

企業とNGOの連携促進のための勉強会(第5回)

コーヒーでウガンダの支援を

開催概要

- 日 時 2018年2月22日(木) 19:00~20:45
- 会 場 YWCAビル 2F(201・202) 名古屋市中区新栄町2-3
- 対象者 ・企業の社会貢献担当者及び経営者
・NGOのスタッフ、学生、研究者 など
- 定 員 20名(先着順)
- 参加費 1,000円(センター賛助会員Bは500円)
- 主 催 認定NPO法人名古屋NGOセンター

ゲスト紹介



きのした まさよし
木下 正義 氏

株式会社クリスタル 代表取締役

1978年愛知県名古屋市生まれ。2002年勝原コーヒー入社。2006年勝原コーヒーとクリスタルコーヒーが合併し、(株)クリスタルとなる。2012年クリスタル代表取締役に就任。同年、ウガンダ共和国のコーヒー農園(50の小規模農園で栽培されている自然栽培コーヒー)と指定農園契約を締結。2015年ウガンダ農林水産省コーヒー開発庁より「ウガンダ政府公認コーヒーロゴ UCDA (Uganda Coffee Development Authority)」の使用を国内で初めて認められる。現地のコーヒー生産者との出会いがきっかけとなり、新規事業として、岐阜県に6300坪の農地を借り入れ、ハーブやお茶、自然薯などの栽培を自ら行い、新たな展開を模索中。

はじめに

私たちの支援するウガンダは、アフリカの中でも自然が豊かな国。大きな産業は農業であり、その中でもコーヒー生産の割合はとても高い。ナイル川の源流にあたるビクトリア湖があり、水も豊かで、平地でも標高が1,000メートル。緑も豊富で空気もきれい。年間を通じて平均気温が約20度と、とても過ごしやすい場所である。私たち人間にとっても過ごしやすい土地のため、植物や動物、昆虫なども過ごしやすい環境となっている。絶滅危惧種と言われているマウンテンゴリラも全世界にいる900頭のうち、500匹がウガンダで保護されている。英国のチャーチル元首相が訪れた際には、「アフリカの真珠」と言われた国でもある。

私たち株式会社クリスタルは、昭和63年に設立し、現在名古屋市市中川区に拠点を構えている。9名の従業員が働く、小さな会社である。私はその3代目にあたる。主な業務はコーヒー販売である。他にも、飲食店のコンサルティングや最近では岐阜県大垣市で農業もはじめている。約9,000坪の土地を有しており、自然栽培もしくはオーガニックで野菜を育てている。また、名古屋市守山区には焙煎工場があり、30・10・5・3キロと注文を受けて焙煎もしている。弊社の前身は、昭和53年に設立された勝原コーヒーという会社である。喫茶店運営からはじまっており、現在でも名古屋市内で数店舗運営している。

弊社では、ウガンダコーヒーを扱っているが、その歴史はまだ21年と浅い。それまでは、ブラジル、コロンビア、ベトナム、インドネシアといった一般的なコーヒーを扱っていた。ウガンダ産のコーヒー豆を使うきっかけは、ひとりのお客様からだ。平成9年に、私たちの喫茶店にお客様が来店され、その方は化学過敏症に悩まされていた。化学過敏症と聞いても、その当時私たちには理解ができなかったが、私はその言葉が頭から離れず、様々調べてみることにした。知るにつれ、大変な症状の病気であることがわかった。農産物を栽培する際に用いる化学薬品や農薬が体内に取り込まれることで、発がん性物質が作られやすくなるなどの症状が出てしまう。この出会いが私たちの意識改革、会社の方針を大きく変える出来事だった。そして、無農薬無肥料で自然なコーヒーを求め、世界の産地を回りはじめた。すると、その当時内戦が終わったばかりのウガンダと言う国があることを知った。当時は、ウガンダについて日本で知る人は少なく、私たちも当然知らなかった。しかし、ウガンダより南部にある、タンザニアやケニア、エチオピアのコーヒーを弊社で扱っていたこともあり、遠い国ではないという思いもあり、間髪入れず情報も少ない中飛び込むことになった。

ウガンダコーヒー

世界で作られているコーヒーは、主にアラビカ種とカネフォラ種（別名、ロブスタ種）の2種類が作られている。ウガンダのコーヒーは、5月と11月の年2回収穫される。私たちは、現地の小規模な生産者組合と契約をしており、農薬などを撒かずに自然栽培で作ることを約束し、21年間継続して契約している。私たちの主な栽培地域は、マウントエルゴンと呼ばれる山の標高1,800~2,000メートルのところに畑を持っている。そこで生活をしている生産者と契約している。

ウガンダで生産されるコーヒーの多くは、カネフォラ種である。弊社が中心に扱っているアラビカ種は、少ない生産量となっている。東アフリカでは、ケニア、タンザニア、ルワンダがコーヒー産地として有名だが、実はウガンダの生産量は東アフリカでトップである。ウガンダは、内戦や圧制に苦しんだため、海外からの企業進出が進んでおらず、当時の生産者たちは、国境が接するコンゴ、ケニア、タンザニアへコーヒー豆を売りに行き、それらがその国の生産品として生産地名を変えられ、各国へ販売されていた。弊社は、ウガンダのコーヒー



を初めて日本に輸入した会社でもある。特にアラビカ種の豆は、国内では皆無だった。ウガンダコーヒーは、イギリスの植民地だったこともあり、ヨーロッパ圏が主な輸出国となっている。日本国内での輸入量も年々増えているが、その多くはカネフォラ種であり、大手飲料メーカーの缶コーヒーやインスタントコーヒーとして使われている。

ウガンダでは、コーヒー豆が品質により、AAを頂点にピラミッド式に6段階にランク付けされている。弊社では、AA～ABまでの品種を扱っている。その流通経路は、小規模農家が集まり1つの組合を作っており、その組合が日本で言う農協の役割を果たしている。そして、生産された豆を集め、海外へ輸出する流れとなっている。そのような流れをUCDAという国の機関が管理しており、コーヒーを生産・買付する企業にとって無視できない相手でもある。弊社は、UCDAとのパイプも太く、信頼のもと好意的に扱っていただいている。弊社で販売しているコーヒーのパッケージは、UCDAの認定ロゴが入っており、国内では弊社だけが使わせていただいている。ウガンダにとって、コーヒー生産は外貨を稼ぐ主要産業。精製や豆の選別、衛生管理など、政府も力を入れており機械化も進んでいる。

自然栽培コーヒー

私たちが契約しているのは、BUFUMBO ORGANIC FARMERS ASSOCIATIONという小さな生産者組合。年に一度足を運び、品質や土のチェックを行いながら、絶対に薬品を撒かないように毎年言い続けている。アラビカ種を育てる環境は、標高1,800～2,000メートルの間で気温が18度前後、また、年間降水量が約1,100ミリの環境が理想的と言われている。自然栽培は、薬品に一切頼らず栽培するため、環境に適した植物でないとは育たない。ウガンダは、内政事情により手つかずの自然が残っており、アラビカ種が育つ環境が整っている。私たちが21年前に訪れた際は、バナナ、パッションフルーツ、バニラ、カカオの木々が溢れ、それらと一緒にコーヒーも実っていた。今は、生産者の安定した生活を守るためにも、畑に作付けし、管理をしながら自然の環境を残しつつ育てている。とはいえ、人が作業しやすいように導線が確保されているくらいで、今でも見た目はほとんどジャングルである。生産者は1家族あたり約5反（約1,500坪）を管理し、収穫期などは朝から晩まで家族総出で働いている。自然栽培は、有機JAS認定とよく混同されるが全くの別物。有機JAS認定は、30種ほどの決められた農薬などは撒いて良いとされており、自然栽培はその肥料すら撒かない育て方。そのため土作りや育つ環境が絶対条件となってくる。弊社も生豆での認定はもらっている。それにより、多くの方に手に取っていただくきっかけとなり、販売量が確保できることで生産者へ渡るお金が増えていく、そのような考えもあり認定を取得している。ただ、弊社の栽培は自然栽培にこだわって現地農家とも契約し続けている。

2005年に開かれた愛知万博では、アラビカ種を初めて輸入したことをウガンダ政府から評価いただき、開催期間中、政府ブースに出店させていただいた。予想以上の来場者数もあり、これをきっかけにウガンダコーヒーが爆発的に全国へ広がることとなった。しかし、元々は喫茶店。当時小売と言う発想はなく、事務所機能や設備、



それらを担うスタッフもなく、各喫茶店の電話が鳴りっぱなし、ファックスも流れっぱなしという状況だったため、急遽喫茶店の裏手にプレハブ小屋を建て、そこに電話回線を引き事務所を作っていくことから始まった。私たちの顧客は、主に喫茶店やカフェといったコーヒーをメインで使う業種業態の方々。こういったお客様がほぼ100%だった。とはいえ、コーヒーはあらゆるシーンで楽しんでいただける飲み物。これをきっかけに、同業他社と競合する相手のみを顧客とするのではなく、新しい営業先を開拓するようになり、今では、愛知県警本部やパチンコ屋のワゴンサービス、スーパーマーケットなどにも置い

ていただいている。また、コーヒーのフレーバーを使用したいという企業もあり、自然に抽出したフレーバーを使用した商品開発などもなされている。

原産地との連携について、弊社では約 50 の生産者と直接的な契約をしており、その農園でできたものは、責任を持ち全て購入するようにしている。そうすることで、作ったものが売れないという生産者側の不安がなくなり安心につながる。私たちが作っていただきたい、お客様にお届けしたいコーヒーを作っていただいているため、全て購入することが責任と考えている。そのため、弊社と契約いただいている生産者は、安心して生産いただいている。

自然栽培で作られたコーヒーも、海外から輸入する際には、害虫駆除のために燻蒸される。しかし、JAS 認定を取っているものは燻蒸する必要がないとされているため、弊社のコーヒーは一切の燻蒸されていない。自然栽培されたものが燻蒸されては、それは農薬まみれのコーヒーと同じになってしまう。海外で作られているため、365 日 24 時間管理できるものでもない。そのため、販売にあたっては先にサンプルを輸入し、日本の基準にあった残留農薬検査とアフラトキシンの検査を行っている。その検査をクリアしたもののみを輸入し、安全性を保ち販売している。また、一般的なコーヒー豆は常温で 1 年間保存されるが、私たちにとっても非常に大事な豆のため、空調設備の整った約 20 度の環境で 1 年間管理している。そうすることで酸化が抑えられ、風味や鮮度の維持につながっている。倉庫から出す際も温度管理を気をつけ、必要な量を必要なだけ取り出し、小まめに焙煎し、鮮度の高いものをお客様へ届けることを徹底している。

弊社のウガンダコーヒーの特徴は、①薬品に頼らない大自然の恵みにより育てられた自然栽培コーヒー。②生産者の生活を組織的にサポートしたフェアトレードコーヒー。③原産地の農園と契約することで、原材料の安定供給が可能となっている。④加工施設が多数建設されており、高品質なコーヒー豆の供給が可能となっている。⑤フルーティーな香りと柔らかな酸味とコクが特徴のコーヒー豆。⑥現地の契約会社を通して的確なご提案と迅速なご対応が可能となっている。

ウガンダコーヒーとの出会い

輸入をはじめ 20 年経つが、これまでも苦労の連続だった。今年も 3 月 4 月に輸入がはじまるため、何が起こるかはわからない。毎年何かしらの問題が起きる。恐らくそれが、ウガンダコーヒーの広まりの妨げになっているのではないかと思う。多くの業者がウガンダ産を使いたくないという要因として、注文したコーヒー豆が期日に届かない。水にぬれてしまい発酵コーヒーになっていた。注文した 20 トンのコーヒー豆の 8 割が欠点豆だった。コーヒー豆に大量のトウモロコシが入っていた。コーヒー豆輸送中に、コンテナごとケニアで盗難にあったなど、このようなトラブルが弊社でも起こっている。



2007 年に弊社では現地法人を作り、日本人スタッフも雇いウガンダに関わっていくための足掛かりを作った。しかし、翌年見に行くと事務所には誰も居ない。購入した机やパソコンも一切ない状態だった。それに直面し、これは無理だと判断し撤退した経験もある。その逃げたスタッフと日本で遭遇し、すったもんだした歴史もある。コーヒー生産に関して技術は整っているが、内陸部ということもあり物流の部分でまだまだ課題がある。ケニアで強盗にあったことも、アフリカ全体として課題があるのではと感じたこともある。紆余曲折と借金をしながら、会社も大きくならず、それでも経営を続けている。

もともとの目的は、化学過敏症のお客様との出会いから、小さい企業ではあるが薬品に頼らない自然なコーヒー豆を届けること。それを達成するための産地を巡り、ウガンダと出会った。初めて訪れた時は、戦争が終わり

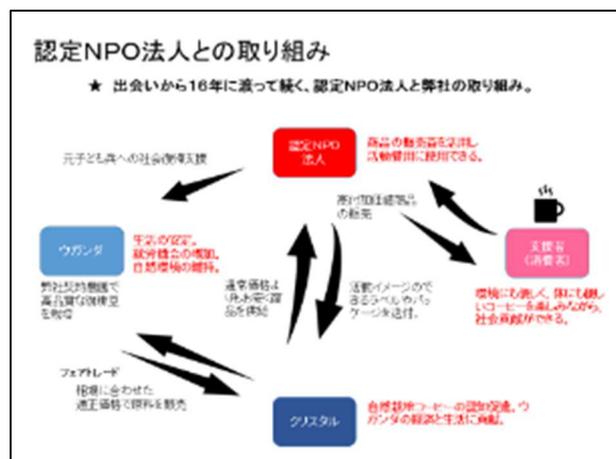
て間もない頃で、内陸部の山奥に右も左もわからない中、産地があることを知り現地へ向かった。行くとそこにはジャングルの中にコーヒーがなっており、その近くに家族が住んでおり、靴も履かずボロボロの服を着た少女が家族と暮らしていた。その姿を見て気の毒に思い、どうにかしたいという思いから1万円ほどのお金を渡した。それを受け取ると喜んで帰っていた。そして、その日は村にあるボロボロの民宿に泊めてもらったのだが、そこへ昼間出会った少女がご両親を連れてきた。両親からは「娘を買ってくれてありがとう。」と言われた。こちらは何の話かわからなかったが、「これだけ払ったということは、私の娘がほしいんですよ。」と、押し問答が続き、娘を日本へ連れて行ってくれとお願いされた。そのような考えは微塵もなかったため、それを伝えつつ話を聞くと、ご両親は山の管理者のひとりであり、自分たちが生活する分だけの作物を取って、それを調理し生活しているとのことだった。これを聞き、何かしないといけないと、自然栽培よりも生活を豊かにすることの方が大事ではないかと思い、そちらの想いが主になっていった。そして、その家族が管理している山に自生するコーヒー豆を摘めるだけ摘ませてもらいそれを購入したこととして1万円を受け取ってもらった。それを日本に持ち帰り、焙煎テストをしたのが、はじめてのウガンダコーヒーとの出会いだった。

持続可能な支援活動の実践

その時は、フェアトレードという言葉も多くの人知らない時代。日本では恐らくなかった言葉ではないかと思う。海外でそういった考えがあることを知り、それを弊社でも目指そうと決めた。当時のコーヒー業界は、値段を叩いて各国輸入していた。他社も含め、フェアトレードという概念がなかったため、致し方ないことかもしれない。ただ弊社は、少女と出会ったことでその考えに至ったのが21年前である。

現在、具体的には、生産者に対し必要なものを電話で聞き、その品を送っている。現金をとという生産者も多いが、そこはものにこだわって対応している。他には、愛知県一宮市にあるNPO法人を通し、貧困層が通う学校へ文房具などの物資支援をしている。また、認定NPO法人が支援する元少年兵の社会復帰施設へ、年2回収益金を寄付している。代表の方と約束し、弊社の寄付は全てウガンダの元少年兵のために使っていただくようにしている。そのような活動を続けていたら、有り難いことに東久邇宮文化褒章受章をいただくこととなった。先ほどUCDAのロゴについてお話ししたが、ウガンダ政府に認めていただく要因の2割は、自然栽培コーヒーの輸入。残りは、21年間積み重ねてきた支援実績を評価いただいたからである。このような活動は、弊社は小さな会社であるため、なかなか広がりを見せるのは難しい。特に民間企業ではできることが限られてしまう。そこで、ウガンダ政府に対し、活動紹介とともに物流の拡大の提案や、日本政府に対し、ODAの使い道や現地の情報を伝えるなど、両政府に働きかけている。

認定NPO法人との出会いは、弊社の喫茶店へ代表の方が来店されたことから始まる。それが今から16年前。当時はまだ、復帰施設をウガンダで運営される前で、どうしても元少年兵を救いたいと、現地支援をしていた弊社に話を聞きに来られた。取り扱うウガンダコーヒーを販売し、その収益を活動費や施設建設の費用に充てられないかと提案いただいた。



取組みの流れとしては、図の通りである。原産国であるウガンダの生産者から、上質なコーヒー豆をフェアトレードで買い付けている。ウガンダコーヒーの売値は、ニューヨークの先物取引所の相場と、共産圏であるため国が独自に価格を決めている。そのため、取引所と政府の相場から適正価格を見ながら、弊社がUCDAと交渉し価格を決めている。取引所の相場より少々割高になるが、その分生産者にお金が渡るため、基本的には政府のいい値で購入することにしている。そして、買い付けたコーヒーを弊社が加工する。その後、認定

NPO 法人より、デザインいただいた袋とシールをお送りいただき弊社でコーヒーを袋詰め。それをオリジナル商品として、販売いただいている。パッケージする際には、直近の活動内容を書いたチラシなどを同封し、お客様の手元に届けている。弊社は、NGOやNPOへ積極的に支援したいという想いも強いいため、卸値は、他の企業や個人のお客様に販売するより価格を抑えている。はじめに認定 NPO 法人の代表にお会いした際、「収益を活用して」と話されていたことが頭に強く残っており、弊社が損をしないギリギリまで卸値を抑え、定価で販売いただき、収益が上がり易くなるよう考えている。それができるのも、認定 NPO 法人への絶大な信頼があってこそ取り組んでいる。認定 NPO 法人としても、普通にあるウガンダコーヒーの商品では競合他社も多くいるため、NGOやNPOでは販売拡大が難しい状況にあった。弊社が取り扱う自然栽培というキーワードは、唯一無二の付加価値を生むため競合他社とも勝負していける。また、自然だけでなく人体にも優しいため、飲んでいただくことがウガンダの生産者や自然、そして自身のためにもなる。購入いただいた収益で、認定 NPO 法人がウガンダを始めとする支援が必要な国々へ活動を展開していくことができる。

企業とNPOの協働

日本の寄付について調べてみると、140 国中 114 位という結果があった (World Giving Index レポートより)。私の知人にも聞いてみたが、日本人の寄付意識は高くない。その理由も調べてみると、困っている人を助ける理由が見つけれないという人が多くいた。そのような状況でどうすればいいか考えた際、寄付した先の活動内容を確実に伝えることが重要だと思い、そのひとつの方法が高付加価値商品の販売だった。販売にあたっては、先に述べたように活動内容が見えるよう、チラシを同封するなど工夫することだった。特にコーヒーは、あらゆるシーンで楽しんでいただけるもの。NGOやNPOへ無関心の人に対しても、関心ある購入者が無関心な人へ振舞うこともできる。プレゼントすることもでき、様々な経路で関心を寄せてもらうきっかけを生み出すことができるのではないかと考えている。



弊社が 16 年間、認定 NPO 法人と協働してきたことは、この取り組みは、何ひとつ悪いことがないということ。現地生産者、企業、NGO・NPO、支援者にとって、相互にメリットを持つ形で支援が行われている。この様な相互関係は、必ずしもコーヒーでなくてもできることでもある。その国々で採られるものに、特に高付加価値のものがよい。NGO・NPOは商売人ではないが、企業人として敢えて言わせていただくと、これからは商売要素も入れながら支援を検討されるべきではないかと思う。そうするために、企業とのタイアップは絶対に必要になってくる。その収益がなければ、支援したい人々や国々にとって何の意味ももたなくなってしまう。そして、もうひとつ思うのは、今までの支援は何もない状態から、支援してほしい、寄付してほしいとお願いするといった印象がある。お願いされた側は、何やっているかわからないのに難しいとなってしまう。これはまさに、先ほど述べた日本の寄付意識とも結び付くことだと思う。企業が関わりビジネスとして展開することで、会社自体が調べられ、調べた先に信頼が生まれてくる。弊社にも、認定 NPO 法人の利用者から電話がくることもある。

認定 NPO 法人との協働を通して、見えてきた両者のメリット、デメリットについて。NGO・NPO側のデメリットはゼロ。企業側からNGO・NPOを支援するといった視点も含めて、相手にメリットしか生まないような関わり方をしている。これは、企業の営業努力でもある。メリットは、①在庫を持たなくて良いこと。今までの連携は、50 袋買ってくださいと一定の利益が出る様企業も考えるが、弊社は一切の在庫を持たせないようにしている。これもNGO・NPO支援のひとつ。在庫を持つことは負担になることもあるが、弊社のコーヒー

は焙煎後早くお届けしたいため、在庫を持った結果、数カ月経ったコーヒーをお客様が味わった際、美味しくない印象を与えては元も子もないため、在庫は持たせていない。次に、②作業を一切行っていただけていないこと。シール貼りや袋詰め、包装、梱包も全て弊社で行っている。ギフト商品も箱を組み立てるところからやっている。時期によっては、スタッフもてんやわんやで対応させていただいている。③活動を多くの人に伝えることができること。④商品を通して、生産者や製造者への支援につながる。⑤折り込みチラシなどで、最新の情報を発信できること。⑥高付加価値商品を扱うことで、新たな支援者層と出会うことができること。商品を介すと、関わる人の幅がとてつもなく広がり、特にコーヒーは多くの方が楽しめるためメリットが大きい。⑦高い利潤が求められることで、今まで以上の活動を行えること。最後に、⑧企業と共同で活動することができること。認定 NPO 法人と弊社は同じウガンダで活動しているため、現地の情報交換をすることができる。共同を通して考えだした夢がある。ウガンダは、失業率が 50% 近くの国であり、社会復帰施設を卒業し手に職を付けても働く場所がない。卒業した人が弊社の農園で働いてもらえたらどんなにいいかと考えている。契約している生産者組合にも、それとなくそのような夢を伝えてはいる。最初は嫌な顔をしていたが、支援につながることを何度も話すと、少しずつ前向きに考えてもらえるようになってきている。

企業側のメリット、デメリットについて。メリットは、①商品の卸値を下げることで、NGO・NPO の支援活動に協力できること。商品を介しているが、お金で寄付することと同じ意味をもっている。②社会貢献につながる、持続可能なビジネスモデルが構築できること。企業にとって、社会貢献していることを対外的に発信できること自体がメリットを生んでいる。同じことであるが、③企業イメージがアップすること。④社会貢献することで、販売先や納品先との連携が強化できること。⑤従業員の満足度を向上させることができること。生産者には、私たちが欲しいコーヒーを作っていただいている。立場の上下はないが、弊社からすると生産者の方が立場は上。関わった以上、生産者をはじめウガンダの人々が豊かになっていくことの手助けが私たちの使命でもある。そのような使命感が、従業員のやる気にもつながっている。一方でデメリットは、①低価格の反面、作業量は多く、従業員に負担をかけている。支援につながるならと作業に励んでくれる従業員には、大変感謝している。②受注後の作業になるため、複雑化すると作業が困難になること。弊社は、認定 NPO 法人以外とも取引があるため、お時間いただきながら対応させていただくこともある。

これはあくまで認定 NPO 法人と弊社の協働での話であるが、NGO・NPO 側のメリットを最大化することが弊社の役割でもあると考えている。

国内農業への進出

ウガンダコーヒーと出会い 21 年。アフリカは大変遠い土地でもある。しかし振り返ると、こういった商品を作ってほしいなど、立場は下と思いつつも様々な注文を生産者にしてきた。注文する私自身は、果たして農業の苦勞をわかっているのかと常々考えるようになり、無謀な挑戦だが農業に進出してみることにした。最初、大



垣市にある 6,300 坪の土地をお借りしはじめた。土地と言っても、28 年間放置された土地のため荒れ放題だった。1 年かけて土地を元に戻し、2015 年によく栽培に着手しました。まず、素人でも栽培しやすいものを選び、ジャーマンカモミールを栽培しはじめた。弊社は、ウガンダコーヒーに限らず、身体や自然にいいもの、そのように育てられたものを扱っている。弊社は、自ら実践することで真実を知り、本物をお届けする会社でありたいという理念を掲げているため、これに挑戦をしている。農業では、くりすたる農園という会社を別に立上げ運営している。

農園があるのは、大垣市上石津町という関ヶ原市に近い山奥の田舎。農園運営を通して、地域の方々と接するにつれ、上石津町が抱える大変さも見えてきた。一番の課題は、ここ10年間で人口流出が続き、11,400人だった人口が、5,400人と半数以上に減少していること。買い物するにしても、スーパーマーケットまで車で30分、大垣市内には仕事もあるが町から通うのにも手間がかかるため、子どもをこのまま町に住ませたくない、子どもも不便だから生活したくないなどの理由から、人口流出が続いている。他にも、全国的な課題でもあるが、町でも耕作放棄地が12万坪も広がっており、子どもが減少することで、お祭りなどの地域の伝統文化もなくなってきている。このように、人口流出に歯止めをかけるか、移住など人口流入の仕組みが求められている町でもある。そのため、自分たちで農業をしようという方向を転換することとした。地域には、農業のプロフェッショナルが多くいるが、続けたくても続けることができない。その理由は、売ることが苦手。とてもいい作物を作られるが、売ることが苦手。作り手として、無農薬無肥料で栽培したいということ、それには同意いただき積極的に協力いただける。しかし、そのようなものを作っても売れないけどいいのか、と言葉が継いで出てくるのがほとんどだった。そこで思ったのは、生産者の強みと弊社の弱みはリンクしているということ。弊社は町に来てまもなく土地への理解や農機具など不足しているものもあった。しかし、町の方々は、長年その土地で生産されてきた経験や必要な農機具なども有していた。また、弊社の強みは、ウガンダコーヒーなどを販売してきた営業力と、求められているものの開発力。そして、流通経路や経営力も農家の方々より長けていた。お互いの強みと弱みをバランスよく持ち寄ることで、いいものができると考えていた。

そこで、地域のみなさんに声かけしたところ、13名の生産者が集まってくださった。正直、これだけの人が集まるとは思っておらず、流通先なども未確定だったため、プレッシャーに感じた部分はあった。今期は40代の参加もあり17名となっている。その中には、横浜市などから移り住んだ方もおり、先ほどの人口流出問題にも少しながら貢献している。集まった生産者の作物の流通先をどうするか考えた際、マーケットインという方法を取って流通させることとした。弊社がウガンダコーヒーを卸している取引先は、自然栽培の高付加価値に理解があり、そこを利用されるお客様も関心が高い。取引先へ、農園をはじめたことを伝え扱ってほしいと伝えると、一度持ってきてほしいと温かく受け入れていただけ、初年度より多くの量を購入いただいた。獣害も考え、里芋や自然薯などの根菜類をメインに、カモミールなども生産している。現在は、取引先から生産量増やしてほしいという要望もあり、10年後を見据え生産量の拡大を計っている。取引先からこのような声がいただけることは、ウガンダコーヒーの信用があった上にいただいた声でもあり、頭が下がる思い出ある。

最後に

弊社では、この農園での取組みを、里山アクティベーションと称し、作物をただ卸すのではなく、少量多品種を作り、お客様が必要とする分を必要なだけ生産するよう取り組んでいる。これは、コーヒーの在庫管理の観点と同じ。そして、高付加価値にすることで単価を上げ、生産者へ還元する。当時、里芋は1キロ80円で卸されていたが、弊社がフェアトレードで適正価格を見直し、1キロ140円で買い取ることにした。そして、その金額で仕入れても、弊社の取引先はウガンダコーヒーでの信頼や理解もあるため、一般的な流通価格よりも割高だが購入して、受け止めてくださる。また、食品は加工業の利益率が高いため、町中に農作物の加工施設をつくり、地元の小売店に加工品を卸すなど地産にも取り組んでいる。将来的には、名古屋市などの中心地にアンテナショップを設け、生産された身体と自然にいい作物を販売できる環境を整えたいと考えている。要するに、段々と横に広がっていき安定した収入が得られることが、人口流



出に歯止めをかけることだと考えている。地元で生まれた人は、やはりその土地に愛着がある。しかし、生活するには外に出て行かざるを得ない現実がある。生まれ育った若い世代が住み続けるためには、地元で産業を生み出す必要がある。現在、自治体との共同で、農業を軸とした移住定住を増やし過疎化に歯止めをかける取り組みも進めている。まずは、地元や近隣市町村に収穫などの体験を呼びかけ、農業に関わる機会を創っている。そして、その体験をきっかけに、自分のために少ない野菜を作ってみるシェア農園、弊社などでの就農体験や就農就職とステップを踏んでいく。就農を考え出すと、定住も視野にはいるため移住者促進にもつながっていく。そして、いざ農業で独立となれば、農地を町が提供するなどサポート体制も整っている。

最後になるが、弊社は、食を通して、消費者とそこで暮らす人々に明るい未来のために、今後も取り組みを続けていく所存である。

質疑応答

Q： NGOやNPOは販売が苦手という話があったが、実際に、私が調べた中でも販売の専門性を持つ企業と共同したことで、売上が3倍になったというデータもある。

木下氏： フェアトレード協会というのが、ウガンダにもある。ただ、その協会が日本や先進国の様に運営が成り立っているわけではない。どれだけ多くの売上があっても、生産者には最低限のお金しか渡らない現状がある。弊社の経験上、生産者に渡るまでにいくつかの団体を通ることで、受け取る額は目減りしていく。それが全てではないと思うが、弊社が視てきた実情はそうだった。そこで弊社は、生産者と直接契約・取引することになっている。直接支払いをすることで間に入る団体もなく、実際の売上を生産者に手渡すことができている。実際に、売上が3倍になったとしても、それが全て生産者の手に渡っているのかはわからない。少なくともウガンダでは、全てが渡ることはあり得ないことである。

Q： 生産者への物資支援は、具体的にどのように取り組まれているのか。

木下氏： 物資は、現地の要望を聞き、弊社をはじめ取引先にもご協力いただき、1年2年かけ少しずつ集めている。それを国際郵便で送付している。物資は、集まり次第送付となっており、衣類や靴など幅広い要望に応えている。ウガンダにはヨーロッパ圏の支援が多く入っているが、お金で支援することが多く、何もしないで現金が手に入ると仕事をしない生産者もあり、その様な姿を21年間で見えてきた。国が違っても同じ人間、汗水垂らし適正な収入を得ることが大切だと思うため、弊社では、生産者に直接的なお金による支援は行わないことにしている。

Q： 認定NPO法人と協働することで御社にデメリットもあるが、それがあっても協働されるのはなぜか。

木下氏： 代表の方の魅力に取りつかれた、と言うことが理由のひとつ。お話しをする中で、コーヒーを介して何かできることがあればという、ただ純粋な気持ちからでもある。本来なら、従業員から辞めまじょうと声があがってもおかしくない取組みだが、従業員誰ひとりとしてそう言わない。従業員も同じ純粋な気持ちで考えてくれている。

民間企業には、社会貢献やNGO・NPOの視点が求められる時代。逆にNGO・NPOは企業の視点が求められる時代。それがもっと加速するのではないかと、私自身肌で感じている。

コーヒーでウガンダの支援を

2018年2/22(木) 19:00~20:45

今回の勉強会では、ウガンダコーヒーの輸入・販売を通して、ウガンダのコーヒー生産者の生活向上に大きく貢献されている(株)クリスタルの代表取締役 木下正義氏をゲストに迎えます。

(株)クリスタルは、第3回のゲストの藤森みな美さんが所属する認定NPO法人テラ・ルネッサンスが取り組まれているウガンダ北部の元子ども兵(元少年兵)に対する社会復帰プロジェクトを、現地で契約栽培するウガンダコーヒーを通して、支援協力しています。

今回の勉強会では、テラ・ルネッサンスとの出会いのきっかけ、支援に至るまでの経緯などをお話しして頂きます。ウガンダのコーヒー生産者の現状などについても、最新情報を聞くことができます。この機会をお見逃しなく、ぜひ、ご参加ください。

ゲスト ^{きのした}木下 ^{まさよし}正義 氏

株式会社クリスタル 代表取締役



1978年愛知県名古屋生まれ。2002年勝原コーヒー入社。2006年勝原コーヒーとクリスタルコーヒーが合併し、(株)クリスタルとなる。2012年クリスタル代表取締役に就任。同年、ウガンダ共和国のコーヒー農園(50の小規模農園で栽培されている自然栽培コーヒー)と指定農園契約を締結。2015年ウガンダ農林水産省コーヒー開発庁より「ウガンダ政府公認コーヒーロゴ UCDA (Uganda Coffee Development Authority)」の使用を国内で初めて認められる。現地のコーヒー生産者との出会いがきっかけとなり、新規事業として、岐阜県に6300坪の農地を借り入れ、ハーブやお茶、自然薯などの栽培を自ら行い、新たな展開を模索中。

- 会場：YWCAビル 2F (201・202)
(名古屋市中区新栄町2丁目3)
地下鉄「栄」駅 5番出口より徒歩2分
- 参加費：1,000円(センター正会員・賛助会員Bは500円)
- 定員：20名(先着順/要事前申込)
- 対象：企業の社会貢献担当者及び経営者、
NGO関係者、学生や研究者など、本テーマに関心のある方



<申込方法> その1:名古屋NGOセンターwebサイトよりお申込下さい。その2:①名前、②所属、③電話番号を明記の上、E-mail、電話、FAXのいずれかの方法にてお申込下さい。



主催&申込み 認定NPO法人名古屋NGOセンター

〒460-0004 名古屋市中区新栄町2-3 YWCAビル7F TEL&FAX:052-228-8109
E-Mail: info@nangoc.org HP: http://www.nangoc.org/ (開所時間: 火~土 13:00~17:00)

この事業は「JICS-NGO 支援事業」「あいちメモロコ基金」より助成を受けて実施しています。