



スパイスボックス

HP:<https://www.instagram.com/yorozudaya/>

<p>事業名</p>	<p>ローカルキッチンカーのSDGs貢献に向けた実証実験</p>	<p>関連する ゴール</p>	
<p>取組の概要 (ポイント)</p>	<p>「キッチンカーは脱炭素できるのか？」— #駅遠[エキトオ]をアツくする をテーマに、今年5月から地域のコミュニケーションツールとして移動販売を開始し、10月からのキッチンカー営業開始とともに #脱炭素地域を創る という新たなテーマも設定。ライタースキルを生かしたプロボノ活動「スパイスアップ編集部」で得た地域のつながりから、団地や里山、コミュニティスペースの出店を重ねながら、生分解性プラスチック紙コップの資源化、容器不要のファーストフード「萬菜おこわ」の開発、古民家廃材を活用した什器の製作、子供を中心としたSDGsマルシェの開催、太陽光発電による自然エネルギー活用などの実証実験を、地域の企業や専門家らとの協業により展開しました。定期出店先は、2カ所から8カ所へ（準備中も含む）、また企業パートナーも5社獲得。これらの成果は、SDGsに取り組むことで外部環境の変化を察知し、自らの事業と結びつけられたこと、そしてその取り組みを発信し続けることによって事業価値を向上させられたこと、の成果であると考えています。今後は、実証実験のパートナーやステークホルダーとの共創プロジェクトを通して、実証実験内容の収益化を図りながら地域課題解決に寄与していきます。</p>		





CO2排出削減に向けたの行動は、22年はますます加速されるとい
う世の中で、キッチンカーをベースに様々な活動を展開されたこと
かと存じます。特に、多くのステークホルダーを巻き込んだという
点は、パートナーシップでの達成を目指され、沢山の方をエンパ
ワメントされたとお察しします。

CO2排出削減を目指される中で、ぜひ来年度は、CO2が具体的にどれ
ほど削減されたか、啓発に留まらない数値目標があると、目的に対
し説得力のある活動となり、より収益化にも繋がるかと存じます。

ヨコハマSDGsデザインセンター
コーディネーター
鳥海彩