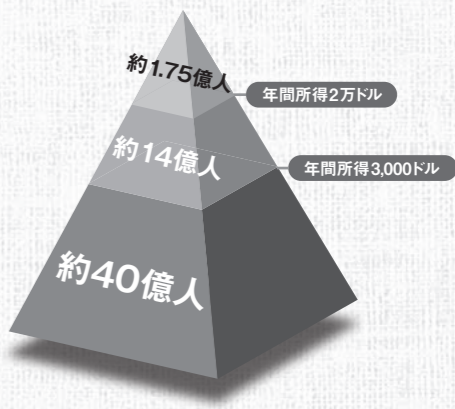


世界を変える BOPビジネス

ジャーナリスト
田原総一郎



ピラミッドが示す 新たな市場

私が最初に「BOP」という言葉を聞いたのは、今から4年ばかり前である。

BOPとは「Base of the Pyramid (ベース・オブ・ピラミッド)」の頭文字で、つまりピラミッドの底という意味なのだという。そしてこのBOPが、世界の経済や文化の壮大な未来を描くのだと聞いて非常に興味を持った。

そこで私は、経済産業省の「BOPビジネス政策研究会」の担当者である小山智氏(当時、貿易経済協力局通商金融・経済協力課長)を訪ねて話を聞いた。

小山氏は、まず私に大きな三角形の図を示した。実はこれがピラミッドであり、その上部に二本の横線が入っている。

一番上の部分はいわば世界のお金持ち層で、

るものとして「ベース」と呼ばれるようになったのだそう。

BOP層の平均年収は30万円以下。これまではマーケットとして見られてこなかった。アジア、アフリカ、南米などに多くあつて、世界の人口の約7割を占めている。そのBOPが、マーケットになり始めた。しかし当時の日本では、まだそこまで認知されていなかった。

日本人が展開する 途上国ビジネス

そのBOPでいち早く市場をつくり、ビジネスを展開している日本人女性がいる。

山口絵理子。彼女はバングラデシュのジュートと呼ばれる麻を素材としてバッグを作り、日本で販売しているのである。それにしても、なぜ彼女がバングラデシュと結びついたのか。彼女は慶應義塾大学で竹中平蔵教授のゼミを受け、「世界には裕福な国と、貧しい国とがあるが、なぜそんな差が生じるのか」と強い疑問を抱き、それを自分の目で確かめるためにアジアの最貧国といわれるバングラデシュに飛び、現地の大学院で勉強したのだという。

山口氏はそこで初めて、バングラデシュにはジュートという特産物があるのだが、欧米の先進国に素材として安く買いたたかれ、バッグなどに加工されて高く売られていることを知った。そこでバングラデシュ国内でバッグを作り、日本などに販売することを思いついた。苦労はあったようだが、今や、「マザーハウス」とい

アメリカや日本、そしてヨーロッパの先進国などが含まれているトップゾーンだ。その人口は約1億7500万人。この部分が、従来のいわゆるマーケット(市場)と呼ばれている層で、トヨタやソニー、パナソニックなど日本のメーカーは、これまでこのマーケットを中心にビジネスをしていた。

しかしこのマーケットは、今やすっかり縮小してしまった。それに対して急速に勢いづいているのが、ミドルゾーンといわれるピラミッドの中間、約14億人のマーケットだ。中国、ブラジル、ロシア、インド、オーストラリアなどで、このマーケットでの商戦の優劣が景気に大きな影響を与えている。

そして、小山氏は真ん中の線より下部を指して、「ベース・オブ・ピラミッド」と言った。彼の話では、当初は「ボトム」と言っていたのだが、底辺ではなくピラミッドの基盤を意味する

うブランドとして確立している。

また、大和証券がBOP支援として債権の販売を行っている。この債券を企画し、開発の中心的役割を果たしたのは、当時まだ30代の山本聡という商品企画部長だった。

BOP層の子どもたちは、ワクチン1本さえあれば助かるケースが多いが、それさえ行き渡らないのが現実だ。そこで国連機関や有志の財団などが資金を出し合つてワクチンの配布を支援しているのだが、何といても資金が集まるのに時間がかかる。しかし今日も明日も、できるかぎり早く、ワクチンを必要などところに届けたいところだ。

そこで「ワクチン債」という債権を発行して、先進国の人々に買ってもらう。「マイクロファイナンス・ファンド」であり、元金も確実に返ってくる。いわばワクチンを「ビジネス」にしてしまったのだ。だから、ニーズとシーズに大きなギャップが生じないと山本氏は説明する。

BOPビジネスを広く世界に提唱したのは、アメリカの経済学者C・K・プラハラード博士だ。すでに1990年代に、世界のヒエラルキーの最下層の人々を、ビジネスの力で貧困から救い出すことが可能であると説いていた。企業はBOP層を被害者として捉えることをやめて、快活かつ創造的な起業家として、あるいは価値を求める顧客として捉えるべきだと主張していた。

それから10年以上たった今、大小を問わず世界の多くの企業がBOPビジネスに参入し活躍する時代が到来した。

<Profile>

たはら・そういちろう

1934年滋賀県出身。64年に東京12チャンネル(現テレビ東京)に入社。77年にフリーに。「朝まで生テレビ!」(テレビ朝日系)、「激論!クロスファイア」(BS朝日)の司会をはじめ、テレビ・ラジオの出演多数。早稲田大学特命教授、「大隈塾」塾頭も務める。著書に、「誰も書かなかった日本の戦争」(ポプラ社)、「大転換「BOP」ビジネスの新潮流」(潮出版社)など。



バングラデシュの首都ダッカの街並み。高層ビルの対岸には、スラムが広がっている(撮影:鈴木革)



バングラデシュで安全な水の普及を進めるのは日本ベネッセ株式会社(撮影:鈴木革)



味の素株式会社は、ガーナの子どもたちの栄養改善のためサプリメントを開発