

アフリカ市場のBOPビジネス

大東文化大学 Bチーム

松永健吾 藤原美来

市嶋優也 田村茉紘

仲村舞花

味の素

ガーナ栄養改善プロジェクト

Eat Well, Live Well.

Aj
AJINOMOTO.



企業概要

味の素株式会社

- 創業：1909年5月20日
- 従業員数：単体3,401名（2020年3月31日現在）
連結32,509名（ // ）
- 売上高：1兆1,000億円
- 資本金：79,863百万円（ // ）

Eat Well, Live Well.

Aji
AJINOMOTO



活動を取り巻く環境・背景

ガーナ(BOP層)の抱える課題

⇒ 乳幼児の栄養不足、死亡率の高さ

人生最初の1000日

[原因]

離乳食に必要な栄養素が不足している

農村部で一般的なkoko

kokoとは 

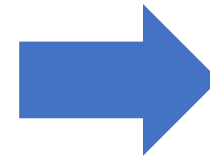
…ガーナの伝統的な離乳食
(発酵したトウモロコシから作られたお粥)

不足している栄養素

×タンパク質(アミノ酸)

×ビタミン

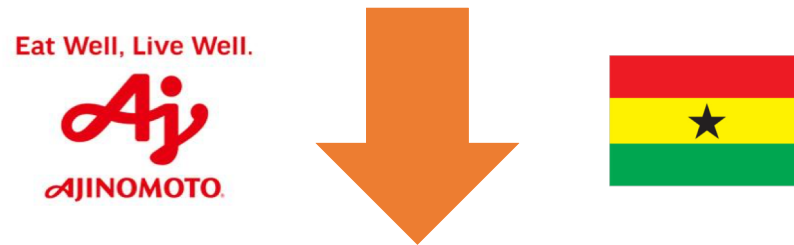
×ミネラル



栄養失調

味の素の強み・活動のきっかけ

食品とアミノ酸に関するノウハウ、経験



2009年、創業100周年記念事業として、
「ガーナ栄養改善プロジェクト」開始！

プロジェクト概要

パートナー

現地生産

流通ネットワ
ークの構築

栄養改善

製品開発

栄養教育

現地ニーズ
の理解

パートナー

GHS

ESM

Yedent

University
of Ghana

Eat Well, Live Well.

Aj

AJINOMOTO.

JICA

INF

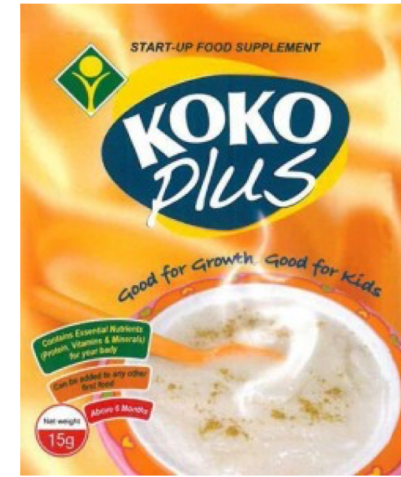
JOICEP

Care

World
Vision

製品開発

KOKO Plus



伝統的な離乳食「koko」に加えることで、不足している
栄養素を補うことが出来る栄養サプリメント

現地生産

現地で調達された大豆などを使用



- ◎農業振興
- ◎雇用促進



- ◎持続可能なビジネス
モデルの構築

現地ニーズの理解

- Acceptable : 地元の食文化を尊重する
- Affordable : 購入可能な価格で入手できる
- Aspirational : 母親が子供にその食品を与えることを誇りに思う

⇒ これらの要素を満たすことが重要!

流通ネットワークの構築

「最後の1マイル問題」

途上国共通
の課題

革新的な流通システムの確立が必要

女性販売員による普及、販売の仕組み

女性の社会経済的な権利の拡大

栄養教育

GHSやJICA、現地NGOとの連携



BOP層の母親へ

「栄養摂取の重要性」 を伝える啓発活動



日本ポリグル株式会社

安全な水と水ビジネスの提供

～病気と貧困から人々を救う～



企業概要

日本ポリグル株式会社

理念

「世界の人々が安心して生水を飲めるようにする」

本社所在地→大阪府

代表取締役→小田 兼利

設立→2002年1月(平成14年1月)



事業内容

- ・凝集剤の開発・製造・販売
 - ・汚水処理システムの構築
 - ・汚水処理のコンサルタント業務
-
- ・ **ポリグルタミン酸の研究・用途開発**
→ **BOPビジネス**

活動を取り巻く環境・背景

アフリカの水質問題



- 世界で6億6,300万人もの人が未だに安心して水を飲めない
→その半数近くがサブサハラ以南のアフリカに集中(約3.5億人)
- 泥や細菌、動物の糞尿が混ざった飲み水に適さない水源
→年間約30万人、毎日800人以上の乳幼児が下痢症で命を落としている

原因

- 内戦や紛争で水道施設がない環境に置かれてしまう
 - インフラ整備が完全でない
 - 浄水処理ができない
 - 貯水施設自体がない



プロジェクト概要

ポリグルタミン酸



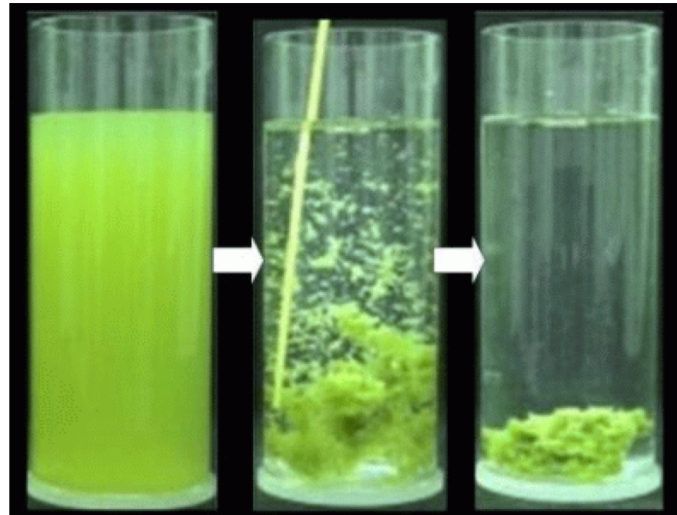
納豆のネバネバの主成分と同じ成分

水質浄化剤

ポリグルタミン酸とカルシウム化合物などを混合して開発



1グラムで10リットルの水を浄化



40か国に出荷されているPG α 21Ca

販売価格

- 100gで1ドル
- 給水塔の設置は1台2万ドル

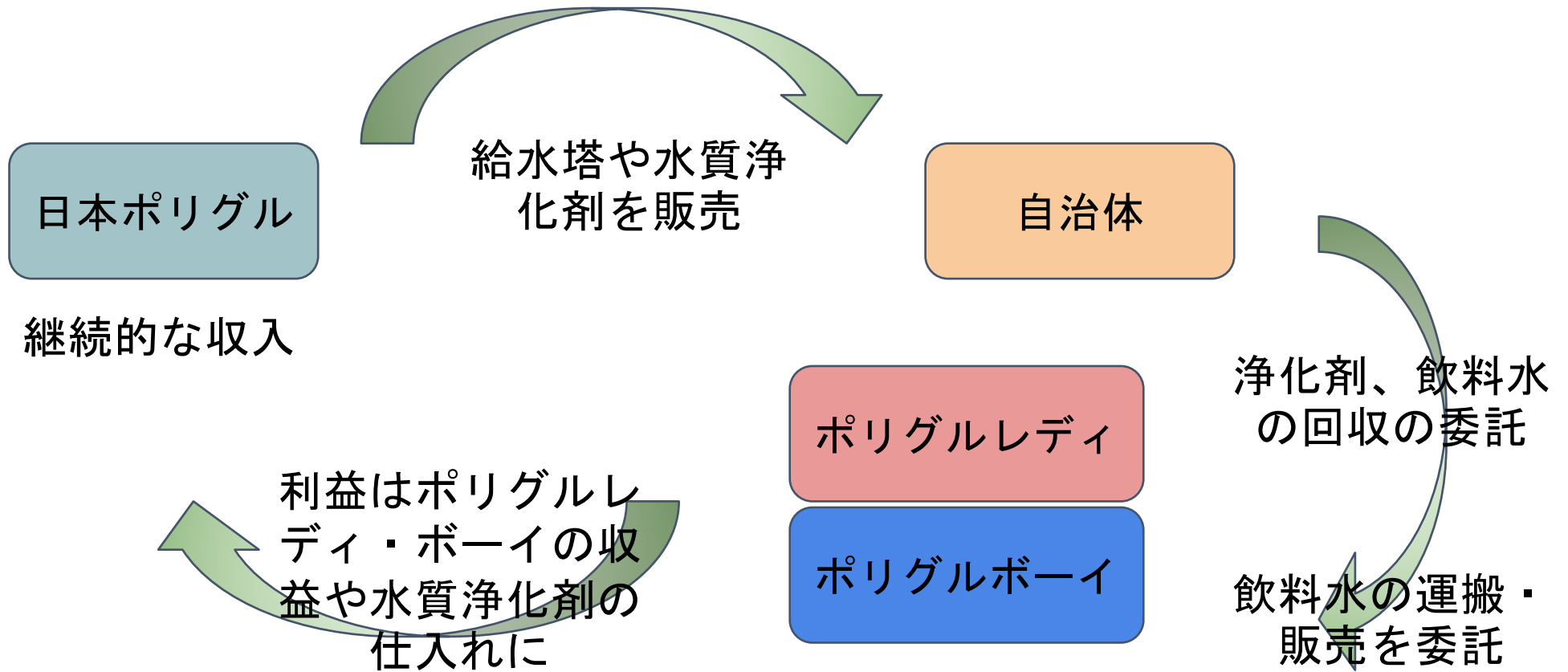
売上高は10億円以上になる。

現在550万人に水を供給し、世界全体の



比較的安価な値段で提供している

農村経済を回す取り組み



SWOT分析

味の素株式会社

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	<p>【強み】</p> <ul style="list-style-type: none">・ 食品とアミノ酸に関するノウハウ、経験・ 海外売上比率が高い・ ブランド、知名度	<p>【弱み】</p> <ul style="list-style-type: none">・ 安全性に関する問題・ 輸送費
外部環境	<p>【機会】</p> <ul style="list-style-type: none">・ 乳幼児の栄養不足・ 現地の健康志向の高まり・ 女性販売員(女性の社会進出)・ 現地パートナー	<p>【脅威】</p> <ul style="list-style-type: none">・ 食の安全に対する問題・ 模倣されやすい、競争・ 文化の違い

日本ポリグル株式会社

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	<p>【強み】</p> <ul style="list-style-type: none">・ 水の浄化技術・ ポリグルレディ・ 低価格・ 海外市場での売上実績	<p>【弱み】</p> <ul style="list-style-type: none">・ 知名度、ブランド力
外部環境	<p>【機会】</p> <ul style="list-style-type: none">・ 現地の水質問題への意識・ 水道設備が整っていない現地の環境	<p>【脅威】</p> <ul style="list-style-type: none">・ アフリカ市場のみでしか通用しない (文化・利益の問題)・ 既存の技術が優先され、実績のない小さな会社には相手にされなかった



~2社のSWOT分析から比較して~

BOPビジネスの重要ポイント



★海外市場での信頼、売上実績

★自社の強みを活かして現地の問題を解決

★女性の社会進出に貢献

参考文献

- https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/?scid=pr_ot_pc_cojph_ead_company
- http://www.theajinomotofoundation.org/wp-content/uploads/KKP_ja.pdf
- https://www.jica.go.jp/priv_partner/case/release/bop_gha01.html
- <http://www.poly-glu.com/>
- <https://president.jp/articles/amp/13915>

ご清聴ありがとうございました