

「地域貢献」はファミリー企業の絶対条件 できることが必ずある 地域で喜ばれる企業は強い

売り手、買い手、世間の三者それぞれに利益をもたらす。近江商人から受け継がれる経営理念「三方よし」の観点から、地域で求められるファミリー企業とは何かを探る。

CASE1 滋賀・ガソリンスタンド エコロジーステーション

アルミ缶、タイヤ、天ぷら油…… 資源ゴミの回収拠点に

滋賀県下でガソリンスタンドを経営する油藤商事では、10年ほど前からアルミ缶や牛乳パック、廃食油（天ぷら油）などの資源ゴミを回収している。

なぜガソリンスタンドが資源ゴミを回収しているのか。発案したのは、同社の4代目、青山裕史専務だ。

青山専務は大学卒業後、石油会社勤務を経て、家業を継ぐべく故郷へ戻ってきた。「さあこれからガソリンスタンドで頑張ろう」と意欲に燃えていたのだが、同業者の口から出るのは「もうガソリンスタンドはあかん」「あそここの店が安売りをしてい

た」など、ネガティブな言葉ばかり。折しも「セルフ給油」が解禁され、いよいよガソリンスタンドの淘汰が始まるとささやかれていた時代だった。しかし、青山専務はただ暗い顔をしているのは我慢ならなかった。

環境負荷の高い業種 自社で何ができるか

ちょうど同じころ、世間では環境への関心が急速に高まり始め、エコロジイという言葉をよく耳にするようになっていた。あるとき、青山専務は給油を終え、もくもくと黒煙をあげながら出ていくトラックを見なが

ら、自社がサービス業の中で、いかに環境負荷の高い業種であるかを再認識する。

「うちが地球温暖化の原因とされる二酸化炭素の排出に一枚かんでいるんだ」

かといって、家業を辞めるわけにはいかないし、辞めたところで片付く問題ではない。それならばせめて環境のためになることをしようと、空き缶の回収を始めた。「それぐらいなら僕にもできるだろうという軽い気持ち」だった。

まずは回収容器を用意して、ガソリンスタンドの空きスペースに設置。なじみの顧客何人か

油藤商事で分別回収している資源ゴミ

アルミ缶	小学校を通じ、アルミ回収業者に引き渡し。処理料は小学校へ還元される
牛乳パック	滋賀県環境生活協同組合を通じ、ティッシュやトイレットペーパーに再生。再生品を自社サービスステーションで販売
廃食油 (天ぷら油)	滋賀県環境生活協同組合を通じ、リサイクル液体石けんに加工。自社でそれを購入し、自動車洗車の洗浄剤として利用するほか、自社プラントでバイオディーゼル燃料に精製している



サービスステーション内に専用ボックスを設置し（写真左）、上記3品などの資源ゴミを無償で回収するほか、廃バッテリー、廃タイヤも低費用で回収している。廃食油（天ぷら油）は店頭で回収（写真上）する。また灯油の配達時などに個別で回収も行っている

に声を掛けるぐらいで、特に宣伝はしなかったが、口コミで評判が広がり、空き缶は面白いほど集まった。

空き缶の処理に困っている人がいる

たしかに缶ジュースや缶ビールはコンビニエンスストアや自動販売機で1年中、24時間いつでもどこでも買えるが、捨てるとなると、月2回程度の自治体の回収日まで待つしかない。

青山専務は「こんなにも空き缶の処理に困っている人がいるのか」と驚くのと同時に、自社の可能性に気付く。

「もしかしたらガソリンスタンドは資源ゴミの回収に持っている場所なんじゃないか」

ガソリンスタンドは朝早くから夜遅くまで空いているため、誰でも好きなときにゴミを出せる。スタッフは普段からガソリンやオイル、タイヤなど身の回

りを汚しやすいものを扱っているので、ゴミの収集や分別も手慣れたものだ。

近隣の住民の要望に応えるうちに、気付けば空き缶のほか、牛乳パックやペットボトル、乾電池など多くの資源ゴミを回収するようになっていた。すると、「給油のついでにゴミを捨てる」以外に、「ゴミがたまったら給油に行く」という人も増え、少なからず売り上げに貢献するようになった。

また、スタッフのモチベーション向上にも一役買う。「いつも『ありがとうございませう』を言うばかりなのに、ゴミを持参する際に『助かるわ。いつもありがとう』と声を掛けられれば、悪い気はしません。もつときれいに整理しようとか積極的に動いてくれています」

「こんな面白い商売でほんまよかった」と青山専務。

「ガソリンを売らんがために安売りをしたり、ティッシュを配ったりするよりも、資源ゴミを回収したほうがお客様も地域も喜んでくれるし、当社もうれしい」

回収で終わりでなく、回収

した資源ゴミをきちんと地域で循環させたいと、2003年に自社敷地内にバイオディーゼル燃料の精製プラントを建設。回収した廃食油を利用して、バイオディーゼル燃料の精製、販売を行っている。

回収で終わらせない循環型社会を目指す

バイオディーゼルとは、菜種油、ひまわり油、大豆油などを原材料とする液体燃料のことで、一般の軽油車（ディーゼルエンジン）に改造なしで給油できるほか、軽油より有害物質の含有量が少なく、SOx（硫黄酸化物）がほとんど出ないため、環境への負荷を減らせる。

実際、滋賀県にある松下電器グループ企業の社員食堂や社員宅から出る廃食油を回収し、バイオディーゼル燃料に精製。それを同社の配送用トラックで利用している。また、地元のヤマト運輸の営業所では、8台の配送車全車でバイオディーゼル燃料を使用。さらには荷物の配達と合わせ、廃食油を回収する活動も行っている。

青山専務はホームページなどで、エコロジステーションに関する経緯やノウハウをすべて公開している。ガソリンスタンドのみならず、異業種でも何かヒントが得られるだろう。

油藤商事の三方よし

一、売り手よし

- 資源ゴミは住民が自ら持ってくるので回収の手間がない（仕事量が増えない）
- 来店動機になる

二、買い手よし

- 資源ゴミをいつでも持ち込める（保管場所が要らない）
- 行政の回収ルートが存在しない廃タイヤなども安価で回収してくれる

三、世間よし

- 資源の回収・有効利用、行政の負担するコストの削減
- 循環型社会の形成

油藤商事

本社 ■ 滋賀県豊郷町 設立 ■ 1968年
事業内容 ■ ガソリンスタンド、バイオディーゼル販売給油所、設備工事、住宅リフォーム工事



子供二人でも安心 子育て中の心強い足

「急な残業で、保育所に迎えに行けない」「タクシーを利用したいが、小さな子供を連れていくと嫌がられそう」といったとき、心強い味方になってくれるのが「子育てタクシー」だ。

子育てタクシーでは、講習を受講した専門のタクシー運転手が責任を持って子供の送り迎えをしてくれるほか、子供と一緒に乗ったときにはベビーカーをトランクへ入れてくれたり、荷物を持ってくれたりする。2004年に始まったこのサービス、今では全国38のタクシー会社で実施されている。

タクシー会社のイメージを変えたい

この子育てタクシー第1号となったのが、高松市に拠点を置く花園タクシーである。同社の兼野実知子社長は5年前、父の急逝に伴い、25歳の若さで社長に就任した。

以前から多少仕事を手伝ってはいたものの、休みのないタク

シー会社の仕事も、とっつきに

くい運転手も正直、好きではな

かった。もやもやした気持ちを

抱えたままの社長業だったが、

「会社のイメージを変えたい」と

いう気持ちは人一倍強かった。

このため、04年6月、地元のN

PO法人で、子育て支援をして

いる「わははネット」から「子

育てタクシーを一緒にやりませ

んか」という話を持ち掛けられ

たとき、何のちゅうちょもなく

承諾した。

「私自身、2児の母で、育児中の

悩みに共感できたし、会社を変えたかった」

とはいえ、運転手たちの反発

がないではなかった。「どうして

わざわざ子育てタクシーと銘打つ

のか。今だって子供連れのお客

を乗せているじゃないか」と

言った運転手がいた。

そこで兼野社長は、子育て中の

人は運転手に嫌みを言われたり、

乗車を嫌がられたりしたことがあるため、一般のタクシーには乗りづらいと思っ

子育てタクシーとは？

電話で予約すると、
研修を受けた子
育てタクシーの運転手が
指定の場所までお迎え。
チャイルドシート希望の場合は
予約時にその旨を伝えればOK
料金は通常料金と同じ。
運転手がベビーカーなど
荷物の積み下ろしなども手伝ってくれる。

主なサービス

乳幼児と保護者が同乗する
「かんがるーコース」
子供が1人で乗る
「ひよこコース」
急なトラブル、
夜中の移動などの
「ふくろうコース」



全国子育てタクシー協会発足時に開催された「子育てタクシーメッセ」。
当日は子育てタクシーの試乗会も行われた
写真©清水 健



全国子育てタクシー協会会長も務める鎌野社長

自然にできるようになります」
最近では運転手の雰囲気も変わってきた。
「自分たちの仕事にプライドを持ってやってくれています。お子さんを乗せるときに車内で童

と、子育てタクシーという名前が付いているだけで、子育てに理解のある運転手が来てくれるという安心感があること、チャイルドシートを着けたから子育てタクシーではなくて、ハード面よりソフト面が大事であることなどを根気強く説明した。
運転手らの理解を得ることはなかなかの難題だったが、それでもなんとか5人の運転手を確保した。
そして、NPO法人から話を持ち掛けられた翌月から早速、約1カ月の試験運行を開始。
「採算が取れるかより、運転手がきちんとベビーカーをトランクに入れているか、ドアサービスしているか、そちらのほうがむしろ心配でした」
試験運行期間は無事終了。期間中、40世帯が利用した。その後、利用者のアンケート結果を基にサービス面などで修正を施し、04年9月から本格的に

子育てタクシーをスタートさせた。今では1日に15件、月にして320〜330件の利用があり、そのうちの60〜70件は子供のみの利用だ。
「子供さんだけの利用にはリピーターの方が多いですね。子供だけを乗せるのは心配だという保護者の方も多いと思います。が、徐々に信頼を得られた結果だと思っています」
**社長の言葉より
お客様の一言が効く**
「お客様が車を降りる際には何か言葉をかけてほしい」「子供と歩くときは手をつないでほしい」。鎌野社長はよりよいサービスを目指して、繰り返し繰り返し運転手たちに伝えてきた。しかし、社長の言葉より、もっと効果的なのは、タクシーに乗る顧客の言葉だ。
「お客様からお褒めの言葉をいただくと、よりよいサービスが

自然にできるようになります」
最近では運転手の雰囲気も変わってきた。
「自分たちの仕事にプライドを持ってやってくれています。お子さんを乗せるときに車内で童謡をかけたり、キャラクターのポケットティッシュをあげたり、自発的な行動が増えました」
運転手が変われば、会社も変わる。「ああ、あの子育てタクシーをやっている会社ね」と、「最近はやわらかい、やさしいという企業イメージを持ってくれる人が多いようです」
また、成果は営業面でも着実に表れている。「娘や孫が使っているから」と花園タクシーを利用する人が増え、配車回数は大幅に増加、売上は10%アップした。
「今までは法人や年配の方が主な顧客でしたが、子育てタクシーを始めて、若いお母さん、小さなお子さまといった今までとは明らかに違う顧客層を開拓できました」
高松市には転勤族が多く、子育てタクシーの利用者が転居する際、他県の運行会社について質問されることが多かった。その度に「歯がゆい思いをしてきた」という鎌野社長。そこで昨年8月、全国子育てタクシー協会を設立。子育て支援事業者らとともに今度はネットワーク作りに力を注ぐ。
「種をまいて、芽が出たときに、場所が変わっても水をあげてくれる人がいれば、立派に育つはずですから」
鎌野社長の夢は大きい。

花園タクシーの 三方よし

一、売り手よし

- 乗務員の接客態度の向上
- 子育て支援事業者とのネットワークが広がる

二、買い手よし

- 子育て中の心強い“足”になる
(料金は一般のタクシーと同一)
- 保護者が時間を有効に使える

三、世間よし

- 子育て支援につながる

花園タクシー

本社 ■ 香川県高松市
設立 ■ 1953年
事業内容 ■ 運輸業、タクシー業、
子育てタクシー、介護福祉輸送



写真◎佐藤尚人

廃れゆく年中行事を復活 地域の食育の場に

青空がまぶしいほどよく晴れた昨年12月30日、「きむら食品感謝祭・年越しもちイベント」が開催され、近隣の住民約2000人が詰め掛けた。

きむら食品は、うさぎもちブランドで知られる新潟県燕市の包装もちメーカー。社員の発案で、昨年初めてもちつきイベントを実施した。

一番の目玉は「もちつき大会」だ。昔ならもちつきは正月の準備で最も大きな行事の一つだったが、今ではきねや臼を使い、もちをつく家庭は多くはない。それだけに特に子供たちにはもちつきが新鮮だったようで、「振る舞われたつきたてのもちをうれしそうにほお張っていました」と、同社3代目で、昨年9月に社長に就任した木村金也社長は満足げに話す。

消費者の声が聞ける 絶好の機会

このほか、自社商品を使った新潟雑煮や焼きおにぎりの試

食、格安で商品の販売も行った。その対応に当たった工場のスタッフからは「なかなかお客様と接する機会がないが、今日は直接反応を見たり、聞いたり



大勢の来場者に混じり、メインイベントである「もちつき大会」の様子をほほ笑ましそうに見つめる木村金也社長（写真右端）

できて、いい勉強になった」という声が上がったという。また、ほかの社員たちも来場者から「こんな商品もあるんだ。おいしいね」「また来年も（このイベントを）やって下さい」などと声を掛けられ、「社員自身がイベントを楽しんでくれていたようです。初めての実施で分からない点も多かったのですが、おかげで社内の団結が強まりました」（木村社長）

同社は企業理念に「地域社会への貢献」を掲げていて、その一環として、今回のイベントを実施した。「地域企業としての存在価値を高める」「子供や地域住民に対して食に触れ、考える機会を設け、食育のヒントの場としてもらう」などがそもそもの目的だ。準備期間約2カ月、当日対応にあたった社員数十人、掛かった費用は数十万円。しかし、地域や社員に与えた効果はそれ以上だといえるだろう。同社は今年も引き続き、もちつきイベントを行う予定だ。

きむら食品

本社 ■新潟県燕市
売上高 ■70億3000万円
(2006年6月期)
設立 ■1954年
事業内容 ■包装もち、
米飯の製造販売



木村食品の 三方よし

一、売り手よし

- 自社商品の認知とイメージアップが図れる
- 消費者の生の声が聞ける

二、買い手よし

- 商品を無料で試食、または格安で購入できる
- 家族そろって楽しめるイベント

三、世間よし

- 廃れゆく年中行事を文化として伝えていける
- 食育の場として活用できる

ファミリー企業が地域を変える

早稲田大学大学院ビジネススクールMOT専修教授 寺本義也

ファミリー企業の多くは地域密着型企業だといっているでしょう。なぜなら経営者、従業員、顧客、取引先らのステークホルダー（利害関係者）が地域に根差しているからです。こうした企業の場合、地域でビジネスを立ち上げ、これが続いていることが既に地域貢献だといえます。だから、会社をつぶしてはいけないし、つぶれてもいけません。

この会社がここにあって良かった

ファミリーがハッピーならいいのではなく、ステークホルダーに「この会社がここにあって良かった」と実感させることが、ファミリー企業の出発点であり、ゴールだと思います。

地域で、企業として存続していくためには、地域の人々に喜ばれる企業でなくてはなりません。では、どのように地域に貢献すればよいのでしょうか？

難しく考えなくとも、われわれの先祖は既に何百年も前からこれを実践してきました。それは近江商人の経営理念である「三方よし」です。売り手よし、買い手よし、世間よし。この三者が良くなれば、商売も世の中

も繁栄するという考え方は今なお決して古くありません。今回紹介している3社の事例とも、これに合致しています。

3つの企業に共通するのは、身の丈に合ったことをしているという点です。

この点は地域貢献において極めて重要なポイントです。なぜなら、身の丈に合うことでないと、長くは続けられないからです。よく本業以外のことに目を向けて、何か特別なことをしたがる企業も少なくありませんが、そんな必要は全くありません。本業の延長線で、自分たちにできることをやればいいのです。景気のいいときしかやらないのは親切なようでいて、不親切です。これでは企業としての信用を落としますし、逆に持続して行えば信用は増すでしょう。

こうした持続性に加え、ケー

近江商人から現代にまで受け継がれる三方よしの理念

- 一、売り手よし
 - ビジネスにつながる
- 二、買い手よし
 - 価値を得る
- 三、世間よし
 - 地域社会全体が豊かになる

思います。

地域に根差し、地域に何が必要なのかを熟知することはファミリー企業の強みの一つです。地域が崩壊しかけている今、地域の再生は大きな課題です。地域に密着するファミリー企業であれば、ここにも手が貸せるのではないのでしょうか。

地域貢献活動のポイント

●
地域社会に還元する仕組みを作ること＝循環性

●
身の丈に合った内容で、長く続けること＝持続性

●
ビジネス自体を続けていくことが最重要

てらもと・よしや

1942年名古屋市生まれ。筑波大学、北海道大学、北陸先端科学技術大学院などの教授を歴任後、2000年から現職。専攻は経営戦略論、組織論。

