

Facts about IKHD

What is
“marketing maker”?

株式会社IKホールディングス
〒450-0002 名古屋市中村区名駅3丁目26-8
<https://www.ai-kei.co.jp/>



TOP MESSAGE



代表取締役社長兼COO 長野 庄吾

アイケイグループはTVショッピングを中心としたEC、SHOPでの小売、生協を中心とした通販会社、小売店舗、海外への卸売といった多岐にわたる販売チャネルでビジネスを展開しております。当社の強みは、企画、開発、販売から物流までを一貫して行っていることです。自社で一貫することで全てのプロセスでお客様視点での最適化を可能にしています。新型コロナウイルスの感染拡大や米中貿易摩擦、気候変動など、今後も変化が予想される世界経済の中で、常に「お客様立場主義」を貫き、お客様のニーズに合わせた商品開発を続けてまいります。



代表取締役会長兼CEO 飯田 裕

当社は1982年5月に創業し、現在では5社の子会社を連結したアイケイグループとして、いわゆるグループ連結経営にシフトしています。グループの企業理念は「ファンづくり」であり、創業以来不変の理念として掲げております。我々は、グループのビジネスモデルを「マーケティングメーカー」と名づけており、多岐に渡る販売チャネルから得られる販売データを当社の持つ企画・開発機能へとシームレスに移行させることで、ヒット商品を常に出し続けるメカニズムを形成しております。現状65%の完成度であるこのビジネスモデルを100%にすることで、更に収益力の強固なグループへと成長していくと考えております。

存在意義



Mission

ファンづくり

「健康に生きる」「美しく生きる」「楽しく生きる」
を通して、アイケイに関わる
全てのお客様を、ファンにしていくこと

事業構成図

ダイレクトマーケティング事業

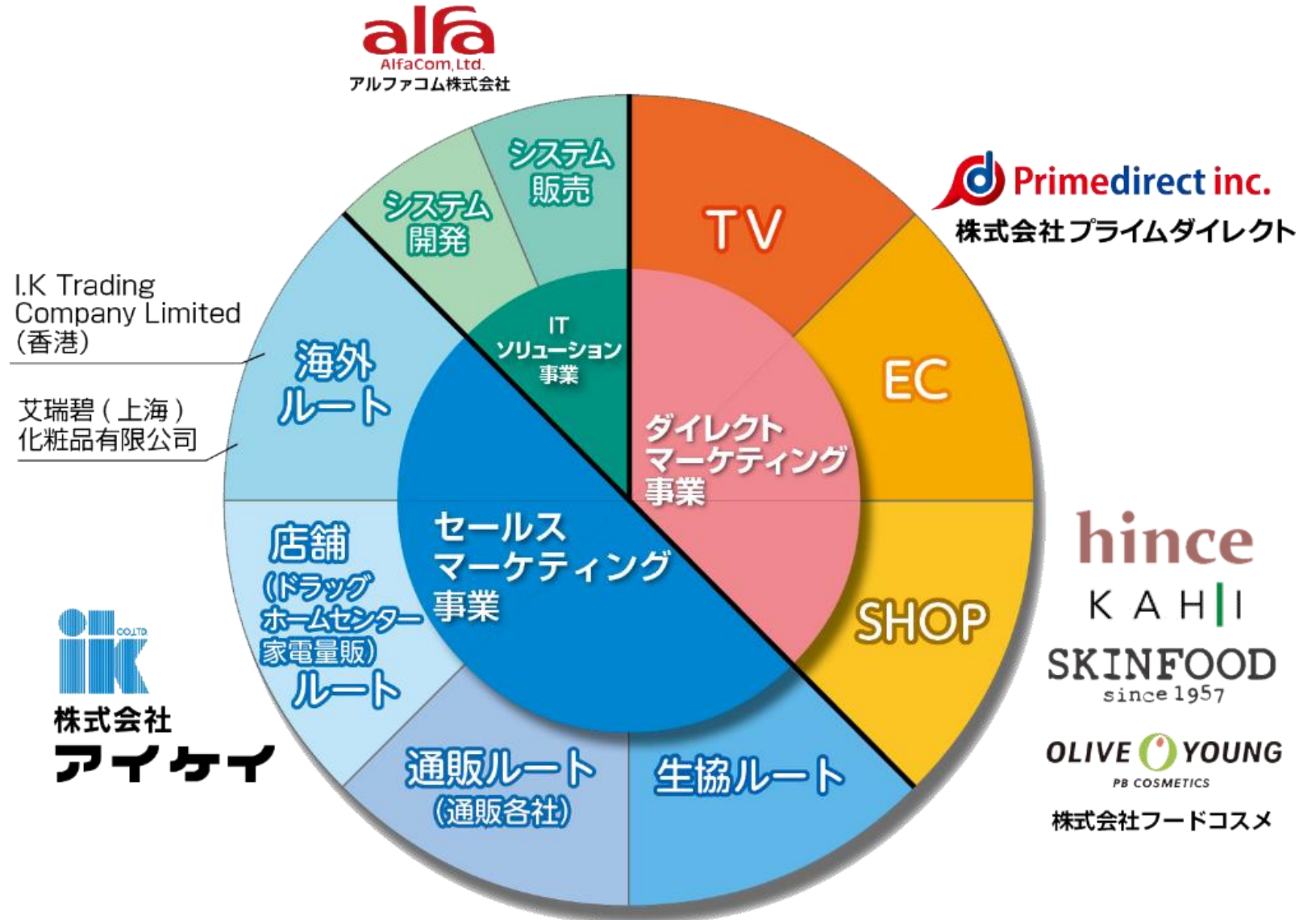
TVショッピングを中心に、ECでの販売、韓国コスメのSHOPの運営

セールスマーケティング事業

生協への卸売を主軸として、通販会社、小売店舗、海外への卸売を行う

ITソリューション事業

チャットシステム、通話録音システム等のIT商品の販売、開発



ビジネスモデル

マーケティングメーカー

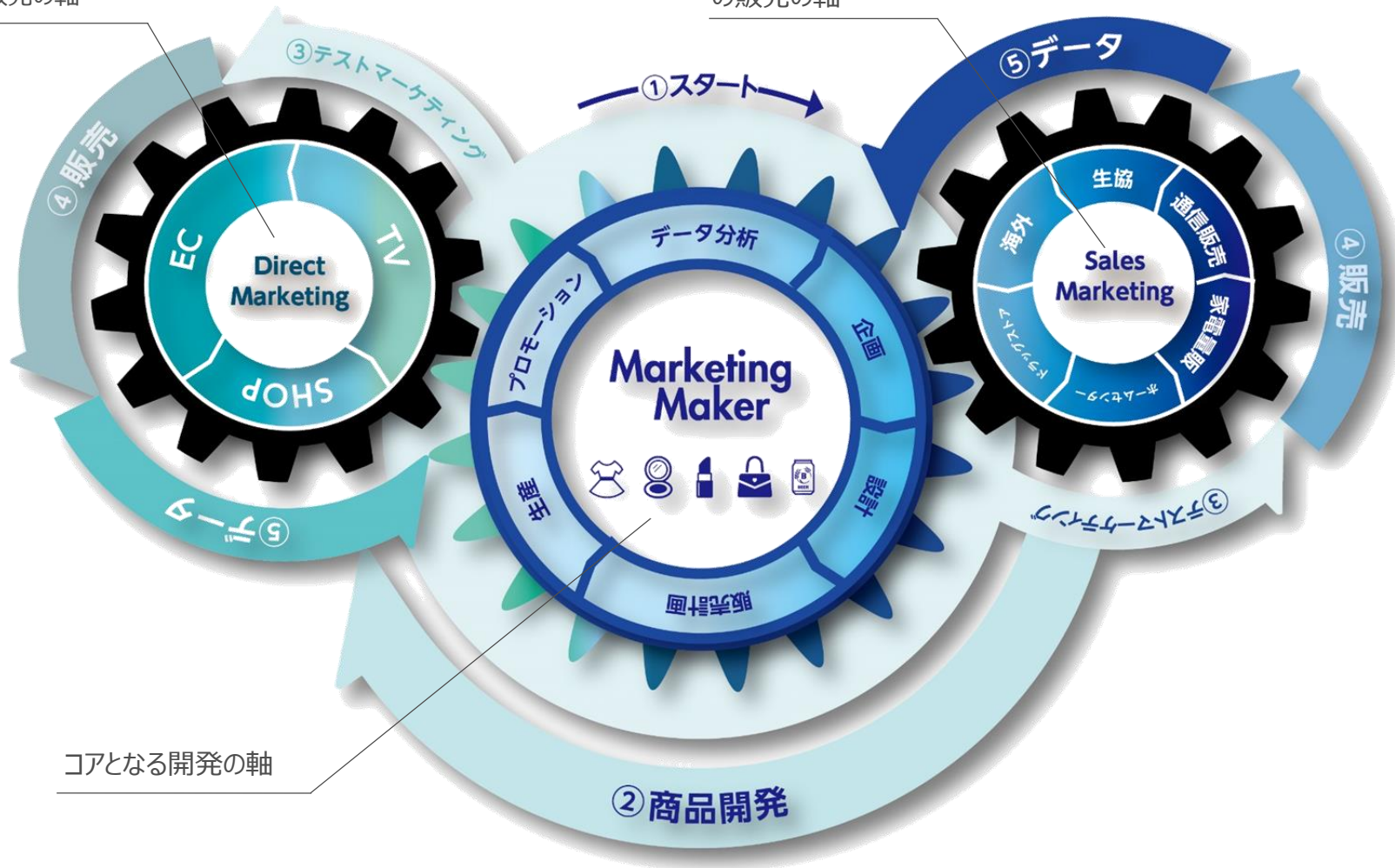
アイケイグループは独自のプロモーション戦略で、商品の**企画・製造・販売・物流**を自社で一貫して行う**マーケティングメーカー**です。

3つの軸

「**ダイレクトマーケティング**」、**「セールスマーケティング」**の販売の**両軸**を回し続けることで、コアとなる**商品開発の軸**を回転させていきます。
このようなビジネスモデルを当社では**「マーケティングメーカー」**と名づけております。

ダイレクトマーケティング
の販売の軸

セールスマーケティング
の販売の軸



コアとなる開発の軸

ダイレクトマーケティング事業

TV事業

自社のTVショッピング枠を構え、商品の開発から映像の制作、販売を行っています。
利益率の高い販路であり現在グループの**収益源**となる事業です。

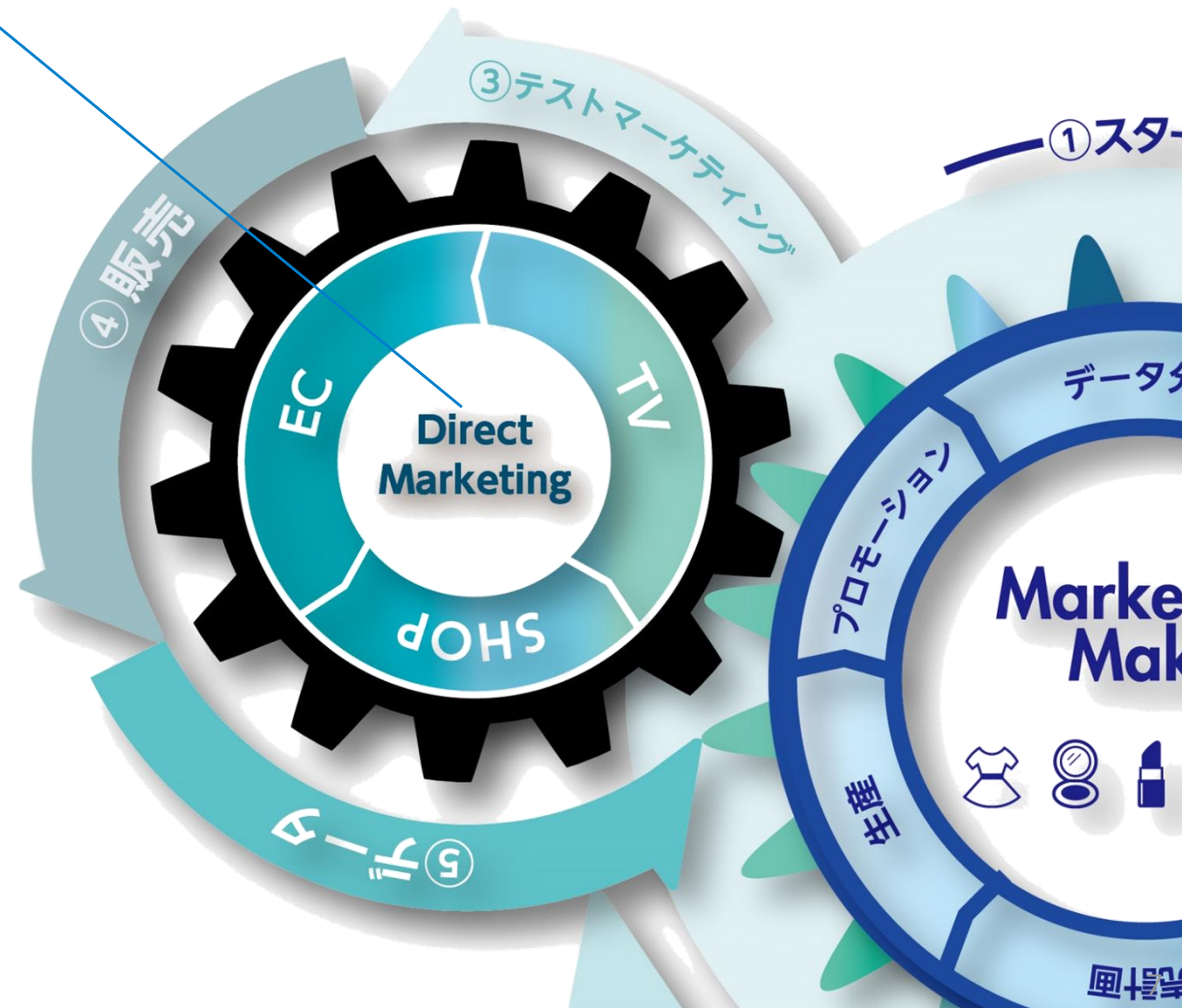
EC事業

2021年より専門部門を立ち上げ、**ストック型のビジネス**を中心に、定期購入型・リカーリングでの販売拡大を行っています。

SHOP事業

リアル店舗での**SKINFOOD**化粧品の販売、**「OLIVE YOUNG EX」、「KAHI」、「hince」**の国内販売を行っております。

BtoCの販路



セールスマーケティング事業

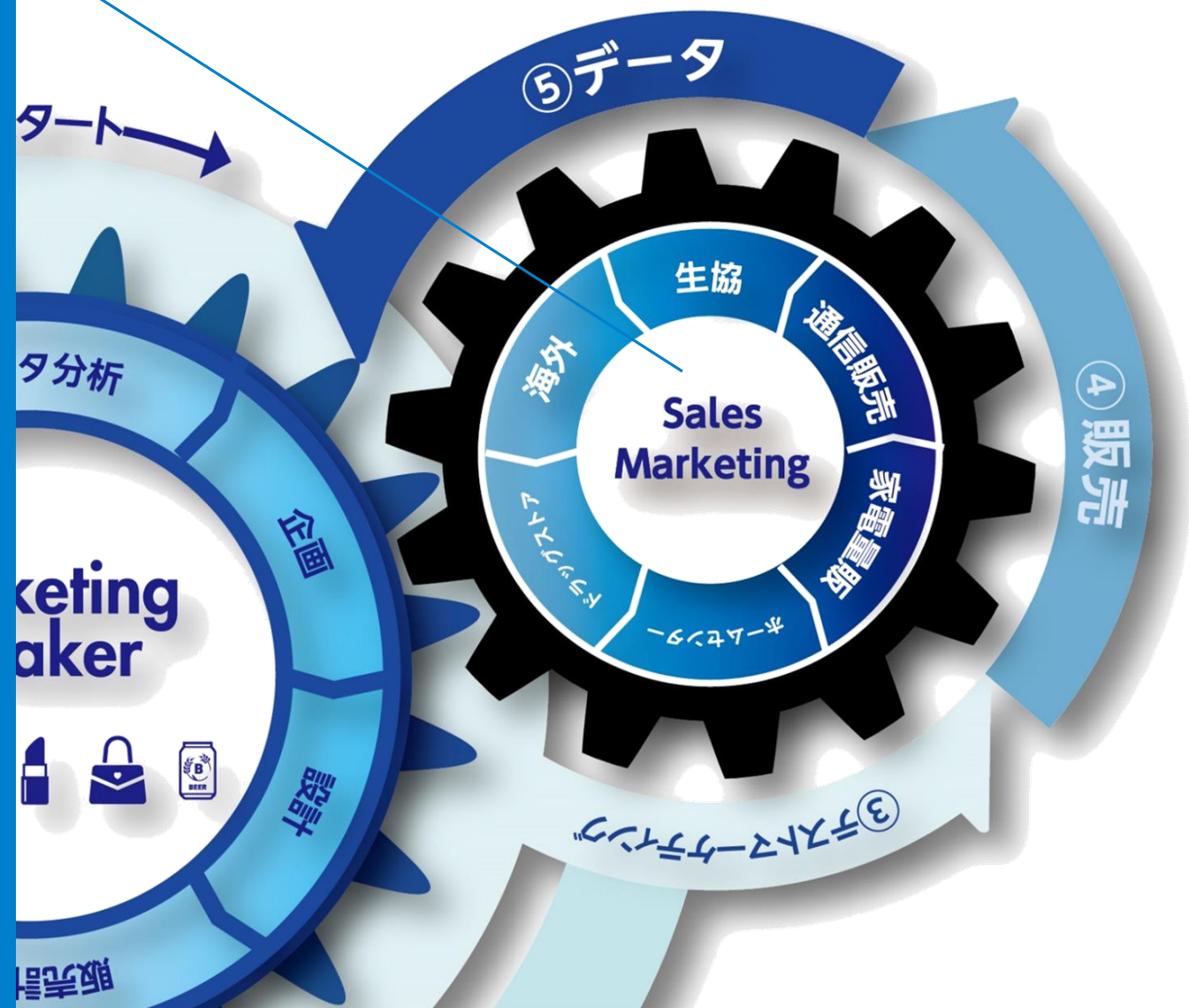
生協・通販事業

全国の**生活協同組合**、通販会社への卸売。
アイケイグループの祖業であり、現在はグループ全体を支える**安定的な収益基盤**となっています。

店舗卸事業

自社ブランド「たまご化粧品」・「Tottimo」や韓国コスメを中心にドラッグストア、バラエティショップへと展開しており、取扱店舗数は全国約**6,000店舗**となっています。

BtoBtoCの販路



マーケティングメーカー

1

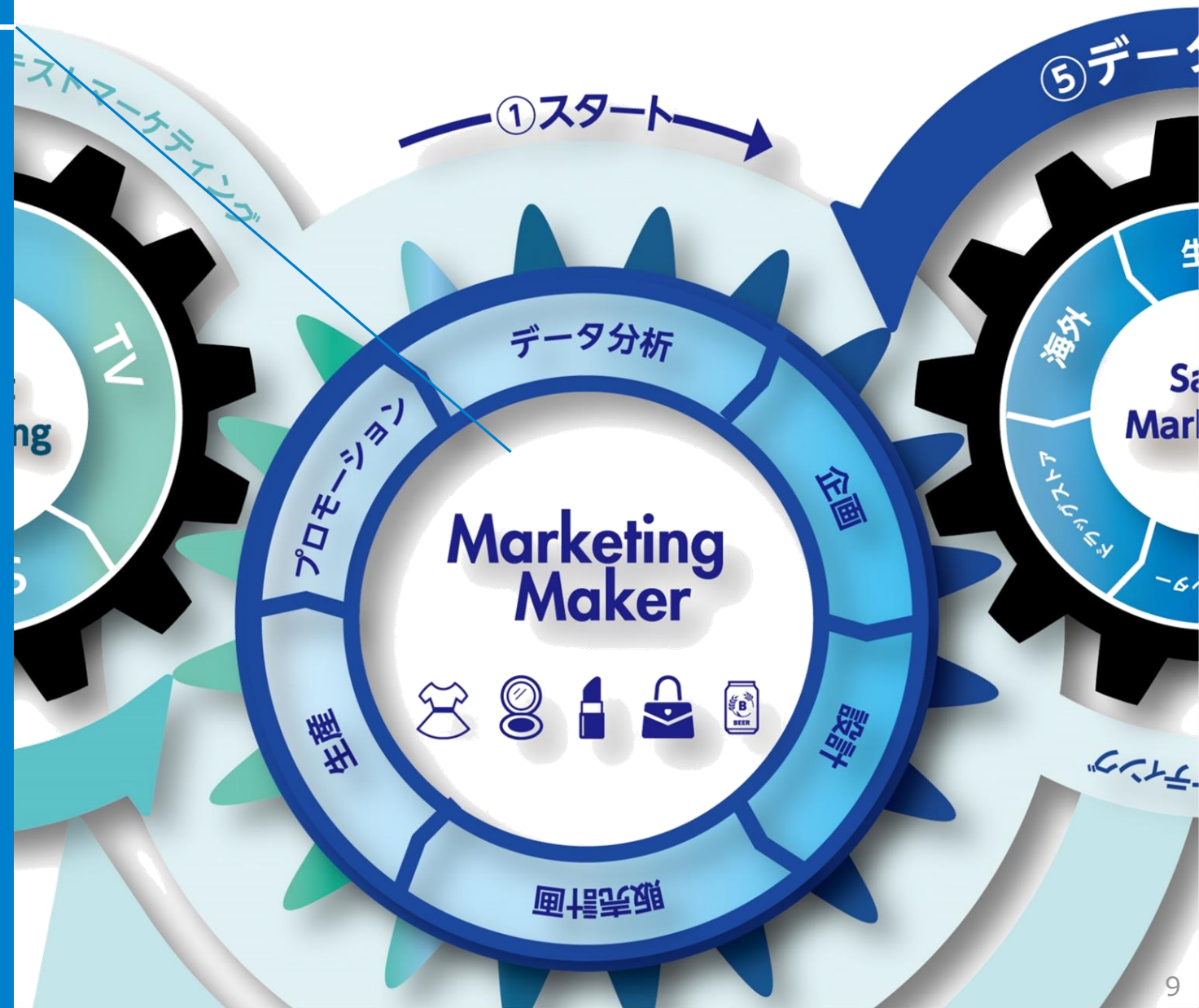
ダイレクトマーケティング、セールスマーケティングそれぞれの**多彩な販売チャネル**から得られた販売、マーケティングデータは、すべてアイケイの持つ**ビッグデータ**へと集約されます。

2

集約されたデータは**新たな商品開発**へと反映され、お客様の欲しい商品を製造するための工場を探し、商品開発を行います。

3

開発した商品は、その商品に**最適なプロモーション**で販売をしていき、その販売で得られたデータは**次の商品開発**のサイクルへと蓄積されていきます。



生協への卸売りから始まり、**通販会社、小売店舗**への卸売りという**セールスマーケティング**の業態から**TV**や**EC**といった**ダイレクトマーケティング**の業態へ**多角化**

直近・将来の業態

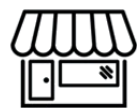
従来の業態

生協ルート



- ・カタログ通販
- ・共同購入
- ・折込チラシ

店舗ルート



- ・バラエティショップ
- ・ドラッグストア

通販ルート



- ・カタログ通販
(主に百貨店)
- ・折込チラシ

SHOP



- ・SKINFOOD
(日本での総代理店契約)

今までの枠組み
にとられない
グループの多角
化の推進



TVルート



- ・TVショッピング
- 業界への参入
- ・BtoC販路開拓

生協ルート



- ・カタログ通販
- ・共同購入
- ・折込チラシ

通販ルート



- ・カタログ通販
- ・折込チラシ
- ・ECへの卸売
- ・TVへの卸売

ECルート



- ・定期購入型
- ・EC専門部隊
- ・リカーリング

海外ルート



- ・越境EC
- ・中国子会社設立
- ・中国店舗への卸売

店舗ルート



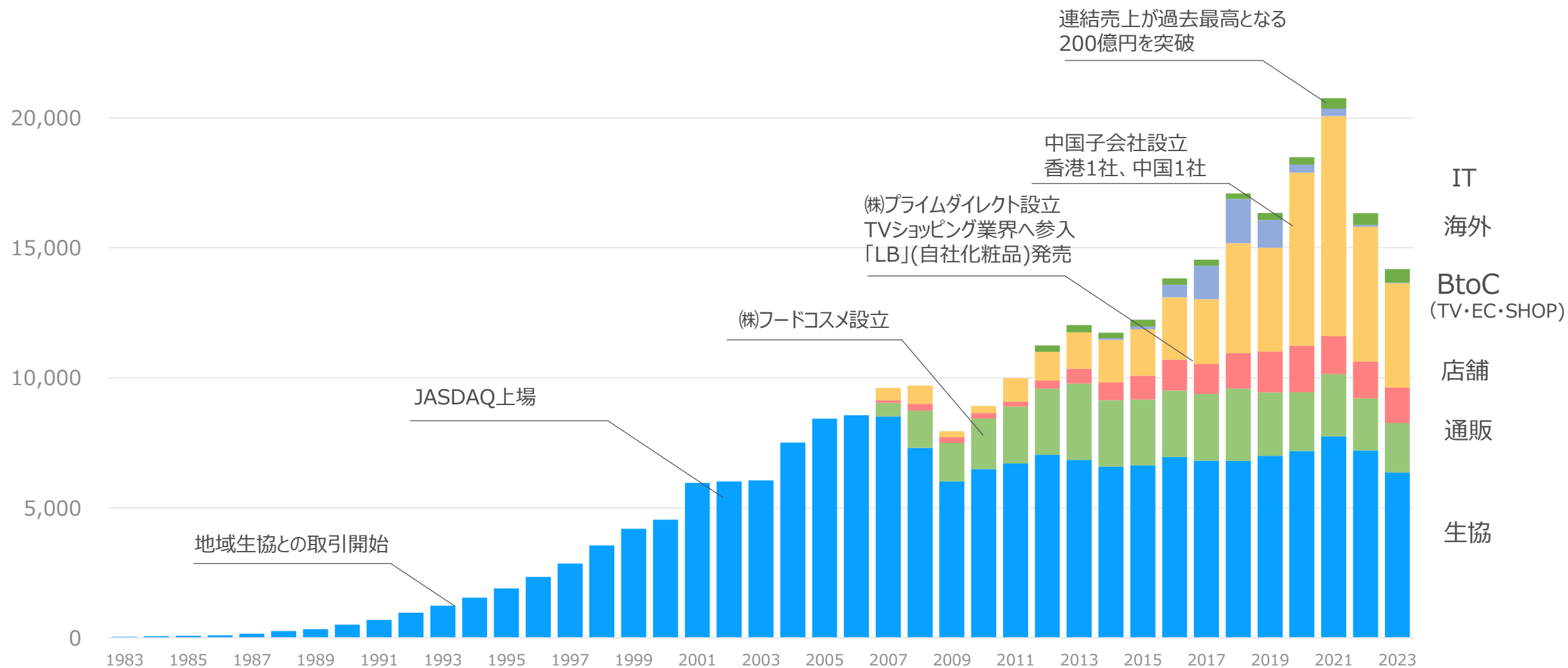
- ・バラエティショップ
- ・ドラッグストア
- ・ホームセンター
- ・家電量販

SHOP



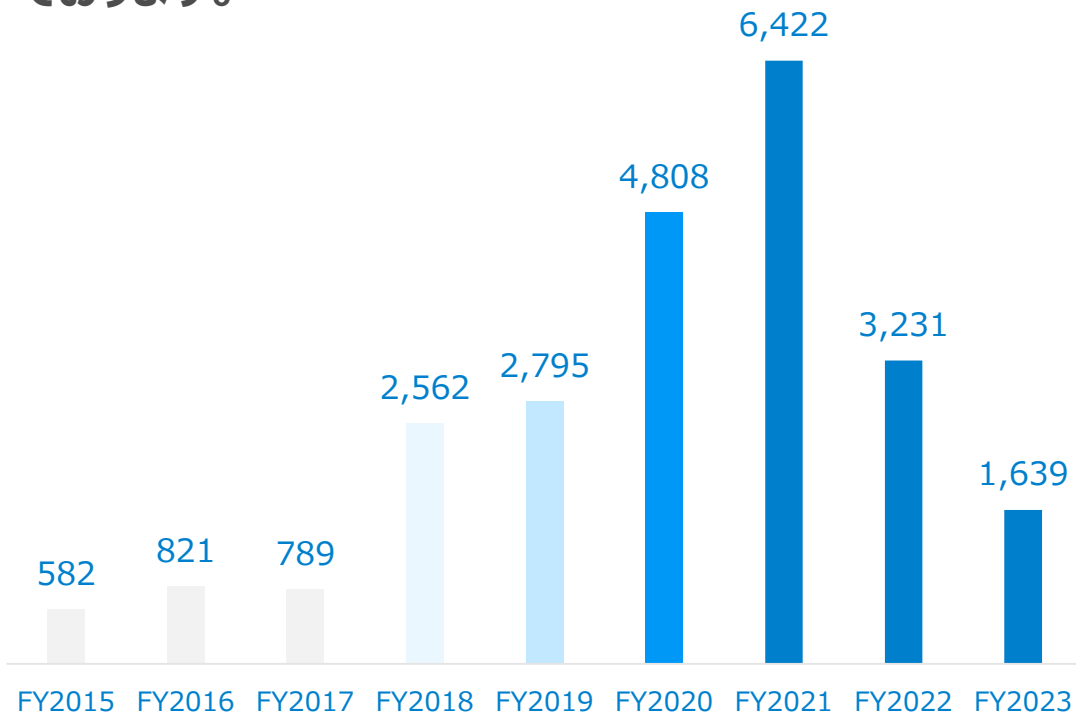
- ・SKINFOOD
- ・OLIVE YOUNG - PB
- ・KAHI
- ・hince
(日本での総代理店契約)

売上高の推移



TV事業

自社TVショッピング番組での**自社開発商品**の販売を行っております。BtoCビジネスのため収益性も高く、グループ全体の**成長事業**と位置づけております。



成功の裏には**ヒットのメカニズム**の構築



転機が訪れたのは2020年でした。「**スピードヒート温熱ベスト**」のヒットを皮切りに、「**ステップ8**」、「**エアヨーン**」と、立て続けにヒット商品が生まれ、利益率が大きく改善しました。そして、このステップ8のヒットこそが**TV事業の転機**となりました。発売当初ステップ8はテストも振るわず、終売目前でした。そこで映像を1から創り直し、まったく違ったアプローチで商品の良さをアピールしました。するとレスポンスはみるみる上がっていき、**年間約20億円**を売り上げる大ヒット商品へと成長しました。



当社は、2014年にプライムダイレクト社をM&Aし、TVショッピング市場へと本格参入をしました。参入から約3年間はヒット商品に恵まれず、赤字が続いておりましたが、「**バタフライアブス**」という商品がヒットし、4年目にして初の黒字転換をしました。しかし、TVショッピングでは季節や時間帯、前後の番組状況によって売上が大きく変動するため、「バタフライアブス」1商品だけでは、うまく採算が取れませんでした。



商品が売れないのではなく、**売れる商品の見せ方・売り方**に**ヒットのメカニズム**は隠されていました。当社は多くの販売チャネルを持ち、そこから集めたマーケティングデータが次々とヒット商品を生み出すメカニズムを作り上げることができます。従来の、1つのヒット品に頼る事業ではなく、**数種類のヒット品を持つことで、TVの放映枠をポートフォリオのように組み、更なる販売効率の向上**へと繋げています。

ダイレクトマーケティング事業

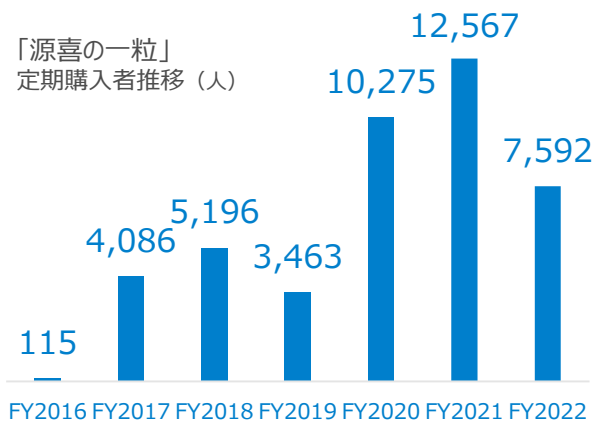
■ EC事業

ストック型ビジネスとして、2016年より**定期購入型商品**「源喜の一粒」の展開をはじめ、現在では**1.2万人**まで定期購入者が増えました。2020年からは**化粧品の定期購入型**ビジネスにも参入いたしました。



EC市場の成長性はグループの中でも重要な位置づけとしており、2022年にはコンビニ(株)から自然派化粧品ブランド「Nanarobe(ナナローブ)」を事業譲受いたしました。また定期購入型やサブスクリプションといったサービスに特化した**EC向けの商品開発**も進めております。

現在のEC売上のほとんどはTVショッピングの受注の受け皿となっており、グループ全体でも6.3%に留まっております。**リアルからECへ**と市場は移行していく中で、まだまだ**伸びしろのある販路**だと考えています。今後は積極的に売上拡大に注力し、グループの収益源へと成長させていきます。

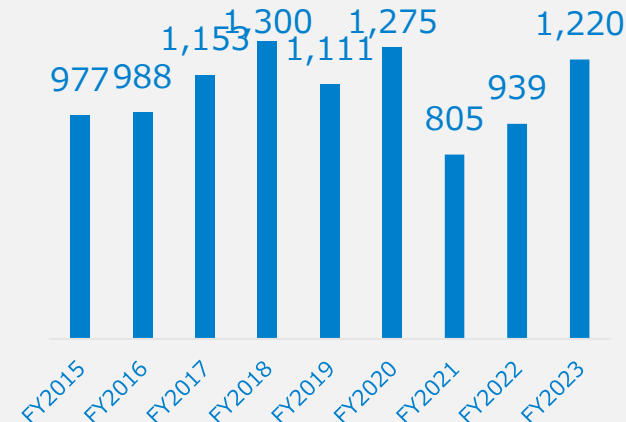


■ SHOP事業



韓国化粧品ブランド「SKINFOOD」の日本総代理店契約を獲得し、2008年より日本国内の直営店、ECサイトで販売を行っております。韓国コスメは若い層を中心に日本でも支持を受けており、現在では日本国内に

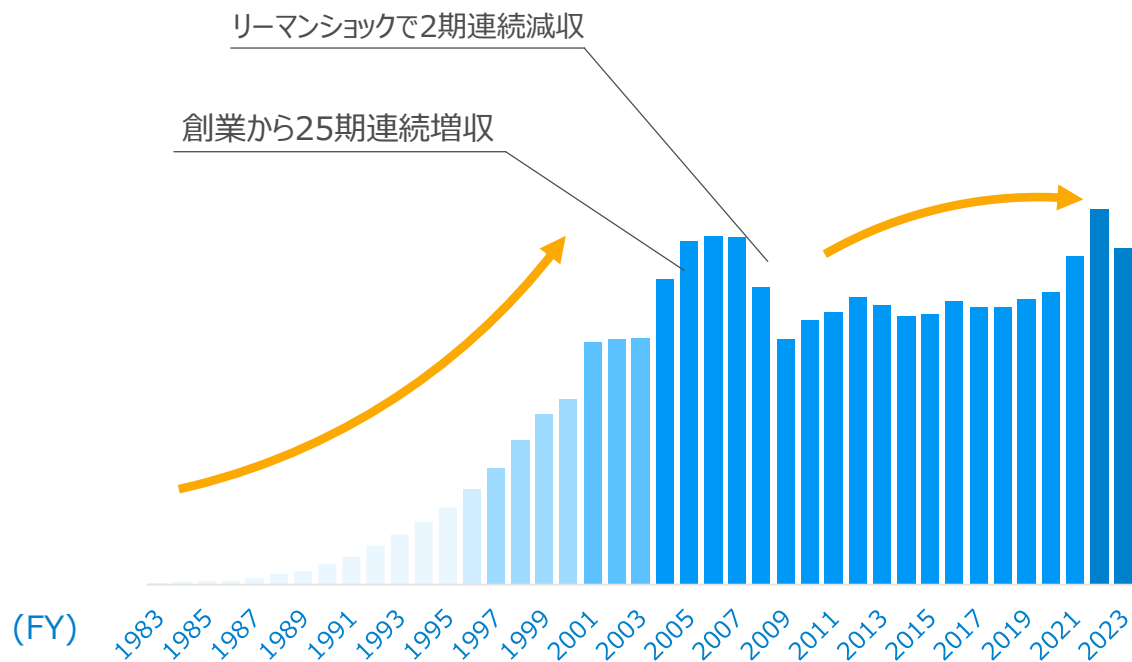
18店舗を展開しております。その後、新たに「**OLIVE YOUNGのPBブランド**」や、「**KAHI**」、「**hince**」、「**ma:nyo**」など韓国コスメの日本総代理店契約を結び、ECとポップアップストアを中心に国内で販売を行っており、韓国コスメの販売を強化しています。



新型コロナウイルスの影響で、店舗での売上は激減しました。外出自粛やマスクの文化は国内でもまだまだ続くと判断し、ECやSNSを利用した販売やプロモーションに投資をしていく計画であります。

■ 生協・通販事業

全国の**生活協同組合**を中心に、**百貨店通販**、**ネット通販会社**等に向けて商品の卸売りをしています。商品を卸すだけでなく、カタログやチラシを自社で制作し、**売り方・見せ方付き**の商品を提案しております。



祖業は生協への**媒体足つき卸し**
収益基盤の構築から**ビジネスの多角化**へ



生協用に作成した最初のチラシ

創業から約25年間にわたり、当社の取引の9割以上は全国の生協への卸売りでした。ただ商品を卸すだけではなく、マーケティングを強みとしていた当社は、チラシやカタログを自社で制作して、生協へと納品する**「売り方・見せ方」**つきの商品提案を行ってきました。そして、納品したチラシやカタログは、生協のチラシやカタログへ同封していただき、その後の受注から納品まではすべてアイケイが請け負う**「媒体足つき卸し」**というビジネスで売上高は創業から25期連続増収となりました。

生協での収益が安定的に確保できるようになり、2007年からは新たに百貨店を中心とした通販会社へと販路を拡大しました。すでに全国へと拡大していた**生協販路でのテストマーケティング**を生かし、同じ顧客層を抱える百貨店通販の市場でも、**順調に利益を拡大**させていきました。



鯉昆亭 和風だし



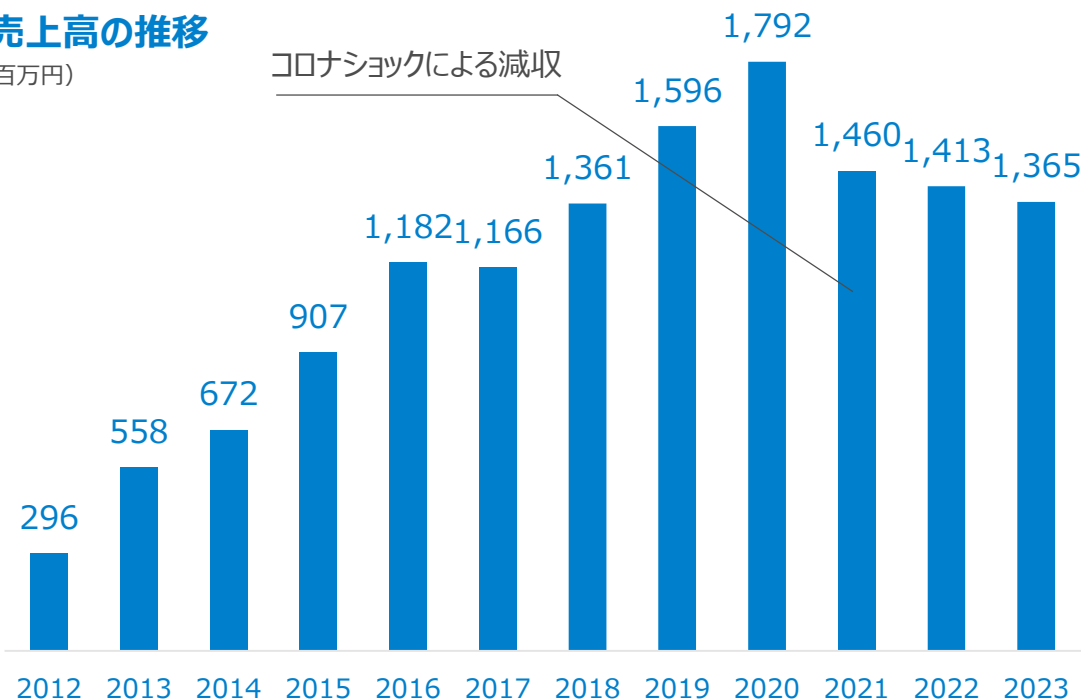
2008年のリーマンショックを期に売上高は減少したものの、その後は右肩上がり成長を続け、現在でもグループ全体の**収益基盤**として欠かせない事業となっております。生協・通販事業での安定的な収益が、新規事業を生み出し、事業の多角化を可能とし、現在では多ジャンル・多販路でビジネスを展開することで、どのような時代の変化にも対応できる強固な企業グループへと成長いたしました。

■ 店舗卸事業

全国の**ドラッグストア**、**バラエティショップ**、**ホームセンター**、**家電量販店**等の小売店舗に向けて自社開発商品を中心とした卸売りをしています。現在ではTVショッピングや生協といった他販路でヒットしている商品の店舗展開も始め、**グループ間のシナジー**は強まってきています。

売上高の推移

(百万円)



フルメイクブランドへの参入 TVや生協とのシナジーで更なる売上拡大



LB TOKYO

化粧品事業への本格参入は、2014年へと遡ります。**フルラインメイクブランド「LB」**を立ち上げ、以前の生協や通販会社への卸売りの業態から、新たに**小売店舗への卸売**へと舵を切り始めました。化粧品市場はすでに大手が売上を独占しており、どれだけ広告を出したか、どれだけCMを打っているかで採用不採用が決まるマーケットであるため、発足から数年は苦戦を強いられました。

店舗数はブランド立ち上げから6年で約**2,000店舗**となり、全国のさまざまな小売店舗へと販路を拡大しました。さらに、**TVショッピングや生協といった販売チャネルでヒットした商品のを水平展開**として小売店舗で販売をすることが出来るようになり、グループ内のシナジーも生まれ始めました。



B!FREE+



OLIVE YOUNG
PB COSMETICS

現在は「Cocoegg」、「B!FREE」といったシリーズに加え、「**OLIVE YOUNGのPBブランド**」や「**ma:nyo**」などの韓国コスメの販売を強化し、常に流行が移り変わる小売店舗での販売着手に努めています。

ITソリューション事業



音声通話録音システム「Voistore」の日本
総代理店契約を2010年に締結し、企業向け
に「Voistore」の販売を行ってまいりました。

新商品のチャットシステム「M-Talk」は
コールセンター業務をチャットで行うことがで
きるシステムです。AIや5Gといったテクノロジー
の進化や、昨今の新型コロナウイルスの影響
によりリモートワーク等も拍車をかけ、**コールセ
ンターやビジネスシーンにおけるチャット移
行**のスピードは急速に上がりました。



チャットサービス部門

経営者525名を対象とした調査の結果

3冠達成!



自社に導入したい



機能充実度



CX向上が期待できる

LINEやWebページといった企業の
さまざまな要望に対して柔軟に対応
できるシステムとして多くの反響を頂
いております。売上高はグループでは
2%程度ではありますが、システム保
守費用等の**経常的な収益**を上げる
ことができる事業のため、当事業の拡
大はグループのポートフォリオの重要
な位置づけへととなりつつあります。

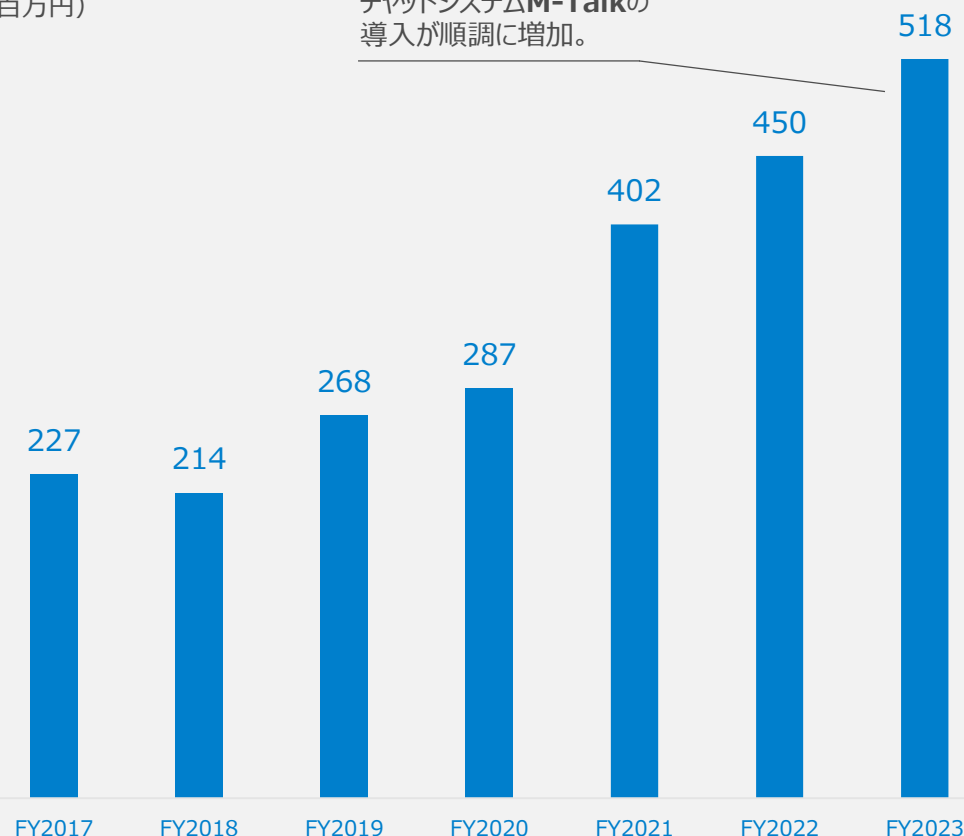
吸収合併により利益率向上 「M-talk」の販売体制確立へ

ITソリューション事業では2022年4月に**コミュニケーションブリッ
ジ社**を吸収合併し、利益率が前後比較で**約10%向上**しまし
た。伸びている「M-talk」を収益事業として拡大させるとともに、
先行投資として**新サービスの開発**に着手していきます。

売上高の推移

(百万円)

チャットシステムM-Talkの
導入が順調に増加。



会社情報

会社名	株式会社 I Kホールディングス	
設立	1982年5月	
資本金	620百万円	
本社 支社	名古屋市中村区名駅三丁目26番8号 KDX名古屋駅前ビル5F 東京都中央区銀座一丁目7番3号 京橋三菱ビル7F	
従業員数	222名（2023年5月末日時点 連結）	
経営陣	代表取締役会長兼CEO 飯田 裕 代表取締役社長兼COO 長野 庄吾 常務取締役 高橋 伸宜 常勤監査等委員 山本 あつ美 監査等委員 和田 圭介 監査等委員 菅生 新	
グループ 事業内容	・ダイレクトマーケティング事業 ・セールスマーケティング事業 ・ITソリューション事業等	
上場市場	東京証券取引所 スタンダード市場 名古屋証券取引所 プレミア市場	

沿革

1982年	5月	アイケイ商事有限会社 設立
1983年	4月	愛知県生活協同組合連合会との取引を開始
1990年	4月	有限会社から株式会社へ組織変更、社名を株式会社アイケイに変更
2001年	12月	JASDAQ上場
2009年	6月	株式会社フードコスメ（100%子会社）を設立
2010年	12月	アルファコム株式会社の株式取得（現97.9%子会社）
2013年	2月	プライベートブランド化粧品「LB」販売開始
2014年	9月	株式会社プライムダイレクトの株式取得（100%子会社化）
2017年	8月	I.K Trading Company Limited（100%子会社）設立
	11月	艾瑞碧(上海)化粧品有限公司（間接所有60%）設立
2018年	2月	東京証券取引所(市場第二部)市場変更 名古屋証券取引所(市場第二部)上場
2019年	9月	グレースァス株式会社を吸収合併
2020年	12月	東京証券取引所および名古屋証券取引所市場第一部指定
2021年	12月	コミュニケーション・ブリッジ株式会社を孫会社化
2022年	4月	東京証券取引所プライム市場および名古屋証券取引所プレミア市場に移行
2022年	4月	アルファコム株式会社を存続会社としコミュニケーション・ブリッジ株式会社を吸収合併
2022年	7月	会社分割による持株会社体制へ移行のため株式会社アイケイ分割準備会社を設立
2022年	12月	株式会社 I Kホールディングスに商号変更 株式会社アイケイ分割準備会社は株式会社アイケイに商号変更

主な販売先、店舗

※順不同 敬称略

生協ルート	コープさっぽろ、コープ東北サンネット事業連合、コープデリ連合会、パルシステム連合会、東都生協、ユーコープ、東海コープ事業連合、コープきんき事業連合、コープこうべ、コープ中国四国事業連合、コープ北陸事業連合、グリーンコープ連合会、コープ九州事業連合、全国の学校生活協同組合、愛知県生活協同組合連合会、日本生活協同組合連合会など。	
通販ルート	東海テレビ事業(株)、(株)高島屋、(株)ディノス コーポレーション、(株)セシール、(株)ペルーナ、(株)千趣会、(株)ニッセン、a u コマース&ライフ(株)、(株) ABC ファンライフ、(株) J・A・F サービス、(株)JALUX、(株)小学館集英社プロダクション、(株)QVCジャパン、(株)ロッピングライフ、(株)日本文化センター、(株)全国通販、グリーンスタンプ(株)、(株)山忠、(株)ライトアップショッピングクラブ、(株)テレビ東京ダイレクト、(株)クレディセゾン、(株)郵便局物販サービス、(株)ユーキャン、(株)MBSイノベーションドライブ、エキスパリス(株)、(株)フェリシモ、(株)ハルメク、(株)カタログハウス、(株)ジェイオーティなど。	
店舗ルート	バラエティ系	(株)ドン・キホーテ、(株)長崎屋、(株)U D リテール、(株)ロフト、(株)コスメネクスト、(株)東京ドーム、(株)イズミ、(株)東急ハンズなど。
	ドラッグ系	(株)マツキヨココカラ&カンパニー、(株)ツルハホールディングス、(株)クイートエス・ディー、(株)アインファーマシーズ、(株)サンドラッグ、スギホールディングス(株)、イオンリテール(株)、(株)ダイコクなど。
	ホームセンター系	コメリ(株)、(株)カインズ、など。
	家電量販店系	(株)ヤマダ電機、(株)ビックカメラ、(株)ヨドバシカメラなど。
海外ルート	中国、台湾、香港、韓国、ベトナム、インドネシアなど	

SKINFOOD	ルミネエスト新宿店、ルミネ立川店、ルクア大阪店、アトレ松戸店、ピオレ姫路店、ルミネ横浜店、名古屋タシマヤゲートタワーモール店、アトレ川崎店
OLIVE YOUNG	ルミネエスト新宿店、ルクア大阪店
Hince	ルミネエスト新宿店
CHANCE UPON	ルミネエスト池袋

SKINFOOD
1957



OLIVE YOUNG
PB COSMETICS



コーポレート・ガバナンス

◆ コーポレートガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、コーポレート・ガバナンスが有効に機能することが求められる中、上場企業として社会的使命と責任を果たすため、経営基盤を充実し、尚且つ高い倫理観を保持し、経営の透明性を一層高めることで、信頼される企業を目指してまいります。また、当社は経営環境の変化に迅速かつ的確に対応できる経営体制の確立を重要な経営課題の一つと考えており、定時取締役会(月1回開催)、臨時取締役会(必要に応じて随時開催)のほか、常勤取締役(監査等委員である取締役を含む)及び執行役員による社内役員会(週1回開催)、チームマネージャー職以上で構成されるTOP会議(週1回開催)の開催により、多方面からの情報共有に努めております。

◆ コーポレートガバナンス体制

当社は、監査等委員会制度を採用しているため、コーポレート・ガバナンス体制の主たる機関として取締役会、監査等委員会および会計監査人を設置し、その保管機関として社内役員会やTOP会議を設置しております

◆ 取締役会

原則として毎月1回開催。月次の営業報告に加え、法令、定款等に定められた事項について審議を行い、企業価値向上のための経営方針を策定するとともに、取締役の業務執行状況を監視し、監督します。

◆ 監査等委員会

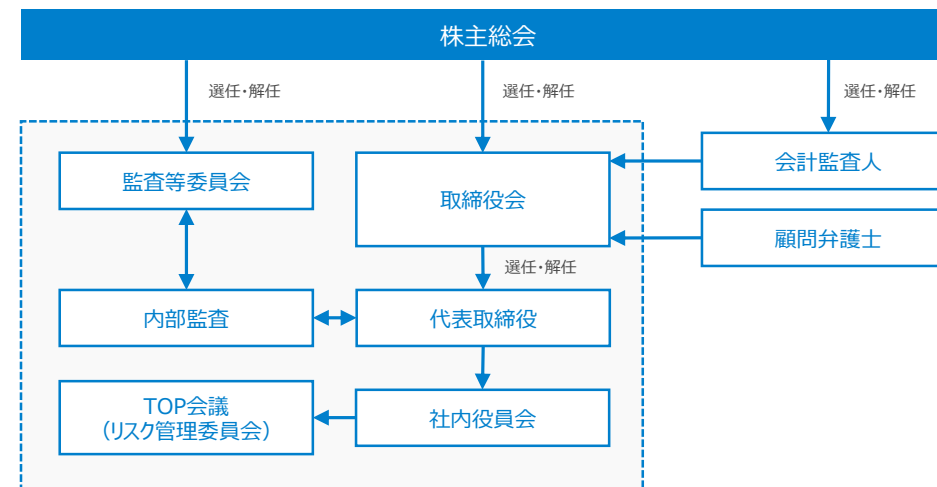
社外取締役3名で構成されており、内部監査等と連携し、取締役会の意思決定過程および取締役の業務執行状況について監査します。なお、監査等委員である社外取締役3名のうち、2名は独立社外取締役であります

◆ 内部監査

企業集団全体としての業績の向上、財産の保全・活用に資することはもちろん企業集団としてのコンプライアンスの充実を目的として行っております。また、内部統制システム構築の重要な機能の一部として内部監査機能の強化・充実を図っていきます。

◆ TOP会議

役員、執行役員に各部門の事業部長、チームマネージャー、リスク管理委員会を加えたメンバーで構成される。毎週1回開催し、経営や現場での進捗の確認を行っております。



◆ 取締役会の実効性評価

自社で策定した評価項目において、年1回定期的に分析・評価を行っており、その内容は取締役会へと反映し、更なる取締役会の機能の向上を図ります。役員トレーニングの充実及びリスク評価の充実の必要性があった場合には、これらの強化に取り組んでまいります。

◆ 取締役のトレーニング方針

- (1) 取締役に対しては、円滑かつ適切な職務執行に資するため、経営陣幹部より、会社の事業・財務・組織に関する説明や店舗の視察に加え、業界動向の情報提供等を行っております。
- (2) 当社は会計・税務・法律等の専門知識を有する社外役員が在任しており、取締役会等において当該役員により、適宜、法令や関連知識の共有を行っております。
- (3) 当社は取締役に対して、社外講習会への参加や東京証券取引所が提供する上場会社向けeラーニングの受講等を促しております。

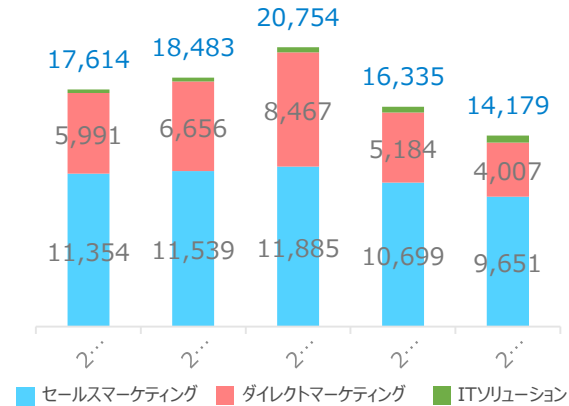
Appendix 決算情報

主要な経営指標等の推移

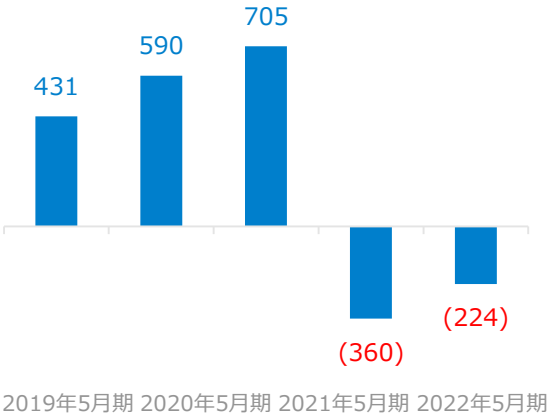
	第37期 (2018年5月期)	第38期 (2019年5月期)	第39期 (2020年5月期)	第40期 (2021年5月期)	第41期 (2022年5月期)	第42期 (2023年5月期)
売上高（千円）	18,337,358	17,614,980	18,483,995	20,754,610	16,335,372	14,179,066
経常利益（千円）	899,530	437,836	623,750	730,620	△323,419	△205,196
当期純利益（千円）	641,513	238,180	384,064	321,317	△905,533	△463,533
1株当たり当期純利益 （円）	86.07	31.85	52.19	42.60	△115.95	△60.34
総資産（千円）	6,288,960	6,818,376	7,369,198	7,226,486	7,378,271	6,788,751
純資産（千円）	2,524,133	2,688,819	2,809,631	3,557,475	2,504,647	1,970,395
1株当たり純資産額（円）	337.58	359.61	385.34	451.96	321.94	249.52

セグメント別実績（百万円）

売上高



営業利益



株式情報

発行可能株式総数	31,065,600株	1単元の株式数	100株
発行済株式総数	8,308,000株	株主数	9,403名

株主名	持株数	持株比率 (除：自己株)
株式会社 A M	1,210,000	15.74%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	309,200	4.02%
飯田 裕	149,600	1.94%
アイケイ取引先持株会	140,000	1.82%
飯田 清子	129,800	1.68%
鬼頭 洋介	120,500	1.56%
堀正工業株式会社	120,000	1.56%
飯田 悠起	107,400	1.39%
山中 亜子	107,400	1.39%
栗田 和代	9,300	1.20%

アイケイ×SDGs

◆ Globe基金



globe基金は、1997年に発展途上国の子ども達に学びの場を提供し、学校教育を通じて持続可能な社会実現に向けての支援を行い、人と地球が共生できる社会づくりを目指し設立



ウガンダ「グローブハウスⅠ」元子ども兵士の社会復帰支援施設 竣工



「グローブハウス」での基礎教育風景

globe基金の実績

1998年	フィリピン・バギオに「パンゴン・マルコス小学校」の修繕と新校舎設立
1999年	フィリピン、セブに「ヒンガトモナン村小学校」の修繕と新校舎設立
2000年	フィリピン、セブに「サンタ・リタ小学校」建設プロジェクト
2000年	ベトナム、バク・ジャン県フォン・ビ・コミュニンに小学校校舎建設
2002年	ベトナム、クアン・チー県ビン・ザンに小学校校舎建設
2003年	中国、ユーリンに小学校校舎建設・補修と環境教育プロジェクト
2004年	中国、陝西省に小学校校舎建設と環境教育プロジェクト
2006年	インドネシア、シッカ地域に小学校校舎建設
2006年	「globeハウスⅠ」ウガンダ共和国に元子ども兵士の社会復帰支援プロジェクト
2007年	「globeハウスⅡ」ウガンダ共和国に元子ども兵士の社会復帰支援プロジェクト
2009年	「globeハウスⅢ」コンゴ民主共和国に元子ども兵士の社会復帰支援プロジェクト
2014年	「globeファーム」コンゴ民主共和国に立ち直った子どもたちの生活基盤を支えるプロジェクト
2015年	「globeロード」コンゴ民主共和国にグローブファームで作った作物を街に運ぶ道プロジェクト
2017年	「globeハウスⅣ」ブルンジ共和国に元子ども兵士の社会復帰支援プロジェクト
2018年	「globeエデュケーションプログラム Phase1」プロジェクト
2019年	「globeエデュケーションプログラム Phase2」プロジェクト
2020年	「globeエデュケーションプログラム Phase3」プロジェクト

◆ アイケイ地球環境政策

我々の使命は、「Businessと持続的な地球環境の両立」であり、環境良品の提供を通じてサステナブルな世界の実現に貢献します。行動の基本を4R（Refuse・Reduce・Reuse・Recycle）に置き、当社が開発する全ての商品に対してその思想を活かしていきます。



資源循環の推進

安全な根拠を明確にして、賞味期限の延長や需要予測の向上に取り組み、2021年5月期比較で食品ロスの50%削減を目指します。

持続可能な森林資源

カタログ作成のために使用する紙は森林認証制度を取得した原料を50%使用することで、森林資源の持続を目指し、カーボンニュートラルな社会への貢献を行います。

脱炭素社会への貢献

2030年開発商品50%の商品容器、パッケージについてグリーン化の実現。開発商品は、バイオプラスチック、リサイクル原料の積極的な活用、不要な包装資材の削減、資材軽量化を推進します。

取り扱い基準の遵守

「アイケイ商品取り扱い基準」遵守により、地球環境にアゲインストな商品の取り扱いを排除

◆ 働き方改革の推進

当社では、近年増え続けている共働きや、介護等の社員の抱える問題に対して柔軟に対応できるよう「フリータイム勤務制度」を導入しております。同制度は、社員自らの裁量で出退勤時間を決めることで、一人ひとりに合わせた働き方を実現することができます。社員一人ひとりに活躍の場を最大限に与えることを実現しております。



食品



果肉たっぷりいちごミルクの素



熟成黒にんにく



ひとり分の参鶏湯風



ハトムギシリーズ

化粧品



Tottimo



Cocoeggシリーズ



ma:nyo



薬用シミノケアシリーズ

雑貨



スピードヒート温熱ベスト



easy-K



らくらくマイカート EcoCa



コアラウンジウルトラ