オフィスの机やパソコンは黒でそろえた。「デザインとか、こだわるのが好きなんです」＝東京・日本橋

be on Saturday

b2
beランキング 「戦後の歴代首相人気投票」
戦後64年間で総理大臣は30人が務めた。読者が最も評価した「日本の顔」は果たして誰？

売れ筋拝見 炊飯器 キミの名は 知って安心

b3
ササエさんをさがして 屋台
磯田道史コラム 司馬江漢 @データ

b4
be report 高すぎる延滞金利 mo@china
逆風満帆 田口トモロヲ氏 丹羽宇一郎コラム

b5～7 （抜き取ってご利用ください）
週間テレビ 市原隼人さん／番組表

b9
家計診断 分散投資の実践編
マネー探検隊 勝間和代コラム フジマキに聞け

b10
be between 夏休み増えましたか
悩みのるつぼ いわせてもらお 編集部から

b11
てくの生活入門 続・ツイッター
でじかめワンポイント えくせる二刀流

be

e1-3
うたの旅人 「風立ちぬ」（長野・軽井沢）
作詞家松本隆さんが81年に、歌手松田聖子さんのために書いた7枚目のシングル。「ぶりっこ」アイドルから脱皮する転換点となった。

e4
元気のレシピ 大粒ブドウのおろし酢あえ
作家の口福 井上荒野 近藤典子家事の花道

e5
元気のひけつ 顔の筋肉を鍛えるストレッチ
元気のひみつ マギー司郎さん 日野原コラム

e6
再読ガイド フェミニズム再考 ベルばらKids
ののちゃんのDO科学 高橋睦郎花をひろう

e7
パズル セイムセット、推理、数独
ナントカ学 銀座にもいるツバメの生態

フロントランナー Front Runner

dff社長 清水（しみず） 久敬（ひさゆき）さん（31歳）

クリック募金をビジネスに

ん？ 募金ボタンはクリックしたけど、「円だりとも出したおぼえはない。それなのに「募金」って……しまった！詐欺か。

あわててはいけない。ネットで話題の「クリック募金」は、あとで請求書が届いたり、口座からお金を引き落とされたりはしない。クリックするだけでOKの「無料の募金」なのだ。

ピンとこない人は、「クリックで救える命がある」とうたうdff社のウェブサイト（http://www.dff.jp/）をのぞいてほしい。コスモ石油、日本製粉――と、おなじみの企業名がいくつか並ぶコーナーがある。この企業名が「募金ボタン」だ。クリックして、その企業のサイトを開けば、募金は完了する。

実際に募金を出すのは、クリックされた企業だ。開いたサイトでは「貧しい国の子にワクチンを提供」「砂漠化が進む地域で植林」など、NPOや福祉団体の活動が紹介されている。企業にとっては、クリックのたびに自社の社会貢献を知ってもらえるメリットがある。

「募金は面倒だと敬遠していた人でも気軽にできるし、クリックされる側も満足する。こんなスマートな仕組みだから、広がらないはずがなかった」

元サッカー日本代表の中田英寿さん（32）が率いる財団法人や、山形県や札幌市のような自治体も取り組むクリック募金。00年に米国から日本にいち早く持ち込み、ブームの火付け役となった若き起業家は、そう言ってはばからない。

「1クリック1円」「1社につき1日一クリック」の制限をつけ、こつこつ集めたクリックは08年に2億回に。参加企業も50にのぼる。今年は秋に2億5千万回を達成する予定だ。50社が計2億5千万円をNPOなどに寄付したことになる。

しばらくは順かで飛ばずだった。クリック募金のシステムを企業に売り、毎月の利用料をもらうビジネス。社会貢献に熱心そうな大企業に電話をかけまくったが、無名の若者なんて相手にしてもらえない。

飛び込み営業で02年秋に訪れたコスモ石油の官庁担当者のひとことが、転機になった。「社会貢献はわかるが、企業の利益にどうつながるの？」

世界各地で進む環境破壊。貧富の格差もなくならない。クリック募金なら、巨額の寄付が集まり、こうした社会問題の解決を後押しできると思っていた。

「世の中の役に立つ」という思いばかりで独りよがりになっていなかったか――。企画書の書き直しを重ねること1カ月半。四社が参加を決めてくれた。

導入の効果は、はっきりと出た。同社のサイトを見た人の半数がクリック募金経由だった時期もある。こうした実績をもとに「クリック募金で企業サイトを見る人がどれだけ増えるか」を示すと、他の大企業も話を聞いてくれるようになった。評判を聞きつけ、「導入したい」といってくる企業も出てきた。

もうけ優先の企業社会に疑問がさきなかったのか、と水を向けると、きっぱりと言った。

「企業が利益を求める姿勢がむしろ募金の増加につながる。社会貢献と収益の追求を両立できるから、スマートなのです」

使命感や野心というほど大げさなものでもない。ただ自分のやりたいことにこだわり、好きなことにのめり込む。マイペースな若者起業が、ビジネス界に新風を吹き込んでいる。

文・阿部尚志 写真・郭允

b3面に続く

ご意見・ご感想はbe@asahi.com

「社会貢献は苦行じゃない。収益もあげないと」

フロントランナー Front Runner

（b1面から続く）

清水 久敬さん dff社長

――2億円以上が集まりました。満足はしていません。クリック募金が生まれた米国には、月に1億回以上もクリックされるサイトがあります。日本はようやくスタート地点。もっと魅力的で気軽にクリックできる仕組みをつくれば、口コミでパーッと広まるはず。あと数百倍の規模にはなると思います。

――米国には「寄付の文化」があるが、日本にはないといわれます。

たしかに文化は違いますが、日本に合う仕組みもあるはずです。期待しているのは、昨年から始めたモバイル（携帯電話）版。10代の利用者が多いのですが、いまの中高生は小さいころから環境問題などを教えられ、社会貢献への関心が強い。

利用者の「社会貢献したい」という気持ちは大事です。「企業に利用されている」と感じると、二度とクリックしてくれません。企業側のメリットにも配慮しつつ、バランスをとるのが重要だと思います。

最初は週末起業

――起業家志望だったのですか。

いや、テニスのプロ選手を夢見ていましたが、大学2年で伸び悩んでやめて、次にめざしたパイロットも視力が足りなくてダメに。何かに打ち込みたくて、勉強づけになろうと大学の派遣留学制度に応募して米国に渡りました。そこでクリック募金と出会って……。留学の本来の目的だった米国公認会計士の試験には落ちてしまいましたが（笑い）。

――社会貢献に興味が？

とくに強い関心があったわけではなく、人並みだと思います。ボランティア活動に自らすすんで加わるタイプでもないし。でも、ニュースや本で得た知識で「このままの社会では持たない」という思いはありましたね。それよりもクリック募金の仕組みのスマートさと、インターネットの可能性に興味をひかれました。こんなに手軽に社会貢献ができるのか、と。「日本にも根付かせたい」と思って起業しました。

ただ、1カ月後には外資系コンサルタント会社に就職しています。クリック募金は土・日だけの「週末起業」のつもりでしたが、だんだん全力を注ぎたくなって、会社員は半年で辞めてしまいました。

――創業後は赤字続きですね。

初年度は売上高14万円で、営業赤字が1800万円。次の年も同じくらいの赤字を出しました。最初はよく分からなくて、社員に月給を60万円ぐらい払ったり、400万円のシステムを外注しても使えなかったりで……。口座の残高が減っていくスピードに驚きましたね。

――会社員のままだったら……

なぜか、そうは思わなかったんです。クリック募金の仕組みがよくできているから、「いったん軌道に乗れば、うまくいく」と自信がありました。月収は会社員時代の3分の1でも、充実感はありましたね。思いついたことを形にしていくのが楽しいし、営業、企画、総務と幅広くできるのも好き。自分は起業に向いていたんです。それに、もうお金が尽きる、という段階になると、いつも出資してくれる人が出てきてくれたのも幸運でした。社会性のある事業だから助けてもらえたのでしょう。

――NPOでも良かったのでは？

最初は迷いましたが、米国の先例になって会社組織にしました。会社の方が、参加してくれる企業と対等でいられるとも思いました。

影響力持ちたい

――社長業も大変な仕事です。

ここ数年で社員が急増し、責任の重さを感じています。アルバイト1人を含めて18人。職種・業界平均か、それ以上の給料は出したいです。社会貢献は苦行じゃない。社会的な企業やNPOというと、金を食いしばってやっているイメージですが、世の中に良いことをしているからこそ事業が回って収益もあがる、という形にしたい。社会貢献を仕事にしたいけど、「家族を養うのも大変そう」とあきらめた人もいるかもしれません。そういう状態だと、この世界に良い人材は集まりません。

――同世代には創業から数年で株式公開に成功するIT起業家もいて、「ナナロク世代（76年前後の生まれ）」と注目を集めています。

同じ土俵にいる感じがしません。だからなのか、赤字続きのときも劣等感はなかったですね。でも、起業から9年たつから、もっと意識しないといけないのかも。次の一手を考え、dffを急成長させたいです。

クリック募金を通してCSR（企業の社会的責任）全般に関心を持ったので、企業のCSR活動に対する消費者の感想や要望を集めるビジネスも始めています。社会性のある事業をやる以上、社会に影響力を持てるような規模にならないと、社員が食べていけるから良い、というわけにはいかないと思っています。

コスモ石油本社で打ち合わせ。社員が増えても、社長自ら営業の最前線に出向く＝東京・芝浦

チェックポイント

激化する競争、飛躍へ正念場

「テレビのCMよりも一人ひとりに深く届く。関心がある企業は多いはず」と話すのは、dffのクリック募金にいち早く参加を決めたコスモ石油の小宮山剛市さん（43）。「私みたいに社内説明のため企画書の書き直しを求めるのは珍しい。最初に80点のものを出せるかがカギ」

競争は激化している。06年から参加する日本製粉・経営企画部の有川由紀子さん（45）のもとにはIT起業家がよく来る。dffより3割安い料金を提案する業者もあった。「クリックが増えると企業の負担も増えます」と心配さえする清水さんは異色の存在だ。でも「ガツガツしていないから逆に安心」と有川さん。

大手証券を退社後、社会性のあるベンチャー企業の支援を続ける投資家の夷山秀朗さん（46）も、清水さんの誠実さを評価する一人。ただ「dffは成功したとはいえない。もっと飛躍を」とも言う。「社会性のある事業で収益を上げるのは難しいからこそ、若い人に挑んでほしい。社会貢献だけなら60代でもできる」

理念を忘れて収益追求に走ったあげく、不正に手を染めるベンチャー企業も後を絶たない。正念場はこれからだ。

プロフィル

★横浜市生まれ。法政二高から96年に法政大社会学部へ。大学4年時に約1年、米カリフォルニア大デービス校に留学＝写真（後列の左から2人目）。友人からクリック募金を教えられた。現在は妻（32）と都内で2人暮らし。

★社名は「Donate For Free（無料で寄付）」の頭文字。09年3月期決算は売上高1億3千万円、営業利益300万円。

★08年4月から東北大大学院環境科学研究科に社会人入学。1～2カ月に1回、泊まりがけで講義を聴きにいく。来年春に初の著書『CSRコミュニケーション（仮）』（生産性出版）を刊行予定。

◆次回は、ブランドの再編や海外事業の強化などに取り組む資生堂社長、前田新造さんの予定です。