

Tomowel共同印刷株式会社御中 講演内容

※使用スライド

<https://docs.google.com/presentation/d/1tT99ubXtU16rrUh9fO5OUoRmy0LjEFMtOKD9qe6dp8U/edit?usp=sharing>

スライド1:

Doing Charity by Doing Business Innovation Mindsetとは

Go Innovationの企画として、今回NPO法人せいぼの代表理事としてお話をさせて頂く山田真人です。

弊団体は、アフリカのマラウイで学校給食支援をしている団体です。

Innovationの基本とは、多くの場合既にあるいくつかの要素で、一見繋がりが見えないが二つのものが合わさることで、新しい方向性を創出でき、そこから公益性の高い効果を生み出せる力と考えられると思います。

私が働く非営利組織の世界でも、こうしたInnovationの力を多く感じる場合があります。

今回は、その働きを象徴しており、私がまさに今の仕事に着ききっかけとなった、最初に就職した会社の社長からもらった言葉であるDoing Charity by Doing Businessをタイトルにしました。

そして、そのInnovationから生まれた事業の一つとして寄付型スペシャルティコーヒーブランドのWarm Hearts Coffee Clubもご紹介します。

※Warm Hearts Coffee Clubについて

<https://www.charity-coffee.jp/>

スライド2:

今回御話すること

今回お話するパートは、5つに分かれています。

まず最初に、Why(なぜ)から始まる働き方について触れます。

自分のキャリアは今まで「何をするか」、「何を売るか」というWhatではなく、「なぜそれを売るか」、「なぜその市場を動かすか」というWhyに突き動かされてきました。その結果、一つの営業行動という縦軸だけではなく、他分野の人と繋がったり、異業種との協働による販売が行えたり、非営利組織との二つのキャリアが創出で着たりなどの水平軸(横軸)が広がったと考えています。

次に、その「なぜ」という問いの質が高まることで生まれる具体的なもの、サービスとしての商品の価値について御話します。

価値は、最も分かりやすい競合との比較などから生まれる価格としての価値(Financial Value)、どんな人がサービスに関わっていて、消費者に届くまでの商品の姿から伝わる価値(Operational Value)、また顧客が最終的に商品を受けたり、手にしたりした際に感じる価値(Customer Value)などがあります。

しかし、これらを前提にさらにそのサービスが世の中全体で長く続くため、消費者、生産者を含めて全ての人々が、究極的には幸せになってもらえる社会の仕組みそのものに対する意義を、社会的価値(Social Value)と言っていると思います。

これについて、私たちはもちろん価値観は消費者の主観にも基づくため、価値の置き方の比重は異なってくると思います。だからこそ顧客が最後は自ら選択肢主体的に価値を付加して欲しい点もあり、「社会的付加価値」と呼んでいます。

3番目には、この私たち価値を置いている商品の魅力に共感してくれる人々を増やし、さらには自分でその価値を育ててくれる人と協働するための経済の仕組み、共感経済とその活動を継続的なものにする教育事業について御話しします。

そして最後に、その共感経済と教育によって持続可能になった仕組みが、今後日本でどのように事業としても成長を遂げていけるのかという部分を御話しし、お話を聞いて頂いている皆様との協働としてできることを模索する意味でも、質疑応答に入れれば幸いです。

スライド3: Not Only Travel the World, but Change the World

それでは最初のWhyから行動する働き方の部分となります。
私は東京都の上智大学で英文学と神学を学びました。

文学をキャンパスライフの具体的な人脈の中で学ぶことは、一言で言うと世界を平和にすることに繋がり、大学でしか絶対にできない学びだと私は感じました。
社会に出てからおそらく決して、小説のある人物がある日突然取った行動の因果関係を遠い異世界の著者が書いたテキストを読み込んで理解しようとする議論はしないでしょう。しかし、それをすることによって、自分が今まで気づけなかった言語の使い方、批判的思考、共感力の窓が開きます。世の中の全ての人がある時間を持った上で世の中でビジネスをするようになれば、商品は常に人々との対話の中でInnovationが生まれやすく、オープンな環境となり、究極には平和に繋がると思っています。

神学はその思考が鋭さを増し、神という概念にまで行った人々の論理と直感を考える学問だと思えます。

それは人間を鍛えてくれることはもちろんですし、具体的な出会いも多く引き起こしてくれます。その結果、大学で得た人脈や思考力を生かした、とても優秀なビジネスコンサルタントとして、世界で活躍している友人が多くなります。

一方で、私はこの神学部にいる間に、一つの悩みがありました。それは教会という共同体は世の中のために活動をしているが、多くの人が自己犠牲的なボランティアか、もしくは普段の仕事とは関係なくその場で完結する慈善事業をしているように見えていたからです。そんな中で選ばれた時間のある人が神父として普通の仕事もしながら世の中のために働いてお金もえることができるのだと、理解していました。

しかし、そんな中であるイギリスのビジネスマンに、知り合いの紹介で出会いました。

それが、Tony Smithという人物です。

彼は英国法人Mobell Communications Limitedの社長で、携帯の通信会社の社長です。

そんな彼は旅が好きで、携帯のサービスを始めたのは、移動する中で出会う人同士がもっと楽に繋がり、お互いの世界観を変えていけるような世の中を作りたいという思いからだったそうです。

その言葉はまさに、「世界を旅するだけではなく、世界を変えること」(Not Only Travel the World, but Change the World)を目指しています。

スライド4: Not Only Travel the World, but Change the World②

そんなTonyは私を自分の会社の日本支店に呼び、「マラウイに行ってみないか」と行ってきました。最初は戸惑いましたが、後にマラウイで彼がビジネスの利益で創出している職業訓練セン

ター、教会共同体、学校給食支援活動について、目にすることになります。
私は、その事業を見て神学を勉強しているときに思っていた考え方が変わり、実際に社会のために働きながら利益を出す仕事があるんだと思い、このビジョンに感銘して、Mobellに入社することにしました。

スライド5: Mobell Communications Limited

この会社が携帯電話の通信会社だということを、私は入社してから意識しました。
しかし、私にとってそれは後悔には全くならず、むしろ入社前から先に会社の持つ価値観、存在意義を理解できていたので、とても楽しく働き出すことができました。

スライド6: インバウンド事業とMobellのストーリー

働きながら、自分自身も営業マンとしてInnovationになっていけるのも、実感できました。
当時、政府観光庁のデータとしても、観光客がインバウンドとして増えてきており、全国の旅行代理店に商品の提供場所が広がりました。

Mobellは当時海外在住の日本人が一時帰国する際に選んで頂くSIMカードとしてシェアが多くありました。

しかし、観光客の増加の中で日本人だけではなく、日本に来る全ての人を相手に日本の電話番号付のSIMカードを販売する許可が、日本のサプライヤーから解禁され、一気にシェアが広がりました。

外資系として当時は唯一、海外に居ながらも世界中送料無料で入手できる日本の電話番号付SIMカードとして販売されました。

そして何よりも唯一なのは、その売上がアフリカ、マラウイの子供たちの給食支援、職業支援に繋がる点ことです。

これが何よりも私たちのUSP (Unique Selling Proposition)であり、現在は日本ですぐに使えるプリペイドカードも、月額使用料がチャリティになります。

※商品の詳細

<https://www.mobal.com/>

※Mobellについて

<https://www.mobell.com/jp/>

スライド7: マラウイと日本①

日本とマラウイは実は繋がりが以前からあり、東日本大震災の際はマラウイから日本への支援金が送られています。

こうした資本主義以外のお金の動きが生んだ流れを、Mobellは携帯電話で繋いでいっています。

スライド⑧: マラウイと日本②

そして同じ時期、日本はマラウイに岩手県遠野市の町おこしとして、米粉を給食用に送っています。

現在、JICAの派遣数が、アフリカで累積で一番多いのが、マラウイになります。

スライド⑨: 給食費

その学校給食は、日本円約15円となります。

そして、200日間学校に行くことを考えると、3,000円あることで、マラウイの子供が教育を1年間安定した環境で受けることに繋がります。

スライド10: Why Africa

最初のパートの最後に、マクロな視点を紹介いたします。

アフリカをなぜ支援するかという点は、大きく言うと人口の伸び率が挙げられます。

World Development Indexによれば、約2100年までにアフリカにおける出生率は、世界の約65%になるといわれています。

その中で、今まで戦争をしたことがなく、子供の数が多く、さらに多くの日本からのボランティアの派遣があるマラウイは、SDGsのさらに長期的な目線を視野に入れても、支援が必要となる国の一つだと思います。

スライド11: Sustainable Development Goals 1

SDGsのNo Poverty(ゴール1)についてのデータとなります。

<https://dashboards.sdgindex.org/map/goals/SDG1>

スライド12: Sustainable Development Goals 4

次が、Quality Education(ゴール4)の部分になります。

食と教育の課題は、このように二つのデータを見ると、アフリカが双方とも危険な状況なのが分かります。

だからこそ、マラウイにおいて学校給食によって、食事が教育に預かれる機会を増やすという状態を作れるのが、重要とも言えます。

<https://dashboards.sdgindex.org/map/goals/SDG4>

※Malawi

<https://sdgs.un.org/partnerships/conduct-citizen-perception-surveys-public-services>

スライド13: 商品の社会的付加価値

以上のような日本だけではなく世界の未来に繋がる仕事が、仕事をする上でのWhy(なぜ)に答えてくれる働き方だと感じています。

次は、実際にこの仕事を日本でどのように仕組化しているのかについて、NPO法人せいぼとして実施している内容を御話しし、その過程で具体的な商品としてマラウイ産のコーヒーが持つ社会的付加価値について御話しします。

NPO法人せいぼは、Mobellで営業として働く中で、その収益によるサポートを受け、社内で始まったマラウイの給食支援団体です。

従って、Mobellとミッションを同じくし、経済活動を通して社会を成長させ、アフリカのマラウイを通して未来を作っていくために存在する日本のNPOです。

スライド14: 付加価値

まず、「付加価値」という言葉について考えてみたいと思います。

さきほど御話しした学校給食を例にとると、どのような付加価値があったと思いますでしょうか。それを考えて頂くと同時に、みなさんが普段されている仕事の中には、どのような付加価値が入っていますでしょうか。

スライド15: 学校給食が持つ力

例えば、学校給食は栄養が摂れるだけではなく、親が学校に子供を送る動機付けにもなり、家事ではなく教育を受けて成長する時間を子供のために創出もできます。

また、お母さんたち自身も仕事をする時間ができることで、収入を増やすきっかけにも繋がってきます。

※NPO法人せいぼの給食支援

<https://www.seibojapan.or.jp/>

スライド16: 日本での資金調達

一方で、マラウイの給食支援の緊急性を日本で訴えることは、難易度が高いものでした。そこで、まずマラウイという国を知ってもらうきっかけとして、日本のアタカ通商株式会社様と提携し、AAAランクのスペシャルティコーヒーを寄付型で提供をすることとなりました。

アタカ通商株式会社様は、日本で始めてマラウイ産コーヒーを仕入れた会社であり、まだ認知度の低いマラウイ豆の市場を日本で最初に広めていくことを目指しています。NPO法人せいぼは、そのSDGsパートナーとして、アタカ通商様が産地とフェアなトレードを進めるのに加え、長期的に見て産地の未来にも最終的な収益が還元される仕組みを作るために、売上を給食支援に使う形で協働しています。

※NPO法人せいぼとアタカ通商について

<https://www.charity-coffee.jp/ataka-and-seibo-collaboration-sdgs/>

スライド17: 給食支援エリアとコーヒー栽培地

その結果、NPO法人せいぼは、学校給食支援を北部のムジンバ、南部のブランタイアで実施しています。

一日で給食を提供している人数が、約18,000人です。

コーヒーの栽培エリアは、北部のChitipalになります。

スライド18: Warm Hearts Coffee Club

Warm Hearts Coffee Clubは、NPO法人せいぼが運営母体となり、売り上げを、NPO法人せいぼを通してマラウイに送金するために存在するブランドとなっています。

スライド19: 支援企業との協働の図

スライド20: アタカ通商とのSDGs Partnership

スライド21: 共感による経済と教育事業

次に、この複数の支援企業との取り組みを、日本でさらに広げ、特に次の世代へとも伝播させて行く上で実施している教育事業について、お話をさせていただきます。

それが、人々の共感を自然に生み、日本全国において経済が動いていく循環を生み出せればと考えております。

スライド22: ソーシャルビジネスと学生の輪

私たちは現在、40校程度の幼稚園から大学までの学校法人の皆さんと活動をしています。

学生の皆様が、私たちが持つ社会的価値を持つビジネスの中に入って頂き、それを体験して頂くことを通して探究学習や課外活動での体験にしています。

具体的には、学生独自のブランドを作成し、アフリカの貧困課題や海外のソーシャルビジネスの姿、コーヒーを通してSDGsの取り組みなどを学んだ上で、販売をして頂いています。

※具体的な取り組み

<https://www.charity-coffee.jp/school/>

こうした取り組みを増やすことで、各学校の地域に応じた応用や各個人の学生のInnovation力の養成にも繋がっていきます。そして何よりも、日本中に様々な形で、マラウイの支援が広がる形になります。

それぞれの学生がデザインした取り組みは、各地で共感を呼び、日本の教育の活性化がさらにマラウイという遠いアフリカの教育の発展、未来にも繋がっていきます。

※現在の全国のパートナー

https://www.google.com/maps/d/u/0/edit?mid=1Zq39YF_gSAtFbgt4PG8fWURyz_Ksl4E&ll=32.05007609937389%2C134.29833635&z=5

スライド23: アンバサダー制度

現在は、希望の学生が学校の枠を越えて活動にアンバサダー（活動を広める大使）として活動して下さっています。

スライド24: マラウイと日本との協働の仕組み

コーヒーのサプライチェーンにいる企業や農園の人々、マラウイ現地の給食支援スタッフと話をし、支援企業へのレポートをまとめてもらうなど、重要な活動を学生と実施し、共感を持って頂き広めてもらえる仕組みを作っています。

※具体的な活動は、以下からもご覧ください。

<https://www.seibojapan.or.jp/news/>

スライド25: 共感経済による共創

このように、高校で実践した学習がその場で終わらず、大学生になってからも継続することで、より本格的な海外との繋がりや研究、また後輩の育成にも繋がっていきます。こうした流れが、高大接続や産学連帯にも繋がる可能性を秘めており、継続的な共感経済を生み出すことを目指しています。

※実際の授業の流れ

https://docs.google.com/document/d/10ngHuOuYVbaD8MDhYpwjx4oN_rqrv9P93W-MbE5Fro/edit?usp=sharing

※事例

https://drive.google.com/file/d/11ohsQc5d738AF_6dpvNE3N01uGWuC4LG/view?usp=sharing

※統計の具体例

<https://www.education.gov.mw/index.php/edu-resources/2022-education-statistics>

スライド26: 共感経済による共創

さらには、学校機関で終わらず、今後は企業様にもその人材を紹介したり、一緒にボランティアに来ていただくことで協創の場、まさにInnovationの場を作っていけるようにできればと思います。その結果生み出した働きを、寄付に繋げたり団体の発展、商品の発展、企業様の経営方針の進化に繋げていくことができれば、とてもユニークなInnovationとなると思います。

スライド27: これからの進化

最後に、私たちが現在考えている今後の成長について、触れさせていただきます。

スライド28: LARA物資

今後の進化のお話をする前に、簡単に私たち日本人が今まで受けてきたチャリティと給食支援の歴史を振り返ってみようと思います。1945年、戦後すぐに日本がアメリカのフレンド派という宣教師のチャリティ、LARAから給食を支給され、その後体系化された結果、学校給食法として栄養価の高い食事が定着し、高度経済成長に入りました。

私たちも、マラウイと日本の給食での繋がりでも触れたように、こうした資本主義とは違う経済の動き、いわゆる非営利的な活動により、支えられた歴史がありました。その中に、教育と食に繋がる給食というものが、存在していたことを覚えていくことは、とても重要なことだと思います。

スライド29: 支援企業との輪の拡大とSDGs

今後、私たちはこの食、教育、子どもたちに特に関連する事業を行う企業、そしてInnovationより未来を変えていくことに経営ビジョンを置いている会社様とともに、マラウイの未来も含め、世界を動かしていける団体として成長していきます。

例えば、株式会社テーブルクロス様では、By Food.comというグルメアプリの使用額が、毎回150

円(マラウイの給食費で10食分)寄付されるという仕組みを取っていらっしゃいます。

※株式会社テーブルクロス様のSDGs

<https://tablecross.com/ja/sdgs/>

※企業様へのご提案

https://docs.google.com/document/d/161ixoMLai1YJ6x0rm9CTe6CJ31dfjWp_L1bOWBwdyF0/edit?usp=sharing

スライド30: 企業、NPO、学校法人の歩み

今後、企業様と歩んでいくことで、私たちが作り上げていく学校給食を通して世界の未来、そしてそれに共感してくれた若い学生や社会人の皆さまが、将来さらに企業で働いていくときに、社会の変化に順応したInnovativeなマインドを持った人材としてご提供もできようになると考えています。

こうした考えていくと、NPO、企業、外資系企業、学校法人、全てが共創を実現できる経済を生み出せるヒントにもなると思います。