

良品計画の土着化戦略： 日本・ベトナム・マレーシアのサステイナブルビジネス事例

中谷安男（法政大学）

1.背景

良品計画（株）は（株）博展主催の Japan Sustainable Brands Index の 2022 年度版で総合 1 位となっている。これは同社のこれまでのサステナブルな社会への取り組みが評価された結果といえる。今や各企業は単に自社の利益を上げるだけでなく、社会・環境への配慮を行い、地域社会と共生し発展していくことが必須と考えられている。

同社は創業以来、素材を活かし、無駄を省き、「感じの良い」製品を開発し環境に配慮してきた。現在のサステナブルな社会を目指す運動を、いち早く実践し世の中の課題に向き合ってきたと言える。

現在、日本は少子高齢化社会に直面し様々な課題を抱えている。特に人や富は大都市に集中する傾向があり、過疎や高齢化の深刻な状況の地方も少なくない。このような中、良品計画は「役に立つ」というメタ戦略を再構築し、同社の理念と資源を活用し、地方再生事業にも取り組んでいる。また、ベトナムやマレーシアにおいては現地従業員の協力を得て地元にも溶け込む土着化戦略を通して繁栄のきっかけをつかんでいる。

2.研究

これまで良品計画の SDGs 活動に関しては、様々なレポートやインタビュー記事が紹介されている。これらは貴重な資料であるが、それぞれの地域に特定した報告が多い。このため大きな企業戦略の観点から、各事業の統一性や関連性を議論した考察は多くない。本論はこの点に注目し、報告者が自ら本社及び、各地域を訪問して習得したインタビューデータを検証していく。これを基に、同社のメタ戦略である「役に立つ」が具体的にどのように実践され、いかなる成果や課題があるのか考察を行う。

以下が主なインタビュー及び現地調査まとめである

- ・良品計画本社における会長、及び副会長
- ・無印良品直江津
- ・無印良品シエスタハコダテ
- ・無印良品 酒田 POP-UP STORE
- ・里の MUJI みんなみの里
- ・MUJI ベトナム
- ・MUJI マレーシア

3. 結果及び示唆

日本の各地方や地域が直面している課題は多様で複雑で各地域の事情に合わせた柔軟な対応が必要となる。また、ベトナムやマレーシア地域住民との連帯を可能にするには、いかに地元に関わり込むかが課題である。各取り組みは大きな手間暇やコストがかかり、効率的な経営とは言えない。しかしながら、他社がまねのできない、独自の社会貢献の手法は、同社の長期的繁栄に欠かせない。