

インナーブランディングの専門家として、 サステナビリティ経営浸透について講演【GCNJ 関西分科会】

コーポレートブランディング支援を行う株式会社揚羽（東京都中央区 代表取締役社長：湊 剛宏 証券コード：9330 以下「弊社」）は、グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン（以下、GCNJ）の「関西分科会」にてサステナビリティ経営の社内浸透に関する講演をいたしました。

GCNJは、日本の会員企業・団体のGC10原則、SDGsなどへの自発的戦略的行動をサポートし、セミナーの開催、会員企業が主体となる分科会などサステナブルな社会の実現に向けて活動している組織です。弊社は2022年より、社内浸透に対する課題や対策をテーマにした「GCの社内浸透研究分科会」の幹事を務めています。2024年6月14日に関西分科会が開催され、理念策定と従業員への浸透の専門家としてさまざまな企業の意識改革・風土改革に従事してきた弊社の黒田が、サステナビリティ経営の社内浸透をテーマに講演いたしました。

■講演内容抜粋

「社内浸透」と一口に言っても、企業理念の浸透、サステナビリティ方針の浸透、人権に関する考え方の浸透など、さまざまなテーマが存在します。今回のテーマとなる「従業員にサステナビリティの認識を高めてもらう」ことを目的とした社内浸透においては、従業員のインサイトとして『よくわからない、難しい』や『儲からない』という声もあることから、講義では、5つの浸透の秘訣と成功事例をお伝えしました。

浸透の秘訣(1)：要は何か？「言葉」にこだわる

どんなテーマの社内浸透においても、辞書的な言葉では従業員に浸透しません。自社がサステナビリティをどう捉えているかなど、自社における解釈を定義・言語化することが重要です。

浸透の秘訣(2)：経営企画、人事、広報など他部署と連携する

サステナビリティ経営の浸透はサステナビリティ推進室などが担うケースが多いですが、他部署の取り組みと連携させることで浸透度の向上が期待できます。例えば、人事と連携し、サステナビリティへの理解を促進するための研修やワークショップを取り入れるような活動です。

浸透の秘訣(3)：企業価値向上につながる設計をする

社会にインパクトをもたらすことはもちろんですが、自社にとってどんな価値があるかを設計することが重要です。例えば売上利益アップや、ブランド価値の向上、問い合わせ数の増加など、自社の状況に合わせて設計します。

浸透の秘訣(4)：プロセスを開示する

サステナビリティ活動については、まだ取り組み始めたばかりという状態の企業がほとんどです。上手くいかかわからない、という状況であっても、プロセスを開示していくことをお勧めします。数字だけでなく、取り組みの内容や想いを発信することで、ステークホルダーからの共感や共創のきっかけとなります。

浸透の秘訣(5)：熱量の高い社員を大切に少しずつ全体に波及させていく

サステナビリティの推進に積極的な従業員が社内ですべてで浮いてしまっている、というケースが見られますが、そのような関心の高い従業員を大切に、会社全体に熱量が波及していく雰囲気づくりが欠かせません。

【サステナビリティ経営の社内浸透施策一例】

事例のよくある種類一覧



各社からヒアリングした「有効だった施策」を振り分けました。
「自分に関係があると気づかせる」ための参加しやすい施策が多いように感じます。

施策の種類	事例	効果
啓蒙	啓蒙させる 現場研修 サステナビリティに関する展示（毎月更新）	考えさせる 新規アイデアコンテスト SDGs実践のアイデア創出ワークショップ 個人の目標とアクションを記入できるカード
	関わらせる 取り込み浸透のためのポイント制度 サステナブル・プログラムの社内認定制度	
	きっかけ提供 マイボトル運動 食品ロス削減活動	
啓蒙	楽しみながら CSR競賞ゲーム SDGsカードゲーム SDGsクイズゲーム お客様を招くイベント 社内報の一部ページで活動共有	体験提供 社員食堂でサステナブルフード体験 地域とタイアップした参加型イベント SDGsテーマパーク制度 一般社員のテーマにESGへの対応を反映
	目に触れる e-Learning SDGs+サステナビリティ・総務社内報 オリジナルWeb Study（本1回） サステナビリティ用語集作成	
	教材提供 SDGs研修 資料集を採入での講演会	
啓蒙	啓蒙 サステナビリティMeetUp 研修受講者に基づくトップとの対話 研修は必須とする 社内ミサジで対話	生活にする 出前授業で実施になってもらう オリジナルカードゲーム（社員がファンリ） teamsで社員が関連ニュースなどを情報共有 寄付企画（フードバンクなど）
	対話 ロールプレイング研修 SDGsワークショップ（最近のものから考える） 映画も活用（マイクログラスキッズストーリー） サステナブルウォーク開催	
	ワーク監研 ESGもある企業 SDGs+ESG+フリーアクセス 経営層の危機感共有研修 少人数対話 グループ後輩員の演習指導	
啓蒙	エンタメ ESGもある企業 SDGs+ESG+フリーアクセス 経営層の危機感共有研修 少人数対話 グループ後輩員の演習指導	きっかけ提供 ファンサダー公開 社員同級生会 啓蒙部ごとに目標設定し、ポスターで発信 部門対抗SDGs Action共有 社内イントラ（SharePointなど）で情報発信 ベストプラクティス共有 Casebook作成
	思いを伝える	

企業の理念や方針などの社内浸透には「認知・理解・共感・行動・定着・相互理解」のステップが存在します。左図は、浸透段階ごとの、各社で実施されているサステナビリティ経営の浸透施策の一例です。

各社のヒアリング結果から、映画鑑賞や、カードゲームなど「自分に関係がある」と気付かせるための参加ハードルが低い施策が有効であることがわかりました。

■登壇者



黒田 天兵

株式会社揚羽 ブランドコンサルティング部 部長

入社以降、「日本ではたらく人を元気にしたい」という信念のもと、企業の理念そのものから見直すインナーブランディングの専門家として、大小を問わず多種多様な企業やスポーツ団体など、300を超える組織の理念策定とその浸透活動に携わる。

著書：『組織は「言葉」から変わる。ストーリーでわかるエンゲージメント入門』（朝日新聞出版）

YouTube：『サステナブル・プロセス』にて変革（SX）に取り組む企業との対談コンテンツを公開。

弊社では、経営理念やブランド価値を社員が体現する組織をつくるインナーブランディング、サステナビリティに取り組む企業の差別化をはかるサステナビリティブランディングの支援をしています。ぜひお気軽にご相談ください。

<ご相談はこちら>

<https://www.ageha.tv/contact/request/#top>

<インナーブランディング お役立ち資料>

<https://www.ageha.tv/document/inner/#top>

一般社団法人グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン(GCNJ: Global Compact Network Japan)

グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン (GCNJ) は、2003年12月に国連グローバル・コンパクトの日本支部として発足。人権、労働、環境、腐敗防止の4分野における国連グローバル・コンパクト10原則の実践と、SDGsの経営への浸透を民間企業や関係機関に推進している団体です。2024年4月現在、会員数は604を数え、会員の皆様と共に、責任ある創造的なリーダーシップを発揮していくことを目指しています。

GCNJ ウェブサイト：<https://www.ungcjin.org/index.html>

会社概要

会社名：株式会社揚羽

市場：東京証券取引所グロース市場（証券コード：9330）

資本金：2億7899万円（2023年9月30日時点）

所在地：〒104-0032 東京都中央区八丁堀2丁目12-7 ユニデンビル3F

設立：2001年8月

代表者：代表取締役社長 湊 剛宏

ミッション：一社でも多くの企業のブランディングに伴走し、日本のビジネスシーンを熱く楽しくする！

事業内容：ブランディング支援全般

支援領域：コーポレートブランディング／パーパスブランディング／インナーブランディング

アウトターブランディング／サステナビリティブランディング／採用ブランディング

製品・商品・サービスブランディング 等

ブランディングにおけるコンサルテーション、クリエイティブ、ソリューションまで一気通貫できるパートナーとしてご支援をさせていただきます。

URL：<https://www.ageha.tv/>

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社揚羽 広報担当

TEL：03-6280-3336 Email：pr@ageha.tv FAX：03-6280-3337