



ダノングループと CSR

ダノングループは設立当初より「自社の業績発展」と「社会の発展」を目指しており、「持続的な発展」を戦略上重視しています。「健康と栄養」「環境」「人材」「子供たち」「水」を主要テーマに据え、世界中で様々な取り組みを行っています。下記はその一例です。

グラミン・ダノン・フーズ(バングラデシュ): 2006 年 11 月

グラミン・ダノン・フーズは、ダノングループとグラミン銀行がバングラデシュにて共同で始めたユニークな社会企業団体で、低所得で栄養を十分に摂取することができないバングラデシュの人々に毎日の健康に必要な栄養を提供し、独特かつ地域に根ざしたビジネスモデルにより貧困を軽減することを目指しています。

グラミン・ダノンフーズは牛乳や不足しがちな他の微量栄養素を与えることでバングラデシュの子供たちに必要な栄養を満たし、力強い成長を支援します。また、工場新設により、ボグラでは 1,000 以上の畜産農業や流通業における雇用機会創出が見込まれており、工場半径 25 キロメートル以内については、「グラミン・レディー」のネットワークによって製品が配達販売される予定です。



2006 年 11 月 8 日のグラミン・ダノン・フーズ初の工場稼働発表会にて。左より、元フランス代表主将サッカー選手ジネディーヌ・ジダン、グラミン銀行代表およびノーベル平和賞受賞者のムハマド・ユヌス、ダノングループ代表取締役フランク・リブー



グラミン・ダノン・フーズ工場

ダニマル(南アフリカ): 2004 年

ダノングループは 2004 年より、南アフリカにてビタミン A、亜鉛、鉄分に富んだ子供向けヨーグルト「ダニマル(Danimal)」を低価格で発売開始しています。まず、ヨハネスブルク近辺位置するソエト(Soweto)およびオレンジ・ファーム(Orange Farm)で販売され、価格は一個 1 ランド(約 24 円)でした。

ダノングループより国内の小さな商店へ商品を週数回配達するためのトラックを支給し、アクセスが難しい地域では、現地の女性たちで構成された「ダニレディー」の訪問対面販売を行うことにより、販売網を確保しています。



ダニレディーズロゴ入り台車と現地の子どもたち



ミルク・スタート(ポーランド) : 2006 年

ダノンポーランド社(Danone Poland)、ビエドロンカ社(Biedronka)、ルベラ社(Lebella)は、2006 年より共同で最適な栄養バランスかつ低価格の商品を提供できるよう、収益幅を最小限に縮小したビジネスモデルを開発しました。ダノンの提案したビジネスモデルのアイデアを基にルベラ社が製造を行い、ポーランドの大手小売店であるビエドロンカが販売を担当しています。

本ビジネスモデルを通じて販売される「ミルク・スタート(Milk Start)」はバランスのとれた朝食用製品で、60 グロシュ(約 22 円)で販売されています。現在ビエドロンカの約 800 店、とりわけ低所得者層が多く暮らす地域で販売されています。



ミルク・スタート