本業でコンサルテーションをしており、介護の現場(事業所)をこれだけ持っている、ということは、他社や社会にとって貴重な将来価値だからです。

今日はこの短い時間の対談でも、御社が築かれてきたことに、持続可能な社会実現に向けてステークホルダーと共有する価値のあるものがたくさんあると感じました。

関 ありがとうございます。川北さんのコメントに対して、青木さん、いかがでしょうか。





青木 介護のBCPについては、おっしゃるとおり、我々自身が保険の価値を事業者として提供していくということ以外に、他のプロバイダーの方を支援するというリスクコンサルティングのサービスを得意としていますので、こういった領域もSDGsの取組みの中の一つのストーリーとして語り、支え手のみなさんを支えることもグループとしての仕事なのだと感じました。

いずれにしても、すべての課題において当社グループだけでは解決できないと思うので、経団連の事例集などを参考にし、また、NPO／

NGOなどのステークホルダーと連携していきたいと思っています。

また、当社グループは「トランスフォーメーション」を掲げています。変わっていくためには、失敗はつきものであり、失敗するにも小さな失敗ではなく、「大きい失敗をしよう」といった度量を持って様々なことにチャレンジしていきたいと思ひますし、そういう企業文化を醸成しながら前向きにSDGsに取り組んでいきたいと感じています。

関 では最後に、二宮さんから今後に向けてのコメントをお願いします。

二宮 企業行動憲章の活用については、企業のあるべき立ち位置、佇まいを明快に表現していると思っています。ですので、川北さんのおっしゃるとおり、もっと活用すべきですし、また中小企業への浸透についてはどの国でも同じく課題としてとらえており、ここをどうやって浸透させていくか、一緒に動けるようになっていくかは工夫が必要だと感じました。

また、当社はESGに関して、かなり早い段階から意識をもって取り組んできましたので、ある程度DNAとして落とし込まれていると思っています。ただし、これが当社グループの文化として、根付く、自然と行動に入っていくところまで高めなければもったいない、とも感じています。グローバルで従業員数が8万人を超えるグループでありますし、家族まで含めるとすごい規模の市民社会になります。是非、社会的課題への取組みを文化としてきっちり根付かせ、SDGsの達成に向けグループを挙げて取り組むことができれば素晴らしいと思ひます。



全員 本日はありがとうございました。

以上