

日本企業におけるBOPビジネス案件の形成過程について

国際プロジェクト研究室

03100029

佐々木奈央

指導教員：本田利器 准教授

2012年2月



1

背景

BOPビジネスとは

- ・ 貧困層の生活向上や社会問題の解決に寄与するビジネス
- ・ 新しい開発援助としての可能性、経営的成果の注目
 - 各国政府の支援制度（社会開発、MDGsへの貢献）
 - 欧米多国籍企業の先行事例（市場戦略、イノベーション）

日本におけるBOPビジネス

- ・ 途上国の社会問題の解決における日本企業の技術の活用の可能性
- ・ 官民ともに高い関心
 - 2010年、JICAのBOPビジネス連携促進支援事業の開始
 - 企業へのFS資金支援
 - 企業の支援制度への関心
- ・ 参入には多数の課題
- ・ 一定の成果を出す少数の事業



出典：開発ジャーナル

BOPビジネスの成功事例の分析は参入する企業にとって有用

2

欧米の先行事例

調査方法

- ・ 事業形成過程の視点からの成功事例分析
 - 案件としての成立を成功と定義

対象事例

- ・ Grameen danone - 栄養強化ヨーグルト
- ・ CEMEX - 貧困層の住居建築
- ・ P&G - 水質浄化剤
- ・ Hindustan Unilever Ltd. - ヨード添加塩

成功要因

- ・ 経営層の事業に対する長期的な視野の保持
- ・ 社会問題に対する社会的関心の高さ

日本とはビジネス環境が異なり、欧米と同様の方法は適用できない

3

目的と方法

目的

- ・ 日本企業におけるBOPビジネスの形成過程の実態の把握
- ・ 日本企業の課題や社会状況に即した支援制度の改善の方向性の提案

方法

- ・ 文献・インタビュー調査
- JICAのBOP連携促進支援採択事業
 - 大和総研「バイオエタノール生産事業」
 - ✓ 2011.11.2
 - 味の素「ガーナ栄養改善プロジェクト」
 - ✓ 2011.11.9
 - パナソニック「ソーラーランタンビジネス」
 - ✓ 2011.11.11
 - 住友化学「オリセットネット」
 - ✓ 2011.11.8
- 2012.1.13 JICA民間連携室の支援担当者



4

大和総研「バイオエタノール生産事業」



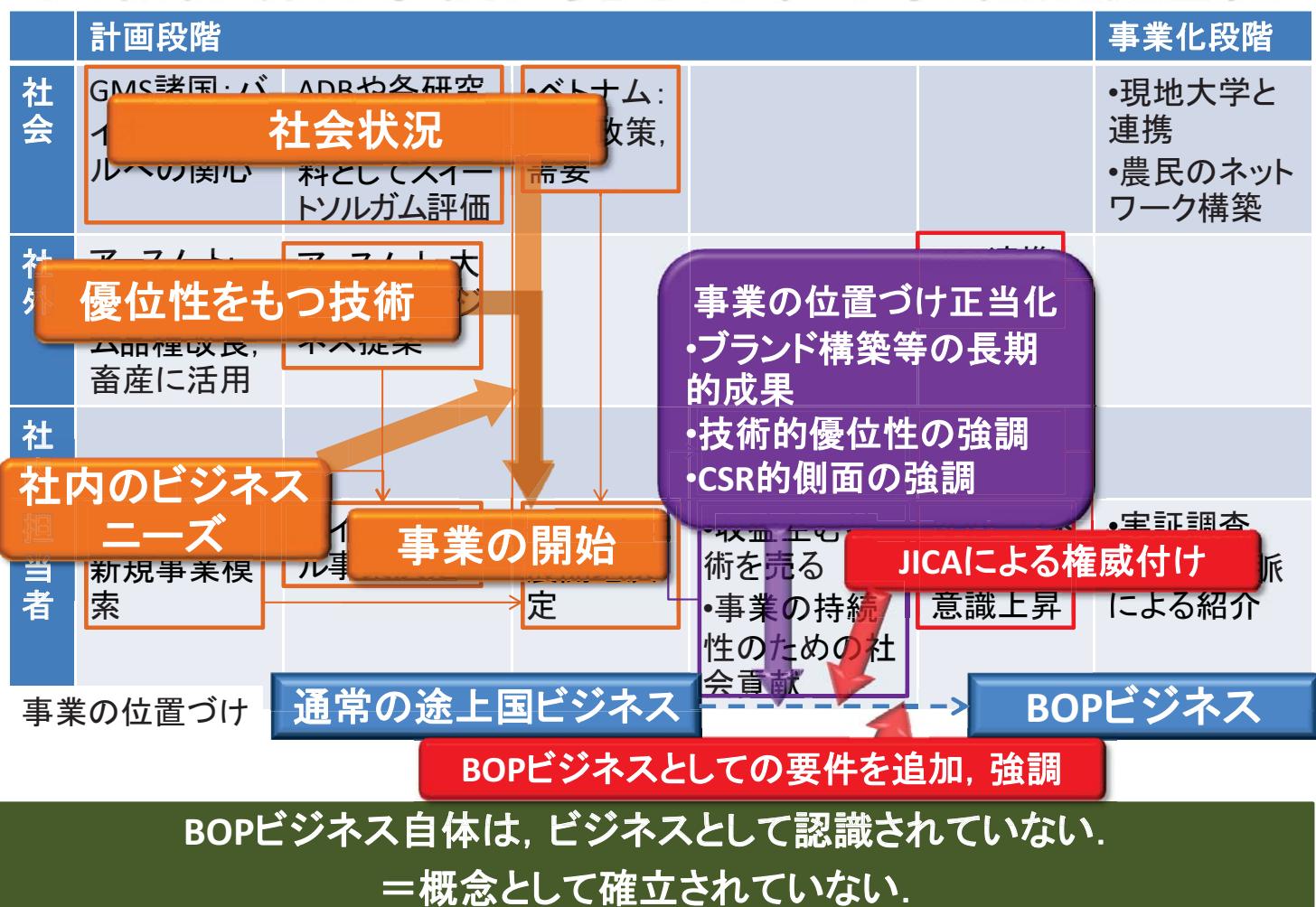
アースノートの品種改良技術により開発された、同面積で通常のサトウキビのほぼ倍の収量のスイートソルガム

アースノートの開発したスイートソルガム(出典:大和総研HP)

- ・ アースノートの技術に基づき、大和総研がビジネスモデル化
 - ベトナムの農民が生産したスイートソルガムをエタノールに加工
 - 商品作物の栽培によるベトナムの農民の収入向上の可能性
- ・ 2011年3月、JICAのBOP連携促進支援事業採択
- ・ ベトナムでの実証調査中
- ・ 本事業の採算性は確保

5

大和総研の事例に見る日本の事業形成過程



実態把握により抽出した課題

BOPビジネスという概念が独立していない環境の中、事業担当者の努力により案件形成に至っている

- 「BOPビジネス」以外の、非常にリスクの低く経営層の承認が容易な側面から案件形成
 - 優位性が非常に高い技術の活用による事業開始
 - 「他社が同様の品種改良をするには数年かかる」(大和総研)
 - 技術的優位性を前面に出したビジネスモデル
- 必ずしも厳密ではない経営判断に依存
 - 「なんとなく経営層には(CSR的な側面で)分かってもらえている」(味の素)
- 個人的人脈や偶然に依存した事業展開
 - 当時別の仕事でWHOとできたコネクションの活用(住友化学)
 - 偶然立ち寄ったケニアで要人紹介(三洋電機)

事業の規模が小さいために成立
事業担当者も認識している様に規模を拡大する必要性

7

今後の日本の支援制度の改善の方向性

BOPビジネスにおける、ビジネスとしての社会的認知の向上を促進すべき

- BOPビジネスの社会的価値や社会開発的側面に対する関心を企業に要請するだけでなく、企業のビジネス的な価値観や、日本的なCSRとの整合性にも配慮する必要
 - 財政支援
 - ロードマップの作成
 - 企業に規模の拡大を考慮させる
 - BOPビジネス評価枠組みの作成を通じた、投資家や経営層における社会問題の解決をビジネスと捉える認識の形成
 - 社会的価値が企業の利益につながるプロセスの明確化
 - 企業が事業の改善を可能とする様な方向性の導入
 - 技術力依存から、マーケティングとの連携を重視したビジネスモデルの形成の促進

8

まとめ

- 本研究では、日本事例の事業形成過程の分析を通じて、日本におけるBOPビジネスの形成プロセスの実態と、形成プロセスにおける支援制度の役割を調査した。
- 日本ではBOPビジネスのビジネス的な位置づけが未確立である中、事業担当者の努力やJICAの権威付けによって案件形成に至っている。
- 今後の事業規模を拡大する段階では、BOPビジネスの概念を形成する必要性がある。
- 支援制度も、BOPビジネスに対するビジネスとしての社会的認知を促進する方向性が必要であるが、企業に対して社会的価値を要請するだけでなく、日本企業のビジネス的な価値観やCSRとの整合性の確保に配慮する必要がある。