

# BOP ビジネスと通信・IT 企業

## BOTTOM BILLION における通信・IT 企業の競争優位性について

[2014・FW] 21121080 千葉薫子

### 1. 研究の背景と意義

BOP ビジネスとは、BOP すなわち低所得者層に対して企業が行う社会課題解決的なビジネスのことである。BOP とは米コーネル大学のスチュアート・L・ハート教授、米ミシガン大学のC・K・プラハラード教授によって「経済ピラミッドの第4層、すなわち40億人の底辺に位置する、1人当たりGDPが購買力平価でみて1500ドル以下の人々」と定義されており、持続的、継続的に貧困層の発展を促す取り組みとしてBOPビジネスが注目されてきた。

しかし近年、「BOPビジネスで恩恵を受けるのは『比較的ましな』貧困層だけではないか」と言われているように、企業がBOPビジネスの顧客対象としてNEXT BILLIONを選ぶことが多い故、BOP層是最貧困層であるBOTTOM BILLIONと「比較的ましな」NEXT BILLIONの間で格差が生まれているのが現状である。

本研究ではBOPビジネスにおける企業の中でも特に流通網・インフラの整備を行う通信・IT企業に注目した。なぜならば、BOTTOM BILLIONは流通網・インフラが整っていないところに住んでいることが多い為、それらを整備することが出来る通信・IT企業がBOTTOM BILLIONへのBOPビジネスに最適であると考えたからである。

### 2. 研究目的・方法

本研究の第1は、今日のBOPビジネスにおいて、BOTTOM BILLIONへの取り組みの重要性を示すことである。第2は、BOTTOM BILLION層でのBOPビジネス展開において、通信・IT企業の役割を示すことである。NEXT BILLIONとBOTTOM BILLIONの比較をしつつ、通信・IT企業がBOTTOM BILLIONに対してのBOPビジネスにおいて競争優位性が高いということを、事例研究を通して提示する。

### 3. 研究結果・考察

事例研究から、NEXT BILLIONの人々は実際に多くの企業からBOPビジネスの顧客対象とされており、その結果所得が向上し、やがてBOPから脱していくことが明らかになった。また、BOTTOM BILLIONに対して通信・IT企業は流通網・インフラの構築を行うことによりBOPビジネスを成功させていることもわかった。

これらの事実より、多くの企業は流通網・インフラの整備が整っていないことを理由に、BOTTOM BILLION市場に手を付けたくても付けられない状態となっており、結果的に

BOTTOM BILLIONよりもNEXT BILLIONをBOPビジネスの顧客として選んでいる現状がわかった。通信・IT企業は、BOTTOM BILLION市場で先導的な役割を担うことが出来、他業種の企業と比較して優位性を保持していると言える。

### 4. 結論

以上より、通信・IT企業がインフラを整え、他業種企業もBOPビジネスに参入しやすい環境を作ることで、よりBOP層の所得・自立率向上に役立つといえる。その一連の流れを図に示した。左はNEXT BILLIONとBOTTOM BILLIONの格差がある現状を表している。中央の図ではNEXT BILLIONがBOPビジネスの顧客対象とされることで所得が向上し、BOP層を脱していくのと同時にBOTTOM BILLIONが通信・IT企業によって顧客対象とされ、NEXT BILLIONへと変化していく。右図は、中央の図の工程が繰り返されることにより、BOTTOM BILLIONが存在しなくなることを示した。右図はBOTTOM BILLIONがなくなり、結果としてBOP層全体の底上げにつながっていることを示している。これはBOPビジネスの社会的意義と言える。BOP層を減少させるには、第一歩としてBOTTOM BILLIONへのアプローチが必要不可欠である。そのアプローチにおいて通信・IT企業の果たすべき役割は重要である。

今後、さらにBOPビジネスが発展し、BOP層が減少していくことを願っている。

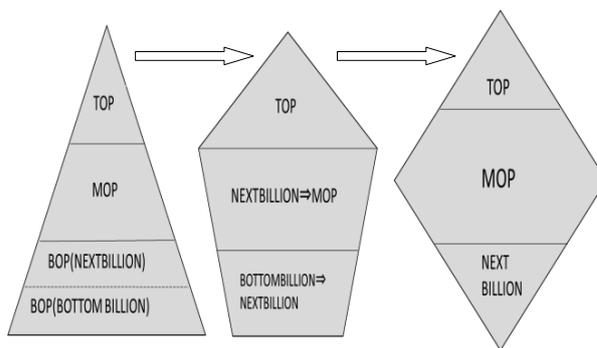


図1 期待できるBOP層の変化(三角形からひし形へ)  
執筆者作成