

環境 ビジネス

2010年7月1日発行(毎月1回1日発行)
通巻97号

www.kankyo-business.jp

巻頭 ▶ 意外な落とし穴と失敗しない導入計画

太陽光発電システムの選び方

実務 ▶ 適正処理と資源再生のためのQ&A

改正廃棄物処理法

特集 ▶ 利益も上がる省エネ計画

改正省エネ法 届出書の書き方

7/31
提出期限



CO₂ 316.5g

7 2010
月号

アジア最大の環境展 IFAT CHINA2010速報

環境対応に先例のないモデル業界 手探りでの導入から事業展開へ

シュガーアンドスパイス (東京都渋谷区)

——モデルマネジメント及び広告企画制作

資本金 1,000 万円

EA21 認証・登録年月 2006 年 5 月

EA21 取得の主な効果 エネルギー使用量削減、環境貢献事業設立

第 12 回環境コミュニケーション大賞・環境活動レポート部分 (環境大臣賞) 受賞

愛・地球博からのオファー契機に 企業としての環境活動を模索

「そもそも環境なんていわれても、何も分からない状態だったのです。私自身も、エコからほど遠いと自他共に認めるタイプです」と、子役中心のモデルマネジメントを行うシュガーアンドスパイスの中村敬子代表取締役は笑う。

同社が環境にかかわるきっかけとなったのが2005年の愛・地球博だ。04年、浜名湖で行われた花博で、同社のタレントが手話パフォーマンスを披露。続いて翌年、愛・地球博でも手話パフォーマンスの出演が決定。あわせてパビリオン内展示の環境広告に同社のモデルが多数出演することとなった。

こうしたオファーから、中村代表は地球環境がライフスタイルの大きなテーマとなり、仕事、生活に大きな変化が訪れる、という機運をひしひしと感じたという。しかし、自らの事業でどう取り組めばよいかは検討がつかなかった。そんな折、宇田吉明氏との出会いがあった。

「宇田さんから、具体的な企業の取組

みの手段としてEA21についてお話をいただき、价格的、システム的には十分チャレンジ可能だと思いました。モデル、芸能の業界でもおそらく初となる点もよかった。ただし、『環境目標』などのマネジメントシステム上の単語から、環境に関する基礎知識まで、わからないことだらけ。取得に至るまでの細かいサポートをお願いして、ようやくチャレンジの踏み切りができました。」

以降、宇田氏と中村氏は多忙な業務の間を縫って、互いの活動範囲の交差点である東京駅でミーティングを重ね、ついに06年5月、EA21の認証・登録に至った。

順調に負荷削減、次のステップへ エコタレント事業をスタート

EA21を導入してからの成果は目覚ましい。まず、環境を担当するスタッフの意識がみるみる変わった、と中村代表は言う。

同社が環境行動指針に定めた「環境配慮行動」のは、次の通り。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 グリーン商品の優先的購入。それぞれ09年の実績値で見ると、①では電力使用量で04年度比21%削減。②では一般ごみで04年比16%削減。④では購入比率67%となっている。

同社の設備が都市部のオフィスに限られる点を考えると、相当な環境意識の改革があったとみていいだろう。ただし、取得から3年がたち、使用エネルギーやゴミの削減は限界まで達してきている。

そこで同社が重視しているのが、行動指針のもう一方で定めた環境貢献事業の拡張だ。

teamAtoE (Team for the apple tree on the earth. 同社の象徴であるりんごの木から) としてエコタレントの育成、派遣に取り組んでいる。05年 (4.45百万円)、07年 (6.43百万円)、09年 (6.3百万円) は売上目標を達成。09年からは売上3ヵ年計画 (08年を基準に総売上6%) を立て達成を目指している。

シュガーアンドスパイス EA21 への流れ



シュガーアンドスパイスの事務所には、「チームマイナス6%」のマスコットにも登録された会社のマスコット・ドラゴンJOJOや温度上昇を2℃に抑えるための啓発の張り紙、エコバッグの壁掛けなど様々な工夫がこらされている

シュガーアンドスパイスが育成したエコタレントグループASAP (アサップ)。環境への関心が高い所属メンバーによって芝居、ショートコント、歌を披露する。写真は白金グローバルフェスタへ向けた「猛稽古」。子役時代から表現に磨きをかけたメンバーだけに、リラックスしながら活発な意見交換が行われる

事業推進に大きな影響を与えたのが環境省と地球・人間環境フォーラムが主催する環境コミュニケーション大賞 (第12回、環境大臣賞) の受賞だ。「一時売り上げが伸び悩み、環境事業はもうだめか、となった09年2月に、環境レポートを評価していただき、環境大臣賞をいただいた。これで再び事業にも会社にも勢いがきました」(中村代表)。

同社は「エコタレント」を、エコを実践し、社会へ向けて環境メッセージを発信するエコメッセンジャーとして、各メディアへの出演・環境学習のナビゲーターと位置づけ、独自の育成プログラムで育成。09年にはエコタレントチームを「ASAP」(アサップ) と名付け、地域イベントなどでの出演オファーが舞い込んできている。

EA21認証を、環境目標の達成、環境事業の設立と着実に会社の根底に据え伸長させている同社の取組みはまちがいに認証企業のロールモデルの一つと言えるだろう。

中村社長のすごいところは、天性のビジネス感 (先を見る目) だ。

中村社長が主催するパーティには、経営者、ビジネスマン、自由業など多種多様な人が集まる。理由は、その美貌もさることながら、持ち前の明るさと人を惹きつける行動力だろう。

その中村さんが数年前に環境に目覚めた。決心したら行動が速いのが中村社長の性分である。理解が早く、2時間ほどのレクチャーを5回受けたところで審査の申し込みを行った。エコアクション21は審査の中で指導助言してもらえ、無事、認証取得することができた。

環境ビジネスに生かしてゆこうと決めていたため、当初から環境方針に環境関連事業を推進することを掲げ、環境関連ビジネスの拡大を

目利き審査人の
ココがすごい!

目標を設定した。

同時に外部講師を招きエコミーティングを行い徹底的に社員の啓発活動も行い、すべての社員が環境ビジネスの重要性も認識するようになった。

また、熱く環境ビジネスへの想いを語るうちに、シュガーアンドスパイスを支援する応援団も結成され、着実に中村社長の描く環境ビジネスへの展開が開けるものと確信している。

審査人のここをチェック!

- ✓ 照トップの天性のビジネス感覚
- ✓ 環境ビジネスに活かすと決めた視点
- ✓ すべての社員に共通認識を高めた



宇田 吉明
(うだ・よしあき)
環境・食品安全アドバイザー