

## 博報堂、サステナビリティ経営支援を本格化

「SDGs コーポレート価値創造プログラム」で企業価値と社会価値の同時実現を支援

株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：水島正幸、以下博報堂）の全社的プロジェクト「博報堂 SDGs プロジェクト」は、SDGs（Sustainable Development Goals）視点からのクライアント企業の経営支援を本格化します。本日より提供を開始する「SDGs コーポレート価値創造プログラム」を通じて、サステナビリティ経営の実現に向けたサポートを行ってまいります。

新型コロナウイルス感染拡大による経済・社会・生活のダメージからの速やかな復興と、コロナ後のよりよい社会構築に向けて、企業にはこれまで以上に経済や社会への貢献が求められています。今後も世の中に必要な企業であり続けるためにも、今こそ SDGs 視点を組み入れた新たな視座での経営変革を行うべき時であるといえます。

博報堂 SDGs プロジェクトは昨年の発足以来、SDGs に取り組むさまざまな企業の経営・マーケティングの支援を行ってまいりましたが、今期 2020 年度はさらに全社・グループ会社横断での取り組み体制を強化し、2030 年の SDGs をビジネス上の機会ととらえ、企業価値向上と社会価値創出の両立に意欲的な企業や、コロナ後のよりよい社会構築を目指す企業への支援を本格的に行ってまいります。

プロジェクトが提供する「SDGs コーポレート価値創造プログラム」とは、2017 年にリリースした「SDGs コーポレートプログラム」を原型とした進化版プログラムで、統合報告書の作成や IR・インナー支援等を主なメニューとしていた当初のプログラムから大幅に対応領域を拡張。これからの時代におけるそもそもの企業の存在意義・その企業らしいパーパスの規定から、SDGs 視点を取り入れた事業開発・マーケティング支援、生活者を巻き込みながらビジネス成果と社会的成果を同時に高めていく情報戦略推進、社会的インパクト評価に基づくマネジメント支援など、SDGs を経営や事業の背骨として実装するためのメニューを強化しました。

戦略立案だけでなく、事業開発、統合コミュニケーションまで、社会に実装し形にするまでのプロセスを一気通貫で対応できる内容となっています。

このプログラムの最大の特徴は、「企業と生活者の力を引き出し、サステナビリティ経営を形にする」というプログラム理念が示す通り、“生活者”を巻き込みながら進めていく点にあります。企業と生活者を課題解決のパートナーと位置づけ、企業が力を発揮するだけでなく、生活者の価値観や行動変容を引き出し、生活者とともに社会的成果と企業の競争力向上を追求していきます。企業視点と生活者視点を変革の両輪としてとらえサステナビリティ経営の実現を目指す、生活者発想を強みとする博報堂ならではのプログラムです。

博報堂 SDGs プロジェクトは、博報堂社内での研修を通じた SDGs 対応人材の増強と、新たなメニュー開発の両面から、今後もクライアント企業への SDGs 支援力を強化しつづけてまいります。

## SDGs コーポレート価値創造プログラム

企業と生活者の力を引き出し、サステナビリティ経営を形にする



### 【プログラム全体像】

SDGs を経営や事業の背骨として実装するために必要な取り組みを 6 段階のステップで整理し、それぞれのステップごとに多様なサポートメニューをご用意しています。企業のニーズや進捗状況に応じて最適なメニューをご提供いたします。

### Step1：SDGs の理解

多面的な視点から SDGs への理解を深め、サステナビリティ経営を推進する上でのポイントを知る

### Step2：自社の現状分析

企業評価、生活者評価、有識者評価などを通して自社の SDGs の推進状況や重点課題を明らかにする

### Step3：経営戦略・事業戦略への展開

未来・社会発想により独自のパーパスを規定し、事業活動へと結びつける仕組みを構築する

### Step4：事業開発・実装

社会的インパクトと経済的インパクトを同時に実現することのできる事業アクションを創出し、生活者をまきこみながら実装していく

### Step5：社内外へのコミュニケーション

アウターに向けたコミュニケーション計画を統合し、パーパスとつながりを持った一貫した文脈で情報発信を行う。同時に、社員への理解浸透を促すためのインナーコミュニケーションを推進する

### Step6：インパクト・マネジメント

個別アクションの成果を図る評価指標を独自に設定し、PDCA 推進の基盤を構築する

※“生活者を巻き込む”メニュー例：「サステナブル・マーケティング支援プログラム」

サステナブル購買（環境や社会に配慮した商品の選択・購入）に対する日本の生活者意識やインサイトを洞察し、サステナブル市場を拡大しながら販売へと結びつけるマーケティングを支援します。独自開発の「サステナブルな買い物クラスター」をはじめ、定量調査やオンラインの行動データを活用し、事業開発、商品開発、コミュニケーションプラン策定を推進します。

**【本件のご提供を想定している企業の部門】**

経営企画部門、サステナビリティ推進部門、ESG 推進部門、事業部門、開発部門、マーケティング部門、広報・IR 部門など

**【運営コアチーム】**

博報堂 SDGs プロジェクト

博報堂ブランド・イノベーションデザイン局

博報堂 PR 局

エッジ・インターナショナル

アシュトン・コンサルティング

**【博報堂 SDGs プロジェクト】**

SDGs の視点からクライアント企業のビジネスイノベーションを支援する全社的プロジェクト。マーケティング・ブランディング、PR、ビジネス開発、研究開発、クリエイティブなど、SDGs に関する経験と専門性を持つ社員で編成。次世代の経営のテーマとなる、企業の経済インパクトと社会的インパクトの統合に資するソリューション開発や経営支援、事業開発支援、マーケティング支援などを行います。