



NICE
CORPORATION

株式会社ナイスコーポレーション

2024年4月期

Bインパクトレポート

APR.2024
B IMPACT
REPORT

JP

02	はじめに
03	会社概要・業務紹介
05	Governance: 内部統制
07	Workers: 従業員
12	Community: 多様性・地域社会
16	Environment: 地球環境
19	Customers: お客様
21	メディア掲載
22	記事のご紹介

はじめに

株式会社ナイスコーポレーションは、2023年4月5日をもって、社会・環境を主とした、社内外の様々なステークホルダーに対し配慮と貢献を行っている企業の証である、B Corpとして認証されました。

近年我々の属する縫製業界は、あまり良いイメージで語られることはありません。重労働・低賃金、人権デューデリジェンスへの対応など、山積する課題は年々増えているようにすら感じられます。

そのような中で、B Corp認証を取得し国際的に社会環境配慮の面で認められたことは、我々が悩みながら縫製工場としての在り方を考えてきた結果が報われたことを意味し、それと同時に、お客様はもちろん従業員や地域社会、地球環境すべてに対して、より一層の深い配慮を行っていく必要があることを意味します。

年商数億円規模の縫製工場で、どこまでこの挑戦ができるのか。経済的側面と社会・環境を配慮したより良い工場を目指す理想をどう両立させていくのか。日々現場において、理想と現実をすり合わせる努力は尽きませんが、ここで「Bインパクト・レポート」の銘で、認証後初年度の歩みとして、我々の取り組みとこれからの目標をまとめました。これからもより良く「世界中のクリエイションを支える」ことを続けられるように、少しでも良い会社を目指す取り組みを大切にしたいと考えています。

国内外のお客様はもとより、分野を超えて我々に興味・関心を持ってくださる方々に、ナイスコーポレーションの姿勢をご覧いただけたらと願っています。

2025年4月1日

株式会社ナイスコーポレーション

代表取締役 井筒伊久磨

会社概要・業務紹介

1/2

概要

会社名	株式会社ナイスコーポレーション Nice Corporation
代表取締役	井筒伊久磨
創業	1990年11月
従業員数	38名(※2024年11月現在)
資本金	1,000万円
事業内容	被服製造
月産	約6,000本(Gジャンなどトップス含む)
主要取引先	パタゴニア日本支社、TSIなど
協力会社	明和産業株式会社(生地提案) 〒721-0954 広島県福山市卸町 7-6 有限会社カラードキップス(プリント加工) 〒711-0907 岡山県倉敷市児島上の町 1-13-5 ニッセンファクトリー株式会社(洗い/加工/プリント) 〒711-0907 岡山県倉敷市児島上の町 1-9-11 有限会社SUBJECT(裁断/最終出荷検品所) 〒711-0907 岡山県倉敷市児島下の町 2-1585-1 株式会社ウエルズ(洗い/加工) 〒711-0845 岡山県岡山市南区浜野 4-22-24

沿革

1990年11月	有限会社ナイスコーポレーションを設立(資本金300万円)
1993年11月	有限会社から株式会社へ登記変更(資本金1,000万円) 本社を児島下の町から児島上の町へ移転
2001年	本社を児島上の町から児島下の町へ移転
2003年	井筒伊久磨入社
2008年	児島下の町内にて自社工場を設立
2013年	裁断設備CAD/CAM導入
2015年	山口県萩市にて田万川工場を開場
2018年	別会社(有)SUBJECTを設立、代表に山野辺剛が就任
2020年7月	会長に井筒一彦、代表取締役に井筒伊久磨が就任
2023年1月	オリジナルプロダクトブランド「NC PRODUCTS」開始
2023年4月	国内20社目B Corp認証

会社概要・業務紹介

2/2

ナイスコーポレーション の特徴

地域型ワンストップ生産

企画、パターン作成、裁断、縫製、洗い・加工、プリントから仕上げ・検品・出荷まで、地域内の関連会社と連携することで生産の最初から最後までを総合的に管理できる点が強みです。

信頼と技術

工場間の信頼関係、職場内での信頼関係、お客様との信頼関係のすべてを大切に、国産ジーンズ発祥の地にて、Made in Kojimaの歴史に基づく熟練の職人技術、そして、次世代のメンバーが発揮する若い視点の両方を備えます。信頼と技術を基盤に、創業以来培ってきた様々な製造に関する知識と技術の蓄積を活かし、お客様のイメージや細かなニュアンスを高いレベルで再現します。

デニムから広がる製造

デニムを扱う製造は全体の約6割です。デニムで培った技術を積極的に応用し、デニムとその他の素材を組み合わせた縫製、そして、トップス等の製造も行っています。



Governance: 内部統制

1/2

経営層と従業員間でのコミュニケーションを促進し、経営指標の情報などの開示・従業員の意見の吸い上げを行うことで、第一に社内における情報の透明性を確保することに積極的に取り組んでいます。

keywords:

社内情報の開示による、従業員に対しての透明性確保／多様な意見を取り入れ、働きやすい環境を実現／従業員個々に寄り添ったヒアリング体制

(i) 半期ごとの売上内容説明会の実施

半期に一度、インドネシアからの技能実習生を含め、現場の工員も出席の上、売上内容を主とした説明会を実施しています。

今年度は海外売上の増加や原材料費の高騰など収益環境の分析に加え、人員拡大や営業戦略など、幅広い情報について労使間でのやり取りを行いました。

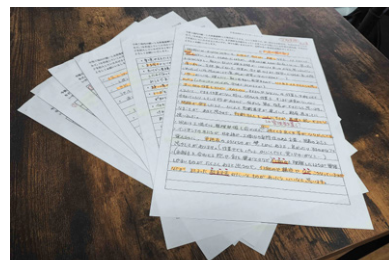
工場の生産性向上に関する白熱した議論や、実習生が日本語の辞書を持参のうえで説明会を聞くなどの一幕も見られました。



(ii) 業務内容改善アンケートの実施

定期的に匿名での業務内容改善アンケートを実施しています。

整理整頓や業務マニュアルの整備を含め、多種多様な社内の意見を収集する目的でこの取り組みを行っています。



(iii) 外部専門家による従業員との面談

外部の専門家（中小企業診断士／B Corpコンサルタント）を招聘し、個別に従業員との面談を行うことで、直接経営陣に伝えにくい業務上の不安や疑問点の吸い上げと解消に取り組んでいます。



Governance: 内部統制

2/2

Governanceを 振り返って

定期的な従業員との面談の実施によって、売上や利益といった数字には表れない部分の、現場における強みや課題がより詳細に分かるようになり、これから社内が一体となって進んでいく方向性がより明確になった印象です。

社外の第三者が従業員と経営層の間に入り、互いの主張を分かりやすく、柔らかく翻訳した上で伝えることにより、労使間で円満にコミュニケーションが取れる一助となることを期待しています（山磨）。

普段表に出てこなかった意見や要望に対して、会社としての考え方や想いを公開し意見交換できたことは、今後のより良い会社づくりに向けて大きな一歩となりました（井筒）。

売上内容説明会も、資料の内容の改善やスライドを使ったプレゼン方式での説明など、回を追うごとに従業員が理解しやすい形にブラッシュアップを施しています。普段の煩雑な業務の中で忘れがちな、代表の思いや会社としてのビジョン、様々な取組の進捗や今後の予定などを伝えることで、社内が一体となって「優しいものづくり」を大切にし、「世界中のクリエイションを支える」というビジョンに向かって進んでいくことを願っています。

Workers: 従業員

1/5

従業員の福利厚生拡大に努めるとともに、仕事の楽しさを高めるためにも、各種研修制度・従業員満足度調査などの取り組みを通じて、従業員の働きやすい環境づくりに取り組んでいます。

keywords:

技術継承によるキャリアアップの補助／分野をこえた仕事に触れることによる視野の拡充／家族を含めた楽しめる場や学びの場の提供／自主性を育む取り組み／従業員の意見を募り課題を分析・解決に結びつける

(i) 社員の増加割合

前期末（2023年4月末）と比べ、

本社工場においては**6名**
（社員4名、実習生2名）

田万川工場においても**6名**
（社員1名、実習生5名）

新たに入社しました。

*従業員数：35名→38名（通年では3名増）



(ii) 従業員研修の実施

本社工場においては、若い工員が増えてきたことをきっかけに、量産縫いのラインを担当しつつ、専任のメンターを設置しサンプル縫いに従事する中で縫製技術を学ぶ初期研修を行っています。

国内外のハイブランドの製造に足る技術を学び縫製の幅を広げるとともに、日頃の悩み相談など、若い工員の生活面にも寄り添う目的でも実施しています。

また、生産管理担当・量産担当の従業員が自社ブランド「NC PRODUCTS」のブランド戦略を協議する運営会に参加するなど、自らの業務内容をまたいだ実地研修も随時行っており、社内を横断した知見を深める目的での取り組みを行っています。

2023年12月には、県外の縫製工場の協力のもと、若手工員の技術力と職業意識の向上を目的に研修旅行を実施しました。

研修後、社員・実習生を問わず目に見えて縫製のスピードが上がった工員もおり、実りの多い研修旅行となりました。



Workers: 従業員

2/5

(iii) 福利厚生と、家族を含めた
楽しめる場や学びの場の提供

毎朝ラジオ体操を欠かさず行い、業務前に身体をほぐす時間を設けています。またこの際お互いに握手を交わすことで、会社全体で気持ちを一つにし、日々の業務にあたります。

季節ごとのお花見会や、従業員の子供も同伴の上での社員旅行、定期的な社内学習塾の開催など、従業員間での親睦を深めるとともに、リフレッシュできる機会を設けるよう努めています。



(iv) 従業員の業務評価

半期に一度従業員自らが書き込んだ業務評価シートをもとに人事面談を行います。期初には通年目標を各従業員が書き込み、期末に1年間の取組を自ら振り返る、目標の自己管理制度を採り入れ、各従業員の業務遂行における自主性を育む取り組みを行っています。



Workers: 従業員

3/5

(vii) 従業員満足度調査の実施

半期に一度、業務上の満足度を集計し、様々な意見や課題を募る目的で「従業員満足度調査」を実施しています。結果はその都度定量・定性分析を行っており、今期では分煙の徹底、水回り設備の改善などを会社として行いました。

直近2023年10月実施の結果として、本社工場においては、総合的な満足度・勤続意識は**90%以上の高評価を獲得し、社員に限ればともに100%を達成**することができました。(※)

(※) 総合的な満足度:「満足」以上 勤続意識:「働き続けたいか」という質問に対して、「やや思う」以上

社内満足度調査—本社数値

	満足度	やりがい	仕事内容	スキル・能力	社員教育 キャリア開発	社内環境	人間関係	人事評価	仕事と私生活 のバランス	給与水準	企業の成長性	働き続けたいか
No.1	満足	4	3	4	4	4	5	3	3	2	5	やや思う
No.2	満足	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	思う
No.3	満足	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	思う
No.4	満足	4	4	4	3	4	5	3	3	4	5	思う
No.5	満足	5	4	4	3	3	5	4	4	2	4	やや思う
No.6	満足	4	5	4	3	3	5	3	4	3	4	思う
No.7	満足	4	4	4	4	4	4	4	4		4	思う
No.8	満足	4	4	4	3	3	5	4	3	3	4	やや思う
No.9	満足	5	5	5	3	4	3	4	4	3	4	どちらともいえない
No.10		5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	やや思う
No.11	満足	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	やや思う
平均	満足以上 10名/11名 90%	4.4	4.3	4.3	3.6	3.8	4.6	3.8	3.6	3.1	4.4	やや思う以上 10名/11名 90%
日本人 平均	満足以上 8名/8名 100%	4.3	4.1	4.3	3.6	3.8	4.8	3.8	3.5	3.0	4.4	やや思う以上 8名/8名 100%
実習生 平均	満足以上 2名/3名 66%	4.7	4.7	4.3	3.7	4.0	4.3	4.0	4.0	3.3	4.3	やや思う以上 2名/3名 66%

総じて**士気が高く、満足度も高い**印象 (4月実施と同傾向)

高得点 …仕事のやりがい・人間関係・企業の成長性

課題 …給与水準の改善が課題という認識

満足度「満足以上」:

90%

働き続けたいか「やや思う以上」:

90%

という結果に

Workers: 従業員

4/5

社内満足度調査－田万川意見 4月／10月の比較

4月

感想系の意見

- 働かせてもらえるのはありがたいと思います
- 過疎化の進む中、自分の住居地域に職場があることはとてもありがたい
- 製品に対して誠実に取り組み、品質の高いものを作ろうと努力している
- 人間関係が良い
- 納期や大きな間違いに気づいた時など、全員で対応しないとイケないような時（例えば失敗があり直しをする時）でも、人を責めることなく協力してフォローできるところ
- 満足しています（実習生）
- 労働契約書の書面と全く同じなので満足ですが、残念ながら断食はできません（実習生）
- 本当は有給を取りたいけど、あと何日あるかは分かりません（実習生）

4月

要望系の意見

- 人間関係×2
- トイレを何とかしてほしい×3
- 給与がもう少し上がってほしい×2
- 日本人（長く勤務できる人）を増やしてほしい×2
- 作業可能なスペースを広げてほしい
- 仕事があることはいいことだが、時間にゆとりが欲しい
- 宿舎に満足していない。まだ慣れてはいない（実習生）
- 間違えても大声で怒らないでください、集中が途切れます（実習生）
- 有給を取らなかったら、お金になりますか？給料は上がりますか？（実習生）



10月

感想系の意見

- 比較的人間関係が良好。やりがいのある仕事で本人の努力次第で向上することも可能
多様な仕事内容で変化があり楽しい
- もっとより良い環境、職場にできるようにがんばります
- いい時とわるい時がある
- 心の余裕がもてない
- 会社から色々なことを考えてくれたから（縫製するに当たって）良い方法を
考えています（実習生）
- 満足しています（実習生）

10月

要望系の意見

- 人材不足、福利厚生等
- みんなとコミュニケーションがとれるように、もっとイベントができればいいです
- 社用車ほしいです
- 休日がふえたらうれしいです
- トイレがこわれてるので、早くなおしてほしい
- オートバイいいね（実習生）
- オートバイあります（実習生）
- とくがない（実習生）

田万川工場においては、

総合的な満足度で40%、勤続意識で50%の数値となりました。

これを受けて、田万川工場における水回りの改善を行うとともに、工員の世代交代を進めるなど、従業員満足度の向上に向けた取り組みを行っています。



Workers: 従業員

5/5

Workersを 振り返って

B Corpの取組の中で最も重視している項目がWorkersです。理由はシンプルで、縫製業が人手を必要とする労働集約型の産業である以上、**今後の人手不足を考えたも、従業員の待遇改善を施し、人員の定着と採用の拡大を図っていくことが、企業の持続にとって最も重要な要素だと考えているからです（山磨）。**

幸いなことに、社員の新規採用も増加傾向にありますし、そのほとんどが定着してくれています。今後も満足度調査を通じて会社に対する潜在的な要望を引き出し、実現できるものを積極的に改善していくことで就労環境の改善に取り組んでいきます。

目下取組を進めているのが、社内におけるキャリアパスの構築です。「毎日の仕事が、自身のキャリアとどう繋がっているのか」という基準を明らかにしない限り、長い目で見ても縫製のプロとして育成していくのは難しいと感じています。現状ミシン技能とマネジメント技能の2つの技能を定期的な面談と組み合わせながらそれぞれ評価し、達成度に応じて基本給に積み上げる形を考えており、2025年4月期末からは本社工員に対して適用したいと考えています。

これは従業員教育と関連している部分も大きく、昇給制度が職業教育の実践と一致するような工夫を施しています。例えば現在マネジメント技能に応じ、いくつかの役職を設定しているのですが、役職者の昇格条件として新入社員に対し教育を行うこと、日々の相談を担当することを必須条件として設けています。

また、スキルアップを目的としたプログラムも少しずつ作り上げています。時間を要するといわれている技術習得をどのようにすれば分かりやすく、早く身につけられるのか、皆で考え学べることは、ものづくりのクオリティの向上と個々のキャリアアップにつながると考えています（井筒）。

今後の目標としては、日々製造しているアパレル製品の小売現場を工員が見学する機会を設けることで、クロススキル・トレーニングの実施に取り組みたいと考えています。一流ブランドの小売店の内装や顧客層を肌身で感じることで、工員に自らの仕事に誇りを持ってもらいたい、それ以上にお客様から要求される「品質水準の高さ」を学び取ってほしいと考えています。

Community: 多様性 ・地域社会

1/4

地域の事業者と優先的に取引を行うことで、地域の経済振興に寄与するとともに、地元のお祭りなどのイベント参加を通じて、我々が立地する地域の振興に積極的に貢献しています。

keywords:

性別、年代、国籍に関係なくキャリアパスを創出／地域の経済活動を支える／独自で定めた社会・環境に配慮したサプライチェーンの実現

(i) 多様性・公平性・包摂性

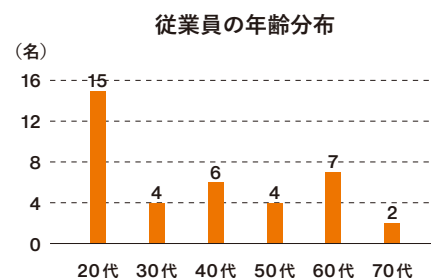
女性従業員数：27名／全社員38名 **71%**

女性管理者数：5名／全管理者8名 **62%**

年齢分布：

20代・15名 30代・4名 40代・6名

50代・4名 60代・7名 70代・2名



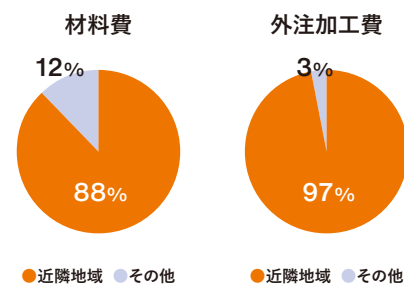
(ii) 地域との取引

当期において、年間支出の大部分を占める

材料費の**88%**

外注加工費の**97%**

が近隣地域の事業者（※）に支払われており、これはナイスコーポレーションの活動が近隣のサプライヤーを経済的に支える原動力となっていることを意味します。



非労務費（会計年度の総費用から賃金／給与、賃料、光熱費および税金を差し引いて計算）のうち、**50%**を近隣地域の事業者を支払う、という調達方針を掲げており、今後も引き続き地域の事業者との取引を続け、地域経済の振興に貢献していきます。

※「近隣地域の事業者」：本社所在地から半径80km以内に位置するサプライヤー

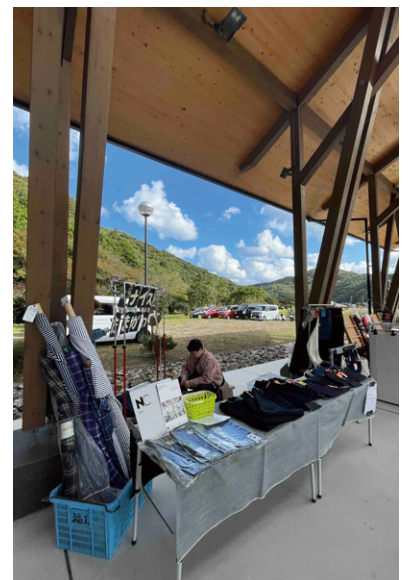
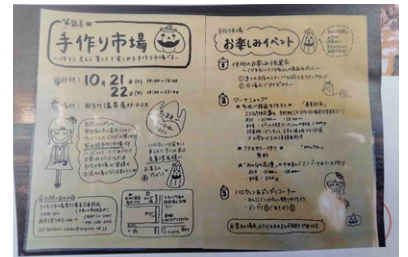
Community: 多様性 ・地域社会 2/4

(iii) 地域活動への貢献

本社工場においては、地域貢献活動として、児島地域の鴻八幡宮・例大祭への参加（人員の派遣、運営費の支援、会社設備の提供）
ならびに年末には、取引先ほか関係者を集めた餅つき大会を行いました。これらの取り組みは年中行事として例年行っているものです。



田万川工場においては、2023年10月開催の地域の道の駅主催の手作り市場に出店し、工員が各自で作成したデニムを用いた小物類の販売を行いました。



Community:

多様性

・地域社会

3/4

(iv) サプライチェーンマネジメント 取引先に対し、社会・環境配慮の各要望項目をまとめた「サプライヤー行動規範」を独自に定めており、今年度は2社に対し規範の手渡しと説明を行いました。

業界全体で人権デューデリジェンス、サプライチェーンマネジメントの実施の必要性が叫ばれる中、B Corp 認証企業として、人権と環境に配慮したサプライチェーンの実現に向け努力を続けていきます。

労働基準

<p><input type="checkbox"/> 差別の禁止(ILO 条約 100 および 111) いかなる人であっても、性別、出自、人種、年齢や宗教、心身の障害、性的志向、国籍、家族構成、妊娠状態を含む一切の個人的属性を基準として、採用、給与水準、仕事内容、昇進、解雇を含むあらゆる労使関係において差別的待遇を施してはなりません。人事評価はこれらの属性の介入を排除した上で、全労働者に対し平等かつ公正に行われなければなりません。</p>	<p><input type="checkbox"/> 適切な賃金と待遇(ILO 条約 26 および 131) 当社は国の要請する「最低賃金」の水準を上回り、より充実した賃金・福利厚生制度を通じて従業員の生活水準と幸福度の向上を図ることに意欲的なサプライヤーを求めています。 法律に則った正規賃金・時間外賃金の支払いはもちろんのこと、すべての従業員は本人とその家族の生活のニーズを満たした上で、ある程度の可処分所得を得るに十分な給与を受ける権利を有しています。</p>
<p><input type="checkbox"/> 関連法規の遵守 当社のサプライヤーは、労働三法はもちろんのこと、労働者を雇用する国を含む自治体・地域社会が定める法律・条例その他一切の関連法規、ならびに当「サプライヤー行動規範」の内容を遵守しなければなりません。場合により当社はその実施内容を監査し、従業員が適切な待遇を享受しているか否かのレビューを行います。</p>	<p><input type="checkbox"/> ハラスメントの禁止 当社のサプライヤーは、そのすべての従業員に対し敬意と配慮を持ってあたなければならない。 身体的、精神的暴力を含むハラスメントの一切は差別行為と見なし、これを厳に慎まなければなりません。</p>
<p><input type="checkbox"/> 年少者の就労(ILO 条約 138 および 182) 15 歳未満の児童または義務教育を終えていない年齢の、いずれか高い方の年齢の児童を雇用することは禁じられています。また年少労働者(15~17 歳)に対しては、健康、安全、道徳を害するおそれのある労働に従事することのないよう、その就業内容に配慮する必要があります。</p>	<p><input type="checkbox"/> 適正な労働時間(ILO 条約 1) 当社のサプライヤーは、法律で認められている所定労働時間および残業時間を超えて働くことを従業員に求めてはなりません。雇用主は各週少なくとも連続 24 時間/1 日の休息を従業員が取ることを認めなければならず、またすべての残業は労使間の同意の上で行うものとします。</p>
<p><input type="checkbox"/> 強制労働の禁止(ILO 条約 29、105 および 182) いかなる形態の強制労働も行われてはなりません。強制労働とは、従事しなければ身体的・社会的その他の処罰を与えるという脅迫の下に強要され、従業員が自発的に申し出たものではない一切の労務を指します。 これには借金の担保もしくは返済のための労働禁止、賃金の処分に関する自由の保証、従業員の職業選択の自由・移動の自由の保証、強制的な時間外労働の禁止が含まれます。</p>	<p><input type="checkbox"/> 健康および労働安全(ILO 条約 155) 当社のサプライヤーは、正規労働の範囲に含まれる、または関連する業務に起因する事故・傷害の発生を防ぐため、従業員の安全を保障し健全な労働環境の整備に取り組みなければなりません。 必要であれば従業員保護の方針を策定し研修を施すなどの取組を行い、職場の安全衛生環境の実現に積極的に取り組みます。</p>

Community: 多様性 ・地域社会

4/4

Communityを 振り返って

Communityの項目については、性別を問わず活躍できる職場の実現や地域経済振興の面でも、ナイスコーポレーションが有していた特徴がそのままB Corp基準でも認められたという認識です。

日本の縫製業では古くから女性が活躍してきたこともあり、生産を支える現場工員のほとんどは現在も女性が占めており、彼らをまとめる管理者も女性が就任しています。ナイスコーポレーションでは今後も女性が活躍できる就労環境の維持・改善に取り組んでいきます。

地域経済に対するインパクトの面では、児島地域を中心に、井原市や香川県の瀬戸内海沿岸部、広島県福山市といった近隣地域にデニム製品の生産を支えるサプライヤーが集結しているという地理的特徴もあって、ナイスコーポレーションの営業活動が直接的に地域経済を振興する構図が既に出来上がっています。これは何よりも「国産ジーンズ発祥の地」としての、児島産地の優位性に他なりません。

またサプライヤーが近隣地域に集積していることは、お客様にとってはトレーサビリティの確保、さらに地球環境に対しては、通勤・運搬距離の短縮という点で、経済振興以外にも様々なポジティブインパクトをもたらします。アパレル業界に対する社会・環境面での配慮要請が強まる中で、このような産地としての強みは今後もますます重視されるようになって考えています（山磨）。

今後も地域の事業者との取引を継続していくことが一番の地域貢献になるとの思いで営業を続けていき、サプライヤー行動規範など、B Corpとしての説明責任を協力先に対し果たしていきたいと考えています（井筒）。

Environment: 地球環境

1/3

地球環境に対し、CO2排出量の削減、廃棄物削減を通じて、配慮の取り組みを進めています。

keywords:

工場が排出しているCO2排出量の把握と削減／廃棄物を再利用できるものづくりへの転換

(i) CO2排出量

電力に関しては本社工場、田万川工場ともに中国電力の再エネ・グリーンプランを利用しており、100%再生可能エネルギーでの工場稼働を実現しています。

またScope1、2(※1)のCO2排出量に関しては、

Scope1: 17.7 t-CO2e

Scope2: 55.6 t-CO2e (※2)

との結果となりました。

前年度(2022年5月～2023年4月)の結果が

Scope1: 23.9 t-CO2e

Scope2: 52.4 t-CO2e であるため、

前年度比較で合計**3.9%の削減**を実現することができました。

(排出量に関しては小数第2位を四捨五入)

※1

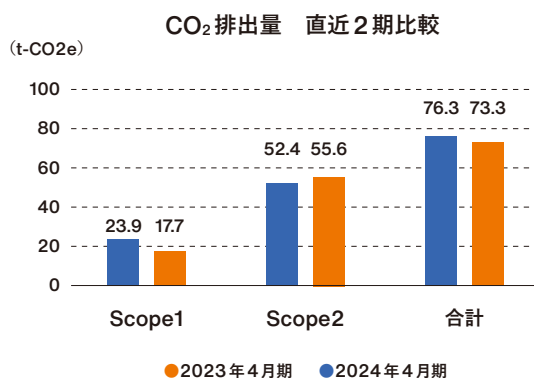
Scope1: 事業者自らによる温室効果ガスの直接排出(燃料の燃焼、工業プロセス)

Scope2: 他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出

※2

2023年5月～2024年4月の期間

e-dash株式会社の提供する二酸化炭素排出量計測アプリケーション「e-dash」を利用



* 非化石証書付き再生エネルギー100%由来の電力を使用しているため、Scope2排出量は実質ゼロとなります

Environment: 地球環境

2/3

(ii) 廃棄物量の把握

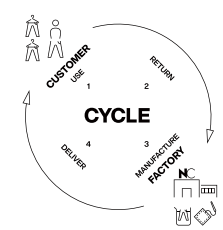
廃棄物量に関しては本社工場・田万川工場それぞれにおいて測定を行っており、計測値は以下のようになりました。今後も廃棄物量を把握し、削減できるように努めていきます。

単位: kg	一般ごみ	裁断後の端切れ	再利用された端切れ	リサイクル紙・段ボール	リサイクルプラスチック	リサイクル金属・ガラス	産業廃棄物
本社	8409.9	0	0	504.11	3.68	4.55	0
田万川	1547.94	0	0	134.74	0	0	0

(iii) 廃棄物の活用

自社ブランド「NC PRODUCTS」では長く使用できる本質的なプロダクトを展開しています。ベーシックなデニムパンツ製品を展開するベーシックラインでは、裁断クズを17%使用したオリジナルの生地を制作・採用、また着終えた製品は回収し、新たな製品へと再利用する仕組みを実現しています。

ラグやクッション製品を展開するパッチワークラインでは、自社工場で排出される残反を用い、長く使用できる製品づくりを行なっています。



裁断くずは、生地として再生される。

着終えた製品を回収し、新たな製品へと再利用する独自のサイクル。



製造過程において発生する残反をパッチワークプロダクトの生地として活用する。

Environment:

地球環境

3/3

Environmentを 振り返って

B Corpを目指す中で、最も大きな変更を施したのは電源構成です（山磨）。ナイスコーポレーションはアパレル製造のサプライチェーンの中で「縫製」を担当しているため、水使用よりも廃棄物よりも、第一に環境への配慮を行う必要があったのは、工場稼働のメインエネルギーとなる電力でした。

中国電力が提供する再エネ・グリーンプランへ完全移行し、その結果再生可能エネルギー 100%での工場稼働を実現しています。太陽光パネルの設置によるオンサイトでの再エネ調達も選択肢にはありましたが、財務面での負担が大きく、現実的な環境配慮の解となる「再エネの購入」を決断しました。

裁断後にどうしても発生してしまう端切れに関しては、回収し再生生地や製品へのアップサイクルを通じて再利用を図っていくことを新たな目標にしています（井筒）。現在はこの裁断業務を他社に委託しているため、協力先に端切れの排出量を計測するよう依頼し、弊社が排出する事業ごみとしてトラックキングすることで、B Corpとして負っている環境配慮責任を果たしていきたいと考えています。

Customers: お客様

1/2

我々はお客様に提供した価値を、顧客満足度評価を通じて計測し、製造品質の改善、ならびに新製品開発に活用しています。

keywords:

顧客の意見からより質の高いプロダクト生産に繋げる

(i) 顧客満足度

今年度初の取り組みとして、国内のOEM取引先様に対し満足度調査を行いました。

以下に結果の集計を掲載します。

	総合満足度	品質	受注価格	納期	対応の質と速さ
A社さま	5	4	3	4	5
B社さま	4	4	2	3	5
C社さま	4	4	3	5	5
D社さま	4	4	3	5	5
E社さま	3	4	1	5	3

※それぞれ5段階評価、5に近づくほど満足度が高い

総合的に高い満足度を得ることができ、弊社の日頃からの企業努力が報われたとの認識でおります。特に品質や納期遵守・対応の質と速さにおいては、非常に高い評価をいただきました。相対的に評価の低かった受注価格の項目に関しては、従業員満足向上の目的もあり、適正価格での受注を今後も継続していきたい考えです。

Customers: お客様

2/2

Customersを 振り返って

OEM形式でのアパレル製造であるため、どのように顧客満足度を測定するかは工夫が必要でした(山磨)。初年度は試験的に取引先となるアパレルメーカー様に簡単なアンケート方式での満足度調査を実施しましたが、各社様とも好意的に記入いただき、また製造業として最も大切な品質と納期、対応の質と速さに関して高く評価頂いたことは工場としての自信にもつながりました。真摯に受け止め、更なる向上に努めます(井筒)。

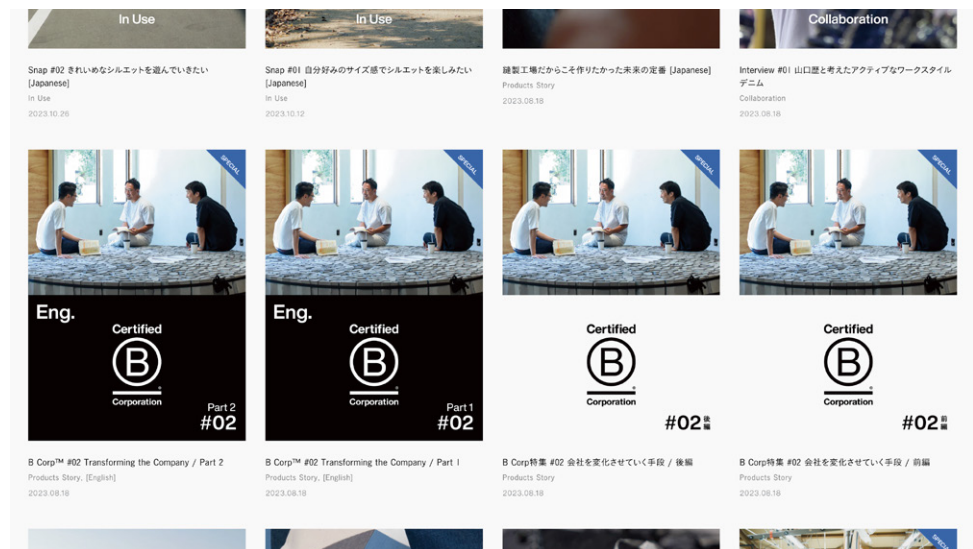
今後は自社オリジナルブランドである「NC PRODUCTS」の販売を通じて、OEM生産ではアプローチできなかった最終消費者の方に直接製品の満足度をお聞きすることで、自社製品のブラッシュアップにつなげていくとともに、多くの方にNC PRODUCTSのファンになっていただけるような双方向のコミュニケーション施策の充実を図っていきたいと考えています。

メディア掲載

2024年11月29日	FASHIONSAPにて、B Corp 認証企業として掲載
2024年11月12日	FASHIONSAPにて、B Corp 認証企業として掲載
2024年3月号	KU:NELにて、NC PRODUCTSのプロダクトが掲載
2024年1月号	ダイヤモンドセレクト「息子・娘を入れたい会社 2024」にて、B Corp 認証企業として掲載
2024年1月号	EYESCREAMにて、NC PRODUCTSのプロダクトが掲載
2023年12月号	GQ JAPANにて、NC PRODUCTSについて掲載
2023年11月8日	GQ JAPANにて、NC PRODUCTSについて掲載
2023年7月25日	繊維ニュース記事にて、B Corp 認証企業として、またナイスコーポレーションの縫製現場の地位向上の取り組みについて掲載
2023年6月6日	繊維ニュース記事にて、B Corp 認証企業として掲載
2023年5月17日	日経MJにて、NC PRODUCTS、B Corp 認証企業として掲載
2023年4月12日	penにて、NC PRODUCTSについて掲載
2023年4月号	CASA BRUTUSにて、NC PRODUCTSについて掲載
2023年3月8日	織研新聞にて、ナイスコーポレーション代表 井筒伊久磨のインタビュー記事が掲載
2023年2月3日	ELLE DECORにて、NC PRODUCTSについて掲載
2023年2月1日	@DIMEにて、NC PRODUCTSについて掲載
2023年1月19日	FORZA STYLEにて、NC PRODUCTSについて掲載
2023年1月11日	織研新聞にて、NC PRODUCTSについて掲載

記事のご紹介

NC PRODUCTS コラム「B Corp 特集 #02 会社を変化させていく手段 / 後半」より一部抜粋（2023年8月公開）



B Corp 認証は目的ではなく、 会社を変化させていく手段

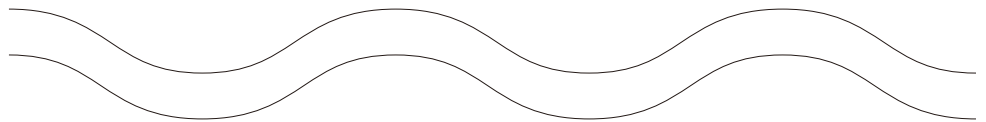
— 取得の前後、そして取得に向けた動きのなかで、変化を感じられたことはありますか。

井筒) リクルート面ではすでに効果が出ています。これまでアプローチしてこなかった服飾専門学校や大学から連絡があり、会社訪問の数も増えています。国際的にミレニアル世代やZ世代は、企業が社会や環境へいい影響を与えることを重視するという調査も出ています。若い世代が興味を示してくれることは当初からの目的ですからうれしいですね。近年は社員の若返りを図って採用を進めており、若い世代を受け入れる環境も整った時期に重なったこともいいタイミングだと感じています。

山磨) 逆説的ですが、ナイスコーポレーションはこれから収益と利益を原資に社会環境配慮の取り組みを行う必要もあります。そのためにもB Corpを事業規模の拡大に活かしたいところです。B Corpのムーブメントを持続させるためにも、ビジネスとしての成功例、モデルケースとならねばならない。そのためには既存業務を効率化して生産性を上げ、B Corpから求められる役割の実現という本来の業務外にある活動も重要となります。現在はまず、通常業務のマニュアル化や仕組み化による業務能率の向上に取り組んでいます。会社を中心とした社会環境配慮に正面から取り組み、その活動を持続できるよう、金銭的にも時間的にも、そして精神的にも余裕のある「営利企業」になれるように取り組まなければなりません。

井筒) 審査では製造業ということで「エネルギー集約型企业」と見なされ、特に電気使用や燃料使用が多く、資源を浪費しているのではないかと指摘を受けました。しかし海外のレビュー担当者が日本の縫製工場に詳しく、工場稼働電力をすべて再生エネルギーに転換していることで納得してもらえました。ただB Corpに参加している以上、今後もエネルギーへの取り組みについては考え続けなくてはなりません。企業規模に対して従業員が多いという指摘も受けていますが、これを減らすことはできない。ただ多様な働き方を考え、僕自身の意識も変えねばならないという実感もあります。個人的には環境配慮と同じかそれ以上に、従業員や地域社会に配慮した企業が増えてほしい。なにより人がすべてだと考えています。

井筒 NC PRODUCTSでは再生繊維を利用するなど、会社としても削減目標は立てていますが実現可能性は手探りの状態です。また当社は縫製工程を担っていますが、他にも洗い加工、染色といった環境負荷をかける工程を担う取引先もあります。本来はサプライチェーン全体で評価されるべき環境配慮ですから、これらは今後の課題点でしょう。これからは「デニム製造」全体の環境負荷を軽減できるよう、B Corp企業としての発信を強めていく必要があると考えています。

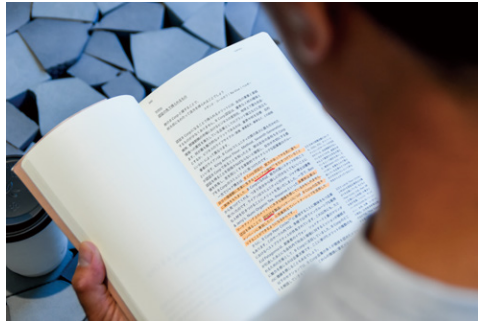


— コミュニティを重視するB Corpのなかで、どのような一員でありたいですか。

井筒 コミュニティの面からみると、たとえば児島という地域全体でB Corpを取得する未来も考えられます。僕の理念としては、草の根的にみなで手を繋いで利益を取っていきたい。ですから地域内で認証を目指す他社がいれば手伝いたい。一方で、環境にはまだまだ取り組みが必要だと考えています。たとえば自社で排出したデニムくずを再生することで、B Corpというよりも、お客さまに思想を感じていただきたい。今後も繊維メーカーによる技術更新は続くと考えられ、その時々に応じた状況の判断をしたい。会社としては、染め直しやリペアなどで長く愛用していただく製品ケアにも取り組むことにしています。製品一着あたりの二酸化炭素量排出量の算定は難しい部分もありますが、今後の課題だと感じています。

山磨 ほかに取得過程で、社員それぞれの一年を通した自らの仕事への自己評価や満足度調査を始めました。アナログであっても紙に書いてもらうことが重要です。いろいろ仕組みを作ったなかで、満足度調査や自己評価シートへの記載は手書きでお願いしました。口頭ですとその場で立ち消えてしまう部分もありますが、書くことで記録になり、記憶になります。自身で書くことで意識が顕在化することもありますし、人を介在していないので素直な声が聞こえます。従業員満足度調査、期末自己評価シート、意見箱、新入社員研修など、ボトムアップ・コミュニケーションの仕組みを整えることで、BIAではガバナンスや従業員の領域において、社内の透明性や従業員の満足度、心理的な安全性への加点に貢献ができていないのではないかと感じています。

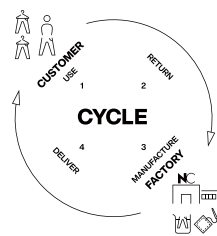
井筒 もちろんこれまでも社員の言葉に耳を傾けてきましたが、あらためて彼らが言葉にしてくれる安心感もありました。言語化されないままであったことが書面で伝わる。従業員が経営者に対して信頼感をもつと同時に、経営者が従業員に対して信頼感を持つことも今回の取り組みにおける大きな効果です。双方向のコミュニケーションを取ることで互いの信頼感を高め、より良い関係性を構築したい。B Corpの取得は目的ではなく、会社を変化させていくための手段に過ぎません。会社として次のステージにむかうための手段ともいえるでしょう。



— B Corp 取得に並行して、自社ブランド「NC PRODUCTS」を立ち上げています。こうした一連の新たな試みが目指すものを教えてください。

井筒) 日々の仕事はどうしても作業的に進みますが、自社製品は実感を伴うお客様の声が直接届きます。それは私たちにとって大きな励みになり、楽しみとなり、より良いものをつくろうという気持ちに繋がります。B Corp の取得と同様に、他者を意識することはコミュニティ形成における基本です。丁寧につくり、いいものを届け、受け取った人はそれを楽しみ、長く使い、不具合が出たら直してもらって、また使う。この循環が僕たちとお客様を繋げ、大きな価値を生む。仕事の根源に立ち返りつつ、両者の関係に新しい価値を築くこと。これもまた B Corp が目指すものなのかもしれません。

井筒) たしかに B Corp には、日本の企業文化にある精神的な繋がり、近隣とのコミュニケーションなどへの言及が少ない印象もあります。そこをもっとブラッシュアップしながら、B Corp だけに依存しない独自の企業風土をつくりあげていく必要があるでしょう。そうした文化的側面もしっかり発信することが、これからは求められるのかもしれません。いまは社員や地域とのコミュニティをしっかりと形成し、ゆくゆくは同業他社や異業種とコミュニティを形成していきたい。その先にも、さらなるコミュニティの広がりと可能性があると考えています。



本レポートに対するお問い合わせ先
株式会社ナイスコーポレーション
info@nicecorporation.jp



**NICE
CORPORATION**