

NPO、地域企業、地域の連携をテーマに、大都市以外でのNPOと企業の協働事例であるリユース食器レンタル事業から、連携の秘訣を探ることを目的とする分科会。

事例提供者として、事業を行っている特定非営利活動法人スペースふう（以下「スペースふう」という）の永井寛子理事長と、活動当初からその支援の中心となってきた（株）はくばく（以下「はくばく」という）の長澤利久会長を迎えた。

事例検討には各団体の紹介と事業の内容、経緯、発展の過程、課題の発表を通じ、特定非営利活動法人JUON(樹恩) NETWORKの鹿住貴之事務局長がコーディネーターとなりパネルディスカッションが行われた。

【当日の流れ】

- ・あいさつ&分科会の趣旨、進め方の説明
- ・事例報告1
- ・事例報告2
- ・コーディネーターを交えてパネルディスカッション
- ・会場からの質疑応答
- ・ポイントの整理とまとめ

I. 団体紹介

1. スペースふう説明要旨（永井）

スペースふうは1999年に、地域活性化、女性の自立を目的として、環境・福祉・教育・文化をキーワードに山梨県増穂町を拠点として設立し、リサイクルショップの経営から始まった団体である。

当初はリユース食器事業を行っていなかった。2001年に今泉みね子さんの講演で、ドイツのイベントではリユース食器を利用し、発泡スチロールや紙製の使い捨て食器を一切使用しないことを聞き、ヒントをもらったのが転機となった。

今現在も、日本ではイベントで出るごみの70～80%は使い捨て容器のゴミである。誰もやらないなら自分たちがやるしかないと思い立った。すぐに理事会にかけたところ、事業として成り立つなら、もっと大きな企業、組織が既に事業化しているはずだ。

私たちにできるわけがないと全員から反対された。資金もなく、経営の経験、法的知識もない素人の集まりで、あるのは熱い思いだけであった。

それでも諦めずに、1年間、ビジネスとしての可能性や環境への影響といった調査研究を行っていった。当時、日本にはリユース食器レンタル事業はまだ存在していなかった。もし始めるなら、3000食のほうとうがふるまわれる地元の最大の祭り「甲州増穂まつり」でデビューしたかった。

しかし、そこで資金という大きな壁にぶつかった。食器を製作するための金型・成型に300万円かかるが、そのための資金がなかった。

そのとき地域の主要企業を発起人として支援企業を募るなど、資金を提供してくれたのが、はくばくだった。その後も、はくばくがスポンサーになっているサッカーチー

ムのスタジアムでのリユース食器導入、経営に関する助言等、様々な支援を受けてきている。

リユース食器レンタル事業の内容としては、イベント主催者がスペースふうに使用料を支払って食器を借り、使用後は洗わずにそのまま返却するというものである。洗浄が不要という、使い捨て食器の持つ利便性をそのまま生かした方式である。リユース食器が紛失しても損にならないデポジット制を採用している。つまり、イベント参加者は使用したカップを返せば預かり金を返金してもらええるシステムで、これにより返却率は95%以上になっている。

リユース食器利用者には毎回アンケートを取るが、ほとんどの利用者から好評を得ており、これがリピート率に繋がっている。なお、山梨大学の研究により、このリユース食器は使い捨て食器に比べ、3回使えば確実に排出CO2を減少させることができるという結果が出ている。また、環境のための運動なのに、レンタルの際に食器を遠方まで輸送するのは環境負荷軽減に反することから、全国に拠点事業所を作っていた。現在全国7か所。2007年秋に環境大臣賞を受け、2008年6月に内閣府からも表彰を受けた。

利用者別では、行政のイベントが一番多く、地元山梨県では、県主催のイベントではリユース食器を利用するよう、ガイドラインを作成している。また、今年は野外のロックイベントで延べ90,000人分の食器を貸し出した。

2. はくばく説明要旨（長澤）

はくばくは、昭和16年創業で、もともとは精米の会社であった。戦時統制で製粉、製麦を手掛けるようになった。社名「はくばく」とは「白麦」で、麦を2つに割って

白い麦飯を開発したことに因んでいる。昭和35～36年頃には100万tあった需要も20万tまで落ち込んだが、大麦は国民の健康のために必要ということで続けてきた。現在、麦、雑穀、米含めた8のグループ企業を持ち、食用麦では圧倒的ナンバーワンの地位にある。

はくばくは甲府盆地峡南地域と絶えず一緒に生かされてきた会社と考えている。社員が生き生きと働ける会社を目指しており、400人の社員に社内報でも地域とともにあることを呼び掛けている。30周年で唱えた社是は「信用」。事業を通じた社会貢献を目指してきた。消費財のメーカーとして、スポーツ支援や社会貢献をやらせていただいている。毎月1日は社員による周辺の清掃活動の日と定め、山梨県との協力で間伐も行っている。また、個人的にだが峡南地域全体の活性化のため、NPO活動も行っている。

山梨大学工学部長の伊藤洋教授の紹介ということで、リユース食器レンタル事業のお話を聞いた当初は、熱意は分かるが事業としては厳しいのではないかと感じた。しかし、本気で環境問題に取り組む高い志と、リユース食器でゴミを減らすことへの熱意と事業の将来性を感じた。その後の行動力を見てさらに驚いた。

ただ、経営の素人の彼女らを支えるグループが必要と感じた。スペースふうが独り立ちするまで見届けるのが、我々の使命だと考えた。社内に支援チームを編成し、経営ノウハウを一緒に考えるように担当職員を付けるようにした。また、県内の企業経営者に声をかけ、支援する企業グループができるように働きかけた。

また、持続可能なビジネスモデルを作る必要があるため、リサイクルカップに広告を載せるようにした。原材料費がかかって

もいい。いいカップであれば持ち帰る人も
いる。そうすれば広告効果も上がり、スペ
ースふうにはデポジットで儲けが出る。も
う一つはスタジアムという、リユース食器
を使える場があったというのが大きかった
だろう。当時、地元サッカーチーム「ヴァ
ンフォーレ甲府」のスポンサーを引き受け
ていた。チーム解散の危機とまで言われた
時期があり、地元の大きな企業というこ
とで依頼を受けてスポンサーになっていた。

Ⅱ. 事例提供

1. 事業紹介

(1) 出合いのきっかけ

リユース食器レンタル事業を知り、調査
の中でニーズもつかめたが、資金がない、
という問題で悩んでいるところだった。た
またま、雑誌の切り抜きを知人が送って
くれた。そこに書かれた「NPOが企業を
変える」という言葉に、目が覚める思いだ
った。企業の社会貢献に関する記事で、欧
米では、いまや企業は社会貢献を考えず
に信用を得られないという内容だった。
これだ、と考えた。

地元の有名企業を訪ねて行くには、紹
介がないと難しいだろうと考え、そのよ
うな人脈を持っていそうな人物を当たら
うということになった。たまたま、山梨
大学の伊藤教授と名刺交換をしていたこ
とを思い出し、早速研究室に直接電話を
試みた。環境汚染は待たなしで進行して
いる。日本にリユース食器レンタル事業
を立ち上げる意義は大いにあると思う
が資金がない。伊藤教授に資金調達を
どうしたらよいか相談した。

教授は大いに理解を示してくれた。資
金の問題であきらめてはいけない、紹
介に自分の名前を使ってくれてかまわ
ないとまで言ってくれた。そうして環
境に関心を持つ

経営者で、なかでも高い見識を持つ人
物と紹介されたのが、長澤さん（当時
はくばく社長）であった。はくばくは
増穂町に本社を持つ企業で、以前より
地域のために社会貢献を一生懸命真面
目に行っていると、地元では知らない
人がいないほど、絶大な信頼を得て
いる企業だった。伊藤教授の紹介と
伝えたところ快く会ってもらえた。

(2) はくばくとの協働

はくばくへの説明にはスペースふうの
役員3人で行った。熱い思いを訴えた。
長澤さんは熱心に話を聞いてくれ、リ
ユース食器の金型と3,000個分の成
型に300万円が必要であることを伝
えたところ、その場で「わかりまし
た」と協力を約束してくれた。スペ
ースふうの役員はその言葉に感激し
涙を流す場面もあった。その300万
円は、実は長澤さんの個人保証であ
った。会社として支援できるレベル
の活動になるまでは、ということ
であった。さらにはスペースふうを
支援する企業グループを、と長澤
さんが信用できる県内企業経営者に
声をかけ、山梨の有名企業が活動支
援の発起人となり、支援企業は20
社近くに上った。そうして食器と滅
菌乾燥庫を買うだけの資金が集ま
ったのが2002年の甲州増穂まつり
で、そこから事業が始められた。は
くばくにはその後も、経営の素人
であるスペースふうのために、経
営ノウハウの支援担当職員まで
つけてもらった。

地元のまつりでデビューしたリユ
ース食器事業だが、2003年3月
に新聞で、環境省が使い捨て容器
を減らすためサッカースタジアム
で実証実験をするという記事に気
付いた。これは実証実験どころか、
自分たちが既に地元でやっている
事業である。すぐに環境省に電話
をかけた。環境省の担当者は話を
聞くと、是非、詳しい話を、と言

れすぐに会うことになった。環境省が用意したカップはドイツで使っているカップを輸入したもので、企業の広告が入ったものだった。カップをお土産にもらって帰り、その足で長澤さんに見せ、はくばくのロゴを入れたカップを作りませんか、と提案した。はくばくは地元サッカーチーム「ヴァンフォーレ甲府」のメインスポンサーである。持って帰りたくなるくらい美しいものに、という条件ですぐに了解が得られた。そうしてできたカップは、後に山梨県グッドデザイン賞を受けた。

(3)全国への拡がり

2003年には助成金を受けることができた。企業と市民が連携して環境活動を事業として継続できるものを支援しようという経済産業省の「環境コミュニティビジネス推進モデル事業」というもので、長澤さんから、これはあなたたちのためにあるようなものだと言われた。応募約220件のうち採択10件に残ることができ、助成を受けた。

採択事業が発表されると、全国の使い捨て食器に問題意識を持っていた人たちの目に触れ、全国から注文が来るようになった。しかし、環境のためにやっている事業にもかかわらず、食器を遠距離輸送することに疑問を感じ、スペースふうだけでやってはいけないと思った。企業ならランチサイズということになったかもしれないが、思いを持つ人たちがひっきりなしに研修に来ていたので、そういう人たちと連携して、全国各地に事業所を設立してもらい、ネットワークづくりを2006年から始めた。それまで関係者は無給で事業に当たっていたが、有給の雇用で事業が持続できるビジネスモデルを作るためにしっかりと準備した結果、助成金を受けたのが2003年だったが、拠点事業所をネットワークで結ぶ「リユース食

器ふうネット」の設立は2006年となった。

現在ではスペースふうで働きたいというさまざまな年齢層が集まって、多様な雇用になっている。今後は雇用の面でも地域活性化に資するようにできればと考えている。

Ⅲ. パネルディスカッション

(鹿住)「経営」という企業の専門性を活かした支援をされたということだが、社員の方の理解は得られたのか？

(長澤)社是として社会貢献がある。生き生き委員会という社員の社会貢献活動もある。はくばくブランドの認知、ブランド価値の向上ということもあり、社員に違和感はないだろう。民間の自主自立、行政任せではない活動を「つなぐ」役を果たしていきたい

(鹿住)地域での活動のなかで、行政との関係性という観点で感じるところは。

(永井)1年間の調査をした時、山梨県にヒアリングに行った。現在も県内でイベントを最もたくさんやっているのは行政と思う。そこで名義後援をもらえれば他のどこでもやれる。日数はかかったが、通常はイベントごとの後援のところを、事業そのものに後援を得ることができた。

また、県は、県主催のイベントで「原則使い捨て食器を使わない」という指針を出してくれた。今年度はさらに「リユース食器を使わない場合は、なぜ使えないのか理由を出すように」とまで踏み込んで来ているを感じる。

地元の増穂町は、リユース食器の利用団体に半額補助を出している。その後、横浜市青葉区でも補助を出すようになった。その結果、横浜地域での受注はすごいものがある

(鹿住)増穂町での実績があってこそその結果と言えるだろう。

(長澤) 地域の関係者、旅館、商工会、町長さんなど地域の活性化をめざして頑張っている人たち、地域連帯をつなぐ役をしていきたい。

行政だけでは無難なものしか作れない。

(鹿住) 知名度が上がってきて、いろいろな依頼など来るのだろうか。すべては受け入れられないのではないか。支援するならこういうところを、という判断のポリシーなどあるのか。

(長澤) 確かにある。今後、そういった支援ニーズをつなぐ会議を立ち上げていきたい。

はくばくとしては、特にこだわらないが消費財メーカーであること、社の理念に合致するかということはある。スペースふうは高い志、熱さに感動、共感してお手伝いをするようになった。

事業が軌道に乗るためのお手伝いできたと思うが、いま、第2のステージに来て重要な局面にあると感じている。事業が軌道に乗り、ビジネスとしての可能性を見た企業が競合してくる可能性もある。成長期の初期段階で対応する体力が問われる。

(永井) レンタルの注文が去年の倍近くになってきている。毎年秋が一番忙しい時期だが、三ヶ月ですでに昨年秋の実績数に達している。食器のための倉庫を一つ借り、また洗浄機も効率の良いものに変えたがこの秋が乗り越えられるかわからない。

長澤さんからは、ここでチャンスを逃さないように、と経営者としてのアドバイスをまたもらった。対応できる大口事業所がふうしかないのが問題で、次のステップをどう踏むのか、を迫られていると感じている。

IV. 会場からの質疑応答

会場1：支援企業とは広告の付き合いだけ

か？

(永井) 食器の金型と成型代の寄付をいただいた。

会場2：ビジネスモデルをつくるまでご苦労があったと思うが、例えば(質問者が活動する)秋田でも事業を、ということは可能か。

(永井) このビジネスモデルが全国7か所全てがペイしているわけではない。保証できないが、東北地域に拠点がなく、また成長する分野なので、もし、秋田がやりたいならぜひやっていただきたい。例えば全く注文の実績がなかった県の環境イベントで、そのことを言ったら、翌日から注文があった

(鹿住) 地域の事業所が企業との連携ができるようノウハウの共有はできているのか。

(永井) スペースふうに、そのようなコンサルタントができる人が1人いて、拠点事業所を回ってくれている。

会場3：蔵開放のイベントをやっているが、3,000人の来場者にプラスチックカップを毎回1万個使用していた。今はマイぐい呑みを配っている。購入資金とその返済はレンタル料と見合っているか。事業としての採算はどうか。

(永井) 経済産業省の委託を受けた際に、550万円の助成だったが、事業費が精算払いだったため同時に1,200万円を借り入れた。もともと給料が少ないから返済できているという面はあるが、年々良くなっている。どこまで時給が上げられるかわからないが、順調と言っていると思う。はくばく会長の言うとおりが正念場だろう。

(長澤) 現状を確認する必要があるが、2008年7月末の状況ではうまくいっているようだ。

会場4：長澤さんに伺いたい。協働されたことで、会社にとってプラスになったことは何か。

(長澤) 1個当たり30数円の投資は一般的なメディアでの広告コストと比べても安いと言える。持続的に浸透するもので、社員も喜んでいる。

V. まとめとコメント

(長澤) 言い残したことはない。山梨が暮らしよさ日本一になることを目指していきたい。

(永井) リユース食器を全国に広めたい。使い捨て食器を見た人が、「まだ、使っているの？遅れているわね。」という会話があるような日本に変えていきたい。

(鹿住) 今日の事例では、NPOと企業の皆さんが持ち帰ることができる色々なヒントがあったと思う。熱い思いの人と出会ったこと、自分が儲けるだけでなく地域への愛を持つ企業、そういう人たちの出会い、対話が大切だと実感もさせていただいた。皆さんありがとうございました。

以上

企画・運営：日本NPOセンター

報告担当：日本NPOセンター 板倉寛守

*本文中 敬称略