



# 大創産業



写真:高田 浩行

## 鈴木 拓氏

大創産業  
取締役 社長室 管掌

鈴木 拓(すずき・たく)氏:2001年大創産業入社。店舗運営本部部長、海外事業本部部長などを経て、17年役員、19年取締役、22年より現職

## 環境配慮型の商品開発を拡充

生活インフラ企業として世界で支持を受けられるよう、ESG重視の商品開発に注力する。新業態では付加価値と価格帯の高い商品をそろえ、産地と提携した商品で地域活性化にも貢献する。

——2023年2月期決算は売上高が5800億円超と、コロナ禍にもかかわらず増収を達成しました。好調の理由は何ですか。

鈴木 当社の店舗は生活必需品を取り扱い、コロナ禍でも休業しなかったことで、お客様からの支持が高まったことが大きかったと見ています。「ダイソーが生活のインフラ」であることを再認識していただく好機に

もなつたと考えています。

——消費者の低価格志向が根強い中、付加価値のある商品や価格帯が高い環境配慮型商品を増やしています。

鈴木 当社は19年、「世界の生活インフラ企業」を目指す新たな経営目標を掲げました。それに伴い、環境配慮型商品にも本腰を入れて取り組むことにしました。

ダイソーは、「100円均一ショッ

プ」のイメージが強く、低価格で豊富な種類の商品は、おかげさまでお客様に評価されています。しかし、地球を取り巻く環境が厳しくなる中、生活インフラ企業として商品開発でも持続可能な社会の実現に貢献していかなければなりません。

海外では環境に配慮した企業や商品でなければ支持されませんし、消費者にも受け入れられません。当社

### 大創産業による高付加価値訴求・環境配慮型商品の開発例



マロニエゲート銀座のダイソーに開設された環境配慮型商品コーナー



高付加価値を訴求する産地コラボ型商品などをそろえた新業態「スタンダードプロダクツ」



従業員の約7割を知覚障がい者が占める日本理化学工業(左)が製造する「消せる筆記具」「キットパス」(右)を、オリジナルパッケージで販売している 出所:大創産業



はグループ6000店舗以上のうち、米国やブラジル、タイ、台湾など26カ国・地域で約2300店舗を展開しています。海外事業を進めるには今後、環境配慮型商品が欠かせません。

### 名産品とコラボで地域活性化

——環境配慮型商品の現状について教えてください。

鈴木 これまで約800アイテムを開発してきました。24年2月期は約2000アイテムまで増やす予定です。例えば紙製品では、サトウキビの搾りかす「バガス」を50%配合して木材使用量を減らした皿や、FSC認証を受けたギフトバッグなどを販売しています。

環境に配慮した商品を選ぶお客様も増えており、環境配慮型商品の売れ行きは徐々に高まっています。

——21年3月には東京の渋谷マークシティに、既存業態の「ダイソー」と新

業態「スタンダードプロダクツ」の複合店舗をオープンしました。スタンダードプロダクツは、どのような業態ですか。

鈴木 スタンダードプロダクツは23年4月現在、国内で43店舗、台湾とシンガポールで各1店舗を展開しています。「ちょっといいのが、ずっといい。」がコンセプトです。

価格帯は、18年3月から展開している女性対象のブランド「スリーピー」と同様の300円が中心で、ダイソーの100円よりは高くなりますが、品質にこだわり、長く使える商品が多いのが特徴です。商品開発では、環境保全に加えて、産地とのコラボレーションによる地域活性化も意識しています。

——ESGを重視した商品開発は、企業のブランディングにもプラスになります。スタンダードプロダクツの代表的な商品を紹介してください。

鈴木 愛媛県今治市のタオル、大阪府堺市の手ぬぐい、新潟県燕市のカトラリー(食器)、広島県の特産品である化粧用の熊野筆、岐阜県関市の包丁など様々です。関の包丁はメディアで取り上げられ、完売したこともあります。東京都の奥多摩地区の間伐材で作った木工製品、鉛筆を製造する際の端材を原料にしたキャンプ用着火材なども発売しました。“消せる筆記具”「キットパス」も注目されています。チョークを扱う日本理化学工業の製品で、平らな面に書いたものなら拭き取れば簡単に消せます。同社は、従業員の約7割が知的障がい者です。

——22年4月にオープンした東京・マロニエゲート銀座の業態複合店舗では、環境配慮型商品のコーナーを初めて設けました。

鈴木 当社が取り扱う商品は現在、約7万6000アイテムありますが、環境配慮型商品はともすれば埋もれがちなので、認知度を高めるのが狙いです。

銀座の店頭ではポップアップ方式で定期的に展示商品を入れ替え、商品のブランドストーリーを説明するなどして訴求しています。21年秋からは、環境配慮型商品のパッケージを統一しました。

——ESG経営を進めるに当たり、課題があれば聞かせてください。

鈴木 目下の課題は社員教育です。自社が環境配慮型商品を取り扱っていることをよく知らない従業員が多いのでは、お客様にもきちんと説明ができません。地道な啓発活動を続け、社員の理解を深めたいと考えています。