

ロート製薬の新しい挑戦 アフリカ

よろこびックリ誓約会社
Dream and Vision

Global Business Development, Corporate Planning Department
+81 6 6758 1273, 1-8-1 Tatsumi-nishi, Ikuno-ku Osaka 544-8666 Japan


12th June 2014

	ロート製薬株式会社
Company Name:	Rohto Pharmaceutical Co., Ltd.
Headquarters:	Osaka, Japan
Founded:	February 22, 1899 (明治32年)
Consolidated Sales:	US\$1,575million (as of March 2013) Japan:70%, Asia:22% Skin care 62%, Eye care 21%, Internal use 12.6%, Others 3%
Position:	No.2 Consumer Health Care Company in Japan Listed on Tokyo Stock Exchange 1st Section
No. of Employees:	1,485 <Japan Only> 5,518 <Worldwide> (as of March 2013)
Core Business:	Manufacturer and Marketer of Pharmaceuticals, Cosmetics, and Other Healthcare Products * as of March 2013
Brands:	ロート, OXY, 肌研(ハダラボ)、50の恵、Sunplay、Acnes SkinAqua、パンシロン、Liplce、Obagi、DeepHeat

KENYA

- ナイロビに現地法人設立
- 東アフリカ開発の拠点
- 消炎鎮痛剤Deep Heatはトップシェア
- 現地ニーズに合わせた製品の改良、導入
- JICAのBOPビジネス連携促進





ケニア余剰農作物を利用した 高付加価値スキンケア商品事業準備調査 JICA - BOPビジネス連携促進

ロート製薬株式会社

×

一般財団法人 アライアンス・フォーラム財団



プロジェクト概要

■調査内容

ケニアで生産されている農作物を元に、スキンケア商品の原材料をつくるのが可能かどうかを調査。

■調査期間

2014年3月31日～2015年10月30日

■パートナー

一般財団法人 アライアンスフォーラム財団



ロートプロジェクトメンバー

■提案に至った背景

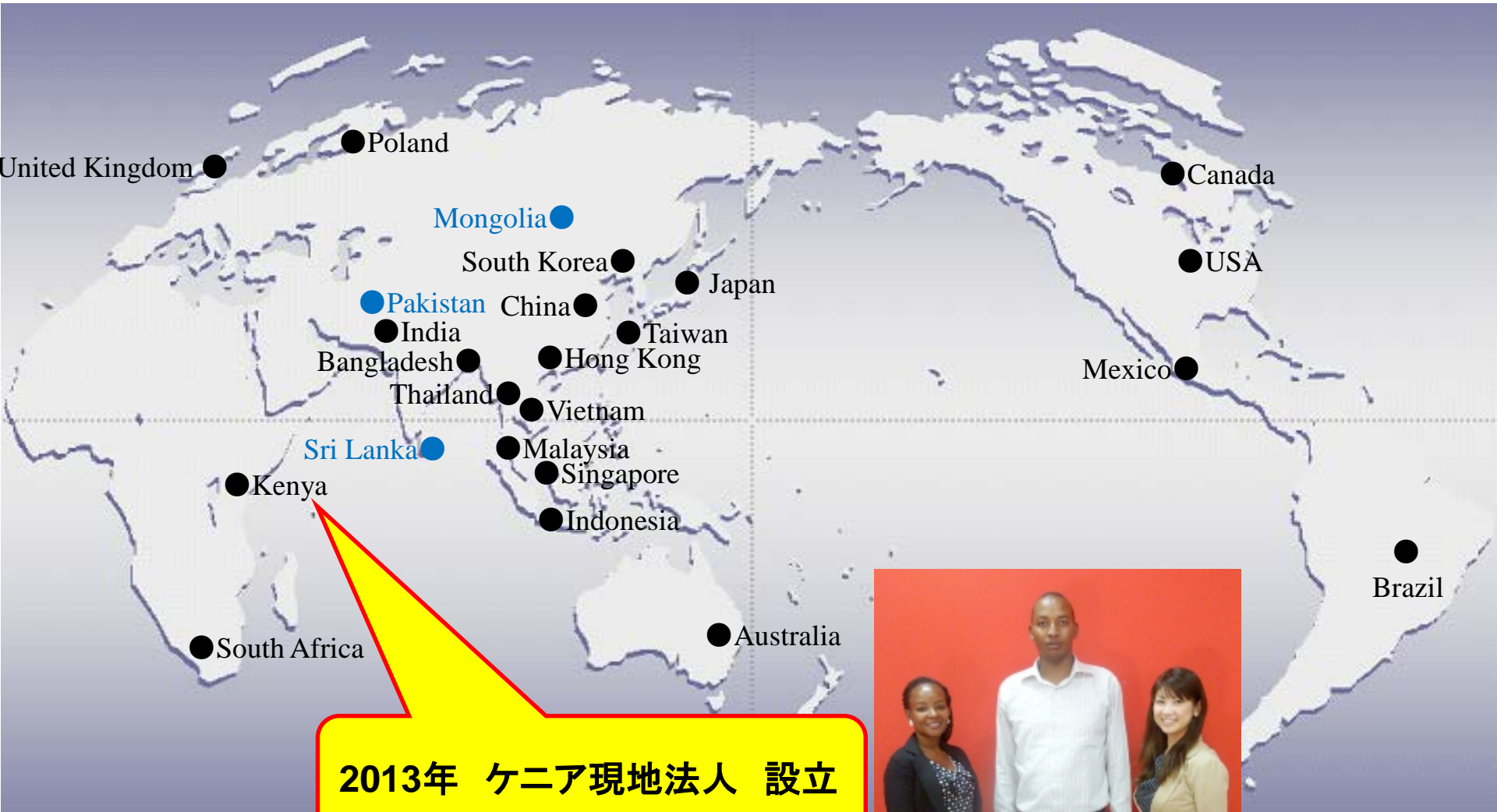
- ・ケニア国民の8割近くが農業に従事＝農業が国を支えている
 - ・市場に出回る農作物の7割を小規模農家(≒BOP層)が生産
 - ・輸送インフラや保存施設が整っていない
 - 買われる前に傷んで、廃棄や買ったたかれることも多い
- ⇒ケニア農業×ロートのスキンケアノウハウ＝???

事業モデル案

■現地に還元できるようなビジネスのしくみ

- ・一定の基準をクリアした農作物を適正価格で買い取る
- ・製造の過程で女性をはじめ、仕事を得にくい方々に働く場を提供する
- ・ロートのスキンケアノウハウをもって現地のニーズに合った商品を開発・製造・販売

なぜケニア？



2013年 ケニア現地法人 設立



なぜケニア？

■アフリカ屈指の購買力

・ケニアの1ヶ月の平均世帯当たり支出＝\$140(2008年)

* 隣国のウガンダで\$90(2009年)、タンザニアで\$12(2007年)



ナイロビの巨大ショッピングセンター



富裕層に人気のカフェ

■ケニアのスキンケア・ヘアケア市場

・国民の約43%が15歳未満

・高い美容意識

・海外の流行にも敏感

(欧州のオーガニックブームなど)



スーパーに並ぶスキンケア・ヘアケア商品



ヘアサロンで編込をしてもらう女性

案件展開の状況：第一回渡航調査

■実施期間

2014年5月3日～18日



調査メンバーの声

- ・No Beauty without Pain! そんな彼女たちのよろこびを探ります。
- ・ケニアには、日本の技術を駆使すればできること、作り出せるものがたくさんあると感じました。きつとこういう感覚をもって何かを始めることが日本の将来のためにもなるし、ぜひもっとたくさんの人にアフリカを感じてほしい！と思いました。

案件展開の状況：第一回渡航調査

■実施期間

2014年5月3日～18日



調査メンバーの声

- ・途上国＝別次元の世界という認識だったが、現地の様子を見聞きし、ビジネスパートナーとしての可能性を考えられるようになりました。
- ・アフリカにいと社会、文化、人からパワーをもらい色々なことに挑戦したくなってしまおう！社会課題に資するビジネスモデル確立に向けた今回の調査にワクワクしています。

なぜ新興国、アフリカなのか？

- 一言でいえば冒険＝危ないことだから
-
- 一直線の成功のためではなく、ありとあらゆる
- 困難に直面するために...

- 困難や失敗からの気づきこそが、真の知恵を
- 与えてくれる

先進国



厚い中間層
整った社会インフラ



高齢化、過疎化

