

# 次世代価値のご提案



和方医学研究所株式会社

# 次世代価値とは？

様々なところで企業価値が言われていますが、コンテンツではより便利で安くておいしいものの提供、企業体としてはブラックではなく、社員を大切にして、福利厚生や祝日が多い会社という点でしょう。

しかしながらこういったことが昨今当たり前になった今、別の価値が必要となってきました。

それは何でしょうか

# CSからESへ広がる社会

CSを追求していると顧客は喜びますが、そのしわ寄せが社員にきてしまい、長時間労働が発生して、過労死につながり、ブラック企業といわれることになります。

ブラック企業と烙印を押されたら、人の確保が困難になります。

そこで今度は人を大切にしようとするのでESに力を入れていくことになります。

長時間労働の禁止、有給休暇取得率の向上、育児支援など、従業員が働きやすい環境や収入アップをしていくことになります。

# ESからSSへ期待される企業

ESの次はSSとなり、企業体系はいかに社会貢献をするかにかかってきます。

SSを達成している会社はあなたの会社がこの地域にあってよかったといわれる存在になることです。

社会満足度をいかに上げるかが今後の企業に課せられた課題と言っていいでしょう。

# 既存価値の限界

価格、味、健康と様々な価値が創出されてきましたが、もうどこのものを買っても、適度にお値打ちだし、味もそこそこ、体にいいのかどうかも創出されてきました。

# 価格価値

消費者が商品を購入する動機は第一に価格です。

価格は安さを通り超して、高価格品がコンビニでも売れるようになってきています。 いわば安かろう悪かろうの時代は終わりました。

セブンイレブンの金シリーズがいい例です。

販社が独自ブランドを創出できる時代です

# 味覚価値

価格の次は味ですが、味についてもほぼ出尽くしているし、食品添加物でどのような味も創造できるので、天然の味がわからなくなってきました。

むしろ天然の味、化学調味料未使用など味覚が天然思考になっていると思われれます。

# 健康価値

明らか食品にはあまり要求されることはございませんでしたが、昨今、特保、機能性食品、スーパーフードなど健康食品のカテゴリからどんどん明らか食品への侵出が増えてきています。

お菓子から、食品から、飲料から全てにおいて何かしら健康によい文言を表現している状況です。

医は食に通じるとでもいいのでしょうか

# 価値の行き詰まり

価格 > 味 > 健康 > ?

価格は安かろう、悪かろうは終わりました。今はいいものなら高くても売れる時代になり始めてきたと思います。

味についてはまだまだですが、今後まずくても体にいいとかだと売れる要素があるかもしれません。

# それは社会的価値です

社会的価値というのはSDG's（エスディージーズ）フェアトレード、CSR、CSVと言われているものです。

企業がCSR、CSVで使っている資金は2016年度で、

トヨタ 216億円

JT 89億円

サントリー 64億円

キリン 58億円

日本生命 52億円

となっています（CSR企業総覧2016年年鑑より引用）

# 社会的価値とは社会貢献のこと

今回ご紹介するSDG's 原料はそういった費用は一切必要ではなく、協会に入ることも一切ございません。

ただこの原料を使い商品開発をする、もしくは現在の商品の原料を切り替えるだけでことは足りてしまうのです。

つまり同様な価格帯、味、健康にもよく社会的貢献ができる商財なら売れる要素を全て含むことになります。

企業からすると原料を変えるだけで社会的貢献ができます。

消費者からすると買うだけで社会的貢献ができます。

# S D G ' S とは何か？

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標



# 支援団体の社会的貢献

一方、非営利団体、日本財団様、JICA様 ジェトロ様などございますが、今回ご紹介させていただくのは日本財団様です。

この財団は20年以上前からミャンマーに小学校を建設しており、1000校を超えています。

しかし学校ができてからわかったことですが、小学校に来れない子供たちが多く存在することがわかりました。またタイ、ミャンマー、ラオスの黄金の三角地帯と呼ばれる地域では有害植物が栽培されており好ましくない団体への資金源にもなっていると言われていています。農家の取り分は少なくされているために貧困から抜け出せない状況に陥っているということです。

そこで支援団体はお金を支援するだけでは不十分で仕事を支援しないとけないということになりました。

# NGO団体の気づき

今までのNGO団体は釣った魚を食べさせるだけで、支援が終わればまた元通りということに気が付きました。 本当の支援とは、魚の釣り方、道具の作り方までできるように支援し、NGO団体がいなくなっても自立できるようにすることだと流れが変わってきました。

# あるN G O団体の例

某国に綺麗な水がないので、井戸を掘ってあげて水の確保をすることになりました。 軟十本も井戸を掘り、水が確保できるようになりました。

その3年後に再度訪ねたところ、すべての井戸は使用されていませんでした。理由を聞くと壊れたので使えなくなったと。

直せばいいのでは？と聞くと、直し方が分からない。部品もないしとのこと。

この時N G O団体の方は気づきました。 そうかこれでは自己満足の支援になってしまい、自立も自律もできていないと。

自立は自分の国で部品を作ったり、井戸を掘ったり、修理ができたりすることだと。

# 支援が生きるにはどうするか

今回の支援が生きるためには、農家の方々の収入を得るようにすることが必要です。

今はお金がないので、子供たちが学校に行けないのです。

収入が上がれば朝水汲みにいかななくてもよく、学校に行けるようになります。

子供たちが学校に行けるようになれば民意があがり、国力が上がります。

つまりハトムギを継続的に買うことが必須となります

# 国力を上げるため必要なこと

食 糧 食べ物がなければ話になりません。

インフラ 水道、電気、ガス、道路、通信など

教 育 研究開発、新技術開発、特許技術など

この3要素がそろって人口は増え国力が上がります。

# N G O 団体と企業の融合協力

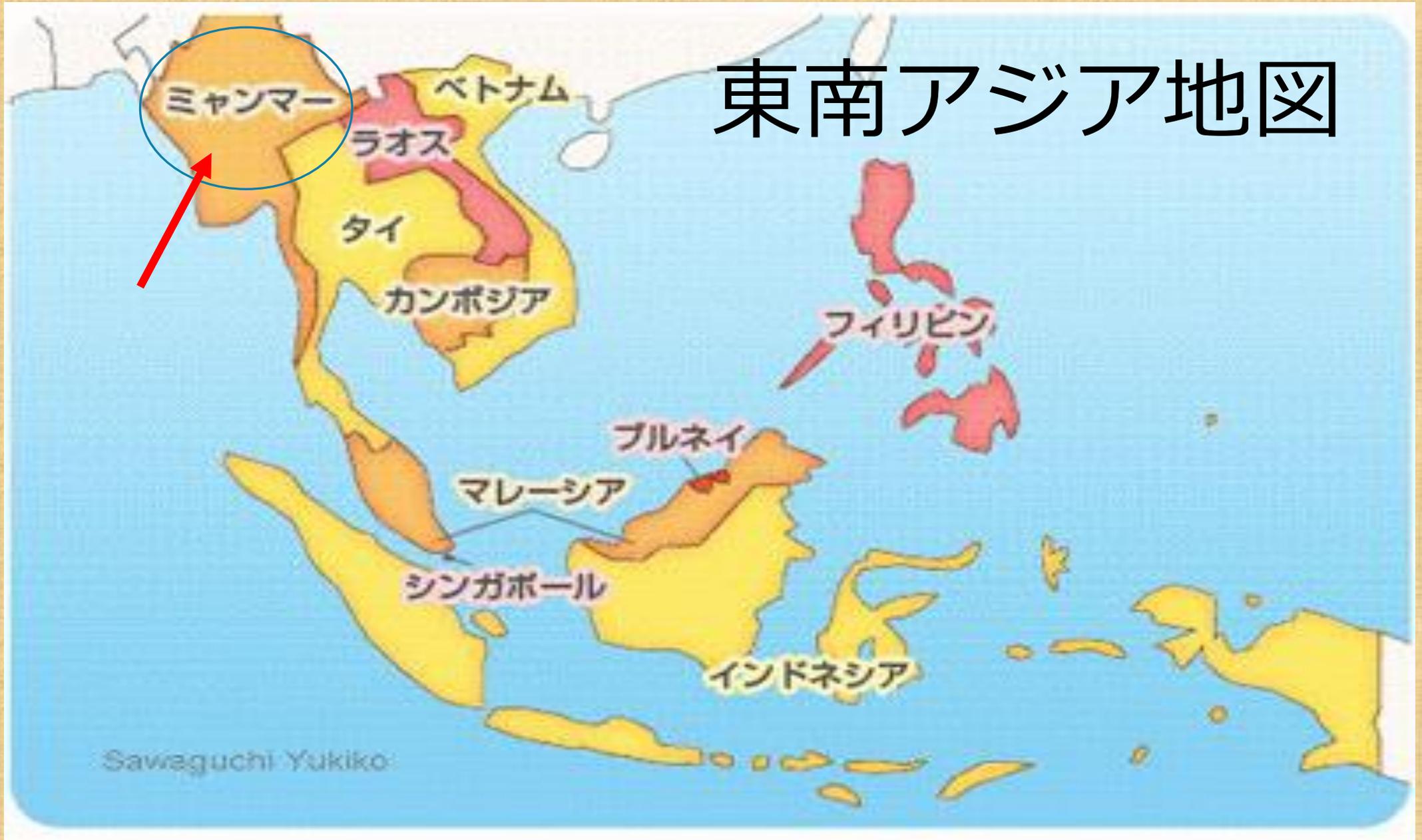
こうした支援団体と企業は別々に活動をしてたのですが、農家の収入が上がらないと根本的解決にはならないということで今回の運びとなりました。

今までは農家と日本の企業が直接つながることはなかったですが、今回は直接農家から購入することで農家へは高く買うことができ、日本企業は安く購入することができてWIN-WINの関係が築けました。

# 農家を集めた説明会の様子



# 東南アジア地図



Sawaguchi Yukiko

# 黄金三角地帯



# 黄金三角地帯とは

ゴールドトライアングルと呼ばれ、ここでは違法薬物の栽培をしており、農民が搾取されているといわれている地帯です。NGO団体らはここの違法薬物を有用植物に切り替えて収入を上げてもらおうと20年以上前から支援をしてきました。

# ミャンマー共和国



# シャン州マンダレー管区



ハトムギ



# ミャンマーの子供たち



# ハトムギの応用範囲

- お茶
- サプリメント
- 化粧品
- 医薬品

# ヨクイニン茶

- 加工は簡単
- おいしい
- 美肌のイメージがある

# オンリーワン商財になる

その根拠とは？

- マーケットにはない商品となりえること
- すぐにはまねできない商品であること
- ネーミングにヨクイニンが使えること

# SDG'sで広告が打てます。

現在のSDG's 関連の商品だったり企業イメージアップの事例

貧困地区への寄付

社員のボランティア活動支援、

銀行ではSDG's ローンとって寄付をしています。

# 達成できるゴール

このハトムギを使って商品に応用すると、

1 貧困

2 飢餓

3 健康

4 教育

が達成できます。

# 商品に記載できる内容について

## 少数民族支援プロジェクトについて

武力衝突や麻薬栽培などに苦しむミャンマーの少数民族の支援を行い、ハトムギ栽培に適した良質な土壌を活用した、すばらしいハトムギが収穫できました。このハトムギは西田精麦株式会社が国際NGOと連携し、ミャンマー政府の協力の下、栽培成功しました。

# デメリット

- まだまだ始まったばかりなので安定供給がままならない。
- 相場通り支払うので価格メリットはほぼない。

# メリット

- 事業支援の形になるので、農家の継続的な収入に繋がる
- 農業支援など行うので、技術が向上する
- 有害植物から有用植物に転作されるようになる
- 子供たちが家の手伝いをしなくてよくなる
- 学校に行けるようになるので勉強できるようになる
- 勉強ができるので学力が上がる
- 学力が上がれば将来的にミャンマーの国力が上がる。
- 日本のメーカーがただ使うだけで支援につながり、CSR活動に繋がる
- 消費者はただ商品を買うだけで支援できる
- 薬機法や景表法には関係のないSDG's 広告が安心して打てる

ご静聴ありがとうございました

