

本イニシアチブでは、Well-being(実感としての豊かさ)を測定する新指標開発やウェルビーイング経営の推進、政府・国際機関への提言、Well-being を SDGs に続く世界的な政策目標に掲げることを目指しています。

現在、将来世代と企業が積極的に対話することが、事業を通じた顧客や社員、社会全体のウェルビーイングの向上や、持続可能な事業成長と社会との共存の両立を求める投資家の評価においても重要になっています。このような状況を受け、「Well-being Initiative」では、重要なステークホルダーである株主・社員・顧客・取引先・地域住民などに、未来を担う「将来世代」を加え、継続的に対話をしていく「FR」活動を展開する運びとなりました。「FR」は、株主や投資家向けに行う活動「IR(Investor Relations)」に対する造語で、将来世代(Future Generations)と対話し関係性を築く活動を意味しています。

当社は、「食と健康でつくるかがやく“笑顔”」をテーマに、当社の将来を担っていく世代と経営層との対話を行い、その意見や考えを経営に取り入れてまいります。なお、本アクションは FR 活動に取り組む企業とも連携しながら、2024 年より随時行っていく予定です。

■森永乳業グループのウェルビーイングの取り組み

2022 年 8 月 ウェルビーイングステートメント検討会の発足

2023 年 1 月 ウェルビーイングステートメント確定

2023 年 3 月 ウェルビーイングステートメント社内外公開

<https://www.morinagamilk.co.jp/corporate/vision/well-being/>

2023 年 4 月 「日本版 Well-being Initiative」参画

2023 年 7 月 ウェルビーイング部会発足

■Well-being Initiative について

日本経済新聞社が公益財団法人 Well-being for Planet Earth および有志の企業や有識者・団体等と連携し 2021 年 3 月に立ち上げた企業コンソーシアム。本イニシアチブでは、Well-being(実感としての豊かさ)を測定する新指標開発やウェルビーイング経営の推進、政府・国際機関への提言、Well-being を SDGs に続く世界的な政策目標に掲げることを目指している。

【公式サイト】 <https://well-being.nikkei.com/>

以上