

第7回環境シンポジウム

海外展開の**水先案内人**としての 協働の可能性

アイ・シー・ネット株式会社
井上 真



- 1 ODA事業
- 2 企業の海外展開支援
- 3 スタートアップ支援
- 4 途上国での輸出業・小売業
- 5 人材育成・スタディツアー
- 6 地方創生・SDGs支援

想い

- 途上国の社会課題を解決したい

悩み

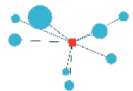
- 成果の持続性が低い
- ODA事業だけでは課題解決が不十分
- 自社だけのリソースだけでは限界がある

今の方針

J



P



事例：□ヒンギャ難民への取り組み

READY FOR キーワードでさがす クラウドファンディングとは はじめる さがす ログイン・登録

購入型 #海外 #アジア #社会にいいこと #国際協力 #人権 #発展途上国 #難民 #貧困

ロヒンギャ難民を支えるバングラデシュ女性の生活を改善したい！

アイ・シー・ネット/ホストコミュニティ支援チーム

支援総額 2,235,000円 目標金額 1,230,000円

支援者 残り 131人 終了しました

プロジェクトは成立しました！

終了報告を読む

シェア いいね! ツイート LINEで送る

資金調達としてクラウドファンディングを活用。一般企業も支援してくれ、目標金額の**180%**を達成。

Q. なぜ企業が支援してくれたのか

A. 当社を知っていたから。



企業と協働するには、自分たちを知ってもらうことが必要。
そのためには企業との**接点**を作る。

団体の強み

- 現地を肌感覚で分かっている
- 日本で取れない生の情報
- 現地ネットワーク
- 調整能力
- 現地語

企業ニーズ

- 国内市場に限界があるため開発途上国に展開したいが、どうすればいいかわからない。
- 生の現地情報を収集したいが、どこにコンタクトすればいいのかわからない
- 社内に語学ができる人や現地駐在したい人がいない

接点の可能性の一つ：水先案内人

前提：海外展開においては現地目線が必須

水先案内人

- 現地ネットワークを持ち、商慣習に詳しく、現地目線から、企業にアドバイスやサポートを行う。日本企業の海外展開において必要不可欠な存在。

具体的な業務

- 現地市場調査
- 製品やサービスのローカライズのための助言
- マッチング
- 現地駐在の代行
- 企業の人材育成

事例：アフリカで活動する保健NPO

対象国：タンザニア

■ 事業

- 保健サービスの改善

■ 日本企業との協働

- 医薬品、医薬機器メーカー複数社

■ 水先案内人としての役割

- 市場調査（住民のニーズ調査、競合品調査、代理店の情報収集）
- 進出支援（製品へのアドバイス、医療機器の登録手続き）



企業との接点ができたことで寄付金もG e t

協働するために乗り越えるべきハードル

対立構図



VS

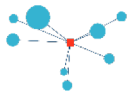
社会貢献

→非営利団体を事業パートナーとして捉えていない企業が多い理由

対立するものではない。お金を稼ぐのは目的ではなく事業継続の前提

対話できるように同じ**土俵**に立つ

- 1 共通言語
SDGsはツールとして使える。
- 2 ビジネスの作法、マインド
- 3 信頼性



どんな情報を**発信**していくか



活動内容の発信では企業にリーチできない。



日本企業にとって価値のある情報は現地に沢山ある

活動対象の国や地域に詳しいというブランディング
→ **良いコンテンツ**を継続的に情報発信

ニーズがある情報 + 読みやすさ

ビジネスエコシステムを形成する

途上国では企業が単独でビジネス展開するのは難易度が高い。
社会課題解決も同様



自然界のエコシステム（生態系）のように、様々なプレイヤーがいるからこそ成り立つ環境を作り出す。

