

進出先への社会貢献により 社員の連帯感と環境意識が向上

環境問題が注目されるなか、企業が社会や環境に対して責任を果たす活動（CSR）に力を入れる会社も増えている。埼玉県の物流梱包材メーカーの事例を取り上げる。

カネパッケージ株式会社

- 所在地 埼玉県入間市
- 業種 緩衝材設計・開発・製造
- 社員 40名、海外グループ計1100名

梱包、配送に使われる緩衝材メーカーのカネパッケージ株式会社は、従業員40名の会社だが、海外進出先であるフィリピンのオランゴ島ほかでマングローブ植林を10年以上にわたって続けている。投資額は、年商の0・1%に相当する額だという。

中小企業も海外進出する時代

緩衝材とは、製品を梱包して外部からの衝撃を和らげ、一定の状態に保つもの。

緩衝材をたくさん使えば安全性が高まる、というのは誤解である。外装が大きくなってコストがアップし、使った後に廃棄されるゴミを増やすことになる。

そこで同社は、緩衝材をコンパクトにして省資源化する技術提案をユーザーに行なっている。もと

も、環境負荷の低減を実践しており、2001年にはISO14001の環境マネジメントシステムの認証を得ている。

同社の植林事業のきっかけは、海外進出である。

1990年代に日本の製造業がこぞって海外生産に打って出ると、必然的に、同社も取引先メーカーから海外進出を求められることになる。

1996年にフィリピンに進出したものの、日本国内と同等レベルの緩衝材を提供できるようにな



金坂良一社長

るには時間を要した。

梱包材料を日本から運ぶのはコストがかかりすぎるため、現地の材料や設備を使つて現地調達した。だが、ユーザーである日系メーカーが期待する国内同等レベルの緩衝材を期日までに納入するのは難しかったのである。

苦戦していたフィリピン事業の立ち上げを軌道に乗せたのが、金坂良一・現社長だった。金坂社長は、他社でのアメリカ現地工場立上げの経験を買われて1997年に中途入社している。フィリピンに派遣され、現地の日系メーカーへの梱包材のジャスト・イン・タイム納入を実現して、同社は高い評価を得ることになる。

現地社員に、納期を守ることを粘り強く浸透させたのがポイントだった。

「納期を順守すると、顧客から信頼が得られるので売上が伸び、その分だけ社員も給料で報われると意識付けていったのです」と金坂社長は当時を振り返る。

その後、同社はフィリピンでのノウハウをベースに中国、ベトナム、タイ、インドネシア、メキシコにも進出。年商25億円の中小企業でありながら、世界7か国、20拠点にグローバル展開して、グループ計100億円を売り上げている。その後、創業社長が会長に退くと金坂社長が後を継いだ。

進出先の環境に貢献

同社は、2009年からマングローブ植林事業をスタートさせている。マングローブはCO₂の吸収や水質浄化に効果があり、短期間で成木に成長する。

1990年代、日系企業はブラックタイガーなどのエビ養殖のために、フィリピン、インドネシア、タイなどのマングローブ林を破壊した。そのフィリピンのマングローブ林を再生するCSR活動に取り組んだのだ。

発案したのはフィリピン事業を立ち上げた金坂社長だが、社内の反発は強かった。「大手企業の専売特許のようなCSR活動を行なう必要などない」「中小企業が手を出すべき活動ではない」と多くの社員は考えた。しかし「やるべきことは中小企業でもやらねばならないし、やれば社員の士気も上がる」と取締役会を説き伏せ、年商の0・1%を植林活動に充てる了解を得た。

マングローブ植林に乗り出す日系企業は少なくない。大企業が多いが、お金だけ出して植林作業自体は現地任せ、自社はノータッチという会社もある。だが同社では、社員が現地に飛び、自らの手でマングローブを植える。

植林ツアーは、年2回実施している。参加者は日本だけでなく海外グループ企業からも選び、1回あたり30名程度だ。海外出張経験のない社員を主体に、正社員、契

約社員、パートなどの社歴を考慮して決めている。

日本から現地に派遣する社員の人数は1回につき2〜3名。年2回なので、これまで計50名ほどである。海外グループ企業からの参加者は、延べ400名以上に達している。

自社だけでなく、ツアー参加を社外団体等と呼びかけると、趣旨に賛同した県内の他企業、学生、個人なども応募して同行するようになったほか、現地大学生や現地企業など延べ約300名が植林事業に参加した。

このほか、植林メンテナンスやパトロールなどを担う現地要員を月に25名、10年間で延べ3000名以上、雇用している。

費用面では、現地費用も含める



年間50万本のマングローブの苗を植える

と日本からの参加者は1人当たり20万円ほど。海外グループ企業の場合、距離にもよるが安価なアジアの拠点からの参加で1人当たり約10万円。現地からの参加で1人当たり約4万円である。社内からの参加者の費用は、すべて会社が負担している。

植林を行なうための実務面を紹介すると、まずフィリピン自然環境省の保護指定地域に植林する許可を得る必要がある。100か所ほどある指定地域のなかから、当初はオランゴ島で始めた。フィリピンで初めてラムサール条約に適合した環境保護地区である。

マングローブを植える場合、素人が単純に植林すると植生を乱してしまう。それを避けるために、フィリピンの大学院のマングローブ研究者をグループ企業で採用して、このプロジェクト担当者に据えた。同時並行的に国内でも埼玉大学と産学連携して、地形、水流、土壌、水質などの観点からチェックして、生態系を壊さないよう配慮している。

海外進出に成功するには

10年以上の植林事業の結果、同社が行なったマングローブの植林

本数は約1200万本、植林面積は339ヘクタールを上回っている。東京ドーム72個分以上の広さである。この植林事業によるCO₂吸収量は、840トン以上の計算になる。

海外進出先地域に貢献して、地域と共に成長したいという同社の目的を達成できているだけではなく、植林ツアーを体験する社員が増えるにつれ、社内でも取締役会でも反対の声は減ったという。

「体験者は『また行きたい』と言いますし、社内には環境改善活動の重要性に対する認識が広まりました」と金坂社長は胸を張る。

同社のグローバル展開は、東京商工会議所の第11回勇気ある経営大賞の優秀賞などを受賞している。この受賞理由のなかでは、フィリピンでのマングローブ植林事業が取り上げられ、環境貢献による社員の連帯感向上とステークホルダーの共感を得た効果について高く評価されている。

CSR経営は必ずしも大企業だけのものではない。環境に貢献し、社員を元気づけ、さらには会社のイメージアップにつながることを、同社のケースが実証しているのではないだろうか。