



Sustainability Report 2024

2023年度実績

Jtb Communication Design

Jtb
Communication
Design

サステナビリティビジョン

「人」と「企業」と「地域」をつなぐ
「最適なコミュニケーション」を
お客様や事業パートナーと共創し、
持続的でよりよい社会の実現に
貢献します。

CONTENTS

編集方針

「JCDサステナビリティレポート2024」では、全てのステークホルダーの皆様とのエンゲージメントツールの一つとして、サステナビリティの考え方や様々な取り組みを報告しています。

国際的なガイドラインに沿った情報開示をするため、「GRIスタンダード」の開示要求項目及び当社事業に関連する業界の開示基準を参照し各種情報の開示を行っています。

取り組みに関連した最新の情報は公式サイト

(<https://sustainability.jtbcom.co.jp/>)でもご覧いただけます。

・対象期間 2023年度(2023年4月1日から2024年3月31日) 一部に2024年4月以降の活動内容などを含む

・対象組織 株式会社JTBコミュニケーションデザイン(略称:JCD) 連結子会社である株式会社JTB Next Creationは除きます。

■お問い合わせ

株式会社JTBコミュニケーションデザイン

〒105-8335 東京都港区芝3-23-1 セレスティン芝三井ビルディング 12階

03-5657-0600

<https://www.jtbcom.co.jp/>



Our Company

P02 Our Way

P03 Our Business

Management Message

P04 Top Message

P06 Management Message

Our Sustainability

P08 サステナビリティ経営

P09 マテリアリティと事業のつながり

P10 事業活動におけるマテリアリティ

P11 企業責任上のマテリアリティ

P12 サステナビリティ関連データ

P13 参加イニシアチブ・宣言等

P14 社外からの評価・認証

Materiality in Business Activities

P15 菅公学生服周年事業

P17 E-OOH“カガヤク”

P19 マルエツ管理職育成研修

P21 こころ羽プロジェクト

P23 CO₂ゼロSTAY®

P25 プログラミングスタジアム

Materiality in Corporate Responsibility

P27 環境負荷の削減

- ・環境方針
- ・環境マネジメント体制
- ・マテリアリティに対する取り組み

Materiality in Corporate Responsibility

P30 ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョンの推進

- ・マネジメント体制
- ・マテリアリティに対する取り組み
- ・社員の声

P32 責任ある事業活動の推進

- ・コーポレート・ガバナンス
- ・内部統制システム
- ・リスクマネジメント
- ・企業倫理・コンプライアンス
- ・内部通報制度
- ・ITセキュリティ
- ・個人情報保護
- ・事業継続計画(BCP)
- ・サステナブルな調達
- ・人的資本経営への取り組み
- ・社会貢献活動の推進

Data

P37 会社概要

P38 第三者検証意見書

P39 GRI内容索引

経営理念

お客様の想いの先を実現する
コミュニケーションを創造し、
世界の人と社会の躍動する
未来をともに拓きます。

事業ドメイン

コミュニケーション
デザイン事業
スペシャリティを集結させ、
「人×場所×交流×体験」
を創造する。

私たちがお客様に 約束すること

あらゆる交流の場において、
お客様の真の課題を探求し、
最適なソリューションを
提供することで、ベストな
パートナーであり続けます。

行 動 指 針

コンプライアンス・ファースト

つねに利益よりも倫理を優先し、
社会人としての責任を意識し
誠実・公正に行動しているか？

ワークとライフのバランスを

仕事での生産性向上につながり、
健康でハッピーな人生を楽しむために、
ワークライフバランスを心がけているか？

つねにトライするDNA

失敗を恐れずトライしてみる。
指示を待つのではなく自ら動き出すことで、
お客様の想いの先まで提案しているか？

クリエイティブであれ

お客様の心を動かして初めて、
クリエイティブといえる。コミュニケーションを
デザインし、新たな価値を創ろうとしているか？

考える習慣を身につける

お客様を・マーケットを・世の中の
動きを意識し、なぜ？を大切にしながら、
つねに広く・深く考えようとしているか？

いつもネットワークをONに

つねに情報の感度を敏感に、
社外との積極的な交流でインプットを欠かさず、
自分自身を更新しているか？

変化を楽しむ

ポジティブ思考で開発・改善にトライし、
小さなイノベーションをひとつずつ実現しながら、
自らも成長しているか？

違いを楽しむ

多様性を認め合い、仲間を信じることで、
おたがいに磨き合い、自分たちから
ベストパートナーとなっているか？



JCDの事業

当社の事業は、社名の通り“コミュニケーションをデザインする”ことです。多様なコミュニケーションをデザインし、お客様の期待を超える価値を創出し、課題解決に取り組んでいます。当社のソリューションは多岐にわたり、全てのパフォーマンスにおいて「正しいか」「楽しいか」「美しいか」「お役に立っているか」を追求し、常に改善点を出し合っています。また、社員同士が成長を促し合い「働きがい改革」にも取り組み、社会やお客様、事業パートナーと向き合っています。当社は新しい価値観やデジタル技術を取り入れ、上質なソリューションを提供し、お客様の「ベストなパートナー」かつ社会的有用性の高い事業会社を目指します。

ミーティング&イベント



各種ミーティング・イベントをワンストップでプロデュース。グローバル対応や、オンライン・ハイブリッド対応も含めご提案しています。

エリアマネジメント



運営する公共文化施設や観光案内所等を「交流拠点」とし、人々の交流をもって地域全体の賑わいと経済効果の創出につなげ、地域の価値向上・地域活性を実現します。

プロモーション



マーケティング／メディアプランニング／クリエイティブから、セールスプロモーション／PRまで、総合的なプランニングで、お客様の課題を解決します。

会議・学会・試験運営



MICE運営、試験運営のプロフェッショナルとして、学術集会、国家試験、資格・検定試験、さらに運営スタッフ管理などの運営を多角的に支援します。

組織開発・人材開発



モチベーションやホスピタリティといった独自のメソッドに基づいた調査・研修、企業理念やビジョンの浸透化施策等を通して、組織づくり・人材づくりを総合的に支援します。

展示会



ビジネスマッチングのプロフェッショナルとして、グローバルビジネスに直結する展示会を主催・共催。多岐にわたる産業分野において、日本の競争力強化への貢献を目指します。

デジタルソリューション



変化し続ける環境、新しい世の中の中の価値観に柔軟に対応するため、デジタルの力を活用したソリューションでお客様や社会課題の解決に取り組んでいます。

事務局運営・ボランティア管理



多岐にわたる事務局運営の実績を持つプロフェッショナルチームとして、各種プロジェクトや助成制度、行政施策運営代行、大型イベント運営からボランティア管理に至るまで、あらゆるオペレーション運営を支援します。

電気供給・グリーン事業



地域の観光関連施設や一般企業への電力供給事業を行っています。さらに付加価値のある電気事業を推進し、地域活性や企業の環境対策・SDGsへの貢献を支援します。

スポーツ・eスポーツ・エンタテインメント



スポーツやeスポーツ、エンタテインメントを通じたコミュニケーションのデザインによって、ココロを動かす感動体験や人々の健康促進を目指します。



コミュニケーションの力で 社会の課題に解決策を提示し 唯一無二の存在として進化を続ける

代表取締役 社長執行役員

藤原 卓行

社会的課題の解決と共に、 お客様の持続的発展にもつながるコミュニケーションを創る

私たちJTBコミュニケーションデザインは「お客様の想いの先を実現するコミュニケーションを創造し、世界の人と社会の躍動する未来とともに拓きます」を経営理念に掲げ、2016年にJTBグループ数社を統合し創立しました。現在10の事業領域を中心に事業展開しておりますが、サステナビリティはその全ての基盤であると考えています。サステナビリティ、つまりは持続的な発展の観点において、特に注力している事業は「プロモーション」「MICE^{*1}」「組織開発・人材開発」と、施設運営やボランティア組織の運営等を行う「エアーマネジメント」、そして再生可能エネルギーの調達や「CO₂ゼロシリーズ^{*2}」等のサービスを提供する「電気供給・エネルギー事業」の5つです。

世界は今、多様化・複雑化し、法令遵守や企業倫理、さらには環境面においても高いレベルでの対応が求められています。私たちのお客様である企業や団体、自治体等からのご要望も幅広く、課題を解決する難易度は高まっています。事業の専門性を進化させると共に相乗効果を発揮し、JTBコミュニケーションデザインというワンチームで解決策を提供する。これが私たちの大きな強みです。お客様の持続的な発展につながるコミュニケーションを生み出したい。私は経営理念にこの願いを託しています。



DE&I※3を基盤にサステナビリティの取り組みを加速

当社ではサステナビリティを進めるにあたり「環境への取り組み」と「企業風土におけるDE&Iの推進」、そして「ガバナンス・社会貢献」の3つを重要テーマと捉えています。

CO₂の排出削減に関して、スコープ1・2での取り組みは進んでいます。しかしスコープ3も含めたカーボンニュートラルにはもう少し時間がかかると見込んでいます。例えば環境への負荷を最小化したイベントを実施するにしても、お客様や事業パートナーの皆様をはじめ関係する方々に意義や重要性について理解を得る必要があると考えています。そのために当社はステークホルダーの方々とサステナビリティに関する価値観を共有する努力を続けてまいります。

また、持続的な成長をするために、多様性を取り込み、心理的安全性を担保し、社員が持つ力を最大限に引き出すことが必要です。私は「美点凝視」、つまり人の強みの発見を常に大切にしています。私も若かりし頃は、「営業

である自分が組織を引っ張っている」と一人よがりな考えを持ち、周囲が見えていないことがありました。その後様々な役職を経て、チームとして戦うということが大切なのだと実感しました。社員の多様な長所を活かし、公平で透明な目標設定や判断基準に基づき、チーム一丸となって戦える職場環境を構築し、経営理念やアクションプランを繰り返し社内で伝え浸透させています。

併せて、社内人財の流動性を高める手立てを打っています。高い専門性を土台に、幅広い知識と人とのネットワークも活かせる「総合力」を併せ持った社員を育成したいと考えています。

当社にとって「人財」は最も重要な資本です。人の価値を最大化するための様々な策を講じ仕組み化すること、人的資本経営の実践が私自身の最大のミッションだと捉えています。

そして今、改めてコミュニケーションの重要性を実感しています。コロナ禍において、リモートで行われていた社内会議や、朝礼、地域オフィスとのコミュニケーションをリアルで実施しています。これにより風通しが良くなりワンチームとしての結束力がより高まっていると感じています。併せて、リモートワークやフレックス制度はこれまで通りとし、個々人の業務や事情に合わせた多様な働き方を推奨することで、生産性の高い職場環境を創っていきたくと思っています。

良い企業風土を創り、私たちの会社や事業、人財の魅力を社会にも伝えることで、採用競争力を高めると共に、社会やステークホルダーの皆様への理解につなげていきたいと考えています。

コンプライアンス・ファーストを進めると共に、チャレンジングな風土づくりに取り組む

企業活動においては、「コンプライアンス・ファースト」を徹底します。社内においては年間を通じて断続的にコンプライアンス研修を実施し、何でも報告・相談できる職場環境を醸成します。社外においても関係者向けに相談窓口を整備し、より健全な経営を行います。

また、チャレンジングな企業風土の醸成も行います。「成功は自信がつき、失敗は実力がつく」。失敗を恐れず、失敗後の改善活動を称賛するような企業風土をつくり、よりチャレンジングな会社を目指します。

これから日本で開催される予定の大規模な国際イベントをはじめ、多様なお客様ニーズへの対応や、地域の課題解決の際にも、私たちの持つ力を結集すれば唯一無二のコミュニケーションサービスが提供できます。未来は人の交流が一層グローバルになり、課題も複雑化するでしょう。私たちはコミュニケーションの力で環境をはじめ多くの社会課題の解決に貢献する会社として進化を続けます。

より良い未来につながるコミュニケーションをデザインする私たちにご期待ください。

※1:MICE:Meeting/会議、Incentive/報奨・研修旅行、Convention/国際会議・学会、Exhibition・Event/展示会・イベント等の総称。

※2:CO₂ゼロシリーズ:「CO₂ゼロMICE®」:MICEの実施会場で使用される電気を再生可能エネルギーに置き換えることができるサービス。「CO₂ゼロSTAY®」:ホテル旅館へ宿泊することで生じたCO₂相当量をカーボンオフセットできるサービス。

※3:DE&I:ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン/多様性・公平性・包摂性。

社会に貢献できる
コミュニケーションをデザインし、
お客様・社員・事業パートナーの皆様と共に
サステナビリティを進めていく

取締役執行役員 総合企画部長
サステナビリティ推進委員会委員長

奥野 晃治

社会の課題解決に向けて、各業界で リーダーシップを発揮する

私たちJTBコミュニケーションデザインは、
2016年にJTBグループ内の4社を統合し、
ノウハウを結集した新会社として発足しま
した。プロモーションやMICE、あるいは組
織・人材開発やエリアマネジメントといっ
た各領域の専門性を掛け合わせて、お客
様のコミュニケーションに関する課題の解決
を目指しています。多様化、複雑化する
様々な課題に対し、人とコミュニケーション
することが大好きで、コミュニケーション
の力を信じる社員の知見を活かした総合力
で解決を図るのが、私たちのミッションで
あり存在意義です。



これを実践するためには、まず社員がその意義を理解し、そして事業パートナーの皆様からの理解を得ることが重要です。私たちは全ての事業活動におけるカーボンニュートラルを2050年に達成するという目標を掲げていますが、例えばMICE事業の領域でこれを実現させるためにはCO₂を排出しないイベントを企画運営する必要がある、そのためには制作会社、映像会社、印刷会社といった様々なパートナー企業の理解と協力が不可欠です。パートナー同士が連携し、さらには業界全体で取り組みを推進する必要があるのです。

サステナビリティに関する取り組みは1社単独で展開していてもその広がりには限界があります。当社には「CO₂ゼロMICE®」という独自のソリューションがありますが、競合会社を含めたMICEに携わる多様な事業パートナーに利用をお願いしています。業界全体で取り組みを進めることで社会により大きなインパクトを与えることができるはずですし、そうした中で私たちがリーダーシップを発揮できれば良いと考えています。

サステナビリティの目標達成に向け、社員とベクトルを合わせる

サステナビリティを推進するにあたり、社員への理解浸透も重要です。そのために当社では各部を代表する社員が参画する「サステナビリティ推進委員会」を組織しています。委員は環境負荷削減やダイバーシティ、エクイ

ティ&インクルージョン(以下DE&I)の推進等において施策を検討し、各部署に取り組みを浸透させる役割を担っており、経営層と現場の社員がベクトルを揃えてサステナビリティに取り組む体制を目指しています。また委員にはそれぞれの組織におけるチェンジエージェントとしての役割も担うことを期待しています。

また当社では月間及び年間の表彰制度を設け、優れた案件を定期的に表彰しています。新規獲得や収益性に優れた案件のみならず、新たな領域へのチャレンジや、生産性の向上に資するBPR、そしてサステナビリティの取り組みとして優れた案件も対象とし、社員のモチベーションアップやベストプラクティスを共有する機会としています。

より多様で複雑化する社会において、組織が持続的に成長するためにイノベーションは不可欠であり、その源泉がDE&Iにあると考えています。取り組みの一つである女性活躍推進においては、目標として2030年度までに女性役員・上位組織運営職の比率を30%、組織運営職・高度専門職における女性比率50%を目指していますが、現在の女性役員比率は10%※1、組織運営職者で約24%となっています。女性社員の割合が高い当社では、意思決定する立場においてより多くの女性の活躍が必要であり、そのためにも人財の育成には注力していきます。

また、効率的で生産性の高いワークスタイルの確立も

注力する取り組みの一つです。属人化しがちな業務の棚卸を行い、業務の標準化や平準化を進めることで、目標とする年間総実労働時間1,800時間を早期に実現し、ワークとライフのバランスがとれた企業風土を築いていきます。

利益よりも倫理を優先する企業風土

当社には8つの「行動指針※2」があり、指針の第一項目には「コンプライアンス・ファースト/つねに利益よりも倫理を優先し、社会人としての責任を意識し誠実・公正に行動しているか?」を掲げています。これには企業活動の大前提はコンプライアンスという意味が込められています。

コンプライアンスに対する理解と意識を高めるために継続的な研修を行い、マネジメントラインによるチェック体制の強化と社内通報制度の整備を図り、健全で風通しの良い組織風土を醸成していきます。

私たちは、これからお客様、社員、事業パートナーの皆様をはじめとしたステークホルダーの方々とサステナビリティにおける価値観を共有し、力を合わせることで、多様化する社会の課題解決に貢献できるようなコミュニケーションをデザインしていくことを目指します。

※1:2024年7月時点

※2:行動指針:コンプライアンス・ファースト/ワークとライフのバランスを/考える習慣を身につける/いつもネットワークをONに/つねにトライするDNA/クリエイティブであれ/変化を楽しむ/違いを楽しむ

サステナビリティ経営

当社の事業の軸は、社名の通りコミュニケーションをデザインすることです。提供するスマートかつサステナブルなソリューションを通じて、地域社会における様々なコミュニケーション課題の解決に取り組んでまいります。そのためにも、サステナビリティを経営戦略の中心に置いて、社会的有用性の高い事業を展開し、社会、お客様、事業パートナーの皆様の持続的な発展に貢献してまいります。

サステナビリティビジョン

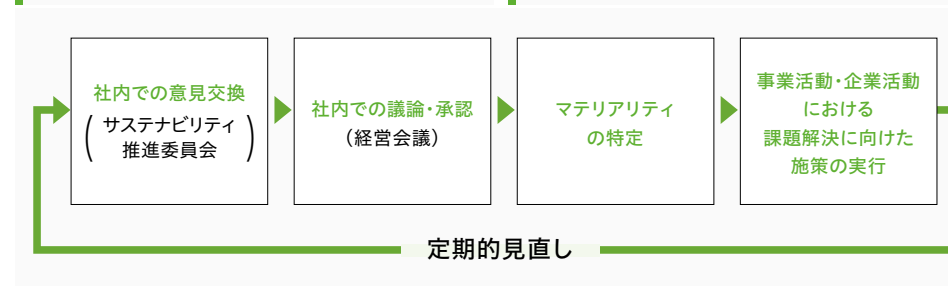
「人」と「企業」と「地域」をつなぐ「最適なコミュニケーション」をお客様や事業パートナーと共創し、持続的でよりよい社会の実現に貢献します。

マテリアリティ

サステナビリティビジョンの実現に向けて、当社では「事業活動」及び「企業活動」においてマテリアリティを特定しました。PDCAサイクルを回しながら課題解決に向けた取り組みを着実に実行します。

- 事業活動におけるマテリアリティ
 - 地球環境に配慮したソリューションの高度化と開発
 - 企業・地域・人々のコミュニケーション課題の解決
 - 多様なステークホルダーとのサステナビリティに対する価値観の共有

- 企業責任上のマテリアリティ
 - 環境負荷の削減
 - ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョンの推進
 - 責任ある事業活動の推進

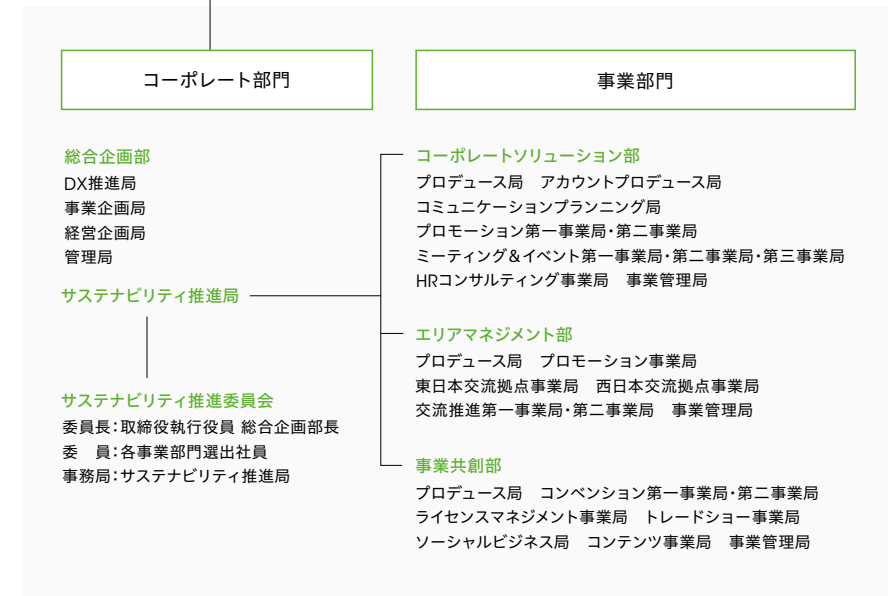


推進体制

報告・承認

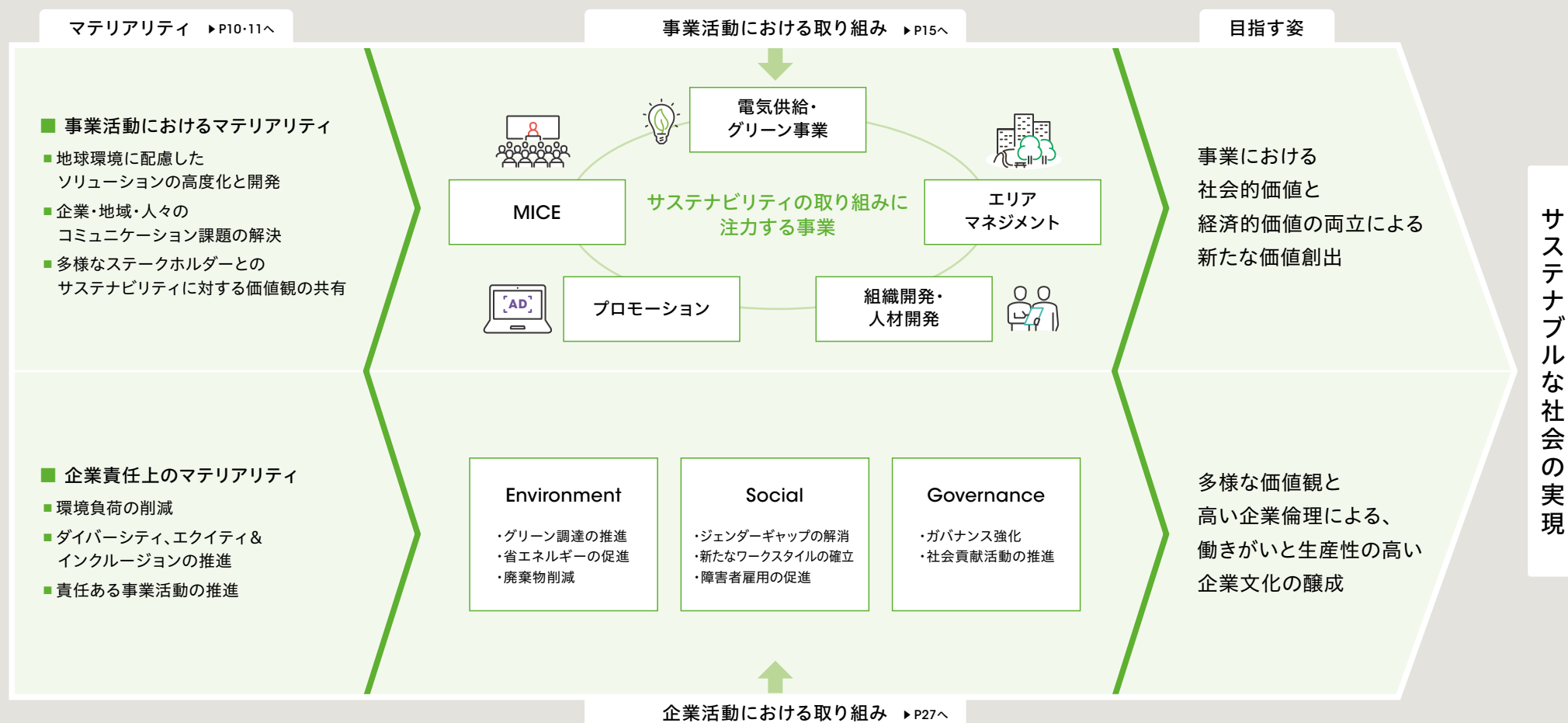


企画・推進・実行



マテリアリティと事業のつながり

当社は事業活動および企業責任上の活動において6つのマテリアリティ（重要課題）を特定しています。事業活動においては特に5つの領域（MICE、プロモーション、組織開発・人材開発、エリアマネジメント、電気供給・グリーン事業）で取り組みに注力すると共に、企業責任上の活動としては環境・社会・ガバナンス強化に向けた取り組みを推進しています。両軸で着実に取り組みを進めることで、持続的に企業価値の向上を図り、サステナブルな社会の実現に貢献していきます。



事業活動におけるマテリアリティ

マテリアリティ	あるべき姿	事業	各事業の姿勢
■ 地球環境に配慮したソリューションの高度化と開発 	コミュニケーションの創造の過程において多くの人や物の移動を伴う場合、膨大なエネルギーが消費され、CO₂が発生しています。また、大規模な展示会や会議を開催するたびに、大量の廃棄物が発生していました。こうした環境負荷を削減し、「コミュニケーションの創造」と「地球環境の保全」を両立させられる社会が、2030年のあるべき姿だと考えています。環境負荷を削減するには、現在のサービスや技術に磨きをかけるだけではなく、新しいソリューションも不可欠です。当社は様々なパートナーと連携し、積極的に新たなソリューションの開発に取り組みます。お客様が抱えている課題を解決することで、社会全体の課題解決にもつながるソリューションの提供を目指しています。	MICE エリアマネジメント 電気供給・グリーン事業	MICEの企画・運営において、環境負荷削減ソリューションの導入によりCO₂排出量の削減に取り組みます。 ▶ P15へ 運営する公共文化施設等における省エネとCO₂排出量の削減に取り組みます。 脱炭素社会の実現に向けて、共創パートナーと新たなソリューション開発に取り組みます。 ▶ P17へ
■ 企業・地域・人々のコミュニケーション課題の解決 	世界中の人々が分け隔てなくコミュニケーションがとれる社会の実現には、様々な障壁を取り払っていく必要があります。特に、これまでは社会的マイノリティとされる方々が活躍できる機会が少ないという課題がありました。当社が2030年のあるべき姿として掲げるのは、全ての人が同じステージに立って交流し、活躍できる社会です。そのために、国や言語、性別といった観点だけでなく、あらゆる壁や格差を取り去ることを目指します。 また、地域に目を向けると、地域特有の課題が存在していることが多いのが現状です。誰一人取り残さない社会を実現するため、地域の活性化にも取り組みます。事業を通じて、住民、事業者、訪問者の全てにプラスとなる仕組みを作り、地域の持続的な発展に貢献します。	MICE プロモーション 組織開発・人材開発 エリアマネジメント	アクセシビリティやユニバーサルデザインに配慮したMICEの企画・運営を徹底します。 サステナビリティコミュニケーションに必要な視点での企画アイデアやクリエイティブを通じて、課題解決に取り組みます。 ▶ P17へ 企業・組織とそこで働く人とのエンゲージメント向上を支援し、働きがいのある組織づくりに貢献します。 ▶ P19へ 運営する公共文化施設等において地域住民の社会課題を解決する仕組みや機会の創出に貢献します。 ▶ P21へ
■ 多様なステークホルダーとのサステナビリティに対する価値観の共有 	持続可能な社会の実現に向けた取り組みにおいて、パートナーとの連携は極めて重要です。2030年のあるべき姿は、当社、パートナー、クライアントといった全てのステークホルダーが団結し、社会課題解決に向けて共創していることです。そのために、サステナビリティに対する価値観や知識を共有し、一体感を持って取り組みを行えるようにしていきます。	MICE プロモーション 組織開発・人材開発 電気供給・グリーン事業	「環境」「社会」「経済」を重視し、ステークホルダーと共に持続可能なMICEの実現に向けて取り組みます。 ▶ P25へ 社会的影響を考慮した発信を心がけ、ステークホルダーと共にSDGsの達成に貢献します。 「組織づくり」「人材づくり」を支援し、働きがいのある社会の実現に貢献します。 ステークホルダーと共に地域の脱炭素社会の実現に取り組みます。 ▶ P23へ

企業責任上のマテリアリティ

マテリアリティ	あるべき姿	実施事項
■ 環境負荷の削減 7 25%削減目標を達成 （エネルギー効率向上） 12 つくる責任 （循環型社会の実現） 13 気候変動に 適応する責任	気候変動対策として、温室効果ガスの排出削減に取り組み、脱炭素社会の実現に貢献すると共に、限りある資源を効率的に活用し、循環型社会の形成に貢献します。	■ 脱炭素に向けた取り組み推進※ グリーン電力証書を活用した電力の再エネ化を推進します。 ■ 省エネの実施 ▶P28へ 省エネ機器の選定・利用促進、オフィス環境改善活動、節電温度に対応した服装の推奨等による省エネを実施します。 ■ 3R(Reduce, Reuse, Recycle)活動の推進 ▶P29へ Reduce:ペーパーレス化の推進、My bottle運動などを実施します。 Reuse:文房具などの社内再利用や、不用品の寄贈による再利用などを促進します。 Recycle:資源ごみ分別を徹底し、マテリアルリサイクル/アップサイクルなどを推進します。 ■ 環境・生物多様性へ配慮した調達推進 グリーン購入法などに基づいた購入・調達を徹底します。
■ ダイバーシティ、エクイティ &インクルージョンの推進 3 すべての人に 健康と福祉を 5 ジェンダー平等を 実現しよう 8 働きがいも 経済成長も	社員一人ひとりの個性や多様性を尊重し、認め合い、個々の能力を最大限に引き出すことで、企業や地域、社会の課題解決に資する最適なソリューションを提供し、持続可能な社会の実現に貢献します。	■ ジェンダーギャップの解消 ▶P30へ 男女が同じようにキャリアを形成できる職場を目指し環境整備をします。 男性育休取得への理解促進と、誰もが安心して育休が取得できる風土の醸成を行います。 ■ 新たなワークスタイルの確立 ▶P31へ 妊娠、出産、育児、介護等のライフイベントと仕事の両立を実現できる環境整備をします。 健康で生産性の高い職場づくりを推進します。 ■ 障害者雇用の促進 ▶P31へ 積極的な雇用推進と雇用後の活躍・定着を推進します。 障害の有無にかかわらず、誰もが安心して働くことができる快適な職場環境づくりを行います。
■ 責任ある事業活動の推進 8 健全な経済活動 を推進しよう 16 持続可能な 開発のために 17 パートナーシップで 目標を達成しよう	公正で透明性のある企業活動の実践により企業価値を向上させ、健全で持続可能な経営を実現すると共に、社員一人ひとりが自発的に社会貢献活動を行い、地域への貢献と自己成長を実現します。	■ ガバナンスの強化 ▶P32へ 経営の監視・監督機能を強化します。 企業倫理の確立をはじめとするコーポレート・ガバナンスの充実を図ります。 共創可能な事業パートナーとのサステナブル調達の実施及び、選定ガイドラインを策定します。 ■ 社会貢献活動の推進 ▶P36へ 社員の社会貢献活動の支援を実施し、活動への参加率を向上させます。 社のサステナビリティビジョンに基づく、NPO・NGOなどへの寄付や寄贈を行います。

※:スコープ2におけるCO₂削減は非化石証書の活用を前提としていましたが、SGSジャパン株式会社による独立した第三者検証を受審したところ認められなかったため、「非化石証書を活用したCO₂排出量の実質ゼロを実現します。」の取り組みを削除しました。(2025年3月)

サステナビリティ関連データ

当社はマテリアリティ達成に向けての指標を掲げ、毎年、実績の進捗を確認しています。

マテリアリティ	マテリアリティ指標	項目		単位	実績			目標
					2021年度	2022年度	2023年度	2023年度
環境負荷の削減※1	2025年までに自社が排出する温室効果ガスの実質ゼロ達成	スコープ1 (CO ₂) ※2		†	157.45	131.25※3	10.61※3	スコープ1+2 対前年▲31%
		スコープ2 (CO ₂) ※2		†	147.11	87.00※3	287.08※3	
		スコープ1+2 (CO ₂) ※2		†	304.56	218.25※3	297.69※3	
	2050年までに事業活動全体でカーボンニュートラル達成	スコープ3 (CO ₂) ※2	主催事業によるCO ₂ 排出量	†	3,632.65	3,655.69※3	—	—
			事業活動全体でのCO ₂ 排出量	†	—	—	169,753.51※3	—
		電力使用量		kWh	339,669.00	200,471.00	237,952.00	対前年▲4%※4
		総廃棄物量 (東京オフィス)		kg	14,770.10	13,572.50	13,324.60	—
		リサイクル率 (東京オフィス)		%	98.40	99.30	99.60	—
		焼却廃棄物量 (東京オフィス)		kg	240.40	90.20	60.10	対前年▲5%
ダイバーシティ、 エクイティ& インクルージョン の推進		社員数※5		人	1,455	1,283	1,248※6	—
		女性社員比率		%	64.10	64.60	67.60	—
	2030年までに50%達成	女性組織運営職比率		%	18.90	26.1※3	24.36※3	27%
		女性高度専門職比率		%	16.67	16.67※3	10.00	—
	2030年までに30%達成	女性上位組織運営職比率		%	12.90	13.33	13.33※3	—
		男女賃金差異※7		%	65.60	61.00	59.10	—
		有給休暇取得率		%	69.10	58.70	69.86	—
		女性の育休取得率		%	100	100	100	—
		2030年までに100%達成		%	30.00	12.50※3	100※3	50%
	2030年までに1,800時間達成	健康診断受診率		%	100	100	100	—
		年間総実労働時間※8		h	1,934	1,990※3	2,000※3	1,930時間
		月平均残業時間		h	17:21	21:09	22:30	—
責任ある 事業活動の推進	法定雇用率の維持	障害者雇用率※9		%	1.86	2.46※3	2.56※3	2.30%
		コンプライアンステスト受講者数		人	—※10	1,076	1,311	—
		内部通報件数		件	3	19	10	—
		社員意識調査※11		ポイント	61.10	63.20	63.70	—

※1：スコープ2におけるCO₂削減は非化石証書の活用を前提としていましたが、SGSジャパン株式会社による独立した第三者検証を受審したところ認められなかったため、「非化石証書を活用したCO₂排出量の実質ゼロを実現します。」の取り組みを削除しました。(2025年3月)

※2：国際基準である「GHG プロトコル」に則りCO₂排出量を算出

※3：SGSジャパン株式会社による独立した第三者検証を受審。2023年度は非化石証書の活用が認められなかったため、上表のとおりスコープ1 (CO₂) 1.16、スコープ2 (CO₂) 111.66、スコープ1+2 (CO₂) 112.82を訴求修正しました。(2025年3月)

※4：東京オフィスの空調利用分を除く

※5：2023年度は期末の所属員数を記載 (2022年度迄は期首の所属員数を記載)

※6：総合職445名、高度専門職10名、基幹職37名、限定正社員139名、契約社員617名

※7：男性を100とした場合の女性の賃金比率

※8：時間管理下フルタイム社員を対象

※9：3月1日時点の直接雇用者+JTBグループの outward 者の計

※10：データ保管期間終了により数値不明

※11：社員のモチベーションに影響を与える5カテゴリー (ビジョンの体現/風土/労働環境/各種制度/人材活用) の平均スコア

参加イニシアチブ・宣言等

当社は、国内外の様々なイニシアチブ等に積極的に参画しています。

また、当社のサステナビリティに対する取り組みは、社外から高い評価を得ており、複数の機関から認証を受けています。



国連グローバル・コンパクト

国連と民間（企業・団体）が手を結び、健全なグローバル社会を築くための世界最大のサステナビリティ イニシアチブです。国連グローバル・コンパクトに署名する企業・団体は、人権の保護、不当な労働の排除、環境への対応、そして腐敗の防止に関わる10の原則に賛同する企業トップ自らのコミットメントのもとに、その実現に向けて努力を継続しています。当社は2022年から署名し、10の原則に関する取り組みを推進しています。

In support of



WEPs (Women's Empowerment Principles)

2010年3月に国連グローバル・コンパクトとUNIFEM（現UN Women）が共同で作成した女性の活躍推進に積極的に取り組むための行動原則です。企業が現在の慣行や基準、行動を調査し分析するための実践的な手引きとなっています。WEPsは、企業がジェンダー平等を経営の核に位置付け、自主的に取り組むために7つの原則を設けています。「職場（社内）」「市場（マーケットプレイス）」「地域コミュニティ（社会）」を網羅し、企業が社会的責任のある主体としてジェンダー平等に取り組むことを推奨しています。当社は2022年から、WEPsの行動原則に則った取り組みを推進しています。



Race To Zero

世界中の企業や自治体、投資家、大学などの非政府団体に、2030年までに温室効果ガス排出量実質を半減するため、その達成に向けた行動を喚起する国際キャンペーンです。Race To Zeroには、約13,500（2023年12月時点）の非政府団体が参加し、透明性のある行動計画と確固たる短期目標を持ち、パリ協定に沿って全ての範囲の排出量を迅速かつ公正に削減することを約束しています。当社は2022年から、Race To Zeroのメンバーとして、5つの要件（誓約・計画・実行・公開・説得）を推進しています。



気候変動イニシアティブ（JCI）

日本の企業、自治体、金融機関、市民社会組織が集まり、気候変動対策の強化を目指す自主的なネットワークです。2018年に設立されたJCIは、パリ協定の目標達成と2050年までの脱炭素社会の実現を目指し、メンバー間での情報共有や政策提言、連携を通じて、気候変動に対する積極的な行動を促進しています。JCIは、国内外でのリーダーシップを発揮し、持続可能な未来を築くために重要な役割を果たしています。当社は2022年から参加し、気候変動に向けて連携を図っています。



男性育休100%宣言

株式会社ワーク・ライフバランスが主導するこの取り組みには、大手企業から中小企業まで、幅広い業種の日本企業が参加しています。全ての男性社員が育休を取得できる職場環境の実現を目指し、賛同する企業が男性社員の育休取得を積極的に推進することで、多様な家族のあり方を尊重し、仕事と育児の両立を支援しています。当社は2022年から賛同し、男性社員の育休取得を促進しています。



Sport in Lifeコンソーシアム

スポーツ庁が主導する取り組みで、スポーツを通じた健康的で豊かな生活を実現することを目指しています。このコンソーシアムは、企業、自治体、教育機関、NPOなど、様々な団体が連携して活動しており、スポーツの普及と参加促進を図っています。スポーツ実施率の向上やライフステージに応じたスポーツ活動の推進、スポーツ関連サービスの充実を目指す取り組みを展開しています。当社は2020年から参加し、事業活動などを通じて、誰もがスポーツを楽しみ、健康的な生活を送る社会の実現に貢献しています。

主な参画団体

ACジャパン／一般社団法人日本旅行業協会（JATA）／国際会議協会（ICCA）／全国公立文化施設協会／日本ABC協会／日本コンGRESS・コンベンション・ビューロー（JCCB）／日本コンベンション協会（JCMA）／日本ショッピングセンター協会／日本広告業協会／日本広告審査機構／日本展示会協会（JEXA）／他

社外からの評価・認証



えるぼし

女性活躍推進法に基づき、女性の活躍推進に積極的に取り組む企業に対して、厚生労働省が付与する認定制度です。企業は、女性の採用や働きやすさ、昇進・キャリア支援など、複数の評価項目で一定の基準を満たすことで、「えるぼし」認定を受けることができ、認定は3段階で評価されます。当社の女性活躍の取り組みが認められ、2022年に認定を受けています。



くるみん

次世代育成支援対策推進法に基づき、子育て支援に積極的に取り組む企業に対して、厚生労働省が認定するマークです。企業は、計画に基づいて仕事と子育ての両立支援に関する取り組みを実施し、一定の基準を満たすことで「くるみん」認定を受けることができます。当社の子育て支援の取り組みが認められ、2020年に認定を受けています。



健康経営優良法人

経済産業省と日本健康会議が共同で推進する取り組みで、従業員や求職者、関係企業や金融機関などから社会的な評価を受けることができる環境を整備することを目的に、日本健康会議が認定する顕彰制度です。JTBグループの健康経営の取り組みが認められ、2019年から認定を受けています。



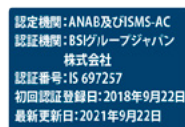
スポーツエールカンパニー

スポーツ庁が主導する取り組みで、従業員の健康増進のためにスポーツ活動に積極的に取り組んでいる企業を認定する制度です。本制度により、「働き盛り世代」をはじめとして、国民全体のスポーツ実施率の向上につなげることを目的としています。当社のスポーツ活動推進に対する取り組みが認められ、2022年から認定を受けています。



ISO 14001:2015 環境マネジメントシステム認証

国際標準化機構 (ISO) が策定した環境マネジメントシステムの国際規格です。この規格は、社会経済的ニーズとバランスをとりながら、環境を保護し、変化する環境状態に対応するための組織の枠組みを示しています。認証範囲：ミーティング&イベント、会議・学会・試験運営、プロモーション、展示会、組織開発・人材開発、事務局運営・ボランティア管理、エリアマネジメント、電気供給・グリーン事業、スポーツ・eスポーツ・エンタテインメント、デジタルソリューション
認定年月日：2024年3月11日



ISO/IEC 27001 情報セキュリティ認証

国際標準化機構 (ISO) と国際電気標準会議 (IEC) が共同で策定した情報セキュリティマネジメントシステム (ISMS) の国際規格です。この規格は、情報の機密性・完全性・可用性の3つをバランスよくマネジメントし、情報を有効活用するための組織の枠組みを示しています。登録範囲：東京オフィス・大阪オフィス
適用範囲：SMM事業の推進及び製薬業界を中心としたPCO業務
認定年月日：2022年6月1日付
適用宣言書：第1.1版



プライバシーマーク

日本情報経済社会推進協会 (JIPDEC) が運営する認定制度で、個人情報について適切な保護措置を講ずる体制を整備した事業者等にマークが付与されます。認定：一般財団法人日本情報経済社会推進協会 (英文名称：JIPDEC)
認定番号：第20000643(08)号
認定年月日：2020年7月11日



ブランドセーフティ認証

広告掲載先であるサイト、コンテンツ、アプリケーションに紛れ込む可能性のある違法・不当なサイトへの広告費の流出を防ぎ、インターネット広告市場の健全性を維持するための認証制度です。認定番号：J1191-1B3-250531
事業の領域：広告購入者
認証の種類：第三者検証
認証機関：一般社団法人デジタル広告品質認証機構 (JICDAQ)
認証交付日：2024年6月1日



無効トラフィック対策認証

広告配信における無効なトラフィックを排除し、取引の信頼性を確保すると共に、不正な第三者への広告費の流出を防ぎ、市場の健全性を維持するための認証制度です。認定番号：J1191-1T3-250531
事業の領域：広告購入者
認証の種類：第三者検証
認証機関：一般社団法人デジタル広告品質認証機構 (JICDAQ)
認証交付日：2024年6月1日



コーポレートソリューション部
ミーティング&イベント第二事業局
ゼネラルプロデューサー

橋本 剛一

Kouichi Hashimoto

JTBモチベーションズ(現JTBコミュニケーションデザイン)に入社。企業イベントのプロデュースだけでなく、モチベーションの向上施策などに携わる。

コーポレートソリューション部
ミーティング&イベント第二事業局
営業第一課 プロデューサー

紺屋 可那子

Kanako Konya

2017年入社。モチベーションイベントや映像、企業ブランディングなどのディレクションに従事。

コーポレートソリューション部
ミーティング&イベント第二事業局
営業第二課 プロデューサー

栗原 隼人

Hayato Kurihara

2021年に入社。医薬系イベントの運営に従事し、2023年より現職。参加者間のコミュニケーションを活性化するイベントの実現に向けて取り組んでいる。

社会課題

イベント開催に伴う環境負荷

イベント開催時に消費される物資、排出されるCO₂、食品ロスなどの問題は、サステナビリティの観点から問題視されている。このような課題に対処するためには、主催者(企業)、当社のような企画運営会社及びそのパートナー、参加者など、全てのステークホルダーの積極的な取り組みが求められる。

企業との共創でサステナブルな未来を創る 周年記念イベント

菅公学生服周年事業

企画概要

プログラム: 周年記念イベント

企業名: 菅公学生服株式会社

会場: ヒルトン福岡シーホーク

参加者数: 来場者約1,000名、オンライン参加者1,000名

- 2023年に創業170周年を祝い、菅公学生服株式会社が周年記念イベントを開催。
- CO₂ゼロMICE®も採用することで、環境にも配慮。
- ギネス記録へ挑戦することで、社員同士のつながりや一体感を感じられるイベントに。



周年記念イベントとは、企業が未来に向けて発展し続けるために大きな節目となるもので、コロナ禍が明けた昨年、イベントを開催する企業が増えています。一方、このような特別なイベントのために制作される物品は一度の使用で廃棄されていることが多いため、当社も課題感を持って、再利用を視野に入れたイベント設計を行っています。2023年に開催された菅公学生服の創業170周年事業の取り組みを紹介します。

企画の背景

衣料業界の廃材問題など 社会課題を受けイベントを企画

◆栗原：菅公学生服様の170周年記念イベントでは、来る200周年に向けて結束する好機として今回の170周年を位置付け、「未来へツナグ～go for 200th～」をテーマに、3部にわたる盛りだくさんの記念イベントを実施しました。その中で持続可能な社会への貢献も意識し、特にCO₂排出削減と廃材再利用に焦点を当てた内容となりました。衣料品業界全体において、工場から出る廃材の問題は深刻な社会課題となっており、今回のイベントでは、廃材の再利用を啓発するプログラムを取り入れ、その成果を社内に広く共有することを目指しました。

また、岡山に本社を置く菅公学生服の社長様が瀬戸内海の海洋ごみ問題に関心を寄せており、全国の廃材を活用した取り組みができないか、と考えておられたことも持続可能な社会を意識するイベントのきっかけになっています。

プログラム内容

社員に芽生えた課題意識が イベント後にも残る工夫を

◆栗原：当社では、単に周年記念イベントを1日開催するだけでなく、その前後にわたる取り組みを総合的に企画・実施しています。プレイベントやポストイベントを通じて、周年になる前の年からその後の年まで、企業全体を巻き込んだ活動を行っています。

今回のイベントでは、工場から出る廃材や使われなくなったボタンなどを使ったアート作品を制作しました。このアート作品は、廃棄されるはずだった素材を新しい形で再利用することを目的としており、社員の意識向上にもつながりました。現在、

そのアート作品は倉敷の工場に展示され、社員や訪問者に持続可能な社会への取り組みを伝える役割を果たしています。

企業との共創

「つなぐ」をテーマにギネス記録に挑戦 企業と二人三脚で思いを形に

●紺屋：今回のイベントでは、菅公学生服様が社内に実行委員会を設置し、自社の社員から多くのアイデアを募りました。そして当社はその実行委員会と伴走する形で、イベントテーマである「つなぐ」を踏まえて、企画・運営のご提案をさせていただきました。

そうして実現した企画が、「KANKOギネス世界記録™ チャレンジ」です。これはペンで子どもたちへのメッセージを書き、そのペンを受け渡していく様子を一人ずつ撮影した動画をつなげて、一つのオンラインビデオチェーンにするという企画です。菅公学生服様のブランドスローガンである「未来に、エールを。」のもと、「全ては子どもたちの未来のために」を体現することができ、見事ギネス世界記録の認定も受けることができました。

当社は、単なるイベントの成功だけでなく、企業のビジョンや目標の実現をサポートしていますが、菅公学生服様の周年記念イベントでは、将来世代につながる活動に貢献でき、貴重な体験をさせていただきました。

パートナーとの連携

パートナーとの連携でサステナビリティに 配慮したイベントを実現

◆栗原：今回のイベントでは、多くのパートナーとの連携が重要な役割を果たしました。例えば、工場廃材を用いたアート作品の制作には、海洋ごみ問題に取り組みながら創作活動を行うアーティ

ストの協力を得ました。また、会場に来場できない参加者のためにオンラインイベントを併用していますが、その運営機材やスタッフは、地元の協力会社に依頼しています。これにより、移動や輸送によるCO₂排出量を削減する環境配慮だけでなく、地域経済にも貢献し、地域社会の発展にも寄与しています。

このようにパートナーとの協力を通じて、企業様の思いを形にできたことはうれしく思います。

インパクト

CO₂ゼロMICE®の導入で 環境への配慮も

◆栗原：また周年事業に限ったことではありませんが、当社はサステナビリティの観点からイベントにおいては「CO₂ゼロMICE®」を必ずご提案しており、今回の菅公学生服様のイベントでも採用いただきました。その結果、700kWh分をグリーン電力へ置き換えることができました。

■橋本：「CO₂ゼロMICE®」だけではなく、先ほど栗原がお伝えしたとおり環境負荷の低減に向けて、イベント企画段階で様々な提案を積極的に行っています。例えば、資源ごみの分別、DXの活用による紙の使用量削減、フードロス対策等で、今回のイベントでも採用されました。特にフードロスについては、昔はパーティー中に食事が無くならないよう必要以上の量を手配していましたが、近年は無駄を減らすべく主催者の賛同を得て実施しています。

今後の課題

サステナビリティ課題に取り組む価値を 企業に伝えていきたい

◆栗原：「同じことをやるならサステナブルな方がいい」という認識は、クライアントの中にも広がっ

ていますが、提案内容が高額になってしまう例もあり、最終的には採用に至らないケースもあります。単に「環境に良い」だけでなく、サステナブルな課題に取り組むことで、企業様のレピュテーション向上をはじめとする価値向上につながる点をお伝えし、採用いただけるようにしたいと思います。



まとめ

社会にもたらしたインパクト

- CO₂ゼロMICE®の導入により約700kWh相当のグリーン電力に置き換えるなど、環境負荷を軽減し、サステナブルな取り組みを支援。
- イベントを通じて廃材の再利用を啓発したり、海洋ごみを使用したアート作品を制作したり、サステナビリティへの貢献を社員と共有することができた。
- 運営に関わるパートナーとして、積極的に地元企業に依頼し、環境負荷低減と共に、地域経済への貢献を意識した。

今後の課題

- サステナブルな取り組みに関する、コスト面の課題が存在する。「環境に良い」だけでなく、レピュテーション向上などの企業への付加価値を明確に伝え、サステナブル施策を選択してもらうことが重要。



事業共創部
ソーシャルビジネス局
ソーシャルビジネス課

石黒 陽子 Yoko Ishiguro

(株)JTBにて旅行業営業、本社業務などを経て2023年4月にJCDグリーン事業へ転身。3児を育てる母の目線からも環境配慮と観光の両立を志す。

コーポレートソリューション部
コミュニケーションプランニング局
コミュニケーションプランニング第二課

廣瀬 勝博 Katsuhiko Hirose

広告会社である旧(株)日本交通事業社へ入社し、プランニング、営業、マネジメント職を経て、現在、テレビ・ラジオ・OOHなどのメディアバイイングを担当中。

社会課題

全ての業界に求められる環境対応

CO₂排出量をはじめとする環境問題は社会全体で取り組むべき課題であり、広告業界も例外ではない。多くの人が目にする広告だからこそ、サステナビリティの観点からのアクションが求められている。

広告業界の未来を見据えた試み 環境に配慮した「E-OOH“カガヤク”」

E-OOH“カガヤク”※1

企画概要

サービス:環境に配慮した屋外広告ソリューション

対象:東名阪を中心とする屋外ビジョン広告

- スポンサーの屋外ビジョン広告のCM露出時の消費電力相当分の「グリーン電力証書」を発行。
- 当社が手配する、スポンサーの屋外ビジョン広告のCM露出時の消費電力相当分を算出し、「グリーン電力証書」を発行。
- スポンサーの希望条件に沿った放映計画から素材入稿、精算、証書発行までをワンストップで対応。



「E-OOH“カガヤク”」は、東名阪を中心とする屋外大型ビジョンのCM放送時に消費する電力を算出し、同量のグリーン電力証書を発行することにより、CO₂が排出されない再生可能エネルギーを使用した広告を実現するソリューションです。スポンサーには、「グリーン電力証書※2」が発行され、環境負荷の低い再生可能エネルギーを使用していることが証明されます。社会全体での再生可能エネルギーの普及につながるほか、採用したスポンサーのレピュテーション向上につながる事が期待されます。

※1:「E-OOH」は“エコロジーな Out of Home media (屋外広告)”、“いい Out of Home media”という造語です。

※2:当社は一般財団法人日本品質保証機構(略称JQA/ISO認証やJISマークなどを発行する第三者機関)に認証された証書発行事業者です。

企画の背景

広告業界のサステナビリティへの挑戦

◆廣瀬：インバウンドだけでなく日本人観光客の皆さんも含め、渋谷や道頓堀などの屋外ビジョンを撮影されているのをよく見かけると思うのですが、現在あのビジョン自体が観光スポットの一つという認識が広まっています。観光という意味では、私どもJTグループとの親和性も高いことから、その屋外ビジョンを使ったサステナビリティに関する取り組みができないかというのがスタートラインでした。また、広告業界も社会全体の環境問題への取り組みに積極的に参画していますが、具体的なソリューションの普及にはまだ余地があります。公共の場での広告は多くの人の目に触れるため、サステナビリティを前進させるための重要な役割を担っています。当社の環境配慮という観点にも重きを置いた、電気供給・グリーン事業の「CO₂ゼロMICE®」や「CO₂ゼロSTAY®」(P.24)などの領域を広告に適用することはできないか、そんなアイデアを基に「E-OOH“カガヤク”」は誕生しました。

サービスの概要

電気事業のノウハウを活かした新しい広告の形

◆廣瀬：デジタルサイネージのCM放映時に消費される電力相当分の「グリーン電力証書」を、スポンサー宛に発行するというサービスです。一定程度のCO₂削減効果を目的とすることから、まずは東名阪主要都市を中心とする屋外大型ビジョンで、そして一定以上の取扱額を設定しました。私どもが調べた限りでは、スポンサーに「グリーン電力証書」を発行するというサービス自体が見当たらなかったもので、新たな試みだと思っています。

●石黒：グリーン電力の計算方法については、エネ

ルギー関連の知見を有するメンバーを交え、新たなスキームを構築しました。通常の電気を使ってCMは放映されますが、その消費電力分の証書購入費用が再生可能エネルギーの発電設備の維持や拡大などに活用されるというシステムです。また、「グリーン電力証書」の最大の特徴はスポットで発行ができることです。屋外ビジョンを持つビルオーナーさんではなく、屋外ビジョン広告のスポンサーに「グリーン電力証書」を発行するので、その企業自体が環境配慮への貢献者となり、社会的ブランドの価値向上につながるのではと考えています。

社内での連携

社内が一丸となり広告業界の未来を切り開く

◆廣瀬：このビジネスアイデアを実現化するために、社内での連携は不可欠でした。私が所属する部署は広告業務が専門の部隊ですから、広告の知識は十分なので、市場・競合データを元にマーケティング分析及び事業計画の立案・作成を担当しましたが、消費電力や「グリーン電力証書」の取得等については事業共創部の協力が必要でした。

●石黒：廣瀬さんから「CO₂ゼロソリューションを広告に適用できないか」という提案をいただき、「E-OOH“カガヤク”」の適用の実現に向けて検証をはじめました。プロモーション事業の開発担当者にレクチャーを行ったり、消費電力の計算方法に関する勉強会を開いたりもしましたが、実際に屋外ビジョンに使っている消費電力を計算したときは、こんなに電気を使っているのかと驚きました。

◆廣瀬：「E-OOH“カガヤク”」をスポンサーに提案してもらうために、社内で説明会を行い、その結果既存スポンサーに積極的に紹介する社員も増えています。新たなスポンサーを獲得するため、マーケティングを強化しています。

インパクト

「E-OOH“カガヤク”」の開発で

未来につながるソリューションを提示

●石黒：2024年1月31日に「E-OOH“カガヤク”」をスタートさせ、5か月余りで7,000kWhの「グリーン電力証書」を発行しました。

◆廣瀬：定量的なデータという意味ではサービス運用から日が浅いこともあり、具体的な数値目標が見えていないというのが実状ですが、広告ビジネスの中でサステナブルな取り組みをと考えたときに、この「E-OOH“カガヤク”」は新たなソリューションの一つとして未来を見据えたものになっています。まだまだ手探りの状況ではありますが、サービスの継続を当面の目標に、事業を発展させていきたいと思っています。

今後の課題

サービスの認知度を高め、広告業界全体に環境への取り組みの輪を広げたい

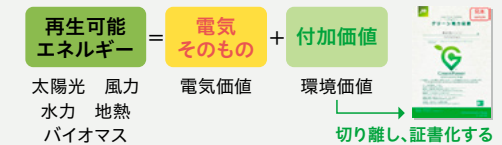
●石黒：「E-OOH“カガヤク”」の認知度が足りないというのが大きな課題です。環境に配慮した取り組みを行っていても、認知されなければ仕方がありません。逆に、多くの方に知っていただければ、市場が形成されていくと考えています。

◆廣瀬：広告会社は様々なアイデアを創出することがビジネスでもあるので、業界全体で環境に配慮したソリューションを開発する気運の一助になると良いと考えています。

まずは、「E-OOH“カガヤク”」の認知度を高め、既存のスポンサーだけでなく新規のお客様に利用していただくこと。「広告でもこんな形で環境配慮に携われるのか」と日本でも周知され、それが当たり前の社会になれば、ひいては広告業界の発展につながるのではないのでしょうか。

グリーン電力証書とは

「グリーン電力証書システム」は、一般財団法人日本品質保証機構が認証している制度です。「グリーン電力証書」を購入する費用は、再生エネルギー発電設備の維持・拡大などに利用されます。また、取得により発電設備を持たなくとも、証書に記載された電力量(kWh)相当分の自然エネルギーの普及に貢献し、グリーン電力を利用したとみなされます。



まとめ

社会にもたらしたインパクト

- 屋外ビジョン広告に環境配慮という付加価値を設定する。
- デジタルサイネージ放映時の「グリーン電力証書」に記載分の消費電力が、再生可能エネルギー発電設備の維持・拡大に活用される。

今後の課題

- 「E-OOH“カガヤク”」の認知度を高めていく必要がある。

組織開発・
人材開発
×
Sustainability

コーポレートソリューション部
HRコンサルティング事業局 スペシャリスト

佐藤 昌弘 Masahiro Sato

大手コンビニで教育・研修を担当後、外資系保険会社で営業活動に従事。その後大手銀行で保険販売指導を担当した後、JCDに入社。現在は企業向けコンサルタントとして活動している。

社会課題

日本における管理職への昇進忌避傾向

日本では、管理職への昇進が男女問わず忌避される傾向があり、その原因は管理職の業務負荷が高いイメージが強いことが挙げられる※。こうした課題を解決するには、企業側から管理職業務の「やりがい」を伝えるコミュニケーションや、次世代リーダーを育成するプログラムが求められている。

※：出典：株式会社 パーソル総合研究所「働く10,000人の就業・成長定点調査」

独自の人材開発メソッドで 管理職への抵抗感を軽減し、 次世代リーダーの育成を

マルエツ管理職育成研修

企画概要

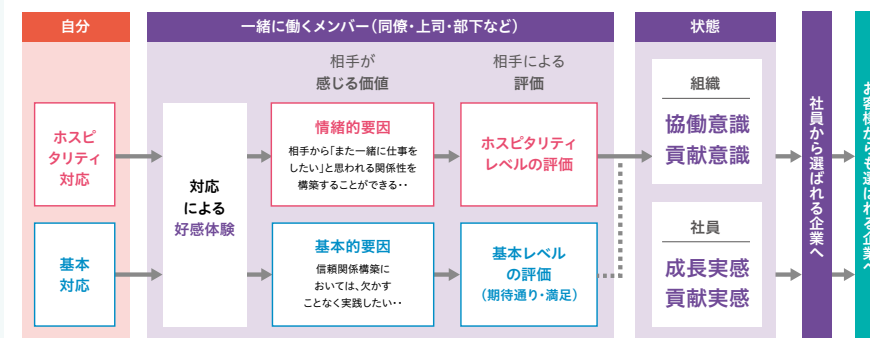
プログラム：マネジメント研修

企業名：株式会社マルエツ

受講人数：13名

- 職場における様々な従業員との信頼関係構築法をレクチャー。
- ケーススタディを含めることで、より実践的な内容に。

JCD独自の人材開発メソッド



大手スーパーマーケットチェーン「マルエツ」で女性を対象とした「管理職育成研修」が企画されました。店長の役割や管理職業務の仕事内容だけでなく、リーダーシップや働く仲間とのコミュニケーション方法など、様々なアプローチで成長を促すための研修です。受講者に自信を与え、イキイキと働くためのマインドを醸成し、内に秘めている可能性を改めて認識してもらう場となりました。

企画の背景

「モチベーション」と「ホスピタリティ」に関する研修プログラムを展開する
当社にお問い合わせが

首都圏で多くのスーパーマーケットを運営されているマルエツ様は、職位に応じた様々な教育制度を設けていらっしゃいますが、今回は女性従業員を対象とした「管理職育成研修」を独自に企画されていました。管理職（店長）になることに不安を覚える従業員がいる中、管理職の役割や自己成長の機会を訴求する研修を3回シリーズで計画しておられました。3回目では「リーダーシップ」や「コミュニケーション」をテーマに企画されており、人の行動を喚起する「モチベーション」や、お客様や組織への信頼獲得につながる「ホスピタリティ」に関する理論を用いて研修プログラムを展開する当社にお問い合わせをいただきました。当社には、豊富な人材コンサルタントが在籍していますが、その中で、以前小売業に従事していた私がマルエツ様の事業と親和性が高く、白羽の矢が立った次第です。

サービスの概要

人事担当者とは相談しながら
独自のプログラムを構築

この研修は受講者にリーダーシップを身に付けていただくことが目的でしたが、マルエツ様と相談した結果、その手段として最終的に「コミュニケーション」にフォーカスを当てることになりました。スーパーマーケットは、社員やパート、アルバイトなど職場で働く仲間だけでなく、納入業者の方々やお客様など様々な人と関わる職場です。年齢、性別、経験も多様なバックグラウンドを持つ人々と円滑なコミュニケーションを図ることが、店長

には不可欠です。また、リーダーの職務である、ビジョンの伝達や、職場の仲間のモチベーション向上にも、コミュニケーション能力は欠かせません。私も小売業時代は、年上のスタッフとのコミュニケーションに悩んだ時期もあり、そうした講師が実体験した経験の紹介も織り交ぜながら、より現場で役立つ研修にしてほしいというのがマルエツ様の意向でした。

プログラム内容

現場に即したプログラム設計で
理論で終わらせない工夫を

この研修は、当社が開発した「インナーコミュニケーションメソッド」を中心に構成しました。このメソッドでは、職場で一緒に働くメンバーとの信頼関係構築に欠かすことなく実践したい「基本的要因」と、相手から「また一緒に仕事をしたい」と思われる関係を構築するための「情緒的要因」を定義しています。

研修の前半では、この「基本的要因」と「情緒的要因」の2つを軸に、コミュニケーションで目指すべき方向性をお示しし、店長として職場でどのようなポイントに気をつけてコミュニケーションを深めていただければいいかをお伝えしました。

また後半では、このメソッド内にある「洞察・察知」というアクションにフォーカスし、従業員がまだ言葉にしていない本音をどのように洞察・察知すればいいのかを考える機会を設けました。具体的には、店舗内で発生する可能性のあるコミュニケーションのケーススタディを作成。そのケーススタディに基づいて自分ならどう対応をするのか、を各自考えていただきました。なるべく受講者の皆さんに話していただいて、そこに私自身の経験を語りながら共感を示すことで、研修を活性化する工夫もしました。

研修終了後に「実は現場で似たような場面に遭遇したことがあって、どう対応したらいいですか?」「もう一度詳しく教えてもらえますか?」と追加質問を受けました。理論だけでなく、現場で役立つスキルを身に着けていただけるよう工夫した甲斐があったと感じます。

インパクト

研修後のアンケート結果で効果を測定
サービスの向上に役立てる

フォローアップとして研修後に必ずアンケート調査を行うのですが、お陰様で受講者から高い評価を頂きました。特に「仕事の役立ち度」に関しては、全員が最高評価をつけてくださいました。参加者のアンケート調査結果ですので、当社のサービスを評価するには不十分な量です。続けて研修のご支援をさせていただき、この研修を受けて実際に管理職への昇進に興味を持った方がどのくらいいらっしゃるのかなど、長期的な視点で効果測定を続け、今後のサービス改善につなげていきたいと考えています。

今後の課題

研修を通して管理職になりたい層を
増やしていきたい

今回の研修で、企業の現状について、もう少し踏み込んだリサーチを行うことが重要だと感じました。従業員の構成や、管理職の女性の比率など、また管理職の方がその後どういうステップでキャリアを描かれているのかなど、様々な角度からリサーチできれば、より企業の課題を解決できるプログラムをご提供できると考えています。また、様々な企業をご支援の中で、その業務負担から、女性・男性問わず管理職には上がりたくないという声を耳にします。さらに女性に関しては、

ライフイベントの影響など女性を取り巻く環境に対する職場の理解が及んでいない点や、問題を複雑化させていると感じます。

私がお支援している別の企業の研修では、そうした女性の状況を理解し、どう接したらいいかという研修も行っています。

そうした社会環境下で、「自分が管理職になれるのだろうか?」と感じている方々のマインドを「自分たちもやってみよう!」に変えることが、私たちの今後の課題です。

裏を返せば、この課題を解決できれば、日本経済の発展に寄与できるのではないかと考えています。ダイバーシティを尊重し、誰もが自分らしく活躍できる社会をつくることは、喫緊の課題である労働人口減少への対策になりますし、社員・管理職の育成は企業経営の持続可能性にも大きく影響します。ビジネスを支えるのは人ですからね。少し大きな話ですが、そう感じます。

まとめ

社会にもたらしたインパクト

- 事前のヒアリングで現場の声を拾い、それを研修に落とし込むことで、より**受講者の共感が得られる形のプログラムが好評価**につながった。
- 当社が独自に開発した**HRメソッド**を駆使し、企業や社員一人ひとりに寄り添った形で**管理職研修**を提案できた。

今後の課題

- 「管理職育成研修」構築に関してはクライアント企業のキャリアの描き方や管理職における男女比の実情など、**一歩踏み込んだリサーチが必要**。
- 社員のライフイベントなどに対する周囲の理解促進や、管理職におけるやりがいの訴求などが必要。ポジティブな方向に進めるよう、**会社全体の意識改革**につながるプログラムを構築する必要がある。



おおぶ文化交流の杜allobu
事業担当

服部 尚子
Naoko Hattori

2児の子育て中に受付のパート
として入社し、5年後事業企画
担当となる。地域住民に求めら
れる企画づくりに日々奮闘中。

エリアマネジメント部
東日本交流拠点事業局 営業開発課
営業第一課

芦田 文
Aya Ashida

コンサートホールの運営に従事
したのち、2017年に入社。現在
は、交流創造にまつわる幅広い
業務を担当。

エリアマネジメント部
東日本交流拠点事業局 営業開発課
エグゼクティブプロデューサー

中山 裕子
Hiroko Nakayama

都市開発等まちづくりの経験を
経て、JCDへ入社。公共施設運
営のプロデュースに従事。

社会課題

子どもたちの体験格差

ご家庭内外での様々な状況により、なかなか野外活動や文化芸術関連に触れる機会の少ない子どもたちが存在する。また、子どもたちの「生きる力」を育む義務教育課程でも「体験」が重要視されているが、予算や体制、施設整備等の課題から、学校行事以外での文化芸術鑑賞の機会が減りつつある。

支援が必要な家庭に文化芸術鑑賞の機会を提供 子どもたちの感性が豊かに膨らむ プロジェクト

こころ羽プロジェクト

企画概要

プログラム: 官民協力型の体験支援プロジェクト

対象者: 高校生以下の子どもがいる家族

- 公演開催地域の自治体、社会福祉協議会、子ども支援団体などに告知をしてもらい、支援を必要とする家庭を公演に招待。
- 当社が管理に従事する全国の60～70の施設のうち、2023年度は10施設が参画。



当社が運営に携わる全国の公共文化施設にて、演劇やコンサートなどの文化芸術鑑賞の機会を子どもたちに提供するプロジェクトです。子どもたちの体験格差を埋める上で、文化芸術を身近なものとして感じてもらうことで心豊かな社会実現を目指します。また、公共施設の価値を高め、その利用促進にも通じています。

企画の背景

子どもたちの体験格差を埋める
地域密着型プロジェクト

●中山：エリアマネジメント事業は、自治体との官民連携の事業を推進しています。直接的なクライアントは自治体ですが、その先のエンドユーザーとなるのが、各地域の住民や施設に会場される方々です。その関わり合いの中で、社会的困難な状況下にあるご家庭を目の当たりにすることも少なくありません。以前、「子ども食堂」を運営していた際もそうでしたが、支援が必要なご家庭に何かできることはないのかといった声が寄せられていました。そこで、全国約70か所の公共文化施設運営を行っている実績を活かし、子どもたちの体験格差問題解消に向け、「こころ羽」プロジェクトが立ち上がりました。我々ならではの支援として、学校行事以外での文化芸術鑑賞や体験機会を提供できたらと思っています。

プロジェクトの目的

指定管理業務拡大につながる
社会貢献活動

●中山：我々が運営に携わる公共施設の指定管理業務※というのは、5～10年で再度公募がかかります。その中で社会課題に対する取り組みというのは、公募をかける地方自治体側も重要視している部分です。ですので、「こころ羽」プロジェクトを通じて、地域の中で施設の価値を高めることは、指定管理業務営業拡大にもつながることと捉えています。

◆芦田：社会貢献活動の事例としては、所在地域の方々が参加するボランティア運営や、コミュニティの形成などを行う管理業務団体もありますが、文化芸術鑑賞関連の支援が必要なご家庭をターゲットにした「こころ羽」プロジェクトのよう

な活動を行っている団体はそう多くないと推察されます。公共文化施設の運営を通じて、その地域に精通した課題解決に取り組むことが、地域活性化につながると捉えています。

企画の広がり

地域の特性に沿った対象者の
新たな選定

■服部：私が担当する施設は愛知県大府市に所在しています。公演を企画する中で、ハンディキャップを抱える方々も、文化芸術鑑賞の機会が限られているのではないかと思います。「こころ羽」プロジェクトの参画施設として手を挙げることにしました。関連企画として手話講座も併せて開催してみたところ、「初めてこういうイベントに参加できて嬉しい」「これから『ありがとう』という言葉大切に生きていきたい」などのお声をいただき、私たちも「開催して良かったな」という気持ちでいっぱいです。

●中山：当社のエリアマネジメント事業で運営されている施設は、それぞれの地域特有の課題に取り組むことが多い状況ですが、「こころ羽」のようなプロジェクトを通して、本社が「各施設の社会課題解決を応援しています」というメッセージを届けることには、大変意義があると感じます。

パートナーとの連携

支援団体を通じ
“本当に必要な人々”に事業を届ける

●中山：「こころ羽」では施設所在地域以外に、「一般財団法人あしなが育英会」「認定NPO法人全国こども食堂支援センター・むすびえ」「認定NPO法人カタリバ」の三団体と連携しています。各団体が独自で保有しているメーリングリストや、子ども食堂へのチラシ配布などを通じて、支援が

必要な家庭に向けて「こころ羽」プロジェクトのイベント告知を行っていただくのが、パートナー団体の主な活動内容です。

招待者は開催地となる施設近隣にお住まいの方々を対象としています。そのため、支援が必要なご家庭を把握していらっしゃる地域の社会福祉協議会などのご協力も得ています。

◆芦田：開催地域の子ども食堂にチラシを置いていただくこともあります。ケースバイケースではありますが、自治体をはじめとし、必ずどこかの福祉団体、支援団体を通すことで、“本当に必要な人々”に情報が届くことを心がけて運営しています。

今後の課題

プロジェクト継続のために
マネタイズがキーに

●中山：「こころ羽」はすでに素晴らしいプロジェクトですが、社会貢献として今後継続していくためには、必要な費用を含め持続可能なモデルを模索していくことが必要だと感じています。

■服部：私はイベント開催施設として「こころ羽」に参画した立場ですが、こういった取り組みに限らず、無料招待だと、簡単にキャンセルができてしまうという課題を感じました。招待枠でも大人は費用を払うけれど子どもは無料にするなど、公演によって内容を変える柔軟性も必要なのかもしれません。

●中山：まさにその通りですね。このような取り組みを地域内でさらに広げていくために、より多くの企業や団体にもご協力いただける仕組み等を構築し、取り組みの応援団を増やしていくことも必要だと考えています。また、この支援が本当に必要なご家庭に、より確実にリーチする方法はこれから模索していきたいと思っています。

◆芦田：神奈川県逗子市の企画では、興味を持ってくれた学童の子どもたちが会場から遠いため参加できないという課題がありました。そこで、地元企業に協賛を募り、地域のタクシー会社さんに「こころ羽バス」として送迎を担っていただいたことがありました。このように、地域全体を巻き込んで、持続可能な支援の輪を広げていけたらいいですね。



まとめ

社会にもたらしたインパクト

- 文化公共施設を通じて子どもたちの体験格差を埋める活動を実施。

今後の課題

- プロジェクトを継続するためには、社会貢献活動としての側面だけでなく、収益を上げるためのビジネスモデル構築が必要。

電気供給・
グリーン事業
×
Sustainability

事業共創部 ソーシャルビジネス局
ソーシャルビジネス課
リーダー

坂井 宏次 Hirotsugu Sakai

2018年より電気事業に携わる。環境配慮の重要性を強く実感したことがきっかけで、2023年よりグリーン事業推進リーダーを務める。

事業共創部 ソーシャルビジネス局
ソーシャルビジネス課
グリーン事業推進統括

吉田 梨紗 Risa Yoshida

(株)JTBで仕入・企画業務や新規プロジェクトの立ち上げ経験を経て2020年より現職。JCDにおけるグリーン事業の創設からソリューションの開発、事業パートナー連携を担当。

社会課題

日本の観光業界の脱炭素化への遅れ

世界の旅行者の76%が「サステナブル・トラベル」を望む中、日本人旅行者の回答は56%^{※1}と、意識の違いが明確。2015年の国連気候変動枠組条約締約国会議(COP21)でパリ協定が締結されて以降、サステナビリティの中でも脱炭素への取り組みが世界で進んでいるが、日本の観光業界ではソリューション開発に遅れがある。

※1:「ブッキング・ドットコム」による2023年版「サステナブル・トラベル」に関する調査の結果より。

宿泊者も宿泊施設も脱炭素に取り組める 環境配慮型ソリューション「CO₂ゼロSTAY®」

CO₂ゼロSTAY®

サービス概要

サービス: CO₂排出ゼロ宿泊プラン

対象: ホテルや旅館などの宿泊施設

- 宿泊中に排出されるCO₂排出相当量を相殺する宿泊プラン。
- プランの設定や予約以外に特別な準備が不要で、宿泊客も導入施設も手軽に利用できる。



日本政府の「2050年カーボンニュートラル宣言」を受け、当社はイベント等で使用する電気を再生可能エネルギーに置き換える「CO₂ゼロMICE®※2」を開発し、提供してきました。「CO₂ゼロMICE®」を推進していく中で、MICEの主催会場となる宿泊業界から、このサービスを宿泊施設にも適応できないかという声をいただき、開発したのが「CO₂ゼロSTAY®」です。

※2: イベントや会議で使用する電気を再生可能エネルギーに置き換える当社のサービス。

CO₂ゼロSTAY®がステークホルダーに与える影響

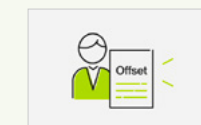
◆宿泊客



CO₂削減に貢献
CO₂排出量削減に寄与できる。



森林保全活動等に貢献
プランを利用することで、日本各地の森林保全活動や再生可能エネルギーの拡大に協力することが可能。



証明書(任意)
オフセットプランで宿泊したという証明書をもらえる。

◆宿泊施設



独自の宿泊プラン設定
自社で設定することが難しいカーボン・オフセットプランの設定が可能。



環境配慮に積極的な施設としての認知拡大
レピュテーションの向上、宿泊客の増加などが期待できる。



インバウンド需要への対応
環境意識のより高い、インバウンド需要の取り込みに対応できる。

■ 企画の背景

宿泊者個人のCO₂排出相当量を
オフセットする「CO₂ゼロSTAY®」

●吉田：2020年に発令された「2050年カーボンニュートラル宣言」を受けて、観光業界も大きく変わらなければならないという意識が高まりました。イベントの企画・運営に携わる当社でも温室効果ガス排出量ゼロに向けた新たなソリューション開発が必要だと、当社の「でんきJTB」という電気事業のノウハウから生み出されたのが「CO₂ゼロMICE®」です。その中で、「CO₂ゼロMICE®」を会場として導入いただくホテルなどの宿泊施設から、「このサービスの宿泊版があれば」というご要望を多くいただきました。そこで、宿泊者の皆様が排出するCO₂相当量をオフセットできるサービス「CO₂ゼロSTAY®」を2023年3月にスタートしました。

■ サービスの概要

カーボン・オフセット関連の手続きを
ワンストップで請け負うサービスが好評

●吉田：「CO₂ゼロSTAY®」は、ホテルや旅館などに宿泊することで生じたCO₂を、J-クレジットを使用してカーボン・オフセットするサービスです。J-クレジットは、再生可能エネルギー設備の導入や省エネルギー設備の導入によるCO₂などの削減量、適切な森林管理によるCO₂の吸収量を「クレジット」として国が認証する制度です。J-クレジットの購入により自身が排出したCO₂をオフセットし、再生可能エネルギーの拡大や森林保全活動に貢献できます。また、J-クレジットは調達、在庫管理などの手間がかかり、宿泊施設単体で行う場合には大変な負荷がかかりますが、当社が一括してそれらの手続きを担うことで、宿泊施設側は環境に配慮した宿泊プランをすぐに導入す

ることができ、その点が評価につながっています。

■ パートナーとの連携

ホテルからのニーズで生まれた
環境配慮型プラン

◆坂井：東京ステーションホテル様は、国指定重要文化財・東京駅丸の内駅舎の中に位置し、「リビング・ヘリテージ（使い続ける文化財）」にあるホテルとして、サステナビリティに積極的に取り組んでいます。環境への配慮や脱炭素化社会に向けたソリューション開発への意識がとても高く、「CO₂ゼロSTAY®」のテスト導入の段階でお声がけをしました。ただ、宿泊者個人を対象とするにあたり、東京ステーションホテル様の社内では懸念の声もあがっていたとお聞きしています。

●吉田：法人企業は会社全体で環境配慮に取り組んでいるのでプランを提案しやすい一方、個人のお客様がどこまで自身のCO₂排出量を意識していっているのかというのが読めなかったそうです。しかしながら、テスト導入段階で一定数の反響があり、2023年6月に東京ステーションホテル様の公式WEBサイト経由でのご予約から、そして2024年4月からは予約の経路を問わず全ての予約でサービスを適応していただくに至りました。「環境保護や地域への貢献に積極的に取り組む責任がある」と考える、東京ステーションホテル様ならではの決断だと思っています。

◆坂井：今後は都心部だけでなく、日本全国各地の宿泊施設で「CO₂ゼロSTAY®」を導入していただきたいという強い思いがあります。ですが「カーボン・オフセット」といった用語自体に、苦手意識を持っていらっしゃる宿泊施設も少なくはありません。「何かしたいけど、よく分からない」そんな声に寄り添うことも、私たちの課題と捉えています。

■ 社会にもたらしたインパクト

宿泊するお客様がCO₂削減を
実感できるサービスを提供

●吉田：「CO₂ゼロSTAY®」は、環境省排出原単位データベース（Ver.2.5）を基に算出したCO₂を削減します。宿泊施設での過ごし方は千差万別なので、環境省で定めた基準値を基に設定しました。そして毎月、「CO₂ゼロSTAY®」プランでどれくらいのCO₂をオフセットできたかというのをレポートにまとめ、お渡ししています。例えば1tのCO₂はプール約1個分、この量のCO₂を吸収するのに必要な杉の木は71本分といった数値に変換。想像しやすい単位に置き換えることで、宿泊施設側がどれだけのCO₂を削減したかというのを実感し、公表もしやすいのではないかと思います。

◆坂井：2024年3月時点で、全国87か所の宿泊施設、JTBの団体向け宿泊プランを通じて延べ4万7千人泊を超えるお客様が利用していただきました。2024年度は更なる宿泊施設へのプラン導入を進めると共に、6万人泊超えを目指しています。

■ 今後の課題

観光業界全体で脱炭素社会を
推進していくことが大切

◆坂井：観光業界に限らずですが、この業界は環境配慮に向けての取り組み途上です。「CO₂ゼロMICE®」「CO₂ゼロSTAY®」にかかわらず、脱炭素に向けた良い取り組みだと認識されたとしても導入に至らないことも多く、障壁になっている原因を探っている最中です。多くのお客様に認知していただくためのアプローチ方法も含め、課題は山積みです。

●吉田：2023年の春頃に境に関西圏の宿泊施設から「CO₂ゼロSTAY®」へのお問合せが急増し、環境問題に対する意識の変化を強く感じました。

観光業界における温室効果ガス排出量は、世界の排出量の約10%を占めていると言われています。美しい景色や美味しい食べ物は自然がもたらしてくれる産物ですが、その一方で交通や宿泊、食事など、観光先でのCO₂排出量をゼロにするのは難しく、環境にも当然負荷がかかります。海外では環境配慮への意識が高く、サステナブルな取り組みをする宿泊施設を率先して選ぶ傾向が高まっている昨今、お迎えする側の意識が変わることで、環境問題について考えるキッカケが個々のお客様にも生まれるのではないのでしょうか。このような潮流を背景に、企業間の垣根をなくして観光業界全体で環境問題に取り組む、それが脱炭素化社会を推進するための大きな一歩なのかもしれません。

まとめ

社会にもたらしたインパクト

- カーボン・オフセット関連の事務手続きを当社がワンストップで請け負い、宿泊施設が「CO₂ゼロSTAY®」を採用しやすくなることで、環境配慮型のツーリズムが可能となる。
- 目に見えないCO₂排出量を「可視化」し、宿泊施設へレポートを提出することで、CO₂削減活動への実感が持てる。

今後の課題

- 都市部だけでなく日本全域の宿泊施設で環境配慮型プランを導入してもらうため、まずは認知度を高めていかなければならない。
- 観光業界全体で手を取り合って脱炭素社会を推進するためのソリューション開発が必要。



事業共創部
コンテンツ事業局

佐野 恭啓 Yasuhiro Sano

2017年キャリア入社。BtoB向け展示会の主催者として一連の業務に従事した後、eスポーツやプログラミング教育事業を担当。イベントの総合プロデュースだけでなく、新規コンテンツ開発も積極的に取り組む。

社会課題

現代のデジタル教育の格差

2020年4月から小学校、2021年4月からは中学校でのプログラミング教育が義務化され、デジタル教育の普及が前進。一方で、教える側のスキル不足や教材の不足、地域や家庭環境による格差など課題が発生している。

子どもたちのデジタル教育格差を埋める 「誰でも楽しめる」プログラミングコンテスト

プログラミングスタジアム



企画概要

プログラム：プログラミングコンテスト

応募対象者：全国の小学生・中学生

- 学年やスキルに関係なく誰でも応募できるプログラミング作品のコンテスト。
- コンテスト開催期間中、全国各地でプログラミングの無料ワークショップを開催。
- デジタル庁や各地域の教育委員会の後援を得て、社会的価値ある事業を目指す。



プログラミングスタジアムは、「子どもたちに平等に学ぶ場を提供し、自由な発想で学びの可能性を広げ、未来につなげていきたい」という想いから生まれたプログラミングコンテストです。「誰でも楽しめるプログラミング」をコンセプトに、ツールの有無や知識の格差にとらわれることなく、楽しくプログラミングにチャレンジできます。この事業を通じて、当社は子どもたちのデジタル教育格差の低減を目指しています。

企画の背景

先生や保護者の負担を減らし、
子どもたちのチャレンジを促したい

私たちの「プログラミングスタジアム」は、小中学校でのプログラミング教育の義務化を受けて、eスポーツをはじめとする新規事業の一つとしてスタートしました。企画したきっかけは、プログラミング教育の義務化は始まったけれど、先生や保護者がどうしていいか戸惑うのではないかと想像したことが要因です。また、作文や絵のコンクール、スポーツ大会のように、プログラミングにもコンテストがあれば、好きなことや、やってみたいことに子どもたちがチャレンジするきっかけになると思いました。

企画の目的

子どもたちにデジタルを身近に感じられる
機会を提供したい

子どもたちと接してまず気づいたのが、デジタルに対する格差です。全国の子どもたちや保護者の皆様とお話する中で感じたのが、保護者の方にデジタルに対する教育上の抵抗感があり、子どもたちがデジタルツールへ触れる機会が少なくなっている場合があること。スマートフォンには慣れているけれど、パソコンのキーボードの扱いには慣れていない場合があること。そして地域によっては、子どもたちがデジタルツールそのものに触れる機会に差があることにも気づきました。プログラミングスタジアムは、こうしたデジタル教育の格差を埋めるきっかけになったのではと思います。2つ目は障害の有無や性格の違いによる課題です。身体的な障害を持つ子どもたちだとスポーツに取り組む機会は限られますが、プログラミングでは自分がやりたいことを叶えられる可能性がある

に見える子どもたちも、ワークショップに参加した保護者の方が「こんなに目をキラキラさせているのは初めて見た」と驚かれるほど、プログラミングに熱中することも多く、学校とは違う興味を喚起できる場を提供できるのではないかと思います。

パートナーとの連携

成功のカギはデジタル庁や
教育委員会との協力

「プログラミングスタジアム」の成功には、デジタル庁や各地域の教育委員会の協力が欠かせませんでした。デジタル庁から後援を頂き、各地域の教育委員会にはチラシの配布をお願いしました。また、2024年度からは、文部科学省からも後援をいただいています。こうした機関との連携により、保護者の皆様に安心感を提供し、信頼関係を築くきっかけを頂くことができたと感じています。

参加者の反応

ポジティブな反応もネガティブな反応も、
両方大切

ワークショップに参加した子どもたちからは「楽しかった」「もっとやりたい」といった声が多く寄せられました。特にプログラミング未経験の子どもたちに対しては、新しい体験を提供することができ、好評を博しました。一方で、「難しかった」「自分には向いていない」と感じる子どももあり、そうした反応も大切なフィードバックとして受け止めています。自分には向いていないと感じたら、代わりにもっと打ち込める活動に時間を使ってほしい。大事なのは、子どもたちが自分の得意なことや興味を見つけるきっかけとなることだと感じています。

社会にもたらしたインパクト

技術と発想力、表現力を育む成長の場

「プログラミングスタジアム」は、技術力だけでなく、発想力や表現力も養うことができる場として、子どもたちの成長をサポートしていると感じています。自分のアイデアを形にする楽しさを知ること、子どもたちは新しいスキルを自然と身につけていきます。特に、作品を発表する機会を設けることで、プレゼンテーション能力や自己表現の力も養われます。どういうビジュアルで見せるのか、どういうエフェクトを使うのか、キャラクターをどう動かすのか。絵を描くのが好きなのか、文章を書くのが好きなのか、音で表現するのが好きなのか。こうした自分の得意分野を通じて発想を形にし、表現する力も育んでほしいと思います。

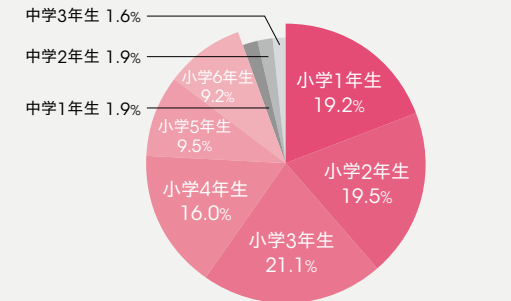
今後の課題

事業継続のために、
今後はマネタイズすることが不可欠

当社が目指したいことは2つあります。一つは、新たな社会価値の創出に協力いただきながら、協賛企業に経済価値を提供することです。企業様の製品の訴求や販売促進、ブランドのイメージ向上につながる関係性を構築し、CSV(Creating Shared Value)*を創出したいと考えています。もう一つは、この事業を当社にとってサステナブルなものにしていくことです。2023年度の第3回目では、プログラミングスタジアムの趣旨にご賛同いただいた出版社やパソコンメーカー、不動産会社、リサイクル企業など7団体に様々な形のご支援をいただきましたが、現時点では、多くの部分が当社の負担で運営されています。今後、企業の協賛や自治体からの補助金の割合を増やすことで、安定した収益モデルを構築することが必要だと感じています。

○ 全国ワークショップキャラバンの参加者数
(小中学生・総計) ※: 同伴の保護者は含まず。 **647名**

○ 全国ワークショップキャラバンの参加者層(学年別)

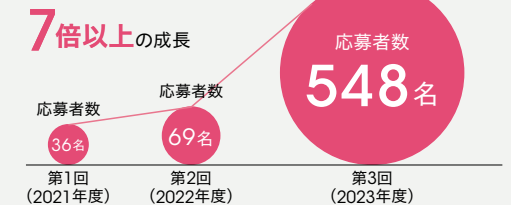


小学生の比率..... **94.6%**

ワークショップの保護者同伴率 **99.9%**

○ コンテスト応募者の推移

第2回から比較し、
参加者数



まとめ

社会にもたらしたインパクト

- 子どもたちにデジタルを身近に感じられる機会を提供できた。
- デジタル庁・学校・自治体など多様なステークホルダーと協力し、プログラミング教育の格差を埋めるきっかけづくりができた。

今後の課題

- 協賛企業とCSVを創出する。
- パートナー企業を増やし、プログラミングスタジアム事業を当社にとってサステナブルなものにする。

※: CSV(Creating Shared Value) 企業が自社の事業や製品を通じて社会課題の解決に取り組み、かつ利益を得ようとする考え方のもと経営を進めること。

企業責任上のマテリアリティ 環境負荷の削減

■環境方針

株式会社JTBコミュニケーションデザインは、環境負荷の削減を企業の社会的責任と捉え、経営における重要課題の一つに設定し積極的に取り組みを推進します。

活動においては環境関連法案や社会規範・倫理を遵守し、従業員一人ひとりが主体的な行動を実践すると共に、お客様や事業パートナーの皆様をはじめとした外部のステークホルダーとも連携し、サプライチェーン全体で環境負荷の削減に取り組みます。

1. 事業活動

社における全ての活動において、省資源・省エネルギー・廃棄物削減・有害物質の不使用、汚染の予防等を実践すると共に、環境保全に資する技術やサービスを積極的に活用し、気候変動対策や生物多様性へ配慮した取り組みを推進します。

2. サプライチェーン連携

事業活動を展開するにあたり、環境関連法案や社会規範・倫理を遵守し、ステークホルダーとも連携を図りながら調達活動を実践し、サプライチェーン全体で環境負荷の削減に取り組みます。

3. 情報公開

当方針は、従業員に対して周知徹底を図ると共に、ウェブサイト等を通じて社外にも開示します。

4. 教育の実施

社内教育の実施により環境に対する従業員の意識を高め、気候変動や資源循環、生物多様性に対する取り組みの推進を図ります。

5. 継続的改善

環境マネジメントシステムの構築を図ると共に環境目標を設定し、定期的にこれを見直すことで取り組みの改善を図ります。

▶ https://sustainability.jtbcom.co.jp/basic_policy/#environment

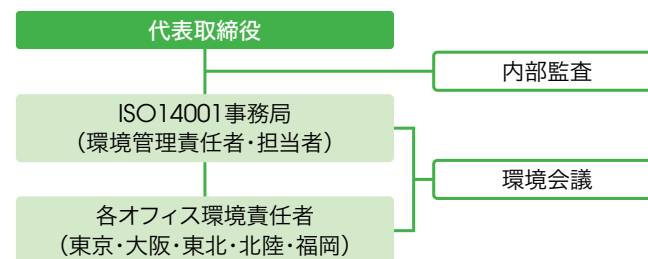
■環境マネジメント体制

当社は、2024年3月、環境マネジメントシステムの国際規格「ISO14001:2015」認証を、認証会社であるGlobal Compliance Certification Pty Ltdより取得しました。同規格のフレームワークである「環境マネジメントシステム」(Environmental Management System/EMS)を構築し、代表取締役 社長執行役員(以下、代表取締役)のもと、ISO14001事務局(サステナビリティ推進局)が

気候変動対策として、温室効果ガス排出量の削減に取り組み、脱炭素社会の実現に貢献します。また、限りある資源を効率的に利用・循環し、循環型社会形成へ貢献します。

「環境会議」を開催しています。各オフィス環境担当者と共に環境目標を共有し、温室効果ガス排出量のモニタリングの実施や部門の取り組み等を共有し、環境負荷の削減活動を推進しています。

JCD ISO14001環境マネジメントシステム体制図



▶ ISO14001:2015登録証

■マテリアリティに対する取り組み※

Ⅰ 省エネの実施

省エネ機器の選定・利用促進、オフィス環境改善活動、節電温度に対応した服装の推奨等による省エネの実施

Ⅱ 3R(Reduce, Reuse, Recycle)活動の推進

Ⅲ 環境・生物多様性に配慮した調達の推進

グリーン購入法などに基じた購入・調達の徹底

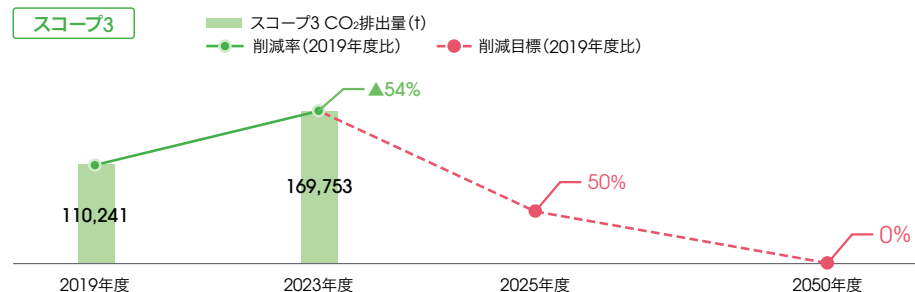
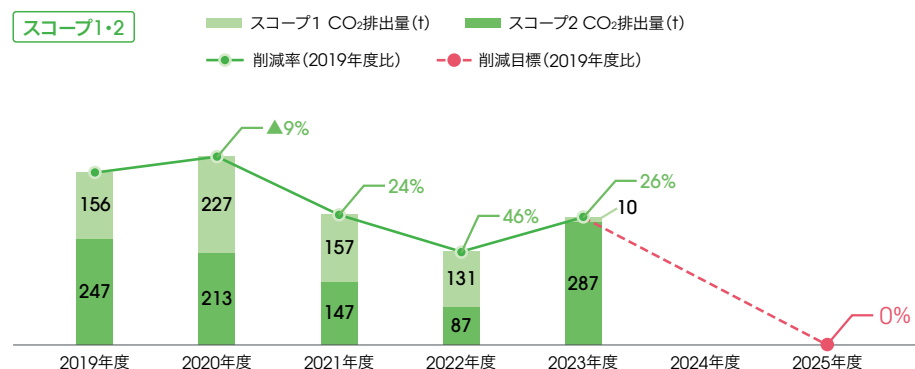
※: スコープ2におけるCO₂削減は非化石証書の活用を前提としていましたが、SGSジャパン株式会社による独立した第三者検証を受審したところ認められなかったため、「非化石証書を活用したCO₂排出量の実質ゼロを実現します。」の取り組みを削除しました。(2025年3月)

環境負荷の削減

脱炭素に向けた取り組み推進

当社は、2025年までに自社が排出する温室効果ガスの実質ゼロ達成(スコープ1・2)と、2050年度までに事業活動全体でカーボンニュートラル達成(スコープ1・2・3)を掲げています。この過程において、2025年にはスコープ3における温室効果ガスの50%削減(2019年度実績比)を目標としています。

2023年度※は、当社が開発した「CO₂ゼロMICE®」や「CO₂ゼロSTAY®」等のサービス提供により、363,800kWhの再生可能エネルギーの利用促進と、809t相当のCO₂削減(カーボンオフセット)に取り組みました。



注1:国際基準である「GHGプロトコル」に則りCO₂排出量を算出しています。

注2:2020年度のスコープ1のCO₂排出量は、同年度スコープ2の2021年度比率に基づき推定値を算出しています。

注3:2022年度・2023年度は第三者検証を受審しました。

注4:スコープ3に関しては2019年度・2023年度のみ計測を実施しています。(2020年～2022年度は主催展示会分のみ計測)

※:スコープ2におけるCO₂削減は非化石証書の活用を前提としていましたが、SGSジャパン株式会社による独立した第三者検証を受審したところ認められなかったため、「非化石証書を活用したCO₂排出量の実質ゼロを実現します。」の取り組みを削除しました。(2025年3月)

省エネの実施

当社では、消費電力の見える化(グラフ化)とモニタリングを実施しています。また、パソコンモニターの輝度設定や小まめな電源オフといった「節電アクション」の喚起や、クールビズ・ウォームビズの実施、ブラインドによる遮熱・断熱等を全オフィス(東京・大阪・東北・北陸・福岡)で実施することにより、消費電力(東京オフィスの空調利用分を除く)を対前年比5.3%削減(2023年目標4%削減)しました。

成果	2022年度 183,607kWh → 2023年度 173,837kWh -5.3% (目標-4%)
	※:東京オフィスの空調利用分を除く (空調は、エネルギー源として電気とガスを調達環境により使い分けており、年度比較が困難なため)
課題	- 省エネに対する意識や行動に関し、社員によって差異がある - 入居している賃貸ビルによって設備が異なるため、全社で統一感のある取り組みが困難
今後の取り組み	- 社員の意識改革及び行動変容に向けたコミュニケーションの強化 - 賃貸ビル会社と省エネに向けた協議・協力

環境負荷の削減

3R (Reduce, Reuse, Recycle) 活動の推進

● 廃棄物の削減

当社は、リサイクルステーションにおける資源ごみ分別の現状調査、リサイクルステーションのレイアウト・表示変更、社員向けのごみ分別理解促進や環境問題に対するサステナブルクイズ(年2回)の実施により、廃棄物の削減に取り組んでいます。また、マイボトル・カップ対応のコーヒーマシンを設置し、バンブーファイバー配合のタンブラーの配布やマイボトル・マイカップ利用促進キャンペーンを行うことにより、ペットボトル利用の削減も進めています。こうした活動により、焼却廃棄物(非リサイクル・非資源ごみ)については、対前年度比5%削減の目標に対して33.4%の削減を達成しました。

成果	- 正しい「ごみ分別行動」の実施と定着 - サステナブルクイズ: 上期下期共に対象社員の78%が参加 - 焼却廃棄物(非リサイクル・非資源ごみ)量: 2022年度 90.2kg → 2023年度 60.1kg -33.4% (目標-5%)
課題	- 東京オフィス: ごみ分別に対する意識・理解において社員によって差異がある - 東京以外のオフィス: 廃棄物削減のモニタリングが困難
今後の方針	- 意識改革・行動変容の促進活動の継続 - 廃棄物の削減モニタリングが困難なオフィスでの取り組み方針を検討 - マイボトル・カップ持参推進の継続



リサイクルステーションのレイアウト変更



バンブーファイバー配合のタンブラーを希望する社員へ配布

● デジタル化による紙資源の削減

クラウド型販売管理システムを導入することにより、従来、紙で提出していた精算書類等の印刷が不要になりました。これにより、2023年度は合計約35,000枚(A4用紙)の紙の削減につながりました。

環境・生物多様性に配慮した調達の推進

当社は、お客様や事業パートナーと共創し持続的でよりよい社会の実現に貢献するために「サステナブル調達基本方針」を2023年度に定めました。本方針は、当社が調達を行う際に遵守する基本的な事項であり、パートナーの皆様と倫理的な価値観を共有するためのものです。社会課題の解決に寄与するサービスの創出・提供に向けた、持続可能なサプライチェーン構築のために、パートナーの皆様にも当方針に記載した事項への取り組みをお願いすると共に、皆様の調達先にも同様の取り組みを行って頂くことを推奨しています。

具体的な内容には、「人権の尊重」「労働環境への配慮」「環境・生物多様性への配慮」「コンプライアンス」「適切な情報管理と開示」が含まれており、今後、事業パートナーの皆様に積極的な説明を行いながらご協力をお願いしてまいります。

▶ https://sustainability.jtbc.com.co.jp/basic_policy/

サステナブル基本調達方針(抜粋)

3. 環境・生物多様性への配慮

- 資源循環につながる原材料・資材を調達し、廃棄物発生 の最小限化を進めると共に、違法な取引・伐採・漁獲・狩猟による原材料を調達することのないよう努めます。
- 事業活動による温室効果ガスの排出量を把握し、削減に向けた取り組みを推進することで、気候変動に与える影響を抑えるよう努めます。
- 事業活動が生態系に与える影響を把握し、生物多様性に悪影響を及ぼさないよう努めます。
- 環境マネジメントシステムを構築し、事業活動が環境に与える影響を極力抑えるよう継続的な改善活動に努めます。

当方針に基づき、各事業及び管理部門においてグリーン調達を推進しています。

企業責任上のマテリアリティ ダイバーシティ、エクイティ& インクルージョンの推進

■ マネジメント体制

企業責任上のマテリアリティの一つである「ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン(以下DE&I)の推進」についてはコーポレート部門を統括する取締役執行役員 総合企画部長(以下、取締役総合企画部長)のもと、人事部門とサステナビリティ推進局が連携して推進しています。

■ マテリアリティに対する取り組み

Ⅰ ジェンダーギャップの解消

男女が同じようにキャリアを形成できる職場を目指した職場環境の整備
男性育休取得への理解促進と、誰もが安心して育休が取得できる風土の醸成

Ⅰ 新たなワークスタイルの確立

妊娠、出産、育児、介護等のライフイベントと仕事の両立を実現できる環境の整備
健康で生産性の高い職場づくりの推進

Ⅰ 障害者雇用の促進

積極的な雇用推進と雇用後の活躍・定着の推進
障害の有無にかかわらず、誰もが安心して働くことができる快適な職場環境づくり

ジェンダーギャップの解消

● 女性活躍推進

女性の価値観や感性を積極的に取り入れた経営・組織運営など、女性の活躍は企業としての成長に必要不可欠です。現在の当社は男女の社員割合(総合職、高度専門職、基幹職)がほぼ同率であることから、リーダーシップ、組織経営を担う役割も同率となるよう、2030年には組織運営職・高度専門職に占める女性社員の割合が50%となるよう取り組みを進めています。また、役員及び上位組織運営職に占める女性社員の割合も2030年には30%となるよう目標を設定しています。

2022年には国連と企業が目指す原則「女性のエンパワーメント原則(WEPs)」に署名し、女性の活躍推進・拡大、ジェンダーギャップの解消に積極的に取り組み、個々が活躍できる環境づくりに力を入れています。

Our Company	Management Message	Our Sustainability	Materiality in Business Activities	Materiality in Corporate Responsibility	Data
-------------	--------------------	--------------------	------------------------------------	---	------

社員一人ひとりの個性や多様性を尊重し、認め合い、個々の能力を最大限に引き出すことで、企業や地域、社会の課題解決に資する最適なソリューションを提供し、持続可能な社会の実現に貢献します。

当社では、若年層の気づきを促し、中堅層の育成、組織運営職の意識改革といった各階層に応じた施策を実行しています。

女性活躍推進に向けた取り組み

施策名	実施目的	実施概要
1. 女性組織運営職者ミーティングの開催	組織運営職者のネットワーク強化と意識向上	社外の女性経営者による講話とランチミーティングを実施
2. 次世代女性リーダー育成講座(外部研修)への派遣	次期リーダー候補者の育成・意識形成	全4日、異業種他社・自治体職員も参加するセミナーに各部の若手女性社員8名を派遣
3. 女性ロールモデル紹介(課長12名)	キャリアパス構築促進	2か月毎にポータルサイトにて記事配信(視聴回数3,850回)
4. ウェビナーの開催	同上	「子を持つ社員の働き方」をテーマに女性社員のパネルディスカッションを配信

残念ながら、2023年度の目標は組織運営職・高度専門職に占める女性社員の割合、役員および上位組織運営職に占める女性社員の割合共に未達でした。要因はDE&Iに対する社員の理解不足、取り組みに対する認知不足など複数ありますが、社員の昇進への意志を尊重しながら、今後も目標達成に向けて、取り組みの改善を図っていきます。

● 男性の育休取得促進

育休取得の重要性への理解と、取得しやすい職場風土づくりを目指し取り組みを推進しています。育児休業制度を紹介するハンドブックを改訂し、社内ポータルサイト等による周知と利用促進も行いました。2023年度の取得者は2名(取得率100%)でした。

男性の育休取得推進に向けた取り組み

施策名	実施目的	実施概要
1. 男性育休取得推進に向けたウェビナーの実施	組織運営職者の理解促進と組織風土の醸成	組織運営職者を対象とした有識者による講話の実施(視聴者数79名、視聴必須)
2. 男性育休取得者の紹介(2名)	社内における事例の提示と組織風土の醸成	育休中の体験を記事にしポータルサイトに掲載(視聴回数842回)

ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョンの推進

新たなワークスタイルの確立

● ワークスタイル

社員の自己実現とワークライフバランス向上のため、多様な働き方に応じたフレキシブルなワークスタイルを取り入れ、高い生産性とクリエイティビティの発揮を目指しています。ライフスタイルに合わせた働き方を実現するためのコアタイムのないフレックス制度や、さらなる知見を広げるための副業制度等を整備しています。

ワークスタイル関連の取り組み

施策名	実施概要	導入年月
リモートワーク	在宅勤務のほか、サテライトオフィス等、働く場所を選択し、最適な働き方を実現。	2020年10月
ふるさとワーク	「居住登録地」でテレワークをベースに業務に従事する働き方を実現。単身赴任にならず家族と共に過ごすことや、オフィスの所在地以外に住む家族の介護をしながら働くことも可能。	2022年4月
フレックスタイム	月間所定労働時間の範囲で、働く時間を自由に設定できるフレックスタイム制を導入。	2022年4月

上記取り組みの他にも、社員のワークライフバランスの実現を支援するために、独身社員用マッチングアプリ「Aill goen」を導入したり、健康増進を目的とした「オンラインフィットネス」(2023年度累計851名が参加)を開催するなど、健康で生産性の高い職場づくりを目指しています。

▶ <https://www.jtbcom.co.jp/recruit2023/environment/#workstyle>

● 働き方改革

労働時間については、社員一人ひとりのライフスタイルや価値観に応じたワークスタイルと、年間総実労働時間1,800時間以内(2023年度は1,999時間)の実現を目指しています。2023年度は需要回復に伴う業務量の増加に加え、新たな販売管理システムの導入に伴う慣れない操作等もあり、時間外労働時間と深夜労働時間は2022年度に比べて増加傾向にあり、特に組織運営職者における長時間労働の傾向が強くなっています。

今後は属人化しがちな業務の棚卸を行い、業務の標準化や平準化を進めることで、ワークとライフのバランスがとれた企業風土を築いていきます。

障害者雇用の促進

障害者と共にイキイキと働くことができる快適な職場を実現すべく、各部門において積極的に雇用促進に取り組むと共に、雇用後の職場への定着と活躍に向け、障害者所属部門へ研修の機会を設定しています。

■ 社員の声

育休取得で親として仕事人として成長できた。
同僚にも取得をぜひおすすめしたい

【育休取得時期】2023年に2回に分けて取得

母国のオランダでも、育休を取る男性はまだ少ない状況にありますが、当社では「育休を取るのは当たり前」という雰囲気があり、自然に育休取得ができました。「育休制度について不明点があったら、どんどん聞いてください」という管理部門の方や、チームメンバーのバックアップもありがたかったですね。育休といっても休みではなく、毎日育児で大忙しでしたが、今を生きる娘を見ていて、過去を後悔したり、未来を心配したりしなくなったことで、仕事でもストレスを感じにくくなりました。授乳やおむつの交換を妻と2人で分担したことで、2人で親になるという実感も持てました。これからお子さんが産まれる同僚にも「絶対育休を取ってください」とお伝えしたいですね。



Vlaspolder Thor

コーポレートリレーション部
ミーティング&イベント第一事業局
営業第一課

リモートワーク、サテライトオフィスがあるからこそ
育児と組織運営職業務の両立が可能に

【家族構成】夫、息子(2024年9月で4歳)

夫も私も組織運営職なので、コアタイムは特に決まっていませんが、通常は8:30~18:00の間を中心に勤務しています。夫は週3回、私は週1回は必ず出社しており、それ以外は不定期でリモートワークを取り入れています。おかげで、通勤時間が節約され、その時間を家事や育児に充てられるのがありがたいですし、サテライトオフィスが充実しているので、息子の行事や私用の際など、近隣のシェアオフィスを利用して時間の有効活用や効率化につながり、とても助かっています。時代の流れや環境変化が激しいので業務上、日々のインプットや学びは欠かせませんが、育児の傍らその姿を息子に見せることで彼の成長を後押しできればと思っています。



村瀬 美里

総合企画部 経営企画局
経営企画課

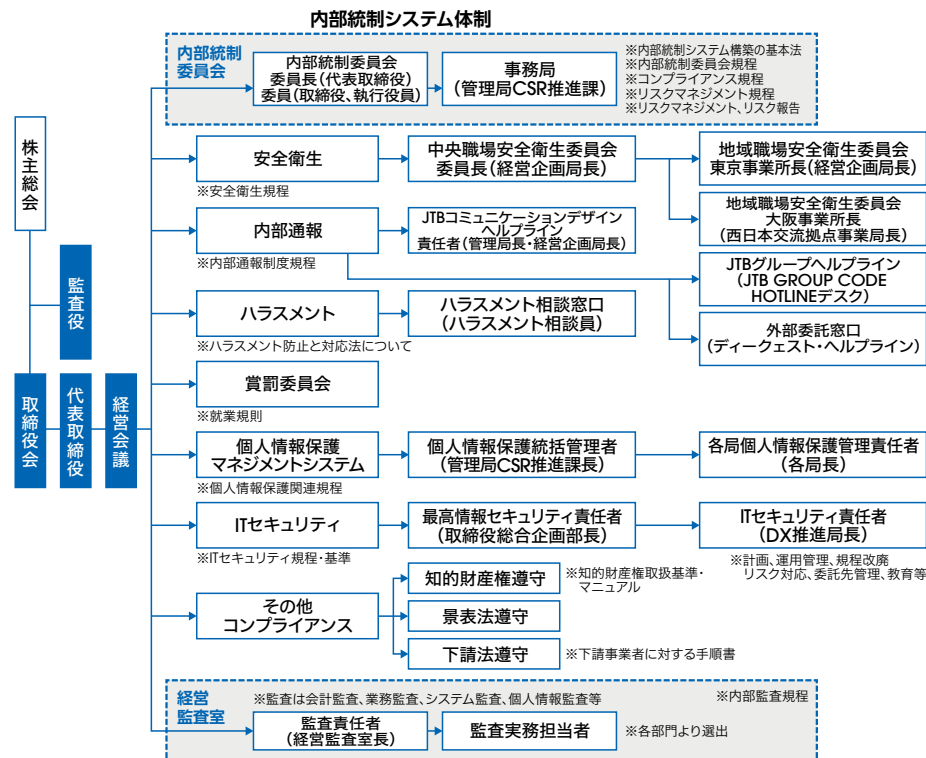
企業責任上のマテリアリティ 責任ある事業活動の推進

■コーポレート・ガバナンス

当社では、経営の監視・監督機能を強化すべく、「取締役会」は取締役が担う経営の重要事項に関する意思決定・監督の機能とし、執行役員が担う業務執行の機能と明確に分離する体制を整え適正な権限移譲を行い、経営の迅速な意思決定と機動的な業務執行を推進しています。取締役会は四半期に1回以上開催し、付議事項の執行決定を行っています。

また、「経営会議」等の会議体を設置し、取締役の職務執行の効率性を確保しています。代表取締役 社長執行役員（以下、代表取締役）は、執行役員の責任と権限の範囲を社内規定により定めた職務権限基準を以て明確にし、担当領域の具体的な目標を決定すると共に効率的な業務執行体制を構築しています。

コーポレート・ガバナンス体制図



公正で透明性のある企業活動の実践により、企業価値を向上させ社会の期待に応えるために、健全で持続可能な経営を実現するとともに、社員一人ひとりが自発的に社会貢献活動を行い、地域貢献に尽し、自己成長を実現しています。

■内部統制システム

当社及び当社の子会社から成るグループ会社の業務の適正を確保するために「内部統制システム」の構築に関する基本方針を定めています。基本方針に基づく内部統制システムの整備については、代表取締役が最高責任者となって実施し、代表取締役直轄の「経営監査室」による独立した立場からの定期的なモニタリングを通じて確認、評価しています。

評価に基づく改善活動の指導、支援については、一義的には各部の事業管理局が行い、それを総合企画部の管理局が支援する体制となっています。代表取締役を委員長とする「内部統制委員会」は経営環境の変化等に対応し、基本方針について不断の見直しを行い、より実効性の高い内部統制システムを実現します。

▶ https://www.jtbcom.co.jp/company/pdf/naibu_system_kihon.pdf

■リスクマネジメント

当社は、グループ全体におけるリスクの的確な把握と未然防止策の実行等、適切なリスクマネジメントを行い、顕在化したリスクの負の影響を最小限とする危機管理対応を行っています。

体制

リスクマネジメント体制として、代表取締役を委員長とする「内部統制委員会」を設置し、当社のリスクを網羅的に把握し全組織のリスクを包括して管理し、リスクマネジメントを推進しています。重大なリスクを認識したとき、または重大なリスクの顕在化の兆しを認知したときは、速やかに内部統制担当役員(取締役執行役員 総合企画部長(以下、取締役総合企画部長))、管理局及び関係部署に報告する体制を整備。内部統制担当役員が重要と判断するものについては、取締役及び監査役に報告します。重大な危機が発生した場合には、組織横断的に指揮命令権の行使が可能な「対策本部」を設置し、さらに経営に重大な影響を与える危機管理が発生した場合は内部統制委員長である代表取締役が対策本部長として指揮を執り、迅速かつ適切な対応と早期復旧に努めます。

天災地変、感染症の蔓延、基幹システムの障害等により、経営資源に重大な損失が生じた場合に備えて事業の継続を確保するための体制を整備しています。

監査役及び経営監査室は、リスクマネジメント体制の実効性について随時監査を行います。

取り組み

リスクマネジメントを円滑、適正に推進するため、「内部統制システム綱領」を定め、そのうちの「リスクマネジメント規程」に具体的な運用方法を定めています。

責任ある事業活動の推進

■企業倫理・コンプライアンス

JTBグループ行動規範

当社では役員、社員が遵守すべき行動を「JTBグループ行動規範（JTB GROUP CODE）」としてグループ全体で定めています。「JTBグループ行動規範」は以下の8項目から構成され、全ての役員及び社員へ浸透し、実践されるように努めています。

1. 法令・社会規範を遵守し、公正で透明性のある企業活動に徹します。
2. お客様の立場にたって、公正な取引を行います。
3. 事業パートナーと、公明・公正な方法で連携を深めます。
4. 競争会社と、公正に競争します。
5. ステークホルダー（お客様・株主・従業員・社会・取引先など）に対し、迅速・正確・公正な情報開示と提供価値を高めることにより期待に応えます。
6. よき企業市民として、社会の持続的発展や地球環境の保全に貢献します。
7. 自律した社員として、責任ある行動をとり、社会に貢献します。
8. ダイバーシティを企業風土の中心に置き、より多様な価値観を尊重し、イノベティブな会社になります。

社内への浸透

JTBグループの行動規範に則り、コンプライアンスやリスクマネジメントへの理解浸透に向けて必要な研修を年間を通じて断続的に実施しています。

コンプライアンス研修等実施一覧

主催	プログラム名称	実施概要	2023年度受講者数
JCD	2023年度リスクマネジメント研修 (組織運営職者・リスク管理業務従事者対象)	・IT ・財務 ・労務 ・CSR	90名
JCD	「コンプライアンス」・「個人情報」テスト	・コンプライアンス ・個人情報	1,311名
JCD	コンプライアンス動画視聴	・会計不祥事の予防 ・独占禁止法 ・下請法	819名
JTBグループ	JTB コンプライアンスクイズ	・コンプライアンス全般	—
JTBグループ	JTB GROUP CODE試験	・ビジョン浸透 ・コンプライアンスクイズ ・ITセキュリティ ・事業関係法令	—

■内部通報制度

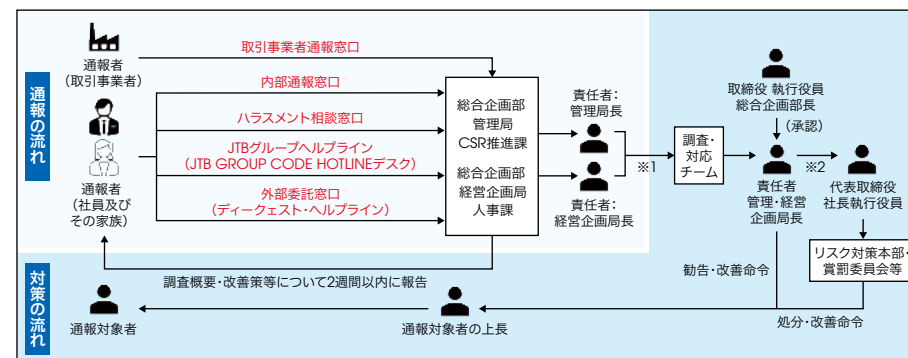
当社では通報制度として内部通報窓口とハラスメント相談窓口を社内を設置しています。併せてJTBグループヘルプラインや外部に委託した相談窓口等も設置し、法令違反、経費不正、情報の持ち出し、贈賄、社内規定違反等の行為全般について、社員及び事業パートナーが通報しやすい体制を整備しています。通報者には速やかに救済処置をとると共に、保護を徹底しています。なお通報は匿名でも可能としています。

内部通報件数

2021年度	2022年度	2023年度
3	19	10

なお、2023年度は重大な法令違反は発生しませんでした。引き続き、腐敗を防止し汚職と贈賄、反トラスト/反競争的慣行の阻止に努めます。

JCD 通報制度の流れと運用



※1: 通報内容を精査し、必要に応じて指示、関係部門担当で構成される対応チームを組成し、調査の実施を指示する。

※2: 社の経営・営業推進に重大な影響を与えると判断した場合は、代表取締役社長執行役員に申し出、リスク対策本部又は賞罰委員会等を速やかに招集し、処分を決定する。

■ITセキュリティ

当社は、ITセキュリティ上の脅威から情報資産を保護するために、情報資産を正確かつ安全に取り扱い、経営戦略に沿ったITセキュリティの実現を目指しています。

ITセキュリティマネジメントシステムを構築し適切に運用するために、取締役総合企画部長がCISO（Chief Information Security Officer）を担い、CISOによりITセキュリティ事務局を設置し、運用するために必要な組織体制を整備しています。事務局では、全ての重要な情報資産のリスクを受容可能な水準に保つため、リスクアセスメントに関する体系的な手順と評価基準を定め、リスクアセスメントに基づく適切なリスク対策を講じています。

ITセキュリティの維持向上のため全従事者に対して定期的に教育を実施しています。

▶ <https://www.jtbcom.co.jp/company/pdf/InformationSecurityPolicy.pdf>

責任ある事業活動の推進

■個人情報保護

当社は、当社が取扱う全ての個人情報の保護について、社会的使命を十分に認識し、本人の権利の保護、個人情報に関する法規制等を遵守します。また、以下に示す方針を具現化するための個人情報保護マネジメントシステムを構築し、最新のIT技術の動向、社会的要請の変化、経営環境の変動等を常に認識しながら、その継続的改善に全社を挙げて取り組んでいます。

▶ <https://www.jtbc.com.co.jp/privacypolicy/>

■事業継続計画(Business Continuity Plan / BCP)

当社では、大規模地震発生に備え、災害時の応急対策業務・緊急時に継続させる事業及び継続を目的とした準備とその手法等を平時より検討し、中核となる事業を継続するための対策を「事業継続計画」として取りまとめています。日本国内で震度6弱以上の地震が発生した場合及び地震以外の災害発生時において代表取締役が必要と判断した場合に、代表取締役を「対策本部長」とした「緊急対策本部」を設置し、「全社員の安否確認・安全確保」「関係機関等の被害状況の把握と緊急対応」「被害を受けたオフィス・システム等の復旧対応」等を最優先に対応することとしています。具体的には「社員・家族安否」「オフィス被災状況(受託施設の被災状況含む)」「システム状況」「イベント現場状況」等の確認を行い、顧客・事業パートナーとも連携しつつ、各種情報集約・指示伝達を行います。

また、「情報システム運用継続計画(IT-BCP)」も策定し、クラウドサービスの活用やバックアップ体制の強化を通じて、システム障害時にも迅速に復旧可能な体制を整えています。なお、新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて、2022年にパンデミックに対する事業継続計画も策定しました。計画の実効性を高めるため、定期的な訓練と見直しを行い、実践的な対応力を強化しています。

■サステナブルな調達

当社は共創可能な事業パートナーとのサステナブル調達を実施すると共に、パートナーと倫理的な価値観を共有するために、当社が調達を行う際に遵守する基本的な事項としての「サステナブル調達基本方針」を定めています。社会課題の解決に寄与するサービスの創出・提供に向けた、持続可能なサプライチェーン構築のために、パートナーにも当方針に記載した事項への取り組みをお願いすると共に、パートナーの調達先にも同様の取り組みを行って頂くことを推奨しています。環境への対応をはじめサステナビリティに資する取組件数やパートナーとの連携が増加していることから、2024年度は事業パートナーとのさらなる連携の強化を進めます。

サステナブル調達基本方針

1. 人権の尊重

- 事業に関わる全ての人の人権を尊重・保護し、あらゆる差別や誹謗中傷、ハラスメントの排除に努めます。
- サプライチェーンにおける強制労働や児童労働等、本人の意に反したあらゆる強制労働の排除に努めます。

2. 労働環境への配慮

- 従業員と適切な労働契約を締結し、正当な額の賃金の支払い、福利厚生を提供を保証します。
- 不当な長時間労働の撲滅に努めると共に、従業員の安全と衛生が確保された職場環境の維持向上と労働災害の防止に努めます。
- 多様性を認め、働きがいのある職場環境の整備に努めます。

3. 環境・生物多様性への配慮

- 資源循環につながる原材料・資材を調達し、廃棄物発生を最小限化を進めると共に、違法な取引・伐採・漁獲・狩猟による原材料を調達することのないよう努めます。
- 事業活動による温室効果ガスの排出量を把握し、削減に向けた取り組みを推進することで、気候変動に与える影響を抑えるよう努めます。
- 事業活動が生態系に与える影響を把握し、生物多様性に悪影響を及ぼさないように努めます。
- 環境マネジメントシステムを構築し、事業活動が環境に与える影響を極力抑えるよう継続的な改善活動に努めます。

4. コンプライアンス

- 国や地域の法令やルールを遵守し、一切の違法行為について関与しません。
- 不正行為の予防・防止のために体制を整備すると共に、通報された情報の機密性・匿名性を担保することで通報者の保護を徹底します。
- 反社会的勢力や、その疑いがある者との取引を拒否し、いかなる利益の供与も行いません。

5. 適切な情報管理と開示

- 国・地域の法令やルールを遵守し、機密情報や知的財産の管理・保護・利用を適切に行います。
- 情報管理上のリスクに防衛策を講じ、自社及びステークホルダーに被害が及ばないよう努めます。
- 社会及びステークホルダーとの信頼関係構築のために、社内外に対して自社の情報を適切に開示し、透明性と説明責任を果たします。

6. 地域社会への貢献

- 地域の伝統文化や社会的慣習を尊重し、環境に配慮した循環型社会の形成に貢献します。
- 事業活動を通じて地域の経済やコミュニケーションの活性化に貢献します。

▶ https://sustainability.jtbc.com.co.jp/basic_policy/

責任ある事業活動の推進

■ 人的資本経営への取り組み

当社では、社員を「人財」ととし、社員へ積極的に投資することで、人財価値の最大化を実現し、中長期視点で企業価値を向上させていく方針を打ち立てています。

人財についての考え方

● 求める人財

当社の求める人財像として「お客様の想いの先を実現する、コミュニケーションを創造し続けるプロフェッショナル」を掲げ、コミュニケーションを通じた新しい価値の提供を目指しています。また、新卒採用の他、中途採用にも力を入れることで、業種業態の異なるキャリア、専門性、価値観を持った多様な人財の採用に努め、トータルリワードの視点で人財マネジメントに注力しています。

● 人財開発

当社の更なる成長・飛躍に向け、人財開発基本方針に則り、能力開発とキャリア開発の両輪で人財開発を行っています。教育制度として4つのアプローチを設けているほか、上司と部下の定期的なコミュニケーションを目的として、四半期ごとの評価・キャリア育成のための個別ミーティングや1on1ミーティングも適時実施しています。

人財開発基本方針

成長・挑戦意欲を持って、自ら考え、行動し、
スマートでサステナブルなコミュニケーションをデザインすることを通して、
高い成果の発揮や新たな価値の創出を実現できる人財を育成する

1. 自ら学び続け、教え合い、高め合う風土の醸成
2. 時代や環境の変化、社員の多様性に応じて能力を高め、専門性を磨くことのできる学びの機会提供
3. 社員一人ひとりのキャリアオーナーシップを確立する仕組みの構築

4つのアプローチ

JTBグループ研修

独自研修

自己啓発支援

キャリア支援

労働慣行

● 労働安全衛生

JTBグループとして、社員が自らの意志により高いモチベーションをもって働ける快適な就業環境の整備や、健康保持・増進を積極的に推進しています。「JTBグループ安全衛生基本方針」のもと、一人ひとりの持つ能力を最大化し、グループ全体の発展と企業価値の向上につなげています。さらに安全衛生管理水準の向上にむけた活動を通じて、地域社会あるいはグループ型企業における先行的な取り組みの企業モデルを目指しています。

具体的には、労使による中央安全衛生委員会のほか、事業所単位での職場安全衛生委員会を開催し、下記の重点項目を実施しています。

2023年度の労働災害発生件数は8件でした。

<2023年度重点実施項目>

- (1) グループ安全衛生規程に沿った各社の安全衛生管理への取り組み強化
- (2) 過重労働による健康障害防止対策の徹底
- (3) 心身の健康保持増進の推進

● 労働組合の状況

当社では労働組合が組織されており、労働条件に関わる案件等について会社と「労使協議会」を実施しています。労使間の対話を重視し、十分な話し合いの上、様々な課題に対処していくことを基本姿勢としています。なお、局長以上の組織運営職者、総合企画部（コーポレート部門）の課長以上は経営を担う立場のため労働組合の加入対象外ですが、それ以外の加入権利のある社員※は100%組合員となっています。

※：492名（総合職445名、高度専門職10名、基幹職37名）2024年3月31日時点

● 企業風土の醸成

当社が開発した組織変革を支援するシステム「WILL CANVAS」を活用した社員の意識調査を実施し、本人へのフィードバックも含め、調査結果の分析により組織の活性化を推進しています。意識調査結果の中から、モチベーションに影響を与える項目を「ビジョンの体現」「風土」「労働環境（生産性・健康経営・執務環境）」「各種制度（評価・育成）」「人財活用」の5つのカテゴリーに分類の上、組織の現況を把握し、企業風土の醸成に向けた取り組みを実施しています。868人が回答に参加した2023年度は、「風土」「各種制度」「人財活用」の3つのカテゴリーでスコアの向上が見られた一方で、「ビジョンの体現」や「労働環境」のスコアは悪化しました。特にビジョン浸透・体現をどう解決していくかが今後の課題と考えられます。

責任ある事業活動の推進

社員意識調査

	2021年度	2022年度	2023年度
ビジョンの体現	84.8%	85.6%	85.1%
風土	64.9%	66.6%	67.7%
労働環境	56.8%	57.4%	57.1%
各種制度	31.8%	37.8%	39.2%
人財活用	51.8%	55.7%	57.4%

※：各項目における、肯定的な回答の割合

■社会貢献活動の推進

当社は、社会課題に向き合い、地域社会の発展に貢献する活動を行うことは、企業としての社会的責任を果たす上で大変重要な要素であり、また、社員自身にとっても社会課題への意識を高めることができる貴重な機会だと考えています。

今後は、2024年度に策定した社会貢献活動方針・重点取り組み分野に沿った取り組みにより、当社らしさや継続性を重視しながら、企業価値を向上させ、健全で持続可能な経営の実現を目指していきます。

社会貢献活動方針

株式会社JTBコミュニケーションデザイン（以下「JCD」と記載）は、企業市民として地域社会と連携・協調を図り、コミュニケーションの創造を通じた社会貢献活動に積極的に取り組みます。

活動にあたっては、「次世代育成」と「インクルーシブ社会の実現」に向けた取り組みに注力し、地域社会のさらなる発展と、多様な価値観と個性溢れる社会の実現に貢献します。

重点取り組み分野

1. 次世代育成

- 将来の社会基盤を支える青少年の育成は社会全体の責務となります。JCDは活動を通じて、青少年の社会とつながる力を育み、個々の可能性を引き出せるような学びの機会の提供に努めます。

2. インクルーシブ社会の実現

- 多様なバックグラウンドや価値観を持つ人々が共生するためには現状多くのコミュニケーション課題が存在します。JCDは活動を通じて課題に向き合い、全ての人が生き生きと活躍できる社会の実現を目指し活動に取り組めます。

▶ https://sustainability.jtbcom.co.jp/policy_csr_social/

2023年度実施項目

● 寄付・寄贈

項 目	実施内容
使わなくなった子ども用品の収集・寄付	夏休み時期に社員の子どもの招待し、職場見学の場を設定したファミリーデーにて、不要な子ども用衣類や書籍を持参してもらい、譲渡会を実施。貰い手のつかなかったものは、エコトレーディング社に寄付として送付しました。
防災備蓄品、事業活動における余剰品の利活用	賞味期限の迫る防災備蓄品（果物缶詰）計360個と、特大イーゼルパッド35冊、ノート80冊を子ども・高齢者支援団体へ寄贈しました。
その他 オフィス別、事業部別等の取り組み	ペットボトルキャップ、使い捨てコンタクトレンズ用空ケース、ベルマーク、不要な化粧品（クレヨンへの再生）、不要な書籍等を回収し、各支援団体へ寄付しました。 また、有志社員による能登半島地震募金活動を実施しました。

● 事業を展開する地域への貢献

■ みなと区民まつりへのブース出展

港区内の企業と社会福祉協議会で組成する「みなとネット」の一員として、みなと区民まつりにブースを出展。SDGsかるたを協働で製作し、来場者にSDGs取り組み紹介を兼ねたかるた遊びを体験してもらうコーナーを運営しました。

■ ビーチクリーン活動

当社が指定管理者として運営する公共文化施設が所在する逗子市にて、ビーチクリーン活動を行いました。



● 障害者アーティストの活動支援

2022年に引き続き、2023年も港区に拠点を置くNPO法人「虹色の風」に所属する、障害者アーティストによる絵画作品をデザインに取り入れたカレンダーを制作しました。



※：2024年度については、職業上のスキルや経験を活かして社会貢献活動に取り組むプロボノや、自社の重点取り組み分野に沿った情報を集約した、当社専用のボランティア情報WEBサイトの作成を進めています。

会社概要

社 名	株式会社JTBコミュニケーションデザイン (英文名称:JTB Communication Design, Inc.)
設 立	1988年4月8日 (2016年4月1日 株式会社JTBコミュニケーションデザインとして営業開始)
従業員数	1,248名(2024年3月31日時点:総合職445名、高度専門職10名、基幹職37名、 限定正社員139名、契約社員617名)
営業拠点	●東京オフィス／●大阪オフィス／●東北オフィス／●北陸オフィス／●福岡オフィス
資 本 金	1億円

役 員	代表取締役	藤 原 卓 行
	取締役	奥 野 晃 治
		島 村 直 樹
		熊 野 宏 彦 (非常勤)
		渡 辺 紳 (非常勤)
		社 長 執 行 役 員 藤 原 卓 行
	執行役員	奥 野 晃 治 (総合企画部長)
		島 村 直 樹 (コーポレートソリューション部長)
		田 中 中 秋 (エリアマネジメント部長)
		塩 谷 久 美 子 (事業共創部長)
監 査 役	小 林 高 広	
U R L	https://www.jtbcom.co.jp/	

営業種目

1. イベント、各種会議、研修会・講演会、展示会・見本市の主催・企画・運営業務
2. マーケティング調査・分析、マーケティングソリューションの提供業務
3. 集客交流、地域振興、販売促進、企業の業績向上のための人材活性化プログラム等の企画・コンサルタント業務
4. 広告・プロモーション、PR業務
5. PFI事業、施設運営管理業務
6. 労働者派遣事業
7. 通訳・ガイドの斡旋業務
8. 試験・検定運営の企画、運営受託
9. システム開発、運営、事務局機能等の受託、ITソリューションの提供業務
10. 各種会員組織における企画、開発、運営、事務局機能等の業務受託、ソリューションの提供業務
11. 旅行業
12. 発電及び売電に関する業務

警 備 業 認 定

東京都公安委員会
認 定 番 号:第62002121号
有 効 期 間:2024年(令和6年)6月17日から
2029年(令和11年)6月16日まで

登録小売電気事業者

経済産業省
登 録 番 号:A0306
登録年月日:2016年(平成28年)6月3日

旅 行 業

東京都
登 録 番 号:東京都知事登録旅行業 第2-7116号
登録年月日:2016年(平成28年)3月24日

一般労働者派遣事業

厚生労働省
許 可 番 号:派13-306426
許可年月日:2016年(平成28年)4月1日

グループ会社概要

社 名	株式会社 JTB Next Creation (英文名称:JTB Next Creation, Inc.)	営業種目	1. 声優養成事業(声優養成所) 2. 声優マネジメント事業(声優事務所) 3. 音響制作事業
設 立	2018年4月1日		
資 本 金	1億円	事 業 所	東京都新宿区新宿5-17-5 ラウンドクロス新宿5丁目ビルB2F
役 員	代表取締役社長執行役員 奥野 晃治	U R L	https://www.jtbnextcreation.com/

第三者検証意見書

環境パフォーマンスデータにおける温室効果ガス排出量(Scope1、Scope2及びScope3)、および社会性データの信頼性向上のため、SGSジャパン株式会社による独立した第三者検証を受審しました。

▶ 検証意見書はこちら

検証意見書

2025年2月6日
意見書番号: SGS25/100

株式会社 JTB コミュニケーションデザイン
東京都港区芝三丁目2番1号セレスティン芝三井ビルディング 12 階
代表取締役 社長執行役員
藤原 卓行 様



検証目的

SGSジャパン株式会社(以下、当社)は、株式会社JTBコミュニケーションデザイン(以下、組織)からの依頼に基づき、組織が作成した検証対象(以下、GHG等に関するステートメント)について、検証基準(ISO14064-3:2019及び当社の検証手順)に基づいて検証を実施した。本検証業務の目的は、組織の対象範囲にかかるGHG等に関するステートメントについて、判断基準に照らし適正に算定・報告されているかを独立の立場から確認し、第三者としての意見を表明することである。GHG等に関するステートメントの作成及び公正な報告の責任は組織にある。

検証範囲

検証対象は、Scope1、Scope2、Scope3、社会性データである。
対象期間は2023年4月1日～2024年3月31日である。
詳細な検証対象範囲は別紙参照。

検証手順

本検証業務は、検証基準に則り、限定的保証水準にて次の手続きを実施した。
・算定体制の検証: 検証対象の測定・集計・算定・報告方法に関する質問、及び関連資料の閲覧
・定量的データの検証: 本社における検証対象範囲に対する分析の手続及び質問
判断基準は、温室効果ガス排出量算定・報告マニュアル(Ver.5.0) GHG プロトコル、サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量算定に関する基本ガイドライン Ver.2.6 及び同算定のための排出量原単位データベース Ver.3.4、組織が定めた手順を用いた。

結論

前述の要領に基づいて実施した検証手続の範囲において、組織のGHG等に関するステートメントが、判断基準に従って、算定及び報告されていないと認められる重要な事項は発見されなかった。
なお、当社は、組織から独立しており、公平性を損なう可能性や利害の抵触はない。

SGSジャパン株式会社
神奈川県横浜市保土ヶ谷区神戸町1-3-4
横浜ビジネスパーク ノーススクエア I
ビジネスアシスタンス
認証・認定統括責任者

竹内 裕二

1 / 2

本書面は、SGSジャパン株式会社によってwww.sgs.com/terms-and-conditions.htmで参照することができる「認証サービスの一般条件」に従って発行されたものであり、「認証サービスの一般条件」に規定されている責任の制限と補償に関する事項および管轄に関する事項等に準じます。この書面に記載された内容は検証を行った時点における適用される場合は組織の指示の範囲内における確認内容を示しています。組織およびこの書面に関するSGSジャパン株式会社との責務は取引文書におけるすべての権利および義務の履行から、免除されるものではありません。本書面の内容または検証結果について、許可なく偽造、変造または改ざんすることは違法であり違反した場合には法令に基づくあらゆる範囲において罰せられる可能性があります。

別紙

2025年2月6日
意見書番号: SGS25/100

検証対象範囲の詳細

検証対象	検証範囲	GHG等に関するステートメント
1 Scope1, 2 (エネルギー起源CO ₂)	組織及び連結会社	Scope1: 10.61 t-CO ₂ Scope2 (マーケット基準): 287.08 t-CO ₂
2 Scope3 カテゴリー1	組織及び連結会社	57,367.39 t-CO ₂
3 Scope3 カテゴリー2	組織単体	1,091.56 t-CO ₂
4 Scope3 カテゴリー3	組織及び連結会社	110,674.26 t-CO ₂
5 Scope3 カテゴリー5	組織及び連結会社	0.88 t-CO ₂
6 Scope3 カテゴリー6	組織及び連結会社	195.39 t-CO ₂
7 Scope3 カテゴリー7	組織及び連結会社	424.03 t-CO ₂
8 組織運営職に占める女性の割合	組織単体	24.36%
9 役員に占める女性の割合	組織単体	0%
10 上位管理職に占める女性の割合	組織単体	13.33%
11 男性社員の育児休業取得率	組織単体	100%
12 障害者雇用率	組織単体 (特例子会社含む) 2024年3月1日時点	2.56%
13 年間総実労働時間 ※フルタイム従業員一人当たりの年間実労働時間	組織単体	2000 時間

2 / 2

本書面は、SGSジャパン株式会社によってwww.sgs.com/terms-and-conditions.htmで参照することができる「認証サービスの一般条件」に従って発行されたものであり、「認証サービスの一般条件」に規定されている責任の制限と補償に関する事項および管轄に関する事項等に準じます。この書面に記載された内容は検証を行った時点における適用される場合は組織の指示の範囲内における確認内容を示しています。組織およびこの書面に関するSGSジャパン株式会社との責務は取引文書におけるすべての権利および義務の履行から、免除されるものではありません。本書面の内容または検証結果について、許可なく偽造、変造または改ざんすることは違法であり違反した場合には法令に基づくあらゆる範囲において罰せられる可能性があります。

GRI内容索引

利用に関する声明	株式会社JTBコミュニケーションデザイン（JCD）は、GRIスタンダードを参照し、2023年4月1日～2024年3月31日について、本GRI内容索引に記載した情報を報告しています。
利用したGRI 1	GRI 1：基礎 2021

GRIスタンダード	開示事項	掲載場所
GRI 2：一般開示事項 2021	2-1 組織の詳細	P.03 Our Business P.37 会社概要 ▶ 会社案内
	2-2 組織のサステナビリティ報告の対象となる事業体	P.01 編集方針
	2-3 報告期間、報告頻度、連絡先	P.01 編集方針
	2-4 情報の修正・訂正記述	P.11 企業責任上のマテリアリティ P.12 サステナビリティ関連データ P.27 環境負荷の削減 P.38 第三者検証意見書
	2-5 外部保証	P.13 参加イニシアチブ・宣言等 P.14 社外からの評価・認証
	2-7 従業員	P.12 サステナビリティ関連データ P.37 会社概要
	2-9 ガバナンス構造と構成	P.32 責任ある事業活動の推進 コーポレート・ガバナンス
	2-11 最高ガバナンス機関の議長	P.32 責任ある事業活動の推進 コーポレート・ガバナンス
	2-12 インパクトのマネジメントの監督における最高ガバナンス機関の役割	P.08 サステナビリティ経営
	2-13 インパクトのマネジメントに関する責任の移譲	P.08 サステナビリティ経営
	2-16 重大な懸念事項の伝達	P.32 責任ある事業活動の推進 リスクマネジメント
	2-22 持続可能な発展に向けた戦略に関する声明	P.08 サステナビリティ経営
	2-23 方針声明	P.08 サステナビリティ経営
	2-24 方針声明の実践	P.08 サステナビリティ経営
	2-25 マイナスのインパクトの是正プロセス	P.32 責任ある事業活動の推進 リスクマネジメント
	2-26 助言を求める制度および懸念を提起する制度	P.32 責任ある事業活動の推進 リスクマネジメント
	2-27 法規制遵守	P.33 責任ある事業活動の推進 企業倫理・コンプライアンス
	2-28 会員資格を持つ団体	P.13 参加イニシアチブ・宣言等
	2-30 労働協約	P.35 労働組合の状況

GRI内容索引

GRIスタンダード	開示事項	掲載場所
GRI 3 : マテリアルな項目 2021	3-2 マテリアルな項目のリスト	P.08 サステナビリティ経営
	3-3 マテリアルな項目のマネジメント	P.08 サステナビリティ経営
GRI 201 : 経済パフォーマンス 2016	201-1 創出、分配した直接的経済価値	▶ 決算公告
GRI 205 : 腐敗防止 2016	205-2 腐敗防止の方針や手順に関するコミュニケーションと研修	P.33 責任ある事業活動の推進 企業倫理・コンプライアンス
GRI 302 : エネルギー 2016	302-1 組織内のエネルギー消費量	P.12 サステナビリティ関連データ
	302-4 エネルギー消費量の削減	P.12 サステナビリティ関連データ、 P.28 省エネの実施
GRI 305 : 大気への排出 2016	305-1 直接的なGHG排出 (スコープ1)	P.12 サステナビリティ関連データ、 P.28 脱炭素に向けた取り組み推進
	305-2 間接的なGHG排出 (スコープ2)	P.12 サステナビリティ関連データ、 P.28 脱炭素に向けた取り組み推進
	305-3 その他の間接的なGHG排出 (スコープ3)	P.12 サステナビリティ関連データ、 P.28 脱炭素に向けた取り組み推進
GRI 306 : 廃棄物 2020	306-3 発生した廃棄物	P.12 サステナビリティ関連データ、 P.29 3R (Reduce, Reuse, Recycle) 活動の推進
	306-4 処分されなかった廃棄物	P.12 サステナビリティ関連データ、 P.29 3R (Reduce, Reuse, Recycle) 活動の推進
	306-5 処分された廃棄物	P.12 サステナビリティ関連データ、 P.29 3R (Reduce, Reuse, Recycle) 活動の推進
GRI 401 : 雇用 2016	401-3 育児休暇	P.12 サステナビリティ関連データ
GRI 403 : 労働安全衛生 2018	403-1 労働安全衛生マネジメントシステム	P.35 責任ある事業活動の推進 労働慣行
	403-2 危険性 (ハザード) の特定、リスク評価、事故調査	P.35 責任ある事業活動の推進 労働慣行
	403-4 労働安全衛生における労働者の参加、協議、コミュニケーション	P.35 責任ある事業活動の推進 労働慣行
	403-6 労働者の健康増進	P.35 責任ある事業活動の推進 労働慣行
	403-9 労働関連の傷害	P.35 責任ある事業活動の推進 労働慣行
GRI 404 : 研修と教育 2016	404-2 従業員スキル向上プログラムおよび移行支援プログラム	P.35 責任ある事業活動の推進 人的資本経営への取り組み
	404-3 業績とキャリア開発に関して定期的なレビューを受けている従業員の割合	P.35 責任ある事業活動の推進 人的資本経営への取り組み
GRI 405 : ダイバーシティと機会均等 2016	405-1 ガバナンス機関および従業員のダイバーシティ	P.12 サステナビリティ関連データ P.30 ジェンダーギャップの解消
	405-2 基本給と報酬の男女比	P.12 サステナビリティ関連データ
GRI 413 : 地域コミュニティ 2016	413-1 地域コミュニティとのエンゲージメント、インパクト評価、開発プログラムを実施した事業所	P.36 責任ある事業活動の推進 社会貢献活動の推進
GRI 416 : 顧客の安全衛生 2016	416-1 製品・サービスのカテゴリーに対する安全衛生インパクトの評価	P.34 責任ある事業活動の推進 事業継続計画 (Business Continuity Plan / BCP)