

BOP・インクルーシブビジネス 支援について

経済産業省
貿易経済協力局
通商金融・経済協力課

平成27年3月12日

1. BOP・インクルーシブビジネス支援施策の概要

2. 企業が直面する課題

3. 今後の方向性

①収益志向型BOPビジネスのモデル化

②国際機関やNPO等とのさらなる連携

(参考資料)

BOPビジネス支援センターを通じた情報提供

1. BOP・インクルーシブビジネス支援施策の概要

①ポータルサイト「BOPビジネス支援センター」による情報提供

○BOPビジネスを総合的に支援する仕組みとして、支援・施策制度、各支援機関の紹介、セミナーの概要、調査報告書等の情報を一元的に提供。また、公募情報やイベント情報をメールマガジンで配信。経済産業省監督の下、ジェトロが運営。

②ジェトロによる支援措置【運営費交付金(政策経費)】

○BOP/ボリュームゾーンビジネスを検討する企業のビジネスアイデアについての相談対応から実証事業まで、一貫した支援を実施。

→ニーズ調査・先行事例調査

→現地コーディネーター(平成26年度、11か国に配置)

→ビジネスミッションの派遣(平成23年度～26年度、計10回)

→消費者受容性調査

→アフリカビジネス実証事業。

③BOP・インクルーシブビジネス支援セミナーの開催

○(一財)貿易・産業協力振興財団協力の下、BOP・インクルーシブビジネスに関するセミナーを開催。

→前回(平成27年1月26日)のテーマは、「中小企業の新興国・途上国展開における資金調達」。

約230名の関係者が出席。

2. 企業が直面する課題

- OBOPビジネスに取り組んでいる企業に共通する主要な課題は、「社内決裁」、「資金調達」、「パートナー・人材」である。
- 成功案件を増やしていくためには、社会的なプレイアアップ、政府調達の活用、資金調達、既存支援の有効活用など、関係者が緊密に連携していくことが重要となっている。

●社内決裁（主に大企業）

- 新興国・途上国市場開拓のための中長期的・戦略的先行投資の必要性を認識しつつも、収益見込みやリスクの不透明さから、企業戦略に明確に位置づけられない。

●資金調達

- 中小企業の場合、国や金融機関は、実績がないと資金面での支援は困難。
- 将来性のある事業でも、本社の業績が悪いと融資してもらえない。
- 資金調達に伴う書類作成や担当者との調整に係る労力や時間が高コストとなる。
- 現地パートナーの資金を確保するための現地通貨建ての融資が必要。

●パートナー・人材

- 現地パートナー・人材の技術や能力が企業の求めるレベルに達しない。
- 現地パートナー・人材を用いた流通網を構築するために莫大なコストが掛かる。
- 適切な経営人材・管理職が見つからない。
- 税務・法務・労務等の専門家が見つからない。

3. 今後の方向性 (①収益志向型BOPビジネスのモデル化)

○BOPビジネスの課題は、継続的な取組に必要となる収益の確保。収益の確保のためには、単に民間企業の努力に期待するだけでは限界がある。

○ビジネスモデルの類型化、BOPビジネス特有のマーケティング上の考慮要素を整理し、収益を上げる上での原則、事業実施前の評価ポイント、製品・サービスを現地に適合させるための方向性等を提示していくことが必要。実証プロジェクトの成功を図る。

「本業(厳格な収益性確保)」と「CSR事業(収益は度外視)」の中間的事業であり、将来への投資としてのBOPビジネス。



収益指向型BOPビジネス

● 類型化の例

	対象とするBOP層	事業モデル名	説明
1	消費者としてのBOP層	輸入	海外で生産された商品を、輸入し現地BOP層に販売する事業
2		公共性(高)	水や教育等、公共性が高い事業
3		ハイテク技術製品販売	家電等、技術製品を販売する事業
4		薄利多売	大量販売により、利益化を図る事業
5		消費者教育を要する事業	現地に存在しない商品/サービスについて、消費者を教育する必要がある事業
6	生産者としてのBOP層	大規模調達(農業)	現地BOP農家から大量の農作物を調達する事業
7		現地加工・組立	現地工場等で商品の加工/組立を行う事業
8		輸出	現地で生産された商品を、輸出販売する事業
9	その他	その他	その他事業モデル

3. 今後の方向性 (②国際機関やNPO等とのさらなる連携)

- 日本政府が拠出している国際機関等との連携により、日本企業の新興国・途上国ビジネス支援の強化を目指す。
- BOPビジネスにおける外部リソースとして、NPO・NGO等との連携の意義や、新たな連携方法の検討を進める。

国際機関との連携可能性

【一例として】

●米州開発銀行(IDB)グループ 多数国間投資基金(MIF)

- MIFは零細小企業、小規模農家、貧困所得世帯の経済・生活条件改善につながる民間主導の先進的な取組を支えるラボラトリーとしての使命を有する。
- 日本は創設時から主要ドナー国であり、現在も第2位の資金拠出国(議決権の28%を保有)。
- MIFのプロジェクト実績はこれまで1800件以上あるが、日本の企業・団体との連携実績は約15件のみ(全体の1%未満)。
- 昨年から、日本とのパートナーシップ強化を担当する職員を配置。

NPOとの連携可能性

●一般的な連携事例

- 農村部にネットワークのあるNPOの流通チャネルの活用。
- 新たな製品・サービスの普及に向けた、栄養教育や衛生教育の実施。

●今後の連携の可能性

- NPOとの協働による新たな資金調達先の確保(寄付金の活用等)。
- 現地での事業展開に伴う環境や社会に対する影響の事前調査。

(参考資料) BOPビジネス支援センターを通じた情報提供

BOPビジネスを総合的に支援する仕組みとして、BOPビジネスの推進に資する情報を提供

【TOPページ】 <http://www.bop.go.jp/>

The screenshot shows the homepage of the BOP Business Support Center. At the top, there is a search bar and a 'Go to English site' link. Below the search bar is a navigation menu with the following items: トップページ (Home), 支援施策・制度 (Support Policies/Systems), 支援センター関係組織 (Support Center Related Organizations), マッチング支援 (Matching Support), イベント情報 (Event Information), 国別情報/報告書等 (Country-specific Information/Reports, etc.), and 運営協議会 (Management Committee). The main content area features a 'TOP' section with a welcome message and a notice about the site's reopening. A highlighted box contains information about a newsletter subscription form. On the right side, there are sections for '項目別検索' (Search by Item), 'アンケート' (Survey), and 'お問い合わせ' (Contact Us). At the bottom, there are two columns of introductory text for 'BOPビジネスとは' (What is BOP Business) and 'BOPビジネス支援センターについて' (About the BOP Business Support Center).

各支援機関の
紹介

マッチング支援
(関係者間連携促進)

国別情報・報告書

イベント情報

メールマガジン