

商社ビジネスから生まれた「グッドデザイン」

近年、有形無形の「デザイン」の良し悪しがビジネスの成否にも影響をもたらしている中で、公益財団法人日本デザイン振興会では、例年、さまざまな商品・ビジネスの仕組みなどを対象に優れたデザインを「グッドデザイン賞」として顕彰しています。

2011年度は、商社業界から、伊藤忠商事の環境に配慮した有機綿花栽培の推進と経済性を両立させた「プレオーガニックコットンプログラム」と、住友商事の機能性と美観を両立させた複合集合住宅「ザ・千里レジデンス」が受賞しました。そこで、今回のズームアップでは、商社ビジネスから生まれた「グッドデザイン」に注目し、受賞対象の特徴や事業の動向、今後の抱負などについてお話を伺いました。

インタビュー

伊藤忠商事のビジネスモデルのデザイン： 「プレオーガニックコットンプログラム」

伊藤忠商事株式会社 繊維カンパニー おおむら りょうま
繊維原料・テキスタイル部 繊維原料課長 大室 良磨



1. 「プレオーガニックコットン (POC) プログラム」のグッドデザイン賞受賞

このたび(株)クルックと共同で運営する「プレオーガニックコットンプログラム」が2011年度のグッドデザイン賞を受賞し、社会的に高い評価を頂き大変ありがたく思っています。また「グッドデザイン・サステナブル賞（経済産業大臣賞）」も同時に受賞できまして、関係者一同、大変うれしく思っています。今回の受賞に際しては、審査委員の方々からコメントを頂きました通り、サステナブルな形での途上国支援につながり、また、現地生産者から消費者に至るまで参加型のフィージブルなビジネスモデルを構築できている点を評価いただいたものと認識しています。

2. コットン栽培における課題とソリューションとしてのプログラム立ち上げの背景

もともと当社の繊維原料・テキスタイル部では、無農薬栽培によるオーガニックコットン（有機栽培綿）を繊維原材料商品の1つとして取り扱っているのですが、当社製品を取り扱ってい

ただいていたクルック社から、オーガニックコットンの特徴について詳しく話を聞きたいというお問い合わせを頂きました。そこで、コットンの栽培・紡績の現場を見ていただくのが一番の近道と考え、現地視察をしていただきました。

その現地視察を通じて、農薬を使用するコットン栽培では、農薬の購入が農家の大きな負担となり借金に苦しんでいる実情や農薬散布による健康被害について、一方、オーガニックコットン栽培では、収穫量の減少やオーガニックコットン認証に相当の費用がかかることと、オーガニック農法の知識が必要になるという課題について、再認識していただく良い機会となりました。また、オーガニックコットン栽培は世界のコットン栽培のわずか1%にとどまることから、その栽培を拡大させ、同時にビジネスとしても成り立たせる仕組みを一緒に考えていく中で、POCプログラムを立ち上げました。



3. 「POCプログラム」の仕組みと特徴

当社のPOCプログラムは2007年から開始され、インド・ムンバイ事務所、香港・ITOCHU PROMINENT (ASIA) LTD. (以下、IPA)、本社との間で連携を図りながら進めています。また、IPAが出資し、長年取引をしている紡績工場「パットスピン・インドア」も現地での調整役として大きな役割を担っています。

オーガニックコットンの生産には、3年間の無農薬での栽培が条件となりますが、その間、収穫量と収入が減少してしまうため、POCプログラムでは、現地のオーガニック農業支援団体「ラジ・エコ・ファーム」を通じて、栽培支援費を上乗せした価格でオーガニックコットン全量を買上げる仕組みを設けました。また、オーガニックコットン栽培認証を得るための経費も当社とクルックがPOCプログラムを通じて負担しています。POCプログラムにおいて「プレオーガニックコットン」と呼んでいるのは、オーガニックコットンが収穫できるようになるまでの、こうした移行期間を含めた支援プログラムであるためです。

2011年11月現在、POCプログラムを通じてオーガニックコットン栽培の生産者として認証された農家は約600軒、オーガニックコットン栽培に移行しつつある農家は約1,900軒となり、当社は延べ約2,500軒の農家を支援しています。また、オーガニックコットン栽培認証を受けた農家からの出荷も始まり、2010年は約700tのオーガニックコットンの収穫があり、今後も支援農家の数を増加させて、2015年を目標に年間5,000tの生産規模に拡大させていきたいと考えています。2012年にはPOCプログラムで生産されたオーガニックコットンが衣料品に使用される予定です。

4. ビジネスモデルとしてのPOCプログラム

POCプログラムのようなビジネスモデルのデザインにおいて重要となるのは、他のビジネスモデルも同様といえますが、現場で何が問題になっているのか五感を働かせて把握し、現場で求められているニーズ・問題点を認識し、解決に向け対応していくことであると思います。最近ではビジネスを通じた途上国支援への関

心が高まる中で、フェアトレードやBOPビジネスなどと並び、開発経済の研究者からもPOCプログラムに関



心が寄せられています。当社からも出張講義を行った他、大学生のスタディーツアーの受け入れを行うなど、今後もアカデミックな場を含め、POCプログラムの認知度を高める努力をしていきたいと考えています。

POCプログラムは現在、順調に進められていますが、日本国内でのオーガニックコットンの拡販に当たっては、イメージとして「オーガニックフード」のように「アトピーなどにも効果的」といった誤解をされてしまう難しさも感じているところです。例えば、オーガニックコットンのタオルは「肌に優しい」イメージを持たれることが多いのですが、実際にはオーガニックコットンではないタオルと比較しても品質等に大きな違いは見られませんので、オーガニックコットンそのものへの正しい理解を広げていくことも重要です。

POCプログラムの意義は、オーガニックコットン製品を消費者が選択することにより、途上国農家の経済的自立や健康被害の減少、農業による環境負荷を減らすことにサステナブルに貢献できる点にあります。当社としては、POCプログラムを通じて、オーガニックコットン栽培と販売促進がもたらす経済的・環境的な効果とともに、コットン製品そのものへの正しい知識を国内外に伝えていきたいと考えています。

5. 今後の「POCプログラム」の取り組みへの抱負

このPOCプログラムは、グローバルにサプライチェーンマネジメントを展開する総合商社であり、商社の中でナンバーワンの取扱高を誇る繊維カンパニーを持つ当社ならではの事業であると思っています。NGO等による途上国支援では、事業予算の増減によって継続性に問題が生じることもあるようですが、当社は、日本で生まれたこの

POCプログラムを、途上国支援のサステナブルな事業として認知度を高め、今後はエジプトやアフリカ諸国においても展開し、当社のネットワー

クを活かして欧米市場向けにオーガニック Cottonの販売を促進していきたいと考えています。

(聞き手：広報グループ 石塚哲也)

インタビュー

住友商事の住宅開発ビジネスのデザイン：「ザ・千里レジデンス」

住友商事株式会社 わだ ともり
住宅・都市事業部長 和田 知徳



1. 「ザ・千里レジデンス」のグッドデザイン賞受賞

当社の建設不動産本部では、「『ものづくり』にこだわる」ことをテーマに掲げ、その具体的な評価指標として、当部ではグッドデザイン賞受賞を目標としてきましたが、今般その目標を達成することができたことを大変うれしく思っています。今回、共同ディベロッパー（事業主）である阪急不動産（株）、オリックス不動産（株）、そして設計を担当した（株）竹中工務店のご尽力も頂きグッドデザイン賞を受賞できたことは、本事業を担当した各位のチームワークの賜物であり、大変誇りに思っています。また、最近、当社のマンションブランドを広めるため、テレビコマーシャルを始めたところですが、このブランド広告とグッドデザイン賞受賞との相乗効果によって、当社のマンションの認知度を大いに高めていきたいと考えています。

2. 「ザ・千里レジデンス」の構造・設備・機能などの特徴

受賞した「ザ・千里レジデンス」は、昭和30年代から開発された日本最初のニュータウン開発である「千里ニュータウン」における「千里中央駅前再整備事業」の一環として建設されました。当社の住宅は「機能と美の融合」をコンセプ

トとして掲げ、高い機能性と美観の両立を目指しています。「ザ・千里レジデンス」は、五重塔のように、中心部に「心柱」となる構造を入れることにより免震性能を設け、内側に配した耐震壁を組み合わせることで周辺の柱や梁を少なくすることが可能となったため、外観を美しく見せることができました。また、梁の厚さを薄くしたことで、天井の凹凸をなくし、見栄えを良くするとともに、家族構成の変化に応じた間取りの変更にも柔軟に対応できる機能を備えています。

環境面でも、全熱交換型24時間換気システムを導入することで、室内空気の入替えを強制的に行い、快適な室内環境を維持できる他、空気の温度差を利用することで冷暖房負荷を減らし、省エネ効果を高めています。最近ではランニングコストを10年、20年といった長期間にわたり軽減させる発想（ライフサイクルコストの軽減）がより重要となる中で、当社としては、そうした観点からも、新技術をご提案することが大切であると考えています。

近隣物件の1坪（3.3㎡）当たりの価格は200万円前後ですが、「ザ・千里レジデンス」は240万円半ばと比較的高い物件になります。それでも、すでに全室が完売しているのは、こうした新しい機能、居住空間の広さ、デザイン性、利便性、「ライフサイクルコスト」のメリットなどが総合的に



高く評価された結果ではないかと思えます。

3. 住宅・都市事業の進め方

当社はもともと1919年に創業された大阪臨海部の開発を担う会社である大阪北港株式会社を母体としていることから、長年、建設不動産事業に注力してきました。住宅事業では、ディベロッパーとして、事業全体のコンセプト、対象とするお客さま層の設定、具体的な商品の検討、分譲価格の設定の他、建設費用の調整、建設後の管理体制など、さまざまな情報を関係先に発信するとともに、事業の責任主体として指示・監督する役割を担っていますが、同時に、分譲売却代金を回収し、収益を上げる枠組みの中で、事業全体のリスクや責任を負う立場にもあります。

住宅事業では、建設に当たり、既存の周辺住民の方々への理解を得て、新しいコミュニティ形成にも寄与することが重要です。そういう取り組みを怠ることなく対応していくことがディベロッパーの責務であると考えています。

4. 東日本大震災以降の住宅・都市事業

当社は、阪神大震災の経験や教訓を踏まえ、これまでも商品の安心・安全対策を進めてきました。東日本大震災では、揺れの問題とともに、エレベーターやトイレなどの生活用水の停止が大きな問題となりました。各家庭では非常用の飲料水・食料などは用意できますが、共用設備の復旧の対応は容易ではありません。当社としては、こうした経験を踏まえ、エレベーターや揚水用ポンプに必要な非常用電源の設置などの各

家庭では対応が難しい対策の充実を、今後の商品開発に盛り込んでいきたいと考えています。

震災以降、国内市場では、液状化や津波への不安から沿岸部の「タワーマンション」へのニーズが一時的に減退するといった動きは見られましたが、共用部分が充実している機能性などから、都心や駅前に立地している「タワーマンション」の人気は底堅いとみています。日本では高齢化が進みますが、例えば、元気な高齢者の方々の引退後の快適な住まいとして都心での居住ニーズは高まることが予想されます。そのような中で当社としては、さまざまな世代の緩やかなつながりを促しつつ、コミュニティ形成につながるような住居のご提案をしていきたいと考えています。その他、再開発事業としては、将来、東京の多摩ニュータウンや名古屋の高蔵寺ニュータウンなどでも、千里ニュータウン再開発事業の経験を活かすことができる機会があるのではないかと考えています。

海外市場については、都市化が進み、中間層の増加が見られる中国・アジア諸国向けに住宅事業を拡大させる余地が大きいと考えています。現地の文化・事情を考慮に入れながら、日本の先進的なノウハウ・技術を活かしたハード面と、個人が住宅を購入する際の金融制度等の仕組み等のソフト面を組み合わせた「日本式住宅事業」を展開したいと考えています。

5. 総合商社の住宅事業の強みと今後の抱負

住宅事業における総合商社の強みとしては、商社が抱える膨大な取引先を通じて不動産関連情報が得やすいこと、長年お付き合いのあるメーカーとタイアップしながら新しい商品作りを進めやすいこと、商社特有の資金調達力があること、そして、海外事業の場合には商社が持つ海外ネットワークを活用できる点が挙げられます。その他、当社内の別部門と連携しながら事業を進めることができるという強みもあります。

今後も多くのプロジェクトを国内外で継続的に進めながら、ハードとソフトの両面への理解を併せ持ったディベロッパーとしての「ものづくり」の精神を若い世代に伝承していきたいと思っています。

(聞き手：広報グループ 石塚哲也) 