

「事業そのものがSDGsだった」 専門家の支援を受けて SDGs宣言

株式会社タクトは、樹木や草花が本来もつ力を最大限に活かし植物の生長を促すことを目的に、自社に研究機関をおき、土壌改良並びに肥料や活性材などの開発・販売などを行う企業である。「生きた土壌を未来につなげる」ことを目標に掲げるなど、ビジネスそのものがSDGsとの親和性が高いことから、グリーゼにSDGsに関するコンサルティングを依頼。グリーゼに相談した経緯や実際の取り組み、効果について話を伺った。

SDGsに関する情報発信の必要性を感じ、グリーゼに相談

当社は、「自然との共生」をコンセプトに、樹木や草花が本来もつ力を最大限に活かすことで植物の生長を促す製品を開発しています。当社の製品をご利用いただくお客様自身も、「天然有機肥料を使って植物を育て、自然と触れたい」という思いをお持ちの方が多いです。だからこそ、私たちが「SDGs」の発信をしていく必要性があると強く考えていました。

当初、自社内にSDGsを発信するためのプロジェクトチームを立ち上げ、若手社員を中心に活動を始めるものの、ロゴマークひとつとっても「どう使用すればいいのか?」といった基本的なことがわからない状態でした。

発信する内容についても「当社がやっていることをスト

レートに伝えることで、SDGsの取り組みが伝わる」という意見がある一方、科学的な研究を行うR&D (Research & Development) センターからは「データがないのに発信すべきではない」という意見もあり、前に進むことができませんでした。

SDGsの取り組みは進めたいけれど、一歩が踏み出せない。「ここは専門家に頼むしかない!」と思いました。そんなとき、お付き合いのあったグリーゼが「SDGsへの取り組み推進支援」のサービスも行っていることを知ったのです。まさに絶好のタイミングだと思い、藁にもすがる思いで相談しました。

自社の取り組みをSDGs視点で整理。グリーゼの提案でイメージが明瞭に

まずは弊社が抱えていたSDGsに関する課題や悩みをすべて、グリーゼに伝えました。

- 自社のサービスがすでにSDGsに合致していると考えている
- SDGsの取り組みを発信し、関係各所に伝えたいが、どうまとめればいいのかわからない

するとグリーゼから、「まず、タクトの『SDGsの取り組み』のページを作りましょう」と提案されました。方法としては、「SDGsの項目を軸にする」「企業の取り組みを軸にする」という2つのパターンがあると説明を受けました。



SDGsの項目を軸にするパターン

「SDGs17の目標」を軸に、自社の取り組みを整理していく方法です。重点目標が決まっている場合、その目標に対して自社の取り組みを整理します。

STEP1

17の項目の中から、自社で取り組む項目を選定する
(ひとつだけでもOK、複数選択してもOK)



STEP2

各項目について具体的な取り組み内容を明記する

- 自社で使う電力を、太陽光発電、風力発電などに切り換える
- 自社発電で余った電力を、地域の家庭に届ける
- プラスチック製品から再生利用可能な製品へ移行する
- 海岸の清掃活動ボランティアを行う
- 海の環境について学べるような「工場見学&セミナー」を開催する

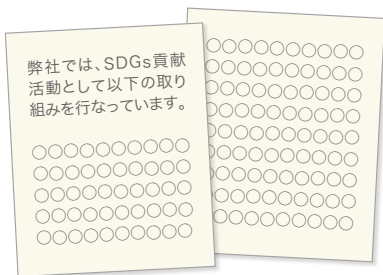
(参考例) 株式会社東京個別指導学院(TKG) <https://www.tkg-jp.com/sdgs/>

企業の取り組みを軸にするパターン

「企業の取り組み」を軸に、その取り組みがSDGsのどの目標に合致するかを整理する方法です。具体的な取り組みが明確である場合、17の目標に紐付けする形で整理します。

STEP1

自社で取り組んでいることを整理し、文章化する



STEP2

自社で取り組んでいること(左記)がSDGsのどの項目に該当するか突き合わせる

- これらのさまざまな取り組みを通して、以下のSDGsの項目に貢献していきます。
- 1 貧困をなくそう
 - 7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに
 - 12 つくる責任 つかう責任

(参考例) パナソニックホームズ株式会社 <https://homes.panasonic.com/company/sdgs/>

そもそもイメージがなく、こういった成果物ができると見当がつかなかったため、2つのパターンを知ることが足がかりとなりました。当社の場合は「企業の取り組みを軸にする」というパターンが適していると気づけたことで自社のSDGsコンテンツのイメージが明瞭になり、一気にエンジンがかかったのを覚えています。

方向性が決まったところで、次は自社の理念や取り組みを具体的にヒアリングしてもらいました。当社としてはSDGsに親和性の高い企業であることを自負していましたが、ともしれば自慢話のように受け取られてしまうのでは

という不安もありました。しかしヒアリングを通して、自分たちのサービスを客観的に見直すことができました。

具体的には、自社の主力製品であるバイオゴールドを「作ること・使うこと」がSDGsの大きな柱になっている点に着目し、コンテンツを作るということになりました。自分たちにとってバイオゴールドを「作ること・使うこと」は当たり前すぎて、思いつかないような着眼点でした。社内で割れていた意見も、「この2つなら、自信をもって発信できる」とまとめ、専門の会社に依頼することのメリットを強く感じました。

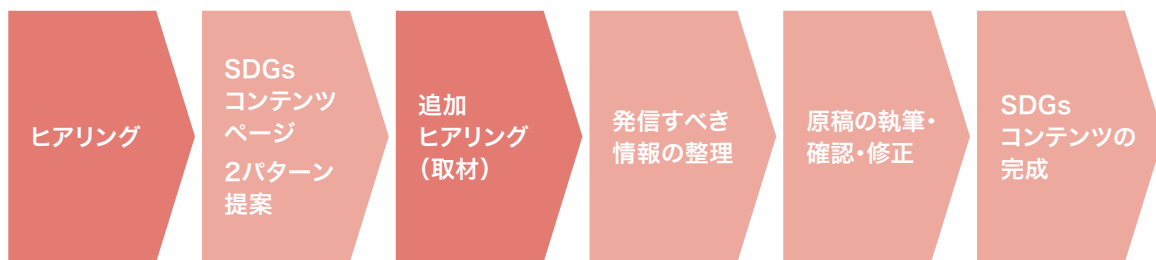
思いを言葉で表現することの難しさ、ここでもプロの力を実感！

実はコンテンツ制作にあたっては、もうひとつ気になっていたことがあります。それは当社が扱っている天然肥料の良さの伝え方です。化学肥料には化学肥料の良さがあります。しかし天然肥料の良さを伝えようとすると、どうしても化学肥料を否定する形になりがちです。そのような文脈にならないよう、私たちの思いをうまく汲み取り、文章化してもらえたこともありがたかったです。

また初稿をいただいたとき、「厳選の天然素材×微生物×タクトの技術」というフレーズが入っているのを目にしました。これは私たちの取り組みがひと目でわかる言葉であり、さすがだと思いました。このフレーズはバナーにして、さまざまなところで活用しています。

「厳選の天然素材」×「微生物」×「タクトの技術」＝ Biogold 

グリーゼのSDGsコンサルティング コンテンツ制作の流れ(一例)



自社の理念と取り組みを凝縮したSDGsコンテンツを有効活用

SDGsコンテンツが完成したときは、まず形になったことに感動しました。当初は「本当に作れるの？」という思いが心の片隅にあったのだと思います。社内に告知したときも、「いいものができて良かった」という喜びの声が集まり、大変誇らしく感じたことを覚えています。

SDGsコンテンツは現在、次の2つの形で活用しています。

① ブログやメールマガジン、インスタグラムなど、 さまざまな媒体での発信に利用

コンテンツができたことで、SDGsの取り組みを発信できるようになったことは、大きな収穫でした。例えば、それま

では不定期でキャンペーンの告知を行う程度だったメールマガジンが、SDGsに絡む企業の思いや理念を定期的に発信する手段となりました。ブログやインスタグラムの記事からSDGsコンテンツにリンクさせるなど、多くの方に当社の思いを伝えるのに役立っています。

また、お客様からコメントやメールをいただくなど、その反応に手応えを感じています。中でも「タクトさんの思いに非常に感動した」というお手紙をいただいたことはうれしかったですね。気軽に返信できるコメントではなく、わざわざ手紙にしたためてくださったことに、コンテンツの力を感じました。



完成した自社のSDGsページ

②翻訳ページを作って世界に向けても発信

SDGsはみなさんご存じのとおり、「2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標」です。国内に向けて発信するだけでなく、翻訳することで世界に向けて発信することも可能になります。当社のお客様は2021年9月現在、アメリカ、ブラジル、イギリス、スペイン、オーストラリア、ベトナムなど27カ国にも及びますので、これは有効な活用法だと考えています。

時間さえかければ自社での内製も可能だったかもしれませんが。しかしこうして、いざSDGsコンテンツを活用してみると、「今、SDGsに取り組むのは必須であり、かつスピードも要求されるものだ」ということを実感しました。プロに頼むことで、2カ月弱で完成にこぎつけられことは、大きかったと思います。

SDGsは継続的な取り組みが重要。今後も定期的な発信を続けたい

当社は、SDGsに関する取り組みを整理し、SDGs宣言のページを完成させたことで、最初の一步を踏み出しました。しかし、SDGsは継続が大切だということを感じており、グリーゼのメールマガジン「SDGs最新ニュース」なども活用し、勉強を続けています。

現在のところ、メールマガジンやSNSを通じた発信は行っているものの、それでは弱いと考えています。SDGsウォッシュなどと揶揄されないよう継続的な取り組みと、その発信が大きな課題です。

当社は女性の雇用推進など、自社サービス以外のSDGsの取り組みも多く、発信する材料は多数あります。それら

をブログにするなど、具体的な取り組みを1つ1つコンテンツ化しようとしています。自社のマンパワーだけでは限界があるので、今後もグリーゼに協力してもらいながら取り組みを進めていきたいと考えています。

企業概要

社名	株式会社タクト TACT CO.,Ltd
設立	1988年11月
代表者	代表取締役社長 椿 紀元
所在地	〒373-0813 群馬県太田市内ヶ島町913-4
電話番号	0276-40-1112
事業内容	ホルティカル事業部 天然有機肥料・活性液・土 バイオゴールドの企画開発・販売 インダストリアル事業部 除塵粘着布 クリンフ・工業用特殊製品等の企画開発・製作・販売
企業サイト	https://biogold-pro.com/ https://biogold.co.jp/



SDGsに関することは、グリーゼにお任せください。

SDGsを推進していきたいが、
どう進めたらいいかわからない

費用対効果の問題もあり、
社内の合意が得られない

「SDGs推進への取り組みと
情報発信」の両方を推進
したいが、やり方がわからない

こんな悩みをお持ちのご担当者様は、
下記の問い合わせまで、お気軽にご相談ください。

お問い合わせはこちら

☎ 03-5201-3033

Gliese グリーゼ公式サイト

株式会社グリーゼ 公式サイト
<https://gliese.co.jp/>

コンテンツマーケティングの成功法則!

コンテンツマーケティングの成功法則!
<https://gliese.co.jp/success/>

🌱 SDGs message collection

SDGs message collection
<https://gliese.co.jp/sdgs/>

Gliese 株式会社グリーゼ

〒103-0027 東京都中央区日本橋3-2-14 日本橋KNビル4階 TEL:03-5201-3033
公式サイト:<https://www.gliese.co.jp/>