



第1回SDGs導入セミナー なぜ？なにを？どのように？

2020. 8. 5

関西ファッション連合SDGs推進サポーター

高橋健三



SDGsとは「Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標)」の略称。

SDGsは2015年9月の国連サミットで採択されたもので、国連加盟193か国が2016年～2030年の15年間で達成するために掲げた目標。

17の大きな目標と、それらを達成するための具体的な169のターゲットで構成されている。



1. 貧困をなくそう
あらゆる場所で、あらゆる形態の貧困に終止符を打つ



4. 質の高い教育をみんなに
すべての人に包摂的(※)かつ公平で質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する



2. 飢餓をゼロに
飢餓に終止符を打ち、食料の安定確保と栄養状態の改善を達成するとともに、持続可能な農業を推進する



5. ジェンダー平等を実現しよう
ジェンダーの平等を達成し、すべての女性と女児のエンパワーメントを図る



3. すべての人に健康と福祉を
あらゆる年齢のすべての人の健康的な生活を確保し、福祉を推進する



6. 安全な水とトイレを世界中に
すべての人に水と衛生へのアクセスと持続可能な管理を確保する



7. エネルギーをみんなにそしてクリーンに
すべての人々に手ごろで信頼でき、持続可能かつ近代的なエネルギーへのアクセスを確保する



10. 人や国の不平等をなくそう
国内および国家間の格差を是正する



8. 働きがいも経済成長も
すべての人のための持続的、包摂的かつ持続可能な経済成長、生産的な完全雇用およびディーセント・ワーク(働きがいのある人間らしい仕事)を推進する



11. 住み続けられるまちづくりを
都市と人間の居住地を包摂的、安全、強靱かつ持続可能にする



9. 産業と技術革新の基盤をつくろう
強靱なインフラを整備し、包摂的で持続可能な産業化を推進するとともに、技術革新の拡大を図る



12. つくる責任 つかう責任
持続可能な消費と生産のパターンを確保する



13. 気候変動に具体的な対策を
気候変動とその影響に立ち向かうため、緊急対策を取る



16. 平和と公正をすべての人に
持続可能な開発に向けて平和で包摂的な社会を推進し、すべての人に司法へのアクセスを提供するとともに、あらゆるレベルにおいて効果的で責任ある包摂的な制度を構築する



14. 海の豊かさを守ろう
海洋と海洋資源を持続可能な開発に向けて保全し、持続可能な形で利用する



17. パートナーシップで目標を達成しよう
持続可能な開発に向けて実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化させる



15. 陸の豊かさも守ろう
陸上生態系の保護、回復および持続可能な利用の推進、森林の持続可能な管理、砂漠化への対処、土地劣化の阻止および逆転、ならびに生物多様性損失の阻止を図る



■世界の動き

2017年1月の世界経済フォーラム(ダボス会議)において「SDGsが達成されることで2030年までに少なくとも12兆ドルの経済価値がもたらされ、最大3億8000万人の雇用が創出される可能性がある」と指摘されたことで注目される。



■日本の動き

日本は2016年5月と12月に「持続可能な開発目標(SDGs)推進本部会合」が開催。SDGs関連に9億ドルの支援、30億ドルの取り組み、日本円にして合計約4000億円を投資予定。SDGs達成ランキング*において日本は162カ国中15位。



*SDGs達成ランキング: SDSN(国連持続可能な開発ソリューション・ネットワーク)と独ベルテルスマン財団が2019年6月28日に発表した報告書より。

出典:<https://imacocollabo.or.jp/about-SDGs/> <https://blogos.com/article/207135/> <https://www.keidanrensdcgs.com/post/2019hlpfsgsmission>
<https://miraimedia.asahi.com/sdgs2030/sdgs-description/> https://www.sustainablebrands.jp/news/jp/detail/1193050_1501.html

■経済界の動き

2017年11月に経団連(日本経済団体連合会)が企業行動憲章を7年ぶりにSDGs達成を柱とする内容に改定⇒産業界でSDGsの知名度が飛躍的に上昇。2019年6月には経団連・東京大学・GPIF(年金積立金管理運用独立行政法人)の共同研究が開始。



■大阪・関西の動き

2025年大阪万博においても「国連が掲げる持続可能な開発目標(SDGs)が達成される社会」の実現がテーマとなっている。

2019年11月より2025年日本国際博覧会協会は「TEAM EXPO 2025プロジェクト」を立ち上げ。



■メディアの動き

朝日新聞社は、国連が2030年までに達成をめざすSDGsに賛同し、特集記事、冊子、特設WEBサイトなどを通じて積極的に報道し、各種イベントも開催中。

日本経済新聞社ではSDGs経営調査を行い、優れた企業を「日経SDGs経営大賞」にて表彰。

朝日新聞社のイベント



「日経SDGs経営大賞」表彰式

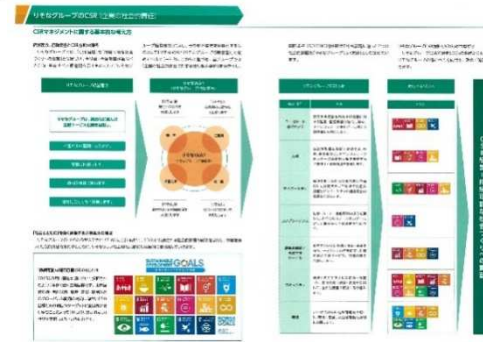
■金融機関の動き

りそな銀行では、中小企業向けにSDGsへの対応を促すセミナーを開催。「対応が遅れれば取引を控えられたり、サプライチェーンが寸断したりしかねない」ことを指摘している。またSDGsコンサル付き融資も提供。

※出典：日経新聞3月13日関西面より

SDGsへの対応
中小にセミナー
りそな、大阪で第1弾
りそなホールディングス（HD）は中小企業に対し、国連が定めた「持続可能な開発目標（SDGs）」への対応を促す取り組みに力を入れる。SDGsは2025年の国際博覧会（大阪・関西万博）のテーマと関連するほか、「対応次第でビジネスのチャンスにもリスクにもなりうる」と東和浩社長は指摘。セミナーなどを通じて顧客間で認識を広める。

18日に第1弾のセミナーを大阪市内で開き、今後も継続的に開催する。セミナーではSDGsをビジネスにつなげるためのヒントを解説。対応が遅れば取引を控えられたり、サプライチェーンが寸断したりしかねないことも指摘する。中小企業には関係ないと思わない方がいい」と東社長は語る。手数料の一部を万博やSDGsの推進に充てられる寄付型社債の発行も検討する。



出典：https://miraimedia.asahi.com/mirai-media-camp_20191027/ <https://miraimedia.asahi.com/r-nikkei.com/article/DGXMZO53006640V01C19A2TJ1000?s=1> https://www.resona-gr.co.jp/holdings/investors/ir/disclosure/hd/pdf/17_h/25.pdf

■企業の動き

トヨタ自動車が5月の決算説明会でSDGsに本気で取り組むことを宣言。コロナ禍で短期的な思考になっていた企業に大いなる刺激を与える発表となった。



トヨタの使命

「**幸せを量産**」すること

トヨタは**日本で生まれ、世界で育った**
グローバルなモノづくり企業

私の使命

「**Youの視点**」をもつ**人財を育てる**こと
= 自分以外の誰かの幸せを願い、行動

SDGsに本気で取り組むこと

出典:<https://toyotatimes.jp/insidetoyota/074.html>

SDGsを取り巻く主な動き



世界、政府、経済界、メディア、金融
機関が具体的なアクションを開始
次は企業が本気になること

コロナ危機の前後でSDGsへの取り組みはより大きな経営課題に移行している

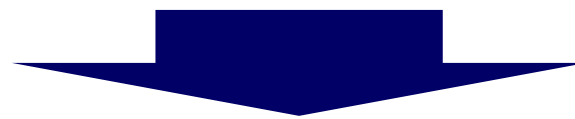
	Beforeコロナ	With・Afterコロナ
SDGsの目的	これまでの社会貢献活動の延長	いかに社会との共存を図り持続可能な仕組みを作るか
SDGsの立ち位置	企業のイメージアップ	経営戦略の中心
対象ステークホルダー	対企業、対既存顧客	対企業、対既存顧客 + 社会(新規顧客)
SDGs推進主体	経営層、CSR部門のみ	全従業員の巻き込み

近江商人の三方よし

売り手よし

買い手よし

世間よし



この「世間」がご近所から
世界へ広がったのがSDGs

第1部：なぜSDGsに取り組むのか？

なぜ？

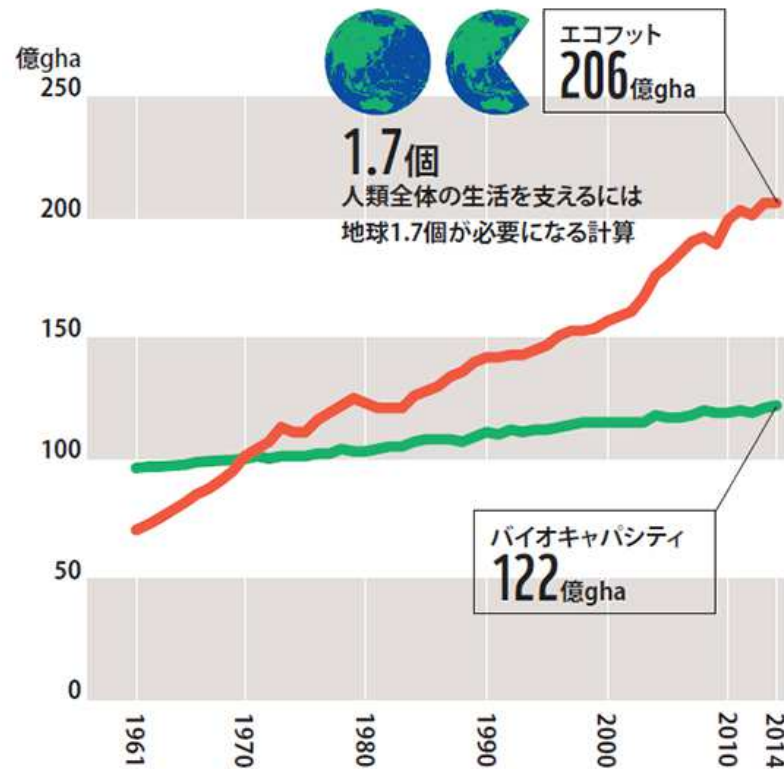
SDGsを推進すべき理由



世界：気候変動への対策
日本：脱プラスチックへの対応
企業：社会課題の解決へ
消費者：エシカルな消費行動へ

世界は気候変動への対策が急務

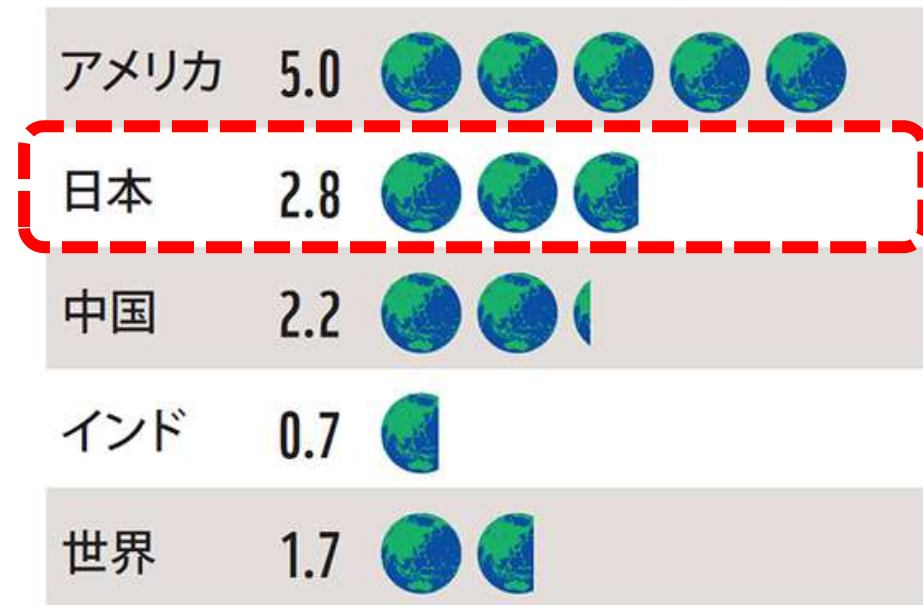
もし世界の人が全て、今の日本と同じような生活をした場合は、地球2.8個分の自然資源が必要になると考えられている。食糧や燃料などの消費をまかなうために、必要な森林や海の面積などをもとに算出されている。世界全体では、地球1.7個が必要な生活をしている。



出典:グローバル・フットプリント・ネットワーク, NFA2018

地球は何個必要?

もし世界人口がその国と同様の生活をしたら...

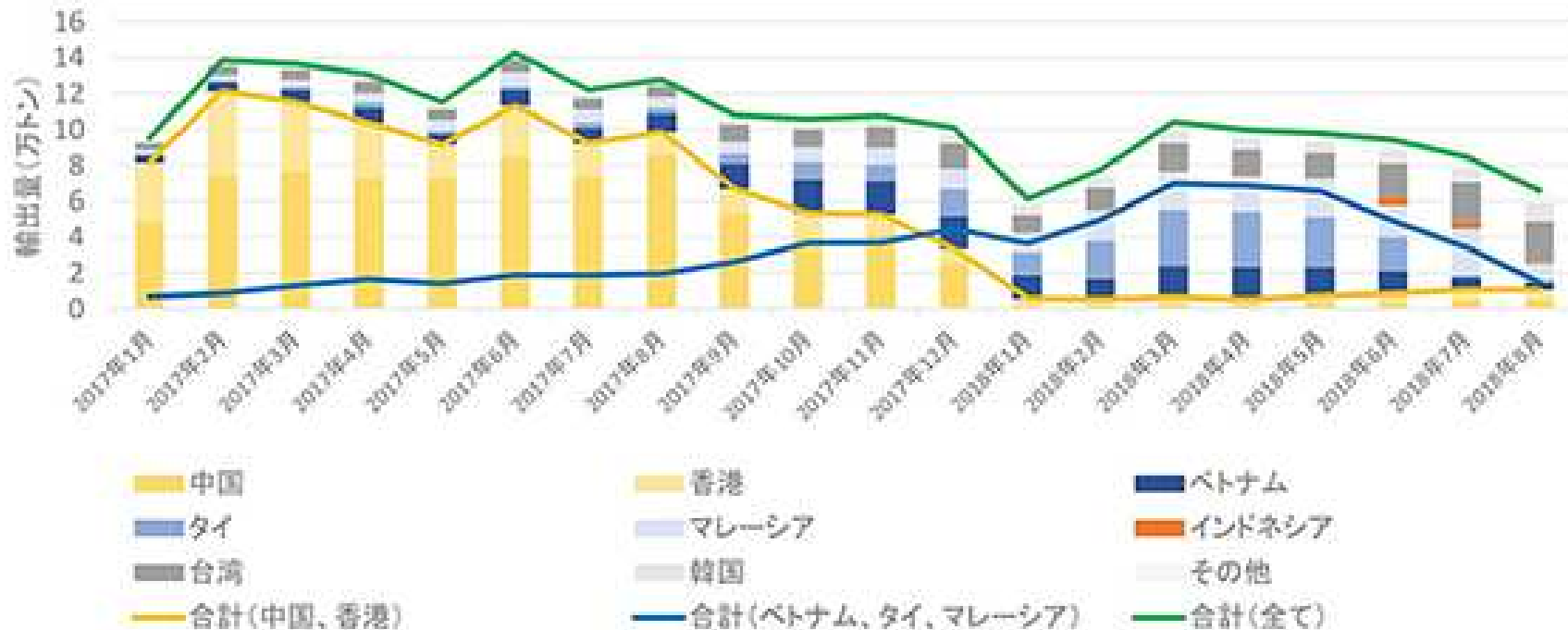


出典:グローバル・フットプリント・ネットワーク, NFA2018

日本国内で発生したプラスチックごみの最大の輸出先だった中国が環境汚染の懸念から2017年に流入を厳しく制限。新しい輸出先としていた東南アジア諸国も近年輸入を規制する動きが出てきた。**ごみは行き場を失って国内在庫が増える恐れがある。**

また、海に流出する量も最大推定量が年間1200万トンに及び、これらのごみをのみ込んだ魚介類を通じて人間の健康を脅かすリスクがある。問題が深刻化するなか国際的な対策が遅れているため、6月に開催されたG20でも重要課題の一つとして取り上げられた。

▼日本からアジア各国へのプラスチックごみの輸出量の推移(IGES提供)



出典: https://scienceportal.jst.go.jp/news/newsflash_review/newsflash/2019/03/20190307_01.html

レジ袋有料化、20年7月から 全小売りに義務付け「植物由来」は除外 2019/12/25 12:07

経済産業省と環境省は25日、レジ袋の有料化を義務付ける制度の運用指針をまとめ、公表する。スーパーやコンビニエンスストアなどすべての小売店を対象に、東京五輪・パラリンピックの開催直前となる2020年7月から始める。消費者に身近なレジ袋を有料化し、プラスチックごみの削減に向けた意識改革を促す。植物由来で環境負荷の小さいレジ袋などは有料化の対象から外す。



出典：<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO53772960V21C19A2AM1000/>

ネスレ日本 高岡(元)社長のコメント

SDGsが掲げる17分野は、いずれも社会が抱える大きな課題です。企業は事業を通じて、その課題に取り組むべきだという考えが急速に広がってきています。(中略) **事業を通じて社会課題を解決する**という考え方で、私たちはこれを企業の使命、責任と考えている。同時に**ビジネスチャンス**でもあります。**社会の課題に応えれば、画期的な商品、サービスに結びつく**からです。 ※下記文面より抜粋

Interview
トップが語る 7
 高岡浩三 | ネスレ日本社長
 Koza Takahashi
 President and CEO, Nestlé Japan Ltd.



3 持続可能な社会を築くためのSDGsの重要性を、企業経営者としてどう捉えているか。高岡社長にインタビュー。

COFFEE MACHINES AND BLENDED COFFEE
 It is hard to see the world well when you are blind.

コーヒーマシン、長寿サポート

Cafe coffee pots keep elderly connected

SDGsの掲げる17分野は、いずれも社会が抱える大きな課題です。企業は事業を通じて、その課題に取り組むべきだという考えが急速に広がってきています。なぜ企業がビジネスを通して課題に取り組む必要があるのでしょうか。それは、社会課題は長期間に取り組まないと解決できないし、収益性のある事業でなければ持続しない。慈善事業であれば、業績が悪くなれば手がなくなり、継続を受け入れられなくなってしまいます。

SDGsより 第 2011年 ころから、Creating Shared Value (CSV=共有価値の創造) という考えが欧米の企業に広がりました。事業を通じて社会課題を解決するという考えで、

"It is hard to see the world well when you are blind." There has been a rapid spread in recognition among companies that they had to think about how to engage in those issues.

What are the reasons that make it necessary for companies to become involved in such issues? One is because such social issues will never be resolved unless there is long-term engagement, while another is that no project can be maintained for long unless there is some profitability in it. Continuing with charitable activities are not that world limit the number of people who benefit from such activities.

Even before the SDGs were adopted by the UN, the thinking of "creating shared value" (CSV) spread among companies in the West from about 2011. We have made the concept of involving social issues

23

高岡浩三は企業家の責任と責任を背負っている。同時にビジネスチャンスでもあります。社会の課題に直面し、画期的な商品やサービスに結びつくからです。SDGsを自らの経営に取込むとすると考えに、これを思いついたのが、ネスレのパートナーシッププログラムです。その後、様々な経営者や専門家、NPOのリーダーの論文や取材記事がなりました。CSR(企業の社会的責任)と同様に考えれば、全く異なる考え方が。

ネスレは企業経営で注力するCSVのテーマとして「食費」「水資源の保護」「農村の経済的」を掲げています。世界一の長寿国である日本では「高齢者の健康」がテーマです。

例えば、ネスレ日本の本社がある神戸市と連携して、13年に「介護予防カフェ」を始め、今では76市町村に広がりました。各店舗にコーヒーマシン(ネスレカフェ・ピスタ)を無償貸出し、高齢者に定期的な集まりを促す。コーヒーを飲みながら、お互いに健康や生活の悩みを話し合ったり、近所での出来事や地域の情報を共有したりしています。

また、産地産地を結ぶピスタを常設しました。コーヒーを飲むと、友人や知人が集まる子どもらにも健康が保たれます。安全確認になる。2台購入する家庭もあり、親近感が湧くのが10分程度で済んだ。専用タブレットをセットして、話し合ければメッセージを送ることが出来る。

SDGsに関心を覚える企業は多いでしょう。でも、17のテーマをいかにして自分たちが何をするべきなのかは見えません。日本人は出された問題を解決するまで待てません。でも、何が問題で、どこに問題があるのかを見つめるのは4年です。まずは長期的な問題を見つめることから始めるべきです。

(聞き手=委員高岡氏)

through business activities as our corporate mission and responsibility. But it also provides us with business opportunity. Responding to social issues can lead to the development of groundbreaking products and services. The concept is also quite compatible with the thinking on the part of companies of including SDGs within their own company management.

One proponent of CSV was Peter Brabeck-Letmathe, chairman emeritus of Nestlé. It became more widely known after the noted business management scholar Michael Porter wrote an article about the concept. The concept is often confused with CSR (corporate social responsibility), but the two concepts are really different.

Among the CSV themes that Nestlé has focused on globally are nutrition, protecting water resources and improving life in farming villages. In Japan, which boasts the top longevity rates in the world, the CSV theme we are emphasizing is the health of senior citizens.

For example, in 2013, Nestlé Japan cooperated with the city government of Kobe, where our company headquarters are located, to begin a project involving cafe designed to prevent the need for elderly care. We now have 76 such cafes in various locations around Japan. We have donated Nestlé-branded coffee machines so that senior citizens can gather together periodically for a cup of coffee. Having them walk to the cafes and converse with others there can prevent the need for elderly care and will also lead to a reduction in medical costs. This is in line with the SDGs that call for ensuring healthy lives and promoting the well-being for all at all ages.

We have also marketed a barista coffee machine that has a communication function installed. Whenever a cup of coffee is consumed, that information is transmitted to friends and families who may reside at a distance. This helps friends and family know the senior citizen is well. Some families have purchased two such machines and in the first two months after the machine went on sale, we were able to sell about 100,000 units. By also connecting a specialized tablet computer, messages can also be sent by talking to the machine.

There are many companies that have become interested in SDGs. But simply stating active 17 themes

24

創業者が粉ミルク開発

世界最大の食品メーカー、ネスレグループ(本社スイス)では、19世紀の創業時から社会の課題に向き合ってきた。当時のスイスでは、栄養不足から乳幼児の死亡率高く、社会問題になっていた。そこで、母乳の代替品として粉ミルクを開発したのが、ネストレ創業の1人、アンリネスだ。今でも世界的に、赤ちゃんの栄養源となる粉ミルクを産出する技術開発や、産後の提供を続けている。水資源保護では、製品1トン当たりの水の使用量を2007年比で削減した。栄養面では、製品の糖分、塩分の削減に取り組んでいる。

2018年8月31日現在

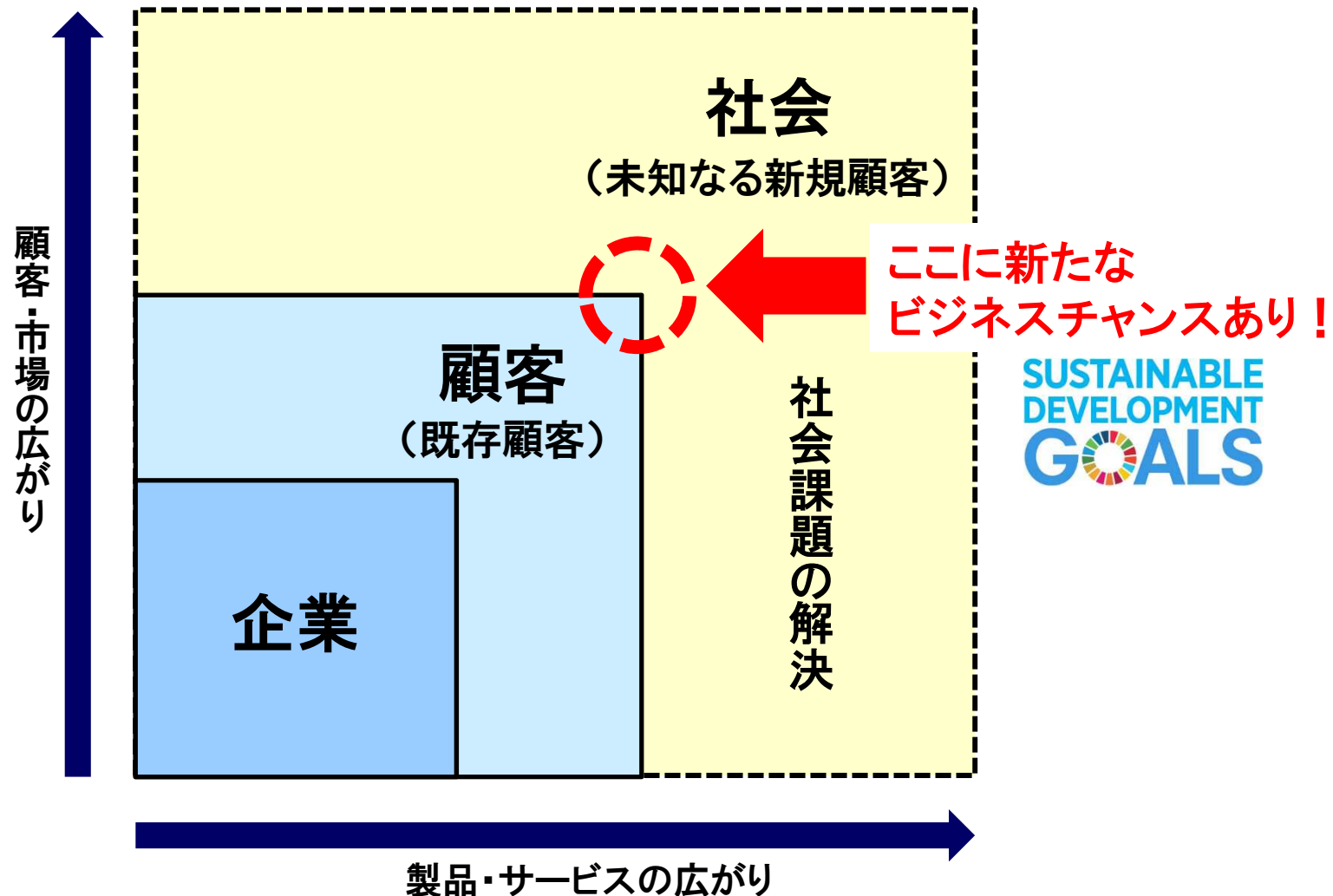
With its global headquarters in Switzerland, the Nestlé group is the world's largest food products company. Since its founding in the 19th century, the company has always dealt with issues facing society. At that time, Switzerland had a high infant mortality rate due to malnutrition. Henri Nestlé, one of the company founders, developed powdered milk as a substitute for mother's milk. Even today, Nestlé continues to provide technical innovation as well as supplies to farmers of cacao used to produce chocolate. As one way to protect water resources, Nestlé has reduced the amount of water used for every ton of its manufactured products by about 40 percent in comparison to fiscal 2007 levels. In terms of nutrition, the company is working on cutting down on the sugar and salt content of its products.

25



出典:朝日新聞2030SDGsで変える企業編トップが語る冊子より

まだ解決できていない社会課題の解決は大きなビジネスチャンスに結びつく



エシカル消費の理念



- ✓ 社会の悪(児童労働や労働搾取など)を助長しない
- ✓ 社会の善(助けを必要とする人々を支援するなど)を促進する



- ✓ 自然環境を損なわない
- ✓ 自然環境が良くなる



- ✓ 地域社会、地域経済を損なわない
- ✓ 地域社会、地域経済を応援する

株式会社マザーハウス
「途上国から世界に通用
するブランドをつくる」



出典:https://www.daiwahouse.com/sustainable/sustainable_journey/topics/ethical/

【ヒトの視点】

エシカル(倫理観の高い)な消費者の台頭により消費者が離れていく。さらには優秀な人材が採用できない

【モノの視点】

世界のサプライチェーン(供給連鎖)からはじかれていく

【カネの視点】

ESG(環境、社会、ガバナンス)投資の拡大で資金調達がうまくできない

第2部：各社の取り組み事例紹介

なにを？

SDGsへの取り組み事例



重点テーマは



14:海の豊かさをまもろう



12:つくる責任 つかう責任

メーカーズシャツ鎌倉

ビジネスシャツの生産工程で出る「廃棄綿」を再利用したシャツを発売。独自製法を持つユニチカに紡績を依頼



アディダス

単一素材を使った特殊な製造技術で履けなくなった運動靴を回収後に再生し完全な新品を作る仕組みを開発。



アーバンリサーチ

繊維商社の豊島が提供する食品廃棄物を使って衣料品に仕立てる仕組みを活用しコーヒー豆かすなどを使ったTシャツを販売。



出典:<https://www.j-cast.com/trend/2019/05/23358006.html>

くら寿司

国内全店舗でプラスチック製ストローを廃止。今後は台湾や米国の海外店舗も含めてプラスチック削減を進める。



出典:<https://twitter.com/chqn49/status/1140215288744435712>

麒麟ビバレッジ

リサイクル素材100%のペットボトルを商品に採用開始。使用済みペットボトルを粉砕・洗浄した樹脂のみを原料に使い再成型。



出典: <https://www.kirin.co.jp/csv/eco/special/recycle/pet02.html>

佐川急便とシナビズ

通販サイト運営のシナビズと組み企業が抱える余剰在庫の再流通に取り組む。商品は賞味期限が近づき店頭から撤去された食品や飲料など。



出典: <https://www.otame4.jp/>

アーバンリサーチ

冬物ダウン製品を回収し、コンペで選ばれた学生のデザインを使い羽毛をリサイクルさせたグリーンダウンを発売。



出典: <http://www.urban-research.co.jp/special/greendownproject/>

ゴールドウィン

ヘリーハンセンブランドでヨットの帆を回収してバッグや小物などの製品に加工するプロジェクトを立ち上げ。



出典: <https://www.chunichi.co.jp/hokuriku/article/economy/news/CK2019083002100012.html>

メルカリ

商品を送る際に繰り返し使える梱包材を開発。丈夫で水ぬれに強いターポリン素材を用い抽選で無料配付。



出典:https://about.mercari.com/press/news/article/20190605_ecopack/

すかいらーくホールディングス

ガスト、ジョナサン、バーミヤンなど主力13ブランドのチェーンでプラスチック製ストローを全面廃止。



出典:<https://www.skylark.co.jp/csr/straw.html>

カルビー

フードロス(食材廃棄)削減に向けポテトチップスの賞味期限を最大3ヶ月延長し、表示も年月日から年月に切り替え。



出典:<https://www.fnn.jp/posts/00046602HDK>

日本生活協同組合連合会

ペットボトルのラベル包装をなくしプラスチック使用量を約5グラム削減した ミネラルウォーターを発売。



出典:<http://www.asahi.com/special/10005/TKY201103190346.html>

ファーストリテイリング

9月より従来のプラスチック製の買い物袋を全廃し再生紙などを使った紙製に順次切り替え。国内外3500店舗で実施。



京王百貨店

7月に植物由来の原料を使ったバイオマスプラスチック配合レジ袋を導入。新宿店から段階的に実施。



出典：<https://www.facebook.com/keio.dept/posts/2261133170651193/>

コアレックス信栄

佐川印刷と協力しティッシュやトイレトペーパーの外装を生分解性プラスチックに切り替え。業務用トイレトペーパーから実施。



出典：https://www.facebook.com/permalink.php?id=1405042086292460&story_fbid=1604178736378793

コスメキッチン

オーガニックコスメを扱うセレクトショップのコスメキッチンは100%海洋プラスチックゴミから作ったショッピングバッグを発売。



出典：コスメキッチン代官山店、OMOTESANDO店、EC限定デザイン

フレックスジャパン

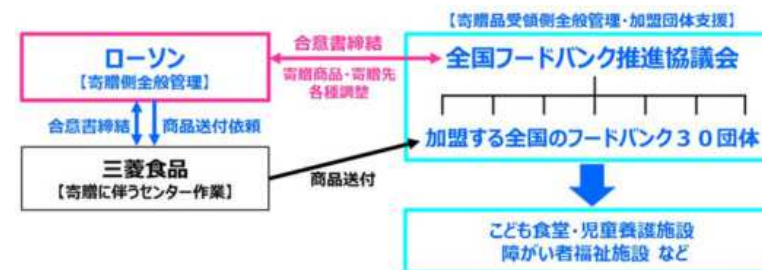
シャツ製造のフレックスジャパンは包装に使う資材のうち、襟の形を整えるカラーセットやキーパーをプラスチック製から紙製に切り替え。



出典: <https://www.yomiuri.co.jp/local/nagano/news/20190708-OYTNT50101/>

ローソン

店舗への納品期限を過ぎた食品を福祉施設などに届ける「フードバンク」に寄贈する取り組みで食品ロスの削減につなげる。



出典: <https://www.ryutsuu.biz/strategy/i080515.html>

みんなの農業

ひょうで出荷が困難になった「興隆園」(山梨市)が栽培した桃を買い取り、痛んだ箇所を取り除きジャムと飲料によみがえらせた。



出典: <https://www.value-press.com/pressrelease/227290>

イタリアのアリシア(ALISEA)社

世界中で問題になっている産業廃棄物のグラファイトを特殊加工し、鉛筆として蘇らせた。衝撃に強く、摩耗距離は一般的な鉛筆の20倍！



出典: <http://www.joqr.co.jp/kiwami/2019/10/post-7190.html>

金沢彩の庭ホテル

朝食で当日に余った和・洋風の料理を10点前後選び、使い捨て容器につめ、昼食時に600円で販売。専用アプリ登録の消費者に通知する。



出典:<https://www.sainoniwa-hotel.jp/breakfast>

シック・ジャパン

「ブルドック」(メンズブランド)から竹のハンドルのカミソリ、サトウキビ由来のプラスチック容器を使ったスキンケアをギフトセットとして販売した。



出典:<https://www.nikkei.com/article/DGXMZ050829670Q9A011C1000000/>

プリスティン

洗濯のたびに衣類から抜け落ちるマイクロファイバーを減らすため化学繊維を使わず、表地は生分解性のあるウール素材、肌に触れる部分はオーガニックコットンを使ったリアルフリースを開発した。



出典:<https://lee.hpplus.jp/column/1440627/>

セブン&アイ・ホールディングス

傘下の「イトーヨーカドー」などで石油由来のプラスチック使用量を1割減らしたポリ袋を順次導入。全店に導入した際には年間でプラスチック使用量を26トン減らせる見込み。



出典: <https://www.nikkei.com/article/DGXMZ051408830V21C19A0H52A00/>

パタゴニア

パタゴニアの日本法人は2020年4月からレジ袋を全廃する。同社は1989年から再生紙100%のレジ袋を使用。オーガニックコットンのバックを販売しマイバックの持参を推奨。既存客の8割以上がマイバックを持参している。



出典:https://www.sustainablebrands.jp/news/jp/detail/1194346_1501.html

レナウン

主カブランド「ダーバン」でスーツを子供用ジャケットに仕立て直すサービスを開始。新しいスーツを新調し親子で来店した顧客を対象とする。「継承スーツ」の名称でリメイクを推奨する。



出典:https://www.durban.jp/50thspecial_service/

大井川茶園

大井川茶園は自社のSDGsへの取り組みを紹介する「マンガでわかるSDGs」を発刊。全160ページで製茶会社ならどのように取り組むかについてSDGs推進室発足からの動きをマンガ化。



出典:<https://www.oigawachaen.co.jp/>

カルビー

「かっぱえびせん」と「ポテトチップス」で環境に配慮してパッケージ原料に紙を使った「クラフト包材」を採用。生物由来の原料を使ったバイオマスインクで印刷している。



出典:<https://www.nikkei.com/article/DGXMZ051682480R01C19A1000000/> 26

スノーピーク

スノーピークはリサイクル事業の日本環境設計と共同開発で回収したテントやアパレルを再び糸に戻し、その糸を使ってニットを製造する取り組みを開始。無縫製で縫い代が体に触れるストレスもない。



出典:<https://www.snowpeak.co.jp/news/p20191018-1/>

アシックス

2020年末までに全世界の直営店で使い捨てのプライチック製バックを廃止し再生紙の袋に切り替え。デザインもシンプルにすることでインクの使用量も削減。リサイクル材のハンガー、マネキンも順次採用。



出典:<https://r.nikkei.com/article/DGXMZO52081770S9A111C1LKA000?s=4>

フレックスジャパン

着古したシャツをリサイクルしてシャツを製造する取り組みを開始。自社店舗に回収ボックスを設置し原料に再生してシャツを作る。



出典:<https://senken.co.jp/posts/flexjapan-recycleshirt>

凸版印刷 & GSIクレオス

微生物の働きで水と二酸化炭素に分解する生分解性プラスチック製のレジ袋を共同開発。GSIクレオスが生分解性プラスチック「マタビー」を供給し凸版印刷がフィルム製造の技術で製品化。



出典:<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO53000040V01C19A2000000/>

森永製菓

菓子や飲料など商品13品目の賞味期限を年月日表示から日付を除く年月表示に変更。日付を除くことで賞味期限を過ぎて処分される食品廃棄量の削減に繋げ、フードロス問題に対応する。



出典：<https://www.morinaga.co.jp/company/newsrelease/detail.php?no=1804>

阪急交通社

中高生向けにインドネシア・バリ島で現地の学校に通ったりゴミ集積地や助産院を見学してSDGsを学ぶ6泊7日のツアーを計画。出発前に3日間の事前学習を行い最終日にはグループ別にプレゼンも実施する。



出典：<https://kids.athuman.com/cecoe/articles/000078/>

コンテックス(今治のタオルメーカー)

縫製メーカーから出る綿やウールの裁断くず、余った生地などを回収しペットボトルのリサイクル繊維などと組み合わせてタオルを製造。単なる再生ではなく新たな製品を生むアップサイクルを目指す。



出典：<https://www.kontex-shop.com/shopdetail/000000001496/>

ブルボン

ストローにも使えるトッピングクッキー「コロネクッキー」を発売。クッキー素材をクルクルと巻き上げて耐水性を均一化する製法で開発。直径は12~13ミリで長さは200ミリ。使用後はもちろん食べることができる。



出典：<https://www.atpress.ne.jp/news/199342>

セブンイレブンジャパン

エコバックになるハンカチ2種類を東京都内約2800店で発売し順次拡大。縦36センチ横24センチの手提げタイプと、縦45センチ横35センチの巾着タイプがある。



出典:<https://www.watch.impress.co.jp/docs/topic/1230808.html>

エバラ食品

主力の焼き肉のたれ「黄金の味」の賞味期限をこれまでの12ヶ月間から18ヶ月間に延長。2017年にリニューアルしてから実施した品質試験で良好な結果が得られたことを受けて延長した。



出典:<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2001/15/news098.html>

JR東日本スタートアップ

東京駅の構内で売れ残った食品の廃棄を減らすため従業員に割安価格で提供する実証実験を開始。東京駅構内のグランスタで営業終了後に余った商品を約8400人の駅従業員に販売する。



出典:<http://jrestartup.co.jp/news/2020/01/1982/>

ナイキ

工場から出た廃材などをソールや足の甲に使ったシューズを販売。下部のクッション素材は製造工場が出た端材などを再加工。アッパーにはペットボトルやTシャツなどをリサイクルした完全再生素材を使用。



出典:<https://www.fashionsnap.com/article/2020-02-06/nike-spacehippie/>

アルデナイデ

貿易会社のアルデナイデは再利用できるマイストローを発売。シリコン製で縦に開閉して丸洗いが可能。衛生面での安全を確保しながら繰り返し使うことができる。

日本初の技術を加えた、開いて閉じるシリコンストロー。



出典: <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000001.000051042.html>

ミニストップ

千葉市内で同市指定のゴミ袋をレジ袋として使う実証実験を3月から開始予定。コンビニ袋はゴミ袋として使われるケースが多いのであらかじめゴミ袋をレジ袋として使用するという発想。1枚8円で販売。



出典: https://www.atpress.ne.jp/releases/206420/att_206420_1.pdf

ミツカン

AI(人工知能)を使い食品ロス削減に取り組み。2019年から新製品の売れ行きをAIで予測しているが、人間による需要予測より精度が2割改善。商品によるばらつきを改善する方針。



出典: <https://r.nikkei.com/companies/0040879>

イトーヨーカ堂

セブン&アイホールディングスはペットボトルを再利用した素材を原料の一部に使った肌着をイトーヨーカ堂で発売。店舗では使用済みペットボトルを年に約3億本回収している。



出典: <https://www.nikkei.com/article/DGXMZO55217180U0A200C2H52A00/>

日本コカ・コーラ

「い・ろ・は・す天然水」の容器に100%リサイクル素材を使う「再生ペットボトル」を採用。従来も30%使用していたが、再生素材のペットボトルでは透明度を高めにくかった点を改善して実現。



出典: <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000001.000051042.html>

三陽商会

マッキントッシュフィロソフィーブランドから環境配慮を打ち出したTシャツを発売。綿の調達や工場の労働環境など生産に関わる情報を消費者に開示。スマホを使いQRコードから読み取りが可能。



出典: <https://www.watch.impress.co.jp/docs/news/1235278.html>

セブン&アイ・ホールディングス

生活雑貨メーカーのマーナと組んでエコバックに使用済みペットボトルなど廃プラスチック由来の素材を使用。持ち手の部分を幅広に持ちやすく工夫し6リットル、20リットル、40リットルのサイズ展開。



出典: <https://www.7andi.com/company/news/release/2020022611.html>

ユニクロ

東レと組んで使用済みペットボトル由来のポリエステル繊維で速乾性素材の定番「ドライEX」のポロシャツを発売。全豪オープンでロジャー・フェデラー選手が着用。異物を取り除く特殊技術の開発で実用化。



ロジャー・フェデラー選手モデル

錦織 圭選手モデル

出典: https://www.uniqlo.com/jp/corp/pressrelease/2020/01/20011011_20ssdryex.html

伊藤園

主力商品のティーバックに微生物による分解されやすい生分解性の素材を採用。「お〜いお茶緑茶」のティーバックが従来は紙製だったが微生物の力で水と二酸化炭素に分解が可能に。



出典:<https://www.itoen.co.jp/csr/csr-news/detail.php?id=25492>

イワタ

老舗寝具メーカーとしてサステナブルな循環型商品を発売。使用する生地や詰め物などの素材は無漂白、無染色、蛍光増白剤未使用。漂白や染色を省き水資源の有効利用とCO2排出を抑制。



出典:<https://japan.cnet.com/release/30426001/>

資生堂

高価格帯のスキンケア化粧品ブランド「BAUM(バウム)」の容器の一部に木材を使用。家具メーカーのカリモク家具の協力で家具の製造工程で生じた不要な木材を再利用。



出典:https://www.karimoku.co.jp/index.cgi?mode=press_detail&key=41

アシックス

2020年夏からシューズの箱を環境配慮型の素材に切り替え。箱に100%の再生紙を使い紙の使用量も従来より1割削減。インクも水性に切り替え使用量を5割削減。15年比でCO2排出量を55%減らす。



出典:<https://corp.asics.com/jp/press/article/2020-04-15-2>

はなまる農園（小田原市）



自然と身体に優しい農業で、ひとと社会に貢献

農家は自分達用に「も」野菜を作っています。とてもおいしいけど、見た目はあまりよくなかったりします。そんな野菜を地元で自然と身体に優しい形で生産したいという思いから、はなまる農園は誕生しました。農薬、化学肥料を一切使わない有機農法で生産物の価値を上げて生産者の利益を確保しながら、中間業者を省くことで最終的な売値を他商品と差が出ないようにしています。また、農園にレストランを併設するなど農業の6次産業化にも取り組んでいます。野菜の旬を理解し、無理せず自然に育てること、また多少見た目は劣っても自然に育ったおいしい野菜や果物を消費してもらうことにより、無駄なエネルギーの消費や、農産物の3分の1が廃棄になってしまっている現状も変えられるはず。農作物そのものでも加工品でも、地産地消の仕組みを通じてひとにも自然にもやさしい農業を実践しています。



ハートフルタクシー（海老名市）



「思いやり」と「やさしさ」日本一のタクシーを目指して～ 女性ドライバー活躍の環境を整えることで、企業価値も高まる

ハートフルタクシーでは、無料の保育所を事業所内に設置したり、タクシー業界では珍しい固定給制を導入するなど、働きたくても時間の制約等があった子育て中の女性が働きやすい環境を整備することで、女性ドライバーが多く活躍しています。これが、ドライバーの雇用確保だけではなく、女性目線の子育て支援タクシー、陣痛タクシーや買い物支援など女性や高齢者のニーズにあったサービスを提供することで、電話での配車率が90%を超え、日中は配車待ちが出るなど営業的にも成功しています。地域社会への貢献、顧客、取引先、社員など会社に関係するすべての人々の幸せの追求、社員の「誇り」と「生きがい」、すべての社員が平等で対等など、SDGsに通じる7つの経営理念を掲げ、全社員にこの理念を共有することが、同社の取組みの鍵となっています。



モトスミ・ブレーメン通り商店街



商店街から人と環境にやさしいまちづくり

モトスミ・ブレーメン通り商店街は、全長550メートル、加盟店約180店舗が集まる商店街です。ドイツのブレーメン市にあるロイドパサージュ（商店街）とは、約30年間の交流を続けてきました。ブレーメンらしさと統一感ある街並みを形成しつつ、「神奈川子ども未来ファンド」への寄付や、各店舗が何か一つ環境により取組みをする「一店一エコ運動」などを推進。普段から買い物に来てくれる地域のお客さんと、加盟店舗の両方の利益につながるポイントシステム「ブレカ」を導入し、商店街の発展につなげています。商店街のコンセプトと機能する商店街事務局があることで、個別の店舗にはできない面的な取組みができ、人と環境に優しい、持続可能な街づくりが実践されています。



中小企業の取り組み事例

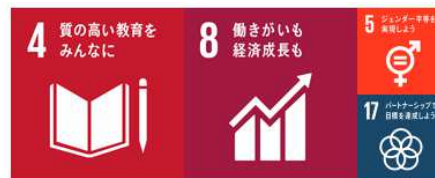


会社名:株式会社Re-fa (リーファ)
 設立:平成20年4月1日 所在地:大阪市西成区北津守4-4-19
 事業内容:椅子・ソファの張り替え及びオーダーメイド家具の製造・販売

2019年ブランディング事例コンテスト 大賞・中小企業庁長官賞受賞



椅子・ソファの製作、張り替え



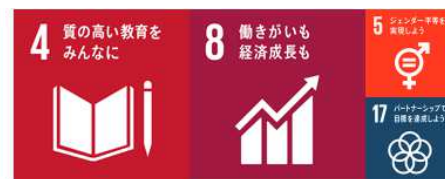
Re-faアカデミー (認定職業訓練校)
 職業人としての有為な労働者の育成と、
 その職業の安定と労働者の地位向上を
 図ることを目として開校。



インターンシップ受け入れ
 子育てママの積極採用



障害者の雇用



社内検定制度

社内検定制度とは、当社独自に実施する「いす張り職業能力検定制度」で、いす張りスタッフに計画的に受検させる制度です。公的な検定制度(中央職業能力開発協会)との違いは、より実践業務をこなすために必要な能力向上に絞った検定で、

1. いす張り社内検定1級
2. いす張り社内検定2級

を設け、社内検定の合格を目標とし、いす張り技術の向上を図り、モチベーションをアップさせ、いす張りスタッフが当社以外でも自立して活躍できる力を養っています。



地域子どもたちに工場見学の場を提供



ISO9001
 品質向上・維持のため国際規格ISO9001を取得。



フレックスタイム制の導入
 生活習慣病予防検診

出典:<http://re-fa.co.jp/sdgs.html>

「SDGs食パン」地球を救う!?

「SDGs食パン」をPRする「ダンクプロート」の吉村真さん＝大阪市鶴見区



予約制で食品ロス・過重労働抑制

食パンが地球を変える。大阪市鶴見区のパン店が、食品ロスや二酸化炭素(CO₂)削減といった地球規模の問題への関心を呼びかけるユニークな食パンを開発した。その名も、国連の「持続可能な開発目標」(SDGs)にちなんだ「SDGs食パン」。売り上げの一部が飢餓撲滅の寄付金にあてられるほか、従業員の働き方改革などの一助になると見込まれており、店は「社会の意識を変える食パンになれば」と期待を込めている。(桑村朋)

大阪鶴見のパン店

飢餓撲滅に貢献
大阪メトロ横堀駅近くの「ダンクプロート」。店内には香ばしい匂いに包まれ、多種類のパンが並ぶ。店で毎月限定で予約販売されるのが、SDGs食パンだ。見た目は普通の食パンだが、「SDGsの理念をベリースに作った特別なパン」と、店員の吉村真さん(36)が説明する。

「地元・鶴見区をSDGsに取り組みたい」との夢を持つNPO法人「みらくる」(同区)の提案を受け、約2カ月かけて食パンを開発した。売り手と買い手の満足に

加え、社会貢献もするとの近江商人の経営哲学「三方よし」にちなみ、商品名は「三三三」。1本売ると「三三三」に、別のNPO法人を通じて、途上国に給食1食分が寄付される仕組みだ。

販売日は月1度。パン店最大の悩みに「食品ロス」と「過重労働」について、三三三は完全予約販売で食品ロスをゼロに。販売数も毎月200本に限定、月1度の販売日は三三三だけを売ることで労働時間を抑制した。

また、国産の小麦を使うことで輸入時のCO₂を削減。7月28日に初販売し、客からは「食べるだけで寄付できてよい」「味も間違いない」と評判も上々。「社会貢献したい思いがあった」と吉村さんは「SDGsの考えが全国に広がれば」と話している。

1本2斤で800円(税抜き)。電話か来店予約を受け付け、第1月曜に手渡す。問い合わせは同店(06・6967・8990)。

「Sustainable Development Goals」の略。「今のままでは地球がもたない」との危機感から2015年、国連で全会一致で採択された指針。「貧困根絶」や「気候変動」など地球規模の問題への具体的な目標を定め、17の大きなゴールが設定された。30年までに世界全体での達成を目指している。

自然災害、気候変動といった地球規模の問題の解決には、経済優先の価値観から脱却した持続可能な社会の実現が不可欠として、国内でも「SDGs」に沿った取り組みが広がる。来年の東京五輪・パラリンピックでは、メインコンセプトの一つに「持続可能性」を掲げ、「再生可能エネルギー電力を100%活用」「調達物品の99%のリユース・リサイクルを実施」などの目標を設定した。東京大会では、約60万世帯分の年間排出量に相当するCO₂が出るとの試算もある。環境への配慮は最大の課題で、組織委員会

CO₂削減などSDGs広がり

「さまざまな問題解決のモデルを示したい」とする。2025年の大阪・関西万博でも、目的の一つに「SDGsが達成される社会がある。これに伴い、近畿経済産業局や国際協力機構(JICA)関西などが「関西SDGsプラットフォーム」を設立。これまでに790企業・団体が加盟し、取り組みを推進する。電話が2月、全国の10、70代約6570人に行った調査では、SDGsの認知度は16.0%にとどまる。一方、ボランティア活動の参加などを実践している人は60.4%に上った。電話は「この層へのPRを行うことで、浸透が期待できる」としている。

日本経済新聞社は2019年12月5日、SDGsに貢献する先進企業を選出する「日経SDGs経営大賞」の表彰式を東京ビッグサイトで開催。大賞のコニカミノルタなど以下4社が表彰された。

大賞	コニカミノルタ	SDGs戦略・ 経済価値賞	オムロン															
<p>製品ライフサイクルCO₂排出量の削減目標 (千トン)</p> <table border="1"> <tr> <th>年</th> <th>2005</th> <th>2016</th> <th>2030</th> <th>2050</th> </tr> <tr> <td>実績</td> <td>2,067</td> <td>1,240</td> <td>827</td> <td>413</td> </tr> <tr> <td>削減率</td> <td>-</td> <td>40%削減</td> <td>60%削減</td> <td>80%削減</td> </tr> </table> <p>2005 → 2016 → 2030 → 2050</p>	年	2005	2016	2030	2050	実績	2,067	1,240	827	413	削減率	-	40%削減	60%削減	80%削減	<p>調達先など社外でのCO₂削減に貢献した量が自社の排出量を上回る「カーボンマイナス」を目指す。「IoT」を介護現場で活用するなど、社会課題解決も推進。</p>	<p>AI Robotics</p>	<p>脳卒中や心筋梗塞の減少を目指す腕時計型血圧計を商品化するなど新たなビジネスモデルを生み、社会課題の解決に注力。AI活用による生産性の向上も推進。</p>
年	2005	2016	2030	2050														
実績	2,067	1,240	827	413														
削減率	-	40%削減	60%削減	80%削減														
社会価値賞	イオン	環境価値賞	リコー															
	<p>従業員に対し、高齢者や障害者のケアにあたる民間資格「サービス介助士」を取得することを後押ししている。商業施設を健康増進の場や防災拠点として活用。</p>	<p>RE 100 °C CDP</p>	<p>事業の電力を全て再生可能エネルギーでまかなうことを目指す企業連合「RE100」に日本企業で初めて加盟。省エネ専門人材の育成にも積極的。</p>															

出典: <https://www.nikkei.com/article/DGKKZ053006640V01C19A2TJ1000/> https://www.konicaminolta.com/jp-ja/newsroom/2017/0302_01_01.html
<https://www.omron.co.jp/vg2020/> <https://www.healthcare.omron.co.jp/sp/hcr-6900t/> https://www.aeon.info/sustainability/social/heart_bldg/
<https://jp.ricoh.com/about/integrated-report/driver/management>

第3部：情報交換会

アパレル・ファッション産業の課題



出典:SDGs経営

出典:国際連合広報センターHP「国連、ファッションの流行を迫る環境コストを「見える化」する活動を開始」「持続可能なファッションのための国連アライアンス」とは?」より一部抜粋

関西ファッション連合
SDGsテーマ

「パートナーシップで廃棄削減に取り組む」



素材、テキスタイル、製品等のものづくりにおいては「つくる責任」を。物流、小売、リサイクル等の流通においては「つかう責任」を果たすことで「海の豊かさ」「陸の豊かさ」を守る活動を「パートナーシップ」で達成する

1) 戦略委員会

2) 人材開発
委員会

3) 連携委員会

4) 品質企画
委員会

5) ビジネスサ
ポート委員会

関西ファッション連合

SDGsテーマ「パートナーシップで廃棄削減に取り組む」

12 つくる責任
つかう責任

+

14 海の豊かさを
守ろう

15 陸の豊かさも
守ろう

+

17 パートナーシップで
目標を達成しよう

1) 戦略委員会

17 パートナーシップで
目標を達成しよう

2) 人材開発委員会

4 質の高い教育を
みんなに

17 パートナーシップで
目標を達成しよう

3) 連携委員会

8 働きがいも
経済成長も

17 パートナーシップで
目標を達成しよう

4) 品質企画委員会

12 つくる責任
つかう責任

17 パートナーシップで
目標を達成しよう

5) ビジネスサポート委員会

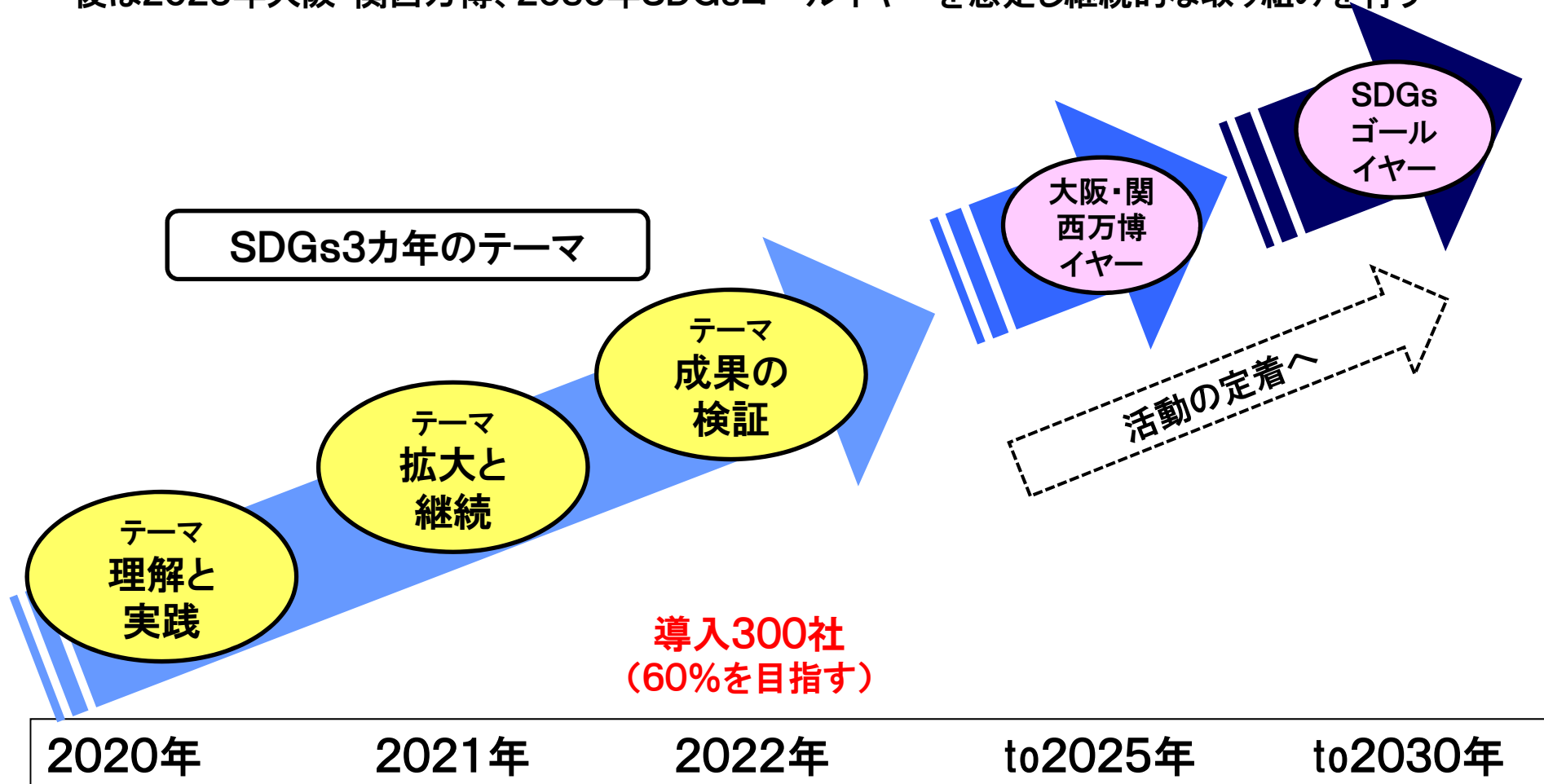
9 産業と技術革新の
基盤をつくらう

17 パートナーシップで
目標を達成しよう

※各委員会においては担当している活動項目の中からSDGsの推進について特に注力すべきテーマの設定を行っている。尚、組合という組織を活かすため1)戦略委員会以外のテーマについては17)パートナーシップで目標を達成しようという項目を付帯している

3カ年計画について

3カ年計画として、年度ごとに取り組みテーマを設定。2020年度は「理解と実践」2021年度は「拡大と継続」2022年度はパートナーシップによる導入企業の件数を「成果の検証」とする。またその後は2025年大阪・関西万博、2030年SDGsゴールイヤーを想定し継続的な取り組みを行う



※半期に一度アンケートを行い導入状況を集計の上、報告する

その1)外部に向けたプレスリリース発信

本事業への取り組みについては組合内への広報に加えて
広く社会へ向けた広報活動を活発に行って参ります。

その2)若手主体によるチーム構成を提唱

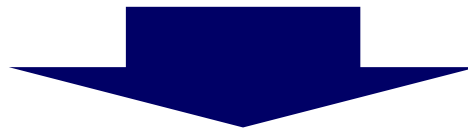
各社での取り組みについては出来るだけ若手社員が中心と
なった推進により、新たな社会課題の発見に繋げることを
提唱致します。

その3)事務局にSDGs推進室を新たに発足

事務局内に「SDGs推進室」を発足させることで、皆さまの
取り組みを強力に支援する体制を整えて参ります。

どのように
？

SDGsの進め方



ステップはSDGsコンパス
大テーマ絞り込みはSDGsケーキ
17テーマ選択はSDGsマッピング

ステップ1:SDGsを理解する、ステップ2:優先課題を決定する、ステップ3:目標を設定する、ステップ4:経営へ統合する、ステップ5:報告とコミュニケーションを行う。以下ステップ2、3、4、5を回すことをSDGsコンパスと呼んでいます。



17のテーマを「環境」に関するもの、「社会」に関するもの、「経済」に関するものに分類したものがSDGsケーキと呼ばれます。17番は環境、社会、経済とは別の扱いとなっています。



自社のバリューチェーン(付加価値連鎖)を書き出した上で、正(プラス)として市場機会につながるものと負(マイナス)としてリスクが想定されるものを洗い出すことをSDGsマッピングと呼びます。



帝人グループのCSRマテリアリティとSDGs

帝人グループは、国際社会の一員として、2015年に国連で採択された「持続可能な開発目標(SDGs)」(全ての国連加盟国が2030年までに取り組む17分野の目標)の達成に貢献していきます。CSRマテリアリティ(重要課題)を特定するにあたっては、SDGsが示す社会課題を参照し、グローバルレベルでのCSR推進に取り組んでいます。



参考)伊藤忠商事株式会社×SDGs



マテリアリティ	成果指標の事例	SDGs
技術革新による「商いの次世代化」 新技術へ積極的に取組み、産業構造の変化に既存ビジネスの枠組みを超えて挑戦することにより、新たな価値創造を行います	<ul style="list-style-type: none"> AI/IoT/フィンテック等による「商いの次世代化」推進 2018年度から食料リアルビジネスでRPA・AIを活用した業務を試験的に開始 	
気候変動への取組み（低炭素社会への寄与） 気候変動による事業影響への適応に努めると共に、低炭素社会へ寄与する事業活動の推進や、温室効果ガス排出量削減に取組みます	<ul style="list-style-type: none"> 2020年度に青果事業でのフィリピンに次ぐ産地の開拓を目指す 2030年度に発電事業の再生エネルギー比率20%超（持分容量ベース）を目指し、今後の取組みに反映 	
働きがいのある職場環境の整備 社員一人ひとりが誇りとやりがいを持ち、多様性を活かして、能力を最大限発揮できる環境を整備します	<ul style="list-style-type: none"> 2020年度に年間平均残業時間を朝型勤務導入前比10%以上減 2020年度にがん・長期疾病による離職率0% 	

マテリアリティ	成果指標の事例	SDGs
人権の尊重・配慮 事業活動を通じた人権の尊重と配慮に取組み、事業の安定化を実現すると共に、地域社会の発展に寄与します	<ul style="list-style-type: none"> グループ全体のサプライチェーンにおける社会・環境面の整備や管理基準の遵守 鉱山事業において地域社会の医療・教育に貢献、また地域インフラ整備も実施 	
健康で豊かな生活への貢献 すべての人のクオリティ・オブ・ライフの向上を目指し、健康で豊かな生活の実現に貢献します	<ul style="list-style-type: none"> 各営業部署への食品安全管理システムに関する審査員の適切配置を推進 2020年度に健康診断等から得る健康データ管理対象者数100万人 	

マテリアリティ	成果指標の事例	SDGs
安定的な調達・供給 生物多様性等、環境に配慮し、各国の需要に合わせた資源の有効利用と安定的な調達・供給に取組むことで、循環型社会を目指します	<ul style="list-style-type: none"> 2023年に繊維ビジネスにおけるグループ全体のサプライチェーン整備・可視化を実現 2025年に木材ビジネスで認証材、または高度な管理が確認できる材の取扱い比率100% 	
確固たるガバナンス体制の堅持 取締役会は独立した客観的な立場から経営に対する実効性の高い監督を行うと共に、意思決定の透明性を高めることにより、適正かつ効率的な業務執行を確保します	<ul style="list-style-type: none"> 各年の取締役会評価を通じ、取締役会の監督機能強化に向けた施策を継続的に実施 コンプライアンス関連諸施策のモニタリングと共に、巡回研修等を継続 	

出典：https://www.itochu.co.jp/ja/ir/doc/annual_report/online2018/sustainability.html

1 創業以来、生産・物流を効率化
PRODUCT 2019年～
テキスタイルストック

日本、中国、タイ、ベトナムに豊富なテキスタイルストック機能を持つ拠点を展開し、縫製工場への小ロット・クイックデリバリーを実現。必要な時期に必要な数量をお届けし、生産の無駄や物流に伴うCO2排出量削減を推進しています。

2 インドのコットン種子栽培にかかわる子どもたちへの支援
PRODUCT 2018年～
ピース・インド・プロジェクト

コットンの生産地で費用にかかわる子どもたちへの支援として認定NPO法人 ACEのピース・インド・プロジェクトに寄付をしています。

認定NPO法人 ACEの活動とは？

インドのコットン種子栽培には多くの子どもたちが関わっており、その数は48万人以上と推定されています。学校へ行く子ども、遊ぶ子ども、十分な食糧がとれるコットン畑で働いている子ども、危険な労働から子どもを保護し教育支援、女の子のエンパワーメント、親の自立支援などの活動を行っています。



写真提供：ACE

3 自然に優しいサイクルで栽培する
PRODUCT 2018年～
ORGANIC COTTON

オーガニック農産物などの認証機関に認められた農地で、農薬、肥料の厳格な基準で育てられた綿花を使用。有機農地が広がることで環境への負荷が軽減できます。また、「ピース・インド・プロジェクト」に寄付をする取り組みの1つとして、このオーガニックコットン対象商品をご利用頂き、オリジナルの下げ札を1枚につき10円でお買い上げ頂くこと、1枚当たり10円が認定NPO法人ACEへ寄付されます。

4 2つのリサイクル方法で生まれるポリエステル繊維。
PRODUCT 2019年～
ECOPET.

「エコベット」はペットボトルや繊維クズ、回収衣類などを原料としたエコ素材。地球にも人にもやさしい機能エコ素材で、環境負荷低減に大きく貢献します。

マテリアルリサイクル工程

回収された使用済みPETボトルを粉砕し、溶かして繊維を再生します。安定性もあるため一般的によく使われる方法です。



5 植物由来繊維とペットボトルでつくる
PRODUCT 2019年～
SOLOTEX×ECOPET.

原料の一部が植物由来のSOLOTEX®と2つのリサイクル方法で生まれるECOPET®を組み合わせた環境と人にやさしい高性能素材です。

生地の特長



※ SOLOTEX®は帝人フロンティアの商標です。 ※ ECOPET®は帝人フロンティアの商標です。

6 ペットボトル生まれのコットンの風合い
PRODUCT 2019年～
e&dress® エンドレス

ペットボトルリサイクル原料を使用した糸「e&dress®」を使用した。環境と人にやさしいポリエステル繊維。特長繊維技術によるコットンの様なナチュラルな風合いとルックスが特徴のエコなナチュラルタッチファブリックです。

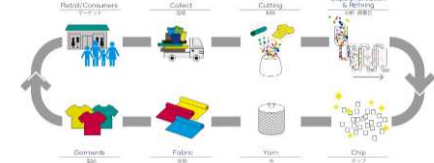
エンドレスの特長



7 「繊維から繊維」で実現するサーキュラーエコノミー
PRODUCT 2019年～
RENU®

「RENU®」は繊維を通して、気候変動及びその影響の軽減に為る生まれ変わるサーキュラーエコノミー（循環型経済）の実現を目指すプロジェクトです。特徴技術により繊維ゴミなどからリサイクルされたポリエステル繊維は優れた安定性があり、その品質は確かなもの。RENU®はグローバルパートナーシップの輪を広げ未来につなげる繊維です。

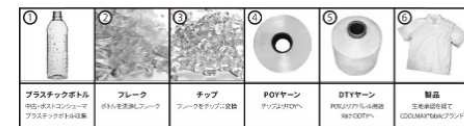
RENU®がもたらすサーキュラーエコノミー



8 97%リサイクル資源から繊維に再生
PRODUCT 2019年～
COOLMAX EcoMoode

ペットボトルなど97%のリサイクル資源から6段階の工程を経て繊維に再生。生地は体から汗を吸い上げ素早く蒸散し涼しくドライな着心地を提供します。

繊維再生までの工程



9 障がいのある人々の可能性を広げる
PRODUCT 2019年～
Paralym Art®

一般社団法人障がい者自立推進機構が実施する障がい者が生み出すアートを通して、彼らの社会参加と経済的自立、アーティストとしての夢と才能を応援しています。

パラリンアート



パラリンアートとのコラボ生地を作成しています。



パラリンアート公式ホームページ▲

10 生地見本回収で環境配慮と子どもたちへの支援
PRODUCT 2016年～
SAMPLE REUSE

各チャラーなどで設置した回収ボックスで生地見本を回収し、再利用や、別売して処分を行っています。また、「ピース・インド・プロジェクト」に寄付をする取り組みの1つとして、回収した生地見本1枚当たり10円が認定NPO法人ACEへ寄付されます。

サンプルリユースの流れ



テーマ発見ワークシート

始めに「パートナー」「経済」「社会」「環境」の中から重点度を○△×で評価し、その中にあるテーマ番号から取り組みたいものを選んでください。最後に具体的なアクションプランを書いてみましょう！

分類	該当するテーマ	重点課題 ○△×	自社のテーマ 番号(1~17)	アクションプラン
記入例	<input type="checkbox"/> パートナー <input checked="" type="checkbox"/> 経済 <input type="checkbox"/> 社会 <input type="checkbox"/> 環境	○	10 12	外国人留学生の積極採用 受注生産型ECサイト開設
パート ナー				
経済	   			
社会	       			
環境	   			

SDGsの5つのP

5つのPとは「人間生活(People)」、「豊かさ・繁栄(Prosperity)」、「地球環境(Planet)」、「平和(Peace)」、「協働(Partnership)」の5つのカテゴリーの頭文字で、17の目標をカテゴライズしたもの。



出典) <https://sdgs.fan/sdgs/about/> 53



人間生活 (People)

あらゆる形態と次元の貧困と飢餓に終止符を打つとともに、すべての（目標1、2、3、4、5および6）。



■人間生活(People)

あらゆる形態と次元の貧困と飢餓に終止符を打つとともに、すべての人間が尊厳を持ち、平等に、かつ健全な環境の下でその潜在能力を発揮できるようにする。



豊かさ・繁栄 (Prosperity)

すべての人間が豊かで充実した生活を送れるようにする



■豊かさ・繁栄(Prosperity)

すべての人間が豊かで充実した生活を送れるようにするとともに、自然と調和した経済、社会および技術の進展を確保する。



地球環境 (Planet)

持続可能な消費と生産、天然資源の持続可能なようにする（目標12、13、14および15）。



■地球環境(Planet)

持続可能な消費と生産、天然資源の持続可能な管理、気候変動への緊急な対応などを通じ、地球を劣化から守ることにより、現在と将来の世代のニーズを充足できるようにする。



平和 (Peace)

恐怖と暴力のない平和で公正かつ包摂的な社会（16）。



■平和 (Peace)

恐怖と暴力のない平和で公正かつ包摂的な社会を育てる。平和なくして持続可能な開発は達成できず、持続可能な開発なくして平和は実現しないため。



協働 (Partnership)

グローバルな持続可能な開発に向け



■協働(Partnership)

グローバルな連帯の精神に基づき、最貧層と最弱者層のニーズを特に重視しながら、すべての国、すべてのステークホルダー、すべての人々の参加により、持続可能な開発に向けたグローバル・パートナーシップをさらに活性化し、このアジェンダの実施に必要な手段を動員する。

出典) <https://sdgs.fan/sdgs/about/> 54

5つの特徴は、①普遍性、②包摂性、③参画型、④統合性、⑤透明性の5点。

普遍性

先進国を含め、全ての国が行動

包摂性

人間の安全保障の理念を反映し
「誰一人取り残さない」

参画型

全てのステークホルダーが役割を

統合性

社会・経済・環境に統合的に取り組む

透明性

定期的にフォローアップ

出典) https://www.meti.go.jp/shingikai/economy/sdgs_esg/pdf/001_05_00.pdf

55

to2030

