



Sustainability Report 2024

社会・環境報告書 2024

NOVEMBER 2025

PRESENTED BY
日本創造経営グループ

目次

ご挨拶	ー	地球環境問題を克服し、持続的発展の実現に向けて	-----	1
自然と人間の新たな秩序づくり、共生共益の生活者経済の実現に向けて			-----	2
I . CSMS(クリエイティブサステナビリティ マネジメントシステム)			-----	6
1. 経営理念			-----	6
2. クリエイティブ サステナビリティ 理念			-----	6
3. クリエイティブサステナビリティ方針			-----	6
4. 推進組織			-----	8
5. CSMS の推進体制			-----	8
6. クリエイティブサステナビリティマネジメントプログラム			-----	9
7. 2025 年度 CSMP			-----	9
II . 社会・環境活動報告			-----	11
1. オフィスでの活動			-----	11
2. 家庭における取り組み（環境家計簿を中心として）			-----	24
3. 創経エコポイント			-----	26
III . 社会・環境コミュニケーション			-----	28
1. 社会・環境報告書の発行			-----	28
2. 日本創造経営協会総会			-----	28
3. セミナーの開催			-----	28
4. 出版			-----	29
5. Web サイトによる情報発信			-----	30

ご挨拶

地球環境問題を克服し、持続的発展の実現に向けて

地球環境負荷の低減は、企業の社会的責任（CSR）であり、その内容である企業の持続性やコンプライアンス、企業市民としての地域社会への貢献に比べても根本的問題であり、私達一人ひとりの生活に最も密接に関係しています。

環境問題の本質は次の三つの事項への問題提起でもあります。

- ・自然と人間のあるべき関係（秩序、自然観）
- ・生命の連続性をもとに、持つべき世代間の関係（秩序、生命観）
- ・そして、一人の人間の持つ欲求（特に物質金銭）と全体（家族、社会）との関係（秩序、人間関係、生活律）

これ等の事項はいずれも創業の理念に始まるその後の研究（喜動経営学、創造経営経済学、生命の会計学）の中心課題であり、そのための会計を始めとする関連する諸分野における専門性の追及が創造経営グループの歴史であります。

ISO14000 を導入する目的は、グローバルスタンダードを鵜呑みにし、これに拘束されることにとどまらず、①マネジメントシステムとしての型を学び、②事務所と家族で実践を通じその内容を充実し、開発し、③21 世紀の経済秩序 — 自然と人、物・金と人、人と人の新しい経済秩序を会計（物、金、人そして生命の）のはたらきを通じ関与先、その企業群（取引先）に展開しようとするものであります。

会計、監査、税務、コンサル、情報、教育いずれの業務においても、環境問題はその本質である生命創造による個と全の調和により、持続的発展の実現への努力にあります。

貴重な反省を具体的に、そしてともに働き生活する人のために活かすことこそ、新しい秩序を形成し、未来を切り拓いていくのです。

日本創造経営グループ
議長 森田 雅美

自然と人間の新たな秩序づくり 共生共益の生活者経済の実現に向けて

1. 終わりの始まり

自然環境破壊が地球規模の拡がりを見せ、人類がこれ以上大量な生産・消費・廃棄を続けていくことが困難であることが実感され始めてきました。産業革命以降、理性と肥大化する欲望を満たすために人類は、有限な自然環境を顧みることなく人口を増加させ、経済の拡大を図ってきました。

「環境問題」は、地球のいのちの危機であり、人類の危機であります。言い換えれば、私達人類が大自然のもとに生かされているという実相を無視してきたことに気づかされることに直面したのです。私達の営む経済も環境の一部であって、経済が中心ではありません。「産業革命」以降、物・金（＝資本）を中心に人工財の大量生産・廃棄をしてきた生産者経済が終焉を迎えたのです。

この危機に直面し私達人類には、自然に順応した経済（エコ・エコノミー）、企業経営（エコ・マネジメント）、生活（エコ・ライフ）への転換が求められています。これこそ 21 世紀の「環境革命」の内容であり生活者経済の始まりであるのです。

エコ・エコノミーの現実には、生活者に根ざした経済です。それは資本の力による経済ではなく、大自然の「生命力」を中心に自然資本（日・水・土・空気）を活かす生活者中心の経済です。よって企業経営においても自然環境への順応（環境性）、地域社会への貢献（社会性）と企業の持続（収益性）が求められます。

このような企業経営（産業）と経済を担うのが生活者です。一人ひとりの生活者自身が欲望を肥大化させる自己中心的な消費者から、「全体と自分」「自然と生活」の相互依存の理解ができる自律性の確立が必要となります。そのためには、個人と全体をつなぐ「家庭生活」と、そこで営まれる家庭人間関係（親子・夫婦・兄弟姉妹・親戚）の充実が必要となります。「生命活動の場」としての家庭、そこで営まれる「創造生活」こそ、「生活者経済」の原点であるのです。

そして生産者経済が終わり、生活者経済が始まります。新しい経済秩序の形成、全体と地域、経済と生活をつなぐものが企業群経営です。

2. 環境変化への創造的対応

企業の存続は、外部環境変化に創造的に対応していくことで可能となります。そのためには企業が、生命の通っている経営体として編成され、運営されている必要があります。機械的な組織では、変化への対応力には限界があるからです。

生命力のある組織の条件は、①経営者の先見性・洞察力と経営目的の創造性、②内部組織の創造性（中核人材の育成と組織化）、③利害関係集団の組織化（顧客－販売市場、購入先－購買市場、借入先－不動産・金融市場、従業員－労働市場、公共、出資者－産業資本市場）であり、その企業群化であります。このような条件を備えた企業経営モデルが「企業群経営」です。

企業に生命を吹き込んでいくのは、経営者の企業化活動とその源泉となる家や地域産業に対する使命感です。それは代々の夫婦の創造生活によって生み出されます。経営者による「経営目的の創造」や「業種分野の選択」もその結果であるのです。変化する外部環境の本質を見定め、自己の使命に基づき企業の存在価値を具現化するのが「経営目的の創造」です。

企業の内部組織の創造性と利害関係集団の組織化は同時に進行していきます。企業の経営機能の編成は、企業の過去・現在・未来への持続を可能にします。企業の経営活動は、原材料等を仕入れ、外に向かって商品・製品・サービスとして具現化し提供します。この活動は、取引先（利害関係集団）があって成り立っているのです。そこで取引先を含めて全体を一つのものとして見ること、そこにこそ既存製品サービスばかりでなく新しい市場・製品・サービス創造の機会と実現の場が生まれてくるのです。取引先と一体になって観る、感ずるということは、相手の立場で自分を観ることであり、そこに新しい開発機会が創造されるのです。

自他が一体となったとき、それぞれの異なった経験・地域・能力、そして知識（生命のはたらき）が活かされる創造場が創出され、そこにおける活動が始まるのです。企業群による活動の本質は、「生命に根ざした商品・技術の創造」と「市場の開拓」です。そして外部の環境変化への洞察とともに、環境創造こそ変化への適応の内容となるのです。

日本創造経営グループでは、一人ひとりの生活者の「創造生活」に根ざした「企業群経営」の展開により、共生・共益の生活者経済を実現し、自然と人間の新しい秩序づくりに貢献します。

3. 創造経営グループとSDGs

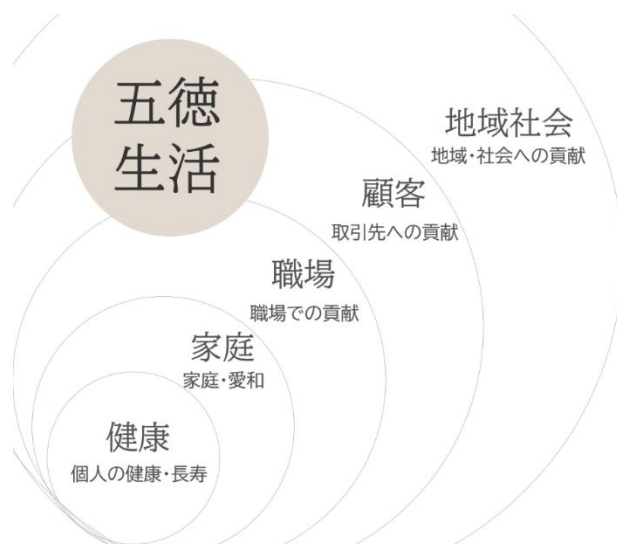
多くの企業がSDGs（持続可能な開発目標）の実現に向けて取り組んでいます。SDGsとは、2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にて記載された目標です。2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標であり、持続可能な開発のための不可欠な必要条件として、すべての国及びすべてのステークホルダーの目指すべきものとして示されました。2030年の達成期限まで残り5年となった現在、その重要性はますます高まっています。

創造経営グループでは、SDGsが示されたことは画期的な成果と捉えながらも、グループがこれまで取り組んできたことと共通しており、したがって、当グループの理念を実現することは、すなわちSDGsの達成に貢献するものと考えております。

当グループの環境への取り組みは、創業者薄衣佐吉翁による、「地球サミットタイムス」1992年6月10日号への寄稿文「未来のために、新しいシステムを創造する私のリオ宣言」にその原点があります。30年以上前から提唱されていた地球生命と私たちの人間の生命を目先ではなく、将来へと続く継世代という考え方で見るべきであり、子孫の代へ最も望ましい形の生活と経済活動を導くためには、「会計」のもつ機能を活かし、個人単位ではなく、世代の継続を考える考え方への転換をメッセージしています。

当グループの環境ISOでは、持続可能な社会の実現には、「生活者」である我々の「良き生活」が前提であると考えています。これを「五徳生活」とよび、これをキーワードとして、ISO14001にもとづくマネジメントシステムを継続的に運用しています。

創業者薄衣佐吉翁のメッセージしていた、経済活動も環境も人々の毎日の一步一步の生活が前提であり、生命を時間の過去から未来への時間の流れで捉え、自然のサイクルに順応した生活をするに引き続きチャレンジしてまいります。



創業者
薄衣 佐吉

2023年度より、この「五徳生活」を中心として、SDGsも内包する新たなマネジメントシステムをCSMS（クリエイティブサステナビリティ マネジメントシステム）として、運用しております。対応する5つの目標として、「健やかさの向上」「新たな創造生活」「理念を語る・自己を語る」「中核企業育成」「専門的社会貢献」を掲げ、これを実現する取り組みをグループの共通目標として推進しております。



急激な環境変化の中、創造経営が目指すものは、変わらず「会計」を活かすこと及び動態連続生命観に基づく五徳生活を実践する創造者の育成です。実践する経営が創造経営であり、日本創造経営グループの職場や所員各自の家庭・地域で取り組み、関与先・企業群・地域への取り組みへと広げ、一波万波していくのが組織の目標であることに変わりはありません。2023年に導入したマネジメントシステムは現在軌道に乗り、SDGs（持続可能な開発目標）に貢献しう人や企業の育成に着実な成果を上げつつあります。

I . CSMS (クリエイティブサステナビリティ マネジメントシステム)

創造経営グループでは、2023 年度より従来の「環境マネジメントシステム」をあらため、「CSMS(クリエイティブサステナビリティ マネジメントシステム)」として新たな運用をスタートしております。グループの考える持続可能性を実現するために、グループとして大切にする「五徳生活」を日常の業務に統合し、実践、実現するためのマネジメントシステムとすることが狙いです。

1. 経営理念

「会計の本義（専門性）を体得し、人類経済秩序の確立（公益性）のために誠実に（倫理性）努力することを大本とする」

2. クリエイティブサステナビリティ理念

我々は、社会の持続的な発展を目指し、業務を通じて経済的な側面だけでなく、各自の健康を含めた環境負荷を低減し、自然と人間の創造的関係を家庭生活に根ざして形成する。また、関与先に対しても、創造的生活に根ざした企業経営の実践を支援し、環境変化に積極的な適応を行い、持続的に発展する企業づくりに貢献する。

3. クリエイティブサステナビリティ方針（2023 年 4 月 1 日改訂）

1. 監査、税務、マネジメントコンサルティング、創造経営教育、情報システム支援の事業運営において、関与先の持続的発展を目指し、社会性、環境性、経済性を統合するマネジメントシステムを構築し、運用する。
2. 事業活動における社会・環境に影響を与える要素を認識し、継続的なマネジメントシステムの向上と社会・環境の持続的発展への貢献に努める。
3. 法規制および我々が受け入れた利害関係者の要求事項を順守する。
4. 社会的・環境的・経済的にバランスしたパフォーマンスの向上のため、五徳実現に向けた目標を設定し、会計の本質的な働きを生かした研究開発・改善活動を推進するとともに、定期的に見直しを行う。

(1)「個人の健康・長寿」

自然のリズムに即した生活をおくり、高い志のもと元気に働ける身体をつくり、健康で長生きをし、子や孫に家系と生活文化の伝承を行う。

(2)「家庭愛和」

夫婦が自分と相手の家の流れについての理解を深め、家系浄化に取り組む。相互補完、さらに優性補完へと向上してゆき、秩序と信頼あふれる家庭を創り、自分たちの後継者を育てる。

(3)「職場での貢献」

職場の人間関係が良好で、持っている個性を活かしながら、社会に役立つ商品や技術を生み出し、働きがいを持って職場を活性化させる。

(4)「取引先への貢献」

職場での活躍を通し、取引先（六種の利害関係集団）との共益の実現に努め、顧客からの信用を持続的に得る。

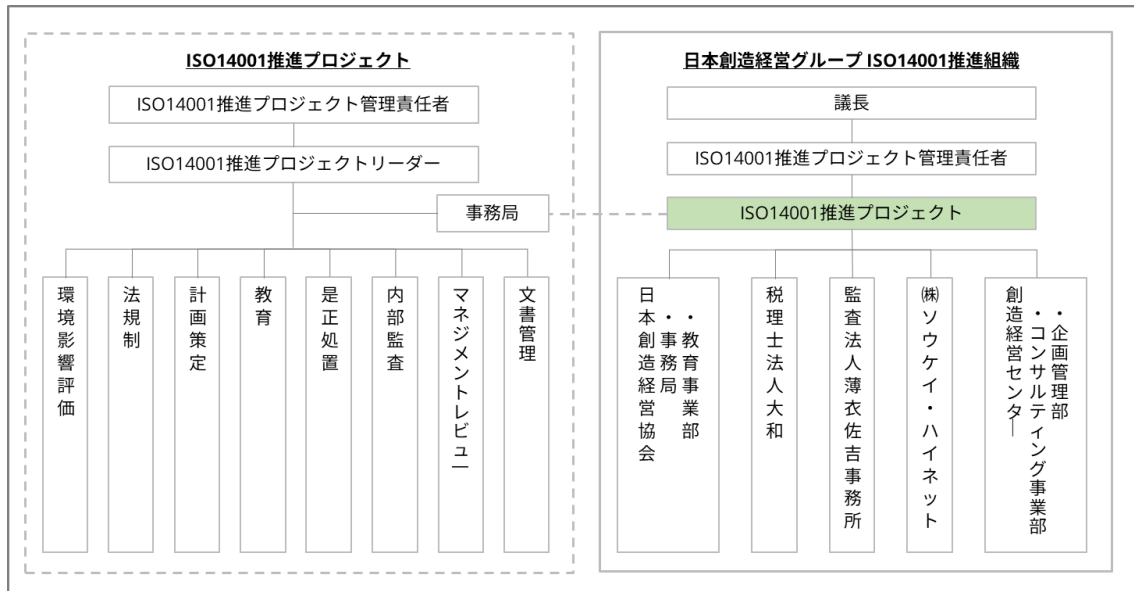
(5)「地域・社会への貢献」

企業市民としての自覚を深め、事業を通して社会や地域に貢献する。地球の生命が限りあることに目覚め、環境経営にも取り組む。

5. 全従業員は本方針を認識し、構築した環境マネジメントシステムを有効に活用する。

6. 本方針は全従業員に周知するとともに一般にも公開する。

4. 推進組織



5. CSMS の推進体制

ISO14001 推進プロジェクトは、各事業体より選出された推進メンバーにより毎月開催され、環境経営の具体的な活動を推進しています。また、毎月創造経営グループのトップ、各事業体の経営トップ及び推進会議メンバーが参加するISO14000 責任者会議を開催し、各部門が策定したマネジメントプログラムの進捗状況が報告され、進捗に関しモニターされます。ISO 責任者会議はマネジメントレビューとして位置付けられており、経営層による環境マネジメントシステム全般に関わる見直し及び、経営トップより環境マネジメントシステムの改善に向けた方針が伝達され、更なる向上に取り組んでいます。

(2023.4～)

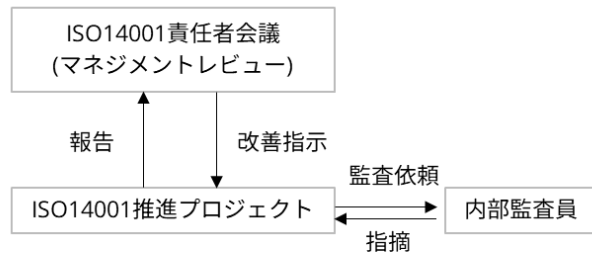
PLAN

クリエイティブ サステナビリティ方針
社会・環境目標
マネジメントプログラム

DO

- 【関与先への支援】
 - ・専門サービスの提供
 - ・創造経営の推進
 - ・社会環境セミナー等の開催
- 【グループ外部への働きかけ】
 - ・社会環境報告書
 - ・日本創造経営協会 支部支会活動
 - ・ボランティア活動
 - ・講演活動 等
- 【社員家族への働きかけ】
 - ・厚生活動、家族会等
 - ・環境家計簿の推進
 - ・事務所だより等

CHECK-ACTION



支援 ・資源 ・力量 ・認識
・内部コミュニケーション ・外部コミュニケーション

6. 2025 年度 CSMP

2025 年度クリエイティブサステナビリティマネジメントプログラム（CSMP）では、方針に掲げる「健やかさの向上」「新たな創造生活」「全と個の統合」「中核企業育成」「専門的社会貢献」の五つの項目について、以下の5つの目標を定め実施しております。

2025 年マネジメントプログラム

I. 「健やかさ」の向上

目的

社員の心身の健康度を高め、業務の質・生活の質の双方を改善する。

実施方法

- ・ 年間の健康診断結果に基づく傾向分析と、健康課題に応じた PDCA の継続実施。
- ・ 単年度だけでなく、過去3年間の結果を統合した分析を行い、改善施策へ反映する。
- ・ 健康推進に関する情報を継続的に発信し、社員の健康意識を高める。

有効性評価方法

健康診断の主要指標の改善度を評価。

II. 新たな創造生活の実践

目的

企業理念にもとづく「創造生活」の実践レベルを高め、社員一人ひとりの生活改善と職場活性を促進する。

実施方法

- ・ 創造生活の手引きをアップデートし、今の時代感に合ったガイドラインを整備する。
- ・ 社員への浸透施策を計画的に進める。

有効性評価方法

- ・ プランの作成
- ・ 「長期プロジェクト」での報告

III. 全と個の統合

目的

創造生活の実践と組織活性を両輪で進め、企業風土の一体感を高める。

実施方法

- ・ 基準創造行動のレベルアップ
- ・ 5年生研修参加メンバーの他事業体の業務への関与参画（育成推進対象企業も含む）
- ・ リーダー以上の専門職の中核企業支援への関与（育成進捗対象企業を含む）

有効性評価方法

- ・ 基準創造行動の動画視聴後の感想・活かし方
- ・ 他事業体への業務関与率、ジョブローテーション計画実施率
- ・ リーダー以上の中核企業の関与率

IV. 中核企業の育成

目的

中核企業を育成する。

実施方法

- ・ マネジメントレターを作成、合意（社内・関与先）し、推進する。
- ・ 上記を経営会議で報告し、必要に応じて他事業体を巻き込んだ対策を行う。

有効性評価方法

- ・ 指導事項へのフォローアップ実施率

V. 専門的社会貢献の推進

目的

各人が専門性を活かし、外部への価値提供を通じて社会貢献を実現する。

実施方法

- ・ (専門職・L)同業または業界団体や公的機関の活動に参加し、そこで得た情報、ノウハウ、人脈を業務に活かす基盤をつくる。
- ・ (専門職・M以上) 同業または業界団体や公的機関の活動の役員等を担当し、そこで得た情報、ノウハウ、人脈を活用し、創造経営を世に広げる活動を行うとともに、役職を通じた業務改善を行う。

有効性評価方法

事業体合宿で計画、部門会議・責任者会議でモニタリング

II. 社会・環境活動報告

1. オフィスでの活動

(1) オフィスの環境負荷低減

オフィスにおける環境負荷は工場などに比べると一般的にはかなり小さくなります。しかし、どんな企業にも規模の差はあれ必ずオフィスは存在するため、社会全体で見れば、そこから生まれる環境負荷は非常に大きなものとなっています。そのように考えれば、オフィスにおける環境負荷低減に各企業が取組むことは、環境を考える上で実は避けて通れない重要事項といえるでしょう。

環境負荷低減に取り組む上で、念頭に置かなければならない大きな視点が3つあると考えています。

1. 温暖化とそれに伴う環境への悪影響を防ぐ
2. 利用可能な資源を残すために、天然資源消費を削減する
3. 限りある公共のゴミ廃棄場を有効に使うため、埋立ゴミを削減する

温暖化については、二酸化炭素などの温室効果ガスの増加や電力などのエネルギー消費による平均気温の上昇が環境への悪影響を引き起こす大きな原因だと言われています。

天然資源については、誰もが知っているように森林、石油、ガス、鉱物資源などがあり、それらは有限の資源であり、次世代へ残すために節約が必要であると言われています。

廃棄物処理場（埋立場）については、リサイクルも焼却も不可能な廃棄物が破碎した上で埋め立てられます。埋立場のスペースは有限であり、少しでも廃棄するゴミを減らすことが必要です。東京都は、平成 29 年に改定した廃棄物等の埋立処分計画であと 50 年以上埋立可能としていますが、積極的に延命化に務めた取り組みが必要です。

(参考：東京都環境局 <http://www.kankyo.metro.tokyo.jp/resource/landfill/cat8032.html>)

このような視点を基にオフィスで取組み可能な項目を挙げると以下ようになります。

(温暖化とそれに伴う環境への悪影響を防ぐ)

- 1-1. 電力（エネルギー）消費量の削減
- 1-2. 燃えるゴミの削減（ゴミ焼却による CO2 排出量の削減）
→リサイクル可能な紙を正しく分別し、不要な燃焼ゴミを削減する

(利用可能な資源を残すために、天然資源消費を削減する)

- 2-1. 印刷用紙消費量（＝購入量）の削減
- 2-2. 再生紙の購入量比率を高め、かつ古紙配合率を高める
- 2-3. 化石燃料製品の選択・購入を抑制する

(限りある公共のゴミ廃棄場を有効に使うため、埋立ゴミを削減する)

- 3-1. 分別を正しく実施し、不要な埋立ゴミを削減する
- 3-2. 不燃ゴミとなるもの（化石燃料製品等）の消費を抑制する

私たちは、これらをオフィスにおける環境負荷低減の取り組みの1つの枠組としてとらえ、個々の項目について具体的な数値を維持するための活動計画を設定し、環境負荷低減に取り組んでいます。

【2024年の年度維持項目】

項目	内容
温暖化(電力)	1-1.電力消費量を各月2018年(コロナ前年)比1.2倍(120%)以下で維持する
温暖化(燃焼)	1-2.正しく分別し、間違い率を各月10%未満で維持する
資源(紙)	2-1.印刷用紙使用量を年間使用枚数500,000枚以下で維持する
資源(石油)	2-3.ペットボトル廃棄を年間累計500本以下で維持する
資源(石油)	2-3.不燃ゴミの量を各月平均2.0%未満で維持する

計画を達成するための具体的な活動は、四半期単位に分けて設定するとより具体的なものになります。

計画に対する進捗状況は毎月の会議(意思決定可能な責任者を含む)で報告と検討を行い、大きな逸脱を防ぐと共に、維持し続けていくための軌道修正をします。

状況によっては計画を修正することも念頭に入れつつ、1年間が終了したところで実績を評価し、次年度活動計画を新たに策定します。

日本創造経営グループでは2003年10月(平成15年度)より活動を開始し、2025年3月末で21年半が経過しました。

2025年もさらなる向上を目指して取り組んでまいります。

[1-1]電力（エネルギー）消費量の削減

① 活動のポイント

省エネだけの話ではなく、全体的なこととして第一に、活動を牽引する部門（組織）の整備が必要です。大規模な企業であれば環境推進部や環境 ISO 推進部など専門特化した部門を設置することも可能ですが、多くの中小企業の場合、総務等の管理部門による兼務や、各ライン部門からの選抜メンバーによる環境委員会を設置することになります。

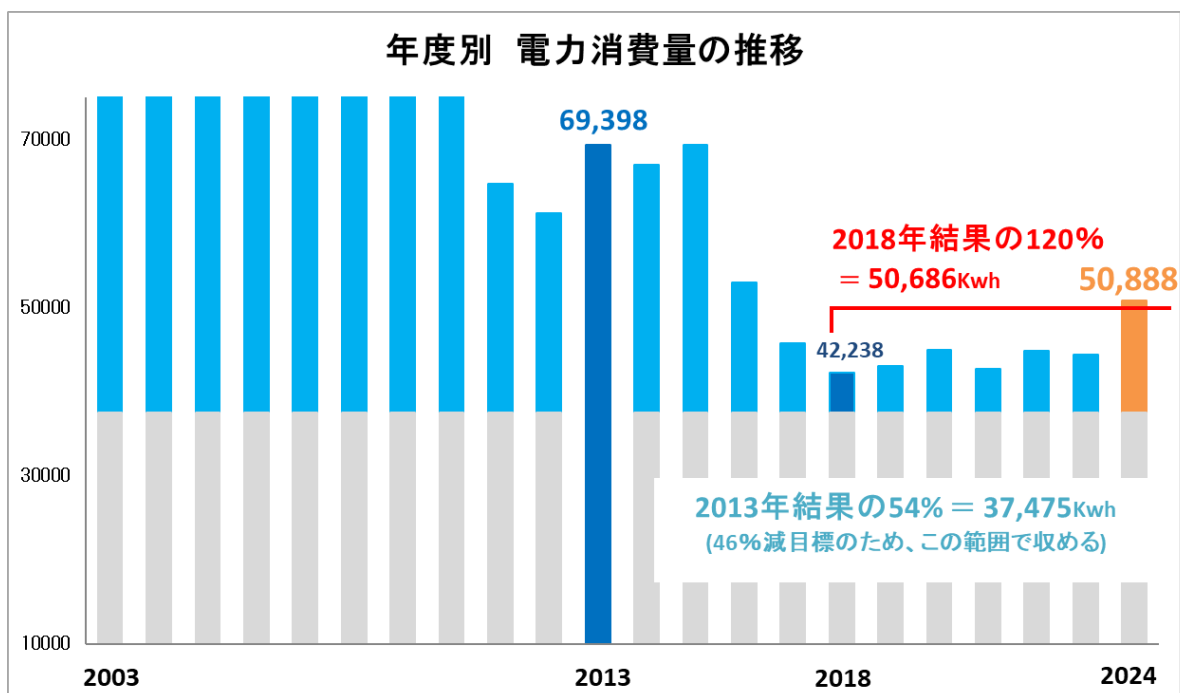
上記メンバーが中心となり、目標の意識付け、教育による省エネ行動の意識付け、管理とパトロールなどを行うことで目標達成を目指します。

これらは低コストの活動ですが、省エネ機器へのシフトなど高コストな活動も考えられます。あとは、対象範囲の消費電力の計測が正確に出来る必要があります。

パトロールについては、実施記録を必ず残すようにします。

② 活動事例（当グループ）

- 1) エアコンの温度設定に基準を設ける（夏 28℃、冬 23℃）。設定温度が超過している場合は、無理のない範囲にて基準値内で使用するよう声掛けする
- 2) 部屋の最終退出者の消灯・エアコンスイッチ OFF の徹底（教育）
- 3) 毎日 3 回時間を決めて、不使用部屋の電灯・エアコンのチェックを行い、長時間点けっ放しを防ぐ（パトロール）
- 4) 会議室を使用した際は、使用者と部門の事務員が責任をもって片付け、消灯を行う（管理）
- 5) 残業、休日出勤の削減を推進する（管理）
- 6) 月別で計測し、毎月の環境責任者会議で各部門の推進委員にフィードバックし、部門会議で情報共有する（教育）



また、2016年5月から6月にかけて、全部屋の蛍光灯のLED化、省エネエアコンへの変更を行いました。

2017年6月より新たに会議室（9階IMルーム）を設けましたが、既存の部屋と同様に消灯・スイッチOFFの確認やエアコン使用温度の徹底を行っています。

また、感染症流行時では所員の健康を第一に考えます。そのため、省エネルギー対策も今まで以上に緻密な計画のもと行う必要があります。

感染症対策として、荒天時以外は窓を開けた換気を推奨しております。しかし、窓を開けていると室温が一定に保ちにくいため、エアコンの使用頻度は増加します。所員の健康との両立を図るため、以下の取り組みを推進しております

- 1) エアコンは弱い温度で早い時間から稼働させ室温調整する。（外気温度と著しく離れた温度で稼働させるとより電力を消費するため）
- 2) 消し忘れを起こさない。万一発見した場合は、会議室予約表より対象部門を洗い出し口頭注意。再発防止に努める。

④ 電力不足への対応

新型コロナウイルス発生以降、感染症対策も考慮して、「2018年比120%内に維持する」よう進めております。これはコロナ発生前（2018年）を基準としつつ、マスク着用等でコロナ発生前通りにいかない点を加味しながら設定しております。

2021年7月26日に、環境省と経済産業省より「新たな地球温暖化対策計画案」が公表され、「温室効果ガス排出量を2030年までに2013年比で46%削減する」ことが目標として掲げられました。数値で見ると、2013年度温暖化ガス排出量14億800万t（CO₂換算）に対して、6億4800万t削減することになります。（参考：地球温暖化対策計画案（環境省）<http://www.env.go.jp/council/06earth/y0620-8b.html>）

当グループでも、2021年7月以降、データ計測時に併せて比較しております。2023年時は、年間平均で2013年比65.3%、特に冬場に超過傾向にあるため、2024年度は暖房を使用する前に所内へ周知し、ウォームビズを推進していきます。

2024年度(令和6年度)も当グループでは引き続き所員が一丸となって節電に取り組んでいきます。

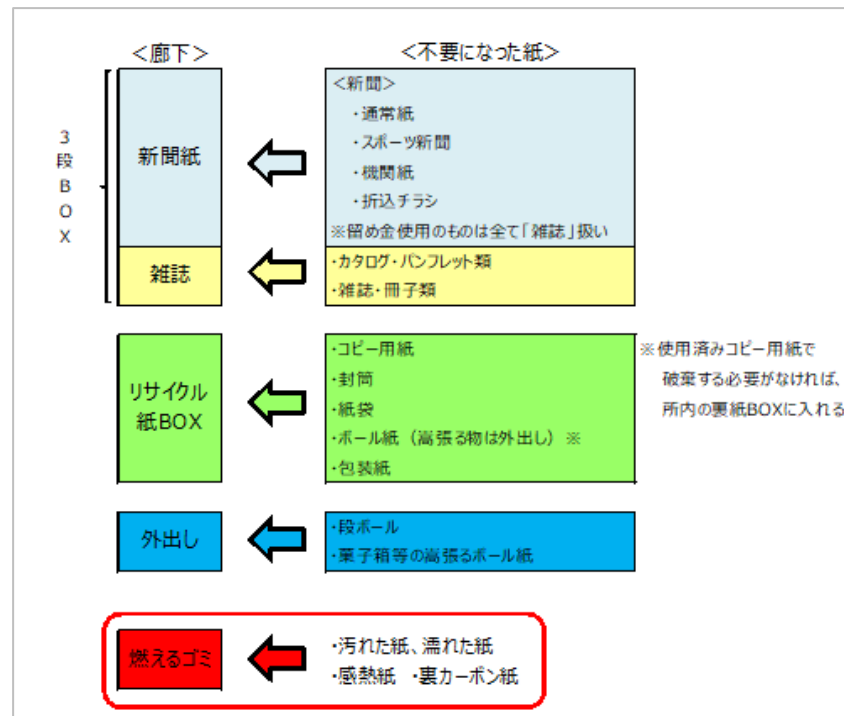
[1-2] 燃えるゴミの削減（ゴミ焼却によるCO2排出量の削減）

→リサイクル可能な紙を正しく分別し、不要な燃焼ゴミを削減する

① 活動のポイント

所属するビルの各廃棄物分別基準と、そのビルから廃棄物（リサイクルされるものも含めて）が最終的にどこへ行き着くのかをまず把握することが必要です。

紙は、リサイクル可能な紙とリサイクル不可能な紙（燃えるゴミ）を区別する基準を明確にします。基準が明確になったらゴミ箱を区分し、箱には区分内容を明示します。



計測は、毎日定期的に各ゴミBOXの中を覗いてリサイクル可能な紙が混入していないかをチェックし、必ず記録します。

特に間違いが繰り返されるものについては、月初朝礼等の社員が集う場で実例を示しながら正しい分別の仕方をレクチャーすることにより意識付けを行います。また、所内で分別間違いを発見した場合、近くの席の所員一人ひとりに対し声掛けを行い、認識漏れのないよう努めます。

② 活動事例（当グループ）

- 1) 毎日朝礼直後、燃えるゴミBOX、ビニール・弁当ガラ・廃プラスチック（リサイクル可能品）BOXにリサイクル可能な紙ゴミが混入していないかをチェックし、「まったくなし」「多少あり」「たくさんあり」の3段階評価を実施
- 2) その日の評価を下記の式で間違い率として算出

$$\text{間違い率} = \frac{(\text{「多少あり」の日数} + \text{「たくさんあり」の日数})}{\text{当該月の測定日数}}$$

[2-1] 印刷用紙消費量の削減

① 活動のポイント

[計測] 印刷用紙の消費量を直接（出口）計測することは非常に困難です。そこで用紙の月間購入量と月末在庫枚数を計測し、消費枚数を算出します。

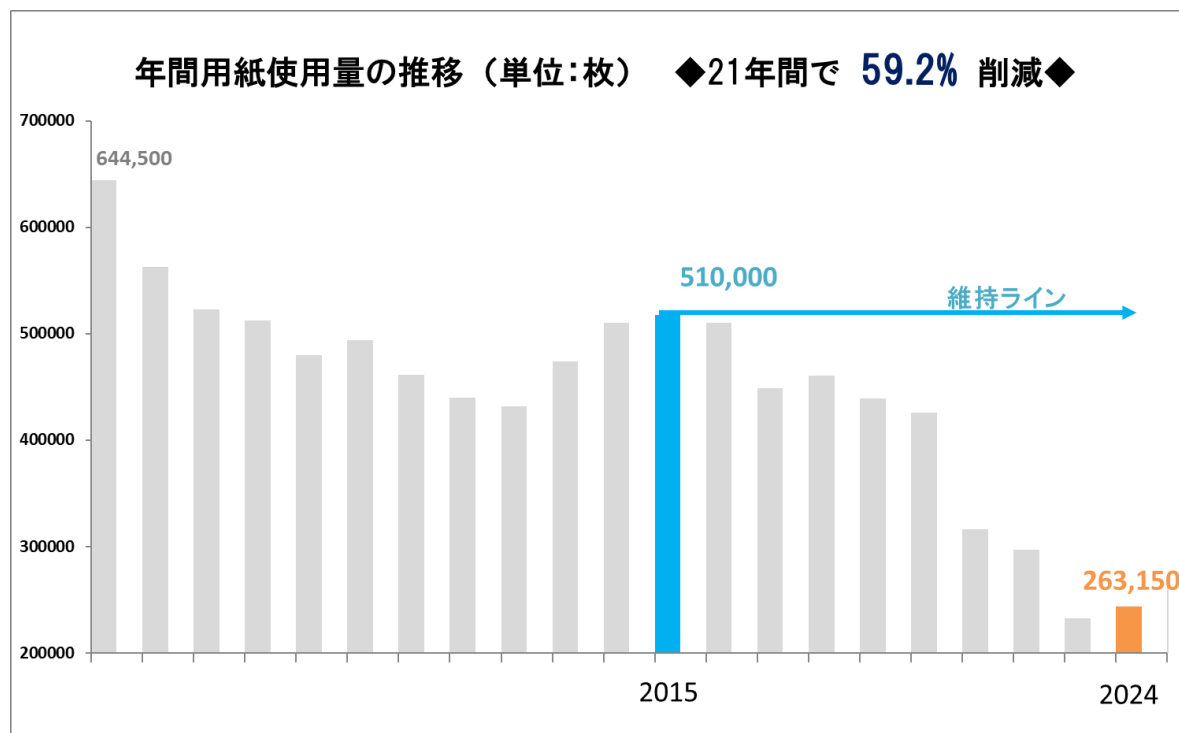
[削減] 一番効果が上がるのは会議資料などの書類をペーパーレス化することです。また、両面コピーや2アップ印刷の推進、紙ベースでFAXせずPDFファイルやWord・Excelファイルをメール添付で送付する等があります。

両面コピーや2アップ印刷などの利用率がわかる機器であれば、どのくらい節約が出来ているかを社員にフィードバックすることを通じて意識付けが出来ます。

2009年度からの取り組みとして、受信FAXをデータとして受信し、必要なもののみ印刷するルールを継続して運用しております。これにより、不要な営業FAX印刷を回避しております。

② 活動事例（当グループ）

- 1) FAXのための印刷を安易にせず、PDF、Word・Excelファイルをメール送付する
- 2) メールの文面やホームページを安易に印刷しないようにする
- 3) コピー、印刷において両面印刷、2アップ印刷を駆使してもらうようにする
- 4) 内部会議、内部研修等のペーパーレス化を検討してもらう
- 5) 計測した記録を集計しグラフ化するなどして社員にフィードバックする（教育）



[2-2] 再生紙の購入量比率を高め、かつ古紙パルプ配合率を高める

① 活動のポイント

古紙パルプ配合率 100%の用紙を購入しています。最近は白色度が上がってもほとんど価格差がないので、目的によって高白色度紙と低白色度紙を使い分けます。

リサイクルマーク等の工夫により、顧客の理解を得ることも大切です。

[2-3] 化石燃料製品の選択・購入を抑制する

① 活動のポイント

[プラスチック系ゴミ]

オフィスで一番廃棄量が多いのは仕出し弁当のプラスチック殻を筆頭とした食品の容器・包装関係です。手軽で安価な仕出し弁当やコンビニの弁当の人気は高く利用者も多いです。毎日廃棄されますが、家庭弁当の持参や外食の推進は限度があります。一つの対策は容器を洗浄再利用する弁当業者の利用です。食事については、嗜好や昼休憩というライフスタイルの一部をかたどり、個人の自由です。しかし、地道な啓蒙活動により、利用者は徐々に増加しています。

プラスチック系ゴミの計測は毎日昼休憩終了時に不燃ゴミバケツ（一つに集結させる）の量を計測しています。

[文房具、備品類]

再利用を推進しているため、廃棄はあまり出ません。

① 活動事例（当グループ）

新型コロナウイルス発生以降、感染症対策のため、当面の間はペットボトルを含む蓋付き飲料を持参するよう呼びかけています。

[ペットボトル廃棄]

弁当殻の他にペットボトルの削減を維持項目にしています。日本のペットボトルリサイクル率は18年度84.6%と世界最高水準です。しかし、リサイクル方法の半分以上がサーマルリサイクルであり、実際は何か別の物に生まれ変わっているわけではありません。海洋プラスチックが社会問題化する中で、今一度資源循環の重要性を考慮する必要があります。会社としても継続して見守っていきます。

計測は不燃ゴミと同時に行います。2024年度の年間排出量は487本でした。

ペットボトル削減のために、水筒持参を声掛けしています。特に女性社員は全員が水筒を持参しています。

[浄水器]

2017年1月に「所員の健康増進」、「環境負荷低減」目的から電解水素水浄水器を設置しました。電解水素水は水素の特性（抗酸化力、還元力）により、健康増進効果（効能）が望めます。また、市販のミネラルウォーターの代わりとして、薬の服用など様々な場面で活用できます。

健康増進、環境負荷低減の両面からも継続的な活用が望めますので、継続して所員への利用を勧めていきます。

[3-1] 分別を正しく実施し、不要な埋め立てゴミを削減する

① 活動のポイント

1-2.（紙）の場合と同様です。

[3-2] 不燃ゴミとなるもの（化石燃料製品等）の消費を抑制する

① 活動のポイント

2-3.と同様です。（石油資源由来の不燃ゴミに関する環境側面であるため）。

(2) 職場生活における健康管理

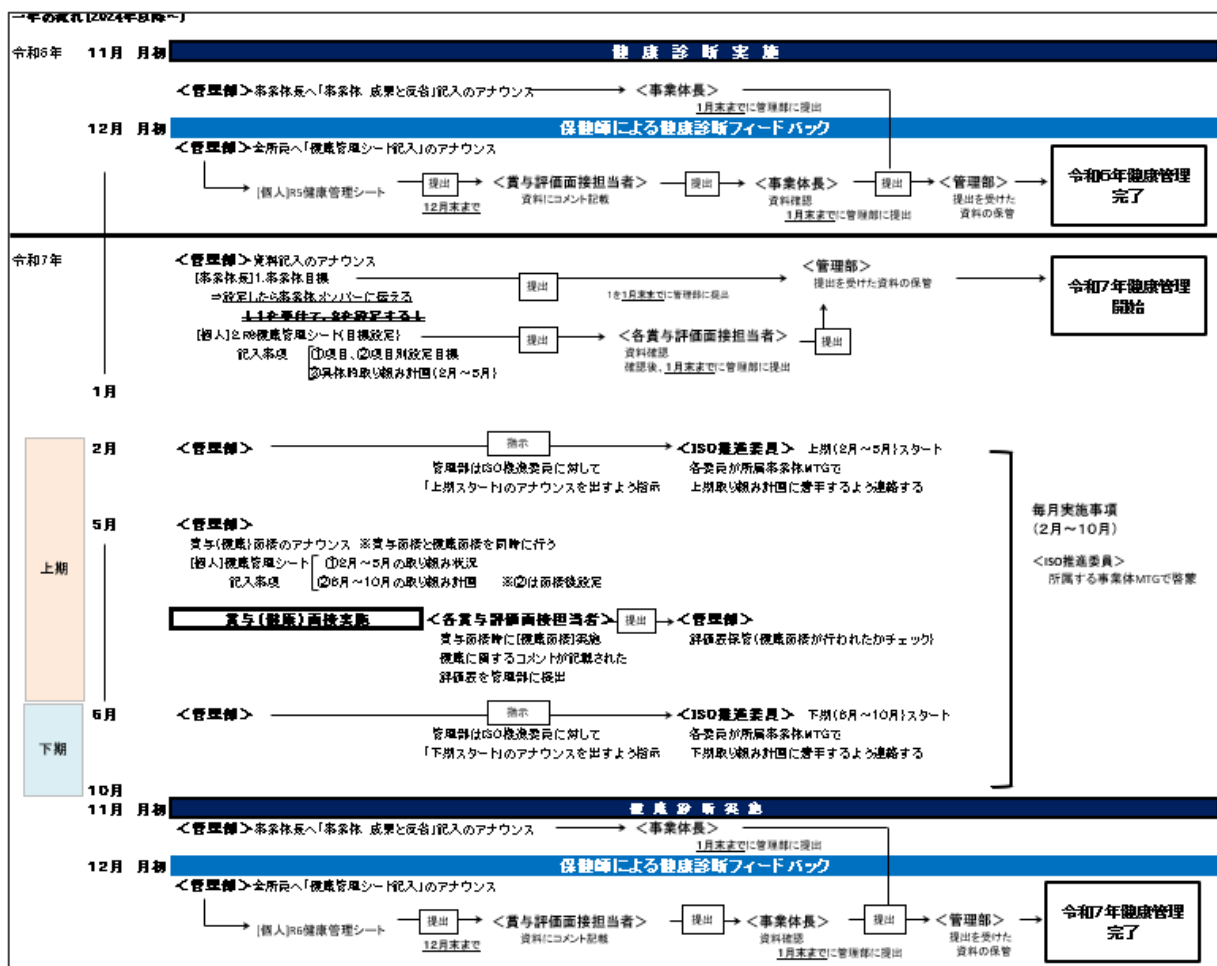
① 健康増進活動

企業体を構成するメンバー一人ひとりが、心身ともに健康でイキイキと仕事に取り組むことで、企業は社会に貢献することができます。反対にメンバーの健康状態が優れないと、生産活動は低下し、環境向上の疎外要因となるとともに、経営上の大きなリスクにもなります。

そこで2017年度より新たに、職場生活における健康管理を環境目標として設定し、創造経営グループの所員全員が健康な状態で職務に従事できるようサポートしています。

メンバーの健康、それは重要な経営課題の一つです。

【職場における健康管理】



【健康診断前の取り組み】

毎年11月に行われる健康診断結果をもとに、グループ・各部門・個人単位で次年度の健康目標を設定します。健康診断結果A～FのうちC以上を「ほぼ健康な状態」として、よりAに近い健康状態を目指します。

[グループ・各部門目標]

グループ（各部門）メンバーの健康診断の結果の平均点が、そのままグループ（各部門）の結果となります。所属する一人ひとりの健康の維持・向上を目指してグループ（各部門）目標を設定します。更に細かく追っていくために、個人別で健康目標を設定します。

※HP 掲載にあたり、個人情報に係るため内容の記載は省略しております。

【グループ・各部門別 健康目標・健康診断結果】

令和7年度 グループ健康増進活動
 <各事業体目標>

グループメンバーの
「肉体的・精神的・社会的・霊的」な健やかさの維持・向上に向けて

【グループ改善目標】 令和6年度結果 令和7年度目標

←

➡

←

1. 監査法人薄衣佐吉事務所

	令和6年度 健康結果	令和7年度 目標指標	
	←	←	【健康ポリシー】
	➡		
2. 税理士法人大和

	令和6年度 健康結果	令和7年度 目標指標	
	←	←	【健康ポリシー】
	➡		
3. 株式会社創造経営センター

	令和6年度 健康結果	令和7年度 目標指標	
	←	←	【健康ポリシー】
	➡		
4. 一般社団法人日本創造経営協会

	令和6年度 健康結果	令和7年度 目標指標	
	←	←	【健康ポリシー】
	➡		

[個人目標]

個人別に健康管理シートを作成します。一年を上期（2月～5月）と下期（6月～10月）の二回に分け、それぞれ具体的な取り組み計画を設定します。

6月に行われる上期賞与評価面接では同時に健康面接を実施します。健康面接では、面接担当者に上期に行った健康増進活動を報告します。目標に対して取り組み内容が不十分な場合、今後の取り組み事項について指導を受けます。

毎月の部門会議でも、各人の健康増進活動の取り組み状況を確認し、所属メンバーが自身の健康に意識が向くように取り組んでいます。

【個人別健康管理シート】

2025年度 健康管理シート(個人別)				事業体名	氏名
2024年度 健康診断 総合判定	2025年度 目標	11月1日 健康 診断	2025年度 総合判定	健康管理目標設定方法 1. 「①項目」は健康診断結果をもとに、特に改善・努力したい項目を1～3つほどご記入ください。 2. 「①項目」に従って「②項目別 設定目標」を設定 達成するための具体的な取り組み計画③2月～5月分、④6月～10月分(注)を設定してください。 (注)具体的取り組み計画⑤の月～10月分は、5月実施の健康診断後に設定してください。 *管理部からアナウンスが出たら、該当期間の「取り組み状況(本人コメント)」の記載をお願いします。	SHEP付与
①項目	②項目別	設定目標	③具体的取り組み計画(2月～5月)	④実施面接(5月実施)	⑤具体的取り組み計画(6月～10月)
			取り組み状況(本人コメント)→	5月の賞与面接時に 各ペア長が行ってください 評価表の該当欄に ③2月～5月取り組み状況 ④6月～10月取り組み計画 について、コメント・指導事項等を 記入してください	
			取り組み状況(本人コメント)→		
			取り組み状況(本人コメント)→		
結果と反省 ※本人記入(1月中に直上経路副所長等に提出ください)					
賞与評価面接担当者コメント (記入後、事業体長に転出)			事業体長コメント (管理部長提出)		

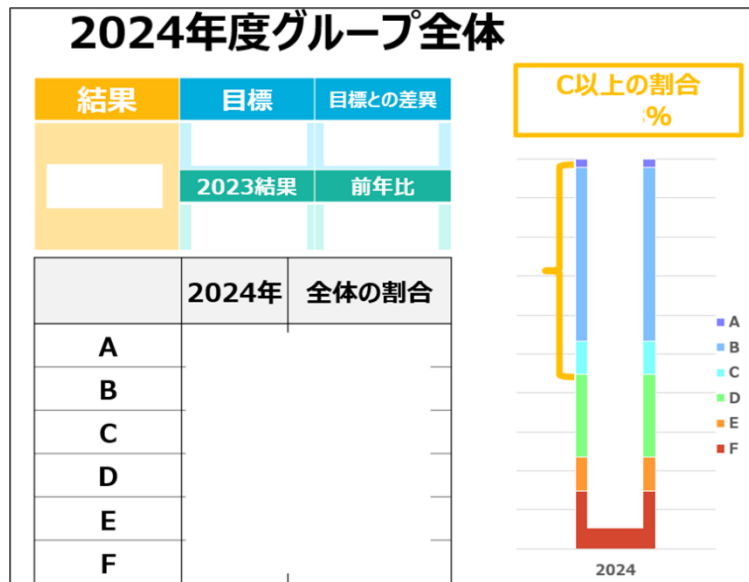
【健康診断以降の取り組み】

健康目標の設定から一年経過し、健康診断を迎えます。結果は同月中に配布され、12月月初に保健師より個人別にフィードバック指導を受けます。

健康診断結果は個人情報に触れない範囲にて所内で公表します。また、健康診断結果がAの所員は優秀社員として表彰の対象となります。

グループ・各部門の結果は健康診断結果報告書としてまとめ、御用納式で公表します。結果だけでなく、次年度の健康目標として素晴らしい目標(具体的な取り組み計画)を立てた所員についても同様に紹介をします。ご家族にも発表を聞いていただくことで、健康増進活動への理解や協力も得ることができます。

【健康診断結果報告書】



2024年度健康診断では、グループ全体の「C以上（ほぼ健康な状態）」の割合は半数を超えました。

また、健康診断結果が向上した所員や部門に対しては、創経ヘルシーポイント（SHEP）を付与し、モチベーションアップを図ります。創経ヘルシーポイントは、エコポイント※に加算され、商品と交換することができます。

※[創経エコポイント制度]

関与先、家庭、職場における環境への意識や行動を向上・発展させるという活動の趣旨から、削減項目ごとにそれぞれの活動がどのように推進されているかが大切になります。推進と活性化を図る重要な取り組みとして2006年度より開始したのが「創経エコポイント制度とその運用」です。

エコポイント制度とは、社員個人・家庭における環境負荷削減への貢献度に応じてポイントを付与し、関与先等が販売している商品を当グループが購入し、貯蓄したポイントと交換するかたちで社員の家庭に還元することを行っています。また、所員より家庭で不要となった雑貨等を商品として提供いただき、希望者がポイントと交換するフリーマーケットを模した取り組みも行っております。こうした活動がまた更なるレベルアップにつながると思われます。（26頁「4. 創経エコポイント」参照）。

【エコポイント得点表】

※ポイント数値は仮、他のエコポイント項目とのバランスを見て設定

<個人>	<部門>																
<p>1. ランクポイント</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="text-align: center;">A</td><td style="text-align: center;">700</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">B</td><td style="text-align: center;">300</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">C</td><td style="text-align: center;">100</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">D~F</td><td style="text-align: center;">0</td></tr> </table>	A	700	B	300	C	100	D~F	0	<p>1. ランクポイント</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="text-align: center;">3.5以上</td><td style="text-align: center;">300</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">3.3以上3.5未満</td><td style="text-align: center;">200</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">3.0以上3.3未満</td><td style="text-align: center;">100</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">3.0未満</td><td style="text-align: center;">0</td></tr> </table>	3.5以上	300	3.3以上3.5未満	200	3.0以上3.3未満	100	3.0未満	0
A	700																
B	300																
C	100																
D~F	0																
3.5以上	300																
3.3以上3.5未満	200																
3.0以上3.3未満	100																
3.0未満	0																
<p>2. ランクアップポイント</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="text-align: center;">5</td><td style="text-align: center;">1400</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">4</td><td style="text-align: center;">1000</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">3</td><td style="text-align: center;">800</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">2</td><td style="text-align: center;">700</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">1</td><td style="text-align: center;">300</td></tr> </table>	5	1400	4	1000	3	800	2	700	1	300	<p>2. ランクアップポイント</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="text-align: center;">0.3以上</td><td style="text-align: center;">200</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">0.01~0.3未満</td><td style="text-align: center;">100</td></tr> </table>	0.3以上	200	0.01~0.3未満	100		
5	1400																
4	1000																
3	800																
2	700																
1	300																
0.3以上	200																
0.01~0.3未満	100																
<p>3. ランク維持ポイント</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="text-align: center;">A</td><td style="text-align: center;">500</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">B</td><td style="text-align: center;">300</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">C</td><td style="text-align: center;">100</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">D~F</td><td style="text-align: center;">0</td></tr> </table>	A	500	B	300	C	100	D~F	0									
A	500																
B	300																
C	100																
D~F	0																

② 病気の予防・治療

健康診断とともに人間ドックを実施しています。

健康診断の結果より二次検査が必要な所員に対しては、企画管理部が病院等医療機関と連携して日程調整を行います。必ず二次検査を早期に受診させることで、早期発見・早期指導を勧めています。

2. 家庭における取り組み（環境家計簿を中心として）

(1) 日本創造経営グループ所員家庭における環境家計簿への取り組み

日本創造経営グループは、1994 年度より所員家庭で環境家計簿の作成を通して、『楽しみながらできるエコ生活』を推進し、環境負荷の低減に取り組んでいます。

毎年、各家庭における Co2 排出量の集計を行い、所員家庭における環境を考慮したエコ生活の推進を図っています。

今回の集計は、2023 年 1～12 月と 2024 年 1～12 月のうち 8 か月以上の前年同月比較が可能な家庭（39 家庭）が対象となっています。

ここでは各家庭が消費しているエネルギーのうち、電気、ガス、水道といった基本的なエネルギーの前年比較を報告させていただきます。

(2) 家庭における環境負荷の低減

① 電気

電気においては、36 家庭のうち 17 家庭（全体の 47.2%）で削減に成功しました。一番削減が進んだ家庭では、68.5%の削減がなされました。

② 都市ガス

都市ガスにおいては、29 家庭のうち 13 家庭（全体の 44.8%）で削減に成功しました。一番削減が進んだ家庭では、30.3%の削減がなされました。ガスの使用量は主に冬場に増加します。

③ プロパンガス

プロパンガスにおいては、3 家庭のうち 2 家庭（全体の 66.7%）で削減に成功しました。一番削減が進んだ家庭では、17.4%の削減がなされました。

④ 水道

水道においては、35 家庭のうち 18 家庭（全体の 51.4%）で削減に成功しました。一番削減が進んだ家庭では、23.8%の削減がなされました。

⑤ 基本的なエネルギー全体

前年比較を行った 35 家庭のうち 17 家庭（全体の 48.6%）で削減に成功しました。一番削減が進んだ家庭では、28.2%の削減がなされました。

(3) 更なる環境負荷低減に向けて

エネルギー別に見ると、一般的に家庭における CO2 排出量のうち約 6 割以上を電気エネルギーが占めています。（参考：環境省 <http://www.env.go.jp/earth/ondanka/ghg/kateiCO2tokei.html>、資源エネルギー庁 https://www.enecho.meti.go.jp/category/saving_and_new/saving/general/howto/consumption/）また、家庭で使う電力の約 4 割が冷蔵庫（家庭における消費電力の 14.2%）、照明器具（同 13.4%）、テレビ（同 8.9%）、エアコン（7.4%）の 4 つで使われています。

環境に優しい生活、環境負荷を低減した生活を進めていくためには、「電気消費量の削減」がポイントであることを所員家庭に向けてメッセージを送り続けています。

3. 創経エコポイント

(1) 創経エコポイント導入の目的

創経エコポイントは、遊働一致の理念に基づき、所員ならびに家族のエコロジー（環境）・エコノミー（経済）・コミュニティ（共同体）・ボランティア（地域貢献）に対する意識向上を図り、楽しみながらの創造活動を推進することを目的とし、2006年から取り組んでいます。

(2) 創経エコポイント（Sokei Eco Point）とは

創経エコポイントとは、上記の理念のもとに、環境に対する取り組み（環境家計簿の提出）や事務所行事への参加、ボランティア活動への参加を対象に一定のポイント（エコポイント）が付与され、貯めたポイント数に応じて様々なサービスを受けることができるサービスです。

(3) 創経エコポイントの貯め方

創経エコポイントは、下記の活動内容によって、それぞれポイントが付与されます。

活動内容（例）	ポイント数
1. 研究大会への参加（所員・配偶者） （家族1人につき）	配偶者：100 SEP 家族：20 SEP
2. 春の厚生活動への参加（所員・配偶者） （家族1人につき）	配偶者：100 SEP 家族：20 SEP
3. 家族会への参加（所員・配偶者） （家族1人につき）	配偶者：100 SEP 家族：20 SEP
4. 事務職員会議主催ボランティア活動（所員・配偶者） （家族1人につき）	所員・配偶者：100 SEP 家族：20 SEP
5. 夫人研修会への参加（配偶者のみ）	100 SEP
6. 大学校謝恩会（配偶者のみ）	150 SEP
7. 大掃除への参加	50 SEP
雑巾の寄付（1枚提出につき）	10 SEP
8. 環境家計簿の提出（1回提出につき）	20 SEP
9. 事務所周辺の朝の清掃ボランティア（1回ごとに）	20 SEP
10. 教養講座への参加（環境教育講座参加者1名につき）	20 SEP
11. 創経ヘルシーポイント制度（SHEP）との連携 （20頁「2. オフィスでの活動」参照） ※1SHEP=1SEPに交換	健康診断ランクUP事業体 所属所員： 100～200SHEP/1人 健康診断ランクアップ者： 2ランク→700SHEP 1ランク→300SHEP 健康診断ランク維持者： （A, Bのみ） Aランク→500SHEP Bランク→300SHEP

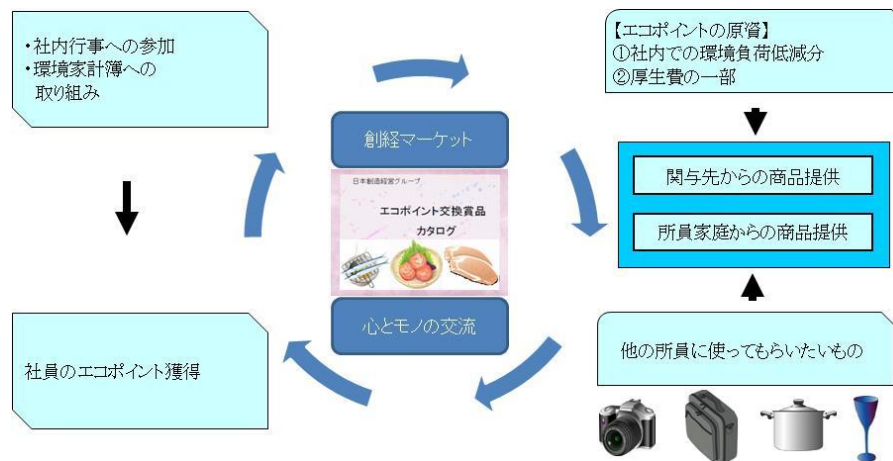
(4) 創経エコポイントの活用

「美しい地球を大切な未来につなげるための循環社会を、まずは家庭や職場から創っていきましょう」を合言葉に、創経エコポイントの具体的な取り組みとして、2006年度の家族会に併せて「創経マーケット」を開催し、毎年開催されています。

この「創経マーケット」は、各自が保有している SEP と「創経マーケット」に提供された商品を交換することができ、商品の提供者には SEP が付与されるという取り組みです。

2024年2月に実施された「創経マーケット」では、所員家庭より10商品、関与先より144商品の提供を頂きました。

【創経エコポイントの活用】



モノに気持ちを込めて贈る側と頂く側の心の交流が行われ、多くの家庭から「取り組んでよかった」という声を頂いております。提供して頂いた商品は素敵なものも多く、所員家族から好評を頂いています。

また、2021年より新たに専用のアプリを作成・導入し、家や外出先からでも気軽に参加できるようにしました。今後とも更に活動が盛り上がるよう推進して参ります。



IV. 社会・環境コミュニケーション

日本創造経営グループは、現在取り組んでいる環境活動を多くの皆様に理解していただくために、さまざまな機会を通してコミュニケーション活動を行なっています。

1. 社会・環境報告書の発行

日本創造経営グループは、2023年度版に続き、第22号となる社会・環境報告書として『Sokei Sustainability Report 2024』を発行いたしました。

当グループは、経営教育、マネジメントコンサルティング、情報システム支援、会計監査、税務サービスといった、いわゆる非製造業の領域で専門サービスを提供しています。

本報告書では、紙ゴミや電力使用量の削減といった一般的な取り組みにとどまらず、「本業を通じた環境貢献」どのように実現していくのか――

そのための当グループ独自の環境マネジメントシステムの考え方と実践について紹介しています。

2. 一般社団法人 日本創造経営協会総会



日本創造経営グループの一般社団法人日本創造経営協会は、毎年6月に総会を開催し、1年間の活動を協会会員に報告させて頂いております。その中で環境理念、環境方針、前年度の活動内容を中心に環境報告書の要旨を参加された皆様に紹介させていただいております。

3. セミナーの開催

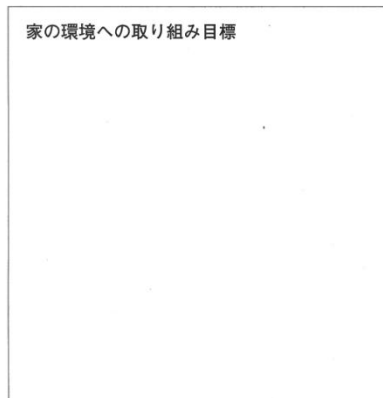
毎月の月初（第一営業日）に「教養講座」として定期セミナーを開催しております。このセミナーは時間が90分で無料、毎回各テーマに沿った外部の専門家の方を講師として招いております。また参加制限はなく、完全にオープンなセミナーとして日本創造経営協会会員はもとより、個人、近隣の方々まで広くご参加いただいております。テーマは経営に関することから、健康に関わることまで幅広く取り扱っておりますが、年2～3回は必ず環境を重点テーマとしております。詳しくは「環境教育の場と取り組み」をご覧ください。

4. 出版

「創造手帳」「月刊創造経営」の2冊を毎年定期発行しています。

「創造手帳」

えることを通して、子孫にこの素晴らしい地球を渡していくことが可能となる。



家の環境家計簿						
平成 年 月 度						
当月の取り組み目標!!						
項目	数量チェック		合計	係数	Co2 排出量	金額
電気		75.0kWh	kWh	×0.12=	kg	円
都市ガス	請求書から チェックしましょう ⇒	8.4m ³	m ³	×0.64=	kg	円
LPガス		2.1m ³	m ³	×1.8=	kg	円
水道		11.4m ³	m ³	×0.16=	kg	円
灯油			L	×0.69=	kg	円
ガソリン	使用量をチェックしましょう ⇒		L	×0.64=	kg	円
缶			本	×0.05=	kg	
ペットボトル			本	×0.02=	kg	

創造手帳では「私たちの生活と環境問題」のページで、環境問題への考え方と環境家計簿の作成方法を掲載しました。

「月刊創造経営」：こちらは教養講座の内容を紹介しております。

また、環境に関連した書籍を刊行しています。

- ・人づくりシリーズ

「共生共益を実現する 人づくりの経営」、

- ・トラックシリーズ

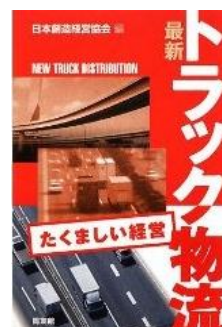
「トラック環境経営 ～循環型社会の実現に向けて～」

「最新 トラック物流 ～たくましい経営～」

「運送業の安全マネジメント」（2013年9月、トラックシリーズの続編として刊行）

- ・その他

「創造生活の手引き」



日本創造経営協会にて販売をしております。詳しくは当グループWebサイトライブラリーにてご確認ください。

5. Web サイトによる情報発信

当グループの Web サイト（<http://www.sokei.co.jp/>）にて、「日本創造経営グループ環境方針」を公開しています。また、環境報告書の最新の 2024 年度版（本書）を PDF ファイルで公開しておりますので、誰でも閲覧していただくことができます。

日本創造経営グループ *Japan Creative Management Group* > グループ概要 > アクセス > お問い合わせ

日本創造経営グループ 一般社団法人 日本創造経営協会 株式会社 創造経営センター 監査法人 薄衣佐吉事務所 税理士法人 大和 株式会社 ソウケイ・ハイネット

6つの専門分野を活かしたトータルソリューション提供

サービスカテゴリは大きく経営コンサルティング、会計検査、税務、人事、IT、人材育成の6つがあります。これら6つの専門分野を生かして、お客様の経営課題に対し総合的なソリューションを提供していきます。

一般社団法人 日本創造経営協会
人材育成・会員事業の運営

社会保険労務士法人 創経
人事コンサルティング・各種手続き

株式会社 ソウケイ・ハイネット
ITコンサルティングサービス

株式会社 創造経営センター
経営コンサルティングサービス

税理士法人 大和
税務申告業務・タックスプランニング

監査法人 薄衣佐吉事務所
会計検査・内部統制監査

日本創造経営グループ

● ● ● ● ●

日本創造経営グループからのお知らせ

- お知らせ - 日本創造経営協会 2024-09-21 [第50回創造経営研究大会 開催のご報告](#)
- お知らせ - 監査法人 薄衣佐吉事務所 2024-08-22 [法人説明会を随時行っております](#)
- お知らせ - 株式会社ソウケイ・ハイネット 2024-08-06 [インターネットでKD-I、KD-IIの調査ができます](#)
- お知らせ - 株式会社ソウケイ・ハイネット 2024-08-01

日本創造経営グループ

- 日本創造経営グループ概要
- 議長からの挨拶
- 沿革
- アクセス
- 採用情報

Contact Us

Sustainability Report 2024

—社会・環境報告書 2024—

2025年11月1日

創造経営グループ

〒113-0033 東京都文京区本郷2-10-9 富士ビル5F

Tel : 03-3816-1451 Fax : 03-3814-1933

<http://www.sokei.co.jp/>

