

## アフリカビジネス事情

### 女性の女性による女性のための問題解決

今回は開発途上国の貧困層の女の子や女性が直面する切実な問題を解決するためにケニアに飛び込んだ若い3人のデンマーク人女性が設立した会社についての話題です。

皆さんは国連が掲げているミレニアム開発目標についてご存知でしょうか。貧困、教育、保健衛生、環境に関する8つの目標がありその第2目標は普遍的な初等教育の達成、第3目はジェンダー平等と女性の地位向上で、2015年までにすべての教育レベルで男女格差を解消するという目標があげられています。

さて、ケニアの貧困家庭の女の子の多くが月経時に必要な生理用品が買えないため学校を休まざるを得ないという状況に置かれています。現在ケニアで販売されている生理用品パッドは8個入りで最低約40円。大した金額ではないかと思われるかも知れませんが、都市のスラムや地方の貧困家庭にとって毎月40円を女の子の生理用品に払える家庭はそう多くありません。ましてや一家に女の子が3人も4人もいると40円ではすみません。市販の生理用品を買うことができない場合、通常古い衣服や毛布などを代用するのですが代用品がある女の子はまだ恵まれているほうです。代用品自体がないスラムなどでは学校に必要な文具や生理用品などを手に入れるために10代の女の子の半数近くが売春に走るなどというショッキングなデータもあります。この問題に対処するためにケニアでは生理用品をスラムで配布するための募金キャンペーンが行われたり、バナナの繊維を利用して生理用パットを生産する試みなどが行われていますがいずれも持続的な問題解決に至っていないのが現状です。

この問題に真っ向から取り組もうとしているのがメイキット東アフリカ社です。英語のMakit(Make it)、「やり遂げる」という意味の社名をもったこの会社は20代後半のデンマーク人の女性3人によって設立されました。ビジネススクールの同級生の一人が経営学のプロジェクトとして書いた月経カップを開発途上国に広めるというビジネスプランが賞を受けたことからこの会社は始まりました。月経カップとは日本ではあまり知られていませんがムーンカップやディーバカップの商標で欧米の女性の間では長年使用されている鈴の形をした医薬用シリコンでできたカップで、タンポンと同様に使用します。古くは1930年台から欧米では利用されているのですが繰り返し洗浄しながら10年以上使用できること、使い捨ての生理用品に比べコスト効率がよくしかも環境にやさしいという利点からも現在では36社から類似商品が販売されています。ただし、購入価格が約35ドル(3000円)と他の生理用品に比べて高価であることが一番の難点であり、そのため開発途上国には広まっていません。

メイキット社ではこの月経カップを生理用品が買えないまたは入手できないため学校を休まねばならない開発途上国の女の子や女性に広めるために、デンマークの個人ヘルスケア大手のコロプラスト(Coloplast)社の技術協力を得てオリジナルブランドの月経カップを開発し、赤い宝石のルビーからルビーカップと名づけました。

同社ではこのルビーカップを先進国向けと途上国向けに価格や方法を変え、販売しています。先進国の消費者向けにはインターネット上で他社製品より少し安い値段(28ユーロ、約2700円)で販売し購入数を増やす一方、利益の一部を開発途上国での販売価格に反映させることにより貧困層が入手しやすいようにするという2重価格システムをとっています。またインクル

ーシブ (Inclusive) ビジネスと称しルビーカップをケニアで売り出すにあたってナイロビのスラムの住民女性から販売のノウハウやスキルについて直接意見を聞きそれをマーケティングに反映しています。その結果生まれたのが、ピンクのパッケージと女性から女性への直接個別販売というシステム。スラム地区に住む女性を販売員として販売方法、商品知識や生理衛生に関する基礎知識に関するトレーニングを行い、トレーニングを卒業した販売員達はルビーカップを戸別訪問で売り、その売り上げの2割をコミッションとして受け取ることで雇用促進の目的も果たしています。

創業者の彼女達が昨年の6月に始めてケニアを訪れたのは大学のプロジェクトを終えることが目的でケニアで事業を始めることではなかったとその内の一人は言います。ケニア山麓の村で集まった女性達にルビーカップについて説明したところ、「この商品はいつどこで買えるのか」と熱心に聴かれ、自分達の学業を終えることより今すぐ会社を作って女性達のニーズに答えることが先決と決意し昨年9月にケニアに移り約1年かけて会社設立の準備。今年7月ようやく販売開始に至りましたが、すでにウガンダや南アフリカの赤十字からも発注をうけています。

設立されて1年足らずの若い会社ですが開発途上国のBOP層の女性が直面する問題を解決するという明確な信念を持ちクリアなビジネスプランを掲げているのがメイキット社です。貧困層相手だからといって安いものを売るのではなく、先進国の女性が使う同じものを販売する。キベラ地区の販売員の一人がルビーカップについてこう言っています。「(メイキット社が)ルビーカップを先進国の裕福な女性のためのブランドとして築き上げたのでキベラスラムの女の子や女性達が、ルビーカップを使うのはオールウェズブランドの整理用パッドを買うことができないからだと思わないですむ。だから誰もがルビーカップを欲しがるとだ。」

ルビーカップについてのホームページ [www.ruby-cup.com](http://www.ruby-cup.com)

2012年8月 杉本寛子