



エコアクション21
認証・登録番号 0000754

2016 Sugar&Spice 環境活動レポート

活動期間 2016年1月1日～2016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

2017年3月24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 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ゼ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ゼ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。



◆世界の水はたったこれだけ

地球は水の惑星といわれていますが

実は98%が海水で、淡水は2%、その大部分は南極や北極の氷山などで、私たち陸上生物が利用できる水は全体の0.01%にも満たないのです。

地球上の水すべてが風呂桶一杯の水だったとすると、私たちが使える水はわずかに一滴。この一滴の水をすべての陸上生物が分かち合っているのです。この水が枯渇したり汚染されると、すべての生物が絶滅してしまうのです。

◆できることから始めよう

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活動でしたが、今はその範囲を超えてしまっています。

私たち一人ひとりが水の使い方を見直すことが必要です。

- 水の危機（水を汚染し、ムダ使いしているのが自分であることを知ること
- 徹底した節水、4R（やめる、減らす、再使用、資源の再利用）が基本
 - * 風呂、洗たく、水洗トイレ、洗面、炊事、洗車、庭の水まきなど
- できるだけ国産品を利用する（仮想水を減らすことにつながる）
- 台所などから油などを流さない（生活排水は海へと流れていく）





■ team A to E について	01
■ メッセージ	02
■ もくじ / まえがき	03~04
■ 環境方針	05
■ 事業所概要 / シュガー&スパイスの会社環境	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	15~18
■ 緊急事態の対策及び実施	19
■ 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

2016年、年明けの1月末に突然事務所の立退き要請の通知書が届きました。理由はベルナハイツ（ビルの名称）の老朽化に伴い地域の再開発のため、しかも7月末迄にという期限も記されて愕然としました。ベルナハイツで業務を開始して27年、エコアクション21の取組みをはじめて11年目に入ろうとする時期に、到底半年の猶予で他の場所へ移ることは不可能であり、そこから立退きの交渉がはじまりました。7月末は撤回されましたが、次は12月末迄、最終的には2017年3月末というところで事務所の移転を了承しました。永年住み慣れたベルナハイツ、及び地域から離れるのは辛く、覚悟のいる決断でした。

「2016環境活動レポート」は、広尾のベルナハイツでのエコアクション21の取組みの最後の年になってしまいました。

「環境に配慮した取組み」は、水の削減に苦勞しました。ビルの老朽化による水道管自体に問題があり、節水の努力がキッチンやトイレの故障を引起すなど悩みはありましたが、電力の削減では、EA21初年度の2005年のみ目標をクリアできませんでしたが、2006年度～2016年度の10年間は目標達成連覇することができました。

「シュガー&スパイスの特色をいかした取組み」環境普及活動では、2010年3月11日東日本大震災後からスタートした「エコ・メッセージ」は、2013年3月～2016年迄で3,038人の所属モデルたちが参加しYOUTUBEから配信しました。

2016年は、7月に「認証・登録10年継続事業者表彰」を受賞し、さらに4月に提出した2015環境活動レポートは、第20回環境コミュニケーション大賞で優良賞を受賞いたしました。地道な取組みが評価されたことは大変喜ばしく、スタッフ一同この栄誉をしっかりと受けとめ、これを励みにグリーン企業としての役割を継続していきたいと思ひます。

次年度は4月より移転先の新しい事務所で、環境経営システム全般を新たに構築し、環境活動をスタートしてまいりたいと思ひます。

今回の表裏表紙写真はベルナハイツで業務を開始した頃の懐かしい思いでの写真にいたしました。

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 

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㎡
売上高 131百万円
- **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

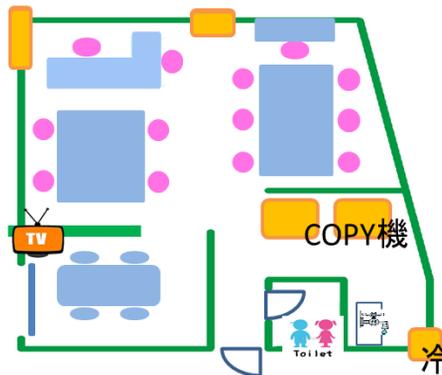
シュガー&スパイスの会社環境

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 8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 236日間
（2016年）



エコ活動の経緯 2016

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～ 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

認証10年継続事業者表彰



エコ活動の経緯 2005年～2015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



2013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

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



2016年 環境目標 I 実績

2016年1月～2016年12月の取組み結果

環境に配慮した取組み	基準年度	2016年目標	2016年実績	結果	評価・見直し
1 二酸化炭素排出量削減					
電力 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 75% 2,886-Co2 (7,634 kWh)	○	25%削減 (基準年度比) 事務所の施設環境の中で、スタッフの創意工夫で空調の適正化を保持し、目標をクリアできたことは評価する。
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 総量 kg/年	2011年度 1,066kg	2011年度比 100% 1066kg	2011年度比 74% 790kg	○	26%削減 (基準年度比) 紙ゴミのリサイクル化（溶解処理の利用による）により、一般ゴミの処理に大いに役立っている。ペットボトル、缶ゴミの削減は見直しが必要。
	★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				
3 給排水量					
水使用量 総量	2007年度 96m ³ (従業員11名)	2007年度比 105% 100m ³ (従業員11名)	2007年度比 10.8% 114m ³ (従業員11名)	×	-0.3% (基準年度比) 社内の節水意識はしっかりあるので、次年度は目標値の見直しをはかる。
4 グリーン商品の優先的購入					
エコ商品・事務用品 グリーン購入比率%	-	2013年度購入率 40%以上	達成購入率 75%	○	75%達成! 社内では事務用品、消耗品のグリーン化は浸透しているため、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0.384 (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	2016年目標	2016年実績	結果	評価・今後の方向
環境貢献事業の推進 売上 (万円)	2013年度比 1,400万	2013年度比 100% 1,400万	2013年度比 86% 1,184万	×	-14% (基準年度比) 目標を下回る結果となってしまった。受注件数の減少、さらに出演料の下落の影響も大きく、目標値の見直しが次年度へ向け重要。環境貢献事業の再構築も必要と考える。
環境普及活動	<ul style="list-style-type: none"> ●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 ●モデルとその家族へのエコトレの実施 ●HP,Facebook, Twitterから環境貢献の情報発信 ●従業員と非常事態のための防災ミーティング 				アイドルユニット「つりビット」が水環境保全、生物多様性維持、魚食PRの活動にも積極的に行った。エコメッセージHP, FaceBookから配信を継続する。

II 評価・見直しと行動計画

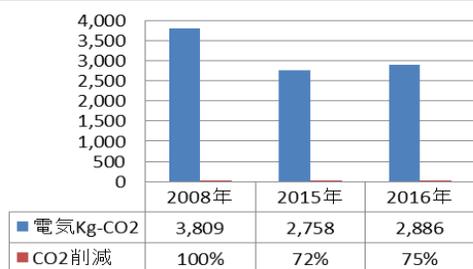
削減数値目標基準年度 今後の方向	環境に配慮した取組み	2017年 目標	2018年 目標	2019年 目標
	二酸化炭素排出量削減			
2017年3月末日で現事務所立ち退きのため、4月1日より新事務所でEA21の取組みを構築する	電力 総量 (Kg-Co2) (kWh)	_____	_____	_____
	廃棄物排出量／資源ごみ分別リサイクルの推進			
2017年3月末日で現事務所立ち退きのため、4月1日より新事務所でEA21の取組みを構築する	一般ごみ 総量 kg/年	_____	_____	_____
	★ペットボトル、ビン、缶は指定日にゴミ出し ★段ボール、雑誌は指定日にゴミ出し ※雑誌、礎石は古本回収業者へ持ち込む			
2017年3月末日で現事務所立ち退きのため、4月1日より新事務所でEA21の取組みを構築する	水使用量 総量	_____	_____	_____
	グリーン商品の優先的購入			
2013年度目標基準 40%以上を継続する。	エコ商品・事務用品 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	2017年	2018年	2019年
2013年度目標基準 2016年の売上減の状況を把握し、目標設定を見直し、環境貢献事業売上の見直しと新たな展開を構築する。	環境貢献事業の推進 売上 (万円)	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》

取組み

- 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℃+扇風機 暖房26℃
湿度40%~60%をキープ
- ④ クールビズ、ウォームビズを推進
- ⑤ 待機電力の節減 PC節電モード・家電主動源オフ
- ⑥ LED電球使用の推進



結果 25%削減 (2008年基準年度比)

運用年度	2008年度	2015年度	2016年度
電力 (Kg-CO2)	3,809	2,758	2,886
	基準値	28%削減	25%削減

評価



昨年度を少しオーバーしたが、目標はクリアしている。社内の省エネ活動の成果が数値に現われている。次年度は事務所の移転のため、新しい目標設定をすることになる。



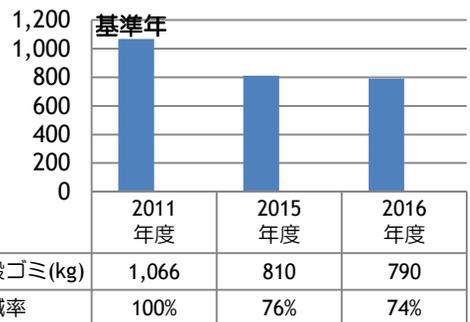
printa.jp - 7527021

PIRELLA GÖTTSCHE LOWE

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

取組み

- ① 営業用コンジットのデータ化
- ② 裏紙の使用 (常時)
- ③ 使用済み用紙を溶解処理によりリサイクル
- ④ マイバック・マイ箸の推進
- ⑤ 梱包簡素化の要望出し (常時)
- ⑥ ペットボトル、缶、ビンの削減推進
- ⑦ ペーパーレス化の推進



結果 26%削減 (2011年基準年度比)

	2011年度	2015年度	2016年度
一般ゴミ (kg)	1,066	810	790
削減率	100%	76%	74%

評価



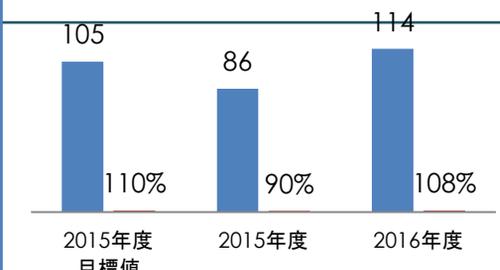
コンジットや画像資料のデータ化で推進で紙ゴミ削減に成果をあげている。さらに溶解処理 (外部業者) はリサイクルへまわせるという利点もあり、社内ゴミの61%を占める紙ゴミ削減に役立っている。プラスチックゴミは社内の稼働に左右されるが増加傾向にあるので、洗って潰して捨てる、を心がける。次年度は移転先の地域によりゴミ分別方の変更もあるので、新しい目標設定が必要だ。



リサイクル!



環境に配慮した取組み

3	給排水量 水道水の削減			
取組み ①状況に応じて節水呼びかけを継続 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確認する ③現状の設定では目標値維持が困難なため目標値変更する（2015年度より）				
結果 △0.3%（基準年度比）従業員数11名		評価 😞		
水使用 105m³ (2007年度基準96m³) 2007年度比（目標値）	2015年度 目標値 105	2015年度 86	2016年度 114	水の削減は通年の課題だ。業務の稼動が上がると人の出入りも増し、トイレやキッチンの使用も増す。今まで培ってきた節水意識を次年度の移転先で活かしていく。
	110%	90%	108%	



4	グリーン商品の優先的購入			
取組み 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 ⑤ 購入先を比較しグリーン購入を率先する				
結果 75%以上達成！		評価 😊		
運用年度	2015年度	2016年度	今年は撮影会用のフォトファイルの発注を削減したり、事務用品、紙類消耗品合わせても購入価格総額は低く抑えたが、その中でもグリーン購入のための調査はしっかりしていた。高く評価するところだ。次年度は新事務所で新たな取組みの目標設定をする。	
環境目標項目	目標値	実績値		
グリーン商品購入比	40%以上	75%		



企業とコラボレーションで創る社会貢献ビジネスの推進

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

目標・取組み

5人組アイドルユニット「つりビット」。2013年4月にデビューして4年目、歌と踊りに加えて釣りをするアイドルとして、釣りを通し自然環境保護、生物多様性保全をタレント活動からアピールしていきます。2016年は、海・河川釣り場の環境保全に加え昨年より魚食普及活動の企業や関連団体のイベント等に積極的に参加しました。

アイドル活動 実績



2016年リリースシングル・アルバム

8thシングル「Chuしたい」はオリコンランキング5位
インディーズランキング1位獲得

1stアルバム「フィッシングライフ」をリリース
配信シングル「My Victory」

レギュラー

目黒FM「ツリラブ」



TBSテレビ「開運音楽堂」

目黒FM「アイドルステーション」

デイリースポーツ関西版「つりビットの歌って踊って
つりました!」コラム連載

BSNラジオ「酒井泰彦のMUSIC HOUR!」

スペースシャワーTV「つりビットとこうかん日記」

その他

主な活動

4月～3ヶ月連続ワンマンライブをO-WESTで開催

Tokyo idol Festivalに4年連続出演

@JAM × ナタリー-EXP02016も出演

その他

評価

デビューから4年、メンバーも1人は大学へ3人は高校へ進学し、2016年はアイドル活動の稼働日数が急増しHP, FaceBook, Twitter等SNSからも知名度の広がりは確実に上がっている。社会・環境貢献活動も「釣り関連」に加え、「魚食普及関連」のイベントのオファーが増えたことは2年間続けてきた成果と評価する。



社会・環境貢献活動 実績

主な活動

1/29～1/31 「ジャパンフィッシングショー2016」

3/3 「極旨さかな祭! Japan Fisherman's Festival2016」

3/19 「西日本釣り博2016」

3/26 越谷レイクタウンkaze

「竹若すし presents つりビットライブ&トークショー vol.1」

5/3 築地ラスト「市場まつり」

9/11 海釣り公園でフィッシングマックス主催釣り大会参加

10/9 越谷レイクタウンkaze

「竹若すし presents つりビットライブ&トークショー vol.2」

11/19 日比谷公園にて「全国魚市場&魚河岸まつり」

11/5 東京海洋大学学園祭「第57回海鷹祭」

11/24 釣りフォトコンテスト審査員



釣りに打ち込むことを誓った少女たちで構成されるアイドルユニットとして2013年に結成。グループ名は、「釣り」と「ビット」(小さな一片や最小単位などの意)を掛け合わせた造語であり、「釣り人」にも掛かっている。キャッチコピーは「いつか世界を釣り上げます!」である。「釣りを通して大自然の楽しさ&楽しさ大切さを学び、またスポーツとして競争を意識し精神を鍛えながら情熱を持って素敵な女性に成長することを目指す」とのコンセプトを掲げ、ライブ活動やイベント等のアイドルとしての活動と同時に、全くの初心者から始める釣りを極めることが活動の大きな柱となっていて、ファンとの釣りイベント等も開催している。

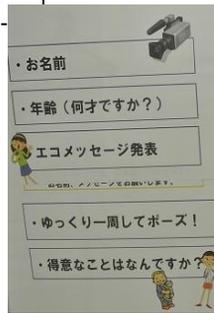


シュガー&スパイスは、所属モデル、タレントと一緒に、毎年社内、地域での環境コミュニケーションに取り組んでいます。2016年はホームページ、YouTube、Facebook、Twitter等SNSを利用して、エコメッセージやエコ情報を発信しました。

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）のを継続的に実施

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、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

2016年は「水」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。

Let's be eco friendly ボードを見る

考える

意識する

生活で実践する！

エコメッセージを書く



環境普及活動Ⅱ

ホームページ Facebook twitter Instagram YouTubeから普及活動の情報発信

「地球の水と水資源」をテーマに、水の大切さ、節水の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YouTubeのシュガー&スパイスチャンネルから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。

Twitter

ホームページ



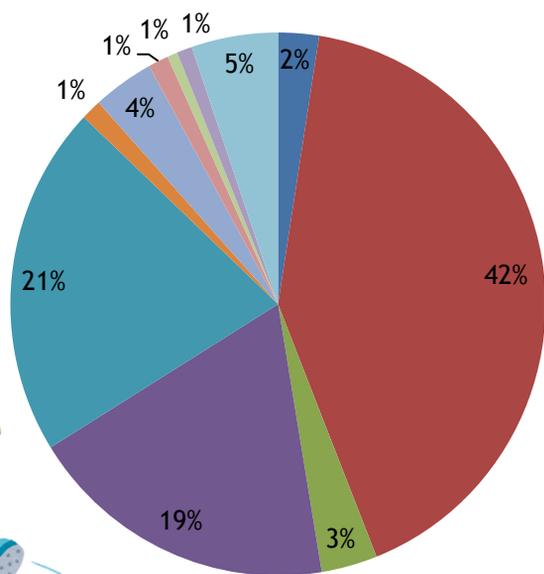
- ◆ YouTube 動画再生回数・・・21,905回(2016月1月～12月)
- ◆ FaceBookフォロワー数・・・2096
- ◆ Twitterフォロワー数・・・737
- ◆ Instagram 103(2016年11月開設)



Instagram

みんなの実践（考える）エコ

2016年 みんなのエコ



- ゴミは分別して資源にする
- 水を流しっぱなしにしない
- トイレの水は何度も流さない
- マイボトルを持つ
- 好き嫌いをしないで残さず食べる
- 冷蔵庫のドアを早く閉める
- エコバックを持つ
- お風呂の水は再利用する
- なるべく自転車やバスを使う
- 植物・生き物を大切にする
- 3つのR法則



367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7月撮影会

クリックすると拡大して画像を見られます



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画像を見られます



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画像を見られます



緊急事態の対策及び実施

Sugar&Spacie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、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。

防災ミーティングの実施

全社員、スタッフ参加。
年3回実施（2月、6月、11月）



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	ABL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連機関等へ連絡する。
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是正処置の必要性と内容の検討を行う。
8 報告書作成	

コミュニケーション記録 その他

件名 : 事務所立退き通知

内容 : ベルナハイツ建て壊しのため立退きの通知を受ける（1月27日）
 対応 : 7月31日 事務所立退き、ビル側と交渉難航
 12月22日 立退き条件、話し合いによりビル側と合意
 2017年3月末迄に移転予定

建築計画のお知らせ			
(仮称)渋谷区広尾5丁目計画 (住所表示)			
建築物の名称	(仮称)渋谷区広尾5丁目1-1,25,1-63,1-78	(住所表示)	(4番9号,10号,11号)
建築物の敷地の所在地	東京都渋谷区広尾5丁目1-1,25,1-63,1-78		
用途	共同住宅	敷地面積	948.95㎡
建築面積	500.75㎡	延べ面積	4998.22㎡
構造	鉄筋コンクリート造	基礎工法	直接基礎
階数	地上14階/地下1階	高さ	46.30m
施工予定	平成29年7月31日	完了予定	平成31年3月31日
建築主	東京都港区虎ノ門3丁目2番2号 虎ノ門30ビル7F 株式会社 サンウッド		
設計者	代表取締役社長 佐々木 義宏 電話03(5425)2664 東京都千代田区神田錦町3丁目1番 株式会社 IAO竹田設計 電話03(6834)2582		
施工者	(住所) 未定 (氏名) 未定 電話 ()		
標置設置年月日	平成28年12月1日		
この標置は、渋谷区中高層建築物等の建築に係る紛争の予防と調整に関する条例第5条第1項の規定により設置したものです。 上記建築計画についての説明の申出は、下記へご連絡ください。 (連絡先) 東京都千代田区平河町1丁目5番6号 平河町SDビル 6F ライズスタンス株式会社 代表取締役 山下 健司 電話03(6268)9148			



代表者による全体の評価と見直し

2016年度は、全般的には前年度より実績は上がったが、貢献事業売上は横ばい状態で目標に至らない結果となった。ただし社内の人事も落ち着き業務も円滑化してきたので、次年度へこの流れを継続させ実績アップに繋げたい。

年明けの1月、重大事項が勃発した。賃貸先のビル管理会社から突然「立退き通知」が送りつけられた。2016年7月末を期限としてという内容に啞然とし、そこから立退きの交渉が始まった。約10ヶ月間の交渉で2017年3月末迄に移転することに同意。28年間住み慣れた事務所への未練は大きく、なかなか移転先を決められず、また立退きの交渉も難航したが、年末に立退きに合意成立した。7月にエコアクション21取組継続10周年で表彰されたことも、この事務所での取組みの最後の年に花をそえて頂いた思いだ。次年度は新事務所でエコアクション21の新たな取組みをはじめることになる。初心に戻ってあらたな取組みに挑みたい。

環境に配慮した取組み

新事務所で、あらたな仕事環境で適正な数値を目標に定め、それを目指す。

環境貢献の取組み

3.11以降、広告がSNS等、インターネットメディアの普及により急激な変化の影響で、モデル出演料の下落が著しく、売上減少の原因となっている。今後は弊社の事業実績としての「環境関連広告」のコンテンツ自体を見直し、環境経営の抜本的イノベーションを検討する必要があると考える。

普及活動

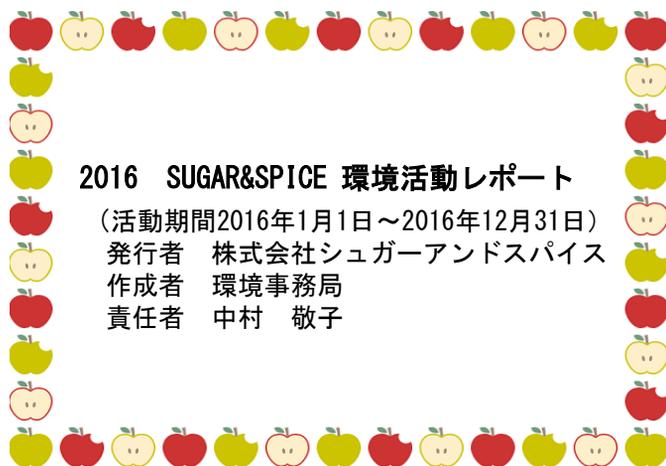
①所属モデル「撮影会」の会場でエコトレを実施。②ホームページを中心に、Facebook Twitter Instagramなどから情報発信し、YouTubeのシュガー&スパイスチャンネルから所属モデルたちの「エコメッセージ」の発信を継続。③所属タレント「つりビット」、魚食推進イベント、水環境のイベントに出演、貢献活動に積極的に参加。

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。



2016 SUGAR&SPICE 環境活動レポート

(活動期間2016年1月1日～2016年12月31日)

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