

ダノンとグラミン銀行が合併 貧困層に“栄養”と“雇用”を提供

文/サステナビリティ社 ジョン・エルキントン 訳/伊藤和子

社会起業家とグローバル企業が互いの強みを生かせば、地域に大きく貢献するビジネスを持続的に運営できる。仏大手食品ダノンとノーベル平和賞に輝いたバングラデシュのグラミン銀行との合併事業はその好例だ。

仏サッカー界の英雄ジダンが昨年11月、バングラデシュの首都ダッカの北160kmに位置するボグラに建設された食品工場で、操業開始のテープカットをした。この工場は、仏大手食品のダノングループとバングラデシュのグラミン銀行が昨年設立した合併会社、グラミン・ダノン・フーズの第1工場である。グラミン銀行は世界初の貧困層向けの小口無担保融資「マイクロ・クレジット」を事業化したことで知られる。

新会社の使命は、バングラデシュの貧しい人々に安くて栄養価の高いヨーグルトを提供すること。そして、事業を通じて地域経済を振興し、貧困を軽減すること。短期的な利益ではなく、最大限の地域貢献を目指す。活動の拠点となるのは、将来的にバングラデシュ全土に50カ所建設されるヨーグルト工場である。

貧困や環境などの問題解決に企業活動が果たす役割は極めて大きい。だが、事業を成功させるには、地元のニーズやコミュニティの仕組みを熟知する必要がある。こうした取り組みで、企業のパートナーとして活躍が期待されるのが、ビジネスを通じて社会問題の解決を目指す「社

会起業家」と呼ばれる人々だ。

その代表格が、1983年にグラミン銀行を創設し、昨年ノーベル平和賞を受賞したムハマド・ユヌス総裁である。高利貸しに頼らざるを得なかった貧困層に、小額ながら商売の元手を無担保で融資する仕組みで、経済的な自立を支援してきた。

新会社の事業は、グラミン銀行とダノン双方の強みを生かしたものだ。この事業の主眼は、ビタミンやミネラルを強化したヨーグルトでバングラデシュの子供たちの栄養状態を改善することにある。80g入りの商品を比較的安価な約5タカ(約9円)で販売する。工場では地元の人々を雇うだけでなく、原料の生乳や糖蜜も地元の農家から仕入れ、販売と配達も地元の人々に委託する。酪農家や販売店には、マイクロ・クレジットで資金を融資し、技術指導も行う。収益を新工場の建設に再投資することで、拠点を増やしていく。

ダノンのフランク・リブー会長は

仏大手食品のダノンは、売上高の35%を占める発展途上国への支援に積極的に取り組んでいる



写真提供/ダノン

この事業を、「ポジティブなグローバル化」推進の一環と位置付け、「自己満足の」慈善事業ではなく、あくまでビジネスとしての投資であることを強調する。

既に、ダノンの売上高の35%は発展途上国が占めている。特に、アジア太平洋地域には約100カ所の工場があり、全世界で約9万人いる従業員のうち、半数がこの地域で働いている。ダノンは、バングラデシュ向けの栄養補助食品を、将来的には先進国の市場にも投入することを検討している。新会社はダノンに直接的な利益はもたらさないものの、商品開発の舞台を提供することになる。

ユヌス総裁は、「我々の取り組みは小さな一歩にすぎないが、そこから芽吹いた新世代のビジネスが大きく育ち、経済を根底から変革するだろう」と自信を強める。世界ではほかにも多くの社会起業家と大手企業が提携を模索しており、今後こうした事業が次々に生まれるだろう。