



企業の
国際貢献

現地仕様に改良して展開

BOPビジネスの確立目指すトヨタミ ナイジェリアやインドへ調理用灯油コンロ

調理に伴う健康被害を防ぐ

灯油を燃料とする暖房機器や扇風機、除湿機といった季節家電を国内外で展開する（株）トヨタミ（名古屋市瑞穂区）は、ナイジェリアやインドで調理用の灯油コンロを販売している。コンロはもともと国内で販売していた製品を現地に合わせて改良したもので、4リットル入りの燃料タンクに満タンの灯油を入れれば20時間調理が可能。国内製品はホームセンターなどを通じて1台当たり1万3,800円前後で販売しており、現在は年1万台前後を出荷している。東日本大震災以降、最近では災害時向けの備蓄用として引き合いも増える傾向にあるという。

ナイジェリアでは、昨年から本格的に販売を始め

た。地震があった時などに自動的に消火する対震装置や火花を飛ばして着火する電子点火機能など、途上国においては必要ないと考えられるような機能や装置をそぎ落とし、できるだけ低価格になるよう工夫した。1台当たり8,000円程度で提供している。

貿易部BOP/MOP事業企画担当の安藤和輝氏は「ナイジェリアではインフラがまだ十分に整備されておらず、電気やガスを使うことのできる地域が少ない。特に農村部には貧しい人達が多く、調理にあたっては室内にある台所で乾燥させた家畜のふんや枯れ木、薪を燃やしたり、灯油コンロが使われています」と話す。

安藤氏によれば、同国では年収27万円程度の世帯でも灯油コンロが一般的に使われていることが分か

った。さらに詳しく調べてみると、現地には、現地製、中国製、さらにその模倣品をそれぞれ扱うコンロメーカーなど複数社があり、現地の卸問屋では1つの店舗だけで月間3,000台も売れているという。各社の提供価格はそれぞれ700~2,000円。ただ、現地メーカー製の灯油コンロは品質もあまりよくないようで、現地の人たちの間では「すぐに壊れてしまう」との評判だった。「現地で販売されている灯油コンロは、灯油をためておく燃料タンクに穴が開いてしまったり、炎を発生させる器具周辺の部品が破損してしまったりします。また、現地製灯油コンロの中には、破損した部品だけを取り替えることができない製品もあり、街の修理屋へ持って行って直してもらっています。そのため、製品そのものは安価なのですが、メンテナンスにコストが掛かってしまいます」と安藤氏は言う。

世界保健機関（WHO）によれば、呼吸器疾患が原因で命を落とす人が400万人いるという。その中には低品質の調理器具を使うことで生じる有害物質が原因になることもある。低品質の調理器具を使うと、燃料を完全燃焼させることができずに、ばい煙やスなどの有害物質を排出してしまい、室内の空気を汚染。のどや肺などの呼吸器系疾患、さらにはガンなどの原因になるという。室内の通気性が十分でないことから、有害な空気が外に出ず人体に悪影響を及ぼすこともある。

安藤氏は「当社の製品だったら燃料をしっかりと完全燃焼させますので、室内の空気を汚染しません。火力を調節可能で使用する灯油の量を節約することができますし、調理に掛ける時間を節約できま

主婦を巻き込む新たな普及モデル

インドでは調理用灯油コンロの普及を図るため、主婦を巻き込んだ新たな展開方法を模索している。現地NGOの協力を得て、対象地域で複数の主婦からなるグループを構成。それぞれ主婦グループのリーダーを通じて、調理時間が短い、有害物質の排出が少ないといった同社の灯油コンロのメリットを浸透させて、より効率的に販売したい考えだ。8月にもテスト販売を開始する予定。



トヨトミの技術で灯油を完全燃焼



ナイジェリアには競合メーカーも

すので、そのぶん、他の仕事に取り組む余裕も生まれます。こうした点で調理用灯油コンロの展開を図るのは、社会貢献としての狙いもあります。ただ、当社にとってはあくまでビジネスとしての位置付けで、いかに収益を出すことができるかが課題。引き続きうまく収益を上げることのできるような展開方法を模索していきたい」と語った。

次代を担う柱の一つ

同社は、ナイジェリアに先行し、3年前からインド北部でも同型の調理用灯油コンロを展開している。やはり消費者が求めやすいよう価格を低く設定し、現地の代理店を通じて販売してきた。同国北部は寒冷で、調理にも灯油が使われており、現地代理店とはそれまでもすでに取引関係があったためより展開しやすいと考えた経緯がある。

しかし、輸送費を思うように抑えることができずに、なかなか思うように浸透していない。「現地での販売価格は8,000円程度で、現地製灯油コンロに比べ約6倍の水準です。実際に使ってもらえれば当社製品の良さも分かってもらえるのですが…」(安藤氏)。今でも同じ代理店を通じて販売を続けているものの、価格や機能についてもっと現地のニーズに沿ったものにすべく開発中だ。普及に向け、新たなビジネスモデルの構築にも取り組んでいる。

安藤氏は「BOPビジネスは難しい。当社もまずは一つ、しっかりと市場を築き上げたい」と強調する。同社にとって、このビジネスは、今後を担う重要な柱の一つ。じっくりと時間を掛け取り組んでいきたい考えだ。