

持続可能な成熟国家のロールモデルを 環境ビジネスで実現

(株)環境ビジネスエージェンシー 代表取締役 **鈴木 敦子氏**

NPOとの両輪経営で、森林再生と地域振興をつなぐ「Present Tree (プレゼント・ツリー)」プロジェクトを立ち上げ、地元自治体とともに歩みを進める(株)環境ビジネスエージェンシー代表取締役、鈴木敦子氏。認定NPO法人環境リレーションズ研究所理事長を務める。長年、環境に特化したビジネスコンサルタントとして活躍。環境ビジネスで実現したい未来の社会のありようを尋ねた。

環境で商品の差別化を 図り、お客様の先の お客様まで拡げる

——学生時代から環境の仕事をした。

鈴木 法学部政治学科で、いろいろなことを広く勉強しましたが、一番興味を持ったのが環境問題。「現代社会とエネルギー研究会」という環境サークルを自分たちで立ち上げ、当時やっと議論が始まった地球温暖化問題などを、じっくり学ぶことができました。卒業して、製紙会社に就職しましたが、環境の仕事がしたくて。環境コンサルティング会社に移り、それでも消化不良で2003年にNPOを、2005年に会社を立ち上げました。

——事業内容は。

鈴木 「事業開発」、「森林循環」、「環境コンプライアンス強化」などがあります。「事業開発」と「森林循環」についてですが、お客様の環境経営やCSR活動が本業の付加価値となり、営業に直結するような

事業を企画・提案します。今で言うCSVのお手伝いを、創業当時から継続しています。

例えば、紙をつくったり使ったりするビジネス。品質が高度化した日本では、多くのユーザーにとってその品質は取るに足らない違いです。じゃあ、自社製品を選んでもらうためにはどうすればいいか。そこで、紙として使った分の森林資源を森に戻したり、紙の購入金額の幾ばくかを森づくりに還元したりして、そのストーリーや効果を製品やサービスに載せて売る、というような仕組みを構築します。環境付加価値を差別化ツールにするのです。

ある調査では、多くの人は、商品の購入に際し、5～10%程度なら高価格でも環境に配慮した商品を購入する、と報告されています。紙の例でも、環境付加価値を載せて販売したところ、売上や集客に繋がったという効果が確認されています。

面白い例としては、そごう・

西武さん。お中元やお歳暮の簡易包装に取り組みられていますが、新たな商品の価値として「グリーンラッピング」を展開中。このラッピングを1件100円でお客様に購入して頂き、原材料費を差し引いた分が、森林再生活動に寄付される仕組みです。この包装でお中元やお歳暮を受け取った方は、その仕組みを知り、共感すると、今度は自らグリーンラッピングを買いに、西武・そごうに行きます。環境や社会貢献活動で商品の差別化を図り、お客様のその先に居る潜在顧客への訴求につながっています。

「環境コンプライアンス強化」は、日本の人口問題の縮図の様で、年々、企業からの相談が増えています。生産年齢人口の減少により、現場の「環境対策生き字引」の後任不在で、“知らぬ間に違法状態”になっていることが少なくありません。当社では、まったく法令を知らない方でも「今、環境法令対応として何をやら

なければならないか？」が一目瞭然に解る「環境法令サポート」というデータベースを提供しています。また、環境コンプライアンス上の問題が発生した際には、具体的対策を構築したり、一緒に自治体に相談に行ったり、解決のためのサポートを全面的に行い、人材不足を補っています。

環境ビジネスに関するネットワークはどこにも負けない

——強みは何でしょうか。

鈴木 環境ビジネスに関するネットワークは、どこにも負けないということです。環境ビジネスは多岐にわたり、大手コンサルティング会社でも、その全てを請け負うのは難しい。当社は小さな会社ですが、温暖化対策や汚染防止、廃棄物や順法など、さまざまな専門家1万人以上のネットワークがあり、多種多彩なニーズに対応できます。

それから、平気で他社に助けを求めることも強みです。ですから、お客様にとって最適なソリューションやビジネスモデルを提案できるのです。

——講演や研修などで心掛けていることは。

鈴木 いかに分事として捉えてもらうかです。企業の環境部門が企画した階層別研修や、営業マン研修などで話しますが、問題は中堅クラス。既成概念に囚われ、環境やCSRは自分の仕事とは関係ないと捉えがちです。そんな時

には、例えば、事前に自社のCSR報告書を家族に読んでもらい、その感想を研修で発表してもらおう。家族という「身近な第三者」の立場から自社や自分の仕事はどう見られているか、を知り、腑に落としてもらうよう工夫しています。最近、異常気象による自然災害が続いており、地球環境の劇的な変化、危うさというものを誰もが感じ、共有されていると感じます。地球温暖化については、かつてに比べ自分事として捉え易くなったと思います。

過疎地に記念樹を植え、交流人口や関係人口を増やす仕組み

——仕事を通じ、社会で実現したいことは。

鈴木 100年後、日本の人口は3分の1になるとも言われていますが、その時どうするか。しかも、半分が高齢者です。成熟国家として存続するため、国全体の活力を維持し続けるために、日本全国をヒト、モノ、カネ、情報が循環する、そのための有力なツールが必要です。私はそれが環境ビジネスだと思っています。

当社が協働企業と共に進める森林循環事業「Present Tree」は、全国に広がる放置された森や、災害に遭った森、ゴルフ場や牧場が破綻した跡地など、樹を植える必要のある場所に、個人や法人が記念樹を植えてその里親となり、地元と一緒に10年間育てていくというプロジェクトです。

里樹がその地に存在することによって、足を運ぶようになり、交流人口や関係人口を増やして、森だけでなく地域丸ごと元気にしていきます。

他のどの国よりも急速に少子高齢化が進む日本が、世界のロールモデルとなるべく「活力ある未来社会」を実現するためのビジネスを、日本から世界に発信したいと本気で考え、それができると信じています。そのためには、単年度で企業の業績を評価する慣行をやめさせたいですね。環境ビジネスの効果はすぐには出にくいからです。超長期でその実績や効果を計る仕組みを構築しないと、残念なことに、環境ビジネスや環境対策は、経済状況が悪くなると、いとも簡単に真っ先にカットされてしまいがち。5年先10年先を見据えて有望な環境ビジネスを見極められる、「目利き」の仕組みの高度化が重要で、これからもその実現へ努力していきます。📌



プロフィール
鈴木 敦子(すずき あつこ)
学習院大学法学部卒。2003年認定NPO法人環境リレーションズ研究所設立。2005年(株)環境ビジネスエージェンシー設立。成熟国家生き残りのためのビジネスモデルとして環境ビジネスを実践。都市と山村を繋ぐ森林循環事業の他、環境に特化したビジネス開発、法令サポート、人材育成などを展開。