

Certified



Corporation

FERMENSTATION 2022 Impact Report

2022年
インパクトレポート

FERMENSTATION
Co.,Ltd.

1. はじめに_<3>**2. パーパス_<5>****3. ファーマンステーションについて_<8>**

3-1. 私たちが取り組む社会課題

3-2. 私たちの課題解決アプローチ

3-2-1. 「発酵技術」とは

3-2-2. 「未利用資源」とは

3-2-3. 「アップサイクル」とは

3-3. サーキュラーエコノミー（循環型経済）と私たちの循環型システム

3-4. 私たちの事業について

3-5. 私たちが関わるステークホルダー

3-6. 組織・バリュー（拠点、人数、男女、年齢の構成など）

4. 私たちのインパクトに対する考え方とモデル_<20>

4-1. B Corp認証

4-2. インパクトモデル

4-2-1. 未利用資源アップサイクルのループ

4-2-2. 私たちが考えるインパクト創出のモデル

4-2-3. 事業活動のアウトプット

5. インパクトの取り組みと成果_<27>

5-1. コミットメントの宣言

5-2. B Corp認証取得

5-3. 未利用資源×アップサイクルのインパクト成果

5-4. 全社横断のインパクトの取り組み「インパクト推進プロジェクト」

5-5. 今後の課題

6. 編集後記_<37>**【コラム】**

・そもそも発酵ってなに？_<11>

・B Corp認証ってなに？_<20>

・私たちの考えるインパクト_<25>

ファームステーションは、
「世の中にあふれるゴミがもっと活用できたら面白いのに」
さらに、
「事業性と社会性を両立させたビジネスを創りたい」
というふたつの想いから生まれました。

ここに至るまでには、数多くの出会いがありました。

最初のきっかけは、当時働いていた金融機関から出向した先で出会った、社会課題に真正面から向き合っている日米のNPO、市民セクターの方々との出会いでした。環境、福祉、教育、貧困、さまざまな社会課題に向き合う魅力的な人々と出会い、こういう生き方をしたいと思うようになりました。同時に、金融機関で働く中で、ビジネスが世の中を動かす力、可能性も強く感じました。

非営利セクターとビジネス、どちらも経験する中で、事業性と社会性を両立させたビジネスにチャレンジしたい、という想いが湧いてきました。

もうひとつのきっかけは、環境への関心でした。金融機関の立場で海外のインフラ事業などに関わる中で、環境に配慮したエネルギー事業に興味を持ち、たまたま出張先でとったルームサービスで食べきれない食事を前にして強烈な違和感を持つなど、世の中にある資源をもっと有効に活用できないのか、より環境に配慮した生活を送ることはできないのだろうか、と考えていました。

そのような時に出会ったのが、発酵技術でした。発酵技術を活用すると、「ゴミがゴミではなくなるのではないか」「無駄なものがない社会を作れるのではないか」

「この技術を学び、活用することで、事業性と社会性を両立させられる事業を作ることができるのではないか」と考え、当時勤務していた金融機関を退職し、東京農業大学に入学、発酵技術を学びました。

大学在学中に、岩手県奥州市の米農家さんや自治体との出会いがあり、共同実証の形で休耕田、遊休水田の活用に取り組むことになったのがファームステーション創業のきっかけです。

そこから事業が発展し、今に至ります。創業から13年が経過し、ファームステーションには、同じ想いを共有する仲間が集まり、技術的にも、事業としてもできることが増えてきました。

一方、世の中を見ると、地球環境を取り巻く課題は待ったなしの状態にも関わらず、環境に負荷を与えながら大量生産、大量消費が主流であるのが現状です。

ファームステーションは、社会課題解決の担い手として、スピーディーに進化することができるスタートアップとして、私たちの技術を活用して、この課題に向き合い、環境負荷を低減し、自然環境を維持しながら、もっと循環する社会を創っていきます。

私たちは、事業に取り組む上で、たとえ事業として成立しても、社会にもより良い影響がなかったら、やる意味はないと考えています。しかし、事業を成長させながら、地球環境、地域などの社会においてもより良い影響（インパクト）を生み出すこと、事業性と社会性の両立は、実際に取り組んでみると、多くのチャレンジを伴います。

また、日々の事業の中で、ファームステーションらしいインパクトとは何か、私たちが目指していることは何かを言語化し、その成果を可視化、公開、検証する必要性を感じていました。そこで、今回、初めての「インパクトレポート」を作成することとしました。

このレポートでは、ファームステーションが、何を目指しているのか、どうやって取り組んでいるのか、課題は何かなど、私たちの活動と成果をお伝えします。

率直に言って、事業としても、またレポートとしても、まだまだ足りないところだけですが、これを公開することが、読んでくださる皆さんにとって、ファームステーションのことや、事業性と社会性を両立したビジネスについてなど、何かを一緒に考えたり、取り組んでいただくきっかけになればと期待しています。

私たちのチャレンジは、ファームステーション1社でできるものでは到底なく、事業に関わるステークホルダーの皆さま、地域の皆さま、私たちの商品を直接的、間接的に手にとってくださる方々と一緒に取り組むことで、実現します。

このレポートが多くの方に届きますように、そして、ご意見をいただきながら、次へと進化していきたいと考えています。



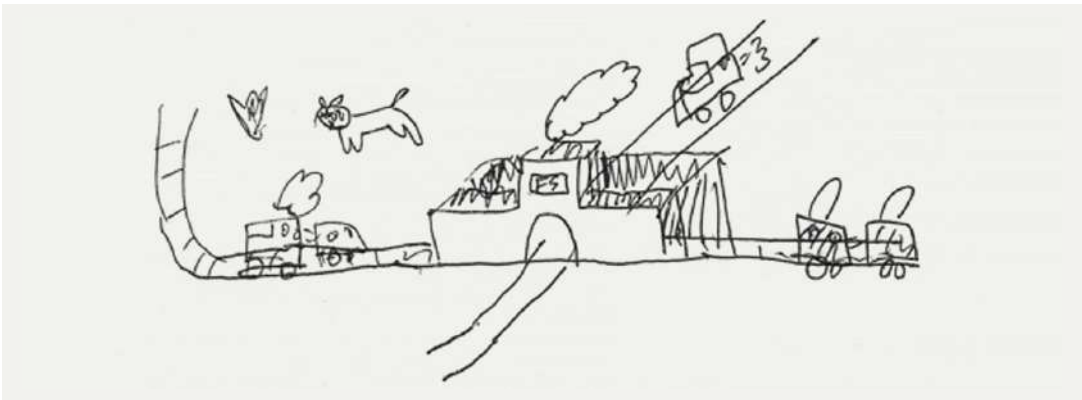
株式会社ファームステーション
代表取締役 酒井里奈

Rina Sakai

ファーマンステーションは、発酵の駅

FERMENSTATION Co.,Ltd.

ファーマンステーション（FERMENSTATION）は、
英語の発酵（fermentation）と駅（station）を掛け合わせた造語です。
発酵技術を活用することで、
様々な資源が姿を変える駅のような存在になりたい、
という想いを込めています。
また、ファーマンステーションを通過すると、
必ずいいことがある、前より良くなる、
そのような存在になることを目指して名付けました。



代表酒井が創業時に書いた「発酵の駅」のイメージ

駅は、さまざまな人やものが行き交う場所。
ファーマンステーションという「駅」では、
資源が生まれ変わるだけでなく、さまざまな人々が出会い、
お互いを知ること、新しいものや価値が生まれていきます。

“ Fermenting a Renewable Society ”

この言葉をパーパスとして、私たちは、未利用資源に新たな価値を見出し、これらが生まれ変わり、再生・循環する社会を構築します。自然環境や社会、関係する全ての人々、ステークホルダーが、ファームステーションという「駅」を通過することで、前より良くなり続ける、そんな世の中を作っていきます。

Fermenting a Renewable Society

発酵は、「微生物の作用で有機物を人間にとって有益なものに変えること」です。これを広く捉え、「世の中にある様々なものを価値あるものに変えること」と考えました。

発酵技術は私たちの基礎であり、もっとも得意とする技術ですが、製品だけでなくファームステーションの事業そのものが、微生物の働きのように私たちが関わることで、

必ず良い形に変わることを目指します。

さらに Ferment ではなくて、Fermenting とすることで、やり続ける、動き続けたいという想いを込めました。

私たちは、世の中の資源を、そして資源だけではなく人々の考え方も、「発酵」させることで、アップサイクルし、さらに良いものに変身させていきます。



Fermenting a **Renewable** Society

私たちは、事業や社会がSustainable（持続可能）であることに留まらず、毎回生まれ変わり、より良くなることが大切と考え、**Renewable**な事業や社会を創ることを目指します。

「Renew」していく過程には、様々なチャレンジがありますが、そのチャレンジを乗り越えて新たな価値を生み出すことが、私たちの事業の醍醐味、楽しさでもあります。

Fermenting a Renewable **Society**

私たちの事業は、原料を育てる農家の方々、事業会社の方々、国内外のさまざまなコミュニティの方々など、幅広く社会との接点があるのが特徴であり、面白さの一つです。社会、コミュニティとの関わりは、私たちの根幹であり、常に、地域、社会、コミュニティの視点を持ち続けるという意味を込めています。



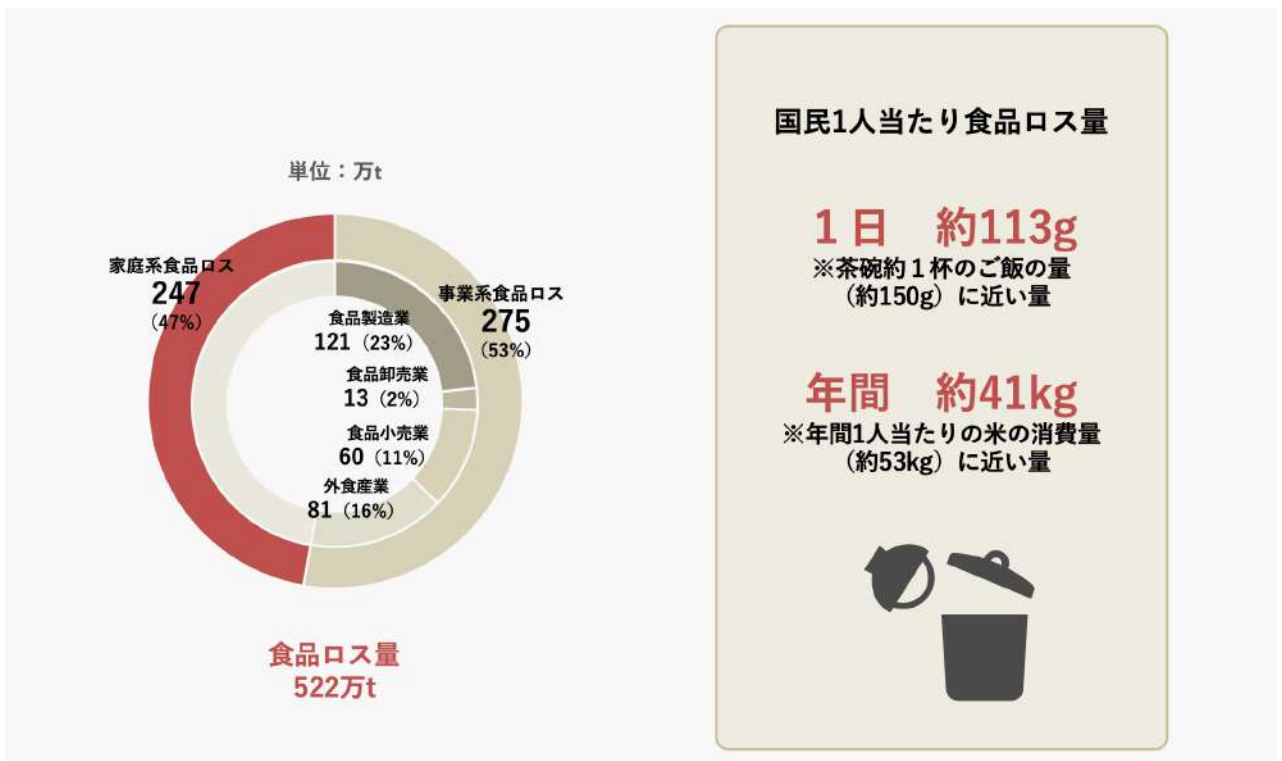
3-1. 私たちが取り組む社会課題

私たちが取り組む大きな社会課題は、食品ロス等の「未利用資源」の問題です。私たちは、“Fermenting a Renewable Society”をパーパスに、未利用資源に新たな価値を見出し、これらが生まれ変わり、再生・循環する社会を構築することにチャレンジしています。

日本国内では、一次産業（農業等）の現場で生じる規格外や不作等による廃棄、流通過程で生じる規格外や消費期限切れ等による廃棄、食品や飲料の製造過程で生じる規格外や製造副産物の廃棄、また、家庭内や外食等の消費の過程で出る消費期限切れや調理時の廃棄など、食品にまつわるサプライチェーンを横断して多くのフードロス等の未利用資源が発生しています。

国内の試算によると、年間で522万トンもの食品ロスが発生しており、国民1人あたりに換算すると1日約113グラム、茶碗約1杯分のご飯の量を毎日廃棄している計算になります。

食品ロスの問題はグローバルで共通の課題であり、食品の1/3が廃棄されているという試算も存在します。また、未利用資源は食品ロスに限らず、例えば、木材の剪定・伐採後に出る木材、畑の剪定や収穫後に発生する茎・葉や穀物の脱穀時に出る籾殻などの一次産業で生じるバイオマス、また食品以外の工業製品の製造現場で出る製造副産物など、多様な現場で多様な未利用資源が生じています。



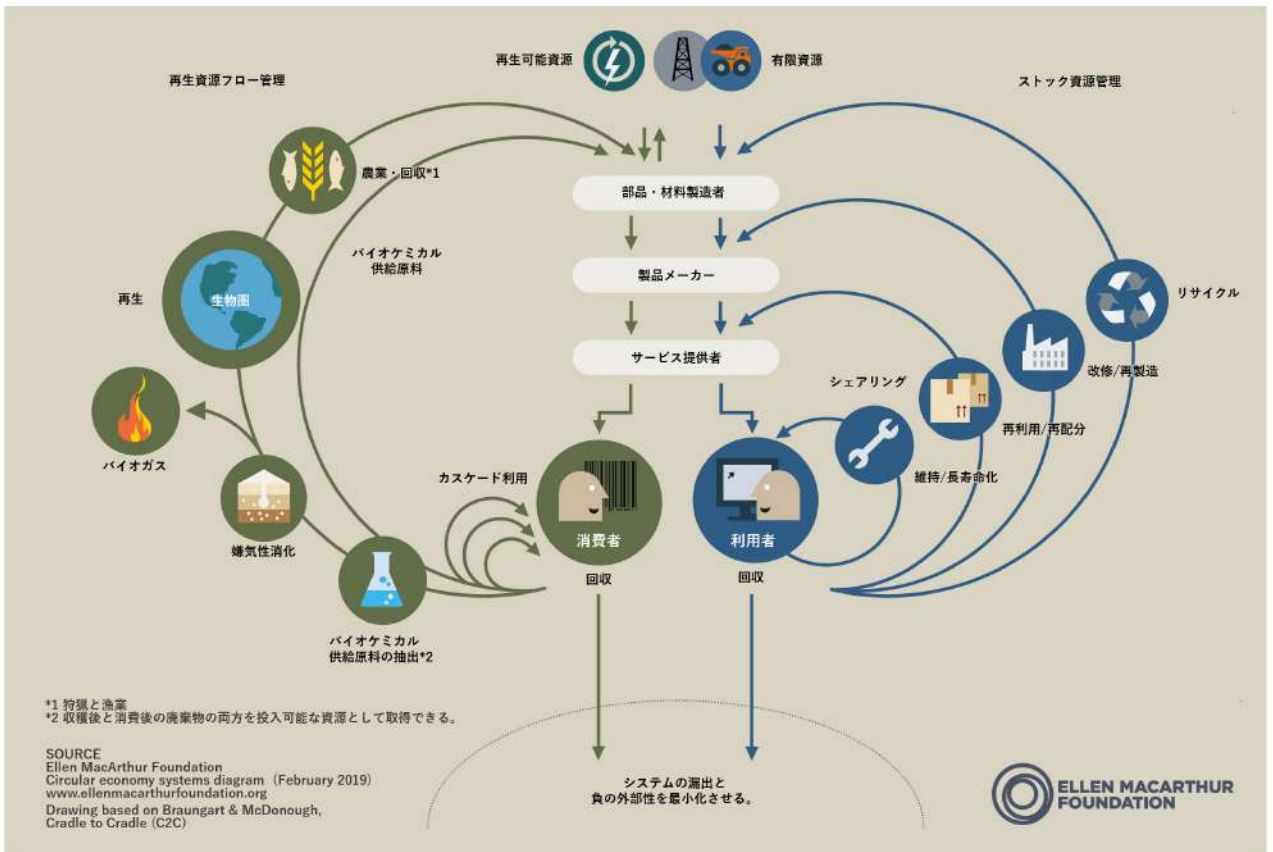
資料：総務省人口推計（2020年10月1日）
令和元年度食料需給表（確定値）

これらの未利用資源の多くは産業廃棄物や家庭ごみとして処理され、焼却や埋め立てなど二酸化炭素排出や土壌悪化などの環境課題につながる要因となっています。一部の未利用資源は肥料や家畜の飼料として活用が試みられるなど、未利用資源の削減と利活用への動きが生まれており、その加速が喫緊の課題となっています。

さらに、現在、世の中で流通している素材の多くは、石油由来の製品であり、脱石油の流れの中で、上記のような未利用バイオマスを活用した新素材の開発も求められています。

また、私たちは、これまでの社会・経済・資源利用の在り方を大きく変える社会システムの転換である、

「サーキュラーエコノミー（循環型経済）」の構築にも取り組んでいます。サーキュラーエコノミーは、これまでの大量生産・大量消費・大量廃棄が前提になった、資源を使い・捨てる一方通行型の経済システムに代わる新たな経済システムと言われており、廃棄物やそれによる環境影響が発生しない製品・サービス設計を行い、経済活動のために使われた資源をその価値を維持した形で循環させることで、環境等への影響を可能な限り減らし経済を成立させることを目指しています。サーキュラーエコノミーを前提とした事業活動が実現できれば、利用されずに廃棄される資源を生まず、最初から必ず活用用途をデザインすることになり、現在グローバルに大きな問題となっている「未利用資源」という概念自体が不要になります。



出典：Circular Economy Hub（エレン・マッカーサー財団「バタフライダイアグラム」の和訳）

3-2. 私たちの課題解決アプローチ

私たちは、この社会課題の解決に向けて、「発酵技術」で「未利用資源」を「アップサイクル」する事業を展開しています。

3-2-1. 「発酵技術」とは

発酵の一般的な定義は、「微生物の働きで有機物を分解し、人間にとって有益な特定の物質を生成すること」です。私たちの周りには発酵技術によって生成されたものが多くあります。食品・飲料に限らず、バイオエタノール、バイオプラスチックの生成、医薬品製造や家畜の糞尿や野菜くず等を活用した堆肥の生成などにも発酵技術は使われており、多くの恩恵を受けています。

- ・発酵食品：漬物、納豆、鰹節、チーズなど
- ・発酵飲料：日本酒、ビール、ワイン、乳酸菌飲料など
- ・発酵調味料：醤油、味噌、みりんなど
- ・その他：バイオ燃料、バイオプラスチック原料、医薬品、堆肥など

私たちの得意とする「発酵技術」は、数多くある発酵技術の中でも「アルコール発酵」を中心とした技術群です。

アルコール発酵では主に麴、酵母といった微生物を使います。

また、アルコール発酵の対象となる有機物は、主に下記のようなものになります。

- ・単糖を含むもの：さとうきび、果物、糖質の多い野菜、糖そのものなど
- ・でんぷんを含むもの：穀物（米、麦など）、イモ類、でんぷんそのものなど
- ・繊維質（セルロース）を含むもの：木、紙、繊維質の多い野菜など

私たちの発酵技術の特徴の一つは、多様な有機物に対して適切な技術や条件の組み合わせを適用できるノウハウです。有機物それぞれで異なる最適化条件を最短距離で特定可能な技術プラットフォームを保有しています。



【コラム】そもそも発酵ってなに？

日本人にとって身近な発酵。最近クラフト系のお酒や発酵食が流行したり、文化的な側面が注目されたりして、キーワードとして耳にする機会がますます増えたように感じます。

でも、そもそも発酵とは具体的にどんな現象を指しているのでしょうか。その定義は意識されることが意外と少なく、

知っているようで知らないことだらけ。フェルメンテーションでは、発酵や循環の楽しさ、面白さを伝える自社ウェブメディア「pukupotaジャーナル」を運営しています。ここでは素朴な疑問から最先端の技術まで、発酵にまつわるあらゆることを追求した記事をご紹介します。



Dr.杉本に聞く、そもそも発酵って何？

発酵ラボノート VOL.1



繊維との戦い

発酵ラボノート VOL.2



香りも有効成分も、“まるごと”活かす

発酵ラボノート VOL.3



PUKUPOTA
JOURNAL

3-2-2. 「未利用資源」とは

「未利用資源」の定義は前述の通り幅広く、私たちはその中でも「発酵技術」（特にアルコール発酵関連）が適用可能なものにフォーカスしています。

具体的には、前述した発酵技術が適用可能な有機物の中で、「未利用資源」として有効に使われていない下記を主な対象としています。

○単糖を含むもの：さとうきび、果物、糖質の多い野菜、糖そのものなど

- ・一次産業の現場で、規格外等で廃棄される果物や野菜
- ・食品・飲料の製造工場が出る製造副産物（割れた飴など）

○でんぷんを含むもの：穀物（米、麦など）、イモ類、でんぷんそのものなど

- ・休耕田を再生して栽培したオーガニック米
- ・規格外で食用にならない穀物やイモ類
- ・食品工場や飲食の現場で出る炊きすぎた余剰ご飯

○繊維質（セルロース）を含むもの：木、紙、繊維質の多い野菜など

- ・食品・飲料の製造工場が出る製造副産物（果汁の搾りかす、野菜ジュースの搾りかす、ワインの搾りかすなど）
- ・有効に活用されていない伐採木・剪定枝
- ・有効に活用されていない古紙やパルプ



3-2-3. 「アップサイクル」とは

「アップサイクル」とは、「リユース（再利用）、リサイクル（再循環）」と異なり、廃棄物や副産物など、従来、不要と考えられたり有効活用されていないものを、様々なアイデアや手法でさらに価値の高いプロダクトに転換すること」です。

「発酵技術」（アルコール発酵）を使い、「未利用資源」（糖質・でんぷん・繊維質を含むもの）をアップサイクルしてできる生成物は、アルコール（エチルアルコール、エタノールとも呼ばれます）です。アルコールにはその内容や許認可から大きく2つの種類に分けられ、1つは飲料用のアルコール、もう1つは工業用のアルコールです。私たちが取り扱うものは、工業用のアルコールでアルコール度数90容量%以上のものを指し、経済産業省のアルコール事業法という法律のもとでの許認可ビジネス（対して飲料用アルコールは国税庁の酒税法の許認可ビジネス）です。その用途は、主にコロナで注目を集めるようになった消毒、除菌用のアルコールや衛生用品、化粧品や日用品、飲料原料など幅広く、実は人々にとって非常に身近でなくてはならない原料です。

工業用のアルコールは、かつては石油由来の合成アルコールが中心でしたが（今でも多く使われています）、最近は脱石油の流れもあり植物由来のバイオエタノールへ少しずつ切り替えられてきていますが、そのほとんどは海外産のさとうきび・とうもろこし由来のエタノールです。私たちは、その独自の技術で、食糧問題と競合しない（奪い合わない）未利用資源をアップサイクルし、国内でバイオエタノールを製造しています。

また、私たちのアップサイクルはそこで留まりません。未利用資源をアップサイクルしていると言っても、工業原料であるエタノールのままではその価値を一般消費者が理解しづらくなってしまいます。

そこで私たちは、未利用資源から作られたエタノールを活用して、衛生用品・化粧品・日用品にまで仕立てることを事業として行っています。未利用資源に付加価値を付与することで、一般消費者に届く形でのアップサイクルを実現しています。



3-3. サークュラーエコノミー（循環型経済）と私たちの循環型システム

前述の通り、私たちが取り組む社会課題の一つに「サーキュラーエコノミー（循環型経済）」の構築があります。私たちは、未利用資源を発酵技術でアップサイクルすることに取り組んでいますが、未利用資源を有効に活用し削減するだけでなく、製造や商品開発においてもサーキュラーエコノミーの実現に近づけるよう、資源や価値の循環を実現することを大切にしています。

以下の図が、私たちが未利用資源のアップサイクルを通じて実現している循環型システムです。未利用資源を原材料に製造を行い、自分たちの製造工程で生成されるものは全て何か有益な形で活用することを徹底し、ごみゼロを実現しています。例えば、エタノール製造を行った場合、エタノール蒸留後に残る生成物（蒸留粕と言います）は一般的には副産物と呼ばれ、産業廃棄物として処理される

ケースも珍しくありません。私たちは、この蒸留粕にも役割を見出し、機能性のある化粧品原料として原料として販売をしたり、商品開発に活用するなど事業化にチャレンジをします。また、製造拠点の近隣の農家さんと連携をすることで、蒸留粕を家畜の飼料として活用し、資源がその先へと循環するようなエコシステムの構築に取り組んでいます。

原材料となる未利用資源が多様になればなるほど、蒸留粕にも多様性が増し、適した活用の方法には知恵とネットワークが必要になります。私たちは事業におけるステークホルダー、地域におけるステークホルダーと連携を行い、事業が成長し、製造量や未利用資源の種類が増加しても、環境への負荷を増やすことなく、資源循環が成立するように循環型システムをより強化していきます。



※休耕田を活用して栽培したお米の場合

3-4.私たちの事業について

ファーマンステーションは、現在4つの事業を展開しています。共通することは、発酵技術で未利用資源をアップサイクルする事業という点です。

未利用資源をアップサイクルした原料を複数の事業で展開することで、アップサイクルした原料の利用が増え、結果的に未利用資源の削減に貢献をしたいと考えています。

| | | | |
|---|---|---|--|
| 原料事業 | 共創事業 | OEM事業 | 自社ブランド事業 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| 未利用資源×アップサイクル 技術基盤 | | | |
|  |  |  |  |

1.原料事業

米やりんごの搾りかす等の未利用資源由来のバイオエタノールや発酵エキスを、主に化粧品原料用途で製造・販売しています。未利用資源をアップサイクルし、環境にも配慮した製法であることからサステナブルな原料であり、同時に、発酵由来の高い機能性も両立する原料となります。オリジナル原料以外にも、化粧品メーカーなどと共同研究開発を通じた原料開発なども行います。

2.共創事業

未利用資源のアップサイクルを事業として実現したい企業とともに共同で商品開発・事業開発を行います。「未利用資源再生・循環パートナーシップ」のもと、食品・飲料メーカーや流通企業の製造や流通の過程で出る規格外や製造副産物をアップサイクルした商品を共同で開発し事業化することなどに取り組んでいます。

3.OEM事業

私たちの製造した未利用資源由来のアップサイクル原料を活用した、衛生用品・化粧品・日用品の商品開発受託をしています。ナチュラル・オーガニック処方の化粧品ブランドの立ち上げ、サステナブルなライフスタイル雑貨の立ち上げなど、原料からストーリーと機能性にこだわり、環境に配慮したブランドづくりをコラボレーション型で伴走します。

4.自社ブランド事業

私たちの製造した未利用資源由来のアップサイクル原料の価値を自ら一般消費者に伝える手段として、私たちの原料を使った自社ブランドを展開しています。現時点では、主にオーガニック米由来のエタノールや蒸留粕（米もろみ粕）を使った化粧品の展開を行っています。

これら4つの事業を支えるのは、岩手県奥州市江刺にある、製造拠点「奥州ラボ」です。奥州ラボでは、様々な未利用資源を発酵、蒸留することでエタノールや、発酵素材を製造しています。

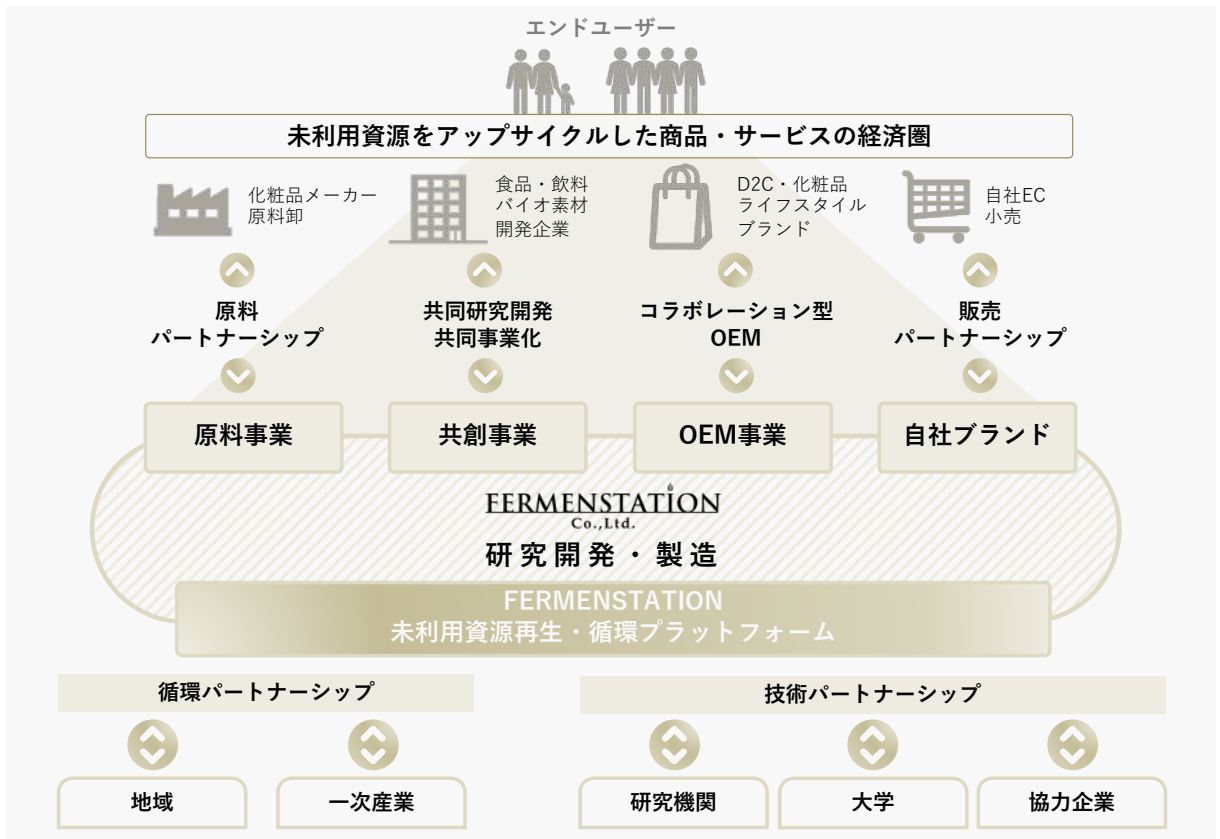
できるだけ環境に配慮した製法を採用しており、再生可能エネルギーを活用、また製造工程でゴミを出さない工場を目指しています。さらに、国内では珍しい「オーガニック認証工場」（USDAオーガニックおよびエコサートCOSMOS認証）を取得、原材料の選定から製造、工場で使用する資材に至るまで、環境に配慮した運営をしています。



3-5. 私たちが関わるステークホルダー

私たちの事業は、原材料から販売までバリューチェーン（価値の連鎖）が長く、多くのステークホルダーと協働することで事業を実現しています。また、4つの事業を展開しており、各事業でお客様となる企業や人、業界が異なります。

多様なステークホルダーとの協働は、非常に複雑なステークホルダーマネジメントが求められる一方、私たちならではの唯一無二の事業展開を可能にし、多面的なインパクトを創出することにつながると考えています。



3-6.組織・バリュー（拠点、人数、男女、年齢の構成など）

私たちは、岩手と東京に2拠点を構え、多様なバックグラウンドを持った14名（2022年末時点）で事業を展開しています。今後も私たちの4つのバリューにある通り、多様性を尊重し、新しい常識を作るための学びと進化

を続けられる組織を目指しています。また、バリュー実現に向けて、「学び制度」（一定の学びに対して補助を提供する制度）なども活用しています。

2つの拠点

岩手県奥州市
製造・研究開発

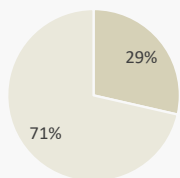


東京都墨田区
東京オフィス兼研究開発



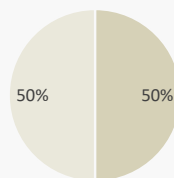
フェームステーションの組織を表す数字

在籍拠点比率



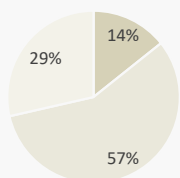
■ 岩手県奥州市 ■ 東京都墨田区

男女比率



■ 女性 ■ 男性
※取締役のうち女性40%

年代比率



■ 50代 ■ 40代 ■ 30代

出身業界・職種（一部）

- 飲料メーカー（R&D）
- コンサルティング
- 地方自治体
- 金融
- 食品メーカー（R&D）
- 監査法人（会計士）
- 化粧品ブランド（企画）
- スタートアップ（事業開発）

4つのバリュー

01

多様性を尊重します
OPEN AND INCLUSIVE

02

常に考え、学び、動き続けます
THINK, LEARN, NEVER STOP

03

自分たちにしかできないことに挑戦し、次の常識を作ります
CHALLENGE AND CREATE NEW STANDARDS

04

自分の行動のインパクトを常に考え、日々を過ごします
KNOW YOUR IMPACT

ここではインパクトをどう考え、日々向き合っているか、私たちの考え方、目標、モデルについてご説明します。

4-1. B Corp 認証

私たちは、地域社会、環境、カスタマー、従業員に対して多面的・包括的な利益を生む事業活動を実践する企業を認証する国際的な制度「B Corp 認証」を取得しています。（2022年3月認証取得）

ファーマンステーションのB Impact Scoreは下記よりご確認ください。

<https://www.bcorporation.net/en-us/find-a-b-corp/company/fermenstation-co-ltd>



【コラム】 B Corp 認証ってなに？

「B Corp 認証」は2006年に米国で設立された非営利団体「B Lab」が運営し、環境や社会への配慮とインパクトの追求、地域性やダイバシティへ配慮した従業員をはじめとするすべてのステークホルダーとの関係性構築、経営の透明性、事業の持続可能性などにおいて優れた、公益性の高い企業のみにも与えられる国際的な認証制度です。Patagonia、Allbirds、THE BODY SHOPなど、ソーシャルインパクトを追求しながら広くユーザーに支持されるブランド・企業が認証されています。

本認証の取得にあたり、「ガバナンス」「従業員」「コミュニティ」「環境」「カスタマー」の5つの領域において、提供する商品やサービスを含んだ企業活動全体が総合的に審査され、「B Lab」が定める評価指標に基づいたBインパクトアセスメントで、80ポイント以上を獲得することが認証取得の要件となっています。

「B Corp 認証」の詳細は「B Lab」のホームページよりご確認ください。

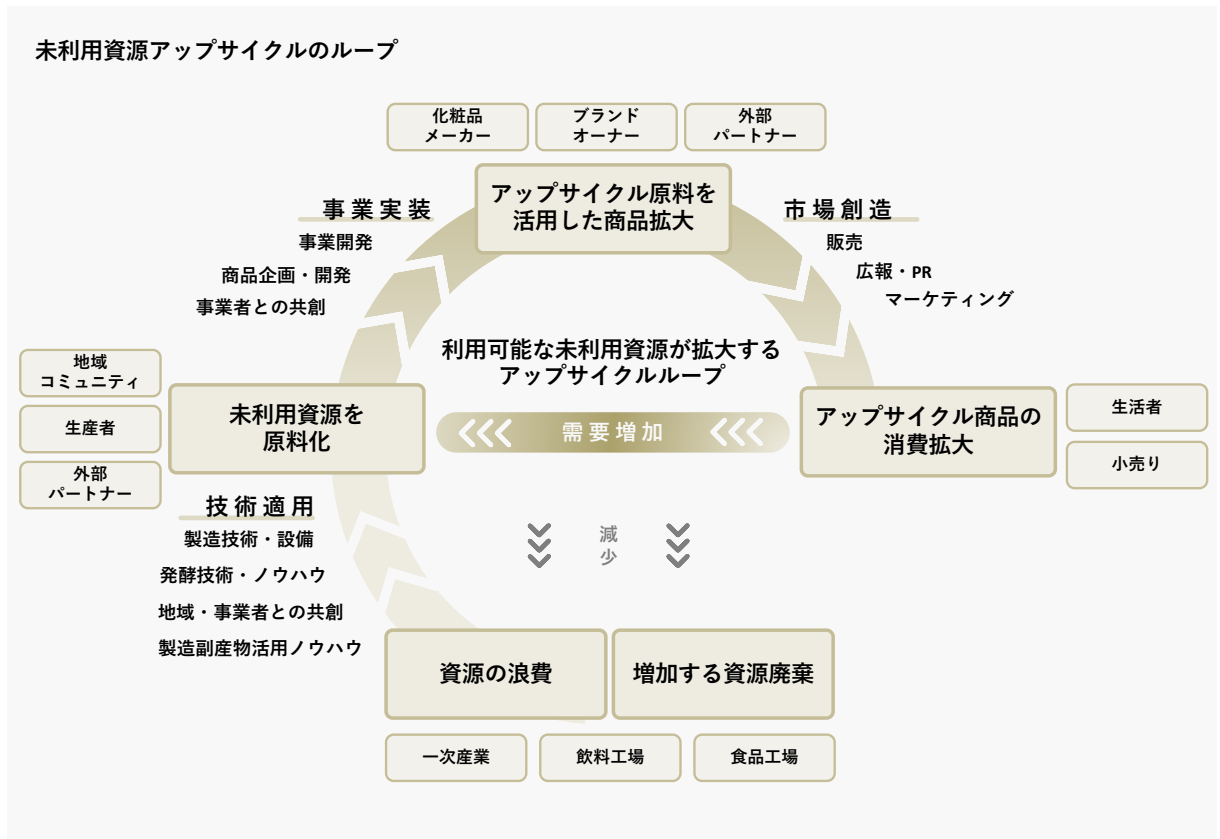
<https://www.bcorporation.net/>

4-2. インパクトモデル

4-2-1. 未利用資源アップサイクルのループ

私たちの事業のフォーカスは、発酵技術で未利用資源をアップサイクルすることです。未利用資源をアップサイクルした原料や商品がより広く使われることで未利用資源の削減につながるような好循環を生み出したいと考えています。

この図は、私たちが考える、「未利用資源アップサイクルのループ」を表したものです。様々なステークホルダーの皆さんと連携し、製造、事業開発、商品企画、販売やマーケティングなどの事業上のアクションを通じてこのループを実現します。



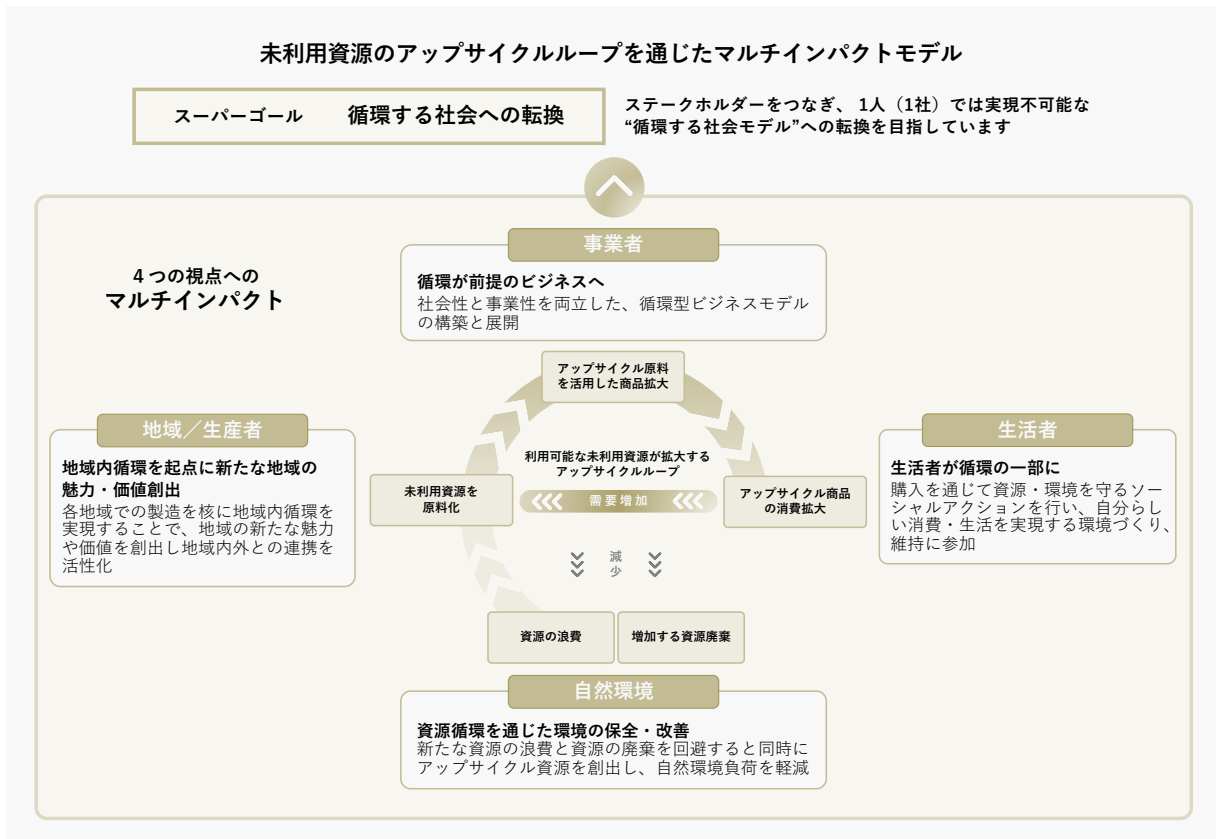
私たちは、地域や事業者の皆さまと共に、様々な現場で未利用資源の探索を行い、どのような技術が最適かを検討、未利用資源をアップサイクルさせます。アップサイクルした原料を最終商品に活用するため、自社商品や原料事業・OEM事業で連携する企業の商品にどのように活用できるか検討し商品開発を行います。

さらに、そのアップサイクル商品の利用を一般消費者の購買行動につなげるために、広報・マーケティング・販売を行います。これら一連の活動を通じて、利用可能な未利用資源が拡大し、結果として未利用資源の削減につながるアップサイクルのループを実現したいと考えています。

4-2-2. 私たちが考えるインパクト創出のモデル

私たちの事業に関係するステークホルダーは多岐に渡り、また未利用資源のアップサイクルを通じて生まれる好影響は多面的であることから、何か1つのインパクトを追求するのではなく、複数のインパクトを追求することが特徴です。

私たちは、大きく4つの視点でインパクトの創出を実現したいと考えています。そして、これらのマルチインパクトが集約された結果として、最終的なスーパーゴールとして「**循環する社会への転換**」を目指したいと考えています。



-背景-

私たちは、未利用資源のアップサイクルを通じて、サーキュラーエコノミー（循環型経済）を社会実装することに取り組みます。サーキュラーエコノミーは1人の個人や1社の企業のみでは実現することが難しく、資源の循環や価値の連鎖を作り出すステークホルダーの連携が必要になります。

また、多くのステークホルダーとの共創で実現するサーキュラーエコノミーが生み出すことができるインパクトは、自然環境だけでも地域社会だけでなく多面的です。私たちは、事業を通じて、多様なステークホルダーと共創し、資源や価値の循環や進化を促すハブとなることで、サーキュラーエコノミーの発展に貢献します。

○4つの視点と、それぞれで創出を目指すインパクト

1. 自然環境

資源循環を通じた環境の保全・改善

資源の浪費と資源の廃棄を回避すると同時にアップサイクル資源を創出し、自然環境負荷を軽減

-背景-

フードロス等の未利用資源が活用されないことで生まれる環境への悪影響は大きく、現状は大部分が産業廃棄物処理の対象として焼却や埋め立てなどにまわり、二酸化炭素排出や土壌への影響などが懸念されています。

また、世界的な人口増大に伴う食糧不足の懸念や新たに農作物等を生産することに伴う土地や森林への悪影響など、新たに資源を生産し利用拡大することも持続的な地球環境保全の観点では問題視されています。

私たちは未利用資源を活用することで、新たな資源の生産や利用を減らし、未利用資源の廃棄に伴う環境影響を低減する、2つの側面での自然環境負荷の軽減を目指します。

2. 地域／生産者

地域内循環を起点に新たな地域の魅力・価値創出

各地域での製造を核に地域内循環を実現することで、地域の新たな魅力・価値を創出し地域内外との連携を活性化

-背景-

私たちの生産拠点は岩手県奥州市にあります。私たちの事業は地域の未利用資源である休耕田（耕作放棄された水田）を再生し、そこで採れたお米をエタノールにするところからスタートしました。また、エタノールの製造過程では、エタノール以外に発酵・蒸留後の副産物として蒸留粕（米もろみ粕）ができます。私たちは、この米もろみ粕を廃棄することなく、化粧品原料や地域で飼育される家畜の飼料として活用しごみゼロを実現しています。

さらに、その家畜の糞を畑にまいて育てたひまわりから抽出した油を自社ブランドの商品の原材料として活用もしています。この一連の製造を中心としたプロセスを通じて、農作物の生産者さん、家畜の飼育農家さんなど地域のステークホルダーと連携し、地域内循環を実現しています。結果として、このようなユニークな地域の取り組みに地域内外からの関心が増えることで、地域の新たな魅力づくりや発信にも貢献していきたいと考えています。

私たちは、まだまだ小規模なこの取り組みを拠点とする岩手県で発展させていくとともに、ここで構築したモデルを他の地域のステークホルダーとも協働し、どのように展開できるか模索をしていきたいと考えています。

3. 事業者

循環が前提のビジネスへ

社会性と事業性を両立した、循環型ビジネスモデルの構築と展開

-背景-

私たちは、社会性と事業性を両立した循環型のビジネスモデルを展開していますが、これは私たちだけでは実現できないことで、関わるステークホルダーとの連携が必須です。特に、ビジネス面で連携をする事業者の皆さんと同じビジョンを持ち取り組めることは重要です。既存の概念においては、社会性と事業性はトレードオフするものとして捉えられ、

営利目的の事業において社会性を追求することは利益を棄損すること、社会性を目的にすることは社会貢献事業と受け取られることも少なくありませんでした。

私たちは、ビジョンを共有できる事業者の皆さんと新しい循環型ビジネスモデルの構築にチャレンジし、社会性と事業性を両立すること、社会性を追求することが事業性を伸ばすことを実証し、より多くの事業者のビジネスを循環型ビジネスへと転換することに貢献します。

4. 生活者

生活者が循環の一部に

購入を通じて資源・環境を守るソーシャルアクションを行い、自分らしい消費・生活を実現する環境づくり・維持に参加

-背景-

私たちは、生活をするうえで必要不可欠な購入や消費は、一人一人が賛同する思想や理念への投票行動であると考えています。今、目の前にある商品を見て、これがどのような由来の原料を使い、どのような流通や加工を経て手元に届いたのか、その生産から流通までに関わった事業者はどのような活動をしているのか、自信の手元に届くまでにどのような環境や社会への影響があったのか、全て考慮して商品を選択し購入できることがより良い社会や地球環境の保全のためには理想ですが、現実にはそうはなっていません。

また、そのような行動は単に社会や環境のためだけではなく、食品であれば自身の体に何を取り入れるのか、環境について言えば自身や将来の世代がどのような暮らしをしていけるのかに直接的に関わってくるものです。そうした購入や消費の行動に世の中として至っていない要因は、生活者のリテラシーの問題だけでなく、生産者・流通事業者・加工事業者・小売り事業者など全ての事業者の実践や発信の問題でもあります。

私たちは、私たちの商品や関わった原料が使われている商品を目の前にした生活者が、その由来や背景に考えを至らせることができ、少しでも考慮のある購入が可能となるよう、私たちの事業活動におけるインパクト創出の実践の徹底や可視化、発信に努めます。

【コラム】私たちの考えるインパクト

私たちの考えるインパクトは、少し変わっているかもしれません。

一般的には、地球温暖化、生物多様性、福祉、ジェンダーなどの1つの社会課題に向き合い、1つのインパクトを追求するモデルがほとんどです。

ファームステーションらしいインパクトとは何か、社内のメンバーや、私たちの事業を支えてくださる皆さんなどともディスカッションをしたのですが、そこで出てきたのは、「1つじゃないよね」「全て繋がっているよね」という意見。図にしてみると、曼荼羅のようになり、これを追求することが、

ファームステーションらしいあり方だと考えるに至りました。

私たちが存在しなかったら廃棄されていたかもしれない未利用資源が、変身して、世界中の人々の日々の生活で使われることで、環境にも、地域にも、関わる事業者にも、そして生活者の皆さんにも同時に良いことが起きることを目指す。さらに、そこには数値化では現しきれない学びもあり、新しいことを作る楽しさもある、八方美人かもしれませんが、私たちらしいと感じます。

一方で、明確な数値目標にはできていないので、ここは今後の課題だと考えています。



4-2-3. 事業活動のアウトプット

マルチインパクトを追求するモデルの実現にあたり、私たちの事業がR&D、製造、商品開発、事業開発、販売まで一貫通貫で機能を持つことに意味があると考えています。単純にステークホルダーが多岐に渡るがゆえにインパクトが複数あるわけではなく、それを実現する社内の機能も多面的であり、各インパクトを創出するために複数の機能が協働して役割を果たしています。

下記が、事業活動における各機能が主にどのインパクトに対して役割を果たすのか整理をしたものになります。



「4.私たちのインパクトに対する考え方とモデル」では、私たちがどうインパクトに向き合うかをご説明しました。ここでは、2022年に私たちがどういった取り組みを実際に行ったか、その内容と成果についてご説明します。

5-1.コミットメントの宣言

私たちは、2022年1月に企業活動におけるコミットメント（宣言・約束）を制定しました。事業を通じて、自然環境や社会、関係する全ての人々、ステークホルダーに対して、常にポジティブなインパクトを生み出し、

事業性と社会性、2つのポジティブなインパクトを会社や事業の規模に関係なく常に両立させ、拡大し続けることを宣言・約束するものです。



1.環境：ENVIRONMENTAL COMMITMENT

ファームステーションの事業は、自然環境と共存・共生することで成り立ち、自然環境にポジティブなインパクトを生み出すものです。私たちは、未利用資源の活用を、客観的に環境負荷が低いと認められる方法で推進し、常にその過程や結果を可視化し改善を行います。

- ・規格外の農産物や食品・飲料の製造過程の残さとして廃棄されているものを積極的に活用し、廃棄最小化に貢献します。
- ・再生可能エネルギーの活用など、環境負荷の低い業務環境で製造等に取り組みます。
- ・発酵の過程で出る発酵粕も全て有効に活用し、製造工程でゴミゼロを実現します。

2.社会：SOCIAL COMMITMENT

ファームステーションの事業は、多様なステークホルダーとともに創り上げるものであり、社会や地域との関係性が非常に重要です。私たちは、社会や地域に存在する課題に向き合い、事業を通じて資源や経済の循環を構築することで、社会や地域の課題解決に取り組むとともに、自分たちがそこから社会の正しいあり方を学びます。

- ・地域・一次産業・技術パートナー・小売り・ブランド・大企業など多様なステークホルダーとともに事業を創出し推進します。
- ・地域の人材や資源、文化を深く理解し、地域の課題に事業を通じて向き合います。
- ・従業員や関係するステークホルダー、および関係する地域の人々にとって、事業を通じた交流や学びの機会を提供します。

3. ガバナンス：GOVERNANCE COMMITMENT

常に社会性と事業性が両立した拡大を目指す上で、多様なステークホルダーの視点に合う事業展開を行っているか、多面的にモニタリングがなされることが大切です。私たちは、必要十分なコンプライアンス体制を構築し、積極的な情報開示とコミュニケーションを実践します。

- ・生活者、顧客、従業員、パートナー、サプライヤー、株主などステークホルダーと透明性の高いコミュニケーションを行い、適切な情報開示を通じて説明責任を果たします。
- ・社外を含む役員、および従業員の多様性を尊重し、多様な構成を実現します。
- ・全ての事業を通じて人権を尊重し、強制労働、児童労働、差別、ハラスメントを許容しません。

4. 事業性：BUSINESS COMMITMENT

真の意味で事業性と社会性の両立を実現するための事業やビジネスモデルの正解は他者に与えられるものではなく、私たちが自ら創造するものです。私たちは、あらゆる意思決定の場面で常に社会性と事業性の両立を実現する判断を行い、そのために必要な収益性の追求を積極的に行います。

- ・お互いのパーパスおよびコミットメントに共感し、共通のビジョンを持っていただける多様なパートナーやサプライヤーと事業とともに創ります。
- ・収益性を追求する企業として、社会性と事業性を常に両立するために必要な利益創出と再投資を継続します。
- ・事業性のみを追求した社会性を毀損する無理のある成長は行わず、また社会性だけに傾注し事業性を毀損するようなことはしません。

5. プロダクト：PRODUCT COMMITMENT

私たちが開発する商品は、ファーマンステーションのパーパスおよびコミットメントを世の中に提供価値として体現する実践の手段です。私たちは、事業性と社会性の両立が難しい場面でも、1つ1つの現場の判断を大切に丁寧に行い、常に学び・考え・行動することで、新しい価値創出を続けます。

- ・一つの原料からいくつもの成果物を取り出すことで、資源の持つ有用性を全て活用します。
- ・生産地や資源の発生由来など、完全に由来がわかる原料を優先的に使用し、製造過程も全てトレースできる状態を徹底します。
- ・容器やパッケージも環境に配慮したものを優先して採用し、容器の再利用にも積極的に取り組みます。

※詳細はファーマンステーションのウェブサイトをご覧ください

https://fermenstation.co.jp/commitment/#commit_product

5-2. B Corp 認証取得

私たちは、2022年3月にB Corp認証を取得しました。

創業以来「Fermenting a Renewable Society」をパーパスに、発酵の技術で未利用資源に新たな価値を見出し、これらが生まれ変わり、再生・循環する社会を構築することを目指した事業活動を続けています。このパーパスの実現のためには、自然環境や社会、関係する全ての人々、ステークホルダーが、連携し調和する必要があり、また事業の成長がなければ発展性や持続性がありません。私たちは、自然なこととして、事業性と社会性の両面でインパクトを追求してきました。

同時に、私たちの取り組みを客観的な視点で検証し、常に学び、進化をすることができているかを確認する方法の必要性も感じてきました。「B Corp 認証」は事業性と社会性の両面でインパクトを追求する優れた企業を認証し、客観的な指標と定点的なチェック（3年ごとに再審査）を提供する制度として、

私たちの事業活動や経営を律する良い手段であると考えています。

また、私たちは、B Corp認証を保有するビューティ企業が結成したBコープビューティ連合（B Corp Beauty Coalition）にも参加、ビューティー業界におけるサステナビリティ、サーキュラーエコノミーの推進と、環境・社会問題の解決に共に取り組む活動に関わっています。60社以上が加盟するこの連合では、原材料、物流、パッケージなどに関する提言なども実施しており、私たちは原材料に関するワーキンググループのメンバーとしてリサーチ、業界への提案等に関わっています。

<https://www.bcorpbeauty.org/>

次の更新のタイミングは2025年ですが、それを待たずに、日々、改善を進めます。



5-3.未利用資源×アップサイクルのインパクト成果

事業を通じてどの程度の未利用資源をアップサイクルすることができたか、2022年のインパクト成果をまとめました。2022年にアップサイクルした未利用資源の種類は30、アップサイクルして製造した商品数は60、アップサイクルでコラボレーションしたパートナー企業は40社に上ります。

事業のすべてを通じて、これらのインパクトを創出する過程で、前述のコミットメントに示した環境・社会等への取り組みの遵守を徹底して実践を行っています。

2022年のアップサイクル実績

アップサイクルした
未利用資源の数

30 種

アップサイクル原料を活用した
商品開発数

60 SKU

アップサイクルをご一緒した
パートナー企業数

40 社

5-4.全社横断のインパクトの取り組み「インパクト推進プロジェクト」

私たちは、年間を通じて全社横断の取り組みとして、インパクト創出につながる取り組み目標を決め、実行と振り返りを行っています。具体的には、「事業」「製造・技術」「コーポレート」の3部門それぞれで半期ごとに目標設定と振り返りを行っています。

各部門がオーナーシップを持って目標達成に向けてリードをしますが、多くの目標が会社横断の取り組みになるため部門を超えた協力をしながら全員で目標達成に向けてアクションを実行します。

2022年のインパクト推進プロジェクト概要

| 上期 (2022.1~2022.6) | | |
|--------------------|----|------|
| テーマ | 概要 | カテゴリ |

事業

| | | |
|----------------------|------------------------------------|----------|
| 未利用資源のソーシング・データベース化 | 未利用資源10種の新規ソーシングおよび詳細な現地レポート3件の実現 | 自然環境 地域 |
| 不良在庫・使用期限切れ在庫等の有効活用 | 複数用途での活用を具体化 | 生活者 |
| インパクト視点での商品開発パートナー選定 | 独自のインパクト評価項目を設定し10社超のパートナー企業を選定 | 事業者 |
| 自社商品の未利用資源利用量の可視化 | 各商品における未利用資源利用量の算出ロジックの確定と具体的算出を完了 | 自然環境 生活者 |

製造・技術

| | | |
|----------------------|--------------------------------------|------|
| LCA結果をもとにしたエネルギー削減計画 | エネルギー消費量の多い箇所を重点的に精査、下期打ち手の計画と検証実施 | 自然環境 |
| ボトムアップのエネルギー削減策実行 | 電気節減施策、水再利用施策などでエネルギー量3%削減相当の目標達成 | 自然環境 |
| 雑貨製造における資材・バルク残の最適化 | 資材・バルクの適正バッファの遵守及び残バルク活用を推進（サンプル活用等） | 自然環境 |
| 製造副産物（発酵粕）の飼料活用先の拡大 | 飼料活用先の候補は拡大、原材料由来のハンドリング等の技術課題あり | 自然環境 |

コーポレート

| | | |
|----------------------|---------------------|------|
| B Corp取得完了 | B Corp取得完了（2022年3月） | 全て |
| インパクトレポートの骨子案策定 | 項目レベルの草案策定の完了 | 全て |
| 取引先情報の整備 | 項目整備・レターの社内整備着手 | 事業者 |
| 資材削減の全社施策 | 電子契約化等のシステム整備実行 | 自然環境 |
| オフィス利用におけるゴミ・エネルギー削減 | 記録・可視化を実施。今後、削減施策実行 | 自然環境 |

| 下期 (2022.7~2022.12) | | |
|---------------------|----|------|
| テーマ | 概要 | カテゴリ |

事業

| | | |
|---------------------|---------------------------------------|----------|
| 未利用資源のOEM事業における原料化 | 新規の未利用資源を3件ソーシングしアップサイクル原料化、実商品へ採用を実現 | 自然環境 地域 |
| 自社商品のソーシャルインパクト可視化 | 主原料であるオーガニック米を起点とした地域資源循環の可視化 | 生活者 地域 |
| OEM商品のソーシャルインパクト可視化 | アップサイクル原料採用率・オーガニック率・環境配慮資材採用率など可視化 | 事業者 自然環境 |

製造・技術

| | | |
|----------------------|---------------------------------------|--------|
| エタノール製造におけるエネルギー削減 | 蒸留工程の見直しにより単位製造あたりの消費電力と工数削減を実現 | 自然環境 |
| エキス製造における副産物の廃棄回避法検討 | 飼料化・肥料化の方策及び課題を明確化し今後実行フェーズに移行 | 自然環境 |
| 雑貨製造における資材・バルク残の最適化 | 適正な製造バッファの遵守と適宜見直しを実施、製造工程見直しでロス率低減実現 | 自然環境 |
| 岩手拠点近隣での取り扱い店舗拡大 | 新規取り扱い店舗拡大、認知拡大に向けた地域イベントでの露出も実施 | 生活者 地域 |
| 製造副産物の飼料活用計画（生産量増加時） | 利用先の新規開拓実施と根本的な活用方法検討を推進、今後実行フェーズへ移行 | 自然環境 |

コーポレート

| | | |
|----------------------|--------------------------------------|------|
| B Corpスコア改善施策 | スコア改善可能箇所の特定と施策立案 | 全て |
| インパクトレポートβ版の作成完了 | 初回発行に向けたドラフト完了 | 全て |
| 取引先との相互コミットメント同意取得 | 取引先との相互コミットメント文書作成と送付着手（同意取得は継続実行） | 事業者 |
| オフィス利用におけるゴミ・エネルギー削減 | ゴミ量・エネルギー量の継続的な記録・可視化実施、削減実行のルール化が課題 | 自然環境 |

インパクト推進プロジェクトの主要トピック紹介

1. 製造エネルギーの可視化・低減

製造はモノづくりを行う私たちにとって重要な機能の一つであり、最もエネルギーを消費しやすい現場です。以前より再生可能エネルギー100%の工場運営を行い、水の利用や熱源の利用などを最小化するプロセスの工夫とノウハウの蓄積を行ってきていますが、日々の製造実務の中でもエネルギー利用の可視化と削減案の実行をボトムアップで積上げることも実践しています。



2022年のインパクト推進プロジェクト：製造エネルギーの可視化・低減

テーマ

エタノール単位製造量当たりのエネルギー使用量、コスト共に削減に資する計画を立案、実行する。これらを数値等による可視化を行いながら、より分かりやすいインパクトとして提示する。

担当部門

事業

製造・技術

コーポレート

4つの視点

自然環境

地域/生産者

事業者

生活者

実施内容
(プロセス)

①簡易LCAの実施（前期）

簡易LCA実施とエネルギー資源消費量減少施策を実施

1. 自社エタノールの簡易LCAを実施。環境負荷の定量化、今後改善が必要な生産プロセスを把握
2. 通常製造工程における製造プロセスの見直しや設備活用方法の見直しにより消費電力抑制や水使用量削減の施策を実施

②製造エネルギー削減（上期）

前期LCA結果よりエネルギーインパクトの大きい箇所を特定
打ち手の検討と仮実行を複数実施

1. LCA結果よりエネルギーインパクトの大きい発酵・蒸留にかかる製造プロセスの一部工程精査と見直しを実施
2. 継続的に、通常製造工程における製造プロセスの見直しや設備活用方法の見直しにより消費電力抑制や水使用量削減の施策を実施

③製造エネルギー削減（下期）

エタノール単位製造量当たりのエネルギー使用量、コスト共に5%削減に資する計画を立案し、実行・結果検証する

1. 蒸留工程の見直しにより単位製造あたりの消費電力と工数削減を実現
2. 抜本的なエネルギー使用量削減に必要な装置改修などは製造計画との折り合い着かずリスケジュールング（今後も環境負荷低減と事業運営に支障をきたさない製造計画のバランスは課題）

成果

- LCA実施により自社エタノールの環境負荷の定量化とプロセス改善の方向性の確認
- 定常的な製造プロセス・運用見直しによるエネルギー使用量減少

課題
ネクスト
ステップ

- 抜本的なエネルギー使用量削減を企図した装置改修やスケールアップに伴う新装置導入にあたっての環境負荷検討（含む費用対効果）が必要
- 定常的な製造プロセス・運用見直しによるエネルギー使用量減少は継続

2.新規未利用資源の情報集約と原料シーズストック化

未利用資源のアップサイクルを掲げる中で、新しい未利用資源を見出し、その現場や実態を正しく理解し、そのアップサイクル方法を絶え間なく探索することは事業拡大の上でも必須の取り組みです。

自ら現場に足を向け、誰よりも未利用資源に詳しいチームになれるよう日々取り組んでいます。



2022年のインパクト推進プロジェクト：新規未利用資源の情報集約と原料シーズストック化

テーマ 粗原料となる未利用資源の情報収集とソーシングを行い、取り扱う未利用資源の種類や活用方法の可能性を広げる。ソーシングした粗原料にコア技術である発酵を掛け合わせ、原料提案のバリエーションを強化。

担当部門 **事業** **製造・技術** **コーポレート** **4つの視点** **自然環境** **地域/生産者** **事業者** **生活者**

| | | | |
|-------------------|---|--|--|
| 実施内容（プロセス） | ①未利用資源情報の集約（上期） | ②未利用資源レポート（共通） | ③具体的な原料開発（下期） |
| | <p>化粧品原料の候補となる新規未利用資源をソーシング</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ステークホルダーにとって有益な形を取れること、社会的背景など原料にストーリー性が付随することなど、ソーシングにあたっての条件を定義 2. 実際に活用できる原料か、供給体制が取れるかをチェックしつつ、合計2事業者から廃棄ハープなど10種を粗原料として利用可との承諾を得た | <p>未利用資源の発生現場についてレポートを作成</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 未利用資源を保持しているステークホルダーの元を訪れ、資源排出現場を見学、ヒアリングを実施 2. ヒアリング項目についてフォーマットを作成し、各自レポート。社内共有することで未利用資源のリアルな現場について理解を深めた | <p>実用的な未利用資源の粗原料を原料シーズストック化、発酵エキス開発完了</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. OEMで提案可能な成分の中から、コア技術である酵母発酵の成分をリストアップ 2. 粗原料をソーシングし、発酵試験を実施。発酵粕から発酵エキスを開発 3. 発酵エキスの原料資料を作成。実案件で製品に配合予定 |
| 成果 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 新規の未利用資源を10種ソーシング ➢ 未利用資源排出現場のレポート3件を作成完了 ➢ 新規未利用資源から、実案件に採用可能な発酵エキスを製造し、原料開発を完了 | | <p>課題 ネクスト ステップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 廃棄量が多い等、社会的インパクトの大きい粗原料からの原料開発 ➢ 未利用資源×発酵の原料バリエーションを強化 |

3. プロダクトのインパクト可視化

未利用資源をアップサイクルし使用するだけでは、そのインパクトが一般消費者や社会に伝わらず、購買行動に変化を生み出すには至りません。私たちが取り組んでいることを、例えば商品に使用している未利用資源量を可視化する、あるいは地域循環のインパクトを可視化することで、より具体的な形で伝えることができ、購買行動における選択を考える材料になればと考えています。



2022年のインパクト推進プロジェクト：プロダクトのインパクト可視化

テーマ

自社商品およびOEM実績製品の未利用資源活用量や環境配慮型素材の採用、岩手県奥州市での地域循環を実例にした場合のインパクトを多面的に可視化することで、今後のインパクト創出に向けた基盤を作る。

担当部門

事業

製造・技術

コーポレート

4つの視点

自然環境

地域/生産者

事業者

生活者

実施内容（プロセス）

① 自社商品における未利用資源量可視化（上期）

自社商品に使用している未利用資源量を可視化

1. 商品1個当たりに入っている原料から、未利用資源量を逆算する算出ロジックを構築
2. 自社商品における未利用資源活用量を定量化

② 循環インパクト可視化（下期）

岩手のオーガニック米における地域資源循環から派生するインパクトを多面的に可視化

1. 資源循環から生まれているインパクトを改めて洗い出し、可視化すべき項目を決定
2. 関連するステーキホルダーに、事実や実態と異なる点がないかヒアリングを実施
3. 4項目について言語化およびインフォグラフィック化を行い、toCのコミュニケーションツールとして活用する

③ OEM実績製品のインパクト可視化（下期）

OEM実績製品の環境およびサステナビリティのインパクトを可視化

1. 他メーカーのサステナビリティへの取り組みを調査
2. FSとして可視化すべき項目を定義（環境配慮型容器、未利用資源を活用した原料開発、オーガニック原料など）
3. 6項目について、可視化および数値化を実施

成果

- 自社商品における未利用資源活用量の可視化
- 循環インパクト可視化のプロセスで、ステーキホルダーとの対話を深めた
- OEM実績製品におけるインパクト評価項目の基盤を構築

**課題
ネクスト
ステップ**

- 未利用資源活用量の実績数値を元に、活用量増や一般への周知
- OEM実績製品インパクトの定期的な振り返り評価
- 新規インパクト項目追加に向けたアクション

4. B Corp認証取得と ステークホルダーとの対話

B Corp認証を取得したことは、決してゴールではなくスタートです。B Corp認証取得のプロセスを活用し、社内でインパクトに関する勉強会を行ったり、ステークホルダーについて理解を深め同じビジョンに向かうための対話を行うなど、私たち自身が学びを深め進化していくきっかけにしたいと考えています。



2022年のインパクト推進プロジェクト：B Corp取得とステークホルダーとの対話

テーマ B Corpの取得をきっかけにインパクトの可視化を行い、ステークホルダーとの発展的な関係構築と共創によるインパクト創出を目指した対外発信やコミュニケーションを推進する。

担当部門 **事業** **製造・技術** **コーポレート** 4つの視点 **自然環境** **地域/生産者** **事業者** **生活者**

| | | | |
|------------|---|--|---|
| 実施内容（プロセス） | ① B Corp取得（上期） | ② ステークホルダーとの対話（下期） | ③ 対外的な発信（下期） |
| | <p>企業としてのコミットメントの宣言とB Corp認証の取得</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. コミットメントの宣言（環境・社会・ガバナンス・事業性・プロダクト） 2. B Corp認証申請（自己採点、書類等の整備、申請、B Lab審査） 3. B Corpに関する社内勉強会の開催 | <p>ステークホルダーとの発展的な関係構築に向けた対話の実施</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ファーメンテーション及び取引先の双方の協力で目指すことを明示した「Mutual Commitment」を策定し全ての主要ステークホルダーに提示し賛同有無を確認 2. 全社員で、拠点を持つ岩手県奥州市のステークホルダー（地域・生産者）のもとを訪ね、現場視察と学びの対話を実施 | <p>B Corp取得プロセスの発信とインパクトレポートの作成</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. B Corp取得のリリース発信、および各種メディアからの取材対応・セミナー登壇 2. B Corpコミュニティへの参画（グローバルB Corp取得企業コミュニティ、日本コミュニティ） 3. インパクトに関する取り組みをまとめたレポートの作成（インパクトレポートβ版） |
| 成果 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ B Corp認証取得 ➢ ステークホルダーからの「Mutual Commitment」賛同取得（一部、進行中） ➢ インパクトレポートβ版の完成 ➢ プロセスを通じた社員・ステークホルダーの学び | | 課題 ネクスト ステップ |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> ➢ B Corpスコアの改善に向けた打ち手実行（認証要件改訂予定、次回更新は2025年3月予定） ➢ B Corp取得企業・インパクト推進企業としてのより積極的なコミュニティ貢献活動 ➢ インパクト創出における定量目標値やKPI管理 |

5-5. 今後の課題

私たちのインパクト創出の取り組みは始まったばかりであり、そのインパクトの大きさも限定的です。また、既に世の中にある事業を考えることとは違い、正解が用意されているわけでもありません。

私たちは、日々の活動を着実に積み上げることが継続することと同時に、現時点で考えていることが必ずしも正しいとは限らないことを念頭に、目指すゴールやアプローチの検証を常に怠らず、学び、進化させていきます。

今後の主な課題として、下記を設定し継続的に検討と実践を進めます。

1. スーパーゴールとインパクトモデルのブラッシュアップ

現時点では、スーパーゴールとして「循環する社会への転換」を設定し、「自然環境」「地域／生産者」「事業者」「生活者」の4つの視点におけるマルチインパクトモデルを私たちのインパクト創出のモデルとして定義しました。この視点でインパクト推進プロジェクトを深めながらも、事業が時々刻々と変化し進化するスタートアップである私たちは、このゴールやモデル自体が陳腐化することも念頭に、より最適で中長期でインパクトをもたらさうゴール設定やインパクトモデルの検討を継続します。

2. ゴールの定量化とKPIの設定

現時点では、スーパーゴールやそこから逆算で設定しうる各活動のKPI（成果を測る指標）を定量的に設定していません。ゴールを定量化することの効用は自明であり、測れないものを達成したかどうか振り返ることの難しさは理解をしたうえで、いまだ進化途上の事業であるスタートアップとして、またマルチインパクトを追求することを目指すインパクトモデルを掲げる企業として、どのような定量ゴールを設定することが、

中長期的に誤った方向性に向かわない適切なゴール設定になるか慎重に丁寧に検討を継続したいと考えています。

同時に、日々の活動の定量化や短期目標の定量化から目を背ける言い訳にならないように規律を持った取り組みを継続します。

3. 事業性と社会性の両立

インパクトに関わる取り組みにおいて、私たちがもっとも大事にしていることが事業性と社会性の両立です。事業が成長することで社会性が棄損することは避けなくてはなりませんし、社会性を言い訳に事業が成長しないとあったことがあってはなりません。すべては、“Fermenting a Renewable Society”のパーパスのためであり、未利用資源の課題解決に向かうためです。事業性と社会性の両立がその段階で高いレベルで達成をできているかをどのような形で確認し、さらに高いレベルに向かえるのか、常に自己点検を怠らず日々の活動に向き合います。

6.編集後記

私たちの初めてのインパクトレポート、いかがでしたでしょうか？

ファームステーションが実現したいインパクトは何か、それをどう説明するか、どのように成果を追っていくか、など言語化できていなかったものを形にするのは、実際に作成してみると、非常に難しく、チャレンジングでした。

目指すべき目標や、日々の活動の成果の定量化はまだ不十分、インパクトの可視化への取り組みは始まったばかりです。

同時に、実際に手を動かすと気が付くことも多くあり、ぼんやりと考えていた課題が明確になるなど、このプロセスでの気づきが多くありました。

初回のレポートを出してみて、やるべきこと、やりたいことがクリアになっています。作成にあたっては、事業性と社会性の両立に取り組む世界中の先輩企業、**B Corp**のコミュニティの企業の取り組みやレポートが、大変参考になりました。

インパクトレポート、サステナビリティレポート、名称は様々ですが、ビジュアルも活用してわかりやすいもの、目標から達成度まで数値化されて毎年の進化が公開されているものなどあるので、是非、他社のレポートも手に取ってみてください。

インパクトレポートは、今後も継続して作成、公開していきます。循環する社会への転換をどう進めるか、試行錯誤は続きますが、そのプロセスも含めて、お伝えしていきたいと考えています。

ここをスタート地点として、私たちの進化を見ていただき、一緒に取り組んでいただけたら嬉しいです。

最後に、このレポートを作成するにあたり、サポートいただいた皆さま、アドバイスをくださった専門家の方々、仲間の**B Corp**やソーシャルインパクトを追求する仲間の皆さまにもお礼を申し上げます。ありがとうございました。



FERMENSTATION[🔥] Co.,Ltd.

株式会社ファーマンステーション
www.fermenstation.co.jp

本レポートに関するお問い合わせ先：
info@fermenstation.jp

© Fermentation Co., Ltd.

本誌掲載の記事、写真、図等の無断転載、無断複製、無断掲載を禁じます。