

株式会社デジタルクリエーションは、昨年起業致しました。青年会議所で経験を積ませていただき、経世済民の心得を学ばせていただいたので、「選択肢の多い会社を」ビジョンとした会社を起業しましたと思って立ち上げました。SDGs を初めて耳にしたときはまさに自分がやりたいこととマッチしていると感じました。

SDGs のいいところは、事業構想の発案から、実際に事業をカタチするまでの骨組みがしっかりしているところ。特にやるべき事の方向性が明確になっていて、自分たちのやりたいことをSDGs にあてはめることで発信力・共感力が強くなると感じています。経営方針・社内規則を決めるにあたっては、SDGs を視野にいれながら設定しています。取り組めることから少しずつ進めており、例えばペーパーレスであればどの会社でも取り組みやすいのではないのでしょうか。

弊社がSDGsの取り組みで特に力を入れているのが、「リモートワークによるママクリエイターの機会創出」があります。少子高齢化という今の世の中「子供を産めや、働けや」という社会の風潮の一方で、実際はそれがしづらい社会になっています。全体的に女性は男性に比べ仕事がきめ細かく、エンジニアに向いている一方で、子供が生まれると子育てで忙しくなり、残念にもやめていく人の姿を経験してきました。子育てしながら作業ができるのかと疑問を感じた事もありましたが、しかしよく聞いてみるとママさんの中には子供が起きている時間には子供と語り合い、仕事の姿を見せたくないという方もおり、そういった方を夕方から夜の業務で採用することにしたら、夕方に仕事の依頼をすると、早朝までに仕事を仕上げてくれるため非常に助かっています。視点を少し変えることで新しい価値を生み出せる。振り返ってみると弊社の取り組みはSDGsに当てはまっていました。

★条件（給料）で採用を決める人材は条件で去っていきませんが、理念（SDGs）で来る優秀”人財”は流出しないと考えています。弊社には会社の理念に共感して、いい”人財”が多く来てくれています。そしていい”人財”が来ることで収益向上にもつながるという好循環を生み出しています。ママさんクリエイターを広めていきたいと応援してくれる人や、弊社の事業が面白そうと人づてで聞きに来てくれる人たちも多いです。金銭などの条件に集まる人は、より良い条件の仕事に移っていきませんが、理念に共感して来る人は流出しにくいと考えています。

★また、企業理念を見るよりSDGsの取り組みを見たほうが企業の素顔が見えてくる気がします。企業ブランディングは難しいものですが、SDGsに取り組んでいけばブランディングはしっかりできます。起業して1年ですが、企業ブランドができているのはSDGsの信頼性であったり、共感性だったり、短い期間ですが会社としてのカラーが理解されていると感じています。

★SDGsはシェアの奪い合いではなく、新しい価値で新しい需要を作ることができると感じています。人と同じことをやっても淘汰されていきます。SDGsを通じて様々な人、企業とつながることで、新しい価値、需要が見えてきます。SDGsへの取り組みは我々スタートアップ企業にとって非常に優位な機会であり、またその機会を活かす事がスタートアップ起業の社会的責任だと思っています。我々が成功することでさらにSDGsの取り組みが広がっていくと感じているからです。そして、スタートアップの取り組みを引き上げてくれる大企業、そのスキームをスタンダードする社会こそ、誰も取り残されない社会にするために必要なことだと思います。