

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「ローソン、復旧の記録を一般公開」
- 2) 「ファミリーマート、地場産業の活性化プロジェクト Fan Do! 開始」
- 3) 「ラーメンタクシー、運転手育成へ」
- 4) 「サッポロ不動産、恵比寿ガーデンプレイスで“ミツバチ”飼育開始」

1) 「ローソン、復旧の記録を一般公開」

ローソンは9日、東日本大震災の発生から被災地店舗、物流の復旧までをまとめた記録書「東日本大震災対応記録 それぞれの3・11」を同社ホームページで一般公開した。「小売業などほかの企業で参考になれば幸い」としている。全37ページで、宮城県山元町で被災した店舗の震災発生から復旧までの奮闘と、本社内各部署の対応などを詳細に書き出した。1995年に発生した阪神・淡路大震災の対応記録がまとまったかたちで残存していなかったことを教訓に、昨年秋に作製を開始。当初は社内向けの予定だった。

〈以下、ローソンHPより〉

東日本大震災が起こったあの日から約1年。
みなさんそれぞれに、様々な体験をされたことと思います。
ローソンも今までにないたくさんの方に直面しました。
お店や工場などの被災、燃料や電力の不足・・・。
運よくうまく対応できたことも大きな課題もたくさんありました。
私たちのこれらの経験や記憶を、きちんと「記録」という形にして将来の為に残しておきたいと思いました。
そんな思いから、マニュアルというより、心構えとしての震災対応記録「それぞれの3・11」を作成しました。
社内向けに作成したのですが、社外の多くの方にもご覧頂き私達の得た経験を少しでもお役に立てただけであればと思いこのローソン広報ブログにて公開することに致しました。
全37ページと、少し長めではありますが、是非ご覧下さい。

それぞれの立場によって被害も思いも様々である。自分が直面した困難や、身近な人の話だけでなくいろいろな人の思いや苦労を知ることによって今後の対策のヒントを得ることができると思う。その点でこうした企業の取り組みというのはとても有益ではないか。

2) 「ファミリーマート、地場産業の活性化プロジェクト Fan Do! 開始」

ファミリーマートは3月9日、地場産業の支援を通じた地域経済の活性化を目的とした新プロジェクト「Fan Do! ファンの出資による、ものづくり応援プロジェクト」を開始した。

“Fan Do!”は、ファン(個人投資家)から募った小額の出資を全国各地にある地場に密着した企業へ投資し、それにより作られたものを商品としてファミリーマートで販売する一連の地域経済の活性化プロジェクト。この取り組みは、アクティブで社会貢献意識の高い50歳以上の“おとな”世代とのつながりを深め、地域から日本を元気にしていくプロジェクトとして位置づけている。

ミュージックセキュリティーズ協力のもと、ミュージックセキュリティーズが有するマイクロ投資プラットフォーム「セキュリテ」を活用してプロジェクトを推進する。

第1弾として、東日本大震災で被災した地場産業の復興、東北地方の経済の活性化を目的に、MS運営の「セキュリテ被災地応援ファンド」が支援する、「気仙沼産ふかひれ濃縮スープ」など、東北地方の被災地の生産者が作る商品12種類をファミリーマート代官山店など合計7店で、3月9日(金)から販売する。

第2弾は、3月中旬から沖縄県地場産業支援を目的としたプロジェクトを展開予定。ファミリーマートが商品企画にも積極的に参画し、「おとなコンビニ研究所」とも連携もすすめる。

自分の好きな地域が対象になれば気持ちが投資したい気持ちがでるのかもしれない。形になれば嬉しくなる、個人投資というのがおもしろい。近年、地域活性化の企画は様々な形で実現されているが、コンビニ業界ではまだまだ模索していく価値がありそうだ。

3)「ラーメンタクシー、運転手育成へ」

和歌山市は来年度、人気の「和歌山ラーメン」をさらに定着させようと、乗客に魅力や歴史を紹介し、好みに合った味の店を紹介できるタクシー運転手を育成し、認定する「和歌山ラーメンタクシー」を始める。

希望する運転手に研修を受けてもらい、筆記試験も行う。香川県の「うどんタクシー」にヒントを得て考案した。研修は今夏、2、3回開き、講師には和歌山ラーメンの歴史を研究する寺西貞弘市立博物館長や、グルメ情報誌の記者らを迎える。独自のテキストも作成する。温かいラーメンが恋しくなる秋には、乗客に分かるようステッカーを付けたタクシーを運行させたい考えだ。

市内にはタクシー973台(昨年1月末現在)が走るが、第1弾として運転手約100人の参加を呼びかけ、好評であれば続けるという。事業費は105万円で12年度一般会計当初予算案に計上した。

新谷垣内真琴・市観光課長は「今も運転手が行きつけのおいしい店を案内していると思うが、体系的な説明はできていない」と指摘。「和歌山ラーメンは大事な観光資源。好みに合ったラーメンを見つけてもらい、さらに定着させたい」と話している。

和歌山ラーメンは98年に「井出商店」がテレビ番組で「日本一」になり全国区になったとされる。市によると、スープの特徴で、濃い茶色だがあっさりしたしょうゆ系(車庫前系)、こくのある豚骨しょうゆ系(井出系)、それ以外と3種類に分類でき、57店ある。市観光協会は約6年前から「食べ歩きマップ」を作成。人気があり、2月の最新版も配布されている。

タクシーは単なる交通手段ではなく、立派なサービス業だ。しかも、狭い空間でお客さんとの時間を共有するのだから、こうした案内に限らずさまざまな取り組みができると思う。不況だから儲からないと嘆くのではなく、もっと知恵を出して商売できればタクシー業界の未来も明るいのではないかと思う。

4) 「サッポロ不動産、恵比寿ガーデンプレイスで“ミツバチ”飼育開始」

サッポログループのサッポロ不動産開発は、2012年3月8日より保有物件である「恵比寿ガーデンプレイス」内のサッポロビール本社棟3Fテラスにおいて、「ニホンミツバチ」の飼育を開始した。

ミツバチは、環境指標生物（その生物が生息していることで、その地域の自然環境の指標が測れる種）で、ミツバチの生息そのものが豊かな自然環境であることのバロメーターとなります。また、ミツバチが花粉やミツを採取することで周辺の植物が受粉し、花が咲き、実となり、自然豊かな環境の実現が可能となる。

同社は街づくりを通して「豊かな時間」と「豊かな空間」を育み続けるという経営理念を掲げており、今回のミツバチ飼育はこの経営理念実現のための取り組みの一つとして、恵比寿ガーデンプレイスの価値を環境面からも高めることで、サッポログループが新経営構想で掲げる「快適空間創造」を実現していくとしている。

恵比寿ガーデンプレイスは、今年で開業18周年を迎え、サッポロ不動産開発は今後とも恵比寿地域の環境づくりに積極的に取り組んでいく。

また、同社は2009年末から所有物件の「恵比寿スクエア」屋上にて日本ミツバチの飼育をはじめている。

今回はテラスでの飼育となり、より身近にミツバチの活動を感じられるようになった。

生物での環境へのアピールはあまり見ないので注目したい。

ミツバチの減少は世界で問題視されているようなのでこの取り組みが広がり、問題解決の足がかりになって欲しい。