



+C SPECIAL

寄付つき商品広がる裾野

解体工事費の1% イメージ向上狙う

東日本大震災以来、被災地への義援金は急増した。さらに、誰でも気軽に寄付ができる「寄付つき商品」が次々に生まれている。例えば、居酒屋のビール。1杯飲むのは、自動的に貧困家庭の子どもを支援できる。この試み、寄付文化を日本で本格的に根付かせるのか、新しい寄付つき商品ができたに聞き、セールの現場に立ち会ってみた。

新商品は「解体工事」だ。名古屋市中村区内の住宅街にある空き倉庫で、愛知県弥富市の解体工事業者「パイプ」の担当者が見積もりを発送した男性(以下に工事の説明を一通り終えた後、つけ加えた。「工事金額の1%が、困っている子どもへの支援に寄付されます」。提携する「あいちコミュニティ財団」を通じて、貧しい家庭の子どもをサポートする団体に贈られる仕組みだ。

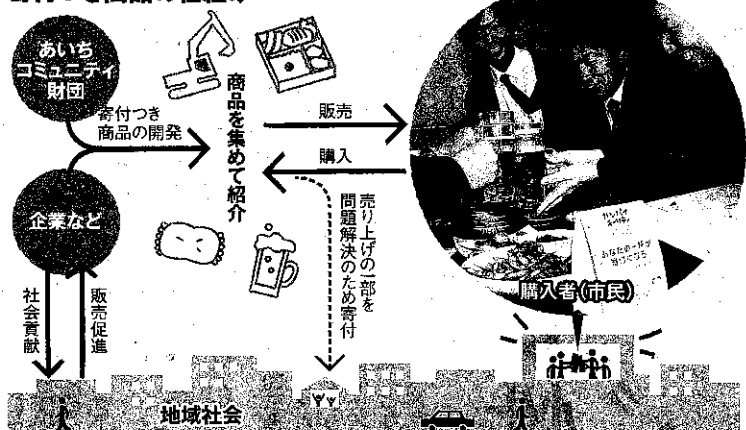
目に見える成果必要

この寄付つき商品、より試みだとは思いますが、ちょっと引っかけか。商品がメインになると、寄付という行為が付足じじいになりはしないか。

大阪大大学院の山内直人教授(公共経済学)は「現在の寄付つき商品は、価格設定によっては企業が実質的に寄付を負担している可能性もあり、消費者の負担部分が明確でない」と指摘

「解体工事と寄付」。意外な組み合わせだが、理由がある。リバイブの平沼伸基社長(35)は「安からう懸かろうと思われがちな業界だが、工事するのは人。未来を担う子どもを支援することで仕事に自信を持てる。その結果、社会貢献できれば事業が広がる」と話す。

寄付つき商品の仕組み



仕出し弁当 生保…100種類展開 先駆の山口県共同募金会

仕出し弁当やオーダーまくら、生命保険の契約、不動産の仲介手数料、季節用タイヤの保管料、時計の電池交換……。

こんなものまで寄付つきなの？と思わせる約100種の商品を展開するのは、山口県共同募金会だ。2012年に始めたプロジェクトが、日本では先駆だっ

た。福岡や兵庫、山梨など全国の共同募金会にも波及した。ただ、地元業者の店頭販売やサービスが中心で、残念ながら地域限定の取り組みが多い。

寄付つき商品は1980年代にアメリカのクレジットカード会社が展開した「自由の女神修復キャンペーン」が始まりとされる。

「私自身も、東日本大震災の時にはへきへきを義援金として送った。「寄付」と聞くと、電車でお年寄りに席を譲るをきのような気配がすかしも感じる。ピル・ゲイツ氏のような多額の寄付はできないまでも、自分のさやかながら貴重なお金も誰かのためになると思えば、心が豊かになる。「入門編」だ。」

寄付つき商品が広く知られ、種類が増えて日常の買い物を選択肢の一つになれば、「人の役に立ちたい」「思いを気軽にかなえられるようになる。誰かの笑顔につながることを願っています。」

(川村真貴子)

◇+Cスペシャルは記者が好きなテーマを追求します。次回は6月14日、テーマは「おいしいかき氷が食べたい！」です。