

# SDGs REPORT

2021



# キセキの物流会社



ファッション業界を物流面からおせっかいに支えてきたOTSは2030年までのSDGs目標達成に向けてアプローチを続けています。キセキの物流会社であるために、カイゼンのスピードは緩みません。

## 進化し続けるブランド・ビジネス・サポーターへ

約1年前の時点では、2021年はコロナが収束して通常の社会活動が再開されていると思っていましたが、予想以上に長引き東京オリパラも無観客での開催となりました。ようやく世の中がウィズコロナの生活に慣れてきたように感じますが、まだ様々な制約がある中での生活や活動が続きそうです。そのような状況の中、OTSは多くのお客様に支えていただき新しい36年目の事業年度を迎えることができました。今回のSDGsレポートでは、その中心となる委員会活動がより全社的なカイゼン活動に再編されました。この再編は企画と運営を整理してより活動を主体的に活発化していくことを目指してきましたが、委員長や事務局を中心とした執行部からの発案で自主的な再編が起き、中堅社員を中心により活動が活発化してきました。そして、事業ミッションについては新たに「お客様の持続性に貢献するブランド・ビジネス・サポーター」を掲げました。OTSが提供するすべてのサービスはお客様のブランド価値を高めるためにあり、それがブランドや企業の持続性に繋がっていくと信じています。お客様と共に歩むサポーターとして、ファッションに関わる人たちのやりがいやしあわせを増やしていくために、これからもチャレンジし続けていきます。

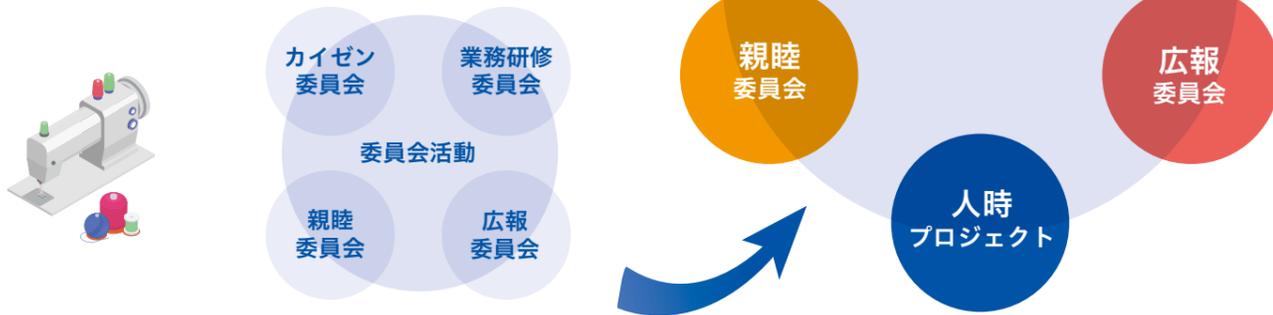
代表取締役 田中 優一郎

## 委員会再編について

### カイゼン活動へ

私たちは多様化するブランド業界におけるSDGsニーズの変化に対応するために、その根幹となる委員会活動を再編しました。

約10年続けてきた委員会活動は、2021年1月をもって「カイゼン活動」として再編しました。カイゼンし続けるために、その先にお客様にもっと喜んでいただくための活動として再発進いたします。

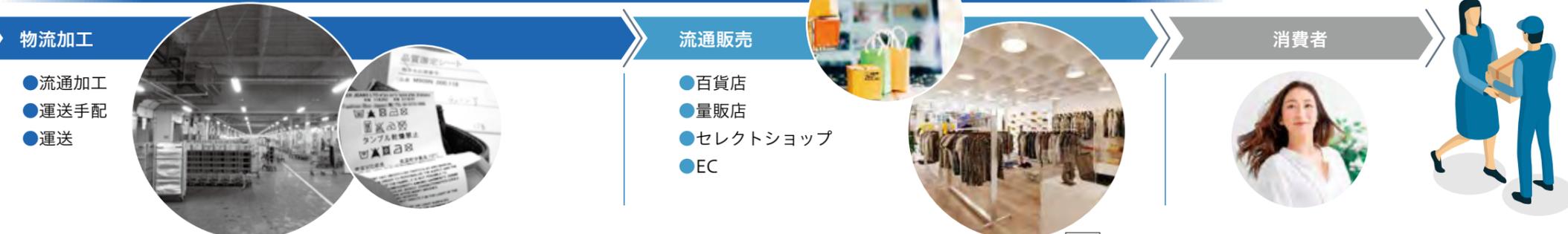


## オーティーエスの事業活動とバリューチェーン

### 一般的なアパレル業界のバリューチェーン



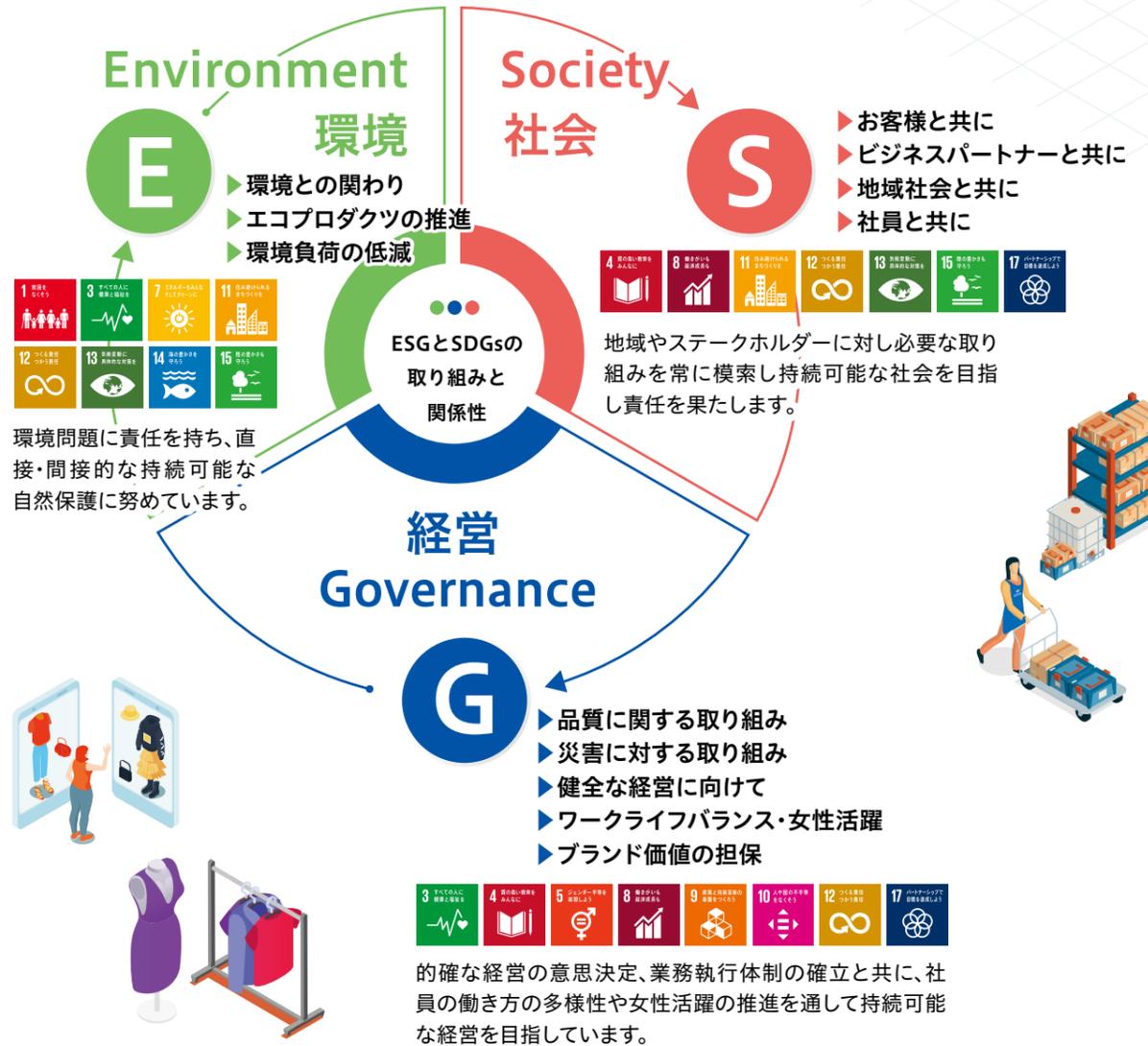
### OTSの事業領域



# その先へ

## オーティーエスの ESGとSDGs

オーティーエスの社会における役割と取り組み





## スペシャル対談

# 企業とSDGs

株式会社オーティーエス  
代表取締役  
田中 優一郎

株式会社マルワ  
代表取締役社長  
鳥原 久資

### 印刷会社とファッション物流会社。

一見接点がなさそうに見える業態でありながら持続可能社会への想いは普遍的なもの。名古屋市においてSDGs活動に早くから取り組み、啓発している印刷会社の株式会社マルワ鳥原社長をお招きして、これまでとこれからについての本音対談が実現しました。

#### —「環境」をフックにSDGsを推進中

田中「数年前、鳥原社長にSDGsを教えてくださいまして以降、積極的に取り組んできました。新しいことを始めるわけじゃなくて、今までやってきたことを整理して紐付けしようということからスタート。今では取り組みの幅も広がってきました」

鳥原「国連がマーケティングのヒントを提供してくれたようなものですね。2030年までの過程で、会社をブラッシュアップしていく道具として捉えています」

田中「物流はSDGsとの親和性が高いんです。運送はCO<sub>2</sub>排出で環境負荷が大きいです。全館にエアコンを使ってかなり電気を消費しています。これをいかに削減していくか。働く人も多いので、労働環境の改善、女性活躍の推進、人材教育といったアプローチもできますよね。またファッション業界には『商品を作りすぎる』という構造上の問題が横たわっています。カイテン倉庫やリサイクルリンクは、まさにその解決策です」

鳥原「印刷業界のアプローチも主に環境です。ベジタブルインキやノンVOCイ

株式会社オーティーエス  
代表取締役  
田中 優一郎  
1971年東京都江戸川区生まれ。アパレル企業に新卒入社、1997年オーティーエス入社。2006年代表取締役就任。一般社団法人日本メンズファッション協会 上席執行役員 日本ファーザーズ・デイ実行委員長。



オーティーエスSDGs研修の様子

## SDGsへの取り組みの先には 業界の問題解決への糸口が

ンキなどの資材は自然由来のものに変わりつつあります。グリーン購入法という法律に準拠したGPマークを印刷業界独自で制定し環境配慮の基準を満たす事業所に対し、GP認定工場という認証制度も開始しました。ただ、残念ながらペーパーレスの名のもとに紙は「敵」になってきているんですね。情報を知らせるだけなら紙じゃなくていいのではという流れ。ネット、YouTube、ウェビナー、Teamsの配信、SNSなど、紙の代替品として情報を広く捉え、そこにいかに関われるか」

田中「ペーパーレスの話はうちもあります。受け側のニーズもあって、なかなか伝票はなくせないですが、社内で使うピッキングリストや伝票類は工夫次第でどう

かなる。スマホ型のハンディタブレットで業務を行ってピッキングデータを取め、どこで何をしたかわかる仕組みを導入する予定。大幅に帳票類を減らせるはずですよ」

#### —カイゼン活動が会社の利益にも直結

田中「委員会活動を先にやっていたのはマルワさんですが、最初はどういうきっかけだったんでしょうか」

鳥原「当時ISOを3つ取得して、どう運用するかという問題がありました。全員で関われば1人の負担が減りそうだと委員会活動を導入。うちは30人足らずの会社ですが、部署が違ったら、コミュニケーションがなかなか取れないんですよ。



マルワ配信事業の様子

株式会社マルワ  
代表取締役社長  
鳥原 久資

1958年名古屋市生まれ。8年間の小中学校での教諭勤務を経て現職に至る。教職に従事した経験を活かした社員教育が、SDGs経営のベースとなっている。

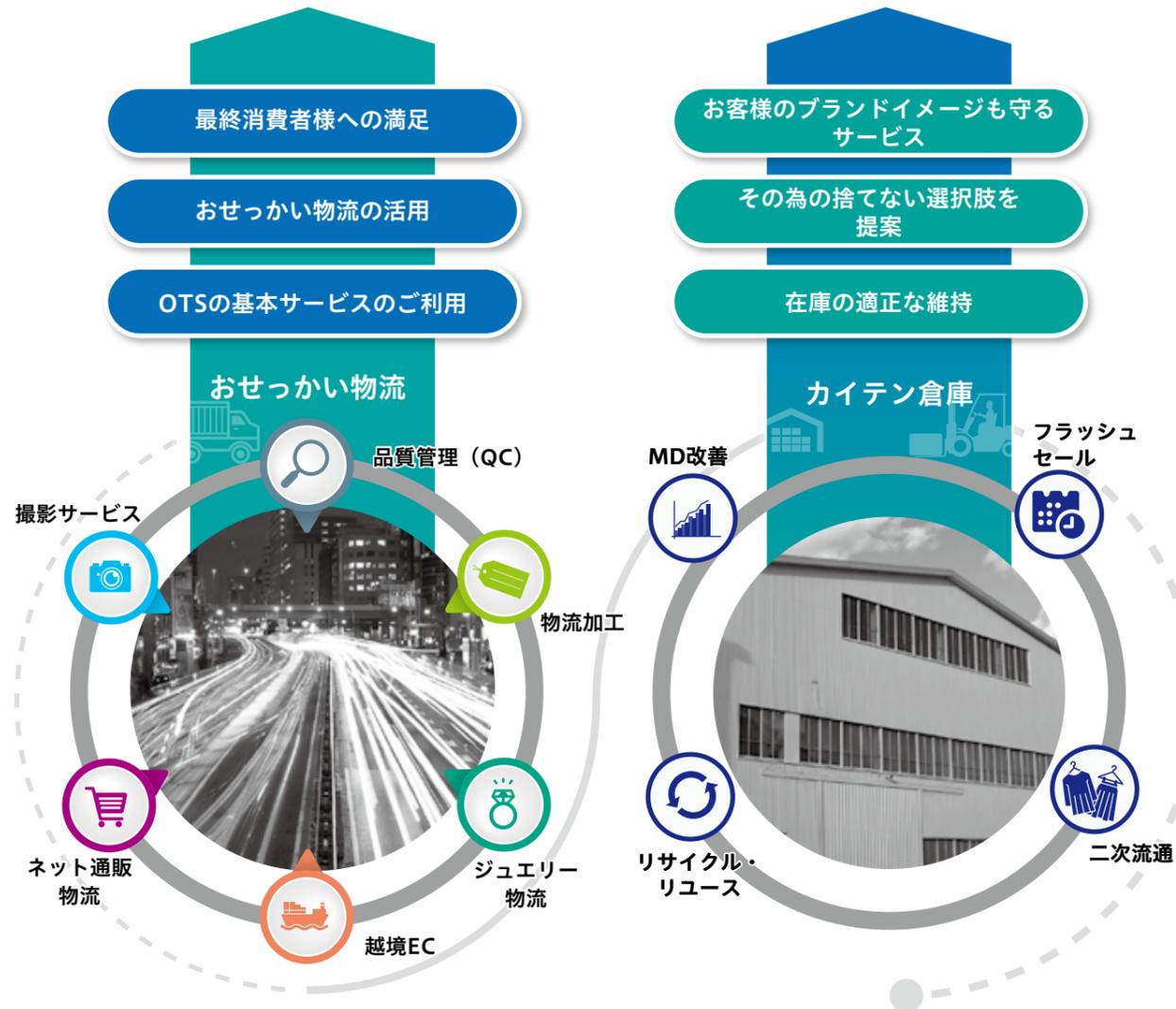


# カイトン倉庫

サービス開始から5年が経ち更なる進化を続けています！

おせっかい物流をもっと深く考えた先に行きついた、カイトン倉庫サービスですが、サービス開始5年を迎えより幅広いサービスを展開中です。おせっかい物流はオーティーエスの基本ですが、「プラスアルファのおせっかい」、それがカイトン倉庫です。

お客様満足とサステイナブルを両立する為に、カイトン倉庫の進化は止まりません



## カイトン倉庫サービスの活動案内 サービスの進化と深化



OTS WEB STORE 8社様利用 ▶ 拡大中！



2020年9月オープン  
完全クローズ型のOTS WEB STORE、お客様の廃棄在庫を積極的に買取、OTS従業員を対象に販売しております。  
2021年実績は延べ8社様にご利用頂きました。

以前のような集客を多くするセール開催は難しくなりました。そんな中、物流業として「流れを止めない」新しい方法を模索しながら提案を進めてまいります。



OTSセール  
実施までの流れ

人数制限と  
時間制限で実施

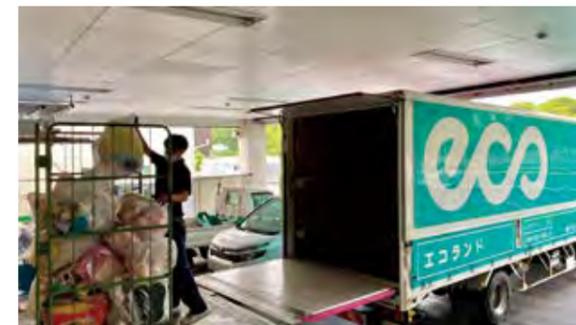
参加希望者  
募集

抽選

実施

### 2021年1月より、什器回収サービスも提案開始！

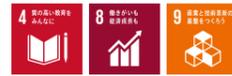
商品だけではなく、店頭で使用していて不要となった什器の回収、再販も提案スタート。使用できるものは東南アジア等で再販を行います。アパレルだけではないリユース提案を行っています。リサイクルリンク社に加えエコランド社との取り組み開始により実現しました。



社内でもおもちゃ回収を行い、東南アジアへ送らせていただきました！

5Sを実行することによって、効率化を図り、収益につながる活動を継続的に行う

# 5S 委員会



## Organize and Cleaning

テーマ

2S活動の定着により活動を習慣化し、効率改善・安全管理の向上・従業員の意識改革

### 2021年 取り組みと結果



#### 1 全センターにて実施の5Sチェック活動

- 前期(2S)の活動継続確認を行い、センター間の相互向上を図る。
- 2Sチェックを行い、指摘事項のカイゼンをすることで、各社員のルーティーンワークにつなげていく。
- 誰が見ても分かる環境にする。
- 2Sを実施することで3S(清掃・清潔・躰)につながる内容を盛り込んでいく。



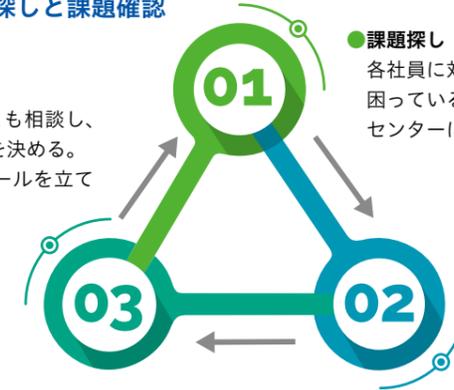
#### 2 カイゼンのSEEDS(種)探しと課題確認

##### ●選別&実行

センター長、副センター長とも相談し、より実行性の高い優先順位を決める。優先順位に従ってスケジュールを立て実施する。

##### ●課題探し

各社員に対して5Sに絡めた課題、困っていることを探し、リスト化する。センターに眠っている課題を浮き彫りにする。



##### ●確認

実際に5Sの内容と適合しているか確認。

#### 3 全センター 5S見学

- コンセプトは【各センターのいい施策を学ぼう】
- 普段では中々経験できない他センターを見学することで視野が広がり自身の業務の幅が広がる。



#### 4 5Sの内部研修

- 【社員・パディ向けの研修を実施】  
各従業員の5Sの知識レベルを向上。また研修の資料も自社の日々の業務に直結する例を作成し、より浸透しました。
- 【外部研修を受講予定】  
外部研修でも新たな発想・既存の5S活動をブラッシュアップしていくヒントにしていきます。



##### 【1S】整理を実際にやってみよう

1~40の数字を順番に数えながらOをつけてみましょう  
あなたは制限時間内でどれだけできますか？

2	6	20	28	16	8	22	19
25	29	1	11	24	33	7	5
9	35	12	34	3	39	32	26
15	40	21	18	27	13	30	38
31	4	36	14	17	37	23	10

##### さらにわかりやすくするには

番号の付け方をただ並べただけでは、わかりやすくなったとは言えません。  
さらに誰でも探しやすいように順番に並べる等。  
「整理」の後は「整頓」を行うことによってさらにわかりやすい環境になります。

1	2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31	32
33	34	35	36	37	38	39	40

#### 2021年振り返り

今期は社員の5Sに対する基礎知識の向上を第一に考え、研修や他センター見学を積極的に行ってきました。自発的に5Sに対して活動する社員も増え、社員の5Sに対する考え方や知識は以前に比べ大きく向上しました。

#### 2022年にむけて

当社は社員よりも圧倒的にパディの人数が多いので、社員の5S知識を向上させ、それを段階的ではありますがパディにも波及をさせていき従業員全員の5Sに対する知識向上に向けた活動を行っていきたいと思います。

# CS 委員会

## Customer Satisfaction



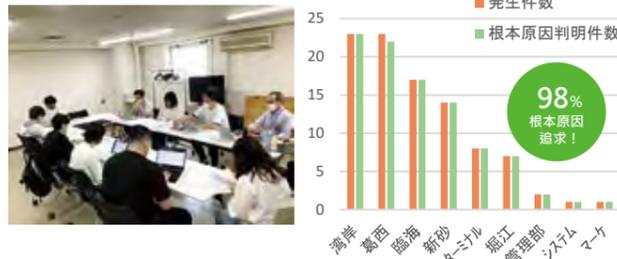
### お客様ファーストを目指して

CSミスの根本原因の追究を行う上で、ミス・クレームについての検証会や流出前ミスの要因を特定し、再発防止策の策定による運用の構築を実施。『根本原因の追究と再発防止策の定着化』のビジョンを掲げ、真の再発防止を策定できる人材を増やしていくことを目指しています。また社内のサブ担当の観点から各お客様ごとに業務マニュアルを充実させ、マニュアルを見れば誰でも業務が対応できるよう作成・修正・変更を重ね、整備を行っています。お客さまに喜ばれ続けるためには、全てのスタッフのアイデアや活動が必要となり、時にお客さまの協力も得ながらカイゼンに繋がるよう取り組んでいきます。

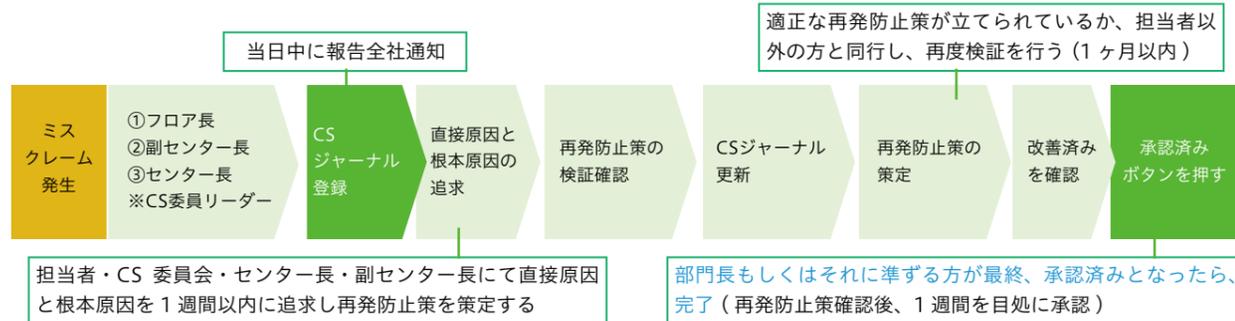


### 1 CSジャーナル:ミスの根本原因に追求

CS=顧客満足を目指し、起こしてしまったミスの根本原因を追究し再発防止を策定しています。2008年より運用しているCSジャーナルという『ミス・クレームの管理ツール』を用いて起こってしまったミスに対して共有を行っております。各センターのCS委員会が集まるミーティングでは起こってしまったミスについて意見交換を行い、なぜ起こってしまったのか、どうしたら防げるかについて検証会を実施しています。



#### CSジャーナル運用手順



#### 改善確認

根本原因の追究し、再発防止策を策定します。その後1ヶ月以内にきちんと運用ができていないか確認を各センターのセンター長、副センター長、CS委員が現場で行います。



### 2 業務マニュアル作成

各業務の作業の流れや物流業界の用語といった業務に関する社内マニュアルとして「Teachme Biz」を活用。複雑な作業工程などを画像・動画で分かりやすく共有しています。人材育成コストを大幅に削減するだけでなく、ペーパーレス化にも大きく貢献しています。また2021年度は各お客さまごとでTeachme Bizによるマニュアル作成を実施し、各業務で60%以上のマニュアル作成を目指した取り組みを行っています。

#### Teachme Biz 講習会

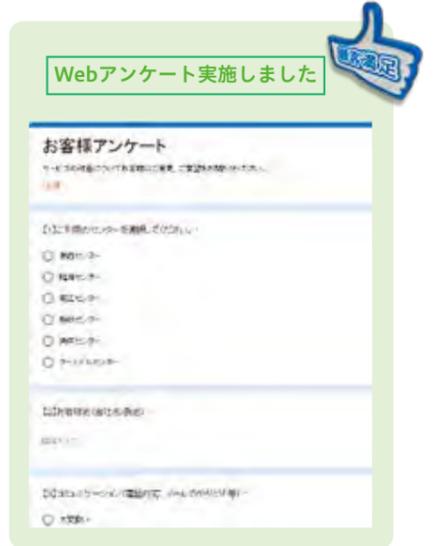
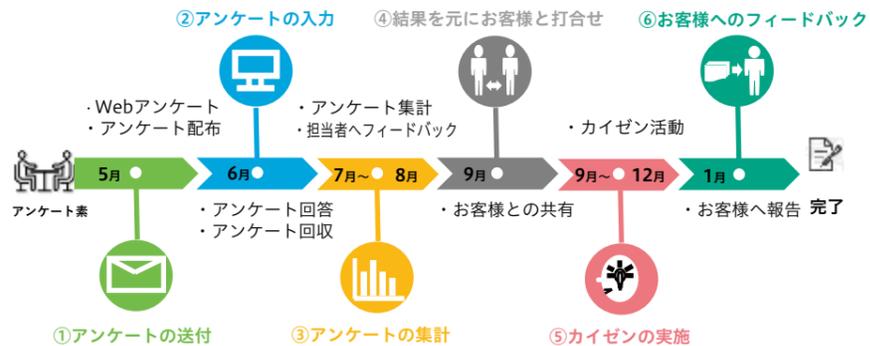
「Teachme Biz」の推進リーダーが各センターにいますが推進リーダーが講師となり「Teachme Biz」の講習会を行いました。



QRコードから対象のマニュアルを確認できるので現場ですぐに確認することができます！

### 3 CSアンケート

●顧客満足アンケートを通じてコミュニケーションの向上とお客さまのご要望にお応えする  
コロナ禍でお客さまとのコミュニケーション機会が減少している中、お客さまに喜ばれるためにはお客さまが何を期待し、何を求めているかを知ることが重要だと考え2021年度、顧客満足アンケートを実施しました。  
お客さまとのコミュニケーションを大切にし全社を挙げてお客さまの期待と要望に応え続けることでお客さまとの長期的な相互信頼関係を築き、共に成長することを目指します。



#### 2021年振り返り

CSジャーナル運営の統一や各お客さま単位で60%以上の業務マニュアル作成を行うなど、社内のコミュニケーションに重点を置いた活動を実施しました。またお客さまに協力を頂き、7年振りにCSアンケートを復活させ、このコロナ禍だからこそお客さまとコミュニケーションを密に図れる活動を実施しました。

#### 2022年にむけて

ミスやクレームの根本原因を追究し、真の再発防止を策定できる人材を社内で増やせるように社内で共有を図っていきます。またCSアンケートの実施により、お客さまからのアンケート結果を基にお客さまのご要望にお応えしていくよう努め、顧客満足いただけるよう活動していきます。



# 広報委員会



## Public Relations

### 育成も採用もコミュニケーションも社内の『今』を知ることから始めよう

2021年7月号を以って、138号を継続発行し続けた「Open TalkS!」ですが、これまでに発刊した記事の中には、顧客への社内外情報の提供を意識した記事から採用に意識を向けた記事まで、数多くの内容が掲載されてきました。2021年は、顧客により良いサービスを提供していくのと同時に、求職者と共に企業価値を向上させていくのもまた、OTSの『今』を知る社員であるという事を踏まえて、働く人が自社をより良く知るきっかけとなる情報にもスポットを当てた記事を採用しています。



### 1 Open TalkS! の継続発行

#### ●企画立案から作成までの流れの再構築

各号を部門(センター)へ配分する担当制とし、新たに編集者を選任することで、納期管理・役割間の連携・伝える内容を文章にすることを通して、社員の持つ能力を発揮して頂ける『全社活動』としての広報委員会を目指しました。



最近、よく耳にするようになったSDGs活動。当社では、2018年から取り組みを開始しました。2021年は、SDGsに繋がる地域貢献活動の一環として、江戸川区を拠点とした企業様と取り組んだ、古着リサイクル回収取材しました。



紙面作成時には、様々な画像が使用されています。使用した画像は、委員会活動以外の二次利用も視野に入れた、素材としての管理も行っています。



担当する部門によって、紙面に表れる個性の違いも魅力のひとつです。日々の業務と同じく、打合せを重ねて取材を行うことで一つの紙面を完成させています。

### web媒体の活用

#### ●埋もれている情報を掘り起こしてみよう

顧客や求職者がOTSに興味を抱ききっかけとなり易いホームページも大事な情報発信源です。自社ホームページ上でのOpen TalkS! パックナンバー掲載以外に、社員紹介ページや採用ページを刷新することで、より多くの顧客や求職者との接点を築く、『社外活動』も実施しています。



企業の価値は提供するサービスだけではありません。在籍する『人』の魅力も企業の価値となります。顧客にも求職者にも当社の『ファン』になってもらいたいという気持ちで情報を発信していきます。

### 2 社内PR広告の受託

#### ●部門内(センター内)活動の活性化

自社の活動を知ること社員の大切な役目。OTSの魅力伝えていく事を通して、従業員に働きがいを再認識してもらう『部門内(センター内)活動』として社内広告の受託を位置付けています。活動に際しては、部門内/センター内でフォローする「巻き込み型」を図ることで、社内コミュニケーションの一環としての立ち位置にも期待しています。



『社内イベントの周知を行いたい』、『業務PRを行いたい』などの依頼に応える形での、広告作成を目的としています。興味や疑問が社内外の活性化に繋がればと考えています。

作成にあたっては、今まで自身にはなかった知識が必要になることもあります。新たな知識に触れることは、作成者自身の学びにも繋がって活動の幅を広げてくれます。

### 2021年振り返り

昨年から続く新型コロナウイルス禍の中でスタートした 2021 年の広報委員会ですが、活動方法にもオンラインミーティングを取り入れるなど活動の多様化が表れ始めました。Open TalkS! の作成に於いては、各部門(センター)に所属する委員ごとに担当号を割り振る形を取ることで、個の活動では不足しがちな部門内外の交流にも焦点を当てています。負荷の分散や役割分担など、委員会に捕られない継続的な広報活動の方向性として、活動の基盤作りに力を入れました。

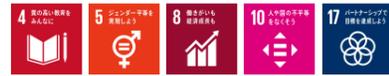
### 2022年にむけて

ワクチン接種が始まり、世界的にもコロナ後の時代を模索し始めた状況の中、一層、コーポレート PR に繋がる活動にも力を入れるべく、社内情報を集める形から情報が集まる仕組み作りにも貢献していきます。部署ごとの広報活動への関わりも深めることでOTSとしての自社広報の新たな形を目指します。



親睦活動を通じて、CS向上に繋がる委員会作りを目指す

# 親睦委員会



## Employee Satisfaction

### 「仲良し」だけじゃない、社会人としてのコミュニケーション

「礼節をもって伝えるべきことをしっかり伝える」という社会人として必須のコミュニケーション能力に重点を置き、センター内だけでなく部門を横断した円滑なコミュニケーションが図れるような社風の醸成を目指す。



全体  
業務を  
円滑化させる  
コミュニケーション  
能力の開発

1  
全社員参加  
サイコロトーク  
イベントの実施

2  
自センター  
紹介動画の作成

### 2021年 取り組みと結果

#### 1 全社員参加サイコロトークイベントの実施 7拠点 157名

●目的:知らない人を知っている人に変えることで社内ネットワークを広げていこう



7か所の拠点に157名の社員が在籍していますが、拠点を跨いだ交流はあまりなく、年に一度の事業計画発表会の時にしか顔を合わさないというのも珍しいことではありません。中途入社がメインということもあり、それぞれの経歴やキャラクターは様々。そんな人材の宝庫ともいべきOTSのセンターを超えた交流を実現すべく、全社員参加型のさいころトークイベントを実施いたしました。同じ趣味嗜好を持った人でグループ分けし、テーマに沿ってサイコロトークをしてもらう試みです。部署も年齢も性別もバラバラですが、共通の話題で盛り上がりたという企画です。今回の集まりで初対面となる人も多く、最初は緊張の面持ちでも、共通のテーマで盛り上がるうち時間が足りなくなることも少なくありませんでした。サイコロトークだけでなく様々な企画を親睦委員が考案し、当日はMCとなって場を盛り上げました。

開催月	グループ名
5月	グルメ・お酒好きの会 スラムダンク好きの会
6月	九州・四国地方出身者 ワンピース好きの会 ジョジョの奇妙な冒険好きの会
7月	呪術廻戦好きの会 お酒好きの会 ディズニー好きの会 海外旅行好きの会
8月	邦ロック好きの会 DIY好きの会 釣り好きの会
予定	動物好きの会 読書好きの会 ヨガ好きの会 鬼滅の刃好きの会 筋トレ好きの会 温泉&旅行&ドライブ パチンコ好きの会 映画鑑賞好きの会

フェイスシールドで好きなキャラクターのお面を作って、被ったまま語ったり、漫画99巻全巻のカバーを並べて、好きな巻の話をしたり、おすすめのおつまみを持ち寄って食べたりと様々な個性が見えた企画でした。



#### 【グルメ・お酒好きの会MC担当】

初回開催の担当でしたので、探り探りタイムスケジュールを気にしながらも楽しく進行了。初めての試みなので、緊張されていた方もいらっしゃいましたが、久しぶりに他センターの方と興味がある話ができ、人と話してなんて楽しんだらう!!と改めて感じました。もっと皆さんの話を聞きたいと思ったので、普通の日常に戻った時には、話にもできました美味しい韓国料理を皆で食べに行きたいと思います。



湾岸センター親睦委員  
石村さん

#### 【ジョジョの奇妙な冒険好きの会MC担当】



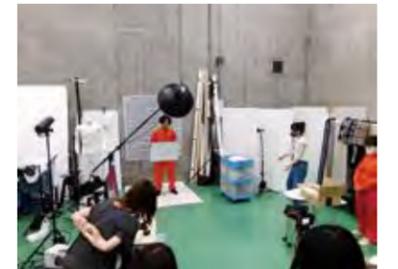
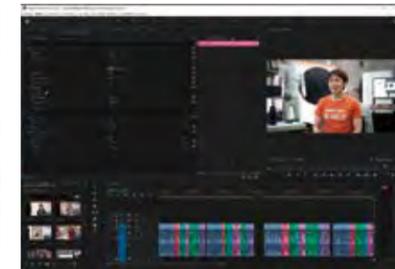
本部親睦委員  
剣持さん

準備も含めて開催にあたって特に大変だと思ったことはありません。それよりも大好きなトークテーマをネタに使用して、普段は仕事上でのやり取りしかない方々と、どういったトークテーマだったら盛り上がるかを考えたり、他のメンバーの方から小道具を作成する提案を頂いたりしてワクワク感満載でした。短い時間でしたが、この会でおしゃべりした事をきっかけに、次に参加の方とお会いした際に、スムーズに会話が出来、距離感が縮まっていると感じたのはやってよかったことだと思います。

### 2 自センター紹介動画の作成

●目的:自分たちの魅力を自分たちの力で知ってもらおう

毎年10月に全社員が集まる事業計画発表会・社員親睦会が開催されますが、コロナ禍で事業計画発表会がリモート開催となった場合にも対応できる企画として、各センターがそれぞれ自センターの紹介動画を作成し上映することになりました。コロナ禍でセンター間の行き来も少なくなっていることから、自分たちの顔と名前を知ってもらえる機会も減り、他のセンターにも行ったことがない社員も増えたことも理由にあります。「ひとりずつ顔と名前がわかるように」という基準の中で、各センターが業務の合間を縫って作成しました。



#### 2021年振り返り

「飲みに行こうよ!」と気軽に言い出しにくい世の中になってしまいました。歓送迎会も出来ず、マスクで笑顔を見ることができなくなったこともあり、人と人とのコミュニケーションがいかに大切かを改めて気付かされた年でした。全てが初めての試みばかりでしたが、委員の皆さんの協力が力強く感じた年でした。

#### 2022年にむけて

2022年は対面でコミュニケーションが図れる機会を増やし、笑顔になれる機会を増やしていきたいです。「長く働き続けたい!」そう思ってもらえるような環境を親睦委員会が中心となって作っていただけるような活動を目指します。



従業員が健康で長く、安心して働ける職場を作る

# 安全衛生委員会



## Safety and Health

### 2021年の取り組み

安全衛生委員会の取り組みは不変のテーマを基に働き方の変化や、年々様々な災害が起こる等環境の変化に如何に柔軟に効果的に対策が講じているかをベースに活動をしてきました。昨年に引き続き世界的なパンデミックのコロナ禍における対策と、今年は設備や環境の改善にも力を注ぎ更なる安全を確保し、雇用を守り事業継続の為着実に実行に移していくことが使命です。



- 1  
BCP  
(事業継続計画)の  
実効性の推進
- 2  
天災・  
パンデミック  
への備え
- 3  
救命講習
- 4  
労働災害  
防止活動
- 5  
健康経営への  
取り組み

### 1 BCP(事業継続計画)の実効性の推進

2012年に作成したBCPでは感染症対策におけるBCPが不十分であり、昨年から見直しを図り今年完成しました。不測の事態に備える為、災害対策におけるBCPにおいても今年から再度更新を行い、より分かりやすく実効性のあるBCPを作成していきます。



感染症BCPを更新 避難訓練 備蓄品の管理

### 2 天災・パンデミックへの備え

- ① 感染症対策  
マスク・除菌液・体温計(全事業所入口)・休憩時の運用
- 1) 入替による2部制 2) アクリル板 3) 換気
- ② 災害対策  
備蓄品の更新・避難訓練・避難経路確認・BCP更新



定期的な除菌 避難誘導マップ

### 3 救命講習

オーティーエスの社員と契約社員は3年ごと普通救命講習にて救命技能を取得しております。全事業所に配置しているAEDもいざという時に使用できるよう訓練を実施。



救命講習の実施

## 4 労働災害防止活動

### ●安全衛生委員化による強化項目を毎月チェック

全ての従業員が安全に健康で働ける環境を作る事が最大の目的であり、それらを部門長、管理部、衛生管理者による健康経営チームと共同で労働災害防止に努めてきました。毎月の安全衛生委員会にて運用の確立や変更を協議し、部署ごとの掲示物などによる注意喚起等も行ってまいります。

労働災害発生数



熱中症応急処置 衝突防止ランプの設置 始業前体操 通路に照明設置

年間活動プラン

10月	プラン策定
11月	倉庫設備点検
12月	建物・建物周囲安全点検
1月	冬の流行病への注意喚起
2月	自主消防設備点検
3月	セキュリティ点検
4月	衛生環境点検
5月	車両安全点検
6月	健康管理点検
7月	電気使用安全確認
8月	熱中症対策と注意喚起
9月	足元・頭上等障害物点検

## 5 健康経営への取り組み

当社では従業員の健康管理の一環や促進を目的とし、始業前、部署ごとに体操を行い、ケガの防止に努めており、体を動かす事と省エネを目的に2up3down運動を啓発しております。本年は感染症研修を実施しコロナウイルス以外の感染症についても理解を深めました。



2UP3down



社内相談窓口設置 (メンタルヘルス対策)

感染症研修

### 健康診断

全従業員を対象とした、健康診断では二次検査とメタボ予防の特定保健指導実施率は100%を達成しております。



実施率  
100%

### 2022年に向けて

2022年は習慣化されてきた感染対策を継続して行っていくことを基本とし、随時更新をかけてまいります。その為には、感染症に限らず、天災や事故などの対策における意識と予備知識を管理者側が持っていることが大切です。さらには普段からの声掛けや注意喚起が2021年は不足していたこともあり、2022年はコミュニケーションの一環も踏まえ強化して行きます。その上で突発的な事態等の場合、優先順位を明確化させ顧客と従業員が安全で安心できる環境を強化し、心と体の健康をモットーに取り組みます。

生産性を上げる知恵、適正人員を配置する能力を向上し共有すること

# 人時プロジェクト



## Personnel Project

テーマ

利益率を上げ、更に生産性を上げていくための設備投資を目指す

### 2021年 取り組みと結果



#### 1 1時間あたりの平均生産数の現状を知る

- 「見える化」を図るため、全社で統一した入力フォーマットを新たに作成し、誰でもわかりやすいような分析ツール（Microsoft Power BI）を導入しました。



各センターで取得顧客の各作業の平均生産数の現状が見えてきた。



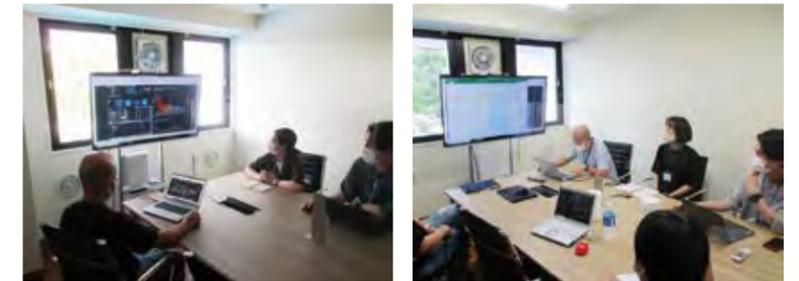
#### 2 生産性を上げるためには? を考えて実行に移す



- メンバーで月1回、各センターに集まり、自センターで大きな課題となっている作業に対して、他センターのメンバーよりアドバイスをもらいました。
- 効率を上げる策として、自センターでは思いつかないことも全社で共有することで解決できることもあり、各センターの良いやり方を共有し、自センターへ活かしていくことが出来ました。

#### 3 結果をもとに各工程の適正人数を把握

- 過去の結果から顧みると担当社員のみではカイゼン施策が十分ではないことを踏まえ、3週間～4週間に1回、センター長、副センター長、リーダーを含めて振り返りの実施を行いました。
- 振り返りを行うことで気づくことが多々あり、一緒に考えることで社員の成長にもつながりました。



#### 4 先の予定や予測に対して適正な人員計画を立てる

- 他センターと同時並行して、湾岸センターではコンサルタントを入れ、2つの顧客に対して予実績の差を縮めることを始めました。
- 翌日以降の予定を組むためには、適正人数の把握が必須になります。
- 1時間ごとの生産数量を把握することの重要性、お客様からの情報を引き出すことの重要性を学ぶことが出来ました。



#### 2021年振り返り

前年までは各センター、バラバラなフォーマットで集計しており、統一感がありませんでした。また、出てきた数値から具体的なアクションへ動かすことがなかなか出来ていなかったことを踏まえ、2021年はまず、全社で同じフォーマットに統一させ、入力方法も簡素化しました。集計結果を各社員へ分かりやすくするためには、「見える化」することが最優先課題と考え行動して行きましたが、ここが一番難しかったです。無償の範囲で自分達に出来ることから模索し、「見える化」を図りました。BIツールを導入するにあたっては、各センターいろいろな意見がありましたが、最終的には同じツールを使用しながらも各センターの色を出し、同じ方向へ歩み始めることが出来たのは非常に良かった点です。次のアクションとして、集計したデータをもとにどうカイゼンしていくかでした。人は忘れやすいため、3週間から4週間に1回のペースで担当者を含めて「振り返り」を実施する動きを取りました。「見える化」したグラフなどを見ながら、なぜ良かったか、なぜ悪かったかをヒアリングしつつ、課題の抽出と進捗状況の確認を行い、今まで見えていなかった部分が多々、各センターで出てきたこと、一般社員にも分かりやすくなったことが収穫です。また、コンサルタントを入れ、社員とは違った角度からの視点でカイゼンを図り、生産性向上も行いました。

#### 2022年にむけて

2022年は、人時集計ツールを導入し、更にデータの精度を上げながら、各社員が数値に対する意識向上を図り、社員一人一人の成長を図っていきます。また、継続して活動できるような道づくりをしていきます。

個人情報の適切な運用を通じて、責任感の醸成と顧客への安心を提供する

# 個人情報保護



## Personal Information Security

会社の中には多くの情報が存在しています。昨今、特に個人情報漏えいに対する危機意識が高まっています。「個人情報の適切な運用を通じて、責任感の醸成と顧客への安心を提供する」これをテーマに当社は個人情報の保護に向けた活動を進めています。



### 1 2年ごとの更新審査へ対応



今回はマーク8回目の更新を迎え、協力会社のISO研様にサポートをいただきながら申請手続きを行いました。本SDGsレポート第3号が完成したタイミングでは、現地審査における指摘事項への対応も完了して更新の予定です。また、マークの審査機関もあらたに「一般社団法人日本情報システム・ユーザー協会」に変更しました。これまでのJIPDECと同様に厳密な審査のもと、当社のマーク運用を継続的に注視していただける審査機関となります。

### 2 漏えい事故の根本的要因追究

直近のマーク取得から2年間の間に、自社責任による漏えい事故を6件発生させてしまいました。コロナ禍の通信販売物流案件が増加する中、実漏えい件数は少ないにしてもマーク取得事業所としては痛恨の極みです。保護組織では代表者を筆頭に、漏えい事故の「根本的要因」の究明を徹底しました。「そもそもなぜその事故は発生したのか」の観点から、「なぜ？」を何度も繰り返しながら、徹底的に事故原因を追究しました。そして検討した再発防止策を組織的・人的側面、物理的・技術的側面から施し、マーク運用のレベル強化を図っていきます。



### 3 個人情報保護戦隊をあらためて活用



【P-レンジャー】は当社で製作した個人情報の的確な運用管理をチェックするために結成された戦隊です。マーク運用の各局面でそれぞれの隊員の役割毎に活躍場面が変わります。



建物への入退館

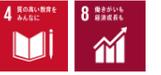


個人ロッカー



カゴ台車へ廃棄時

# 採用

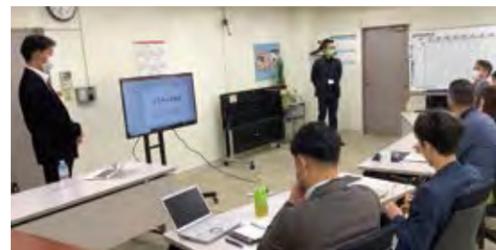


## Hiring

「ミスマッチを発生させない」をコンセプトに、求職者と求人者、双方の納得性の高い採用の実現を目指しています。



### 1 ダイレクトリクルーティング (企業から学生への直接アプローチ)



●初の試みとしてダイレクトリクルーティングを実施。通常より長い期間をかけ、学生とのコミュニケーションを図り、お互いを知る時間を確保。社内でインプットしたことをサマライズして役員の前でプレゼンを行いました。

### 2 インターンシップ



●オーティーエスでは職場体験機会の提供としてインターンシップを行いました。普段接点がないであろう倉庫内で普段着ている服がどういった流通過程を経ているのかを実際に見て、体験頂きました。

### 3 説明会

●知りたいことを知ってもらいたい。

選考流入の可否に関わらず来た意義があったと学生に感じていただけるよう事前に知りたいこと、気になることを参加者よりヒアリング。ヒアリング結果に沿うような進捗をしていきました。



### 2021年振り返り

コロナ禍ということもあり学生さんとの接点が限られる中での採用活動は思うようにできたわけではありませんでした。こういった取り組みが求職者と求人側にとって良いのか模索する中で工夫の余地も残されていると感じました。引き続き学生さんにとって有益な就職活動とは何かを追求しながら採用活動を行ってまいります。

生産性を上げる知恵、適正人員を配置する能力を向上し共有すること

# 包括的取組

## Comprehensive Approach



### ● 学習支援

東京服飾専門学校の先生と学生にご来社いただきました。一般の方にとって普段あまりなじみのない倉庫で学校で学習したアパレル商品の流通過程を実際に見て頂き、物流のインフラ機能の重要性を知っていただく機会となりました。



### ● 社員の働く環境

当社では、男女の別なく働きやすい職場づくりのため法定を上回る施策で社員の働きやすさに取り組んでいます。育児休業はお子様3歳になるまで、短時間勤務もお子様小学校に入学するまで出来るなどOTSで多く働く子育て世代をバックアップ。また有給休暇は時間単位での取得が可能ですので、通院やお子様の学校行事等の際によく利用されます。"重大事故"はほとんどありませんが、労災が発生した場合は法的補償のみではなく、全従業員を対象に上乘せの補償を行っています。

### ● 社内研修

当社では以前からインハウス研修やビジネスマナー研修を実施し、全従業員が基本のビジネスマナーを身に付けることでアサーティブコミュニケーションのスキルを高め、活気ある明るい職場環境を目指しています。また社内には700冊以上の蔵書を保管。研修と併せて従業員の知識向上をサポートします。



### ● ペーパーレス

環境保護という観点から社内で消費する紙ベースの書類を電子データ化する「ペーパーレス化」継続的に推進。スキャナーや他社のシステムを利用し、顧客への配布資料や明細、年末調整申告書などの電子化に着手した結果、年間でA4用紙28,700枚相当の紙を削減しました。



### ● ダイバーシティ

交通・通信インフラが発達し、だれでも簡単に国境を越えられる現代。世の中を表現するキーワードが「多様性」になるのは当然の流れです。当社ではやる気のある障害者、外国人の方に可能な限り就業機会を提供し、雇用におけるマイノリティ現象を目指します。



### ● 健康診断

"従業員の健康は誇り""活気ある職場は従業員の健康づくりから"という社長の想いから、当社では全従業員が健康診断を受診できる体制を構築。全従業員が健康意識を高め、自身の健康状態を知り、問題の把握と改善に取り組む機会をバックアップします。



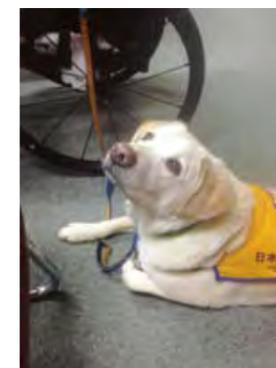
### ● 社内図書

700冊以上の蔵書量を誇る社内図書館。スタッフはwebシステムを活用して自由に利用することができます。蔵書はスタッフからの寄贈をはじめ、新刊やベストセラーも随時購入。趣味の本から研修用まで幅広く取り揃えています。



### ● 補助犬

当社が補助犬支援を始めて4年。補助犬との出会いは、障害者サポートに対する考え方を大きく変えてくれるものでした。無償の愛とは何かを教えてくれる心優しく頼もしい補助犬の活躍の場が、さらに広がるよう今後も支援を継続していきます。



### ● 社内マニュアルIT化

当社では、社内マニュアルに画像・動画で分かりやすく共有できる「Teachme Biz」を活用。入出荷・検品など業務に関するものをはじめ、入社時ガイダンス、設備・施設の説明など多岐に渡っています。生産性向上・人材育成の効率化はもとよりペーパーレス化にも大きく貢献しています。



### ● 勉強会とマイスター

社内の物流業務用システム(自社開発)の操作などのスキル維持・向上を目指す小規模研修(勉強会)を実施しています。2021年度は新たなマイスター(社内講師)を迎えてプログラムの多用化を図りました。



# 地域とともに



SDGs未来都市として持続可能社会の推進を目指す江戸川区。

当地の立地の恩恵により事業を継続してきた弊社は、地域のステークホルダーに対して  
 アパレル物流事業のソリューションを通して更なる連携で貢献して参ります。

## 連携による課題解決イメージ

- 1 水害リスクの軽減
- 2 都市としての魅力増進
- 3 産業基盤の更なる強化
- 4 人口の減少と多様な価値観の活用

- 災害があっても誰一人取り残さないまち
- 自然と都市が共存する魅力あるまち
- 多様性を尊重し共生社会が実現しているまち
- 新たな時代に求められる産業が生まれるまち



## ● 救命活動

全社における定期的な救命講習の受講を評価され、2021年9月葛西消防署より感謝状を頂戴しました。OTSでは社内はもちろん社外でも必要とされる活動を行えるよう今後も受講を推奨し、広く社会に貢献できるよう努めて参ります。

積極的な発信を通して、江戸川区SDGs推進センターとともに啓蒙活動に貢献していくことで合意しました。



## ● コミュニティ貢献

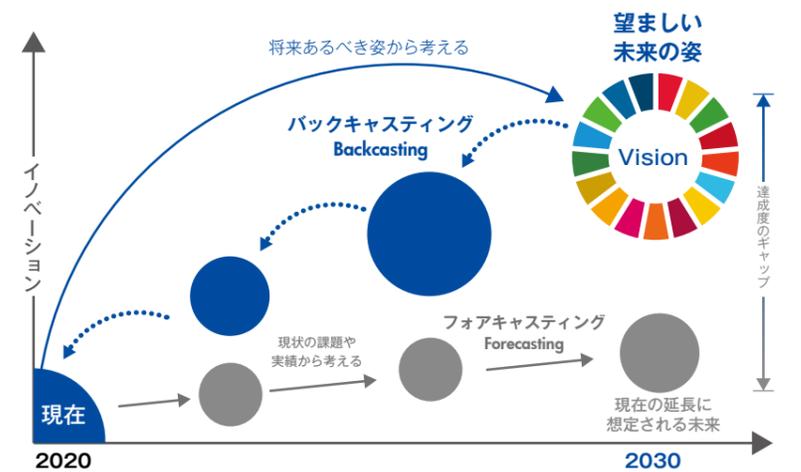
地域活動の一環として江戸川区をホームとする関東サッカーリーグ1部東京23FCを2016年よりサポート。また2020年より江戸川区陸上競技場で試合を行うクボタスピアーズ船橋・東京ベイと連携し、古着回収活動を行いました。様々な取り組みを通じ、地域コミュニティに貢献できるよう努めて参ります。



# 2030 VISION キセキの物流会社である為に

## Backcasting SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS Road to 2030

『バックキャスティング』とは、将来目標を設定し、その起点から現在のやるべきことを考える方法です。いままでは、目の前のゴール設定から行動していた『フォアキャスティング』の方法からバックキャスティングの方法で10年後の2030年のゴール設定から実行計画を作ることをはじめました。



### 2030ゴールに向かって

2030年のOTSが達成すべきゴールを策定するにあたって、10年後を想像していくことは簡単ではありませんでした。今年1年間において様々な議論を交わした結果、19名の社内プロジェクトチームを発足しました。3つのテーマチーム (アイデア出し、整理・選別、実現プラン策定) でそれぞれの役割を順に進めています。ゴール設定は次の3つの視点で実現計画を策定していきます。



## 『多機能』で『高精度』を実現し、人が集まるキセキの物流会社へ

2020年9月時点で131のアイデアを出すことができ、そのアイデアの整理・選別を進めています。OTSは、ファッション企業に必要な『多機能』があり、物流として重要な『高精度』があるといった、いわば矛盾する要素を両立することは、

『キセキ』ではないかと考え、またそのOTSに人が集まる会社でありたいとの考えに至りました。まだまだ途中ではありますが、しっかりとゴールを設定し、活動継続し、実現できるプロジェクトとして活動しています。

<h3>2030のファッション物流</h3> <p>OTSの独自性でもある、業務の柔軟性、対応力は継続しつつ、ブランドの発展のための多機能でかつ、高精度な物流サービスを提供し続けます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●ファッション物流サービス</li> <li>●EC物流サービス</li> <li>●品質管理&amp;修理サービス</li> <li>●ITシステム (AI・自動化)</li> </ul>	<h3>2030のブランドサポーター</h3> <p>「廃棄」が過去の言葉になる業界へ。預けるだけで売れていく物流倉庫を実現します。また、作りたい、売れる商品に必要なだけつくれる。または売れる商品に変わっていく物流倉庫を実現します。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●カイトン倉庫</li> <li>●リサイクルリンク</li> <li>●リメイクサービス</li> <li>●デジタルテキスタイル事業</li> </ul>	<h3>2030の物流インフラとして</h3> <p>変化し続ける社会、環境に当社も常に変化・対応をし続け、インフラとしての役目としてリスクアセスメントを常に活動し、事業継続してまいります。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●BCP (事業継続計画)</li> <li>●安全衛生活動</li> <li>●個人情報保護活動</li> </ul>
<h3>2030の働き方</h3> <p>多様で多くの人材が活躍する企業を実現します。やりがい、学びがいをもち、健康で楽しく成長でき、常にカイゼンし続けるスタッフの企業を実現します。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●カイゼン活動 (旧委員会活動)</li> <li>●健康経営</li> <li>●教育 (全社研修、活躍ミーティング)</li> <li>●マニュアル化推進、人時プロジェクト</li> <li>●多様性活躍 (女性活躍、外国人、障害者、定年延長など)</li> </ul>	<h3>2030の地域との関り</h3> <p>都内最高の物流立地であり、最高の人材が集まる江戸川区、江東区との共生社会の一員であり続けます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●地域雇用</li> <li>●地元スポーツチーム支援</li> <li>●災害時地域支援インフラ</li> </ul>	<h3>2030のオーディーエス</h3> <p>2030年の時点ではOTSは創業45年を迎えようとしています。これからもブランド・ビジネス・サポーターとして支援し続けるための次世代育成を実現し、OTSのサービスに喜んでいただくことを継続していきます。また環境負荷の低減など次世代に負のバトンを渡さないことも実現します。</p>

## 株式会社 オーティーエス

TEL 03-5605-6515

受付時間 9:30~18:00

FAX 03-5605-6311

24時間受付OK

メール [ots\\_headoffice@e-ots.co.jp](mailto:ots_headoffice@e-ots.co.jp)

<http://www.e-ots.jp/>



オーティーエス

検索

### 会社概要

- 商号 株式会社オーティーエス
- 本店所在地 東京都江戸川区南葛西5-16-1
- 設立 昭和61年 10月1日
- 資本金 6,000万円
- 事業・種目 ファッション物流に関する一切の業務
- センター所在地 臨海センター／葛西センター／  
堀江センター／湾岸センター／  
新砂センター／ターミナルセンター



この製品は、適切に管理されたFSC®認証林およびその他の管理された供給源からの原材料で作られています。



人間の経済活動や生活などを通して二酸化炭素などの温室効果ガスを、植林・森林保護・クリーンエネルギー事業（排出権購入）による削減活動によって吸収しようとする考え方や活動です。



この印刷物はグリーン基準に適合した印刷資材を使用し環境配慮されたグリーンプリンティング認定工場で印刷しています。



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