

1. 信条「安全第一、品質第一、負けるが勝ち」

安全第一、品質第一というのは当たり前のこと。

負けるが勝ちというのは、初代社長が提唱した「常にお客様とともに」事業を展開していくよ
うにとの理念を言い換えたものである。戦後間もなくの女性社長としてマルニ商店を立ち上げ、
女性に厳しい社会の中で、自分のところにいるお客さんを大切にしていけばよいという考えの
もとに、この信条を掲げている。

2. CSR活動について

・マルニ商店CSRとは

大企業にとってCSRとは、余裕があって行うものである。しかし、中小企業にとってはそうでは
ない。特にマルニ商店のようなリサイクル・廃棄を取り扱う企業は社会的地位が低く、それが
コンプレックスでもある。この社会的地位を上げるためにはどれだけ市民の人と近づけるかが
重要であり、できることは一緒に行なっていきたい。そのためCSRは会社を知ってもらうための
戦略的な手段である。

・きっかけ

横浜市資源リサイクル事業協同組合に加入し、そこで協働事業を行う中で本業ではないことに
も取り組むようになり、自分とは違ったことからまちづくりを見ている人と出会ったこと。

・具体的な活動

①清掃

ガラスを扱う企業なので周囲に破片が飛びやすく、苦情が多かった。そのため清掃を徹底する
ようになり、今では昼休み前と終業前15分は掃除を行なっている。

②小学校の出前講師

③仕事体験

小学生に本社に来てもらって、模擬の選別ラインを作って体験してもらう。

〔未来の「環境仕事人」養成プロジェクト～キャリア教育からのアプローチ～〕

小学校1年生から6年生までの子供たちが、年代に応じてさまざまな視点から環境学習に触れ、
正しい環境意識を醸成して、未来の環境事業に携わる「環境仕事人」を養成するプログラム。

- ・1・2年生で取り組む環境絵日記
- ・3年生で取り組むオリジナルサイダー販売
- ・4年生で取り組むリサイクル出前教室
- ・5・6年生で取り組む仕事体験

・効果

〈内部〉

社員が変わった。リサイクル・廃棄事業の中で社会貢献を目指すという社風に合う人のみが残
った。

マルニ商店は”リサイクル・廃棄業界っぽくない”、一般的な市民と相対せる企業を目指している。

〈外部〉

物流・取引先に自社の取り組みについて知ってもらうことができるようになった。

・ やりがい

実際のところ、会社の方針だから、と従っている社員も多いのも事実である。

だが、「環境絵日記展」へのブース出展では準備段階では文化祭のような盛り上がりを見せ、内から外へと総合的に効果が現れ、やりがいとなった。

・ 困難さ

社員の意識が社長さんの思いと寄り添い、浸透するまでにかかる時間に加えて、前向きに取り組んでいき、市民の皆さんに浸透するまでの時間と時間がかかり、我慢比べである。

・ 課題

文部科学省「青少年の体験活動推進企業表彰」審査委員会特別賞受賞など評価軸が出来てきている。それを小さいことの積み重ねで市民・取引先の方々に知ってもらうことが重要で、どう知ってもらうか、が課題である。

3. 就活生向けに求める人材

業界的に就活生、新卒はあまりいない。

だが、社会の評価をあげるためにも新卒が欲しい。

面接の際に必ず聞くことは

- ・あなたにとって働く上で大切なことは何か
- ・小さい頃から今までで成し遂げたことは何か
- ・あなたの趣味は何か

以上、3点である。

特に一緒に働く上で大切なことが同じでないとうまくいかないので、働く上で大切だと思っていることが会社のカラーと一致していることが重要である。

4. その他

社内に向けての取り組み：月1ミーティング

社員が働きやすくするためにどんな文句も受け入れる会。会社全体で行う。

風通しが良く、意見が言いやすい雰囲気づくりが大切。

意見を出した社員側としても、小さなことでも自分の意見が通ったら嬉しい。

(例:夏服)