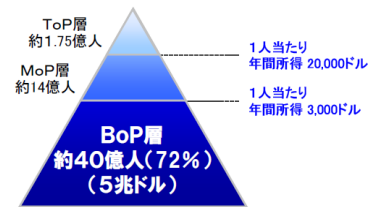


# 提言 BOPビジネスに日本企業はどう向き合うか <概要>

～社会的課題の解決と将来のボリュームゾーンへのアプローチ～

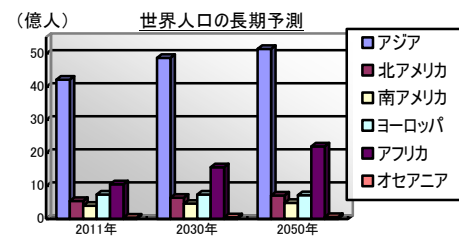
## ■ BOPビジネスとは

BOPとは“Base of the Economic Pyramid”の略。一人当たり年間所得が 3,000ドル以下の階層。全世界人口の 7 割にあたる約 40 億人が属する。  
BOP層を対象にし、社会的課題の解決に資することが期待される新たなビジネスが「BOPビジネス」。

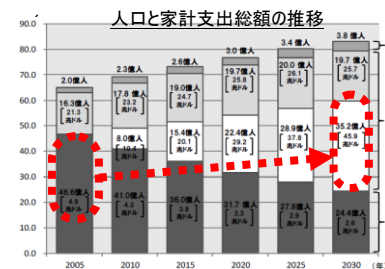


## ■ なぜいまBOPビジネスなのか

(1) 日本が人口減少し続ける中、アジア、アフリカは人口が大幅に増加



(2) 将来の購買力拡大への期待



(3) 流れ込むソブリンマネー：先進諸国はODAの規模を増やしており、民間企業の事業推進を後押し。

(4) 先進諸国とは異なる成長シナリオ、ニーズ：現地とともに成長し、価値観・ニーズを把握することで新たなビジネスを発掘でき、先行優位性が確保できる。

(5) 欧米・韓・中の企業の取り組みが活発化：海外企業の活動本格化にあわせ、日本企業が入り込む余地は徐々に減っていく。市場が大きくなってからでは手遅れであり、一刻も早い取り組みが求められる。

## ■ 事例から見るBOPビジネスの現状

欧米企業を中心に、すでに多くの企業がBOPビジネスの取り組みを始め、現地に定着、拡大している。

### <主な事例>

- ・ 無電化地域に太陽光電池＋LED照明のキットを販売。内職によるBOP層の収入増に寄与。
- ・ 農家に対して技術指導の動画を配信し、農業生産性の向上に寄与。
- ・ 農家を技術指導し、日本向けの食品原料を栽培。現地での雇用創出に貢献。
- ・ 現地の女性を雇い、浄水剤を販売。BOP層の健康促進、所得向上に寄与。

### <成功事例の共通点>

- 現地政府や国際金融機関による資金支援策を最大限活用。
- 現地NGO、NPOなどとの提携。
- 現地ニーズにマッチした製品・サービスを開発。
- 現地の農民を育成し、事業に積極的に活用している。
- 長期的な視点に立って取り組んでいる

### <失敗事例の共通点>

- 市場ニーズや現地の視点に立った事業展開ができていない。
- 企業内に中長期的にコミットする体制や仕組みが不足している。

### <関西企業にとってのBOPビジネス>

- 幅広い業種のものづくり企業が集積 →地域内で企業が相互に連携すれば幅広い対応が可能。
- 古くから関係が深く、経済交流が盛ん→BOP市場にアクセスしやすい環境



## ■ 提言

### <企業経営者に対する4つの提言>

#### 1. 企業経営者としてBOP市場の実態を正しく理解しよう

自社には関係ないと決め付けず、参入する、しないにかかわらず、世界が注目する市場について理解し、どうするかを判断する。

#### 2. 企業経営者自らBOP現地に足を運ぼう

外から眺めているだけでは正しい判断はできない。経営者自らの目で確かめ、肌で感じる。

#### 3. BOPビジネスの社会的意義を認識しよう

社会的課題の解決に寄与する事業は企業の存在価値を高める。

#### 4. 経営戦略上の位置づけを明確にしよう

中長期の事業戦略を立て、短期、長期でそれぞれ何をすべきかを明確にした上で、事業性を評価する。

### <アクションプランの提案>

1年間の委員会活動を通じて得た知見を具体的な事業につなげる意味で、2つのアクションプランを提案。

①マイビレッジ活動(特定の農村をターゲットにしたビジネスモデルの検討)

②マッチング活動(すでにBOPビジネスに取り組む企業に対する連携事業の提案)

### <BOPビジネス成功の4つのポイント>

#### 1. 現地パートナーと提携する

現地に入り込み、ネットワークを持つ「現地パートナー」との提携が鍵。

#### 2. コンソーシアムを組む

一社単独よりも、複数企業が組むことで、現地の課題に対する対応力が増し、事業の不確実性を軽減する

#### 3. イノベーションの努力を怠らない

現地ニーズにあった商品・サービスを開発する努力が必要。「リバース・イノベーション」としての活用も。

#### 4. 「マイビレッジ」をつくる

継続的に関係構築を図る特定の農村を決め、そこから取り組み始める。

### <日本政府への提言>

#### 1. 現地での推進体制支援

現地に長期滞在して事業を創造・推進していくための体制・拠点構築の支援を。人材育成や共同活動拠点の整備など。

#### 2. 資金面での支援強化

社会課題解決への貢献、現地での日本のプレゼンス向上、中長期にわたる効果が期待できることを踏まえ、一段の支援を。

#### 3. きっかけづくりの取り組み強化 ～関西地域でも～

より具体的なビジネスにつながる情報の提供と、分析や発信方法の更なる工夫を。関西地域でも情報提供の機会を。

#### 4. 現地政府、関係機関への働きかけ

現地政府に対する環境整備などの政府間交渉の一層の強化を。企業ニーズへのきめ細かい対応にも。



**社会的課題の解決に貢献し、日本経済の活性化にも寄与する「BOPビジネス」に対して、“官・民・現地一体”の取り組みを**