



BOP(ベース・オブ・ピラミッド)を見直そう

日本経済を活性化させるための議論は、様々な形で行われています。マクロ的には、デフレ克服のためのインフラ目標や大胆な金融緩和が重要でしょう。また成長戦略としては、第4次産業革命に積極的に対応できるような思い切った規制改革(レギュラトリー・サンドボックスなど)が求められます。しかし、これ以外にも重要な項目は多数存在しており、意外にも重要な項目なのに見落とされがちなものもあります。その一つが、BOP(ベース・オブ・ピラミッド)をターゲットとした経済・経営戦略ではないでしょうか。

これまで日本の産業と言えば、高い技術に裏付けられた高性能の製品を供給する、というイメージが強かったと言えます。自動車や家電などは日本を代表する産業であり、またトヨタや日立など世界的な企業が活躍しています。言うまでもなくこうした企業は、所得が高い層をターゲットに、洗練されたビジネスをしているのです。ただし、所得の高い層の人口は限られています。その意味でマーケットは狭いのです。重要な点は、こうした高所得者層の下に、巨大な人口を抱えた市場が存在していることです。ピラミッドに例えれば、その基礎部分です。まさにベース・オブ・ピラミッド(BOP)です。

もちろんBOPの概念そのものは以前からよく知られ、議論もされています。しかし日本の政府や企業は、あまり実感をもって議論してこなかったように思えます。アジアの近隣に中国や東南アジア諸国連合(ASEAN)諸国が存在し、そこへの輸出や投資に重点が置かれた反動で、アフリカや南アメリカのようなBOP市場に、大きな関心が向けられなかったのです。もちろん、地理的な距離感も大きかったと思います。

しかしいま、こうした市場に大きなチャンスがあることを、いくつかの企業は本格的に感じはじめたようです。

興味深いことに、あるプライベート・エクイティ(PE)ファンド専門家の推計によると、いわゆるBRICs以外の新興国に対する投資収益率は、BRICs投資のそれを上回っているのだそうです。また、次のような計算も可能です。

世界銀行の定義で、貧困国とは一人当たりの消費が一日当たり2ドル以下の地域を意味します。220円程度ですから、極めて少額に思えます。しかしピラミッドの基礎部分には、合計で40億人の人がいます。従って、一日の消費額は8800億円という計算になります。これは、日本の一日当たり消費額をやや上回る金額です。

日本がBOP市場に着目すべき、もう一つの要因があります。Frugal Innovation(フルーガル・イノベーション)と言われるものです。“フルーガル”とは、安上がりもしくは節約的と言った意味です。南アフリカに、面白い例があります。南アフリカでは、ある時点から爆発的に携帯電話が普及するようになりました。実はそのきっかけは、プリペイド・カードだったのです。私たちの携帯電話は、NTT、au、ソフトバンクなどとの「契約」で使用可能になります。しかし南アフリカの多くの人にとって、契約を結んで決められた金額を払うことなど経済的に不可能です。私たちにとっては当たり前の「契約」には、大きな抵抗があるのです。しかしプリペイドだと、たまたま今少しのおカネがあるからこれで故郷の親に電話をしよう、といったことが可能になります。

日本にとってはあたりまえの技術や過去のものとなった技術が、場所を変えれば極めて大きな貢献をします。こうした点に注目して、日本の中堅・中小企業は大きなチャンスをつかんで欲しいものです。

BOP市場を無視することなく、これを活用するような企業家が、沢山出て来て欲しいものです。

本レポートは、投資判断の参考となる情報の提供を目的としたものであり、投資勧誘を目的として提供するものではありません。投資方針や時期選択等の最終決定はご自身で判断されますようお願いいたします。また、本レポートに記載された意見や予測等は、個人的な見解に基づく情報であり、今後予告なしに変更されることがございます。なお、本レポートにより利用者の皆様に生じたいかなる損害についても、株式会社外為どっとコム総合研究所ならびに株式会社外為どっとコムは一切の責任を負いかねますことをご了承願います。Copyright©2017 Gaitame.com Research Institute Ltd. All Rights Reserved. www.gaitamesk.com