

## インド

## 企業訪問調査レポート[2]：rural relations

～ 社会貢献団体（農村部支援）～

## ■ インド — 基礎データ —

- 面積：3,287,263平方キロメートル〔日本の約8.8倍〕
- 人口：12億1,019万人（2011年 センサス ※センサスは10年ごとに発表）
- 首都：デリー／人口約1,675万人（2011年 センサス）
- 名目GDP総額：1兆6,398億ドル（2013年）
- 1人あたりのGDP（名目）：1,505ドル（2013年）
- 実質GDP成長率：6.9%（2013年）
- 為替レート：1ドル ≒ 60.50 インドルピー（2013年 平均値）

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



■ 調査日：2014年9月4日

■ 分野：社会貢献団体（農村部支援）

■ 特徴：18年間築き上げたインド国内10州49,000の村々との緊密な関係を元に、活発に活動する国内最大の農村部支援団体。国内外の50社に上る有名企業の協力を得て、生活や環境改善に必要な商品やサービスを村々に提供すると共に、学校へのパソコンの贈呈や図書館の設置・運営、海外に居住するインドの人々との連携、農村部の篤志家支援などの事業を行っている。

## 団体概要

■ 名称：rural relations

■ 本部住所：7 Silver Heights, 2nd Floor, Opp Kedari Gardens,  
Fatimanagar, Pune, Maharashtra, India

■ URL：www.ruralrelations.com

■ 設立年：1996年

■ 創設者：代表のPradeep Lokhande氏

同氏は大手国内および多国籍企業に従事し、その間、国内5,000の村々を訪れるなど、農村部支援事業に22年間の経験を持つ。豊富な情報源を通じて49,000の村々と接触を保っており、国内各種の企業やメディアで客員として活躍。インドの農村に焦点を当てた数々のフォーラムやパネルディスカッションにも参画するなど高い評価を得ている。

■ 職員数：13人（本部：代表、業務執行責任者、プロジェクト・コーディネーター  
がそれぞれ各1人（Lokhande家の親族）、その下に10人の職員）

その他、活動に携わる約300人のVillage Developer（アントレプレナー）を有する。

■ 組織拠点：プネ市（本部のみ）

■ 活動地域：インド国内10州（マハラシュトラ、マディヤ・プラデシュ、ウッタル・プラデシュ、ラジャスターン、  
チャッティースガル、カルナータカ、グジャラート、アーンドラ・プラデシュ、ウッターラカンド、テランガーナ）

■ 活動理念：主要都市および近隣地域の農村85,000カ村に貢献する。

rural relations

You Connect With us, we Connect You To Rural India



代表のPradeep Lokhande氏

## 活動概要 ①

### 活動内容

農村部が抱える衛生等々の諸問題を事業的手法で解決する。

#### Village Developer (アントレプレナー)

インド農村部の生活改善に資する商品の紹介・提供を希望する企業のために、Village Developerを10州に約300人組織している。

Village Developerは国内各地の農村に配置されたその土地の出身者で、20～35歳の若手が中心。現地や地元民、言葉など、その土地の環境を熟知・精通しているため、彼らは直接消費者に訴える対話型PR戦略の有効なツールであり最短の商品流通ルートとなり得る。rural relationsの雇われ人ではなく独立したアントレプレナーであるとの自負を持ち、Pradeep Lokhande氏の信念を分かち合っており、進出を希望する企業のブランドイメージを広め、商品やサービスをプロモーションするための橋渡し役、セールスマンとして活躍している。Village Developer自身が小売商になることも可能である。

rural relationsは彼らに対し、ソーシャルビジネスやブランド・プロモーション、商品紹介や会話のテクニックなどの訓練を行っており、日用品などの商品やサービスに関する知識を養っている。それぞれのVillage Developerとは携帯電話やEメールで連絡が取れ、対象の土地の環境や水準を彼らからライブ画像で得られるため、信頼できる情報源になり得る。



## Non Resident Villager (NRV)

生まれ故郷の村を恋しく思い、寄付をして故郷の発展のために一役を買いたいと願っている人々と協力し、中学校にパソコンを贈る等のプログラムも展開している。寄付を募る対象は、海外など故郷から遠く離れた地に住む人々や企業。rural relations宛に中古や新品のパソコンを送るか、あるいはrural relationsと提携しているコンピュータ・メーカーや販売業者宛に一口20,000ルピーの小切手を送ると、寄付者が希望する村の学校にrural relationsの指示に基づいてパソコンが贈られ、設置完了の後に学校当局や在学生在が寄付者に感謝の手紙を送る。このプログラムによって、これまで22,000台のパソコンを2万カ所の村の中学校に設置した。

また、NRVには故郷のバーチャル・トリップ・プログラムも含まれている。100ドルの小切手をrural relationsに寄付すると、寄付者の実家、古い友達や親戚、母校や恩師たちなどを写したビデオが送られ、寄付者はあたかも遠く離れた故郷に帰ったような気分を味わうことが出来る。さらに希望に応じて、故郷の発電所や道路、水道、健康・衛生、通信などの現状を映した特別ビデオも、同じく100ドルで入手できる。

これらインド国内の農村部におけるインフラや環境は日々新たな姿に変貌しつつある。その姿を故郷から遠く離れた出身者ばかりでなく、海外の企業などにもビジネスチャンスを掴む一助としていただくため、インターネット等で紹介している。



## Gyan-Key Library

子供たちの読書への興味を高めるため、全国の村々の中学校を対象にそれぞれの学校の生徒が所有者となって、生徒の手で管理運営する、生徒のための図書館を設けるプログラム。運営管理はrural relationsの指導の下で1年生の女子生徒が当たり、各々少なくとも150～200冊の色々な分野の蔵書を備えている。オーナーであるという意識を生徒に持たせるため、自分の誕生日に本を寄付させるようにしており(本の価格は問わない)、これが図書館を支える柱となっている。外部からの寄付は一口5,000ルピーで、出版社宛の小切手で受け付けている。Gyan-Keyプログラムにより、現在まで3,000のGyan-Key図書館が設置され、約10ヵ所の村々にある中学校の生徒各々150～200人が利用している。このプログラムの運営が始まって2年近くになり、中学校生徒の延べ利用人数は85万人に上る。



地方の学校の生徒たちと対話をするLokhande氏



地方の学校の生徒とLokhande氏

## Rural Champions

インド農村部には、有能で社会奉仕精神に溢れた人材や組織が少なくない。干ばつなどの天災対策や農業における環境保護、アルコール中毒の撲滅など、数々の制約の中で希望を捨てず前向きに取り組んでいるこれらの人々を、rural relationsでは“Rural Champions”と呼んでおり、彼等の活動を支援するため、その姿と成果をビデオで紹介し、寄付を募っている。



### マーケティング戦略

#### ■ 宣伝・広告

インド国内の主要な新聞や雑誌に広告を載せると共に、インターネットにオンラインマガジンを掲載し内外にPRを図っている。

〔オンラインマガジンの例〕

<http://indiatgether.org/pradeep-lokhandes-rural-school-libraries-in-maharashtra-education>

#### ■ 活動を支える独自のデータベース

これまでのrural relationsの活動を通じて築き上げた人間関係を基に、60万人の地元民やその土地のオピニオンリーダーに郵便で問い合わせるというアナログ的な方法で情報を収集し、10州49,000の村々をカバーするデータベースを構築。rural relationsではこれを“Rural Insight”と呼んでいる。これらのデータはrural relationsの活動を支える貴重な基礎情報となっており、主な項目は以下の通り。

- ・集落名 ・人口 ・市場が立つ日 ・店舗 ・学校名および校長名
- ・Sarpanch(複数村々が集合した自治組織)とその事務局 ・郵便局および局長名
- ・テレビ普及台数 ・公共テレビや衛星テレビ放送の視聴状況
- ・日用品(茶、消毒剤、石鹼、ヤシ油、化粧品、歯磨き粉、ビスケットなど)の入手方法 など

### 今後の課題

活動の中心的役割を果たすVillage Developerがプロジェクトの最中に仕事を止めてしまい事業が遅れること以外、特段問題はない。

### まとめ・編集後記

- rural relationsでは情報集めや関係構築・維持のため、はがきなど郵便を利用している。アナログ的な方法ではあるが、パソコンやインターネットが必ずしも普及していない農村部とのコミュニケーションとしては有効な手段と思われる。パソコンやネットが使える場合も想定して、はがきにはFacebookのアドレスを添えている。
- 85,000の村落へのネットワークを有していることが大きな強みであるが、農村部の発展に伴い大手スーパーの出店などによる競合も出てきている。
- インド農村部に進出を希望する日本企業においては、その土地ごとに異なる気質や文化習慣を理解し、道路や鉄道などの交通・輸送をはじめとするインフラの状況を充分把握することが必要である。



## 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、できるかぎり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、ジェトロおよ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。