



リンゴの木の育つ
かけがえのない
地球環境を守るために
私たちは行動します。



A TEAM TO E
for the Apple tree on the Earth
by Sugar & Spice ●●●●

SUGAR & SPICE CO.,LTD
1B-2, 5-4-11,Hiroo, Shibuyaku, Tokyo, 150-0012, JAPAN
PHONE 03-6280-5481 FAX 03-3280-5480
E-mail:nakamura@sugar-spice.co.jp
www.sugar-spice.co.jp

for the
Apple
tree
on
the
Earth

環境方針

基本理念

株式会社シュガーアンドスパイスは、子供事業に携わる私たちの果たすべき役割として、次世代、その先世代の子ども達の「笑顔と元気」が変わることなく続く地球環境を存続させるために、

- ① 環境保全は私たちの重要な企業ポリシーと認識
- ② 環境経営システムを構築し事業全般で環境保全活動を展開
- ③ エコ活動プロジェクト「team A to E」を組織し地域社会への貢献を推進を基本理念に掲げ、全従業員が共通の認識を持ち、環境保全活動を実施いたします。

行動指針

シュガーアンドスパイスは次の事項について目標を定め、継続的に改善活動に取り組めます。

■ 環境に配慮した行動指針

- ① 二酸化炭素排出量の削減
- ② 一般廃棄物排出量の削減及び資源ごみ分別リサイクルの推進
- ③ 水使用の削減
- ④ 事務用品のグリーン購入の推進

■ シュガーアンドスパイスの特色を生かした環境貢献事業の推進

エコ活動プロジェクト「team A to E」の活動

- ① 企業の環境広告活動に参加、協力
- ② 地域社会が主催するイベント等の活動に参加、協力
- ③ 環境学習のための教材、イベントの制作に協力

■ 環境保全活動の推進

- ① 全従業員に環境保全への認識を深めるための年4回勉強会の開催、また所属モデルには定期撮影会で環境トレーニングの場を設け、環境学習の推進を図ります。
- ② 地域社会の環境保全活動に積極的に参加します。

■ 環境関連法規制の順守

- ★ この環境方針は社内外に公表します。

2006年3月1日（制定2005年3月1日）

株式会社シュガーアンドスパイス
代表取締役

目 次

- 環境方針
- エコ活動の経緯
- 環境目標とその実績
 - 電力、一般廃棄物排出量の削減／資源ごみ分別リサイクルの推進
 - 水の消費の削減、事務用品のグリーン購入
 - 環境貢献事業、環境活動の推進
- 環境行動計画目標の取り組み
- 環境関連法規等の順守状況

事業所概要

- 事業者名 株式会社シュガーアンドスパイス
代表取締役 中村 敬子
- 所在地 東京都渋谷区広尾 5-4-11 ベルナハイツ 1B-2
- 設立 1989 年（平成元年）10 月
- 事業内容 モデルマネジメント及び広告企画制作
- 資本金 1,000 万円
- 事業の規模
2007 年 1 月現在 従業員数 12 名
事務所床面積 86,5 m²
- 環境保全関係の責任者及び担当者、連絡先
責任者 : 中村敬子
担当者、省エネ部 : 戸崎和子
管理部 : 鈴木正恵
連絡先 Tel 03-3280-5481

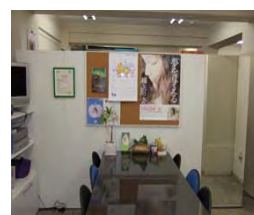
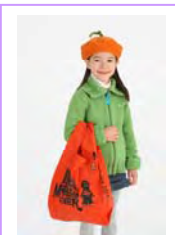
エコ活動の経緯

シュガー&スパイスの手話パフォーマンスチームの「花博」オープニング（2004年9月）、「愛・地球博」（2005年3月～）出演がきっかけとなり、従業員の環境問題に対する意識が高まり、社内で環境保全活動に取り組むためエコアクション21の実施を決定いたしました。環境への負荷を削減し、環境にやさしいグリーン購入増を目指し、計画=Plan、実施・運用=Do、点検・是正=Check、見直し=ActionのPDCAサイクルを基本とした環境経営を構築運用し、当社の特色を生かした環境貢献事業では「愛・地球博」以降新たなプロモーション強化を図ります。また外部コミュニケーションの活動を重視しホームページのリニューアル（2007年6月予定）や地域社会での活動枠の拡張を目指します。

| | |
|---------|--|
| 2004年9月 | 2005年より事業計画に「エコ活動への取り組み」を社内で決定 浜松「花博」オープニングに当社手話チームが出演 |
| 12月 | エコアクション21実施へ向け、社内にエコ活動推進チーム発足 エコ活動元年 社内のゴミの削減、省エネルギー化など環境負荷低減活動 |
| 2005年1月 | スタート ⇒ ゴミ、電力、節水の削減目標を設定 新規事業/環境貢献事業の促進 ⇒ 「愛・地球博」で手話チームがイベントに出演決定（3月～8月）、他パビリオン内展示の環境広告にモデル多数出演 |
| 4月 | 事務用品のグリーン購入の推進 ⇒ グリーン購入先業者と打合せ（年間商品、予算を計画） エコアクション21実施にあたり環境経営システム構築運用開始 |
| 2006年1月 | 省エネルギー対策として、社内環境をリニューアル |
| 2月 | 経済産業省から「日本国際博覧会（愛・地球博）」の活躍に感謝状 |
| 4月 | 環境カウンセラー宇田文明氏を招き「地球温暖化の現状」の講演、及び勉強会開催 |
| 5月 | エコアクション21認証・登録 |
| 6月 | ホームページリニューアルでエコ活動を弊社事業の重要項目としてサイトアップ |
| 8月 | 撮影会（年6回開催、年間約500名の所属子供モデルが参加）の会場で、子供向けエコトレーニングを開始 |
| 12月 | ⇒ 子供用ゴミ箱、エコポスター、エコバック展示で、子供たちのエコ意識を高める 地域団体（白金、高輪、広尾の青年団）へエコ活動を提案 ⇒ 2007年へ向け地域団体主催の緑日やイベントでのエコ活動計画 |
| 2007年1月 | 省エネルギー対策として、社内空調（老朽化したエアコンを省エネ型エアコンへ）をリニューアル |



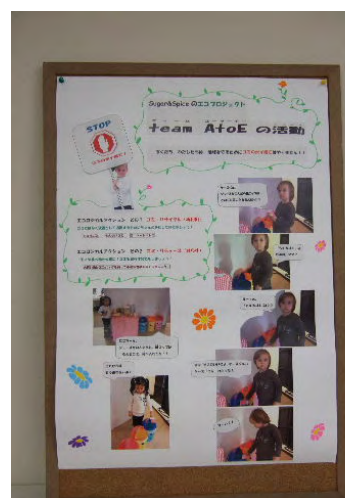
エコバックの紹介



事務所の間仕切りパーティーション



「愛・地球博」の活躍に感謝状



子供用エコトレーニングポスター「ごみのポイ捨て禁止！」



環境目標とその実績

2006年の目標とそれに対する実績および達成状況は以下のとおりです。

| 項目 | 2006年目標 | 2006年実績 | 達成状況 | |
|-------------|---|--|---|---|
| 環境に配慮した行動指針 | 二酸化炭素排出量 | | | |
| | 電力 総量 kg-CO ₂ (kwh) | 2004年度比 100% 目標値 4,420kg-CO ₂ (11,693kwh) | 2004年比 99,4% 排出量 4,393kg-CO ₂ (11,621kwh) | ○ |
| | 廃棄物排出量／資源ごみ分別リサイクルの推進 | | | |
| | 一般ごみ 総量 kg／年 | 2004年度比 100% 目標値 992kg | 2004年度比 89,5% 削減 排出量 888kg | ○ |
| | ペットボトル ビン 缶 | — | 30kg } コンビニの 5kg } 回収箱へ 5kg } | |
| | ダンボール 雑誌 新聞 総量 kg／年 | — | 65kg } 指定日に 31kg } ゴミ出し 3kg } | — |
| | 総排水量 | | | |
| | 水使用量 総量 m ³ ／年 | 2004年度比の 113% 目標値 92 m ³ | 2004年度比の 97,8% 使用量 90 m ³ | ○ |
| | 事務用品のグリーン購入 ※ | | | |
| | エコ商品・事務用品 グリーン購入比率% | 2006年度目標 15%以上 | 達成購入比率 50% | ○ |
| 環境事業 | 環境貢献事業の推進 売上(万円) | 2004年度比 100% 目標値 433万円 | 2004年度比 72% 達成売上 311万円 | × |
| 環境活動の推進 | <ul style="list-style-type: none"> 環境保全に対する勉強会の開催 所属モデルへ情報の提供とトレーニング 地域で環境保全活動を推進 HPで環境保全活動公開 | — | <ul style="list-style-type: none"> 全社員向けに年4回の勉強会開催。 モデル撮影会で掲示板、トレーニング実施 白金、高輪青年団の地域促進活動に参加 2006年6月にサイトアップ | — |

※事務用品のグリーン購入は2005年5月より数値を把握し毎月の購入比率で平均率を算出しました。

※従業員数が基準年度(2004年)の9名に対し、12名と増えているため、環境目標を電力は±0%、水使用量は従業員増加割合の1/2の+113%に設定しました。(総量を削減することが大切と考え、総量での目的設定をしています。)

取り組み

電力使用による二酸化炭素量の削減

◆ 不用時の消灯の徹底

台所、トイレの未使用時、営業時間外未使用場所の消灯をします。

◆ 待機電力の節電

パソコンディスプレイ、コピー機の未使用時は節電モードへ切替えをします。

◆ 省エネ家電商品による電力の削減

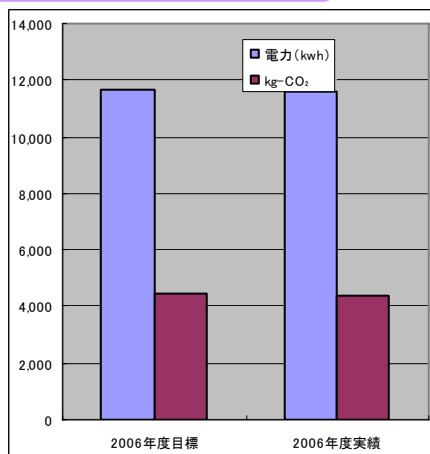
エアコン、照明他家電商品は積極的に省エネ商品を導入し電力削減を心がけます。

◆ 事務所の空調温度の適正化 冷房：27℃ 暖房：22℃

事務所にパーテーションを設置しての適正温度を保持します。

夏は扇風機、冬は足元暖房機で室温を調節します。

電力量の推移



目 標

2004年度比 100%
目標値 4,420kg-CO₂
(11,693kwh)

実 績

2004年度比 99,4%
排出量 4,393kg-CO₂
(11,621kwh)

2006年上期は電力使用削減の本格的取り組みにもかかわらず、仕事の受注率が増え従業員の増加、事務所稼働時間の増長などにより、目標を大幅にオーバーする結果になりました。そこで4月環境責任者、担当者の話し合いにより、目標値を-3%から±0%に修正することで新たに取り組みを開始しました。社内一丸の取り組みにより6月以降連続で目標値を達成しました。

評価 (結果と今後の目標)

電力削減は、エコアクション2.1実施から従業員の意識が高まり本格的取り組みを始めましたが、3月までの数値は目標を大幅にオーバーしてしまいました。2006年は前年度より仕事量が増え、そのため人員の増加、事務所使用時間が増えたことが理由と考えられ、4月に従業員人数(2,5人員増)を踏まえ目標値を基準年度比の-3%から±0に修正しました。削減策として、事務所内の間仕切り、扇風機や、足元暖房機による室内温度の保持、省エネ型のエアコンの導入、節電モードへの切り替え、未使用時の消灯など取り組み、その結果6月より連続で目標値を達成することができました。

2007年の目標としては、まず老朽化した大型エアコンを昨年導入したのと同じタイプの省エネ型に換え電力使用の削減を図ります。また期間を設定して週末実働のない事務所の電源オフキャンペーンの実施を計画し、さらに電力使用による二酸化炭素排出量の削減に取り組みます。

電力使用による二酸化炭素削減目標

2007年 2004年度比の **97%**
4,287kg-CO₂(11,342kwh)

2008年 2004年度比の **95%**
4,199kg-CO₂(11,108kwh)

取り組み

一般ごみの削減

◆ 裏紙の使用の徹底

2005年度に引き続き裏紙使用を従業員全員で推進します。

◆ 画像データベースシステムの導入によりペーパーレス化を推進継続

インターネット上のデータベースに画像資料を管理することにより、コピー用紙他紙類の削減を推進します。

◆ 事務所内マイ箸、マイスプーンの推進及びエコバック推進

昼食、休憩時の飲食で排出される一般ゴミの削減を社員に徹底します。

◆ 詰め替え可能な製品や簡易包装された製品の購入を推進

事務用品、衛生用品（トイレトペーパー、洗剤他）、飲食品（コーヒー、お茶等）の購入の優先基準とします。

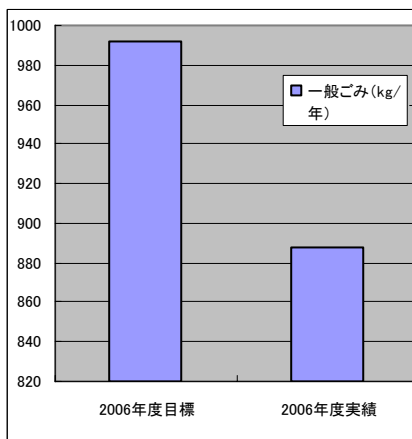
資源ごみ分別リサイクルの推進 *new!*

◆ 2006年1月からペットボトル、ビン、缶はコンビニのリサイクル回収箱へ

ペットボトル 30kg、ビン 5kg、缶 5kg をコンビニのリサイクル回収箱へ持参しました。ダンボール 65kg、新聞 3kg、雑誌 31kg 指定日にゴミだしました。

※以前は分別リサイクルの統計をとっておりませんでした。2006年度からペットボトル、ビン、缶、そしてダンボール、新聞、雑誌の統計（総 kg/年）を開始しました。

一般廃棄物排出量削減の推移



目 標

2004年度比±0%
目標値 992kg

実 績

2004年度比 89,5%
排出量 888kg

2006年度は、2004年度基準値の-4%を目標値としスタートしましたが、従業員増加を踏まえ、基準費の±0%に修正して取り組みました。コピー紙の裏紙の使用徹底が定着し、紙類の削減が効果をあげたこともあり下半期に入るとほぼ目標値に近づき、後半は実績累計ともに目標を達成しました。

評価（結果と今後の目標）

エコアクション 21 実施開始と同時に事務所内のごみ箱（渋谷区の規定する分別方法により）の設置により一般ゴミとリサイクル回収品の分類の徹底は社員の心得として浸透しました。しかし実績は2006年は前半より仕事量が増え、また従業員の増加により目標値をオーバーする結果になり、4月に人員増加に伴い再構築し目標値を-4%から±0%に修正しました。一般ゴミ削減ではコピー紙の裏紙使用の徹底が大きく反映し、またエコバック、マイ箸活用推進が従業員意識を向上させ夏以降ほぼ目標値に近づき、11月12月は達成することができました。

2007年はさらにコピー紙の裏紙使用、古紙の管理を徹底し紙類の削減を推進します。また社内及び所属モデルたちとの環境コミュニケーションの一環としてエコバック、マイ箸でゴミ削減を推進する活動を致します。

一般廃棄物の削減目標

2007年 2004年度比の100%

排出量 992kg

2008年 2004年度比の100%

排出量 992kg

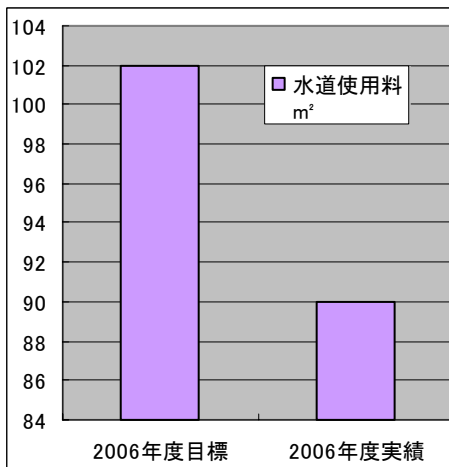
取り組み

節水の取り組み

◆ 余剰な水道水の消費の削減

トイレの節水ボールを使用して余剰な水の使用防止につとめます。
台所、トイレの水を使用する場所に「節水」のための標語を掲示し事務所内の節水の呼びかけをします。

水の消費の削減の推移



目標

2004年度比 113%※
目標値 92 m³

実績

2006年度比 97,8%
使用量 90 m³

2006年上半期(1月~6月)は2004年比の目標値±0%は、従業員増加により目標値を大幅にオーバーしてしまいました。下半期は目標値を人数増加の割合に応じて目標値を増加修正した結果、目標値に近づき12月は実績累計ともに目標を達成しました。

| ※2006年度目標 | 従業員増 |
|-----------|---------------|
| 基準年度比 | 113% 9名→11,5名 |
| 削減率 | 13% 27%増 |
| | 92 m³ |

人員増加の(27%)の約1/2の+13%に変更

評価 (結果と今後の目標)

事務所内の水の使用量は台所とトイレの使用の数値で、事務所内の従業員数、勤務時間によってかなりの変動が生じます。2006年度前半は従業員数が増え目標値を大幅にオーバーする結果となったため、挽回策として下半期は目標値を人員増加2,5人員(27%)の約1/2の+13%に変更しました。さらに節水ボールの取り付け節水の呼びかけで、下半期は目標値に近づき、12月は実績累計ともに目標を達成できました。

2007年は、2006年度の勢いを継続できるよう、節水対策として上半期に節水コマの取り付けを検討実施します。

水の消費の削減目標

2007年目標

2004年度比の 113% 92 m³

2008年目標

2004年度比の 110% 89 m³

取り組み

シュガー&スパイスの特色をいかした環境貢献事業の推進

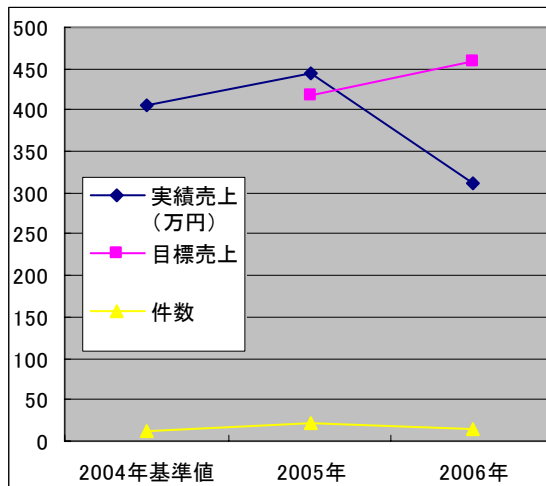
- ◆ 所属モデル・タレントの、環境関連企業広告、出版、各メディア、イベントへ出演参加、協力のプロモーション活動

2006年6月よりホームページに環境活動のコンテンツをサイトアップし、これまでの環境広告出演記録を公開し、その取り組みをアピールしました。

- ◆ エコプロジェクト「Team A to E」の発足と活動

「愛・地球博」で組織し、そのイベント出演したエコプロジェクト「Team A to E」の活動を、これからは地域社会の環境活動への参加を推進します。

環境貢献事業活動の推移



目標

2004年度比 100%
目標値 433 (万円)
件数 21 (件)

実績

2004年度比 72%
実績売上 311 (万円)
件数 14 (件)

2006年度の実績は目標売上、件数とも「愛・地球博」後減少したが、活動は継続しているので、これからはホームページや口コミで活動状況を公開し実績上昇を目指します。

2007年からは、目標基準値を2006年度の実績(311万円)に設定し、営業方針を見直し、売上増を目指します。

評価 (結果と今後の目標)

2005年「愛・地球博」を機に環境貢献関連広告の受注が上昇しましたが、博覧会終了後2006年は受注件数も大幅に削減し、目的売上も達成できませんでした。

2007年からは、シュガー&スパイスの特色を生かした環境貢献事業を推進するため、売上を増やすだけでなく、外部コミュニケーションの活性化を推進し、社会的な活動にも力を入れ、事業の社会的浸透を目指します。

- 7月にホームページのリニューアルを予定し環境関連ページの充実を図ります。
- 地域(港区、渋谷区)活動への参加を積極的に行い、外部コミュニケーションの活性化を図ります。

環境貢献事業の目標

2007年

2006年度比 105% 327 (万円)

2008年

2006年度比 110% 342 (万円)

取り組み

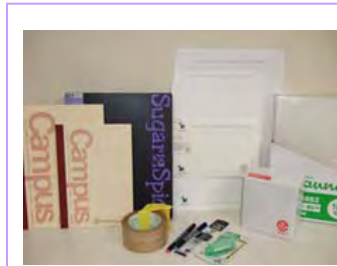
グリーン購入の推進

◆ リサイクル商品、グリーン購入法のマークの付いた商品を推進

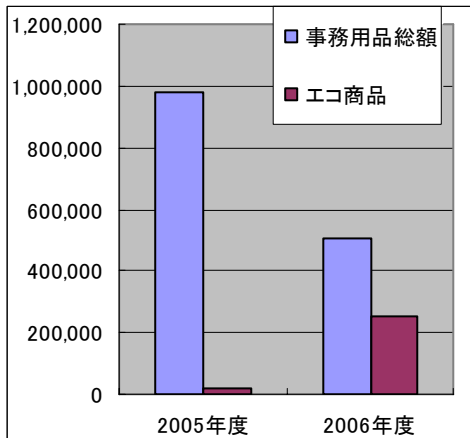
衛生用紙（トイレトペーパー、ティッシュペーパー）⇒ 100%グリーン化達成
 名刺、封筒、照明、ポートフォリオ（モデル用写真台帳）⇒ 100%グリーン化達成
 コピー用紙、事務用品 ⇒ グリーン化推進継続中

◆ 環境に配慮した企業を選定し発注

会社印刷物、制作物（名刺、封筒、クリアファイル、ポートフォリオ）、自社PR用
 ちらし制作のグリーン化を推進します。



達成状況



目標 実績

事務用品総額のグリーン購入率

15%

50%

| | 2005年 | 2006年 |
|--------|----------|----------|
| 事務用品総額 | ¥981,441 | ¥503,966 |
| グリーン商品 | ¥20,517 | ¥250,987 |
| | 15% | 50% |

以前はグリーン購入の統計は行っておらず、2005年5月から数値を把握しグリーン化の取り組みを開始しました。2006年度は半期ごとに購入計画を把握し、事務用品、印刷物その他のグリーン購入化を推進した結果2005年度比から大幅な購入率増加50%を達成しました。

評価（結果と今後の目標）

2006年度はグリーン購入化を推進するために購入商品を整理し計画的に購入比率の増加を図りました。結果、事務所で日常使用する衛生用品は100%、名刺、封筒、照明器具、ポートフォリオは100%をグリーン化達成し、コピー用紙、事務用品もグリーン推進を図りました。

2007年はコピー用紙、事務用品のグリーン化を強化し購入率の増加を目指します。

事務用品総額のグリーン購入率目標

2007年度 50%以上

2008年度 55%以上

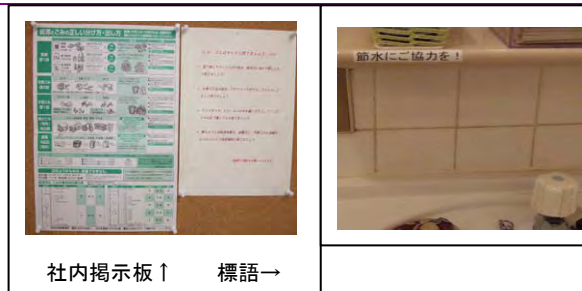
取り組み

社内

従業員へ年4回行うミーティングで、四半期ごとの取り組み結果を報告します。

従業員の環境保全の知識向上のために環境トレーニングの一環としてエコ活動の専門家や学識者を招いて勉強会を行います。

社内に環境保全に関する情報を掲示し、常に従業員が意識を払うよう心がけます。



社内掲示板↑ 標語→

所属モデル

シュガー&スパイスのホームページでエコ活動をアピールします。

年6回行う写真撮影会の会場で子供向け環境トレーニングを実施し、子供たちとその親権者へ浸透を図ります。



子供用ゴミ箱を設置し、ゴミ分別の意識を高めます。

「地球へのプレゼント」をテーマのお絵描きコーナー

取引先

シュガー&スパイスのホームページでエコ活動をアピールします。

環境活動を推進する企業との取引を優先させ、ビジネスのグリーン化を重視します。



HPで当社エコ活動を紹介

取引先向けの当社エコ活動計画書

環境行動計画目標の取り組み

2007年度は、2004年を基準値とし2005年から3年間の環境目標を設定した最終年度と2007年度、2008年度は2004年度を基準値として環境行動計画の目標を定め、継続的に改善活動に取り組みます。

| | 項目 | 2007年目標 | 2008年目標 |
|-------------------------------|---|---|---|
| 環境に配慮した行動指針 | 二酸化炭素排出量 | | |
| | 電力 総量 kg-CO ₂ (kwh) | 2004年度比の97% 目標値 4,287kg-CO ₂ (11,342kwh) | 2004年度比の95% 目標値 4,199kg-CO ₂ (11,108kwh) |
| | 廃棄物排出量／資源ごみ分別リサイクルの推進 | | |
| | 一般ごみ 総量 kg／年 | 2004年度比の0%削減 目標値 992kg | 2004年度比の0%削減 目標値 992kg |
| | ペットボトル、ビン、缶 ダンボール、新聞、雑誌 総量 kg／年 | リサイクル回収を継続する | リサイクル回収を継続する |
| | 総排水量 | | |
| | 水使用量 総量 m ³ ／年 | 2004年度比の113% 目標値 92 m ³ | 2004年度比の110% 目標値 92 m ³ |
| | 事務用品のグリーン購入 ※ | | |
| エコ商品・事務用品 グリーン購入比率% | 購入比率 目標値 50%以上 | 目標値 55%以上 | |
| 環境事業 | 環境貢献事業 売上 (万円) | 2006年度比の105% 目標値 327万円 | 2006年度比の110% 目標値 342万円 |

環境関連法規等の順守状況

適用される主な環境関連法規制は次の通りである。

| 適用される法規制 | 適用される機器・項目等 |
|------------------------|-------------|
| 家電リサイクル法 | テレビ、冷蔵庫 |
| リサイクル法 | パソコン |
| 渋谷区清掃及びリサイクルの 関する条例 | 一般ごみ |

環境関連法規制等の順守状況の定期評価の結果、環境法規制等の逸脱はありませんでした。また、過去3年間にわたって違反や訴訟もありませんでした。