

特集2

も っ た い な い

MOTTAINAI

— サークラーエコノミーの時代へ —

BUSINESS

ビ ジ ネ ス

日本では古来より「もったいない」の精神が商売の世界で尊ばれてきた。サステナビリティの追求が大きな企業課題となっている昨今、「もったいない」の精神をビジネスに生かして成功している企業からサーキュラーエコノミー(循環経済)の必要性とビジネスの可能性を探る。取材・文 稲泉 連

いないずみ・れん 1979年東京都生まれ。ノンフィクションライター。早稲田大学第二文学部卒業。『ぼくもいくさに征くのだけれどー竹内浩三の詩と死』で第36回大宅壮一ノンフィクション賞受賞。近著に『廃炉ー「敗北の現場」で働く誇りー』(新潮社)がある。

CASE 1

「1.5次流通」で フードロス削減に挑戦



株式会社クラダシ / 代表取締役社長 関藤 竜也

「もったいないを価値へ」をモットーに、ロス削減に取り組む同社。社会貢献とビジネスを両立させるのは難しいと言われる中、今年六月の売上高成長率は前年同期比一二三%を記録した。なぜ「Kuradashi」はそれほど多くのメーカーやユーザーに愛されているのだろうか？

社会貢献型ビジネスの
根底は「三方よし」

関藤竜也社長が代表を務めるクラダシのECサイト『Kuradashi』を