

# SDGs取組レポート

52期（2025年）

日本流通産業株式会社

# 目次

---

1. トップメッセージ
2. ニチリウSDGs宣言
3. 重要課題のマッピング
4. 4つの取組課題
5. 環境・社会、品質、人財、情報強化  
課題と長期的目標
6. 52期目標 及び 取組結果

# 代表取締役社長 大桑 弘嗣からのメッセージ

日本流通産業は、1974年に「小異を存して大同につく」の理念を掲げ発足し、現在では全国各地の有力チェーンストア18社と、生活協同組合3協が結集したボランタリーチェーンとなりました。日頃より、当社ブランド商品をご愛顧いただき、また取引先様には商品開発に多大なるご協力を頂き心より感謝申し上げます。

2025年は原材料高などによる物価上昇が日々の暮らしに大きな影響を及ぼす状況が続く中、団塊世代が後期高齢者となり、医療・介護需要がピークに達することで、医療・介護システムや人材不足が深刻化、一方では2030年問題として少子化による労働人口の減少や人口全体の減少が顕著になり、経済成長の鈍化、地方衰退、社会構造の変化が課題となっています。

このような環境下ではありますが、昨年につき2025年もお客様の視点に立ち、当社が取り組める社会貢献とは何かを考え、私共の最大の使命である、「品質」「機能」「価格」「安全」「安心」「信頼」をベースとした「オリジナル商品の開発」を推進して参りました。

今後も「衣・食・住」に関わる商品を通じて、サステナブルな未来を共に創造し、共に栄えることを目指し、全力を尽くして参ります。

日本流通産業株式会社  
代表取締役社長 大桑 弘嗣



# ニチリウ SDGs宣言

～持続可能な社会の実現を目指して～

SDGs(持続可能な開発目標)活動を推進する上で、当社の事業でSDGsの17ゴールに関わる課題の中から、「環境・社会」「品質」「人財」「情報」を最重要課題としました。この4つの最重要課題に取り組むにあたり、当社が果たす使命や約束を含めて「ニチリウ SDGs宣言」として策定しました。

私たちニチリウは、衣・食・住の商品を通して お客様の日々の生活（暮らし）を豊かにすることを 全ての社員が喜びとする企業を目指します。

これからの時代に求められるニーズに真摯に対応し、  
すべての人々が幸せを感じられるサステナブルな社会に貢献することを約束します。

## － 方針 1 －

安全・安心な商品の提供を使命とし、  
地球環境とお客様の健康に配慮した商品開発に挑戦します。


## － 方針 2 －

プロフェッショナルの育成と社員のエンゲージメント向上に努め、  
社会から感謝と信頼を得られる企業を目指します。

## － 方針 3 －

お客様や取引先と強固なパートナーシップを築き上げ、  
SDGs活動を広く発信して参ります。

# 重要課題のマッピング

優先順位の高さを背景色の濃淡で色分けして、**環境・社会** **品質** **人財** **情報** 4つの課題をマッピングしました。 は、ニチリウの取り組み課題です。



# 4つの取組課題

SDGs宣言を具現化していくために、ニチリウとして4つの取組課題を掲げました。それぞれの課題を連携することで、持続可能な社会実現を目指します。



## 環境・社会

### 環境への配慮

- ▶ 環境に配慮した商品開発
  - ・既存オリジナル商品における、環境に配慮した「原材料使用」および「容器包装設計」を施した商品開発
- ▶ 資源循環型商品の開発
  - ・直線型消費商品（資源～原料～製造～使用～廃棄）と差異化した循環型消費商品の開発

### 資源の有効活用・廃棄物の削減

- ▶ プラスチック使用量の削減
  - ・オリジナル商品の容器包装プラスチック使用量削減
- ▶ 食品ロスの削減
  - ・食品ロス削減に繋がる商品の仕様変更
  - ・フードバンク他への寄贈
- ▶ 紙使用量の削減
- ▶ 社内電力使用量の削減

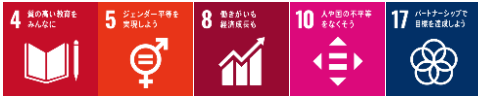


## 品質

### 安全・安心な商品

- ▶ 商品管理の強化
  - ・商品情報、検査書、関連書類の保管と確認
- ▶ クレーム発生の抑制・減少
  - ・改善報告内容の正当性の確認
  - ・回収案件に対しての改善内容の実効性確認（保健所自主回収改善報告書に基づく）
- ▶ 工場管理業務の確立
  - ・国内工場定期監査 及び新規製造委託先監査の再実施
  - ・海外直買工場定期監査
  - ・住居関連部メーカー自主点検の実施

# 4つの取組課題



## 人財

### ▶ 人財の育成・教育

#### ▶ 教育機会の提供

- ・「職務・役職」に合わせた集合研修と「個人の要望」に合わせた選択型セミナーのハイブリッド型研修環境の提供
- ・各階層別試験の実施
- ・加盟社向け教育機会の企画と実施（店長、SV、バイヤー）

#### ▶ 信頼されるプロ人材の育成

- ・今以上の高いレベルで業務を遂行するために必要な知識・スキルの向上

#### ▶ 多様性のある組織づくりと中長期の採用計画

- ・3か年の人事採用計画と柔軟性のある雇用形態の採用

### ▶ 働き方改革・ガバナンス

#### ▶ 従業員エンゲージメントの向上

- ・働きやすさ・働きがいのある職場環境を整備

#### ▶ 新しい働き方への対応

- ・多様で柔軟な働き方の整備

#### ▶ 法令の遵守、リスクへの対応、社員のあるべき姿の明確化

- ・社員の行動規範および社内ルールの改訂と実践の徹底



## 情報

### ▶ マーケティング強化

#### ▶ 社員のオリジナル商品に対するロイヤリティ向上

#### ▶ お客様とのタッチポイント創出

- ・外部モニターから商品評価の声を集める仕組み構築によりオリジナル商品開発に活用する
- ・くらしモアファンを増やす為、Instagramフォロワー数10,000人以上獲得

### ▶ 広報の強化

#### ▶ 取組・活動の情報発信

- ・ホームページからの情報発信強化
- ・ニチリウ報からの情報発信強化
- ・業界紙への企業・商品情報掲載
- ・SDGs年間活動レポートの発信・開示

# 3ヶ年目標 (2025年～2027年)

---

# ▼「環境・社会」 3ヶ年目標①

当社は、2022年度より3か年計画ごとのSDGsへの取り組みをスタートいたしました。ニチリウ SDGs宣言に掲げる理念に沿って、課題解決に取り組んで参ります。

課題	取組テーマ	区分	取組内容	54期（2027年）目標・KPI（定量目標）
環境・社会 環境への配慮	持続可能な未来を目指し、プラスチックフリーな社会の実現に貢献する（プラスチック使用量削減）	継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●オリジナル商品（容器包装・原料）プラスチック使用量削減</li> <li>・バイオプラスチック、再生可能素材の使用</li> <li>・商品、パッケージのコンパクト化、薄肉化 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●2027年プラスチック削減目標</li> <li>・商品部合計 累計目標200トン（2024年実績比 +81.5トン）</li> </ul> <p>&lt;部門別3ヶ年目標&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商品部合計：81.5トン</li> <li>加工食品部：37トン、生鮮食品部18トン、住居関連部18トン、衣料品部8.5トン</li> </ul>
	環境、お客様の健康に配慮した原料による商品開発	新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●社内認定基準による環境・健康に配慮した商品の開発。（基準を満たした商品にニチリウ認定マークを商品に付与）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●認定マーク付き商品100アイテムを開発（2024年時点認定可能：18アイテム）</li> <li>・商品部別目標：加工食品40アイテム、生鮮食品20アイテム、住居関連部20アイテム、衣料品部20アイテム</li> </ul> <p>【認定基準】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・環境配慮原料の使用比率20%以上</li> <li>環境配慮原料： <ul style="list-style-type: none"> <li>①再生（リサイクル）可能な資源、原料の使用</li> <li>②植物由来の原料を使用</li> <li>③持続可能な方法で生産・調達されている原料の使用</li> </ul> </li> <li>・健康配慮原料を使用した商品又は添加物等不使用</li> <li>健康配慮原料（一例）： <ul style="list-style-type: none"> <li>①防腐剤・香料・合成色素 無添加</li> <li>②食物繊維入り・糖質オフ、③オーガニック原料配合等</li> </ul> </li> </ul>
	環境配慮型商品の開発	継続強化  新規  継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新規、既存オリジナル商品における「原材料使用」「容器包装設計」を施した環境配慮商品の開発</li> <li>●SDGS取組社内共有と啓発を目的とした取組みの実行（浸透⇒定着）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●目標：開発件数 2022年～2027年</li> <li>・原材料使用：商品部合計 3,268件 加工食品部 200件、生鮮食品部 40件、住居関連部 60件、衣料品部 2,968件</li> <li>・容器包装設計：商品部合計 7,247件 加工食品部 500件、生鮮食品部 120件、住居関連部 180件、衣料品部 6,447件</li> <li>●環境配慮型商品開発の基準の作成</li> <li>●認定機関の設置</li> <li>●社内浸透と定着の為の仕組みを作る。</li> </ul>

# ▼「環境・社会」 3ヶ年目標②

課題	取組テーマ	区分	取組内容	54期（2027年）目標・KPI（定量目標）																																																																				
環境・社会	衣・食・住オリジナル商品ロスの削減	継続強化	●食品ロスの削減	●賞味期限の延長（エビデンスによる商品期限の変更・年月表示への変更）目標 150件																																																																				
		新規	●ペットフードロスの削減	●ペットフードロスの削減 ・賞味期限の延長（エビデンスによる商品期限の変更・年月表示への変更）：目標 全品年月表示へ変更																																																																				
継続強化		●食品：フードバンク福祉協議会、子供食堂等への寄贈	●2月・8月に寄贈可能な商品を確保した時点で実施																																																																					
新規		●衣料品、ペットフード：日本赤十字社、動物愛護団体、NPO法人等への寄贈	●2月・8月に寄贈可能な商品を確保した時点で実施																																																																					
資源の有効活用・廃棄ロスの削減	社内使用資源の削減と維持	継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●コピー用紙使用量の削減と維持：単位印刷面数 <ul style="list-style-type: none"> <li>・社内会議のペーパーレス化、個人別使用面数の管理（部長室での管理）</li> </ul> </li> <li>●社内電力使用量の維持削減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●コピー用紙削減目標：単位 印刷面数</li> <li>・47期比：削減率60%以下での運用を実現させる（3ヶ年：毎年約6%削減を目標）</li> </ul> <p>【全社目標】</p> <table border="1"> <tr> <td>47期実績</td> <td>486,440面</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">↓</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td>51期実績</td> <td>348,782面</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">↓</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td>52期目標</td> <td>327,800面</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">↓</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td>53期目標</td> <td>308,060面</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">↓</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td>54期目標</td> <td>291,000面以下</td> <td colspan="2"></td> </tr> </table> <p>【51期（2024年）チーム別実績】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>チーム名</th> <th>面数</th> <th>チーム名</th> <th>面数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>経営企画</td> <td>60,615</td> <td>加工食品</td> <td>22,427</td> </tr> <tr> <td>品質・輸入管理</td> <td>30,602</td> <td>日配</td> <td>12,607</td> </tr> <tr> <td>業務</td> <td>11,841</td> <td>生鮮食品</td> <td>27,420</td> </tr> <tr> <td>財務経理</td> <td>57,133</td> <td>衣料品</td> <td>46,770</td> </tr> <tr> <td>情報システム</td> <td>11,738</td> <td>住居関連</td> <td>30,108</td> </tr> <tr> <td>人事総務</td> <td>22,930</td> <td>共同購入</td> <td>7,466</td> </tr> <tr> <td>全社計</td> <td>348,782</td> <td>ブランド推進</td> <td>7,125</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>●社内電力使用量の維持削減：基準数値 51,555kwh（2020年実績）39,275kwh（2024年実績）</li> <li>・目標：38,000kwh以下での運用 2020年比74%、2024年比96.8%（参考値：49期実績37,953kwh 73.6% / 50期実績37,992kwh 73.7% / 51期実績39,275kwh 76.2%）</li> </ul>	47期実績	486,440面			↓				51期実績	348,782面			↓				52期目標	327,800面			↓				53期目標	308,060面			↓				54期目標	291,000面以下			チーム名	面数	チーム名	面数	経営企画	60,615	加工食品	22,427	品質・輸入管理	30,602	日配	12,607	業務	11,841	生鮮食品	27,420	財務経理	57,133	衣料品	46,770	情報システム	11,738	住居関連	30,108	人事総務	22,930	共同購入	7,466	全社計	348,782	ブランド推進	7,125
47期実績	486,440面																																																																							
↓																																																																								
51期実績	348,782面																																																																							
↓																																																																								
52期目標	327,800面																																																																							
↓																																																																								
53期目標	308,060面																																																																							
↓																																																																								
54期目標	291,000面以下																																																																							
チーム名	面数	チーム名	面数																																																																					
経営企画	60,615	加工食品	22,427																																																																					
品質・輸入管理	30,602	日配	12,607																																																																					
業務	11,841	生鮮食品	27,420																																																																					
財務経理	57,133	衣料品	46,770																																																																					
情報システム	11,738	住居関連	30,108																																																																					
人事総務	22,930	共同購入	7,466																																																																					
全社計	348,782	ブランド推進	7,125																																																																					
自分ごとで取り組む活動	未来を守る為の行動を今から始めよう！ 全社員で取り組むSDGs	新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●自主的にSDGsに取組む企業風土を醸成する 目的：①SDGsの複雑さ相互性を知る ②SDGs活動を身近なものにする ③対話と共生の重要性を知る ④行動変容のきっかけとする</li> <li>●社内備品のSDGs化</li> <li>●社外、外部機関への貢献</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●勉強会の実施 1年目（2025年下期に1回開催）</li> <li>・目的：①SDGsの複雑さ相互性を知る、②SDGs活動を身近なものにする ③対話と共生の重要性を知る、④行動変容のきっかけとする</li> <li>●環境配慮型商品の使用を定着させる。</li> <li>・目的：社内備品を可能な限り環境負荷の少ないものに切り替え、社員が持続可能性を意識して使用することを習慣化する。</li> </ul>																																																																				

# ▼「品質」 3ヶ年目標

	課題	取組テーマ	区分	取組内容	54期（2027年）目標・KPI（定量目標）
品質 安心安全な商品		品質管理の対象範囲の拡大	新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品・住居関連・衣料：海外工場監査体制の確立</li> <li>●住関：台所用品・その他（マスク・歯ブラシ・歯間ブラシ・ペットフード）上記商品の製造メーカー20社への工場監査実施 ⇒監査の結果、合格基準に満たない場合は、合格基準を満たすよう改善指導</li> <li>●衣料：工場自主点検の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●海外工場監査体制の確立</li> <li>●食品：海外工場の監査ルール策定・運用</li> <li>●住居関連：海外工場の監査ルール策定・運用</li> <li>●衣料：海外エージェントによる、主力工場5社への2カ月に1回工場監査 ※バイヤーも工場監査に同行</li> <li>●住関：人体に影響を与える可能性が高い商品（食品や口に触れる用途）カテゴリにおいて、PB・WBの製造委託先として合格基準に満たない企業との取引は0件と確認</li> <li>●衣料：工場自主点検のルール策定。2年に1度、工場自主点検を実施</li> </ul>
			継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●衣料：生産工程管理</li> </ul>	衣料：生産工程管理表確認／毎週 生産前サンプル確認、検査データ、船積前サンプル確認を実施してからの船積み
		プロフェッショナル人材の育成	新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●プロの工場監査会社の工場監査同行継続 ※BYの工場監査能力upの為、食品・住関の全BYに同行の機会を与える</li> <li>●品質管理チームの専門知識向上</li> <li>●年2回（上期、下期）BY向け品質勉強会の開催</li> <li>●新入社員（BY）向け品質勉強会の開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品・住関の全BY、プロの工場監査会社の工場監査手法を学ぶ。対象メンバー：25名</li> <li>①品質管理チーム全員、年1回以上の勉強会・講習会への参加（保健所開催の勉強会・定額制セミナー等）</li> <li>②品質管理チーム全員、専門資格の取得 対象資格：QC検定3級・食品表示検定中級・食品安全検定3級</li> <li>●BYの品質管理に関する知識向上</li> <li>●新入社員(BY)への品質管理に関する学習機会の提供</li> </ul>
			継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●年2回（上期、下期）品質管理報告会実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●クレーム発生状況の社内共有 ※MG以上へ報告。BYへはMGより共有</li> </ul>
		自責クレーム削減	新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品：メーカーによる工場自主点検の結果、合格基準に満たない工場への訪問 ⇒合格基準を満たすよう改善指導</li> <li>メーカー別にクレーム発生件数・内容を分析。改善が必要となる工場を抽出し、工場監査を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品：PB・WBの製造委託工場として合格基準を満たさない企業（既存取引先）との取引：0件</li> <li>●対象工場への工場監査⇒改善指導を実施</li> </ul>
			継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品・住関・衣料：PB・WBの製造委託工場。取引開始前に工場監査実施。 ⇒監査の結果合格基準に満たない場合は、合格基準を満たすよう改善指導</li> <li>●食品・住関：回収案件が発生したメーカーへの工場監査実施・改善結果の確認</li> <li>●食品・住関：ルールに基づいた工場自主点検の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品・住関・衣料：PB・WBの製造委託工場として合格基準を満たさない企業との新規取引0件</li> <li>●食品・住関：回収発生要因と、同要因による回収発生→0件</li> <li>食品・住関：工場自主点検の継続した実施</li> </ul>
		商品情報管理	継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●eBASEへの商品情報登録の継続</li> <li>●法令の改正があった場合、eBASEに情報を反映</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●PB・WB・留型の全商品、eBASE上で商品情報検索可能な状態の維持</li> <li>●法令に則った情報の公開がされている状態の維持</li> </ul>

# ▼「人財」 3ヶ年目標①

課題	取組テーマ	区分	取組内容	54期（2027年）目標・KPI（定量目標）
人財	質の高い教育機 会の創出	継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「職務・役職」に合わせた集合研修と「個人の要望」に合わせた定額セミナーのハイブリッド型研修環境の継続</li> <li>●グループの結束と加盟社間の相互啓発を実現する教育機会の創出（店長、SV、BY）</li> <li>●社内講師による勉強会の実施（各テーマ毎の社内講師10名育成）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●集合研修：①管理職向け研修、②チームビルディング研修、③SDG s 研修、④パイヤー向け研修、⑤フィードバック面談研修、⑥キャリアプラン形成研修、⑦スタッフ社員向け研修etc ⇒年間計画に基づく実施</li> <li>●定額制セミナー：SMBC定額制セミナー4年目、5年目、6年目継続利用（誰もがいつでも学べる環境継続）</li> <li>●参加加盟企業：15社130名(51期実績：13社110名)</li> <li>●①知財（商標、意匠、特許）、②分かり易い業績の見方、③広報の役割、④評価者基準合わせ、⑤情報セキュリティ、⑥決算業務、⑦コンプライアンス、⑧商品開発、⑨マーケティング、⑩業務効率化etc ⇒ 年間計画に基づく実施</li> </ul>
		新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●中途新入社員研修の充実</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●中途新入社員研修内容を動画パッケージ化 ⇒常時閲覧可能環境構築完了</li> </ul>
		継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●商品部管理職育成へ向けた外部研修への派遣</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ミドルマネジメント研修（2泊3日合宿型）への継続（3年）派遣</li> </ul>
		新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●BY向け研修の充実</li> <li>●改善報告書の提出義務化とコンプライアンス教育の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●①マーケティング研修、②MR方法研修、③損益計数管理研修、④プレゼン研修etc ⇒必要スキルの研修実施</li> <li>●改善報告書提出ルール化⇒改善報告書事例の共有 ⇒継続した社員教育⇒改善報告書提出事案ゼロ</li> </ul>
		継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●業務に関わる有資格者の育成・採用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●各種資格中級以上保有社員比率55名目780資格以上（現在：47名71資格）</li> </ul>
	信頼されるプロ人 財の育成	新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●高難度資格保有者の育成・採用</li> <li>●BY向けスキルチェック表導入</li> <li>●中途新入社員育成の為の環境構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●各種資格上級or国家資格保有社員10名以上</li> <li>●BY向けスキルチェック表の完成と導入完了</li> <li>●①社内マニュアル・勉強会資料一元管理環境構築 ②職格毎の職務要件表の作成完了</li> </ul>

# ▼「人財」 3ヶ年目標②

課題	取組テーマ	区分	取組内容	54期（2027年）目標・KPI（定量目標）	
人財	ジェンダー平等と多様性のある組織づくり	新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●3か年の人事採用計画立案と遂行（BY構成率UP：26%⇒31%）</li> <li>●スタッフの多能化（BY業務の移管・バイヤー⇄スタッフの配置転換）</li> <li>●BY職に於ける女性社員比率向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●BY育成とオリジナル開発強化の為、BY構成比26%⇒31%（現行：BY26人⇒BY:31人）</li> <li>●スタッフへのバイヤー業務の移管（スキル表で○、×管理）⇒バイヤー業務の一部移管人財 各商品部1名育成完了</li> <li>●バイヤーの女性社員比率：15%以上（現状：7.4%⇒15%）</li> </ul>	
		継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●女性管理職の登用と育成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●女性管理職比率15%以上（51期：11%⇒15%以上）（※BY及び管理職候補の女性採用比率40%）</li> </ul>	
		新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●パートナー社員の正社員転換、正社員のパートナー社員への転換</li> <li>●女性活躍推進法および次世代育成支援対策推進法への対応</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●パートナー（派遣）社員⇄正社員への転換2名実現</li> <li>●社員数101人以上企業に必要な左記推進法に必要な取組目標策定と遂行</li> </ul>	
	従業員エンゲージメントの向上と働きがいのある職場づくり	継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●エンゲージメント調査の定点観測と課題取組</li> <li>●残業削減取組（在宅勤務・時差出勤制度恒久化、残業15時間以上改善報告書提出ルール継続）</li> <li>●社員離職率の低減（10%以内）</li> <li>●有給休暇高取得率の継続</li> <li>●目標管理制度・評価制度の運用教育</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●管理職への自部門データの開示とシステムから自動抽出した改善案の継続的な共有・指導・教育</li> <li>●平均残業5時間/月の継続</li> <li>●社員離職率10%以内継続（51期8.1%からの低減(世間13.9%→卸・小売12.3%)）</li> <li>●有給休暇取得率65%以上（世間平均&lt;当社継続）</li> <li>●管理職層へ向けたフィードバック面談研修及び被評価者向研修の実施 評価基準合わせ勉強会の継続実施</li> </ul>	
			新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●感謝する組織風土の醸成</li> <li>●育児介護休業対象者への対応</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●サンクスギフト制度（福利厚生）導入</li> <li>●国の法改正に合わせた育児介護休業規程の見直しと周知（4月、9月）</li> </ul>
			継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●男女性育休取得率向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●男女共に取得率85%以上</li> </ul>
			新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●社内規程の理解と利便性の向上</li> <li>●高年齢雇用安定法への対応（65歳以降継続勤務環境構築）</li> <li>●60歳以上社員の活躍</li> <li>●業務改善推進タスクチーム活動（無くす、集約する、簡素化する業務改善活動）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●社内規程のDXツール導入（検索で必要な規程抽出機能、新旧比較機能、自動案内機能、履歴機能etc）</li> <li>●定年延長（段階的に62歳まで）と67歳まで再雇用嘱託社員制導入案策定完了</li> <li>●BYのアシスタントBY制度導入（希望者は定年後もBY or アシスタントBYとして従事する制度）</li> <li>●各部への改善対象（無くす・集約する・簡素化する）業務の引継完了と毎期目標管理取組での実行</li> </ul>

# ▼「情報強化」 3ヶ年目標①

課題	取組テーマ	区分	取組内容	54期（2027年）目標・KPI（定量・定性目標）
情報強化	POSデータ活用方法の教育と仕組み化	継続強化	●ビッグデータ活用方法の確立	●販売実績、加盟店POSデータ、RDSデータを開発根拠、MD計画の根拠資料への活用。  ①売れ筋商品の強化： 好調商品の配荷促進、ベンチマークにし開発提案を実践。 ②不振商品の強化： リニューアルと終売の検討。他社好事例を発見し水平展開。  →BY使用率100%定着化。
		新規	●加盟店週次実績の取組方法の確立と情報発信	●加盟店週次実績の取組業務効率化と加盟店への情報発信。
	マーケティング力とロイヤリティの向上	新規	●マーケティング力の向上（知識と実践力の向上） ・ニチリウマーケティングの定義共有とBY向けマーケティング教育の実施 ・定義：お客様、加盟店が求めるニーズに対応した価値ある商品開発と育成を行う為に必要なあらゆる活動  ・マーケティング情報の活用（好事例報告会及び社内モニタリング活動）	●マーケティング（外部・集合）研修の実施 ・集合研修でのグループワークも入れ、当社のマーケティング活動の定義と考え方を統一 ・商品開発マニュアルの作成と新入社員育成環境構築完了。（マーケティング⇒商品開発立案⇒店頭販売までの商品開発マニュアルを作成完了） ・商品プレゼン資料のフォーマット統一化 プレゼン資料のフォーマットを統一し、PRポイントの明確化と業務効率化を実現  ・マーケティング好事例の定期報告会実施（1回/4半期）
			●ロイヤリティの向上 ・ロイヤリティ定義：自社（くらしモア）商品に対する愛着、認知度、使用率アップ	・ワークショップを開催し自社商品への認知度・愛着度をUPする。2回/年  ・店舗視察→自社商品の購入→使用結果アンケート→商品への反映のサイクルを回し、全従業員の自社商品使用率100%  ・自社商品の取組先（本社や工場）視察 商品4部門が企画（年1回）し、スタッフも含めて参加⇒アイデアや意見アンケート収集
			●社内女性モニタリングの定着化⇒モニタリング結果の可視化と共有	●毎月1回の定期実施。84品の新商品開発/年 加工食4アイテム/月、生鮮2アイテム/月、住関1アイテム/月のモニタリング実施。
	女性目線の商品開発強化	継続強化	●社内女性モニタリングの定着化⇒モニタリング結果の可視化と共有	●毎月1回の定期実施。84品の新商品開発/年 加工食4アイテム/月、生鮮2アイテム/月、住関1アイテム/月のモニタリング実施。
		新規	●加盟店女性社員によるモニタリングの実施⇒モニタリング結果の可視化と共有	●加盟店モニタリングを実施し定着化させる。6回/年
		継続強化	●女性によるパッケージデザイン反映 ・社内・加盟店女性のデザインアンケート実施	・参画加盟店12社15名(社内全女性社員は常時参画)



# 52期目標 及び 取組結果

---

# ▼環境・社会 取組結果①

課題	取組テーマ	区分	52期（2025年）目標	52期（2025年）結果																																																																																				
環境・社会 環境への配慮	持続可能な未来を目指し、プラスチックフリーな社会の実現に貢献する (プラスチック使用量削減)	継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●52期（2025年）単年目標                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・商品部合計：24.5トン</li> <li>加工食品部：11.1トン 生鮮食品部：5.4トン</li> <li>住居関連部：5.4トン 衣料品部：2.6トン</li> </ul> </li> <li>●49期～52期（2022年～2025年）累計目標                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・商品部合計：143.0トン（前年比120%）</li> <li>加工食品部：55.1トン、生鮮食品部：32.7トン</li> <li>住居関連部：52.3トン、衣料品部：2.9トン</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●52期（2025年）単年結果                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・商品部合計：58.42トン</li> <li>加工食品部：3.8トン 生鮮食品部：2.2トン</li> <li>住居関連部：52.32トン 衣料品部：0.1トン</li> </ul> </li> <li>●49期～52期（2022年～2025年）累計結果                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・商品部合計：176.9トン（前年比149%）</li> <li>加工食品部：47.8トン 生鮮食品部：29.5トン</li> <li>住居関連部：99.2トン 衣料品部：0.4トン</li> </ul> </li> </ul>																																																																																				
	環境、お客様の健康に配慮した原料による商品開発	新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●52期（2025年）単年目標数値                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・商品部合計：25アイテム</li> <li>加工食品部：10アイテム 生鮮食品部：5アイテム</li> <li>住居関連部：5アイテム 衣料品部：5アイテム</li> </ul> </li> <li>・認定ルールの作成（下期中）</li> <li>認定基準の作成、認定マークの作成</li> <li>SDGS認定委員会（タスクチーム）による判定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●単年結果</li> <li>・全部門0アイテム</li> <li>・認定ルール、基準：2026年8月までに作成完了予定</li> <li>・自社認定マーク：2026年8月作成完了予定</li> </ul>																																																																																				
	環境配慮型商品の開発	継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●原材料使用累計目標（2022年～2025年）</li> </ul> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>件数</th> <th>累計件数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>商品部合計</td> <td>547</td> <td>1,878</td> </tr> <tr> <td>加工食品部</td> <td>12</td> <td>144</td> </tr> <tr> <td>生鮮食品部</td> <td>5</td> <td>22</td> </tr> <tr> <td>住居関連部</td> <td>5</td> <td>39</td> </tr> <tr> <td>衣料品部</td> <td>525</td> <td>1,673</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>●容易包装設計目標（2022年～2025年）</li> </ul> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>件数</th> <th>累計件数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>商品部合計</td> <td>1,296</td> <td>4,201</td> </tr> <tr> <td>加工食品部</td> <td>34</td> <td>420</td> </tr> <tr> <td>生鮮食品部</td> <td>9</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>住居関連部</td> <td>18</td> <td>139</td> </tr> <tr> <td>衣料品部</td> <td>1,235</td> <td>3,542</td> </tr> </tbody> </table>		件数	累計件数	商品部合計	547	1,878	加工食品部	12	144	生鮮食品部	5	22	住居関連部	5	39	衣料品部	525	1,673		件数	累計件数	商品部合計	1,296	4,201	加工食品部	34	420	生鮮食品部	9	100	住居関連部	18	139	衣料品部	1,235	3,542	<ul style="list-style-type: none"> <li>●52期（2025年）原材料使用結果</li> </ul> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>件数</th> <th>累計件数</th> <th>累計達成率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>商品部合計</td> <td>436</td> <td>1,767</td> <td>94%</td> </tr> <tr> <td>加工食品部</td> <td>13</td> <td>145</td> <td>101%</td> </tr> <tr> <td>生鮮食品部</td> <td>0</td> <td>17</td> <td>77%</td> </tr> <tr> <td>住居関連部</td> <td>8</td> <td>42</td> <td>108%</td> </tr> <tr> <td>衣料品部</td> <td>415</td> <td>1,563</td> <td>93%</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>●52期（2025年）容易包装設計結果</li> </ul> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>件数</th> <th>累計件数</th> <th>累計達成率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>商品部合計</td> <td>1,191</td> <td>4,096</td> <td>98%</td> </tr> <tr> <td>加工食品部</td> <td>92</td> <td>478</td> <td>114%</td> </tr> <tr> <td>生鮮食品部</td> <td>13</td> <td>104</td> <td>104%</td> </tr> <tr> <td>住居関連部</td> <td>35</td> <td>156</td> <td>112%</td> </tr> <tr> <td>衣料品部</td> <td>1,051</td> <td>3,358</td> <td>95%</td> </tr> </tbody> </table>		件数	累計件数	累計達成率	商品部合計	436	1,767	94%	加工食品部	13	145	101%	生鮮食品部	0	17	77%	住居関連部	8	42	108%	衣料品部	415	1,563	93%		件数	累計件数	累計達成率	商品部合計	1,191	4,096	98%	加工食品部	92	478	114%	生鮮食品部	13	104	104%	住居関連部	35	156	112%	衣料品部	1,051	3,358	95%
		件数	累計件数																																																																																					
商品部合計	547	1,878																																																																																						
加工食品部	12	144																																																																																						
生鮮食品部	5	22																																																																																						
住居関連部	5	39																																																																																						
衣料品部	525	1,673																																																																																						
	件数	累計件数																																																																																						
商品部合計	1,296	4,201																																																																																						
加工食品部	34	420																																																																																						
生鮮食品部	9	100																																																																																						
住居関連部	18	139																																																																																						
衣料品部	1,235	3,542																																																																																						
	件数	累計件数	累計達成率																																																																																					
商品部合計	436	1,767	94%																																																																																					
加工食品部	13	145	101%																																																																																					
生鮮食品部	0	17	77%																																																																																					
住居関連部	8	42	108%																																																																																					
衣料品部	415	1,563	93%																																																																																					
	件数	累計件数	累計達成率																																																																																					
商品部合計	1,191	4,096	98%																																																																																					
加工食品部	92	478	114%																																																																																					
生鮮食品部	13	104	104%																																																																																					
住居関連部	35	156	112%																																																																																					
衣料品部	1,051	3,358	95%																																																																																					
		新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ガイドラインの改訂：開発基準の見直し</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●衣料品：ガイドライン改定完了（食品、住居関連品：2026年改訂予定）</li> </ul>																																																																																				
		継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●SDGS認定委員会（タスクチーム）による判定</li> <li>●方針徹底集会での表彰（SDGS認定委員会推薦）1名</li> <li>●朝礼で環境配慮型商品の紹介を行う（月曜日）</li> <li>●朝礼のトピックスにSDGS個人取組事例を入れる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●認定委員会：2026年9月より開始</li> <li>●SDGs推進チーム：取組みについて受賞</li> <li>●項目に追加完了</li> <li>●項目に追加完了</li> </ul>																																																																																				

# ▼環境・社会 取組結果②

課題	取組テーマ	区分	52期（2025年）目標	52期（2025年）結果																																																																								
資源の有効活用・廃棄ロスの削減	衣・食・住 オリジナル商品 ロスの削減	継続強化	●52期（2025年）単年目標 ・賞味期限の延長・変更：目標50件 ⇒店舗での廃棄ロスの削減	●賞味期限の延長・変更：結果9件																																																																								
		新規	●52期（2025年）単年目標 ・賞味期限の延長・変更：目標 構成比30%	●賞味期限・変更：結果構成比40%																																																																								
		継続強化	●2月・8月に寄贈可能な商品を確保した時点で実施	●大阪市福島区社会福祉協議会へ寄贈 ・4月：黄桃缶、パン缶のフルーツ缶、鯖缶の水産缶、 トマト缶の農産缶など合計102ケース  ・10月：みかん缶、パン缶のフルーツ缶、鯖缶の水産缶、 トマト缶の農産缶など合計75ケース																																																																								
		新規	●有効に活用して頂ける寄贈先を開拓し実施。	●大阪市福島区社会福祉協議会へ寄贈 ・3月：子供服、男児スポーツTシャツ合計583枚  ●NPO法人 日本もったいない食品センターへ寄贈 ・10月：ホルトマト 1,040ケース																																																																								
環境・社会	社内使用資源の 削減と維持	継続強化	●コピー用紙削減目標：単位 印刷面数  【52期（2025年）チーム別目標】  <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">【52期（2025年）チーム別目標】</th> </tr> <tr> <th>チーム名</th> <th>面数</th> <th>チーム名</th> <th>面数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>経営企画</td> <td>56,970</td> <td>加工食品</td> <td>21,080</td> </tr> <tr> <td>品質・輸入管理</td> <td>28,760</td> <td>日記</td> <td>11,850</td> </tr> <tr> <td>業務</td> <td>11,130</td> <td>生鮮食品</td> <td>25,770</td> </tr> <tr> <td>財務経理</td> <td>53,700</td> <td>衣料品</td> <td>43,960</td> </tr> <tr> <td>情報システム</td> <td>11,030</td> <td>住居関連</td> <td>28,300</td> </tr> <tr> <td>人事総務</td> <td>21,550</td> <td>共同購入</td> <td>7,010</td> </tr> <tr> <td>全社計</td> <td>327,800</td> <td>ブランド推進</td> <td>6,690</td> </tr> </tbody> </table>	【52期（2025年）チーム別目標】				チーム名	面数	チーム名	面数	経営企画	56,970	加工食品	21,080	品質・輸入管理	28,760	日記	11,850	業務	11,130	生鮮食品	25,770	財務経理	53,700	衣料品	43,960	情報システム	11,030	住居関連	28,300	人事総務	21,550	共同購入	7,010	全社計	327,800	ブランド推進	6,690	【52期（2025年）チーム別結果】  <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">【52期（2025年）チーム別結果】</th> </tr> <tr> <th>チーム名</th> <th>面数</th> <th>チーム名</th> <th>面数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>経営企画</td> <td>53,819</td> <td>加工食品</td> <td>28,998</td> </tr> <tr> <td>品質・輸入管理</td> <td>32,539</td> <td>日記</td> <td>10,620</td> </tr> <tr> <td>業務</td> <td>17,478</td> <td>生鮮食品</td> <td>30,431</td> </tr> <tr> <td>財務経理</td> <td>58,145</td> <td>衣料品</td> <td>52,213</td> </tr> <tr> <td>情報システム</td> <td>7,718</td> <td>住居関連</td> <td>29,309</td> </tr> <tr> <td>人事総務</td> <td>25,658</td> <td>共同購入</td> <td>7,179</td> </tr> <tr> <td>全社計</td> <td>377,998</td> <td>ブランド推進</td> <td>23,891</td> </tr> </tbody> </table>	【52期（2025年）チーム別結果】				チーム名	面数	チーム名	面数	経営企画	53,819	加工食品	28,998	品質・輸入管理	32,539	日記	10,620	業務	17,478	生鮮食品	30,431	財務経理	58,145	衣料品	52,213	情報システム	7,718	住居関連	29,309	人事総務	25,658	共同購入	7,179	全社計	377,998	ブランド推進	23,891
		【52期（2025年）チーム別目標】																																																																										
チーム名	面数	チーム名	面数																																																																									
経営企画	56,970	加工食品	21,080																																																																									
品質・輸入管理	28,760	日記	11,850																																																																									
業務	11,130	生鮮食品	25,770																																																																									
財務経理	53,700	衣料品	43,960																																																																									
情報システム	11,030	住居関連	28,300																																																																									
人事総務	21,550	共同購入	7,010																																																																									
全社計	327,800	ブランド推進	6,690																																																																									
【52期（2025年）チーム別結果】																																																																												
チーム名	面数	チーム名	面数																																																																									
経営企画	53,819	加工食品	28,998																																																																									
品質・輸入管理	32,539	日記	10,620																																																																									
業務	17,478	生鮮食品	30,431																																																																									
財務経理	58,145	衣料品	52,213																																																																									
情報システム	7,718	住居関連	29,309																																																																									
人事総務	25,658	共同購入	7,179																																																																									
全社計	377,998	ブランド推進	23,891																																																																									
			・目標比115.3%  ●社内電力使用量の維持削減 ・目標：38,000kwh以下での運用 ⇒毎月の実績報告：啓発すべき事項の開示	・結果：40,748kwh 目標比107.2%																																																																								
社内（自分ごと）で取組むSDGS活動	未来を守る為の行動を今から始めよう！ 全社員で取組むSDGS	新規	●勉強会の下期実施（全社員向け） ※外部講師による研修の実施。 ・テーマ：SDGsの本質を体感的に楽しく理解する！ ⇒SDGsカードゲームによる体感。  ●環境配慮型商品備品化リストの作成 ⇒対象商品、コスト試算。  ●寄付のベースとなる商品の認定（認定マーク付き商品）	●未着手（実施準備を行い2027年開催予定）  ●未着手 （2026年度に環境配慮型商品の備品化を提案予定）  ●2026年9月以降認定マーク付き商品開発スタート																																																																								

# 環境・社会 取組活動①

## ～福祉団体への寄贈～

食品ロスの削減や、地域貢献、ボランティア活動を支援することによる社会貢献の一環として、ニチリウが所在する大阪市福島区の社会福祉協議会へ、商品には問題ないが様々な事情で販売ができなくなった自社商品を寄贈しました。

(一例)

### ▼2025年3月ニチリウとして初めて衣料品部より子供服を寄贈 男児スポーツカジュアル／半袖Tシャツ、ハーフパンツ 583枚



寄贈商品



寄贈商品



左：ニチリウ衣料品部バイヤー

### ▼2025年4月加工食品部より寄贈 フルーツ缶、いわし蒲焼缶、ホールトマト、はるさめ、他 計42ケース



寄贈商品



社会福祉協議会の方との話し



寄贈当日の様子

### ▼2025年10月加工食品部より寄贈 フルーツ缶、さば缶、カットトマト缶、瓶入りパスタソース、他 102ケース



寄贈商品



寄贈品の積み替え



寄贈商品

# 環境・社会 取組活動②

## NPO法人 日本もったいない食品センターへの寄贈



2025年10月23日にホールトマト1,040ケースの寄贈を行いました。  
今回、配送時の濡れにより残念ながら販売対象外となった商品（商品自体には問題なし）を寄贈いたしました。寄贈に伴い、10月30日（木）NPO法人日本もったいない食品センターを訪問いたしましたのでご報告いたします。

### ●ニチリウ訪問者

加工食品部 加工食チーム 缶詰担当バイヤー：斎藤  
人事総務部 部長：酒井（SDGs推進チームメンバー）  
経営企画室 広報：中井（SDGs推進チームメンバー）



### 貧困と食品ロスがなぜ共存？

・・・この状況をつなぐ活動

『日本もったいない食品センター』

### ●代表理事 高津 博司 氏

### ●運営目的

①食品ロスの削減 ②貧困の解決

### ●主な活動内容

- ・ 慈善団体（子供食堂など）、生活困窮者への食品配送
- ・ 全国の自治体の防災備蓄品などの受け入れと無償提供（食品・食品以外）

### ●その他

- ・ 食品ロス削減ショップ（エコイート：関東以西30店、今後全国に拡大予定）の設立、運営
- ・ 食品知識を高める啓発活動（食品ロス低減に繋げる）

今回の訪問後、フードバンク愛知でも商品受け取りを頂ける旨、ご連絡頂きました。  
ニチリウは今後も近隣地域だけでなく、日本全国に繋がる活動に積極的に参画して参ります。



（左から）高津博司 代表理事とニチリウ酒井



倉庫内の様子



# 環境配慮型商品開発①

(一例)



▲外箱サイズ最適化による輸送効率の改善



▲EコAPET容器使用開始



▲残渣として処分されるはずのツナ赤身を主原料とした商品を開発。食品ロス対策

紳士BASIC LAND フラッシーボトム



(表面)

(裏面)

▲①口紙フックを紙に変更、下げ札はFSC認証

# 環境配慮型商品開発②

## ～ 農産物の産地化計画(里芋) ～

※ 植付け:4月 収穫:10月～11月 販売:11月～12月

### ■取組内容

里芋の作付面積と収穫量は年々減少

お節料理の具材として12月～需要は高まり、近年は下処理の煩わしさから皮むき・下茹でされた加工品のニーズが高まっている。

今期は猛暑の影響で全国的に里芋が不作、品薄状態 →新規産地開拓必須

### ■産地

大阪府富田林地区



大阪府富田林地区  
(海老芋の産地として有名)

### ■初年度計画

⇒25年度 2反5トン見込み

### ■加工例



**“収穫されたものはすべて買い取り”**  
**生産者としては収益の見込みが立ちやすく**  
**持続可能な農業**

正品は生鮮品として加盟社へ販売、  
規格外は加工品にしてPBの原料に使用

## 現地取材

### － 4月14日(月) 訪問 －

初回訪問では、里芋の元気な成長を願いながら、種付けを行いました！



### － 7月9日(水) 訪問 －

3ヶ月後の訪問時には、茎もしっかり生え、葉っぱも大きく成長していました！暑い中、日々管理してくださっている農家さんに改めて感謝申し上げます。



## Instagram

くらしモアInstagramにて、くらしのモアちゃんの絵日記形式で里芋が成長する様子を発信中！



# 品質管理 取組結果

課題	取組テーマ	区分	52期（2025年）目標	52期（2025年）結果
品質 安心安全な商品	品質管理の対象範囲の拡大	新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品：海外工場の監査ルール策定・運用</li> <li>●住関：海外工場の監査ルール策定・運用</li> <li>●衣料：主力工場5社へ工場監査⇒改善必要項目の指導</li> <li>●住関：工場監査実施：6社</li> <li>●衣料：工場自主点検のルール策定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品：海外工場の監査ルール策定・運用を開始 ※イタリア（パスタ）、トルコ（トマト缶）、デンマーク（チーズ）、フランス（カヌレ）での海外工場監査を実施</li> <li>●住関：海外工場の監査ルール策定・運用を開始</li> <li>●衣料：主力工場3社（紳士・婦人トップス、スポーツウェア、肌着）での工場監査を実施</li> <li>●住関：工場監査実施：4社</li> <li>●衣料：工場自主点検のルール策定完了 次年度より工場自主点検を実施</li> </ul>
		継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●衣料：生産工程管理表確認／毎週 生産前サンプル確認、検査データ、船積前サンプル確認を実施してからの船積み</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●衣料：生産工程管理表確認／毎週 を継続</li> </ul>
	プロフェッショナル人材の育成	新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●工場監査同行実施：8名</li> <li>●年1回以上の勉強会・講習会への参加</li> <li>●QC検定3級全員取得</li> <li>●勉強会の実施（工場監査で見べきポイント）</li> <li>●新入社員(BY) に対して、品質管理に関する勉強会を開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●工場監査同行実施済：6名/27名中</li> <li>●品質管理チーム4名、勉強会・講習会へ参加（例：品質管理入門セミナー）</li> <li>●QC検定3級：2名取得済／4名中 食品表示検定中級：3名取得済／4名中 食品安全検定中級：3名取得済／4名中</li> <li>●食品BY向け勉強会を実施：『工場監査で見べきポイント』参加者：13名</li> <li>●新入社員（BY）5名に対し開催</li> </ul>
		継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●上期・下期：品質管理報告会実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●上期・下期：品質管理報告会実施</li> </ul>
	自責クレーム削減	新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●合格基準（80点以上、重要項目が全て○）に満たないメーカーの抽出、改善活動実施</li> <li>●対象工場への工場監査⇒改善指導を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●合格基準（80点以上、重要項目が全て○）に満たない企業4社に対し、改善指導を実施</li> <li>●クレームが発生した企業より、改善結果の確認が必要な3工場へ工場監査実施⇒改善結果の確認を実施</li> </ul>
		継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品・住関・衣料：PB・WB新規製造委託工場への工場監査⇒改善必要項目の指導</li> <li>●食品・住関：回収案件を起こした工場への工場監査実施 ※回収発生要因の改善結果の確認</li> <li>●食品：工場自主点検実施（海外含む）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品：37件のPB・WB新規製造委託工場への監査実施 住関：9件のPB・WB新規製造委託工場への監査実施 衣料：17件のPB・WB新規製造委託への工場監査実施</li> <li>●以前に回収案件が発生した2工場の工場監査を実施。 ⇒改善結果が適切に運用されていることを確認</li> <li>●食品：工場監査の時期が1月→4月に移行 ※53期4月に実施予定。</li> </ul>
	商品情報管理	継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●eBASEへの商品情報登録の確認と登録品目数の社内共有</li> <li>●アレルギー義務表示に「カシューナッツ」を追加</li> <li>●アレルギー推奨表示に「ピスタチオ」を追加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●登録済み商品 食品：PB・WB（1,024品）・留型（320品） 住関：PB・WB（467品）・留型（403品） 衣料：PB・WB（554品）・留型（122品）</li> <li>●法律が未施行の為、次年度以降に対応</li> <li>●法律が未施行の為、次年度以降に対応</li> </ul>

# 品質 取組活動

ニチリウでは、お客様に安心・安全な商品の提供を使命として商品開発を行っております。今後もより信頼される商品の開発を進めていくべく、海外工場監査体制の確立・策定・運用を進めています。

## 安全・安心の取組み — ニチリウ品質管理の強化 —

### ▼海外工場監査

海外商品開発において食品としては、イタリア・トルコ・デンマーク・フランスの工場を視察し、工場監査、管理体制を確認いたしました。日本のメーカーとの違いを感じる点もありましたが、第三者認証のプロセスに従い、安全・安心な商品の生産体制を確認することができました。日本のメーカーよりもラインスピードが早く効率性を重視した製造プロセスとなっておりますが、各社日本向けに輸出も行っており、日本の品質レベルについても一定の理解がありました。現場を訪れ、メーカーとの関係性を深められ、貴重な機会となりました。

今後も安心・安全な商品をお客様に提供すべく、より一層の監査体制の確立を目指し、取組商品の拡大を進めて参ります。

### ▼2025年7月26日～8月2日 トルコ・イタリア

5工場訪問

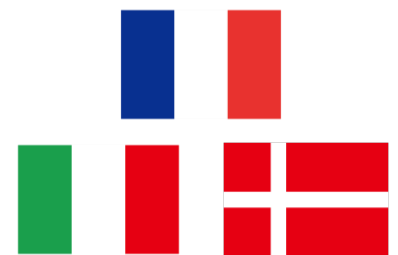
- 出張者：商品担当バイヤーと品質管理担当者
- 出張目的：
  - ①トルコ産スパゲッティ/ イタリア産カットトマト缶・ホールトマト缶 発売決定済み商品の工場視察
  - ②各メーカーへ訪問し、取り組み姿勢を示し、関係構築、今後の有利購買につなげる
  - ③新規・開発商品の打ち合わせ（ショートパスタ/ トマト加工食品）



### ▼2025年11月8日～11月16日 ヨーロッパ（イタリア・フランス・デンマーク）

3工場訪問

- 出張者：ニチリウバンコク所長、カテゴリー担当マネージャー
- 出張目的：
  - ① 海外商品の取組強化
    - ・フランス/ S I A L 視察において開発決議した商品の委託先サプライヤーの工場視察。
  - ② 海外商品開発において、直買取組先の工場視察。
    - ・直買取組先の工場監査、管理体制の確認実施。
  - ③ 取組継続性のある商品とサプライヤー訪問と工場視察。
    - ・安心・安全な商品供給の確認と取組商品の拡大の検討を行う。



# ▼人財 取組結果

課題	取組テーマ	区分	52期（2025年）目標	52期（2025年）結果
人財	質の高い教育機 会の創出	継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●集合研修と定額セミナー ①目標管理制度研修、④バイヤー向け研修 ⑥スタッフ社員向け研修の実施</li> <li>・定額制セミナー4年目継続</li> <li>●加盟社研修（店長、SV、BY）参加社数延べ：13社110名以上</li> <li>●社内講師による勉強会の実施 ①知財（商標、意匠、特許）、②分かり易い業績の見方 ③広報の役割、④評価者基準合わせ、⑤情報セキュリティ</li> <li>●新入社員研修項目の動画作成要否の決定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●集合研修と定額セミナー ①提案⇒見送りの為、社内勉強会で次年度企画 ④11/5、12/3実施、⑥11/11、12/9実施</li> <li>・継続</li> <li>●店長、SV、BY研修延べ13社120名参加</li> <li>●社内講師による勉強会の実施 ①、②、③、④、⑤共に実施</li> <li>●動画⇒パワーポイントでの資料作成完了</li> </ul>
		新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●商人舎主催のミドルマネジメント研修参加 ⇒理解度・課題レポート評価B以上（中間評価以上）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●3名派遣 ⇒全員B（中間評価）以上</li> </ul>
		継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●BY向けマーケティング・MR研修の実施</li> <li>●改善報告書提出の義務化ルールの導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●11/5、12/3実施</li> <li>●ルール導入（2件事例有）</li> </ul>
		新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●各種資格中級以上保有社員比率49名75資格</li> <li>●高難度資格取得時の手当制度案作成</li> <li>●BYマニュアルの作成開始（商品開発～発売開始まで）</li> <li>●業務マニュアルと社内勉強会資料の一元化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●51名85資格</li> <li>●制度案作成完了</li> <li>●未取組み</li> <li>●共有サーバーにフォルダ作成し一元化完了</li> </ul>
	信頼されるプロ人 財の育成	継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●各種資格中級以上保有社員比率49名75資格</li> <li>●高難度資格取得時の手当制度案作成</li> <li>●BYマニュアルの作成開始（商品開発～発売開始まで）</li> <li>●業務マニュアルと社内勉強会資料の一元化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●51名85資格</li> <li>●制度案作成完了</li> <li>●未取組み</li> <li>●共有サーバーにフォルダ作成し一元化完了</li> </ul>
		新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●バイヤー通年採用による3名入社</li> <li>●女性バイヤーの採用比率20%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●バイヤー4名入社</li> <li>●25%</li> </ul>
		継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●BY及び管理職候補の女性採用比率40%（3年継続）</li> <li>●パートナー社員制度の再周知</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●15%</li> <li>●未取組み</li> </ul>
	ジェンダー平等と 多様性のある組 織づくり	新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●女性活躍推進法および次世代育成支援対策推進法に 合致する取組目標作成（SDGs人財目標準拠）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●取組目標作成完了</li> </ul>
		継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●エンゲージメント調査自部門データ及び各項目最高値 （目標）の開示と取組改善指導・教育</li> <li>●平均残業5時間/月の継続</li> <li>●社員離職率8%以下</li> <li>●有休取得率65%以上（世間平均65%＜当社）</li> <li>●評価フィードバック面談研修の企画</li> <li>●評価基準合わせ勉強会の継続（上期・下期）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●エンゲージメント調査結果の各部門長への開示対応と 各部毎への改善依頼</li> <li>●継続</li> <li>●離職率8%（8名退職（3名は定年退職））</li> <li>●有休取得率65%</li> <li>●未取組み（53期実施予定）</li> <li>●勉強会を上期実施、下期未実施</li> </ul>
		新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●朝礼時のトピックス項目へ感謝事例の選択肢追加</li> <li>●育児介護休業規程の改定と案内</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●選択肢追加完了</li> <li>●規程改定完了</li> </ul>
		継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●育休対象者の個別面談と制度説明の徹底</li> <li>●社内規定DXの導入案策定</li> <li>●段階的62歳まで定年延長プランの策定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●育休取得率：男性0%、女性100%</li> <li>●導入決定（53期に社内ルールと案内予定）</li> <li>●定年延長（62歳）完了</li> </ul>
	従業員エンゲ ージメントの向上と 働きがいのある職 場づくり	新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●定年後BYのコース設定（定年後待遇改善）案の策定</li> <li>●各部への改善対象（無くす・集約する・簡素化する）業務選定 と引継完了</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●定年後BYのコース設定（待遇改善）完了</li> <li>●10の業務改善取組実施⇒約853時間の業務時間 削減</li> </ul>
継続強化		<ul style="list-style-type: none"> <li>●定年後BYのコース設定（定年後待遇改善）案の策定</li> <li>●各部への改善対象（無くす・集約する・簡素化する）業務選定 と引継完了</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●定年後BYのコース設定（待遇改善）完了</li> <li>●10の業務改善取組実施⇒約853時間の業務時間 削減</li> </ul>	

# 人財 取組活動①

ニチリウでは、社内にとどまらず、ニチリウグループ加盟企業の従業員が参加できる集合研修も行っております。

信頼されるプロ人財の育成をすべく、試験や資格取得に取り組むことで多くの日常の気づきや自己認識・啓発に繋げ、全従業員が広い視野で物事を考え、実践する力を身に着けることを目指しています。

## 📌 ミドルマネジメント研修

ニチリウから  
3名参加！

### 商人舎主催 ミドルマネジメント研修会

＜商品部長育成及び現MG育成に向けた研修＞

- ①業界に精通した講師陣による研修。
- ②理解度テスト、課題レポートの提出、5段階の理解度評価→結果フィードバック(本人及び企業)
- ③同業界の中堅社員・管理職層が多く、業界のニーズを知り、交流やビジネスの人脈を構築できる。

▶開催日：9月2日(火)～4日(木)の2泊3日

▶開催場所 ニューウェルシティ湯河原(静岡県熱海市)



写真：結城義晴のBlog [毎日更新宣言]  
2025年09月02日(火曜日) 記事より

## 📌 社内勉強会の開催

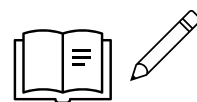


### 社内講師の育成、 着々と進行中！

他部門業務の理解と社内講師の育成を図るべく、担当者が講師となり社内向けの勉強会を開催！

＜上半期実施勉強会＞

- ・貿易取引の基本的な流れ
- ・商標の基礎と知財の入門勉強会
- ・損益管理と業績の見方勉強会
- ・広報勉強会
- ・次世代リーダー育成会

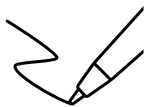


その他、全従業員が対象となる「個人」に合わせた外部定額セミナーの受講制度の導入も継続して取り組んでおり、一人ひとりの苦手なことやまだ挑戦していない分野への新たな学びの場として、研修環境を整えています。



# 人財 取組活動②

ニチリウグループ加盟社集合研修



## — 店長研修 —



アイスブレイク



先生との面談模擬練習



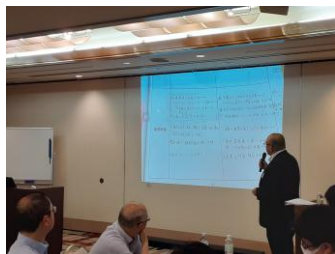
資料を見直ししながらグループワーク開始



講師のアドバイスを受ける参加者



講師の話聞く参加者



グループワーク 発表



グループワーク 発表



発表前のまとめ

## — BY研修 —



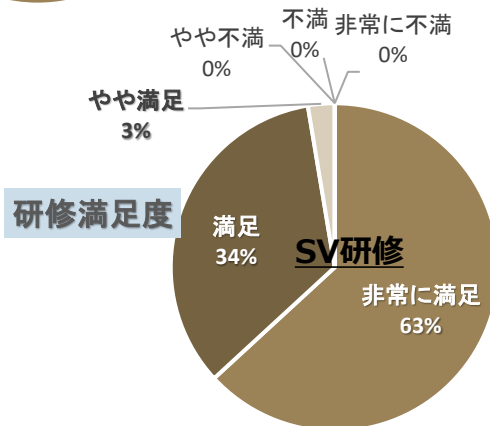
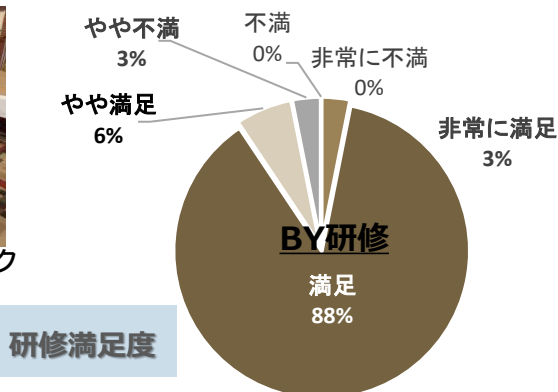
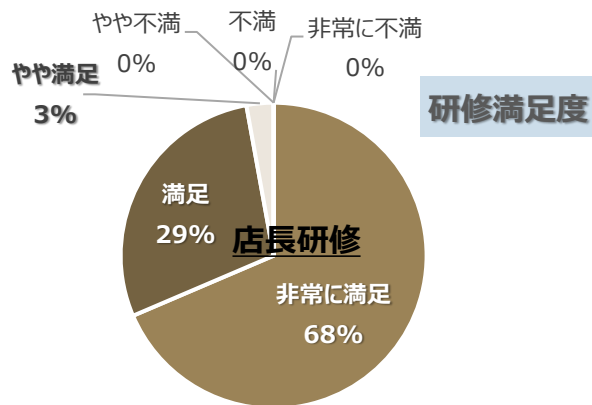
講義中



グループ発表



加盟社同士のグループワーク



# ▼情報 取組結果①

課題	取組テーマ	区分	52期（2025年）目標	52期（2025年）結果
マーケティング強化	POSデータ活用方法の教育と仕組み化	継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●販売実績、加盟店POS、RDSデータから開発根拠資料として活用できる定型書式を確立。 →BY説明会を実施し定着化させる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●POS、RDSデータを活用した定型書式を作成、社内で活用定着説明会を実施。</li> </ul>
		新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●加盟店からの実績集計週次配信の実用化し業務改善。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●加盟店からの実績集計週次配信の実用化。</li> </ul>
	マーケティング力とロイヤリティの向上	新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ニチリウとしてのマーケティングとバイヤーの役割についての研修実施</li> <li>・商品開発までのフローのフォーマット化。 タスクチームを立ち上げて業務フローを作成。</li> <li>・商品プレゼン資料のフォーマット統一化 タスクチームを立ち上げて定型フォーマットを作成。</li> <li>・商品本部MTGで好事例を共有する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●マーケティングとバイヤーの役割についての研修実施</li> <li>・未着手</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>●全従業員に平等にサンプル配布する仕組みを構築する。</li> <li>●くらしモアフェア開催時の店舗視察を促す。視察率50%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●商品プレゼン資料：価格改定書式のフォーマット統一化完了。</li> <li>・未着手</li> <li>●第一回目のサンプル配布会を実施。</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>●自社商品の使用頻度や購入店舗、くらしモア開発要望の社員アンケート実施。1回/年</li> <li>●商品部の取組先訪問の意図を周知し、企画立案。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●くらしモアフェア開催時の店舗視察を促した。</li> <li>●自社商品の使用頻度アンケートの実施。 毎月購入者は50%</li> <li>●未着手</li> </ul>
	女性目線の商品開発強化	継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●社内モニタリングの定期開催(食品) (各チーム月1回実施、その結果を反映した商品を5つ具現化)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品は月1回実施（年12回実施） （平均出席者20人/回の意見を反映した商品5つ具現化達成）</li> </ul>
新規			<ul style="list-style-type: none"> <li>●加盟店モニタリング実施に向けた周知と合意完了</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●合意完了。サンプルを送りアンケート回答で2回実施</li> </ul>
継続強化		<ul style="list-style-type: none"> <li>●パッケージデザインアンケート実施（食品）10アイテム</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●パッケージデザインアンケート10実施達成</li> </ul>	

# ▼情報 取組結果②

課題	取組テーマ	区分	52期（2025年）目標	52期（2025年）結果
情報発信強化	SDGs宣言の実現に向けた情報発信	継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●①-④の内容を検討し、ページ作成に向け社内提案を行う。 ①ブランド ②商品開発 ③グループ会議（商品部・管理部） ④教育(人事)関連</li> <li>●会社案内最新版として年1回更新</li> <li>●リアルタイムで発信すべき情報・コンテンツの決定。</li> <li>●「広報」社内勉強会の開催（各部からの取組活動発信強化）</li> <li>●2024年取組レポートの発信</li> <li>●SDGs取組みのニチリウ報での発信（毎号2取組み）</li> <li>●3月-4月に各会議で守秘義務契約書内容の周知、徹底を行う。 1回/年</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●53期実施に変更。</li> <li>●内製化、年2回+不定期更新で実施</li> <li>●提案に向け協議中</li> <li>●社内勉強会開催</li> <li>●コーポレートサイトへ掲載</li> <li>●継続中</li> <li>●各会議体でのアナウンス実施 (57全部会、分科会で周知徹底)</li> </ul>
	ブランドサイトでの販促支援	新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ブランドサイトのアクティブユーザー月平均1.5万人達成</li> <li>●開発物語とくらしのモアちゃんのお部屋を定期更新（年4回）</li> <li>●レシピ、くらしを楽しむを定期更新。年3回</li> <li>●開発物語とくらしのモアちゃんのお部屋を内製化（内製化率35%）</li> <li>●Instagramとブランドサイト連動コンテンツを4回実施</li> <li>●Instagramやブランドサイト連動POPを4種作成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●アクティブユーザー月平均1.65万人達成</li> <li>●開発物語/モアちゃんのお部屋は各4回更新</li> <li>●全て内製。レシピとくらしを楽しむは未更新、来期に持ち越し(e-BASE連携が課題)</li> <li>●Instagramとブランドサイト連動11回実施</li> <li>●POPとInstagramは連動できず、ブランドサイトとの連動を強化のため来期コトPOP動画で連動に取り組む</li> </ul>
	お客様とのタッチポイント創出	継続強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●Instagramアカウントのフォロワー1.5万人達成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●83件の投稿を行い、Instagramフォロワー数が12,160人⇒14,922人に増加</li> </ul>
		新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>※フィードを週1~2回、ストーリーズを週2~3回更新に加え、タイアップ投稿を年2回実施</li> <li>●投稿企画アンケート内容を反映した投稿を1回実施</li> <li>●ブランド認知度と好感度調査結果の第1回調査準備完了</li> <li>●消費者モニタリング方法の策定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>※2026年2月20日時点</li> <li>●投稿数は全て目標達成</li> <li>●投稿企画アンケート内容を反映した投稿2回</li> <li>●ブランド認知度調査はインスタで3月実施確定</li> <li>●消費者モニタリング方法商品本部MTで共有</li> </ul>
SDGs取組意識向上	新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●SDGsタスクチームの取組内容説明会実施（目標内容共有）</li> <li>●SDGs取組みアンケート実施と目安箱設置。（デジタル運用）設置目的を周知させる。半期毎に協議し改善。</li> <li>●方針徹底集会でクイズ形式のイベントを開催する。下期実施</li> <li>●朝礼のテーマにSDGs取組活動を入れる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●SDGsタスクチームの取組内容説明会実施</li> <li>●未着手</li> <li>●方針徹底集会でクイズ形式のイベントを開催</li> <li>●対応完了</li> </ul>	

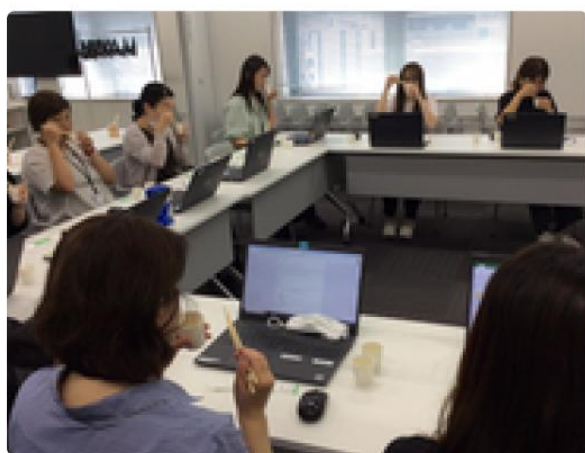
# 情報 取組活動①

## ▼マーケティング強化、Instagramでの発信の継続と強化。

女性社員を中心としたメンバー（消費者目線）でのモニタリングを行い、商品開発を行っております。また、お買い得なくらしモアフェアをはじめ、定期的かつ継続的に行うことで、お客様との日々のコミュニケーションや交流を図り、タッチポイントの創出を強化しています。

(一例)

### 📌 ママモア検討会（モニタリング） 2025年4月新たな形態で再スタート！



## 女性目線だけでなく、 消費者目線での商品開発

品質だけでなく、容器包装などの利便性やSDGsを踏まえ、この検討会で出た意見を参考に新規開発・改良に繋げています。

- ・開催日：毎月第1火曜日 10:00～
- ・上期提案品：甘夏サワー、今川焼、パスタソース（レンジ対応）、冷凍国産ブロッコリー、麻婆春雨、豆乳、ミートボール、カップみそ汁、他

応募総数は 23,264件、2024年11月比で141.7%！！  
11月フェアでは直近3年間で一番の応募数となりました！



### お客様アンケート

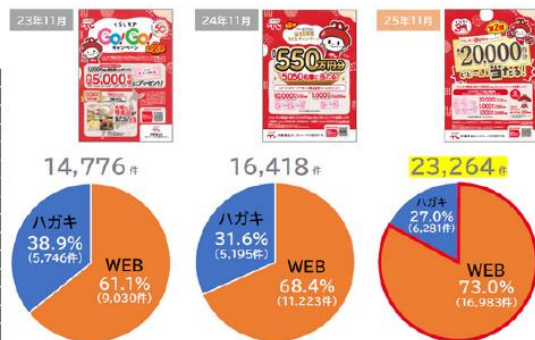
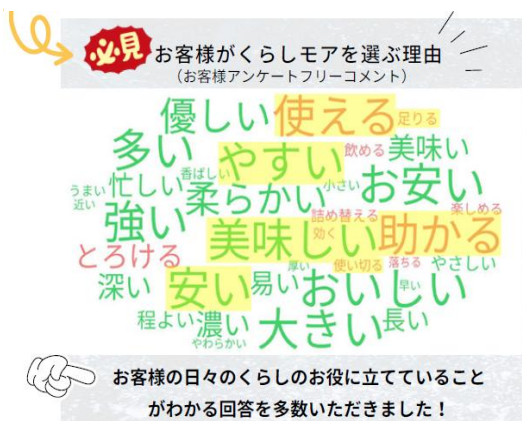
くらしモア商品  
総合ランキング上位20位

ランキング	商品名	投票数
1	ちくわ	659
2	チーズ	613
3	ドレッシング	370
4	ナッツ	239
5	油	236
6	菓子	223
7	野菜	222
8	コーヒー	217
9	調味料	212
10	スライスチーズ	187
11	お弁当	186
12	麦	177
13	バナナ	175
14	ラーメン	161
15	冷凍食品	159
16	ヌードル	155
17	肉	155
18	強炭酸水	154
19	パウムクーヘン丸型	150
20	豆	145

直接の売場を持たないニチリウでは、

お客様とのタッチポイントの創出は

お客様のリアルな声を聞くととても貴重な機会となります。



# 情報 取組活動②

## ▼企業ロイヤリティの向上

自社商品を従業員が触れる機会を創出し、身近に感じることで企業ロイヤリティの向上を目指しています。

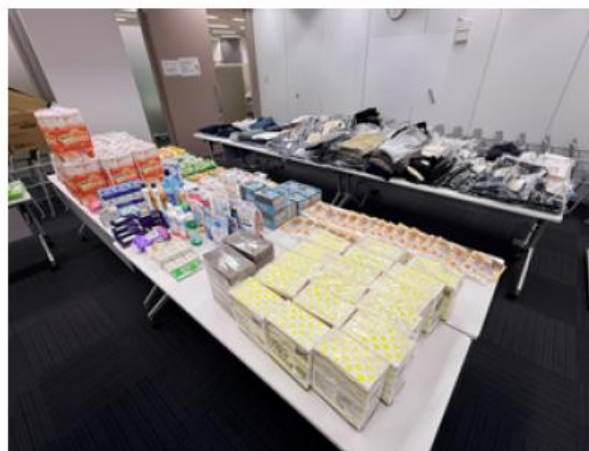
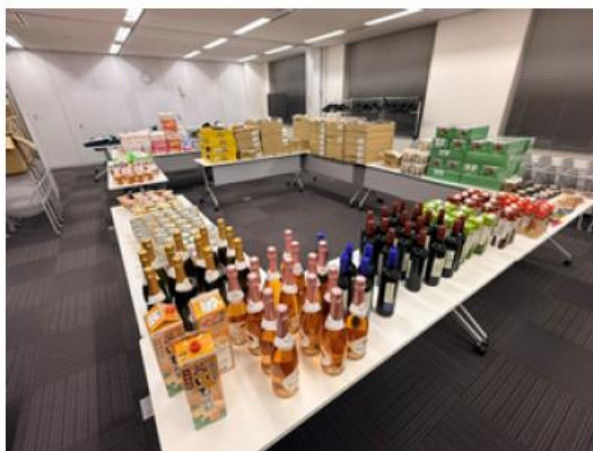
(一例)

### ニチリウ商品サンプル配布会 試験開催



現在、第2期メンバーで再始動しているSDGs取組み。「商品廃棄を減らす」と「自社商品への愛着UP」を合わせて何かできないか、との考えから、商品開発に使用しているサンプルを活用し自社商品に触れる機会を増やす取組み、「ニチリウ商品サンプル配布会」を2025年12月18日～19日に初めて開催いたしましたので、ご報告いたします。

※サンプルを取り寄せるのではなく、主に商品開発過程で使用したサンプルを集めて開催。  
(配送時の外箱潰れなどで販売ができないもの(商品に問題ない)も含まれます)



業務の中で商品情報に触れる機会が少ない管理部をはじめ、日頃商品情報に触れる機会のある商品部でも他部門のことは分からないことが多くあるかと思います。ニチリウにはどんな商品があるのか知る手段として加盟店店舗へ行くことも一つですが、それと同時にニチリウ従業員自身がまずは「食べる、使う、着る」ことで、商品をもっと身近に感じ、自分たちの口で商品を薦められる機会を創出することも大切だと考えています。

感想  
(ニチリウ従業員)

楽しく環境への  
貢献ができた！

以前よりもっと積  
極的に商品を薦め  
ていこうと思う！

想定以上に  
知らない自社商品  
があった！

モノを大事にしようと  
改めて思った！

次は自分で店舗に  
買いに行く！

他にも自分で取り  
組めることを考える  
きっかけになった！

集まったサンプル  
約1,300点

当日は、普段話す機会が少ない他部門の方ともサンプル商品について話す場面も見られ、社内コミュニケーションが生まれるきっかけにもなりました。  
好評のうちに終了した今回のニチリウ商品サンプル配布会、今後も様々な視点でサステナ取組みを行っていきます。