

新たな貧困削減アプローチとしての BOP ビジネス
—主体、方法、内容、3つの観点から事例の類型化を図る— (要旨)

世界には、1日数ドルで生活する経済ピラミッドの最下層の人々、すなわち BOP(Base Of the Pyramid)の人々が、多く存在する。BOP の人々の生活を改善していくことは、環境問題と併せて、地球規模で解決していくべき重要な課題である。そこで新しい処方箋として登場したのが、Prahalad が提唱した「BOP ビジネス」である。BOP ビジネスとは、企業が、BOP の人々を対象として、利益を創出しながら貧困削減を目指すビジネスである。

本論では、BOP ビジネスについて、理論と実践の2つの側面から捉えている。まず理論については、先行研究を基に「BOP ビジネスとは何か」について考えることを目的として論じている。BOP ビジネスとは、企業が、利益の創出と貧困削減を同時に行っていくビジネスであるが、どちらを優先させるかは、それぞれの事例によって異なる。ただし、BOP の人々の実態を無視し、利益ばかり求める貧困削減アプローチが成功しないことは明らかである。だからこそ貧困削減を実現していくために、企業だけが主体となるのではなく、BOP の人々と共にビジネスを行っていく BOP2.0 モデルが、現在重要視されている。そして BOP2.0 モデルに基づいて、筆者は BOP ビジネスを「企業が、国際援助機関や現地の人々とパートナーシップ関係を結びながら、従来のビジネス手法にイノベーションを起こし、企業利益を創出し、同時に貧困削減を実現していくビジネス」と定義した。

次に、実践については、計27の事例を示している。また、ただ示すだけでなく、それぞれの事例について主体、方法、内容の3つの観点から類型化を行い、BOP ビジネスの実態や課題について、より具体的に検討した。まず、主体の類型化を通して、現地の中小企業が行う BOP ビジネスに、今後注目していく必要があることが分かった。次に、方法の類型化を通して、BOP の人々の実態に応じて臨機応変に、どの方法を組み合わせて行っていくべきかを考える必要があることが分かった。さらに、内容の類型化を通して、多種多様な BOP ビジネスの事例であっても、内容にいくつかの共通点を見出すことは可能であり、それぞれの共通点によって、どのような点に注意すべきかが異なることが分かった。

最後に、それぞれの事例について、貧困削減の効果をより具体的に測定していくために、各事例が国連ミレニアム開発目標(MDGs)のどの目標の達成に貢献しているかを、分析した。企業にとっては、MDGs と照らし合わせてビジネスモデルを考えていくことにより、どの地域で、どのような貧困削減が必要とされているのか、ニーズを把握していくための判断基準とすることができる。

本論でとりあげた事例以外にも BOP ビジネスの先行事例は存在し、これから新しく BOP ビジネスに取り組む企業も現れるだろう。したがって、今後も同様に、また、別な観点から BOP ビジネスの類型化を行い、「BOP ビジネスとは何か」について理論化が進むことを期待したい。BOP ビジネスは、ビジネスとしても貧困削減アプローチとしても「一時の流行」で終わってはならない。