

**平成22年度  
持続可能な社会づくりを担う事業型環境  
NPO・社会的企業中間支援スキーム事業の  
モデル実証事業**

**事業計画書**

**キャンドルバンク事業による寺院・店舗・  
福祉作業所のろうそく循環ネットワークの  
構築**

2011年2月21日

請負契約の 受託団体の法人名	特定非営利活動法人 五環生活
受託団体の 代表者氏名	近藤 隆二郎

# 目 次

---

はじめに

- 1 組織概要
- 2 協力者リスト
- 3 ミッションステートメント
- 4 ビジョンと新規事業
- 5 SWOTクロス分析
- 6 ビジネスモデル
- 7 ペルソナ設定
- 8 需要予測
- 9 商品計画－商品・サービスの構造
- 10 実行体制
- 11 スケジュール
- 12 収支計画

資料編

# はじめに

## 本事業の概要

寺院等(ホテルや葬儀社も含む)では使用済み蠟燭が廃棄されており、寺院側もその処理に困っている現状がある。一方、各地で行われるようになった「キャンドルナイト」「あかりイベント」は、エコな取り組みとして認知されてはいるが、石油系キャンドルを大量に使う場合は、その環境への影響が問題視されている。そこで、寺院等の残蠟および着色用として不要なクレヨンや口紅を回収し、リサイクルキャンドルとして再生し、キャンドルナイトやまっくらカフェというエコイベント向けに販売を行う。寺院やホテル、家庭等へも販路を持つことにより、蠟燭を通した循環ネットワークを構築する。なお、リサイクルキャンドルの製造には、福祉授産施設に製造を委託する。蠟燭の循環ネットワークを構築することにより、キャンドルナイト(ライトダウン)やまっくらカフェ(食育)というプログラムへも誘導し、将来的にはソイキャンドル(大豆)や菜の花キャンドル(菜種)といった完全植物性キャンドルの製造販売も進めることで、石油キャンドル消費量を減少させていく。

## 本事業提案の社会的背景

滋賀県彦根地域では2008年から3万灯を並べる「ひこねキャンドルナイト」を実施しているが、ほとんどが石油パラフィン系ティーライト(一部はBDFキャンドル)を用いているため、ライトダウンしない限りは単に石油を燃やしCO<sub>2</sub>を排出しているだけに過ぎない。一方、2009年に滋賀県浄土宗青年会から残蠟利用について相談を受け、寺院が残蠟を大量に廃棄して困っている実態がわかった。そこで、学生チーム(あかりんちゅ)を中心として残蠟を用いたリサイクルキャンドル製造を試行的に開始し、小規模ながら大学でのキャンドルナイト等に利用してきた。ただ、製造の手間が求められるため、単純な製造工程については、授産施設(社会就労センター彦根)が仕事にできないかという連絡を受け、製造の作業委託を検討した。残蠟については、他宗派(浄土真宗)や葬儀社・ホテルからも提供の申し出が相次いでいると共に、寺院からも、「信徒さんへのちょっとした御礼にキャンドルが欲しい」という声もあり、リサイクルキャンドルの販路の可能性が見えてきている。これらの状況より、残蠟回収>リサイクルキャンドル製造>販売>回収…といった循環ルートを確保すると共に、「キャンドルナイト(ライトダウン)」や「まっくらカフェ(食育)」も盛り込んだ展開を行うことで、ろうそくネットワークを用いた環境に配慮したキャンドルライフを提供していくことができる。残蠟の有効利用と共に、各地で行われているキャンドルナイトや灯りイベントなどの環境負荷を低減する提案ができる。残蠟はお寺がある地域ならどこでもあるため、この循環モデルが各地で広がれば、残蠟の有効利用と共にキャンドル循環ネットワークが構築されていく。

## 本事業の担当者(氏名・役職)

全体統括:近藤 隆二郎(五環生活 代表理事) 竹内 洋行(五環生活 事務局長)  
メンバー: 本間 友香里(五環生活/あかりんちゅ) 八木 むつみ(五環生活)  
中村 光佐、高田 友美(五環生活理事)  
千代 肇、福江 岬、上之園 なるみ、山名 朋希(五環生活スタッフ)  
大橋 佑貴子、力石 真野、粟谷 瞳子(あかりんちゅ) 上川 奈々(近江楽座 事務局)

# 1 組織概要

法人名	特定非営利活動法人 五環生活		代表者名	近藤 隆二郎	
所在地	〒522-0088 滋賀県彦根市銀座町 1-4		電話	0749 (26 )1463	
			FAX	0749 (29 )1245	
HP	http://gokan-seikatsu.jp/		e-mail	mail@gokan-seikatsu.jp	
組織体制	役員	7 名	会員	17 名	
	専従者	5 名	ボランティア	若干 名	
	パートタイム	1 名	その他(自転車タクシードライバー)	15 名	
これまでの活動実績(環境活動CB等)	<p>□創立年 2006 年 □法人設立年 2006 年</p> <p>【自転車タクシー事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>彦根輪タクの運行(2007.4~) ・長浜輪タクの運行(2009.10~現在休止中)</li> </ul> <p>【自転車の普及に関する事業(輪の国びわ湖事業)】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>輪の国びわ湖推進協議会の運営 ・びわ湖一周サイクリング認定書</li> <li>スマートサイクル(レンタサイクル)事業・サイクルツアー・グリーンサイクリング</li> </ul> <p>【五環カフェの企画運営事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>まっくらカフェの企画運営 ・五環縁会・サイクルカフェ</li> </ul>				
過去に受けた助成金・補助金等の内容(単位:千円)	時 期	対象事業	交付機関・制度名	金 額	
	21 年 6 月	にぎわい創出推進事業	滋賀県	465 千円	
	21 年 12 月	Panasonic NPO サポートファンド	Panasonic	1290 千円	
	21 年 1 月	おうみNPO活動基金	財団法人淡海文化復興財団	1000 千円	
直近3期分の決算状況(単位:千円)	年 月 期	収 入	収支差額	正味財産(※)	
	20 年 6 月期	10,313 千円	-448 千円	-1065 千円	
	21 年 6 月期	6,706 千円	-251 千円	-1331 千円	

※正味財産は資産から負債を差し引いたもの

## 2 協力者リスト

### ア 連携団体

団体の名称	所在地
社会就労センターひこね・(社福)ひかり会	滋賀県彦根市
滋賀教区浄土宗青年会	滋賀県
浄土真宗近江第十一組西部会	滋賀県
ひこねキャンドルナイト実行委員会	滋賀県彦根市
夢京橋あかり館	滋賀県彦根市
有限会社 北風写真館	滋賀県彦根市
あかりんちゅ(学生団体)	滋賀県彦根市

### イ その他協力者リスト(会員、寄付者等)

氏名・名称	住所・所在地(市町村まで)	備考
中村 光佐	滋賀県彦根市	ほっこりカフェ 朴・五環生活理事
高田 友美	滋賀県彦根市	五環生活理事
山名 朋希	滋賀県彦根市	五環生活会員
上川 奈々	滋賀県彦根市	近江楽座事務局

### 3 ミッションステートメント

1 組織のミッション	<p>五感+環境+暮らしをコンセプトとして、環境との関わりを持つさまざまなライフスタイルを個人が楽しみながら体験するとともに、それらを社会に定着させていくことを目的とする。</p> <p>また、地域で環境に関わる仕事(グリーンジョブ)を増やし、それに従事する地域の方(ローカルグリーンカラー)を増やす。</p>	
2 新規事業の目的	<p>・『キャンドルで地域を繋ぐ』=『SOCIAL CANDLE』</p> <p>→SOCIAL MEDIA のように人と人の輪を繋いでいく役割を担う →環境と関わる様々なライフスタイルの提案をしていく。</p> <p>・寺院や儀式などで毎年何kgも廃棄されている残蠟を再利用することで、石油系キャンドルの使用を減らし、同時に環境的ライフスタイルを広めるネットワークを築く。</p> <p>・リサイクルキャンドルを使った環境に配慮したキャンドルナイトを増やす。</p>	
3 組織のミッションと 新規事業の目的との整合性	<p>・残蠟提供元の地元寺院やホテル、製造過程を担当する福祉作業所、製造デザインを担うあかりんちゅ、キャンドルを販売先の店舗などをつなげることは、新しいネットワークを地域でつくりあげることにつながる。</p> <p>・環境を配慮したリサイクルキャンドルは、五環生活のミッションである環境との関わりを持つさまざまなライフスタイルを提案するという点と、ローカルグリーンカラーを生み出す点に合致する。</p>	
4 新規事業の目的の 達成度をはかる指標	新規事業の業績	<p>・5年間で売上合計 1,770千円 会員 500名</p>
	環境保全面	<p>・彦根のホテルおよび寺院における残蠟の回収率 100%→彦根において残蠟ゼロ</p> <p>・5年後の彦根のキャンドルナイトにおいて全てのキャンドルをグリーンキャンドルにする</p>
	財務改善面	<p>・5年間で営業売上合計 1,770千円</p>
5 新規事業の目的を 達成するための鍵	<p>・滋賀県内での認知度</p> <p>・想いを理解していただける販売元の確保</p> <p>・リサイクルキャンドル認知・販売時の見せ方(アートディレクション)、効果的な広報</p>	
6 地域・協力者の期待・ニーズ との整合性	<p>・滋賀県:新たな滋賀発環境保全商品の創成</p> <p>・寺院:残蠟廃棄への罪悪感+環境配慮への関心...差別化への関心</p> <p>・福祉作業所:新たな雇用が生まれることへの期待</p> <p>・カフェ等:グリーンなムーブメントとして気軽に参加取り入れることができるメニュー。施設の差別化として期待。</p> <p>・消費者:エコイベントへの関心が高まっている+モノへのものがたりを求める気持ちへの対応</p>	

## 4 ビジョンと新規事業

ビジョン	
数値	イメージ
2011年度 利益 328千円 会員 100名 2012年度 利益 1,223千円 会員 150名 2013年度 利益 2,305千円 会員 200名 2014年度 利益 3,129千円 会員 300名 2015年度 利益 3,723千円 会員 500名  (参照:第三章 参考資料 ⑤五ヶ年収支計画)	5年後のイメージ... ・毎年彦根で開催されているキャンドルナイトのキャンドル 30,000個を全てグリーンティーライトキャンドルにする ・彦根市内の寺院・ホテル・葬儀所の残蠟は全てグリーンキャンドルネットワークで回収→リサイクルへ ・彦根市内の洋菓子・和菓子屋で廃棄されるガラス容器も全てグリーンキャンドルネットワークで回収→リユースへ

	2011年度		2012年度		2013年度		2014年度		2015年度	
	売上目標(個/年)	売上目標(円/年)								
グリーンキャンドル	1,161	414,566	2,177	779,651	3,284	1,184,610	4,149	1,493,021	4,645	1,680,656
ティーライトキャンドル	660	90,090	1,492	211,008	2,482	362,313	3,130	450,765	3,740	550,200
信楽キャンドル	0	0	1,010	689,325	1,908	1,356,600	2,376	1,693,650	2,610	1,862,175
オーダーキャンドル	0	0	0	0	200	143,850	400	287,700	600	431,550
キャンドルナイト使用分	0	0	30	48,000	100	160,000	200	320,000	300	480,000
イベント収入	-	0	-	100,000	-	200,000	-	300,000	-	400,000
合計	1,821	504,656	4,709	1,827,984	7,974	3,407,373	10,255	4,545,136	11,895	5,404,581

- ・ティーライトキャンドル 10個1セット
- ・キャンドルナイト用ティーライトキャンドル 100個1セット

## 5 SWOTクロス分析

		内 部 環 境				
		強み(S)	弱み(W)			
		<ul style="list-style-type: none"> <li>☆新しい石油を使用しないキャンドルの価値</li> <li>☆寺院残蠟の再利用ができる</li> <li>・家庭でも簡単に作ることができる</li> <li>・福祉施設での雇用創出へつながる</li> <li>・ひこねキャンドルナイト参加</li> <li>・リサイクルキャンドルの競合無し</li> <li>・行政との関係良好</li> <li>☆五環生活の持つ地域のネットワーク</li> <li>☆五環生活のまっくらカフェ、エコツアーなどで培ったイベントノウハウ</li> <li>☆寺院×リサイクルという新しいムーブメントを</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆コスト感覚が弱い</li> <li>・生産数（大量生産ができない）</li> <li>☆価格（中国産パラフィンテーパーライトに比べると二倍以上高い）</li> <li>・手作業なので製造工程に人数が必要</li> <li>・リピーター少数</li> <li>・スタッフ育成ができていない</li> <li>☆助成金依存体質</li> </ul>			
外 部 環 境	機 会 (O)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自転車ブーム</li> <li>☆本物手作り志向</li> <li>・環境事業化の時代へ</li> <li>・ガソリン価格上昇</li> <li>・スローライフ</li> <li>・スローイベント</li> <li>☆100万人のキャンドルナイト（全国各地）</li> <li>・エコツーリズム</li> <li>・カーボンオフセット</li> <li>・地産地消</li> <li>・DIY（IKEAなどの日本進出）</li> <li>・MY箸マイボトル持参が浸透</li> </ul>	SO	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新しいモノとしてグリーンキャンドルを打ち出す。メディア展開等。話題にするイベントを開催。</li> <li>・自転車タクシーやサイクリング、カフェブームなどと連動する方向を出していく。</li> <li>・コンセプトに理解を示すカフェ等との連携をはかる。</li> <li>・地域の観光業としても斬新なことを打ち出す</li> <li>・行政と共に新しい実験として行う</li> <li>・地域に根差したネットワークを強固にする仕組み</li> </ul>	WO	<ul style="list-style-type: none"> <li>・カフェ等とのつながりで参加してもらえるボランティアを募集し、現場をボランティアに任せ、スタッフは後方支援と収支計画をしっかりとつ。分担をする。</li> <li>・ボランティアによる人件費低減化とスタッフプロ意識醸成</li> <li>・スタッフの定着と専門家による差別化を極める</li> <li>・しっかりとした事業をやりきることに よるスタッフの持続化</li> </ul>
	脅 威 (T)	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆不況による企業等の出費圧縮</li> <li>・企業広告費 CSR 減少</li> <li>・安物志向</li> <li>・インドア志向</li> <li>・若年人口の減少</li> <li>・地域コミュニティ希薄</li> </ul>	ST	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売単価を下げる代わりに、地域密着の利用数を上げる</li> <li>・地元を支えられる仕組み</li> <li>・地域の声に応じたサービス・モノを開発提供</li> </ul>	WT	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リピーター、ファン顧客を確固たる関係へ</li> <li>・常にコスト感覚をチェックする体質へ</li> <li>・良いものを洗練して提供</li> </ul>

## 6 ビジネスモデル

### 顧客ニーズ

<p><b>誰に</b> <b>対象顧客</b> 20代後半・女性・会社員・1人暮らし・県外在住で滋賀(長浜・彦根・近江八幡)に観光に来る方 <b>サブ対象顧客</b> 20代後半・女性・会社員・滋賀在住・実家暮らし</p>
<p><b>どのような商品・サービスを</b> <b>商品:</b>リサイクルキャンドル(寺院・ホテルなどの残蠟を利用して作った環境にやさしいキャンドル、環境保全商品)、ひとつひとつ手作り、地元オリジナルでものがたりがある。 <b>価値:</b> <b>GREEN CANDLE との出会いで『今までとは少し違った充実した生活』</b> ●生活にキャンドルナイトを取り入れることで、あかりを灯しゆっくり過ごす時間の楽しさを知る。 ●キャンドル会員になることで、グリーンキャンドル会員限定の回収ツアーに参加し、普段行かないお寺に行き、キャンドルを通じて知り合いが増える楽しさを知る。つながりが生まれる。 ●会員メルマガで知る五環生活のまっくらカフェに参加し、自身の食生活を見直すきっかけとなり、ゆっくり誰かと食事をする楽しみを実感する。 ●グリーンキャンドルを通じて環境問題や地産地消、オーガニックに対する関心が芽生える。 <b>【キャンドル会員】</b> キャンドル購入者にメルマガに登録してもらう。キャンドルに関するイベント情報のメルマガ配信、会員限定ツアー(五環生活他事業や関連団体との連動企画)を企画し、グリーンキャンドルを通じて、地域の団体や人々または環境問題につながっているという感覚を得てもらう。 五環生活の会員化と連動→五環生活の既存事業との顧客増加の相乗効果期待。</p>
<p><b>どのような方法で</b> 1. 長浜・彦根・近江八幡など観光地のお土産屋・飲食店・カフェ・雑貨店・ホテル 2. 観光地から少し離れた滋賀県内の雑貨店・カフェ(こだわりを持つ店) 3. 県外の雑貨店・カフェ 4. 寺院 5. 道の駅 6. WEB販売(3年後を目安に) <b>主旨に賛同してくれるお店をネットワーク化していく。規模よりもつながりを重視して販売店営業をする。販売店にファンを作っていく。</b></p>

## 7 ペルソナ設定

### 【消費者が購入を願うシーン】

ゆきさんは社会人4年目の26歳です。大阪での一人暮らしにも仕事にも慣れ、休日は友達とカフェで食事をしたり、ぶらぶらと雑貨屋をめぐったりするのが最近の楽しみです。

ある休日、ゆきさんは友達とドライブと称して滋賀県まで出かけました。ドライブ中、道の駅の看板が出ていたのでちょっと寄ってみることにしました。道の駅には滋賀産の野菜をはじめ、地元で作ったパンやジャムなどが置かれていました。その中に「GREEN CANDLE」という瓶に入ったキャンドルが棚に並んでいました。「道の駅にキャンドル？」と思い、そのキャンドルの説明を読んでもと、そのキャンドルは滋賀県のお寺やホテルから回収した残蠟とリユースの瓶で作られたもので、その一つ一つを福祉作業所の人が作っていると書かれていました。ゆきさんはお寺やホテルから残蠟が出されていることを初めて知りました。またその説明には『キャンドルナイト』のことが書かれており、それが身近に出来るエコなことと書かれていました。最近、テレビや新聞などで環境問題の話題が頻繁に取り上げられ、ゆきさんも少しは関心を持っていましたが、何か特別なことをしていたわけではありませんでした。キャンドルの見た目は可愛く、香りも気に入ったので、ゆきさんは一度家でキャンドルナイトをしてみようと思い、一つ買って帰ることにしました。

家に帰ったゆきさんは、お気に入りの音楽を聞きながらキャンドルナイトをしてみました。キャンドルナイトをしながら「キャンドルの灯りって綺麗。こうやって過ごすテレビを見ている時よりもゆっくりと時間が流れるし、ちょっと良いことをした気分になるな。でも今まで考えたこともなかったけど、自分の知らないところでこんな活動をしている人がいるんだ。」と考えていました。キャンドルにはメールマガジン登録のアドレスがついていたので、ゆきさんは一応登録してみることにしました。

GREEN CANDLEに出会ってから、ゆきさんは買い物をする時にキャンドルを見たり、テレビや新聞で環境問題のニュースを意識して見るようになりました。また、今まで買い物をする時はデザインと見た目だけでしか判断していませんでしたが、フェアトレードの商品など、作られるまでのプロセスも少し気にして見るようになりました。

そんなある日、GREEN CANDLEのメールマガジンが携帯メールに届きました。メールの内容は「まっくらカフェ」というイベントの案内。ゆきさんは面白そうだなと思い、参加してみることにしました。まっくらカフェはキャンドルの灯りの中で、視覚を閉ざすために目隠しをし、その状態で食事をするというものでした。ゆきさんは自分がどれだけ視覚に頼って食事を取っていたかを気付かされました。まっくらカフェに参加してから、ゆきさんは少し意識をして食事を取るようになりました。

ゆきさんは今までの生活を十分楽しく過ごしてきましたが、GREEN CANDLEと出会ってから食事や買い物の中で環境配慮や地産地消、オーガニックなど今まで意識していなかったことに興味を持つようになり、今まで入ってこなかった情報が入ってくるようになり、生活の中身が濃くなったような気がしました。

ゆきさんの休日の過ごし方は変わらずカフェや雑貨屋巡りですが、何か今まではとちょっと違った生活の充実感を味わえるようになり、仕事とプライベートの両方を毎日楽しく過ごしています。

## 8 需要予測

売上予測	店名	ターゲットの年間来店者数(人)	購買率(%) *1*2	販売個数(個/年)	販売個数(個/月)
彦根お土産屋	UA館	27,300	0.005	137	11
長浜お土産屋	TK (長浜市)	63,430	0.009	571	48
彦根カフェ	HM (彦根市)	2,160	0.02	43	4
ホテル	KG (長浜市)	4,500	0.03	135	11
お寺	SA (仮)	22,353	0.006	134	11
道の駅	AM (東近江市)	83,760	0.004	335	28
				1,355	113

2011年度の販売予定個数=1,355 (個/年)

\*1: 2012年度以降、購買率を上げるためにPOPの工夫や広報の工夫を行う予定

### ●●参照●●

【需要個数(個/年)の算出方法】

・ターゲットの年間来店者数×購買率

\*2: 購買率は販売予定先における商品購入率をヒアリングに基づき予測した

【ターゲットの年間来店者数の算出方法】

・TK SA:

長浜市・彦根市キャスルロードの来店者数(人)×来店率(10%9×女性の割合(%))×20～30代の割合(%)

\*3: 来店率・女性の割合・20～30代の割合は予測した

・UA館 HM (カフェ) KG AM:

来店者数(人)×女性の割合(%))×20～30代の割合(%) \*4: 実際の数値をヒアリングに基づき算出

表 ターゲットの来店者数(観光入り込み客統計による)	観光客・来店者数(人)	女性(%) *3	20～30代(%) *3	ターゲットの年間来店者数(人)
彦根市(H21/滋賀県観光入込客統計調査書)	3,228,900	70	43	971,899
長浜市(H21/滋賀県観光入込客統計調査書)	5,242,200	55	22	634,306

彦根市におけるターゲットの年間来店者数(人)↓	キャスルロード訪問率(%)	ターゲットの年間来店者数(人)
夢京橋キャスルロード	23	223,537

表 ターゲットの来店者数(ヒアリングによる)	観光客・来店者数(人)*4	女性(%) *4	20～30代(%) *4	ターゲットの年間来店者数(人)
UA館(H23年度見込)	105,000	65	40	27,300
HM	6,000	60	60	2,160
KG	30,000	60	25	4,500
AM	523,500	80	20	83,760

販売手数料	納品原価率(%)	備考
UA館	0.65	買い取り
HM	0.70	
KG	0.65-0.7	ショーケースなどは持参

## 9 商品計画－商品・サービスの構造

### ●商品ラインナップ

GREEN CANDLE	ティーライト	信楽焼キャンドル	オーダーキャンドル
			

商品	販売場所	ターゲット	購入目的
GREEN CANDLE 525 円(税込)	お土産屋	彦根の観光客	お土産
	カフェ	県内・外の女性	自分・友達へのプレゼント
	ホテル	滋賀の観光客	お土産
	道の駅	県内・県外の観光客	お土産
ティーライト 210 円(税込/10 個)	注文販売	ホテル	キャンドルナイト営業に使用
		カフェ	キャンドルナイト営業に使用
信楽焼キャンドル 1050 円(税込)	道の駅・ホテル お土産屋	観光客	お土産
オーダーキャンドル 1050 円(税込)	オーダー	ホテル・カフェ ・レストラン	キャンドルナイト用 その店のグッズとして

### ●残燭の提供元

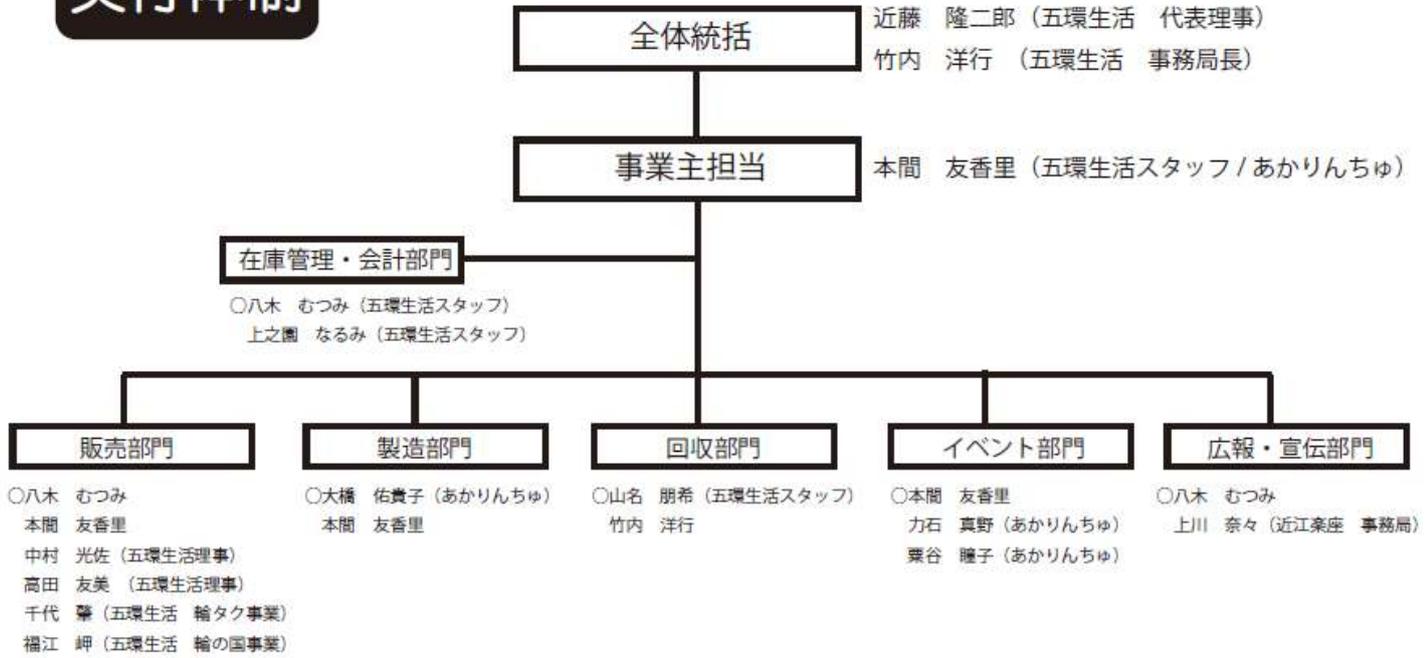
残燭は彦根市内・近辺で商品の主旨に賛同して下さる寺院やホテル、葬儀社から回収

### ●器提供元

現在は豆腐料理専門店の「とうりん」を使用(月産 20 個程度)。関係するカフェから出るガラス容器や信楽焼とのコラボレーションは現在調整中。

# 10 実行体制

## 実行体制



○: リーダー

# 1 1 スケジュール

2011年4月～2012年3月

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
販売	店舗営業		キャンドルナイト利用サーチ→営業									
販促	POP作成		POPテスト・改良		会員仕組み作り					会員キャンペーン		
回収	とうりんカップ回収		2ヶ月に一回 カップ提供元開拓									
			残蠟提供元営業		(2012年度 840.5キロの残蠟が必要)							
製造	グリーンキャンドル		商品改良	ヒアリング→改良								
					信楽キャンドル商品開発→サーチ→試作→テストマーケティング							(2012年販売)
イベント			イベント企画・サーチ							イベント企画・サーチ		
								イベント		キャンドルナイト開催		
広報	Twitter, Blog 設置。6月 12月にあわせてプレスリリース											
在庫・会計	毎月在庫会計状況報告											
教育研修			スタッフキャンドル作り研修						スタッフ	残蠟回収ツアー実施		

※参照：第三章 参考資料 ①五ヶ年行動計画

## 1 2 収支計画

(千円)

科目	1年目	2年目	3年目
売上高	505	1,828	3,403
売上原価 (原価率)	( 0.65 %)	(0.65 %)	(0.65%)
売上総利益	328	1,223	2,305
人件費	120	600	1,300
消耗品費	20	50	80
旅費交通費	36	100	150
固定費合計	291	970	2,200
経常利益	37	253	105

経常利益

2014年 599 (千円)

2015年 783 (千円) を予定

参考資料参照

- ・売上高：店舗での商品販売だけでなく、  
イベントや店舗のイベントと絡めた商品販売を行っていく。
- ・売上原価：製造委託団体に売上の 0.35
- ・人件費：3年目に専属1名の雇用目標

※参照：第三章 参考資料 ⑤五ヶ年収支計画

# 資料編

## 本事業計画書策定のためのミーティング記録一覧表

年月日	内容	参加者名	場所
2010.8.6	第1回 連絡会議 にむけて	近藤 本間 八木 環境省 近畿支援事務局	滋賀県立大学サテライト
2010.8.8	キャンドルトレンド調査	粟谷	名古屋ロフト 東急ハンズ名古屋店
2010.8.11	第1回 連絡会議 (キックオフ)	近藤 本間 八木 環境省 近畿支援事務局 全国支援事務局 酒井	滋賀県立大学
2010.8.22	スケジュール調整 情報共有	近藤 本間 八木	五環生活事務所
2010.8.23	滋賀教区浄土宗青年会 西谷様ヒアリング	本間	草津市某所
2010.8.26	永楽屋: 富川様ヒアリング	本間	永楽屋 彦根本店
2010.8.27	NAOHA CANDLE 小林様ヒアリング	本間 粟谷	彦根市某所
2010.9.7	社会福祉法人かささぎ福祉会 ヒアリング	阪井	かささぎの里
2010.9.11	事業化への課題について	近藤 本間 八木 粟谷	彦根市某所
2010.9.17	情報共有・課題について	近藤 本間 粟谷 阪井 環境省 近畿支援事務局	滋賀県立大学
2010.10.1-5	寺院・ホテル残蠟ヒアリング	本間	電話、メールで調査
2010.10.2	浄土宗青年会執行部会出席	本間	野洲市某所
2010.10.7	情報共有・課題について	近藤 本間 粟谷	滋賀県立大学
2010.10.12	アドバイザー委員訪問	近藤 本間 近畿支援事務局 全国支援事務局 酒井 アドバイザー委員 青山	滋賀県立大学 ハートワーク結 五環生活
2010.10.15	趣旨賛同チラシ作成打ち合わせ	本間 粟谷	滋賀県立大学
2010.10.26	草津就労センター 細川さんヒアリング	近藤 本間	草津就労センター
2010.10.27	浄土宗青年会近畿ブロック集まり	本間	北びわこホテルグラツィエ
2010.10.31	キャンドル実験販売	近藤 本間	大津市民会館大ホール
2010.11.4	寺院訪問	本間	湖南市某寺院
2010.11.4	第一回専門家を交えた会議	近藤 本間 近畿支援事務局 オブリガード 森	きんき環境館
2010.11.6	キャンドル試験販売	近藤 本間 八木 粟谷	ひこねキャンドルナイト会場
2010.11.8	観音正寺 ヒアリング	近藤 本間 粟谷	東近江市
2010.11.11	宝蔵寺 ヒアリング	近藤 本間	長浜市
2010.11.16	第二回専門家を交えた会議	近藤 本間	滋賀県立大学サテライト
2010.11.26	第2回 連絡会議	近藤 本間	地球環境 パートナーシッププラザ

2010.12.1	第三回専門家を交えた会議	近藤 本間 近畿支援事務局 オブリガード 森	滋賀県立大学
2010.12.7	第四回専門家を交えた会議	近藤 本間 近畿支援事務局 オブリガード 森	きんき環境館
2010.12.11	ペットシッター ラブペット ヒアリング	本間	電話で調査
2010.12.14	ドッグカフェ&トリミング&グッズ ショップ WAN SCENEへのヒアリング	本間	WAN SCENE(栗東市)
2010.12.16	夢京橋あかり館 藪田様へのヒアリング	近藤 本間	夢京橋あかり館(彦根市)
2010.12.28	第五回専門家を交えた会議	近藤 本間 近畿支援事務局 オブリガード 森	きんき環境館
2011.1.4	方向性について	近藤 本間	滋賀県立大学
2011.1.11	第六回専門家を交えた会議	本間 八木	きんき環境館
2011.1.20	コンセプト、ペルソナ設定について	本間 八木	滋賀県立大学
2011.1.29	試験販売	本間	夢京橋あかり館(彦根市)
2011.1.30	店頭ヒアリング	本間	夢京橋あかり館(彦根市)
2011.1.31	関係者顔合わせ	近藤 本間 八木 近畿支援事務局 オブリガード 森 五環生活 滋賀教区浄土宗青年会 西谷 あかりんちゅ	滋賀県立大学
2011.2.3	カフェコモンズヒアリング	本間	カフェコモンズ(大阪)
2011.2.3	意見交換会	近藤 本間 八木 近畿支援事務局 オブリガード 森	きんき環境館
2011.2.6	グループヒアリング	本間 八木 近畿支援事務局	きんき環境館
2011.2.7	ハートワーク結訪問	本間	ハートワーク結
2011.2.8	事業計画書打ち合わせ	本間 八木 近畿支援事務局 オブリガード 森	滋賀県立大学 サテライト
2011.2.16	広報勉強会	八木	野洲市某所
2011.2.19	報告会にむけて	近藤 本間 八木 竹内 近畿支援事務局 オブリガード 森	まちなかプラザ(彦根市)
2011.2.21	第3回 連絡会議(報告会)	近藤 本間 八木	地球環境 パートナーシッププラザ
2011.2.24	飲食店 ティーライトヒアリング	八木 竹内 山名	電話、訪問で調査



## 第二章 事業報告

## 1 モデル地域の選定

次に上げる点から、滋賀県彦根市を発信源として、滋賀県・周囲の関西地域・そして全国への展開を視野に入れた活動展開が効果的と考え、モデル地域に選定した。

- ①事務局が彦根市にあること
  - ②4年間活動してきた中で滋賀県の行政、関連団体とのネットワークがあること
  - ③滋賀県が環境先進県であるということ
  - ④滋賀県の寺院の数が全国で6位ということ
- ([http://blog.goo.ne.jp/v\\_goo\\_kazu\\_san/e/fad567098fe11f7df1e9ccf1b40b8240](http://blog.goo.ne.jp/v_goo_kazu_san/e/fad567098fe11f7df1e9ccf1b40b8240))

事業は、彦根市を中心にその周辺地域（長浜市や湖東エリア）から、滋賀県全域、周囲の関西地方への拡張を目指す。このモデルは残蠟回収元の寺院・結婚式場・葬儀場があり、製造を担う福祉作業所がある地域、全体をマネジメントするNPO等がある地域で成立するモデルであり、滋賀県以外の地域でも同様の施設・組織が存在する場合に実施できるモデルと考えている。国内であればどの地域にもある程度の寺院や葬儀関係等施設は存在することから、その潜在的な事業展開の可能性は高いと考えている。

## 2 モデル地域における協力連携組織ネットワークの構築

本事業の推進には、関係するいくつかの分野の諸機関、団体、企業等との円滑な協力、連携関係が欠かせない。本事業を始めるに際し、事業主体を中心とした事業組織を組み立てた。ネットワークを組むにあたっては、事業のコンセプト主旨を明確にすることと、「販売」という言葉のもつやや忌避的な面に十分に留意した。現実証モデルでは、次の関連各分野の組織との協力関係の構築が進められ、本格的な事業展開の基盤が整いつつある。

### ●残蠟・容器回収関係：

#### (1) 残蠟…モデル地域の寺院、ホテル、結婚式場、葬儀社

・個別寺院の場合は、それぞれご住職や教団による考え方、また立場等もあるために、本事業においては、浄土宗青年会が窓口になってくれており、回収等もその組織内でいただいているために、コスト面でもとても助かることになる。つまり、個別寺院に当たる前に組織的な対応をお願いする。

・ホテルや結婚式場の場合は、出入りしている花屋さんがフラワーアレンジメントと共にキャンドルも一括管理していることが多いので、ホテルを通した上でその業者に依頼している。

・葬儀社の場合は、大量の残蠟が出る場合があるので、回収コストの面で効果的である。

※回収ルート構築に向けたヒアリング先：P33, 34 表 残蠟回収可能性調査データ一覧 参照

#### (2) 容器…モデル地域の飲食店、行政環境局

・現モデルでは、協力店舗からのプリングラスを用いているが、十分な数ではない。そのため、他の飲食店で廃棄されるプリングラスや関係カフェから出るビンなどをネットワークを通じて回収

することを考えている。信楽焼の不要な陶器も再利用できることになっている。陶器やビンなどの回収ルートも、協力的なネットワーク構築に向けた試行を行った。

※回収ルート構築に向けたヒアリング先：リサイクルステーション（彦根市）M陶業株式会社

●製造関係：モデル地域の福祉作業所「ハートワーク結」、学生グループ「あかりんちゅ」

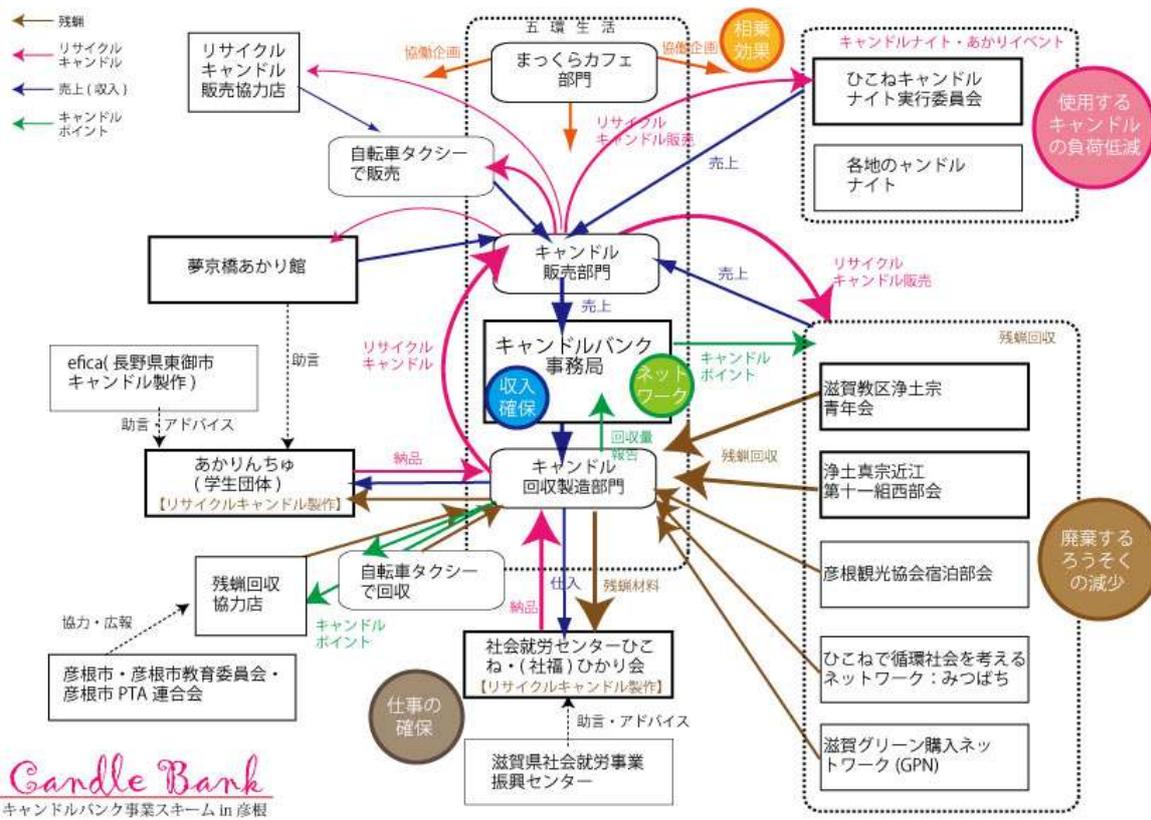
・製造工程については、作業所とは十分に試行も含めて調整が必要と感じた。製造しやすいキャンドルと難しいキャンドルがあり、どこまでを任せるかといった点でも分担と詳細調整が必要であることが確認できた。品質管理も必要となるため、検品などの体制をいかに設けるかが大事である。作業所としては、月間何個委託といった契約が、恒常的な生産リズムがうまれるために好まれている。年間の製造量を安定させる工夫も大事であり、安定的な販路開拓が求められるとわかった。製造が難しいキャンドルは、大学生や主婦などが試作品および初期ロットを担当し、作業所へ徐々に委託していく体制を持ち得ておくと、作業所へさらに業務分担ができる可能性があることが確認できた。作業所における製造の初期段階では、製造に立ち会い、出来映えの良し悪しを直接確認し、スピードやロスに関しても細かく打ち合わせを行い進めるべきだと感じた。

●販売関係：モデル地域の土産店舗、飲食店、関連団体

・キャンドル販売については、最終消費者へ直接販売する場合(BtoC)と、キャンドルナイト営業を行うカフェなどの飲食店やホテルなどへ販売する場合(BtoB)とに大きく分けられることがわかった。販売ロットとしては、飲食店やホテルへの販路が大きくまた恒常的であるために、優先的に取り組むべきターゲットとして考えている。その場合もコスト的には海外安価品には負けてしまうので、いかにコンセプトの主旨に賛同・共感してもらうかが鍵となることがわかった。また、単なる商品納品としてのつきあいだけでなく、キャンドルナイトイベントを行ったり、キャンドル教室をしてほしいといった付加価値も期待されていることが確認できた。つまり、単なるキャンドル販売だけでなく、キャンドルを使ったイベントやキャンドル作りのワークショップ等の協働企画をふまえたネットワークが販売量の拡大につながることを確認できる。

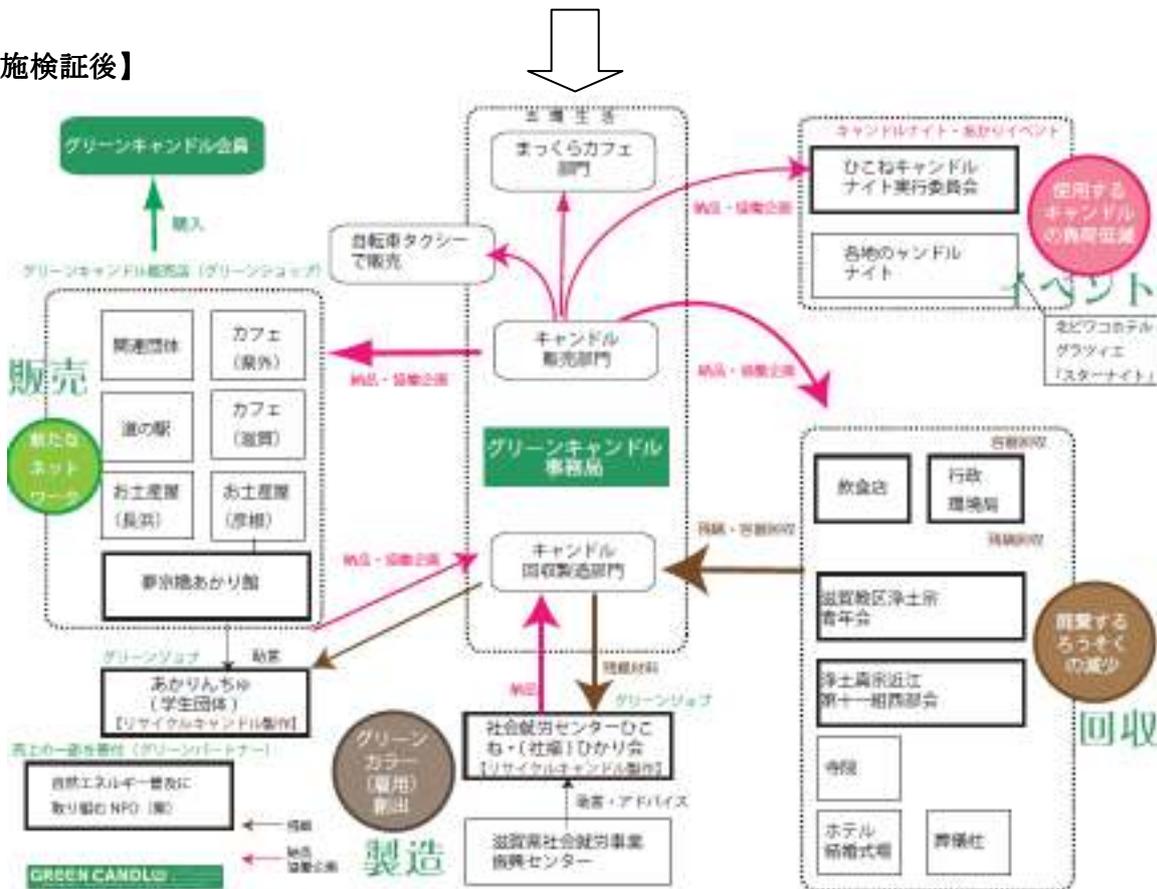
本事業の協力連携機関・企業・団体の一覧を次の図にまとめて記した。

【計画段階】 グリーンキャンドルの協力機関ネットワーク



**Candle Bank**  
キャンドルバンク事業スキーム in 彦根

【実施検証後】



### 3 ビジネスモデル策定の経緯

#### (1) 寺院向け蠟燭

初期には、日常的に蠟燭を用いている寺院向けの蠟燭を作るという方向を模索していた。ところが、寺院関係者へのヒアリングの中で、寺院側にリサイクル蠟燭を使用するといった環境配慮への意識があまり期待できないということが確認できた。さらに、兼業住職が多い現状では、環境に配慮した寺院ということにより檀家が増えるわけではないというコスト感覚的な判断もあるということでもあった。以上より、寺院あるいは教団全体として環境経営に取り組むという雰囲気がある場合、あるいは檀家としての地域住民がそこまで環境意識が向上するといったことがないとなかなか現実的には難しいだろうと判断した。ただ、檀家やお参りした人へのちょっとしたプレゼントには使っても良いという声も聞かれた。

※寺院関係ヒアリング先：彦根市内仏壇仏具店・浄土真宗青年会・観音正寺・宝厳寺

#### (2) ペットロスキャンドル

一般のキャンドル市場が小さい、また大手キャンドル会社が占有している現状から、新たな市場としてペット市場に注目した。ペット市場のデータやその規模から、ペット用キャンドル、そしてペット飼い主用キャンドルという方向を考えた。ペット用キャンドルについては、獣医師やペットアロマセラピーの方、ドッグカフェの方などにも相談し、成分的に問題がないことが判明した。また、ペルソナ設定を決める過程において、ペットロスのシーンで用いることが効果的ではないかと考えた。ペットブームの中で、ペットロスは社会問題にもなっており、確かにペットロス症候群の層は数として多いことがわかった。ペットショップやペット霊園などへのヒアリング等から、その必要性は確認できた。

#### ●対象顧客・商品・価値

対象顧客：20代から40代・女性・ペットロス症候群の人  
どのような商品・サービスを

商品：お寺の残蠟を再利用したキャンドル

- ・パッケージは女性が好きそうな可愛いもの
- ・オリジナル性のあるグッズ
- ・アロマオイル入りのティーライト(飼い主が自分の好きな香りを選べるよう複数用意)
- ・友達のペットへのギフトとしても利用できるもの

商品価値：お寺の祈りを聞いていた残蠟。ペットを亡くして心が傷つき、前に進み出す一歩が踏み出せない人に対して、お寺の祈りがつまったキャンドルを提供しペットの仏壇や写真に供えてもらうことで、その人の気持ちを落ち着け一歩前に進み出すお手伝いをする。

どのような方法で：ペット霊園・web販売

#### ●ペルソナ設定

次は、消費者が商品を購入するシーンを明確にするために「消費者が商品と出会い、傷ついた心から一歩前に進み出すまで」を描いたストーリーである。

## 【愛子ちゃんの「贈火」】

愛子ちゃんは4人家族の末っ子で、今は大学一回生です。お父さんとお母さんはどちらも仕事をしており、4つ上のお兄ちゃんは既に就職して家を出ています。家には愛子ちゃんが小学生の時から飼っているペットの「シロ」がおり、普段はお父さんの帰りが遅いため、愛子ちゃんはお母さんとシロと3人で過ごすことがほとんどでした。

ある日シロの元気がなく、心配した愛子ちゃんとお母さんがシロを病院に連れていくと末期ガンであることが分かりました。末期のガンであったため、初めて病院に連れて行ってから一カ月後、シロは亡くなってしまいました。大切なシロ。

愛子ちゃんが小学生の時からずっと一緒に成長してきたシロ。愛子ちゃんは大切な家族を失った悲しみや助けてあげられなかったことに対する申し訳ない気持ちでいっぱいでした。前を向くのではなく、過去を振り返ってばかりいました。

ある日、愛子ちゃんのお母さんが1枚のチラシを持ってきました。それはペット霊園からもらった書類の中に入っていたもので、キャンドルが載っていました。そのチラシには「このキャンドルはお寺の残燭から作られています。お寺の「祈り」がつまっています。私たちは大切なペットにあなたの気持ちを伝えるお手伝いをします。」と書かれていました。お母さんは愛子ちゃんの心の整理がついていないことに気付いていました。お寺の祈りがつまったキャンドルをシロに供えることで、少しでも愛子ちゃんの気持ちが落ち着き、前を向いて毎日を楽しく過ごせるようになればとお母さんは考え、そのキャンドルをシロにプレゼントしようと愛子ちゃんに提案したのです。シロへのプレゼントになるならと愛子ちゃんも賛成し、チラシに載っていたペットショップでキャンドルを購入しました。

購入したキャンドルには一枚のメッセージが入っていました。そのメッセージには「あなたの大切な家族はあなたの笑顔が大好きです。悲しんでいる顔、泣いている顔は決して好きではありません。キャンドルの灯りを見ると大切な家族を思い出すかもしれません。でも悲しみに浸るのではなく、過去を振り返るのではなく、前を向いてください。あなたの大切な家族はあなたの笑顔が大好きです。」と書かれていました。

キャンドルに火を灯すと愛子ちゃんはシロのことを思い出し、涙が出そうになります。でもキャンドルの灯りを眺めているとすーっと気持ちが落ち着いていきます。愛子ちゃんは「シロのことは今までもこれからもずっと大好き。今は悲しいけれど、シロと過ごした過去ばかり振り返って前に進めないままだと、それこそシロに申し訳ない。私が楽しそうにしている時、シロも楽しそうだった。私が悲しい顔をしていると、きっとシロも悲しいに違いない。」と少しずつ過去ではなく、これからのことを考えるようになりました。

一年後、愛子ちゃんは再びペットショップに訪れ、キャンドルを買っていました。シロの命日です。

愛子ちゃんは今、毎日を楽しく過ごしています。

## ●ペットロスからの方向性変更

ペットショップやペットメディカルアロマセラピスト、夢京橋あかり館館長へのヒアリングから、当初想定していた対象顧客ではビジネス展開が難しいと判断し、方向性を変更した。下記が方向性変更の主な理由である。

※ペットロス関係ヒアリング先：議事録は第四章 記録資料 ①議事録 参照

### 【ヒアリング結果を検証した結果】

- ・ペットロス症候群の人の心を癒すものは「時間」であり、キャンドルといった物の提供だけではその心をいやせないという指摘
- ・ペットロスの方々が購入に至る販路ルートの設定が難しい。ペットショップでも無く、ペット葬儀場しか無いが、その場での購入は気持ちの上でも突然であり困難であろう。Web が中心と想定されたが、その場合は圧倒的な広報宣伝戦略が必要であり、その方法は五環生活的ではない。
- ・ペットロス向けのキャンドルを販売するという事は、高付加価値商品を販売することになり、求められる商品のクオリティが上がり、福祉作業所での製造が困難となってしまう
- ・ペットロスキャンドルに特化した場合、残蠟提供元である寺院の提供同意が取りにくくなる事が想定される。
- ・ペットロスに関する専門性が五環生活に欠けるため
- ・五環生活のミッションである「環境と関わりのあるライフスタイルの提案」がペットロスに特化した場合、達成しにくくなる。

### (3) グリーンキャンドル

ペットロスキャンドルは販路設定等が困難であるため、地域内での循環であるということ、またつながりをつくるというグリーンキャンドルという方向へ転換した。グリーンキャンドルは、デザイン性を上げることと、つながりの中で循環させることにより、小さな輪から大きな輪へとしていく展開方針とした。当初避けていた一般キャンドル市場を対象にすることになるが、コンセプト（ものがたり）を共感してもらうネットワークを構築する中での販路を考えることとした。

## ●対象顧客・商品・価値

対象顧客：20代後半・女性・社会人

どのような商品・サービスを

商品：お寺の残蠟を再利用したキャンドル

商品価値：気軽なエコ活動、残蠟のことや既存のキャンドルナイトの現状を教えてくれるもの、つながりを生み出すモノ、地域オリジナル商品

どのような方法で：商品主旨に賛同してくださる飲食店・雑貨屋・お土産屋・寺院・道の駅・web

## ●ペルソナ設定

下記は、消費者が商品を購入するシーンを明確にするために「消費者が商品と出会い、購入に至り、その後使用するまで」を描いたストーリーである。

内容としては、どこにでもいるような20代後半の社会人女性が、「GREEN CANDLE」と出会うことで環境に対する関心がわき、今までとは違った視点で物事を見たり、違った価値観で商品を選ぶようになることで、それまで以上に充実感やつながりのある日常生活を送れるようになることを想定したものである。

### 【消費者が購入を願うシーン】

ゆきさんは社会人4年目の26歳です。大阪での一人暮らしにも仕事にも慣れ、休日は友達とカフェで食事をしたり、ぶらぶらと雑貨屋をめぐったりするのが最近の楽しみです。

ある休日、ゆきさんは友達とドライブをしに滋賀県まで出かけました。ドライブ中、道の駅の看板が出ていたのでちょっと見てみることにしました。道の駅には滋賀県産の野菜をはじめ、地元で作ったパンやジャムなどが置かれていました。その中に「GREEN CANDLE」という瓶に入ったキャンドルが棚に並んでいました。「道の駅にキャンドル？」と思い、そのキャンドルの説明を読んでみると、そのキャンドルは滋賀県のお寺やホテルから回収した残蠟とリユースの瓶で作られたもので、その一つ一つを福祉作業所の人々が作っていると書かれていました。ゆきさんはお寺やホテルから残蠟が出されていることを初めて知りました。またその説明には『キャンドルナイト』のことが書かれており、それが身近に出来るエコなことと書かれていました。最近、テレビや新聞などで環境問題の話題が頻繁に取り上げられ、ゆきさんも少しは関心を持っていましたが、何か特別なことをしていたわけではありませんでした。キャンドルの見た目は可愛く、香りも気に入ったので、ゆきさんは一度家でキャンドルナイトをしてみようと思い、一つ買って帰ることにしました。

家に帰ったゆきさんは、お気に入りの音楽を聞きながらキャンドルナイトをしてみました。キャンドルナイトをしながら「キャンドルの灯りって綺麗。こうやって過ごすテレビを見ている時よりもゆっくりと時間が流れるし、ちょっと良いことをした気分になるな。でも今まで考えたこともなかったけど、自分の知らないところでこんな活動をしている人がいるんだ。」と考えていました。キャンドルにはメールマガジン登録のアドレスがついていたので、ゆきさんは一応登録してみることにしました。

GREEN CANDLEに出会ってから、ゆきさんは買い物をする時にキャンドルを見たり、テレビや新聞で環境問題のニュースを意識して見るようになりました。また、今まで買い物をする時はデザインと見た目でしか判断していませんでしたが、フェアトレードの商品など、作られるまでのプロセスも少し気にして見るようになりました。

そんなある日、GREEN CANDLEのメールマガジンが携帯に届きました。メールの内容は「まっくらカフェ」というイベントの案内で、ゆきさんは面白そうと思い、まっくらカフェに参加してみることにしました。まっくらカフェはキャンドルの灯りの中で、視覚を閉ざすために目隠しをし、その状態で食事をするというものでした。ゆきさんはまっくらカフェに参加してみて、自分がどれだけ視覚に頼って食事を取っていたかを気付かされました。まっくらカフェに参加

してから、ゆきさんは少し意識をして食事を取るようになりました。

ゆきさんは今までの生活を十分楽しく過ごしてきましたが、GREEN CANDLE と出会ってから食事や買い物の中で環境や地産地消、オーガニックなど今まで意識していなかったことを意識するようになり、今まで入ってこなかった情報が入ってなど、生活の中身が濃くなったような気がしました。

ゆきさんの休日の過ごし方は変わらずカフェや雑貨屋巡りですが、何か今までとはちょっと違った生活の充実感を味わえるようになり、仕事とプライベートの両方を毎日楽しく過ごしています。

#### 4 モデル地域における残蠟の実態調査

##### (1) 残蠟の実態調査

彦根市内の寺院 15 件、滋賀県内で西国 33 ヶ所の札所に指定されている寺院 7 件、浄土宗青年会に属する寺院 10 件、葬儀社 1 件、滋賀県内のホテル 6 件に対して残蠟回収可能性調査を行った。彦根市の寺院に関しては対象を無作為に抽出し、電話ヒアリングによって残蠟の現状と回収可能性について伺った。西国 33 ヶ所指定の寺院に関しては文書（資料：アンケート内容）を郵送し、後日電話で確認、訪問やメール等の方法で回答を得た。浄土宗青年会の寺院については、青年会の執行部会に出席し、直接アンケート調査を実施した。葬儀社については彦根市内の公益社に対し、電話でヒアリングを行った。ホテルについては、五環生活の他事業で関わりのあるホテルに対してメールでアンケートを送付し、回答を得た。回収見込み残蠟量を表 1 にまとめた。

## 資料1：アンケート内容（寺院）

平成22年9月24日(金)

寺ご住職様

お寺における残蠟回収量調査への御協力をお願い

突然のご連絡、失礼致します。

私、滋賀県立大学環境科学部環境政策・計画学科3回生の本間友香里と申します。

今回、貴寺院の残蠟量や現在の処分方法につきまして教えて頂きたい、ご連絡差し上げました。

現在、学生チーム「あかりんちゅ」とNPO法人五環生活との協働事業として、お寺等の残蠟を用いリサイクルキャンドルの可能性を調査しております。子ども向けのキャンドルづくり教室や、キャンドルナイトイベントの開催などを主な活動としております。また、最近では残蠟の有効利用と福祉作業所での仕事創出を目的とし、作業所さんと相談しながらのリサイクルキャンドルの製造委託を始め、試験的な販売も始めております。私達の活動が、蠟燭の再利用と福祉の仕事創出、さらにはろうそくの灯りで過ごすスローな夜を広めることに寄与することができれば、という思いで活動しております。

今回、貴寺院の残蠟量や処分方法について調査を依頼させて頂いたのは、福祉作業所に対しまして、リサイクルキャンドルの材料である残蠟を継続的にどの程度提供出来るかを検討する参考データとして使用させて頂きたいからです。

### お答え頂きたい内容

1. 貴寺院のおおまかな蠟燭使用量を教えていただけますでしょうか。大体で結構です。

月に（年）およそ 本ぐらい

もしある場合は、大体の年間あるいは月間量を教えて頂けますか。

2. 溶けて小さくなり、用途のなくなった蠟燭がありますでしょうか。

もしある場合は、大体の年間あるいは月間の量を教えていただけますか。

3. 現在の残蠟の処分方法を教えて頂けますか。

(例えば、一般廃棄物としてそのまま廃棄、回収業者に回収を依頼している等)

4. 残蠟がある場合、その蠟燭をご提供いただくことは可能でしょうか。

9月25日(土)あるいは26日(日)にお電話させて頂きますので、上記の質問にお答え頂ければと思います。

お忙しいところ大変申し訳ありませんが、今回の調査にご協力頂ければ幸いです。

どうぞよろしくお願い申し上げます。

滋賀県立大学環境科学部環境政策・計画学科

あかりんちゅ代表 本間友香里

連絡先：080-????-????

Mail：[twi###@gmail.com](mailto:twi###@gmail.com)

## 資料2：アンケート内容（ホテル）

平成22年9月29日(水)

ホテルにおける残蠟回収量調査への御協力をお願い

突然のご連絡、失礼致します。

私、滋賀県立大学環境科学部環境政策・計画学科3回生の本間友香里と申します。

今回、貴ホテルの残蠟量や現在の処分方法につきまして教えて頂きたく、ご連絡差し上げました。

現在、学生チーム「あかりんちゅ」とNPO法人五環生活との協働事業として、お寺等の残蠟を用いリサイクルキャンドルの可能性を調査しております。子ども向けのキャンドルづくり教室や、キャンドルナイトイベントの開催などを主な活動としております。また、最近では残蠟の有効利用と福祉作業所での仕事創出を目的とし、作業所さんと相談しながらのリサイクルキャンドルの製造委託を始め、試験的な販売も始めております。私達の活動が、蠟燭の再利用と福祉の仕事創出、さらにはろうそくの灯りで過ごすスローな夜を広めることに寄与することができれば、という思いで活動しております。

今回、貴ホテルの残蠟量や処分方法について調査を依頼させて頂いたのは、福祉作業所に対しまして、リサイクルキャンドルの材料である残蠟を継続的にどの程度提供出来るかを検討する参考データとして使用させて頂きたいからです。

### お答え頂きたい内容

1. 貴ホテルのおおまかな蠟燭使用量を教えていただけますでしょうか。大体で結構です。

月に（年）およそ 本ぐらい

もしある場合は、大体の年間あるいは月間量を教えて頂けますか。

2. 溶けて小さくなり、用途のなくなった蠟燭がありますでしょうか。

もしある場合は、大体の年間あるいは月間の量を教えていただけますか。

3. 現在の残蠟の処分方法を教えて頂けますか。

(例えば、一般廃棄物としてそのまま廃棄、回収業者に回収を依頼している等)

4. 残蠟がある場合、その蠟燭をご提供いただくことは可能でしょうか。

9月30日あるいは10月1日にお電話させて頂きますので、上記の質問にお答え頂ければと思います。

お忙しいところ大変申し訳ありませんが、今回の調査にご協力頂ければ幸いです。

どうぞよろしくお願い申し上げます。

滋賀県立大学環境科学部環境政策・計画学科

あかりんちゅ代表 本間友香里

連絡先：080-????-????

Mail：[twin?????@gmail.com](mailto:twin?????@gmail.com)

表1 残蠟回収可能性調査データ一覧

属性	名称	調査日時	蠟燭使用量	残蠟の有無と残蠟量	処分方法	残蠟提供の可否	
彦根	KG寺	9月25日	年間30本程度 20cm程の比較的大きいもの	有(2, 3cmのもの) 2, 3cmのものが30本程度	燃えるごみとして処分	可能	約3kg
	KR寺	9月25日	年間100本程(和蠟と洋蠟)	有(残り1cm程になったもの) 段ボール一箱もいかない	燃えるごみとして処分	可能	
	SK寺	9月25日	年間で30, 40本(はぜ蠟燭←和蠟の一種)	有 蠟燭は一回しか使わない。長さはその時でばらばら。5, 15cmと色々。	燃えるごみとして処分	可能	
	JU寺	9月25日	十匁? :一週間に一本, 三十匁:年間30本, 二十匁:年間20本 全て和蠟	有(かなり少量)使い切ろうとしているからあまり出ない。	おそらく燃えるごみとして処分	可能(少量だけれど)	
	ZK寺	9月25日	年間50本程度	有(今あかりんちゆがもらっている), 直径3cm, 一回しか使わない		可能	
	HE寺	9月25日	法要(年に5, 6回程度)で大きな和蠟を一回に付き5, 6本使う。普段は小さな和蠟。	あまり出ない。	燃えるごみとして処分	可能	
	MK寺	9月25日	法要(年に5.6回程度)で太い蠟燭を一回に付き5, 6本。細い蠟燭を毎日一本。	有。3分の1~半分程度の大きさのもの。そんなに量は出ない。	一か月に一回、燃えるごみとして処分	可能	
	FK寺	9月25日	年間50本+法要60本程度	有。	京都の蠟燭屋さんが回収	少しなら可能	
	KK寺	10月2日	あまり使わない	無			
	CK寺	10月2日	中くらいの蠟燭を年8箱(一箱15本程度)	有。毎日のお勧めに使うものは、使い切っており、法要は一回きり。	ごみとして処分	可能(4, 5ヶ月したら取りに来て欲しい)	
	CJ寺	10月2日	分からない(和蠟と洋蠟の両方)	有。でもそれほどない。	ゴミとして処分	可(少量だけれど)	
	TN寺	10月2日		無		不可	
	RT寺	10月2日		無		不可	
	ZR寺	10月2日	分からない(和蠟)	有。バケツ一杯もいかない程度。	人にあげたところ	可(12月くらいに取り来て)	
SR寺	10月2日	分からない(月による)洋蠟と和蠟の両方	有。2年で段ボール一箱程	ゴミとして処分	可(すぐに譲れる)		

表1 残蠟回収可能性調査データ一覧（続き）

属性	名称	調査日時	蠟燭使用量	残蠟の有無と残蠟量	処分方法	残蠟提供の可否	
西国三十三ヶ所寺院	IS寺	10月5日		仕入先の業者に残蠟は回収してもらっている		不可	1kg
	MI寺	10月3日	お参りに来た人に和蠟燭(?)を購入してもらい、本堂にあげてもらっている。	残蠟はあるが、線香等の種火として使い切っているという状況。		不可	
	CM寺	10月5日		法要で使う蠟燭よりも巡礼で使う分の方が多い。最後まで灯し、使い切っているため、残蠟は出ない。		不可	
	ER寺	10月2日	5~6000本	無。手燭として再利用し、ほぼなくなる。		不可	
	TK寺	10月5日		有。だが、残蠟は全て溶かし、使い切っている。		不可	
	HG寺	10月2日	50号が180本、2号が700本	蠟燭は全て燃やしきるため、形が残った残蠟はない。垂れ落ちた蠟クズなら残る。一か月でイット缶一杯程度。	一般廃棄物	可能(垂れクズで良ければ)	
	KS寺	10月1日	1.5号の蠟燭が大量	有。縦50cm×横30cmの缶二つ分	蠟燭屋さんが回収	可能	9.3kg
青年会 執行部会にて	KS寺	10月2日	月で7.5号の蠟燭は20本程度。洋蠟。	有。30本くらい？今は使い切っている。		可能	100kg
	JF寺	10月2日	月に30本程度。洋蠟。	有。年間で小さな紙袋一杯程度。	既に提供してもらっている	可能	
	ZR寺	10月2日	年間60本程度。ほとんど洋蠟。	有。年間2~3kg程度。	既に提供してもらっている	可能	
	RG寺	10月2日	月に50本程度。全て洋蠟。	有。10本程度。	一般廃棄物として処分	可能	
	SH寺	10月2日	50本程度。洋蠟。	有。(たくさんあるそう) 50本程度。	一般廃棄物として処分	可能	
	SK寺	10月2日	年50本程度。洋蠟。	分からない。	燃えるゴミとして処分	可能	
	SH寺	10月2日	年間120本程度。	あまり残蠟はない。	青年会に提供したい	可能	
	DR寺	10月2日	月20本程度。	有。だが数個。	一般廃棄物として処分。	可能	
	CH寺	10月2日	年間50本程度。	有。年間みかん箱一箱。	燃えるごみとして処分	可能	
	ET寺	10月2日	年間75本程度。小50本、中12本。	有。紙袋一杯程度。	既に提供してもらっている	可能	
葬儀社	KE社	10月5日		有。一か月で10kg程度。	燃えるごみとして処分	可能	
ホテル・結婚式場	RH	2月10日	年間で2400本位	有。年間2000本以上発生。	ホテル回収業者が回収	全てではないけれど可能	
	NG	2月11日	年間で350本位のプライダル卓上花用	年間で350本位のプライダル卓上花用	業者に返却	可能	
	HB	2月10日	年間660kg	無。全て使いまわし、使い切っている。		不可	
	BK	2月10日	月に10本程		花屋さんが回収	検討可	
	HM	2月11日		無。カップタイプのキャンドルを使い切り		不可	
	KG	2月10日		無 スターナイトで使い切る		不可	
花屋	KS	2月9日		有るが、月によって量が違う	廃棄	可	

表1のように、洋蠟と和蠟の区別が重要であり、まただいたいの残蠟回収量が推定できるようになった。特に、ボリューム（量）としては葬儀社やホテルが一度に大きく、寺院はそれほど大きくないことがわかる。大きな寺院（比叡山等）では、燃やしてしまうといった処理が行われていることもわかった。また、回収可能性も協力的なところは実際に提供が可能であることがわかった。現在のところ、回収ルートができれば製造原料としての残蠟量としては問題がないことがわかる。

## (2) 寺院ヒアリング

上記の電話による電話ヒアリングで残蠟を提供して下さる寺院に実際にお伺いし、残蠟の回収と商品の販売可能性について調査を行った。

### ①KS 寺（東近江市）

調査実施者 近藤 本間 栗谷

調査実施日 2010年11月8日（月）

実施場所 KS 寺（東近江市）

検証結果 ご住職にお会いし、協力していただけることになった。その場にあった残蠟も回収することができた。ただ、山中にある寺院であるために、回収プロセスはやや難であることが推測される。西国三十三ヶ所の協議会である「西国霊場会」にも聞いてみるというご協力をいただいた。

写真 KS 寺における残蠟回収の様子

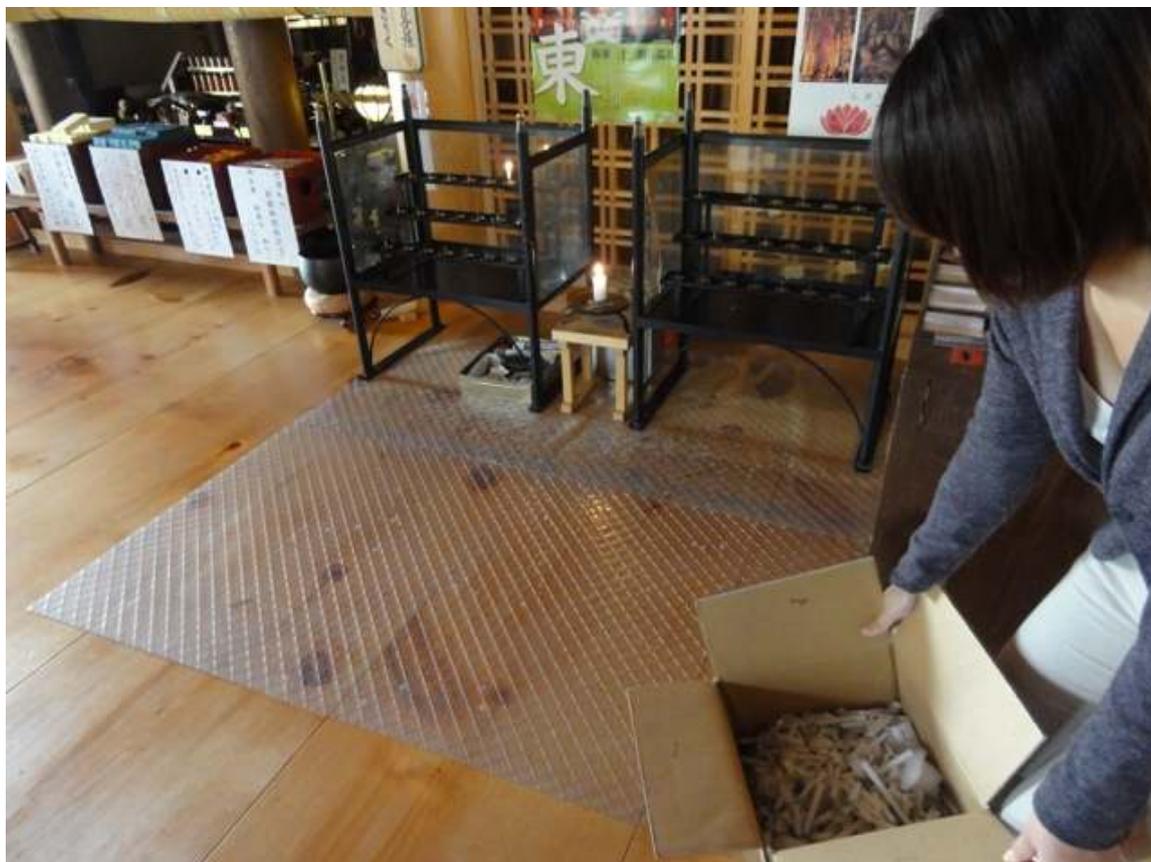


写真 KS 寺における残蠟回収の様子



## ②HG 寺（長浜市）

調査実施者 近藤 本間

調査実施日 2010年11月11日（木）

実施場所 HG 寺（長浜市）

検証結果 主旨には賛同していただいたが、残蠟そのものの量は少なかった。またどういった事業なのかを説明する時間が十分に取れなかったが、残蠟回収の仕組みが寺院にできれば回収は可能だと思われる。

写真 HG 寺における残蠟回収の様子



写真 HG 寺における残蠟



(3) 回収ルール

残蠟量調査で残蠟提供可能と回答のあった寺院には下記の文章をメールで送付または電話で説明をし、合意を得た。

表2：回収協力先一覧

- 回収協力先一覧  
(赤いヶ所が回収協力先)
- 回収ルール合意文章

属性	名称	調査日時	蠟燭使用量	残蠟の有無と残蠟量	処分方法	残蠟提供の可否	
彦根	KG寺	9月25日	年間30本程度 20cm程の比較的大きいもの	有(2, 3cmのもの) 2, 3cmのものが30本程度	燃えるごみとして処分	可能	約3kg
	KR寺	9月25日	年間100本程(和蠟と洋蠟)	有(残り1cm程になったもの) 段ボール一箱もいかない	燃えるごみとして処分	可能	
	SK寺	9月25日	年間で30, 40本(はげ蠟燭一和蠟の一種)	有 蠟燭は一回しか使わない。長さはその時ではばら。5, 15cmと色々。	燃えるごみとして処分	可能	
	JU寺	9月25日	十匁? : 一週間に一本、三十匁 : 年間30本、二十匁 : 年間20本 全て和蠟	有(かなり少量)使い切ろうとしているからあまり出ない。	おそらく燃えるごみとして処分	可能(少量だけれど)	
	ZK寺	9月25日	年間50本程度	有(今あかりんちゆがもらっている) 直径3cm、一回しか使わない		可能	
	HE寺	9月25日	法要(年に5, 6回程度)で大きな和蠟を一回に付き5, 6本使う。普段は小さな和蠟。	あまり出ない。	燃えるごみとして処分	可能	
	MK寺	9月25日	法要(年に5, 6回程度)で太い蠟燭を一回に付き5, 6本。細い蠟燭を毎日一本。	有。三分の1~半分程度の大きさのもの。そんなに量は出ない。	一か月に一回、燃えるごみとして処分	可能	
	FK寺	9月25日	年間50本+法要60本程度	有。	京都の蠟燭屋さんが回収	少なから可能	
	KK寺	10月2日	あまり使わない	無			
	CK寺	10月2日	中くらいの蠟燭を年8箱(一箱15本程度)	有。毎日のお勤めに使うものは、使い切っており、法要は一回きり。	ごみとして処分	可能(4, 5ヶ月したら取りに来て欲しい)	
	CJ寺	10月2日	分からない和蠟と洋蠟の両方)	有。でもそれほどない。	ゴミとして処分	可(少量だけれど)	
	TN寺	10月2日		無		不可	
	RT寺	10月2日		無		不可	
	ZR寺	10月2日	分からない(和蠟)	有。バケツ一杯もいかない程度。	人にあげたところ	可(12月くらいに取り来て)	
SR寺	10月2日	分からない(月による)洋蠟と和蠟の両方	有。2年で段ボール一箱程	ゴミとして処分	可(すぐに譲れる)		
西国三十三ヶ所寺院	IS寺	10月5日		仕入先の業者に残蠟は回収してもらっている		不可	1kg
	MI寺	10月3日	お参りに来た人に和蠟燭(?)を購入してもらい、本堂にあげてもらっている。	残蠟はあるが、線香等の種火として使い切っているという状況。		不可	
	CM寺	10月5日		法要で使う蠟燭よりも巡礼で使うの方が多い。最後まで灯し、使い切っているため、残蠟は出ない。		不可	
	ER寺	10月2日	5~6000本	無。手燭として再利用し、ほぼなくなる。		不可	
	TK寺	10月5日		有。だが、残蠟は全て溶かし、使い切っている。		不可	
	HG寺	10月2日	50号が180本、2号が700本	蠟燭は全て燃やしきるため、形が残った残蠟はない。垂れ落ちた蠟クズなら残る。一か月でイット缶一杯程度。	一般廃棄物	可能(垂れクズで良ければ)	
	KS寺	10月1日	1.5号の蠟燭が大量	有。縦50cm×横30cmの缶二つつ分	蠟燭屋さんが回収	可能	
	KS寺	10月2日	月で7.5号の蠟燭は20本程度。洋蠟。	有。30本くらい?今は使い切っている。		可能	
青年会	JF寺	10月2日	月に30本程度。洋蠟。	有。年間で小さな紙袋一杯程度。	既に提供してもらっている	可能	100kg
	ZR寺	10月2日	年間60本程度。ほとんど洋蠟。	有。年間2~3kg程度。	既に提供してもらっている	可能	
	RG寺	10月2日	月に50本程度。全て洋蠟。	有。10本程度。	一般廃棄物として処分	可能	
	SH寺	10月2日	50本程度。洋蠟。	有。(たくさんあるそう) 50本程度。	一般廃棄物として処分	可能	
	SK寺	10月2日	年50本程度。洋蠟。	分からない。	燃えるゴミとして処分	可能	
	SH寺	10月2日	年間120本程度。	あまり残蠟はない。	青年会に提供したい	可能	
	DR寺	10月2日	月20本程度。	有。だが数個。	一般廃棄物として処分	可能	
	CH寺	10月2日	年間50本程度。	有。年間みかん箱一箱。	燃えるごみとして処分	可能	
	ET寺	10月2日	年間75本程度。小50本、中12本。	有。紙袋一杯程度。	既に提供してもらっている	可能	
葬儀社	KE社	10月5日		有。一か月で10kg程度。	燃えるごみとして処分	可能	
ホテル・結婚式場	RH	2月10日	年間で2400本位	有。年間2000本以上発生。	ホテル回収業者が回収	全てではないけれど可能	
	NG	2月11日	年間で350本位のプライダル卓上花用	年間で350本位のプライダル卓上花用		業者に返却可能	
	HB	2月10日	年間660kg	無。全て使いまわし、使い切っている。		不可	
	BK	2月10日	月に10本程		花屋さんが回収	検討可	
	HM	2月11日		無。カップタイプのキャンドルを使い切り		不可	
	KG	2月10日		無。スターナイトで使い切る		不可	
花屋	KS	2月9日		有るが、月によって量が違う	廃棄	可	

### 資料3：回収ルール合意文書

## 残燭ご提供のお願い

平素は、当法人の活動にご理解ご協力頂き誠に有難うございます。  
この度、弊団体と学生団体あかりんちゅ（滋賀県立大学）において、環境に優しい100%リサイクルキャンドルの商品開発にあたり、残燭を提供して下さる寺院様、ホテル様を募集しております。何卒、ご理解ご協力のほどよろしくお願い申し上げます。

### Green Candle（グリーンキャンドル）

寺院・ホテルの残燭をもう一度溶かして作る100%環境にやさしいリサイクルキャンドル。  
私たちはこのキャンドルが彦根の街を'つなぐ'キャンドルにしたいと思っています。

残燭のご提供元である寺院様・ホテル様

キャンドル製造の一部をお願いする福祉作業所様

キャンドルの製造を行うあかりんちゅ

キャンドルの瓶のご提供元である地元の飲食店様

キャンドルを販売していただく地元のお店様

みんなの想いをキャンドルがゆるやかにつないでいき、

そこに雇用の創出と地産地灯（ちさんちとう）の輪が広がっていけばと考えております。



### 回収方法

- ・1m×1m×50cm（予定）の回収ボックスをお渡しします（もしくは、お手持ちの空き箱でも大丈夫です。）、
- ・ご使用済みの残燭を回収ボックスに入れてください
- ・三ヶ月に一度（予定）回収に参ります（残燭量によって調整）
- ・回収までにボックスが残燭でいっぱいになってしまった場合にはご連絡ください

### NPO 法人五環生活…2006年7月設立 滋賀県彦根市

五感+環境+暮らしをコンセプトとして、環境との関わりを持つさまざまなライフスタイルを楽しみながら体験するとともに、社会に定着させていくことを目的とする。

自転車タクシー、輪の国びわ湖（びわ湖一周サイクリング）などを企画・運営

### あかりんちゅ（滋賀県立大学）…2009年設立

キャンドルナイトやキャンドル作り教室の企画・運営

キャンドルで過ごすスローな夜を広めることを想いとして活動している。

—問い合わせ先—

NPO 法人五環生活（ごかんせいかつ）担当：八木

彦根市銀座町1-4 電話：0749-26-1463 mail@gokan-seikatsu.jp

## 5 モデル地域における製造体制構築

### (1) 福祉作業所との連携

リサイクルキャンドルの製造過程を福祉作業所へ委託し、福祉作業所の仕事創出へも繋げるため、彦根市にある「ハートワーク結」においてリサイクルキャンドルの委託製造を実施検証した。

作業人数：4人

ハートワーク結の職員：2人

製造総数：300個程度

製造スピード：ティーライトキャンドル 60個程度（1時間）

製造個数 ティーライトキャンドル 60個×4時間=240個（1日）240個×20日=4800個（1か月）

作業実施日：7月8日、7月15日、7月27日、8月6日、8月27日、9月8日、10月14日

検証結果

- ・ティーライトキャンドルの製造においては、問題なく作業を行うことが可能である
- ・作業者が仕事に対して楽しみややりがいを感じている
- ・普段行っているような単純作業ではなくて、消費者に直接渡すキャンドルであるためか、作業する方々も出来映えがどうなのか気になるようであった
- ・得意な作業、不得意な作業を見極め、作業分担決める必要がある
- ・作業者が作業を自立して行うまで、一定期間を要する
- ・商品として販売可能な物が製造できるまでに、時間・労力を要する
- ・作業の指示はより細かく指示する必要がある（「大体何 cm くらいで」という表現は通じないことが多い）
- ・製造スピードをどう上げるかが課題だと感じた
- ・製造ロスはどう減らすかが課題だと感じた
- ・2011年度のティーライト売り上げ目標は550個（月）ということから、製造個数は問題ないことが実証できた。2012年度の売上目標1493個（月）からも製造個数は問題ない。しかし、2013年以降もティーライトキャンドルの必要個数は増加するため、結以外の委託製造先を開拓する必要がある。

写真 ハートワーク結での作業風景



写真 ハートワーク結での作業風景



## (2) 学生団体との連携

寺院の残蠟を使ったリサイクルキャンドルを作り、キャンドルナイトやキャンドル作り教室の企画・運営をしている学生団体「あかりんちゅ」に本事業において商品の委託製造を依頼して実行した。

設立：2009年

製造人数：10人

製造スピード：ティーライトキャンドル：約70個（1時間）

グリーンキャンドル：約8個（1時間）

製造個数

グリーンキャンドル 8個×2時間＝**16個**（1日）16個×20日＝**320個**（1カ月）

検証結果

- ・ティーライトキャンドルの製造スピードは福祉作業所の結さんとほぼ同じ。
- ・ティーライトキャンドル作成は福祉作業所さんにお願ひし、あかりんちゅにはグリーンキャンドルを専門で製造をお願ひする方向がわかった。
- ・学生で構成される団体ということもあり、定期試験期間や長期休み期間など人員が不足する時期が発生する可能性があることが確認できた

写真 あかりんちゅの作業風景



### (3)信楽焼とのコラボキャンドル

滋賀の特産品である信楽焼を利用したキャンドルの製造・販売可能性を調査するためにM社へヒアリングを実施した。M社へはあかりんちゅと関わりのある学生団体を通じてコンタクトを取った。

実施日：2011年3月3日

対象：M社のI氏

#### 検証結果

- ・M社の商品で欠けたもの等を利用することは可能
- ・商品に使う信楽焼には「GREEN CANDLE」のロゴを押す等、一工夫してブランド化に繋げた方が良いと思われる
- ・パッケージにも滋賀の特産品を使えないか検討したい
- ・大量に製造するのではなく、数を限定して製造した方が良いと感じる
- ・取引金額については今後詰めていく

写真 利用予定の信楽焼



## 6 モデル地域における購入可能性調査

### (1) 寺院対象商品

寺院関係者へのヒアリングや仏壇会社へのヒアリングから、蠟燭の形(棒状)にすることで、クオリティが担保されるかとういことと、芯を真ん中にするといった技術的課題が、福祉作業所としては難しいと判断されて断念した。おそらく、技術的課題がクリアされたとしてもコスト面でもかなり難点があると判断した。また、販路が見込めず、寺院サイドに「エコ」といった意識があまり期待できないということも寺院関係者へのヒアリングで予想されたため断念した。

### (2) ペットロスキャンドル

ペットショップ関係者、UA館館長ヒアリングより、ペットロス症候群の人の心を癒すものは「時間」であり、キャンドルといった物の提供だけではその心をいやせないということが予想された。(記録資料：第四章 記録資料 ①議事録 参照) その他、ペット向けの商品に求められる専門性が五環生活には無いこと、ペット向け商品と五環生活のミッションとの整合性が弱いことから断念した。

### (3) グリーンキャンドル

#### ①試験販売

リサイクルキャンドルの購入可能性を調査する目的で、下記のイベント会場・店舗で試験販売を行った。

#### 1) 「降りていく生き方」映画上映会 会場(大津市)

調査実施者 近藤 本間

調査実施日 2010年10月31日(日)

実施場所 大津市民会館大ホール

実施対象 イベント来場者

実施内容 ティーライトキャンドル4個入り300円 を販売

売上結果 17セット×300円=5,100円の売上

検証結果 主旨に賛同し購入して下さった。アロマ入りの商品が欲しいという声があった。

写真 「降りていく生き方」映画上映会会場での試験販売の様子



写真 「降りていく生き方」映画上映会会場での試験販売の様子



2) ひこねキャンドルナイト会場（彦根市）

調査実施者 近藤 本間 栗谷 八木

調査実施日 2010年11月6日（土）

実施場所 キャンドルナイト会場2カ所

実施対象 キャンドルナイト来場者

実施内容 ティーライトキャンドル4個入り200円 を販売

売上結果 19セット×200円=3,800円の売り上げ

検証結果 キャンドルナイトの会場ということもあり、キャンドルに興味を持ってくださる方が多かった。寺院の残蠟を使ったキャンドルと説明すると関心を持ってくださった方も確認できた。しかし、直接説明をしないと残蠟のリサイクルキャンドルが伝わらないので、パッと見てわかる陳列の工夫が必要であることがわかった。

写真 ひこねキャンドルナイト会場での試験販売の様子



写真 ひこねキャンドルナイト会場での試験販売の様子



### 3) 夢京橋あかり館

調査実施者 本間

調査実施日 2011年1月29日(土)～現在

実施場所 夢京橋あかり館(滋賀県彦根市本町2-1-3)

実施対象 来店者

実施内容 グリーンキャンドル525円(税込)を20個買い取っていただく。グリーンキャンドルのスペースを設けさせていただき、委託販売。

売上結果 買い取り個数 20個 売上数 1個(2011年3月2日現在)

検証結果 キャンドルやろうそくを販売しているお店なので、キャンドルに興味がある方が見てくれる可能性は高いが、他のキャンドルの陳列の中に埋もれてしまっていることが、売上個数が伸びない理由と思われる。他商品と決定的に違う残蠟で作ったリサイクルキャンドルというコンセプトが伝わるようなディスプレイの工夫が必要ということが確認できた。

写真 夢京橋あかり館での試験販売の様子



写真 夢京橋あかり館での試験販売の様子



## ②店頭ヒアリング

商品の価格設定、ペルソナ設定、商品コンセプトの調査を目的として、1月29日から試験販売を行っている夢京橋あかり館前で商品の店頭ヒアリングを行った。

ヒアリングの対象は、20代位の女性観光客で、夢京橋あかり館内でキャンドルを見ている客、あるいは店前を歩いている客とした。ヒアリングでは ①「GREEN CANDLE」を購入するとしたら、いくら払えるか ②購入する目的は ③キャンドルに香りがついているとどうか ④普段の生活でキャンドルを使用するか ⑤パッケージについてどう思うか を中心に話を伺った。

実施日 2011年1月30日（日）

実施時間 14:00～15:00

実施場所 夢京橋あかり館入り口

実施者 本間

実施内容 夢京橋あかり館の来店者でターゲットとなる方（20～30代女性観光客）にグリーンキャンドルを見せ質問に答えて頂く

質問項目

①「GREEN CANDLE」を購入するとしたら、いくら払えるか

②購入する目的は

③キャンドルに香りがついているとどうか

④普段の生活でキャンドルを使用するか

⑤パッケージについてどう思うか・（グリーンキャンドルを見せて）何円なら買いますか？

実施対象 20代の女性観光客

## 結果

グリーンキャンドルを300円～800円で購入

プレゼントとして購入する人が 5人／6人

香りがあった方がいいという人が 4人／5人

他には、「エコというポイントを押すのであれば、香りがない方がいい」

「ストーリーが分かりやすいパッケージがいい」という意見を頂いた。

下記の表にまとめた。

グリーンキャンドルをプレゼントとして提案するのが商品価値を理解してもらいやすいことがわかった。価格は525円で妥当かと思われるが、質問回答者の全てが購入には至らないことが確認できた。

表3 グリーンキャンドルに対する店頭ヒアリング結果

【店頭ヒアリング】 2011/1/30 14:00-15:00

場所: 夢京橋あかり館 入り口

対象: 20代30代の女性観光客

グリーンキャンドルの商品ヒアリング

	①	②	③	④	⑤	⑥
対象	女性(20代)	女性(20代)	女性(30代)	女性(20代)	女性(20代)	女性(30代)
価格	エコに関わることに寄付があるなら600円。ない場合は400円	300円	500円	800円	500円	500円
目的	プレゼント(友人)もらえると嬉しい	プレゼント	プレゼント 自分用	友達へのプレゼント	プレゼント	お土産
香り	あると嬉しい		ある方が嬉しい	あった方が良い	あった方が良い	エコをおすすめなら香りのない方が良い
普段キャンドルを使用するか	あまり使わない		一人でゆっくりする時に使う。家にたくさんキャンドルがある	あまり使わない	時々使う	あまり使わない(使うとしたらクリスマス等のイベント時)
パッケージについて	色があると選ぶのが楽しい	紙袋(ざら紙みたいな)にして一部だけ中が見えるような感じ。フィルムを使ったような。	瓶のフタを和紙でかぶせるのも可愛いかも			ストーリーが分かりやすいパッケージ

### ③ 商品グループヒアリング

商品の価格設定、ペルソナ設定、商品コンセプトの調査を目的として、グループの商品モニター調査を行った。

モニターはターゲットとして設定している20・30代の関西在住の社会人女性。募集方法は五環生活HP・ブログ・ツイッター、あかりんちゅブログ、きんき環境館でのチラシ設置で行った。当日は資料4のような質問項目を中心に、会話形式で商品に関する意見や想定される販売場所・販売方法に対する意見をいただいた。またポストイットを用いて意見の収集を行った。

実施日 2011年2月6日(日)

実施時間 13:00~15:00

実施者 本間 八木 きんき環境館

実施内容 会話形式で商品に関する意見や想定される販売場所・販売方法に対する意見をいただいた。またポストイットを用いて意見の収集を行った。

#### 資料4：質問項目

##### 【個人情報など】

- ・プロフィール(名前、住所(出身地も)、年齢、職業)

##### 【キャンドルに関して】

- ・Green Candleの第一印象

- ・Green Candleを購入しようと思うか

→YES：なぜ？値段は高い？安い？誰のために？

→NO：なぜ？あと何があれば購入してもらえるか

- ・価格についてどう思うか

- ・コンセプトについてどう思うか

- ・パッケージについてどう思うか

- ・色は単色の方が良いか、多色の方が良いか

- ・アロマオイルが入っている方が良いか

→YES：入れるならオーガニックのオイル？香りがついていけば特にこだわらない

- ・誰がGreen Candleを使っていそうか(性別、年齢、どんな使用方法か)

- ・普段キャンドルを使用するか

→YES：そのキャンドルは自分で購入したものか。プレゼントでもらったものか。

- ・キャンドルを自分で購入したことがあるか

→YES：その時に何を基準に選んだか(デザイン、香り、コンセプト等)

- ・友達にキャンドルをプレゼントすることがあるか

→YES；それはどんな友達(年齢、性別、職業、なぜ？…)

- ・どのキャンドルが一番気に入ったか

①単色アロマなし②単色アロマあり③多色アロマあり④多色アロマなし⑤和蠟⑥ティーライト(アロマ+飾り付き)

- ・グリーンキャンドルのコンセプトの何に共感しますか？(ベスト3をあげてもらう)

①地産地灯の考え ②リサイクルによるエコ活動 ③お寺の残蠟使用 ④滋賀県地域をあげたと  
りくみ ⑤五環生活のミッション⑥グリーンカラーの考え方 ⑦五環生活の活動 ⑧お寺の協力  
⑨福祉施設の作業 ⑩エコジョブ ⑪その他 ( )

・グリーンキャンドルの何に興味がありますか？(ベスト3をあげてもら)

①地産地灯の考え ②リサイクルによるエコ活動 ③お寺の残蠟使用 ④滋賀県地域をあげたと  
りくみ ⑤五環生活のミッション⑥グリーンカラーの考え方 ⑦五環生活の活動 ⑧お寺の協力  
⑨福祉施設の作業 ⑩エコジョブ ⑪その他 ( )

・プレゼントするとしたら誰に一番あげたいですか？

①自分へのご褒美 ②友人(同僚・サークル・学生時代・その他( )) ③恋人 ④身  
内(祖父母・父母・兄弟・子供・孫・( ))

・その理由は？( )

・プレゼントする際何と言って渡しますか？( )

・すぐに火を灯したいですか？(すぐに・いつか機会を見て・ずっと置いておく・その他  
( ))

・それは何故ですか？( )

・このキャンドルはいつ灯したいですか？

(工作中、パーティ・気分転換したいとき、考え事をする時、何も考えたくない時・その他  
( ))

・その際誰かいますか？(一人・友人・恋人・家族・ペット・その他( ))

・グリーンキャンドルでどんな気持ちになりたいですか？( )

#### 【価値観について】

・好きな色は？

・お茶をするならどこ？

スタバ、ドトール、ファストフード…→なぜ？

・友達に誕生日プレゼントをあげるなら実用的なもの？見た目重視で非実用的なもの？

・休日はどんな過ごし方をしているか

・趣味はなにか

#### 【モニター参加者属性】

参加者 5名

年齢 20代4名 30代1名

お住い 大阪4名 滋賀1名

職業 会社員3名 公務員1名 保育士1名

検証結果

「グリーンキャンドルのどこに共感しますか？」という問い(複数回答)には、リサイクル-4名、寺の残蠟-5名、五環の活動-1名 【表4:モニターヒアリング一覧】と、リサイクル・寺の残蠟に賛同してくださる方が大半であった。このキャンドルを通じて寺院や結婚式場で残蠟がたくさん出ている事実、それが廃棄されている事実、残蠟を利用してキャンドルを作成できること、

など事実や問題を教えてくれる商品というところに魅力を感じたという意見を頂いた。中には、エコのことがよくわからないので、このキャンドルでエコ初心者に向けて何か提案があれば嬉しいという意見もあった。商品の隣に五環生活のパンフレットがある方が、商品の信頼度が高まるといった意見もあった。

このことから、グリーンキャンドルはターゲットに事実（寺で残蠟が出ていること、既存のキャンドルナイトでは石油系パラフィンキャンドルが使用されていること（≠環境に優しい？）、残蠟でリサイクルキャンドルが作れること）を伝え、気軽にできるエコ活動を提案するというコンセプトに設定する。また意見より、パッと見てコンセプトが伝わる商品の陳列に工夫が必要であることがわかった。

また、グリーンキャンドルに対していくら払えるかという質問を第一印象とモニターから出た意見を参考に改善した場合とで比較をした。【表6：第一印象と改善後の価格比較】

5名いずれも第一印象時よりも改善時の金額が上がっていた。第一印象時は100円～500円だった金額が350円～800円と平均して210円の上昇であった。従って、コンセプトが伝わりやすい商品の見せ方、パッケージの改良を行えば商品価格525円は妥当であり、少し低めの設定とも言えることがわかった。

表4：モニターヒアリング一覧（コンセプト）

	グリーンキャンドルコンセプト どの部分に共感する？
①	滋賀（地域）の取り組みに関心。 リサイクル・寺の残蠟を使ったキャンドルに共感 グリーンキャンドルのロゴが素敵
②	リサイクル・寺の残蠟 このキャンドルで寺で残蠟があるという事実を知った。 問題提起や事実を知らせてくれるキャンドル。 かわいいだけじゃ買わない +αが大切
③	リサイクル・寺の残蠟・五環の活動に共感 エコのことがよくわからないから、このグリーンキャンドルで何か提案（メッセージ）みたいなものがあればいいかも。 商品の隣に五環パンフレットがあったほうがいい。
④	寺の残蠟
⑤	①リサイクル②寺の残蠟 五環生活のパンフレットを商品の隣に置いてあると、ちゃんとした団体が行っているのだなと安心する。 このキャンドルを買うことで、私もリサイクル活動に参加しているという気持ちになれる

表5：モニターヒアリング一覧（色・香りなど）

	改善	補足	現状維持
色	層が多いのは苦手	キャンドルは落ち着いて使いたいので、落ち着いたグラデーションならOK。	優しい色合いなのが良い
	色が薄いと安っぽい？	20代後半。ファンシーな色使いよりも単色の方が○。薄いピンクよりも濃いピンク。	優しい色使いが受けると思います
	色がはっきりしたものもあって良いかな	このキャンドルは何を一番おしたいの？それによって色も変わってくるのでは？	3色、4色でグラデーションも可愛いと思います。
	色も大事だし、香りが人それぞれ好みがあるから色々があると嬉しい		
	4色になるとグラデーションが分かりづらい ティーライトの色の組み合わせのバリエーションが欲しいかも アロマの香り、ローズもあったら良いな 発色は気になる(重視している)		
香り	アロマオイルが入っているのが、香りも楽しめて良い		
	香りがあるなら、瓶の工夫。熱くならない？ 付加価値みたいなのがあれば。例えば、効能を書いてもらってあれば、その目的に合わせて買える。 (○○アロマ:リラックス効果) フタがあった方が香りが移らないからいい	ライターで火をつけるのは、瓶の口が小さいと熱い。	
和ろう	和ろうは和っぽくしてほしい	差別化と寺の残蠟をもっと分かりやすく(パッケージ) 普通のキャンドルとの差別化。	
	和ろうはもう少し色を付けるか説明が欲しいかも 和蠟がプリンっぽい	和蠟燭をあまり知らないから、特徴をもうちょっと出す。(説明)	
パッケージ	袋詰めになっているものは、お土産屋さんなら買いかもしれないけど、普通のお店なら買わない。アロマをやっているとかでない限り、普通ではあまり使わない。	ティーライト→価格が高い。ティーライトはアロマオイルを炊くときに使うことが多い。ティーライトは飾るものでもない(売る場所によっては良い)。エコリサイクルだけでは買わない。POP(手書きとか)も工夫。売り場の工夫。空間作りが大切。	瓶やデザインや大きさが可愛いし、ディスプレイにもちょうど良さそう
	蓋がもっと可愛くなれば良いかも	リサイクル瓶はOK。埃がきになる。蓋自体にロゴを貼り付ける。	袋でラッピングされているのが、プレゼントしやすいし可愛い タグ(デザイン)はとても好き
	置く場所(売場所)によって入れ物を変える。 エコを追求して、タグもなにかする(ゴミが出ない) 「飾る」前提なら、蓋がついていた方が良い→埃がたまらない 蓋つきは持ち運びに良さそう(旅行とか) パッケージもゴミが出ない方がコンセプトに合っている気がします	和なら和っぽく。	
デザイン	アルミの入れ物は・・・	ティーライトのアルミカップはアロマオイルのイメージ。実用的なもので、インテリアのイメージではない。	
	瓶の小さいやつがあると良い	ティーライトのアルミカップがガラス。小さいものなら試しに買いやすい。受け皿を別売り。小さいのは可愛い(女の子は好き)	
	3個入りのパッケージにもコンセプトは書いた方が良い		
	アルミのやつはもう少し、浅目に蠟を入れた方が良い(こぼれそう) 瓶に柄があると、炎の揺らめきが綺麗でした。 牛乳瓶風のもの紙がはがれてしまいそう。 火をつけるのに減ってきたら、難しくない？(口がちっちゃいから) ティーライトの蠟の量が均一にできないのか ティーライトの上に乗ってる部分のはみ出しているのがもったいない(小さくして欲しい)		
その他	売っている場所で、同じものでも買いたい買いたくない等の感じ方が違うように思う。100均なら、どんなに可愛くてもそれなりの物に見えてしまう。お店により、周りに置くものによって変わる 飾っても可愛いと思えることが大切・・・？		

表6： 第一印象と改善後の価格比較

	第一印象	改善後
①	100～300円	～500円
②	300～500円	500～800円
③	300～500円	500～700円
④	100～350円	350～500円
⑤	300～400円	500～600円

モニター実施はディスカッション形式から意見を引き出し、KJ法的な進行で取りまとめた。

写真 商品グループヒアリングの様子



写真 商品グループヒアリングの様子



#### ④ 購入可能性調査

商品ターゲットを 20 代後半の女性と設定したが、グリーンティーライトキャンドルのターゲットとして夜営業を行っているバー・カフェ・ホテルを設定した。そのように考えた理由は以下である。

- ① グループヒアリング・店頭ヒアリングより、ターゲットでキャンドルを日常的に使用する人がそれほど多くはない。
- ② グループヒアリング・店頭ヒアリングより、ターゲットで自分にキャンドルを買う人が多くはない。贈り物として購入、また贈り物として貰う人の方が多い。
- ③ 日常の営業でキャンドルを利用している飲食店では、個人消費者よりもキャンドルの使用頻度が高い。一度に複数個の利用なので消費量も多い。

上記、バー・カフェ・ホテルにおいて、日常利用の可能性があるか下記の様な調査を行った。

実施日 2011 年 2 月 23 日 (水)

実施者 本間 八木 山名 竹内 千代

実施対象 彦根の飲食店 (カフェ・バー・ホテル) 19 店舗

実施方法 電話、訪問

実施内容 資料 5 の営業資料を持参し、下記の質問を行った。サンプルとしてグリーンティーライトキャンドルを持参した。

質問項目

- ①夜営業でグリーンティーライトキャンドル使用しませんか？
- ②グリーンティーライトキャンドルを使ってキャンドルナイトしませんか？
- ③グリーンキャンドルを店頭で販売していただけませんか？ (カフェ、ホテルのみ)

検証結果

彦根市内の夜営業をしている飲食店 19 店舗に上記項目を調査したところ、15 店舗でキャンドルの使用を日常的もしくはイベント時におこなっているという結果があった。その内 7 店舗が主旨に賛同していただき、ティーライトキャンドルの購入を検討していただけることになった。

バーでは、安全性の問題や燃焼時間の面からティーライトキャンドルよりもグリーンキャンドルの需要があったが、値段が高いとの意見が多数であった。居酒屋ではキャンドルを置くスペースが無いという声が多かった。

一方、カフェはティーライトキャンドルの検討をしてくださる店舗が多く (6 店舗中 5 店舗)、不要になった容器提供の打診や、ワークショップやイベントのコラボレーションの打診が多く、そのような主旨賛同をしてくださるカフェ・飲食店を中心に、グリーンショップ (グリーンキャンドルを扱う店舗) の輪を作っていける可能性が高いことが確認できた。

表7 彦根の飲食店に対する調査一覧

No.	種別	所在地	キャンドル使用	コメント
1	カフェ・バー	四番町	少し	
2	カフェ・バー	ホテルサンルート	している(ティーライト、大きいもの)	ティーライトより大きいキャンドル(700mlぐらい)を使いたい。匂いがいい方がいい。とうりんキャンドルは大きさ・値段とも微妙。
3	カフェ・バー	長浜	1号店は重要文化財のため火の利用禁止。 2号店は利用している。	価格と燃焼時間により検討。 来週もう一度来て下さい。
4	洋風居酒屋	彦根市役所前	使わない。	興味無し
5	フレンチ・バー	登町商店街	ある	ビジネスとしてメリットが弱い。炎上した場合、責任はどこにあるのか、ガラス(とうりんカップ)で大丈夫かなどそういう面でもビジネスとして常識的ではない。知り合いなど内々で使う物なら問題ない。
6	フレンチ	後三条	クリスマスのときぐらい	机が小さいので、常時、キャンドルを置くと危ない。とうりんキャンドルの方が安全だが、値段が高い。ティーライト100個¥2000なら買う。また、持ってきてほしい。趣旨には賛同して協力をしてくださる様子。
7	カラオケバー	戸賀町	使わない。カラオケバーに変更。	あまり興味ない様子。
8	カフェ・居酒屋	中央町	使わない。居酒屋風になっていた。	
9	スポーツバー	ベルロード	使わない。スポーツバーなのでがちゃがちゃしている。	
10	居酒屋	ベルロード	希望があったときだけ使用。	値段が安ければ買う。3000円でも高い。
11	バー	佐和町	使用している。大きいもの。	
12	シャトラ	橋本商店街	クリスマスの時ぐらい。	興味なさそう
13	セレクト・フラワーショップ	橋本商店街	夜に時々使い。利用見込みあり。	花屋さんなので、残蠟情報をいただきました。地元のものを取り扱っていききたい。
14	カフェ・バー	立花町	クリスマス。夏季にキャンドル使用(ティーライト)	買い換える予定なし。
15	カフェ	日夏	3/17より金土限定で夜営業スタート(22時まで)そこで使う可能性あり 利用見込みあり	・グリーンキャンドルを店頭で販売可能? →地元滋賀で作られたものは扱っていきたく思っている。OKです。 ・その他 →使えなくなってしまったコーヒーカップが時々出てくるので、それ使ったオリジナルのキャンドルが作れたらいいな。とのこと。
16	カフェ	新海浜	19時までの営業だが、冬の時期はティーライトキャンドルを使っていた。利用見込みあり。	
17	レストラン・カフェ・器ギャラリー	長浜	2号館レストランが調光できないので、良いかも。クリスマスには演出でキャンドルを使っていた。	・グリーンキャンドルを販売可能? →ここでしか買えないものを買付けてギャラリーで販売している。どこにでも売っているものは置けない・・・ キャンドルの主旨にはすごく賛同するので、そこは兼ね合いが必要。 ・その他 →店頭販売よりも、マルシェでワークショップをしたもらったの方がイメージできる。店の商品ご購入のお客様には簡易包装、布のエコバックで商品をお渡ししずっと使ってもらえるように工夫している。価格が安い。
18	カフェ	多賀	利用見込み有り。 夜の音楽イベント、地元イベントにて使用可能性有り。	既存のキャンドルナイトに疑問。石油系パラフィン ティーライト≠環境にやさしい
19	ホテル	長浜	毎月最終日曜日にレストラン4店舗でキャンドルナイト「スターナイト」を実施。2年やってちょうど変化をつけたいと思っていた。利用見込みあり。	・グリーンキャンドルを店頭で販売可能? →OK ・その他 →店頭販売よりもイベントコラボに関心。ロビーやお土産屋に置いても売れないのでは?担当の方は学生や団体とのコラボに積極的。

## 資料5 営業資料

### Green Candle 販売店様 (2011/02)

平素は、当法人の活動にご理解ご協力頂き誠に有難うございます。

この度、弊団体と学生団体あかりんちゅ(滋賀県立大学)において、環境に優しい100%リサイクルキャンドル作りました。私たちの主旨に賛同して下さる販売店様を募集しております。何卒、ご理解ご協力のほど宜しくお願い申し上げます。

### Green Candle とは



滋賀県内の寺院・ホテルなどから出る残燭

滋賀県内の飲食店などから出る容器



廃棄されていたこれらを使った  
100%リサイクルのキャンドルです。  
キャンドルの製作は地元の福祉作業所、  
グリーンキャンドルで滋賀の寺院・ホテル・飲食店  
福祉作業所・NPO・学生団体をゆるやかにつなごう  
そこに雇用の創出と地産地消(ちさんちそう)の輪を  
広げていきたいと考えています。  
また、滋賀で現在廃棄されているキャンドルナイトでは  
石油系パラフィンキャンドルからグリーンキャンドル  
に代えていただいて、環境負荷の少ないキャンドルナイト  
を滋賀で広めていきます。

### 商品ラインナップ



商品名: Green Candle (グリーンキャンドル)  
小売価格: 525円(税込) 卸価格: 341.25円  
最低ロット: 10個  
販売対象: 個人  
販売場所: 滋賀の飲食店・カフェ・道の駅・寺院など



商品名: Green Tealight Candle (グリーンティーライトキャンドル)  
小売価格: 3150円(100個入/税込/予価) 卸価格: 3150円(予価)  
最低ロット: 1セット(100個)  
販売対象: 飲食店・ホテル・キャンドルナイトイベント主催団体など  
※キャンドルナイト用のキャンドルです

### ご提案

#### ① 貴店夜営業でのグリーンティーライトキャンドル利用

グリーンキャンドルのステッカーを店頭にご貼っていただくと、グリーンショップ(環境にやさしいお店)をPR。グリーンキャンドルHPでも貴店名を掲載します。また、グリーンキャンドル会員(案)へのメールマガジンにグリーンショップとして情報を掲載します。

#### ② 貴店でのキャンドルナイト実施

あかりんちゅが持つキャンドルナイトのノウハウで貴店のキャンドルナイトイベントを企画します。滋賀で本当に環境にやさしいキャンドルナイトを広めましょう。

#### ③ 貴店でのグリーンキャンドル販売

アロマ入りキャンドルや信楽焼きを使った商品も企画中です。

NPO法人五環生活…2006年7月設立 滋賀県彦根市  
五環+環境+暮らしをコンセプトとして、環境との関わりを持つさまざまなライフスタイルを楽しみながら体験すると共に、社会に定着させていくことを目的とする。自転車タクシー、輪の廻り方展(1ヶ月間サイクリング)などを企画・運営

あかりんちゅ(学生団体)…2009年設立 滋賀県立大学  
キャンドルナイトやキャンドル作り教室の企画・運営  
キャンドルで過ごすスローな夜を広めることを想いとして活動している。

#### ●問い合わせ先●

NPO法人五環生活(ごかんせいかつ) 担当: 八木

彦根市銀屋町1-4 TEL:0749-26-1463 HP: <http://gokan-sekatsujp/> E-mail: [mail@gokan-sekatsujp](mailto:mail@gokan-sekatsujp)

**GREEN  
CANDLU**

## 7 来年度の課題、実施検証項目

本事業では主に回収・製造・販売の流れを意識して実施検証を行った。しかし回収・製造においては次の課題が残っており、来年度以後に取り組んでいく。

### (1) 回収-商品販売量増加に伴う容器提供先確保

下記の菓子メーカーに使用済み容器の提供あるいは使用可能性を調査した。

- ・株式会社 T 容器はデポジット制で回収しているため提供は難しい
- ・M 株式会社 プリン容器の提供不可

### 検証結果

現在は彦根の飲食店「とうりん」で月に30個程度のプリンカップを提供していただいているが、表8の通り容器は相当数が必要となってくる。従って、大手菓子メーカーからの容器提供や、行政によるゴミ収集のビンリサイクル事業、以前よりつながりのある民間のリサイクルステーションなどと連携をはかるために動いており、2011年5月までに大口の容器提供元との連携を予定している。信楽焼キャンドルは期待値が高く、早急に商品化をしていく予定である。

リサイクルステーションでは、施設内掲示板で容器募集の掲示の了承を得た。集めている容器の大きさ要項、サンプルを設置する予定である。

### (2) 製造-商品販売量増加に伴う製造元（福祉作業所）開拓

現在彦根のハートワーク結と連携関係にあるが、表8の通り商品製造量増加に伴い一団体での製造は難しくなる。そこで彦根周辺の福祉作業所との連携をはかるために現在動いており、2011年7月までに新規1団体、2012年3月までに新規3団体との連携をはかる予定である。

表8 残蠟・容器必要量

		商品ラインナップ				
		グリーン キャンドル (525円)	ティーライト キャンドル (21円)※1	信楽 キャンドル (1050円)	オーダー キャンドル (1050円)	計
2011	年間売上目標(個)	1,161	6,600			
	月間売上目標(個)	97	550			
	年間必要残蠟(キロ)	58.1	66.0			124.1
	月間必要残蠟(キロ)	4.8	5.5			10.3
	年間必要カップ(個)	1,161				1,161
	月間必要カップ(個)	97				97
2012	年間売上目標(個)	2,177	17,920	1,010		
	月間売上目標(個)	181	1,493	84		
	年間必要残蠟(キロ)	108.9	179.2	50.5		338.6
	月間必要残蠟(キロ)	9.1	14.9	4.2		28.2
	年間必要カップ(個)	2,177.0		1,010.0		3,187.0
	月間必要カップ(個)	181.4		84.2		265.6
2013	年間売上目標(個)	3,284	34,820	1,908	200	
	月間売上目標(個)	274	2,902	159	17	
	年間必要残蠟(キロ)	164.2	348.2	95.4	10.0	617.8
	月間必要残蠟(キロ)	13.7	29.0	8.0	0.8	51.5
	年間必要カップ(個)	3,284.0		1,908.0	200.0	5,392.0
	月間必要カップ(個)	273.7		159.0	16.7	449.3
2014	年間売上目標(個)	4,149	51,300	2,376	400	
	月間売上目標(個)	346	4,275	198	33	
	年間必要残蠟(キロ)	207.5	513.0	118.8	20.0	859.3
	月間必要残蠟(キロ)	17.3	42.8	9.9	1.7	71.6
	年間必要カップ(個)	4,149.0		2,376.0	400.0	6,925.0
	月間必要カップ(個)	345.8		198.0	33.3	577.1
2015	年間売上目標(個)	4,645	67,400	2,610	600	
	月間売上目標(個)	387	5,617	218	50	
	年間必要残蠟(キロ)	232.3	674.0	130.5	30.0	1,066.8
	月間必要残蠟(キロ)	19.4	56.2	10.9	2.5	88.9
	年間必要カップ(個)	4,645.0		2,610.0	600.0	7,855.0
	月間必要カップ(個)	387.1		217.5	50.0	654.6

※1: ティーライトキャンドル(10個入1セット) キャンドルナイト用(100個1セット)の総計目標個数

※残蠟必要量

グリーンキャンドル 1個 50グラム

グリーンティーライトキャンドル 1個 10グラム

信楽・オーダーキャンドル 1個 50グラム

また、本事業で実施検証を行うことができなかった広報、イベント部門については来年度下記に配慮し試行を行う予定。（第三章 参考資料①五カ年行動計画表）

### （3）広報

この商品は見た目の可愛さを売る商品ではなく、コンセプトに賛同して買っていただく商品である。従って、コンセプトがしっかり伝わるような工夫が必要である。

商品 POP としては、残蠟の写真や福祉作業所での製造写真を掲示し、このキャンドルがどのような過程で生まれたものかが伝わるようにする。現在キャンドルの販売を行っている夢京橋あかり館において POP のテスト、そして改良を行う。

商品チラシは現在作成しているものがあるが、コンセプトがよりわかりやすく伝わるものに改良していく。

HP に関しては、来年度は五環生活ホームページ内に併設させる。ブログは新規で作成しブログ上で商品・店舗・イベント情報を発信していく。チラシとテイスト（雰囲気）を合わせたデザインにし、ビジュアルアイデンティティを統一させる。つながったカフェ等でもグリーンキャンドルのマークを掲示してもらうことで、さらに PR を行っていきたい。

また、地元での認知度をアップのため、地元メディア（FM 局・フリーペーパーなど）とのタイアップ企画として各メディアオリジナルキャンドル作成企画、共催でキャンドルイベントの開催提案を行う。

### （4）イベント

来年度、グリーンキャンドルを購入した方の会員化を考えているが、その会員に向けてのイベントを試験的実施検証を行う。具体的には寺院への残蠟回収をツアー化して、残蠟回収チームと共に寺院へ行き残蠟回収の場を見学する。その後、住職様のお話会や、グリーンキャンドルを使ったキャンドルナイト、五環生活のまっくらカフェなどを体験してもらう。ツアー内容や価格などはトライアルツアーで参加者アンケートやヒアリングを行い需要があるか検証する。（2011 年秋ごろトライアルツアー予定、2012 年春回収ツアー開始目標）

### 第三章 參考資料

①五カ年行動計画

2011年度/2012年度行動計画

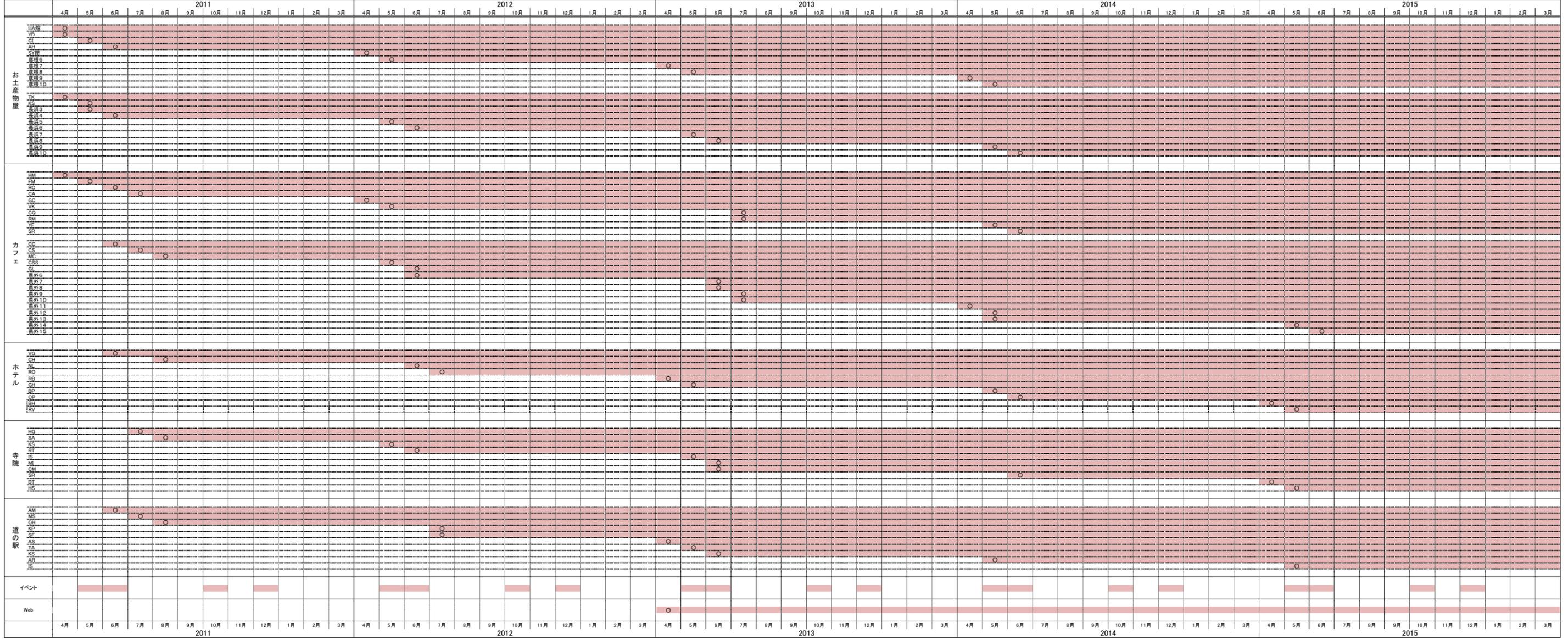
2011年度/2012年度	2011年度(2011/04~2012/03)												2012年度(2012/04~2013/03)											
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
<b>1 販売拡大</b>	2012年度新規営業																							
【新規開拓】お土産屋 彦根	○	→	●																					
【新規開拓】お土産屋 長浜	○	→	●																					
【新規開拓】カフェ(滋賀)	○	→	●																					
【新規開拓】カフェ(県外)				○	→	●																		
【新規開拓】ホテル				○	→	●																		
【新規開拓】寺院				○	→	●																		
【新規開拓】道の駅				○	→	●																		
キャンドルナイト利用 サーチ	○	→	●																					
キャンドルナイト利用 営業		○	→	●																				
○:営業開始 ●:営業終了																								
<b>2 販売促進</b>		○																						
POP作成 見本		○																						
POP作成 テスト			○																					
POP作成 改良				○																				
会員 仕組み作り					○	→	●																	
会員 メルマガ																								
会員 キャンペーン												○	→	●										
会員 イベント																						○	→	→
<b>3 回収</b>																								
【残壊】寺院																								
【残壊】ホテル																								
【残壊】葬儀屋																								
【残壊】開拓																								
【カップ】とうりん	○	→	●																					
【カップ】新規開拓	○	→	●																					
<b>4 製造</b>																								
あかりんちゅ製造 50個/月	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
福祉作業所製造 ハートワーク結 交渉中個/	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
福祉作業所 サーチ																								
福祉作業所 営業・委託交渉																								
商品改良 ヒアリング			○	→	●																			
商品改良 改善				○	→	●																		
新商品開発 サーチ					○	→	●																	
新商品開発 試作						○	→	●																
新商品開発 テストマーケティング							○	→	●															
新商品開発 改良								○	→	●														
新商品開発 販売									○	→	●													
<b>5 イベント</b>																								
イベント 企画・サーチ																								
イベント 営業																								
イベント キャンドルナイト																								
イベント 回収ツアー																								
イベント 五環夜話連携(キャンドル夜話)																								
イベント MY瓶企画																								
出店 ヘムスロイド村(東近江市)																								
出店 つながり広場2011(近江八幡市)																								
出店 勝負市(彦根市)																								
出店 アートインガナハマ(長浜市)																								
出店 ひこねキャンドルナイト																								
出店 ロハスフェスタ(長浜市)																								
<b>6 広報・広告</b>																								
メディア対応		○	→	●																				
ブログ・ツイッター 設置		○	→	●																				
HP 製作																								
HP 公開																								
<b>7 在庫管理・会計</b>																								
在庫・会計状況報告(毎月)	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
<b>8 教育・研修</b>																								
スタッフキャンドル作り研修																								
スタッフキャンドル回収ツアー																								

2011年度は、グリーンキャンドル販売店開拓、信楽キャンドル商品開発・テストマーケティング(2012年販売開始予定) 会員制度確立、イベント・広報の実施検証を行っていく。

2012年度は、信楽キャンドルの販売、オーダーキャンドル商品開発・テストマーケティング(2013年販売開始予定) WEB販売準備(2013年開始予定)を行っていく。



<展開計画表>











### ③店舗別開拓目標

	2015時点 目標店舗数	2011	2012	2013	2014	2015
お土産物屋 彦根地区	10	4	6	8	10	10
長浜地区	10	4	6	8	10	10
カフェ 滋賀県内	10	4	6	8	10	10
県外	15	3	5	10	13	15
ホテル 県内	10	2	4	6	8	10
寺院 県内	10	2	4	7	8	10
道の駅 県内	10	3	5	8	9	10
店舗合計	75	22	36	55	68	75
web 2013スタート		—	—	グリーンキャンドルHPで販売		
イベント						

### 商品アイテム別1店舗当たり納品計画

	初回月 初回最低ロット	次月以降 次月以降追加
<b>&lt;グリーンキャンドル&gt;</b>		
お土産物屋	10	5
カフェ	10	5
ホテル	10	5
寺院	10	2
道の駅	10	5
<b>&lt;ティーライトキャンドル&gt;</b>		
お土産物屋		
カフェ	10	6
ホテル	10	6
寺院		
道の駅	10	6
<b>&lt;信楽キャンドル&gt;</b>		
お土産物屋	10	5
カフェ		
ホテル	10	5
寺院		
道の駅	10	5
<b>&lt;オーダーキャンドル&gt;</b>		
お土産物屋		
カフェ	10	5
ホテル	10	5
寺院	10	5
道の駅		
<b>&lt;キャンドルナイト用&gt;</b>		
	初回最低ロット 100	

④場所別・商品別販売目標  
場所別・商品別販売目標

(単位:円)

	税込 小売価格	65.0% 卸価格	2011		2012		2013		2014		2015		
			個	売上	個	売上	個	売上	個	売上	個	売上	
店頭販売	グリーンキャンドル	525	341.25	1,061	362,066	1,977	674,651	2,936	1,001,910	3,729	1,272,521	4,125	1,407,656
	ティーライトキャンドル	210	136.50	660	90,090	1,392	190,008	2,162	295,113	2,810	383,565	3,200	436,800
	信楽キャンドル	1,050	682.50	0	0	1,010	689,325	1,760	1,201,200	2,180	1,487,850	2,390	1,631,175
	その他		0.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(店頭計)			1,721	452,156	4,379	1,553,984	6,858	2,498,223	8,719	3,143,936	9,715	3,475,631	
オーダー	オーダーキャンドル	1,050	682.50	0	0	0	0	180	122,850	360	245,700	540	368,550
	別単価			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	(オーダー計)			0	0	0	0	180	122,850	360	245,700	540	368,550
イベント	グリーンキャンドル	525	525.00	100	52,500	200	105,000	300	157,500	300	157,500	400	210,000
	ティーライトキャンドル	210	210.00		0	100	21,000	200	42,000	200	42,000	300	63,000
	キャンドルナイト使用分	1,600	1,600.00		0	30	48,000	100	160,000	200	320,000	300	480,000
	信楽キャンドル	1,050	1,050.00		0		0	100	105,000	100	105,000	100	105,000
	イベント収入						100,000		200,000		300,000		400,000
(イベント計)			100	52,500	330	274,000	700	664,500	800	924,500	1,100	1,258,000	
Web等直販	グリーンキャンドル	525	525.00		0		0	48	25,200	120	63,000	120	63,000
	ティーライトキャンドル	210	210.00		0		0	120	25,200	120	25,200	240	50,400
	信楽キャンドル	1,050	1,050.00		0		0	48	50,400	96	100,800	120	126,000
	オーダーキャンドル	1,050	1,050.00		0		0	20	21,000	40	42,000	60	63,000
	(直販計)			0	0	0	0	236	121,800	376	231,000	540	302,400
合計			1,821	504,656	4,709	1,827,984	7,974	3,407,373	10,255	4,545,136	11,895	5,404,581	

商品アイテム別 推移

	2011		2012		2013		2014		2015	
グリーンキャンドル	1,161	414,566	2,177	779,651	3,284	1,184,610	4,149	1,493,021	4,645	1,680,656
ティーライトキャンドル	660	90,090	1,492	211,008	2,482	362,313	3,130	450,765	3,740	550,200
信楽キャンドル	0	0	1,010	689,325	1,908	1,356,600	2,376	1,693,650	2,610	1,862,175
オーダーキャンドル	0	0	0	0	200	143,850	400	287,700	600	431,550
キャンドルナイト使用分	0	0	30	48,000	100	160,000	200	320,000	300	480,000
イベント収入				100,000		200,000		300,000		400,000
合計	1,821	504,656	4,709	1,827,984	7,974	3,407,373	10,255	4,545,136	11,895	5,404,581

※ティーライトキャンドル 10個入り1セット

※キャンドルナイト用ティーライトキャンドル 100個1セット

⑤ 五カ年収支計画

単位：千円

五環生活 キャンドル事業	2011		2012		2013		2014		2015	
	金額	構成比	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比
会費収入		0.0								
事業収入		0.0								
販売収入	505	100.0	1,728	342.4%	94.5	3,207	185.6%	94.1	4,245	132.4%
イベント収入		0.0	100		5.5	200	200.0%	5.9	300	150.0%
その他収入		0.0			0.0			0.0		
<b>事業収入</b>	<b>505</b>	<b>100.0</b>	<b>1,828</b>	<b>362.2%</b>	<b>100.0</b>	<b>3,407</b>	<b>186.4%</b>	<b>100.0</b>	<b>4,545</b>	<b>133.4%</b>
助成金										
委託収入										
諸謝金収入						20	100.0	50	250.0%	71.4
寄付金収入										
雑収入								20	28.6	20
<b>その他収入</b>	<b>0</b>		<b>0</b>		<b>20</b>	<b>100.0</b>	<b>70</b>	<b>350.0%</b>	<b>100.0</b>	<b>70</b>
<b>事業+その他収入</b>	<b>505</b>	<b>100.0</b>	<b>1,828</b>	<b>362.2%</b>	<b>100.0</b>	<b>3,427</b>	<b>187.5%</b>	<b>4,615</b>	<b>134.7%</b>	<b>5,475</b>
材料代		0.0			0.0					
委託作業費		0.0			0.0					
アルバイト代		0.0			0.0					
販売手数料	177	35.0	605	342.4%	33.1	1,123	185.6%	32.8	1,486	132.4%
		0.0			0.0					
		0.0			0.0					
<b>変動費</b>	<b>177</b>	<b>35.0</b>	<b>605</b>	<b>342.4%</b>	<b>33.1</b>	<b>1,123</b>	<b>185.6%</b>	<b>32.8</b>	<b>1,486</b>	<b>132.4%</b>
限界利益	328	65.0%	1,223	372.9%	66.9	2,305	188.4%	67.2	3,129	135.8%
限界利益率										
		65.0%		66.9%		67.2%		67.8%		68.0%
給料手当		0.0			0.0	1,200		35.0	1,440	120.0%
法定福利費		0.0			0.0			0.0	10	0.2
厚生費		0.0			0.0			0.0		
謝金	120	23.8	600	500.0%	32.8	100	16.7%	2.9	100	100.0%
退職共済掛金		0.0			0.0			0.0		
<b>人件費計</b>	<b>120</b>	<b>23.8</b>	<b>600</b>	<b>500.0%</b>	<b>32.8</b>	<b>1,300</b>	<b>216.7%</b>	<b>37.9</b>	<b>1,550</b>	<b>119.2%</b>
管理費		0.0			0.0					
消耗品費	20	4.0	50	250.0%	2.7	80	160.0%	2.3	100	125.0%
回収費	10	2.0	30	300.0%	1.6	30	100.0%	0.9	40	133.3%
保証料		0.0			0.0			0.0		
車輛維持費		0.0			0.0			0.0		
事務用品費		0.0			0.0			0.0		
外注費		0.0			0.0			0.0		
保険料		0.0			0.0			0.0		
租税公課		0.0			0.0			0.0		
旅費交通費	36	7.1	100	277.8%	5.5	150	150.0%	4.4	150	100.0%
通信費		0.0			0.0			0.0		
印刷費	30	5.9	50	166.7%	2.7	60	120.0%	1.8	60	100.0%
荷造運賃	10	2.0	30	300.0%	1.6	50	166.7%	1.5	50	100.0%
支払手数料		0.0			0.0			0.0		
会議費	5	1.0	10	200.0%	0.5	10	100.0%	0.3	20	200.0%
雑費		0.0			0.0			20	0.4	20
<b>運営費計</b>	<b>111</b>	<b>22.0</b>	<b>270</b>	<b>243.2%</b>	<b>14.8</b>	<b>380</b>	<b>140.7%</b>	<b>11.1</b>	<b>440</b>	<b>115.8%</b>
賃借料		0.0			0.0	360		10.5	360	100.0%
修繕費		0.0			0.0			0.0		
減価償却費		0.0			0.0			0.0		
ペロギランティ		0.0			0.0			0.0		
<b>設備費計</b>	<b>0</b>	<b>0.0</b>	<b>0</b>		<b>0.0</b>	<b>360</b>		<b>10.5</b>	<b>360</b>	<b>100.0%</b>
広告宣伝費	30	5.9	50	166.7%	2.7	100	200.0%	2.9	100	100.0%
POP作成費	30	5.9	50	166.7%	2.7	60	120.0%	1.8	80	133.3%
<b>戦略経費計</b>	<b>60</b>	<b>11.9</b>	<b>100</b>	<b>166.7%</b>	<b>5.5</b>	<b>160</b>	<b>160.0%</b>	<b>4.7</b>	<b>180</b>	<b>112.5%</b>
<b>固定費計</b>	<b>291</b>	<b>57.7</b>	<b>970</b>	<b>333.3%</b>	<b>53.1</b>	<b>2,200</b>	<b>226.8%</b>	<b>64.2</b>	<b>2,530</b>	<b>115.0%</b>
<b>営業利益</b>	<b>37</b>	<b>7.3</b>	<b>253</b>	<b>683.8%</b>	<b>13.9</b>	<b>105</b>	<b>41.4%</b>	<b>3.1</b>	<b>599</b>	<b>571.9%</b>
営業外収益		0.0			0.0			0.0		
営業外費用		0.0			0.0			0.0		
<b>経常利益</b>	<b>37</b>	<b>7.3</b>	<b>253</b>	<b>683.8%</b>	<b>13.9</b>	<b>105</b>	<b>41.4%</b>	<b>3.1</b>	<b>599</b>	<b>571.9%</b>
特別利益		0.0			0.0			0.0		
特別損失		0.0			0.0			0.0		
<b>税引前当期純利益</b>	<b>37</b>	<b>7.3</b>	<b>253</b>	<b>683.8%</b>	<b>13.9</b>	<b>105</b>	<b>41.4%</b>	<b>3.1</b>	<b>599</b>	<b>571.9%</b>

労働分配率 36.6% 49.1% 56.4% 49.5% 50.8%

※売上高：店舗での商品販売だけでなく、イベントや店舗のイベントと絡めた商品販売を行う。

※売上原価：製造委託団体に売上の0.35

※人件費：3年目に専属一名の雇用目標

⑥売上予測

売上予測	店名	ターゲットの 年間来店者数 (人)	購買率 (%)	販売個数 (個/年)	販売個数 (個/月)
彦根お土産屋	UA館	27,300	0.005	137	11
長浜お土産屋	TK (長浜市)	63,430	0.009	571	48
彦根カフェ	HM (彦根市)	2,160	0.02	43	4
ホテル	KG (長浜市)	4,500	0.03	135	11
お寺	SA (仮)	22,353	0.006	134	11
道の駅	AM (東近江市)	83,760	0.004	335	28
				1,355	113

2011 年度の販売予定個数=1,355 (個/年)

※1：2012 年度以降、購買率を上げるために POP の工夫や広報の工夫を行う予定

●●参照●●

【需要個数（個/年）の算出方法】

・ターゲットの年間来店者数×購買率

※2：購買率は販売予定先における商品購入率をヒアリングに基づき予測した

【ターゲットの年間来店者数の算出方法】

・TK SA：

長浜市・彦根市キャッスルロードの来店者数（人）×来店率（10%）×女性の割合（%）×20～30代の割合（%）

\*3：来店率・女性の割合・20～30代の割合は予測した

・UA館 HM KG AM：

来店者数（人）×女性の割合（%）×20～30代の割合（%）

\*4：実際の数値をヒアリングに基づき算出

表 ターゲットの来店者数 (観光入り込み客統計による)	観光客・来店者 数（人）	女性（%） *3	20～30代 (%) *3	ターゲットの年 間来店者数 (人)
彦根市(H21/滋賀県観 光入込客統計調査書)	3,228,900	70	43	971,899
長浜市(H21/滋賀県観 光入込客統計調査書)	5,242,200	55	22	634,306

	彦根市における ターゲットの年 間来店者数(人)	キャッスルロード 訪問率（%）	ターゲットの年 間来店者数 (人)
夢京橋キャッスルロード	971,899	23	223,537

表 ターゲットの来店者数 (ヒアリングによる)	観光客・来店者 数（人）*4	女性（%） *4	20～30代 (%) *4	ターゲットの年 間来店者数 (人)
UA館(H23年度見込)	105,000	65	40	27,300
HM	6,000	60	60	2,160
KG	30,000	60	25	4,500
AM	523,500	80	20	83,760

販売手数料	納品原価率（%）	備考
UA館	0.65	買い取り
HM	0.70	
KG	0.65-0.7	ショーケースなどは持参

⑦残蠟・容器必要量

		商品ラインナップ				
		グリーン キャンドル (525円)	ティーライト キャンドル (21円)※1	信楽 キャンドル (1050円)	オーダー キャンドル (1050円)	計
2011	年間売上目標(個)	1,161	6,600			
	月間売上目標(個)	97	550			
	年間必要残蠟(キロ)	58.1	66.0			124.1
	月間必要残蠟(キロ)	4.8	5.5			10.3
	年間必要カップ(個)	1,161				1,161
	月間必要カップ(個)	97				97
2012	年間売上目標(個)	2,177	17,920	1,010		
	月間売上目標(個)	181	1,493	84		
	年間必要残蠟(キロ)	108.9	179.2	50.5		338.6
	月間必要残蠟(キロ)	9.1	14.9	4.2		28.2
	年間必要カップ(個)	2,177.0		1,010.0		3,187.0
	月間必要カップ(個)	181.4		84.2		265.6
2013	年間売上目標(個)	3,284	34,820	1,908	200	
	月間売上目標(個)	274	2,902	159	17	
	年間必要残蠟(キロ)	164.2	348.2	95.4	10.0	617.8
	月間必要残蠟(キロ)	13.7	29.0	8.0	0.8	51.5
	年間必要カップ(個)	3,284.0		1,908.0	200.0	5,392.0
	月間必要カップ(個)	273.7		159.0	16.7	449.3
2014	年間売上目標(個)	4,149	51,300	2,376	400	
	月間売上目標(個)	346	4,275	198	33	
	年間必要残蠟(キロ)	207.5	513.0	118.8	20.0	859.3
	月間必要残蠟(キロ)	17.3	42.8	9.9	1.7	71.6
	年間必要カップ(個)	4,149.0		2,376.0	400.0	6,925.0
	月間必要カップ(個)	345.8		198.0	33.3	577.1
2015	年間売上目標(個)	4,645	67,400	2,610	600	
	月間売上目標(個)	387	5,617	218	50	
	年間必要残蠟(キロ)	232.3	674.0	130.5	30.0	1,066.8
	月間必要残蠟(キロ)	19.4	56.2	10.9	2.5	88.9
	年間必要カップ(個)	4,645.0		2,610.0	600.0	7,855.0
	月間必要カップ(個)	387.1		217.5	50.0	654.6

※1: ティーライトキャンドル(10個入1セット) キャンドルナイト用(100個1セット)の総計目標個数

# Re: Candle?

せっかくの『キャンドルナイト』。  
灯りにもこだわってみませんか？



## せっかくのキャンドルナイト 灯りにもこだわってみませんか？

普段つけている電気を消して、  
キャンドルの灯りでスローに過ごす『キャンドルナイト』。  
色んなところで、たくさんの方がキャンドルの灯りを楽しんでいます。  
しかし、現在使われている多くのキャンドルが中国で  
大量生産されたパラフィン(石油由来)のキャンドルです。  
「エコでスロー」というキャンドルナイト。  
ちょっと疑問に思いませんか？

そんな疑問から生まれた『Re キャンドル+』。  
『Re キャンドル+』は、ホテルや寺院等で使われて小さくなったキャンドル(残蠟)  
を集め、福祉作業所で溶かし直し、一つずつ手作りされたものです。  
小さくなったキャンドルもちょっと手を加えてあげれば、  
私たちにスローな夜を届けてくれます。  
手作りされたキャンドルの灯りには、  
機械で大量生産されたキャンドルにはない、温かみがあります。  
そして『Re キャンドル+』には、残蠟の有効利用と福祉作業所での  
仕事創出を願う私たちの想いが詰まっています。

家族との会話を楽しんだり、自分の好きな音楽を聴いたりと過ごし方は様々なキャンドルナイト。  
普段の生活ではなかなか感じる事の出来ない、ゆっくりとした時間の流れを感じられます。



### ティーライトキャンドル

全〇種類の香り  
価格：30円  
サイズ：直径3cm × 高さ2cm

商品のお問い合わせはこちらへ

2010年10月25日作成

⑨ GREEN CANDLE ラベル・チラシの案 2011/01/17

GREEN CANDLE ラベル、チラシの案 20110117

タグ

おもて



うら  
黒字バージョン



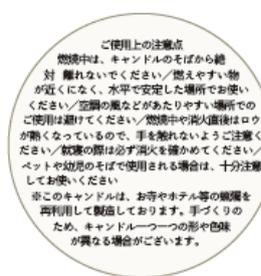
うら  
黄色バージョン



キャンドルカバー



底面シール



⑩ バナー3種類 2011/02



# GREEN CANDLE

HIKONE JAPAN  
acarinchu HAND MADE  
RECYCLED PRODUCTS

GREEN CANDLEは一つ一つ手づくりしたキャンドルなので、それぞれのキャンドルにそれぞれの表情があります。この中からあなたのお気に入りのキャンドルを見つけてみてはいかがでしょうか？お気に入りのキャンドルに火を灯し、電気を消してスローな夜を過ごしてください。きっと普段は感じる事の出来ない、ゆっくりとした時間の流れを感じることができます♪。キャンドルのあかりで家族や恋人との会話を楽しんだり、お気に入りの音楽をゆっくり聴いたりする時間をお楽しみください。

お問い合わせ／販売元  
特定非営利活動法人 五環生活 〒522-0088 滋賀県彦根市銀座町 1-4  
TEL : 0749-26-1463 FAX : 0749-29-1245 E-MAIL : mail@gokan-seikatsu.jp



# 地産地灯の輪を全国へ

リサイクルキャンドルのあかりとともに、スローな夜をすごしてみませんか



はじめまして  
あかりんちゅです！

あかりんちゅは、滋賀県立大学の女子学生が進めているプロジェクトです。お寺やホテル等からいただいた残蠟を再利用し、キャンドルナイトイベントや子ども向けのキャンドルづくり教室を開催するといった活動をしています。残蠟から作ったリサイクルキャンドルの普及、そしてキャンドルのあかりで過ごすスローな夜を広めるために日々楽しく明るく活動しています。



GREEN CANDLEは  
環境にやさしいキャンドルです

このキャンドルは滋賀県内のお寺やホテルなどから回収した残蠟をあかりんちゅが溶かし直し、不要となったクレヨンで色付けをして一生懸命ひとつひとつつくったものです。キャンドルの入っているグラスも、ケーキ屋さんなどから回収したものを使っています。

現在、使われている多くのキャンドルが機械で大量生産されたパラフィン(石油由来)のキャンドルです。私たちは、使われて小さくなったキャンドルにちょっと手を加え、新しいキャンドルに生まれ変わらせています。

地元で集めた残蠟をもう一度その地で灯す「地産地灯(ちさんちとう)」のあかりが全国に広がって欲しい。キャンドル循環の輪が広がって欲しいという想いを込めながら一つ一つキャンドルを手づくりしています。

## ご使用上の注意点

●燃焼中は、キャンドルのそばから絶対離れないでください●燃えやすい物が近くになく、水平で安定した場所でお使いください●空調の風などがあたりやすい場所でのご使用は避けてください●燃焼中や消火直後はロウが熱くなっているので、手を触れないようご注意ください●就寝の際は必ず消火を確かめてください●ベッドや幼児のそばで使用される場合は、十分注意してお使いください※このキャンドルは、お寺やホテル等の蠟燭を再利用して製造しております。手づくりのため、キャンドル一つ一つの形や色味が異なる場合がございます。

**女性モニター募集!!!**

# GREEN

# CANDLÛ

## HIKONE JAPAN

## acarinchu HAND MADE

## RECYCLED PRODUCTS

現在、五環生活では、大量に捨てられているお寺やホテル等の使用済み蠟燭を有効利用するために、それらの蠟燭を再利用したりサイクルキャンドルの商品開発を行っています。  
より良いキャンドルを作るために、女性のみなさまのご意見をいただきたく、下記の通りモニター募集を致します。

○募集数

大阪、京都、兵庫、滋賀(周辺含)在住の23~35歳(社会人)の女性を10人程度  
(先着順で、人数に達し次第、受付終了とさせていただきます。)

○日時・場所

2011年2月6日(日)13時~14時半前後 きんき環境館集合(大阪市中央区大手前1-7-31 OMMビル5階)

○内容

キャンドルを見て、「パッケージはもっとこうの方が良い!」、「キャンドルの色は何色が良いと思う!」など GreenCandle をより良くしていくための意見をいただきます。

○参加費

無料(謝礼1000円をお支払い致します。)+お菓子とキャンドルのお土産付き  
交通費全額支給

応募・お問い合わせは **NPO 法人五環生活(担当:八木)まで!!**

TEL:0749-26-1463 FAX:0749-29-1245 メール:mail@gokan-seikatsu.jp

⑬GREEN CANDLE アンケート

## Green Candle 商品アンケート

現在NPO法人五環生活では、寺院やホテル等で大量に捨てられている蠟燭を有効利用するために、それらを再利用して作ったリサイクルキャンドルの商品開発に取りくんでおります。

このリサイクルキャンドル『Green Candle』をよりよい商品にするために、みなさんのご意見を頂きたいと存じます。ご協力のほどどうぞよろしくお願いいたします。

※なお、いただいた情報は商品開発への参考の用途以外には使用いたしません

以下の質問において、あなたの気持ちに1番近い答えの数字に○をお書きください。

【Green Candleについて】

Q1 Green Candle を購入したいと思いますか？

- ① はい
- ② いいえ

→Q1で「①はい」と答えられた方に質問です。Q2～Q7

→Q1で「②いいえ」と答えられた方はQ8にお進みください。

Q2 Green Candle のどこに惹かれ、購入しようと思いましたか？

- ① キャンドルのデザイン（色や形、ビンに入っているという点）
- ② ひとつひとつ手作り（only one という点）
- ③ リサイクルキャンドル（寺院・ホテルなどの残蠟を利用して作った、環境にやさしいキャンドルという点）
- ④ 地産地灯（地元で集めた残蠟をもう一度その地で灯すという取り組みという点）
- ⑤ パッケージ・チラシのデザイン
- ⑥ あかりんちゅ（滋賀県立大学の女子学生が進めているプロジェクトという点）
- ⑦ そ の 他 （ 記 述 を お 願 い し ま す ）

Q3 Green Candle は商品として何円が妥当な価格だと思いますか？（何円までお金を出して自分の意志で購入しようと思いますか？）

- ① ～100円未満
- ② 101円～200円
- ③ 201円～300円
- ④ 301円～400円
- ⑤ 401円～500円
- ⑥ 501円～600円
- ⑦ 601円～700円
- ⑧ 701円～800円
- ⑨ 801円～900円
- ⑩ 901円～1000円
- ⑪ 1000円以上

Q4 Green Candle がにおい付き（アロマキャンドル）であれば、商品として何円が妥当な価格だと思いますか？（何円までお金を出して自分の意志で購入しようと思いますか？）

- ① ～100円未満
- ② 101円～200円
- ③ 201円～300円
- ④ 301円～400円
- ⑤ 401円～500円
- ⑥ 501円～600円
- ⑦ 601円～700円
- ⑧ 701円～800円

- ⑨ 801円～900円
- ⑩ 910円～1000円
- ⑪ 1000円以上

Q5 色やビンの種類、メッセージをカスタムできる Green Candle であれば、何円が妥当な値段だと思いますか？（何円までお金を出して自分の意志で購入しようと思いますか？）

- ① 500円～800円
- ② 801円～1000円
- ③ 1001円～1200円
- ④ 1201円～1500円
- ⑤ 1501円～1700円
- ⑥ 1701円～2000円
- ⑦ 2001円～2200円
- ⑧ 2201円～2500円
- ⑨ 2501円～2700円
- ⑩ 2701円～3000円
- ⑪ 3001円以上

Q6 Green Candle を誰にプレゼントしたいですか？

- ① 自分
- ② 恋人
- ③ 友達
- ④ 家族
- ⑤ 仕事・バイト仲間
- ⑥ その他（記述をお願いします）

Q7 Green Candle をいつ使いたいですか？

- ① リラックスしたい時
- ② 人を家に招いた時
- ③ 特別な記念日
- ④ 観賞用、インテリアの1部として使う
- ⑤ その他（記述をお願いします）

**→Q9にお進みください**

**→Q1で「②いいえ」と答えられた方に質問です。**

Q8 Green Candle を購入したくない理由を教えてください

- ① キャンドルの利用方法がわからない
- ② デザイン・パッケージが好みではない
- ③ その他（記述をお願いします）

**【キャンドルの利用について】**

Q9 家でキャンドルを利用しますか？

- ① 毎日利用する
- ② 週に一度利用する
- ③ 月に一度利用する
- ④ 年に2～3回利用する
- ⑤ 年に1回利用する
- ⑥ 利用しない

**→Q9で①～⑤と答えられた方に質問です。Q10～Q12**

**→Q9で⑥と答えられた方はQ13にお進みください。**

Q10 どのような時にキャンドルを利用しますか？

- ① リラックスしたい時
- ② 人を家に招いた時
- ③ 特別な記念日
- ④ 観賞用、インテリアの1部として使う
- ⑤ その他 ( 記述 を お 願 い し ま す )

Q 1 1 キャンドルを選ぶときのポイントはなんですか？

- ① キャンドルのデザイン
- ② キャンドルのおい
- ③ 価格
- ④ オーガニックキャンドル (パーム油・蜜蝋など)
- ⑤ パッケージのデザイン
- ⑥ その他 ( 記述 を お 願 い し ま す )

Q 1 2 キャンドルを購入する機会が1番多いのはどこですか？

- ① キャンドル専門店
- ② ロフト・東急ハンズなどの大型店
- ③ 雑貨店
- ④ カフェ・レストラン
- ⑤ 自分では買わずプレゼントとしてもらうことが多い
- ⑥ インターネット
- ⑦ その他 ( 記述 を お 願 い し ま す )

【その他】

Q 1 3 利用しているSNSを全て○でお選びください。その中でも1番ご利用されるものに二重丸◎をお書きください。

mixi, twitter, facebook, GREE, モバゲー, my space, You tube, flickr,  
その他 ( )

Q 1 4

性別：男・女

年齢： 歳

お住い：滋賀県 市・京都・大阪・愛知・その他 ( )

職業：学生・会社員・主婦・アルバイト・その他 ( )

ご協力ありがとうございました。

NPO法人 五環生活

## 第四章 記録資料

## ①議事録

### ○ペットロス関係議事録

[ペットシッター TE さん]

#### ◆匂いについて

- ・香りは難しい
- ・犬が好きな匂いは決まっていない
- ・人間と同じで、犬も個々で匂いの好みが違う
- ・メディカルアロマは皮膚に塗ったり、飲ませたりするもの
- ・犬が好きな匂い＝飼い主が好きな匂いでは？

→飼い主がラベンダーの香りが好きな場合、

家の中でもその香りのものをよく使う。犬はその香りを(飼い主の匂いと)覚えて、その香りを嗅ぐと、飼い主と過ごした記憶を思い出して、幸せな楽しい気分になる。(匂いと記憶は繋がっている)

- ・良い記憶(思い出)の時の香り

#### ◆キャンドルのアドバイス

- ・発想は良いと思う。そういうキャンドルがあれば飼い主さんにも喜んでもらえるのでは？
- ・何種類か作って、飼い主さんに選んでもらう
- ・女性が好きな香りを取り入れたら
- ・犬に匂いを嗅いでもらって、一番興味を持った匂いのキャンドルを購入するのがベスト
- ・虫除けにもなるキャンドルは？

[ドッグカフェ&トリミング&グッズショップ WS ]

日時：2010年12月14日15:00~15:40

○使用するペット用品にこだわっている客層は?(男女比、年齢、世帯構成等)

圧倒的に女性が多く、20~40代。人間でも子どもの服を買ったりするのは母親であるのと同じ。服を買ったりするのは、若い女性が多く、子ども服と同じ感覚。

○お客さんはどこから来る人が多いのか?県内 or 県外?

近所のお客さんがほとんど。

○何をしに来るお客さんが多いのか?

トリミングが中心。

○ペットの誕生日には何をするのか?

前はペット用のケーキを取り扱っていた。普通のケーキ屋さんがペット用に作っているものを取り扱っていたが、そのケーキ屋さんが製造をやめた。ペット用のケーキは人間用のケーキみたいに大量に売れるわけではないので、どうしても原価が高くなってしまい、利益が少ない。ペット用のケーキに限らず、新しく入ってきたものは思っている程売り上げは伸びない。←原価が高い割に、数が出ないから

○ペットの誕生日や記念日にキャンドルを提供することはありか?

誕生日ケーキを購入する人は喜ぶのでは?でも犬用のケーキにもキャンドルは付いてくる。誕生日やクリスマスに灯すキャンドルそのものにこだわらないのでは?

○ペット×キャンドルはあり?(ペットと過ごすスローな夜の提案)

飼い主が落ち着く→ペットも落ち着く。飼い主がくつろいでいる時にペットも安心する。飼い主との関係性が大事。

アロマオイルは人間に良いから犬にも良いとは限らない。犬の一番好きなにおいは犬のにおい。森のにおいや草原のにおいなどは?

○ドッグカフェ×キャンドルナイトは?

滋賀ではない。土地柄?キャンドルナイト営業をしているようなレストラン自体あまりない状態で、犬のお店にはつながらない。キャンドルを灯して落ち着くという雰囲気ではない。するなら大阪や京都等の都心の方が良いと思う。

○ペットロスキャンドルについてどう思うか?

ペットに対する後悔が悲しみに繋がっている。思い出すことによってより悲しむ。ペットロスの人を助けるためには時間か次の子を買うか。

○ペットロスキャンドルの販路は?

葬祭場所かな。

○お客さんはペットに対して何をしたいのか?(ペットフード、服、一緒に過ごす時間...)

簡単に言うと自己満足のため。良いフードを購入することによって、一日でも長生きできるだろう→飼い主

の安心感に繋がる。

◆その他

○商品のアイデアとしては、お友達のペットにプレゼントするような「ギフトキャンドル」。

○名前入りのステッカー(自分の犬の種類が描かれているステッカーでさらに名前を入れるもの)があるように、自分のペットオリジナルのものが作れるのなら◎(実際に、友達のペットにあげるプレゼントを購入する人は多い)

→形は同じものでも名前を入れることでオリジナルを出す

○ペット業界全体でのペット服の売り上げは伸びている。子ども用品と同じ感覚で購入していく。

○ペット用のケーキは東京・大阪の都心部の方が売れる

○購入するものを決めるのは飼い主

○ホームセンターに買いに行くお客さんとペットショップにわざわざ買いに来るお客さんでは感覚が全く違う。対象の客層を絞った商品にしないとうまくいかない。

[UA 館 YT さん]

◆残燭のリサイクルに関して

- ・残燭を使う問題点は、黒煙、温度、においの3点
- ・もともと屋内で使われていたキャンドルなので特に問題ない
- ・色んな残燭を混ぜることは問題ない(有毒ガス等)

◆商品について

- ・かめやまのお供え燭はキャンドルではなく、仏具というジャンルでやっている、社長が力を入れている
- ・ペットが死んだ後のケアサービスは増えてきている
- ・大切だったペットを思い出してもらうために飾る→ペットロスはあるのでは？
- ・使うときのシーンを想像できるようなキャッチフレーズを考える
- ・火をつけないキャンドル(ひこにゃんキャンドル的な)
- ・火をつけるかどうかの説明もちゃんとする
- ・杉原さんに聞くのも一つの手、商品を考えるときの参考になるかも
- ・香料よりもアロマオイルを入れた方が良い(売れるのはこっち)
- ・量的に売れるのはティーライト
- ・店頭で売の場合はボリュームを出して売る→上に積んでいく
- ・「ペットと一緒に」がぱっと見て分かるようなポップを作らないとだめ
- ・虫よけキャンドルも夏にはまあまあ売れる

②会議・調査一覧

年月日	内容	参加者名	場所
2010.8.6	第1回 連絡会議 にむけて	近藤 本間 八木 環境省 きんき環境館	滋賀県立大学サテライト
2010.8.8	キャンドルトレンド調査	粟谷	名古屋ロフト 東急ハンズ名古屋店
2010.8.11	第1回 連絡会議 (キックオフ)	近藤 本間 八木 環境省 きんき環境館 EPC酒井様	滋賀県立大学
2010.8.22	スケジュール調整 情報共有	近藤 本間 八木	五環生活事務所
2010.8.23	滋賀教区浄土宗青年会 西谷様ヒアリング	本間	草津市某所
2010.8.26	永楽屋・富川様ヒアリング	本間	永楽屋 彦根本店
2010.8.27	NAOHA CANDLE 小林様ヒアリング	本間 粟谷	彦根市某所
2010.9.7	社会福祉法人かささぎ福祉会 ヒアリング	阪井	かささぎの里
2010.9.11	事業化への課題について	近藤 本間 八木 粟谷	彦根市某所
2010.9.17	情報共有・課題について	近藤 本間 粟谷 阪井 環境省 きんき環境館	滋賀県立大学
2010.10.1-5	寺院・ホテル残蠟ヒアリング	本間	電話、メールで調査
2010.10.2	浄土宗青年会執行部会出席	本間	野洲市某所
2010.10.7	情報共有・課題について	近藤 本間 粟谷	滋賀県立大学
2010.10.12	アドバイザー委員訪問	近藤 本間 きんき環境館 EPC酒井様 青山様(株)日本政策投資銀行)	滋賀県立大学 ハートワーク結 五環生活
2010.10.15	趣旨賛同チラシ作成打ち合わせ	本間 粟谷	滋賀県立大学
2010.10.26	草津就労センター 細川さんヒアリング	近藤 本間	草津就労センター
2010.10.27	浄土宗青年会近畿ブロック集まり	本間	北びわこホテルグラツィエ
2010.10.31	キャンドル実験販売	近藤 本間	大津市民会館大ホール
2010.11.4	寺院訪問	本間	湖南市某寺院
2010.11.4	第一回専門家を交えた会議	近藤 本間 きんき環境館 オブリガード 森様	きんき環境館
2010.11.6	キャンドル試験販売	近藤 本間 八木 粟谷	ひこねキャンドルナイト会場
2010.11.8	観音正寺 ヒアリング	近藤 本間 粟谷	東近江市
2010.11.11	宝蔵寺 ヒアリング	近藤 本間	長浜市
2010.11.16	第二回専門家を交えた会議	近藤 本間	滋賀県立大学サテライト
2010.11.26	第2回 連絡会議	近藤 本間	地球環境 パートナーシッププラザ

年月日	内容	参加者名	場所
2010.12.1	第三回専門家を交えた会議	近藤 本間 きんき環境館 オブリガード 森様	滋賀県立大学
2010.12.7	第四回専門家を交えた会議	近藤 本間 きんき環境館 オブリガード 森様	きんき環境館
2010.12.11	ペットシッター ラブペット ヒアリング	本間	電話で調査
2010.12.14	ドッグカフェ&トリミング&グッズ ショップ WAN SCENEへのヒアリング	本間	WAN SCENE (栗東市)
2010.12.16	夢京橋あかり館 藪田様へのヒアリング	近藤 本間	夢京橋あかり館(彦根市)
2010.12.28	第五回専門家を交えた会議	近藤 本間 きんき環境館 オブリガード 森様	きんき環境館
2011.1.4	方向性について	近藤 本間	滋賀県立大学
2011.1.11	第六回専門家を交えた会議	本間 八木	きんき環境館
2011.1.20	コンセプト、ペルソナ設定について	本間 八木	滋賀県立大学
2011.1.29	試験販売	本間	夢京橋あかり館(彦根市)
2011.1.30	店頭ヒアリング	本間	夢京橋あかり館(彦根市)
2011.1.31	関係者顔合わせ	近藤 本間 八木 きんき環境館 オブリガード 森様 五環生活 滋賀教区浄土宗青年会西谷様 あかりんちゅ	滋賀県立大学
2011.2.3	カフェコモンズヒアリング	本間	カフェコモンズ(大阪)
2011.2.3	意見交換会	近藤 本間 八木 きんき環境館 オブリガード 森様	きんき環境館
2011.2.6	グループヒアリング	本間 八木 きんき環境館	きんき環境館
2011.2.7	ハートワーク結訪問	本間	ハートワーク結
2011.2.8	事業計画書打ち合わせ	本間 八木 きんき環境館 オブリガード 森様	滋賀県立大学 サテライト
2011.2.16	広報勉強会	八木	野洲市某所
2011.2.19	報告会にむけて	近藤 本間 八木 竹内 きんき環境館 オブリガード 森様	まちなかプラザ(彦根市)
2011.2.21	第3回 連絡会議(報告会)	近藤 本間 八木	地球環境 パートナーシッププラザ
2011.2.24	飲食店 ティーライトヒアリング	八木 竹内 山名	電話、訪問で調査



## 第五章 參考資料

現在、どのようなデザインのキャンドルが人気なのか、購入層などをロフト、東急ハンズ、百貨店などのキャンドル販売店で調査していく(デザイン・平均価格・購入層・購入理由)。

夢京橋あかり館ヒアリング

キャンドル作家さん Naoha Candle さんヒアリング

[キャンドルランキング(楽天市場ランキングより)]

1位: ヤンキーキャンドルサンプラー	6個でもう1個+ホルダー2個無料	3,276円→2,160円
2位: ブランド香水のにおいのキャンドル(シャネルの5番など)	7,980円/個	
3位: フレグランスキャンドル(TOCCA 高級ブランド)	3,500円/個	
4位: ティーライト(中国産)	8円/個	
5位: アロマキャンドル(100%自然原料の最高級キャンドル)	3,800円/個	

## \*市場調査

キャンドル・ロウソクの市場流通量について調査

「ロウソク 1998」

[http://www.ibpcosaka.or.jp/network/trade\\_japanesemarket/index2.html](http://www.ibpcosaka.or.jp/network/trade_japanesemarket/index2.html)?[http://www.ibpcosaka.or.jp/network/trade\\_japanesemarket/gift\\_decotative/candles98](http://www.ibpcosaka.or.jp/network/trade_japanesemarket/gift_decotative/candles98)

1. 太陽信仰の時代よりロウソクの炎は災いを遠ざけ、幸運を呼ぶ魔力があると信じられ、また、先祖足本を照らし、魂を慰めてきた。電気のない時代には生活の明りとして、私達の生活を潤してきたのはロウソクだった。蛍光灯が発達すると照明としてのロウソクの存在は忘れられた。
2. だが、今、生活水準が向上し、余裕が生まれた日本人のライフスタイルの中で明りに対する考え方が見なおされつつある。空間演出のための明り、ゆとりを持つための間接照明など、人の心を和ませ、情緒豊かな生活をめざす照明感が生まれた。暖かなロウソクの明りは人の心を穏やかにやさしくする。
3. 近ごろではカラフルなデザインの凝ったものも登場している。水に浮かべて部屋のインテリアにするものや、花、ハーブ、果物などの香りでリラックス、リフレッシュ効果を取り入れたアロマセラピー(芳香療法)を楽しむロウソクも若者に人気が出ている。
4. ロウソクの年間国内需要は約150億円と予想される、トップメーカーカメヤマ(株)が市場にシェア55%を握り断トツである。家内工業的なメーカーも含めて全国に約200社のメーカーが存在する。カメヤマ社では他のメーカーに配慮し、できるだけ他社のシェアを食わないようにバランスを保つようにしている。すなわち関係のない新製品づくりに精を出している。ロウソクは大別すると、神仏用の普通ロウソク(白色のもの)、葬儀用の花などの絵柄を転写した特殊ロウソクと、ウェディングやインテリア用のアートロウソクの三つに分かれる。ロウソクは一部は機械生産されるがまだまだ手作業の部分が多い。普通ロウソクが全体の50%、特殊とアートロウソクが25%ずつである。ロウソクの需要が全体の50%、特殊とアートロウソクが25%ずつである。ロウソクの需要は年により波が少ない。
5. 輸出は昔に比べ、円高、労賃高で大幅に減っていて、1996年の総輸出高は僅かに7,331万円である。

輸出入先は

アメリカ	5,620万円	(76.6%)
韓国	842万円	(11.5%)
香港	347万円	(4.7%)
スイス	196万円	(2.7%)
シンガポール	114万円	(1.6%)
その他	212万円	(2.9%)

6. 輸入は1996年以降大幅に増えている。

1992年	16億5,400万円	(前年比100.3%)
1993年	12億5,100万円	(前年比75.7%)
1994年	14億600万円	(前年比112.7%)
1995年	21億2,100万円	(前年比108.2%)
1996年	24億6,300万円	(前年比142.2%)
1997年1月～10月	24億8,900万円	

となっていて輸入が伸びている原因としては、

- 炎の揺らぎと香りがストレス解消になると若い女性間で人気が出ている。
- 色やデザインの凝ったものをインテリアとして扱う小さな雑貨店などの新規参入がある。
- 日本文化の“ローソク”のイメージから西洋文化の“キャンドル”が家庭で定着してきている。

1996年の輸入国別では

マレーシア	7億5,336万円	(34.8%)
中国	3億3,840万円	(15.6%)
アメリカ	2億7,586万円	(12.8%)
ベトナム	2億6,814万円	(12.4%)
韓国	1億3,739万円	(6.4%)
イギリス	1億1,700万円	(5.4%)
その他	2億7,285万円	(12.6%)

となっている。

商品別で言うと、中国、東南アジアからは冠婚葬祭用のハンドクラフト的な簡単なアートキャンドル(ウェディング用や白いローソクにデザインがあるもの)、アメリカからは主にカラフルな色やデザインのもの、ヨーロッパからは芳香のあるフレグランスキャンドルが多くを占めている。ケーキにさして使う誕生日用キャンドルは大半現在中国で生産されている。輸入税は3.9%で特惠国からならfreeである。

- メーカーの海外への工場進出はカメヤマ社のアメリカへの2ヶ所進出を除いてない。カメヤマUSAは生産品を主にアメリカ市場で売り捌き、ごく一部を日本へ逆輸入している。
- 流通経路はメーカーが問屋へ売り、問屋が量販店や専門店に売ることがほとんどだが近年メーカーがダイエーやジャスコなどの量販店へ直接売るケースも増えている。ローソクは原料を売るようなものなので付加価値が低いので量販店が直接海外で買いつけるメリットはない。デパートは返品するのでメーカーからは嫌われ問屋を通して買っている。
- PL保険は各メーカーが加入しているが、ローソクで仏壇が焼けたとか、やけどをしたとか、取扱い者の不注意で起こる小さな問題があるだけである。火事になったりしたケースはない。各メーカーで「ローソクがついている間はその場を離れないで下さい」とか、「不燃性の容器を使用してください」とかのコーション・ラベルを添付している。
- 売れるポイントは白ローソクの場合は品質である。1)立ち消えしないこと、2)曲がらないこと、3)ロウが流れないこと(Dripしない)、4)煙が出たりしないことなどが大切である。白ローソクはノウハウが高く、品質面で奥が深い。その他のローソクはデザインが第一である。
- お盆の季節、(6～7月が売り上げのピーク)、春と秋のウェディングシーズン、12月のクリスマスとローソクは使われ、年中インテリアとして使われるアートキャンドルなどを加えると、ローソクのオフ・シーズンは段々なくなってきた。
- 今後の見通しとしては、近年キャンドルブームがおこっているし、欧米の商品が身近な雑貨店、通信販売などで手軽に買え、価格的にも手ごろな商品なので女性だけでなく、男性にも人気波及し需要が増加することが考えられる。

輸出入数字出所：日本貿易月表

リサイクル適性の表示：紙へリサイクル可

この印刷物は、グリーン購入法に基づく基本方針における「印刷」に係る判断の基準にしたがい、印刷用の紙へのリサイクルに適した材料[A ランク]のみを用いて作製しています。

\*古紙パルプ配合率 100%