こころまち つくろう
KEIHAN
京阪ホールディングス

NEWS RELEASE

京阪ホールディングス株式会社
経営企画室 経営戦略担当(ブランド・広報)

2025(令和7)年3月21日

京阪グループのSDGs「BIOSTYLE PROJECT」のWEBサイトおよびプロモーションを刷新

さまざまな“GOOD”な取り組みをより身近に、分かりやすく発信。
京阪グループをあげて、一層の取り組みを推進していきます。

京阪ホールディングス株式会社(本社：大阪市中央区、社長：石丸昌宏)および京阪グループ各社では、2030年までにより良い世界を目指すSDGsの達成に貢献するべく「BIOSTYLE PROJECT」に取り組んでいます。3月21日(金)よりWEBサイトをリニューアルするとともに、新プロモーションを展開します。

「BIOSTYLE PROJECT」は、“人にも地球にもいいものごとを、毎日の生活の中に、楽しく、無理なく、取り入れていくことができる明るい循環型社会の実現を目指す活動”で、「京阪グループにおけるSDGs達成に向けた取り組み」と位置付けるものです。2020年には7つの「GOOD」に基づく独自のガイドラインと社内認証制度を導入するとともに、2021年より「未来は、楽しく変えていこう。」を活動ステートメントに、取り組みの推進を強化・発信してきました。

本活動では、社会的価値と経済的価値を両輪で創造することを大切にしており、サステナブルなモノ・コトをお客さまにとっても価値あるモノ・コトとして選択いただけるよう商品やサービス、取り組みを企画しています。そんな京阪グループのさまざまな「GOOD」な取り組みを、お客さまをはじめとするステークホルダーの皆さまにより身近に、より分かりやすくお伝えするべく、このたび、未来を象徴する存在の子供を代表して「ビオちゃん」(演：安井姫壱さん)を起用した新プロモーションを展開します。今後もショート動画やポスター、WEB記事で続々と事例を発信するほか、お客さまとの“共創”を目指した参加型企画なども展開していく予定です。

京阪グループでは、今後もステークホルダーの皆さまと共に、明るい循環型社会の実現を目指してまいります。詳しくは以下をご覧ください。

■プロモーション展開概要

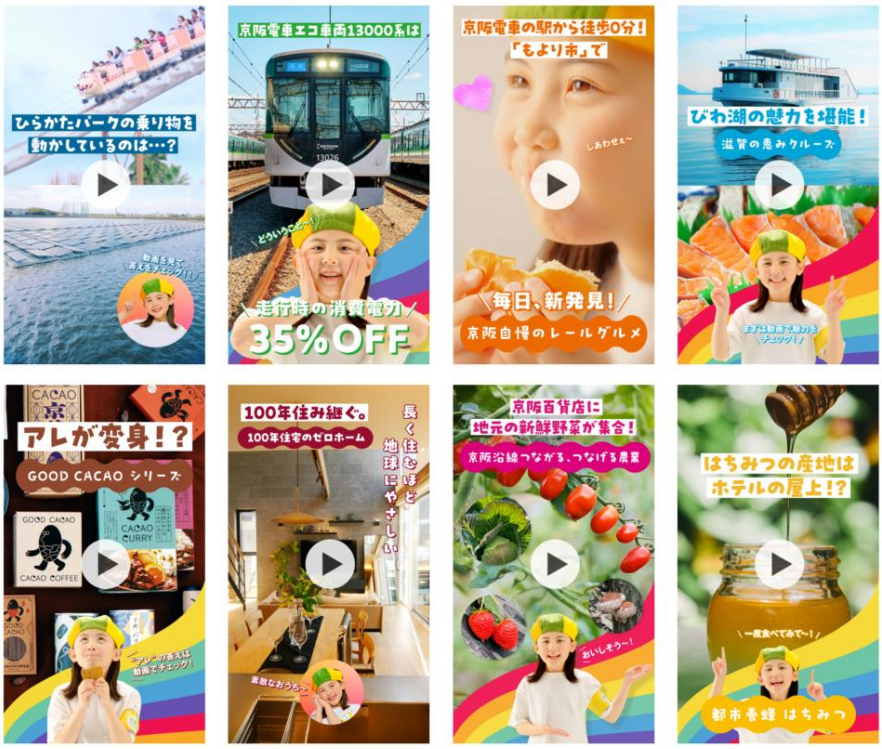
１．WEB サイトリニューアル

キービジュアルを刷新すると共に、京阪グループの「BIOSTYLE PROJECT」にかかるさまざまな取り組み事例を「ビオちゃん」が紹介するショート動画・WEB 記事を公開します。

公開日：3 月 21 日(金)

U R L：https://www.keihan.co.jp/corporate/sustainability/biostyle/

▼動画イメージ



２．交通広告の展開

京阪電車の駅のデジタルサイネージや車内などで、取り組み事例を紹介するショート動画やポスターを掲出します。

開始日：3 月 24 日(月)

▼ポスターイメージ

◇第一弾展開事例

枚方市のため池発電／京阪ホールディングス㈱、京阪電気鉄道㈱、㈱京阪流通システムズ
京阪電車の省エネ車両 13000 系／京阪電気鉄道㈱
食の商店「もより市」／㈱京阪ザ・ストア
滋賀の恵みクルーズ／琵琶湖汽船㈱
カカオ豆の外皮のアップサイクル「GOOD CACAO シリーズ」／㈱ビオスタイル
ゼロホームの 100 年住宅／㈱ゼロ・コーポレーション
京阪沿線つながる、つなげる農業／㈱京阪百貨店
京都駅前のホテル屋上での都市養蜂／京阪ホテルズ＆リゾーツ㈱（THE THOUSAND KYOTO）

【ご参考】「BIOSTYLE PROJECT」の推進について

京阪グループでは、グループ各社が主体的かつ積極的に「BIOSTYLE PROJECT」に取り組めるよう、2020 年 4 月に「BIOSTYLE PROJECT ガイドライン」を策定し、京阪グループ独自の認証制度を導入しました（2025 年 3 月 21 日現在 41 件の取り組みを認証）。

2030 年度を目標年次とする長期経営戦略では、持続可能な循環型社会の実現に向けて、京阪グループの新たなブランドとして確立に取り組んできた「BIOSTYLE」を経営・事業活動の軸に据え、社会的価値と経済的価値を両輪で創造する「BIOSTYLE 経営」を推進することを掲げており、認証事例以外にも、グループ全体で SDGs 達成に貢献するさまざまな取り組みを進めています。

京阪グループのビオスタイルガイドライン

活動ガイドライン			重点ＳＤＧｓ項目
① GOOD for Health	体に良いか	人々の健康的なライフスタイルを促進し、いきいきとした社会の実現に貢献する事業・取り組み。 （例）健康増進 / 無農薬・ビオ・オーガニック / 添加物削減	
② GOOD for Minds	心に良いか	ストレスのない社会、人々が安心・快適に暮らせる社会の実現、使って楽しい心地よいサービスの提供。働き甲斐を感じられる会社へ。 （例）快適なサービス / 環境負荷への顕著感低減 / 働き方改革	
③ GOOD for Locals	地域に良いか	京阪沿線を中心に地域活性化や、地元の産業育成、地元の環境保全などに貢献できる事業や取り組み。 （例）地域コミュニティ貢献 / 魅力ある生産者の支援 / 地産地消	
④ GOOD for Social	社会に良いか	すべての人々が幸せに暮らせる社会の実現、より美しいライフスタイルの実現に貢献する事業・取り組み。 （例）フェアトレード / ダイバーシティ / バリアフリー	
⑤ GOOD for Earth	地球に良いか	地球温暖化対策、プラスチックゴミ問題など、地球規模での環境保全に貢献する事業・取り組み。 （例）循環型社会への取り組み / クリーンエネルギー / 排CO2対策 / 生物多様性	
グループガイドライン			
⑥ GOOD for KEIHAN Brand	京阪ブランドに貢献するか	人々の共感や感動を得ることで京阪ブランドの価値向上に資する事業・取り組み、先駆的な取り組みかどうか。	
⑦ GOOD for KEIHAN Business	事業性・継続性はあるか	事業として成立し、継続的に実行していくことができる事業・取り組みかどうか。	

SDGｓを実現するライフスタイルを提案する

京阪グループの「BIOSTYLE PROJECT」について

健康的で美しく、クオリティの高い生活を実現しながら、SDGsの達成にも貢献していく。京阪グループでは、そんな循環型社会に寄与するライフスタイルを「BIOSTYLE(ビオスタイル)」として展開し、お客さまにご提案しています。
規制や我慢だけから生まれる活動ではなく、“人にも地球にもいいものごとを、毎日の生活の中に、楽しく、無理なく、取り入れていくことができる明るい循環型社会の実現”に貢献するため、京阪グループにできうる様々な活動を推進していきます。

以　上