

取組名称	めぐり、つながるヒトとモノ。『地域と都市型百貨店が創る循環共生のカタチ』			団体設立後の経過年数	9 4 年
応募取組主体名称	株式会社 阪急阪神百貨店	活動地域	真庭市⇄大阪市	応募取組の活動年数	4 年
取組主体の種別	<input checked="" type="checkbox"/> 企業 / <input type="checkbox"/> 学校 / <input type="checkbox"/> NPO・任意団体 / <input type="checkbox"/> 自治体 / <input type="checkbox"/> 地域コミュニティ / <input type="checkbox"/> 個人 / <input type="checkbox"/> ユース部門 (概ね30代以下の次世代を担う若手が中心となって実施する取組はこちらにもチェックしてください) / <input type="checkbox"/> その他				
応募取組に関連する実行委員会特別賞	<input type="checkbox"/> サステナブルデザイン賞 / <input type="checkbox"/> 子どもエンパワーメント賞 / <input type="checkbox"/> 環境と福祉賞 / <input checked="" type="checkbox"/> 環境地域ブランディング賞 / <input type="checkbox"/> 環境ひとつづくり賞 / <input checked="" type="checkbox"/> 環境社会イノベーション賞 / <input type="checkbox"/> 地球と人への想いやり賞 / <input type="checkbox"/> SDGsビジネス賞 / <input type="checkbox"/> EXPO2025 いのち動的平衡賞				



取組の要旨	<p>美しい景観を守り継ぎ、自然の恵みを無駄なく使う尊い文化はあるが、その存続が危ぶまれる「地方」。一方で、世界水準の感性や培われた価値発信力はあるが、自然共生の取組みにおいてはスケール感や説得力に劣る「都市型百貨店」。これまでの「産地と小売」という関係ではなく、「同じ理念」のもとお互いの弱みを自身の強みで補完しあう「新たな共創関係」によって、ヒトとモノがめぐりつながる「循環共生のカタチ」が作られた取り組み。</p>
実績の要旨	<p>【都市】環境に配慮してファッションを楽しみたい都市生活者の要望に応える売場 GREEN AGEを阪急うめだ本店(大阪)に新設。 【地域】真庭市と共に国立公園 蒜山高原(岡山県)で立ち上げた「商品・サービス・体験を通じて“人と自然が共生”する持続可能なライフスタイルを広げる活動 GREENable(グリーンナブル)」を推進。 【相乗関係】地域に潜在していた循環共生の営みを GREENableという共感軸によってブランド化し、その「商品」や「体験」が蒜山・大阪の二拠点連携によって都市生活者を魅了。自然共生のライフスタイルが広がっている。</p>

取組評価の要旨	環境への貢献	「少子高齢化や過疎等による環境活動の担い手不足軽減」「地域資源活用の再活性化による、地域循環共生圏の加速」への糸口を見出だした。
	社会・経済への貢献	新品販売が「あたりまえ」であった都市型百貨店において、レンタル・リペア・リセール・リサイクルも取り組む売場 GREEN AGEを新設。循環型経済を加速する場として機能するとともに、地域に潜在する価値を都市生活者に伝え、交わる場となった。
	地域資源の活用	# 地域循環共生圏：チーズ製造時の副産物「乳清」を廃棄せずにジェラートに活用するなど、地域内の循環利用をブランド化する取組を実施。
	普及・汎用性	# 国立公園満喫プロジェクト：国立公園が誇る景観 × GREENableで再価値化された地域資源 = 観光地域力の向上! ⇒他地域への拡大を画策中
	革新・ユニーク性	# ファッションと環境：サステナブルという軸で、世界的なラグジュアリーファッションブランドと真庭市の地域資源が同じ空間に同居!
	継続性	「我慢」や「制限」を「楽しさ」「洗練性」に変換。 イケてるから始めたい! 楽しいから続けたい! 同じ価値観の人とつながりたい!

展望の要旨	# 国立公園オフィシャルパートナー：都市店舗がある大阪・神戸・博多から150km圏内の、国立公園所在自治体との新たなパートナーシップ構築を目指す。
-------	---