

インド (ニューデリー)

企業訪問調査レポート【1】: Gajam India Pvt Ltd (Dharma Life)

～ 農村部への生活必需物資の配荷団体 ～

■ 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)」



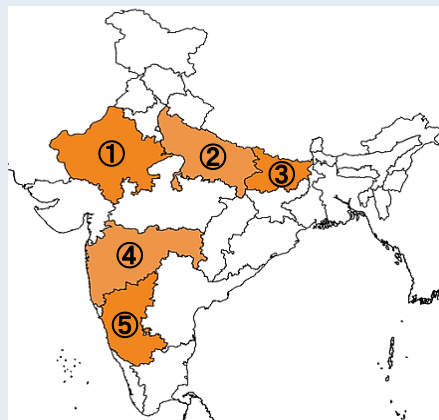
■ 調査日: 2014年 8月27日

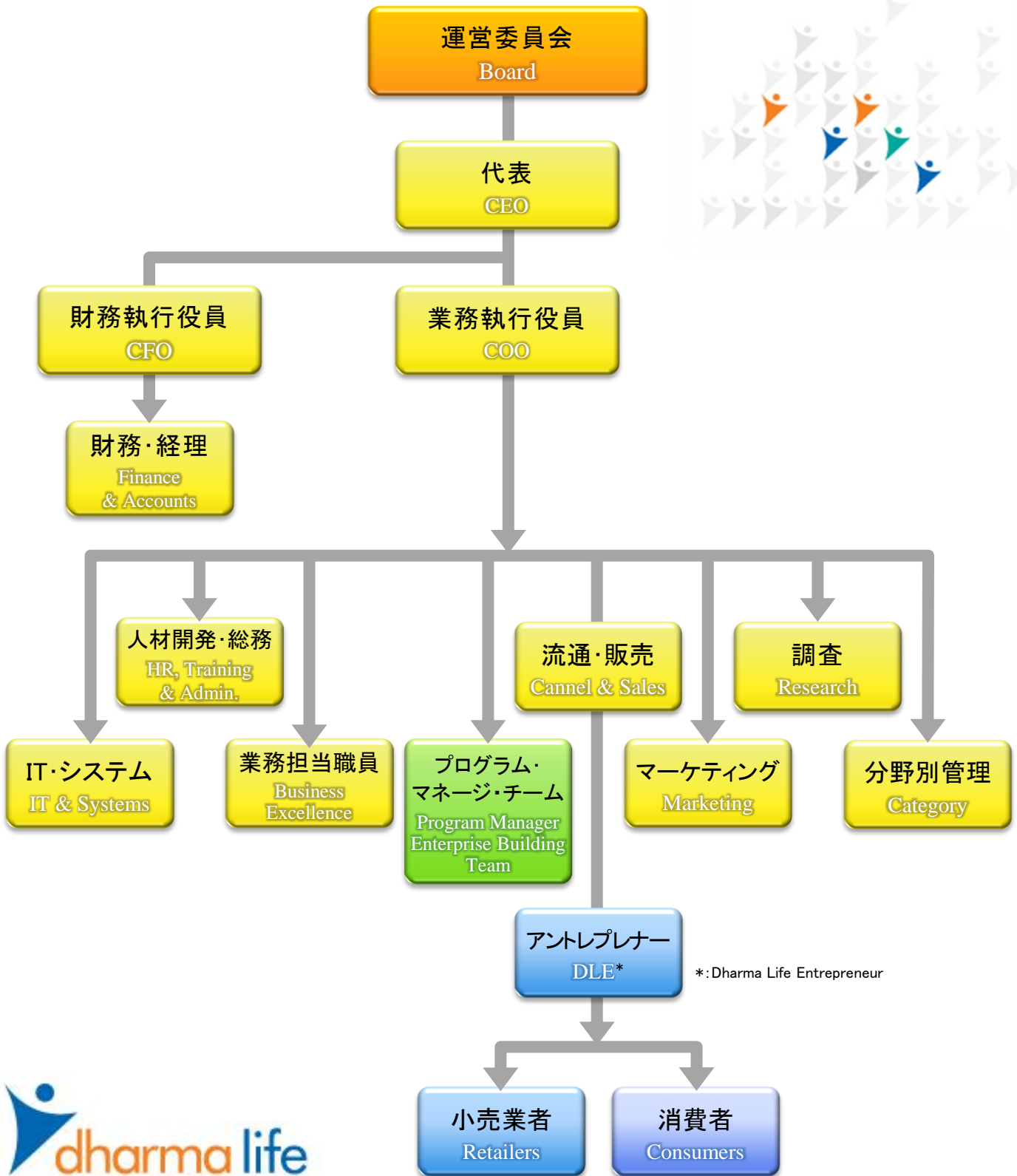
■ 分野: 農村部への生活必需物資の配荷

- 特徴: 地方住民の中で若者を教育し、アントレプレナー(担当地域での啓蒙活動、販売を担う)として育成し、周辺の人々の生活向上に資する商品の品揃えを提供して販売させることが、失業問題を解消する上で最も効果的であるとの信念の下に設立された団体である。アントレプレナーをネットワーク化して既存の市場を活性化し、住民に暮らしを便利にする生活必需品を入手する道を提供する。現在インド国内5州、40地域、2,000の村落をカバーしている。

団体概要

- 名称: Gajam India Pvt Ltd(活動名: Dharma Life)
- 本部住所: R9A, Nehru Enclave, New Delhi - 110009
- URL: www.dharmalife.in
- 設立年: 2009年
- 職員数: 77人
- 各州のアントレプレナー数: 総計 2,241人(その内、女性230人)
 - ① ラジャスターン: 74人
 - ② ウットル・プラデシュ: 631人
 - ③ ビハール: 668人
 - ④ マハラシュトラ: 752人
 - ⑤ カルナータカ: 116人
- 活動内容: 各地のアントレプレナーを支援・活用し、農村部の生活環境改善に資する必需品を提供する。
- 受賞歴: Global MBA Odyssey Competition, 2009(米国)
Entrepreneurship Summer School, London Business School, 2009
BMW Young Leaders Award. 2013





*: Dharma Life Entrepreneur



主な取り扱い品

競争する他団体は、ほとんどが大企業が設立した財団などの関係機関で、扱う品目もその企業の製造・販売品目に限られているが、Dhalma Lifeの場合は多様な企業の活動趣旨に即した広範な分野の品目を扱っている。Dhalma Lifeが扱うほとんどの製品は、既存の小売店にはなくメーカーの直販ルートでしか手に入らないもの。インド農村部の住民向けに商品企画されたものだが、BOP層に限らず、どの所得層にも適合するものであると自負している。

製品	メーカー
携帯用太陽光発電ライト等、家庭用照明器具	d.light, Barefoot Power
浄水器	Unilever, Tata
ミネラルウォーター	Vitingo (Coca-Cola)
生理用ナプキン、石鹸	Johnson & Johnson
携帯電話	Videocon, Karbonn
自転車	Hero
ミシン	Singer, Usha
靴	Bata
改良調理コンロ	Greenway Grameen, Envirofit
書籍	Pratham Books

● 製品価格の例

- 太陽光発電ライト: 495ルピー
- 家庭用太陽光発電システム: 7,800ルピー
- 浄水器: 1,199ルピー
- ミシン: 2,950ルピー
- 改良コンロ: 1,399ルピー



太陽光発電ライト



家庭用太陽光発電システム



ミシン

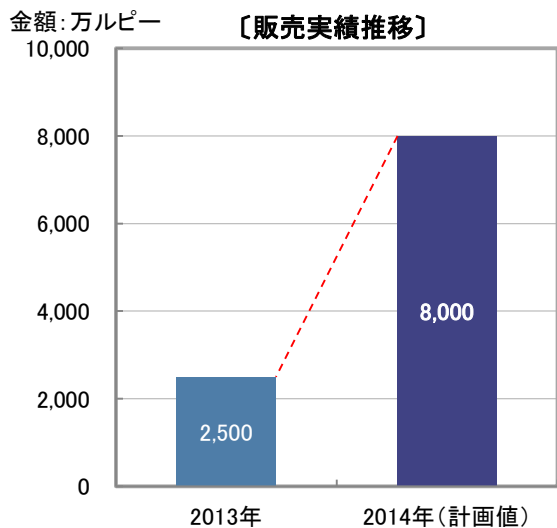


浄水器



コンロ

販売実績



活動概要 ②

販売製品の決定プロセス

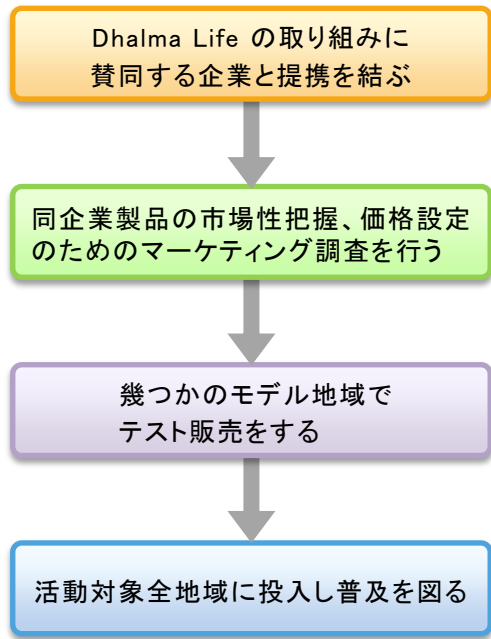
太陽光発電ライトなどは、既に住民にある程度認知されているが、改良コンロなどについては普及を図る上で啓蒙活動から始めなければならない。これら製品のマーケティング方法は、生活改善などの啓蒙活動計画と合わせて社内で議論している。



家の壁に吊り下げられた、太陽光発電ライト

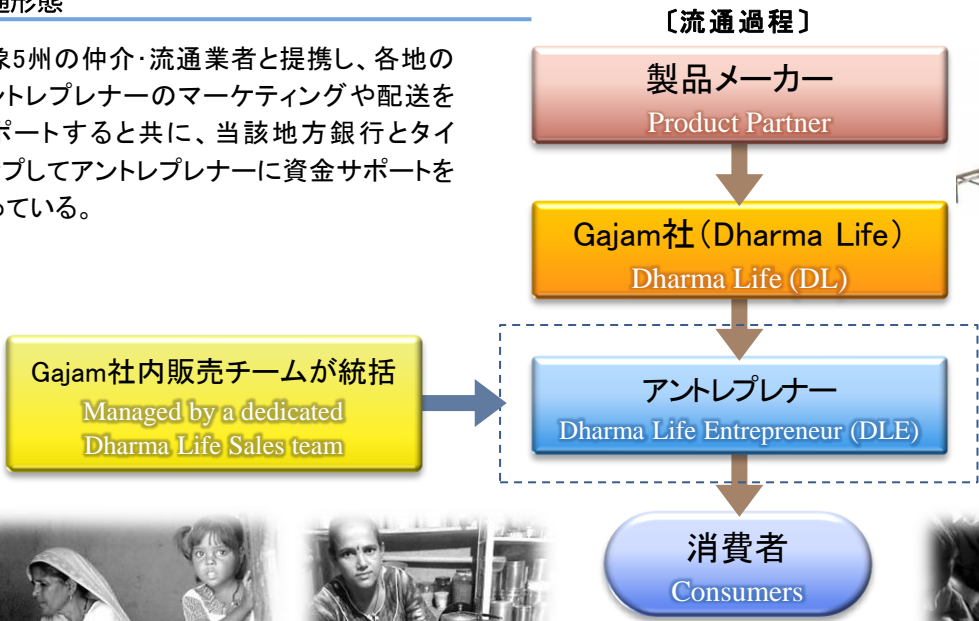


太陽光発電ライトを手にする人々



流通形態

対象5州の仲介・流通業者と提携し、各地のアントレプレナーのマーケティングや配送をサポートすると共に、当該地方銀行とタイアップしてアントレプレナーに資金サポートを行っている。



アントレプレナーについて

ロンドン・ビジネス・スクールやNIIT*と協力し、製品の販売・知識に関する教育を行う。さらに起業と事業拡大のフォローアップ支援を行うことで、2020年までに10万人のアントレプレナーを育成し、2,000万人の農村部住民をカバーする体制の構築を目指している。

*:インド・ハリヤナ州にあるアジア最大の情報技術教育機関



● Dharma Life のアントレプレナーになる条件

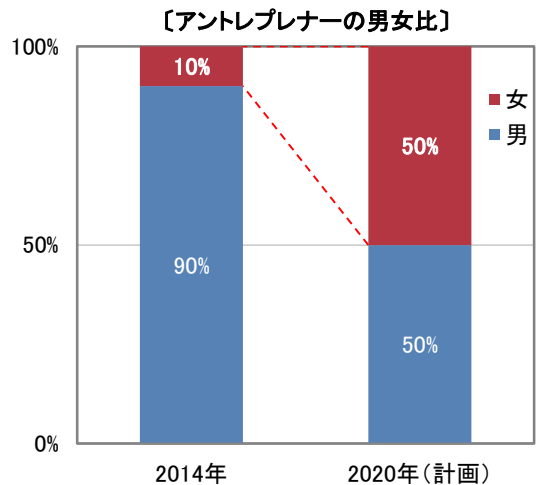
競合する他団体では、一定の出資力のある既存の小売業者などをアントレプレナーにしているが、Dharma Lifeでは出資力や経歴などに条件を付けず、意欲のある人々をアントレプレナーとして育てている。

● アントレプレナーの人員構成

農民、養鶏業者、郵便配達員、零細商店主を含む小売業者、芸人など幅広い分野の人々が参加しており、年齢も18～55歳と幅広い。性別比は現在、男性90%、女性10%であるが、2020年までに50対50の比率にする計画だ。

● アントレプレナーに対する支援

- ・販売とマーケティング教育
- ・キャリアを積むための意識啓蒙
- ・農村部の生活改善に効果的な製品と流通網の提供
- ・更なる改善のための効果測定・評価手法の開発



農村部住民への啓蒙・マーケティング活動



生活習慣の改善のための啓蒙教育を、アントレプレナーによるサンプル調査、製品のデモ、お茶を飲みながらの対話などを通じて行っている。これにより、煤煙削減による室内空気の浄化など各家庭の環境改善、クリーンエネルギーや安全な飲料水、栄養改善、衛生増進などに関する意識向上と、それらに役立つ製品の普及を図っている。

対象は、村落のオピニオンリーダーや重点対象グループをはじめ、学校や村の集会、アンガンワディ・センター（保健所と幼児教育を兼ねた施設）等において、直接住民と対話している。しかし、対象となる住民は広い地域に散在しているため、個々の家庭を巡回することは容易でなく、ミーティングの方法は時間等との兼ね合いにより、ケースバイケースで決めている。



アントレプレナーによる太陽光発電ライト(左)とミシン(右)のデモンストレーション

活動概要 ④

日本企業への希望

最新技術による、高品質で低価格な製品を日本企業から導入したいが、それに限らず、インド農村部に適した市場性のある製品を提供する企業であれば提携したい。

Dharma Lifeは既に世界銀行やシェル基金、ジョンソン & ジョンソン財団、GIZ(ドイツ国際協力公社。家庭室内空気浄化の推進)、コカコーラ(女性の職業開発)など国際的な組織と協力して活動を行っているが、Dharma Lifeの活動趣旨に合致する提案であれば、日本企業もスポンサーとしたい。

Dharma Lifeの取り組みに関するメディアの報道例

1. ファイナンシャル・エクスプレス(インド)

掲載日: 2014年 8月31日

2. フォーブス・インド版(オンライン)

掲載日: 2014年 7月11日

記事: <http://forbesindia.com/article/work-in-progress/dharma-lifes-making-profits-through-rural-entrepreneurs/38116/1>

3. タイムズ・インド版(オンライン)

掲載日: 2013年 5月31日

記事: <http://timesofindia.indiatimes.com/PROJECT-ARMA/speednewsbytopic/keyid-1691162.cms>

4. ザ・ヒンドゥ(ニューデリー版)

掲載日: 2012年 7月4日

5. ザ・ヒンドゥ・ビジネスライン

掲載日: 2012年 7月24日



課題

- ・生活環境改善に資する幅広い分野の製品を、農村部住民が購入しやすい低価格で提供する。
- ・国際的な高水準の製品を発掘する。
- ・農村部住民の多様化する需要に答える。
- ・活動を拡大するための更なる製品供給網の拡大と強化。

訪問後の編集後記

市場の将来性から見て、ウッタル・プラデシュ州から5州に事業領域を拡大したのは正解だったと思われる。Gajam社は販売網と倉庫容量の更なる拡大を図っており、今年末までにグジャラート州、次いでアーンドラ・プラデシュとタミル・ナード、マディヤ・プラデシュにそれぞれ1社ずつ貨物取り扱い業者を追加する計画である。

Dharma Lifeの販売網とその取り組みは、日本企業が注目するに値すると思われる。



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。