

FE1

挑む

不要な服など寄付 善意に頼らぬ仕組み

waja 小安 光司会長兼最高経営責任者

ファッション通販サイトを運営するwaja(ワジャ)が、寄付と節税を両立できる「ファッションチャリティープロジェクト (FCP)」を7月に始めた。不要になったファッションアイテムを寄付し、寄付された商品の販売額の最大50%の寄付金控除を受けられる。小安光司会長兼最高経営責任者(CEO)は、「善意だけに頼らない仕組みで継続的な寄付を促したい」と普及に意欲を示す。

—FCPの仕組みは「寄付を希望する『ドナー』が、不要になった服やバッグをNPO(特定非営利法人)に寄付し、それが売れると寄付金証明書もらえる仕組みだ。この証明書を使って確定申告をすれば、売り上げの最大50%の寄付金控除を受けられる。目的に応じて複数のNPOから寄付先を選べ、約580ブランドの商品を販売できる。CSR(企業の社会的責任)活動の一環として、



ファッションブランドがドナーになることも可能だ」

—ワジャの役割は

「販売ノウハウを持たないNPOの代わりに当社が商品をウェブサイト上で販売している。当社は海外ファッションの通販サイト『waja』を2006年から運営し、検品や採寸、商品画像の撮影、販売サイトへの情報アップといった作業を効率的に運用できる」

—FCPをビジネスとして

とらえている

「販売手数料として売り上げの4割をいただいている。商品点数が増え、売れるほど収益は増える。ドナーが節税メリットを得られる仕組みにしたのも、当社が手数料を得るのも、何かしらの利益がないと継続が期待できないからだ。日本のチャリティーは善意に頼りすぎており災害などが起こったときでなければ寄付しない。あえて善意を否定するところから始めた」

こやす・こうじ 早大政経卒。1997年アンダーセンコンサルティング(現アクセンチュア)入社。2003年5月wajaを設立し、社長に就任。13年10月から会長兼最高経営責任者。42歳。千葉県出身。

日本人の主婦が多い。常時販売されている商品の数は、12年9月に3万7000点だったが、今年9月時点では8万1000点以上になっている」

—ファッションブランドの販売仲介も行っている

「『REASONアウトレット』というサイトで、預かったアウトレット品などを販売している。『これは13年春夏物』『これはサンプル品』といった風に、商品化のシーズンや状態をきちんと説明しており、消費者が納得して買える」(井田通人)

—wajaの内容は

「海外のバイヤーが仕入れたアイテムを預かり、日本の消費者に販売している。バイヤーは

■会社概要

- ▷本社—東京都港区麻布台3-4-11
- ▷設立—2003年5月
- ▷資本金—1億5010万円
- ▷従業員—23人
- ▷事業内容—ファッション通販サイトの運営など