

人と組織の 新・論・点

CATALYST*

カタリスト

山口絵理子

途上国と先進国の間に対等なビジネスを開拓。マザーハウス代表取締役

お客様がいてこそ 生産者の自立がある

バングラデシュには、世界輸出量の90%を占める「ジュート(麻)」という特産品があります。2006年3月、私はこの天然素材を使って、バングラデシュでバッグを作り、日本へ輸出販売する会社「マザーハウス」を立ち上げました。

起業する少し前までは、援助で途上国を支援したいと考え、途上国の現状を把握するために、バングラデシュの大学院へ留学していました。現地に滞在して見えてきたのは、想像以上にひどい社会の実情。腐敗しきった政治家たちは国際機関などからの援助金で私腹を肥やす一方、実際に援助を必要とする貧困層には支援が行き届いていないのです。

上下関係ではなく 信頼関係を築く

政府への援助では、途上国を助けることはできない。私1人の力では現実を変えられない憤りと悲しさの中、見出した1つの可能性。それがジュートを使ったビジネスモデルの構築でした。

起業に向けて始動した当時は挫けそうになる日々でしたが、今は生産者と良好な関係を築き、事業も軌道に乗り始めました。意思疎通が上手くできないときもありますが、私は必ず生産者と同じ目線に立つようにしています。商品の品質をもっと高めたいと伝えるとき、ただ上の立場から指示したり怒ったりしても不信感を募らせるだけ。海外バイヤーと現地スタッフには上下関係があることが多く、「やらされ感」を持った生産者も大勢いますが、それでは精神的な自立へは進めません。

言葉で伝わらない場合、私は日本からバッグを取り寄せて、「このくらい高品質でないと日本のお客様は買ってくれないんだよ」と目に見えるようにして伝える。いかにも縫い方が雑だったら、壊れるように扱ってみて、「ほら壊れたでしょう。お客様だったらどう思う？ あなた達には大切なお客様がいるんだよ」と繰り返す。ものの作りの難しさと喜びを分かち合いながら、信頼関係を結んでいくのです。現地の生産者から学ぶこ

とも沢山あり、商品は企画の段階から一緒に進めています。

貧しさは売りじゃない 世界に通じる商品を生産

途上国製の商品は「安かろう、悪かろう」というイメージがあり、それでも買ってくれるのは、貧しさを売りにした「可哀想だから」という理由や、「安い」という理由です。マザーハウスの理念は「途上国から世界に通用するブランドを創る」。上質なものに目が肥えている先進国の女性たちが、「かわいい、かっこいい」と喜んで買ってくれる製品を作ることを心掛けているのです。一企業のビジネスとして、徹底した品質とデザインの商品を送り出したい。マザーハウスのバッグが好きと言ってくれるお客様がいることで、生産者に誇りが育まれ、意欲的に仕事に励むようになる。そして精神的にも経済的にも自立する。マザーハウスが途上国の人々にとって、そんなきっかけになる会社に成長していけたらと思います。

文/牛久珠理(編集部)

PROFILE やまぐち・えりこ

株式会社マザーハウス代表取締役。1981年生まれ。04年慶應義塾大学総合政策学部卒業、06年バングラデシュ BRAC 大学院開発学部修士課程修了後、起業。07年東京入谷に直営店をオープン。「フジサンケイ女性起業家支援プロジェクト2006」最優秀賞受賞。現在はバングラデシュを拠点にし、現地スタッフと生産ラインに立つ。

