

がんばれ ニッポンの中小企業

7

2011 July

特別企画

震災を

乗り越える

戦う経営者、支える人びと

【特集01】

どうする節電？

意識と工夫でこんなに違う

【特集02】

未利用資源のつかい方

こんなもの、あんなものが商品に



INTERVIEW

バリュープランニング / 井元憲生

被災地の声为新商品を生み出した

クラブハリエ / 山本隆夫

本業のたねやを超えて目指すは“世界”

地域を変えるプロデューサーたちの軌跡

くらしき朝市 三斎市

新連載「いま聞きたい人の言葉」

小笠原敬承斎

「日本の誇り」をすべての経営者に伝えたい

WIZ BIZ REPORT

LEDで叶える町づくり
国産線香花火のブランド化戦略

連載エッセイ

言わずにはいられない / さかもと未明
経済時論 超論 / 山崎元

12月1日(木)・2日(金)開催
東京ビジネス・サミットin 神戸

復興支援ゾーン
開設

86ページ

その仕組みをつくるリサイクル企業の試み

「儲け」が長期支援を可能にする

寄付を、義捐金を、ボランティア活動を……。被災地支援を実行する企業は少なくないが、果たしてそれが息の長い支援になるのか。日本リユースシステム(東京都港区)が行う支援は「儲け」を重視している。

10トントラックで被災地へ

「報道に接していたら、いてもたってもいられなくなった」。リユース・リサイクル業を手掛ける日本リユースシステム・山田正人社長は、震災直後に「何かしたい」と動き出した。

被災地にビジネスパートナーの東都クリエート(福島県福島市)があった。同社の佐久間良治社長は、山田氏の会社が軌道に乗る前に支援してくれた、親同然の人だ。その東都クリエートでは震災で多くの店舗が壊滅的な被害を受けたという。

山田氏にとって、東都クリエートには社長以下、顔見知りの社員も少なくない。「食べるものすらないだろう」と山田氏は憂慮した。

そこでまず「自分の個人口座から貯金を引き出し、大型スーパーで食糧を買い集めた」。東都クリエートとグループ会社の社員約700人に提供するためだった。

関連会社の10トントラックに入るだけの食糧を詰め込み、一路被災地に向かった。トラックでの移動ではあったが、障害物をかき分けるかのような道のりだったという。高速道路は使えず、道路もまともに進めない。片道12時間以上かかった。

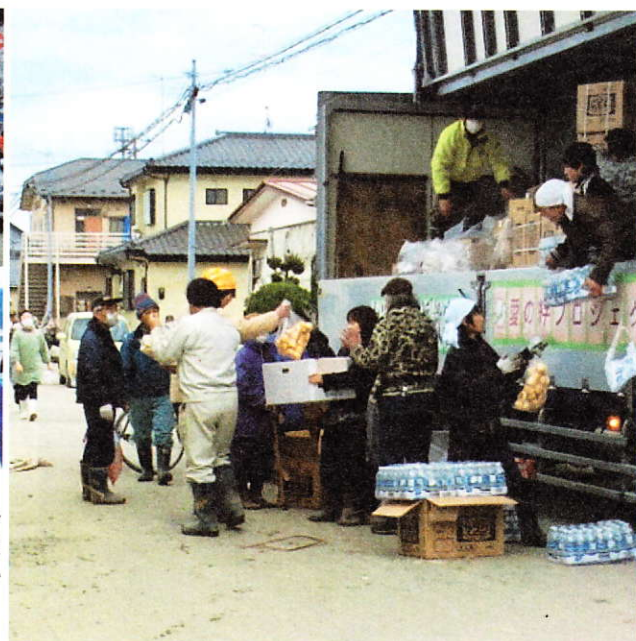
トラックで回った被災地は気仙沼市、石巻市、南相馬市と、地震・津波で大きな打撃を受けた地域だ。「テレビの報道では次第に物資が行き渡り始めているようにも感じられたが、行ってみると想像以上の惨状が続いていた」(山田氏)

義捐金ではない形で

当初予定していた社員に食糧を届けるうち、山田氏は現実を知るようになる。避難所に入れた人には物資が届いていた。ただ避難所にも入れず、

自宅で待機する人の場合、その日の食事にさえ事欠いていることがわかったのだ。

予定を変更して地域の被災者にも食糧を配ろう……。気持ちを固めるまで、時間はかからなかった。「食べるものもなく衰弱している人がたくさんいる。私はたまたま仕事がかきつけて支援することになったが、あの惨状を見て手を差し伸べない人はいないと思う」と山田氏は話す。そして支援を続け

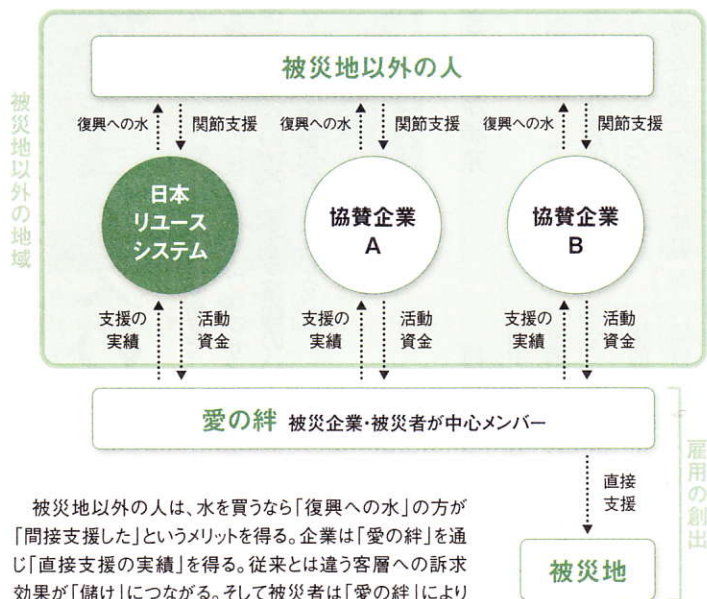


右:トラックに物資を載せて被災地で配る「愛の絆プロジェクト」を開始。メンバーはすべて震災で仕事を失った被災者だ 左上:山田氏が撮影した被災地の状況。想像以上の光景がそこにあった。町は破壊され道路も通れない 左下:食料や飲料水を配り始めると、至るところで被災者が集まった

るうちに貯金はすぐに底をついた。実際に現地入りして痛感したのは、寄付や義捐金、ボランティアでは支援に限界があるということだ。未曾有の災害を乗り越えるには、長期的な支援が必要なのだ。「自分たちは民間企業。長期的な支援を続けるには、商売の中に支援を組み込んでいけばいい。一方的な支援ではなく、利益を得ながら支援にもつながる。そんな三方よし」のビジネスにしないと、

「儲け」を出して長期支援を可能にする

(「愛の絆」プロジェクトによる支援の仕組み)



被災地以外の人、水を買うなら「復興への水」の方が「間接支援した」というメリットを得る。企業は「愛の絆」を通じ「直接支援の実績」を得る。従来とは違う客層への訴求効果が「儲け」につながる。そして被災者は「愛の絆」により直接支援を受けられる。「三方よし」の仕組みだ。

企業が仕組みに参加する方法は、水だけでなく、その業態によってさまざまなバリエーションがある。

被災者が中心の支援の形を

長続きはしない。一過性の支援で終わってしまう」(山田氏)

被災地では、被災者にしかわからないことがある。そこで被災者や被災企業が中心になって、被災者に手を差し伸べるNGOグループ「愛の絆」をつくった。活動を支援するため「愛の絆」に賛同する企業が復興支援を展開

し、収益を支援活動にまわす。そんな仕組みを山田氏は思い立った。その第一弾が日本リユースシステムの「物を活かして人を生かす」不用品買い取りプロジェクトである。支援のために新たにお金を出すのではなく、不用品を買い取ってお金をつくる。それを支援金として活動資金にまわすのだ。リサイクル店ならではの着想だ。これなら支援する側の負担がなく、長期的な支援も可能だろう。

リユース・リサイクルを手替ける企業らしい支援のあり方と言える。「不要品の活用はエコになるし、その上、支援につながる。復興支援の買い取り活動は、誰も損はないから」と山田氏は笑う。

また被災地に水を送るのにも工夫を加えている。飲料水メーカーと連携し、500ml入り1本150円のペットボトルの水「one water Love water」を買うと、同じ水が1本、「愛の絆」を通して被災地に直接届けられる。

なぜ水を選んだのか。「東京でもあれだけ足りなくなったのだから被災地ではさらに必要。大量供給できる仕組みをつくりたい。アイデアアップする企業を見つけることができた」(山田氏)

またこの水の提供には、「東北応援水 復興への水」と名付けた企業向けのパッケージもある。こちらは150万円〜1万5000本が1セットになる。ラベルに企業名とお見舞いの言葉が入った水が被災者に直接届けられる。企業が義捐金の代替として採用するとともに節税の効果も見込む。

「R」の重要性はつとに指摘される。だが「よいことをしている」とア

ピールするならば、一過性の義捐金よりもウチのパッケージを買う方が有効なCSRになるはず。通常の寄付行為は一定の金額しか控除されないが、こちらは100%損金で落とせる。従って、CSRと節税効果がパッケージになっている」と山田氏は語る。

こういった活動で最終的に目標とするのは「雇用の創出」だ。「物資を届ける人は、仕事を失った被災者。そのコストを儲けで賄う」(山田氏)。

儲けという言葉は、被災地支援の文脈にふさわしくないと感じられるかもしれない。「しかし」と山田氏は言葉に力を込める。「本音でやらないと、あの惨状から立ち上がるのは不可能。好意やボランティアだけでは足りない」企業活動にとって最も大切なものの一つ、「利益」。それに根ざした支援がこれからさらに充実することが期待される。



「愛の絆」プロジェクトでつくられた2種類のペットボトル入り飲料水(イメージ)

Company Profile

日本リユースシステム 東京都港区港南2-15-1 品川インターシティ A 棟28階
資本金 2000万円 03-6717-4363 <http://www.nrscorp.jp/>