

SDGs 達成に向けた取組み

社内 SDGs 推進プロジェクト「STEP2030」活動の深化



目的・背景

令和 3 年に発足したプロジェクトの活動の深化と社内外への波及効果について、2 年目には一人一人がテーマを持ち活動を継続。3 年目となる令和 5 年は新入社員 3 名を含め、立ち上げメンバーが新たな課題解決の支援をし、自身の業務への展開など自立型のプロジェクトとして運用されています。

具体的な取組内容

令和 4 年に設定した取組みテーマ（1 人 1 テーマ・5 名）に対し、成果を社内イベントでプレゼンテーションし、プロジェクトの認知向上と事業での展開をしました。

①社内掲示（コラム型）の運営・制作

令和 5 年 1 月～ 運用・制作方法の見直し・新規テーマ設定・意見収集・掲示継続中

②ビーチクリーンへの参画

令和 5 年 10 月 JT 様・愛媛県様他

③ SNS 運用・情報発信

令和 4 年 5 月～ 採用 Instagram アカウントにて情報発信（フォロワー数 70 → 現在 440）

令和 5 年 2 月 EV 車導入

令和 5 年 3 月 松山工場の取組み周知看板設置（来訪者・地域の方への発信）

令和 5 年 10 月・11 月・12 月

高校生向け企業説明会・フィールドスタディ

④自社サービス紹介ツール作成

⑤ STEP2030 キャラクター制作

令和 5 年 4 月公開

成果

- ①各ゴールに対する知識や自社の取組みの理解に貢献しました。
- ②自社が継続している「プチ美化運動」等への参画意識を高めたうえで、新たな取組みとして個人レベルでの参加意欲は高まりました。
- ③フォロワー数の増加（当初 200）を目標値としてあげ、1 年半で開始当初 70 → 440 へと増加。投稿スキルを新入社員教育や社内事例として活用しました。
- ④自社のサービスの情報整理を行いました。令和 5 年度は環境保護印刷に特化した理解支援ツール「SAKAWA Print Index」の制作を新入社員のテーマとして選定し、完成させました。新入社員には製品制作過程の教育、立ち上げメンバーにはアドバイザーとして教育の場として活用しています。
- ⑤公式キャラクターの制作
SNS でカウントダウンを行う、入社式という全員が集まる場を活用して告知を行うなど、自社の事業に沿った展開を行いました。



松山工場の取組み周知看板と STEP2030 メンバー



Instagram アカウントにて情報発信



カーボンニュートラル啓発番組出演（ECCCA WEB MAGAZINE）

担当者の思い

次世代を担う若手社員が「ジブンゴト」として SDGs を捉え、課題解決を行うことを主軸に取り組んできた活動ですが、社内では SDGs のことなら STEP2030 に相談してみようとか、意見を聞いてみようといった声が寄せられます。また、社外からも啓発活動への参画のお声がけをいただくことが増え、メンバーひとりひとりの成長の機会にもなっています。
（経営管理部 次長 加納 飛鳥）