

弊社は昭和 22 年から創業者（父）が脱サラで始めたパン屋がスタートです。日本が敗戦し食糧難になる中、食生活の欧風化でレストランかパン屋をやるという選択の中で、パン屋を始めました。創業者は自分たちの作ったパンが在庫で破棄されてしまうことに関心がとても高く「ものを大切にする」、「困っている人に食を」という気持ちが強かったのです。私は 2 代目ですが創業者の父の影響、そして阪神淡路大震災がきっかけで長期保管が可能な「パンの缶詰」の開発を始めました。そして途上国への食の支援を意識することでパンの缶詰を用いた「救缶鳥プロジェクト」を立ち上げました。我々はずっと「普通の町のパン屋」でしたが、パンの可能性を考える中で良いパンで社会へのお返しするにはどうしたらいいか、そんな「光る」パン屋を意識してまいりました。

そしてそのためには NATO (No Action Talk Only) ではなく、アクションが重要と考えています。アクションをとれば、成功、失敗、けち、恥などのリアクションが必ずあります。リアクションはこわいが、そこを超えて取り組み、そこで失敗しても、リアクションを考察し、また取り組む。アクションをあきらめない気持ちが重要です。

★**創業者の思い「ものを大切に。困った人への支援」が原点です。**2015 年の SDGs 採択の前から、「ものを大切に、困った人への支援」と自分達のできることが会社のベースでした。何か国内で災害があったときにもすぐ缶詰を現地に発送できる体制を作っています。関西営業所には全国から賞味期限前の回収したパンの缶詰を 300 ケース程保管しており、国内で災害が起きなければ最終的に海外に送り社会貢献を行う、という缶詰が無駄にならない事業の仕組みです。

★**良いことをし続けるために、利益を上げる必要があります。**行政・公的機関 (JICA 含め) のソーシャルアクティビティと、その対極にあるビジネスの中間の、「ソーシャルビジネス」が現在注目されています。「予算が付いたらやる」ではなく、ソーシャルとビジネス両方の良いところを合わせて収益を出し、無駄を出さずに社会課題を解決するという事です。商品が高値すぎると買ってくれない、逆に安すぎるとビジネスが回らない、商品の価格バランスが重要です。「社会貢献」は収入・事業につなげにくく、コストが増えていくことが多く利益と社会貢献を車の両輪としてうまく回す必要があります。どうすれば「収入」につながるかが重要で。基本はビジネスを「モデル化」し、それを複写していくこと。「救缶鳥プロジェクト」もそうですが、これは「知恵」次第と考えています。

★**「われわれだけ」ではなく仲間を増やしていく。人のためになるから協力者が増える**という考えです。どんな事業も単独でやると難しく、異業種交流でうまく仕組みをつくる必要があります。「一人の人の幅」は所詮 100 であって、他の友達・連携を通して 150、200 にもなっていきます。そういう意味でどう他と連携するか。「人のためになっているから、協力者になっていく」というところから、双方のためになる事業になっていきます。例えば弊社はミドリムシの研究・生産を行うユーグレナさんとお互いの技術を掛け合わせ、栄養価が高く、おいしくて、保存性があるパンの缶詰「みどりの救缶鳥+ (プラス)」を開発することができました。本製品を国内や世界に広げ、人々の健康に貢献できればと考えております。