

FASID 第 227 回 BBL セミナー報告（記録要旨）

テーマ：高品質のバラでケニアの雇用を促進

日時：2017年12月6日（水）12時30分～14時00分

場所：FASID セミナールーム

講師：萩生田 愛（はぎうだ めぐみ）氏 AFRIKA ROSE 代表取締役

出席者：大学、コンサルタント、民間企業、NGO/NPO、公的機関、個人より合計 34 名

1. 発表要旨（配布資料参照）

1-1. 講師紹介

2005 年にカリフォルニア州立大学国際関係学部卒業後、日本の大手製薬会社勤務を経て、2011 年ケニアに渡る。2012 年「アフリカの花屋」（オンラインショップ）を立ち上げる。2015 年 10 月、ケニアのバラ専門店「AFRIKAROSE」を東京広尾にオープン。第 28 回人間力大賞受賞。

1-2. アフリカローズ設立の経緯

1-2-1. ケニア紹介

・ケニアの場所は、東アフリカの赤道直下にある。日照時間が長く、太陽を浴び品質のよいバラが育つ。バラが栽培される地域は、標高が高く寒暖の差が激しくバラの栽培に適している。

1-2-2. バラ栽培から出荷まで

・バラは、ハウスで栽培される。Nursery Room で、4～6 週間苗を育てた後、別の部屋で 4～6 カ月かけて花を栽培する。契約農園の女性労働者の割合は、8 割と多くの女性が働いている。バラが栽培されると念入りに品質チェックが行われ、梱包の部屋では、ダンボールにバラを詰め、出荷の準備をする。その後、ナイロビの空港まで運ばれ、世界各国に輸送される。

・バラは虫がつきやすいため、農薬の使用を余儀なくされる。極力農薬を少なくしオーガニックの肥料を使用しているが、化学肥料を使用せざるを得ない部分がある。化学肥料に触れた水は、きれいに浄化し農園の敷地内にあるいけすに戻し、循環させている。いけすでは、ティラピアの飼育をしており、育ったティラピアは、社員食堂で調理される。

1-2-3. 2016 年 9 月 放映フジテレビ「ユアタイム」視聴

1-2-4. 生い立ち

・1981 年生まれ、町田市出身。小学校の頃は、とても人見知りで、恥ずかしがり屋であった。友人ができず、休み時間には、一人で絵を描いたり、折り紙をしており、「一緒に遊ば

う」と言い出せない、そんな自分が嫌いだった。小学校 4 年生のときに、父親の転勤に伴い、転校することになった。その際、「新しい学校に行ったらたくさん友達を作りたい。私は変わるんだ。」と両親に宣言をしていた。この言葉通り、新しい学校では、勇気を出し「仲間に入れて。一緒に帰ろう。」と言ったところ、友達が増え、毎日が 100 倍楽しくなった。その経験が今でも生きており、新しい環境に移り、一歩踏み出すことで、新しい景色が見える。この繰り返してきている人生だと感じている。

・経営をしていると、家族や親戚が経営者と思われがちだが、公務員の父と専業主婦の母に育てられ、回りに企業家や経営者は一人もいない環境で育った。

・大学は、海外に留学制度のある大学を選択しようと思った。何を学びたいかという目標はなかったが、高校時代にオーストラリアに短期留学した経験から、多様性にあふれた様々なバックグラウンドの人々がいる中で、新しい人たちとふれあい、見識・視野を広げることが好きであった。そのため、思い切って海外の大学に進学することを決めた。

・アメリカの大学は、最初に専攻を決める必要はなく、最初の 2 年間でいろんな学部を経験し、自分の好きなこと・極めたいことを見つけ、3 年生になったら専攻を選択する方式がとられている。大学入学前に、何を学びたいか分からない自分にとって合っているのではないかと思った。

・入学当初は、英語が聞き取れず半年ほどは、つらい思いをしたが、世界各国からの友人に恵まれ楽しい学生生活を送った。専攻を選択する際には、様々な国から来た友人と話しているのが楽しかったため、それぞれの国についてさらに学びを深めたいと思い国際関係学を専攻した。その中でもより興味を持ったのがスペイン文化であったため、ダブル専攻としてスペイン語を専攻し、スペインに 1 年間留学をした。この時点で、日本、スペイン、ブラジル、オーストラリアと 4 大陸に住む経験をすることができた。

・国際関係学のゼミでは、国連ビルに行き模擬国連という **Competition** に出ることになった。模擬国連とは、実際に国連で議論をしているような世界の問題について議論をし、外交スキルを競う会である。ここで、ショックを受けたのは、今まで関心のなかったアフリカの就学率の低さ、1 日 1 ドル以下で生活している人々の多さを目の当たりにし、世界の不均衡を感じたことである。一方で、それは、アフリカの人々にとって不幸なことなのか。先進国の人々が教育の機会を与えたり、援助することによって、彼らの伝統や自然の文化を奪っているのではないかとの疑問も芽生えた。

・社会的には、食べるものもなく、かわいそうなアフリカがクローズアップされていたため、自身の抱えている疑問を解決するためには、現地に行き、自分の目で見て肌で感じて、現状を知ることが必要だと思った。しかしながら、当時は学生であったため、大学卒業後は、一旦帰国し、就職して、それでも行きたいと思ったら、自分の決断で行こうと思った。

・大学卒業後は、製薬会社に就職した。製薬会社を選んだ理由は、1) グローバルに活躍したかったこと。 2) 薬を通して人の役に立てること。 3) 社員の教育が充実していることからである。製薬会社では、営業 (2 年間)、グローバル人事業務 (4 年間) に従事した。後者

の業務では、海外支社の人材育成計画を作成し、コーチングや MBA 留学をサポートした。業務を通し、様々な国に行く機会があり、実績を出している社員と一緒に仕事をする中で、人間的な魅力を学ぶことができた。そのころから、人間として成長すること、経営者になることへのあこがれが芽生えてきた。

・充実した社会人生活であったが、2011年29歳のときに製薬会社を退職した。退職理由は、学生の頃抱いていたアフリカに行くには今しかないと思ったためである。退職後は、アフリカで学校教育の援助を行っている特定非営利活動法人 アフリカ地域開発市民の会 (CanDo:Community Action Development Organisation) のボランティア活動に参加した。ケニアでは、フリープライマリ制度とあって小学校はだれでも無料で行く権利はあるが、自分の住んでいる村に小学校がないと隣村まで行かなければならず、先生の数も足りない状況であった。そのため、教室を作ることにより、先生を派遣してもらい、教育をいきわたらせることを目的とし、半年間学校の教室建設を手伝った。また、地域のお母さんと共に活動することにより、自分の子どもの教育について考えてもらう機会とするのも一つの意図であった。

・活動を通し、学校を作っても学校に通えない子どもがいるということが分かった。これは、貧困なエリアほど、脱落率が高く、その理由は、両親の仕事がないために、子どもたちが、働きに出る必要があったためである。学校を作る団体は多数あるが、雇用創出への働きかけを行っている団体・組織は、どれだけあるのだろうかと考えたときに、自分自身が貢献できるのではないかと思った。

・もう一つ、ショックだったことは、プロジェクトの実現可能性を事前に調査・検討するフェージビリティスタディ (feasibility study) のため、ある村に行った際に、村人の一人から「How can I help you?」といわれたこと。こちらが助けに来ているのに、なぜこちらが協力をしてもらわなければならないのかと疑問を感じた。外国からの団体が来て、支援をすることにより、村人たちは、受身のスタンスになっていた。貧困のレベルを測る調査で、貧困と特定された地域ほど、色々な支援が来やすいため、貧困のままの方がよいという考え方をする村人もいることが分かった。支援は、自立を阻むネガティブな側面もあることを目の当たりにし、今後、どのような行動をしたらよいのか悩む時期であった。

1-2-5. ケニアのバラとの出会い

・その頃に出会ったのが、ケニアのバラである。当時、週末は、ナイロビに住み、平日は、プロジェクトサイトで、学校を作る活動をしていた。

・週末、ナイロビの街角で見かけたバラは、色が鮮やかできれいで、日本で見るより、生命力にあふれているように感じた。早速、購入し、ナイロビの部屋に飾り、平日は誰も水を換える人がいない状況であったにもかかわらず、3週間程咲き続けた。ケニアのバラは、花の鮮やかさのみならず、長持ちすることに驚いた。

・ケニアのバラについて、インターネットで検索してみると、当時ケニアのバラの輸出量は、

世界一であった。また、ケニアは、赤道直下に位置しており、日照時間が長く太陽をたっぷり浴びているということ。標高が高いため、寒暖の差が激しいことが、バラの栽培には最適な環境であることが分かった。

- ・ケニア産のバラの優位性は、1) 強い生命力、2) 元気な存在感、3) 珍しい模様にある。
- ・なぜ、日本でケニアのバラが有名であることを知らなかったのかと疑問に思い、調べてみるとケニアのバラは世界一輸出されているにもかかわらず、日本に入ってくるバラの量は、当時全体の1%にも満たない極少量しか日本に輸出されていなかった。それ故、日本に販売を拡大すれば、雇用が増え、学校に行けない子どもたちが減るのではないかとのロジックが思い浮かんだ。

1-2-6. 日本帰国後

- ・ケニアでのボランティア活動後、日本に帰国し、現実的なオペレーションを検討した。バラを売っている人に聞き取り調査を行ったり、製薬会社時代の先輩に相談をしたり、同時にブログを開設し、ケニアのバラの魅力を知ってもらうための取組みを始めた。
- ・2012年6月に開催されたアースガーデンに参加し、2日間で、ケニアから輸入したバラ2500本の販売を試みた。しかし、半分以上が売れ残ってしまい生物を販売すること、販売予測をするのは難しいことが分かった。そこで、販売方法をオンラインに切り替え、予約分のみを現地に発注し、届いたら全国に発送し、在庫を持たない、人件費・場所代をかけないというリスクを最小限に抑えた方法を取ることとした。

1-3. クラウドファンディングを活用したマーケティング

1-3-1. クラウドファンディングの活用

- ・全3回活用した。1回目は、2013年1月である。このときは、ファン作り、拡散を目的とし、目標金額を100万円に設定し、122名の方にサポートいただいた。目標金額に達成した際には、サポートいただいた方全員から励ましのメッセージをいただき、サポートいただいた方と同じものを共有していることが快感となった。
- ・翌年、2014年にもクラウドファンディングを活用した。「アフリカの花屋 全国キャラバン」で、東京以外の地域で、1日花屋をやる旅費として活用した。これは、お客さんから、「ネットだけで見るのはもったいない。地方の人にも実際の花を見てもらったほうが、ケニアのバラの魅力が伝わるのではないか。」という提案から始まったものである。
- ・お客さんから、「お店はどこにあるのですか。」「実際に花を見て買いたい。」「予約だと誕生日に間に合わないため、毎日買えるようにしてほしい。」というニーズに応え、2015年9月に港区広尾に1号店をオープンした。これまで、ノーリスクでやってきたため、在庫を抱える、人件費・場所代がかかるというこれまでとは真逆のビジネスモデルが持つリスクに対する不安が募った。
- ・お客さんからのニーズに応えるため、環境を変えて、一歩踏み出す決意をしなければなら

ないと思い3度目のクラウドファンディングを行った。このときの目標金額をこれまでの2倍の200万円に設定し、234名の方にサポートをしていただき、無事に1号店をオープンすることができた。

・クラウドファンディングでユニークな点は、5,000円をサポートしてもらったら、5,000円分の花束を贈るので、実際には、支援してもらっているというより、バラを買ってもらっているという販売スタイルとなっていることである。

・店舗作りは、お客さんと共に行った。たくさんの方に来ていただき、一緒にペンキを塗ったり、木を切ったりお店を作った。

・AFRICA ROSEでは、お客様とのコミュニケーションを大切にしている。男性は、お花屋さんに来ることに慣れていないため、花束作りを店員に任せるケースが多いが、プレゼントされる方の特徴(年齢、イメージ)を聞きながら、花束を作るようにしている。

・花を選ぶ時間は、相手を思う時間でもあるため、花を受け取る側としては、自分のために時間を作って選んでくれたという気持ちがうれしい。そのため、そのようなお客さんの思いを大切にしている。

・その他、プロポーズやウェディングのブーケ作成を動画にとって披露宴で流すといった思いを伝えるための工夫をしている。また、プロポーズにバラをもらったお客さんが、大切な人にもらったものなので、いつも身につけておきたいという思いから、バラを使ったジュエリー作りも始めた。

1-3-2. バラ農園における変化

・従業員数が、2012年からの4年間で10倍以上に増加した。この背景には、日本にバラを輸入しているからということのみならず、他の国々への輸出も拡大したためである。

・契約農家の福利厚生に関しては、24時間体制の病院を無料で受診できるようにしたり、敷地内に学校を建設したり、また、優秀な学生に対しては奨学金制度を導入している。

・ひとりでも多くの日本人が、ケニアの生命力や豊かさに触れ、ひとりでも多くのケニア人が働く喜びや学ぶ喜びを広げていければと思い活動をしている。

2. 質疑応答

Q:①ケニアからバラが日本に流通していなかった理由、②現在のバラの日本への輸入状況、③現地での生産の面のサポートについて伺いたい。

A:

①アジア方面には、オランダ経由で流通しており、時間がかかることから鮮度を保つことが困難であった。しかし、2006年にドバイにCold Centerができたこと、エチオピア航空開通に伴い流通のスピードが速くなった。

日本でのバラの市場は、8割以上が国産のバラである。日本では、春と秋にバラが咲くが、夏や冬はバラの生産量が低下するため、それを補うものとして、中国やインド等海外から輸

入バラを仕入れている。ただし、アジアから輸入されるバラは、小さく・安価であり、大きくて品質のよいバラは入ってきていなかった。このため、輸入バラのブランディングができず、輸入バラの評価は、低かった。

② ケニアのバラを輸入する会社はいくつかある。花のバリューチェーンは、輸入商社-市場-中卸-花屋-最終顧客があるが、輸入から、販売まで一貫して行っている業者はいないため、バラの産地が分からないまま販売されている。このような状況を捉え、農家と消費者までをつなぐことを考えた。

③ バラ農園の経営は、現地の方が経営しているため、AFRICA ROSE で品質管理はしていないが、現地に行き、いくつもの農園を視察して、契約農園を選定している。経営者と話したり、従業員の顔を見ることを通し、従業員が楽しんでいるのか、搾取されているのかは、一目瞭然である。経営者の経営方針、従業員が搾取されていないこと及びバラの品質でどこかの農園から仕入れるかを決めている。

Q：AFRICA ROSE は、花を売るだけで成り立っているのか、それともどこかの支援を受けているのか。

A：NPO ではなく、株式会社という形を取っている。原点には、与えるだけの支援では限界があると考えたためである。ビジネスとして商品が顧客に受け入れられないと長続きしない。東京都からの助成金はいただいているが、NPO ではないため、国から支援を受けているわけではない。

Q：① ケニアからバラの輸入は、真空パックで空輸されると理解しているが、コスト面はどうか。② 日本人にとって、ケニアの花というブランディング確立の難しさはあったか。③ 夏と冬の日本のバラの端境期に輸入バラのニーズが高いと伺ったが、春と秋は、ビジネスとして成り立ちにくいのではないか。

A：

①船だと安価である一方、日本に届くまで2カ月かかるため、空輸をしている。17時間でケニアから日本に届く。AFRICA ROSE では、一輪864円（税込み）で販売している。安価なバラは、100円程度で手に入るところもあるが、ブランディングをする上で重要なことは、コストがいくらかかったかよりも、お客さんが、品質やサービスにどれぐらい価値を見出し、納得して購入していただくかである。それ故、AFRICA ROSE では、パンフレットやお店の雰囲気、スタッフのホスピタリティに力を入れ、ブランディングをしている。コストに関して、ケニア人の雇用を促進していることから、値段を落とすよりも、それを支払えるだけのブランディングを日本側で、どれだけしていくかが自分の使命だと思っている。

② ケニアのバラを輸入している業者はいなかったため、チャンスだと思った。ケニアのバラについてネガティブなイメージを持っている方もいるが、一般の消費者は、「ケニアでバラが栽培されているなんて知らなかった。」という人がほとんどであったため、インパクト

を与えやすかった。画像をきれいにしたり、ラッピングをおしゃれにしたり、ブランディングに心がけた。

③ 夏は、冬に比べてバラのもちが悪く今でも苦勞している点である。冬は、日本のバラも長持ちする時期であり、3週間～1カ月程もつため、それを気に入って買っていただく方が多い。9月から10月以降は、バラのシーズンとなり、全体的に流通も増加する。その中で、ケニアのバラということで、売上げが上がっている。

Q：① ケニアで伝統産業として昔からあったわけではないと思われるが、ヨーロッパ人が広めたということか。② ケニア資本のバラ栽培農家は、業界のプレーヤーとしてどれほど占めているのか。③ 5年ほど前の朝日新聞の記事で、バラの特集がされていた。その中で、日本で流通しているバラの約5%がケニア産と紹介があった。南米でも切花産業が、活況を呈している中で、ケニア産の立ち位置は今後どのようなようになるのか。

A：

① ケニアの切花産業は元々あったわけではない。1920年代にヨーロッパの人々が、ホワイトハイランドを占領して、現地の人を働かせた。豊かな土地をヨーロッパ人が奪ったという経緯がある。そのような背景がありながら、現在では直接雇用が9万人、間接雇用が140万人であり、今となっては、経済を潤わせている産業の一つとなっている。また、花の産業で働いている人の給与水準は、紅茶産業等に比べて高い。児童労働や搾取といった問題もあるが、それは、政府がきちんと確認をし、監視をしている。児童労働や搾取が見つかった場合には、政府から Certificate がもらえず、輸出ができない仕組みになっている。自分の目でも児童労働がないか、従業員がよい環境で働いているか確かめている。

② 経営者は、オランダ人、イギリス人、インド人が多くいるが、ケニア人の経営者も増えてきている。経営者の考え方さえしっかりしており、きちんとした対価を支払ってれば、問題はないと考える。

③ エチオピアからバラが多く輸出されており、3年前にエチオピアに視察に行ったこともあるが、質がよくないこと、検疫に引っかかったことから、輸入は取りやめた。現在では、質も改善しており、エチオピア航空の日本就航に伴いエチオピアのバラを盛り上げている印象にある。一方、ケニアのバラのよさをアピールしていきたいが、国として本腰を入れてやっていく印象は受けない。

Q：これからの方向性についてお聞かせいただきたい。

A：少しずつ実績が出てきており、バラが売れる伸び代はある。このまま引き続き、やっていきたい。バラの輸入を始めたときには、自分が雇用を増大するという意気込みでやっていったが、自分が教えてもらうことの方が多かった。バラが運んでくれるご縁で自分自身が豊か

になっていくことを感じている今日この頃である。バラに出会ったことで今があるという感謝が多い。今ここに生きていること、今ある幸せをかみ締め、大切な人に感謝や愛情を伝えることで自分も相手も豊かになることをケニアのバラから教えてもらったため、それを広げていきたい。さらに、アフリカの魅力あるものを日本に紹介していきたい。花においては、バラに特化したい。ケニアでは他の種類の花も生産しているが、バラだけが圧倒的にすばらしい品質であるため、ケニアのバラを見てもらう価値があると感じている。

3. AFRICA ROSE からのお知らせ

書籍「アフリカローズ: 幸せになる奇蹟のバラ」

冒頭にご紹介いただいた本を販売している。バラの写真がふんだんに使われており、手入れの方法、花言葉、TPO に合わせたバラの送り方、現地の様子等、4 部構成となっている。

別紙 1：発表資料

以 上