

SQ



住友グループ広報委員会  
Sumitomo Group Public Affairs Committee

<https://www.sumitomo.gr.jp/>

Sumitomo Chemical Co., Ltd.  
Sumitomo Heavy Industries, Ltd.  
Sumitomo Mitsui Banking Corporation  
Sumitomo Metal Mining Co., Ltd.  
Sumitomo Corporation  
Sumitomo Mitsui Trust Bank, Limited  
Sumitomo Life Insurance Company  
The Sumitomo Warehouse Co., Ltd.  
Sumitomo Electric Industries, Ltd.  
Mitsui Sumitomo Insurance Co., Ltd.  
Nippon Sheet Glass Co., Ltd.  
NEC Corporation  
Sumitomo Realty & Development Co., Ltd.  
Sumitomo Osaka Cement Co., Ltd.  
Sumitomo Mitsui Construction Co., Ltd.  
Sumitomo Bakelite Co., Ltd.  
Sumitomo Forestry Co., Ltd.  
Sumitomo Rubber Industries, Ltd.  
Sumitomo Pharma Co., Ltd.  
Sumitomo Mitsui Card Company, Limited  
Sumitomo Construction Machinery Co., Ltd.  
Sumitomo Seika Chemicals Co., Ltd.  
Sumitomo Precision Products Co., Ltd.  
Sumitomo Densetsu Co., Ltd.  
Sumitomo Wiring Systems, Ltd.  
The Japan Research Institute, Limited  
Sumitomo Mitsui Finance and Leasing Co., Ltd.  
SMBC Nikko Securities Inc.  
SCSK Corporation  
Sumitomo Riko Company Limited  
Nissin Electric Co., Ltd.  
Meidensha Corporation  
Sumitomo Mitsui Auto Service Co., Ltd.

住友化学株式会社  
住友重機械工業株式会社  
株式会社三井住友銀行  
住友金属鉱山株式会社  
住友商事株式会社  
三井住友信託銀行株式会社  
住友生命保険相互会社  
株式会社住友倉庫  
住友電気工業株式会社  
三井住友海上火災保険株式会社  
日本板硝子株式会社  
NEC  
住友不動産株式会社  
住友大阪セメント株式会社  
三井住友建設株式会社  
住友ベークライト株式会社  
住友林業株式会社  
住友ゴム工業株式会社  
住友ファーマ株式会社  
三井住友カード株式会社  
住友建機株式会社  
住友精化株式会社  
住友精密工業株式会社  
住友電設株式会社  
住友電装株式会社  
株式会社日本総合研究所  
三井住友ファイナンス&リース株式会社  
SMBC日興証券株式会社  
SCSK株式会社  
住友理工株式会社  
日新電機株式会社  
株式会社明電舎  
住友三井オートサービス株式会社

**Publisher**  
Sumitomo Group Public Affairs Committee  
住友グループ広報委員会

**Planning & Editing**  
Nikkei BP Consulting, Inc.  
日経BPコンサルティング

**Printing**  
Dai Nippon Printing Co., Ltd.  
大日本印刷

**Design**  
LEX

©2023 Sumitomo Group Public Affairs Committee  
All rights reserved  
Printed in Japan  
©住友グループ広報委員会 2023  
本誌記事、写真、イラストの無断転載を禁じます。



## Contents

### 2 For a Brighter Future

Akira Nozaki  
President and Representative Director  
Sumitomo Metal Mining

Masayuki Hyodo  
Representative Director  
President and Chief Executive Officer  
Sumitomo Corporation

Toru Takakura  
Director, President of Sumitomo  
Mitsui Trust Holdings /  
Director of Sumitomo Mitsui Trust Bank

### 4 Human Capital to the Fore

### 12 Let's talk!

### 15,22 News & Topics

### 16 Illustrator Hiroki Tsuboi Visits Sumitomo Group

Port Island L-6 New Warehouse  
Sumitomo Warehouse

### 20 Sumitomo's Modern Development

### 23 WOMEN SHINE at Sumitomo

Yoko Koseki  
Sumitomo Mitsui Auto Service

## 目次

### 2 未来へ届ける

住友金属鉱山 代表取締役社長  
野崎 明さん

住友商事 代表取締役 社長執行役員 CEO  
兵頭誠之さん

三井住友トラスト・ホールディングス  
取締役執行役社長 /  
三井住友信託銀行 取締役  
高倉 透さん

### 4 新時代の人材戦略

### 12 Let's talk!

### 15,22 ニュース&トピックス

### 16 漫画ルポライター つばいひろきの住友グループ探訪

住友倉庫  
ポートアイランドL-6 新倉庫

### 20 近代住友の歩み

### 23 住友で輝く女性

住友三井オートサービス  
小関陽子さん

# For a Brighter Future



## 未来へ届ける



### Akira Nozaki

President and Representative Director  
Sumitomo Metal Mining

住友金属鉱山 代表取締役社長  
野崎 明さん

## An opportunity to rethink what we can do through business to help accomplish the Sustainable Development Goals

Our predecessors' initiatives ever since the founding of the House of Sumitomo, notably the development of copper smelting and refining in Osaka some 400 years ago, the opening of the Besshi Copper Mines, and environmental considerations and technological innovation in the course of business development, have all helped resolve issues that have challenged society. It is our earnest desire that participation in the Expo will be a great opportunity to rethink what we can do through business to help accomplish the Sustainable Development Goals (SDGs), which is the Expo's overarching objective.

Though the 1970 Osaka Expo did not loom prominently in my life as a 10-year-old growing up in the suburbs of Tokyo, I was aware of its significance. Many aspects of contemporary society that have brought us greater affluence and extraordinary convenience were first showcased at the Expo and subsequently became part of everyday reality thanks to technological progress. Today, we aspire to a sustainable future in which we can live in harmony with the Earth, experiencing both material and spiritual fulfilment. I look forward to Expo 2025, which will fuse the wisdom of humankind and the latest technology to raise the curtain on this fascinating new world. **SD**

## 「持続可能な開発目標（SDGs）達成への貢献」に 当社の本業を通じて何ができるのか、改めて考える機会に

およそ400年前に大阪で発展させた銅製錬技術、別子銅山の開坑、事業を展開する上での環境への配慮や技術革新など、創業以来、私たちの先人が進めてきた取り組みは、いずれもその時代の社会が抱える課題を解決へと導くものでした。今回の万博への参加により、万博が目指している「持続可能な開発目標（SDGs）達成への貢献」に当社の本業を通じて何ができるのか、改めて考える機会にできればと考えています。

東京の郊外で育った10歳の私には、1970年の大阪万博は遠い地の憧憬の出来事でした。そこで示された豊かで便利な未来世界は、その多くが技術の進歩により実現したと思います。今、私たちは地球と共存し心身共に豊かに生きるサステナブルな未来を漠然と夢想します。それがどんな世界観なのか、人類の知恵と最新のテクノロジーを結集させる大阪・関西万博は、その姿とアプローチを示してくれると楽しみにしています。 **SD**

In every issue, heads of Sumitomo Group companies will share their aspirations about the Sumitomo Pavilion now being created for Expo 2025 Osaka, Kansai, Japan.

住友グループ各社の代表が語る2025年大阪・関西万博「住友館」への思いを毎号紹介。



### Masayuki Hyodo

Representative Director  
President and Chief Executive Officer  
Sumitomo Corporation

住友商事 代表取締役 社長執行役員 CEO  
兵頭誠之さん

## Achieve economic and spiritual prosperity, making dreams come true by leveraging Sumitomo's business philosophy in pursuit of sustainable growth hand in hand with society

I believe the Expo to be held in Osaka, the historic source of Sumitomo Group's business, will stimulate change and innovation as we progress toward the goal of a sustainable society. Sumitomo Corporation would like to make this an opportunity to achieve economic and spiritual prosperity connected to the dreams of people worldwide who seek a sustainable future society. To achieve this based on Sumitomo's business philosophy of *Jiri-rita Koushi-ichinyo*, meaning "Benefit self and benefit others, private and public interests are one and the same," our employees are applying their minds to social issues concerning the environment and human rights, seeking to create new value linked to worthwhile change.

I vividly recall the 1970 Osaka Expo, a thrilling event overflowing with hopes and dreams for the future. The coming Expo should offer the up-and-coming generation of young people a creative experience so that the coming Expo theme, "Designing Future Society for Our Lives," flourishes as a beacon of hope for the future. The Sumitomo Pavilion, embodying the life-affirming values of Sumitomo Group, is at the heart of this ambitious endeavor. **SD**

## 住友の事業精神のもと、世界の人々の経済的、精神的な豊かさと夢を実現し、社会と共に持続的に成長していく

住友グループのビジネスの原点である大阪で開催される今回の万博は、サステナブルな社会の実現に向けた、変革やイノベーション創出に刺激を与える好機と考えています。当社としては、「自利利他公私一如」という住友の事業精神のもと、環境問題や人権問題など山積する社会課題について社員一人ひとりが考え、変化を先取りして新たな価値を創造することで、世界の人々の経済的、精神的な豊かさと夢を実現し、社会と共に持続的に成長していく機会にしたいと思います。

1970年の大阪万博は、未来社会への夢と希望に満ちたワクワクする機会だったことを覚えています。今回の万博も、次の時代を担う子供たちや若者に対し、いつまでも鮮烈に思い出せるような感動を提供し、テーマである「いのち輝く未来社会」についての共創が促進される機会になることを願っています。そして、住友グループのバビリオン「住友館」での体験が、そのきっかけとなることを期待しています。 **SD**



### Toru Takakura

Director, President of Sumitomo Mitsui Trust Holdings  
Director of Sumitomo Mitsui Trust Bank

三井住友トラスト・ホールディングス 取締役執行役社長  
三井住友信託銀行 取締役  
高倉 透さん

## An opportunity to reaffirm Sumitomo Group's original inspiration as we build a bright future together with clients and society

The Expo to be held in Osaka, the vibrant city from which Sumitomo emerged, is a national project with a special resonance for us. Our enthusiastic engagement with the Expo will be a shining example of Sumitomo's business philosophy in action. Moreover, Expo 2025 coincides with the centenary of Sumitomo Trust and Banking, a predecessor of SuMi TRUST Group. Furthermore, "Truthfulness and loyalty," a component of the Group's Codes of Conduct ("Value"), originated in the founding prospectus of Sumitomo Trust and Banking. In the past 100 years, inspired by this value, the Group tackled various social issues. Determined to build a bright future together with our clients and society, we will seize the opportunity of the Expo to reaffirm the original inspiration of Sumitomo Group.

The 1970 Osaka Expo is unforgettable. Everything I saw and experienced was new to me. I went there nine times, collecting stamps from all the pavilions I visited in my guidebook. Expo 2025 will be a wonderful opportunity for today's youngsters, who will be responsible for the future, to experience the green shoots of the future as I did back then, linking them to their own budding creativity. **SD**

## 住友グループの原点を再確認する機会とし お客様や社会と共に豊かな未来づくりにつなげる

大阪・関西万博は住友発祥の地で開催される国家プロジェクトであり、それに貢献することは住友の事業精神である「自利利他公私一如」に沿うものと考えています。万博が開催される2025年、三井住友トラストグループの前身の1つである住友信託銀行が創立100年を迎えます。これまでの100年、住友信託銀行の設立趣意書に記載され、当グループの行動規範（バリュー）の1つにもなっている「信義誠実」の姿勢を貫き、様々な社会課題解決に取り組んで参りました。この万博を住友グループの原点を再確認する機会とし、豊かな未来づくりにつなげていきたいと思います。

1970年の大阪万博は強く記憶に残っています。見るもの触れるものの全てが新鮮で、9回も訪れてガイドブックに各バビリオンのスタンプを押して回ったことを思い出します。今回の万博が、将来を担う子供たちにとって、当時の私と同じように「未来」を体感・実感し、創造につなげていくためのよい機会となることを願っています。 **SD**

MEET ME AT  
EXPO 2025! /





# Human Capital to the Fore

新時代の人材戦略

**Workstyles free from constraints of time and place have become widespread and employment patterns continue to diversify, but many companies are facing shortages of human resources. We look at the initiatives of two companies that are focusing on “human capital,” a handy term referring to workers’ knowledge, skills, abilities, and other attributes.**

時間や場所にとらわれない働き方が広がり、雇用形態の多様化も進む昨今、人材不足に悩む企業が多くなっている。人々の知識やスキル、能力などを指す「人的資本」に注力する2社の取り組みに迫る。

## PART 1

### *Diverse people whose capabilities are brought into full play spur corporate growth*

— Sumitomo Rubber Industries

多様な人材の活躍で企業の成長につなげる  
— 住友ゴム工業

Diversity & inclusion (D&I) involves creation of an environment where people are respected regardless of their gender, nationality, disabilities, age, or other attributes and values and are able to display their individual potential to the full. D&I is becoming increasingly important in corporate management and organizational development. Over and above its ongoing efforts, Sumitomo Rubber Industries (SRI) stepped up and scaled up its commitment to D&I in 2019 inspired by its vision: “Uniting our diverse strengths, growing together, driving and thriving on change.”

企業で働く人たちが性別や国籍、障がい、年齢など、それぞれの特性や価値観に関係なく尊重され、個人の能力が発揮できるような環境づくりを行う「ダイバーシティ&インクルージョン（D&I）」。

企業経営や組織づくりにおいて、近年、その重要性が増している。過去からの取り組みに加え、2019年からD&Iの取り組みを本格的に加速させた住友ゴム工業の目指す姿は「多様な力をひとつに、共に成長し、変化をのりこえる会社になる」ことだ。

**S**RI’s intranet site introducing its D&I initiatives features a personable AI chatbot, nicknamed “Chabo,” who answers questions about D&I from employees 24/365. The company has been eagerly making good use of Chabo to promote D&I, including the posting of a series of video clips of talks on D&I hosted by Chabo. Indeed, Chabo won the Most Excellent Award of the Internal Communication (IC) Character Grand Prix in the Internal Communication Awards 2021 organized by a third-party organization.

SRI President Satoru Yamamoto expressed his commitment to D&I in 2019 on becoming president. At the heart of his commitment is the cultivation of a corporate culture conducive to innovation and providing firm support so that people with diverse talents can shine. Michiko Umemura, Manager of the Human Resources Department, who led the development of Chabo and is a key member of the D&I project, says, “We created Chabo because we thought it would be good to have a

**住**友ゴム工業の社内イントラには、D&Iの取り組みを紹介するWebサイトがある。そこには24時間365日、社員からのD&Iに関わる質問に答えるチャットボットが導入されている。チャットボットの名前は、D&I情報発信キャラクター「チャボ」。同社では、チャボによるD&I講座の動画を継続的に発信するなど、チャボをD&Iの推進に積極的に活用し、第三者機関による「社内報アワード2021」でIC（インターナルコミュニケーション）キャラクターグランプリ最優秀賞も受賞した。

同社の山本悟社長が初めてD&Iに関するトップコミットメントを発信したのは社長に就任した2019年のこと。多様な人材の活躍をしっかりと支援し、イノベーションを生み出す風土をつくっていくことを表明した。「チャボ」の生みの親であり、D&Iプロジェクトの中心メンバーである人事部課長の梅村理子さんは、「少しでも早く、考え方や取り組みの内容が認知されるように、親しみのあるキャラクターがいたほうがよいと考え、『チャボ』をつくりました。AIなので質問が多く寄せられるほど成長していく特徴があります。社員が育てるキャラクターとして親しまれ、今では月500件ほどの問い合わせが寄せられています」

friendly character so that our concept and initiatives are readily embraced. Chabo is an AI, so the more questions it receives, the more it understands and the more useful it becomes. Our people have taken Chabo to their hearts, and Chabo is already receiving about 500 inquiries a month.” The Vision, “Uniting our diverse strengths, growing together, driving and thriving on change,” is one facet of “Our Philosophy,” the Sumitomo Rubber Group’s corporate philosophy framework established in December 2020. SRI is promoting D&I through linkage with the Vision.

### Mentoring system for empowerment of women

In addressing D&I, SRI first tackled empowerment of women in the workplace as a priority. Based on the surveys measuring organizational health that SRI has been conducting for several years and regular internal questionnaire surveys, SRI identified issues and classified them into three categories: cultivation of D&I-oriented corporate culture, career development for female employees, and support of work-life balance for employees engaged in child rearing or nursing care.

“Female employees stated their concerns about future career paths at SRI, noting the scarcity of role models and the perception that women have few opportunities to be promoted to management. The issues came into sharp relief,” says Umemura.

In response, SRI launched a mentoring system in 2021. Whereas when people think of mentoring, they tend to think of senior employees advising junior employees, SRI’s mentoring system is essentially a strategy to foster next-generation female leaders. Before stepping into their role, SRI mentors are trained by professional mentors from outside the company over a six-month period. Umemura says, “We want to make the mentoring system beneficial not only to mentees but also to mentors. We believe the experience of serving as a mentor will lead to enhancement of managerial skills, too.”

### D&I can help the company prosper

Yukino Miyagi, Ph.D., Manager of the Material Research & Development Headquarters, who serves as a mentor, says: “In the training, the



と語る。住友ゴム工業では20年12月に策定した企業理念「Our Philosophy」にも「多様な力をひとつに、共に成長し、変化をのりこえる会社になる」というビジョンを掲げており、このビジョンとリンクさせながらD&Iを進めている。

### メンター制度が導く女性活躍推進

そうした中で、D&Iの最重要課題として真っ先に取り組んだのが女性活躍推進である。過去より同社で実施している組織健康度調査と定期的に実施している社内アンケートから課題を抽出すると、大きく「D&I風土の醸成」「女性社員特有のキャリアの育成」「仕事と家庭の両立支援」の3つに分類された。「実際に女性社員たちからは『自分がこの会社でどうキャリアを積めるのか、ロールモデルが身近に少ないので分からない』『女性が管理職になれるのだろうか』といった声が上がリ、課題が浮き彫りになりました」（梅村さん）

そこで21年に「メンター制度」を開設した。メンター制度は先輩社員が後輩社員の相談に乗るイメージが強いが、同社のメンター制度は、次世代の女性リーダーの育成を見据えた戦略的なものだ。具体的には、メンターに認定された社員は6カ月間、メンターとしてのスキルアップのために、プロの社外メンターからメンタリングを受けてトレーニングを行う。「サポート

されるメンティだけでなくメンターにもメリットがある制度にしたかったのです。メンターを経験することで、マネジメントスキルの向上にもつながると考えています」（梅村さん）

### 企業の成長につながるD&I

メンターを務める材料開発本部課長の宮城ゆき乃さんは「メンタースキル研修では、社外メンターに自分が潜在的に持っていた思いを引き出され、言語化するサポートを受けました。今はメンターとして1カ月に1回、6カ月にわたってメンタリングを行っています。メンターとメンティの関係の多くは部署が異なる“斜め上”の同僚。だからこそ理解し合えることがあると実感しています。例えば、仕事と家庭の両立に悩むメンティには、様々なキャリアの積み上げ方があることや、人の力を借りてもいいんだという選択肢を広げるお手伝いをします。最終的に何を選択するか、どう行動するかは本人が決めることです」と語る。まさに梅村さんたちの狙いもそこにあった。「課題解決のために自分で考え、行動できる次世代のリーダーを育てたい」という思いから、メンティのターゲットは自身のキャリアについて悩みを持つ中堅社員としている。メンターの2割が男性というのも興味深い。

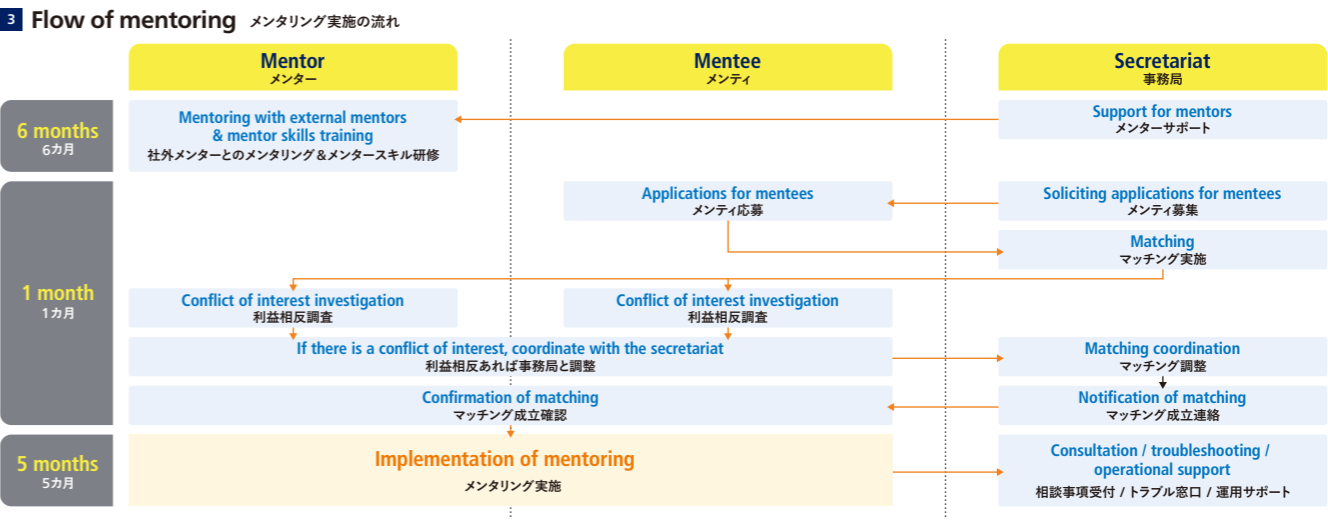
external mentor encouraged me to let my inchoate thoughts bubble to the surface and express them verbally. I have been serving as a mentor for six months, mentoring once a month. A mentor and a mentee are coworkers but usually from different departments. The mentor is not the mentee’s direct supervisor at work. This lack of a formal working relationship makes mentoring more effective. I encourage mentees to cast their net wider by suggesting there may be various career development paths available and encouraging them to overcome their reluctance to seek help from others. It is ultimately up to each mentee to decide what to choose and what to do.” Miyagi’s comments highlight that the mentoring system designed by the team led by Umemura is intended to benefit both mentees and mentors. The mentors fostering next-generation leaders capable of thinking and acting on their own initiative to resolve issues are mid-career employees who are concerned about their own careers. It is noteworthy that 20% of the mentors are men. Mentees had been limited to women, but the company extended the mentoring to male employees as well in 2023.

Miyagi says, “Since becoming a mentor, my working relationships

with subordinates have changed for the better. I tend to place more confidence in individual employees’ capabilities. In one-on-one meetings, which SRI is emphasizing, I listen attentively to my subordinates. I also create more opportunities for subordinates to think for themselves, rather than giving them solutions or instructions straightaway.” Although previously she understood D&I in theory, now she is involved in the reality of D&I at her own workplace. She realizes that diversity is not an end in itself but a prerequisite for SRI’s enduring prosperity.

“It is crucially important to take ownership of D&I and this will be an issue from now on. We hold seminars and lectures for our executives and managers to eliminate unconscious bias, for example, in their attitudes toward young employees and female employees. To help people understand D&I, I think we need initiatives to embrace D&I at every level of the corporate hierarchy,” says Umemura.

D&I is not only about diverse people appreciating and respecting one another. Umemura and her team are promoting initiatives, based on the recognition that D&I leads to personal growth, which in turn will lead to corporate growth and transformation. ❸



そして、メンティもこれまで女性社員に限定してきたが、23年から男性社員のメンタリングも始まった。

「メンターを務めてから、職場での部下との関わり方も変わりました。社員の力をもっと信じようと、当社が力を入れる上司と部下の1on1ミーティングのときにも傾聴するスタンスや、上司側からすぐに答えや指示を出さないで自分で考えてもらう機会をつくることが増えました」と宮城さん。また、それまで理屈では分かっていたつもりのD&Iについて自身の職場に置き換えて考えるようになり、多様性のあることに意味があるのではなく、それをどう生かすかが重要であるということに気付いたと話す。

「D&Iを“自分ごと”として捉えることがとても大切で、今後の課題でもあります。例えば、『若手社員だから』『女性社員だから』という無意識の思い込み、『アンコンシャス・バイアス』を排除するためのセミナーや講演会などを役員・管理職を対象に行っていますが、D&Iの意義を正しく理解してもらうためにも、今後は全階層でD&Iを自分ごと化する取り組みが重要だと考えています」（梅村さん）

多様な人材が互いを認め尊重し合うことだけがD&Iではない。その先に個人の成長があり、それが企業の成長、変革につながっていくことを見据えながら、梅村さんたちは活動を進めている。 ❸

3. Mentors and mentees and the secretariat communicate closely before the mentoring starts.  
3. メンタリングの実施まで、メンターとメンティ、事務局で細かなやりとりが行われる。



Chabo (left), SRI’s D&I promotion character, is active in various fields. Chabo is featured together with President Satoru Yamamoto on the cover of the in-house magazine. 住友ゴム工業のD&I情報発信キャラクターのチャボ（左）。イラストで描かれた山本悟社長と共に社内報の表紙に登場するなど、多方面で活躍している。

## Alumni Create a Virtuous Circle

好循環を生み出すアルムナイ

### Increase of Good Exits

よい辞め方の増加

### Building an Alumni Community and Vitalization

アルムナイコミュニティ構築や活性化

### Identification, Analysis, and Improvement of Exit Experience

退職エクスペリエンスの把握・分析・改善

## Changing Perception of People Who Left the Company

退職者に対する  
意識の変化

### Enhancement of Alumni Engagement

アルムナイエンゲージメント向上

Leave the  
Company  
退職

- Business Collaboration
- HR Development
- Improvement of the Working Environment

ビジネス連携・人材開発・環境改善

- Employer Branding
- Rehiring
- Side Job

採用ブランディング・  
再雇用・副業採用

Join the  
Company  
入社

## Network of alumni, familiar with both the corporate culture and the wider world, fuels innovation

— Mitsui Sumitomo Insurance

企業風土と外部カルチャーの両面を知る  
アルムナイ・ネットワークでイノベーションの創出  
— 三井住友海上火災保険

Companies have tended to increase mid-career hiring in recent years because of their growing needs for people with particular expertise and their desire to diversify the talent pool. Consequently, former employees who left to work for another company or start their own businesses are viewed as attractive. Not only are they familiar with their former employer's corporate culture but they have deep and varied experience of the wider world. Mitsui Sumitomo Insurance (MSI) is proactively building relationships with its alumni. Find out about MSI's initiatives.

近年、企業は中途採用の割合を増やす傾向にあり、その背景には、人材プールの多様化や専門人材への期待とニーズがあるといわれている。そこで注目を集めているのが転職や起業で退職した元社員だ。共に働いた経験から企業風土への理解があり、外部カルチャーを知る人材として積極的な関わりを構築している三井住友海上の取り組みを聞いた。

"Once I quit, I thought I would never be able to come back." "I feel relaxed as if I had returned to my hometown." These are typical comments of those attending the online meetup of MSI's alumni network held in September 2022.

In a corporate alumni network, the company proactively engages with the community of former employees. The rehiring of former employees familiar with the wider world and collaboration with them are viewed as new sources of innovation.

Having developed the concept in fiscal 2021, MSI launched its alumni network in September 2022. "Some 150 former employees registered with the alumni network in the first three months and we have had two meetups so far," says Kana Nakajima of the Human Resources Department, who is a member of the alumni network's secretariat.

「辞めたら、二度と敷居をまたげないと思っていた」「実家に戻ってきたようで、ほっとする」——。画面上に参加者たちの笑顔が並ぶ。2022年9月に行われたアルムナイ・ネットワークのオンライン交流会での出来事だ。

アルムナイ・ネットワークとは、英語で「卒業生人脈」を意味し、中途退職した元社員と企業が積極的につながりを持ち交流する組織のこと。外部カルチャーを知る元社員の再入社や協業は、イノベーションにつながる新たなネットワークとして注目されている。

三井住友海上は21年度にアルムナイ・ネットワークの構想を立ち上げ、22年9月に設立した。「3カ月で約150人のアルムナイ（元社員）から登録があり、交流会も2回開催しています」と話すのは、事務局として運営を担っている人事部の中島可菜さんだ。

三井住友海上は、25年度末には「管理職に占める社外カルチャー経験者（中途採用者および社外出向などの経験者）を30%以上」にする

Illustration: Yuri Ichimura / イラスト: 市村 ゆり



Mindful that powerful trends are reshaping the company and its industry, MSI is taking steps to diversify its human resources as a matter of necessity, endeavoring to increase the ratio of managerial personnel with deep and varied experience of the wider world (mid-career hires and personnel who have had assignments outside MSI) to at least 30% by the end of fiscal 2025. One of MSI's latest initiatives to diversify the talent pool and respond to growing employment mobility is the MS Business Network, a community of MSI alumni.

## MS Business Network attracting diverse talented people

Former MSI employees who were either on a career track or specialists and who left MSI of their own volition are eligible to join the MS Business Network. Membership is valid until the end of the fiscal year in which the member reaches the age of 60. Members do not need to intend to rejoin MSI since the principal objective is to cultivate relationships with former employees who left MSI of their own volition. The MS Business Network has three goals.

The first goal is "rehiring," known as welcome back employment. "Alumni know MSI well and can swiftly and smoothly rejoin the workforce. Since they know what they are getting into, the risk of mismatch is slight. They are attractive people for us because they have gained expertise and knowledge unavailable at MSI and have valuable experience of the wider world," says Nakajima. For rehiring, the selection process includes confirming the reasons for leaving MSI and experience gained since leaving. In April 2023 several alumni rejoined MSI using the welcome back employment scheme.

Traditionally, rehiring was limited to those who left MSI for childbirth, childcare, or nursing care, and such people were unable to develop their careers before returning to MSI. Takayuki Ochi, Manager of the Human Resources Department, explains: "We rehire alumni after ascertaining what they have been doing and the experience, connections and skills they have gained in the wider world. Alumni who rejoin MSI can apply what they have learned at other companies and develop their careers without any hiatus. Rehiring alumni is very different from the conventional

ことを掲げるなど、現在を事業の変革期と捉え、人材の多様化が必須として取り組んでいる。人材プールの多様化、雇用の流動性に対応するために新たに始めた取り組みの1つがアルムナイを対象とした会員組織「MSビジネスネットワーク」だ。

## MSビジネスネットワークで多様な人材を呼び込む

加入要件は、自己都合で退職した総合社員（一般的な概念でいう総合職社員）とスペシャリスト社員で、登録は満60歳を迎えた年度末までとしている。再入社の意思はなくても構わない。自己都合退職者との関係の再構築を目的としているからだ。MSビジネスネットワークの設立目的は3つある。

1つ目が再雇用（カムバック採用）だ。「当社をよく知るアルムナイは、ミスマッチが少なく即戦力となり得ますし、一度社外に出たことで当社では知り得なかった専門性や知識、経験を獲得した魅力的な社外カルチャー経験者です」と中島さんは話す。再雇用に際しては、退職経緯や退職後の成長確認などを含め選考を実施するが、すでに23年4月からカムバック制度を利用した採用者も誕生している。

これまでの再雇用制度では、出産、育児や介護などによる離職の場合に限定され、復職するまでにキャリアが積めず、ブランクが発生していた。人事部部長の越智貴之さんは、「アルムナイの場合は、外での成長をしっかりと評価した採用です。当社退職後に他社で積んだ経験や習得したスキルを反映し、キャリアの断絶なく成長軌道に乗れる点がこれまでの再雇用制度とは異なります」と説明する。

2つ目が、起業家や専門人材となったアルムナイとビジネス連携を図ることだ。アルムナイの兼業や副業も受け入れている。過去に一緒に働いた経験を持つアルムナイは、三井住友海上の社員とのコミュニケーションギャップが少なく、スムーズに連携できて協業しやすいというメリットがある。コンサルティング会社やその他損害保険会社とは異なる職種への転職、フリーランスに転じた複数のアルムナイが、実際に同社でデジタル戦略系のプロジェクトに参画している。「MS&ADグループ デジタルイノベーション チャレンジプログラム」でコンテストの審査員やアイデアのブラッシュアップを担当したメンバーもいる。これは、社員から募集した新たなビジネスアイデアの実現化を模索するコンテストで、初回開催の19年度からこれまでに約5500件のアイデアの応募があった大がかりなものだ。

3つ目が採用力の向上だ。「近ごろの学生は、当社入社後のキャリア

rehiring scheme."

The second goal is "business collaboration with alumni who have become entrepreneurs or experts." MSI welcomes alumni who are concurrently engaged in side jobs, whether full or part-time. Their previous experience at MSI is advantageous in that collaboration with alumni generally proceeds smoothly with few missteps in communication with people at MSI. Several alumni who changed their jobs to work for companies in a sector other than non-life insurance, such as at a consulting firm, or went freelance, are actually involved in MSI's digital strategy project. MSI also has the "MS&AD Group Digital Innovation Challenge Program," a large-scale contest in which new ideas for doing business better, including possible new businesses, are solicited from employees and the best ones are applied. Approximately 5,500 ideas have been submitted since fiscal 2019, when the first contest was held. Some alumni have served as judges for this program and refined the ideas submitted.

The third goal is "improvement of recruiting capabilities." "Students in recent years are interested not only in career development at MSI but also in the possibilities of career development after leaving. We think the MS Business Network will be an attractive vehicle for communicating how wide MSI casts its net to secure and utilize diverse human resources," says Nakajima.

MSI held a recruitment event for students, in which an alumni was a panelist who reached out to students in a lively Q&A session.

## Leaving the company is the start of a new relationship

For the MS Business Network scheme, MSI won the runner-up Grand Prix at the Japan Alumni Awards 2022. Deemed particularly praiseworthy were the clear linkage between business strategy and the burgeoning alumni network as well as the promotion of initiatives based on clear goals and key performance indicators.

In addition to holding online meetups, the MS Business Network has a social media networking site exclusively for alumni. Alumni members can exchange information casually. The secretariat distributes an article presenting an interview with an alumni member every two months. The content is informative and stimulating not only for alumni but also for current employees, touching on such matters as reasons for leaving MSI, subsequent careers, and current jobs. There are plans for events where members can exchange information on various themes and for lunch meetings hosted by alumni. MSI aims to have 300 alumni registered in the MS Business Network. By providing information on what is happening in the company, sports promotions, etc., MSI also hopes to encourage a lively exchange of opinions with alumni and to match alumni with job openings and stimulate business collaboration.

Nakajima says: "In our view, leaving MSI is not the end of a relationship with MSI but the beginning of a new relationship. By creating opportunities for people to interact and stimulate one another, we believe we will be able to enrich diversity." Going forward, MSI will promote collaboration with alumni, and create a new business model. ❸

形成だけでなく、退職後にどういったキャリア形成があり得るのかにも関心を持っています。MSビジネスネットワークは、当社の多様な人材活用を伝える一助になると考えています」（中島さん）

すでに新卒採用のセミナーにアルムナイのメンバーに登壇してもらい、学生と対話するコーナーを設けた。参加した学生からは活発な質問や意見が飛び交ったという。

## 退職を新たな関係構築の始まりに

MSビジネスネットワークに関する取り組みは、「ジャパン・アルムナイ・アワード2022」で準グランプリを受賞した。経営戦略とアルムナイの取り組みの連動が明確であること、目的や数値目標などを明確にして推進していることが評価されたのだ。

現在、MSビジネスネットワークでは、オンライン交流会を開催するほか、専用のSNSでの投稿や気軽な情報交換を促している。事務局からは2カ月に一度、アルムナイメンバーのインタビュー記事を配信している。退職の理由や退職後のキャリア、現在の仕事など、アルムナイだけでなく現職の社員たちにとっても有益で刺激的な内容だ。今後は、テーマ別にメンバー同士の情報交換の場や、アルムナイ主催のランチ会なども予定し、300人の登録を目指す。社内ニュースやスポーツ振興の情報など、社内アセットの提供を通じたアルムナイとの意見交換や、社内の求人情報やビジネス連携のマッチングにもつなげたい考えだ。

「当社では、退職は会社と社員の関係の終わりではなく、新たな関係の始まりと捉えています。様々な形で人と人とが関わり、刺激し合える場をつくることで、多様性がさらに深化していくものと考えています」と中島さんは話す。今後も三井住友海上は、アルムナイとの連携や協業を推進し、新たなビジネスモデルを創出していく。 ❹

## ■ Image of the alumni membership site 会員サイトのイメージ



Information on job openings exclusively for alumni, including on side jobs, is posted on the members' site. About 150 alumni who have registered as members casually exchange information in chatrooms and by one-to-one messaging.

会員サイト上には、アルムナイ限定の求人情報や副業・兼業などに関する情報を掲載している。会員登録したアルムナイ約150人が、トークルームやDMで気軽に情報交換などを行っている。

Let's talk!

## Changing environment of new graduate recruitment

— Matching people and corporate needs in an era of diversity —

変わる新卒採用 ～多様化する中で求める人材に出会う～



Illustration: Naoyuki Hayashi / イラスト: ハヤシナオユキ

With every passing year, the crop of new graduates is decreasing in Japan and the hunt for jobs starts earlier than in the past. Companies have shifted testing and interviewing online in response to social changes accelerated by the COVID-19 pandemic. How are companies responding to the changing environment of new university graduate recruitment? Youthful employees of three Sumitomo Group companies who are engaged in recruitment of new graduates discuss the issues.

学生数の減少、就活の早期化、さらに、コロナ禍での社会の変化に伴うオンラインによる試験や面接の導入など、近年の新卒採用の変化に企業はどのように対応しているのか。住友グループ3社の若手新卒採用担当者が語った。



(From left)

**Shota Yao**, Human Resources Dept., Sumitomo Chemical

**Yoko Tanigawa**, General Affairs and Personnel Office, Sumitomo Seika Chemicals

**Mio Tsuji**, Department of Human Capital Development, Sumitomo Wiring Systems

\*The discussion took place in mid-January 2023

左から

**八尾翔太さん** (住友化学 人事部)

**谷川陽子さん** (住友精化 総務人事室)

**辻 実桜さん** (住友電装 人材開発部)

※座談会は2023年1月中旬に実施

### Pros and cons of online process

**Tsuji:** Changes associated with the pandemic have made it so much easier for students to get information. That is the biggest change. They are now able to learn about companies from wherever they happen to be, do mini-internships at more companies, and swiftly focus on those to which they apply at an earlier stage. The number of students doing mini-internships has increased, and among this group, the acceptance rate of job offers is rising fast because these people really want to work for Sumitomo Wiring Systems.

**Tanigawa:** Sumitomo Seika Chemicals' online mini-internship program, launched in 2020, is attracting more and more applicants. Whereas we used to find it difficult to attract students, we now have about 100 applicants for a maximum of 20 spots.

**Yao:** Companies are in contact with more students than before, but I feel the connection with individuals has weakened. According to many of our new employees, it was the personalities of the employees they met during the screening process that prompted their decision to join Sumitomo Chemical. I believe this crucially important human factor is more easily conveyed in person. The issue is that personalities tend not to be revealed in the online recruitment process.

**Tsuji:** As we are a B2B manufacturer, we want students to actually see our products and get a taste of what we can offer them. At first, we were unsure how to appeal to students through the screen.

**Tanigawa:** I also feel that it is a challenge to give students the opportunity to take a deep dive into the company and find out what our work involves, because there are so few chances to visit factories and laboratories. Students are eager to hear from our employees.

**Yao:** Some people in the company expressed concerns about a solely online selection process. So, we have been considering ways to leverage the advantages of both online and in-person selection processes.

### Minimizing drawbacks of non-face-to-face process by maximizing opportunities for direct communication

**Tanigawa:** Seeking a solution, in order to increase contact between our employees and students, from 2022 we included roundtable discussions in which young employees served as recruiters in online information sessions and mini-internship programs. Students have a meeting with a recruiter after job interviews. We make offers to students by phone to create opportunities for direct communication.

**Yao:** To enrich contact with students, we combine face-to-face and online formats. We hold face-to-face roundtable discussions as much as possible at pre-selection events.

**Tsuji:** We also had concerns as to whether it is possible for us to weigh up a person's personality online and whether we should make job offers based solely on the online process. So, to gauge the reliability of online interviews, we surveyed our employees to find out how their impressions changed when

### オンライン化によるメリット、デメリットとは

**辻** コロナ禍がもたらした一番大きい変化は、情報収集の容易さだと思います。学生は自宅にいながら企業を知ることができ、より多くの企業でインターンをして早い段階で応募企業を絞り込むようになったと感じます。実際にインターン参加者数が増え、本当に当社を志望する学生が選考に来てくれるので内定受諾率が向上しています。

**谷川** 当社でも2020年にWebでのインターンシップを開始したところ、応募者数が増えました。以前は参加者集めに苦労していたのですが、今は定員20名のところ、約100名の応募があります。

**八尾** 企業もより多くの学生との接点ができました。ただ、一人ひとりとのつながりは希薄になった気がします。当社では、入社した理由に「選考で会った社員の人がよく、一緒に働きたいと思った」という理由をあげる社員が非常に多くいます。人の魅力は対面のほうが伝わりやすいと考えているので、オンライン採用で社員の魅力が伝わりづらくなった点が課題だと感じます。

**辻** BtoBのメーカーなので、製品に直接触って魅力を知ってもらいたい。それを画面越しにどうアピールできるのか、私たちも悩みました。

**谷川** そうですね。工場や研究所の見学が難しくなったので、私も仕事のイメージをつかんでもらうことに課題を感じています。学生からも、実際に働いている人の話を聞きたいという声が上がりました。

**八尾** 社内では、オンラインだけで選考できるのかという疑問の声もあり、オンラインと対面それぞれのよさを生かした対応を検討してきました。

### 状況把握と接点の創出で非対面の課題を解消

**谷川** 解決策の1つとして、2022年から、オンラインの説明会やインターンシップのプログラムにリクルーター役の若手社員との座談会を設けるなどして、社員と学生の接点を増やしています。採用面接の後にもリクルーターとの面談があります。また、採用のお知らせは電話で伝えるなど、直接コミュニケーションをとる機会もつくっています。

**八尾** 選考前のイベントでは、できる範囲で対面での座談会を設けるなど、対面とオンラインを組み合わせることで接点を設けています。

**辻** オンラインで人となりが分かるのか、内定を出していいのかという疑問は、当社でも聞かれました。そこで社員を対象に、オンラインで顔を合わせた学生と実際に対面して印象がどう変わったのかを調査するなどし、オンライン面接の信ぴょう性などの把握に努めています。ちなみに、ほぼ100%の社員が、オンラインより対面時のほうが印象がよいと答えました。

### 自社の文化を伝えることが、いい出会いに

**八尾** 独自の工夫として、説明会などのイベントでは、いろいろな社員と会えることをしっかり告知し、実際にできるだけ多様な社員に参加してもらっています。事業部門、間接部門、男性、女性、年齢もバラバラで育休取得者も参加します。採用担当者の話が聞きたいと言われ、私自身が参加したこともあります。学生に社員と実際に会話してもらい、職場の雰囲気を知ってもらうことで、当社志望度の上昇につながっているように感じます。社員も、協力を呼びかけると積極的に参加してくれます。やはり大事なことは「人」であり、社員の人柄を見せて一緒に働く仲間を増やしていくという考え方が、企業文化なのだと思って思います。

**谷川** 当社は実践的な研修を組み込んだインターンシッププログラムが、学生から好評を得ています。例えば、グループワークでは学生がビジネスモデルをつくって発表し、リクルーターが個人個人にフィードバックします。学生からは、「今後の就職活動に生かせるアドバイスをもらえ

they met students face-to-face whom they had previously met online. Virtually 100% of the respondents said they had a better impression of the students in person than online.

### Communicating the company's culture leads to good relationships

**Yao:** We notify students that our recruitment briefing is a great opportunity for them to meet a cross section of our diverse workforce, including male and female employees representing all demographics from business departments and administrative departments, as well as employees on childcare leave. As someone who has been a recruiter, I know that by talking with our people, students can get a feel for the workplace atmosphere, which increases the ratio of students who are eager to join us. Employees wholeheartedly participate in these recruitment events whenever we ask for their help. People make the world go round and our corporate culture shapes our recruitment process. We reach out to people who want to work with us by enabling our employees' personalities to cut through to the student jobseekers.

**Tanigawa:** Our mini-internship program incorporating practical training is a hit with students. For example, in group work, they create a business model and make a presentation about it, with a recruiter giving feedback to each student. According to many students, they received advice that has proven to be useful in their job search. Many also commented that the meticulous feedback gave them a favorable impression of the company's atmosphere. More and more mini-internship participants are proceeding to the selection process.

**Tsuji:** In recruitment, we place the greatest emphasis on achieving a "good match." In order to avoid a situation in which a new employee finds that the actual workplace is fundamentally different from what he or she had in mind, it is important to let students know what kind of company we are. On a trial basis, we solicited anonymous questions in online chat from students to whom we had made a job offer but who have not accepted it yet. We encouraged them to feel free to ask anything that they might not feel comfortable asking under their own name or in person. We received various questions, including some that were difficult to answer. But the feedback was encouraging, indicating that this Q&A encouraged fruitful interaction between students and our company and helping alleviate the concerns of some students who went on to embark on careers with us. Going forward, we want to offer students more information and deeper insights, because this will help us achieve the best possible match between students and the company.

**Tanigawa:** I am delighted to see students whom I recruited go on to fulfill active roles in the company. I feel it is important to select people who will be happy working with us.

**Yao:** It also gives me a lot of pleasure whenever I see people in whose hiring process I was involved applying their capabilities to make a real contribution to the company. Our mission is to hire people to whom the company's future can be entrusted. It is a weighty responsibility. <sup>50</sup>

てよかった」というコメントが寄せられています。また「丁寧なフィードバックから社内の雰囲気があった」という声も多く、インターンシップ参加から選考に進む人も増えています。

**辻** 私どもが採用で最重視しているのがマッチングです。入社後に「思っていた職場ではない」という事態を避けるために、どんな会社なのかしっかり知ってもらうことが重要です。そこで、受諾前の内定者向けに、匿名でチャットに質問を受け付ける試みをしたことがあります。「実名や対面では聞きづらいことも何でも聞いてください」と。これはオンラインだからできたことで、本当に様々な質問が来しました。答えにくいことも(笑)。でも、当社を選ぶ上での不安要素を取り除けたという声が寄せられ、いいご縁につながったなと思います。今後もきちんと情報を提供し、学生とのマッチングを深めていきたいですね。

**谷川** 自分が採用した学生が入社し、活躍しているとうれしくなりますね。大事なのは、学生がここで幸せに働けるかをしっかり考えながら採用していくことなんだと感じています。

**八尾** 私も採用に関わった人が社内で活躍する姿を見ると、うれしくなります。私たちの役割は「当社の未来を託せる方を採用すること」。大きな仕事をさせてもらっていると感じます。<sup>50</sup>



### Looking to the future これからに向けて

Sumitomo Chemical still isn't well known among students who aren't chemistry majors. But, in fact, we have people flourishing at the company who majored in the humanities, not chemistry. I would like to publicize this. I also want to increase opportunities for students to see what we do. **(Yao)**

化学を専攻していない学生の間では、私たちはまだ知名度が低いです。実際は化学専攻でない人や文系の人も活躍しています。広報活動を通して、その点をしっかり伝えていきたいですね。学生の目に触れる機会も増やしていきたいと思っています。**(八尾)**

Starting in 2023, the Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology, the Ministry of Health, Labour and Welfare, and the Ministry of Economy, Trade and Industry will revise the concept of the mini-internship. We intend to respond quickly to changes in the system. We would also like to resume students' visits to our factories and laboratories so as to ease their transition from university to our company. **(Tanigawa)**

2023年から文部科学省、厚生労働省、経済産業省でのインターンシップの考え方が改正されます。制度の変化に素早く対応していきたいです。また、工場や研究所の見学を再開させるなどして、学生に安心して志望してもらえようにしたいですね。**(谷川)**

I feel that more and more students have a clearer idea of the kind of enterprise they wish to join and dedicate themselves to. Responding to this trend, we would like to create a hybrid selection process combining online and in-person elements to provide information at a glance and encourage students to participate in real events and experience the atmosphere of the company. **(Tsuji)**

自分がどんな場所で働きたいのか、考えを持っている学生が増えていると感じます。それに応えるためにも、情報がひと目で分かり、足を運んで雰囲気を感じてもらおうという動線を、オンラインと対面のハイブリッドで引きたいと考えています。**(辻)**

### News & Topics

#### New Presidents to Assume Office (on April 1, 2023) 新社長就任 (2023年4月1日付)

##### ▶ Akihiro Fukutome becomes President and CEO of Sumitomo Mitsui Banking Corporation



Mr. Fukutome joined The Mitsui Bank in 1985. Having served in such positions as Executive Officer and Managing Executive Officer of Sumitomo Mitsui Banking Corporation (SMBC), he became Managing Officer of Toyota Motor and President and Chief Executive Officer of Toyota Financial Services in January 2018, Senior Managing Corporate Executive Officer of Sumitomo Mitsui Financial Group and Senior Managing Executive Officer of SMBC in April 2021, and Director and Senior Managing Executive Officer of SMBC in December 2022. <sup>50</sup>

##### ▶ 三井住友銀行頭取に福留朗裕氏が就任

福留氏は1985年に三井銀行入行。三井住友銀行執行役員、常務執行役員などを経て、2018年1月からトヨタ自動車常務役員、トヨタファイナンスサービス社長に就任。2021年4月から三井住友フィナンシャルグループ執行役専務、三井住友銀行専務執行役員、2022年12月から取締役兼専務執行役員を務めていた。<sup>50</sup>

##### ▶ Mr. Munehiro Hosonuma becomes President and CEO of Nippon Sheet Glass



Mr. Hosonuma joined Nikken Sekkei in 1998. Having worked at Boston Consulting Group and Sumitomo 3M, he joined Nippon Sheet Glass in August 2018. Having served as Senior Corporate Officer, CCPO (Chief Corporate Planning Officer), and then as Senior Executive Officer, Head of Architectural Glass SBU, he became Representative Executive Officer, Vice President and COO in April 2022 and Director, Representative Executive Officer, Vice President and COO in June 2022. <sup>50</sup>

##### ▶ 日本板硝子社長に細沼宗浩氏が就任

細沼氏は1998年に日建設計入社。ボストン コンサルティンググループ、住友スリーエムを経て、2018年8月に日本板硝子入社。常務執行役員経営企画統括部統括部長、執行役常務建築ガラス事業部門長などを務め、2022年4月から代表執行役副社長兼COO、同年6月から取締役 代表執行役副社長兼COOを務めていた。<sup>50</sup>

#### Sumitomo Mitsui Trust Bank 三井住友信託銀行

##### ▶ Smart Life Designer smartphone app wins Good Design Award

Smart Life Designer, a smartphone app of Sumitomo Mitsui Trust Bank, received a Good Design Award 2022 (organized by the Japan Institute of Design Promotion).

Inspired by a timely concept, "designed with clients to meet their financial needs in the era of 100-year longevity," Smart Life Designer enables users to simulate life plans and centrally manage their household expenses and assets, as well as receiving information on asset building. Functions to support current money management and future asset building are integrated, accessible via an easy-to-understand interface. Moreover, this app helps individuals enhance their financial literacy and accumulate assets. The award recognizes the app's impressive functionality and the bank's initiatives to address a social issue concerning individuals' financial matters through the app. <sup>50</sup>



\*Please refer to the Sumitomo Mitsui Trust Bank website for precautions regarding the use of the app.  
※ご利用にあたっての注意事項等は  
三井住友信託銀行ホームページをご確認ください。

##### ▶ スマートフォンアプリ「スマートライフデザイナー」がグッドデザイン賞を受賞

三井住友信託銀行のスマートフォンアプリ「スマートライフデザイナー」が、2022年度グッドデザイン賞(主催:公益財団法人日本デザイン振興会)を受賞した。

「スマートライフデザイナー」は、“人生 100 年時代に向けて必要なお金をお客さまとともにデザインし、お金のミライを創る”のコンセプトのもと、理想のライフプランの設計や、家計・資産の一括管理、資産形成に関する情報収集サービスなどをまとめて提供するアプリ。今回のグッドデザイン賞では、現在のお金の管理と将来の資産形成をサポートする機能をシンプルで分かりやすく統合していることと、金融リテラシー向上による資産形成が個人々に求められているという社会課題の解決に取り組んでいることも評価された。<sup>50</sup>

Something enchanting!  
Something new!

知らなかった  
魅力をお届け!



# Illustrator Hiroki Tsuboi Visits Sumitomo Group

〔漫画ルポライター〕つばいひろきの住友グループ探訪

## Theme

### Port Island L-6 New Warehouse Sumitomo Warehouse

#### 今回のテーマ

#### 住友倉庫

ポートアイランドL-6 新倉庫

After serving as a logistics hub for almost 100 years, Sumitomo Warehouse's former warehouse in Shinko-cho, Chuo-ku, Kobe City, has closed in line with the city's redevelopment plan. But as one chapter ends, another begins as a new purpose-built warehouse, designed to withstand natural disasters, has entered service on Port Island.

住友倉庫の神戸市中央区新港町にあった旧倉庫が、市の再開発計画に伴い100年近い歴史を閉じた。その代わりにポートアイランドに誕生したのが、自然災害にも負けない最強の新倉庫である。



A reach stacker  
can grab  
a 45-ton container!  
Cool!

リーチスタッカーは  
45tのコンテナをひとつかみ!  
かっこいいー!

1. A liner berth on Port Island adjacent to the Hanshin Expressway and Kobe Airport for loading and unloading cargo from ships. The wharfs and the sheds, the yard, and the warehouse are all part of one big integrated operation. This is a major base for the Sumitomo Warehouse Group.

2. The new warehouse, with a total floor area of 49,892m<sup>2</sup> and four stories above ground, located on Port Island, a man-made island. The precast prestressed concrete construction method offering greater earthquake resistance and durability than the conventional method was adopted.

1. 阪神高速や神戸空港に近いポートアイランドで船舶から貨物の積み降ろしを行うライナーバース。岸壁と上屋、荷捌場、倉庫が一体で運用できるようになっており、住友倉庫グループの一大拠点となっている。

2. 延床面積4万9892㎡、地上4階建ての新倉庫。人工島のポートアイランドにあり、従来の工法と比較して、より耐震性と耐久性に優れた工法を採用している。



The large windowless warehouses found at ports are a vital link in the chain of international logistics, not least in Japan where more than 99% of cargo imported to and exported from the country is transported by ship. Today, we are visiting Sumitomo Warehouse's new warehouse that opened in 2021 on Port Island in Kobe, to see for ourselves what a cutting-edge international logistics hub is all about.

Sumitomo Warehouse's international transportation business goes back several decades to 1959, when the company formed a business alliance with a U.S. partner. The opening of a representative office in San Francisco in 1972 signaled full-scale entry to overseas markets. Ever since, the company has been steadily expanding its overseas network, which comprises 21 local subsidiaries (as of December 31, 2022) that operate many offices and warehouses in major countries and regions worldwide, encompassing Europe, Southeast Asia, China, the Middle East and beyond.

Sumitomo Warehouse's heft in international logistics is backed by a wealth of experience. Because the company is so well versed in the regulations concerning logistics of countries around the world, it can arrange international transportation to meet the diverse and exacting needs of its numerous customers. "Think of us as a travel agency for cargo," says Mr. Keita Nishimura, Manager of Chuo Logistics Center at Kobe Branch. He sketches the company's business flow for us, using imported cargo as an example.

First, a cargo ship berths at a port and the cargo is unloaded from the ship to a container yard in a bonded area. For customs clearance, procedures must be followed in accordance with not only the Customs Act but also various other laws, such as the Food Sanitation Act and the Plant Protection Act. A registered customs specialist prepares the necessary documentation and files import and tax declarations with customs. If cargo is subject to inspection by customs or quarantine, prior to customs clearance the cargo may be placed in a warehouse authorized by customs so that specimens can be taken from the containers.

Mr. Nishimura explains: "After customs clearance, we keep most cargo in our warehouse as domestic inventory and transport freight to destinations according to customers' instructions. Our role is by no means limited to the storage of freight in our

港に立ち並ぶ大きな倉庫。貨物が世界中を巡る国際物流において、日本では輸出入される貨物の99%以上が港を経由している。倉庫は貨物の輸出入の結節点としてとても重要な役割を担っているという。住友倉庫の国際物流の一大拠点、神戸市のポートアイランドに2021年に建てられた新倉庫を訪ねた。

そもそも住友倉庫の国際輸送業務の歴史は古く、1959年に米国企業と業務提携したことから始まっている。1972年には米国のサンフランシスコに駐在員事務所を開設し、本格的に海外進出を果たした。その後、海外ネットワークを広げてきた結果、今では欧州や東南アジア、中国、中東などの世界の主要な国や地域にある現地法人21社（2022年12月末現在）が多くの拠点や倉庫を運営しているんだそうだ。

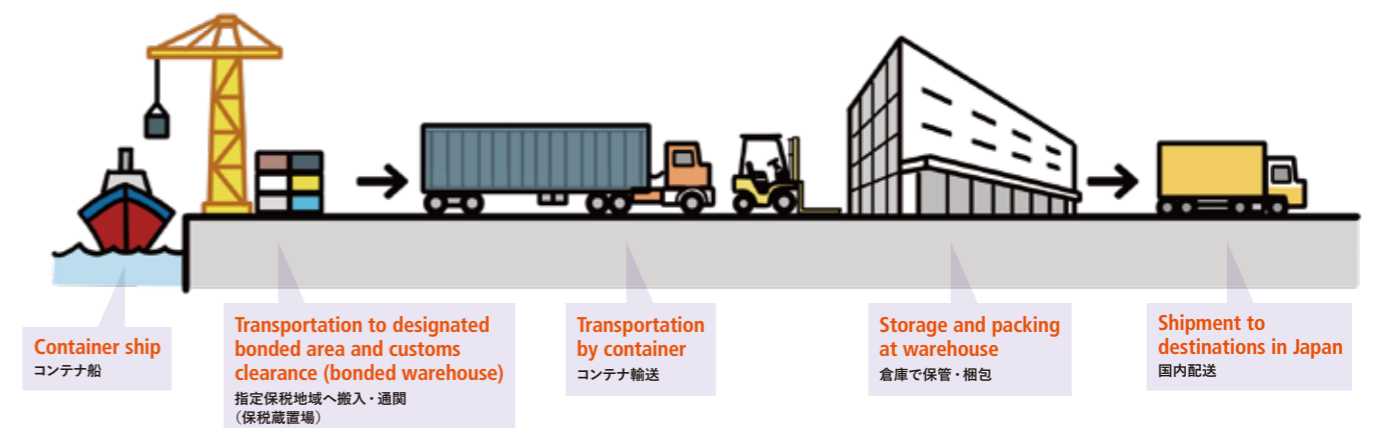
国際物流における住友倉庫の強みは何といっても、その長い歴史に裏打ちされた豊富な経験だ。世界各国の物流に関する法制度を熟知し、お客様の多様なニーズに沿った国際輸送を手配している。「いわば、貨物版旅行代理店ですね」と神戸支店中央営業所所長の西村啓太さん。具体的な業務の流れを、輸入貨物を例にして教えてもらった。

まず港に到着したコンテナ船から保税地域であるコンテナヤードに貨物が降ろされる。通関には関税法のほかにも食品衛生法や植物防疫法など様々な法律に従い手続きを進める必要があり、通関士は必要な書類をそろえて税関へ輸入申告と納税申告を行う。税関や検疫所が貨物の検査を行う場合は、該当する検体をコンテナから出すために、通関前の貨物を税関から許可された倉庫に入れるケースもあるそうだ。

「通関後の貨物の多くは国内在庫として倉庫でお預かりし、お客様のオーダーに応じて納品先まで配送します。貨物を倉庫で保管するだけでなく、こうした前後の関連業務も当社でアレンジしています。貨物を少しでも早く引き取りたい場合、海外から輸出された貨物が日本に届く前に通関に必要な書類を入手し、事前に通関審査を済ませるなど柔軟に対応しています」（西村さん）。例えば衣類だと、金曜日の夜に中国を出港する船に積んだ場合、翌週月曜日の午前中に日本の港に到着後すぐに通関手続きが完了、その日中に倉庫で衣類を仕分けて発送したら、水曜日には商品として店舗に並べられるんだそうだ。驚いた!

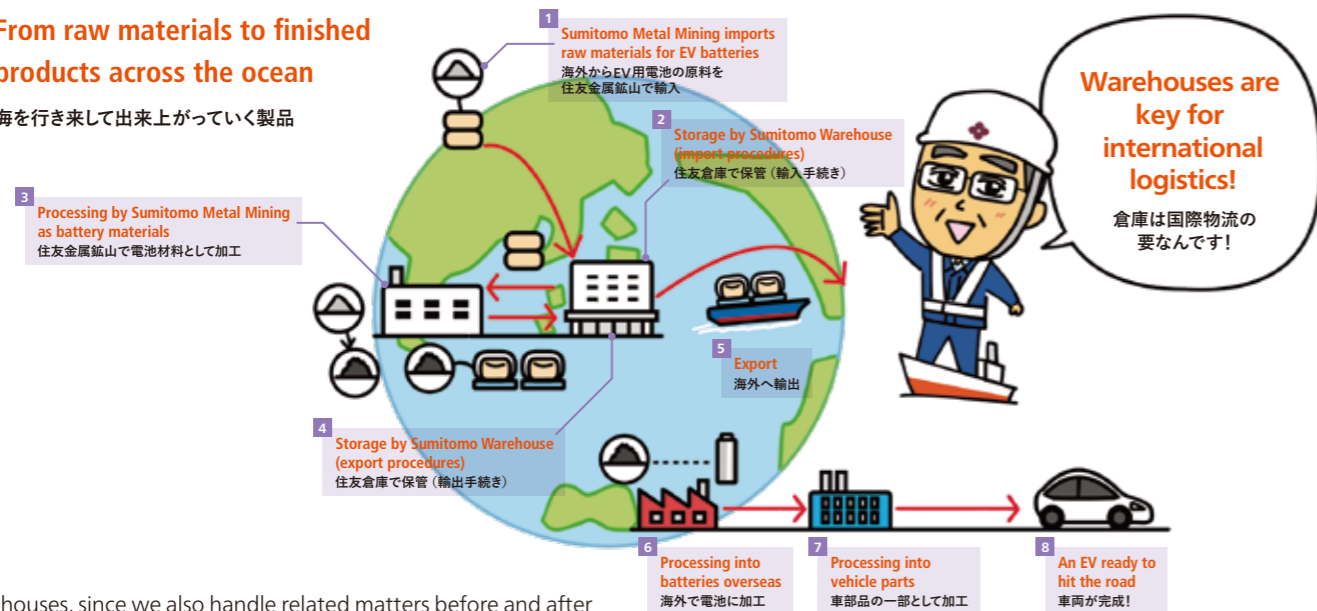
さて、新倉庫を案内してもらった。「1926年に建設された旧倉庫は、戦災や阪神・淡路大震災などの自然災害を乗り越えて約95年間活躍しました。新倉庫もこの先100年間お客様のお役に立てるよう、地震や大型台風などの自然災害にも耐えられる設計となっています」と西村さんは説明する。従来の工法と比較して、より耐震性と耐久性に優れた工法を採用したほか、高潮などによる浸水被害を避けるため、非常用自家発電設備は2階に設置しているんだとか。さらに防潮板も備えて万全だ。そして、新倉庫のキャパシティは旧倉庫の約1.7倍。神戸の港湾地区

## ■ Flow of cargo imported to Japan (example) 外国から日本に輸入される輸入貨物の流れの一例



## From raw materials to finished products across the ocean

海を行き来して出来上がっていく製品



warehouses, since we also handle related matters before and after storage. We respond flexibly to customer needs. For example, if a customer wants to pick up its freight ASAP, we can arrange for customs screening to be completed in advance by submitting the documents necessary for customs clearance before the cargo arrives in Japan."

In the case of apparel, if the cargo is loaded on a ship leaving China on Friday night, customs clearance is completed as soon as it arrives at the Japanese port on the following Monday morning. We can sort the apparel at the warehouse and ship it that day so you can walk into a store and buy it on Wednesday. That's fast fashion!

I am shown around the new warehouse. "The former warehouse, opened in 1926, gave sterling service for 95 years, surviving the ravages of war and natural disasters, notably the Great Hanshin-Awaji Earthquake of 1995. The new warehouse is designed to withstand natural disasters, such as earthquakes and typhoons so that it can serve our customers for the next 100 years," says Mr. Nishimura. Piles were driven deep into the bedrock, a method offering greater earthquake resistance and durability than the conventional method was adopted, and an emergency power generator is installed on the second floor to avoid damage in the event of tidal surges and the like. The new warehouse is also equipped with flood barriers. The new warehouse is big, with a capacity roughly 1.7 times that of the old one, making it one of the largest in Kobe's port district. It has a distinctive design, featuring few openings and a unique layout so that vehicles actually enter the facility along a route leading to the center of the first floor of the warehouse. Because cargo can be loaded and unloaded indoors, operations are carried out systematically regardless of weather conditions.

The second floor is a temperature-controlled zone where the temperature is kept at the level required by the customer. Demand for temperature-controlled warehousing has been rising in recent years. We see huge quantities of soybeans and other foodstuffs stored in the temperature-controlled zone. To prevent smell contamination, the zone is partitioned for foodstuffs.

The third floor is used for storage of bedding and other household goods. It also accommodates a distribution center where

でも最大級なんだ。特徴的なのは建物の開口部が少なく、1階中央に車両通路が通っていること。屋内で貨物の積み降ろしができるため、天候に左右されることなく、計画通りに作業が可能だ。

2階には定温庫といって、お客様の要望に応じて倉庫内を一定の温度に保つ倉庫があった。室温調整ができる倉庫は最近ニーズが増えている



On the second floor, soybeans and other foodstuffs packed in bags are neatly stacked and stored. The process of stacking cargo of various shapes and sizes, such as bags and boxes, in order requires expertise.

2階には、袋詰めされた大豆などの食品原料が整然と積み上げ保管されている。袋や箱のように形が様々な貨物を規則正しく積み上げることが「はい付け」といい、職人的な技術が必要だという。



On the third floor, products are prepared for direct shipping to consumers in addition to distribution to factories and mass merchandisers.

3階では、工場や量販店に加えて、消費者に商品を直接発送する作業も行われている。

## Speedy international logistics service

ほっかほかの国際物流サービス

**International transportation takes time because of customs clearance, inspection, etc.**  
やっぱり国際輸送は通関や検査などがあって時間がかかりますよね～

**"Hot" delivery service makes it speedy!**  
ホットデリバリーサービスを使うとスピーディーですよ!

**For example, HS codes are specified for textile articles made in China. Unlike for food, there is no need for pesticide checks. So, submit an import declaration in advance.....**  
例えば中国製の衣類は税番もはっきりしていて食品のように農薬チェックもないので事前に輸入申告することで……

**New arrival! It's hot!**  
ほんとだ～! ホカホカしてる～!

**You look great!**  
んなわけあるかい!

**Products shipped from Shanghai Port on Friday are on sale in stores in Japan on Wednesday!**  
金曜日に上海を出港した商品が、水曜日にはもう店舗に並んでいることも!

products are inspected before shipment. On the fourth floor, small machine parts and food additives are stored. The warehouse can handle shipments in quantities as small as one or two pieces. It is a vitally important facility fulfilling many roles, ranging from customs clearance to storage and distribution.

Lastly, I ask Mr. Nishimura what it feels like to be involved in international logistics. He replies, "As for transactions with other Sumitomo Group companies, for example, we handle customs clearance of EV battery raw materials imported by Sumitomo Metal Mining. We are in charge of their storage and transportation to the manufacturing plant where the materials are processed and then exported to battery manufacturers overseas via us. When I see electric vehicles on the street, I feel very much part of a complex collaborative global endeavor." It really makes me realize that I am living in an interconnected world. 80

という。定温庫には大量の大豆などの食品原料が保管されていた。同じ食品でも香りが移らないよう区画を分ける工夫がされているそうだ。

続けて3階には、寝具などの生活用品が保管されていた。ここでは配送センターとして商品を検品し、配送を行っている。さらに4階は、小さな機械部品や食品添加物が並んでいた。1～2個という細かい単位の発送にも対応しているという。倉庫は、通関、保管、配送など多くの役割を担う重要な施設なんだな。

最後に、国際物流に携わっていることを実感するのはどういときか、西村さんに尋ねてみた。「同じ住友グループでは、住友金属鉱山が神戸で輸入するEV用電池の原料を当社でお預かりし、同社工場へ配送しています。その後、同社の工場で加工されたEV用電池の材料は、再び当社を経由して海外の電池メーカー向けに輸出されます。そのEV用電池を搭載した電気自動車が走っている姿を見かけると、海外が身近に感じられて面白いですね」と話してくれた。世界がつながっていることをつくづく実感したよ。80

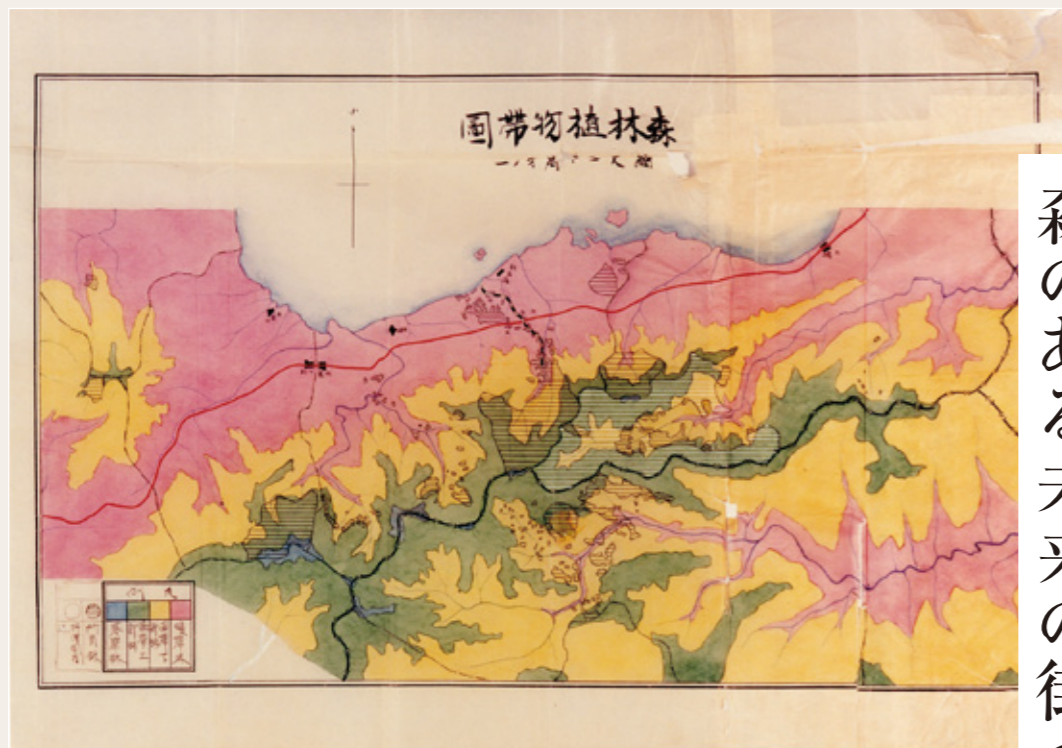
# Sumitomo's Modern Development

The present-day Sumitomo Group developed through the endeavors of several companies whose flourishing businesses not only made them leaders in their industries but were also instrumental in Japan's modernization. Let's take a look at some of them.

日本の近代化が進められる中で、住友グループ各社がどのような道筋を経て今日までの発展を遂げてきたのか、その歴史を事業ごとにひもとく。

近代住友の歩み | Part 35 | 事業編

**Greening of denuded mountains at Besshi Copper Mines, the origin of today's forestry business**  
**Expanding use of timber in cities to fix and absorb carbon**



荒廃した別子銅山の  
再生から始まった林業  
森のある未来の街づくりへ

Sumitomo's forestry business can be traced back to the Besshi Copper Mines, opened in 1691. The nearby forested mountain slopes were exploited to obtain wood, used for timbering shafts and tunnels to prevent their collapse, and charcoal, the fuel used in smelting. Once the local forest had been largely felled, wood was sourced from neighboring Tosa Province (present-day Kochi Prefecture) but the consequent transportation costs became an issue. Sumitomo responded by launching a reforestation drive in the Meiji era, establishing the Forestry Division in 1880.

Sumitomo's forestry business got into full swing from 1898 onward. Teigo Iba, who subsequently served as the second Director-General, formulated a reforestation masterplan. On viewing the ravaged Besshi mountains, he memorably commented, "We must restore the mountains to their original verdant state and return them to nature." He established the Forestry Department and hired forestry experts to conduct

Map created by the Forestry Department showing forests owned by Sumitomo and those leased by Sumitomo from the Japanese government (Courtesy of Sumitomo Historical Archives)

山林課制作による森林植物帯図。所有林と拝借国有林も記されている（提供：住友史料館）。

topographic, climatic, and soil surveys, for example to ascertain the soil's acidity. Having analyzed this data, Sumitomo embarked on science-based sustainable forestry. Some forest tracts managed and harvested for mining purposes by Sumitomo were leased from the Japanese government. In terms of the reforestation campaign, Sumitomo made no distinction between owned and leased forests. At the peak of the campaign, over two million saplings were being planted annually.

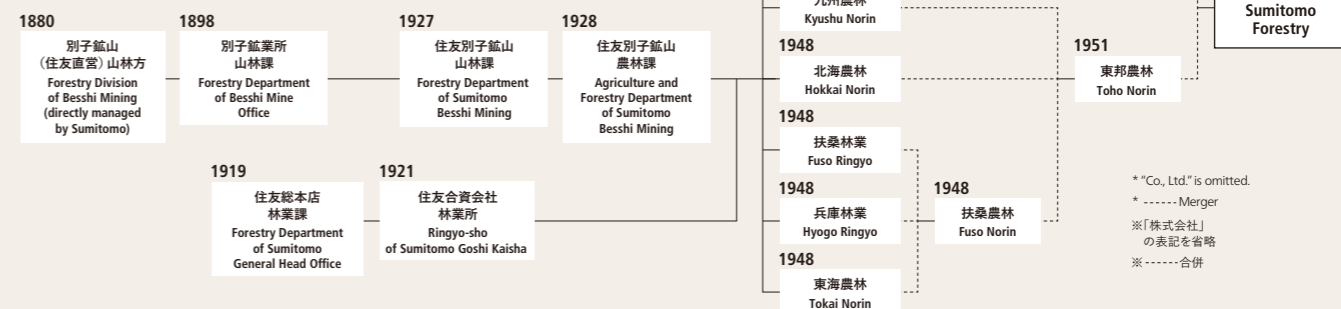
Inheriting the spirit of "repaying for what was reaped from the land," Masaya Suzuki, who subsequently served as the third Director-General, pithily observed, "Since mining is work that damages the land, we must engage in work that protects the land." He established the Forestry Department at Sumitomo General Head Office in 1919. It became Ringyo-sho when Sumitomo Goshi Kaisha (joint-stock company) was established in 1921 and operated the forestry business, managing government-owned forests at Konomai Mine in Hokkaido and Sumitomo's forests in Shiiba, Miyazaki Prefecture. At present, Sumitomo Forestry owns 48,000 hectares of forest in Japan, covering roughly 1/800th of the country's surface area.

Though, in the immediate postwar years, Sumitomo's forestry operations were divided into six companies in accordance with GHQ's dissolution of the zaibatsu, subsequently, through mergers, they were reintegrated in 1955 as Sumitomo Forestry. Meanwhile, in 1953, Sumitomo acquired the ownership of forests in Besshi that it had previously leased from the government as the result of a swap with nearby Sumitomo-owned forests at Mt. Ishizuchi.

Since its early days, Sumitomo Forestry had been an importer of timber, and in 1975, it started the custom-built detached

## History of the forestry business (as of March 2023)

林業沿革図（2023年3月現在）



住友の森林事業の源流は、1691年に開坑した別子銅山に端を発する。当時、鉱山周辺の山林は、坑道の崩落を防ぐための坑木や、製錬燃料となる薪炭用の木材の調達先として活用されていた。やがて調達先が隣の土佐国（現・高知県）にまで広がると運搬コストの上昇が課題となり、明治に入ってから植林を開始。1880年には「山林方」が設置されている。

森林事業が本格化するのは1898年。別子銅山に赴任した伊庭貞剛が荒廃した別子山を見て「別子全山を青々とした姿にして、之を大自然に返さなければならない」と「大造林計画」を策定したことによる。山林課が設けられ、山林専門の技師を雇用し、地形の測量や気象の観測、さらには土壌の酸度まで調査を行って、それらのデータに基づいた持続的かつ計画的な「保続林業」が行われた。当時の住友が木材の調達先として経営していた山林の一部は、別子鉱山の拝借国有林「鉱山備林」だが、周辺の所有林と区別することなく、多いときには年間200万本を超える植林が実施されている。

その後、第三代住友総理事を務めた鈴木馬左也が「鉱山は国土を損する仕事、国土を護ってゆく仕事をする必要がある」と「国土報恩の精神」を唱えて、1919年に住友総本店に林業課を設置する。1921年の住友合資会社設立時には林業所となり、北海道の鴻之舞鉱山の鉱山備林や宮崎県椎葉の所有林など、別子以外でも森林事業を展開。現在では、国内だけでなく国土の約800分の1にあたる総面積約4万8000haの山林を保有している。

housing business. Although Sumitomo Forestry is now best known for its leading brand of custom-built wooden houses, the company proudly retains "Forestry" in its name, emphasizing sustainability by "repaying for what was reaped from the land." The company is eagerly exploring new ways of unlocking new value through sustainable forestry, for example by utilizing scrap wood as fuel for the wood biomass power generation business it launched in 2011.

Forests, as valuable natural resources, are attracting renewed attention in view of the role of forests and trees in decarbonization, through carbon sequestration and storage, and biodiversity conservation. By implementing Sumitomo Forestry's "wood cycle," which is a value chain centered on wood, from forest management to procurement and manufacturing of timber and building materials, wooden architecture, and biomass power generation, the company can increase the amount of CO<sup>2</sup> absorbed by forests and continue to fix carbon for extended periods of time through the use of timber in construction. Sumitomo Forestry will contribute to decarbonization not only within Sumitomo Group but also in the operations of other companies and in society as a whole by implementing this "wood cycle." <sup>80</sup>

第二次世界大戦後、連合国軍最高司令官総司令部（GHQ）による財閥解体で林業部門は6社に細かく分割された。その後、たびたびの合併を経て1955年に一元化。現在の住友林業が誕生した。その間、1953年に国から借用していた別子の「鉱山備林」は、近くの石鎚山の所有林と交換する形でようやく住友の所有となった。

そして住友林業は設立からまもなく、木材の輸入業務も手がけ、1975年には木造注文住宅事業に進出した。今や住友林業は、木造注文住宅のトップブランドを擁するメーカーとして広く知られるようになったが、「林業」を社名から外すことがないのは、「国土報恩の精神」によるサステナブルな森林事業を重視しているからにほかならない。2011年から取り組むカーボンニュートラルな木質バイオマス発電事業も、建築廃材や林地未利用材などをエネルギー資源として活用することで、森林の新たな可能性と価値を探る。

現在、脱炭素化につながる「森林」や「木」のCO<sub>2</sub>吸収・炭素固定機能や生物多様性保全など、「森林」の自然資本としての価値が見直されている。森林経営から木材建材の調達・加工、木造建築、木質バイオマス発電まで「木」を軸とした住友林業のバリューチェーン「WOOD CYCLE」を回すことで、森林のCO<sub>2</sub>吸収量を増やし、建築での木材活用で炭素を長く固定し続けることができる。「WOOD CYCLE」を回し、自社のみならず、他社と社会の脱炭素化に貢献していく。<sup>80</sup>

## Sumitomo Group Public Affairs Committee 住友グループ広報委員会

### ▶ Special Sponsorship of the 90th National Speech Contest for Students of Schools for the Blind and Visually Impaired

The National Speech Contest for Students of Schools for the Blind and Visually Impaired, an annual competition for which Sumitomo Group Public Affairs Committee has been a special sponsor since 2003, was held at Okayama Prefectural School for the Blind and Visually Impaired. For the first time in three years, the contest was held in the normal way with all the speakers in attendance.

This year was the 90th anniversary of the contest, which was founded in 1928 by The Braille Mainichi of The Mainichi Newspapers and has been held virtually every year ever since. The nine finalists ranging in age from 13 to 20, selected from seven regions covering Japan, discussed their challenges and aspirations, as well as what motivates them. Ms. Hanane Asai, a third-year senior high school general course student at Kobe Municipal High School for the Blind and Visually Impaired, won the first prize with a speech titled "What My Mother Taught Me." She was a junior high school student when her mother passed away. She spoke about her mother's words that have been a source of enduring strength for her, inspiring her desire to help others just as her mother helped her. Mr. Kiyoshi Shigematsu, a novelist, who was a special judge this year, addressed each speaker, creating a supportive and inclusive atmosphere for the contest. ⑤



### ▶ 第90回全国盲学校弁論大会全国大会を特別協賛

住友グループ広報委員会が2003年から特別協賛している「全国盲学校弁論大会全国大会」が、岡山県立岡山盲学校において3年ぶりに会場開催された。

同弁論大会は1928年に毎日新聞社「点字毎日」の主催で創設され、今回で90回目。7地区から選ばれた13～20歳の9人が登壇し、自らの障がいと向き合う話や生きがい、将来の夢などを熱い言葉で語った。優勝したのは、「母が教えてくれたこと」のタイトルで弁論を行った神戸市立盲学校高等部普通科3年の浅井花音さん。中学生のときに失った母の言葉に支えられたエピソードと、母のように誰かを支えられる人になりたいとの思い、そして母への感謝の言葉を語った。特別審査員として参加した作家・重松清氏が弁士一人ひとりに語りかけ、会場は温かな雰囲気包まれた。⑤

## Sumitomo Group Public Affairs Committee 住友グループ広報委員会

### ▶ Sponsorship of the 21st (2022) Intercollegiate Negotiation Competition

The 21st Intercollegiate Negotiation Competition (INC) was held with a hybrid format, divided between the physical venue of Sophia University in Tokyo and online, whereas INC was held completely online for the past two years because of the COVID-19 pandemic.

INC was launched in 2002 as an opportunity for students to compete in mock negotiations and arbitration so that they can hone their skills as aspiring negotiators. This year's contestants were 247 students in teams representing 20 universities in Japan and 7 teams from overseas. The competition had both Japanese-language and English-language divisions, each consisting of arbitration and negotiation rounds about fictitious companies operating internationally. Kyoto University, winners of the first prize, was presented with the Sumitomo Cup and Team Australia, representing Australian National University and The University of Sydney won the second prize. ⑤



### ▶ 第21回インターカレッジ・ネゴシエーション・ コンペティションを後援

住友グループ広報委員会が後援する「第21回インターカレッジ・ネゴシエーション・コンペティション」が、上智大会会場とオンラインのハイブリッド形式で開催された。過去2年は新型コロナウイルス感染症の影響によりオンライン形式のみで開催されていたため、会場で開かれるのは3年ぶりとなった。

同コンペティションは、学生が交渉を学ぶため、仲裁と交渉の大学対抗試合の場として2002年に設立された。今回は国内20大学と合同チームを含めた海外7チームの247人が参加。仲裁・交渉の2つのラウンドで日本語と英語の部に分かれ、国際ビジネスを題材とする企業の立場から仲裁と交渉を行った。審査の結果、京都大学が優勝し、住友杯を授与されたほか、オーストラリアの大学の合同チームが準優勝を飾った。⑤

# WOMEN SHINE at Sumitomo



住友で輝く女性

## Becoming a role model as sales manager, pioneering women's empowerment

営業部長としてロールモデルに。女性活躍を先導



### Yoko Koseki

General Manager, Solution Sales Dept.1  
Sumitomo Mitsui Auto Service

住友三井オートサービス  
ソリューション営業第一部 部長  
小関陽子さん

Joined Sumisho Auto Lease (present-day Sumitomo Mitsui Auto Service) in 1996. After working in area and sector sales in Tokyo, transferred to Yokohama Branch Office and appointed Group Manager. Transferred to Tokyo Sales Dept. 3 in 2018. Concurrently appointed General Manager of this department and Group Manager. Assumed current position in April 2022.

こせき・ようこ 1996年住商オートリース（現・住友三井オートサービス）入社。都内でエリア別、業種別営業を担当したのち、横浜支店に転勤、グループマネージャーに就任。2018年に東京営業第三部に異動。21年、同部で部長とグループマネージャーを兼任。22年4月より現職。

### My Treasure

私の宝物

Koseki's portrait drawn by a former junior co-worker whom she still sees every now and then. Such warm-hearted human connections offer an insight into Koseki, a person who values relationships.



後輩社員が描き、プレゼントされた小関さんの似顔絵。後輩は退社したが、今もときどき会っているそう。人との関わりを大事にする小関さんらしい宝物。

Yoko Koseki has worked in sales throughout her career. There were few women in sales when she joined the company, but she demonstrated her capabilities and developed her career. "Nowadays, gender discrimination is alien to our corporate culture. I also had numerous opportunities to get to know female customers who were fulfilling active roles at other companies. They inspired me."

As the first female general manager, Koseki has become a role model for junior female employees. She is emphasizing creation of a supportive high-performance working environment, such as by adjusting work assignments depending on the circumstances of individual members of the team and encouraging them to seek promotion to managerial positions. "I'm delighted whenever a member of our team tells me that it has become easier to get work done or they are motivated to take on a new challenge," says Koseki with a smile. She continues with these encouraging words: "I will strive to enhance the workplace environment in pursuit of higher performance and greater job satisfaction. I also intend to do whatever I can to increase female representation in management." ⑤

入社以来、営業一筋の小関陽子さん。入社当時は営業の女性はまれだったが、「当社は男女で区別しない社風。また営業先で活躍している女性のお客様と話す機会が多く参考に来た」ことで、力を発揮しキャリアを重ねた。

今は女性初の部長として後輩たちのロールモデルに。働きやすい環境の創出にも注力しているという。部員の状況に応じ分担を調整したり、マネージャー職への昇進の背中を押したり。「仕事がしやすくなったとか、挑戦する気になったというメンバーの声を聞くとうれいすね」と笑顔を見せる。「今後も働きやすさの醸成に努めます。女性管理職も増やしたい」と頼もしい言葉も。⑤

"The open supportive atmosphere we've cultivated in our department means that we can get help from co-workers whenever we need it," says Koseki. A comment from a member of the team attests to the confidence she inspires: "Koseki san always listens carefully to us and promptly takes the right decision, having carefully considered all the circumstances."

「困ったとき、それを言葉に出せる雰囲気は部内にできてきたと思う」と小関さん。メンバーからは「現場の声をよく聞いて必要なときは素早く決断してくれる。バランス感覚が抜群」と、信頼の厚さを物語る声。



## Women's Advancement

at Sumitomo Mitsui Auto Service

女性活躍推進 @住友三井オートサービス

As part of its initiatives to promote women's active participation, Sumitomo Mitsui Auto Service encourages female employees to attend external seminars fostering awareness of career advancement and has established an e-learning system for employees on childcare leave so that they can return to work smoothly. The company is also emphasizing recruitment of women who have the potential to become candidates for managerial positions.

女性の活躍推進の取り組みとして、キャリアアップへの意識を醸成する社外セミナーへの参加、育児休暇中の社員に向けたe-ラーニング受講制度を設け、復帰後もしっかりと働ける環境をつくっている。また、管理職候補となる人材の採用にも力を入れるなど、様々な取り組みを行っている。