

# インパクト指標（経営指標）/社会インパクト

マテリアリティを起点とした事業活動を通じて、社会インパクトを創出する

	マテリアリティ/インパクト内容	インパクト指標	'23年度見込	'26年度目標	目指す水準	
社会インパクト	気候変動・環境負荷	当社グループのCO2排出量の削減	当社グループのCO2排出量削減率 (Scope1,2)	△34%※1 ('13年度比)	△50% ('13年度比)	カーボンニュートラル達成※2
	人口減少・少子高齢化	お客さまの保有資産の増加	お客さま1人あたりの総資産残高指数	100.0	108.0	121.0※3
	地域経済・産業の持続的な発展	お客さまの収益力の向上	事業所1社あたりのキャッシュフロー指数	100.0	109.0	131.0※3
	人的資本の拡充	従業員エンゲージメントの向上	従業員エンゲージメントスコア	70	72	76※3
		従業員の生産性の向上	従業員1人あたりお客さま営業利益	4.2百万円	5.6百万円	13.8百万円※3
	インテグリティの追求	顧客体験価値 (CX) の向上	お客さまCX指標※4	6.85	7.10	7.10以上維持※3
		情報開示の透明性向上	ステークホルダー対話回数	50回超	100回以上	毎年度100回以上継続
			ESG評価機関の評価スコア	—	スコア向上	スコア向上・維持

※1…'22年度 ※2…'30年度 ※3…'32年度 ※4…CX指標は、株式会社野村総合研究所のCXMM®（株式会社野村総合研究所の登録商標）に準拠して計測