

5 • 6 MAY·JUN NO.289

特集

- ①人手不足にどのように対応するのか(1)総論:人手不足への対応策
- ②首都圏の環状道路整備と物流



皆様の東南アジア進出を強力に サポートする物流ITプラットフォーム @Hyway

- ●東南アジア地域がビジネスの最前線としてホットになりつつある
- ●ITインフラがプアな同地域でも、@Hywayなら日本国内同様にサクサクと動く
- ●スマホで、タブレットで、ハンディターミナルで現場情報を迅速、セキュアに収集

株式会社シノジャパン

Sino-Japanese Engineering Corp. URL: http://www.snjp.co.jp

・シンガポール、タイは勿論のこと、ミャン マー、マレーシア、インドネシア等の国々で 連載 (企業経営・戦略): 社会を耕す(3)

「食」と人権における本業を通じた 社会貢献・ダイバーシティ対応



日本マネジメント総合研究所(同) 理事長 経営管理学修士 (MBA) 戸村 智憲

1. はじめに

さて、前回は日本社会にはびこる欠陥住宅問題と 社会的責任などについてまとめみたが、今回は最近 はやりの「ライスミルク」や訪日インバウンド観光 客さま向けの食品などにおける、本業を通じた社会 貢献とダイバーシティ対応についてまとめてみよう と思う。

2. リテール現場に普及し始めた 「ライスミルク」について

お子さんなどが牛乳や豆乳などに対するアレルギー症状がおありの方は、既にご存じのことであろうし、また、これまでもごく一部の食品店の店頭で販売されていてなじみの深い方もいるだろうが、最近、ライスミルクがブームになってきた。

文字通り、牛乳(いわゆるミルク)ではなく、米 を原材料にしてつくるほのかに甘みのある飲料がラ イスミルクである。

このライスミルクはNHKの朝の情報番組でも取り上げられ、また、最近では各地の一部スーパーの店頭でも販売されているようである。

まわりのみんなが牛乳や豆乳を「おいしいね〜」と飲んでいる中で、牛乳に対するアレルギーでミルクが飲めずにポツンと孤独感を味わっていた方々にとって、牛乳に代わりある程度のカルシウム摂取も期待されるミルク代用品を、手軽に安全に飲用できるものとして改めて脚光を浴びてきているようである。

言うまでもないことであるが、安倍政権の重要課題であるダイバーシティ推進は、何も女性の積極登用のみがその本質であるわけではない。

多様な個性や状況の方々が、極力、不自由なく 差別も嫌がらせも受けずに安心して幸せに生き働き 暮らしあえるようにすることが、人権をスタートポ イントとするダイバーシティで本質的に求められる 「多様化」として、社会にも会社にも問われているも のである。



図1

3. 東日本大震災の復興にも役立つ ライスミルクを通じた復興策

本連載は料理レシピコーナーではないのだが、あえて、ダイバーシティ対応という社会に資する言行をサポートする上でも、ライスミルクのつくり方の一例について下記に抜粋・引用して紹介しておこうと思う。

出典:米粉倶楽部

http://syokuryo.jp/komeko/kitchen/menu/rice-milk.html

【米粉でつくるライスミルクのつくり方】

アレルギーフリー(卵、小麦粉、乳製品不使用) 牛乳・豆乳の代わりに飲める米粉ドリンク。米粉 の甘さが引き立ちます。温かいままでも、少し冷ま してもいただけます。(食糧自給率50%)

<材料(コップ1杯分のレシピ)>

水1カップ、米粉小さじ2、砂糖小さじ1、米油小さじ1/2、塩少々

<作り方>

- ① すべての材料を鍋に入れて泡立て器でよく混ぜる。
- ② 中火にかけて混ぜながら加熱する。
- ③ わいてきたら1分ほど加熱してできあがり。

以上のように、特別な調理スキルや器具を使わなくても簡単に誰でもできるライスミルクについて紹介してみたのは、単にアレルギー対策のダイバーシティ対応法について述べているだけのことではない。

我が国が米を大切にする文化を持っている中で、 東日本大震災の被災地各地で米の生産を行っている ことから、ブームとなり需要が増す昨今にライスミ ルクに代表される米粉を用いた食品で、復興対策と ダイバーシティ対策の両面が充足される活路を見出 し得るものではないかと筆者が考えたゆえである。

「食」を通じた復興策としては、被災地の各産物を 積極的に購入したり業者側として積極的に販売した りする対応が少なからず見受けられてきた。

その中で、どれだけ「食」+「復興」+「ダイバーシティ対応」の3つが本業を通じた社会貢献として一度に充足されてきたかについては、あまり事例としては多くないように見受けられる。

その中で、米の生産や消費拡大と、その米粉を 用いたイノベーションを通じて開発されたり世に送 り出されたりする商品によるダイバーシティ対応と 販売拡大に加え、それらが被災各地の田んぼからリ テール現場までの流通と小売りにおける市場活性化 として、ブームになってきたライスミルクを通じて 社会に貢献しつつ本業を拡充していくものとして、 筆者としては日本企業・日本社会において最適なマッチングと展開の可能性を持つものと考えたのである。

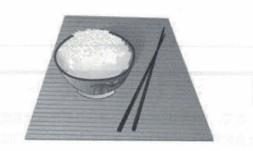


図2

依然として事実に基づかないままで風評被害が吹き荒れる被災地の米を敬遠する動きもあるが、需要が増してくる米粉として加工しつつその過程でより厳しい食品の安全検査を通じて、安全安心な「食」による地域活性化・復興対策・ダイバーシティ対応を進められれば、企業としては本業を拡充しつつ少しでも多くの方々が幸せに生き働き暮らしあえるように筆者には思えるのである。

筆者なりに、米粉を用いた「食」がもたらすものが、CSV経営の一形態をなすものとなり得るのではないかと思料する次第である。

4. 訪日インパウンド旅行客 などのダイバーシティ対応 としてのムスリム対応

日本におけるCSV経営を加速させ得るものとしては、米粉を用いた「食」のアプローチだけではない。

2020年の東京オリンピック開催を控え、旅行業者をはじめ、飲食業界やリテール関連各社も熱い視線を送るものとして、「ムスリム対応」、「ハラル認証」など、穏健なイスラム教徒の観光客の方々に向けたダイバーシティ対応がある。

92 流通ネットワーキング 2015.5.6

筆者も訪日インバウンド対策市場の動向やムスリム対応の各社の動きなどに個人的にも興味があり、また、取材も兼ねて、実際にイスラム教徒の礼拝所であるモスクやハラル認証食品を提供している飲食店をはじめ、都内の大手デパートの一隅にひっそりと設けられたムスリムの方々向けの祈祷室などの視察に赴いてきた。

日頃は全く気付かないところにムスリム祈祷コーナーの案内板がひっそりと出されていて、デパートの担当者の方から言われるまで普段から筆者が利用しているデパートにそのコーナーがあること自体知らなかったのであった。

実際に祈祷室の中を案内頂くと、身を清める水場も特別に配管を引いてきて設置されており、お祈りする際に向くべきとされるメッカの方向を示したサインとじゅうたんの模様などもメッカの方向に向かって皆が横一列に神の前にみな同列・平等となるように水平の線が織りなされていた。

1日に5回は身も心も清めて祈るムスリムにとって、観光中も買い物中も、すぐに気軽にお祈りの場を得られることは、訪日インバウンド観光客に対して安心な環境を訴求できる点で、祈祷室を備えていない他社・他店舗との差別化につながりそうである。



なお、ムスリムの祈祷は男女が同じ場所で行うのを避けるため、祈祷室にはアコーディオン型の間仕切りがあり、男女の祈祷スペースを区切れるようになっていた。単に1部屋を祈祷室に割り当てるだけではなく、ムスリムの実態を踏まえた上での改装が

必要であるようである。

そのデパートの1階にはスカーフ売り場があったが、旅先でムスリムの女性がもしもスカーフを紛失してしまったような際も、戒律にそって、スカーフで髪を覆って祈祷できるなら、なお、安心かもしれないと筆者は思った次第である。

デパートの祈祷室という1部屋を設置するにおいても、①宗教の自由、②宗教に応じた施設の多様化、③宗教の戒律に応じた男女それぞれへの配慮と対応、といった主に3つの点について、日本企業やリテール現場でダイバーシティ対応として検討すべきことが多々あるように筆者には見受けられた。

5. 「食」の多様化:「ハラル」 における飲食現場について

ムスリムの方々によってさまざまな解釈があり得る中で、「ハラル」とはイスラム教の戒律上で許されたものとして、ハラル認証のある食品を口にすることがムスリムの方々に好まれる。

一部のある意味で非常に「柔軟な」ハラル認証団体によっては、ムスリムにやさしい対応としてムスリムフレンドリーな食品や飲食店を紹介していたりするが、良く見てみると、ムスリムフレンドリーはハラルではないようである。

要は、ムスリムでない日本人がなんとなくムスリムの方々に対してある程度は配慮していることをもって、ムスリムの観光客を誘致したいような意図がありそうでもあるが、ムスリムの方々にとっては紛らわしいだろうし、日本企業の勝手な営利優先・戒律は二の次のような対応には、筆者としてはあまり評価できない動向ではある。

実際、まっとうなムスリムの方は、どこかわけのわからない日本のハラル認証団体が「この店はハラルである」と認証しているようなところで、ハラル認証店であれば出ることがなさそうなアルコール飲料が出て、「ここはハラル認証の店ではないじゃないか」と不快感をあらわにしていたこともあったようである。

そのようなムスリムの方々に聞けば、日本人が「ムスリム対応してますよ」という店より、実際に店主がムスリムのトルコ料理店などの方が安心らしいのである。そうなると、日本の飲食店は、ムスリム訪日インバウンド観光客の方々の観光先からは外れてしまうであろうし、内部にも周辺にもそのような店しかないデパートやリテール現場に、大勢のムスリム観光客の方々がお越し頂けないことになりかねないであろう。

実際に厳密にハラル認証を獲得し、店員にもムス リムの方がいらっしゃる飲食店で食事をさせて頂い たが、「しょうゆを出す」ことひとつもムスリム対応 では致命的なミスにつながりかねないようである。

つまり、しょうゆは醸造過程でアルコール分を生じてしまうため、ハラル対応で必要な豚肉不使用や豚肉を切ったまな板と同じまな板でムスリム向けの食材を切らず調理場も分けるということに加え、アルコールの不使用に反してしまうのである。

その店では、しょうゆを提供していたが、それは ハラル認証を得たしょうゆを輸入してきて提供して おり、実際に、ハラル認証マークが印刷されたしょ うゆの容器も見せてくれた。



図4

そのハラル認証のしょうゆの味はといえば、日本で一般的に販売されているしょうゆとは若干異なる味で、語弊を恐れず筆者の感想を述べれば「しょっぱいしょうゆの色をした液体」といった感じであった。

94 流通ネットワーキング 2015.5.6

6. おわりに:モスクにて…

実際に東京都内にもいくつかあるモスクに訪れてみると、ムスリムの方の中には日本人の方も少なくないようであり、また、日本にいらっしゃるムスリムの方々が礼拝の時間に訪れてこられ、上下なく神の前に平等に並んで祈祷している様子を見てとれた。

東京オリンピックにおいて、ムスリムの方が安心 して日本に旅行して頂けるには、信頼できて安心安 全なモスクや祈祷室の存在が欠かせないように筆者 には思われた。

イスラム教というと、一部の過激な流派の言動から偏見の眼で見られることが少なくないようであるが、新日派のトルコの方々にもムスリムが多くいるし、マレーシアなどアジアでもムスリムが多く存在する国があるように、実態を見ると穏健な方々の方が多いように見受けられる。

イスラム教徒でもキリスト教徒でもなんでもない 筆者が特別に許可を得て、モスク内の神聖なムスリムの祈祷エリアに入らせて頂き、祈祷の仕方やそこに込められた意味について解説を受けてみると、ひたすら神への平和と安寧を願う祈祷を定められた型に沿って行っていらっしゃったことが、祈祷されていたムスリムの方々の穏やかな表情や祈祷を終えて満ち足りた様子から見てとれた。

リテール現場で祈祷室を設けたからといって、一部の過激な方々の集会場になるわけでもなさそうであるし、多くの訪日インバウンド観光客でムスリムの方々にも、祈祷や食の不安なく安心して来訪頂けることは、企業側として本業の収益向上に役立つものであろう。

また、その本業を通じたムスリム対応という1つのダイバーシティ対応は、社会に資するものであり、人権を尊重し和をもって尊しとするその和の質を多様化させる上で欠かせないことであろう。

言うまでもなく、飲食業においては、他社・他店舗との差別化においても、ムスリム対応は収益向上要因となるであろうし、特に、旅行代理店が日本で

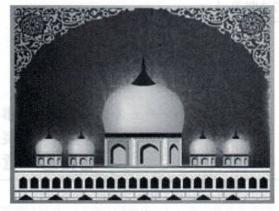


図5

ハラル認証の食を提供できる店を探しているので、これまで雑誌にすら取り上げられなかった店であっても、ムスリム対応を健全かつ厳格に行うことで、大手旅行代理店がこぞってムスリム観光客さまの立ち寄り先として「選ばれる店」になることも可能であろう。

バスの移動では、よくトイレ休憩の場所や立ち寄り昼食場所や土産物屋を旅行代理店側は契約先として探しているのだが、そのトイレ休憩ではなく「ムスリムの方の祈祷休憩先」や、ムスリムの方が安心してハラルの昼食をとり土産物を買える立ち寄り先として、新たに自社・自店舗が選ばれるかどうかが、ムスリム対応やハラル認証などにかかっているようにも筆者には思えた。

そして、こういったことは、不適切にハラル認証 を得たり戒律を犯しながらもムスリム対応をしてい るように装うことがなければ、本業を通じた社会貢献として、小さな飲食店から多店舗展開している小 売店などにおいても、ちょっとした対応で大きく差別化し収益向上のチャンスを得つつ、かつ、社会に 役立つ対応として、改めてムスリム対応を見つめ直 すべきであると筆者は思った次第である。

以上につき、今回は、社会を耕す対応としてライスミルクのような米粉食品を通じたCSV経営や、ムスリム対応という1つのCSV経営などについて、実際の視察や取材を通じてまとめてみた。

また、本稿を契機として、筆者の見識不足であれ どうあれ、CSVに関する議論やその他各種課題につ いての議論活性化の呼び水となるようであれば、筆 者としては幸いである。

【執筆者紹介】

戸村 智憲 (とむら とものり)

早大卒。米国MBA修了。米国博士後期課程(Ph.D)中退。国連勤務にて内部監査業務の専門官、国連戦略立案専門官リーダー、国連が進める世界的CSR運動である「国連グローバルコンパクト」広報・誘致業務担当。民間企業役員にて、監査統括、人事総務統括を担当。上場IT企業のJFEシステムズ㈱アドバイザーやJA長野中央会の顧問なども担当。日本マネジメント総合研究所合同会社の理事長として、産学共に活動中。岡山大学大学院非常勤講師など教鞭をとる立場にも身を置いてきた。

29冊の出版物をはじめ、NHK「クローズアップ現代」番 組監修・TV出演、テレビ朝日「そうだったのか!池上彰 の学べるニュース」番組監修、BS11報道番組「インサイドアウト」でのコメンテーター(トヨタのリコール問題 とリスク管理)、NHK(Eテレ)「めざせ!会社の星」専門 家ゲストTV出演・番組制作協力などの出演の他、各種メディアでの情報発信などにも意欲的に取組む。

代表的な書籍として、『企業統治の退廃と甦生』(戸村智憲 著、中央経済社)、『クリエイティブ監査への道』(戸村智憲 著、税務経理協会)、『しっかり取り組む「内部統制」:企 業健全化プログラムと実践ノウハウ』(戸村智憲 著、実務 教育出版)など。