

株式会社トヨタトミ 住友化学株式会社 BoPビジネスの比較

- ▶ 大東文化大学 Dチーム
- ▶ 栗原忠一郎
- ▶ 手島太良
- ▶ 増田新太郎
- ▶ 根來海斗

目次

- ▶ 1、BoPビジネスとは
- ▶ 2、トヨタミのBoPビジネス
トヨタミのSWOT分析
- ▶ 3、住友化学のBoPビジネス
住友化学のSWOT分析
- ▶ 4、まとめ・共通の成功要因

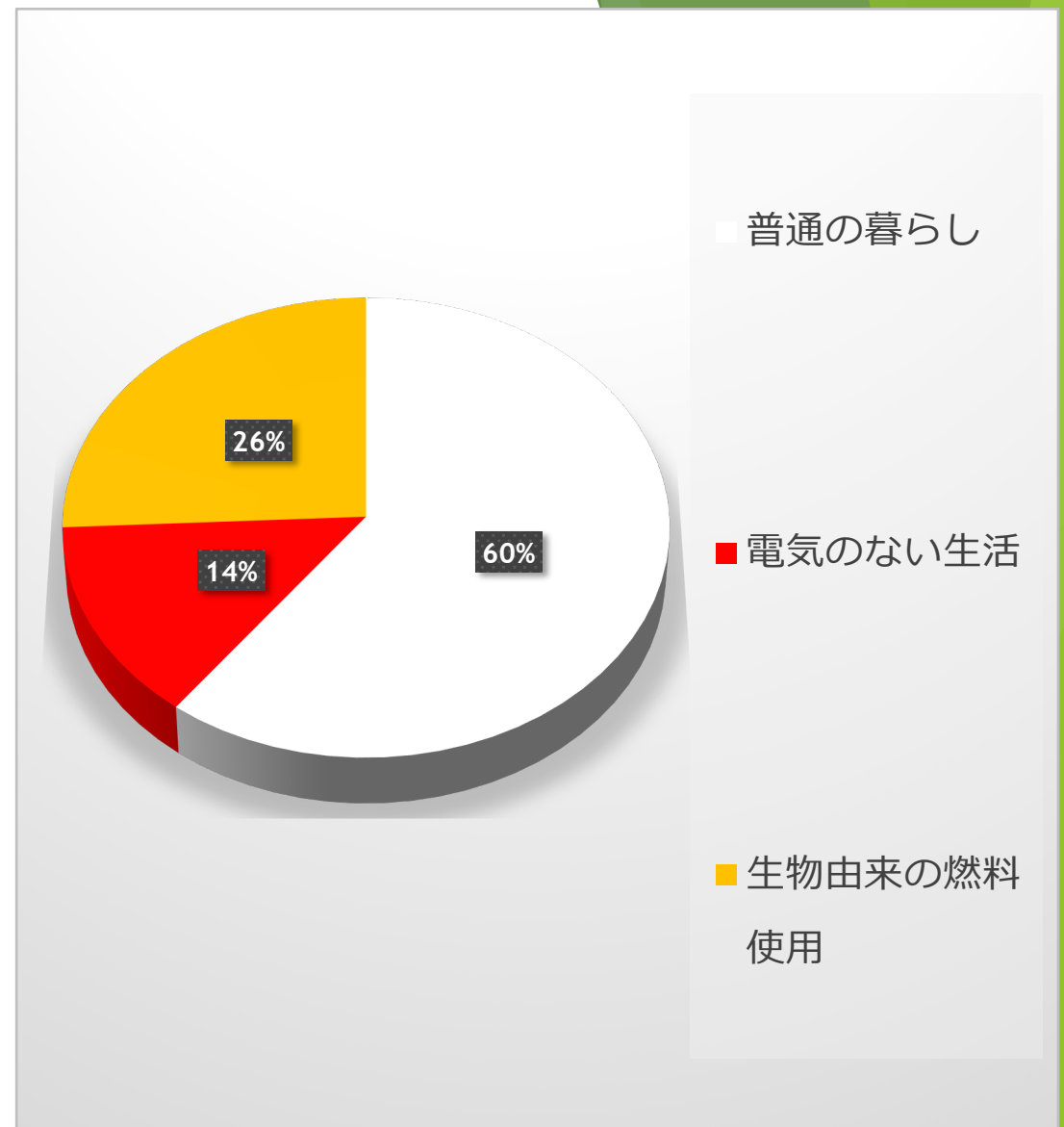
1 ,BOPビジネスとは

BoPビジネスとは. . .

- ▶ BoPとは、base of the economic pyramid の略称
- ▶ BoPビジネスとは、主に開発途上国の貧困層・BoP層を対象とした持続可能なビジネス

BoP層の現状

- ・ 世界人口のうち、**約15億人**が電気がない生活。
- ・ **約27億人**が生物由来の燃料で生活。
- ・ 年間所得3000ドル以下の世帯をBoP層と呼ぶ。



BoPビジネスがもたらす効果

- ▶ 発展途上市場の成長や拡大。
- ▶ 途上国における多くの貧困、衛生、教育などの課題解決
- ▶ ブランディング・企業イメージの向上。
- ▶ 先駆者利益の獲得が可能。

注目した二社

株式会社トヨタ三

TOYOTOMI

住友化学株式会社

住友化学

2, 株式会社トヨト三

【暖かさを通じて 広く社会に貢献する】

- ▶ 社名：株式会社トヨトミ
- ▶ 創立：昭和24年7月
- ▶ 代表：代表取締役会長 中村 出
代表取締役社長 片岡 由好

呼吸疾患が原因で...

- ▶ WHOの統計によると、呼吸器疾患が原因で全世界で年間**400万人が亡くなっている**
- ▶ 1つの要因として、品質の悪い現地製石油コンロが挙げられる

呼吸疾患による事例



- ・ たき火で調理する母親に
背負われた5歳以下の子供
の肺がんにかかる率はそう
でない子供に比べ**約6倍**

粗悪な作りのコンロ、薪や
牛糞の原始的な燃料



有害な煙が発生



トヨタトミの狙い

治療費、現地製の粗悪なコンロの修理代、買い替え費用



- ▶ トヨタトミの石油燃焼機器でそれらを改善できるかもしれない

トヨタトミのBoPコンロ

- ▶ 排気ガスが全く発生しない
- ▶ 転倒時の燃料流出を防ぎ、火災などの被害防止
- ▶ 耐久値が高く買い換える必要がない
- ▶ BoP層の健康と生活を考えたコンロ

活動事例 1 (ナイジェリア)

現地販売パートナーと共に販売エリアを拡大

南アフリカ200万台・ナイジェリア400万台使用されている

⇒ アフリカ地域の石油コンロの需要は高い
ナイジェリアを中心に販売活動を展開

PRポイントを記載したペナント等を作成



販売拡大と地域拡大を目指す

活動事例 2 (インド)

石油コンロの普及を進めるため、現地主婦グループによる普及活動で販売を拡大

現地NGOや社会団体の協力

主婦グループの構成 ⇒ リーダを育成、PR活動で販売促進



主婦の雇用機会 ⇒ 収入が増える、生活改善

トヨタトミのSWOT分析

トヨタトミ ～機会～

- ▶ BoP層の国には粗悪なコンロしかない
- ▶ 社会問題の解決ができる
- ▶ 健康被害



トヨタトミ ～強み～

- ▶ 製品の性質がいい
- ▶ 安全性が高い



トヨタトミ ～脅威～

- ▶ BoP層の所得が少ない
- ▶ 石油に限りがある
- ▶ ネットの発達がしていない（宣伝しにくい）
- ▶ →石油コンロを簡単に購入できるほどの所得がない

トヨタトミ ～弱み～

- ▶ 値段が高い
- ▶ 石油に依存している



SWOT分析

機会

BoP層の国には粗悪なコンロしかない
社会問題の解決できる
健康被害

脅威

BOP層の所得が少ない
石油に限りがある
コロナウイルス
ネットが発達していない
→石油コンロを簡単に購入できない

強み

製品の性質がいい
安全性が高い

弱み

値段が高い
石油に依存している

3,住友化学株式会社

【豊かな明日を支える 創造的ハイブリットケミスリー】

- ▶ 社名：住友化学株式会社
- ▶ 創立：1931年9月22日
- ▶ 代表：代表取締役会長 **十倉雅和**
代表取締役社長 **岩田圭一**

工場の網戸を活かして

工場用の網戸



防虫剤処理蚊帳

工場で使用されていた虫除け網戸を
マラリアに苦しむ人々のために改良

オリセツトネットの効果

- ▶ 蚊がオリセツトネットに触れると即死するほどの効果を持つ
- ▶ WHO（世界保健機構）も効果を認める
- ▶ マラリアの感染拡大を抑える実績も持つ

住友化学のSWOT分析

住友化学 ～機会～

- ▶ マラリアが撲滅できていない
- ▶ 継続的な使用をしないといけない
- ▶ (= 需要が落ちない)



住友化学 ～強み～

- ▶ 低コスト・高品質
- ▶ 独自開発のコントロールリリース
- ▶ 現地生産を行っている
- ▶ WHOが推奨している
- ▶ 独自の製造方法がある



住友化学 ～脅威～

- ▶ 薬剤に抵抗できる蚊の出現
- ▶ コロナウイルスの影響
- ▶ BoP層の所得が少ない
- ▶ ネットが普及していない
- ▶ 人の免疫が落ちる（蚊に刺されないことで）



住友化学 ～弱み～

- ▶ 主成分が脳の発達を阻害する可能性が...
- ▶ 継続的な使用が必要（＝買い換えが必要）



SWOT分析

機会

マラリアが撲滅できていない
継続的な使用をしないとイケない
(= 需要が落ちない)

脅威

薬剤に抵抗できる蚊の出現
コロナウイルスの影響
BoP層の所得が少ない
ネットが普及していない
人の免疫が落ちる (蚊に刺されないことで)

強み

低コスト・高品質
独自開発のコントロールリリース
現地生産を行っている
WHOが推奨している
独自の製造方法がある

弱み

主成分が脳の発達を阻害する可能性が...
継続的な使用が必要 (= 買い換えが必要)

4,まとめ

▶ 共通の成功要因

BoPビジネス成功要因

- ▶ BOP層でも購入しやすい値段
- ▶ 高品質
- ▶ 現地の環境にあった製品作り
- ▶ 社会貢献



参考文献

- ▶ <https://www.toyotomi.jp/bop/>
- ▶ <https://info.yomiuri.co.jp/group/yri/k-prize/453.html>
- ▶ <https://www.sumitomo-chem.co.jp/>

ご静聴ありがとうございました
▶ ございました