

GCの社内浸透研究分科会【講演レポート】

インナーブランディングのゴールと社内浸透の鍵とは

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 以下、弊社）は、2023年9月26日（火）に、幹事を務めるグローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン（以下、GCNJ）の「GCの社内浸透研究分科会」にて、インナーブランディングに関する講演と分科会メンバーでのグループディスカッションを実施しました。

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むけて活動している組織です。弊社は昨年6月、CSRの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」の幹事に任命いただきました。

今回は弊社ブランドコンサルティング部 部長の黒田天兵が「インナーブランディング」をテーマに、長年支援を続け見えてきた傾向と成功事例などをご紹介します。

＜講演内容抜粋＞

●サステナビリティの浸透は「興味を持たせる」ことが最重要

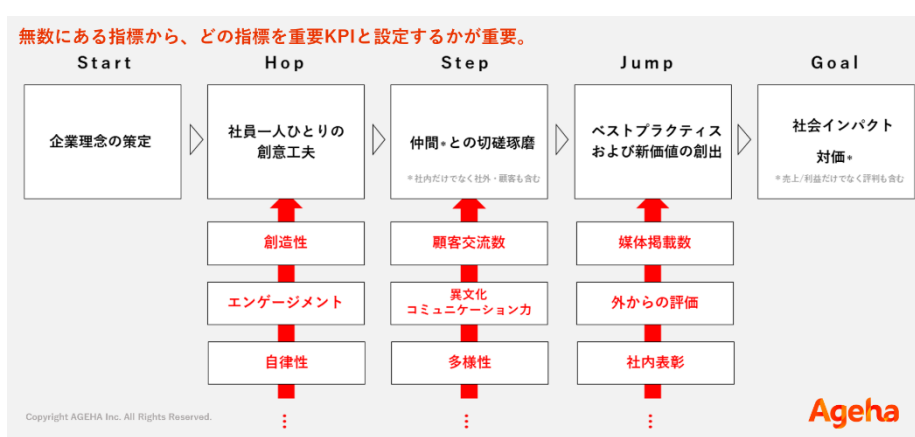
各社のサステナビリティ活動に関する社内浸透において、効果の高かった取り組みを整理すると「そもそも興味を持ってもらうための工夫」を凝らす施策が多いことがわかりました。また、認知・理解・共感にはトップダウン型、行動・定着・相互理解にはボトムアップ型の施策が有効だという傾向も見られます。

サステナビリティの社内浸透に有効な施策一覧		Ageha	
認知	意識させる	環境月間 サステナビリティに関する展示（毎月更新）	新規アイデアコンテスト
	競わせる	取り組み促進のためのポイント制度 サステナブル・プロダクトの社内認定制度	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
	きっかけ提供	マイボトル活動 食品ロス削減活動	社会貢献活動に参加 社員食堂でサステナブルフード体験
	楽しみながら	CSR調達ゲーム SDGsカードゲーム SDGs人生ゲーム 吉本芸人を呼んでのイベント	地域とタイアップした参加型イベント
	目に触れる	社内報の一部ページで活動共有 SDGsバッジ配布 SDGsお友達シール作成	制度 SDGsキーパーソン制度 一般社員のボーナスにESGへの対応を反映
理解	教材提供	e-Learning SDGs・サステナビリティ専用社内報 オリジナルWeb Study（年1回） サステナビリティ用語集作成	出前授業で先生になってもらう オリジナルカードゲーム（社員がファシリ） teamsで社員が関連ニュースなどを情報発信
	座学	SDGs研修 専門家を呼んでの講演会 サステナビリティMeetUp	寄付企画（フードバンクなど） アンバサダー公募 社会貢献ファンド
	対話	理解度調査に基づくトップとの対話 部会におじゃまする 社内ラジオで対話	競わせる 各事業部ごとに目標設定し、ポスターで発信 部門対抗SDGs Action!共有
	ワーク型研修	ロールプレイング研修 SDGsワークショップ（身近なものから考える）	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 オウンドメディアで社員が主役の活動共有 Casebook作成
共感	エンタメ	映画を放映（マイクロプラスティックストーリー） サステナブルウィーク開催 ESGあるある漫画 SDGs・ESGストーリーブック	
	想いを伝える	経営層の危機感共有映像 少人数対話会 グループ役職員の決意投稿	

●エンゲージメントはあくまで指標、究極のゴールは「社会へのインパクト」と「対価」

昨今、従業員エンゲージメント*が「業績や生産性と相関関係がある」という理由で注目を集めています。しかし、エンゲージメントはあくまで数値化できる指標のひとつであり、インナーブランディングの目的が「エンゲージメント向上」にならないよう注意が必要です。インナーブランディングの最終目的は、社会にどんな価値や影響を及ぼすか、そして、その影響度に合わせた対価です。対価は売上利益以外にも会社の評判を獲得することも含みます。

*エンゲージメント：誰か・何かに貢献しようとする志



《登壇者》



株式会社揚羽 ブランドコンサルティング部 部長 黒田 天兵

入社以降、「日本のサラリーマンを元気にしたい」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、200を超える組織の理念策定とその浸透活動に携わる。

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

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）

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。2023年10月現在、会員数は582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.ungcnj.org/index.html>

【GCの社内浸透研究分科会について】

2008年のGCNJ分科会発足当初から続く、最も歴史のある分科会の一つです。（初年度のみケーススタディ分科会、以降名称変更）参加メンバー同士でCSRの社内浸透に対する課題や対策を共有するとともに、過去の活動や外部情報等から社内浸透に有益な情報の発掘&紹介や、講演・ゲーム等、有識者との情報交換も行っています。また、GC自体の価値も再確認できるよう、他の分科会の活動内容や事務局発信情報を共有しあう場を提供し、全体像を広く把握できるよう努めています。

会社概要

商号：株式会社揚羽

代表者：代表取締役社長 湊剛宏

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

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／サステナビリティブランディング

採用ブランディング／インナーブランディング／アウターブランディング

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しております。

資本金：2億7899万円（2023年9月30日時点）

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