



ブランド・ビジネス・サポーター

O.T.S
Original Total System

SDGs Report2022

TOP MESSAGE



代表取締役 田中 優一郎

コロナ禍は多くの人や会社に多大な影響を与えてきましたが、直接的にマイナスの影響が多い中でオンラインでの様々な可能性が広がるなど一気に時代が進んだ面もありました。OTSではEC出荷の割合が1.5倍に伸び、個々のお客様の荷動きは少なくなった面もありながらも、撮影サービスやリペアサービスなどが多くのお客様にご活用いただき、何とか全体の売上を支えていただいております。このような中でも、商品価値やブランド価値を重視してOTSをご活用いただけることに心より感謝申し上げます。

2022年の大きなトピックとしては、昨年のSDGsレポートでもご紹介させていただいた新規事業テキスタイルプリントサービス「O-Perspective」(オーパス)が今秋より立ち上がっていて、ありがたいことに早速多くの引き合いをいただいていることです。ブランド・ビジネス・サポーターとしてお客様のブランド価値の向上に貢献することをミッションに掲げておりますが、初めて川下から川上にサービス領域を広げて素材加工サービスにチャレンジしております。実際には、まだまだ立ち上がったばかりで、多くのお客様のご要望にお応えするにはもう少し運用面の習熟度を上げていく必要がありますが、小ロット・短納期でオリジナルの柄がプリントできる機能を活かして、多くのファッションクリエイターの皆様に自由な表現のツールとしてご活用いただければ嬉しく思います。

引き続き、本業の物流サービスを中心にしたおせっかい物流は更にメニューや品質、効率を上げてお客様のブランド価値向上に貢献しつつ、モノに関する様々な機能でファッション業界の発展に貢献して参りたいと考えております。

引き続きご支援ご愛顧のほどよろしくお願い申し上げます。

人時プロジェクトを委員会へ

これまでお客様の多岐にわたるニーズに応えるため、効率よりも精度を重視しておりました。多機能・高精度を保ちつつ作業効率を上げていくためには、先ず生産性を捉える必要があると感じ、人時集計を始めましたが、手作業での集計が社員に負荷を与えていました。

そこで人時プロジェクトでは、作業時に一人1台ずつスマートフォンを持ち作業時にタップするだけで自動集計するデバイス(SmartLogger)を導入し、集計時間の大幅な低減を実現、適正な人員配置を行えるようになりました。

そして次のステップでは、人時集計情報をより詳しく分析し、作業改善や目標となる生産性を定め、適正な人員で作業することでコスト改善も行っていく「カイゼン活動」へと繋がっていきと考えております。2023年は委員会として、より細かく生産性を上げるための活動を行い、お客様への貢献に繋がっていきます。



事業活動とバリューチェーン





SDGsへの思いが繋いだ 「スポーツ」と「ファッション物流」



クボタスピアーズ
船橋・東京ベイ ゼネラルマネージャー
石川 充氏



株式会社オーティーエス
代表取締役
田中 優一郎

クボタスピアーズ船橋・東京ベイは江戸川区陸上競技場で行われるホストゲームを「SDGs DAY」として開催。OTSではオフィシャルパートナーとして、今シーズン様々な取組みに参加してきました。SDGsで繋がる両者の代表に地域と未来への想いを伺いました。

インタビュー：株式会社マルワ 代表取締役 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。

クボタの社風は「育む。」こと ファンに浸透するSDGs精神

——鳥原 OTSとクボタスピアーズのコラボレーションのきっかけを教えてください。

石川GM チームのマーケティング担当がOTSさんに電話してアポを取って会いに行ったら、その方がラグビー日本代表のジャージを着てらっしゃいました(笑)。

田中 電話を取った社員が、たまたま大のラグビー好きだったのが、引きの強さですね。その社員は、自分がいいと思ったことは進めちゃうタイプなので。私のところに話が来るまでに、かなり堀は埋まっていました(笑)。

——鳥原 クボタスピアーズさんから地域貢献などのビジョンをお伝えして、最終的に社長判断で実現することになったんですね。

石川GM チームとしてどう活動すべき

かのビジョンはあって、その中核となるのがSDGs。OTSさんは既にSDGsに取り組みされていたので、うちをうまく活用して、社員の方を巻き込んで、SDGsの活動をやりましょうと話しました。

田中 私たちも江戸川区とおもちゃ回収の話を進めていると、区長に『クボタさんのこと、聞いていますよ』と言われました。そこもまた堀が埋まっていた(笑)。雇用・納税以外にできる地域貢献はないか考えていたところで、よいタイミングでした。

——鳥原 今年から新リーグ『リーグワン』が始まりましたが、クボタスピアーズ船橋・東京ベイの、今シーズンの総括、来期への課題をお聞かせください。

石川GM 新リーグが始まる際に、リーグから求められたのが『ファン拡大』『ラグビーの競技人口拡大』『今までやっていなかった事業拡大』の3つ。ファン拡大と事業拡大を考えたときに、まずホストエリアとホストスタジアムがないという問題に直面しました。昨年、一度だけ江戸川陸上競技場で試合をして、さまざまな関係を構築。今シーズンはホストゲームを江戸川陸上競技場で数試合実施しました。

私たちはプロではなく、企業スポーツの延長。『社会連携』という形で地域と繋がって、価値を最大化する方策を模索していました。そんな中で始めたのが、OTSさんに協力してもらいながらの、ゴミ拾い、3R活動です。今まで、別の試合会場でも同じことをやっていましたが、江戸川陸上競技場ではきちんとごみの分別ができていました。前年にOTSさんと取り組んだ土台があって、SDGsの感覚がクボタスピアーズのファンに浸透しているように思います。配布している応援ハリセンも、前の試合のものを持ってきてくれるんですね。今までだと試合後、ごみ箱にいっぱい突き刺さっていました。

——鳥原 運営、強化の部分で、関係者

の調整など、大変では？

石川GM スポーツチームのマネジメントはゼロから始めているので、迷惑をかけているかもしれません。営業時代は後のことを考えず強引にやったときもありますが、『末長い関係性を作っていきたい』『地域の価値を感じてもらいたい』というアプローチは難しいです。この1年、コロナ禍で活動する中で、地域との関係性・繋がりができてきました。スタッフと1年を振り返ったとき出てきたのが、関係性を持ったパートナー・自治体に対して『育む』というキーワード。出資者を新たに探すのではなく『育てていく』。それを今後も進めていきたい。そのためには、チームが強くないといけないと思っています。

——鳥原 『育む』というのは、クボタさんの農業にも通じるかもしれませんね。

石川GM たしかに育む時間を大事にするのはクボタの社風。ゆったり、のんびりしているように見えるかもしれませんが、根を張って育む期間が長いほど、たくさん実をつけると思います。

OTSの業務内容をラグビーで例えると 9番スクラムハーフ

——鳥原 OTSさんは、ものづくりの川上から川下の流れの中では中間地点でしょうか。

田中 直接、小売店さん、百貨店さん、セレクトショップさんと取引するので、サプライチェーンの中では川下に近い位置です。川上からたどると、素材を糸にして、生地にして、縫製して、パーツ加工して、たくさん中小企業が絡んでようやく製品化されます。それを売る段階になると法律的な制約があり、チェック・加工といった仕事が発生する。それを私たちがやっています。最後の砦のような仕事です。

石川GM 完成した商品を、ただ取り扱っているわけではないんですね。

田中 8割以上海外からの輸入品を扱っているんですが、海外と日本で製品基準が異なります。気候や水質が違っていると、洗濯の取り扱いの注意点が変わることがあり、タグをチェックして日本の表記に付け直さないと、小売りで法律にひっかかります。カシミア100%と謳っているセーターでも、カシミア50%とか30%の商品があります。優良誤認表示のニュースが1回でも出ると、そのブランドは誰も信用しなくなってしまいますから。

——鳥原 OTSさんは最後の砦ということで、ラグビーで例えるとどこのポジションでしょう。

石川GM 最終的にチェックして出すところだから、スクラムハーフですかね。9番です。

田中 そう言われるとカッコいい(笑)。



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。生来スポーツ好きで、江戸川区を介してクボタスピアーズと出会いラグビー熱が加速中。共にSDGsを積極的に取り組みながら地域との繋がりを深めている。





石川GM 右に出すか、左に出すか、押し込んでからパスを出すのか、プレーの選択が変わります。相手の弱いところと強いところをチェックしながら。

——鳥原 スポーツチームとアパレル企業は、ユニフォームでのつながりもありますよね。

石川GM ファッションは第一印象を決めるので、ユニフォームも含めてこだわっています。ヤッケは黒×黒の同色はダサいから、上と下の色を変えようという提案がありました。スーツもスーパー 110の生地になりました。選手もステータスが上がった気持ちになるし、遠征のとき新幹線で着てもラク。バッグはリモフです。遠征でリモフのカバンが並んでたらカッコいいですし、壊れても直して大事に使いますから。

田中 いいものを長く使うのが一番です。うちも生地にプリントする新規事業を始めました。今までのスポーツウェアは、ポリエステルなど素材に限られていたんですけど、天然素材にもプリントできます。ワッペンをユニフォームに付けるとゴワゴワする。それをあらかじめプリント加工できます。近年、ロットの制約で、好きなものが作れなくなっています。独自のものを少量で作りたいニーズに応えられます。

夢は江戸川区 新スタジアム建設！

——鳥原 SDGsの17項目のうち、とくに意識しているものはどれでしょう？

石川GM まず17番の『パートナーシップで目標を達成しよう』をしっかりとやっていきたいですね。SDGsの取り組みは、江戸川区と連携協定を結んでいるのですが、せっかくなら、と、江戸川区役所の全部署から、クボタスピアーズを活用して何をしたいかとアンケートしたら、54項目集まったそうです。選挙管理委員会のポスターなどいろんな項目が上がった中でできることと、できないことの仕分けをやっていこうと思っています。

田中 うちの4番『質の高い教育をみんなに』かな。現在、約160名が社員、約

640名がパディさん（パートスタッフのOTSでの呼称）。すべてのパディさんに、コミュニケーションやマナーの研修をしています。基本的な研修ですが、みんな楽しそうに学んでいます。パディさんの中から、社員になってくれる人もいますしね。中には『社長まで登りつめる！』と言っている方もいます（笑）。

石川GM そういうバイタリティのある方がいいですね。

田中 あとは8番『働きがいも経済成長も』ですね。会社としては、売上を伸ばすことを目的とせず、継続することを目指しています。今の売上規模で、我々のサービスが世の中にどのくらい必要とされるか。無理して数字を追いかけずやっています。

——鳥原 SDGsの取り組みと、地域の関わりについて教えてください。

石川GM 江戸川区との関わりでいうと、ぜひスタジアムを作ってもらいたいですね。事業、スポーツ、地域、SDGsにしっかりアプローチしていこうというのがうちのスタンス。江戸川区がスタジアムを作って『はい、できました』ではなく、地域の声を取り入れ、クボタの事業領域を取り入れたものにしたい。スタジアム名は『SDGsスタジアム』でも『社会連携スタジアム』でもいい。クボタの事業領域である農業体験ができたり、太陽光で運営していたり、江戸川区の避難場所・備蓄倉庫になるかもしれません。江戸川区の7割が海拔ゼロメートル地帯なので、緊急トイレをどのくらい保管すれば、何人の江戸川区民が1週間生活できるのかなどを考えながら、スタジアムを活用していきたいです。

田中 うちも倉庫が住宅街に隣接しているので、近隣住民も含めて多めに備蓄しています。江戸川区の弱点は水害。いつでも水浸しになるリスクがある。ただ交通の便や利便性は高いので、お隣の

ディズニーランドに負けない集客力がほしいですね。

石川GM 江戸川陸上競技場の周りに人の流れがないですからね。土日みんな車で出かけてしまって、マンションがあるのにコンビニがない。人の流れを変えていかないとダメですね。

——鳥原 SDGsの目標年でもある2030年にはスタジアムが完成していきたいですね。

石川GM そうですね！ここで芝生の管理をして私の人生を終えたいです（笑）。

——鳥原 来シーズンに向けての意気込みなどお聞かせください。

石川GM OTSさんを通じて今年試合を見た方は、来年もう一人誘って見に来てほしいです。SDGsの取り組みを実際に体験してもらって、クボタスピアーズのファンになってもらえたらと思います。

——鳥原 OTSさんは、今回のホストゲームのような大がかりなものは初めてかと思えます。やってみていかがでしたか。

田中 前のシーズンは、倉庫として保管のお手伝いをしていましたが、今回、主催ゲームの話をしていただきました。会社としては採用の効率化やOTSの認知度アップを成果として期待していましたが、みんながそのプロセスを楽しんでいる感じがありました。ゴミ拾い、SDGsステーション設置、試合も観戦させていただいて、いっしょに作り上げる仲間に加えてもらった感覚。社内にも『私も関わりたかった』という人がまだまだいて、とくに女性が興味を持っていますよ。

石川GM なにしる体格が規格外ですからね！足も35cmぐらいです。

田中 ああいう人たちがぶつかり合うと、トラックが激突するような音がしますよね。今後もより多くの人に関われるように取り組んでいきます。

石川GM ぜひお願いします！

5月1日のホストゲームで着用した「SDGsスペシャルジャージー」



番外編 3者対談



齊藤猛 江戸川区長 × 石川充 クボタスピアーズGM × 田中優一郎 OTS社長

5月1日の主催試合前に江戸川区のSDGsで繋がる3者の対談が実現しました

田中 リーグワン江戸川区陸上競技場ホストゲームにて、古着回収、おもちゃ回収、フードドライブなどSDGsに関する取り組みをお手伝いさせていただきました。

齊藤区長 大変ありがたい。古着、古布は200kg、おもちゃは100kgほど回収できて、東南アジアに寄付すると聞いています。ものを大切にするのはSDGsの理念の一つ。そういったことを試合前、試合中に実施するのは画期的な取り組みだと感じています。

田中 江戸川区さん、クボタさんとのご縁をいただき、これだけ大きな活動になりました。SDGs“パートナーシップ”が大きな力をもっていると実感しています。

齊藤区長 クボタさんがリーグワンで江戸川区をホームにしてくださったことと、SDGsという接着剤のおかげで3者が

ひとつに結ばれたのではないのでしょうか。これがもっと広がってほしいと切に願っています。

田中 江戸川区陸上競技場での試合のホストとして、もっと多くの江戸川区企業に加わってほしいですね。

石川GM 今回はアプローチする期間が短かった。企業スポーツから新リーグに移行し、社会連携スポーツを目指す中で、地域の企業やファン、区民の方にもっとアプローチしたかったですね。

田中 きっかけがあれば役に立ちたいと思っている江戸川区の中小企業は多いと思います。

齊藤区長 今年を最初とするなら、まだ至らないところもたくさんある。裏返せば伸びしろがあるということ。クボタさん、OTSさんとスクラムを組み、ワンチームとなり、輪がどんどん広がるよう江戸

川区としても仕掛けを考えていきたい。まずはクボタスピアーズさんにどんどん強くなっていただいて（笑）。

石川GM はい（笑）。田んぼラグビーもやりたいですね。田んぼに水を張った状態で、子どもから高齢の方まで泥んこになる。

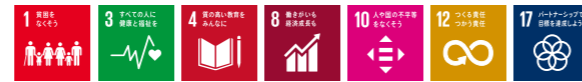
齊藤区長 ラグビー自体が、体が小さくても、大きくても、足が遅くても、速くてもできる多様性のスポーツ。まちづくりも同じで、いろんな方がいて70万人の江戸川区が成り立っています。江戸川区は、23区で一番外国人が多い区。クボタスピアーズさんは、チームの中でこの多様性を実践してくれています。田んぼラグビーもSDGs活動も、OTSさんの協力も得て、どんどん広がっていくと思います。SDGs 17番“パートナーシップ”でこれからもよろしくをお願いします。





サービス開始から6年が経ち更なるカイトンを続けています！

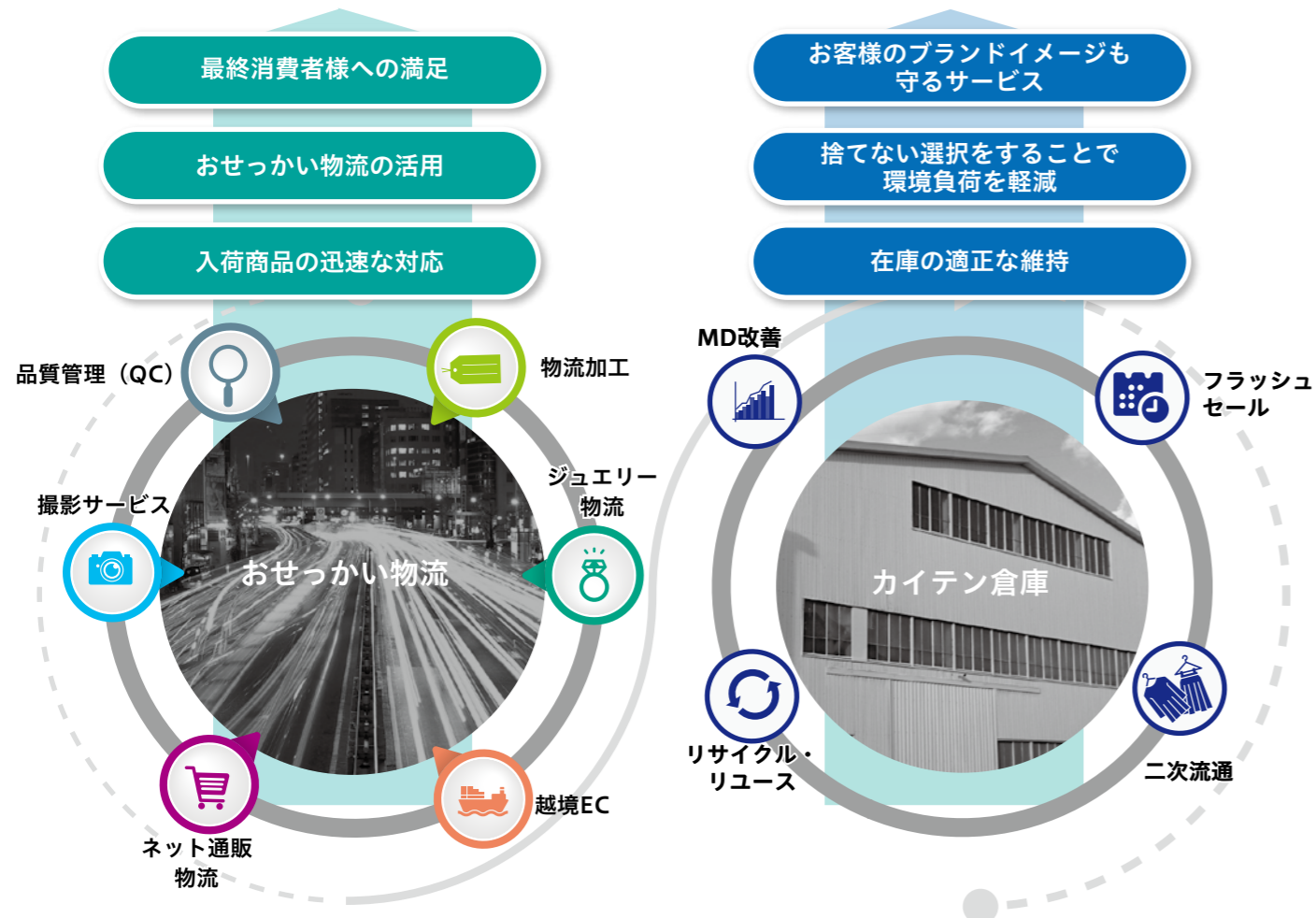
OTSのおせっかい物流 カイトン倉庫



OTSの基本であるおせっかい物流を、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」は、開始6年を迎えより幅広いサービスを展開中です。今後は「カイトン倉庫サービス」を、お客様だけでなく地方自治体ともサステナブルな取り組みを進めてまいります。



皆様の事業継続に貢献するため、カイトン倉庫のサービスは進化し続けています。



OTSセール・OTSモール



モール開始から3年が過ぎました。廃棄を減らす観点から、お客様の廃棄商品を買取させていただき、そこからOTS内の必要としている人へお届けします。



セールとモールの両輪で

コロナ以後、初めて従業員の関係者までご来社範囲を広げて実施致しました。約3年ぶりに一般の方を入れてのセールを行いました。大盛況となり廃棄商品を約5,000pcs削減する事に成功しました。

不用品の無い社会へ



OTSの出資している「リサイクルリンク」社もカイトンを止めず動いています！カンボジア直営店に加え、タイへも出店をする予定です。不用品の無い社会へ、OTSを通してお力になれるので、是非ご相談ください。

江戸川区との取り組み

◆江戸川区×クボタスピアーズ×OTS

OTSは江戸川区と連携し区民が不要になったおもちゃを集め、関連会社を通じて国内外でリユースや寄付を行っております。また、江戸川区と連携協定を締結しているクボタスピアーズとは、オフィシャルパートナーとしてイベントなどに参加し地域の社会貢献活動を行っております。江戸川区に拠点を置くOTSは、今後も江戸川区とクボタスピアーズとともにSDGsの活動を通じて持続可能な社会を目指します。



◆さあ、やってみよう！ SDGsえどがわ10の行動

江戸川区にてSDGsに関わる身近で簡単な行動をまとめたものが「SDGsえどがわ10の行動」です。当レポートでは、OTSの活動に「SDGsえどがわ10の行動」のタグ付けを行いました。



SDGs推進に係る連携と協力に関する協定

- ・小中学生を対象にしたラグビー教室
- ・子ども食堂
- ・障がい者施設への食材提供



試合会場で3R(リデュース・リユース・リサイクル)活動に参加

- ・ごみ拾い・ごみの分別
- ・フードドライブ
- ・洋服&おもちゃの回収

関連会社を通じて
国内外へリユース&寄付



さあ、やってみよう！



『SDGsえどがわ
10の行動』



<https://www.city.edogawa.tokyo.jp/e083/kuseijoho/keikaku/sdgs/10action/index.html>

新規事業

人が集まる「キセキの物流会社」へ
私たちが今取り組むこと

OTS On Demand TEXTILE

オーディーエスが
オンデマンド
テキスタイルに参入



社会的な課題解決が持続可能な未来への道標

ESG

環境や社会に対して経営を
通じて取り組む考え方や姿勢



SDGs

政府、地域、企業や個人を含む私たちが
自ら取り組む活動の目標



OTSは「自社の利益だけを追求するのではなく、
ステークホルダーに対して誠実な経営を行うこと
が、結果としてSDGsの目標達成につながって
いく」という想いのもと取り組んでいます。

O-Perspective

Digital textile services



行動5 最新の科学や技術に興味を持ち、活用してみよう



プリントオンデマンドでアパレル業界が
抱える社会課題の解決に挑戦し、
新たな機会を創出する！

- ▶生地の特徴を活かしたプリント加工
- ▶短納期だから加速するトレンドの変化に対応

大量生産・大量廃棄の解決に向けて

- 「版」を必要としない製法のため、小ロット生産が可能
- 水の使用料を大幅に削減
- 分散型生産により輸送の工数を低減

CO₂ バリューチェーンにおける温暖化ガス削減を実現
在庫の廃棄ロス低減に寄与

Environment



世界初! 自インク 蛍光インク、顔料プリント
どんな生地にもプリントが可能※ (合成繊維、天然繊維、
混紡、ニット、織物など)

Social ビジネスパートナーとともに多様なニーズに応える

多様なニーズに応える1

- 生地を選択肢が多いため、実験的な製品の実現も可能
- 「版」を使用しないため試作段階からの変更も容易

若手クリエイターの応援
幅広い表現が可能で商品開発に

多様なニーズに応える2

- スピード対応により、トレンドに応じた即時商品化が可能

EC市場の活性化に寄与



前処理や後処理で大量の水を使用したり、工程が多いため短納期に対応しづらい

NEW オンデマンドテキスタイルプリント

前処理統合型のサステイナブルなシングルステップソリューション

- プリンターを通すだけ
- 色確認はプリント後確認可能
- 後処理は乾燥のみ
- 工程の簡素化



OTS & ESG

Environment
Social
Governance

持続可能な社会のために、責任ある企業として自社の取組みをE(環境)S(社会)G(ガバナンス)の観点から見つめてみました

●●O-Perspective (オーパス)

デジタルプリント事業への挑戦により、アパレル産業全方位の課題解決へ貢献 (P9-10参照)



●都市圏から近い倉庫

アパレルショップの主要エリアから近い立地により、商品輸送中のCO₂削減に直接的に貢献

●照明のLED化

本社及び倉庫内照明のLED化を推進
※8年前に100%を達成済み
経年劣化により新たに交換工事中 (20%交換)

100%

●社員育成 (研修)

全従業員対象の大規模なものから希望者を募っての勉強会まで、多種多様な研修を「外部委託」と「内製化」を組み合わせ、効果的に実施



●●リサイクルリンク

アパレルに留まらず、江戸川区・クボタスピアーズとパートナーシップを結ぶなど多岐に渡ってリサイクル・リユースに貢献



●カイトン倉庫

シークレットセールの開催により、ブランド価値を損ねずに在庫の廃棄ロス低減に寄与



●健康診断

定期的な健康診断に留まらず二次検査受診率も100%達成 (P18参照)



●個人情報保護

Pマークの7回目の更新の際に「プライバシーマーク制度貢献事業者表彰」を受賞、現在も更新を継続 (P19参照)



●社内図書

毎年新たな本が加わる充実した社内図書 (2022年9月時点、約800冊)



●BCP

策定して10年、実際に使えるBCPとしてブラッシュアップを継続 (P18参照)



●●ペーパーレス

楽楽明細やTeachme Bizなど電子化ツールの導入によりペーパーレスを推進



●●オープントークス

創刊150号を迎えた電子化したニューズレターで広報委員会より毎月発行、最近ではQRコードを記載し動画も配信

●クボタスピアーズ

プロラグビーリーグとのパートナーシップ (オフィシャルパートナー、SDGsを推進する活動、地域コミュニティ貢献)



●インターンシップ

インターンシップを通じて学生の自己理解、労働観形成の一助となることを目指す



●コミュニケーションイベント

親睦委員会にて、部門間の活性化を目的としたサイコロトークや、部門内の伝達力を高めるゲームなどを企画実施

●東京23FC

江戸川区をホームとするフットボールクラブで2016年より応援サポート、短時間正社員の採用など地域コミュニティに貢献



●補助犬

補助犬支援を継続して5年が経過。障害者サポートへの啓発にも貢献



●学習支援

東京服飾専門学校先生と学生にご来社いただき職業体験を実施



●ダイバーシティ

障害者、外国人の方に就業機会を提供し、雇用におけるマイノリティ減少を目指す



●●救命救急

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、いざ!という時に備える



●人時プロジェクト

生産性の見える化を行い、生産性と収益性の向上を目指す (P17参照)

●DX (Digital Transformation)

奉行クラウドやTeachme Bizなどの導入によりDXを推進



●5 S 委員会

5 S 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 (P13参照)

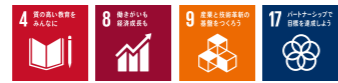
●C S 委員会

ミス・クレームの根本原因を深く追求し、再発防止策の策定による運用の構築と定着化を進める (P14参照)



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



2S活動の定着により習慣化し、効率改善・安全管理の
向上・従業員の意識改革を目指しています。

1 2S(整理・整頓)定着度のチェック活動

- 期間や実施方法を設定し指定の対象日に委員メンバーで実施。
- 定期的に2Sチェックを行いその都度、指摘事項のカイゼンを行うことで、各社員の意識変革や、日々の業務における5S活動をルーティーンワーク化することにつなげていく。
- 各センターによって設定された3定（定置・定量・定物）の基準を維持する。



行動6 一人ひとりの多様性への理解を深め、交流の機会を増やそう

2 定着化促進・社員意識変化・知識向上の教育

- まずは社員に対して基礎・応用の研修を実施。
- パディ*さんに対しては5Sについての基礎研修を全員に実施。
- 新規採用のパディさんには、入社時のガイダンスで5S活動の資料（動画）を案内。5S活動をより身近で、重要な取り組みであることを理解してもらう。



行動6 一人ひとりの多様性への理解を深め、交流の機会を増やそう

3 全センター見学の実施及び5Sチェック

- 各センターの委員メンバーが全6センターと本部を5Sの視点でチェック、採点していく。
- チェック方法は2S（整理・整頓）の観点から事務所や現場をチェックし、良い点・改善した方がいい点を客観的に見える化する。
- センターによって様々な施策がある為、自センターでも活用できる内容、テクニックは取り入れていく。



行動5 最新の科学や技術に興味を持ち、活用してみよう

※OTSでは、パートスタッフのことを“パディ”(パートナーレディの略)と呼んでいます。

2022年振り返り

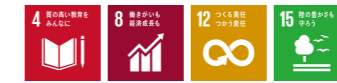
昨年は社員の5Sに対する基礎知識の向上を第一に考え、研修や他センター見学を積極的に行ってきました。今年はその基礎を継続させ常に100%の状態を維持することを主として内部教育や日々のチェック活動・清掃活動を徹底して行いました。社員の5Sに対する考え方や知識が更に大きく向上しました。

2023年にむけて

社員・契約社員・パディ*の全従業員に対して5Sを波及していく、知識の向上に努めて参ります。また5S活動はゴールがない活動でもありますので日々の業務と同じようにルーティーンワーク化し、より良い環境改善を継続して行って参ります。

根本原因の追究と再発防止策の定着化

CS 委員会

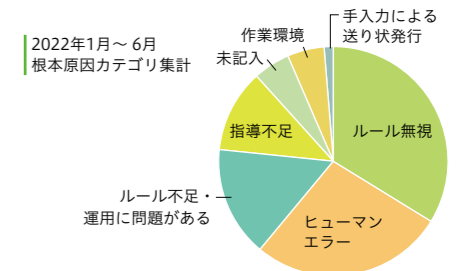


働きやすい環境にするために

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。

1 CSジャーナル:ミスの根本原因に追求

継続して行っているミスの根本原因の追究ですが、ミスの分析を全社で行い、新たに根本原因のカテゴリライズを行いました。ミスが起きてしまったときに全社に共有するCSジャーナルにも根本原因を追加し、分析・解決・事前のミスの防止に繋げていきます。



行動6 一人ひとりの多様性への理解を深め、交流の機会を増やそう

2 業務マニュアル作成と検証

昨年、各顧客で60%以上作成した業務マニュアルを今年は各顧客でマニュアルを100%完成させるほかに実際に作成した業務マニュアルの検証を行い、業務シェアできる環境作りや今後のサブ担当化に向けて取り組みを実施しています。作成したマニュアルはQRコードですぐに見られるようにし現場で工夫しています。

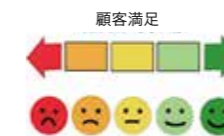


Teachme Biz

行動6 一人ひとりの多様性への理解を深め、交流の機会を増やそう

3 CSアンケート

今年もCSアンケートを含めた「更なるコミュニケーション強化」をより一層通じて、お客様へのご要望にお応えできるサービス向上と環境づくりを目指して参ります。また、今年のご回答いただいた結果をスピーディーにフィードバックしカイゼンに努めます。



行動6 一人ひとりの多様性への理解を深め、交流の機会を増やそう

2022年振り返り

今年については昨年に作成したマニュアルを各顧客ごとに検証を行い、今後のサブ担当化を視野に入れた対応を行いました。また顧客満足の向上を目的としてCSアンケートの活動についてもお客様の協力の基、今年も継続して対応を行い、ご指摘事項のカイゼンを始め、お客様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。

2023年にむけて

作業ミスによる根本原因の追究や再発防止策の策定については過去に発生したミス事例を参考にできる資料作成を実施し、CSアンケートの結果を踏まえて、根本原因と再発防止策をより追求できるよう取り組んで参ります。

社外広報を通じ企業価値のさらなる向上を目指す

広報委員会



『OTSのファン』をつくるために

委員会を通じて、自社の特色を掘り起こし企業活動をPRすることで、OTSの『価値』を社内外に知って貰うきっかけとなる。顧客にも、求職者にも、興味を抱いて貰えるようにOTSを身近に感じていただける内容を心掛けて活動しています。

1 社外報(OpenTalkS!)の発行

- 社員の持つ個性や多様性が発揮されていきます。
- 社外報を作り出す活動自体が社内外コミュニケーションとなります。
- 委員会を通じ、センターのひいては会社の魅力を知って貰う為のきっかけ作りを行います。
- 伝える事の難しさと同時に、伝えたい事にスポットを当てる楽しさや顧客や求職者に向けた表現方法が感じられます。



行動6 一人ひとりの多様性への理解を深め、交流の機会を増やそう



表現方法は十人十色

2 YouTubeを使用した動画配信

- QRコードを使用した動画による社外報の発信にチャレンジしました。
- 紙面配信にとられないPR活動として、画像や文字では伝わり難い内容も動画を使用することで伝わり易く意識しています。
- 社外報バックナンバーへの動画埋め込みを実施。YouTube動画をHP上にリンクさせることで、Googleなどの検索ワードに引っかかり易くなるという利点もあります。



行動5 最新の科学や技術に興味を持ち、活用してみよう



4月号より時計修理動画

3 他委員会や社内活動、地域活動との協力

- 委員会内に限定せず影響範囲を広げていきます。
- 活動の取り上げや参加をもってお互いの活動を支援。活動分野に合わせて、社内活動間で双方にとってメリットのある協力を模索しました。
- ライセンス画像サイトや編集ソフトの使用範囲を目的に合わせて柔軟に提供拡大。ライセンス画像は、著作権侵害の防止にも貢献しています。



行動7 世代を超えて地域のイベントや防災訓練に参加し、絆を深めよう



OTSがオフィシャルパートナーとなった企業との活動である『古着回収』を特集

2022年振り返り

今年は活動の基盤作りとなった昨年から、メンバーの入れ替わりなどを経て、新たな『多様性』が委員会内に生まれました。動画もその一つですが、活動内容も含めて、「こうでなければならぬ」という枠組みを意識しない1年であったと思います。

2023年にむけて

広報活動への社員の関わり方、それと同時に会社がどの様にして情報の受け渡しに関わっていくのが重要だと考えます。社内報の復活を模索するなど原点回帰しながらも、シンプルな活動が継続への近道であるとして取り組んでいきます。

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



「仲よし」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。

1 親睦委員主催のコミュニケーション研修の開催

各部門ごとに全社員が参加できる日程を調整し、コミュニケーション研修を行いました。1時間半程度のカリキュラムで、終了後はみんなでお弁当やお菓子を食ったりして、研修という形ではありましたが楽しい時間を過ごすことが出来ました。1部では、自分の考えを相手に「文字で伝える」ことを、2部では「言葉で伝える」ことを実践してみました。



行動6 一人ひとりの多様性への理解を深め、交流の機会を増やそう

【1部】

「Kゲーム」というゲームを用いて、5人一組で実際の役職とは違う役職を仮体験し、それぞれの立場の考え方や行動を学んでもらいました。一つのミッションをクリアするために、筆談のみという条件の元、伝えたいことを文字で伝える、報連相の必要性と相手の立場になって考えることについて学んでもらいました。

【2部】

5人一組でカードゲームの「ito」を行いました。最初は戸惑いもありましたが、それは一瞬でした。直後の練習問題の段階から、大盛り上がりでした。自然に仕切る人がいたり、答えを出すまでもグループそれぞれの個性が出ていたと思います。徐々に笑いに包まれた感じに達成感を感じました。



2 従業員懇親会の開催準備

今年も江戸川区の施設で、リアルで全社員集まって開催予定です。(2022年7月時点) 3年ぶりに親睦委員主催のゲームも開催することになり、全員参加型ゲームとセンター対抗戦の2つのゲームを考えております。参加するのが初めての社員も多くおりますので、つかの間の時間ですが、笑顔で盛り上げられるように親睦委員一丸となって準備を進めております。



行動7 世代を超えて地域のイベントや防災訓練に参加し、絆を深めよう



2022年振り返り

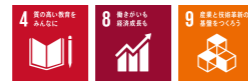
今年は部門内のコミュニケーションを重点的に考えてみました。身近な人を本当に理解しているのかを改めて考え、言葉や文字で伝えることがいかに重要かを理解してもらえたと思います。出来るだけリアルでのコミュニケーションを意識して活動しました。

2023年にむけて

引き続きコミュニケーションについて考えを深めていきたいと思っています。コロナ次第にはなりますが、皆で集まれるイベントを通して、もっと親睦委員会の活動を楽しんで参加してもらいたいような社風作りを目指していきたいと思っています。

人時(生産性)を見える化し、生産性、収益性の向上を目指す

人時プロジェクト



人時から見るカイゼン考案、実施、検証サイクルの基礎作り

複数ある作業工程の中、どこ部分の生産性が悪いかを把握するためには主要となる全ての作業の人時集計が必要です。しかし、手書きのアナログ対応では全部の作業項目を収集することが難しいため、ボトルネックとなる工程の抽出が難しく適切な人員配置を行えていない現状がありました。1.アナログからの脱却、2.精度の高い情報収集、3.集計して入力する単純作業時間を減らし、考えて実行する時間へのシフトを目指しました。

1 SmartLoggerの導入

- アナログからデジタル化へ
- 手書き対応のため、1分単位での計測が難しく精度の高い情報収集を目指しました。
- 集計用紙を集め、社員が入力していた時間は単純作業。単純作業の時間を軽減し、考えて実行する時間を多く作ることも目標でした。
- 取得できる作業項目も増え、各作業の生産性の精度が高くなりました。



行動5 最新の科学や技術に興味を持ち、活用してみよう

2 分析ツールの導入

- 人時を取得して終わりではなく、その後の分析ツールが必要です。また、全社で統一したフォーマットにすることで全社員が同じ目線で考えられることも必要と感じていました。
- アナログ顧客向けのPowerBIツール、SmartLogger顧客向けの分析ツールの開発
- 各センター長、各リーダーの意見を出来る限り反映する現場目線での構築



行動5 最新の科学や技術に興味を持ち、活用してみよう

3 人員配置表の再構築

- 生産性向上のための施策を考えて実行へ移すため、各社2ヶ月に1回は振り返りを実施していますが、日々の振り返りが出来ていない状況でした。
- 担当者の業務予測と実績の差がどれくらいあったか、各センター、各社員が日々の業務を振り返って見ることが出来る統一したツールも必要だと感じました。
- 誰が見ても分かりやすく作ることも重要でした。

行動5 最新の科学や技術に興味を持ち、活用してみよう

2022年振り返り

今年は「変化」を目標に活動しました。アナログからの脱却、全社統一の分析ツールと人員配置表。「変化」をすると皆様から色々厳しいご意見をいただくことも多かったです。ただ、「進化」するためにも「変化」は必要であると強く思いながら進めてきました。

2023年にむけて

来年は各社員が今以上に意識しながら行動し、パディさん(パートスタッフのOTSでの呼称)含め浸透させていくかが目標になってくると思います。各センターの皆さんが施策、実行、検証を止めないこと、成功事例は共有していくことが重要になってきます。

従業員が健康で長く、安心して働ける職場を作る

安全衛生の取り組み



行動6 一人ひとりの多様性への理解を深め、交流の機会を増やそう

行動5 最新の科学や技術に興味を持ち、活用してみよう

安心して働きやすい環境にするためにといった不変のテーマを掲げ活動している法律で定められた委員会です。毎年どこかで起こる大規模災害、終わりの見えないコロナ対策等、今まで同様に環境と運用の改善を図り事業継続の為に実行し続ける事が使命です。

1 BCP(事業継続計画)の実効性の推進

2012年作成したBCPを昨年感染症対策などを盛り込み見直しを行いました。今年はBCPの簡易版(事業所単位)をブラッシュアップしました。作成当時から避難先・備蓄計画・資機材リスト・車両リスト等修正点が多々ありました。今年は外部のコンサルティング会社様の協力をいただきながらBCP簡易版の更新を全事業所完成予定で動いております。



2 救命講習

今年においてOTS全体で35名の救命講習を実施予定です。葛西消防署において7月に2回、11月に1回の講習を受けていく予定です。少しでも多くのスタッフが救命における知識を増やし有事の際に救命における対応を可能としていく事が目的です。



3 健康経営への取り組み

事業継続に最も必要な事は従業員の健康であるかと思えます。その従業員が健康で長く働く為に今年も啓発活動を実施してまいりました。感染症対策の継続的な注意喚起、健康診断及び二次検査受診率100%達成等。



2023年にむけて

今年にBCP事業継続計画の簡易版(事業所毎)を更新した際に、備蓄品、資機材リスト、連絡網の整備等あらゆる所で不足していることが判明しました。長期に渡りコンサルティング会社様に協力をいただき、更新を行いました。来年はBCPの定期的な更新を行い、突発的な事態にいつでも備えが出来るよう、そして顧客と従業員が安全で安心できる環境を更に強化していく取り組みを行います。

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

個人情報の保護



行動5 最新の科学や技術に興味を持ち、活用してみよう

行動6 一人ひとりの多様性への理解を深め、交流の機会を増やそう

行動10 川や海に囲まれた江戸川区の歴史や文化、環境を学ぼう



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」をテーマにOTS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9回目の更新を迎え、協力会社の3AC様にサポートをいただきながら申請手続きを行います。本SDGsレポート第4号が完成したタイミングでは、更新申請直前の予定です。また、マークの審査機関は昨年同様「一般社団法人日本情報システム・ユーザー協会」になります。厳密な審査のもと、OTSのマーク運用を継続的に注視していただける審査機関です。



2 漏えい事故の根本的要因追究

直近のマーク更新から2年の間に、自社責任による漏えい事故が2件発生しております。ウィズコロナの状況下、通信販売物流が拡大する中、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」の究明を徹底しており「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、事故原因を追究しています。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ます。



3 個人情報保護戦隊をあらためて活用

【ピーレンジャー】はOTS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。



2023年にむけて

運用規定の簡素化スリム化を図る事により出来るゆとりで、内部監査の部門担当者への落とし込みに着手。全社教育のペーパーレスなども検討しながら、より徹底した社内運用の仕組みを構築していき、漏えい事故0を目指していきます。

ブランド・ビジネス・サポーターとしてオーティーエスが永く存続するために

採用活動



行動6 一人ひとりの多様性への理解を深め、交流の機会を増やそう

求職者と求人者がwin-winの関係を作る

コロナ禍が少しずつ落ち着きを見せている状況下、求職者の方々の志向も地に足を付け、自分のキャリアをどのように築いていくかをしっかりと考えていらっしゃる方が増えたように感じました。そんな真剣な想いをしっかりと受け止められる企業であるべく、求職者にとってどのような情報を、どのように、どれくらい必要かを見極めながらお互いに意義のある就職、採用活動を目指します。

1 会社説明会

求職者が「何が知りたい、何を聞きたい」を社内で徹底的に擦り合わせました。社長の登壇、社員の一日動画をコンテンツとして盛り込み、よりOTSのリアルとその魅力が伝わるよう実施しました。その結果選考への流入率は約2倍 (38.2%→76.2%)に増加しました。

流入率
約2倍
(38.2%→76.2%)



2 就活セミナー

SDGsという観点に立ち、採用人事が提供できる価値は就職活動においてOTSに限らず、広くミスマッチを減らすことではないかと考えました。自己理解セミナーを開催し、学生自身に自分のやりたいこと、できること、考えていることを可視化するワークを実施しました。



3 センター見学

Eコマースを勉強する学生を対象にセンターを見学頂きました。座学だけでは理解しえないリアルな現場を実際に学生に体感いただきました。社会的視野の拡張、キャリア形成の一助になるような活動を心掛けています。

2023年にむけて

「採る」という活動については例年目標を達成している中で、今後は入社後、「定着」といった点も含めて活動に注力していくフェーズにあると考えています。入社してきてくださった方が本当に安心してそこに居られる場であるよう努めて参ります。

About OTS

数字で見るOTS

人が集まる会社

(2022年9月1日現在)

従業員数 **801**人
 社員 **166**人 パートタイマー **635**人
※嘱託・契約社員含む

創業時より通算、約**2,790**名の
パートタイマーの雇用を創出

男女比 男性 **13%** 女性 **87%**

平均年齢 男性 **45.4**才 女性 **50.2**才

社員平均勤続年数 男性 **11.6**年 女性 **9.1**年

年間休日 社員 **110**日
 CLOSE 契約社員並びに週5日契約のパディ **122**日

従業員の居住地区
 東京を中心に広い地域から働きに来ています。



東京都…… **81.2%** (江戸川区69.2%、その他12%)
 千葉県…… **15.8%** 神奈川県…… **1.4%**
 埼玉県…… **1.4%** その他…… **0.3%**

女性活躍 産休・育児休暇取得率 **100%**

OTSは全従業員の85%強が女性、特にパートタイマーの95%は主婦層ということもあって、「女性が安心して長く働ける労働環境作り」に取り組んで参りました。保育園等から緊急の連絡が入る場合を想定して業務中の携帯電話の携帯を許可したり、お子様の急病等によるシフト変更に対応するなど、様々な取り組みを行っておりますが、このようなことが認められ、認証を得るに至ったのではないかと思います。



廃棄の削減

「SDGsえどがわ10の行動」とOTS

行動8 とにかくリサイクルをしよう

廃棄商品 約 **-1**t 回収おもちゃ (3年間で) 約 **200**kg

6年前より、「カイトン倉庫」サービスを開発 お客様の廃棄予定品を買取、庫内セールにて適化、廃棄商品約1tを削減した実績があります。

従業員800名程から不要になったおもちゃを集め、関連会社を通じ、国内外でリユース及び寄付活動を行っています。

Multifunction and Quality

『多機能』で『高精度』を実現し、人が集まる会社へ



「キセキ」の物流会社に向けての「軌跡」

今後も、お客様の悩み事を「何とかします」の精神を大事にしファッション業界のプラットフォーマーとしてお客様に寄り添い事業継続したいと考えております。



Phase3
2023~

▶ファッション業界のプラットフォーマーとして業界の悩みを解決!

鮮度が命のファッションアパレルは一般的に消費者に販売されるまで約半年の時間を要し、メーカーは半年先のトレンドを見極めて見込みで発注を行っており、昨今のコロナ禍に加え下記のような問題を抱えています。



Phase2
2022

- アパレル業界の問題
1. 日本国内においてロットサイズが6反以上と慣習で定められている。(※1反50m)
 2. オフシーズンになると売れ残り、アパレルメーカーにとって大きな損失となる。
 3. トレンドが早く、消費者ニーズの多様化に対応しきれていない。
- コロナ禍でのアパレル企業
- 平在庫の増加
 - 設備投資の困難
 - 薄利多売のビジネスモデル
 - 経営の悪化

OTSのSolution

生地に対する悩みに着目



- 極小ロットに対応
- 素早い商品展開
- オンデマンドな受注

O-Perspective (オーパス) プリントオンデマンドでアパレル業界が抱える課題の解決、新たな機会を創出!

▶困りごとを「何とかします」の精神 縁を含め人が集まる会社

地域の活性化に貢献 クボタスピアーズや東京23FCなどにも協賛



Phase1
~2020

創業より36年江戸川区に事業所を構え3000人近い江戸川区在住のパートタイマーを雇用し、クボタスピアーズや東京23FCなどにも協賛し地域活性化に努めました。



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。



ブランド・ビジネス・サポーター
OTS
Original Total System

株式会社 オーティーエス

TEL 03-5605-6511 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

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

オーティーエス



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／
和光センター



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ちがえにくいデザインの文字を採用しています。