

26/13, 6, 6 (木)

日本の大手企業が新興途上国の貧困層向け商品開発に動いている。ソニーピクスは太陽光で発電する安価なランプを開発、今秋にケニアなどでも発売する。ソニーは音響機器の電源としても使える懐中電灯を試作した。貧困層向けといえども市場規模は5兆ドルとされ、欧米企業の関心も高い。「安く、使い勝手よく」というモノづくり技術で競争に挑む。

貧困層向け事業は「BOPビジネス」と呼ばれる。ソニーピクスが開発したソーラーランタンは電気のない地域向け。アーティストは「BOPビジネス」の底辺（ベース・オブ・ピラミッド）の両面を併せ持つ。潜在的な市場規模は日本の国内総生産（GDP）に匹敵する5兆ドルとされ、ユーニバーサルなど欧米勢が先行している。

## 貧困層向け市場 日本勢も開拓

BOPビジネス、5兆ドル規模

▼BOPビジネス 世界人口の7割を占める貧困層を対象にした事業。BOPは「ピラミッドの底辺（ベース・オブ・ピラミッド）」を意味する。社会貢献とビジネスの両面を併せ持つ。潜在的な市場規模は日本の国内総生産（GDP）に匹敵する5兆ドルとされ、ユーニバーサルなど欧米勢が先行している。

## きしむ新興国

-2-

今年1~3月期の実質国内総生産（GDP）が前年同期比で7・8%増となつたフィリピン。中国を上回る高成長に沸いているが、その二輪バイク市場で異変が起きている。日系メーカーの販売台数が2010年をピークに減少に転じ、下げ止まりの兆しがみえない。12年も約70万台と前年に比べて4%減った。自動車の販売台数は同じ年に約18万台と過去最高を記録。バイク販売の減少は中国からくるが「それだけでは到底説明できない」（日系のバイクメーカー幹部）。謎を解く力は失業率だ。

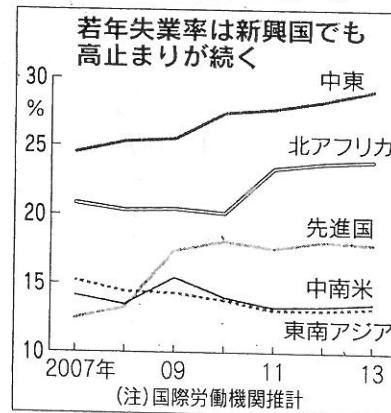
若者が「出稼ぎ」

## 内需主導の成長に閉門

製造業が受け皿に乘って成長してきた東南アジア諸国が、グローバル化の流れで、中間層が新興国共通の現象だ。日本では高度成長時代、中間所得層が増えたことが成長



フィリピンでは経済成長にもかかわらず、二輪が伸び悩む（5月、マニラ首都圏）



ソーラーランタンを手にするミャンマーの男性

## パナソニックやソニー 現地企業と連携

マードで発売し、タンザニアで少額資金を貸し出し、をつくりラジオ、テレビア、バンガラデシュなどたりレンタルしたりする

フリカでの年間の灯油代とされる5円を下回る

事業モデルを計画する。現地企業などと連携して販売目標はまず10万

トとAC電源のジャック

ア、バンガラデシュなどたりレンタルしたりする

や白物家電へと販売を広げたい」としている。

NECは日本の農業技術を用いて、インドでイ

開発。組み合わせて使うマラリア対策効果の高い

事務。BOPは「ピラミッドの底辺（ベース・オブ・ピラミッド）」を意味する。社会貢献とビジネスの両面を併せ持つ。潜在的な市場規模は日本の国内総生産（GDP）に匹敵する5兆ドルとされ、ユーニバーサルなど欧米勢が先行している。

ア、バンガラデシュなどたりレンタルしたりする

や白物家電へと販売を広げたい」としている。

NECは日本の農業技術を用いて、印度でイ

開発。組み合わせて使うマラリア対策効果の高い

事務。BOPは「ピラミッドの底辺（ベース・オブ・ピラミッド）」を意味する。社会貢献とビジネスの両面を併せ持つ。潜在的な市場規模は日本の国内総生産（GDP）に匹敵する5兆ドルとされ、ユーニバーサルなど欧米勢が先行している。