

社会なくして 企業なく、 企業なくして 社会なし

「法律に触れないか」、「儲かるか」ではなく、「それをすることが社会正義に照らして正しいかどうか」を判断基準として事業を行う。

インターネットの持つ爆発的な価格破壊力を利用し、より顧客便益性を高める金融サービスを提供することで、従来の金融のあり方に変革を与える。



SBIグループ各社は、社会の一構成要素としての社会性を認識し、さまざまなステークホルダー(利害関係者)の要請に応えつつ、社会の維持・発展に貢献していく。

経済環境の変化に柔軟に適應する組織を形成し、「創意工夫」と「自己変革」が組織のDNAとして組み込まれた自己進化していく企業であり続ける。

21世紀の中核的産業の創造および育成を担うリーディング・カンパニーとなる。

SBIグループの経営哲学

常に時流を捉えて、世のため人のためとなるような革新的な事業を創造するということが、創業時からの私たちの変わらぬ想いです。同時に企業は社会の一構成要素であり、社会に帰属しているからこそ存続できるという考えのもと、社会の維持・発展に絶えず貢献することを目指してきました。

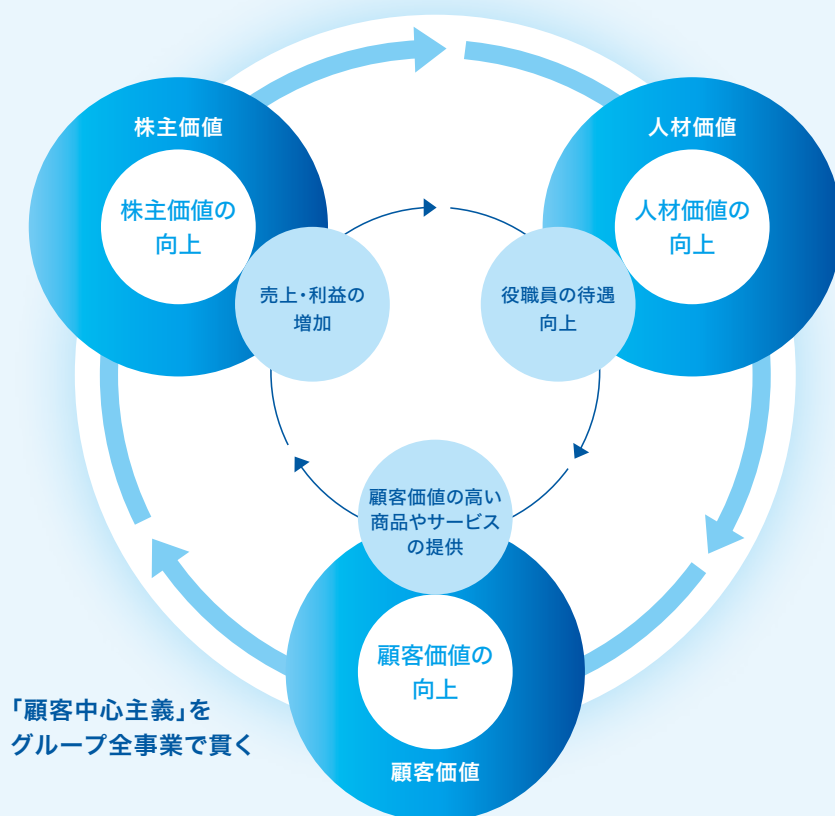
また、私たちは人に「徳」があるように、企業にも「社徳」があり、人徳のある人が周囲から尊敬されるように、企業も徳性を高めることで社会から尊敬されるものだと考えています。

これらの考え方に加え、継承するべきだと考えている企業文化のDNAが4つあります。それは、常にチャレンジし続けるために「起業家精神を持ち続けること」、「スピード重視」の意思決定と行動、過去の成功体験に捉われず「イノベーションを促進すること」、環境の変化を敏感に察知して「自己進化し続けること」です。これら4つのDNAを内包した企業文化を構築し、継承していくことで、持続的に成長する強い企業グループが維持されると考えています。

企業価値向上のメカニズム

企業価値の定義

SBIグループでは、企業価値は顧客価値の創出を土台に、株主価値および人材価値の3つの価値が相互に関連する好循環を生むことによって一層増大していくと認識しています。「顧客中心主義」をグループ全体で徹底することにより顧客価値が増大し、それが業績の向上につながることで、株主価値が高まり、より優秀な人材が集まるようになります。それが人材価値の向上にも寄与し、より良い商品・サービスの創出に結びつき、更に顧客価値が増大すると考えています。この好循環を持続させることで、中長期的な企業価値の向上を目指します。



企業価値向上の構成要素



顧客価値

顧客価値とは、企業が顧客に提供する価値のことであり、SBIグループが提供する財・サービスの本源的な価値です。SBIグループは創業以来、「顧客中心主義」を掲げ、証券・銀行・保険事業等の金融サービス事業において、インターネットを活用して圧倒的な価格競争力を持つ商品・サービスを提供してきました。現在では革新的な技術であるAIやブロックチェーンなどの先進技術を活用した商品・サービスの拡充、暗号資産取引所をはじめとするデジタルアセット関連事業の推進、また新たな金融サービスの開発に注力することで、顧客価値の向上に努めています。



株主価値

SBIグループでは、株主価値を株主と債権者が将来受け取ることが予想されるフリー・キャッシュフローの現在価値の合計と考えています。株主価値の向上に関連する重要な経営指標の一つとして自己資本利益率(ROE)があり、10%以上の水準を維持することを謳っています。他方、ゴーイングコンサーンとしての企業の健全な成長という観点からは、ROEだけを重視した経営では短期的な成長にしかなり得ません。従って、SBIグループでは顧客価値の増大による業績の向上から得られる利益や創出されたキャッシュを、株主還元にもつぎはぎするのみならず、今後の更なる成長に向けた投資にもバランスよく配分することで、株主価値の増大を目指しています。



人材価値

SBIグループでは、人こそが競争力の源泉であり、差別化をもたらす主因であると捉え、従業員の採用活動を継続的に行い、国内外で多くの優秀な人材を確保してきました。SBIグループが全面支援するSBI大学院大学での研修や、グループ会社などでの若手人材の役員抜擢、女性の管理職への登用等を積極的に行い、国籍や人種、年齢、性別、障がいの有無等に関係なく実力に応じた評価を実施することで人材育成にも努め、人材価値の向上に注力してきました。また、従業員の健康保持・増進等への配慮や自らが希望するキャリア形成のサポートを行うことなどにより、従業員が働きやすい職場環境を整備し、従業員エンゲージメントを高めています。