

<2030 年の SDGs 達成に向けた経営方針と目指す姿>

自社製品「アドレット®」の利用拡大、自社イベント開催が SDGs 達成に直結。
さらに地域活性化へつながる仕組みづくりを進め、「3 方良し」の理念で、すべてのステークホルダーの満足度や利益増加を目指す。

<SDGs に関する重点的な取組み及び指標>

三側面 (分野に◎)	SDGs に関する重点的な取組み	指標 (更新時に向けた数値目標)
◎環境 ◎社会 ○経済	自社製品「アドレット®」採用トイレ拡大 ※アドレット®は、消臭・抗菌・抗ウイルス機能のあるシートで、「トイレの蓋を閉めて流しましょう」という啓発のデザインとしており、トイレのふた裏に貼り、ふたを閉めて流すことでトイレの衛生環境を保つとともに、暖房便座の熱が逃げるのを抑えることで節電となり、CO2 排出抑制と温暖化防止に繋がる。	アドレット(R)採用 2021 年 40,000 トイレ 2022 年 60,000 トイレ →2024 年 80,000 トイレ
◎環境 ◎社会 ○経済	自社イベント「お米応援プロジェクト」開催数増加	お米応援プロジェクトイベント開催(ふりかけ作り教室含む) 2019 年 2 回開催 ・全国ふりかけグランプリ® ・お茶づけグランプリ® 2020 年~2021 年 新型コロナウイルス感染拡大防止のため開催なし 2022 年 3 回開催 ・全国ふりかけグランプリ®(決定) ・お茶づけグランプリ®(近日決定予定) ・レトルトカレーグランプリ(決定) 2024 年 4 回開催 ・全国ふりかけグランプリ® ・お茶づけグランプリ® ・レトルトカレーグランプリ ・おにぎり GP
○環境 ◎社会 ◎経済	SDGs 広場利用拡大 地方創生 SDGs	SDGs 広場 2022 年 7 月設置~ 2023 年 6 月までに 1 年間の 1/3 の広場利用予約受済 →2024 年 1 年間の 2/3 の 広場利用予約・イベント開催 SDG 広場は熊本屋台村隣接のイベントスペースを弊社にて設置・管理。SDGs の発信と地方創生を目的としており、利用者は 17 の目標の中から 1 つ以上取り組むことを目標にして広場を利用。利用者が増えることで SDGs についてより多くの方に知ってもらい、かつ広場に人が集まることで人の流れが変わり、街の活性化へとつながる。

<パートナーシップ>

- ・アドレット(R)採用については全国の代理店とともに学校をはじめとする公共施設などへの寄贈を進め、トイレの蓋を閉めて流す習慣を啓発し、よりよいトイレの衛生環境を上げていく。
- ・「お米応援プロジェクト」の一つとして、ふりかけ教室開催については、現在 日本財団「海と日本プロジェクト」、一般社団法人 国際ふりかけ協議会などの協力を得ることで進めているが、今後は自社イベントとしての開催も視野に入れ海洋環境問題等について考えるとともにフードロスの削減にも力を入れていく。
- ・SDGs広場:県内市町村との連携を密にし、各自治体の PR イベントや県内企業独自のPRイベントなど積極的に開催し、熊本の魅力を世界に発信、観光へつなげ、地域活性化を目指す。

- ・「SDGs に関する重点的な取組み」には環境・社会・経済の三側面の全てについて、重点的な取組みを記載してください。なお、取組みが複数の分野に該当する場合は、それぞれの分野にチェックを入れてください。
- ・「指標(更新時に向けた数値目標)」には、それぞれの取組みに対する「目指す姿」の実現を念頭に、更新時までの数値目標を記載してください。
- ・「パートナーシップ」には、企業や NPO 法人、行政など関係機関との連携があれば記載してください。

○ SDGs に関する重点的な取組み及び指標に係る進捗状況(※更新の場合のみ。)

○登録状況:第 期登録(登録年月日: 年 月 日)

<SDGs に関する重点的な取組み状況、前期の指標及び実績>

三側面 (分野に◎)	取組みの状況	前期の指標	実績
○環境 ○社会 ○経済			
○環境 ○社会 ○経済			
○環境 ○社会 ○経済			

- ・「登録状況」及び「登録番号」を記載してください。
- ・「取組みの状況」には、前回登録申請した際の重点的な取組みの実施状況や指標の達成状況を記載してください。指標が未達成の場合は、その理由等も記載してください。