



News Letter Vol.55

~ Association for the Promotion of Social Products ~

◆ピックアップ・ニュース

—ソーシャルプロダクツを中心に、「ソーシャル」に関する国内外の最新ニュースをご紹介します

◆今月の企業・商品紹介

—「株式会社ゼンショーホールディングス」

◆地域活性化通信

—地域資源を使って町興しに取り組む自治体・プロジェクトをご紹介します
北海道富良野市「富良野オムカレー」

ピックアップ・ニュース

◆寄付×返礼品で障害者福祉施設の活動をシェア！ 寄付金募集サイト「うまふく」オープン

一般社団法人プレニッポンは、全国の障害者福祉施設に対する寄付金募集サイト「うまふく」を、2017年8月9日(水)にオープンしました。こちらは福祉施設に対する寄付と、寄付に対する返礼品で、福祉施設の商品や活動のPRと、今後の取り組みのための資金調達を目指したサービスです。

詳細：<https://prt看imes.jp/main/html/rd/p/000000001.000027838.html>



◆SvnaBiz 社会貢献型サンプリングサービス『Otameshi』の提供を開始 —ブランド毀損なく在庫を流動化する新サービス—

株式会社 SvnaBiz は、社会貢献型のサンプリングサービス『Otameshi』の提供を開始しました。同サービスは、消費者がお得な価格で生活用品を購入することができ、さらに消費者が選択したNPOやNGO等の社会活動団体に、売上の一部を寄付する社会貢献型のサンプリングサービスです。同サービスによって、再流通の販売販路を拡大し、企業様が抱える滞留在庫をより多くの消費者のもとへ直接届けることが可能となると期待されます。

詳細：<http://www.otame4.jp/>



◆カナダのスーパー「IGA extra Famille Duchemin」 驚きのオーガニック野菜栽培『Frias de toit(屋根で作った新鮮な農産物)』を開始

カナダのモントリオールにあるスーパーマーケット「IGA extra Famille Duchemin」は、『Frias de toit(屋根で作った新鮮な農産物)』という同店舗の屋根の上に有機菜園を作り、収穫した野菜を店舗で販売するという取組を始めました。レタスやトマト、いちごや蜂蜜など30種類を超える野菜や果物が育てられています。また、この有機菜園を上空から見ると、同社のロゴに見えるという趣向もあり、ユニークなPR施策として注目されているそうです。

詳細：<https://www.igaduchemin.com/frais-du-toit>



◆国土交通省 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会特別仕様ナンバープレートのデザインが決定— 大会開催機運の盛り上げに貢献—

国土交通省は、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を記念して発行する自動車用のナンバープレートの図柄を公表しました。カラフルな12色の線をプレート中心に集めることで将来への希望を表しています。デザインのタイトルは「多様性の未来」だそうです。希望者は9月4日以降に特設のウェブサイトから申し込み可能で、10月から各地の運輸支局などで交付を受けられます。新たなナンバーの交付には、通常のプレートの料金に加えて1台あたり1000円以上の寄付が必要です。集まった寄付は、公共交通のバリアフリー化事業などに充てられます。

詳細：http://www.mlit.go.jp/report/press/jidosha06_hh_000072.html



◆消費から持続可能な社会をつくる市民ネットワーク 環境、人権、社会を大切にしたいエシカル商品情報サイト『ぐりちょ Green & Ethical Choices』を公開

消費から持続可能な社会をつくる市民ネットワークは、インターネット上で気軽に検索できるエシカル買い物ガイド『ぐりちょ Green & Ethical Choices』を公開しました。チェックポイント毎の商品検索、商品情報、販売している店の地図情報など、詳細な解説情報を見ることができます。また、消費者がオススメのエシカル商品や購入場所を推薦することもでき、ユーザーとのコミュニケーションツールにもなるでしょう。7品目でのスタートですが、今後、少しずつ品目を増やしていく予定です。



詳細: <https://guricho.net/>

◆mag design labo. 1枚のオーガニックコットンから「はぎれ」を出さずに造形したオリジナルのシャツ『NEW PATTERN(ニュー パターン)』を発売

デザイン会社 mag design labo. のブランドである『knot(ノット)』は、オリジナルのシャツ『NEW PATTERN(ニュー パターン)』を発売しました。貫頭衣(古代ギリシャのチュニック、南米の民族衣装などに代表される単純な構成の衣装)と着物の要素から独自のパターンを創造した同商品は、1枚のオーガニックコットンから「はぎれ」を出さずに造られます。今後、全国のライフスタイルストアやアパレルショップ、ポップアップストアなどで販売していくそうです。



詳細: <http://knot.website/products/newpattern.html>

◆ヤッホーブルーイング チャリティー活動の限定ビールを醸造ービール1杯で1ドル寄付ー

株式会社ヤッホーブルーイングは、グローバルチャリティー活動「Ales for ALS」に賛同し、クラフトビールを通して ALS(筋萎縮性側索硬化症)の認知向上および治療開発や製薬研究の支援を目指すプロジェクトに参加しました。「Ales for ALS」は、米国の50の醸造所が参加しており、米国以外で参加するのは同社が初めてだそうです。この活動に賛同した醸造所は、「Ales for ALS」オリジナルブレンドホップを使用しビールを造ります。8月16日(水)より、よなよなエール公式ビアバル YONA YONA BEER WORKS の限定ビールシリーズ『Works Ale』の#001として数量限定で提供されています。



詳細: <http://yohobrewing.com/contents/uploads/2017/08/20170815Ales-for-ALE.pdf>

今月の企業・商品紹介 —株式会社ゼンショーホールディングス—

株式会社ゼンショーホールディングス(以下、ゼンショー)では、フェアトレードによって買い入れた安全で高品質なコーヒー・カカオ(チョコレート)・紅茶を、国内外のゼンショーグループの店舗で提供・販売することにより、途上国の生産者に正当な収入をもたらし、生活の向上と経済的自立を支えています。同社のフェアトレード部の池田俊幸さんにお話をうかがいました。

—まずゼンショーでフェアトレードを行うことになったきっかけからお話いただければと思います。

2006年に、「CMD室」(Office of Coffee Manufacturing & Merchandising Development: 現フェアトレード部)というコーヒー専門の部署を立ち上げました。これはMMD「マス・マーチャндаイジング・システム」、「世界中の人々に安全でおいしい食を手軽な価格で提供する」という、ゼンショーの経営理念に基づいたものです。

開発途上国における生産者は、中間業者に頼らざるを得ない状況のため、彼らに過剰に利益を搾取されてしまい、その結果、十分な収入が得られず、生活が不安定になるということが起こりがちです。けれども、生産者がまとまって協同で生産者組合を作り、市場と直接つながって安定した取引量を確保し、フェアトレードによって組織を発展させていくことができれば、私たちとしても、お客様に対して安全で高品質なコーヒーをお手頃な価格で安定的に提供することが可能となるわけです。



—素晴らしい考えに基づいてフェアトレードに取り組まれているわけですね。

当社では2007年にグループ店舗である「すき家」にドリップバックコーヒーを入れようということで、東ティモールとフェアトレードを開始しました。人口およそ113万人、国土面積14,000平方キロメートルと、日本の四国より小さいこの国のコーヒーはあまり知られていないようですが、近年では有機栽培で育てられたコーヒーとして注目されています。



この国でフェアトレードを開始した理由は、現在の私の部署の上司が、当時、ビジネスで東ティモールに何度も足を運んで土壌や気候のすばらしさを知っていたからでした。その昔、東ティモールがポルトガルに植民地支配されていた時代の1815年にポルトガルの総督によってアラビカ種のコーヒー苗が持ち込まれ、それをきっかけにコーヒー作りが始まりました。およそ200年に及ぶコーヒーづくりの基盤もあったのです。このほかにも「ピース・ウィンズ・ジャパン(PWJ)」という緊急支援を行うNGOが、東ティモールでコーヒーの売り先を探していたということもありました。

ゼンショーでは、「世界から飢餓と貧困を撲滅する」という理念を掲げていることから、NGOを通じて東ティモールの生産者のサポートを行うことで、彼らの生活水準の向上と経済的自立を支えていけたらと考えていました。そうして2009年に、3人という少数精鋭でフェアトレード部をスタートしました。

現在は国内に5人と、2009年のタンザニアでのフェアトレード開始に伴って現地で採用したスタッフ1人の計6人で活動しています。

ー具体的にはどういった形で現地でのコーヒー生産者の支援に取り組まれているのでしょうか？

当社では現地の生産者の方が持続可能な形で子や孫に農地やコーヒーづくりを伝承していけるように、化学肥料や農薬に頼らず、完全無農薬で育てる「循環農法」を推進しています。そのために、現地に専門家を派遣して技術指導を行ってきました。



また、農薬や化学肥料などの化学物質を使用しない「有機JAS」の認定を、東ティモールはもとより、フェアトレード先として開拓したメキシコ、ペルー、エクアドルにおいても取得しました。それによって、環境や生産者に配慮した品質の高いコーヒーを調達することが可能となっています。

そのほか、生産者団体が得た「社会開発資金」などの有効活用にも協力し、地域で不足している水道施設や小学校などの教育施設の建設、さらには医療施設の充実などもはかっています。長期にわたる取引と支援が目標です。

ー実際に現地の方とコーヒーの取り組みを通して苦労した点などはありましたか？

女性は働き手として必要不可欠ですが、途上国の多くで男尊女卑の風習が残っており、男性は同じ現場で作業する女性からの提案や意見にまったく耳を貸さないことがありました。収入の向上を目的にフェアトレードの活動をしているにもかかわらず、男性が女性に相談せずに関心せずにお金を使ってしまうということも、たびたび見受けられました。

そこで私たちは、男女の生産者ともに意見を聞いて、何をしていくのがベストなのか、問題が発生したときにどうすれば解決できるのか、分け隔てなく双方の考えを汲み取っていきながら、辛抱強くコミュニケーションを取り続けてきました。その成果もあって、コーヒーづくりの取り組みを始めた当初の男尊女卑の風潮に変化が見られ、現地の男性が女性の意見も取り入れるなど、双方が本音でコミュニケーションを取れるようになるまでに改善されました。

ーその他、現地で抱えている課題や問題点などはありますか？

生産者の方は高齢の方が多く、村に残る若い人が少ないという現状があります。若い人たちが農業に魅力を感じてもらえるように、私たちもどのようなことができるのか、考えていかなければなりません。

ーお客様の商品に対するご反応やご意見はいかがでしょう？

たいへんご好評をいただいております。すっきりとした味わいなので、食後に飲みやすいという意見をお客様から頂戴しています。またココスではドリンクバーで飲めるようにしており、「コーヒーがおいしいからココスに来るんです」とおっしゃるお客様もいらっしゃいます。

ココスで提供しているコーヒー豆はペルーのマチュピチュよりさらに山奥で、有機農法によって作られたものを使用していますので、自信をもってお勧めします。

またすき家で提供するコーヒーも、「価格は100円と安いのに、味は本格的で他の牛丼屋では絶対に味わえない」と評判で、朝の出勤前にコーヒーだけを買いに来たり、店内で食事した後にコーヒーをテイクアウトにしているお客様も多いです。

フェアトレードによって作られたコーヒーを、一人でも多くのお客様に飲んでいただければ、東ティモールを筆頭とした開発途上国の支援につながります。そのあたりについてご存じない方も多いので、フェアトレードの活動についてもっと広く認知していただくべく、ゼンショーグループの各店舗においてさらにPR活動を進めてまいりたいと思います。

ー最後に会社として今後、力を入れて取り組んでいきたいことがございましたら教えてください。

現在、フェアトレードによって、コーヒー、紅茶、カカオを輸入をしていますが、今後もフェアトレードの取り組みには注力していきたいと考えております。また、より多くの人にお召し上がりいただけるよう販路を拡大し、さらにコーヒー・紅茶・カカオ以外の商品も新たに開発していきたいと考えております。

ーありがとうございました。



地域活性化通信
－北海道富良野市「富良野オムカレー」－

北海道富良野市は、これまで基幹産業の農業と観光を中心に発展してきましたが、将来における市の過疎化や収入の減少が懸念され始めてきたため、新たなまちおこしが必要となりました。そこで市職員を中心とする有志が集まり、地元を盛り上げる一環として、「富良野オムカレー」を生み出し、多くの人から支持される人気商品となりました。富良野オムカレー推進協議会の事務局長である北條さんに、お話をうかがいました。



<p>●これまでの取り組みと成果</p> <p>富良野の農畜産物や特産品を生かせる「カレー」に着目し、富良野オムカレー推進協議会の前身である「食のトライアングル(農・商・消)研究会」を立ち上げました。そうして2006年3月にカレーとオムライスを組み合わせ、地元の食材を使った「富良野オムカレー」が誕生したのです。地元の富良野産の野菜をはじめ、牛乳やチーズ、バターやワインなど、地域の食材を最大限に活用するために、提供スタイルやルールを明文化した形で活動しています。また、JAの生産部会と連携し、2009年から富良野産のゆり根、2015年からはグリーンアスパラを使用した富良野オムカレーを提供し、地元産野菜の消費拡大に大きく貢献しています。</p>	<p>●マーケティング・PRの工夫</p> <p>富良野市内外の企業からの広告協賛により、協議会独自のPR用パンフレット7万部を低コストで作成し、観光協会をはじめとする情報発信の拠点に設置しました。さらにSNSなどを利用し、国内外の観光客に情報発信しています。また、JAをはじめとする市内企業との連携や協力により、イベント時には市内企業のオムカレー関連の商品販売を実施しています。2009年には「北海道ご当地カレーエリアネットワーク」が設立され、毎年1回、北海道内でカレーによる食のイベントを開催し続けています。2013年からは北海道内のご当地カレーを食べ回るスタンプラリーも実施するなど、他の地域と連携したPR活動も地道に行っています。</p>
<p>●地域のメリット</p> <p>昨年までの10年間で、提供店舗でのオムカレーの販売は65万食に達し、多くの情報誌にも取り上げられるなど、食観光の魅力度が向上しました。その結果、市内のオムカレーの関連企業などにも経済的なメリットがもたらされました。2014年に民間調査機関が調査した結果、オムカレーがもたらした直接的な地域経済への波及効果は、2006年3月からの8年間でおおよそ10億円、各種メディア紹介による広告宣伝効果は同じく8年間でおおよそ6億円と地域経済の活性化に大きく貢献し、期待以上の成果を上げました。</p>	<p>●担当者からのコメント</p> <p>提供食数は市を訪れる観光客と比例して増えていますが、秋から冬にかけては閑散期となり、提供食数が春・夏に比べて大幅に落ち込んでいます。また昨年、提供店舗のヒアリングによって韓国やタイなどの観光客は、「カレーそのものをあまり好まない」ことが判明しました。協議会ではこれまでの10年間で培ってきたノウハウを活かしてこうした課題の解決に取り組みながら、企業や地域住民との連携を進め、時代の変化に対応し、「まちを元気にするための活動」を継続していきます。</p>

取材ご協力・富良野オムカレー推進協議会 事務局長・北條祐邦氏

●●● イベント情報 ●●●

グローバルフェスタJAPAN2017

国際協力活動を行う政府機関や、NGO、企業などが一同に会する国内最大級のイベント。出展者による展示・活動報告・各国料理のフードコーナーを始め、多数のゲストが出演するステージや体験イベント等を通じて、来場者に国際協力の現状や必要性などについての理解と認識を深めてもらうことを目的としています。

【日時】2017年9月30日(土)、10月1日(日)
【場所】お台場センタープラムナード
【費用】無料
【主催】グローバルフェスタ JAPAN2017 実行委員会
【詳細】<http://gfjapan2017.jp/index.html>

国連UNHCR難民映画祭 2017

現在、難民として家を追われた人の数は6560万人を越えています。中東をはじめアフリカ、アジアでも紛争は止むことなく、多くの人々の苦難が続いています。本映画祭では、そのような世界各地で今まさに起きている難民の物語を届けます。過酷な状況、行き場のない怒り、絶望、その中で見出す希望。映画を通して、彼らの現状を「観る・知る」ことができます。

【日時】2017年9月30日(土)～11月12日(日)
【場所】東京、札幌、名古屋、大阪、福岡、広島
【費用】無料
【主催】UNHCR、国連 UNHCR 協会
【詳細】<http://unhcr.refugeefilm.org/2017/>

●編集担当者より●

今号のニュースレターはいかがでしたでしょうか。

8月は所用で東京と横浜を何度も行き来しました。東京からわずか40キロしか離れていないのに、人々の雰囲気も街並も東京とは全く別です。私自身は東京生まれ・育ちなのですが、横浜には東京と違って人々の心の余裕というものがきちんと残っているように感じます。東京住まいの私も彼らのライフスタイルを見習いたいものです。

※ニュースレターへのご意見・ご感想を下記までお寄せいただければ幸いです。

【編集・発行】

2017年8月31日発行

一般社団法人 ソーシャルプロダクツ普及推進協会

TEL:03-3248-5755 メール:info@apsp.or.jp

編集担当:久保田雄城