

2020年8月4日



内海産業株式会社

サステナビリティレポート 2020



会社概要・企業理念

社名: 内海産業 株式会社 (英文社名:UTSUMI CO.,LTD.)

本社住所:東京都港区新橋 2-12-3

代表者:代表取締役社長 長野 慎(ながの まこと)

設立:1972年8月9日

資本金:5,000万円

従業員数:男性 121名 女性 54名 全社 175名

※育児休業中社員 3名(2020年8月4日時点)

事業内容:購買促進・販売促進

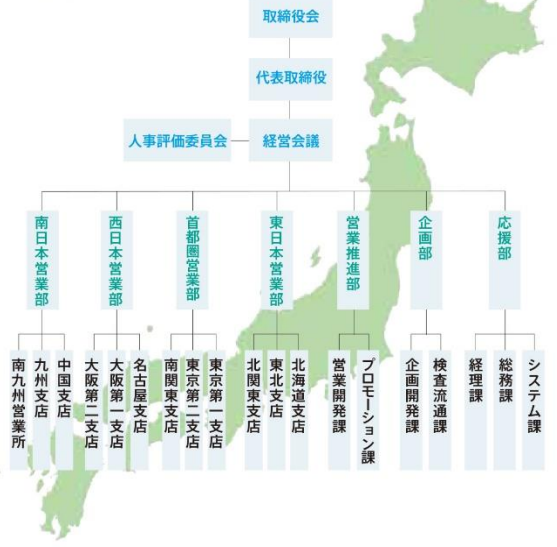
・プレミアムグッズ・SP ツールの企画開発・販売

・エリアキャンペーン・イベント・展示会の企画立案

・購買促進・販売促進専門誌発行

主要取引業種:家電/自動車/金融・保険/化粧品/不動産・住宅設備/飲料/食品/情報・通信/ファッション・アクセサリ/エネルギー・素材・機械/薬品・医療用品/精密機器/家庭用品/スポーツ/出版/流通・小売業/交通・レジャー/外食・各種サービス/官公庁・団体/教育・医療サービス/その他

組織図 ORGANIZATION CHART



■ 内海産業の企業理念

VISION

“購買促進”を、日本の常識に。

VALUE

《期待を超える3つのバリュー》
 たくさんの「ありがとう」を感じていただくために、
 内海産業はいつも「期待を超える価値」
 を提供します。

察知する力《最上の理解力》 **最上の着想で、購買欲に火をつける。**

お客様の声に真摯に耳を傾け、
 課題の本質を深く理解し、真のニーズを探ります。

企てる力《最上の企画力》

お客様だけでなく、その先の生活者の心理までをイメージし、
 つつ、オリジナリティとストーリーを大切にしたいアイデアを
 企画します。

完遂する力《最上の実現力》

圧倒的なスピードと柔軟な対応力を発揮しつつ、高い品質
 とコストパフォーマンスで驚きの企画を実現し、生活者の購買
 欲に火をつけます。

私たちは以上の価値を発揮することで、
 いつもお客様のそばに、購買促進のベストパートナーとして、
 末永い信頼関係を構築します。

社訓

SPIRIT《7つの内海スピリット》

- ・真摯に取り組み、仕事を楽しめ。
- ・プロとして主体性を持ち、走りながら考えよ。
- ・相手の懐にもぐりこみ、核心を掴め。
- ・自由に発想し、本気でユーモアを考えよ。
- ・鉄の結束で強みを活かし、切磋琢磨せよ。
- ・炎の情熱で不可能を可能にし、結果にこだわれ。
- ・素直さと謙虚さを大切に、学び成長せよ。

SLOGAN

買い物ゴコロに、火をつける。

DNA

らしさ・価値観



TOPメッセージ



2019年、内海産業は、ミッション実践とビジョン探究を通じて、「顧客価値と働きがい」を創造し「買い物を楽しみ、モノを大切に、持続可能な社会」に貢献する事を明らかにする為「SDGs 価値創造モデル(ぐるぐるリボンモデル)」と「8.4 宣言(ハッピーショッピング)」を定めました。

そして、SDGs へのコミットメントを社会に表明し、持続可能な開発目標達成に積極的に関与する事を目的に「国連グローバル・コンパクト」に署名しました。

内海産業は、ミッション「最上の着想で、購買欲に火をつける。」の実践によるお客様の購買促進のお手伝いを通じて、生活者に「買って良かった」という笑顔を増やし、同時に「経済成長と環境悪化の分断(8.4)」と「人々が持続可能な開発および自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにする(12.8)」へ貢献できると考えています。

奇しくも、2020年には新型コロナウイルスにより、我々の社会の持続可能性が問われる環境が到来しました。

コロナ禍で縮んだ経済活動を活性化させる事こそがわが社最大の使命である事を再認識するとともに、「我々は、地

球を救う機会を持つ最後の世代になるかもしれない。」という認識のもと、社会的距離が求められる環境であっても、わが社を取り巻くすべてのステークホルダー(顧客・生活者・協力会社・社員)を「ぐるぐるリボンモデル」のように強固に結びつけ

- ① 「New Normal(新常态)」に適合した事業への進化
- ② 働きがい・生産性の向上
- ③ SDGs への貢献により社会的責任を果たす

を経営の重点課題として事業に邁進し、バリューチェーンの総力をあげて「地球の未来」を創造して参ります。

そして、私は、内海産業が持続的に社会的使命を果たす為に、**国連グローバル・コンパクトの人権、労働、環境、および腐敗防止に関する 10 原則**を支持することをここに表明し、社会課題・環境責任を「我が事」と捉え、SDGs ならびに国連グローバル・コンパクトおよびその原則を、事業戦略や企業文化、日常業務により一層浸透させるべく継続した取り組みを行い、サステナビリティレポートにおいて、その取り組み状況をご報告する事を誓います。

内海産業 株式会社
代表取締役社長 長野 慎

	8.4	2030年までに、世界の消費と生産における資源効率を漸進的に改善させ、先進国主導の下、持続可能な消費と生産に関する10カ年計画枠組みに従い、経済成長と環境悪化の分断を図る。
	12.8	2030年までに、あらゆる場所の人々が持続可能な開発および自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにする。

8.4(ハッピーショッピング宣言)

内海産業のすべてのメンバーは、一枚岩となってミッション「最上の着想で、購買欲に火をつける。」を実践し、優れた商品・サービスの長期的・熱狂的ファンづくりをお手伝いし、カスタマーサクセスに貢献します。

そして、ビジョン「購買促進」を、日本の常識に。を探究し、「買ってうれしい」「買ってよかった」という「笑顔」を日本中にあふれさせ、同時に、SDGs(持続可能な開発目標)の達成に貢献します。

Environment ~地球に関して~
すべてのステークホルダーに地球環境の課題を積極的に発信し、社会の意識を喚起し、ともに解決する価値共創の輪を広げます。また、環境責任を「我が事」として捉え、経済成長と環境悪化が分断された地球の未来を実現します。

Social ~社会に関して~
「期待を超える3つのバリュー」を発揮する事で、人びとの買い物ゴコロに火をつけ、意欲ある購買を創出し、買い物を楽しみ、愛着を持ってモノを大切に社会を実現します。

Governance ~人に関して~
バリューチェーンの総力をあげて、人権と多様性を尊重する「誰一人取り残さない世界」の実現に貢献します。また、継続学習と承認文化により、多様な人材が主体的に強みを活かす働きがいのある職場を実現します。

SDGs 価値創造モデル

購買促進

顧客、生活者、協力会社を結ぶ「ぐるぐるリボン」の中心には、**承認文化**と**継続学習**があり、**Mission 最上の着想で、購買欲に火をつける。**が掲げられています。内海産業の強みを本心に良いものの価値を広げていくことで、**地球の未来**を創ります。

内海産業 重点取り組み課題 人権 ダイバーシティ ジェンダー 働きがい 個人消費の促進 少子高齢化 地球社会 プラスチックごみ 地球温暖化

国連グローバル・コンパクトについて

○国連グローバル・コンパクトとは

国連グローバル・コンパクト(UNGC)は、各企業・団体が責任ある創造的なリーダーシップを発揮することによって、社会の良き一員として行動し、持続可能な成長を実現するための世界的な枠組み作りに参加する自発的な取り組みです。

UNGC に署名する企業・団体は、人権の保護、不当な労働の排除、環境への対応、そして腐敗の防止に関わる10の原則に賛同する企業トップ自らのコミットメントのもとに、その実現に向けて努力を継続しています。

○国連グローバル・コンパクトの10原則

人権

1. 企業は、国際的に宣言されている人権の保護を支持、尊重すべきである。
2. 企業は、自らが人権侵害に加担しないよう確保すべきである。

労働

3. 企業は、結社の自由と団体交渉の実効的な承認を支持すべきである。
4. 企業は、あらゆる形態の強制労働の撤廃を支持すべきである。
5. 企業は、児童労働の実効的な廃止を支持すべきである。
6. 企業は、雇用と職業における差別の撤廃を支持すべきである。

環境

7. 企業は、環境上の課題に対する予防原則的アプローチを支持すべきである。
8. 企業は、環境に関するより大きな責任を率先して引き受けるべきである。
9. 企業は、環境に優しい技術の開発と普及を奨励すべきである。

腐敗防止

10. 企業は、強要と贈収賄を含むあらゆる形態の腐敗の防止に取り組むべきである。

○SDGsとは

2015年9月、全国連加盟国(193国)は、より良き将来を実現するために今後15年かけて極度の貧困、不平等・不正義をなくし、私たちの地球を守るための計画「アジェンダ2030」を採択しました。

この計画が「持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals: SDGs)」です。

SDGsは、ミレニアム開発目標で十分に手を打てなかった課題に加え、Rio+20で議論された深刻化する環境課題など17の目標と169のターゲットに全世界が取り組むことによって『誰一人取り残さない』世界を実現しようという壮大なチャレンジです。



The infographic displays the 17 Sustainable Development Goals (SDGs) in a grid format, each with a corresponding icon and number. To the right, a table lists five key features of the SDGs: Universality (all countries), Inclusiveness (leaving no one behind), Inclusiveness (all stakeholders), Synergy (integrated), and Transparency (regular follow-up). A photograph shows a person holding a circular graphic of the 17 SDG icons.

<SDGsの5つの特徴>	
普遍性	先進国を含め、 全ての国が行動
包摂性	人間の安全保障の理念を反映し 「誰一人取り残さない」
参画型	全てのステークホルダーが役割を
統合性	社会・経済・環境に 統合的に取り組む
透明性	定期的にフォローアップ

Environment

～地球に関して～



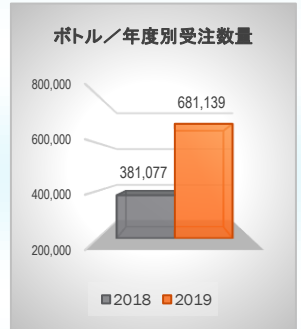
全てのステークホルダーに地球環境の課題を積極的に発信し、社会の意識を喚起し、ともに解決する価値共創の輪を広げます。また、環境責任を「我が事」として捉え、経済成長と環境悪化が分断された地球の未来を実現します。

○環境課題をともに解決する価値共創の輪を広げ、生活者のライフスタイルに変化をもたらす商品での貢献(プラスチックごみ、地球温暖化)

☆ペットボトルを削減し、経済成長と環境悪化の分断に貢献する「ボトル」の受注実績(オリジナル商品実績※除く特注)

681,139 本 (前年度比+78.7%)

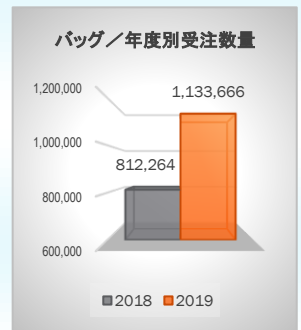
※1人あたりのペットボトルの利用本数は年間約 183 本(※PET ボトルリサイクル推進協議会調べ)と言われており、仮に 50%の人が弊社のボトルを積極的に利用し、年間利用本数の 1/5 の削減ができた場合、年間 12 百万本のペットボトル削減に貢献した事が推定されます。



☆レジ袋を削減し、経済成長と環境悪化の分断に貢献する「バッグ」の受注実績(オリジナル商品実績※除く特注)

1,133,666 袋 (前年度比+39.5%)

※1人あたりのレジ袋の利用枚数は年間 150 枚(※参議院 環境委員会調査室調べ)と言われており、仮に 50%の人が積極的に弊社のエコバッグを利用し、年間利用枚数の 1/5 の削減ができた場合、年間 17 百万枚のレジ袋削減に貢献した事が推定されます。



また、社内でも「まず我々自身が使う側になる事。そして結果としてセールスワークに厚みを増したい」との営業部の考えが発端となり、全部門で日常的にマイバッグ利用を習慣化するべく、エレベーターや出入口付近に社員共有のエコバッグを置き、行動変容を推進しております。



○地球環境の課題を発信し、社会の意識を喚起する商品での貢献(SDGs 啓蒙)

内海産業は「海洋プラスチックごみ」問題の解決に向けた環境省の「プラスチックスマート」キャンペーンに賛同し、プラスチックと賢く付き合う事の啓蒙につながる商品群を展開しております。

2019年6月に開催された『第15回 福岡国際ギフト・ショー』の「新製品コンテスト」で、「プラスチックスマート ショッピングカートバッグ」が“審査員特別賞”を受賞いたしました。



また、カタログ掲載する内海産業のオリジナル商品以外にもお客様からのご要望に沿い、SDGs の啓蒙に貢献する数々の各種特注商品の提供、社内浸透用の SDGs バッジのご紹介をさせていただきました。



さらに、SDGs 関連商品のメルマガでの継続的配信による啓蒙と合わせて、2019 年に出席した3つの展示会(東京・福岡・札幌)では、ブース内に SDGs コーナーを設置し、プラスチックスマート商品を始めとした SDGs 関連商品を展示し、たくさんの来場者から共感と前向きなご意見をいただきました。



○環境課題をともに解決する価値共創の輪を広げ、生活者のライフスタイルに変化をもたらす商品での貢献(食品ロス削減)

農林水産省が推進する食品ロス削減国民運動(NO-FOODLOSS PROJECT)の「食べものに、もったいないを、もういちど」の考えに賛同し、家庭での食品ロスを減らすとともに、NO-FOODLOSS PROJECT の普及・啓蒙に繋がる商品の発売を開始しました。

また、食品ロス削減への取組みとして、大手メーカーの余剰在庫を年末年始向けの商品「グルメプレミアム福袋」として企画し、賞味期限等を明示の上、販売を行いました。



○輸入商品の積載率向上と廃棄削減への取り組み

輸入物流に関わる CO₂削減に向け、貨物の積載率向上に努めており、2017 年度比+1.9%改善しました。また、回転期間が長くなった商品の福袋への活用や販売表彰などを通じ、廃棄削減に努めております。

▶ 輸入貨物積載率(直質分)

	2017 年度	2018 年度	2019 年度
コンテナ積載率	69.48%	67.28%	71.37%



また、エシカル消費への誘因として、購買促進用の日用品においてもサステナブル・ラベル商品の取り扱いを行っております。今後も取扱商品を増やし、認知度向上に努めて参ります。

○カタログの環境印刷

内海産業では、年 4 回カタログを発行しており、環境負荷を減らすべく、カタログの印刷は植物油に由来する「ベジタブルインキ」を使用し、2020 年春号カタログよりFSC認証紙へ切替ました。

今後は営業活動でのMAツール他デジタル技術の活用を進め、環境負荷低減に努めて参ります。

○コピー使用量削減による紙の削減(目標 2018 年度比 20%の削減)

弊社では、各種申請・稟議の電子化、金融取引等の電子取引への移行、テレビ会議推進等ペーパーレス化の推進により前年度比 10.7%のコピー使用量を削減しました。また、社内資料での裏紙使用・印刷方法の工夫により実質的な紙の使用量をさらに削減しております。

今後も 2020 年稼働予定の新基幹システム「Buy-Circle」による帳票削減、テレビ会議・電子稟議等の活用によりペーパーレス化を進めて参ります。

	2018 年度	2019 年度	削減枚数(削減率)
コピーカウンタ枚数	1,669,390	1,489,814	▲40,424(▲10.75%)



○COOL CHOICEへ賛同登録



気候変動への「負の影響の最少化」に努めるべく、環境省が推進する「COOL CHOICE」に賛同登録しました。各拠点で「SDGs の浸透」と「COOL CHOICE」を連動させ、省エネルギーと節電を意識し、エアコンの操作パネルやエレベーターのボタンに以下のようなワッペンを作成、貼り付けて取り組んでいます。

営業面でも地球温暖化対策のために、今できる「賢い選択」を推進して参ります。

■「COOL CHOICE」とは

2030 年度に温室効果ガスの排出量を 2013 年度比で 26%削減するという目標達成のため、脱炭素社会づくりに貢献する製品への買換え・サービスの利用・ライフスタイルの選択など、地球温暖化対策に資する「賢い選択」をしていこうという取組のことでです。



○本社ビルのLED切替、空調入替、オフィスカジュアル導入による消費電力削減

温室効果ガス排出量の削減の一つとして、2016 年 12 月に内海産業本社ビルのすべての照明を LED 照明に切替え、さらに 2017 年から 2018 年にかけて全館の空調機器の入替を行いました。

また、2019 年 2 月より「自分らしくいられる職場づくり」を目指し、オフィスカジュアルを導入し、クールビズ、ウォームビズの推進によりエアコン設定温度の適正化に努めました。

結果、本社の電気使用量は 235,326kWh (2016 年度) から 169,618kWh (2019 年度) へと 27.9%削減できました。

➤ 本社ビル電気使用量(kWh)

	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度
電気使用量(kWh)	235,326	217,058	183,347	169,618





「期待を超える3つのバリュー」を発揮する事で、人びとの買い物ゴコロに火をつけ、意欲ある購買を創出し、“買い物を楽しみ、愛着を持ってモノを大切に作る社会”を実現します。

○熱狂的ファンを増加させた成果「買促自慢・好事例」の質的・量的向上
 内海産業は、ミッション「最上の着想で、購買欲に火をつける。」の実践により、お客様の購買促進のお手伝いを通じて、日本中に「買って良かった」という笑顔を増やし、愛着を持ってモノを大切に作る生活者を増やす事で「経済成長と環境悪化の分断(8.4)」と「人々が持続可能な開発および自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにする(12.8)」へ貢献できると考えます。

従って、お客様から商品・サービスのファンづくりへの貢献、イベント等の成功に対する前向きなフィードバック(買促自慢)を得る事こそ、我々の最大の成果であり、事業を通じたSDGsへの中心的貢献だと考えます。

その成果の量的・質的向上の為に、内海産業はお客様の「成果」に真摯に向き合い、お客様からのフィードバックを組織内で情報共有し、皆が学び、改善し続ける営業活動により、「買促自慢」の量的向上を目指し、さらにその活動を「買促虎の巻」として体系的にまとめることを進めております。

また、優れた取り組みは毎月「ミッションアワード」として社内で共有・賞賛し、年に一度の全社員投票によるミッションアワードオブザイヤーの選定等を通じ、「質的向上」を持続的に図って参ります。

尚、内海産業社内では、『購買促進』の真ん中 2 文字を取って、「買促(カインク)」と呼んでおり、ビジョン「購買促進」を日本の常識に。」を浸透させる取組の一環として、2018年12月に一般社団法人日本記念日協会様に、「8月4日」を「買促(かいそく)の日」として認定していただきました。

■「買促の日」の由来

一年間でいちばん楽しい買い物をする日として定着してほしいという願いが込められております。日付は「楽しい買い物」を直英訳すると「ハッピー・ショッピング」となることから、8と4で「ハッピー(8)ショッピング(4)」の語呂合わせです。

○新型コロナウイルスから“日本の買い物と買い場(売り場)を守る事”を主目的に、2020年3月より不織布マスクの輸入販売を開始しました。

また、販売活動だけでなく、新型コロナウイルスの感染者数拡大を防止する活動を応援する為、下記団体を通じ、各協会会員病院ならびに老人保健施設に240,000枚のマスクを寄付致しました。

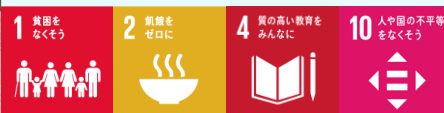
- 一般社団法人 東京都病院協会 様(105,000枚)
- 一般社団法人 愛知県病院協会 様(60,000枚)
- 一般社団法人 東京都老人保健施設協会 様(30,000枚)
- 公益社団法人 大阪介護老人保健施設協会 様(15,000枚)
- 公益社団法人 埼玉県介護老人保健施設協会 様(15,000枚)
- 一般社団法人 北海道老人保健施設協議会 様(15,000枚)



○TABLE FOR TWO とのコラボ企画「ふるさとごはん」の発売開始

特定非営利活動法人 TABLE FOR TWO international(以下TFT)のご協力のもと売上の一部を開発途上国へ学校給食として寄付する「ふるさとごはん」シリーズの発売を開始しました。

「ふるさとごはん」シリーズ商品の2019年7月～2020年6月末までの販売実績は19,226個となり、TFTを通じ開発途上国の子供たちに学校給食19,226食相当(19,226個×20円=384,520円)を提供しました。



また、TABLE FOR TWO さんが第3回ジャパンSDGsアワード『SDGs 副本部長(外務大臣)賞』を受賞した「おにぎりアクション」にたくさんの社員が「おにぎり画像のSNSへの投稿」を通じて参加しました。



○地域の文化・製品の買促

伝統的な地域文化との繋がりの濃い協力会社開拓と産品取扱量の増加を目指し、内海産業では農林水産省により選定された農山漁村の郷土料理百選から厳選した日本各地の産直品「農山漁村の郷土料理百選」から厳選した日本各地の産直品の発売を開始しました。

また、2018年のジャパン SDGs アワードを受賞した虎屋本舗様、大川印刷様の商品をノベルティとしてご提供する事で、生活者とのタッチポイントを創造し、SDGs への優れた取り組みの認知度向上につながる活動を行っております。



虎屋

2020年で創業400周年を迎える虎屋本舗は、創業1850年。創業地である北海道の恵みを生かして、日本各地の産直品を厳選し、お客様に届けることを使命としています。

創業 400周年

2020年7月1日(水)より、創業1850年を記念して、創業地である北海道の恵みを生かして、日本各地の産直品を厳選し、お客様に届けることを使命としています。

北海道ギフト抽選会

お客様からのご要望で「北海道産の厳選キット」が欲しい！カタログ見たらそのまの名称で掲載あるじゃないですか！予算が少し合わないので少し組み合わせて掲載で採用頂きました。納品までしっかりとフォローしていただきます。

INTERVIEW

8 働きがいも経済成長も

11 住み続けられるまちづくりを

○「日本パラリンピアンズ協会」の応援

内海産業は、一般社団法人日本パラリンピアンズ協会の「障がいの有無にかかわらず、誰もがスポーツを楽しめる社会の実現に向けた活動」を応援する為に、売上金の一部を同協会に寄付する商品を展開しています。2020年7月末現在の累計寄付額は2,224,523円となっております。



○「救缶鳥プロジェクト」への参加

内海産業では、パンアキモ様の非常食を備えることで、世界の飢餓救済の活動に参加できるプロジェクト『救缶鳥プロジェクト』に賛同し、全社員の非常食として「救缶鳥」を各部署に配備しています。

2019年9月に各拠点で非常食として備蓄していた「救缶鳥」に社員や社員の家族がメッセージを書き込み、NGO等を通じ世界中の飢餓や災害で苦しむ人々を救う食料として寄贈しました。この活動は今後も継続して参ります。



○「子ども食堂」の応援

内海産業では、社員がコーヒープレイクする際に積み上げた善意を、日本で最初に「こども食堂」を始められた「気まぐれ八百屋 だんだん」様に寄付しています(2020年3月末の累計寄付額 432,561円)。

また、社員がボランティアでのイベント参加や、廃盤商品のサンプルプレゼント等も実施しております。



○「おてらおやつクラブ」の応援

内海産業は「おてらおやつクラブ」の「貧困問題の解決への貢献」という活動趣旨に賛同し、協力会社のご理解のもと、賞味期限が迫った食品のサンプルや日用品等に、社員の善意を合わせ毎月寄付させていただいています。2017年2月以降、2020年7月時点で計41回の発送を行いました。

また、2020年には新型コロナウイルスの感染対策としてマスク30,000枚の寄付を実施しました。



○「使用済み切手」による応援

お客様の多様なニーズに対し、数多くの協力会社とともに「購買促進」に取り組む内海産業には、毎月、協力会社からたくさんの“請求書”が到来します。内海産業では、その請求書を入れた封筒に添付された「使用済み切手」を収集し、公益財団法人ジョイセフ様に送る事を通じ、「協力会社がたくさんある」という内海産業の「強み」を「途上国の女性支援」につなげる活動に取り組んでいます。



○エコキャップ

全国の社員が日々消費するペットボトルのキャップを収集し、再利用につなげるとともにNPOを通じてワクチン寄付に充当されており、累計86千個のキャップにより100.4人分のワクチン寄付へとつながりました。

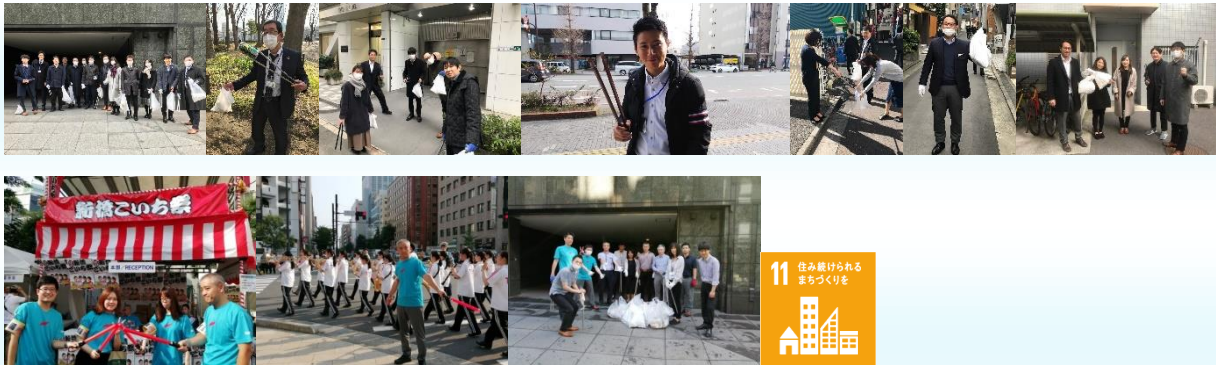


○地域社会への貢献(清掃活動他)

本社のある新橋地域だけでなく全国の支店・営業所で近隣の清掃活動を定期的にも実施しており、地域社会と

のつながりの強化を進めて参ります。

また、内海産業本社のある新橋地域の一員として毎年新橋駅前で開催される「新橋こいち祭」運営のお手伝いをさせていただいており、2019年の「新橋こいち祭り」で「パレードの警備・誘導」「会場の設営作業」と翌朝の「地域清掃」のお手伝いさせていただきました。





バリューチェーンの総力をあげて、人権と多様性を尊重する「誰一人取り残さない世界」の実現に貢献します。
また、継続学習と承認文化により、多様な人財が主体的に強みを活かす働きがいのある職場を実現します。

○内海産業の「機会均等宣言」

内海産業は、互いの人権が尊重され、個人の能力が最大限発揮できる職場づくりを目指すべく 2017 年 11 月に「機会均等」を宣言し、社員はもとより全てのステークホルダーへの差別を禁じる方針を明確化しております。

2017年11月 内海産業の「機会均等宣言」

内海産業の「機会均等宣言」は、互いの人権が尊重され、個人の能力が最大限発揮できる職場づくりを目指しています。

人権に関する企業の課題が多様化するなかで、それぞれの課題に全社員が共通の認識を持ち、取り組むことが重要であると考えています。

1. 内海産業株式会社は、機会均等主義を採るため、人種、宗教、肌の色、性別、年齢、身体障がい、国籍、又は、性的指向もしくは性自認にかかわらず、最適な人材を雇用し、各職務に就けるものとする。
2. 内海産業株式会社は、勤務する全従業員に対して人種、宗教、肌の色、性別、年齢、身体障がい、国籍、又は、性的指向もしくは性自認にかかわらず、他の従業員やその他会社の関係者について差別することを禁じる方針を採るものとする。



今後も多様性を「価値」と認める文化を浸透させ、女性活躍の推進、障がい者雇用、外国籍社員の採用、定年退職者再雇用などをすすめる、さらにメンバーの定着・活躍領域の拡大に注力して参ります。

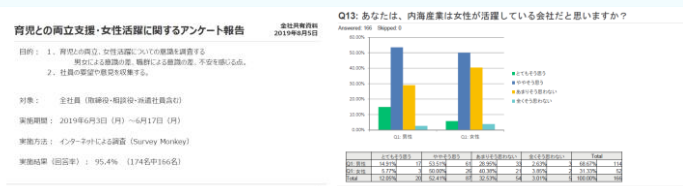
また、2020 年 3 月にジョブリタンの制度化を行いました。今後は在宅勤務・テレワークの活用など働き方の多様化も推進して参ります。



○女性活躍の推進

2019 年 6 月に社内で「育児と両立支援・女性活躍に関するアンケート」を実施し、社内で共有しました。

「えるばし認定」を目指し、女性社員やマネジメント層への教育の実施、各種会議やプロジェクト、チーム編成での「クォーター制」の意識浸透を図る事で活躍機会の増加を図るとともに、GCNJ「WEPs分科会」への参加等を通じ、先進事例から学び女性活躍を推進して参ります。



○サプライチェーンの人権尊重

児童労働・強制労働の排除・健康に害のあるような劣悪な労働環境の是正を行うべく、2019 年に企画部内で『人権・労働に関するアンケート』を策定し、ベトナム・中国で工場に対するCSRモニタリングを開始しました。

また、特注案件においても、工場環境確認時の「チャイルドレイバーフリー（児童労働がないか）」チェックの打診や乳幼児向け記念品の『安心・安全』確認強化等を開始しました。今後はバリューチェーンをさらに精査し、国内外でもモニタリング範囲を拡大して参ります。さらに、GCNJサプライチェーン分科会に参加し、CSR関連の最新動向や参加企業との事例共有、様々な企業のCSR推進を支援する各種アウトプット制作に努めます。



○社員の「心身の健康」

健康管理の柱となる定期健診の受診率は 100%を維持し、健診結果から有所見者に、面談や保健指導等のフォローアップを実施しています。さらに、30 歳以上の婦人科検診の受診率は 100%となっております（対象者数 2018 年度 27 名、2019 年度 31 名）。

また、「ストレスチェック制度実施規程」により、全ての社員がストレスチェックを受け、その結果は個人を特定できない形で部署別に集計・分析し、組織的メンタルヘルスの取組みを継続しております。

さらに、福利厚生制度「カフェテリアプラン」により、人間ドックやオプション検査の受診、禁煙補助などについてポイント適用対象とするなど、費用面のサポートを積極的に行っております。

さらに、「インフルエンザ予防接種の補助」ならびに新型コロナウイルスに対しては「衛生手当」の支給や「不織布マスクの配布」を行い、感染防止に努めております。



○「健康経営優良法人 2020」に認定

内海産業は、経済産業省が推進する“健康経営に取り組む優良な法人”として、『健康経営優良法人 2020』に認定されました。

今後も内海産業では、従業員の健康維持・増進を経営の重要テーマと位置づけ、残業時間の削減や人財共育、男性・女性社員の育児サポート、禁煙サポート等、社員一人ひとりが心身ともに健康で、いきいきと働ける会社を目指し、積極的に健康経営の推進に取り組んで参ります。

■健康経営優良法人とは

健康経営優良法人認定制度とは、地域の健康課題に即した取組や日本健康会議が進める健康増進の取組をもとに、特に優良な健康経営を実践している大企業や中小企業等の法人を顕彰する制度です。



○次世代育成支援(子育てサポート)

次世代を担う子ども達の育成、社員のライフステージを支えるキャリア支援策の一環として、積極的に子育て支援に取り組んでいます。

2018年8月より育児休業のうち10日間を男女ともに有給とし、2019年度に育児休業取得率100%を達成しました。育児休業以外にも「子の学校行事休暇」を特別休暇として制度化し、子のライフイベント(入学式・卒業式等)への積極的な参加を促す取組みも実施しております。

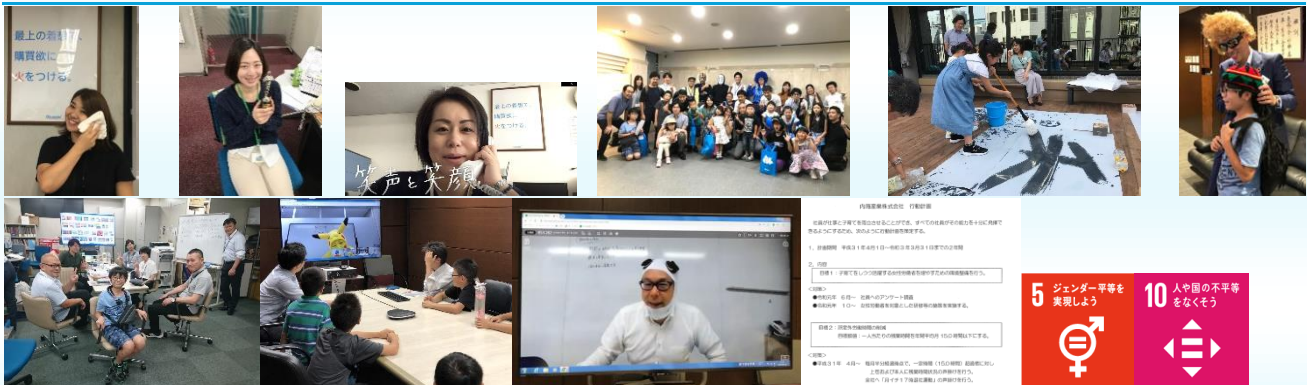
また、2019年8月に本社ビルにおいて、社員の家族が職場への理解を深め、同僚家族とコミュニケーションを取る事により社員同士の結束を強化するため「UTSUMI ファミリーデー2019」を開催しました。

さらに、子育てサポートの実効性を高めるべく、育児状況に合わせて選択できる「短時間勤務制度」を2020年3月に「小学校2年修了時まで(従来は小学校入学まで)」延長しました。

「くるみん」認定を目標に、今後も育児休業取得率100%を維持し地球の未来を担う次世代育成支援に注力して参ります。

➤ 育児休業取得者数

	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
育児休業取得者(男性)	0	1	4	5
育児休業取得者(女性)	1	1	1	3
育児休業対象者	6	5	6	8
育児休業取得率	16.6%	40.0%	83.3%	100%



○「トモニ」の登録(介護サポート)

内海産業では、厚生労働省が推進する「トモニ」に登録しました。

仕事と介護を両立できる職場環境の整備促進に取り組み、介護離職の予防に努めて参ります。



○褒め活(承認文化と継続学習)

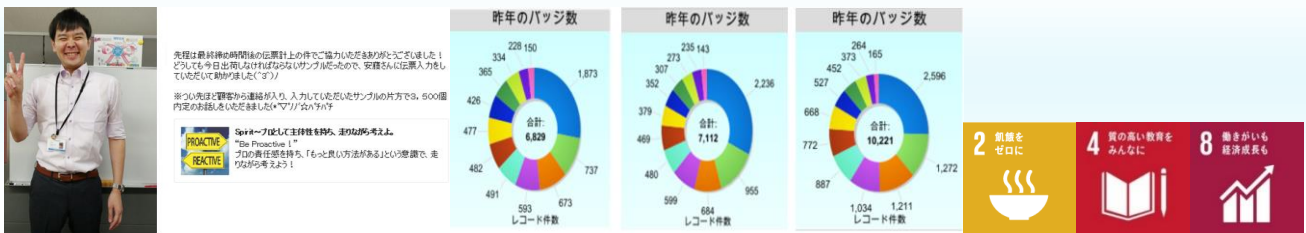
社員の「働きがい」を高めるべく、日々の理念を体現した「仕事(活動・案件・取組みなど)」に対し、Salesforceの“Chatter”上でバッジを贈る「褒め活」を実施しております。

2017年の「褒め活」開始以降、2017年 6,829個、2018年 7,112個と2019年 10,221個と実績は順調に推移しております。



そして、2018年分より「褒め活」×「TABLE FOR TWO」の取組みを開始し、「優れた仕事」を承認・賞賛する『褒め活』のバッジ数に連動した金額(20円/バッジ)を「特定非営利活動法人 TABLE FOR TWO International」に寄付致します(2019年分寄付実績 10,221個×20円=204,420円、累計寄付額 346,660円)。

「優れた仕事」を実践してお客様に貢献し、『褒め活』で承認する事で「働きがい」を高め、結果「ビジョンの実現」と同時に社会課題の解決につなげる「三方よし」の取組みを推進して参ります。



○人財共育・継続学習

すべての社員が「働きがい」をもって働くにとどまらず、主体的に「継続学習」する環境の整備を目指し、ラーニングエージェンシー社の「Biz Campus Basic」を導入(2019年度 総受講回数 333回)し、また、福利厚生制度「カフェテリアプラン」で、書籍購入や資格取得サポートを実施しております。

また、経営チーム・マネジメント職群を中心にダイヤモンド社の「ドラッカー塾」やフランクlin・コヴィー・ジャパン株式会社の「7つの習慣」への派遣研修を行っています。さらに、2019年から本社を中心に「UTSUMI 木鶏会」を開始し、「人間学」と「コミュニケーション」を学び、同時に連帯感強化に取り組んでおります。

2019年には人財共育の一環として、営業推進部の声掛けで、「販促コンペ」「宣伝会議賞(コピー大賞)」への主体的な参加を促し、初参加ながら販促コンペではチーム企画「きび団 GO プラン」が、応募総数 4,242点のうち、30点のファイナリストに選ばれ、同様に宣伝会議賞でも3次通過しました。

また、「サステナビリティ研修」の計画的実施に向け、世間よし委員会「ハナミズキ∞」メンバーを中心に先進的な取り組みを行う協力会社とのSDGs勉強会を実施、GCNJの各「分科会」への参加を通じ、他社の取り組みから学び、サステナビリティに対する社内の意識の向上に努めて参ります。



○有給休暇取得の推奨、残業の削減

「働きがい」と同時に「働きやすさ」を追求し、有給休暇取得推奨、時間外労働削減に努めております。有給休暇取得は「年間取得目標(7日以上)」を設定し、2019年度は微増ながら前年度比+0.14日増加しました。今後も「有給休暇取得率60%超」を目標に推進して参ります。

また、残業削減は、全社の月間平均残業時間「15.0時間以下」を目標として掲げ、「月イチ17時退社運動」や一定時間の超過者に対する声掛け、事務手続きの簡略化(決裁ルート削減・申請)等を実施し、平均残業時間を前年度比▲3:36削減しました。

2020年度は2020年稼働予定の新基幹システム「Buy-Circle」による生産性向上、仕事の廃棄、勤務間インターバル制度(10時間)の運用定着、テレワーク推進を進め、目標を達成します。

➤ 有給休暇の取得日数と取得率の推移

	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
平均取得日数(年)	4.13日/年	6.77日/年	9.37日/年	9.51日/年
有給休暇取得率	24.7%	40.2%	54.6%	54.2%

※取得率の算出は期末時点の在籍社員の「取得日数÷付与日数」で算出

➤ 残業時間の推移(単位:時間/月)

	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
全社員平均残業時間	45:04	38:11	20:35	16:59



○「働きがいのある会社」への取り組み

内海産業では、社員の働きがいを高める為、部門横断型のプロジェクト「Team WE(売り手よし委員会)」を組成し、Great Place to Work®(GPTW)が定義する「働きがい」を高める活動を行っております。

具体的には、毎年全社員に対して実施する「働きがいのある会社調査」を通じた組織課題の把握と改善策の立案・実践、「褒め活」の運用における「褒めポイント」の見直し、全社員が集まりビジョンを共有する「買促フェス」の運営、社内報「うつみん」の発行、各拠点でのイベント等を行い、企業理念を軸に連帯感を高め、「組織の全メンバーが持っている知識、経験、モチベーションの力を解放し、『主体的な活動』により驚くべき成果をあげる」エンパワーメントの実現に向け、日々改善活動を繰り返していきます。



▶ 人事関連データ

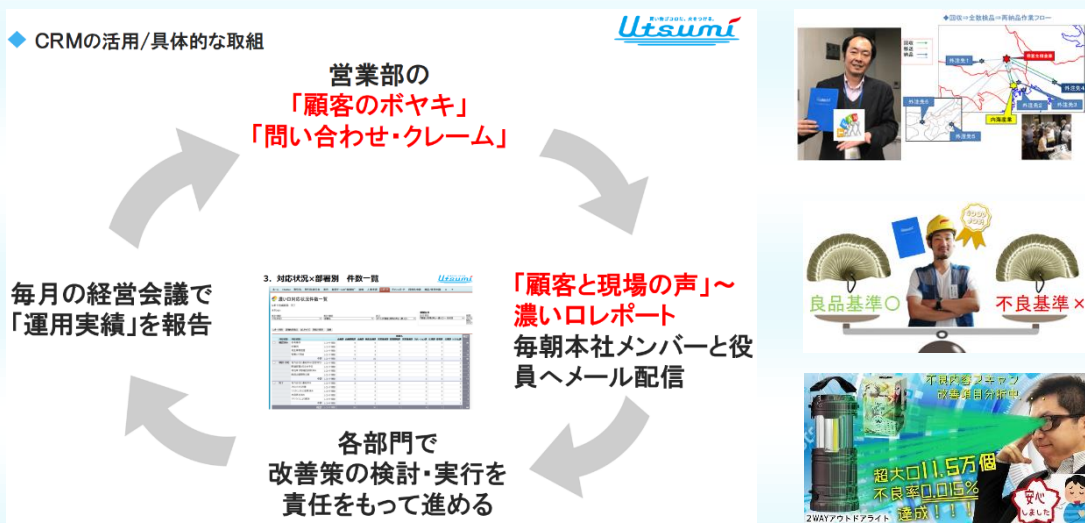
	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
期首社員数(除く取締役)	159	162	169	175
採用人数	12	15	14	9
採用数(男性)	7	6	5	3
採用数(女性)	5	9	9	6
定年退職者	0	1	0	1
定年退職者の再雇用	0	0	0	1
離職者数(除く定年退職)	9	7	8	10
離職者(男性)	4	2	5	4
離職者(女性)	5	5	3	6
離職率(除く定年退職)	5.6%	4.3%	4.7%	5.7%
期末社員数(除く取締役)	162	169	175	174
うち男性社員	116	119	119	118
うち女性社員	50	50	56	56
女性社員比率	30.8%	29.6%	32.0%	32.1%
執行役員	5	4	6	6
うち女性	0	0	1	1

○「顧客と現場の声」～濃い口レポート

内海産業では、お客様の声に全社を挙げて真摯に取り組む事を目的に、営業部門が日々顧客対応の中で接する「問い合わせ・クレーム」「改善要望(ボヤキ)」などをCRMの中で仕組み化し、翌朝に本社部門全メンバーと社長を含むすべての役員にレポート(「顧客と現場の声」～濃い口レポート)としてメール配信される仕組みを構築しております。

配信された要改善事項は、各部門で改善担当を決め、販売後不良率削減などの恒常的な品質改善への取り組み等を習慣化し、その運用実績を毎月の経営会議で報告する事としております。

今後も持続的にカイゼン続ける組織文化の定着を図って参ります。



○内部通報規程と内海産業ハラスメント 110 番

内海産業では、「内部通報規程」と社外に「内海産業ハラスメント 110 番」を設置し、「コンプライアンス違反の早期発見・未然防止」、「コンプライアンス違反の解決および再発防止」、「コンプライアンス違反に対する自浄能力を発揮する為の通報・相談の受け入れ」を行っています。

○反社会的勢力との断絶

内海産業では反社会的勢力との断絶を図るべく、すべての協力会社に対して「暴力団、暴力団員、暴力団準構成員、暴力団関係者、総会屋その他の反社会勢力(以下、反社会的勢力という)ではないこと、また反社会的勢力を利用していないこと、反社会的勢力に対して資金等を提供し、または便宜を供与するなどの関与をしないこと、詐術、暴力的行為、または脅迫的言辞を用いないこと、ならびに反社会的勢力との間で社会的に非難されるべき関係も有さないこと」の表明・保証を求めています。



○個人情報の保護



内海産業は、個人情報保護の重要性を認識し、購買促進のお手伝いを提供する企業として個人情報保護マネジメントを遵守し、個人情報を正確かつ適切に取扱い、透明性の高い企業活動を遂行します。

今後のサステナビリティへの取り組み

内海産業では自社の使命、強みを鑑み「買い物を楽しみ、モノを大切に作る持続可能な社会」の実現に向け、SDGs の 17 の目標、169 のターゲットの中で、貢献すべき課題を下記のターゲットと考えています。

	8.4	2030 年までに、世界の消費と生産における資源効率を漸進的に改善させ、先進国主導の下、持続可能な消費と生産に関する 10 年計画枠組みに従い、経済成長と環境悪化の分断を図る。
	12.8	2030 年までに、あらゆる場所の人々が持続可能な開発および自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにする。

特に今年度は、コロナ禍により落ち込む個人消費を活性化させ、カスタマーサクセスに貢献し前向きなフィードバックを得る事が、事業を通じた SDGs への中心的貢献だと考えます。



引き続き、お客様と現場の声に真摯に向き合う情報循環の仕組みを強化・加速し、「買促自慢・好事例」を「質」と「量」の両面で持続的向上に努めて参ります。

買促虎の巻



『お客様と現場の声』～濃い口～



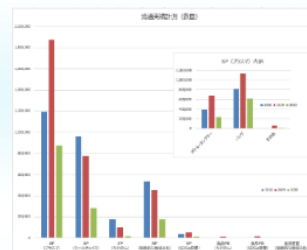
重点課題	活動領域	取組み施策	目標水準 (KPI)	推進担当	SDGs 目標
個人消費の活性化	顧客生活者	<ul style="list-style-type: none"> 「買促」企画の推進 セールステップ管理表の改善・更新 販売成功事例から学ぶ会議の運用定着 「買促虎の巻」の策定 	熱狂的ファンを増加させた成果として「買促自慢・好事例」の質的・量的向上 【量的目標】 営業部社員数×12 か月×1.1 件/月以上	営業部 買促 TIGER	 

◎「正の影響の最大化」「負の影響の最小化」に向けて

新商品開発では、SDGs 実現に貢献する 6 つの開発テーマの定義と流通実績の測定方法を整備しました。

今後も、コロナ禍での個人消費の活性化を図ると同時に、企画部による新商品開発ならびにお客様へのご提案（営業部・営業推進部）を行い、重点開発テーマの流通実績の増加を通じて「経済成長と環境悪化の分断」に貢献して参ります。

重点開発テーマの商品においては、商品の開発意図と生活者の利用シーンを検証し、ライフスタイルの変化による地球環境の課題解決に向け、ストーリーづくり、パッケージの表示等へ反映させていきます。



◎重点開発テーマ

重点開発テーマ	カテゴリ名	具体的商品例	SDGs 目標
環境課題をともに解決する価値共創の輪を広げ、生活者のライフスタイルに変化をもたらす商品(プラスチックごみ削減)	プラスチックスマート		12 つくも責任をつかさどる 14 海の豊かさを守ろう
環境課題をともに解決する価値共創の輪を広げ、生活者のライフスタイルに変化をもたらす商品(食品ロス削減)	ろすのん		8 働きがいも経済成長も 12 つくも責任をつかさどる
環境課題をともに解決する価値共創の輪を広げ、生活者のライフスタイルに変化をもたらす商品(循環型社会)	3R(スリーアール)		11 住み続けられるまちづくりを 12 つくも責任をつかさどる
環境課題をともに解決する価値共創の輪を広げ、生活者のライフスタイルに変化をもたらす商品(地球温暖化防止)	クールチョイス		12 つくも責任をつかさどる 13 気候変動に具体的な対策を
地元の文化・産品の買促につながる持続可能な観光業を促進するための商品(地域社会)	伝統的な地域文化		8 働きがいも経済成長も 12 つくも責任をつかさどる
SDGs の認知度向上につながり、生活者の意識向上を喚起する商品 (SDGs 認知向上)	SDGs 啓蒙		

Environment

～地球に関して～



全てのステークホルダーに地球環境の課題を積極的に発信し、社会の意識を喚起し、ともに解決する価値共創の輪を広げます。また、環境責任を「我が事」として捉え、経済成長と環境悪化が分断された地球の未来を実現します。

上記の重点開発テーマ以外に「環境」に対する「負の影響」の低減に向け下記事項に取り組みます。

重点課題	活動領域	取組み施策	目標水準(KPI)/期限	推進担当	SDGs 目標
地球温暖化	内海産業協力会社	物流効率改善による CO ₂ 削減	輸入貨物コンテナ積載率の向上(73%以上)/2020 年度	企画部	13 気候変動に具体的な対策を
地球温暖化	内海産業	ペーパーレス化促進 経理業務の電子化	コピー使用量 2018 年度比 20%の削減 /2020 年度	応援部	13 気候変動に具体的な対策を 15 陸の豊かさを守ろう
地球温暖化	内海産業	本社での電気使用量の可視化	本社での電気使用量 2016 年度比 30%の削減 /2020 年度	応援部	13 気候変動に具体的な対策を 15 陸の豊かさを守ろう
地球温暖化	内海産業	リモート商談、会議促進による移動削減	国内外の商談・現地視察のリモート化による移動削減ならびに習慣化	全部門	13 気候変動に具体的な対策を


Social

～社会に関して～





「期待を超える3つのバリュー」を発揮する事で、人びとの買い物ゴコロに火をつけ、意欲ある購買を創出し、“買い物を楽しみ、愛着を持ってモノを大切に作る社会”を実現します。

コロナ禍で低迷する全国の観光関連事業者を支え、かつ、個人消費活性化への施策に活用する事を目的に、「8.9 産品買促キャンペーン」として全国で新規の協力会社開拓に全社で取り組みます。

	8.9	2030年までに、雇用創出、地元の文化・産品の販促につながる持続可能な観光業を促進するための政策を立案し実施する。
---	-----	---

また、新型コロナウイルスの影響が終息するまでは“日本の買い物と買い場(売り場)を守る”ために、働く人たちと買い物をする人たちが安心して買い物ができる環境づくりに寄与する商品の開発・販売にも注力して参ります。




重点課題	活動領域	取組み施策	目標水準(KPI)/期限	推進担当	SDGs 目標
地域社会	協力会社	地域の文化・産品の購買促進	伝統的な地域文化との繋がりの濃い協力会社開拓と産品取扱量の増加	企画部 営業推進部 営業部	
SDGs 浸透	内海産業	展示会でのSDGsコーナー設置による啓蒙	New Normalな展示会展出スタイルの確立/SDGsを起点にした新規顧客開拓	営業推進部	

Governance

～人に関して～



バリューチェーンの総力をあげて、人権と多様性を尊重する「誰一人取り残さない世界」の実現に貢献します。また、継続学習と承認文化により、多様な人財が主体的に強みを活かす働きがいのある職場を実現します。

重点課題	活動領域	取組み施策	目標水準(KPI)/期限	推進担当	SDGs 目標
人権	協力会社 工場	サプライチェーンの人権尊重	・児童労働・強制労働の排除、健康に害のある劣悪な労働環境の是正に向けたサプライチェーンへの「CSR モニタリング」の実施 /2020年12月	企画部 営業推進部	
人権	協力会社 工場	社会的基準によるサプライヤー選定ルール策定	・サプライヤー選定に関する公正な方針を確立し、サプライチェーンに経済的包摂を高める /2021年3月	企画部 営業推進部	
人権 地球温暖化	協力会社 工場	CSR 調達基準の策定 食品事業者の HACCP 対応確認	・サプライチェーンの透明化・生活者の安全への対応強化 /2021年3月	企画部 営業推進部	

少子高齢化	内海産業 協力会社	高齢者・子ども対象商品 のガイドライン制定	・製品、サービスの情報とラベリングに関 して、各事項の情報を記載する /2020年12月	企画部 営業推進部	
働きがい	内海産業	働きがいの創出	・GPTW「働きがいのある会社」ランクイン・ (離職率5%以下)/2022年度	Team WE 応援部	
働きがい	内海産業	健康経営の促進	・健康経営優良法人(平均残業時間15時間 /月以下、有給休暇取得率60%以上、喫煙率 3%以上の改善)/2021年度	応援部 安全衛生委員会	
働きがい	内海産業	継続学習と人材共育 (社内啓蒙研修)	・サステナビリティ研修の計画的実施 /年間2回以上 ・調達部門におけるCSR調達勉強会実施 /年間6回以上 ・LGBT等 인권に関する研修の実施 /年間1回以上	ハナミズキ∞ 営業推進部 企画部 応援部	
ジェンダー	内海産業	女性活躍の推進	・えるぼし認定(男女別平均勤続年数の比率・ 管理職、専門職の女性比率) /2024年度	応援部 Team WE	
少子高齢化	内海産業	両立支援の充実	・働く人のチャイルドプラン導入(不妊治 療、不育症治療のインフラ整備と相談窓 口の設置)/2020年度 ・くるみん認定(育児休暇取得率100%維 持)/2021年度	応援部	
少子高齢化	内海産業	介護と仕事の両立 テレワーク制度	・トモニン推進(介護と仕事の両立支援で 介護離職を防止する)/2020年度 ・テレワーク規程制定とインフラ整備 /2020年度	応援部	

ここに掲示した取り組みのみならずわが社の「バリューチェーン」を各部門で継続的に見直し、「負の影響の最小化」「正の影響の最大化」に向けた取り組みを継続的に実践に結び付け、SDGsの実現にバリューチェーン全体を通じて貢献して参ります。





買い物を楽しみ、モノを大切にする
持続可能な社会づくりに貢献する。



結果、長期的・熱狂的なファンが増え、そして、多くの顧客が100年愛される企業へ・・・。

