

中小企業における経営メリット



KAWASAKI
SDGs

川崎市は持続可能な開発目標 (SDGs) を支援しています。

経営が変わる、社員が変わる

やってみよう

SDGs 経営導入 ガイド

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOALS

CONTENTS

中小企業のためのSDGs経営.....P1

企業事例紹介

① 株式会社高喜商店.....P3

② おつけもの慶(運営会社・有限会社グリーンフーズあつみ).....P4

③ 日東亜鉛株式会社.....P5

ESGファイナンスモデル事業.....P6

川崎市のSDGsの取組.....P7

本ガイドは
HPからも
ご覧になれます



中小企業のためのSDGs経営

中小企業がなぜSDGsに取り組むのか？
SDGsを意識しない経営では、
生き残れない時代



中小企業にとってのリスク

中小企業にとって最大の「**リスク**」とは何でしょうか？それは、顧客から「**注文が減る**」、顧客が「**購入しなくなる**」ことではないでしょうか。取引先の要請に適合できないとそのリスクが広がり、今後の事業継続にも大きく影響する可能性があるため、注意を払わなければなりません。

取引先に対する要請

昨今、「ESG投資」（環境・社会・企業統治といった非財務情報を考慮した投資）で注目を浴びている脱炭素

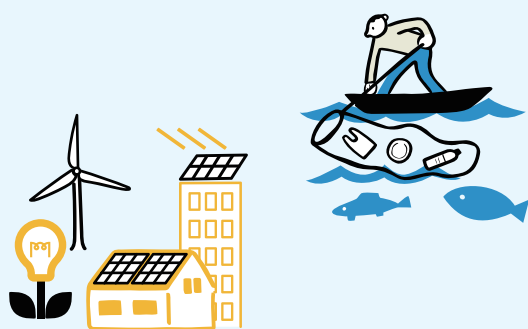
（ゴール13）。2022年4月より東証プライム市場上場企業は、CO₂排出量を含む気候変動関連の情報開示が求められています。大手自動車メーカーでは、**サプライチェーン全体における脱炭素化**を進めており、主要な取引先に対してCO₂排出量削減を要請しています。今後、「脱炭素への取組度合い」が大手自動車メーカーの取引先選定の重要な基準になっていくと考えられます。

例えば、ホンダは2025年度から主要部品メーカーに対しCO₂排出量を2019年度比で毎年4%ずつ減らし2050年に実質ゼロにするよう要請

しています。トヨタや日産でも取引先に対して脱炭素の呼びかけを強化しており、取引先の“選別”にもつながりかねない状況となっています。

SDGsへの対応要請

大手企業等の取引先によるサプライチェーンの強化に向けた要請は、「脱炭素」のみならず、「人権問題」、「循環経済」、「ジェンダー」及び「脱プラスチック」など、多岐にわたっており、中小企業が事業を継続していくためにSDGsへの対応が迫られています。



中小企業がSDGsに
どう向き合うべきか、
SDGsは「**混迷の時代の羅針盤**」

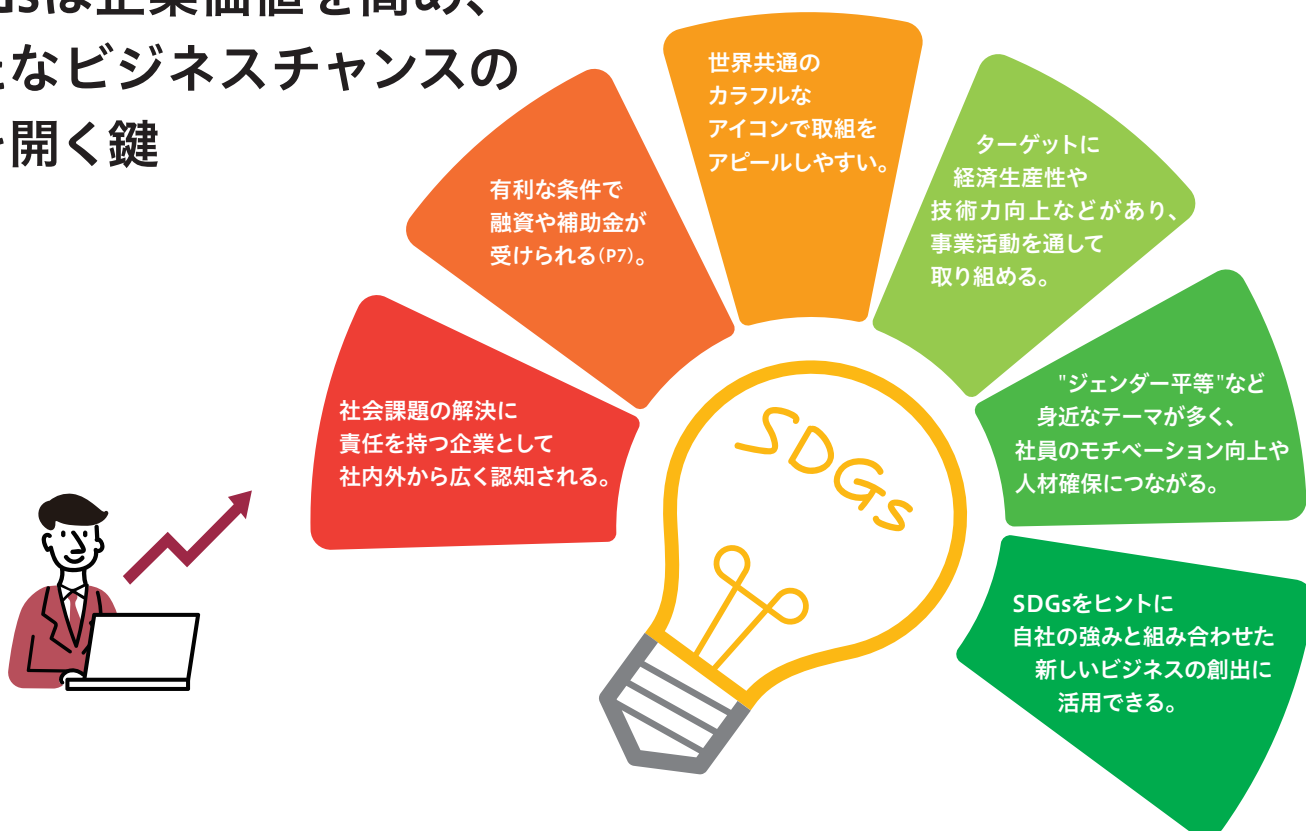
“SDGsは顧客の要請で取り組まざるを得ない”と形ばかりの対応、消極的なスタンスであれば「SDGsが事業活動のお荷物」になりかねません。むしろ、**SDGsは、能動的に経営に活用すべきもの**で、取組によっては経営強化につながるものです。例えば、「社会課題とは、いわば顧客の先行ニー

ズ」と考え方をプラス面に転換することで、社会課題を先取り、解決する企業が出てきています。つまり、**中小企業も“SDGsの先取り”**で、サプライチェーンの中で事業活動を有利に展開する、企業成長の機会になります。また最近、中小企業のHPに「SDGs宣言」を目にすることが多くなりまし

た。その背景として、中小企業のメインバンクが、ESG投資の観点からSDGsに熱心な企業に積極的に融資する取組（P6）があり、地域企業に働きかけを強めています。

先が見通せない時代、SDGsが中小企業の経営の羅針盤となることが期待されています。

SDGsは企業価値を高め、 新たなビジネスチャンスの 扉を開く鍵



中小企業向け“シンプル&コンパクト”SDGs導入ステップ

SDGsの重要性が分かったら、すぐに取り組み、しかも外部からも評価される「中小企業向けSDGs導入ステップ」をご紹介します。また、P3-P5のすでにSDGsを実践している企業の事例も参考にしてください。SDGsは特別なものではなく、日々の改善活動のように身近に感じるはずです。

- Step 1** 経営者が「SDGs宣言」を表明し、「どんな2030年を実現したいか」、そのために「SDGsのどのゴール(又は社会課題)に取り組みたいか」を示すことから始まります。最初は社内向けの宣言で十分です。
- Step 2** SDGsの「社内勉強会」を行います。ポイントは、自社の事業活動に関係がありそうなゴールやターゲットに絞ることです。最初から全てのゴールやターゲットを学ぶ必要はありません。
- Step 3** 社内で集まって、自社の事業や製品又はサービスがどのSDGsのゴールやターゲットに紐づくかをマッピングします。宣言に含まれないゴールやターゲットに言及しても問題ありません。事業活動を通してSDGs達成に貢献することが狙いだからです。難しく感じたら専門家の助言(P7)を仰ぐことも考えられます。
- Step 4~7** ステップ4では、アピール度が高く、かつ活動が散漫にならぬよう、取り組むゴールを絞ります。ステップ5では、絞ったゴール(社会課題)の解決に紐づく自社事業や製品を明確にします。自然体の事業活動が結果的にSDGs達成に貢献できるという点で、中小企業にとってこのステップが最も重要です。ステップ6で、その結果をHPに掲載することで、社内の意識の醸成と社外へのPRに活用しましょう。最後のステップ7では、定期的な会議の場等で一連の活動の好影響を話し合い、みんなで共有しましょう。話し合いにより、今まで気づかなかった顧客の潜在ニーズが見えたとの声も聞かれています。

中小企業向けSDGs導入 7ステップ

- 1 経営者によるSDGs宣言表明 ★★
- 2 SDGsの勉強会実施 ★
- 3 SDGsと事業/製品との紐づけ作業 ★★
- 4 企業として取り組むゴールの決定 ★
- 5 関連する事業/製品の取組計画決定 ★★★
- 6 HPに関連ゴールのアイコンを掲示 ★
- 7 定期的に事業への好影響を話し合う ★

各ステップの取組の難度を★の数で表します。

- ★ 自社の独自判断で実施が可能
- ★★ 他社事例等を参考にした社内での検討が必要
- ★★★ 具体的な目標達成に向けた体制づくりが必要



株式会社高喜商店

海苔とともに120年 SDGsによる新たなつながりで 海苔の普及に向けた新商品を開発



株式会社高喜商店

創業:1901年(明治34年)

所在地:川崎市中原区木月4-3-5

事業内容:海苔の卸売、
自社製造と小売

代表取締役:高田 久

従業員数:8名



創業明治34年、海苔の卸売と自社製造と小売で120年以上の歴史を誇ります。「納得のいく商品しか作らない」をモットーに、安心・安全を心掛け、原料仕入れ、加工・卸・販売までの全ての工程を自社で行う「自社製造一括管理」を実現しております。



フレーバー海苔
『香辛子海苔』

認識した経営上の課題

海藻である海苔は、海を取り巻く自然環境の変化に敏感で、近年、地球温暖化による海水温上昇などの海洋環境の悪化によって、養殖期間が短くなるなど、さまざまな影響を受けています(課題:海苔の安定仕入・供給)。そのため、高喜商店は次の120年を見据えて事業を持続させるために、「海を取り巻く自然環境保護に向けた行動」を積極的に起こしています。海苔を巡る社会環境についても、生産者や卸売業者の減少や、食生活の変化により海苔を食べる機会が減りつつある状況です(課題:生産者減少・事業承継)。そこで、「本物の海苔」を扱う海苔製造元として、「海苔の魅力を活かした新商品の開発」に取り組んでいます。

「認識した経営上の課題」からSDGsを活用して 「取り組んだ内容」と「取り組んだ効果」

「海を取り巻く自然環境保護に向けた行動」については、海洋ごみ軽減の啓蒙活動を実施、海洋ごみを減らすための様々な活動を展開しています。リサイクル可能なアルミ缶と入替用の紙パッケージなどを取り入れ、環境負荷低減活動に直結した仕掛けで購買意欲を高めてもらう仕組みを実現しました。また、海苔の製造における食品ロスの削減にも取り組み、仕入れた海苔原料について製造時に生じる海苔の切れ端を販売したり、粉を他社製品の原料にするなど、製造工程における原料のロス率0%を達成することが出来ました。「海苔の魅力を活かした新商品の開発」では、環境に配慮するとともに、海苔の魅力を広く知ってもらうため、他産業連携でフレーバー海苔『香辛子海苔』を開発しました。市内2事業者との協同で実現したもので、パッケージの絵はアート活動を通して知的障がいのある人たちを支援するstudio FLATが制作しました。購入後は缶から取り外し、しおりやメッセージカードとしても再利用できます。売上の一部を制作側に還元しており、持続可能な社会を実現させるプロジェクトにもなっています。発売後、テレビなどのメディアで広く紹介され、年間販売予定数量が4カ月で売り切れました。生産体制を強化し、今後は看板商品のひとつになることを期待しています。

取り組んだ経験からアドバイス

まずは身近なところからSDGsに取り組み、その内容を発信することが大切です。周囲に知ってもらうことでSDGsをキーワードにしたり、同じベクトルを持った仲間と出会い、いろいろなつながりが持てるでしょう。小さな組織ではできることに限りがありますが、仲間が増えることで、自分たちのビジネスにおいてさまざまな可能性が広がっていくはずです。この仲間づくりで「かわさきSDGsゴールパートナー(P7)」が大いに役立っています。

産業振興財団(P7)の紹介で
異業種の仲間とつながり
新たな商品開発が
できました!



代表(五代目) 高田 久(右)、
情報発信を担当 高田 保(左)



おつけもの慶 (運営会社・有限会社グリーンフーズあつみ)

できることから“やってみる” キムチづくりを通して食文化を発信 地域社会との共生を目指す



おつけもの慶
(運営会社・有限会社グリーンフーズあつみ)

創業: 1987年(昭和62年)

所在地: 川崎市川崎区大島3-35-7

事業内容: キムチ・漬物の製造販売、
青果の卸・販売

代表取締役: 渥美 和幸 従業員数: 39名



繰り返し使えるキムチ専用容器「K-pot」

「川崎発のキムチ」にこだわり、キムチ専門店「おつけもの慶」を運営。「食を通じて家族が笑顔になる時間の創造」をミッションとして、自分たちの商いをベースに、地元に根ざしたキムチの食文化を盛り上げる、さまざまな仕掛けを展開しています。

認識した経営上の課題

キムチなどの漬物をつくる際、原料である野菜の端材が100kg単位で発生、販売商品の容器も相当量が使いついて捨てられています(課題: 食品ロス・販売容器使い捨て)。そこで「**循環型社会の視点で見直し**」を図り、環境負荷を減らす改善策を実行しています。また、原料で地元農産物を広く使い地域農業の大切さに着目し(課題: 地産地消)、「**珍しい地元食材を活用**」した商品の販売を促進しています。幅広い人材採用や従業員教育も重視しており(課題: 地域社会共生・人材育成)、「**地域に根付く企業としての社会活動**」を実施。関連事業者が減少するキムチづくりの食文化を守るため(課題: 食文化伝承)、様々な形で「**食文化の発信**」に取り組んでいます。

「認識した経営上の課題」からSDGsを活用して 「取り組んだ内容」と「取り組んだ効果」

「**循環型社会の視点で見直し**」では、野菜の端材を動物園へ無償で送るなど二次利用を進めて食品ロスを削減しました。また、販売時のプラ容器やPP袋では使い捨て包材を、再生可能なバイオマス素材や植物原料由来資材に転換し、その結果、プラ容器使用量を85%削減しました。さらに、地元のものづくりユニット・タカツクラフトの技術協力で特製キムチポット(非売品)を開発した他、再利用できるキムチ専用容器「K-pot」(右上写真)を販売し、新たな顧客獲得につながっています。「**珍しい地元食材を活用**」では、多摩区の伝統野菜・のらぼう菜や、麻生区の防空壕で栽培されている防空壕きくらげを使ったキムチを新発売、テレビで紹介され人気を博しました。「**地域に根付く企業としての社会活動**」としては、地域6ヶ所の障がい者・就労支援センターに商品の封入関連作業を委託し、社内業務の軽減と地域社会との共生を推進しています。また、外国籍人材を広く受け入れ、個々の能力を発揮できる職場環境を提供し、人材の確保・育成につなげています。「**食文化の発信**」では、工場見学やキムチづくり体験ワークショップを通じた地域交流や、地域貢献のための地元高校生インターシップを実施しています。キムチに関連する様々な活動を通して、川崎の食文化を守りつつ、さらに広めていく商いを推し進めています。

取り組んだ経験からアドバイス

今までやってきたことがSDGsに当てはまり、「かわさきSDGs大賞2022」の受賞を機に発信の機会が増えました。「何か、SDGsで新しいことをやろう」とするのではなく、「今、やっている仕事」をSDGsの視点で見えてみるのが重要で、「できることから“やってみる”」のがお勧めです。その際、大切なことは、ちょっとしたアイデアや工夫。日々の仕事や現場から出てくるもので、職場の雰囲気作りも大切だと思います。



SDGsで経費削減 & 売上げアップ!
早く取り組むことを
オススメします。

社長 渥美 和幸(中)、
取締役 渥美 朱美(右)、
プロジェクトマネージャー
伊藤 泰介(左)

日東亜鉛株式会社

めっき加工の環境対応を情報発信 組織全体の意識・職場環境が向上し お客様満足度のアップを期待



環境にやさしく、お客様にも感謝される製品づくりに取り組んでいます。



日東亜鉛株式会社

創業:1959年(昭和34年)
所在地:川崎市川崎区水江町 4-3
事業内容:鋼管や各種構造物の
溶融亜鉛めっき加工
代表取締役:本野 晃司
従業員数:124名



溶融亜鉛めっき加工の専門メーカーで生産量は東日本トップクラス。めっき加工技術だけでなく、さまざまな付帯作業や配送まで、全てのサービスをワンストップで行う実力が認知されており、新幹線やスカイツリーでも日東亜鉛の技術が使われています。

認識した経営上の課題

めっき加工業における環境負荷を低減させるため(課題:本業の環境影響)、溶融亜鉛めっき技術による「**環境負荷低減のための技術関連の課題解決**」に取り組んでいます。また、地域企業として、自社の取組に関する情報発信を重視し、(課題:地域社会の理解、共生)、「**自社情報の公開・発信**」につながる活動を展開することで、イメージアップも含め企業としての信頼度の向上につなげています。その際、重要になってくるのが従業員一人ひとりの存在です(課題:人材の採用・成長)。そこで、現場がいきいきと働きがいを持って長く勤められるような「**職場環境の整備・改善**」の推進でも、SDGsを活用しています。

「認識した経営上の課題」からSDGsを活用して 「取り組んだ内容」と「取り組んだ効果」

「**環境負荷低減のための技術関連の課題解決**」では、優れた防食性能は保持しつつ、人や環境に配慮した溶融亜鉛めっき技術「ピュアZ」を開発し、環境負荷物質を低減した製品を製造しています。「**自社情報の公開・発信**」の活動では、工場見学会を積極的に行っており、めっき加工業への理解と環境全般に関する問題意識の啓発を行っています。SNSやHPなどインターネットを使った情報の公開・発信にも力を入れており、企業としてのイメージアップと同時に従業員の意識の変化にもつながっています。「**職場環境の整備・改善**」では、健康経営を掲げ、日本健康会議「健康経営優良法人」に認定、日本次世代企業普及機構による「ホワイト企業認定・ブロンズランク」も取得しています。人材の能力開発・育成の仕組みでは、クレーンやフォークリフトなど各種免許の取得支援制度を導入しています。多様な人材の活用としては、外国人技能実習生にめっき加工業の技能習得に加え、日本文化を学ぶ機会も作っています。整理・整頓・清潔・清掃・しつけ・作法の6S活動をはじめとしたさまざまな取組にSDGsというグローバルな物差しを使うことで、今まで以上に社内の環境整備・改善が実現しています。情報の公開・発信による意識の変化も含め、組織全体において意識改革が進み、経営にも好影響(11期連続黒字)を与えています。

取り組んだ経験からアドバイス

SDGsによるさまざまな取組は、企業イメージを変え、従業員の仕事へのモチベーションアップにつながります。インターネットや工場見学を通して、自分たちがやっている取組について広く情報発信することは、社会とのコミュニケーションです。SDGsの取組は、まさに企業にとって何よりも大切な、働き甲斐を持てる職場作りに直結しています。

6S活動がSDGsにつながってます。
SNSのフォロワーも増えてます!



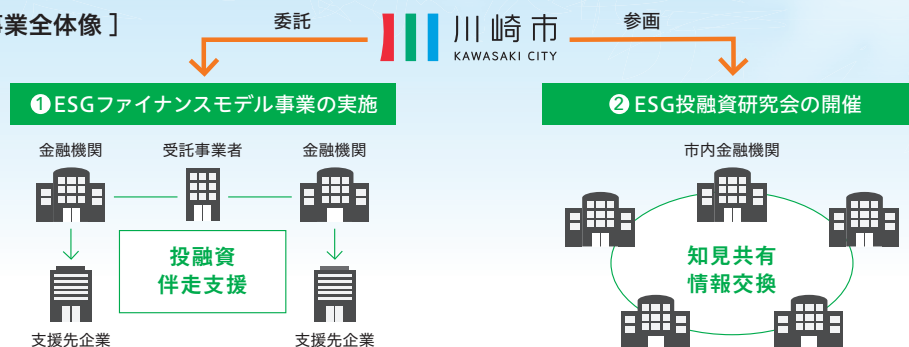
代表取締役社長 本野 晃司(中)、取締役・川崎工場長 久富 哲(右)、
取締役・管理本部長 杉山 茂(左)

ESGファイナンスモデル事業

E 環境・S 社会・G 企業統治 の社会的インパクト(貢献度)を定量的に評価

大手企業が続々とサプライチェーン全体で脱炭素化に取り組むと宣言しており、中小企業もその取引先として選別される等の影響が出始めていることから、ESGに配慮した経営の重要性がますます大きくなってきています。そこで本市では、中小企業の皆様にESGを考慮した経営の意義や必要性を認識いただき、普及促進されることを期待し、環境分野などのSDGsに資する事業に取り組む2社をモデル企業として、地域金融機関と連携しながら、ESG要素を含む金融（ESGファイナンス）の活用が安定的な企業経営や企業価値向上につながるよう支援し、外部機関による評価など事業の効果検証を行います。また、市内金融機関を対象とした「ESG投融資研究会」を通じた知見共有や情報交換により、市内中小企業の皆様にESG経営の必要性を身近に感じてもらい、積極的なESGファイナンスの活用が広がっていくよう取り組んでいます。

〔事業全体像〕



モデル企業の取組

✿ 岡村建興 株式会社

低炭素コンクリートの製造及び
それを活用した製品の開発



業種：土木工事業及びプレキャストコンクリート製品製造業
所在地：川崎区 設立：1947年(昭和22年)
代表者：代表取締役 岡村 清孝 従業員数：133名
連携金融機関：川崎信用金庫

課題

生コン車で工事現場に運ばれたものの使用されずに戻される「戻りコンクリート」の発生が、CO₂排出量削減の観点から課題

取組

戻りコンクリート等を原料にすることで廃棄物削減等の環境に配慮したプレキャストコンクリート製品を製造



プレキャストコンクリート製品例

社会的インパクトの創出

より低炭素なコンクリートの製造を実現し、そのビジネスモデルを確立することで社会的課題解決につなげる

代表者からのコメント

ESGファイナンスを受けるにあたり、非財務面であるSDGs・ESGの取組の集約やKPIの設定を通じて可視化することで、課題や方向性について整理ができ、大変意義深いものとなっています。



岡村建興株式会社
代表取締役社長 岡村 清孝

✿ 株式会社 協和商会

太陽光パネルリユース・
リサイクル事業



業種：産業廃棄物処理業
所在地：川崎区 設立：1958年(昭和33年)
代表者：代表取締役 小川 信彦 従業員数：35名
連携金融機関：横浜銀行

課題

固定価格買取制度(FIT制度)を契機に設置された太陽光パネルの不法投棄や廃棄処理に伴う有害物質の流出等が課題

取組

使用済太陽光パネルのリユース事業及びホットナイフを利用した環境負荷の低いリサイクル事業の実施



太陽光パネル

社会的インパクトの創出

太陽光パネルの循環経済モデルを確立することで、環境負荷削減を含めた社会課題解決へのインパクトを創出する

代表者からのコメント

ESGファイナンスによる社会的なインパクト創出に向けた今回の取組を通じて、安定的な企業経営や企業価値の向上につながるとともに、地域の活性化にも寄与していきたいと考えています。



株式会社協和商会
代表取締役社長 小川 信彦

川崎市のSDGsの取組



KAWASAKI
SDGs

川崎市は持続可能な開発目標 (SDGs) を支援しています。



川崎市SDGs登録・認証制度「かわさきSDGsパートナー」

パートナーになって、一緒にSDGsを推進しませんか？



- 川崎市SDGsプラットフォームへの参加
- かわさきSDGsポータルサイトや各種広報媒体での活動情報の発信
- 市融資制度「SDGs取組支援融資」による信用保証料補助(認証のみ)
- 市入札契約制度「主観評価項目制度」での加点(認証のみ)
- モデル事業創出のための補助金制度への応募(要件あり)

対象

川崎市内で事業活動をしている企業等
川崎市内で活動をしている団体等

登録

かわさきSDGs
パートナー

認証

かわさきSDGs
ゴールドパートナー

さらに上を目指す
企業、団体は
認証にチャレンジ!

川崎市SDGsプラットフォーム

「かわさきSDGsパートナー」を対象に、取組支援やネットワーク化による実践事例の共有などを行っています。メルマガ配信、セミナー開催、パートナー同士のマッチング支援、優良事例を表彰する「かわさきSDGs大賞」、事業者が連携して取り組む「分科会」の支援などを行っています。

かわさきSDGsポータルサイト

「かわさきSDGsパートナー」申請受付の他、取組の見える化や連携強化及び市民の行動変容を促進するためのポータルサイトを開設し、「かわさきSDGsパートナー」の活動や川崎市からのお知らせを発信しています。



総務企画局都市政策部 TEL: 044-200-0374



川崎市脱炭素化取組ガイドブック

経営上のお悩み、脱炭素で解決してみませんか？

経営上の課題の解決策となるような脱炭素の取組や、市内中小企業の取組事例、脱炭素に取り組む上で活用できる支援メニューを紹介しています。

● 経営上の課題の解決策として、脱炭素の取組を紹介

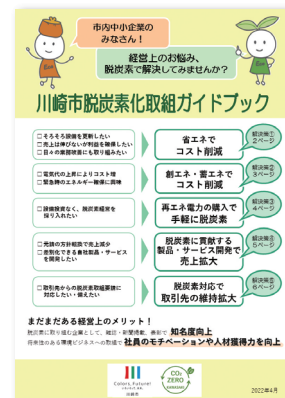
解決策

1. 省エネでコスト削減
2. 創エネ・蓄エネでコスト削減
3. 再エネ電力の購入で手軽に脱炭素
4. 脱炭素に貢献する製品・サービス開発で売上拡大
5. 脱炭素対応で取引先の維持拡大

● 取組事例紹介 — 市内中小企業3社の取組事例を紹介

● 支援メニュー一覧 — 脱炭素に取り組む上で活用できる支援メニューを紹介

環境局脱炭素戦略推進室 TEL: 044-200-2169



各支援メニューは
HPリンク集からも
ご確認いただけます



川崎市産業振興財団による経営相談

市内中小企業の様々な経営課題の解決を応援します！

川崎市産業振興財団では、窓口相談、出張キャラバンやワンデイ・コンサルティングなど、各分野の登録専門家が相談内容に対応する総合的な相談支援サービスを無料で行っています。さらに産学・産産マッチング、働き方改革・生産性向上支援コーディネート、知的財産交流会、資金調達支援など様々な支援サービスを提供しています。SDGs経営の導入についてもお気軽にご相談ください。

川崎市産業振興財団 中小企業サポートセンター TEL: 044-548-4159

詳しくは
HPにアクセス



ご相談・お問合せ

川崎市経済労働局イノベーション推進部 (発行 2023年3月)
TEL: 044-200-2335 E-mail: 28ecotech@city.kawasaki.jp