

『ソーシャルボンドの発行を振り返って』

ANAホールディングス株式会社
グループ経理・財務室 財務企画・IR部
担当部長 磯根 秀和



目次

1. ソーシャルボンドの発行に至った経緯.....	3
2. ソーシャルボンドの発行に伴う諸準備.....	5
(1) 適格プロジェクトの選定.....	6
(2) レポーティング内容の精査.....	19
(3) 外部評価機関との協議.....	20
3. ソーシャルボンドの発行準備を進めるにあたり悩んだこと.....	21
4. 本検討会議で策定するソーシャルボンドガイドラインに期待すること....	22

1. ソーシャルボンドの発行に至った経緯

ANAグループ 4つの重要課題 (マテリアリティ)

環境



人権



ダイバーシティ & インクルージョン



地域創生



ANAホールディンググリーンボンド
(2018年10月発行)

ソーシャルボンドの発行を検討

1. ソーシャルボンドの発行に至った経緯

2018-22年度 中期経営戦略【抜粋】（社会的価値の創出）

重要課題

SDGsの貢献領域



2. ソーシャルボンドの発行に伴う諸準備 (1) 適格プロジェクトの選定

- ① 航空事業において、「世界トップレベルのユニバーサルなサービス※」を提供
(お客様の多様性を尊重し、「すべてのひとに優しい」共生社会の実現に貢献)
- ② 日本各地の魅力を発掘・発信することによる観光振興 (訪日促進による地域活性化等)
- ③ 身体的、時間的な制約等を超えた新しい移動手段 (ANA AVATAR) を提供

※ 文化・言語・国籍・年齢や性別・障がいなどを問わず、多くの方がストレスなく利用できる施設・商品・情報・サービス

2. ソーシャルボンドの発行に伴う諸準備 (1) 適格プロジェクトの選定 ① ユニバーサル対応

ユニバーサル戦略

1. お客様・現場社員の声、関連法令、社会環境を踏まえ、経営戦略の「柱」のひとつとして策定。
2. 障がい者の増加や高齢化など、社会構造の変化に対応し、ユニバーサルなサービスを企画・開発・実践できるよう、ハードとソフトの両面から取り組み、企業価値・ブランドを強化する。
(業務渡航需要を中心とする考え方からの進化)
3. グループ各部門が連携し、Tokyo2020までに、航空会社として「世界のリーディングレベル」を達成する。

- 目指すこと**
- お客様が飛行機を利用するすべての場面での快適性、利便性の向上
 - お客様のダイバーシティや個性を理解し、ニーズに合ったサービスを提供することによる新たな価値創造



取り組み

ハード

- 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた指針「Tokyo2020アクセシビリティ・ガイドライン」等への対応
- 超高齢化社会を見据えたユニバーサルなサービスの推進

ソフト

- 全社員を対象とした、共生社会や「心のバリアフリー」を推進する活動の展開
- 「ユニバーサルサービス体験型教育」の間接部門スタッフへの展開

2. ソーシャルボンドの発行に伴う諸準備 (1) 適格プロジェクトの選定 ① ユニバーサル対応

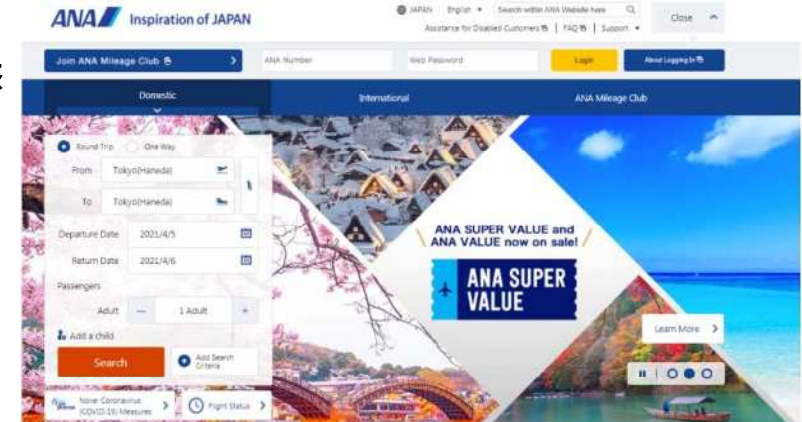
ユニバーサル戦略 具体的対応例①

ご旅行前

① ANAウェブサイトのアクセシビリティ向上・航空券予約システムの改修

- ・ ANAウェブサイトは、Wide Web Consortium (W3C) の Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0に対応。

- 【機能例】
- (1) 画面情報や動作状況が、音声でリアルタイムに出力可能
 - (2) 画面情報の任意の場所が、必要に応じて音声で出力可能
 - (3) キーボード等からの入力情報を、必要に応じて音声で出力可能
 - (4) 文字の大きさ、文字間のスペース、文字の線の太さ等を自在に変更可能
 - (5) 文字の色、背景の色、コントラストを自在に変更可能



② おからだの不自由なお客様の情報を一元化する仕組みを構築

- ・ おからだの状態やお手伝いに関する情報を一元化し、ストレスなくご利用頂ける環境を創る。

空港（出発・到着）

③ 各種車いす、歩行車などをご用意



樹脂製車いす morph(モルフ)



フルリクライニング車いす



歩行車(ハンディウォーク)

2. ソーシャルボンドの発行に伴う諸準備 (1) 適格プロジェクトの選定 ① ユニバーサル対応

ユニバーサル戦略 具体的対応例②

空港（出発・到着）

- ④ 搭乗手続きカウンターにローカウンターを設置
- ・ 車いすをご利用のお客様や、座ったままでの手続きを希望されるお客様に配慮した高さのカウンターを設置。



イメージ

ラウンジ

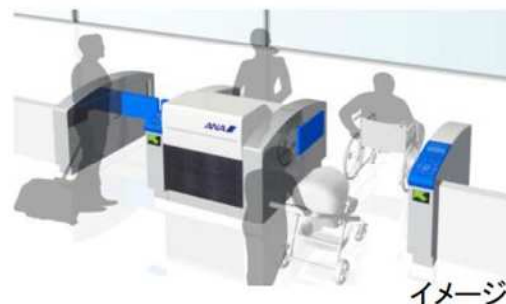
- ⑤ 受付エリアにローカウンターを設置、
ラウンジ内移動導線などのアクセシビリティ向上
- ・ 車いすをご利用のお客様に配慮した高さのカウンターを設置。
 - ・ ラウンジ内での扉幅、通路幅を確保する他、車いす優先エリアを設置。シャワールームもユニバーサル対応。



イメージ

搭乗・機内

- ⑥ 搭乗ゲート幅の拡大
- ・ 車いすやベビーカー、歩行車を利用するお客様が、これまで以上にスムーズにご搭乗頂けるよう、搭乗ゲートの幅を拡大。
- ⑦ 機内用新型車いすのご用意（国内線・国際線）
- ⑧ 車いすで利用可能な化粧室の設置（小型機の一部も標準装備）



イメージ

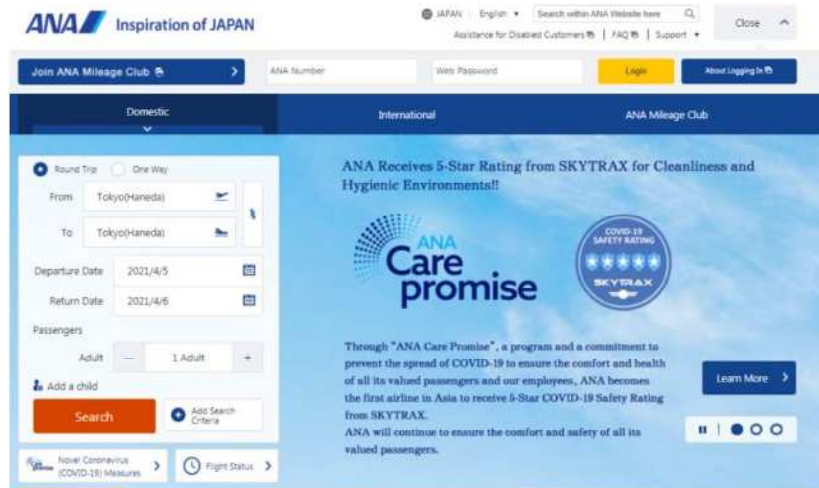


2. ソーシャルボンドの発行に伴う諸準備（1）適格プロジェクトの選定 ① ユニバーサル対応

資金使途 ①

「世界トップレベルのユニバーサルなサービス」を提供するための設備投資の一部に充当

1. ウェブサイトのアクセシビリティ向上を中心とするシステム投資：20～30億円



2. 空港内施設の改修などに必要な設備投資：20～30億円



2. ソーシャルボンドの発行に伴う諸準備 (1) 適格プロジェクトの選定 ② 地域創生

1. 地域活性化に向けた取り組み（観光振興を中心とした取り組み）

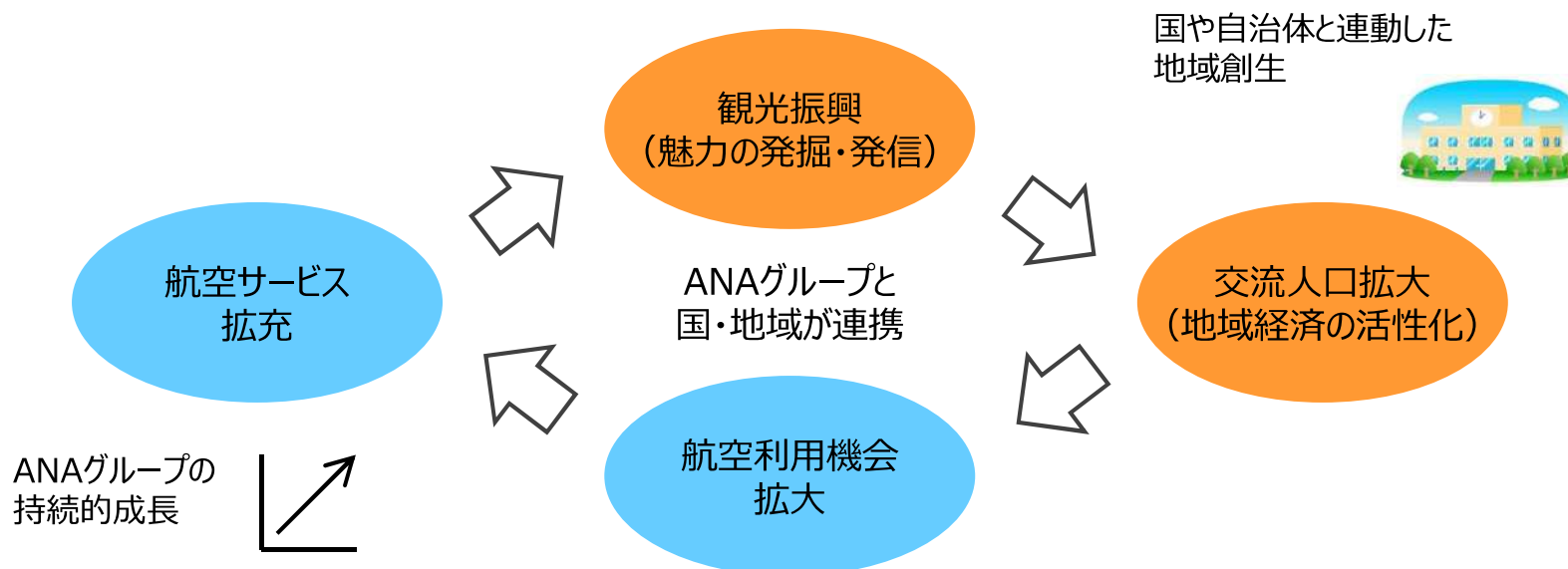
- ・政府・国内地方自治体、NPO等との連携体制の確立
- ・ANAグループ総力によるシナジー効果を高めた地域創生施策の実施

2. 社会貢献活動

- ・復興支援活動（東日本大震災・熊本地震等の大規模災害の復興応援など）
- ・生物多様性・保全活動（沖縄でのサンゴ再生プロジェクトなど）
- ・次世代育成プログラム（各地での航空教室、キャリア教育の実施など）
- ・海外進出先での社会貢献プログラム（アジアでの教育支援や観光資源の保全など）

【 観光振興による交流人口の拡大を通じた地域創生 】

目指す姿：地域とANAグループが、共に、持続的に成長すること



2. ソーシャルボンドの発行に伴う諸準備 (1) 適格プロジェクトの選定 ② 地域創生

Tastes of JAPAN by ANA – Explore the regions –

ANA NEWS

第 17-080号
2017年11月27日

「Tastes of JAPAN by ANA -Explore the regions-」

2017年12月より始動します

～地域とともにまだ知らない日本の魅力を、国内外に発信することにより、
地域活性化・訪日旅客増加に貢献します～

～2017年12月～2018年5月までの6か月は北海道を特集します～



ANAグループでは、2013年9月から2017年11月までの4年3か月間、日本が誇る、日本の価値を国内外に発信し、誘客を図ることを目的とした地域活性化プログラム「Tastes of JAPAN by ANA」に取り組んできました。日本全国47都道府県を対象に実施することで、全県の魅力あふれる食材や観光地などの紹介にとどまらず、観光振興や県産品の輸出協力等の分野で連携協定を締結するなど、各都道府県との連携を深めてきました。

2017年12月からは「Tastes of JAPAN by ANA -Explore the regions-」として、これまでの都道府県単位ではなく、全国を8つの広域エリアに分けてエリアごと展開します。また特集期間をこれまでの3か月から6か月とすることで、これまで以上に地域に密着し、地域とともにまだ知られていない魅力や地域の資源を国内外に発信していきます。

より多くのお客様に地域へ足を運んでいただけるよう、ANA セールスが企画している国内旅行ツアーや VELTRA 社が提案する現地の「コト体験」、おトクな運賃や地域のイベント情報を特設サイトにて展開します。また、一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会と連携し、日本が誇る優れた伝統工芸品もご紹介します。加えて、本取組を自社の SNS や国際線の機内誌・機内ビデオプログラムなどを通じて海外のお客様にも紹介し誘客を図ることで、2020年訪日外国人4,000万人の達成という政府目標にも貢献していきます。

「Tastes of JAPAN by ANA -Explore the regions-」北海道について

2017年12月～2018年5月までの6か月間は2018年に命名150年の節目を迎える北海道を特集します。ANAグループと北海道は2016年に包括連携協定を締結し、北海道の「ブランド力」向上と地域の活性化をともに推進してきました。今回は、「Tastes of JAPAN by ANA -Explore the regions-」の取組を通じて、流水などの大自然や新鮮な食材、地域が主催するイベント・現地での「コト体験」など北海道の多様な魅力を発信します。

【特設サイトにおける展開】

「Tastes of JAPAN by ANA -Explore the regions-」北海道の取組や、北海道の観光情報、札幌雪祭りや定山溪の雪灯路などのイベント情報を特設サイト内に掲載します。また、ANAダイナミックパッケージ「旅行」や、訪日向け運賃「ANA EXPERIENCE JAPAN FARE」の情報を掲載し、地域への送客に繋がります。また酪農体験やネイチャーツアーなど VELTRA 社が提供する現地オプションツアーの情報も掲載し、現地での「コト体験」もご提案します。

※特設サイト URL (※12/1 リリース予定)

<http://www.ANA.co.jp/ja/jp/tastesofjapan/hokkaido/index.html>
(日本語邦人向け)

<http://www.ANA.co.jp/en/tastesofjapan/hokkaido/index.html>
(英語訪日向け)

VELTRA 社が提供する現地ツアー例
(ソフワのほむ森スノーシュー-動物観察を楽しもう！)

ANA 広報部 03-6735-1111 成田 0476-34-7042 羽田 03-5757-5548 伊丹 06-6856-0270 関西 072-456-7890

A STAR ALLIANCE MEMBER



地域とともに。まだ知らない日本の魅力を世界へ。

Collaborating with the different regions
to present Japan's hidden treasures to the entire world

ANAグループでは、2013年9月から2017年11月までの4年3か月間、日本が誇る、日本の価値を国内外に発信し、誘客を図ることを目的とした地域活性化プログラム「Tastes of JAPAN by ANA」に取り組んできました。日本全国47都道府県を対象に実施することで、全県の魅力あふれる食材や観光地などの紹介にとどまらず、観光振興や県産品の輸出協力等の分野で連携協定を締結するなど、各都道府県との連携を深めてきました。

2017年12月からは「Tastes of JAPAN by ANA -Explore the regions-」として、これまでの都道府県単位ではなく、全国を8つの広域エリアに分けてエリアごと展開します(※)。また特集期間をこれまでの3か月から6か月とすることで、これまで以上に地域に密着し、地域とともにまだ知られていない魅力や地域の資源を国内外に発信していきます。

【参考】

(※) 2021年までの4年間をかけて、北海道、東北、関東、東海・北陸信越、関西、中国四国、九州、沖縄の8エリアを対象に展開。

2. ソーシャルボンドの発行に伴う諸準備 (1) 適格プロジェクトの選定 ② 地域創生

Tastes of JAPAN by ANA – Explore the regions –

1. 特設サイトにおける展開

Tastes of JAPANの展開内容（機内食、國酒、機内誌、機内番組）に加え、各自治体がお勧めする、観光地、食、イベント、体験などの情報を展開。また、情報を見たお客様が実際に参加できるよう、航空券予約・旅行商品予約への導線、県産品購入サイト、着地型商品へのリンクを設けて、同サイトから情報入手から予約まで完結できる。

【特設サイト URL】

（日本語 邦人向け） <https://www.ana.co.jp/ja/jp/japan-travel-planner/tastesofjapan/>

（英語 訪日客向け） <https://www.ana.co.jp/en/jp/japan-travel-planner/tastesofjapan/>

2. 機内や空港ラウンジにて各地の特産品を使った食事を提供

3. 空港ラウンジにて各地の「國酒*」を提供

* 日本を代表する酒である日本酒、本格焼酎、泡盛等

4. 機内番組「SELECTRAVEL(セレクトラベル)」を展開

「SELECT」と「TRAVEL」の掛け合わせ。ワタシが「選ぶ」おすすめルートを集める番組。

外国人タレントが同じエリアを2パターンの地元ならではの旅で紹介する。

外国人にとっては新発見、日本人にとっては再発見の完全オリジナルな旅に密着。

5. 機内誌 国内線「翼の王国」、国際線「WING SPAN」での特集

「翼の王国」では日本人向けの情報を、「WING SPAN」では、外国人目線で日本の魅力を掲載。

それぞれにテーマ（イベント、体験、歴史・文化、観光、食、お土産）を設定し連載。

6. WEBでの通販・空港販売



2. ソーシャルボンドの発行に伴う諸準備 (1) 適格プロジェクトの選定 ② 地域創生

資金使途 ②

地域創生に繋がる「Tastes of JAPAN」展開（観光振興）の費用の一部に充当

1. 特設サイトの展開や特産品・国酒の仕入れ、機内番組作成等にかかる費用：10億円程度



2. ソーシャルボンドの発行に伴う諸準備 (1) 適格プロジェクトの選定 ③ ANA AVATAR

Vision

あらゆる制限を超えて人々を繋ぎ、より良い世界を

エアラインで繋がられる人は、世界人口のたった6%。

世界中の人々を繋げるために、これまでの概念を超えて、新たな移動手段を創造します。

ANA AVATARとは、距離、身体、文化、時間、あらゆる制限を超える瞬間移動手段です。

ロボティクスや物を触ったときの感覚を疑似的に伝える技術等を用い、離れた場所にあるAvatarを遠隔操作して、あたかもそこに自分自身が存在しているかのようにコミュニケーションや作業を行うことができます。

必要とされる人や技術を必要としている場所に届けることも、いろいろなスキルをもった方がそれぞれ操作することで、1台で様々な役割を担うことも可能です。

そうしたAvatarのまったく新しい技術と可能性を実用化し、既存の壁を超えて世界中の人々を繋ぐことで世界をより良くしていく。それがANA AVATARの取り組みです。



AVATAR(アバター)とは

ロボティクス、VR、センサー、通信技術や、実際に物の感触を疑似的に伝える技術(触覚フィードバック)等を用いて離れた場所に置かれたロボットを遠隔操作することで人々の「存在感」、「技能」、「感覚」を瞬間的に移動させる技術である。

身体的や時間的な制約などを超えるAVATARというまったく新しい移動手段でより多くの人々を繋ぎ、世界中に夢と感動を届ける。



2. ソーシャルボンドの発行に伴う諸準備 (1) 適格プロジェクトの選定 ③ ANA AVATAR

ANA AVATARが創造する未来



<https://avatarin.com/ana-avatar/index.html>

宇宙開発・利用



医療



教育



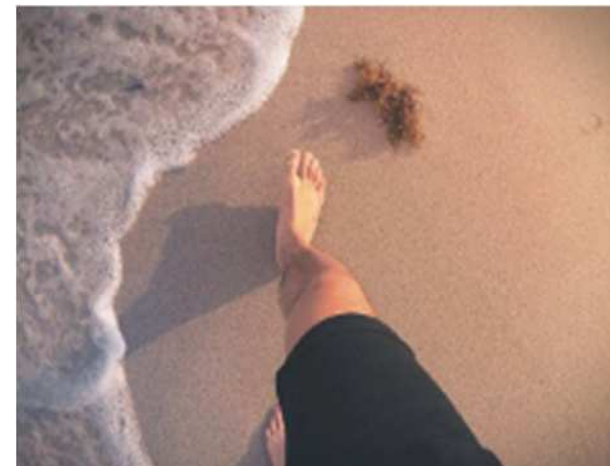
スポーツ



スキルシェア



旅行

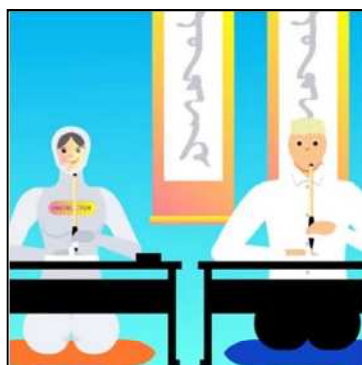
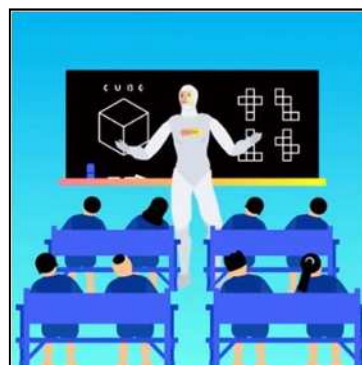


2. ソーシャルボンドの発行に伴う諸準備 (1) 適格プロジェクトの選定 ③ ANA AVATAR

資金使途 ③

必要な人や技術を、必要とする場所へ
より多くの人々を繋ぐ「ANA AVATAR」の研究・開発費等の一部に充当

1. AVATAR 研究・開発費 (アプリケーション、コア技術) : 20億円程度
2. AVATAR 機能搭載用の機器仕入れ等にかかる費用 : 30~40億円



2. ソーシャルボンドの発行に伴う諸準備 (1) 適格プロジェクトの選定 ～ 当初案まとめ ～

1. 発行金額：100億円（予定）
2. 調達資金の使途（2017～21年度の投資・費用）

① 航空事業において、「世界トップレベルのユニバーサルなサービス※」を提供
（お客様の多様性を尊重し、「すべてのひとに優しい」共生社会の実現に貢献）



50億円程度（投資）

② 日本各地の魅力を発掘・発信することによる観光振興（訪日促進による地域活性化等）



- Explore the regions -

10億円程度（費用）

③ 身体的、時間的な制約等を超えた新しい移動手段（ANA AVATAR）を提供



50億円程度（投資（R&D）20億円、費用 30億円）



検討の結果、対象プロジェクトは①ユニバーサル対応のみとし、発行額は**50億円**に
※ 投資額が確実に50億円を超えるように、従業員向けユニバーサル対応を追加

2. ソーシャルボンドの発行に伴う諸準備 (1) 適格プロジェクトの選定 ① ユニバーサル対応

【追加】従業員向けユニバーサル対応(例)

ANAグループ独自のスタンダードにより、あらゆる従業員が自立的に安全・安心して働ける施設環境を整備。多様な能力ある人財の確保と、誰もがいきいきと働き能力を最大限発揮できること目的とする。

対象範囲：障がい者(肢体不自由、視覚障がい、聴覚障がい、内部障がい)、LGBT、外国人

【設備投資額】

15～20億円程度

(2019～2021年度)



① 事務室の1出入口に引き戸



② 階段手摺に行先階点字ラベル



③ 非常用階段付近に階段避難車を配置



④ 身体障がい者専用エレベーターを1つ以上設置



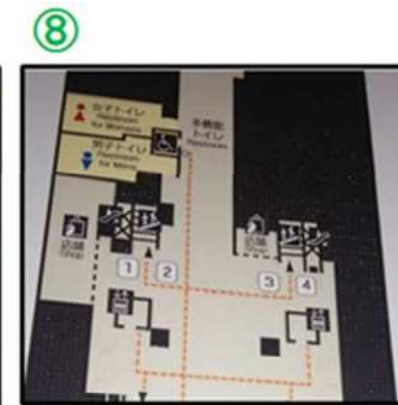
⑤ 内部障がい・LGBTにも配慮した多目的トイレ



⑥ 一般用各トイレの1便房1洗面に手すり設置



⑦ 屋外車いす専用駐車場に屋根を設置



⑧ 専用フロアに日本語・英語・点字付き案内設備

2. ソーシャルボンドの発行に伴う諸準備 (2) レポート内容の精査

インパクト・レポート（影響評価報告）のKPI（ユニバーサル対応）

※ アウトカム指標は、通常、経営情報として取りまとめている情報の中から選別

<アウトプット指標>

- ① ユニバーサル対応の改修が完了したウェブサイトの機能（概要）
- ② ユニバーサル対応の施設・設備改修が完了した空港数
- ③ ユニバーサル対応の施設・設備改修が完了した事業所建物数

<アウトカム指標>

- ① おからだの不自由なお客様の搭乗実績（ANAブランド、前年比）
- ② 障がい者雇用率（全日本空輸(株)及びグループ適用認定会社の合算値）

<インパクト（定性目標）>

お客様及び従業員の多様性を尊重し、「すべての人に優しい」共生社会の実現に貢献

2. ソーシャルボンドの発行に伴う諸準備 (3) 外部評価機関との協議

独立した外部評価の対象範囲

① セカンド・パーティ・ オピニオン	発行体とは独立した社会面での専門性を有する機関が、資金使途として予定されるプロジェクトの社会面での特徴等に対して <u>ソーシャルボンド原則との適合性等の査定</u> を行う
② 検証	ビジネスプロセスや社会的基準等に関して、専門機関から独立した検証を受ける
③ 認証	ソーシャルボンドやそれに関連するフレームワーク、又は調達資金の使途について、外部の社会的基準や分類表示への適合性に係る認証を専門機関から受ける
④ ソーシャルボンドスコアリング／格付け	ソーシャルボンドやそれに関連するフレームワーク又は調達資金の使途について、専門的な調査機関や格付会社等の資格を有する第三者機関の、確立されたスコアリング／格付手法に基づき、評価又は査定を受ける

3. ソーシャルボンドの発行準備を進めるにあたり悩んだこと

様々な設備投資の中で、どれがソーシャルプロジェクトとして適格か、判然としない

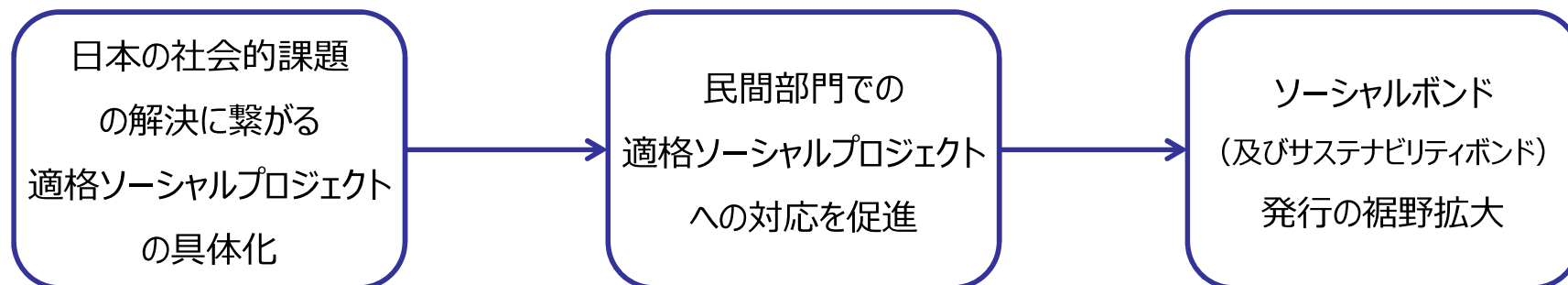
ソーシャルボンド原則に例示されているソーシャルプロジェクトに合致しているもの以外は、外部評価機関によって判断が分かれる

(発行体の事業内容にもよるが) 明らかに適格となるソーシャルプロジェクトへの投資額だけでは、金額が十分に積み上がらない (継続的に投資が必要なプロジェクトがない)

レポーティングの負担を考えると、発行するソーシャルボンドの年限を長くすることに躊躇する
(時間の経過とともに当初設定したKPIの重要性が低下した場合に、実績の把握が困難になる恐れ)

4. 本検討会議で策定するソーシャルボンドガイドラインに期待すること

毎年まとめられている「SDGsアクションプラン」をもとに、
日本としての社会的課題を明示し、その年の重点事項も参考に、
適格となるソーシャルプロジェクトを可能な限り具体的に例示して欲しい



ANA 