

# 九州エリアSDGs推進に向けた施策検討

---

## < 流通SDGs発信プログラム分科会 >

## ① SDGsに本気で取り組む企業がまだまだ少ない

コロナによるライフスタイル変化で、SDGsの認知度や環境への意識は大きく向上。企業の関心も高まる一方、「SDGs＝一部の大企業に取り組むもの」という意識も強く、本気で取り組みを検討する九州の企業は少ない状況。

## ② 取り組み意欲があってもできない環境

意欲はあるが、SDGs達成に必要な人的リソースや予算が確保できない状況が多く存在。また、担当者が意欲的でも、経営者の理解が得られないことも。

中小企業が多い九州エリア（地方）特有の課題も多くみられる。

《九州エリア “進まない” 3 ステップ》



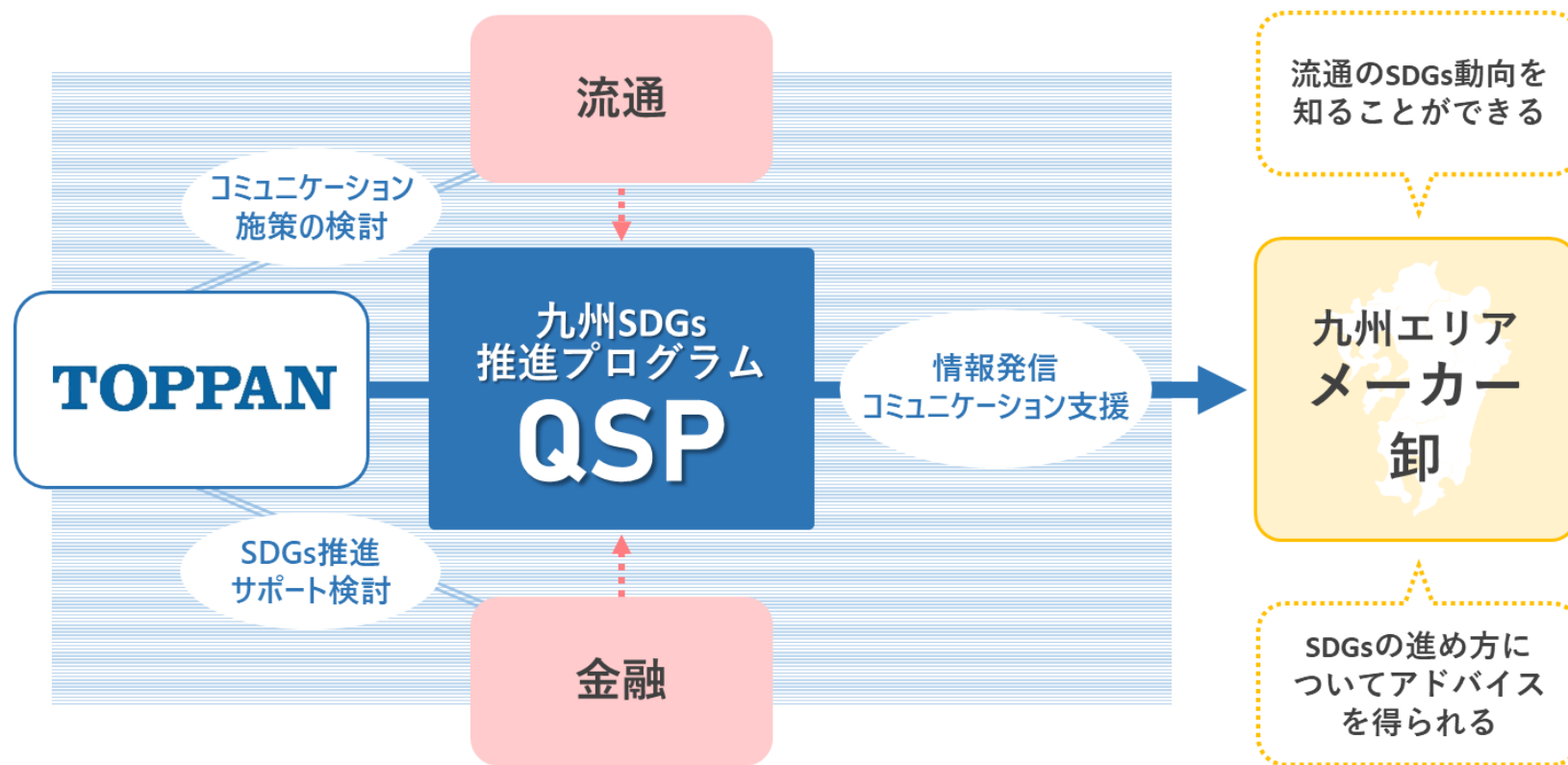
現状のリスク

- 消費者へのSDGs浸透が進むと、**取り組みのない企業の商品売上に影響**が出る。（配荷含む）
- 地場企業のSDGs取り組み遅延は、九州エリアの産業全体にも、**大きな打撃**となる。

九州エリア全体でSDGsを加速させる取り組みが必要

九州エリアの活性化に向けて凸版主導でメーカー・卸向けのSDGs推進スキームを構築

# 九州SDGs推進プログラム〈QSP〉



## ●実施内容（予定）

### ① 勉強会実施

メーカーに対し、流通のSDGs活動の情報を発信する。  
※九州SDGs推進フォーラム分科会の立ち上げ（P4）

### ② コミュニケーション施策支援

メーカーのサステナブル商品を発信する場を流通と協業してつくる。（売り場・HP・販促施策など）

### ③ サステナブル商品開発

凸版・流通の他、メーカーや原材料の生産者等と協業でサステナブルな商品開発～販売を実施。

### ④ SDGs推進方法の紹介

SDGsに取り組む意欲のある企業に対し、実施方法やパートナーの紹介などを実施し、推進を支援する。

九州経済産業局の運営する「九州SDGs経営推進フォーラム 分科会」を凸版印刷が立ち上げ、前述のプログラム実施内容「①勉強会実施」を、分科会活動として実施する。

## 分科会設立の意義

- ✓ 公的機関との連携促進
- ✓ 既存取引先以外への周知（フォーラム会員への発信）
- ✓ プログラム活動のPRとして波及効果が見込める
- ✓ SDGsを軸としたパートナーシップ促進、イノベーション加速

## 九州SDGs推進プログラム〈QSP〉

### ① 勉強会実施

※分科会活動として実施

### ② コミュニケーション 施策支援

### ③ サステナブル 商品開発

### ④ SDGs推進方法 の紹介

## ●分科会詳細（九州経済産業局への提出内容）

1. 分科会の名称	流通SDGs発信プログラム
2. メンバー（所属・氏名）※全員分	凸版印刷 他 ※立ち上げ後メンバー募集予定（流通企業に限る）
3. 代表者	凸版印刷株式会社 九州事業部
4. 分科会の目的	2030年に向けて加速する流通業のSDGs活動を伝えることで、これまでSDGsに取り組めていない地場企業（メーカー）に対し、その重要性や進むべき方向性を共有する。それにより、九州エリアのSDGs促進加速のきっかけをつくる。
5. 目指したいゴール	●賛同できる流通企業をメンバーとして追加。 目標：10社（九州エリア内） ●メーカー向け勉強会を年度内に3回実施
6. 関連するSDGs目標	11、12、17

主催→ メーカー各社  
SDGsへの意識醸成

〈メーカー向け勉強会〉10年後お客様に商品を届けるために。  
流通戦略から考えるメーカーが今すべきこと

## TALK 1

メーカーに求められる  
SDGs戦略

- SDGsの概要、加速要因 他
- 流通大手の取り組みについて  
(イオン、セブン&アイ、イズミ)
- メーカーに求められること
- SDGs推進企業に対する評価  
(認証制度、補助金 等)

〈登壇〉 凸版印刷  
(九州経済産業局)

## TALK 2

1企業、1人の一歩が  
九州を変える

- 金融業界から見たメーカーのSDGs
- 今後必要になる取り組み
- SDGsに関するサポートメニュー

〈登壇〉 金融機関

## TALK 3

次の未来へ  
私たちができること

- イオン九州の現在取り組み紹介
- SDGs専門部署の立ち上げと背景
- イオングループの動き
- 今後目指すこと

〈登壇候補〉 イオン九州 他

主催

流通SDGs発信プログラム  
by **TOPPAN**

協力企業

**AEON**  
イオン九州

小売り・流通

金融機関

②流通→消費者へSDGsを届ける

消費者の生活導線にある流通店舗でコミュニケーション施策を検討。売り場作り～プロモーションまで、さまざまな媒体を活用し、流通・メーカーのSDGs取組を発信。流通数社の施策を共通ビジュアルで展開し、浸透を図る。



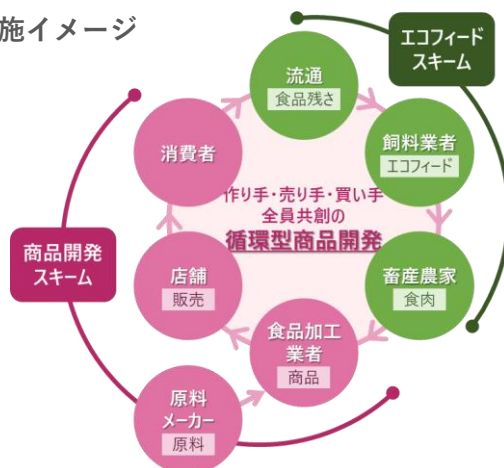
キービジュアルを元に各メディア展開

- 売り場 認証マークのコーナー設置。サステナブルを謳ったPOPなど。
- チラシ ●サイト ●アプリ ●サイネージ ●プロモーション 他

③各社協業による商品の開発

メーカー主導で行っていた商品開発を、流通や生産者、凸版印刷が協業することで、新たなサステナブル（循環型）商品の開発に取り組む。各社の強みを生かしながら、複数社で展開可能なスキーム構築を目標とする。

●実施イメージ



《フェーズ1》1年～  
地域連携型・  
商品開発スキームの構築

流通従業員と、地元メーカー（加工業者や調味料メーカーなど）がレシピを共同で開発し消費者アンケートによって商品化を進める企画。フェーズ1ではスキーム構築を実施。

《フェーズ2》3年～  
エコフィード含めた  
全体スキームの構築

店舗で出る食品残さを飼料化し、エコフィードとして畜産農家の資料として活用するスキームを構築。フェーズ1の商品開発含めて、循環型の商品開発～販売を実現する。

凸版・金融→メーカー  
SDGs取組アドバイス

SDGs推進のサポートとして凸版印刷や金融機関のソリューションを活用。実施意欲が高い企業（メーカー・卸）へ、進めるためのアドバイスを行う。必要に応じて、サポートメニューを提供する。

—SDGsに取り組むための5つのステップ—

STEP 01

SDGsを理解する

企業活動にとって、SDGsがもたらす機会と責任を、役員、社員が理解する

- SDGsとは何か
- いかに関業がSDGsを有効活用できるか
- SDGsの基盤として取り入れるべき国際規範

STEP 02

QSPではサポートメニューや支援企業の紹介を行う。  
実働に関しては、凸版・金融機関ともに  
各社が独自の受注領域として活動を実施。

優先課題を特定し、優先課題の所在を明らかにする

- バリューチェーンにSDGsをマッピングし影響領域を特定
- 指標を選択し、データを収集
- 優先課題を決定

STEP 03

具体的な計画と目標の付きの目標を設定する

- 目標範囲を設定し、KPIを選択
- 意欲的な目標を設定
- SDGsへのコミットメントを策定

STEP 04

事業に統合し、目標をあらゆる部門に組み込む

- 目標を定着させる
- 全ての部門に持続可能性を組み込む
- パートナースhipに取り組む

STEP 05

報告とコミュニケーションを行う

SDGsに関する進捗状況を定期的に報告しコミュニケーションを行う

- 効果的な報告とコミュニケーションを行う
- SDGs達成度についてコミュニケーションを行う



トッパンが目指すこと

▶ 流通業をハブとした九州メーカーのSDGs加速を仕組化。

