

非常食の備蓄が社会貢献につながる

「救缶鳥プロジェクト」

report

「パンの缶詰」で飢餓救済と被災地支援／(株)パン・アキモト



本社工場を案内する代表取締役の秋元義彦さん。おいしくて長持ちするパンの缶詰を考案し、国内外の義援活動に役立てる「救缶鳥プロジェクト」を発足。東日本大震災以降、加入者は倍増し、パンの缶詰の販売率も3倍に伸びた。1日約1万個を生産している



「救缶鳥プロジェクト」で販売しているパンの缶詰。1缶が通常の2倍の大きさ(200g)で、1セット(15個入12,000円)から購入できる。ふたの切り口は安全な構造で、義援先の国々では食べたあとの空缶が食器などに利用される



耐熱性のある特殊な紙でパン生地を包み、缶ごと焼き上げて無菌・無酸素状態で密封する。しっとりとしたソフトな食感をキープできるのは、紙が缶内部の水分を一定に保つため。この独自製法により、日本・アメリカ・中国・台湾で特許を取得した

非常食のリユースシステムでソーシャルビジネスを展開

甘い香りがただようふんわりとしたパン。一口食べると、そのおいしさに自然と笑みがこぼれる。焼きたての風味が長持ちする「パンの缶詰」を製造・販売するのは、栃木県那須塩原市に本社を置く『(株)パン・アキモト』。

開発のきっかけは阪神・淡路大震災。当時、義援物資として2千個のパンを同社から搬送したが、被災者の手元へ届く頃には賞味期限が切れ、ほとんどが廃棄された。その苦い経験から、保存性とおいしさを兼ね備えたパンの缶詰づくりに着手。防腐剤を使わずに3年の長期保存とソフトな食感を可能にした独自の製法を考案し、災害時の非常食として1996年から販売を開始した。

だが、食べずに賞味期限を迎えたパンの缶詰は廃棄せざるを得ないという問題に直面する。「パン職人として、つくったものはおいしく食べてほしい。また缶の処分には費用もかかる。そこで考えたのが、パンの缶詰を使ったリユースシステム『です』と代表取締役の秋元義彦さん。

「救缶鳥プロジェクト」と名づけたそのシステムは、3年の賞味期限が切れる1年前に、購入者からパンの缶詰を下取回収して海外へ輸送し、飢餓に苦しむ人々の食糧として役立てるといふもの。運搬にかかる費用はすべて同社が負担し、また輸送した国・地域や個数などを明記した報告書を各顧客へ提示。再注文すれば値引き価格で購入できる特典もつけた。このような行き届いたサービスはもとより、商品を購入して備蓄すれば国際貢献



東北の被災地にて。全国から回収したパンの缶詰を自らの手で一軒一軒届けるため、秋元さんは何度も現地へ足を運んだ

視察で訪れたケニアの子どもたちと交流。現地の状況を把握するため、定期的に海外の飢餓地域へ赴く。「救缶鳥プロジェクト」にも参画しているNGO「日本国際飢餓対策機構」のメンバーが同行し、視察先での仲介役を担う



メッセージが書き込めるラベルを採用。おいしいパンとともに、支援者のあたたかな気持ちも一緒に届けることができる

1947年に創業した『㈱パン・アキモト』。本社工場に併設した直営店には焼きたての自家製パンが並ぶ。「救缶鳥」以外のパンの缶詰は店頭で購入でき、15種類の味がラインナップ



「㈱パン・アキモト」問い合わせ先

〒329-3147
栃木県那須塩原市東小屋295-4
TEL:0287-65-3351
FAX:0287-65-3353
<http://www.panakimoto.com/>

活動に参加できる」というメリットが消費者の心を動かし、発足から2年を経た現在、約500組の団体（企業・学校・その他施設、約千人の個人がプロジェクト）に加入している（2011年10月時点）。また大災害が発生した際は、その時点で備蓄品の回収を要請し、国内外を問わず被災地へ即座に届けるといふ緊急時の対応も行う。2010年のハイチ大地震では、秋元さんはじめ従業員らの呼びかけにより加入者の大半が早期回収に応じ、2週間で約3万個のパンの缶詰が同社に集まり現地へ輸送された。東日本大震災においては、自らが被災していたにもかかわらず、本社工場にあった在庫と加入者からの回収品を合わせ、計2万個以上のパンの缶詰を被災地へ送り込んだ。

「今、日本人のボランティア精神は高まっています。善意を確実に役立てるため、支援やサービスの内容を明確にした『救缶鳥プロジェクト』は、誰もが安心して参加できる『ソーシャルビジネス』（※）です」

さらに秋元さんは、NPO法人『災害支援機構 WECAN』を2011年10月に立ち上げた。企業から募った寄付金でパンの缶詰や保存水などの備蓄品を購入し、飢餓地域の救済や災害時に生かす仕組みを構築。救缶鳥プロジェクトの進化形となるこの新たな支援システムの展開に秋元さんは期待を寄せ、運営に力を注ぐ。

支援の輪を広げて購買意欲を促し、同時に社会貢献を果たす取り組みは、「世の中の役に立ちたい」という消費者の意識に働きかける新しいビジネスモデルである。

（※）社会的課題の解決を目的とするビジネスおよびそれに取り組む事業体。

（文責・CEL編集室）

CEL