

2021年6月21日



内海産業株式会社

サステナビリティレポート 2021



# 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 117名 女性 57名 全社 174名

※育児休業中社員 2名(2021年5月31日時点)

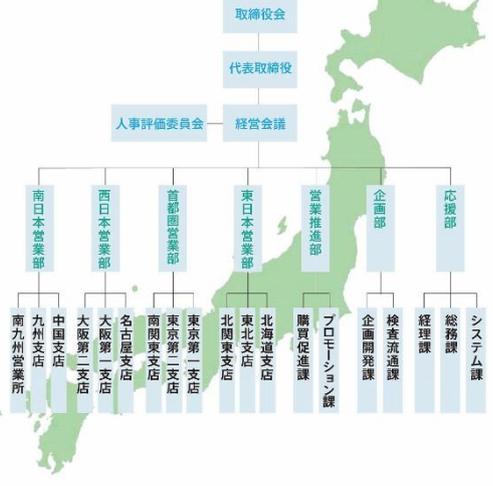
事業内容:購買促進・販売促進

- ・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いる、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)」を制定し、内海産業の重点取組課題(人権、ダイバーシティ、ジェンダー、働きがい、個人消費の低迷、少子高齢化、地域社会、プラスチックごみ、地球温暖化)を中心に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。

2020年度は、コロナ禍で経済活動が停滞するなか、お客様、社員など各ステークホルダーの安心・安全を最優先に業務を継続し、内海産業のミッションに基づき経済活性化に努めて参りました。結果、サステナブル重点開発テーマ商品の流通量は前年度比+154.3%の大幅な増加となりました。また、2021年3月に「サステナブル調達

方針」と「価値共創ガイドライン」を制定しました。

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が、人類はコロナ禍を乗り越え、脱炭素社会の実現に向け各国が力強い宣言をし、「グリーンリカバリー」を合言葉に前進しております。

2021年度は、顧客貢献を通じた地域経済活性化への貢献こそわが社の使命である事を再確認し、持続可能な購買促進に集中するとともに「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、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)を強固に結び、サステナブル調達方針に基づき我々の強みを強化し、バリューチェーンの総力をあげて正の影響を最大化し「地球の未来」を共創して参ります。

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、日常業務に実装し、利他のココロをもってSX(サステナブル・トランスフォーメーション)を実現させる取り組みを行い、サステナビリティレポートにおいてその実践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(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する社会を実現します。

**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



# 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、強要や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。

**SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS**  
世界持続可能な開発目標

<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

Utsumi  
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS  
ご販売のお手伝い

# 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なる。

## ◎「正の影響の最大化」に向けて

事業を通じた「正の影響の最大化」のために、お客様を通じて生活者・社会に流通する商品において、SDGsのターゲット8.4ならびに12.8に貢献するべく、内海産業ではSDGs実現に貢献する6つの「サステナブル重点開発テーマ」を定め、その流通実績を測定し、流通量の増加を目指しております。

## ☆サステナブル重点開発テーマ

重点開発テーマ・貢献内容	カテゴリ名	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	 
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	 
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)	 
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	 
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	 
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	

2020年度のサステナブル重点開発テーマ商品の流通量は5,098,408個(前年度比+154.3%)と大幅な増加となりました。

主に、2020年7月から実施された「レジ袋の有料化」を背景に、「プラスチックスマート」カテゴリのバッグ(エコバッグ)の供給量が大幅に増加し、ペットボトル削減につながるボトル・タンブラーも前年に引き続き高水準の流通となり、前年度を大幅に上回る流通実績となりました。



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。

# 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。

○プラスチックごみ削減～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の流通実績

☆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)

2,765,560 袋(前年度比+143.94%)

※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 41 百万枚のレジ袋削減に貢献した事が推定されます。



☆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

698,804 本(前年度比+2.59%)

※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 12.8 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。



○地球温暖化防止～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の流通実績

☆地球温暖化を意識し、生活者のライフスタイルに変化をもたらす商品の受注実績

 912,212 個(前年度比+17.03%)

内海産業では、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」に賛同登録しております。脱炭素社会を目指し、地球温暖化対策に繋がる商品の企画開発を進めております。



また、対象商品の一つ「しろくまガラスマグ」においては、パッケージに地球温暖化による影響を伝えるコラム「北極の生きものたちが大ピンチって知ってる？」を掲載し、地球温暖化の課題を発信し、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る展開を実施しております。営業・業務運営の両面で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り組みの事です。さらに、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。



○3R 循環型社会～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の流通実績

☆地球温暖化を意識し、生活者のライフスタイルに変化をもたらす商品の受注実績

99,356 個 (前年度比+130.0%)

Reduce (リデュース)、Reuse (リユース)、Recycle (リサイクル) を重要課題と捉え、廃棄物の減少・長く使用できるモノ作り・リサイクル素材の再利用などステークホルダーと一体となり循環型社会を意識した商品を販売しました。



○食品ロス削減～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の流通実績

7,072 個 (前年度比▲41.01%)



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、もういちょ」の考えに賛同し、家庭での食品ロスを減らすとともに、プロジェクトの普及・啓蒙に繋がる商品を食品だけでなく雑貨の分野でも販売を開始致しました。

また、食品ロス削減への取り組みとして、上記数量とは別に食品メーカーの余剰在庫を年末年始向けの「グルメプレミアム福袋」として企画し 5,080 袋販売致しました。尚、本年より「グルメプレミアム福袋」のセットアップは福祉作業所にて実施しました。



### ○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CO<sub>2</sub>削減に向け、貨物の積載率向上に努めており、2017年度比+0.3%の水準ではあるものの、残念ながら前年度比▲1.55%低下しました。

商品梱包の副資材見直しや回転期間が長くなった商品の福袋への活用、販売表彰による廃棄削減の取り組み、国内物流における出荷個口数の取り纏めなどを通じ、環境負荷の低減に努めております。

また、コロナ対応として現地訪問による視察・検証のリモート化や外部機関へのアウトソーシングにより、社員の海外渡航は0回となりました。

#### ▶ 輸入貨物積載率(直貿分)

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
コンテナ積載率	69.48%	67.28%	71.37%	69.82%



### ○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)

内海産業では、各種申請・稟議の電子化、金融取引等の電子取引への移行、リモート会議推進等ペーパーレス化の推進により前年度比 12.15%のコピー使用量を削減し、2018年度比 20%削減という目標を達成しました。

さらに、今年度稼働予定の新基幹システム「Buy-Circle」による帳票削減、リモート会議・電子稟議等の活用によりペーパーレス化を進め、2018年度比 25%以上の削減を目標に掲げ、削減を促進して参ります。

	2018年度	2019年度	2020年度	18年度比削減数(率)
コピーカウンタ枚数	1,669,390	1,489,814	1,308,808	▲360,582(▲21.60%)



### ○バナナペーパー名刺への切り替えとカタログの環境印刷

内海産業全社員の名刺に使用している紙を「バナナペーパー※」に切り替えました。

また、内海産業では、年4回発行するカタログの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認証紙へ切替え、継続使用しております。

さらに、社内のペーパーレス化の促進と併せて、「出ってしまった紙をゴミにしないこと」を目的に社内でも不要になった紙類を古紙回収し、リサイクル推進しております(年2回実施)。

今後は営業活動でのMA他 IT 活用を進め、プロモーションでの環境負荷低減に努めて参ります。



※「バナナペーパー」は、アフリカのザンビア産のオーガニックバナナの茎の繊維に古紙または森林認証パルプを加えて作ります。フェアトレードにより原産地の安定的な雇用の創出によって途上国の貧困問題と、環境問題を解決したいという想いから生まれたエシカルな紙です。

### ○本社ビルの消費電力削減

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照明に切り替え、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、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。

また、本社ビルのリニューアルに際しては、採光を改善するとともに、各種ミーティングスペースの改善、個室ブースの設置などにより消費電力の抑制に努めております。

さらに、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『COOL CHOICE』のワッペンやSDGsタイル等を貼り付けて推進しています。結果、本社の電気使用量は235,326kWh(2016年度)から172,909kWh(2020年度)へと26.5%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	2020年度
電気使用量(kWh)	235,326	217,058	183,347	169,618	172,909



# Social

～社会に関して～

8 働きがいも  
経済成長も



12 つくる責任  
つかう責任



「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 買促自慢・好事例の年間実績 1,765 件(目標達成率 140.53%)

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(カインソク)」と呼んでおり、ビジョン「購買促進」を日本の常識に。」を浸透させる取り組みの一環として、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。



○「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 Salesforce を活用して、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、各部門で改善担当者を決め、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。

・2020 年度 向き合った「顧客と現場の声」1,993 件

・「顧客と現場の声」からの業務カイゼン

⇒品質改善着手件数 71 件、並びに販売後不良率目標の達成

⇒「顧客と現場の声」から生まれた新商品 27 点

今後も持続的にカイゼンし続ける組織文化の定着を図って参ります。



○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実施しました。

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)



○伝統的な地域文化～地元の文化・製品の買促につながる持続可能な観光業を促進する商品の流通実績 455,359 個(前年度比 100.5%)

今治タオルなどの全国の有名なタオル産地や繊維業の盛んな地域(愛媛・奈良・大阪・静岡)のマスクを新たに開発しました。これにより地域文化を紹介する商品の取扱い点数は 25 点となりました。



○地元の文化・製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)

2020 年度販売実績:35,007 個

伝統的な地域文化との繋がり、濃い協力会社開拓と製品取扱い量の増加を目指し、内海産業では 8.9 産品買促キャンペーンと題して、全国の営業拠点でその地域ならではの協力会社の開拓を実施しました。年間で 21 社の協力会社と新規取引を開始し、各社の地域産品を販売致しました。

また、虎屋本舗様、大川印刷様、シャボン玉石けん様など SDGs 実現に向けて優れた取り組みをしている企業の商品をノベルティとして流通する事で、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。



○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 を啓蒙する商品の受注実績(オリジナル商品実績※除く特注)

25,345 個(前年度比▲49.85%)

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。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。



また、社内浸透の一環で、本社ビルリニューアルに伴い本社ビルの階段に SDGs の17目標と SDGs 価値創造モデル(ぐるぐるリボンモデル)を描き、日々SDGs と仕事のつながりを意識し業務に邁進しております。



○TABLE FOR TWO とのコラボ企画「ふるさとごはん」シリーズの販売

特定非営利活動法人 TABLE FOR TWO international 様(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」シリーズを販売しました。

「ふるさとごはん」シリーズ商品の 2020 年 1 月～2020 年 12 月末までの納品実績は、18,129 個となり、実績金額(18,129 個×20 円=362,580 円)を発展途上国の子どもたちへ TFT を通じて寄付致しました。

「ふるさとごはん」シリーズの TFT を通じた開発途上国の子供たちへの学校給食の提供は、累計 32,341 食相当(32,341 個×20 円=646,820 円)となりました。



また、TFT 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。



○シトラスリボンに賛同した商品の開発・販売(コロナ禍の医療従事者への応援、SDGs 啓蒙)

コロナ禍での差別・偏見を耳にした愛媛の有志がつくった「シトラスリボンプロジェクト」を応援し、啓蒙に繋がる商品を発売しました。「シトラスリボン」シリーズの売上の一部は「公益社団法人 日本医師会」へ寄付されます。今後も「新型コロナウイルス感染症の対応にあたる医療従事者・医療現場への支援」を応援して参ります。



○「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。「日本パラリンピアンズ協会応援プロジェクト」の 2020 年 1 月～12 月末までの商品別に設定した寄付金額合計は 144,650 円となり、2014 年 1 月からの累計寄付額は 2,280,828 円となっております。



### ○New Normal な展示会出展スタイルの確立/ SDGsを起点にした新規顧客開拓

2020年9月(東京・大阪)、2021年3月(東北)3つの展示会では、徹底した感染防止対策を行い、New Normal な展示会出展スタイル確立へのチャレンジを行いました。

SDGs コーナーや、感染防止コーナーを設置し、6つの重点開発テーマの商品を中心とした、SDGs関連商品を展示し、たくさんのご来場者から共感頂き、SDGsを起点にした新規お取引に繋がっています。



### ○「子ども食堂」「全国福祉施設」の応援

内海産業では社員がコーヒブレイクする際に積み上げた善意を、日本で最初に「子ども食堂」を始められた「気まぐれ八百屋 だんだん」様に寄付しており、2020年1月～2021年2月の実績は106,917円となりました(2021年3月末の累計寄付額539,478円)。

また、「涼果の輝き アソートフルーツゼリー」の全国福祉施設への寄付や、「グルメプレミアム福袋」を子ども食堂・児童養護施設など全国100カ所の団体に9,600組寄附を行いました。この寄附を通じて、多くの子ども達の「笑顔」に繋がったと沢山のお礼や感謝状をいただきました。



### ○「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、2021年5月時点で計51回の発送を行いました。

また、2020年度に新型コロナウイルスの感染対策として不織布マスク137,300枚の寄付を実施しました。



### ○「使用済み切手」による応援

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、請求書を入れた封筒に貼付された「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、2020年度実績:18千個/18.2人分（累計104千個のキャップにより118.7人分）のワクチンへとつながりました。



### ○「救缶鳥プロジェクト」への参加

内海産業では、パンアキモト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。2020年度は2期目の「救缶鳥」を各部署に配置しております。



### ○SDGs推進私募債の発行

2021年3月に「SDGs推進私募債」を発行いたしました。本私募債発行手数料の一部がりそな銀行様よりSDGs関連団体（一般社団法人 SDGs市民社会ネットワーク様）へ寄付されました。



### ○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。



# 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。

## ○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、個人の強み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。

## ◎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、また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

女性社員の活躍について「内海産業」として取り組む意義を掘り下げ、明文化し、全社に共有できるようにし、具体的なアクションを進めるにあたり「掘りどころとなる考え方を固めること」を目的に『Bluem(ブルーム)～D&Iを実現する委員会～』がスタートしました。

今後は「えるぼし認定」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「フォータ制」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取り組み  
 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ことを目的に、企画部・営業推進部のメンバーを中心に『SHIPS～SCMを強みにする委員会』がスタートしました。

同委員会により、2021年3月に内海産業全社の調達方針（行動規範）『内海産業 サステナブル調達方針』と重要なパートナーである協力会社各社とともにサプライチェーン全体で社会的責任を果たしていくための『価値共創ガイドライン』を策定しました。今年度は社内浸透を図り、実践に繋げて参ります。

### ◎『内海産業 サステナブル調達方針』と『価値共創ガイドライン』の構成

内海産業 サステナブル調達方針		価値共創ガイドライン	
1	サステナビリティへの貢献	1	サステナビリティへの貢献
		2	人権・労働、安全衛生への配慮
		3	環境への配慮
2	品質・安全の確保	4	品質・安全の確保
3	相互信頼に基づく共存共栄	5	相互信頼に基づく共存共栄
4	公正・公平な取引	6	公正な行動
5	法令・倫理の遵守	7	地球の未来に向けた共創体制

**内海産業 サステナブル調達方針**

私たち内海産業は、8.4（ハッピーショッピング）宣言に則り、ここに、内海産業 サステナブル調達方針を定め、バリューチェーンの能力をあげて、社会課題をともに解決する価値共創の輪を広げ、買い物を楽しみ、モノを大切に、持続可能な社会づくりに貢献します。

**1 サステナビリティへの貢献**

内海産業は、調達活動を通じて『誰一人取り残さない』持続可能な社会づくりに貢献を目指します。この考え方を協力会社の皆様と共有し、人権、労働、環境等の社会課題への取り組みに対する期待事項を定めた『内海産業 価値共創ガイドライン』を明示することで、協働による取組を進めます。さらには協力会社の皆様とサステナブルな活動について継続学習しながら、価値共創の輪を広げていきます。

**2 品質・安全の確保**

内海産業は、提供する商品やサービスをお客様に安心してご利用いただくために、調達活動の実践において品質と安全を優先します。

**内海産業 サステナブル調達方針**

**3 相互信頼に基づく共存共栄**

内海産業は、協力会社の皆様との相互信頼関係を構築し、調達活動を通じて共存共栄を築き、さらには二人三脚で持続可能な社会づくりに向けた取り組みを推進します。また、調達活動を通じて、地域社会の持続的な発展に貢献するよう努めます。

**4 公正・公平な取引**

内海産業は、調達活動を行うにあたり品質、価格、納期はもちろんのこと、技術力や安全性、法令・社会規範の遵守状況、サステナビリティへの取り組み状況等も加味した総合的な判断を行うことで、公正かつ公平に調達します。

**5 法令・倫理の遵守**

内海産業は、事業に関わる各国の法令や社会規範を遵守し、公正・透明かつ適切な調達活動を行うとともに、不当な金銭・贈答品等の授受を禁止し、腐敗防止を徹底します。また、調達取引を通じて得られた協力会社の皆様の情報・個人情報も適切に管理・保護します。

また、「内海産業 サステナブル調達方針」と「価値共創ガイドライン」を基に作成した『価値共創アンケート』を策定しました。2021年度に各協力会社にアンケートを実施し、バリューチェーンをさらに精査し、ベストプラクティスから学び、国内外でモニタリング範囲を拡大し、価値共創の和を広げて参ります。

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。



### ○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、『人権・労働に関するアンケート』を策定し、バングラディッシュ縫製工場、中国ステンレスボトル工場に対し、『人権・労働に関するアンケート』によるCSRモニタリングを実施しました。また、今年度実施予定の『価値共創アンケート』に児童労働・外国人技能実習生対策に関する要素を盛り込みました（アンケートは2021年度実施予定）。

さらに、特注案件においても、工場環境確認時の「チャイルドレイバフrees（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。



### ○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6月の HACCP 義務化に向け、HACCP 講習会へ参加しその実情を把握し、各協力会社の対応状況把握のため、アンケートを作成し、全 277 社に対する配信・回収を実施しました。

アンケート結果に基づき、自社基準・メーカー確認対象の食品事業者に対し宣言書にて対応を確認。認証対象の食品事業者に対する管理方法として Salesforce を活用した管理システムを構築しております。

また、2021 年春号カタログより子どもの利用が想定される商品に対して、品質表示に取扱い注意事項を追記し、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ように努めております。



### ○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。



○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・取り組みなど)」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、2019 年 10,221 個、2020 年 10,303 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」の取り組みを開始し、「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 様(以下 TFT)に寄付しております(2020 年分寄付実績 10,303 個×20 円=206,060 円、累計寄付額 552,720 円)。

また、2020 年の「褒め活×TFT」及び「ふるさとごはん」による当社の応援に対し、「TFT ゴールドパートナー」として認定いただき、感謝状を受領いたしました。

さらに、TFT を取り上げたテレビ番組でも内海産業が取り組んでいる「褒め活」を取り上げていただきました。今後も「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」の取り組みを推進して参ります。



○「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、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・実践とともに、オンラインで全社員が繋がりビジョンを共有する「買促フェス ~on-line」の運営、各部門での「何をもって憶えられたいか」をテーマとした「部門対抗動画コンテスト"U-Tube"」の開催、社内報「うつみん」の発行(年 4 回)、各拠点・部門での「働きがい」ディスカッション等を行いました。引き続き、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（2020年度 総受講回数 295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。

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」やフランクリン・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。

人財共育の一環として営業推進部の声掛けで、2019年から毎年「販促コンペ」「宣伝会議賞（コピー大賞）」へ挑戦し、多くの社員が主体的に参加し、どちらも毎回複数名1次通過以上の結果を出しております。

「コンプライアンス意識向上」と「従業員ファースト」「働きやすい環境」整備の為、「マタニティハラスメント女性が安心して働ける職場環境に」と「ジェンダーフリーな職場づくり」（2・8月）のDVD研修を実施しました。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∞」「企画部」メンバーを中心にCSR調達勉強会を実施。さらに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。



## ○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 2020年度 35人名）。

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り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等、費用面のサポートを行っています。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「不織布マスクの配布」を行い、感染防止に努めております。



## ○喫煙率の改善

全社喫煙率:前年度比▲6.54% (28%→21.46%)

福利厚生を使用した卒煙支援、卒煙者の実体験等を有益な発信と共に、禁煙施策として内海産業「禁煙宣言」を開始。同時に本社ビル内喫煙スペース削減、禁煙ルール制定等により喫煙率改善目標を達成しました。



○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、2020年度は平均取得日数が10.15日(前年度比+0.64日)増加しました。また、有給休暇取得率は56.2%(前年54.2%)となりました。

また、残業削減は、全社平均残業時間「15.0時間以下」を目標とし、「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、事務手続き簡略化等を実施し、平均残業時間は目標水準を達成しました。

2021年度は「年間取得目標(8日以上)」を設定し、新基幹システム「Buy-Circle」等DXによる生産性向上により有給休暇取得、時間外労働削減の目標を達成します。

➤ 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	2020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	10.15日/年
有給休暇取得率	24.7%	40.2%	54.6%	54.2%	56.2%

※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	2020年度
全社員平均残業時間	45:04	38:11	20:35	16:59	13:56



○「健康経営優良法人 2021」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 2021』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り組みや日本健康会議が進める健康増進の取り組みをもとに、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。



○「くるみん」認定と次世代育成支援(子育てサポート)



内海産業は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おり、2021年5月31日付で厚生労働大臣の認定事業主(「2021年認定事業主」となりました。

■『くるみん』マークは、「次世代育成支援対策推進法」に基づいて、少子化対策として子育て支援する「一般事業主行動計画」を策定し、目標を達成した企業に与えられる認定証です。

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。また、2021年2月に、「くるみん」認定に向け、「ジェンダーフリーな職場づくり」DVD 研修を全社に実施しました。さらに育児休業以外にも「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り組みも実施しております。

また、2020 年度には「不妊治療及び不育症治療に伴う休暇」を制定しました。さらに、カフェテリアプランに「不妊治療・不育症治療費用補助」をメニューとして追加しました。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	2020 年度
育児休業取得者(男性)	0	1	4	5	0
育児休業取得者(女性)	1	1	1	3	2
育児休業対象者	6	5	6	8	2
育児休業取得率	16.6%	40.0%	83.3%	100%	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」に登録しております。

今後も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。



○「福利厚生推進法人(ハタラクエール 2021)」の認証

福利厚生の活用・充実に意欲的に取り組む法人として福利厚生表彰・認証制度(愛称:ハタラクエール)の福利厚生推進法人に認証されました。今後も内海産業では、社員一人ひとりの「働きがい」に繋がる福利厚生を充実させ、より良い職場環境づくりに取り組んで参ります。

■福利厚生表彰・認証制度(ハタラクエール)とは

人材不足や「働き方改革」「健康経営」等で福利厚生に注目が集まっている今、福利厚生の重要性に対する法人・従業員の認識をさらに確固たるものとするものです。



▶ 人事関連データ

	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度
期首社員数(除く取締役)	159	162	169	175	174
採用人数	12	15	14	9	3
採用数(男性)	7	6	5	3	1
採用数(女性)	5	9	9	6	2
定年退職者	0	1	0	1	1
定年退職者の再雇用	0	0	0	1	1
離職者数(除く定年退職)	9	7	8	10	3
離職者(男性)	4	2	5	4	2
離職者(女性)	5	5	3	6	1
離職率(除く定年退職)	5.6%	4.3%	4.7%	5.7%	1.7%
平均勤続年数(年)	-	-	10.35	10.91	11.69
うち男性社員(年)	-	-	12.11	12.90	13.57
うち女性社員(年)	-	-	6.66	7.16	7.92
期末社員数(除く取締役)	162	169	175	174	174
うち男性社員	116	119	119	118	117
うち女性社員	50	50	56	56	57
女性社員比率	30.8%	29.6%	32.0%	32.1%	32.7%
執行役員	5	4	6	6	6
うち女性	0	0	1	1	1

# 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。

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	取り組み施策	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"> <li>販売成功事例から学ぶ会議の運用定着</li> <li>セールステップ管理表の改善・更新</li> <li>「買促虎の巻」の策定</li> </ul>	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 <b>【量的目標】</b> 営業部社員数×12か月×1.6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

SDGs 実現に貢献する6つのサステナブル重点開発テーマに沿った商品の2020年度流通量は5,098,408個と前年度比+154.3%の大幅な増加となりました。

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、今年度はさらに前年度実績の+10%の水準を目標として「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。

サステナブル重点開発商品の流通実績



◎サステナブル重点開発テーマ

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・製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	取り組み施策	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 <sub>2</sub> 削減	輸入貨物コンテナ積載率の向上(73%以上)/2021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 25%の削減 /2021年度	応援部	13 気候変動に具体的な対策を 15 陸の豊かさも守ろう
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 /2021年度 ※前年度目標未達	応援部	13 気候変動に具体的な対策を 15 陸の豊かさも守ろう
地球温暖化	内海産業	リモート商談・会議、テレワークによる移動削減	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社会”を実現します。

コロナ禍が終息するまでは“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。

また、コロナ禍で低迷する全国の観光関連事業者を支援、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。
--	-----	---

重点課題	活動領域	取り組み施策	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	

# 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。

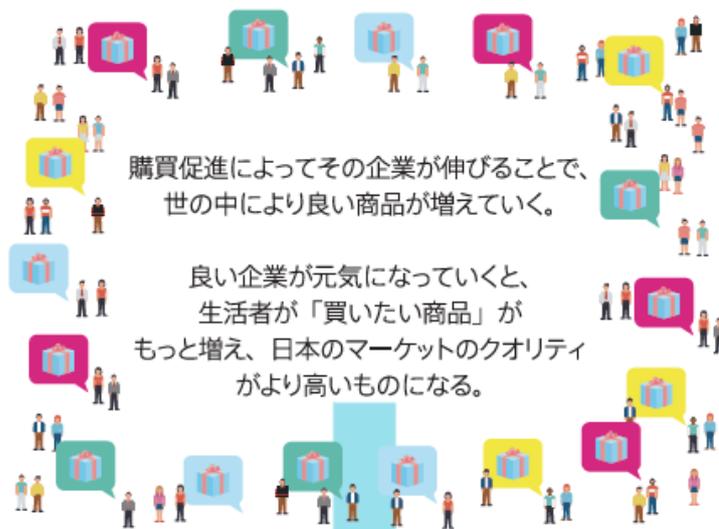
また、継続学習と承認文化により、多様な人財が主体的に強みを活かす働きがいのある職場を実現します。

重点課題	活動領域	取り組み施策	目標水準(KPI)/期限	推進担当	SDGs 目標
人権・地球温暖化	協力会社 工場	サプライチェーンの人権尊重	協力会社への『価値共創アンケート』実施 /2022年3月	SHIPS 企画部 営業推進部	
人権・地球温暖化	内海産業	サステナブル調達基準の社内浸透	CSR 調達ゲーム研修の実施(全社員対象) /2022年3月	ハナミズ キ∞	
人権・地球温暖化	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 /2022年3月	企画部 営業推進部	
人権	協力会社 工場	食品事業者の HACCP 対応と社内浸透	・食品事業者の認証書・自主基準宣言書の回収・システム管理、管理ルールの浸透 ・全社へ周知のため、HACCP 概要・運用方法の説明会実施/2021年6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するガイドライン制定/2021年12月	企画部 営業推進部	10 人の国の平等をなくそう 12 つの責任を分かちあおう
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	8 働きがいも経済成長も
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/月以下の維持 ・有給休暇取得 10 日以上、取得率 60%以上 ・全社喫煙率 15%以下/2025 年度	応援部 安全衛生委員会	3 すべての人に健康を促進しよう 8 働きがいも経済成長も
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 ・LGBTQ 等人権に関する研修/年 1 回以上	ハナミズキ∞ 営業推進部 企画部 応援部	4 質の高い教育をみんなに
ジェンダー	内海産業	女性活躍の推進	・「えるぼし」認定に向けた一般事業主行動計画策定(2022年3月末まで) ・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	Bluem 応援部	5 ジェンダー平等を実践しよう
少子高齢化	内海産業	両立支援の充実	・育児休暇取得率 100%維持 ・「プラチナくるみん」認定に向け、第 2 期行動計画策定と実施/2021 年度	応援部	5 ジェンダー平等を実践しよう 8 働きがいも経済成長も

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・・・。

