

CSSO (Chief Sustainability & Supply Chain Officer) からのメッセージ



**実践を起点にレジリエントな
事業基盤を強化し、
社会インパクトと企業価値の
向上を追求します。**

執行役員常務
CSSO
* Sustainability & Supply Chain

山西 高志

私自身もCSSOとして、サプライヤーへのデータ提供の働きかけや支援といった地道な活動を通じて蓄積した実践知と、業種ごとの課題やバリューチェーン全体を俯瞰した当社ならではのナレッジを統合したAIを組み合わせることで、サプライチェーンマネジメントの強化に取り組みます。また、お客様への提供価値が社会価値に波及するプロセスの可視化にも挑戦し、非財務の活動を財務成果に結び付けることで、企業価値向上の新たなドライバーの確立を目指します。サステナビリティ領域における専門性を高めながら世界の潮流を踏まえた戦略立案に寄与するとともに、CSSO自らが実践者としてアクションを起こすことを重視し、インパクトの最大化を追求する考えです。

企業価値向上ロジックの解明

現在当社では、非財務の活動が企業価値向上にどのように貢献するかをデータで可視化し、因果関係を解明する財務・非財務分析プロジェクトが進行しています。財務経理、CRO*室、社内IT部門、事業部門など多様な部門から幹部が集結し、人事施策、デジタルツールの活用、お客様への向き合い方の変容といった非財務活動と財務指標を結び因果関係の解明と、仮説の高度化および検証に取り組んでいます。人事施策を起点とした非財務領域の施策が、社員の行動変容を促し、お客様への提供価値向上や受注拡大につながる可能性が、少しずつ明らかになっています。同プロジェクトの推進を通じてサステナビリティ経営の社内実践を加速すると同時に、そこから得た知見や洞察をお客様や社会と共有し、価値の共創にも取り組んでいきます。

* Chief Revenue Officer

マテリアリティと事業の統合

2023—2025年度中期経営計画（前中計）を振り返ると、サステナビリティを理念から実行へ移し、マテリアリティを事業そのものとして捉え直す転換期となりました。

マテリアリティの「必要不可欠な貢献分野」の推進は事業の注力領域への取り組みにほかならず、お客様への提供価値を含めた社会価値の創出がその成果であり、パーパス実現につながるという考えが社内の共有認識となりつつあることに、確かな手応えを感じています。

例えばサプライチェーン可視化の取り組みは、温室効果ガス排出量の削減、地球環境の保全という社会価値を創出するとともに、レジリエンスの強化を通じてリスクの低減、ひいては資本コストの低減に寄与します。また当社自身の取り組み

を通じて得たお客様や社会からの信頼は、事業継続性と競争優位性の向上につながります。さらに当社は、Uvanceをはじめとするサービスに自社実践から得た知見を反映することで、お客様への提供価値を高めています。

カスタマーゼロとしてAI-drivenを実践

経営ビジョン2035においても、社会課題の解決と企業価値向上の両立は重要なテーマです。2035年に向けて、信頼できるテクノロジーの提供を通じて成長を加速すべく、まず当社自らが「カスタマーゼロ」としてAIを自社の業務に実装し、そこで得た知見をお客様への提供価値に転換する方針を掲げています。これは単なる効率化やコスト削減ではなく、仕事のスピードと価値創出の質そのものを変革する挑戦です。