ソーシャルプロダクツ・アワード2024の開催が決定しました!



SOCIAL PRODUCTS AWARD 2024 コロナ禍を経て、世界中の人々が持続可能な観光に注目をするようになりました。ソーシャルプロダクツ・アワード2024の年度テーマは、社会課題の解決につながり、地域を元気にする観光商品・サービスです。本年同様、自由テーマも募集します。7月からエントリーを受け付ける予定ですので、詳細はホームページでご確認ください。運営にご協力いただける団体・企業様も募っております。ご興味がありましたら是非お問い合わせください。

概

※2023年3月時点の情報です。スケジュールは予告なく変更する可能性がございます。

応募期間 2023年7月1日(土)~10月16日(月)(予定)

対 象 生活者が購入可能なソーシャルプロダクツ(食品から住宅、旅行、金融商品にいたるまでジャンルを問わない)

応募テーマ _{年度テーマ(SPA2024)} 地域を元気にする観光商品・サービス

その地域ならではの資源や魅力を活かし、観光という視点で、社会課題解決につながる商品・サービス。

自由テーマ(毎年共通) 生活者が「持続可能な社会」づくりに参加できるソーシャルプロダクツ

エコ(環境配慮)、オーガニック、フェアトレード、売上の一部を通じた寄付、地域の活力向上、伝統の継承・保存、障害者支援、復興支援など、社会的課題の解決につながる商品・サービス。

ソーシャルプロダクツの例

地域の未活用資源を活かしたコスメ、オーガニック&フェアトレードコットンの衣類、伝統工芸を体験できる観光ツアー、耕作放棄地で栽培された農作物を提供する飲食店、障害者の社会参加や自立につながるアクセサリー、発展途上国の貧困層を支援できる投資信託、廃棄されてしまう商品のマッチングサービスなど。

賞の発表 2024年3月(予定)

受 賞 商 品 の 展示・販売会

2024年3月下旬(予定)

お問い合わせ E-mail:info@apsp.or.jp URL:https://www.apsp.or.jp/

組織概要

名称	— 舟	设社 団法	人之	ソー	シャ	ルプロ	ダクツ	/普及	推進協会

英文名 Association for the Promotion of Social Products

略称 APSP

設立 2012年7月

会長 江口泰広

所在地 東京都中央区銀座5丁目12-5 白鶴ビル3F

電話 03-3248-5755

Email info@apsp.or.jp

URL https://www.apsp.or.jp/



入会手続き

メールにて入会書類をご請求ください。info@apsp.or.jp 事務局に必要書類をご提出後ご請求書を発行しますので ご入金をお願いします。

会費について

APSPの活動を支える仕組みとして、会員制度を設けております。当協会の目的にご賛同いただける企業・団体・個人の方なら、どなたでもお申し込みいただくことが可能です。

	入会費	年会費		
メンバー会員(法人)	企業	従業員101人以上	無料	300,000円
		従業員21人以上100人以下	無料	150,000円
		従業員20人以下	無料	40,000円
	団体	職員6人以上	無料	40,000円
		職員5人以下	無料	10,000円
メンバー会員(個	無料	5,000円		

※年会費は4月1日より翌年3月末日まで。年度途中での退会の場合、 会員が既に納入した年会費は、返還いたしません。





この紙は日本の竹 100% を原料とした「竹紙」です。 竹を有効活用することで森林や里山、生物多様性保全、 地域経済の活性化に役立っています。



株式会社OUI



SOCIAL PRODUCTS AWARD 2023





SOCIAL **PRODUCTS** AWARD

■ ソーシャルプロダクツ・アワード(SPA)とは

持続可能な社会の実現につながる「ソーシャルプロダクツ」に光をあて、社会性と商品性の両面を評価する日本で 初めての表彰制度です。2012年に始まり、今回で10回目を迎えました。

■ SPAマークについて

ソーシャルプロダクツ・アワードにおいて大賞ならびに優秀賞・生活者審査員賞・環境大臣特別賞・審査員特別賞を含 むソーシャルプロダクツ賞を受賞した商品・サービスに掲示されます。「社会性」と「商品性」が高いレベルで調和してい る商品・サービスの証です。マークは、ソーシャルプロダクツの「SIをモチーフにしたデザインです。その「SIを形作る半 円は、手と手を取り合ってつながるイメージで、色は、生き生きした地球の緑と海を表現しています。

人や地球にやさしい、以下のようなソーシャルプロダクツを表彰します。

[エコ(環境配慮)]

エネルギー消費が少なかったり、リサイクルした材料を 使ったりした商品などで、環境への負荷が既存の同様の 商品と比べて明らかに低減されているもの。

[オーガニック]

農薬や化学添加物などを使用せずに栽培・加工された商 品などで、環境や生産者への負荷が小さいだけでなく、安

[フェアトレード]

発展途上国の生産者から適正な価格・条件で購入した商 品などで、そうした人たちの自立や貧困解消につながるも

「寄付(売上の一部を通じた寄付)〕

売上の一部が、社会課題の解決に取り組むNPOなどに寄 付されるもの(そうした寄付を通じて様々な社会課題の解 決につながるもの)。

[地域の活力向上]

地域ならではの資源を活用した商品などで、地域の活 性化につながるもの。

[伝統の継承・保存]

日本の伝統技術を取り入れた商品などで、伝統文化の 保護・継承につながるもの。

[障害者支援]

デザインや製造、販売といった、商品やサービスの開発・ 提供過程に、障害を持つ人々の参加を得ている商品な どで、彼らの社会参加や自立につながるもの。

「復興支援]

被災地で生み出された商品などで、被災地の復興につ ながるもの。

[その他]

上記以外の社会課題の緩和・解決に貢献する商品など で、持続可能な社会の実現につながるもの。

- 生活者が購入可能なソーシャルプロダクツ(食品や住宅から、旅行、金融商品にいたるまでジャンルを問わない)
- 応 テーマ

年度テーマ(SPA2023) **DXソーシャルプロダクツ**(※DXとは、デジタル技術を使って社会変革を行うこと)

例 デジタル技術を活用して、環境・貧困・人権・地域などの社会的課題の解決につながる商品・サービス

自由テーマ(毎年共通) 生活者が「持続可能な社会」づくりに参加できるソーシャルプロダクツ

- |例| エコ(環境配慮)、オーガニック、フェアトレード、売上の一部を通じた寄付、地域の活力向上、伝統 の継承・保存、障害者支援、復興支援など、社会的課題の解決につながる商品・サービス。
- 賞の種類 ■大 賞(年度テーマ/自由テーマ)

応募商品・サービスの中で、最も優れた社会性と商品性を持つと認められるものに授与します。

- ■優秀賞(年度テーマ/自由テーマ) 応募商品・サービスの中で、特に優れた社会性と商品性を持つと認められるものに授与します。
- ■生活者審査員賞(年度テーマ/自由テーマ) 生活者審査員の評価が最も高かった商品・サービスに授与します。
- ■環境大臣特別賞(年度テーマ/自由テーマ) サステナブルな社会を実現するための仕組みを創造した商品・サービス(環境の側面から特に優れた 取り組みの商品・サービス)に授与します。
- ■ソーシャルプロダクツ賞(年度テーマ/自由テーマ) 応募商品・サービスの中で、優れた社会性と商品性を持つと認められるものに授与します。
- 経済産業省、環境省、消費者庁、復興庁、デジタル庁、株式会社環境新聞社、一般社団法人エシカル協会、 一般社団法人オーガニックフォーラムジャパン、一般財団法人CSOネットワーク、サステナビリティ消費者会議
- 株式会社三越伊勢丹、株式会社SoooooS.カンパニー、株式会社YRK and、株式会社ドリームパートナーズ

審査方法

審査

商品・サービスの「社会性」、「商 | 一般の生活者も審査員となり、生 品性 | および 「ストーリー | を、審 査員が応募書類と実物から審査 します。「社会性」、「商品性」およ び「ストーリー」を合わせて総合 的に評価。

活者の視点から「商品性」を評価。 生活者審査員は、商品・サービスの 「商品性」だけでなく、「社会性」お よび「ストーリー」の簡易的な審査 も実施。

審議会

テーマごとの応募商品・サービスから、審議会にて大賞、 優秀賞、環境大臣特別賞およびソーシャルプロダクツ賞の各賞 を選出。なお、生活者審査員賞は、生活者審査員から最も評価 が高かったものに授与。

日本から世界の失明を半分に!

Smart Eye Camera (SEC; スマートアイカメラ)

株式会社OUI

CATEGORY その他



大賞







「失明は眼科医にとって、患者様がお亡くなりになるという ことと同義」と語る創業者であり眼科専門医の清水映輔氏 はベトナム無料白内障手術ボランティアに赴いた際、日本 では当たり前のように行われている眼科診療を、医療機器 や医師が不足していることが原因で実施できない現状を目 の当たりにした。

そこで、現地でスマートフォンが多く流通していることに着 目し、ライト機能を光源に、カメラ機能を活用した、いつで もどこでも診察を行える眼科医療機器「Smart Eye Camera(SEC)」を1年半で開発。

現在、アフリカ、東南アジア、中南米を始めとした20カ国以 上、合計100台以上のSECが眼科診断に使用され、既に診 断数は40,000件を超える。

一方、日本でもSECは活躍している。眼科医不在の東京・ 離島11島のうち7島で採用実績がある。都心部において も、外来受診が困難な寝たきり患者や、高齢者施設入居者 へもSECの活用が進んでいる。

このSECで、開発途上国では疾患発見による眼科疾患の 「治療」に、先進国では早期発見による「予防」につなげて いる。日本発のデバイスであるSECを世界中に普及させ、 適切な眼科診断を世界に普及させることで世界の失明を 半分にし、眼から人々の健康を守ることを目指している。 今後は、遠隔医療だけでなく、AI自動診断システムの開

発・医療機器化を進め、現場への持続的な環元と、海外医 療機関パートナーと共に分野と国境を超えた協働と共創 が可能な体制作りを進めている。

商品概要

現役の眼科専門医が、日本及び途上国での眼科診 療を通じて発見した課題を解決するため、自ら開 発・医療機器として実用化に成功した眼科医療機 器。スマートフォンアタッチメント型医療機器で、既 存の細隙灯顕微鏡と同様に眼瞼・角結膜・前房・虹 彩・水晶体・硝子体の観察を行い、白内障などの眼 科疾患を診断することが可能。専用アプリを用いた 画像ファイリングで眼科の遠隔診療を可能とし、診 断AI などの実装も進んでいる。

審査員評価

途上国や僻地での眼科医療の内容を劇的に向上させるものであり、すで に多くの人の失明を未然に防いでいる。「スマートフォン」「3Dプリンタ」の 利点とAI技術などを組み合わせながら、医療現場に簡易な方式で導入出 来る点も大変素晴らしい。エビデンスを重視し、医療現場に還元する姿勢 も医師がリードして開発したプロジェクト/プロダクトならでは。ボランティ アで訪れた途上国でその医療現場の課題に触れ、当該商品の開発に尽 力した創業者のストーリーにも大いに共感するものである。「世界の失明 を50%減らし、眼から人々の健康を守る」という大きなミッションも決して 夢ではないと思わせてくれる実力のあるプロダクト。日本発信の新しいビ ジネスのロールモデルとしてより一層の成長を期待している。

優秀當

AI音声プラットフォーム「CoeFont」

株式会社 CoeFont

CATEGORY 障害者支援、その他



No.1を誇る5,000種類以上 のAI音声

¥ 費用99%削減を実現する低 コスト

コスト ナレーションにかかる費用の99%を 削減。一般的なナレーション事務所 に発注すると約300万円かかる10時 間の音声でも、月額5,000円で作成 可能。オーディオブックや研修動画 のような長時間音声もストレスなく

即日利用、納品まで1秒のス ピード感

英語・中国語対応

CoeFontのAI音声は、日本語だけではなく、英語や中国語のテキストを ネイティブの発音で音声化できま す。日本語で作成した動画を海外向 けのナレーションに差し替えたり、 窓内放送用音声を英語や中国語で、 世でも簡単に制作可能です。従来ま では、それぞれの言語ごとにナレー メーを手配する必要がありました



「欲しい声が1秒で手に入る」をコンセプトに、最新のAI技 術を活用して作られた「声」を「フォント」のように、だれも が、安価で、簡単に利用できるAI音声サービス。5,000種 類以上の高精度の音声を、研修音声や館内放送、オー ディオブック、広告など、声を利用したいときに、必要な分 だけ、すぐに利用できる。この技術を活用し、咽頭がんや 下咽頭がんなどにより声帯を摘出した方や、ALS患者並 びにご家族、支援団体に向けては無償で提供している。

審査員評価

「その人の声」を、抑揚も含めて見事に再現した技術力の高さと、価格帯 やサービスサイトを含めたアクセシビリティの高さは驚くべきものである。 疾患等により、声に何らかの症状や悩みを持つ人の心理的負担を軽減 できることは、大きな功績であろう。さらに、病気で声帯を摘出した人やそ の家族、支援団体等に向けてサービスを無償で提供している点も素晴ら しい。医療面でのケアだけでなく、来るVRの時代にむけても、さまざまな AI音声の可能性が感じられるサービスといえる。今後は、社会貢献的な 側面での認知を一層拡大し、「ソーシャルプロダクト」として、生活者の啓 発、行動変革を促すアイディアがさらに広がっていくことに期待したい。

生活者 審査員賞

多言語映像通訳サービス「みえる通訳 |

株式会社テリロジーサービスウェア

「CATEGORY」地域活性化、障害者支援、復興支援、その他







商品概要

タブレットやスマートフォンを用いて、通訳者をテレビ電 話形式で呼び出せるアプリ形式の多言語通訳サービ ス。デジタル技術を活用している一方で、通訳は人が対 応しているという点が特徴であり、機械と比較して誤訳 が少なく流暢さで優れている。主な利用シーンとしては、 インバウンドや行政窓口、避難所、学校、病院など。「み える通訳 | の普及で「言葉の壁 | による社会課題の解決 に取り組んでいる。

審査員評価

多国籍コミュニティの時代における有用なサービスである。翻訳、通訳 アプリケーションなども市場にあれど、通訳によるきめ細やかな対応が 必要とされる局面はまだまだ多い中、医療機関や職場・行政機関等にお ける「言葉の壁」の問題を解決する良質なソリューションとなっている。 AIによる自動翻訳の手法をとらず、敢えてオンラインで繋がった「人間に よる、顔の見える通訳」サービスに徹したところが秀逸。優しさと柔らか さが感じられる点も魅力である。心理的な障壁をなくし、気軽にマイノリ ティとのコミュニケーションを楽しめるサービスは、多文化共生社会実現 の後押しとなるだろう。

環境大臣 特別賞

キャリーオン

株式会社カイタックファミリー

CATEGORY 環境配慮







商品概要

日本最大級の子ども服に特化したシェアリングプラッ トフォーム。ママの声から誕生し「ソーシャルクロー ゼット」というコンセプトのもと、ママ同士の子ども服 の譲り合いのサービス。成長が早いため状態が良い ままサイズアウトしてしまう一方、次々と新しいものが 必要となる「子ども服」ならではの特徴を活かし、不要 な服をまとめて買い取り「ポイント」を付与、それを使 い新たな子ども服を購入できるという独自のエコシス テムを構築している。

審査員評価

衣料の大量廃棄など、ファッション業界における深刻な社会課題を鑑みた優 良なサービス。ECに近いサービス提供をしつつも、子どもの成長に沿って必要 なものを「譲り合う」という発想のもとでサービスを設計しており、利用者ニー ズに応えたものとなっている。クオリティ管理へのこだわりなど、サービスとし ての質の高さも評価したい。アパレルの廃棄問題や子育て支援の面で、共通 のテーマに意識ある仲間づくりといったことにもつながっていく仕組み。また、 「こども服みらいファンド」での取り組みなど、広くこどもの未来を考える姿勢 にも大いに共感するものである。今後も、親子がおしゃれを楽しみながら、サス テナブルな意識啓発・行動変革につながっていくことを期待したい。

coemo(JIE)

株式会社タカラトミー

ソーシャル プロダクツ賞

パパやママそっくりの合成音声(コエ)をAIがつくる読み聞 かせスピーカー。「読み聞かせはしてあげたいが、毎日は大 変|という保護者のニーズに応え、目が不自由でも楽しく遊べるよう配慮が施さ れた商品。最先端のAI音声合成技術を活用し、実在の人物の声とそっくりなコエ で多彩なおはなしを読み聞かせてくれる。また、それぞれのおはなしに合わせ た効果音や音楽で、臨場感ある読み聞かせを楽しむことができる。親子のスキ ンシップの時間を充実させ、子どもにとっても大人にとっても楽しいひとときや、 映像や本に慣れ親しんでいる子ども達に「耳で聞いて想像する新たな体験」を ※本文中の「パパやママ」とは、ご家族の方すべての総称として使用しています。



人工乳房 リアリーフ

株式会社グローウィング



UOICHI(うおいち)

SIA株式会社

乳がんで摘出した乳房の代わりに装着する着脱式の人工 乳房。見た目の自然さだけでなく、FDA認証シリコンを使用

し、肌にやさしく安全な品質であること、独自配合でリアルなやわらかさにこだ わった。3Dスキャンの技術を使用することで、摘出手術後の敏感な肌への負担 を軽減しながら、依頼者に合わせた色や形状で製作することが可能。洋服を楽 しんだり、温泉に入ったりと、一度諦めてしまった日常を取り戻すことに貢献し ている。

ピングアプリ。その日に市場に並んだ鮮魚の写真がそのま ま注文画面になるため、魚市場の雰囲気も楽しめる。注文時間を限定し、当日

商品概要 | 誰でも手軽に産地直送で鮮魚を購入できる体感型ショッ

発送・最短翌日到着により、獲れたての食材が届けられる。また、出店側は低コ ストで全国に地元自慢の海の幸を配送できるのも特徴の1つ。IT活用や導入、 運用コストへの不安からネット販売を躊躇していた地方店舗のネット販売参入 の支援につながっている。



「XZ(クローゼット) |

株式会社STANDING OVATION



障がい者アート配信サービス 「ParaCanvas」パラキャンバス

株式会社ウィンドベル

ParaCanvas

障がい者アート配信サービス

パラキャンバス

障がい者アーティストが描いたユニークで癒やされる作品 を、デジタルキャンバスで企業や団体に配信。DXを活用す

ることにより、年間で120もの作品を絵画のように楽しめる新しい配信サービス を提供する。導入企業から支払われた費用から、作者の障がい者アーティスト へ著作権使用料が支払われる仕組み。経済的自立を後押しし、障がいがありな がらも創作活動を続ける人々が社会とつながる足掛かりになっている。



ミーを実践している。

アトオシ・オンライン

AIスタイリストが、手持ち服から着回しコーディネートを提

案してくれる、オンライン・クローゼットのアプリケーショ

ン。タンスの肥やしを蘇らせるファッション体験を提供する。着用回数などを可

視化して、着ていない服の再利用の提案をしつつ、それでも手放す服は、トレ

ジャーファクトリー社との業務提携により、査定・買取を実施。これにより、【購

入→有効活用→リユース】という循環型ファッションによるサーキュラーエコノ

認定NPO法人 育て上げネット



ソーシャルアクティビティ 継続支援サービス

株式会社ワントゥーテン

将来の不安や「働く」の悩みをひとりで抱えた若者が、あ りのままを相談でき、伴走者と一緒に考え一歩踏み出す「後

押し一が得られる、オンライン型の若者サポートプログラム。対面の相談サービ るサービス。地方創生、伝統文化の継承、サスティナブル、フードロス削減など世 座を通じて 一人ひとりに合った「働く」の実現までの伴走支援を提供する。

様々な価値を継続的に生み出すスペシャリストである「つく り手 | と、つくり手を支援したい「ファン | を継続的につなげ

スやスクールはもちろん、無料の行政相談窓口や職業訓練等へもアクセスできの中を良くするモノづくりを支援する。ENUでは、一度きりのクラウドファンディ ていない若者に、デジタルを活用することで支援を届ける。利用無料の相談・講ングではなく、継続的な支援をすることで支援者と密接な関係を築ける。「ファ ン」は、ENUを通して社会課題の解決に取り組むことができる。



Metell LIFE-ミテルライフ-

株式会社アップリーチ



ドネーション型モバイルサービス donedone(ドネドネ)

ビッグローブ株式会社

単に」使える安否確認・コミュニケーションアプリ。高齢者

の見守りや、自治会内の連絡といった地域コミュニケーションの活性化に役立 つ。災害時では、安否確認によって要支援者を瞬時に把握。市区町村は、収集し 合計6つの領域から支援先を選択し、BIGLOBEが月額通信料の中から50円を た安否確認データを統計データとして活用することにより、リアルタイムでの状 社会貢献団体に寄付している。寄付が少ないといわれる日本で、身近な携帯電 況把握を可能にした。地域コミュニティの希薄化が進み、共助の力が弱くなって 話の利用で手軽に継続性のある支援ができる環境を醸成している。 いる課題をITで解決し、人にやさしい地域、やさしい世界をつくっていく。

| 商品概要 | 高齢者団体との共同開発によって生まれた「誰にでも」「簡 | 商品概要 | 社会貢献やより良い未来を考えるきっかけになって欲しい という思いを込めたドネーション型の携帯電話サービス。

「教育」「健康」「海洋」「環境」「医療」の5領域と災害時などに登場する「緊急」の



フェアトレードコイン

サスティナブル・ストーリー株式会社

| 商品概要 | フェアトレードを取り扱うお店や飲食店で使えるコミュニ ティ通貨を発行し、アプリから店を探し決済することがで

きる仕組み。フェアトレードを応援する学び合いのコミュニティを提供し、思い やりが循環する社会づくりを目指している。決済時にはチップのような形でギフ トを送ることができ、その一部が教育活動に還元。また、通貨は使用期限があ り3ヶ月で失効するので、使うために新しいお店を探したり再来店したりする動 機につなげ経済循環を促す。期限が切れた通貨は再配布されるが、一部学びの 基金に積み立てられセミナーなどに活用される。



遠藤 祐子

[Profile]

株式会社メディアジーン 編集部門執行 役員。2015年11月より現職。2019年よ りMASHING UP編集長として「インクル ーシブな未来を拓くメディア&コミュニ ティ」を起点とした発信、イベント運営を 統括。2021年よりLifehacker [日本版] 編集長を兼任している。



DXというテーマで審査にあたったことで、非常に「今日的なソーシャルプロダクト」に触れ ることができたと感じています。それぞれのプロダクトの背景にある思い、課題解決のため のアイディアも大変ユニークで、審査を通じて半歩先のビジネス・サービスのあり方につい て考えることができました。これからの社会、そして多くの方の生活に役立つすばらしい事 業が育つよう、DX領域での"ソーシャルプロダクト"の伸長に大きな期待を寄せています。



関藤 竜也

株式会社クラダシ 代表取締役社長 1995年総合商社入社。高度経済成長期の 中国駐在を経て独立。戦略的コンサルティ ング会社取締役副社長を経て、SDGs採択 の7カ月前の2014年にフードロス問題を 解決するため、株式会社クラダシを設立し 現職。国連WFP協会評議員。

[Comment]

社会性・環境性と経済性のバランスを考え抜いたアイデア商品が数多く、白熱したDX ソーシャルプロダクツ審査となりました。日常の消費活動自体がサスティナブルであるこ と。ソーシャルプロダクツの普及推進を応援しています。



高橋 義則

ユニバーサルデザイン総合研究所代表 取締役社長。価値開発プロデューサーと して新たな社会構造に適合する事業計 画や各種企画立案と実施、コンテンツ制 作を担う。



竹林 昇

株式会社DXA 代表取締役。経営の観点、 プロダクトの視点、テクノロジーの側面か ら、生活者と社会の問題解決をすることに よって、企業のデジタル新規ビジネス創出 、業態改革、ビジネス基盤の刷新等のDX プロジェクトの企画、構築、展開と運用を 支援する、デジタルトランスフォーメーショ ンのアーキテクト。企業のDX推進の伴走 者、シェルパ。

たくさんの応募案件を拝見し、応募された各デジタルプロダクトが、デジタルを基軸とした 商品とサービスで、社会の色々な問題・課題の解決に取り組まれている姿を拝見し、大変 心強く、また意を強くした思いです。元々、DXとは、「デジタル技術の進展が、世の中・社会 を良い方向に改革していく社会全体の変革」を指す言葉として誕生したものです。 その意味では、DXは、その根源的な意味でSocial Productの推進と同一の目的を共有 するコンセプトなのです。デジタル技術は、ツールであり手段ではありますが、それは現代 において、社会の問題を解決し、人々の笑顔を作り出すための非常に強力なツールです。 DX Social Products Award は、今年度の年度テーマでしたが、来年度以降もなんらか の位置づけで、DXの観点で推進しているSocial Productに着目し光をあてるDX Social Product を評価して応援するDX Social products Awardの取組みを継続して 頂ければ幸いです。



距離と時間を超えるDXとソーシャルプロダクツは親和性が高く、個人の意思が直接、プ ロジェクトへの参画につながる大きな流れを感じた。混迷する現代にあって社会課題を一 言で表すのは難しい。誰のために、何を変えるのか、が明確であることが共感を呼ぶので ある。



石黒シエル撮影

分野はソーシャルマーケティング、コミュ ニティ論など。全国の地域や領域、企業 にて、生活価値や地域課題、豊かさなど を関係者が協働で「みえる化」と「共有 化」を行い、さらなる協働・共創を促す社

SPA2023の年度テーマ「DXソーシャルプロダクツ」にエントリーされたプロダクトでは、デ



玉村 雅敏

[Profile]

慶應義塾大学 総合政策学部 教授。専門 会システム構築やプロダクト開発を支 援している。



ジタルテクノロジーを活用することで、モノやサービスを提供する人間の活動をより効果 的に行うことを可能にすることや、人々のつながりをより有効に機能させることなどが行わ れていました。生活者を豊かにするプロダクトの今後のあり方にとっても示唆に富むもの でした。

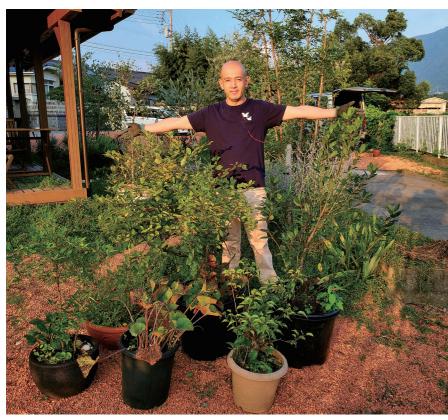
植物の命と家族の想いをつなぐ

大賞

「植木の里親」「もらえる植物園」

株式会社やましたグリーン

CATEGORY 環境配慮、地域活性化、障害者支援







遺品や引越しなどで処分せざるを得ない植物の命。こうし た命を救うべく生まれたのが、「植木の里親」「もらえる植物 園」である。様々な事情で引き取った植物を、新たに育てて くれる「里親」のもとへ。植物の命と育てていた家族の想い をつないでいる。

「庭じまい」による伐採の仕事を請け負っていた当時、ある 女性のお客様が涙ながらに話した。「この植木は亡くなった 主人が大切にしていた思い出のつまった植木で、本当は伐 採したくないの…。|これを聞いた創業者の山下力人氏は、 この植木を生かしたまま掘り上げて、自社の資材置場で管 理することを提案。女性の笑顔を見た時、山下氏は、植物の 知識と高い技術でお客様を笑顔にする庭師としての使命を 感じた。

それから、植物の伐採や処分の依頼があるたびに、植物を 引き取る提案を始めた。すぐに当社の資材置き場は植物で いっぱいに。この取り組みを続けるには植物を育てる人を 探す必要があると考え、里親を探すようになった。

山下氏は、ストーリーをもった植物たちが新たな場所で送 るセカンドライフは、植物の命の大切さを次の時代に伝え ていく、これからの時代に無くてはならない大切なこと。地 球の環境を支える植物たち、彼らの里親となり新たなス トーリーを一緒につないでいけたら嬉しいと話す。

今後は、引き取り手の少ない、樹齢が長く大きな植物たち を、企業や行政との連携によって植栽する新たなプロジェ クトを進めていく。

商品概要

遺品や引越などで処分せざるを得ない植物の命を 「里親」につなげることで、植物の命と人の想いをつ なぐ取り組み。依頼者は家族の想いのつまった植物 の命をつなげることで、罪悪感なく依頼後の人生を送 ることができる。引き取った植物は「もらえる植物園」 で管理し、無料で「里親」に譲る。植物と関わる人を増 やし、環境意識を高めることができる、豊かな地域環 境を補完し支えあうサステナブルなサービス。

審査員評価

「物を、生き物を大切に」という極めて自然なコンセプトに基づき、植物 の命を人の想いとともにつないでいく活動に、強く共感する。これまでに なかった独自性の高い取組みであり、それらが同社の持続的なビジネ スとして成長している点も高く評価できる。植木がレストランや保育園、 障害者施設など様々な場所で利用されることで、生活者の環境意識を 高めることも貢献。また、植物をつなぐだけではなく、その手入れの仕方 も教育している点や、人と人との出会いの場を創出している点など、植物 も人も元気にする素晴らしいプロダクトと言えるだろう。

優秀當

CCP「ユニカラート」

株式会社フェリシモ

CATEGORY 寄付つき、障害者支援







商品概要

CCP(チャレンジド・クリエイティブ・プロジェクト)は、福祉と 企業の協業プロジェクト。チャレンジド(=障がいがある方)の 持つ個性や能力を価値として、商品づくりを通してボーダー レスな社会の実現を目指す。そのなかでも、「ユニカラート」 は、チャレンジドが描いたアート作品をもとにした雑貨ブラン ドで、unique/color/artを合わせた造語から命名されてい る。販売価格の一部は、基金として障がい者アート支援団体 に拠出され、チャレンジドアーティストの支援にもつながる。

審査員評価

障がいのある方の才能とフェリシモプランナーの企画・マーケティン グカの協働・相乗効果によって、暮らしに取り入れやすく、楽しめる雑 貨商品を生み出している点が素晴らしい。「障がいのある方が社会で 活躍する場を増やすこと「障がいのある方の暮らしの困りごとを商品 企画でサポートすること」といったCCPのミッションのもとで障がいの ある方と協働することで、よりよいアイデアや機能が生まれ、商品開発 力の向上につながっている。また、商品にチャレンジドアーティストの 名前を記載、基金によりアーティスト育成を行うなど、商品を販売する だけではない什組みが高く評価できる。

生活者 審査員賞

RePLAMO /リプラモ

特定非営利活動法人 green bird 株式会社 RABBIT 株式会社 CHERRY 株式会社 Final Aim

「CATEGORY」環境配慮、寄付つき、地域活性化









商品概要

ポイ捨てされたごみから新たな価値を生み出す「プラごみから生 まれたプラモデル」というアップサイクルプロジェクト。年間800 万トンものプラスチックごみが海に流れ、地球環境や生態系に 甚大な影響を与える。団体設立以来、街や海でのごみ拾い活動 を通じてこの問題に取り組んでおり「これからの未来を担う子ど もたちが前向きに楽しみながら、地球環境を考えるきっかけを作 りたい」という想いから立ち上げられたプロジェクト。

審査員評価

海洋プラスチックごみを活用したものづくりが広がりを見せてい る。そのような中で、自分が拾ったゴミが新たな価値を持って手 元に戻ってくるという一連のプロセスを商品化したことが、大変 画期的である。子どもたちやその家族を巻き込んでの活動は、環 境教育の要素も含まれており、プラスチック問題を考え行動する という消費者の行動変容にも繋がるものとなるであろう。「商品 が販売できなくなること」という壮大な目標に向けて、更なる実績 を積み、参加や支援の輪が拡大していくことを期待したい。

環境大臣 特別賞

KURAMAEモデルプロジェクト

株式会社縁の木

CATEGORY 環境配慮、地域活性化、障害者支援









商品概要

ものづくりの街・東京都蔵前地区にて、企業のものづくりの技術 や専門家のアイディアと、福祉作業所の手仕事を掛け合わせ、 様々なプロダクトの企画開発に取り組む。カフェ・焙煎店などで 従来処分されていた素材を資源として回収。これまでに雑貨や ビール、堆肥などに生まれ変わらせてきた。プロジェクトでは、福 祉作業所が多様な仕事に挑戦し、地域と直接つながりながら工 賃アップも目指している。福祉事業所、学校、商店街と協力体制を 築き、地域の持続可能な循環を生み出している。

審査員評価

アップサイクルや福祉作業所との物づくりなどは世の中に多くあ る中で、それらを組み合わせ、東京・蔵前を起点に好循環を生み だしている実績が高く評価できる。環境配慮だけではなく、福祉 作業所の働き方の多様性や工賃改善への取り組みは、福祉や地 域の持続可能性に関わる素晴らしい取り組みである。

「KURAMAEモデル |の独自性と、そのモデルの適正規模をきち んと把握していること、さらにはコンパクトなモデルだからこそ、 カスタマイズも容易と考えられ、この循環経済モデルが他の地域 へ水平展開されることに期待したい。

審查員 特別賞

金魚真珠

株式会社サンブンノナナ

[CATEGORY] 環境配慮、フェアトレード、地域活性化、伝統保存







商品概要

従来は流通に乗ることかなかった、丸い形に"尾びれ"の突起が ついた形の真珠を『金魚真珠』とネーミングし商品化、商標登 録。"規格外"と扱われた、あこや真珠の視点を変えて新たな価値 を生み出す。品質だけではなく産地も大切にし、生産背景を伝え るジュエリーとして展開。貝が作り出す自然の宝石であり、数は 全体の約1割にも満たない。希少で唯一無二の真珠たち。伝統は 守りつつ、時代の流れに応じて新たな市場を開拓する個性が もっと、愛おしい真珠が誕生。

審査員評価

これまで流通に乗ることがなかった規格外の真珠に、新しい価値 を付加した独創的なプロダクツ。従来の真珠のイメージを大きく 変え、不揃いな真珠に希少性を付与するだけでなく、洗練された デザインにより若者でも手に取りやすい商品となっている。自然 が生み出す美しさを最大限に引き出す、先を見たブランディング である。格式高い伝統の真珠業界から、新たなスタイルを提唱し 発信する意義は大きく、未来に大きな影響を与えていくだろう。新 しい可能性を生み出すプロダクツとして、最大限のエールを送り たい。

ソーシャル プロダクツ賞



テーブルウェアシリーズ

株式会社A·STORY

KIWAKOTO

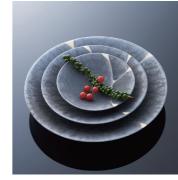
数百年培われてきた京都の伝統工芸の技によってつくられ た、普遍的なデザインの手頃な価格帯のテーブルウェア。 商品を通じて多くの人々が日本の工芸を知り、職人の仕事に触れることができ、

価値や希少性を体験することを狙っている。生活者がこの商品を選ぶことで、 継続的・安定的な仕事を創造し、技術の基礎を次の世代に残すことや、職人に 新しい技術を探求する環境を生み出すことに貢献する。



りお茶碗

サイバール株式会社



ピースクラフツ **SAGA EDITION**

特定非営利活動法人 ピースウィンズ・ジャパン

毎日のように食卓で使うお茶碗。その原料となる土は、有限 の天然資源。「土製のうつわを手に持つこの食卓が、いつま

でも続くように」という想いから、美濃焼の窯元と共に、使わなくなった食器を 再利用し、地球環境と産地にやさしいお茶碗が生まれた。使用されているリサ イクルの釉薬は、地球の自然を表すかのような穏やかなマットな色味。また高台 裏には、環境やモノを大切に使う心が広く行き渡るように、繰り返しを意味する 言葉「り(Re)」の文字が描かれている。



国内外の第一線で活躍するデザイナー・アーティストと佐 賀県の伝統工芸事業者が共同して商品開発に取り組むプ

ロジェクト。県内には、伊万里焼・有田焼や唐津焼、肥前び一どろや名尾手漉和 紙といった、豊かな自然と長い歴史に育まれた伝統工芸が数多く存在。ライフ スタイルの変化により売上が減少する伝統工芸品を、多くの人の手に取っても らえるよう、各事業者の特徴を活かしながら、現代の生活にもなじむ商品づく りに取り組む。



せている。

R+E タンブラー

株式会社 三義漆器店

サトウキビやトウモロコシのでんぷんと乳酸菌を原料とし

た植物由来のPLA(ポリ乳酸)というバイオプラスチック素

材を使用した製品。バイオプラスチックのひとつである生分解性樹脂は、使用

後には地中のバクテリアの活動などにより水と二酸化炭素に分解される。環境

に多大な影響を与える海洋マイクロプラスチック問題やカーボンニュートラルへ

取り組んでいる。環境に配慮された素材に加え、すっきりとした美しいデザイ

ン、使いやすさを考慮した飲み口の形状、お手入れしやすい機能性を持ち合わ



PAPLUS®

株式会社カミーノ

紙とトウモロコシ由来の生分解性樹脂からできたサステナ で、天然素材独特の風合いが生まれ、陶器や木材製品のようにひとつひとつ製 品ごとに微妙に違う個体差を楽しめる。使い込むうちに現れる経年変化によ

ブルプロダクトブランド。地球にやさしい素材で作ること り、更に愛着の持てる一品となる。また、役目を終えた PAPLUS®は回収、再製 品化され、その道のりをサイト上で確認できる。



「自然に還る歯ブラシ」 turalist

株式会社 プラス



The Week Sanitary Pad

株式会社スタイリングライフ・ ホールディングス プラザスタイル カンパニー



Eco de Happiness (エコ デ ハピネス)

株式会社 ジアス



株式会社ひゃくはち/JAPAN MADE

畳のアップサイクルマット

日本製で、100%プラスチックフリーの歯ブラシ。天然木と 商品概要 天然毛を材料として採用している。天然木は職人による手 仕事の家具づくりの過程で生まれる「端材」を活用。天然毛は、主に食肉用とし て育てられた馬や豚の大切な生命の恵みを余すことなく活用している。木部の 表面保護にも「荏胡麻油」を採用するなど、天然素材にこだわった商品。「使い 捨てない歯ブラシ | を提案し、歯ブラシのメンテナンスサービスの提供も行って

「女性にとって大切な生理の期間を心地よく自然体で過ご してほしい」という願いが込められた、センターシートが オーガニックコットンで、肌に触れる部分すべてがコットン100%の生理用ナプ キン。輸入生活雑貨店として知られる「PLAZA」は、若い世代のココロとカラダ に新しい出会いを届けるために、「Nice to meet me!」のプロジェクトをスター ト。その企画として生まれた商品である。ポップでカラフルなパッケージは、生 理用品購入のストレスを減らし、自ら選択する機会を与えるきっかけとなってい

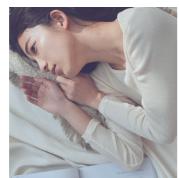
サステナビリティをテーマに、デザイン性と機能性を両立さ せたカーテンシリーズ。日常に寄り添うカーテンだからこ そ、デザインも機能も気に入ったものを選びたいというニーズに応えた商品を 多彩にラインナップ。また、リサイクル繊維の使用や、特殊技術を用いて省エネ につなげる商品など、人と環境のどちらにも心地よい商品づくりを追求してい

捨てられてしまうはずだった「イ草」を再利用し、様々な 商品概要 シーンで使えるマルチマット。浅草橋の畳屋「金井畳店」と 「JAPAN MADE」のコラボ製品。イ草は畑の7割は正規品にならず、農家にとっ て大きな課題。そんな残ったイ草を活用。ヘリには児島のデニムブランド ITONAMIのデニム端材を使用し、裏地にはTOKYO CORK PROJECTのコルク マットを採用。全てがアップサイクル素材。



吸水型サニタリーショーツ

株式会社エル・ローズ



オーガニックコットンシリーズ

株式会社エル・ローズ



Circular ECO chair (サーキュラーエコチェア)

株式会社オフィスバスターズ



「山を守り、未来へつなぐ サステナブル・プロジェクト」 日田杉家具シリーズ

株式会社DINOS CORPORATION

従来の「吸水ショーツ」のイメージは、分厚さ、仰々しさ、手 間や使い心地などの心配があるが、そのひとつひとつを丁 寧に解決して生まれたのが「hinna吸水型サニタリーショーツ」。限りなくミニマ ルデザインを目指し、すみずみまでフラットに、余計な縫い目も食い込みもない" 快適さと吸水力"の両方を実現し、吸水ショーツを穿いていることを忘れるよう スな快適さを追及。



「締め付けからの解放」をテーマに、ふわんとマシュマロの ような肌ざわりを特徴とした6商品を展開するオーガニック

コットンインナー。とろんと柔らかなリブ生地には、綿花をつくる土壌から、生産 者とその家族の暮らしにまで目を配っているオーガニックコットンを使用。編み から染色に至るまで、その風合いと魅力を最大限に守り活かす技術を採用。身 体を気遣いながら、世界のモノにまつわる問題に対しても向き合っていきたい という想いがこもった商品。



座るだけで「エコ」になる脱炭素プラスチックチェア。最大 商品概要 の特徴は、プラスチック部分を最少レベルの10%程度に抑

え、大部分の素材がリユースとリサイクル を可能としている。一般的なオフィス チェアと比べてCO2排出量を約60%程度に抑制している。座面・背面生地には PETボトル容器を原料とする再生PET(再生ポリエステル)生地を100%採用、 リサイクル時に不織布に再生可能であり、環境に配慮したオフィスチェア。



古くから神社仏閣や日本家屋に使われていた大分・日田杉

は、需要減少により戦後に植林された大径木が多く残され

たままとなっている。このことは、森林循環のサイクルを滞らせ、自然災害の被 害を広げる一因ともいわれている。本ブランドは山に残された大径木を活用し、 現代のライフスタイルになじむ商品として開発。木が生きてきた証である木目や 節を自然のままに活かし、1本1本の個性を大切にしている。節目を活かした木 肌は長く使うほど風合いが深まり、永い年月をともに過ごせる家具となってい



ととのう パンツ®

有限会社プラスチャーミング



ヤクオウドー×ヘラルボニー

株式会社薬王堂 / 株式会社ヘラルボニー



もくわく

sumao



100年前の職人技を肌で感じ、 ストーリーを紡ぐ アップサイクル商品「古木ベンチ」

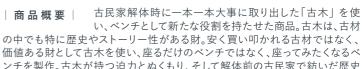
株式会社山翠舎

お風呂上がりから翌朝起きるまで、下着なしで過ごせる ショートパンツ。内側に、実用新案を取得した特殊な立体 構造のインナーを内蔵することで、通気性がよくムレない、透けない、締め付け ない仕様。一度穿いたら手放せない快適さが話題となっている。製造は東日本 大震災で被災した縫製工場にのみ依頼。商品の発送は長野市にある就労支援 事業所に依頼することで【関わる人が全員ハッピーになる循環】を目指す。

障害のあるアーティストのアート作品を使用したブランド 等の展開から新たな価値を創造している株式会社へラル

ボニーとのコラボレーション商品。東北6県に380店を超える店舗を生かし、商 品を「作品として見られる」ギャラリー化することで、気軽にアートに触れること ができる空間を提供している。さらに、この取り組みを通してヘラルボニーの考 え方を日本全国への浸透させることを目指している。

シンプルな木の枠とジョイントパーツの小さな木片からな る国産天然木材の家具。暮らし方に合わせて、収納の形を 自由に変えられ、収納棚、デスク、カウンターなどにカスタマイズできることが 特徴。生活スタイルが変わっても組み替えて設置でき、家具の使い捨てを防ぐ。 日本各地の木工所で地元の木を使って作られ、日本の森林や職人を守る。生活 者は、木目や木の香りを愉しみながら木の地産地消をし、森とつながった生活 を楽しめる。



価値ある財として古木を使い、座るだけのベンチではなく、座ってみたくなるべ ンチを製作。古木が持つ迫力とぬくもり、そして解体前の古民家で紡いだ歴史 やストーリーを過去から未来へとつなげている。



商品概要

に引き継いでいく。

ikumori

北海道産の広葉樹を使用したフローリングやパネリング

(壁材)を製造販売し、使用した資源量に見合う苗木を再び

北海道の地に植樹するプロジェクト。現在、広葉樹は豊かな表情や質感、木目

の美しさなどからインテリアとしても人気が高い一方、海外からの供給に大きく

依存。国産広葉樹は、前生稚樹や自然に落下した種子等から樹木を定着させる ことで森林の再生に頼るしかなく、資源の持続性は大きな課題となっていた。

ikumoriの「育てる、使う、植える」の循環によって、豊かな美しい森を将来世代

株式会社ニッシンイクス





商品概要 | 「東京の森を、山を、そして環境を守る」を企業理念に掲 げ、地産地消の家造りを通じて「森林の健全なサイクル」 「CO2排出量削減」という環境に寄与した家造りを行っている。多摩エリアの林 業会社、製材所、プレカット工場、工務店がチームになり、地域の循環型社会を 形成する、ビジネス性・ソーシャル性を兼ね備えたビジネスモデル。この家づく りを持続させることが使命であり最大のミッションとしている。



サステナブルサポートサービス slowz

株式会社NoMaDoS



solar crew

体験型空き家活用

株式会社Solar Crew

独自に定義したサステナブルジャンルを選択することで、 様々なサステナビリティに取り組む店舗を検索し情報閲覧 することができるマップ型アプリケーション。多様なサステナブルアプローチを 行っている店舗を、ミレニアル・Z世代で構成される編集部が「行きたい」「素敵」 「心地よさを感じる」などの視点で選び、取材・掲載している。さらにサステナブ ルライフ企画をコンテンツとして発信することで「学ぶ」「作る」機会もユーザー に提供している。

「地域課題である空き家」を太陽光発電設備や耐震シェル 商品概要 ターを導入した「地域課題を解決する防災拠点」へと活用 する取り組み。地域住民やcrewとともに活用法を考え、DIYでリフォームを行 う。普段接点のない産官学民をつなぎながら、工事や完成した拠点でのイベン トなどを通し、交流人口及び関係人口の創出、災害時の共助や単身世帯の安 否確認など地域レジリエンスの向上、更なる地域課題の解決を目指している。



くまはぎの薪

株式会社 桑木



熊本城瓦御守

一般社団法人BRIDGE KUMAMOTO



着古したかりゆしウェアを バッグにアップサイクル

沖縄の風合同会社



「キラワレ者から仲間に。」 駆除ハブを活用したハブ革。

yu-i FACTORY

熊が木の皮を剥ぐ「くまはぎ」によって傷付けられた廃棄予 商品概要 定の木を、キャンプ用の薪に活用。箱の内側にくまはぎ被害 や里山整備の重要さの解説をイラスト付きで掲載し、開封体験を楽しみなが ら、森の問題を学ぶことができる。また、売上の一部は里山整備に使用。これに よって、人と熊の住処の境界線が定まり、くまはぎ被害の減少につながる。整備 された森は木の根が発達し、自然災害に強い森へと生まれ変わる。

熊本地震の復興支援につながる御守。御守袋は被災した 住宅を守ってきた廃棄ブルーシートの「切れ端」を活用。袋 の中には地震で破損した熊本城の瓦のかけらが入っており、二度と落ちないと いう「後来不落(こうらいふらく)」の意味が込められている。また、加藤清正公 を祀った加藤神社で「復興祈願」のご祈祷を受けている。製作は、熊本県内の就

労継続支援事業所に依頼。売上の一部は熊本城の復旧に寄付される。

沖縄の夏の正装である「かりゆしウェア(柄物シャツ)」を バッグにリメイクした製品。かりゆしは、ビジネスシーンだけ でなくデイリーウェアとしても多数所有している人が多く、その分廃棄される量 も相当数になる。廃棄する量を少しでも減らすことを目的に、新たな価値のある 商品として再利用を提案。お気に入りの柄や思い出のシャツが捨てられること なく、バッグとして新たなストーリーを紡いでいく。



猛毒をもつ「ハブ」を使った革小物製品を産地ブランド化。 地域で異なる模様の革を楽しめるデザイン。沖縄県では年

間約2,000匹の「駆除ハブ」が焼却処分されてきた。これまで市町村から約半数 の1000匹を購入。沖縄で初めて生体の捌きから環境にやさしいタンニン鞣しを 行い、「日本エコレザー基準認定」を取得。デザイン、製品製造に至るほぼ全て の工程を自社で行う。生態系のバランスを維持するため駆除ハブのみを活用。



BYAKU Narai

NOSIGNER



もたちのチカラを育むことを目指している。

AQTION!(アクション)

オリックス水族館株式会社



NUNOUS(ニューノス)

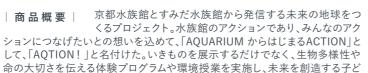
株式会社Knot



おもちゃから生まれた腕時計 **TYOT WATCH!**

株式会社三栄コーポレーション

江戸期の宿場町、奈良井宿にある約200年前の古民家をリ ノベーションした宿泊施設。日本から失われつつある伝統 建築を、素晴らしい大工職人の技術で復活させた。「宿」という漢字に含まれる 「百」に着目し、近隣で百の体験ができる新しい宿泊体験を設計。百の体験を1 枚ずつカードにした「百札」が施設内に配置され、この地域の風土や文化に出会 うことができる。地域と宿泊客をつなぐ、新しい日本の地域丸ごと体験型宿泊 サービスを提案。



日本のものづくりのクオリティの高さの負の側面として、厳 しすぎるチェックによってはじかれた大量の規格外品が存 在する。岡山の染色加工会社「セイショク株式会社」がこの見えない大量の廃棄 に疑問を感じ開発した、美しいアップサイクル素材「NUNOUS」と、Maker's Watch Knotがコラボレーションし実現した、全く新しい時計用ストラップ。

子どもたちが遊んでいたおもちゃを原料にしたリサイクル 樹脂を使ったカラフルな腕時計。子どもだけでなく、親子 で、家族で、または友達や恋人など大切な人とお揃いでつけられるように、様々

なモデル・色のバリエーションを用意。子ども用には、時間や環境について学ぶ きっかけとなる「時計の読み方」、「りさいくるってなあに?」といった小冊子を付 属して、想いを巡らせ、資源を巡らせ、時計の針をぐるりと前へ、やさしい時間 を、コツコツ刻んでほしいという想いを込めている。

- CO2# nocoo

nocoo(//2-)

日本サニパック株式会社



ボタニカルハンドソープ レモン&オリーブ

株式会社エル・ローズ



インティメイトフォーム

株式会社エル・ローズ

hinna



株式会社Kyoto Natural Factory 「京都しゃぼんや」

京さんぽりっぷくりーむ

ポリエチレン(プラスチック)素材の一部を天然ライムス トーン(炭酸カルシウム)に置き換え、プラスチック使用量 とごみ袋の製造・燃焼時におけるCO2排出量抑制に貢献するごみ袋。環境配慮 型製品に見られるコストアップが無く、ポリエチレン100%の製品と同等の価格 で購入できるのも魅力の1つである。また、環境にやさしいことがわかるように、 袋のデザインや色合いに工夫が施されている。

福井県産のレモンとオリーブを使用したハンドソープ。レモ 商品概要| ンの「ヘタ」や、果実を搾った後の残りかすなどからエキス を抽出し、本来廃棄されるものの活用に取り組んでいる。

また、厳選した自然由来成分を99%以上配合。手を洗った後に流れる廃液によ る環境負荷が少なくなるよう工夫されている。

フォームタイプのデリケートゾーン用ソープ。デリケートゾー 商品概要 ンの肌が本来持っている常在菌やバリア機能が働きやす いpH値、そしてうるおいを大切に保持したまま、気になるニオイや不快感の元 である汚れをやさしく洗い流す。"誰一人取り残さない社会づくり"を掲げ、生産 工程の一部を就労支援施設に委託し、容器には植物由来素材を30%使用した バイオPETを採用。また動物由来原料不使用、動物実験一切なしと、生産背景 にも徹底したエシカル思考で、ひと・環境・動物に向き合う、"やさしい"を詰め込 んでいる。

京都の名店、人気店とコラボ開発した100%天然由来素材 やオーガニック素材を使った京都生まれのリップクリーム。 素材そのままの香りが閉じ込められ、ほんのりとやさしい香りや甘みが楽しめ る。それぞれのコラボブランドロゴの彫刻が入ったパッケージには竹素材を採 用し、和の雰囲気や京都らしさが演出された目を引くデザインとなっている。



GURIPON(グリポン)

ケイナンクリーン株式会社



ハッピーナチュラル クリーンシリーズ (全身シャンプー&リンスと家庭用洗剤)

株式会社ナカヤマ



and OHU(アンオフ)

株式会社薬王堂ホールディングス



ハッピーナチュラル ボタニカルスキンケアシリーズ

株式会社ナカヤマ

「バイオディーゼル燃料」精製時に余剰副産物として出るグ 商品概要 リセリンが主成分の植物性天然アルカリ洗剤。アルカリ洗 剤は、一般の中性洗剤では落ちにくい油汚れや油脂に強いのが特徴。食物由来 で化学薬品を使用していないため環境や人体への影響が小さい。10年にもわた る研究で、これまで廃棄物だったグリセリンの再資源化を実現させた。



1つで万能に使えるオーガニック洗剤と全身シャンプー& リンス。石鹸は有機のココナッツオイルを使用し、伝統的な 窯焚き製法で手間暇かけて製造。化学合成成分などは不使用。リンスは無農薬

のブドウ発酵エキスや有機JAS植物エキスを豊富に使用し、天然由来成分99% 以上。河川を浄化し自然に還る天然の発酵米ぬかを洗剤に使用、洗剤も石鹸も 1週間で 99%が生分解する。売上の一部をフィリピンのフェアトレード支援へ 寄付している。



見える素材を使い、発酵由来の優しさで機能性豊かな原料を抽出。生産工程で

出る発酵粕も無駄なく使う取り組みなど、環境に配慮したモノづくりを徹底し

た商品として、スキンケアからスタートし、更にボディケア・ハンドケアにまで展

開を広げている。東北6県に380店舗以上の拠点を持つ薬王堂の取り組みとし

農学博士と主婦が共同開発した、国産植物の力でより輝く 素肌に導くスキンケア商品。天然植物由来100パーセント、

オーガニック由来指数98%以上、国産有機JAS認定原料、無農薬、自然栽培な ど計18種以上のオーガニックな植物エキスを配合。洗顔ミルク、化粧水、保湿 ローション、美容液の4種と、バームも展開。顔が見える生産者の植物を積極的 に活用し、絶滅危惧種や廃棄される植物も成分に利用。植物の加工に開発者自 らも参加している。



クラフトオーガニック リペア泡シャンプー

株式会社キナリ



ethique(エティーク)

株式会社ピー・エス・インターナショナル



て、北国発信ならではの保湿にこだわった商品。

エシカル原料美容液unito 新芽アロエベラ

株式会社長寿乃里



エシカル原料美容液unito 酒粕グルコシド

株式会社長寿乃里

江戸時代より完全無添加の日本酒造りを続ける酒蔵・せん

農薬不使用や産地にこだわり選んだユズ(大分県)・ヒマワ 商品概要 リ(香川県)・ツバキ(東京都利島)を使用した、泡で出るタイ プのアミノ酸系シャンプー。地域活性化につながる国産の農産物や原料を採 用。また、大分県産のユズは果汁を搾ったあとの残渣を原料化し有効活用して いる。容器は100%リサイクルした再生PETなどを採用。生産量の調整・定期販 売をベースとすることで商品廃棄ロスの削減に努めている。

原料からパッケージに至るまでサステナブルなビューティ バーブランド。化粧品業界から生み出される大量の廃棄 物、特にバスルーム用品から生み出されるプラスチックや廃棄物の量に「プラス チックを無くしたい」という想いで固形タイプのシャンプーバー・コンディショ ナーバーからスタート。水を一滴も使わず、美容液成分のみ※を凝縮。ダイレクト トレード(仲介業者を通さず、生産者と直接取引すること)で適切かつ強固な関 係が保たれるなど、環境だけではなく高品質で社会的・経済的なサステナブル も実践している。

※洗浄成分、防腐剤を除く

沖縄県宮古島市しろう農園で未活用資源となっていたアロ エベラの「新芽」を化粧品にし、新たな価値を創出。一般的 に捨てられてしまうアロエベラの根や皮まで全てをエキス化し、製造過程での 廃棄物削減に貢献。品種、産地、栽培方法、収穫時期に徹底的にこだわり、素材 の栄養を余すことなく引き出したエキスを、水などで希釈せず美容成分100% の状態で生詰めした原料美容液。「自分の肌に合ったスキンケアを原料から選 ぶ」というブランドコンセプトのもと、添加物※を一切配合しないシンプルなス キンケアを追求している。

きんで生み出された未活用資源の酒粕から、丸ごと熱水抽 出した原料美容液。土地の個性(テロワール)にこだわり、お米を育てたのと同 じ水脈の水を仕込み水にした超古代製法の日本酒造りの伝統文化を化粧品と しても継承するため、この酒粕が持つ豊富な栄養と美容成分を余すことなく引 き出し、そのエキスを水などで希釈せず美容成分100%の状態で生詰めしてい る。「自分の肌に合ったスキンケアを原料から選ぶ」というブランドコンセプト のもと、添加物※を一切配合しないシンプルなスキンケアを追求している。

※防腐剤、増粘剤、鉱物油、合成香料、石油系界面活性剤、合成着色料、エタノール不使用



煌繭(きらまゆ)

株式会社松田養蚕場



Flavor Terrine

Ristorante Renata



コカ・コーラ100%リサイクル PETラベルレスボトル(350ml)

日本コカ・コーラ株式会社



明治オーガニック牛乳 (900ml)

株式会社 明治

独自の特許技術を活かしたフリーズドライ製法により、防 商品概要 腐剤や保存料などの添加物を一切使用しない、天然成分 100%の完全無添加のシルクパウダー「煌繭―きらまゆ―」。約20個分の繭から たった 1gしか作ることができない美容成分が凝縮された贅沢な美容パウ ダー。原料には、国内の養蚕農家が愛情込めて作った国産シルクを100%使用。 シルクは、環境にやさしい生分解性の天然素材。

数百年受け継がれた技術を使って作り出された食材と、自 商品概要 然本来の恵みを掛け合わせ、「本当の美味しさ」を追求した スイーツ。高品質な素材を用いて、職人の手で1本ずつ丁寧に仕上げている。ワ インのように、温度で「香り・味・口当たり」が変化するのも特徴。素材が持つ本 来の味を楽しめるように、化学調味料・保存料・着色料・香料は無添加、グルテ ンフリー。江戸時代から続く製法の継承や、地球環境に配慮した食材の活用に 取り組んでいる。

100%リサイクルPETボトル、ラベルレス、ボトルの軽量化 の3要素を実現した「コカ・コーラ」(350ml)を、世界に先駆 けて日本で初導入。コカ・コーラの伝統的なコンツアーボトルシルエットでブラ ンドの世界観を維持しながら、サスティナビリティーにも配慮した、新時代のラ ベルレスボトルを実現。「廃棄物ゼロ社会」の実現に向け、サスティナブル素材 利用・プラスチック削減・容器回収の目標達成に取り組んでいる。

自然の資源を活かした、循環型酪農を行う北海道津別町 商品概要 の有機酪農家から集乳した生乳のみを使用。飼料・飼育か ら製品に至る全ての工程で、日本農林規格(JAS)の厳しい生産基準に基づいて 作られ、日本で初めてJAS認証を受けたオーガニック牛乳。また、「生乳のおいし さ」を長持ちさせるため、開封するまで中身が空気に触れにくく、遮光性に優れ た「新鮮こだわりパック」を採用。



雪ばななケーキ

Curio



デリッシュオーガニクス マルベリーリーフ

株式会社アトラス



商品概要

慮型商品。

株式会社 明治



明治プロビオヨーグルト R-1ドリンクタイプ (112ml×6)

※2022年7月明治調べ

明治プロビオヨーグルトR-1ブランドは、お客様の健康な毎

日に貢献したいと願う、当社の乳酸菌研究の中で選び抜か

れた「強さひきだすR-1乳酸菌」を使用したヨーグルト。そのラインナップの一つ

として2022年8月より発売を開始した「ドリンクタイプ(112ml×6)」はドリンク

ヨーグルト市場初※のラベルレスボトルを採用した6本パックとなっており、

日々の体調管理習慣に貢献するとともに地球の体調管理をも実現する環境配

(インテージ社ドリンクヨーグルトカテゴリー登録のPETボトル商品をもとに調査)



「緑と共生する やさしいお酒」 オーガニック蒸留酒のGreenbar

ロジストファーム株式会社

「雪ばなな」とは、雪深い山形県戸沢村の温泉熱を利用し 商品概要 て、ほぼ農薬不使用で栽培されたバナナの総称で、数種類 が栽培されている。傷など規格外で廃棄されてしまうバナナを何とか使えない かという疑問から商品開発を始めた。皮が薄く、ほぼ農薬不使用という特徴を 生かすため、あえて均質化や長期保存させる加工はせず、バナナの品種によっ

て味の変化を楽しめる「雪ばななだからこそ作れるケーキ」。

提携する有機JAS認定の畑で大切に育てられた鹿児島産 の有機桑の葉を100%使用したグリーンジュース。保存料・

着色料・人工香料・遺伝子組み換え原料は使用していない。手軽に持ち運べる 個包装タイプで、海外38か国の消費者に向けて販売しており高く評価されてい る。海外向け発送では一部のお客様を除き、コンポスタブルバッグを使用し、少 しでも環境に負荷をかけないように土に還る循環型の素材を使用している。 (日本向けは準備中)

「緑と共生する やさしいお酒」がコンセプトのオーガニック 商品概要 蒸留酒シリーズ。製造元であるアメリカの Greenbar

Distilleryは、ボトル1本につき中央アメリカに1本植樹する「ワンボトル・ワンツ リー」活動を行っている蒸留所。カクテル1杯で、およそ1日分のカーボンネガ ティブ。輸入元であるロジストファーム株式会社は、アメリカでの活動に上乗せ する形で、日本においても、ボトル購入で「花とみどりのギフト券」をもれなくプ レゼントしたり、飲食店で飲んでポイントをためると近くのガーデンショップで 苗木などがもらえる制度の提供など、「緑との共生」を実現する取り組みを行っ ている。



炊飯器で作るパエリアの素 『パエー釜ジャ』



れる。

福島ひまわり里親プロジェクト

特定非営利活動法人チームふくしま



ひまわりから採取した種を福島で「復興のシンボル」として 活用することにより、福島と全国との絆を深める取り組み。 花を育てるのは全国各地の「里親」。里親から送られたひまわりの種は、福島県 内で花を咲かせ、そのひまわりから採れた種を福祉作業所で搾油後、バイオ燃 料に精製し、地元交通事業者に提供される。エネルギーの循環を生み、環境負 荷低減を実現している。また、一部の油は食用として活用し、レトルトカレーを 販売。売上の一部は福島県内の子ども食堂へ、本商品を寄付するために使用さ

炊飯器に洗米したお米とパエリアの素を入れ、スイッチを 押すだけで魚介の風味豊かな本格的パエリアが楽しめま す。具材入りで水の微調整も不要です。合成着色料・保存料不使用にこだわっ

た長期常温保存が可能なレトルト食品です。売上の一部は、児童施設の子ども 達にフランス料理のテーブルマナー教室を開催するなど、寄付文化の普及や児 童施設の支援に取り組んでいる。



エバンズ 亜莉沙

エシカルコーディネーター、Prettysimple Studio Co. ディレクター EATART株式会社 ブランディングアドバイザー。エシカル協会主催フ ェアトレードコンシェルジュ認証を21歳で取得。現在フリーランスで 『サステナブル』や『世界に自分に優しいライフスタイル』をキーワー ドに、イベントやマルシェの企画ディレクション、登壇や、他様々なプ ロジェクトのディレクター / コーディネーターを務める。フジテレビ「 ミラクルビト」出演 (2022年), NHK WORLD 新番組「Ethical Every Day」MC (2022年~), ELLE スタイルインサイダー, Love action -わ たしと地球を愛するマーケット- 主催 など

[Comment]

本年度も本当に数多くのジャンルも幅広いプロダクト、素敵な作り手さんのストーリーに出会うことができ、私自身も 大きな学びとなりましたし、楽しませていただきました。貴重な機会を本当にありがとうございます!今後につきまして はここ数年で深刻化する環境問題、新たに生まれる社会課題への対応を考え、大きく変わる世の中の流れや人々の 価値観に合ったアワードの審査基準のアップデート、選定が重要になると強く感じます。年々増え続けるソーシャルプ ロダクトの応募数はとても喜ばしいことであり、今後もこのアワードが継続、更に発展することを心より願っています。



古谷 由紀子

(一財)CSOネットワーク代表理事、サステナビリティ消費者会議代 表。SDGs、ビジネスと人権等サステナビリティに関わる活動のほか 、国や企業の委員会等に参画している。

今年も多様な商品・サービスの応募があり、社会にソーシャルプロダクツが確実に広がっています。ソーシャルプ ロダクツ・アワードがいっそう地球を大切に、個人が尊重される社会に向けて、企業や生活者の行動変容につなが ることを期待しています。



スタニスロスキー スミレ

[Profile]

東京国際大学国際戦略研究所 准教授。早稲田大学商学学術院 助手・東京国際大学国際戦略研究所専任講師を経て現在、同研 究所准教授。マーケティングと消費における持続可能性を主な 研究テーマとし、近年は倫理的消費者・コーズリレーテッドマー ケティング・応援消費を中心に研究を行う。

[Comment]

近年、多くのプランドがソーシャルプロダクツとしてポジショニングしていますが、実際には、ライフサイクル全体で サステナブルな仕組みをつくれているものはまだまだ少数です。ソーシャルプロダクツの市場が拡大することで、よ り良い社会につながる商品やサービスが今後増えていくことに期待します。



原田 さとみ

(エシカル・ペネロープ株式会社 代表 / 一般社団法人 日本フェアトレード・フォーラム代表理事 / 一般社団法人 日本エシカル推進協 議会理事 / JICA中部オフィシャルサポーター)名古屋在住、モデル デビュー後、東海圏を中心にタレントとして活動。1999~名古屋に てセレクトショップを経営。フェアトレード商品を取扱い、2005~エ シカル・ファッションを輸入し、エシカルを推進。フェアトレード&エ シカル・ファッションショーやマルシェ、アップサイクル・ワークショッ プなどイベントを通じて、フェアトレードタウン運動とエシカル消費 推進事業を行う。名古屋市は2015年にフェアトレードタウン認定と なり、愛知県は2021年にエシカルあいち宣言をしている。

役目を終えた未利用素材や廃棄素材を巧みに生かしたアップサイクル商品が増え、今後更に極めた商品が生まれ てくる予感。それは使用後の配慮まで一連で考えた、未来を創るエシカル消費。世界に優しく、地域に楽しく、自分 に美しく、ソーシャルプロダクツが社会にじわりと浸透してきていることを感じます。



三柴 淳一

[Profile]

民間企業勤務、青年海外協力隊(ガーナ派遣)を経て2004年から FoE Japanスタッフ。違法伐採対策推進・強化、環境社会配慮木 材「フェアウッド」の利用促進を通して、森林減少・劣化の抑制、持 続可能な森林経営促進に寄与すべく活動している。

[Comment]

今年も素敵な商品と「想い」ある作り手の方々に出会えました。「想い」だけでは売れない、でも「想い」あってこその 「ソーシャル」。その「想い」を是非ともすべての原材料の生産現場や周辺の環境・社会・人権影響にまで巡らせてく



矢島 里佳

[Profile]

株式会社和える 代表取締役。「日本の伝統を次世代につなぎた い」という想いで創業。全国各地の職人と"0歳からの伝統ブラ ンドaeru"を展開。その他、地場産業を次世代に承継する伴走 型リブランディング事業・里山再生等、様々な事業を創造。

今回は、プロダクトの背景にある心温まる様々な『循環の仕組み』に出逢うことができました。来年はさらに、プロダ クトそのものを「直感的にほしい!」と思わせるデザイン性や素材選びと、循環の仕組み双方の質感が高いエント リーが増えることを期待しています。

↑ 大賞



Happy Elephant 洗たくパウダー

優秀賞



She with Shaplaneer

特定非営利活動法人シャプラニール =市民による海外協力の会



OUON(クオン)

優秀賞



COTTON NOUVEAU EUCHI ORGANIC株式会社 引池内タオル(株)]



BEN & JERRY'S アイスクリーム

大賞



楽膳

優秀賞

大賞



NALUO コスメライン

優秀賞



大賞 国内部門



越前打刃物

大賞 国際部門



フェアトレード・チョコレート

大賞 国内部門

もりのともだち

大賞 国際部門



love lotus Bean to Bar & Raw チョコレート

大賞 年度テーマ部門



セロテープ®

大賞 軸テーマ部門



SARAYAハンドラボ 手指消毒スプレー・ハンドジェル

大賞 年度テーマ部門 128456989

障がいのある人が描く文字や絵柄をフォント・ パターン化したパブリックデータ「シブヤフォント サ谷区/専門学校桑沢デザイン研究所 / 株式会社フクフクブラス / サ谷区内の障がい者支援事業所



株式会社GOOD DEAL COMPANY

TOKYO CORK PROJECT

SIOME 大賞 軸テーマ部門 UpcycleLino

大賞 年度テーマ部門

2013 2014 2016 2015 2017 2018 2020 2021 2022