



インドネシア

企業訪問調査レポート[5]: PT. Griya Karya Tiara Kusuma

～マングローブを使ったバティック、飲料・食品・日用品の製造・販売～

■ インドネシア共和国 — 基礎データ —

- 面積: 1,910,931平方キロメートル (2013年 日本の約5.1倍)
- 人口: 2億4,882万人 (2013年 中央統計局)
- 首都: ジャカルタ／人口997万人 (2013年 中央統計局)
- 名目GDP総額: 8,683億4,900万ドル (2013年)
- 1人当たりGDP(名目): 3,510ドル (2013年)
- 実質GDP成長率: 5.8% (2013年)
- 為替レート: 1ドル ≒ 10,461.2 インドネシア ルピア (2013年 平均値)

出所: JETROホームページ 国・地域別情報(J-FILE)「インドネシア概況(2015年2月更新)」



■ 調査日 : 2014年 12月6日

■ 分野 : マングローブを使ったバティック、飲料・食品・日用品の製造・販売

■ 特徴 : マングローブを通じて、環境保全とビジネスを両立させるモデルを提供し、インドネシアの全国各地へそれを広める活動を実施。マングローブの実や花を活用した商品づくりのためのノウハウ、調合方法などは未公開とし、それを活用する住民グループへ伝授、住民グループによる自立的なコミュニティビジネスの展開を促している。マングローブのような未利用資源の商品化という、大企業がまだ入ってこない分野を住民エンパワーメントと絡めて開拓し、そのためにマングローブ植林を進めるというプロセスを生み出したことは注目される。BOP層の住民にコミュニティビジネスを促すという意味で、BOPビジネスとしての役割を果たしている。

企業概要

- 社名 : PT. Griya Karya Tiara Kusuma
- 住所 : Jl. Wisma Kedung Asem Indah J-28, Surabaya
(本社・ワークショップ)
- 主要拠点 : スラバヤのみ。同社がマングローブ活用による事業化を指導した対象住民が、スマトラ、カリマンタン、ジャワ、バリに約2,000人存在
- 設立年 : 2000年に協同組合として設立、2012年に株式会社(PT.)化
- 従業員数 : 全体で約100人(2014年)
- 敷地面積 : 144m²(住民向けの訓練所を含む)
- 主要製品 : マングローブを使ったバティック、および飲料・食品・日用品
- 主要販売先 : 東ジャワ州工芸品センター、タンゲランBSDシティの売店
- 社は : 環境保全と住民エンパワーメント
- 創始者であるルルト・スリ・ユリアニ氏が中心となり、彼女による研修の修了者で協同組合を作り、銀行融資を受けない形で自立的な運営を目指している。
この会社は、協同組合で制作した製品の販売を担当している。



ワークショップの入口。環境保全を重視するためか、たくさんの緑で覆われている。



同社トップのルルト氏

ビジネスの概要 ①

- 主要ブランド名 : Batik SeRu
- 売り上げ推移 : 月約5,000万ルピア(約50万円)となっており、5年前の約10倍。
- 販売先の特徴:
 - Batik SeRuは観光省とタイアップしている。
マングローブの様々な実を潰すと様々な色が出ることを利用し、それを染色剤として利用してバティック(ロウケツ染め)を制作。
 - 東ジャワ州ではスラバヤの他、モジョクルト、バンカラン(マドゥラ島)、プロボリンゴ、マランリアウ群島州のビンタン島、リアウ州のムランティ島にバティックの制作拠点がある。
 - スラバヤのワークショップでの直売以外に、東ジャワ州産は同州の工芸品販売センターで販売。
また、東ジャワ州産とそれ以外は、バンテン州タンゲラン市のBSDシティの売店でも販売。
少量だがマレーシアでも販売している。
 - 制作をタイアップした政府関係者や、環境保全を重視する一般住民への販売が主。
 - 大口の販売先はまだない。



ワークショップには、マングローブ植物の実で着色された色とりどりのバティック布が並ぶ。

マーケティング戦略：製造方法の管理

これらマングローブ製品の制作手法、原材料の調合方法はすべて未公開としている。

約100種類の調合方法があり、他の民間企業からその調合方法を知りたいという申し出が多々あるが、1調合方法当たり2億ルピア(約200万円)を支払うのが条件となっている。

今のところ、他の民間企業への未公開の調合方法の流出はない。



バティックやその他の製品の材料となる様々なマングローブ植物の原料

マーケティング戦略：環境保全に繋げる価格設定

● バティックの価格：

原材料調達のため、年間2,000本のマングローブの苗を植えている。植林とそのメンテナンスに苗1本当たり2万ルピア(約200円)かかる。これを賄うために、Batik SeRuのバティックを買うとその価格の2.5%で1本のマングローブの苗を植える、という形にしている。計算上は、バティック布1着が80万ルピア(約8,000円)程度とやや高価となるが、これは手描きバティックのためである。



● 原材料の調達価格：

住民からは原材料のマングローブの実を1キロ当たり2,000~5,000ルピア(約20~50円)、マングローブの花は5~10万ルピア(約500~1,000円)で購入している。近年は沿岸部土壌の水銀汚染が強まっており、汚染されたマングローブの実は1キロ当たり500ルピア(約5円)で買って、そのまま再植している。



マングローブの実や花を原料とした様々なお菓子



マングローブの実や花を原料とした、バティック布用の洗剤

ビジネスの概要 ②

マーケティング戦略：宣伝・広告

もともとは、住民レベルでのマングローブ植林とそれを活用したエンパワーメントが主体であるため、基本的に積極的な販売促進マーケティング活動は行われていない。なお、雑誌、新聞などのメディアに取り上げられており、政府主催の展覧会などへ積極的に出展している。



人材の育成

マングローブの製品加工技術、パティック制作などに関する訓練や研修が、主にOJTの形で実施されている。

社会的活動の取り組み

- 本会社は、マングローブ林の環境保全と住民レベルでのコミュニティビジネスの両立を目指して、政府の支援を受けながら、住民エンパワーメントを目的に設立された。その意味で、インドネシア各地でのマングローブ環境保全活動とマングローブを活用した製品開発・販売の定着に寄与してきた。
- 大企業のCSR活動の中にある住民エンパワーメント事業に関わる形で、マングローブを介在させた、対象住民に対する職業訓練も行なっている。



マングローブの実や花から作ったキャンディー

日本（外資系企業）と取り組んでみたいこと

事業の順調な展開のためには、現在の月上5,000万ルピアを倍増させたい。そのための機械や設備、業務車の用意のために資金援助してもらえるとありがたい、とのこと。

訪問後の編集後記

経済発展とともに環境保全との両立が大きな課題となるが、その両立を果たせるビジネスモデルを提供しているのがこの企業の取り組みである。一見、何の役にも立たなそうなマングローブを活用するノウハウを獲得し、それをマングローブとともに生活する住民に伝授して、住民がマングローブを伐採することなく、逆に植え続けることで収入を確保していくプロセスを根付かせた。これは、BOP層をマスの消費者として考えるアプローチではなく、彼らが自らコミュニティビジネスの主体者となることを促すビジネスでもある。

この企業の取り組みで重要なことは、小ビジネスを通じた住民の自立と環境保全を両立させるとともに、マングローブの実や花を商品として活用するためのノウハウや調合方法を部外秘として守り続けていることである。ノウハウや調合方法はマングローブをビジネス活動と結びつける要点であり、これが利潤極大化を目的に単純に商業化されれば、マングローブ保全を持続的に進めていくためのバランスが崩れてしまう可能性がある。そうなれば、住民は単なる労働者となり、自立的なコミュニティビジネスは崩壊してしまう。BOP層への裨益を考えるならば、BOP層自身が自立的にビジネスを行っていくような、こうしたモデルが必要になってくるだろう。

もっとも、日本企業にとっては、必ずしもこの企業と通常のビジネスを行うことは容易ではないかもしれない。しかし、この企業を支援することで、インドネシア・オ리지ナルのビジネスと環境保全の両立をより効果的に促し、間接的にBOP層によるビジネスの振興に貢献することになる。そうした企業イメージを獲得することができる。と同時に、未利用資源を活かした環境保全と住民エンパワーメントが両立する新しいビジネスモデルを、日本企業がインドネシアで追求していく大きなヒントになることは間違いのないと思われる。



マングローブの実や花を原料とした麺



JETRO

【免責事項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。