

かながわ SDGs パートナーへのインタビュー調査結果報告書



KANAGAWA SDGs PARTNER

神奈川県 | SDGs未来都市 私たち一人ひとりの行動が、未来につながる。



2026 年 6 月

一般社団法人神奈川県中小企業診断協会
公益推進部 2025 年度 SDGs プロジェクト

はじめに

神奈川県中小企業診断協会では、2022 年度から神奈川県のいのち・未来戦略室と連携して、神奈川県における SDGs 推進のプロジェクト活動を実施しています。さらに 2025 年 2 月には神奈川県と「SDGs 推進に係る連携と協力に関する協定」を締結しました。

これまでの SDGs プロジェクト活動において、毎年度神奈川県の SDGs パートナー企業の中から様々な SDGs の取り組みを実施している事業者を選んで取材を行い、報告書を作成してきました。

今年度につきましても、SDGs の取り組みのうち先進的または画期的な取り組みをしている企業 8 社と、毎年 2 月に神奈川県が表彰している「かながわみんなの SDGs」において、神奈川県中小企業診断協会賞を受賞した 2 社に対して、訪問インタビューを行い、取組内容を報告書としてまとめました。

ご一読いただき、皆さまの SDGs 活動の参考にしていただければ幸いです。

なお訪問インタビューさせていただいた企業は以下のとおりです。

2025 年度「かながわみんなの SDGs」神奈川県中小企業診断協会賞受賞事業者（2 社）

東京中央食品株式会社

株式会社ネットフィールド

先進的・画期的な S D G s 事例紹介事業者（8 社）

有限会社ライオット オブ カラーズ

株式会社日装

合同会社グローバス

石井造園株式会社

株式会社エニマス

株式会社東京エンジニアリング

株式会社サイマコーポレーション

株式会社ワンスレッド

（掲載順、敬称略）

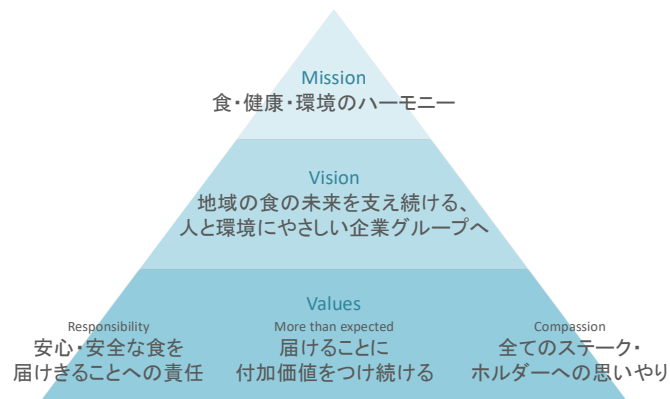
目 次

東京中央食品株式会社	1 7
株式会社ネットフィールド	7
有限会社ライオット オブ カラーズ	1 1
株式会社日装	1 6
合同会社グローバース	2 0
石井造園株式会社	2 5
株式会社エニマス	3 1
株式会社東京エンジニアリング	3 6
株式会社サイマコーポレーション	4 1
株式会社ワンスレッド	4 5

1. 企業・事業概要

東京中央食品株式会社は、1954 年の創業以来、病院、高齢者施設、保育園などの福祉領域に特化した業務用食品の製造・販売を行っています。グループ全体で 451 名の従業員を擁し、（管理）栄養士 42 名、調理師 83 名といった「食の専門家」が多数在籍しているのが最大の特徴です。単なる食材卸にとどまらず、自社工場（伊勢原工場）での商品開発、献立作成支援、給食業務の受託運営までを垂直統合モデルで展開しています。『食・健康・環境のハーモニー』をミッションとして掲げ、食を通じて社会インフラを支えるとともに、地域社会への貢献を目指しています。

東京中央食品グループWAY



©2026 TOKYO CHUO GROUP



SDGsに取り組むメンバー（東京中央食品㈱から提供）

項目	概要
商号	東京中央食品株式会社
本社所在地	〒156-0053 東京都世田谷区桜 2 丁目 22 番 12 号
資本金	50,000,000 円
創業	1954 年 9 月
従業員	451 名（グループ計）
主な事業内容	業務用食品の製造・販売、献立作成支援、給食業務の受託運営

2. SDGs・脱炭素に取り組んだきっかけ

同社が脱炭素への取り組みを本格化させた背景には、創業以来「当たり前」としてきた配送方法に対する従業員からの疑問の声がありました。同社は毎日約 100 台の車両で、衛生管理が最優先される病院や福祉施設へ「食」を届けています。その際、衛生保持のためのプラスチック袋や保冷用のドライアイスを経年大量に使用してきましたが、SDGs への関心の高まりとともに、その環境負荷の大きさを再認識するに至りました。特にコロナ禍を経て、自社の仕事が「命を支える社会インフラ」であることを再認識しました。その結果、持続可能な社会の実現に向けて、配送品質を維持・向上させつつ環境負荷を低減できる新たな手法の構築が必要だと考えるようになりました。これが、プラスチック袋の削減やドライアイスの全廃といった、既存の物流慣習をゼロベースで見直すカイゼン活動の原動力となりました。

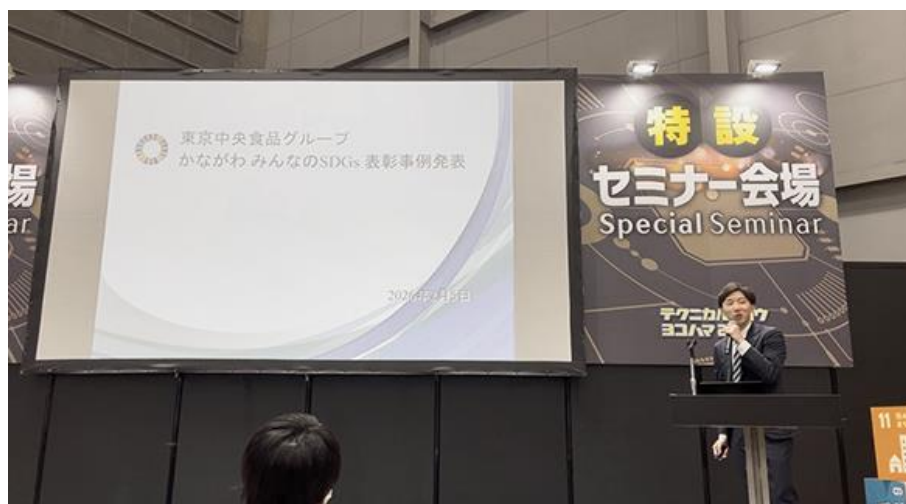
3. SDGs・脱炭素に取り組む目的・目標

同社の取り組みの目的は、環境負荷の低減と経営効率化、そして「期待以上の付加価値」の提供を両立させることにあります。ビジョンとして『地域の食の未来を支え続ける、人と環境にやさしい企業グループへ』を掲げ、環境への配慮を企業の持続的成長に不可欠な要素と位置づけています。具体的な目標として、配送工程における GHG（温室効果ガス）の直接・間接排出を削減し、脱炭素社会の実現に寄与することを目指しています。また、フードロス削減に関しても、神奈川県との連携や子ども食堂等への協力を通じて、地域社会と連携した循環型モデルの構築を目指しています。2026 年からは健康経営をさらに深化させ、「ブライト 500」等の認定取得を通じて従業員のウェルビーイング向上を図り、人的資本を活かした SDGs 経営を推進することを経営目標の一つとしています。

4. SDGs・脱炭素の取組体制

同社は、経営トップの強いリーダーシップのもと、外部パートナーや地域ステークホルダーと連携した推進体制を構築しています。物流の現場では、現場スタッフが試行錯誤を繰り返し、ドライアイスに代わる高機能保冷剤の導入や、強アルカリ電解水による衛生的な配送用コンテナ洗浄システムを構築しました。また、戦略的な提携・協業も積極的に進めています。

- 地域連携：神奈川県より「かながわ SDGs パートナー」の認定を受け、県と連携した取り組みを促進しているほか、地元サッカーチーム「東急 S レイエス FC」とのジョブパートナー契約を通じて、アスリートの就労支援という社会課題解決にも取り組んでいます。
- 専門家の知見活用：管理栄養士を中心とした「専門家集団」が、SDGsとDXを融合させた新たな付加価値向上策の策定に携わっています。
- 専任部署の設置：経営企画室に専任部長を1名配置し、グループとしての社会的価値向上に資する活動を牽引する体制を整えています。



「かながわ みんなのSDGs」において 神奈川県中小企業診断協会賞 授賞式（取締役 狩野道明）

5. SDGs・脱炭素に取り組んだことによる効果

具体的な取り組みの成果として、配送工程における劇的な環境負荷低減とコスト削減を実現しました。

- プラスチック袋の削減： 配送コンテナに使用していたプラスチック袋をお客様の協力を得て大きく減らした結果、年間で 37 万枚（約 6t）の削減を達成しました。
- ドライアイスの全廃： 年間 216t 使用していた保冷用ドライアイスを高機能保冷剤へ切り替え、配送品質を維持・向上させつつ自社排出の GHG を大幅に削減しました。これは杉の木約 15,429 本分の CO₂ 年間吸収量に相当します。
- コスト管理の実効力： これらの取り組みにより、かつて年間数千万円を要していたドライアイスの使用コストを「ゼロ」にすることに成功し、環境対策が利益創出に直結することを証明しました。
- 社内の意識変革と認定： 2026 年度においても「健康経営優良法人」の認定を取得するなど、健康経営の基盤を確立しました。さらに、「第 4 回 かながわ みんなの SDGs」において神奈川県中小企業診断協会賞を受賞するなど、同社の活動は対外的にも高い評価を得ています。

6. 今後の課題・抱負

同社の次なる挑戦は、現在の強みである「専門性」に更なる価値を追加し、より高度な SDGs 経営を実現することです。現在、製造・調理の現場は依然として労働集約的なプロセスが多く、今後は DX（デジタルトランスフォーメーション）による需要予測や献立作成をサポートする AI の活用などを通じ、業務工程の効率化と環境負荷の更なる軽減を推し進めます。また、健康経営についても、現在の「健康経営優良法人」認定から、「ネクストブライト 1000」・「ブライト 500」へのステップアップを目指し、従業員一人ひとりが働きがいを感じられる環境づくりを進めていきます。代表取締役社長 狩野憲彰は、これまで課題として認識していた「地域とのつながり」を強化し、「命を支える仕事」の重みを再認識しながら、地域のステークホルダーとともに期待以上の価値を提供し続ける決意を固めています。今後も「人と環境にやさしい企業グループ」として、持続可能な食の未来を切り拓くと共に、創業 100 年（2054 年）に向けて持続的な成長と価値創造を進めていきます。

1. 企業・事業概要

株式会社ネットフィールドは、内装工事業を基盤とする代表の網野通氏が、未利用資源（青森ヒバの抽出液、おが屑、フードロス、廃ろうそく等）を活用して、環境配慮型製品の開発・販売を行うために設立した企業です。

主力製品には、油処理剤「オガレッカー」、簡易トイレ「オガポット」、着火剤「オガチャッカ」などがあり、現場で生じている課題を解決することから生まれた実用性の高い商品群を展開しています。

また、福祉施設との連携による製造体制を構築して、地域貢献型のビジネスモデルを特徴としています。

【法人概要】

項目	概要
所在地	神奈川県秦野市戸川 48-4-6
代表者	網野 通
創業・設立	2020 年 6 月
従業員数	2 名
法人理念	商品開発と研究を通じて社会的インパクトを創出する。 足もとに注視し社会課題の解決を目指す。 あきらめない。
事業内容	おが屑を使い優しい環境づくりを目標としたアップサイクル品の販売 青森ヒバを利用した雑貨を販売
認証等	かながわ SDGs パートナー登録法人 さがみはら SDGs パートナー

2. SDGs に取組んだきっかけ

網野氏は、1998 年に創業した床張工事を専門とする内装工事業者として、活動されていますが、その活動を通して、地元の津久井地域が中山間地域として、多くの課題を抱えていることを知り、問題意識を持つようになったのが、SDGs に取組みたいと考えた原点となっています。2018 年に横浜で開催された自治体向け SDGs フォーラムに参加したことで、この想いが強まり、同じ思いを有する友人（T 氏）と、2020 年に、株式会社ネットフィールドを立ち上げました。同社がこれまで取り組んでいた未利用資源活用事業が SDGs の理念と一致していることに気づき、神奈川県の SDGs パートナーに登録したという経緯です。

具体的取組は、青森ヒバの抽出液を使った製品については、ネットフィールドを共同で立ち上げた T 氏と、たまたま訪ねた五所川原商工会の会員事業所と連携して取り組みました。抽出液は、ヒノキチオールという成分で、消臭、脱臭、抗菌、防虫の効果があり、これを使ったオイル、石鹸、パウダー等の製品を開発し販売しています。



また、主力製品である油処理剤「オガレッカー」は、交通事故等の際、車から漏れ出たエンジンオイル等を吸着する製品で、おがくず、畑に撒く苦土石灰等で作られています。これまでのオイル処理剤は、粒状になっているため、足で踏まないと吸着しないという欠点があり、このため、足で踏んだ後、その靴で車を運転しようするとクラッチとかアクセルのペダルが滑ってしまうという問題がありました。そこで、この製品を思い立ち、試行錯誤を繰り返しながら、製品化しました。



最近開発したものでは、廃ろうそくを利用した「オガチャッカ」があります。これは、ニュースで、ろうそくを回収していた会社が取扱を止めたため、廃ろうそくがあふれたということを聞いたのがきっかけでした。市内の葬儀屋等にヒアリングすると、実際に、地元でも、廃ろうそくの処理の問題があることに気が付きました。



この処理問題を考える中で、おがくずと混ぜて着火剤を作ることを思いつきました。最初は金型を作って、大量生産することを考えましたが、地元のやまゆり園という福祉施設の方が来られ、やらせてもらえないかと依頼がありました。そこで、障害者の方に、全て手作業で、オガチャッカを作ってもらおうという形にすることにしました。障害者が安全に作れることを考え、コンロで廃ろうそくを溶かすことをせず、炊飯ジャーで溶かし、そこにおが屑を入れ



混ぜたものを、アイスクリームのデッシャーで、一つずつ手作業ですくってもらって製品とすることにしました。年間約 200kg の廃ろうそくと約 600 L のおが屑を再資源化し、売上の 85%を施設へ還元しています。本取組については、「令和 7 年度かながわ みんなの SDGs」の神奈川県中小企業診断協会賞を受賞されました。

3. SDGs に取組む目的・目標

特に、定量的な目標をたてているわけではありません。内装工事業は力仕事なので、高齢になるとともに、

できなくなる可能性があり、内装工事に頼らなくてもよい、事業の柱を築いておきたいというのが、当面の目的となっています。

こうした事業が、社会的価値の実現につながり、友人他仲間と一緒に研究し、ものづくりして生活できればよいと考えています。具体的には、未利用資源の活用による環境負荷の低減、地域課題の解決（廃棄物、污水处理、防災等）、福祉施設との連携による共生社会の実現、誰でも参加できる「ものづくり」の普及といったことになるかと考えています。

ただし、SDGs を「特別な活動」として捉えるのではなく、日常的な倫理・行動の延長として捉え、身近な課題解決を積み重ねることを目標としています。

■ 該当する SDGs 目標



8. 働きがいも経済成長も（障害者を含む、全ての人の働きがいのある人間らしい仕事、並びに同一労働同一賃金を達成する）：障害者が安全に確実に作業ができる方法を考案し、障害者の働く機会を提供しています。

12. つくる責任つかう責任（捨てられる食料を半分に減らす、化学物質やあらゆる廃棄物（ごみ）を環境に害を与えないように管理する、ごみの発生量を大きく減らす）：おが屑、フードロス、廃ローソク）を使った製品を商品化し、再利用しています。

14. 海の豊かさを守ろう（海洋ごみや富栄養化など、特に陸上の人間の活動によるものをふくめ、あらゆる海の汚染をふせぎ、大きく減らす）：おが屑の水・油の吸着力を利用して、交通事故で車から漏れ出たエンジンオイルを吸着処理することで、汚染を防ぎます。

17. パートナーシップで目標を達成しよう（効果的な公的、官民、市民社会のパートナーシップをすすめる）：地元の福祉施設と連携してオガチャッカの製造を委託する。相模原市消防局と連携し、オガレッカーを指定商品として、採用してもらっています。

4. SDGs 取組体制

友人との 2 名体制で取り組んでいるため、社内では限られています。このため、事業展開にあたっては、様々な企業・組織と連携を図っています。

製造については、例えばオガレッカーは、農協に紹介してもらった、肥料の製造業者をお願いしています。オガチャッカについては、前述の通り、福祉施設に製造を委託しています。できあがった製品は、共同事業者 T 氏の有する倉庫を活用しています。

販売については、主力のオガレッカーについては、相模原市の消防局の指定商品にさせていただくとともに、

全国車載積載レッカー協会が窓口になって、全国のレッカー会社に通信販売してもらっています。全国から注文が来るため、配送はヤマト運輸（クロネコ）に依頼しています。

特に、障害者施設への製造委託は、単なる外注ではなく「共生社会モデル」として機能している点が特徴となっています。

5. SDGs に取組んだことによる効果

大企業が取り組む SDGs であれば、CO2 をどれだけ減らしたとかといった具体的・数値的效果といったことがあるかもしれませんが、我々の取組は、いかにして共生社会を作るかにあるのではないかと考えています。その観点からの効果という点でいうと、SDGs は、誰でもできるということを、特に子供たちに知ってもらうことにあると考えています。

引退した年配の方たちにも参加してもらい、「誰でもできるものづくり」を可視化することによって、SDGs に取組みたいと考えている方たちの参入のハードルを下げる効果も生んでいるのではないかと考えています。このため、講演の依頼等があれば、積極的に引き受けるようにしています。

6. SDGs の取組に関しての今後の課題・抱負

課題としては、事業拡大に向けた体制・パートナー不足という点があるかと考えています。友人との 2 名体制で取り組んでいますが、二人とも、元々職人気質で、ビジネス面を支援してくれる存在があれば、協業の可能性は更に広がるのではないかと考えています。

今後の抱負ですが、基本的には、大きな利益でなく、持続可能で楽しく続けられる仕組みの構築を目指していますが、海外展開の可能性がないかといったことも考えています。

過去に一度、ヨーロッパへの製品輸出も試みましたが、厳しい規制で断念した経緯があります。また、JICA からアフリカ（ナイジェリア）のごみ問題について相談を受けたことがあります。貧困層が暖を取るために、プラスチックごみを燃やしており、その解決策がないかと、意見を求められました。その後の具体的進展にはつながりませんでしたが、現在、青森ヒバを使ったハンドクリームや石鹸については、ハラル認証を取得後にインドネシア等をターゲットにした輸出を検討しています。こうした形での海外展開についても考えていきたいと考えています。

有限会社ライオット オブ カラーズ



ホームページ

<https://sites.google.com/view/riot-of-colors/home?authuser=0>

1. 企業・事業概要

有限会社ライオット オブ カラーズは衣料品及びファッション雑貨の企画・製造・販売を行っており、OEM受託とともに THE SUPERMARKET TOKYO 及び portrunks のブランドで自社製品の企画・製造・販売を行っています。自社製品では、海洋プラスチックごみをリサイクルした生地や繊維商品の生産過程で生じる廃棄物を利用したファッション雑貨、衣料を製造販売しています。社名のライオット オブ カラーズの由来は下記の通りです。

様々な「要素＝色(COLOR)」がその時々で絡み合い
新しい「エネルギー＝暴動(RIOT)」となり新たなスタンダードが生まれる
そんな【色の暴動】を常に考え行動する



項目	概要
商号	有限会社ライオット オブ カラーズ
本社所在地	〒215-0012 神奈川県川崎市麻生区東百合丘 1-3-69
設立年月日	2005 年 3 月 30 日
従業員	1 名
経営理念/ミッション	「素敵の創造」 時代時代で変わる素敵を起点にものづくり
主な事業内容	衣料品及びファッション雑貨の企画・製造・販売

2. SDGs に取り組んだ契機

代表の横井様は、同社設立前より繊維商社、アパレル業界に身を置かれる中で、アパレル業界最大の転機として原料のベースチェンジが必要だと予測されました。特に環境負荷の高い石化由来・化石燃料由来の原料を減らすこと、使用するとしてもリサイクルすること、この二つの考え方で環境負荷への影響を少なくすることが世界的にも必要だと感じました。

そして、その考えのもと商品開発することが、アパレルの持つデザイン性として今後優先すべきことで、アパレル的に言うとカッコいいコトであり、ニュースタンダードだと感じ取組み始めました。

具体的には、スペインの NGO で海洋プラスチック削減のための団体である SEAQUAL INITIATIVE に賛同しているポルトガルの機織メーカーLemar 社から海洋プラスチックごみをリサイクルした生地を購入し、衣料品およびファッション雑貨を製造・販売しています。



©SEAQUAL INITIATIVE

同社ではオンラインショップに加え、百貨店、書店などのイベント会場で POPUP STORE を開催しています。



代表の横井様 二子玉川 蔦屋家電様における POPUP STORE にて

3. SDGs に取り組む目的・目標

同社の取り組みの目的は、化石由来、石油燃料由来の原料新規使用の削減です。リサイクル品や廃棄材の使用がスタンダードになることへの貢献。この目的は SDGs 活動開始以来、変わっていません。その様な原料のベースチェンジを行って次世代に繋いでいきたいと思っています。但し、どの様にそこにたどり着くか、プロセスについては今では開始当初とは違う様に考えています。

当初は海洋プラスチックごみをリサイクルした生地を使用した製品であり環境に優しい製品であることを前面に押し出して販売していました。そこには通常の製品と比較すると高いけれど、環境に良いことをしているのだから共感して買ってくれる人がいるとの考えがあったかも知れません。実際にその様な方もいらっしゃいますし Z 世代を中心に興味を持ってくれる方は増加していると感じていますが、欧州などに比較してまだまだ環境意識が強い購買層は厚くなっていない状況であると同時に、環境に優しい製品が規格化(海洋プラスチックごみをリサイクルした生地である保証など)されていないので販売を後押ししてくれる環境も整っていないというのが実情です。このような状況の現時点では、まずはリサイクル品でも廃棄材品でも環境に優しい製品である点を除いても、価格に見合った魅力ある製品を提供することが必要と考えて企画・製造・販売を行っています。

4. SDGs の取組体制

代表の横井様がお一人ですべての業務を行っており、長年にわたり構築された外部ネットワーク、デザイン知識、繊維業界、アパレル業界での経験を活用して SDGs 活動に取り組んでいます。

- 海洋プラスチックごみをリサイクルした生地による製品：スペインの NGO “SEAQUAL INITIATIVE” のクリーンアッププログラムにより作られた SEAQUAL® YARN という糸を使用した Lemar 社製の生地を使

用。当社は Lemar 社の日本における総販売代理店となっている。

「ZERO WASTE DESIGN」 = 棄てないデザイン



©有限会社ライオット オブ カラーズ

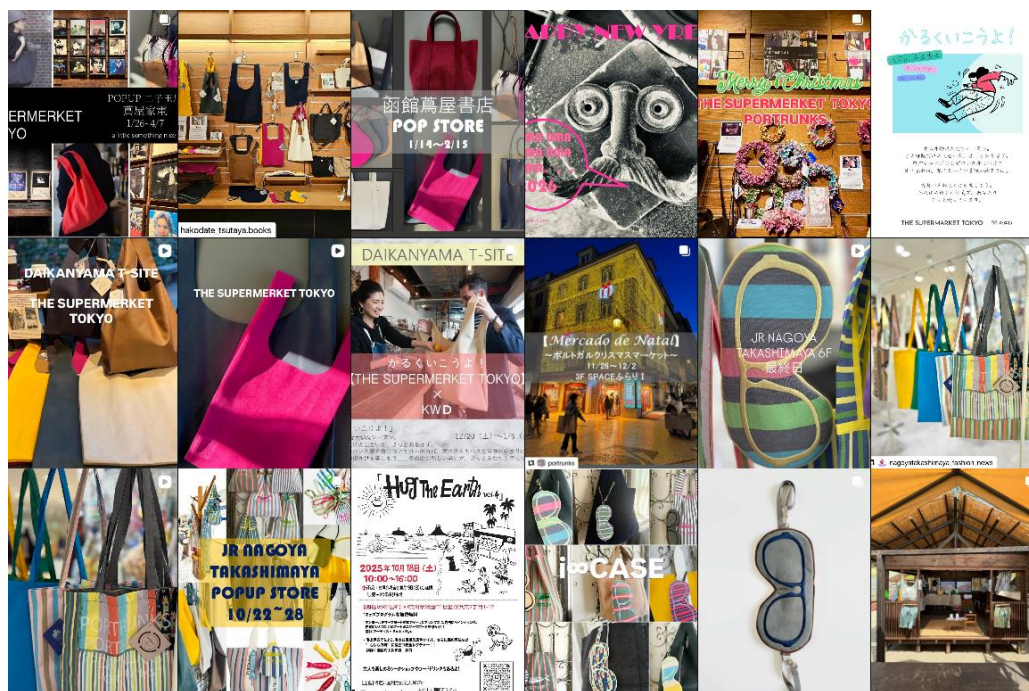
- 生地生産過程で生じる廃棄物：例えば高級車両用の座席シート。メーカーの規格外品となり、通常なら廃棄されるものを生地メーカーから直接仕入れて製品化を行っています。
- 生産工程で生じる端材の最小化：鞆の端材から眼鏡ケースを作り、眼鏡ケースの端材からコインケースを作るなど生産工程で生じる端材を最小化しています。



鞆の端材でサコッシュを生産

5. SDGs に取り組んだことによる効果

同社の取り組みは、大手小売店からも評価されており、高島屋様、蔦屋書店様、蔦屋家電様、ロフト様などで POPUP STORE の開催実績があります。また代表の横井様は、売れるものという視点ではなく、環境視点を持ちながら売れる、価値が生まれるものというコンセプトが当たり前のものになったことが効果と語りました。



©有限会社ライオット オブ カラーズ

6. 今後の課題、抱負

同社の取組みにおける課題としては、昨今の円安による為替影響と物流諸経費の高騰により生地のコストが国内調達品に比較して2倍弱となっていること、先に述べた通りサイクルした生地を保証するエコマークの様な認証システムが日本では普及していないことがあります。また廃棄材は予告なく、違う生地が生じますので、その都度、製品企画を考え、デザインを考える所が難しさでもあり、休みがあればデザインを考えている代表横井様の楽しみでもあるとのことでした。

同社としては、今後も実直に実績を積み上げていきますが、同社は規模の面で限界がありますので、大手メーカーでの採用につながっていくこと、他社でも同様の動きが加速することを期待しています。一方で、エコマークの認証システムの様なこの種のSDGs活動をサポートしてくれるビジネス環境の整備は必要だと考えるので、徐々に軸足を環境整備に移していければよいと考えています。

同社代表の横井様は、「ふと気づいたら、海洋プラスチックごみをリサイクルした生地や廃棄材を利用した生地が主流になっている世界をつくりたい」と将来の抱負を語ってくれました。



株式会社日装

1. 企業・事業概要

株式会社日装は、神奈川県平塚市に本社を構える総合建物管理業者です。創業は約 40 年前、清掃事業からスタートし、現在では清掃、施設管理、警備、設備点検業務の 4 事業を展開しています。

同社の強みは、建物に付随する多様な業務をワンストップで引き受ける「丸ごと運営」です。清掃から電気・給排水・消防設備等の点検、さらには警備員の派遣までを一括して担うことで、顧客側の管理コスト低減と、建物全体の効率的な維持運用を実現しています。

同社の大きな特徴は、事業エリアを会社から概ね 1 時間半以内に限定している点です。東は藤沢・大船方面、西は小田原方面までを自社対応とし、それ以上遠方は外部委託としています。エリアをむやみに広げるのではなく、「迅速に駆けつけられる距離」にこだわる姿勢は、地域密着企業としての責任感の表れでもあります。

「地域の建物を守ることは、地域の暮らしを守ること」。そうした想いが、同社の事業の根底に流れています。

【法人概要】

項目	概要
所在地	神奈川県平塚市纏 3-29-29
代表者	川村 弘明
創業・設立	昭和 59 年 5 月 21 日
従業員数	約 120 名
企業理念	地域社会からの期待に応え、多様な価値観の形成を通じて社会へ貢献する。
事業内容	【清掃管理業務】 日常清掃・定期清掃・巡回清掃・臨時清掃 【建物設備管理及び点検業務】 給排水設備・建物点検・消防点検・給排水及び貯水槽管理・建築設備定期検査(建築基準法第 12 条に基づく特定建築物定期調査) 【警備業務】 常駐警備・臨時、巡回警備・施設警備 【スポット業務】 草刈り・剪定作業・害虫駆除・修繕業務・補修・雑工事・LED 照明工事
認証等	かながわ SDGs パートナー登録法人



(株式会社日装 外観)

2. SDGs に取組んだきっかけ

清掃・設備・警備業界は、慢性的な人材不足と高齢化という課題に直面しています。同社においても例外ではありませんでした。

これからも地域に必要とされる企業であり続けるためには、若年層を含む多様な人材に「選ばれる会社」になる必要があります。その一環として、同社が下した大きな決断が、SDGs（持続可能な開発目標）への取り組みを経営の核として明確に打ち出すことでした。

約 2～3 年前から SDGs を経営方針として位置づけ、ホームページにサステナビリティ項目を新設しました。昨年には SDGs パートナー登録も行い、対外的な発信を強化しています。

同社にとって SDGs は、新しい事業を始めるということではありません。これまで当たり前に行ってきた「安全・衛生の確保」や「建物の長寿命化」といった取組を、社会的価値の視点から再定義し、言語化する取り組みでした。

3. SDGs に取組む目的・目標

同社にとっての SDGs は、単なる社会貢献活動ではなく、「持続可能な地域密着経営」を実現するための経営戦略です。

具体的には、

- ・建物の定期点検による長寿命化
- ・環境負荷低減（洗剤削減等）
- ・高齢者や多様な人材が活躍できる職場づくり
- ・地域社会への継続的な貢献

を通じて、地域に不可欠な企業となることを目標としています。

エリア拡大による規模追求ではなく、「限られた地域でできることを増やす」方針を掲げ、建物単体ではなく周辺環境や地域全体を視野に入れた“小さな町づくり”のような事業展開を目指しています。

同社は、日々の細やかな清掃や設備の定期点検によって建物の劣化を防ぎ、その資産価値を永続させ

ることで、資源を浪費しない「循環型社会」の実現に直接的に寄与しています。地域密着だからこそ実現できる迅速かつ精微な管理によって、単なるビルの維持に留まらず、そこに集う人々の安全と、持続可能な街づくりの基盤そのものを支えているのです。



11 住み続けられるまちづくり (※ゴミ処理関連)

清掃業務を通して適切なメンテナンスサイクルにより美観を維持管理し、快適な環境で仕事や生活ができる環境を構築。日常清掃(床の除塵・ゴミの収集・トイレ清掃・給湯室清掃・埃取りなど)、定期清掃を通じて衛生的な環境を守ります。



12 つくる責任 つかう責任

廃棄物削減や環境汚染物質・有害物質の発生防止。クリーニング溶剤の適正管理による排出抑制。電気使用量の削減を通じた節電活動を実施していきます。

(株式会社日装ホームページ <https://www.nisso-kanagawa.com/sustainability/>)

4. SDGs 取組体制

同社において SDGs 取り組みは経営陣からのトップダウン型で推進されており、社内に SDGs を専門に取り扱う組織が特別に存在するわけではありません。それでも、日々のコミュニケーションや地域の方々からの感謝の声により、SDGs への意識、特に地域貢献への意識は社内に広く浸透しています。

清掃現場では、従来の洗剤から環境負荷の低い電解水へ切り替えました。これにより、洗浄工程は 3



(機材のコードレス化による作業負荷軽減)

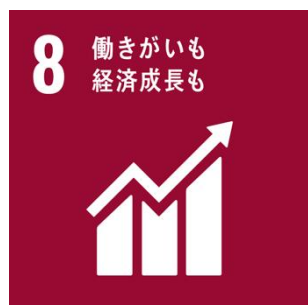
工程から 2 工程へと短縮され、環境配慮と業務効率向上を同時に実現しています。使用される電解水は同業他社との連携によるものです。共同でタンクを確保し製造委託することでコストを抑えています。

同社の大きな特徴は、高齢者が活躍できる職場環境です。90 歳の従業員も在籍しており、個別にシフトを調整するなど柔軟な配慮を行っています。また、現場では機材のコードレス化を進め、身体的負担の軽減を図っています。さらに月 1 回、産業医による健康相談の機会を設けています。

また、同社は女性の従業員も多く、清掃・設備管理の最前線で多様な役割を担っています。女性活躍推進法に基づく行動計画の公表など、透明性の高い情報開示にも注力しています。

加えて、同社は障がい者や外国人の雇用も行っています。多様な人材が働くことができる職場環境づくりのため、経営陣や管理者が現場に足を運び、IT ツールだけに頼らず直接対話を重ねています。この地道な

コミュニケーションが、従業員の安心感と信頼につながっています。



5. SDGs に取組んだことによる効果

SDGs への取組を明確に発信したことで、これまで接点のなかった大企業からの問い合わせが増加しました。社会的意義を持つ企業として認識され、ブランド価値向上につながっています。

また、高齢者も働きやすい企業として認知が広がり、ハローワークなどからの紹介が増えました。従業員数はここ数年で約 1.5 倍に増加し、売上も同様に伸びています。離職率は大きく低下しており、直近数年の離職はほぼ体調要因のみとのことです。働きやすさ向上の取組が成果を上げていることがうかがえます。

さらに、従業員のやりがい向上の効果も現れています。同社は小学校のカープミラー清掃など、地域貢献活動も実施しています。「自分たちの仕事が地域を支えている」という実感が、従業員の誇りとモチベーションにつながっています。

SDGs は理念にとどまらず、採用、営業、組織活性化を支える経営戦略として機能しています。

6. SDGs の取組に関しての今後の課題・抱負について

同社は、エリア拡大ではなく「地域内での深化」を選択しています。限られた地域でできることを増やし、より深く関わることで持続可能な成長につながると考えています。また、建物管理は、定期点検による予防保全を通じて建物を長く使い続けることに貢献します。これは資源の有効活用という観点からも SDGs に直結する取り組みです。将来的には、建物単体ではなく周辺環境も含めた“小さな町づくり”のような事業展開も視野に入れています。

もちろん、道半ばの課題も存在します。SDGs 推進体制のさらなる明確化や、環境負荷低減策の具体化、同業他社との連携強化、そして女性管理職の登用推進など、さらなる高みを目指すための伸び代は残されています。

しかしながら、地域に根を張り、人を大切にしながら一步步積み重ねていく姿勢こそが、同社の最大の強みです。同社は、「建物を守ることを通じて、地域の暮らしを支える企業」として、これからも持続可能な地域社会の実現に貢献していくものと期待されます。

1. 企業・事業概要

合同会社グローバースは、代表の長谷川哲雄様が、2021年（令和3年）に創業した、食品ロス削減を主軸とする企業です。前職でIT系企業の営業に従事していた代表が、「今後の人生で、生活に最も身近で不可欠な『食』の分野に関わりたい」という思いから、起業したものです。

事業の中心は、規格外野菜や未利用野菜の有効活用です。こうした野菜を、単に買い取って加工・販売するのではなく、農家と対話を重ねながら、「どの野菜を」「どのように加工すれば」「新たな商品価値を生み出せるか」を、主に横浜市・藤沢市周辺の農家（約10軒）と共に考え、商品化までを支援する「伴走支援型モデル」となっていることが、特徴です。現在は、主に、乾燥野菜・パウダー加工などを通じて、廃棄されがちな農産物の付加価値化を進めています。

【法人概要】

項目	概要
所在地	神奈川県横浜市西区北幸1-11-1 水信ビル7F
代表者	長谷川 哲雄
創業・設立	令和3年10月1日
従業員数	1名（パート9名雇用予定）
法人理念	生産者、小売業、飲食店、消費者とそれぞれの立場の方を「食品ロス削減」というキーワードで繋げて、誰もが心豊かになるサービスを提供する。
事業内容	食品ロス軽減フードシェアリングサービスの運用・開発 6次産業化の伴走支援サービス
認証等	かながわSDGsパートナー登録法人

地球環境への配慮・社会貢献



2. SDGs に取組んだきっかけ

同社は、当初から SDGs を目的として事業を開始したわけではありません。起業した後、「食」分野で何ができるか、調査・ヒアリングを進める中、「食品ロス」が極めて深刻な社会課題であることを知ったことが出発点となっています。

特に、農家との対話を通じて、「規格外野菜や未利用野菜が種類によっては、生産物全体の約 4 割が廃棄されている」という実態を知り、強い問題意識を抱くようになりました。味や品質に問題がないにも関わらず、形・大きさ・市場価格の事情により、廃棄される野菜が大量に存在する現状に、「もったいない」という、素朴だが切実な感覚が、この事業に取り組む原点となりました。

これが、結果として、SDGs（特に食品ロス削減、持続可能な生産消費）への強く結びつく事業へと発展していきました。

3. SDGs に取り組む目的・目標

食品ロス削減を、ボランティア活動ということではなく、「理念」に基づき、持続可能なビジネスとして成立させることを目的・目標としています。

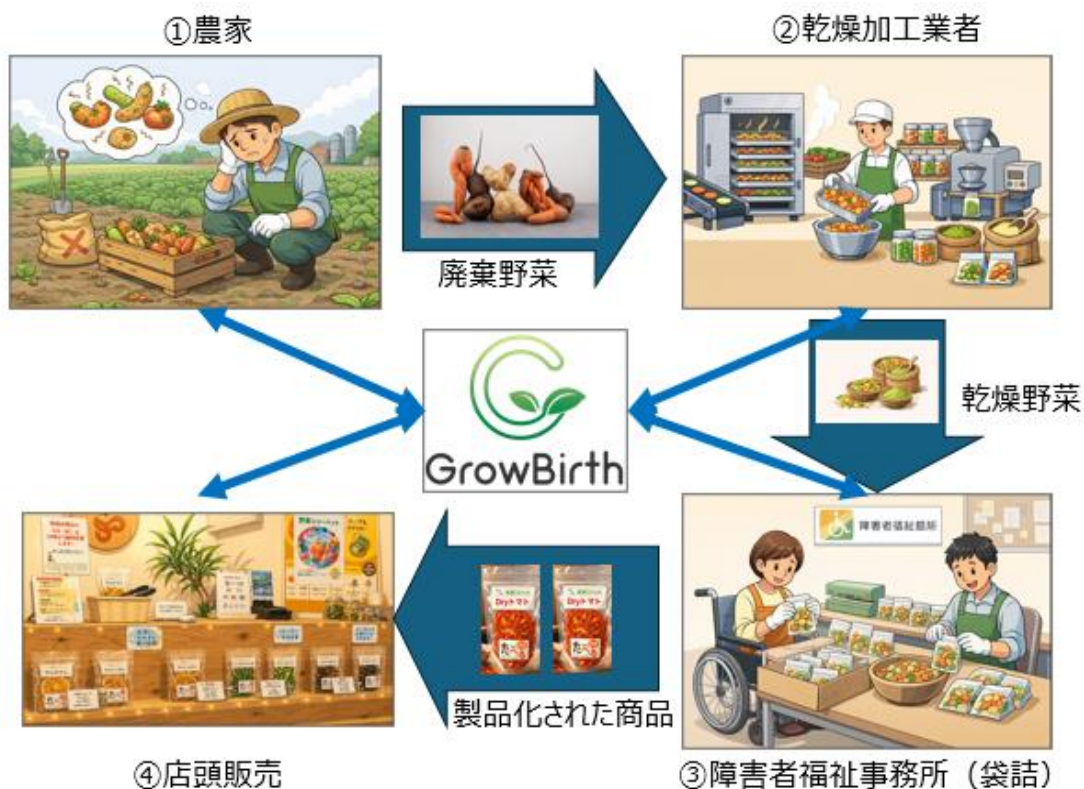
具体的には、規格外野菜を「廃棄物」でなく、「資源」として捉え、農家にとって「副収入源」となるとともに、農家の名前を入れ、加工品としても PR することで、価値を生み出すことを目標としています。

また、食品ロスというテーマを通じて、「環境」「食育」「地域活性化」といった、複数の社会課題が同時に解決されるモデルの構築をめざしています。



4. SDGs 取組体制

同社の取組は、社外と連携することで進められてきました。原材料となる野菜は、横浜市・藤沢市周辺の農家から、形の悪さや傷などを理由に廃棄される規格外野菜を仕入れることにしました。乾燥工程については、乾燥加工事業者に委託して加工を行ってもらっています。この乾燥加工された野菜は、障害者就労支援と連携し、福祉事務所にて、袋詰めラベル貼り等の軽作業を行ってもらうことで、製品化させています。製品化された商品は、約 10 ヶ所ほどの、小売店にて販売しています。図示すると、下記ようになります。



当初、福祉事務所との連携は、紹介をきっかけに始まりましたが、その後は、商工会などを通じて自然に広がっていきました。結果として、「知識、専門知識、技術や資金を集めて共有する、さまざまな関係者によるパートナーシップによって、これを補う」という SDGs が目指す取組体制が構築されています。

さらに、「食品ロス削減」という分かりやすいテーマ性から、近隣小学校の総合学習への招聘依頼が増え、「子供→親→地域」へと、関心が波及する好循環が生まれています。これは「持続可能な社会を作るための教育」という SDGs の目標にも、資する取組になっています。

こうした連携は、当初から計画されたものでなく、事業を継続する中で、自然発生的に形成されていった点が特徴です。



5. SDGs に取り組んだことによる効果

食品ロス削減という SDGs への取組を行うことにより、以下のような効果が生まれています。

- 行政主催イベントや地域活動からの声がかかるようになった

- 学校・教育現場からの問い合わせが増加した
- 事業の社会的意義が伝わりやすくなり、共感が得られやすくなった

結果として、同社の取組が、「農家」「福祉事務所」「教育機関」「地域社会」をつなぐ、ハブ的な役割を果たすようになってきています。

SDGs は目的そのものではなく、多様な主体とつながるための「共通言語」として機能したという点が大きな効果ではないかと考えられます。

6. SDGs の取組に関しての今後の課題・抱負について

こうした活動を行う中、代表の長谷川様は「食の 6 次産業化プロデューサー」の資格認定を受け、新たな挑戦に取組んでいます。

2024 年 7 月に開業した相鉄いずみ野線ゆめが丘駅直結の複合商業施設「ゆめが丘ソラトス」に商品を置いたことをきっかけに、同施設から「食品加工所をつくるにあたり、どのような施設がよいか考えてほしい」と声をかけられました。

これを受け、代表の長谷川様は構想を練り、複合商業施設内という立地特性を生かし、ガラス越しに加工の様子が見える設計とし、それで作られた商品を提供する店舗「たべるラボ」を開設することにしました。上述した図の②乾燥加工工程を内製化するとともに、見える化し、さらに、直接④店頭販売もできる体制に移行することとしました。

この「たべるラボ」は、26 年 2 月 27 日にオープン予定しており、現在、準備が進められています。厨房器具の購入資金については、クラウドファンディングを実施し、目標額 100 万円の目標に対し、1 月 30 日に達成しました。



また、

近隣の生徒達を対象とした加工体験などの学習機能も備える予定であり、単なる加工場ではなく、「つくる・つながる・つたえる」という循環型社会の実践の場として位置づけようとしています。

代表の長谷川様は、「規格外野菜は全国どこにでも存在し、農家・学校・地域が隣接する場所も全国に存在する」としつつ、急激な規模拡大ではなく、各地域に同様の仕組みが横展開されることを願っています。自社運営に必ずしも拘らず、グローバスの取組が、地域主体で再現可能な SDGs 実装モデルとして機能することが、長期的な抱負であるとしています。



石井造園株式会社



石井造園株式会社

1. 企業・事業概要

石井造園株式会社は「まもる・ふやす・つなぐ」をキーワードに、まちのみどりの維持・管理から、新しいみどりの提案、さらに、地域の人がみどりと触れ合う機会をつくる取り組みを行っています。具体的には、①工場や個人邸の緑地の維持管理、社員樹木医が調査して倒木を防ぎ、まちのみどりを「まもる」活動、②ライフスタイルに合った庭や室内の壁面緑化などみどりを「ふやす」活動、③みどりを身近に感じることができる場づくりを通して、ひととみどりを「つなぐ」活動となっています。

項目	概要
商号	石井造園株式会社
本社所在地	〒247-0006 神奈川県横浜市栄区笠間 4-11-5
設立年月日	個人事業から 1966 年有限会社石井園芸を設立、その後 1994 年石井造園株式会社に組織変更
従業員	17 名
経営理念	企業活動を通して、幸せを共有する企業を目指す
主な事業内容	官民顧客の緑地管理、ガーデンデザイン、壁面緑化、カフェ(「UCHISOTO CAFE」)の運営

(表 1 : 同社ホームページを参考に作成 <https://www.ishii-zouen.co.jp/>)

2. SDGs に取り組んだ契機

同社は現在、企業の社会的責任である CSR を経営の主軸として実践しており、結果として SDGs の理念を体現している企業といえます。SDGs のトップランナーといえる同社がそれらに取り組んだ契機は、大きく分けて 2 つです。

第一に、創業家である石井家の DNA に組み込まれた地域社会との共生志向です。子供の頃から社長になることを強く意識していたという、石井家としては 12 代目にあたる現代表の石井社長は、先祖代々大事にしてきた地域との関わり合いの重要性を自然に我が事と感じており、当たり前のこととして取り組んでいたと言います。

第二に、1993 年から 2006 年 40 歳で卒業するまで、当時参加していた青年会議所での活動から、「明

るい豊かなまちづくり」のテーマで、地元横浜を盛り上げる活動をし、その考えを規範とした経営を継続していることです。

順序としては、SDGs が提唱されたから取り組んだのではなく、地域志向 CSR 経営が SDGs の考え方にも合致していたと表現した方が適切でありましょう。

3. SDGs に取り組む目的・目標

前述の同社の経営理念から導かれる基本的な CSR 方針は、①活き活きとした活力ある職場環境を作り、②仕入れや発注先は地元を優先し、地域経済の発展に寄与する、③緑を扱うものとして地球環境の改善に貢献する、④法に抵触する事はもとより、事後に発覚し格好の悪い事は、絶対にしない、⑤この活動の有効性を監視し、永続的に改善する、の5つです。これらの方針は、同社が事業遂行上歩むべき道であると同時に、経営そのものが SDGs と同期している状態ともいえます。

営利企業である以上、利益を上げ事業を存続させることは当然重要であるとの認識のうえで、代表の石井様は、売上を上げるための「やり方」ではなく、企業の「あり方」を重視し、その「あり方」に共感した顧客や地域社会が同社を存続させ、また、同社も顧客や地域社会の課題解決に貢献できるのだと言っていたのが印象的でした。さながら、日本古来の「三方よし」を地で行く存在であると感じました。



（写真 1：社長室室内壁面緑化前、ネイチャーポジティブを語る代表の石井直樹様）

同社の SDGs に関する具体的な行動は、照明の LED 化、事業所における電気の 100%再生可能エネルギー発電での確保、本社の笠間地区からとった「カサマルシェ」にて地域の得意技の発掘、工事現場の CO2 オフセットと工事の透明性確保、ネイチャーポジティブ（自然を回復軌道に乗せるため、生物多様性の損失を止め、反転させること）への貢献、2024 年からはリトアニアでの桜の植樹など多岐にわたっていますが、本事例では特に以下を抜粋して紹介します。

（1）苗木配布

同社は、2007 年から横浜市の 150 万本植樹行動に賛同して、ブルーベリーなどの苗木を無料で

市民に配布しています。2030 年までに3万本を配布する目標を立て、2025 年時点で 18,372 本の配布を達成し、「市民自身が参加し、庭で育てる」ことで、地域の緑化に貢献し、自然の恵みを楽しみながら、未来のみどりを育てる一歩目を提供するものとなっています。

（２）緑化基金

工事代金請求額の下三桁の金額（例えば、請求金額が 25 万 5430 円であれば、430 円）と同社がこれと同額の 430 円を基金に組み込み、1 年間貯めた基金を地域活動に貢献している様々な団体に寄付しています。2008 年から開始し、累計で約 550 万円にもなっているとのことです。（2024 年現在）

（３）みどりのアップサイクル・雇用創出

主力事業の 1 つである緑地管理等で伐採した樹木は、廃棄することが手間の面では合理的ですが、「伐採した樹木は、そのまちの CO2 を固定したみどりのエネルギー資源」であるとの想いの下、約 30cm の長さに切り揃え、薪用の丸太として販売しています。持続可能な資源の利用を推進する取り組みの一環として、木材を再び地域社会に還元しているのです。



また、事業で発生した伐採材を厚み 1 cm に加工し、コースターとして販売もしています。単に木材の有効活用という側面だけではなく、コースターの表面加工仕上げを地元の就労継続支援 B 型事業所に依頼し、就労支援、地域雇用にまで波及させるなど徹底ぶりで一貫したストーリーがあることも見逃せない点です。

（写真 2：コースター 同社ホームページより）

（４）職場体験、地域小中学校等への出前授業、

同社では、マンションの樹木の剪定作業や清掃などの職場体験を開催し、また、社長だけでなく社員も地域小中学校等で環境等に関する先生として出前授業を提供しています。これらの活動により、「本物の道具を用いて働く」ことで本当の意味でリアルな学びの機会を提供するとともに、将来を担う地域の子供たちに豊かな自然環境を守る重要性を感じてもらう経験をしています。



4. SDGs の取組体制

（１）内部体制

社員 1 人を「CSR 推進責任者」という名で指名するものの、全社員が CSR の担当者であり、役割を固定

化させ過ぎずその時々テーマに合わせてアサインする体制をとっています。いわゆる本来の業務がある中で、SDGs の活動を全員の取り組みとするための方法として、SDGs の活動は「業務である」としていることです。業務ではあるけれども、「ついでに、無理なく、達成感のある活動」の範囲内でのもので、「ついでに」は本業を通じた活動で、「無理なく」は、時間と経費をかけ過ぎない小さな活動、「達成感」は、小さな活動が運動となり、やがて社会現象になることを願いながらとの意味であるとのことでした。結果に繋がれば社員が達成感を感じることができるのです。

もう一つは、本業と SDGs は「車の両輪である」こと。どちらが欠けても事業活動はできず、自動車であれば、本業が駆動輪で、SDGsの活動が駆動輪と同じ方向へ、同じ速度で進む車輪であるという意味だそうです。

このように、会社内部での意思統一の下、経営と SDGs を見事に同期する内部体制を構築しています。

（２）会社外部との関係

外部とのかかわりでは、前述のさまざまな活動のほか、「キワを繋ぐコーヒーショップ」をコンセプトにカフェ事業として、「UCHISOTO CAFE」を展開しています。この CAFE は、ショールームとしてガーデンデザインの売上につながる会社の「内側」の機能にとどまらず、地域住民など会社の「外側」にある人たちが、みどりの中で安らぎ、園芸よろず相談ができるようにするなど、憩いの場としての機能を併せ持っています。



カフェのロゴマークがのれんになっているのは、内と外の境界は確かにあるけれども、壁のようなものではなく、シームレスに繋がっていることを意味しているのだそうです。

（写真 3：UCHISOTO CAFÉ のロゴ、同社ホームページより）

また、同社では毎年「環境負荷報告書」と「CSR 報告書」を作成、ホームページで公開、実際に地域住民等も参加できる報告会を開催しています。ありのままの姿を正直に発信するとともに、次の目標を提示することで、自らにもある種の厳しい関心が向くような形で SDGs への取組体制を構築しています。

使用量	単位		使用量	単位		使用量	単位	
ガソリン	ℓ	13,323.53	ガソリン	ℓ	13,506.36	ガソリン	ℓ	13,577.66
軽油	ℓ	9,985.78	軽油	ℓ	7,123.40	軽油	ℓ	9,683.05
水道	m ³	167.00	水道	m ³	163.00	水道	m ³	162.00
電気	kwh	0.00	電気	kwh	0.00	電気	kwh	11,479.00

排出量	単位		排出量	単位		排出量	単位	
ガソリン	t-CO2	30.51	ガソリン	t-CO2	30.93	ガソリン	t-CO2	31.09
軽油	t-CO2	26.16	軽油	t-CO2	18.66	軽油	t-CO2	25.37
水道	t-CO2	0.04	水道	t-CO2	0.04	水道	t-CO2	0.04
電気	t-CO2	0.00	電気	t-CO2	0.00	電気	t-CO2	2.64
total	t-CO2	56.71	total	t-CO2	49.63	total	t-CO2	59.14



(上の表：直近3年の「環境負荷報告書」の抜粋、下の画像：直近2年の「CSR 報告書」の抜粋。
同社ホームページより)

5. SDGsに取り組んだことによる効果

(1) 社員の成長への効果

前述の出前授業は、2025 年の実績で社長以外に社員 4 名が先生となり、子供たちにみどりの大切さ等を教えたそうです。「全従業員の 3 分の 1 が先生しているなんてすごいでしょ」と目を細めながら嬉しそうにされていた代表の石井様の姿が印象的でした。この活動を通じて、先生役を担った社員は、本業の造園事業においても顧客目線に立ち、的確にコミュニケーションをする能力が向上したとのことで、本業そのものにも好影響が波及したそうです。

(2) 外部とのパートナーシップへの効果

同社は「一貫したストーリーで徹底的に本気で」SDGs に取組んできた結果、その趣旨に賛同する多くのパートナーを引き寄せてきました。結果、たとえ 1 つ 1 つは小さくても、活動が運動となり、やがて地域社会等に沢山のファンができたということです。売り上げにつながる地域住民や自治体との協働のほか、他社との連携も生まれており、例えば、同社の「CSR 報告書」の印刷を担当しているのは、同社とともに SDGs 等の取組みのトップを走っている大川印刷様で、志を重ねる企業同士のつながりはより良い社会変革につながります。

(3) 売上、利益やご利益の効果

社員の成長や外部とのパートナーシップの構築は、結果として売上や利益への好影響ももたらしています。例えば、最近、近隣地域で大型マンション建設計画が立ち上がった際、地域住民が同社を工事に参加させることを強く推薦し、受注に繋がったことがありました。代表の石井様は、地域とのパートナーシップを徹底的に本気で重視してきたことが、結果として売上に繋がったことを嬉しそうに話してくれました。また、当該案件は、まちの大型緑地の創出に貢献し、2 つの鎮守の杜、1 つの大型工場緑地、2 つの中央公園をつなぐ拠点になりうる立地で、生物の多様性やネイチャーポジティブといったまちの価値を向上させ、まち全体の豊かな暮らしにご利益のある仕事になったということです。

6. 今後の課題、抱負

今後の活動について、代表の石井様は、「みどりを通じたコミュニティの中心」であり続けることで、仲間を増やし「未来からのいいね！」が集まるような社会変革にまで高めたいとのこと。

CSR や SDGs 等の社会課題解決志向は、グローバルスタンダードであり重要なものではありませんが、一方で日本古来からの、独自のものを大切にする文化や地域固有の特性などローカルスタンダードを駆逐してしまうおそれがあるとも考えておられ、だからこそ、継続的に、小さくても、地域を大切にすることに軸足を置いて、「ついでに、無理なく、達成感」のある活動を継続されるのだということです。

また、SDGs に踏み込めていない企業等の皆様に対しての始め方のコツについて伺ったところ、良かったら、地域に軸足を置く一歩目として、すぐにでもできる会社周辺のごみ拾いなどから始めても良いのではないかと言っていました。始めるにあたっては、企業の「あり方」を意識し、「一貫したストーリーで徹底的に本気で」やることが重要なのは前述のとおりです。この活動を広めるために、代表の石井様は忙しいさなかにありながら、講演会や研修講師などインタビュー当日にも、さまざまな普及活動にも精力的に取り組んでおられます。

株式会社エニマス

1. 企業・事業概要

株式会社エニマスは、電力使用量の『見える化』を実現するポータブル通信電流計「エニマス」の製造販売および、それに関連するアプリケーションの開発・サービス、省エネソリューションコンサルティングサービス、脱炭素コンサルティング、省エネ商品の開発と販売を主な事業内容としています。同社の主力製品である「エニマス」は、設備ごとの電力消費量をリアルタイムで計測・可視化し、CO2 排出量や電気代データを提供します。本製品は既存設備に後付けできる点も魅力的であり、様々な企業や自治体で採用が進んでいます。現在は販売が主軸ですが、将来的にはコンサルティング事業の比率を高めていく方針です。現在 10 名のスタッフがおり、主に営業と技術部門で構成されています。経営理念は、『見える化』で行動変容を生み出し、地球規模の継続的な省エネに貢献することです。



項目	概要
商号	株式会社エニマス
本社所在地	〒194-0013 東京都町田市原町田 4-11-13
資本金	1,000,000 円
設立年月日	2022 年 8 月 26 日
従業員	10 名
経営理念/ミッション	『見える化』で行動変容を生み出し、地球規模の継続的な省エネに貢献する
主な事業内容	ポータブル通信電流計「エニマス」の製造販売、省エネソリューションコンサルティングサービスなど

2. S D G s ・脱炭素に取り組んだきっかけ

同社が脱炭素・省エネの取り組みを事業化した背景には、親会社であるコバヤシ精密工業株式会社での実体験があります。

コバヤシ精密工業株式会社では、自治体の省エネ補助金制度を活用し、工場の照明を LED に刷新しました。しかし、その後業績好調につき新型の工作機械を導入したところ、全体の消費電力が跳ね上がり、補助金の計画と異なるとされ返金を求められるという事態に直面しました。この際、照明部分の消費電力が下がったことを証明できれば良かったという悔しさから、「電力の見える化」を叶える装置、すなわち「エニマス」の開発が始まりました。

この装置で調査した結果、照明の消費電力は全体の 3%以下であり、電力の 95%以上が工作・加工機械によるものと判明し、現状把握の重要性を痛感しました。

当初は自社のために開発したツールでしたが、2020 年 10 月に日本政府の「2050 年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする」という宣言がありました。「エニマス」は、多くの企業が直面するエネルギー使用状況の可視化や「ムダ」の削減に貢献できると思い、事業化を開始しました。

3. S D G s ・脱炭素に取り組む目的・目標

同社の取り組みの目的は、省エネを企業にとって「コスト」ではなく「利益」に変えることにあります。

同社のミッションは『見える化』で行動変容を生み出し、地球規模の継続的な省エネに貢献することです。具体的な経営目標として、無駄な電気（コスト）を利益に変える、つまり電気代の削減を通じて企業利益の創出を目指します。

社会・環境への貢献 脱炭素経営は全世界で必須の取り組みとなっており、環境に無関心な企業は投資対象やサプライチェーンから外されてしまうリスクがあるため、「エニマス」はこうした社会課題の解決をサポートします。

同社は、電気使用量の削減を通じて CO2 排出量削減と電力コストの最適化を同時に実現することを目指しています。また、エニマスの売上の一部を林業の振興にあて、CO2 吸収源となる森林を豊かにすることに貢献しています。親会社であるコバヤシ精密工業は、日本政府の 2030 年までの温室効果ガス削減目標（2013 年度比 46%減）に対して、既に 27%の削減を達成しています。現在は中小企業 SBT（Science Based Target）を取得し、クラウドで自動的にデータ収集・分析を行っています。また、2030 年までに売上 100 億円を目指すなど、事業拡大を通じた貢献を目指しています。

4. S D G s ・脱炭素の取組体制

同社は、製品開発から販売、そして脱炭素経営支援まで、専門家との協業を通じて体制を構築しています。

「エニマス」の開発・製造・品質管理は、同社の専務取締役である二関智司氏が中心となって進めています。初号機は、相模原市青年工業経営研究会に所属する若手経営者たちが、それぞれの知見と技術を持ち寄り開発されました（部品加工、基板製作、プログラム、アプリ開発など）。

さらに同社は、企業や自治体の脱炭素化を支援するため、つぎのような戦略的な提携・協業を進めています。

- アパレルメーカーとの協業：ミストによって脇の下や首筋を冷やすポロシャツの開発や従業員に保冷ベストを提供し、エアコン設定温度を高め（30℃）に設定。電気使用量を抑えつつ、快適な作業環境を構築しています。

- 日本 GX グループ（JGX）との提携：「エニマス」を活用した電力使用量の『見える化』から、省エネ施策の提案・実施、カーボンプレジットの創出・活用支援までを一気通貫でサポートしています。

- IT 企業との協業：ウイングアーク 1st、ソラコム の 3 社で協業し、CO2 排出量可視化プラットフォーム「EcoNiPass」の電力可視化機能を共同開発しており、2025 年 11 月に提供開始予定です。



- 行政・自治体との連携：相模原市、川崎市、南足柄市、八王子市といった行政・自治体の産業施策の一翼を担っています。経済産業省や環境省との連携も進んでおり、IT 診断事業などの新たな取り組みも始まっています。今後の展開としては、AI を活用した自動分析システムの開発や J クレジット（カーボンプレジット）への連携を計画しています。

5. S D G s ・脱炭素に取り組んだことによる効果

同社の取り組みは、まず親会社であるコバヤシ精密工業において、「エニマス」を用いてホットスポット（電気使用量の大きい箇所）を調査しました。解析を進める中、コンプレッサーの負荷率が 100%に近いことが判明しました。そこで、新たに 1 台を導入し、1 台あたりの負荷率を半減することで、年間 65 万円ほどの電気代の削減できました。他にも、工作機に使用するトランス（変圧器）にブレーカーを設置し、未使用時の電力供給を遮断したり、断熱窓の設置により空調効率を高めたり、など様々な施策を実施しました。その結果、2023 年度の電気使用量は前年度比で 11.6 万 kW（-27%）の削減となり、電気料金に換算して 480 万円ほどの節約となりました。この削減は、製造業が 500 万円の利益を生み出すために数千万円から 1 億円の売上をあげる必要がある状況において、「1 億円分の仕事をしたのと同じことになる」と評価されます。

また「エニマス」による電気の見える化を通じて、つぎのような従業員の意識や行動の変容を促しました。

- 行政機関の事例：相模原市庁舎では、ノー残業デーである水曜日に消費電力が 15%ほど下がることを可視化し、業務生産性の向上が省エネに直結することを示しました。
- 製造業の事例：工作機械の待機電力削減や、コンプレッサー室の温度調整など、運用改善策の実行に繋がりました。補助金を利用した設備導入においても、既存設備の電気使用量の計測および自治体への証明に使用されています。
- 飲食業の事例：全国チェーン企業の複数店舗を比べ、オペレーションや設備の製造年等の違いによる電気使用量を見える化し、運用ルールを見直しました。その結果、1 店舗あたり平均 10%の電力量が削減し、数億円の利益に繋がりました。

同社の革新的な取り組みは、次のような公的な表彰を受けています。

- 2023 年度 日本省エネ大賞（製品・ビジネスモデル部門）：省エネルギーセンター会長賞を受賞。
- 第 49 回 発明大賞：発明功労賞を受賞。
- かわさき起業家オーディション：かわさき起業家賞などを受賞。

6. 今後の課題、抱負

同社の取り組みは、中小企業のカーボンニュートラル実現に向けた道筋を示すことに焦点を当てています。

脱炭素経営が世界的に必須となる中、大企業ですら何から取り組むべきかを迷っているのが現状であり、中小企業においてはその傾向がさらに強いことが課題です。また、省エネを成功させるには、経営者だけでなく従業員全員が参加する「全員参加型」が基本であり、取り組みを従業員に「自分ごと」として捉えてもらうための意識改革・教育が重要となります。同社でも従業員に向けた個社セミナーや外部講演を行い、意識改革に取り組んでいます。

同社は、脱炭素化を段階的に進めるための次のようなロードマップを推奨しています。

- (1) STEP 1 (1 年目)：電気の見える化と運用改善により、無駄な電力を「へらす」ことを徹底し、老朽化した設備の更新や再エネ導入のための「原資づくり」を行う。
- (2) STEP 2 (2 年目)：原資と補助金を活用し、老朽化した設備の更新や省エネ機器への移行を進める。
- (3) STEP 3 (3 年目)：自家発電（太陽光など）といった再生可能エネルギーの導入を行う。
- (4) STEP 4 (最終)：排出せざるを得ない CO2 については、CO2 排出権取引やカーボンプレジットを購入し、カーボンニュートラルを達成する。

ロードマップは少しずつ浸透してきていますが、まだまだ多くの企業が STEP1 という状況です。過去には「エニマス」を使用して電気の見える化をしたものの、次のアクションがわからずに省エネを断念した企業もありました。今後はそういった企業に対し、電気の見える化から省エネに繋がられるように、コンサルティングサービスにも力を入れていきます。

同社の代表取締役である小林氏は、「将来の子どもたちのために」生きられない世界にならないよう、脱炭素化の必要性や取組方法について、わかりやすく発信していくことが企業の責務であると強い信念を抱き、本事業を推進しています。

株式会社東京エンジニアリング



1. 企業・事業概要

株式会社東京エンジニアリングは、制御盤・分電盤の設計・製造を主力とする製造業です。工場の生産ラインを制御する装置を、顧客仕様に応じてほぼオーダーメイドで提供しており、近年は制御ソフトウェアやデータ活用の比重が高まっています。

貝田社長が事業承継（約 10 年前）した際に「現場キーパー（GENBA keeper）」のコンセプトを掲げ、単なる“ものづくり”から、現場に伴走して課題を拾い上げる課題解決パートナーへと方向転換を進めてきました。価格競争に陥りやすい構造や人手不足といった製造業の環境変化の中で、「人の力」を最大の強みと位置づけ、提案型の価値提供を志向しています。



項目	内 容
所在地	神奈川県川崎市中原区上小田中 4 - 3 - 5
創業・設立	創業：1975 年／設立：1976 年 11 月
ビジョン	We are the GENBA keepers ! ～GENBA keeper として、あらゆる GENBA（現場）の「こうしたい」を、お取り組み先の期待を超えて実現させよう～ 東京エンジニアリングの最大の強み（ストロングポイント）は社員一人一人の個人力であり、この個人力を最適な形で実践する存在が「GENBA keeper」です。「GENBA keeper」は、あらゆる GENBA（現場）を安全・安定・快適に稼働させることに全力を尽くし、すべてのお取り組み先の幸せに貢献します。

事業内容	制御盤・分電盤・制御ボックスの設計・製造、工場生産ライン向け制御システムの構築、制御ソフトウェア開発（オーダーメイド対応）、設備の可視化、遠隔監視等の IoT 活用支援など
認証等	かながわ SDGs パートナー かわさき SDGs ゴールドパートナー

2. SDGs に取り組んだきっかけ



同社では、外国人技能実習生や留学生の受け入れを長年行ってきました。その中で、「日本語ができる＝仕事ができる」「日本語が不得意＝仕事ができない」という前提が必ずしも成り立たないという課題に直面しました。また、日本語能力と職務理解・作業能力が一致しないことにより、教育や指示が属人化し、現場負担が増大していたことが課題として顕在化しました。この問題は外国人材に限らず、日本人同士のコミュニケーションや技能継承にも共通する構造的な課題であると認識し、改善に取り組むこととなりました。

3. 取り組みの内容

（1）外国人材の受け入れと“環境づくり”の試行錯誤

- **第1期（1993～2011）**：技術研修生・技能実習生を延べ 40～60 名受け入れました。人手不足解消に寄与する一方、日本語・文化差・教育の難しさ、適材適所の見極めが課題と感じました。
- **第2期（2019～）**：高度人材の採用へ方針転換。中国・ミャンマー（留学生）、インド（技術者）、台湾、ベトナム、サウジアラビアなど多国籍人材が在籍（最盛期は 6 カ国）しました。総務部門に配置し「外国人が働きやすい環境を自ら整えてもらう」狙いもありました。



（2）コミュニケーション課題の可視化と改善

- ミャンマー人社員による **日本語教材作成**
外国人材が日本語を勉強する過程で自ら習得した、助詞、授受表現、指示語など

“つまづきポイント”を構造化して、視覚的に理解しやすい日本語教材を作成しました。



● 台湾人社員による「日本人にとっての当たり前」の発信

日本人では気づきにくい日本の魅力や面白さ、文化の違いを可視化し、SNS を通じて広く情報発信することで、相互理解を深める取組みを行ってきました。

■ 文化、生活

日本でより暮らしやすくなるためのコツや日本ならではの行事など



■ 面白い気づき

日本で暮らす外国人だから気づけた日本人だけが「当たり前」だと思っていること



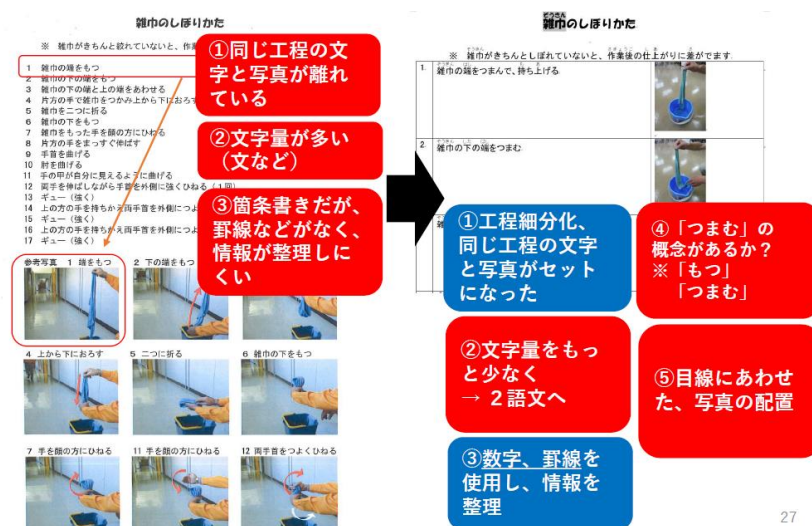
● オノマトペ問題

日本語はオノマトペ（擬音語・擬態語）の種類が豊富で、日常生活でも頻繁に用いられています。一方で、外国人向けの日本語教科書には十分に掲載されていないケースが多く、職場でも「パパッと」や「ぱっちり」といった表現を正確に理解することが難しいことがわかりました。そこで、「パパッと」や「サクサク」等のオノマトペを課題として捉え、認知・説明する取組みを行ってきました。



（3）ダンウェイ株式会社との連携（障害者雇用の知見を応用）

川崎市産業振興財団の外国人雇用・就労支援等検討会を契機に、障害者雇用支援のノウハウが外国人雇用にも転用できるのではないか、という気づきから協働が加速。「読むのは得意だが聞くのは苦手」などの特性を把握し、適正配置・指示方法の最適化につなげるアセスメントシステム、作業指示書の写真活用・工程分解などによるマニュアル再構築を進めました。

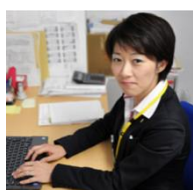


27

(4) 脳トレーニングアプリの開発

働くために必要な概念 (小学校 1～2 年生程度の算数・国語に含まれる要素) を効率的に測定し、データ蓄積・分析を可能にするアプリをダンウェイ株式会社と共同開発。アセスメントシステム (シームレスバディ®) と連携し、育成計画や適材・適所への配置判断につなげる構想を持っています。

〈連携先：ダンウェイ株式会社の紹介〉



高橋社長

ダンウェイ株式会社は、神奈川県川崎市を拠点に「障害者の自立」を ICT と福祉の融合で支援する企業です。独自の IT 教材や能力可視化システムを開発し、重度知的障害者でも高付加価値な仕事ができる環境作りと就労支援を展開しています。

4. SDGs に取り組んだことによる効果

貝田社長は、社内効果を大きく 4 点に整理しています。

- **多様性への理解深化**

文化や価値観の違いを理解し、ダイバーシティを“理念”ではなく“実務”として捉える土台ができました。

- **コミュニケーションの改善**

外国人対応を通じて、情報の出し方・指示の出し方を工夫する重要性が社内に浸透。結果として、日本人同士でも起こり得るミスコミュニケーションの予防にもつながりました。

- **世代間ギャップへの応用**

「伝わらない」を前提に、伝え方を設計する発想は、世代間コミュニケーションにも転用可能だという学びが得られました。

- **新しいアイデアの創出（最も期待した効果）**

外国人の視点から、日本の魅力や当たり前の価値を再発見し、SNS 発信や企業ブランドの向上にも波及。製造業として珍しい取り組みとして、説明会で若い世代の関心を引くなど、認知面の効果も見られました。

5. 今後の抱負と事業展開の構想

今後は、これまで蓄積してきたノウハウを研究段階に留めず、事業として成立させることを目指しています。

具体的には、

- 外国人材や障害者と働く現場を支える**支援者（コーディネーター）の育成**
- 作業指示書やマニュアル改善の**コンサルティングサービス化**
- 製造業を中心とした**既存顧客への横展開**

を検討しています。

SDGsを目的化するのではなく、本業と結び付けた現場発の価値創造モデルとして確立し、誰もが活躍できる職場づくりと企業競争力の向上を両立させていく考えです。

【画像出展：株式会社東京エンジニアリング HP、ダンウェイ株式会社 HP より】

1. 企業・事業概要

株式会社サイマコーポレーションは、1952年1月に神奈川県藤沢市で創業しました。創業から「布製品の縫製工場」を営んでいましたが、三代目である現社長の入社前の経験を活かし、1998年にファスナー事業を開始し、ねじを取り扱う会社に事業転換を行いました。その後、「分解抑止」「安全確保」「樹脂締結の安定化」といった課題解決を、ねじの新商品・新規格の企画開発を通じ実現することで、日本市場にも海外にもない「同社にしかない極小でニッチなねじ」で、幅広い業種業界を顧客に抱え、景気に左右されない事業を構築し拡大されてきました。



主力となっているのは、ねじの脱落があってはいけない、ホビーや遊具、公衆トイレなどに使われるいたずら防止ねじ・セキュリティねじ「TRF®シリーズ」、弱い樹脂でも高い締結力を実現する樹脂用タッピングねじ「ノンサート®」、ねじの頭部がフラットで多種多様な用途の薄型ねじ「310 スリム®」シリーズ など、課題解決型の自社製品です。



派生として、ダイカスト／ロストワックス／機械加工品の輸入販売、解析サービスである「サイマレポート」（ゆりみ・トルク・ねじ脱落・破断などの原因を解析する）の展開、ねじの基礎セミナーの提供など、部品供給だけでなく技術コンサルティングも行っています。

品質・環境認証のISO9001およびISO14001を取得しているほか、かながわSDGsパートナー登録、女性活躍推進企業認定であるえろぼし認定の取得、神奈川県子ども・子育て支援推進事業者認証取得など、従業員の働きやすさ、働きがいを意識した企業経営を行っています。

【企業概要】

項目	概要
所在地	神奈川県藤沢市辻堂 2-9-17
代表者	斎間 孝
設立	1952年1月
従業員数	28名（男性7名、女性21名）
企業理念	人と環境にやさしい企業活動を行う / 仕事第二主義
事業内容	ねじ（超極低頭ねじ、いたずら防止ねじ等）・機械加工部品の設計、製造、販売・「ねこねじ堂」（雑貨）運営

認証等	ISO9001/ISO14001 かながわ SDGs パートナー 女性活躍推進企業認定 えるぼし認定（三ツ星）取得 神奈川県子ども・子育て支援推進事業者認証 神奈川県優良産業人表彰（商工会議所）
表彰等	超極低頭ねじ 310 スリム®「グッドデザイン賞」を受賞（2022 年） いたずら防止ねじ TRF®「グッドデザイン賞」を受賞（2025 年）

2. SDGs に取り組んだきっかけ

同社の SDGs 推進は、社員が会社に意見や改善案を提出できる「提案箱」への「かながわ SDGs パートナー」への登録をしてはどうか、という投書がきっかけとなりました。

投書をきっかけに、同社が日常的に行っている会社周辺の地域清掃、リサイクル材の提供、教育支援といった取り組みが SDGs と整合されていることを確認され、かながわ SDGs パートナーへ登録されました。

SDGs に取り組む新しい施策を一から作るのではなく、「継続してきた良い取り組みを整理し、対外的にも発信」していかれたことが特徴となっています。

3. SDGs 取り組みの目的・目標

同社の SDGs 取り組みは、社外との関わりとして「地域社会と共生し、地域社会に貢献する」ということが目的になっています。この観点での取り組みとして、会社周辺の毎日の地域清掃、湘南ユナイテッド BC への出資を含めた支援、ビーチクリーン活動、学生への職業講話等があります。

また、仕入先への技術提供による製品不良を低減し、廃棄物を削減する取り組みや、リサイクル材活用による環境負荷の低減を行う取り組みも行っています。

同社の社内での取り組みは、「多様な人材が働きやすい職場づくり」を目的としています。性別・年齢・国籍を問わない採用、育児支援制度の整備などによる働きやすい環境づくりをされていますが、代表的な取り組みとして、「子供のための休暇が、特別休暇」となっていること、子連れ出張（現地での宿泊費は会社負担）が認められていること、などが挙げられ、企業理念である「仕事第二主義」が制度としても実現されています。

4. SDGs 取り組み体制

同社の SDGs の取り組み体制の特徴は、SDGs の推進部署や推進担当を定めていないため、SDGs は全社員が取り組むべきこととして浸透している点です。

この体制を促進するため、社内研修を通じた SDGs に理解のための社内研修の実施や、社内行事には、SDGs や環境に関連する内容を組み込むようルール化しているため、自然と全社員が SDGs 活動を意識できる仕組みになっています。

働きやすい職場環境作りも、全社員が意識的に行っています。業務の情報共有、見える化を行う仕組みとしてメーリングリストや書類トレイ等を活用し、特定の個人に業務が集中しないように業務フローを整えています。

また、社長が考えていることが、従業員に一齐にメール展開されることで、経営者の考えに即した業務運営が円滑に行えているほか、夏と冬の年2回社長との1on1ミーティングがあることや、課を横断するメンバーでのランチミーティングを行う機会の提供など、風通しの良い組織作りの仕掛けが随所に見られる体制となっています。

5. SDGsに取り組んだことによる効果

＜HPのビーチクリーン活動イメージ＞

SDGsに取り組むことで、同社が継続してきた地域貢献や環境配慮、教育支援などの活動が整理され、SDGsの視点で可視化でき、社内外に対して同社の取り組みを分かりやすく説明できるようになりました。企業として大切にしてきた価値観や姿勢が明確になり、社内外からの信頼が向上されています。

【サイマの日記念イベント】

日付：3月10日

場所：サイマコーポレーション本社から辻堂海岸まで

参加者：全サイマスタッフ

地元の海の環境を守る為、まずは街の中のゴミをなくし、風で街から海へと運ばれるゴミを少しでも減らそうという想いから、サイマスタッフ全員でゴミを拾います。



社外という点においては、地域清掃について同社の活動を見て周辺企業が同様の取り組みを始めるなど、地域に良い波及効果を及ぼしています。

ビーチクリーン活動についても、近隣住民や仕入先企業も参加する形に広がり、清掃に加えて施設見学（浄水場の見学イベント）などの学びの要素も取り入れ、活動の質も高めることでSDGs推進体制を強化されています。

また、教育活動や職業講話をきっかけに、猫をモチーフとした製品開発が生まれ、社内の「猫部」によるペットボトルキャップ再利用の取り組みに発展するなど、SDGs活動が新たな製品や市場のヒントにつながる事例も見られます。

＜猫製品 EC サイトの入り口＞



同社のSDGsの取り組みは、社会貢献を通じた社会での知名度向上や浸透だけでなく、本業へフィードバックされるという好循環を生み出しています。

社内という点においては、SDGsというキーワードで自社の活動を改めて整理・言語化したことで、自社の活動が社会課題と結びついていることへの理解が進み、従業員のエンゲージメント向上につながっています。加えて、風通しの良い組織作りや「仕事第二主義」を実現する仕組みは、定時退社の定着、柔軟な働き

方、属人化の排除といった企業文化を構築し、中途採用やパートタイム従業員が多いという同社の特徴を支える、人材の確保や定着のための基盤として機能しています。SDGs というキーワードにより、従業員の心理的安全性が確保されている組織となられており、自分の考えが言いやすい環境のため、SDGs に取り組むきっかけとなった「提案箱」の有効性も強化されています。

6. SDGs の取り組みに関して今後の課題・抱負について

今後の課題は、同社の強みである日常業務の中で自然に行っている SDGs の取り組みが、社内外で「これは SDGs に関わる活動である」と意識されるように発信していく必要がある点や、新しい SDGs の取り組みを試みていく点にあるといえます。

この課題に対して、同社は企業理念が全社員に浸透していること、風通しの良い職場環境を維持向上させていこうという企業風土を強みに、SDGs の取り組みを社員同士で共有し、みずからの仕事が社会とどのようにつながっているのかを理解できる状態を維持していくことで乗り越えようとしています。

同社は今後も、人と人とのつながりを大切にしながら、無理のない形で社会に貢献していくことを目指されています。

【画像出典：株式会社サイマコーポレーション HP より】

株式会社ワンスレッド

1. 企業・事業概要

株式会社ワンスレッドは、2010 年に創業しました。代表の半田真哉氏が在籍していたアパレルメーカー（ニット中心）の商品を扱いながら、ジュエ



リー、アクセサリ、バッグなどのファッション雑貨等に商品ラインナップを拡充してきました。現在は、仕入れも一部あるものの、オリジナルブランド商品の割合がほとんどを占める状況となっています。

主なビジネスモデルは、自社で企画した製品を自社工場を持たないファブレスで製造を行い、その製品を自社サイトで販売する他、百貨店、専門店、EC サイト等に卸しています。

【企業概要】

項目	概 要
所在地	神奈川県横浜市保土ヶ谷区常盤台 86 番 1-928 号
代表者	半田 真哉
設立	2010 年 9 月
従業員数	2 名（男性 1 名、女性 1 名）※役員のみ、社員 0 人
経営理念	事業活動を通じて、『家族から地域へ、笑顔が広がる社会』の実現を目指す。
事業内容	繊維製品、雑貨品、装身具等の企画・販売・製造
認証等	横浜市経済局 SBIR,販路開拓支援事業者認定（2017 年 10 月） 横浜知財みらい企業認定（2018 年 11 月） 横浜市 SDGs 認証制度“Y－SDGs”認証（2021 年 4 月） かながわ治療と仕事の両立推進企業に認定（2021 年 4 月） かながわ SDGs パートナーに登録（2022 年 6 月）
表彰等	かながわビジネスオーデション：かながわ産業振興センター賞受賞（2020 年 2 月） 横浜ビジネスグランプリ：入賞、協賛社賞受賞（2020 年 2 月） 第 1 回日本子育て支援大賞受賞：パパ＆ママ 140 人と考えた理想のパパバッグ（2020 年 8 月） 濱帯が第 17 回キッズデザイン賞、男女共同参画担当大臣賞受賞（2024 年 9 月）

2. SDGs 取組みの始まり

（1）ジェンダーフリーに繋がる新ブランド「パパコソ」ブランド誕生のきっかけ

2011 年に長男を授かった際の経験が、ブランド誕生の出発点でした。当時は「イクメン」という言葉こそあれど、男性の育児はまだ特別視される時代。そんな中、パートナーの出産後の入院により、半田氏は新生児と二人きりの生活を余儀なくされ、父親としての「やりづらさ」を痛感することになります。

例えば、健診の場で「お母さんと呼んで」と言われるなど親として認められない一方、外で抱っこをしていれば「偉い」と過剰に評価される。こうした周囲の極端で一貫しない反応に、半田氏は強い戸惑いを感じていました。

また、当時は百貨店などの赤ちゃん休憩室（授乳室など）に父親が入りづらい空気もあり、おむつ替えのために立ち上がった父親が退室を求められたというニュースが話題になるほど、父親の育児が「特別視」されていた時期でもありました。

（２）新ブランド開発への着想

精神的に追い詰められた状況の中、半田氏は「せめて持ち物だけでも自分らしく、好きなものを使いたい」と育児グッズを探しましたが、当時の市場には納得できるものはありませんでした。ネットで「パパバッグ」と検索しても表示されるのは「マザーズバッグ」ばかり。メーカー側も母親が使うことを前提としており、男性向けやユニセックスなデザインは皆無だったのです。



また、新生児との外出に欠かせない粉ミルク、哺乳瓶、調乳用のお湯や水などは、男性用のアウトドアバッグやボディバッグでは収納しきれなかったり、必要なものがすぐに取り出せなかったりと、機能面でも大きな不便さを感じていました。

（３）製品化と市場の確認

これらの課題を解決すべく、第二子が２歳になった 2016 年、「当事者の気持ちを忘れないうちに」と製品化を決意。約 1 年の開発期間を経て、2017 年に子育て応援ブランド「papakoso（パパコソ）」を始動しました。

企画段階では主観を排すため、パパ・ママ 140 人にアンケートを実施。自身の悩みとユーザーのニーズが合致していることを確信し、同年 7 月に「理想のパパバッグ」、10 月にはパパ専用抱っこひも「papa-dakko」を発売しました。これらの製品は、ジェンダーフリーな育児への貢献が評価され、キッズデザイン賞を受賞しています。

* キッズデザイン賞：パパ＆ママ 140 人と考えた理想のパパバッグ（2018 年 8 月）

* キッズデザイン賞 奨励賞受賞：パパ専用抱っこひも「papa-dakko」（2019 年 8 月）

3. 経営面におけるブランド開発の意義

新ブランド「パパコソ」の立ち上げには、自身の経験に加え、小規模組織ゆえの強みを活かした明確な経営戦略がありました。

かつて、主力取引先であった工場の撤退により、年間 2,000～3,000 万円規模の売上を突如として失うという事態に見舞われました。この経験から、他社製品の仕入れに依存する経営リスクを痛感し、自社ブランド比率の向上を急務と捉えるようになったのです。

戦略を練る中で半田氏が着目したのは、「小さな会社としての役割」でした。潤沢な予算や人員を抱える大手企業は、その規模ゆえに市場の小さいニッチ分野には、進出したくても進出できないという制約があります。

そこで半田氏は、あえて「父親の育児」というニッチな市場に積極的に注力する道を選びました。大手企業が手を出しにくい市場を耕し、市場を創出することこそが、小規模な会社の果たすべき重要な役割だと考えたのです。

事実、「パパコソ」が市場を切り拓いたことで他社の参入も相次ぎました。競合の出現により自社の経営環境に厳しさが増した側面はありますが、それは「父親の育児バッグ」という新たな文化が世の中に定着した証でもあります。先駆者として市場全体の活性化を牽引したことは、まさに当初の狙い通りの成果といえます。

4. その後の SDGs への取り組み

同社の活動は、当初から SDGs を意識して始まったわけではなく、あくまで実体験に基づく課題解決と事業の必要性から生まれたものでした。

SDGs との結びつきを意識し始めたのは、2017 年頃のことです。神奈川県から「男性の家事育児推進コンソーシアム」への参画を依頼された際、他社の事例と照らし合わせる中で、同社の事業そのものが社会課題の解決に直結していることに改めて気づきました。

実際、同社は SDGs という言葉が普及する以前から、男性の育児を支援する NPO 法人や地域の支援団体と積極的に連携してきました。また、横浜出身である半田氏の「事業を通じて地元還元したい」という想いから、横浜発の地域ブランド「ヨコハマ・グッズ 001」の認定を受けたり、地域活動支援センターへ作業を依頼したりと、地域社会との繋がりを大切にしてきました。

こうした長年の活動が、SDGs という国際的な枠組みによって「自分たちの歩みは間違っていなかった」と再確認できたことは、大きな意義がありました。自社の社会的な存在意義を明確に発信できるようになったことで、外部からの評価も高まっています。これらはまさに、「家族から地域へ、笑顔が広がる社会の実現を目指す」という同社の経営理念を、愚直に実践してきた結果といえます。

5. SDGs に取り組んだことによる効果

同社の活動はもともと SDGs と重なる部分が多く、社会的な普及に合わせて、企業の信頼性を伝えるブランドのアピール材料として活用するようになりました。特に大手モールとの取引や、顧客が安心感を抱く上で大きなメリットとなっています。

ただし、ファッション分野ではデザインや機能性が最優先されるべきであり、SDGs を前面に出しすぎるとブランド価値を損なう懸念もあります。そのため、あくまで「実はこんな取り組みもしています」という、さりげない姿勢を大切にしています。

6. SDGs の取り組みに関して現在の方向性について

市場に安価な類似商品が増える中、半田氏は「製品の安全性確保」こそが最優先課題であると考え、以下の取り組みを強化しています。

(1) 厳格な安全基準「SG マーク」の取得

同社の最新製品は、製品安全協会が定める厳格な「SG マーク」を取得しています。

(2) 正しい使い方の啓発と業界連携

SNS の普及により、メーカーが推奨しない誤った使い方が拡散され、事故のリスクが高まっていることが業界全体の課題となっています。これに対し、同社は「抱っこひも安全協議会」に参画。落下事故防止や正しい使い方の啓発活動に注力し、安心・安全な育児環境の普及に努めています。

【画像出典：株式会社ワンスレッド HP より】

謝 辞

最後にこの度は本報告書の作成にあたり、インタビューにご協力いただきました各社の代表およびご担当者の皆さまには、お忙しいところ貴重なお時間をいただくとともに、多大なご支援を賜りました。心より厚く御礼申し上げます。 皆さまのご健勝と各社のなお一層のご発展をお祈り申し上げます。

(一社) 神奈川県中小企業診断協会
公益推進部 2025 年度 SDGs プロジェクト
事例集作成者

1. マネジメント

理事 公益推進部長 竹本 正人

2025 年度 SDGs プロジェクトリーダー 柳沼 真吾

執行役員 公益推進部 SDGs プロジェクト担当 大柳 慎一

2. 事例集インタビュー執筆担当（掲載順）

東京中央食品株式会社

石井 信裕

株式会社ネットフィールド

岩松 廣行

有限会社ライオット オブ カラーズ

針尾 馨

株式会社日装

斎藤 慎一郎

合同会社グローバス

岩松 廣行

石井造園株式会社

角田 有史

株式会社エニマス

山本 祥晴

株式会社東京エンジニアリング

藤田 遥一、小谷 文彦

株式会社サイマコーポレーション

齊藤 文弘、久保田 裕史

株式会社ワンスレッド

栗本 泰治、宮川 典之