

経営ビジョンと サステナビリティ

大和証券グループ企業理念

「信頼の構築」

お客様からの信頼こそが、大和証券グループの基盤である。お客様を第一に考える誠実さと高い専門能力により、最も魅力ある証券グループとなる。

「人材の重視」

大和証券グループの競争力の源泉は人材である。社員一人ひとりの創造性を重視し、チャレンジ精神溢れる自由闊達な社風を育み、社員の能力、貢献を正しく評価する。

「社会正義の貫徹」

大和証券グループに誇りと繁栄をもたらすものは、社会正義の貫徹と、内外のお客様、市場、社会からの信用である。高潔な職業倫理と公正な行動規範により、社会の発展に貢献する。

「健全な利益の確保」

健全なビジネス展開を通じて企業価値を高めることは、株主に対する責務である。大和証券グループはお客様に価値あるサービスを提供して適正な利益を獲得し、株主に報いる。

新しい大和と企業理念

1998年3月、大和証券（現大和証券グループ本社）は、「信頼の構築」、「人材の重視」、「社会正義の貫徹」、「健全な利益の確保」の4本の柱から成る「企業理念」を制定しました。前年の1997年、総会屋への不正な利益供与などにより、大和証券ならびに一部役職員は証券取引法および商法違反に問われました。この事件の直後に社長に就任した原良也（現大和証券グループ本社社長兼CEO）を中心とする新経営陣は、役職員に企業倫理・法令遵守の意識を浸透させるため、また、組織としての内部管理体制を再構築することで、証券業の社会的使命を果たすという決意の証として、新しい大和の精神的支柱となる「企業理念」を制定しました。

また当時は、日本版ビッグバンによって、日本の金融システムが大変革期に突入した時期でもありました。金融自由化の荒波の中で、勝ち残るための新しいビジネスモデルの構築を目指し、1999年4月、大和証券と大和証券SBキャピタル・マーケット（現大和証券SMBC）へと分社すると同時に、本邦上場企業初の持株会社経営体制へと移行しました。このように経営体制を大きく変えた目的は、個人のお客様、法人のお客様、それぞれのニーズに合わせて会社を分社することで、「お客様を向いた経営」に徹することにあります。



大和証券グループ
創業100周年新聞広告

大和証券グループ ブランド・ステートメント

私たち大和証券グループは、お客様のベストパートナーでありたいと考えています。そのために3つの視点で、これまでの常識を超える新しい金融サービスの提供をめざします。

お客様の「期待」を超える並外れたサービス

私たち大和証券グループは、お客様のことを徹底的に理解し、最適な提案と的確な情報を通じて、お客様の期待を上まわるサービスを提供します。

会社・事業の「枠」を超える幅広く厚みのあるサービス

私たち大和証券グループは、グループ会社の俊敏な連携と、既成の枠にとらわれない柔軟なネットワークを活用して、お客様の成長ステージに応じた金融のさまざまな選択肢を提供します。

時代の「標準」を超える革新的なサービス

私たち大和証券グループは、高い専門的知識とチームワークを通じて、新たなフロンティアを切り拓くサービスを、いち早く提供します。

また、大和証券グループ全体として、企業価値の最大化、リスクの管理、さまざまなステークホルダーとのコミュニケーションの促進に取り組むためには、持株会社による「グループ経営」が最適の経営体制であると判断しました。



マネジメント・キャラバン（経営陣と従業員の対話集会）

コーポレートブランディング・プロジェクト

証券業の今日の使命とは、グローバル化、自由化が進む金融市場において、お客様の資産運用と円滑な資金調達のための信頼できるパートナーになることです。そのためには、大和証券グループの総力を結集して、お客様の信頼を得ることが、私たちの最重要課題であると認識しています。2000年8月、大和証券グループをまとめる基本的価値観を確立するために、私たちは、グループ企業を横断的に組織した「コーポレートブランディング・プロジェクト」をスタートさせました。このプロジェクトでは、社内外で実施したアンケート調査をはじめに、経営陣、従業員によるディスカッションを通じてブランド・コンセプトの検討を進めました。そして、2001年3月、私たちは、お客様への「約束」を明確に宣言した「ブランド・ステートメント」を公表しました¹。

2001年度は、ブランディング・プロジェクトの次の段階として、グループの基本的価値観を役員が共有するための活動を開始しました。グループ横断的な研修プログラムにはすべての役員および部室店長が参加し（2001年度16回実施、約500人が参加）、グループ本社の原CEOが自ら講師を務めたほか、経営陣と従業員が直接対話を行なうマネジメント・キャラバン（2001年度、大和証券では全営業店で実施）など、グループ内で徹底的に議論を行ない、グループの課題を共有するために多くのエネルギーを注ぎました。また、コーポレート・ブランドを対外的に伝達するために、メディアを通じたコミュニケーション活動も行なってきました。

コーポレート・ブランドの構築は一朝一夕にはできません。特に、市場の変動に短期的な業績が左右されがちな証券会社において、長期資産運用のパートナーとして信頼される企業体質を確立するためには、継続的な努力を積み重ねていく必要があります。それゆえに、私たちは、コーポレート・ブランディング

活動を、「大和証券グループが社会やお客様から必要とされ、果たすべき使命を果たし、結果として適正な利益を長期にわたり安定的にあげていくために取り組んでいる改革」と位置付けています。

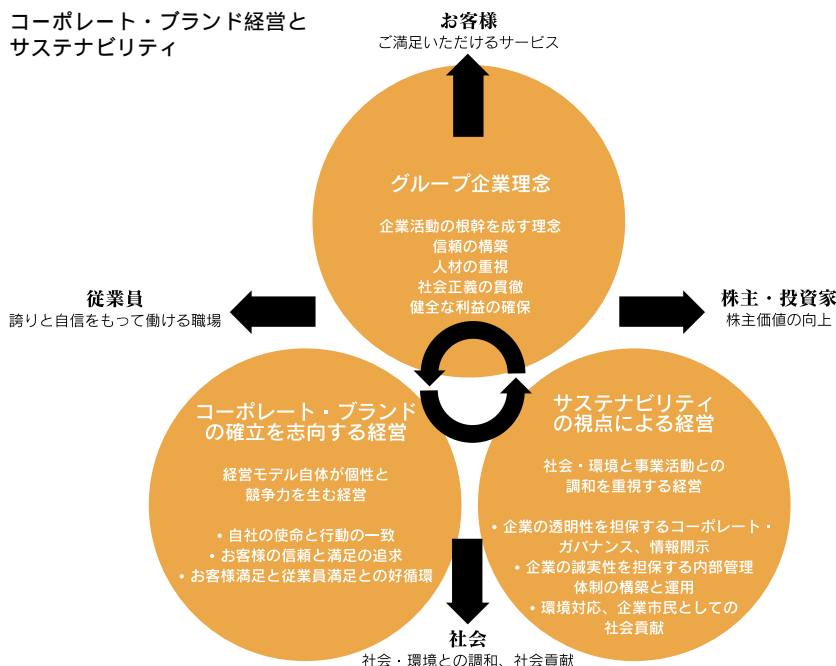
ブランディング活動を具体的な形とし、社内での意識改革を促進するための問題提起として、2002年1月、グループ経営会議（現執行役員会議）にて、持続可能性報告書（本報告書）の作成が決定されました。

ブランドとサステナビリティ

私たちが目指すコーポレート・ブランドを確立するためには、お客様、株主・投資家の皆様、従業員、社会全般など、企業にかかわるすべてのステークホルダーの価値を高める経営を行なうことが不可欠です。これは、まさに経済・社会・環境の側面に配慮したサステナビリティ（持続可能な）経営のコンセプトに合致するものです。サステナビリティの視点から経営を行なうことで、地球環境と地域住民などの社会的ステークホルダーへの配慮も重要な課題となり、幅広い意味でのコーポレート・ブランドの確立につながると思っています。

大和証券グループは、2002年5月に創業100周年を迎えましたが、今後も持続的に発展していくために、サステナビリティの視点で私たちの企業行動のあり方を見直すことが、企業としての競争力の向上に直結すると確信しています。

コーポレート・ブランド経営とサステナビリティ



1 詳しくは、コーポレートブランディング・プロジェクトのホームページをご覧ください。
(<http://www.branding.daiwa.co.jp/>)