

新型コロナウイルス感染症中小・小規模企業緊急総合支援事業 取組事例報告書

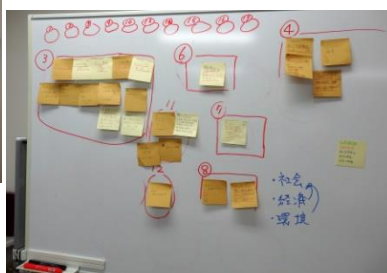
事業者情報	よみがな	ごうどうがいしゃあるす	所在エリア	札幌
	事業者名	合同会社アルス		
	業種	サービス業	従業員規模	13名
	事業概要	サ高住およびデイサービスを展開。「新しい生き方」、「助け合い」、「生き甲斐づくり」のコンセプトのもとに、充実した老後のスタイルを提供し、入居者の「老後の自立」を支援する場所を提供していることが特徴である。		
	活用施策	SDGs の活用		
支援期間	2021年9月22日~2021年12月24日	担当専門家	勝毛孝志	

取組事例	SDGs を活用したインターナル・マーケティング
取組概要	コロナ禍でサ高住やデイサービスの環境が厳しい中で、日々業務に取り組む社員の一体感を高めることで、厳しい状況を乗り切っていくことを目指した。

■写真・イラスト等



取組み内容の整理



ワークショップの風景

SDGs 宣言



■取組の経緯・背景

コロナ禍でサ高住やデイサービスの環境が厳しい中で社員が必死に業務に取り組む姿を見て、経営者は、社員とともにこの苦境をどう乗り切っていくか悩んでいた。

当社の業務は高齢者の健康・福祉に関わり、当社と異なる事業を展開する関連会社も健康を提供する点で共通していること、経営者がまちづくりや教育など社会貢献活動へ活発に取り組んでいること、創業から4代にわたり親から子への事業承継に成功していること、そして事業承継では人やモノだけでなく創業時から積み重ねられてきた「知的資産」を受け継いできたことなどがヒアリングで明らかになった。これらを整理すると、当たり前のように取り組んできたこと全てが、SDGsと関連性が深いものである、という結論に至った。

そこで、SDGsを中心とした企業活動をワークショップ形式で整理することで、当社を含むグループ全体に共通した価値観の再認識そして共有していくことで一体感の向上を目指した。

■取組内容（特徴・工夫・進捗など）

1. SDGsをインターナル・マーケティングのツールとして活用

企業がSDGsに取り組む目的としては、企業ブランディングの向上やステークホルダーとの関係性の向上など、外部との関係性向上に主眼を置いたものが多い。本支援では企業価値の再認識や社員の使命感、一体感の向上など企業内部における関係性向上、すなわちインターナル・マーケティングへの活用にも主眼を置いていることが特徴となる。

2. グループワークを活用した社員自らによる価値の発見

個々の社員が取り上げたSDGsにつながる取り組みをホワイトボードに貼り付けてグループワークによってまとめていった。これにより社員自らが共通の企業価値を発見していくことができた。

3. グループ全体の社員が参加

ワークショップはグループ企業全体から参加者を募った。一見して異なる企業活動をしている社員同士が共通の企業理念や価値観を発見・共有することを狙った。

4. 毎回異なる社員が参加

当初は同じ社員が参加する前提で全3回のワークショップを計画したが、業務の都合等で、各回異なるメンバーの参加となり、前回まとめた内容を写真で残して次回のワークショップへつなげていくこととした。その結果、前回の結果を引き継ぎつつ、新たな発想を取り入れるという好循環が生まれた。

5. 社員自らのSDGs宣言

ワークショップ終了後、参加者に「SDGs宣言」を記入してもらった。SDGs宣言は自らが実践できる身近な内容をテーマとすることで、一見とらえどころのないSDGsが身近なものであり、一人一人の活動が世の中に貢献できることを実感してもらうことを狙った。

■今後に向けて

今回の取り組みによって当社および関連会社の共通した企業価値を社員が共有できたと思われる。コロナ禍における厳しい環境を乗り切るだけでなく、コロナ収束後の企業の発展も期待される。

■支援の流れ

2021年9月 支援開始。業況のヒアリング。

2021年10月 課題の整理。SDGsの取り組みによる課題解決の提案

2021年12月 SDGsの概要・取り組みのガイダンス、グループワーク（1回目）

2021年12月 グループワーク（2回目）

2021年12月 グループワーク（3回目）、総括