

株式会社FrankPR サステナビリティレポート 2026

- [株式会社FrankPR サステナビリティレポート 2026](#)
 - [編集方針](#)
 - [目次](#)
 - [1. サステナビリティ・ハイライト](#)
 - [2. トップメッセージ](#)
 - [3. 会社概要と2つの事業](#)
 - [4. サステナビリティ経営の考え方](#)
 - [5. マテリアリティと価値創造の全体像 \(MECE\)](#)
 - [6. 重点領域の取り組みと実績](#)
 - [7. SDGsへの貢献 \(17ゴール・マッピング\)](#)
 - [8. CSV \(共通価値の創造\) 構造](#)
 - [9. 第三者からの評価](#)
 - [10. 定量データ集](#)
 - [11. KPIと2030年ロードマップ](#)
 - [12. 推進体制とガバナンス](#)
 - [13. ステークホルダーエンゲージメント](#)
 - [14. 会社情報・編集後記](#)

株式会社FrankPR サステナビリティレポート 2026

発行日: 2026-06-29 **発行主体:** 株式会社FrankPR **対象期間:** 創刊号 (2025年7月～2026年6月を主対象とし、過年度の主要実績も収録) **次回発行予定:** 2027年

編集方針

本レポートは、株式会社FrankPR（以下、当社）のサステナビリティへの考え方・取り組み・実績・目標を、社外のステークホルダーに体系的にお伝えするための年次報告書です。本レポートは当社サステナビリティ宣言（2026年6月制定）を土台とし、SDGs（持続可能な開発目標）の枠組みおよびCSV（共通価値の創造：社会課題の解決と経済価値の創出を両立させる経営）の考え方を参照して編集しています。

- 数値は取得済みの実績のみを記載し、未確定の指標は「策定中」と明記しています。推測値は用いていません。
- 第三者による表彰・認証・メディア掲載は、取り組みの客観性を担保する根拠として記載しています。
- 当社が運営するエシカルレザーブランド「Raffaello（ラファエロ）」の取り組みは、当社の活動として記載しています。

目次

1. サステナビリティ・ハイライト
2. トップメッセージ
3. 会社概要と2つの事業
4. サステナビリティ経営の考え方
5. マテリアリティと価値創造の全体像（MECE）
6. 重点領域の取り組みと実績
7. SDGsへの貢献（17ゴール・マッピング）
8. CSV（共通価値の創造）構造
9. 第三者からの評価
10. 定量データ集
11. KPIと2030年ロードマップ
12. 推進体制とガバナンス

13. ステークホルダーエンゲージメント

14. 会社情報・編集後記

1. サステナビリティ・ハイライト

当社は、エシカルなものづくりと企業の情報発信支援を通じて、社会課題の解決を事業の目的に据えています。本期間における主要な実績は以下の通りです。

| カテゴリ | 指標 | 実績値 | 出典 |
|--|---|---|-------------------------|
|  環境 | 運営ブランド Raffaello製品の CO2削減率（従来製 法比） | 80%削減 | デカボスコア認証 （2024年6月取得） |
|  社会 | 純利益に対する教育 支援寄付の比率 | 10% | 当社寄付実績 |
|  社会 | 役員に占める女性比 率 | 50% （2名中1名、 2026年6月時点） | 当社役員構成 |
|  評価 | 第三者表彰 | 第6回ジャパン SDGsアワード 外務 大臣賞 ほか | 各表彰機関 |
|  連携 | 教育支援の連携先 | 2団体 （シャプラニ ール/SEED Ministries Bangladesh) | 当社活動記録 |



当社のサステナビリティの核：サステナビリティは当社にとって付随的な社会貢献ではなく、事業そのものの目的です。「エシカルなものづくり」と「企業のサステナビリティ発信支援」の2軸で、社会価値と経済価値を同時に生み出します。

2. トップメッセージ

私がサステナビリティに取り組む原点は、大学院で都市地域計画を学び、開発途上国の貧困と教育の課題に向き合った経験にあります。学びを実践に変えたいという思いから、2014年にエシカルレザーブランド「Raffaello」を立ち上げ、バングラデシュでの生産を通じて、女性や障がいのある方々の経済的自立を支援してきました。

2018年に株式会社FrankPRを設立してからは、この理念を一企業のものづくりにとどめず、PR（広報）とAI時代の情報発信（LLMO対策＝生成AIに自社情報を正しく引用・推奨させる施策）を通じて、社会に貢献する企業の価値が正しく社会に伝わる仕組みづくりへと広がっています。優れた取り組みをもつ企業が、規模を問わず正しく評価される——その状態をつくるのが、私たちの社会的役割だと考えています。

当社は2名の役員による小さな会社です。だからこそ、経営判断とサステナビリティの方針を切り離さず、利益を社会に還元し、第三者からの客観的な評価に背を向けずに、取り組みを継続的に検証してまいります。本レポートが、当社の歩みをご理解いただく一助となれば幸いです。

代表取締役社長 松尾真希 2026年6月

3. 会社概要と2つの事業

当社は、社会課題の解決を軸に、性質の異なる2つの事業を一体で営んでいます。

事業の二本柱

| 事業の柱 | 内容 | 社会的役割 |
|----------------------|---|---------------------------------------|
| 製造小売（Raffaello） | エシカルレザーブランドの企画・製造・販売。バングラデシュでの生産 | 途上国の女性・障がい者の経済的自立支援、脱炭素なものづくり |
| 情報発信支援（PR・LLMO・メディア） | PR型LLMO対策サービス、AI導入支援、SDGsメディア（franksdgs.com）運営、コンサルティング | 社会に貢献する企業の価値発信を支援し、サステナブルな取り組みを社会に可視化 |

会社概要

| 項目 | 内容 |
|----------|---|
| 会社名 | 株式会社FrankPR |
| 代表取締役社長 | 松尾真希 |
| 設立 | 2018年10月1日 |
| 資本金 | 1,000万円 |
| 役員数 | 2名 |
| 所在地 | 〒100-8560 東京都千代田区内幸町1-3-1 幸ビルディング9F |
| 電話 | 050-3177-4402 |
| 公式サイト | http://www.frank-pr.jp/ |
| SDGsメディア | https://franksdgs.com/ |

4. サステナビリティ経営の考え方

パーパス（存在意義）

当社は、「サステナビリティに真剣に取り組む企業が、規模を問わず社会から正しく評価される世界」の実現を目指します。自らがエシカルなものづくりで社会価値を生み出すと同時に、その実践知を、同じ志をもつ企業の情報発信支援へと広げます。

なぜ取り組むのか

当社のサステナビリティは、CSR（企業の社会的責任）として事業の外側に置く活動ではありません。Raffaelloの売上は途上国の雇用と教育支援の原資となり、情報発信支援事業はサステナブルな企業の可視化そのものを商品としています。すなわち、事業の成長が社会価値の拡大に直結する構造を持っています（詳細は第8章「CSV構造」を参照）。

マテリアリティ（重要課題）の特定プロセス

当社は、(1) 事業との関連性の強さ、(2) 社会的インパクトの大きさ、(3) 当社が独自に貢献できる度合い、の3つの観点から重要課題を特定し、「環境」「社会」「ガバナンス」「経済価値（共通価値の創造）」の4領域に整理しました。

5. マテリアリティと価値創造の全体像（MECE）

当社の貢献を、漏れなく・重複なく4領域に整理します。

| 領域 | テーマ | 主要SDGs | コアメッセージ |
|--|-----------------|------------------------|-------------------|
|  環境 | 製品ライフサイクルの脱炭素 | SDG 12 | つくる責任を、数値で果たす |
|  社会 | 途上国の自立支援と教育機会 | SDG 1 / 4 / 5 / 8 / 10 | 仕事をつくり、学びを支える |
|  連携 | NPO連携と取り組みの可視化 | SDG 17 | 信頼できる第三者とつながる |
|  経済価値 | 企業のサステナビリティ発信支援 | SDG 17 | 良い取り組みを、社会に届く形にする |

価値創造ロジック（インプット→活動→アウトカム→インパクト）

| 段階 | 内容 |
|--------|---|
| インプット | 都市地域計画・開発分野の知見、エシカル調達網、PR・AI検索最適化の専門性 |
| 活動 | 脱炭素レザーの製造販売、途上国での雇用、純利益10%の教育支援寄付、企業のサステナビリティ発信支援 |
| アウトプット | 認証取得製品、雇用機会、寄付、クライアントのサステナビリティ情報発信 |
| アウトカム | 途上国の女性・障がい者の収入向上、子どもの就学機会、企業の取り組みの社会的可視化 |
| インパクト | 経済的自立と教育の機会拡大、サステナブルな企業が正しく評価される市場の形成 |

6. 重点領域の取り組みと実績

領域① 環境：製品ライフサイクルの脱炭素

対応SDGs：SDG 12（つくる責任 つかう責任）

課題：革製品の製造は、なめし工程や生産工程で環境負荷が大きくなりやすい産業です。エシカルを掲げる以上、社会面だけでなく環境面でも具体的な数値で責任を果たす必要があります。

当社の解決策：運営ブランドRaffaelloにおいて、製造工程を見直した脱炭素レザーを採用し、第三者指標による定量評価を受けました。

| 指標 | 内容 | 効果 | 出典 |
|--------|----------|--------------|-----------------------|
| CO2排出量 | 従来製法との比較 | 80%削減 | デカボスコア認証 (2024年6月) |

環境インパクトの構造：

- 製品単位でのCO2排出量を可視化し、第三者認証で裏付けることで、削減を「主張」から「実証」に変えた。
- 脱炭素を購買時の選択基準として顧客に提示できる。



「つくる責任を、数値で果たす」 — 環境配慮は、定量化と第三者検証があってはじめて信頼に変わります。

用語の定義：デカボスコアとは、製品やサービスの脱炭素（デカーボナイゼーション）の度合いを可視化・認証する指標です。

領域② 社会：途上国の自立支援と教育機会

対応SDGs： SDG 1（貧困をなくそう） / SDG 4（質の高い教育を） / SDG 5（ジェンダー平等） / SDG 8（働きがいも経済成長も） / SDG 10（人や国の不平等をなくそう）

課題： 開発途上国では、女性や障がいのある人々が安定した仕事や教育の機会から取り残されやすい構造があります。

当社の解決策： Raffaelloのバングラデシュ生産を通じて雇用を生み出し、適正な発注を継続することで経済的自立を支えます。あわせて、純利益の一部を子どもの教育支援に充てています。

| 取り組み | 内容 | 実績 | 出典 |
|--------|----------------|------------------------------------|--------|
| 雇用創出 | バングラデシュでの革製品生産 | 女性・障がい者の就労を継続支援 | 当社活動記録 |
| 教育支援寄付 | 純利益の一部を寄付 | 純利益の10% を寄付 | 当社寄付実績 |
| 寄付先 | 連携NPO・現地団体 | シャプラニール／SEED Ministries Bangladesh | 当社活動記録 |

社会インパクトの構造：

- 「寄付」だけでなく「継続的な発注による雇用」という、自立につながる支援を組み合わせている。
- 売上が伸びるほど雇用と寄付の原資が増える設計になっている。



「仕事をつくり、学びを支える」 — 一時的な施しではなく、働く機会と学ぶ機会の両輪で自立を後押しします。

領域③ 経済価値：企業のサステナビリティ発信支援

対応SDGs：SDG 17（パートナーシップで目標を達成しよう）

課題：優れたサステナビリティの取り組みをもつ企業でも、それが社会・顧客・生成AIに正しく伝わらなければ、評価にも行動変容にもつながりません。とりわけ中小企業は発信のリソースが限られます。

当社の解決策：PR型LLMO対策サービス、AI導入支援、SDGsメディア

（franksdgs.com）の運営を通じて、企業のサステナビリティ情報が社会と生成AIに正しく届く状態をつくります。当社自身のエシカル経営の実践知が、支援の説得力を支えています。

経済価値インパクトの構造：

- 当社のサービス提供（経済価値）が、そのまま「サステナブルな取り組みの社会的可視化」（社会価値）になる。

- 自社の実践（Raffaello・寄付・認証）が、支援先への助言の裏付けになる。



「良い取り組みを、社会に届く形にする」 — 発信されない善い行いは、社会の意思決定を変えられません。可視化もまた、サステナビリティの一部です。

👉 領域④ 連携：NPO連携と取り組みの可視化

対応SDGs：SDG 17（パートナーシップで目標を達成しよう）

課題：小規模な事業者が単独で社会課題に取り組むには限界があります。また、自己申告だけの取り組みは客観性を欠きます。

当社の解決策：教育支援では現地・国内のNPOと連携し、取り組みの妥当性は外部の表彰・認証によって検証します。

| 連携・検証 | 相手・機関 | 役割 |
|---------|---------------------------------------|------------|
| 教育支援の連携 | シャプラニール/SEED Ministries Bangladesh | 寄付の現地での活用 |
| 第三者検証 | ジャパンSDGsアワード/環境省グッドライフアワード/ デカボスコア | 取り組みの客観的評価 |



「信頼できる第三者とつながる」 — 連携と外部検証は、取り組みを独りよがりにならないための仕組みです。

7. SDGsへの貢献（17ゴール・マッピング）

当社は、実際に取り組みのあるゴールに重点を置いて貢献します。全17ゴールへの形式的な「貢献」表明は行いません。

17ゴール一次マッピング

| SDGsゴール | 評価 | 主な接点 | 出典 |
|--------------------|------|--------------------|----------|
| 1. 貧困をなくそう | ★★★★ | 途上国での雇用創出 | 当社活動記録 |
| 2. 飢餓をゼロに | - | 接点なし | - |
| 3. すべての人に健康と福祉を | - | 接点なし | - |
| 4. 質の高い教育をみんなに | ★★★★ | 純利益10%の教育支援寄付・啓発発信 | 当社寄付実績 |
| 5. ジェンダー平等を実現しよう | ★★★★ | 女性の自立支援・女性役員登用 | 当社役員構成 |
| 6. 安全な水とトイレを世界中に | - | 接点なし | - |
| 7. エネルギーをみんなに | - | 接点なし | - |
| 8. 働きがいも経済成長も | ★★★★ | 適正な雇用・障がい者就労支援 | 当社活動記録 |
| 9. 産業と技術革新の基盤をつくろう | ★ | AI導入支援（限定的接点） | 当社事業内容 |
| 10. 人や国の不平等をなくそう | ★★★★ | 途上国の経済的包摂 | 当社活動記録 |
| 11. 住み続けられるまちづくりを | - | 接点なし | - |
| 12. つくる責任 つかう責任 | ★★★★ | 脱炭素レザー（CO2 80%削減） | デカボスコア認証 |
| 13. 気候変動に具体的な対策を | ★ | 製品の脱炭素（全社目標は策定中） | デカボスコア認証 |
| 14. 海の豊かさを守ろう | - | 接点なし | - |

| SDGsゴール | 評価 | 主な接点 | 出典 |
|-----------------------|-----|---------------|--------|
| 15. 陸の豊かさを守ろう | - | 接点なし | - |
| 16. 平和と公正をすべての人に | ★ | 透明性・第三者検証の重視 | 本レポート |
| 17. パートナーシップで目標を達成しよう | ★★★ | NPO連携・企業の発信支援 | 当社活動記録 |

重点ゴール (★★★)

| 優先 | ゴール | 推奨理由 |
|---|---------------------|---------------------------------------|
|  | SDG 12 つくる責任 つかう責任 | CO2 80%削減という定量実績と第三者認証があり、当社の独自性が最も強い |
|  | SDG 1・4・5・8・10 (社会) | 雇用・教育・ジェンダー・包摂が一連の自立支援として統合されている |
|  | SDG 17 パートナーシップ | NPO連携と企業の発信支援が事業構造に組み込まれている |

重点から外したゴール (SDGsウォッシング回避)

| ゴール | 除外・限定の理由 |
|--------------------|--|
| SDG 13 (気候変動) | 製品単位の脱炭素実績はあるが、全社のScope 1+2/3 (事業活動全体のCO2排出量) 目標は策定中のため、重点としては掲げない |
| SDG 2・6・7・11・14・15 | 現時点で直接的な事業接点がなく、形式的な貢献表明は行わない |



SDGsウォッシング回避の方針： 取り組みの実体と定量的な裏付けがあるゴールのみを重点として掲げます。接点のないゴールに「貢献」と記載することはしません。

8. CSV（共通価値の創造）構造

当社の事業は、経済価値の成長がそのまま社会価値の拡大に直結する構造を持っています。

| 事業 | 経済価値（当社の利益） | 同時に生まれる社会価値 |
|----------------------|-------------|-------------------------------|
| Raffaello（製造小売） | 製品売上 | 途上国の雇用・教育支援寄付の原資、脱炭素なものづくりの普及 |
| 情報発信支援（PR・LLMO・メディア） | サービス売上 | サステナブルな企業の取り組みの社会的可視化 |

メインCSV：「実践するエシカル経営を、発信力に変える」

当社は、自らエシカルなものづくりを実践し（社会価値の創出）、その実践知を企業の発信支援に転用しています（社会価値の波及）。自社が当事者であることが、支援事業の信頼性と差別化の源泉になっています。

9. 第三者からの評価

当社の取り組みは、第三者による表彰・認証・メディア掲載という客観的評価を伴っています。

表彰・認証

| 評価 | 時期 | 内容 |
|----------------------------------|---------|---|
| 第6回ジャパンSDGsアワード 外務大臣賞 | — | 当社が運営するエシカルレザーブランドRaffaelloの取り組みが評価され受賞 |
| 第9回環境省グッドライフアワード 実行委員特別賞（環境と福祉賞） | — | 環境と福祉を両立する活動が評価 |
| ソーシャルプロダクツアワード | 2022年 | Raffaello製品の社会性とデザイン性を評価 |
| TEDx Awaji プレゼンター選出 | 2025年 | 代表・松尾真希がサステナビリティ分野の登壇者に選出 |
| デカボスコア認証 | 2024年6月 | Raffaello脱炭素レザーのCO2削減（従来製法比80%）を認証 |

販売における評価

| 評価 | 時期 | 内容 |
|------------------------------|------------|----------------|
| Amazonメンズレザー小物部門 4年連続No.1 | 2016～2019年 | Amazon同部門ランキング |
| Yahoo!ショッピング「超PayPay祭」売上No.1 | 2021年 | 同イベントランキング |

メディア掲載

J-net21（中小企業基盤整備機構）、BSフジ「知りたい！SDGs」、日本経済新聞（2023年8月17日）、NewsPicks 等。



No.1表記について： 上記の「No.1」は、特定のプラットフォーム・部門・期間における販売ランキングに基づく事実であり、一般的・無限定の優位性を主張するものではありません。

10. 定量データ集

取得済みデータ

| データ | 値 | 出典 | 対応SDG |
|-----------------|--------------------------|-----------------------|-------|
| 製品CO2削減率（従来製法比） | 80% | デカボスコア認証 （2024年6月） | 12 |
| 純利益に対する教育支援寄付比率 | 10% | 当社寄付実績 | 4 |
| 役員女性比率 | 50%（2名中1名、 2026年6月時点） | 当社役員構成 | 5 |
| 教育支援の連携先数 | 2団体 | 当社活動記録 | 17 |

今後の取得・公表を予定するデータ（策定中）

| 項目 | 目的 | 対応SDG | 公表予定 |
|---------------------|------------------|----------------|---------|
| 途上国生産パートナーでの雇用人数 | 雇用インパクトの定量化 | 1 / 5 / 8 / 10 | 2027年6月 |
| サステナビリティ発信を支援した企業数 | 社会的可視化の波及効果 | 17 | 2027年6月 |
| 全社CO2排出量（Scope 1+2） | 製品単位から全社へ把握範囲を拡大 | 13 | 策定中 |



データ拡充に向けて： 当社は小規模体制のため、一部の社会・環境指標は定性的記述が中心です。次号（2027年6月）に向けて、雇員人数・支援企業数の集計体制を整備し、数値による裏付けを拡充します。

11. KPIと2030年ロードマップ

主要KPIと中長期目標

| 区分 | KPI | 基準年 | 短期（～2027年） | 中期（～2030年） | 長期（～2050年） | 出典 |
|------|---------------------|------|--------------------|--------------------|----------------|----------|
| 環境 | 製品CO2削減率 （従来製法比） | 2024 | 80%を維持 | 80%超を目指す | カーボンニュートラルへの寄与 | デカボスコア認証 |
| 社会 | 純利益に対する教育支援寄付比率 | 2025 | 10%を維持 | 10%以上 | 10%以上 | 当社寄付実績 |
| 社会 | 途上国生産での女性・障がい者雇員人数 | — | 集計体制を構築 | 策定中 （2027年6月公表） | 策定中 | 当社活動記録 |
| 経済価値 | サステナビリティ発信を支援した企業数 | — | 策定中 （2027年6月公表） | 策定中 | 策定中 | 当社事業実績 |

2030年ロードマップ

| フェーズ | 取り組み | 対応領域 |
|---------------------|--|------------|
| Phase 1（～2027年）：可視化 | 雇用人数・支援企業数の集計体制構築、全社CO2把握範囲の検討 | 環境・社会・経済価値 |
| Phase 2（～2030年）：拡大 | 脱炭素製品比率の向上、寄付・雇用インパクトの拡大、発信支援先の拡充 | 全領域 |
| Phase 3（～2050年）：定着 | ものづくりのカーボンニュートラルへの寄与、サステナブル企業が正しく評価される市場形成への貢献 | 全領域 |

12. 推進体制とガバナンス

当社のサステナビリティ推進は、代表取締役社長を最高責任者とし、取締役副社長（CMO）が実務を統括する全社一体の体制で行います。少人数体制であるからこそ、経営判断とサステナビリティの方針を直結させ、迅速に実行します。

取り組みの客観性は、外部の第三者評価によって担保します。ジャパンSDGsアワードの審査、環境省グッドライフアワードの審査、デカボスコア認証といった外部機関の評価・認証を、自社の取り組みを検証する仕組みとして位置づけています。本レポートおよびサステナビリティ宣言は年1回見直し、進捗と実績を反映して改定します。

13. ステークホルダーエンゲージメント

| ステークホルダー | 関わり方 | 主な対話手段 |
|----------------------|---------------------------------------|--|
| お客様（クライアント企業） | サステナビリティ情報の発信 支援、PR・AI検索最適化の 提供 | 打ち合わせ、月次報告、メー ル |
| 生産パートナー（途上国の作 り手） | 適正な雇用と継続的な発注 | 生産連携、品質確認 |
| 連携NPO・現地団体 | 教育支援寄付を通じた協働 | 寄付、活動報告の共有 |
| 取引先・パートナー企業 | 公正で透明な取引 | 契約、定例連絡 |
| 地域社会・生活者 | エシカルな製品・情報の提 供、SDGs啓発 | 自社メディア (franksdgs.com)、 note、SNS |

14. 会社情報・編集後記

会社情報

| 項目 | 内容 |
|-----------------|---|
| 会社名 | 株式会社FrankPR |
| 所在地 | 〒100-8560 東京都千代田区内幸町1-3-1 幸ビルディング 9F |
| 代表取締役社長 | 松尾真希 |
| 設立 | 2018年10月1日 |
| 電話 | 050-3177-4402 |
| 公式サイト | http://www.frank-pr.jp/ |
| SDGsメディア | https://franksdgs.com/ |
| 本レポートに関するお問い合わせ | 公式サイトのお問い合わせ窓口 |

編集後記

本レポートは当社にとって創刊号です。私たちは、自らの取り組みを「実績」と「第三者の評価」と「これから策定する目標」に分けて、誇張なくお伝えすることを心がけました。小さな会社だからこそ、できることとまだできていないことを率直に示し、毎年の更新でその差を埋めていきます。次号（2027年6月）では、本号で「策定中」とした指標の数値化に取り組みます。

本レポートは、サステナビリティ宣言（2026年6月制定）と整合しています。記載のうち未確定の指標は「策定中」と明記し、確定後に更新します。