

## 事業概要

## 「ファッション業界に特化」した企画・コンサル事業を経営

2014年設立から現在迄、コンサルを中心事業として継続経営。  
起業前からの職歴を活かした背景・人脈を元に各種アパレル企業以外に、リユースメーカーやフィットネス、インテリア関連等、「ファッションと間接的に繋がる幅広い領域」までも関与。コンサル事業と並行して、2018年から自社オリジナルブランドを企画し、2021年の本年5～6月に、クラウドファンディング(Makuake)にて環境配慮型のエシカルアンダーウェアのブランドのデビュー予定。これによりSDGsの開発目標に即した事業推進で、地域共生できるソーシャルビジネスを強化する。



\*【前職】・東証一部上場 (株)サンエーインターナショナル 統括事業部長(現TSIホールディングス)  
・(株)イトキン 子会社 代表取締役社長

その他、「地方創生活動」コンサルや、「madeinJAPAN」プロジェクトの一環で、NPO日本インド国際産業振興会(SDGs 関連)のコンサル・講師など、持続可能な分野への関わりも6年前から務める。

## 部署

—

## 所在地

〒169-0074  
東京都新宿区北新宿1-12-14フィールE北新宿804

## 連絡先

(電話番号)090-4961-9910  
(E-mail) sakochan40817yahoo.co.jp

環境省ローカルSDGsを通じて、実現したい社会像

### 【実現したい社会像】

2030年の炭素大幅削減が大きな目標の中、海外生産への依存、利益第一主義に偏り過ぎた結果に生まれた大量生産と廃棄ロスと無駄なCO2の排出環境。これらの課題に向き合うため、自社で行うブランド事業では、自然に回帰可能な製品過程と製品づくりを行う。そして生産過多に陥る利益のみを追究するビジネスモデルから、脱環境破壊に向け、人が安心して過ごせるような循環型のサービスと製品の提供を行う。そのためには、国内の技術力を活かした各地域との創生活動が必須。大きな事業でなくても、「小さく・早く・成功に導ける」成功モデルを多く出したい。SDGsの開発目標に即して、自社で実現可能なこととして、

#### 1. 「貧困や飢餓をなくす」

フェアトレードによる条件設定、労働者の賃金・環境が適正な基準で守られた持続可能な国内生産の社会へ結び付ける。

#### 2. 「つくる責任・つかう責任」、「海・陸・気候変動を守る」

「脱CO2、脱廃プラ、脱ケミカル、脱海洋汚染」を前提にした製造工程で、使う側の責任を回避することが可能なエシカルな環境社会へ。また過剰生産による廃棄ロスを起さない事業構造と産業社会へ結び付ける。

#### 3. 「パートナーシップで目標を達成しよう」

持続可能な国内生産のため、日本の伝統文化、技術力を活かした、新しいクールジャパン製品とサービスの開発をしていくこと。モノが大量に必要ではない今、売上に限界がある今だからこそ、国内の地域との繋がりで、今までにない本当に価値のあるモノが生んで、世界と戦えるチャンスをつくる。

ローカルSDGsの実現に貢献できるソリューション

分野 サークュラーエコノミー

### 【自社の事業プラットフォームがSDGSにもたらすもの】

“事業の優位性”と“製品の特異性”を重点にしたプラットフォームで、JAPANクオリティを最大限に活用する

1. 商材は「JAPANmade」への信頼とクオリティへの評価が高いミドル層以上
2. 日本の伝統的な職人技が生きるビジネスモデルで、海外販路も狙う。
3. 差別化競争力を生む為に、「高品質/高付加価値」の製品提供。
4. 中間問屋機能を排除することで、フェアトレードを生む条件設定。

**\* 以上を重点にした事業のため、持続可能な国内生産への貢献が必須。**

ローカルSDGsの実現に貢献できるソリューション

【ブランドコンセプトがSDGSにもたらすもの】

事業コンセプトは、「日本伝統の技術力を活かしたエシカル製品の企画・製造・販売。

これに向けて製造過程の全てを国内で行うため、様々な国内のローカルエリアとの繋がりが必要となり、持続可能な国内生産のバックアップだけでなく、地方と共生できる新しいスモールビジネスのチャンスも生んでいく。

\* 上記コンセプトのため、ローカルSDGsの実現が最大の目的になる。

【商品戦略がSDGSにもたらすもの】

商品のコンセプト

国内の特許取得済の最新の天然染色を採用した新しいオーガニックウェアの販売。

1. 染色過程の全てで、「脱CO2、脱海洋汚染、脱ケミカル」を前提とした染色法。染料の全てが自然由来のため、染色時の水も汚染されず、海に回帰します。
2. 世界基準GOTS認証、有機農法で生まれたオーガニックコットン100%の原糸を使用。自然由来100%のため、仮に破棄されても土壌に回帰します。

\* ローカルエリアとの環境問題に真剣に取り組んだ商品作りが目的になる。

【ブランドの活動がSDGSにもたらすもの】

ブランド名の「BANDAGEbeautyclub」の由来が、「人と環境が“美”で繋がる・包まれる」という意。

従来の大量生産型の一方向型のブランディングとは異なり、ブランドを通して、お客様とお取引さまの想い(ステークホルダー)を持続的に繋げていく、双方向型の「ソーシャルビジネス」を確立していくことが目的。

\* 日本人が古来から強みとする「三方よし」の手法を、ローカルSDGSに新しいビジネスモデルとして変換していく。

URL

現在クラウドファンディング「Makuake」のプロジェクト構築中になります。  
掲載公開次第、リンク先をお伝えできます。

上記ソリューションを提供できる地域について

全国

## 自者の特徴

## 【地域との協業実績】

協業先:株式会社トータス

徳島県海陽町にある、創業100年を超える肌着縫製メーカーとの協業事業。「地方創生活動」として、(株)トータスが持つ特殊な肌着素材を活かして最新のオリジナルブランド企画・プロデュース製作までを行う。

企画・プロデュース内容

## ① ブランド名: InnerBeauty(インナービューティ)

OEM型の縫製工賃ベースのビジネスモデル一本では収益性及び将来性が低い為、トータス側のモノ作りの強みと歴史ある背景を活かした、新しいオリジナルブランドの強化により、事業の優位性と収益率が上がる持続可能なビジネスモデルの協業製作に関与。先方はオリジナルブランドの組み立てと運営に知見がないため、適正な収益確保が可能な事業計画からブランド企画、そしてプロデュースまで行い、地方の肌着メーカー様に新たな地盤をつくらせていただいた。



## ② ブランド名: Waffleharamaki(ワッフルハラマキ)

20年前から販売している腹巻の売上減少傾向を止めるべく、マーケティング分析の結果、高齢層に傾斜していた製品を、新たに若い女性も取り込むことが可能な、新しい「HARAMAKI」ブランドを追加開発。既存客のネットワークも活かしながら、販促費を削減した効率的なセールスも図れ、収益UPに寄与。

自者のセールスポイント

■中核事業①:コンサルタント業

■中核事業②:オーガニックアンダーウェア事業

現在主幹事業の「コンサル事業」は継続していくが、今回のコロナ渦のような「外的要因」からの変化に対しては、コンサル業だけでは芳しくないため、持続的な経営視点から見て、今後は将来性のある事業計画と運営を強化していく。そのための事業が、今回のデビュー予定の「非対面型販売のオリジナルブランド」になります。



(バンデージビューティクラブ/商標申請済)

自者の特徴	<p>先にも述べてきたように、このブランドは、自者が地方創生活動の中で、日本の伝統文化や有機農法による農業など、循環型生産をされている方々との関わりからヒントを得て開発したブランドです。正に今後ともローカルSDGs無しでは運営できない事業になります。</p> <p>今後は、「環境配慮型の自者の製品コンセプト」と同じ思いで、ローカルSDGsの実現が可能な企業様とのネットワークを広げていきたいと思えます。</p>
SDGs経営に向けた自者の課題や悩み	<p>地方(ローカル)に存在する技術や製品は、非常に良いモノが沢山あるが、まだまだビジネスのスタンスとして、閉鎖的、または排他的な部分もある。</p> <p>これは長年地方と関わるビジネスをしてきて今でも感じていること。</p> <p>地方が生んだ、匠なモノ、環境に良いモノ、身体に良いモノが中々流通できない要因の一つでもある。</p> <p>ローカルの製品は良いモノがあるが、独占的でもあり、寡占的でもあったりする。</p> <p>SDGs実現には、独占⇒共有、排他⇒協調が重要である。</p> <p>これらを少しでも流通に乗せていくビジネスモデルの理解が一番重要なソリューションになっていくと思う。</p>