

迷ったときに立ち戻れる基準をつくる

— 交洋不動産のSDGs経営 —



《主な取組》



交洋不動産株式会社

設立：1952年10月
従業員数：95名
代表取締役社長：阿部勝義

〒060-0042
札幌市中央区大通西3丁目7番地
北洋大通センター13階
<https://www.koyo-realestate.co.jp/>



不動産業は、意思決定の結果が数字に現れるまでに時間がかかる業種です。だからこそ、近視眼的な判断に流されない「ブレない判断基準」が必要になります。札幌市内でビル管理・商業施設運営を手がける交洋不動産株式会社は、SDGsを「経営の羅針盤」として位置づけ、組織全体への浸透を図ってきました。今回は、代表取締役社長の阿部勝義氏にお話を伺いました。

単なる理念ではなく、日々の意思決定の羅針盤へ

私たちがSDGsに取り組むようになったのは、その理念に賛同したことはもちろん、不動産業を通じて地域と関わる弊社の事業が「社会とどのように関わり、どのように持続的な価値を提供しているか」を整理する必要性を感じたことが出発点でした。

不動産業の特徴として、意思決定の結果がすぐに成果に現れないという点があります。短期的な合理性だけで判断すると、数年後に振り返ったときに「適切な判断ではなかった」という事態が起こり得るのです。

だからこそ、その場の状況に流されず、いつでも立ち戻れる経営の判断基準として、SDGsを活用することにしました。弊社ではSDGsを単なる理念ではなく「羅針盤」として、日々の判断と実際の取組の中で使っていくことを重視しました。

4つのマテリアリティが、サステナビリティ経営を動かす

激変する時代に対応するため、私たちは「サステナビリティ経営方針」を策定し、4つの重要課題(マテリアリティ)を抽出して取り組んでいます。

施設管理の面では、直接的な収益を生みにくく投資が後回しになりがちな、ビルの共用部(通路・トイレ・案内板など)の価値向上に本腰を入れました。商業施設「大通BISSE」では利用者のデータを「見える化」して改善指標とするとともに、今年4月には札幌市内商業施設で初となる「女子トイレへの生理用ナプキン無償提供サービス」を導入し、誰もが安心・安全・快適に使える環境を構築しています。

人的資本経営の面では、「人事企画部」を新設し、採用や育成、エンゲージメント向上といった経営課題に対応しています。4年連続の賃上げや社員の資格取得時に会社が費用を全額負担する「リスクリング支援」に加え、通常の有給休暇とは別に「10日間のリフレッシュ休暇」を新設。育児・介護休業規定も法令基準を上回る水準へ改定しました。人生のフェーズが変わっても長く力を発揮してもらい、結果として組織全体の力につなげていくためです。

中途採用では経験を問わず積極的に門戸を広げています。異なる経験や専門性が入り交じることで、これまでに無かった発想が化学反応のように生まれ、組織の新しい発想や挑戦につながると考えているためです。弊社では複数の部門横断プロジェクトが動いています。各プロジェクトは社内公募による有志のメンバーで構成され、横串的なボトムアップ型で今まさに進んでいるところです。

環境・危機管理対応の面では、建物の長寿命化と低炭素化をセットで捉え、LED化や

熱源改修を計画的に推進しています。本社ビルと北洋ビルの2棟で道内初(銀行本店ビルとしては全国初)となる「ResReal(レジリアル)認証」を取得し、災害時にも安心して働ける環境を評価していただきました。加えて情報管理やハラスメント対応などのコンプライアンスを担う「リスク管理室」を新設してガバナンスの強化も図りました。中小企業においても大切なことは「仕組みとして管理できる体制の構築」にあると考えています。

ようやく見えた「一本の道」、ここが本当のスタートライン

物価高騰や建築コストの上昇、金利上昇、そして札幌中心部のオフィス床競争激化といった目まぐるしく変化する時代に対応するため、弊社は2024年に中期経営方針の刷新を行いました。同時に、中堅・若手社員を中心としたブランディングプロジェクトを立ち上げ、2026年4月、ついに新たな「企業理念体系(ビジョン・バリュー・人事理念)」とブランド戦略の構築に至りました。

「中期経営方針」「企業理念体系・ブランド戦略」、そして前述の「サステナビリティ経営方針」が「一本の線」でつながり、弊社として初めて「何を基準に判断する会社なのか」を外に対しても説明できる状態になりました。長い準備期間を経て土台が整い、ようやく動き出せる段階になったと捉えています。

また、各種認定・認証は単なる実績づくりではありません。国が定めた基準にビルが適合していることをお客様に目に見えるかたちで示すことは、企業としての果たすべき責任です。透明性をもって事実を伝えることが、お客様と真摯に向き合うことであり、ビルやテナントの入居者様はもちろんのこと、建物を訪れるお客様が安心して過ごせる環境への確固たる信頼につながります。

「自分たちで考え、動く」ボトムアップのSDGs

しかし、成果は一朝一夕に生まれるものではありません。2020年に中期経営計画を策定した際、SDGsの17の目標と自社事業を照らし合わせて言語化することから始めましたが、最初は「いきなり何が始まったのだろう」という戸惑いを抱える社員も少なくありませんでした。

そこで翌年、現場である各管理事務所でも働く社員にもこの言語化の取組への参加を促しました。「日常のこの業務がSDGsにつながるのでは?」という具体的なヒントを一つずつ丁寧に提示しながら、約1年をかけて全社への浸透を図りました。ある現場が「こんなことができる」と新しいアイデアを出すと、他の現場が「うちならこんな工夫ができる」と触発され、取組の輪が自然と広がっていきました。自分たちで考える場をつくり、立ち止まってしまったときには経営陣が方向性を示す、このサイクルを繰り返すことで、弊社にボトムアップの土壌が育っていったのだと感じています。

この「自分たちで考え、動く」という文化は、今の組織にもしっかりと根付いています。新たな企業理念体系やブランド戦略の構築においても、経営陣がトップダウンで決めるのではなく、中堅・若手社員が中心となって自分たちの言葉で議論を重ねました。自らの手でゼロからつくり上げたからこそ、言葉への愛着と熱量が生まれ、今ではプロジェクト参加メンバーが自発的に社内へと広める存在となってきています。

社会貢献で終わらせない「経営の本質」への翻訳

弊社にとってSDGsや企業理念は、単なる社外向けの「社会貢献アピール」ではなく、迷ったときにいつでも立ち戻れるための「判断基準」であり、自分たちの考え方を説明するための「言葉」でもあります。

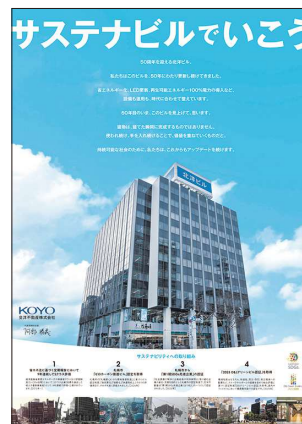
ミッション・ビジョン・バリューに代表されるような「言葉」を自社へ浸透させるためには、「任せる」と「任せざる」の違いを理解し、一度委ねると決めたのなら、最後まで信じて待つという覚悟と信念が必要です。自分たちの手で苦勞してつくり上げたものだからこそ、社員一人ひとりに深く腹落ちするのだと思います。

もちろん、ボトムアップだけで組織は動きません。経験の浅い社員が気付けない落とし穴があるときは、途中でフラットに対話しリスクを伝える。トップダウンとボトムアップを組織の状況に応じて使い分けるバランスこそが重要です。

SDGsが示しているのは、中長期の目線で地域や事業の持続可能性を考えるという、経営の本質的な思想です。その枠組みを自社の言葉に翻訳し、実務で使えるものとして定着させる。そして変化が起きたときには、その基準を柔軟にアップデートしていく。世界共通の優れた枠組みであるSDGsを「経営の羅針盤」として活用し続けることが、これからの時代を生き抜く健全な経営のあり方だと確信しています。そして、この考え方を日々の仕事に落とし込み、行動を積み重ねていくことで、結果として選ばれる会社であり続けたいと考えています。



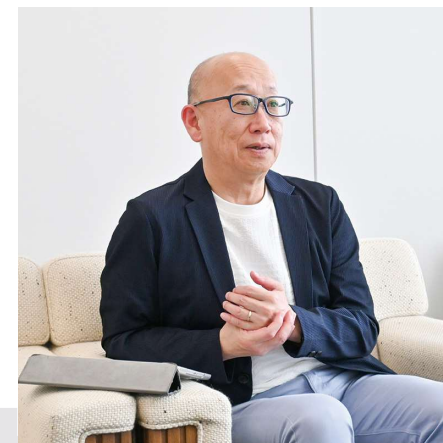
全国初での評価を受けた北洋大通センターのResReal認証書(地震版)。国が定めた基準にビルが適合していることを可視化し、安心してご利用いただけるビルづくりを重視している。



自社が所有する「北洋ビル」50周年の記念に掲出した北海道新聞の一面広告。持続可能な社会のための決意が込められている。



2026年4月に理念体系とブランド戦略を構築。不動産を通じた人々の暮らしと街の未来へ真摯に向き合いながら豊かな空間を創っていくことを社内外に宣言した。



今回お話を伺った、代表取締役社長の阿部氏。SDGsを「経営の羅針盤」として使い、「選ばれるビルづくり」を続けている。