

BOP(ボトム・オブ・ザ・ピラミッド)

Q:BOPとは何ですか

A: 経済ピラミッドの底辺 (Bottom of the Pyramid) の略で主に途上国における経済的貧困層を指し、Base of the Pyramidとも表されます。世界銀行の関連団体である国際金融公社 (IFC) は、世界の所得別人口構成で、年間所得 3,000 ドル以下の世帯を BOP 層と位置付けています (図表①)。BOP 層は世界人口の約 7 割に当たり、潜在的な市場は 5 兆ドル規模に上るといわれています。地域別に見ると、アジア (中東を含む) が最大の BOP 市場となっています (図表②)。

近年、主に欧米企業が、環境や貧困など途上国が抱える社会的課題を解決する BOP ビジネスを積極的に展開しています。例えば、フラ

ンスの食品大手ダノンがバングラデシュで、子供の栄養状態を改善するための栄養価の高いヨーグルト製品を開発し、低価格で販売しています。

Q:なぜ注目されるのですか

A: BOP 市場は、少子高齢化等により先進国の国内市場が縮小傾向にあることに加え、中長期的には BOP 層の所得が増え、購買力が大幅に拡大することが見込まれる点から、欧米大手企業に、新たな市場として注目されています。

こうした中、開発援助を行う国際機関などが、途上国の社会的課題を民間企業と共に効率的に解決するため、BOP 市場への企業進出を後押ししています。例えば、英・オランダ系食品・日用品大手のユ

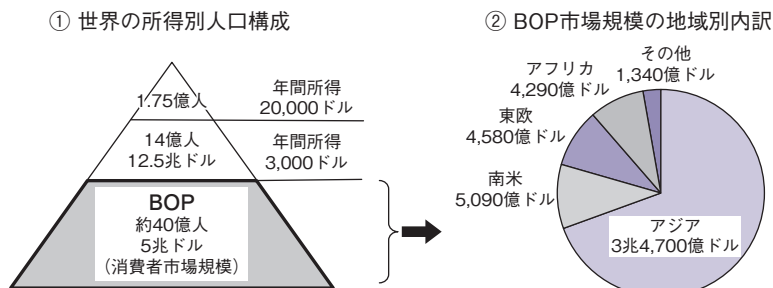
ニリーバは、国際機関の支援を受け、手洗いによる感染症防止について啓発活動を行いながら、途上国で石鹸の販売を進めています。

Q:日本での動きは

A: 日本企業の中にも、アフリカでマラリア予防用の蚊帳を販売するなど、BOP 市場で成功を収めている企業があります。しかし、日本企業の同市場への進出は、欧米に比べ遅れているのが現状です。

日本でも国内市場の急成長が難しいと考えられる中、政府は BOP 市場の開拓を急務と考えています。2009 年 8 月には、経済産業省が BOP ビジネス政策研究会を発足させ、BOP 市場の調査を開始しました。来年 1 月を目途に、検討結果を取りまとめる予定です。今後、日本企業の BOP ビジネスを促進させるため、政府には、企業に対する同市場の啓発活動や、現地のニーズに関する情報提供、BOP 層向けの低価格製品の開発支援等が求められます。■

●世界の所得別人口構成とBOP市場規模の地域別内訳



(注) 1. 所得データは、2005 年国際ドル (購買力平価換算) で表示している。ただし、所得別人口構成の境界を示す所得データについては、便宜上、2002 年国際ドル (購買力平価換算) で表示している。

2. 地域別内訳のアジア地域には中東を含み、南米にはカリブ海諸国を含む。

(資料) IFC、World Resources Institute「THE NEXT 4 BILLION」(2007) を基にみずほ総合研究所作成

みずほ総合研究所 政策調査部

研究員 塚越由郁

yuka.tsukagoshi@mizuho-ri.co.jp