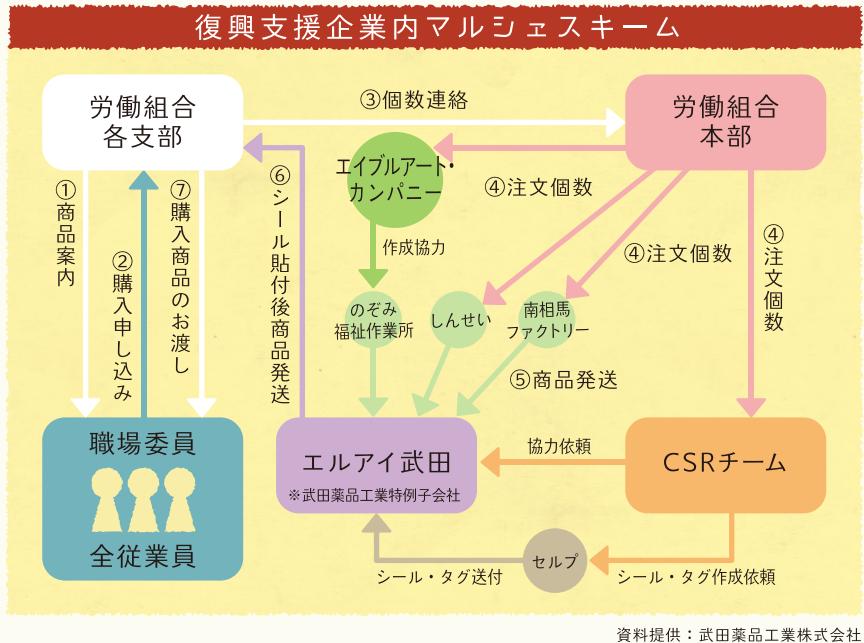


企業の社会貢献活動といえば、資金・物資・人材の提供、企業ノウハウをいかしたソフト支援が代表的ですが、近年では企業内マルシェの開催や、支援を目的とする社内食堂メニュー開発など、購買活動を通じた支援活動もメジャーになっています。東日本大震災直後から被災地に対する支援活動を継続する武田薬品工業株式会社（以下、武田薬品）の「労使共催・復興支援企業内マルシェ（全国版）」（以下、復興マルシェ）は、そうした社員の購買活動による支援の事例です。岩手・宮城を中心とする被災地の特産品のほか、「タケダ・いのちとくらし再生プログラム」の支援先である、のぞみ福祉作業所（宮城県南三陸町）のモアイフェイスタオルや、まどか（宮城県仙台市）のトートバッグ、南相馬ファクトリー（福島県南相馬市）のトリー（福島県南相馬市）の

企業が取り組む 復興支援企業内マルシェ

こうした活動は、福祉施設や中間支援組織側にも好影響を与えていました。福祉施設は企業とのパートナーシップによってビジネスの規模を体感し、商品流通業のスピードや提案力などを実感しています。中間支援組織としても、企業と施設の通訳として、企業の風土や品質、施設の特性などを読み込み、それを関係者に伝えるコミュニケーションの重要性を改めて学ぶきっかけとなりました。

企業、福祉施設、そして中間支援組織の協働によって生まれたシナジーは、経済的なインパクトのみならず、それぞれに不可欠な学びと成長のきっかけを与えました。福祉施設のオペレーションの変化、利用者や社員のボランティア活動への影響など復興マルシェによつて育まれたノウハウや、業界をこえた人びとのつながりは、確かに実を結びはじめています。



缶バッヂ、しんせい（福島県）の魔法のおかし・ぼるぼろんなどの商品を全国各地の社員に向けて販売。2014年3月までに、計24回実施され、社員による被災地支援への意識も着実に向上了っています。2013年以降、エイブルアート・カンパニーは中間支援組織として復興マルシェに出品する障害者福祉施設の商品のコーディネーター役を担つてきました。各福祉施設への連絡、納品手配、数百単位の商品発注に応じることができる企画を提案してきました。さらに、コンセプトメイク、商品開発、デザインまでサポート。よりスマートで的確なコミュニケーションをめざし、東京には企業の窓口担当者と進行管理スタッフを、現地福祉施設の窓口には東北の福祉施設の事情をよく把握した東北事務局スタッフを配置



We
will never
forget
3.11

