

【結果概要】

平成26年度アジア産業基盤強化等事業
(人材ネットワーク構築によるBOPビジネス
推進の可能性調査)

経済産業省

貿易経済協力局通商金融・経済協力課

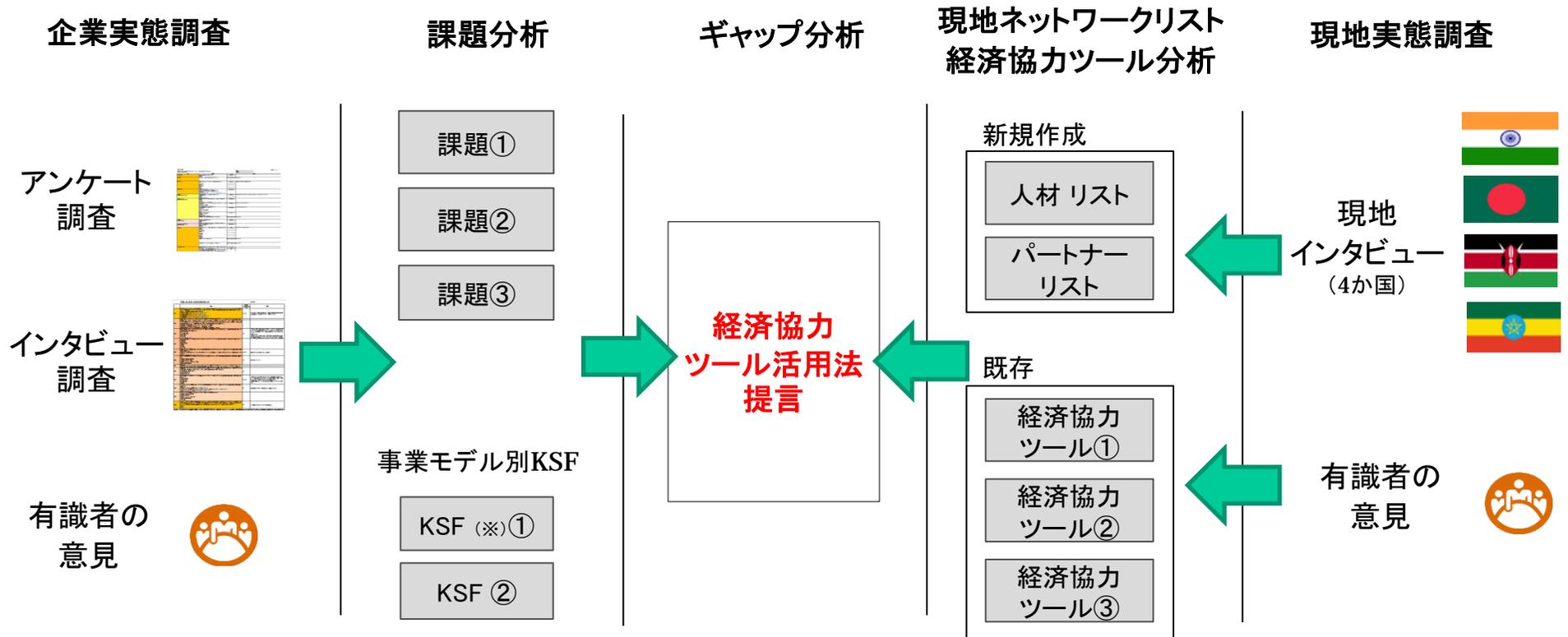
平成27年5月20日

調査概要

●調査目的

○日本企業の新興国市場進出の一手段としてのBOPビジネスを促進するために、民間企業が抱える課題(特にパートナー確保、人材育成に関する課題)に対し、効果的な官民連携の方策を検討する。

●調査内容



(※)KSF=Key Succe Factor : 事業の成功となる要因のこと。

出所: あらた監査法人作成資料を加工して作成

企業が直面する課題

- BOPビジネスに取り組んでいる企業に共通する主要な課題は、「会社の方針」、「パートナー／人材」、「資金」である。
- 成功案件を増やしていくためには、社会的なプレイアアップ、政府調達の活用、資金調達、既存支援の有効活用など、関係者が緊密に連携していくことが重要となっている。

●会社の方針(主に大企業)

- ・短期的収益が優先され、企業の長期的戦略に位置づけられない
- ・BOPビジネスの優先度が低く、適切なリソース(人材、予算)が配置されない
- ・既存商品やビジネスモデル等、過去の成功例から脱却できず、イノベーションが行われない

●パートナー／人材

- ・パートナー・人材の技術や能力が企業の求めるレベルに達しない
- ・現地パートナー／人材を用いた流通網を構築するために莫大なコストが掛かり、採算が取れない
- ・適切な経営人材・管理職が見つからない(主に中小企業)
- ・税務・法務・労務等の専門家が見つからない(主に中小企業)

●資金

- ・社内、民間金融機関、公的機関、NGO／財団から事業資金が得られない
 - 資金調達に伴う書類作成や担当者との調整に係る労力や時間が高コスト
 - 中小企業の場合、国や金融機関は、実績がないと資金面での支援は困難
 - 将来性のある事業でも、本社の業績が悪いと金融機関から融資してもらえない

事業モデル別のKSF

事業モデル	KSF	説明
1 輸入(*1)	現地ニーズの検証	現地のニーズに適した商品/サービスを決めること
	支払い方法の確立	現地販売店との資金の回収方法や支払方法(分割払い等)を確立すること
	販路の開拓	商品の販売店舗数を拡大し、販売量を確保すること
2 公共性(高)	公的機関と連携したビジネスモデル設計	現地公的機関とバリューチェーンの構築、さらに公的機関を顧客として資金調達すること等を含め、公的機関と連携したビジネスモデルを構築すること。
3 ハイテク技術製品販売(*2)	販売網の構築	商品販売網を農村やスラム等幅広い地域に低コストで構築すること
	潜在的ニーズに対応するハイテク技術製品開発	現地調査を通じた潜在的ニーズを把握し、そのニーズに的確かつシンプルに対応する安価な技術製品を開発すること
4 薄利多売	販売網の構築	商品販売網を農村やスラム等幅広い地域に低コストで構築すること
	潜在的ニーズに対応する低価格商品の開発	現地調査を通じて、潜在的なニーズを把握し、そのニーズに対応する低価格新商品を開発すること
5 消費者教育を要する事業	消費者への啓発活動	啓発活動を通じて、新しいライフスタイルや商品価値を訴え、共感者を増やすこと
6 大規模調達(農業)	農民の転作促進	農民の転作インセンティブを提示し、農家の生産規模を確保すること
	生産性の確保	農家に対するトレーニング、農薬や農機の提供等を通じて、農作物の生産性を高めること
7 現地加工・組立	原料調達スキーム確立	現地生産された原料を品質及び生産量共に安定的に調達すること
	現地生産の品質確保	生産者に対するトレーニング、もしくは現地パートナーとの提携を通じて、生産コストを抑えた上で、生産品質を確保すること
8 輸出(*3)	現地生産の品質確保	生産者に対するトレーニング、もしくは現地パートナーとの提携を通じて、生産コストを抑えた上で、生産品質を確保すること

(*1) 輸入モデル：海外で生産された商品を輸入し現地BOP層に販売する事業モデル。

(*2) ハイテク技術製品販売：家電等、技術製品を販売する事業モデル。必ずしも高度な技術製品を指すわけではなく、BOP層が必要とする技術をシンプルに製品化した事業を意味する。

(*3) 輸出モデル：現地で生産された商品を輸出販売する事業モデル。

ネットワークリストを用いた人材／パートナー発掘支援

○ケニア、エチオピア、インド、バングラデシュにおいて、公的機関、国際機関、商工会、元研修生／留学生の同窓会組織、BOPビジネスに知見・経験のあるNGO／NPO等のコンタクト情報をリスト化。

○人材／パートナーに課題のある企業に展開し、リストの有効性を確認しながら拡充を図る。

	Step1 (現状)	Step2	Step3
対象国	4か国(インド、バングラデシュ、エチオピア、ケニア)	4か国(インド、バングラデシュ、エチオピア、ケニア)	10か国
リストの質管理	<ul style="list-style-type: none"> ・当調査よりネットワークリストへの掲載コンタクト先を抽出 	<ul style="list-style-type: none"> ・利用者より掲載コンタクトや新規コンタクトに係るフィードバックを収集 ・運営者内部でフィードバックを精査し、ネットワークリストに反映 ・マッチングイベントを通じた交流促進 ・マッチング後のフォローアップを通じて更なるリレーション構築を支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・利用者のフィードバックを収集、内容をWeb上に公開 ・評価が提示されることにより、自然にリストの品質管理が行われることを想定 ・継続的なマッチングイベントを通じた交流促進 ・マッチング後のフォローアップを通じて更なるリレーション構築を支援
国別コンタクト数	10～20	50	50

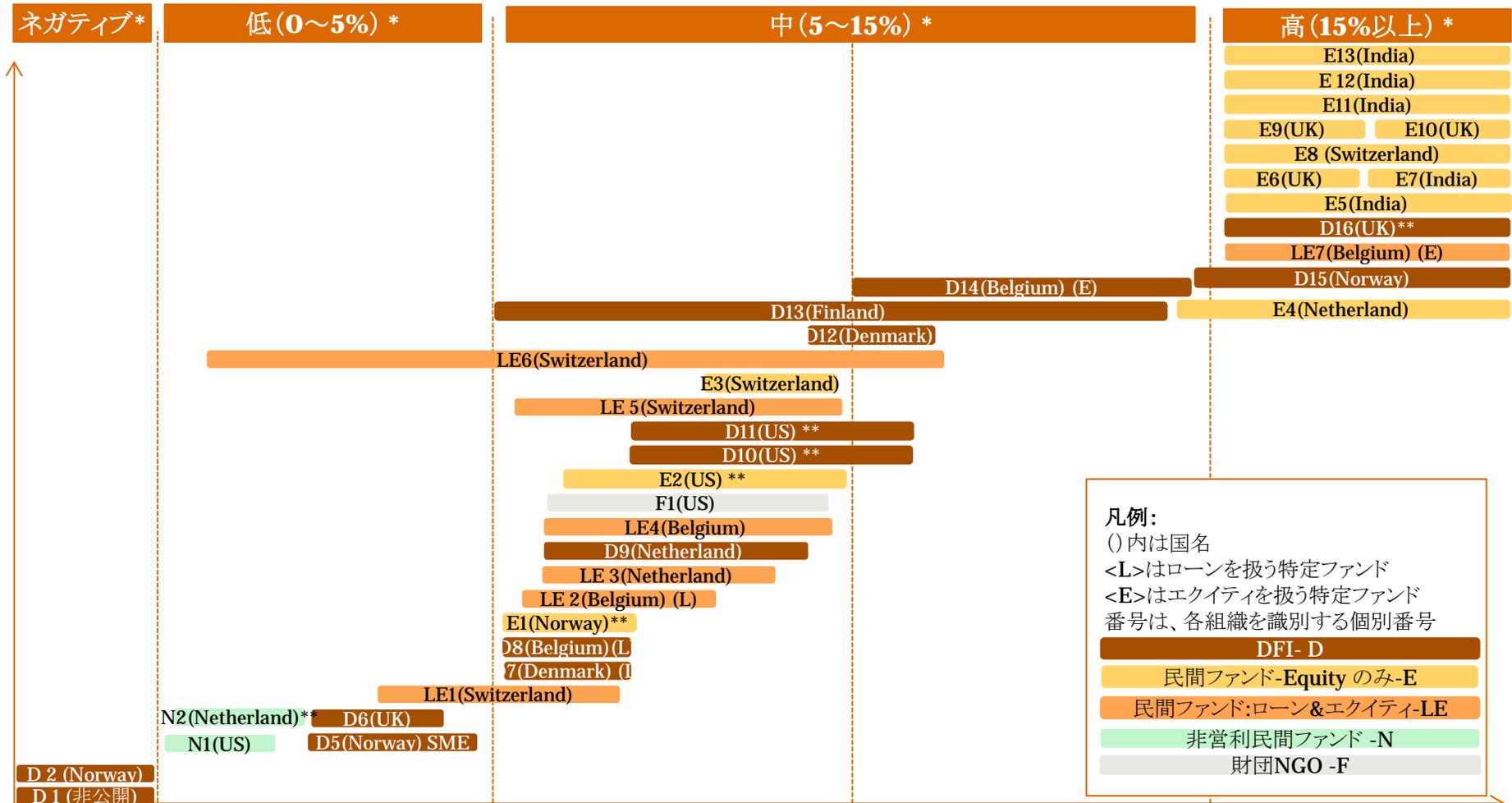
資金に関する課題への対応

- 事業立ち上げ段階の資金に対する支援ニーズが高い。
- 現状、投融資よりも補助金に対するニーズが高く、案件数と案件成熟度の観点からも、ファンド設立は時期尚早。

資金に関する課題	資金的支援概要	説明	既存支援	対応
公的機関による資金支援が得られない	事業準備段階 事業準備段階における資金に対する支援	政府が、国選定や基礎的な法制度調査、ビジネスモデル検証、事業の実行可能性調査等に必要とされる資金的支援を行う。	あり	既存支援活用
	商品開発段階 商品開発段階における資金に対する支援	政府が、BOP層向け商品やサービスの開発、追加パイロット調査等に必要とされる資金的支援を行う。	あり	既存支援活用
	事業立ち上げ段階 公的期間の制度を活用した直接的投融資支援	政府が直接的に公的機関の投融資制度を通じて、BOPEビジネスの立ち上げに必要とされる金額レンジを対象とした投融資支援を行う。	あり	既存支援活用
	事業立ち上げ段階 ファンドを通じた間接的投融資支援	政府が間接的にファンドを通じて、BOPビジネスの立ち上げに必要とされる金額レンジを対象とした投融資支援を行う。	無し	新規支援作成

インパクトインベストメントの経済的リターン

○海外では、BOPビジネスを対象としたインパクトインベストメントを通じて高い経済的リターンを確保しているインパクトファンドが存在する。



凡例:
 ()内は国名
 <L>はローンを扱う特定ファンド
 <E>はエクイティを扱う特定ファンド
 番号は、各組織を識別する個別番号

DFI- D
 民間ファンド-Equityのみ-E
 民間ファンド:ローン&エクイティ-LE
 非営利民間ファンド -N
 財団NGO -F

ファンド全体のリターン(概算) (%)
 PwC作成

*高は15%以上、中は5-15%、低は0-5%のレンジである。中と低の境界はリスクフリーレート又は資本コストと考えられる。
 **実質IRR率が出ないファンドについては、ターゲットIRR率を参考にした。

【参考】中小企業海外展開支援施策

JAPANブランド育成支援（当初予算）

【中小企業庁／補助額：上限2,000万円（補助率3分の2）
／受付終了】

複数の中小企業等が連携し、自らが持つ素材や技術等の強みを踏まえた戦略を策定し、当該戦略に基づいて行う商品の開発や海外展示会への出展等のプロジェクトを支援することにより、中小企業の海外販路開拓の実現を図ります。

1. 戦略策定段階への支援

自らの強みを分析し、明確なブランドコンセプト等と基本戦略を固めるため、専門家の招へい、市場調査などを行うプロジェクトを1年間に限り支援します。（補助上限額200万円/年：定額補助）

2. ブランド確立段階への支援

具体的なブランド確立及び海外販路開拓を図るため、専門家の招へい、新商品開発、展示会出展等を行うプロジェクトを支援します。
海外販路開拓を継続的に支援するため、最大3年間の支援を実施。
（補助上限額2,000万円/年：3分の2補助）

【支援例】「甲州ワイン」のEU輸出プロジェクト



- ・甲州ブドウから造った「甲州ワイン」を、本場欧州市場をターゲットとして展開することで、世界的な認知と産地確立や市場拡大を目指す。
- ・経済産業局が、3年間にわたり継続的に海外でのプロモーション等を支援。

【支援例】「今治タオル」プロジェクト



- ・ブランディングプロジェクト・クリエイティブディレクターに佐藤可士和氏を起用。
- ・国内最大のタオル産地である今治から、質へのこだわりと使い心地を重視した、人にやさしい安心・安全なタオルを提案。

共同海外現地進出支援（補正予算）

【全国商工会連合会／補助額：上限2,000万円（補助率3分の2）
／受付終了】

単独では海外現地進出が困難であった中小企業者が共同グループを形成することにより、リスク・コスト等を低減した形で行う共同海外現地進出の取組を支援します。

1. 海外現地での製造・販売の拠点整備

中小企業・小規模事業者グループが現地において設立する製造拠点、販売拠点（代理店を含む）の設置準備に要する調査等の費用を支援します。

2. 海外現地での取引先の獲得

中小企業・小規模事業者グループによる取組が海外で事業として成り立つかどうか見極めるための現地市場調査、販路開拓等に要する費用を支援します。

【事業イメージ】 海外現地に製造拠点を設置

部品加工を行う中小企業が共同で海外現地に製造拠点を設置し、各社の強みを結集して多工程をワンストップ化した形での海外事業を実施。

【事業イメージ】 海外現地に販路開拓拠点を設置

海外現地の企業へ製品を販売するため、共同で現地情報の提供や販路開拓を行う会社を現地に設立し、現地で共同マーケティングを実施。

◇支援対象者：中小企業・小規模事業者及び団体等を主とする概ね10者
以上の連携体（幹事役となる中小企業、支援機関等が補助事業費を管理）

◇対象経費：委託調査費、旅費、謝金等

調査報告書の紹介(BOPビジネス支援センター)

○ TOP > 国別情報報告書等 > BOPビジネス全般 > 経済産業省

国別情報/報告書等 | BOPビジネス支援センター - Windows Internet Explorer

http://www.bop.go.jp/documents

お気に入り | Networks - THE PRAC... | 海外展開 | ミラサポ 未... | 青年海外協力隊 市場調... | アフリカビジネス振興サ... | ログイン - 予算管理シス... | 【イベント情報】 1-30 ...

国別情報/報告書等 | ...

BOPビジネス支援センター

Go to English site

検索

サイトマップ

トップページ | 支援施策・制度 | 支援センター関係組織 | マッチング支援 | イベント情報 | **国別情報/報告書等** | 運営協議会

TOP > 国別情報 報告書等

文字サイズ 小 中 大

国別情報/報告書等

政府関係機関が公表している国別情報や、BOPビジネスに関連する各種資料(BOP層の潜在ニーズ、先行事例、F/S調査等)を掲載しております。

国別情報 | BOPビジネス全般 | 潜在ニーズ・先行事例

現地F/S調査

国別情報

各国情勢(基礎データ、日本との関係、海外安全情報など)(外務省サイトへ) [☞](#)

国・地域別情報(ビジネスニュース、貿易・投資関連の制度情報とQ&A、統計情報、各種調査レポート、動画レポートなど)(ジェトロ・サイトへ) [☞](#)

BOPビジネス全般

経済産業省

「平成26年度アジア産業基盤強化等事業(人材ネットワーク構築によるBOPビジネス推進の可能性調査)」に係る最終報告書
(PDF:3.0MB) [📄](#)

項目別検索

データベースに登録されている案件を検索できます。

項目別検索

アンケート

皆様のBOPビジネスに関する取組状況やニーズ等についてのアンケートに御協力ください。

現在実施中のアンケートはありません

メールマガジン

バックナンバーはこちら

お問い合わせ

よくあるお問い合わせはこちら

http://www.mofa.go.jp/mofai/area/

インターネット | 保護モード: 有効 | 100%