

“環境の世紀”を切り拓く

2009年1月10日印刷 2009年1月15日発行 1966年6月17日 第3種郵便物認可
ISSN0916-9172CODEN: SKTAET

月刊 資源環境対策

JOURNAL OF RESOURCES AND ENVIRONMENT Vol.45 No.1

1

2009

特集

中小企業向け環境マネジメントシステム(SME's EMS)の最新動向

—エコアクション21の徹底ガイドと中小企業向けEMSの最新事情—

特別企画

環境の世紀をリードする優良企業の分野別技術ガイド



特集/中小企業向け環境マネジメントシステム(SME's EMS)の最新動向

●エコアクション21認証・登録事業者

手さぐりで始めたエコアクション21の取り組み

中村 敬子 NAKAMURA Keiko (株)シュガー&スパイス

●エコアクション21に取り組んだ動機●

シュガー&スパイスは、子供のモデルプロダクションです。テレビコマーシャル、広告、雑誌、テレビ番組、または舞台やイベントで活躍する日本人、ハーフそして外国人の子供モデルタレントをマネジメントしています。3年前まで、私たちの仕事と環境への取り組みはおおよそ関係ないもの、別世界のことと思っていました。

2005年、「愛・地球博」で渡辺貞夫さんの「Share the world」という曲に合わせて手話パフォーマンスを行うチームとして所属タレントが出演しました(写真1)。その時は名誉ある仕事をするに意義を感じていましたが、環境への関心はそれほどではありませんでした。そんな折、環境カウンセラーとして環境問題に取り組んでいる知人の助言を受ける機会があり、環境ビジネスの可能性に開眼



写真1 愛・地球博

したのです。

そのころから環境をテーマにした企業広告の仕事がぐっと増え、これからは地球環境があらゆるマーケットで必須のテーマになるだろうと思いました。そのためにはまず、私たち自身が環境への取り組みを実行しなければいけないと思い、業界で初のエコアクション21(EA21)の認証登録をめざそうと決めました。

●EA21に取り組んでよかったこと●

EA21の取り組みに当社の特色を活かした環境貢献事業の推進を取り入れ、「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」と活動宣言し、エコプロジェクト「Team A to E」(for the apple tree on the earthを略して)を立ち上げ、少しずつ取り組みを始めていきました。環境貢献事業として環境広告の受注率アップを推進し、広告業界、子供関連業界への認知度も広め、売上増をめざすことを取り組み項目にあげられると知り、皆が共通の目的に進めるようになりました。

●EA21で取り組んで行ったこと●

当社の取組みとして、次の環境貢献の活動をあげています。

□エコプロジェクト「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に参加、協力
- ③ 環境学習の教材、イベントの制作に協力

□環境普及活動の推進

- ① 全従業員の環境保全への認識を深めるため定例勉強会、セミナーを開催。定期撮影会で環境トレーニングの場を設け、所属モデルに環境学習の推進
- ② 地域社会の環境保全活動に積極的に参加

●2007年EA21の取組み

電力使用量は2004年度に比べ21%(982kg-CO₂)削減することができました。これは、リンゴの木1本分のCO₂吸収量が200gとして本数に換算すると、4,640本の植林をしたことに相当します(表)。

環境担当者とチームリーダーのさまざまな工夫や年2回の目標設定で社内環境はぐっと向上し、上半期は省エネタイプのエアコン導入や空調温度の適正化が定着し目標を達成しました。下半期からは電気機器のチェックリストを持ち回りでスタートさせると、従業員の責任意識が高まり、電力量の上がる夏場でもかなりの節電効果がみられました。

具体的な取組手段としては、

- ・事務所内をパーテーションで間仕切り、扇風機や足元暖房による室内温度の保持(写真2参照)
- ・省エネタイプのエアコンを導入し、空調温度を適正化(冷房:27℃、暖房:22℃)
- ・台所やトイレの未使用時、営業時間外、未使用場所の消灯運動の継続、
- ・電気機器のチェックリストの活用、など。

●2007年当社の取組み

所属モデル、タレントの環境広告等への出演は、結果として2007年度が06年度2倍強の売上を達成しました。しかしこれは、広告業界全般に企業の環境広告が増えていること

表 実績比較

	電力	CO ₂ 吸収量	電気料金
2004年	11,621kW	21,965本	403,249円
2007年	9,237kW	17,460本	320,524円
比較	-21%	-4,505本	-82,725円

が大きな要因で、プロモーションの成果はまだまだ反映されていないのが実情です。今後はEA21に取り組む企業の一員として、グリーン企業へホームページ(HP)や環境活動レポートの配布等で、プロモーション活動を推進します。

具体的な取組手段としては

- ・所属モデル、タレントの環境広告への出演を推進し受注率、売上増をめざす(写真3参照)、
- ・HPから当社の環境活動、取組みをアピール、

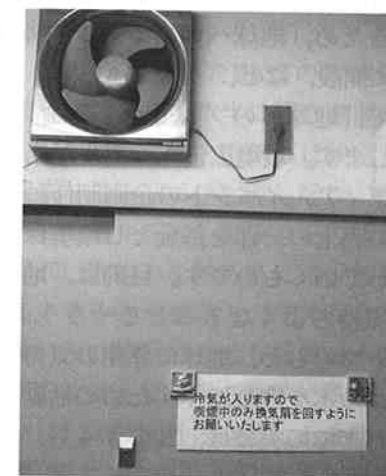


写真2 社内エコ



写真3 環境広告の例

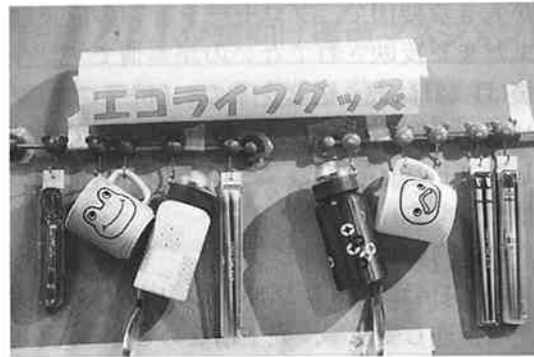


写真4 エコライフグッズ

・環境貢献事業の売上の一部を環境活動へ還元するため、「地球へのプレゼント基金」を社内に開設、など、

ここで、「地球へのプレゼント基金」について説明します。環境広告へモデルが出演したり、メディア、イベントの企画制作に携わったときの売上の一部を基金とし環境保全活動に還元していくものです。目的は、「地球が喜ぶこと気持ちよくなることをやろうよ!」というテーマのもと、地球に感謝の気持ちを込めリンゴの木を守り増やすための活動をします。これまでの実績は、2007年4月、08年5月に「シロカネストリートフェスタ」に協賛、イベント会場に子供用、大人用の分別ごみ箱を無償提供しました。

さらに、私たちができることを考えて社内、所属モデル、地域に向けいろいろな環境コミュニケーションにチャレンジしています。

●所属モデルの子供向けエコトレーニングの実施

年6回行う写真撮影会(各80~90名参加)、の会場で子ども向け環境トレーニングを実施、子供たちとその家族にエコをテーマにしたコミュニケーションを図っています。「地球が喜ぶこと気持ちよくなることをやろうよ!」をテーマに子供用分別ごみ箱の設置、エコバック、マイ箸、マイコップの推進コーナー(写真4)、お絵かきコーナーの設置、エコトレ・パネルを展示しています。

お絵かきは、毎回テーマを決め子供たちに

第1回マイカップ大賞決定!!



写真5 マイカップ大賞

描いてもらいます。優秀作品は当社HPのコンテンツ、ギャラリーに展示しています。

写真撮影会会場に毎回お菓子・ドリンクコーナーを設けて子供たちにはマイカップ、マイプレートを持参をお願いし、ユニークなマイカップや手作りのプレートの中から大賞(写真5)を選出し、HP上で発表しています。

●地域の環境保全活動に参加

東京・港区の白金地区を地域交流で盛り上げようというお祭り「シロカネストリートフェスタ」に2007、08年連続で参加しました。会場内に「地球へのプレゼント基金」を役立てて手作りごみ箱を無償提供しました。

2008年5月のお祭りは約1万3,000人の人出でにぎわい、当社が会場内8カ所に設置した子供用ごみ箱、大人用ごみ箱(各燃えるごみ、燃えないごみ、缶・びん、ペットボトル4個1セット)も、あっという間にいっぱいになるありさまでしたが、当社の環境保全活動に参加を申し出てくれた東京農業大学食料環境学科の学生有志3人の協力を得て、大量のごみ回収作業も無事終了しました(写真6)。

子供用と大人用と高さを変え、当社のプロジェクト名「A to E」のロゴマークを入れたカ



写真6 ごみ回収風景

ラフルなごみ箱は会場内でも人目を引き、地元ケーブルテレビの情報番組やタウン誌にも取り上げられるなど、team A to Eの地域活動をPRできたと思います。

●環境推進ソング「ASAP, wake up and act now!」の発信

2005年の「愛・地球博」イベントに出演したメンバーたちも、あれから3年経ち高校生から大学生へ、中学生から高校生になりました。彼らが地球環境を守るためのメッセージソングを歌います(写真7)。

環境推進ソング「ASAP, wake up and act now!」は、できるだけ早く気づいて、行動しようというメッセージを歌にしました。当社のHPから発信し、環境普及活動に役立てたいと思います。



写真7 「ASAP, wake up and act now!」を歌うメンバー

●EA21に取り組んで苦労したこと●

手さぐりから始めたEA21の取組み、構築から認証登録まで1年半は模索奮闘の日々でした。しかしながら、取組みは決定しましたが、「審査マニュアル」を読んだり、環境経営システム文書や記録一覧表などの規定書類を見る限り、取組みを始めるには、知識不足を痛感し、そうとう業務上のリスクを抱えるのではないかと、そしてやはり社員の本音はどうか、不安を覚えました。

しかし、年数回社内向けにセミナーや勉強会を開催し、EA21の取組みから環境をテーマにした新しい仕事の可能性について意見交換したり、また社内環境改善のためにチェックリストを交替制で実施したりするうちに、皆の意識が少しずつですが取組みに前向きになってきました。