

B O P 層のビタミンA 摂取状況
改善を目的とした
協力準備調査
(B O P ビジネス連携促進)



カゴメ株式会社

Vision

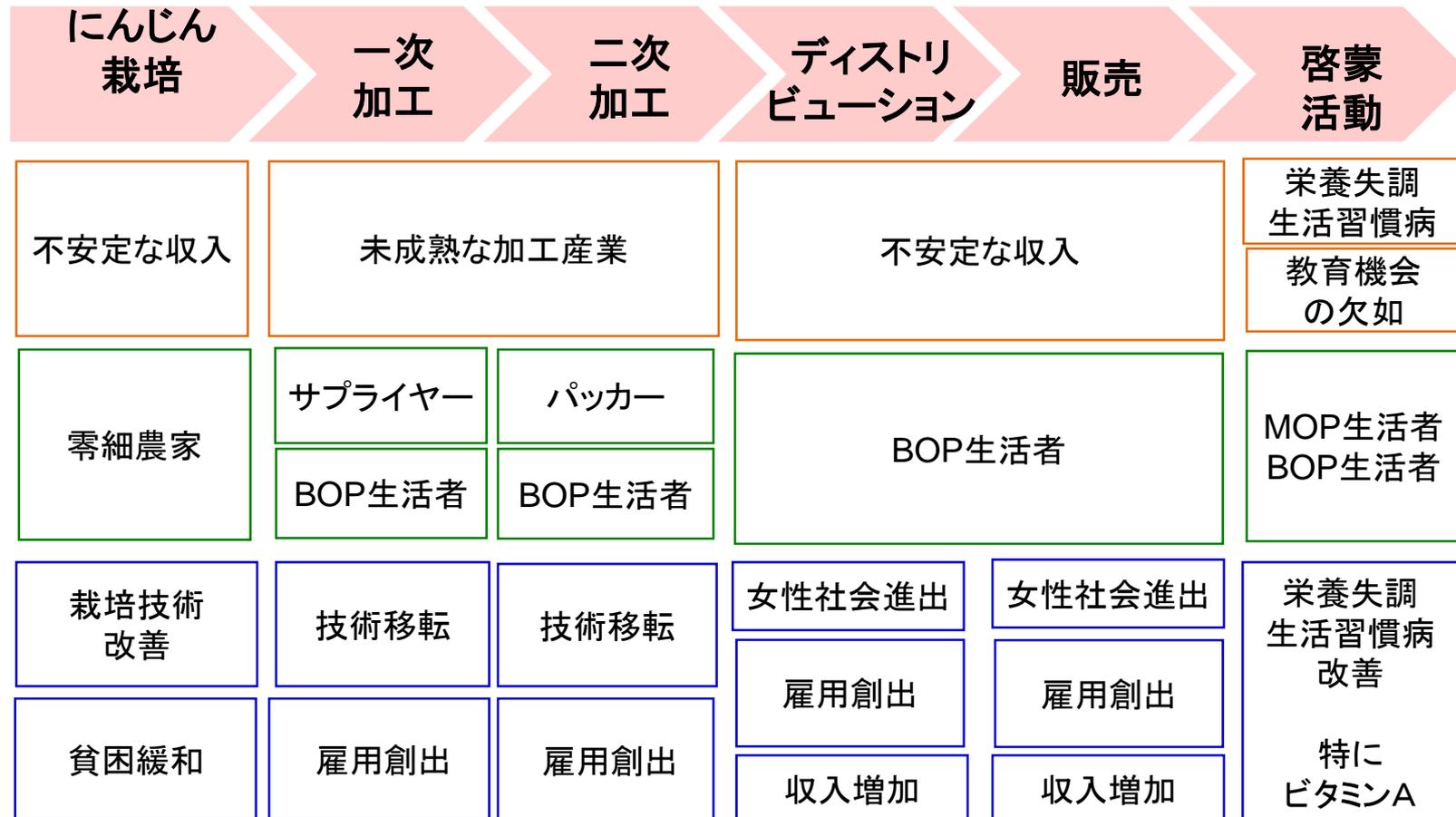
カゴメが日本で築いた「ニンジンの栽培技術・栄養研究・商品開発・食育支援」を礎に、インドの人々の食生活の向上と健康長寿に貢献することで**ソーシャルブランド**になること。

ターゲット階層	代表的な健康問題	提供価値・商品アイデア
TOP・MOP 健康意識の高い 都市部の 中間層・富裕層	食生活の乱れ 生活習慣病の増加 糖尿病・高血圧 等	安心・安全、健康増進、おいしさ 野菜ジュース 200ml/1000ml 紙パック ニンジンジャム 340g 瓶 収益の中心。利益の一部をBOP事業に補填
UPPER BOP 都市部 貧困層 農村部 上位貧困層	栄養バランスの悪さ 糖質、脂質、塩 過多 予備軍化の進行	栄養補給 ニンジンジャム 15g パウチ NGOや自助団体を通じて配荷
LOWER BOP 農村部 貧困層 (B2Government)	栄養失調 (特に微量元素の)	栄養補給 ニンジンジャム 15g パウチの寄付 政府のProgram での使用

インドが抱える社会課題へのカゴメのアプローチ

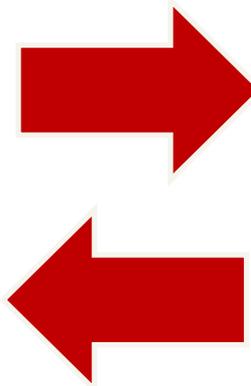
栽培から啓蒙活動に至るバリューチェーンの全ての工程において、
オレンジにんじんをコア原料とした事業展開によって
インドが抱える農業問題・栄養改善をはじめとする**社会課題解決に貢献**する

Value Chain



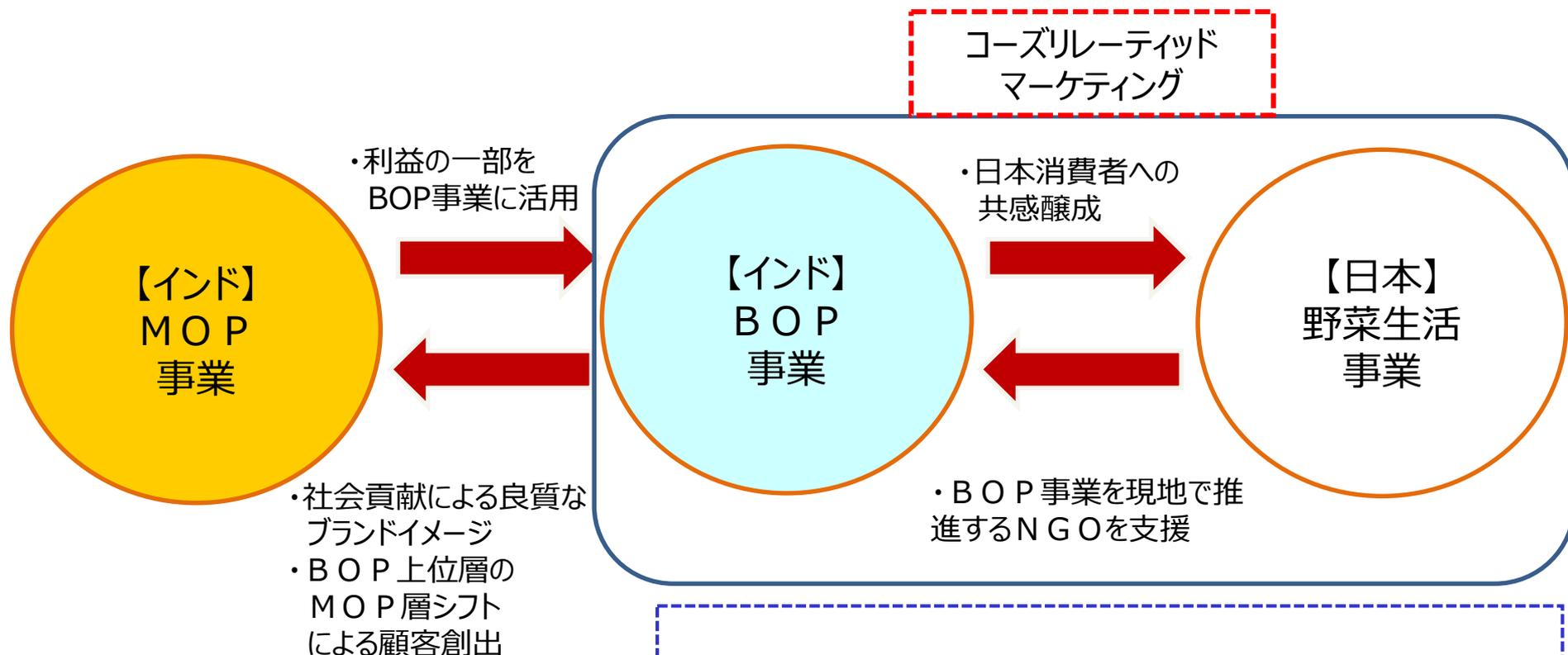
MOP事業とBOP事業を同じ市場で事業展開することにより
それぞれの事業が相乗効果を生み出す

両事業の補完要素	MOP事業
ブランド認知・イメージ	-
利益	MOPで得た利益の一部をBOP事業の販促費用等に投資
顧客	-
主原料（にんじん）	インド産にんじんの大規模調達による原価低減
現地人材	-



BOP事業（UPPER BOP）
社会貢献の良質なイメージ（CSR）
-
BOP上位層は数年以内にMOP層にシフト
-
優秀な人材の採用 ロイヤリティUP

日本の野菜生活愛飲者の支持を得て、収益の一部をインドのビタミンA 欠乏症改善に活用するマーケティング方法を検討したい。



例) にんじんを主原料とした商品である野菜生活ブランドの売上の一部を、ビタミンA 欠乏症で発育障害を 起こしている幼児を救うNGOの活動資金として支援できるようなスキームを構築したい。

	① 種苗・栽培	② 一次加工	③ 二次加工	④ 商品開発	⑤ 流通・ プロモーション
ジャム 15g パウチ	○ ✓計画通りの進捗		× ✓カゴメが委託 可能な工場は 発見できず ✓ルチカゴメ（当 社子会社）で の製造の可能 性も0ではないが 実現性は低い	△～○ ✓価格戦略 3ルピー/個で 利益が出る 可能性あり 但し、物流費 や加工賃など 今後精査が 必要	△ ✓今後 詳細を 検討予定

- ① BOP向け商品の導入には、TOP・MOP向け野菜飲料事業での黒字化が不可欠。
- ② BOP向け商品の導入に向け、インド国内で品質管理基準を満たす工場を探す事が非常に困難である。
- ③ N G Oを活用した啓蒙・普及方法の構築
- ④ 流通・プロモーション方法の詳細検討

ご清聴ありがとうございました