



雪印メグミルクグループ

CSR活動報告書2016



雪印メグミルクグループ 企業理念とCSR経営

企業理念を実現するために、企業活動において、CSRの3つの側面(経済・環境・社会)を考慮し、社会とのより良い適合を図りながら、ともに持続的に発展していくための経営を推進しています。

雪印メグミルクグループの企業理念は、私たちの使命とコーポレートスローガンで構成します。

私たちの使命

私たち雪印メグミルクグループは、3つの使命を果たし、ミルクの新しい価値を創造することにより、社会に貢献する企業であり続けます。

消費者重視
経営の実践

酪農生産
への貢献

乳(ミルク)に
こだわる

私たちの3つの使命



消費者重視経営の実践

雪印メグミルクグループは、消費者基本法に定められた「消費者の権利」と「事業者の責務」をしっかりと認識し、

- 安全で安心していただける商品・サービスを提供すること
- 可能な限りの情報提供、情報開示を行なうこと
- 消費者の声を傾聴し、経営に反映していくこと
- 危機管理の体制を整え、不測の事態に迅速かつ適切に対応していくことを基本姿勢として、消費者重視経営を実践していきます。



酪農生産への貢献

私たち雪印メグミルクグループは、日本の酪農を基盤として成り立っています。私たちは、酪農生産者の良きパートナーとして信頼関係を深め、乳の価値をしっかりと伝えていくことで生産者の想いに応えていきます。

そして、牛乳・乳製品の需要拡大を実現することで、国内酪農生産の基盤の強化と持続的発展に貢献していきます。



乳(ミルク)にこだわる

私たち雪印メグミルクグループは、ミルクの持つ無限の可能性を信じ、ミルクに向き合い、ミルクにこだわり続けることで、ミルクの持つ可能性を「深め」、ミルクの価値を「高め」、世界に「広げていく」ことを実現していきます。

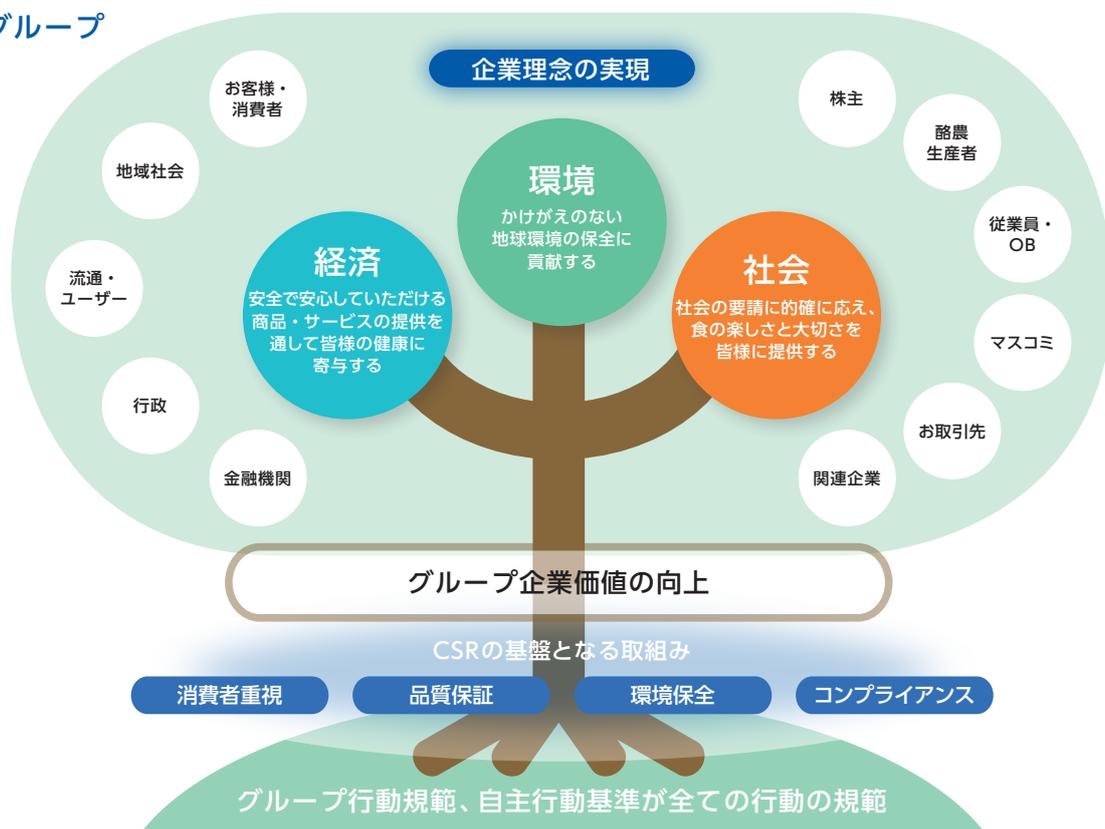
コーポレートスローガン

未来は、ミルクの中にある。

雪印メグミルクグループ CSR方針

- 基本的な考え方**
- グループ行動規範、自主行動基準に則り、企業理念の実現に向けて行動する。
 - コンプライアンスを基本とし、商品・サービスの安全確保(品質保証)の徹底を最重要項目として取り組む。
 - 企業倫理を徹底するとともに、「社外の目」を経営に反映し、社会から信頼される企業グループを目指す。

雪印メグミルクグループ CSR概念図



3つの側面に則した取組みテーマ

経済
経済側面

主なステークホルダー
お客様・消費者、お取引先、株主

取組みテーマ
安全で安心していただける商品・サービスの提供を通して皆様の健康に寄与する

- 1.「乳(ミルク)」の持つ可能性を追求し、技術の向上に努め、魅力のある商品を開発する。
- 2.グループ各社の持ち味を活かし、シナジーを発揮することで安定した収益基盤を構築し、グループ企業価値を高める。

環境
環境側面

主なステークホルダー
地球環境、地域社会

取組みテーマ
かけがえない地球環境の保全に貢献する

- 1.一人ひとりが環境保全への意識を高め、環境保全活動に取り組む。
- 2.地球環境と資源を大切にするために、全社での環境保全活動を継続的に推進する。

社会
社会側面

主なステークホルダー
お客様・消費者、酪農生産者、従業員

取組みテーマ
社会の要請に的確に応え、食の楽しさと大切さを皆様に提供する

- 1.消費者基本法を根幹とした、消費者重視経営を実践するための取組みを推進する。
- 2.酪農生産者の良きパートナーとして、酪農乳業界の持続的発展・国内酪農基盤の強化に貢献する。
- 3.一人ひとりが主体的に行動し、活力に溢れた、働きがいのある企業風土をつくる。

トップメッセージ



雪印メグミルクグループの
CSR経営は、
未来に向けた発想で、
社会の持続的な発展に
貢献していきます。

雪印メグミルク株式会社
代表取締役社長

西尾 啓治

私たち雪印メグミルクグループは、CSR経営を標榜し、グループ企業理念の実現に向けて事業活動を行っております。

CSR経営とは、時代とともに変化する社会、様々なステークホルダーの皆様からの要求に対応しながら、持続可能な社会を築いていくとともに、企業自らの長期的発展を実現していく、企業活動そのものです。

日本企業におけるCSR経営の考え方は、相次ぐ企業の不祥事もあり、コンプライアンスを中心に展開されてきました。

雪印メグミルクグループにおいても、2000年の「雪印乳業食中毒事件」、2002年の「雪印食品牛肉偽装事件」の反省に立ち、グループ行動規範や行動基準の制定、企業倫理委員会の設置、社外取締役の導入、内部通報窓口の設置など、コンプライアンス体制の確立に向けた絶え間ない努力を続けてまいりました。

これらの取組みにより、雪印メグミルクグループ各社におけるコンプライアンス体制と意識は、着実に整い向上してきていると考えています。

そして今後は、「不正はしてはいけない」というコンプライアンスをベースに置きつつも、夢や理想に向けて「正しいことをしていこう」という前向きな発想や視点も重要であると考えています。

これは、未来に向けた、社会に貢献しようとする発想、視点であり、まさしく雪印メグミルクグループ企業理念の実現につながるものであると確信しています。

雪印メグミルクグループの企業理念は、3つの使命「消費者重視経営の実践」、「酪農生産への貢献」、「乳(ミルク)にこだわる」と、コーポレートスローガン「未来は、ミルクの中にある。」で作られています。

雪印メグミルクグループは、この企業理念の実現を通して、社会全体に貢献し続ける企業グループとして、CSR経営をさらに前進させてまいります。

目次

編集方針

本報告書は、消費者・従業員をはじめとする全てのステークホルダーに雪印メグミルクグループの活動をご理解いただくことを目的とし、雪印メグミルクグループが2015年度に取組んだ幅広いテーマについて総括するとともに、雪印メグミルクグループの目指すべき方向性についても掲載しています。

また、従業員の想いを「私のCHALLENGE」として紹介しています。

1. わかりやすい構成・表現を心がけました

- (1) 雪印メグミルクグループはCSR経営を掲げており、その活動内容をまとめて掲載しました。
- (2) 説明が必要と思われる内容については、P. 47以降に補足説明を掲載しました。

2. 社外の声を反映して制作しました

制作段階で企業倫理委員会と、活動報告書2015アンケートで寄せられたご意見・ご要望も反映しました。

お客様・消費者の併記について

雪印メグミルクグループでは、雪印乳業食中毒事件(P. 50)の反省を踏まえて、消費者が持つ基本的な権利を尊重し、単に「お客様」だけでなく、「消費者」全体を重視する経営を進めています。

消費者の中に「お客様」を位置付けた上で、「お客様」と「消費者」の2つの概念を併記して表現しています。

おことわり

本報告書には、雪印メグミルクグループの過去と現在の事実だけでなく、発行日時点における計画や見通し、経営方針・経営戦略に基づいた将来予測が含まれています。この将来予測は、記述した時点で入手できた情報に基づいた仮定ないし判断であり、諸与件の変化によって、将来の事業活動の結果や事象が予測とは異なったものとなる可能性があります。読者の皆様には、以上をご了解くださいますようお願いいたします。

報告対象期間

2015年度(2015年4月1日～2016年3月31日)を対象期間としていますが、一部、2016年度の実績と将来目標についても掲載しています。

報告対象組織

本報告書に記載した情報は、雪印メグミルクグループ(雪印メグミルク(株)およびその関連会社)を対象としています。ただし、対象企業全ての情報を網羅しているわけではありません。また、社名の表記のないものは、雪印メグミルク(株)の取組みです。

参考にしたガイドライン

- GRI 「サステナビリティレポーティングガイドライン(第4.0版)」
- 環境省 「環境報告ガイドライン(2012年版)」
- ISO26000 (社会的責任に関する手引き)

発行時期

今回の発行:2016年6月
次回の発行:2017年6月予定
●本報告書は、年次版として毎年発行しています。

お問い合わせ先

雪印メグミルク株式会社 CSR部
東京都新宿区本塩町13番地

TEL. 03-3226-2064 FAX. 03-3226-2163

- 01 雪印メグミルクグループ 企業理念とCSR経営
- 03 トップメッセージ
- 05 雪印メグミルクグループについて

09 特別対談 「未来は、ミルクの中にある。」

私たちは、幸福な会社へと向かっていきます。



雪印メグミルク株式会社
代表取締役社長

西尾 啓治

慶應義塾大学大学院
システムデザイン・マネジメント研究科
研究科委員長・教授 博士(工学)

前野 隆司氏

私たちの3つの使命

- 13 消費者重視経営の実践
- 15 ● 特集 安全で安心していただける「おいしい」をお届けするために
- 21 酪農生産への貢献
- 21 ● 特集 酪農とともに歩む雪印メグミルクグループ
- 25 乳(ミルク)にこだわる
- 25 ● 特集 お客様の健康のために／～乳酸菌研究による機能性表示食品への展開～

活動報告

- 29 環境への取組み
- 35 働きがいのある会社の実現のために
- 37 地域・社会とのきずなを深める取組み
- 38 株主・投資家の皆様への情報開示

CSRマネジメント

- 39 コーポレート・ガバナンス
- 41 CSR推進に向けた取組み
- 44 リスクマネジメント体制
- 45 雪印メグミルクグループ グループ会社紹介
各社CSRリーダーからのメッセージ

47 補足説明

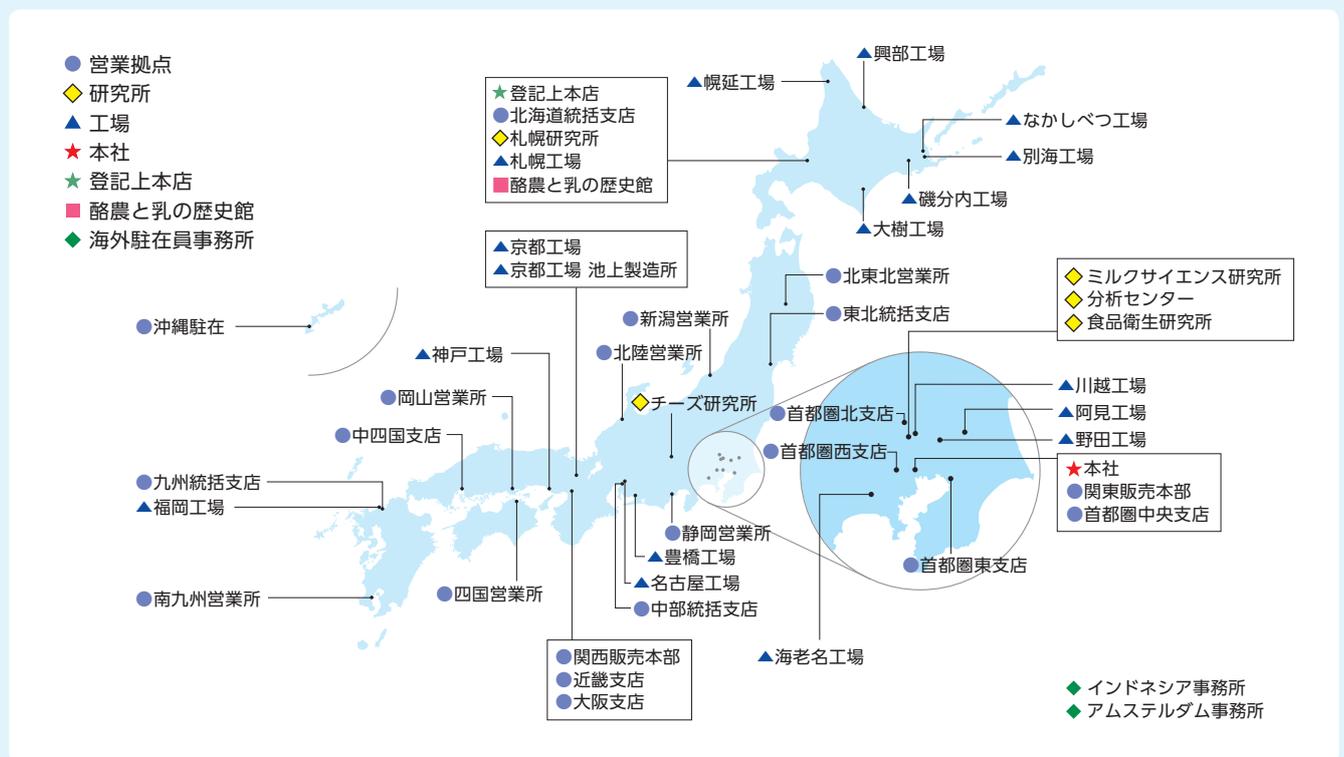
ISO26000と
雪印メグミルクグループ活動との対比 他

- 51 ステークホルダーメッセージ

雪印メグミルクグループについて

<p>商号 雪印メグミルク株式会社 MEGMILK SNOW BRAND Co.,Ltd.</p> <p>事業内容 牛乳、乳製品および食品の製造・販売等</p> <p>本店所在地 (登記上本店) 北海道札幌市東区苗穂町6丁目1番1号 (本社) 東京都新宿区本塩町13番地</p>	<p>設立年月日 平成21年(2009年)10月1日</p> <p>代表者の役職・氏名 代表取締役社長 西尾 啓治</p> <p>資本金 200億円</p> <p>決算期 3月31日</p>
--	---

雪印メグミルク事業所一覧



雪印メグミルクグループ海外拠点



雪印メグミルクの沿革

雪印メグミルク(株)は、2009年10月1日、日本ミルクコミュニティ(株)と雪印乳業(株)が経営統合し、共同持株会社として設立しました。

そして、2011年4月1日、雪印メグミルク(株)が日本ミルクコミュニティ(株)と雪印乳業(株)を吸収合併し、事業会社としてスタートしました。

前身のそれぞれの会社は、酪農・農業に携わる生産者の団体を母体として生まれた歴史があります。

日本ミルクコミュニティ(株)は、全国農協直販(株)、ジャパンミルクネット(株)と雪印乳業(株)の市乳事業が統合して2003年に設立されました。おもに、牛乳・乳飲料、はっ酵乳、デザート製造・販売を行っていました。

そして、もう一つの前身企業である雪印乳業(株)は、1925年、北海道の酪農家が出資して「有限責任 北海道製酪販売組合」を創立したことに始まります。酪農家が生産した生乳をバターなどの乳製品に加工し、販売していました。

雪印メグミルクグループのルーツは、日本の酪農そのものにあり、90年にわたり常に日本の酪農とともに歩んできました。

この長い歴史の中で、ミルクに向き合い、その可能性と価値を「深め」、「高め」、「拡げていく」ことを実践してきました。そして、商品を通して日本の消費者のくらしと生産者をつなぐことができました。

雪印乳業(株)とその子会社の雪印食品(株)による2つの事件(2000年6月「雪印乳業食中毒事件」、2002年1月「雪印食品牛肉偽装事件」)は、食の安全・安心を揺るがす大きな事件でした。そのことを真摯に受け止め、雪印乳業(株)とそのグループ各社はCSR経営の確立に向け取り組んでまいりました。

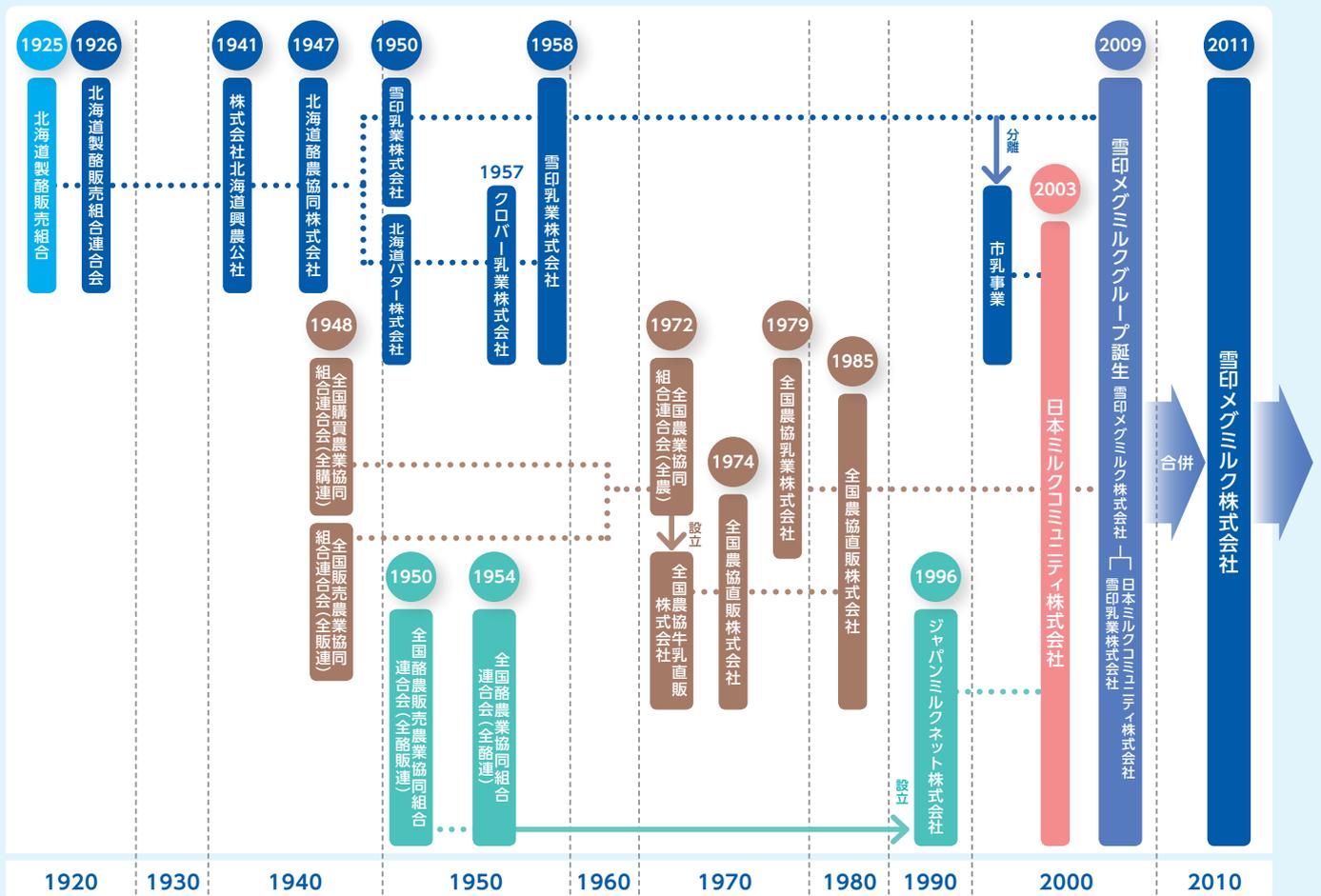
その取り組みは、雪印メグミルクグループ各社に受け継がれ、実践してまいりました。

これからも、お客様から安全で安心していただける商品の供給を通して、食に携わるものとしての責任を果たしていきます。

2つの事件について

PAGE 50

雪印メグミルクの歴史

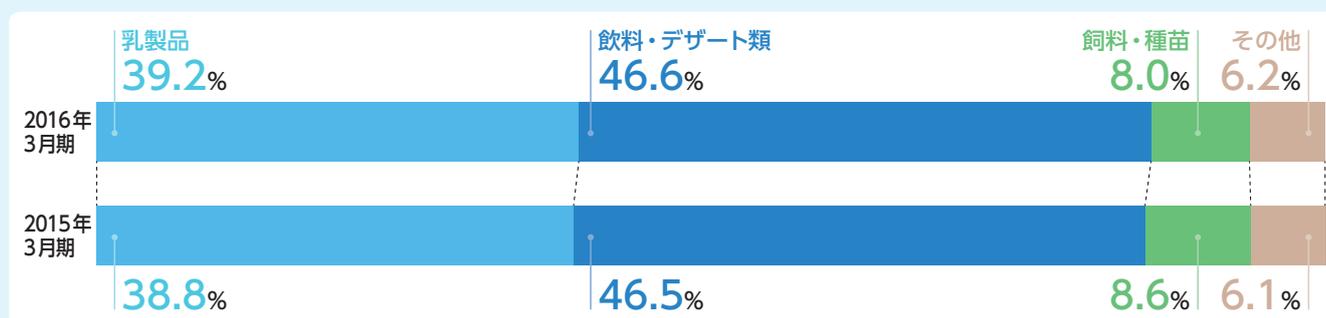


事業内容について

事業内容および事業の種類別セグメントは、下表のとおりです。

	主な製品	会社
乳製品事業 	<ul style="list-style-type: none"> ● 乳製品 (チーズ・バター・粉乳等) ● 油脂(マーガリン等) ● 育児品 (乳児用粉乳等) 	雪印メグミルク(株) / 雪印ビーンスターグ(株) / ハケ岳乳業(株) / 甲南油脂(株) / チェスコ(株) / (株)エスアイシステム / 雪印オーストラリア(有) / 台湾雪印(株) / 三和流通産業(株) / イーエヌ大塚製菓(株) / 協同乳業(株) (合計11社)
飲料・デザート類事業 	<ul style="list-style-type: none"> ● 飲料 (牛乳類、果汁飲料等) ● ヨーグルト、デザート類 	雪印メグミルク(株) / ハケ岳乳業(株) / (株)エスアイシステム / いばらく乳業(株) / みちのくミルク(株) / 三和流通産業(株) / 協同乳業(株) (合計7社)
飼料・種苗事業 	<ul style="list-style-type: none"> ● 牛用飼料、 牧草・飼料作物種子 ● 野菜種子等 	雪印種苗(株) / 道東飼料(株) (合計2社)
その他事業 	<ul style="list-style-type: none"> ● 不動産賃貸 ● 共同配送センター事業等 	雪印メグミルク(株) / (株)フレスコ / (株)雪印パーラー / (株)YBS / (株)エスアイシステム / ニチラク機械(株) / (株)ロイヤルファーム / (株)RFベンケル牧場 / (株)RF青森牧場 / 三和流通産業(株) / 直販配送(株) / 北網運輸(株) / 日本ポート産業(株) / 日本乳品貿易(株) / (株)アミノアップ化学 (合計15社)

事業別売上構成(連結)



財務ハイライト

「雪印メグミルクグループ中期経営計画(2014年度～2016年度)」に基づき、需要の拡大と競争力の強化に取り組む、チーズやヨーグルトなどの主力商品の拡売、生産性の向上によるローコストオペレーションの実現、ならびに販売価格の見直しによるコストアップへの対応等により収益性向上に努めました。特に、機能性表示食品制度を活用し当社保有の乳酸菌「ガセリ菌SP株」の訴求に重点的に取り組み、ヨーグルトの売上が大きく伸びました。そのほか、デザート売上が好調に推移したこともあり、製品

構成が改善され、飲料・デザート類セグメントの黒字化を実現いたしました。

その結果、2016年3月期の連結売上高は5,783億円(前期比105.2%)、連結営業利益は140億円(前期比149.3%)と増収増益となりました。また、阿見工場に生産移管を終えた旧関西チーズ工場および旧横浜チーズ工場の跡地を売却したことによる固定資産売却益の計上などにより、親会社株主に帰属する当期純利益は150億円(前期比382.7%)となり、大幅な増益となりました。

経営成績

(億円、%)

	2015年 3月期	2016年 3月期	増減額	前期比
売上高	5,498	5,783	+285	105.2
営業利益	93	140	+46	149.3
経常利益	104	142	+37	136.2
当期純利益*	39	150	+111	382.7

* 親会社株主に帰属する当期純利益

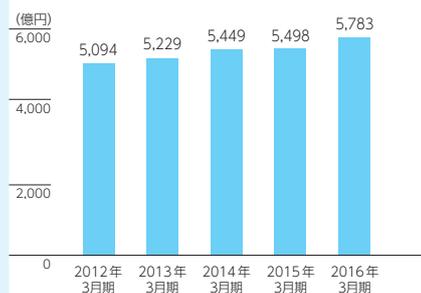
セグメント(事業)別情報

(億円、%)

	乳製品		飲料・デザート類		飼料・種苗		その他	
	実績	前期比	実績	前期比	実績	前期比	実績	前期比
売上高	2,269	106.5	2,694	105.4	459	96.8	360	106.7
営業利益	94	101.6	22	+	8	78.3	13	218.6

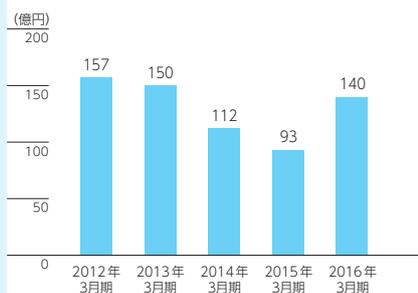
成長性

売上高



収益性

営業利益

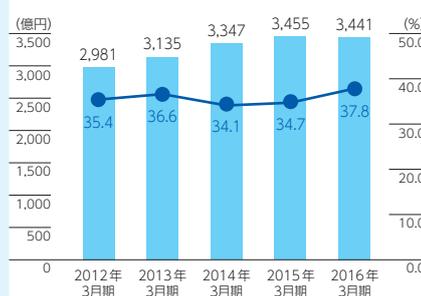


売上高営業利益率



効率性/安全性

総資産/自己資本比率



■ 総資産 ● 自己資本比率

自己資本当期純利益率 (ROE) / 総資産当期純利益率 (ROA)



● 自己資本当期純利益率 (ROE) ● 総資産当期純利益率 (ROA)

ネットDEレシオ (有利子負債-現預金) / 自己資本



「未来は、ミルクの中にある。」 私たちは、幸福な会社へと 向かっていきます。

慶應義塾大学大学院、前野隆司教授は、システムデザイン・マネジメント研究科委員長であり、「倫理学」から「幸福学」についての研究にも携わられています。その前野教授と西尾社長が、企業人にとっての幸福とは何か、について対談しました。

西尾 当社では、2000年の「雪印乳業食中毒事件」、2002年の「雪印食品牛肉偽装事件」を決して風化させず、食に携わる企業人としての倫理観、使命感を再確認し共有化することを目的に、毎年1月と6月に「食の責任を強く認識し、果たしていくことを誓う日」の活動を継続してきました。現在は、社員の半数以上が事件を経験していない世代であり、この活動の重要性は高まっていると考えています。これまでも、コンプライアンス経営やリスクマネジメントといったいわゆる予防倫理について専門家の方々からお話を伺ってきましたが、先日、前野先生からは、志向倫理について講演していただきました。社員からは「前向きになれた」「希望を持って進むことが大事だ」といった声が寄せられています。

前野 講演の中で、3人ごとのグループになってディスカッションをするコーナーを設けましたが、非常に活気がありました。倫理教育に熱心

に取り組んできた良い会社なのだと感じました。倫理学とは、「何をすべきか」「何をすべきではないか」という学問です。ですから、隠蔽すべきではない、汚職をすべきではない、ということも倫理ですが、会社や世の中をより良くすべきだということも倫理なのです。悪くなった人を教育するだけではなく、普通の人、あるいは志の高い人を、より志の高い人にしていきましょうというのが志向倫理です。予防医学やポジティブ心理学のように、ポジティブな面にスポットライトを当てることで、より良い理想的な世界を築きましょうという大きな流れが、いろいろな学問で起きています。私は「志の倫理」と呼んでいますが、志向倫理もその中の一つだと言えます。

西尾 企業においても、志向倫理によって全体のレベルを上げることで、ポジティブな気持ちになり、自己実現や成長といった企業人の幸せの実現につながるということですね。ところで先生の著書「幸せのメカニズム」の中には、地位財と非地位財というお話が出てきますね。

前野 地位財とは、お金や物や名誉のように、他人と比較することのできる財のことです。これは企業活動の重要な基盤となるものですが、これによって得られるのは短期的な幸せに過ぎません。長期的な幸せは、自分の周囲の環境、健康といった身体要因、精神的な心の要因といった、非地位財から得られるものなのです。





雪印メグミルク株式会社
代表取締役社長

西尾 啓治

慶應義塾大学大学院
システムデザイン・マネジメント研究科
研究科委員長・教授 博士(工学)

前野 隆司 氏

自分の夢と会社の夢が
一致している人は幸せですね。(前野)

私は、企業の夢は、
企業理念にあると思っています。(西尾)

西尾 おなじく「幸せのメカニズム」には「幸せの4つの因子」が出てきます。第1が「やってみよう!」因子ですね。これは、成長に対するモチベーションや夢、理念の共有といった、自分の中の因子ということですか。

前野 自分がやっていることと、将来の夢の方向性が一致している人は幸せなのです。会社員なら、自分の夢と会社の夢が一致している人は幸せですね。

西尾 私は、企業の夢は、企業理念にあると思っています。企業理念が自分の夢と一致すると、仕事をしていて幸せだということですね。

前野 その通りだと思います。

西尾 私は、企業人として行き詰まったとき、戻るべき原点は企業理念にあると思います。ですから、機会があるたびに企業理念の話をしています。当社は、企業理念として3つの使命を掲げています。「消費者重視経営の実践」、これはお客様や消費者です。「酪農生産への貢献」、これは酪農家です。「乳(ミルク)にこだわる」、これは我々、乳業者の姿勢です。私たち乳業者の使命は、起点となる酪農家と消費されるお客様を

結ぶことです。ミルクのサプライチェーンの真ん中に位置して、それを取り巻く人の健康や幸福に貢献していきます。私はこの企業理念は素晴らしいものだと思っていますし、コーポレートスローガンの「未来は、ミルクの中にある。」も私の好きな言葉です。しかし、皆が私と同じように理解してほしいと考えているわけではありません。開発、生産、営業、酪農、いろいろな仕事をしている人がいて、それぞれの業務や立場で、自分が果たすべきミッションはなんだろうと考えることが大事だと考えています。

前野 先日の講演では、「未来は、ミルクの中にある。」ということをグループで話し合ってもらいました。生き生きしている方も、ちょっと戸惑っている方もいらっしゃいましたが、自分の言葉で話し合っ、気づいていくことが重要なのです。皆で話し合っていくことで、皆が企業理念でワクワクしている会社になると思います。

西尾 モチベーションが内発的であるということも大事だと思っています。上司の指示が行き過ぎると、部下の内発性は損なわれていきます。権限委譲をすることが大事なのですが、優秀なマネージャーほど、「これを達成するにはこうすれば絶対うまくいく、だからこの通りやりなさい」、と指示してしまいます。そこが悩ましいところなのです。

前野 私は幸せな企業の研究もしていますが、上手くいっているのは中小企業が多いです。中小企業は、社長の思いが全員に伝わりやすいのです。権限移譲が行なわれることで、皆が自発的に工夫をするようになります。大企業だからこそ、マネージャーも部下も、全員が工夫をする余地のある会社になれるよう、頑張っていたきたいと思います。

当社は人材の多様性の確保を 大事な政策の一つにあげています。(西尾)

**幸福もイノベーションも、
多様な人がいる方が起きやすいのです。(前野)**

西尾 次に、第2の「ありがとう!」因子、つながりと感謝の因子について教えてください。

前野 感謝をする人は幸せなのです。感謝されることも嬉しいのですが、いろいろなことに感謝する人は、じつは幸せなのです。酪農家さんがいて、消費者の皆さんがいて、社会の中で生かされてありがとう。あるいは、社員の方から見て、上司の方々ありがとう。ありがとうから信頼関係ができます。信頼関係ができると、人々のために尽くそうという気になりますね。感謝と信頼、利他や愛は全部つながっています。感謝を育んでいくことが、幸せのためには重要なのです。

西尾 人のためになることで、幸せを感じるということですね。先生は幸福とは、つながりの量ではなくて多様性だともおっしゃっています。

前野 これはうちの学生の研究なのですが、

友人や知人の数が多いことよりも、多様な知人がいる方が幸せなのです。企業の中でも非常に重要なことです。縦割り組織の中で、同じ部署の人とだけ接するのではなく、生産部門と販売部門の人が交流したり、消費者や酪農家の人たちと交流したりすることが大事だと思います。相互理解をすることで、企業理念の理解も広がります。

西尾 当社は人材の多様性の確保を大事な施策の一つにあげています。なぜかという、当社には、赤ちゃんからお年寄りまで、すべてのライフステージに対する商品がありますし、消費者も多様化しているので、一人の頭では解決策が出せなくなっているからです。ですから得意分野も、バックグラウンドも、ライフスタイルも違う多様な人たちが、たくさんのアイデアを出してアプローチすることが重要だと思っています。これまで私どもは、どちらかというと男性中心の社会でしたが、女性、シニア、外国人社員などと一緒になって、多様性を活かしていくことが命題になっています。

前野 幸福だけではなく、イノベーションも多様な人がいる方が起きやすいことがわかっていますから、これは重要な取組みだと思います。

行動する楽観主義が大切なのですね。(西尾)

**楽観的になると全体が見えて、
大きな判断ができます。(前野)**

西尾 それから3番目の「なんとかなる!」因子、前向きと楽観の因子についてもご説明いただけますか。



前野 楽観的で、前向きで、自己受容している人が幸せなのです。楽観性にもいろいろありますが、根拠のない楽観ということではなく、やることはきちんとやったから、あとは大丈夫だという自信のある楽観です。

西尾 単にリラックスすることではなく、行動する楽観主義が大切なのですね。

前野 もう一つは、自己受容です。自分のことを、いいところも悪いところも含めて受容していること。これは、企業も、人も同じです。失敗もあったし、辛い経験もあったけれど、うちの会社は、それをバネに教訓を得て、頑張っているじゃないか、そういう風に考えられる人は、幸せになれるのです。あの時は上手くいかなかったけれど、次は上手くいくという考え方です。

西尾 そうすると、自分の思いが現実になるということですね。

前野 ポジティブになると心がオープンになるので、情報を広く捉えられるのです。悲観的な気分の中には、物事の細かいことが気になるという研究もあります。楽観的になると全体が見えて、大きな判断ができます。

一人ひとりの主体性と同時に、チームワークを求めていきたい。(西尾)

それは、幸せな社員づくりになっていると思います。(前野)

西尾 4つ目の因子、「あなたらしく!」、マイペースという因子ですが、これについても少し。

前野 人の目を気にしない傾向のある人は、幸福度が高い傾向があります。人の目を気にするのは、人と比較する、つまり地位財型の幸せを求めてしまうということです。一方、非地位財の豊かな幸せを自分らしく見ている人は、幸福度が高いのです。自分らしくやっていますから、自分らしい夢が見つかるでしょうし、多様な友達と付き合っていると、人生も面白くなってきますよね。

西尾 私は、一人ひとりの行動様式が多様で主体性が強いことと同時に、企業としては最終的にチームワークを求めていきたいと、常々話しています。

前野 素晴らしいですね。主体性とチーム



前野 隆司 氏プロフィール

- 1984年 東京工業大学工学部機械工学科卒業
- 1986年 東京工業大学理工学研究科機械工学専攻修士課程修了
- 同年 キヤノン株式会社入社
- 1990年-1992年 カリフォルニア大学パークレー校Visiting Industrial Fellow
- 1993年 博士(工学)学位取得(東京工業大学)
- 1995年 慶應義塾大学理工学部専任講師、同助教授、同教授を経て2008年よりシステムデザイン・マネジメント研究科教授
- 2001年 ハーバード大学Visiting Professor
- 2011年 4月より慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科委員長

ワークの両方を上げることで、仕事のできる社員づくりと同時に、幸せな社員づくりになっていると思います。幸せな社員は、パフォーマンスが高い、創造性が高い、欠勤率が低い、病気になりにくい、離職率も低い、他人の仕事を手伝うといった利他性も高いことがわかっています。

西尾 本日は、倫理学、幸福学そして幸せの4つの因子の基本についてお話しいただきましたが、やはり企業は、つまるところ人なのですね。私は、人が幸福に働くことが、成長の源泉だと思っています。私たちは、事件を風化させず、次世代にしっかりと伝えていくという予防倫理の部分を押さえながら、より高い目標を持ち、より社会に貢献し、より社員が幸せになっていくための志向倫理を加え、企業経営に当たっていききたいと思います。

前野 予防倫理と志向倫理は、両輪だと思います。予防倫理にしっかり取り組みながら、それと同じくらいの力を入れて、元気の出る志向倫理を進めるのが、理想的な倫理教育であり、幸せな社員づくりなのだと思います。まさに、幸せな会社づくりを進められているのですね。

西尾 はい、それに向けて進んでいます。

今日は、ありがとうございました。