

株式会社スリーハイ



地域と企業を結ぶコーディネーター

住民と従業員が協力し活躍できる第2、第3の居場所を提供

(1) 企業概要

1987年創業。従業員45名（うち正社員18名、パート27名）。年商3.7億円。

シリコンラバーヒーターという工場向け製品を、オーダーメイドで製造販売しています。日用品から、パラボラアンテナ・ETCゲートまで、様々な企業を陰で支えるニッチな企業です。「熱に困った」お客様のニーズに合わせ、これまで約7,000社の課題を解決してきました。

(2) 具体的なSDGsの取り組み内容

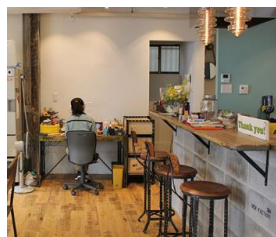
・「**子どもまち探検**」子どもたちに製造業を身近に感じてもらうため、そして地域のことを好きになってもらうために、2013年にスタートしました。地域の企業にも声掛けし、現在では約20社の工場が参加してくれています。定期的開催し、小学3年生で地域にどんな仕事があるのかを知り、5年生で工場生産について学び、中学2年生で職場体験するというキャリア教育の仕組みが出来上がっています。最近では、企業が行っているSDGsの取組みを勉強に来る子供たちも増えてきました。

・「**カフェ&ファクトリーDEN**」準工業地域の一角に製造業を身近に感じられるカフェを開設しました。ランチや飲み物を提供するスペースの横では、当社の職人がヒーターの加工を行っています。地域活動の情報発信基地として、地域社会と企業を結びつけるコミュニティスペースとして活用されています。

・「**東山田シェアごはん**」DENの調理スペースを活用し、フードロス対策と困りごとを抱えた人々への食支援の活動も行っています。地域の食品メーカーや飲食店、地元農家から提供されたロス食材を使い、ケアプラザを通じて低価格でお弁当を販売しています。将来的には、地方自治体と連携し、活動に協力する企業が収益を確保できるような仕組みを作りたいと考えています。



スリーハイ内で社員が製品紹介



(3) SDGsの取組みを始めたきっかけ

現社長が代表取締役役に就任した際、当社の事業内容や商品に何か優位性を付加したいと考えて、出した答えがCSRに取組むことでした。CSRに取組むことで当社の知名度と取引先からの信頼が向上し、取引先数を大きく増やすことができました。また、自社の利益追求だけではなく、社会のために貢献したいという社長の思いから「子どもまち探検」をスタートしました。

(4) 社内外のステークホルダーの巻き込み方・情報発信

①HPと「Sustainability Report」が主な情報発信源です。様々なメディアや媒体に取り上げられ、当社の取り組みに興味をもった様々な企業からのECサイトを經由した受注も増加しています。

②国や地方自治体の様々な認定制度を取得し、知名度向上や信頼獲得に役立てています。

「健康経営優良法人」(経産省)「かながわSDGsパートナー」「かながわ中小企業モデル工場」(神奈川県)「Y-SDGs」「横浜型地域貢献企業」(横浜市)「メイドインつづき企業」(都筑区)等

③「仕入先評価」において、環境調査の実施や取引倫理に関するコンプライアンスを徹底し、価格だけでなく商品への思いや企業風土を総合的に判断し、継続的な取引ができる仕組みを構築したいと考えています。

④朝礼等で個々の従業員がSDGsについて話す機会を設け、レベルアップを行っています。また「子どもまち探検」を通じて、子どもたちから刺激と元気をもらっています。職場全員でわかりやすく伝える工夫や話法を考えることで、企画力や調整力、チームワークが養われ、ビジネスマナーの実践にもなっています。

(5) 本業とSDGsとの連携・シナジー

①営業面：納入先との会話の中で、取引先に対するSDGsへの取組み評価が厳しくなっていることを肌で感じています。当社のSDGs取組みを紹介することで、信頼獲得につなげています。

②商品開発：省エネを意識した商品設計を行っています。

③売上：SDGsに関する情報発信を契機に、当社製品に関する問い合わせが増加するようになりました。SDGsに取組む前は約20社しかなかった取引先が、現在は約7,000社まで増加しています。取引先との新たな商品開発や技術開発の企画も増加しています。

④資金調達：「かながわ版SDGs金融フレームワーク」を活用することで、条件面が優遇されるなどのメリットを受けています。

(6) SDGsの取組みにより生じた変化

・最も大きな変化は、当社のSDGsの取組みが、社会から注目されるようになったことです。様々な企業から講演やセミナーの依頼を受けています。東京都からも意見交換したいとのオファーがありました。様々なメディアが当社の取組みを紹介してくれています。

・早くからSDGsを意識した活動や情報発信を行ってきたことで、企業価値を高め、優位性を獲得することができたと考えます。

(7) 実際に取組んでわかったこと

・SDGsを意識した活動や情報発信を行うことで、知名度と信頼が向上し、企業価値を高め優位性を獲得できることがわかりました。

・また、Z世代はSDGsに対する抵抗が少なく、地域貢献を含むSDGsの活動経験者も多いことから、新卒採用に有利です。(昨年度4名の新規採用のうち3名が経験者でした。)

(8) 今後の課題、さらに取り組みたいこと

・優先順位を上げる：従業員が、目の前の仕事を優先しSDGsに時間を取られることへの不満を解消するため、SDGsの取組みを人事評価の一項目にすることも検討しています。

・全員参加意識の醸成：主要メンバーとそれ以外の従業員の温度差を埋め、地域貢献を含むSDGs活動を本業と同じ認識にするため、「Sustainability Report」次月号の発行において、SDGsの優れた取組みTOP3を従業員全員の投票で決定します。

(9) トップメッセージ (「Sustainability Report 2021」より抜粋)

・**価値プロセス可視化の時代へ**：企業の大小に限らず、強みを認識している会社は経営資本を可視化し、従業員と共有し、発信しています。それこそが存在価値であり、企業の使命であると考えます。

・**ステークホルダー経営**：ステークホルダーに対し、できていることを、きちんと伝える。できていないことを、認め、改善する。

2022年6月
株式会社スリーハイ
代表取締役 **男澤誠**

