

国内外の課題と向き合う実践者に学ぶ 社会課題を解決する ビジネスのつくり方

MITSUI MIRAI CHALLENGERS AUDITION

ゲスト：田口一成氏（株式会社ボーダレス・ジャパン 代表取締役社長）
モデレーター：平尾 譲二（株式会社アルファドライブ 専門役員 / POT Institute 研究所長）

「社会課題」と聞いて、何を思い浮かべますか？ 貧困問題や児童労働の問題など、さまざまな課題があります。そして、こうした課題は遠く離れた場所で起きているのではなく、私たちのすぐ近くにも潜んでいます。

三井みらいチャレンジャーズオーディションの事業・社会活動部門は、こうした社会課題をビジネスや社会貢献活動で解決するアイデアを公募するオーディションです。その参加者に向け、ソーシャルビジネスが成功するポイントや考え方について、株式会社ボーダレス・ジャパン代表取締役の田口一成氏が講演しました。

大きな社会課題に立ち向かう協業の仕組み

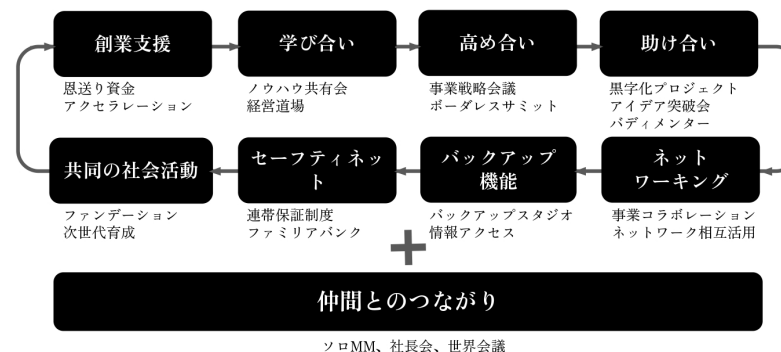
ホームレスの再就職や人口減少、難民の就労……。これらは全て、すでに支援が始まっている国内の社会課題です。

田口氏は、より多くの社会課題をビジネスで解決するため、「社会起業家」が生まれる仕組みづくりに取り組んでいます。社会起業家とは、社会課題をビジネスで解決しようとする人のことです。ボーダレス・ジャパンは、現在世界13カ国で48の事業を展開しています。

田口氏が経営するボーダレス・ジャパンには、「カンパニオ」という独自の仕組みがあります。社会起業家を集めて戦略やノウハウなどを共有し、仲間として協力しながらビジネスを成長させていく仕組みです。

カンパニオとは企業を表す「カンパニー」の語源になったラテン語。「共にパンを分け合う仲間」という意味で、ひとりでは成し遂げることが難しい大きなことを成し遂げるために、カンパニーがつくられたといえます。田口氏は、大きな社会課題に向き合うときには、カンパニオの考え方が必要だと話します。

支え合い高め合うコミュニティ カンパニオの仕組み



「私は、1社だけでは良い社会をつくることができないと思っています。本当に大きなことを成し遂げるためには、皆で力を合わせてもいいのではないかと。社会起業家が支えあって共に成長する仕組みとコミュニティが必要ではないかと考えています」(田口氏)

社会課題の解決と、ビジネスを両立する考え方

大きな社会課題に向き合うソーシャルビジネスは、どのようにして立ち上げられるのでしょうか。ミャンマーの農業の課題を例に、考えてみましょう。

中心部から離れ、地図に載っていないミャンマー東部のリンレイ村には、深刻な問題がありました。問題を引き起こしていたのは、葉巻タバコの原料となる「タナベ」の栽培です。この地域に住む人はほとんどがタナベの栽培に従事していましたが、健康被害や土壌汚染、高利なブローカーの介入など、さまざまな問題がありました。



葉巻タバコの原料になる「タナベ」

タナベ栽培に従事する人たちは、農薬や化学肥料などを購入するためのコストが増え、その資金を月に1割という高利で資金を貸し出すブローカーに頼るといふ悪循環に囚われていたといいます。

生活に困窮した末に16歳の息子を国外の出稼ぎに送り、連絡が取れなくなってしまった農家もいたそうです。

そこでボーダレス・ジャパンは、生命力が強く、農薬を使わずに育てられるハーブの栽培を提案しました。現地で1年間の試験栽培を行い、植え替えのための資金も提供。そして、多くの農家がタンポポやジンジャーといったハーブティーの原料になるハーブの栽培を始めたといいます。

現地での試験栽培、農家への資金貸し出し、栽培研修……多くのコストがかかるハーブを、どのように売れば利益が出るのでしょうか。ビジネスと社会課題の解決をサステナブルに続けていけるような売り方を考えることこそ、ビジネスパーソンの腕の見せ所だと田口氏は話します。

「簡単にいうと、400円で売られているハーブティーを800円で売るためにはどうすればいいか、という話です。他の商品と同じ価格で売っていても、コストを回収し、農家に利益を還元することができません。これはあらゆるソーシャルビジネスで考えるべき問題です」(田口氏)

ボーダレス・ジャパンは、このハーブを「授乳期の母親用のハーブティー」として売り出しました。昔から母乳が出ない時に使われていたというハーブのブレンドを助産師やメディカルハーバリストと協力しながら開発したといいます。その結果、利用者数やハーブの輸入量は5年連続で右肩上がりの成長を見せています。現在では88万人が利用し、年間30万トンを入力しているそうです。

逆境に立ち向かい続けるために必要な「コンセプト」づくり

ソーシャルビジネスを成功させるための考え方について田口氏は自身の経験を踏まえて説明します。田口氏は、19歳で栄養失調に苦しむ子供のドキュメンタリー映像を見て国際協力NGOを訪ね、社会課題解決の現状を知ったといいます。

「NGOの人に、『私たちの活動は確かにいいことだと思うけれども、お金の制限があって活動できないことが多い。だから、本当に社会課題を解決したいならお金をコントロールできる状況をつくらな」といけな」と言われました」(田口氏)

そこからアメリカでビジネスを学び、帰国後会社を立ち上げようとしたのですが資金提供を得られず、自己資金で起業。しかし、何度も大きな壁にぶつかったそうです。

「NGOのファンドレイザー（資金提供を呼びかける人）になり、資金を集める仕事をした方がいいのではないかと考えた時もありました。しかし、途中で諦めませんでした。成功の秘訣というものがあるならば、辞めないこと、これに尽きると思います」（田口氏）

◎一番学んだこと

成功の秘訣＝辞めないこと

→ 何のためにやるのか？

辞めない気持ちを貫くために必要なのは、そのビジネスを営む理由に心から納得することだといえます。

ソーシャルビジネスをはじめる際には、ビジネスモデルを考えなくてはけません。しかし、いきなりビジネスモデルを想像するのではなく、その前に「この課題を解決したい」と思えるものがあつたはず。そしてその課題を明確に捉えるために、「ソーシャルコンセプト」を立てることが重要だといえます。

ソーシャルコンセプトとは、「社会でどういう問題が起きていて、その本当の原因は何なのか。それはどうすれば良くなるのか」をまとめたもので、これを明確にすることが、途中で辞めずにビジネスを続ける秘訣だといえます。

ソーシャルコンセプトを構成する要素となるのは、以下の3つです。

1. 現状

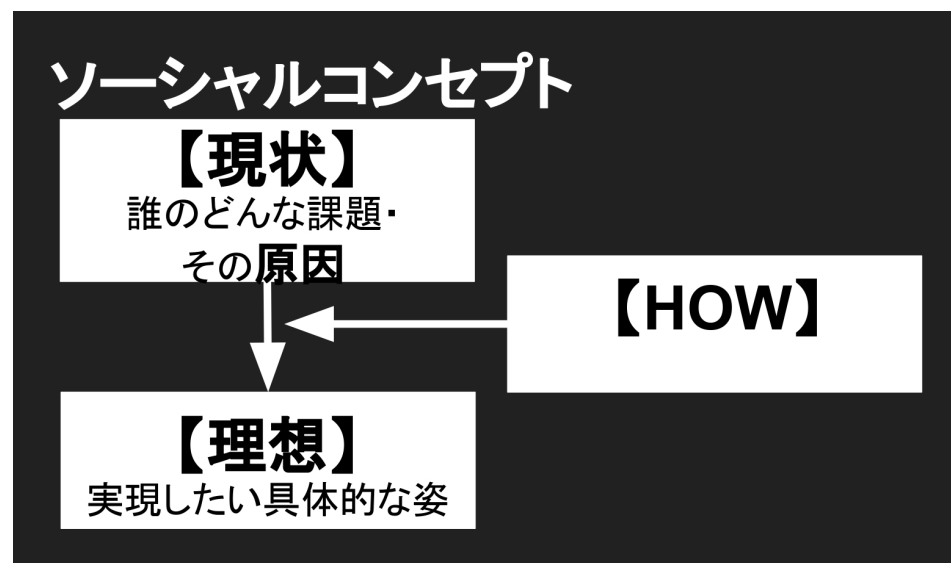
誰のどんな課題がどう原因で起きているか。

2. 理想

課題が解決されると、どんな社会になるか。

3. HOW

現状と理想のギャップを埋めるために、課題の原因へどのような対策をすれば良いか。



社会課題を解決するアイデアを思いつき、ビジネスにするケースがよくある失敗例だといえます。課題に対する対策ではなく、課題を引き起こす原因を掘り下げ、それを解決する対策をとることが重要です。

ミャンマーのタバコ農家の課題を例に考えると、以下のように整理できます。

1. 現状

市場取引による「マーケットプライス（市場価格）」に依存しているため、小規模農家の収入が不安定で借金から抜け出せない

2. 理想

安定的かつ適正な価格で作物を販売でき、安心して農業を営み家族皆で暮らすことができる

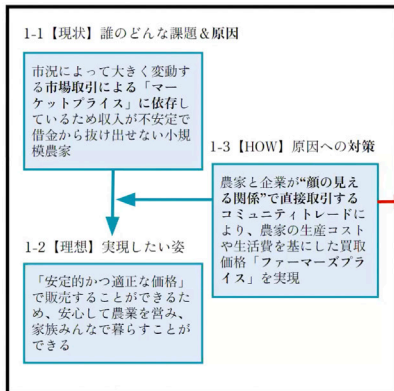
3. HOW

農家と企業が顔の見える関係をつくって直接取引することにより、農家の生産コストや生活費を担保できる買取価格「ファーマーズプライス」を実現する

このようにソーシャルコンセプトを整理した上で、コンセプトの実現を阻む制約を加味し、ビジネスコンセプトを組み立てていくという流れで進める必要があるといいます。

ビジネスモデル AMOMA

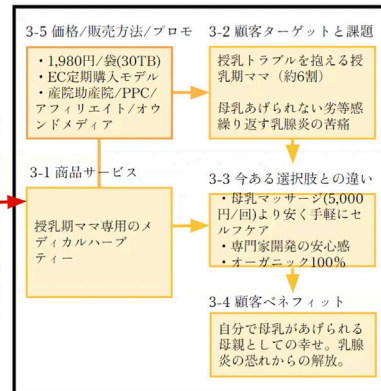
1. ソーシャルコンセプト



2. 制約条件

無農業/できるだけ栽培コストがつかからない作物
高い買取単価を実現できる高付加価値商品
リンレイ村260世帯に対して全量買取保証ができる位のある程度大きなマーケット

3. ビジネスコンセプト



ミャンマーのタバコ農家の課題を例にしたビジネスコンセプトの立て方

「ソーシャルコンセプトをしっかりと立て、制約条件を基にしてビジネスモデルを考えていく。その上でビジネスに取り組むからこそ、社会のあり方を変えていくことが可能になるのです。目的に直結しているビジネスにはやりがいを感じることができ、辞めずに続けることができる。だからこそ、

結果的に成功するのです」(田口氏)

ソーシャルビジネスを始める人へ贈る、「3つの心掛け」

最後に、田口氏はこれからソーシャルビジネスに挑戦する人に大切にしてもらいたい3つの考え方について述べました。

① 難しい≠無理

難しいことと、無理なことを同列に語りがちですが、いざやってみると無理ではないことが多くあります。難しい理由やできない理由を考えるのではなく、常に可能性を探っていくことが大事だと田口氏は強調します。

② ピンチはチャンス

ピンチのときには、何かを変えないといけないサインが示されているものです。

そのため、そうしたサインを見逃さずに工夫を施すことで、

新しいものが生まれるチャンスに変わるといいます。

③ 他人と比べない

成功しているソーシャルビジネスと比べ、自分が無力に感じることもあるかもしれません。しかし、社会課題への貢献は微力でも無力ではないと田口氏は話します。課題解決のための動きは小さいものであっても、自分を信じて行動をし続けることが大事だといいます。

あなたのひとしずくで
社会が動く
みんなのひとしずくで
世界が変わる



社会課題をひとりで解決することは果てしなく、難しいと感じる人も多いかもしれません。だからこそ、微力だとしても自分ができることをやるという気持ちが大切だと、田口氏は話します。

三井みらいチャレンジャーズオーディションでは、そのための第一歩を踏み出す人を応援しています。応募方法は以下の通りです。

対象

- 日本に在住する2024年3月31日時点で16歳以上31歳未満の人。
- 性別・学歴・職歴・国籍は問いません。

特典

- 活動に対する支援金として一律500万円の提供（初年度）
- 活動状況や資金ニーズに応じた追加の支援金の提供（2年目からの最長3年間）
- 三井グループによるバックアップサポート

締切

2023.10.31 (tue) 23:59

詳しくは応募要項をご覧ください。

応募はこちらから



田口 一成

ボーダレス・ジャパン代表取締役社長

1980年生まれ、福岡県出身。早稲田大学在学中に米国ワシントン大学へビジネス留学。卒業後、株式会社ミスミ（現ミスミグループ本社）を経て25歳で独立し、ボーダレス・ジャパンを創業。現在、世界13カ国で48のソーシャルビジネスを展開し、従業員は約1500人。グループ年商は75億円を超える（2023年7月現在）。日経ビジネス「世界を動かす日本人50」（2019年）、Forbes JAPAN「日本のインパクト・アントレプレナー35」に選出された。著書に、『9割の社会課題はビジネスで解決できる』（PHP研究所）がある。