

SDGsに取り組む メリット・効果



日本印刷産業連合会
SDGs推進プロジェクト

SDGsに取り組むメリット

1-経済面

- ・1-1. 新しいビジネスの機会創出
- ・1-2. 新たなビジネスニーズ・市場の獲得
- ・1-3. 経営の見直し
- ・1-4. ESG投資、資金調達での優位性確保
- ・1-5. 売上げ・利益の向上
- ・1-6. 経費・コストの削減

2-社会面

- ・2-1. 企業イメージの向上・ブランド力の強化
- ・2-2. ステークホルダーとの関係性向上
- ・2-3. 社会貢献・地域貢献

3-環境面

- ・3-1. エネルギー使用量削減
- ・3-2. 資源の使用削減・再利用

4-企業内面

- ・4-1. 社員のやる気・忠誠心向上
- ・4-2. 人材不足の解消・採用力の強化

1-経済面

1-1.新しいビジネスの機会創出

- ・SDGsが掲げる17の目標、169のターゲットに示された課題に目を向け、それらを解決するための製品やサービスの開発に取り組むことは、企業にとって**新たな可能性を広げる**ことにつながる。
- ・SDGsの問題解決のために新規事業に参入したり、パートナー企業との協働の道を拓いたりすることによって、**新たな事業機会を獲得**することが期待できる。



- ・SDGsに取り組むことで同じ課題を解決したい行政・NPO・教育機関といった、これまで関わりのなかったパートナーとのつながりが生まれ、このつながりをきっかけに、**新たな事業を創出する機会**が生まれる。

1-経済面

1-1.新しいビジネスの機会創出

新たな事業機会創出

【長野県】 株式会社長野車体

～自社に蓄積された車関連技術を生かして、高齢化社会で求められる車両設備を新規開発～

企業概要

- 主な事業は、5台積みキャリアカー(車両運搬車)の製造・販売・メンテナンス
- アクセルとブレーキ踏み間違い防止のためのSTOPペダルや、車椅子の容易な乗降を安価で実現する福祉車両(車いすローダー)の開発・製造・販売

企業情報

企業名	株式会社 長野車体
代表者	鴨下直哉氏
設立年	2016年
資本金	1,000万円
従業員	N/A
本社所在地	長野県佐久市常田417
事業概要	車体製造・販売・メンテナンス
電話番号	0267-68-0330

1-経済面

SDGs達成を通じた取組



【経緯・背景等】

空港から自動車に乗り換える車椅子利用者からの声を聞いたことをきっかけに、同社代表者が福祉車両が新車・中古車ともいまだに高額である現状を知る。高齢者ドライバーのアクセルとブレーキの踏み間違いによる死亡事故も社会問題となる中で、高齢化社会が進行する現状下、**「自動車装備品」開発を手掛ける自社の技術が貢献できる領域**なのではと考えて取組を開始。

【具体的な取組、製品・サービス】

- アクセルを強く踏み込むとブレーキになるSTOPペダルを開発。
- 取り付け型のリフトアップ式の車椅子乗降装置を開発。

【取り組んだ成果・効果】

- 車椅子乗降装置はスロープ式・リフトアップ式の2種類があり、リフトアップ式のほうが便利とはいえ高額という難点があった。（スロープ式は人力の場合介護者にとって重労働、電動の場合もウインチ脱着が煩雑。加えてスロープの引き出し/収納が煩雑で重労働、かつ雨や雪の場合に滑りやすく危険。）同社が保有する自動車装備品開発技術が、スロープ式よりは高価だが比較的安価で安全な商品提供を可能にし、**車椅子利用者・介護者の負担軽減を通じた社会課題の解決、並びに同社にとって新規事業領域の開拓につながった。**



ストップペダル
(同社資料より)



福祉車両 (車いすローダー)
(同社資料より)

【貴社にとってのSDGsと、その展望】まずは、企業としての基本である「自社」「顧客」「社会」の“三方良し”の原則の、特に2020年は「社会」にフォーカスし、SDGs「8」「10」「11」の充実を、新商品開発と並行して推進。地域の養護学校卒業の子や、中学まで不登校だった子を雇用。各々「仕事が楽しい」というフィードバックを貰っている。先輩従業員の指導と人格を自負しています。これを機に、更に児童養護施設やフリースクールの子を積極的に採用したり、独り立ちできるような職業訓練校のようなものを自社内で創設するビジョンを描いています。

1-経済面

1-2.新たなビジネスニーズ、市場の獲得

- ・SDGsの考え方が世界中に浸透するにつれて、それに関連する市場の規模も確実に拡大していくため、**新規市場を獲得**できる。
- ・SDGsの課題は世界の課題であり、世界のニーズである。SDGsの根幹の考え方である「持続可能な開発」は、「将来世代のニーズを損なわずに、現役世代のニーズを満たす開発」のことを指すため、**社会の課題と長期的なニーズを獲得**できる。

SDGsを達成することで2030年までには12兆ドルの経済価値が生まれる。



1-経済面

1-2.新たなビジネスニーズ、市場の獲得につながる

新製品開発

【東京都】 株式会社TBM

～世界が注目する革新的新素材「LIMEX(ライメックス)」を開発～

企業概要

 URL : <https://tb-m.com/limex/sustainability/sdgs/>

- 2011年創業のベンチャー企業。紙やプラスチックの代替となる革新的新素材「LIMEX」を開発。「LIMEX」は世界各地に存在する石灰石を主原料としているため、水や木材、石油由来樹脂の使用量の削減に貢献。水資源に乏しい国でも持続可能な生産モデルを確立できることが強み。
- 本業（LIMEXの開発・製造）によるSDGs達成を実現するとともに、宮城県に自社プラントを建設し、被災地に雇用を創出している。

企業情報

企業名	株式会社 TBM		
代表者	代表取締役 CEO 山崎 敦義		
設立年	2011年	従業員	149人(単体)
資本金	108億6,480万円(資本準備金含む)		
業種	窯業・土石製品製造業		
本社所在地	東京都中央区銀座2-7-17		
事業概要	LIMEX及びLIMEX製品の開発、製造、販売		
電話番号	03-3538-6777		



(株)TBM
山崎 代表取締役 CEO

1-経済面

SDGs達成を通じた取組

【経緯・背景等】

- 環境負荷が高い素材の使用が世界的に見直されている昨今であるが、創業当初から「100年後でも持続可能な循環型イノベーション」を企業ビジョンに掲げている。SDGs採択後は、SDGsを事業戦略と社会課題の関係を整理する指標として活用。SDGsは社内外で共通言語となっており、取引先との認識共有を図るうえでも有用なものとなっている。

【具体的な取組、製品・サービス】

- LIMEXの主原料である石灰石は、国内自給率100%超であるため、紙やプラスチックの代替素材としてLIMEXを製造することで、環境負荷の低減と付加価値の高い持続可能な生産の両立を実現している。LIMEX製品は、高い耐水性・耐久性を活かした飲食店のメニュー表や、名刺、冊子などの紙の代替製品のほか、袋や食品容器などプラスチックの代替製品の導入が進んでいる。
- 事業そのもので自然体でもSDGsに取り組めるが、あえて専任のサステナビリティ推進者を置いている。専任者が中心となり、ESG・SDGsに関する社員向けレクチャーや自社のバリューチェーンとSDGsの関係性のマッピング（ポジティブインパクトとネガティブインパクトの両側面からの分析）等を行い、新製品開発等に取り組むためのイノベーションのヒントとしてSDGsを活用している。
- SDGs達成を通じた地方創生にも取り組んでいる。2018年8月に、TBM・福井県鯖江市・慶應大学大学院の3者で相互連携協定を締結し、LIMEXを活用した「アップサイクル」モデルの構築を進めている。※アップサイクル…モノの価値を向上させながらリサイクルすること。具体的には、鯖江市内で使用済みのLIMEXを使った印刷物等を回収し、鯖江の伝統工芸である越前漆器の技法を用いた食器などに加工し、販売すること等を検討している。

【取り組んだ成果・効果】

- 新規取引増加、売上増加等。LIMEXの導入自体が、SDGs貢献に向けた取組みの1つとして、大手企業をはじめ普及が進んでいる。
- 2019年6月に開催されたG20や、2年連続でCOPに参加するなど、グローバルに貢献できる素材として世界へ発信。海外からの引き合いも多数。
- その他、リクルーティングや社員のモチベーションアップ等にも寄与。

【貴社にとってのSDGsと、その展望】

- TBMにとってSDGsは達成しなければならない目標であり、共通言語。2019年より社会的インパクトマネジメントに注力する中で、LIMEX事業のSDGsへの貢献度、そして社会的価値の見える化を図っている。



LIMEX製品例



LIMEX製品例

宮城県多賀城市に
建設中の自社第2プラント

1-経済面

1-3. 経営の見直し

1)経営の方向性を正すことができる

- ・事業とSDGsの関係性を整理することで、**経営ビジョンを見直すためのツール**として活用することができ、時代の潮流・社会の要求に合わせた経営ができるようになる。

2)経営リスク/ビジネスリスク回避

- ・SDGsに取り組まない企業は、世界で取り組む課題に無関心という表明になりかねず、**将来的にサプライチェーンから外されたり、株主や地域の支援を得ることができなくなる等**の経営リスクとなる。
- ・社会課題に対応することは、将来考えられる**経営リスクを回避**することにつながる。もし、環境問題に無関心であれば、自然災害による事業悪化や停止のリスクが高まる。

3)生存戦略につながる

- ・顧客、サプライヤーがSDGsに配慮しているかを確認する動きが出てきており、**SDGsへの取り組みが企業の生存戦略**につながる時代が到来している。

1-経済面

1-3. 経営の見直し

新規の市場開拓

【東京都】 ホットマン株式会社

～SDGsを活用した内部組織力強化と新規協働機会の獲得～

企業概要

URL : <https://hotman.co.jp/hotmansdgs>

- 明治元年創業、製販一貫のビジネスモデルを強みとするタオル製品製造メーカー。薬剤に頼らない、環境と人に配慮した独自製法で商品に圧倒的な吸水性と肌へのやさしさを誇る「1秒タオル」を開発。また、フェアトレードでの原料調達により、国内初となる日本製フェアトレードコットンタオルの製造・販売。
- 自社の取組・経営資源を振り返るツールとしてSDGsを活用し、環境配慮経営を明確化。地域や外部ステークホルダーとの連携、直営店での販売等を通して、「社会課題解決型のものでづくり」の普及を推進。

企業情報

企業名	ホットマン株式会社		
代表者	代表取締役社長 坂本 将之		
設立年	1951年(法人化)	従業員	405人
資本金	8,000万円		
業種	繊維工業		
本社所在地	東京都青梅市長淵5-251		
事業概要	タオル製品全般・バスローブ・リゾートウェア・ベビータオル・ベビー用品・寝具等、その他生活関連繊維製品の製造販売		
電話番号	0428-24-6500		



ホットマン(株)
坂本代表取締役社長

1-経済面

SDGs達成を通じた取組



【経緯・背景等】

- 「タオル製品を通して一人でも多くのお客様の快適で心豊かな生活に貢献する」ことが経営理念。分業型の生産が一般的な国内タオル業界において、日本で唯一すべての製造工程を自社で行える「一貫生産」と自社直営店で販売する「製販一貫」のしくみを構築。人・環境・地域に寄り添うものづくりによる他社と差別化した未来志向の企業経営に取り組む。
- タオルの原材料である綿花の取引において、先進国に有利で不平等な取引を余儀なくされている開発途上国が存在することを知り、この問題を解決してサステナブルな世界を実現する手段の一つであるフェアトレードに賛同して取り組む。

【具体的な取組、製品・サービス】

- 自社での一貫生産の強みを活かし、セネガル産コットンを使用した国内初の日本製フェアトレードコットンタオル（国際フェアトレード認証取得）を生産。弱い立場にあるコットン生産者の生活を守ると共に、サステナブルな社会の実現に貢献。また、フェアトレードによる原料調達に留まらず、安心・安全で圧倒的な吸水性を誇る「1秒タオル」品質での生産を通じて、商品の付加価値を高める。
- 自社の取組・経営資源を振り返るツールとしてSDGsを活用。これまでに取り組んできた工場排出ゴミの固形燃料化、ボイラー燃料の切り替えによるCO2排出量削減等の「環境対応」や「本業のものづくり」とSDGsとの関係性を整理・見える化し、外部向けのコミュニケーションに役立てている。また従業員向けにも事業とSDGsの関係性を説明して理解を深めてもらい、モチベーションアップを図っている。
- 直営店やメディアを通じてフェアトレード、SDGsの発信と普及を行うと共に、地元学校の工場見学、職場体験やインターンシップ、各種取材や講演等も積極的に受け入れ、地域や若年層に対しても啓蒙活動を実施。

【取り組んだ成果・効果】

- 社会課題解決型の高付加価値製品による企業認知度の向上、SDGsを活用した自社経営の振り返りを通じた内部組織力強化。
- 持続可能な調達に関心の高い企業等との新規取引の増加、新たな協働機会の獲得 等。

【貴社にとってのSDGsと、その展望】

- SDGsへの取組姿勢が企業の評価や顧客の購買行動を左右するようになり、企業のブランド価値を向上させ、新規市場開拓に繋がるものになってきています。SDGsへの取組を社会課題の解決だけでなく企業戦略の入り口と捉え、社員の誇りに繋げると共に改めて自社の強みを発揮する機会としていきます。



フェアトレード1秒タオル



フェアトレード認証ラベル



フェアトレード推進POP

1-経済面

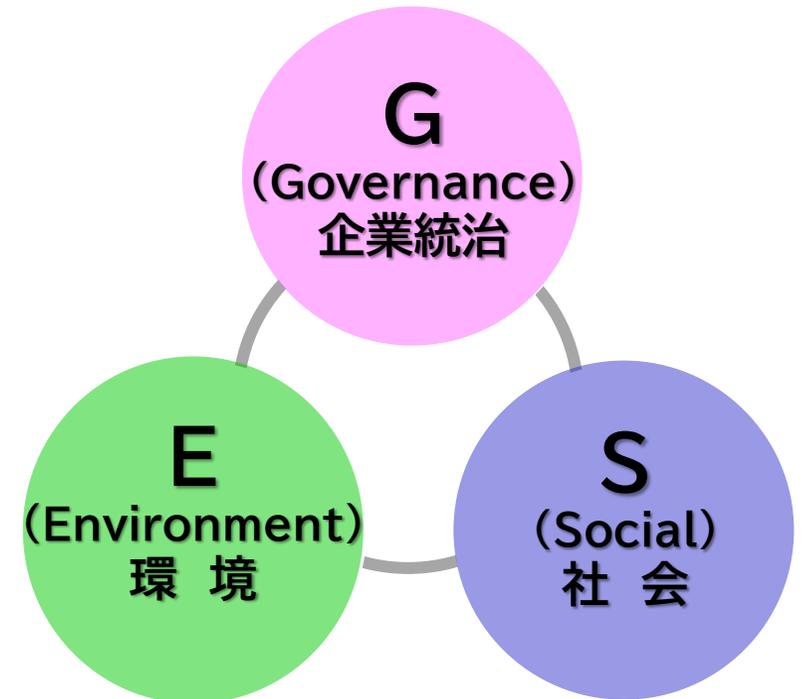
1-4. ESG投資、資金調達での優位性確保

- ・企業がSDGsに取り組むことは、**ESG投資**や**資金調達**の観点からも非常に有利となる。
- ・日本政府が定めたSDGsのアクションプランには、ESG投資を後押しすることが盛り込まれている。
- ・SDGsに取り組むということは、貧困や飢餓をなくすことだけでなく、気候変動への対策や海の豊かさ、陸の豊かさを守ることなど、環境問題への対策も多く含まれており、**ESG投資**で**重要視されるポイント**に貢献することとなる。

E=Environment(環境) 環境に配慮(二酸化炭素の排出量が多くないか、環境汚染をしていないか、再生可能を使っているか等)

S=Social(社会) 社会に貢献(労働環境の改善、女性活躍推進、地域活動への貢献等)

G=Governance(企業統治) 収益を上げつつ、不祥事を防ぐ経営



1-経済面

1-4. ESG投資、資金調達での優位性確保

SDGsを冠した金融商品や、間接的にSDGsに貢献、環境などの非財務情報に基づいて金利優遇される商品の事例

金融機関	商品名	内 容
千葉銀行	環境格付融資制度 (ちばぎんエコ・ステップ)	千葉銀行の環境格付を受けた法人又は個人で、環境格付に応じて融資利率から年利0.10%~0.50%が割り引かれる
	環境配慮型企業サポートローン	エコアクション21の認証を受けた方等を対象としたローン商品で、所定の金利から0.5%が割り引かれる
滋賀銀行	ニュービジネスサポート資金 (SDGsプラン)	SDGsの趣旨に賛同し、「持続可能な社会づくり」に貢献可能な、社会的課題の解決につながる事業を対象とするもので、所定金利より最大0.3%の引き下げがある
鳥取銀行	とりぎん地方創生応援ローン	地方創生に資する事業を対象としており、下限金利を0.7%としている
福岡銀行	FFGエコローン	福岡銀行オリジナルの「環境格付」により、環境に配慮した経営を行う地域事業者の枠組みを評価し、最大で0.3%の金利引き下げを行う融資商品

1-経済面

1-5. 売上げ・利益の向上

- ・SDGsに取り組むことで、社会貢献への関心が高い企業との**新規取引の増加、売上げの増加**が期待できる。
- ・SDGsへの関心は消費者の間でも高まってきており、SDGsに取り組むことで、**より消費者に選ばれやすい商品・サービス展開が可能**になる。



- ・SDGsの取り組みを通じて、社会(人)や環境に優しい会社であることが認められ、**信用度が向上**することで、売上・利益のアップが期待できる。

1-経済面

1-5. 売上げ・利益の向上

売上増加

【神奈川県】 株式会社大川印刷

～SDGsを活用した地域中小企業による新たな需要開拓～

企業概要

URL : <https://www.ohkawa-inc.co.jp/tag/sdgs/>

- 明治14年（1881年）創業の横浜の老舗印刷メーカー。印刷を通じて社会貢献を目指す「ソーシャルプリンティングカンパニー」として本業を通じたSDGs達成に取り組む。
- FSC森林認証紙やノンVOCインキ（石油系溶剤0%）の使用、針金を使わない製本等、環境負荷低減に特化した「環境印刷」に取り組んでいる（平成27年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰、第2回ジャパンSDGsアワード「SDGsパートナーシップ賞」（平成30年12月）を受賞）。

企業情報

企業名	株式会社 大川印刷		
代表者	代表取締役社長 大川 哲郎		
設立年	1881年	従業員	41人
資本金	2,000万円		
業種	印刷・同関連業		
本社所在地	神奈川県横浜市戸塚区上矢部町2053		
事業概要	企画・デザイン 制作・印刷		
電話番号	045-812-1131		



(株)大川印刷
大川代表取締役社長

1-経済面

SDGs達成を通じた取組

【経緯・背景等】



- インターネット印刷等の新たなビジネスモデルの台頭により、印刷業界は価格競争が激化。継続してCSR・CSV活動に取り組んでいたが、社会貢献・社会課題解決を通じて、企業の稼ぐ力の向上に結びつけるステージに移行していかなければならないという問題意識を持っていた。国連が2015年に採択したSDGsは国内外の社会課題が整理されており、**中小企業でも本業を通じてSDGsに取り組むことで、ビジネス機会の獲得に繋がると考えた。**

【具体的な取組、製品・サービス】

- SDGsのゴールに合わせて自社の取組を棚卸し（マッピング）したうえで、経営計画にSDGsの要素を反映。更に、従業員から関心のあるSDGsのターゲットと関連する新規プロジェクトを募集してプロジェクトチームを立ち上げるなど、ボトムアップ型で目標達成に向けた活動を推進し、全社員向けの「人財」育成にもSDGsを活用。
- 社会貢献型の印刷サービスとして、印刷用インキはノンVOCインキ（石油系溶剤0%）、印刷紙は違法伐採による紙でないことを証明するFSC森林認証紙を使用することで、**環境や人の身体にも優しい「環境印刷」を行い、高付加価値・適正価格でサービスを提供。**
- 「SDGsを忘れないメモ帳」（SDGsの17のゴールを整理したメモパッド）、「セパレートエコカレンダー」（白内障・色弱者の方にも読みやすい卓上カレンダー）等のSDGsを意識した新製品開発も実施。市民団体と連携し、日本に在留している外国人ニーズに応えるための日本初の4か国語版お薬手帳を開発し、大使館等から注目され、販売に結びついている（BtoC販売も新たに実施）。

【取り組んだ成果・効果】

- **持続可能な調達に関心の高い大手企業、外資系企業、団体、大使館等との新規取引増加、売上増加。**
- **SDGsを旗印とした内部組織力強化（職場環境改善、社員のモチベーションアップ）と外部ステークホルダーとの連携強化を実現。**

【貴社にとってのSDGsと、その展望】

- 新型コロナウイルスはSDGsの本質的意義を問い直すものと捉え、自社にとってSDGsをビジネスとして取り組む「取り組み方」そのものを見直しを実施、より貢献を広め、深めていく。環境印刷の効果（CO2削減量など）の見える化、印刷業界初の「ゼロカーボンプリント」の更なる推進を通じて顧客におけるスコープ3の削減（温室効果ガスの間接排出量の削減）をビジネスモデルとして確立させ、2030年までに自社のスコープ3を含めたCO2のゼロ化を図っていく。



SDGsを忘れないメモ帳
（大川印刷の製品）



LED UV印刷機



毎週オープンファクトリーも
開催している

1-経済面

1-6.経費・コストの削減

1)製造コスト削減

- ・環境への負荷を抑えるために、**省資源や省エネルギー対策を徹底**することは、製品製造コストを削減する効果も期待できる。

2)採用コスト削減

- ・働きがいのある職場環境の整備に取り組むことは、従業員の満足度向上にもつながり、人材の定着率が高まれば、**採用・人材育成コストを抑える**ことも期待できる。

3)PRコスト、マーケティングコスト削減

- ・自社の商品やサービスがどのようにSDGsの目標と合致しているかを伝えることが、企業のPRへとつながり、社会に貢献する企業として注目されることで、**PRやマーケティングコストの削減**につなげられる。



2-社会面

2-1.企業イメージの向上・ブランド力の強化

- ・SDGsを経営方針に取り入れることで、社会に対する責任を果たす企業として高く評価され、SDGsの取り組みが取引先や消費者に浸透すれば、**企業イメージの向上**につながる。
- ・SDGsの取り組みが、顧客や投資家への**効果的なブランディング**となり、SDGsに貢献する自社商品やサービスを開発、アピールすることで、企業をより多くの人に知ってもらい易くなる。



2-社会面

2-1.企業イメージの向上・ブランド力の強化

ブランド力強化

【長野県】 株式会社水島紙店

～事業を多角化し、海洋プラスチック問題の解決と環境・観光県ブランドの支援に貢献～

企業概要

- 和洋紙の専門商社として昭和21年設立。紙、紙製品の卸売業等を営む。
- ウェブサイトでオーダー手提げ袋制作事業「手提屋（てさげや）」を立ち上げ。
- 長野県の企業と協力し、自然豊かな環境・観光県としての地域ブランドイメージを支援。

企業情報

企業名	株式会社水島紙店
代表者	水島康明氏
設立年	1946年
資本金	2,200万円
従業員	14人
本社所在地	長野県長野市高田420
事業概要	紙及び紙製品卸他
電話番号	026-227-4131

2-社会面

SDGs達成を通じた取組



【経緯・背景等】

産業構造の変化により新聞用紙などの印刷用紙の生産量が減少し、同時に廃プラスチックの海洋汚染問題に起因する世界規模の脱プラスチックの動きの中でビニール袋から紙袋に変更する取組が広まりつつある。この2つの環境変化を捉え、かつ長野県において紙袋を専門に制作する企業がなかったことから、同社は「卸売業」という従来のビジネスモデルに捉われずに強みを生かした新規事業を立ち上げ、「紙のプロとデザイナーがお客様と対面で制作するオーダー手提げ袋」というブランド・アイデンティティを掲げてオーダー手提げ袋制作事業「手提屋」を開始。

【具体的な取組、製品・サービス】

- 店舗で使用する袋をポリから紙に切り替える「紙袋プロジェクト」を開始。令和元年10～12月の3か月間の間に長野市・須坂市・中野市において100店舗を訪問。（飲食業、建設業、農業、食料品や雑貨、衣料品などの小売業）

【取り組んだ成果・効果】

- SDGsの切り口が強い後押しとなり、創業期以来となる販路開拓に成功。42社には少なくとも存在を認知され、最終的にプロジェクトへ参加した38社とは今後も顧客化へのコミュニケーションを継続の予定。今後もデザイン性、強度や防水などの機能性、コストの課題など現場の声に耳を傾けながら紙袋プロジェクトを継続予定。
- 長野県SDGs推進企業登録制度へ登録。
- **SDGsの提唱に即した事業として、メディア取材や教育団体での講演依頼が増加。認知を広めることに成功。**



同社制作オリジナル手提袋
(同社資料より)

【貴社にとってのSDGsと、その展望】

- SDGsは環境、社会、経済の各分野において対外的、対内的な経営指標となっています。社会に必要とされる企業として業種を超えた事業活動を目指しています。

2-社会面

2-2.ステークホルダーとの関係性向上

- ・SDGsへの取組みは、企業のステークホルダー(企業がかかわるさまざまな個人や組織)との関係性を改善・発展させる。
- ・地域に根付いた企業であれば、取組みの中に地域に貢献できることが盛り込まれているケースもあり、**地域住民との良好な関係を築くことも期待できる。**
- ・社会や環境に優しい経営をすることを通じて、様々な利害関係者(社員、お客様、取引先、地域住民)などからの**信用度をアップ**することができる。



2-社会面

2-2.ステークホルダーとの関係性向上

ステークホルダー関係性強化

【東京都】 株式会社ワンプラネット・カフェ

～SDGsすべてに貢献するバナナペーパーを生産・販売～

企業概要 URL : <http://oneplanetcafe.com/paper/>

- 2012年創業、人と地球の持続可能性の追求を経営理念として掲げる企業。ザンビアでの社会・環境課題解決のために、バナナペーパー（商品名：ワンプラネット・ペーパー®）事業を行なっている。加えて、本業であったサステナビリティをテーマとしたコンサルティング、SDGs取り組み視察・研修ツアー（スウェーデン、ザンビア）の事業も展開。
- 世界の共通言語であるSDGsへの取組を通じて、日本とアフリカのパートナーシップづくりを実現している。

企業情報

企業名	株式会社 ワンプラネット・カフェ	
代表者	代表取締役社長 エクベリ 聡子	
設立年	2012年	従業員 20人
資本金	800万円	
業種	製造業(パルプ・紙・紙加工品製造業)	
本社所在地	東京都港区芝公園2-11-13 レック芝公園1101号	
事業概要	バナナペーパーの生産・販売、コンサルティング、視察・研修ツアー	
電話番号	03-5776-6228	



(株)ワンプラネット・カフェ
エクベリ聡子代表取締役社長

2-社会面

SDGs達成を通じた取組



【経緯・背景等】

- 貧困問題が深刻なザンビアで、人々の教育支援、職業スキル研修を行いながら、より直接的に雇用を生み出す事業を探している中で、廃棄されているバナナの繊維から紙を作ることができることを知る。もともとの本業とは異なる領域の事業であったが、日本の名刺メーカーと協力し、バナナペーパーの生産・販売を開始。毎年切られて廃棄されるバナナの茎の繊維を木材の代替材として用いることで資源を有効活用し、ものづくりを通じた生態系保全に貢献している。SDGsが自社の企業経営・ビジネスと親和性が高く、SDGsへの貢献が商品価値を高めることにもつながるという考えから、SDGsを指標とした取り組みを強化。バナナペーパーがSDGsすべてに貢献する商品としてアピールするなど、マーケティングにも活用している。



SDGsに貢献する
バナナペーパー工場

【具体的な取組、製品・サービス】

- ザンビアで、オーガニックバナナ農家から廃棄される茎を買い取り、バナナペーパー工場で雇用を生み出しながら、繊維を絞り乾かす。その後、繊維を日本の福井に送り、越前和紙の技術を活用し、少ないエネルギーや水で紙を生産している（和紙の伝統技術の継承にも貢献）。日本の印刷会社や紙製品メーカーと共に協議会を立ち上げ、様々なバナナペーパー商品を開発。ザンビアでは、シングルマザーなどの社会的弱者の雇用にも力を入れている。その他、現地の子どもの教育支援、ソーラーランプの普及、マラリア予防のための教育と蚊帳の設置、安全な水の提供などで、現地の暮らしを直接または間接的に支えている。
- バナナペーパーは日本初のフェアトレード認証の紙である。フェアトレード商品等を取り扱うオンラインショップも展開し、消費者に対してエシカル消費を提案している。
- 企業向けのSDGsをテーマにした講演・ワークショップ、コンサルティング、ザンビアやSDGs先進国スウェーデン視察ツアーなども実施。自社の本業を通じてSDGs達成に取り組むとともに、国内外の企業に向けてSDGsの普及促進にも取り組んでいる。



多くの企業に利用される
バナナペーパー名刺

【取り組んだ成果・効果】

- バナナペーパーを推進する「ワンプラネット・ペーパー協議会」（参加企業21社 - R2.04月現在）のメンバー企業と共に、バナナペーパー製の名刺、証書、ノベルティなど、幅広い製品を開発。これらの製品はSDGsに関心のある多くの企業で採用。バナナペーパーは、SDGsに貢献する商品として、高校の教科書や各種メディアに取り上げられ注目される。



視察ツアーの様子

【貴社にとってのSDGsと、その展望】

- SDGsの2030年にむけて、社会や市民が企業に望むことも変わりつつあり、今後さらに加速すると考えられる。事業を通じてSDGsに取り組むことは、同じ価値観を共有する企業同士や消費者とのパートナーシップが生まれ、より良い社会づくりと事業発展を両立させると確信している。今後さらにパートナーの輪を広げ、SDGsへの貢献度合いを高めていきたい。

2-社会面

2-3.社会貢献・地域貢献

- ・SDGsの17の開発目標には、貧困や飢餓をなくすことだけでなく、気候変動への対策や海の豊かさ、陸の豊かさを守ることなど、環境問題への対策も多く含まれ、SDGsに取り組むことは**環境や社会、あるいはその両方に貢献**することとなる。
- ・日本政府はSDGsの達成に向けて優れた取り組みを進める都市を「SDGs未来都市」として選定し、モデル事業には補助金を交付している。企業、自治体、NGO・NPO、大学、研究機関との連携を進める「地方創生SDGs官民連携プラットフォーム」を促進していく方針も示しており、SDGsへの取り組みを始めることで、**企業として地域の地方創生に参加することが可能**となっている。
- ・SDGsの取り組みを通して、事業の創出／消費の拡大／雇用創出／地域課題の解決／ボランティア／防災協力などにより、**地域社会に貢献**できる。



2-社会面

2-3.社会貢献・地域貢献

地域社会に貢献

【埼玉県】 ウォータースタンド株式会社

～2030年までに使い捨てプラボトル30億本削減に取り組む～

企業概要

- 水道直結ウォーターサーバー「ウォータースタンド」レンタル、空気清浄機販売・レンタル
- 自治体や企業と連携しマイボトルに給水を呼び掛ける「ボトルフリープロジェクト」を推進
- 2018年7月、SDGsへの貢献を決意しコア事業を「ウォータースタンド事業」に転換。
- 2030年までに30億本の使い捨てプラボトル削減を目指すミッションとビジョンを策定。

貴社URL : <https://waterstand.co.jp/>

企業情報

企業名	ウォータースタンド株式会社		
代表者	代表取締役社長 本多 均		
設立年	1969年	従業員	586名
資本金	5000万円		
業種	物品賃貸業		
本社所在地	埼玉県さいたま市大宮区桜木町4-463		
事業概要	水道直結ウォーターサーバー、空気清浄機レンタルなど		
電話番号	048-657-6731		



ウォータースタンド(株)
代表取締役社長 本多均

2-社会面

SDGs達成を通じた取組



【経緯・背景等】

- 2015年、国連で「持続可能な開発目標（SDGs）」が採択され、同年パリ協定が締結されたことをきっかけに、水道直結である「ウォータースタンド」のプラスチックボトルを不要とする環境面での優位性に気づき、2018年7月にコア事業を「ウォータースタンド事業」に転換。
- 2019年から地方自治体と使い捨てプラスチック削減に向けた連携協定を締結し、マイボトルに給水と呼び掛ける「ボトルフリープロジェクト」を推進。

【具体的な取組、製品・サービス】

- 使い捨てプラボトルをマイボトル（水筒）で代替することを呼び掛け、2020年6月度までに18万3000本の水筒を配布。
- 環境目標を定め、ISO14001を取得。環境・社会データを盛り込んだウォータースタンドレポートを発行。
- 地方自治体との連携協定の下、誰もが給水できるウォータースタンド（給水スタンド）を159台設置（2020年6月度）。連携協定を締結している地方自治体はさいたま市、葉山町、所沢市、京都市、鎌倉市、世田谷区、小田原市、館林市（2021年1月末現在）。
- 営業車両ではなく自転車を使用するエコサイクル手当を2020年2月に導入。
- 営業所周辺にある海浜でのごみ収集・定期的な清掃活動を実施。



マイボトルに給水しやすいウォータースタンド

【取り組んだ成果・効果】

- ウォータースタンド設置台数から使い捨てプラボトル削減本数・CO2排出抑制量を推計。使い捨てプラボトル削減本数は5,701万本、CO2排出抑制量は5991.86t-CO2（2020年6月度）。
- 社内では座学形式の研修だけでなく、SDGsカードゲームを使用した体験型ワークショップ研修を233名に実施。日常業務とSDGs貢献の関連性について従業員の意識が向上し、お客様とのコミュニケーション深化により3期連続ウォータースタンド設置台数が35%以上増加。
- ステークホルダーとのパートナーシップが拡大し、西日本工業大学へのSDGsに関する出張授業、地方自治体が開催するSDGsに関するミーティング（内閣府SDGsパートナーミーティング企業版ふるさと納税分科会、かながわSDGsパートナーズミーティング）などでの登壇が実現。
- 動画「ウォータースタンドのミッションとビジョン」が農林水産省「サステナアワード2020」ルーキー賞を受賞。
(<https://www.youtube.com/watch?v=VsstFOIA6x4&t=1s>)



ウォータースタンドのミッションとビジョン

地方自治体と実現する持続可能な地域づくり



葉山町町長山梨崇仁様との対談
→<https://www.youtube.com/watch?v=Fc9YTeE-IWo>

【貴社にとってのSDGsと、その展望】

- SDGsは当社にとって未来の世代からの宿題です。「ごみを減らす」といった消費のプロセスの一部分を改善することではなく、マイボトルに給水することで、生産、運搬、消費、回収、リサイクルというリニア型経済のプロセス全体を見直して参りたいと考えています。循環型経済に移行するために事業を通じてより良い行動をとることへの呼びかけを広げて参ります。

3-環境面

3-1.エネルギー使用量削減

- ・SDGsには、気候変動の抑制、生物多様性の保全、資源循環への貢献など、環境面への課題が多く盛り込まれている。電気やガスなどのエネルギーの使用量を見直して削減したり、太陽光発電や再生可能エネルギー比率の高い電力を使用することで、**環境負荷の低減と付加価値の高い持続可能な生産**の両立が可能になる。



3-2.資源の使用削減・再利用

- ・SDGsの目標として、地球環境と天然資源の永続的な保護・確保が重要な課題となる。具体的には、食品廃棄や産業廃棄物などの抑制が挙げられ、生産やサービスなどの業務プロセスを見直すことで、**資源に配慮した経営にシフト**することができ、持続可能な生産消費形態を確保することにつながる。



3-環境面

3-1.エネルギー使用量削減

3-2.資源の使用削減・再利用

地球温暖化対策に貢献

【東京都】 カルネコ株式会社

～本業を通じたSDGs貢献により、取引先へソリューション提案(コスト・廃棄物削減)を実現～

企業概要 URL : <https://info.calneco.jp/sdgs/sdgs.html>

- 2016年にカルビー(株)から独立したベンチャー企業。販促物分野における大ロット生産による余剰品の廃棄やCO2排出等の社会課題に着目し、必要なものを必要なだけ小ロット生産するとともに、消費者に寄り添った総合的な販促サービス(企画立案、制作、在庫管理等)を提供。(創設は2005年)
- 該当するSDGsを整理することからSDGsの活用をスタート。本業に加え、自社の他事業に関連があってシナジーを生み出せそうなSDGs分野にも新たに着手。これらの取組を「SDGs宣言」として公表し、未来志向の企業経営にコミット。

企業情報

企業名	カルネコ 株式会社		
代表者	代表取締役社長 松元 英俊		
設立年	2016年	従業員	30人
資本金	1億5,000万円		
業種	15.印刷・同関連業		
本社所在地	東京都千代田区大手町1-6-1大手町ビルディング401区		
事業概要	販促ツールに関する総合的なソリューション提供(企画立案、制作、在庫管理等)、カーボンオフセットに係るクレジットのプラットフォーム事業		
電話番号	03-5220-6234		



カルネコ(株)
松元代表取締役社長

3-環境面

SDGs達成を通じた取組

【経緯・背景等】

- 販促物分野では大ロット生産によるコストダウンが行われているが、このビジネスモデルでは売場に応じたオーダーメイドのプロモーションができず、在庫管理や余剰品の廃棄作業が必要となることに加え、廃棄時に大量のCO2が排出されるという社会課題に着目。この社会課題にソリューションを提供するため、販促ツールに関する総合的な価値創造型の新サービスに着手。
- 「自社事業が世の中のどんな役に立っているか」という観点で、該当するSDGsを整理・棚卸することからSDGsの活用をスタート。自社の本業がSDGs達成に貢献することへの気付きにより、社内全体へ無理なくSDGsの理解促進を実現。本業に加え、自社の他事業に関連があってシナジーを生み出せそうなSDGsに着手して、新規事業や新たなパートナー獲得に取り組んでいる。

【具体的な取組、製品・サービス】

- 販促物分野において、従来の価格訴求型のビジネスモデルからの脱却を図り、必要なものを必要なだけ小ロット生産することで取引先の廃棄物削減及びコストダウンを実現するとともに、同じ商品でも陳列する店舗の客層に合わせて販促コンセプトやデザインを変更するなど、対話を重視した個店やエリアごとにカスタマイズ可能な販促ツールを提供。
- 2011年より、CO2削減のクレジットを多くの人に販売したい森林事業者とCO2削減に取り組みたい企業をつなぐカーボンオフセットのプラットフォームサービスを提供（EVI(Eco Value Interchange)）。1クレジットあたりの取引規模を小口化することで利便性を向上するとともに、簡単にパートナーを見つけやすいシステムとすることで、顧客のニーズに対応している。
- 自社においては、POP製造のCO2排出量すべてのカーボン・オフセットを実現。加えて、使用エネルギーの自然エネルギー100%（RE100）化を目指し、自社工場を再生可能エネルギー比率の高い電力に切替。また、災害時の電力確保も含め太陽光発電導入予定。これらの取組を「環境宣言」「SDGs宣言」として公表し、未来志向の企業経営にコミットしている。

【取り組んだ成果・効果】

- 既存、新規顧客へのCO2ゼロのPOP環境配慮型調達モデルの認知拡大、EVIの森林クレジットの流通の促進を実現。
- 持続可能な環境経営の強化と、働き方改革など社員の意識向上、ステークホルダーとのパートナーシップ強化にも寄与。

【貴社にとってのSDGsと、その展望】

- カルネコでは様々な取組を通じ、メンバーの環境に対する意識をさらに高めて、多くの方々とのパートナーシップの下、日本におけるSDGsの達成を目指します。特に環境面では中小企業版SBT目標を策定し具体的なCO2排出削減を実施して参ります。

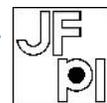


環境配慮型のビジネスモデル

カルネコのSDGs



SDGsの取組み関連フロー



4-企業内面

4-1.社員のやる気・忠誠心向上

- ・SDGsを通して課題を見える化することで、従業員の社会貢献への意識が高まり、組織に一体感が生まれモチベーションの向上が期待できる。
- ・従業員に対して研修などを通して、SDGsの取り組みを自分ごと化させることで、**社会貢献に対する意識づけ**を強化することができる。



- ・社員の会社や仕事に対する満足度が高まり、仕事へのモチベーションが向上し、社員の会社に対する**忠誠心(ロイヤリティ)**が向上する。

4-企業内面

4-1.社員のやる気・忠誠心向上

忠誠心(ロイヤリティ)が向上

【東京都】 日本エムテクス株式会社

～卵殻などを再利用したアップサイクルに取り組み環境負荷低減を目指す～

企業概要 URL : www.nmtecs.jp

- 創業25年、卵殻の再利用を強みとする建材資材の製造販売を行う。
- 調湿性と吸水性のある卵殻を原料に「エッグウォール（壁紙）」を開発。
- また、卵殻を使用して雑貨・ギフトなども開発。
- 従来から行う卵殻のリユースを中心に、企業の事業所から出る端材などのアップサイクルを通じて「社会課題解決型の企業活動」を推進し、自社及び、各企業のSDGsの取組を支える。

企業情報

企業名	日本エムテクス株式会社		
代表者	代表取締役 三浦征也		
設立年	1997年	従業員	10人
資本金	1,900万円		
業種	その他の製造業		
本社所在地	東京都世田谷区駒沢2-16-18-3 F		
事業概要	アップサイクル製品の開発・製造、販売		
電話番号	03-5433-3450		



日本エムテクス(株)
代表取締役
三浦征也

4-企業内面

SDGs達成を通じた取組



【経緯・背景等】

- 住宅建築会社として創業。当時「シックハウス症候群」が社会問題となり、その対策と環境配慮を実現すべく、2000年より本来廃棄されるものを原料とした左官材料の開発製造販売を開始。
- 2002年卵殻を原料とした製品の製造販売を開始し、製品を通じて環境負荷低減に取り組む。

【具体的な取組、製品・サービス】

- 卵殻の供給先、国内の協力工場等と協業しながら、壁紙、左官材、塗料、タイルなどの製造販売を行う。また、卵殻を製品化する過程に協業企業と特許を取得し、協業企業との連携を高める。また、「エッグウォール」は通常の壁紙と比べCO2の削減率が約70%(当社調べ)と、環境性能の良さから、採用する顧客の優位性も付与され、社内では売上向上だけでなく、**環境のために貢献していると理解が深まり、日々の活動の原動力となっている。**
- 卵殻のみならず、企業の事業所から出る端材などのアップサイクルを通じて、世の中に環境負荷のメッセージを伝える役割を果たす。その取組を通じて、社会問題解決型の企業活動を推進する面において、取引先企業のSDGs活動をサポート。
- 従業員には「企業活動を通じて社会・環境に貢献する」という経営理念を深掘りする64項目からなる、当社オリジナルのフィロソフィー冊子を使った勉強会により理解が深まる。また、地元の小学校へものづくりとSDGsの講義も実施し、環境教育の啓発活動に取り組んでいる。

【取り組んだ成果・効果】

- これまでの取組により様々なメディアより取材が増加し、取組や商品が紹介される（ガイヤの夜明け、ZIP!、世界一受けたい授業、王様のブランチ、所さんの学校では教えてくれないそこんトコロ!、まちかど情報室など）
- **当社の認知度も向上し、各企業から排出される端材などのアップサイクル依頼が急増し（昨年の3倍ほど）、各企業のSDGs対応へ貢献。**これにより、社内に研究開発部門を設立し、顧客へスピーディーに対応できる体制を構築。これにより**社員も未来への夢が持て、誇れる会社であると認識が生まれる。**



エッグウォール（壁紙）



エッグペイント（壁紙）



小学校での環境授業

【貴社にとってのSDGsと、その展望】

- 企業活動を通じて社会・環境に貢献するという当社経営理念と当社の活動が、その他の企業や人、関係者、当社で働く社員、またこれからの時代を担う子供たちに良き影響を与え、SDGsに取り組むきっかけとなるべく推進する。また当社の取組により、様々な企業や人との連携が増加し、様々な機会の創出とSDGsの普及と認知向上に努めたい。

4-企業内面

4-2.人材不足の解消・採用力の強化

- ・SDGsに取り組むことで、働きがいがあり、人間らしい職場を提供することで、**社員の離職率を減らす**ことができる。
- ・学生へのSDGsの認知度は年々向上しており、優秀な学生の目に留まる機会も多くなり、SDGsに積極的に取り組んでいるかどうかは、**優秀な学生が企業を選ぶ判断基準**の一つになっている。
- ・対外的に、良い職場環境であることをアピールすることができ、結果、**人を採用することが以前よりも容易**になり、人材不足を解消することができる。



4-企業内面

4-2.人材不足の解消・採用力の強化

採用に貢献

【茨城県】 有限会社ワールドファーム

～儲かる農業で次世代の日本の農業の担い手を育成、輸入野菜の50万トン国産化を目指す～

企業概要

- 野菜の露地栽培及び生鮮野菜・加工野菜販売
- 自治体や企業と提携しながら全国の農地を集約化、隣接する自社工場で加工野菜を製造
- 業界の常識に捉われず、あらゆる丁寧な工夫の積み重ねにより、儲かる農業を実現
- 社員の77.5%が40歳未満（全員正社員雇用）

企業情報

企業名	有限会社ワールドファーム
代表者	上野裕志
設立年	2000年
資本金	5,500万円
従業員	105名
本社所在地	茨城県つくば市谷田部3395-1
事業概要	農業生産及び食品加工
電話番号	029-839-0555

4-企業内面

SDGs達成を通じた取組



【経緯・背景等】

「21世紀は環境、福祉、農業の時代になる。次世代の日本の農業の担い手を育成するためには儲かる農業を実現すべき」と他業種より20年前に新規参入。試行錯誤を繰り返しながら6次産業化と常識にとらわれないうちの工夫を通じて農業による高利益率ビジネスモデル構築を実現。

【具体的な取組、製品・サービス】

- 農産地の地域一体型プロジェクト「アグリビジネスユートピア」構想を見据えて以下を実現。
 - ✓ 加工野菜を主製品とすることによる安定した製品供給、売上高に占める運送費圧縮、生鮮市場に対する価格対応
 - ✓ 加工工場を自社で保有することによる天候に左右されない人材の高稼働率維持、梱包費の削減
 - ✓ 垂直統合経営による市場製品規格のほぼ無効化、反収アップによる効率化、ハネ品の有効活用
 - ✓ 全国に農地、人材のポートフォリオを保有することによるリスク分散、繁忙期の人材アロケーション容易化
 - ✓ 好労働条件による生産性向上と従業員に対する明確なキャリアパス提示
 - ✓ 成長した自社プロフェッショナル社員の独立奨励、パートナーシップ拡大

【取り組んだ成果・効果】

- 16/6期から19/6期における売上CAGR（年平均成長率）16.73%。
- 全国10県、14か所で事業を展開。地域の耕作放棄を未然に防ぎ、雇用創出に繋がると他35か所の自治体からも招請あり。
- 農業を志す若者の毎年安定した入社。
- 週刊ダイヤモンド上位掲載、経済産業省「はばたく中小企業300社」受賞、厚生労働省「働き方改革特設サイト」掲載、他。



アグリビジネスユートピア
(同社HPより)

【貴社にとってのSDGsと、その展望】

- SDGsは日本にとって追い風。単に目標を達成するのではなく、どのような理念に基づき行動するかが大切です。日本には長年培われてきた歴史と文化があります。