



シアバターの旅②

中小企業診断士／税理士 櫛川 岳男

前号にて、シアバターの直輸入についてフェアトレードの仕組みを構築したところまでお伝えしました。

その具体的な仕組みとは、購入希望者がお店に注文すると、その注文は携帯電話を通じて現地の女性グループに送られます。現地では、その注文が届いてから約1週間かけて作り、出来上がったものは地元出身のタクシー運転手の協力で最寄りのバスターミナルに運ばれ、長距離バスに載せられて首都アクラに輸送されます。首都アクラでは旅行会社を営む現地在住の日本人の協力で飛行機に積み込まれ、注文から約2週間で日本のお店に届く、というものです。

現地の女性グループ側から見れば、これまでは海外の業者に買い叩かれたり、国内での販売でわずかな収入にしかならなかったシアバターが、この事業に共感する方々の協力を得て、事業として成り立つようになったのです。

このように近江商人の経営理念に由来する「三方よし」（売り手よし、買い手よし、世間よし）の考えに合致したこの事業は、乾燥肌に悩む女性や皮膚炎に悩む子供を持つ母親など、全国各地の利用者から支持を得ています。ホームページ等で生産者の顔が見えること、注文から生産そして販売に至るまでのストーリー性が共感を得ていること、草の根レベルでの国際貢献につながっていることなどが購入に至る理由となっています。

お店のホームページを拝見すると、「シアバターを通じて日本もアフリカもHAPPYに」という事業に対する思いのほか、事業の目指すべき方向性について次のとおり表明しています。

シアバターの販売を通じて次のことを目指しています。

1. 日本のお客様に良質なシアバターをご提供すること。
2. アフリカの魅力をシアバターと共に伝えて日本を元気にすること。
3. 生産者が自分達のもつ自然や文化の豊かさに気づき自信を持ち、自分達から行動を起こすことでお金を生み出せる。そんな仕組みとやる気作りに貢献する。

今回の話は海外に関するものでしたが、日本国内、そして信州にも何か新しいビジネスのきっかけとなるシーズ（種）が存在しているのではないのでしょうか。

そのシーズ、もしかしたら「灯台下暗し」で、皆さんの身近なところにあるのかもしれない。

協同組合開成総合研究所理事