

「システム開発×BPO」の独自モデルでDXを推進

— 社会課題解決と企業成長を両立させるパラドクス経営 —



《主な取組》



ダットジャパン株式会社

設立：1986年4月
従業員数：319名
代表取締役社長：佐脇由宏

〒060-0063
札幌市中央区南3条西5丁目1番1
ノルベサ5階
<https://www.datt.co.jp/>



「システム開発」と「BPO(ビジネスプロセスアウトソーシング)」を主軸事業としているダットジャパン株式会社。最大の特徴は、この2事業の「一気通貫」スタイルにより実現した企業課題解決型のDX推進モデル、そして挑戦する社員を支える「社員ファースト」による働きがいある職場づくりです。確かな成果を生み出している同社の取組を、代表取締役社長の佐脇由宏氏とマーケティングマネージャーの新田航氏に伺いました。

原点は「挑戦」マインドと「社員ファースト」

弊社がSDGsの取組を本格化させた根底には、経営陣が創業当時からブレずに育んできた「挑戦」の企業文化と、挑戦する社員を大切にする「社員ファースト」の理念があります。80年代のパソコン黎明期に、パソコン用ソフトウェア開発からスタートした弊社は、その後建設テックの走りとなるパッケージソフトウェア開発と建設DXへの参入、異業種であるBPO事業への進出、コールセンター向けAIチャットボットを開発し導入するなど、時代の先駆けとなる取組に挑み、挑戦する社員を組織で支える企業文化を醸成してきました。

変化が激しく、時に過酷な労働環境が課題となりやすいITやBPOの業界において、持続可能な組織をつくるためには、社員が安心して成長できる環境づくりが不可欠です。そのため、労働環境の改善や福利厚生の充実に徹底して向き合い、「働きがいも、経済成長も」を実現する基盤を整えた歴史があります。

そして、SDGs経営を推進したきっかけは、「私たちのビジネスモデルが社会課題の解決に直結している」という気付きでした。弊社の核である「システム開発」と「BPO」を内製化し、顧客の課題解決をワンストップで行うスタイルは、クライアント企業のDXを成功させる強力な武器となります。社内の環境整備(体制面)と、事業を通じた顧客の業務変革(事業面)という2つの軸が、SDGsの目指す持続可能な社会の実現と合致していたため、自然な流れで「札幌SDGs先進企業認証制度」への挑戦につながりました。

独自のビジネスモデルが社会課題の解決につながる

弊社のSDGsの取組は、独自のビジネスモデルによる顧客のDXへの貢献と、最先端技術を用いた社内体制の整備に大別されます。

最大の強みは、冒頭で触れた「システム開発×BPO」を2軸事業としているからこそ可能となる「トータルでのDX推進」のビジネスモデルだと自負しています。一般的なIT企業のように「システムを構築する」、あるいはBPO企業のように「請け負った作業を代行する」だけでなく、弊社はその両方を自社内で完結させています。クライアント企業の業務を紐解き、システムの構築だけでなく、現場運用(BPO)までを弊社で引き受けて並走することで、形骸化しない「業務フロー自体の変革」を実現しています。BPOの現場で出てくる課題や悩みをわかっているからこそ「本当に使いやすいシステム」が作れますし、システムが内製できるからこそ「効率的なBPO体制」をすぐに構築できます。この相乗効果が弊社最大の強みであり、クライアント企業をサポートすることが社会課題の解決にもつながっています。

さらに社内体制の整備として、BPOや開発の現場における生産性を向上させるため、生成AIの活用を全社で推奨しています。セキュリティ基準を満たした安全なアカウントを会社負担で契約することで、誰でも安全に生成AIを使える環境を整えました。それにより、社員に「AIを恐れるのではなく、業務を効率化し、より付加価値の高いクリエイティブな時間を生み出す相棒として使いこなそう」という前向きな変化を生むことができました。

また、弊社は「IT×地域活性化」をキーワードとした事業展開を推進しています。事業運営においては、地域経済への波及効果を重視し、サプライチェーンの構築にあたっては道内事業者を積極的に活用しています。さらに、札幌市および北海道を拠点とするIP保有企業として、道内企業や個人クリエイターとの連携・協業を多数実施し、地域資源を活用した新たな価値創出にも取り組んでいます。

SDGsが生み出した、社内外の確かな成果

挑戦する社員を大切に「社員ファースト」の姿勢と、システム開発からBPOまでを一貫して手がけるビジネスモデルは、社内外において確かな実を結んでいます。

社内における最大の成果は、業界平均を大きく下回る圧倒的な離職率の低さです。働きがいのある会社であることは、求職者に選んでいただく際の強力なフックにもなっていると感じます。「札幌市ワーク・ライフ・バランスplus企業」認証、「北海道働き方改革推進企業ゴールド」「えるぼし(2段階目)」認定などを受けたことで、より説得力を持ってアピールできています。

社外における成果としては、北海道旅客鉄道株式会社(JR北海道)、清水建設株式会社、東芝グループといったナショナルクライアントと10年～20年に及ぶ長きにわたったお取引をいただいています。

また、業務の効率化によって生まれた時間や心理的ゆとりは、社員のワクワクを刺激するエンタメ・クリエイティブ領域の挑戦にも向けられています。90年代に弊社が制作したゲーム「エアホッケー」や「ラミィの大冒険」の復活、北海道テレビ放送株式会社(HTB)の「onちゃん」とのコラボレーションなど、新たな事業が展開されています。

成長の好循環が組織を強くする

弊社では、社内の強力な「資格取得支援制度」により、社員が自発的にリスキリングに励む文化が定着しています。仕事に必要な資格や学びたい専門知識を取得する費用は、会社が全面的にバックアップします。

社員の「学びたい、成長したい」という意欲に対し、年齢や職種を問わず会社が投資してくれているという実感が、組織全体のエンゲージメント向上となり、さらには業務を改善する提案も生まれるという好循環につながっています。

こうして個々人が身につけた知識や新たな視点は、日々の業務を通じて、お客様へ提供するサービスの品質向上や新たな価値創造へと確実に還元されています。社員の成長が会社の成長を牽引し、その成果がまた次の投資へとつながるサイクルが、私たちの強みです。

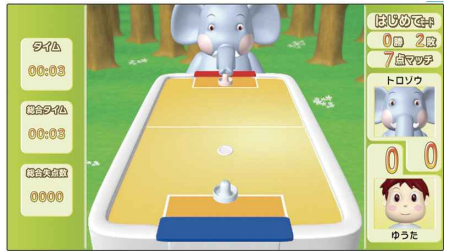
「パラドクスを成長に」、矛盾を恐れず挑戦する

弊社の昨今の大きな動きとして、フィリピンを拠点とした人材教育があります。フィリピンは発展途上の段階にありますが、IT化が急速に進んでおり、平均年齢が低くエネルギーに満ち溢れています。一方、日本は高齢化が進み、IT人材が不足しています。そこで、フィリピンの若く優秀なIT人材を日本市場とつなぐことで日本の社会課題を解決し、逆にフィリピンに日本のIT技術を還元することで現地の発展を底上げする。そうした双方の課題解決を目指して事業を進めています。現在は一定期間ごとにお互いに技術者を送り合い、人的資源の交流を実施しています。

また、現在の重点戦略は、社内IT人材の育成によるシステム開発力の強化です。IT業界では、人材の採用コストの高騰が課題のひとつです。そこで、外部からの採用だけに頼るのではなく、社内人材の育成やフィリピンとの連携により、コストを抑えながらエンジニア組織の拡充に注力しています。

私たちは「社会課題の解決」と「企業の成長」は決して相反するものではないと考えています。社会の困りごとをビジネスで解決していく、それを実直に進めていけば、会社も必ず成長できるという確信があります。弊社には「パラドクスを成長に」というミッションがあります。「社会課題の解決」と「企業の成長」のように、一見矛盾しているように思えることを恐れず、「それらを高次元で両立させて共に成長しよう」という強い決意が込められています。

私たちは札幌に本社を置きながら、北は岩見沢、南は九州・延岡まで全国にBPO拠点を展開しています。それぞれの地域において、その土地のクライアント様をリードしながら「IT×地域活性化」のモデルを実践し、持続可能な地域社会をつくっていききたい。メンバーの挑戦とITの力を掛け合わせ、これからも社会課題の解決に挑み続けます。



自社IPゲーム「エアホッケー」のゲーム画面。2024年の復活時には懐かしむ声が多く寄せられた。



日本とフィリピンをつなぐ人材育成プロジェクト。フィリピン現地での技術交流を通じて、両国の発展と持続可能な成長の実現を目指している。



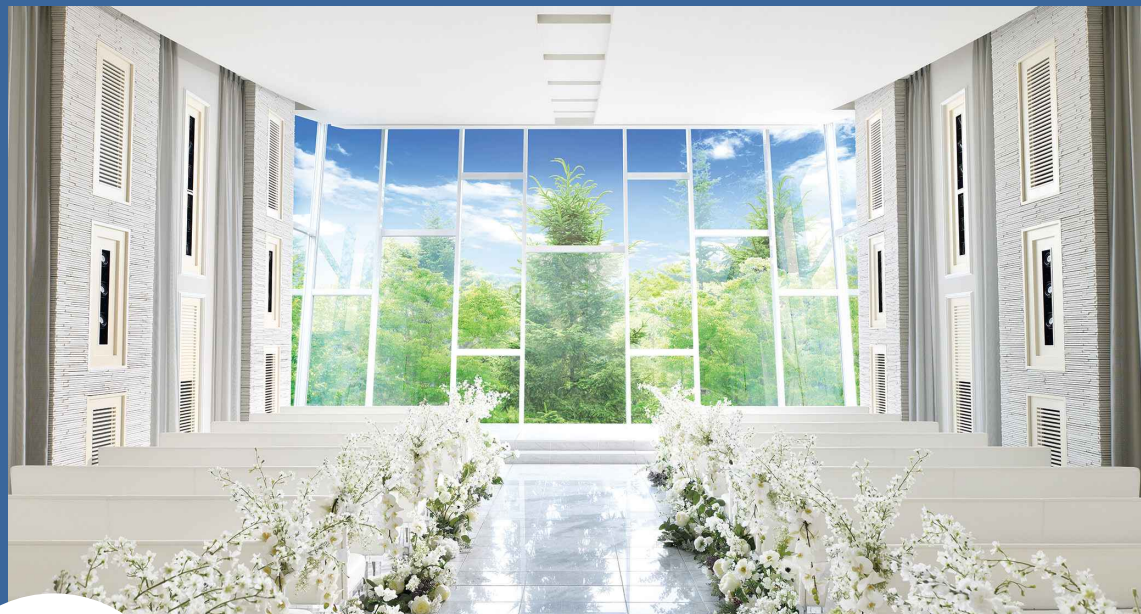
「パラドクスを成長に」を掲げ、社会課題の解決と企業成長の両立について語る代表取締役社長の佐脇氏。システム開発×BPOによる独自のDXモデルで、持続可能な社会づくりに挑戦している。



マーケティング責任者としてブランド戦略を推進する新田氏。SDGs認証取得や情報発信を通じて、ダットジャパンの価値向上に取り組んでいる。

幸せもめぐる。だから、幸せをつくる。

「日本一幸せをつくる」会社が挑む、共創のSDGs経営



《主な取組》



株式会社 テイクアンドギヴ・ニーズ NEEDS札幌 by T&G WEDDING

設立：1998年10月
従業員数：1,447名(全社)
代表取締役社長：岩瀬賢治

(本社)
〒140-0002
東京都品川区東品川二丁目3番12号
シーフォートスクエア Tennozu Bay Tower 17階
(NEEDS札幌 by T&G WEDDING)
〒064-0942
札幌市中央区伏見4-1-13
<https://www.tgn.co.jp/>



日本に「ハウスウェディング」という新しい市場を創出し、現在ではホテルやレストラン、コンサルティング事業まで幅広く手掛ける株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ(以下T&G)。札幌市内では、結婚式場「NEEDS札幌by T&G WEDDING」を運営しています。「ホスピタリティ業界のリーディングカンパニー」を目指す同社ならではのSDGs経営の歩みについて、サステナビリティ推進室長の金井友香里氏に伺いました。

「幸せの循環」を目指して挑むサステナビリティ

私たちのサステナビリティの推進は、右も左もわからない状態からのスタートでした。サステナビリティ推進室が新設されて室長に就任し、「自ら学び、外部とつながりながらかたににずるしかない」という状況の中、まずは活動の軸として「マテリアリティ策定」「コンセプト策定」「行動指針決定」「継続的な社外リリース」の4つを定めました。

最初に、マテリアリティ=重要課題として、「環境負荷軽減」「業界人材のwell-beingの実現」「地域貢献」を柱に据えました。これらを定めたことで、我々が「取り組むべきこと」を明確化したのです。そして生まれたコンセプトが「幸せもめぐる。だから、幸せをつくる。」です。環境資源の循環はもちろんですが、日本で一番多くの結婚式のサポートをしている会社だからこそ、「幸せがつながり、めぐる」サイクルに取り組む意味があると考えたのです。これらに加え、「身近なことからやってみよう」「つながりから広げよう」「イノベーション・共創・コレクティブインパクト」という行動指針を定めました。

また、どんなに良い取組をしても発信しなければ誰にも知っていただけません。そこで、たとえ些細な取組であっても「必ず月に3本のリリースやお知らせを出し続ける」と決め、外部への発信を徹底してきました。大切なのは、とにかく続けること。地道な発信を重ねるうちに社外からの認知が広まり、結果として「お客様に聞かれたときに答えられるように」と、自然と社内にも意識が浸透していくという好循環が生まれたのです。

T&Gが追求する「持続可能なウェディング」

ウェディング事業は、ドレスや装飾品など多くの資源を消費する産業です。だからこそ私たちは、単に環境負荷を軽減するだけでなく、そこに「新しい価値」を生み出すことにこだわっています。

廃棄予定のドレスを組み合わせた「アップサイクルドレス」や、結婚式場の装花で染め上げた「ボタニカル・グイドレス」はその一例です。「まだ綺麗なのに捨てるのはもったいない」という現場の声から生まれたこれらのドレスは、一点一点が手作りでできています。お客様には「世界に一つだけ」という希少性とデザインの美しさで選んでいただいています。単なる再利用ではなく、より価値あるものへ。それが、T&Gらしさだと考えています。

一方、well-beingに関しては、女性比率が高いという企業特性に合わせ、自分に合った支援を選択できる制度「Femself BOX」を導入しました。オンラインビルや卵子凍結の費用補助など、ライフプランとキャリアを両立できる環境を整えています。

導入にあたっては、コストがかかる上にセンシティブな内容でもあるため議論を重ね、最終的には社員がパフォーマンスを最大限発揮する環境を整えるには、抛り所となる制度が必要だと考えて導入しました。また、「支援制度があっても使えない」という状態を防ぐため、制度内容をわかりやすくまとめた特設サイトや、チャットで気軽に問い合わせできる社内窓口など、仕組みづくりにもこだわりました。

この他にも、LGBTQ+への支援や障がい者雇用の推進、結婚式では地産地消の食材を使ったメニューで地域活性化を進めるなど、幅広い取組をしています。

認証取得を機に加速した、地域や学生との「共創」

SDGsの活動に取り組む中で得た最大の成果、それは社外の方との「共創」です。「札幌SDGs先進企業」の認証を受けて多くのつながりが生まれましたが、特に大きなインパクトがあったのは、学生の皆さんから取材を受けたことです。T&Gの取組を深く分析し、熱い想いで書かれたその記事は、活動を紹介する最高のツールとして活用しています。

さらに素晴らしい連鎖は続きます。学生取材記事の発表会の場があり、同じく取材を受けていた北海道コカ・コーラボトリング株式会社のご担当者様と出会いました。このご縁から、国際女性デーのイベント「HAPPY WOMAN FESTA 2026 HOKKAIDO」へ登壇し、T&Gのwell-beingの取組についてご紹介する機会につながったのです。

全国でも、同様に「共創」の輪が広がっています。横浜市SDGs認証制度「Y-SDGs」の上位区分「Superior(スーペリア)」取得、関西大学との連携、さらには大阪・関西万博の関連イベントへの参加など、SDGsへの取組が、想像もなかった機会を生み出し続けています。

T&Gは現在、全国に約60の結婚式場を展開しています。各地域とのつながりを大切にしている背景には「お世話になっている地域に還元したい」という強い想いがあります。還元できる方法を探るために、まずは私たちが地域のコミュニティに深く参画し、つながりを持つ。常に「どうしたら地域の一員として、仲間に入れてもらえるのか?」という目線を忘れず、日々のアクションを続けています。

こうした行政や教育機関と連携した取組は、株主をはじめとする関係者の評価につながっています。「利益のため」に始めたわけではない取組でも、強い想いで続けた結果、会社のブランド価値向上などの実利につながっていると実感しています。

社員の声は組織がカタチに一築き上げた信頼関係

社内外へと浸透し始めたサステナビリティの意識ですが、私たちが何より大切にしているのは、「明るく、元気に、ポップに取り組む」ことです。サステナビリティ推進室が楽しそうに活動していると、自然と周囲が興味を持ってくれるようになり、部署の垣根を超えて仲間が増えていく。そんな幸福な循環が生まれました。

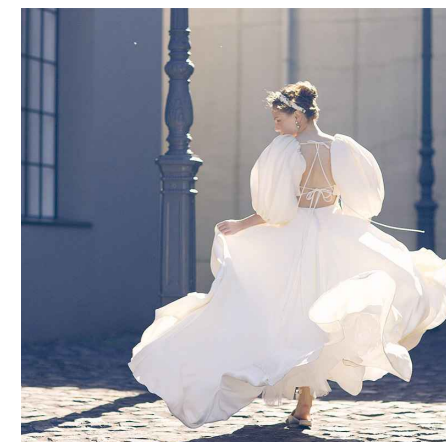
そうしていくうちに、今度は式場担当者から「これって再利用できませんか?」といった相談が寄せられるようになりました。そういった相談には回答するだけでなく、「提案として対応し、スピード感をもってかたちにし、発信する」ところまでをワンセットで進めています。例えば、コロナ禍で役目を終えたアクリルパーテーションをアップサイクルしてチャームを作ったり、結婚式で使用した造花約1,000本をイベント時のノベルティに再利用したり…これらは社員の提案により実現した取組です。一人ひとりの気付きや熱意を無駄にしない姿勢が、強い信頼関係の礎となっているのです。

地道な積み重ねの先にある「セレンディピティ」

私は東京を拠点にしていますが、「札幌SDGs先進企業」として札幌の地を訪れるたびに、いつも想像を超える素晴らしい出会いに恵まれています。私はそれを「セレンディピティ(偶然の幸福)」と呼ばれるような出来事だと思っています。「セレンディピティ」は、自ら行動し、発信を続けていくことでやってくるのではないのでしょうか。

SDGsの推進において、一瞬で状況が変わるようなことはありません。大切なのは、軸からブレずに真摯にコツコツと継続することです。その先にこそ、企業としての強固なブランド力や信頼がついてきます。

T&Gはこれからも「共創の輪」をさらに広げ、札幌で築き上げた行政や地域との素晴らしい連携を、全国の拠点へと広げていきたいと考えています。コンセプトである「幸せもめぐる。だから、幸せをつくる。」という言葉のように、自らの行動の先に未来がめぐるのだと信じ、私たちは動き続けます。



アップサイクルドレス。「デザイン性」と「一点物の希少性」で人気のドレスだ。



札幌商工会議所付属専門学校の学生による取材を受ける様子。学生取材をきっかけに、たくさんの共創の輪が広がっている。



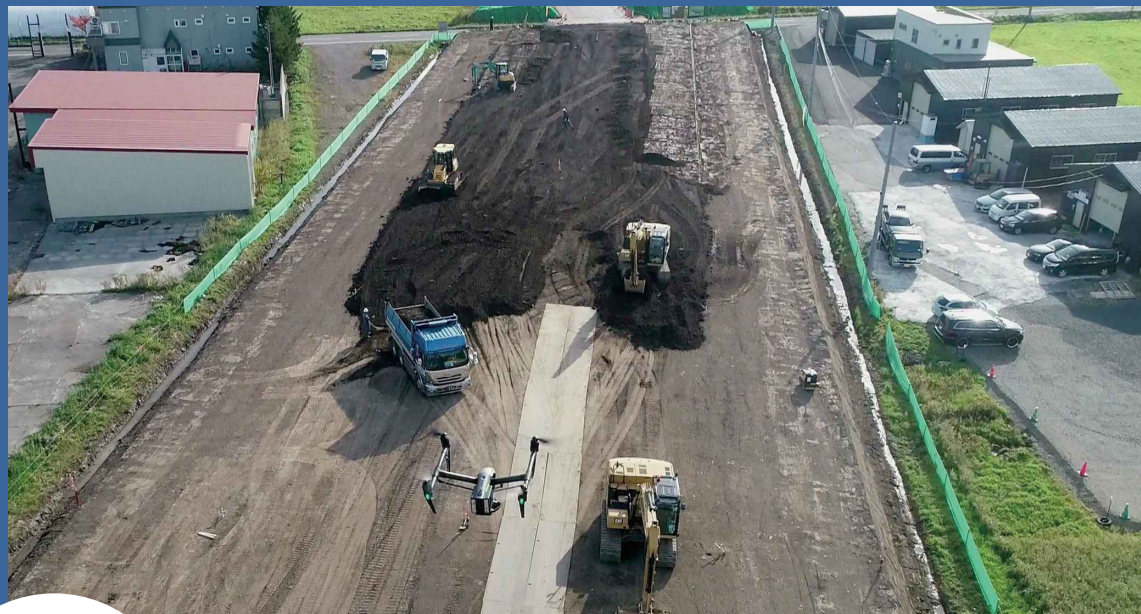
アクリルパーテーションをアップサイクルしたチャーム。社員へ配布したところ、大好評を博した。



サステナビリティ推進室長の金井氏。「自ら行動し続けることで『セレンディピティ』はやってくる」と語る。

「全社員の幸福」から始まる未来

— 週休3日制とDXで紡ぐ、これからの土木と地域の守り方 —



人と地域を技術でつなぐ
北土建設株式会社
Hokudo Construction Co., Ltd.

《主な取組》



北土建設株式会社

設立：1954年2月
従業員数：73名
代表取締役社長：砂田英俊

〒064-0810
札幌市中央区南10条西14丁目1番18号
<http://www.hokudo-c.co.jp/>



北 土建設株式会社は、1954年の創業以来、建築部門を持たずに「土木一本」で札幌市を中心とした道内のインフラを支え続けてきました。道路や河川、上下水道といった「地域の当たり前」を守り続ける同社が、なぜ今SDGsに注力し、業界に先駆けた働き方改革を推進しているのか。営業部部長の滝本浩靖氏に、その歩みと想いを伺いました。

「全社員の幸福」を追う先で見つけた共通言語SDGs

弊社がSDGs宣言をしたのは2021年ですが、主な取組として掲げている「快適で働きやすい職場づくり」はそれ以前から継続して行っていたものでした。その根底にあるのは、私たちが大切にしている経営理念の一つ「全社員の幸福を追求する」という強い想いです。「社員が充実感を持って幸せに過ごせることこそが、最も重要である」という会社の姿勢を具現化するため、時代に合わせた職場づくりを模索していました。

当時は世間一般にSDGsという言葉が広まり始めた時期で、最初は「何か難しい国際目標が始まったな」と身構えていたのが本音です。しかし、その内容を深く読み解いていくと、私たちがこれまで経営理念のもとで実践してきた職場づくりや地域貢献と、本質的に通じる部分が非常に多いことに気付いたのです。それならば、自社のこれまでの取組を世間の皆様に広く知っていただくための共通言語としてSDGsを活用しようと考え、宣言に至りました。

中小企業がSDGs経営を推進したいと思っても、大企業のように次々と新しい取組を行うのは難しい面もあります。特に建設業界は深刻な人手不足の影響もあり、SDGsに対して「どう取り組めばいいのかわからない」と足踏みされている同業他社様も多い印象です。弊社はSDGs宣言や「札幌SDGs先進企業認証制度」への申請という機会を通じて、「今まで行ってきた取組はSDGsにつながっていたんだ」と気付くことができました。まずは既に行っている取組を整理するところから始めてみるのも、SDGs経営を推進するきっかけのひとつになるかもしれません。

冬の「週休3日制」とプロの「建設ディレクター」

弊社の特徴的な取組のひとつが、2017年から導入している「冬期間の週休3日制」です。北海道の土木現場は春先から年内にかけてが繁忙期となり、雪が降る1月から4月は落ち着くという、地域特有の事情があります。この季節特性を生かし、現場で働く従業員を対象に、冬期間の金・土・日を休みとする週休3日制を実施しています。外部の方にお話するとインパクトがあるようで驚かれることもありますが、現場の状況に合わせて柔軟に働けるようメリハリをつけることを意識すれば、実はそれほど難しい制度ではありません。

また、全社的にDXに向けた取組も進めています。現場ではドローンや自動制御の建設機械を用いた「ICT施工」を推進し、作業時間や人員の削減、生産性向上を実現しました。ICT

施工は外注する場合も多いのですが、弊社では2019年より内製化を始めています。これにより、社内に知識・経験を蓄積し、自分たちで工夫を施しながら、スピード感を持って作業を進めることができるようになりました。

バックオフィスでは、情報の迅速な共有を目指し、2024年よりグループウェアを導入しました。そのデータ連携を生かし、現場の書類作成業務をサポートする「建設ディレクター」を配置しています。建設ディレクターは一般的に「女性や業界経験のない人でも活躍できる」として広まった職種です。しかし弊社では、「現場の負担軽減」が最優先事項であると考え、あえて現場所長も経験している中堅男性従業員を最初の建設ディレクターに抜擢しました。現場の苦労や業務を熟知したプロが後方支援に回ることで、現場担当者の負担が大幅に軽減され、労働時間の短縮を実現したのです。現在は女性もこの業務で活躍しており、今後は高齢となった社員や多様な人材が活躍できるポジションとしても発展させていきたいと考えています。

さらに環境面への配慮として、新しく建て替えた本社社屋の屋上に太陽光パネルを設置したほか、2014年からは石狩市に弊社所有の太陽光発電所を運営しています。東日本大震災後のエネルギー転換期に着手したこのエネルギー事業も、弊社の先進的なSDGsへの取組の一役を担っています。

「若者が離れない会社」へ—採用と信頼の実績

「働きやすい職場づくり」への取組の結果、目に見える成果として現れているのが「若手の定着」です。弊社は全従業員のうち20代以下が約31%を占めており、3年目までの離職率が低いことの客観的な証明として、厚生労働省の「ユースエール認定」も取得しています。また、インターンシップや会社見学を通じて入社前後のギャップを減らす仕組みづくりも行っており、若手の定着につながっていると感じます。

ただ、建設業の人気低迷や大学の土木系学科の定員割れは非常に深刻な問題です。弊社に入社してほしいのはもちろんですが、業界全体の人気を底上げしていかなければならないという危機感があります。弊社の取組やポジティブな変化を発信することで、建設業界の人手不足に少しでも貢献できればと思っています。

「納得感」と「プライド」を醸成するために

上述した「冬期間の週休3日制」を導入した当初、冬も現場に出る従業員からは「不公平だ」という声もありました。しかし、制度を数年続けていくうちに、「長い目で見れば必ず自分も恩恵にあずかれる」という納得感が社内に浸透しました。今では不満の声はほとんどなく、むしろ「会社が自分たちを大切にしてくれている」という安心感へと変化しています。

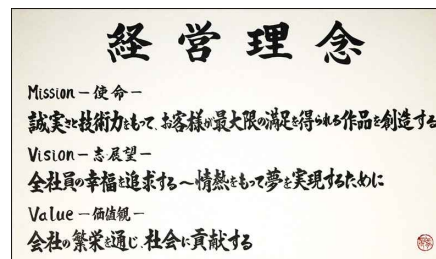
また、若手が増えたことで社内の空気も大きく変わりました。明るく風通しの良い、伸び伸びとした雰囲気になったのを感じます。弊社では、若手従業員にも現場代理人などの責任ある仕事を任せる方針をとっています。早い段階から「自分が地域の安全を守っている」という醍醐味を感じることで、プライドとやりがいを持って仕事に取り組んでほしいと考えているためです。今年4月にはユニフォームを若手従業員が主体となって考案したものに一新するなど、「若手の声」を反映する組織づくりも積極的に行っています。現場の若い従業員たちが「SDGs」という言葉をどこまで意識しているかは分かりませんが、会社が働き方に対して様々な取組をしていることは、十分に感じながら働いてくれていると思います。

働きやすさの先へ—挑み成長できる「憧れの職場」

これまで、社員を大切にしたいという想いから「働きやすい環境づくり」に最優先に取り組んできました。しかし、それはただ単に「休みが多くて楽だな」と思ってもらうためではなく、社員一人ひとりが意欲を持って成長できる職場環境を整えるためです。

重要なのは、制度の整備をゴールにするのではなく、仕事への情熱をサポートするための仕掛けにすることです。休むときはしっかり休み、現場では「よし、やってやるぞ」と意欲を持って働ける—そんなメリハリがあり、やりがいを感じられる環境づくりを目指して、日々試行錯誤を重ねています。

我々の仕事は、社会インフラを支える「地域の守り手」として、非常に社会貢献性の高い仕事です。この仕事をもっと「かっこよく、憧れられる職種」にしていきたい。私自身、この会社で新卒から25年歩んできましたが、今の若い世代が「この会社で働く意味」をしっかりと感じ、誇りを胸に伸び伸びと成長していける環境を、これからも実直につくり続けていきます。



書家若山象風さんの書いた経営理念(本社社屋1階に掲示)。働きやすい職場づくりは、Vision「全社員の幸福を追求する〜情熱をもって夢を実現するために」をまさに体現している。



20代を中心とした若手従業員主体でデザインや仕様を検討し、2026年4月より着用されている新ユニフォーム。機能性だけでなく、シルエットやカラーにもこだわって作成した。



フリーアドレスで開放的な土木部オフィスの様子。中央モニターには、リアルタイムで現場の動画が流れる。



お話を伺った営業部部長の滝本氏。北土建設一筋25年、社員の「働きやすい環境づくり」を進めている。

「スマイルで暮らせる北海道」を目指して

— 飲料ビジネスの枠を超え、北海道の課題解決に邁進するどさんこ企業の挑戦 —



《主な取組》



北海道コカ・コーラボトリング 株式会社

設立：1963年1月
従業員数：237名(グループ1,168名)
代表取締役社長：酒寄正太

〒004-8588
札幌市清田区清田1条1丁目2番1号
<https://www.hokkaido.ccbco.jp/>



世 界的ブランドである「コカ・コーラ」製品を扱う総合飲料メーカーでありながら、「どさんこ企業」としての強い誇りと責任感を持つ北海道コカ・コーラボトリング株式会社。創業時から一貫して「北海道の課題」を解決することを大切にしています。時代とともに変化する社会課題と向き合い、現在も多岐にわたる取組を行う同社の活動について、広報・サステナビリティ推進課課長の松岡絵里香氏に伺いました。

SDGsが生まれる前から続く「どさんこ企業」のDNA

弊社は1989年より「北の大地とともに」というスローガンを掲げ、それを基にサステナビリティビジョンを策定しました。このビジョンでは、人々にさわやかさと潤いを届ける「どさんこ総合飲料メーカー」として、道民の皆様とともに「スマイルで暮らせる北海道」を目指すことを掲げています。私たちは、飲料ビジネスを通じて、地域社会の課題を解決することを経営の中核に据えています。

ビジョンの根底にあるのは、1963年の創業以来培ってきた「北海道に根ざした企業でありたい」という強い想いです。当時はSDGsという概念こそなかったものの、地域の清掃活動や福祉施設への製品寄付など、地元の皆様からのご要望に愚直に応え続けてきた歴史が、現在の確かな礎となっています。

そして今、私たちの伝統である地域貢献を一步進め、課題解決に「新たな付加価値」を掛け合わせることで、ビジネスモデルそのものをサステナブルにシフトしていく挑戦を加速させています。

弊社は外資系企業と間違えられることもありますが、北海道で創業した「どさんこ企業」であり、事業エリアも北海道に限定されています。だからこそ、北海道の課題は巡り巡って我々の事業につながっているのです。例えば、北海道に住む方々が心身ともに健康でなければ嗜好品としての飲料は手に取っていただけませんし、水質汚染が起これば製品自体が作れなくなってしまいます。「北海道民の課題」を解決することへの強いこだわりは、私たちの生存戦略そのものでもあるのです。

北海道の課題に、環境・社会・経済の3軸で挑む

弊社のサステナビリティ戦略は、「環境・社会・経済」の3つの軸において多角的に展開されています。

一例を挙げると、環境分野では「北海道e-水プロジェクト」を推進しています。これは北海道独自の取組で、「い・ろ・は・す」の売上の一部を、道内の水資源保護に取り組む団体等に寄付しています。また、製品を製造する際に使用している水は札幌市清田区の白旗山(しらばたやま)を水源としています。この環境を守り、豊かな水を育むために、白旗山への植樹・育樹を行う「森づくり」も長年継続しています。

社会分野では、「寄付型自動販売機」を積極的に展開しています。これは自動販売機の売上の一部を様々なNPO法人や支援団体に寄付する仕組みですが、購入者や通りがかった方に「地域が抱える課題そのものを認識していただく」という啓発の狙いもあります。現在

では60以上の団体へ寄付を行っており、設置数は2,000台を超えました。かつては「24時間いつでも冷たい飲み物が買える」ことが自動販売機の絶対的な強みでしたが、今はコンビニなどの台頭もあり、その優位性は変化しています。自動販売機に「社会貢献」という付加価値を持たせられないか、と模索した結果始まった取組です。

経済分野の特徴的な取組としては、弊社のノウハウやリソースを生かし、北海道の深刻な課題である「広大な土地ゆえの輸送効率の悪さ」や「人手不足」に対する解決策を提案しています。具体的には、飲料を納品した後に帰ってくる「戻り便(空きトラック)」を活用し、他社の製品を混載して運ぶ「共同配送」の実施です。これにより、パートナー企業様の物流コスト削減とCO₂排出量の低減を同時に実現しています。広大な北海道だからこそその移動の「無駄」を「価値」に変えるこの仕組みは、地域物流を維持する持続可能なモデルとなっています。さらには、グループ会社である北海道サービス株式会社の技術員が券売機や食品クーラー等の修理・保守を代行する「機器メンテナンス事業」なども行っています。全道27拠点のネットワークをフルに生かし、地域に根差した課題解決のためのサポートを行っているのです。

社会貢献をビジネスに昇華させる

一連のSDGs活動を推進して得た最大の成果は、これまで「コスト(ボランティア活動)」と捉えられがちだった社会貢献を、弊社の強みを生かした「ビジネス(経済活動)」へ昇華させた点にあります。

共同配送の取組は、弊社にとっては輸送効率の向上、連携企業様にとっては物流コストとCO₂排出量の削減という、双方にメリットを生む仕組みとなりました。また機器メンテナンス事業も、人手不足に悩む地方(稚内や釧路など)の事業者様から非常に高い評価をいただいています。

これらの取組は、営業面にも変化を起こしています。他社から「SDGsに取り組みたいがノウハウがない」「何から始めればいいのか分からない」という相談が営業部門を中心に挙がってくるようになり、「北海道コカ・コーラグループと一緒に何かを始めたい」というパートナーシップのご要望へとつながっています。価格や条件交渉だけに頼らない、企業間の強固な信頼関係を築くための強力な営業ツール、そして地域を巻き込むプラットフォームとして、弊社のSDGsが機能し始めていますと実感しています。

単なる飲料のサプライヤーではなく、地域の未来を共に創る「パートナー」として選んでいただける。この関係性の変化こそが、激しい市場競争のなかで私たちが持続的に成長していくための最大の原動力です。

「自分事化」が生み出す、組織のポジティブな変化

社内への浸透プロセスにおいて、我々が最も大切にしているのが「自分事化(当事者意識)」です。「自分の行動が社会のどこにつながっているのか」を実感できるよう、社員自ら学び・体感できる機会を創出しています。

また、様々な会議や集会の場で、SDGsに関する概念やビジョンを繰り返し発信するとともに、2024年に開設した社内SNS「カンパイスクエア」を活用しています。各拠点でのユニークな取組がリアルタイムで共有され、双方向のコミュニケーションや刺激が生まれるなど、意識の変化は着実に広がっています。

この意識の変化は、現場からの意見としても顕著に現れています。前述した機器メンテナンスの取組は、実は現場で働く従業員から挙げた「自分たちが培った技術があれば、地域の様々な機器トラブルも解決できるのではないか」というアイデアがきっかけでした。社員一人ひとりが「自分たちに何ができるのか」を主体的に考え、フラットに意見を言い合える風土が、今まさに醸成されていると感じます。

みんなが「スマイルで暮らせる北海道」を目指して

これまで積み重ねてきた環境への取組は、弊社の大きな強みであると自負しています。今後はこの基盤を広げつつ、サステナビリティビジョンに掲げる「みんながスマイルで暮らせる北海道」の実現に向けて、北海道で生きる“みんな(すべての人々)”に一層焦点を当てたアプローチを推進します。地域に暮らす“みんな”の安心を守る「防災」の分野や、弊社としてまだ取組の浅い「DEI(多様性・公平性・包括性)」の領域をさらに強化していきたいと考えています。

こうした広範な課題に対し、弊社単独で生み出せるインパクトには限界があります。だからこそ、札幌市をはじめとする全道各地の自治体や多様な企業と連携し、地域全体でSDGsに取り組む輪を大きく広げていくこと。そこにこそ、地場企業としての私たちの存在意義と責任があると確信しています。

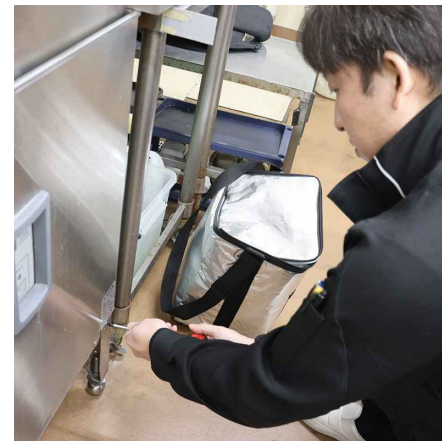
他業種の先進企業様が持つノウハウを共有いただけるのも、ビジネスを越えた「地域を良くしたい」という共通の“志”があるからこそです。私たちはその知見を積極的に吸収しながら、飲料ビジネスの枠を大きく超え、北海道の社会課題の解決に向けてこれからも情熱をもって挑み続けます。



寄付型自動販売機(画像はピンクリボン活動支援自動販売機)。消費者も簡単に社会課題解決に参加することができる取組だ。



グループ会社である幸楽輸送株式会社の飲料配送トラック。ドライバーの労働時間の規制に起因するいわゆる「2024年問題」解決のために、共同配送を行っている。



技術職従業員が他社の依頼で冷蔵庫を修理。自社で蓄えているリソースを生かし、社会の困りごとを解決している。



お話を伺った広報・サステナビリティ推進課課長の松岡氏。社員を巻き込み、会社全体でSDGsへの取組を進めている。

環境を調べることは、未来を守ること

—調査と分析で切り拓く平和への道—



《主な取組》



野外科学株式会社

設立：1971年5月
従業員数：73名
代表取締役社長：高岡伸一

〒065-0043
札幌市東区苗穂町12丁目2番39号
<https://yagai.co.jp/>



野 外科学株式会社は、地質・水文・測量・気象雪氷など、「環境」に関する幅広い分野で事業を展開する「自然環境と社会環境の総合コンサルタント」です。その最大の特徴は調査から分析までを一貫して行う事業体制にあります。「社員が家族に誇れる仕事」と「未来の環境創造」を目指し邁進する、代表取締役社長の高岡伸一氏にお話を伺いました。

「環境調査×SDGs」で実現する持続可能な組織づくり

私が社内に対し、SDGsに取り組むことを最初に宣言したのは、2018年の代表就任時の所信表明・方針説明のときでした。会社が利益を追求するだけでは、社員が本当の意味で仕事に誇りを持つことが難しいのではないかと考えたからです。私は元々環境技術者だったためSDGsのことはある程度理解していましたが、当時の社内では認知されていませんでした。そして私自身も宣言はしたものの、社員に取り組んでもらうためにはどこから手を付ければよいのか分かりませんでした。

セミナーなどに参加してSDGs経営について勉強する中、弊社で導入していた「ISO14001（環境マネジメントシステム）」の考えがSDGsの理念と通じるものであると気がきました。弊社が掲げている「品質環境方針」にも合致すること、ISO最新版への移行時期と重なっていたこともあり、ISOに取り込むことがベストと考え、SDGsの取組をスタートさせました。弊社の生業である環境調査そのものが持続可能な社会づくりに直結していることから、業務とSDGsを紐付けることで、常に社会的責任を果たすことができると考えたのです。

SDGsに取り組むもう一つの理由として、深刻な人材不足による採用の苦労と若手社員の低い定着率という課題がありました。そこで、学校教育でSDGsを学んでいる若い世代に向けて、ホームページやSNSで取組を発信し、企業のブランディングを強化しました。このことは、外向きのPRだけではなく、社内コミュニケーションの活性化や帰属意識の向上にもつながり、会社の存続と人材の定着を両立させる持続可能な組織づくりに役立っています。

業務に浸透するSDGsの理念とベトナムへの先行投資

弊社では、SDGsの理念を単なるスローガンに終わらせず、日々の業務プロセスに落とし込むために「業務とSDGsの紐付け」という独自の仕組みを構築しています。受託したすべての案件で「業務計画書」を作成するのですが、その際、業務がSDGsのどのゴールに貢献しているか、各担当者が考えて明記することを必須としました。例えば、この案件は安全な現場環境を提供するから「ゴール8（働きがいも経済成長も）」が紐付くというように、本業がSDGsに貢献していることを可視化しています。SDGsの取組を社内に浸透させるのは難しいことですが、業務との紐付けにより常に意識することができると考えています。

環境に携わる企業として、オフィスや分析センターにおけるエネルギー使用量の見直しや、再生可能エネルギーの調達による温室効果ガス排出量の削減も段階的に進めています。段階を踏むことで着実に続けることの大切さを社内に浸透させ、外部にも継続的な取組としてPRをすることができています。

現在は「ペロブスカイト太陽電池」に着目しています。これまでの太陽光パネルとは違い、日本国内に豊富な埋蔵量があるヨウ素が主原料で、薄くて軽いため、建物の壁面やガラス窓にも設置が可能で、従来の太陽光パネルに比べて場所を選ばず、省スペースで活用ができます。現時点ではコストや耐久性に課題がありますが、実用化が進めば次世代の環境問題解決の象徴として導入したいという構想をもっています。

また、2019年にはベトナムに子会社「シーズ」を設立しました。ベトナムは経済発展の裏で公害問題に直面しつつあるため、これまで培ってきた環境調査と分析の技術を提供し、世界の環境保全に微力ながら貢献したいと思っています。現地スタッフは2名おりますが、現段階ではビジネスとして成り立っているわけではありません。しかし、将来的な環境調査・分析のニーズ拡大を見据えた、文字通り「種（シーズ）」としての先行投資であり、人材や技術を海外へ広げる挑戦の場となっています。

現場を知り尽くした環境のプロが読む、時代の一步先

弊社は環境調査から化学分析までを一貫して行っています。他社にはできない環境諸課題の追究や解決への迅速かつ的確なアドバイスが可能であるため、年間450～500に及ぶ民間企業・コンサルタント会社などと取引があり、高いリピート率と確固たる業績の安定を実現しています。

また、ストックホルム条約の期限を見据えた有害物質の分析や、近年注目されているPFAS（有機フッ素化合物）問題、将来的には太陽光パネルの大量廃棄問題など、常に「次なる社会課題」に焦点を当て、競争優位性を保ち続けています。法律や規制が施行されてから動くのではなく、数年前からニュースや国の政策、世界の潮流を読んで先手を打つことが大切です。私が現場の技術者だった時代から、アスベスト（石綿）の法改正や、古い橋梁の長寿命化に伴う塗膜調査（鉛・PCB）の需要を的確に捉えてきました。それが私たちの最大の強みである「ワンストップの総合力」と「SDGsを軸とした時代の先読み」を掛け合わせて成果を上げる秘訣なのです。

しかし、特定の調査分析需要が一巡すると、案件が途切れてしまい、結果として自社売上の減少に直結するという構造的な課題も抱えています。今後は生産年齢人口減少による人手不足がより顕著になるため、デジタル技術やAIの活用をしなければ競争に勝つことはできません。目先の案件創出にとどまらず、将来の市場動向や私たち自身の次を見据えた動きが必要になると考えています。

SDGsを次のフェーズへ進めるための新たなる挑戦

業務とSDGsを紐付けする仕組みにより、社員のSDGsに対する認知は着実に広がっていると感じます。私は次のステップとして、「自分の仕事を子どもに説明できるようになろう」と社員に呼びかけています。今の子どもたちは学校でSDGsの勉強をしていますから、大人よりよく知っています。日々の調査・分析がどのように社会の安全や環境保全に役立っているのか、自信をもって子どもたちに説明ができるようになれば、SDGsの取組が定着したといえると思っています。

一方で、業務計画書の作成の中で行っている事業とSDGsの紐付けは、毎年繰り返す行う継続業務が多いため、形骸化に陥りやすいという壁にも直面しています。これを打破し、社員が自発的に「次に何が社会の課題になるか」を考えて提案できる組織にするため、新たに「技術管理課」を立ち上げました。これまで各現場に分散していたISOやSDGsの管理機能をこの部署に集約し、新しい活用方法や浸透策を模索しています。私のトップダウン的な「宣言」から始まったSDGsの取組は、新設した部署のリーダーが引き継ぎ、SDGs経営を息づかせるフェーズに突入したと言えます。

社は「 $P=n\sum_{i=0}^n li$ 」の理念が平和な未来を切り拓く

社は創業者が創り、今日まで受け継いできたものです。この社是が表しているのは、「Σ」、人が交流すれば、それは大きな力になるという意味です。「P」は単なるPower（力）だけではなく、Public Responsibility（社会的責任）やProfit（利益）を表しており、最終的にはPeace（人類の平和）へとつながっていく、という想いが込められています。

この想いは海を越え、ミャンマー北部の公立大学であるマンダレー大学への重金属分析機器の寄贈や技術者の現地派遣、上述したベトナムの子会社「シーズ」の設立につながっています。今後は、より本格的に海外展開をしていきたいと考えています。私たちの取組が現地の環境保全の一端を担い、さらに技術者のやりがいにもなれば、それは弊社にとって一番の「利益」であるといえます。

国内の人口減少を見据え、デジタル技術やAIという新しいテクノロジーへの適応も急務ではありますが、目先の利益に捉われず大きな時代の流れを読みながら、人と技術の可能性を信じて国内外に種をまき、未来を切り拓いていくことが私たちの使命です。



処分の法的期限が迫るPCB（ポリ塩化ビフェニル）分析の様子。シーリング材や塗料など、あらゆる容器の分析に対応している。



土壌汚染調査（ボーリング）の様子。法律で義務付けられた調査だけでなく、不動産取引や鑑定評価を目的とした依頼にも対応している。



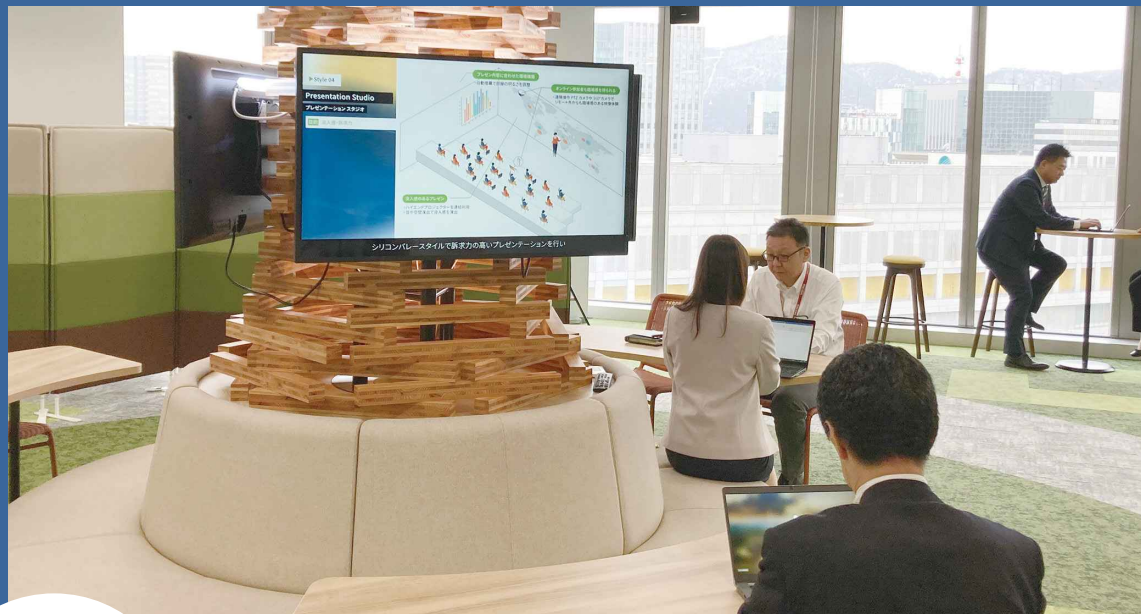
ベトナムのホーチミン市工科大学バイオマスラボ設備利用協定締結の様子。同国の環境問題を解決すべく、「シーズ」を設立し研究を進めている。



代表取締役社長の高岡氏。技術者時代の苦労を交えながら、未来の環境について語る。

地域に密着し、持続可能な社会の実現へ

— お客様に寄り添い、ともに企業価値の向上を目指す —



RICOH

《主な取組》



リコージャパン株式会社 北海道支社

設立：1959年5月
従業員数：523名（北海道支社在籍）
支社長：国松豊

〒060-0807
札幌市北区北7条西2-8-1 札幌北ビル
https://www.ricoh.co.jp/sales/
branch/hokkaido/



リコージャパン株式会社は、創業の精神である三愛精神「人を楽し、国を楽し、勤めを楽しむ」を原点に、お客様の経営課題・業務課題の解決や企業価値の向上と、社会課題解決への貢献を目指す、リコーグループの国内販売会社です。「地域密着」でビジネスを展開する北海道支社の、事業戦略部部長畑中祐記氏と顧客づくり推進グループ高谷まゆ子氏にお話を伺いました。

「自分事」として語る—事業とSDGs/ESGの同軸化

私たちのSDGs推進は、リコージャパン全体の方針である「事業とSDGs/ESGの同軸化」を踏まえ、北海道支社における「現場の理解がまだ十分ではない」という課題意識から始まりました。

「同軸化」とは、SDGsの理念をビジネスと切り離すのではなく、自分たちが課題解決に取り組んだ実践経験をお客様と共有し、価値提供につなげていく考え方です。私たちはこのマインドを支社に浸透させるため、職種や役職の垣根を越えて仲間を募りました。そうして集まった意欲の高いメンバーと共に「SDGs推進委員会」を立ち上げ、北海道支社の変革を担う「キーパーソン」と位置づけて活動をスタートさせました。

そんな私たちキーパーソンの活動から、最初に生まれた具体的な成果が「コミュニケーションbook」です。これは営業担当者がお客様との対話で活用する独自の冊子です。「唐突にSDGsの話は切り出しにくい」という現場の声に応え、自然な流れで自社の事業や取組を紹介できるよう工夫しました。

リコージャパン全体には公式の「サステナビリティレポート」がありますが、北海道支社のメンバーが地域の取組を「自分事」として捉え、各自の言葉で親しみやすく語れるようにした点が大きな特徴です。この一冊が、私たちが全社方針である「同軸化」へと踏み出す第一歩となりました。

SDGsを本業の武器に—実利をもたらす3つの事業

私たちは、SDGsへの取組を本業の強みとして生かし、実利につながる活動を展開しています。具体的には、お客様のサステナブル経営を導く3つの核となる取組を行っています。

一つ目は「サステナ見える化ツール（チェックシート）」の活用です。具体性が見つけにくいSDGsを、将来的な財務価値に直結するESG＝「E（環境）・S（社会）・G（ガバナンス）」に置き換えて課題を可視化します。ESGの方が身近に捉えられるというお客様が多く、チェックシート形式の診断結果をグラフで視覚的に把握することで、課題発見と最善の解決策の検討に役に立っています。

二つ目は、体感型LiveOffice「ViCreA（ヴィクレア）」です。ViCreAは、私たちが実際に働くオフィスで、オフィス環境などを体感・見学できるツアーを行っています。デジタルソリュー

ションやオフィスレイアウト、災害への備えなどを総合的にご紹介しています。全8コースのうち「SDGsコース」では、お客様と「SDGsとは何か」という認識を共有した上で、具体的な課題解決に向けた提案を行っています。

三つ目は、脱炭素経営に関心がある企業を対象とした「カーボンニュートラル倶楽部」の運営です。登録無料の会員制で、ウェビナーでの事例共有や弊社リサイクルセンターの見学、CO₂排出量見える化への伴走などを展開しています。現在、建設業や製造業を中心に道内の企業約200社にご参加いただいており、地域一体となって脱炭素に取り組み、持続可能な社会づくりを推進しています。

リコージャパンが実践するサステナブル経営モデル

事業活動とサステナブル経営の同軸化の成果は、目に見える形で私たちの事業成長に寄与しています。

弊社は、従来オフィスプリンティング事業が中心でしたが、現在はICT事業へと売上の主軸を大きくシフトさせています。ペーパーレス化に伴い縮小するドキュメント事業の領域を、ICTによる環境・DXソリューションで補っています。特にICTを牽引しているのは、ESGの「G（ガバナンス）」の領域であるサイバーセキュリティの分野です。今、情報漏洩などの不祥事は、企業の存続に関わる重大なリスクになっています。「サステナ見える化ツール」でも、セキュリティ対策が不足している企業が多く確認されています。そのため、私たちが重点的に取り組んでいるセキュリティ対策の提案は、多くのお客様に求められており、新たなITビジネスを支える重要な分野の一つとなっています。

また、「E（環境）」の領域では、社内での取組として、リモートワークの徹底と契約書の電子化などを行うことで、これまでに19台の社用車を削減しました。これは業務効率化だけでなく、CO₂削減にもつながっています。その経験を「ViCreA」でご紹介することで、お客様に対してより説得力のある社内実践事例の提案が可能になりました。

地域貢献の面では、物流パートナーの協力のもと保育園・幼稚園等へ延べ720箱のダンボールを提供しました。この活動は新たな顧客開拓につながっています。

上下の力でSDGsを自走させる、組織の理想形

私たちキーパーソンが「SDGs/ESGを営業活動に組み込む」という役割を最大化させるため、組織内の配置には試行錯誤がありました。現在は、各営業部単位で役割と責任範囲を明確にしたフォーメーションを構築しています。これにより、ESGに対する知識が求められる商談へ同行する体制が整えられ、お客様の状況に合わせた臨機応変な提案が可能となりました。結果として、現場の営業担当者の意識や、お客様へ伝えるメッセージの熱量も着実に向上しています。

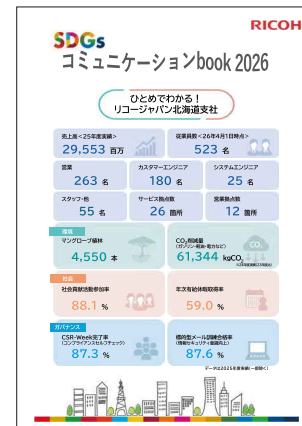
この「営業活動に組み込む」ことを社内へ浸透させるため、管理職を集めた勉強会を開催しました。「まずはリーダーである管理職が、自社の取組を自分の言葉と熱量で、社内実践事例を紹介しよう」という方針を共有。現在はボトムアップ（キーパーソン）とトップダウン（管理職）の二軸が相互に連動し、推進力につながっています。

この両軸からのアプローチは、各部署の自発的な行動も促し始めています。部門の壁を越えてサステナビリティの価値を共有し、互いにPRし合える土壌が着実に育っています。

地域密着の「エッセンシャルワーカー」として果たす使命

SDGsという言葉を前面に出しすぎると、「大企業の話だ」と他人事のように捉えてしまう企業様は少なくありません。しかし、私たちが提唱するのは、目の収益ではなく、5年後、10年後の生き残りや利益基盤を左右する「将来財務目標」の重要性です。本業の課題解決が、結果として社会課題の解決につながるという、健全かつ実利ある循環を地域に広げていくことが私たちの狙いです。

私たちの最大の強みは、「地域密着」にあります。広大な北海道全域を網羅し、お客様のすぐ近くで高品質なデジタルサービスや保守メンテナンスを提供すること。そして、サステナブル経営やDXへの道のりを継続的に伴走していくこと。その強い想いを込め、私たちは自らを地域の経営を支える「エッセンシャルワーカー」だと定義しています。全国に337拠点のネットワークを持つ私たちだからこそできる密なサポート体制を生かし、地域のお客様を支え抜くこと。それこそが、我々の大切な「使命」だと捉えています。



同社の取組がわかりやすく記載されている「コミュニケーションbook2026」。営業ツールとして活用されている。



マグネット面の壁に設置されている折り畳み式ヘルメットは、災害時の避難用。「実践事例」の一つとしてご紹介。



物流パートナーの協力のもと保育園や幼稚園、こども園に配送されたダンボールで遊ぶ子どもたちの様子。



事業戦略部部長の畑中氏（左）と顧客づくり推進グループの高谷氏（右）。「キーパーソン」としてSDGsを推進している。