

## BOP・インクルーシブビジネス支援セミナー概要

主催：一般財団法人 貿易・産業協力振興財団

共催：国連開発計画（UNDP）

後援：経済産業省

日時：2015年1月26日（月）

【第一部】BOP・インクルーシブビジネス支援セミナー：14:00-17:30（開場 13:30）

【第二部】名刺交換会及び懇親会：17:45-19:15（開場 17:30）

場所：【第一部】国連大学本部ビル（UNハウス）3階 ウ・タント国際会議場

【第二部】国連大学本部ビル（UNハウス）2階 レセプション・ルーム

### 1. 主催者挨拶

（一般財団法人 貿易・産業協力新興財団 理事長 日下一正氏）

BOP・インクルーシブビジネスの持続的な取組のためには、「社会性」と「経済性」が重要である。

「社会性」については、途上国・新興国における社会課題解決に資する製品やサービスの提供といった、事業自体が持つ「社会性」がある。この「社会性」は、関係者には当然のこととして認識されていると思う。自分としては、そこから一步先に進み、現地での雇用創出、更には技術指導や人材育成こそが、真の「社会性」であると考えている。このような取組の積み重ねが、現地の人材やコミュニティの成長と自立につながると思う。

本日も登壇いただき、リコー、ヒロキ、白井エコセンター、日本ポリグルが、根気強く続けられている「社会性」こそ、日本企業の強みであり、日本型BOP・インクルーシブビジネスといえる。

しかしながら、「社会性」だけではビジネスとして成り立たない。「経済性」、つまり事業を拡大させて利益を継続的に生み出していくことが必要である。

BOP・インクルーシブビジネスに取り組んでいる企業の多く、特に中堅・中小企業は、事業化に向けて、資金調達の課題があると聞いている。セミナー後半のパネルディスカッションでは、金融機関にご登壇いただき、支援内容や事業評価の視点についてご紹介いただく。パネルディスカッションの議論が、今後の資金調達や「経済性」の実現に向けた糸口となることを希望する。

### 2. 共催者挨拶

（国連開発計画（UNDP）駐日代表 近藤哲生氏）

2015年は、世界の防災戦略と行動枠組みの策定、持続可能な開発目標（ポスト2015）の策定、地球温暖化に対応する新たな枠組みの採択等、国際社会の未来に向けた目標や行動の

枠組みが決まる重要な年になる。これらの目標の達成には、すべてのステークホルダーの貢献が求められるが、特に民間セクターは優れた技術や製品・サービスによってさまざまな開発ニーズに応えることが可能で、国際社会に大きく貢献することが期待される。

その期待に応えるためのインクルーシブビジネスを成功させる際にカギとなるのが、開発途上国の現地事情や制度に知見のあるNGO、UNDPのような開発機関、現地政府、そして、資金調達先となる金融機関等とのパートナーシップの構築である。

本日は、その金融機関と企業の方々にご登壇いただき、いかに社会性と経済性を一致させてインクルーシブビジネスを持続的に推進できるか、会場の皆様にインクルーシブビジネス成功への糸口を見つけていただく機会となれば幸いである。

### 3. 後援者挨拶

(経済産業省 貿易経済協力局 通商金融・経済協力課長 小野 洋太氏)

BOPビジネスに関して、経済産業省には、新興市場に対応した製品開発や新しいビジネスモデルの構築を支援していくことが期待されていると考えている。経済産業省としては、今後も、試行錯誤や工夫をしながらBOPビジネスにチャレンジしていく企業を支援していきたい。

本年4月から、新市場獲得のための試作品の製造やテストマーケティングに必要な費用を支援する新しい支援制度を立ち上げる予定。これは、実現可能性調査の次の段階を支援するもの。この制度により、現地で売れるものを開発する取組や、パートナーとの連携を支援し、成功事例の蓄積に貢献していきたい。

BOPビジネスをどう経済的に成り立たせるかが重要となる中で、ファイナンスは「経済性」を測る一つの尺度である。本日は、ファイナンスという切り口で「経済性」と「社会性」を考えていただき、皆様のBOPビジネスへの関心が深まれば幸いである。

### 4. 先行企業による事業紹介・Q&A

(1)株式会社リコー 環境推進本部社会環境室CSRグループ シニアスペシャリスト 赤堀 久美子氏

#### 【プレゼンテーション】

インドにおけるプロジェクターを活用した教育支援についてご説明したい。現在は、まだビジネス化に向けて実現可能性調査をしている段階である。リコーとしては、経営理念に「社会に対する使命」も掲げており、持続可能な社会作りに責任を果たす考えである。

ビジネスの視点からは、リコーの地域別売上高では、新興国市場の割合は小さいため、将来拡大が見込まれる新興国市場のビジネスを推進していきたいと考えている。

現在は、主に印刷物を通じて情報共有を図っているところ、今後は、デジタルデータを通じたコミュニケーションが増えていくと見込んでおり、プロジェクターもそのツールの一つと考えている。

リコーでは、社会的課題の解決と自社の成長の両立を目指す「価値創造CSR」に取り組んでおり、具体的には、インドにおける教育支援を中心に進めている。

インドでは、子供の数が多く、就学していない子どもも多く、教育サービスの質の向上、教員の研修、インフラ改善が課題となっている。市場としては、15歳未満の子供の数は3億6000万人であり、日本の22倍の数であり、学校数も日本の25倍である。2015年には、世界の教育用プロジェクターの市場の約7割を新興国が占めると見込まれている。

インドでは、都市部の一部の私立学校ではプロジェクターが使われているが、公立の学校では、机や椅子がなかったり、安定した電力供給がなかったりする場合もあり、体験を促すような補助教材も非常に限られている。

プロジェクター単体の販売ではなく、教育のソリューションを提供すべく、インドの環境やインフラの状況に合わせた適切な提案を行うことが必要となっている。パートナーとして、Save the Children（公立校調査のコーディネーター、公立校調査の実施）やJICA（資金支援、現地パートナーの紹介、他社とのネットワーキング）に協力をいただいている。

教育ソリューションの提供による新しいビジネスモデルを構築し、2016年4月にビジネスを開始することを目指している。現在は、デリ、ビハール州、アンドラプラデシュ州で、5年生の生活科（理科及び社会科の内容）を対象として調査をしている。コンテンツは、教師用コンテンツ（どうやって教えるかを提示するもの）、教室用コンテンツ（教室で学ぶ教材）、体験型コンテンツ（実際に体験してみるもの）の3つから構成されている。パイロット授業（舌や消化器の役割の授業等）を行ったところ、子供、教師ともに高い評価が得られた。

実現可能性調査を開始するまでには、今後の新興国市場と社会課題の解決の重要性について社内を説得していくことが大きな課題だった。リコーのインド支社の現場から賛同を得られたこととJICAの資金援助が得られたことが課題克服に当たって重要だった。実施に当たっては、NPOとの関係構築や現地とのコミュニケーションも苦労した点であった。

事業化に向けた課題としては、①すぐに大きな利益につながらない事業に対するリコーとしての資金の確保、②インドの公立学校における予算の確保、③複数の価格帯の製品バリエーションの確保、④他の学年、教科、州（地域）に取組を広げていくための対応等がある。

### 【質疑】

Q：このプロジェクトでは、現地の教師や父兄からインタビューをしているか。

A：実現可能性調査を開始する前後のいろいろな段階で教師や父兄からインタビューをして、定量データも取って調査している。

Q：現在のインドの教育用プロジェクター需要は11万台とあるが、現在ほどのような企業が供給しているのか。リコーの狙っている市場は他のメーカーが既に参入している市場か。リコーの優位性は何か。

A：インド市場での競合メーカーは多く、日系だけではなく、中国、韓国のメーカーもあり、価格競争も激しい。リコーが提供しようとしている商品は、大きな投資を要しない持ち運べるプロジェクターであり、コンテンツを含めたサービスパッケージとして提供することを考えている。市場としては、IT教育がまだ進んでいない学校を狙っている。

Q：実現可能性調査で使っているコンテンツは誰が作成したのか。授業でテレビは使われているのか。コンテンツメーカーとの提携の可能性はどうか。

A：現在トライアルで使っているのは既存の教材のコンテンツであり、インド政府とインドの教員が作成したもの。どの教科がプロジェクターを活用しやすいか、どこがカギとなっているかを確認して、プロジェクターの活用が効果的なものだけを体験型との連携も視野にコンテンツ化することとしている。学校にテレビはある場合もあるが、授業ではあまり使われていないと思われる。また、テレビが小さくて遠くから見にくいのも課題のように思える。コンテンツメーカーとの連携は検討していきたい。

## (2) 株式会社ヒロキ 代表取締役 権田 浩幸氏

### **【プレゼンテーション】**

エチオピア進出と今後の課題についてご説明したい。当社は革衣類の製造販売を実施しており、国内に販売店が3店舗、海外の生産拠点は中国・北京とエチオピア・オロミア州にある。「人がやらないことをすると道が開ける」という信条で、特に素材は、塗り隠さないから現れる天然の魅力にこだわっており、革の価値革命に成功した。また、独自の特殊な縫製技術を有している。

エチオピア進出以来、エチオピアの首相、大臣が来社し高い評価をいただいたほか、日・エチオピア首脳会談にも同席した。

エチオピアへ進出した理由は、エチオピア・シープ（羊の革）の品質の高さ（手袋用の素材）が魅力であり、そこから世界一の商品を世に送りだしたかったから。現地の工場に衣料用の素材の製造を依頼したところ、なかなかできず、衣料用の革の供給が可能となるまで1年程度かかった。当初はエチオピアの革を中国に輸送して中国で縫製していたが、昨年、エチオピアに現地法人を設立した（日本企業初進出）。現在、エチオピアの従業員は30名で、国立の研究機関の卒業生を採用している。現在、エチオピアには3人の日本人技術者が駐在しており、今後1名増えて合計4名となる見通し。

エチオピア政府は、近年は、（革を素材のまま輸出するのではなく）革を加工して輸出する政策をとっており、その政策によりエチオピアのなめし技術も向上している。ヒロキとしては、価格よりも、品質の維持・向上を目指すほか、一定の勤続をしたスタッフが、何かの事情で通勤できなくなった場合、在宅勤務も計画中。

エチオピアから革衣料・小物を輸出している企業は、数社しかなく、エチオピアの製品が世界の一流品となるには時間がかかる。

ヒロキの製造工場では、各従業員が生産工程全体を経験できるので、従業員を育成しやすいシステムとなっている。ヒロキがエチオピアに進出する意味の一つは、エチオピアの若者の自立支援、エチオピア製品の世界展開に協力できることである。

エチオピアは、外資による投資に対する優遇措置が充実している。インフラ整備も進んできており、人口も多い。今年4月には、日・エチオピア間で飛行機の直行便が就航するので利便性向上が期待される。エチオピアでのビジネス上の課題としては、副資材（ボタン、糸、金具、針等）が入手しにくい等がある。コスト面では、日本人の技術者の派遣費用が非常に

大きい負担となっている。エチオピアでは行政手続に時間がかかることも課題。エチオピアの法律が不明瞭だったこともあり、会社の設立許可を得るまで約1年間かかった。また、エチオピアは外貨不足のため、部品を輸入して外貨送金が可能となるまで2～3週間かかる場合もあるとのこと。

支援策としては、UNIDO、HIDA、ジェトロ、JICAによる協力は、エチオピアの事業の実施に役立っている。日本政府には、今後、エチオピアからの留学生の受け入れの拡充（高校卒業程度の学生の受け入れ）を求めたい。また、HIDAが実施している日本人技術者派遣の受け入れ補助事業は役に立っているが、1年で1社につき1人が上限となっているので、これを増やしてほしいと考えている。

<休憩>

## 5. パネルディスカッション

### ○パネリスト

- ・白井エコセンター株式会社 代表取締役社長 滝口 千明氏
- ・日本ポリグル株式会社/POLY-GLU SOCIAL BUSINESS株式会社  
代表取締役会長 小田 兼利氏
- ・株式会社ヒロキ 代表取締役 権田 浩幸氏
- ・アフリカ開発銀行 アジア代表事務所 所長 玉川 雅之氏
- ・株式会社日本政策金融公庫 中小企業事業本部 国際業務部 部長 三好 純氏
- ・横浜銀行 国際業務部 担当部長 窪田 和男氏
- ・独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ） 途上国貿易開発部長 石井 淳子氏

### ○モデレーター

- ・慶應義塾大学大学院 経営管理研究科 教授 岡田 正大氏

### 【問題意識の共有】

(慶應義塾大学大学院 岡田 正大氏)

インクルーシブビジネスは、社会性を追求するとしてもやはりビジネスであり、利益を上げて拡大再生産のプロセスにのせていく必要がある。そのためには運転資金を確保しなければならないので、資本調達的重要性は言うまでもない。

また、実は「社会性」の追求は資金調達において足かせとなるのではなく、むしろ社会的・環境的な価値を生み出していくという事業の性格自体が、新たな資金調達先を可能にしている。例えば、国際機関や政府を始めとする公的セクターからの支援や、NPO・NGOからの有形無形の支援である。それらも含めて、社会性がどのように資本調達に影響を与えるのかということが、議論すべき1つのイシューである。

### 【事業者からの事業紹介】

(白井エコセンター 滝口 千明氏)

弊社は、東京で廃棄物の仕事を行っている、従業員 100 名程度の下町の中小企業である。これまで日本の廃棄物関連企業が現地で一から会社を作ってビジネスをするということではなかったが、我々はそれを目指している。

社会性、すなわち現地の課題に対して、これまでは設備だけの提供であったが、我々は設備とオペレーションをセットで提供する。そして、教育では現地の技術者を 200 名養成したいと考えている。経済性について、現地にマーケットがあるので、圧勝するために、政府と連携しながら打ち込んでいく。事業は来年 1 月から開始予定。事業開始後は、自分がオペレーションから営業まで現地で先導する。一緒に働く現地人の研修は既に開始している。ケニアの人は非常に優秀で、人材リソースは豊富であると感じている。

(日本ポリグル 小田 兼利氏)

我々のビジネスは、貧しい人たちでも、払えるような金額で飲料水を提供するビジネスである。(水質浄化剤の実演をした後、) このように実演すると、魔法の粉みたいに誤解されるが、農薬のように浄化できない水もある。そのため、使い方を指導している。そして、できるだけ水を販売するようにしている。1 日 10L 使用する家庭が月に 1 ドル、20L 使用する家庭が月に 2 ドルと世界共通で設定している。1000L 浄化できる薬を 1 ドルで販売している。

我々のビジネスのやり方が評判になっている。仕事がないところに仕事を創出し、変化をもたらしている。大阪の小さな中小企業が、世界中の水をきれいにしたい、という世界の大きな問題に食らいついている。1 人の人間の情熱が周りを動かす、そして社会を動かす、ついには世界を変える、それを信じて頑張っている。

### 【金融機関・支援機関からの支援メニュー紹介】

(アフリカ開発銀行 玉川 雅之氏)

アフリカ諸国に対する融資を実施しているが、それ以外に、T I C A D V で提唱されたようにアフリカを投資先として付き合いしてほしいということを広く呼びかけている。その 1 つに、アフリカビジネス振興サポートネットワーク (A B - N E T) (<http://ab-network.jp/>) というネットワークを作っており、アフリカでのビジネス、BOPビジネスでどのような企業が活躍されているか紹介している。アフリカのBOPビジネス場合、3つの類型があると考えている。1つ目は、大衆層の方々に新しい「もの」やサービスを提供するもの。2つ目は、アフリカの豊かな素材に不可価値をつけて日本等へ提供するもの。3つ目は、アフリカの開発当局の優先課題(特に、農業、環境、保健・医療、教育等)に対して、民間企業のよりよい技術が提供されるというものである。

(日本政策金融公庫 三好 純氏)

日本の政策金融公庫は、平成 20 年 10 月に国民公庫、中小公庫、農林公庫の 3 つの機関

が統合して発足した。国が 100%出資し、国の政策に従って融資等を行う政策金融機関である。海外はバンコクと上海の 2 箇所に駐在員事務所がある。

海外展開の資金調達のプログラムの 1 つは、「海外展開資金」である。事業者の方が海外に直接出られてそこで事業を行うというケース、海外に販路を開拓して輸出を行うケース等において、設備資金や運転資金を融資している。

「スタンドバイ・クレジット制度」は、海外の現地法人が直接海外において、海外の金融機関から直接お金を借りるのを支援する仕組みである。海外の金融機関が、海外の現地法人に融資をされる時に、私どもが保証を行うスキームになっている。

(横浜銀行 窪田 和男氏)

横浜銀行グループは、金融面は横浜銀行本体が、金融以外は関連会社の浜銀総合研究所がご支援している。お金の面だけでなく、多岐にわたる期待に対応するために、神奈川県と海外進出支援の業務提携を組んだり、現地提携金融機関、政府系機関、現地法律事務所等と連携している。

取引先の海外進出状況に応じて、体制を強化している。一番進出先数が多い国の中国には支店を、次のタイでは駐在員事務所を開設している。海外現地法人の資金調達は、親会社、銀行から借入をして、出資金または転貸資金として融資をされるケースがある。次に、子会社の現地法人が直接横浜銀行の国内支店にてクロスボーダーで調達されるケースがある。最後は、スタンドバイ・クレジットである。売上が現地通貨建で上がってくる場合、運転資金も現地通貨で借りたいというニーズがある。

(ジェトロ 石井 淳子氏)

ジェトロは、直接資金調達に関するサービスは有していないが、国内・海外あわせてのネットワークと連携しながら、国内の企業様の海外進出支援をしている。自分が所属している途上国貿易開発部では、南西アジア、アフリカといった超新興諸国の事業支援を行っている。

BOP 層とその上のボリュームゾーンを対象としたビジネスについては、日本企業のニーズが多い 11 か国に、現地在住でビジネス事情が分かるコーディネーターを置き、日本からでは分かりづらいことを現地で調査したり、受容性評価のためのテストマーケティングを行ったりと、個別の企業様それぞれのニーズに応じたサポートを行っている。本日お帰りになったら、ジェトロの「BOP・ボリュームゾーンビジネス支援」のホームページ (<http://www.jetro.go.jp/theme/bop/>) を是非ご覧いただきたい。

## 【資金調達に関する係わる課題】

(ヒロキ 権田 浩幸氏)

今回の投資における調達先は、メインバンクの横浜銀行さんと日本政策金融公庫さんの 2 社が一番多い。日本の会社の仕入資金や運転資金に回すのではなく、海外の会社の為に使うという目的を持っている。そのため、リストを提出したり、横浜銀行さんの当座から

海外に送金したりという明確さは求められた。一般的に、銀行は実績で審査をされていると思う。投資と異なり、ケース・バイ・ケースであるが、本体の実績が悪いと融資してもらえないということが考えられる。

(日本ポリグル 小田 兼利氏)

ヒロキさんの場合は、国内の信用で見られているが、私はほとんど海外なので、金融機関をあてにしていない。国や、金融機関は、大きい実績のあるところは相手にするが、特に小さな企業は実績がないと相手にしない。

BOPビジネスはハイリスク、ハイリターンである。途上国にはどういうニーズがあるか、事業が成功したらどれだけ自分の銀行が社会貢献できるか、自分が融資している企業がどれだけビッグな企業になるか、素晴らしいハイリターンの面も十分に分かってもらわなければならない。是非、現地を見ていただきたい。そうでないと中小企業は支援してもらえない。

(白井エコセンター 滝口 千明氏)

設備投資を20億円程計画している。運転資金は1.5億円で、プラスアルファあれば経営の選択が広がる。現地で商売をするには、スピードが勝負。決裁者同士の打合せが重要で、決裁の持ち帰り自体が機会損失である。経営判断を鈍らせないような資金調達が必要だと思う。野球に例えると、ピッチャーが何を投げってくるか分からないので瞬間的に反応しなければならない中、監督（資金調達をいただける方）に、バッター（自分）が打ちたいと言った時に、打ちたい理由を書類で100枚出せと言われるようなものだと思う。そういうのでは困るのでやはり自由度が高い方がよいと思う。

## 【金融機関の実情、事業評価】

(アフリカ開発銀行 玉川 雅之氏)

アフリカビジネスのデッドファイナンスの1つは、国や公共セクターがやるものがある。2つ目は、国は保証しない飛行場、電力会社、港湾等の分野である。そして、マイクロファイナンスのような民間金融機関向けの融資がある。しかし、アフリカでは、金利が高い、期間が短い、融資審査は慎重だがリスクが高く貸せないという状況である。

自己資本の調達について、1つは企業が上場して公開株式市場で資金を調達する方法があるが、アフリカの場合は証券取引場が発達していないので難しい。だから、日本企業に事業パートナーになって、お金を持ち込んでほしいと考えている。そして、銀行から資金調達ができないため、PEファンドから出資を受けるケースが増えている。アフリカは、ハイリスク・ハイリターンなので、PEファンドのレートは20%くらいだが、上手くいっている場合は、5年で元本を回収できる。

将来的には、PEファンドが日本でもできる余地があるのではないかと。豊田通商さんのファンドをモデルにしながら、開発援助機関や政策銀行が出資することをベースとして、民間企業が出資をして、BOPビジネスのファンドができるかもしれないと思っている。



(日本政策金融公庫 三好 純氏)

私どもは、基本的には、返済可能性に基づいて融資の可否を判断している。ある程度の形が出来上がった企業については、決算書に基づく財務内容や事業計画を確認し、必要に応じて経営者の方にお話を伺ったり、本社や工場を見せていただいている。

創業融資制度にも力を入れているが、事業実績がない場合は、決算書に基づく審査ができないため、創業計画書を出していただき、審査する。書いていただく内容は、創業の動機、目的、将来的なビジョンのほか、商品、サービス、技術の特徴等である。それらが販売先のお客様と合っているか、市場としてこれから期待できるか等を確認させていただいている。それから、設備投資を計画されている場合は、投資金額が一般的な水準から見て妥当かどうか、また、事業を始めて、利益が出るまで時間がかかる場合もあるので、その間資金がまわり事業を続けられるかも確認している。

(横浜銀行 窪田 和男氏)

横浜銀行の海外に対する紐付き融資は約 27 か国で行っているが、先進国の方が多い。件数ベースでは、親会社経由の出資金ローンや転貸等は約 5 割。現地法人がクロスボーダーで調達されるのは約 3 割、現地の金融機関や現地の支店を通じて融資を受けていただくのは約 2 割である。圧倒的に親会社経由が多い。特に中国やタイ等の現地の金融環境がある程度整備されている国では、現地の金融機関から現地通貨建てで調達されるケースが多い。ベトナム等、金融環境が未発展の国は、出資金を多めに持っていきよう親会社に融資をする。審査のポイントは、投資規模が企業の体力にあっているかである。金融機関で取れるリスクは取って支援したいと思っているが、展開したことによって思わぬリスクを抱え本体の事業自身も傾いてしまうケースもある。そこは、金融機関として注意をして、融資先の社長様とよく相談をしながら対応していくということだと思う。

#### 【質疑】

Q：日本公庫の方にお伺いしたい。社会性という言葉が出てこなかったが、社会性についてどのように考えているのか。

A：社会性については、融資制度の中で評価させていただいている。政策の中で、特に重視するものについて、「特別貸付」が設けられており、金利や融資期間等について優遇している。

#### 【総括】

(慶應義塾大学大学院 岡田 正大氏)

資金の受け手と出し手には、明らかにある種のせめぎ合いがあるのは否めない。会場からご指摘のあった「社会性」について、経営・ビジネスの視点から申し上げる。社会性を追求しているので、経済的なリターン、もしくはその見通しにおいて多少なりとも妥協してよいという感覚になると、ビジネスとして成功する確率も落ちると思う。経済的なビジ

ネスとして成立することと、社会的課題を解決できるということを共に高度に追求していく、つまり両者の相乗効果があるのだという論理で資金の出し手を説得していくと、より伝統的なリターン優先の投資家資本市場も動いてくる。ハードルは極めて高いが、そこをゴールとしていかなければならないと、個人的には思っている。

## 6. 総括コメント

(政策研究大学院大学 教授 大野 泉氏)

### 【プレゼンテーション】

私からは、4点程申し上げたい。まず第1点は、私たちが住んでいる世界はますますC o o - c r e a t i o n (共創)とC o m p e t i t i o n (競争)の時代になっていくと思う。BOP・インクルーシブビジネスというのは、世界と日本の新しい未来への投資であり、日本の企業が良さを生かした形で価値を使って貢献できるということである。

第2点は、インクルーシブビジネスは色々なエントリーポイントがある。1つは、地球規模の課題、途上国の国づくりをお手伝いしていくものである。もう1つはチャンピオン商品アプローチである。また、今日お話には出なかったが、メガプロジェクトと組み合わせるその恩恵を広く波及させるアプローチがある。

第3点は、とは言うものもやはり難しいというのが、BOP・インクルーシブビジネスだと思う。リコーさんから、社内の説得は難しいという話があったが、リコーさんの説明から、何が重要な鍵か見えてきたのではないかと。ビジネスソリューション事業部が調査の企画、ビジネスモデルの構築に責任を持たれて、CSR部門と一緒に働いて働く。NGOやリコーさんの現地の方を巻き込んでいる。要素が非常に上手くかみ合い、私は成功すると強く信じている。

ヒロキさん、白井エコセンターさん、日本ポリグルさんの場合は、経営者の想いは強く、絶えることはない。むしろ、大企業以上に中小企業は、コストやリスクを避けるための色々な工夫が必要になる。そういった意味では、ジェトロ、HIDA、JICAのような支援が非常に有用である。また、中小企業に非常に身近な地銀や信金が、ここ数年海外展開支援に積極的に取り組んでいることは非常に歓迎したい。さらに欲を言えば、パートナーとなるような、組織・財団・企業・NGO等の現地のプレーヤーと一緒に取り組んでいくことを支援できる仕組みがあるとよい。

最後に、共創と競争の時代だからこそ、日本発のBOP・インクルーシブビジネスが非常に重要な貢献ができると思っている。一緒に人を育て、現地の目線で一緒にやっていくというように、日本の企業や日本の援助機関の全てが、重要なエレメントを持っているのではないかと。本日、資金面の具体的な話を伺うことができた。是非次の新しい支援スキーム、あるいは皆様の活動に繋げていただきたいと思います。

(以上)