

立教大学ESD研究センター「CSRにおけるESD指針(案)」の策定に向けて、

ソーシャルビジネス・BOPビジネス とCSR

新谷 大輔

立教大学ESD研究センター
CSRチーム

Daisuke Shintani 2009

CSR × ESD

本業を通じたCSR
社会貢献活動
リスクマネジメント

CSR × ESD

社内体制構築
CSR研修
サステナビリティ教育

Daisuke Shintani 2009

ソーシャル・ビジネスとCSR

ビジネス

レスポンスブル・
ビジネス

ソーシャル・
ビジネス

Daisuke Shintani 2009

ソーシャル・ビジネスとCSR



途上国から世界に通用するブランドをつくる。

「途上国」という言葉で一括りにされた場所にも素晴らしい資源と可能性があることを伝えたい。それが、マザーハウスの使命です。途上国にある工場で、同じテーブルに向かい合い、同じ言葉で議論をし、同じ目標に向かって、一つ一つ丁寧にもの作りをしています。

同じ目標、それは、お客様の心を動かす商品を「途上国発のブランド」として胸を張ってお届けすることです。

よりよい社会をつくるために情熱をかたむける一企業の活動が、今まで「貧しさ」という暗闇の中で見過ごされてきた途上国に、希望の光を灯すことを証明したいと思います。

Daisuke Shintani 2009

ソーシャル・ビジネスとCSR

1. 生産地の個性を活かすものづくり

生産地にある資源、人、そしてアイデアを最大限活用します。



2. 労働環境の整備

クオリティを求める責任として、生産者の労働環境の改善に努めます。

3. 地球環境への配慮

素材の選定に関して、地球環境に優しいものをできる限り使用します。

4. 妥協しない品質・商品基準

お客様の満足のために、品質、デザインの発展への向上心を忘れません。

5. 生産パートナーとの販売・生産情報等の共有

バッグの販売・生産情報等だけでなく、お客様の生の声を生産者と共有します。

6. いいもの作りへ最適な契約

生産者といっもの作りへのモチベーションを保てる契約条件を維持します。

Daisuke Shintani 2009

ソーシャル・ビジネスとCSR

- マザーハウスにとってのビジネスは「バッグの製造・販売」
- カバン作りが本業だが、これがそのものがCSRということではない。本業 CSR 本業を通じたCSR
- マザーハウスの社会貢献活動

スクールバッグ提供事業

バングラデシュで、学校に行くことができない子どもたちにスクールバッグを提供。提供先: NGO「エクマツラ」の施設の子どもたち。

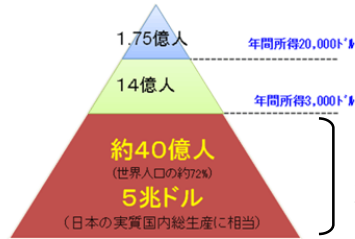
商品3000円購入毎に、ポイントカードにスタンプ。25個貯まると、1500円分の商品券が購入者に、そして1000円がこのスクールバッグ事業に使われる。

バングラデシュのサイクロン被災地での復興支援活動



Daisuke Shintani 2009

BOPビジネス



BOP層自身がビジネスの担い手(消費者、生産者、販売者)

BOPビジネスのキーワード

1. BOP層を巻き込む(パートナーシップ)
2. BOP層の生活向上(貧困削減)
3. 慈善事業ではなく本業(収益の確保)
4. 持続可能性の確保(サステナビリティ)

Daisuke Shintani 2009

BOPビジネス事例

SCOJO Visionの眼鏡事業



【先進国】通常のファッションブルで高価な眼鏡を販売。

【途上国】インド、バングラデシュ、グアテマラ、メキシコ向けに廉価版眼鏡(原価1ドル、販売価格3ドル)を投入。

仏靴メーカーのBataもCAREと連携し、同様の事業を展開。

背景

・第三世界では16億人が、眼鏡を必要としつつも、その内5%以下しか眼鏡を得られていない(SCOJO Vision推計)。

・政府機関は生命に危険を及ぼす疾病対策に専心する一方、眼鏡屋は高価な眼鏡を売りたいが 政府と市場の双方の失敗

・BOPでも視力が悪いと動まらない仕事が多い、「眼鏡を必要とする人に眼鏡を届ける」

メガネさえあれば、働くことが出来るようになる人はたくさんいる。メガネを買う機会とお金さえあれば、人々は自らの生活を変えることができる。

Daisuke Shintani 2009

BOPビジネス事例

SCOJO Visionの眼鏡事業



Scojo Vision Entrepreneurs

BOPの消費者

BOP市場における企業家のトレーニングを行う。また、マイクロ・ファイナンスを行い、起業支援。(フランチャイズ) 生産・輸送コスト単価約1ドルに対し、卸売価格2ドル 小売価格 = 3ドル

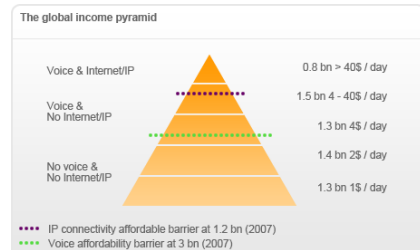
・2010年までに1百万個、2016年までに1千万個の販売計画。
・インドの大手小売企業、インドウスタン・ユニリーバ、ITCなど、強力な販売チャンネルを保有、マーケティングに強い大企業との提携を推進。

Daisuke Shintani 2009

BOPビジネス事例

例) ノキア・シーメンス・ネットワーク

世界でインターネットに接続できるのは12億人のみ。一方、電話もインターネットも接続できない人々は30億人。



Daisuke Shintani 2009

BOPビジネス事例

例) ノキア・シーメンス・ネットワーク

携帯電話 = 「つながり」の道具。デジタルデバイドを解消すると同時に、貧困層が携帯電話を使うことで新たな可能性を見出すことが出来る。また、ノキアにとっては携帯電話事業の新たな市場を拡大することができる。

- ▶ 農村に適応した携帯電話を開発。防塵性を高めた仕様、360時間充電不要モデルの開発など、BOP層の生活環境に合わせ改良。
- ▶ コスト削減のため、VoIP技術を活用することで通話コストを削減。
- ▶ 字が読めないBOP層でも利用できるアイコン中心のインターフェイス、農業や英語学習をするツールとして「Nokia Life Tools」というソフトウェアを開発し、携帯電話に搭載。
- ▶ これにより農民は農作物の市場価格や天候を自ら知ることができるようになっている。

農産物を不当な価格で買い叩かれることを防ぎ、気候に合わせた農作業が可能となる。

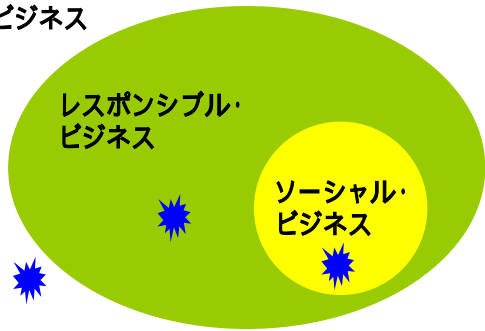
Daisuke Shintani 2009

BOPビジネスとCSR

ビジネス

レスポンシブル・ビジネス

ソーシャル・ビジネス



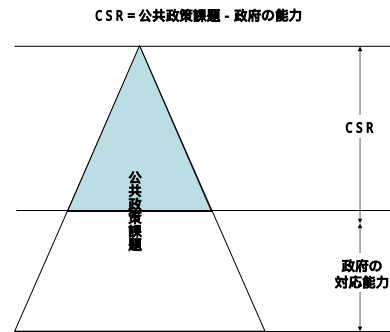
Daisuke Shintani 2009

BOPビジネスとCSR

- グローバルな共通課題とローカルの地域課題への対応
- 途上国におけるCSR…ローカルの地域課題への対応は特に必要。さまざまな「違い」の認識を前提とした対応。
- BOPビジネスにおけるCSR…よりCSRの視点が必要。
本業と社会貢献 例)ICICI 銀行(インド)
リスクマネジメント
- 行政のマネジメント能力がほとんどの場合欠如。企業自ら対応していく必要あり。
例)南アフリカ エイズ感染者 労働人口の18%

Daisuke Shintani 2009

CSR = 公共政策課題 - 政府の能力



(出所)藤井敬彦・新谷大輔「アジアのCSRと日本のCSR - 持続可能な成長のために何をすべきか」(日科技術出版社、2008年)

Daisuke Shintani 2009

ソーシャルビジネス・BOPビジネスとCSR

- 社会問題解決の視点を持つビジネスだけに、本業 = CSRだとして、CSRを意識しないでよいというわけではない。
- むしろ、社会問題解決のインパクトを最大化するためにクリアしなければならないハードルは多い。
- 地域コミュニティの課題を強く意識すべき。
地域企業のCSR「地域と共に成長する」
- 特にBOPビジネスなど途上国との関係が強い場合、「違い」を認識した対応が必要。

混乱を生みやすいため整理が必要。環境ビジネス含め、企業がより社会的な事業を目指すためのESDが急務。

Daisuke Shintani 2009

ありがとうございました。

新谷大輔

E-mail: D.Shintani@mitsui.com

HP: <http://das.seesaa.net/>

(株)三井物産戦略研究所 研究員
立教大学ESD研究センター CSRチーム研究員
立教大学大学院21世紀社会デザイン研究科 兼任講師
NPO法人 国際協力NGOセンター(JANIC) 理事
NPO法人 社会的責任投資フォーラム(SIF-Japan)
すぎなみ社会デザイン塾(夜コース) 学習支援者

Daisuke Shintani 2009