



エコな生活の実践に 日本のワザを活かす

Harnessing Traditional Japanese Artisanry for Modern Eco-Living

株式会社 エコトワザ 代表取締役 大塚 玲奈 さん
REINA OTSUKA, President, Ecotwaza Co., Ltd.

株 式会社エコトワザの代表取締役大塚玲奈さんは、期待される若手起業家として日本の内外で注目されています。いかにも若々しい現代の起業家でありながら、事業のコンセプトを日本古来の経営哲学に見いだしたという大塚さんにお話を伺いました。

御社の事業のコンセプトと日本古来の経営哲学の関係をお聞かせください。

日本の企業は古くから、例えば江戸時代の近江商人の経営理念である「三方よし」（売り手よし、買い手よし、世間よし）などのように、商取り引きは売り手と買い手の間だけの行為ではなく、同時に自分を取り巻く社会全体への貢献でなくてはならないということを家訓や社訓として商いをしてきました。現代の経営学で言う「社会貢献」「ビジョン」などは当たり前のこととする文化的背景を持っているのです。

また昔から日本人は自然を尊ぶ伝統・文化により、環境に負荷をかけないビジネスや製品とそれを支える匠の技を育んできました。全国各地の中小企業が持つそのような自然にやさしい技術と製品を、裏側にあるストーリーと共に世界に紹介することで環境問題に貢献したい。そう思って事業をスタートさせました。

今後日本の経済では「大規模なモノの移動ではない価値観の輸出」が大事とおっしゃっていますが、どういふことでしょうか。

例えば、食器を安く大量に売るのはなく、日本の食文化ごと好きになってもらうことが大切だと思います。日本は輸出大国ですが、ヨ

日本各地の自然に
やさしいエコ商材
Environment-friendly
products from around Japan

Ms. Reina Otsuka, the president of Ecotwaza Co., Ltd., has been attracting a lot of attention both domestically and internationally as a promising young entrepreneur. IHCSA Café spoke with Ms. Otsuka, who, despite being a youthful modern entrepreneur, discovered her business concept in traditional Japanese management philosophy.

Please tell us about the relationship between your company's business concept and traditional Japanese management philosophy.

Traditionally Japanese companies conducted their business according to a family or company creed that business transactions must not only take place between the seller and the buyer but also contribute to the entire society surrounding them. The merchants of Omi [present-day Shiga Prefecture], for example, had their philosophy of three-way goodness—good for the seller, good for the buyer, and good for society as a whole. Modern management philosophies like social contributions and corporate visions were taken for granted by merchants in Japan for ages.

Also, through their tradition and culture of respect for nature, the Japanese since a long, long time ago have cultivated business and products that do not place a heavy load on the environment, as well as the artisanship to support them. By introducing the nature-friendly technologies and products possessed by small and medium-sized companies around Japan, and the stories behind them, to the world, we hope to contribute to the solution of environmental problems. That was the starting point of our business.

You say that in the Japanese economy in the future it will be important to export values other than the large-scale movement of commodities. What do you mean by that?

I think it is important, for example, not to sell tableware cheaply and in large quantities but to make people like Japanese food culture as a whole. Japan is a major exporting country, but, for instance, think about the European countries with which Japan has an import surplus. The representative ones are France and Italy. Even though they are a long way away, they have attractions that make the Japanese want to go there. And even though they are expensive, they have brands that the Japanese want to buy. Japan is blessed with wonderful nature and a rich culture. From now on it will be important to brand products, and values, that have deep roots in Japanese nature and culture.



ヨーロッパの国で日本が輸入超過になっている国を思い浮かべてみてください。代表的なのがフランスとイタリアです。遠くても行きたくなる魅力があり、高くても買いたくなるブランドがあります。日本は素晴らしい自然に恵まれており、豊かな文化があります。これからは日本の自然と文化に根ざした製品を、その価値観と共にブランド化してゆくことが重要です。

大塚さんにとって豊かな生活とは何ですか。

モノで言えば良いモノを長く使うことですし、食べ物で言えば身体の中からキレイになるものを食べることです。私は労働と余暇とを分離して、余暇が長ければ豊かだとは思いません。充実した仕事をすることも豊かな生活だと思えます。

大学を卒業する前に交通事故に遭い、回転する車の中で「このまま死んじゃうかも。嫌だ。まだやるべきことをやっていない」(笑)と一瞬思いました。それ以来「生かしてもらった」という気がしていて、自分にできることを頑張りたいという気持ちが強いですね。

東日本大震災に対する支援活動もなさっているそうですね。

一般に震災は最初の1カ月が救援期、次の3カ月が復旧期、その後が長い復興期だといわれています。復興期からは、私たちにもできることがあると思っています。5月1日からウェブサイト上で東北の製品を買っていただき、売上げの一部を寄付するSupport Tohoku Campaignを展開中です。7月20日発売の雑誌“eco + waza”でも青森・岩手・宮城・福島製など東北の製品を特集する予定です。環境に配慮した東北の製品とその背景にあるストーリーや価値観をどんどん海外に発信し、被災地へ貢献したいという世界中の方々との橋渡しとなりたいと思っています。

10年後に何をしているか。

ご自分のイメージはどのようなものですか。

日本の各地には世界レベルの製品とそれを支える匠の技があります。問題はローカルな素晴らしい技術や製品と他の地域の生活者との間に断絶があることです。私たちエコトワザはそのローカルと世界をつなぐお手伝いをしています。これは何も日本に限ることではなく、世界中で同じことが可能だと思いますので、10年後には世界各地でエコトワザを展開したいですね。



チームワーク抜群のスタッフ陣 (向かって左 小勝直美さん、右 蘭部七緒さん)
Outstanding staff teamwork (LEFT FACING: Naomi Ogatsu; RIGHT FACING: Nanao Sonobe)

What is an affluent lifestyle for you?

In terms of products, things that I can use for a long time. In terms of food, eating things that are good for me. I don't separate work and leisure and think that the more leisure I have, the more affluent I am. I believe that fulfilling work is an affluent lifestyle as well.

Before graduating from university, I was involved in a traffic accident. Inside the spinning car, I momentarily thought, "Maybe I'm going to die. Oh no! There's still so much I want to do!" [Laughs] I feel as if I was spared at that time, so now I have a strong desire to put everything into what I do.

I hear that you are also conducting activities to support the disaster area following the Great East Japan Earthquake.

Generally speaking, the first month after a disaster is a period of relief, the next three months is a period of recovery, and after that there is a long period of reconstruction. I think there are things we can do in the period of reconstruction. Since May 1 we have been conducting a Support Tohoku Campaign, selling Tohoku products on our website and donating part of the proceeds. In our *eco + waza* magazine that will go on sale on July 20, we are scheduled to have a special feature on Tohoku products from Aomori, Iwate, Miyagi, and Fukushima prefectures. We want to introduce many of Tohoku's environment-friendly products, and the stories and values behind them, to the world and contribute to the disaster area by serving as a bridge between it and the rest of the world.

What will you be doing 10 years from now? Do you have a vision for the future?

Around Japan there are world-class products and the artisanship that supports them. The problem is the gap that exists between these wonderful local technologies and products and consumers in other regions. Ecotwaza hopes to be of assistance in linking local and global. I don't think this is limited to Japan, either; the same is possible throughout the world. So 10 years from now, I would like to see Ecotwaza operating overseas too. □

写真 ■ 君和田富美夫 Photos ■ Fumio Kimiwada

Profile of REINA OTSUKA * 大塚 玲奈さん

1980年生まれ。10歳までニューヨークで育つ。一橋大学法学部卒業（在学中にカリフォルニア大バークレー校に交換留学）、株式会社リクルートにおいて営業・事業企画を経験。2006年株式会社エコトワザを設立し代表取締役役に就任。事業内容は「環境問題の解決につながるような日本の知恵とモノを紹介・販売すること」で、具体的にはバイリンガル雑誌とウェブサイトを通してエコ情報を内外に発信すると同時に、エコロジカルな生活を実践するための商品を通信販売している。

Born in 1980. Grew up in New York until the age of 10. After graduating from the Faculty of Law at Hitotsubashi University (also was an exchange student at the University of California, Berkeley during this period), worked in sales and project planning at Recruit Co., Ltd. Founded and appointed president of Ecotwaza Co., Ltd. in 2006. Ecotwaza introduces and sells Japanese wisdom and goods that will lead to the solution of environmental problems. Specifically, the company transmits ecological information both in Japan and overseas through its bilingual magazine and website and operates a mail-order business for the sale of products to practice an eco-lifestyle.

株式会社 エコトワザ <http://www.ecotwaza.com> *eco + waza* (Inspired Green Living from Japan) <http://greenjapan.com/>
Support Tohoku Campaign <http://greenjapan.com/japan-now-then/earthquake/3336/>

