

鉛筆でガーデニング？

当社では、1998年の設立以来、従業員が年一回、二週間以上の連続休暇を取ることを義務付けています。海外で休暇を過ごすアナリストも多く、ESGやエコビジネスの新しいトレンドを見つけてくることもしばしばです。今回は、easyJet機内誌2016年9月号の「コンサルティング会社で働いていたデンマーク人が、エコな文房具に出会い、衝撃を受け、販売を始めて大成功」という記事をご紹介します。

Michael Stausholm氏はコンサルタント会社で働きながら、意味あるビジネスと出会うことの難しさを感じていた頃、マサチューセッツ工科大学の学生が、未来につながる持続可能なオフィス用品、というコンセプトで開発した商品に出会いました。それは、一見普通の鉛筆ですが、鉛筆の先に種が入っており、通常の鉛筆として使った後、書けないほどの短さになると、その鉛筆を鉢に指すと、その種の種類によってハーブ、花、野菜が生えてくるというものです。Stausholm氏はこの商品に出会い、持続可能性とはまさにこれだと感銘を受け、学生たちに商品化の提案を行い、2013年から販売を始めました。

Stausholm氏自身も当初は、商業的にうまくいくのか半信半疑だったそうですが、発売後数か月でデンマークで7万5千本が売れ、マスコミ、ブロガー、企業、消費者など多くの関心を集め、事業はどんどん拡大し、2015年には60か国で170万本を売り上げました。今や、60か国以上で一か月に45万本を販売しており、パチカン市国、IKEA、ディズニーとの取引があり、事業はさらに拡大しているそうです。スタッフは2015年までは2人だったそうですが、現在20人にまで増えました。

鉛筆に入っている種はハーブ（バジル、ミント、タイム、レモンバームなど）、花（マリーゴールド、ひまわり、ラベンダーなど）、野菜（チェリートマト、チリ、スイートペッパーなど）と種類はとても豊富です。

このSprout社の企業ビジョンは、資源の使用を減らし、地球の持続可能性を促進すること、そしてエコロジカルなコンシューマー商品で世界のリーダーになることで、老若男女、誰にとっても使いやすいといった、機能性とシンプルさに重点を置き、常に新しい商品開発を行っているそうです。

一見、ローテクながら、人々の意識に訴え、ライフスタイルを、より環境配慮に変えるような商品こそ、大規模な設備投資もいらず、最もエコと言えるのではないのでしょうか。

参考資料：

- ・ easyJet 機内誌 2016年9月号
- ・ Sprout社HP <http://sproutworld.com/da/>