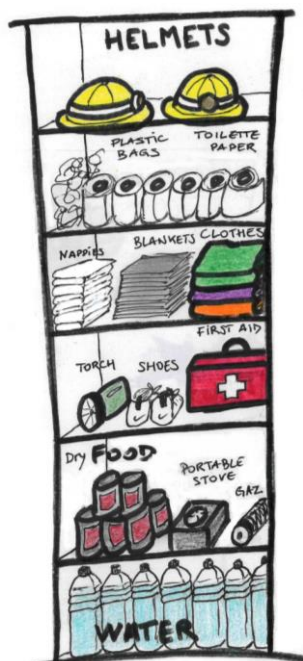


# 2017 Sugar&Spice 環境活動レポート

活動期間 2017年1月1日～2017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

2018年3月8日発行

## 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っ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う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。

NHK「みんなの歌」平成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。

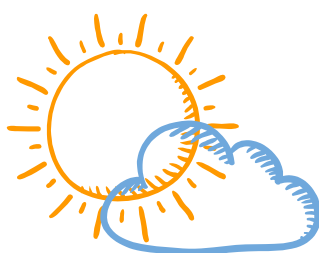


## 地球温暖化と防災 気象災害から命を守るために

近年、地球温暖化による気候変動が私たちの生活に大きな脅威をもたらしています。

日本は、自然的条件から、様々な災害が発生しやすい特性を有しているといわれています。

一人一人が災害のリスクをどう少なくするか考え、その時に必要な備えを知ることが、命を守るための対策につながることを子どもたちへ伝えたいと思います。



|                                 |       |
|---------------------------------|-------|
| ■ team A to E について              | 02    |
| ■ メッセージ                         | 03    |
| ■ もくじ / まえがき                    | 04    |
| ■ まえがき                          | 05    |
| ■ 環境方針                          | 06    |
| ■ 事業所概要 / シュガー&スパイスの会社環境        | 07    |
| ■ エコ活動の経緯                       | 08~09 |
| ■ 環境目標 I 実績                     | 10    |
| ■ 環境目標 II 評価・見直しと行動計画           | 11    |
| ■ 環境に配慮した取組み                    | 12~13 |
| ■ 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                          | 14    |
| 環境普及活動                          | 15    |
| 防災普及活動                          | 16    |
| ■ 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 | 20    |

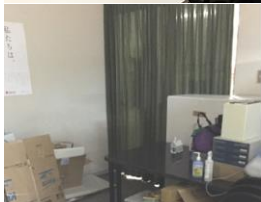
## まえがき

2017年4月より、新事務所での業務スタートとなりました。  
オフィス環境も以前と比べ床面積も広くなり、日当たりよく、快適な業務環境となりました。

「環境に配慮した取組み」は4月から12月は定量把握をして次年度の目標設定の観察時期としました。

「シュガー&スパイスの特色をいかした取組み」は、  
環境貢献事業、環境普及活動、今年から防災普及活動を加え、新たな取組みをはじめました。  
防災普及活動は、1月に日本赤十字社の「私たちは、忘れない。」キャンペーンに参加したことが  
きっかけで、期間を決めて「エコメッセージ」と同じく「防災メッセージ」をホームページをアップしました。  
本取組みでは、「防災世界子供会議 Natural Disaster Youth Summit NDYS」が提唱する“地球温暖化を軽減することで、減災につながる”を取上げ、次年度も続けていきたいと思います。

本年度からの新しい環境でのE A21の取組みを、次年度からは本格的にすすめてまいります。



この度、弊社は3月27日付けで移転いたします。  
つきましては電話番号、FAX番号も変更となりますので合わせてお知らせいたします。  
お近くにお越しの際は、是非お立ち寄りください。

We are moving to a new location!  
As of March 27th, we'll have the pleasure of receiving you in our brand new office in Azabu-Juban.  
Our office in Hiroo will remain open until Friday 24th.  
You can find our new address and map down below.

新住所：〒108-0073 東京都港区三田1-2-17 MSビル6階  
TEL.03-6435-0226 FAX.03-6435-0227







## 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みます。

#### ■ 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 



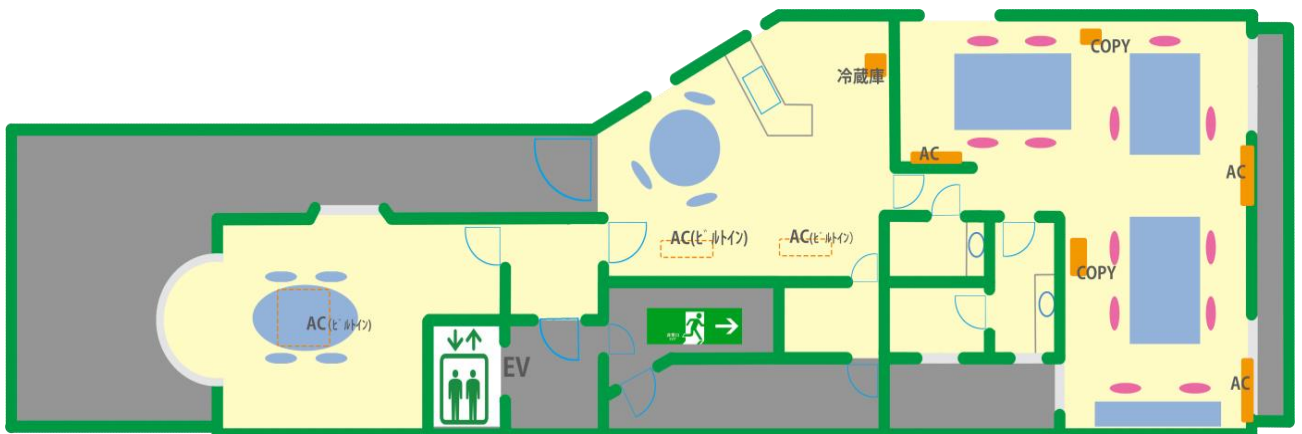
私たちの会社はモデルプロダクションです。日本人、ハーフ&外国人の子供モデル及びタレントをマネジメントするのが主な業務です。ベビーから大学生まで日本人、ハーフモデルが約500名、外国人が約500名在籍し、広告雑誌、TV、舞台やイベントで活躍するモデル、タレントをマネジメントしています。2005年「愛・地球博」の仕事をきっかけにエコプロジェクト「teamAtoE」を立ち上げ所属タレントたちによるエコ活動を推進しています。

- **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** 東京都港区三田 1-2-17 MSビル 6階
- **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  
2018年1月現在 従業員数 11名  
事務所床面積 144.05㎡
- **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 03-6435-0226

## シュガー&スパイスの会社環境

東京タワーを望む6階建てのビルの最上階、広さ144,05㎡の床面積と40㎡のベランダのスペースが、私達の環境経営の取組み場所です。年間1,000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、その子ども達とともにエコ意識を業界へ社会へ「エコメッセージ」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 | エアコン 7台           |
| ノートパソコン 8台 | デジタルオーディオ 1台      |
| 社内サーバー 1台  | コーヒーメーカー 1台       |
| デジタル複合機 2台 | ウォーターサーバー 1台      |
| トイレ 1室     | サーキュレーター 3台       |
| キッチン 1室    | 足元ヒーター（省エネタイプ）10台 |
| 洗面室 1室     |                   |
|            | 冷蔵庫 1台            |

床面積 144.05㎡

従業員 11名（全員女性）  
事務所営業日 239日間（2017年）

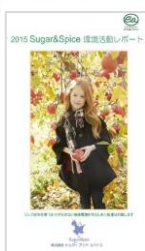


## エコ活動の経緯 2017

|                |  |
|----------------|--|
| 1989年          | 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        | エコ活動元年   |
| 2006年3月        | 経済産業省から「日本国際博覧会（愛・地球博）」の活動に感謝状   |
| 2006年5月        | エコアクション21認証・登録   |
| 2007年4月        | 地域のイベントへ参加しシュガー＆スパイスの環境活動をPR   |
| 2009年3月        | 第12回環境コミュニケーション大賞で環境大臣賞受賞  |
| 2009～<br>2010年 | エコタレントASAP第一期性、地域イベントへ参加、エコライフフェア出演、他普及活動参加                              |
| 2010年3月        | 生物多様性年COP10開会式及びNHK環境DM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、フォトビジネス「エコ・キッズ」制作・販売                               |
| 2013年6月        | アイドルユニット「つりビット」、エコライフフェアに出演  |
| 2014年4月        | 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                                       |
| 2015年2月        | 第18回環境コミュニケーション大賞で奨励賞受賞  |
| 2016年7月        | 認証10年継続事業者表彰受賞   |
| 2017年1月        | 「私たちは、忘れない。」日本赤十字社キャンペーンに参加(1月～3月)                                       |
| 2017年2月        | 第20回環境コミュニケーション大賞で優良賞受賞  |
| 2017年3月        | 渋谷区広尾から港区三田に事務所移転！   |

### 🏆 第20回 環境コミュニケーション大賞で優良賞を受賞（2017年2月22日）

「2015年シュガー＆スパイス環境活動レポート」（2016年度作成）で2017年2月22日に開催された第20回環境コミュニケーション大賞授賞式、環境活動レポート部門で優良賞を受賞しました。



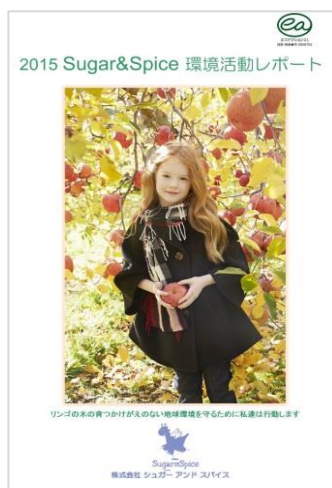
防災PR広告、PVに出演しました。







2016年 環境活動レポート



2015年 環境活動レポート



2014年 環境活動レポート



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



# 2017年 環境目標 I 実績

## 2017年1月～2017年12月の取組み結果

| 環境に配慮した取組み  | 基準年度  | 2017年目標                 | 2017年実績                       | 結果 | 評価・見直し                    |
|---|---|-------------------------|-------------------------------|----|---------------------------|
| <b>1 二酸化炭素排出量削減</b>                               |   |                         |                               |    |                           |
| 電力 総量(kg-CO <sub>2</sub> ) (kWh)                  | 2017年   | 3,809 - Co2 (10,078kWh) | 1月-12月 2,718kg-Co2 (7,190kWh) | ○  | 新事務所の定数把握する               |
| ※電力使用量の二酸化炭素排出係数は東京電力の排出係数 0,378(kg-Co2/kWh)を用いた。 |   |                         |                               |    |                           |
| <b>2 廃棄物排出量 / 資源ごみ分別リサイクル推進</b>                   |   |                         |                               |    |                           |
| 一般ごみ 総量 Kg/年                                      | 2017年   | 1,066kg                 | 1月-12月 1,550kg                | ×  | 新事務所の定数把握する               |
| ★ペットボトル・ビン、缶は指定日にゴミ出し<br>★段ボール、雑誌は指定日にゴミ出し        |   |                         |                               |    |                           |
| <b>3 給排水量</b>                                     |   |                         |                               |    |                           |
| 水使用料 総量 m <sup>3</sup> /年                         | 2017年   | 105 m <sup>3</sup>      | 1月-12月 121 m <sup>3</sup>     | ×  | 新事務所の定数把握する               |
| <b>4 都市ガス削減</b>                                   |   |                         |                               |    |                           |
| 都市ガス 総量 m <sup>3</sup> /年                         | 2017年   | -----                   | 3月-12月 20 m <sup>3</sup>      | △  | 新事務所より新取組項目に追加。本年度は定数把握する |
| <b>5 グリーン商品の優先的購入</b>                             |   |                         |                               |    |                           |
| エコ商品・事務用品 グリーン購入比率%                               |   | 購入率 40%以上               | 達成購入率 62%                     | ○  | 移転以降も同じ数値目標を継続し目標達成した     |
| <b>シュガー&amp;スパイスの特色をいかした環境貢献の推進</b>               |   |                         |                               |    |                           |
| 1 環境貢献事業  | 環境関連仕事、広告の内容を重視し出演作の情報をホームページ、SNSで紹介                        |                         |                               |    |                           |
| 2 環境普及活動  | 環境教育(エコトレ)を撮影会及び事務所で実施、ホームページを中心にSNSを活用しエコメッセージや弊社エコ情報発信を行う |                         |                               |    |                           |
| 3 防災普及活動  | 防災の意識浸透推進を目的にエコトレの一貫として実施。防災キャンペーンを毎年期間を決めて開催する。            |                         |                               |    |                           |



|                                  | 基準年度                          | 2016年目標                              | 2016年実績                            | 結果 |
|----------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|----|
| <b>1 二酸化炭素排出量削減</b>              |                               |                                      |                                    |    |
| 電力 総量(kg-CO <sub>2</sub> ) (kWh) | 2008年 3,809kg-Co2 (10,078kWh) | 2008年度比 100% 3,809kg-Co2 (10,078kWh) | 2008年度比 75% 2,886kg-Co2 (7,634kWh) | ○  |
| <b>2 廃棄物排出量 / 資源ごみ分別リサイクル推進</b>  |                               |                                      |                                    |    |
| 一般ごみ 総量 Kg/年                     | 2011年 1,066kg                 | 2011年度比 100% 1,066kg                 | 2011年度比 74% 790kg                  | ○  |
| <b>3 給排水量</b>                    |                               |                                      |                                    |    |
| 水使用料 総量 m <sup>3</sup> /年        | 2007年 96m <sup>3</sup>        | 2007年度比 105% 100m <sup>3</sup>       | 2007年度比 108% 114m <sup>3</sup>     | ×  |
| <b>4 グリーン商品の優先的購入</b>            |                               |                                      |                                    |    |
| エコ商品・事務用品 グリーン購入比率%              |                               | 購入率 40%以上                            | 達成購入率 62%                          | ○  |

2016年までの取組み環境

立地 7階建ビル 1階  
床面積 86,5m<sup>2</sup>

設備機器 照明 60%LED  
エアコン 3機

水道蛇口 2ヶ所  
(キッチン、トイレ)



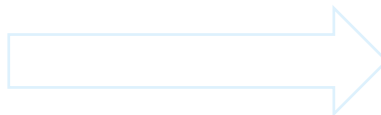
# 2017年 環境目標 II 評価・見直しと行動計画



| 数値目標基準年度<br>今後の方向                                      | 環境に配慮した取組み  | 2018年目標                   | 2019年目標                   | 2020年目標                   |
|--|---|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
|  | <b>1 二酸化炭素排出量削減</b>   |                           |                           |                           |
| 2017年4月～12月の定量を目安に目標値を設定                               | 電力 総量(kg-CO <sub>2</sub> )<br>(kWh)   | 2,820kg-Co2<br>(7,460kWh) | 2,820kg-Co2<br>(7,460kWh) | 2,820kg-Co2<br>(7,460kWh) |
|  | <b>2 廃棄物排出量 / 資源ごみ分別リサイクル推進</b>   |                           |                           |                           |
| 2017年4月～12月の定量を目安に目標値を設定                               | 一般ごみ<br>総量 Kg/年   | 1,476kg                   | 1,476kg                   | 1,476kg                   |
|  | ★ペットボトル・ビン、缶は指定日にゴミ出し<br>★段ボール、雑誌は指定日にゴミ出し  |                           |                           |                           |
|  | <b>3 給排水量</b>   |                           |                           |                           |
| 2017年4月～12月の定量を目安に目標値を設定                               | 水使用料<br>総量  | 134 m <sup>3</sup>        | 134 m <sup>3</sup>        | 134 m <sup>3</sup>        |
|  | <b>4 都市ガス削減</b>   |                           |                           |                           |
| 2017年4月～12月の定量を目安に目標値を設定                               | 都市ガス<br>総量 m <sup>3</sup> /年  | 35 m <sup>3</sup>         | 35 m <sup>3</sup>         | 35 m <sup>3</sup>         |
|  | <b>5 グリーン商品の優先的購入</b>   |                           |                           |                           |
| 2013年度目標値基準<br>40%以上を継続する                              | エコ商品・事務用品<br>グリーン購入比率%  | 40%以上                     | 40%以上                     | 40%以上                     |
|  | ※目標値は、床面積・室内設備環境の違いを把握しいろいろ検証し設定した。   |                           |                           |                           |
|  | <b>環境貢献の推進</b>  | <b>2017年</b>              | <b>2018年</b>              | <b>2019年</b>              |
| 2017年度から事業実績の数値目標をやめ、シュガー&スパイスのオリジナリティをいかに貢献活動の推進を展開する | 環境貢献事業<br>①所属モデルが出演の環境関連広告、イベント出演情報を紹介（常時）<br><br>普及活動<br>①所属モデルへのエコトレ（環境教育）を定期的に行う<br>②所属モデルのエコメッセージをSNS（You-tube、twitter）にアップ<br>③HPのコンテンツに環境貢献（team A to E）を掲げ、環境活動等定期的に更新<br><br>防災普及活動<br>①防災意識浸透のための推進活動<br>防災キャンペーン（撮影会、事務所にて）毎年時期を決めて開催 |                           |                           |                           |



2017年からの取組み環境



立地 6階建ビル6階  
床面積 144.05m<sup>2</sup>

設備機器 照明 100%LED  
エアコン 6機

水道蛇口 5ヶ所  
(キッチン、トイレ、洗面所、バルコニー)

給湯器 ガスコンロ



## 環境に配慮した取組み 実施状況と行動計画

|   |   |                           |                           |                           |                           |
|---|---|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| 1 | 二酸化炭素排出量削減 《電力》   |                           |                           |                           |                           |
|   | <p>《電力》取組み手段</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 不必要な照明の消灯</li> <li>② 使用していない部屋の空調の停止</li> <li>③ 空調温度の適正化 冷房：27℃+扇風機 暖房：26℃ 湿度（常時）40%～60%をキープ</li> <li>④ クールビズ、ウォームビズを推進</li> <li>⑤ 待機電力の節減 パソコン節電モード・家電主動源オフ</li> <li>⑥ LED電球使用の推進（2017年1月～3月）</li> </ul> |                           |                           |                           |                           |
|   | <p><b>実施結果：</b><br/>2017年事務所移転のため2017年度は定量把握年とする。新事務所環境観測をし2018年度から目標値設定をする。</p> <p><b>評価：</b><br/>4月より新事務所環境の取組みをスタートし、立地、床面積、室内設備環境等の違いを把握しいろいろ検証しながら次年度からの目標値を設定する。</p>  |                           |                           |                           |                           |
|   |   | 2017年度実績（定量把握）            | 2018年目標                   | 2019年目標                   | 2020年目標                   |
|   | 電力（kg-Co2）<br>（kWh）   | 2,718kg-Co2<br>（7,190kWh） | 2,820kg-Co2<br>（7,460kWh） | 2,820kg-Co2<br>（7,460kWh） | 2,820kg-Co2<br>（7,460kWh） |

|   |   |                |         |         |         |
|---|---|----------------|---------|---------|---------|
| 2 | 廃棄物排出量/資源ごみ分別リサイクルの推進 《一般ごみ》  |                |         |         |         |
|   | <p>《一般ごみ》取組み手段</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 営業用コンボジットのデータ化</li> <li>② 裏紙の使用（常時）</li> <li>③ 使用済み用紙を溶解処理によりリサイクル</li> <li>④ マイバック・マイ箸の推進</li> <li>⑤ 梱包簡素化の要望出し（常時）</li> <li>⑥ ペットボトル、缶、ビンの削減推進</li> <li>⑦ ペーパーレス化の推進</li> </ul> |                |         |         |         |
|   | <p><b>実施状況：</b><br/>事務所移転のため2017年度は定量把握年とする。新事務所環境観測をし2018年度からの目標値設定をする。</p> <p><b>評価：</b><br/>3月、4月は引越しのため家具、事務用品まで搬出・搬入による大量のゴミが出たが、これはしかたない増量とする。移転後のゴミ量は旧事務所とさほど変わらない実績となっているので季節ごとの使用量の把握をして次年度の目標値を設定する。</p>                            |                |         |         |         |
|   |   | 2017年度実績（定量把握） | 2018年目標 | 2019年目標 | 2020年目標 |
|   | 一般ごみ kg/年   | 1,550kg        | 1,476kg | 1,476kg | 1,476kg |





### 3 給排水量 《水使用料》

#### 《水使用量》取組み手段

- ① 状況に応じて節水を呼びかける
- ② 退出時に流れっぱなしになっていないか確認する
- ③ 漏水のチェック

#### 実施状況：

事務所移転のため2017年度は定量把握年とする。新事務所環境観測をし2018年度からの目標値設定をする。

#### 評価：

水道蛇口の数も増えた環境を把握し、社員スタッフの人数、来訪モデル数、来客数等で使用状況を観察し、次年度の目標値を設定する。

|                        | 2017年度実績（定量把握）    | 2018年目標           | 2019年目標           | 2020年目標           |
|------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 水使用料 m <sup>3</sup> /年 | 121m <sup>3</sup> | 134m <sup>3</sup> | 134m <sup>3</sup> | 134m <sup>3</sup> |

### 4 都市ガス削減 《都市ガス》

#### 《都市ガス》取組み手段

- ① 冬季以外は給湯器の使用を削減する

#### 実施状況：

事務所移転のため2017年度は定量把握年とする。新事務所環境観測をし2018年度からの目標値設定をする。

#### 評価：

新規取組項目として追加。 キッチンのガスコンロはほぼ使用しないので給湯器のみの使用料となるが、季節ごとの数値を観察し次年度の目標値を設定する。

|                        | 2017年度実績（定量把握）   | 2018年目標          | 2019年目標          | 2020年目標          |
|------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 水使用料 m <sup>3</sup> /年 | 20m <sup>3</sup> | 35m <sup>3</sup> | 35m <sup>3</sup> | 35m <sup>3</sup> |

### 5 グリーン商品の優先的購入

#### 取組み手段


- 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 購入先を比較しグリーン購入を率先する

#### 実施状況：

本取組みは移転後の新事務所でも2013年基準値にした「事務用品、機器、総購入費の40%以上」を継続して目標値とすることにした。

#### 評価：

3月、4月移転に伴い事務用品購入が例年に比べ増え予算も増額されたので、購入時に商品の比較調査の機会にもなり次年度からのよい情報収集ができた。

| 運用年度              | 2017年度  | 2018年目標 | 2019年目標 | 2020年目標 |
|-------------------|---|---------|---------|---------|
| 目標                | 40%以上   | 40%以上   | 40%以上   | 40%以上   |
| グリーン商品購入<br>達成購入率 | 62%  |         |         |         |





# 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

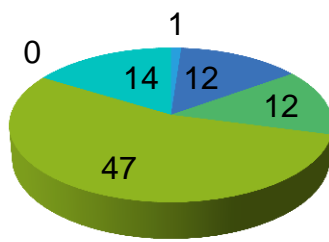
所属モデル・タレントの環境関連広告・イベントへの出演を推進し、その情報をHP、SNSで推奨し積極的に紹介する。

シュガー&スパイスのモデル・タレントはエコ・メッセージを発信するエコ・マインドの高い子ども達です。環境貢献を推進する広告主のスポンサー、クライアントへ、子ども達の出演起用が、企業のグリーンイメージアップにつながりますようお願いいたします！

### 所属モデル・タレントの環境関連広告等への出演推進 取組み



### 業種別受住率



- 不動産
- 自動車
- 家電
- 衣料
- 雑誌・書籍
- その他



### アイドルユニット「つりビット」の取組み

#### 主な 社会・環境貢献活動の実績

|        |                                |
|--------|--------------------------------|
| 1月21日  | 海の安全PR「ジャパンフィッシングショー2017」出演    |
| 11月3日  | 東京海洋大学学園祭「第58回海鷹祭」出演           |
| 11月19日 | JAPAN FISHERMAN'S FES2017に出演   |
| 11月23日 | 「若竹すしPresentつりビットライブ&トークショー」出演 |

5人組アイドルユニット「つりビット」。アイドルとしてのタレント活動から釣りを通し自然環境保護、生物多様性保全をアピールしています。海・河川釣り場の環境保全に加え魚食普及活動の企業や関連団体のイベント等に出演しました。

## II 環境普及活動

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、撮影スタジオで環境コミュニケーションに取り組んでいます。2017年はホームページ、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。

### 環境コミュニケーション

所属モデルとその家族へ向けエコトレーニング（環境学習）のを継続的に実施

#### エコトレ

2017年5月、7月、9月、11月は「なにができるかな 地球温暖化対策」（「こども環境白書2016」より抜粋）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いました。



自分でできるエコを選ぶ

意識する

エコメッセージを書く

エコメッセージを  
写真と動画で撮る

お名前

年齢(何才ですか?)

エコメッセージ発表

シュガー&スパイスの  
HP, YOU-TUBEで公開!



2カ月毎に開催するモデル写真撮影会の会場のスタジオ内に、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、お絵かき、エコメッセージ等などに参加してもらいます。

### 普及活動の情報発信

ホームページ Facebook twitter Instagram YouTube から活動模様を情報発信



Homepage

「なにができるかな 地球温暖化対策」をテーマに、エコ意識の向上を目指してモデル・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から、参加した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 . . . 48030回(2017年1月～12月)
- ◆ Facebook フォロア一数 . . . 2452
- ◆ Twitter フォロア一数 . . . 833
- ◆ Instagram フォロア一数 . . . 271



Facebook



YouTube



Instagram



Twitter



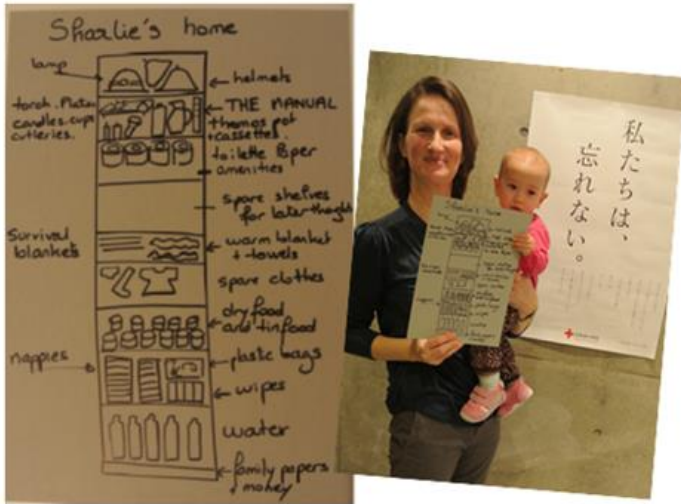
## III 防災普及活動

本年度より新しい取組みとして「防災普及活動」をはじめました。防災の取組みは社員・スタッフ向けは「緊急事態の対策及び実施」でおこなっていて、所属モデル向けにも防災意識を高める機会を持つと思いました。

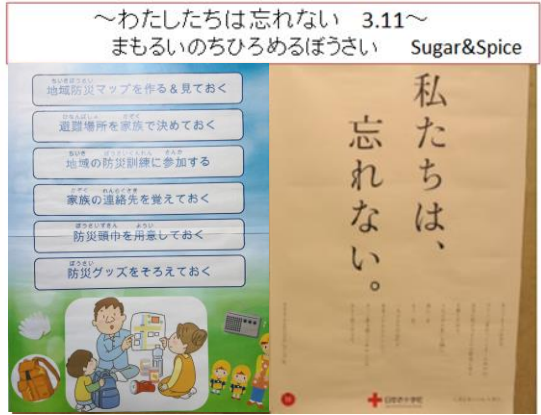
きっかけは、日本赤十字社の防災キャンペーン「私たちは、忘れない」への参加です。1月、3月の撮影会は「防災メッセージ」を子どもたちとその家族に募りHPで紹介しました

### 防災キャンペーン 所属モデルとその家族へ向けて

「防災メッセージ」の中で、私たちスタッフも感銘した「シャーリーズ ホーム」。シャーリーさんのお家にある防災時の必需品の棚を描いてくれました。



Facebook キャンペーン  
Reach 469人、コメント/いいね 86

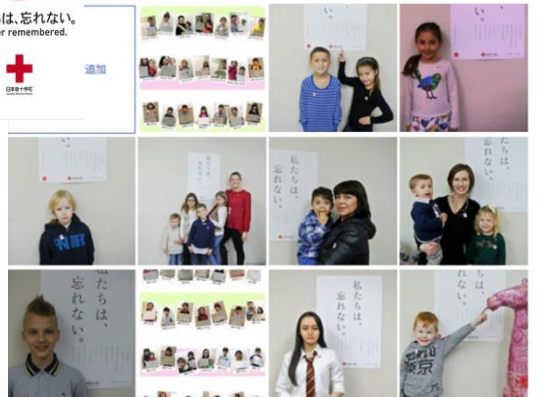


3.11. 私たちは、忘れない。  
FOREVER REMEMBERED



私たちは、忘れない。  
Forever remembered.

Sugar&Spice is supporting the Red cross society's campaign "Forever Remembered" for the great East Japan Earthquake and tsunamis as well as Kumamoto's earthquake victims. シュガー&スパイスは日本赤十字社のキャンペーン「私たちは、忘れない」を応援しています



### 「緊急事態の対策及び実施」社員及びスタッフへ向けて

#### Sugar&Spiceの緊急事態について

緊急事態の想と対応策

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。

**A 事業継続に関わる緊急事態 3レベル**  
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会社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亡に関わる重大な事態。会社のブランドイメージを傷つけ、経営に影響を及ぼす重大な事態。

**B 業務停止に関わる緊急事態 3レベル**  
インシデントの原因が重大であり、会社全体の対応が必要となり業務の継続が困難な事態。インシデントの影響で取引先での対応が必要となる事態。

**C 業務遂行に関わる緊急事態 3レベル**  
インシデントの影響範囲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。

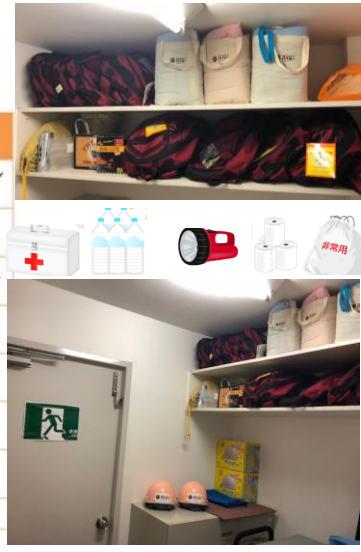
環境マネジメントにおける緊急事態の想定守衛範囲

|                |                                      |
|----------------|--------------------------------------|
| A 事業継続に関わる緊急事態 | 災害の発生により生じるさまざまな事態。火の不起末、漏電などオフィス火災。 |
| B 業務停止に関わる緊急事態 | 情報漏えいが生じた場合。モデル、従業員が事件に関与した場合。       |
| C 業務遂行に関わる緊急事態 | IT関連機器の障害、故障が生じた場合。停電、断水、浸水被害など。     |



#### 環境管理責任者の緊急事態における役割

|           |                                 |
|-----------|---------------------------------|
| 1 問題点の把握  | いつ、どこで、どんな問題が発生したのか確認し把握する      |
| 2 被害の拡大防止 | 被害の拡大や拡散を阻止するため社員に呼びかけて応急処置をする。 |
| 3 被害の通報   | ABレベルの緊急事態は関連機関と代表者にただちに通報する。   |
| 4 被害の連絡   | 損害の規模や社会的な影響に応じ顧客や関連機関等へ連絡する    |
| 5 復旧の措置   | 損害や破壊の内容に応じ復旧するために各関係機関等へ連絡する。  |
| 6 原因究明    | 関連部署に原因を調査させ、問題の分析を行う。          |
| 7 是正処置の検討 | 発生した問題については是正処置の必要性と内容の検討を行う。   |
| 8 報告書作成   |                                 |



# 2017年 所属モデルとその家族のエコトレ（環境学習）の実施

264人の子供モデル達とその家族が参加しました

## 3.11 をわすれない 2017年1月撮影会 クリックすると拡大して表示されます



## 3.11 をわすれない 2017年3月撮影会 クリックすると拡大して表示されます





# 2017年 所属モデルとその家族のエコトレ（環境学習）の実施

## 地球温暖化対策 2017年5月撮影会 クリックすると拡大して表示されます



## 地球温暖化対策 2017年7月撮影会 クリックすると拡大して表示されます





# 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 2016年9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 2016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

2017年度は、年明けから3月末の事務所移転を控え、日常業務と引越し準備で慌しくスタートした。

事務所面積は広くなり、日あたりも良く事務所環境としては以前より快適となったので業績アップを期待したのだが、事業実績は昨年度とほぼ同レベルだった。新事務所での業務も所属モデル、ステークスホルダーに周知されてきたので、次年度、会社創立30年を迎える2018年に向けて、業績増のための業務体制の見直しをはかりたい。

2月は第20回環境コミュニケーション大賞「環境活動レポート」部門で優良賞を受賞した。4月からの移転前に受賞通知を受け、新しい環境でのエコアクション21の取組みに社員、スタッフ一同大きな励みとなった。

### 環境に配慮した取組み

4月からまずは実数把握をし、次年度の目標値の設定とする。

### 環境貢献の取組み

環境貢献事業の取組みで売上の数値目標を設定してきたが、本年度よりこれをなくす。理由はエコアクション21の取組みをはじめた2005年頃の環境関連広告の考えが近年企業全般が環境貢献意識を持つことが常識として根づいているので、今では弊社全般の売上に波及していて環境貢献事業という範疇が分かりにくく目標値を定めるのは困難になってきた。

2017年から行動目標を主とし、環境への意識浸透のため普及活動の推進をする。①環境貢献事業は仕事、広告の内容を重視し出演作の情報をホームページ、SNSで積極的に紹介。②普及活動は、環境教育（エコトレ）撮影会会場及び事務所で実施、ホームページを中心にSNSを活用しエコメッセージやエコ活動の情報発信を行う。③防災普及活動は、2017年3月～5月に行った防災キャンペーンを今後も継続し防災の意識浸透をはかる。

## 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    | 1月-3月<br>渋谷区清掃及びリサイクルに関する条例<br>4月-12月<br>港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。

