

アルゼンチンの花卉産業： 日系社会との連携と BoP ビジネス 3.0



三菱UFJ リサーチ&コンサルティング
政策研究事業本部 国際研究室
田口 涼子

日本の真裏に位置するアルゼンチン

“Hola. ¡Bienvenidos! (こんにちは。ようこそ!)” アメリカを經由して約 25 時間、日本のほぼ真裏に位置するアルゼンチンの首都ブエノスアイレスのエセイサ国際空港に降り立つと、ラテンの賑やかな声が聞こえてきた。南米の中でも先住民インディオの割合が高いボリビアやペルーとは異なり、アルゼンチンは人口の 9 割をスペインやイタリアなど欧州系移民が占める¹。特にブエノスアイレスは、その景観もヨーロッパの街並みを彷彿とさせ、「南米のパリ」とも呼ばれていることをご存知だろうか。街をぶらりと歩けば、世界三大劇場に名を連ねるコロソ劇場や、本場のタンゴをライブで楽しめるレストラン、最新の流行ファッションが溢れるストリートなど観光名所も多い。それに、農業・牧畜が盛んなこの国では、何ととっても美味しい牛肉が胃袋を満たしてくれる。



ブエノスアイレスのタンゴ劇場 Señor Tango
(撮影：筆者)

アルゼンチンと日系移民の歴史

日本からの距離は遠いが、1900 年代初頭から始まった日系移民を通して、アルゼンチンと日本は社会経済的に密接な関係を築いてきた。現地調査時に日系一世のアダチ・コウ氏にお話を伺ったところ、移民した初期の段階から、多くの日本人は花卉（かき）業や農業、クリーニング業などに従事することが多かったという。ブエノスアイレスやその周辺の都市では、日本語学校や県人会などの日系コミュニティが作られた。

第二次世界大戦後の 60 年代から 70 年台にかけて、農業の可能性に夢を持ち多くの日本の青年達が海を渡った。アルゼンチンをはじめとする中南米などへの移住は国の政策として推し進められ、当時の特殊法人 海外移住事業団（現 独立行政法人 国際協力機構（JICA））は、移住した日系人に対して、移住先での土地購入や営農資金などの融資、入植地の造成、医療衛生や教育など生活基盤の整備といった支援を行ってきた。こうした支援のもとアルゼンチンの日系社会は成熟し、さらに、現地生まれの日系人が政府の要職につくなど社会的地位を獲得していった。今では、アルゼンチンに在留する邦人数は 11,726 名（2016 年時点）となっている²。

移住先での定着を目的に始まった JICA による日系社会向け支援は、今ではそのニーズが変化し、移住先国で活躍する日系人をパートナーとして、日本の民間セクターと連携し、移住先国の経済開

¹ 外務省、アルゼンチン共和国基礎データ、<https://www.mofa.go.jp/mofaj/area/argentine/data.html#section1>

² 外務省の海外在留邦人数調査統計より

発や日系社会の活発化に資するような協力体制が求められるようになってきている。

花卉産業の発展可能性と BoP ビジネス 3.0 モデル



ブエノスアイレスから車で約1時間に位置するラ・プラタの花市場（撮影：筆者）



アルゼンチンの花卉組合で販売されている花（撮影：筆者）

筆者がブエノスアイレスへ飛んだのも、以前から日系従事者の多い花卉産業で、そうした新たな経済協力体制の構築ができないか模索するためである。日本のガーデニング業界に目を向けると、花屋やホームセンターに行けば色や形も豊富なさまざまな品種の花が売られていることに気付くだろう。それは、日本の花農家がこういった花なら市場で売れるに違いないという消費者のニーズを察知して、既存品種を交配し育種して新しい品種を生み出しているからである。他方、アルゼンチンの花農家は、日系・非日系を含め、育種技術を持つ農家が少ないばかりか、現状のマーケットニーズを把握する術が限られている。つまり、昔から同じような花を生産し販売しているのである。もう少し花びらの大きい品種に改良したら売れるのではないか、今までにない色の花が咲かせられないか交配してみよう、そういった新しいモノを生み出す挑戦と育種技術が、アルゼンチンの花卉産業の更なる発展には不可欠なのである。こうした現状を打開するため、シンクタンクである当社は日本の花卉物流業者と連携し、JICAの中小企業海外展開支援事業のスキームを活用して、アルゼンチンの花農家の育種技術の向上を目指した支援を開始したのである。

これまでアルゼンチンにおける2回の現地調査を経て、上記のように個人花農家の技術的課題があることが分かっただけでなく、生産した商品を市場へ運ぶ流通にも課題があることが分かり、そのため消費者に届くまでに花の品質が劣化している現状も分かってきた。

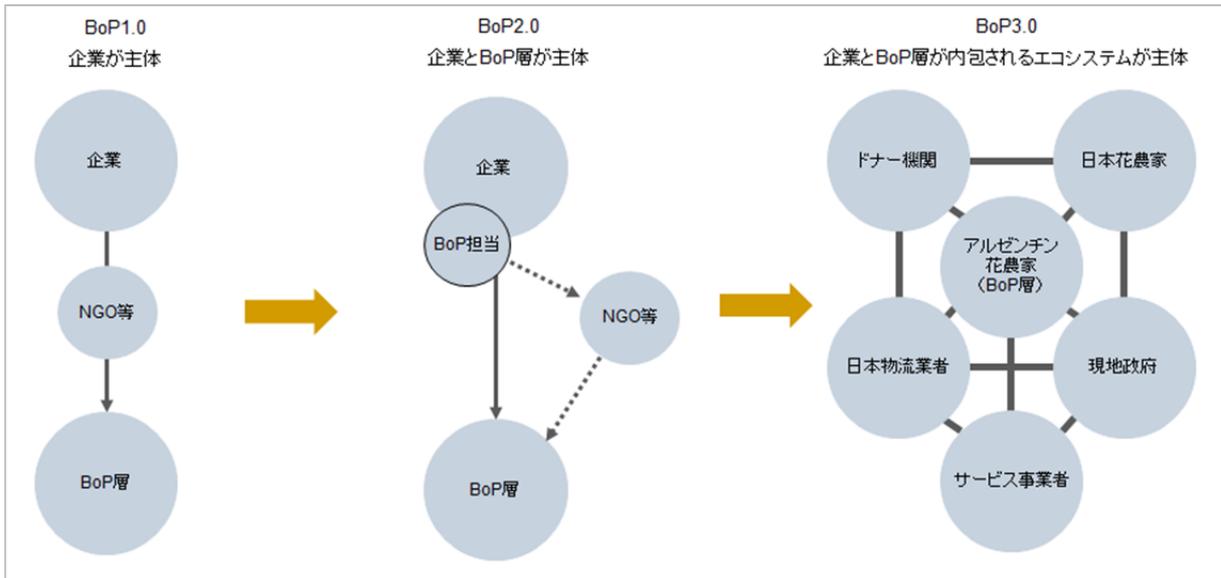
では、こうした開発課題を背景にどういったビジネスモデルが提案できるであろうか。これまでのBoP³ビジネスでは、企業が自社の事業拡大のためにBoP層を消費者としてのみ捉え、製品・サービスを販売するといったBoP1.0のモデルと、BoP層を消費者としてだけでなく事業パートナーとして捉え、対話を通してBoP層のニーズを把握し、協力してニーズを満たしていくBoP2.0のモデルの二つが主流であった。しかし、事業の収益拡大と持続可能な社会的インパクトの発現を目指すため、BoPビジネスの提唱者であるコーネル大学ジョンソン経営大学院名誉教授のスチュアート・L・ハート氏は、複数の事業者・組織が連携し、BoP層とともにビジネスのエコシステムを創造することを重視したBoP3.0のモデルを提唱した⁴。

³ BoP (Base of economic pyramid : ピラミッドの底辺) とは、1日8米ドル未満で暮らす約45億人の人々のことを指す。

⁴ フェルナンド・カサード・カニエーケ・スチュアート・L・ハート (平本督太郎訳) 『BoP ビジネス 3.0 : 持続的成長のエコシステムをつくる』(英治出版、2016年) 273-276頁。

その BoP3.0 のモデルを、アルゼンチンの花卉産業に従事する花農家のケースに当てはめると、図表 1 に示すとおりになる。つまり、日本側の花卉物流企業、育種技術をもつ日本の花農家、資金援助を行うドナー機関、制度面から支援を行う現地政府、当社のようなコンサルティングサービスを提供する事業者など、さまざまなアクターが BoP 層であるアルゼンチンの花農家とともに、持続可能な花卉産業の発展を目指すものである。このモデルは、従来の一企業対 BoP 層というビジネス体制にとらわれず、複数のアクターによるオープンイノベーションとセクター横断的な連携をベースにしているともいえよう。関係者が増える分、プロジェクトの連絡・調整は複雑になるが、単一の企業や単一のビジネスでは実現が難しい持続可能な花卉産業システムを構築するためには、こうしたエコシステムの概念が求められている。

図表 BoP ビジネスの進化と、アルゼンチンの花卉産業における BoP ビジネス 3.0



(出所) 経済産業省「平成 27 年度アジア産業基盤強化等事業（収益指向型 BOP ビジネス推進事業）」最終報告書をもとに筆者作成

BoP 層を巻き込んだビジネスの可能性は魅力的ではあるが、それを実行に移し成功させるのは難しい。そもそもアルゼンチンの市場や流通は日本とは形態が異なっており、連携する日本の民間セクターには現地に適合するサービスや技術を柔軟に提供できる準備や、イノベーションの発想が求められる。ただ、2 度の現地調査を通じて分かったことであるが、アルゼンチン側の花農家や現地政府機関が非常に協力的であること、その理由に、日系花農家の存在と、現地政府機関の要職に日系人が就いていることが大きいと言える。この事業はまだ始まったばかりであるが、シンクタンク研究員として、日本企業とアルゼンチンの BoP 層とをつなぐ架け橋となれるよう尽力してまいりたい。

<筆者略歴>

日本テレビ放送網（株）、在ナイジェリア日本国大使館を経て、2016 年に三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング（株）に入社。日本テレビでは海外ニュースを担当する外報部記者を務め、在ナイジェリア日本国大使館では政府開発援助（ODA）資金により、教育、医療、農業、インフラ等の開発プロジェクトの立案・推進を担当。現職では官民連携事業、開発援助事後評価等を行う。London School of Economics and Political Science 修了、Soka University of America 卒業。