

# BRIDAL INDUSTRY

## ブライダル産業新聞

# NEWSPAPER

発行所: (株)ブライダル産業新聞社 〒104-0061東京都中央区銀座8-15-15 銀座原ビル4F  
TEL 03(6226)9577 FAX 03(6226)9578 発行人: 池田義信 年間購読料30,000円(消費税別)  
E-mail: info@bridalnews.co.jp

# APRIL

# 1

## 第1216号

# 目標達成の時期と数値を明確化

## 現時点での生ゴミ廃棄量を計測して基準値を得る



ブライダル業界においても、SDGsの取り組みが進んでいる。そもそもウエディングは華やかな世界である一方、何をすべきかを各社考察。教育やジェンダー平等、つかう責任など17あるゴールの中で、できることからスタートしている印象だ。今号ではSDGsの達成目標に繋がる各企業の取り組みを紹介。持続可能な社会を今後どう創っていくのか、ブライダル企業ならではの取り組みや事例をピックアップする。

### 『事務局』を社内に設置

SDGsの取り組みに積極的な姿勢を見せているのが、クレ・ドゥ・レーブ (神戸市中央区)だ。サステナブルな経営を支援する日本ノハム協会の指示のもと、昨年夏に『SDGs事務局』を社内に設置。17のゴールに基づく目標値や達成時期などをホームページで大々的に公開している。事務局長を務めるのは、同社取締役の椋木玲氏。

「結婚式というのは食材や働くスタッフなど、全てが整った状態で初めてプロデュースできるもの。今後もカップルにウエディングを提供していくことを考えた際、持続可能な社会に本気で向き合っていく必要性を感じました。熱帯雨林の保護団体に寄付をするなど、単発的な取り組みは各施設でこれまでも実施してきましたが、企業としてもっと本腰を入れて取り組むべきだと。事務局を設けた後、今年に入って本格的にスタートし



▲レストランで食材を活用するなどフードロス削減に会社全体で取り組む



▲女性管理職・男性の育休取得などによって働きがいの向上も目指す



ています。」(椋木氏)

積極的な活動推進のために、細かな目標を設置。そのうちの1つが食品ロスの削減で、『2026年12月までに廃棄物(生ゴミ袋)重量20%カット』を目指していく。このゴールに向けて3月末まで取り組んでいたのが、現時

## 男性の育児休暇取得事例もYouTubeを通じて紹介する

点での廃棄量の基準値のチェックだ。昨年末から計測をスタートし、残飯を秤に乗せて、何名の披露宴でどれくらいの量を廃棄したのかを、データ化することから着手した。

「そもそも現時点でどれくら

### クレ・ドゥ・レーブ

取締役

椋木 玲氏

いの廃棄があるのかを把握できておらず、その数値を得るところから開始。3年以内に20%の削減目標を掲げていますが、この数字は達成可能な目標なのか、基準値がなければ判断できません。高すぎるゴールということであれば目標値を変えるなど、今後データを基に検証していきます。」(椋木氏)

フードロスの問題はキッチンだけでなく、プランナーの理解も欠かせない。ウエディングの場合は列席者数が事前に分かる

ことから、仕入れの段階でのロスはほぼなし。着手すべきは調理後の廃棄で、どうしても量が増えやすいのはデザートビュッフェだ。特に、演出の多いパーティーで時間が押してしまうと、フードロスが増えるという結果になる。そのためには披露宴の進行を見直すなど、プランナーのスキルアップも欠かせなくなってくる。

### 月に1度のレポートも

SDGsに対する取り組みへの意識を高めるために、今後は月に1度『SDGsレポート』を広報部からホームページにアップする。第1弾の3月は、『地道にコツコツと！ゴミの計量』と題し、残飯の量を計測する様子を写真とともに紹介。スタッフ一人ひとりがSDGsを推進する当事者であることを、レポートを通じて伝えている。

また、ウエディングの際に切り落とした肉の部分や、レストランの煮込みメニューに使うなどの取り組みにも着手。『つかう責任』という観点から、生産者が手塩にかけて育てた食材を、あますことなく使用している。

生ゴミの廃棄だけでなく、デジタル名刺を活用し、今後は紙の利用も抑えていく。

「今年末までに、会社全体で紙の名刺使用率を、30%以下にする目標です。ビジネスの場であれば名刺は必要不可欠かと思いますが、この対象は主にプランナーの名刺を想定。SNSなどのツールを介してプランナーとカップルがやり取りすることも増えており、それであれば紙の名刺を渡す必要もないのではとの考えです。」(椋木氏)

### リモートワークも推進

ジェンダー平等や働きがいの向上にも積極的に取り組んでいる。女性管理職(マネージャークラス以上)は、昨年時点で31.6%。今後もこの数字を継続維持し、性別にかかわらず活躍できる環境を用意する。

また、男性の育休取得も推進していく。2023年は対象男女ともに全員取得しており、採用活動などを主な目的とした自社のYouTubeチャンネル『Workers Studio by クレ・ドゥ・レーブ』で、実際に育休を取得した男性の様子も紹介した。その情報をLINE WORKSでも共有し、スタッフへの認知に繋げている。

「こうした事例は制度として通達するよりも、社内SNSの中で紹介する方が、スタッフも取得のイメージがしやすいのでは。システムの利用などを通じて、年末までにはデスクワーク(キッチン以外)は100%リモートを目指しており、働きやすさと働きがいの充実を目指していきます。」(椋木氏)