

最優秀 LOM 持続可能な開発目標プロジェクト

Best Local Global Goals Project

LOM 名	申請担当者名
(一社) 横浜青年会議所	Junior Chamber International Yokohama
基本情報	Basic Information
事業名	Name
AQUACTION! - 横浜版 UN SDGs 推進プロジェクト -	AQUACTION! - Yokohama version UN SDGs Promotion Project -
目的	Purpose
<ul style="list-style-type: none">・石灰を原料に作られる紙のような新素材「LIMEX」を使った名刺を広めることで、紙を作る際に消費される水や木材の量を減らし、水資源の保護につなげ、SDGs を推進します。・名刺を適切な価格で販売することで、寄付に頼らずに持続的に運動を進めることができるようにします。・JCメンバーでない市民や行政・企業にも新素材「LIMEX」で作った名刺を広めることで、SDGs の認知を広めます。	<ul style="list-style-type: none">・ By disseminating business cards using "LIMEX", new paper-like material made from lime, we will reduce the amount of water and timber consumed when making paper, lead to the protection of water resources, and promote SDGs.・ By selling business cards at an appropriate price, we will be able to sustain this movement without relying on donation.・ By disseminating business cards using "LIMEX" to citizens, administrators, and companies that are not JC members, we extend the recognition of SDGs.
開始日 ※日付で記載	Start date
2017年7月24日 (月)	July 24th, 2017
終了日 ※日付で記載	End date
2017年10月16日 (月)	October 16th, 2017
事業対象者	Target

神奈川県、横浜市、各企業、世界市民

Kanagawa Prefecture, Yokohama City, Each company, Global citizens

SDGs の該当項目※該当項目を1つのみ選択

Sd goal

目標6：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

Goal 6: Ensure access to water and sanitation and sustainable management for all people

発展段階

※Active Citizen Framework「展開」の項目での3項目の発展段階から選択

①健康な身体と精神 ②教育と経済力強化 ③平和・繁栄・持続可能性

Development stage

“Health and Wellness” or “Education and Economic Empowerment” or “Peace, Prosperity, and Sustainability”

③平和・繁栄・持続可能性

③Peace, Prosperity, and Sustainability

概要

Overview

このプロジェクトの最も重要なポイントは、水資源の保護を実現するために、不便に耐えたり、寄付や支出をする必要が無く、それゆえ、プロジェクトが持続的に展開することが期待できることです。世界中で使われている紙。1トンの紙を作るのにおよそ100トンの水、20本の木（森林は水を保つ機能があります）を必要とします。紙の大量消費により水不足が加速しています。

しかし、いまさら紙を使わない生活は考えられません。紙のように使えるけれども、水資源を消費しない、新しい素材を世界中に広める必要があります。

日本の企業TBM社が権利をもつ新素材「LIMEX」は、世界中どこにでもある石灰を原料とし、水をほとんど使うことなく、紙のように加工でき防水性を備えています。この素材で作ったLIMEXペーパーを、これまでの紙製品と代替することで、水資源・森林資源を保護することができます。

紙で作られた名刺は、私達が日々大量に使うものです。私たちは、皆が使う名刺をすべてLIMEXペーパーに代えること、そして、その運動が持続的に広まっていくモデルを作ることで水資源の保護を目指し、以下の行動を取りました。

① TBM社と連携し、LIMEXペーパーを使った名刺を、紙の名刺より安価で販売する仕組みを作りました。

② メンバーやその知り合いの企業をはじめ、大量の名刺を使う、行政団体にLIMEXペーパーを使った名刺を売り込みました。

③ 横浜市の財界人のあつまる会議で、LIMEXペーパーを使った名刺を広報しました。

④ 街頭で無料のコーヒーを配りながらLIMEXペーパーを使った名刺を市民に広報しました。

⑤ 記者会見を開き、メディアにLIMEXペーパーを使った名刺をPRしました。

⑥ 釜山国際広告祭でプレゼンテーションし、この取り組みを世界にPRしました。

これらの取り組みによりLIMEXペーパーが広く認知され、行政・企業を中心に紙の名刺からLIMEXペーパーを使った名刺への切替が進み、水資源保護に向けた持続的なモデルが確立されました。

The most important point of this project is that you do not have to inconveniently endure, donate or spend to realize the protection of water resources. Therefore, it can be expected that the project will develop sustainably. Paper used around the world. About 100 tons of water and 20 trees (forests have the function of keeping the water) are needed to make 1 ton of paper. Water shortage is accelerating due to mass consumption of paper. However, we cannot think of living without paper anymore. It is necessary to extend new materials that can be used like paper, but does not consume water resources all over the world. A new material "LIMEX" which the Japanese company TBM has rights is made from lime which is everywhere in the world. It is waterproof as it can be processed like paper without almost never use water. By replacing LIMEX paper made with this material with paper products so far, we can protect water resources and forest resources. Business cards made of paper are something we use on a daily basis. We aimed to protect water resources by taking all the business cards to LIMEX business cards. We took the following actions to protect water resources by creating a model which the movement extend continuously.

① In cooperation with TBM, we have created a mechanism to sell LIMEX business cards at a lower price than paper business cards.

② Promoted LIMEX business cards to members, their acquaintances, and administrative organizations that use large numbers of business cards.

③ Promoted LIMEX business cards in Yokohama City's financier gathering conference.

④ Promoted LIMEX business cards to citizens while distributing free coffee on the street.

⑤ Promoted LIMEX business cards to media by held a press conference.

⑥ Promoted this initiative to the world by making a presentation at the Busan International Advertising Festival.

With these efforts, LIMEX paper was widely acknowledged. Mainly in administrators and companies, the switch from paper business cards to LIMEX business cards progressed and a sustainable model for water resource protection was established.

① 目的・財務計画・実施

このプログラムの目的を記述してください。

Objectives, Planning, Finance and Execution

What were the objectives of this program? ※200 単語まで

1. TBM社と連携し、LIMEXペーパーを使った名刺を、紙の名刺より安価で販売する仕組みを作る。

TBM社、印刷業者と協働し、オリジナルの名刺販売システムを構築しました。

全員に利益が出るシステムなので費用はかかりませんでした。

2. LIMEXペーパーを使った名刺を売り込む。

大量の名刺を使う、企業や行政団体に名刺を売り込みました。

メンバーのコネクションを使い、費用はかかりませんでした。

3. 財界人のあつまる会議で、財界人に名刺を広報する。

横浜JCの重要な活動の一つとしてこの取り組みを広報しました。

費用はかかりませんでした。

4. 街頭で無料のコーヒーを配りながらLIMEXペーパーを使った名刺を市民に広報する。

LIMEXペーパーで作ったコーヒーカップとパンフレットを配り、市民にアピールしました。協力会社がスポンサーとなってくれたので、費用1400ドルで実施できました。

5. メディアにLIMEXペーパーを使った名刺をPRする。

記者会見を開き6社のメディアにPRしました。会見場の会場費などで2600ドルを支出しました。

6. 取り組みを世界に発信する。

釜山国際広告祭でプレゼンテーションし、取り組みを世界に発信しました。プレゼンテーション資料作成のために4800ドルを支出しました。

1. In cooperation with TBM, make a mechanism to sell LIMEX business cards cheaper than paper business cards.

In collaboration with TBM and printing company, we have constructed an original business card selling system. Since it is a system that profits all members, it did not cost anything.

2. Promote LIMEX business cards.

We promoted LIMEX business cards to companies and administrative organizations using large numbers of business cards. Because of using the connection of the members, it did not cost anything.

3. Promote LIMEX business cards to financier in financier gathering conference.

We promoted this initiative as one of the important activities of Yokohama JC. It did not cost anything.

4. Promote LIMEX business cards to citizens while distributing free coffee on the street.

We distributed coffee cups and pamphlets made with LIMEX paper to citizens for promotion. Because of partner company sponsored, it was able to be done at a cost of \$ 1,400.

5. Promote LIMEX business card to media.

We held a press conference to the 6 media for promotion. We spent \$ 2,600 at venue expenses, etc.

6. Transmit the initiative to the world.

We presented at the Busan International Advertising Festival and transmitted the initiative to the world. It cost \$ 4,800 to prepare presentation materials.

このプログラムが、どのようにJCI行動計画に準じているかを記述してください

※JCI Action planのシートを参照

How does this program align to the JCI Plan of Action? ※200単語まで

【影響力】

1トンの紙を作るのにおよそ100トンの水、20本の木を必要としますが、1トンのLIMEXペーパーを作るにはおよそ0.2トンの水しか必要としません。紙の名刺がLIMEXペーパーの名刺に代わったことで、大量の水資源の保護が達成できました。

【意欲】

このアクションに関わった人々は、SDGsの達成に向けて誰でも簡単に、そしてリスクや支出を被ることなく持続的に行動できることを認識することになりました。

【投資】

紙より安価な石灰由来の名刺の販売によって、開発者・印刷会社・消費者のいずれも利益を得られる仕組みを構築できました。

【協力】

多くの協力者により仕組みが構築できました。

- 横浜市
- 神奈川県
- TBM社
- 横浜市内の企業
- 広告代理店
- その他スポンサー

【つながり】

この取り組みを世界に発信するために釜山国際広告祭でプレゼンテーションを行いました。実施にあたっては世界各国のJCIメンバーの協力を得ることができました。

【Influence】

We need about 100 tons of water and 20 trees to make 1 ton of paper, but we need only about 0.2 tons of water to make 1 ton of LIMEX paper. By replacing the business card to LIMEX business cards, we were able to achieve protection of a large amount of water resources.

【Motivation】

People involved in this movement realized that anyone can easily and effortlessly act to achieve SDGs without risks or expenses.

【investment】

By selling LIMEX business cards derived from lime and cheaper than paper, we established a mechanism that profits all developers, printing companies and consumers.

【Cooperation】

The mechanism was developed by cooperations of many collaborators.

- City of Yokohama
- Kanagawa Prefecture
- TBM Co.,Ltd
- Companies in Yokohama
- Advertising agency
- Other sponsors

【connection】

We presented at Busan International Advertising Festival to promote this initiative to the world. We were able to obtain cooperation from JCI members from around the world.

予算計画通りにプロジェクトを実行できましたか？

Was the budget an effective guide for the financial management of the project? ※150 単語まで

この取り組みは、寄付や新たな支出に頼ることなく、水資源を消費する紙から消費しない新素材への転換を進め、水資源を保護する仕組みを作るというものです。したがって、この持続可能な取り組みは、取り組み自体では予算を必要としません。予算は、この取り組みを広報・周知するために使われました。そのための予算は計画通りに実行されました。

1. ストラクチャーの構築。
0ドル
2. LIMEXペーパーを使った名刺の販売。
0ドル（販売者は利益を得た）
3. 財界人のあつまる会議で、財界人に名刺を広報する。
0ドル
4. 街頭での広報。
1400ドル（コーヒーの提供）
5. メディアへのPR。
2600ドル（記者会見会場費）
6. 世界への発信。
4800ドル（釜山国際広告祭）

This initiative is to promote the shift from paper consuming water resources to new materials that do not consume and to create a mechanism to protect water resources without relying on donations and new expenditures. Therefore, this sustainable effort does not require a budget for the effort itself. The budget was used to promote this initiative. The budget was implemented as planned.

1. Construction of structure
\$ 0
2. Sales of LIMEX business cards
\$ 0 (Seller gained benefit)
3. Promote LIMEX business cards to financier in financier gathering conference
\$ 0
4. Promotion on the street
\$ 1,400 (provided coffee)
5. Promote to media
\$ 2,600 (press conference venue fee)
6. Transmit the initiative to the world
\$ 4,800 (Busan International Advertising Festival)

このプロジェクトは、どのように JCI ミッション・ヴィジョンを推進しましたか？ ※ミッションとヴィジョンに分けて記載

How does this project advance the JCI Mission and Vision? ※200 単語まで

ミッション：SDGsの達成につながる取り組みをLIMEXペーパーを使った名刺の販売を通じて推進しました。販売にあたっては若いJCメンバーの繋がりを積極的に活用し、企業・行政等多くの分野での利害関係者を結び繋ぐ事ができました。若いメンバーが自分達の繋がりをういて、簡単に、リスクや支出なく、SDGsの達成に取り組めるというポジティブチェンジに繋がる機会を提供できました。

ヴィジョン：釜山国際広告祭でのプレゼンテーションにあたっては多くのJCメンバーの協力を得ました。国内でも販売活動を通じて、行政・企業を含め多くの市民と、SDGs達成に向けた連携を構築でき、グローバルネットワークのリーダーになることができました。

Mission: We promoted the initiative leading to the achievement of SDGs through the sale of LIMEX business cards. In selling it, we were able to actively utilize the connections of young JC members and connected stakeholders in many fields such as enterprises and administrations. We were able to provide opportunities for young members to make positive changes that they can work on achieving SDGs easily, without risk or spending, using their own connections.

Vision: In cooperation with many JC members in the presentation at Busan International Advertising Festival. Through sales activities in Japan, we were able to build a tie-up to achieve SDGs with many citizens including the government and companies, and became a leader in the global network.

写真・図表 ※別途最終ページに1ページ4枚ずつ大きなサイズの画像を添付



② メンバーの参加

Membership Participation

事業参加人数を記述してください。(数字で記載)

By number, how many members were involved in this program? ※2 単語まで

600 名

600 members

LOM メンバーの参加率を記述してください (%で記載)

By percentage how many members of the Local Organization were involved in this program? ※1 単語まで

100%

100 members

このプログラムにおいて、メンバーの主な役割を記述してください。

Describe the main roles of the participating members in this program. ※300 単語まで

- ・ L I M E X 名刺の普及・販売
- ・ 記者会見の設営・実施
- ・ 財界人の集まる会議での本プロジェクトのプレゼン及び横浜市行政への提言
- ・ 釜山国際広告祭における取り組みの周知
- ・ 市民、関係各所における本プロジェクトの調査研究。

- ・ Promote and sale of LIMEX business cards
- ・ Set up and implement press conferences
- ・ Make presentation of this project and recommending to administration in Yokohama at financier gathering conference
- ・ Promote initiatives at Pusan International Advertising Festival
- ・ Research on this project in citizens and relations concerned

写真・図表 ※別途最終ページに1ページ4枚ずつ大きなサイズの画像を添付



③ 地域社会への影響 **Community Impact**

このプロジェクトの地域社会的影響を、どのように測りましたか？ **How did the Local Organization measure community impact for this project? ※200 単語まで**

LIMEX素材を制作して頂いた企業へとヒアリングをし、15200枚（152人×100枚）を販売。それに伴い水1520ℓ、割り箸7600本相当の資源を保護出来たと回答を頂きました。
 メディアでは読売新聞、毎日新聞、神奈川新聞の大手3社から紙面として掲載を頂き各、900万部、600万部、70万部という発行部数にて掲載をされウェブメディアでは32社から掲載を頂きました。

We interviewed companies that produced LIMEX materials and sold 15,200 sheets (152 people × 100 sheets). As a result, we got an answer that we were able to protect resources equivalent to 1,520 liters of water and 7,600 disposable chopsticks. It was posted three major newspaper that are Yomiuri Shimbun, Mainichi Newspaper, and Kanagawa Shimbun, and that posted on 9 million copies, 6 million copies, and 700 thousand copies. And also it was posted 32 publications on web media.

このプロジェクトが与えた地域社会への影響を記述してください。 **Describe the actual community impact produced by this project. ※300 単語まで**

横浜経済人会議（大手地域企業からの長期的地域計画会議）では389名の参加者一人ひとりにAQUACTIONに関するリーフレットを配布致しました。この会議の参加者一人ひとりは地域のリーダーであり、強い発信力を持った方々です。長期的に本プロジェクトを推進する為には強い「つながり」を持った協力者との関係性が必要となり、参加者の皆様からは自社や関係先にもLIMEX素材の紙の使用を検討すると多くの声を頂きました。

We distributed AQUACTION leaflets to 389 people at Yokohama Economic Conference (Long-term regional planning meeting from major regional companies). Each participant at this conference is a community leader with strong dissemination capabilities. In order to promote this project in the long term, it is necessary to have a relationship with cooperators with strong "connection". We received many voices from participants that they would consider using paper of LIMEX material for their companies and related parties.

写真・図表 ※別途最終ページに1ページ4枚ずつ大きなサイズの画像を添付



④ 国連機関または協力者との関連

このプログラムに参加したまたは協力した国連関係機関をリストアップしてください。その関係性も記述してください。(なければ N/A と記載)

国連開発計画 (UNDP) 駐日代表事務所 駐日代表

関係性：財界人の集まる会議においてパネリストとして参加頂き、SDGsの展望、そして本事業の軸である循環型社会課題解決モデルについてディスカッションをして頂きました。

その他、このプログラムに参加したパートナー（関係者）をリストアップしてください。(なければ N/A と記載)

Link with UN Agencies or Partnerships

List any UN Agencies that participated in any way. Describe their involvement. (write N/A if note) ※150 単語まで

United Nations Development Programme (UNDP) Representative Office in Japan Representative in Japan

Relationship: Participated as a panelist in financier gathering conference, discussed on the outlook of SDGs and the feature business which is Problem Solving Recycle-based Society Model.

List any other partners that participated in this program. (write N/A if none) ※100 単語まで

- 神奈川県
- 横浜市
- 横浜商工会議所
- 神奈川経済同友会
- 神奈川県経営者協会
- 横浜貿易協会
- 横浜銀行協会
- 横浜駅西口エリアマネジメント
- 多数の一般企業
- 株式会社 TBM
- 多数の横浜市民
- 釜山国際広告祭への参加者及び関係者
- 日本経済新聞
- 読売新聞
- 毎日新聞
- 神奈川新聞
- タウンニュース社

- Kanagawa Prefecture
- City of Yokohama
- The Yokohama Chamber of Commerce and Industry
- Kanagawa Association of Corporate Executives
- Kanagawa-ken Employer's Association
- Yokohama Trade Association
- Yokohama Bankers Association
- Yokohama West entrance Area Management
- Many general corporations
- TBM Co., Ltd
- Many citizens of Yokohama City
- Participants of Busan International Advertising Festival
- Nikkei Inc.
- Yomiuri Shimbun
- The Mainichi Newspapers Co., Ltd.
- Kanagawa Shimbun
- TOWNNEWS-SHA CO.,LTD.

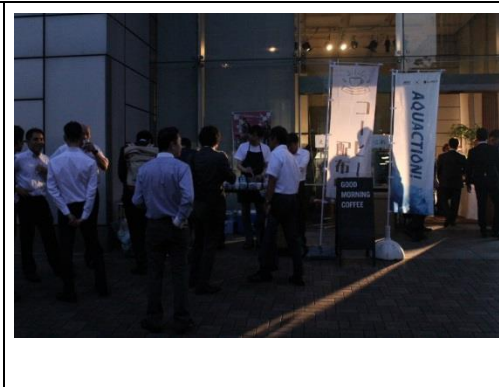
パートナーは、どのようにこのプロジェクトに参加することになりましたか？

How were partners engaged to participate in the program? ※250 単語まで

J C I 横浜の財産である地域や人とのつながりを効果的に活用し、国際問題への取り組みを提唱し、プロジェクトに賛同を得た関係諸団体一つ一つと打ち合わせをし、共感して頂いたパートナーにプロジェクトへの参画をご依頼させて頂きました。

By utilizing JCI Yokohama's property, the connection between the region and people, we advocate our efforts for international issues and had a meeting with each relevant organization. With gained approval for the project, we asked partners to participate in the project.

写真・図表 ※別途最終ページに1ページ4枚ずつ大きなサイズの画像を添付



⑤ プログラムの長期的な影響

Long-term Impact of the program

このプロジェクトによって得られると予測される長期的な影響を記述してください。

What is the expected long-term impact of this project? ※200 単語まで

SDG s 達成に向けた多くのプロジェクトは、不便に耐えたり、多額の資金の捻出を必要とします。SDG s 達成にコミットする若い能動的市民を導くためには、こうした不利益を甘受する必要がないモデルを構築しなければなりません。

本プロジェクトは、SDG s の目標6の達成に向けた取り組みですが、目標15 (Halt and reverse land degradation and halt biodiversity loss) の達成にも繋がる有益で幅広いものです。しかし、最も重要な点は、本プロジェクトが不便に耐えたり、多額の資金を捻出することなく、誰でも、簡単にSDG s を推進するための能動的市民になり得る機会をもたらすということです。それゆえ、本プロジェクトは長期的かつ持続的に展開することが可能であり、ゴール達成に向け大きな効果が期待できるのです。

このような持続的な運動のモデルは、目標6や目標15のみならず、他の目標についても当てはまり、長期的に大きなインパクトを与えるでしょう。

Many projects toward achieving SDGs need to endure the inconvenience or raise substantial funding. In order to lead young active citizens committed to achieving SDGs, we must build models that do not need to accept these disadvantages.

Although this project is an effort to achieve the goal 6 of SDGs, it is beneficial and wide-ranging leading to achievement of goal 15 (Halt and reverse land degradation and halt biodiversity loss). But the most important point is that anyone can have the opportunity to be an active citizen to easily promote SDGs without enduring inconvenience or raising substantial funding. Therefore, it is possible to develop this project on a long-term and a sustainable basis. A great effect can be expected for achieving the goal.

Such a sustainable model of movement will apply not only to Goal 6 and Goal 15 but also to other goals and will have a long-term impact.

このプロジェクトの改善点・改善策を記述してください。

What changes would you make to improve the results of this project? ※300 単語まで

現時点でのL I M E X素材における印刷会社による印刷技術の未発展。また、素材の普及や物に対する理解が浸透していないので、素材の利便性やプロジェクトへの関心を深める為のメディア戦略、周知活動、特に国際的な周知が必要。このA S P A Cでの受賞が運動を爆発的に広める機会となれば良いと考えています。

Inadequacy of printing technology by printing company in LIMEX material at the present time. Also, since the dissemination of materials and the understanding of things are not penetrated, we need media strategies, publicizing activities, and especially international awareness to deepen the convenience of materials and interest in projects. We believe that this ASPAC award should be an opportunity to extend the movement explosively.

写真・図表 ※別途最終ページに1ページ4枚ずつ大きなサイズの画像を添付





■ What is LIMEX ?



We tackle social problems such as water resources and environmental problems such as deforestation.



What can be changed using LIMEX products?



Solve social problems and realize profit structure.

AQUACTION!

(Aqua + Action)

写真・図表【メンバーの参加】



At the Busan International Advertising Festival Promotion of UN SDGs and photographs of publicizing activities of LIMEX products.



Involve media and send exercise.

Involve companies and create continuity.

JCI Yokohama member himself touches the product and tells the citizen.

AQUACTION!

(Aqua + Action)

写真・図表【地域社会への影響】

Through the media, we promote exercise to the government, enterprises, citizens and other organizations and promote the resolution of social issues.

Below photo (left) with President of TBM Co., Ltd. (right) An article that JCI Yokohama, President of 2017, exchanged basic agreement on environmental issues through LIMEX products.

「石灰石」名刺販売

（社）横浜青年会議所（横 浜JCI）森大樹理事長は、紙の代替品として注目される新素材「LIMEX」を開発・製造・販売する株式会社TBM（山崎敦義代表取締役）と基本合意書を締結。国連が採択した「持続可能な開発のための2030アジェンダ（SDGs）」を達成するための循環型社会課題解決プログラム「AQUACTION」を8月21日に発表した。

LIMEXは水や木を使用せず石灰石を主原料とし、紙やプラスチックの代替となる素材。この取組みではLIMEXで作った名刺などを横浜JCIが販売。その収益を元に子どもたちへの事業を行い、資源保全や貧困撲滅などの社会課題解決につなげることが目標となる。

横浜JCIの森理事長は「従来の寄付ではなく、収益を社会還元する仕組み、SDGsに対し、JCIとして連鎖する活動を広げていく。その中でTBMさんの事業に魅力を感じ、一緒にやることになった」と経緯を説明した。

補聴器の総合相談所開店

LIMEXで作った製品を持つ山崎氏（左）と森理事長



Promote exercise by media strategy making use of press conference.

We held a press conference and recommended to promote partnership with companies.

Through the media, I also disseminated citizens awareness of international problem solving.

AQUACTION!

(Aqua + Action)

写真・図表【国連機関または協力者との関連】



Promote exercise with business people



We also received proposals from the president of TBM Co., Ltd. to build long-term business



Ambassador of Japan to the United Nations Development Program representative participated with panelists

AQUACTION!

(Aqua + Action)

写真・図表【プログラムの長期的な影響】

■ Self-introduction



■ Further Actions



■ Future Activities



■ JCI Yokohama

The Idea Driving Force

With our ideas and our actions,
 We create the city and create the future.

