

知られざるラオスの魅力と タイプラスワンとしての 可能性に迫る

ビジネス市場の可能性が未知数のラオス。実は、安定した国政、素直な人々、安価な電力など魅力ある国だ。ラオスの現状を知ろうと、今年5月、同国のトップ企業で国民や観光客に人気のビール「ビアラオ」を主力とする飲料メーカーのラオ・ブルワリー社を訪問。同社のストーン社長へのインタビューとともに、「Gemba Kaizen」のボードが至るところにあった工場の様子をお届けする。

合わせてラオスに30年関わり、同国の経済開発研究の第一人者である鈴木基義氏に、ラオスの可能性について考察いただいた。鈴木氏は現在、ラオス計画投資大臣顧問の要職にあり、かつラオスビジネス商業大学(LSBC)学長としてラオスのビジネス人材育成に従事するほか、同国の県知事特別顧問、複数の国立大学の客員教授などを務め、ラオスの経済開発を支えている。

(取材・文 江頭 紀子/監修 鈴木 基義/撮影 naomi hama)

1 インタビュー

ラオス産ビールを自信をもって世界に届ける

ラオ・ブルワリー 社長 ストーン・ボンマチャック氏

カールスバーグ社との合併が大きな転換に

—まず、貴社の特徴についてお話しください。

1973年の設立以来、常にマネジメントを向上させるよう努力し、世界の変化に合わせて自分たちの商品を変えてきました。特に大きな変化は2002年にデンマークのカールスバーグと合併したことです。合併によって世界標準の技術が導入され、均一で高度な品質を保障できています。機械はド

ストーン・ボンマチャック社長



イツから輸入、日本の省エネ技術も導入しています。

一方、ラオスの文化、環境保護などの社会活動の支援、政府の貧困削減基金プロジェクトなどに資金援助

しています。消費者に選ばれ、ラオス社会に支えられて成長してきた会社ですので、社会にお返しするのは当然だと思っています。

原材料にはジャスミン米 ほどよい香りづけに

—主力製品「ビアラオ」は、数々の国際的な賞を受賞されています。国内外から評価されているのはなぜだと思えますか。

やはり世界標準レベルの「味」でしょう。原材料は生なので、品質が変化し、味が変わってしまうリスクがあります。そうならないよう常に一定に保つ工夫をしています。詳しい内容はシークレットですが、ポイントの1つは水処理にあります。

また原材料に地元産のジャスミン米を使用しているため、香りがよく、苦味が少ないのも支持されている理由かもしれません。

—主力商品をご紹介ください。

スッキリして飲みやすい定番「ビアラオ・ラガ

ー)、国内北部でしか収穫できない特別なもち米を原料にしたプレミアムビール「ビアラオ・ゴールド」、そしてドイツの高級濃色麦芽を使用した黒ビールで、外国人に人気の「ビアラオ・ダーク」の3種が主力です。2018年に、さらに3種類の新フレーバー「ホワイト」「ホッピー」「アンバー」を発売しました。味の違いは、ぜひラオスに来て確かめてください(笑)。

ラオス人の飲酒文化を変えたビアラオ

——ラオスの人々にとってビアラオはどんな存在だと思いますか。

ラオス人は長年、ラオスの地酒ともいえる焼酎「ラオラオ」を飲み続けてきました。これがラオス人の文化と歴史なのですが、不均等な品質のものを飲み続けてきたことにほかなりません。それがビアラオの登場によって、安全で均一な品質のお酒を飲めるようになりました。ラオラオはアルコールが40～45%ですが、ビアラオは5%。たくさん飲んでも、ラオラオより翌朝の回復が早いのは、いうまでもありません。

——ラオスでは女性もビールを飲みますか。

ラオスは男女平等ですからビールも平等に飲みます。ただ、名目的には平等ですが、実態は女性のほうが強いので、お酒の飲み方も女性のほうがハンパではありません。わが家もそうです(笑)。

「人材育成」

「従業員や社会からの信頼」が大事

——トップとして、経営において特に重要視していることは何ですか。

「人材の育成」と「従業員や消費者から愛される会社にしていくこと」です。世界環境の変化に対応できる人材を育てるには、絶えず教育訓練をして、自分自身をアップデートしていく必要があります。社長である私も例外ではありません。

——教育については具体的にどのようなことを行っているのでしょうか。

留学やセミナーの機会を与えています。自分たちの中にリソースがない場合は、デンマーク、ロシア、フランス、UK、アメリカ、香港、マレーシ

アなどから専門家を招いています。それはビールづくりの技術だけでなく、業界知識やマーケティング、宣伝などもさまざまな分野に渡ります。

自社の人的資源の水準を高め、ラオス社会に貢献したい

——今後の目標についてお話しください。

ヘルシーな飲料を開発していくことと、消費者の選択肢が増えるよう、商品アイテムを増やしていくことです。何より会社として成長と安定が大事ですが、ラオス社会も発展しなくてはなりません。ラオスは世界最貧国の1つなので、そこから脱却したいですし、当社の発展がそれに役立つようになりたいですね。ただ、ラオスはまだ人的資源が高い水準にありません。まずは自分たちの会社の水準をもっと高めて、CSRや納税などを通じて、ラオス社会に貢献していきたいと思います。

——最後に日本企業、日本人へのメッセージをお願いします。

日本政府のラオスへの経済支援は、1991年以降、ずっと第1位です。それに対してまず感謝申し上げます。引き続きラオスにおいて、観光客や投資家が増えるよう、さらなる支援・アドバイスをいただければと思います。

そして、ぜひ「ビアラオ」を飲みながらラオスに来てください。メコン川に沈む夕陽を見ながら味わうラオス料理とビアラオは、きっと病みつきになるでしょう。

「ビアラオ」主力の3商品



会社概要

設立：1973年

従業員数：2,290人

各工場の敷地面積：ビエンチャン工場(ビール：169,801m²、ペプシほかソフトドリンク：27,780m²)、
バクセー工場105,580m²

合計生産能力：6億リットル

年間売上：4兆キープ

ビアラオの国内向け・海外向け(輸出)の割合9：1

最大輸出国：中国、ベトナム、タイ