

株式会社アーバンリサーチの SDGs への取り組み

事業支援本部経営企画部 萩原 執行役員、経営企画課 畑口

自社 HP に SDGs のことをはじめて掲載したのは 2018 年 9 月です。それまでは特に SDGs を意識せず、社会課題の解決を目的とした取り組みを実施してまいりました。特に、大きな取り組みを始めたのは 2011 年の東日本大震災後。東北コットンプロジェクトと称して、現場社員が発起人となり津波により稲作が困難になった農地で綿(コットン)を生産し、長期視点の被災地復興を目的に取り組んできました。その他にも Green Down Project にいち早く参画し、羽毛製品の回収とリサイクルされた羽毛での商品企画に積極的に取り組むなど、SDGs 宣言前からサステナブルな社会実現に向けた取り組みを様々に実施してきました。こうした取り組みを進める中で、SDGs について詳しく知る機会があり、弊社が取り組んでいたのはまさにこれだ！と共感。その後、社内で協議し「全社的に SDGs に取り組んでいこう。まずは方向性を決めて、そこに向かって進もう」という方針が決まりました。

★現場の課題を肌で実感し、「変えたい、挑戦したい」というモチベーションが生まれやすい風土が、社内の SDGs 事業開発にマッチしています。弊社は経営層である社長も一般社員と同じフロアにいて、社内意見・アイデアが発言しやすく、上司に伝わりやすい環境です。また社内は女性が多く、管理職にも女性が多く登用されています。自分たちのできる範囲でできることをやり、無理なく真摯に仕事に取り組める気風が社内全体での新しい事業挑戦意識を高めています。SDGs を事業として捉えて実施してきたのではなく、本質的にやりたいと思い、実施してきた事業がたまたま SDGs だったということです。

★結果(売り上げ)がついてこないと持続可能なプロジェクトにはなりません。例えば上述の Green Down Project で生まれた「持続可能性」という新たな商品価値について、正直どの程度お客様に理解されているかは疑問です。その取り組み自体に対するお客様の賛同もありますが、それに関係なく売り上げられるよう服本来に求められる機能性やデザイン性を備えた商品を提案しています。「カッコよさ」で選んでもらいたいから、グリーンダウンを前面に打ち出さなくてもいい、着用して気がつけば SDGs に貢献しているということでも良い、という議論も社内であったくらいです。最近ではグリーンダウンを使用した製品のデザインコンペを学生向けに実施しており、ファッションでもこういう考えを取り込むことができる、というメッセージを込めています。

★SDGs 事業において、商品誕生のストーリーとその社会的価値をしっかりと作り上げることで、社員の熱意や誇りが生まれます。例えば京都工芸繊維大学の研究グループ「Colour Recycle Network」が、色合いが似ている廃棄繊維同士を再利用し、それらを合わせて新素材のシートを生成する技術「Colour Recycle System」を開発しました。この技術を活かした商品企画をするため、NPO 法人くらしづくりネットワーク北芝様とアーバンリサーチが時間をかけてデザインや縫製方法などについて意見交換をしました。その結果、多用途収納バッグ (MULTIPURPOSE BAG) をサステナブル商品第一弾として販売し、商品の縫製～仕上げ作業を北芝様に生産委託することで、どこかに雇用されて、決められた時間仕事をする、という働き方が合わない方々 (小さいお子さんがいる女性や体力にあまり自信のない高齢の方など) の働く機会を生み出しました。このストーリーが自然と店頭販売スタッフの熱意や誇りになり、しっかりとコンセプトを理解したうえで展示、商品説明ができ、結果売り上げも好調です。今後もデザインの「カッコよさ」を追求し、「ストーリー」をもたせ、事業の本質において持続可能となるよう、様々なネットワークの中での事業の「仕組み」を創り出してまいります。