



**SANSHIN GROUP**  
**Monthly Report on the ESG**  
**Aug.2021**

# INDEX

1. TOP MESSAGE
2. グループ社員による今月のつぶやき
3. ESG Report (品質)
4. ESG Report (環境)
5. ESG Report (地域貢献とワーク・ライフ・バランス)
6. サンシングループの経営理念とCSR
7. 経営戦略体系と管理会計のかかわり
8. サンシングループの社会的責任
9. サンシングループの企業行動基準
10. サンシングループのマネジメント・コントロール・システムズ
11. 未来形から問題を解決するソウレンホウ

# TOP MESSAGE

地球温暖化の影響が兼ねてより懸念されているが、最近ではその影響を象徴するかのような出来事が相次いだ。気温49.5度を記録したカナダ西岸での数百件の森林火災、ニューヨークでの大規模な水害、ヨーロッパでもシチリア島で48度超と欧州の観測史上最高を記録など、各地で山火事が多発した。また日本でも台風や豪雨による被害が年々拡大している。最新の報告書では、最も影響を受けたランキングにおいて、日本は世界4番目の高リスク国となっており、先進国では日本だけである。国内では気候変動に対する危機感がどれほどのものだろうか、、、諸外国の出来事は対岸の火事ではない。

サンシン電気株式会社 取締役  
河原 崇

# グループ社員による今月のつぶやき

## SANSHINEast

サンシン電気は9月で決算となります。今期もコロナによる影響は少なからずあったと思いますが、内的より外的要因（顧客、仕入先等）での影響が大きかったように思います。自身・自社だけではなく、ステークホルダーの状況にもより気を配り、繋がりをもって持続可能な社会に貢献しなければならない、という思いが強くなった年となりました。（Y.Y.）

## SANSHIN Hong Kong

Eco enzyme or garbage enzyme is a multipurpose liquid that is produced from the fermentation of organic waste. I use everyday for mopping, kitchen cleaning...etc. It disinfectant can replace most cleaning liquids of multiple household products and reduce the usage of chemical based cleaning liquids. Moreover, the nutrients that are contained inside the fruit and vegetable residue from processing an eco enzyme can be utilised as fertilizers. (C.L.)

## CSI

セブのセブンイレブンなどコンビニエンスストアにペットボトルの形をした大きなペットボトル廃棄用のかごを良く見かけるようになりました。がキャップは付けたままです。日本の分別に比べるとまだまだかもしれませんが、環境問題に取り組み始めている事が伺えます。（K.S.）

## SANSHINWest

ひやおろしの時期になりました。サンマなど秋の旬のものと一緒に味わいたいのですが、ここ数年不漁が続いています。今年こそは！！！！...（Y.K.）

## SHINKOWA

今年は、台風の影響も無く農作物への被害が少ないです、田んぼの稲もだいぶ頭を垂れてきました。6月にサツマイモを植えて、こちらも順調に育っており、11月には収穫ができそうです。コロナ過でも何か楽しみを作って、ストレスをためないようにしましょう。手洗い・うがい・マスク着用をしっかりと行いましょう！（M.N.）

## SC2

【木を植える検索エンジン】「ググレ」が日常語になるほど、Googleは私たちの日常に入り込んでいます。しかし検索エンジンは他にもたくさんあります。ドイツ生まれの「ECOSIA（エコシア）」をご存知ですか？エコシアは広告収入を利用し、世界中の植林事業を行っています。45件の検索で1本の木が植えられ、これまでに1億3000万本の木が植えられたとのこと。Googleで監視されるより、私たちのメンタルにも（笑）やさしいですね！今日からは非エコシア、使ってみてくださいね。（M.I.）

# ESG Report (品質)

# 今月のTOPICS

## 「上手なコミュニケーションのコツ」

良好な人間関係を築き、仕事をスムーズに進めるために気をつけたい上手なコミュニケーションのコツを考えていきましょう。

### ■.相手を中心に考える

良く自分がされてうれしいことを相手にもする人がいます。しかし、これが自分の価値観の押し付けになっていませんか？ 仕事がらみで押し付けていたらハラスメントにもなりかねません。自分ではなく相手が中心だと考え対応すれば、コミュニケーションは、上手くいく可能性があがります。

### ■.相手に伝える

「普通は」「常識は」「一般的には」「当然」「～べきだ」こんな言葉を、頻繁に使っていませんか？  
自分中心の考えで進めると、お互いの解釈の違いから仕事でのミスも大きく発展することがあります。更にこれがきっかけで人間関係にひびが入ってしまうことも。自分が考えていることは常識で、誰もが当然同じ考えだと思い込んでしまいがちです。うまくコミュニケーションをとるには、まず相手に話が伝わること、きちんと伝えることが何よりも重要です。

### ■.相手に聞く

わかったつもりで仕事を進めてしまいがちですが、相手の常識や解釈は皆違います。  
仕事でわからないことがあれば、もちろん質問して、理解したうえで物事を進めていきましょう。その解釈であっているか必ず相手に聞いて確認しましょう。

### ■.相手の話を聞いていると伝える

相手の話は、一方的に聞くに留めずこちらからも伝えること。相手に伝わるのが良好なコミュニケーションにおいてとても大切なのです。  
上手くコミュニケーションをとるには、相手に聞いていることが伝わる聞き方をするのがコツです。

上手くコミュニケーションをとるには、いつの時代もどこの場でも変わりありません。全ては相手の解釈次第と考え、相手への伝え方や聞き方を身につけることです。

# サンシングループの品質方針

サンシングループは、品質マネジメント・システムの効率的な運用により、お客様の満足にかなう企業活動を行い、社会へ貢献していくために、以下の品質方針を策定しています。

1. 企業活動において、いかなる場合も品質マネジメント・システムを遵守し、お客様に信頼される品質の提供に努めて参ります。
2. 企業活動に係る法規制およびその他の要求事項に関して、コンプライアンスの遵守を通して品質の向上に努めて参ります。
3. 品質マネジメント・システムは、定期的な内部監査及びマネジメント・レビューを行い、実態業務に沿った具体的な是正と改善を図って参ります。

# 品質への取り組み

## 要因分析

<品質管理の基本である5M>  
Material (材料)、Machine (製造機械)、Method (製造方法)、  
Man (担当者)、Measurement (計測)

## 段取り

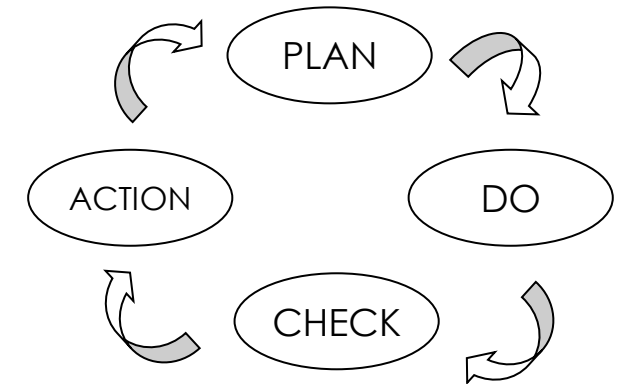
<仕事の段取り5W3H>  
5W : When (いつ)、Where (どこで)、Who (だれが)、What (なにを)、Why (なぜ)  
3H : How (どのように)、How much (いくら)、How many (どのくらい)

## 行動

<製造の基本である3現主義>  
現場、現実、現物

## 管理

<品質管理の基本はロット管理と変更管理>



- EMS先との継続的な品質会議の実施。(1回/月)
- 定期監査の実施。(1回/1年)

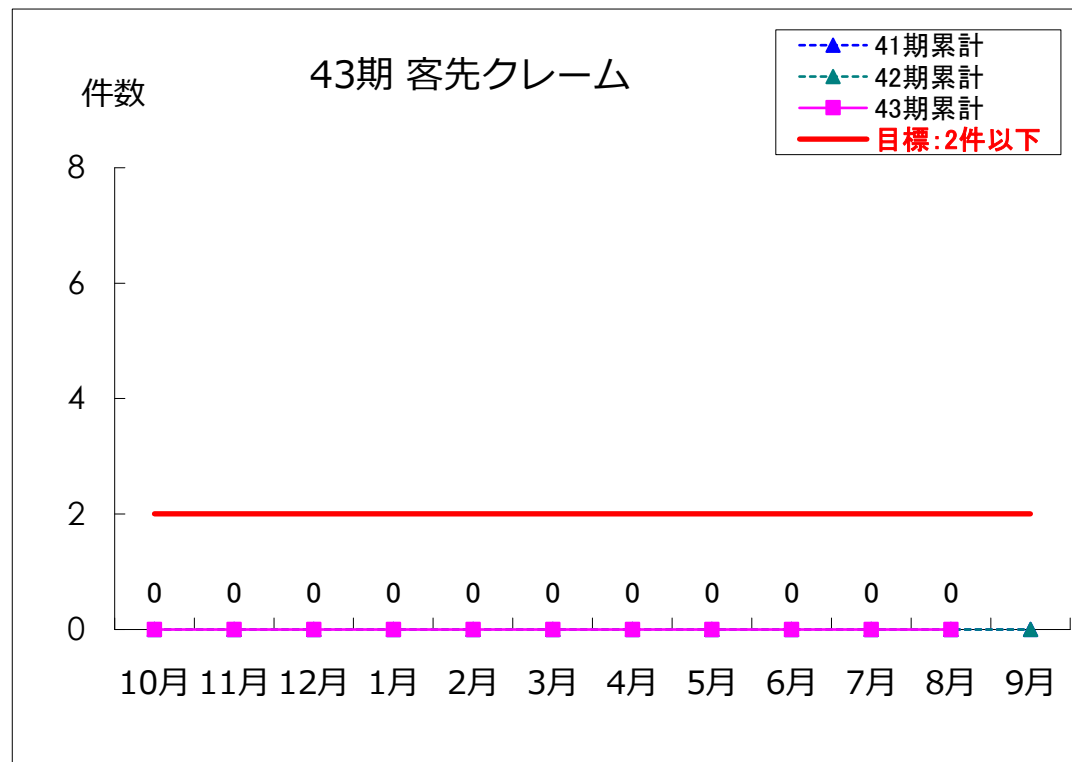
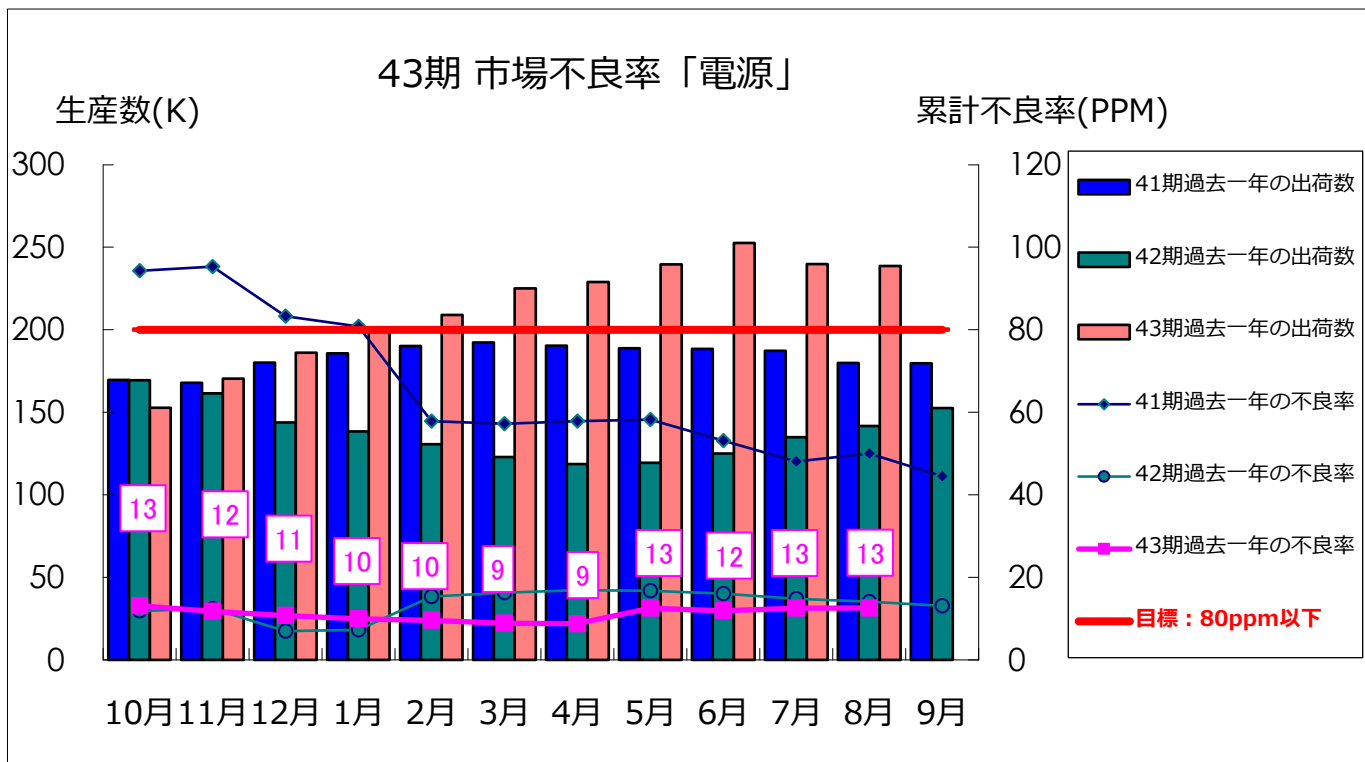
\* 最も大事なのが、継続させるための「**個人の意志**」である。



# 品質状況

納入不良率 目標 . . . . . 80ppm

43期の累計不良率は、13ppm です。  
市場不良累計(過去1年分) : 2件 客先クレーム : 0件



# ESG Report (環境)

# 今月のTOPICS

## □ 今さら聞けない？ デジタルマーケティング基礎知識

デジタルマーケティングとは、インターネットやIT技術など「デジタル」を活用したマーケティング手法です。インターネットが世に浸透するまでは、セールスマンが家庭や企業に個別に訪問し、営業をおこなった経験やお客さまと接したときの印象、あるいは新聞や雑誌、テレビなどを通じて行う不特定多数へのアンケート調査などをベースにした集団（マス）へのマーケティングが主流でした。しかし、インターネットが登場すると、Webサイトへのアクセスの分析や、細かく属性分けされた個人へのメールによるマーケティングが台頭するようになりました。現在ではWebやメールだけではなく、リアルな店舗での行動、購買をビッグデータ技術やAIなどを活用して顧客の嗜好や行動を分析し、隠れたニーズやトレンドまで考慮するデジタルマーケティングがおこなわれています。

またダイレクトにお客さまに商品の特徴や使い勝手を売り込むのではなく、商品やブランドのコンセプト、イメージといった抽象的な印象を浸透させ、共感を引き起こすことで、お客さまと企業の関係性を築くような手法も採用されています。まさしく趣味や嗜好が細分化し、「個」をターゲットにする必要のある今の時代に合ったマーケティング手法だといえます。具体的にはどのようなことを行っているのでしょうか？

## □ デジタルマーケティングとは？

そもそもデジタルマーケティングとは何なのでしょう？ インターネットが普及し、スマートフォンを一人一台持つ時代になったことで、消費者は商品やサービスを購入する前に口コミやECサイトをチェックし、時間をかけて吟味するようになりました。また、実際の店舗に足を運び、手にとってから購入するだけではなく、口コミなどを参考にしながら、ECサイトで購入するケースも増えています。消費行動が多様化し、店頭での販促やマス広告による宣伝・PRだけでは、消費につながらなくなってきたわけです。そこで登場したのが、オムニチャネルという考え方です。オムニチャネルは、従来のリアルとWebで分かれていた戦略、サービスを見直し、どのチャネルでもお客さまに最適なサービスの提供とコミュニケーションを行っていく手法です。オムニチャネルでは、マス広告や実店舗での販売データだけではなく、インターネット広告やメールでのアプローチ、SNSを活用したマーケティングなど、デジタルツールをフル活用して顧客との接点を作っていきます。

デジタルマーケティングでは、オムニチャネルを通じた宣伝・PRだけではなく、同時に収集される膨大な消費者の行動データも蓄積され、データの活用・分析もおこなわれていきます。そのためアナログ時代のマーケティング手法では見えてこなかった顧客の本音や興味関心の方向性、購買行動がより高い精度で把握できるようになっています。つまり、あらゆるタイプの顧客に対して戦略的にマーケティングをすることが可能となるのです。

# 今月のTOPICS

## □ デジタルマーケティングとWebマーケティングの違い

デジタルマーケティングとよく似た用語に「Webマーケティング」というものがありますが、これはWebサイトに特化したマーケティング手法です。公式Webサイトを訪れたユーザーのサイト内でのアクセス行動を追うことで、ユーザーがWebサイトに対してどのような情報を求めているのかを探り、満足して消費につなげるWebコンテンツへと改善を重ねていきます。

一方で、デジタルマーケティングはWebサイトで得られるユーザー行動だけでなく、スマートフォンやタブレットのブラウザや公式アプリの行動履歴、さらには商品に搭載されたIoT経由の包括的なデータといったデジタル情報だけではなく、リアルなイベントでの反響や店頭への来店データ、販売履歴といったリアルな活動データも収集対象になるのが、特徴です。以上のことから、デジタルマーケティングとは、Webマーケティングをオムニチャンネルに対応させたものと言えるでしょう。

## □ 「スマホ時代」に強まったデジタルマーケティングの重要性

現代では、たくさんの消費者がスマートフォンやタブレットを常に手にし、24時間365日時間も場所も関係なく気になる商品やサービスを検索しています。ニーズにマッチすればすぐにクリック購入できる時代にあるといえ、デジタルマーケティングでのチャンネルの拡充は避けて通れないテーマです。

インターネットとパソコンの登場によって激変したマーケティング手法ですが、スマートフォンの登場によってさらに進化しました。商品情報が瞬時にSNSや口コミサイト経由で閲覧できるようになったため、消費者は実店舗で商品を目の前にしながら、スマートフォンで情報検索や価格比較をすることも当たり前になっています。こうした消費者の行動に対して、広告もユーザー行動に合わせて配信する広告を選定するなど、よりターゲットにあった宣伝やPRを行う手法が広がっています。消費行動においてリアルとネットの壁がなくなった今、スマートフォンを対象としたマーケティング施策は必須となっているわけです。

# 今月のTOPICS

## □ AIでデジタルマーケティングが変わる

デジタルマーケティングに取り組むことで、消費者のデータを細かく蓄積できます。その反面、大量かつ多様なデータから消費者を理解するには、データサイエンスなど特別なノウハウが要求されます。そこで、登場したのがマーケティングへのAIの活用です。

デジタルマーケティングは、AI時代の本格到来によって新たな段階を迎えています。

AI時代により、どんなデジタルマーケティングによる変化があるのか事例を見ていきましょう。デジタルマーケティングとAIを組み合わせることで、複雑化する消費者行動を予測することができるようになります。例えば会員が脱退する際の不満や直前の行動を分析することで、退会しそうなサインを出している会員に対して、特典を用意することや、販売後のフォローを行うことで退会を思いとどまるよう施策を講じることもできます。これまでのベテラン販売の経験などから同様のことができた可能性もありますが、ひとりのスタッフの勘や経験に頼ることなく、より高い精度で実施できる点もAIとデジタルマーケティングを組み合わせる利点のひとつです。さらに、オンライン上で把握できる在庫や納期もAIならオペレーターがひとつひとつ確認する前に、一瞬にして答えることができるだけでなく、消費者が求めている商品の関連商品までもデータや行動履歴からアドバイスできます。そのため高品質な接客がいつでも提供できるようになり、利益率の向上につながるといえるでしょう。

また、デジタルマーケティングで収集したデータに基づきECや店舗レイアウトを効率化すれば、顧客満足度がアップするとともにコスト削減効果も上がります。

## □ 最後に

デジタルマーケティングは、時代のニーズに沿ったマーケティング手法のひとつとして今後さらなる発展が見込まれるジャンルです。顧客とのつながりを重視し、デジタルデータの活用を通じて、多様化する趣向や行動が消費者の興味関心や欲する情報を捉え、的確なマーケティングを実現させることができます。さらに、AIとの組み合わせによって膨大な顧客データを瞬時に分析し、予測を立てることができるようになります。これにより、人間だけでは知りえなかったデータにより、顧客の興味や趣向に合わせて、良質なコミュニケーションができます。

例えば、今までのECと店舗でバラバラにマーケティングを行っている状態では捉えられなかったお客様の行動、趣向を把握し、店舗での購入履歴をもとに、ECでおすすめ商品をアピールしたり、Webサイトのアクセス履歴をもとに、スマホアプリでクーポンを配信したりするということが可能になります。取り扱うデータが増えると、人の力だけでは分析・予測が困難になります。そこで、AIを活用して顧客の行動を予測し、顧客ごとに購買確率の高い商品を提示するなど、AIを利用した高精度のマーケティング手法も増えていくでしょう。

こうした時代の変化に迅速に対応することが、いま企業で求められるようになってきています。

# サンシングループの環境方針

サンシングループは、環境の保全と向上に関する企業活動を重要なCSRと認識し、継続企業の責務として、将来に渡り環境の保全と向上に貢献していくために、以下の環境方針を策定しています。

1. 企業活動において、いかなる場合も環境マネジメント・マニュアルを遵守し、お客様に信頼される継続企業として、環境保全と向上に努めて参ります。
2. 「紙・ごみ・電気」の低減を定量的に徹底管理し、地球環境の汚染予防をはかって参ります。
3. 独自性のあるイノベーション活動を通して、地球環境の汚染防止をはかって参ります。
4. 「安全・安心・快適」な職場環境を追求し、すべての社員が健康的に働くことのできる環境を実現して参ります。
5. 企業活動に係る法規制およびその他の要求事項に関して、コンプライアンスの遵守を通して環境の保全と向上に努めて参ります。
6. 環境マネジメント・システムは、定期的な内部監査およびマネジメント・レビューを行い、実態業務に沿った具体的な是正と改善をはかって参ります。



# 活動報告

- ①環境への取り組み
- ②廃棄物排出量
- ③コピー用紙使用量
- ④電力使用量
- ⑤切手・ペットボトルキャップ回収

# 環境への取り組み

- ▶ 災害地域への義援金や植樹活動支援金の募金活動
- ▶ ソーラーシステム導入による再生エネルギーの活用（SSD headquarters & SHINTO）
- ▶ 年に一度、植林を実施（CSI）
- ▶ 省エネルギー機器の開発・販売を通じた環境への貢献
- ▶ ROHS対応部品の使用促進による環境負荷低減
- ▶ ペットボトルキャップ・使用済み切手の回収
- ▶ ウェアラブルカメラを導入し、5S活動を徹底（CSI）

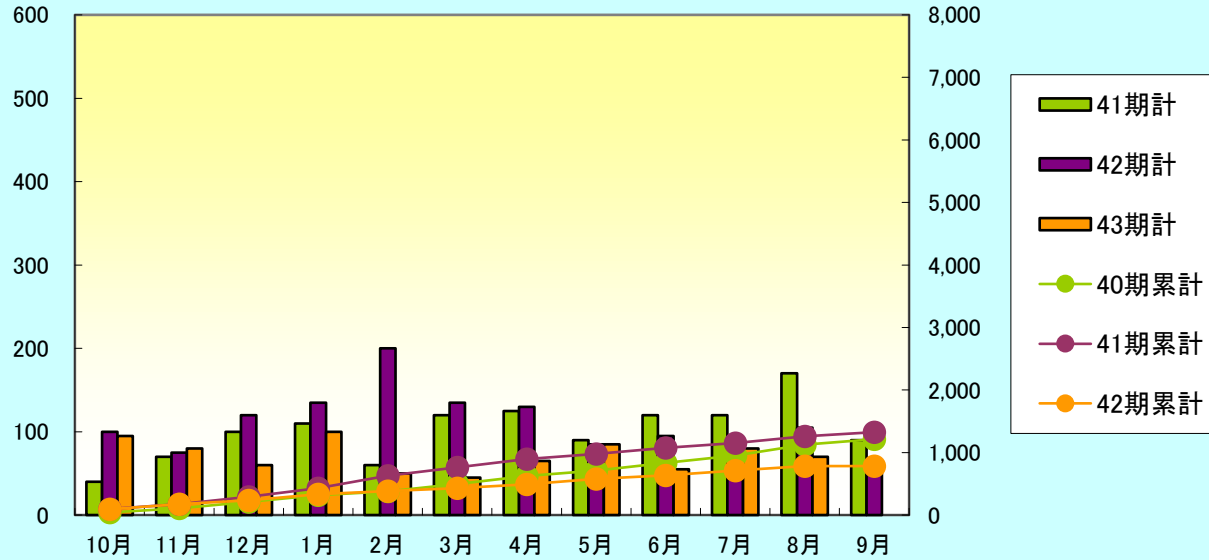




### 一般廃棄物(SSD/本社)

月次/棒グラフ(kg)

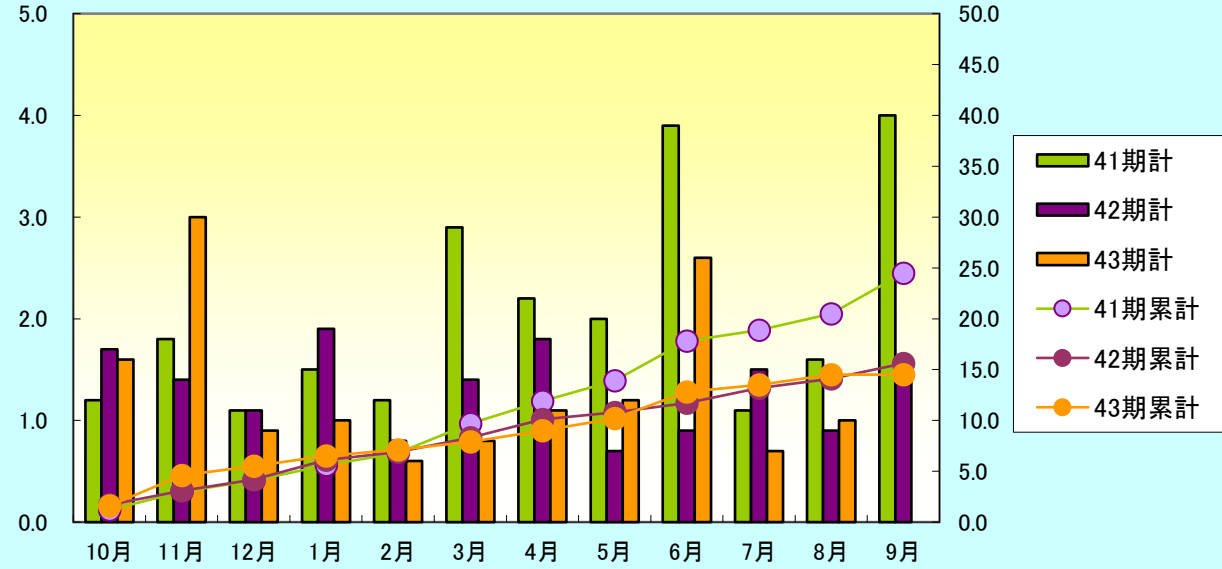
累計/折れ線(kg)



### 一般産業廃棄物(SSD/本社)

月次/棒グラフ(m³)

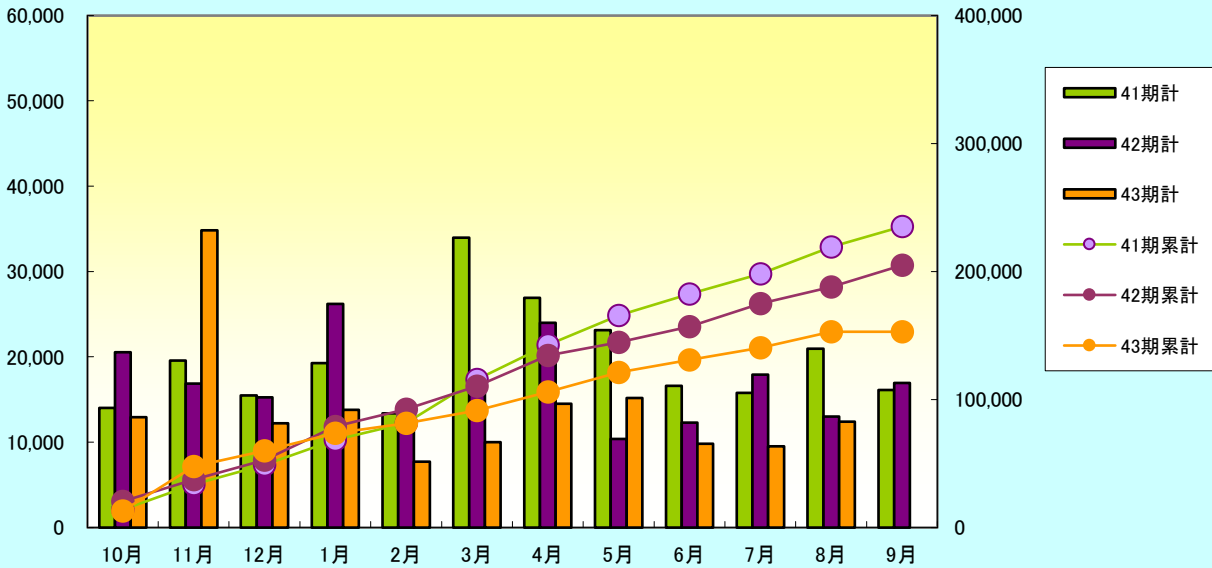
累計/折れ線(m³)



### 廃棄物処理金額累計

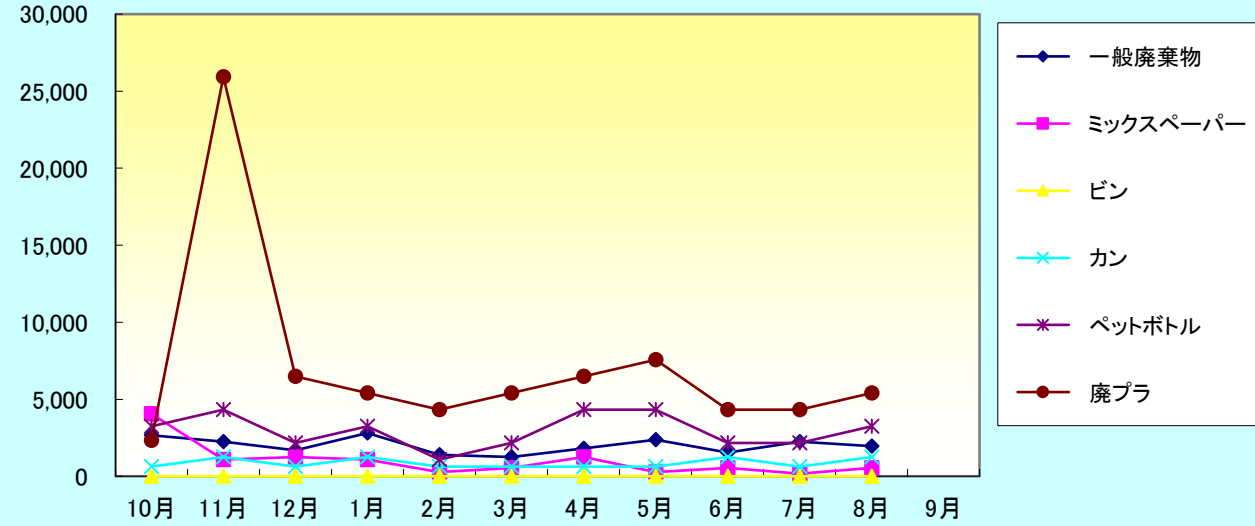
月次/棒グラフ(円)

累計/折れ線(円)



### 43期 廃棄物処理金額

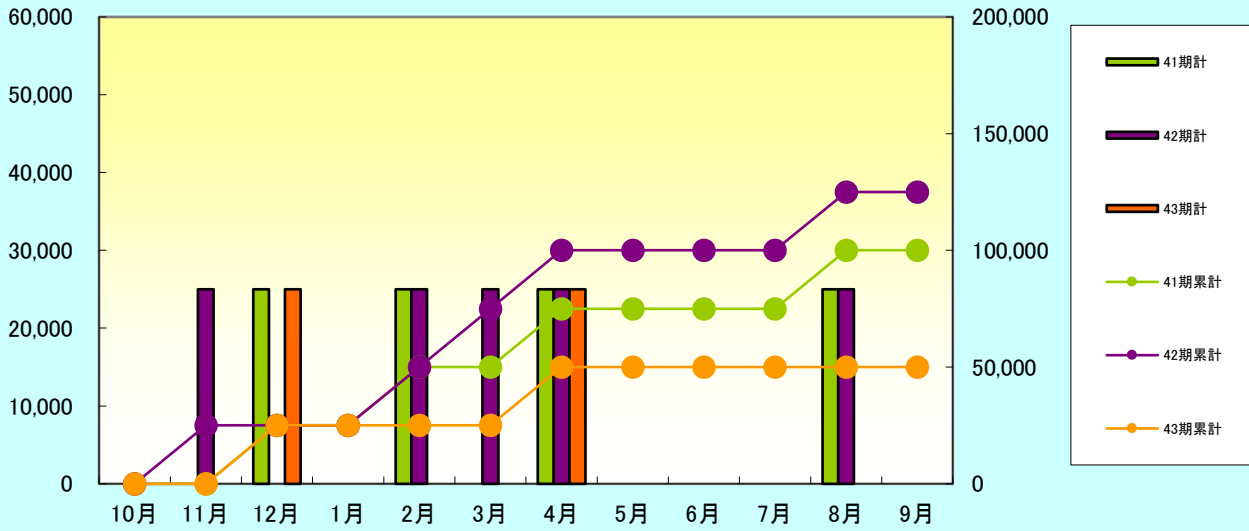
(円)



### コピー用紙購入量(SSD/本社)

月次/棒グラフ(枚)

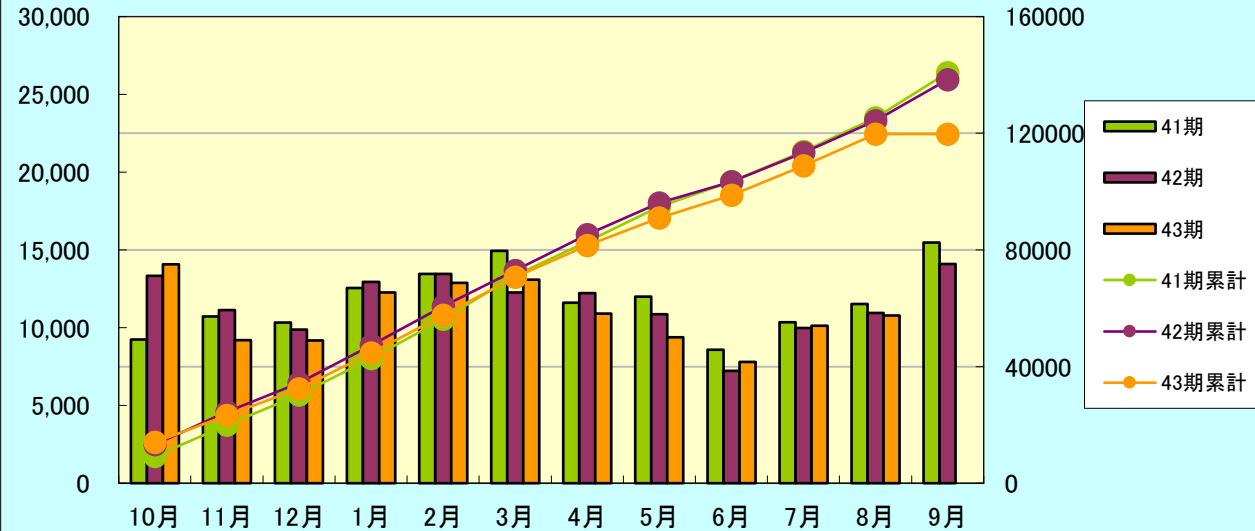
累計/折れ線(枚)



### 電力使用量(SSD/本社)

月次/棒グラフ(kwh)

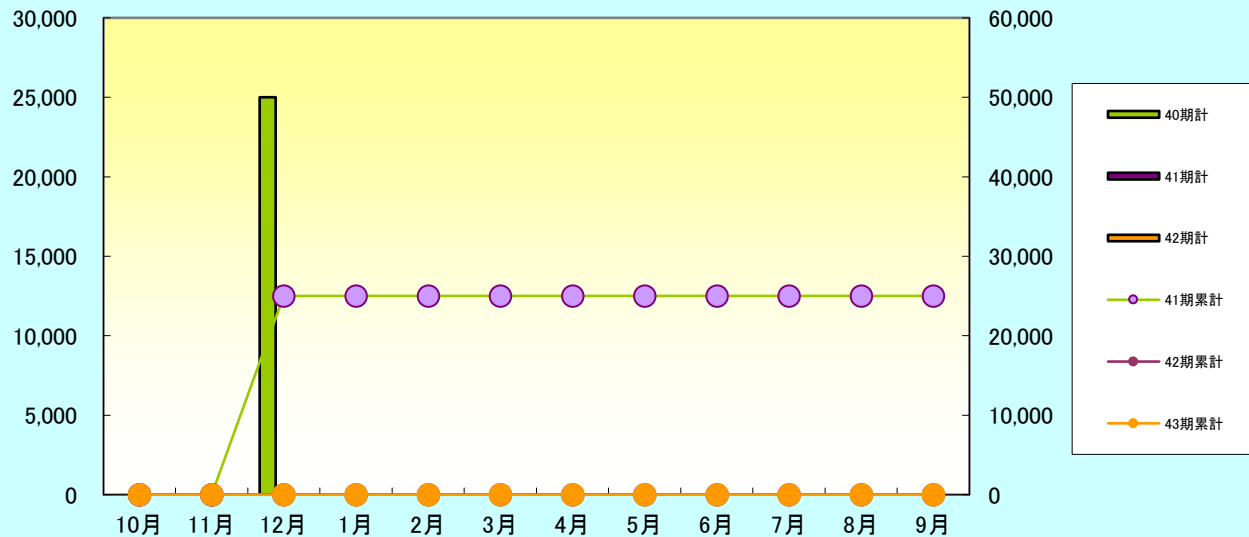
累計/棒折れ線(kwh)



### コピー用紙購入量(SSD/関西営業所)

月次/棒グラフ(枚)

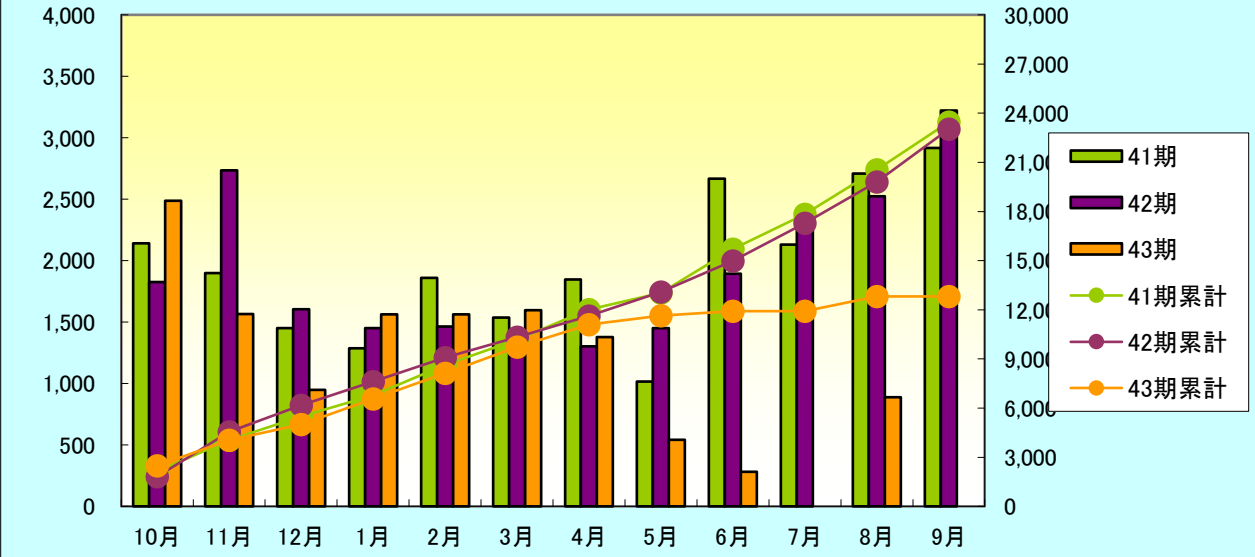
累計/折れ線(枚)



### 電力使用量(SSD/関西営業所)

月次/棒グラフ(kwh)

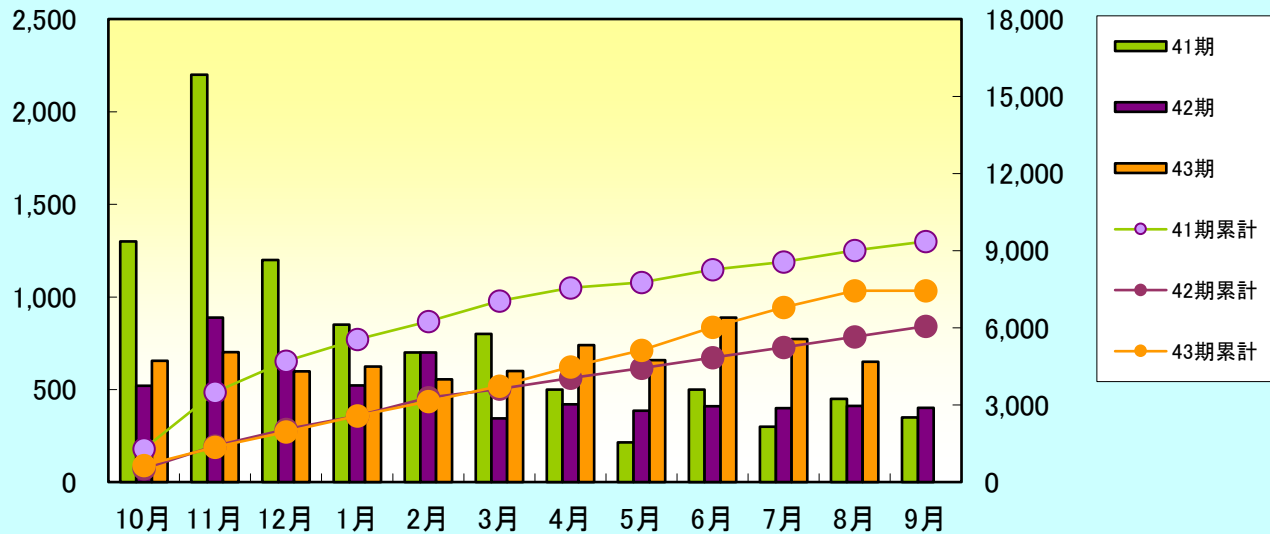
累計/折れ線(kwh)



### ペットボトルのキャップ

月次/棒グラフ(個)

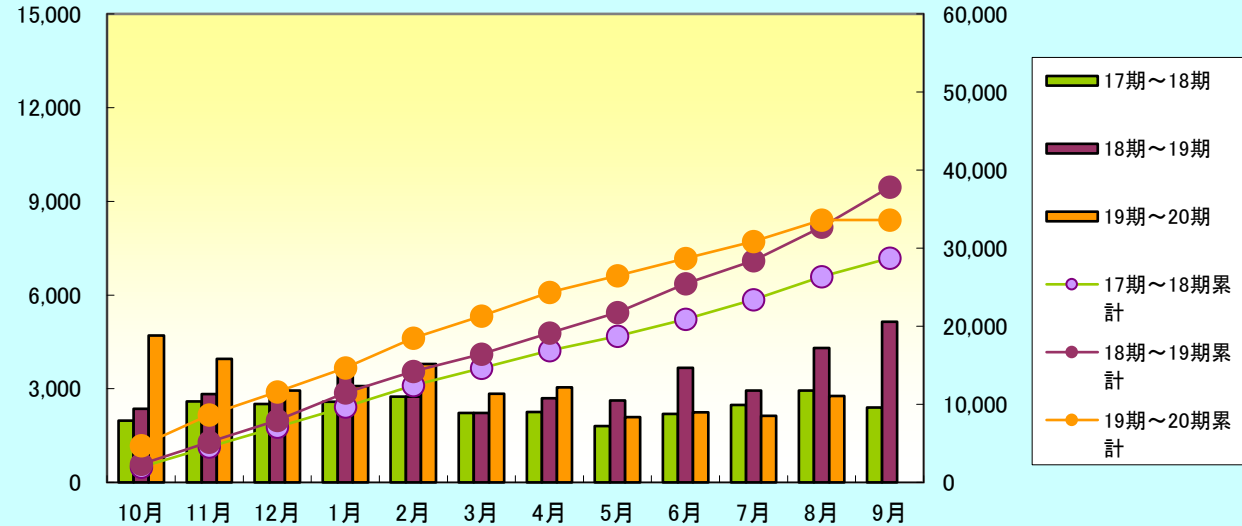
累計/折れ線(個)



### 電力使用量(SKW/朝日工場)

月次/棒グラフ(kwh)

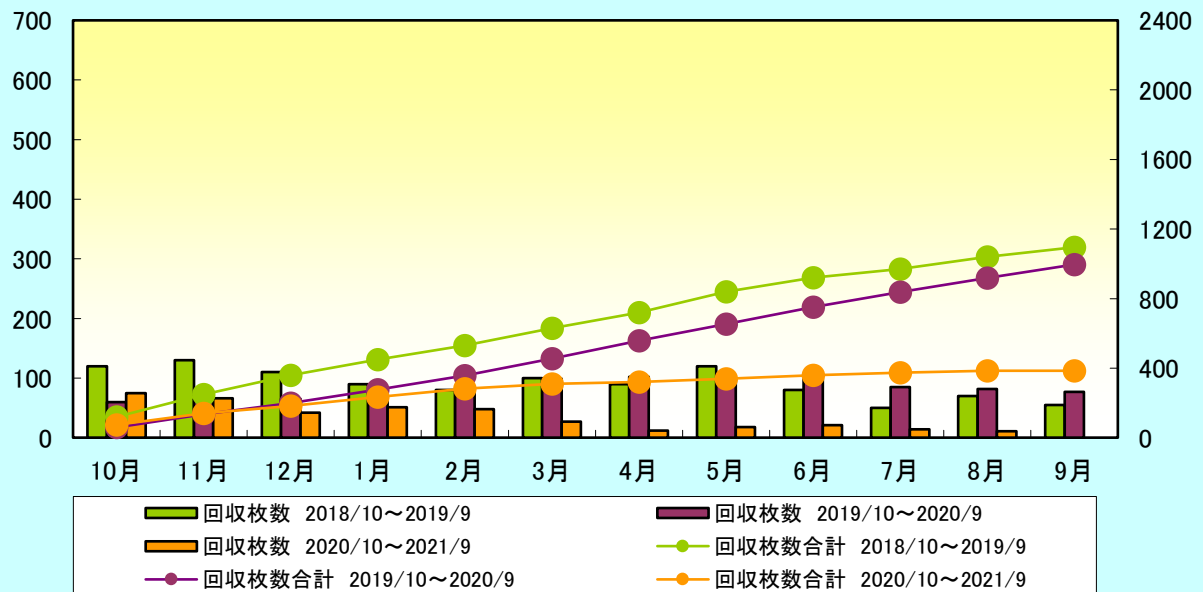
累計/折れ線(kwh)



### 使用済み切手回収

月次/棒グラフ(枚)

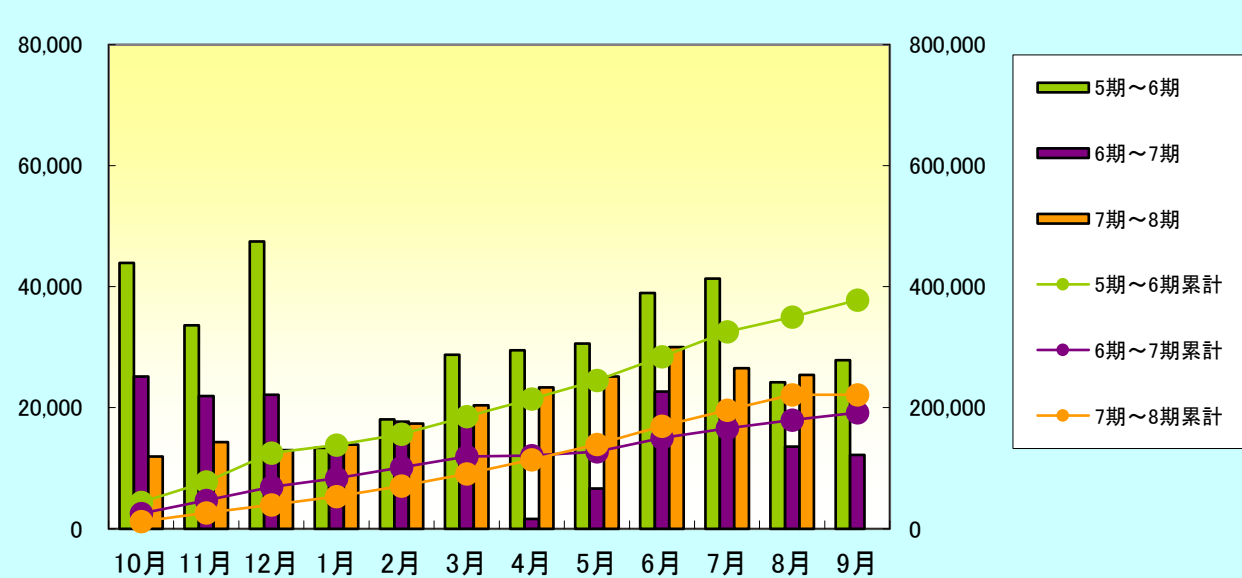
累計/折れ線(枚)



### 電力使用量(SKW/CSI工場)

月次/折れ線(kwh)

累計/折れ線(kwh)



# ESG Report (地域貢献とワーク・ライフ・バランス)

## 今月のTOPICS

### ●今、石けんが注目されています！

長引くコロナ禍の中、「とにかく手洗い」「とにかく消毒」と言われ続けています。毎日使うからこそ **何を使うか 何を選ぶか** は非常に重要だと思いませんか？  
人体への刺激がないこと。アレルギーになりにくいこと。環境負荷がないこと。  
潤沢に使っても他人に迷惑をかけないこと。ウイルスを確実に不活性化できること。

**石けんは、このすべてをカバーしています。**

**大切なお自身のために、そして大切な誰かのために。  
石けんの輪を広げていただけると、嬉しいです。**

株式会社ミタスライフ 代表取締役 石井美帆  
<https://safetywash.stores.jp/>



サンシン電気本社 多目的室にて  
ミタスライフのニュースレターを配布中！  
10月号にはシャボン玉石けんミニサイズ付き。  
ご自身・ご家族・ご友人にお持ち帰りください。



# 活動報告

- ①地域貢献活動
- ②ワーク・ライフ・バランスへの取り組み
- ③人財育成への取り組み

# 地域貢献活動

- 地域雇用の促進
- 地域清掃の実施（8月参加人数：延べ4名）
- ハンディキャップのある方々の自立を目指すお弁当宅配センターから会議用お弁当を購入
- インターンシップ実習生の受け入れ（日本、中国、マレーシア）
- 近隣の小中学校へ新聞を寄贈
- 企業メセナとして日本のワインや日本酒を購入（ミタスライフ）
- 動物介在ボランティア活動実施（ミタスライフ）  
※2020年8月時点では、コロナ禍により活動を休止しています。
- 学習塾において生徒のコーチング＋学習支援事業を実施（ミタスライフ）



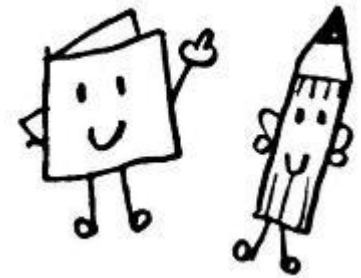
# ワーク・ライフ・バランスへの取り組み

- 育児休業中も休業前のほぼ半額の給与支給。行政と併せてほぼ全額受給可能（累計実績5名）
- 育児短時間勤務中も、通常と同額の給与支給（累計実績6名）
- こども手当の支給（中学生未満）
- ご家族の急な病気やご家庭の事情、社会情勢に合わせて、在宅勤務又はテレワークが可能
- リフレッシュ勤務制度（勤務間インターバル制度）の導入
- 時間単位の有給休暇取得制度の導入
- 年2回実施の人事考課にて、ご両親または20歳以下の子供を扶養している社員への加点実施
- 勤続表彰者への特別休暇の付与及び記念品を贈呈
- 毎年1回、全社員対象に健康診断を会社負担で実施
- 毎月「健康筋力養成コース」開講（6～10名／回参加）
- 東京都の「感染症対応力向上PJT」に参加し、コースⅠ（感染症理解のための従業者研修）達成（2016年1月）、コースⅡ（感染症BCPの策定）達成（2017年12月）⇒2020年8月「感染症BCP」を新型コロナウイルス感染予防対策も含め更新！
- 全国健康保険協会東京支部より「健康優良企業・銀の認定証」取得（2021年5月更新）⇒5年連続！
- 経済産業省・日本健康会議より「健康経営優良法人2021（中小規模法人部門）」の認定取得（2021年3月）⇒4回目の認定取得！
- 東京都より「スポーツ推進企業」、スポーツ庁より「スポーツエールカンパニー」の認定4年連続取得（2017年～2020年）
- メンタルヘルスケアの一環として従業員用オンライン相談フォームを設置（海外拠点からも投稿可能、匿名でも投稿可能、秘密厳守）



# 人財育成への取り組み

- ▶ 社内にサンシン大学（SSU）を設置。経営・法務・税務・情報セキュリティ・新製品紹介・ビジネス英会話・健康促進法・eラーニング等の講義を開講（World-wideでSkype配信実施。就業時間内に開講。会社が費用負担）
- ▶ 新入社員を対象としたサンシングループ石井代表による「新人勉強会」を開催中
- ▶ サンシン大学への出席実績は、年2回の人事考課で加点対象
- ▶ 自己啓発支援制度により、MBA取得や資格取得を積極的に支援（毎年3～4名利用）
- ▶ 簿記、ビジネス実務法務検定、TOEIC・英検の取得により職能給UP
- ▶ 他社での技術研修、経理実務研修等を実施
- ▶ 年に1度、好業績を残した社員に対して社員表彰を実施
- ▶ “情報共有システム（Intelligence Shared Systems）”の活用により、日々PDCAP’を全社で共有し、TOP MANAGEMENTとの直接のコミュニケーションが可能
- ▶ 一般社団法人ICTマネジメント研究会による「学生懸賞論文」の実施（毎年開催）



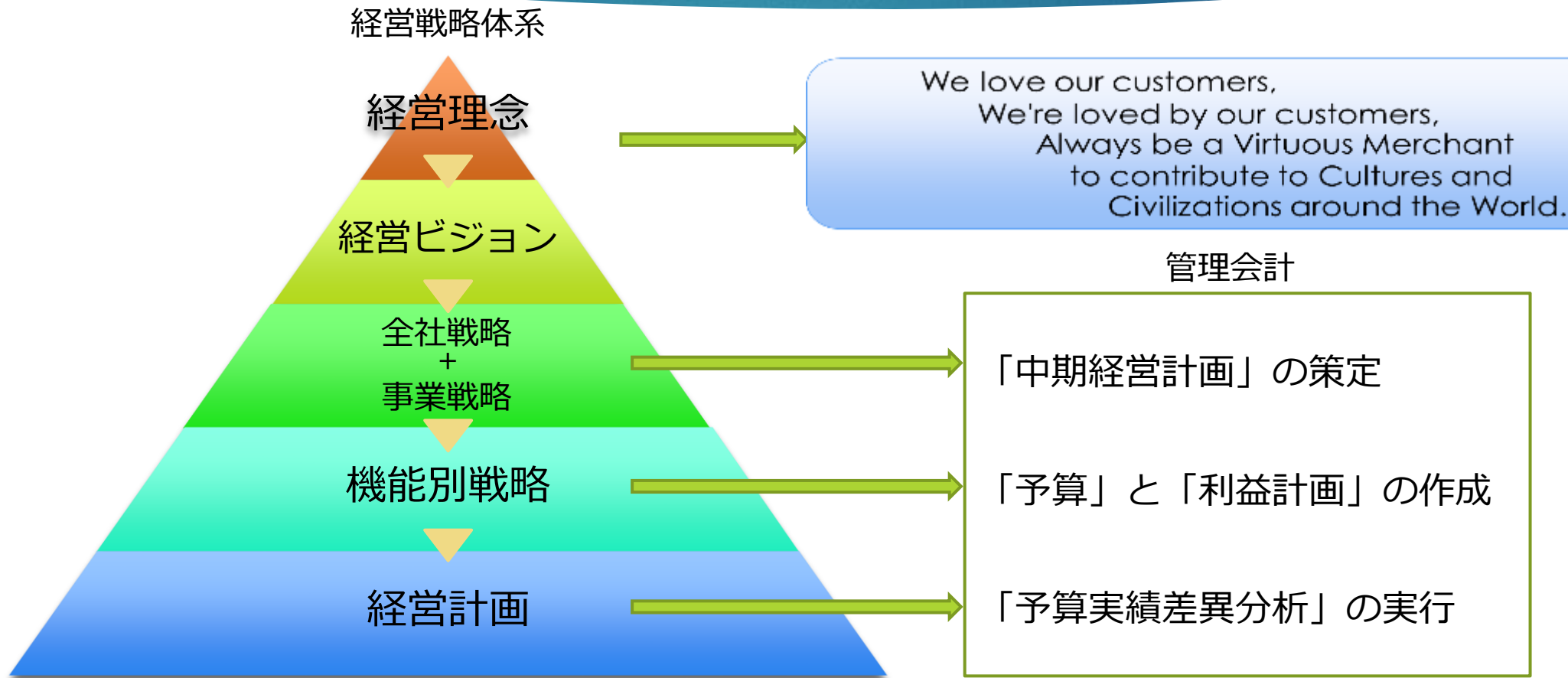
# サンシングループの経営理念とCSR

We love our customers,  
We're loved by our customers,  
Always be a Virtuous Merchant  
to contribute to Cultures and  
Civilizations around the World.

サンシングループのCSRは、経営理念を全役員・全従業員が共有し、100%のコンプライアンスを大前提として、企業活動の中で経営理念を実践していくことです。

コンプライアンスの基礎となる品質マネジメント・マニュアル及び環境マネジメント・マニュアルを策定・導入し、サステナブルな企業として永続的に電機業界及び社会の発展に貢献して参ります。また、ステイクホルダーとの信頼関係の構築を通して、社会の公器として企業の社会的責任（CSR）を果たして参ります。

# 経営戦略体系と管理会計のかかわり



# サンシングループの社会的責任

サンシングループは、企業はステイクホルダーをはじめとする社会全体と共存して繁栄し、社会的責務を伴う存在であると考え、以下の取組みを実施しています。

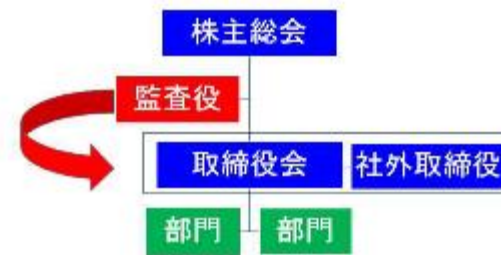
## ■ コーポレートガバナンス

経営者がコンプライアンスに準じた行動をしているか、コーポレートガバナンスにより、内部の業務監査を行っています。

## ■ CSR及び環境経営（ESG）

サンシングループではCSRに環境経営、品質保証、危機管理などの要素を含め、ホームページで活動内容を発信しています。特に環境経営はISOなどの環境マネジメントシステム（EMS）と連携した活動を実施しています。

コーポレートガバナンスと機関の役割



CSRの基本的要素



CSRの新たな要素



# サンシングループの企業行動基準

サンシングループの倫理法令遵守企業行動基準は、「経営理念」を実践するために、企業倫理とコンプライアンスの観点から、基本的な姿勢を以下の通り定めています。

1. 私たちは、常に社会人としての自覚を持ち、高い倫理観に基づき、社会的良識に従って行動します。
2. 私たちは、あらゆる企業活動の場面において、関係法令および社内規定はもとより、利害関係者と取り交わした契約や約束を常に遵守し、全ての企業活動が正常な商慣習と企業倫理に適合したものになるよう努めます。
3. 私たちは、あらゆる企業活動の場面において、全ての人の基本的人権と個性を尊重し、オープンなコミュニケーションに努めます。
4. 私たちは、全ての利害関係者に対し、誠実に接するとともに、公平・公正かつ透明な関係を維持し、フェアな取引を行います。
5. 私たちは、会社の正当な利益に反する行為や会社の信用・名誉を損ねる行為を一切行いません。

# サンシングループのマネジメント・コントロール・システムズ

サンシングループは、経営戦略達成のため、「アカウントティング・システム（財務的：定量的管理）」と「コントロール・システム（非財務的：定性的管理）」という2つのシステムから成るマネジメント・コントロール・システムズを導入しています。

このマネジメント・コントロール・システムズの「コントロール・システム」の基軸となるものとして、当グループ独自の品質マネジメント・マニュアルがあります。この品質マネジメント・マニュアルに基づき、ISO9000シリーズに準拠した品質方針、および環境マネジメント・マニュアルに基づき、ISO14001やエコステージなどの環境方針を策定しています。これらの方針に従い、コンプライアンス・品質・環境・地域貢献・人財育成等のCSR活動に努めています。



# サンシングループのマネジメント・コントロール・システムズ

サンシングループでは、形式知化された業務をルール化し、業務フローと業務マニュアルを策定しています。

## ■ マネジメント・システム

マネジメント・システムにより業務を標準化し、企業活動に安定した品質をもたらしています。

## ■ 5W2HとPDCA→P' サイクル

PDCA→P' サイクルは計画策定のPlan、計画を実行するDo、計画と実行の差異を評価するCheck、評価から修正と改善を行い次のPlan(P')につなげるActionから構成されます。サンシングループでは情報共有システムなどを活用して、5W2Hを明示し、プロセスの進捗を可視化/共有しています。

マネジメントシステムの基本構成



マネジメントシステムのレビュー



ビジネスの5W2H

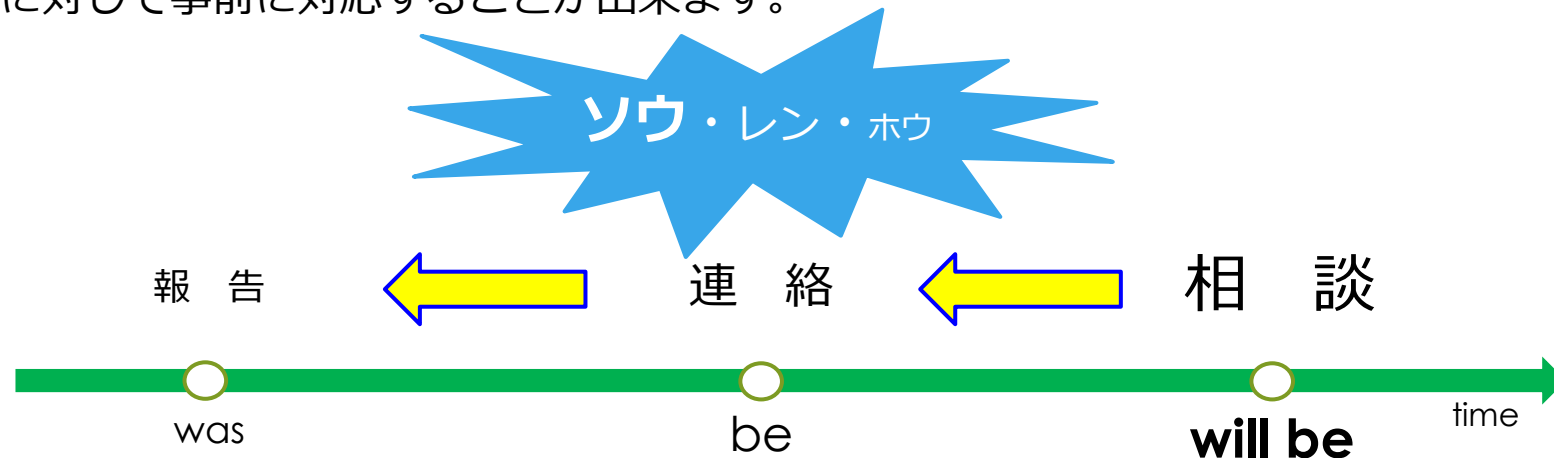


PDCA→P' サイクルの概念



# 未来形から問題を解決するソウレンホウ

サンシングループでは悪い問題は過去形になる前に潰すことが重要と考え、一般的に言われるハウレンソウ（報告・連絡・相談）ではなく、ソウレンホウ（相談・連絡・報告）を励行しています。ソウレンホウにより、過去形（報告）ではなく未来形（相談）と現在形（連絡）の情報を共有し、予測される問題に対して事前に対応することが出来ます。



出所：石井 宏宗『経営とは生きること -企業家に求められる3つの視点-』税務経理協会、2011年

 編集後記 SSD, 営業管理課 Y.Y.

サンシン電気は9月が決算となります。皆様、今期も様々ご協力頂きありがとうございました。今後も内外から旬な情報を配信してまいりますので引き続き宜しくお願い致します。