2016年2月15日（月曜日）発行の

健康保険に弊社について紹介されました

小粒でもピリリと辛い

伸び盛り企業に学ぶ 元気な会社の作り方 ⑩

世界の飢餓を救う パンの備蓄用缶詰 「義」のある商売で 利益と公益を両立

株式会社 パン・アキモト

繁盛する直営のパン店でパンの缶詰を手にする秋元義彦社長

■秋元 義彦（あきもと よしひこ）
大学卒業後、東京の他のパン店での修業を経て、父が経営する秋元パン店に入社。1995年に「パンの缶詰」を発明し、日本、米国、中国、台湾で特許を取得。2009年からパンの缶詰を飢餓や被災に苦しむ国、地域に届ける「救缶鳥プロジェクト」を始動した。東日本大震災では、即座に被災地を支援。その後、仮設住宅を社員が毎月訪問し、持参したフライヤーを使ってその場で揚げドーナツを作りふるまう活動を始め、今でも欠かさず続けている。2014年には栃木県那須塩原市の本社の隣に焼きたてパンを提供する石窯パン工房「きらむぎ」をオープン。休日は500人以上の来店がある人気店。

文＝髙橋 学　写真＝山本 琢磨

世界初の「パンの缶詰」誕生

21年前の1月17日、神戸一帯を阪神・淡路大震災が襲った。パン・アキモトの前身である秋元パン店の創業者、故秋元健二氏は号令をかけ、栃木の工場からトラックに2千個ものパンを満載し、被災地に届けた。だが、数日後に連絡を受け、社員は落胆する。パンの半数が劣化し、捨てざるを得なくなったからだ。

「乾パンのように長持ちする柔らかいパンはできないか」と、被災地から声が上がった。そんなパンは世界のどこにも存在しない。当初は無理だと断ったが、その後も要請は続いた。「ないなら作って、という言葉が私たちの胸に響いた。需要があるなら作るのがパン屋の使命だと思い直し、試行錯誤で作り始めた」と、現社長の秋元義彦氏は振り返る。

パンの劣化は、雑菌の繁殖、酸化、紫外線の3つが主な原因だ。防ぐには、それらを完全に排除しなければならない。頭を悩ませていたところ、近隣の農産加工場で筍の水炊きを封入した缶詰を作っていることを知る。「パンの缶詰にすれば劣化を防げる」と咄嗟にひらめいた。

問題は無菌状態でどう密封するかだったが、最初からパンごと缶に入れて一緒にオーブンで焼き、缶を熱殺菌する方法を見出した。

ただし、焼き上がったパンが缶の内側にくっ付かない工夫が必要だ。缶とパンの間に紙を入れてみたが、焼いて密封するとパンの水分が一カ所に溜まり、パンがふやけてしまう。「うまく缶の中の湿度を均一にできないか」と思案する日々――。

そんな時、日本家屋に湿度が一定の部屋があることを知る。それは和室。障子の和紙が湿度の調整を担っていた。そこで、海外の製紙会社に依頼して和紙のような性質を持った特殊な紙を製造し、使用。1年の歳月を経て、世界初の柔らかいパンの缶詰がようやく産声を上げた。

巧妙な社会貢献事業モデル

それから10年超の月日が流れた2009年、パン・アキモトはパンの缶詰を活用した新たな挑戦に着手する。社会貢献事業の「救缶鳥プロジェクト」だ。パンの缶詰は賞味期限が3年。家庭や企業、自治体が震災などに備えて購入し、2年経過後に賞味期限1年を残してパン・アキモト側が回収する。それを義援物資として、飢餓や被災に直面する国内外の人々の元に届けるものだ。

優れている点は、パン店が本業のパンの現物で社会貢献していること。CSRの一環で本業とは関係の薄い、たとえば緑化事業や寄付事業を展開する企業とは対照的だ。加えて、購入者のパンがそのまま困窮者や被災者に届くことも特徴。自分の持つこの1缶が誰かを救う1缶になると思えば、義援の実感がわく。

さらに特筆すべき点は、回収の際に再度備蓄用として同数のパンの缶詰を購入してもらっていることだ。備蓄は不可欠なため、回収のたびに半ば自動的にリピート購入が発生する。義援物資は途切れずに増え続け、スケールメリットによる利幅の増加で、同社が一部負担している回収や海外輸送の費用も補填できる。こうして事業の継続性が担保され、援助が無理なく続けられるところに、この救缶鳥プロジェクトのビジネスモデルの巧妙さがある。

実際に、ビジネスの仕組みはうまく回り、東南アジアや中南米、アフリカなどにそれぞれ数千缶から数万缶が渡っている。国内では地震や豪雨の被災地に送られ、東日本大震災では10万缶以上が届けられた。神戸では劣化してしまい悔しい思いもなく、被災者を救っている。

遺志の継承と大化けの予感

社会貢献事業はさらに飛躍の時を迎えようとしている。1つは、ベトナムから実習生を受け入れ、技術と資金を取得後に帰国して、「社長」になってパン店を開業してもらう計画だ。創業者の健二氏は生前、日本が戦争でアジア諸国に損害を与えたことを憂い、償いたいと考えていた。義彦氏はその遺志を受け継いだ。

すでにベトナム中部の都市、ダナンに焼きたてパンの支店を設け、現地の若者を採用。数カ月の研修後に栃木の本社に異動させ、本格的なパン作りを伝授する。この仕組みによって、現地のブローカーと日本の受け皿機関経由で雇うより実習生の自己負担額が大幅に減り、開店資金を貯めやすくなる。今年2月に実習生の第一期生が来日する予定だ。

もうひとつが救缶鳥プロジェクトの米国進出だ。2012年、ロサンゼルスに現地法人を設立。最近になって米国での生産委託会社が決まり、事業化の目途が立った。米国は寄付文化が根付いている国。自然災害も多く、パンの缶詰の備蓄が普及する土壌がある。「日本より巨大な市場で、救缶鳥は大化けして成功するかもしれない」（義彦氏）

それにしても、なぜこれほどまでに社会貢献にこだわるのか。義彦氏は理由をこう話す。「良い会社の条件は2つある。まずは適正な利益を上げられること。そして、社会に対する恩返しができること。とくに2つ目の条件は、言い換えれば『大義』であり、そうした『義』のある商売を私たちは大切にしている」。

「義」を重んじ、それを次々と形にしていくパン・アキモト。こういう会社がもっと増えればいいと、心から願う。（敬称略）

高橋 学■たかはし・まなぶ
ライター。慶応大卒。本誌は「houseiin Japan」や「場回し」の連載を執筆。