

# BOP ビジネス政策研究会 報告書 <要約>

～途上国における官民連携の新たなビジネスモデルの構築～

平成 22 年 4 月

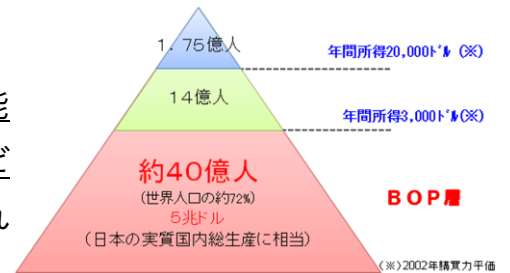
## I. 検討の背景・問題意識

- 先進国市場が相対的に縮小する中、ハイエンド製品を強みとしてきた我が国企業にとって、途上国中間所得層（ボリュームゾーン）、さらには低所得階層（BOP 層：Base of the Economic Pyramid 層）も合わせて新たに「世界経済における新たな市場」として検討する必要性が高まっている。
- BOP 層は、世界人口の約72%（約40億人）を占め、5兆ドル規模に達する極めて大きなポテンシャルを有する将来市場と捉えられる一方、低い所得水準に起因する貧困、不十分な生活基盤・社会基盤等に起因する衛生面の問題等の社会的課題に直面しており、その解決に資する経済協力への要請は強い。
- 欧米では、社会ニーズ・課題解決のアプローチとして、案件発掘から事業化までの一連の流れで多様な官民連携を進める制度（米国 USAID における GDA プログラム等）があり、欧米のグローバル企業の中には同制度を積極的に活用し、現地政府、NGO 等をパートナーとしてビジネス、現地の課題解決につなげている事例が数多く見られる。一方、我が国企業では個別事例は少なく、行政の支援も個別案件ごとに対応しているのが現状。
- BOP 層を対象としたビジネスには様々なリスクがあり、企業にとって短期的に大きな利益を上げることは容易ではないが、我が国経済、産業界にとっての新たなフロンティアであり、それを開拓するために必要なイノベーションが我が国経済全体の活性化をもたらすことが期待できる。また、途上国の社会的課題解決を目指す支援組織・NPO／NGO、社会起業家等にとっても、企業の商品・サービス、マネジメント力、ネットワーク、資金等の活用により効果的かつ持続的な課題解決の達成に役立ちうるものであり、これまでの活動の在り方を見直す契機となりうる。
- 我が国行政においても、持続的・効果的な経済協力の実施、我が国企業の海外進出・新規市場獲得支援を進める観点から、民間が主体となりつつ官（行政）が支援を行う官民連携の方向性、具体的内容を早急に検討する必要がある。

## Ⅱ. BOP ビジネスの位置づけ・BOP ビジネスが有する可能性

### 1. BOP ビジネスとは ～途上国における低所得階層向けビジネス～

主として、途上国の低所得階層(年収 3000 ドル以下、全世界の人口の約7割、40 億人)を対象とした持続可能な、現地での様々な社会課題(水、生活必需品・サービスの提供、貧困削減等)の解決に資することが期待されるビジネス。



#### <海外企業の例①> ライフストロー

- 高品質な浄化装置を中に詰め込んだ飲み水浄化キット。4ドルと安価な上に、3年間中身の交換が不要。国際機関の支援により、アフリカ・アジア等に供給。

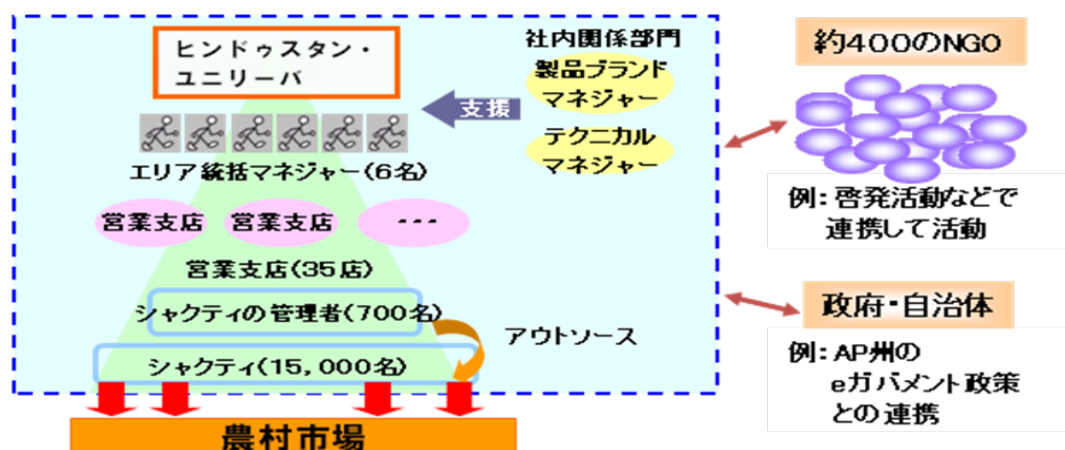


Vestergaard Frandsen WEBサイトより

#### <海外企業の例②> 衛生商品(ユニリーバ)

- 洗剤、シャンプー等を少量の小袋にして安価で提供(一袋1~4円)。
- トレーニングし、組織化した現地農村女性が製品を戸別販売。女性の自立に貢献。
- 現地政府、ユニセフ、NGO等が「手洗い推進キャンペーン」により側面支援。

【インドにおけるビジネスモデル】



ヒンドゥスタンユニリーバへのヒアリング(2006年)、公開資料に基づきNRI作成

### <日本企業の例①> オリセットネット(住友化学)

- マラリア予防用に殺虫剤を練り込んだ糸を使った蚊帳「オリセットネット」を開発。国際機関等の支援により、50以上の国々に供給。
- 殺虫効果が5年以上持続し、経済的・効果的にマラリアを予防できる点が高く評価され、需要が拡大。
- タンザニアで生産を行い、約7,000人の雇用を創出。地域経済発展にも貢献。



住友化学株式会社提供

### <日本企業の例②> 水質浄化剤(日本ポリグル株式会社)

- 水質浄化剤の製造を行っている中小企業(大阪府大阪市)。
- この水質浄化剤を活用し、バングラデシュにおいて安全な飲み水の普及に取り組んでいる。更に、現地の女性による販売ネットワークを構築中。



水質浄化剤で水をきれいにする子供たち



水質浄化剤による凝集の様子(日本ポリグル株式会社 WEB サイトより)

## 2. 関係主体別に見た BOP ビジネスの位置づけ・可能性

### 【 日本の視点 】

#### ■我が国政府の視点

- 官民連携による持続的・効果的な経済協力の実施  
: 途上国の生活水準向上・貧困削減、アジア等途上国経済発展による我が国経済の活性化
- 我が国経済協力の認識度、存在感の向上
- 我が国企業の海外進出支援  
: 海外市場の創出・拡大による企業・経済全体の発展

#### ■我が国企業等の視点

- (※) NPO/NGO、社会起業家等も実施主体となり得る
- 新たな市場の獲得 (又は将来の獲得への布石)
  - 基準・スタンダードの獲得
  - 国内市場への逆展開が可能な商品・サービスの開発
  - 中小企業の海外進出の機会
  - 自らの事業のイノベーションの契機  
(これまでにない、商品、サービス、販路、パートナーシップ等)
  - 企業、政府、援助機関、NPO/NGO、社会起業家等(※)との相互連携による事業の持続化・効率化

### 【 途上国の視点 】

#### ■政府(途上国)の視点

- 市場活性化、雇用、対内直接投資、輸出拡大による経済発展
- 貧困削減、国民生活水準の向上

#### ■BOP層(途上国)の視点

- 必要とする商品・サービスの入手機会の拡大・創出
- BOPペナルティ(貧困ゆえに割高・低品質なものを購入せざるを得ない、商品・サービスへのアクセスが困難/不可能な状態)の解消
- 新たな雇用機会の創出に伴う貧困からの脱出

### 【 援助団体・機関の視点 】

#### ■NPO/NGO等の視点

- 企業との連携による新たなBOP層支援ニーズの発掘
- 企業との連携による持続的・効果的な支援の実施

#### ■援助機関の視点

- 民間の資金・商品・サービス・ネットワークを活用した、途上国における社会的課題(MDGs等)の効果的な解決

## Ⅲ. 我が国企業による BOP ビジネス参入を支援すべき重点分野

各国支援機関における重点分野・支援実績、我が国企業の進出希望分野及び政府開発援助における重点分野(ODA 大綱等)を踏まえれば以下の通り。

### <重点産業分野>

3つの柱	10の分野	取組み目標(解決すべき社会課題)
1. 貧困削減に向けた日本の取組み	①教育	低い成人識字率や、初等教育就学率等の改善
	②保健医療・福祉	高い乳幼児死亡率等の改善
	③水・衛生	改善された水源を利用できる人口の率等の改善
	④農林水産業	農林水産業における生産の高効率化等による所得向上
	⑤食料・栄養	飢餓の削減や栄養状況等の改善
2. 日本の強みのある分野	⑥環境エネルギー機器	省エネ技術等を活用した電化、ネットワーク等
	⑦家電電器・産業機械	生活の質の向上、2次産業への移行による所得向上等
3. これらの骨格となる基本インフラ	⑧情報・通信	①～⑦の実現のために必要な社会基盤の整備
	⑨金融・ファイナンス	
	⑩運輸・輸送機器	

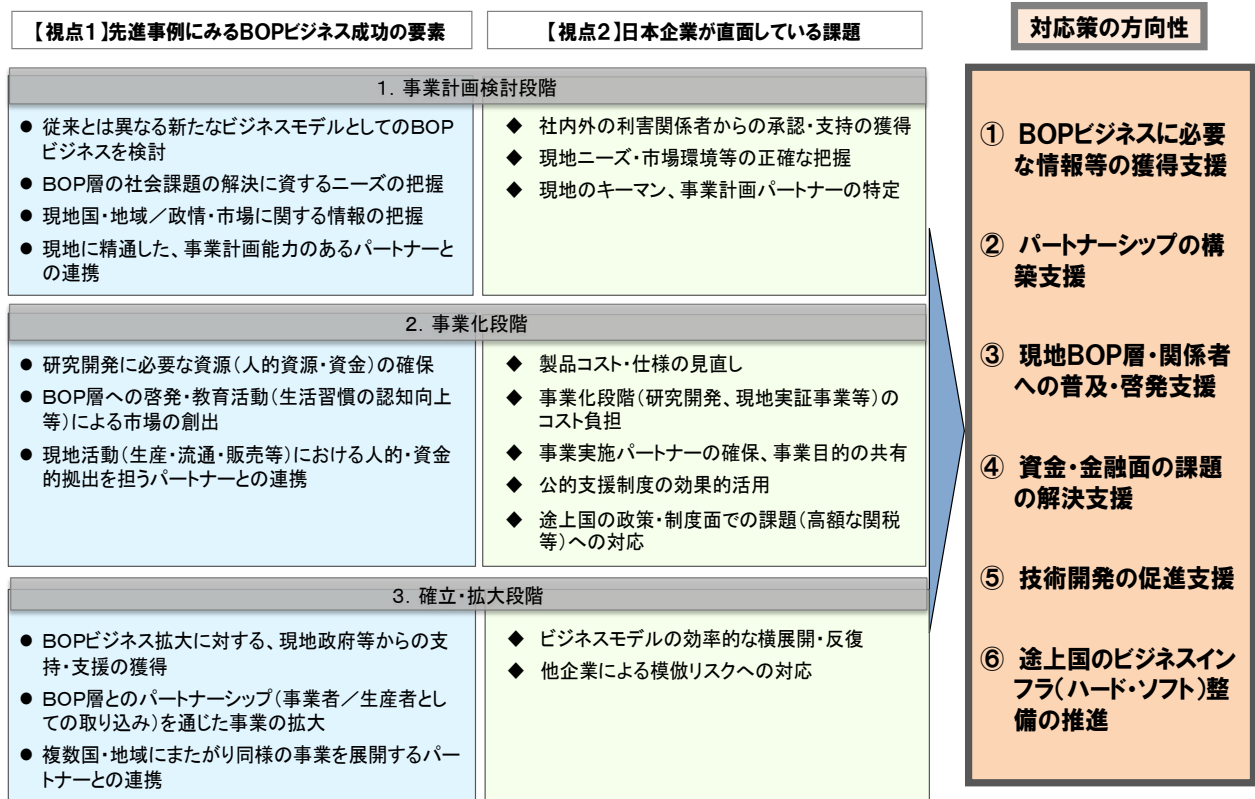
### <重点地域>

地理的近接性やビジネスとしての発展性(例:BOP 人口約 40 億人のうち、約 30 億人がアジア)等を踏まえ、アジアに重点を置きつつも発展途上国を広く対象とし、社会的課題解決の必要性、ビジネスとしての発展性等を勘案し、具体的な案件ごとに判断。

## IV. BOP ビジネス普及拡大に向けた課題と対応策

### 1. 諸外国の先進事例の成功要因、日本企業が直面する課題、対応策の方向性

- 諸外国の BOP ビジネス先進事例の分析から得られた「BOP ビジネスの成功(・不成功)の要素」、日本企業ヒアリングから得られた「BOP ビジネス参入において日本企業が直面している課題」をビジネスの展開プロセス(3つのステップ)毎に分析した結果、BOP ビジネス普及拡大に向けた対応策(方向性:6項目)が示された。

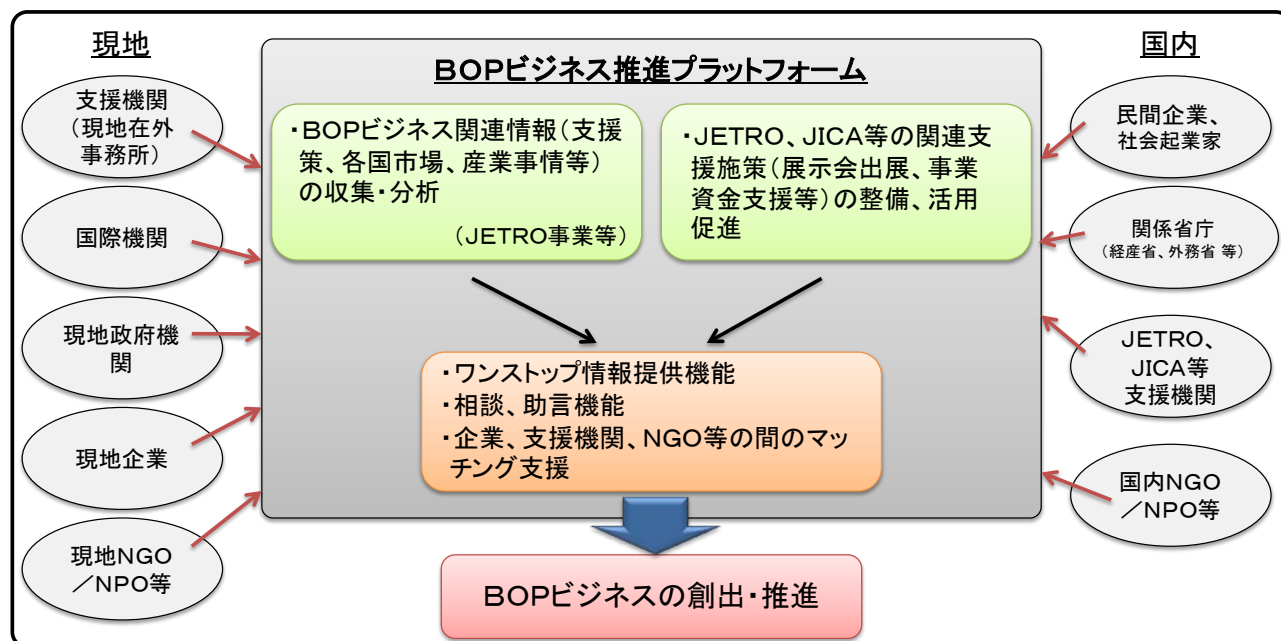


### 2. BOP ビジネス普及拡大に向けた課題と具体的対応策

- 我が国における関連支援施策(BOP ビジネス支援に活用可能と考えられる施策)の状況、上記の対応策(方向性:6項目)との関係を整理／分析した結果、我が国においては、「支援ツール不在の領域が存在」、「支援ツールが存在しても BOP ビジネスを対象としていない」、または「対応可能な国や分野が限定される」等、現状においては BOP ビジネス支援施策が必ずしも十分に整備されているとは言えないと評価される。
- 海外機関の関連支援施策の整備状況・特徴も踏まえ、BOP ビジネス参入を推進していくためには以下の支援施策が必要であると考えられる。

対応策の方向性	具体的対応
① BOP ビジネスに必要な情報等の獲得支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>●各種支援ツール、BOPビジネスの国内外の先進事例等の調査・発信</li> <li>●政府機関海外事務所における市場環境、潜在ニーズの調査・発信 等</li> </ul>
② パートナーシップの構築支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 企業・NPO 等の個別具体的な事業提案に対する F/S 調査の実施</li> <li>● 国内外 NPO、企業、公的機関等と日本企業等とのマッチング支援（場の提供）等</li> </ul>
③ 現地 BOP 層・関係者への普及・啓発支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 在外公的機関による現地政府機関、NPO 等への啓発・教育活動の実施（研修・専門家派遣）等</li> </ul>
④ 資金・金融面の課題の解決支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 既存支援制度（JBIC、NEXI 等）の活用促進</li> <li>● JICA による海外投融資機能の再開（長期・低利の資金供給によるリスク補完）等</li> </ul>
⑤ 技術開発の促進支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 各種支援ツールの発信、関係者のマッチング支援 等</li> </ul>
⑥ 途上国のビジネスインフラ（ハード・ソフト）整備の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 円借款、無償資金協力、技術協力、貿易保険等の既存制度の一層の活用</li> <li>● マイクロファイナンス（BOP 層に対する小規模金融サービス）の活用支援策の検討 等</li> </ul>
⑦ 各種支援策の有機的な連携の必要性	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 上記支援策の有機的な連携を図るための「BOP ビジネス推進プラットフォーム」の整備</li> </ul> <p>&lt;期待される機能&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ BOP ビジネス関連情報のワンストップ情報提供機能</li> <li>○ BOP ビジネスに関する相談・紹介・コンサルティング機能</li> <li>○ BOP ビジネス関係者の情報交換・協議の場の提供機能</li> </ul>

### <「BOP ビジネス推進プラットフォーム」のイメージ>



### 3. 今後の具体的な制度設計・運用時の際に留意すべき事項

- ① 透明性・公平性の確保
- ② 企業の情報開示への配慮
- ③ 人権、労働基準、環境等への配慮
- ④ 案件化の迅速性確保
- ⑤ 国際機関を始めとした関連機関との緊密な連携の確保
- ⑥ 支援策の制度設計・運用に関する事後的なフォローアップ・評価の実施

### V. 終わりに ～各関係者への期待～

本報告書で整理したとおり、BOP ビジネスの普及拡大は、日本の企業・政府、途上国のBOP層の人々・政府、援助団体やNPO／NGO、社会企業家など、様々な主体にとって有益な(Win-Win-Winの)関係を構築し得る新しい考え方となる。

一方で、今後我が国において各主体がBOP ビジネスという新たなフロンティアに挑戦し、また、それを超えて拡大していくためには、それぞれが新しい発想と行動を通じ、商品・サービスのみならずビジネスモデルや連携・協力の方法、組織、事業実施体制など、あらゆる領域においてイノベーションを実現していくことが求められる。具体的には以下のような役割、対応が期待される。

主体	期待される主な役割・対応
① 行政	○BOP ビジネスへの活用に向けた既存制度の拡充・改善、及びその他投資環境整備の実施 ○BOP ビジネス推進プラットフォームなどによる官民関係者間の連携を促進する環境整備
② 企業等	○企業トップ自らが関心を持ち、積極的にチャレンジし、日本企業の得意な面を発揮する ○途上国市場の特性や現地の状況を熟知したNGOを始めとする適切なパートナーとの連携
③NPO/NGO、社会起業家	○政府・企業等との間に健全な緊張関係・協力関係を結び得る実力を持った団体の増加・拡大 ○広い関係者との密接な連携に向けた主体的取組
④ 国内外支援機関	○これまでに蓄積された情報・ノウハウの企業等への提供、資金面での支援等 ○BOP ビジネスとの連携に即したイノベーションの推進
⑤ アカデミズム、研究者	○BOP ビジネスに関連した調査研究の活発化と成果の共有

<以上>