



エコアクション21  
認証・登録番号 0000754

# 2013 Sugar&Spice 環境活動レポート

活動期間 2013年1月1日～2013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



アイドルユニット「つりビット」2013年4月デビュー



Sugar&Spice

株式会社 シュガー アンド スパイス

2013年4月23日発行



## 2013 Sugar & Spice 環境活動レポート

■ もくじ/team A to Eについて	01
■ メッセージ	02
■ まえがき	03
■ 事業所概要/エコ活動の経緯	04
■ 環境方針	05
■ エコ活動の経緯	06
■ 環境目標 I 実績	07
■ 環境目標 II 評価と見直しと行動計画	08
■ 環境に配慮した取組み	09~10
■ シュガー&スパイススパイスの特色をいかした取組み	11~18
■ 代表者による全体の評価と見直し/環境関連法規等の順守状況	19

### 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 E**  
**A 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。

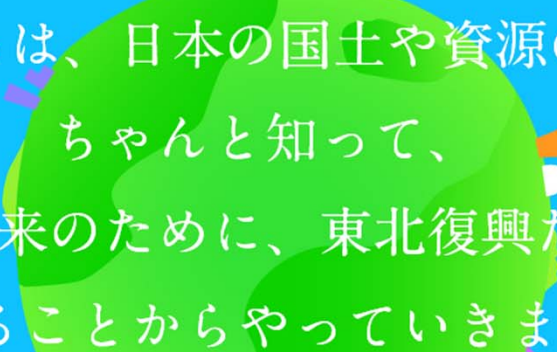
「シュガー&スパイスのシンボル、こどもたちの守り神ドラゴン JoJo は、地球のこどもたちが心やからだの痛みを訴えるエマージェンシー信号を発すると彼の二本の角が反応し、遠い世界からこどもたちを救いにやってきました。JoJoはリンゴが大好き。めったに正体を見せない彼が地球上のリンゴが美味しそうに香る場所には姿を現しました。実はリンゴは彼にとって生きるためになくてはならない生命の果実でした。」

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。



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。

地球のなかの日本の未来のために  
今、わたしたちにできること



わたしたちは、日本の国土や資源のことを  
ちゃんと知って、  
日本の未来のために、東北復興のために、  
できることからやっていきます。

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。

## まえがき

2013年3月に発行した「2012 SUGAR&SPICE環境活動レポートが、第17回環境コミュニケーション大賞、「環境活動レポート」部門で奨励賞（優良取組）を受賞しました。第12回環境コミュニケーション大賞での環境大臣賞に続き2度の受賞は、弊社の取組みに高い評価をいただけたことと受けとめて、所属モデル、社員、スタッフともどもエコアクション21に取り組む大きな励みとなりました。これからも私たちの掲げる環境理念を環境経営に反映できますよう、培ってきた経験と実績を積み重ねて地道ではありますが次のステップへ続けたいと考えております。

エコアクション21の取組みをはじめて8年目になる2013年は、定着化した取組みにいかなる改革が出来るか、が課題でした。環境に配慮した取組みでは、従業員とのミーティングでの情報や創意工夫から紙ゴミの資源化の推進、空調の適正化などの具体案が生まれ、数値にも反映することができました。環境貢献活動では、エコメッセージを毎年続けている所属モデルの中からアイドルユニットつりビットがデビューしました。歌と踊りに加えて釣りをするという特性を持ったアイドルで、釣りを通して自然環境の大切さ、生物多様性の意識などこれまで身につけてきたエコ意識をタレント活動を通してアピールしてほしいと願っています。エコタレント、アヤカ・ウィルソン、ASAPのメンバー、ecokids の子どもたち、つりビット、そして所属するすべてのモデル、タレントとともに、これからもHPのシュガー&スパイスチャンネル (Youtube)からエコメッセージの発信を続けてまいります。



## 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



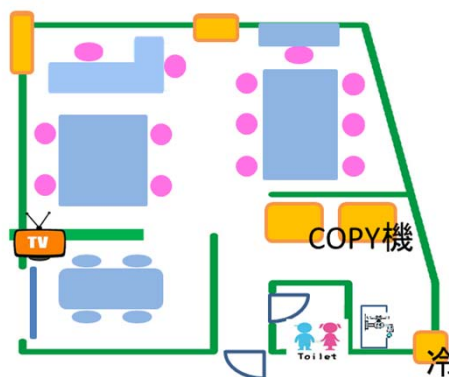
## シュガー&amp;スパイスの会社環境

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 6台  
社内サーバー 1台  
デジタル複合機 2台  
レーザープリンター 1台

LED照明 10本  
(蛍光灯26カ所の内10カ所に設置)  
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  
(2013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 環境保全是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 2013



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の取り組みを決める
	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>
2013年の活動	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～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
	2010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。
	2011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جز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 4月	エコアクション21中間審査
	2012年 6月	エコライフフェアにアヤカ・ウィルソン出演
	2013年 1月	撮影会でエコトレ開催テーマは「Let's 冬節 パート2」、参加モデルのエコメッセージをYouTubeにサイトアップ
	2013年 5月	撮影会でエコトレ開催テーマは「Let's 春節」、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	エコライフフェアにアイドルユニット「つりビット」出演
	2013年 7月	撮影会でエコトレ開催テーマは「Let's 夏節」、参加モデルのエコメッセージをYouTubeにサイトアップ
	2013年 9月	撮影会でエコトレ開催テーマは「Let's 秋節」、参加モデルのエコメッセージをYouTubeにサイトアップ
2013年 11月	撮影会でエコトレ開催テーマは「Let's 冬節パート1」、参加モデルのエコメッセージをHP、Facebookにサイトアップ。	
2013年 11月	1	
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>	

## 2013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	2013年 目標	2013年 実績	結果
<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% 2,959kg-Co2 (7828kwh)	○
<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 62% 663kg	○
	★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>水導水</b> 総量	2007年度比 95 (従業員11名)	2007年度比 105% 100 (従業員11名)	2007年度比 94% 89 (従業員11名)	○
<b>4 グリーン商品の優先的購入</b>				
<b>グリーン購入</b> グリーン購入比率%	—	2013年度購入率 40%以上	達成購入率 80%以上	○
※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。				
<b>シュガー&amp;スパイスの 特色をいかした環境貢献</b>	基準年度	2013年 目標	2013年 実績	結果
<b>環境貢献事業の推進</b> 売上 (万円)	2011年度比 1,361	2011年度比 100% 1,361	2011年度比 1,03% 1,400	○
<b>環境普及活動</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●モデルと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レの実施</li> <li>●HP,Facebook,ブログ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>			



## Ⅱ 評価・見直しと行動計画

評価・見直し	2014年 目標	2015年 目標	2016年 目標
<b>22%削減（基準年度比）</b> 電力使用の大幅上昇するのが冷暖房の空調機器使用季節だ。そのため社内では冬場夏場は各自が服装や扇風機で空調循環をしたり湿度計を設置して快適環境をチェックしたり創意工夫による削減の取組みをした。結果目標値を大きくクリアできたことは高く評価する。	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)
<b>38%削減（基準年度比）</b> 上半期は不用品の整理、イベント仕事が続き紙ゴミ、プラチックゴミの量が増えたが、下半期はゴミ化を減らしリサイクル化促進を計画的におこなった結果、38%削減と大きな成果をあげた。次年度もこれを継続する。	2011年度比100% 1066kg	2011年度比100% 1066kg	2011年度比100% 1066kg
	★ペットボトル、ビン、缶は指定日にゴミ出し ★段ボールは指定日にゴミ出し ※雑誌、書籍は古本回収業者へ持ちこむ		
<b>0.6%削減（基準年度比）</b> 水道水の総量の90%はトイレの使用頻度による。あとの10%の取組みとして台所、洗面の節水を心掛けた。今回の削減は社員各自の節水意識の結果と思う。次年度も標語の掲示などを継続する。	2007年度比 110% 105 (従業員11名)	2007年度比 110% 105 (従業員11名)	2007年度比 110% 105 (従業員11名)
前年度に引き続き年間計画をたて事務用品、名刺、紙類消耗品のグリーン購入をし、目標はクリアできた。本年度も撮影会用のファイル発注が大きく全体の購入率アップに貢献しているが、次年度から経費削減のためファイル発注の量を減らす方向なので、それに代わるグリーン購入の計画を検討する。	2011年度比 40%以上	2011年度比 40%以上	2011年度比 40%以上
<b>評価・今後の方向</b>	<b>2014年</b>	<b>2015年</b>	<b>2016年</b>
<b>3%増（基準年度比）</b> 景気の兆しが上向きとの見方から上半期は広告、メディア、インターネット業界の動きは活発化し弊社の貢献事業も受注数は増える傾向にあった。ただ、実質は出演料の下落が響き実質の売上アップは厳しいところだ。しかし全般的には前年度を上回る結果となったことは評価できる。次年度も地道なプロモーション活動で売上増を目指す。	2011年度比 100% 1,361	2011年度比 100% 1,361	2011年度比 100% 1,361
本年度はASAP、ecokids、つりビット、それぞれの所属モデル、タレントが外部へ向けて普及活動を行なった。シュガー＆スパイスの特色をいかした活動が出来たことは大きく評価できる。次年度もさらに活動の幅を広げる。	活動を継続		

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 unnecessary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%
- 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 LED電球使用の推進

湿度計を事務スペース、会議室2か所に設置し、室内環境健康面を重視した空調管理を推進

湿度計¥1,396の省エネ対策グッズ！

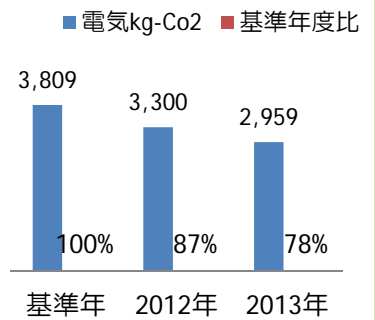


22%削減！

2,969kg-Co2  
(7828kwh)  
2008年度比  
78%



事務所は8階建てのビルの1階にあり、冬は寒さ夏は湿度の対策が必要な環境だ。夏に購入した湿度計により、室内の温度湿度の快適チェックができるようになり、小さな工夫から空調機器使用の削減にも繋がった。次年度も創意工夫しながら節電に向き合っていく。



3 給排水量 水道水の削減

目標・取組み

結果

評価

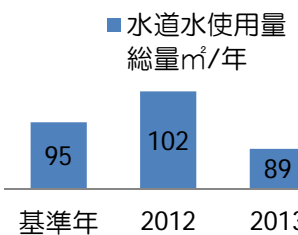
- ① 状況に応じて節水の呼びかけを継続  
・節水の表示をする
  - ② 退出時に流れっぱなしになっていないかの確認をする
- ※ 限界と思われる目標値を設定しているため、状況に応じて社内環境維持に必要な数値を見直して目標を見直す。



0.6%削減！

89m<sup>3</sup>  
(従業員11名)  
2007年度比  
94%

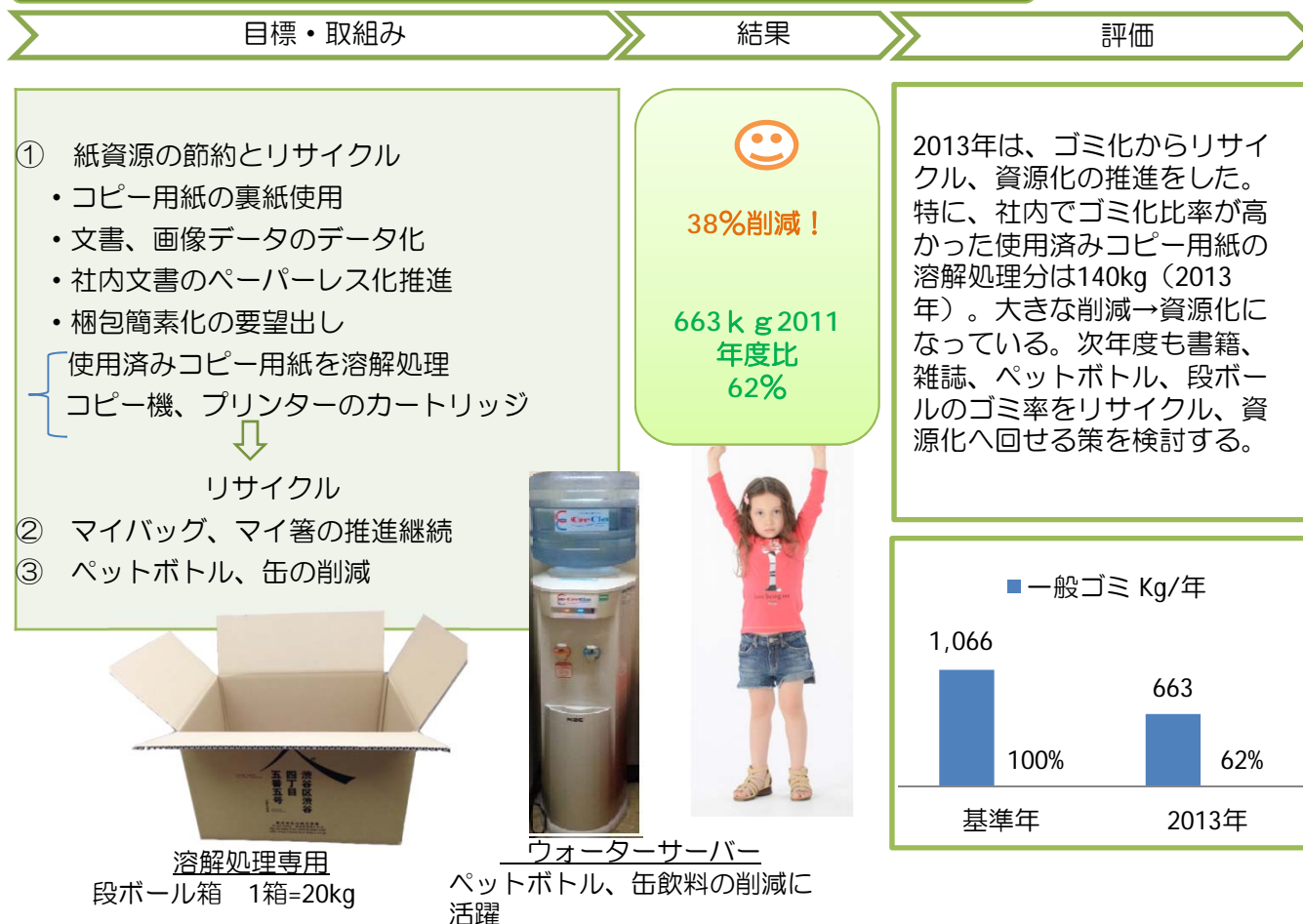
事務所の水使用状況は把握しているので、次年度も稼働人数、稼働時間を考慮して無理のない節水に取り組む。



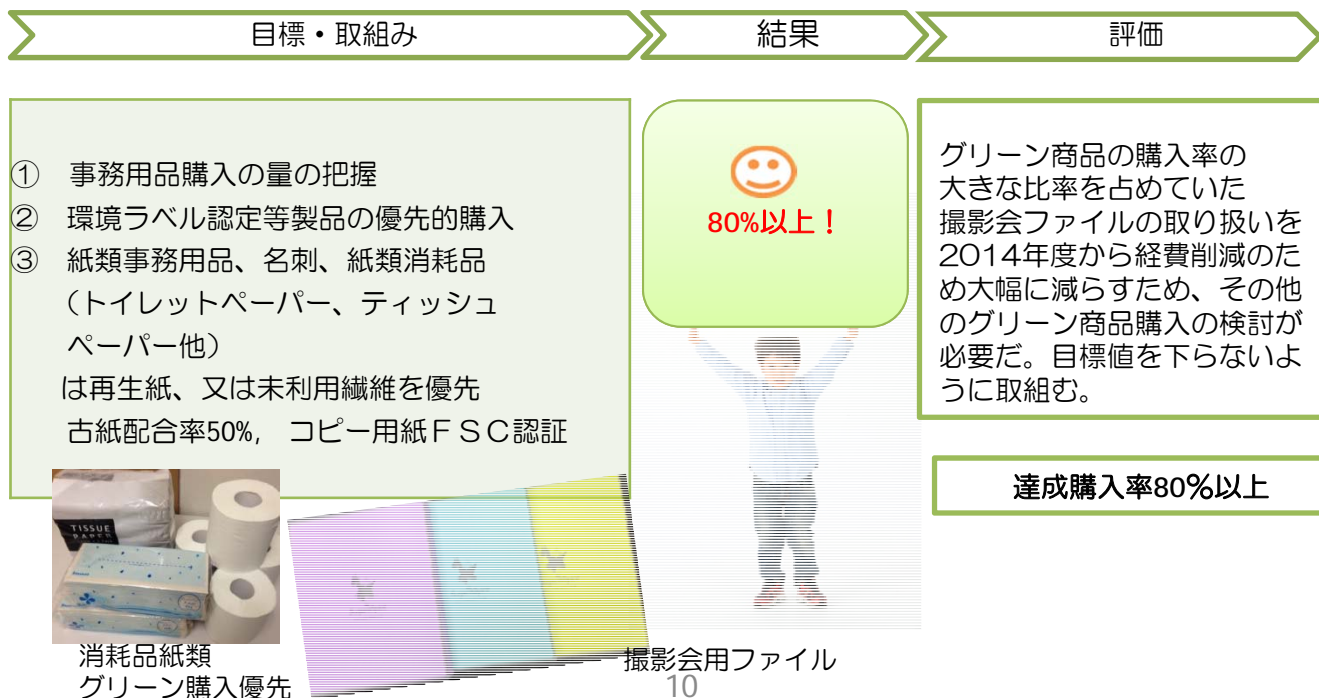
節水の標語をトイレやキッチンに掲示

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



4 グリーン商品の優先的購入 グリーン購入



## シュガー&スパイスの特色をいかした取組み

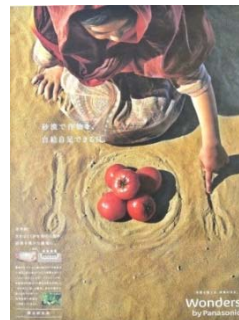
### 1

#### 目標・取組み

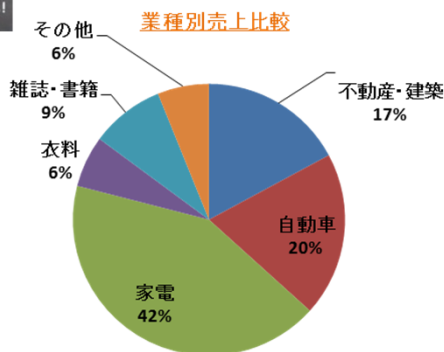
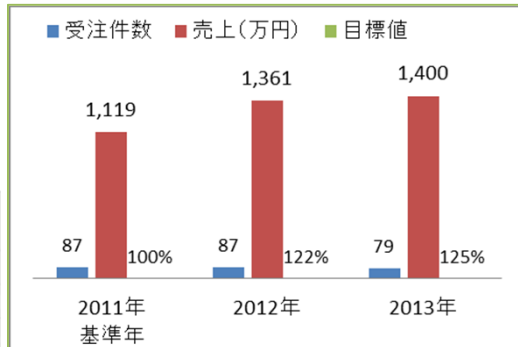
所属モデル・タレントの環境関連広告等への出演推進  
環境貢献広告出演の受注率アップを目指し、広告業界、  
子供業界への認知度を広めマーケット拡大を図る



#### 実績



達成状況			
目標	結果 😊		
100%	103%		
2011年(基準年) 3%増!			
	2011年 基準年	2012年	2013年
受注件数	87	87	79
売上(万円)	1,119	1,361	1,400
目標値	100%	122%	125%



#### 2013環境関連広告等への主な出演記録

月	仕事内容	媒体
1月	パナソニック企業	ウェブ・雑広
	キャノン中国	オール
	ユニクロ「ステテコリラコ」	スチール
2月	パナソニック エコナビ	CF
	リンネル5月号	雑誌
	積水ハウス企業	オール
3月	Steteco.com	ウェブ、スチール
	ソニーデジタルカメラ α	ウェブ、スチール
	ダイワハウス	ウェブ、スチール
	カインズホームズ	CF
	スウェーデンハウス	CF
4月	キャノン Eos Kiss	CF、スチール
	リンネル6月号	雑誌
	三井不動産・住友不動産	オール
	ダイワハウス	ウェブ、チラシ
5月	ミキハウス 浴衣・ステテコ	ウェブ、スチール
	アルネットホーム	ウェブ、スチール
	J-オイルミルズ	CF
6月	大王製紙 エリス	CF
	三井不動産「パークシティ大」	スチール
	日産セレナ	スチール
	ミサワホーム	スチール
	ユニカミノルタ	CF
7月	大王製紙 エリス	CF
	三井不動産	スチール
	リンネル	ムック本
8月	SONY	グラフィック
	リンネル	ムック本
	三井不動産 展示会用PV	ムービー
9月	ほほ日 はらまき	ウェブ
	リンネル12月号	雑誌
	SUZUKI	ウェブ、スチール
	パナソニック	CF・スチール
10月	三菱自動車	ウェブ・スチール
	東洋ゴム工業	CF・スチール
	フェリシモanoneタブロイド	ウェブ・カタログ
11月	ニコン	ムービー
	SUZUKI	CF・ウェブ
	MAZDA	CF・ウェブ
12月	TOYOTA クラウン	グラフィック
	フェリシモKRASO	カタログ
	NEC企業広告	スチール
フェリシモ クチュリエ	カタログ	
ダンロップタイヤ	CF	

#### 評価

2013年は景気の兆しが見える年明けとなった。広告、メディア、インターネット業界の動きが出てきて、環境貢献の仕事も受注が増えたが、実質は出演料の下落が大きく売上増を目指すのはなかなか厳しい現状だった。わずかではあるが前年度を上回ることができた。次年度も地道なプロモーション活動を継続する



2

目標・取組み

環境貢献事業の拡張

企業とコラボレーションで創るエコビジネスの推進



「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、2011年秋より販売開始、2012年、2013年継続して販売継続しています

検索オプション  
 検索オプション  
 限定ブランド  
 限定ブランド  
 検索



実績

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

※上記実績は左記の環境貢献事業（広告関連）の売上には加算されていません。

企業で使用された事例



評価

スローペースではあるが、前年度に比べ少し売上は上昇、2015年までにどのくらいブランド認知度が広がるか、次年度はグリーン企業へプロモーション等計画して売上アップを目指したい



3

目標・取組み

売上の一部を環境活動へ還元

2013年も前年度に続き本業の総合的な実績が厳しく環境活動への還元が少ない結果になった。その中でも、積極的に行動したのは、10月に発生したフィリピンの台風による被害には、HP、Facebookに募金の呼びかけをし、弊社も「地球へのプレゼント」基金から、寄付を送った。

「地球へのプレゼント」基金 ※

2006年度から環境関連広告、メディア、イベントの企画制作、モデル出演の売上の一部を基金とし環境活動に還元しております。

- 目的：
- 地球が喜ぶこと気持ち良くなることのために活動します。
  - 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。

いいね! 1

フィリピンの台風で被害を受けた多くの方たちへ

フィリピンの台風で被害を受けた多くの方たちへ

台風30号によって壊滅的被害を受けたフィリピン中部のLeyte島、Samar島、その周辺地域に住む子どもたちとご家族、多くの方たちが、今、大変不自由な状況にいます。1日でも早く、安心して食事ができて、元気に暮らせる

生活に戻れますように私たちは、心よりお祈りします。

フィリピン台風で被害を受けた方々へ協力できるおきな支援先：

セイブ・ザ・チルドレン・子供基金

[http://www.savechildren.or.jp/scj-d=1291&gclid=CO332rP\\_5boCFQ](http://www.savechildren.or.jp/scj-d=1291&gclid=CO332rP_5boCFQ)

日本ユニセフ協会

[http://www.unicef.or.jp/kinkyu/ty-utm\\_source=googleg&utm\\_medium](http://www.unicef.or.jp/kinkyu/ty-utm_source=googleg&utm_medium)

日本赤十字社

Pray for the Philippines!



Sugar & Spice

## 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、毎年さまざまな社内、地域での環境コミュニケーションに取組み、情報発信し、貢献することを目指しています。2013年は、「ASAP」「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等SNSを利用して、たくさんのエコメッセージを発信しました。

### team A to Eの活動の紹介 PLAN& DO

#### 1 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、エコメッセージなどに参加してもらいます。



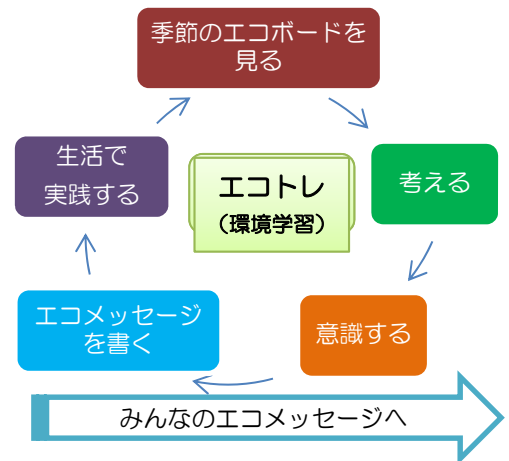
撮影会の様子  
モデルポーズの練習、  
お絵描き、  
撮影中



#### 「季節のエコ」ボード



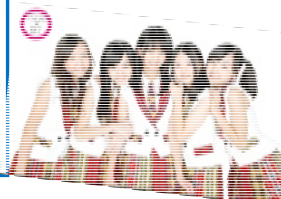
エコトレーニングの内容  
季節のエコをテーマに、自分で「考え」て「意識」して、生活で「実践」する、エコのきっかけづくりをおこなっています。



#### 2 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、セミナーで事例発表等積極的に行なっています。



- 環境新聞2013.11に紹介されました（左）
- エコライフフェア2013に「つりビット」が出演しました（右）
- みなと環境にやさしい事業者会議に参加

環境普及活動



3 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

2013年の普及活動は、2011年の震災以降続けているモデル、タレントたちの「エコメッセージ」の発信に力をいれました。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り組みを紹介しています。



ホームページやYouTubeチャンネルで普及活動の情報発信



You Tubeにモデル460名が  
エコメッセージをサイトアップ！  
YouTube 動画再生回数  
13,884回 (2013年1月~12月)



エコトレで培ったエコメッセージ。その意識はモデル、タレントのお仕事で、また普段の生活でいかすよう頑張っています。

4 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

防災に関する報告 2014年2月7日

年4回報告を行う

**防災リュックに関して**  
リュック内の点検は済んでいますか？  
頭巾、軍手、防寒シート、常備食、タオル、ティッシュ、ナプキン等  
**お水に関して**  
今月からクリクラボトルが1ボトル1,200円（税別）→1,250円（税別）に改定されました  
変更予定はありませんが、より良いお話があれば検討



Sugar&Spicie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せん。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。

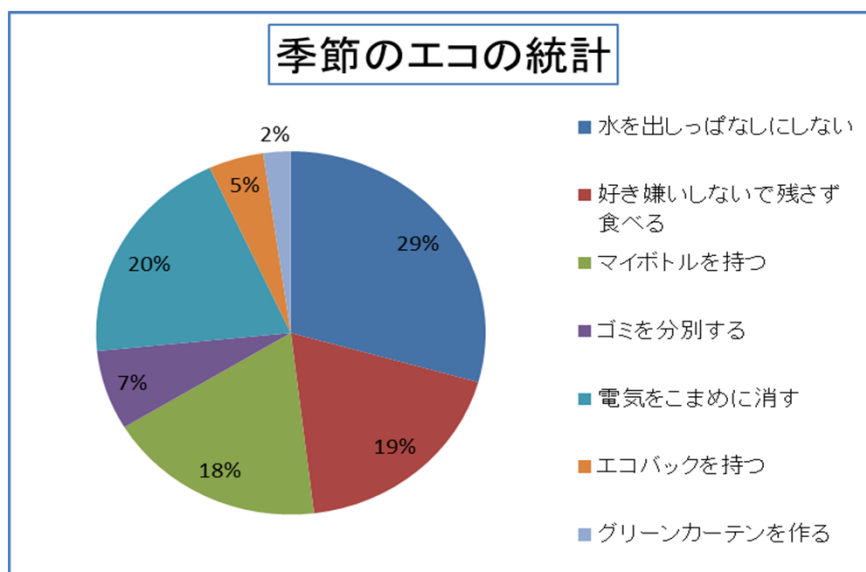
- A 事業継続に関わる緊急事態 3レベル**  
大災害の発生で、人命にかかわったり、建物が崩壊するなど会社の存続に関わる重大な事態。顧客の信用を著しく失墜し企業の存続に関わる重大な事態。会社のブランドイメージを傷つけ、経営に影響を及ぼす重大な事態。
  - B 業務停止に関わる緊急事態 3レベル**  
インシデントの原因が重大であり、会社全体の対応が必要となり業務の継続が困難な事態。インシデントの影響で取引先での対策が必要となる事態。
  - C 業務遂行に関わる緊急事態 3レベル**  
インシデントの影響範囲が自社内だけで外部に影響しないが業務遂行が困難な事態。
- 環境マネジメントにおける緊急事態の想定守備範囲**
- 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。火の不始末、雷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。



伝えよう、私たちのエコメッセージ！



2013年は季節のエコをテーマに「春節！」「春節Ⅱ！」「夏節！」「秋節」「冬節！」「冬節Ⅱ！」でみんなの実践するエコをメッセージにしました。





環境普及活動

2013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 2013年1月撮影会



エコ目標の写真 2013年3月撮影会



環境普及活動

2013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 2013年5月撮影会



エコ目標の写真 2013年7月撮影会

クリックすると拡大して表示されます



**455人の子供モデルたちとその家族が参加しました！**  
 2013年1月からモデルたちとその家族が「わたしの実践するエコ！」  
 のメッセージを書きました！

**エコ目標の写真 2013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 2013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

震災をきっかけに、それまでの取組み実績をもとにしてシュガー＆スパイスの環境経営イノベーションを構築、運営をスタートさせた。

①社内環境の整備：現状維持（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、ブログ等SNSの活用、③事業提案：企業と提携のエコビジネスの提案、をおこない、2011年後半から取組みはじめ、2年目にして少しずつではあるが売上、実績ともに成果に繋がってきている。ただし業績全般はまだ厳しい状況であるため、弊社の環境貢献の一環としている「地球へのプレゼント基金」への寄付や提供が微力なことしかできず心苦しいが、小額でも地道に続けていこうと思う。次年度も現状の維持と安定をベースに、イノベーションを遂行していく。

環境に配慮した取組み

現時点で事務所の設備改善は当面望めないため（ビル管理事務所と折衝中）環境配慮の3項目は現状維持を目標として設定し、次年度も継続する。

環境貢献の取組み

2013年前半は広告業界も景気上昇の機運を感じた。全般的には決して楽観視できる状況ではなく、前年度売上には至らなかったが目標はクリアできた。「企業とコラボレーションで創るエコビジネス」第一弾の取組みも2年目に入り、実績は小さいが地道に継続している。次年度は新たな提案に挑戦し、グリーンビジネスのマーケット開拓を狙いたい。

貢献活動は、HP、Facebook、Youtubeの活用がさらに活性化し、特にYoutubeのシュガー＆スパイスチャンネルから発信する所属モデルによる「エコメッセージ」は年間6回、約500名の子どもたちが参加し、弊社の普及活動の主力となっている。次年度も内容に趣向を凝らし、外部へのPRに努めたい。

## 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。

**2013 SUGAR&SPICE 環境活動レポート**

(活動期間2013年1月1日～2013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。



つりビット  
エコライフフェア2013



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)