

Uncommon Cacao



ベリーズ



企業概要

| | |
|------|----------------|
| 会社名 | Uncommon Cacao |
| 設立 | 2010 |
| 事業分野 | カカオ農家支援、加工、流通 |
| 本社 | ベルモパン（ベリーズ） |
| 社員数 | 35 |



事例のポイント

チョコレート市場が世界的に拡大を続ける一方、零細カカオ農家は低所得に留まり、市場拡大の恩恵を十分に受けることができない状態にある。同社は、カカオ生産者が直面する課題を丁寧に洗い出し、栽培技術の習得、収穫後の処理、市場取引など、バリューチェーンの複数のプロセスを変化することで、高付加価値なカカオ豆流通と農家の所得向上の両立に取り組んでいる。

企業プロフィール

同社は 2010 年に、ベリーズで事業を開始した。世界中のチョコレート市場が活況に沸く中、カカオ生産者の 90%を占める零細農家のカカオ豆は仲買人によって買い叩かれ、手元にはほとんど現金が残らない暮らしを強いられていた。

同社は新たな流通モデルを作ることで、零細農家の所得向上を実現した。そのアプローチの中核には、カカオ栽培技術習得機会の提供、収穫後処理の集約、本物志向のプレミアムチョコレート製造者とのネットワークの構築、その買値と売値を全て公開して「透明なカカオ流通」を実現するポリシーなどがあった。

ベリーズでの成功の後、ベリーズの現地法人である Maya Mountain Cacao に加え、グアテマラに Cacao Cerapaz、コロンビアに Cacao de Colombia、さらにはガーナ、ドミニカ共和国、ハイチ、エクアドルにもそれぞれ現地法人を設立し、全体を Uncommon Cacao グループの傘下において、カカオ豆市場の革新に取り組んでいる。

背景にある社会課題

チョコレートの主原料であるカカオ豆の 90%は零細農家によって生産されており、その大半は 1

日 2ドル以下の所得で生活することを強いられる貧困層である。

世界のチョコレートの市場規模は 1,300 億ドルを超え、近年では高価格のプレミアムチョコレートへの需要が特に高まっているが、利益の大半は大手メーカーや中間業者にもたらされている。

交渉力を持たないカカオ農家は、カカオ豆を買い叩かれており、低収入であるため、カカオ栽培を断念して別の作物を育てるか、設備投資の見通しも立たないまま、品質の安定しない豆を労働集約的に生産して、安い価格で売ることだけを続けるを得ない状況に置かれている。

ビジネスモデルと製品の特徴

零細カカオ農家は、カカオ栽培について体系的な教育を受ける機会に乏しく、伝聞によって得られた知識で、栽培、収穫後の発酵、乾燥などの処理を行い、中間業者に出荷している。

この結果、品質は安定せず、規格外となるカカオ豆も相当に生じることから、販売価格は低く留まっている。

同社は、これら零細カカオ農家の市場包摂を促進するため、プレミアムチョコレート製造業者と零細カカオ農家をつなぐ新たな流通モデルを構築している。

栽培の面では、面積 24 ヘクタールのモデル農場を運営し、カカオ農家に対する教育の場としている。モデル農場の単位面積あたり収穫高は、同国の平均的なカカオ農家の収穫高よりもおよそ 50% 高い。同社はこれを森林資源および生物多様性の保全(日除けとしてのマホガニーやシダーの植樹、バナナやワイルドプラムなどを組み合わせることによる土壌の維持など)と、先端栽培技術の導入によって成し遂げており、カカオ農家にとって、焼畑などの従来の方法をやめ、森林資源を維持しながらカカオ栽培を行うための方法を学ぶ機会となっている。

また流通の面では、カカオ農家が発酵・乾燥を終えてから出荷していた従来のプロセスを改革し、処理後のドライカカオではなく、収穫直後のウェットカカオの状態で購入し、同社の工場で発酵・乾燥を行うことで、均一かつ高品質の処理工程を確立している。

こうして得られた高品質のカカオ豆を、世界のプレミアムチョコレート製造業者に向けて、天然資源保護やフェアトレードの文脈と共にマーケティングすることで、高価格での販売を実現している。

何より特徴的なのは、これらのプロセスの全ての取引、特に農家からの買値と、チョコレート製造業者への売値を全て公開していることである。同社はこれを「透明な取引(Transparent Trade)」と呼び、重視している。

SDG ビジネスへのアプローチ

① 小規模農家を「つなげる」活動

多くの国で見られるように、小規模農家は、分断されているために、ノウハウや設備、市場情報や販売価格などの面で不利な立場に置かれることが多い。

これに対して、小規模農家を「つなげる」ためのアプローチも数多く試されており、デジタル・プラットフォームによる情報やノウハウの共有、コミュニティ単位でのワークショップや機材の共同所有などが例として挙げられる。

この点について、同社は「モデル農場における栽培技術の習得機会の提供」と「サプライチェーンのプロセスの改革(特にカカオ豆の発酵・乾燥

工程の一元化)」によって、分断されていた農家同士を結びつけ、エンパワーされた状態で市場と取引できるよう支援している。

② 取引と価格の透明性

同社は全ての取引を公開しており、これには生産者情報、製造者情報、価格などが全て含まれる。これは生産者にとって「不公正な立場に置かれていない」という安心感を持って同社と継続的な取引をするインセンティブとなっている。

公開された報告書では、カカオ豆の市場価格平均が 2.29 ドルであったのに対し、同社によるプレミアムチョコレート製造業者への販売価格の平均は 4.82 ドル、カカオ生産者の受取額は 2.57 ドルであった。設立以来、同社と取引するカカオ生産者が受け取る価格は、一貫して、市場平均よりも高い状況となっている。

SDGs へのインパクト

- これまで 5,428 のカカオ農家(うち 1,738 は女性)と取引を行い、合わせて 5971 ヘクタールのカカオ農地を支援している。
- 同社と取引を行う農家の所得を、およそ 2.26 倍に向上させた。
- 同社と取引を行う輸出業者の収入を、およそ 2.47 倍に向上させた。
- カカオ栽培を通じて、生物多様性の保護および、その回復を促進させている。

国際機関・ドナーとの連携

- これまで国際機関との協業実績はない。