



株式会社 **ヒト・コミュニケーションズ・ホールディングス**



ヒト・コミュニケーションズグループ

ヒトコムレポート

統合報告書

2022



| | | |
|-----------|------------------------|----|
| 1 | CEOメッセージ | 2 |
| 2 | ヒト・コミュニケーションズグループの存在価値 | 4 |
| 3 | 優位性を活かした価値創造モデル | 5 |
| 4 | 今後の展望 | 6 |
| 5 | グループ体制と事業ポートフォリオ | 8 |
| 6 | 財務ハイライト | 9 |
| 7 | アウトソーシング・人材派遣事業 | 11 |
| 8 | EC・TC 支援事業 | 15 |
| 9 | ホールセール事業 | 16 |
| 10 | 新規事業 | 17 |
| 11 | サステナビリティ・ESGの取組み | 20 |
| | ファクトデータ | |

報告範囲

- 対象期間：2021年9月1日～2022年8月31日（一部、2022年9月以降の活動内容を含みます）
 - 対象組織：株式会社ヒト・コミュニケーションズ・ホールディングス、および関連会社
-

統合報告書の発行について

ステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを深めるために

当社では、今年度より統合報告書を発行することといたしました。私どもの活動を支えていただいている株主・投資家、顧客企業やお取引先企業をはじめとしたステークホルダーの皆様とのコミュニケーションをより深めることを目的としたものです。当社グループの経済的価値・社会的価値の創造のための各種取組みを十分にご理解いただくため、財務情報のもとより、社会の持続可能性と当社グループの成長を両立するうえで重要となる非財務情報の積極的な開示を行うことを制作方針としています。

この統合報告書を通じて、ステークホルダーの皆様とより建設的な対話を行うとともに、今一度背筋を伸ばして自社グループの価値と課題を再認識し、さらなる成長を目指していきたいと考えています。

また、制作にあたっては、グローバル・レポーティング・イニシアティブ(GRI)による「GRIスタンダード」や、IFRS財団が提唱する「統合報告フレームワーク」に加え、ステークホルダーの皆様から頂戴したご意見を参考にしました。

統合報告書の内容充実を図るために、ステークホルダーの皆様との対話を通していただいたご意見を当社グループの経営に反映させ、さらなる企業価値の向上を目指す所存です。今後もヒト・コミュニケーションズグループにご期待ください。

株式会社ヒト・コミュニケーションズ・ホールディングス
代表取締役社長 グループ CEO

安井 豊明





■ グループ全体で営業支援コングロマリットを構築

ヒト・コミュニケーションズグループは、販売・営業・サービス分野を中核とした「営業支援企業グループ」です。2005年に独立系の人材サービス会社としてスタートし、お客様との接点、そのすべてをビジネスフィールドに、マーケティング分野の本格的アウトソーシング時代を切り拓きたいという思いから事業分野を拡大してまいりました。現在では、持株会社を含めた15社でヒューマン営業支援サービス、デジタル営業支援サービスを提供する営業支援コングロマリットを構築しています。

■ 産業構造の一翼を担う「成果追求型営業支援企業」として

私どもが事業を始めた2000年代の中頃は、人材派遣業が花盛りであり、その市場規模は約7兆円にまで膨れ上がっていました。しかし、私は、既存のビジネスにとどまることなく、付加価値を高めるには、結果までコミットする「成果追求型営業支援企業」を標榜し、産業構造の一翼を担うべきだと考えていました。本格的なアウトソーシング時代の到来を予想し、人材の育成・派遣を行いながら、成果を追求してマーケットを担う立場を取りたいという思いが強くなりました。

そうした中で、営業・マーケティング支援に特化するという明確な事業方針を打ち立てました。この分野は専門性が高く、ビジネスフィールドも大きいことから、十分なプレゼンスがあると判断したものです。

■ 時代の半歩先をしっかりと捉える

社会や業界からの要請・課題、いわゆるゲームチェンジには様々なものがあります。私たちの仕事は、それらに対して、3年、4年先に向かっていくのではなく、半歩先をしっかりと捉えることだと思っています。

移りゆく世相の中で、半歩先に向けて、「ヒト力」やDX、ECといった様々なリソースを活用しながら、いつの時代でも問題点に対して的確なソリューションをタイムリーに提供できるのが一番の強みです。それが成果追求型営業支援企業としての原動力になっています。半歩先のところで実績を出すのは難しいことありますが、お客様に伴走する存在として、社会の流れに対する感応度の高さを磨いていきたいと考えています。

先が読みにくい今の時代、お客様からは「半歩先も読めない」というお悩みの声が聞かれます。お客様の多様化する要求に対して、営業・マーケティング支援企業としてどのように応えていくか、私どものサービスによって社会の何を変えていくか。これらが現在の経営課題です。今後、人口の減少も視野に入れながら、企業の生産性についての考え方を変えていく必要があります。生産性が低いといわれる日本のサービス業や小売業に対して、「ヒト力」と掛け合わせてITをいかに有効に使っていくかが大きな鍵となります。

■ 戦略の徹底でシナジーを図る

当社グループの顧客数は1,000社超にも及びますが、営業支援コングロマリットとして成果追求型営業支援サービスを提供するという方向性は一つであり、お客様のニーズに応じて、事業会社同士が組むことでシナジーを発揮しています。その中で持株会社の役割としてはマーケティング戦略を司る経営戦略の構築が重要になります。グループのあるべき姿に対して牽制を入れていく機能が中心となります。

特に力を入れているのは戦略の徹底です。「組織が大きくなっても経営はコンパクトに」という方針のもと、月1回開催されるグループ社長会を中心に、各種戦略の落とし込みと各社の報告・課題を参加者全員で共有し、グループ全体で共通の思想と行動の醸成を図っています。

■ 従業員が主役の企業グループを目指して

私は、当社グループの経営を担う以前より、「人を知らないサービスはできない」という考えを大事にしてきました。マーケティングとは相手をよく知るところから始まります。それにはまず、現場を知り、自分で体感することが不可欠です。お客様の話をよく聴き、問題点を突き詰めるのは、B to Bビジネスの一丁目一番地です。

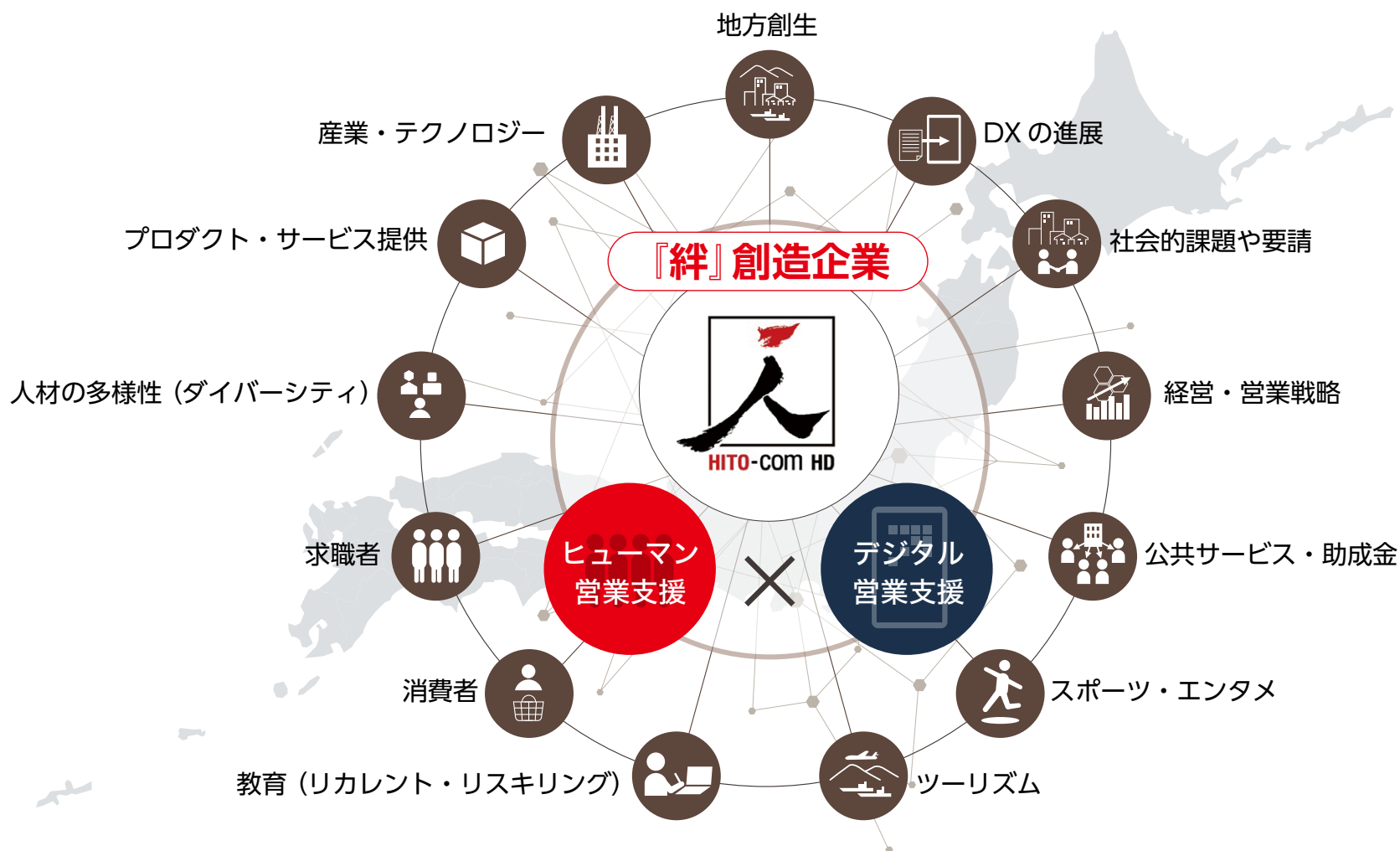
社会が成熟し、課題が複雑化する中で、お客様の要求も高度化してきています。そうした中で、私のグループCEOとしての仕事は、戦略とマーケティングの中核を担うこと、つまり事業をルールに乗せることだと思っています。一度ルールに乗せた後は、進み具合をチェックするものの、従業員たちが中心となって盛り上げていくものと考えています。

私は高校・大学と一貫してラグビーに打ち込みましたが、このスポーツは会社組織と似たところがあります。One for All, All for One(ワン・フォー・オール、オール・フォー・ワン)の精神のもと、多様な特性を持つ人材を適材適所に活かすことで、チーム全体としての価値を高めていくことにつながります。また、試合が始まるまでが監督の仕事であって、いったん選手を送り出したら試合中は選手自治であり監督は直接的に試合に触れることはありません。こうしたラグビーから教えてもらった経験を糧に、今後も従業員が主役の企業グループを目指していきたいと考えています。

“誰ひとり取りこぼしのない『絆』社会の創造と貢献”

当社グループは、「世の中の解決すべき課題に向き合い、営業支援を通じて『無限のつながり』を生み出す企業」であることを目指しています。

例えば、商品と人、人とサービスなどのあらゆるモノとコトから、無数のつながり、いわば絆を生み出し、その絆が細かな網目となることにより「誰ひとり取りこぼしのない『絆』社会の創造と貢献」を実現すること、これを当社グループの存在価値と位置づけています。



当社グループの優位性は、人材の力とデジタルの力を掛け合わせた「オムニチャネル営業支援プラットフォーム」にあります。これは近時の新型コロナウイルスによる外部環境の変化、および日本における社会課題に的確に応え、ソリューションを提供できる当社グループ独自の仕組みです。

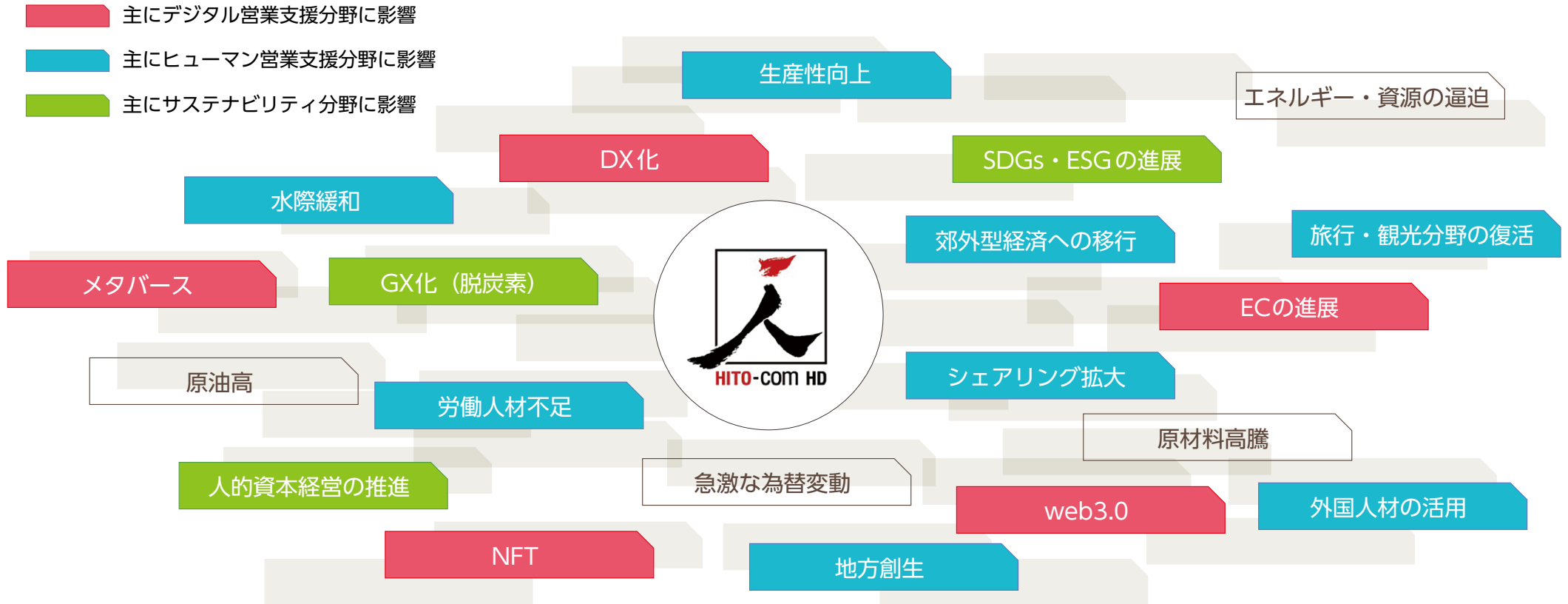
このプラットフォームは従前から当社グループの強みである、成果追求型営業支援、編み込まれた事業ポートフォリオ、さらには多様な人材マネジメントによって実現されるものになります。今後も、この当社グループならではの優位性を軸に当社グループの事業拡大を図ります。



4 今後の展望：短期課題と中長期課題



当社グループを取り巻く外部環境が劇的に変化中、コロナ禍の急激な変化で培った「充実した事業ポートフォリオ」を背景とした変化対応力を武器に、環境変化を機会として捉えていきます。



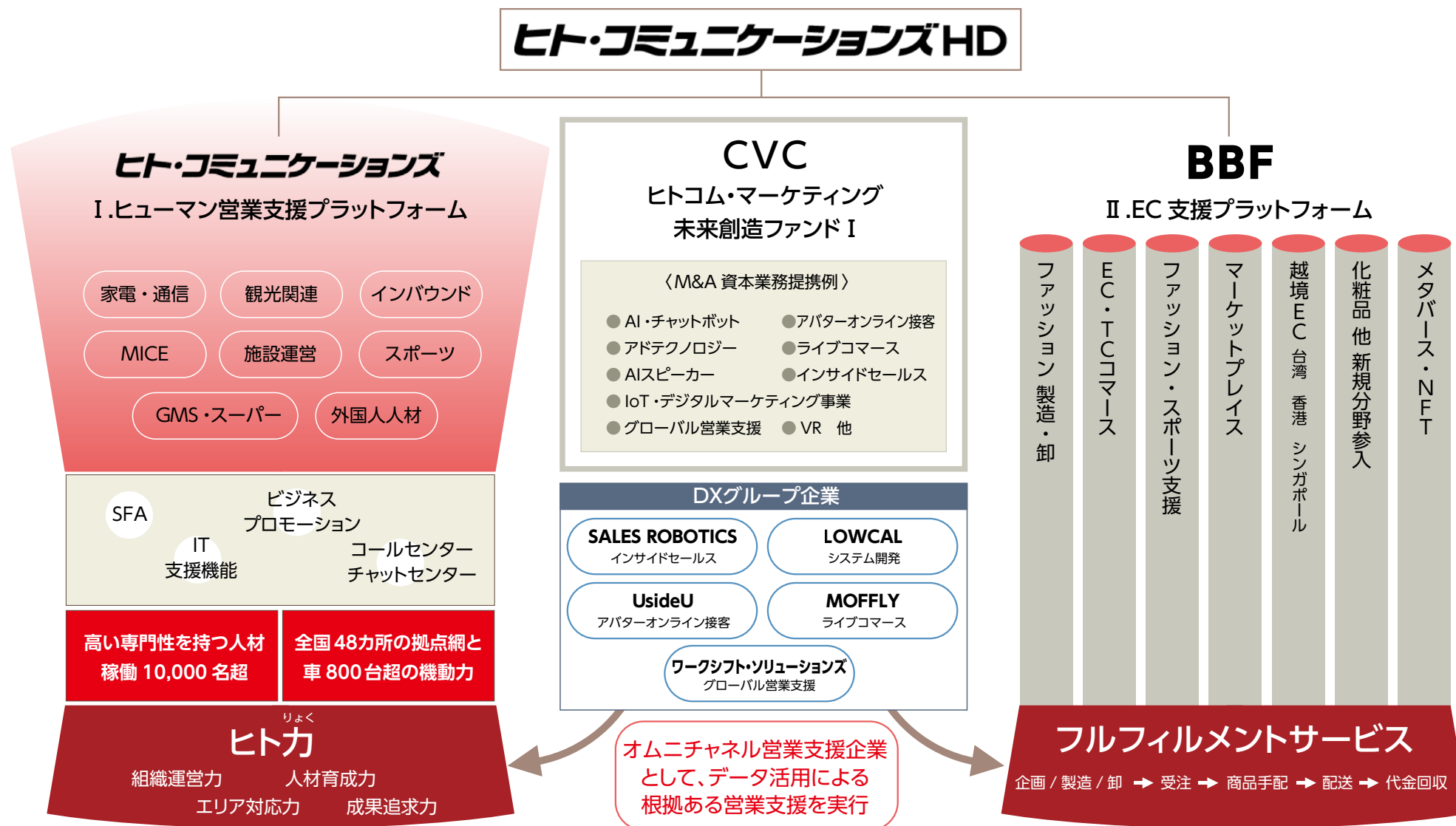
取り巻く外部環境の変化を、コロナ禍で培った広範な事業ポートフォリオで「機会」へと変換

| | |
|-------|---|
| 短期課題 | アフターコロナにおける当社グループ事業の再定義と拡大 |
| 中長期課題 | 短期課題を踏まえた現状と大幅かつ迅速に成長を遂げる将来のあるべき姿とのギャップの認識と対策 |

4 今後の展望：日本初の「オムニチャネル営業支援プラットフォーム」の構築



当社グループは、CVCとして、ヒトコム・マーケティング未来創造ファンドIを組成しています。同ファンドによるデジタル領域におけるM&Aや資本業務提携を通じて、当社グループ外のDX関連企業との関係性を深め、データを活用したオムニチャネル営業支援企業として、データ面の根拠を持った営業支援をご提供します。



※ CVC: コーポレート・ベンチャー・キャピタル。事業会社が自己資金でファンドを組成し、主に未上場の新興企業(ベンチャー企業)に出資や支援を行う活動組織のこと。

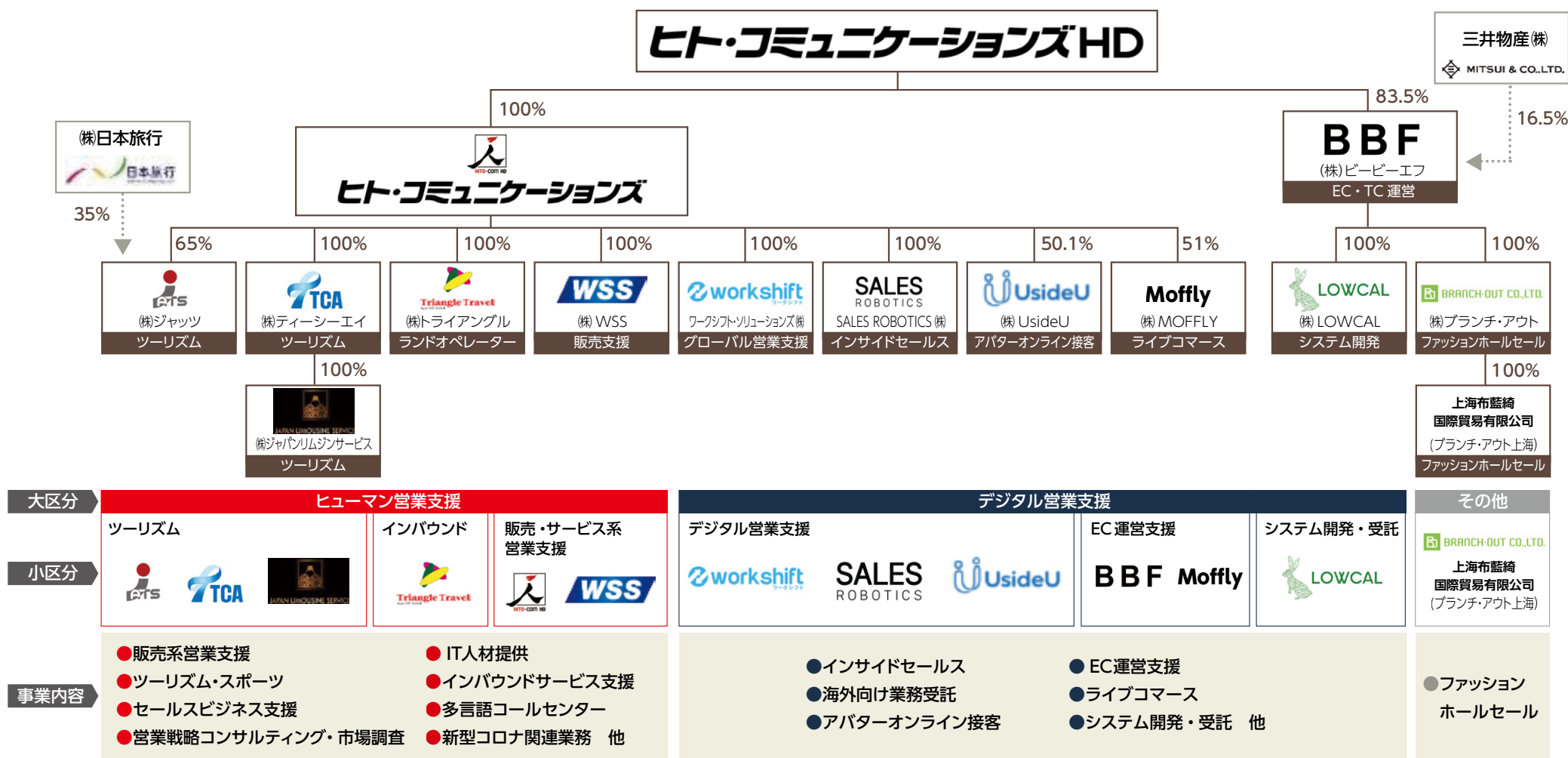
5 グループ体制と事業ポートフォリオ



当社グループは持株会社制を採用しています。持株会社であるヒト・コミュニケーションズ・ホールディングスのもと、「ヒト力」を活用した営業支援を展開する事業会社ヒト・コミュニケーションズと EC 運営支援を行うビービーエフを中核子会社と位置付けています。

これら中核子会社2社のもとには、「ヒューマン営業支援」として、ツーリズム、インバウンド、販売・サービス系営業支援などの機能を持つ5社と、「デジタル営業支援」として、インサイドセールス、アバターオンライン接客、ライブコマース、グローバル営業支援などの機能を持つ5社があり、「その他」として、ファッションホールセールの機能を持つ2社があります。

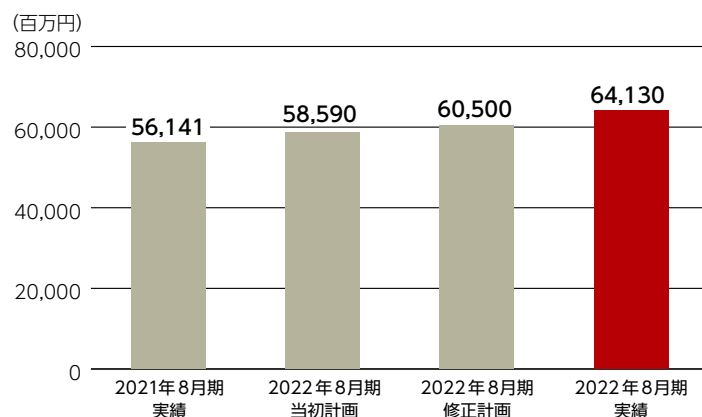
当社グループは、これら全15社で有する事業ポートフォリオを通じてオムニチャネル営業支援をご提供する体制を構築しています。



2022年度(2022年8月期)においては、新型コロナウイルス感染症の拡大により都心部の人流が抑制され、いわゆる都市型の営業支援のニーズが減退し、サービス・小売などの幅広い分野で厳しい状況となりました。

しかしながら、当社グループの充実した事業ポートフォリオやこれまでに培った多様な業務運営能力が発揮されるなど、これらの悪影響をカバーし、売上高は641億3,000万円、営業利益は57億3,900万円と、昨年度の実績を2桁上回り、過去最高の業績となりました。

売上高



64,130 百万円

前年同期比 114.2%

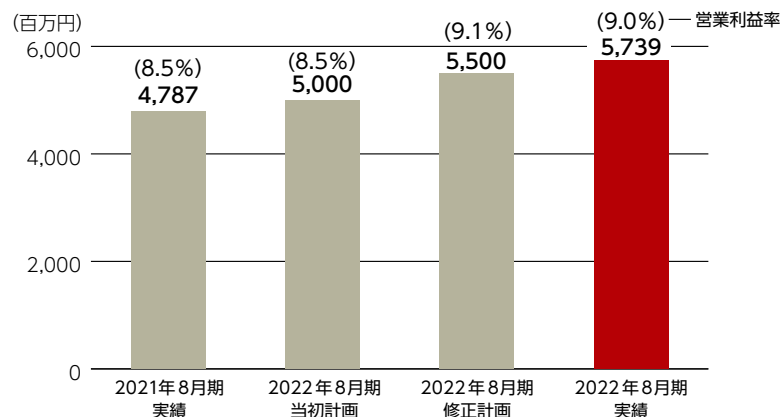
当初計画比 109.5%

修正計画比 106.0%

●スポーツ分野、パブリック分野、物流分野、家電分野など、一部の事業領域を皮切りに事業が回復し拡大

●政府や地方公共団体からコロナ対策関連業務(ワクチン接種会場運営支援・空港水際対策支援・ワクチンコールセンター運営支援など)を受託

営業利益



5,739 百万円

前年同期比 119.9%

当初計画比 114.8%

修正計画比 104.4%

●当社グループ全体で売上総利益から各利益段階における利益額・利益率に関する高い意識を徹底

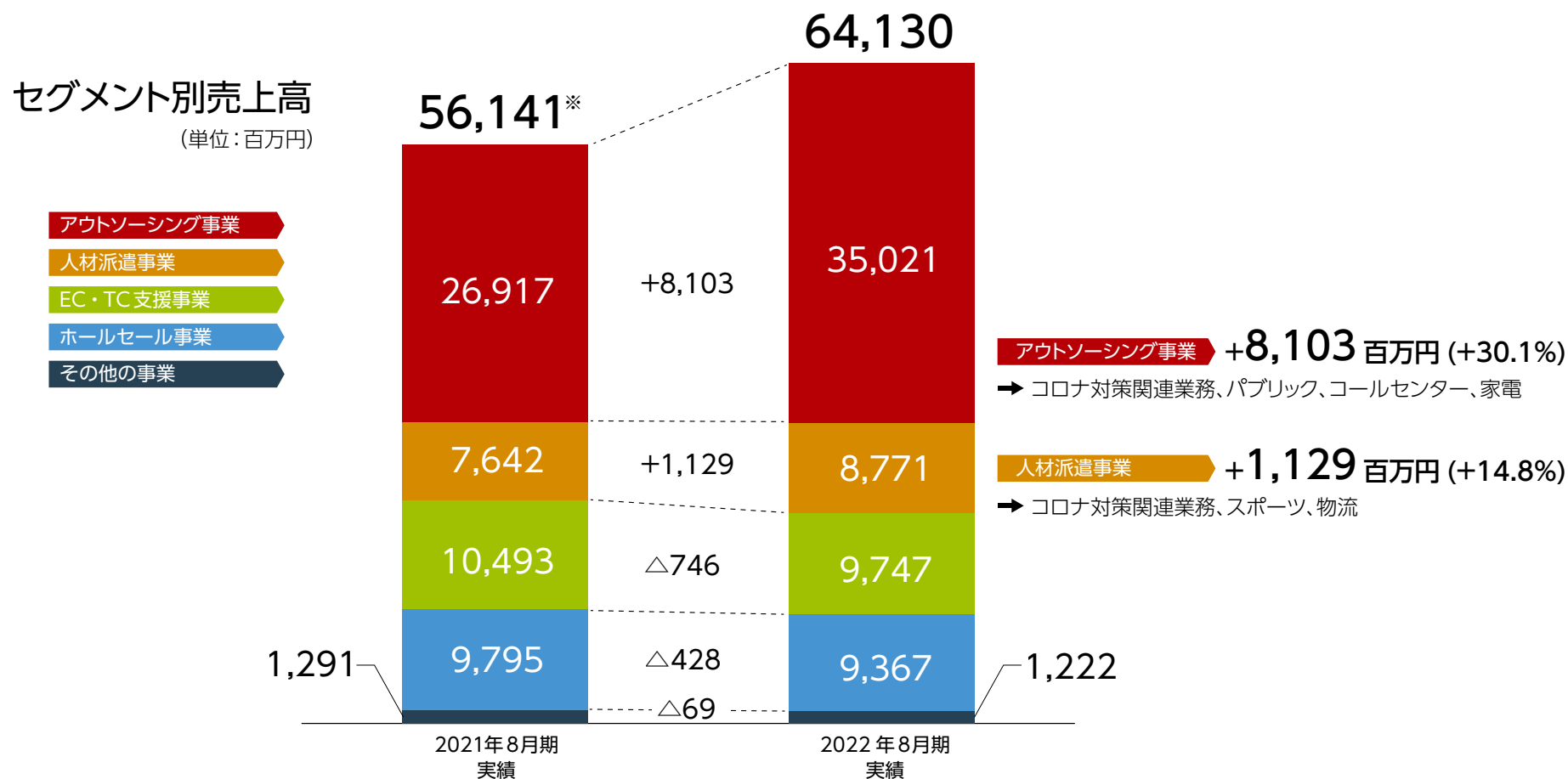
●コスト項目については売上原価および販売管理費の両面で、効果的かつ効率的な運用を実施

6 財務ハイライト：セグメント別売上高



2022年8月期は連結売上高が641億3,000万円となり、前年同期と比較して+79億8,800万円と大幅に増加しました。

その内訳となるセグメント別売上高では、アウトソーシング事業が350億2,100万円、+81億300万円と増加しました。特に、政府や地方公共団体が新型コロナウイルス感染拡大対策として推進するワクチン接種受付コールセンター、接種会場の運営支援、各空港での水際対策支援および軽症者の受け入れホテル支援など、社会的要請に呼応した社会貢献度が非常に高い各種業務を受託し、業績を大きく牽引しました。この業績拡大は、当社グループが有する充実した事業ポートフォリオを基礎として、事業運営ノウハウ、接客能力の高さ、地方公共団体との強固な関係などを掛け合わせたシナジーによって実現されました。



※ 2022年8月期から「収益認識に関する会計基準」を適用したため、2021年8月期の「売上高」は当会計基準を適用した仮定の数値を用いています。

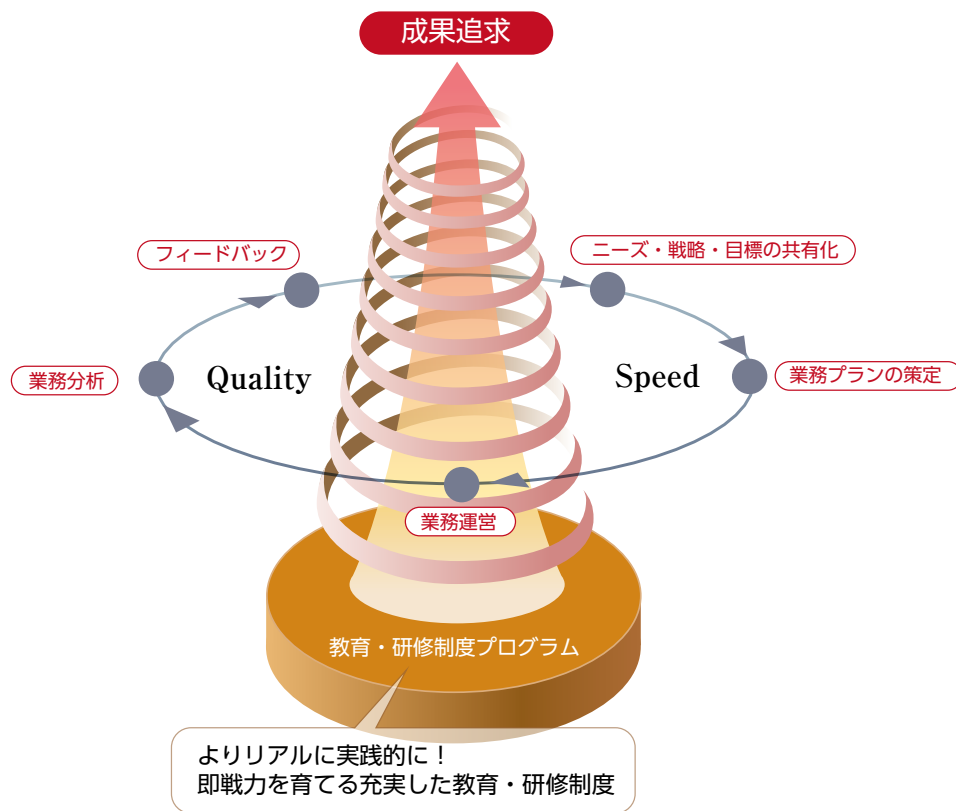


- アウトソーシング事業
- 人材派遣事業
- EC・TC支援事業
- ホールセール事業
- 新規事業

販売戦略・セールスプロモーションの企画立案、マーケティング、販売体制の構築、人員の手配、教育研修、接客販売、販売管理、スタッフ管理、顧客ニーズのフィードバックなどの業務を一括して請け負っています。このような、成果追求型営業支援の構造を支えるべく、「業務運営事務局の設置」、「仮想店舗などの充実した教育・研修制度」などの体制を確立しています。

- 固定通信回線(光通信など)やインターネットサービスプロバイダーへの加入促進
- 携帯電話、スマートフォンなどの販売促進
- 大型テレビ、デジタルレコーダー、タブレット端末、生活家電(エアコン・冷蔵庫・洗濯機など)の販売
- 生鮮食料品、化粧品の販売 など

通信・モバイル・家電などの販売支援



教育研修の様子

アウトソーシング事業

人材派遣事業

EC・TC支援事業

ホールセール事業

新規事業

インバウンドやツーリズムの分野はコロナ禍において業績が低迷したまま推移しましたが、ポストコロナの経済復興への動きの中で復活への期待が高まっています。当社グループではこれらの分野の支援を強化し、様々な業務を推進します。

また、当社グループはラグビー男子日本代表オフィシャルスポンサーを務めるなど、スポーツ支援に積極的に取り組んでいます。事業におきましても、ラグビーワールドカップ2019 や東京 2020 東京オリンピック・パラリンピック競技大会などで積み重ねた数多くの経験やノウハウを、今後は各種国際スポーツ大会だけでなく、プロスポーツ、エンターテインメントおよび各種学会などへの展開を図ります。

- 国内・海外旅行向けの添乗員派遣や海外からの個人旅行に対応したガイド・通訳案内士・ホテルリゾートスタッフ派遣・ラグジュアリーリムジンサービスを展開
- ランドオペレーティング(運送手段や宿泊地の手配・予約など)事業の展開
- 免税カウンター、免税店や多言語コールセンター・ショッピングアテンダー・ツーリストインフォメーションなどの運営
- 多言語での対応や接客を可能にする人材研修・派遣を実施
- 国内主要空港における人材募集や多言語対応での接客を可能にする研修、派遣の実施
- 各種プロスポーツ競技や国際的スポーツイベントにおいて、VIP 受付、選手アテンド、通訳対応、救護室、クリーンスタッフ運営などのスタッフ派遣、ボランティアスタッフの募集・研修・管理などの業務を一括して提供
- 日本開催の MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition/Event) 事業において、VIP 受付・アテンド・通訳・添乗員などのスタッフ派遣、運営スタッフの募集・研修・管理などの業務を一括して提供



免税カウンターでの対応



スポーツイベントの運営



- アウトソーシング事業
- 人材派遣事業
- EC・TC支援事業
- ホールセール事業
- 新規事業

当社グループの SALES ROBOTICS 株式会社は、非対面方式の販売・接客に対する需要の高まりに対応し、コールセンター業務を事業の1つとして展開しています。電話やチャットでの問い合わせに関する代行サービスのほか、アバターを使った完全非対面無人化を実現できるオンライン接客サービスも提供し、これらは 21カ国語で対応することが可能です。

- アバターセンター
- 営業サポート、営業事務代行、問い合わせフォーム入力代行
- 電話受付業務
- テクニカルサポート
- 多言語コールセンター
- メール受付・返信代行
- 有人チャットセンター
- テレマーケティング

多様なコールセンター実績

多言語対応も可能

インバウンドコールでは、サポートデスクや保証受付、事務センター運営などにおいて、中国語・英語・韓国語・タイ語その他で多言語可能なオペレーターを配置してご支援しています。

ノウハウ集約

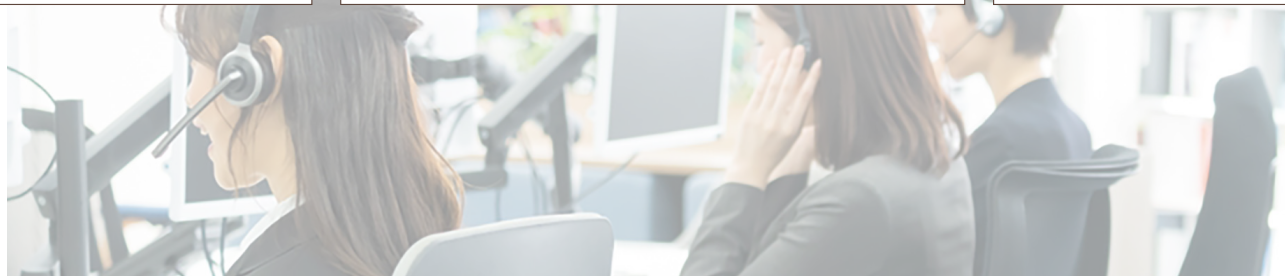
自社内コールセンター

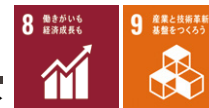
ほぼすべての業務を自社運営しており、各種業務のノウハウを蓄積しています。またオペレーターのマルチタスク化を図ることにより、急な欠員補充や新規プロジェクトなどのシームレスな立ち上げが可能です。

接客のデジタル化

チャットボット・有人チャット

ユーザーの視点に立った、オンライン接客をチャットボットを活用し実現しています。リアルでの接客ノウハウをチャット上で表現することで、業務効率化+実績向上の運用を実現しています。





アウトソーシング事業

人材派遣事業

EC・TC支援事業

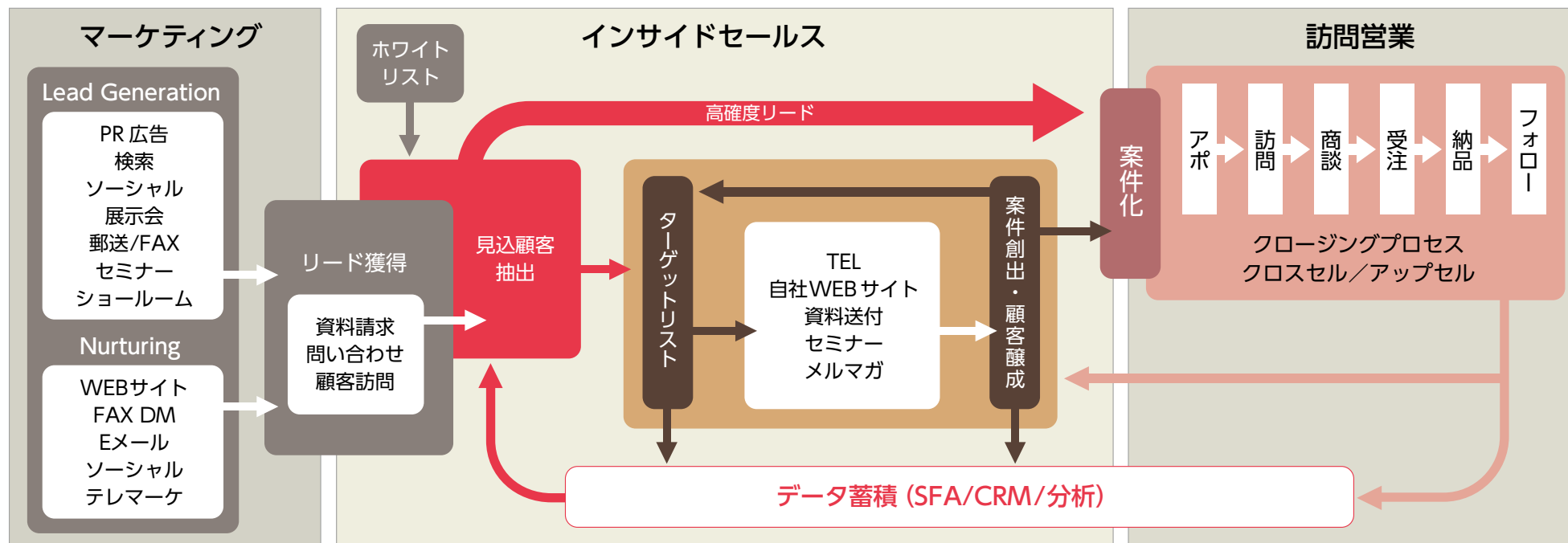
ホールセール事業

新規事業

当社グループのSALES ROBOTICS 株式会社は、インサイドセールスのコンサルティングとBPO（ビジネス・プロセス・アウトソーシング）のサービスを提供しています。クライアントに代わって営業戦略を立案し、専属のインサイドセールスサポートスタッフが営業活動を実行するなど、法人営業活動の活性化・効率化を実現するためのワンストップサービスです。

- **コンサルティングサービス**：過去データを参考に、ターゲットの選定や営業戦略シナリオの設計などのコンサルティングサービスを提供。
- **BPOサービス**：専門のインサイドセールススタッフが遠隔でターゲットリストをリサーチし、すぐに営業できるリードやアポイントを自動で追加・更新することが可能。
- **インサイドセールス活動管理システムの活用**：約 400 万件の企業データから条件に沿った企業群を抽出しターゲットリストを作成。

インサイドセールスとその前後工程の業務フロー



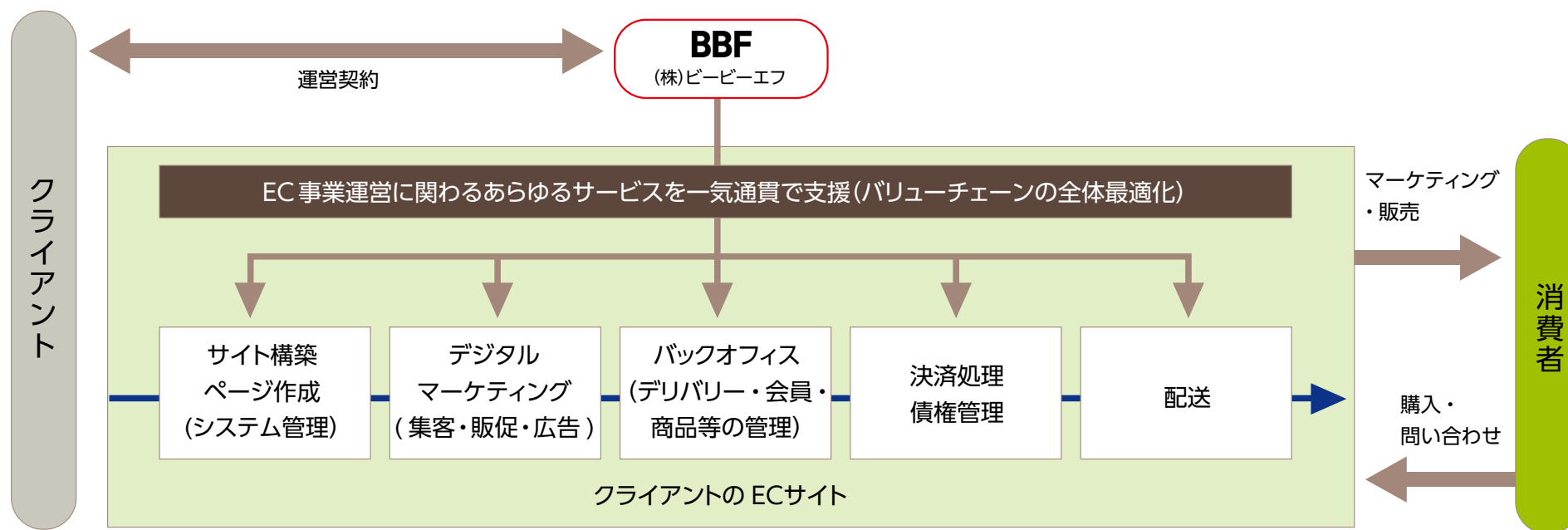


- ▶ アウトソーシング事業
- ▶ 人材派遣事業
- ▶ **EC・TC支援事業**
- ▶ ホールセール事業
- ▶ 新規事業

当社グループの株式会社ビービーエフは、各種ブランドのECサイトを対象に、自社開発のEC支援プラットフォームを活用し、ローコストオペレーションや蓄積されたノウハウをもとに、企画・構築・広告販促・決済・配送等一連の流れをフルフィルメントサービス(インターネット通販での受注・梱包・発送・受け渡し・代金回収までの一連の流れ)として一括で運営・管理しています。

クライアントのブランド力を向上させ、サイト売上を伸ばすことで、収益を上げていく成果報酬型ビジネスモデル(レベニューシェアモデル)を展開しています。

ECプラットフォームの活用とECサイトの運営管理



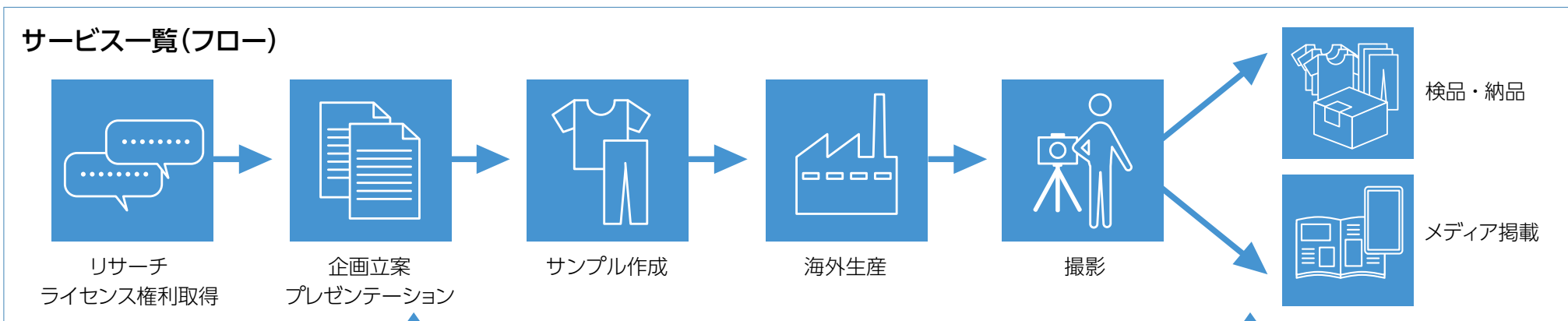
※ TC 支援事業:テレビショッピングの販売支援

- アウトソーシング事業
- 人材派遣事業
- EC・TC支援事業
- ホールセール事業
- 新規事業

当社グループの株式会社ブランチ・アウトは、アパレル製造の全プロセスを自社内で完結する体制を保有しており、商品の企画提案からPRまで一括して行っています。中国を生産拠点として複数の縫製工場と提携しており、また、幅広いライセンスブランドとの契約を有しています。

- **企画提案力**：国内外の最新トレンドのリサーチを常に行い、それらを活用しながら最短での商品企画と提案を実施。
- **ライセンス**：キャラクター、ゲーム、ミュージシャンなど 190個以上のブランドとの契約実績を保有。
- **インフルエンサー**：SNSのインフルエンサーなどを起用し、メディア露出や売り場演出も実施。
- **生産管理**：中国の縫製工場には多種多様な資材や機材を取り揃え、様々なアイテムやデザインに対応。専門店向けの小ロットからイベントなどの廉価向け大ロットまで、短納期の生産・流通を高品質で実現する体制を構築。

サービス一覧(フロー)

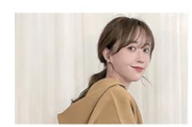


ライセンスの活用

インフルエンサーの活用



Influencer Collaboration



TERRA

プチプラアイテムの着回し力が大人気。シンプルで可愛いのに甘すぎないコーディネートが特徴。Instagramのみならず、WEARやアメブロで大人気から最大の人気を得る。2名のマインインフルエンサー。

Instagram WEAR
2名
2名



ロゴ刺繍PPO ボーダーPPO 2Wayタイアードチュニック

※実装画像の一部となります。

アウトソーシング事業

人材派遣事業

EC・TC支援事業

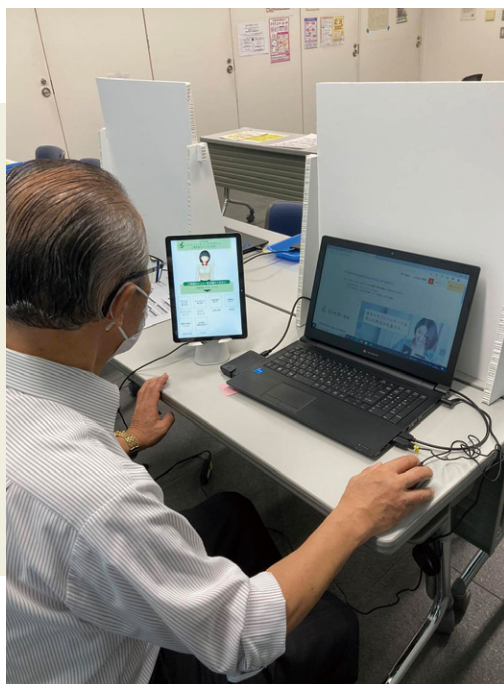
ホールセール事業

新規事業

当社グループの株式会社 UsideU は、リアルな店舗とウェブの垣根を超えて、ヒトとAIアバターの協働による非対面・非接触・遠隔案内を可能にする事業者様向けクラウドサービスを提供しています。

お客様へのご案内等にあたりアバターおよび実写を介した接客によって、非対面・非接触を実現しつつ、接客員が複数拠点を担当することで生産性向上を図ります。また、システムのみならず、遠隔接客員の採用教育も含めたアバターによるワンストップのリモートコンシェルジュサービスの提供も行っています。

- 店舗・ECサイトへの集客から販売および受付案内の運営支援をワンストップで提供
- アバターとリアルスタッフの切替えが可能
- 受付・案内および販売に適した充実の機能



地方公共団体でのアバターオンライン接客の活用



自動車メーカー無人ショールームでのアバターオンライン接客の活用



空港案内所でのアバターオンライン接客の活用

アウトソーシング事業

人材派遣事業

EC・TC支援事業

ホールセール事業

新規事業

消費者による回遊がリアル店舗、ECサイトに加え、メタバースにも急速に広がっていることから、当社グループの株式会社ビービーエフではメタバースにおける事業展開に取り組んでいます。

また、メタバースでは NFT やアバターとの親和性が高いことから、NFT を用いた新たな商材での事業拡大やコンテンツビジネスへの参入、株式会社 UsideU のアバターの活用による販売拡大の可能性など、よりチャレンジングな活動を行います。

メタバース領域での NFT の活用とアバターによる販売

EC 事業運営に関わるあらゆるサービスを一気通貫で支援 (バリューチェーンの全体最適化)

- サイト構築・ページ作成 (システム管理)
- デジタルマーケティング (集客・販促・広告)
- バックオフィス (デリバリー・会員・商品等の管理)
- 決済処理 / 債権管理
- 配送



ECサイト

消費者の動向

NFT の活用

→ コンテンツビジネスへ参入



リアル店舗



メタバース



アバターによる販売

→ UsideU社との展開模索

アウトソーシング事業

人材派遣事業

EC・TC支援事業

ホールセール事業

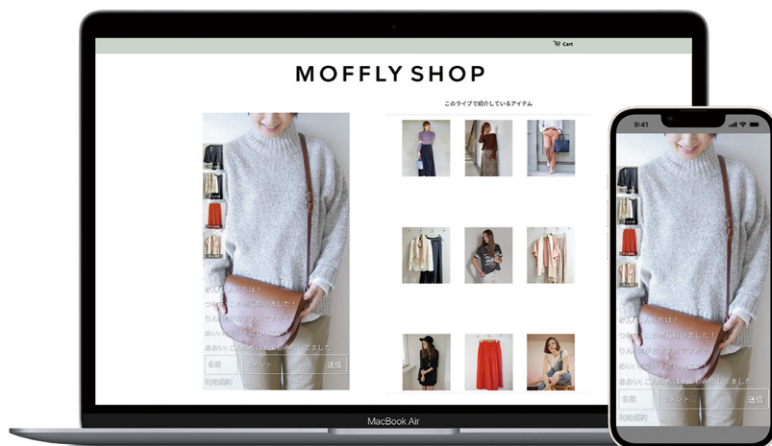
新規事業

ライブコマースは、コロナ禍でニーズが高まったEC店舗を補完する手段として注目が集まっています。ユーザーと双方向のコミュニケーションを行いながら商品の使用感や詳細情報を伝達することで購買につなげます。

また、現在の日本企業は国内市場縮小により海外市場への進出が求められています。生産性向上の観点から海外業務向けコストには厳しい目が向けられます。グローバル営業支援は、それらのニーズに応えるソリューションとして注目が集まっています。

ライブコマース

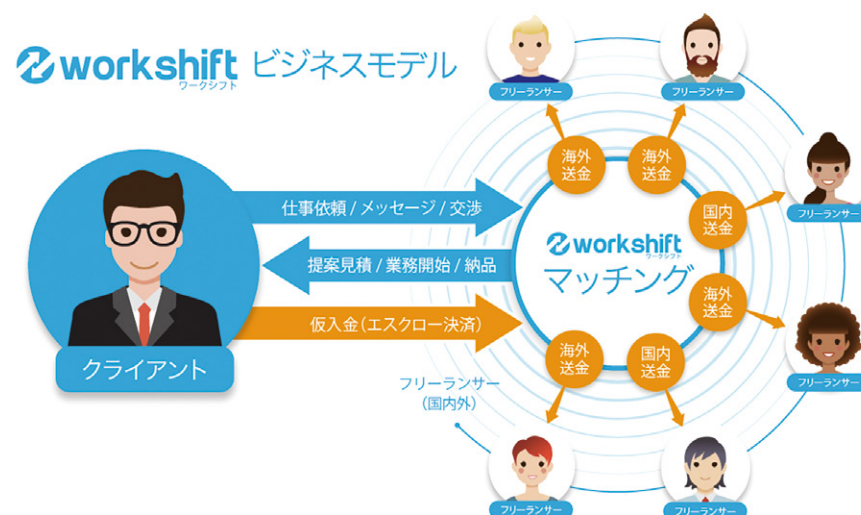
当社グループの株式会社Mofflyは、自社ECサイトの構築からライブコマースの撮影・配信までを一括で行うデジタル営業支援プラットフォームを提供しています。ECサイトの立上げだけでなく、ライブコマースを併せて実施することで、ブランドの魅力をより多くのお客様に伝えることができます。また、実店舗に近い、高いクオリティの接客を行うことも可能です。



- 既存のECサイトを活用し簡易に導入が可能
- 様々な機能を追加できるカスタマイズ性の高さ

グローバル営業支援

当社グループのワークシフト・ソリューションズ株式会社は、インターネット上で簡単に仕事を依頼できる海外に強いクラウドソーシング事業を運営しています。海外現地調査、多言語翻訳、デザイン、現地ブログ掲載、現地アテンドなど、様々な海外展開をサポートします。世界210カ国・地域、約13万人のプロフェッショナルが迅速に対応します。



- 210カ国・地域、約13万人のフリーランスが在籍
- 円決済、日本語かつプラットフォーム上でのコミュニケーションが可能



当社グループは、サステナビリティ経営に関連する ESG の領域について、あらためて意識を高め、積極的に取り組んでいます。今後も ESG の取組みを通じて、持続可能な社会を実現するとともに、事業機会と紐づけることによって当社グループの持続的な成長との両立を目指します。

主な ESG の取組み

Governance

- サステナビリティの取組み推進に向けたサステナビリティ委員会の設置
- 統合報告書の作成・公開
- 中期経営計画の検討
- ガバナンス強化に向けた指名委員会・報酬委員会の設置
- JPX 日経中小型株指数の構成銘柄への継続選定

Environment

- TCFD 提言に基づく情報開示(TCFD Report 2022の作成・公開)
- TCFD 提言に基づく評価・分析
- ヒト・コミュニケーションズグループの全社に対して SDGs 社内調査を実施し、全社員の現状を把握
- 環境保全に向けた沖縄県・国頭村森林公園の指定管理の受託
- 環境保全に向けた東京都・奥多摩町交流宿泊体験施設の指定管理の受託
- 発展途上国支援に向けた一村一品(空港展)の指定管理の受託

Social

- コロナ禍の社会を支える新型コロナウイルス対策関連業務の実施
- スポーツ支援に向けた JAPAN RUGBY LEAGUE ONE のオフィシャルパートナー
- スポーツ支援に向けたラグビー男子日本代表オフィシャルスポンサー

Governance

ガバナンスの実効性向上に向けて、ガバナンス領域においては以下の取組みを進めています。

| | |
|-------------------------|---|
| サステナビリティ委員会の設置 | サステナビリティに関するグループの方向性、グループ各社の取組み支援など、取組み推進に向けたサステナビリティ委員会を設置しています。 |
| 統合報告書の作成・公開 | 非財務の側面を含めて、株主・投資家の皆様、顧客企業やお取引先企業の皆様をはじめ、当社を支えるステークホルダーの皆様との対話ツールとして、統合報告書を作成・公開しています。 |
| 中期経営計画の策定 | より中長期的な視点で株主・投資家の皆様とより活発に対話・コミュニケーションをする一環として、当社グループの戦略や計画を中期経営計画という形でまとめる予定です。 |
| 報酬委員会、指名委員会の設置 | 役員報酬と役員の指名に関する透明性・公正性を高めるため、社外取締役が過半数を構成する報酬委員会、指名委員会を設置しています。 |
| JPX 日経中小型株指数の構成銘柄への継続選定 | JPX日経400と同様に、持続的な企業価値の向上、株主を意識した企業経営を行う中小型株として評価された銘柄で構成されるJPX日経中小型株指数に選定されています。 |



関連するSDGsの開発目標▶



Environment

環境の領域においては、気候変動問題に対する取組みとして、カーボンニュートラルの実現に向けてバリューチェーン全体での脱炭素化に取り組むほか、当社グループの事業モデルの特性を活かした新規事業の検討・開発を進めています。

また、2022年8月期からTCFDフレームワークに則した気候変動に関する情報開示を進めています。開示にあたってはScope1、2に加え、Scope3を含めたバリューチェーンの情報を開示します。今後も、脱炭素社会の実現に向けて、グループ全体で積極的に取り組みます。

戦略・シナリオ分析

●気候変動シナリオ分析、事業機会の模索

「重要性評価」「シナリオ特定」「インパクト評価」「対応策検討と実行」のステップで分析・評価を実施し、事業機会を検討しています。

●サステナビリティ委員会の設置

当社グループでは、社長直属のサステナビリティ委員会を設置し、グループ全体のサステナビリティに関する方向性の提示、事業子会社の関連する取組みの取りまとめ、事業子会社の取組みに対する支援を行う体制としています。

指標と目標(2030年/2050年)

●環境目標(脱炭素分野)の設定、実現に向けた取組み

省エネや積極的な再エネ導入・供給、新規事業を通じて2030年と2050年に野心的な目標を設定し、当社グループの事業モデルの特性を活かしつつ企業価値の創出と両立する形でCO₂排出量の削減に取り組めます。

●2022年度(2022年8月期)のCO₂排出状況

当社グループ全体のCO₂排出量をScope1、2およびScope3を含めた集計・開示を行っています。

リスクマネジメント

●リスク管理方針

当社グループは気候変動やサステナビリティに関するリスクを含め、事業活動を阻害しうる様々なリスクについて把握、評価、対応策の構築、実施までの全社的な体制を構築・運用しています。

●リスクマネジメントの体制

グループの持株会社を中心となり、気候変動やサステナビリティに関するリスクを含め、事業活動を阻害しうる様々なリスクをグループ全体で定期的に把握、発生頻度や影響の程度をもとに評価し、そのうち特に重要なリスクを中心に対応策を講じています。

ガバナンス

●取締役会による監督

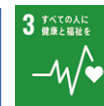
当社グループでは、TCFDを含むサステナビリティに関する取組みを定期的に取締役会に報告・討議しています。このように、サステナビリティに関する取組みに対して、社外取締役を含む取締役会による実効的な監督が行われる体制を構築しています。

Social

社会の領域においては、当社社員や関係者にとってより良い職場環境や働き方の実現に向けて継続的な改善に取り組むほか、当社グループが事業活動を行う社会に対する貢献として、より良い社会の実現に取り組んでいます。

事業を通じた
新型コロナウイルス感染症
への対応

地方公共団体を中心に全国各地から次々と社会的要請を受け、関連する業務に対応しています。例えば、水際対策では、複数の主要な国際空港で防護服を着用しながら、高熱の患者様や海外渡航者のサポートを行うなど、様々な業務を支援しています。



▲関連するSDGsの開発目標

スポーツ支援を通じた
豊かな社会の実現

スポーツを通じた豊かな社会を実現するため、スポーツの取組みを支援しています。例えば、スポーツ支援に向けてJAPAN RUGBY LEAGUE ONEのオフィシャルパートナー、ラグビー男子日本代表オフィシャルスポンサーを務めています。



▲関連するSDGsの開発目標



COVID-19 関連業務



ラグビーワールドカップ2019 での支援業務



株式
会社

ヒト・コミュニケーションズ・ホールディングス

| | |
|-------|---|
| 商号 | 株式会社ヒト・コミュニケーションズ・ホールディングス |
| 代表者 | 代表取締役社長 グループCEO 安井 豊明(やすい とよみ) |
| 設立 | 2019年3月 |
| 上場 | 東証プライム |
| 資本金 | 450百万円 |
| 従業員 | 14名(連結:821名) |
| 連結子会社 | 11社(非連結3社) |
| 経営成績 | 売上高:64,130百万円 営業利益:5,739百万円(売上高営業利益率:9.0%) 自己資本純利益率:20.8% 自己資本比率:49.4% |

2022年8月末現在