

Ⅲ 企業の活動

マーケティングのなかで費用を捻出して森づくりに取り組む大手企業の事例として、ANA X 株式会社、三井住友カード株式会社、大和アセットマネジメント株式会社の3社をとりあげた。また、地元の企業、学校、企業の社員とその家族など、山村地域社会と密着し、ビジネスとしての森づくりに挑戦しているユニークな中小企業として、株式会社やまとわ、株式会社中川の2社をとりあげ、併せて5社の事例を報告する。

また、ANA X 株式会社、三井住友カード株式会社及び株式会社やまとわをヒアリングした原裕委員による欧米企業の事例の紹介を含むレポートを添付する。

Ⅲ—1 ANA X 株式会社

Ⅲ—2 三井住友カード株式会社

Ⅲ—3 大和アセットマネジメント株式会社

Ⅲ—4 株式会社やまとわ

Ⅲ—5 株式会社中川

Ⅲ—6 企業と森林との関係が変わりつつある（原裕委員レポート）

Ⅲ－1 ANA X 株式会社

木製品や植樹を通じて地域とマイレージ会員をつなぐ 「ANA SOCIAL GOODS プロジェクト」

報告者：原 裕委員

取材協力：

ANA X 株式会社

平山剛生さん（ライフサービス事業推進部）

三崎経信さん（ ” ）

鶴田祐貴さん（ ” ）

■ 事業（活動）の内容・仕組みについて

ANA が地域の持続可能な商品を中心に ANA マイレージクラブ会員（約 3,702 万人）に紹介し、販売する「ANA SOCIAL GOODS」は、地域生産者とお客様を持続可能な商品で繋ぐことで心豊かな社会の共創を目指しているプロジェクト。商品の選定には独自の基準（商品そのものの良さに加え、社会性、環境、地域貢献など）を設けており、商品は ANA マイレージクラブ会員 EC サイト「ANA STORE」を通じて販売され、また、貯まったマイルで商品と交換することもできる。

ANA SOCIAL GOODSでは、人々の感性に訴えかける優れたデザインや生産者の想いを重視し、より良い社会づくりに役立つ商品や体験・サービスにスポットライトをあて、人と社会の素敵なつながりを目指す取り組みをご紹介します。

また、「想いを届ける」サイトとして商品だけでなく、取り組む人々のStoryをお届けし、ANAが目指す「これからの豊かさ」を目指します。

生産者の思い + 社会的な価値/意義 + 環境や倫理への配慮 → 「これからの豊かさ」

https://store.ana.co.jp/pickup/socialgoods_top

商品提供者は小規模事業者が多いため、資金やノウハウの観点から、ANA が ANA マイレージ会員に訴求することでマーケティング支援を行い、また ANA は独自の持続可能な商品を紹介することで他社との差別化を図り、お客様は素晴らしい商品を手にすることで心豊かになることを目指している。

この ANA SOCIAL GOODS では森林に関わる商品をいくつかを EC 販売している。

1. 「Tsumiki」

森林保全団体「more trees」が制作する、建築家 隈研吾氏デザインの諸塚村のスギを使った積み木「Tsumiki」。森林は増やすだけでなく適切な木材利用によるお金の循環が必要であり、ANA が販売することで森林の育成、地域への貢献を果たしている。団体の代表である音楽家 坂本龍一氏 (<https://store.ana.co.jp/story/socialgoods15>) にも取材、コンテンツとして森林育成の重要性を語っていただき、単なる商品だけでなくそのストーリーも合わせて紹介することで ANA マイレージクラブ 会員に「心の豊かさ」を提供している。



<https://store.ana.co.jp/story/socialgoods09>

2. 「エアポートつみき」

サステナビリティ教育を推進する株式会社 TREE が提供する ANA 限定商品「エアポートつみき」は北海道の木材を利用し、障がい者支援を行っている十勝にある工房で制作されている玩具。親子で「木育」ということも意図している商品。



https://store.ana.co.jp/pickup/socialgoods_180709_v13

3. 「Present Tree」

「Present Tree」は、荒廃里山や被災林など森作りが必要とされる地域への植樹による森林再生活動を行う団体。その名称、そして「人生の記念日に樹を植えよう！」との合言葉が示すとおり、記念樹を植えて、それを大切な人へのプレゼントとし、里親になってもらう仕組みで、植樹された樹は植えられた区画が分かるよう電子識別ナンバーをつけ、番号を記載した植林証明書を発行。各地での活動は地元行政・林業従事者との10年間の協定に基づき、植えた樹は協働先により10年間保育管理される。



https://store.ana.co.jp/pickup/socialgoods_170919_v10

■ 事業（活動）をはじめた背景・理由・経緯について

ANAマイレージクラブの理念として、お客様に「これからの豊かさ」を提供することを目指していくうえで、単なる航空輸送だけではなく人の想いも運びたい、物販においても、まずは「心ある生産者の商品を心ある消費者に届ける」という循環をANAマイレージクラブ内でつくり、それを世界に広げていきたいという考えで開始。他のECとの差別化も狙いとする。

■ 事業（活動）をスタートするまでの経過

企画段階からデジタルマーケティング支援会社メンバーズに協力してもらい、コンセプト立案、商品選定基準制作、商品選定、仕入れ交渉を行った。社内での理解は理念に基づくプロジェクトでもあり特に問題なく進められた。今回紹介した森林関係の商品は、当社としても初めてのNPOとの協業でもあったが、お互いの共感が醸成できたのでスムーズに進めることができた。

■ 事業（活動）の成果・効果

売り上げは公表していないが、商品によっては他の同様の商品と比べ堅調な売り上げを上げている。多くのお客様が商品とそのストーリーに共感していただける結果が現れているものとする。また、ANA SOCIAL GOODS購入者はANAマイレージクラブ会員の中でも優良会員が多く、お客様との関係強化にもつながっている。ANAがお世話になっている地域への貢献もできていると実感しているとのこと。

2016 年に開始したプロジェクトだが、ここ数年で SDGs の認知拡大と共にこのような商品への注目されていることも追い風になっていると思われる。

■ 今後の展開方向

このような商品が売れることで、地域の素晴らしい生産者や環境にお金が還流し、お客様も心豊かになり、ANA のビジネスも伸びるという、関係者全てが「豊か」になるビジネスモデルをどんどん広めていきたい。また、ANA SOCIAL GOODS で販売している商品の生産地にも足を運んでもらうなど、体験型の商品開発にも力を入れていきたい。

ANA としては持続可能な航空燃料（SAF : Sustainable Aviation Fuel）の利用促進など航空機事業でも脱炭素社会に向け積極的に取り組んでいるが、非航空事業（ライフサービス事業）でも脱炭素社会に貢献していきたい。

■ 事業の課題

この事業はあくまでもビジネスなので、良い商品を増やし、売り上げをしっかりと上げていくことが重要。以前と比較してこのような商品への関心は高まってきているが、売り上げの点ではまだまだ改善の余地があると考え。売り上げが上がれば上がるほど地域経済の活性化に貢献するとともに、お客様は素晴らしい商品を手にする事で心豊かになり、その結果「三方良し」の好循環に繋がると考える。