

被災者支援からネットワークの復旧、そして復興への決意

3月下旬に大船渡、陸前高田、気仙沼をまわりました。住民の方々は非常に前向きに、明確な秩序を持って行動されている。その一方、全く手付かず放置され、瓦礫のままの風景が広がっている。想像を絶する光景に言葉が出ませんでした。震災から1ヶ月以上が経過しました。地域に密着したラストワンマイルを担う宅配事業者としての取り組みとともに、私自身が今考えていることを本稿でお伝えすることで、今後の復興に向けて、今我々は何を成すべきなのか、あらためて皆様も含めて一緒に考えていく機会とさせていただければ幸いです。

ヤマトホールディングス株式会社
取締役社長 木川 眞

想像を絶する状況の中での我々の3つの役割

今、我々に求められる役割は3つです。ひとつは緊急対応的な被災者の支援。そして本来のラストワンマイルネットワークの復旧です。この2つは、我々の社会的使命です。3つ目は今回ことさらに大切だと思いますが、被災地の社会や産業のインフラに対する復興支援あるいは再生支援です。今はあまり語られていませんが、実は企業にとって何よりも重要な役割だと認識しています。



社員の自発的な行動から始まった 救援物資輸送協力隊

3つのうち、ラストワンマイルネットワークの復旧は、順調に進んでいます。それに比べ、被災者の支援については思いのほか大変でした。どんな物資が来ているのか、それを何処にどのように配分するのかというスキルを持った方が指揮命令を取っていませんでしたから、どうしても救援物資が滞ってしまう。したがって、被災地の本当の現地にはなかなか物資が届かない。

それに加え、燃料不足で我々の地元の同業者も含めて、車が動きにくい非常に難しい状況にありました。こうした状況の中、現地で被災している我が社の社員が自発的に現地の役場に直談判して被災者への救援物資の配送を始めていました。

私はこの事実を知り、このような社員の気持ちをサポートするべきと考え、救援物資を運ぶための特別チーム「救援物資輸送協力隊」の立ち上げを指示しました。そして全国からの応援を含めて車両数200台、人員500名規模での支援体制を組み、東北3県の災害対策本部に申し入れを行いました。県からも大変喜ばれましたが、何よりも自発的に我が社の社員が動いていてくれたということを、心から誇りに思っています。

復興支援は民間企業の責務

次に民間企業が取り組まなければいけないのが復興支援です。現場を視察し、強い使命感を持ちました。そこで4月1日の社長就任の挨拶で、「宅急便1個につき10円の寄付」のアイデアを幹部社員にぶつけてみたところ、大きな拍手が起こりました。私は涙が出そうに嬉しかった。国に任せきりでは時間がかかる。税金だけで賄うには財政的な制約がある。長くかかればかかるほど、被災をされた方の苦しみは長引き、産業は立ち直りのきっかけを失いかねない。少しでも早く再生できるように民間企業が立ち上がり、結束しなければいけない。国にはそうした動きを支援する枠組みを作って欲しい。同じような考えを持つ経営者は沢山います。それが具体的な行動につながる一石を投じられれば良いと考えています。

水産業などの産業基盤復興のために恩返しを

「宅急便1個につき10円の寄付」は、生活基盤の復興や水産業や農業などの産業再生の為に実施していきます。去年と同じ個数を扱えれば130億円を超える金額になります。一企業として出せる限界ギリギリです。年間の営業利益の2割、純利益の4割の金額ですから、株主の皆さまにも了解をいただいた上でやらないといけない。それでも、我々はそれぐらいの努力をしなければならないと思います。35年間も宅急便を育ててくれた地域、社会、産業がこれほどまでに被害に遭われている。まさに35年間の恩返しです。

復興は日本の全てのセクター総動員で

今回の震災は阪神大震災と違い、被害を受けたのが広域の地方であり、過疎地であるため、復興のスピードが遅くなりがちです。そして、生産拠点であること(漁業・農業、特に漁業で言うと日本の水揚げの4割を占めるエリアが壊滅状態になっている)を考えると、経済的にみて、特に国民の「食」にとっても大変な問題です。それに加えて不確定要素としての原発問題が起きている。5年10年かかるのはしょうがないと言うのではなく、早く手を打つべきだと思います。

ただ、復興を国だけに頼ってもしようがない。国民や企業を含めすべてのセクターが総動員でやるべきだと思います。会社として何ができるか、個人として何ができるかということ、それぞれが真剣に考えるべきだと思います。我々も寄付活動以外に社員一人ひとりが何ができるのか考えようということで、「みんなで一歩前に」をスローガンにした全社運動を始めました。会社もボランティア休暇制度等でその運動を支えようと思っています。

「生涯生活支援」企業を目指して

今回の震災は社会構造や価値観が変化するきっかけになるだろうと考えています。

1つ目は原発問題と電力不足による変化です。これに対応するための省エネは、これ迄のようにハードの技術革新だけでは対応できません。技術革新ではなく、ソフト面、つまり生活様式の変化が必要になるでしょう。例えば国民に定着した24時間営業や深夜生活の見直しが始まります。

2つ目は、効率化のための集中型小売流通システムの見直しです。震災で食料品や生活物資の供給が長期間ストップしましたが、分散型の域内流通機能が充実していれば、例えば地域の商店街が健在であれば、短期間で回復していたはず。我々はこうした社会構造や価値観の変化を見極めながら、お役に立つ事業を創造していきます。

ヤマトグループでは、4月から新しい長期計画・中期計画をスタートさせました。ちょうど9年後に100周年になりますが、その時に目指す方向のひとつに個人の「生涯生活支援」をコンセプトにあげました。もともと「世のため人のため」が根底にある社風です。そのコンセプトをさらに追求した結果、生活者の方々の生活に一層密着したサービスを展開することで、地域活性化の一翼を担っていこうという考えです。

その地域密着、個人の生活密着への取り組みが、震災後の復興支援という形でスタートするとは想像もしていませんでした。しかし、それがヤマトグループが目指している姿を体現するものである事を信じ、一企業としてやれる最大限のことをやり抜く覚悟です。



震災関連情報

ヤマトグループの東日本大震災における様々な取り組みについて、詳しくお知らせします。

現場力から生まれた救援物資輸送協力隊

気仙沼市では当初、倉庫へ次々に運ばれて来る救援物資があるものの、倉庫管理の経験がなかったことから現場が大きく混乱し、避難所まで本当に必要な物資が届かない状況でした。そんな状況を知った、自らも被災者である社員が、市の職員へ自発的に申し出て、被災者への救援物資の管理や配送のお手伝いを始めました。現場の動きを聞いた本社でもこれを追認し、直ちにグループ各社から人員を集めて応援隊を編成しました。これが現在、東北3県に展開している「救援物資輸送協力隊」の始まりです。(次頁に続く)



救援物資の集積所になっている気仙沼の青果市場では、物資の仕分けや在庫量の把握、賞味期限の管理、配送までをヤマトグループで行い、市内にある約100箇所の避難所へ1日3回に分けて届けています。物資を、確実かつ迅速に被災者の手元に届けるため、専門家ならではのノウハウを活かし、市の職員の方々や自衛隊と協力しながら活動してきました。

今後、ヤマトグループでは職を失った被災者の方々の雇用等も通じ、これまで以上に、気仙沼市をはじめとする被災地の復興を全力で支援していく考えです。

東日本大震災復興支援に向けた寄付 「宅急便ひとつに、希望をひとつ入れて。」について

ヤマトグループでは、今後1年間「宅急便1個につき10円の寄付」を毎月実施することを決定しました。「宅急便1個につき10円の寄付」は、個人の生活支援だけを主目的とする義援金ではありません。あくまでも復興支援産業再生のための資金として、水産業など産業基盤の支援活動を展開する公的な団体などに提供していきます。

国を、国民の食卓を支えてきた水産業や農業などの第1次産業の被害は甚大です。これは、東北地方だけの問題ではありません。我々は、東北地方の水産業や農業の再生がなければ、日本の復興はない、と考えています。

基本的な寄付の仕組み、寄付の提供先が決定し次第、あらためてご報告いたします。

復興に向けた全社運動始まる

ヤマトグループでは、今後1年間、「みんなで一歩前へ」というスローガンを掲げて、被災地支援と復興に向け、グループ全体で取り組んでいきます。

社内公募8,558件から選ばれた「みんなで一歩前へ」というスローガンには、現地で「救援物資輸送協力隊」、全国で「宅急便1個につき10円の寄付」、そして社員一人ひとりができる限りの取り組みでさらにその先の一歩へ、という願いと決意が込められています。

具体的な取り組みについては、グループ各社で今後ボランティアの休暇制度の整備などの施策を実施していくこととなりますが、グループ全社員と運動をつなぐ象徴として、今後1年間、全社員の共通ワッペンや車体ステッカーなどで展開していきます。

震災に関わるヤマトグループの被災状況(2011年4月22日現在)

社員の安否について

死亡 5名
不明 1名

施設(事業所)の被害状況

全壊 11店(岩手3店・宮城6店・福島2店)
半壊(使用不能) 9店(岩手1店・宮城6店・茨城2店)
一部損壊(使用可) 61店(岩手3店・宮城22店・福島22店・関東地方計14店)
未確認 4店(福島4店)

車両の被害状況

全損 58台(岩手9台・宮城48台・福島1台)
一部破損 9台(青森1台・宮城6台・茨城2台)
未確認 37台(宮城5台・福島32台)

宅急便ひとつに、希望をひとつ入れて。

2011年3月11日。

地域に密着した仕事をしてきた私たちにとって、街が消えてしまうほどの壊滅的な被害は、言葉にできない衝撃であり悲しみでした。

現地で働く社員にとっては、それは報道で語られるような「数」や「記事」の話ではなく、その街でともに暮らしてきた一人ひとりの顔であり、声であり、通いつめた道であり、こまやかな日常のすべてでした。

被災し、自らも多くのものを失った社員たちは今、その街や人々をよく知っている自分たちだからこそできることを探し、行動しています。

そして全国にいる17万人のヤマトグループ全社員に行動で伝えてくれています。私たちが今やるべきことは何か、と。

これまで宅急便を育ててくれた被災地の水産業・農業も壊滅的な被害を受けました。

これは日本中の人々の食生活にとっても大きな問題です。

私たちは、救援物資の仕分け作業や各拠点への物資輸送の全面的サポートなど今すぐに必要な支援は継続しながら、被災地の生活基盤の復興と、水産業・農業の再生支援に向けて動き出します。産業が復興するまでの道のりは長く険しく莫大な費用が必要です。

まとまったお金を一度に寄付することは難しくても、毎月自分たちの通常の仕事の中から最大限に捻出する方法はないかと考えました。

私たちが取扱う宅急便は年間約13億個。

宅急便1個につき10円を寄付できれば年間約130億円捻出することができます。

もちろん宅急便の運賃表は変えません。しかしそのお金はまぎれもなく、全国のみなさんの力で生まれるお金です。

毎月どれくらいの金額になったか、被災地の復興にどのように活かされて形になるのか、ホームページなどでご報告していきます。どんなに困難でも恩返しのお気持ちを込めてやり通す決意です。

震災から1ヵ月。

世の中の空気も、人の関心も、気持ちも、徐々に変化しています。

一方で、震災がもたらした現実の重さと悲しみに身動きできずにいる人がいます。

絶対にそのことを忘れないこと。

被災された人でなければ分からない痛みがあることを常に想像し、

復興に向けた行動の原点とすること。

私たちは、はじめます。そして、いつもと変わらない自分たちの仕事を続けます。



みんなで一歩前へ
ヤマトグループ