

ウガンダで新たな市場創出



2013年2月21日開催の東アフリカ感染予防会議

創業60周年記念事業としてスタート —100万人の手洗いプロジェクト

当社は1952年創業であり、2012年で60周年を迎えた。その記念事業として何かやりたいと思ったのがそもそものきっかけだった。そこで、かつてよりコンタクトのあったユニセフに相談したところ、ウガンダで National Hand Washing Campaign という手洗い推進運動をやっていた。当社では60周年記念日に向けて、10年からそのお手伝いをすることにした。そこで、ただ単純に資金援助だけするよりも、当社がより深く参加・関与するにはどうすればいいかと考えた結果、日本で「100万人の手洗いプロジェクト」を実施することにした。それは、選定した当社商品（アルコール消毒剤）の売上の1%を拠出し、ユニセフの手洗い普及運動を支援するものである。

一方、その1%は商品を買っていただいた消費者の皆さんからいただいたものもあるので、ウガンダへの支援がどのような成果を上げているかを調査し報告する必要があると考えた。そこで現地に出かけて見て回ったところ、病院ですら手の消毒がされておらず、その結果、助かるべき人が亡くなっている現状を見たのである。

事業化でサステナブルに

60周年を迎えた当社は、今後どうすべきかを考えたが、単なるお金の寄付では効果が少なく、かつサステナブルではないので、それをビジネス（事業）にすることで永続性のあるものにできぬいかと考えた。しかし、収入が少ない現地の人た

サラヤ(株) 海外事業本部 BOP ビジネス推進室
室長 北條健生

ちに自社の製品をそのまま持つっていっても売れるとは思えない。しかし病院が相手であれば、ある程度コストを下げればアルコール消毒剤のビジネスが成立する可能性があると考えた。それがウガンダでの事業開始のきっかけとなったのである。

消毒用アルコールを現地で生産できる可能性は十分あった。実は、ウガンダではサトウキビを原料とする「酒（アルコール）」の消費量が多かったからだ。11年には当社現地法人の登記を完了した。

続いて、ウガンダにある東アフリカ最大の製糖会社と交渉し、サトウキビを絞った後に出てくる廃糖蜜を供給してもらい、そこから消毒液の主原料であるバイオエタノールをつくることにした。

存在していなかった市場

しかし最大の問題は、ウガンダでは病院ですらアルコール消毒液を使っておらず、我々の商品の市場が全く存在していなかったことだ。一般的に、消費者ニーズの中でアルコール消毒液の優先順位はかなり低い。ただ、20年くらい先を見ると必ず必要となるものだ。だが20年も待てない。そこで、やるべきことは何か。それは、教育・啓発活動である。

そこで当社は、JICAが民間連携で行う協力準備調査（BOP ビジネス連携促進）事業に申請し採用された。まず、現地2カ所のパイロット病院を選定し、医師、看護師に向けてアルコール消毒液を提供し、使用法やその効果を知ってもらうことから始めた。

一方、世界保健機関（WHO）は05年から世界中で“Clean Care is Safer Care”という院内感染