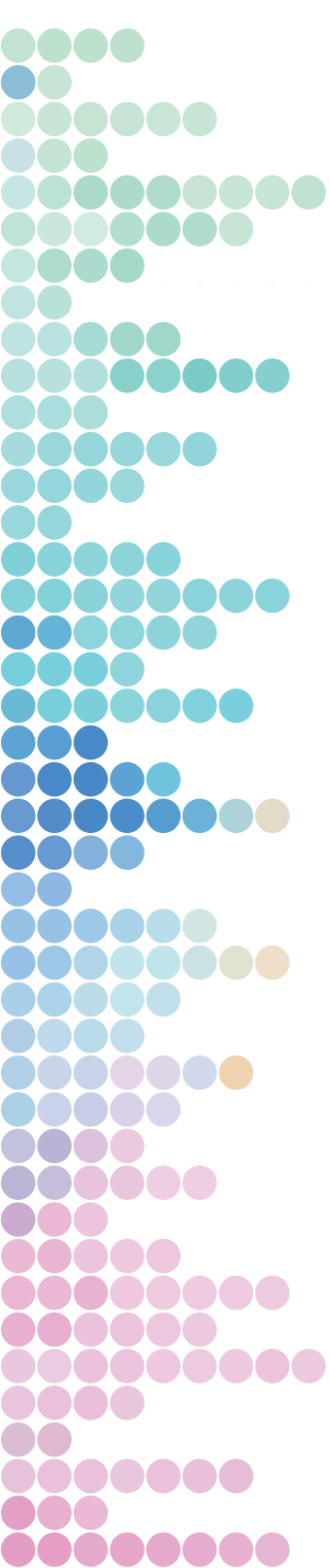


SDGs

への取り組み

ダスキンだから出来ること



創業時より続く、 ダスキンのサステナブルへの思い。

ダスキンの創業は1963年、

繰り返し使うレンタル事業という循環型ビジネスに始まります。

水を使わずホコリを取る「ホームダスキン」は、

多くの主婦を大変な水拭き掃除から解放しました。

物や資源を大切に、

人や社会に優しくあることは、ダスキンが最も大切にしていること。

その考えは、創業時より今も大切に継承され続けています。

私たちダスキンは、全国に加盟店というファミリーを持つフランチャイズチェーン。

全国の加盟店に届けられるダスキンファミリー情報誌を用いて、

毎号、さまざまな問題や情報を発信してきました。

これは「そもそもSDGsとは？」というアプローチから始まった、

最初の1年のSDGs特集をまとめた1冊です。

ダスキンファミリーが同じ願いの下、

SDGs達成に向けてアクションを起こしています。

そんなサステナブル活動の取り組み事例をご紹介します。

CONTENTS

2 イントロダクション

4 テレビや新聞でよく見るSDGsをご紹介します！

7 ダスキンはSDGsに取り組むことで
企業価値の向上を目指します！

みんなのSDGsアクション

10 CO₂排出量の削減

12 食品廃棄物のリサイクル

14 海洋プラスチックごみ問題

16 水資源の保全

18 働き方改革

20 ダイバーシティ&インクルージョン

Challenge SDGs!!

「経済価値向上」の取り組み事例

22 株式会社ダスキンユニオン ダスキンヘルスレント 倉敷ステーション

23 株式会社ダスキン椿

「社会価値向上」の取り組み事例

24 株式会社湖光

株式会社ダスキン ミスタードーナツ事業本部

25 株式会社ダスキン岸和田 ダスキン岸和田支店

株式会社ダスキンサーヴ近畿 ダスキン御影石町支店

「環境価値向上」の取り組み事例

26 株式会社ダスキン 南関東地域本部

27 株式会社ヤマヨフーズ 第662号 ミスタードーナツ京橋コムズガーデンショップ

株式会社ダスキン フードグループ

28 株式会社ユキ ダスキン新居浜支店

29 株式会社ダスキン 生産本部

※本媒体は、株式会社ダスキンが編集・発行するフランチャイズ加盟店向け広報誌「ファミリーマガジン」の2021年5月号から2022年3月号までのコンテンツを再編集したものです。情報は取材当時のものです

※ダスキンファミリーとは、株式会社ダスキンとその連結子会社・持分法適用会社に加え、フランチャイズ契約で結ばれた加盟店・協栄工場を含む、ダスキンの経営理念に賛同するすべての組織・共同体のことを指します

2022年3月 株式会社ダスキン発行

エス ディー ジー ズ SDGs

テレビや
新聞でよく見る

をご紹介します！

近年、企業のSDGs（持続可能な開発目標）が重要視され、
テレビや新聞でも大きく紹介されています。
ダスキンでも創業以来、環境への配慮や地域へのお礼返し（社会貢献）など、
さまざまな事業活動を通じて社会的責任を果たしてきました。
今後、事業活動をするうえで不可欠となる「SDGs」についての情報を
皆さんへお届けしていきます。ぜひ、ご期待ください。

Q1 そもそも「SDGs」とは？

「Sustainable Development Goals」の略です。
2015年に国連サミットで採択された「持続可能な開発目標」であり、2030年までに国際社会全体で達成すべき17の目標のことです。
健康や福祉、教育、ジェンダーの平等、気候変動への対策など、グローバルな目標が掲げられ、企業・個人を含む全ての人が取り組んでいく課題であり、ダスキンでも数多くの課題に取り組んでいます。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Q2 消費者・就職活動生などの判断基準になっているって本当？

消費者・就職活動生・投資家にとってSDGsは、今や企業や事業活動を評価する指標であり、社会全体が注目しているテーマと言えます。

世界的に注目され、活動を促進する必要性を感じ取った報道機関も情報発信を積極的に行っています。

消費者の目線

約 **71** %

企業のSDGsへの取り組みを知った人の約71%が商品・サービスを購入したり、企業のwebサイトを見るなどの行動につなげている。※1

学生の目線

約 **65** %

就職活動をした学生の約65%が、企業の社会貢献度が志望に影響している。また、SDGsの認知度も約76%と7割を超えている。※2

投資家の目線

約 **77** %

投資する人の約77%が企業のSDGsなどに対する取り組みを考慮している。企業や企業グループが未来に向けて成長し続けるかの指標になっている。※1

※1 企業広報戦略研究所「2020年度ESG／SDGsに関する意識調査」2020年6月調査より

※2 就職情報誌(株)ディスコ「就活生の企業選びとSDGsに関する調査」2020年8月調査より

Q3 SDGsはダスキンの理念と同じ？

1964年、主婦のお掃除の負担を軽減したいという思いから生まれた「ホームダスキン」。

創業時から続く地球環境に優しいレンタルシステムです。

その後も、家事を軽減する家事代行サービス、シニア層の快適な暮らしをサポートするヘルスレント事業やライフケア事業など、ダスキンでは事業活動を通じて社会や消費者の課題を解決する取り組みを進めてきました。

つまり、創業より続く「道と経済の合一」という理念はSDGsの考えそのものであり、私達が日頃から行う事業活動自体がSDGsの実践と言えます。

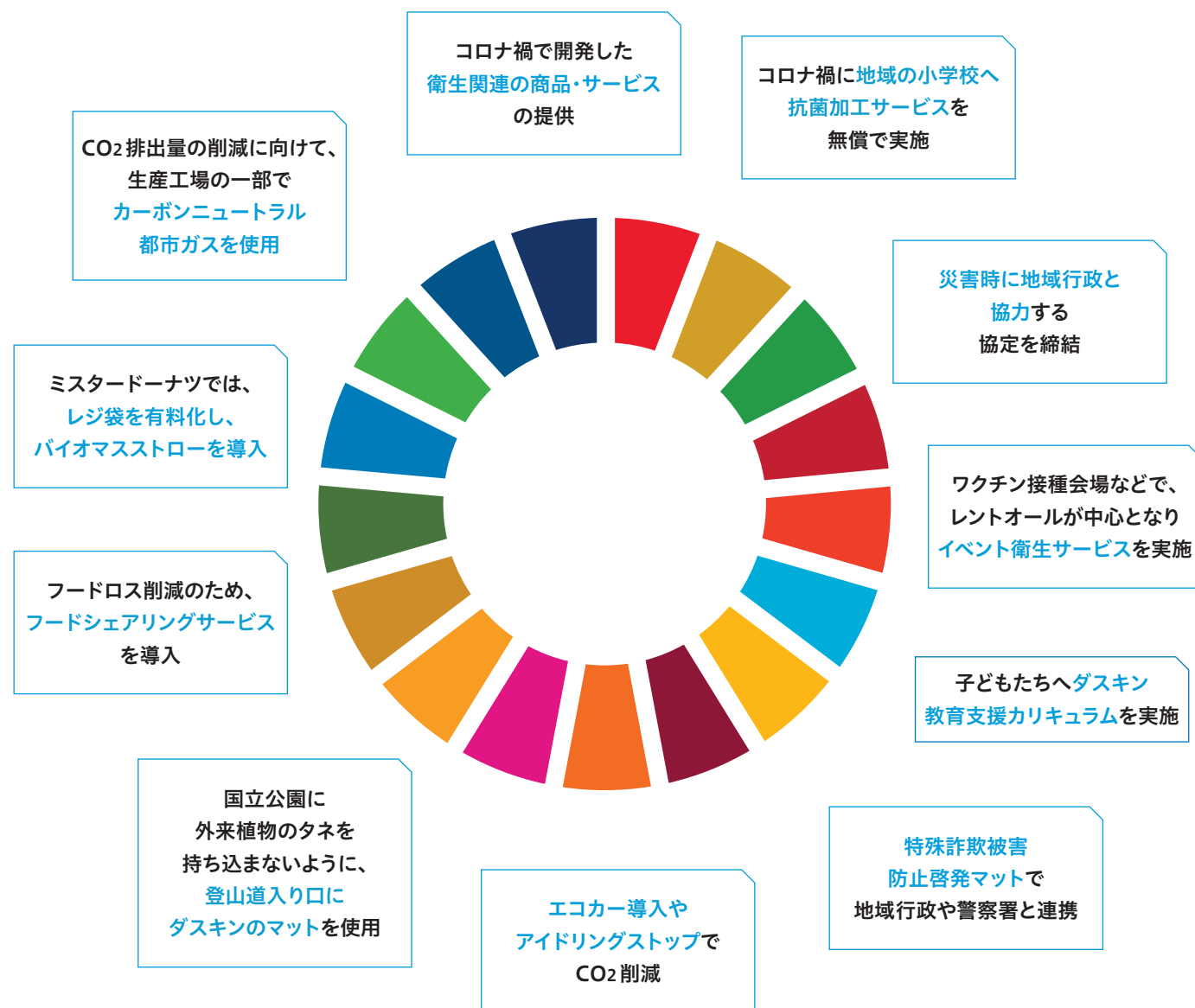


Q4 具体的にどんな活動事例があるの？

実際に加盟店や地域本部が行っている活動の一部を紹介します。

1人ひとり、1店1店の取り組みが、ダスキンファミリー全体の社会や消費者からの評価につながります。
ぜひ、参考にしてください。

ダスキンファミリーのSDGsの一例



SDGsの取り組みは企業だけでなく、
私たち1人ひとりにも日常生活のなかで実践できることがたくさんあります。
できるところからまずはスタートしてみたいかがでしょうか？

ダスキンは SDGsに取り組むことで 企業価値の向上を目指します！

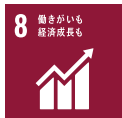
ダスキンはSDGsへの取り組みを通じて
ダスキンファミリーの持続的な成長と企業価値の向上を目指していきます。
言い換えると「喜びのタネまき」として取り組んできた
価値ある事業や活動をさらに高めていくことが、
SDGsへの貢献につながり、人や社会、未来のためになるということ。
それがダスキンの目指すSDGsへの取り組みです。

【SDGsへの貢献】



目指すべき「経済価値」

それぞれの事業特性を生かして、
多様化する社会ニーズに応える



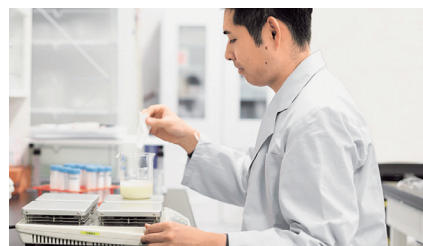
フードグループ

楽しさやおいしさをお客様に
提供するため、定番商品の
ブラッシュアップや他社との
共同開発商品の展開。衛生
管理を意識した店舗づくり、
デリバリーやネットオーダー
サービスも推進します。



衛生領域

「衛生環境を整える」ダスキンへ。抗菌・抗
ウイルス機能において第三者機関の確認・
認証が得られた衛生関連の商品やサービ
スを開発。イベントや学校などの衛生マネ
ジメントにも注力します。



ワークライフマネジメント領域

コロナ禍で在宅時間の充実や家事・仕事の
効率化へのニーズが高まるなか、家事代行、
プロのお掃除サービスなどで付加価値の高
い商品・サービスを開発。お客様のワークラ
イフをサポートします。



高齢者サポート領域

高齢者の生活が変化し、多様なニーズが生
まれるなか、介護用品・福祉用具レンタル
や介護サービスに注力。介護保険外のサー
ビスやアクティブシニア向けのサービスな
ども提案していきます。



目指すべき「社会価値」

人とのつながりや地域社会とのパートナーシップを
大切にしたさまざまな取り組みを行う



働き方改革と健康経営の推進

社員が仕事と家庭を両立出来、能力を最大
限に発揮出来る環境の構築により、やる気と
達成感・満足感を高められる行動計画を推進。
また「ダスキン健康宣言」を通じて健康経営に
取り組んでいます。



左／厚生労働省が子育てサポート企業として認定
する「くるみんマーク」の認定を取得

ダイバーシティ&インクルージョンの推進

性別・年齢・国籍・キャリアにかかわらず、お
互いを尊重し、能力を発揮できる職場風土
の醸成に向けて、女性管理職の比率向上
や障がいのある方の雇用拡大、外国人の活
躍促進を進めています。



地域との共存・共栄

「キレイのタネまき教室」や「子どもたちの
力を伸ばす学校掃除セミナー」などの学校
教育支援活動を推進。また自治体と連携し
た感染症対策やワクチン接種会場の衛生
サポートも進めています。



目指すべき「環境価値」

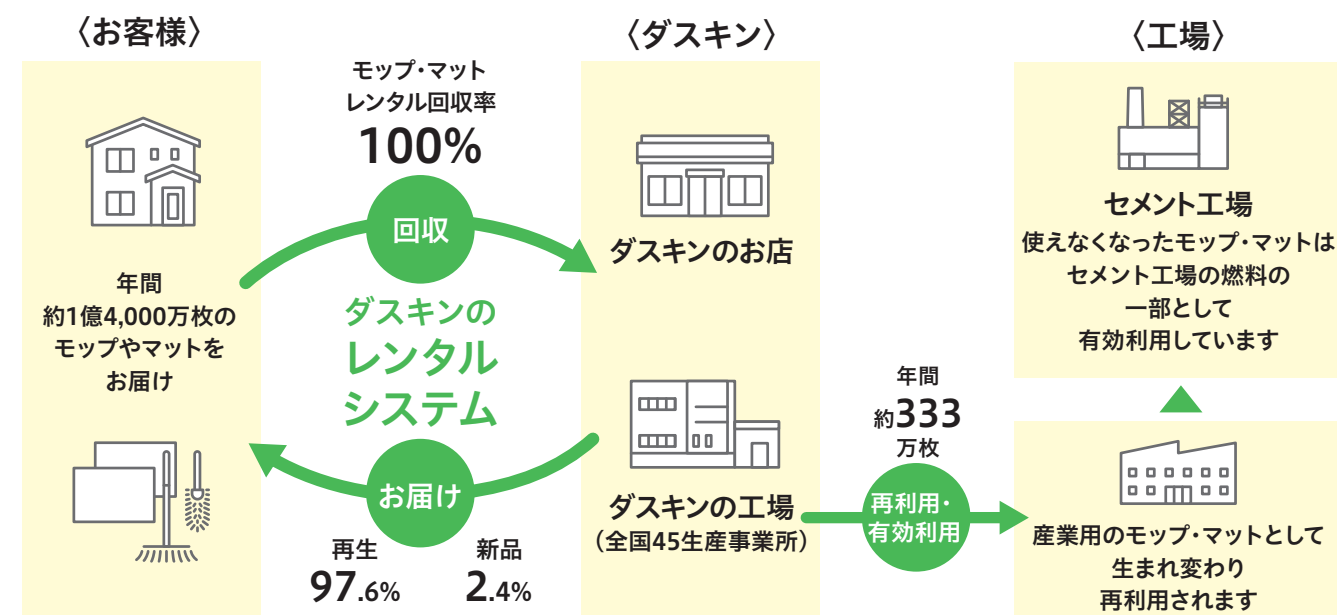
循環負荷が少ない社会づくりに向けて、
環境課題の解決に取り組む



循環型社会づくりへの貢献

創業時から循環型のビジネスモデルを展開

ものを大切に、くりかえし使う・みんなで使う・減らす・捨てないという思いで事業活動を展開



※2021年3月末現在

気候変動への対応

TCFD (気候関連財務情報開示タスクフォース)への賛同

FSB (金融安定理事会) により設置されたTCFDの提言に賛同し、
気候変動に関連するリスクや機会の分析を行うと共に、積極的な
情報開示を進め、持続可能な社会に貢献していきます。



ACTION

何より大切なのは、
ダスキンファミリーが
一体で取り組み続けること

SDGsに取り組むということは、企業価
値を上げていくことであり、ダスキンファ
ミリーの価値も上がるということです。
そして1店1店の取り組みが、その価値
向上や評価につながります。



3つの価値の現場における具体的な取り組みは、22ページからご紹介していますので、ぜひご覧ください。

みんなのSDGsアクション

ダスキンはSDGsをはじめ、サステナビリティに関するさまざまな課題に取り組み、企業価値の向上を目指しています。
ここではテーマごとに、世界の状況や私たちダスキンの取り組みをご紹介します。

CO₂排出量の削減



SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

CO₂を含む温室効果ガスの影響で、近年、地球温暖化が世界的に問題視されています。
未来のために世界共通の目標の達成に向け、
ダスキンファミリー全体で「CO₂排出量の削減」に取り組んでいます。

Q そもそも、CO₂排出量が多いとどうなるの？

A 自然や暮らし、そして経済活動にも大きな影響が出てきます。

地球温暖化がもたらす気温上昇により、海面の上昇や巨大台風増加、病害虫の発生による穀物生産への影響など、自然や暮らし、そして経済活動にも大きな影響が出てきます。昨年6月に国連は、**2025年までに世界の3分の2が水不足となり、世界農業は大きなリスクに直面する**と発表。また国交省は今年、2020年度の日本の水害の被害額が6,500億円を超えたと発表しました。



このままだと、ダスキンへの影響も...

温室効果ガス排出規制の強化による

租税コスト増

気温上昇や異常気象による停電や浸水被害

原材料費などの高騰

予測・対応できないトラブルの発生など

お客様の信頼喪失

また、消費者の生活様式や意識が大きく変化する可能性も考えられます。

世界と日本の目標

2015年に国連の会議で世界約200カ国がパリ協定に合意。世界の平均気温上昇を抑えることや、21世紀後半に温室効果ガス排出を実質ゼロにすることが世界共通の目標となりました。各国では達成に向け、ガソリン車を廃止する法案や炭素税の導入などが進められています。
日本政府は昨年、温室効果ガスの排出量を2030年度までに46%削減(2013年度比)すると発表。炭素税の導入などが検討されています。

2030年度までに
温室効果ガス排出量

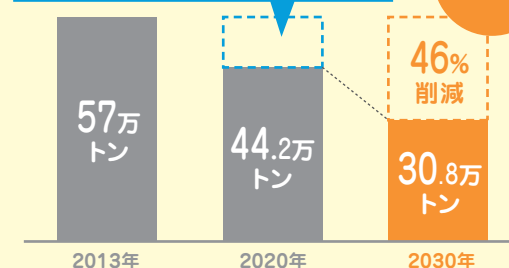
2013年度比
46%削減



ダスキンのアクション

ダスキンは政府と同様、
グループ拠点のCO₂排出量を
2030年度までに
46%削減(2013年度比)
することを目標に掲げ、
さまざまな取り組みを進めています。

約22.4%＝約12.8万トン削減
約6.4万人が年間で排出する量、
杉約900万本が年間で吸収する量と同じ



生産事業所

- 事務所での節電
- 省エネ設備の導入
- 太陽光発電設備の導入
(大阪中央工場に設置)



大阪中央工場屋上

- カーボンニュートラルLNGの導入



東京多摩中央工場

- エコドライブ
(商品配送でCO₂削減) など

訪販グループ

- 事務所での節電
- 低公害車の導入の推進
- アイドリングストップなどのエコドライブの実施 など



低公害車の導入比率は、
2016年1.2%が2020年には約40%に

フードグループ

- 空調の温度や照明の必要箇所の見直し
- 事務所スペースのこまめな消灯や水道光熱メーターでの管理
- ショップでのオペレーション見直しで省エネ化
- LEDライトや省エネ機器の導入 など



ミスタードーナツ店舗でLED照明導入率は
2020年度76.7%に

食品廃棄物のリサイクル



食べものを捨てるのは、もったいないだけでなく、
食糧不足や環境への悪影響などの原因になることが問題視されています。
これらを解消すべく、ダスキンファミリー全体で「食品廃棄物のリサイクル」に取り組んでいます。

Q 食品廃棄物が多いと、どんな問題が起こる？

A 食糧不足を引き起こし、環境にも悪影響を与えてしまいます。

世界で年間13億トンの食品が廃棄されています。これは世界では生産されている食用の農作物のうち1/3に匹敵します。今後、**世界の人口が更に増加することによる食糧不足**、そして可燃ゴミとして処理されることによる**二酸化炭素の排出**、埋め立てることによる**環境への悪影響**などの問題が発生しています。

日本では年間約2,531万トンの食品廃棄物が発生しており、その約30%が一般家庭から出ているもの。これらを減らすため家庭ゴミを家庭菜園のたい肥にする方法などが注目されています。



もちろん、ダスキンにも影響が・・・

食品リサイクル法を遵守しない
ことで、罰則が課せられ

社会からの評価が低下

廃棄物の増加により

処理コストの増加

また、食品ロスに対する消費者の意識が変化し、購買行動が変化する可能性もあります。

世界と日本の目標

2015年の国連の会議では、国際社会共通の持続可能な開発目標（SDGs）として、小売・消費レベルで**世界全体の食品の廃棄物削減や再生利用を推進**することが決められました。
日本は環境負荷を低減する循環型社会への転換に着目し、**2001年に「食品リサイクル法」を制定**。食品メーカー・卸売業・小売・外食全体で、食品の売れ残りや製造過程で発生したゴミの抑制と共に、リサイクルすることが積極的に行われてきました。現在、**2024年度までに外食産業全体で食品リサイクル率を50%にする目標が設定**されています。

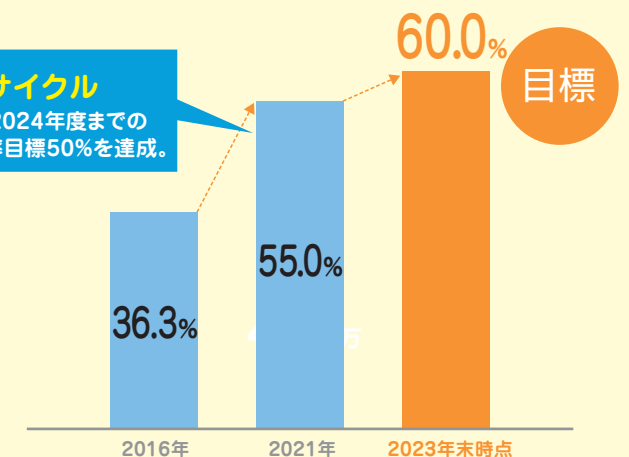
2024年度までに 食品リサイクル率



ダスキンのアクション

ダスキンは
2023年末時点に
食品廃棄物リサイクル率60%を
目指してさまざまな取り組みを
実施しています。

55%をリサイクル
農林水産省が設定する2024年度までの
外食産業のリサイクル率目標50%を達成。



フードグループ

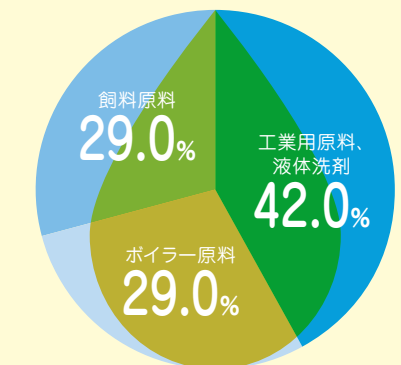
本部・各エリアでの取り組み

- 店舗で残った商品を回収し、関東及び東海エリア、中四国エリアでは飼料化処理工場へ運び、飼料としてリサイクルを実施。また、近畿エリアでは、バイオガス化によるリサイクルを実施。
- 古くなったドーナツ調理オイルは主に工業用の原料や、ショップで使用する液体洗剤としてリサイクルを実施。一部地域では、マットやモップを洗浄・再生するダスキンの工場ではボイラー燃料としても活用。また、飼料やバイオ燃料用として海外へ輸出することでリサイクル100%を実現。

各店舗での取り組み

- 廃棄量の計量や食品以外の物（包装材など）を取り除き、ルールに基づいて引き取りを実施。

<調理オイルのリサイクル先>



ミスタードーナツの取り組みについては
左記サイトもご覧ください。
<https://www.misterdonut.jp/ecotorikumudo/>

海洋プラスチックごみ問題



プラスチック製品が適切に処分されず海に流れ出し、
海洋汚染や生態系に影響を及ぼすことが問題となっています。

ダスキンでは、容器包装プラスチックのライフサイクル全体を通じた、資源の有効活用と
環境負荷低減に向けた取り組みで、サステナブルな社会の実現を推進しています。

Q 海洋プラスチックごみが増えると、 どんな問題が起こる？

A 「マイクロプラスチック」による生態系への影響が懸念されます。

世界では年間約800万トンもの海洋プラスチックごみが発生し、そのうち
2万～6万トンは日本から発生したものとされています。この状態が続くと、
2050年にはごみの重量が魚の重量を超えると試算されており、海洋汚染
や船舶航行への障害、漁業・観光業へ影響が出ると懸念されています。
また、海を漂流、漂着するプラスチックごみは次第に「マイクロプラスチック」
と呼ばれる微細片になり、有害物質を吸収しやすくなります。海の生物が
有害物質を含んだマイクロプラスチックを食べ、その生物を人間が食べる
ことで、生態系や人体への影響も懸念されており、地球規模で取り組まな
ければならない問題となっています。



ダスキンへの影響は…

企業として社会的責任を
果たさないことで

新資材、代替素材への
切り替えが遅れることによる

リサイクル促進による

社会からの評価が低下

企業イメージダウン

分別回収の負荷
リサイクルコスト増

近年、多くの企業が海洋プラスチックごみ問題に対する取り組みを強化しています。

世界と日本の 対応

海洋プラスチックごみ問題は、SDGsのターゲットの1つとして掲
げられていることはもちろん、G7、G20といった国際会議でも議
題とされ、国際連携・協力の強化が進んでいます。

日本では3R+Renewableを基本原則としたプラスチックの資
源循環を総合的に推進するための戦略「プラスチック資源循環
戦略」を政府が策定。2030年までにワンウェイプラスチックの
排出量を25%削減するなどの目標を発表しました。

この戦略を盛り込んだ、新法案「プラスチック資源循環促進法」
が2022年4月から施行される予定です。

2030年までに
ワンウェイ（使い捨て）
プラスチック排出量
25%削減



ダスキンの アクション



1.Reduce(減らす)

包装容器の薄肉化、軽量化と共に、内容物を濃縮して
容器をコンパクト化することで、プラスチック使用量
を削減する。



3.Recycle(リサイクルする)

プラスチック包装容器に再生樹脂などを積極的に導
入すると共に、リサイクルしやすい包装容器を開発
する。

3R+Renewable



2.Reuse(再利用する)

本体容器を繰り返し使用出来るよう、詰め替え・付け
替え用商品の促進及び新しいタイプの包装容器を開
発する。



4.Renewable(再生可能資源への代替)

化石由来のプラスチックから、植物由来などの持続可
能な原料への転換を図る。

訪販グループ

環境に優しいバイオマス25%配合のレジ袋



バイオマス成分（植物由来原料）を25%以
上配合し、バイオマスマークを印字している
袋は有料化の対象外となるため、主にご家
庭用にお届けするモップなどの商品を入れ
るレジ袋として使用。

台所用洗剤 楽インバック



利便性を高めることで容器の繰
り返し利用を促進し、プラスチック
容器削減と資源の有効利用を進
めている。

フードグループ

環境に配慮したバイオマスストロー※を導入



プラスチックストローの代わりに、CO₂
排出量を抑制し、紙ストローよりも飲
みやすいバイオマスストローを導入。
※一部バイオマス原料を使用した樹脂製の
ストロー

レジ袋削減に向けた取り組み



包材の使用を抑制するため、
レジ袋の無料配布を終了。

プラスチック製品削減の取り組み



ミスタードーナツでは、1974年より、
廃棄物削減を図るため、陶器・ガラス
製食器を導入。

水資源の保全



2021年、世界的に有名なフランスのミネラルウォーターブランドで水源枯渇が報じられました。気候変動や経済成長が引き起こしている世界的な水不足は、暮らしや操業に直結する問題。今、ダスキンファミリー全体で水資源の保全と有効活用に取り組んでいます。

Q 気候変動が続くと、水にどんな問題が起こる？

A 日本でも渇水や水質悪化が起き、他人事ではなくなります。

日本では時間雨量50ミリを超える短時間強雨（ゲリラ豪雨など）が多発している一方で、年間の降水日数は逆に減少しており、**実は毎年のように取水が制限される渇水が生じています**。将来においても降水日数や積雪量の減少により、更なる渇水被害の発生が懸念されています。また、このまま水温が上昇し続けると**プランクトンが異常増殖し、水質が悪化する事態も予想**されています。



ダスキンへの影響とリスクは…

水不足	洪水・高潮・豪雨の発生	水質悪化
水の供給停止や制限による生産活動の低下	河川氾濫による設備などの浸水	水浄化コストの増加

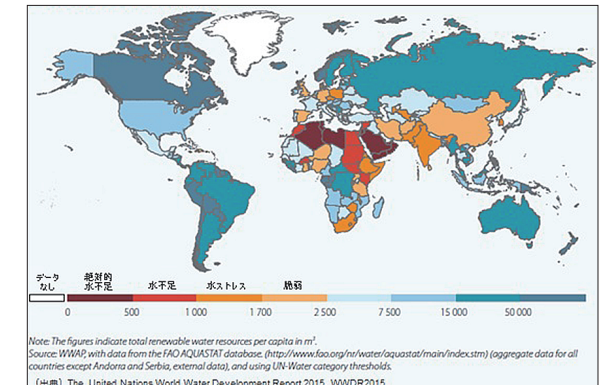
また、企業イメージにも大きく影響すると考えられます。

世界と日本の水危機

海外では過剰取水による水資源の枯渇や工場の閉鎖、更には**水不足に起因する紛争が各地で起きています**。SDGsの目標6は「すべての人々に水と衛生へのアクセスと持続可能な管理を確保する」ことですが、その背景に世界の深刻な水不足があることは明らか。**日本では気候変動による水災害が増加しており、水不足や水災害による水危機が世界で広がっています。**

世界では水をめぐって国と国の紛争まで勃発…！

一人あたり水資源量（2013年）



出典：国土交通省ウェブサイト (<https://www.mlit.go.jp/>)



ダスキンのアクション

「自然からお預かりしたものは、元の状態にして自然にお返しします」。
創業当初から受け継がれる言葉を水資源保全の基本理念として、
厳しい独自基準のもと取り組んでいます。

生産事業所

●法令遵守

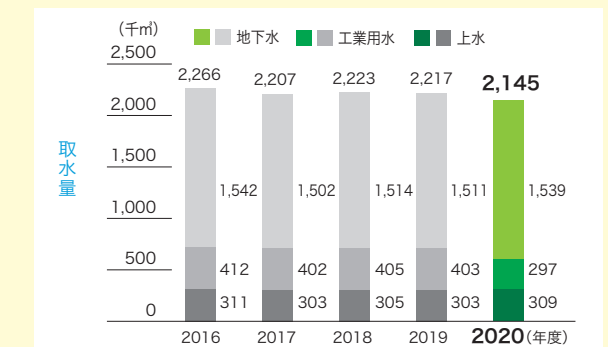
排水水については、水質汚濁防止法や下水道法、各自治体の条例における規制値（生活環境項目80%、有害物質項目70%）を社内基準に。社内基準を超過すると、本社へデータが転送される仕組みを構築。

●洗剤使用量の削減

モップやマットをきれいにするために欠かせない洗剤も、洗浄性を維持したうえで、洗剤の成分を見直すことで使用量の削減に取り組んでいます。

●取水量の削減と排水水の管理

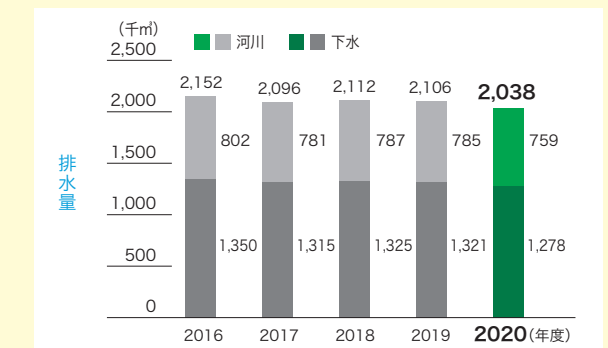
モップやマットの加工時における標準使用量を基準値として、洗浄水の取水量を管理し削減に注力。また使用後の汚水は、廃水処理ライセンス取得者による管理のもと工場内で水処理しています。



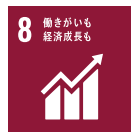
訪販グループ

●サービス時に発生した汚水の持ち帰り

エアコンクリーニング時の洗浄汚水やレンジフードクリーニング時のつけ置き洗浄汚水など、サービス時に発生した汚水は持ち帰り、中和処理して適正に廃棄処理しています。



働き方改革



SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

日本は今「少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少」
「働く人々のニーズの多様化」などの課題に直面しています。

ダスキンでは、社員が仕事と家庭生活を両立しながら、
個々の持てる能力を最大限に発揮出来る職場環境の整備や、多様な働き方を推進しています。

Q 働き方改革はなぜ必要？

A 人口減少に伴い働き手が減少。労働力が不足します。

日本の人口は2008年をピークに減少に転じており、**2060年には8,674万人（2010年人口の32.3%減）まで減少**すると見込まれています。それに伴い働く人の数も減少し、**企業は深刻な人手不足に陥ることが予測されます。**

また、長時間労働や、雇用形態による労働格差を要因とする**労働生産性の低さも日本経済の課題**とされており、働き手に合った多様な働き方の実現が求められています。



ダスキンにとってのリスクは…

長時間労働、
人員不足による

サービス品質の低下

魅力のない職場環境

離職率アップ

働き方改革に
取り組まないことによる

企業イメージダウン

また、採用活動にも大きく影響する可能性があります。

世界と日本の 対応

アメリカや欧州では「フレキシブル・ワーク」という働く時間、働く場所、
休暇などの自由度が高いワークスタイルが導入されています。

日本では**2019年4月から働き方改革関連法が順次施行**され「時間外労働の上限規制」「年次有給休暇の確実な取得」「不合理な待遇差の禁止」などが制定されました。

また、新型コロナウイルス感染症拡大を機に、リモートワークが広く普及しました。働く人の置かれた個々の事情に応じ、**多様な働き方を選択出来る社会を実現**することで、成長と分配の好循環を構築し、**働く人一人ひとりがより良い将来の展望を持てるようにすることを目指しています。**

働き方改革関連法
2019年4月より
順次施行



働き方改革への アクション

ワーク・ライフバランスの推進



年次有給休暇取得



ノー残業デーの実施

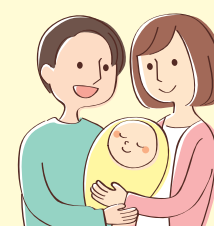


テレワークの導入・実施



勤務間インターバルの実施

仕事と育児・介護の両立支援制度の活用促進



出産・育児休暇



男性の出産・育児休暇取得



育児短時間勤務



介護休暇

株式会社ダスキンの実績

- 5年連続健康経営優良法人に認定
(関係会社を含む計23法人が認定)※
※ダスキン健康保険組合21法人、協会けんぽ2法人

- 2016年度から子育て支援企業として
厚生労働省の「くるみん」マーク認定を受けている



健康経営優良法人について



くるみんマークについて



ダイバーシティ&インクルージョン



SDGsが大切にしている「地球上の誰一人取り残さない」という考え方の基本となるのが「ダイバーシティ(多様性)」と「インクルージョン(受容・包括)」です。

ダスキンも集ったさまざまな人が、やりがいを持って働き、強みを発揮出来る環境づくりを進めています。

※ダイバーシティ 年齢、性別、人種、宗教、嗜好(しこう)など多様な個性を持つ人が集まる状態
※インクルージョン 多様な人がお互いを認め合い協力し合う状態

Q さまざまな人材が必要なのはなぜ？

A 新しいビジネスチャンスの獲得、人材確保の面で有利になります。

少子高齢化が進む日本は、今後、深刻な人手不足に陥ると予測されています。女性、高齢者、障がい者、外国人などの区別なく、**多様な人材が意欲的に働ける職場環境を整え、人材を確保することが重要**です。また、働き方やキャリアに対する考え方にも多様化が進んでおり、対応出来ないことは、人材採用や定着に悪影響を与えます。また、**正社員の女性比率が高い程利益率が高くなるという研究結果**もあります。多様な価値観を持った人材が協働することは、変化への対応や生産性の向上に効果があるとして、多くの企業で取り組みが進んでいます。



ダスキンにとってのリスクは…

偏見を持ったままの人材採用

個性を尊重しない業務内容

似た考えの人ばかりが集まる

人材が集まらない

従業員満足度の低下

変化やアイデアが生まれにくい

また、ダイバーシティに取り組まないことによるイメージダウンも考えられます。

世界と日本の対応

ダイバーシティの考え方はアメリカで生まれ、1980年代には人種や性別だけでなく、価値観や考え方の多様性にも目が向けられるようになりました。近年では、**グローバル化と共に重要な経営戦略として各企業で取り組まれています。**

日本では、1985年「男女雇用機会均等法」、1999年「男女共同参画社会基本法」、2015年「女性活躍推進法」が制定され、企業による取り組みも始まりました。しかしスピードは遅く、世界経済フォーラム(WEF)が発表する男女格差を示す「**世界ジェンダー・ギャップ報告書2021**」によると、**日本は156カ国中120位**。G7の中では最下位であり、同じ東アジアの中国や韓国よりも遅れています。

ジェンダー・ギャップ指数
日本は156カ国中
120位



ダスキンのアクション

女性の活躍推進

女性管理職の登用

女性の活躍推進に関する第3次行動計画(2022年度～2025年度)では、女性管理職割合13%以上を目標としている。

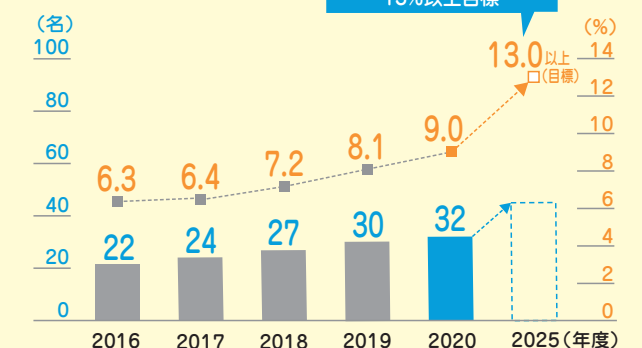
女性リーダーの活躍

「大阪サクヤヒメ表彰」活躍賞2年連続受賞

管理職への意識を高める研修

部下の意欲向上を目的とした対話力強化研修
係長級前のクラス対象の「キャリア開発研修」
管理職育成を目的とした次世代リーダー育成研修 など

女性管理職数、比率



定年退職者の再雇用

原則として定年時に勤務していた部署での仕事を継続することで、経験を生かし、能力を発揮しやすい環境を整備。また、2019年度より再雇用者の基本給引き上げを行い、勤労意欲を高め、安心して働ける環境づくりを推進。

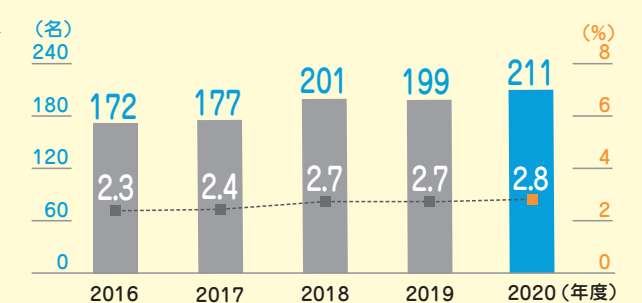
外国人雇用の推進

メリーメイド事業では、国家戦略特別区域「家事支援外国人受入事業」として、フィリピン人スタッフ48人が活躍。サービスマスター事業では、2020年から外国人技能実習生を受け入れ、ベトナムから来日した10人の実習生が日常清掃サービスに従事。

障がい者雇用の促進

障がい者の方の更なる雇用と定着を図るため、業務内容の検討、就労定着のフォロー体制整備などに取り組み、雇用率3%を視野に活動。また、1981年より「公益財団法人ダスキン愛の輪基金」を通じて、先進の福祉を学べる機会を支援する活動も実施。

障がい者雇用人数、比率



「道と経済の合一」をしっかりとやることでSDGsに自然と当てはまっていく。

SDGs未来都市「倉敷市・高梁川流域SDGsパートナー制度」を利用してパートナーとなった倉敷ステーションについて、店長の松村さんに伺いました。



(2021年7月6日撮影)

株式会社ダスキンユニオン
ダスキンヘルスレント
倉敷ステーション(岡山県倉敷市)

SDGs未来都市

内閣府地方創生推進室が、SDGsの達成に取り組んでいる都市・地域を選定する制度のこと。その中から優れた提案を行った自治体を「自治体SDGsモデル事業」として選定。倉敷市は2020年に両方の選定を受け、2021年から、共にSDGsの達成に向けて取り組む企業・団体を「倉敷市・高梁川流域SDGsパートナー」として募っている

日頃の仕事で
貢献出来る



倉敷ステーション 店長
松村 和典さん

■事業活動を通してSDGs達成の一助に

コロナ禍で倉敷市のホームページを見る機会が多くなり、そこで「SDGs未来都市」のことを知りました。倉敷市は2018年の西日本豪雨で大きな被害を受けたまち。持続可能なまちづくりを通してみんなで盛り上げていく意図に賛同したこと、また地域の活動や経済に参加していきたい思いもあり、パートナーとして登録申請しました。

目標を「SDGsのために」「全ての人に」と大きく捉えるのではなく「ご利用者様の自立や安心・快適な生活のために」「介助者様の支援のために」と考えると、私たちが提供するサービスもその一助になれると思いました。何かを新たに始めるのではなく、日頃の仕事で貢献出来ると持続性も高まり

ます。今後は地域での清掃イベントや高齢者向けの健康セミナーなどの実施も進めたいと考えています。

■SDGsを知ることは、仕事への自信や誇りを高める

登録してから、まずは意識に変化がありました。SDGsの目標は創業者・鈴木清一がダスキンの企業目的としていた「道と経済の合一」と共通していることが多く、自分たちの事業が地球規模の取り組みにも通じると分かったら、いつもの仕事にも自信や誇りを感じるようになります。

倉敷市が運営するホームページには、登録パートナーとして介護や福祉でお役立ち出来る私たちの情報が掲載されました。これをきっかけにもっと事業を地域にアピールしていこうと思います。

ここでは、ダスキンが目指す「経済価値向上」「社会価値向上」「環境価値向上」に向けて、ダスキン本部・関係会社、フランチャイズ加盟店の取り組みをご紹介します。

※株式会社ダスキンはダスキン本部、株式会社ダスキンサーヴ近畿は関係会社、その他の会社はフランチャイズ加盟店です
※所属店舗・部署は取材当時のものです

「祈りの経営」の実践そのものがSDGs。その気付きが成長への指標になる。

SDGsに積極的に取り組んでいる株式会社ダスキン椿。

2021年8月には、これまでの取り組みと今後の目標が評価され「愛媛県SDGs推進企業」に登録されました。今回は自治体から認証を受けることになった経緯やメリット、取り組みへの思いなどを伺いました。



(2021年9月22日撮影)

株式会社ダスキン椿(愛媛県松山市)

愛媛県SDGs推進企業登録制度

SDGsと事業活動の関連性を理解し、取り組みを行っている企業や団体を推進企業として登録する制度。登録マークは事業活動などに活用出来るため、株式会社ダスキン椿では名刺や販促物などさまざまなツールに反映している



ダスキンはSDGsの
先駆けだと思っています



代表取締役
河野 竜也さん



グループ統括本部 本部長
金田 安彦さん

「SDGsを意識して取り組みを始めたのではなく、“祈りの経営”の実践がSDGsの実践だと気づきました」と語るのは、ダスキン椿グループ グループ統括本部 本部長の金田安彦さん。例えばモップやマットのレンタル事業は、地球の資源を守ることであり、多くの女性が活躍する職場や組織は、ダイバーシティの実践です。ダスキン椿 代表取締役の河野竜也さんは「SDGsは地球規模の目標なので自分事として捉えにくい面がありますが、それぞれの仕事をSDGsが目指す17のゴールと照らし合わせれば身近な活動だと分かります」と話します。SDGsへの認知が広がり、学校教育にも取り入れられている昨今、取り組みを周知することで企業イメージの向上につながると共に、社員のオルガナイズにも生かせるの

ではないか。この“気付き”が「愛媛県SDGs推進企業」登録のきっかけとなりました。

申請には47項目の取り組み要件の記載が必要で、SDGsに関する聞き慣れない文言も多く、ダスキンが発行する会社案内を参考にしながら仕上げたそう。要件の中で2030年までの目標として「抗菌・抗ウイルス商品の市場普及率を50%に」「女性管理職数を34人から45人に、女性取締役2人から5人に」などを宣言。SDGs推進企業として使命を果たすことを決意しています。最後に「同じような取り組みをしている自治体も多いので、ぜひ皆さんも登録してはいかがでしょうか」と、全国の加盟店にエールを送ってくれました。

「健康経営優良法人2021」に認定

心と体の健康を重要視。 社員の満足度無くして、会社の発展はあり得ません

[株式会社湖光／滋賀県草津市]



代表取締役社長
横山 卓也さん

2021年3月に「健康経営優良法人2021」に認定されました。経営資本は一般的に「人、もの、金」といわれますが、なかでも「人」は1番の財産であると我々は考えます。社員には、毎日笑顔でお客様の元へ向かい、お役立ちして欲しい。そのためには、顧客満足の前に社員の満足が必要で、それがかねえば企業としての業績も伸び、発展につながります。社員の心と体、両方が健康であることを何よりも大切に取り組んで来ました。

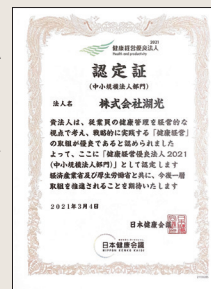
具体的には、年1回の健康診断を上半期(4月～9月)で受け、上司がその結果に目を通し、万一、再検査となった場合は速やかに医療機関を受診していただきます。また、必要に応じ



取締役 グループ統括管理本部長
奥村 秀樹さん

て生活習慣のアドバイスを受けたり、療養も取れたり、最後までフォロー出来る仕組みづくりも行いました。認定を受けるのが目的ではなく、あくまで社員の健康に対する意識を高めたという趣旨です。認定を受けて終わりではなく、何年も継続してやっと意味が出てくると思います。

何げないことですが、やはり職場でのコミュニケーションが重要で「今日、調子悪そうだけどどうしたの?」というような声掛けが自然と交わせる関係、環境を大切にしています。



「健康経営優良法人2021」の認定証

2回の育児休暇を取得。 育児参加で新たな視点と気づきを得ました

[株式会社ダスキン ミスタードーナツ事業本部]



運営開発部 出店開発室
大坂 準さん

私はダスキン本部に勤務しています。夫婦共に実家が九州で妻の負担が大きいので、第一子誕生時は2019年12月～2020年1月の約30日間、第二子誕生時は2021年3月～同年5月の約60日間、育児休暇*を取得しました。ミスタードーナツ事業本部の社員が男性の育児参加に理解を示してくださり、実現することが出来ました。

振り返ると育児はとても大変でしたが、やはり子どもは可愛く、特に新生児期間はあっという間ですから可能な限り一緒

に過ごせたことは、何ものにも代えられない貴重な時間でした。また、子どもを育てる視点から社会を見たことで新たな気づきも多く、女性目線のすばらしい発想などは、こういった経験から生まれているのだと実感しました。

核家族の育児と仕事の関係性やワーク・ライフバランスは、これからの世代が流れをつくるものだと思いますので、より良い仕組みづくりのためにも男性の育児休暇取得をお薦めしたいです。

※計画有休や特別休暇、土日祝を含む

女性活躍推進

女性だけでなく、みんなの“得意”を生かして 満足感や達成感を得られる会社になりたい

[株式会社ダスキン岸和田 ダスキン岸和田支店/大阪府岸和田市]



代表取締役
櫻井 正博さん

女性の社員が多いメリーメイド(家事代行サービス)とクリーンサービスの家庭市場組織をまとめてもらおうと、ケアサービス(プロのお掃除サービス)歴の長い福田律子さんに岸和田支店の支店長を任せることにしました。初めて支店長を女性にお願いした形ですが、女性組織なら女性トップのほうがかうまいくと考えてのことです。今は、女性活躍推進に固執するのではなく、男性も女性もそれぞれが得意とする能力を発揮出来ることを重視しています。

福田さんも任命の意図を理解してくれ「自分に出来ることを精いっぱいやってみよう」と、前向きに引き受けてくれまし



支店長
福田 律子さん

た。“支店長”といっても上に立っているという意識はあまり無いようで、あくまで自然体で取り組んでいます。

我々が目指すのは、一人ひとりが自分の働き方を見つけ満足出来る何かを得て、ずっと働き続けられる職場づくりです。子育てや介護中の社員が、急な用事でも休めるよう、メリーメイドや家庭用レンタルでは、1軒のお客様をチームで担当する体制をつくり上げてきました。今後は、60歳を過ぎても働きたいと希望してくれる方のために、環境を整えていくのが目標。ダスキン岸和田で働きたい、と思ってもらえるように日々意識しています。

障がい者の雇用拡大

障がいは個性のひとつ。 いろんな人が集まり、強い会社が出来ていく

[株式会社ダスキンサーヴ近畿 ダスキン御影石町支店/兵庫県神戸市]



取締役
桑原 博文さん

現在、御影石町支店では5人の知的障がいのある方が勤務しています。うち2人が倉庫での商品出しや商品メンテナンス、3人がサービスマスターで日常清掃サービスを担当しています。真面目に一生懸命働いてくれるので、各自の得意・不得意に応じて配置を考えればとても大きな戦力。それぞれが苦手とすることを我々がしっかり把握し、他のアルバイトと組んで担当してもらうなど、どんなシーンでもサポート出来る体制を整えています。得意なことには積極的に挑戦



支店長
真田 輝久さん

出来るよう後押しし、サービスマスターを担当する1人は、クルーチーフライセンスを取得しエアコン清掃にも携わってくれています。

今後も「独り立ちして生きていけるスキルを身に付けたい」という気持ちに応えて、障がい者雇用の採用枠を増やし活躍の場を広げる方針です。ほかの社員も、障がいのある人と共に働くことで、相手を思いやる気持ちが育まれ、お客様への対応にも生きてくるはずですから、とても期待しています。

モップやマットのレンタルルートの効率化が、CO₂の削減やSDGsにつながる

〔株式会社ダスキン 南関東地域本部〕



訪販グループ運営本部
南関東地域本部
事業所市場企画室
小河 豊和さん

南関東地域本部では、レンタルルートの効率化に向け、全国の地域に先駆けて、2021年より車両位置がリアルタイムに把握出来る車両運行管理システム「キャリオート」(株式会社フレクト)を導入。このシステムは、車両に専用デバイスを搭載し、位置情報を蓄積することで安全で無駄の無いルートが割り出すもの。

元々は、レンタルルートを見直し改善することで、創出された時間を訪問営業活動やサービスに充てるために検証されていましたが「車両の走行距離や時間が短縮され、急発進や急ブレーキなどを防止するエコドライブを意識することで、CO₂削減につながることも期待しています」と小河さん。



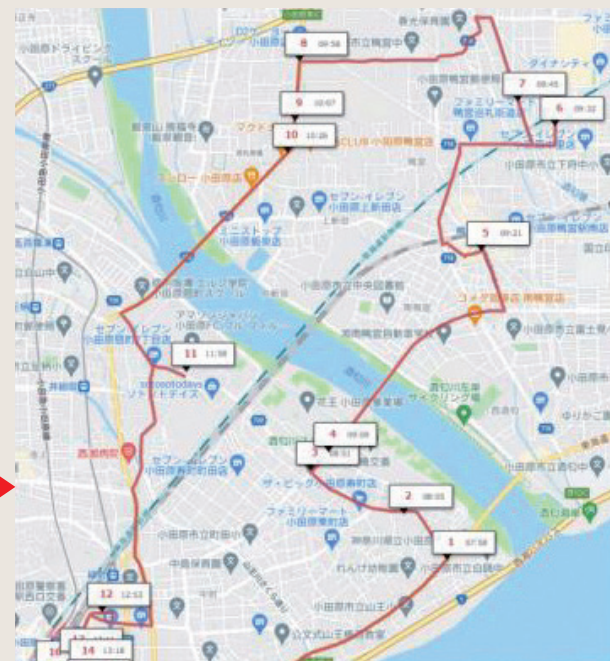
神奈川県北エリア
ダスキン不二美 代表取締役
石塚 麻織さん

実際に導入されている、神奈川県北エリア ダスキン不二美 代表取締役の石塚麻織さんは「現状のレンタルルートからAIで最適化することで、月間走行距離を約20%削減出来ました。環境への取り組みに対する自店の意識付けに加え、お客様と寄り添う時間が増えました」と話します。

導入を担当する小河さんは「当初は正直SDGsという意識はなかったのですが、こういった効率的なシステムが全国に広がれば、やがてダスキン全体としての大きな社会貢献につながると思います。これからはSDGsにつながる活動だということもお伝えしていきたい」と抱負を語ります。2021年9月現在で8加盟店、27台が導入。南関東地域で今後も推進されます。



ルートの最適化により、移動距離が削減された様子



リサイクルを通じて地球に優しい未来の世代につながるショップへ

〔株式会社ヤマヨフーズ 第662号 ミスタードーナツ京橋コムズガーデンショップ/大阪府大阪市〕



店主
清水 章宏さん

ショップでは閉店後に残ったドーナツの数をシステムに登録し、油性ペンで店番号を記入した袋に入れ保管しています。後日、配送の方が引き取りに来て、お客様に見えない工夫をして回収されます。アルバイトに残ったドーナツは飼料化やバイオガス化でリサイクルしていることを伝え、全員が「そうなんです」と驚かれます。単なる作業ではなく目的を伝えることが重要です。

最近では、お客様の環境への意識が高まり、多くの方がエ

コバッグや、自分のバッグに入れるのでテイクアウトバッグ(ビニール)は不要とおっしゃいます。ストローを断られる方もおられます。今は学校でSDGsを教わる学生さんもいます。資源を無駄にすることは、未来の世代にしわ寄せが行きます。今後、リサイクルが更に重要と思われる時代が来るでしょう。そして、ミスタードーナツの取り組みをきっかけに、自分も地球環境に優しいことをとっていただけたらいいです。

2021年11月より「閉店後に残ったドーナツ」のリサイクルが九州エリア*でもスタート!

〔株式会社ダスキン フードグループ〕



リスク安全対策室・お客さまセンター
環境推進担当
坂元 正三さん

ミスタードーナツでは、2002年から関東エリアで「閉店後に残ったドーナツ」を家畜の飼料としてリサイクルする活動を行っています。その後、東海・中四国へと活動エリアを拡大し、2021年11月からは九州エリア*でも開始。また、2019年から近畿エリアではバイオガス化を実施しています。

閉店後に残ったドーナツの飼料化は、飼料化の出来る会社を探すことから始まります。また、ドーナツなどの食品以外の物は回収出来ません。そのため、ショップでは閉店後に食品以外の物が混入しないようショップ社員に分別していただいています。万一、異物が混入した時はエリア担当者よりショップへ指導を行い、異物混入を防ぎます。最初は不慣れ

なためミスもありますが、時間と共にショップ社員も慣れ、おかげさまで異物混入は無くなってきています。

この取り組みは、ショップ社員、物流会社、飼料化する会社、エリア担当者など多くの方の協力で成り立っています。リサイクルドーナツの飼料化に関わる私たちが縁の下力持ちとなり、活動を進めますので、リサイクル率の実績を誇りに感じてもらいたいです。お客様の目に触れない部分ですが、関わるみんながドーナツの縁で結ばれ、ドーナツの円のようにリサイクルを通じて地球へ還元されることを目指していきます。

※沖縄県内・奄美大島と一部のショップは除く

家族だけで始めた海のごみ拾い。 思いと活動が人を呼び、 クリーンアップマイタウン開催に発展

〔株式会社ユキ ダスキン新居浜支店／愛媛県新居浜市〕



代表取締役
小野 正人さん

■はじまりは、家族で取り組んだ「ごみ拾い」

地元の漁師さんから魚の獲れる場所が最近変わってきていると聞いたこともごみを拾い始めたきっかけの1つでした。海洋プラスチックごみが原因で海の生き物が傷つく姿をテレビで見て、地元・愛媛県新居浜の海を、豊かできれいなまま子どもたちにつなぎたい。そう思い立って始めたのが、家族で取り組むビーチクリーン活動です。自分に出来ることをすればいい、また自分以外の誰かのためにするから幸せな気持ちになれることも子どもに感じて欲しくて始めたところ、SNSで活動を知った友人らが賛同。所属する新居浜商工会議所青年部も「みんなでやろう!」とお掃除のイベントを企画、そこにダスキン中国・四国地域本部が協賛くださり、2021年5月に新居浜でクリーンアップマイタウンを開催。家族で始めたごみ拾いが、総勢159人も参加者が集う取り組みに発展しました。意識してごみを拾った人は、意識して

ごみを出さない人になる。活動を通して、そんな良い変化も感じているところです。

■環境保全に取り組む事業者として、新居浜市から認定

ダスキン新居浜支店でも、出たごみは全て分別し圧縮して小さくする他、分別を細かくすることで廃棄物の減量に努めています。新居浜市からは環境保全に取り組む事業者として認定を受けていますが、環境問題の大きさを考えると、私たちの取り組みは小さなことばかりです。でも「ハチドリのひとしずく」というお話をご存知でしょうか。火事になった森で、他の動物が逃げていくなか、小さなくちばしで1滴ずつ水を運んでは火の上に落とすハチドリの話です。「私は、私に出来ることをしているだけ」と言うハチドリのように、自分出来ることをみんなが続けていけるよう、これからも努めていきたいと思います。



2021年5月新居浜市で実施された「クリーンアップマイタウン」。市や地元の企業も積極的に情報発信し、多くの参加者が集った



2020年8月から始めた小野さん一家によるごみ拾い活動。「クリーンアップ アワシー」と名付け、現在も継続中

「水」への取り組みは50年以上前から。 環境課題に先手を打って挑み続ける 生産事業所であり続けます

〔株式会社ダスキン 生産本部〕



技術部
日下部 和志さん

■きれいにして繰り返し使うのは「水」も同じ!

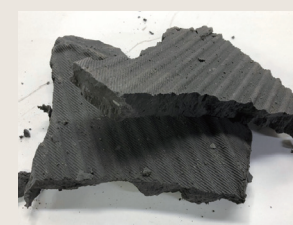
ダスキンの生産事業所は、マットやモップなどを洗ってきれいにしているだけでなく、洗濯で汚れた水もきれいにしている工場であることをご存知でしたでしょうか。ダスキンが廃水の処理に真っ向から取り組み出したのは1970年のこと。その後工場には「廃水処理」のプラントが設けられ、汚れと水の分離技術や生物的処理などによって、洗濯後の汚水も自然に還せる基準にまできれいにすることが出来ています。また水資源を節約するため、工場内でリサイクルした水を洗濯の一部に使用。更にこのリサイクル水をより効率よく作る取り組みや、水への影響を考えた洗剤の効率的な使用など、現在も環境保全に対してさまざまなアプローチを行っています。

■先手を打つことで、法律や規制の改正にも対応!

もう1つ、生産事業所で徹底して取り組んでいるのが、法律や条例を見据えた「自主基準値」の遵守です。廃水成分や使用する薬品などに関しては、法律や条例によってあらかじめ「ここまでならOK」という規制値がさまざまに設けられているのですが、ダスキンでは規制値の80%~70%を自主基準値と設定。実際にはその自主基準値さえも大幅に下回るレベルで処理しており、そうした先手を打つことで、法律や規制の改正時にも問題なく対応出来ています。生産事業所はダスキンの環境目標達成においても大きなウェイトを占めている自覚があります。今後も積極的に取り組むことで、それが環境保全だけでなく、お客様への安心出来る商品提供にしっかりつなげていければと思います。



汚れた水は廃水処理設備(写真上)で、自然に還せるレベルに浄化。汚れは圧縮スラッジ(写真右)という塊になり、セメントの原料などに有効活用される



ダスキン大阪中央工場(大阪府吹田市)。厳しい自主基準値の元、水資源を利用している