

CSR REPORT 2016

シモジマ CSR報告書



TOP MESSAGE

社長メッセージ

社会貢献と
環境保全活動において
新たな価値を提案する

シモジマグループは、「お客様ニーズにお応えする」ことを経営理念に掲げ、包装用品とこれに関連する事業を核として事業を展開しております。そして、商品価値の向上、新たなラッピング文化の創造と潤いのある生活を提案することに努めております。この理念は、当社グループが提供する商品やサービスで、お客様に満足していただくことを念頭に「あらゆる事業活動をお客様の視点に立って行う」という決意が込められたものであり、会社創立時（大正9年・1920年）から会社の歴史を支える基本的な考え方、礎として継承されております。

持続可能な未来を 社会とともに築いてゆく

企業は事業活動を続けてゆくにあたり、さまざまなステークホルダーに支えられております。株主様をはじめ、顧客、従業員、お取引先…企業は、そうしたステークホルダーの方々の利益を実現することが求められます。しかし、企業は単に利益を追求してだけでなく、社会へ与える影響に責任を持ち、どう対応していくべきかを追求することが重要です。CSRの活動は、企業が持続可能な未来を社会と共に築いていくことに意義があります。当社では、これを実現するためにはどうすべきかを懸命に追求し、日々、事業活動を続けております。

また、今後ますます重要課題になると思われる環境問題につきましては、「包装は環境に逆行する」という言葉さえ耳にします。当社では2000年にISO14001の認証を取得（本社）しましたが、これを機に次代に向けて、さらに環境に配慮した商品を自社製品として開発・販売する取り組みも積極的に行っております。

当社では現在、ラッピングセミナーを開いておりますが、東京オリンピック・パラリンピックへ向けては、CSR活動を拡大しております。



代表取締役社長
下島 和光

社章



すべてを包み込みながら拡大し続ける宇宙をモチーフにして、社員や地域社会を含めた一体感や企業の発展性をシンボライズしております。

社是

「三意精神」

誠意・熱意・創意

経営理念

- 1 — 包装用品とこれに関連する事業を通じ快適な社会づくりに貢献する
- 2 — 常に顧客ニーズに応え創意工夫による市場拡大に努める
- 3 — たえず経営の合理化と積極販売に努力し企業の発展をはかる
- 4 — 社員の楽しく健康的な生活を確保する

[シモジマのCSR]

シモジマは、経営理念にも記すとおり「包装用品を通じ快適な社会づくりに貢献する」ことをめざしています。この追求と実現こそが、シモジマの社会的責任（CSR）の根幹をなすものです。これまで私たちに密接な関わりがある「株主」「お取引先」「お客様」「従業員」「地域社会」に加え、社会を支える「環境」というステークホルダーのさまざまな要請に応えるために、推進組織が中心となりグループ全体でCSR活動に取り組んでまいりました。そして、これからの時代に「価値ある企業」であり続けるために、社会の要請や期待を積極的に汲み取り、事業活動に織り込んでいくことをより一層心がけていきたいと考えています。

CONTENTS

SHIMOJIMA CSR REPORT 2016

ラッピングセミナーを通していかにムダなく、美しく包むか…をテーマに利益向上を含め、参加者の体験を通して広げております。これは「包む」という日本ならではの文化を継承させると同時に、広く世界の人々に「包む文化はおもてなし」というニッポン・マインドをアピールするものです。CSRおよびISO活動と同じベクトルで当社の事業活動として確かに、力強く進んでおります。

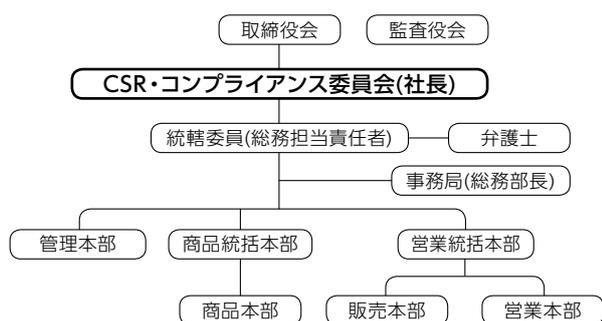
グループ力と現場力による シモジマ式イノベーション

徹底した現場主義こそがシモジマグループの源泉です。それぞれの現場を担う従業員は、イノベーションを起こしていく主役です。その考えに基づいて、今期から新たにはじめたのが「若手社員と社長とのミーティング」。現場を熟知する社員との会話は、新鮮な発見と利益向上のための発展性を気づかせます。このミーティングは今後もCSRを含め、当社ならではの強みとして継続させてまいります。

また、当社では子会社・関連会社を含めた連結経営を実施しております。グループ化による影響は、川上から川下に至るまで（顧客のニーズ開拓から情報の整理まで）責任と理解を持ち、好影響かつ強固なサプライチェーンとして行えるシステムとして構築され、現在に至っております。

さらに、消費は活気づいているが、個人消費が伸び悩んでいると言われている現況においては、オムニチャネルを有効的戦略として活用しております。その一貫としてあるのがネット販売です。このネット通販において、近将来的には単に販売を行うだけでなく情報を一元的に管理し、“次のサービスの向上に繋げるシステムの開発”を持続可能な開発目標として切磋琢磨しております。今後も、シモジマグループはCSRも含めた事業活動を推進し、「価値ある企業である」から「価値ある企業であり続ける」ために努めてまいります。

[CSR・コンプライアンス推進体制]



社長メッセージ	
経営理念／シモジマのCSR	2
会社概要	4

ハイライト1

実店舗×ネット通販 ネット通販を取り入れた シモジマの挑戦	5
-------------------------------------	---

すべてはお客様のご満足のために。

組織体制 社会的責任を果たすために	6
株主・投資家とともに	7
お客様とともに	8
お取引先とともに	10

ハイライト2

ステークホルダー インタビュー	11
--------------------	----

株式会社トランジットジェネラルオフィス様
オカモト株式会社様

従業員とともに	12
地域とともに	13
環境とともに	14

編集方針

シモジマのCSRレポートは、今年で発行8年目となります。本レポートを通じて、シモジマのCSR活動をステークホルダーの皆様にご報告するとともに、広くご意見をいただき、皆様との絆を深めるコミュニケーションツールとして機能させることをめざしています。本年度はスローガンを「社会から信頼され、社会に新たな価値を提案する」とし、以下の試みを行いました。

- お取引様よりご意見をいただき、シモジマが取り組むべき価値について客観的に捉えることをめざしました。
- 当社の重点取り組みである、新業態が目指すシモジマの新しい価値を議論し、今後取り組むべき方向性への理解を深めました。

[報告対象期間]

原則として2015年3月期（2015年4月1日～2016年3月31日）の実績を記載していますが、活動内容は一部 2016年4月以降のものを含んでいます。

[報告対象組織]

（例）シモジマ単独を中心に、グループ会社を含みます。「当社」と記載している場合は単独を指し、「シモジマ」と記載している場合はグループ全体を指します。

[発行]

2016年10月

PROFILE

会社概要

創 業 1920年(大正9年)
 設 立 1962年(昭和37年4月26日)
 資 本 金 1,405百万円
 本 社 東京都台東区浅草橋五丁目29番8号
 従業員数 816名(連結) ※平成28年3月31日現在
 (就業人員数を記載しております)
 営 業 所 東京、大阪、札幌、盛岡、仙台、
 新潟、金沢、前橋、宇都宮、埼玉、千葉、横浜、静岡、
 名古屋、広島、高松、福岡
 グループ会社 国内7社、海外2社(非連結)

多彩な包装用品の
品揃えで夢を包み心を結ぶ

取扱い商品

● 紙袋



● 包装紙



● 紙器



● ポリ袋



● 店舗用品



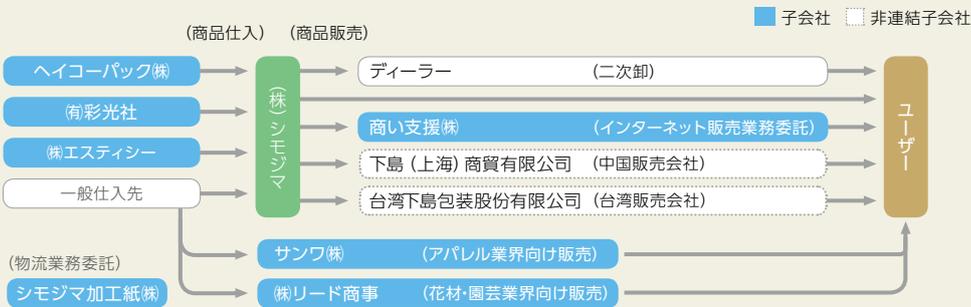
● テープ・紐・リボン



● 食品包装資材

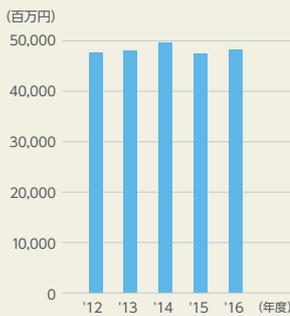


シモジマグループ 系統図



経営指標 (連結)

売上高



経常利益・経常利益率

■ 経常利益 ■ 経常利益率



総資産・純資産・純資産比率

■ 総資産 ■ 純資産 ■ 純資産比率



店舗形態

● 直営店



商店営業に必要な包装用品、店舗用品、事務用文具販売

● パッケージプラザ



「包装用品をベースとしたコンビニエンス」がコンセプト

● WRAPPLE (ラップル)



「ラッピング&D.I.Y. “自分で創ろう工作女子”」がコンセプト

● east side tokyo



花用ラッピング用品・梱包資材・花器・造花などの専門店

- canaille (キャナエル)：様々な場面の“ワタシらしさ”をかなえる雑貨店
- プライダルボックス：招待状、ウエルカムボードなどウエディングアイテムの専門店
- 商い支援：包装用品・店舗用品の通販サイト



実店舗×ネット通販
ネット通販を取り入れた
シモジマの挑戦をご紹介!

すべてはおお客様のご満足のために



店頭とネット通販を結ぶ「オムニチャンネル」の基盤づくり

もともとプロパックかっぱ橋店は、かっぱ橋道具街で飲食店向けの備品と消耗品を販売する「食のデパート」として重宝されていました。取り扱う商品は食材・商品梱包資材・テーブル用品・キッチン用品・清掃用品等々…。これら商品をワンストップで揃え、提供できるという総合力を活かし「店舗販売チャネルの拡充」として2010年に立ち上げたのが「ネット通販サイト」です。当初のネット担当者は、現 斉藤係長と構築担当の契約社員の2名のみ。片手間的な運用だったことは否めません。ネット通販での売価は店頭価格と同価格で置き、売上は“そこそこ”の伸びでした。が、当時の店舗スタッフといえば、「ネット事業に対して無関心」という状況でした。

ところが、ネット通販の売上がプロパックかっぱ橋店の総売上10%を占有する頃になると状況が変化。フロアでの新商品をいち早くネットに掲載するよう働きかけてくれるスタッフ、商品売場に“ネット通販誘導POP”の掲示を促してくれるスタッフなど、店舗スタッフも積極的に協力してくれるようになったのです。また、この頃から「雨が降った日は、ネット通販なら5%OFF」というオムニチャンネルの走りともいえるイベントをスタート。ネット通販サイトは店舗と切り離せない存在に成長したのです。そして2014年…Yahoo! ショッピングモールに2号店がオープンしました。



左から高橋梨沙（サイト製作）、斉藤正賢（サイト立上げののちサイト製作に関わる）、石井正行（サイト責任者、現プロパックかっぱ橋店副店長）、深谷春奈（通販スタッフ）

「ネット通販・成熟期」の今…

現在、サイトの構築業務を担当するグループ会社「商い支援株式会社」には、立ち上げ当初の担当者だった斉藤が係長として抜擢され、プロパックかっぱ橋.comの責任者は石井に交代して業務を遂行しています。ネット通販事業専任となった斉藤は、毎週店舗に出向いてスタッフらと情報交換。市場状況を見極め、タイムリーに新商品掲載を行い、取扱商品数は30,000点にまで拡充しました。さらに、近況では来店誘導としてLineのサービス「Line@」を利用した情報発信も取り入れ、店舗への送客にも注力しています。このように実店舗と通販サイトの全スタッフが行動を結集した結果、今期は全体売上の30%近くにまでネット販売の占有比率が進んでいます。

ネット通販の成熟期を迎えた今、新たなテーマのひとつとしてあるのが、「単に先見性を求めるだけでなく、人の温度を感じさせる」ことをキーワードにネット通販を展開させること。これについては、サイト構築と受注・問い合わせ業務の2分割化を実行。お客様対応に充てられる時間が増えたことにより、接客の質も向上しました。現在、Yahoo! 店ストア評価では、平均☆4.7、質問への回答・対応の早さに高評価を頂いています。



プロパックかっぱ橋店
<http://www.propack.jp/>



プロパックかっぱ橋.com
<http://www.propack-kappa.com/>

実店舗（プロパックかっぱ橋店）と、ネット通販（プロパックかっぱ橋.com）は商品を「同じ品揃え」、「同じ値段」で、提供しているため、ネットで少量を求められるお客様にも柔軟に対応できます。



健全で透明性の高い経営によって ステークホルダーの要請に応える

コーポレート・ガバナンス

当社は、社是である「誠意」「熱意」「創意」を実現するうえで、コーポレートガバナンスの強化による企業経営の透明性の確保とその機能の向上、及び経営環境の変化への迅速な対応が重要であることを十分に認識し、これを当社の最重要課題の一つとして取り組んでおります。

○企業経営の透明性の確保

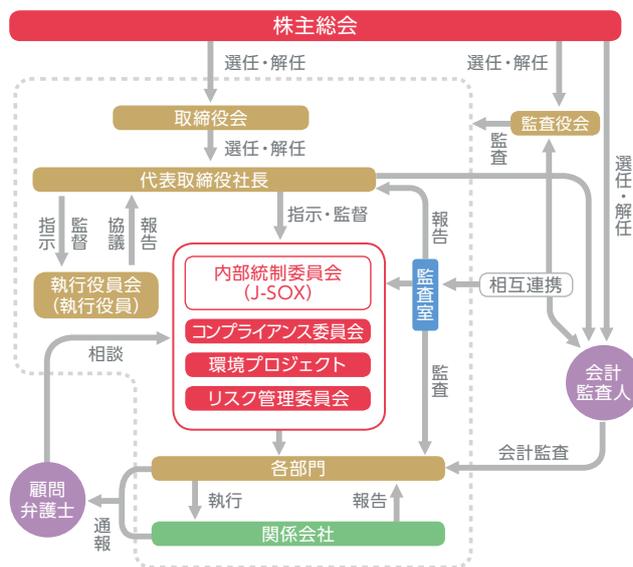
企業経営の透明性を高めるうえで、2015年6月24日開催の定時株主総会において、社外取締役を2人体制とし、社外監査役2名の選任と併せて、企業経営への客観的で公正な助言を受けられる体制としました。本年度は、招集通知の発送をさらに早期化したほか、コーポレートガバナンス・コードに対応し、その記載の一層の充実に努めました。

○企業経営の機能の向上

経営体制の充実に伴い、企業経営の機能向上を図るべく、本年度は、業務執行取締役を5名とし、経営体制を強化しました。また、商品企画部門と営業・販売部門とを統合して営業統括本部管轄とし、また、商品調達と物流機能・品質管理機能を統合して商品統括本部管轄とすることで、機動的な対応が可能な体制を整備しています。

○経営環境の変化への迅速な対応

当社は、経営環境の変化への迅速な対応を図るうえで、委任型の執行役員制を導入し、執行と監督の役割分担を明確にしています。本年度、執行役員は業務執行取締役5名を含め、11名となっております。



コンプライアンス

当社は、社長直轄組織であるコンプライアンス委員会にて、基本方針や施策の審議・意思決定を行っています。今年度は、主に右記のような内容を検討しました。

- マイナンバー法への対応：マイナンバーを用いた業務に関するフローの確立とマニュアルの作成、番号収集・保管の体制整備と実施
- 労安法改正（ストレスチェック制度）への対応：体制整備
- 製品クレームに関する業務フローの再検討
- 情報セキュリティに関するリスク分析の見直し
- 女性活躍推進法への対応

BCP 災害対策室の設置

当社は2014年3月に策定された事業継続計画（BCP）に則り、事業継続のための体制と整備と運用を行っています。事業継続のためには、人材活用は勿論、情報流や物流が重要と考えています。

情報流に関しては、当社サイト外のデータセンターを活用しており、情報の採否の判断は、センターの物理的・人的・技術的なセキュリティの状況を実地で確認して行っています。

物流に関しては、2014年8月に大阪南港物流センターを設置したことにより、西日本地区への納品が迅速になったばかりではなく、大震災等による物流障害のリスクを分散しております。

また、物流拠点の分散による物流業務の複雑化に対応するため、2015年6月、新たにSCM（サプライチェーンマネジメント）部を設置して物流リスクの管理を強化しています。



テレビ会議システムを備えた災害対策室



災害対策室内の災害備蓄庫

今後は、BCPを適切に機能させるための事業継続マネジメント（BCM）の確立をめざし、BCP自体の継続的改善をはかってまいります。

本社ビルの役員会議室は緊急時には災害対策室となり、災害対策本部が設置され、本部長、役員が参集し、情報収集、分析、検討を行い、各事業所に迅速な指示、命令を行えるよう緊急時に備えております。



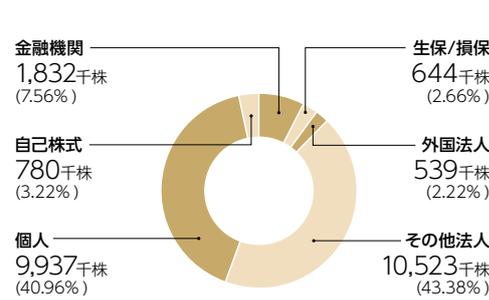
ともに発展する良好な関係構築をめざして

株主価値向上をめざして

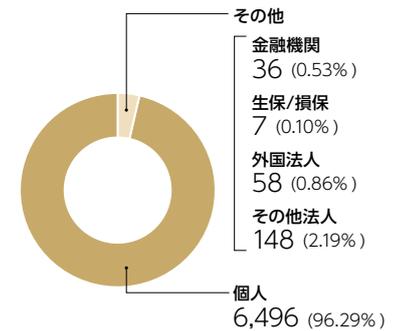
当社は、当社の取り組みを支えていただいている株主・投資家の皆様のご期待に応えながら、ともに成長・発展をする良好な関係を築くことに努めています。

発行可能株式総数	67,000千株
当期末発行済株式総数	24,257千株
総株主数	6,746名
1人あたり平均所有株数	3,596株

保有株式数分布状況 (2016年3月31日現在)



株主数分布状況 (2016年3月31日現在)



タイムリーな情報発信

■ 定時株主総会

2016年6月24日 約100名の株主の方々にご出席いただきました。

当社では、コーポレートガバナンス・コードの趣旨を受け、株主・投資家の方々とのコミュニケーションの充実を図れるよう、情報提供の充実を図りました。具体的には、第55回定時株主総会招集通知にて、下記を掲載しました。

- 中長期方針の記載 (招集通知6頁)
- 役員報酬に関する基本方針 (同16頁)
- 取締役候補者指名の方針 (同52頁)
- 各取締役候補者を指名した理由 (同52~54頁)
- 社外取締役の独立性の基準 (同55頁)



事業報告書



ホームページ

■ ホームページ

ホームページにおきましては、以下の記載を増やしております。

- 経営理念・コーポレートガバナンス報告書・企業行動指針 (<http://www.shimojima.co.jp/company/kihan.html>)
- 沿革 (<http://www.shimojima.co.jp/company/enkaku.html>)
- 組織 (<http://www.shimojima.co.jp/company/soshiki.html>)
- 中長期方針 (<http://www.shimojima.co.jp/ir/chuchoki.html>)
- 株主総会招集通知 (<http://www.shimojima.co.jp/ir/kabunushi.html>)

ディスクロージャーポリシー

当社は、投資者等への公正かつ適時適切な会社情報の開示が健全な証券市場の根幹をなすものであることを十分に認識し、常に投資者等の視点に立ち迅速、正確かつ公平な開示を投資者に対して行うとともに、法令及び取引所規則等を順守し、会社情報の公正な提供について真摯な姿勢で臨みます。投資者の方々からのお問合せの窓口も設置いたしております。詳細は、下記のリンク先をご覧ください。

<http://www.shimojima.co.jp/ir/toiawase.html>



お客様とのコミュニケーションが価値提供の原点です

お客様満足度の向上をめざして

■ お客様の声を起点とした取り組み

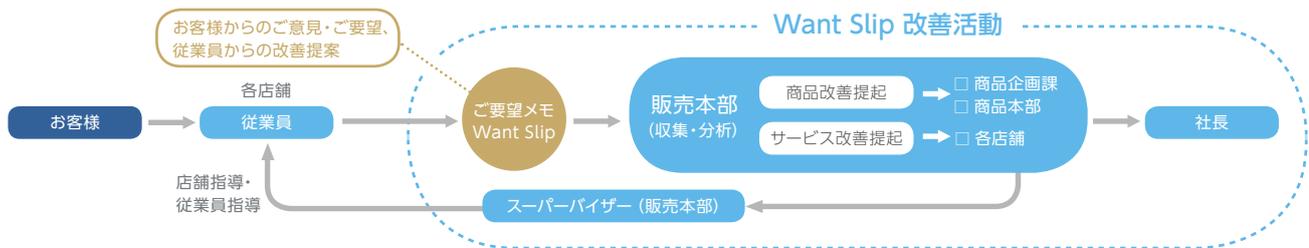
お客様とのコミュニケーションは価値提供の原点であり、私たちは、お客様の声をしっかりと受け止め、その期待を上回る価値を提供していきたいと考えています。

具体的には、従業員は、直営店にて承ったお客様のご要望や、日々のお客様対応を通じて気づいた改善提案を“Want Slip”に記録して提案しており、販売本部はそれを一元的に収集・分析して、関連部門の改善・指導に役立てています。

また、重要な提案に関しては、“Want Slip”に星印をつけ、社長に確実に届けるかたちにはしています。これに合わせて、近時では、社長と若手スタッフのダイレクト・ミーティングも実施し、オープンな意見交換を行っています。



ご希望メモ Want Slip



■ インバウンド需要に向けさらなる飛躍を



当社オリジナルのインバウンド向け商品

シモジマ心齋橋店では2015年4月より免税対応レジを導入しました。免税立ち上げ当時は外国人客数、売上共に伸び悩みましたが、インバウンド向け商品スペースを増床し、通訳スタッフ3名による接客などのサービスに取り組んだ結果、再来店のお客様が増え、当店への信頼も高まって来ていると考えます。これからも「なんて良いお店なんだ」「また来店したい」と思われるような店作りを心掛けていきたいと思っています。

■ SNSでより密着したコミュニケーションの実現

シモジマの各店舗ではSNSを利用したお客様サービスを行っております。登録されたお客様の一早いお買い得情報をお届けし、お客様とのより密着したコミュニケーションを行っております。

店舗名	facebook	LINE	instagram	twitter	Pinterest
浅草橋本店	○				
かっぱ橋店	○	○			
心齋橋店	○				
心齋橋店中国語サイト	○				
名古屋店	○		○		
岐阜店	○		○		
グランツリー武蔵小杉	○	○	○	○	○
BB横浜	○		○		
福岡WRAPPLE	○		○	○	

■ 浅草橋エリア店舗再編

2016年3月、当社の本拠地とも言える浅草橋エリアの店舗を、取扱商品の拡充、および、お客様の利便性向上を目指し再編成しました。

この再編成により、より地域に根ざし、「浅草橋といえばシモジマ」と言われる店舗集積を目指してまいります。

具体的には浅草橋5号館を「浅草橋本店」と改名しました。(元々は、浅草橋で5番目にできた店舗として「5号館」という名称でしたが、他店の開廃もあり現在では名実ともに当社の基幹店となっています) 加えてフラワー館、クラフト館、アニバーサリー館をeast side tokyo 1店舗に集約し、クラフト館をシモジマ浅草橋



浅草橋駅前店



浅草橋クラマエ店



east side tokyo

クラマエ店(ディスプレイ用品)、アニバーサリー館をシモジマ駅前店(カード、パーティー用品)へとリニューアルいたしました。駅前店には、100円均一コーナーも新設しております。

お客様ニーズに対応した商品企画

当社は、商品企画の新システムとして、従来より「ウオント・スリップ」を重視してきましたが、2016年7月20日から新しく、「キラメキ!! 商品企画、アイデア、デザイン大募集」を始めました。

これは、従業員より提案したアイデアが商品開発に関して、商品開発に反映されたことをダイレクトに評価し、表彰する制度です。

報奨はそれほど大きなものではありませんが、全国のあらゆる部署のスタッフから毎日たくさんのお客様のアイデアが集まっており、ウオントスリップ同様、社長が目を通しています。ウオント・スリップはお客様からのご要望をもとにおこなわれますが、「キラメキ!!」の制度により、お客様の隠れた声、潜在的なニーズについてもかたちにし、新商品として結実させていくことができたら、と期待されています。



ラッピング文化の推進

「モノを包む」ということの創造性、文化的価値をお伝えし、「包む喜びと包む大切さをより多くの方に伝授したい」という想いから、主要店にて年間を通じて各種講座を多数開催しています。また、より多くの地域で受講していただけるよう、出張講習会も行いました。お客様の声からはじめた新しい試みといたしましては、本年度、「プチギフトラッピング(アレンジ編)」「短期集中講座開講」を開催いたしました。

講座名	開催数
ラッピング	145回
スクラップブック	82回
カリグラフィ	45回
消しゴムはんこ	66回
アレンジフラワー	255回
粘土創作	22回
デコパッチ	31回
UVレジン	11回
ブライダル関連	112回
スタンプ関連	32回
リボンレイ	38回
その他	583回
合計	1,422回



SHIMOJIMA TOPICS

西日本最大商圈、大阪梅田地区初進出!

「シモジマ西梅田店」オープン

シモジマは、「店舗及びオフィスで使用するあらゆるものが揃う=ワンストップショップ」をコンセプトに、全国に様々な業態の直営店及びフランチャイズ店を約270店舗展開しています。関西地区で7店舗目の直営店となる「シモジマ西梅田店」は、西日本最大商圈である梅田地区への初出店です。10路線(JR環状線・神戸線・京都線、地下鉄御堂筋線・谷町線・四ツ橋線、阪急電鉄神戸線・京都線・宝塚線、阪神電車)から来店可能で地下商店街直結の駅近好立地。専門性の高い8,000アイテムの品揃えと、短時間で買い物できるコンパクトな店舗レイアウトで、物販店・飲食店・オフィス等のお客様のご要望にお応えします。



シモジマ西梅田店

INTERVIEW



西梅田店 店長
西村 勝太

地元根ざしたサービスと品揃えで信頼・信用・必要とされるお店を目指す

2016年7月に西日本で一番の大都市、大阪市北区にオープンしました。主要ターゲットは物販店・オフィス関係者・飲食店等になります。ショッパー・フードパッケージ・ステーショナリーを中心に約8000アイテムの品揃えを誇っております。オフィスビルの中にあるお店のため、出店当初は認知度が低くお客様数が伸び悩みましたがお客様の声を聞き、要望される商品売り場のMDに即日反映して、お客様・地域のモノ・コトのニーズに合った店作りを行った結果、徐々に認知され、繰り返し来店して下さるお客様も増えて来ました。地元根ざしたサービスと品揃えで「まいど!」と多くのお客様に声掛けが出来るように信頼・信用され、必要とされるお店になる様、努力していきたいと思っております。



ともに成長を続ける健全なパートナーシップをめざして

お取引先に対する基本姿勢

シモジマの事業運営は2,000社にのぼるお取引先との関係に支えられています。「仕入管理規程」を定め、これに基づき健全なパートナーシップを築くことをめざしています。また、主要アイテムのお取引先とは年度目標を設定するなど、良好な関係づくりにも努めています。

下請法への対応

お取引先との対等・公正な取引関係を維持するために、社内において下請法の理解浸透をはかっています。2014年度も、新入社員をはじめ仕入担当社員への研修を行いました。下請取引対応マニュアルをもとに、禁止事項の確認や違反行為の事例などを学び、問題集活用などにより理解を深めています。

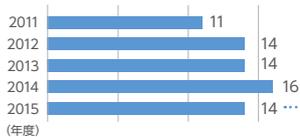
ともに成長するパートナーに向けた取り組み

■ 拡大する海外のお取引先

当初は中国を皮切りに、アジア、ヨーロッパ11か国のお取引先から始まった海外との取引、現在は中国、韓国、インドネシア、マレーシア、ポーランドなど14か国に拡大しております。これらのお取引先を定期的に訪問し、生産現場の視察も行い、生産ラインの効率性、衛生状況、児童労働の有無に関して厳しく現場確認を行い、不備があれば段階的な改善のご協力をお願いしています。逆に、お取引先には定期的に当社へ訪問いただき、新素材に関する勉強会やシモジマの店舗視察などにより、当社の取り組みに対する理解を深めていただいています。

今後も、調達方針の整備など、サプライチェーンを通じたCSRの取り組みを推進していく予定です。

海外のお取引先数の推移



海外のお取引先 (平成27年度現在)

中国/韓国/タイ/台湾/
フィリピン/香港/
フィンランド/オランダ/
ベルギー/インドネシア/ベトナム
マレーシア/カンボジア/ポーランド

社会的責任と一緒に果たしていく

お取引先との勉強会

中国の化粧品サプライヤーであるシュプリーム社を招いて勉強会を行いました。営業部を中心として販売本部、企画部を含め約50名が参加しました。シュプリーム社は新商品(新素材や新しい形状)など、力のかもった提案を多数行いました。当社もそれに応えるべく新規受注獲得の3ヶ月キャンペーンを行いました。成績上位5名が実際に中国



の工場を視察するという報告も企画し、多くの実績を挙げました。

これらの活動によって一時的な売り上げ増のみならず、サプライヤーとの信頼関係や、今後のビジネスキルのアップに繋がっています。このような企画を継続的に行っております。



SHIMOJIMA TOPICS

⇒ CO₂排出量削減への取り組み

当社では、従来トラックの陸送に頼ってきた田沼配送センターから北海道地区のお得意さまへの出荷を、2016年10月より、札幌通運様のご協力により本州・大洗港～北海道・苫小牧港間の輸送をフェリー輸送に段階的に切り替えてまいります。フェリー輸送のモーダルシフトは、CO₂排出量削減に寄与するとともに、安定的輸送枠を確保する(ドライバー不足対応、コンプライアンス遵守=ドライバー拘束時間)効果も期待できます。

輸送区間：佐野市～北海道札幌市

10トン車 (陸送)

- 輸送距離：1,073km
- CO₂排出量/日：0.908t

⇒ 20トントレーラー

- 輸送距離：981km (うちフェリー輸送：754km)
- CO₂排出量/日：0.419t

⇒ -0.489t

⇒ 社内サプライチェーンの強化に向けて

当社では、社内サプライチェーンの強化に向けて、WMS (Warehouse Management System: 倉庫管理システム) のリプレイスを計画。中国および東南アジア諸国に所在するサプライヤー在庫などの海外在庫管理から、国内4拠点の物流センター内の入出荷・在庫管理、および国内35店舗の直営店への納品時検品完了までの範囲を今回のWMSリプレイスの対象範囲としています。海外調達在庫～国内在庫～店舗到着まで、すべてのものの動きの管理を強化し、品質・コスト・スピードアップを実現する体制の構築を目指します。



ステークホルダーインタビュー 協業体制で価値を与えるために

シモジマのお取引様に、当社に期待することについてご意見をいただきました。
貴重なご指摘を今後の活動に活かしていきたいと思えます。

（株式会社トランジットジェネラルオフィス様）

確かな商材・迅速なレスポンス・新鮮な提案… 実現してくれる“シモジマ”は魅力の取引先



株式会社トランジットジェネラルオフィス
経営企画部 部長
松本 光弘 様 (左)

オペレーション事業部 マックスプレナー マネージャー
田中 寛紀 様 (右)

シモジマ様とのお付き合い歴は3年半ほど。きっかけは“飛び込み”というカタチで営業の方がお見えになり、お話を伺ったことに始まります。ちょうどあるブランドの1号店をオープンするにあたり、包材の取引先の選定を進めていた時期だったのです。当時、当社では大手企業よりは、小さくても小回りのきく会社と取引したいと考えていました。しかし、将来的ビジョンを描くと、やはり大手企業と協業することが必要になってくる、と考え始めていた時期でもありました。加えて、営業担当者が常に現場へ足を運び弊社資材担当者と直接商談を行い、現場の要望を聞きプラスアルファの提案をして頂いたことも、導入のポイントになりました。店舗立ち上げが早い当社の中でその営業力の噂は弊社内で広まり、各ブランド担当者からの依頼で、今では60店舗に関わる店舗資材の提供を頂いております。また、シモジマ様は店舗資材、備品を幅広く扱っており、新店舗をオープンする際に必要な店舗資材がほぼ全て揃います。そのような商品群が多彩なこともポイントとなりました。今後は弊社との協業による包装資材の商品開発も検討しております。

4年後の東京オリンピックに向けては、CSRの向上ということも重要な課題となってきます。その点につきましても、シモジマ様とは良きビジネスパートナーとして英知を共有していけると思えます。一緒に次代に向けた先駆けとして、時代に向き合ってゆきたいと考えています。

（オカモト株式会社様）

「未来型協力体制」を持つビジネスパートナーとして



オカモト株式会社
粘着製品部長代理
伊藤 延之 様 (左)

粘着製品部 包装資材課 主事
岸野 伸一 様 (右)

当社は、「安心・豊かさ・快適さ」を人々の暮らしにお届けすることをミッションとし、技術を生かしたモノづくりを行っている企業です。粘着テープをはじめラップ、ピチットシートなどを取扱っております。シモジマ様とは、60年ほど前にゴムバンドの販売代理店としてお付き合いがはじまりました。長いお付き合いになりますが、北海道から沖縄まで、日本全国に当社製品を販売して下さるシモジマ様は、本当に頼もしいパートナーです。

独自の技術を培い、日々開発と改良を続けている当社ですが、激変する包装業界をいかに乗り切るか…末端ユーザーの要求や消費者ニーズ動向など、シモジマ様の情報収集力は大変貴重な情報源です。新商品の開発やキャンペーン企画のアイデアなどでは、強力なパワーが発揮されます。

今後もシモジマ様と強固なタッグを組み、時代の変化に対応した未来型協力体制を構築し、「粘」り強く「着」実にWin-Winの関係を拓いてゆきたいと思っています。



一人ひとりが能力を発揮し、働きがいをもてる職場づくり



シモジマが“人柄集団”とも呼ばれる所以は、創業以来培ってきた従業員を大切にする精神にあります。経歴・性別などに関わらず、幅広い分野において人材を採用し、その能力に適した場で最大限の力を発揮できるような職場の土壌づくりを続けています。

安心して仕事に取り組める職場づくり

■ ワークライフバランスの推進

当社では、従来より、ワークライフバランスを重視しています。まず、全社を挙げての残業削減の取り組みにより、平均残業時間を毎年減少させています。たとえば、営業部にタブレットを導入し、出先勤務を効率化することにより、直行直帰と時短のライフ

スタイルを可能にしています。経理部では、決算のスケジュールに伴う繁忙に合わせて管理職の勤務時間を工夫しています。育児・介護に関する制度の整備も進めており、育児中の女性のほとんどが育児休暇制度、短時間勤務制度や10分単位で取得可能な有給休暇を利用し、活躍しています。また、従業員に有給休暇の取得を促進させる「リフレッシュ休暇」の制度も推進しています。

社会に貢献できる人材育成

■ 社長賞表彰

優れた成果をあげた従業員または部門・チーム等団体は、各部署からの推薦を受け、社長及び執行役員の審査を経て、社長賞を贈呈されます。社長賞の審査においては、業務改善・業績向上・商品開発等、様々な要素が考慮されており、企業価値の多面的な向上のためのインセンティブとなっています。



■ **2014年度**：大手アパレル企業からの受注による売上貢献／徹底した誤出荷削減による在庫誤差ゼロの実現／容器包装リサイクル法に対する包装材の減量化
 ■ **2015年度**：ウェブショップ・かっぱ橋.comと実店舗の融合化／新規機械を活用した新商品の開発／サンワ（株）循環ハンガー供給事業への参入と売上貢献／シモジマ野球部の東実健保連盟大会1部優勝
 ■ **2016年度**：積極的な海外生産拠点の開拓とコスト低減／各ECサイトの顧客増加と購入率増加

■ 能力開発のための研修と自己申告制度

当社では、従業員の能力やインセンティブの向上のため、様々な研修制度を整備しています。新人の基本知識やスキルの形成、新任店長の管理能力や現場力の改善を目指しており、店舗での販売業務など、実践的な内容を重視しています。

また、年1回の自己申告制度では、一人ひとりの仕事状況や希望を確認し、従業員のキャリア形成、勤務環境の改善をサポートしています。

2015年度 研修実績

研修名	回数	研修内容
新入社員研修	5回	経営理念、基礎スキル、就業上の規律
販売員研修	3回	接客力
新任店長研修	2回	従業員管理、関連法令
店長研修	2回	店舗レイアウト、接客、商品知識等
部次長研修	2回	コーチング



WE ARE SHIMOJIMA

⇒ 仕事、スポーツ、趣味、何事にも全力を注げる会社



第五営業部
森 亮輔

高校、大学とアメリカンフットボール部に所属し、社会人になった今でも1部リーグのクラブチームで活動しています。入社当初は私は仕事をしながら日本一を目指す強豪チームで続けられるのか、会社の人達からは良く思わないのではないかなど不安な部分がありましたが今では社内の方々の温かい応援もあり楽しく続けられています。私は平日は仕事後に時間を見つけてトレーニング、土曜日、日曜日、祝日はチームの練習という日々です。友達が行や飲み会に行くのを傍

目に見てうらやましい気持ちもありますが、普通の人には体験出来ない充実した毎日が送れていると強く実感しています。職場の方々もスポーツを続けている事を応援してくださり、今年も東京ドームで開催された春季リーグの決勝戦では部署を問わず多くの方が忙しい中、観戦に来てくれたことが本当に嬉しかったです。シモジマには社会人になってからもスポーツや趣味を続けている人がたくさんおり、仕事に限らず、何事にも全力を注げる会社です。



地域の皆様を包みこみ笑顔を提供する存在でありたい



シモジマは、店舗展開する地域での活動に積極的に関わり、地域の皆様との交流を続けています。今後も“シモジマだからできる地域貢献”をめざして活動を続けてまいります。

若者の学ぶ意欲を支える

■ 日本工学院八王子専門学校の生徒さんと今話題のマスキングテープを共同開発

デザインカレッジ グラフィックデザイン科の2年生から、当社が続々新商品開発を行っているオリジナルマスキングテープのデザイン公募を行い、70点の作品から優秀作5点を選出。この作品をメーカーのカモ井加工紙(株)様で作成しました。アイデア賞を含め10点を副賞に選びパッケージデザインの特別授業として大いに盛り上がりました。

今後もデザイナーの卵である学生の方々にラッピング資材に興味を持っていただくようなイベントを継続していきたいと思っております。



メセナ活動

■ 国際交流ミニサッカー大会「Kids One World Cup」に協賛

当社はメセナ活動にも積極的に参加、支援活動をしています。2016年6月4日にお台場・国際交流館にて国際交流ミニサッカー大会「Kids One World Cup」に使用する資材などを協賛しました。当日は天候に恵まれ、国籍を超えた大勢の小学生が参加し、楽しいイベントとなりました。当社はこの他にも地域支援、音楽祭、芸術祭支援活動なども積極的におこなっております。



東日本大震災継続支援 (キッズスマイル クオカード)

当社は2016年6月の株主優待商品として100株以上1000株未満所有の株主様(約5000名)へ「キッズスマイル クオカード」をお届けしました。この「キッズスマイル クオカード」は、カード1枚につき50円が、(株)クオカードより東日本大震災被災地の子どもたちを笑顔にするための活動に寄附されます。当社は今後も東日本大震災の復興支援に努めてまいります。

●活動詳細: http://www.quocard.com/special/kids_smile/



SHIMOJIMA TOPICS

⇒ 熊本震災で迅速な支援対応

地震発生時の対応

2016年4月14日21時26分に熊本県を震源とする最大震度7の強い地震があり、16日未明にも最大震度6強の地震が発生しました。後にも断続的に大きな余震が続き、被災地域に立地するお取引先様の状況確認と安否確認及び弊社従業員とその家族の安否確認に努め、人的被害は生じていない事を確認しました。その後も継続的に状況把握に努めました。

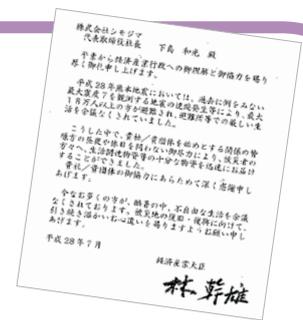
被害・被災状況

九州地区の営業拠点である福岡営業所及びWRAPPLE福岡パルコにおいては、一部荷崩れ

等はあったものの営業に支障をきたす事は無く大きな問題は発生しませんでした。また、当社が主宰するフランチャイズチェーンであるパッケージプラザ(熊本4店舗、大分2店舗)において一部店舗で建物被害が生じましたが、幸いにも人的被害はありませんでした。

被災地への支援活動

被災地への支援として震災直後に不足していた飲料水や食料品、衛生用品を確保して、当時物流網が使用できなかったため、現地の被災されている得意先を中心に物資の確保と輸送を行いました。当社グループは今後も継続して被災者の方々の支援に繋がるよう対応してまいります。



弊社の熊本震災への支援に対して経済産業省よりお礼状を頂きました。



(写真右)被災地へ震災直後に送った支援物資



環境負荷低減のために全社を挙げて取り組んでいます

持続可能な社会に向けて

環境保全は地球規模の課題であり、企業も真摯に努力することを求められています。経営理念に掲げております、包装用品を通じて快適な社会づくりに貢献するために、「包装資材を通じて環境に寄与する」という視点は欠かせません。そのために、環境マネジメントシステムを運用し、グループを挙げて省エネルギー、省資源、CO₂削減、リサイクルを継続的に推進しています。

2015年度環境実行計画と実績

当社の環境マネジメントに関する国際規格ISO14001（2000年11月に本社で認証取得）における、2015年度の当社における環境実行計画及びその結果は下記に示すとおりです。

環境目的	目標／活動計画（2015年度）	実績／進捗状況（2015年度）	評価
■ 環境配慮型商品の企画・開発	年間70点開発	年間80点開発	○
■ 環境配慮型商品の拡販	2014年度比100%以上販売額増	2014年度比100.6%	○
■ 環境配慮型商品の拡販ツール作成	毎月1点以上	年間12点作成	○
■ 商品の不良品重量の低減	四半期毎に過去3年間重量平均比5%削減	各四半期において目標達成	○
■ 業務の効率化・標準化・平準化の推進	業務マニュアル化の推進	業務マニュアル化推進のための仕組み構築	○
■ 業務の効率化・標準化・平準化の推進	業務体制の標準化・平準化の推進	経理業務の見直し・再配置・検証	○
■ ペーパーレス化の研究と実施	電子化やIT環境有効利用の研究と実施	新システムの利用によるペーパーレス化の検討と実施	○
■ 電力使用量削減の検討と実施	システムのサーバサイジングの検討と実施	サーバーの仮想化等による省電力化の検討と実施	○
■ メセナ活動の実施	四半期に1回以上、年間10件以上	年間で10件の実施	○
■ 近隣の清掃活動の実施	週1回駐車場と近隣の清掃活動	原則毎週実施とし、年間51日実施、延べ363名の参加	○

電力使用量・CO₂排出量削減への取組み

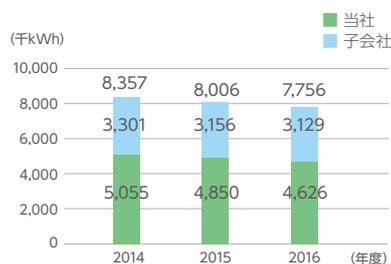
当社では、引き続き電力使用量の削減に取り組んでおります。2016年3月期のグループにおける電気使用量は、7,756千Kwhとなり、前期比で3.2%減となりました。これは、一部店舗の閉鎖や本社工事による一部オフィス閉鎖等が影響しております。この結果、「使用面積あたりの消費電力量」（原単位）も、本社で4.2%、子会社で1.1%それぞれ減少しております。

当社のCO₂排出量については、前期比0.8%増（調整後排出係数換算）となりました。これは調整後排出係数の算出方法が変更

になったことが影響していると考えられますが、今後も継続的な改善に努めてまいります。

当社本社屋につき、一部改築部分が竣工したため、2017年3月期におきましては、消費電力量自体は増加することが予想されます。しかしながら、同改築部分では、LED照明を大幅に取り入れ、空調機器も刷新しておりますので、施工前に比して大幅な節電効果が期待されています。

電力使用量の推移（グループ）

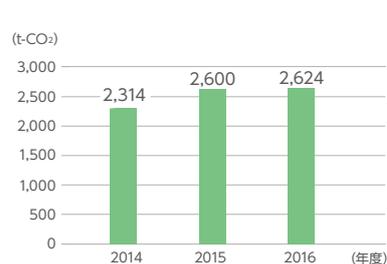


使用面積あたり消費電力量の推移（グループ）



■ 2013/3期より子会社でのmあたりKwhの管理指標を集約しました。

CO₂排出量の推移（当社）



■ 調整後排出係数換算：環境省・経済産業省の省令に基づき算出された係数で換算しています。
■ 実排出係数換算表示から調整後排出係数換算の表示へ変更しています。

環境保全に関する重点項目 (環境方針より抜粋)

- ① 環境負荷の低減をめざした自社ブランド商品 (環境配慮型商品) の企画・開発と品質管理
- ② 省エネルギー・省資源の推進とCO₂削減
- ③ 当社が排出する廃棄物の削減とリサイクルの徹底推進

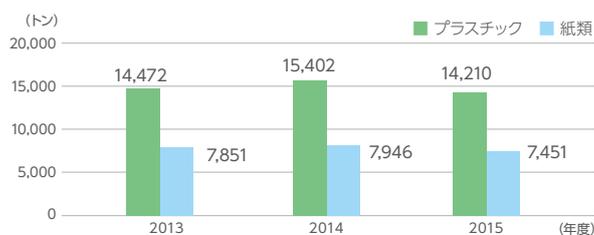
※環境方針の全文はウェブサイトを参照ください
<http://www.shimojima.co.jp/ir/houshin.html>

容器リサイクル法への対応

当社は、容器包装リサイクル法上の特定事業者指定されており、取り扱う容器包装資材の減量を求められています。これを受けて、当社では、従前より、再商品化委託料金を容器包装リサイクル協会に支払っているほか、排出抑制措置として、店舗における紙袋・レジ袋の使用重量を減少すべく努力をしています。

本年度は、プラスチックの容器包装の利用・製造量が14,210トン、紙の容器包装の利用・製造量が7,451トンと、ともに若干減少いたしました。顧客ニーズへの対応との両立を図りつつ、今後も環境負荷低減へ尽力してまいります。

容器包装リサイクル法対応による取り扱い容器包装資材の量の推移



■ 提出の計算時期の関係で、前年の会計年度の計算値を掲載しています。

SHIMOJIMA TOPICS

⇒ 環境対応型商品への取り組み

自社再生紙

現在、生産子会社・ヘイコーパック株式会社に製造過程で発生する再利用して自社再生紙を製造し、新たな商品を開発企画しております。さらに、今年より新しく、当社直営店の浅草橋本店・名古屋店・心斎橋店の3店舗にて店舗使用の紙袋を回収し、これも自社再生紙の一部として使用しています。今後の試みとして、自社再生紙で新しいデザインの店舗使用紙袋の制作を計画しています。



使用済み紙袋の回収箱

宅配用梱包資材の拡充を受け、2016年5月に新しく自社再生紙を使用した宅配袋を販売しました。自社再生紙の和紙のような風合いもアピールポイントにしています。ギフトショーなどの各種展示会やチラシ等で積極的に紹介してまいります。



宅配袋
エコデュオ

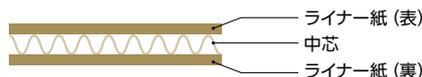
ライナー紙使用の手提げ袋

2016年5月に未晒とはまた違うナチュラルな雰囲気を楽しめるライナー紙を使用したスムーズバッグを発売しました。ライナー紙とは、ダンボール板のナミナミした模様の部分をサンドイッチのパンの部分のように挟んでいる、表裏の平な紙の部分のことです。



ライナー紙を使用した
スムーズバッグ

ダンボール断面図



撥水ニス塗布の宅配袋

当工場にて撥水ニスの塗布加工が可能になりました。撥水ニスを塗布すると、塗布部分が水がかかった場合コロコロとした玉状になり、水をはじきます。完全防水や耐水ではありませんが、水に強い特長を活かし、まずは宅配袋を製作しました。ラミネートすることなく、水に強い袋になるので新しい環境配慮型商品として注目を集めています。



宅配袋 撥水未晒デリバリー

CSR REPORT 2016

シモジマ CSR報告書

株式会社 シモジマ

〒111-0053
東京都台東区浅草橋5-29-8
お問い合わせ先: 管理本部総務部
電話: 03 (3864) 0061 (代表)
Fax: 03 (3865) 4470
<http://www.shimojima.co.jp/>



株式会社シモジマ(本社)は環境マネジメントシステムの国際規格[ISO14001]の認証を平成12年11月10日付で取得しております。(登録証番号:JQA-EM1092)当社はこれからも環境保全を重視した活動を積極的に行ってまいります。



印刷工程では、生分解性があり、VOC(揮発性有機化合物)排出量も少なく、CO2を吸収する植物から作られた植物油インキを使用しています。

UD FONT

ユニバーサルデザイン(UD)の考え方にに基づき、より多くの人に見やすく読みまちがえにくいデザインの文字を採用しています。



適切に管理された森林からの木材を原料としたFSC®認証紙を使用しています。