住友化学株式会社
コーポレートブランド・プロジェクト事務局
2015年9月発行

SUMITOMO CHEMICAL

いまなぜ経営理念、コーポレートスローガン・ステートメントなのか

住友化学グループにとって、なぜいま経営理念や
コーポレートスローガン・ステートメントが必要とされているのでしょうか。
大きく３つの理由が考えられます。

緊密なコミュニケーションの触媒としての理念、スローガン・ステートメント

第１に部門を超えた緊密なコミュニケーションがますます求められるようになりつつあるためです。
住友化学グループでは、いかなる状況でも持続的に成長を遂げられる、真に強靭な事業体質を構築する必要があります。
では、こうした強靭な事業体質を構築するにあたって、何が求められるでしょうか。重要なことは、製造・営業・研究・本社の各部門やグループ会社が、事業部門の枠も超えて相互に緊密なコミュニケーションをとり、グループ全体の目指すべき姿、あるべき姿に照らして自らの業務活動をたえず見直し、その質を向上させ続けていくことです。

こうした相互に緊密なコミュニケーションを実践するためには、グループ全体の目指すべき姿、あるべき姿を共有し、皆さん一人ひとりがそれに向けてどのような活動を行うべきか考え抜くことが不可欠です。経営理念やコーポレートスローガン・ステートメントはそうした目指すべき姿や、あるべき姿を示した道しるべととらえることができます。
一人ひとりが経営理念やコーポレートスローガン・ステートメントに照らして自らの業務を見直し、他の部門やグループ会社のメンバーとの連携・協業を加速させることで、はじめて強靭な事業体質の構築が可能となります。

グローバル化の進展に伴うダイバーシティへの対応

第２に住友化学グループに属するメンバーの多様化が進展しているためです。
住友化学グループにおいては、近年、事業のグローバル化に伴って、さまざまな国籍、文化、価値観などを持ったメンバーが共に仕事する、ダイバーシティ（多様化）が急速に進展しています。こうした中で、住友化学グループとして一丸となって業務に取り組んでいくためには、経営理念やコーポレートスローガン・ステートメントを通じて、グループの一員であることを自覚することが大切なのです。

コーポレートブランド価値の向上

第３に企業の競争力の源泉として無形資産の重要性が高まりつつあるためです。
新世紀に入り、企業価値の決定因子が有形資産から無形資産へとシフトしているという点は、内外の研究で明らかにされています。この無形資産の中核的な要素の1つが、コーポレートブランドです。コーポレートブランドとは、「従業員、お客様、株主、地域社会、学生などさまざまなステークホルダーが企業に対して抱くイメージを決定づける無形の個性」と位置づけることができます。このため、コーポレートブランド価値を高めるためには、お客様をはじめとする社外のステークホルダーに感動体験を提供することが重要となります。皆さんも当初期待していた以上に優れた製品・サービスを購入して感動した経験があるでしょう。コーポレートブランド価値は、こうした感動体験の積み重ねにより蓄積されていきます。またお客様をはじめとする社外ステークホルダーに感動体験を味わってもらい、それを従業員が体感したり、あるいは他のメンバーと共有したり、あるいは社外ステークホルダーにそうした事実を知ってもらえれば、従業員の自社ブランドへの「自覚」や「誇り」も高まっていくでしょう。そうすることでまた、社外ステークホルダーにさらなる感動を味わってほしいと強く思うようになるのです。
こうした感動体験の好循環が、コーポレートブランド価値向上を促進します。その意味では、一般消費者ではなく、企業をお客様としたビジネスが多い住友化学グループにおいても、コーポレートブランド価値の向上を目指すことはきわめて重要であると考えられます。

ELEMENT

経営理念などの内容と位置づけ

◆

住友の事業精神

当社が創業以来脈々と受け継ぎ、大切にしてきたもの

◆

経営理念

住友の事業精神を踏まえ、住友化学としての
基本精神や使命、価値観をあらためて整理し、明文化したもの

◆

コーポレートスローガン・ステートメント

従業員として共有すべき思い
「こだわり」や「誇り」などをまとめたもの

◆

CSR基本方針

住友の事業精神、「経営理念」や「企業行動憲章」を踏まえて、
CSRについての基本的な考え方を示したもの

◆

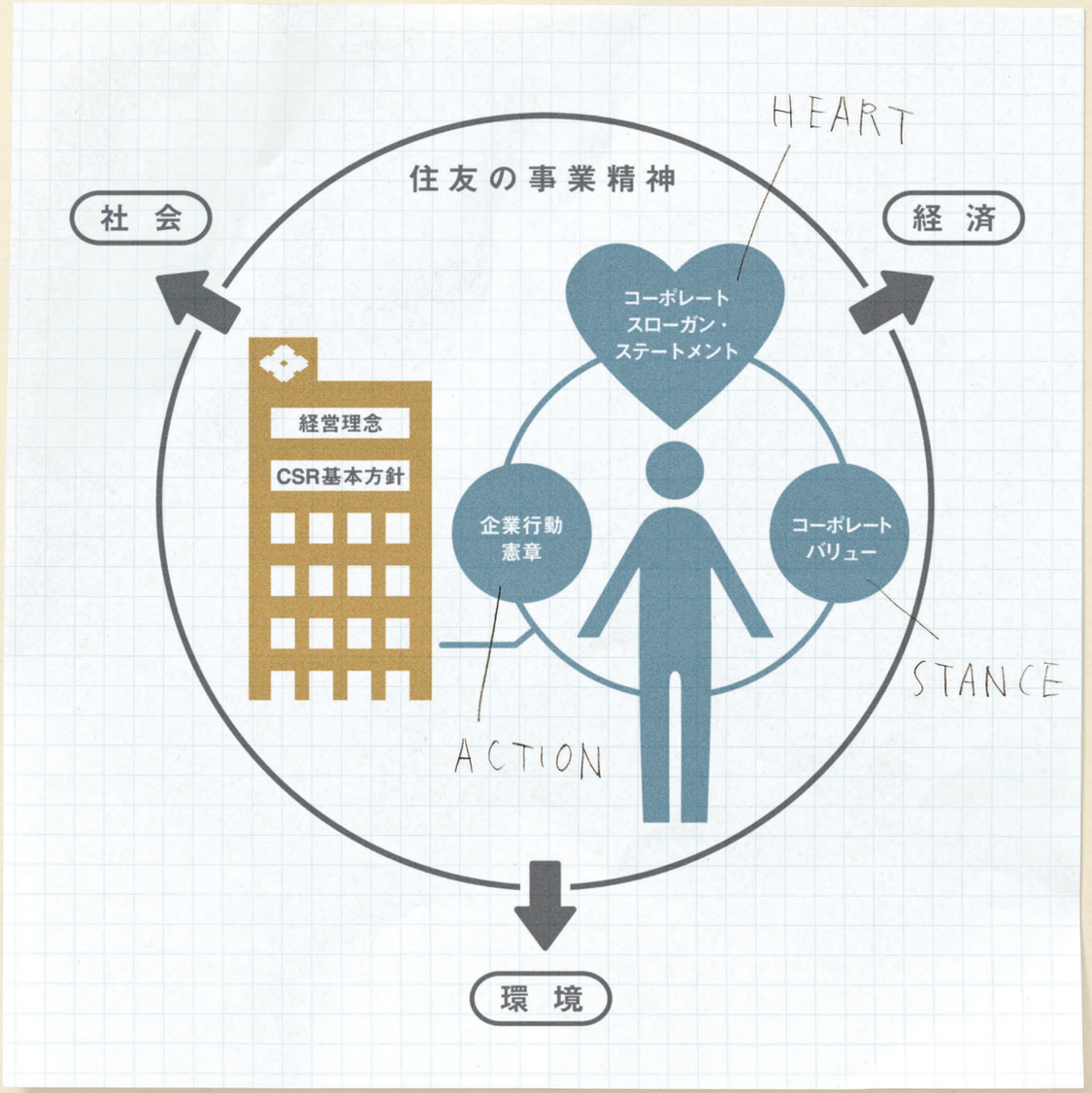
企業行動憲章

「コンプライアンスは当社の最も重要な経営の根幹であり、
決して社会の倫理とルールを破ることがあってはならない」との強い信念のもと、
企業活動における基本的な行動の基準を明文化したもの

◆

コーポレートバリュー

全従業員共通の「あるべき姿」をまとめたもの



住友の事業精神
「営業の要旨」

第１条　わが住友の営業は信用を重んじ確実を旨とし、
もってその鞏固（きょうこ）隆盛を期すべし。

第２条　わが住友の営業は時勢の変遷、理財の得失を計り、
弛張興廃することあるべしといえども、
いやしくも浮利にはしり軽進すべからず。

「信用を重んじ確実を旨とし」とは、取引先の信頼、社会の信頼に応えることをもっとも大切にするということであり、「浮利にはしり軽進すべからず」とは、目先の利益のみにとらわれることのないようにという、強い戒めです。
このほかにも、成文化はされていませんが、「自利利他（じりりた） 公私一如（こうしいちにょ）」という言葉があります。住友の事業は、住友自身を利するとともに、国家を利し、かつ社会を利するものでなければならない、とする考え方を表わすもので、『公益との調和』を強く求める言葉です。こうした精神は、住友グループ各社へ現在も受け継がれています。

経営理念

住友化学は、

1. 技術を基盤とした新しい価値の創造に常に挑戦します。

2. 事業活動を通じて人類社会の発展に貢献します。

3. 活力にあふれ社会から信頼される企業風土を醸成します。

「経営理念」は左記のとおり3つの文章から成っています。これらは、「信用を重んじ確実を旨とする」、「浮利にはしり軽進すべからず」という「営業の要旨」に定められた理念や「自利利他 公私一如」という考え方など、当社が創業以来脈々と受け継ぎ、大切にしてきた住友の事業精神も踏まえ、住友化学としての基本精神や使命、価値観を改めて整理し、明文化したものです。

1. は当社の「基本精神」を表しています。基本精神とは、現実的（経済的）な目標達成を目指すだけでなく、理想とする精神を追求していく姿を示しています。

2. は、当社の「使命、存在目的」を表しています。当社が社会を構成する一員として、社会に対して何が提供できるかという存在意義、社会的な役割を示しています。

3. は、当社の「価値観」を表しています。使命や存在目的を、どのような考え方に立って実現させていくのか、その意欲と姿勢を示しています。

STATEMENT

私たち住友化学は、17世紀から続く住友の事業精神を引き継ぎ、1913年、銅の製錬に伴い発生する排出ガスから肥料を製造し、環境問題克服と農産物増産をともにはかることから誕生しました。

創業から1世紀。私たちは、自社の利益のみを追わず事業を通じて広く社会に貢献していくという凛とした理念のもと、安全・環境・品質に細心の注意を払いながら、時代とともに多様な事業を展開し、絶えざる技術革新で人々の豊かな暮らしを支えてきました。

これからも、様々な発想、価値観や技術を融合させて化学の枠にとどまらない新たな価値を生み出すことで、身のまわりの快適な衣食住の実現から、地球規模の食糧問題、環境問題、資源・エネルギー問題の解決まで、積極果敢にチャレンジし続けます。

そのために社員一人ひとりが、高い使命感と情熱を持って、切磋琢磨し、日々新しい可能性を追求しながら、課題を突破していきます。

世界中に信頼と感動の輪を

SLOGAN

豊かな明日を支える

創造的ハイブリッド・ケミストリー

住友化学

STATEMENT

Paragraph 1.

私たち住友化学は、17 世紀から続く住友の事業精神を引き継ぎ、1913 年、銅の製錬に伴い発生する排出ガスから肥料を製造し、環境問題克服と農産物増産をともにはかることから誕生しました。

Paragraph 2.

創業から 1 世紀。私たちは、自社の利益のみを追わず事業を通じて広く社会に貢献していくという凛とした理念のもと、安全・環境・品質に細心の注意を払いながら、時代とともに多様な事業を展開し、絶えざる技術革新で人々の豊かな暮らしを支えてきました。

これからも、様々な発想、価値観や技術を融合させて化学の枠にとどまらない新たな

コーポレートスローガン・ステートメントに込めた思い

会社の成り立ち、事業精神

第1パラグラフでは、住友化学の成り立ちとそれに密接に関係している住友の事業精神について述べています。住友は17世紀からこれまで取引先や社会の信頼に応えることをもっとも大切にするなどの事業精神を受け継いでいます。また成文化はされていませんが、「自利利他 公私一如」という言葉も受け継いでいます。住友の手がける事業は、自身を利するだけではなく、国家を利し、社会を利するものでなければならないという考えです。

住友化学の発祥は、まさにこうした住友の事業精神を受け継ぐものでした。住友の中核事業であった別子銅山で銅製錬の際に発生する排ガスの中から有害な亜硫酸ガスを除去し、それを原料に肥料を製造したのが住友化学の始まりです。肥料を製造・販売することで自身が利するだけではなく、「環境問題の克服」と「農産物の増産」というかたちで国家、地域社会に貢献することを目指す会社として、住友化学はスタートしたのです。

語り継いでいきたいDNAや価値観

第2パラグラフでは、住友化学の従業員として語り継いでいきたいDNAや価値観について述べています。住友化学はその発祥から自社の利益のみではなく、事業を通じて広く社会に貢献していくという考え方を大切にしてきました。いつの時代でも化学会社として安全・環境・品質については、世の中から求められる以上に細心の注意を払いながら、絶えざる技術革新を実現することで、人々の豊かな暮らしを支えていくさまざまな製品を提供してきました。住友化学では、時代の流れとともに、多様な事業を展開してきましたが、こうしたモノづくりへのこだわりはどの事業にも共通しているDNA、価値観と言い換えることもできるでしょう。

これからも、様々な発想、価値観や技術を融合させて化学の枠にとどまらない新たな価値を生み出すことで、身のまわりの快適な衣食住の実現から、地球規模の食糧問題、環境問題、資源・エネルギー問題の解決まで、積極果敢にチャレンジし続けます。

Paragraph 3.

そのために社員一人ひとりが、高い使命感と情熱を持って、切磋琢磨し、日々新しい可能性を追求しながら、課題を突破していきます。

世界中に信頼と感動の輪を

Paragraph 4.

SLOGAN

豊かな明日を支える

創造的ハイブリッド・ケミストリー

住友化学の将来像

第3パラグラフでは、住友化学のこれからのありたい姿、将来像について述べています。
住友化学はこれまで多様な事業の展開、あるいはグローバル展開を通じてさまざまな発想、価値観、技術を育んできました。これらの発想、価値観、技術は住友化学の競争力の源泉となる経営資源と言い換えることができるでしょう。しかしこうした経営資源が本社部門、事業部門、工場、研究所およびグループ会社に偏在しているだけでは、新たな価値創造は実現できません。これまでの前例にこだわらず、化学の枠にとどまらない新たな価値の創造に挑戦するためには、さまざまな発想、価値観、技術を持つ従業員一人ひとりが、組織の壁を超えて相互に緊密なコミュニケーションを図ることが求められます。そうすることで、日々の暮らしを快適にする製品から、地球規模で現在我々が直面している食糧問題、環境問題、資源・エネルギー問題を克服する製品まで提供していくことが可能となるのです。

一人ひとりがどうあるべきか

第4パラグラフでは、住友化学の将来あるべき姿を実現するために、皆さん一人ひとりがどうあるべきかを述べています。
化学の枠にとどまらない新しい価値を創造していくためには、これまで以上に高い使命感と情熱を持ち、お互いに切磋琢磨し、日々新たな可能性を追求し、課題を突破していくことが求められます。そのためには、「Confidence 信念」「Passion 情熱」「Empathy 謙虚」「Respect 尊敬」「Innovate 変革」「Initiate 実行」といったコーポレートバリューを強く意識することが必要です。
こうした一人ひとりの積極果敢なチャレンジと緊密な相互コミュニケーションにより、お客様ばかりではなく、世界中の人々に信頼と感動の輪を広げていく企業でありたいという姿勢を明確にしています。

コーポレートスローガン

こうしたコーポレートステートメントに込めた思いを一言で表したのが、コーポレートスローガンです。コーポレートスローガンそのものは短い言葉ではありますが、住友化学がこれまでこだわってきたDNAや価値観とともに、将来あるべき姿を示しています。