シリーズ●対談

ゲスト　秋元（あきもと）義彦（よしひこ）さん　パン・アキモト代表取締役

1953年、栃木県生まれ。3代つづくクリスチャンホームに育つ。父親が始めた（有）秋元ベーカリーを引き継ぎ、1996年代表取締役に。今でも工場の現場に立ちながら、「救缶鳥プロジェクト」を携えて全国を飛び回り、アメリカ進出も視野に。名刺の肩書には「代表取締役なんでも係」と記す。

被災地の声が生んだパンの缶詰
知らずに打たれていた神の布石

缶詰の技術を利用して、ふわふわのパンを長期保存する。そんな夢のような商品で利益を上げ、顧客のニーズを満たし、地球規模で社会貢献をしている企業が、栃木県那須塩原市にある。災害時用の非常食糧として顧客が購入した「パンの缶詰」と、世界の飢餓救済を結びつける「救缶鳥プロジェクト」を進めるのは、株式会社パン・アキモト代表取締役の秋元義彦さん。今ではソーシャルビジネス（社会的企業）のモデルケースとして、一般メディアから取材依頼が絶えないこのビジネスモデルはどのようにして生まれたのか。中野牧師が那須の本社工場を訪ねた。

中野　そもそも、なんでパンを缶詰にしようと思ったんですか。

秋元　阪神淡路大震災の時に、何かできないかということで、パンを焼いて送ったんですね。あんな時でしたけど、教会のネットワークを利用して、1.5トンのアルミバンのトラックが1日くらいで神戸に着いたんです。でもパンは保存がききませんから、配りきれなかったものは食べてもらえなかった。乾パンなら保存ができますけど。現地からは保存性があって柔らかいパンは無いのかと。

確かに災害時とはいえ、いや被災されて疲れている人たちだからこそ、ただ飢えを満たすだけではなくおいしいものを食べていただきたいと、私も思いました。

冷凍保存や真空パックなどいろいろ試したんですが、なかなかうまく行かない。こちらもパン作りが本業で、研究者じゃないですから。しばらく忘れていると、神戸から催促が来る。そんなことが何回かある中で、近所の農産加工場で農産物を缶詰にしているのを見て、思いついたんです。

中野　突破口が開けたわけですね。でも、大変でしたでしょ。

秋元　そんなに簡単じゃありませんでしたね。いろいろ試した後、焼いたパンを缶に入れるのではなく、パン生地を缶に入れて発酵させそのまま焼いて殺菌もする、というアイデアまではたどり着いたんです。でもパンが缶にくっついてしまって。ベーキングシートで包むことを考えましたが、思うような紙は国内には無くて、紙探しが大変でしたね。ヨーロッパのメーカーまで探して、やっと納得のいくものができました。私たち言うんですよ、「これを成功させたのは紙様だって」（笑）

栃木県那須町にある株式会社パン・アキモトの本社工場でパンの缶詰を試食する中野牧師

中野　でも、これは商品として売れたんですか。

秋元　なかなか売れませんでしたね。缶詰だから中身が見えないでしょ。最初は商品に対するクレームもありましたし。溶接部分がさびているとか、ふたを開けたら音がした、とか。何かあると頭を下げに行くんですが、子どもの親みたいなもんですよ。でも将来は信じていたんです。私たちは街のパン屋ですけど、この「パンの缶詰」が用いられるとしたら、大都市や海外だろうって、家内とも話していました。だから製法の特許は日本だけでなく米国、台湾、中国でも取得したんです。本業のパン屋で稼ぎながら、できの悪い「子ども」の成長を見守るみたいな感じですかね。

中野　どんなふうに成長していったんですか。

秋元　メディアが、9月の「防災の日」に防災グッズとして取り上げてくれるようになりました。でもその直後は注文が増えるんですが、一過性のものですぐ下火になるんです。そんな中で一つの大きな転機となったのは、2004年の中越地震ですね。その頃にはいくつかの自治体が備蓄用として購入してくれるようになっていたんですが、それを救援物資として被災地に送るわけです。そうすると救援対策本部に山積みになった「パンの缶詰」がテレビに映ったり、地震1週間後には学校が再開されたんですが、給食ができないので代わりに「パンの缶詰」が配られたということが報道されたり、というようなことが起きて、注文が殺到しました。子どもが学校からもらってきたものを見た、と言ってご両親からお電話をいただいたりもしましたね。

中野　そんなに注文が来て、生産は間に合うんですか。

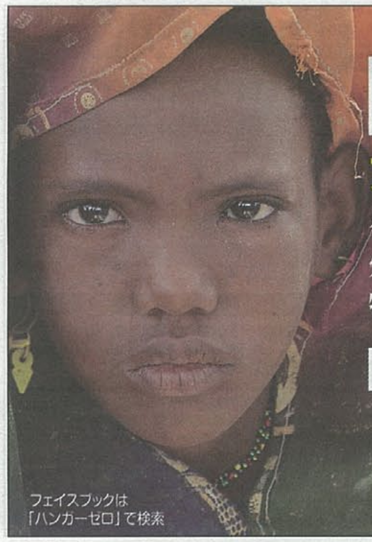
秋元　1日に5千個以上作っていましたが、それでも注文をいただいてから納品は4か月先、というような状態でした。それでもう1つ生産拠点をと考え、リスクヘッジの意味合いもあって、翌2005年に沖縄に工場を造りました。でも、最初は良かったんですが、中越地震が落ち着くにつれ注文は減少し、1年後にはガタ減りでしたね。せっかく工場造ったのにですよ。

そこで学生時代に世話になったチャールズ・コーウェン宣教師に相談したんです。彼は米国の特許を取る時にも助けてくれたんですが、この時も「お前は学生時代に横須賀の米国赤十字社でボランティアしてたこともあるんだから、嘉手納基地にある赤十字の事務所に相談したらどうか」とアドバイスをくれました。それで電話して行ってみたら、彼らも面白がってくれて、基地の中にあるスーパーのマネージャーを紹介してくれたんです。そうしたら店で扱ってもいいということになったんですが、軍のスーパーですから審査が厳しいんです。半年かかってやっと審査にパスして納入しました。

中野　不思議な道が開かれたんですね。

秋元　販路としては小さいですけど。その後、米軍そのものではないですが、米軍の消防隊の備蓄ということで、納入させてもらいました。量は大したことないんですが、この納入実績が2年後にものを言うんです。

宇宙飛行士の若田光一さんが2009年に宇宙ステーション「きぼう」の建設のために4か月の長期滞在をしましたが、その時「パンの缶詰」を持って行ってくれたんです。当然NASAの審査は厳しいんですが、米国の特許がある、米軍の審査に通っている、納入実績がある、これがNASAが承認する上で大きかったと思います。普通なら「偶然だ、良かったね」で終わるところですけども、やはり神様の働きを思わざるをえませんよね。（5面へ続く）



http://www.jifh.org/

Hunger Zer⊘ Africa

アフリカの飢餓をなくすためのハンガーゼロ・アフリカ

今世界で飢餓に苦しむ人の数は、8億7,000万人
栄養不足が原因で、5歳までに命を落とす子どもが810万人。
特にアフリカでは4人に1人が飢餓状態といわれています。
国連食糧農業機関（FAO）

毎月一口 1,000円のゼロ・サポーター大募集!!

一般財団法人 日本国際飢餓対策機構　☎072(920)2225
〒581-0032 大阪府八尾市弓削町3-74-1

郵便振替での募金は、00170-9-68590/日本国際飢餓対策機構　記入欄にハンガーゼロと明記。
クレジットカードやコンビニ決済（店頭レジ）もご利用できます。詳しくはウエブサイトで。

シリーズ●対談

中野雄一郎牧師が聞く　この人この天職

インタビュアー　中野雄一郎

伝道者。マウント・オリーブ・ミニストリーズ代表。著書『聖書力』『必笑ジョーク202』『天声妻語』『必ず儲かる聖書のビジネス』など。

職人の気概が社会貢献に
利益を出してこそ継続できる支援

中野　「パンの缶詰」で社会貢献を、と考えたのはどんなきっかけだったんですか。

秋元　最初から「社会貢献」なんてことを考えていたわけではないんです。きっかけは、納入先の自治体から賞味期限切れの「パンの缶詰」を「処分してくれ」と言われたことですね。もちろん賞味期限が切れたらゴミといっしょなんで、行政としては新しいのを買うから処分して、と言ってくるわけです。

普通の業者さんなら当然やることでしょうけれど、私はあくまでもパン屋なんで、自分の作ったパンが食べられないまま捨てられてしまうなんてことは、耐えられないわけですよ。

そんなところにスマトラ島沖地震があって、現地にいる知り合いから「パンの缶詰」を義援物資として送ってくれ、と言われたんです。中越地震の後で生産が追いついていない時ですから、とても海外に回せるものは無いんですが、彼は「売れ残りでも、中古でもいいから」と言うんです。それを聞いて、3年ある賞味期限が切れる前に回収すれば、必要なところに送って食べてもらえるんじゃないか、と考えました。ある程度大量に買ってもらって、賞味期限を1年残して2回目を発注してもらう。2回目を納品する時に、前のものを回収して世界の飢餓地域の支援活動に回す。こんなモデルです。

以前からJIFH（日本国際飢餓対策機構）とは関係があって、「パンの缶詰」1缶売れるごとに1円の寄付をしていました。送料をうちが負担すれば現地での配布は彼らがやってくれます。100ケース80万円分の注文なら、専用トラックで納品・回収して、コストはまかなえると考えました。実際そのころは今ほど不景気ではなかったので、大量に発注してくれる企業がまだあったんです。でも景気が悪くなるに連れて、そういうところが減ってしまって、うまくいきませんでした。

パンの缶詰の工場を案内する秋元氏の妻で常務の志津子さん

中野　個人のお客さんもたくさんいるでしょう。

秋元　そうですね。でも私たちは商売でやってますから、いくら良いことでも損したらだめなんですよ。それでは続けられません。でも備蓄してくれている人はたくさんいるわけですから、あくまでも利益を確保しながら、なんとか個人のお客さんから回収できないかと考えました。

お客さん向けには2つのことを考えました。1つは、2回目の購入の時に1回目の商品を1缶100円でアキモトが買い取ること。そうすれば2回目は安く購入できます。車の下取りと一緒です。2つめは、下取りした商品はアキモトがJIFHを通して確実に飢餓救済に役立てます、そのことを通してあなたは社会貢献ができます、ということです。これが「救缶鳥プロジェクト」の基本コンセプトです。

問題はやはり回収のコストでしたね。要は安く回収できればいいわけですから、普段取引のあるヤマト運輸の担当者に相談しましたが、最初は話にならなかったです。でも考えてみれば、これはただ回収のためだけに車を走らせるのではなく、荷物を届けた帰りの空便を利用するのだから、その分は安くできるだろうと説得しました。当然その代金はアキモトが責任を持って支払うからと。

そして、これは社会貢献にもなりますよと、最後はヤマト運輸の関東地区の責任者にまで来てもらって説得しました。無償のボランティアを要求しているわけではないんです。このビジネスモデルに納得してもらって、彼らもちゃんとそれで利益を出すことができるんです。

中野　プロジェクトの開始はいつですか。

秋元　2009年の9月9日です。

中野　そうすると2年目の回収はもうずいぶん進んでいるんですね。

秋元　それが実はやっと始まったくらいなんです。2年前の3月11日に東日本大震災がありましたでしょ。あの時は私たちもずいぶん「パンの缶詰」持って行きましたけど、すぐ無くなって生産が間に合わないんですよ。そんな時に広島の「救缶鳥」を持っていた方から電話があって、自分は遠くて東北には行けないけれども、自分が持っている「救缶鳥」で支援ができないだろうか、と言ってきたんです。

とにかく送ってみてくださいと言ったら、ラベルに被災者への励ましのメッセージを書いて送ってきたんです。「私たち覚えてますよ。皆さん頑張ってください」って。それで私たちはそれを持って行って被災者に恐るおそる渡したんですね、これ中古品なんですけどって言って。そうしたらそのメッセージを見て大喜びされましてね。自分たちはお腹も満たしたいけれども、立ち上がる勇気がほしいんだ、って言うわけです。

それで考えたんですが、そのころすでに「救缶鳥」は全国に数万個売れていましたので、呼びかけたら反応があるんじゃないかと。「あなたが持っている『救缶鳥』に被災者へのメッセージを書いて送ってください。私たちが責任を持って届けます。それで被災地支援ができますよ」って全員にはがきを出したんです。そうしたらほとんど全部が送られてきました。みんなメッセージびっしり書いて。ですからそれまでの「救缶鳥」は、2年目の回収を待たずに被災地に回ってしまったんです。

でもそうなるとお客さんの備蓄は無くなってしまったわけですから、今は生産が間に合いませんが、後で落ち着いたら割引価格で購入していただけます、ということにしました。もちろんお客さんのことを考えてですが、同時に商売人の私としてはさらに救缶鳥を買ってほしいからなんです。2回目買ってくれるリピーターを生み、3回4回と買ってくれるヘヴィーユーザーを育てていきたいんです。そのために、支援の報告もこまめにし、欲しい方にはJIFHから感謝状も出してもらうようにしました。

中野　会社で大量に購入するケースもあるでしょ。

秋元　はい。その会社独自のラベルを貼って納入しているところもあります。その缶詰が飢餓のある地域で用いられて映像が流れれば、企業としては備蓄と広告とCSR（企業の社会的責任）がいっぺんにできるわけじゃないですか。私たちは「三位一体」なんて呼んでるんですけど。

中野　みんなが満足しながらご自分の事業も発展させようとなさっているんですね。

秋元　本業であるパン作りをおろそかにしてはいけないと思っています。「パンの缶詰」もまだ90点かな。この前初めて食べた子どもに言われたんです。「なあんだ、ふたを開けたらパンがふくらんでくるのかと思ってたのに」って。子どもに言われて悔しいので、必ず作って見せるつもりです。現状に満足したらおしまいですから。

中野　商売だけじゃないね。秋元社長は夢の人だな。いや、信仰の人かな。

2013年6月2日（日曜日）のクリスチャン新聞に
弊社社長の対談が紹介されました。