地域を活かす農の魅力

―湘南ゴールドエナジーのCSR活動―

第９回

株式会社 UMEMARU Inc.
代　表　守屋（もりや） 佑一（ゆういち）

CSR活動は、いうまでもなく会社の社会的評価を高めるために行いますが、それに加え商品のブランドイメージの向上や認知度アップなどさまざまな付加価値が生まれます。特に、これまでとは「少し違った趣向」の取組みを行うことによって、ブランドの付加価値が大きく向上することがあります。

小社も「元気で明るい地域」に貢献するためのCSR活動に力を入れ、メインブランドである「湘南ゴールドエナジー」の付加価値向上に取り組んでいます。今回は、その一部を紹介します。

清掃活動

ボランティア活動などで一番ポピュラーな地域の清掃活動には、JAをはじめ自治会なども取り組まれていることが多いと思います。

小社では、メインブランドである「湘南ゴールドエナジー」のキャッチフレーズ「黄金の体験」にあわせ、地元で「黄金の体験」ができるような場所を増やしていくというコンセプトで海岸や登山道などの清掃を行っていました。

その際、イベント感を出す（少し違った趣向）ように清掃現場に関連企業の着ぐるみやのぼりを設置し、清掃活動に参加していただいた方に

は湘南ゴールドエナジーを提供させていただきました。

清掃の後は湘南ゴールドエナジーで乾杯

大手飲料メーカー等の販促活動では、駅前などで飲料を配布することがよくありますがが、「湘南ゴールドエナジー」ではそこまでのことはできません。しかし、清掃活動を通じて参加してくれた方たちは、地域の特産である「湘南ゴールド」を使用したご当地飲料である「湘南ゴールドエナジー」のターゲットとしている「地域で活躍する人」ですので、効率的なブランディングという点でかなり有効です。

Activities to clean the Earth

昨年（2018年）の冬より、これまでの清掃活動をバージョンアップし「Activities to clean the Earth」と銘打って続けています。

この活動は、以前紹介した松田町でイベントを行っている「佐野農園」さんから、地元松田町での清掃活動を行いたいというお話もあって、共同主催という形で活動することになりました。その際、単なる清掃活動ではなく、「少し違った趣向」としてイベント風に定期的に行いたいということでしたので、趣旨を同じくする者同士で一緒に活動しようということになりました。

これまでの清掃活動に「少し違った趣向」で、一見すると清掃活動ではないようなおしゃれなタイトルをつけてSNSで参加者を募りました。定期的に開催することにより、清掃作業を通じて新しいつながりができるようになり、さらにそれがSNSに投稿され話題になることで多様な若者が参加してくれるようになりました。

もちろん、毎回「湘南ゴールドエナジー」での乾杯と記念撮影は欠かさず行なっています。

マラソン大会

小社では「黄金の体験・湘南ゴールドエナジー」として、マラソン大会への出店や自社でマラソン大会の主催などを通して、市民ランナーへ

湘南ゴールドエナジーのキャラクターを模した交通事故注意喚起の看板

のプロモーションを積極的に行なっています。

その布石として、２年前よりランニング関連のCSRを行っています。当初は、私個人が毎月走った距離×10円をさまざまな団体に寄付するという形でしたが、今秋よりさらに「少し違った趣向」を進め、走った距離に応じて湘南ゴールドエナジーのキャラクターをあしらった交通事故注意喚起のための看板を作成し地域に配布することにしました。

普段ランニングをしていると、車や自転車などにヒヤッとすることが多々あります。同好のランナー達が少しでも安全にランニングできるように何かいいアイデアはないだろうかと、湘南ゴールドエナジーのキャラを使った小社「らしい」取組みを思いつきました。いずれは、この看板がランナーだけでなく子供たちや高齢者の事故削減につながってくれるといいと思います。

CSR活動と広報

以上が小社のCSR活動の取組みですがご参考になりましたでしょうか？

小社のCSR活動は、「ストーリー」を重視してます。単なる清掃活動であっても、キャッチフレーズに関連づけたり、普段のプロモーションと関連づけたりすることによって、地域に貢献し、信頼される会社、ブランドが育って行くと感じています。

わたしはCSR活動を行うにあたり、いつも、「黄金の体験・湘南ゴールドエナジー」の地域貢献活動の意義を問い、地域あるいは消費者にとっての価値を考えながら実行しています。

JAとして、「農業や食」に関連したCSRを展開して行くことをおすすめします。

たとえば、直売所で売れ残った農作物を子供食堂や遺児施設へ寄付して利用してもらうのはどうでしょう。生産者の方のなかには「直売所から売れ残りを引き取るのが面倒なので出荷しない」という方もいらしゃるようです。国をあげて食品ロス削減の取組みが推進されていますので、CSRの一環として出荷者の理解を得てうえで「地域貢献」への参加意識も持ってもらうことも、大切ではないでしょうか。

私の所属するJAかながわ西湘の青壮年部では、以前ダイバーの組合が小田原城のお堀に潜って清掃するというCSR活動を行なった際に、ダイバーに対して地元の農産物を使用した料理を提供する活動を行なったことがありますが、地域の連携という点からもとても良い取組みだったのではないでしょうか（もちろん「湘南ゴールドエナジー」も参加させていただきました）。

POPなどを使って赤い羽根共同募金に寄付していることをPR

先日、西武ドームに野球観戦に行った際、「SAVE LIONS」という面白い取り組みを行っていました。これは、「西武ライオンズ」とSAVE（救う）をかけているのですが、現在減り続けている野生のライオンを救うための寄付をチームのホームラン数に応じて実施しているとのことです。ポスターもよくできていて、洒落も効いていて、ついつい人に話したくなります。

また、アイドルグループ「ももいろクローバーＺ」は自分たちのライブに交通事故の遺児を招待しています。その活動のつながりかどうかはわかりませんが、警視庁の交通事故喚起のポスターに採用されています。

CSR活動は、できるだけ広報と連動するように心がけましょう。「少し違った趣向」の取組みを、メディアにも取り上げてもらうことによって、活動の輪が広がり地域はどんどん良くなります。

湘南ゴールドエナジーは、赤い羽根共同募金に寄付していることをPOPにするなど、CSRに積極的に取り組んでいることを広める工夫をしています。また、プレスリリースも欠かさず行うことで定期的にメディアに活動の様子を取り上げていただいています。

JAでも、職員の方が地域のボランティア活動に参加するだけでなく、CSR活動を積極的に主催し、組合員の方々に参加してもらうことで、「農と食」を通した社会貢献活動につなげていただきたいと思います。

その取組みを続けることによって、地域のなかでのJAの認知度、信頼度も向上していくことになります。