

BOPビジネスへの政策的支援と具体的取組

平成23年2月15日

経済産業省

貿易経済協力局 通商金融・経済協力課

小山 智

1. BOPビジネス支援の背景と意義

2. BOPビジネス普及拡大に向けた基本的考え方

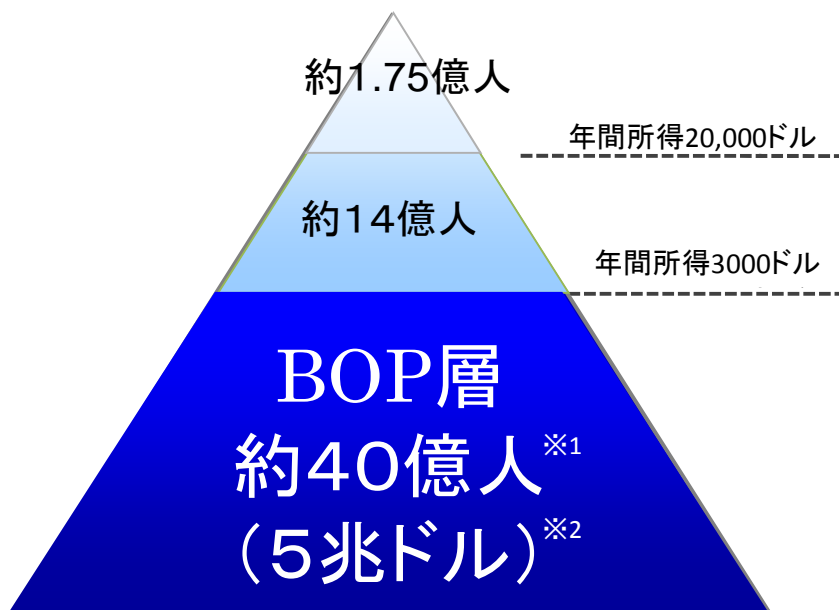
3. 支援政策と具体的取組の概要

1. BOPビジネス支援の背景と意義

- 主として、途上国の低所得階層を対象（消費者、生産者、販売者のいずれか、またはその組み合わせ）とした持続可能な、現地における様々な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モデル。

(1) BOP層

【世界の所得ピラミッド】



※1 世界人口の約72%

※2 日本の実質国内総生産に相当

出所「THE NEXT 4 BILLION(2007 World Resource Institute, International Finance Corporation)」より経済産業省作成

(2) 検討の背景

<産業政策として>

- 先進国市場の相対的縮小、途上国市場の成長・拡大
→ 世界経済における新たな市場
（「ネクスト・ボリュームゾーン」）
- ハイエンド製品・サービスを強みとしてきた日本企業

<経済協力政策として>

- 途上国における多くの課題（貧困、衛生、教育等）の解決の必要性

<欧米諸国の動向>

- 企業、援助機関、NGOが連携して、ビジネスと現地課題解決を両立
- 国際機関、政府も積極的に支援

(3) BOPビジネスの事例

- 欧米による積極的な取組(中国、韓国も動き始めている)
- 日本企業における取組も進みつつある

【欧米企業の例】

<事例①>

ライフストロー (ベスタゴー・フランセン)

- 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。

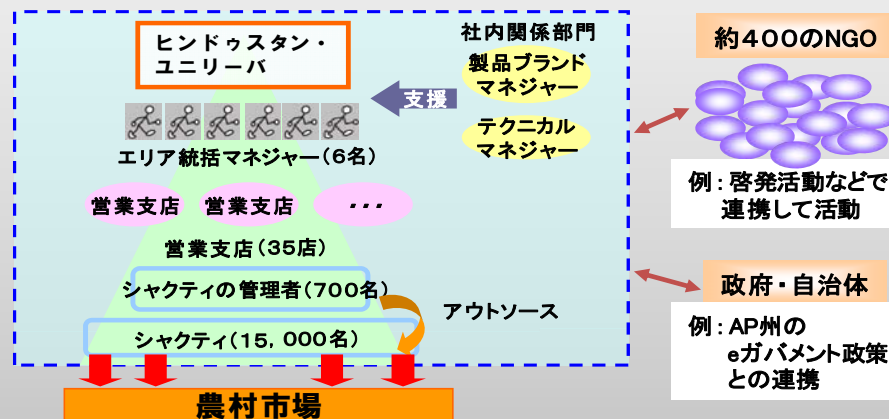


Vestergaard Frandsen WEBサイトより

<事例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(1袋1~4円)。
- トレーニング・組織化された現地農村女性が製品を戸別販売。女性自立に貢献。
- 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。



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】

<事例①>

オリセツネット(住友化学株式会社)

- マラリア予防用に殺虫剤を練込んだ糸使用の蚊帳「オリセツネット」を開発。国際機関の支援により、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。

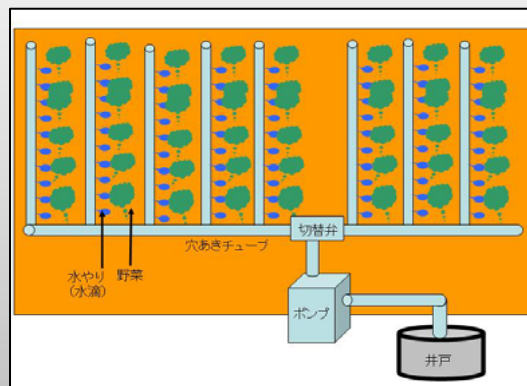


出所:住友化学株式会社提供

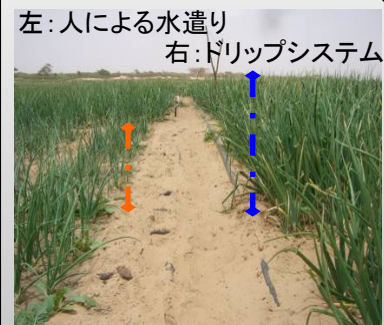
<事例②>

農業用ポンプ(ヤマハ発動機株式会社)

- ポンプ使用による新農法(ドリップシステム)をアフリカ(セネガル等)に普及。
- NGOや現地政府等と連携し、農民への説明・指導、販売代金回収を実施。
- 農作物(玉ねぎ等)の生産効率向上(水遣りに3人必要→1人未満)や、長期的な生産コストの削減に寄与。



ドリップシステム



作物の成長の違い

出所:ヤマハ発動機株式会社資料

<事例③>

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。



水質浄化剤による凝集の様子(日本ポリグル株式会社WEBサイトより)



水質浄化剤で水をきれいにする子供たち

2. BOPビジネス普及拡大に向けた基本的考え方

～ 全ての関係者にとって有益な(Win-Win-Win型)取組となる可能性 ～

【 日本の視点 】

■我が国政府の視点

- 官民連携による継続的・効率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
(これまででない、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、NGO/NPO、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 】

■NGO/NPO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・効率的な支援の実施

■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)の効率的な解決

3. 支援政策と具体的取組の概要

(1) これまでの取組

BOPビジネスの概念の普及と意識の醸成

- ① BOPビジネスフォーラム
- ② 普及啓発セミナー
- ③ 国際シンポジウム等
- ④ 情報発信

BOP層のニーズ及びBOPビジネスの実態調査

- ① 潜在ニーズ調査
 - ・ アジア、アフリカ諸国における市場調査
- ② 事例調査
 - ・ 国内外の企業、NGO/NPO、支援機関等の取組・事例

BOPビジネス政策研究会

研究会 (座長: (社)日本貿易会 勝俣会長)

WG (座長: 駿河台大学大学院 水尾教授)

論 点

- ① BOPビジネスの位置付け・可能性
- ② 我が国企業の参入が期待できる分野
- ③ 普及拡大に向けた関係者の役割、支援策の方向性

具体的なビジネスモデル形成支援 (現地F/S調査)

- ・ 10企業・団体からの提案について現地調査を実施。



(2) 今後の対応の方向性 (BOPビジネス政策研究会報告書より)

- 我が国の支援施策、海外機関の支援施策の状況・特徴を踏まえ、下記対応が必要。

対応の方向性(支援すべき内容)
① BOPビジネスに必要な情報の獲得
② パートナーシップの構築
③ 現地BOP層・関係者への普及・啓発
④ 資金・金融面の課題の解決
⑤ 技術開発の促進
⑥ 途上国のビジネスインフラ(ハード・ソフト)整備
⑦ 各種支援策の有機的な連携

(3) 現在及び今後の取組(案)

① BOPビジネス支援センターの設立

【関係省庁、支援機関、民間企業、NGOが一体となったプラットフォームの設置、運営】

- ポータルサイトによる一元的情報提供機能
- マッチング(関係者間の情報交換・連携促進)支援機能
- 相談窓口機能

② 官民連携による具体的ビジネスの形成支援

【我が国の優れた技術・サービスを活用した様々な課題の解決を支援】

- 実証事業の実施
- 研究開発支援
- 公的金融(NEXI、JBIC、JICA)の活用 等

③ 各種調査・普及啓発事業の実施 【上記事業を支える基盤】

- 各種調査事業
 - ・ 先行事例・潜在ニーズ
 - ・ 人材育成・ファイナンス関連
- 普及啓発活動(国際シンポジウム、プラットフォーム設立シンポジウム(22年10月13日)、普及セミナー他)

(4) BOPビジネス支援センターの概要

① 設立の目的

- ・BOPビジネスの総合的な支援の実施
(2010年10月13日設立 経済産業省事業)

② 名称

- ・「BOPビジネス支援センター」
(英語名: Japan Inclusive Business Support Center)

※BOPは“Base Of the economic Pyramid”の他、
“Billions Of People”
(世界の7割を占める40億人のためのビジネス)
“Business Of Possibilities”
(無限の可能性を持ったビジネス)
といった意味も含めて命名。

③ 具体的サービス内容

1) ポータルサイトによる一元的情報提供

2) マッチング(関係者間の情報交換・連携促進)支援

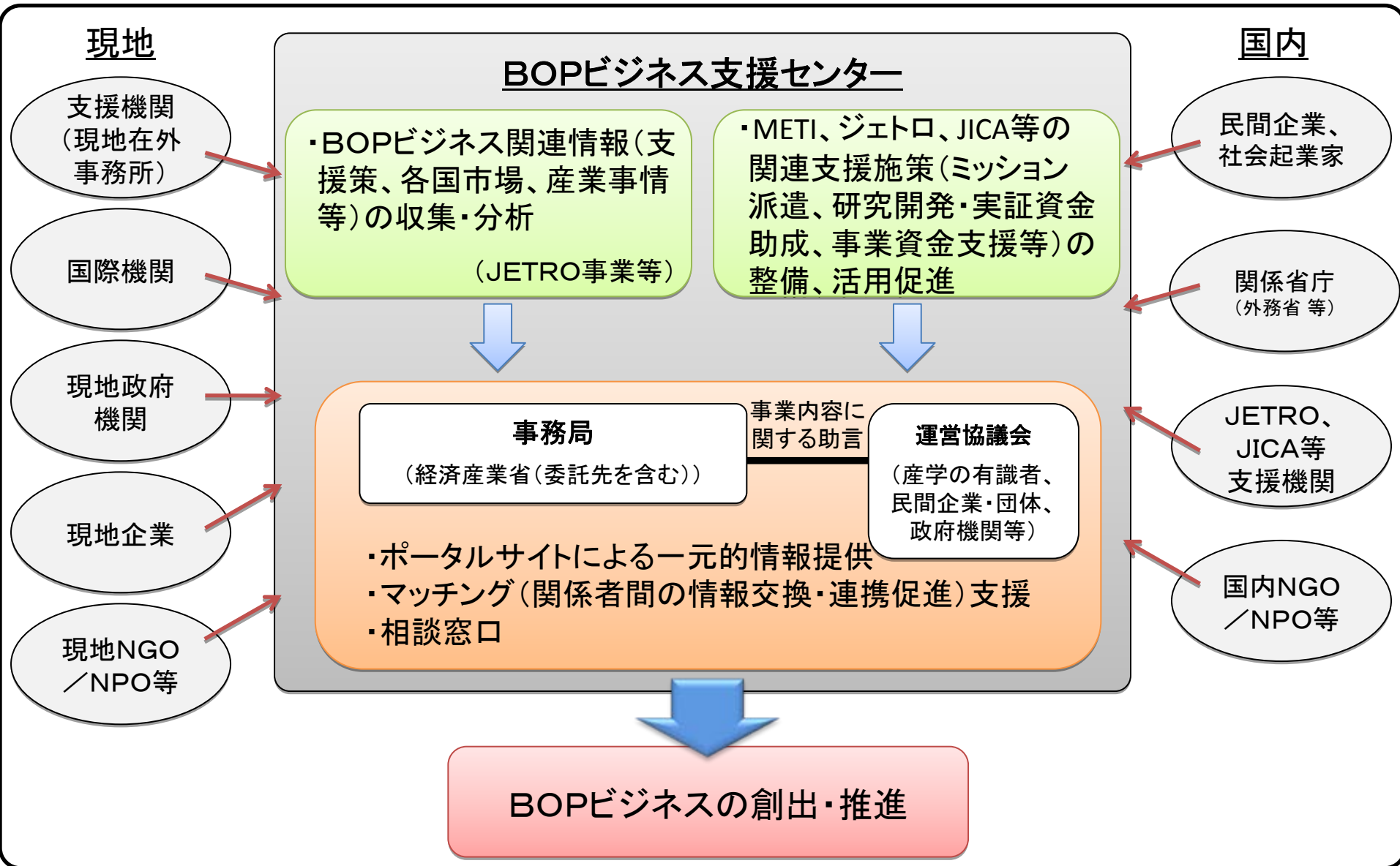
支援施策・制度	政府関係機関によるBOPビジネスに関連する支援施策・制度
支援センター関係組織	支援センターに協力いただいている組織名・連絡先
マッチング支援	多様な関係者間のパートナーシップ形成に関する情報
イベント情報	政府関係機関の関連イベント情報
国別情報／報告書等	国別情報や関連調査報告書(潜在ニーズ、先行事例、F/S調査等)
運営協議会	運営協議会関連の資料や実施概要
メールマガジン	会員向けメールマガジン

・会員間の情報交換や企業と現地NGOや支援機関等のパートナーとの連携促進の支援

3) 相談窓口

・お問い合わせに対する支援センター、ジェトロ、JICA等の連携による対応

(5) 実施体制

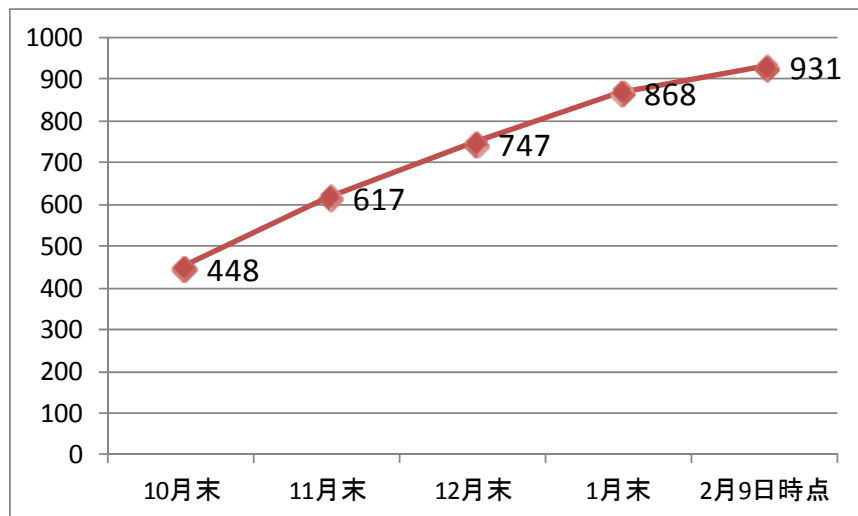


(参考)BOPビジネス支援センターの運営状況

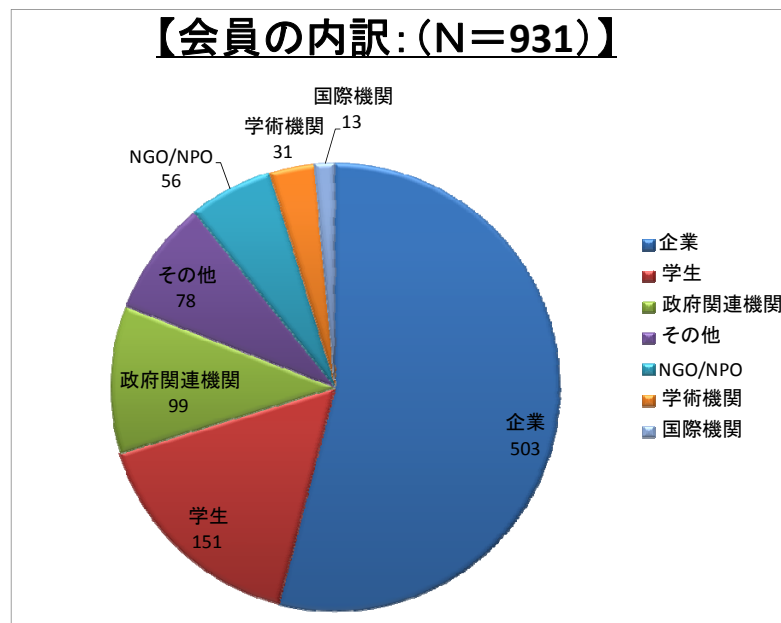
【会員数及びアクセス件数の推移・内訳①】

○ 2月9日(水)時点における会員数の推移・内訳は以下の通り。(登録者数931名(組織数500程度))

【会員数の推移】



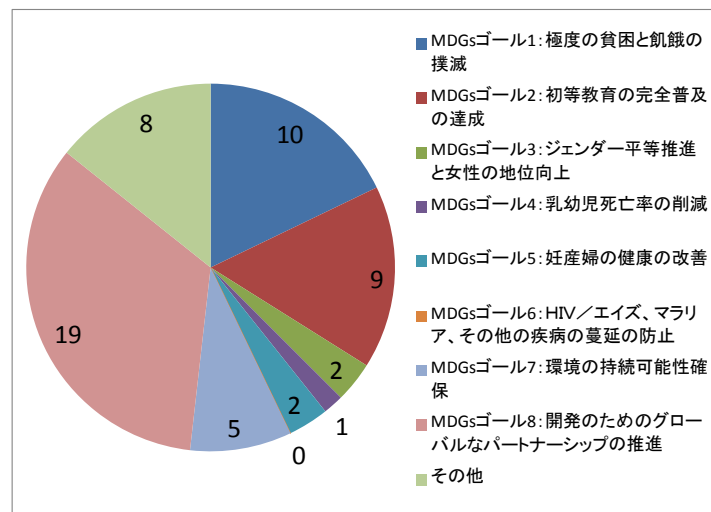
【会員の内訳:(N=931)】



【会員の内訳(企業):(N= 503)登録者数ベース】 (合計数10以上の業種のみ抜粋)

サービス業(他に分類されないもの)	70
学術研究, 専門・技術サービス業	60
電気機械器具製造業	44
情報通信業	39
卸売業, 小売業	38
その他の製造業	34
その他	30
金融業, 保険業	26
情報通信機械器具製造業	21
複合サービス事業	19
電子部品・デバイス・電子回路製造業	18
輸送用機械器具製造業	16
化学工業	11
食料品製造業	10
建設業	10

【会員の内訳(NGO):(N=56)登録者数ベース】



【会員数及びアクセス件数の推移・内訳②】

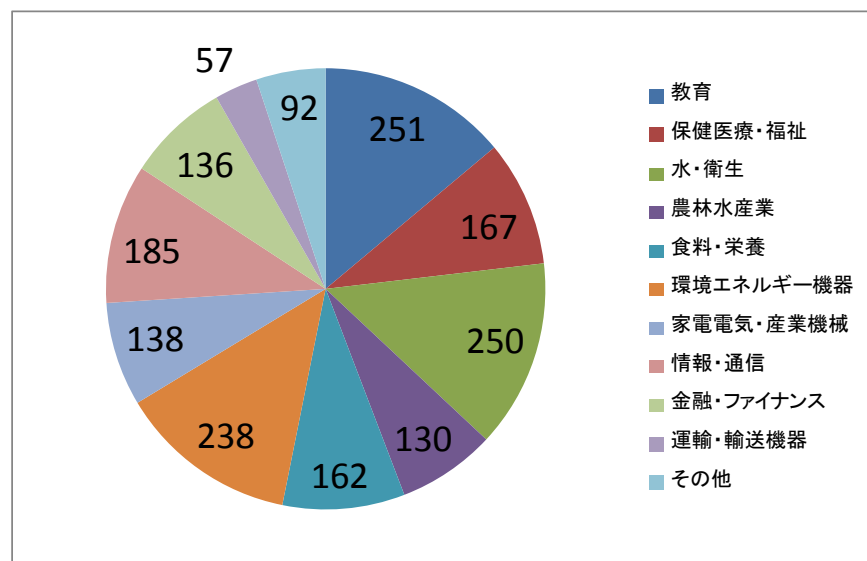
○会員が興味のあるBOPビジネス対象国・興味分野は以下の通り。(最大3件までの複数回答)

【興味のあるBOPビジネス対象国】(N=1627)

(下記には合計数10以上の国のみ抜粋)

1位	インド	246	17位	南アフリカ共和国	25
2位	バングラデシュ	162	18位	イラク	20
3位	インドネシア	144	19位	ネパール	19
4位	ベトナム	93	20位	スリランカ	17
5位	中国	71	21位	イラン	14
6位	カンボジア	62	22位	トルコ	14
7位	ケニア	60	23位	マレーシア	14
8位	タイ	49	24位	エチオピア	13
9位	フィリピン	44	25位	東ティモール	13
10位	タンザニア	43	26位	ペルー	13
11位	ガーナ	37	27位	ルワンダ	12
12位	ウガンダ	35	28位	パキスタン	11
13位	ナイジェリア	34	29位	ザンビア	10
14位	ブラジル	32	30位	ボリビア	10
15位	ラオス	27	31位	モザンビーク	10
16位	ミャンマー	26			

【興味のある分野】(N=1806)



～抜粋～

IV. 「国を開く」内外一体の経済産業政策の展開 action82

1. アジア経済を中心とした成長経済との一体化

(6) ボリュームゾーン・ネクストボリュームゾーン市場の発展を見据えた施策の展開

成長著しいインドやベトナムといったアジア各国で拡大する中間所得者層（ボリュームゾーン）や「ネクスト・ボリュームゾーン」とも言うべきアジアを始めとする途上国の低所得階層（BOP）の市場の発展を見据え、継続的・効果的な経済協力の実施や現地消費の拡大に伴う我が国企業の積極的な国際展開を後押しする。

具体的には、企業・NPO・関係省庁・公的機関等によるBOPビジネス推進母体の構築等を通じ、JETROのネットワークやODA等を的確に活用しつつ、官民が連携した情報交流やプロジェクトの推進等に取り組む。

△ 「BOPビジネス推進プラットフォーム（仮称）」の構築