

暮らしのなかに、 しあわせな社会づくりに参加する機会を提供



東北ゆかりの魅力ある商品を、被災地支援基金付きで販売するカタログ『とうほく帖』

株式会社フェリシモ



経営企画室広報部部长
吉川公二さん

神戸に本社を置き、自社企画商品を中心に、ファッション、生活雑貨、食品、手づくりキット等の通信販売を展開するフェリシモ。センスとアイデアあふれる幅広い商品やサービスが、暮らしを素敵に営むことに敏感な生活者の心を掴む。「フェリシモの森基金」をはじめ20を超える基金を設置して、買い物を通じて自分が応援したいプロジェクトに寄付できるプログラムも提供。2つの大震災にも向き合いながら、四半世紀近く展開してきた消費者参加型の社会貢献活動と、それを支える経営理念について、経営企画室広報部部長の吉川公二さんに聞いた。

「FELISSIMO」という社名は、ラテン語が語源の「FELICITY（至

福）」に強調の語尾「SSIMO」を融合させた、「最大級で最上級のしあわせ」を意味する。社名が象徴するように、同社の経営理念は、事業活動を通じて永続的発展的な「しあわせ社会」を創造すること。生活者一人ひとりを、しあわせ社会を共創する担い手と位置づけ、その実現を目指す。

店舗や工場を持たず、全国150万世帯の生活者に年間数万点に及ぶ商品を企画し販売するダイレクトマーケティングという事業形態により、同社の顧客は全国各地に存在する。毎月の継続購入（定期便）が前提の販売方法「コレクションシステム」で、顧客とのコミュニケーションは自ずと深まり、注文以外にも、今後に向けたアイデアやヒントなどたくさんの声がお客様から届くという。「対面販売ではない分、より強い関係性をお客様と持ちたい、空間と時間を超えて共鳴・共感を得たい」との思いで、お客様の声を事業に繋がります。生活の一部にものを買う行為があるわけで、学び、働き、遊ぶというお客さまの生活全体のしあわせを常に考えます」と吉川

さん。同社の経営の基本は、永続と発展を支えるために高い収益を確保する「事業性」と、オリジナリティを追求する「独創性」、人や社会への貢献を追求する「社会性」の3点。この3点の領域での事業展開だ。この三位一体で、売り手・買い手・メーカーがともにしあわせな、三方よしの状態が事業の推進に欠かせない。

フェリシモ基金の活動は、 関わるすべての人々で創る

こうした経営理念のもとに取り組む同社の社会貢献活動の起源は、1990年に始まった、緑と暮らし生活を提案する生活雑貨ブランド「ウォールデンクラブ」にさかのぼる。これは商品価格の一部を国土緑化推進機構「緑と水の森林基金」に寄付する同社初の社会貢献型商品カタログで、その関連企画として、毎月のお買い上げから10100円の寄付を募って森をつくる「フェリシモの森基金」がスタートした。消費者が気軽に参加できる寄付つき商品は当時まだ珍しく、缶ジュース1本分の手軽さで申し込めると、お客



大船渡幼稚園にハッピートイズをプレゼント
(2011年5月)



「フェリシモの森基金」
長野県鬼無里(きなさ)村(2013年)

様から高い評価を受けたという。

時代の要請に呼応して、その後フェリシモ基金活動は多彩に展開する。93年には10000円で地球に暮らす人々を応援する「フェリシモ地球村の基金」とフェアトレード商品の取り扱いを開始。95年の阪神・淡路大震災の際は、お客様の声を反映して「毎月100円義援金」を設置。6年間で4億円の寄付が集まり、支援に結びつけた。ほかに、お買い物ポイントを寄付する「メリしあわせ基金」や、お客さまの手づくりのぬいぐるみを国内外の子どもに寄贈する「フェリシモハッピートイズプロジェクト」、「日本伝統生活文化基金」 「フェリシモこども基金」 「沖縄サンゴ基金」等、プ

ログラムの数は現在20を超える。2011年の東日本大震災の際には、阪神・淡路大震災での経験知を生かし、いち早く緊急義援金窓口を設置。長期支援型の「東日本大震災義援金(基金)」や「東日本大震災もつとずつときつと基金」も開設し、累計1億円以上の寄付を東北支援に繋げている。

2012年度の全体の基金総額は1億7330万6714円。1人ではできないことがフェリシモを通じて実現し、買ひ物のついでにしあわせな社会づくりに参画できる仕組みとして、大きな信頼と期待を集めている。「重要なのは基金の継続性であり、それを担保するのは、すべての基金がフェリシモの事業領域から

外れていないことです」と吉川さん。どんな企業でも社会貢献活動の継続に欠かせないのが、事業性・獨創性・社会性が交差する領域での展開だと指摘する。同社ではすべての社員が経営理念に共感して入社するため、この三位一体は全社的に自然に実践される。全員が自分の仕事領域で社会性を表現することは常であり、CSRや社会貢献の専任担当は特に設置されていない。フェリシモ基金は、全社員とお客様、商品をつくるOEMメーカーなど、関わる人すべてによって運営されているといえる。

寄付の理解促進は「考えるきっかけ」の提供から

お客様⇨寄付者から大きな信頼を得ている同社の基金活動の経験から、日本に寄付文化を根付かせるための「寄付育」の可能性を伺うと、「寄付の気持ちは無理には植え付けられません。まずは社会課題の現状を伝える、知るだけでも意味があると思います。考えるきっかけを教育する」という意味での〈寄付育〉ではないでしょうか」と吉川さん。「公

園に設置された寄付ベンチを見て寄付の形に気づきを得るように、学校や職域での普段の自然なやりとりのなかで、いろいろな話を聞き、輪が広がっていくのだと思います」。寄付を集めてから使い道を探すのではなく、まず課題があり、解決の方法を考え、それなら我が社はこうした展開が可能だと、目的や流れを明確に掲げることも重要だという。「考えるきっかけの提供」は、まさに同社の得意とするところであり、フェリシモ基金活動の真骨頂である。

来年初創業50年の大きな節目を迎える同社は、一緒につくり実践するパートナーをあらゆる次元で常に求めているという。「ともにしあわせになるしあわせ」の輪のさらなる広がりと、独創的な展開が今後も楽しみだ。

株式会社フェリシモ

本社所在地：兵庫県神戸市中央区
創立：1965年
資本金：18億6,800万円
連結従業員数：1,055名
事業内容：ダイレクトマーケティング業
URL：<http://www.felissimo.co.jp/> (2014年2月現在)