

障がい者支援と連携したリサイクル事業を推進

shoichi

shoichiは、ア雇用との連携

パレル・化粧品・食品など、様々な法人の在庫処分

分のサポートを行っている。在庫処分における現状や同社の事業について話を伺った。

事業を始めた当初は、リユースを中心としていたが、コロナ禍でリサイ

クルの需要が急増し、現リ、元のブランドの価値やイメージにしている。アパ

レルの在庫処分の割合が9割と多いが、昨今では化粧品在庫処分に

関する依頼が増加しているという。

同社のリサイクル事業の強みは、「ブランド毀

損防止対策」障がい者施しており、業界内でも

元へ、1年ぶりに地元に帰省した。

筆者の地元は、田んぼが広がり、コンビニ

やスーパーも車がないと行けないような田舎

にある。高校卒業まで地元に住んでいた頃は、早く地元から離れ

たくて仕方がなかった。田舎の不便さや孤

会では感じられ

りとした時間

の流れを実感する。しかし、10年以上も住ん

でいたはずの実家が、年に1回程度しか帰ら

なくなるとまるで自分の家ではなくなったか

のように感じられて少し寂しくなった。

また、地元に住んでいる中学生、高校生の

いとこや、また幼い甥、姪と会うと「しばらく

見ないうちに大きくなったね」と声をかけて

いる自分がいる。以前、自分がその言葉をかけ

た。帰省中、ふとした瞬間に感じるその寂しさ

とは、隣の人が野菜を分けてくれるこ

とは、隣の人が野菜を分けてくれるこ

とは、隣の人が野菜を分けてくれるこ

とは、隣の人が野菜を分けてくれるこ

とは、隣の人が野菜を分けてくれるこ

とは、隣の人が野菜を分けてくれるこ

とは、隣の人が野菜を分けてくれるこ

とは、隣の人が野菜を分けてくれるこ

とは、隣の人が野菜を分けてくれるこ

とは、隣の人が野菜を分けてくれるこ

とは、隣の人が野菜を分けてくれるこ

とは、隣の人が野菜を分けてくれるこ

とは、隣の人が野菜を分けてくれるこ

とは、隣の人が野菜を分けてくれるこ

とは、隣の人が野菜を分けてくれるこ

とは、隣の人が野菜を分けてくれるこ

とは、隣の人が野菜を分けてくれるこ

とは、隣の人が野菜を分けてくれるこ

とは、隣の人が野菜を分けてくれるこ

とは、隣の人が野菜を分けてくれるこ

とは、隣の人が野菜を分けてくれるこ



就労支援施設での作業の様子

へアスプレーなど取り扱っている。化粧品・食品メーカーを中心に在庫の買い取り、リサイクルを行っている。在庫処分における現状や同社の事業について話を伺った。

もう一つの強みである「障がい者雇用との連携」については、同社が運営している就労支援施設「やさしいあおぞら」を通じて、障がい者の就

労機会という社会問題に貢献している。同業他社

の中でも障がい者雇用と連携している企業は多い

ものの、作業に対して明確な納期を設定している

ことが一般的である。これにに対し、同社は納期を

設定せず、労働者のペー

スに合わせた柔軟な就労支援を行っている。これ

は、他社ではあまり見られ

ない独自の取り組みである。

「当社が、廃棄されて

いた商品をリサイクル資

源として買い取ることに

より、お客さまにとって

は廃棄物の処理にかかる

コストの削減につながる

だけでなく、売上として

利益になる。さらに、廃

棄物を減らすことは二酸

化炭素の排出削減など方

ーボンニュートラルにも

貢献する。当社では環境

負荷の低いトラックを導

入するなど、環境対応に

も積極的に取り組んでい

る。リサイクルの依頼が

増加している中、業務の

機械化も予定している

が、人手を活かした作業

とのバランスを考えなが

ら導入を進めていきたい

と考えている」(同社)

また、地元に住んで

いる中学生、高校生の

いとこや、また幼い甥、

姪と会うと「しばらく

見ないうちに大きくな

ったね」と声をかけて

いる自分がいる。以前、

自分がその言葉をかけ

た。帰省中、ふとした瞬

間を感じるその寂しさ

とは、隣の人が野菜を

分けてくれることとは、

隣の人が野菜を分けてく

れることとは、隣の人が

野菜を分けてくれること

都会と田舎

これらの生活にはどことなく寂しさを感じる時がある。

忙しい日常の中で、

地元の風景や家族との

ひとときが徐々に遠い

記憶となっていく感覚

があるが、あの風景を

心の中で色褪せること

なく大切にしたいと願

つ。(竹)

資生堂中国とAIを活用したDRUNKGPTで協業

アリババクラウド

アリババクラウド

ドは8月19日、同社独自のLLMモデルLwennが、スキンケアブランド「DRUNK ELEPHANT」の中国における顧客対応強化アプリ「DRUNKGPT」に導入されたと発表した。これにより、ドリンクエレファントは、商品の推奨からスキンケアのアドバイスまで、より繊細でパーソナライズされた対応が可能となる。

「ドリンクで、より豊かなブランドエレファント」体験を届けることを目的は、独自のインとしている。その中核とタラクティブななるのは、消費者のスキ消費者向けアプリを開発した。応し、パーソナライズされたアドバイスを提供する24時間365日対応のデジタルエンゲージメントの機会を提供すること。ドリンクエレファン

Alibaba Cloud

ト中国のブランドディレクターである蔡軼軒(アンデイ・ツァイ)氏は、「アリババクラウドのAIの変革力を活用し、スキンケア小売業を新たなレベルに引き上げることができ嬉しく思う。アリババクラウドとのコラボレーションが、当社のブランド価値をさらに高め、テクノロジーに精通した若い消費者とのエンゲージメントを高めることに役立つと信じている」と語った。