



エコアクション21  
認証・登録番号 0000754

# 2014 Sugar&Spice 環境活動レポート

活動期間 2014年1月1日～2014年12月31日



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  
私達は行動します



Sugar&Spice

株式会社 シュガー アンド スパイス

2014年4月 日発行

表紙写真：  
「セサミ」朝日新聞出版社提供  
モデル：ライリー&カイリー

## team A to E について

地球温暖化防止を促進するためにエコプロジェクトteam A to Eを組織し活動します。



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

team A to Eの名称について  
A to Eは、= for the Apple tree on the Earth=  
地球のリンゴの木を守るために、という意味です。

### シュガー&スパイスとリンゴの関係

シュガー&スパイスでは会社設立以来、「リンゴ」を営業ツールのアクセントやマークとしてよく使っています。それは弊社のマスコット、紫色のドラゴンJoJoとリンゴの関係に通じていました。

「シュガー&スパイスのシンボル、こどもたちの守り神ドラゴンJoJoは、地球のこどもたちが心やからだの痛みを訴えるエマージェンシー信号を発すると彼の二本の角が反応し、遠い世界からこどもたちを救いにやってきました。JoJoはリンゴが大好き。めったに正体を見せない彼が地球上のリンゴが美味しそうに香る場所には姿を現しました。実はリンゴは彼にとって生きるためになくてはならない生命の果実でした。」

近年、環境保全を取り上げる広告の仕事が増え、仕事を通じてエコに意識を向けるようになった時、私たちは地球のエマージェンシー信号がすでに点滅していることに気づきました。地球温暖化がますます深刻となり、リンゴのできる場所は年々狭まりつつあることも知りました。私たちにとってリンゴはJoJoを通じて大切なセカンドシンボルで、とても身近なものです。「リンゴを守ろう！リンゴは君たち地球人にとっても、なくしてはいけない生命の果実なのだよ。」と、JoJoがメッセージを送ってくれているように思います。JoJoの警告を私たちのエコ活動のテーマとし、「リンゴ」をエコ活動の象徴にいたしました。



或  
16年秋～平成17年秋まで  
放映され好評を得た  
「Hallo again,JoJo」  
(歌：平原綾香)は、  
弊社のキャラクター、  
ドラゴンJoJoの原作から  
生まれました。



## 日本の水と水資源

水は私たちが生きていく上で欠かすことができません。

水が豊富な日本では、昔は自然が浄化できる範囲の循環で自然と生き物が共存共栄していましたが、今はその範囲を超えてしまっています。

環境汚染で水環境、生態系に大きな変化が起こっています。

私たちは、日本の水と水資源をちゃんと知って、一人ひとりが水の使い方を見直すことが必要だと思います。

日本の未来のために、できることからやっています。



■ team A to E について	01
■ メッセージ	02
■ もくじ / まえがき	03~04
■ 事業所概要/シュガー&スパイスの会社環境	05
■ 環境方針	06
■ エコ活動の経緯	07~08
■ 環境目標 I 実績	09
■ 環境目標 II 評価・見直しと行動計画	10
■ 環境に配慮した取組み	11~12
■ シュガー&スパイスの特色をいかした取組み 環境貢献事業	13~14
環境普及活動	15~20
■ 代表者による全体の評価と見直し/環境関連法規の順守状況	21



## まえがき

エコアクション21の取組みをはじめて9年目、「2013SUGAR&SPICE環境活動レポート」（2014年4月発行）が第18回環境コミュニケーション大賞「環境活動レポート」部門で優良賞受賞しました。

第17回の奨励賞（優良取組）の受賞、第12回での環境大臣賞と、3度も受賞という評価をいただきましたこと、所属モデル、社員、スタッフ一同、感謝し大切に受けとめております。次年度はこの栄誉を励みにさらなるステップアップを目指したいと思っております。

次年度は、「環境方針2005年制定）」の見直しが必要と考えています。私たちが掲げた「エコアクション21の取組みの環境方針」も、10年の年月を経て、社会事情、環境意識の大きな移り変わりにより、弊社がクライアントとする広告・出版業界の急速なインターネット化・デジタル化への移行で、環境経営全般の改善と方向性を見直しが必須となってきました。

従業員11名、床面積86.5㎡のオフィスという小規模な社内環境で、エコアクション21取組みのイノベーションを構築し推進してまいります。



つりビット  
2014.12.10 Release  
1st Album  
『フィッシングライフ』





## 事業所概要

私たちの会社はモデルプロダクションです。  
日本人、ハーフ&外国人の子供モデル及びタレントをマネジメントするのが主な業務です。ベビーから大学生まで日本人、ハーフモデルが約500名、外国人が約500名在籍し、広告雑誌、TV、舞台やイベントで活躍するモデル、タレントをマネジメントしています。2005年「愛・地球博」の仕事をきっかけにエコプロジェクト「teamAtoE」を立ち上げ所属タレントたちによるエコ活動を推進しています。

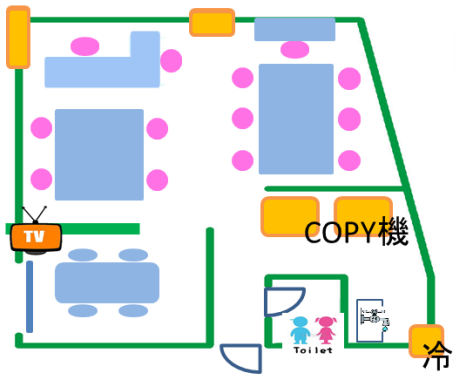
- **事業者名** 株式会社シュガーアンドスパイス  
代表取締役 中村 敬子
  - **所在地** 東京都渋谷区広尾 5-4-11 ベルナハイツ 1B-2
  - **設立** 1989年（平成元年）10月
  - **事業内容** モデルマネジメント及び広告企画制作
  - **事業の規模** 資本金 12百万円  
2011年1月現在 従業員数 11名  
事務所床面積 86,5
  - **環境保全関係の責任者及び担当者**  
責任者 : 中村敬子 <nakamura@sugar-spice.co.jp>  
環境事務局 : 戸崎和子 <ss-model@sugar-spice.co.jp>  
管理部 : 山根ソフィア <yamame@sugar-spice.co.jp>
- 連絡先 Tel 03-3280-5481



## シュガー&スパイスの会社環境

外苑西通りに面した8階建てのビルの1階、広さ86㎡ほどのスペースが、私たちの環境経営の取組み場所であり外部への発信場所です。年間約1,500名ほどのさまざまな国籍の子どもモデル、タレントを広告やメディアへ送るマネジメント業務を本業とし、その子どもたちとともにエコを業界へ社会へ向けメッセージに込めて伝えていく活動に取り組んでいます。

- デスクパソコン 4台
- ノートパソコン 7台
- 社内サーバー 1台
- デジタル複合機 2台
- LED照明 10本  
(蛍光灯26カ所の内10か所に設置)
- エアコン 3台
- TVモニター 1台
- デジタルオーディオ 1台
- コーヒーメーカー 1台
- ウォーターサーバー 1台
- 扇風機 1台
- 電気ヒーター (省エネタイプ) 1台
- 足元ヒーター (省エネタイプ) 10台
- トイレ 1室
- キッチン 1室



床面積 86.5㎡

従業員 11名 (全員女性)  
事務所営業日 日間  
(2014年)





## 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活動を展開

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。

### 行動方針

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方針

- 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 グリーン商品の優先的購入

#### ■ シュガーアンドスパイスの特色を生かした環境貢献の活動指針

##### エコプロジェクト「team A to E」を組織し社内外で活動の推進

- ① 環境貢献事業の拡張
- ② 環境関連広告、イベント、出版、各メディア、イベントへ、所属モデル・タレントの出演プロモーション活動
- ③ 環境普及活動の推進  
全従業員に環境保全への認識を深めるため定例勉強会、セミナーの開催、所属モデルに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
- ④ 環境学習の教材、イベント制作に協力  
地域社会の環境保全活動に積極的に参加、協力

#### ■ 環境関連法規性の順守

- ★ この環境方針は社内外に公表します。

制定日：2005年3月1日

改定日：2012年1月23日

株式会社シュガーアンドスパイス

代表取締役

中村 敬子

# エコ活動の経緯 2014

2005年～2013年 環境活動レポート

<http://www.sugar-spice.co.jp/eco/report.html>



2013年環境活動レポート



2012年環境活動レポート



2011年環境活動レポート



2010年環境活動レポート



2009年環境活動レポート



2008年環境活動レポート



2007年環境活動レポート



2006年環境活動レポート



2005年環境活動レポート



エコ活動の経緯 2014

エコ活動スタート	1989年10月	株式会社シュガーアンドスパイス設立
	2005年 3月	「愛・地球博」で手話チームがイベントに出演、他企業パビリオン内展示の環境広告にモデル多数出演したことをきっかけにエコアクション21の取組みを決める
	2006年 1月	<b>エコ活動元年</b>
	2006年 3月	経済産業省から「日本国際博覧会（愛・地球博覧）」の活動に感謝状
	2006年 5月	<b>エコアクション21 認証・登録</b>
	2007年 4月	地域のイベントに参加しシュガー＆スパイスの環境活動をPR
	2009年 3月	<b>第12回環境コミュニケーション大賞で環境大臣賞受賞</b>
2009年～2014年の主なエコ活動	2009年～2010年	エコタレントASAP第一期生、地域イベントへの参加、エコライフフェア参加、他普及活動
	2010年 3月	生物多様性年COP10開会式及びNHK環境CMにアヤカ・ウィルソン出演
	2011年 3月	東日本大震災の被災地に向け所属モデルたちの応援メッセージをHPにサイトアップ。
	2012年 1月	企業とのコラボレーションで創るエコビジネスを提案、実施。 アマナイメージズとのコラボレーションでエコイメージブランド「エコ・キッズ」制作、販売開始
	2012年 6月	エコライフフェア2012にアヤカ・ウィルソン出演
	2013年 1月～12月	2013年撮影会エコトレは「春節」「夏節」「秋節」「冬節」、季節のエコをテーマに参加モデルのエコメッセージをYouTubeにサイトアップ
	2013年 6月	エコライフフェア2013に「つりビット」出演
	2013年 11月	フィリピン台風の被害者に向けてメッセージをHP、Facebookにサイトアップ。
	2014年 1月～12月	2013年撮影会エコトレは「水！」 節水をテーマに参加モデルのエコメッセージをYouTubeにサイトアップ
	2014年 3月	<b>第17回環境コミュニケーション大賞で奨励賞（環境配慮の優良取組）受賞</b>
	2014年 6月	エコライフフェア2013に「つりビット」出演
	2014年 7月	「つりビット」ラジオ番組（FM目黒）「ツリラブ」レギュラー出演スタート
	2014年 7月	L e t ' Dance世田谷 イベントに協力/応援 team A to Eのエゴ入りのゴミ袋を来場者に配布 墨田区『スポーツGOMI拾い』に、つりビットのメンバー参加
2015年 2月	<b>第18回環境コミュニケーション大賞で奨励賞（環境配慮の優良取組）受賞</b>	

2014年1月～2013年12月の取組み結果

環境に配慮した取組み	基準年度	2014年 目標	2014年 実績	結果	評価・見直し
<b>1 二酸化炭素排出量削減</b>					
<b>電力</b> 総量 (Kg-Co2) (kwh)	2008年度 3,809kg-Co2 (10,078kwh)	2008年度比 100% 3,809kg-Co2 (10,078kwh)	2008年度比 78% 2,964kg-Co2 (7,841kwh)	○	<b>22%削減 (基準年度比)</b> 空調設備の改善が難しいため、冷暖房の使用は適正温度のキープを心がけ、また社員スタッフそれぞれがウォームピズ、クールピズを工夫しておこない目標を達成できた。
<b>2 廃棄物排出量/資源ごみ分別リサイクルの推進</b>					
<b>一般ごみ</b> 総量 kg/年	2011年度 1,066kg	2011年度比 100% 1066kg	2011年度比 75% 803kg	○	<b>25%削減 (基準年度比)</b> 本年度はゴミ化からリサイクル化の推進をおこなった。使用済み紙ごみの溶解処理、雑誌・書籍のリサイクル業者への持込等。仕事の稼働時期や季節でバラつきはあるが、25%の削減達成は大きく評価する。
	★ペットボトル、ビン、缶は指定日にゴミ出し ★段ボール、雑誌は指定日にゴミ出し				
<b>3 給排水量</b>					
<b>水使用量</b> 総量m <sup>3</sup> /年	2007年度 95m <sup>3</sup> (従業員11名)	2007年度比 105% 100m <sup>3</sup> (従業員11名)	2007年度比 96% 91m <sup>3</sup> (従業員11名)	○	<b>0,4%削減 (基準年度比)</b> 水量の90%がトイレ使用、10%が台所、洗面の使用だ。無理のない節水で目標は達成できた。今後も標語や掲示で意識づけを継続する。
<b>4 グリーン商品の優先的購入</b>					
<b>エコ商品・事務用品</b> グリーン購入比率%	—	2013年度購入率 40%以上	達成購入率 60%以上	○	<b>60%以上達成</b> 事務用品、消耗品の経費削減と昨年まで毎年購入していた撮影会用のファイルを本年度から量を削減の中、エコ商品の購入は目標値をクリアできた。次年度もこれを継続する。
※電力使用量の二酸化炭素排出係数は、2009年東京電力の排出係数0.378 (kg-Co2/kwh)を用いた。					
シュガー&スパイスの特色をいかした環境貢献	基準年度	2013年 目標	2013年 実績	結果	評価・今後の方向
<b>環境貢献事業の推進</b> 売上 (万円)	2013年度比 1,400万	2013年度比 100% 1,400万	2013年度比 1.43% 1,998万	○	<b>43%増 (基準年度比)</b> 4月の消費税8%の影響もあり業界全体の動きが低迷し上半期前半は受注も減ったが、下半期は受注も安定し、環境貢献関連は売上げを大きく伸ばすことが出来た。ただし、事業全般の売上げは昨年度に僅かではあるが及ばなかった。次年度は受注内容を分析に、事業全般の売上げ増を目指す。
<b>環境普及活動</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●モデルとその家族、従業員及びスタッフ関係者とともに貢献普及活動の実施</li> <li>●モデルとその家族へのエコトシの実施</li> <li>●HP,Facebook, Twitterから環境貢献の情報発信</li> <li>●従業員と非常事態のための防災ミーティング</li> </ul>				2013年にデビューしたアイドルユニットつりビットが「釣り」をテーマに生物多様性、釣り場の自然環境等の活動をおこなった。撮影会では「エコメッセージ」の配信をyoutubeから継続しておこなっている。次年度も外部へ向けた活動を積極的におこなう。

## Ⅱ 評価・見直しと行動計画

削減数値目標基準年度 今後の方向	環境に配慮した取組	2015年 目標	2016年 目標	2017年 目標
	<b>二酸化炭素排出量削減</b>			
<b>2008年度目標基準</b> 2008年度基準年の従業員数、業務稼働率で数値を現状維持を継続する。	<b>電力</b> 総量 (Kg-Co2) (kwh)	2008年度比 100% 3,809kg-Co2 (10,078kwh)	2008年度比 100% 3,809kg-Co2 (10,078kwh)	2008年度比 100% 3,809kg-Co2 (10,078kwh)
	廃棄物排出量／資源ごみ分別リサイクルの推進			
<b>2011年度目標基準</b> 2011年度基準年の従業員数、業務稼働率で数値を現状維持を継続する。	<b>一般ごみ</b> 総量 kg／年	2011年度比 100% 1,066kg	2011年度比 100% 1,066kg	2011年度比 100% 1,066kg
	★ペットボトル、ビン、缶は指定日にゴミ出し ★段ボール、雑誌は指定日にゴミ出し ※雑誌、礎石は古本回収業者へ持ち込む			
<b>2007年度目標基準</b> 2007年度基準年の従業員数、業務稼働率で数値を現状維持を継続する。	<b>水使用量</b> 総量 m <sup>3</sup> ／年	2007年度比 110% 105 m <sup>3</sup> (従業員11名)	2007年度比 110% 105 m <sup>3</sup> (従業員11名)	2007年度比 110% 105 m <sup>3</sup> (従業員11名)
	グリーン商品の優先的購入			
<b>2013年度目標基準</b> 40%以上	<b>エコ商品・事務用品</b> グリーン購入比率%	40%以上	40%以上	40%以上
	シュガー＆スパイスの 特色をいかした環境貢 献	2015年	2016年	2017年
<b>2013年度目標基準</b> 現状維持を継続しながら、環境貢献事業全般の見直しをはかる。	<b>環境貢献事業の推進</b> 売上 (万円)	2013年度比 100% 1,400万	2013年度比 100% 1,400万	2013年度比 100% 1,400万

# 環境に配慮した取組み

## 1 二酸化炭素排出量削減

## 電力

### 目標・取組み

### 結果

### 評価

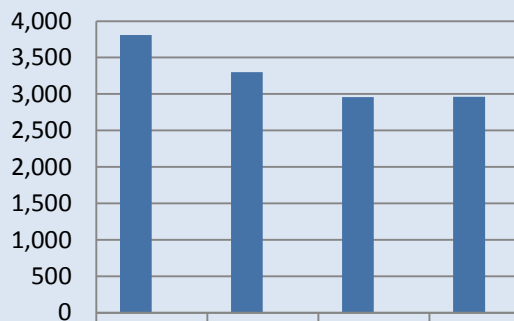
- ① 不必要な照明の消灯
- ② 使用していない部屋の空調の停止
- ③ 空調温度の適正化  
冷房：27℃  
暖房：25℃  
湿度（常時）40%～60%をキープ
- ④ クールビズ、ウォームビズによる冷暖房使用の抑制
- ⑤ 待機電力の節減 ・ON機器省電力設定  
・夜間休日の主電源オフ
- ⑥ 照明機器LED電球使用の推進



女性のセンスが光る空調適正化グッズで湿度を管理！

😊  
**22%削減！**  
2,964 kg-Co2  
(7,841kwh)  
2008年度比  
78%

冷暖房使用は、湿度管理、クールビズ、ウォームビズなど、社員スタッフの創意工夫で抑制効果をあげることができ目標達成につながった。次年度も現状維持を心がけよう。



■ 電気 (Kg-CO2)	3,809	3,300	2,959	2,964
■ 基準年度 (2008年)	100%	87%	78%	78%

## 3 給排水量

## 水道水の削減

### 目標・取組み

### 結果

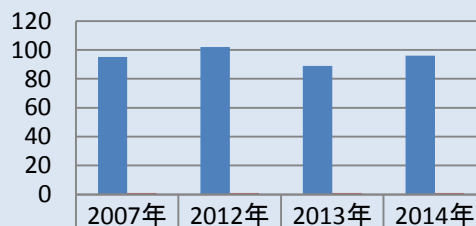
### 評価

- ① 状況に応じて節水の呼びかけを継続  
・節水の表示をする
  - ② 退出時に流れっぱなしになっていないかの確認をする
- ※ 限界と思われる目標値を設定しているため、状況に応じて社内環境維持に必要な数値を見直して目標を見直す。



😊  
**0.6%削減！**  
89m<sup>3</sup>  
(従業員数11名)  
2007年度比  
94%

水量の90%がトイレ使用、10%が台所、洗面の使用だ。無理のない節水で目標は達成できた。今後も標語や掲示で、社内外の人にも意識づけを継続する。



■ 水使用 m <sup>3</sup>	95	102	89	96
■ 2007年度比 (目標値)	105%	106%	95%	96%

# 環境に配慮した取組み

## 2 廃棄物排出量/資源ごみ分別リサイクルの推進 一般ゴミ

### 目標・取組み

- ① 紙資源の節約とリサイクル
  - ・コピー用紙の裏紙使用
  - ・文書、画像データのデータ化
  - ・社内文書のペーパーレス化推進
  - ・梱包簡素化の要望出し

#### リサイクルへ

- 使用済みコピー用紙を溶解処理  
コピー機、プリンターのカートリッジ  
書籍・雑誌
- ② マイバッグ、マイ箸の推進継続
- ③ ペットボトル、缶の削減

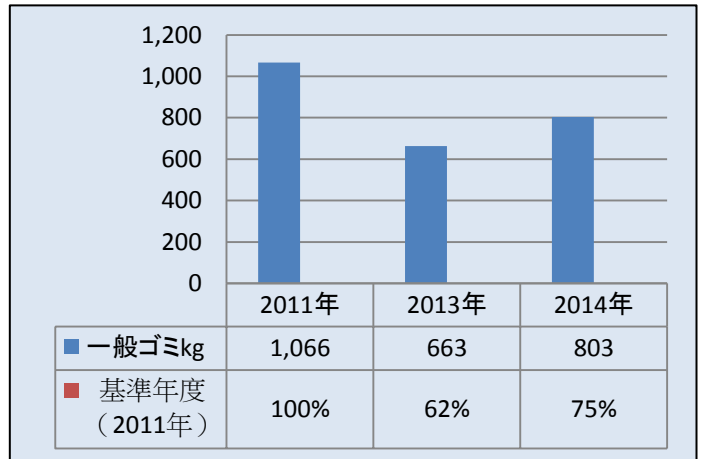


### 結果

😊  
25%削減!  
803kg  
2011年度比  
75%

### 評価

ゴミ化からリサイクル化の推進をおこなった。使用済み紙ごみの溶解処理、書籍・雑誌のリサイクル業者への持ち込みなど、仕事の稼働時期や季節でバラつきはあるが、25%削減できたことは評価する。



## 4 グリーン商品の優先的購入

## グリーン購入

### 目標・取組み

### 結果

### 評価

- ① 事務用品購入の量の把握
- ② グリーン商品の把握  
グリーン購入比率の把握  
当社のグリーン商品：  
エコマーク 古紙配合率50%、  
コピー用紙FSC認証
- ③ 紙類事務用品、名刺、紙類消耗品  
(トイレットペーパー、ティッシュペーパー他)
- ④ 環境ラベル認定等製品の優先的購入

😊  
達成購入率  
60%以上!  
2011年度比  
40%以上

環境事務局の細かいエコ商品の選択で堅実に目標比率を達成できた。次年度は事務用品消耗品を注文するスタッフにも浸透させ、社内全体で意識向上を目指す。



目標・取組み

所属モデル・タレントの環境関連広告等への出演推進

環境貢献広告出演の受注率アップを目指し、広告業界、子供業界への認知度を広め、マーケット拡大を図る



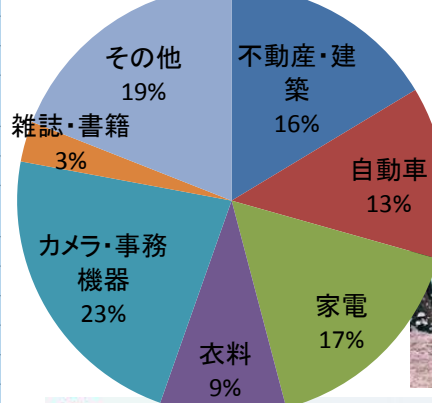
実績

	2013年 基準年	2014年	達成状況	
受注件数	79	100	目標	結果 😊
売上 (万円)	1,400	1,998	100%	143%
	100%	143%	2013年(基準年) 43%増	



	仕事内容	媒体
1月	ダンロップ パナソニック「Doltz Kid」	スチール、VP スチール
2月	東芸未来科学館 パルシステム〜貴生産篇 パナソニック ナショジオ フロッシュ〜カエルのパートナー	CF、グラフィック、web CF、web オール媒体 CF、グラフィック、web
3月	パナソニック VIERA 横水ハイム フロッシュ カインズホーム ヘーベルハウス	CFオール スチール、web グラフィック CF、web CF
4月	タカラトミー NEC 企業広告 ダイキン「うるさら」	スチール 雑広、web CF、web
5月	ecomaco ユニクロ MAZDA	コンテスト作品用 グラフィックオール グラフィックオール、web
6月	ストックフォト HONDA「N Box」 ユニクロ	スチール カタログ スチール
7月	MAZDA Sky City リンネル ユニクロ キッズ	web 雑誌 スチール、web
8月	HONDA「Freed」 花王 企業広告 SUZUKI	CFオール スチール スチール
9月	HONDA FIT save the children Panasonic 企業イメージ Panasonic リフォーム	CF グラフィックオール、web スチール web
11月	Sony PCL TOYOTOWN SUZUKI	スチール CFオール スチール
12月	HONDA FIT save the children 名鉄不動産	CF グラフィックオール、web スチール

業種別売上(単位:千円)



評価

上半期は消費税8%へのアップの影響もあり、広告業界も動きが低迷したが、下半期は受注も安定し、環境関連広告は売上を伸ばすことができた。ただし、事業全般では、前年度に僅かではあるが及ばなかった。次年度は今後の広告業界の動向を意識して、受注率増の方向性をさぐり、営業計画を立て直す。

企業とコラボレーションで創るエコ関連ビジネスの推進

目標・取組み

アイドルユニット「つりビット」  
のマネジメント

Kisspoint Records × シュガー&スパイス

2013年4月、所属モデルの中からアイドルユニットを結成、デビューしました。歌と踊りに加えて釣りをするという特性を持ち、釣りを通して自然環境の大切さ、生物多様性の意識をタレント活動からアピールしていきます。

実績

つりビットの活動記録 2014年4月～2015年12月	
☆4thシングル「踊ろよ、フィッシュ」 週間インディーズランキング1位!!!	
CDシングル発売数 (枚)	5
アルバム発売数 (枚)	1

YouTube  
MV再生回数  
約15万回!



海洋大学の学際に出演



ラジオ番組（レギュラー）、TV出演多数、  
釣り雑誌の取材多数ETC.

評価

7月「踊ろよ、フィッシュ」のリリースで、一時オリコンチャート上位になり、ライブやイベントの出演依頼が増え。また秋からは釣り関連イベントへのオファーが多くなり、次年度からの活躍を期待したい。

目標・取組み

「エコ・キッズ」の制作・販売  
株式会社アマナ × シュガー&スパイス

フォトストックの国内最大手企業、株式会社アマナと共同企画により2011年にエコをテーマにしたフォトストック・ブランド「エコ・キッズ」を制作し販売継続しています。

実績

エコキッズ実績			
	2012年	2013年	2014年
件数	56件	54件	
¥	831,836	1,021,900	

2014年は売上が減少傾向。次年度からのプロモーション方針を検討する時期と考える。



評価

販売3年目に入り、売上の減少という結果となった。小規模だが、マーケットは開拓できたので、次年度は新たなエコイメージ企画での商品提案を実現したい。

## シュガー&スパイスの特色をいかした取組み

シュガー&スパイスは、所属モデル、タレントと一緒に、毎年社内、地域での環境コミュニケーションに取り組んでいます。2014年は、「エコキッズ」「つりビット」のメンバーを中心に、所属モデル丸となって、ホームページ、YouTube、Facebook、Twitter等SNSを利用して、エコメッセージやエコ情報を発信しました。

### 社内の環境コミュニケーション

#### 所属モデルとその家族へ向けてエコトレーニング（環境学習）の実施

年6回開催するモデル写真撮影会の会場のスタジオ内に、エコグッズの展示、ポスターや掲示板を設置しエコを身近で感じる環境をつくり、エコクイズやお絵かき、エコメッセージ等などに参加してもらいます。



#### エコトレーニングの内容

2014年は「水と水資源」をテーマに、自分で考えて意識して生活で実践する、エコのきっかけづくりをおこなっています。

### 水と水資源

2014年のテーマ

#### 日本の水と水資源

うがいの時はコップを使って  
水は流しっぱなしにしません

歯みがきの時はコップを使って  
水は流しっぱなしにしません

シャワーの水はこまめにためて、  
水は流しっぱなしにしません

トイレの水は  
何度も流しません

出かけるときは  
マイボトルを持っていきます

好き嫌いしないで、  
のごさず食べます

Let's be eco friendly  
ボード

Let's be eco friendly  
ボードを見る

考える

意識する

エコメッセージを書く

生活で実践する！

### 外部への環境コミュニケーション

#### team A to Eの活動を広く外部へ推進

メディアやイベントのプロモーション活動、地域の環境活動への参加、セミナーで事例発表等積極的に行なっています。

- セサミ5月号に「第17回環境コミュニケーション大賞奨励賞受賞」が掲載
- エコライフフェア2014に「つりビット」出演 世田谷「Let's Dance」イベントに協力・協賛
- 墨田区「スポーツGOMI拾い」に、つりビット 竹内なつきとシュガー&スパイスのスタッフが参加
- みなと環境にやさしい事業者会議に参加

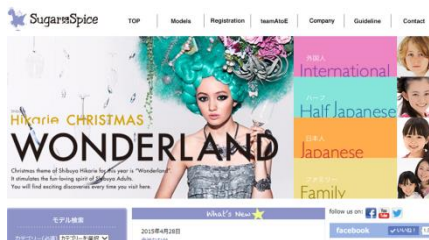




普及活動の情報発信

ホームページ, Facebook, ブログから普及活動の情報発信

2014年は「地球の水と水資源」をテーマに、モデル・タレントたちに「エコメッセージ」を書いてもらいました。YouTubeのシュガー&スパイスチャンネルの構成内容も趣向を凝らし、子どもたちひとりひとりのエコの取組みを紹介しています。



- ◆ YouTube 動画再生回数 16,594回 (2014年1月~12月)
- ◆ FaceBook 1,680名 (2014年12月末日)
- ◆ Twitterフォロワー数 313名 (2014年12月末日)



セサミ5月号 2014年 (朝日新聞出版)

「シュガー&スパイス」が第17回環境コミュニケーション大賞・奨励賞を受賞

### とどけ! みんなのエコメッセージ

「シュガー&スパイス」が第17回環境コミュニケーション大賞・奨励賞を受賞

「シュガー&スパイス」が第17回環境コミュニケーション大賞・奨励賞を受賞

「シュガー&スパイス」が第17回環境コミュニケーション大賞・奨励賞を受賞

緊急事態の対策

従業員、スタッフと非常事態のための防災ミーティングの実施

Sugar&Spicieの緊急事態について	
緊急事態の態と対応策	
災害は、事業継続に関わる緊急事態です。顧客の信用をなくしたり、ブランドイメージに傷がついても事業継続に関わります。私たちの会社の緊急事態は受容度により3つに分別します。	
<b>A 事業継続に関わる緊急事態 3レベル</b>	
大災害の発生で、人命にかかわったり、建物が崩壊するなど事業の存続に関わる重大な事態。顧客の信用を著しく失墜し企業の存続に関わる重大な事態。会社のブランドイメージを損ね、経営に深刻な影響を及ぼす重大な事態。	
<b>B 業務停止に関わる緊急事態 3レベル</b>	
インフラの障害が重大であり、会社全体の業務が停止となり事業の継続が困難な事態。インフラの障害で業務の一部が停止となる事態。	
<b>C 業務遂行に関わる緊急事態 3レベル</b>	
インフラの障害が自社内だけで外部に影響しないが業務遂行が困難な事態。	
災害マネジメントにおける緊急事態の態と対応策	
<b>A 事業継続に関わる緊急事態</b>	災害の発生により生じるさまざまな事業の停止。事業の再開が困難な事態。
<b>B 業務停止に関わる緊急事態</b>	情報の漏えいが生じた場合。モラル、従業員が事件に関与した事態。
<b>C 業務遂行に関わる緊急事態</b>	IT関連機器の障害、故障が生じた場合。停電、漏水、浸水被害など。



Eco・防災に関する報告 2014年11月13日

★**防災**  
11月12日(水)  
防災機器の点検

★**Eco**  
2014環境コミュニケーション大賞に  
エントリーしました!

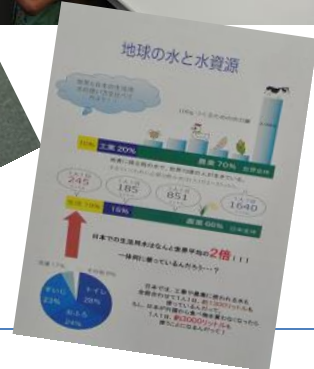
寒い季節になりました。着  
足元・電気の点検を  
忘れ注意、お願いします

社内の椅子を一掃、新しく購入

年末に向けて、本、雑誌等の処分  
汚れすぎおちやなど処分予定

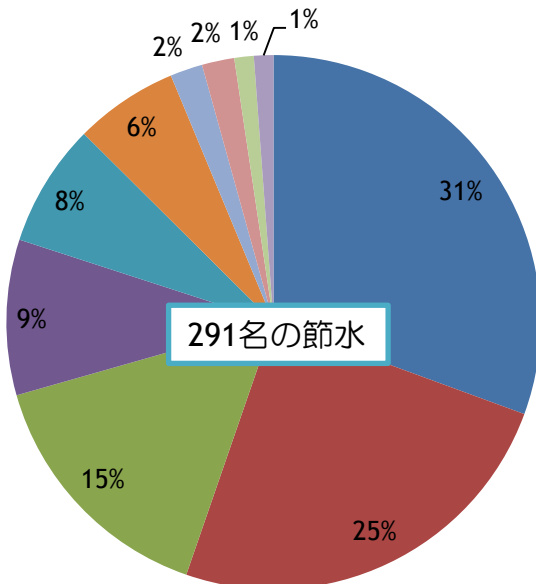
粗大ごみ回収を渋谷区に依頼  
少し手間がかかりますが、低価格

防災ミーティング  
年4回実施  
毎回報告書作成



2014年は「日本の水と水資源」をテーマにみんなの実践する節水をエコメッセージにしました。

### みんなの節水！



- 節約！水を大切に！流しっぱなしにしない
- マイボトルを持って出かける
- シャワーをこまめに止める
- ハミガキの時はコップに水をくむ
- トイレの水は1回だけ流す
- 手を洗っているときは水をとめる
- 食器を洗う時は水をとめる
- お風呂の水を洗濯に使う

※撮影会参加者395名うち104名は昨年から引き続き「季節のエコ」を選択



# 2014年 所属モデルとその家族のエコトレ（環境学習）の実施

## エコ目標の写真 2014年5月撮影会

クリックすると拡大して表示されます



## エコ目標の写真 2014年9月撮影会

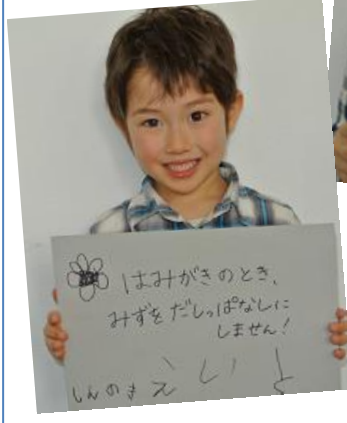
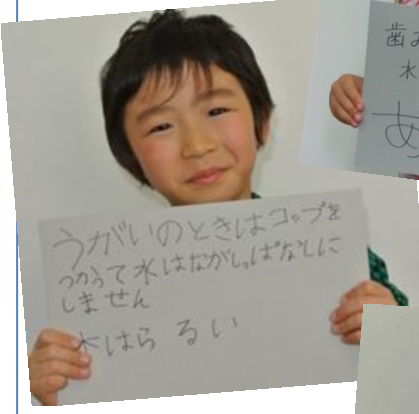
クリックすると拡大して表示されます



395人の子供モデルたちとその家族が参加しました！

エコ目標の写真 2014年11月撮影会

クリックすると拡大して表示されます



## 代表者による全体の評価と見直し

昨年9月、2020年東京オリンピック開催が決まり、暮れから年明けにかけて市場は活気づくと期待していたところだったが、4月からの消費税8%への増税は我々の事業、生活に直球に響くことになり、上半期の業績低迷に現れる結果となった。

2011年より環境経営の見直し取組んできたが、弊社がクライアントとする広告業界、出版業界の電子化への急速な移り変わりの中で、新たな方向性への再構築が必須となってきている。次年度は環境貢献事業全般のマーケット調査と改善に取り組む。

①社内環境の整備：現状維持を継続（適切な業務が遂行できる事務所の社内設備、社員、スタッフ人員数の保持）、②広告宣伝に代わるコスト削減のプロモーションツールとしてHPを中心にFacebook, Youtube, Twitter等SNSの活用を継続、③環境普及活動：弊社撮影会参加のモデルとその家族へのエコトレーニングを継続し、エコ意識浸透に努める。

次年度は数値的には現状維持、事業計画は改善策を構築する。

### 環境に配慮した取組み

削減のための目標設定はすでに限界線にきているので、仕事環境として適正な数値を目標にする。

### 環境貢献の取組み

2014年度は環境貢献事業の売上げは前年を上まわる数字を達成したが、総売り上げが前年度とほぼ変わらない結果となった。次年度は事情全般の受注した仕事内容を分析し総体的業績アップを目指すため、環境貢献事業の受注増のための計画を立てる。

普及活動 ①年6回開催の所属モデル「撮影会」の会場で「水」をテーマにエコトシを実施。 ②ホームページを中心に、Facebook、Twitterなどから情報発信し、Youtubeのシュガー&スパイスチャンネルから所属モデルたちの「エコメッセージ」の発信を継続する。

## 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	関連条例等による規制	適用される機器、項目等	順守評価
廃棄処理法	渋谷区清掃及びリサイクルに関する条例	一般ごみ	○
家電リサイクル法		TV, 冷蔵庫	○
リサイクル法		パソコン	○
消防法	消防訓練を実施		○

環境関連法規制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はありませんでした。



## 2014 SUGAR&SPICE 環境活動レポート

(活動期間2014年1月1日～2014年12月31日)

2014年4月23日 初版発行

発行者 株式会社シュガーアンドスパイス

作成者 環境事務局

責任者 中村 敬子

※ 2013年SUGAR&SPICE 環境活動レポートは  
2014年4月中旬発行予定。



Sugar & Spice

株式会社 シュガー アンド スパイス  
東京都渋谷区広尾5-4-11 1B-2 〒150-0012

[www.sugar-spice.co.jp](http://www.sugar-spice.co.jp)