

名古屋市SDGs推進プラットフォーム交流会（第2回）開催報告

令和4年8月9日、名古屋東京海上日動ビルディング 2階 ABホールにて名古屋市SDGs推進プラットフォームの第2回交流会が開催されました。当日は、プラットフォーム会員の41団体にお集まりいただき、連携事例の共有やグループワークを行いました。新たな事業の創出や会員同士の連携に向けて活発な論議が交わされました。

- SDGsでつながるパートナー候補とディスカッションを深めよう！
コーディネーター：栗田 恵世氏 / JPコーチ&コンサルティング（株）

▶連携事例の紹介

株式会社艶金 墨氏との対談より

「のこり染」とは、食品や植物を加工したあとに出る、のこり（残渣や枝葉）を原料にした染色方法である。自然界から抽出した色のため、環境に優しく、やわらかい色合いをしている。当社は「のこり染」を活用して多くの企業や団体と連携を行ってきた。

まず、連携事例の1つにコンバースジャパン(株)（以下コンバース）との連携がある。元々当社と取引のあった商社から声がかかり、実現した事例である。ブルーベリーとよもぎの残渣を原料として、コンバースのシューズ向け布地の染色（のこり染）を行った。

もう一つ連携事例を紹介する。ネスレ日本(株)（以下ネスレ）と繊維メーカーとのコラボレーションである。洋服布地の染色を当社へ発注していただいている繊維メーカーがネスレと取引があり、コーヒーの紙製空きパッケージから糸を作り、布を作るという取組を行っていた。その繊維メーカーが、紙から作った布にコーヒー残渣を使って「のこり染」をするという企画を考え、ネスレへ提案したのである。そうしたところ本企画が採用となり、当社へ「のこり染」の依頼が来たという経緯がある。

連携事例はその他にも大手銀行が企画したSDGsイベントでの会社紹介やワークショップの開催、ショッピングセンターでの「のこり染」ワークショップの開催、大垣市との連携協定、大学との「のこり染」コラボ企画、高校でのSDGs授業、野球球団との「のこり染」コラボグッズの製造、「のこり染」に興味を持ったタレントからのオリジナルアパレル向け生地依頼などがある。

いずれの事例においても当社から積極的にオファーをしたのではなく、ほとんどが先方から話をいただいて実現した事例である。



(株)艶金 代表取締役社長 墨 勇志氏



多くの連携事例が生まれた要因に確たるものはない。そもそも「のこり染」を始めた10数年前、当社は業績が悪く、苦労していた時期である。当時はコストの関係で洋服の製造がどんどん海外へ移っていった頃で、当社の仕事もどんどん減っていった。洋服の価格が安くなるのはいいのだが、大量に作って、売れ残ったら大量に廃棄するという「もったいない」ことをやっていた。私はこのような状況が未来永劫続くわけがないと思っていた。「のこり染」は「もったいない」ということを訴えかけるブランドをつくらうという想いからスタートした。連携事例が生まれた要因をあえて挙げるのであれば、「もったいない」をずっと発信し続けたことだと思う。

また、ここ数年はSDGsや地球温暖化が叫ばれるようになってきて当社も少し評価していただけるようになってきた気がする。当社はショッピングセンターでワークショップをしたり、高校や大学でちょっとした授業を行っているが、これらの活動により売上が一気に増えたり、物が売れるわけではない。ボランティアに近い活動なのだが、これをやり続けると思わぬ出会いがあってビジネスが始まったり、偶然その場に参加していた人が新卒で入社してくれたりなど、少しずつ変化が現れている。当社がある大垣市は優良企業が多く、若い人には見向きもされない状況が続いていたが、最近はこういう活動を見て求人に応募してくれる人が出てきた。本業の方も新規の問合せがあったり、少しずつ選んでいただける企業になってきた感じはする。

経営者やそれに近い立場の方に伝えたいのは、こういう活動は仕事に結びつかないと思っても、続けてみるとビジネスになったりするということである。当社のような中小企業が本日紹介したような連携を実現すると、例えば、コンバースがシューズの布地に「のこり染」を採用したというプレスリリースをしてくれるし、ネスレもTOKIOの出演するコマーシャルで「のこり染」をやってみたというプレスリリースをしてくれる。言い方はよくないが、タダで当社のことを宣伝してくれるのである。その効果は絶大である。地道に連携を進めることは自社の企業イメージ向上につながるのである。

今回の交流会に参加されている皆さんもそれぞれの業界でSDGsの理論からかけ離れた現実はあると思う。下請け企業が発言してもあまり意味がないように思われるかもしれない。しかし、熱き想いを持って「それは変えていった方がいいんじゃないか」という発言をすると予期せぬ共感を呼ぶことがある。その共感がやがて異なる業種であってもSDGsの価値観で手を組むことにつながる。これからはSDGsの価値観でつながった連携相手から「こういう事をやってくれませんか」という依頼が多くなると思う。

▶対談総括（栗田氏より）

墨社長の「もったいない」を発信し続ける経営姿勢が「KURAKIN」や「retricot」というブランドを生み出して、それに世の中の動きがマッチして、いろいろな連携のオファーが来るようになってきたのだと思う。



栗田氏によるオリエンテーション

● 会員同士の連携の進捗



スターキャット・ケーブルネットワーク様



(株)ブレイン・ゲート様



花王グループカスタマーマーケティング様

▶ スターキャット・ケーブルネットワーク様

9月1日から企業や団体のSDGsの取組を紹介する番組を放送する。初回は加山興業様さまの取組を紹介する。第2回は(株)コメ兵ホールディングスさま、第3回は(株)マルワさまの取組を紹介する予定。

▶ (株)ブレイン・ゲート

桜花学園高校さまとシスコシステムズ合同会社のデジタルスクールネットワークプログラム（無料）を活用して名古屋の地域課題解決に役立つ学生向けプログラムができないか、話し合いを始めた。

▶ 花王グループカスタマーマーケティング様

名古屋市立大学さまで就活生応援メイク・身だしなみ講座を11月10日に開催予定。名古屋市立大学さまと新たな企画も相談中。長田広告様さまと「こどもSDGs School」にて手洗い教室や環境講座を8月27日に開催予定。一般社団法人グローバル愛知さまと留学生を対象とした就職支援講座を企画している。

● グループワーク

【ファシリテーター（東京海上日動火災保険様社員様）からの報告】

▶ Aグループ

会員同士でつながって行えることが多いという印象を持った。グループのメンバーの中にすでに商品開発で提携している団体もあった。また、桜花学園高校は授業の一環で「コーヒープロジェクト」という取組をしており、それを事業化してみたいという話に対して他のメンバーから創業支援に関するいろいろなアドバイスがあった。

▶ Bグループ

SDGsは本業となり得るのかというテーマで最も盛り上がった。本業の中でプラスアルファの付加価値としてSDGsに取組み、世の中に受け入れられ、マネタイズまで持っていくというのは、かなりハードルが高い。その点で(株)艶金さまの事例紹介は大変参考になったという声があった。

▶ Cグループ

「健康」、「節水」、「脱炭素」、「プロギング」というキーワードで前半は話が進んだ。後半は、「自団体の強み」、「自団体のSDGsの特長」について各メンバーから紹介があった。共通の課題として、SDGsの取組を外部に向けて発信していくことに苦労されている団体が多いという印象を持った。

▶ Dグループ

共通のシズとして「健康経営」と「環境負荷の見える化」の二つが挙がった。特に環境負荷の見える化に多くの時間を割いた。CO2排出量をどのように数値化し、削減量を見えるようにしていくのか、また、プラスチックごみ削減量の数値化に取組んでいる企業もある。こうした取組を子供や家庭に見えるようにしていく連携をしたい。

▶ Eグループ

SDGsをどのように推進していくのかというテーマで盛り上がった。SDGsをやりなさいと上から押し付けるのではなく、社員自身がなぜSDGsに取組むのかを理解したうえで、一人一人の発意や行動から活動を進めていくことで、会社としての大きなうねりになっていくのではないかと感じた。

▶ Fグループ

話し合いにより各社の強みを共有できた。実際に話をしてみると、チラシやホームページからは見えない部分があることがわかった。例えば、産廃処理の会社が養蜂を行っていたり、印刷会社が養蚕を行っていたりする。強みを共有できたことで今後の連携につながっていくのではないかと期待している。



【参加者の感想】

- ・ 個々の抱える課題などを参加メンバーが意見交換することで、新たな発想を生み出すことができ、勉強になった。
- ・ より深いグループワークを通じて連携候補を見つけることができた。