

2

応用編

事業型環境NPO・社会的企業を目指す「思い」と「成功の鍵」とは…
スタートから現在に至るまでの活動の記録。

FILE01

池内タオル株式会社
コンセプトをつらぬきブランドを確立 P24

FILE02

NPO法人 森の生活
社会的課題を解決するNPOの多様な商品 P26

FILE03

NGO ナマケモノ倶楽部
人を動かすムーブメントの下にあるもの P28

FILE 01：池内タオル株式会社

ikt

www.ikeuchitowel.com

コンセプトをつらぬきブランドを確立

10年以上こだわり続けるコンセプトで環境配慮型商品「風で織るタオル」が誕生

注目を集める 今治の「池内タオル」

日本有数のタオル産地である四国、今治。安価な外国産の急激な流入により、かつてタオルは衰退産業の代名詞だったが、先進的なコンセプトによって、新たな可能性に満ちあふれた産業へと生まれ変わりつつある。その代表的な企業が「池内タオル株式会社」。高級ブランドのライセンスを受けたOEM商品が主流のタオル業界で、自社ブランドを前面に打ち出して顧客の支持を集め、全国の百貨店やインテリア、雑貨の専門店から引き合いが続く。

池内タオルの主軸商品は自社ブランド「IKT」。「風で織るタオル」として多くの注目を集めており、熱狂的なファンを持つ。

この商品に消費者が惹かれる理由は何なのだろうか？その答えは、徹底した環境への配慮と、そのコンセプトをつらぬいていることにある。

「風で織るタオル」の名前の由来は、100%風力発電によってつくられているタオル、ということからきている。環境への配慮はそれだけではなく、ISO14001やISO9001の取得に始まり、認定農場で栽培されたオーガニック・コットン原料の使用、世界最高の排水処理設備を持つ染色工場での染色処理など、環境価値を高める取り組みが積み重ねられている。そして、最終製品の安全性では、スイスにある、世界で最も厳しい繊維製品の検査機関「エコテックス」の評価を受けている。

こだわり抜かれた自社ブランド「IKT」の「風で織るタオル」。「環境配慮」のコンセプトをつらぬくことで顧客の支持を得ることにつながっている。

環境配慮商品に本気で取り組む ことになった「出会い」

タオルが、生産工程において大きな環境負荷のかかる製品であることはあまり知られていない。ひとつには染色工程に大量の水が汚染されることだ。徹底して品質にこだわれば、丁寧な染色と大量の水が必要となり、環境負荷が自ずと大きくなる。良い品質を追求したかった池内タオル社長、池内計司氏は、今治の同業者たちと協同組合で、世界一厳しとされる瀬戸内海の排水基準をクリアした排水処理施設を立ち上げ、それを実現してきた。彼の中には、高い技術、良い品質、環境への配慮を満たしているという自負があった。

しかし問題はもう一つあった。コットンの生産工程には大量の農薬が使われ、大地を汚染している。綿花の収穫においては収穫時期を早めるために枯葉剤が散布され、その影響で二度と作物が育たないほどに土地が荒れはてしてしまう。農業従事者や地域住民も体を壊すという状況がおこっている。池内氏は、この現実を胸を痛めていた。さらに当時は、うわべだけの環境対応ばかりがブームとなっており、自身の製品も完全な環



枯葉剤を使用しないオーガニック・コットン100パーセントのタオル「オーガニック カラーソリッド」



ニューヨーク・ホームテキスタイルショーでグランプリを受賞した「ストレイツ カラーソリッド」

境配慮型となっていないことに嫌気がさしていた。とはいえ、環境に完全に配慮した製品をつくるというのは、簡単ではないことは分かっていた。

そんな折、デンマークのノボテックス社長、ライフ・ノルガード氏と出会う。池内タオルが本腰を入れて環境配慮に取り組むこととなった出会いである。ノボテックス社は、世界でいち早く100%オーガニックの繊維工場を作り「グリーンコットン」という商標を立ち上げたデンマークの会社である。あるとき、来日していたノルガード氏は、今治にノボテックスを超える基準をクリアした施設があることを偶然耳にし、池内氏を訪ねた。

施設を見学したノルガード氏は、池内氏に向かって言った。「これだけの設備を作ったことに驚いたが、もっと驚くべきことは、経営者である君が環境に関してここまで無知であることだ!」。

この言葉で、池内氏の心に火がつき、環境対策を一からやりなおすきっかけとなった。感覚的、感情的に環境をとらえるのではなく、ノルガード氏の科学的に客観的事実を積み上げて冷静に自己評価し、さらなる向上を目指すという考え方は納得のいくものでもあった。ここから本格的な環境への取り組みが始まった。1999年、池内タオルは「業界で初めてISO14001を取得した会社のオーガニック・コットン・タオル」として、自社ブランド「IKT」を立ち上げるのである。

池内タオル株式会社
設立年:1953年
URL: <http://www.ikeuchitowel.com>
所在地:愛媛県今治市
組織体制:社員25名

事業概要

「最大限の安全と最小限の環境負荷」をコンセプトに、「風で織るタオル」として知られる自社ブランド「IKT」を展開するオーガニック・テキスタイルカンパニー。オリジナルであることを大事にし、社員一同が納得のいく製品づくりを行っている。

【池内タオル これまでの歩み】

- 1999年 業界初のISO14001認定・自社ブランド「IKT」設立
- 2000年 業界初のISO9001認定
- 2000年 エコテックスCLASS1認定
- 2002年 風力発電100%の工場稼働
- 2002年 「ニューヨーク・ホームテキスタイルショー・2002スプリング」で、日本企業として初めて最優秀賞を受賞
- 2002年 ニューヨーク・ホームテキスタイルショーで“FINALLIST-AWARD”
- 2003年 ニューステーション「環境立国・風で織る」特集
- 2004年 ニューヨーク・ホームテキスタイルショーで再び“FINALLIST-AWARD”
- 2006年 OEKO社とLONDON DECOREX INTERNATIONAL出展
- 2007年 中小企業庁により「元気なモノ作り中小企業300社」に選定
- 2008年 第12回新エネ大賞・審査委員長特別賞を受賞

「最大限の安全と最小限の環境負荷」へのこだわり

翌2000年には同じくタオル業界初のISO9001認定を受けた池内タオル。環境配慮への取り組みをさらに推し進めていった。

池内タオルが使用する糸は綿畑だけでなく、紡績工場までも認定するEU規格の有機栽培綿のみ。染色に関しては、ノルガード氏から教わったノウハウを使い、安全な化学染料を使ってきれいで色あせないタオルを作り、しっかり排水処理をして環境負荷も減らしている。最終商品は、スイスの安全性テスト機関エコテックスで「OEKOTEX Standard 100 CLASS1」の認定を受けており、乳児が口に入れても安全な基準をクリアしている。

そして電力は風力発電を採用。2002年1月、池内タオルは日本自然エネルギー株式会社と年間40万KWhの契約を結び、100%風力発電を実現した。バスタオル1枚で約473gのCO₂削減の効果が見込まれる。100%風力発電で稼働している企業は池内タオルが初めてだった。

池内氏は環境負荷低減の努力を数字やデータで裏付けすることにこだわっている。それにより初めて、環境配慮への取り組みの価値が正確に消費者に伝わり、嘘をつかない製品づくりにつながられるのだ。



グリーン電力証書

民事再生法からの再生、支えたのはIKTマニアである顧客

国内外での成功を実感し、さらなる展開へと勢いづいていた2003年のこと。池内タオルの売上の7割を占める最大の取引先である問屋が突然経営破綻したのである。当時の「風で織るタオル」の売り上げは、わずか年間1000万円。イメージは先行していたが、池内タオルの主力商品はまだOEMのタオルだった。煽りを受け、2003年9月9日、民事再生法の適用を申請した。全国の百貨店や専門店で販路拡大が決まった矢先であった。

今後の経営について判断を迫られた瞬間だった。自社ブランドを確立しつつあったが、成功するとは限らない。経営はまだまだOEMで成り立っている現状だ。しかし、池内氏は勇気を持ってOEMから自社ブランドを主軸に据えた経営方針を打ち出す。池内社長の背中を強く推したのは、IKTマニアである顧客の存在だった。彼らは、IKTのコンセプトを支持し、応援し

てくれていた。池内氏は話す。「よいものだけでは売れない。きっぱりとした方針を打ち出せるか否かが、顧客の支持を得られるかどうかの分かれ目だ。同じコンセプト、変わらぬ方針に愚直なまでにこだわり続けてきたこと、これがわれわれのビジネスの価値だ」。実際、IKTブランドが立ちあがって10年が過ぎたが、コンセプトは一切ぶれていない。これが顧客から圧倒的な支持を得ている最大の理由なのだ。

企業として何を重視し、何を選ぶか

池内タオルの商品はどこでも買えるわけではない。同社にしてみれば、より多くのお客様に手に取ってもらいたい気持ちはあるが、オーガニック素材を使っているため、扱う量に限りがあり、計画的な調達求められる。つまり、市場にたくさん出回っていてどこでも買える商品ではないのだ。これは、「品質」でいうと、「流通の品質」を犠牲にしても、「商品の品質」を上げているといえる。池内タオルが重視するのは量産することではなく、あくまで環境に配慮した製品づくりを行うことである。よって、同社は商品の品質が流通品質よりも重視する。企業として何を重視し、何を選ぶか。重要なことは、やはりコンセプトである。判断に迷った時に立ち返る場所としてコンセプトがあり、池内タオルはこれをつらぬきながら経営を行っている。

さらにコンセプトを磨き、新たな挑戦へ

「風で織るタオル」のオーガニック比率は全売上の90%を超えた。池内タオルが持つコンセプトの将来性でファンドからの出資も得た。近い将来、株式上場も見据えている。池内氏の今後の目標は「会社全体がノーカーボン宣言」。そのためにはもっと収益をあげて、厳密に言えば縫製や刺繍などの加工依頼先まで環境配慮を徹底させたいと考えている。さらに、単に環境に良いという切り口だけでお客様は買ってくれない、最終的には、「好きなタオルを買ったら、環境にも配慮している商品だった」というような、品質によって選ばれかつ、ノーカーボンの製品を実現していきたい、と語った。



「風で織るタオル」をつくっている
能代風力発電所の風車

FILE02：NPO法人 森の生活



社会的課題を解決するNPOの多様な商品

森の良さを伝え、収益を上げることで目標に近づくビジネスデザイン

町の90%が森、
地域資源を活かした振興を目指す

北海道旭川空港から約2時間、冬は雪に覆われる下川町を拠点に活動するNPO法人森の生活。代表を務める奈須氏は、愛知県出身、下川町に移住してから2010年で約11年が経過した。

もともと環境破壊が進む自然環境分野に興味をもち、札幌にある大学で自然科学を専攻していた奈須氏は、環境問題を解決するには、自然科学の技術ではなく、社会のしくみを変える必要があるのではないかという思いに至る。住民自治のもと、地域資源を活用し、経済的・環境的・社会的にも持続できる発展を目指すことがこの問題の解決につながると考え、修士論文の研究テーマとして下川町を訪れた。

下川町は、当時から、移住者（新住民）が多い山村地域であった。さらに、その新住民の多くが旧住民たちとコミュニケーションをとりながら、さまざまな取り組みを行っていた。通常日本国内では、自然が多く残っている山村地域は、過疎化が進み、地域振興が活発に行われている場所は少ない。そんな中、下川町は、めずらしい地域だった。奈須氏はその事例を調査すべく、下川町に2ヵ月間住み込み、アルバイトをしながら、地域振興手法を調査した。数多くの新住民、旧住民たちから話を聞き、調査を進めていく中で、当時森林組合に勤めていたH氏と出会った。

H氏は、新住民の中でも下川町の活動に積極的に関わり、現在森の生活が実施している森林体験ツアーの原型モデルをつくった人物でもある。そのH氏を中心に、新住民と旧住民が積極的に地域振興に関わっている町の雰囲気に触れ、自分自身も下川町で何かできることはないかと感じ、大学院卒業後の1999年、札幌から移住することを決めた。

完成する理想像、時間を要する社会の変化

奈須氏は、移住後、下川町役場の職員として働き始める。公私融合を掲げ、役所の人間からの視点と下川町に住む住民の視点をもって、たくさんのプロジェクトに関わった。その中に、H氏を含む新住民が中心になった「下川産業クラスター研究会」があった。さまざまなまちおこし事業を行っていたが、今後のまちづくりのためにも、大きなビジョンをもつことが重要だろうと、一部のメンバーで議論を重ねた。下川町のいいところを守り、使って、発展させることができるようなまちづくり構想とは…たくさんの時間が費やされ、完成したのが「森林ミュージアム構想」だった。フォレストセンターを中心に、環境産業、観光、自然など、森に関わるすべてのことが体験できる、町全体をミュージアムにするという計画。構想づくりに関わったメンバーは「あとはこの構想を現実化するだけだ。魅力的な町づくりができる」と感じたという。



2001年、下川産業クラスター研究会で描かれた
森林ミュージアム構想

確かに不可能はなかった。新たな施設やしくみを少しずつ、これまでで活動していたものをつなげば良い。しかし、すぐにうまくはいかなかった。予算の関係上、この構想の中心となるフォレストセンターの設立は不可能であると町側が判断したのである。

奈須氏は、当時を振り返り、大きな挫折だったという。こうした出来事もあり、下川産業クラスター研究会の中心的存在となっていたH氏がメンバーを外れ、活動は徐々に縮小していく。しかし、奈須氏は、あきらめてはいなかった。「世の中はそんなに早くは変わらない。動くべきときが来るまで、待つべき。それまで一歩一歩進もう」。

行政・地域とともに持続的活動をする
事業型NPO法人を設立

下川町には、下川産業クラスター研究会と同じく、森を活かした地域振興活動を行っていたNPOさーくる森人類があった。この活動とおし、奈須氏は、後に一緒に事業を立ち上げることになるK氏と出会う。K氏は、当時、森林組合で働いていたが、下川町で民宿をやりたいという夢の実現に向け、少しずつ動き出していた。奈須氏もいずれは独立し、自分自身で活動をしたいという思いから、6年間で役場を退職。

2005年、K氏とともに、NPOさーくる森人類の発展型として、事業を行い継続的な活動ができる事業型NPO法人を目指し、「森の生活」を立ち上げることとなった。このNPO法人で、下川町森林ミュージアム構想を実現していったかった。そのためにも、行政とも地域とも関わって事業ができるNPO法人を選択した。さらに、自身の利益を追求する企業という形ではなく、社会的課題のためにビジネスを行うという構造で、現在の資本主義社会を越えることができればという思いもあった。

NPO法人 森の生活
設立年:2005年
URL:<http://www.forest-life.org/>
所在地:北海道上川郡下川町
組織体制:代表1名、フルタイムスタッフ4名、パートタイムスタッフ4名

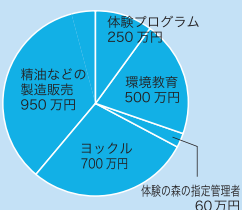
事業概要

下川町の資源である森を活用した多様な活動を通じ、参加する人々の健康的で豊かな生活の創造、環境教育の促進を図り、農山村地域の活性化、地球環境の保全に寄与する。

【事業紹介】

- 体験プログラム事業: 森林での癒しを感じるツアーや、林業、アロマオイル・キャンドルづくりなどを体験
- 森林環境教育事業: 森林を通じ自然・社会・経済のつながりについて学ぶプログラム
- 体験の森指定管理者: 体験プログラムで利用する森の管理者を受託
- 地域間交流施設の運営管理者: 下川町の地域間交流施設「森のなか ヨックル」の運営管理者を受託。宿泊施設として運営
- 精油などの製造販売事業: 林地残材である枝葉から精油などを製造し、化粧水・石けん・枕などオリジナル商品を「フブの森」ブランドとして直営サイトなどで販売

2008年度売上内訳



合計: 約2500万円

地域振興、環境保全につながる森の生活の多様な手段

資金は、NPOさーくる森人類で貯めた30万円、スタッフは奈須氏とK氏2名からのスタートだった。設立後まもなく、内閣府が公募していた地域振興の事業に採択され、250万円程度の資金を得て、なんとか森の生活を運営できるようにはなった。しかし、それでも資金は足りず、思ったように森林ツアーの事業も進まず、大変な1年が過ぎた。

その頃、転機が訪れる。森林組合から精油事業をやってみないかと提案を受けたのだ。当時、森林組合がやっていた間伐材を使いエッセンシャルオイルをつくる精油体験ツアーが人気を集めていた。奈須氏としても、いつか森の生活で精油の製造から販売までをやりたいと考えていた。

快く精油事業を引き受けたが、人材が少ない森の生活では、すぐに事業を始めることは不可能だった。そこで、森林組合で新たな人材を雇用してもらい、製造したエッセンシャルオイルを森の生活へ卸すシステムで、精油事業をスタートさせた。エッセンシャルオイルのほかアロマミストや石鹸などのラインナップを引き継ぎ、2008年には、正式に精油事業を森の生活で行うこととなり、ブランド名やデザイン、価格を「フブの森」としてリニューアル。ネットストア (<http://fupunomori.shop-pro.jp/>) を2009年11月にオープンし、ようやく体制が整った。

森の生活が提供する商品、サービスは、すべてにおいて理想的な事業デザインが描かれている。エッセンシャルオイルは、下川町の森の良さを伝え、間伐材が有効活用され、環境保全につながる。森林ツアーも同様に、参加者が下川町を訪れ、地域で宿泊、飲食し、地域にお金を落とす。さらに森林を体験し、参加した人が環境保護を意識するようになり、ライフスタイルを変える。売れば売れるほど、参加者が多ければ多いほど、下川町にとって地域振興になり、環境保全につながっていくという構造になっている。



下川町の地域間交流施設「森のなか ヨックル」の管理を担当。宿泊施設としてスローフードや地アートを繋げた新たなサービスを目標している。



チャンスを待ち、理想に向けて一步一步進む

少しずつ精油事業、森林ツアー事業が軌道に乗り始め、北海道庁の地域振興事業にも応募し、人材をさらに増加させた。そして、2009年4月より、宿泊できる設備を兼ね備えた下川町地域間交流施設「ヨックル」の指定管理者となり、さらに事業を増やす。現在、森の生活は、森林ツアー・体験事業、精油製造・販売事業、ヨックル運営事業の3つを柱としている。今後は、現在、バラバラに動いているこれら3つの事業を、地域産業を含め連携させた形にしていくという。下川産業クラスター研究会で描いた「森林ミュージアム構想」から10年、森の生活を設立し、事業を増やし連携させ、少しずつ理想のまちづくりに近づいてきている。

「この11年間、下川町を良くしたいということだけ考えてきた。社会が変わるには、長い時間がかかる。それでも、あきらめずに取り組んできた。いつか下川町が理想の環境モデル都市として、世界に発信され、もっと世界中が平和で住み良くなればいい」と語る奈須氏。NPO法人として、社会課題解決につながる理想的な事業デザインで理想を現実にする活動を、好期を待ちながら、着実に一步一步進めている。



森の中を歩き、森の魅力を学ぶツアー。森林ミュージアム構想でも中心となる事業。



直営サイト「フブの森」では、森の香りがたっぷりと広がる人気のエッセンシャルオイルをはじめ森の生活のオリジナル商品をすべて購入することができる。

FILE03 : NGO ナマケモノ倶楽部



人を動かすムーブメントの下にあるもの

課題を見失わず、着実な活動が少しずつ社会を動かす

はじめは「SOS」、 エクアドルでナマケモノが絶滅の危機

——「SOS!ナマケモノがエクアドルで絶滅の危機を迎えている」

当時、エクアドルに活動の拠点を置いていた環境活動家でありシンガーソングライターのアンニャ・ライト氏から呼びかけのメールが知人に一斉配信された。この知らせを受け取った辻信一氏（文化人類学者、明治学院大学教授）は、中村隆市氏（株式会社ウインドファーム代表）や辻氏の学生たちとともに、まずは現状を知ろうと、エクアドルへ向かった。

目の当たりにしたのは森林伐採が進み、住処を失われているナマケモノの現状。森を追いやられ、ペットとして、あるいは食用として捕獲されていた。衝撃を受けた3名は、すぐに調査を開始。エクアドルで環境破壊が急激に進んだ背景には、他国から資本が入り、森を伐採して鉱山や天然ガスの採掘が進められている現状があった。

その状況をなんとかできないか。3人は日本の企業が鉱山の採掘を進めようとしているアンデス山脈の森林地帯に位置するインタグ地方の住民と出会った。住民たちは反対運動を起こしていたが、莫大な立ち退き料と説得で住民たちは分断の危機を迎えていた。この人たちを、村を、森林を助けるためにも、このままの生活を続けられるための支援が必要だ。その思いで、フェアトレードのオーガニックコーヒーを輸入する（株）ウインドファームの経営者・中村氏は、インタグ地方からのコーヒーの輸入を決意した。

環境・文化・事業を中心にNGO団体を設立

エクアドルから5ヵ月後の1999年7月、辻氏、中村氏、アンニャ・ライト氏が世話人となり「環境・文化・事業」を活動の中心におくNGO団体をつくろうと呼びかけ、20名の若者たちが集まった。

そこに集まった若者たちに語られたのは、エクアドルで環境破壊が進む現状と、一方、森の中で日本よりも豊かな暮らしをしている人々の生活。そして、循環型の生活サイクルを営み、森や虫とともに暮らすナマケモノのエコでスローな生き方だった。そのナマケモノがいま絶滅の危機を迎えている。しかし、そのナマケモノを絶滅の危機に追いやっている私たちの生活をもっと見直す必要があるのではないか、ナマケモノはまさに「SOS=Save Our Souls」を発しているのではないか。ナマケモノを見習い、エコでスローな生活を送ることによって、問題になっている環境破壊を防ぎ、文化を守り、人々の生活を守るビジネスを行う。そんな団体を目指して、活動がスタートした。

「ナマケモノになろう!」、手探りで活動スタート

本格的な活動スタートは2000年1月から。それまでの5ヶ月間、定期的にミーティングを開いては、団体名や会費、意思決定のルールなど組織運



現在もフェアトレードでインタグのコーヒーを輸入し続け、定期的にツアーを組んで訪れている

営の基盤を皆で決めていった。やってみたいことはたくさんあった。しかし、知名度も低く、スローライフという言葉自体も浸透していない時代、会費を集めるのには苦労した。まずは活動を知ってもらおうと、関連あるテーマのイベントにも出展したり、自主的にイベントやセミナーを開催。当初はフルタイムスタッフの給与を自己資金で賄えず、（株）ウインドファームに雇用してもらおうという形式でナマケモノ倶楽部を運営していた。「一人前の団体になるためにも、早く経済的に自立しなくては…」。事務局長である馬場氏は、焦りを感じつつも、ナマケモノ倶楽部の根幹にあるスローなライフスタイルを自らが楽しんで啓蒙するという目的を忘れず、少ない費用の中で、メッセージを発信し続けた。

時代が変わり、スローフード、スローライフがブームに

2000年、世間では島村菜津氏の著書である「スローフードな人生」が出版される。ナマケモノ倶楽部の世話人である辻氏も翌年秋に「スロー・イズ・ビューティフル」を刊行し、雑誌ソトコでの連載をスタートさせた。高度経済成長、バブル期を越えて、ずっと走り続けた日本にゆとりが生まれ、多様なライフスタイルが認められてきた。それと同時にナマケモノ倶楽部の活動が少しずつ世間にも認知されるようになる。それでも自分たちは、あくまでもスローに、着実に活動を行っていた。

2003年には、「100万人のキャンドルナイト」に関わり、話題を集め、ナマケモノ倶楽部は知名度を上げる。またその前年の2002年秋、ブラジルの「地球サミット」で伝説のスピーチを行ったカナダの環境活動家セヴァン・スズキ氏を日本に招き、日本全国で講演ツアーを行った。海外からのゲストを招き日本を周るためには、大きな資金が必要だったこともあり、この頃から、会費だけでなく、企業への協賛依頼に挑戦した。1通

NGO ナマケモノ倶楽部 設立年:1999年
URL: <http://www.sloth.gr.jp/>
所在地:東京都江東区
組織体制:共同代表3名、事務局長1名、事務局スタッフ2名、理事9名、世話人7名

事業概要

「ナマケモノになるう」をコンセプトに、エクアドルを中心とした世界の環境活動を支援。「スローライフ」という新しい価値観のライフスタイルの提案を行い、ものやお金では測れないもうひとつの豊かさに価値を置いた活動を行っている。

【事業紹介】

●物販事業

エクアドルのフェアトレードコーヒーや携帯お箸、関連書籍などの販売。イベントでの出展販売や、ネット販売を行っている。

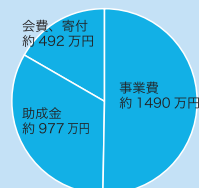
●イベント・キャンペーン事業

国内外からゲストを招いて行われる各種啓発イベントやキャンペーンを通じて、日々の暮らしからのスローライフ実践を呼びかけている。

●スローツーリズム事業

エクアドルやブータン、インドなど各国の山村地域などを訪れるツアー。参加型・文化や自然の体験・学びを中心にしたプログラムとなっている。

2008年度売上内訳



合計: 約2960万円

1通心をこめて手紙を書き、時間をかけて丁寧にお願いをした。協賛企業の1社は、自社が毎年行っている新聞の全面環境広告に「セヴァン来日講演ツアー」の告知も掲載。これを機に、ナマケモノ倶楽部の会員数は大きく増加した。

つらい状況にあっても、根幹にあるコンセプトを崩さず、身の丈にあったビジネスと活動を続け、ついに2005年にはナマケモノ倶楽部の自主財源でスタッフ給与を賄える状態に。現在3名のスタッフで事務局を運営している。



日本全国大々的に行われた100万人のキャンドルナイト。
写真提供:100万人のキャンドルナイト実行委員会

メッセージを伝える手段としての事業

設立の目的にもあったように、ナマケモノ倶楽部では、スローなライフスタイルを提案する手段の1つとして、事業を行っている。設立メンバーである20代の若者たちを中心に、オーガニックコーヒーを販売する(有)スローを2000年に、翌年2001年にはオーガニックコーヒーを提供する(有)カフェスロー、さらにエクアドルを中心とした世界の雑貨とコーヒーを販売するスローウォーターカフェ(有)と自主メディアとしての(有)ゆっくり堂を2003年に立ち上げた。

実際には、コーヒーの焙煎や販売という同じ事業を手掛けてはいるが、そこはナマケモノ倶楽部らしく、環境に負荷がかからないビジネスモデルが増えるならよいのではないかと。利益追求型でなく、競合してもゆっくりと争わずビジネスを行うことで、スローなライフスタイルの提案ができればよい。そして、イベントなどでナマケモノ倶楽部を知り共感してくれた人たちに、もっとさまざまな提案ができればよいのではないかという思いから複数の有限会社を設立している。



ナマケモノ倶楽部を中心に展開されているビジネス。
それぞれが独立した形で事業を行っている。

ムーブメントの下にある、活動への一貫した姿勢

「もう10年経ってしまった」と感慨深くこれまでを振り返る事務局長の馬場氏。10年経った今、インタグ地方の森は潰されることなく、鉱山開発は停止している。関連会社も、事業もやっと軌道に乗り始めた。それをきっかけに、これまで世話人を務めていた辻氏、中村氏は、活動の中心を若い世代のメンバーに引き継いでいくことを決めている。今後、ナマケモノ倶楽部のメッセージを実現するための体制づくりを目指しているのだろう。

今後の活動について馬場氏は、「スローライフが広く実現され、環境や文化が守られる社会になれば、ナマケモノ倶楽部は解散してもよいと思っている。一番の目標は持続じゃない。だからこそ、枠にとらわれることなく、自由に、いつもワクワクしていられたような活動をしていきたい」と語る。

“スローライフ”というムーブメントは、一時の熱から冷め、今、静かに日本の世の中に定着している。NGO団体として、社会的なムーブメントをつくったという気持ちはまったくない。ただ単に10年間、環境破壊や原発問題などを解決する手段の1つとして、ゆっくりで争わないナマケモノみたいなライフスタイルを提案してきた。そんな新しいライフスタイルを支持し続け、時代は変わり、“スローライフ”がブームとして騒がれる時期もあった。しかし、今も一番の目標は、いまだ課題を解決すること。その立ち位置を見失わず、今後も活動が続けていく。