



育む



学ぶ

チャレンジ!

Corporate Responsibility & Sustainability

一人ひとりの「よく生きる」のために

live-well



くま

楽しむ



編集方針

私たちの想いを伝えるために

ベネッセコーポレーション(以下、ベネッセ)は
2009年10月に持株会社体制への移行が決定しています。

ベネッセではCSR(企業の社会的責任)を、
「人の向上意欲と課題解決を支援することで、お客さまや地域、
社会になくなくてはならない存在になること」と捉えています。
それは企業理念「Benesse=よく生きる」に込められた
私たちの決意でもあり、持株会社体制移行後も変わらぬものです。

そこで本レポートは、単体で発行するレポートの集大成として、
ベネッセの変わらぬ「決意」や「想い」に焦点を当て、
その実現に向けた各事業の決意や取り組み、
社員の想いをふんだんに掲載しています。

Webサイトでは、多様なステークホルダーの
興味・関心に応えるために、
冊子に記載していない情報も網羅し、
ベネッセのCSRの全体像を掲載しています。

参考ガイドライン

・GRI「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン第三版」
・環境省「環境報告ガイドライン(2007年版)」

対象期間

2008年度(2008年4月～2009年3月)

*一部2009年4月以降の活動も掲載しています。
組織・役職名などは、2009年4月1日現在のものを記載しています。

対象範囲

ベネッセコーポレーションおよびベネッセグループ会社
*本レポートでは一部「子会社」と記載しており、「会社法上の子会社」を示しています。

発行

2009年9月(毎年発行:前回発行2008年9月、次回発行2010年9月予定)

本レポートのお問い合わせ先

株式会社ベネッセコーポレーション 広報・IR部

tokyoir@mail.benesse.co.jp

CONTENTS

- 3 会長挨拶
- 4 トップメッセージ

特集 **ベネッセの決意。**
「これまで」も「これから」も
一人ひとりの向上意欲と
課題解決を支援する

- 8 教育事業 × 決意
- 12 生活事業 × 決意
- 14 介護事業 × 決意
- 16 語学事業 × 決意
- 18 4つの事業のおもな商品・サービス

CLOSE UP

- 20 財団を通じたユニークな社会貢献活動

「よく生きる」の実現のために
お客さま、地域、社会と
向き合っています

経営

- 26 コーポレートガバナンス
- 28 コンプライアンス

社会

- 30 お客さまとのコミュニケーション
- 32 多様な人財活用
- 34 働きやすい環境づくり
- 36 お取引先とのパートナーシップ
- 37 株主・投資家への責任
- 38 地域社会との共生

環境

- 40 環境活動のためのマネジメントシステム
- 42 事業の特性を活かした環境活動

- 44 第三者との対話

- 46 会社概要

- 47 財務・業績ハイライト

会長挨拶

すべては「よく生きる」の実現のために

社名の「Benesse(ベネッセ)」はラテン語からの造語で、「よく生きる」を意味します。私たちは「よく生きる」の実現に向けて、人の向上意欲と課題解決を支援するため、教育・語学・生活・介護の領域で事業を展開しています。そして、「自分や自分の家族がしてもらいたいサービスを提供する」「赤ちゃんからお年寄りまでの向上意欲を支援する」「年をとればとるほど幸せになれるサービスを提供する」——これらのメッセージを事業を通じて伝え続け、ステークホルダーの皆さまの信頼に応え、現在も将来も、社会や地域になくなくてはならない存在であることを目指しています。

昨秋アメリカから始まった金融恐慌は、これまで優良企業として日本経済を牽引してきた企業にさえも大きな影響を与え、各企業は将来への道を模索しています。ベネッセは流行を追わず不易な人の営みを事業の中心に置き、創業前の倒産経験から得た教訓をもとにビジネスモデルを確立してきたため、このような不況の中でも影響を受けずに業績を伸ばすことができました。私たちは今後もさらに成長し続けるために企業理念、ミッション、お客さまに伝えたいメッセージを首尾一貫させながら、事業活動を進めていきたいと思っています。加えて、時代の変化に対応し、新たな卓越したビジネスモデルの構築に挑戦していきたいと思っています。

また、ベネッセは、財団活動を中心に文化をベースとした地域振興の支援を行っています。私はすべての企業の活動、人の活動は「いい地域をつくるために」あるべきだと考えて

います。財団活動の中には、約20年にわたって手掛けてきた瀬戸内海・直島での「ベネッセアートサイト直島」と称するアート活動があります。過疎化と高齢化が進む人口3,500人ほどの島に年間30万人もの観光客が国内外から来るようになり、世界的にも注目されるようになりました。現代アートが日本の原風景、島の歴史や生活と融合し、笑顔が美しく、いきいきとした島のお年寄りたちが「Benesse=よく生きる」を体現しています。全国各地で地域を支援していくことによって、「個性と魅力ある地域の集合体としての日本」の役に立ちたいと考えます。

ベネッセはこれからも事業活動と地域づくりを通じて、世界でファン・シンパの最も多い、世界中からリスペクトされる企業を目指します。そのことがベネッセグループの企業価値をさらに高めていくことになると思います。

ベネッセグループを取り巻く環境は、これからも大きく変化すると思います。しかし、私たちはゆるぎない企業理念とこれまで培ってきたビジネスモデルや資産に加え、変革すべきところはスピードを持って対処し、どのような時代、どのような場所であってもステークホルダーの皆さまの「Benesse=よく生きる」を実現すべく、努力してまいります。皆さまのなご一層のご支援とご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

Benesse® = Bene + esse
(よく) (生きる)

- 理念・哲学**
 - よく生きる
 - 人を軸とする
 - ファン・シンパの最も多い会社になる
- 使命感**
 - 顧客や地域になくはならない会社
 - 世界で活躍できる人材を育てる会社
- 企業メッセージ**
 - 自分や自分の家族がしてもらいたいサービスを提供
 - 赤ちゃんからお年寄りまでの向上意欲を支援
 - 年をとればとるほど幸せになれるサービスを提供

WEBのみに掲載している項目

Webサイトでは、冊子の情報に加え、より詳細な情報および各種データを開示しています。

経営

- コーポレートガバナンス
ベネッセグループ経営方針
- コンプライアンス
ベネッセグループの共通実行項目

社会

- 多様な人財活用
目標管理/公募・青紙制度/
組織診断調査(GAMBA)/研修制度

- 働きやすい環境づくり
育児休職制度(詳細)/育児休職者への復職支援(詳細)/育児時間短縮勤務制度/
スーパーフレックス制度/
次世代育成支援認定マーク「くるみん」の取得/
介護支援/社内コミュニケーション
- お取引先とのパートナーシップ
契約に基づく仕事の徹底/目線はお客さまへ
- 株主・投資家への責任
投資家との対話(詳細)/IRツール(詳細)/
株主総会・株主説明会/SRI組み入れ状況
- 地域社会との共生
おやこみらいキャラバン/地域イベントへの参加/
企業スポーツ運営/しまじろう募金

環境

- 環境活動のためのマネジメントシステム
推進体制図/ISO認証取得状況
- 事業の特性を活かした環境活動
環境教育教材の制作/
ビデオテープ回収リサイクル/
環境配慮用紙の調達/
コピー使用量抑制の取り組み/
廃棄物の抑制、分別・リサイクルの推進/
オフィスでの省エネルギー活動/
オフィス排出紙のリサイクル/事業所での環境活動

*GRIガイドラインの対照項目は、各ページ上段に記載しています。なお、GRIガイドライン対照一覧表は、右記「Benesse Report 2009」Webサイトに掲載しています(2009年10月以降)。

<http://www.benesse-hd.co.jp/csr>

代表取締役会長 兼 CEO 福武 総一郎



持続可能な社会の実現に寄与することで お客さまや地域、社会に なくてはならない企業を目指します

ベネッセグループは、2007年度に策定した3ヵ年計画で、2010年度の売上高4,300億円、営業利益430億円の目標を掲げました。策定にあたっては、目標を達成することで「教育」「語学」「生活」「介護」4つの事業をさらに深化・拡大し、より一層「お客さまや地域、社会になくてはならない存在」でありたい、そんな決意を宣言しました。

また、社名であり企業理念でもある「Benesse=よく生きる」に込めた想いを実現するために、ベネッセならではの「本業を通じた課題解決の支援」、お客さまとの信頼関係の基本である「誠実で透明性・迅速性を重視した経営」、ベネッセの最大の資産である「志を持った人財への成長支援」、教育事業を通じた「環境問題への取り組み」、そして、瀬戸内海の直島を中心とした「文化・芸術による地域振興の支援活動」をCSR活動の柱としています。

2009年度は、世界中のお客さまからより一層信頼され、尊敬される企業となるべく、ベネッセグループをさらに成長させたいと考えています。

社会的課題を認識し、その解決のために

社会が抱えるさまざまな課題を認識し、その解決に向けた取り組みを進めていくことが企業に求められる社会的責任であると考え、ベネッセは新しいパブリックサービスの担い手として課題解決を支援し、一人ひとりの「Benesse=よく生きる」を実現したいと考えています。

教育事業においては、学力の二極化や学びへのモチベーションの低下が話題となる中、ベネッセはこれらの課題に着目し、次世代型の家庭学習のあり方について研究を行ってきました。その集大成として、2008年、従来の紙媒体の教材にWebを組み合わせた通信講座「進研ゼミ中学講座+I（プラスアイ）」を開講しました。学習効果を高めるのはもちろんのこと、子どもたちに学ぶことの楽しさや学習する意味、そして将来への「夢」や限らない「可能性」を追いかけたいと考えています。

これからますます高齢化が進行していく日本社会における介護事業については、業界自体がたくさんの課題を抱えています。ご入居者やご家族、そして介護する側の「Benesse=よく生きる」を追求するベネッセでは、2008年度に人事制度改革や研修制度を改善。介護スタッフの定着率の上昇は、ご入居者の安心や安全、介護技術の向上、業界全体の革新に結びつくと考え、引き続き「業界をリードする覚悟」で改革を推進してまいります。

そしてグローバル化社会においては、世界に通用するコミュニケーション力を持ち、リーダーシップを発揮できる人材を育成することも、ベネッセの重要な役割だと考えています。ビジネスシーンのみならず、小学校での英語必修化など、待ったなしで進む国際化に備え、2008年に130周年を迎えたグループ会社のベルリッツ・インターナショナルを核とし、世界で活躍できる人材を育ててまいります。

生活事業においては、女性の多様なライフスタイルや価値観の変化に応じて、2009年、通信販売と学びを融合した20~30代の働く女性向けの新サービス「ハビコレ」をスタート。晩婚化と自分磨きニーズを背景に、私たちは女性の「Benesse=よく生きる」を応援しています。

また、ベネッセでは、環境への負荷を減らすことにとどまらず、ベネッセだからこそできる「プラスの環境活動」として「環境教育」の実践に力を入れています。数百万人に達する進研ゼミ会員をはじめとする多くのお客さまに、環境に関する正しい情報を届け啓発することが、私たちらしい環境活動だと捉えています。2008年度からは、環境啓発活動「エコプロジェクト」を開始し、幼・小・中・高校生を対象とした「環境コンクール」や「かんきょう紙芝居」を通じた教育など、さまざまな活動を実施しています。

さらに、ベネッセならではのユニークな社会貢献活動として、財団を通じた「文化やアートによる地域づくり」を実践しています。2008年に20周年を迎えた瀬戸内海・直島での活動を中心に、これからも、全国各地の「地域づくり」に貢献してまいります。



従業員の「Benesse=よく生きる」を結集して

これらの活動の原動力となっているのが、ベネッセの従業員です。高い志を持った従業員はベネッセの財産です。「Benesse=よく生きる」の企業理念に基づき、多様な従業員が自分の強みを活かし、安心していきいきと長く活躍できる環境を提供し、一人ひとりの成長を支援することが大変重要だと考えています。従業員が「Benesse=よく生きる」ことで、企業としての持続的な発展を図り、それがひいては持続可能な社会の実現に寄与できると考えています。

ベネッセは創業当時から、採用・待遇とも一切の男女差なく、多様な人財活用を推進してきました。従業員の一人ひとりが人生の出来事に寄り添いながら、仕事においても力を積み上げ、その力を発揮し続けて欲しいと考えます。

私たちは約2年かけて、個々のワークライフマネジメントを支えるしくみを充実させることも含め、個人が成長し続け、事業や企業も成長し続けることを目指した人事制度改革を行いました。2009年4月より運用を開始したこの人事制度は、その実現性を高めるために、制度をつくり込んでいくプロセスで従業員とコミュニケーションの場を多く設け、個々の質問にも丁寧に答えてきました。今後も運用していく中で、課題を見つけながら制度そのものを進化させていきます。

次なる成長に向けて

今日、世界は100年に1度といわれる厳しい経済状況に置かれ、大きな時代の変革期にさしかかっています。しかしながらこのような時代だからこそ、赤ちゃんからお年寄りまで、お客さまの向上意欲と課題解決を生涯にわたって支援することが、私たちに課せられた使命であると考えています。

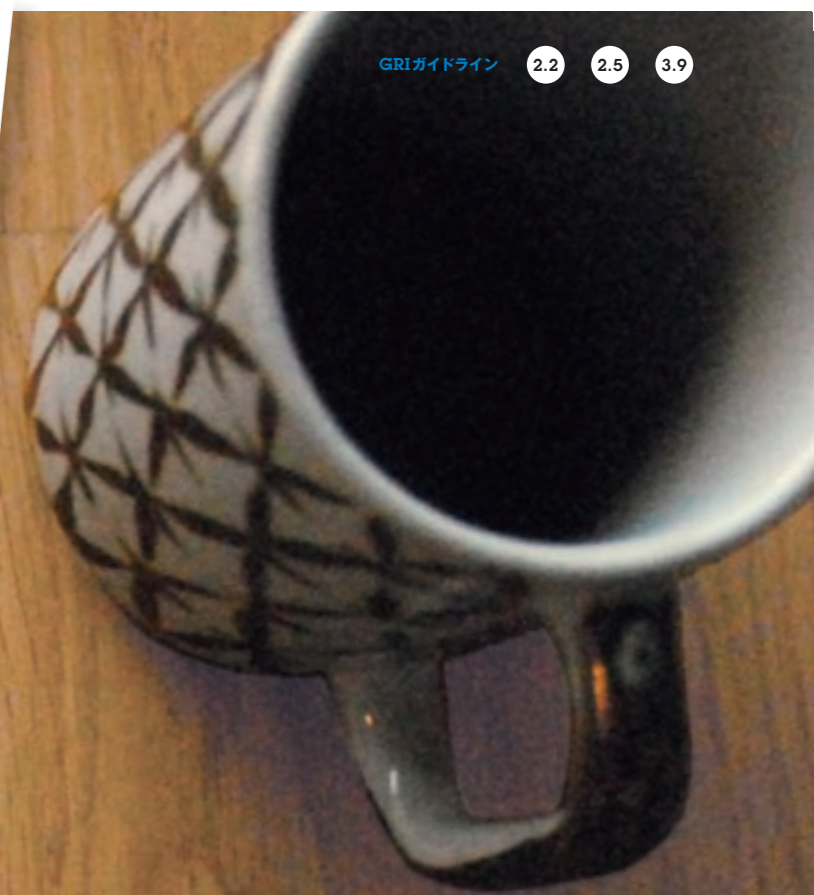
さらなるグループ全体の持続的な成長を目指し、グループ全体の経営資源配分を効率的かつ効果的に行うために、2009年10月、ベネッセグループは「持株会社体制」に移行します。「グループとしての総合力」「グローバル化の推進」「量的かつ質的な事業成長」「コーポレートガバナンスの強化」の4つの方針のもとに、次なる成長を求めて、未来に挑戦してまいります。

世界中で一番ファン・シンパが多く、お客さまや地域、社会から必要とされ、信頼される企業であり続けるために、グループ全体、全社員が一丸となって、ベネッセグループらしい活動を推進してまいります。

代表取締役社長 兼 COO

福島 保

ベネッセの決意。



「これまで」も「これから」も、一人ひとりの**向上意欲**と**課題解決**を支援する

社名である“Benesse (よく生きる)”は、ラテン語の“Bene (よく)”と“esse (生きる)”からつくった言葉。この社名は、一人ひとりの課題を解決することで、前向きに人生を切り開いていくことを支援しようという、私たちの決意です。「これまで」も「これから」も変わらないこの決意を「教育」「生活」「介護」「語学」事業それぞれの言葉・形で伝えることで、お客さま、地域、社会になくてはならない企業を目指します。



教育事業 × 決意

未来を担う子どもたちに 寄り添う存在であり続ける

1955

ベネッセ
中学向け図書、生徒手帳
発行を開始
社会
高校進学率約50%

1962

高校生向け「関西模試」を
開始
小中学校で
全国一斉学力調査実施

1969

高校生向け通信添削講座
「通信教育セミナー」開講
学生運動激化、東京大学は
入学試験中止

1972

中学生向け通信添削講座
「通信教育セミナー・
ジュニア」開講
厚生省「人口概況」発表、
前年より「第2次
ベビーブーム」始まる

1980

「進研ゼミ小学講座」開講
「生涯学習」の振興

1988

「進研ゼミ幼児講座」(現・
「こどもちゃれんじ」)開講
少子化のさらなる進行
合計特殊出生率は
1.66まで下落

子どもたちは、未来からの留学生です。時代や社会環境が大きく変化し続ける中、彼らがよりよく生き、伸び伸びと成長できるよう、可能な限りサポートし続けること。これは創業以来変わらぬベネッセの使命であり、決意であります。

すべての商品・サービスは「お客さま視点」で生まれ、磨かれる

子どもたちの真の成長のために、私たちは何ができるか。それを考え、工夫し、形にすることが、そのままベネッセの教育事業の歴史でありました。

創業から7年後の1962年、現在の「進研模試」へと発展する「関西模試」が始まります。学校ごとの課題を聞き、相談に乗りながら模試の普及を進めるうちに、当時一般的だった模試は国立大学志望者から短大志望者までを同一の問題で試験しており、進学指導に熱心な高校では不満を持っていることがわかりました。ベネッセはそうした高校の要望を丹念に聞き、まったく新しい模試をつくります。これは高い評価を受け、またたく間に広がっていきました。

以来、商品・サービスをお客さま本位で考えるという姿勢はベネッセの事業の基本となりました。お客さまの声を出発点に、時代によって求められるニーズに合わせた商品・サービスを開発、そして改善し続けることとなります。

赤ベン先生による「ツーウェイ・コミュニケーション」が築いた、事業の礎

やがて当時の福武哲彦社長は、一抹の空虚さを感じるようになります。「模試で子どもたちの実力はわかるけれど、肝心の実力を伸ばすことはできない。何か良い手はないか」。考え抜いた末に生まれたのが、通信添削講座「通信教育セミナー」でした。

1969年に高校生向けからスタートした通信添削は、のちの進研ゼミの代名詞「赤ベン先生」の丁寧な添削指導がゆっくりと評判を呼んでいきます。単なる採点業務ではなく、ときには激励し、ときには学校生活の相談にも乗る。子どもの成長をより大きく捉え、心の交流を重視した「ツーウェイ・コミュニケーション」の姿勢もまた、現在に至るまで事業の根幹となっています。

その後、1972年に開講した中学生向け通信添削講座は、当初会員が集まらず撤退も検討されるほど苦戦が続きました。外部の専門家を招き、ダイレクトメール(DM)を徹底的に検討して思い至ったのは、「愛情がこもっていないければ、相手の心には響かない」という事実でした。中学生の視点からDMを見直し、彼らの心に寄り添って教材をつくり直すことで、講座は評価を獲得。事業の大きな柱となっていきました。

VOICE: 現場から

20年以上、赤ベン先生を続けて

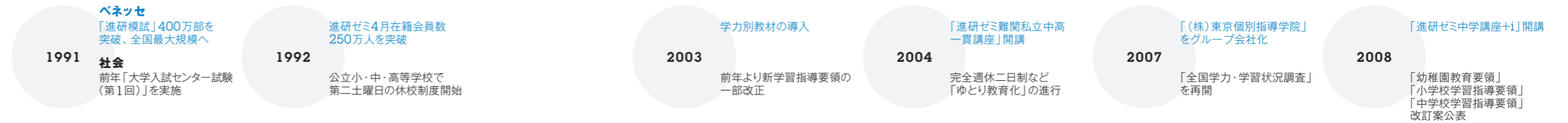
赤ベン先生になって20年以上。「親でも学校の先生でもない大人と、手書きの言葉をやりとりすること」に大きな効果があると感じています。とくに担任制になってから、私は、担当する小学4年生の成長を実感でき、子どもたちにも「自分を見続けてくれる人」として安心して勉強できる存在になれているのではないかと自負しています。また、世の中の動き・お客さまニーズに合わせて赤ベンサービスは変化し、常に新しいことに挑戦しています。それは大変ですが、やりがいでもあります。私はこの仕事が大好きです。



「進研ゼミ小学講座」赤ベン先生
小倉 まさみさん



左:1965年度版「関西ゼミナール」創刊号と「関西模試」のパンフレット
右:赤ベン指導員向けの情報誌「赤ベン通信」第1号



多様化する学びの中から最良の道を示す、ナビゲーターでありたい

時代とともに、子どもたちの学びを取り巻く環境は大きな変化を続けてきました。「受験戦争」と呼ばれた1970年代。その反省から進められた「ゆとり教育」は、逆に学力低下の不安をもたらしました。共通一次試験（現・大学入試センター試験）が始まり、また一方で推薦入試やAO入試が一般化し、受験という概念そのものも大きく変わっていきます。そうした変化に翻弄される子どもたちに寄り添い、いかにして彼ら一人ひとりに合った学びを提供できるかが、ベネッセの大きな課題となってきました。

推薦入学を目指す子どもと難関校へ挑戦する子どもではニーズが違います。ベネッセは、難関校志望者向けの「進研ゼミ難関私立中高一貫講座」や「進研ゼミ東大特講√T（ルートティー）」「進研ゼミ京大特講√K（ルートケー）」などの特別教材を開発。一方で「通信教育では学習習慣が身につかない」という声に応え、「お茶の水ゼミナール」や「東京個別指導学院」の経営に参加。「直接教える場」を持つに至りました。

子どもたちが自分に合った学びへの最良の道を見つけるために、どのようなナビゲーションが必要なのか。多様化した進路に対応した結果が、商品・サービスの拡充につながっていきました。

より深く子どもたちにかかわり、眠っている「やる気」を引き出す

近年、力を注いでいるのが、子どもたちとのより充実したコミュニケーションの確保です。

いわゆる大学全入化などにより、「学ぶ目的」を見失ってしまう子どもたちが増えています。彼らの「やる気」を引き出すためには、今まで以上の心の交流が不可欠。ベネッセは、まず「進研ゼミ小学講座」で要望の多かった赤ペン先生の担任制を導入。「1枚の答案を指導する」から「1人の会員を見ていく」という、子どもたちの小さな変化や成長に目を留める細やかな指導を始めました。また、「進研ゼミ中学講座」ではいち早く答案用紙のやりとりをFAX、さらにはインターネット返却を取り入れ、スピーディな対応を可能にしました。子どもたちが楽しく学べるよう、2008年にはニンテンドーDS対応の学習ソフトも開発。おせっかいなくらい徹底的に子どもたちとかわることで、子どもたちと勉強の距離を縮めるよう努力を続けています。

そしてもう一つ、子どもたちにどこまでかかわれるかという視点で生まれた画期的な商品が、紙とWebのブレンドにより学習効果を上げる「進研ゼミ中学講座+i（プラスアイ）」でした。

さまざまなメディアとITを駆使して、「通信教育」は次のステージへ

この「進研ゼミ中学講座+i」は、従来の紙の教材に加えWebならではの音や動画機能を取り入れることで、よりわかりやすく、より楽しく、より多面的に学べる、世界でもほとんど例のない学習メディアです。楽しみながらどんどん学びを進めるうちに、自然と「将来必要となる力」がつけられる工夫もされています。

重要なのは、単に教材をIT化したことではありません。Web上で学習方法のアドバイスを素早く行える即時性、子どもたち一人ひとりの能力に応じた「ニガテBOX」を設置した個性、ゲームの要素を多く取り入れた親しみやすさなど、これまでは不可能だった子どもたちへのかかわり方ができるようになりました。その結果、多くの子どもたちから「勉強が楽しくなった」という声が寄せられています。

さらに注目すべきは、「子どもたちはどんな時間帯に勉強をしているか」「〇〇高校に受かった人はどんな学習をしたか」といったデータが集計できることです。その結果を教材や指導法に反映させることで、より深く子どもたちに寄り添うことができ、より明確な進路指導が可能となります。「進研ゼミ中学講座+i」は、今後も進化し続けられる学習メディアなのです。

教育は、「未来に対する責任」である

ベネッセが考える教育とは、入試で成功することだけではありません。もちろん、それは重要なチャレンジですが、合格後も社会に出ても“学び”は一生続くものです。子どもたちには、受験用の知識以上に学ぶことの楽しさや成長することの喜びを手にして欲しい。そのためには、入試というキーワードから離れた教育も、ベネッセの使命であると考えています。

例えば、高校を卒業してすぐ就職する子どもたちには、ベネッセグループ企業での職業体験講座が有効かもしれません。大学入学後に苦手な基礎科目を強化する再教育にも、要望の声が寄せられています。教育というパブリックサービスの多面的な担い手となるべく、検討を続けています。

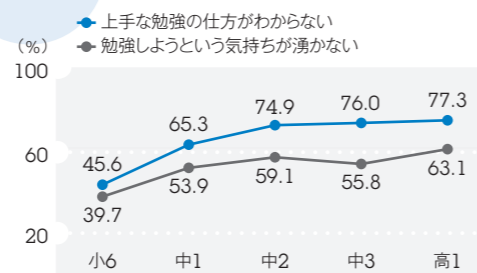
40年以上の実績と400万人を超える会員を持つ信頼のブランドとして、これからも子どもたち一人ひとりの声に耳を傾けながらしっかりと寄り添っていききたい。変化し続ける時代の中で、子どもたちを成長に導く北極星でありたい。その責任が、ベネッセにはあると考えます。

DATA: PISA (OECD 生徒の学習到達度調査) 国際結果の日本の順位

	2000年	2006年
読解力	8位	15位
数学的リテラシー	1位	10位
科学的リテラシー	2位	6位

*2000年調査(32カ国(OECD加盟28カ国、非加盟4カ国))と2006年調査(57カ国・地域(OECD加盟30カ国、非加盟27カ国・地域))の国際結果より。

DATA: 学習の取り組み方(学年別)



* Benesse 教育研究開発センター「第1回 子ども生活実態基本調査」(2004年11・12月実施)より。「とてもそう」+「まあそう」の%で算出。



VOICE: 現場から

積極的に学びに向かう子どもを育てたい

今も昔も、子どもたちの本質は何も変わっていません。ただ、彼らを取り巻く環境は激変している。その変化と彼らの成長を結びつけることが、私たちの役割です。高校生でいうと、今、私たちは大学を目指すお子さんにしかサービスを提供できていません。けれど、ほかの子どもたちだって必ず社会に出る。未来の仲間には、やはりいろいろ学んで欲しい。学ぶ意欲を持った子どもたちを増やすことが、私たちの究極の目標です。



高校生商品開発部長
村上 久乃

生活事業 × 決意

女性とその家族の “幸せ”な生活に貢献する

1993
ベネッセ
「たまごクラブ」
「ひよこクラブ」創刊
社会
前年「育児・介護休業法」
施行

1996
「サンキュ!」「たまひよここ
クラブ」創刊
前年より
女性の労働力人口2,700万
人超え

1999
「ウィメンズパーク」
オープン
「男女共同参画社会
基本法」公布

2001
「ボンメルシー!」創刊
前年より厚生労働省・文部
科学省・農林水産省の3省で
「食生活指針」推進

2002
「いぬのきもち」創刊
正規の職員、従業員として
働く日本人女性の割合が
5割を超える

2009
「ハビコレ」創刊
「改正育児・
介護休業法」成立

女性のライフスタイルや、女性たちを取り巻く社会環境は、時代とともに変化し続けています。ベネッセはその時代、その時代の「女性の幸せ」に必要なものを真剣に考え形にしていくなかで、女性とその周りにいる家族や大切な人を“幸せ”にしたいと考えています。

「たまひよ」が教えてくれた、徹底したお客さま目線の重要性

生活事業の商品・サービスは、「女性が抱える課題の解決」から生まれます。その契機となった1993年創刊の「たまごクラブ」「ひよこクラブ」は、「進研ゼミ」で培われたノウハウと2万人以上のお客さまアンケートから生まれたもの。当時の育児書は、専門家による教科書的なものが中心。さらに少子高齢化と核家族化による地域コミュニティの衰退で、暮らしや育児の知恵を得られる場は激減していました。そんな中、多くの若いママが「同世代・先輩ママの体験を聞きたい!」と熱望していることがわかったのです。妊娠・出産・育児の先輩談を主役とした「たまひよ」は、ママたちから熱烈な歓迎を受けました。そして私たちに、生活事業での「徹底したお客さま目線」の大切さを強烈に教えてくれたのです。

女性専用サイトから発展した、お客さまとのコミュニケーションのしくみ

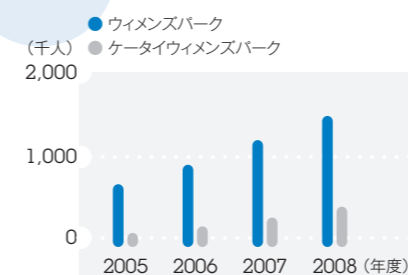
1999年、個人の悩み解決を支援する女性限定の会員制サイト「ウィメンズパーク」が誕生。2000年には会社として、雑誌での「情報」だけでなく、Webサイトや通信販売による物販やリアルな場も含めて、お客さまとコミュニケーションをとりながら「経験」を届けていく方向に転換しました。今や会員数約200万人規模に成長した「ウィメンズパーク」をはじめ、お客さま同士のコミュニティが生まれるしくみやサイトができたことで、「こんなものが欲しい」という声から商品企画が生まれました。開発された商品は会員間の口コミで拡大販売され、そこで寄せられた商品へのご意見は素早い改良や次の商品開発へつなげています。

女性たちの声に耳を傾け、女性たちの幸せづくりを応援していく

2009年には晩婚化と自分磨きニーズを背景に、通信販売と学びを融合した、20～30代の働く女性向け新サービス「ハビコレ」がスタート。料理やビューティーケア、暮らしに関する21のレッスンから好きなものを選ぶと、解説ブックと実践グッズが届けられます。モノと情報を同時に受け取ることで、気軽に新しい体験ができます。「できた!」という小さな達成感の積み重ねで、「好き」が「自信」につながっていきます。

生活事業のすべては、生活・家族の中心にいる女性たちの声にじっくり耳を傾けることから始まります。今、何があれば彼女たちは幸せになれるだろう。これからもベネッセは常に問いかけ、考え続けていきます。

DATA: 「ウィメンズパーク」会員数の推移



*会員数は延べ入会者から退会者を差し引いており、PC版とケータイ版とで会員数の重複があります。また、会員数は100の位を切り捨てています。

VOICE: 現場から

女性は「幸せのおすそわけ」が大好き

女性の幸せは、自分一人の幸せではないことが多いんですよ。家族や友人などと「幸せのおすそわけ」をしたり、されたりすることで幸せになれるのです。「ハビコレ」が目指すのも、それ。料理のコツを覚えて大事な人を喜ばせる。アロマをよく知って、友人や家族との気持ち良い空間を提供する。あるいは会員サイト「ハビ★カフェ」に投稿して情報を交換し合う。女性たちに、毎日ちよつとずつ積み重ねる達成感を自信にしていって欲しいと思います。



執行役員
Women & Family事業本部長
堀口 育代

介護事業 × 決意

高齢者とそのご家族の “よく生きる”を支援する

1995 **ベネッセ**
訪問介護、ホームヘルパー
養成講座2級課程開始
社会
社会保障費の大幅アップ

1997 介護付有料老人ホーム
「くらら」オープン
「介護保険法」が成立

2000 介護付有料老人ホーム
「グラニー&グランダ」の
経営権取得
「介護保険制度」施行

2002 介護付有料老人ホーム
「まどか」オープン
「新型ケアハウス制度」
導入

2003 介護付有料老人ホーム
「アリア」オープン
65歳以上の者のいる世帯が
約4割となる

2007 業務改革実施、
研修体系整備
介護業界の雇用問題が
明るみに

「Benesse」の社名に込められた想いの一つ、年をとればとるほど幸せになる社会への実現に向けて、介護の領域で事業を歩み始めました。「自分や自分の家族がしてもらいたいサービス」を提供し続けることで、お年寄りとその家族の「よく生きる」を支援します。

社名変更と同時にスタートした介護事業は、企業理念を体現

きっかけは、現会長である福武総一郎自身による祖母の介護体験でした。1980年代後半の当時、公的サービスと国民のニーズには大きなギャップがあり、家族や本人が望むサービスを選ぶことは難しい状況でした。その不満から、「サービスを受ける側が主人公となる介護」の実現を目指したのです。

1995年、ベネッセへの社名変更と時を同じくして、「ホームヘルパー養成講座2級課程」を開講。介護は、まさに「Benesse=よく生きる」という企業理念を体現する事業として歩み始めたのです。

お年寄りの人生に寄り添った、「質の高い介護」を提供したい

2000年に介護保険制度が導入される前には、訪問在宅介護のニーズが高い状況でした。しかし私たちは、「本当にベネッセらしい介護とは何か」という議論を重ね、独自の結論を導き出しました。

その一つは、「介護施設の運営をメインとする」こと。訪問在宅介護と比較して、売り上げに占める介護報酬の比率が低い施設介護を事業の核としました。入居されたかたの人生に寄り添い、質の高いサービスを継続して提供できる施設介護に、ベネッセは特化することにしたのです。

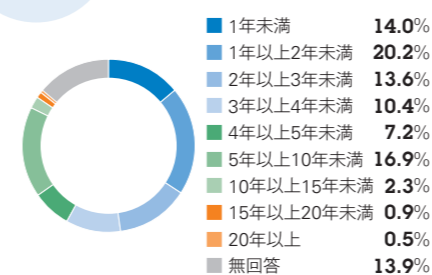
もう一つの結論は「介護施設を住宅地に設置する」こと。介護は日常生活の延長にあるべきで、隔離された施設でなく家族が24時間、気軽に訪問できる場所にしよう。1997年以降、開設された100以上の施設の多くは都市部の住宅地にあります。そこでは徹底した「お客さま本位」により、入居者ご本人とご家族の思いをヒアリングし、ケアプラン*ではなく「生活プラン」を設計します。近年は「家族の世話にならず、自分らしい老後を過ごしたい」という欲求も高まっており、高い入居率を維持しています。

ご入居者、ご家族、そして介護する側の「幸せ」も目指す

ベネッセは介護する側の「よく生きる」も目指します。2008年度に人事制度改革や研修制度を改善。また、介護スタッフが行うことで付加価値を生む仕事かどうかを整理し、間接業務を担うスタッフを採用するなど、仕事の中身を見直しました。定着率の上昇は入居者の安心や介護技術向上、業界全体の変革に結びつくと考えます。これからも、介護にかかわるすべての人の「よく生きる」を支援し続けます。

*在宅介護が必要と認定されたかたが心身の状況、生活保護、本人や家族の希望により、利用するサービスを定めた「介護サービス計画」のこと。

DATA: 施設介護職員の勤続年数



* (財)介護労働安定センター「事業所における介護労働実態調査」(2008年度)より。

VOICE: 現場から

志ある人が長く働ける場をつくりたい

介護は「つらく厳しい」イメージが先行しがちですが、ご高齢者の生きてきた背景を大切に、お一人おひとりに合わせた生活をご高齢者・ご家族とともに創っていく、クリエイティブで価値深い仕事です。この仕事にやりがいを感じる「志ある人」が長く働けるようにしたい。その想いで人事制度改革や研修制度の充実などを図りました。この2年で定着率は約15ポイント改善。2009年度は、300人超の新卒採用や学校法人と連携した人材育成など、介護に魅力を感じてくれる若者が増えるような取り組みも進めています。



(株)ベネッセスタイルケア
人財本部 担当執行役員 兼
本部長
滝山 真也

語学事業 × 決意

世界で活躍できる 人材を育てる

1993

ベネッセ
ベルリッツ・
インターナショナルを
グループ会社化
社会
日本への留学生数が5万人
を超える

1998

(株)サイマル・
インターナショナルの
営業権を取得
社会
日本のインターネットユーザー
が1,000万人を超える

2001

ベルリッツ・
インターナショナルを
100%子会社化
社会
海外に長期滞在して働く
日本人が50万人を超える

2002

日本に「ベルリッツ
ランゲージセンター」
11カ所オープン
社会
文部科学省「英語が使える
日本人」の育成のための
戦略構想」作成

2003

「GTEC」をベルリッツ・
インターナショナルと
共同開発
社会
アジア諸国・地域のTOEFL
平均スコアが、アジア29カ国
のうち日本28位

2008

イー・エル・エス・ジャパン
「海外大学院
進学プログラム」新設
社会
「新学習指導要領」により
小学5・6年生の「外国語
活動」必修化が公示

ビジネスはもちろん、文化や教育などあらゆる分野でのグローバル化は、もはや必然の流れです。国際化社会の中で「よく生きる」ために、世界に通用するコミュニケーション力を持つ人材を育成することも、ベネッセの重要な役割だと考えています。

130年の歴史を持つベルリッツ・インターナショナルが目指す「ランゲージバリアフリー」

国際コミュニケーションの分野で、ベネッセには柱となる2つのグループ会社があります。一つは1878年に誕生し、世界75カ国・561カ所で事業を展開する外国語学校ベルリッツ・インターナショナルです。

世界がフラット化した現代、ビジネスに物理的・地理的な限界はありません。今や企業にとって成長のカギは、いかにグローバルに通用する優秀な人材を確保するにかかっています。世界で活躍しようとするビジネスパーソンには、語学の習得は基本中の基本。ベルリッツは、語学の習得だけでなく、グローバルビジネスに直結する交渉術やマナーのノウハウを豊富に持っています。ただ「話せる」だけでなく、言葉と文化の壁を越えて理解し合える「ランゲージバリアフリー」の実現を目指します。

質の高いプロの通訳者を輩出するサイマル・インターナショナル

もう一つの柱が、日本における同時通訳の草分けともいえるサイマル・インターナショナルです。

1965年に設立された同社は1969年、アポロ11号の月面着陸における同時通訳で一躍脚光を浴び、以来、サミットをはじめ数々の国際会議での通訳・運営を手掛けてきました。1980年には通訳・翻訳者養成校サイマル・アカデミーを設立。そして1998年、ベネッセグループの一員となりました。

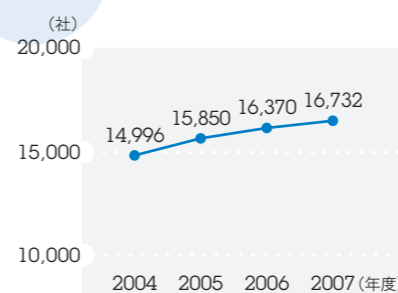
今後サイマル・インターナショナルは、ますます増えていくグローバルな人材と企業を仲介し、ハイレベルな国際コミュニケーションを支援するリーダー企業として、さらに大きな役割と責任を担っていきます。

小学校からビジネスシーンまで、あらゆる面で進む国際化を支援するために

2003年には、ビジネスにおける英語コミュニケーション能力を測定できるGTEC (Global Test of English Communication)を、ベネッセとベルリッツ・インターナショナルが共同で開発しました。ベネッセ、ベルリッツ、サイマル、それぞれのノウハウと専門性を融合させ、語学分野において新たな価値を生み出すことで、世界で活躍できる人材の育成に貢献するリーディングカンパニーを目指していきます。

ビジネスシーンはもちろん、小学校での英語の必修化など、あらゆる場面で待ったなしで進む国際化。そこで「よく生きる」ために、必要なものは何か。三本の矢を合わせて、考えていきます。

DATA: 現地法人企業数の推移



*経済産業省「第38回海外事業活動基本調査結果概要 確報」より。

VOICE: 現場から

グローバルリーダーの育成を目指して

ベルリッツが持つ世界ネットワークとブランド力、そして豊富な教育ノウハウと人材、さらには数千万人に上る卒業生は、他社にはない財産でありビジネスチャンスの宝庫。これらを活用した高付加価値なサービスの実現が、私の夢であり課題です。とくにベルリッツが得意とするグローバルリーダーの育成は、ベネッセにおけるビジネスパーソン向けサービスの柱にできると期待しています。大きな可能性に満ちた会社だと自負しています。



取締役副会長
ベルリッツ・インターナショナル
会長 兼 社長 兼 CEO
内永 ゆか子

4つの事業のおもな商品・サービス

ベネッセでは、「教育」「生活」「介護」「語学」事業を通じて、人生のさまざまなステージで直面する課題を解決することで、一人ひとりが持つ向上意欲を支援しています。

会社概要 → 46ページ

幼児	小学生	中学生	高校生	大学生	パパ・ママ 家族	中高年	シニア
教育 通信教育、学びの場などを通じて教育ニーズの多様化に確実に応えながら、子どもたち一人ひとりがやる気、将来を生き抜く力を身につけるきっかけをつくります。					生活 女性やその家族がより明るく元気に暮らせるように、毎日の生活に役立ち、生活の質を高める商品・サービスや、学び・交流の場などを展開しています。		介護 入居型介護サービス事業を中心に、介護が必要な高齢者とそのご家族の皆さまの生活をサポートしています。
<p>「こどもちゃれんじ」</p>	<p>「進研ゼミ小学講座」</p>	<p>「進研ゼミ中学講座」</p>	<p>「進研ゼミ高校講座」</p>	<p>「アビバ」</p>	<p>「ハビコレ」</p>	<p>「ウィメンズパーク」 (http://women.benesse.ne.jp/)</p>	<p>介護付有料老人ホーム「アリア」</p>
<p>「Benesse サイエンス教室」</p>	<p>「東京個別指導学院」</p>	<p>「進研ゼミ中学講座+1」 (2009年度は中1・2年生のみ対象) *パソコン本体はつきません。</p>	<p>「進研模試」</p>	<p>キャリア教育テキスト「MY CAREER NOTE」</p>	<p>「たまごクラブ」「ひよこクラブ」</p>	<p>「たまごクラブ」「ひよこクラブ」</p>	<p>介護付有料老人ホーム「くらら」</p>
語学 子どもの英語教育から語学教室の展開、翻訳・通訳事業、総合的な英語力を測定するオンラインテストなど高品質な語学教育を提供し、グローバルな人材育成に努めています。					<p>「たまひよの内祝」「たまひよbefe!」</p>		<p>「いぬのきもち」「ねこのきもち」</p>
<p>「Worldwide Kids English」</p>	<p>「こどもちゃれんじ English」</p>	<p>「ベルリッツ・インターナショナル」</p>	<p>「サイマル・インターナショナル」</p>	<p>「たまひよの内祝」「たまひよbefe!」</p>	<p>「いぬのきもち」「ねこのきもち」</p>	<p>介護付有料老人ホーム「まどか」</p>	<p>介護付有料老人ホーム「グラニー&グランダ」</p>

「よく生きる」を支援する 4つの研究機関

ベネッセでは「Benesse 教育研究開発センター」「Benesse 次世代育成研究所」「Benesse 食育研究所」「チャイルド・リサーチ・ネット(CRN)」の4つの研究機関を設置しています。約30年にわたり研究・調査の成果を、事業と社会に還元する活動に取り組んでいます。

Benesse 教育研究開発センター

教育のシンクタンクとして、国内外の中長期にわたる教育環境の変化予測と、独自の研究調査に基づく的確な情報発信を行っています。また、新たな教育内容や方法、評価測定などについて、先進的な研究開発を進めています。変化する社会環境を踏まえ、よりよい教育の実現につながるような情報提供をしています。



(<http://benesse.jp/berd/>)

Benesse 次世代育成研究所

妊娠・出産、育児・保育・幼児教育などの研究・調査の成果を踏まえ、各分野の諸問題に提言や情報提供を行っています。次世代の子どもたちの健やかな成長・発達を支援します。



(<http://www.benesse.co.jp/jisedaikken/>)

Benesse 食育研究所

食育専用のシンクタンクとして、生活者の視点から食育を研究する目的で設立しました。「食」をめぐる子どもたちの実態や保護者の意識など、研究・調査の結果を発信しています。



(<http://www.benesse.co.jp/shokuiku/>)

チャイルド・リサーチ・ネット

「子ども学」を柱に、国際シンポジウム、講演などの研究活動を行っています。世界各国の研究機関や研究者と学術交流しながら、子どもを取り巻く諸問題の解決に取り組んでいます。



(<http://www.crn.or.jp/>)
*日・中・英の3言語でご覧いただけます。

CLOSE UP 財団を通じたユニークな社会貢献活動

すべての企業活動、人々の活動は
いい地域づくりのために

ベネッセは4つの財団活動を通じて、いい地域づくりを目指しています。
一人ひとりの「よく生きる」は、いい地域の中にあつてこそ実現されるものだからです。
ベネッセの財団の取り組みの中には、現代アートを媒介とした地域づくりがあります。
これは世界でもユニークなCSR活動として注目され、ベネッセの企業価値をも高めるものとなっています。

ベネッセの財団活動の詳細は
(<http://www.fukutake.or.jp/>)

ベネッセには4つの財団があります。財団活動はベネッセの株式の配当を持って運営資金にしており、ベネッセとしてはサステナブルな事業成長を実現し、安定して継続的に配当をすることが財団支援につながると考えています。

1 福武学術文化振興財団

1985年の会社創立30周年を記念し、創業社長・福武哲彦の「会社の事業とは違う形態で、社会貢献をしたい」という想いのもとに設立されたのが「福武学術文化振興財団」です。ベネッセの最初の財団で、当初は歴史学・地理学などの学術研究助成が中心でしたが、最近は地域活動や地域研究の支援が増えてきました。これまでの助成件数は800件近くになります。財団設立20周年を迎えた2005年から、「瀬戸内海文化研究・活動支援助成」を行っています。

2 福武教育文化振興財団

1986年に、本社のある岡山県の教育の進展のために設立された教育振興財団と、その後に設立された文化振興財団が2007年度に統合され、「福武教育文化振興財団」となりました。子どもたちやお年寄りがいきいきと暮らすことができる地域づくりのために、教育と文化の両面から、人々の「学ぶ」「生かす」「創る」「伝える」を応援しています。

3 直島福武美術館財団

「直島福武美術館財団」は2004年、直島にある地中美術館を運営するために設立されました。瀬戸内海の直島を含めた島々の地域おこしとして、複数の美術施設のプロジェクを立ち上げています。2009年6月には、イタリアのヴェネチアで「直島」展を行いました。世界各地に存在する過疎の問題に対し、一企業が建築とアートを介して地域貢献に取り組んでいることをプレゼンテーションするとともに、2010年に香川県主催で開催予定の「瀬戸内国際芸術祭2010」のプロモーションも行いました。

4 文化・芸術による福武地域振興財団

「文化・芸術による福武地域振興財団」は、活力あふれる個性豊かな地域社会を実現するため、2007年に設立されました。地方公共団体などと連携し、地域住民を中心とした創造的で文化的な表現活動を通じたまちづくり、地域産業おこしなどの諸活動を支援しています。

4つの財団の活動テーマは、教育、学術、文化、地域おこしにわたっています。これらの財団のとてもユニークといえる点は、その存在と活動が「世界にファン・シンパの最も多い企業を目指す」「社会や地域になくしてはならない存在でありたい」ベネッセに、さらなる輝きを持たせるものとなっているところです。

つまり、企業活動と財団活動が同じベクトルで「Benesse=よく生きる」の実現・支援に向かっていて、財団がベネッセの企業価値を高めるとともに、ベネッセのCSR活動の一端をなす存在になっているのです。

これからの課題は、財団の関係者による取り組みや一部のベネッセ従業員によるボランティア活動にとどまることなく、より多くの従業員が率先して地域づくりにかかわりやすくなるようなしくみをつくることです。

草間彌生「南瓜」／撮影 村上宏治

4つの財団の活動事例

「福武学術文化振興財団」「福武教育文化振興財団」「直島福武美術館財団」

「文化・芸術による福武地域振興財団」、それぞれの最近の活動事例を紹介します。

1

福武学術文化振興財団

歴史学や地理学への助成から
新しい学術、文化の普及に貢献

- 1985年創設当初より歴史学・地理学の研究助成を主たる事業とする当財団では、2005年度より「瀬戸内海文化研究・活動支援助成」を新たにスタートしました。過去4年間の助成件数は108件で、瀬戸内地域の草の根的な文化力の向上に役立っています。
- 2008年度の活動としては、5月に「第2回 成果発表大会」を高松市内で開催。高松藩所蔵の魚類図鑑『衆鱗図』の国際的価値に関する研究や、伊吹島の共同産屋「出部屋」の復元活動など、地域に根ざした研究・活動の発表が行われました。さらに、2010年開催予定の「瀬戸内国際芸術祭2010」の総合ディレクター・北川フラム氏による講演もあり、会場は約200名の参加者の熱気で沸き立ちました。



魚類図鑑『衆鱗図』の国際的価値に関する研究発表



北川フラム氏の講演

2

福武教育文化振興財団

岡山県内の教育・文化の発展のため
個人や団体を積極的に支援

- 助成事業における教育関連の助成として、学校や地域での実践的な教育研究や学力・人間力の育成、個性的な教育、小学校教員への英語研修を行っています。
- 表彰事業では、毎年「福武哲彦教育賞」「谷口澄夫教育奨励賞」「福武文化賞」「福武文化奨励賞」の選考・表彰をしています。いずれの賞も、岡山県内において高い評価をいただいています。
- 調査研究事業としては、岡山県内の教育関係者に国際的な視野を広げてもらうため、海外教育事情調査団を各国に派遣しています。2007年と2008年にはオーストラリアのTAFE（公立職業教育専門学校）の調査を行ったほか、日中の高校生相互交流事業も実施しました。



贈賞式



オーストラリアのTAFEへの調査

3

直島福武美術館財団

現代アートと自然への理解と関心を醸成するため
地域や世界で文化的な交流を実施

- 直島にある「地中美術館」の運営のために設立された「直島福武美術館財団」は、活動範囲を広げるために寄附行為を変更しました。今後、直島以外の島々を含めた複数の美術施設を運営していきます。
- 2009年6月、イタリアで100年以上の歴史を持つ国際美術展「ヴェネチア・ビエンナーレ」で、ベネッセとの共催事業として「直島」展とシンポジウムを開催。2010年に行われる「瀬戸内国際芸術祭2010」のアピールをしました。また、第8回となるベネッセ賞は、ドイツ在住の作家、ハンス＝ピーター・フェルドマン氏が受賞しました。



地中美術館



「ヴェネチア・ビエンナーレ」で開催された「直島」展

4

文化・芸術による福武地域振興財団

活力ある地域社会の実現のため
地域固有の文化を育む活動を支援

- 2007年12月に設立された助成団体である「文化・芸術による福武地域振興財団」は、地方公共団体などと緊密に連携しながら、地域住民を中心とした表現活動を通じたまちづくり、地域産業おこしなどの活動を支援しています。活動初年度となる2008年度の助成団体は、全国で31団体でした。
- 2008年度は、「現代アート」を媒介として町のにぎわいを創出したり、ご高齢者の多い中山間地域や離島地域でアーティストと作品を制作するプロセスを共有化したりといった活動を行いました。また、こうしたアートイベントの財源活動として、「ふるさと納税」の推進もしています。

すべての助成団体リストは
<http://www.fukutake.or.jp/development/jigyuu/taisyou.shtml>

地域活動助成の事例

街かど美術館2009アート@つちざわ<土澤>
ワタラセアートプロジェクト2009
鳴子温泉「生きる」博覧会
「上勝アート里山の彩生」における新たな観光地域資源の創生
鳥の劇場09年度プログラム
アートリンク・アートパーティー
第4回 福岡アジア美術トリエンナーレ2009
第4回 大地の芸術祭 (2009年度事業)
2009年7月に 行われた開会式
別府現代芸術フェスティバル2009「混浴温泉世界」
アーカス・プロジェクト2009 — 市民主体へ —
京橋アートプロジェクト
舞鶴赤れんが倉庫群活用構想 赤れんがと海とともに生きる文化の 再生・創造プロジェクトまいつるRB
kotobukiクリエイティブアクション2009
豊島における、アートと食の融合を一体的に進める事業
たけし文化センター
絶滅危惧・風景(仮)
神山アーティスト・イン・レジデンス/瀬戸内アーティスト・イン・神山
八尾スロー・アート・ショー2009 — 地域とアートと学校と —
東西南北十字路経由アート 蜜貿易

「よく生きる」の実現のために お客さま、地域、社会と 向き合っています

ベネッセの一番の財産かつ競争力の源は社員です。主役である社員が誇りを持ち、自らの目標に向かって十分に能力を発揮し成長し続ける企業を目指し、常に社員自らが「よく生きる」を考え、行動しています。そして、企業理念である「よく生きる」を事業を含むすべての活動に託して発信しています。

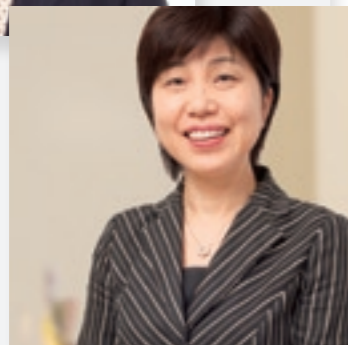
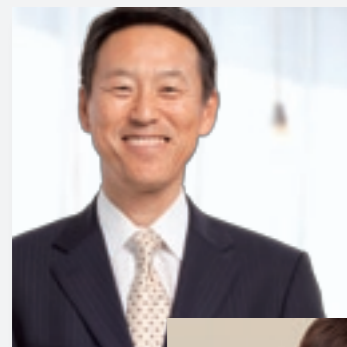


経営

社員との意見交換を大切に 企業価値の最大化を目指す

ベネッセグループでは、「ベネッセグループ経営方針 2010年に向けて」に基づいて経営を行っています。この方針は、経営陣と社員が議論しながら、グループの価値観、個々の社員が実践すべき判断基準を示すものとして策定されました。今後も、社員との積極的な意見交換により意思決定の透明性・迅速性を確保しつつ、高い企業倫理の実現および法令遵守を徹底することで、企業価値の最大化を目指していきます。

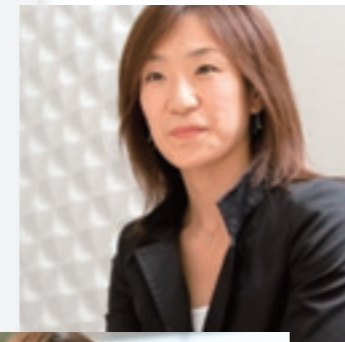
→ page. 26



社会

“学ぶ”姿勢を常に心がけ 信頼される企業であり続ける

ベネッセグループでは、商品・サービスを使ってくださるお客さまだけでなく、社員、お取引先、株主・投資家、地域の皆さまもまたお客さまだと考えています。すべてのお客さまの満足が私たちの喜びです。各事業の現場では、お客さまとの丁寧なコミュニケーションを心がけ、常にお客さまから学ぶ姿勢を大切にすることで、よりよい信頼関係を築いています。



→ page. 30

環境

本業に踏み込んだ環境活動で 子どもたちや地域に影響力を

ベネッセグループでは、「よく生きる」を実現するうえでも環境問題に向き合うことは必要不可欠と考え、経営の重点課題の一つに位置づけています。課題解決に向けた取り組みとしては、2008年3月に改訂の「環境方針」に基づき、本業と結びつきの強い環境教育を推進しています。省エネルギーや廃棄物削減などの活動はもちろん、環境教育などの「プラスの活動」をすることで、未来を担う子どもたちや地域に影響力のある活動を展開しています。

→ page. 40



「Benesse Report 2009」Webサイトでは、ベネッセのCSRの全体像をご報告していますので、ぜひご覧ください。
WEB トップ (<http://www.benesse-hd.co.jp/>) → CSR活動

*なお、GRIガイドライン対象一覧表についても、上記Webサイトに掲載しています(2009年10月以降)。

経営

コーポレートガバナンス

透明性・迅速性を重視した「経営」を行っています

ベネッセグループの経営の特色には透明性・迅速性の高い意思決定プロセス、取締役会における諮問委員会の設置、社外取締役・社外監査役の積極的な登用などがあります。これらの特色を活かすことで、経営に対する監督機能の強化、経営レベルの向上を図っています。



社外監査役の視点から

社員とともに 良い企業風土をつくることのできる会社

ベネッセの社外監査役に就任して丸2年が経ちました。この2年間で強く感じるのは、ベネッセはガバナンスの制度やしぐみを整備しているだけでなく、それをうまく運用できている会社だということです。監査役の仕事というと、会社の問題を指摘すること、そしてそれを報告書に記すことだと思われがちです。しかし、私は単に指摘するだけではなく、その問題をいち早く改善することのほうが大事だと思います。問題点があればそれを社員とともに改善し、良い企業風土を一緒につくっていきたくて考えていますし、ベネッセはそれができる会社だと感じています。

ベネッセの監査役は、重要な経営会議にはすべて出席し、社内の報告資料も見るができます。経営陣や社員など、誰にでも会って話を聞くこともできます。これほど現場に入り込んでいる監査役というのは、数ある上場企業のなかでも少ないと思います。監査役会は毎月開催されますが、毎回議題についてとことん話し合うため、時間をオーバーしてしまうこともしばしばです。

外的世界を知って 客観的に自社を見つめる力を

ベネッセは「自由闊達・チームワークで行動する会社」という印象は今も変わりません。社員が常に「次世代」を意識し、目指す方向が一致しているので、先に進むスピードも速いと思います。ただ、一点気をつけて欲しいのは、「会社の常識は社会の非常識では？」という意識を持って欲しい、ということです。社内では当たり前になっていることでも、外から見るとおかしいこともあります。社員にはもっと外的世界を知って、客観的に自分の会社を見る目も養って欲しいですね。私は、社外監査役として外からの視点を社内に持ち込む役割を果たしたいと思っています。

また、私はベネッセ商品のユーザーでもあるので、ユーザーの視点から、今後いろいろな意見を伝えていきたいと思っています。



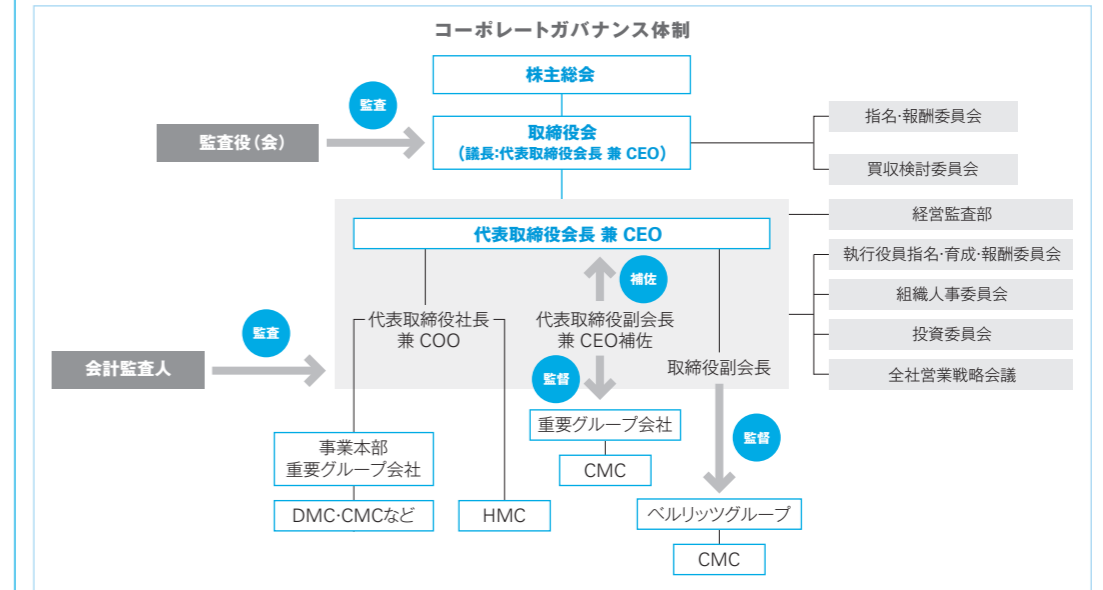
社外監査役 高橋 伸子

経営体制

ベネッセは、監査役設置会社でありながら2003年4月より執行役員制度を導入し、取締役会での執行責任の明確化を図っています。また、取締役会においては社外取締役、監査役会においては社外監査役の役割を重視することで、経営監視機能の充実を図っています。現在の経営体制は、3名の代表取締役と1名の取締役副会長を柱に、取締役10名(うち社外取締役4名)、監査役4名(うち社

外監査役2名)、執行役員15名(うち取締役兼務者3名)となっています。

さらに、重要な連結子会社の中から5名をグループ役員に任命しています。グループ役員は、子会社の経営に責任を持つだけでなく、執行役員と同様にグループ全体戦略に関与する責任と権限を持つ立場として、グループ内のシナジー向上に努めています。



監査役会および監査体制

ベネッセでは、「経営陣と重要経営課題に関する問題意識を共有することで、社会的信頼に応える良質な企業統治体制の確立に責務を負うこと」を監査方針に掲げています。この方針のもと、予防監査に重点を置き、監査役会を原則月1回開催しています。

監査役は、監査法人や内部監査部門と連携し、積極的に意見具申を行っています。内部監査は、子会社を含む各部門に対し監査を実施し、評価と提言を行います。内部監査の結果は、経営陣および監査役に報告します。

財務会計面では監査法人トーマツを選任し、会計監査人による監査を定期的実施しています。

取締役会

取締役会は、代表取締役会長を議長に原則月1回開催し、経営の重要な意思決定と業務の執行を監督しています。諮問委員会として、「指名・報酬委員会」「買収検討委員会」を設置しています。

「指名・報酬委員会」は、代表取締役会長を委員長に、取締役および社長候補者の選定・解任案の検討、取締役の報酬制度・運用方針の策定、報酬額の決定を行う目的で設置され、社外取締役全員と監査役1名で構成されます。「買収検討委員会」は、当社株式の大規模買付が行われた場合の対応を検討する目的で、社外取締役全員、社外監査役全員で構成され、適宜外部専門家の助言を得られます。

業務執行と透明性の確保

経営方針や経営に関する重要事項の意思決定機関として、3つの会議体を運用しています。一つは、全社またはグループに関する重要案件を審議する機関であるHMC (Headquarters Management Committee)で、代表取締役社長 兼 COOを議長として原則月2回開催しています。

ほかに、各事業本部や主要子会社の重要案件を審議する機関として、事業本部長または子会社社長を議長としたDMC (Division Management Committee)やCMC (Company Management Committee)などを設置し、原則月1回開催しています。これらの会議体には、原則として役員、従業員は誰でも参加・傍聴ができ、審議結果に

ついて社内でも共有しています。

さらに、グループ全体のマーケティングに関する戦略・方針・施策を検討・評価する機関として、マーケティングに関する最高責任者であるCMO (Chief Marketing Officer)を議長とした全グループの全社営業戦略会議を、原則として月1回開催しています。



経営トップによる意思決定を傍聴する一般社員の様子

WEBに掲載している項目: ベネッセグループ経営方針
 トップ (<http://www.benesse-hd.co.jp/>) → CSR活動 → 経営 → コーポレートガバナンス

経営 コンプライアンス

誠実さの重要性を認識し、高い企業倫理を実現します

教育・語学・生活・介護の領域で事業を展開するベネッセグループには、法令遵守はもとより高いレベルの企業倫理が求められており、誠実であることの重要性を社員全員が認識し、実現しなければならないと考えています。

常勤監査役の視点から

現場とのコミュニケーションが問題の未然防止につながる

ベネッセは、経営の透明性を確保するための体制や法令遵守はもとより、高い企業倫理意識を徹底するためのしくみを構築してきました。このことが認められ、2009年3月には「日本内部統制大賞2009-Integrity Award-」優秀賞という大変名誉な賞をいただくことができたことは、喜ばしいことだと思います。

しかし本当に大切なのは、制度やしくみをつくるだけではなく、どう運用していくかということです。形だけ整えても、いざというときに機能しないのであればまったく意味がありません。運用も含めて、会社にとって本当に必要な体制になっているかどうかを、常に自分自身でチェックするようにしています。

ベネッセは「予防監査」を重視していますが、日頃から社内でのコミュニケーションが活発な組織風土をつくること、未然に問題を防ぐことにつながると考えます。監査においても、現場とコミュニケーションをとり、現場の状況を把握しておくことが重要だと考えています。

新たな事業領域、体制下でより機能するしくみづくりを

当社は現在、さらなる事業成長を目指して、海外、とくにアジアでの事業展開を加速しています。海外事業の拡大にあたっては、当然対処すべき事業リスクも増加します。そのため今後は、新たな領域での事業成長に伴うリスクのコントロールが重要な課題であると考えます。私は、国内だけでなく中国、韓国などにも直接自分で現地へ行き、生産体制、品質管理体制、外注先などについて、リスクをコントロールできる体制にあるかどうかを監査するようにしています。

2009年10月、ベネッセは持株会社体制に移行します。新体制のもとで、今まで以上に自立した経営をグループ会社に促すと同時に、グループ会社の求心力を保つことが重要になります。私は監査役として、ベネッセの企業理念である「よく生きる」がグループ全体に浸透するよう、新体制下でのコーポレートガバナンス、コンプライアンスのしくみや、それらが本当に機能しているかどうかを監視していきたいと考えています。



常勤監査役 松本 芳範



ベネッセグループ行動基準

当社は、2005年1月に制定した「ベネッセグループ行動基準」を、2008年4月に一部内容を改訂するとともに、その適用範囲を海外を含むすべてのグループ会社まで広げました。「ベネッセグループ行動基準」は、お客さま・消費者重視の徹底、当社グループにかかわる方々への姿勢、個人情報の保護、環境経営の推進および事業を行ううえで重視すべき事項を詳細に定め、当社グループの役員、従業員全員が厳正に遵守することを求めています。

「ベネッセグループ行動基準」全文は
(<http://www.benesse-hd.co.jp/ja/about/conduct/index.html>)

個人情報保護

CPO (Chief Privacy Officer)のもと、主管部門として「個人情報保護室」を設置しています。各部・室での個人情報保護に関しては、管轄する本部長を責任者として、個人情報保護の取り組みを推進・強化してきました。その結果、2006年1月に(財)日本情報処理開発協会からプライバシーマーク付与認定を受け、2008年には更新認定を受けています。プライバシーマーク付与認定後も、さらなる体制整備、定期的確認および継続的改善を実施しています。

社内通報制度

ベネッセでは、社内通報制度として「ベネッセグループスピークアップライン(以下、スピークアップライン)」と「監査役直通ホットライン」を設置しています。スピークアップラインは、「ベネッセグループ行動基準」に抵触、または抵触の可能性がある場合に通報するラインですが、「監査役直通ホットライン」はとくに「ベネッセの取締役などの経営トップがかかわっている可能性がある場合や、ベネッセの経営に関する問題が含まれる場合」に活用されます。経営層から独立した常勤監査役に直接連絡することで、より迅速で効果的な対応を目指します。

内部統制の推進

ベネッセでは、内部統制システムの基本方針と、会社法施行規則に定める体制整備に必要な大綱を定めるため、2006年5月に取締役会で、会社法第362条第5項に基づく決議を行い、その後毎年これを改訂しています。また、金融商品取引法に基づく財務報告に係る内部統制の構築とそのほかの対応については、専任部署として「内部統制推進部」を設置し推進しています。「内部統制推進部」では、財務報告に係る内部統制に限定せず、内部統制システムの構築も同時に実現するよう活動しています。

「日本内部統制大賞 2009 -Integrity Award-」優秀賞を受賞

当社は「日本内部統制大賞 2009-Integrity Award-」(主催:日本内部統制大賞-Integrity Award-審議会)の優秀賞を2009年3月に受賞しました。企業経営における重要な要素である内部統制システムを構築し、企業倫理やコンプライアンスを重視した、誠実かつ透明性の高い企業であることが認められての受賞です。



「日本内部統制大賞 2009 -Integrity Award-」表彰式

商品の安全性を確保するしくみ

2008年1月に「商品安全審査センター」を設立し、教具玩具だけでなく、ベネッセが提供するすべての商品に安全性を審査する体制を整えました。センターのおもな活動内容は次の4点です。

1. 全商品の安全審査の実施
2. 国内外の監督官庁および関連諸団体からの安全開発に関連する規制などの情報収集と自主基準への反映
3. お取引先、委託先工場に対する安全審査・監査の実施
4. 社員向け安全研修など、商品安全に関する啓発活動の実施

スピークアップライン/監査役直通ホットライン運用体制

	連絡内容	担当部署	通報者の氏名を知りうる者	通報方法
スピークアップライン	「ベネッセグループ行動基準」に抵触あるいは抵触する可能性のある事実	ベネッセ内部統制推進部	ベネッセ内部統制推進部スピークアップライン担当者および内部統制推進部担当執行役員	第三者機関経由によるメール ただしイントラのトップページにも入り口を用意
監査役直通ホットライン	上記の事実以下に以下の問題が含まれる場合 ① ベネッセの取締役などの経営トップにかかわる問題 ② ベネッセの経営にかかわる問題	ベネッセ常勤監査役	ベネッセ常勤監査役および常勤監査役の指名する者	第三者機関経由によるメール ただしイントラのトップページにも入り口を用意 ・常勤監査役へ直接メールも可能

WEBに掲載している項目: ベネッセグループの共通実行項目
トップ(<http://www.benesse-hd.co.jp/>) → CSR活動 → 経営 → コンプライアンス

ベネッセの取り組み

社会
お客さま

お客さまとのコミュニケーション

ベネッセの事業は、お客さまの「声」から始まります

ベネッセの事業は、お客さま一人ひとりの課題を解決し、「よく生きる」を支援することです。お客さまの課題を発見するためにもお電話やお手紙、メールなどで届くすべての声に耳を傾け、それらの声をしっかりと商品・サービスに反映しています。



お叱りの声の裏にある「期待」が商品を生みだす

通信教育を柱として成長してきたベネッセは、「お客さまの生の声」を聞くための場を、数多く用意してきました。その一つが、電話でのお問い合わせ・ご意見を承るコンタクトセンターです。正直に申し上げて、電話の中には苦情も多くあります。けれど私どもは、苦情の裏には「もっとこうあって欲しい」という期待が潜んでいると考えています。いただいたご意見はすべて関連部署に届け、時にはそれが新商品の開発につながることもあります。先日、通信販売に関するご意見から、新しい乳児用品が誕生しました。

また、通信教育の教材では、実際に使ってみた感想を必ず調査します。最近では、デモ商品をご使用いただいたの事前モニター調査も盛んに行うようになりました。教育の専門家や有識者による評価もありますし、事故などのないよう「商品安全審査センター」を自社で設け、玩具安全(ST)基準を上回る厳しい品質チェックも実施しています。お客さまの期待に応え続けるために、ベネッセでは徹底的に企画・検証を繰り返しているのです。

もっとご家族全員のそばにいるベネッセを目指して

従来は受験生を持つ保護者のかたからの声が圧倒的でしたが、「たまひよ」創刊以降は若いお母さんからの育児相談のようなお問い合わせも増えています。通信販売には働く女性からの声も多く、介護事業も行っているのでお年寄りやそのご家族からの声も増えています。ベネッセの商品・サービスを、一家全員がそれぞれご利用いただいているケースも増えてきました。これを踏まえ、個人情報の管理に十分に配慮したうえで、これまでの「対個人」から「対ご家族」のコミュニケーションを目指します。1本の電話で、お子さんのこともお母さんのこともおばあちゃんのこと話せる、「家族のそばに、いつもベネッセ」を、コミュニケーションの面からも実現できるように努めていきます。

お客さまとの距離を限りなく縮め、求められるサービスを素早く形にできるよう、私たちは努力と工夫を重ねています。お客さまとの良好な関係こそが、ベネッセの「基盤」なのです。



執行役員 基盤本部長 中島 健児

お客さま窓口

お客さま窓口は、お客さまの代弁者です。お客さまからの苦情やお叱りなどの報告書も、ベネッセでは「声報(お客さまの声の報告書)」と呼び、宝物として大切にしています。そこには、商品・サービスの改善だけでなく、新しい商品アイデアの芽もあるからです。とくにベネッセの事業はダイレクトマーケティングが主体のため、お客さま窓口における顧客接点はとても重要な役割を果たしています。



学び合い、励まし合いの場の提供

ベネッセの商品・サービスにはお客さま同士の励まし合い、学び合いのしくみがあります。ベネッセがお客さま同士を結びつける役割を果たすことで、お客さまは現実味のある解決方法を得られることもあります。ベネッセはお客さまの知恵を引き出し、ほかのお客さまともわかち合い、ともに成長していく喜びを感じるお手伝いをしています。



女性のための課題解決コミュニティサイト「ウイメンズパーク」

「ウイメンズパーク」は <http://women.benesse.ne.jp/>

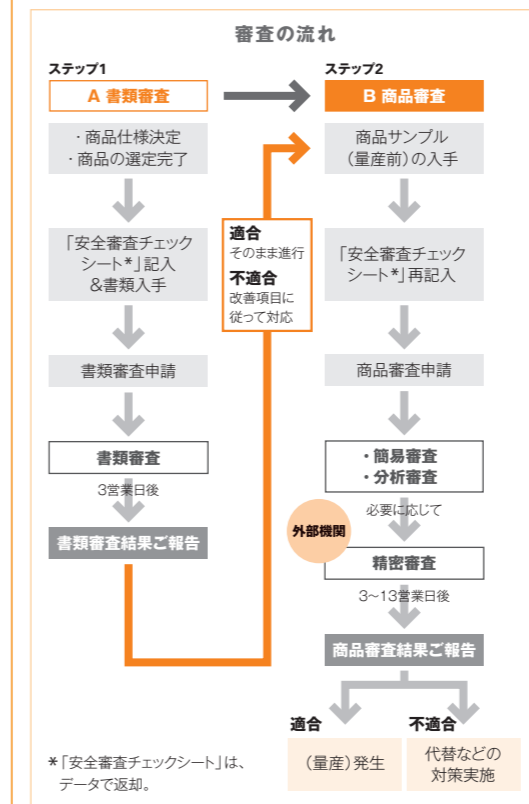
商品・サービスの安全性と品質保持

商品・サービスの対象は、赤ちゃんからお年寄りまで幅広く、安全性と品質においてはすべてのお客さまに対して十分に責任を果たすべきだと考えています。この考えのもと、法律の基準を満たすだけでなく、商品の対象年齢に応じたベネッセ独自の厳しい基準を各事業部で設けてきました。

2008年からは、自社内に「商品安全審査センター」を設置。商品の対象にかかわらず、ベネッセとしての基準や審査のしくみづくり、すべての商品・サービスを把握することによるリスクへの素早い対応を行っています。さらに、リスクを未然に防ぐための商品・サービス開発の知識や経験の蓄積、人材の育成といった面においても、積極的に各事業部へ働きかけを行っています。



社内分析装置による安全性確認試験



「進学フェア」の開催

2008年度で5回目となる「進学フェア」は、ベネッセのお客さまである小学生のご家族と、私立中高一貫校、公立中高一貫校の出会いの場です。昨今の公立の中高一貫校増加に伴い、中学校の時点で保護者が確かな目で学校を選ばなければいけない時代となってきました。少子高齢化もあり、各学校でも明確な教育方針、特長ある校風を打ち立てて参加します。ベネッセにとってはどちらもお客さまであり、双方にお役に立てるように毎年開催しています。



お客さま志向の商品開発

ベネッセの商品開発はプロシューマー型といわれるように、お客さまの声を聞きながら、お客さまの求めるニーズやシーズを形にしていきます。「自分や自分の家族にしてみたいサービスを提供」するべく、「必要」「欲しい」商品・サービスを開発し、課題解決を支援しています。また、ベネッセはお客さまとの長い付き合いができる「継続ビジネス」の形をとっています。継続的に使っていた商品・サービスだからこそ、商品についての率直な意見を丁寧に聞くモニタリングやアンケート調査などが、どの商品・サービスの制作プロセスにも組み込まれています。

「進研ゼミ中学講座+i」モニター会員の声

自分からやりたいと思いました。使ってみると問題を解くポイントがたまるので、ますますやる気が出てきます。問題解決トレーニングは毎月挑戦。データを見てよく考えて、自分が思ったようにできることがおもしろいです。



村上 拓哉君と お母さんの村上 友理子さん

お母さんから

「進研ゼミ中学講座+i」は、書いて覚える「紙の教材」とビジュアル的に学べる「パソコン」、両方の良さを組み合わせた発想に大感激。最後までやり通す責任感も生まれると思いました。ベネッセさんには将来の力になるものを、もっと増やして欲しいですね。

社会
社員

多様な人財活用

社員の成長が、企業の成長につながると考えています

ベネッセでは、人財が事業の成長を支える最も重要な要素であり、多様な価値観や強みを持つ人財こそが企業を強くすると考えています。ベネッセの最大の資産である「志を持った人」の「よく生きる」をよりサポートできるよう、2009年4月から「新人事制度」を導入しました。



「社員の成長」の観点から すべてを見直した新人事制度

「人が最大の資産である」というのは、私が入社するずっと前からいわれているベネッセの根本思想です。ベネッセの社員には「人の役に立ちたい」とか「社会に貢献したい」とか、顧客や社会に対する強い思い、志を持つ人が多く、そうした「志ある人」こそがベネッセの財産なのです。けれど経済環境が激変する中で、ともすると短期的な業績が重視され、「本当に人を活かし、大事にしているのだろうか?」という反省が人事や経営内部に湧き上がってきました。

5年後、10年後のベネッセは、間違いなく今とは異なる環境に置かれているはず。未知の事業分野への進出、世界市場での競争、新たなビジネスモデルの創出…。そうしたベネッセの将来像を描いたときに、もっと社員を活かしていくこと、すなわち、「社員一人ひとりの強みを活かし、多様な貢献を認めていくこと」が大事なのではないか、それこそが事業の成長につながるのではないかと、この思いに至りました。

しかしながら、150名を超える社員にインタビューをしたところ、「自分のキャリアビジョンが

見えない」「この先、ベネッセの中で活躍し続けることができるのか不安」といった声が多く聞かれました。これからのベネッセをつくっていく人たちが、中長期の視点で見たときのキャリアや成長イメージが持てずにいる状況が見えてきました。

そこで、従来の制度を「社員の成長」という観点から、一つひとつ見直してつくったのが、「新人事制度」なのです。

社員一人ひとりの強みを育て、 多様な貢献を認めていきたい

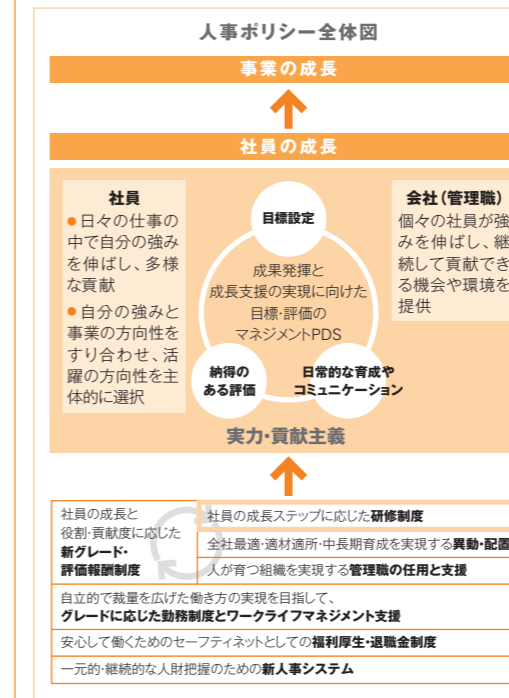
これまで6等級あった等級制を廃止し、育成ステップに合わせて「プライマリ」「アドバンス」「シニア」の3つのグレードを導入。「プライマリ」で土台をつくり、「アドバンス」で強みを育て、「シニア」ではその強みを持って活躍して欲しい。この育成ステップに合わせ、評価報酬、育成、異動・配置、働き方など、すべての人事制度・施策を見直し、再設計をしました。実際の運用はこれからですので試行錯誤も予想されますが、大切な「人財」のために、よりよい制度にしていきたいと思えます。社員にとっての「よく生きる」を支援すること、すなわち社員が自分の強みを活かし、いきいきと長く活躍続けられるような支援をしていくこと、それが私の目標であり、やりがいです。



人財部 人財開発課長 飯田 佳子

人事ポリシー

「ベネッセの最大の資産は『志を持った人』」。その「人財」を最大限に活かし、成長を支援します。社員一人ひとり、仕事の中、地域や社会とのつながりの中で、気づきを持ち、視野を広げ、力を伸ばすことで事業を成長させます。



360度サーベイ

ベネッセでは、2003年度より社長以下執行役員と部長に対して、2004年度からは対象を課長層まで拡大して、360度サーベイを実施してきました。

2008年度には、部課長に求める「管理職要件」に基づく「新360度サーベイ」を開始し、よりマネジメントレベルの向上につながるサーベイを目指しています。回答は、部下や同僚などサーベイ者本人が指定する10~15名がWebサイト上で、管理職に求める役割、行動、姿勢などについて広く評価します。サーベイ者本人には結果のフィードバック、外部機関や上位者による個別コーチングを行います。

能力開発ポイント制度

毎年4月、社員に付与される一定のポイント数で、社員が自主的に能力開発プログラムを選択し受講する制度です。ポイント数は、グレードに応じて一人約100ポイント(1ポイント=1,000円)で、次年度まで繰り越しができ、昇格時にはボーナスポイントが加算されます。この制度は、社員個人の自主的な学びを支援するためのもので、ポイント利用対象は外部オープン研修、キャリアプラン研修のほか、社会人大学院など現在の業務やキャリア上必要であると判断するものに適用できます。自己啓発のための能力開発ポイント制度とは別に、ビジネスフレーム研修、幹部育成やマネジメント研修などの指名・選抜型研修、編集者研修などの業務知識研修も実施しています。

女性の活躍支援

ベネッセでは55%が女性社員となっており、管理職や役員への女性の登用を、従来から積極的に行っています。現在、女性管理職比率は約4割に上っています。また、ワーキングマザーは女性社員の約35%となっています。

これは、男女雇用機会均等法施行以前の1970年代後半から、4年制大学卒女子を積極的に採用し、男女の差なく昇進・昇格を行ってきたことによります。また、育児支援を中心に、男女を問わず多様な働き方を支援する制度や施策が、女性の活躍を後押ししています。

「均等・両立推進企業表彰」 厚生労働大臣最優良賞を受賞

ベネッセは「平成20年度 均等・両立推進企業表彰」厚生労働大臣最優良賞を受賞しました。これは「女性労働者の能力発揮を促進するための積極的な取り組み」と「仕事と育児・介護との両立支援のための取り組み」について、模範となる取り組みを進めている企業を表彰するものです。

今回の受賞は、女性管理職の増加、学校営業など女性の少ない職種での女性比率の増加と、前回(平成11年度労働大臣優良賞)の受賞後から進捗のあった育児休職制度・育児時間短縮勤務制度の拡充・取得実績が評価されたことによります。

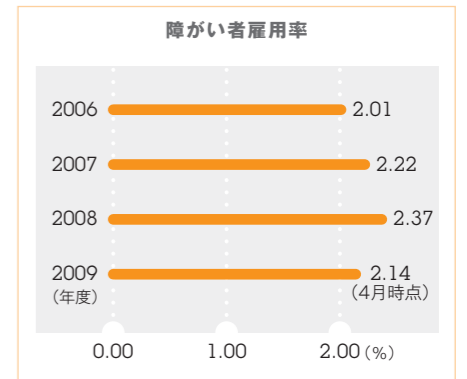
障がい者雇用

ベネッセでは、特例子会社ベネッセビジネスメイトを中心に、働く意欲のある障がい者を積極的に採用しています。2009年4月1日現在、「障がい者雇用率制度」のグループ適用6社*で、障がいを持つ従業員が198名勤務(うち重度の身体・知的障がい者は79名)、障がい者雇用率は法定の1.80%を超える2.14%となっています。今後も、グループ全体で障がい者の職域の開発、職場での定着推進などを図り、雇用の維持・拡大を目指します。



仕事発表の様子
(岡山クリーン 竹井さん)

*ベネッセ、ベネッセビジネスメイト、ベネッセスタイルケア、テレマーケティング ジャパン、パーソンズ、アピバ。



働きやすい環境づくり

仕事と生活の両立を支援しています

「地域や社会の中で、視野を広げる社員が仕事と生活の調和を図り、長く活躍し続ける状態を実現することでパフォーマンスの維持向上を行う」。社員が仕事と生活を主体的にマネジメントするというワークライフマネジメントの考えのもと、多様な働き方を支援しています。

結婚・出産が
まったくハンディにならない職場

入社した頃には、自分が出産後も仕事をしている姿なんて想像もしませんでした。けれど、働き続けるうちにだんだんとワーキングマザーが増えていって、私が妊娠したときには「辞める」という選択肢は考えもしなかった。同僚たちも「出産？ふーん、いつ戻ってくるの?」という感じで、仕事を離れる不安も復帰後の心配も一切なく、自然に働くお母さんになりました。

自分が母親になってみると、ベネッセがいかにワーキングマザーにやさしいかがわかります。今4歳になる長男も、2歳の長女も、東京本部内にある社内託児所「たまkid'sクラブ」に預けましたが、仕事でも同じビルにいられるのは母子ともに大きな安心感があります。上の子は生後6か月、下の子は10か月で預けたので、休憩時には授乳に駆けつけていました。そんなこと、普通は無理ですよ。

夫や近くに住む夫の両親はもちろん、職場の上司や同僚たちの協力にも感謝しています。ベネッセでは育児休職を取得する男性社員が急増中で、育児に対する理解がどんどん全社に根づいています。

生活が充実すれば
いい仕事もできる

今は「育児時間短縮勤務制度」を使って、16時30分には退社しています。最近、会社のメールを携帯電話で確認できるシステムを使えるようになり、これが便利で助かっています。自分が退社してからも、会社でどんな動きがあったかがその日のうちにわかるので、翌朝は勤務スタートからトップスピードで仕事ができます。

母親であることは、この会社では仕事においてもプラスになることが多い気がします。私は「進研ゼミ小学講座」小学4年生コースの保護者冊子を担当していますが、以前とは比べものにならないほど親の気持ちやニーズがわかります。社内託児所を通じたママ同士のネットワークも、仕事に生きるんですよ。普通なら知り合えない部署の人と親しくなれるので、仕事上でもちょっとした相談やお願いがスムーズにできます。

個人的には、仕事も生活も充実させて、育児をする社員だけでなく誰もがメリハリのある働き方ができると素敵だと思います。趣味でもボランティアでも、私生活が充実すれば仕事にも集中できるはず。それこそが「よく生きる」だと考えます。

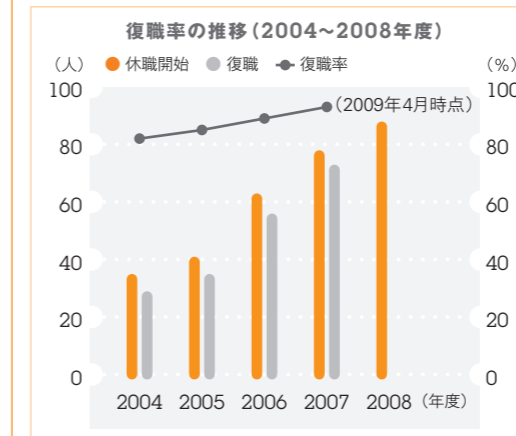


教育事業本部 小学生商品開発部 佐藤 信恵

育児支援

育児支援の代表的な制度に、「育児休職制度」があります。1歳未満の子どもを持つ社員はもちろん、子どもが1歳になっても、4月の保育園入園時期までは法定を超えた期間休職ができる制度です。2006年12月の制度の改訂後は男性の育児休職者も増え、2006年度は7名、2007年度は12名、2008年度は23名の男性社員が取得しました。男性社員による「育児ブログ」の公開など、育児支援も推進しています。2008年度からは、男女問わず、育児休職の最初の1か月を有給、2~3か月目は基本給の1/2を支給し、経済的な支援を開始しました。

育児休職者への復職支援としては、休職者専用Webサイトで情報提供があります。また、グループ広報誌の提供や休職した部門への原則復帰、復帰後1年間の個別フォローなどを実施しています。過去5年間の育児休職からの復職率は平均90%で、復帰後、東京本部ビル(多摩オフィス)の社内託児所「たまkid'sクラブ」を活用している社員もいます。



男性育児休職者の取得状況

(年度)	1週間	2週間	3週間	1か月以上	2か月以上	3か月以上	合計
2006	1	5	1	0	0	0	7
2007	4	3	6	0	0	1	14
2008	5	7	6	4	0	1	23

経営と現場の相互信頼の基盤

社員が会社で働くための安心は、人事制度や教育・研修制度で実現していますが、社員の仕事の中での成長の実感や日々のコミュニケーションが大きな役割を果たしています。また、組織全体を活性化させるためにも、経営情報や経営陣の考え方を知る機会や、自分たちがどんな思いで何をやっているかを経営陣に理解してもらう機会などを設け、ベネッセ特有の経営と現場のコミュニケーションを展開しています。



朝礼の様子

在宅勤務制度

ここ数年かけて、いくつかの部門でテストを進めてきました。業務によっては、仕事のクオリティを上げるために時間をうまく使って集中することが必要だったり、生活においても豊かな体験が必要だったりします。働き方の一つの選択肢として、2009年度に制度化しました。これにより、生産性が向上するとともに、当社が目指す「自分や自分の家族がしてもらいたいサービス」を実現することにもつながると考えています。

カフェテリアプラン

ベネッセは、1995年に日本で初めてカフェテリアプランを導入した企業です。カフェテリアプランは、社員がメニュー化された福利厚生施策から自分の都合や必要性に応じて選択できる制度で、メニューごとの点数を自分の持ち点の範囲内で活用することができます。

メニューの内容は、育児・教育、医療、介護、健康増進、財産形成、リスクヘッジ、住宅と生活全般にわたっています。2010年には原資の再配分を行い、さまざまなライフサイクルへの支援を目的に、カフェテリアプランのさらなる充実を図ります。

ベネッセ休暇

ベネッセ休暇は、ベネッセでの勤務の節目に対して、慰労と新たな気持ちで頑張るという会社からの期待を表す目的で設けています。勤続5年目、10年目、15年目、20年目、25年目、30年目を迎える社員が対象となります(いずれも毎年4月1日時点)。

対象者へは、年数に応じて特別の有給休暇とベネッセ休暇支援金が付与されますが、有意義に活用する社員が毎年増えています。

メンタルヘルスケアの取り組み

ベネッセでは、社員が多くの人とかかわる仕事が多く、何より社員の活力そのものが事業の財産であるため、メンタルヘルスへの備えがとくに求められています。

全社のヘルスケア体制としては、事業所別に衛生管理者と産業医を配置しています。長時間労働が発生した場合の面談や、復職支援プログラムによるサポートを実行するとともに、社内相談デスクや社外EAP(従業員援助プログラム)を活用して心配事や悩みがある場合には早めに受け付け、ともに問題を解決していく体制を強化しています。

社会
お取引先

お取引先とのパートナーシップ

理念とノウハウを共有し、新しい価値を生み出します

ベネッセの事業には、お取引先企業とのパートナーシップが欠かせません。高い安全性と、お客さま視点の使いやすさを備えた“ベネッセにしかつけないもの”を生み出すために、企業理念である「よく生きる」を実現する仲間の輪に入りたいと考えています。

想いとノウハウの共有で新しい価値を生み出す

ベネッセは、どこまでも“お客さま視点”の会社です。商品づくりは、お客さまの声からスタートします。そこからお客さまの課題を解決できる技術を求めて、私たちは全国にパートナーを探します。私がお付き合いしたメーカーさんは、この1年だけでも40社以上です。例えば、おむつについたうんちを取るヘラをつくったときには、トイレに流せるロール芯をつくっている製紙メーカーを探し出し、すぐに直談判して、大ヒット商品を生むことができました。

企業を選ぶポイントは、ベネッセ同様に、お客

さまの声を大切にしてくれること。ベネッセの安全基準は多くの業界基準より厳しいですし、お客さまから「使いにくい」との声があれば、即改良します。それに付き合ってもらえることが第一です。また、自社の技術に誇りを持っていることも大事。モノづくりのプロとして意見をぶつけてくれないと、良い商品は絶対に生まれませんから。ベネッセが持つ膨大な「お客さまの声」は、メーカーさんにも貴重なはず。互いにプラスのパートナーシップを、今後も数多く築きたいと思っています。

ベネッセの取り組み

協業による新たな価値の創出

ここ数年、他分野の企業と積極的に事業提携することで、お客さまへの新たな価値を生み出しています。当社だけでは実現できないことを他分野の企業と実現することで、ベネッセの教育力、ブランド力はさらに発揮されます。2008年度はとくに教育事業での協業を実施。それぞれの良さを融合し、商品・サービスの価値向上に挑戦しています。



大和ハウス工業(株)と「たまひよ」のコラボで実現した「ファミリーライブラリー」



MD&M商品部 伊藤 晃子

お取引先と進める制作工程の見直し

ベネッセは、2005年度からお取引先を巻き込んだ制作工程の抜本的見直しに取り組んできました。2008年度はその成果が現れ始めました。例えば、中学生商品開発部の問題制作では執筆者、吟味者、校正者などのお取引先の協力によりデータベースを構築。制作時間を40営業日短縮することが可能になりました。

この取り組みは全社的に実施されており、お客さまのニーズに応えるためのさらなるチャレンジへと進化しています。

サプライチェーンの充実

ベネッセはグループ内だけでなく、お取引先も含めた企業責任についても留意する旨を、「ベネッセグループ行動基準」に記載しています。お取引先の選定は複数の候補を比較し、品質・コストなどの条件を十分に検討。お取引先の業務遂行能力・管理能力・法令遵守状況および信用状況などを確認しています。また、強制労働や不法就労、違法な児童労働を行う企業とは、直接・間接を問わず取引を行っていません。万が一このような事実を発見した場合、直ちに適切な措置を講じています。

社会
株主・投資家

株主・投資家への責任

「顔の見える」「わかりやすい」IRを心がけています

当社は、株主・投資家の皆さまとの双方向コミュニケーションを重視した「顔の見えるIR*」、投資家目線に立ったIRツールやWebサイトを活用した「わかりやすいIR」を心がけています。

* Investor Relationsの略。企業が株主や投資家に対し、投資判断に必要な情報を適時、公平に継続して提供する活動。

ベネッセの「ファン・シンパ」を増やしたい

私たちが目指すIRは、株主・投資家の皆さまにベネッセを理解し、好きになってもらうことです。IRは事業内容や数値の説明だけと思われがちですが、重要なのはベネッセの「よく生きる」という企業理念に共感し、「ファン・シンパ」になってもらい、その結果として長期の株主になってもらうことだと考えています。そのためには、ベネッセの強さの源泉であるビジネスモデルやCSR活動など、ベネッセブランドを支える目に見えない資産も伝えることが大切です。

ベネッセのIRの特長は、「顔の見えるIR」「わか

りやすいIR」です。機関投資家には年間300件以上の個別面談や、年数回の海外IRを定期的に行っています。個人投資家には個人投資家向けWebサイトや説明会、開かれた株主総会を通じての情報発信を行っています。

ベネッセでは、一方的な情報発信ではなく、株主・投資家の皆さまとの対話を通じた双方向コミュニケーションを重視しています。市場の声を経営に迅速にフィードバックし、経営に活かせるしくみをつくっています。

ベネッセの取り組み

情報開示

国内外の機関投資家や個人投資家、株主の皆さまへ積極的に情報を開示しています。また、当社への理解浸透のためアニュアルレポート、WebサイトなどIRツールの充実も図っています。「2008年度 日経アニュアルレポート・アワード」では7年連続入賞。さらには、海外のアニュアルレポートアワードである「ARC Awards」でSILVER賞、「iNOVA Awards」のIRサイト部門でBronze賞を受賞するなど、高い評価を得ています。

IR Webサイトは (<http://www.benesse-hd.co.jp/ir>)



コーポレートコミュニケーション本部 副本部長 広報・IR部長 兼 秘書室長 増本 勝彦

株主還元

ベネッセは、「配当性向35%以上」を明示しており、2003年度から5期連続で増配しました。2008年度は1株当たりの年間配当額が90円となり、配当性向は84.1%と35%を上回っています。自己株式については2008年度310万株(132億5千万円)の買い付けを行い、2009年3月末時点で累計814万株(273億9千2百万円)、発行済株式総数の7.7%に当たる買い入れを行いました。2009年度は6月に40万株(15億円)の買い入れを実施しています。

1株当たり配当金/配当性向 → 47ページ

SRIへの組み入れ

ベネッセは、コーポレートガバナンスやコンプライアンス体制、CSRへの取り組みなどが評価され、国内外の主要なSRIインデックスやファンドに組み入れられています。SAM社発行の「The Sustainability Yearbook 2009」の中では、消費者向けサービスセクターにおけるサステナビリティの優れた企業(SAM Sector Leader、SAM Sector Mover)に2年連続で選ばれました。



WEBに掲載している項目：契約に基づく仕事の徹底/目線はお客さまへ

トップ(<http://www.benesse-hd.co.jp/>) → CSR活動 → 社会 → お取引先とのパートナーシップ

WEBに掲載している項目：投資家との対話(詳細)/IRツール(詳細)/株主総会・株主説明会/SRI組み入れ状況

トップ(<http://www.benesse-hd.co.jp/>) → CSR活動 → 社会 → 株主・投資家への責任

地域社会との共生

「地域」になくてもはならない存在を目指しています

ベネッセは、「地域に根づいた活動」に力を入れていきます。良い地域というのは、そこに存在する一人ひとりの「よく生きる」を実現している証であり、ベネッセの企業理念そのものだからです。企業も社員も、地域になくてもはならない存在になることを目指しています。



すべての企業活動は、地域と密接にかかわっている

福武書店時代から、地元の高校の先生方と一緒に「その地域の進学率を上げていこう」と、学校教育の支援を行ってきました。そこには「地元の若者が将来、各方面で活躍することが、ゆくゆくはその地域を豊かにしていく」という想いがあったからです。「地域に根づいた活動」の芽は昔からあったと思いますね。

私は普段、岡山市にある本社に勤務しています。ベネッセ創業の地であるこの街では、地域とのかかわりは長く、深いです。地元スポーツチームへの支援や、お祭りなどの行事への参加・協賛のほか、地域の一大イベントである花火大会では、本社の屋上などを見物場所として開放しています。昨年、地域のかたを200名ご招待しました。

また、小学生から社会人まで、企業訪問や職場体験の受け入れを歓迎しています。県会議員のかたや学校の先生方が、情報収集や組織運営について学びに来られることもありますね。学生でも社会人でも、数ある企業の中からベネッセを選んでいただいたのですから、感謝の意を込めて、可能な限りの対応を心がけています。



人財総務本部 兼 コーポレートコミュニケーション本部 副本部長 八木 智

地域にも、ベネッセにも成果が残る活動を増やしたい

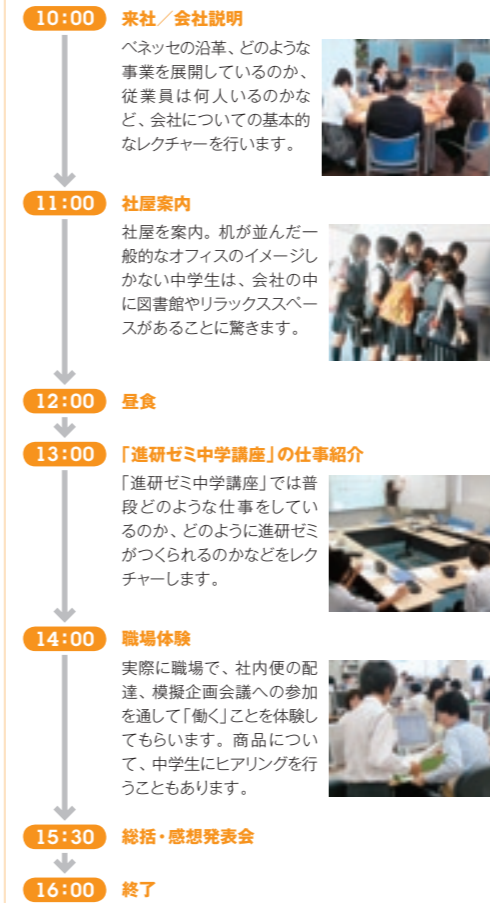
地域に根づいた活動とは、本来「その場所ならではの、その土地の方々の巻き込んだ活動」であるべきではないでしょうか。その意味では、香川県の「直島」での取り組みは何よりの好例といえます。その土地の歴史や文化、そして人の営みとわかちがたく結びついた風景の中にアートがあり、地元のかたもアートづくりに参加し、高齢化の進んでいた島が元気になった。2010年には「瀬戸内国際芸術祭2010」が開催され、より広域での地域活性化を実現することになります。今後は社員のボランティア活動を支援するしくみを考えるなど、地域に貢献する方法を模索する必要性を感じています。すぐに始められることもありますが、ベネッセは「やるからには徹底的にやって成果を出したい」と考えるまじめな会社なので(笑)。

お金を出さなくても、人を動員するだけでもなく、地域にもベネッセにも何かが残る、意味ある活動を増やしていきたいですね。企業市民として地域のかたとかわり、その地域の歴史や持っているものを引き出していく。そうすることで、自分たちも地域もよく生き、ベネッセの事業にもつながっていくと考えています。

企業訪問・職場体験の受け入れ

ベネッセは、「子どもたちに会社や実際の仕事に触れる機会を提供すること」「学校関係者や当社に関心を抱く方々に当事業への理解をより深めていただくこと」を目的に、小学生から社会人まで幅広い年代の方々の企業訪問や職場体験を受け入れています。修学旅行や総合学習の時間を利用した企業訪問、数日間にわたる職場体験、企業研究・研究発表を目的とするヒアリングなど内容もさまざまです。2008年度、東京本部には41件342人が来社されました。今後もこれらの活動を通して、地域の皆さまとのコミュニケーションを図っていきます。

東京本部 1日職場体験の流れ(例:中学生)



海外からも 北米社会科教師を招へい

北米から高校の社会科教師や教育関係者など10人を受け入れました。人財部の担当者が、ベネッセのワークライフマネジメントに対する考え方や取り組み、女性の活用について紹介しました。参加された方々は「進研ゼミ」「たまひよ」などにも大きな関心を持たれ、活発な質疑応答・意見交換がなされました。

手洗い教育ツール(台湾)

台北支社は、約8年前にO-157が流行した際、すでに人気のあった巧虎(チャオフー/しまじろうのこと)を使い衛生教育に力を貸して欲しいと、台湾政府の衛生局から要請を受けました。そこでベネッセでは、巧虎でビデオを制作し、各地の幼稚園や小学校に無償で配布。子どもたちの衛生面における教育推進をサポートしました。この活動はメディアを替えながら、現在も継続して行われています。



幼稚園で使う「手洗いカード」と家庭で使う「パンフレット」

ベネッセ・スター・ドーム

東京本部ビル最上階(21階)にあるベネッセ・スター・ドームは1994年にオープンしました。幼児から小学生、大人向けの映像プログラムを用意し、2008年度は年間約30,000人の方々にご利用いただきました。東京本部は、これらの施設を含め、年間を通して修学旅行、企業訪問など、子どもから大人まで多くのお客さまの訪問を受けています。



ベネッセ・スター・ドーム

ベネッセアートサイト直島

「ベネッセアートサイト直島」は、ベネッセが香川県直島を舞台に展開しているアート活動と、アートを取り巻く人々の活動を表す総称です。瀬戸内海の風景や直島の自然、地域固有の文化の中に、その場所にしかない現代アートや建築をつくり上げていく活動を行っています。「ベネッセアートサイト直島」は、ベネッセの企業理念である「よく生きる」について、地域住民や訪れたかたにじっくり考えていただくための場であり、企業メッセージの発信の場です。そして、この活動を通じて、過疎や高齢化が進みつつある地域が活性化することを目指しています。2008年度に20周年を迎えたこの活動は、地域づくりの例としても注目を集めています。



「ベネッセハウス」/撮影 山本 耕

「ベネッセアートサイト直島」の詳細は
<http://www.naoshima-is.co.jp/>

環境

環境活動のためのマネジメントシステム

「環境」を経営の重点課題に位置づけています

ベネッセグループは教材、ダイレクトメール(DM)など、商品制作の過程で多量の資源を消費しています。企業理念「よく生きる」を実現するためにも環境問題に向き合うことは必要不可欠であり、経営の重点課題と位置づけ、環境方針のもと社員一丸となって取り組んでいます。



「上意下達」ではなく、社員の環境意識が支える環境活動

ベネッセは、2004年に環境マネジメントに関する国際規格ISO14001を取得。私はそのときから環境部門を担当しています。当時は社員から「工場でもないのに、何をすればいいの?」という声もありましたが、全社員に「環境方針」などを盛り込んだ小冊子を配り、毎年Webによる社内教育を行うことで、今では環境意識を全社で共有するようになりました。

2008年3月には、その「環境方針」を改訂。従来は「みんなで環境活動に取り組もう」といった漠然としたものでしたが、新たに「あらゆる業務活動や商品・サービスを、環境という軸から見直そう」「事業の特性に合わせた環境活動をしよう」という具体的な提言を行いました。これを受けて各部門が「できること・やるべきこと」をミッションに設定し、改善に取り組んでいます。

私は、「環境活動は上意下達で義務的にやるものではない」と考えます。だから、各部にいる環境担当者が環境活動の主役。彼らが自発的にアイデアを出して、用紙の削減からこまめな消灯まで、さまざまな活動を確実に進めています。

ベネッセだからこそできる環境貢献を目指したい

最近、「環境への負荷をいくら減らしても、ゼロにはできない。今後は環境にプラスの効果があることを積極的にやるべきだ」とよく聞きます。CO₂の排出量を減らすとか、有害物質を出さないとか、それはもちろん非常に重要ですが、そこに例えば植樹のように「プラス」になる活動を加えることで、「環境への負荷を減らす」ことにとどまらない、より大きな成果を目指すべきだと。

しかし、植林はどの企業でもできます。では、ベネッセだからこそできる「プラスの環境活動」とは何だろう。私は、それは「環境教育」だと考えます。数百万人に達する進研ゼミ会員をはじめ多くのお客さまに向けて、環境に関する正しい情報を届け啓蒙を続けることが、おそらくベネッセにとって最大の環境貢献活動となるでしょう。

社内では確実にムダを省き、社外には環境保護のメッセージを発し続けていく。ベネッセの社会的責任を踏まえた活動を、今後も継続したいと思います。

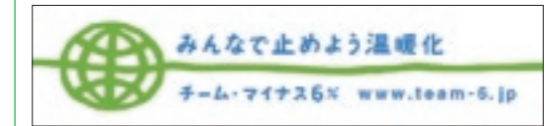


内部統制推進部 環境活動推進室 米山 俊哉

環境方針

2008年3月に環境方針を改訂し、「環境」を経営の重点課題の一つと位置づけました。環境方針には、自社の環境負荷の軽減活動に加えて、本業に踏み込んだ環境活動にシフトし、より社会や地域に影響がある活動へと範囲を広げていこうという決意が込められています。この決意のもと、本業に結びつきの強い環境教育を積極的に推進しています。

また、2006年1月からは「チーム・マイナス6%」に参加登録しています。



環境方針

環境問題は、地球規模で重要な課題であり、環境活動を積極的に推進することは企業の果たすべき義務と考えます。当社の企業理念である「Benesse=よく生きる」を実現する上でも、「環境」を経営の重点課題のひとつと位置づけ、教育を軸とする当社の事業特性に合わせて積極的に推進します。活動にあたっては、環境関連法規やルールなどを遵守するとともに、環境マネジメントシステムや環境パフォーマンスの継続的な改善を図りながら、事業に従事する者一人ひとりが主体的に活動することを旨とし、以下の内容を実施します。

- 1. 商品・サービス、営業活動等における環境配慮の推進**
商品・サービスはもとより、営業ツールに至るまで、安全で環境負荷の少ないものを提供するため、有害物質の不使用、省資源化を始めとする環境配慮設計を推進していきます。
- 2. 省エネ、廃棄物削減、リサイクルの推進**
事業活動にあたっては、新技術の導入などにより、省エネルギー、廃棄物の削減、リサイクルの推進を実施し、環境汚染の予防に努めます。
- 3. 社会に対する働きかけ**
当社の事業特性を活かした環境教育の推進、環境情報の発信、地域活動の実施などを行い、社会や地域と協働して環境活動に取り組みます。

この環境方針は従業員及び当社の事業活動に関与する全ての人に周知するとともに社外にも開示します。

代表取締役社長 兼 COO 福島 保
2008年3月1日改訂

推進体制

推進にあたっては社長を最高責任者とし、環境管理責任者のもと、諮問機関として環境委員会を運営しています。環境活動事務局は、環境活動推進室が担当。執行役員が推進実行責任者となり、各部の環境担当者が実務推進役を担うことで、社員はもちろん派遣社員、アルバイトなどを含めた全員参加の活動を展開しています。

環境委員会

委員長である環境管理責任者の諮問機関として位置づけられ、委員長が指名する推進実行責任者や部門責任者などで組織されています。本委員会は、著しい環境側面や環境目的・目標、内部監査やマネジメントレビューの結果について答申するほか、社内の各部門にかかわる動きがある場合の議論を行う場となっています。

内部監査

各部門より指名された社員で内部監査チームをつくり、毎年夏に実施します。初めて指名された社員は外部機関での内部監査員養成講座の受講、規格の理解が義務づけられています。これまでに163人が外部研修を修了しました。内部監査員は2年任期で、2年目は経験者として新任の社員とチームを組んで監査を実施します。

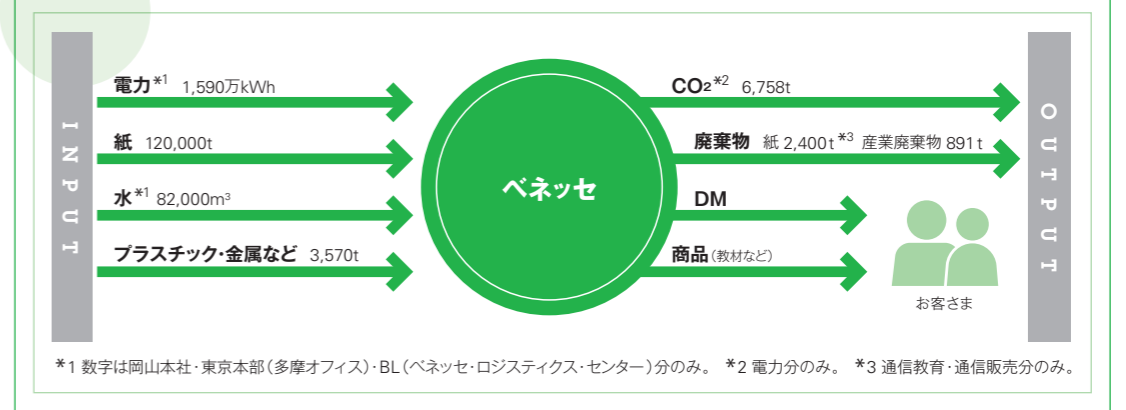
社内教育

環境活動を推進するための社内教育を行っています。具体的には、毎年作成する「教育計画書」をもとに自覚研修、訓練研修、能力研修の3階層教育を実施。自覚研修は新人、中途の社員に対する導入研修はもとより、1年に1回、Web研修と各部の環境担当者による集合研修などを行っています。また、環境方針や環境マネジメントシステム、活動内容を盛り込んだ環境小冊子を全員に配布し、周知徹底を図っています。



Webを活用した社内教育を実施 環境小冊子

事業と環境とのかかわり



WEBに掲載している項目: 推進体制図 / ISO認証取得状況

トップ(<http://www.benesse-hd.co.jp/>) → CSR活動 → 環境 → 環境マネジメント

環境

事業の特性を活かした環境活動

事業の特性を活かし、環境教育を推進しています

ベネッセは「事業そのものによる社会貢献」を目指しています。2008年3月に改訂した「環境方針」でも「事業特性を活かした環境教育の推進」を宣言し、その一環として「エコプロジェクト」を立ち上げました。幼児から高校生まで、年齢に合わせた環境教育が始まっています。



全国で大反響を呼んだ「かんきょう紙芝居」活動

2007年秋頃から、部内で「幼児向けに環境教育ができないか」という話があり、全国の幼稚園にヒアリングをしてみたところ、「環境は範囲が広くて、何を教えるかが難しい」「モノを大切にすることを教えたいが、伝わりにくい」という意見が多く聞こえてきました。そこで、「こどもちゃれんじ」のキャラクター「しまじろう」の防犯教育紙芝居が好評だったことをヒントに、洞爺湖での環境サミットがあった2008年、「モッタイナイむらのモッタくん」という紙芝居を作成しました。しくみは簡単で、紙芝居を使い、モッタくんと一緒に身近な環境問題を考える。幼稚園で学んだ内容を家庭で復習する。そのために、ご家庭ごとに家庭用教材を配布しました。さらに、園児が家庭で取り組んだことを、教材付録の葉っぱに書いて幼稚園でまとめるというサイクルにしました。園児たちが自ら環境を考え、取り組むことで、環境について関心を持つきっかけづくりを目指しました。

監修をお願いした(財)日本環境協会からは、「多くの会社で子ども向けの環境活動をやっているけれど、家庭が深くかかわるような活動は、ベ

ネッセさんならではのですね」との評価をいただきました。また、全国各地の幼稚園から大好評で、最終的に3,000園以上の幼稚園からお申し込みをいただき、約42万人の園児たちが紙芝居を見てくれたのです。



夢は、日本初の総合環境教育プログラムの確立

私も幼稚園で先生が紙芝居を読む様子を見学しましたが、子どもたちの反応は予想以上で最後は「モッタくん、モッタくん」の大合唱。保護者のかたからも「家でもこまめにテレビを消すようになりました」「逆に親が教わっています」などの声をいただきました。「かんきょう紙芝居」活動は2009年、保育園へのご案内をスタートしました。

今後の課題は、総合的な環境教育プログラムの確立です。紙芝居を県内の全幼稚園で導入してくださった福井県の環境行政課からは、「幼稚園から高校まで、一貫した環境教育プログラムをつくりたい。知恵を貸して欲しい」というご要望をいただきました。当社でも「こどもちゃれんじ」や「進研ゼミ」など、それぞれの教材で環境問題を取り上げていますが、学年をつなぐ体系立ったプログラムはまだありません。おそらく日本中、どこにもないはず。これができれば、ベネッセとして最高の環境貢献になるのではないのでしょうか。

マーケティング・営業本部長室 事業開発セクション 川田 和宏



エコプロジェクト

「エコプロジェクト」とは、エコロジー+ココロ+プロジェクトを組み合わせた言葉で、環境教育に込めた私たちの願い(ココロ=心)を表しています。子どもたちが環境教育を通じて環境に配慮することが当たり前となり、楽しく行動できる。そして子どもたちの中に活動のリーダーが生まれる、そんな世の中になることを願い、2008年度よりさまざまな活動を始めました。



「エコプロジェクト」は <http://www.benesse.co.jp/kamkyo/ecolo/>

エコプロジェクトの実施内容(2008年度)

かんきょう紙芝居(幼稚園対象)	採用園: 3,298(全国の24%) 成果レポート: 約700園、21,191人 活動による削減CO ₂ 換算値: 1,414,973kg
環境コンクール*(小学生高学年~高校生対象)	応募件数 小学生: 276件 中学生: 635件 高校生: 168件
イベント	●北海道洞爺湖サミット記念 環境総合展2008(6月/札幌) アンケート回答: 857人(うち満足と回答97%) ●エコプロダクツ東北2008(10月/仙台) アンケート回答: 2,013人(うち満足と回答95%)

*環境コンクール

2008年度から、小学生高学年から高校生までを対象に、環境に対して実行していること、日頃考えていることなどを募集して、コンクールを開催しました。募集期間は夏休みを中心に設定。多くの応募の中から審査を経て、優秀作品の発表を行いました。

「北海道洞爺湖サミット記念 環境総合展2008」に参加

2008年6月、「北海道洞爺湖サミット記念 環境総合展2008」に北海道事業所がブースを出展しました。このイベントには環境活動に取り組む企業・団体333社が参加し、期間中に8万人以上が来場しました。

ベネッセブースでは「みて」「さわって」「かんじて」環境を学ぶ」をコンセプトに、「しまじろうの環境ビデオ」や紙芝居の上映、環境教材展示、子どもたちが葉っぱのシールに環境活動宣言を書いて貼る「エコの木」などを設置しました。



ベネッセブース

事業所での環境活動(大阪事業所)

2008年11月、大阪事業所で周辺地域の清掃活動を行いました。大阪市環境局が「ポイ捨てのない美しい街づくり」のために推進する「クリーンおおさか2008」の一環で、参加団体が一斉清掃を行うものです。

活動中は、近隣の企業のかたや宅配業者のかたから「きれいになって驚きました」という声をいただきました。今後も、地域に根ざした環境活動を積極的に考えることのできる集団を目指します。



大阪事業所での清掃活動

事業を通じた環境活動

幼児向け通信教育講座「こどもちゃれんじ」では、環境教育の視点を盛り込んだ記事を掲載しています。また、「進研ゼミ小学講座」では、環境問題を扱った『地球環境調査BOOK』を別冊付録として作成したり、教科の中で環境のテーマを扱ったりしています。さらに「進研ゼミ中学講座」「進研ゼミ高校講座」では、問題文に環境関連のものを使用するなど、幅広く環境問題に接する機会を提供しています。



「こどもちゃれんじ」の環境ページ

ストレッチフィルムのリサイクルを実施

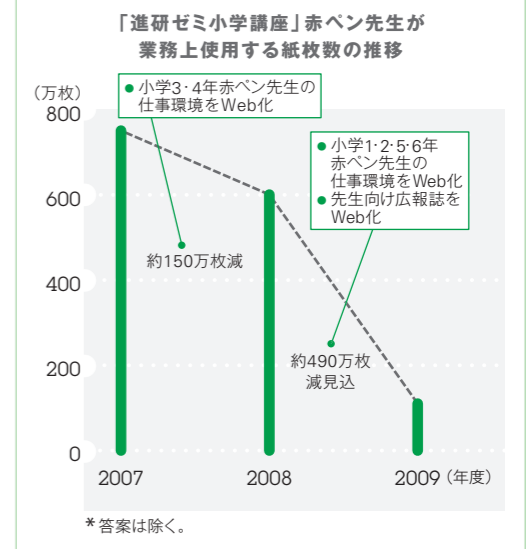
当社の物流拠点であるベネッセ・ロジスティクス・センター(岡山県瀬戸内市)では、2007年7月より、納品時の荷崩れ防止のために巻きつけてあるストレッチフィルムのマテリアルリサイクルに取り組んでいます。これにより、2008年度は年間41トンのストレッチフィルムがリサイクルされました。



ストレッチフィルムを圧縮して→測量用の杭に

「赤ペン先生」の業務改革で紙を削減

2007年度から2ヵ年計画で、「進研ゼミ小学講座」の赤ペン先生が業務で使用する約640万枚の紙の削減に取り組まれました。赤ペン先生の業務環境にパソコンを導入し、これまで「紙に打ち出して確認」「紙に記入」していたものをWeb上でできるようにしました。この取り組みは、単純に紙をWeb化したのではなく、サービス品質や業務生産性がダウンしないように調査、開発設計など丁寧にステップを踏んだことがポイントです。



第三者との対話

ベネッセらしく、CSRを推進していくために

ベネッセは今後、企業の社会的責任（CSR）についてどのように考え、取り組む必要があるのか。CSRとSRIに詳しい（株）インテグレックス代表取締役社長 秋山をね氏をお迎えして対談を行い、レポートへの評価をいただくとともに、CSR活動やベネッセの事業についてCSRの専門的な視点でご意見をいただきました。

首尾一貫した理念こそベネッセの強み

秋山をね（以下、秋山） レポートを拝読し感じたことは、企業理念である「Benesse=よく生きる」が4つの事業領域の中で具現化され、脈々と浸透しているということです。CSR活動の5つの柱（P4参照）についても、企業理念の具体的な活動への落とし込みとして掲げられている印象を受けました。ベネッセは、CSR活動の5つの柱やミッション、お客さまに伝えたいメッセージ、すべてが首尾一貫していることが素晴らしいですね。「Benesse=よく生きる」の強さを改めて感じました。

福原賢一（以下、福原） 理念の深さや強さはすごいですね。2009年6月に、グループ会社役員も含めた経営陣で合宿が行われたのですが、テーマは「理念」について。ベネッセらしさを今後どのように展開していくか、とことん語り尽くしました。こうして理念を受け止めて、経営の立場、事業運営に携わる立場それぞれが深く掘り下げていくプロセスがあるからこそ、首尾一貫しているのだと思います。

秋山 経営の立場で理念を深く掘り下げていくというお話には、納得できます。私は、内部統制やコンプライアンスに積極的に取り組む企業を表彰する「日本内部統制大賞—Integrity Award—」の審議委員をしていますが、ベネッセは経営のしくみをしっかりと機能させていると感じます。理念や志が共有されているからこそ、しくみは機能するんですよ。2008年度はこの賞の優秀賞に御社が選ばれましたが、2007年に3名の代表取締役体制になってからの具体的な取り組みが評価点として挙げられました。新しい内部通報の窓口をつくられたりされていますよね。

福原 ありがとうございます。2009年10月の持株会社体制移行後も、恥じない経営を続けていきたいと思っています。

CSR推進のための4つの実践

秋山 私たちは、理念を事業活動の中で実践していくことがCSRのベースにあり、実践にあたっては4つの段階があ

ると考えています。第1段階は、「事業活動そのものが社会に貢献するもの」であるということ。ベネッセは、事業活動そのものが社会の課題解決を支援するものですので、まさに当てはまります。第2段階は、「事業活動のプロセス自体が理念に沿ったもの」であるということです。事業活動の中で従業員が理念を実践し、各自の仕事の領域でご入居者の「よく生きる」を支援している介護事業などは、この第2段階になると思います。

福原 介護事業については、労働環境や就業条件が整っていない業界全体を変えていきたいという思いで人事制度の改革などを行った結果、従業員の「よく生きる」、理念の実践につながりました。

秋山 そういった思いもあったのですね。第3段階は事業活動の枠を越えてになりますが、「事業活動以外の成果も、具体的に地域や社会に展開していく」ということです。ベネッセのユニークな財団活動は、まさに第3段階に該当すると思います。事業活動が経済的に財団活動を支援し、財団活動が事業活動に良いフィードバックを与えている、そんなリンクができていないのでしょうか。

福原 直島など財団活動の運営資金は、財団が保有するベネッセの株式の配当収入によって賄われています。事業活動が継続してこそ財団活動も継続するという意味でリンクしますね。財団活動から事業活動へのフィードバックという点においては、事業活動を担う従業員が、財団活動をうまく活用して地域や社会と積極的にかかわってみたいと思っています。そうすることで、個人の「よく生きる」にもつながりますし、事業活動への良い刺激にもなるかと。今後の課題ですね。

秋山 課題として挙げられた点が、まさに第4段階の「事業に携わる従業員のCSRマインドや社会貢献マインドが向上し、個人レベルでも大きなムーブメントをつくっていく」ことになります。ベネッセの場合、従業員の財団活動への積極的な参加はもちろん、仕事を通じて得た社会からの気付き



代表取締役副会長 兼 CEO補佐
コーポレートコミュニケーション本部長
福原 賢一

株式会社インテグレックス
代表取締役社長
秋山 をね様

慶應義塾大学経済学部卒業。現在、内閣府評価専門調査会委員、(財)民間都市開発推進機構 住民参加型まちづくりファンダ選定委員会委員、東洋経済サステナビリティ報告書賞審査員、日本内部統制大賞審議委員、社会的責任投資フォーラム理事などを務める。

を会社全体で共有するしくみをつくることで、実践できるのではないのでしょうか。自分たちの思いが社会の中でどのように捉えられているのか、そして社会の中で何が求められているのか、意識を向けることは大切です。

事業の蓄積を環境活動、そして世界へ

福原 社会から求められていることの一つに環境への取り組みがありますが、ベネッセでは2008年3月に「環境方針」を改訂し、事業の特性を活かした環境活動（環境教育）に重点的に取り組むことを宣言しました。その一環として、通信教育講座「こどもちゃれんじ」で培ってきたノウハウを活かし、幼稚園対象の「かんきょう紙芝居」活動（P42参照）を展開しました。

秋山 現在、環境への取り組みはすべての企業が果たすべき責任になっていると思いますが、一番重要なことは、その企業の強みをどう活かせるかということです。教育事業で培われたノウハウを活かすことができる環境教育は、他社に対する競争力にもなっていくと思います。

福原 現在、東アジアで幼児教育を中心にグローバル展開を進めていますが、いずれ環境教育においてもグローバルに取り組みたいですね。

目指す社会に向けたビジョンを持って

秋山 持株会社体制になるということは、一つひとつの事業が独立し、スピーディにグローバル展開ができるという利

点があると思います。そのときに重要なのは、「Benesse=よく生きる」という軸を横串で通して、グループ全体の求心力を高めること。国を越えても、「Benesse=よく生きる」に込められた本当の思いを共有できるかが、今後の課題になると思います。

福原 そのとおりです。私どもは持株会社体制にあたって「グローバル」「グループ」「グローース」「ガバナンス」の追求を掲げています。グループにまで視点を広げる際、理念による求心力が重要になります。グローバル展開にあたっては、ベネッセらしさをどのように伝えていくかが大切だと考えています。

秋山 最後に、これからの期待としては、現在のCSR活動のアウトプットにとどまらない、今後のビジョンを明確に打ち出したレポートを目指していただきたいということです。ビジョンを打ち出したうえで、その実現のためのアクションを記載し、レポートによってPDCAを回していただきたいと思っています。

福原 わかりました。2018年に向けた長期ビジョンの達成に向けて持株会社への移行が決定されました。当然、そこには目指すべき世界観があり、その実現のためにベネッセとして努力する項目を盛り込んでいます。長期ビジョンの実現に向けては、未来の社会への洞察力を持って取り組み、次年度のレポートで報告ができるよう努めます。

*本文中は、敬称を略させていただきます。

会社概要

企業情報

商号
株式会社ベネッセコーポレーション

本社所在地
岡山県岡山市北区南方 3-7-17

代表者
代表取締役会長 兼 CEO 福武 総一郎
代表取締役副会長 兼 CEO 補佐 福原 賢一
代表取締役社長 兼 COO 福島 保

創業
1955年1月28日

資本金
136億円

従業員数 (2009年4月1日現在)
ベネッセグループ : 18,139名
ベネッセコーポレーション : 3,137名 (契約・嘱託含む)

上場証券取引所
東証1部、大証1部 (証券コード9783)

Webサイト
http://www.benesse-hd.co.jp/
(2009年10月以降)

事業領域 各事業のおもな商品・サービス → 18ページ

教育事業グループ
幼児から高校生を対象とした通信教育講座「こどもちゃれんじ」「進研ゼミ」や、高校で実施される大学入試模擬試験「進研模試」などを中心に、学校外教育および学校や先生方の支援を行っています。教育改革の進展や国際化・IT化時代の到来など、教育を取り巻く環境は大きく変化しており、これに伴う教育ニーズの多様化に対応し、商品ラインナップの拡充に努めています。

語学カンパニー
連結子会社である Berlitz International, Inc.、(株)サイマル・インターナショナルを通じて語学教育事業、通訳、翻訳事業を中心に行っています。

シニアカンパニー
連結子会社の(株)ベネッセスタイルケアにおける入所介護サービス事業 (介護付高齢者向けホーム運営)を中心に、研修事業、訪問介護サービス事業を実施しています。また、保育施設の運営も行っています。

W&F (ウィミン アンド ファミリー)カンパニー
妊娠・出産・育児雑誌「たまごクラブ」「ひよこクラブ」、直販雑誌「いぬのきもち」「ねこのきもち」の刊行や、「たまひよの内祝」などの通信販売事業、および女性向けインターネットサイトの運営などを行っています。また、食材宅配事業も行っています。

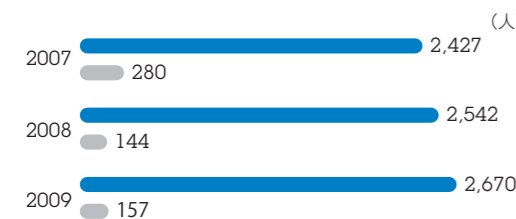
アビバ事業
連結子会社の(株)アビバにおいて、パソコン教室の運営事業を行っています。

おもなグループ会社

- Berlitz Berlitz International, Inc.
- 株式会社ベネッセスタイルケア (株)ベネッセスタイルケア
- TMO (株)テレマーケティング ジャパン
- Synform (株)シンフォーム
- (株)東京個別指導学院
- 進研アド (株)進研アド
- AVIVA (株)アビバ
- SIMUL (株)サイマル・インターナショナル
- Benesse Hong Kong Co., Ltd.

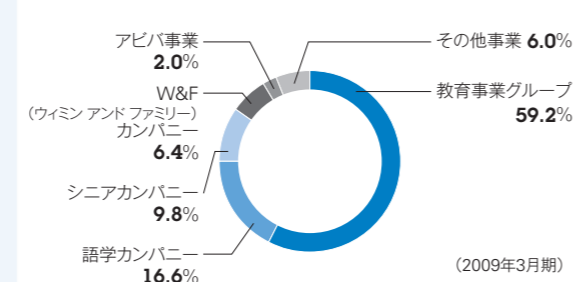
- PERSONS Inc. (株)パーソンズ
- 株式会社ベネッセアンファミリー (株)ベネッセアンファミリー
- Benesse Korea Co., Ltd.
- Learn-S (株)ラーンス
- 倍楽生商貿(中国)有限公司
- Benesse お茶の水ゼミナール (株)お茶の水ゼミナール
- (株)直島文化村
- 株式会社ベネッセビジネスメイト (株)ベネッセビジネスメイト
- 益峰客戸関係管理(上海)有限公司
- (株)東京教育研 など

社員数と採用人数の推移 (2007~2009年/4月時点)



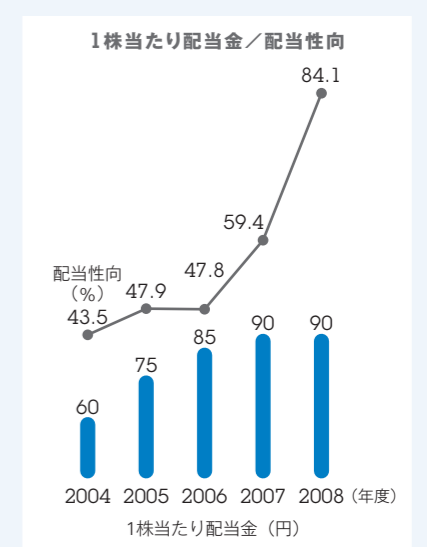
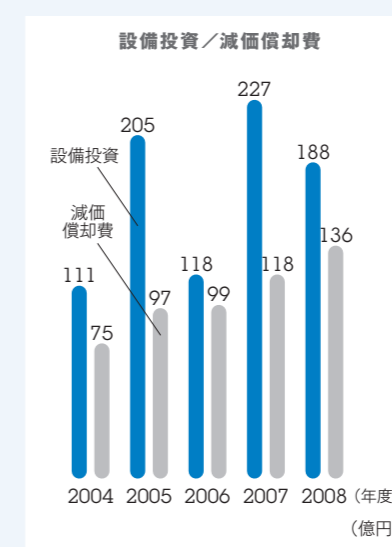
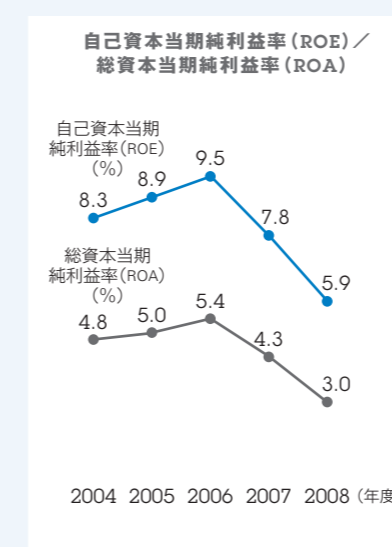
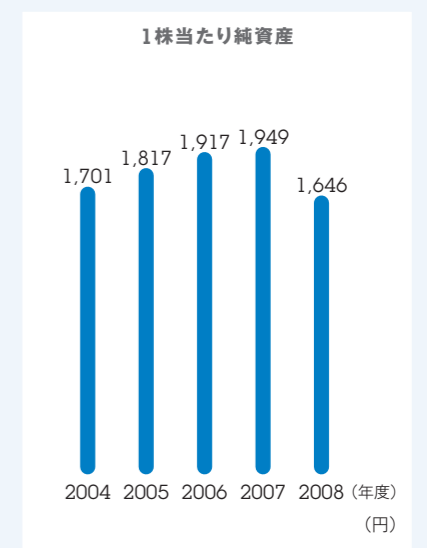
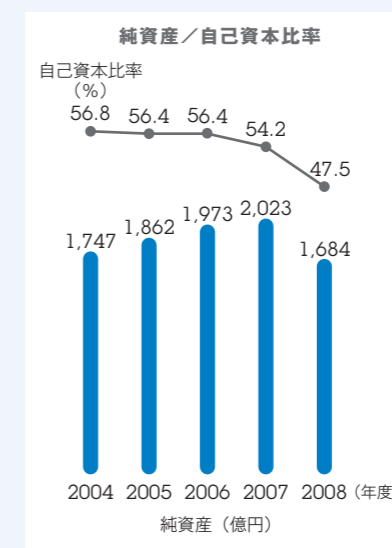
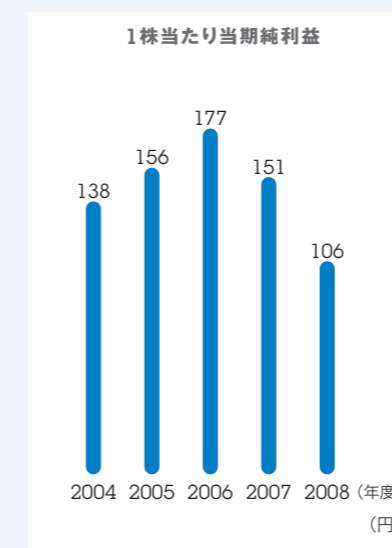
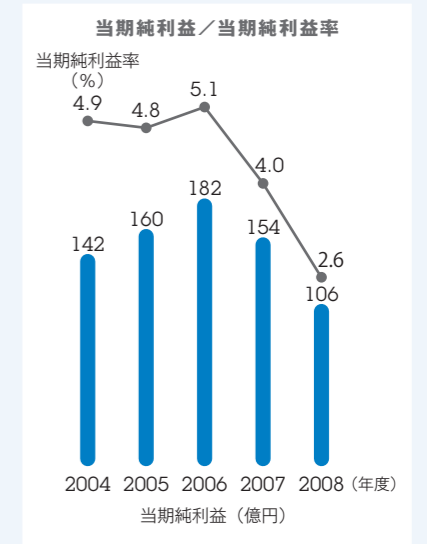
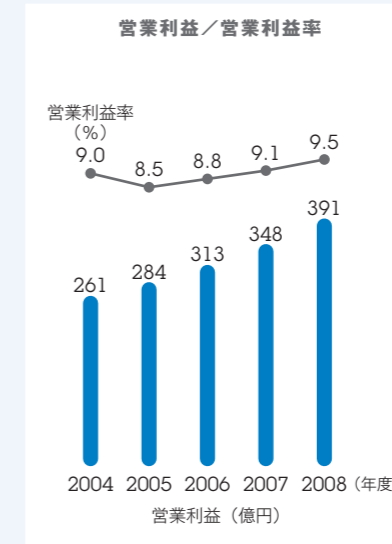
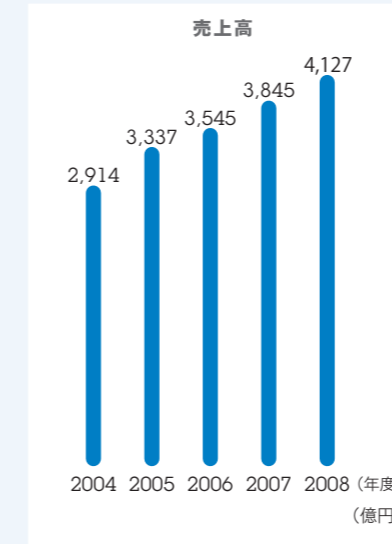
● 社員数 (正社員のみ) ● 採用人数 (新卒+中途)
*平均勤続年数8.2年 (2009年3月時点)。

事業別売上高構成



財務・業績ハイライト

*下記データはすべて連結データとなります。



そのほかの財務・業績データは
(<http://www.benesse-hd.co.jp/ir/en/investor/finance/index.html>)



株式会社ベネッセコーポレーション

本社 〒700-8686 岡山県岡山市北区南方3-7-17 phone (086)225-1100

東京本部 〒206-8686 東京都多摩市落合1-34 phone (042)356-1100

<http://www.benesse-hd.co.jp/>

(2009年10月以降)



live-well

見つける



はばたく



つなぐ



遊ぶ



当社はプライバシーマーク
使用許諾事業者です。
2006年1月(財)日本情報処
理開発協会より認定。



「くるみん」次世代育成支援
対策推進法に基づく次世代
育成支援認定マークです。
2007年6月より取得。

本誌は、適切に管理された森林から伐採され、加工・流通過程で適切に管理されたことを森林管理協議会(FSC)が認証した用紙を使用しています。石油系溶剤を完全に排除した100%植物油インキを使用し、印刷工程での有害廃油を出さない、水なし印刷方式で印刷されています。