

ガーナ栄養改善プロジェクト ソーシャルビジネスに必要な革新と連携

2014年6月12日

取出恭彦

味の素（株）研究開発企画部

国際栄養担当専任部長



栄養改善へ向けた味の素のコミットメント



2013年6月アフリカ開発会議

NUTRITION FOR GROWTH | Securing hunger through business and science



2013年6月 Global nutrition for growth compact

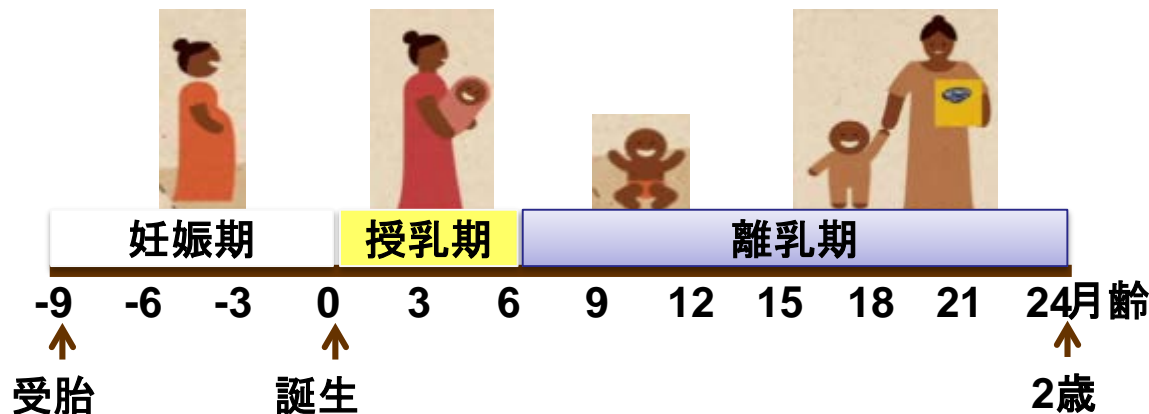


2013年9月 Business Platform for Nutritional Researchへ参画

近年「栄養改善」を目指した世界の動きが活発化！

国際機関・政府・企業・アカデミア・NGO・NPO一体となった連携の強化が加速

特に、「最初の1000日」⇔国際的に資源投資急増



2012年12月
SUN business network

ソーシャルビジネスを通じた栄養改善の実現

ソーシャルビジネス：栄養不足のような途上国の社会問題を解決するための持続可能なビジネス

“Eat Well, Live Well”



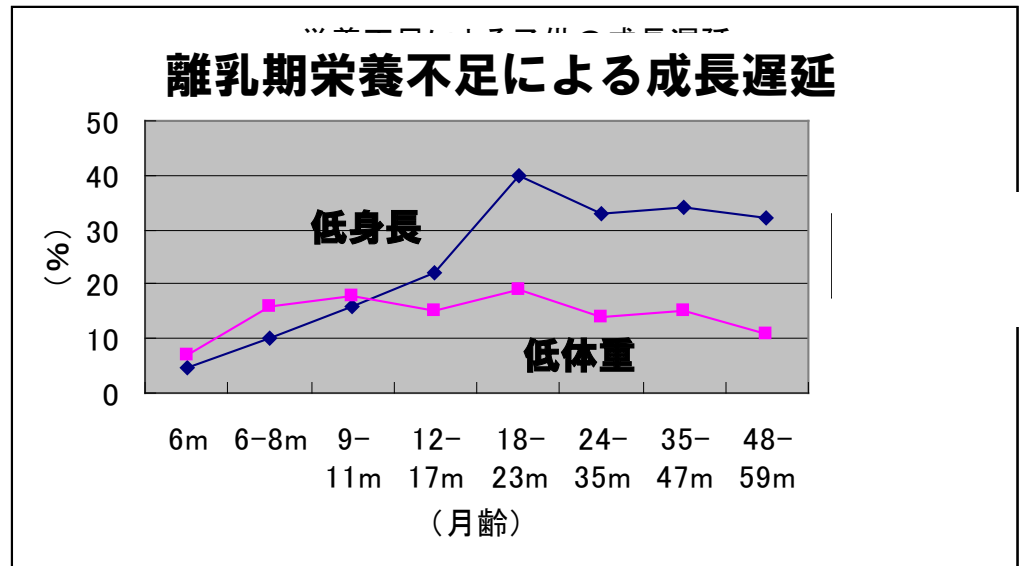
食品の科学

アミノ酸栄養

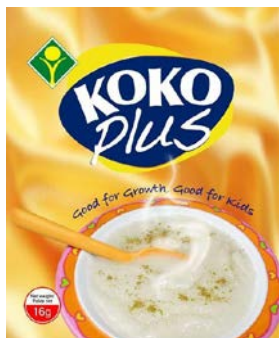
伝統的離乳食に添加する栄養サプリメント “KOKO Plus” の開発



伝統離乳食” KOKO”



生後6ヵ月—24ヵ月の栄養改善が非常に重要



原料：大豆、リジン、ビタミンミネラル等
1日1人1袋使用

ソーシャルビジネスに必要な革新と連携

Innovation **革新**

Partnership **連携**

- **製品**
affordability
acceptability
- **流通システム**



Eat Well, Live Well.

AJINOMOTO®



地元食品企業と連携による生産設備建設



地元の食品企業
Yedent Agro Group
of Companies Ltd.

協働での価値創造と
技術移転



生産施設外観



プロジェクト専用生産設備

パイロット試験実施



Factory at local food manufacturer

栄養効果確認試験

Efficacy trial

1. 微量栄養素のみ
 2. Koko plus
 3. 栄養教育のみ
- 各グループ301 children
 - 6-18 月齢
 - 1年間のスタディー



流通システム構築試験

Effectiveness trial -1
女性のネットワーク
“Village Savings and
Loan Association”

Effectiveness trial -2
伝統的流通経路
+ソーシャルマーケ
ティング



Marketing Activity

農村コミュニティでの栄養教育

- コミュニティーの人たちがドラマを演じることにより栄養への理解を深める。



ソーシャルマーケティングによる需要創出

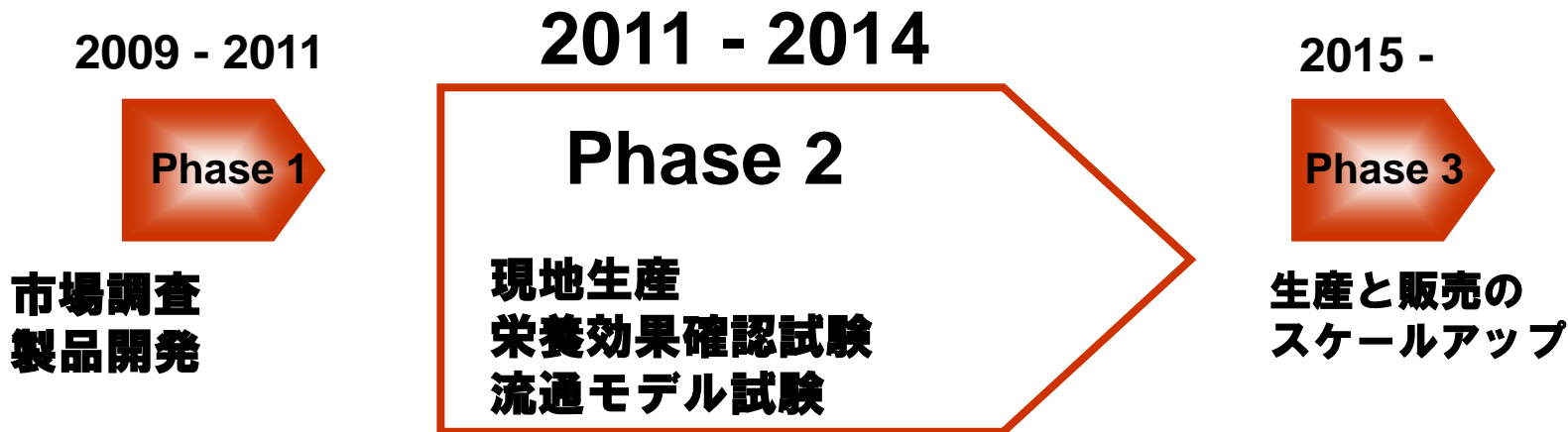


マーケットでのドラマ上演と試食、販売



コミュニティの
リーダー（Chief,
Queen Mother）
に出席してもらうこ
とが重要。

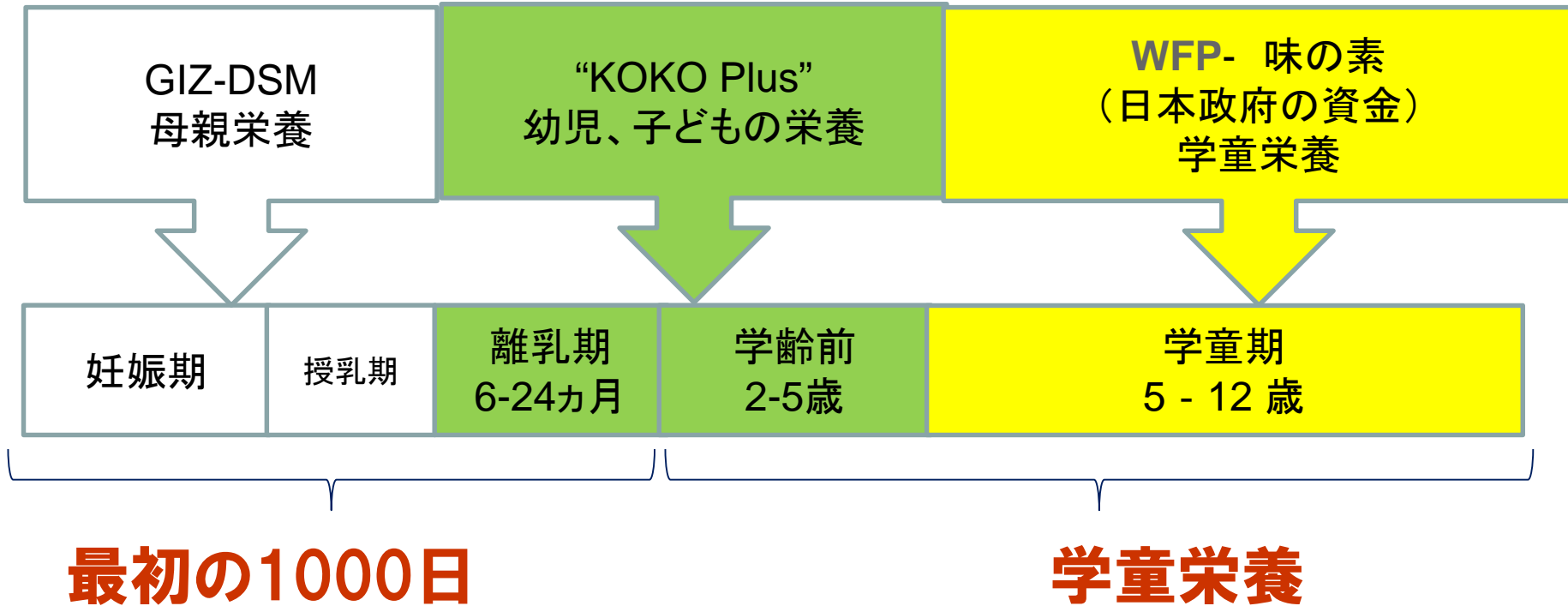
プロジェクトのスケジュールと連携



戦略的連携を成功させるポイント

- 社会課題を解決するという共通の目的を持つこと。
- お互いを尊重することによりWin Winの関係を築くこと。
- 地元のパートナーと協働での新しい価値創造

重要なライフステージにおける栄養改善の実現



ソーシャルビジネス本格事業化における課題

- **持続可能なビジネスを実現する為にはビジネス規模の拡大が必要、だが容易ではない。**
貧困度の高い地域では援助と市場システムを融合させたハイブリッドシステムが必要か？
- **長期視点が必要。**
ビジネスの評価には従来のビジネス指標だけでは不十分
ソーシャルビジネスに合ったKPIを適用する必要？
- **Scaling up を成功させるためには、多くの社会セクターとの連携が重要**
持続可能なソーシャルビジネス成立の為の新たな官民連携？