

開発経営学としての BOP 戦略論

- バングラデシュにおける Grameen Euglena の新たな展開を中心に -

林 倬史 (立教大学・東京富士大学)

Takabumi Hayashi (Rikkyo University/Tokyo Fuji University)

1. はじめに

本報告は、貧困削減戦略としての BOP 戦略を、従来型の国際的開発援助型方式による貧困解消プログラムの有効性や限界を解明することにはなく、多国籍企業や NGO によるソーシャル・イノベーションとしての BOP 戦略の有効性と限界の解明に置いている。ここでの基本的問題意識と理論的課題は、新興国における一国的貧困解消を従来の開発経済学的視点からのみでは不十分であり、新たな「開発経営学」的視点からのアプローチと理論的構築を試みていく。

2. BOP 戦略と開発経済体制モデル

(1) 速水論の 3 セクターモデルの有効性と限界

「市場・政府・共同体」の正循環 (Virtuous Circle)・悪循環 (Vicious Circle) の有効性と限界：速水 (2009) 説を中心に

(2) BOP 戦略と公的 (政府)・営利 (民間)・非営利 (多元) 3 セクター間の社会的課題解決型モデルの登場と課題

Doh, J.P. (2003)、Teegen, H. et al. (2004)、Kotler, P. and Lee, N. (2009)、Porter, M.E. and M.R. Kramer (2011)、Mintzberg, H. (2015) の所説を中心に

3. 新興国におけるミクロの経済開発モデルと開発経営論

(1) グラミンモデルの有効性と課題

① グラミンモデル Version1 と Version2

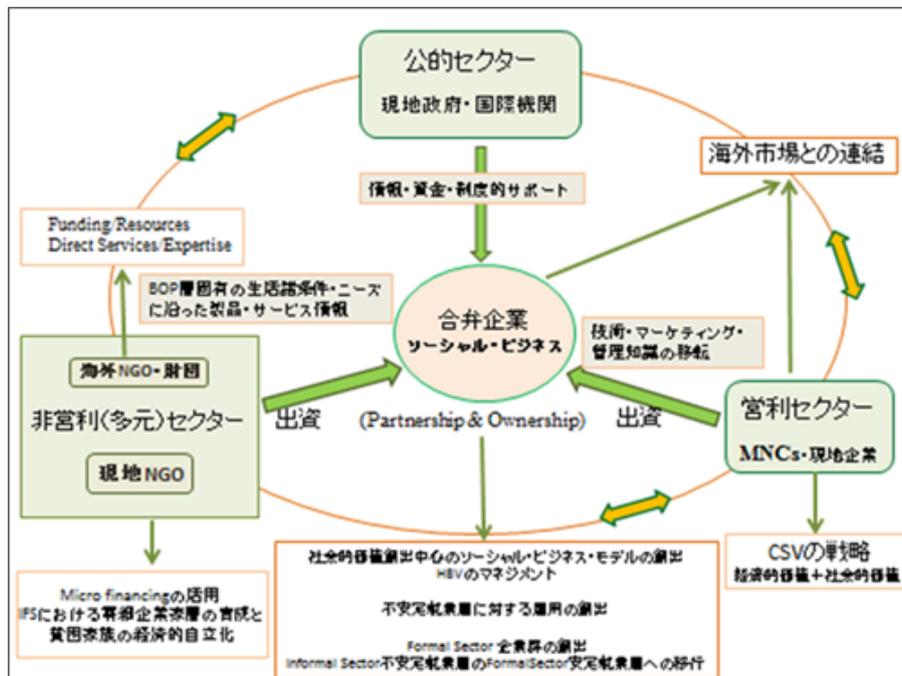
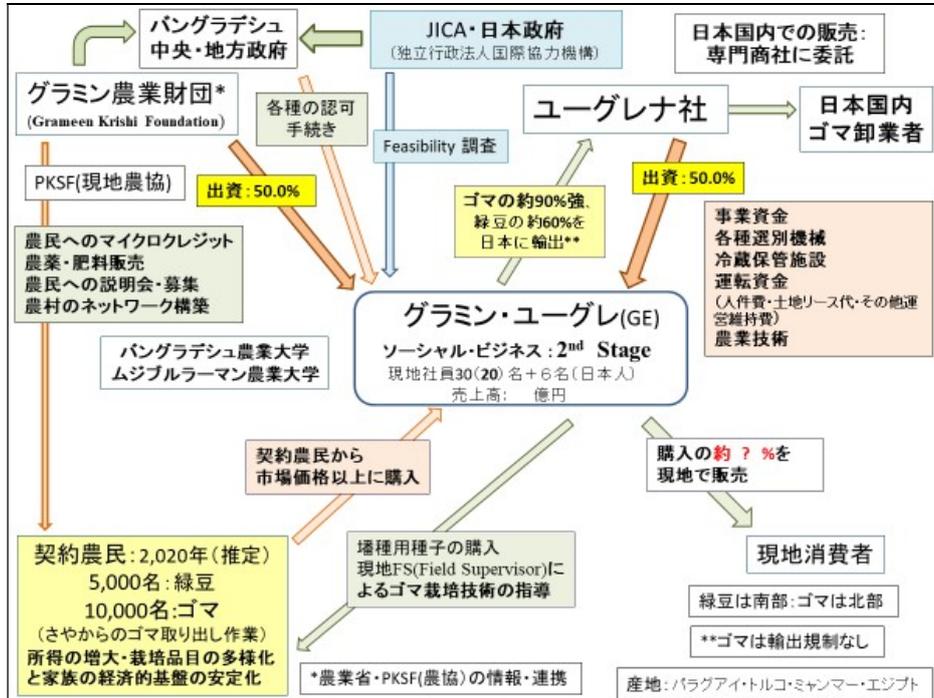
(2) Grameen Euglena モデルと開発経営学的課題

① Grameen Euglena モデルの提起する開発経営学の課題

新興国ビジネスモデルの 9 つの経営学的課題：

1. 農民・農家の信頼 (信用)：理念・共感・技術・支払い, 2. 現地への適応技術：現地の気候・土地の特質への適応, 3. 集荷と決済：農民の組織化と IT 化, 4. 選別：自動化・手作業, 5. 各種の認可手続き：中央政府・地方政府との認可手続き, 6. 現地市場への販売：コスト・ローカル企業との競合と強調, 7. 海外市場用の開発：国際市場用の安全性等の各種基準とコスト・品質, 8. 海

外市場チャネルと顧客開拓, 9. ソーシャル・ビジネスモデルとしての経済的サステナビリティと人材の育成



参考文献は、紙幅の都合上当日発表用資料に掲載させていただきます。