



世界40億人貧困層への ビジネスアプローチ

— 欧米企業との比較から
日本企業の可能性を探る —

2010年3月27日

国際ビジネス研究学会 関西部会

菅原 秀幸(北海学園大学)
www.SugawaraOnline.com/BOP/



Key word: different

(1) 見方

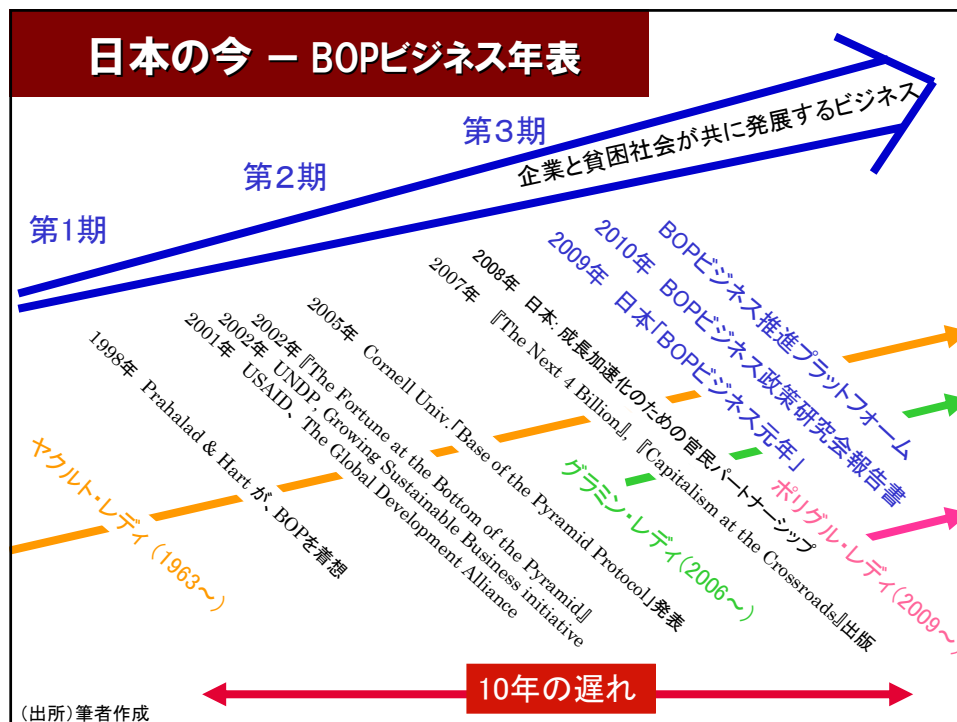

援助の対象とみなされてきた貧困層40億人を、ビジネスのパートナーとして見る。

(2) 考え方

政府の仕事として考えられてきた社会的な課題の解決に、企業が本業としてアプローチするという考え方。

(3) ビジネス・モデル

政府、国際機関、NGOとのパートナーシップ。

本研究報告の目的

- (1) なぜ日本企業は10年遅れなのか？
- (2) 日本の中小企業の可能性は？
- (3) 挑戦すべき課題は何か？



なぜ日本企業は10年遅れなのか？

- (1) BOPビジネス支援策の不備
- (2) 危機感、世界観、先見性の欠如
- (3) CSR意識の遅れと
パートナーシップの未経験



日本の中小企業の可能性は？

- (1) 確固たる理念と強い使命感
- (2) 現地での迅速な意思決定に
裏打ちされた柔軟な現場力
- (3) 優れた技術・商品・サービス



挑戦すべき課題は？

(1) BOPビジネスの意義

社会的な意義、戦略的意義、イノベーションの宝庫

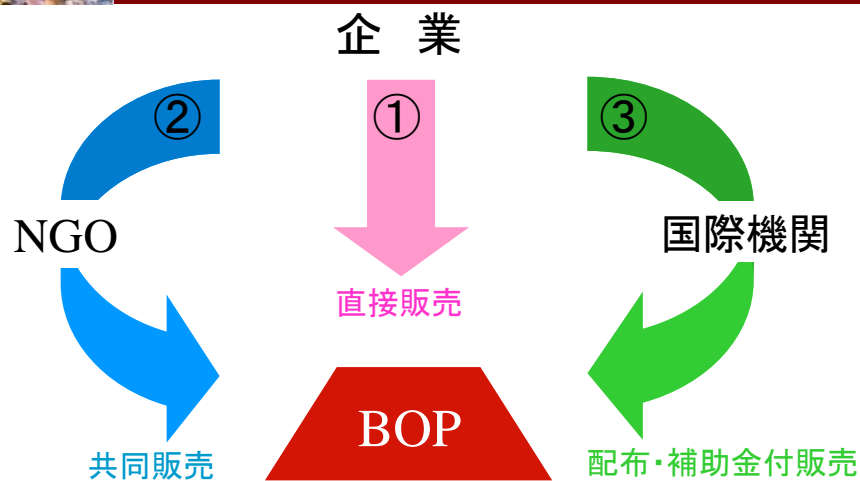
(2) ニーズ(BOP)とシーズ(日本企業)のマッチング

(3) 支援スキーム

パートナーシップ構築、資金・金融支援



BOPへの3つのアプローチ

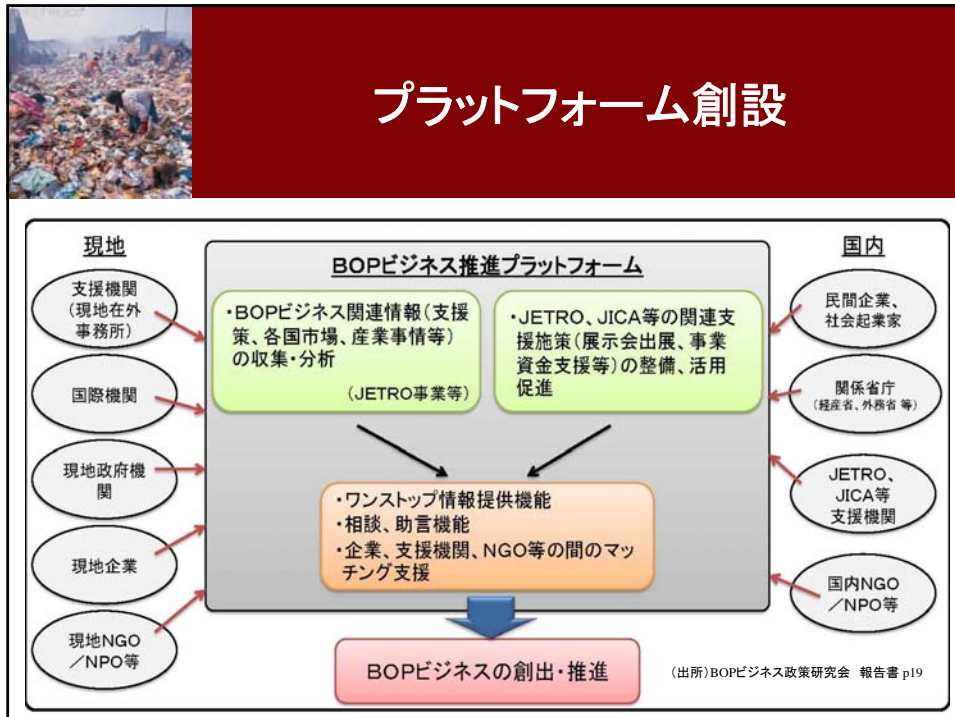


(出所) 佐藤寛「BOPセミナー資料」より筆者作成

対応策の方向性

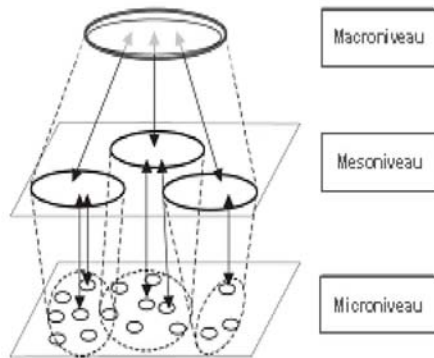


プラットフォーム創設





Benelux BoP Learning Lab

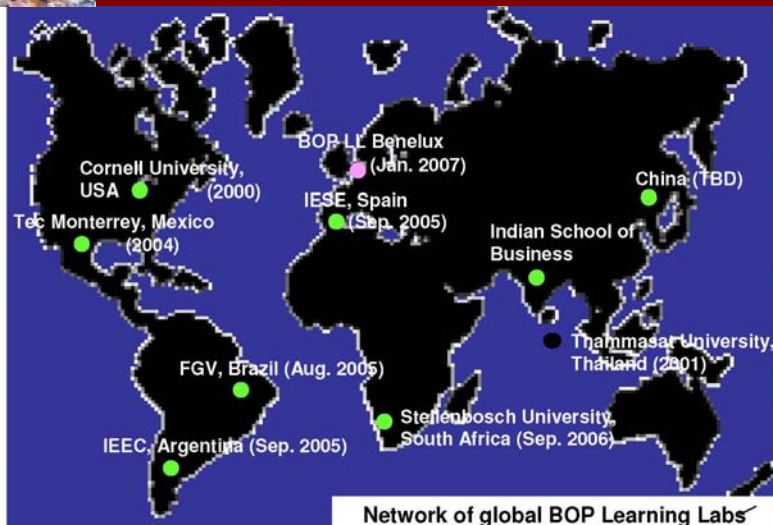


Tilburg University

- *Think tank –macro- level:*
 - Trend analysis and scenario development sessions
 - Lobby activities
 - Policy influence
 - Facilitate access to funds
- *Network -meso- level:*
 - Linking network parties in North and South
 - Development of methods, techniques and instruments
 - Information gathering, knowledge building and dissemination (through website, events, publications).
- *Operational BoP –micro- level:*
 - Facilitate efficient and effective analysis of market insights
 - Facilitate the development of BoP innovation trajectories during the precompetitive phase.



Emerging Global Network



Network of global BOP Learning Labs



結 論

日本企業、特に中小企業は、潜在的に高いBOPビジネス力をもっている。

課題は、どう開花させるか？

- (1) 学界は？
- (2) 企業は？
- (3) 政府は？