



International Finance Corporation  
World Bank Group



WORLD  
RESOURCES  
INSTITUTE

# THE NEXT 4 BILLION

次なる40億人

ピラミッドの底辺(BOP)の市場規模と  
ビジネス戦略



# THE NEXT 4 BILLION

次なる40億人

ピラミッドの底辺(BOP)の市場規模と  
ビジネス戦略

# THE NEXT 4 BILLION

## 次なる40億人

ピラミッドの底辺(BOP)の市場規模と  
ビジネス戦略

世界の人口の過半数を占める40億人の低所得の消費者が経済ピラミッドの基底部を構成しています。彼らの消費者行動と総購買力に関する新しい実証的分析は、市場ベースのアプローチによれば、低所得者のニーズがより良く満たされ、生産性と所得が向上され、これらの人々がフォーマル経済へ参入する力が付与される大きなチャンスをもたらされることを示しています。

Allen L. Hammond, William J. Kramer,  
Robert S. Katz, Julia T. Tran, Courtland Walker

世界資源研究所  
国際金融公社

著作権 ©2007 世界資源研究所 著作権所有  
データ著作権 © 国際復興開発銀行 / 世界銀行グループ

世界資源研究所および国際金融公社による共同発行

World Resources Institute	International Finance Cooperation
10 G Street NE, Suite 800	2121 Pennsylvania Avenue NW
Washington DC 20002	Washington DC 20433

本報告書は、世界資源研究所および国際金融公社が発行するものである。本書の主たる著者は、世界資源研究所である。この中で示す所見、解釈、結論は、著者のものであり、必ずしも国際金融公社、国際復興開発銀行 / 世界銀行グループの理事会各理事、または、理事の出身国政府、または、世界資源研究所の見解を反映しているものではない。特定の商標名、または、商業プロセスの引用は、これらを推奨しようとするものでもない。

#### 権利および許可

本書の内容は、著作権で保護されている。許可無く、本書の全体または一部を複製または転送することは、関係する著作権法違反となることもありうる。世界資源研究所および国際金融公社は、研究内容の普及を奨励するにあたり、通常は、研究内容の一部の複製は速やかに許可する。文書によって世界資源研究所より事前に許可を得ることなく、再販、または、その他いかなる商業的目的にも、本報告書を利用することはできない。この研究の一部は、[www.wri.org/thenext4billion](http://www.wri.org/thenext4billion) および [www.rru.worldbank.org](http://www.rru.worldbank.org) から入手可能。

本報告書のいかなる一部の複製、または、転載の許可は必要な情報全てを明記の上、Permissions, World Resources Institute, 10 G Street NE, Washington DC 20002、または電子メールで [permissions@wri.org](mailto:permissions@wri.org) に請求頂きたい。

ISBN 1-56973-625-1(ペーパーバック)  
米国議会図書館管理番号 2007923530

#### 注文先:

西半球および日本からの注文

Hopkins Fulfillment Service  
P.O. Box 50370  
Baltimore, MD 21212-4370  
Phone: (410) 516-6956 または (1-800) 537-5487  
Fax: (410) 516-6998  
Email: [hfcustserv@press.jhu.edu](mailto:hfcustserv@press.jhu.edu)  
世界資源研究所オンライン・ブックストア: [www.wristore.com](http://www.wristore.com)

英国、ヨーロッパ、中東、アフリカ、アジアからの注文

Eurospan Group, c/o Turpin Distribution  
Phone: +44(0)1767 604972  
Fax: +44(0)1767 601640  
Email: [eurospan@turpin-distribution.com](mailto:eurospan@turpin-distribution.com)  
Eurospan オンライン・ブックストア: [www.eurospangroup.com/bookstore](http://www.eurospangroup.com/bookstore)



スポンサーおよびアンダーライター

「THE NEXT 4 BILLION — 次なる40億人」の主たる資金的支援は、国際金融公社および米州開発銀行に仰いだ。



さらにIntel、Microsoft、Shell Foundation、Visa Internationalからも資金援助を受けた。



## 謝 辞

本報告書の発行は、多くの人々や研究機関の協力に負うものですが、米州開発銀行 (Inter-American Development Bank: IDB) の Multilateral Investment Fund のマネージャーである Donald F. Terry の当初からの熱心で、持続的な支援なくして、本報告書の基礎となった研究プロジェクトが存在することはあり得ませんでした。Don は、Fund の創設当初から低所得コミュニティによって形成されている市場が Fund の投融資戦略にいかん重要であるかを理解していました。研究期間を通し、絶え間なく助言を下さるなど、揺るぎない支援を提供して頂きました。Don とその他 IDB の同僚を通じ、IDB は本研究ならびに研究書の発行に実質的な貢献をしています。

IDB の総裁である Luis Albert Moreno には、重要な指導力を発揮して頂きました。彼の指揮の下、IDB は、Opportunity for the Majority Initiative を通じ、ピラミッドの底辺 (base of the economic pyramid: BOP) に焦点を置くことを新しいプログラム戦略に組み込んだ最初の国際金融機関となりました。IDB が 2006 年 6 月に開催した「Building Opportunity for the Majority」と題された会議の基礎に本研究を位置づけてくれたことに謝意を表明したいと思います。その場で初めて、ラテンアメリカ・カリブ海に関する本研究の予備段階の結果を発表しました。

国際金融公社 (International Finance Corporation: IFC) は、多額の資金の提供と研究への協力という形で研究へ参加しました。世界銀行および IFC の金融および民間セクター開発担当副総裁兼 IFC チーフ・エコノミスト Michael Klein は、即座にこの研究の可能性を認識し、パートナーシップを結ぶことに合意、プロジェクトの主たる擁護者となりました。私たちは、IFC の資金協力のみならず、データ利用、各種計算手法の開発、研究内容の編集計画の際の思慮深い助言等、プロジェクトへの実質的な関与に感謝しています。IFC の本プロジェクト担当のタスク・マネージャー Penelope Brook と Facundo Martin の思いやりにあふれた効率的な仕事のお陰で、パートナーシップは他に類を見ない効果的なものとなりました。

研究データの構造は、世界銀行の調査研究局のリード・エコノミストである Branko Milanovic と世界銀行の開発データ・グループ局の上級統計学者でありエコノミストでもある Olivier Dupriez の研究に基づくものです。私たちは、その多くが未発表であった彼らの研究を利用することを深く許可して下さいたことに感謝しています。また両氏は、鋭い洞察力をもって、データの理解・提示の最善策についてご指導して頂きました。

### 研究

下記の各位の研究支援にも謝意を表します。

IFC: Tefera Bekele, Gouthami Padam

IDB: Julio Guzman, Pavel Luengas-Sierra, Jose Antonio Mejia, Karen Mokate, Jorge Ugaz

### 内容に関する助言および書評

下記の各書評家の助言に謝意を表します。

WRI: Alex Acs, Jennie Hommel, David Jhirad, Christian Layke, Smita Nakhooda, Daniel Prager, Clayton Rigdon, Fred Wellington

IFC/World Bank: Alex Preker, Christine Zhen-Wei Quiang, Dilip Ratha, Mark Williams

### 内容に関する助言および書評

外部: Robert Annibale (Citigroup)

Louis Boorstin (Bill and Melinda Gates Foundation)

Christine Eibs Singer (E+Co)

Jeffery Galinovsky (Intel)

Kurt Hoffman (Shell Foundation)

Beth Jenkins (John F. Kennedy School of Government)

Christopher Jennings (IDB)

Alain Mathys (Suez)

Dominic Montagu (University of California, Berkeley)

Jane Nelson (John F. Kennedy School of Government)

C.K. Prahalad (University of Michigan)

James Wells (Wellspring Consulting)

Christopher West (Shell Foundation)

David Wheeler (York University)

### 一般的助言

下記の各位の一般的助言に謝意を表します。

IDB: Ana-Mita Betancourt, Suzanne Duryea, Nohra Rey de Marulanda, Daniel Shepherd

IFC/World Bank: Doug Barnes, Kathleen Beegle, Paolo Belli, Robert Buckley, Marinela Dado, Vivien Foster, Jed Friedman, Elena Gagieva-Petrova, Matthew Gamser, Nadine Shamounki Ghannam, Iva Ilieva Hamel, April Harding, Martin Holtmann, Ada Karina Izaguirre, R. Mukami Kariuki, Elizabeth Littlefield, Alain Locussol, Emmett Moriaty, Vincent Palmade, Andrea Ryan-Rizvi, Prem Sangraula, Katherine Scott, Suzanne Smith, Kees van der Meer, Patricia Veevers-Carter

外部: Brian Richardson (Wizzit)

### WRI プロジェクト・マネージャー

Allen L. Hammond

### 本のデザイン

デザイン: Lloyd Greenberg Design, LLC

インフォメーション・グラフィック: Gerald Quinn/G. Quinn Information Design

### 原稿整理編集

Alison Strong

### 写真提供

表紙写真: © Julie Hock/Corbis

保健医療 © Karen Kasmauski/Corbis

情報通信技術 © Anatoliy Rakhimbayerv/World Bank

水道 © Benjamin Lowy/Corbis

運輸 EMBARQ 世界資源研究所より寄贈

住宅 © Gideon Mendell/Corbis

エネルギー © Rupak De Chowdhuri/Reuters/Corbis

食品 © Jehad Nga/ActionAid/Corbis

金融 © Gideon Mendell/Corbis

# 目 次

## 1

データ・ガイド

## 2

要 約

## 12

第1章 序論と市場概観

## 34

第2章 保健医療市場

## 42

第3章 情報通信技術市場

## 52

第4章 水道市場

## 60

第5章 運輸市場

## 68

第6章 住宅市場

## 76

第7章 エネルギー市場

## 88

第8章 食品市場

## 96

第9章 金融サービス市場

## 104

参考資料

## 106

付表A 所得データ

## 112

付表B 支出データ

## 114

国別一覧表

## データ・ガイド

特に記載のない限り、本報告書は、国際ドル（購買力平価（PPP）換算）で表示しています。市場に関する数値、家計調査に基づく家計所得・支出は、2005年国際ドル表示です。

現在の米ドル換算とは、2005年時点のドルを意味します。

便宜上、ピラミッドの底辺（base of the economic pyramid: BOP）内の所得区分あるいはBOPと中所得層の境界を示すBOP所得データは、本報告書の分析に用いた家計調査の国際標準化の基準年である2002年国際ドル（購買力平価換算）で表示しています。BOP層とは、一人当たり年間所得が3,000ドル以下の世帯を指します（基準年2002年 PPP換算）。中所得層とは、一人当たりの年間所得が3,000ドル超20,000ドル以下の世帯です（PPP換算）。高所得層は、20,000ドル超の世帯です（PPP換算）。本報告書および付属の国別一覧表ではBOP層を、さらに500ドルごとに6区分に細分類し、BOP500(500ドル以下)、BOP1000(500ドル超1,000ドル以下)、BOP1500(1,000ドル超1,500ドル以下)等と表示しています。

BOP層と中所得層の境界は、2005年国際ドル表示でそれぞれ3,260ドル、21,371ドルです。

## 地域別合計

4つの開発途上地域別合計—アフリカ、アジア（中東を含む）、東ヨーロッパ、ラテンアメリカ・カリブ海—と世界全体の合計を示しました。本報告書では、家計調査データのある110カ国を調査国と表示しています（開発途上地域別国一覧およびその他の国一覧については付表A参照。）また家計調査に基づく標準化された家計支出のデータが得られた国々は測定国として表示しています（地域別国一覧については付表B参照）。

## 市場の構成

本報告書では、BOP所得区分ごとの年間総所得・支出によってBOP市場の構成を分析しています。グラフ（2005年を基準年とするPPP換算のドル表示）は、作成の都合上適当な大きさに調整していますが、所得分類別総家計支出の相対的大きさを正確に表しています。

## 家計支出

本報告書では、1世帯当たりの年間平均支出額の観点からも家計支出を分析しています。ここでもグラフの大きさを調整していますが、各BOP所得区分の家計支出の相対的大きさを正確に表しています。

## 都市部・農村部分析

本報告書では、BOP市場全体およびBOP所得区分について都市部・農村部ごとの市場の構成も示しています。都市部・農村部分析グラフのデータも大きさを調整していますが、都市部・農村部の支出の相対的大きさを正確に表しています。



## 要約





世界の人口の過半数を占める40億人の低所得者が経済ピラミッドの基底部を構成しています。彼らの消費者行動と総購買力に関する新しい実証的分析は、市場ベースのアプローチによれば、低所得者のニーズがより良く満たされ、生産性と所得が向上され、これらの人々がフォーマル経済へ参入する力が付与される大きなチャンスがもたらされることを示しています。

経済のピラミッドの底辺 (base of the economic pyramid: BOP) にいる40億人—各国の国内購買力で見ると所得が3,000ドル以下の人々—は皆相対的貧困の中で暮らしています。これらの人々は現在の米ドル換算の1日当たりの所得がブラジルで3.35ドル、中国で2.11ドル、ガーナで1.89ドル、インドで1.56ドルに満たない人々です。<sup>1</sup>しかしBOP全体としての購買力は大きく、5兆ドルの世界的消費者市場を形成しています。

1人当たりの所得が3,000～20,000ドルの比較的富裕な中所得層区分に属する14億人は、世界的には12兆5,000億ドルの市場を作っています。中所得層の市場は都市に集中し、ある程度供給が満たされた競争の激しい市場です。

これとは対照的に、BOP市場の多く—特に急成長を続けるアジア諸国—が農村にあって、極めて不十分な供給しか得られず、インフォーマル経済が支配し、その結果相対的に非効率で競争が少ない市場です。しかし、BOP市場は世界人口のかなりの割合を占めています。世界110カ国の家計調査結果は、BOPが世界の総調査対象人口55億75百万人の72%を占めていること、そしてアフリカ、アジア、東ヨーロッパ、ラテンアメリカ・カリブ海地域の人口の圧倒的多数を占めていることを示しています。これらの地域がほとんど全てのBOPの住処となっています。

所得・支出およびサービスへのアクセス状況に関する最新のデータである家計調査結果の分析から、国によってBOP市場の構成に明らかな違いがあることがわかりました。ナイジェリアなどは、BOPの中でも最低所得区分に集中する一方、ウクライナなどではBOPのより高い所得区分に集中しています。地域間の差も明らかです。BOP市場はアフリカとアジアでは農村部で支配的で、東ヨーロッパとラテンアメリカでは都市部で支配的です。



支出についても、顕著な傾向が見て取れます。当然のことながら、BOP世帯の食糧費は圧倒的割合を占めています。しかし所得の増加に伴い、食糧費の割合は減少します。これに比べ住居費の割合は比較的一定しています。交通費と通信費の割合は所得に伴って急速に大きくなります。全ての地域でBOP世帯の保健・医療費の半分は、薬品の購入に充てられています。また、東ヨーロッパ以外の全地域でBOPの低所得者層は、薪で料理を作り、より高い所得層は、プロパン・ガスやその他の現代的燃料を使っています。

これだけ大きな市場に十分な供給がなされていないということはBOP世帯にとって不利益なばかりか、企業にとっても機会の損失です。しかし、今やBOP市場の十分な情報があり、実現可能なビジネス戦略の経験が十分に積まれているので、企業がBOP市場のビジネス機会に注目するのは当然と言えます。また、市場ベースのアプローチによれば、より多くのBOP層がフォーマル経済へ参入したり、この大きな人口区分に対して必要不可欠なサービスがより良く提供されるので、開発援助コミュニティがこのアプローチにこれまで以上に注目することも当然の帰結であると言えます。

## BOPの特徴

開発援助コミュニティは、貧困者の中でも1日当たりの所得が1ドル（国内購買力）に満たない10億人の最貧困層のニーズを満たすことに重点を置きがちでした。しかしこの数を遥かに超える低所得層—BOPの40億人は、西側諸国の貧困ラインを大幅に下回っており、これらの人々にも目を向けるべきであります。そしてその際には市場ベースのアプローチの対象とするのが適当です。

この議論のスタート地点は、BOPの貧困問題ではありません。BOP層の大部分が世界の市場経済に統合されることなく取り残され、その恩恵に浴していないという事実です。またBOPにはこの他に以下の共通する特徴があります。

- **満たされていない大きなニーズ** BOP層の大半は銀行口座を持たず、現代的な金融サービスへのアクセス也没有。大半は電話也没有。多くは住居の正式な権利もないインフォーマルな生活基盤の中で、水道水、衛生サービス、電気、基礎的保健医療サービスの欠如した生活を送っています。
- **インフォーマル・セクター依存あるいは自給自足生活** BOP層の大半は、自らの労働力や手工業製品や作物を売るための市場へのアク



セスが十分でなく、彼らを搾取する地元の雇用主や仲買人に売るほかに選択の余地がありません。自給自足の小規模農家や漁業従事者であるBOP層は、その生活を依存する自然資源の破壊に対し比類ないほどに脆弱であり、それらを保護する力を持ちません（世界資源研究所他2005）。実際インフォーマル・セクターへの依存と自給自足状況は彼らにとって貧困の罠です。

- **BOPペナルティーの打撃** BOP層の多く、あるいはおそらく大半が、基礎的商品やサービスに、富裕な消費者より高い金額を、現金あるいはそれらを得るために払わねばならない労力の形で支払っています。そして多くの場合、品質の劣る商品やサービスを受け取っています。こうした貧しい者が高いコストを支払うといった状況は広く見られます。治療のために遠方の病院や診療所に行くため高い交通費を払ったり、また融資や外国の親戚からの送金に法外な手数料を要求されるのは最貧困層だけではありません。

BOPの充足されないニーズを満たす取り組みは、彼らの福祉、生産性、所得の向上のために一BOP家庭が自分達自身の貧困脱出方法を見出すのに不可欠です。BOP層をフォーマル経済へ参入させることは、富の創出、そして全ての人を包含する成長戦略の決定的に重要な部分でなければなりません。またBOPペナルティーを取り除けば、BOP層の所得は増大します。さらに、満たされないニーズ、インフォーマリティの罠、BOPペナルティーなどが非効率で独占的な市場や、無関心、投資の欠如に由来する限り、これらの障壁に立ち向かえば、企業にとっても大きな市場機会の創出につながるかもしれません。

低所得者市場とは単に最貧困層のみならずBOP層全体によって構成されており、おそらく何より重要なことは、たとえ市場ベースの解決策が利用できない、あるいはそれでは不十分な市場部門があったとしても、まずその市場全体を分析し、民間セクターの戦略の有効性を試してみることです。

### 市場ベースのアプローチによる貧困削減

BOP市場の分析は、各国政府や企業がBOP層のニーズを満たす新製品やサービスの考案・開発、さらにそのための市場ベースの解決策の可能性をよりクリエイティブに考えるのに役立ちます。企業にとって、BOP市場分析は、ビジネス機会の特定、ビジネス・モデルの考案、商品開発、BOP市場への投資拡大に向けた重要な最初のステップです。



一方、政府にとってBOP市場の分析は、民間セクターがより大きな役割を果たすビジネス環境整備に必要な改革に注意を向けるのを助けます。

BOP市場分析とそれに基づく市場ベースのアプローチによる貧困削減は、そのどちらも開発援助コミュニティにとって重要です。このアプローチによれば、援助というより、機会の付与・実現という観点から貧困削減の議論の枠組みをつくることができます。市場ベースのアプローチが成功すれば、新たに沢山の民間セクター資源の活躍がもたらされ、開発援助を現時点では効果のある市場ベースの解決策を見出せない部分や分野に一層集中することが可能となります。

市場ベースのアプローチによる貧困削減は、伝統的なアプローチとは明らかに異なります。伝統的アプローチは概して、最貧困層の人々が自立できず慈善や公的支援が必要だという前提からスタートして、それらの人々に焦点を当ててきました。一方、市場ベースのアプローチは、貧困であることはビジネスや市場プロセスを排除するものではないという認識からスタートしています。即ち、ほとんど全ての貧困世帯が基本的ニーズの多くを満たすために現金または労働を取引しています。このように市場ベースのアプローチは、人々を消費者及び生産者として位置づけて、市場をより効率的・競争的かつインクルーシブにする—BOP層も恩恵に浴することができ—解決策に重点を置いています。

伝統的アプローチは、貧困者の保健医療、浄水等の充足されていない基本的ニーズについて目標値を設定し、直接公共投資、補助金、その他の施しを提供するといった取り組み方で進められてきました。尊い目標ではありますが、今のところ目覚ましい成果は得られていません。市場ベースのアプローチでは、充足されないニーズがあるのは最貧困層だけではないと認識し、それらの人々が市場に積極的に参加し対価を支払う意志を持っているかどうか問いかけます。このアプローチは、新しい商品や手頃な価格で商品やサービスを提供できる新しいビジネス・モデルといった形で解決策を追求するものです。

この解決策は、伝統的な開発のためのツールと類似する要素を持つ市場開発の取り組みを含むことになるかもしれません。即ち、消費者教育を組み入れたハイブリッドなビジネス戦略；マイクロローン、消費者金融、異なる所得グループ間の調整助成金；雇用を創出したり所得を向上させるフランチャイズ・小売代理店戦略；公共セクターないし非政府組織（NGOs）とのパートナーシップなどです。しかし、解決策は究極的には、市場指向のもので、かつ需要主導であって多くの成功している企業もこうした戦略を採用しています。



多分最も重要なことは、伝統的アプローチは持続可能な解決へとベクトルが向いていなかったのに対して、市場指向のアプローチは、持続可能な解決策によってのみ40億人のニーズの規模に対応できると認識していることです。

### BOP市場への関心の高まりと成功例の増加

企業のBOP市場に対する関心が高まっています。多国籍企業、特に食品や消費財産業の多国籍企業がパイオニアです。開発途上国内の大企業は、BOP層のニーズを満たすのに最も革新的で、とりわけ住宅、農業、消費材、金融サービス分野でBOP消費者・生産者のニーズに応えています。また、小規模新興企業や社会的起業家もBOP市場に集中し、その数を急速に伸ばしています。しかし、多分BOP市場で最も力強く劇的な成功を収めているのは携帯電話サービス業です。

2000～2005年の間に、開発途上国の携帯電話契約者の数は5倍に増え14億人に達しました。全ての地域で携帯電話の利用は急速に伸びていますが、特にサハラ以南アフリカ地域が最も速く—ナイジェリアの契約者数はたった4年間に37万人から1,680万人に増えました（世界銀行2006b）。家計調査結果も、圧倒的多数のBOP人口が携帯電話を利用し、その数が増え続けていることを裏付けています。携帯電話によって、雇用、医療サービス、市場価格、出稼ぎ家族とその送金へのアクセス、そして徐々に金融サービスへもアクセスができるようになり利益を享受しています。（ボーダフォン2005）。

低所得消費者への強力な価値の提示が、携帯電話会社の財務的成功をもたらしたのです。アフリカで最も貧しく不安定な国で起業家として事業をおこなっているCeltelは、事業開始から僅か7年間に電気通信分野の巨人になりました。2005年に34億米ドルで買収されたCeltelは、現在アフリカ15カ国で携帯電話事業を展開し、その事業免許は同大陸の30%以上をカバーしています。

しかし、すべての分野がBOP市場に足がかりを見出しているわけではありません。例えば開発途上国の民営化された都市水道事業は、資金的・政治的困難に直面した結果、低所得層のコミュニティへのより良いサービス提供も、企業の成功もできていません。エネルギー分野も同様に、農村のBOPコミュニティへ送電網につながらない安価な電気や調理用のクリーン燃料を提供するのに成功するのに止まっています。しかし、これらの分野でさえも勇気づけられる新しいベンチャーが現れて

おり、技術やビジネス・モデルの開発がさらに進めば、これらの分野のBOP市場も拡大するかもしれません。

### よりビジネスに快適な環境を目指して

開発途上国におけるビジネスと規制の状況は厳しいものがあります。とりわけ零細・小規模企業は不利な状況に直面しています。これらの企業がフォーマル経済の一員でなければ、投融資を受けることも、大企業のバリュー・チェーンに参加することもできず、公共サービスを合法的に受けることさえできないこともあります。弱小であることを運命づけられ、富を創出することも多くの雇用を生み出すこともできません。また税金を納めて広く経済全体に貢献することも叶いません。

これらの企業の大半はフォーマル経済へ参加する上で、前近代的な規制や禁止的な要件—煩雑な手続き、何ヶ月にも及ぶ遅延、大半のBOP層の支払い能力を超えた資本要件等—に直面しています。例えば、エルサルバドルで合法的に起業するには、最近行われた規制改革の結果、1回の出頭で4機関への登録が26日間で可能となる以前は、115日を要し、多数の別々の手続きが必要でした。しかしたとえ合法的小規模企業であっても投資に必要な資本は普通は入手できず、彼らに向けられる支援サービスも希少です。

幸いなことに、中小企業への障害を取り除くことの重要性の認識が高まっており、またこれらの企業をフォーマル経済に迎え入れ、より効率的な市場をつくるためのツールがいろいろ開発されています。そして世界銀行と国際金融公社 (IFC) の毎年の共同報告書「Doing Business」でも示される通り、これらのツールが効果を発揮している証左は、枚挙にいとまがありません。エルサルバドルでは、規制改革後企業の年間登録件数が5倍に増えました。中国を含む多くの国で最低資本金額が引き下げられています。直近の調査年において40カ国以上で改革が実施され、規制改革のスピードが加速しています。<sup>2</sup>

改革と共に、BOP市場に焦点を当てた企業育成のためのイニシアティブや、中小企業への投資ファンドに対する関心も高まっています。いくつかの国際開発機関や二国間開発機関の中には、開発途上国の中小企業の成長を支援するための投資ファンドを設立した機関もあります。これらの取り組みと、そうした開発途上国企業への投資に対する民間セクターの関心の高まりは、民間セクターの役割の拡大と、ボトムアップ型市場アプローチが開発戦略上必要不可欠であるということを明瞭に意識した上でのものです。



## BOP市場の現状

BOP家計所得は総額年間5兆ドルに達し、潜在的に重要な世界市場の一つです。BOP市場の中でも、地域、国、産業分野によって規模やその他の特徴が大きく異なっています。

アジア（中東を含む）は、他に抜きん出て最大のBOP市場です：28億6,000万人が3兆4,700億ドルの所得を得ています。このBOP市場はアジアの人口全体の83%を占め、その購買力は急成長するアジアの消費者市場の42%という大きなシェアを占めています。

東ヨーロッパのBOP市場規模は4,580億ドルで、この地域の人口の64%に相当する2億5,400万人が所得全体の36%を得ています。

ラテンアメリカでは、人口全体の70%に相当する3億6,000万人が5,090億ドルのBOP市場を構成しています。しかし、他の開発途上地域に比べラテンアメリカ全体の家計所得に占める割合は低く僅か28%に過ぎません。

アフリカのBOP市場は若干小さく4,290億ドル規模ですが、購買力は地域全体の71%とアフリカ地域の支配的消費市場となっています。調査対象人口の95%を占める4億8,600万人がBOP層です。

40億人のBOP消費者の産業分野別市場規模は大小様々です。水道（200億ドル）、情報通信技術（ICT）（調査時点では510億ドル。急成長の結果、現在は恐らくこの2倍）などの分野は比較的小規模です。保健医療分野（1,580億ドル）、運輸（1,790億ドル）、住宅（3,320億ドル）、エネルギー（4,330億ドル）の各分野は中規模です。食品（2兆8,950億ドル）など非常に規模の大きな分野もあります。<sup>3</sup>

BOPペナルティーは、いくつかの分野ではっきり見ることができます。より裕福な中所得世帯は水道サービスへのアクセスが、BOP世帯の7倍あります。24%のBOP世帯が電気へのアクセスがない一方、中所得世帯では僅か1%です。農村部のBOP世帯のICT関連支出は非常に少なく、電話を所有する世帯の数も農村部の中所得世帯あるいは都市部のBOP世帯と比べてさえも圧倒的に少ない状況です。これは、農村部でのICTサービスへのアクセスが広く欠如していることと軌を一にしています。

### 成功するBOPビジネス戦略

BOPのニーズを充足することに成功する企業とそうでない企業の違いはどこにあるのでしょうか？ BOP市場で成功している企業には決定的に重要な4つの基本戦略があります。

- **BOP市場に集中** BOPのニーズに合わせ、ビジネスの発想を完全に変え、しばしば多大の投資資金と経営の才能をつぎ込んで、ユニークな商品、ユニークなサービス、ユニークな技術で、BOP市場に技術を集中することです。例えば、水道（小規模point-of-use水道システム）、食品（健康により安全な食品）、金融（マイクロファイナンス、低額送金システム）、住宅、エネルギー分野です。
- **価値創造のローカライゼーション** フランチャイズ方式あるいはベンダーやサプライヤーの地域エコシステムの構築を含めた代理店戦略、あるいは地域社会全体を顧客と位置づける戦略によって、地元密着型の価値を創造します。この方法はいずれも通常、能力開発と訓練への相当額の投資を伴います。例えば、保健医療（フランチャイズ方式及び代理店経由直接販売）、ICT（電話サービスに従事する地元起業家・再販業者）、食品（代理店経由流通システム）、水道（地域社会が運営する処理システム）、エネルギー（小規模水力発電システム）などです。
- **商品あるいはサービスへのアクセス実現** 資金面（購買のハードルを下げるための単用（single-use）、その他のパッケージ戦略、プリペイド方式やこれと同じ成果をもたらす別の革新的なビジネス・モデル、ファイナンスによるアプローチ）、あるいは物理的側面（新しい流通戦略、低コスト技術の活用）から、商品・サービスへのアクセスを実現します。例えば、食品、ICT、消費財において（商品やサービスを小さな単位ないし「小袋」にする。）、保健医療（調整助成金、地域社会をベースとする健康保険）、そして多くの分野を通じるものとしてマイクロローンから住宅ローンにまで及ぶファイナンス戦略があります。
- **斬新なパートナーシップ** 政府、NGO、多様な利害関係者との伝統にとらわれない斬新なパートナーシップによって必要な能力を結集することができます。例えば、エネルギー、運輸、保険医療、金融サービス、食品、消費財分野です。

企業は、これらの戦略のいくつかを逐次又は組み合わせて実施することができ、また実際に既に実行している企業もあります。



#### 後注

- 1 この報告書では現在の米ドルとは、2005年時点のドルを意味します。しかし、特に記載のない限り、市場に関するデータは、2005年国際ドル（購買力平価で調整）で表示しています。便宜上BOPと中所得層の境界値は2002年国際ドル（本報告書の分析に用いた家計調査の国際標準化の基準年）で表示しています。基本的に、米ドルは「米ドル」、国際ドルは「ドル」と表記しています。
- 2 世界銀行とIFCが年1回発行する共同報告書「Doing Business」において、各国の規制改革の進展状況の国別評価と共に、改革推進のための諸ツールを提供しています。最新の結果は、世界銀行とIFC(2006)参照。
- 3 市場規模の分析は、36カ国の家計支出調査によっており、記録された支出は標準的な支出カテゴリーで分類しました。（基礎となる家計調査は、国によって、あるいは調査実施時期によって異なるため、収集したデータを直接比較することができない。）この分析において各地域の分野別市場規模は、測定対象国のデータをBOP所得データが存在する、より幅広い調査対象国のグループのデータに補外することによって推定しています。この推計手法ある国の家計支出全体に占める産業分野別の支出の比率は、同じ地域内の他の国についても同様であるという推定に基づくものです。またこの推計手法は家計所得の総額と家計支出の総額が一致すると想定しています。



## 第 1 章

# Introduction and Market Overview

序論と市場概観





メキシコのグアダハラ郊外の貧しい地区で、ある家族は、家族の数が増え狭くなった家を広げるために奮闘していました。大企業から届けられた建築設計、融資、必要な資材配達といった支援によって、増築プロジェクトは比較的安いコストで早期に完成させることができました。

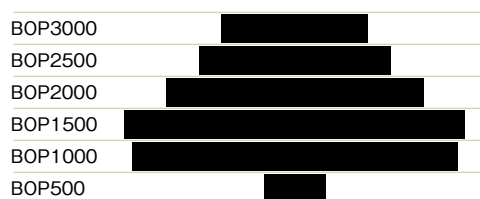
インドのマディヤ・プラデシュの農村部のある農業従事者は、大規模穀物買い付け企業の革新的システムを通して、土壌試験サービスを利用しています。さらに何を栽培し、いつそれを売るべきかを判断するための参考となる市場価格動向にもアクセスし、地場の競り売り市場より高い価格で作物を売ることができます。この新しいシステムは、穀物取扱会社にコスト削減と市場へのより直接的なアクセスという恩恵も付与しています。

南アフリカのヨハネスブルグの貧しく犯罪が多発する地域に住むある女性は、銀行口座を持たず、遠く離れた店に品物を注文することなどで、強盗に給料袋を盗まれたこともありました。彼女は、地場の新興企業が提供する新しい金融サービスによって、携帯電話がソリューションとなることを知りました。彼女の給料は、直接携帯電話番号をベースとした口座に振り込まれ、提携デビット・カードを使った購入が可能となり、この女性は、現金を持ち歩いて盗まれることがなくなりました。

中国天津郊外の小さな地域で細々と商売を営むある家族は、酷く汚染された川から引く飲料水を飲み子供が病気を繰り返すことに辟易していました。この家族の父親は市政府に頼るのではなく、別の解決策を見出しました。ある企業家が開発した安価な濾過システムです。今ではこのシステムを使い濾過した水を利用することができます。

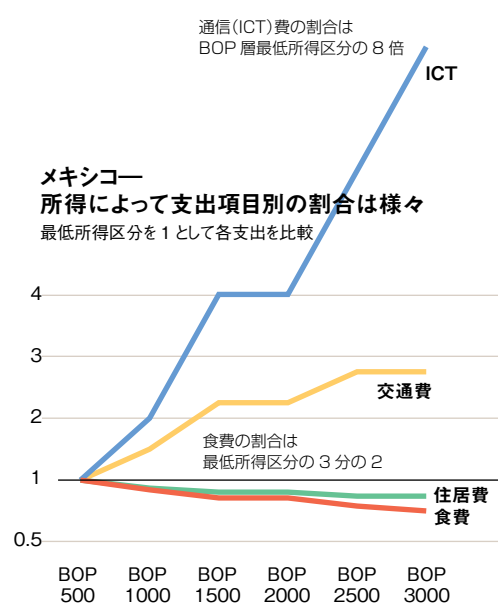
上記の例のような人々を含む、3,000ドル未満の年間所得（各国の国内購買力で見ても）で暮らす40億の人々が経済ピラミッドの底辺（base of the economic pyramid: BOP）を構成しています。BOPは、入手可能な世界各国の家計調査に記録されている55億7,500万人の72%を占めており、またそのほとんどがアフリカ、アジア、東ヨーロッパ、ラテンアメリカ・カリブ海の開発途上国に集中しています。

**BOP市場—5兆ドル**  
所得区分別総額





3,000ドル未満（国内購買力）の年間所得で暮らす40億の人々が  
経済ピラミッドの底辺（base of the economic pyramid: BOP）を形成しています。



世界の人口の大半を占める BOP 層は、満たされないニーズという深刻な問題に直面し、相対的貧困の中で暮らしています。現在の米ドル換算の1日当たりの所得がブラジルで3.35ドル、中国では2.11ドル、ガーナで1.89ドル、インドで1.56ドル未満です。しかしBOP全体の購買力は大きく5兆ドルの世界的消費者市場を形成しています。

1人当たりの所得が3,000～20,000ドルの比較的富裕な中所得層区分に属する14億人は、世界的には12兆5,000億ドルの市場を形成しています。中所得層の市場は都市に集中し、ある程度供給が満たされた競争の激しい市場です。

これとは対照的に、BOP市場の多く一特に急成長を続けるアジア諸国が農村にあって、極めて不十分な供給しか得られず、インフォーマル経済が支配し、その結果相対的に非効率で競争が少ない市場です。この報告書で示す分析は、市場ベースのアプローチによれば、低所得者のニーズがより良く満たされ、生産性と所得が向上され、これらの人々がフォーマル経済へ参入する力が付与される大きなチャンスがもたらされることを示唆しています。

本分析は、110カ国の家計調査データに加え36カ国の標準化された家計支出データに基づいています。これらのデーター所得・支出およびサービスへのアクセス状況に関するデーターを用いて、国別・地域別、都市部・農村部別、産業分野別、所得区分別比較を行いBOP市場の特徴を分析しました。結果から、顕著な支出傾向が確認できました。BOP世帯の食糧費は圧倒的割合を占めています。しかし所得の増加に伴い、食費の割合も減少します。これに比べ住居費の割合は一定しています。交通費と通信費の割合は所得の増加に伴って急速に大きくなります。

国によってBOP市場の構成に明らかな違いがあることもわかりました。ナイジェリアなどは、BOPの中でも最低所得層に人口が集中する一方、ウクライナなどではBOPのより高い所得区分に集中しています。地域間の差も明らかです。BOP市場はアフリカとアジアでは農村部で支配的で、東ヨーロッパとラテンアメリカ・カリブ海では都市部で支配的です。



### この分析の新しい点は何か？

ビジネス活動が貧困削減に寄与するという基本的定理は決して新しいものではありません。これまでに多くの本や有力な報告書が、開発において民間セクターがより大きな役割を担う必要性を主張し、そのための前提条件を提示してきました（例「民間セクターと開発に関する委員会（Commission on the Private Sector and Development）2004」参照）。

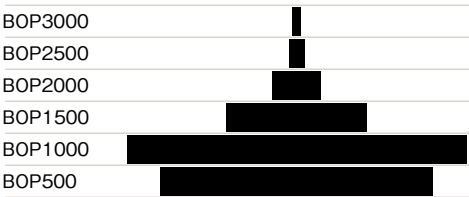
本報告書では、これまで触れられることのなかった2つの重要な要素を補足しています。即ち、記録された所得と支出データに基づく、とりあえずのものではあっても詳細なBOP層の経済的特徴と、BOP市場で成功している企業の産業分野別ビジネス戦略の概観です。ここで示すデータおよび経験談は、BOPへの民間セクターのより幅広い関与を求める声を応援しています。またBOP市場への参入の手引きの提示は、公共および民間セクターがBOP層に役立つ有効な投資を提供することにコミットし始めた今、時宜にかなっていると言えるでしょう。

この作業は、Hart and Prahalad(2002)、Prahalad and Hammond (2002)、Prahalad(2005)、Hart(2005) によって紹介され、その後数多くの研究者 (Banerjee and Duflo 2006; Kahane and others 2005; Lodge and Wilson 2006; Wilson and Wilson 2006; Sullivan) が展開させた概念に基づいています。これら研究者達は、彼ら自身のBOPの定義に基づいて、世界のBOP人口をとりあえず40～50億人と推計していました。我々は、実証的基盤と世界各国共通の一連の基本データを提供したいと願って、本報告書で示す分析を行いました。BOP層の所得・支出の検証に焦点を置くこの分析は、Hernando De SotoによるBOP層の資産の検証の努力と並ぶものです（囲み1.1参照）。

開発援助コミュニティはこれまで、貧困者の中でも1日当たりの所得が1ドル（国内購買力）に満たない10億人の最貧困層のニーズを満たすことに重点を置きがちでした。この分析は、その数を遥かに超える低所得層—BOP層の40億人、西側諸国の貧困ラインを大幅に下回る人々全て—も目を向けるべき対象であり、市場ベースのアプローチが適当な対象であることを論ずるものです。この議論のスタート地点は、BOPの貧困問題ではなく、BOP層の大部分が世界の市場経済に統合されることなく取り残され、その恩恵に浴していないという事実です。

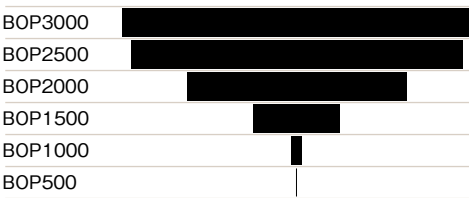
### ナイジェリア

所得区分別総支出

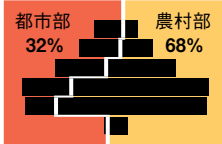


### ウクライナ

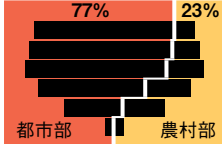
所得区分別総支出



### アジア



### ラテンアメリカ



都市部と農村部における所得区分別 BOP 総支出

## 図み1.1:

### 埋もれた購買力、寝ている資本

本報告書の分析で示す通り、インフォーマル経済に関するデータの不足と、貧困者の購買力は取るに足らないものであるという認識によって、BOPの所得・消費傾向は、あまりにも長い間企業の目に晒されてこなかったことは明かです。Hernando De Soto (2003)が指摘しているように、BOP層が、インフォーマル経済の資産の中で身動きできずにいる富を活用することさえできれば、彼らの購買力は大幅に増大する可能性があります。例えば、ラテンアメリカの12カ国のインフォーマル・セクターの不動産およびビジネス資産に代表される「寝ている資本」の価値は、1兆2,000億ドル規模であると最近発表された研究が示しています (ILD2006; IDB2006)。土地の所有権を認め、小規模企業の登記やフォーマル経済へ参加を阻む障壁を低くし、これらの資産を解き放つことによって、BOP市場は大幅に拡大することでしょう。

BOP層に含まれる人々は、基本的ニーズが満たされないという重要な問題も抱えています。また基礎的商品やサービスに、中所得市場の消費者より高い金額を支払っています—BOPのペナルティー。これらの特徴を持つBOP市場は特異な市場です (図み1.2参照)。

BOP市場を理解する鍵は、インフォーマリティ (インフォーマル・セクターへの依存) です。国際労働機関 (International Labour Organisation: ILO) の推計 (ILO2002) によれば、開発途上国の労働力の70%以上がインフォーマル経済あるいは地下経済で就業しています。すなわちBOPの大半は、その生活を自営あるいは合法的に組織された企業以外の収入に頼っていることを示しています。インフォーマル経済は、フォーマル経済の規模に比べかなりの割合を占めています。経済学者Friedrich

Schneider(2005)の詳細な研究によると、インフォーマル経済の規模は、アジアの公式GDPの平均30%、東ヨーロッパでは40%、アフリカとラテンアメリカ・カリブ海は共に43%を占めています。インフォーマリティは、零細・小規模企業そしてそこで働く人々の資産と成長潜在力にのっての落とし穴です。

多くのBOP世帯にとって、もう一つの重要な収入源は、海外で出稼ぎとして働く家族からの送金収入です。その多くは非公式経路を通じたものです。米州開発銀行と世界銀行は協力し、送金の重要性を検証する事業を近年実施しました。2005年、正規ルート経由での送金額は2,320億米ドル、うち1,670億米ドルが開発途上国向けの送金でした。正規ルート以外の送金も含めた実際の海外送金の総額は、この額を50%上回ると見られています (世界銀行2006a)。<sup>3</sup>

上記各研究等の結果から、BOP層の収入源となる活動や資金は、各国の主要経済指標の上に必ずしも直接反映されないことがわかります。しかし家計調査は、通常、収入源全てあるいは支出全体を把握することを目的としています。所得の申告が正確でないかもしれません。しかし本報告書では、測定対象国の所得データをBOP所得データが存在する、より幅広い調査対象国のグループのデータに補外することによって推定しています。これにより、本報告書の家計調査に基づくBOP市



場規模分析は、所得と支出の全体像およびインフォーマル・セクター雇用と送金の経済的影響を最も直接的に測定しています。

さらに家計調査から、本報告書の目的ゆえの限界はあるにせよ<sup>4</sup>、他の経済関連データ源からは入手できない、消費者としてのBOP層に関する直接的な情報を得ることができます。これらのデータを利用して、本報告書では、BOP層の経済行動を詳細に分析し、その特徴を明らかにしています。実証分析に基づいた初めてのBOP市場の体系的特性研究です。

この試みによって、低所得市場を構成する人々の数が最貧困者の数を遥かに超えること、そして市場ベースの解決策が利用できない、あるいはそれでは不十分な市場部門があったとしても、民間セクター戦略の実効性を高めるためには、まず市場全体を分析し、対策を講じなければならないことが明らかになりました。

BOPの充足されないニーズを満たす取り組みは、彼らの福祉、生産性、所得の向上のために—BOP家庭が自分達自身の貧困脱出方法を見出すのに不可欠です。BOP層をフォーマル経済へ参入させることは、富の創出、そして全ての人を包含する成長戦略の決定的に重要な部分でなければなりません。またBOPペナルティーを取り除けば、BOP層の所得は増大します。さらに、満たされないニーズ、インフォーマリティの罟、BOPペナルティーなどが非効率で独占的な市場や、無関心、投資の欠如に由来する限り、これらの障壁に立ち向かえば、企業にとっても大きな市場機会の創出につながるかもしれません。

---

**BOP市場を理解する鍵は、インフォーマリティ（インフォーマル・セクターへの依存）です。**  
**国際労働機関（International Labour Organisation: ILO）の推計（ILO2002）**  
**によれば、開発途上国の労働力の70%以上がインフォーマル経済あるいは**  
**地下経済で就業しています。すなわちBOPの大半は、その生活を自営あるいは**  
**合法的に組織された企業以外の収入に頼っていることを示しています。**

図み1.2:

# BOPの特徴

## ピラミッドの底辺での生活

底辺で生きるBOP層は、低所得—1人当たりの年間所得が3,000ドル以下—という点以外にも共通する特徴があります:

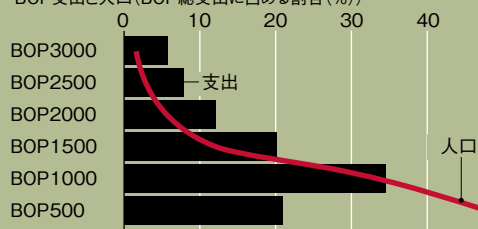
- **満たされていない大きなニーズ** BOP層の大半は銀行口座を持たず、現代的な金融サービスへのアクセス也没有—もしお金を借りる場合でも、地場の金貸しから非常に高い利息で借りるのが典型的。大半は電話也没有。多くは住居の正式な権利もないインフォーマルな生活基盤の中で、水道水、衛生サービス、電気、基礎的保健医療サービスの欠如した生活を送っています。
- **インフォーマル・セクター依存あるいは自給自足生活** BOP層の多くはフォーマル経済に十分に統合されることなく、経済的機会も限られています。生産者として自らの労働力や手工業製品や作物を売るための市場へのアクセスが十分でなく、彼らを搾取る地元の雇用主や仲買人に売るほかに選択の余地がありません。自給自足の小規模農家や漁業従事者であるBOP層は、その生活を依存する自然資源の破壊に對比類ないほどに脆弱であり、それらを保護する力を持ちません(世界資源研究所他2005)。実際インフォーマル・セクターへの依存と自給自足状況は彼らにとって貧困の罠です。
- **BOPペナルティの打撃** BOP層の多く、あるいはおそらく大半が、基礎的商品やサービスに、富裕な消費者より高い金額を、現金あるいはそれらを得るために払わねばならない労力の形で支払っています。そして多くの場合、品質の劣る商品やサービスを受け取っています。サービスによっては、そのアクセスさえ十分でない場合もあります。こうした貧しい者が高いコストを支払うといった状況は広く見られます: 水や薪を求め長い距離を歩くことを強いられ、あるいは治療のために遠方の病院や診療所に行くため高い交通費を払ったり、また融資や外国の親戚からの送金に法外な手数料を要求されるのは最貧困層だけではありません。

## 人口と支出

低所得とは全く所得がないということではありません。BOPの最低所得区分は、いかなる基準から見ても非常に貧しいと言えますが、低所得人口の経済的構成は地域あるいは国によって様々です。また、BOP層の中には、中間所得から高所得までの区分があり、この区分に属する人口の大きさは有意な購買力の存在を現しています。

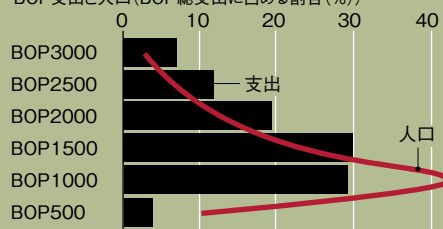
### アフリカ

BOP支出と人口(BOP総支出に占める割合(%))



### アジア

BOP支出と人口(BOP総支出に占める割合(%))





### 地域別特徴

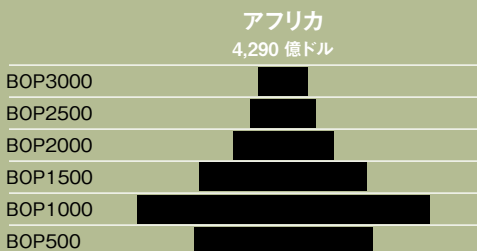
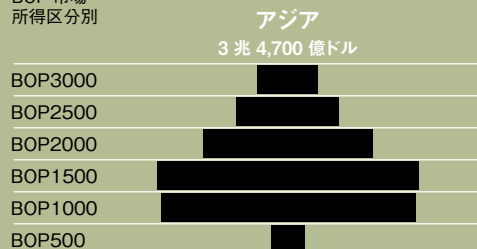
アジア（中東を含む）は、他地域を遥かに凌ぐ最大のBOP市場です：調査を実施している19カ国で、28億6,000万人が3兆4,700億ドルの所得を得ています（囲み1.4参照）。このBOP市場はアジアの人口全体の83%を占め、その購買力は急成長するアジアの消費者市場の42%という大きなシェアを占めています。農村部でBOP層は市場を支配しています。中国農村部では世帯所得全体の76%を、インドおよびインドネシアの農村部では事実上100%を占めています。

東ヨーロッパのBOP市場規模は4,580億ドル、この地域の人口の64%に相当する調査国28カ国の2億5,400人のBOP層が所得全体の36%を創出しています。地域最大の国ロシアのBOP市場では8,600万人が1,640億ドルを創出しています。

ラテンアメリカでは、調査国21カ国の人口全体の70%に相当する3億6,000万人が5,090億ドルのBOP市場を構成しています。他の開発途上地域に比べラテンアメリカ全体の所得に占める割合は低く僅か28%に過ぎません。ブラジルとメキシコのBOP層は人口の75%を占め、それぞれ1,720億ドル、1,050億ドルの所得を生み出しています。

アフリカのBOP市場は、東ヨーロッパあるいはラテンアメリカに比べると小さく4,290億ドル規模ですが、購買力は他の地域を遥かに凌ぐ71%と、アフリカの消費市場を支配する勢いです。調査22カ国の人口の95%を占める4億8,600万人がBOP層です。アフリカ最大の経済力を有する近代国家南アフリカにおいてさえも人口の75%が依然BOP層に含まれ、その市場規模は440億ドルです。エチオピア（840億ドル）、ナイジェリア（740億ドル）が顕著な例ですが、アフリカの他の国々は南アフリカより大きなBOP市場機会を提供しています。

BOP 市場  
所得区分別





### 貧困削減に関する新しい考え方

本報告書のBOP市場の分析は、各国政府や企業がBOP層のニーズを満たす新製品やサービスの考案・開発、さらにそのための市場ベースの解決策の可能性をよりクリエイティブに考えるのに役立ちます。企業にとって、BOP市場の実証的分析は、ビジネス機会の特定、ビジネス・モデルの考案、商品開発、BOP市場への投資拡大に向けた重要な最初のステップです。単刀直入に言えば、貧困問題について掘り下げて分析をしてみたところで、民間セクターの投資意欲を駆り立てることはできません。しかしBOP市場の規模やその購入意欲の分析は投資を誘発するかもしれません。同時にそれは市場ベースのアプローチによる貧困問題の解決への不可欠なステップでもあります。

政府にとってBOP市場の分析は、民間セクターがより大きな役割を果たすビジネス環境整備に必要な改革に注意を向けるのを助けます。

本報告書で示す市場ベースのアプローチによる貧困削減と実証的市場分析データは、開発援助コミュニティにとっても等しく重要です。このアプローチによれば、援助というより、機会の付与・実現という観点から貧困削減の議論の枠組みをつくることができます。市場ベースのアプローチが成功すれば、新たに沢山の民間セクター資源の活躍がもたらされ、開発援助を現時点では効果のある市場ベースの解決策を見出せない部分や分野に一層集中することが可能となります。市場ベースのアプローチと機動的な開発政策は、相乗効果のある戦略です。

市場ベースのアプローチによる貧困削減は、伝統的なアプローチとは明らかに異なります。両者の違いを明らかにすることは重要です。伝統的なアプローチは、最貧困層の人々が自立できず慈善や公的支援が必要だという前提からスタートして、それらの人々に焦点を当てるといった暗黙の了解がありました。一方、市場ベースのアプローチは、貧困であることはビジネスや市場プロセスを排除するものではないという認識からスタートしています。ほとんど全ての貧困世帯が基本的ニーズの多くを満たすために現金または労働を取引しています。

**BOP市場の分析は、各国政府や企業がBOP層のニーズを満たす新製品やサービスの考案・開発、さらにそのための市場ベースの解決策の可能性をよりクリエイティブに考えるのに役立ちます。**

このように市場ベースのアプローチは、人々を消費者及び生産者として位置づけて、市場をより効率的・競争的かつインクルーシブにする—BOP層も恩恵に浴することができる—解決策に重点を置いています。

伝統的アプローチは、貧困者の保健医療、浄水等の充足されていない基本的ニーズについて目標値を設定し、直接的な公共投資、補助金、その他の施しを提供するといった取り組み方で進められる傾向がありました。尊い目標ではありますが、今のところ目覚ましい成果は得られていません。市場ベースのアプローチでは、充足されないニーズがあるのは最貧困層だけではないと認識し、それらの人々が市場に積極的に参加し対価を支払う意志を持っているかどうか問いかけます。このアプローチは、新しい商品や手頃な価格で商品やサービスを提供できる新しいビジネス・モデルといった形で解決策を追求するものです。

この解決策は、伝統的な開発のためのツールと類似する要素を持つ市場開発の取り組みを含むことになるかもしれません—即ち、消費者教育やその他の能力構築を組み入れたハイブリッドなビジネス戦略:マイクロローン、消費者金融、異なる所得グループ間の調整助成金;雇用を創出したり、所得を向上させるフランチャイズ・小売代理店戦略;公共セクターないし非政府組織 (NGO) とのパートナーシップなどです。これらの革新的戦略を採用し成功を収めた企業の例を本報告書で紹介しています。地域社会の組織や団体、市民社会と協力して解決策をクリエイティブに考案した例の中にはあります (Brugman and Prahalad 2007)。いずれにしても究極的な解決策は、市場指向かつ需要主導です。

多分最も重要なことは、伝統的アプローチは持続可能な解決へとベクトルが向いていなかったのに対して、市場指向のアプローチは、持続可能な解決策によってのみ40億人のニーズの規模に対応できると認識していることです。

### 高まる民間セクターの関心

大規模国内企業および多国籍企業の間でも、そして小規模ベンチャーおよび社会的企業家の間でも、BOP市場に対する関心が高まっています。このことは、企業関係者が参加する会議のテーマ<sup>5</sup>としてBOPが取り上げられ、またビジネス雑誌や新聞にBOP市場関連の記事<sup>6</sup>が数多く掲載されることから明らかです。

BOP市場向けのパイロット事業の実施、新規ビジネス立ち上げ、既存のビジネス生産ラインの拡大といった多くの大企業の取り組みにも民間セクターの関心の強さが如実に表れています。中でもUnilever、



Procter & Gambleといった多国籍消費財メーカーは、「サシェ（小袋）」マーケティングとして今では広く一般に知られている、多くの消費者市場で支配的となった、商品やサービスを一回の使いきりサイズにすることで大成功を収めています。

大規模な国内企業もBOP消費者および生産者のニーズを満たすことに最も革新的かつ熟練していることを実証しています。中でもインドの農業関連の国内企業ITC、金融サービス部門のICIC Bank、ブラジルの消費財部門のCasas Bahia、メキシコの住宅部門Cemexは、突出しています（Annamalai and Rao 2003）。しかしBOP市場における最も劇的で有力なサクセス・ストーリーは—市場浸透度から言っても、低所得層の顧客へもたらした立証済みの恩恵から考えても、さらに企業の伸びを見ても—携帯電話分野に見出すことができるでしょう。

10年前、開発途上国の電話サービスは劣悪で、BOP層の属する地域社会は電話サービスが整備されていない、あるいは料金設定が高過ぎて利用することができない状況にありました。しかし携帯電話会社の登場によって状況は一変しました。2000年から2005年の間に、開発途上国の携帯電話契約者の数は5倍増え14億人に達しました。全ての地域で携帯電話の利用は急速に伸びていますが、特にサハラ以南アフリカ地域が最も速く、ナイジェリアの契約者数はたった4年間に37万人から1,680万人に増えました。この間フィリピンの契約者数は6倍増え4,000万人となりました（世界銀行2006b）。現在、中国、インド、ブラジルの携帯電話利用者の数を合わせると、米国あるいは欧州連合の利用者の数を上回っています（国際電気通信連合2006）。<sup>7</sup>

これらの携帯電話利用者の数とBOP人口の規模を比較すると、BOP層の携帯電話利用が実質的に伸びていることがわかります。本報告書で分析した家計調査結果もこれを裏付けています。市場調査会社は、2010年までに携帯電話の加入者の数は世界全体で10億人以上、その80%が、ほぼBOP市場全体に相当する開発途上国における成長であると予測しています（Wireless Intelligence 2005）。

携帯電話によって、雇用、医療サービス、市場価格、出稼ぎ家族とその送金へのアクセス、そして徐々に金融サービスへもアクセスができるようになり、低所得人口は明らかに利益を享受しています。（ボーダフォン2005）。これらは全て携帯電話サービスが手頃な価格で提供されるどうかにかかっています。また、ここで決定的に重要な要素として



10年前、開発途上国の電話サービスは劣悪で、BOP層の属する地域社会は電話サービスが整備されていない、あるいは料金設定が高過ぎて利用することができない状況にありました。しかし携帯電話会社の登場によって状況は一変しました。2000年から2005年の間に、開発途上国の携帯電話契約者の数は5倍増え14億人に達しました。

は、プリペイド音声通話サービス、プリペイド文字メッセージ等が非常に小さな課金単位で利用できるという革新的なビジネス・モデルです。例えば利益を上げ成長を続けるフィリピンのSmart Communicationsの場合、BOP層の2,000万人を超える顧客の実質的全ての人がプリペイド文字メッセージ・サービスをわずか0.03米ドル単位で購入し利用しています (Smith 2004b)。

もうひとつの革新的なビジネス・モデルとしては、シェアド・アクセスがあります。これは、携帯電話を所有する企業家が地域社会の利用に応じた料金で携帯電話サービスを提供するものです。このビジネス・モデルによって、加入者ベースを超えて携帯電話の社会的・経済的影響力が地域社会に広がっています。南アフリカのVodacomの2004年の携帯電話ネットワークへのアクセス量の半数以上は、800万人を超える加入者からのものではなく、分単位で電話へのアクセスを顧客に貸す4,400の企業家所有の携帯電話ショップからのアクセスでした。バングラデシュのGrameen Telecomのヴァイレッジ・フォンと呼ばれるシェアド・アクセスを担う企業家は、8万の農村にサービスを提供し、村全体の需要を合計し、村全体にサービスを提供する事によって、所有する携帯電話1台当たり毎月100米ドルを超える収入を創出しています (Cohen 2001)。

こうした低所得消費者への価値ある魅力的な提案は、携帯電話会社の財務基盤の強化につながっています。2006年、ケニアの携帯電話会社Safaricomは、東アフリカで最大の収益を上げる会社であったEast African Breweriesを押し分け、同社史上最大の利益となる127億7,000万ケニアシリング (1億7,400万米ドル) を計上しました。<sup>8</sup> スーダン系イギリス人企業家が創設し、アフリカの最も貧しく不安定な国々で営業するCeltelは、事業開始から僅か7年間に電気通信分野の巨人になりました。2005年に34億米ドルで買収されたCeltelは、現在アフリカ15カ国で携帯電話事業を展開し、その事業免許は同大陸の30%以上をカバーしています。<sup>9</sup>

しかし、すべての分野がBOP市場に足がかりを見出しているわけではありません。例えば開発途上国の民営化された都市水道事業は、資金的・政治的困難に直面した結果、低所得層のコミュニティへのより良いサービス提供も、企業の成功もできていません。エネルギー分野も同様で、農村のBOPコミュニティへ送電網につながらない安価な電気や調理用のクリーン燃料を提供するのに成功するのに止まっています。

しかし、これらの分野でさえも勇気づけられる新しいベンチャーが表れています。家庭での浄水を可能とする手頃な水濾過装置あるいは家庭用水処理システムの提供、日没から日の出までの数時間の明かりを提供するための低コストの太陽電池を電源とする発光ダイオード (light-emitting diode: LED) 照明システム、プロパン、植物油、集めたバイオマス燃料等多様な燃料の効率的利用が可能な調理用コンロの投入などです。技術やビジネス・モデルの開発がさらに進めば、これらの分野のBOP市場も拡大するかもしれません。

貧困削減に市場ベースのアプローチを適用することに懸念を表明する人々もいます(囲み1.3)。しかし開発の現場では、BOP市場指向のビジネス活動は加速し、その多くがBOP世帯および地域社会に多大な恩恵をもたらすことを実証しています。

### ビジネス環境整備

開発途上国におけるビジネスと規制の状況は厳しいものがあります。とりわけ零細・小規模企業は不利な状況に直面しています。これらの企業がフォーマル経済の一員でなければ、投融資を受けることも、大企業のバリュー・チェーンに参加することもできず、公共サービスを合法的に受けることさえできないこともあります。弱小であることを運命づけられ、富を創出することも多くの雇用を生み出すこともできません。また税金を納めて広く経済全体に貢献することも叶いません。

これらの企業の大半はフォーマル経済へ参加する上で、前近代的な規制や禁止的な要件―煩雑な手続き、何カ月にも及ぶ遅延、大半のBOP層の支払い能力を超えた資本要件等―に直面しています。例えば、エルサルバドルで合法的に起業するには、最近行われた規制改革の結果、1回の出頭で4機関への登録が26日間で可能となる以前は、115日を要し、多数の別々の手続きが必要でした(世界銀行とIFC2006)。しかしたとえ合法的な小規模企業であっても投資に必要な資本金は普通は入手できず、彼らに向けられる支援サービスも希少です。

幸いなことに、中小企業への障害を取り除くことの重要性の認識が高まっており、またこれらの企業をフォーマル経済に迎え入れ、より効率的な市場をつくるためのツールがいろいろ開発されています。そしてこれらのツールを紹介し各国の改革の進展状況評価を行う世界銀行と国際金融公社(IFC)の毎年の共同報告書「Doing Business」でも示される通り、これらのツールが効果を発揮している証左は、枚挙にいとまがありません。エルサルバドルでは、規制改革後企業の年間登録件数が5倍



## 図み1.3:

## 市場ベースのアプローチに対する批判に答える

BOP世帯のニーズを満たすために市場ベースのアプローチを採用することの妥当性について一部の学者、NGO、開発専門家等を中心に懸念が表明されています。資本主義を開発の場に持ち込むことなど言語道断、「貧困者で金儲け」など道義的に間違っているという主張もあります。あるいは低所得労働者を企業が搾取することや十分な情報が得られない消費者の例を挙げ、貧困者は比類なく脆弱で無力な存在であり保護が必要であるという指摘もあります。また貧困者を「粗悪品」から守りたい、あるいは行き過ぎた消費社会の成れの果てと受けとめる人々もいます。

的を射た懸念の中にはあります。しかし懸念の多くはBOPあるいは市場プロセスへの理解が十分でないことの表れであると言えるでしょう。BOP市場あるいは広くインフォーマル経済の消費者も生産者も、非効率で非競争的市場に十分苦しめられてきました(図み1.2参照)。

フォーマル・セクター企業の参入によって、競争力が高まり、価格が下がり、消費者の選択の幅も広がります—多くの場合、それまで入手自体できなかった、あるいは手が届かなかった製品やサービスが市場に届けられます。金融サービスや携帯電話といったサービスは、生産性や金を稼ぐ力の向上や仕事へのアクセスに直結します。基礎的保健医療サービスや薬品、きれいな水道水の確保手段へのアクセス—BOPはこれらを民間セクターからしか得られないことが多い—は直接的に福祉の向上につながります。BOP世帯そして彼らが生活する国々にもたらされる潜在的恩恵は、単なる消費社会の到来ではなく、それを遥かに超えた全ての人々を包含する市場の到来なのです。市場ベースのアプローチはそのためにより不可欠なステップなのです。

現金収入が不可欠となった現代、BOP層の多くにとって雇用の確保は死活問題です。一部の例外を除いて、雇用創出には企業による投資増大あるいは起業・創業が必要です。中小企業を含め、BOPへの民間セクターの関与を強化すること以外に持続的な雇用創出源を確保する方法はありません。

また40億人のニーズを継続して満たすに足る慈善事業や公的支援などどこにもありません。持続的—すなわち採算がとれる—ビジネスの関与なしに満たされないニーズを充足するという我々の目標を実現することはできないのです。そして、採算がとれることが、さらなる投資を呼び込み、ニーズを満たす規模の解決策をもたらすのです。従来政府が提供していた保険衛生や教育サービスの分野でさえ、公共セクターが全てのニーズを満たすことができない日が近い将来訪れることはこの国を見ても明らかです—民間セクターの解決策が求められているのです。そしてそれが不可欠なのです。

に増えました。中国を含む多くの国で最低資本金額が引き下げられています。直近の調査年において40カ国以上で改革が実施され、規制改革のスピードが加速しています(世界銀行とIFC2006)。小規模企業の登記等フォーマル経済への参加を加速することは、個人(経営者、労働者、顧客)、企業さらに広く経済全体に恩恵をもたらします。

改革と共に、BOP市場に焦点を当てた企業育成のためのイニシアティブや、中小企業への投資ファンドに対する関心も高まっています。米州開発銀行は、Opportunity for the Majority Programの一環として中小企業を含む民間セクターのBOP市場での取り組みを支援するため5年間で10億米ドルを新規投資事業に投入することをコミットしています。

アジア開発銀行も、同様の目的のために複数の投資ファンドを立ち上げました。日本の国際協力銀行は、中小企業も含めアフリカの民間セクター開発のための資金の増強を目指しています。IFCは、中小企業向けの技術支援および投融資活動を拡充しています。

これらの取り組みと、開発途上国の中小企業への投資に対する民間セクターの関心の高まりは、民間セクターの役割の拡大と、ボトムアップ型市場アプローチが開発戦略上必要不可欠であるということを明瞭に意識した上でのものです。

### BOP市場の特徴

BOP世帯所得は総額年間5兆ドルに達し、潜在的に重要な世界市場の一つです。BOP市場の中でも、地域、国によって規模や人口構成その他の特徴が大きく異なっています。

### 市場規模

アジア（中東を含む）は、他に抜きん出て最大のBOP市場です。19カ国28億6,000万人が3兆4,700億ドルの所得を得ています（囲み1.4）。このBOP市場はアジアの人口全体の83%を占め、その購買力は急成長する

アジアの消費者市場の42%という大きなシェアを占めています（図1.1）。農村部でBOP層は市場を支配しており、中国農村部では世帯所得全体の76%を、インドおよびインドネシアの農村部では事実上100%を占めています。

東ヨーロッパのBOP市場規模は4,580億ドルで、この地域の人口の64%に相当する28調査対象国の2億5,400万人が所得全体の36%を得ています。地域最大の国ロシアのBOP市場では8,600万人が1,640億ドルの所得を持っています。

ラテンアメリカでは、調査実施21カ国の人口全体の70%に相当する3億6,000万人が5,090億ドルのBOP市場を構成しています。しかし、他の開発途上地域に比べラテンアメリカ全体の世帯所得に占める割合は低く僅か28%に過ぎません。ブラジルとメキシコのBOP層は人口の75%を占め、それぞれ1,720億ドル、1,050億ドルの所得があります。

#### 囲み1.4:

#### 市場規模表示通貨

特に記載のない限り、本章および以降の章において、各国の企業およびBOP生産者と消費者に適する基準として、市場規模を現地通貨の購買力を反映した国際ドルで表示しています。しかし多国籍企業については、米ドルの方が測定に役立ちます。この方法でBOP市場規模を米ドルで表示すると、世界全体で1兆3,000億米ドル、アジアBOP市場は、7,420億米ドル、ラテンアメリカは、2,290億米ドル、東ヨーロッパ市場は、1,350億米ドル、アフリカのBOP市場は、1,200億米ドルの規模です（国際ドルおよび米ドル表示による一部の国のBOP市場規模については付表A参照）。



アフリカのBOP市場は、東ヨーロッパあるいはラテンアメリカより若干小さく4,290億ドル規模ですが、購買力は地域全体の71%とアフリカ地域の支配的消費市場となっています。調査対象22カ国の人口の95%を占める4億8,600万人がBOP層です。<sup>10</sup> アフリカ最大で近代的な経済力を有する国家南アフリカにおいてさえも人口の75%が依然BOP層に含まれ、その市場規模は440億ドルです。エチオピア(840億ドル)、ナイジェリア(740億ドル)が顕著な例ですが、アフリカの他の国々は南アフリカより大きなBOP市場機会を提供しています。

### 市場の構成

BOP所得区分の人口分布も多様で、とても一様などといえたものではありません。例えばナイジェリアでは、BOP人口は最も低い所得区分に集中する一方、メキシコのBOPは各所得の人口が比較的均一に分布しています。都市部と農村部の人口対比について中国はその差が特に著しく、中国の都市部のBOP層は農村部に比べ圧倒的に経済機会に恵まれていることを示しています。同時にこのアンバランスは、景気と社会の安定にも影響を及ぼしています。

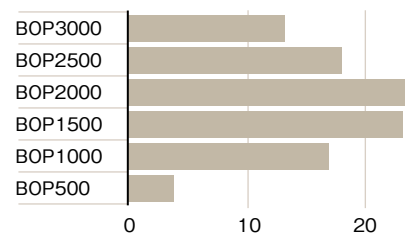
### 支出傾向

人口構造のみから確実な市場構成を導きだすことはできません。そのため本分析では、BOPの支出傾向を国別、産業分野別、所得区分別に検証しています。分析は、各国の家計調査によって報告される支出を定められたカテゴリーに分類・標準化するという世界銀行のイニシアティブであるInternational Comparison Programに基づいています。

国あるいは調査時期の異なる家計調査の標準化されたデータを利用することによって、各国ごとの詳細な産業分野別分析が可能となり、さらに各所得区分の支出傾向の国際比較やBOP消費者市場のより意味のある地域集計をしてBOP市場の本質を見定めることができるのです<sup>11</sup>(付表B標準化の方法論および国別一覧表の産業分野別・所得区分別標準化BOP支出データ参照)。所得と支出データを組み合わせることによって、地域の産業分野別市場規模を推計することができます(囲み1.5)。

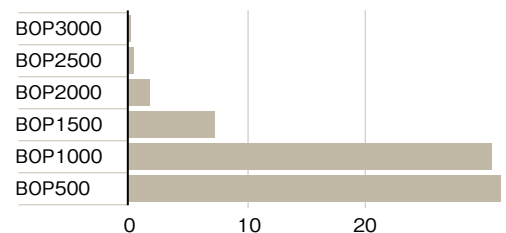
#### メキシコ

所得区分別人口割合



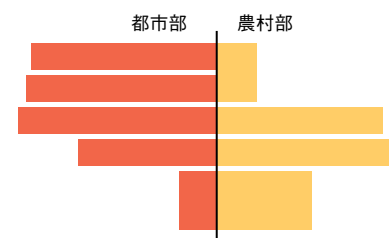
#### ナイジェリア

所得区分別人口割合



#### 中国

所得区分別都市部・農村部人口





図み1.5:

## 産業分野別市場規模の推計

標準的支出カテゴリーで分類された支出データのある36カ国の標準的産業分野別支出を所得ベースの地域市場規模の測定データ(110カ国)と組み合わせることによって、各地域内の産業分野別市場規模を推計しています。例えば、アフリカのBOP市場について、標準的支出データが入手可能な12カ国の保健医療市場の規模は約80億ドル、これらの国の支出全体の約4%に相当します。この支出傾向を、アフリカの全調査対象国に補外することによって、この地域の保健医療市場全体の大きさを180億ドルと推計しています。<sup>12</sup>

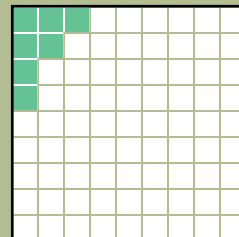
同様のプロセスから、他の地域のBOP保健医療市場の規模はアジアが950億ドル、東ヨーロッパが210億ドル、ラテンアメリカが240億ドル、合わせてBOP保健医療市場は世界全体で1,580億ドルと推計されます。

### 市場規模

測定値および推計値

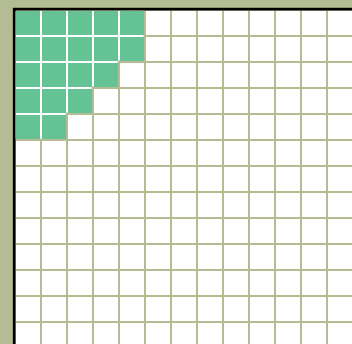
保健医療市場での  
BOP支出

アフリカ  
81億ドル



測定値  
877億ドル

アフリカ  
180億ドル



推計値  
1,584億ドル

## BOP産業分野別市場の特徴

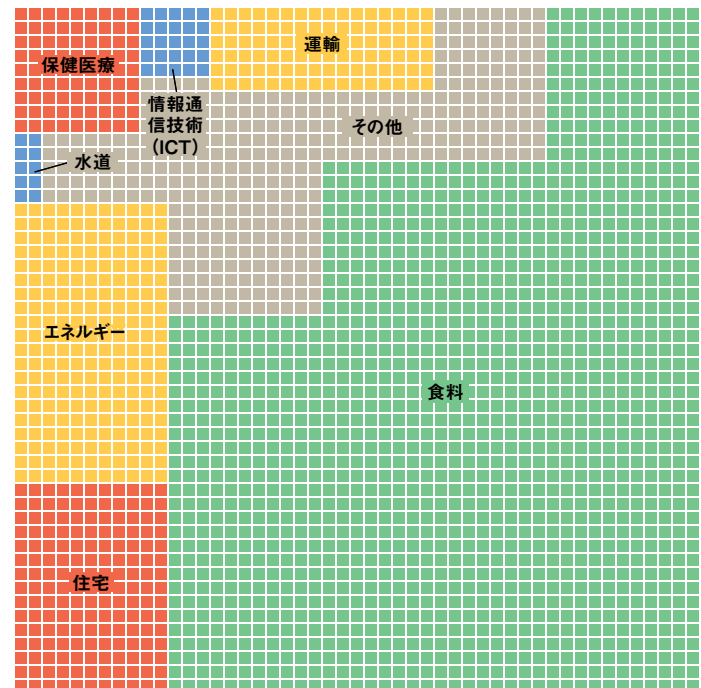
BOPの産業分野別市場について、付表Bの国別一覧表を基に、第2章以降で詳細に分析しています。BOP市場の特性を理解するための本報告書のデータ利用方法についてそのハイライトを下記に示します。

- 市場の大きさ: 40億人のBOP消費者の産業分野別市場規模は大小様々です。水道(200億ドル)、情報通信技術(ICT)(調査時点では510億ドル。急成長の結果、現在は恐らくこの2倍)などの分野は比較的小規模です。保健医療分野(1,580億ドル)、運輸(1,790億ドル)、住宅(3,320億ドル)、エネルギー(4,330億ドル)の各分野は中規模です。食品(2兆8,950億ドル)など非常に規模の大きな分野もあります。アジアのBOP市場(中東を含む)は、地域の人口の大きさを反映して最大です。比較的少ないBOP人口と東ヨーロッパとラテンアメリカでの相対的所得の大きさを反映して、アフリカ、東ヨーロッパ、ラテンアメリカ・カリブ海の産業分野別市場の大きさはほぼ同程度です。
- 市場分布の特徴: BOP市場は、BOP層を6区分に細分類したどの区分に支出が集中しているかによって、下位あるいは上位集中、フラット型と、便宜的に特徴付けることが可能です。アジアとアフリカのBOP市場は、下位集中型が支配的、東ヨーロッパとラテンアメリカは上位集中市場です。ICT市場は例外で、全ての地域で典型的に支出が高所得区分に集中しています。



### 産業分野別 BOP 市場 (推計)

5兆ドル



- 世帯の支出傾向：ほぼ全ての産業分野について平均的BOP世帯の支出は他の地域に比べラテンアメリカが圧倒的に高い傾向にあります。例えば、ICTについては、BOP世帯の地域平均の中央値は、アフリカが34ドル、アジア54ドル、東ヨーロッパ56ドルに対し、ラテンアメリカは107ドルです。同様に保健医療支出は、アフリカ154ドル、アジア131ドル、東ヨーロッパ152ドルに対し、ラテンアメリカが325ドルです。運輸については、アフリカとアジアが211ドル、東ヨーロッパが141ドルで、ラテンアメリカは521ドルを支出しています。食品については、支出額は全ての地域で他の分野に比べ高い一方、突出した地域はありません。アフリカ2,087ドル、アジア2,643ドル、東ヨーロッパ3,687ドルに対し、ラテンアメリカは3,050ドルです。
- 産業分野別に見た市場の所在：全ての地域での水道、ICT、住宅のBOP市場は都市部が支配しています。運輸とエネルギーは、農村部が圧倒的に支配しているアジアを除き、都市部に集中しています。食品と保健医療は、アフリカとアジアの大多数の国では農村部BOP市場が都市部より大きく、東ヨーロッパとラテンアメリカのほとんどの国では都市部BOP市場が農村部を凌駕しています。
- BOPの購買傾向：調査データから、BOP世帯の興味深い購買傾向が読み取れます。例えば保健医療の支出の半分以上が薬品に充てられています。ICTについては、通話サービス料が調査に記録された支

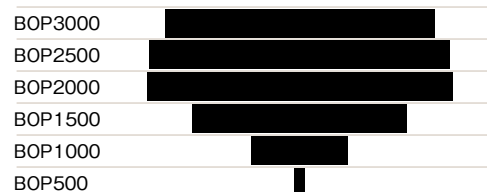
### インド

所得区分別支出



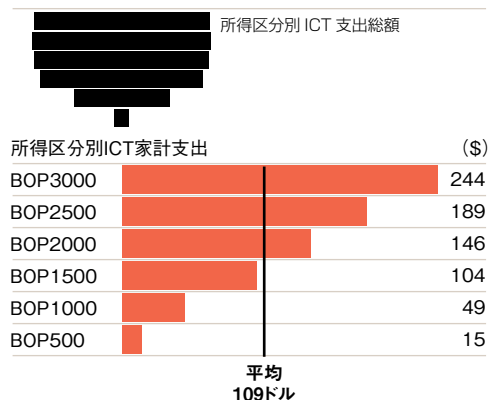
### メキシコ

所得区分別支出

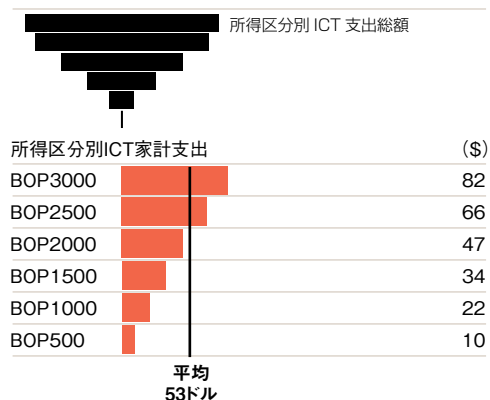




## 南アフリカ



## ロシア



出額の圧倒的な部分を占めています。BOP世帯の多くは水のために金を払うことはありません。アフリカBOP世帯の17%は、水資源を主に地表水に頼っています。またアフリカには安全かどうかかわからない井戸を利用する世帯の割合が比較的多い国もあります。東ヨーロッパでは実質的に全ての世帯が電気を利用し、アジアとラテンアメリカのBOP世帯の多くも電気のある生活をしています。アフリカでは電気へのアクセスがある世帯はかなり少ない状況です。東ヨーロッパを除く全地域でBOPの低所得者層は、薪で料理を作り、BOPのより高い所得層と都市部BOP層は、プロパン・ガスやその他の現代的燃料を使っています。

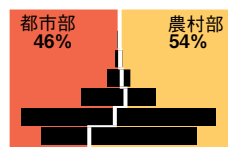
- BOPペナルティーの証拠：BOP世帯のペナルティー—高いコスト、低いサービスの質、アクセスの欠如—は、いくつかの分野のデータに表れています。より裕福な中所得世帯は水道サービスへのアクセスが、BOP世帯の7倍あります。24%のBOP世帯が電気へのアクセスがない一方、中所得世帯では僅か1%です。農村部のBOP世帯のICT関連支出は非常に少なく、電話を所有する世帯の数も農村部の中所得世帯あるいは都市部のBOP世帯と比べてさえも圧倒的に少ない状況です。これは、他の情報源による加入率のデータでも確認されている、農村部でのICTサービスへのアクセスが広く欠如していることと軌を一にしています。

## BOPビジネス戦略

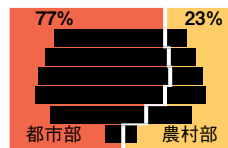
以下の章では、BOP市場へのサービス提供に成功した企業の事例研究も報告しています。ここでは、BOP市場でビジネスを展開する企業が実際に採用しており、またそれらが成功を収める上で決定的に重要と思われる4つの戦略概念を紹介します。

- BOP市場へのフォーカス戦略：BOPのニーズに合わせ、ビジネスの発想を完全に変え、しばしば多大の投資資金と経営の才能をつぎ込んで、ユニークな商品、ユニークなサービス、ユニークな技術で、BOP市場にフォーカスすることです。
- 価値創造の地元密着化戦略：フランチャイズ方式あるいはバンダーやサプライヤーの地域エコシステムの構築を含めた代理店戦略、あるいは地域社会全体を顧客と位置づける戦略によって、地元密着型の価値を創造します。この方法はいずれも通常、能力開発と訓練への相当額の投資を伴います。

## ナイジェリア



## ブラジル



都市部と農村部における所得区別 BOP 食品支出総額



- アクセス実現戦略: 資金面（購買のハードルを下げるための1回使い切り、その他のパッケージ戦略、プリペイド方式やこれと同じ成果をもたらす別の革新的なビジネス・モデル、ファイナンスによるアプローチ）、あるいは物理的側面（新しい流通戦略、低コスト技術の活用）から、商品・サービスへのアクセスを実現します。
- 斬新なパートナーシップ戦略: 政府、NGO、多様な利害関係者との伝統にとらわれない斬新なパートナーシップによって必要な能力を結集することができます。

企業は、これらの戦略のいくつかを合わせて実施することができ、また実際に既に実行している企業もあります。

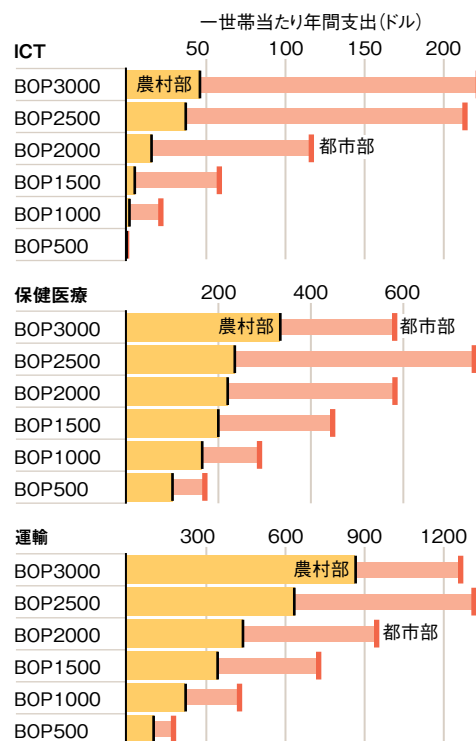
#### BOP 市場にフォーカス

例えば、BOP 層が家庭で浄水することが可能な水濾過装置やその他の小規模使用地点水処理システムなどが、水道分野でのBOP 市場への集中戦略の良い例です。BOP が置かれた環境や状況に対してユニークな商品、ユニークな技術で対応するのです。水道以外の産業分野でもこの戦略を見出すことができます。食品の分野ではBOP 層のニーズに応えた健康により安全な食品開発、設計、住宅分野では、デザイン、住宅金融、必要に応じた建築資材の配達のパッケージ・サービス、さらにエネルギー分野の太陽電池発電LED照明システムやハイテクな調理用コンロの市場投入が例として挙げられます。金融サービスでは、マイクロファイナンスや低額送金システムがBOP にフォーカスした戦略と言えます。

#### 価値創造の地元密着化

薬品、保健医療サービス、予防医療保健関連資材のフランチャイズ方式及び代理店経由直接販売がBOP 保健医療分野で勢いを増しています。インドのShaktiのような食品と消費財の流通システムも成長しています。このアプローチによって、効率的で低コストの流通システムが構築されると同時に雇用が創出され、地元密着型の価値創造を促進することができます。ICT分野では、携帯電話会社が、BOP 市場にサービスを販売、提供する小規模なショップ、ヴィレッジ・フォン（村落公衆携帯電話）企業家、その他ベンダーを巻き込んだ幅広い機能的システムを構築しています。フィリピンでは、マクドナルドのフランチャイズ店舗が電話による海外送金の受け渡しサービスを提供しています。

#### 都市部・農村部支出—カメルーン



BOP世帯のペナルティー—高いコスト、低いサービスの質、アクセスの欠如—は、いくつかの分野のデータに表れています。より裕福な中所得世帯は水道サービスへのアクセスが、BOP世帯の7倍あります。

地域社会が運営する水処理システムや小規模水力発電システムによって地域社会は、顧客であると同時に、供給者であることができます。鉱物採掘産業が地元で商品・サービスを調達する場合には、同様の戦略を活用しています。

#### アクセスの実現

「サシェ」マーケティング—商品やサービスを小さな単位ないし「サシェ（小袋）」に分け、BOP層が入手し易くする—は、日用消費財分野で利用されています。同時にこの戦略は、食品やICT（音声サービスや文字メッセージ・サービスの0.50米ドル単位での価格設定、インターネット・アクセス・サービスを15分単位で提供）の分野でも広く活用されています。こういったパッケージング戦略は、現金が希少なBOP地域社会で商品あるいはサービスへのアクセスを実現させるためには決定的に重要です。

調整助成金戦略—比較的豊かな顧客がBOP顧客向けのサービスのための助成金を一部負担すること等—は、保健医療分野でのアクセス実現に大きく寄与しています。ファイナンス戦略—BOP向けのマイクロローン、消費者金融、住宅ローンあるいは地域社会をベースとする健康保険—は同様に各産業分野で住宅、保健医療、太陽熱システムへのアクセス実現に貢献しています。食品分野では農業サプライチェーンの中で肥料あるいはハイテク種子へのアクセスを可能にしています。

フランチャイズおよび他の地元密着型の価値創造戦略が、BOP、特に農村部BOPのサービスへのアクセス実現の成否を左右しているケースも多く見られます。

#### 斬新なパートナーシップ

エネルギー、水道分野での官民パートナーシップは一般的です。企業とNGOとのパートナーシップはまだ稀ですが、エネルギー分野での調理用コンロの流通網およびメンテナンス・サービス網の構築、食品および消費財流通網の構築・維持、保健医療分野でのフランチャイズ網の整備・管理の各分野では本格化しつつあります。多くの銀行がBOPへの金融サービス提供に乗り出す中、一部の銀行は、マイクロファイナンス機関や地域社会の自助グループとのパートナーシップを模索しています。多様な利害関係者間のパートナーシップによって都市部の運輸システムの変革が進められている事例もあります。



## 後注

1. この報告書では現在の米ドルとは、2005年時点のドルを意味します。しかし、特に記述のない限り、市場に関するデータは、2005年国際ドル（購買力平価で調整）で表示しています。便宜上BOPと中所得層の境界値は2002年国際ドル（本報告書の分析に用いた家計調査の国際標準化の基準年）で表示しています。付表A方法論参照。
2. 高所得区分に含まれる人口は世界全体で約3億人です。各国、特に開発途上国の家計調査に含まれる高所得家計の標本数が非常に少ないため、高所得人口の規模あるいは所得の合計額を正確に測定することはできません。
3. 2004年に報告された海外送金は、開発途上国の外部資金源からの収入の中で、外国直接投資に次いで2番目に大きく、その金額は公的援助の2倍以上の規模でした。報告されていない海外送金を含めると、多くの開発途上国にとって最大の外部資金源は海外送金です（世界銀行2006a）。
4. 家計調査は、経済学者達が信頼する経済データのの一つと考えられていますが、ここでは、家計調査の目的として想定されていない市場調査のためのツールとして利用しています。そのため、次のような限界があることに留意が必要です。一般に家計調査では、購入した商品の単価を調査したり、国際比較や時系列比較等のために標準化を行うこともありません。急速に成長するモバイル通信などの分野に関する比較的最近の家計調査でさえも、利用料や支出を調査の対象として考慮していないのが現状です。
5. 会議の例としては、「Eradicating Poverty through Profit(世界資源研究所主催、サンフランシスコ、2004年12月12～14日、<http://www.nextbillion.net/sfconference>)」、「Business Opportunity and Innovation at the Base of the Pyramid(世界資源研究所Multilateral Investment Fund、Ashoka主催、サンパウロ、2005年8月30日)」、「Business Opportunity and Innovation at the Base of the Pyramid(世界資源研究所Multilateral Investment Fund、Ashoka主催、メキシコシティ、2005年9月1日)」、「Global Poverty: Business Solutions and Approaches (Harvard Business School、Cambridge主催、マサチューセッツ、2005年12月1～3日、<http://www.nextbillion.net/harvard05conference>)」。
6. 世界資源研究所「News: NextBillion.net」<http://www.nextbillion.net/newsroom>（2007年1月12日アクセス）
7. 国際電気通信連合によると、2005年の世界の携帯電話利用者の数は21億3,700万人でした。うちインド、中国、ブラジルの利用者の数は合わせて、5億5,560万人、欧州連合が4億7,060万人、米国は2億1,600万人でした。
8. East African、「Safaricom Makes \$12.77 Million Profit, a Record for Region」2006年10月30日付 <http://allafrica.com/stories/200610301138.html>
9. Mo Ibrahim、世界銀行へのプレゼンテーション、2006年4月。
10. 多くのアフリカ諸国の家計調査データは整備されていません。それらの国を含めると、アフリカのBOP人口および市場規模は、本報告書で示す「調査対象国の」BOP関連数値の2倍程度になると推測できます。他の地域については、調査国以外の国のデータによる報告額への影響は有意ではありません。
11. 本報告書では、データの標準化を行っていますが、家計調査は標準化されていないため、各国の家計調査から捕捉できる情報は異なります。それゆえ2国間の直接比較を避けるか、あるいは十分注意して比較を行う必要があります。
12. 推計プロセスは、次の式をBOP市場に適用して求めます。産業分野別支出（測定値）/総支出＝地域の産業分野別支出（推計値）/地域の所得合計、そしてこれから地域の産業分野別支出の推計額を求めます。この推計額は、ある国（測定グループ国）の世帯支出全体に占める産業分野別の支出の比率は、同じ地域内の他の国（標準化した支出データのないグループ国）についても同様であるという推定に基づくものです。またこの推計では、所得調査データ組み立ての方法論において既に想定している通り、世帯所得の総額と世帯支出の総額が一致すると想定しています。



## 第 2 章

# The Health Market

保健医療市場





東アフリカ農村部では保健医療分野で、BOP世帯が直面する困難な状況と、その裏返しとして、潜在的市場の可能性が示されています。多くの場合公的な保健医療サービスは限られ、薬一特に効き目のある一を購入できる場所・方法を見つけることさえ難しい状況です。ウガンダの農村部の典型的な家庭が1年間に費やす保険医療費は僅か183ドルです。その半分が薬一多くは非処方薬一の購入に充てられます。BOP世帯では、自己治療が一般的です。

薬品や、その他保健医療関連の消費財—コンドーム、水道濾過用フィルター、マラリア対策用蚊帳等—の効果的流通の整備・改善に対する膨大なニーズが実際にあるにもかかわらず、支出額だけを見ると、とても新しい医薬品ビジネスのフランチャイズを立ち上げるに相応しい有望な市場とは思えないかもしれません。しかしCFWshops Kenyaは、64カ所の地元経営のフランチャイズ店を立ち上げています。150種類を超える薬品を平均0.50米ドルで処方し、40万の顧客のニーズを満たし、しかも利益を上げているのです。CFWshops Kenyaや他のベンチャーは皆新しくしかも地元に着いています。これまであまり顧みられてこなかった大きなBOP保健医療市場への革新的なアプローチの有効性を実証しています。

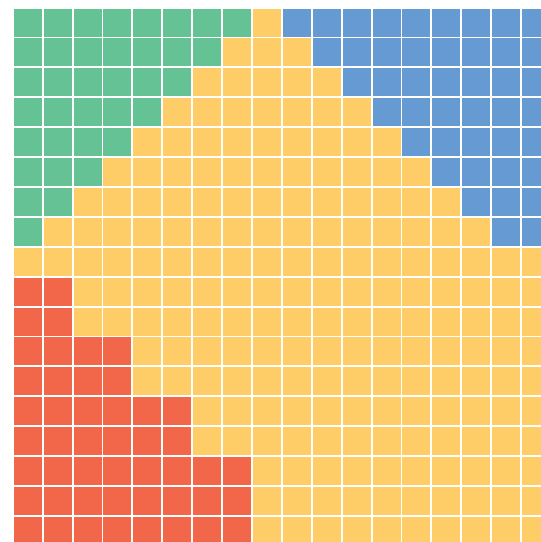
### 市場はどれくらい大きいのか？

アフリカ(12カ国)、アジア(9カ国)、東ヨーロッパ(5カ国)、ラテンアメリカ・カリブ海(9カ国)のBOP保健医療市場の規模の測定値は877億ドルです。これは、標準化したデータのある35カ国に住むBOP21億人の年間保健医療支出額に相当します。全調査国を含めると、これら4地域のBOP保健医療市場は、39億6,000万人、推計額1,584億ドル規模の市場です(推計手法については第1章囲み1.5参照)。<sup>1</sup>測定値で見ると、アジアは地域として最大のBOP保健医療市場で一大きなBOP人口(15億人)を反映し、482億ドルとなっています。アジア(中東を含む)のBOP保健医療市場全体の大きさは推計955億ドルです。これは29億人の保健医療支出額に相当します。次に大きいのがラテンアメリカです。2億7,600万人が支払うBOP保健医療支出は測定値で201億ドルで、BOP保健医療市場全体の規模は、推計240億ドル(3億6,000万人)です。

東ヨーロッパのBOP保健医療市場の測定値は、1億2,400万人の支出額112億ドル、市場全体の大きさは推計209億ドル(2億5,400万人)です。アフリカの

### BOP保健医療支出

1,584億ドル



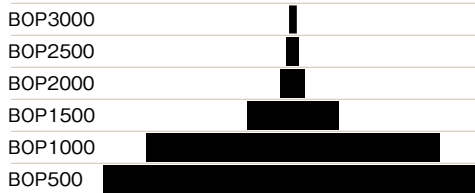
	10億ドル(PPP)
アフリカ	18.0
アジア	95.5
東ヨーロッパ	20.9
ラテンアメリカ	24.0

上記の箱一つで約5億ドル

アジアでは、パキスタン、バングラデシュ、タジキスタンが極端な例で、保健医療市場の98%をBOPが占めています。

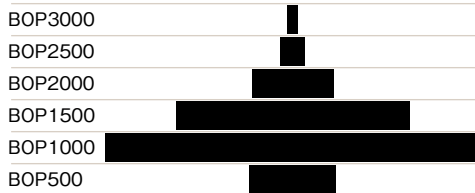
#### マラウイ

所得区分別保健医療支出総額



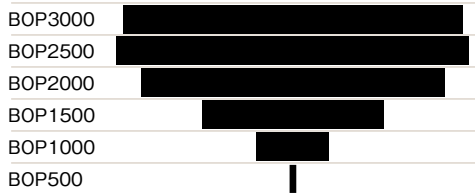
#### タジキスタン

所得区分別保健医療支出総額



#### ロシア

所得区分別保健医療支出総額



BOP保健医療市場の測定値は、2億5,800万人の年間支出額81億ドルで、市場全体の大きさは推計180億ドル(4億8,600人)です。

全世帯の保健医療支出に占めるBOPの割合、すなわちBOP市場の相対的重要性は地域、国によって様々です。アジアでは、BOP層が85%と保健医療市場を支配しています。それ以外の地域では、BOP層のシェアは遥かに少なく、アフリカ54%、東ヨーロッパ45%、ラテンアメリカ38%です。東ヨーロッパとラテンアメリカでは、人口の大多数をBOP層が占めているにもかかわらず、中所得および高所得層が保健医療市場を支配する傾向が見られます。しかし、アンバランスはアフリカが最も顕著で、総人口に占めるBOPの割合は95%である一方、支出総額に占めるBOPのシェアは54%です。

国レベルでも、BOP層の保健医療支出のシェアにかなりの差が見られます。アジアでは、パキスタン、バングラデシュ、タジキスタンが極端な例で、保健医療市場の98%をBOPが占めています。タイ(多くの人が中所得の国)でのBOPのシェアは44%です。アフリカの極端な例は、ナイジェリアでBOP層が98%を占めています。南アフリカ(人口の25%を占める富裕層が市場を支配)でのBOP支出が全体に占める割合は、僅か9%です。

東ヨーロッパではカザフスタンのBOPが圧倒的で77%を占め、次いでマケドニア旧ユーゴスラビアの38%です。ラテンアメリカ・カリブ海地域ではジャマイカ(90%)が最大のシェアを占め、次いでペルー(77%)、最もシェアが小さいのはコロンビア(31%)です。一般に人口に占めるBOPの割合が小さくなるに従って、比較的富裕な人口区分が保険医療費のシェアを不均衡に占める傾向が高まります。

#### 市場はどのように分布しているか？

下位集中型BOP市場—支出の半分以上がBOP所得6区分の下位3区分の所得層による支出—が、アフリカ(12カ国中9カ国)とアジア(9カ国中8カ国)で支配的です。マラウイとタジキスタンがこの傾向を示しています。より経済規模の大きなインドとインドネシアも下位集中型ですが、より中位のBOP1000(500ドル超1,000ドル以下)—BOP2000(1,500ドル超2,000ドル以下)寄りに集中しています。年間の医療費支出350億ドル(国全体の支出の85%)のインドのBOP層についてこの支出傾向の特性をケース・スタディ2.1に示しました。一般にアフリカとアジアのBOP保健医療支出区分ごとの分布は、それに対応する人口の分布と同じ傾向を示しています。

## ケース・スタディ 2.1 インド

### 実質的BOP中位集中市場

インドのBOP世帯の保健医療支出はBOP1000、BOP1500、BOP2000に集中しています。ゆえに、下位集中型ではありますが、マラウイ等の国の様な最低所得層に市場が支配されているわけではありません。これらの3所得区分がインドのBOP保健医療市場の76%を占めています。さらに保健医療市場全体の65%、世帯全体の78%を占めています。1億5,500万世帯、年間保健医療支出総額266億ドルの市場は、かなりの大きさの市場と言えます。上記各所得区分の1世帯当たりの年間保健医療支出額はそれぞれ111ドル、183ドル、264ドルです。

所得が増えても世帯当たりの保険医療支出に大きな変化は見られません。人口は比較的少ないものより富裕なインドの中所得層(391ドル)の1世帯当たりの年間保健医療支出額はBOP(192ドル)の約2倍に過ぎません。

#### インド

所得区分別保健医療支出総額



東ヨーロッパとラテンアメリカの測定国は全て上位集中型の支出傾向を示しています。ロシアとペルーがその典型的な例です。ケース・スタディ 2.2にはBOPが年間保健医療に41億ドル(国全体の38%)支出しているメキシコの例を取り上げています。

### 世帯は何に支出しているか？

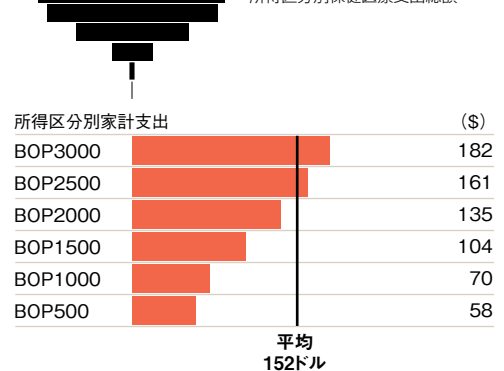
世帯がどんな製品・サービスを購入するかの意思決定は、ある程度所得の大きさによって決まります。それゆえ所得層別の平均的世帯支出を見ることは、製品設計に有益な指針を提供します。しかし支出するかどうかの意思決定、特に保健医療関連の支出については、そのサービスや製品を手に入れるまでの交通の便・アクセスにも左右されます。病院や診療所までの交通費に多額の現金が必要だったり、給料分に相当したり、サービスより高くつくことがわかると、事例報告が証明する通り、価格に敏感なBOP世帯は、症状がより深刻になるまで治療を受けることを待つかもかもしれません。<sup>2</sup>いずれにしろ、保健医療サービスの利用機会が増え、利用できる場所が近くにあれば、交通費を支払う必要もなく、保健医療に費やすお金が実質的に増えることになります。それゆえ、現時点での保健医療支出は、支払う意欲の下限と考えるべきなのかもしれません。

BOP世帯の平均的保健医療支出は国によって様々です。市場が上位集中あるいは下位集中かどうか、また公的保健医療サービス利用がどの程度BOPに認められているかによって状況は異なります。あるいは各国の家計調査の質問内容や支出項目の違いも影響していると考えられます。例えば、インドネシア、パキスタン両国は共に下位集中型BOP市場ですが、家計調査に報告されたBOP1世帯当たりの保健医療支出額の平均はかなり異なります:78ドルと197ドル(共にアジアの測定国の極端な事例)。

さらに有意な支出傾向の特徴は、BOP世帯の平均年間保健医療支出の地域別の中央値に見出すことができるかもしれません。各地域の中央値は、アフリカ154ドル(ナイジェリア)、168ドル(ガボン)、アジア131ドル(スリランカ)、東ヨーロッパ152ドル(ウクライナ)、ラテンアメリカ325ドル(ペルー)です。ほとんどの測定国で、BOPの所得増に伴い1世帯当たりの保健医療支出も増えています。しかし、最も高い所

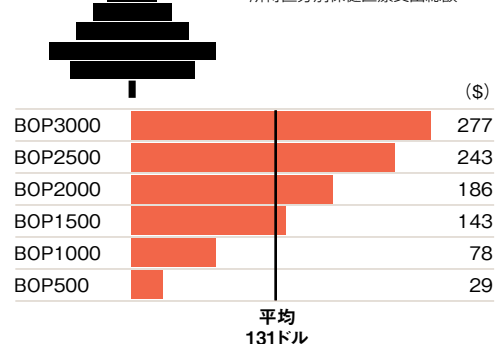
#### ウクライナ

所得区分別保健医療支出総額



#### スリランカ

所得区分別保健医療支出総額



## ケース・スタディ 2.2 メキシコ:

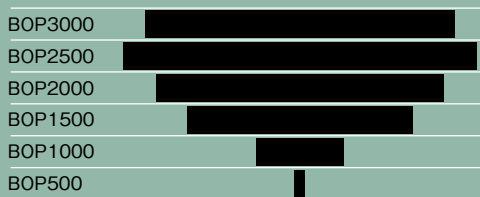
### 典型的な上位集中型市場

メキシコのBOP保健医療支出は、BOP6所得区分の上位3区分に集中しています。これら3区分がBOP世帯の61%（950万世帯）を占め、BOP保健医療市場（年間支出額30億ドル）の75%に相当します。しかしメキシコ保健医療市場全体の僅か29%に過ぎません。上位3区分の1世帯当たりの平均年間保健医療支出は、それぞれ235ドル、359ドル、394ドルです。

所得が増えるに伴い1世帯当たりの平均保健医療支出も2倍以上に増え、BOP層は1年間に260ドルで、中所得層は635ドルです。中所得層の保健医療支出は、BOP支出全体の支出額より60%大きい状況です。

#### メキシコ

所得区分別保健医療支出総額



得区分のBOP2500、BOP3000層については、多くの国で保健医療支出が所得と比例した伸びを見せていません—BOPの潜在需要の存在を示唆しています。

上記各国のBOP3000の1世帯当たりの平均保健医療支出額とBOP500のそれとの比はそれぞれ、ナイジェリア8:1、ガボン6:1、スリランカ9.5:1、ウクライナ3:1、ペルー6:1です。保健医療分野での調整助成金ビジネス・モデル（比較的豊かな顧客がBOP顧客向けのサービスのための助成金の一部を負担等）—インドのAravind Eye Care Hospital等—は、BOPの最貧困層に手術などの割高な保健医療サービスを提供する手段としてその効果が期待できる戦略です（ケース・スタディ 2.3）。

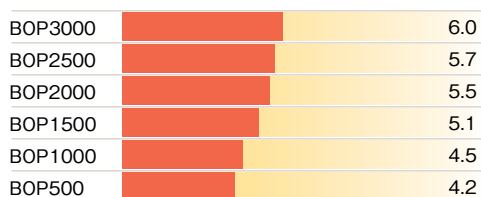
所得は引き続き上昇し、1世帯当たりの保健医療支出も増え続けています。しかし、アフリカ以外の地域は、所得の増分に比べて、支出の伸びはわずかです。中所得区分の1世帯当たりの保健医療支出のBOPのそれとの比は、ロシア1.5:1、コロンビア2:1、インド2:1、タイ3:1—ナイジェリアと南アフリカはそれぞれ11:1、14:1です。

### 市場はどこにあるか？

BOP保健医療市場の都市部と農村部の相対的規模は地域によって異なります。アジアでは、主にBOP人口の分布を反映し、農村BOP保健医療市場は都市部の約2.4倍の規模です。例えばパキスタンのBOP保健医療市場の71%が農村部です。アジアの測定国の中で唯一インドネシアの都市部の保健医療支出が農村部の支出を上回っています。BOP人口の割合は一般的に農村部が大きいにもかかわらず、アフリカの都市部と農村部の保健医療市場は、ほぼ同じ大きさです。例えば、ナイジェリアの農村部は都市部より22% BOP世帯数が多いにもかかわらず、BOP保健医療市場に占める割合は52%です。東ヨーロッパでは、これとは対照的に、都市部のBOP保健市場は、農村部より

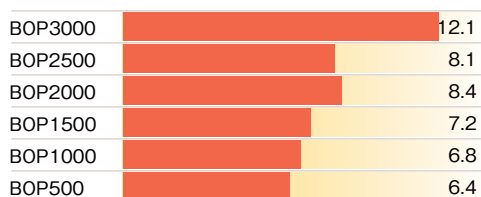
#### ペルー

保健医療家計支出割合



#### シエラレオネ

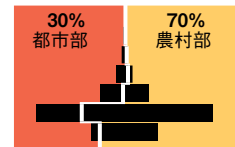
保健医療家計支出割合



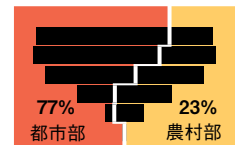
BOP世帯の多く、特に下位集中市場の低所得区分の世帯の病気への対応は、まず自己治療を行う傾向があります。

都市部と農村部における所得区  
分別 BOP 保健医療支出総額

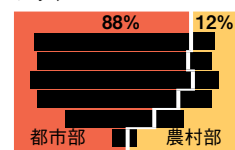
### パキスタン



### ロシア



### ブラジル



61%大きい状況です。ロシアではBOP保健医療市場の61%を都市部が占めています。ラテンアメリカでは、都市部と農村部の市場規模の違いは大きく、都市部BOP保健医療市場は、農村部の3.5倍に達しています。ブラジルとコロンビアの都市部の割合はそれぞれ85%と73%です。

一般に農村部より都市部のBOP世帯の方が平均的に保健医療費を多く支払っています。例えば、グアテマラの都市部の年間支出額は451ドルであるのに対し、農村部は372ドルです。

全地域について、都市部への中所得および高所得人口の集中を反映して、都市部の保健医療支出総額に占めるBOP支出の割合は、農村部でのBOPの割合より少ない状況です。

## BOPは何を買っているか？

BOP世帯の多く、特に下位集中市場の低所得区分の世帯の病気への対応は、まず自己治療から始まります。<sup>3</sup>それゆえ、薬局その他薬品を入手できる場が保健医療の最前線を担っている場合が多く見られます。これは、特に診療所や病院などへのアクセスが限られている農村部において顕著です。本分析で報告する多くの調査結果もこれを裏付けおり、ほとんどの測定国の全てのBOP所得区分において、BOP保健医療支出の半分以上が薬品購入に充てられています。結果として、各国、特にアフリカおよびアジアの医薬品市場をBOPが支配しています。

ナイジェリアと南アフリカを除くアフリカのBOP世帯は、保健医療費の51% (ウガンダ) から87% (シエラレオネ) を医薬品に費やしています。この割合は、より低い所得区分で高くなり、所得が高くなるにつれて若干減少します。メキシコ以外のラテンアメリカのBOP世帯は保健医療費の50% (コロンビア) から74% (ブラジル) を医薬品の購入に充てています。より低い所得

## ケース・スタディ 2.3

### 保健医療サービスの合理化:

#### 白内障手術に「組み立てライン」アプローチを導入

その昔、Henry Fordは、自動車製造工程を標準化・合理化させ、製造コストを下げることによってより多くの人々が自動車を手に入れられるようにしました。現在、インドのAravind Eye Care Hospitalsは、同じアプローチを白内障手術に適用しています。Aravindシステムは、病院の作業フローを効率化するために各部の専門性を信頼し集中的に活用するものです。例えば執刀医は、西側諸国の専門医が通常担当する件数の6倍に相当する150件の白内障手術をこなしています。コスト削減のために、Aravindは、姉妹医療機関Aurolabを創設し、人工水晶体を米国の価格の50分の1の価格で製造し、それ以外にも手術で利用する縫合器具や薬品を地元で製造できる体制を整えました。

Aravindは、毎年何百万人の患者の中から白内障による視力喪失の危険性のある人を特定し20万件近くの手術を行っています。Aravindビジネス・モデルの重要な点は、多層構造の価格体系あるいは調整助成金システムです：1回の手術に際し患者の支払う費用は、入院費を含め50～330ドルの幅があります。手術代を支払うことのできない多くのBOP世帯の患者の費用を含め、これらの費用は実際の手術の費用の65%に過ぎません。

治療費収入によって、Aravindは独立採算で経営を続け、事業を徐々に拡大するのに十分な利益を上げています。30年に渡り世界有数の医療サービスを提供するAravindの歴史は、手頃な価格で質の高い保健医療サービスをBOPに提供することが可能であることを実証しています (Pralhalad 2005)。



## ケース・スタディ 2.4 フランチャイズ戦略:

### 手頃な価格の保健医療サービスを求める人の元へ届けるためのビジネス・モデル

近年、フランチャイズ・モデルが、都市部と農村部の低所得地域へ保健医療商品やサービスを提供するために特に適した手段であることが実証されてきています。良く設計されたフランチャイズ構造には、厳しいビジネス環境であるBOP市場で企業の繁栄を可能とするビルトイン・クオリティー・コントロール、大量購入が可能な資金力、価格補助金、事業拡大能力が装備されています。

このアプローチの成功例の一つが、CFWshops Kenyaです。独立採算のフランチャイズ64店舗を都市部、半農村部、農村部に展開し、年間40万人の患者に必要なサービスを提供しています。フランチャイズ店は、政府公認の保健医療品・医薬品150～250種類を1処方約0.50米ドル—ケニアの低所得者が入手可能な価格—で提供しています。各店舗は、想定する顧客ベースから歩いて1時間以内の場所に開設されています。

フランチャイズ店舗のうち42カ所は、地域社会の保健医療事業従事者が経営し、年間平均600～800米ドルの収入を得ています。残りの22カ所は、資格を持った看護師が経営し、年間平均1,000～1,400米ドルの収入を得ています。参考のために、ケニアの看護師の給料は平均754米ドルです。全てのフランチャイズが、マラリア、下痢、アメーバー症（捻転胃虫）の予防・治療医薬品等、蚊帳、水処理薬品等を提供しています。それに加え、看護師の経営する診療所では、各種スクリーニング検査を実施し、より幅広い医薬品が用意されています。

CFWshopのフランチャイズ本部は、抜き打ち的な監査や契約解除をほのめかし、各フランチャイズが製品の質や価格について厳しい基準を維持するよう求めています。一方各フランチャイズの経営者は、CFWshopシステムの一員となることで、様々な恩恵に浴することができます。即ち、信頼されているブランド、マーケティング費用およびベスト・プラクティスの共有、団体交渉や大量購入による薬品価格の値下げです (Fertig and Tzaras 2005)。

BOP層に保健医療品やサービスを提供しているフランチャイズのもう一つの成功例が、民間セクターのビジネス・モデルを使ったインドの非営利組織であるJananiです。Jananiは、業務の効率化を図るため、幾つかのアプローチを組み合わせで実施しています。即ち、一部の製品への助成金付与、大量割引の適用を受けるための大量取引、既存の地域社会のネットワークおよびビジネス・ネットワークの活用、技術活用です。Jananiは、3経路—31,000店の既存小売店、農村部の保健医療サービス提供者4万人のネットワーク、医者のある診療所520カ所—を通じて避妊薬・避妊具を低いコストで販売することに重点を置いています。2005年にJananiは、5,790万個のコンドームと経口避妊薬990万セットを販売し、160万カップルの希望しない妊娠を回避する手助けをしました。<sup>4</sup>

さらに別の成功例が、メキシコ全土に医薬品チェーンを展開するMi Farmacita Nacionalです。同社は、低所得層に、低コストのジェネリック医薬品、精製水、粉ミルク、コンサルテーション・サービス、術前サービスを提供しています。副収入を得るために、独立採算のフランチャイズ経営者は、電話やインターネット・サービスも提供しています。<sup>5</sup>

上のいずれのフランチャイズ事業も、雇用を創出し、地域社会に根ざした保健医療基盤を構築しています。それゆえ、価値創造の地域密着化戦略の有効性の実証例と言えるでしょう。

多くの開発途上国が偽薬問題に直面している現在、BOPの医薬品支出の大きさは、  
医薬品流通システム整備と品質管理の重要性を示しています。

層の医薬品費の割合が高い状況は同じです。この傾向は、ほとんどの東ヨーロッパの国々（ロシア69%）とインドでも確認できます。アジアの一部の国では異なる傾向を示しています。

測定国のデータから見た医薬品市場の規模とBOP世帯の医薬品支出額は以下のとおりです。

- アフリカのBOP医薬品市場は、39億ドル規模—ナイジェリア単独で13億ドルです。ナイジェリアの保健医療市場の87%を占めるBOP下位3所得区分層が、1年に費やす医薬品費は平均47.99ドルです。
- アジアのBOP医薬品市場の大きさは、308億ドル—インド単独で266億ドルです。BOP1000～2000の3つのBOP所得区分に属するインドの1億5,500万世帯が1年に費やす医薬品費は平均134ドルです。
- 東ヨーロッパのBOP医薬品市場は、92億ドル規模—うち80億ドルがロシア市場です。ロシアのBOP世帯は、保険医療費の87.1%を医薬品に充てています。1年に費やす医薬品費は平均314ドルです。
- ラテンアメリカBOP医薬品市場の大きさは129億ドルです。BOP世帯は、保健医療費の64%を医薬品に充て、年間医薬品支出額は、201ドルです。

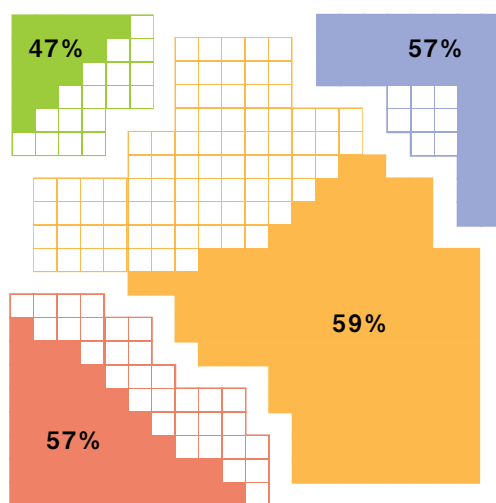
多くの開発途上国（特にアフリカ）が偽薬問題に直面している現在、BOPの医薬品支出の大きさは、医薬品流通システムの整備と品質管理の重要性を示しています。フランチャイズは、医薬品の流通システムを整備すると同時に医薬品の品質の管理とビジネスの効率性向上を実現できるビジネス・モデルです（ケース・スタディ 2.4）。

#### 後注

1. 各国の家計調査では、全ての保健医療支出項目に関する情報が収集されているわけではないので、ある国の家計調査から得られる支出データは、その国の実際の支出額の最小推計値とみなされるべきです。
2. 2006年10月19日にメキシコシティで開催された世界資源研究所主催 BOP Circle meeting に出席した参加者のコメント。
3. 2006年5月にワシントンD.Cで世界銀行、保健・栄養・人口部門 April Harding と Alex Preker へのインタビュー。
4. Janani、「Welcome to Janani: Overview」<http://www.janani.org/overview.html>（2007年1月31日アクセス）
5. Mi Farmacita、「Beneficios」[http://www.tiendavirtual.ws/mifarmacita/contenido\\_cfm?cont=BENEFICIOS](http://www.tiendavirtual.ws/mifarmacita/contenido_cfm?cont=BENEFICIOS)（2007年1月31日アクセス） ケース・スタディ 2.4。

#### BOP 保健医療市場における 医薬品支出の割合

567 億ドル



医薬品市場  
10億ドル(PPP)

アフリカ	3.9
アジア	30.8
東ヨーロッパ	9.2
ラテンアメリカ	12.9

上記の箱一つで約2億5,000万ドル



## 第 3 章

# The Information and Communications Market

情報通信技術 (ICT) 市場

コスタリカのある小規模コーヒー栽培農家は、携帯電話を利用し、国際市場価格の動きを追い、栽培後のコーヒー豆の売買・集荷の手配を行っています。米国で看護婦として働く家族からの送金に頼って生活するフィリピンのある家族は、携帯電話の迅速かつ安価な送金サービスを利用して送られるお金を家の近くのマクドナルドで引き出すことができます。改めて言うまでもないことかもしれませんが、情報通信ネットワークに参入できない限り、BOP層の人々が、国際的な経済活動に参加することも、その恩恵に浴することもできません。

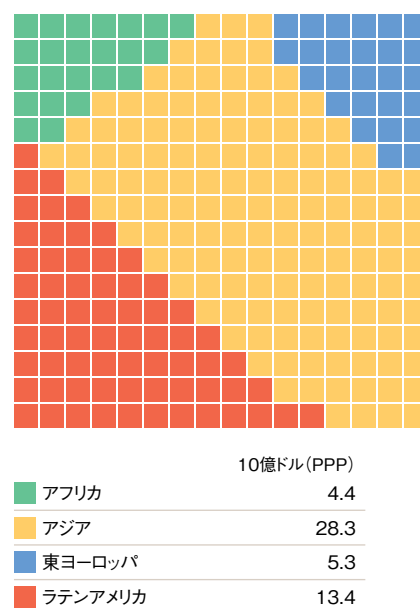
本報告書で示す家計調査からも明らかな通り、情報通信ネットワークに加入したいという意思や需要は相当なものです。情報通信ネットワークに組み込まれていない者にとって、ネットワーク参加という価値ある提案は抗し難い魅力を持っています。最近タンザニアで実施された調査によると、携帯電話購入の主要な理由として、タンザニアの人々は日々の生活での利用を挙げています (Vodafone 2005)。

驚くことではありませんが、新興市場で携帯電話会社は、毎年、何億人という数の利用者を加入させ、急激な成長を遂げています。(世界銀行2006b)。開発途上国の15億を超える携帯電話利用者一中所得と高所得の人口に相当一のうち多くの新規加入者はBOP層に含まれています。

高度なサービスも徐々に提供され始めています。南アフリカの新興企業 Wizzit、フィリピンの Global Telecom と Smart Communications は、携帯電話を利用した銀行サービスをそれまで一度も銀行を利用したことのない顧客に提供しています。その数は両国合わせて100万人を超えています (Ivatury and Pickens 2006)。

BOP層へサービスを提供する幅広いビジネスが成長を続けています。フィリピンの160万店近い小規模雑貨店は、顧客に携帯電話の音声と文字メッセージのデータ転送を支援するサービスを提供し、約10億ドルの収入を得ています。企業規模で言えば正反対の Microsoft と Intel も、BOP層向けの新しい製品の開発を専門とする新興市場部門を立ち上げています。

BOP・ICT 支出  
514 億ドル





### ケース・スタディ 3.1 CELTEL: 新興企業から電気通信分野の巨人へ

アフリカの未開拓の市場へ集中し、透明性ある公正なビジネス慣行の実行を公約することによって、Celtelは競争の厳しいアフリカの電気通信市場をリードする企業に成長しました。1998年にスーダン系英国人企業家のDr. Mo Ibrahimが設立したCeltelは、同年中にザンビア、シエラレオネ、コンゴ共和国でサービスを開始しています。その後徐々に同社のポートフォリオに、マラウイ、ガボン、コンゴ民主共和国、チャド、ブルキナファソ、ニジェール、ウガンダ、タンザニア、スーダン、ケニアの10カ国の名前が加えられて行きました。

Celtelが営業しているのは、内戦、政情不安の渦中にある世界でも最も難しい社会・政治環境の国々ですが、同社は公正で汚職のないビジネスにコミットしています。創設者Ibrahimは、賄賂は「1ドルたりとも」支払わないという彼の公約を機会あるごとに誰に遠慮することもなく口にしています。

ビジネス上の苦境を乗り越え、政治的状況を物ともせず、低所得消費者のニーズに集中したCeltelは、短期間に顧客ベースを600万にまで拡大しました。同社のサービスはプリペイドと販売共に最小単位で提供されています。タンザニアとザンビアの子会社は、ネットワークを通じたモバイル銀行サービスを提供しています。社員の98%近くがアフリカ人で、その多くは会社の株を所有しています。

会社の株を保有していた社員の多くは、2005年中頃Celtelがクウェートを拠点とするMTCに34億米ドルで買収された時に株を売却し利益を得ました。現在MTCの100%子会社となったCeltelは、アフリカ15カ国で携帯電話事業を展開し、その事業免許は同大陸の30%以上をカバーしています。アフリカ企業史に遺る偉大な足跡です。事業開始から僅か7年間に電気通信分野の巨人になりました。BOP市場に焦点を当てた倫理重視のビジネス戦略を追求することによって、世界で最もなおりにされてきた国々でそれを実現したのです。<sup>5</sup>

小規模単位でのプリペイド・サービスを提供し、困難な環境でビジネスに挑んだCeltelは、アクセス実現戦略の有効性の実証例と言えるでしょう。

#### 市場はどれくらい大きいのか？

アフリカ(11カ国)、アジア(9カ国)、東ヨーロッパ(6カ国)、ラテンアメリカ・カリブ海(9カ国)のBOP情報通信技術(ICT)—情報・通信技術とそれを利用したサービス—市場の規模の測定値は、305億ドルです。これは、標準化したデータのある低所得および中所得国35カ国に住むBOP21億人の年間ICT支出額に相当します。

全調査国を含めると、これら4地域のBOP世帯ICT市場は、39億6,000万人、推計514億ドル規模の市場です(推計手法については第1章囲み1.5参照)。<sup>1</sup>しかしICT分野の成長は目覚ましく、各国で調査が実施された以降に、携帯電話会社を中心にインターネット・サービス会社等のICT会社は顧客数を伸ばし、BOP世帯のICT支出は調査時点の2倍以上に膨れ上がっていることに留意すべきです。<sup>2</sup>この急速な成長は今後もしばらく続くと見られています。アフリカとインドの携帯電話利用者は人口の15%に達していないのです。<sup>3</sup>

測定値で見ると、アジアは最大のICT地域市場であり、大きなBOP人口(14億9,000万人)を反映し、143億ドルとなっています。アジア(中東を含む)のBOP世帯ICT市場全体の大きさは推計283億ドルです。これは29億

人のICT支出額です。ラテンアメリカが僅差でこれに続き、BOP世帯ICT市場の測定値は112億ドルです。これは2億7,600万人のBOP世帯ICT関連支出です。BOP層のICT市場全体の規模は、推計134億ドル(3億6,000万人)です。

東ヨーロッパのBOP世帯ICT市場の測定値は、30億ドル(1億4,800万人)、市場全体の大きさは推計53億ドル(2億5,400万人)です。

#### アジアは最大のICT地域市場で—

大きなBOP人口(14億9,000万人)を反映し、143億ドルとなっています。



### パキスタン

所得区分別 ICT 支出総額



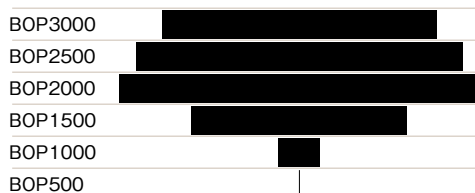
### ウガンダ

所得区分別 ICT 支出総額



### ベラルーシ

所得区分別 ICT 支出総額



アフリカのBOP層のICT市場の測定値は、20億ドル(2億5,800万人)です。市場全体の大きさは推計44億ドル(4億8,600万人)です。市場規模は最小ですが、アフリカのICT市場は地域市場の中で最も急速に成長しています。高い利益を上げる企業が登場し、地域の富の創出に重要な役割を果たしています(ケース・スタディ 3.1)。

全世帯のICT支出に占めるBOPの割合は地域によって様々です。アジアでは、BOP層が約半分(51%)を占めています。他の地域はアジアに比べると少ないものの、東ヨーロッパ36%、アフリカ28%、ラテンアメリカ26%と、かなりの割合を占めています。アフリカは、総人口に占めるBOPの割合(95%)とICT支出総額に占めるBOPシェア(28%)が最もアンバランスな地域です。

国レベルでも、BOP層のICT支出のシェアにかなりの差が見られます。携帯電話網の拡大の速さを左右するICT関連規制の状況が、この違いの原因の一端と言えます(ケース・スタディ 3.2)。また携帯電話ネットワークの整備は都市部から始められその後農村部へと拡大されることから、各国の都市部と農村部の人口構成の違いもこの差に反映されています。

アジアでは、パキスタンとバングラデシュ、タイが極端な例です。前の2カ国は、ICT市場全体の89%以上をBOPが占めています。一方BOP人口が人口全体の大半を占めているタイのBOPの支出シェアは僅か29%に過ぎません。アフリカの極端な例は、ナイジェリア(98%)とブルンジ(12%)です。東ヨーロッパでは、ベラルーシおよびカザフスタン(74%)とマケドニア旧ユーゴスラビア(21%)が極端な例です。ラテンアメリカ・カリブ海でBOPのICT支出が全体の支出の半分以上を占めている国はジャマイカ(71%)のみです。コロンビアは極端にシェアが少なく僅か12%です。

### 市場はどのように分布しているか？

アジアとアフリカのほとんどのBOP層のICT市場は、スリランカやウガンダのような上位集中、あるいはパキスタン、コートジボワールに見られる中位所得区分(BOP1500、BOP2000、BOP2500)集中型です。BOP層

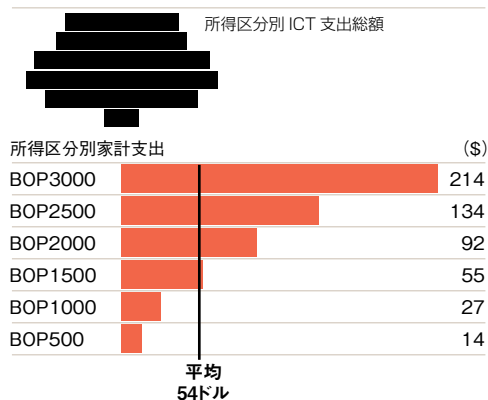
## ケース・スタディ 3.2 規制改革:

### 開かれた市場は成長する

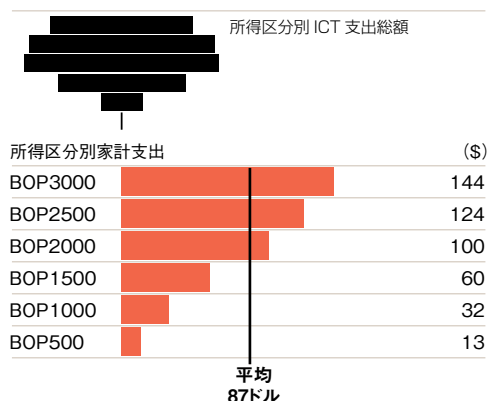
多くの開発途上国においてICTサービスの急速な伸びを牽引しているのは主として競争です。しかし規制改革を断行している低所得あるいは中所得国は半数に過ぎず、その違いは明らかです。6社の携帯電話会社が競合するコンゴ民主共和国の人口1000人当たりの携帯電話利用者の数は、1人当たり所得は同レベルながら携帯電話会社の数が1社のみであるエチオピアの13倍です(世界銀行2006b)。競争の妨げとなる規制が存在する場合、ICTサービス料金は高く—平均2倍—市場への浸透は遅れます。

携帯電話分野の改革プロセスはかなり前進していますが、新規参入者や安価なサービスの提供をめぐる障害は温存されています。多くの国でインターネットを利用した電話音声サービスは依然非合法サービスです。新規の固定無線サービス・プロバイダーにより市場が拡大して、多くのBOP層、(特に農村部)に手頃な価格でアクセスし易いICTサービスが提供される可能性があるにもかかわらず、これらの業者に周波数帯を割り当てる国は比較的少ないのが現状です。銀行を利用していない何億もの人々に、携帯電話を利用した金融サービスを手頃な価格で提供する道を開くため、金融および電気通信関連規制当局間の調整を始めた国の数も限られています。規制改革の進展と共に、市場は進歩し、民間セクター投資は進展するのです。

## カンボジア



## カザフスタン



の年間ICT支出が21億ドルのインドネシアも中位所得層に集中する市場の例です（ケース・スタディ 3.3）。

BOPの人々や農村部へのICTサービスの浸透が不十分である状況を反映する、下位集中型BOP市場も一部に残っています。

ベラルーシやペルーに見られるように、東ヨーロッパとラテンアメリカも、上位集中型BOP市場です。東ヨーロッパの測定国の半数およびほとんどのラテンアメリカの国のICT市場は、比較的裕福な中所得層に占められています。これとは対照的に、次の5カ国以外のアジアとアフリカの市場はBOPが支配しています。タイ、南アフリカ、ルワンダ、マラウイ、ブルンジでは、中所得層の支出がBOPの支出を上回っています。

### 世帯は何に支出しているか？

ビジネス・モデルがICT支出を大きく左右します。例えば、最小単位でのプリペイド携帯電話サービスやインターネット・カフェでの15分単位のインターネット・アクセスは、ICTサービスの手頃感の醸成に一役買っています。それが、家計調査の上で世帯のICT支出額が際立っていることに現われているのかもしれません。

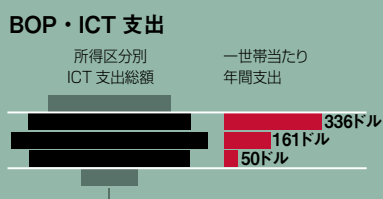
最低所得区分を除いて、1世帯当たりのICT支出の平均は全般的に水道支出より高く、BOP上位所得区分においては保健医療費を超えるケースもあります。開発途上国のICT市場の急速な成長が依然続いていることは、豊富な未開拓需要の存在を示しています。<sup>4</sup>それゆえ、家計調査上のICT支出のレベルは、支払う意欲の下限と考えるべきです。

サービスへのアクセスの容易さも世帯の支出傾向、特にICT支出に影響を与えます。ほとんどの農村部ではICTサービスが未整備であり、さらに人口要因もあります。結果として、BOPの1世帯当たりのICT支出額は国によって大幅に異なる、方、市場の特性は大幅に違っても支出額は同程度ということになります。例えば、コートジボワールとシエラレオネの家計調査に現われたBOP世帯の平均支出額はそれぞれ57.60ドルと46.40ドルと

## ケース・スタディ 3.3 インドネシア: BOP中位層に集中するICT市場

インドネシアのBOP世帯のICT支出は、BOP1500、BOP2000、BOP2500所得区分に集中しています。これら3区分が、ICT市場全体の59%を占め、インドネシアの総世帯の28%に相当しています。1,500万世帯を擁し、年間のICT支出額16億ドルの市場は、かなりの規模の市場と言えます。上記各世帯区分の1世帯当たりの年間ICT支出額は、それぞれ50ドル、161ドル、336ドルです。

所得が増えるに伴い、世帯のICT支出も大幅に増えています。しかし市場全体は、明らかにBOP中位所得層に集中しています。1世帯が1年間に費やす平均ICT支出額は、比較的人口は少ないものの、より富裕な中所得層（1,238ドル）の支出は、BOP（149ドル）の8倍となっています。



### ケース・スタディ 3.4 スマート・テレコム: オーダー・メイド・サービス、市場の変革

家計調査で報告されるICT支出の多くが電話サービス関連の費用です。もう一つの費目として、通常全体に占める割合は小さいものの、ICT機器(テレビ、音楽プレイヤー、コンピューター、電話器、カメラ)関連の支出があります。これらの機器の修理代も少額ながらICT費用に含まれています。別の情報源のデータによれば、ほとんどのBOPの人は、家庭ではなく、インターネットカフェあるいはその他のシェアアクセス拠点で、インターネットを利用しています。これは、より大きな割合を占めている電話の利用についても当てはまる利用方法です。

家計調査データから、ICTサービスの奥行きや深さ、BOP市場へ展開するためのビジネス戦略の真価を正しく捉えることはできません。例えば、フィリピンのSmart Communicationsは、ショート・メッセージ・サービス(short message service: SMS)による電子通信時間の売買を可能にし、さらに販売の単位を最小の0.03米ドルまで下げることによってフィリピン携帯電話市場の変革を成し遂げました。この革新によって何百万というフィリピンの低所得者が通信サービスを利用できるようになりました。Smart Communicationsの利用者の98%が低所得者で、プリペイド・サービスの利用者です。SMSを活用し、携帯電話のICチップに入金し、利用者間で電子マネーのやりとりもでき、少額の取引も円滑に進めることができます。さらに、小規模商店による、通信時間の再販サービスを認め、販売手数料も支払っています。これにより80万の零細企業家のビジネス機会が創出されています。

Smart Communicationsは、文字メッセージによる送金の通知システムを世界で初めてスタートしました。国外に住むフィリピン人は、国際的な代理店に送金を依頼、代理店はフィリピンの指定銀行に送金します。受取人は、入金を知らせるSMSメッセージを自分の携帯電話で受け取り次第、最寄りのマクドナルド店舗で現金を引き出すことができます。このサービスは、現金を直接持ち込むことの多いインフォーマルあるいは地下金融ネットワークより安上がりです(Smith 2004b)。

Smart Communicationsは、2種類のBOPビジネス戦略の有効性を実証しています。革新的なサービスを通じた、BOP市場にフォーカスする戦略と、代理店ネットワークの拡充による価値創造の地域密着化戦略です。

近いですが、コートジボワールは明らかに下位市場集中型であり、シエラレオネは上位2所得区分(BOP2500、BOP3000)に集中しています。家計調査の支出額には、調査の質問内容や支出項目の違いも影響していると考えられます。

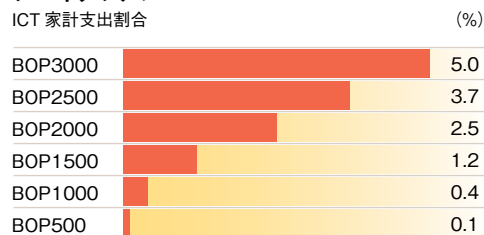
有意な支出傾向の特性をBOP世帯の平均年間ICT支出額の地域中央値に見ることができのかもしれませんが。各地域の中央値は、アフリカ33.89(カメルーン)、アジア53.62ドル(カンボジア)、東ヨーロッパ55.83ドル(ベラルーシ)、87.00ドル(カザフスタン)、ラテンアメリカ107.40ドル(ペルー)です。インドは、アジア最大のBOPのICT市場(測定値)です。BOP世帯の支出総額78億ドル(国全体のICT市場の53%)、BOPの1世帯当たりの年間平均ICT支出額は、42ドルです(該当する中国の支出データはありません)。他の地域でBOPのICT市場の大きな国は、ブラジル(55億ドル、市場全体の27%)、ロシア(14億ドル、市場全体の35%)、南アフリカ(7億4,500万ドル、市場全体の14%)です。BOPの1世帯当たりの年間平均ICT支出額は、ブラジル173ドル、ロシア53ドル、南アフリカ109ドルです。

ほとんどの測定国で、BOPの所得増、特に最も低い所得区分から上の区分に移るのに伴い、1世帯当たりのICT支出も増えています。

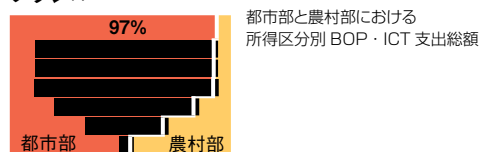
しかし、最も高い所得区分であるBOP2500、BOP3000層については、多くの国でICT支出が所得と比例した伸びを見せておらず、BOPの潜在需要の存在を示唆しています。上記地域の中央値国のBOP3000の1世帯当たりの平均ICT支出額とBOP1000のそれとの比はそれぞれ、カメルーン27:1、カンボジア8:1、ベラルーシおよびカザフスタン4:1、ペルー32:1です。

所得は引き続き上昇し、1世帯当たりのICT支出も増え続けています。伸びの幅は国によって様々ですがラテンアメリカと東ヨーロッパ諸国は、平均して控えめな伸びです。ほとんどのアフリカおよびアジア各国の伸びはさらに小幅です。中所得の1世帯当たりのICT支出のBOPのそれとの比

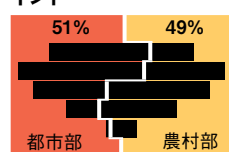
ブルキナファソ  
ICT 家計支出割合



## ブラジル

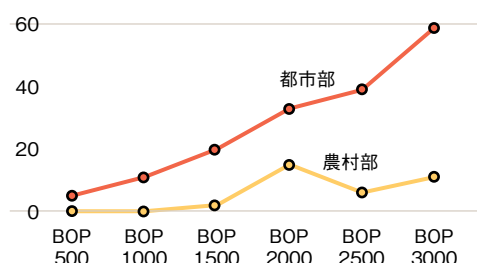


## インド



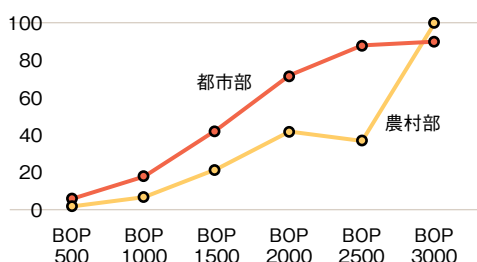
## ボリビア

電話を所有する世帯の割合



## Pakistan

電話を所有する世帯の割合



も市場の大きさを知る上で有益です。上記各国の中所得の1世帯当たりの ICT 支出の BOP のそれとの比は、それぞれカメルーンが約12:1、カンボジアは12:1、ベラルーシおよびカザフスタンは2:1、ペルーは8:1です。

この比率は、エネルギー、水道等の他のインフラストラクチャー・セクターの比率よりもかなり高く、ICT サービスへの潜在需要の大きさがここにも表れています（ケース・スタディ 3.4）。

## 市場はどこにあるか？

概して依然都市部集中型の ICT 市場では、都市部と農村部の大きさの違いは歴然としています。BOP 市場も同様です。カンボジアとスリランカを除く全ての測定国の都市部が ICT 市場全般を支配しています。都市部は全ての東ヨーロッパとラテンアメリカ諸国、ウガンダを除くアフリカ、アジア9カ国のうち4カ国（インド、インドネシア、パキスタンを含む）の BOP 市場を支配しています。

例えばブラジルの BOP 世帯の ICT 市場の 97% が都市部であり、都市部 BOP 世帯が1年間に支出する ICT 費用（203ドル）は、農村 BOP 世帯の7倍です。ロシアの BOP 市場の71% が都市部で、都市部と農村部世帯の支出の比は2:1です。アジアでは、インドの BOP 市場の51% が都市部で、都市部 BOP 世帯の支出は農村部の3倍です。パキスタンとインドネシアの都市部 BOP の割合はさらに高く、それぞれ、69%と93%です。アフリカでは、南アフリカの BOP 市場の68% が都市部で、都市部世帯は農村部世帯の平均2倍の ICT 支出を行っています。ナイジェリアの都市部のシェアは77%です。

農村部の ICT 支出は一般に都市部より低いことには変わりはありませんが、農村部の人口が多い一部の国の農村部市場は、かなりの大きさがあります。例えば、タイの農村部 BOP 層の ICT 市場の大きさは15億ドル規模です。1年間に世帯が費やす ICT 支出は、平均160ドルです。インドの農村部市場は38億ドル規模。メキシコは、7億6,700万ドルで、年間の農村部 BOP 世帯の ICT 支出の平均は154ドルです。

## BOP ペナルティーの証拠はあるか？

携帯電話網が都市中央部から外へ拡大する中、農村部 ICT 市場のシェアは近年少しずつ増えているかもしれません。しかし、農村部における ICT サービスへのアクセス欠如の状況は広がったままで、BOP 支出に関する農村部-都市部間の一定のパターンに変化は見られません。この都市部と農村部の格差の原因を都市部の所得の高さにのみ押し付けることはできないかもしれません。例えばボリビアでは、都市部の BOP 世帯の ICT 支出は、農



ICTサービスへのアクセス欠如は明らかに深刻なBOPペナルティーに違いありません。

農村世帯は市場そして豊かな情報源から断絶されたまま、  
彼らの孤立と貧困は深まる一方です。

村部の365%に達していますが、所得は94%高いに過ぎません（支出総額の測定値に基づく）。

携帯電話利用者に関するデータは、アクセスの欠如が格差の主たる原因であることを裏付けています。ボリビア農村部BOPの僅か2%が固定あるいは携帯電話を所有していると回答しています。これに対し比較的富裕な農村部中所得層は13%、そして都市部BOP世帯は25%が所有しています。この傾向は世界の各地で見られます。ロシア農村部BOP世帯の27%が電話を所有、比較的富裕な農村部中所得層は、48%、都市部BOP世帯は53%が所有しています。パキスタンの都市部BOP世帯26%が電話を所有しているのに対し、農村部は6%です。

ICTサービスへのアクセス欠如は明らかに深刻なBOPペナルティーに違いありません。農村世帯は市場そして豊かな情報源から断絶されたまま、彼らの孤立と貧困は深まる一方です。広がりを見せるICTサービスの公共機関による提供やシェアド・アクセス・サービスユニバーサル・アクセスとは到底呼べる状況ではありませんが—がなければ、BOPペナルティーはより深刻なものとなるでしょう。

### BOPペナルティー軽減に役立つシェアド・アクセス

ボリビアの農村BOP世帯の携帯電話利用は非常に少ないにもかかわらず、調査結果を見ると、これらの世帯は年平均35ドルをICT関連サービスに支出しています。うち27ドルが「電話およびファックスサービス」に充てられています。端的に言って、農村世帯は電話を購入するだけのお金を持ち合わせていません。それでも、公衆電話や、近所の人の携帯電話、あるいは企業家の運営する電話シェアド・サービスには喜んでお金を支払うことでしょう。

### ケース・スタディ 3.5 コミュニティ電話:

#### 企業家が提供するシェアド・アクセス

南アフリカ最大の携帯電話会社のプログラムであるVodacom Community Servicesは、社会的・経済的目標を達成するための企業と政府の協力の可能性について示しています。BOP地域社会へサービスを提供するという1994年政府令を受けてVodacomが開発したこの革新的なプログラムは企業家が所有・経営する電話ショップに支えられています。このプログラムによって何百万という南アフリカ国民が手頃な価格で通信サービスを受けられ、また不利な立場に置かれていた何千もの企業家に能力を付与することができます。

約26,000ランド（3,450米ドル）の費用で、プログラムへの参加を希望する企業家は、Community Serviceフランチャイズになり、転用コンテナの中から携帯電話事業を営むことができます。各電話ショップは独立採算経営ですが、Vodacomの標準製品とサービスを提供します。国内のどのCommunity Service電話ショップでも、顧客は一律料金である1分間85ランド（0.11米ドル）で電話をかけることができます。これは、商業ベースのプリペイドの携帯電話サービス料金の3分の1以下の料金です。

立地条件の良い場所にある5本の回線を持つ電話ショップの場合通常1ヶ月の通話時間が100時間を超え27,000ランド（3,550米ドル）の収益を上げています。このうち9,000ランド（1,190米ドル）が企業家の収入となります。電話ショップは、南アフリカの4,400万の国民の93%をカバーするVodacomの広範な携帯電話網を活用できるのです。現在、広く南アフリカ全土で23,000本の携帯電話回線を利用し、4,400ショップがサービスを提供しています（Reck and Wood 2003）。

地域社会の企業家の力を活用した成功例であるコミュニティ電話ショップは、価値創造の地域密着化戦略の有効性を実証しています。



## ケース・スタディ 3.6 BOPに投資する:

### 次なる10億人向けビジネス戦略

国際電気通信連合の2006年の世界情報社会サミット報告によると、電気通信および情報技術産業の経営者達は、10億の新規顧客市場として新興市場のBOPに注目していることがわかります。

例えば、Qualcommは、その技術を基に、インドのパートナー企業が30米ドル以下のコストの携帯電話を発売する支援を行っています。あまり利益につながりそうにないこの電話事業ですが、将来へ投資するQualcommの姿勢が表れています。同社のCEOのPaul Jacobsは、「誰かが購入する最初の電話で多額の利益を出そうとは思っていません。でも最終的に[その顧客が]もっと多くの電話を買うことになります。」と話しています。

またPaul Jacobsは、新興市場向けの安価な製品を開発することに集中することから革新は生まれると主張します。「以前は高所得層向けのサービスに投資し、その浸透効果を待ちました。」「でも今は、高所得層と低所得層向けのサービスに同様に投資し、中所得層への浸透を目指すのです。」6とPaul Jacobsは語ります。

Motorolaの経営者も新興市場への集中から革新が生まれると信じています。同社は、インドでデザインした携帯電話機を農村の利用者をターゲットとして30米ドルで販売しています。電話の使い方の説明は利用者が、読み書きができないことを想定し、文字ではなく音声によって行われます。さらに戸外での利用の便を考え、反射型液晶ディスプレイを使い、充電機の待機時間を2週間に設定しています(GSM Association 2005)。

Intel、Motorola、Samsung Electronics等の企業は、10億の新規顧客を攻略するための戦略として新しい固定無線技術(WiMax、WiFi)に前向きです。近年の銅価格の高騰を考えてみても、無線は銅より遥かに安上がりという主張です。Intelは、東南アジアでの同技術を使ったサービスの試験的運用をサポートしています。Samsung Electronicsはラテンアメリカでの試験的運用に機器を提供し、南東アジアとアフリカで固定無線技術を使った機器の販売を計画中です。

上記の各例は、**BOP市場にフォーカスする戦略の有効性を実証しています。**

パラグアイの例は、シェアド・アクセスの効果をより鮮明に示しています。調査によると、農村BOP世帯の僅か0.25%が携帯電話を所有していると回答しています。同じ調査で農村BOP世帯が1年間に費やすICT関連支出は平均128ドルです。うち117ドルが電話サービスに充てられています。

携帯電話を所有する農村世帯数が少なく、しかもかなりの額を電話サービスに費やす、このパターンは、他の国でも見られます。ウガンダのBOP農村世帯の平均的電話サービス料金は年間平均29ドルですが、電話を所有していると回答した世帯は僅か0.10%に過ぎません。パキスタンの農村BOP世帯の僅か6%が電話を所有しています。一方BOP農村世帯の平均的電話サービス料金は年間平均24ドルです。メキシコの農村部BOP世帯の電話所有割合は、アフリカやアジアの国々に比べ高く17%です。しかし年間の平均的電話サービス料金も137ドルと高くなっています。

公衆電話によってシェアド・アクセスが提供されている国もありますが、インドや南アフリカのように企業家が経営する電話ショップがアクセスを提供している国もあります(ケース・スタディ3.5)。インターネットカフェやインターネット・キオスクもコンピューターやインターネットについてシェアド・アクセス・サービスを提供しています。

### 新技術、新しい潜在市場の可能性

携帯電話がBOP世帯や農村の地域社会にとってインターネットの端末となるのでしょうか? 主要な携帯電話製造会社や情報技術会社の一部が採用するビジネス戦略など幾つかの要素がそうなることを示唆しています(ケース・スタディ

3.6)。

開発途上国において、携帯電話の利用はコンピューターの利用を遥かに凌いでいます。また携帯電話の利用方法を習得することは一般に比較的簡単で、高度な技術的サポートも必要ありません。音声ベースのガ

機能を強化した電話機、安価なネットワーク、音声認識アプリケーションによって、  
これまでインターネットを使ったことのないより多くの人々に  
インターネット利用の道が開かれるかもしれません。

イダンスのために識字率の壁も関係ありません。携帯電話はコンピュータより安く一開発途上国仕様の基本サービスGSM携帯電話の価格は30米ドルに近づいています。多くの企業が、BOP消費者が求めやすいプリペイドによる提供というビジネス・モデルを採用しています。

携帯電話サービスは、電子メールやブラウザー等のインターネット・サービスを充実させ、銀行サービスや金融サービスのプラットフォームとなりつつあります。激化する競争に触発され、携帯電話製造会社は、新たな機能—2、3の例を挙げれば、デジタル写真、音声認識、バイオメトリック認証—を付加しています。その結果、業界の専門家は、一般に利用される携帯電話は5年以内に、現在のコンピューターの処理能力を備えると予測しています。

同様に重要なことは、農村部での安価な固定無線ネットワークの持つ可能性です。従来の携帯電話ネットワークを補完し、携帯電話あるいは他の装置を使って過疎地域へインターネット・アクセス、そしてボイス・オーバー・インターネット (VoIP) 携帯電話を提供できます。WiFiチップを携帯電話に搭載すれば、僅か数ドルで、農村部のネットワークにアクセスすることが可能です。

機能を強化した電話機、安価なネットワーク、音声認識アプリケーションによって、市場価格、保健医療情報あるいは政府の公共サービスを入手するために、これまでインターネットを使ったことのない多くの人々にインターネット利用の道が開かれるかもしれません。いずれにしても、不断の技術革新は、農村部—その多くがBOP—潜在的ICT市場開拓に役立つでしょう。

#### 後注

1. 各国の家計調査では、全てのICT支出項目に関する情報が収集されているわけではないので、ある国の家計調査から得られる支出データは、その国の実際の支出額の最小推計値とみなされるべきです。
2. 包括的な概要については世界銀行の「Information and Communication for Development 2006: Global Trends and Policies (2006b)」を参照下さい。この分野の急速な伸びの例として、ナイジェリアの携帯電話利用者の数が2001～2005年の間に37万から1,680万人に増えたこと、またフィリピンでは2001～2005年の間に利用者の数が6倍増え4,000万人となった事実を示しています。さらに2000～2004年の間にサハラ以南アフリカ地域と東アジアで電話利用が3倍、南アジア地域ではほぼ2倍、ラテンアメリカと中央アジアでは2倍に増えています。インターネット利用者の伸びは、はるかに少ない人数からスタートしていることから、これを上回っています。
3. Economist, 「Out of Africa」 (2006年12月9日号 p.67-68)
4. 例えば、2005年後半、インドの新規携帯電話利用者の数は毎月600万件増えていたと報告されています。(Katie Allen, 「Motorola's Gloomy Outlook Casts Shadow on Mobile Phone Market」, Guardian Unlimited 2006年1月6日 <http://business.guardian.co.uk/story/0,1983795,00.html> (2006年1月18日アクセス))
5. Michela Wrong, 「Mo Ibrahim: Revolutionising Communications in Africa. His Tool? The Mobile Phone」 New Statesman, 2006年10月17日 <http://www.newstatesman.com/200510170021>, Mo Ibrahim 2006年4月世界銀行へのプレゼンテーション、2006年4月。
6. Bruce Einhorn, 「Telecoms Hungry for Next Billion Callers」 BusinessWeek, 2006年12月7日号 [http://www.businessweek.com/globalbiz/content/dec2006/gb20061207\\_197764.htm](http://www.businessweek.com/globalbiz/content/dec2006/gb20061207_197764.htm).



## 第 4 章

# The Water Market

水道市場



10億を超える人々が安全な飲み水へのアクセスを得ることができません。その数を超える人々が日々の生活に必要な水を得るための闘いを強いられるか、あるいはこの生活必需品に高いコストを支払っています。彼らの抱える困難の原因は？それは都市部の水道網の老朽化にあります。急激な都市化に伴う需要の増大に、水道網の整備が追いついていません。多くの人々が水ストレスの高い地域や産業化、農業等の流出、衛生サービスの欠如によって水資源が汚染された地域で生活しています。

人は水を様々な方法で手に入れます。川あるいはその他の地表水、井戸や地域社会の給水塔から「対価」を払わず（労働力という無視することのできない対価は別として）得ることができる人々もいますが、それ以外の人々は皆対価を支払っています。都市の大型水道システムに支払う料金が家計調査上の水道費の大半を占めます。そして世帯はこれ以外にも、業者や地域社会の小規模な水道システムから水を購入したり、浄水装置など小規模 point-of-use 水道システムの対価を支払います。

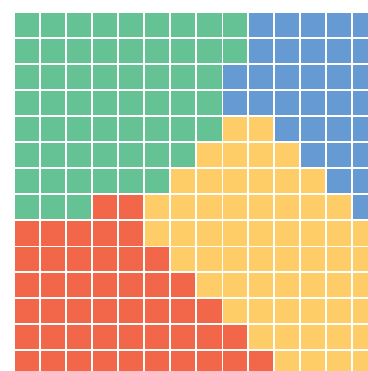
民間セクターは、最後の手段であることが多く、小規模水売り業者は都市近郊の地域社会にとっては選択肢の一つに過ぎません。民間セクターが開発し、市場へ提供している point-of-use 水道システムを改良すればBOP世帯、特に農村部のBOPへの水供給の選択の幅を広げることが期待できるかもしれません。地域社会の参入や官民パートナーシップ等新しいモデルが生まれています。

### 市場はどれくらい大きいか？

アフリカ（11カ国）、アジア（7カ国）、東ヨーロッパ（5カ国）、ラテンアメリカ・カリブ海地域（7カ国）のBOP水道市場規模の測定値は113億ドルです。これは、低所得および中所得国30カ国20億人の年間水道支出額に相当します。全調査国を含めると、これら4地域のBOP水道市場は、39億6,000万人、推計200億ドル規模の市場です（推計手法については第1章囲み1.5参照）。

測定値で見ると、ラテンアメリカは最大のBOP水道市場で、2億6,250万人、38億ドル規模の市場です。

BOP 水道支出  
201 億ドル



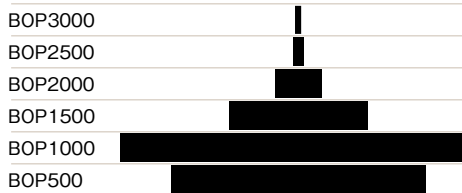
	10億ドル (PPP)
アフリカ	5.7
アジア	6.4
東ヨーロッパ	3.2
ラテンアメリカ	4.8

上記の箱一つで約1億ドル

BOP 水道市場は、BOP 世帯のほとんどが農村部の国でさえ、都市部が優勢です。特に、市営水道網によるサービス範囲を超えた都市近郊が急速に伸びています。

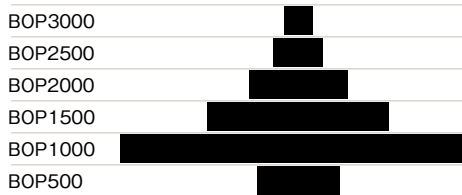
#### ナイジェリア

所得区分別水道支出総額



#### パキスタン

所得区分別水道支出総額



BOP 水道市場全体の大きさは、3 億 6,000 万人の水道支出額に相当する 48 億ドルと推計されます。

アジアの BOP 水道市場の測定値は 32 億ドル (14 億人)、アジア市場全体 (中東を含む) の大きさは推計 64 億ドル (29 億人) です。アフリカ BOP 水道市場の測定値は 25 億ドル (2 億 5,240 万人)、アフリカ市場全体の大きさは推計 57 億ドル (4 億 8,600 万人) です。東ヨーロッパの BOP 水道市場の測定値は 17 億ドル (1 億 3,890 万人)、市場全体の大きさは推計 32 億ドル (2 億 5,400 万人) です。

測定国の支出全体に占める BOP の割合は様々です。アジアは BOP 市場のシェアが最大で 68% です。ラテンアメリカと東ヨーロッパの BOP シェアは、45%、アフリカは 60% です。

平均によって隠されてしまう域内の差があります。東ヨーロッパの BOP 市場が全体に占める割合は、マケドニア旧ユーゴスラビアの 24% からウズベキスタンの 98% まで幅があります。アフリカでも同様に、ルワンダの BOP は世帯全体の水道支出の 14% を占めるに過ぎませんが、ナイジェリアの BOP は、99% 以上と実質的に市場全体を占めています。人口の多いラテンアメリカの国々の中で BOP のシェアが優に半分を超えているのはペルーのみ (71%) です。アジアでは、BOP 市場が 50% 前後で推移するのはタイとネパールのみで、残る各国では BOP 市場がかなりのシェアを占めています。

BOP 水道市場は他の BOP 市場に比べ、様々な尺度 (単に市場規模のみではなく) から見て「低迷」市場であると言えます。BOP 世帯が国全体の水道市場に占める割合が、エネルギー、運輸を含む他の市場に比べ小さいのが一般的です。さらに人口の 71% を占めるラテンアメリカの BOP の水道支出額は、全体の 45% しか占めていませんが、他の地域でも同様の傾向を確認することができます。

#### 市場はどのように分布しているか？

測定国 30 カ国のうち 10 カ国が、下位集中水道市場—50% を超える支出が BOP の下位 3 所得区分による調査データが示している—であることが明らかです。うち 8 カ国は、アジアとアフリカ (インドネシア、パキスタン、タジキスタン、ブルキナファソ、コートジボワール、マラウイ、ナイジェリア、ウガンダ) の国々です。BOP 下位 3 所得区分が BOP を支配するこれらの国の BOP は概して、BOP 上位所得および中所得層を合わせた市場より超えて、国全体の市場を支配しています。



## ケース・スタディ 4.1 ネットワークの外で:

## 安全な水には喜んで対価を支払う

公的資金と私的資金の両方で経営されているインドの私企業である WaterHealth International は、世帯用ユニットから拡張可能な地域社会の水道システム、フランチャイズ店舗まで、紫外線滅菌システムを利用した一連の製品を開発しています。インドのアンドラ・プラデシュ州の Bomminampadu でのパイロット事業によって、低所得の地域社会も処理された水や自宅への水の配達のために料金を払う意思を持っていることが確認されました。実際それまで水のために金を支払うことなどあり得なかった村の 80% の世帯がパイロット事業に登録していました。

同じくアンドラ・プラデシュ州の別の市では、Heritage Livelihood Services Partners が Hyderabad 市の都市部上・下水道委員会と協力し、市の近郊地区にサービスを提供しています。同社は、貯水槽や水道供給の一括払いのための運転資金などに投資することによって、他の水道業者よりかなり低いけれども費用を賄うには十分な料金で、きれいな水を水供給トラックで提供する政府委託事業が実現しました。同社は、地元地域社会の組織と協力し、安全な水提供システムの整備の重要性についての啓蒙活動も展開しています。

革新的な WaterHealth の取り組みは、**BOP 市場にフォーカスする戦略の有効性を実証しています**。地域社会全体を顧客と位置づけている Heritage Livelihood Services は、**価値創造の地域密着化の有効性を実証しています**。いずれのケースも、公的機関の関与がある場合でも、民間企業が BOP ビジネス戦略を実行することが可能であることを示しています。

調査に記録された水道支出額の 50% 以上を BOP 下位 2 所得区分が占めるというさらに極端な例もあります。

ブルキナファソ、コートジボワール、ナイジェリア、ウガンダがこの例です。ナイジェリアの所得区分 BOP500、BOP1000 の 2,230 万世帯が国の水道市場全体の 75% を占めています（一年間支出額 4 億 4,460 万ドル）。

アジア諸国の中では、パキスタンで同様の集中が確認できます。BOP500、BOP1000 グループが国の水道市場全体の 54% を占めています。タジキスタンの BOP500、BOP1000 は、57% を占めています。アジア第 3 の水道市場（測定値）であるインドネシアでは、BOP 下位 3 所得区分が支出全体の 52%（4 億 2,110 万ドル、1 億 2,560 万世帯）を占め、市場を支配しています。

上位 3 所得区分が下位 3 所得区分より市場を占めている上位集中 BOP 水道市場は、東ヨーロッパとラテンアメリカで多く見られます（測定国 12 カ国中 10 カ国）。上位集中市場国は、同時に中所得層が国全体の市場を支配しているケースが多く、その最たる例がパラグアイです。同国の中所得層は人口全体の僅か 36% ですが、調査データによる国の全体の水道支出額の 78% を占めています。これに対し、BOP 下位 3 所得区分は水道市場全体の 3% を占めているに過ぎませんが、人口は全体の 36% です。

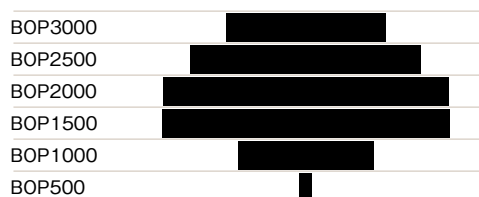
アジアとアフリカの上位集中 BOP 水道市場国では中所得層が市場を支配しているケースは稀です。例えば、上位集中型市場のバングラデシュの中所得層は、支出全体の僅か 15% を占めるに過ぎません。

## 市場はどこにあるか？

BOP 水道市場は、BOP 世帯のほとんどが農村部の国でさえ、都市部が優勢です。測定国の中ではタイ、ウガンダ、ウズベキスタンが例外です。BOP 水道市場は、特に、市営水道網によるサービス範囲を超えた都市近郊で急速に伸びています。そこではネットワーク化されていない比較的大規模な浄水イニシアティブの成功が期待できます（ケース・スタディ 4.1）。

## ペルー

所得区分別水道支出総額



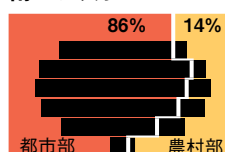
## カザフスタン

所得区分別水道支出総額



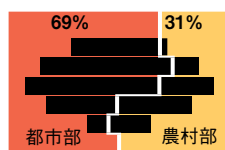
## 都市部BOP世帯は、農村部BOP世帯よりかなり多く 水道費に支出しています。

### 南アフリカ

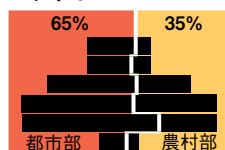


都市部と農村部における所得  
区分別 BOP 水道支出総額

### インド



### マラウイ



アフリカで都市部が支配的な水道市場は、ジブチ、ガボン、ルワンダ、シエラレオネで、都市部BOPの支出額が全体の90%以上を占めています。ガボンでは、都市部BOP市場は、農村部の32倍の大きさです。ウガンダはその逆で、農村部市場の大きさが都市部の6倍となっています。

都市部の支出額は、アジアのBOP市場でも優勢です。例えば、パキスタンの都市部BOP世帯の割合は29%に過ぎないにもかかわらず、BOP水道市場の84%を占めています。BOP世帯の大半が都市部に集中する東ヨーロッパとラテンアメリカでも同様、あるいはより強力で都市部が市場を支配しています。ウクライナのBOP水道支出額の87%が都市部で、コロンビアでは93%です。

都市部BOP世帯は、農村部BOP世帯より多く水道費に支出しています。マラウイの都市部BOP支出総額は、農村部の2倍、うち水道費については都市部が農村部の16倍支出しています。ネパールでも同じ傾向が見られます。世帯の支出総額の都市部と農村部の比は2:1、これに対し水道費の比は22:1です。比率は小幅ながら、東ヨーロッパとラテンアメリカのほとんどの国で同様の傾向が確認できます。

### BOPは何を買っているか？

BOP世帯は水のニーズを満たす際に、依然として多くは「無料」の水源（地表水や井戸）から調達しています。そういった水源の中には管理され安全なものもありますが、汚染されていたり、利用すれば健康に悪影響を及ぼす危険のある水源もあります。汚染の原因は廃棄物、重金属、化学物質、生物学的作用物質など多様で、その解決策にも多様性が求められます（ケース・スタディ 4.2）。

アフリカのBOP世帯の多くは地表水に依存する傾向が高く、アフリカの測定国のBOP世帯の17%が地表水を主な水源と回答しています（これに対し中所得層は僅か1%）。地表水の利用は、BOP500で一貫して高く、所得が高くなるに伴いその割合が下がります。例えば、ブルキナファソのBOP500世帯の81%が地表水を利用しており、BOP1000の69%、BOP1500では55%です。シエラレオネでは各割合は、47%、38%、27%で、カメルーンでは、49%、40%、20%です。

ラテンアメリカでは、地表水を主な水源とするBOP世帯の割合は比較的少なく、また所得増に伴いそうした世帯の割合が急激に減少しています。例えば、ペルーのBOP500世帯の45%が地表水を利用し、BOP1000では32%、BOP1500では僅か15%です。

BOP 世帯やその地域社会が直面する様々な水の汚染物質を手頃な価格で point-of-use 処理するシステムを提供する技術—淡水化、殺菌、濾過方式に基づく—を様々な企業が開発しています。

**淡水化:** 恐らく最も単純な淡水化は、汽水あるいは塩水を蒸発させ冷して真水にする方法でしょう。Watercone は、この方法を利用するものです。底面の直径 60～80 センチの円錐からカサブランカの平均的日射量で 1 リットルの真水を得ることができます。耐紫外線性ポリカーボネート・プラスチック製の Watercone は非毒性でリサイクル可能な耐用年数 5～7 年の新製品です。25 米ドル前後で販売される予定です。

**殺菌:** マダガスカルの持続可能な地場産業 Sur' Eau(安全な水という意味) は、希釈タイプ漂白水殺菌溶液(次亜塩素酸ナトリウム)を大衆市場向けに製造しています。社会的マーケティングと 1 万を超える地域社会に根ざした小売店網を通じ、Sur' Eau は 2004 年だけで 50 万本以上を販売しました。1 家族の 1 日に必要な飲み水約 20 リットルの殺菌にかかる費用は 1 ペニー以下です。同社は遠隔地への配送の便を考慮し、より小さく軽量の容器で提供できる濃縮タイプの殺菌溶液の提供を始めています (PSI2006)。

消費材大手の Procter & Gamble(P&G) は、米国疾病管理予防センターと協力して、希釈タイプの漂白用製品を製造し PuR という製品名で市場に提供しています。P&G は、製品の採算性を高める努力を進めていますが、バングラデシュ、ボツワナ、チャド、ハイチ、イラン、マラウイなどの開発途上国で既に売られています。0.10 米ドル程度で買える小さな袋に入った白い粉で、2.5 ガロンの水を殺菌することができます。2004 年 12 月の南東アジアの津波(スマトラ沖大地震およびインド洋津波)の後、PuR は、津波によって汚染された水を殺菌するために被害地域全域で利用されました。

**濾過:** 様々な水の汚染を濾過する装置が開発されています。1981 年グアテマラで開発された細菌を除去するための濾過装置は、現在広く他の開発途上国でも利用されています。ヒ素を除去するための濾過装置は、初期の開発イニシアティブによって自然の状態ではヒ素が混入した地下水を汲む井戸が何十万と掘られたバングラデシュで広く利用されています。インドの一部とネパールでもこの装置は利用されています。バングラデシュの化学者と協力し、International Development Enterprises は破碎レンガに定着させた硫化鉄溶液を利用した Shapla Arsenic Filter を開発しました。容器にセットすれば濾過フィルターは 1 日 25～32 リットルの脱ヒ素水が得られます。装置は 7 米ドル、交換フィルター料金を合わせても 1 年間にかかる費用は 12 米ドル以下です。

南アジアの一部の国で問題となっている過剰フッ化物を除去するための対策もあります。インドの IIT-Kanpur が開発した濾過技術 Mytry は、地場の流通ネットワークを通じて、危機にさらされている約 7,000 万の人々の市場を対象に販売されています。同社は 3 年以内に 25 万個のフィルターを販売するビジネス戦略を発表しています (Meehan and Zaidman 2005)。

インドでは大企業 2 社が競争して濾過技術のマーケティングを行っています。消費材大手 Unilever の一部門である Hindustan Lever Limited(HLL) は、Pureit を販売しています。1 ルピーで 6 リットルの浄水を自宅まで届けるサービスです。Eureka Forbes は、高所得世帯の浄水フィルター市場向けの製品ライン Acquagard を提供しています。HLL も Eureka Forbes も徐々により下位所得へと市場を拡大し、大規模な直販網を使って大きな BOP 市場の取り込みに鎗を削っています。しかし価格と消費者教育が依然大きな障害です。

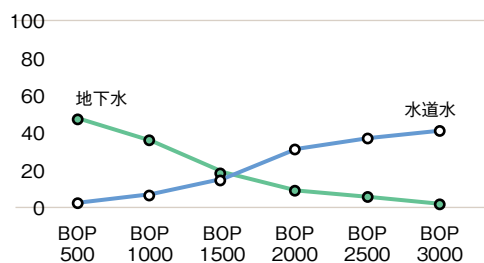
米国のハイテク製造会社 KX Industries は、BOP 市場に最新技術を届けることを目指し、ナノテクを駆使した重力式家庭用炭素繊維フィルター KX World Filter を開発しています。KX は、1 ガロンあたり 0.008 米ドル、1 世帯 1 日 0.03 米ドルの費用で、泥、化学汚染物質、細菌、ウイルスの混入していないきれいな水を提供することができます。また同社は、初期設備費用約 150 米ドルで 1 ガロンあたりの価格を 0.001 米ドルに抑えて 1 日 2,000 ガロンの水を提供できる大型の村落システムも開発しています。

もう一方には個人用の濾過装置もあります。LifeStraw は、3 種類の技術(ハロゲン化樹脂で接触殺菌、繊維(前置き)フィルターによる微細粒子(15 ミクロン)除去、活性炭素による寄生虫駆除)を組み合わせる個人用濾過装置を開発しています。この装置を使えば 700 リットル(1 日 2 リットルで 1 年分)の浄水が可能です。この装置では、ヒ素、過剰フッ化物を除去することはできず、塩水を常時利用することによって耐用期間が約半分になります。持続可能なビジネスとは言えない段階ですが、LifeStraw は、慈善事業等のルートを中心に同装置の普及を進めています。

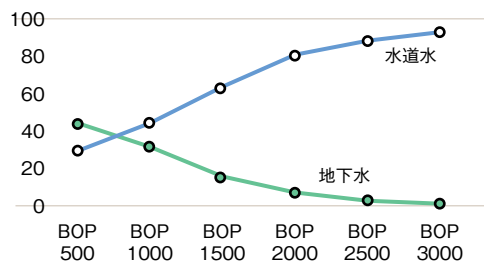
BOP 固有のニーズを満たすための解決策を追求する上記のイニシアティブは全て **BOP 市場にフォーカスする戦略の有効性を実証しています。**

BOP世帯は水道水にアクセスするより地表水を利用している可能性が高い一方、第3手段である移動水販売業者から購入するという方法が特に都市近郊の地域で見られます。

カメルーン  
水源別世帯割合



ペルー  
水源別世帯割合



BOP世帯が安全でない井戸水を利用するケースは、現在アジア、東ヨーロッパ、ラテンアメリカで見られます。しかしBOPの下位所得区分層においても、所得が増えるに伴いその割合は急速に減ります。パラグアイは唯一の例外で、全BOP所得区分を通じ安全でない井戸を利用する割合が依然高い状況です。

アフリカの中では、マラウイ、ルワンダ、シエラレオネ、ウガンダの各国で、全てのBOP所得層において安全でない井戸を利用する割合が高く、マラウイのBOP世帯の26%、ルワンダの45%が安全でない井戸水が主な水源と答えています。

#### BOPペナルティの証拠はあるか？

飲み水へのアクセスに関しBOP世帯に過重なペナルティが課されているという見方が一般的ですが、家計調査のデータからもそれを確認することができます。最も安心で手頃な水資源へのアクセス方法は、家庭で飲む水道の水です。比較可能なデータのある29カ国中9カ国の水道を利用する中所得世帯とBOP世帯の割合は、6:1あるいはそれ以上です。公的な給水塔へのアクセスについても同じ傾向が確認できます。中所得層に比べBOPの割合はかなり低くなっています。

BOP世帯は水道水にアクセスするより地表水を利用している可能性が高い一方、第3の手段である移動水販売業者から購入するという方法が特に都市近郊の地域で見られます。しかし、この選択肢には価格に関する大きなペナルティがいつも含まれています。ある調査結果によると、世界の主要都市8カ所の移動水販売業者の料金は公共水道サービスの8～16倍です(国連開発計画2006)。47カ国を対象に行われた別の調査によると、水タンカー・トラック等移動配水業者は、水道水の10倍に相当する単価で販売しています(Kariuki and Schwartz 2005)。

BOPの地域社会が市営水道へのアクセスが不足している場合、point-of-use浄水システムと、地域社会の運営する小規模な上・下水処理システムは有益な解決策かもしれません。120万人が生活するカラチのインフォーマル集落地域の一つOrangiの革新的なプログラムの基礎には地域社会をベースとしたアプローチがあります。地域社会が運営するサービス(トイレ、近隣の尿尿収集システム)を市営の下水処理トラックや処理施設と連携させるものです。住人は労働力あるいは資金を提



## ケース・スタディ 4.3 パートナーシップの力:

### サービスを改善するための官民パートナーシップ

ボリビアの協同組合とホンジュラスの地方自治体による次の2つの事例は革新的なアプローチが進歩をもたらすことを示しています。

9万人の顧客に水と下水処理サービスを提供するボリビアの熱帯低地にある町 Montero の協同組合 Cosmol は、2000年には極めて強い不満をぶつけられていました。会員はサービスの質の悪さ、恣意的な規則、閉鎖的な管理運営体質、深刻な財務問題に愛想を尽かしていました。新しく任命された経営陣は、古い体質から脱却し、完全な透明性を誓い、全ての記録を会員に公開しその審査を受けることを約束しました。

上・下水網の修繕・拡大の資金を借り入れるために、組合は会員から新たな資金を募ることに合意しました。地域社会との幅広い協議の結果、顧客は共同体健康保険のほか、より良い水の供給と衛生サービスを求めていることがわかりました。地域社会の合意を得て、毎月2米ドルの追加徴収—平均月給が70米ドルに過ぎない地域の人々にとっては大金です—が課されました。各世帯の上・下水道基金への献金が150米ドルを超えると追加徴収額は健康保険プログラムを維持するのに十分な金額（毎月0.50米ドル）に下がります。Cosmolの経験は、地域社会が問題の解決への取り組みに参加することの重要性を示しています（Constance 2005）。

1993年ホンジュラスのPuerto Cortesを襲ったハリケーンは、既に崩れかけ、機能不全に陥っていたインフラストラクチャーを破壊しました。当時の市長のMarlon Laraが率いる市政府は、効果的なサービスを提供するためには、費用回収は不可欠との結論に達し、市民啓蒙キャンペーン—そして水と衛生問題の主導権を地域社会が握るためのロビー活動—をスタートさせました。激しい選挙活動が料金を高くし、全家庭、企業、公的機関の水道の使用量を全て測定することを中心的な問題とするより良い水道・下水道サービスのあり方の議論に火をつけました。

数年の期間を要したものの、Laraは上・下水道サービスの管轄権を国から奪い取り、それまで水道を担当していた官庁をベースに新しい独立した官民運営会社を設立させました。市政府が資産を管理し、民間の請負業者が達成目標を定めた契約書に基づいて運営を行います。政治介入を一切遮断した官民運営会社は、上・下水道システムの適切な整備と維持費用を賄うのに十分な料金を設定できます。

Marlon Laraはその後国政へと転じ、Puerto Cortes市の水道の料金改訂とサービスの拡大は後退したかに見えます。しかし非政治化、市民対話、経営の独立性という成功への道は既に示されました（Constance and Cortes 2004; Satterthwaite, McGranahan, and Mitlin 2005）。

上記の事例は、斬新なパートナーシップと価値創造の地域密着化というBOPビジネス戦略が公共セクターと民間セクターいずれの場合においても有効であることを実証しています。



供し、外部機関や組織は技術援助や資材を提供します。予期に反して、極めて困難な状況の下でも、Orangiプロジェクトは、費用回収と質の向上を図りつつ運営を続けています。

同様の地域密着型の取り組みがボリビアでも効果を上げつつあります。政府は、料金について教育を行い、システム整備と監視活動に人々を参加させるなど、地域社会を早い段階から、そして継続的に関わらせることが、プロジェクトのライフ・サイクル全体を通じて成果をもたらすことを知りました。



## 第 5 章

# The Transportation Market

運輸市場

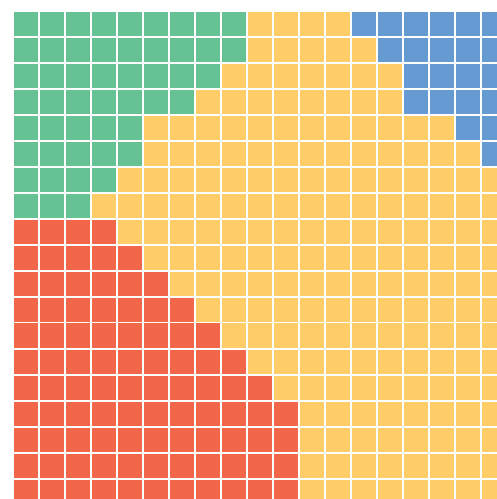


BOP層の多くの人々にとって、交通・輸送手段を持たないこと、あるいは利用できる手段が高価なことが、彼らの求職活動や、市場に製品を届け、あるいは市場から調達するのを妨げ、また保健医療サービスを受ける上での障害となっています。開発途上国の公共輸送機関は多くの場合荒廃するか、全く存在しないかであり、自家用車などは、高くて到底手が出せない状況です。残された選択肢は限られています。即ち、徒歩、自転車、動物が牽引する車、マイクロバス、その他インフォーマルな運輸サービスです。

このような状況では、人々が経済的潜在力を発揮するのは困難です。また多くの場合、特に農村部において、人々は、保健医療サービスを受けたり、子どもを学校へ通わせることを見合わせざるを得ません。都市部では、交通渋滞や公害がさらなる犠牲を強います。様々な利害関係者が参加する周到な運輸計画の策定が、より良い都市交通の整備へとつながります（ケース・スタディ 5.1）。

商品の流通・配達システムの制約は、公共交通システムのそれとは異なります。しかし、BOPが直面する経済障壁に悪影響を与えていることに変わりはありません。本報告書では個人的な交通費に焦点を当てていますが、より効率的なサービス、製品、情報の流通経路の整備は、一保健医療サービスから消費材、先進の農業技術、各種機器に至るまで一農村地域社会の能力強化や、人々が生活必需品を得るために遠方まで出かける煩わしさの軽減に寄与することでしょう。実際、交通・運送は、本報告書の産業分野全てに影響を与えます。

BOP 運輸支出  
1,793 億ドル



10億ドル(PPP)	
アフリカ	24.5
アジア	98.3
東ヨーロッパ	10.7
ラテンアメリカ	45.9

上記の箱一つで約5億ドル



## ケース・スタディ 5.1 全員参加: 多様な利害関係者との輸送計画

都会への人口流入によって開発途上国の都市の人口は増え続けています。本報告書の測定国の人口の40%は都市生活者です。交通渋滞や公害といった交通・輸送関連の問題による燃料費、渋滞による喪失労働時間、呼吸器疾患による保険医療費が増大しています。都市の輸送システムには政治家、企業経営者、乗客、土木技師、機械技師といった多くの利害関係者が関わるため、低価格で環境的に持続可能なシステムを構築するためには多様な関係者の参加が不可欠です。

多様な関係者を巻き込むことによって大きなメリットが生まれます。市、民間バス会社の経営者、世界資源研究所のEMBARQプログラムによる官民パートナーシップによって設立されたMexico City Bus Rapid Transit Systemを見てみると、経営を始めて1年後の2006年、同システムは1億人の乗客を運び、運行ルート沿いの通勤者の通勤時間を50%削減し、3万6,000トンの二酸化炭素が同市へ排出されるのを防ぐことができました。乗車料金は1人約0.30米ドルです（Flores-Arian 2006）。

もう一つの事例がフィリピンのルソン島Vigan市でのオートバイ—アジアで最も一般的な乗り物—によりクリーンで効率的な燃料噴射システムを付けて改良するプロジェクトです。オート3輪タクシー数千台—潜在的には数万台—の改良プロジェクトは、非営利組織Envirofitが、市当局、オートバイの所有者、地元の整備工、製造会社と協力して実施します。市の関係者は、オート3輪のドライバーに車両の改良を義務づける法律を成立させることを約束しています。Envirofitは、地元の製造会社や整備工に燃料噴射装置の製造と搭載訓練を提供し、環境にやさしい技術をベースとした運輸産業の能力開発を目指しています。

上記のケースはいずれも斬新なパートナーシップ戦略の価値を実証しています。

### 市場はどれくらい大きいのか？

アフリカ（12カ国）、アジア（9カ国）、東ヨーロッパ（6カ国）、ラテンアメリカ・カリブ海（9カ国）のBOP運輸市場規模の測定値は1,050億ドルです。これは、標準化されたデータのある低所得および中所得国36カ国22億人の年間運輸支出額に相当します。これら4地域のBOP運輸市場は、39億人、推計1,790億ドル規模の市場です（推計手法については第1章囲み1.5参照）。

最大のBOP運輸市場地域はアジアで測定値は496億ドル（15億人）です。以下、ラテンアメリカ（384億ドル、2億7,600万人）、アフリカ（110億ドル、2億5,300万人）、東ヨーロッパ（60億ドル、1億4,800万人）の順です。BOP世帯の運輸支出の総額はそれぞれ、アジア983億ドル、ラテンアメリカ459億ドル、アフリカ245億ドル、東ヨーロッパ107億ドルと推定されます。

BOP支出はアジアの運輸市場全体の63%、東ヨーロッパ市場の41%、アフリカ市場の39%、ラテンアメリカ市場の28%です。

アジア各国の運輸市場でもBOPは一貫して大きな割合を占めています。BOP支出は、カンボジア（42%）とタイ（30%）を除くアジアの測定国で市場全体の60%以上を占めています。バングラデシュ、インドネシア、パキスタン、タジキスタンでは、BOPのシェアが90%

を超えています。

運輸支出全体に占めるBOPの割合は3測定国を除く全てのアフリカの国々で50%以上です。BOP市場が僅か14%の南アフリカは最も顕著な例外です。BOP市場のシェアが大きい国は、コートジボワール（74%）、ジブチ（94%）、ナイジェリア（98%）です。

東ヨーロッパでは、BOPのシェアは、マケドニア旧ユーゴスラビアの23%からカザフスタンの77%へ及んでいます。東ヨーロッパ最大の

運輸支出全体に占めるBOPの割合は3測定国を除く  
全てのアフリカの国々で50%以上です。  
BOP市場が僅か14%の南アフリカは最も顕著な例外です。

BOP運輸市場であるロシアでは、BOPが全体に占める割合は43%です。

ラテンアメリカ・カリブ海のほとんどの国で中所得および高所得層の支出が運輸市場を支配しています。各国の市場におけるBOPのシェアは、ジャマイカ(81%)、ペルー(51%)を除く全ての国で35%以下です。コロンビア(17%)とパラグアイ(19%)ではBOPのシェアは非常に少ないです。

#### 市場はどのように分布しているか？

アフリカとアジアのほとんどの測定国でBOP運輸市場は、下位集中型です。BOP運輸支出は、所得区分BOP1000とBOP1500グループに集中しています。バングラデシュとブルキナファソがその良い例です。例外は、BOP運輸支出が上位に著しく集中する南アフリカとタイ、さらに僅かに上位に集中しているインドです。東ヨーロッパとラテンアメリカのBOP運輸支出は、明らかに上位、特にBOP2500、BOP3000に集中しています。この上位集中の良い例が、BOP運輸最大の市場の一つであるブラジルです(ケース・スタディ 5.2)。

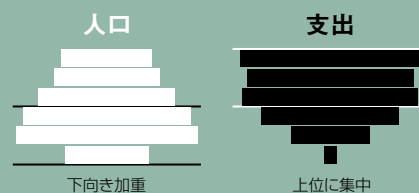
#### ケース・スタディ 5.2 ブラジル:

##### BOPトップに大きな市場

ブラジルのBOP運輸市場は195億ドルで、ラテンアメリカの9測定国中最大です。その支出額は、その地域の全測定国のBOP運輸市場の50%以上を占めているにもかかわらず、ブラジルの運輸市場全体(710億ドル)の僅か28%に過ぎません。こういった特性は、人口がBOPに集中しているにもかかわらず、運輸支出の大半を中所得および高所得人口が支出しているラテンアメリカでは一般的です。ブラジルでは、BOPが人口全体の71%を占めています。

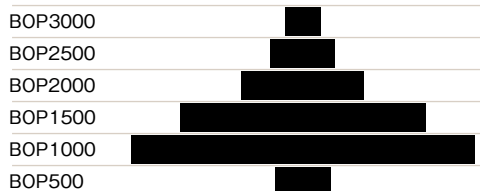
ブラジルの人口自体が下位集中型です。71%がBOPの下位3所得区分に含まれています。しかしBOP運輸支出は、BOP上位3所得区分に集中しており、この3所得区分だけで136億ドルで、BOP市場の70%以上を占めています。国全体では19%です。ブラジルのBOP上位3所得層の市場だけで、インドを除くどの測定国のBOP運輸市場より大きい市場です。

ブラジルのBOP上位3所得層の1,380万世帯は、1年間に平均983ドルを運輸分野に支出しています。家計に占める割合は12%です。これらの層の運輸支出の85%を都市部が占めています。



## バングラデシュ

所得区分別運輸支出総額



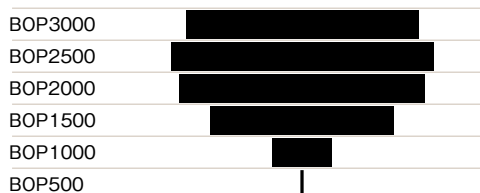
## ブルキナファソ

所得区分別運輸支出総額



## タイ

所得区分別運輸支出総額



## 世帯は何に支出しているか？

BOP世帯が1年間に費やす運輸支出の平均は地域および国によって様々です。アフリカとアジアでは、測定国の平均の中央値は極めて近く、アフリカで211ドル（ブルキナファソ）および275ドル（ウガンダ）、アジアで211ドル（タジキスタン）です。これに対し、調査データに基づく1年間の支出額の平均は、ブルンジの25ドルからナイジェリアの157ドル、南アフリカの333ドル、ガボンの517ドルまで様々です。アジアは、ネパールの101ドルからインドの136ドル、タイの601ドルにまで及んでいます。調査の質問内容や支出項目の違いもこれらのばらつきに影響していると考えられます。

東ヨーロッパの測定国の中央値は、年間141ドル（ウクライナ）、ラテンアメリカは、年間521ドル（パラグアイ）です。東ヨーロッパのBOP世帯の運輸支出額の平均は、この地域の急速な都市化傾向と整備された公共輸送システムを恐らく反映し、全般的にアフリカ、アジアより少なくなっています。ロシアは、東ヨーロッパの中央値国であり、調査結果によるとBOPの1世帯当たりの運輸支出額の平均は141ドルです。

これとは対照的に、ラテンアメリカのBOP運輸支出は、アフリカおよびアジアよりはっきりと高くなっています。ペルーを除く全ての測定国でBOP世帯は、1年間に平均270ドル以上を運輸費として支払っています。1年間の運輸支出は、ペルーの181ドルから、ジャマイカの331ドル、ブラジルの613ドル、メキシコの809ドルにまで及びます。

BOP層の中で、所得が上がるに伴って、運輸支出は急激に、  
そして多くの場合偏って増えています。





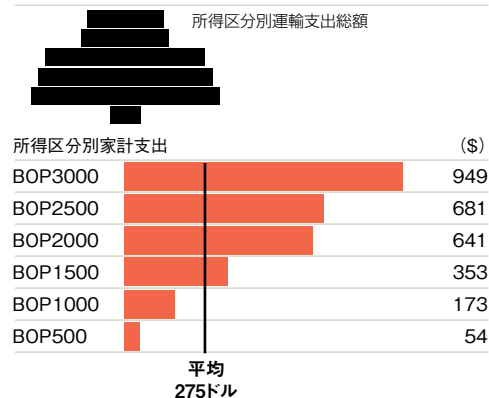
BOP層の中で、所得が上がるに伴って、運輸支出は急激に、そして多くの場合偏って増えています。測定国36カ国中29カ国で、BOP3000とBOP500の所得の比率は6:1である一方、運輸支出の比率は少なくとも10:1です。各地域の最大のBOP市場の運輸支出の比率は、地域によって様々で、ナイジェリアは32:1、インドは17:1、ブラジルは13:1、ロシアは5:1です。このパターンは、BOP運輸市場に相当量の潜在需要が眠っていることを示しています。明らかに、BOP層の人々は、輸送手段への支出—1台目のオートバイの購入—を生産性の向上と経済的選択肢の幅を広げるための優先性という点でICT支出についてと同様に考えています。さらにナイジェリアのデータから他の所得区分市場の実態を窺い知ることができます（ケース・スタディ5.3）。

中所得層の運輸支出はBOPより高いものの、それほど大きな差ではありません。いくつかの主要な国の平均的中所得世帯とBOP世帯の運輸支出の比は、最も小さいロシアの2:1から、メキシコ3:1、インド5:1、パキスタンと南アフリカ8:1、ナイジェリア12:1に及びます。支出全体に占める運輸支出の割合は、インドとブラジルの例に示されているようにBOP所得区分間、さらに国によっても様々です。

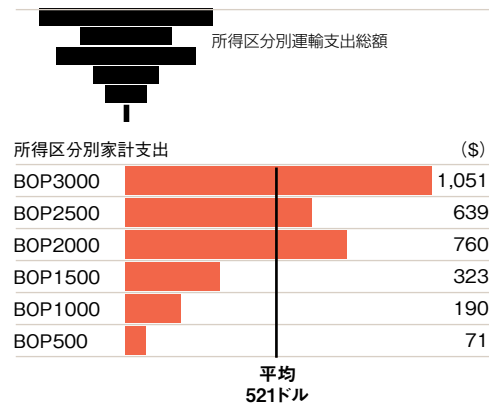
### 市場はどこにあるか？

運輸市場はアジアの全ての国で都市部が優勢です。ウガンダとブルキナファソを除く全てのアフリカの国々でも運輸支出の50%以上が都市部における支出です。都市部での運輸支出の割合が70%を超す国も8カ国あります。

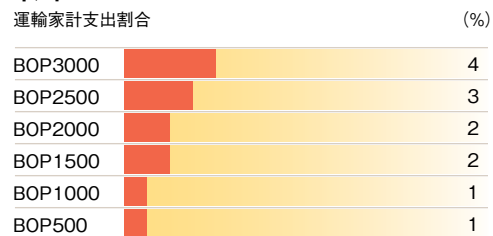
#### ウガンダ



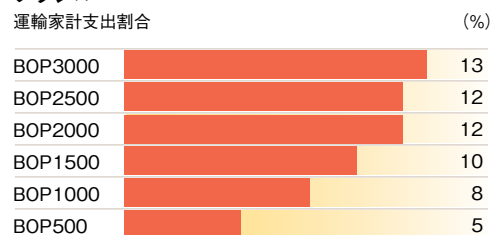
#### パラグアイ



#### インド



#### ブラジル





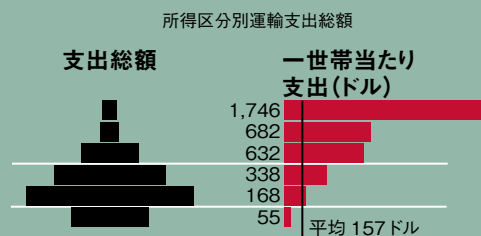
### ケース・スタディ 5.3 ナイジェリア:

#### アフリカ最大のBOP運輸市場

ナイジェリアのBOP運輸市場は国全体の運輸市場の98%を占め、42億ドル規模でアフリカ最大です。実際ナイジェリアのBOP運輸市場は、アフリカの調査データのある国の中でナイジェリアの次に大きな南アフリカのBOP運輸市場の約2倍の大きさです。

ナイジェリアのBOP運輸市場は、BOP1000とBOP1500所得区分の支出に支えられています。両所得区分層の人口はナイジェリア全体の人口の39%ですが、BOP支出の62%、国全体の運輸支出の61%を支出しています。これに対し、ナイジェリアの人口の59%を占めるBOP最下位の所得区分BOP500は、国全体の運輸市場の僅か17%を占めるに過ぎず、1世帯当たりの1年間の運輸支出は平均で僅か55ドルです。

他の国々同様、ナイジェリアの1世帯当たりの運輸支出は、所得の伸びに伴い大幅に増加します。BOP2500で682ドルに達し、BOP3000に至っては実に1,746ドルにまで跳ね上がります。この数字は、1台目のオートバイあるいは他の輸送手段の購入とその後の維持費がこの所得区分で発生することを示しているのかもしれませんが。いずれにしても、支出増加の傾向には、運輸分野の潜在的繰延需要の存在と、より良い解決策の重要性が反映されています。





アジアを除き、農村部の運輸市場は一般に都市部に比べ小規模ですが、BOP農村部のシェアは大きく、標準化されたデータのある全ての国のうち7カ国を除いて60%以上を占めています。

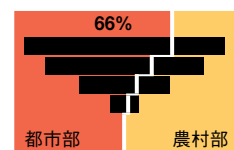
ジャマイカを除き、全ての東ヨーロッパおよびラテンアメリカ諸国では都市部運輸市場のシェアが65%を超えています。一方、アジアは、農村部運輸市場の重要性を反映し、都市部市場のシェアは、スリランカの22%からインドネシアの69%と幅があります。

同様の傾向は、BOP市場についても見られますが、ほぼ全ての国でBOP運輸市場は、運輸市場全体より農村部優勢です。とはいえ、4カ国を除く全てのアフリカ諸国、東ヨーロッパ2カ国、ラテンアメリカ2カ国のBOP運輸支出の半分以上が都市部で発生しています。66%のBOP運輸支出が都市部のウクライナと、64%の南アフリカがその例です。しかしアジアのBOP運輸市場は明らかに農村部に集中しており、例えばカンボジアのBOP運輸支出のは85%が農村部です。都市部のBOP運輸支出の割合が42%以下の国はインドネシアのみです。

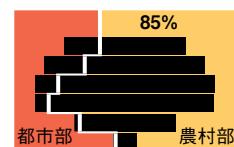
アジアを除き、農村部の運輸市場は一般に都市部に比べ小規模ですが、BOP農村部のシェアは大きく、標準化されたデータのある36カ国のうち7カ国を除く全ての国で60%以上を占めています。

都市部と農村部のBOP市場を比較すると、都市部BOP市場は比較的上位集中で、農村部は比較的下位集中であることがわかります。26の都市部BOP市場で最大シェアを占めるBOP所得区分は上位3区分のいずれかです。一方、29の農村部BOP市場で最大シェアを占めるBOP所得区分は下位3区分のいずれかです。

#### ウクライナ



#### カンボジア



都市部と農村部における所得区分別 BOP 運輸支出総額

#### 後注

1. 各国の家計調査では、全ての運輸支出項目に関する情報が収集されているわけではないので、ある国の家計調査から得られる支出データは、その国の実際の支出額の最小推計値とみなされるべきです。
2. EMBARQ, 「Cities on the Move: Mexico City, Mexico」<http://embarq.wri.org/en/ProjectCitiesDetail.aspx?id=1> (2007年1月31日アクセス)
3. Envirofit, 「About Vigan」<http://www.envirofit.org/projects/vigan.php> (2007年1月31日アクセス)



## 第 6 章

# The Housing Market

住宅市場





住宅は運輸より大きく、エネルギーよりは小さい比較的大きなBOP市場です。この市場には、主要な支出項目の賃料、住宅ローン（あるいは、帰属家賃）、修繕費、その他サービスが含まれます。BOP住宅市場には、恐らくこの市場固有のインフォーマルゆえの障害があります。Hernando De Sotoが「寝ている資本」と呼ぶ不法占有地の住宅に法律上の権利が無いことと、住宅ローンへのアクセスの欠如がBOPの潜在的市場規模の制約となっています。

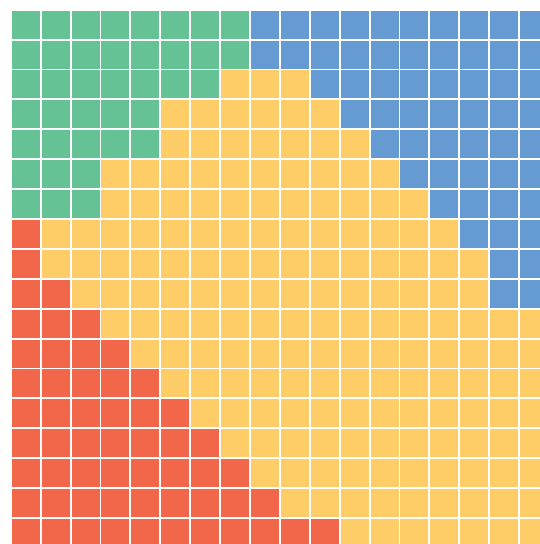
これらの障害にもかかわらず、民間セクターの戦略や政府の改革努力の中に一時に非政府組織が触媒の役割を担い—BOP世帯に大きな恩恵をもたらすようにこの市場を開拓する方策を見出すことができます。特に住宅ローン市場が未発達で、所得に対する土地の相対価格が高いアジア市場の潜在力、そしてニーズは巨大です（Bestani and Klein 2006）。

#### 市場はどれくらい大きいのか？

アフリカ（12カ国）、アジア（9カ国）、東ヨーロッパ（6カ国）、ラテンアメリカ・カリブ海（9カ国）のBOP住宅市場規模の測定値は1,875億ドルです。これは、世界のBOP人口のうちの21億人を擁し、標準化されたデータがある36カ国の低所得および中所得国で記録された年間住宅支出額です。これら4地域の全BOP住宅市場は、全調査国の39億6,000万人を擁する、推計3,318億ドル規模です（推計手法については第1章囲み1.5参照）。帰属家賃が住宅支出の大半を占め、正確な数値を求められないため、これらの金額は支出の下限とみなすべきでしょう。

アジアは、BOP人口（14億9,000万人）の大きさを反映し、測定値866億ドルの最大のBOP住宅市場です。ア

**BOP 住宅支出**  
3,318 億ドル



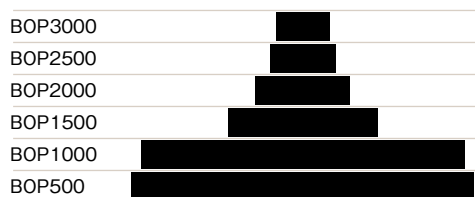
	10億ドル(PPP)
アフリカ	42.9
アジア	171.4
東ヨーロッパ	60.8
ラテンアメリカ	56.7

上記の箱一つで約10億ドル



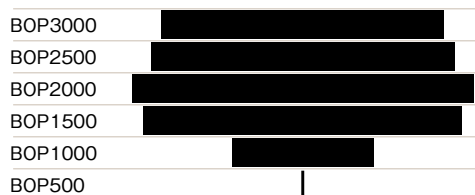
## ルワンダ

所得区分別住宅支出総額



## タイ

所得区分別住宅支出総額



アジア（中東を含む）のBOP住宅市場は29億人で総額1,714億ドルと推計されます。測定値で次に大きな市場はラテンアメリカで474億ドル（2億7,600万人）、市場全体の規模は567億ドル（3億6,000万人）と推計されます。

東ヨーロッパのBOP住宅市場の測定値は342億ドル（1億4,800万人）、市場全体の大きさは推計608億ドル（2億5,400万人）です。アフリカのBOP住宅市場の測定値は193億ドル（2億5,800万人）、BOP市場全体では429億ドル（4億8,600万人）です。

各測定国の住宅市場に占めるBOPシェアの平均は地域によって様々です。アジアとアフリカでは63%。他の地域はそれよりかなり少なく、ラテンアメリカ39%、東ヨーロッパ35%です。ラテンアメリカは、人口全体に占めるBOPの割合（71%）と、住宅支出全体に占めるBOPシェアの平均（39%）が最もアンバランスです。

住宅支出に占めるBOPのシェアは国によってもばらつきがあります。このばらつきは南アフリカやラテンアメリカを含む一部の開発途上国で見られるように中所得層の土地所有が広く行われるようになったことを一部反映しています。中所得層の土地所有者と所有権を持たないBOPを比べると、住宅市場におけるBOPのシェアは平均して人口の半分を占めます。しかしBOPが住宅市場（測定値）の95%以上を占めているパキスタンやシエラレオネといった国もあります。

アジアで、スリランカ、パキスタン、バングラデシュは極端な例で、住宅支出の90%以上をBOPが占めています。一方、人口の多さにもかかわらずタイとインドの住宅支出に占めるBOPの割合は調査結果によると、それぞれ47%と48%に過ぎません。アフリカでは、ナイジェリア（99% BOP）と南アフリカ（31%）が極端な例で、東ヨーロッパではウズベキスタン（92%）とマケドニア旧ユーゴスラビア（13%）が極端な例です。

## 市場はどのように分布しているか？

アフリカの多くのBOP住宅市場は、支出がBOP6所得区分の下位3区分に集中する、比較的下位集中の市場です。残りの国々の市場はフラットです。支出が全ての所得区分全体に均一に分布しています。アジアもほとんどのBOP住宅市場が下位集中あるいはフラットです。

これに対し、東ヨーロッパでは、ほとんど全ての国のBOP住宅市場は、支出の半分以上がBOP6所得区分の上位3区分に集中する、上

BOPの住宅支出傾向には、一貫して需要の強さが表れています。  
人々は、所得の一定の割合を住宅費として支払う意思を持っています。

位集中の市場です。ウズベキスタンは、例外で下位3所得区分が支出の77%を占めています。ラテンアメリカの支出はBOP1500を境に、それより上に集中しています。例えばブラジルは上位4所得区分がBOP住宅支出の19～23%を占めています。

ラテンアメリカ・カリブ海の一部の国では、比較的富裕な中所得層が比較的大きな住宅市場を支配しています。コロンビアのBOPは全体の27%を占めているに過ぎません。しかし、ペルーのBOP層は市場全体のほぼ4分の3(73%)を占めています。ジャマイカはさらに極端で、国全体の住宅市場の88%をBOPが占めています。

これとは対照的に、アジアでは、中所得層が住宅市場全体の半分強を占めるタイとインドを除いて、BOPが市場を支配しています。アフリカも、中所得の支出がBOPを超える南アフリカを除いて、圧倒的にBOP市場です。

### 世帯は何に支出しているか？

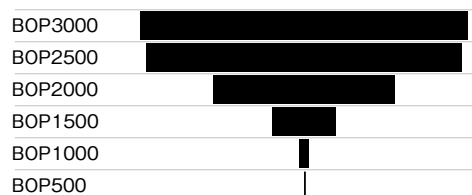
BOPの住宅支出傾向から、一貫した需要の強さが窺えます。人々は、所得の一定の割合を住宅費として支払う意思を持っています。

インドのBOP住宅市場の規模は621億ドル(測定値)で、アジア最大の市場です。BOPの支出は国全体の住宅市場の48%を占め、1世帯当たりの住宅支出額は年間平均164ドルです。他の地域をリードするのは、メキシコ(456億ドル、市場全体の44%)でBOPの1世帯当たりの住宅支出額は年間平均1,280ドル、ロシア(947億ドル、市場全体の34%)の支出額の平均は1,268ドル、南アフリカ(144億ドル、市場全体の31%)の支出額の平均は652ドルです。

BOPの1世帯当たりの支出の額は、それほど大きい額ではないかもしれません。しかし、メキシコでBOP住宅市場を開拓するという重要な取り組みを続ける成長企業2社の活動を促進するには十分な額なのです(ケース・スタディ 6.1)。

### ウクライナ

所得区分別住宅支出総額



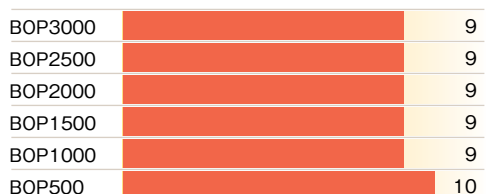
### ブラジル

所得区分別住宅支出総額

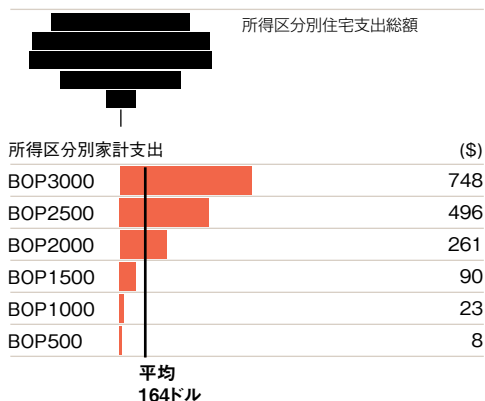


### ブルキナファソ

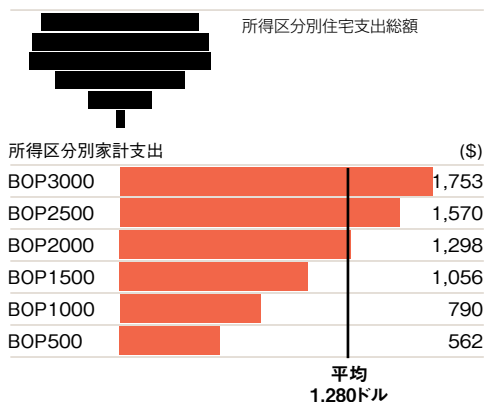
住宅家計支出割合



## インド



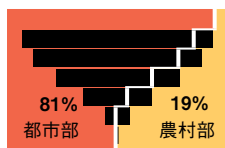
## メキシコ



## ウガンダ



## ロシア



### 市場はどこにあるか？

36 測定国のうち 24 カ国の BOP 住宅市場は、圧倒的に都市部が支配しています。しかし、各国の実施する家計調査によって、農村の貧困地域の住宅支出の場合、帰属家賃として処理されることが多く、正確に測定することが困難なケースが多いのが現状です。

アジアとアフリカ諸国の住宅市場の多くは農村部が支配しています。例えば、ウガンダの BOP 住宅市場の 71% が農村で占められています。アジアのほとんどの BOP 市場も農村部が支配しています。例えば、スリランカの BOP 市場の 77% が農村です。農村部市場の大きさはタイの大きさ (90 億ドル) の例にも見られるようにかなりの規模です。農村部支配という特性の例外は、都市部の無権利居住者が BOP の帰属家賃の多くを占めるパキスタンで、農村部は BOP 住宅市場の 36% を占めるに過ぎません。

ソビエト連邦共和国の支配下にあった時に、かなりの都市化が進んでいた東ヨーロッパでは、住宅の多くが都市に集中しています。ロシアでは BOP 市場の僅か 19% を農村部が占めているに過ぎません。この地域で少なくとも 4 分の 1 の支出が農村部で発生しているのはマケドニア旧ユーゴスラビア (31%) とベラルーシ (25%) の 2 カ国のみです。

ラテンアメリカの多くの国の家計調査も住宅支出は主に都市部で発生していることを示しています。例えば、コロンビアでは BOP 住宅支出全体の 92% が都市部で支出されています。一方、グアテマラの BOP 住宅市場の 52% が農村部、48% は都市部です。

都市部の BOP 地域社会の大きさは、未開拓の市場機会の大きさを表しています。

メキシコの都市部 BOP 住宅市場の年間市場規模は約 160 億ドルです (ケース・スタディ 6.1)。ブラジルとコロンビアの調査によると、都市部 BOP の 1 年間の住宅支出は、80 億ドルを超えています。

インドの BOP 住宅市場の規模は 621 億ドル (測定値) で、アジア最大の市場です。BOP の支出は国全体の住宅市場の 48% を占め、1 世帯当たりの住宅支出額は年間平均 164 ドルです。

### BOPペナルティーの証拠はあるか？

家計調査は、全ての所得源を把握することを目的とするものであり、インフォーマル経済に閉じ込められている「寝ている資本」を測定することはありません。多くのBOP世帯にとって、家とその下の土地が主たる資本です。自らの資産に対する権利を認められなかったり、機能しない土地市場や権利の譲渡の障害と戦わねばならない時、家は「寝ている資本」に変わります。このような状況で、BOP世帯は深刻なBOPペナルティー—潜在的購買力としばしばサービスへのアクセスを不自然に抑えること—に直面しています。

インフォーマル経済の中で、この問題は多くの企業にも影響を与えます。フォーマルな経済法制度の外で営業する企業は、容易に資産を運転資本として活用することもできません。個人および企業の活用されずに「寝ている資本」の量は膨大です。最近実施された調査によると、インフォーマルな不動産と企業の価値はラテンアメリカの12カ国だけで、1兆2,000億米ドルに相当することが示されています (ILD; IDB2006)。世界全体では、少なくとも9兆3,000億米ドルと推計されていますが、実際は恐らくそれを上回るでしょう (De Soto2004)。

インフォーマルな家の所有も、サービスを受ける上で障害となります。多くの国の政府が、社会的便益を世帯が受ける前に、不動産の権利証の提示を求めます。また地方自治体の多くは、上・下水道、電気を登記していない家に提供することに消極的です。料金が支払われ

## ケース・スタディ 6.1 メキシコ:

### 住宅分野の革新現在進行中

メキシコで競い合う2つのプロジェクトがBOP住宅市場に恩恵をもたらしています。それぞれ主要なセメント製造会社により進められている Patrimonio Hoy、Mi Casaというイニシアティブです。

世界第3のセメント製造会社である Cemex は資材の販売からソリューション販売へと路線を変更する必要を感じ、実際に変更することを決定しました。メキシコの出稼ぎ労働者世帯を対象に安価な固定料金制、資材のクレジット払い、設計費見積もり、建築監督サービスを提供する Patrimonio Hoy は1998年にスタートしました。メキシコの貧困者が手頃な価格で住宅を手に入れることを実現しています。

このプログラムには、建築家と将来住宅の所有者となる顧客との建築計画に関するコンサルテーション・サービス、通常70週間の建築期間中に資材を配送するスケジュール調整、期間中の資材価格の安定確保が含まれています。費用は、建築期間中毎週14米ドルです。プログラムの利用者は、「家を自分で建てるより、早く、そして概ね安く建ててくれることがわかりました」と語っています (Sandoval 2005)。

Cemexによると、2006年後半までに Patrimonio Hoy プログラムはメキシコの45市で15万人にサービスを提供し、現在他の市へもこの戦略を拡大しています。

セメント市場における Cemex との激しい競争に直面し、Holcim Apasco は、流通部門での革新に焦点を置きました。自社経営の Mi Casa 流通センターを開設し、中間業者を通さぬことによって手頃な価格を実現しました。1996年以降、標準的な Mi Casa 流通センターを120カ所に開設、そこでは再販業者が幅広い建築資材や製品を手頃な価格で提供しています。

併行して家を建てるために必要な技能を習得するためのトレーニングも実施しています。Mi Casa プロジェクトは、真に市場が求めているのは、セメントではなく、手頃な資材の提供と併せて安全で生活しやすい家を建てるための知識であるという認識の下に進められています (WBCSD 2004)。

いずれのプロジェクトも、BOP市場にフォーカスする戦略の有効性を実証しています。



## ケース・スタディ6.2 権利を付与されて： 安心な住生活へのソリューション

Hernando De SotoのInstitute for Liberty and Democracyは、エジプト、エルサルバドル、ハイチ、タンザニアで土地改革プログラムを立案してきました。中でも顕著な例はペルーのケースです。1982年から1996年に渡り実施されたペルーの土地改革プログラムによって120万世帯と約40万社のインフォーマル・セクター企業が自宅と事業所の土地の所有権を取得することができました。独立した評価機関の評価によると、プログラムは家の所有者にも100億米ドルの純便益をたらしました。また、新しく登記された不動産価格は22億ドル上昇（既に登記されていた不動産価格の上げ幅は32億米ドル）しました。さらに、プログラムによって年間3億米ドルの税収増と56万のフォーマル・セクターの新規雇用増が実現しました。

パキスタンでは、住宅開発専門の非政府組織Saibanが異なる戦略を講じています。パキスタンの推計30%の人口が、政府の住宅政策の及ばない無権利居住者です。住んでいる土地の権利を持たない無権利居住者は、いつ立ち退きを迫られるかわかりません。また担保を持たないためにフォーマルな経済活動の場である信用市場に参加することもできません。この状況に対し、Saibanは複数の集落の整備された土地区画を無権利居住者であった者達に提供し、借地権を付与しました。頭金として20%（約175米ドル）を支払い、残り（約525米ドル）を8年間の月賦返済住宅ローンで、無権利居住者は自分の持ち家をもつことができます。

1日の収入が僅か3米ドルの人々に住宅ローンを提供するSaibanの事業の成功に、少なくとも商業銀行2行が関心を示し、銀行独自の低所得者向けの住宅ローンの提供を試験的に始めています（Azfar and Rahman 2004）。

ない場合に政府の目には存在しないとされている家からそれを徴収することが法律上できないためです。

経済学者Hernando De Soto(2003)は、インフォーマリティの罫から抜け出す方法は、法の適用外の所有権をもっとフォーマルなものにすることであると示唆しています。例えば、家の所有者に家の公式所有権を付与することです。別の戦略が、パキスタンで実行されています。低金利の住宅ローンを提供し、低所得世帯が所有権を確保しつつ新しく家を購入できるようにフォーカスした戦略です（ケース・スタディ6.2）。



インフォーマルな家の所有は、サービスを受ける上で障害となります。  
多くの国の政府が、社会的便益を世帯が受ける前に、  
不動産の権利証の提示を求めます。また地方自治体の多くは、  
上・下水道、電気を登記していない家に提供することに消極的です。  
料金が支払われない場合に政府の目には存在しないとされる家から  
それを徴収することが法律上できないためです。



#### 後注

1. 各国の家計調査では、全ての住宅支出項目に関する情報が収集されているわけではないので、ある国の家計調査から得られる支出データは、その国の実際の支出額の最小推計値とみなされるべきです。また、多くの家計調査は持家住宅の支出価値を考慮していません。本報告書では、帰属家賃を用い、自らの持家住宅を所有者が借家すると想定して支出される金額の合計を推計し家計調査データを標準化しています。
2. ラテンアメリカの家計調査の多くは農村地域の測定・帰属に難があるため、農村部の住宅市場が過小に報告されている可能性があります。
3. Institute for Liberty and Democracy, 「Mapping Dead Capital」Inter-American Development Bank, [http://www.iadb.org/bop/mapping\\_capital.cfm](http://www.iadb.org/bop/mapping_capital.cfm) (2007年1月12日アクセス)
4. Cemex, 「Construye tu futuro hoy」[http://www.cemexmexico.com/se/se\\_ph\\_pf.html](http://www.cemexmexico.com/se/se_ph_pf.html) (2007年3月1日アクセス)、  
「Patrimonio Hoy Developing and Launching a Market Transforming Innovation to Low-Income, Developing World Markets」[http://www.vision.com/clients/client\\_stories/cemex\\_pat.html](http://www.vision.com/clients/client_stories/cemex_pat.html) (2007年3月1日アクセス)
5. Institute for Liberty and Democracy, 「Documented Impact of ILD's Reforms」<http://www.ild.org.pe/eng/facts.htm> および [http://www.ild.org.pe/pdf/annex/Annex\\_01.pdf](http://www.ild.org.pe/pdf/annex/Annex_01.pdf) (2007年1月30日アクセス)



## 第 7 章

# The Energy Market

エネルギー市場





クリーンで手頃な価格のエネルギーの欠如もまた貧困の罠です。人体に有害な燃料を家の中で調理や照明に利用することによって発生する有毒ガスなどの空気汚染は深刻な健康問題へとつながります。バイオマス燃料の収集には時間がかかりますが、その時間は学校や職場でより効率的に使えるかもしれません。エネルギー効率の悪い装置を使用することによる高いコストや電気等の現代的エネルギー源へのアクセスの欠如もまたBOPペナルティーとなり、貧困であることの負担は増える一方です。

民間セクターのソリューションと政府の制度改革によって、エネルギー格差解消の努力が続けられています。革新的なアプローチと新しいビジネス投資によって、エネルギー・サービスはBOP市場へ提供されています。主要な都市中央部から送電網を近郊へ伸ばすという当初の取り組みは困難を伴い、中には頓挫した事業もありました。しかしラテンアメリカの農村部の電化イニシアティブからは創造的な解決策の可能性を示唆しています。公共電気サービスの送電網が届かない場所では水力発電、太陽光発電、そしてハイブリッド・ソリューションを使った、送電網につながらない解決策がより一般的になっています。発光ダイオード(light-emitting diode: LED)といった新技術や、バイオマス燃料を利用した調理コンロなど現代的に改善した古い技術が、手頃な価格で都市部および離れた農村部の人々の手に徐々に入るようになってきました。

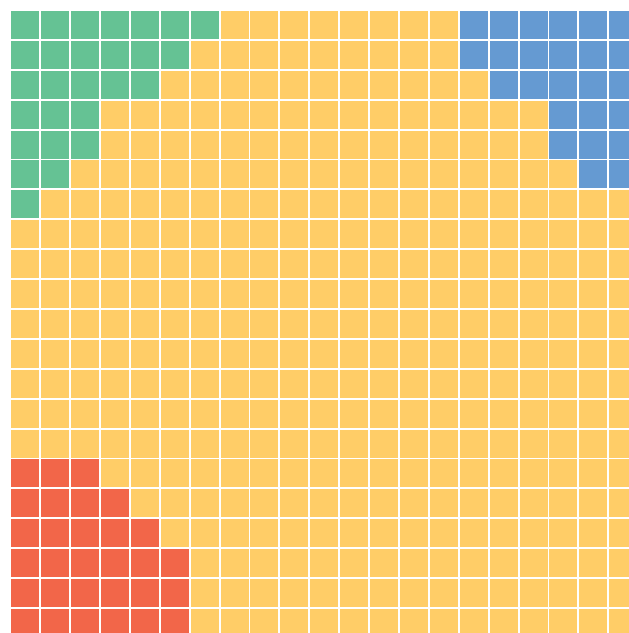
#### 市場はどれくらい大きい？

BOPエネルギー市場規模の測定値は2,280億ドル、34カ国21億人が1年間に支出する額に相当します。アフリカ、アジア、東ヨーロッパ、ラテンアメリカ・カリブ海のBOPエネルギー市場全体の大きさは推計で、4,330億ドル、39億6,000万人の支出に相当します（推計手法については第1章囲み1.5参照）。

アジアは、15億人が1,770億ドル（測定値）を支出するBOP最大の市場です。アジア（中東を含む）のBOPエネルギー市場全体の大きさは3,510億ドル（29億人）と推計され

#### BOP エネルギー支出

4,334 億ドル



10億ドル(PPP)

アフリカ	26.6
アジア	350.9
東ヨーロッパ	25.4
ラテンアメリカ	30.5

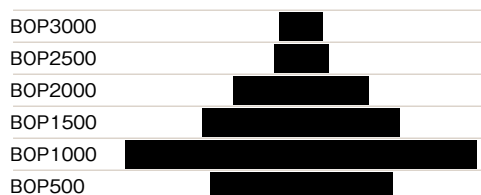
上記の箱一つで約10億ドル



BOP 世帯は平均して支出全体の7%をエネルギーに充てています。  
ほとんどの測定国で、世帯のエネルギー支出の割合は所得が増えても  
大幅に変化することはありません。

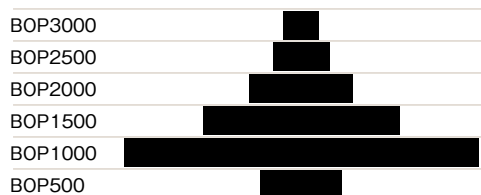
#### コートジボワール

所得区分別エネルギー支出総額



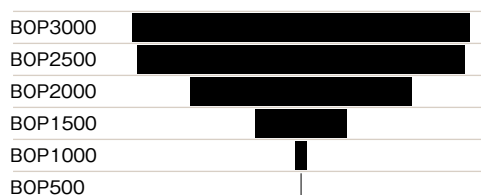
#### インドネシア

所得区分別エネルギー支出総額



#### ウクライナ

所得区分別エネルギー支出総額



#### コロンビア

所得区分別エネルギー支出総額



ます。ラテンアメリカのBOPエネルギー市場は250億ドル(測定値)(2億6,950万人)、市場全体の大きさは推計で310億ドル(3億6,000万人)です。アフリカは最も小さなBOPエネルギー地域市場で120億ドル(測定値)(2億5,330万人)、BOPエネルギー市場全体は、270億ドル(4億8,600万人)と推計されます。ソ連時代の遺産としてほぼ全世界が安価な電気供給に恵まれている東ヨーロッパのBOPのエネルギー支出は、140億ドル(1億3,890万人)、市場全体の大きさは推計250億ドル(2億5,400万人)です。

アフリカ、東ヨーロッパ、ラテンアメリカのBOP世帯のエネルギー支出は、食品、住宅に次いで第3位、アジアでは住宅を抜いて第2位です。これはインドのエネルギー支出が大きい(家計調査結果)ことによるものです。

標準化されたデータのある34カ国全てのエネルギー市場においてBOPはかなりのシェアを占めています。インドネシア、ナイジェリア、パキスタンといった人口の多い国では調査結果に表れた支出の90%以上、ブラジル、インド、スリランカ、ウガンダ、ペルー、ボリビア(ケーススタディ7.1、7.2)では50%以上を占めています。BOPのシェアが50%を下回る国は34カ国中僅か7カ国(マケドニア旧ユーゴスラビア(20%)、パラグアイ(30%)、コロンビア(35%)、南アフリカ(41%)、ロシア(44%)、ウクライナ(47%)、メキシコ(48%))に過ぎません。

各地域の調査データによる最小BOP市場国は、南アフリカ、タイ、マケドニア旧ユーゴスラビア、パラグアイです。最大BOP市場国は、ナイジェリア、タジキスタンとパキスタン(アジアの事実上の結びつき)、ウズベキスタン、ジャマイカの各国です。

#### 市場はどのように分布しているか？

開発途上国のエネルギー市場は圧倒的にBOPが優勢です。そして家計調査によると、支出の約4分の1がBOP所得区分下位2区分のBOP500、BOP1000(1日当たりの所得がそれぞれ1.5ドル、3ドル)で発生しています。

下位2区分に集中した市場は、下位集中型のBOP市場が優勢なアジアとアフリカの国々で顕著です。例えば、インドネシアのエネルギー支出の95%をBOPが占め、支出の50%はBOP500、BOP1000層が支出しています。ブルンジでもBOPが同様のウエイトを担っており、同国のエネルギー市場の89%をBOPが占め、BOP500、BOP1000層がこの市場の62%を占めています。

南アフリカは、他の測定国とは異なる市場特性を持っています。人口の74%を占めるBOP市場がエネルギー支出全体に占める割合は41%に過ぎません。BOPエネルギー市場の各所得グループへの分布はバランスがとれおり、BOP所得区分下位3区分と上位3区分の間に均一に分布しています。エネルギー市場を支配する中所得人口は、BOP人口より32%多く支出しています。

上位集中型BOPエネルギー市場および中所得層の支出が大きい市場は東ヨーロッパとラテンアメリカに多く見られます。ウクライナのBOP所得区分の上位3区分がBOP支出の90%を占めている一方、国の人口全体の40%を占める中所得層は、BOP市場より若干優勢です。コロンビアの上位3区分がBOPエネルギー市場の73%を占めている一方、国の人口全体の42%を占める中所得層は、BOP市場のほぼ2倍の大きさの市場を構成しています。

### 世帯は何に支出しているか？

全測定国全てのBOP世帯は、支出の9%をエネルギーに充てています。この割合はアジアが最も大きく（10%）、他の地域は平均に近い数字を示しています。ほとんどの測定国で、世帯のエネルギー支出の割合は所得が増えても大幅に変化することはありません。

BOP500層の世帯は平均して、1年間に148ドルをエネルギー費として支出しています。これは1日当たり約0.40ドルに相当します。BOP1000グループは、年間に費やす支出額の平均が264ドル（1日当たり0.72ドル）、BOP1500は、年間379ドル（1日当たり1ドル）です。

金額はそれほど大きいわけではありませんが、大きな人口を抱える下位3所得区分は大きな潜在市場です。エネルギー支出に関する標準化されたデータのある34カ国では、BOP500の年間エネルギー支出額は合計95億ドル、BOP1000は605億ドル、BOP1500は640億ドルです。

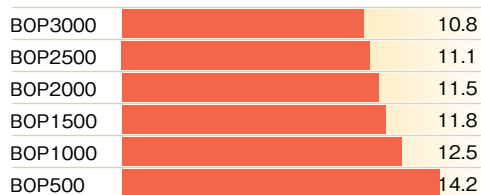
農村部と都市部の電気へのアクセスの格差が、エネルギー支出傾向の差となって表れます。例えばブラジルの650万の農村BOP世帯は、1年間に6億6,130万ドル（一世帯当たり102ドル）をエネルギーに支出します。一方都市部の2,530万のBOP世帯は101億ドル（一世帯当たり397ドル）です。平均してブラジルの都市部BOP世帯は農村部のエネルギー支出の289%を支出しています。

燃料の利用に関する傾向は、都市部と農村部の間でも、また所得区分によっても様々です。アフリカ、アジア、ラテンアメリカのBOP下位所得層が調理に使う主たる燃料は薪です。タイでは、薪が主燃料

### インド

エネルギー家計支出割合

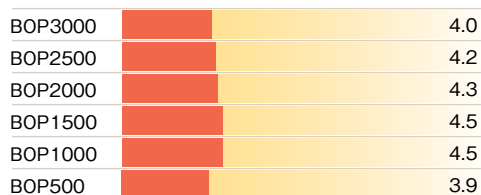
(%)



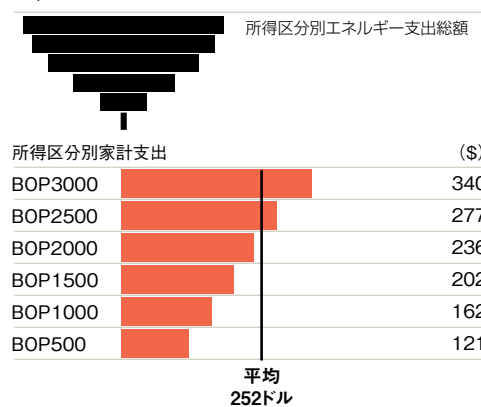
### タイ

エネルギー家計支出割合

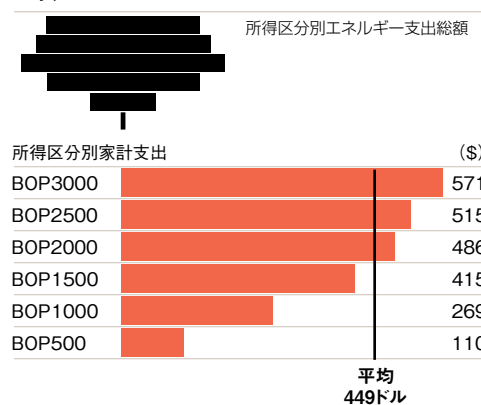
(%)



### ロシア



### メキシコ



## ケース・スタディ 7.1 ナイジェリア:

## BOPが市場

ナイジェリアのエネルギー市場はBOPが99.4%を占めるアフリカ最大のBOP市場です。家計調査データによると51億ドルのこの市場は（南アフリカに次いで）アフリカ第2の市場です。市場の分布は人口の分布に近く、BOP所得区分は下位方向へ偏って集中しています。BOP500層が、国のエネルギー支出全体の36%、BOP1000が40%、BOP1500が16%（ナイジェリア以外でBOP500層が国全体のエネルギー市場の3分1を占める国はブルキナファソのみ）となっています。

ナイジェリアのBOP500グループには他のアフリカの国々の世帯総数より多い1,300万世帯（国全体の49%）が含まれています。ナイジェリアの人口の約9倍の人口を抱えるインドのBOP500の世帯数はナイジェリアの3分の1以下の360万世帯です。

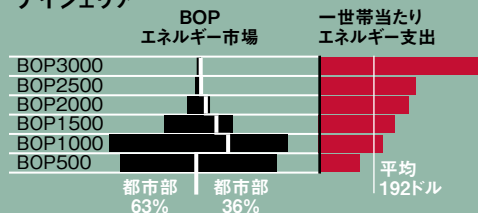
ナイジェリアのBOP500世帯の1日当たりの所得は1〜2ドルです。しかしエネルギー支出は年間140ドル、1日約0.40ドルで年間支出総額は18億ドルです。

このBOP500の支出は、都市部と農村部でほぼ均等に分けることができ、都市部52%（9億4,000万ドル）、農村部48%（8億8,300万ドル）です。（ナイジェリアのエネルギー市場全体は、都市部のウェイトが幾分大きく：都市部63%、農村部37%となっています）。農村部BOP500世帯が、1年に費やすエネルギー支出額は平均130ドルで、都市部BOP世帯（267ドル）の半分です。しかし、農村BOP500の世帯数は都市部の世帯数に勝る（ほぼ2:1）ため、市場の大きさは変わりません。

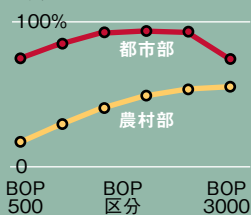
ナイジェリアのBOP500世帯の僅か35%が電気へのアクセスがあると回答しています。少ないとは言え、アフリカの調査国のBOP500世帯の中では2番目に高い割合です。電気を利用している世帯の割合は、BOP1000で57%、BOP1500で74%、BOP2000で82%にまで増えます。電気の利用については、都市部と農村部の間に歴然とした差が表れます：農村部BOP500世帯の14%が電気にアクセスしているのに対して、都市部は72%です。

電気の無い農村部BOP500世帯の照明の主たる燃料は灯油で、回答者の79%が、灯油が主燃料と回答しています。これに対して都市部BOP世帯は僅か25%のみです。調理用の主燃料については、BOP500世帯は、都市部と農村部共に薪と回答しています（平均80%）。BOP2000では薪を利用する世帯の数は31%に減り、代わって灯油を使う世帯（59%）が増えます。

## ナイジェリア



## 電気へのアクセス



燃料の利用に関する傾向は、都市部と農村部の間でも、  
また所得区分によっても様々です。アフリカ、アジア、  
ラテンアメリカのBOP下位所得層が調理に使う  
主たる燃料は薪です。

と回答した割合は、BOP500世帯の79%、BOP1000世帯の45%、BOP1500世帯の27%です。

全ての所得区分について都市部BOPより遥かに多くの農村部BOP世帯が調理用の主燃料として薪を使っています。ガボンの都市部BOP500世帯の48%が、薪が主燃料と回答しているのに対し、農村部では86%です。全てのBOP所得区分を通して、農村部では世帯の76%が薪を主たる燃料として使っているのに比べ都市部では僅か20%に過ぎません。農村部は都市部の約4倍です。

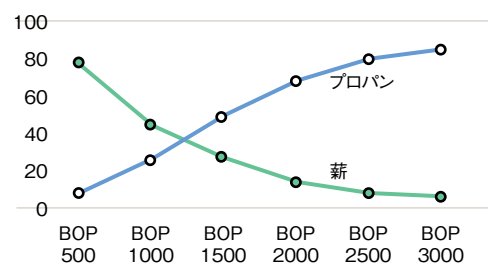
より高い所得層では、プロパンあるいは液化石油ガス (liquefied petroleum gas: LPG) が最も一般的な薪の代替燃料です。ボリビアのBOP2500世帯の87%、BOP3000世帯の87%、中所得の93%がLPGを主たる燃料として利用しています（これに対しBOP500はその13%）。ネパールでLPGと回答した世帯の割合は、上記各所得層についてそれぞれ60%、75%、94%（BOP500では1%未満）です。アフリカの中所得層が利用する燃料はさらに多様です。カメルーン、コートジボワール、マラウイ、ルワンダでは、プロパンガス、ブルンジ、ジブチ、ナイジェリアでは、灯油、マラウイとウガンダは電気です。

照明用の燃料としては、アフリカとアジアの下位BOP所得区分層では灯油が支配的です。マラウイのBOP500世帯の89%が照明用の燃料として灯油を使うと回答しています。これに対し中所得層は僅か7%のみです。ブータンではBOP500世帯の64%が灯油を使う一方、中所得層では灯油を利用しているという回答がありませんでした。

全ての地域で支配的な割合を占める中所得層では、電気が灯油の代替燃料です。ブルキナファソのBOP世帯の8%が電気を主たる照明用燃料として使っていますが、中所得層での割合は78%にまで上昇します。

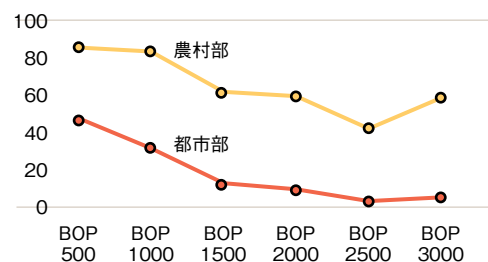
### タイ

調理用主燃料別世帯割合



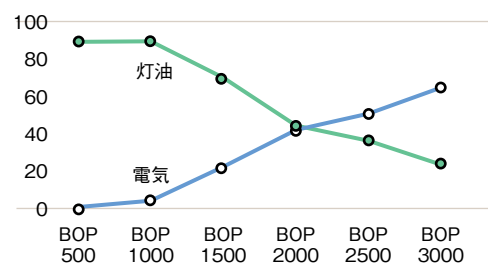
### ガボン

薪を調理用主燃料とする世帯の割合



### マラウイ

照明用主燃料別世帯割合





## ケース・スタディ 7.2 インド

## 少額の支出が積もって巨大な市場に

インドはアジア最大のエネルギー市場です。1年間に個人世帯が1,630億ドル（測定値）のエネルギー費を支出しています。その52%近くが、BOP所得区分下位3区分（人口の70%）、81%が下位5区分（人口の92%）による支出です。一世帯当たりの年間支出額は、平均でBOP500が342ドル、BOP1000が606ドル、BOP1500が751ドルです。

農村部がインドのエネルギー市場全体の63%を占め、年間の支出額は1,020億ドルです。そしてBOPエネルギー市場の70%（997億ドル）を農村部が占めています。都市部BOPエネルギー市場は、423億ドルを支出しています。

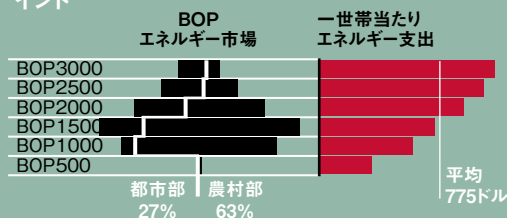
農村部BOP世帯の1年間のエネルギー支出額は平均705ドルで、1日当たり2ドルです。都市部BOP世帯は1年間に平均1,008ドル、1日2.75ドルを支出します。中所得の一世帯当たりの支出額は、農村部が平均1,236ドル、都市部が平均1,368ドルです。

農村部BOPエネルギー市場は、BOP所得区分の下位グループに集中しており、下位3所得区分が69%です。これに対し、都市部BOPエネルギー市場で同グループが占める割合は僅か23%です。この集中の原因は、ひとつには農村部の中所得層の人口の少なさがあります。中所得人口の農村部でのエネルギー支出額は23億ドル、都市部は、187億ドルと農村部のほぼ9倍です。一方、農村部のBOP下位3所得区分のエネルギー支出は700億ドルで、インドの世帯エネルギー支出全体の約45%に相当します。しかしBOP下位3所得世帯の1日当たりのエネルギー支出額平均は2ドル以下です。

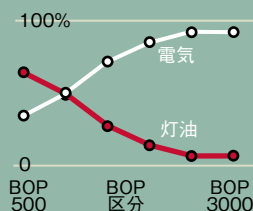
灯油はBOP下位2所得区分世帯の最も一般的照明用燃料です。BOP500世帯の65%、BOP1000世帯の50%が、灯油が主燃料と回答しています。灯油の利用はBOP2500では7%、BOP3000では僅か1%と、所得の高いグループでは劇的に減少します。BOP2500以上の所得層では電気が主な光源です。

薪は、インドの下位BOP層の調理用主燃料です。家計調査の対象となったBOP500世帯の75%、BOP1000世帯の78%、BOP1500世帯の60%が薪を利用すると回答しています。プロパンあるいはLPGが所得のより高い層の調理用燃料です。BOP2500世帯の65%、BOP3000の79%、中所得層では87%がそのように回答しています。

インド

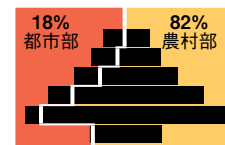


照明用主燃料

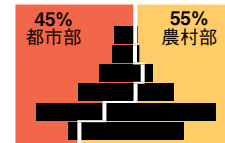


アフリカのBOPエネルギー市場は都市部と農村部で  
ほぼ均等に分けることができます。これに対しアジアの市場は明らかに  
農村部へ傾斜した市場です。

#### カンボジア



#### マラウイ



都市部と農村部における  
所得区分別BOPエネルギー  
支出総額

#### 市場はどこにあるか？

BOPエネルギー支出額（測定値）は、都市部で約40%、農村部で約60%と分けることができます。農村部のBOP世帯のエネルギー支出額は、都市部BOP世帯より平均して44%少ない状況です。しかし農村部の人口が多いことから、都市部に匹敵する市場があり、照明用・調理用エネルギーおよび生産性の高い企業に大きな市場機会を提示しています（ケース・スタディ 7.3～7.6）。

アフリカのBOPエネルギー市場（都市部55%）は都市部と農村部でほぼ均等に分けることができます。しかし農村部BOP世帯のエネルギー支出額は平均して、都市部BOP世帯の3分の1程度で、4地域の中で最も大きなギャップがあります。例えば、マラウイのBOPエネルギー市場の55%が農村部であるにもかかわらず、農村部世帯のエネルギー支出は都市部の僅か15%に過ぎません。

これに対し、アジアのエネルギー市場は明らかに農村部に傾斜した市場です（インドネシアは唯一の例外です）。カンボジアのBOPエネルギー市場の82%を農村部が支配しています。

東ヨーロッパのBOPエネルギー市場は、都市部が優勢です。ほぼ全世界が電気へアクセスしている東ヨーロッパは、エネルギー支出について都市部と農村部のギャップがありません。BOPエネルギー市場の67%が都市部であるウクライナにおいて、都市部BOP世帯のエネルギー支出と農村部のそのギャップは僅か17%です。

ラテンアメリカのBOPエネルギー市場は明らかに都市部に傾斜しています（グアテマラは唯一の例外です）。メキシコでは、都市部BOPエネルギー支出が全体の76%を占める一方、都市部のBOP世帯のエネルギー支出は、農村部の支出を約50%上回っています。

#### ケース・スタディ 7.3 パワーアップ:

##### 補助金を利用したチリの農村電化事業

1990年代中頃、電力分野改革のパイオニアであったチリ政府は、民間セクターを巻き込んで農村部の電化を推進する計画に着手しました。目標は、農村部の人口の50%である100万人の元へ電気を届けることです。プログラムは、民間の配電会社に設備投資の一部をカバーするための一回限りの直接補助金を提供しました。営業経費は、顧客から支払われる電気料金で賄わなければなりません。プログラムには4つの行動指針（意思決定の集中排除、共同資金調達、競争、適切な技術力）も設定されていました。

プログラムはいくつかの方法で成功を収めました。1999年までには、当初の目標を超え、それまで公共サービスを受けることのできなかった人口の75%に電気を届けることができました。財政的に持続可能な状態に至り、チリ政府は、計画通り出資率を引き下げました。地方政府、地域社会の組織や団体、民間のエネルギー会社も皆目覚ましい働きをしました。大部分の地域は送電線の延長によって電気を届ける一方、遠隔地では風力、バイオマス、水力、太陽光を利用した発電の実験にも成功しました。1世帯当たりの国の補助金も1995年から1999年にかけて50%増え（1,080ドルから1,510ドルへ）たものの、社会的目標が達成できたこともあり、また当初の予算範囲内であったため、政府の負担額は議会の承認を得ることができました。

事業当初から始まる継続的コンサルテーション・サービスによって顧客の満足と支持を確保することができました。また農村部の地域社会は支払い履行率が高く、良い顧客であることも実証されました。また経済活動が活発になると共に電気の利用も着実に増えています（Jadresic 2000）。

この事例は、斬新なパートナーシップ戦略の価値を示しています。

## ケース・スタディ7.4 小さく考え、大きく解決

### 補助金を利用したチリの農村電化事業

技術革新によって、大企業は、小さな装置や道具を使って大きな問題の解決に取り組んでいます。エネルギー分野の巨人Shellは、2010年までにインドで手頃な価格の調理用コンロを2,000万台販売するために、持続可能な市場を創出することを目指しています。民間セクター事業に焦点を置くShell Foundationの支援を受け、インドの2つの非政府組織Appropriate Rural Technology InstituteとDevelopment Alternativesは、空気をあまり汚さないバイオマス燃料と調理器具を開発し市場に投入しました。

エネルギー分野の巨人であるBPはバイオマスあるいは液化天然ガスを燃料とする調理用コンロの大量生産を始めました。BPもまた非政府組織とのパートナーシップによって、革新的な流通モデル開発、コンロ購入のためのマイクロファイナンスの考案、そして小規模企業家育成に取り組んでいます。オランダの多国籍企業Philipsは、汚染物質排出量を従来型に比べ90%削減するエネルギー効率の高い、薪を燃料とするコンロを開発しています(Philips Research 2006)。ドイツ産業界をリードするBoschとSiemensは協力して植物油を燃料とするコンロProtosを開発し、フィリピン市場に投入しました。

これらの取り組みは全て最先端の学術研究と市民社会の参加を市場主導型ビジネス・モデルに結びつけ活用するものです。これらのケースは、BOP市場に特化した戦略に、画期的なパートナーシップ戦略を組み合わせたアプローチです。

### BOPペナルティーの証拠はあるか？

所得は、明らかにエネルギーへのアクセスの度合い、そして目的ごとのエネルギー源の選択と関係があります。BOPは相変わらず中間所得層に比べ電気へのアクセスが少ない状況です。そしてBOP所得が増えるに伴い、アクセスも増える傾向は、全ての国々および地域に共通しています。

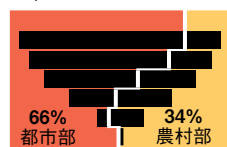
電気へのアクセスをめぐるBOPペナルティーは、農村部でより深刻であり、全ての所得層に共通して見られます。全ての所得グループで、電気へのアクセスは、都市部より農村部の方が常に低い状況です。バングラデシュの都市部BOP500世帯の37%が電気へアクセスしているのに対し、農村部BOP500は4%に過ぎません。バングラデシュのBOP世帯全体の中で、都市部のシェアは81%、農村部は20%です。

全体として、BOP世帯の36%が電気へのアクセスが欠如しています。一方中所得層ではそ

の僅か6%のアクセスが欠如しているに過ぎません。家計調査によると、電気へアクセスしていると答えた世帯の割合はそれぞれ、BOP500の51%、BOP1000の63%、BOP1500の74%です。

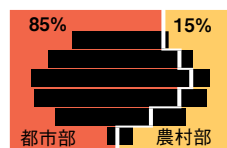
しかしこれらの平均値からは、地域格差を読み取ることはできません。東ヨーロッパでは、ほぼ全世帯が電気へアクセスしています。マケドニア旧ユーゴスラビア、ロシア、ウクライナではBOP世帯の99%ですし、BOP500世帯について見ても95%以下になることはありません。東ヨーロッパより割合は低いものの、ラテンアメリカとアジアのBOP最下

#### ロシア



都市部と農村部における  
所得区分別BOPエネルギー  
支出総額

#### ボリビア



全体として、BOP世帯の36%が電気へのアクセスがありません。

一方中所得層ではその僅か6%がアクセスしていないに過ぎません。

家計調査によると、電気へアクセスしていると答えた世帯の割合はそれぞれ、

BOP500の51%、BOP1000の63%、BOP1500の74%です。

位所得層のアクセス状況は似ています。但し測定国間でのばらつきは見られます。

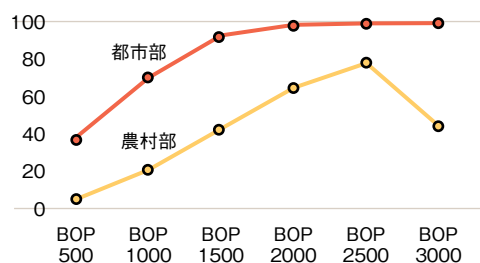
アクセスの高いのはブラジルとインドネシアで、BOP500の世帯のアクセスはそれぞれ85%と82%です。

これとは対照的に、アフリカの電気へのアクセス率はかなり低い状況です。家計調査の結果アクセスしていると答えたBOP500世帯が最も多かったガボンで54%です。しかしシエラレオネでは、全BOP世帯の僅か16%、ブルキナファソ、マラウイ、ルワンダ、ウガンダ各国では10%以下です。アフリカの農村地域の状況は危機的で、農村部BOP世帯の電気へのアクセスは都市部の5分の1に過ぎません。

低所得地域社会へ電気を提供することにはもとより困難が伴っています。しかし、BOPペナルティーに関する問題の少なくとも一部の解決に結びつく新しいソリューションが既に生まれています（ケース・スタディ7.3）。

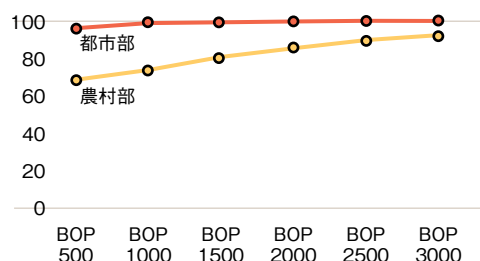
### バングラデシュ

電気へのアクセスがある世帯の割合



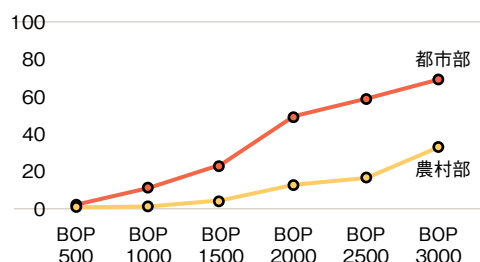
### ブラジル

電気へのアクセスがある世帯の割合



### ウガンダ

電気へのアクセスがある世帯の割合



## ケース・スタディ 7.5 太陽がやって来た:

### 太陽エネルギーの利用は、より効率的に、より手頃に

太陽光発電は、送電網につなぐことのできない環境下にある家庭の一般的な電源として発展を続けています。市場ベースの企業が、政府が運営してきた事業を引き継いでいます。太陽電池パネルのエネルギー効率は向上し、キロワット時当たりの発電コストも下がり続けています。また「クリーン・テクノロジー」は資本市場でも歓迎され、企業の資金調達も以前に比べ容易になっています。

インドの小規模企業である Solar Electric Light Company (Selco) と非政府組織 Solar Electric Light Fund (SELF) は、多くの国で、融資プランとパッケージで家庭用太陽電池システムを手頃な価格で提供しています。インドの資金の潤沢な新企業 Orb Energy は、太陽エネルギー分野での豊富な経験を有するスタッフを配し、商業用および家庭用ユニットを生産し、市場へ提供しています。エネルギー・ファンドの草分けであった E+Co も今では、太陽光、地熱、風力、バイオマス発電機、水力発電システム事業へ幅広く投資する多くの投資ファンドの1つに過ぎません。

ブラジルの IDEAAS は、顧客に購入を求めることなく、太陽光電池システムに関するフルサービスを提供しています—公共電気サービスとはそう変わらないビジネス・モデルです。この社会的企業は、利益を上げながら、1990年代中頃には6,000万いた電気の無い生活をする農村部の人の数を1,200万以下にまで減少させています。

状況に合わせた革新に焦点を置くこれらのケースは全て、**BOP市場にフォーカスする戦略の有効性を実証しています。**



## ケース・スタディ 7.6 携帯するパワー:

### 携帯・装着可能な照明

高輝度、ソリッドステートのデジタル照明は、読んだり、仕事をしたり、あるいは旅行にも十分な80ルーメン/ワットです。Kennedy & Violich Architecture は、高輝度発光ダイオード(LED)をフレキシブル太陽光パネルに埋め込み、送電網につながらない、軽量で携帯可能な発光繊維を生み出しました。

現在製造過程にある装置の中には「Portable Workshop」があります。折り畳み可能な繊維を使った重さ僅か14オンスのワークスペースで、160ルーメンの光を2.5時間供給可能です。ユーザーが日陰を得るためにも使える肩掛け型太陽電池あるいはキャンピーで4時間充電します。夜間の利用については、周囲照明、作業照明、行き先照明に調節することができます。

Light Up the World Foundationは、Stanford Business Schoolとのパートナーシップによって、農村部での利用に供する目的でLEDベースの製品を開発しました。これには送電網のある場所でもそうでない場所でも利用できる懐中電灯程度の大きさのものから、室内照明や作業照明装置が含まれます。照明装置の電源は太陽光、水力、風力あるいは人力と様々です。ネパールでは、ペダル発電機が人気を博しています。安全、丈夫、同時に多様な充電の充電が可能、維持・修理が簡単、起伏の激しい地域での輸送さえ可能等々の理由です。

同財団は、現在、個人用、家庭用、学校や診療所といった村の様々な機関に適した構造をもった製品を製造しています。これまでに1万4,000世帯以上に導入され、10万人以上がその恩恵を受けています。大規模キャンペーンも予定されています。

非営利組織ではありますが、同財団は、企業育成をその使命の中核としています。部品供給業者との「社会的価値」取り決めによって、地場市場に新しいビジネスが育ち、持続的成長を続けるよう、訓練や指導を提供しています。

いずれのケースもBOP市場にフォーカスする戦略の有効性を実証しています。



アフリカの農村部BOP世帯のエネルギー支出額は平均して、  
都市部BOP世帯の3分の1程度で、  
4地域の中で最も大きなギャップです。

---

#### 後注

1. 各国の家計調査では、全てのエネルギー支出項目に関する情報が収集されているわけではないので、ある国の家計調査から得られる支出データは、その国の実際の支出額の最小推計値とみなされるべきです。
2. これらの組織についての詳細は、<http://www.shellfoundation.org>、<http://www.arti-india.org>、<http://www.devalt.org>。
3. BSH (Bosch und Siemens Hausgerate GmbH)、「BSH Presents Ecological Plant Oil Stove for Developing Countries」<http://www.plantoilcooker.org> (2007年1月13日アクセス)
4. Selco、「What We Provide」<http://www.selco-india.com/what-we-provide.html>、Solar Electric Light Fund、「Solar Technology」[http://www.self.org/shs\\_tech.asp](http://www.self.org/shs_tech.asp) (2007年1月13日アクセス)
5. E+Co、「E+Co Enterprises」[http://www.eandco.net/enterprise\\_home.php](http://www.eandco.net/enterprise_home.php) (2007年1月13日アクセス)
6. IDEAAS (Instituto para o Desenvolvimento de Energias Alternativas e da Auto Sustentabilidade)、「Projects」[http://www.ideaas.org.br/id\\_proj\\_luz\\_agora\\_eng.htm](http://www.ideaas.org.br/id_proj_luz_agora_eng.htm) (2007年1月13日アクセス)
7. Portable Light Project、「Portable Light」<http://www.tcaup.umich.edu/portablelight/portable.swf> (2007年1月13日アクセス)
8. Economist、「Lighting Up the World」2006年9月21日号 [http://www.economist.com/science/tq/displayStory.cfm?story\\_id=7904248](http://www.economist.com/science/tq/displayStory.cfm?story_id=7904248)



## 第 8 章

# The Food Market

食品市場



多くのBOP世帯は食卓に十分な食事を用意するための闘いを日々続けています。多くの、特にアフリカとアジアの多くの国々のBOP世帯の家計の半分以上を食品の購入費が占めています。ナイジェリアのBOP世帯の食品支出は全体の52%で、パキスタンの農村部では55%です。所得が増えるに伴って、食品支出の家計に占める割合は減少します。それでもなお、食品はBOP世帯の支出の中で最も大きな割合を占めています。食品市場は、最大のBOP市場です。

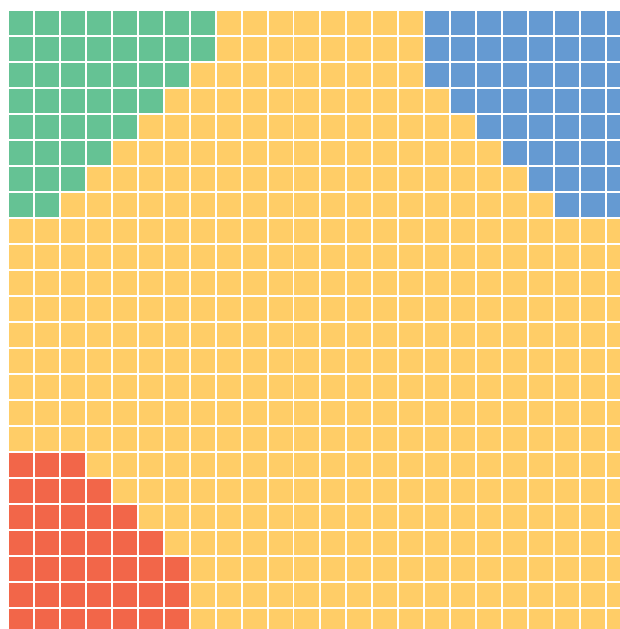
食品アクセスを拡充し、より栄養価の高い、より良い食品を提供するための流通の改善には、明らかに大きなビジネス機会があり、同時にBOPに恩恵をもたらす投資でもあります。ビジネス・チャンスはまた、食品バリュー・チェーンの必要不可欠な一部であり、BOPの主要な雇用と所得源である農業分野にもあります。

#### 市場はどれくらい大きいのか？

アフリカ(12カ国)、アジア(9カ国)、東ヨーロッパ(6カ国)、ラテンアメリカ・カリブ海(9カ国)のBOP食品市場規模の測定値は1兆5,300億ドルです。これは、21億6,000万人を擁する標準化されたデータのある低所得および中所得国36カ国の年間食品支出額に相当します。これら4地域のBOP食品市場は、全ての調査国を含め、推計額2兆8,900億ドル規模の市場です。これは39億6,000万人の支出に相当します(推計手法については第1章囲み1.5参照)。<sup>1</sup>

アジアは、BOP人口(14億9,000万人)の大きさを反映し、測定値1兆1,000億ドルの最大の地域BOP食品市場です。アジア(中東を含む)のBOP食品市場の総額は2兆2,400億ドルと推計されます。これは29億人の支出に相当します。測定値で次に大きな市場はラテンアメリカで

**BOP 食品支出**  
2兆8,940億ドル



	10億ドル(PPP)
アフリカ	215
アジア	2,236
東ヨーロッパ	244
ラテンアメリカ	199

上記の箱一つで約50億ドル



アフリカとアジアの17カ国のBOP所得区分下位3区分層が、  
各国の食品支出（測定値）の50%以上を占めています。

### ナイジェリア

所得区分別食品支出総額



### インドネシア

所得区分別食品支出総額



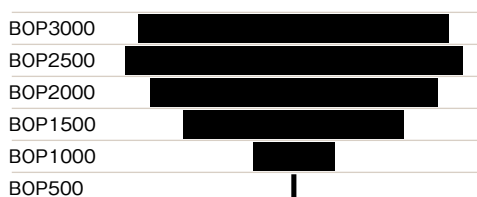
### コロンビア

所得区分別食品支出総額



### マケドニア旧ユーゴスラビア

所得区分別食品支出総額



1,670億ドル（2億7,580万人）、市場全体の規模は1,994億ドル（3億6,000万人）と推計されます。東ヨーロッパのBOP食品市場の測定値は1,370億ドル（1億4,780万人）、市場全体の大きさは推計2,440億ドル（2億5,400万人）です。アフリカのBOP市場の測定値は970億ドル（2億5,330万人）、市場全体は2,151億ドル（4億8,600万人）です。

アジアは、食品市場（測定値）全体に占めるBOPのシェアが最大で89%です。次がアフリカで、80%。ラテンアメリカと東ヨーロッパのBOPのシェアは、目立って少なく、それぞれ51%と50%です。

各国の食品市場で占めるBOPの割合は、アジアの測定国で一様に高く、インドネシア、パキスタン、タジキスタンでは95%を超えています。タイは67%で、アジアの中で唯一80%以下の国です。アフリカでは、ナイジェリア（99%）、シエラレオネ（97%）、ブルキナファソ（96%）と極端に高く、南アフリカ（46%）が最低です。東ヨーロッパでは、ウズベキスタン（99%）、が極端に高く、ロシア（41%）、マケドニア旧ユーゴスラビア（42%）、ウクライナ（44%）が低い国々です。ラテンアメリカの最大・最小はそれぞれペルー（78%）とコロンビア（33%）です。

### 市場はどのように分布しているか？

BOP6所得区分の下位3区分が上位3区分より多く支出する下位集中BOP食品市場はアフリカ、アジア、ラテンアメリカの測定国30カ国のうち24カ国で見られます。下位集中BOP市場の国々は、国内の市場もBOPに支配されています。

実際、アフリカとアジアの下位集中BOP食品市場である国18カ国のうち17カ国において、BOP下位3区分が国全体の食品支出の50%以上を占めています。アフリカの8カ国（ブルキナファソ、ブルンジ、カメルーン、コートジボワール、マラウイ、ナイジェリア、ルワンダ、シエラレオネ）とアジア5カ国（バングラデシュ、インドネシア、ネパール、パキスタン、タジキスタン）では、下位2区分だけで、国全体の食品支出の50%以上を占めています。同様の集中が見られるのは東ヨーロッパでは、1カ国（ウズベキスタン）のみ、ラテンアメリカでは1カ国もありません。

ラテンアメリカのBOP食品市場（測定値）の9カ国中5カ国は、下位集中で、いずれの場合も国全体の食品支出の50%以上をBOPが占めています。うち4カ国（グアテマラ、ホンジュラス、ジャマイカ、ペルー）では、BOP所得区分中位3区分（BOP1000～2,000）が、国の食品支出全体の50%以上を占めています。



上位集中市場—BOP6所得区分の上位3区分が下位3区分より多く支出—は、ラテンアメリカの測定国のうち4カ国（ブラジル、コロンビア、メキシコ、パラグアイ）と東ヨーロッパの測定国6カ国のうち5カ国（ベラルーシ、カザフスタン、マケドニア旧ユーゴスラビア、ロシア、ウクライナ）で見られます。上位集中BOP市場国のうち6カ国では、中位層が国全体の市場を支配し、食品支出全体の50%以上を占めています。

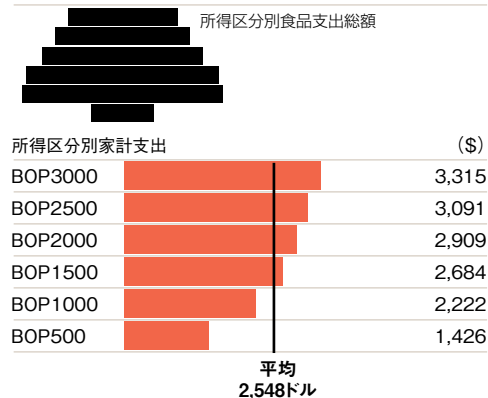
### 世帯は何に支出しているか？

BOP世帯の年間食品支出額の平均は測定国によって様々です。地域平均の中央値が最も有用な指標かもしれません。アフリカでは2,087ドル（カメルーン）と2,548ドル（南アフリカ）、アジアでは2,643ドル（パキスタン）、東ヨーロッパでは3,687ドル（カザフスタン）と3,744ドル（ウズベキスタン）、ラテンアメリカでは3,050ドル（ペルー）です。

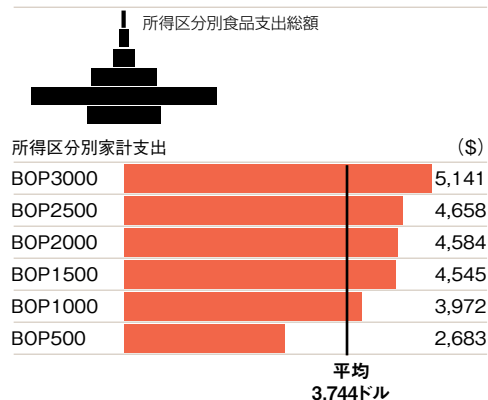
世帯の食品支出は、所得の伸びに比べ幾分遅れて増加します。言い換えれば、家計に占める食品支出の割合は、所得の伸びに伴い減少します。このことは、上記各国のBOP3000世帯とBOP500世帯の年間食品支出額（測定値）を比較することによって確認できます。BOP3000世帯は平均してBOP500世帯の6倍の所得を得ていますが、BOP3000とBOP500の食品支出額の比率は、カメルーンで2:1、南アフリカとパキスタンで2.3:1、カザフスタンで2.4:1、ウズベキスタンで1.9:1、ペルーで3:1です。

この傾向は、恐らく最下位BOP世帯でも生存のためには最低限の額の食品支出が必要であるという単純明快な事実を反映しているのでしょう。BOP世帯の最低限の食品支出をより価値のあるものにするビジネス戦略は、BOP消費者と会社にとって重要な市場価値を創出することが可能です（ケース・スタディ 8.1）。

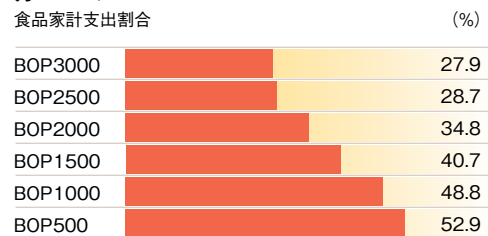
### 南アフリカ



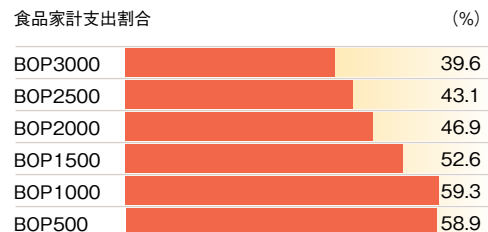
### ウズベキスタン



### カメルーン



### ペルー



## ケース・スタディ 8.1 より健康に適した食品: BOP市場のために、より少ないものからより多くを

「より少ないものからより多く」作り出すことはBOPの健康にとって決定的に重要な問題です。これを認識し、民間企業は、低所得人口が栄養所要量を満たすためにできることを追求しています。1つの取り組みは、インドでは知的障害の主たる原因であるとかんがえられている食餌性ヨウ素の摂取不足に焦点を置くものです。インドの7,000万人以上の人々、世界全体では2億人がヨウ素不足による障害に悩まされています。先進国では、一般に食塩にはヨウ素が添加されているため、誰でも手に入れることができます。しかし、インドでは食塩の20%がヨウ素添加であり、価格も無添加に比べ高いために、BOPの多くの手に入ることはありません。さらにインドの気象条件、保管方法、伝統的な調理方法によって、食塩に含まれているヨウ素が取り除かれてしまいます。

消費材分野の大企業のUnileverのインド部門Hindustan Lever Limited(HLL)はこの問題に取り組み始めました。最新の科学技術を活用し、インドのいかなる気象状況の下でも安定した状態を維持できる、しかもBOP世帯にとって手頃な価格のヨウ素添加食塩を製造する方法を開発しました(Rajendra and Shah 2005)。このAnnapurnaブランドの食塩は利益を上げています。そしてインドでの成功を受けて、他のUnilever市場へ展開を始めています。うちコートジボワール、ガーナ、ケニヤ、ナイジェリアでは、他の必須栄養素も加えた製品として製造されています。<sup>2</sup>

バングラデシュのマイクロファイナンス機関のGrameen Bankとフランスの多国籍企業 Groupe Danoneは、パートナーシップを組み、各50%出資のジョイント・ベンチャーを設立しました。低価格で高栄養価ヨーグルト製品を、BOP市場をターゲットとして製造するベンチャーです。このビジネス・モデルの興味深い点は、BOP生産者と流通業者に焦点を当てている点です。Grameen Danone Foodsは、何百もの零細酪農家から牛乳を調達する予定です。その多くは小口融資で購入した1、2頭の乳牛を所有するだけの酪農家です。そして製品であるヨーグルトは、零細企業家が経営するフード・スタンドやキオスクのネットワークを通じて販売します。一人分(一杯)のヨーグルトには、競合他社の3倍の栄養素が含まれ、価格は0.07米ドル以下、生分解性100%容器が使用されます。

さらに低価格のタンパク質摂取源の開発イニシアティブもあります。その発端は、メキシコで成功を続けるミルク、チーズ、ヨーグルト製造会社Cuadritosの創始者 Hector Gonzalesがフード・バンク(食糧銀行)を設立したことでした。設立から2年もたたずに、企業からの寄付と効率的なロジスティクスを活用したフード・バンクは日に10万人に食事を提供するまでに成長しました。毎日何千トンという「賞味期限切れ」になって売れない食べ物が捨てられているのを見たGonzalesは、ミルク、ヨーグルト、野菜のタンパク質を再処理して、粉末状にする技術を開発しました。粉末状のタンパク質(プロテイン・パウダー)は、様々な乳製品、豆乳、クッキーその他の焼き菓子等様々な食品に加えることができます(New Venture 2006)。栄養素のリサイクルは、利益を生み、有益な20世紀後半の紙やアルミニウムのリサイクルの21世紀バージョンなのかもしれません。

市場の独自の条件に遭遇し、革新的に立ち向かったこれらの2企業の事例は、**BOP市場にフォーカスする戦略の有効性を**実証しています。

### 市場はどこにあるか?

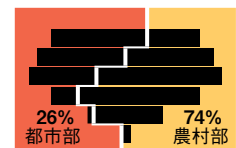
BOPの食品支出額の都市部と農村部の分布は、BOP人口の分布と比例しています。BOP食品支出額が970億ドル(測定値)のアフリカのBOP食品市場は、12カ国中9カ国で農村部が優勢です(ジブチ、ガボン、南アフリカは例外的に都市部に傾斜しています)。12カ国を通して、農村部市場は、都市部の1.6倍の大きさです。アフリカの深刻な栄養不良問題を考えると、アフリカでの農家の生産性向上と食糧サプライチェーンの整備・強化の必要性が際立ちます(ケース・スタディ 8.2)。

アジアも農村部にBOP食品支出額が傾斜しています。農村部BOP食品市場は、8,110億ドル、都市部の2.5倍です。インドネシアが唯一例外で、農村部より都市部の市場が大きいです。農村部市場の支配は、農村部BOP人口の優勢に由来するものです。アジアの農村部BOP世帯の数は都市部を3:1に近い比率で上回っています。農村部食品市場の大きさは、インドのHindustan Lever Limitedが開発した戦略のような農村部BOP世帯に効率的に届く流通戦略の重要性を強調しています。同社にとって、農村部BOP市場は、ボトムアップ学習の現場でもあります(ケース・スタディ 8.3)。

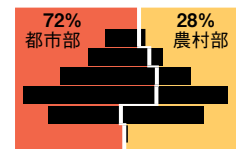
東ヨーロッパとラテンアメリカBOP食品市場は、15カ国中11カ国で都市部が優勢です。ラテンアメリカの都市部BOP食品市場の規模は、1,060億ドル(測定値)で、農村部市場の2.4倍です。この地域ではグアテマラ、ジャマイカ、パラグアイの3カ国だけが、農村部に傾斜したBOP食品市場です。



## インド



## メキシコ



都市部と農村部における  
所得区分別 BOP 食品支出総額

農村部市場のほとんどが都市部より大きいにもかかわらず、都市部BOP世帯の食品支出は、測定国36カ国中30カ国で農村部を上回っています（ブラジル、ジャマイカ、カザフスタン、タジキスタン、ウクライナ、ウズベキスタンは例外です）。全世帯の支出額で見ると差は小さくなります。例えば、コートジボワール、ナイジェリア、パキスタン、タイの都市部と農村部BOP世帯の食品支出の差は、10%以下である一方、市場全体の支出の差は少なくとも33%です。

### BOPは何を買っているか？

開発途上世界、特にBOPにとって食品産業は、グローバルなビジネスではなく、地場ベースの産業です。地域の気候、地形、そして伝統を反映した食品が好まれます。ですから、家計調査の結果は驚くにあたりません。ブラジルについてみれば、購入する食品の種類や支出配分など食費の支出パターンについてBOPと中所得層のそれとに目立った違いはありません。

## ケース・スタディ 8.2 生産性の強化:

### BOP農家用の新しい送水ポンプ

BOP農家は、地場の、あるいは世界の食品バリュー・チェーンにおいて重要な役割を担うことができます。彼らの生産性を向上させる革新的技術は、同時に所得の増大にもつながります。これを念頭に、非政府組織 International Development Enterprises は、地元で手に入る金属や木の材料を使い、地元で製造できる様々な型の農業用ステップ・ポンプを開発してきました。<sup>3</sup>最初の基本型ポンプが1985年に市場に投入されて以来これまでに世界全体で200万台が設置されています。川の水その他の地表水から、ボーリングによって掘った穴等から出る地下水まで、デザインによって異なる水源を利用することが可能です。

また別の非政府組織 KickStart は、アフリカの企業家に適合した技術開発に重点を置いた取り組みを行っています。完全な市場主導型で、製造から流通、小売、エンド・ユーザーである農家というバリュー・チェーンの全てのレベルで企業を創設することに役立つ技術の開発です。<sup>4</sup>KickStartの「MoneyMaker」という商品のポンプ各種—単純な足踏み式のものから複雑な吸気圧ポンプまで—はアフリカ東部を中心に広く利用されています（John Deere 2005）。<sup>5</sup>

BOPのニーズに応え、意義ある革新を創造するこれらの企業は、BOP市場にフォーカスする戦略の有効性を実証しています。

農村部食品市場の大きさは、農村部BOP世帯に効率的に  
アクセスできる流通戦略の重要性を強調しています



## ケース・スタディ 8.3 BOPへアクセス

### 革新的流通

BOPペナルティーの一部は、都市部であろうと農村部であろうと低所得地域社会の流通段階で発生する様々な困難と付加コストに起因していると言えます。多くの企業が、BOP顧客へアクセスするための革新的な方法を模索しています。保健医療市場や金融サービスでその例が見られます。それらの市場の真理は、日用消費材や食品市場においても真理であるはずで、将来の経済成長は概してBOP市場からもたらされます。

これを確信するHindustan Lever Limited(HLL)は、あらゆる側面からBOP市場へリーチする方法を試みています。新任マネージャーのトレーニングの一環として、農村部で6～8週間過ごし、BOP顧客から学ぶことが要求されています。BOP市場にアクセスする鍵となる、製品の入手を容易にする方法として、HLLは「サシェ（小袋）」包装マーケティングを採用しています。低価格で、使い切りタイプの「サシェ」包装製品が、同社のシャンプー売上の55%を占めています（Balu 2001）。HLLは他にもBOP市場へアクセスするための斬新なマーケティングを採用しています。娯楽と保健・衛生教育を組み合わせたフェア、フェスティバル、シネマ・バン（移動映画上映）は、消費者との積極的な関わりに欠かせない重要なプログラムです。

流通段階での革新的な取り組みを通じ、HLLの取り組みは、農村部市場の奥深くまで浸透しています。オートバイ、自転車、牛車などのあらゆる手段を講じて、最も離れた村にさえも製品を届ける流通ネットワークを整備しました。直販代理業者も雇っています。

消費者のブランドへの忠誠心を構築すると同時に雇用も創出するこのアプローチは、アクセス実現戦略の有効性を実証しています。

ブラジルの家計調査からは、違いも確認できます。BOPが購入する食品のトップ10に登場する「その他穀類、小麦粉」と「砂糖」という2つのカテゴリーは中所得層のトップ10に入っていません。同様に、中所得層のトップ10に入る「ミネラル・ウォーターおよびソフトドリンク」と「新鮮あるいは冷蔵果物」が、BOPでは、14位と15位に位置づけられています。穀類や砂糖から摂取できるカロリーの高い炭水化物は、低所得層の人々のベーシックな食事にとってより重要で、新鮮果物やボトル詰め飲料は、より所得の高い人々にとっては手頃な代替食品と、推測することができるかもしれません。

当然のことながら、世帯当たりの支出は明らかに異なります。BOPの下位3所得区分（BOP500～BOP1500）は、年間平均して1,332ドルを食品に支出する一方、中所得層は、3,487ドル支出します。しかし、差は確かにありますが、想定していたより小さいかもしれません。中所得世帯（平均収入12,000ドル）とBOP1000世帯の所得の比率は12:1ですが、一世帯当たりの食料品支出額の平均の比率は、3:1に過ぎません。これは、全ての所得グループに共通で、また所得が増えるに伴い家計に占める食品支出の割合が確実に少なくなることを示す家計調査結果とも一致しています。

#### ブラジル

食品家計支出割合

(%)

BOP3000	25
BOP2500	28
BOP2000	29
BOP1500	33
BOP1000	37
BOP500	37



中所得世帯とBOP1000世帯の一世帯当たりの食品支出額の比は、  
所得が増えるに伴い、家計に占める食品支出の割合が確実に少なくなることを  
示す家計調査結果と一致しています。このことは全ての所得グループに  
あてはまります。

.....

#### 後注

1. 各国の家計調査では、全ての食品支出項目に関する情報が収集されているわけではないので、ある国の家計調査から得られる支出データは、その国の実際の支出額の最小推計値とみなされるべきです。
2. Janet Roberts,「Project Shakti: Growing the Market While Changing Lives」Case Weatherhead School of Management <http://worldbenefit.cwru.edu/inquiry/featureShakti.cfm> (2007年1月9日アクセス)
3. International Development Enterprises,「Homepage」<http://www.ideorg.org/> (2007年1月9日アクセス)
4. KickStart,「KickStart: The Tools to End Poverty」<http://www.kickstart.org/> (2007年1月9日アクセス)
5. KickStart,「25 Entrepreneurs Who Are Changing the World: KickStart」[FastCompany.com](http://www.fastcompany.com/social/2006/statements/kickstart.html)<http://www.fastcompany.com/social/2006/statements/kickstart.html> (2007年1月9日アクセス)
6. Hindustan Lever Limited,「Creating Markets: Delighting Customers Everywhere」[http://www.hll.com/brands/creating\\_markets.asp](http://www.hll.com/brands/creating_markets.asp) (2007年1月9日アクセス)



## 第 9 章

# The Financial Services Market

金融サービス市場



マイクロクレジットのパイオニア Muhammad Yunus は、2006 年、ノーベル平和賞を受賞しました。BOP の金融サービスへのニーズに一般の人々の注目を集める画期的な出来事でした。つい最近まで、歴史的に非営利領域であるマイクロクレジットに焦点が置かれていました。しかし今日それは変わりつつあります。新しいプレイヤー、新しい商品が金融市場に参入し、サービスは新しい技術によって変貌しています。ダイナミックな金融サービス分野が出現しており、全ての人のアクセス実現への歩みが始まっています。

多くのマイクロファイナンス機関は、マイクロクレジットのみならず預金サービスも提供しています。商業銀行も、BOP 市場で活発に営業し、保険を含む幅広いサービスを提供しています。携帯電話バンキング・サービスはまだ始ったばかりですが、アクセスを広げ、取引費用を軽減することが期待されています。海外に住む家族から BOP 世帯への送金は、国境をまたぐ大きな金融フローとなっており、経済成長を促す新しい方法として注目が集まっています。

これらの変化が BOP の金融サービスへのアクセスを拡大させています。その効果を測る方法は、単に取引の量や、ドル価値のみならず、多数あります。

- 新規雇用と所得。携帯電話を利用する新しいタイプの金融サービスは、雇用を創出し、無線クレジット・サービスを提供する何百万もの小規模企業家に所得をもたらしています。
- 公的身分証明。金融サービスに加入し口座を開設することは、それまで持っていなかった身分を公的に承認されることであり、開発に不可欠な政治的・社会的包含プロセスに寄与します。
- 身の安全確保。犯罪に巻き込まれる危険性を高める現金は、貧困者にとって重荷です。多額の現金を持ち歩く必要性から解放されるデビット・カード、携帯電話ベースの現金アクセスや支払いサービスは、貧困者が安全で質の高い生活を安心して送る可能性を高めます。



Bank Rakyat Indonesiaの顧客であるインドネシアの女性は、  
他の女性達に比べ、家庭の金融上・財政上の意思決定に  
参加している可能性があります。

- 子どもの教育機会の拡充。バングラデシュのGrameen Bankの顧客である家庭の女兒ほぼ全員が学校へ通っています。そうでない家庭の場合、その割合は僅か60%です。
- 適時・適切な保険医療サービス。ウガンダのFoundation for Credit and Community Assistance(FOCCAS)は、小口融資サービスを子どもの保健医療教育プログラムと結びつけることによって、HIVの感染防止策を講じる顧客の割合を2倍に増やしました。ボリビアのCredito con Educacion Rural(Crecer)のマイクロクレジット・サービスの顧客は、そうでない親達より高い割合で、子どもに予防接種を受けさせています。
- 女性のエンパワーメント（権限付与）。Bank Rakyat Indonesiaの顧客であるインドネシアの女性は、他の女性達に比べ、家庭の金融上・財政上の意思決定に参加している可能性があります。インドのSEWA Bankの借り手は、Self-Employed Women's Associationのメンバーとして、組合を組織し、高い賃金とより多くの権利を求めるためロビー活動を行っています（Littlefield, Morduch and Hashemi 2003）。

これらの効果やここで取り上げることでできなかったより多くの効果を通じ、金融サービスは、貧困削減とBOPの人々の商品とサービスへのアクセス改善の上で極めて重要な役割を果たしています。

### 市場はどれくらい大きいのか？

各国の家計調査は、金融に関連した広範なデータを網羅しているものの、実際の金融サービスへの支出についてのデータはほとんどありません。さらに、金融サービスに関わる費用は、BOP顧客にとって十分透明でないケースが多いのが現状です。送り手から受け手に送金が届くまでにかかる実際の費用あるいはインフォーマルな村の村長に支払われた実際の金利などがその例です。結果的に、有意義な分析に必要な金融サービスに関する確固たるデータは存在しません。

しかしながら、金融サービス分野が変化し、BOPの人々により広くアクセスの道を開く方向へ向かっていることは、分かっている情報からだけでも明らかです。3つの要因がこの変化を加速させています：

- マイクロファイナンス分野が成長し、新しいプレイヤーを引きつけ、新しいサービスを創造しています。

- 技術の急速な変化によって、金融サービスの取引費用が減少し、また市場は拡大し、さらに大規模金融機関がこれまで対象としてこなかった市場に関心を持ち始めています。
- 送金の額は、推計で年間3,500億米ドルに近づき、受手、企業、各国政府は、「BOP to BOP」金融フローを活用する方法を模索しています。

以下の分析では、これら3つの視点から金融サービスの現状を見ていきます。<sup>1</sup>

### 変化する銀行業の状況

金融サービスをBOPにとってより身近なものにするための複数の戦略が実行されています。その1つが、マイクロファイナンス機関の拡大です。ケニアのCooperative Bank of Kenya、メキシコのFinanciera Compartamos、インドネシアのBRIといった伝統的にマイクロクレジットを提供してきた多くの銀行は成長し、商業ベースで十分経営が可能なほどの利益を上げています。今では、持続可能な小口融資は、中核ビジネスの一部にしか過ぎません。比較的新規の参入者であるインドのSKS Microfinanceは、融資の急激な伸びをさらに加速する唯一の手段として、経営効率の改善を選びました（ケース・スタディ 9.1）。

しかし、金融業界の推計によれば、マイクロクレジットは、2006年末の段階で8,200万世帯にアクセスしたに過ぎません。さらに金融業界が2015年までに達成するとして設定した新たな目標である1億7,500万世帯という数字さえ、現在のBOP世帯数である5億5,600万の31.5%を占めているに過ぎません。<sup>2</sup>

明らかに、規模を拡大するための戦略が必要です。既に実行されているものもあります。主要な金融機関は、「ダウ

## ケース・スタディ 9.1 ボトム・アップ・バンキング

### 金融サービスの深化 1取引1少額融資

1998年、インドでVikram Akula<sup>14</sup>は、52,000米ドルの「家族と友人」資金を元手に、マイクロクレジット機関SKS Microfinanceを設立しました。Akulaには、現代的で効率的な事務管理システムを使い、取引コストを劇的に抑えれば、採算性と規模を確保しつつ小口融資を行うことができるという具体的な目標がありました。<sup>15</sup> Grameenの「融資サークル」アプローチを遥かに超えてSKSがターゲットに選んだのは、巨大な市場—インドの8億のBOP層の人々でした。

SKSは、コンサルタント会社に務める友人の助けを得て、単純な融資管理ソフトウェアを開発しました。そして取引時間を短縮し、複雑な手続きを省略するために簡単な借手側の規則を考案しました。例えば、通常返済の場合5ルピー（インドの最小額の紙幣、約0.11米ドル相当）の倍数で返済することを求めたのです。

SKSは、注意深くリスクプロファイルを追跡、分析して、ある特定のセクターに過度に偏りそうになると、融資ポートフォリオのバランスをとるようにします。例えば、水牛への融資額が急激に上がった場合、手早く、小売、建設、自動車およびトラック修理の分野での借手を見つけ対応するのです。

大きな銀行は競ってSKSに資金を貸し付けています。SKSの顧客へ再貸しするための資金です。<sup>16</sup> インド最大の民間セクター銀行であるICICI Bankは、SKSにオープン型クレジット・ラインを提供しています。ICICIはリスクが低いと査定しています。SKSの期限内返済率は98%です。その上、SKSは、ICICIの大企業顧客より収益率も高いのです。

SKSは、20万人を超える女性に5,700万米ドル以上を融資してきました。収益を生む融資以外にも、SKSは、顧客の緊急時に提供する無利子融資や生命保険も扱っています。SKSの関連機関であるSKS Educationは、貧困家庭の子どもに教育サービスを提供しています。

SKSは現在、インドの5つの州に85カ所のマイクロファイナンス支店を開設しています。2007年までに70万人の顧客にサービスを提供するという目標を達成するため、さらに5カ所支店を開く予定です。SKSの説明によれば、SKSは、既に世界で最も急速に成長するマイクロファイナンス組織の仲間入りをしています。<sup>17</sup>

これらの努力は、全てBOP向け金融サービス・セクターが大きく深化する中でこれをさらに進めるもので、アクセス実現戦略の有効性を実証しています。

非伝統的プレイヤーがBOP市場に参入しています。

小売分野の巨人Wal-Martは、メキシコの自社店舗内で銀行業を営むための承認を規制当局から既に得ています。Grameen Foundation USAとインド最大の民間銀行ICICI Bankは、マイクロファイナンス機関の資金調達を支援するGrameen Capital Indiaを創設しています。

ンマーケット（低所得市場への参入）」を有利に進め、自行の資本、専門性、事務管理システムを活用できる方法を探しています。数多くある事例のうちの1つとしてCitiのケースがあります。2006年後半Citiは、顧客の指紋による身元確認を利用する現金自動預入支払機（ATM）をインドの低所得地域へ拡大導入することを発表しました。<sup>3</sup>

非伝統的プレイヤーがBOP市場に参入しています。小売分野の巨人Wal-Martは、メキシコの自社店舗内で銀行Banco Wal-Martを営むための承認を規制当局から既に得ています。<sup>4</sup>これが成功すれば、世界のどこかにWal-Mart銀行がまた生まれることでしょう。

マイクロファイナンス機関と大規模商業銀行との出会いもあります。Grameen Foundation USAとインド最大の民間銀行ICICI Bankは、マイクロファイナンス機関の資金調達を支援するGrameen Capital Indiaを創設しています。このジョイント・ベンチャーは、マイクロファイナンス機関のプライマリー及びセカンダリー債権市場の査定、小口融資ポートフォリオを他の銀行に売ることを支援します。さらに必要に応じポートフォリオへの担保提供、信用強化も行います。<sup>5</sup>

ICICIは、他にも同様のBOPへのアクセスを目的とする多数のベンチャーを立ち上げています。その1つが、マイクロファイナンス機関であり技術提供も行っているn-Logueとのパートナーシップです。このパートナーシップによって、数千の企業家が経営するインターネット・キオスクを、預金口座、投資信託購入、保険、さらにエクイティ・ローンへの最初の入口として活用し、さらにインドの農村部全体に支店、フランチャイズ経営者のネットワーク、ATMを展開する予定です。<sup>6</sup>このようなパートナーシップは、BOPの金融サービスへのアクセスを拡充する方策として金融分野全体で広く実施されています。<sup>7</sup>

BOP層で預金口座の開設件数が確実に伸びていることは、マイクロクレジットを超えるサービスへの需要があることの有力な証です。開発途上国および体制移行国の低所得顧客の預金口座の数は10億を超えると推計されています（Peachey and Roe 2006）。<sup>8</sup>実際、BRI および Financiera CompartamosのBOPポートフォリオは預金口座の方が小口融資よりずっと大きくなっています。金融手段は、時代遅れの法律や規制による制約を受けることがしばしばです。しかし、制約を解かれさえすれば、BOPのための金融分野の深化の中で、強力で新しい役割を担うことができます。

中小企業向けの金融は伸びています。この動きは直接、BOPへ金融サービスを届けることにはつながりませんが、雇用やサービスを創出することによって、金融サービスの機会を広げます。この金融は、マイクロファイナンスの領域を超え、融資や株式投資といった形になります

が、大手銀行の従来の融資窓口で取り扱うには少額過ぎます。アジア開発銀行は、アジア各国の中小企業向けの一連の投資ファンドを開発しています。日本の国際協力銀行は、中小企業への資金を含む、アフリカでの民間セクター投資への融資額を数百万ドル増額しました。Shell Foundationは、アフリカで地場の金融機関を共同投資家として参加させて、小規模企業に重点を置いた幾つかの投資ファンドの組成を支援しています。<sup>9</sup>最も効果的な新ビジネス・モデルは、資本提供に指導、ビジネス教育、スキル訓練を組み合わせるものです。

商業銀行は、多くの先進国国債の利回りの低さ、ハイ・エンド市場での銀行間の激しい競争といった構造的要因に突き動かされ、中小企業金融への参入の道を模索しています。グローバルに営業展開する銀行は、通常、成功には不可欠なリスク・アセスメントと地域社会とのつながりを提供できる地場銀行とパートナー関係を結びます。一方、マネー・センターの大銀行の資金と支援は、これまで長い間顧みられていなかった地場の中小企業市場へ、地場銀行がより良いサービスを提供することを促します。

### 原動力としての技術

技術は、金融サービスの進化の原動力としてコスト削減と物理的距離の架け橋といった2つの重要な役割を果たします。BOP顧客にとって、金融サービスに関わる技術によって4つの重要な懸案である便利さ、アクセス可能性、安全性、送金可能性 (Wright and others n.d.) が解消されます。携帯電話ベースの取引システムは、銀行の支店に出向くか週1回のマイクロファイナンス・グループの会合に参加しなければならなかった従来の金融機関における取引より、便利で、アクセスし易いものです。電子マネーは、盗まれる危険性も低く、現金より安全です。またそれは、特に海外への送金などをより簡単に済ませることができます。

技術の進歩によって、金融サービス分野に非伝統的プレイヤーが金融市場に参入するようになりました。最も顕著な例は、携帯電話サービス会社が、従来の金融サービスと同じように見えかつ感じられる新しい金融商品やサービスをネットワーク上に導入しています (ケース・スタディ 9.2)。モバイル・ネットワーク・サービスと伝統的な銀行サービスを組み合わせた新規事業も、独自の道を模索しています (ケース・スタディ 9.3)。

こうした結果、異業種のハイブリッド—銀行と携帯電話サービス・プロバイダーとの連携あるいは金融および携帯電話サービスの両方を提供する会社—は、金融および電気通信の規制当局に問題を突きつけています。しかしもたらされる恩恵の大きさを考えると解決を求めるのは正当のように思われます。例えば、パキスタン政府は、関連2規制当局



## ケース・スタディ 9.2 電話でバンキング:

### バンキング市場を開拓する フィリピンの携帯電話サービス・プロバイダー

文字メッセージ・サービスはフィリピンで広く利用されています。この状況をいち早く見て取り、Smart Communications と Globe Telecom は、人々の需要をベースに、モバイル金融プラットフォームのパイオニアとなりました。

プリペイド式通信料デビット・カードに電子的に金額補充をすることからスタートして、Smart Communications は、他の会社のシステムとの間をシームレスに結び提供できる一連のサービスを開発しました。同社の「Smart Money」を使えば、利用者が自分の銀行口座から携帯電話へ送金したり、数千に及ぶ店やレストランのサービスや商品の代金を支払ったり、電話でサービスや商品を注文し、モバイル・クレジットで代金決済をしたり、どの Smart system 携帯にでも通話時間を追加したり、Smart Money カード間での送金や公共料金の支払い、海外からの送金さえ可能となります (Smith 2004a)。

Globe Telecom も同様のサービスを提供しています。2004 年、「G-Cash」プログラムを立ち上げました。このプログラムを利用すれば、携帯電話の文字メッセージで利用者は自由に送金・入金ができ、様々なサービスやビジネスの代金決済ができます。国内・海外送金もこのシステムを使えば可能です。Smart Communications のシステムとは異なり、利用者が銀行口座を持っている必要はありません。Globe Telecom のシステムは、銀行でも利用できますが、利用者は、ネットワーク内の小売店であれば、その場で、「キャッシュ・イン」「キャッシュ・アウト」が可能です (Vega)。

顧客の真のニーズを満たす Globe Telecom と Smart Communications は、市場でも成功を収めています。両社は安全性を高めています。電子マネーは現金を持ち歩くことによる危険と負担から解放します。またセキュリティを強化します。価値はセントラル・システムで保管され、カードや携帯の紛失・盗難の場合でも、顧客を損失・損害から守ります。そして金融へのアクセスの可能性を提供します。遠隔バンキングのアプリケーションによって顧客に銀行の窓口に向くことを求めるのではなく、顧客の元へ銀行が出向きます。また資金振替も可能になります。そのシステムによれば顧客間での資金振替が可能です。家族間の中で、あるいはビジネス取引で多く利用されるサービスです。

さらに、Smart Communications と Globe Telecom は、通話時間の再販サービスやモバイル金融サービスを推進する 150 万社の企業家も産み出しています。2 社のアプローチは、価値創造の地域密着化戦略と BOP 市場にフォーカスする戦略の有効性を実証しています。

に効果的な解決へ向けて対策を講じるよう指示しました。<sup>10</sup>

技術主導の新興金融サービスとしては、バンクセントリック・モデル、電子マネー、モバイル・コマースがあります。これらのサービスは一連の技術を駆使して提供されています。即ち、ATM、携帯電話、携帯コンピューター、そしてクレジット・カード、デビット・カード、スマート・カードです。

ケニアで Vodafone は、地場のモバイル・サービス・プロバイダー Safaricom とマイクロファイナンス機関と連携して、M-Pesa と呼ばれる金融取引システムを立ち上げました。新しいモバイル・フォン・カードを利用し、マイクロファイナンス機関の顧客が、預金、残高確認、その他自らの口座のマネジメント全般が可能となるシステムです。近隣の銀行業代理業者は、電子取引の現金化、預金受付、顧客の代理支払いを行って、それに伴い発生する手数料収入を得ます。Vodafone は同様の事業を早期に他の国々へ展開することを計画しています。<sup>11</sup>

ボリビアの Prodem FFP の取り組みは、金融分野の優れた事例の 1 つです。ATM の高度な活用によって、農村部の読み書きのできない低所得者層に預金口座を提供しています。技術が手頃な価格のサービス提供の鍵と認識しつつも、Prodem FFP は求める低コストで質の高い技術を見出すことができなかったため、地場の会社とパートナーシップを結び、技術開発に乗り出しました。その成果は、視覚および 3 方言を含む 4 言語対応の音声による表示の ATM、口座に関する情報を取得・保存するスマート・カード、生体認証です。BOP 向けの ATM は、現在ではインドでの Citi の ATM ベンチャー等大銀行も利用しています。

Visa International は、ラテンアメリカのマイクロファイナンス機関である FINCA International とパートナーを組んで、FINCA

同時に銀行は、BOPが全ての金融サービスにアクセスすることを希望し、また必要としていることに気が付き始めています。金融部門のアナリストは、BOPへ、そしてBOPからの資金の流れは以前考えていたより遥かに大きいことを理解し始めています。

InternationalのBOP顧客向けの小口金融プログラムを実施しています。このプログラムを利用すれば、預け入れられた資金は自動的にリテール銀行に顧客が開設した貯蓄口座へ入金され、Visaデビット・カードと資金へアクセスするための暗唱番号 (personal identification number: PIN) が与えられます。Visa International と FINCA International は、このプログラムによって、顧客が自分たちのお金はもう安心な場所にあると感じ、彼らの貯蓄性向が高まることに気がつきました。このプログラムはさらに紛失・盗難の恐れのある貸付金の小切手をなくし、セキュリティ強化も実現しています。さらに顧客はVisaカードを保持しているという優越感を得ることができます。

#### 海外送金:成長を促進する新たなツール

同時に銀行は、BOPが全ての金融サービスにアクセスすることを希望し、また必要としていることに気が付き始めています。金融部門のアナリストは、BOPへ、そしてBOPからの資金の流れは以前考えていたより遥かに大きいことを理解し始めています。米州開発銀行のMultilateral Investment Fundは、ラテンアメリカ・カリブ海への海外送金実態の調査を先導しています。他の地域のデータもこれに加えられています。

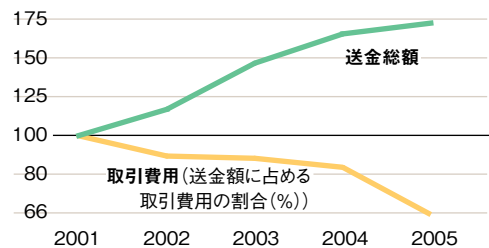
政府と企業は、送金額の大きさについて認識を新たにし、注目し始めました。送金フローを正式のルートに乗せるための改革が始まり、送金をめぐる競争も出現し始めました (Orozco 2006)。競争によってサービスは改善され、料金は安くなります。この効果は、報告されている分だけでも米国からの送金フロー (2005年には536億米ドルに達した) が毎年増え続けているラテンアメリカで顕著に見られます。<sup>12</sup> 世界全体では現在、3,500億米ドルに近づいていると考えられています。開発途上地域にとって重要なお金の流れがこれに含まれています。実際報告されている送金額は、1999年から2004年の間に2倍に増えています (世界銀行2005)

この安定した資金の流れは、多くのBOP世帯の所得の大きなシェアを占めています。同時に直接的な「BOP to BOP」資金提供メカニズムが住宅新築、起業、子どもの教育に貢献しています。しかし各国政府および開発機関は、送金フローの国内および地域内での影響を把握し始めたばかりであり、送金からより多くの恩恵を得る方法の検討も始まったばかりです。

恩恵の1つとして、海外送金による国レベルでの恩恵としては、世界銀行のエコノミスト Dilip Ratha(2005) の最近の研究が示す通り、カントリー・リスク評価があります。高い評価は、民間セクターの投資を促進し、雇用創出と成長加速につながります。もう1つの恩恵として、開発途上国の銀行の一部は海外送金フローの「証券化」を始めています。信

#### 米国からラテンアメリカへの送金フロー

指数:2001年=100



資料: Inter-American Development Bank, "Remittances to Select LAC Countries in 2005 (US\$ Millions)," <http://www.iadb.org/mif/remittances/index.cfm> (2007年2月1日時点)

### ケース・スタディ 9.3 バーチャル・バンキング: 南アフリカBOP向けの銀行

Wizzitは、支店ではなく、携帯電話を頼りに南アフリカでバーチャル・バンキング・サービス業を経営しています。Wizzitは、1,400万人の銀行サービスを利用したことのない人々に金融サービスへのアクセスを提供することを目指しています(Kramer and Paul 2006)。Wizzitは、South African Bank of Athensの1事業部門として経営を行っています。デビット・カードの認定発行機関でもあり、携帯電話料金の支払いの安全なモバイル決済も提供しています。Wizzitシステムを利用することによって、顧客は次のことができます。

- ・ Wizzit口座からの他の口座名義人への送金
- ・ 携帯電話の通話時間の購入
- ・ 公共料金および他の商取引料金支払い
- ・ 世界中のATMでの現金引き出し

BOPがフォーマルな金融分野へ参加することを阻む障壁を考慮し、Wizzitは、顧客開拓にあたり、次の方針を採用しています。

- ・ 多言語（方言）顧客サービス・センター
- ・ 24時間365日いつでもわずか2分間で口座開設
- ・ 国が銀行に実行を求める「顧客を知る」要件の100%順守。しかし、口座開設を認めない理由として、この要件を利用しない。
- ・ 地域社会に密着した「WIZZkid」顧客係。顧客に出向くよう求めるのではなく、顧客を訪問し、口座を開設
- ・ 成年者のみならず未成年者用口座

Wizzitは、その採用基準にも社会的配慮が見られます。失業者のみを雇用することを目指し、これまでに千人以上に職を提供しています。Wizzitのビジネス・モデルは、**アクセス実現戦略**の有効性を実証しています。

頼できる海外送金フローを国際資本市場で売られる金融商品の保証として利用し、借入コストを下げるができます。これらの恩恵は共に、国内投資に対する国の財務能力を高め、海外送金の経済成長への効果を世帯レベルを超えた大きなものにします。

送金の可能性についての認識を新たにした企業は、新しいサービスを立ち上げています。2007年2月、バルセロナで開催された3GSM World Congressで、100カ国で6億人以上の顧客にサービスを提供する19のモバイル・サービス・プロバイダーが構成するコンソーシアムは、送金を全て彼らの携帯電話システムを通じて行い、料金の大幅削減を実現するプログラムを発表しました。同コンソーシアムは、世界の送金額は2012年までに1兆ドルを超えると予測しています。<sup>13</sup>

これらの進展にもかかわらず、BOPへ金融サービスを提供するインフラストラクチャーに深刻な不備があります。メキシコで送金先と金融機関の所在地の詳細なマッピング調査を進める中で、米州開発銀行は、送金の額が大きいにもかかわらず、銀行サービスのない地域が多数あることを確認しました。そこに銀行のプレゼンスがないということは、伝統的な金融機関の機会が喪失されることであり、BOPが全ての金融サービスにアクセスを認められた正式の顧客となる上での障害でもあります。同時にそれは顧みられてこなかった市場に非伝統的プレイヤーや支店無しのバンキング・ビジネスが参入する大きな機会を与えているのです。

## 後注

1. 言うまでもなく、ここで分析した以外にも金融サービスには多くの重要な側面があります。例：サプライ・チェーン・ファイナンス、クレジット・サービスの詳細分析、作物保険から洪水保険、医療保険、企業責任保険等全てのタイプの保険の提供。
2. Associated Press, 「Microcredit Campaign Launches New Goal of Reaching 175 Million of World's Poorest by 2015」、International Herald Tribune 2006年11月1日付け
3. [http://www.iht.com/articles/ap/2006/11/01/america/NA\\_GEN\\_Canada\\_Microcredit\\_Summit.php](http://www.iht.com/articles/ap/2006/11/01/america/NA_GEN_Canada_Microcredit_Summit.php) (2006年11月1日アクセス)
4. Joe Leahy, 「Citi Plans Thumbprint ATMs for India's Poor」、Financial Times 2006年12月1日付け <http://www.ft.com/>.
5. BusinessWeek, 「In Mexico, Banco Wal-Mart」、2006年11月20日号 [http://www.businessweek.com/magazine/content/06\\_47/b4010076.htm?chan=search](http://www.businessweek.com/magazine/content/06_47/b4010076.htm?chan=search).
6. Jyoti Sunita, 「CICI Bank, Grameen of USA Set Up JV for Micro-Finance」、Financial Express 2005年11月16日付け [http://www.financialexpress.com/fe\\_full\\_story.php?content\\_id=108757](http://www.financialexpress.com/fe_full_story.php?content_id=108757) (2007年1月17日アクセス)
7. Anand Giridharadas, 「In India, Thinking Big by Thinking Small」、International Herald Tribune 2005年9月30日付け <http://www.iht.com/articles/2005/09/30/business/wbbank.php> (2007年1月17日アクセス) Sumit Sharma and Cherian Thomas, 「ICICI Seeks 25 Million Rural Clients to Lift Growth (update 1)」、Bloomberg 2006年11月1日 <http://www.bloomberg.com/apps/news?pid=20601091&sid=aHZH6TpOSmIM>.
8. AME Info, 「Visa Encourages Banks to Partner with Microfinance Institutions」、2006年11月7日 <http://www.ameinfo.com/101075.html>.
9. 実際 Peachey and Roe (2006) の推計は驚くべきもので、14億口座。Christen, Rosenberg, and Jayadeva (2004, 1) は、より慎重ではあるが、それでもかなり多く「商業銀行レベル以下の市場をターゲットとする様々な種類の金融機関に7億5,000万（貯蓄および借入）口座」
10. John Oyuke, 「Sh900 Million Fund Targets Small Traders」The Standard (Nairobi), 2006年5月17日、Shell Foundation 「ASPIRE Kenya Launches」<http://www.shellfoundation.org/index.php?newsID=337> (2007年1月17日アクセス)
11. DAWN: The Internet Edition, 「Efforts Geared up to Introduce Mobile Banking」、2006年10月20日 <http://www.dawn.com/2006/10/20/eb8.htm>.
12. 2006年11月のVodafoneマネージャーとの私的会話に基づく、MicroSave(2006)
13. Inter-American Development Bank, 「Remittances to Select LAC Countries in 2005 (US\$ Millions)」<http://www.iadb.org/mif/remittances/index.cfm> (2007年2月1日アクセス)
14. Reuters, 「Mobile Carriers Facilitate Cash Transfers」、CNET News.com 2007年2月11日
15. [http://news.com.com/Mobile+carriers+facilitate+cash+transfers/2100-1039\\_3-6158314.html?tag=nefd.top](http://news.com.com/Mobile+carriers+facilitate+cash+transfers/2100-1039_3-6158314.html?tag=nefd.top) (2007年2月13日アクセス)
16. Time Magazine, 「The Lives and Ideas of the World's Most Influential People」、2006年5月8日 May 8、2006特集号
17. SKS Microfinance, 「SKS」<http://www.sksindia.com/> (2007年1月22日アクセス)
18. Eric B. Shvinoor, 「Entrepreneur Gets Big Banks to Back Very Small Loans」、Wall Street Journal 2006年5月15日号 <http://www.wsj.com/>.
19. MIX Market, 「Profile of SKS」<http://www.mixmarket.org/en/demand/demand.show.profile.asp?ett=25> (2007年1月10日)



- Annamalai, Kuttayan, and Sachin Rao. 2003. What Works: ITC's E-Choupal and Profitable Rural Transformation. Washington, DC: World Resources Institute. <http://www.nextbillion.net/node/1433>.
- Azfar, Asad, and Aun Rahman. 2004. Housing the Urban Poor. New York: Acumen Fund. [http://www.acumenfund.org/pdf/saiban\\_study.pdf](http://www.acumenfund.org/pdf/saiban_study.pdf).
- Balu, Rekha. 2001. "Strategic Innovation: Hindustan Lever Ltd." Fast Company (May). <http://www.fastcompany.com/online/47/hindustan.html>.
- Banerjee, Abhijit V., and Esther Dufo. 2006. "The Economic Lives of the Poor." Working Paper 06-29, Department of Economics, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, MA. <http://ssrn.com/abstract=942062/>.
- Bestani, Robert, and Johanna Klein. 2006. "Housing Finance in Asia." Asian Development Bank, Manila.
- Brugmann, Jeb and C. K. Prahalad. 2007. "Cocreating Business's New Social Compact." Harvard Business Review (February): 80-90.
- Christen, Robert P., Richard Rosenberg, and Veena Jayadeva. 2004. Financial Institutions with a Double Bottom Line. Washington, DC: Consultative Group to Assist the Poor. [http://www.cgap.org/docs/OccasionalPaper\\_8.pdf](http://www.cgap.org/docs/OccasionalPaper_8.pdf).
- Cohen, Nevin. 2001. What Works: Grameen Telecom's Village Phones. Washington, DC: World Resources Institute. <http://www.nextbillion.net/node/1429>.
- Commission on the Private Sector and Development. 2004. Unleashing Entrepreneurship: Making Business Work for the Poor. New York: United Nations Development Programme.
- Constance, Paul. 2005. "A Water Service Based on Trust." IDBAmerica (May). <http://www.iadb.org/idbamerica/index.cfm?thisid=3493>.
- Constance, Paul, and Puerto Cortes. 2004. "Service Worth the Price." IDBAmerica (September). <http://www.iadb.org/idbamerica/index.cfm?thisid=2981>.
- De Soto, Hernando. 2003. The Mystery of Capital: Why Capitalism Triumphs in the West and Fails Everywhere Else. New York: Basic Books.
- . 2004. 2004.05 Frank Porter Graham Lecture, University of North Carolina, Chapel Hill, October 26. <http://www.johnstoncenter.unc.edu/events/desoto.html> (accessed January 16, 2007).
- Dunston, Chris, David McAfee, Reinhard Kaiser, Desire Rakotoarison, Lalah Rambeloson, Anh Thu Hoang, and Robert E. Quick. 2001. "Collaboration, Cholera, and Cyclones: A Project to Improve Point-of-Use Water Quality in Madagascar." American Journal of Public Health 91 (10): 1574-76. <http://www.ajph.org/cgi/content/full/91/10/1574>.
- Fertig, Michelle, and Herc Tzaras. 2005. What Works: Health-Store's Franchise Approach to Healthcare. Washington, DC: World Resources Institute. <http://www.nextbillion.net/node/1643>.
- Flores-Arias, Elda S., ed. 2006. "Metrobus: Welcome Aboard." Special issue, Sustainable Mobility 1 (October). <http://embarq.wri.org/documentupload/BRtTingles.pdf>.
- Gamser, Matthew, ed. 2005. "Discovering Hidden Assets. Financing the Base of the Pyramid." Special issue, Developing Alternatives 10 (1). [http://www.dai.com/pdf/developing\\_alternatives/developing\\_alternatives\\_winter\\_2005.pdf](http://www.dai.com/pdf/developing_alternatives/developing_alternatives_winter_2005.pdf).
- GSM Association. 2005. "GSM Association Forges Sub-\$30 Mobile Phone Segment for Developing Countries." Press release, Emerging Market Handset Programme, September 27. [http://www.gsmworld.com/emh/news/emh2\\_press\\_gsma270905.html](http://www.gsmworld.com/emh/news/emh2_press_gsma270905.html).
- Hart, Stuart L. 2005. Capitalism at the Crossroads: The Unlimited Business Opportunities in Solving the World's Most Difficult Problems. Upper Saddle River, NJ: Wharton School Publishing.
- Hart, Stuart L., and C. K. Prahalad. 2002. "The Fortune at the Bottom of the Pyramid." Strategy + Business, no. 26: 2.14.
- IDB (Inter-American Development Bank). 2006. Building Opportunity for the Majority. Washington, DC: IDB.
- ILD (Institute for Liberty and Democracy). 2006. "Evaluacion preliminar de la economia extralegal en 12 paises de Latinoamerica y el Caribe." Lima, Peru. Also available at <http://www.iadb.org/NEWS/articledetail.cfm?artid=3123&language=En>.
- ILO (International Labour Organisation). 2002. Key Indicators of the Labour Market, 2nd ed. Geneva: ILO.
- ITU (International Telecommunication Union). 2006. "Cellular Subscribers." [http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at\\_glance/cellular05.pdf](http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/cellular05.pdf) (accessed January 12, 2007).
- Ivatury, Gautam, and Mark Pickens. 2006. Mobile Phone Banking and Low-Income Customers: Evidence from South Africa. Washington, DC: Consultative Group to Assist the Poor, United Nations Foundation, and Vodafone Group Foundation.
- Jadresic, Alejandro. 2000. "A Case Study on Subsidizing Rural Electrification in Chile." In Energy Services for the Poor, ed. Penelope J. Brook and Suzanne Smith, 76-82. Washington, DC: World Bank.
- JBIC (Japan Bank for International Cooperation). 2006. "JBIC ODA Loans under Enhanced Private Sector Assistance (EPSA) for Africa." Document distributed at African Development Bank Group Annual Meeting, Ouagadougou, Burkina Faso, May 17.18.
- John Deere. 2005. "John Deere Grants \$3 Million to Provide Basic Tools to African Farmers." Press release, June 8. [http://www.deere.com/en\\_US/newsroom/2005/releases/corporate/2005\\_0608kickstart.html](http://www.deere.com/en_US/newsroom/2005/releases/corporate/2005_0608kickstart.html) (accessed January 17, 2007).
- Kahane, Michele, Jessica Landis, Steve Rochlin, and John Weisner. 2005. Untapped: Creating Value in Underserved Markets. San Francisco: Berrett-Koehler.
- Kariuki, Mukami, and Jordan Schwartz. 2005. "Small-Scale Private Service Providers of Water Supply and Electricity." Policy Research Working Paper 3727, World Bank, Washington, DC.
- Kramer, William J., and John Paul. 2006. "Mobile-Enabled Transactions for the Base of the Economic Pyramid: A Brief Review of the 2006 'State-of-Play'." In Economic Empowerment through Mobile, ed. Charlotte Grezo. Vodafone CR Dialogues. Newbury, Berkshire, England: Vodafone.
- Littlefield, Elizabeth, Jonathan Morduch, and Syed Hashemi. 2003. Is Microfinance an Effective Strategy to Reach the Millennium Development Goals? Washington, DC: Consultative Group to Assist the Poor. <http://www.cgap.org/>.

- Lodge, George, and Craig Wilson. 2006. *A Corporate Solution to Global Poverty*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Meehan, Bill, and Yasmin Zaidman. 2005. *Acumen Fund and Mytry De-Fluoridation Filter Technologies*. Cambridge, MA: Harvard Business School Publishing. MicroSave. 2006. "M-Pesa Pilot Implementation Report." Vodafone and MicroSave, Nairobi.
- Milanovic, Branko. 2005. *Worlds Apart: Measuring International and Global Inequality*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- New Ventures. 2006. "Cuadritos." *Rising Ventures* (August–October). <http://www.new-ventures.org/?fuseaction=content&IDdocumento=251#cuadritos>.
- Orozco, Manuel. 2006. *International Flows of Remittances: Cost, Competition and Financial Access in Latin America and the Caribbean. Toward an Industry Scorecard*. Washington, DC: Inter-American Dialogue.
- Peachey, Stephen, and Alan Roe. 2006. *Access to Finance: What Does It Mean and How Do Savings Banks Foster Access*. Brussels: World Savings Banks Institute. <http://www.savings-banks.com/content/default.asp?PageID=181>.
- Philips Research. 2006. "Philips Develops a Woodstove That Saves Lives and Preserves Energy Resources." Press release, February 27. <http://www.research.philips.com/newscenter/archive/2006/060227-woodstove.html> (accessed January 16, 2007).
- Prahalad, C. K. 2005. *The Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating Poverty through Profits*. Upper Saddle River, NJ: Wharton School Publishing.
- Prahalad, C. K., and Allen Hammond. 2002. "Serving the World's Poor, Profitably." *Harvard Business Review* (September): 4.11.
- PSI (Population Services International). 2006. *Disinfecting Water, Saving Lives*. Washington, DC: PSI. <http://www.psi.org/resources/pubs/Water-sep05.pdf>.
- Ratha, Dilip. 2005. "Leveraging Remittances for International Capital Market Access." Working paper, World Bank, Washington, DC, November 18. <http://siteresources.worldbank.org/INTACCESSFINANCE/Resources/Ratha-leveragingRemittances.pdf>.
- Reck, Jennifer, and Brad Wood. 2003. "What Works: Vodacom's Community Services Phone Shops." World Resources Institute, Washington, DC.
- Sandoval, Ricardo. 2005. "Block by Block: How One of the World's Largest Companies Builds Loyalty among Mexico's Poor." *Stanford Social Innovation Review* (summer). [http://www.ssireview.org/articles/entry/block\\_by\\_block/](http://www.ssireview.org/articles/entry/block_by_block/).
- Satterthwaite, David, Gordon McGranahan, and Diana Mitlin. 2005. *Community-Driven Development for Water and Sanitation in Urban Areas*. Geneva: International Institute for Environment and Development and Water Supply and Sanitation Collaborative Council.
- Schneider, Friedrich. 2005. "Size and Measurement of the Informal Economy in 110 Countries around the World." Working Paper 2005-13, Center for Research in Economics, Management and the Arts, Johannes Kepler University of Linz.
- Smith, Sharon. 2004a. *Smart Communications: Expanding Networks, Expanding Profits*. Washington, DC: World Resources Institute.
- . 2004b. "What Works: Smart Communications' BOP-Driven Business Model." World Resources Institute, Washington, DC. Sullivan, Nicholas P. 2007. *You Can Hear Me Now*. San Francisco: Jossey Bass.
- UNDP (United Nations Development Programme). 2006. *Human Development Report 2006: Beyond Scarcity. Power, Poverty and the Global Water Crisis*. New York: Palgrave Macmillan.
- Vega, Jose. 2006. "Improving Access to Financial Services: Mobile Money Transfer and Beyond. Reaching Rural Households through Technology." Paper presented at State Bank of Pakistan seminar, Karachi, October 12.
- Vodafone. 2005. *Africa: The Impact of Mobile Phones*. London: Vodafone. <http://www.vodafone.com/africa>.
- WBCSD (World Business Council for Sustainable Development). 2004. *Holcim Apasco: Concrete Innovation with Mi Casa*. Geneva: WBCSD. [http://www.wbcd.ch/web/publications/case/holcim\\_apasco\\_mi\\_casa\\_full\\_case\\_web.pdf](http://www.wbcd.ch/web/publications/case/holcim_apasco_mi_casa_full_case_web.pdf).
- Wilson, Craig, and Peter Wilson. 2006. *Make Poverty Business*. Sheffield, England: Greenleaf.
- Wireless Intelligence. 2005. "Worldwide Cellular Connections Exceeds 2 Billion." Press release, GSM World News, September 15. [http://www.gsmworld.com/news/press\\_2005/press05\\_21.shtml](http://www.gsmworld.com/news/press_2005/press05_21.shtml) (accessed January 12, 2007).
- World Bank. 2005. "Global Economic Prospects 2006: Economic Implications of Remittances and Migration." PowerPoint presentation at press launch for Global Economic Prospects 2006, World Bank, Washington, DC, November 16. <http://siteresources.worldbank.org/INTGEP2006/Resources/GEP06PressConference-Short.ppt>.
- . 2006a. *Global Economic Prospects 2006: Economic Implications of Remittances and Migration*. Washington, DC: World Bank.
- . 2006b. *Information and Communications for Development 2006: Global Trends and Policies*. Washington, DC: World Bank.
- World Bank and IFC (International Finance Corporation). 2006. *Doing Business 2007: How to Reform*. Washington, DC: World Bank and IFC.
- World Resources Institute, World Bank, United Nations Development Programme, and United Nations Environment Programme. 2005. *World Resources Report: The Wealth of the Poor*. Washington, DC: World Resources Institute.
- Wright, Graham A. N., Nick Hughes, Brian Richardson, and David Cracknell. n.d. "Mobile Phone-Based E-Banking: The Customer Value Proposition." Briefing note 047, MicroSave, Nairobi. [http://www.microsave.org/Briefing\\_notes](http://www.microsave.org/Briefing_notes).

# 付表 A

## 所得データ

国一覧

方法論

各国調査

BOPの人口および所得

## 付表A 所得データ

### 方法論

BOPの規模の分析は、110カ国（付表A1.a参照）の国家統計部局が実施する所得および消費関連の調査に基づいています。BOPの所得合計の分析は、世界銀行の研究局エコノミストBranko Milanovicが開発し、*Worlds Apart: Measuring International and Global Inequality* (Milanovic)に掲載された所得不平等方式によります。Milanovic博士の手法は、世界の個人間の不平等を測定するため、全ての世界の人々を「並べ」、関連する家計調査に基づいて、各個人に年間所得を割り当てるものです。

本報告書で行った分析は、相対所得レベルを決定する手法と同じ手法を用いています。所得が3,000ドル以下（2002年時点の国際ドル、購買力平価（purchasing power parity: PPP）で調整）の人々をBOPと定義しています。さらに所得が3,000ドル超20,000ドル以下の人々を中所得層、20,000ドル超の所得者を高所得層と定義しています。世界銀行のWorld Development Indicators データベースのデータを用いて購買力平価の換算を行っています。

所得の境界は、便宜上ならびに参照し易いように、2002年の国際ドルで表示しています。しかし、特別に記載のない限り、本報告書の実際の家計所得あるいは支出額は、米国消費者物価指数を用いて2002年の値にインフレ処理した2005年国際ドル表示です。（米ドルで表示されているデータは、2005年時点の米ドル。）BOP層と中所得層の上端の境界は、2005年国際ドル表示でそれぞれ3,260ドル、21,731ドルです。

### 調査

所得分析に含まれている調査の一部を表A.1bに示しています。全調査一覧については、Milanovic博士へ照会してください。

### 市場の規模

一部の地域およびその地域内の一部の国に関するBOP人口規模に関するデータおよびBOPの所得の合計額—本報告書では、支出額に相当すると仮定し、それゆえにそれを市場規模と定義—を表A.2に示しています。地域合計額とは、それぞれの地域について表A1.aに示す国々の合計額を意味します。これらのデータは、Milanovic博士から提供されたもので、これまでに発表されたことはありません。

表 A.1a  
対象国

アジア	アフリカ	東ヨーロッパ	ラテンアメリカ・カリブ海諸国	その他
バングラデシュ	ベニン	アルバニア	アルゼンチン（都市部）	オーストラリア
中国	ブルキナファソ	アルメニア	ボリビア	オーストリア
東ティモール	カメルーン	アゼルバイジャン	ブラジル	ベルギー
インド	カーボベルデ	ベラルーシ	チリ	カナダ
インドネシア	コモロ	ボスニア	コロンビア	フィンランド
イラン	エジプト	ブルガリア	コスタリカ	フランス
ヨルダン	エチオピア	クロアチア	ドミニカ共和国	ドイツ
ラオス	ギニア	チェコ共和国	エクアドル	ギリシャ
マレーシア	コートジボワール	エストニア	エルサルバドル	アイルランド
ネパール	マダガスカル	グルジア	グアテマラ	イスラエル
パキスタン	マラウイ	ハンガリー	ハイチ	イタリア
フィリピン	マリ	カザフスタン	ホンジュラス	日本
スリランカ	モーリタニア	キルギス共和国	ジャマイカ	韓国
シリア	モザンビーク	ラトビア	メキシコ	ルクセンブルグ
タイ	ナイジェリア	リトアニア	ニカラグア	オランダ
ベトナム	サオトメ・プリンシペ	マケドニア旧ユーゴスラビア	パナマ	ノルウェー
	セネガル	モルドバ	パラグアイ	シンガポール
	シエラレオネ	モンテネグロ	ペルー	スペイン
	南アフリカ	ポーランド	スリナム	スウェーデン
	タンザニア	ルーマニア	ウルグアイ（都市部）	スイス
	ウガンダ	ロシア	ベネズエラ	台湾
	ザンビア	セルビア		イギリス
		スロバキア		米国
		スロベニア		
		タジキスタン		
		トルコ		
		ウクライナ		
		ウズベキスタン		



表 A.1b

## 参照調査 (所得分析)

年	国	調査
2002	アルバニア	Living Standards Measurement Survey
2004	アルメニア	Armenian Household Survey (Integrated Living Conditions Survey)
2002/3	オーストラリア	Survey of Income and Housing
2000	オーストリア	European Community Household Panel (LIS Database)
2000	ベルギー	Panel Study of Belgian Households (LIS Database)
2001	ボスニア・ヘルツェゴビナ	Living Standards Measurement Study Survey
2003	ブルガリア	Household Income Survey
2000	カナダ	Survey of Labour and Income Dynamics (LIS Database)
2001/2	コートジボワール	Inquerito as Despesas e Receitas Familiares
2004	クロアチア	Household Budget Survey
2002	チェコ共和国	Mikrocensus
2003	エクアドル	Encuesta de Condiciones de Vida
2004	エジプト	Income and Expenditure Survey
2000	エストニア	Household Income and Expenditure Survey (LIS Database)
2000	フィンランド	Income Distribution Survey (LIS Database)
2002	フランス	Revenus Fiscaux des Menages
2000	ドイツ	German Social Economic Panel Study (LIS Database)
2000	ギリシャ	Household Income and Living Conditions Survey (LIS Database)
2001	ハイチ	Encuesta sur les Conditions de Vie en Haiti
2002	中国 (香港)	General Household Survey
1999/2000	インド (農村部)	National Sample Survey
1999/2000	インド (都市部)	National Sample Survey
2002	インドネシア (農村部)	National Socioeconomic Survey (SUSENAS)
2002	インドネシア (都市部)	National Socioeconomic Survey (SUSENAS)
2000	アイルランド	European Community Household Panel (LIS Database)
2001	イスラエル	Family Expenditure Survey (LIS Database)
2000	イタリア	Bank of Italy Survey (LIS Database)
2003	ジャマイカ	Jamaica Survey of Living Conditions
2002	日本	Family Income and Expenditure Survey
2003	ヨルダン	Household Expenditure Survey
2003	韓国	Household Income and Expenditure Survey
2002	ラオス人民民主共和国	Lao Expenditure and Consumption Survey III
2002	ラトビア	Household Survey
2004	マラウイ	Second Integrated Household Survey
2000	マレーシア	Malaysian Household Income Survey
2002	モルドバ	Household Budget Survey
2000	モンテネグロ	Household Income and Expenditure Survey (LSMS data)
2003/4	ネパール	Nepal Income and Expenditure Survey
2000	ノルウェー	Income and Property Distribution Survey (LIS Database)
2000	フィリピン	Family Income and Expenditure Survey
2002	ポーランド	Household Budget Survey
2002	ロシア	Household Budget Survey
2000	サオトメ・プリンシペ	Inquerito Condicoes de Vida das Familias
2003	セルビア	Living Standards Measurement Study Survey
2003	シエラレオネ	Sierra Leone Living Standards Survey
2003	シンガポール	Household Expenditure Survey
2003	スロバキア	Mikrocensus
1999	スロベニア	Household Budget Survey (LIS Database)
2000	南アフリカ	Income and Expenditure Survey
2000	スペイン	European Community Household Panel (LIS Database)
2002	スリランカ	Household Income and Expenditure Survey
2000	スウェーデン	Income Distribution Survey (LIS Database)
2002	スイス	Income and Expenditure Survey (LIS Database)
2003/4	シリア	Family Income and Expenditure Survey
2003	タジキスタン	Living Standards Measurement Study Survey
2003	トルコ	Household Budget Survey
1999	イギリス	Family Resources Survey (LIS Database)
2000	米国	March Current Population Survey (LIS Database)
2002/3	ウズベキスタン	Uzbekistan Household Survey
2002/3	ザンビア	Zambia Living Conditions Monitoring Survey

備考: LIS=Luxembourg Income Study, LSMS=Living Standards Measurement Study. 調査一覧についての問い合わせはBranko Milanovicまで。

表 A.2

## BOP人口と所得

	BOP人口 (単位:百万)	全人口に占める BOPの割合 (%)	BOP 所得 (単位:百万)		総所得に占める BOPの割合 (%)
			PPP	米ドル	
<b>アフリカ</b>	<b>486</b>	<b>95.1</b>	<b>429,000</b>	<b>120,000</b>	<b>70.5</b>
カメルーン	14.7	95.0	15,354.1	4,710.1	75.6
コートジボワール	15.6	95.0	14,242.9	6,536.1	75.9
エジプト	65.6	95.0	83,544.1	10,151.1	85.8
マリ	12.6	100.0	9,202.7	2,769.2	100.0
モザンビーク	17.6	95.0	12,917.6	2,408.3	71.1
ナイジェリア	121.0	100.0	74,419.2	27,572.1	100.0
セネガル	9.3	95.0	9,303.8	2,942.6	72.6
南アフリカ	33.6	75.0	43,511.1	10,072.7	30.9
タンザニア	36.2	100.0	11,318.0	5,408.2	100.0
ウガンダ	23.8	95.0	22,303.5	3,696.5	76.8
ザンビア	18.5	100.0	9,315.3	4,008.3	100.0
<b>アジア</b>	<b>2858</b>	<b>83.4</b>	<b>3,470,000</b>	<b>742,000</b>	<b>41.7</b>
バングラデシュ	144.0	100.0	142,293.9	29,187.9	100.0
中国	1,046.2	80.8	161,127.6	32,986.1	55.2
インド	1,033.9	98.6	93,710.1	16,962.1	92.7
インドネシア	213	97.8	24,035.8	6,177.1	92.2
マレーシア	19.2	80.0	38,072.3	16,274.6	43.0
ネパール	23.4	95.0	22,981.7	3,736.0	74.2
フィリピン	23.6	30.0	56,023.7	13,096.4	10.8
スリランカ	17.1	90.0	21,788.9	5,325.2	67.3
タイ	46.6	75.0	79,632.7	23,383.6	46.7
ベトナム	76.2	95.0	84,582.8	16,003.3	82.9
<b>東ヨーロッパ</b>	<b>254</b>	<b>63.8</b>	<b>458,000</b>	<b>135,000</b>	<b>36.0</b>
グルジア	4.9	95.0	5,546.6	1,613.4	82.6
カザフスタン	13.1	85.0	23,933.6	6,720.7	69.1
ポーランド	17.4	45.0	37,423.4	17,489.1	22.6
ルーマニア	20.2	90.0	34,471.8	10,741.8	78.3
ロシア	86.4	60.0	16,423.0	4,741.6	33.4
ウクライナ	29.4	60.0	65,818.4	11,673.0	41.5
ウズベキスタン	23.9	95.0	22,936.9	5,273.9	82.9
<b>ラテンアメリカ・カリブ海諸国</b>	<b>360</b>	<b>69.9</b>	<b>509,000</b>	<b>229,000</b>	<b>28.2</b>
アルゼンチン (都市部)	17.1	45.0	28,990.7	7,318.4	13.4
ボリビア	7.7	90.0	7,473.0	2,700.9	56.0
ブラジル	114.5	65.0	171,585.3	58,272.0	22.6
チリ	8.6	55.0	15,927.1	7,019.0	20.1
コロンビア	30.5	70.0	41,979.7	12,061.2	28.2
コスタリカ	2.4	60.0	4,086.7	2,394.3	27.1
ドミニカ共和国	5.6	65.0	9,746.0	3,666.2	28.6
エクアドル	11.5	90.0	12,558.6	6,740.4	61.0
エルサルバドル	4.5	70.0	5,928.2	2,679.0	25.8
グアテマラ	10.2	85.0	13,472.0	6,395.4	54.9
ハイチ	7.8	95.0	4,260.6	958.2	62.9
ホンジュラス	5.8	85.0	7,435.4	2,768.8	50.3
ジャマイカ	2.2	85.0	2,304.6	1,879.0	46.9
メキシコ	76.5	75.0	105,075.0	75,052.0	39.8
ニカラグア	4.3	80.0	5,647.9	1,319.6	36.7
パナマ	2.2	70.0	2,988.2	1,972.5	28.3
パラグアイ	3.8	65.0	5,552.6	1,223.8	25.4
ペルー	21.4	80.0	33,797.2	14,243.7	54.1
スリナム	0.3	85.0	360.6	108.2	50.4
ウルグアイ (都市部)	1.4	45.0	2,705.6	1,271.9	16.4
ベネズエラ	21.4	85.0	26,741.4	18,784.6	57.9

備考: 各地域の合計には表 A.1aの国も含む。



## 標準化の方法論

支出データは、各国国家統計部局が実施する消費関連調査に基づいています。全ての調査は、International Comparison Program(2003-2006 年期)の一環として既に標準化が行われています。本報告書で行った調査の標準化は世界銀行の開発データ・グループ局の上級統計学者でありエコノミストでもある Olivier Dupriez の監督の下に進められました。

International Comparison Program は、国際的な統計イニシアティブで、国際的に比較可能な価格レベル、支出価額、購買力平価 (purchasing power parity: PPP) 推計を導きだす取り組みです。購買力平価は、それぞれの国における共通品目のコストと値頃感を考慮に入れた為替レート的一种です。

プロジェクトでは、世帯が消費する製品とサービスを「基本表題(basic heading)」と呼ばれる110グループに分類します。プロジェクトの目的は、各基本表題の消費額が世帯全体の消費に占める割合の人口区分別データをできるだけ多くの参加国について抽出することです(富のレベル、都市部と農村部の別、その他の基準を用いて分類)。

基本表題別シェアを求めるために、それぞれの国ごとに標準化されたデータセットを求めます。入手できた調査データ入

手可能な最新の各国の代表的家計調査(あるいは、家計支出に関する詳細なアンケートを伴う別の調査)——を利用してデータセットを生成します。

原始データセットは、統一されていないため(国によって質問内容や手法が異なるため)、標準化のプロセスには限界があります。結果として生じる部分集合の形式を標準化しても、データ全体の比較可能性を確立することはできません。できるだけ可能な範囲で、特に家計支出の合計額を求める際に、同じ手法をデータ処理に用いています。しかし、調査の質問内容の設計上の有意な相違によって合計額を求めるプロセスを完全に一致させることは不可能です(例えば、一部の調査は、耐久消費財の年間消費価値を推計するために必要十分な情報を収集していません)。

## 調査

表 B.1 に、上記の方法で標準化した36の調査を示します。これらの調査は、本報告書の産業分野分析および次ページ以降の国別一覧表の基礎になっています。

## 国別一覧表

国別一覧表に、36カ国の標準化された支出データ—本報告書の分析に利用したBOP支出データ(測定値)——を示します。

表 B.1

## 参照調査(支出データ)

年	国	調査
2000	バングラデシュ	Household Budget Survey
2002	ベラルーシ	Income and Expenditure Survey
2002	ボリビア	Encuesta de Hogares (MECOVI Program)*
2002	ブラジル	Pesquisa de Orçamentos Familiares
2003	ブルキナファソ	Enquête Burkinabé sur les Conditions de Vie des Ménages
1998	ブルンジ	Enquête Prioritaire
2003/4	カンボジア	Socioeconomic Survey
2001	カメルーン	Enquête Camerounaise auprès des Ménages II
2003	コロンビア	Encuesta de Calidad de Vida
2002	コートジボワール	Enquête Niveau de Vie des Ménages
2004	ジブチ	Enquête Djiboutienne auprès des Ménages Indicateurs sociaux
2005	ガボン	Enquête Gabonaise pour l' Evaluation et le Suivi de la Pauvreté
2000	グアテマラ	Encuesta Nacional sobre Condiciones de Vida
2004	ホンジュラス	Encuesta Nacional de Condiciones de Vida
2004	インド	National Sample Survey 60th Round
2002	インドネシア	National Socioeconomic Survey (SUSENAS)
2002	ジャマイカ	Jamaica Survey of Living Conditions
2003	カザフスタン	Household Budget Survey
2003	マケドニア旧ユーゴスラビア	Household Budget Survey
2004	マラウイ	Second Integrated Household Survey
2004	メキシコ	Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares
2003	ネパール	Nepal Living Standards Survey II
2003	ナイジェリア	QUIBB+
2001	パキスタン	Pakistan Integrated Survey
2000/1	パラグアイ	Encuesta Integrada de Hogares
2003	ペルー	Encuesta Nacional de Hogares.Condiciones de Vida y Pobreza
2003	ロシア	NOBUS
2000	ルワンダ	Enquête Intégrale sur les Conditions de Vie
2003	シエラレオネ	Sierra Leone Integrated Household Survey
2000	南アフリカ	Income and Expenditure Survey
2002	スリランカ	Sri Lanka Integrated Survey
2003	タジキスタン	Living Standards Measurement Study Survey
2002	タイ	Socioeconomic Survey
2002/3	ウガンダ	National Household Survey
2003	ウクライナ	Household Budget Survey
2003	ウズベキスタン	Living Standards Measurement Study Survey

\* MECOVI は Mejoramiento de las Encuestas de Hogares y la Medición de Vida(スペイン語)の頭字語で Program for the Improvement of Surveys and the Measurement of Living Conditions in Latin America and the Caribbean の意。



## バングラデシュ人民共和国

国内総家庭市場 1,086億 1,110万ドル

人口 1億 2,600万

世帯数 2,420万

BOP区分	人口					年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]			総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	1.0	0.8	91.6			2,739.7	2.5	91.9
BOP2500	2.2	1.7	85.4			5,129.7	4.7	85.3
BOP2000	6.3	5.0	57.4			11,295.7	10.4	57.7
BOP1500	18.4	14.6	33.1			23,406.9	21.6	34.3
BOP1000	66.3	52.6	14.9			49,444.8	45.5	15.7
BOP500	31.3	24.8	6.8			13,272.9	12.2	7.0
BOP 総計	125.4	99.6	19.5	人口	支出	105,289.7	96.9	28.6

### 部門別BOP支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>57,581.5</b>	<b>8,574.7</b>	<b>29,078.1</b>	<b>11,964.8</b>	<b>5,045.8</b>	<b>1,999.4</b>	<b>918.7</b>	24/76
一人当たり	459	274	439	650	803	916	947	
一世帯当たり	2379	1486	2272	3234	3890	4562	4488	
<b>住宅</b>	<b>9,512.9</b>	<b>734.7</b>	<b>3,445.6</b>	<b>2,314.6</b>	<b>1,447.7</b>	<b>939.6</b>	<b>630.7</b>	49/51
一人当たり	76	23	52	126	230	430	650	
一世帯当たり	393	127	269	626	1116	2144	3081	
<b>水</b>	<b>102.8</b>	<b>0.1</b>	<b>11.6</b>	<b>24.8</b>	<b>27.1</b>	<b>25.2</b>	<b>14.0</b>	98/2
一人当たり	1	0	0	1	4	12	14	
一世帯当たり	4	0	1	7	21	57	69	
<b>エネルギー</b>	<b>7,537.3</b>	<b>1,168.3</b>	<b>3,839.6</b>	<b>1,466.7</b>	<b>654.2</b>	<b>273.5</b>	<b>134.9</b>	26/74
一人当たり	60	37	58	80	104	125	139	
一世帯当たり	311	203	300	396	504	624	659	
<b>家庭用品</b>	<b>10,753.8</b>	<b>1,176.2</b>	<b>4,754.5</b>	<b>2,489.0</b>	<b>1,352.2</b>	<b>652.9</b>	<b>328.9</b>	29/71
一人当たり	86	38	72	135	215	299	339	
一世帯当たり	444	204	371	673	1042	1490	1607	
<b>保健医療</b>	<b>2,201.4</b>	<b>267.1</b>	<b>1,072.5</b>	<b>497.4</b>	<b>217.4</b>	<b>82.6</b>	<b>64.4</b>	25/75
一人当たり	18	9	16	27	35	38	66	
一世帯当たり	91	46	84	134	168	188	315	
<b>運輸</b>	<b>3,322.2</b>	<b>213.3</b>	<b>1,316.4</b>	<b>938.2</b>	<b>469.8</b>	<b>247.9</b>	<b>136.6</b>	32/68
一人当たり	26	7	20	51	75	114	141	
一世帯当たり	137	37	103	254	362	566	667	
<b>ICT</b>	<b>426.9</b>	<b>4.0</b>	<b>88.0</b>	<b>84.4</b>	<b>122.2</b>	<b>57.5</b>	<b>70.8</b>	58/42
一人当たり	3	0	1	5	19	26	73	
一世帯当たり	18	1	7	23	94	131	346	
<b>教育</b>	<b>2,833.0</b>	<b>98.6</b>	<b>898.5</b>	<b>808.9</b>	<b>530.2</b>	<b>325.7</b>	<b>171.0</b>	49/51
一人当たり	23	3	14	44	84	149	176	
一世帯当たり	117	17	70	219	409	743	835	
<b>その他</b>	<b>11,017.9</b>	<b>1,036.0</b>	<b>4,940.0</b>	<b>2,818.0</b>	<b>1,429.0</b>	<b>525.3</b>	<b>269.6</b>	28/72
一人当たり	88	33	75	153	227	241	278	
一世帯当たり	455	180	386	762	1102	1199	1317	
<b>総計</b>	<b>105,289.7</b>	<b>13,272.9</b>	<b>49,444.8</b>	<b>23,406.9</b>	<b>11,295.7</b>	<b>5,129.7</b>	<b>2,739.7</b>	29/71

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	58,544.3	98.4
住宅	10,179.4	93.5
水	120.3	85.4
エネルギー	7,676.6	98.2
家庭用品	11,234.3	95.7
保健医療	2,236.6	98.4
運輸	3,666.4	90.6
ICT	476.0	89.7
教育	3,013.1	94.0
その他	11,464.1	96.1
総計	108,611.1	96.9

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	53.9	54.7
住宅	9.4	9.0
水	0.1	0.1
エネルギー	7.1	7.2
家庭用品	10.3	10.2
保健医療	2.1	2.1
運輸	3.4	3.2
ICT	0.4	0.4
教育	2.8	2.7
その他	10.6	10.5
総計	100.0	100.0

備考：金額はすべて2005PPP建て

## ベラルーシ共和国

国内総家庭市場 156億3,600万ドル

人口 1,020万

世帯数 320万

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	1.0	10.3	68.8	2,223.7	14.2	68.8
BOP2500	1.8	17.9	69.4	3,178.8	20.3	69.4
BOP2000	2.6	25.9	68.9	3,589.4	23.0	68.7
BOP1500	2.4	23.1	68.0	2,322.2	14.9	67.8
BOP1000	1.0	9.7	68.2	634.1	4.1	68.4
BOP500	0.0	0.4	84.2	12.8	0.1	87.8
BOP 総計	8.9	87.3	68.7	11,960.9	76.5	68.8

### 部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>8,850.9</b>	<b>10.1</b>	<b>494.3</b>	<b>1,771.0</b>	<b>2,641.4</b>	<b>2,319.6</b>	<b>1,614.5</b>	67/33
一人当たり	994	239	498	753	999	1267	1541	
一世帯当たり	2789	1018	1924	2378	2801	3128	3379	
<b>住宅</b>	<b>526.1</b>	<b>0.8</b>	<b>31.9</b>	<b>101.1</b>	<b>162.0</b>	<b>134.4</b>	<b>95.9</b>	75/25
一人当たり	59	19	32	43	61	73	92	
一世帯当たり	166	82	124	136	172	181	201	
<b>水</b>	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
一人当たり								
一世帯当たり								
<b>エネルギー</b>	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
一人当たり								
一世帯当たり								
<b>家庭用品</b>	<b>1,437.8</b>	<b>0.8</b>	<b>59.1</b>	<b>254.0</b>	<b>442.3</b>	<b>398.3</b>	<b>283.2</b>	72/28
一人当たり	161	19	60	108	167	218	270	
一世帯当たり	453	82	230	341	469	537	593	
<b>保健医療</b>	<b>125.5</b>	<b>0.2</b>	<b>5.6</b>	<b>23.7</b>	<b>38.2</b>	<b>33.7</b>	<b>24.0</b>	75/25
一人当たり	14	4	6	10	14	18	23	
一世帯当たり	40	18	22	32	40	45	50	
<b>運輸</b>	<b>156.1</b>	<b>0.1</b>	<b>8.0</b>	<b>28.1</b>	<b>48.6</b>	<b>42.9</b>	<b>28.5</b>	75/25
一人当たり	18	2	8	12	18	23	27	
一世帯当たり	49	9	31	38	52	58	60	
<b>ICT</b>	<b>177.2</b>	<b>0.1</b>	<b>6.0</b>	<b>31.3</b>	<b>52.4</b>	<b>47.5</b>	<b>39.9</b>	75/25
一人当たり	20	1	6	13	20	26	38	
一世帯当たり	56	6	24	42	56	64	84	
<b>教育</b>	<b>75.6</b>	<b>0.1</b>	<b>4.3</b>	<b>15.6</b>	<b>25.0</b>	<b>20.0</b>	<b>10.6</b>	87/13
一人当たり	8	3	4	7	9	11	10	
一世帯当たり	24	12	17	21	27	27	22	
<b>その他</b>	<b>611.7</b>	<b>0.7</b>	<b>24.8</b>	<b>97.3</b>	<b>179.4</b>	<b>182.5</b>	<b>126.9</b>	71/29
一人当たり	69	16	25	41	68	100	121	
一世帯当たり	193	70	97	131	190	246	266	
<b>総計</b>	<b>11,960.9</b>	<b>12.8</b>	<b>634.1</b>	<b>2,322.2</b>	<b>3,589.4</b>	<b>3,178.8</b>	<b>2,223.7</b>	69/31

備考：金額はすべて2005PPP建て

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	11,441.6	77.4
住宅	675.5	77.9
水	n.a.	n.a.
エネルギー	n.a.	n.a.
家庭用品	1,970.9	73.0
保健医療	164.0	76.5
運輸	203.5	76.7
ICT	237.9	74.5
教育	88.2	85.7
その他	854.4	71.6
総計	15,636.0	76.5

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	73.2	74.0
住宅	4.3	4.4
水	n.a.	n.a.
エネルギー	n.a.	n.a.
家庭用品	12.6	12.0
保健医療	1.0	1.0
運輸	1.3	1.3
ICT	1.5	1.5
教育	0.6	0.6
その他	5.5	5.1
総計	100.0	100.0

## ボリビア共和国

国内総家庭市場 194億2,950万ドル

人口 850万

世帯数 150万

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	0.4	4.2	87.7	1,068.1	5.5	87.8
BOP2500	0.7	7.7	80.6	1,590.8	8.2	80.6
BOP2000	1.0	12.2	81.4	1,968.0	10.1	81.7
BOP1500	1.5	17.9	68.5	2,042.8	10.5	69.0
BOP1000	2.1	25.1	46.8	1,704.3	8.8	48.2
BOP500	1.3	15.6	12.8	489.6	2.5	15.4
BOP 総計	7.1	82.7	55.4	8,863.7	45.6	69.2

人口

支出

### 部門別BOP支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>4,174.5</b>	<b>298.4</b>	<b>965.1</b>	<b>996.2</b>	<b>880.9</b>	<b>642.3</b>	<b>391.6</b>	66/34
一人当たり	590	223	451	650	842	979	1097	
一世帯当たり	2732	1260	2251	2929	3512	3827	3781	
<b>住宅</b>	<b>730.0</b>	<b>53.1</b>	<b>134.2</b>	<b>169.8</b>	<b>161.7</b>	<b>122.5</b>	<b>88.8</b>	73/27
一人当たり	103	40	63	111	155	187	249	
一世帯当たり	478	224	313	499	645	730	857	
<b>水</b>	<b>n.a</b>	<b>n.a</b>	<b>n.a</b>	<b>n.a</b>	<b>n.a</b>	<b>n.a</b>	<b>n.a</b>	n.a
一人当たり								
一世帯当たり								
<b>エネルギー</b>	<b>348.1</b>	<b>11.8</b>	<b>60.6</b>	<b>80.6</b>	<b>83.2</b>	<b>66.9</b>	<b>44.8</b>	85/15
一人当たり	49	9	28	53	80	102	126	
一世帯当たり	228	50	141	237	332	399	433	
<b>家庭用品</b>	<b>1,178.2</b>	<b>51.3</b>	<b>208.9</b>	<b>265.8</b>	<b>255.2</b>	<b>236.9</b>	<b>160.1</b>	65/35
一人当たり	167	38	98	174	244	361	448	
一世帯当たり	771	217	487	782	1018	1411	1546	
<b>保健医療</b>	<b>667.9</b>	<b>20.7</b>	<b>90.1</b>	<b>167.8</b>	<b>153.4</b>	<b>139.8</b>	<b>96.1</b>	61/39
一人当たり	94	16	42	110	147	213	269	
一世帯当たり	437	88	210	494	612	833	927	
<b>運輸</b>	<b>455.6</b>	<b>10.5</b>	<b>66.9</b>	<b>88.5</b>	<b>110.8</b>	<b>99.5</b>	<b>79.4</b>	75/25
一人当たり	64	8	31	58	106	152	222	
一世帯当たり	298	44	156	260	442	593	766	
<b>ICT</b>	<b>159.3</b>	<b>1.8</b>	<b>14.0</b>	<b>26.1</b>	<b>41.3</b>	<b>40.1</b>	<b>36.1</b>	84/16
一人当たり	23	1	7	17	39	61	101	
一世帯当たり	104	8	33	77	164	239	348	
<b>教育</b>	<b>63.9</b>	<b>1.7</b>	<b>8.3</b>	<b>17.0</b>	<b>16.1</b>	<b>12.0</b>	<b>8.8</b>	88/12
一人当たり	9	1	4	11	15	18	25	
一世帯当たり	42	7	19	50	64	71	85	
<b>その他</b>	<b>1,086.2</b>	<b>40.2</b>	<b>156.2</b>	<b>231.1</b>	<b>265.4</b>	<b>230.9</b>	<b>162.5</b>	76/24
一人当たり	154	30	73	151	254	352	455	
一世帯当たり	711	170	364	679	1058	1376	1569	
<b>総計</b>	<b>8,863.7</b>	<b>489.6</b>	<b>1,704.3</b>	<b>2,042.8</b>	<b>1,968.0</b>	<b>1,590.8</b>	<b>1,068.1</b>	69/31

備考：金額はすべて2005PPP建て

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	6,079.9	68.7
住宅	1,168.3	62.5
水	n.a	n.a
エネルギー	604.6	57.6
家庭用品	2,651.2	44.4
保健医療	1,509.8	44.2
運輸	1,566.0	29.1
ICT	531.9	29.9
教育	139.6	45.8
その他	5,178.2	21.0
総計	19,429.5	45.6

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	31.3	47.1
住宅	6.0	8.2
水	n.a	n.a
エネルギー	3.1	3.9
家庭用品	13.6	13.3
保健医療	7.8	7.5
運輸	8.1	5.1
ICT	2.7	1.8
教育	0.7	0.7
その他	26.7	12.3
総計	100.0	100.0

## ブラジル連邦共和国

国内総家庭市場 5,278億7,350万ドル

人口 1億7,600万

世帯数 3,180万

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	12.3	7.0	87.8	36,764.9	7.0	87.6
BOP2500	15.2	8.6	86.2	37,016.1	7.0	86.3
BOP2000	20.8	11.8	85.1	39,323.9	7.4	85.1
BOP1500	26.7	15.2	79.8	36,068.5	6.8	79.8
BOP1000	32.7	18.6	73.1	26,733.6	5.1	73.7
BOP500	16.8	9.5	62.5	6,037.8	1.1	64.3
BOP 総計	124.5	70.7	78.2	181,944.9	34.5	82.4

### 部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>55,278.1</b>	<b>2,212.3</b>	<b>9,867.6</b>	<b>11,898.7</b>	<b>11,515.2</b>	<b>10,511.3</b>	<b>9,272.9</b>	77/23
一人当たり	444	132	302	446	554	692	754	
一世帯当たり	1736	638	1304	1707	2030	2396	2462	
<b>住宅</b>	<b>9,535.7</b>	<b>367.3</b>	<b>1,392.6</b>	<b>1,887.9</b>	<b>1,965.8</b>	<b>1,774.1</b>	<b>2,148.1</b>	86/14
一人当たり	77	22	43	71	95	117	175	
一世帯当たり	300	106	184	271	346	404	570	
<b>水</b>	<b>1,630.2</b>	<b>88.1</b>	<b>291.4</b>	<b>352.7</b>	<b>350.5</b>	<b>293.5</b>	<b>254.1</b>	96/4
一人当たり	13	5	9	13	17	19	21	
一世帯当たり	51	25	38	51	62	67	67	
<b>エネルギー</b>	<b>12,153.8</b>	<b>916.8</b>	<b>2,648.6</b>	<b>2,711.4</b>	<b>2,374.9</b>	<b>1,871.8</b>	<b>1,630.3</b>	83/17
一人当たり	98	55	81	102	114	123	133	
一世帯当たり	382	264	350	389	419	427	433	
<b>家庭用品</b>	<b>25,959.3</b>	<b>740.5</b>	<b>3,574.3</b>	<b>5,181.6</b>	<b>5,701.2</b>	<b>5,482.3</b>	<b>5,279.4</b>	82/18
一人当たり	209	44	109	194	274	361	429	
一世帯当たり	815	214	472	743	1005	1250	1401	
<b>保健医療</b>	<b>11,981.2</b>	<b>333.4</b>	<b>1,651.3</b>	<b>2,434.1</b>	<b>2,619.9</b>	<b>2,422.7</b>	<b>2,519.8</b>	83/17
一人当たり	96	20	50	91	126	159	205	
一世帯当たり	376	96	218	349	462	552	669	
<b>運輸</b>	<b>19,520.4</b>	<b>320.3</b>	<b>2,039.2</b>	<b>3,571.8</b>	<b>4,578.5</b>	<b>4,334.7</b>	<b>4,676.0</b>	82/18
一人当たり	157	19	62	134	220	285	380	
一世帯当たり	613	92	269	512	807	988	1241	
<b>ICT</b>	<b>5,521.7</b>	<b>99.1</b>	<b>583.7</b>	<b>1,010.9</b>	<b>1,282.4</b>	<b>1,272.4</b>	<b>1,273.3</b>	93/7
一人当たり	44	6	18	38	62	84	104	
一世帯当たり	173	29	77	145	226	290	338	
<b>教育</b>	<b>2,359.2</b>	<b>6.5</b>	<b>101.9</b>	<b>256.3</b>	<b>467.7</b>	<b>659.4</b>	<b>867.5</b>	96/4
一人当たり	19	0	3	10	22	43	71	
一世帯当たり	74	2	13	37	82	150	230	
<b>その他</b>	<b>38,005.3</b>	<b>953.6</b>	<b>4,583.2</b>	<b>6,763.2</b>	<b>8,467.8</b>	<b>8,394.0</b>	<b>8,843.5</b>	86/14
一人当たり	305	57	140	253	407	552	719	
一世帯当たり	1194	275	606	970	1492	1913	2348	
<b>総計</b>	<b>181,944.9</b>	<b>6,037.8</b>	<b>26,733.6</b>	<b>36,068.5</b>	<b>39,323.9</b>	<b>37,016.1</b>	<b>36,764.9</b>	82/18

備考：金額はすべて2005PPP建て

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	113,684.6	48.6
住宅	26,683.5	35.7
水	3,220.2	50.6
エネルギー	21,028.8	57.8
家庭用品	71,972.0	36.1
保健医療	34,249.5	35.0
運輸	70,786.0	27.6
ICT	20,263.3	27.2
教育	27,820.6	8.5
その他	138,165.0	27.5
総計	527,873.5	34.5

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	21.5	30.4
住宅	5.1	5.2
水	0.6	0.9
エネルギー	4.0	6.7
家庭用品	13.6	14.3
保健医療	6.5	6.6
運輸	13.4	10.7
ICT	3.8	3.0
教育	5.3	1.3
その他	26.2	20.9
総計	100.0	100.0



## ブルキナファソ

国内総家庭市場 70億9,450万ドル

人口 1,140万

世帯数 170万

BOP区分	人口					年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]			総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	0.1	0.6	92.5			190.8	2.7	92.8
BOP2500	0.1	1.1	78.5			294.2	4.1	78.7
BOP2000	0.3	2.4	64.0			494.9	7.0	64.9
BOP1500	0.7	6.4	45.2			932.8	13.1	46.0
BOP1000	3.2	27.7	23.8			2,306.4	32.5	25.2
BOP500	6.9	60.7	8.0			2,311.5	32.6	9.1
BOP 総計	11.3	98.8	17.5	人口	支出	6,530.6	92.1	29.9

### 部門別BOP支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>3,520.9</b>	<b>1,437.6</b>	<b>1,259.8</b>	<b>443.5</b>	<b>207.2</b>	<b>109.0</b>	<b>63.8</b>	24/76
一人当たり	312	208	399	609	768	881	970	
一世帯当たり	2021	1623	2201	2638	3117	3394	3677	
<b>住宅</b>	<b>594.9</b>	<b>223.8</b>	<b>201.6</b>	<b>83.0</b>	<b>43.3</b>	<b>26.5</b>	<b>16.7</b>	35/65
一人当たり	53	32	64	114	160	214	255	
一世帯当たり	341	253	352	494	651	825	965	
<b>水</b>	<b>86.4</b>	<b>17.2</b>	<b>30.7</b>	<b>17.0</b>	<b>10.3</b>	<b>6.9</b>	<b>4.3</b>	70/30
一人当たり	8	2	10	23	38	56	66	
一世帯当たり	50	19	54	101	155	214	251	
<b>エネルギー</b>	<b>452.4</b>	<b>166.7</b>	<b>150.7</b>	<b>64.0</b>	<b>34.9</b>	<b>21.7</b>	<b>14.5</b>	36/64
一人当たり	40	24	48	88	129	175	220	
一世帯当たり	260	188	263	381	524	676	833	
<b>家庭用品</b>	<b>588.6</b>	<b>138.8</b>	<b>237.4</b>	<b>108.1</b>	<b>61.6</b>	<b>28.3</b>	<b>14.4</b>	20/80
一人当たり	52	20	75	148	228	229	219	
一世帯当たり	338	157	415	643	927	882	830	
<b>保健医療</b>	<b>259.0</b>	<b>58.0</b>	<b>98.5</b>	<b>48.6</b>	<b>22.8</b>	<b>17.6</b>	<b>13.5</b>	40/60
一人当たり	23	8	31	67	84	142	205	
一世帯当たり	149	66	172	289	342	549	777	
<b>運輸</b>	<b>368.0</b>	<b>45.1</b>	<b>112.4</b>	<b>79.5</b>	<b>55.7</b>	<b>42.3</b>	<b>33.0</b>	51/49
一人当たり	33	7	36	109	206	342	502	
一世帯当たり	211	51	196	473	837	1319	1901	
<b>ICT</b>	<b>57.6</b>	<b>3.4</b>	<b>9.6</b>	<b>11.6</b>	<b>12.3</b>	<b>11.0</b>	<b>9.6</b>	75/25
一人当たり	5	0	3	16	45	89	145	
一世帯当たり	33	4	17	69	184	343	551	
<b>教育</b>	<b>93.9</b>	<b>16.7</b>	<b>28.5</b>	<b>17.1</b>	<b>15.1</b>	<b>8.8</b>	<b>7.7</b>	81/19
一人当たり	8	2	9	24	56	71	117	
一世帯当たり	54	19	50	102	227	275	444	
<b>その他</b>	<b>508.9</b>	<b>204.2</b>	<b>177.2</b>	<b>60.4</b>	<b>31.7</b>	<b>22.0</b>	<b>13.3</b>	31/69
一人当たり	45	29	56	83	118	178	202	
一世帯当たり	292	231	310	359	478	685	766	
<b>総計</b>	<b>6,530.6</b>	<b>2,311.5</b>	<b>2,306.4</b>	<b>932.8</b>	<b>494.9</b>	<b>294.2</b>	<b>190.8</b>	30/70

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	3,664.5	96.1
住宅	637.6	93.3
水	95.1	90.9
エネルギー	483.7	93.5
家庭用品	638.5	92.2
保健医療	285.2	90.8
運輸	546.2	67.4
ICT	98.4	58.5
教育	105.7	88.8
その他	539.5	94.3
総計	7,094.5	92.1

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	51.7	53.9
住宅	9.0	9.1
水	1.3	1.3
エネルギー	6.8	6.9
家庭用品	9.0	9.0
保健医療	4.0	4.0
運輸	7.7	5.6
ICT	1.4	0.9
教育	1.5	1.4
その他	7.6	7.8
総計	100.0	100.0

備考：金額はすべて2005PPP建て

## ブルンジ共和国

国内総家庭市場 51 億5,950万ドル

人口 600万

世帯数 120万

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	0.0	0.7	56.1	124.6	2.4	56.8
BOP2500	0.1	1.4	31.6	211.4	4.1	31.8
BOP2000	0.2	4.0	15.2	458.9	8.9	15.3
BOP1500	0.8	12.5	5.3	1,010.9	19.6	5.5
BOP1000	2.2	36.8	2.0	1,764.4	34.2	2.1
BOP500	2.6	42.5	0.8	888.2	17.2	0.9
BOP 総計	5.9	97.9	3.2	4,458.5	86.4	6.9

### 部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>3,424.2</b>	<b>635.5</b>	<b>1,364.9</b>	<b>809.0</b>	<b>369.5</b>	<b>160.2</b>	<b>85.0</b>	6/94
一人当たり	580	248	615	1070	1538	1870	2058	
一世帯当たり	2859	1384	3006	4384	5633	6788	8048	
<b>住宅</b>	<b>182.9</b>	<b>61.9</b>	<b>65.1</b>	<b>28.8</b>	<b>12.4</b>	<b>7.7</b>	<b>7.0</b>	13/87
一人当たり	31	24	29	38	51	90	171	
一世帯当たり	153	135	143	156	188	326	667	
<b>水</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	n.a.
一人当たり								
一世帯当たり								
<b>エネルギー</b>	<b>318.4</b>	<b>89.3</b>	<b>133.3</b>	<b>56.2</b>	<b>22.3</b>	<b>10.7</b>	<b>6.5</b>	7/93
一人当たり	54	35	60	74	93	125	157	
一世帯当たり	266	195	294	305	340	453	614	
<b>家庭用品</b>	<b>292.5</b>	<b>60.3</b>	<b>117.7</b>	<b>62.6</b>	<b>27.8</b>	<b>14.1</b>	<b>9.9</b>	9/91
一人当たり	50	24	53	83	116	165	240	
一世帯当たり	244	131	259	339	424	598	939	
<b>保健医療</b>	<b>49.0</b>	<b>12.8</b>	<b>17.8</b>	<b>9.6</b>	<b>4.4</b>	<b>2.4</b>	<b>2.1</b>	16/84
一人当たり	8	5	8	13	18	28	50	
一世帯当たり	41	28	39	52	67	102	196	
<b>運輸</b>	<b>30.3</b>	<b>3.8</b>	<b>10.2</b>	<b>6.9</b>	<b>4.1</b>	<b>3.0</b>	<b>2.2</b>	27/73
一人当たり	5	1	5	9	17	35	54	
一世帯当たり	25	8	23	38	63	128	211	
<b>ICT</b>	<b>1.3</b>	<b>0.0</b>	<b>0.1</b>	<b>0.1</b>	<b>0.5</b>	<b>0.3</b>	<b>0.3</b>	77/23
一人当たり	0	0	0	0	2	3	7	
一世帯当たり	1	0	0	1	8	13	29	
<b>教育</b>	<b>10.0</b>	<b>2.2</b>	<b>2.6</b>	<b>1.5</b>	<b>1.3</b>	<b>1.0</b>	<b>1.4</b>	47/53
一人当たり	2	1	1	2	5	11	35	
一世帯当たり	8	5	6	8	20	41	136	
<b>その他</b>	<b>150.0</b>	<b>22.3</b>	<b>52.7</b>	<b>36.2</b>	<b>16.6</b>	<b>12.1</b>	<b>10.1</b>	16/84
一人当たり	25	9	24	48	69	141	246	
一世帯当たり	125	49	116	196	253	511	961	
<b>総計</b>	<b>4,458.5</b>	<b>888.2</b>	<b>1,764.4</b>	<b>1,010.9</b>	<b>458.9</b>	<b>211.4</b>	<b>124.6</b>	7/93

備考：金額はすべて2005PPP建て

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	3,763.9	91.0
住宅	248.8	73.5
水	n.a.	n.a.
エネルギー	358.0	88.9
家庭用品	384.0	76.2
保健医療	60.1	81.4
運輸	74.3	40.8
ICT	11.0	11.5
教育	21.3	47.0
その他	238.2	63.0
総計	5,159.5	86.4

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	73.0	76.8
住宅	4.8	4.1
水	n.a.	n.a.
エネルギー	6.9	7.1
家庭用品	7.4	6.6
保健医療	1.2	1.1
運輸	1.4	0.7
ICT	0.2	0.0
教育	0.4	0.2
その他	4.6	3.4
総計	100.0	100.0

カンボジア王国

国内総家庭市場 170億610万ドル

人口 1,300万

世帯数 240万

BOP 区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	0.4	3.0	40.0	1,094.4	6.4	40.1
BOP2500	0.7	5.5	31.1	1,669.9	9.8	31.2
BOP2000	1.4	10.7	19.8	2,490.4	14.6	19.9
BOP1500	2.7	20.5	13.7	3,413.6	20.1	14.0
BOP1000	4.7	36.2	7.1	3,619.0	21.3	7.4
BOP500	2.3	18.0	4.2	828.9	4.9	4.3
BOP 総計	12.2	93.8	11.9	13,116.2	77.1	17.0

部門別BOP支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
食料	8,320.1	468.3	2,350.3	2,235.7	1,608.7	1,020.0	637.2	17/83
一人当たり	683	200	500	838	1161	1424	1660	
一世帯当たり	3433	1159	2609	3969	5182	6439	7376	
住宅	199.8	4.3	34.2	37.1	43.3	44.4	36.4	12/88
一人当たり	16	2	7	14	31	62	95	
一世帯当たり	82	11	38	66	140	280	421	
水	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
一人当たり								
一世帯当たり								
エネルギー	1,205.1	134.5	372.0	290.6	191.0	130.6	86.5	18/82
一人当たり	99	58	79	109	138	182	225	
一世帯当たり	497	333	413	516	615	825	1001	
家庭用品	752.6	68.3	228.6	190.1	130.1	79.9	55.6	16/84
一人当たり	62	29	49	71	94	112	145	
一世帯当たり	311	169	254	337	419	505	644	
保健医療	474.3	32.7	157.8	134.6	75.7	46.4	27.1	15/85
一人当たり	39	14	34	50	55	65	71	
一世帯当たり	196	81	175	239	244	293	313	
運輸	532.6	16.2	70.3	124.6	125.2	111.9	84.4	15/85
一人当たり	44	7	15	47	90	156	220	
一世帯当たり	220	40	78	221	403	706	977	
ICT	129.9	5.6	24.8	31.2	28.6	21.3	18.5	20/80
一人当たり	11	2	5	12	21	30	48	
一世帯当たり	54	14	27	55	92	134	214	
教育	212.3	5.6	33.6	49.0	43.2	47.2	33.6	36/64
一人当たり	17	2	7	18	31	66	88	
一世帯当たり	88	14	37	87	139	298	389	
その他	1,289.4	93.3	347.5	320.9	244.6	168.1	115.0	18/82
一人当たり	106	40	74	120	177	235	300	
一世帯当たり	532	231	386	570	788	1061	1332	
総計	13,116.2	828.9	3,619.0	3,413.6	2,490.4	1,669.9	1,094.4	17/83

部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	9,921.3	83.9
住宅	354.7	56.3
水	n.a.	n.a.
エネルギー	1,478.1	81.5
家庭用品	955.3	78.8
保健医療	539.4	87.9
運輸	1,267.5	42.0
ICT	244.1	53.2
教育	435.2	48.8
その他	1,810.6	71.2
総計	17,006.1	77.1

各部門が  
家計支出に占める割合  
(%)

	全国	BOP
食料	58.3	63.4
住宅	2.1	1.5
水	n.a.	n.a.
エネルギー	8.7	9.2
家庭用品	5.6	5.7
保健医療	3.2	3.6
運輸	7.5	4.1
ICT	1.4	1.0
教育	2.6	1.6
その他	10.6	9.8
総計	100.0	100.0

備考: 金額はすべて2005PPP建て

## カメルーン共和国

国内総家庭市場 178億7,350万ドル

人口 1,550万

世帯数 290万

BOP区分	人口					年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]			総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	0.4	2.6	80.6			1,154.0	6.5	80.7
BOP2500	0.6	4.2	84.4			1,535.2	8.6	84.6
BOP2000	1.3	8.3	68.2			2,364.6	13.2	68.4
BOP1500	2.8	18.1	50.0			3,624.4	20.3	50.7
BOP1000	5.7	36.9	23.8			4,413.3	24.7	25.7
BOP500	4.0	26.0	7.1			1,511.9	8.5	7.8
BOP 総計	14.9	96.0	32.2	人口	支出	14,603.4	81.7	47.5

### 部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>6,013.8</b>	<b>800.1</b>	<b>2,151.9</b>	<b>1,475.8</b>	<b>823.1</b>	<b>440.5</b>	<b>322.4</b>	36/64
一人当たり	404	199	376	527	640	684	815	
一世帯当たり	2087	1332	2059	2397	2491	2671	2581	
<b>住宅</b>	<b>1,837.5</b>	<b>176.3</b>	<b>544.0</b>	<b>454.6</b>	<b>306.3</b>	<b>197.9</b>	<b>158.6</b>	53/47
一人当たり	124	44	95	162	238	307	401	
一世帯当たり	638	294	521	738	927	1200	1269	
<b>水</b>	<b>103.6</b>	<b>2.4</b>	<b>20.2</b>	<b>27.4</b>	<b>21.3</b>	<b>17.8</b>	<b>14.5</b>	85/15
一人当たり	7	1	4	10	17	28	37	
一世帯当たり	36	4	19	44	64	108	116	
<b>エネルギー</b>	<b>689.3</b>	<b>66.5</b>	<b>197.8</b>	<b>181.6</b>	<b>120.8</b>	<b>71.4</b>	<b>51.2</b>	54/46
一人当たり	46	17	35	65	94	111	129	
一世帯当たり	239	111	189	295	366	433	410	
<b>家庭用品</b>	<b>1,836.2</b>	<b>204.6</b>	<b>554.2</b>	<b>448.8</b>	<b>288.2</b>	<b>193.0</b>	<b>147.3</b>	43/57
一人当たり	123	51	97	160	224	299	372	
一世帯当たり	637	341	530	729	872	1170	1179	
<b>保健医療</b>	<b>756.7</b>	<b>64.5</b>	<b>199.7</b>	<b>183.8</b>	<b>140.3</b>	<b>103.2</b>	<b>65.2</b>	57/43
一人当たり	51	16	35	66	109	160	165	
一世帯当たり	263	107	191	298	425	626	522	
<b>運輸</b>	<b>1,223.8</b>	<b>66.6</b>	<b>277.2</b>	<b>305.8</b>	<b>239.3</b>	<b>189.0</b>	<b>145.9</b>	59/41
一人当たり	82	17	48	109	186	293	369	
一世帯当たり	425	111	265	497	724	1146	1168	
<b>ICT</b>	<b>97.7</b>	<b>0.4</b>	<b>6.9</b>	<b>16.4</b>	<b>23.9</b>	<b>27.8</b>	<b>22.2</b>	89/11
一人当たり	7	0	1	6	19	43	56	
一世帯当たり	34	1	7	27	72	169	178	
<b>教育</b>	<b>261.0</b>	<b>15.7</b>	<b>60.7</b>	<b>73.2</b>	<b>51.6</b>	<b>33.9</b>	<b>25.8</b>	74/26
一人当たり	18	4	11	26	40	53	65	
一世帯当たり	91	26	58	119	156	206	207	
<b>その他</b>	<b>1,783.8</b>	<b>114.8</b>	<b>400.8</b>	<b>456.9</b>	<b>349.8</b>	<b>260.7</b>	<b>200.8</b>	61/39
一人当たり	120	29	70	163	272	405	507	
一世帯当たり	619	191	384	742	1059	1581	1608	
<b>総計</b>	<b>14,603.4</b>	<b>1,511.9</b>	<b>4,413.3</b>	<b>3,624.4</b>	<b>2,364.6</b>	<b>1,535.2</b>	<b>1,154.0</b>	47/53

備考：金額はすべて2005PPP建て

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	6,695.4	89.8
住宅	2,310.4	79.5
水	138.1	75.0
エネルギー	806.6	85.5
家庭用品	2,253.2	81.5
保健医療	915.2	82.7
運輸	1,872.0	65.4
ICT	189.0	51.7
教育	339.5	76.9
その他	2,354.2	75.8
総計	17,873.5	81.7

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	37.5	41.2
住宅	12.9	12.6
水	0.8	0.7
エネルギー	4.5	4.7
家庭用品	12.6	12.6
保健医療	5.1	5.2
運輸	10.5	8.4
ICT	1.1	0.7
教育	1.9	1.8
その他	13.2	12.2
総計	100.0	100.0



## コロンビア共和国

国内総家庭市場 1,700億9,260万ドル

人口 4,370万

世帯数 550万

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 {全国に占める 割合 (%)}	都市部 {区分割合 (%)}	総計 (百万ドル単位)	割合 {全国に占める 割合 (%)}	都市部 {区分割合 (%)}
BOP3000	4.1	9.5	91.9	12,108.8	7.1	91.8
BOP2500	4.6	10.6	86.7	11,093.1	6.5	86.9
BOP2000	5.2	11.8	82.1	9,598.8	5.6	82.4
BOP1500	5.2	11.9	69.2	6,955.3	4.1	69.4
BOP1000	4.5	10.3	54.6	3,688.9	2.2	56.4
BOP500	1.5	3.4	27.3	530.5	0.3	30.0
BOP 総計	25.2	57.6	73.8	43,975.4	25.9	81.3

### 部門別BOP支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 {BOPの比率 (%)}
食料	18,154.5	257.5	1,809.9	3,170.8	3,916.2	4,416.8	4,583.4	74/26
一人当たり	722	174	403	607	757	951	1106	
一世帯当たり	3321	962	2155	2868	3420	4077	4471	
住宅	9,352.5	117.9	710.9	1,423.7	2,070.6	2,377.2	2,652.2	92/8
一人当たり	372	80	158	273	400	512	640	
一世帯当たり	1711	441	847	1288	1808	2194	2587	
水	533.1	2.8	30.2	81.0	116.1	147.4	155.8	93/7
一人当たり	21	2	7	16	22	32	38	
一世帯当たり	98	10	36	73	101	136	152	
エネルギー	2,278.7	22.3	210.1	380.3	522.1	578.2	565.6	86/14
一人当たり	91	15	47	73	101	125	137	
一世帯当たり	417	83	250	344	456	534	552	
家庭用品	3,768.5	43.5	288.7	576.1	845.3	938.5	1,076.3	79/21
一人当たり	150	29	64	110	163	202	260	
一世帯当たり	689	163	344	521	738	866	1050	
保健医療	660.2	10.1	67.1	115.4	157.2	145.5	164.9	73/27
一人当たり	26	7	15	22	30	31	40	
一世帯当たり	121	38	80	104	137	134	161	
運輸	2,900.7	16.2	139.5	379.0	628.6	796.0	941.5	81/19
一人当たり	115	11	31	73	121	171	227	
一世帯当たり	531	60	166	343	549	735	918	
ICT	802.2	0.9	19.4	65.5	151.6	258.1	306.7	93/7
一人当たり	32	1	4	13	29	56	74	
一世帯当たり	147	3	23	59	132	238	299	
教育	593.9	3.8	28.9	63.0	122.0	178.2	197.9	94/6
一人当たり	24	3	6	12	24	38	48	
一世帯当たり	109	14	34	57	107	165	193	
その他	4,931.1	55.5	384.2	700.4	1,069.3	1,257.1	1,464.6	81/19
一人当たり	196	38	85	134	207	271	354	
一世帯当たり	902	208	457	633	934	1160	1429	
総計	43,975.4	530.5	3,688.9	6,955.3	9,598.8	11,093.1	12,108.8	81/19

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	54,754.4	33.2
住宅	34,343.4	27.2
水	2,105.2	25.3
エネルギー	6,512.2	35.0
家庭用品	15,284.1	24.7
保健医療	2,098.2	31.5
運輸	16,809.6	17.3
ICT	6,951.5	11.5
教育	4,014.0	14.8
その他	27,220.0	18.1
総計	170,092.6	25.9

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	32.2	41.3
住宅	20.2	21.3
水	1.2	1.2
エネルギー	3.8	5.2
家庭用品	9.0	8.6
保健医療	1.2	1.5
運輸	9.9	6.6
ICT	4.1	1.8
教育	2.4	1.4
その他	16.0	11.2
総計	100.0	100.0

備考：金額はすべて2005PPP建て

コートジボワール共和国

国内総家庭市場 141 億6,760万ドル  
人口 1,710万  
世帯数 310万

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	0.2	1.2	99.8	585.9	4.1	99.8
BOP2500	0.3	1.8	94.0	742.7	5.2	94.0
BOP2000	0.9	5.1	86.8	1,637.1	11.6	87.4
BOP1500	2.0	11.4	65.5	2,553.3	18.0	65.8
BOP1000	6.0	35.4	45.0	4,621.0	32.6	46.3
BOP500	7.4	43.3	25.3	2,562.2	18.1	27.4
BOP 総計	16.8	98.2	42.4	12,702.3	89.7	57.0

部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
食料	6,285.5	1,561.1	2,515.0	1,186.7	616.5	238.7	167.5	44/56
一人当たり	374	211	416	608	704	776	847	
一世帯当たり	2031	1403	2240	2517	2600	2537	2962	
住宅	621.6	51.2	169.8	153.5	124.4	69.4	53.4	93/7
一人当たり	37	7	28	79	142	225	270	
一世帯当たり	201	46	151	326	525	737	945	
水	167.7	29.8	61.8	33.7	23.7	10.7	7.9	79/21
一人当たり	10	4	10	17	27	35	40	
一世帯当たり	54	27	55	71	100	113	141	
エネルギー	616.2	116.5	224.2	126.3	86.2	35.0	28.0	78/22
一人当たり	37	16	37	65	98	114	141	
一世帯当たり	199	105	200	268	364	372	494	
家庭用品	1,119.6	246.8	381.5	212.2	143.3	74.3	61.6	58/42
一人当たり	67	33	63	109	164	242	311	
一世帯当たり	362	222	340	450	604	790	1089	
保健医療	858.0	154.5	321.5	178.6	118.9	49.3	35.1	57/43
一人当たり	51	21	53	91	136	160	177	
一世帯当たり	277	139	286	379	502	524	621	
運輸	957.4	87.5	270.6	195.2	201.2	110.0	92.9	78/22
一人当たり	57	12	45	100	230	357	470	
一世帯当たり	309	79	241	414	849	1169	1644	
ICT	178.3	10.7	44.5	41.5	38.5	21.6	21.5	88/12
一人当たり	11	1	7	21	44	70	109	
一世帯当たり	58	10	40	88	162	230	380	
教育	382.3	46.5	131.1	82.6	71.0	23.2	27.9	77/23
一人当たり	23	6	22	42	81	76	141	
一世帯当たり	124	42	117	175	299	247	493	
その他	1,515.6	257.5	501.0	343.2	213.3	110.6	90.1	63/37
一人当たり	90	35	83	176	244	359	455	
一世帯当たり	490	231	446	728	900	1175	1593	
総計	12,702.3	2,562.2	4,621.0	2,553.3	1,637.1	742.7	585.9	57/43

備考：金額はすべて2005PPP建て

部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	6,661.8	94.4
住宅	723.6	85.9
水	186.2	90.1
エネルギー	669.6	92.0
家庭用品	1,266.2	88.4
保健医療	961.5	89.2
運輸	1,288.2	74.3
ICT	225.7	79.0
教育	448.4	85.3
その他	1,736.4	87.3
総計	14,167.6	89.7

各部門が  
家計支出に占める割合  
(%)

	全国	BOP
食料	47.0	49.5
住宅	5.1	4.9
水	1.3	1.3
エネルギー	4.7	4.9
家庭用品	8.9	8.8
保健医療	6.8	6.8
運輸	9.1	7.5
ICT	1.6	1.4
教育	3.2	3.0
その他	12.3	11.9
総計	100.0	100.0

## ジブチ共和国

国内総家庭市場 3億7,440万ドル

人口 26万

世帯数 3万7,000

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	14	5.4	99.4	35.7	9.5	99.4
BOP2500	37	14.2	99.0	76.2	20.4	99.2
BOP2000	68	26.3	98.2	110.8	29.6	98.2
BOP1500	77	29.6	95.4	89.7	23.9	95.5
BOP1000	41	15.6	83.0	30.1	8.0	84.0
BOP500	14	5.5	79.4	4.2	1.1	76.6
BOP 総計	250	96.6	94.0	346.7	92.6	96.4

人口

支出

## 部門別BOP支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>192.7</b>	<b>1.4</b>	<b>17.8</b>	<b>49.9</b>	<b>59.9</b>	<b>43.2</b>	<b>20.4</b>	96/4
一人当たり	768	100	440	650	878	1171	1452	
一世帯当たり	5281	512	3186	4901	6239	7516	7949	
<b>住宅</b>	<b>37.3</b>	<b>1.6</b>	<b>4.7</b>	<b>11.7</b>	<b>12.8</b>	<b>5.0</b>	<b>1.4</b>	95/5
一人当たり	149	116	117	153	187	136	97	
一世帯当たり	1022	592	845	1152	1330	875	533	
<b>水</b>	<b>14.5</b>	<b>0.2</b>	<b>1.0</b>	<b>3.1</b>	<b>4.7</b>	<b>3.9</b>	<b>1.6</b>	99/1
一人当たり	58	14	25	40	68	106	115	
一世帯当たり	398	73	180	305	485	681	632	
<b>エネルギー</b>	<b>36.8</b>	<b>0.2</b>	<b>2.2</b>	<b>8.9</b>	<b>12.7</b>	<b>8.6</b>	<b>4.1</b>	98/2
一人当たり	147	17	54	116	186	235	291	
一世帯当たり	1008	87	389	877	1321	1506	1595	
<b>家庭用品</b>	<b>23.0</b>	<b>0.3</b>	<b>2.0</b>	<b>5.9</b>	<b>7.2</b>	<b>5.3</b>	<b>2.5</b>	96/4
一人当たり	92	23	49	76	105	143	174	
一世帯当たり	632	116	351	575	747	917	956	
<b>保健医療</b>	<b>7.3</b>	<b>0.1</b>	<b>0.3</b>	<b>1.5</b>	<b>2.1</b>	<b>2.1</b>	<b>1.1</b>	99/1
一人当たり	29	6	8	20	31	58	80	
一世帯当たり	201	31	59	150	221	373	440	
<b>運輸</b>	<b>17.0</b>	<b>0.1</b>	<b>0.9</b>	<b>4.2</b>	<b>5.8</b>	<b>4.0</b>	<b>2.1</b>	98/2
一人当たり	68	10	21	55	84	108	147	
一世帯当たり	466	50	154	413	599	694	802	
<b>ICT</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	n.a.
一人当たり								
一世帯当たり								
<b>教育</b>	<b>0.9</b>	<b>0.0</b>	<b>0.1</b>	<b>0.2</b>	<b>0.2</b>	<b>0.3</b>	<b>0.2</b>	99/1
一人当たり	4	0	2	3	4	7	11	
一世帯当たり	26	0	16	19	25	45	61	
<b>その他</b>	<b>17.1</b>	<b>0.1</b>	<b>1.1</b>	<b>4.2</b>	<b>5.4</b>	<b>3.9</b>	<b>2.4</b>	97/3
一人当たり	68	8	28	55	80	104	171	
一世帯当たり	470	41	203	413	565	671	936	
<b>総計</b>	<b>346.7</b>	<b>4.2</b>	<b>30.1</b>	<b>89.7</b>	<b>110.8</b>	<b>76.2</b>	<b>35.7</b>	96/4

備考：金額はすべて2005PPP建て

## 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	209.6	91.9
住宅	37.6	99.2
水	16.0	90.9
エネルギー	39.2	93.9
家庭用品	25.3	91.2
保健医療	8.6	85.6
運輸	18.1	94.1
ICT	n.a	n.a
教育	1.1	88.9
その他	19.1	89.7
総計	374.4	92.6

各部門が  
家計支出に占める割合  
(%)

	全国	BOP
食料	56.0	55.6
住宅	10.0	10.8
水	4.3	4.2
エネルギー	10.5	10.6
家庭用品	6.8	6.6
保健医療	2.3	2.1
運輸	4.8	4.9
ICT	n.a	n.a
教育	0.3	0.3
その他	5.1	4.9
総計	100.0	100.0

ガボン共和国

国内総家庭市場 21 億9,000万ドル  
人口 130万  
世帯数 20万

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 {全国に占める割合 (%)}	都市部 {区分割合 (%)}	総計 (百万ドル単位)	割合 {全国に占める割合 (%)}	都市部 {区分割合 (%)}
BOP3000	0.1	5.3	90.8	200.7	9.2	90.7
BOP2500	0.1	9.0	89.2	282.5	12.9	89.1
BOP2000	0.2	14.0	88.9	341.4	15.6	89.1
BOP1500	0.3	21.0	83.8	363.2	16.6	84.2
BOP1000	0.3	21.7	78.7	229.1	10.5	79.4
BOP500	0.2	17.6	54.6	56.2	2.6	61.2
BOP 総計	1.2	88.7	78.5	1,473.2	67.3	85.5

部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 {BOPの比率(%)}
食料	622.6	16.9	112.6	165.3	142.4	109.2	76.2	81/19
一人当たり	535	73	394	600	773	922	1104	
一世帯当たり	2774	430	2602	3375	3533	3544	3500	
住宅	309.6	31.4	47.3	70.3	63.5	55.8	41.3	87/13
一人当たり	266	135	166	255	345	471	599	
一世帯当たり	1379	797	1094	1435	1576	1810	1899	
水	21.2	0.2	2.8	5.2	5.3	4.8	2.9	97/3
一人当たり	18	1	10	19	29	41	42	
一世帯当たり	95	4	64	106	133	157	135	
エネルギー	78.7	1.3	12.4	19.6	19.4	15.8	10.2	92/8
一人当たり	68	5	44	71	105	134	148	
一世帯当たり	351	32	287	399	482	514	468	
家庭用品	115.9	1.9	14.8	27.0	28.8	24.9	18.6	88/12
一人当たり	100	8	52	98	156	210	269	
一世帯当たり	517	49	343	551	714	807	852	
保健医療	37.7	1.0	6.1	9.3	7.6	10.0	3.6	87/13
一人当たり	32	5	21	34	41	84	53	
一世帯当たり	168	27	141	190	188	324	167	
運輸	116.1	1.4	13.0	27.3	29.4	24.9	20.2	91/9
一人当たり	100	6	46	99	159	210	292	
一世帯当たり	517	35	300	558	728	808	926	
ICT	59.4	0.3	5.1	13.7	16.7	14.1	9.4	93/7
一人当たり	51	1	18	50	91	119	137	
一世帯当たり	265	7	119	279	415	459	433	
教育	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
一人当たり								
一世帯当たり								
その他	112.0	1.9	15.0	25.5	28.3	22.9	18.3	85/15
一人当たり	96	8	53	93	154	193	266	
一世帯当たり	499	48	347	522	702	743	843	
総計	1,473.2	56.2	229.1	363.2	341.4	282.5	200.7	86/14

部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	834.5	74.6
住宅	446.2	69.4
水	33.2	64.1
エネルギー	114.5	68.7
家庭用品	187.8	61.7
保健医療	52.6	71.7
運輸	218.9	53.1
ICT	109.9	54.0
教育	n.a.	n.a.
その他	192.5	58.2
総計	2,190.0	67.3

各部門が  
家計支出に占める割合  
(%)

	全国	BOP
食料	38.1	42.3
住宅	20.4	21.0
水	1.5	1.4
エネルギー	5.2	5.3
家庭用品	8.6	7.9
保健医療	2.4	2.6
運輸	10.0	7.9
ICT	5.0	4.0
教育	n.a.	n.a.
その他	8.8	7.6
総計	100.0	100.0

備考：金額はすべて2005PPP建て



## グアテマラ共和国

国内総家庭市場 235 億4,900万ドル

人口 1,140万

世帯数 180万

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	0.7	5.8	69.8	2,057.8	8.7	70.2
BOP2500	0.9	7.8	58.2	2,245.2	9.5	58.3
BOP2000	1.4	12.3	44.8	2,727.4	11.6	44.7
BOP1500	2.5	21.8	29.5	3,459.9	14.7	30.0
BOP1000	3.4	29.7	14.8	2,874.6	12.2	15.8
BOP500	0.9	7.9	6.9	401.5	1.7	7.1
BOP 総計	9.7	85.2	29.8	13,766.3	58.5	39.9

人口

支出

## 部門別BOP支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>6,414.8</b>	<b>224.4</b>	<b>1,571.8</b>	<b>1,700.7</b>	<b>1,217.7</b>	<b>929.1</b>	<b>771.2</b>	34/66
一人当たり	660	251	464	685	872	1044	1166	
一世帯当たり	3646	1875	3005	3681	4150	4639	4791	
<b>住宅</b>	<b>1,602.2</b>	<b>42.3</b>	<b>297.0</b>	<b>387.0</b>	<b>330.1</b>	<b>273.6</b>	<b>272.1</b>	48/52
一人当たり	165	47	88	156	236	307	412	
一世帯当たり	911	353	568	838	1125	1366	1691	
<b>水</b>	<b>43.4</b>	<b>0.5</b>	<b>4.0</b>	<b>9.4</b>	<b>8.9</b>	<b>11.6</b>	<b>9.0</b>	60/40
一人当たり	4	1	1	4	6	13	14	
一世帯当たり	25	5	8	20	30	58	56	
<b>エネルギー</b>	<b>943.3</b>	<b>34.9</b>	<b>227.1</b>	<b>250.9</b>	<b>174.5</b>	<b>144.7</b>	<b>111.2</b>	40/60
一人当たり	97	39	67	101	125	163	168	
一世帯当たり	536	292	434	543	595	722	691	
<b>家庭用品</b>	<b>1,110.5</b>	<b>42.8</b>	<b>253.1</b>	<b>289.8</b>	<b>205.9</b>	<b>167.5</b>	<b>151.3</b>	36/64
一人当たり	114	48	75	117	147	188	229	
一世帯当たり	631	358	484	627	702	837	940	
<b>保健医療</b>	<b>698.3</b>	<b>11.7</b>	<b>105.6</b>	<b>165.3</b>	<b>164.8</b>	<b>130.1</b>	<b>120.7</b>	36/64
一人当たり	72	13	31	67	118	146	182	
一世帯当たり	397	98	202	358	562	650	750	
<b>運輸</b>	<b>477.1</b>	<b>4.4</b>	<b>50.5</b>	<b>92.2</b>	<b>96.0</b>	<b>105.3</b>	<b>128.8</b>	44/56
一人当たり	49	5	15	37	69	118	195	
一世帯当たり	271	37	97	200	327	526	800	
<b>ICT</b>	<b>129.2</b>	<b>0.0</b>	<b>7.2</b>	<b>20.0</b>	<b>24.2</b>	<b>39.5</b>	<b>38.2</b>	57/43
一人当たり	13	0	2	8	17	44	58	
一世帯当たり	73	0	14	43	83	197	237	
<b>教育</b>	<b>118.7</b>	<b>0.7</b>	<b>8.9</b>	<b>21.9</b>	<b>27.7</b>	<b>31.4</b>	<b>28.3</b>	63/37
一人当たり	12	1	3	9	20	35	43	
一世帯当たり	67	6	17	47	94	157	176	
<b>その他</b>	<b>2,228.7</b>	<b>39.7</b>	<b>349.4</b>	<b>522.5</b>	<b>477.6</b>	<b>412.5</b>	<b>427.1</b>	49/51
一人当たり	229	44	103	210	342	463	646	
一世帯当たり	1267	332	668	1131	1628	2060	2654	
<b>総計</b>	<b>13,766.3</b>	<b>401.5</b>	<b>2,874.6</b>	<b>3,459.9</b>	<b>2,727.4</b>	<b>2,245.2</b>	<b>2,057.8</b>	40/60

備考：金額はすべて2005PPP建て

## 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	8,991.6	71.3
住宅	2,479.5	64.6
水	107.1	40.6
エネルギー	1,303.9	72.3
家庭用品	1,953.7	56.8
保健医療	1,365.7	51.1
運輸	1,753.4	27.2
ICT	462.8	27.9
教育	439.1	27.0
その他	4,692.2	47.5
総計	23,549.0	58.5

各部門が  
家計支出に占める割合  
(%)

	全国	BOP
食料	38.2	46.6
住宅	10.5	11.6
水	0.5	0.3
エネルギー	5.5	6.9
家庭用品	8.3	8.1
保健医療	5.8	5.1
運輸	7.4	3.5
ICT	2.0	0.9
教育	1.9	0.9
その他	19.9	16.2
総計	100.0	100.0

ホンジュラス共和国

国内総家庭市場 120億5,760万ドル  
人口 710万  
世帯数 120万

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	0.3	4.8	75.9	981.9	8.1	76.3
BOP2500	0.5	6.9	73.8	1,152.0	9.6	73.7
BOP2000	0.9	12.5	64.7	1,607.4	13.3	65.3
BOP1500	1.2	17.5	55.9	1,560.7	12.9	56.8
BOP1000	1.7	24.4	36.2	1,272.8	10.6	37.8
BOP500	1.5	21.8	15.5	528.2	4.4	15.5
BOP 総計	6.2	87.9	44.2	7,102.9	58.9	57.7

部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
食料	4,844.0	434.7	972.5	1,118.6	1,100.5	707.5	510.0	57/43
一人当たり	779	282	563	905	1244	1444	1516	
一世帯当たり	4033	1704	3082	4530	5817	6184	6373	
住宅	184.4	19.0	31.7	36.9	39.4	30.3	27.1	61/39
一人当たり	30	12	18	30	45	62	80	
一世帯当たり	154	75	100	149	208	265	338	
水	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
一人当たり								
一世帯当たり								
エネルギー	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
一人当たり								
一世帯当たり								
家庭用品	502.2	31.0	76.7	104.0	113.8	92.5	84.2	56/44
一人当たり	81	20	44	84	129	189	250	
一世帯当たり	418	122	243	421	601	809	1052	
保健医療	3.1	0.1	0.3	0.7	0.8	0.8	0.5	69/31
一人当たり	0	0	0	1	1	2	1	
一世帯当たり	3	0	1	3	4	7	6	
運輸	865.2	20.0	91.8	154.2	190.1	181.1	228.0	57/43
一人当たり	139	13	53	125	215	370	678	
一世帯当たり	720	78	291	624	1005	1583	2850	
ICT	33.6	0.6	3.2	4.6	8.6	8.1	8.5	59/41
一人当たり	5	0	2	4	10	16	25	
一世帯当たり	28	2	10	19	45	71	107	
教育	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
一人当たり								
一世帯当たり								
その他	670.4	22.7	96.5	141.7	154.2	131.7	123.6	64/36
一人当たり	108	15	56	115	174	269	367	
一世帯当たり	558	89	306	574	815	1151	1544	
総計	7,102.9	528.2	1,272.8	1,560.7	1,607.4	1,152.0	981.9	58/42

備考：金額はすべて2005PPP建て

部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	6,295.8	76.9
住宅	379.2	48.6
水	n.a.	n.a.
エネルギー	n.a.	n.a.
家庭用品	1,012.0	49.6
保健医療	9.2	33.6
運輸	2,854.3	30.3
ICT	83.0	40.5
教育	n.a.	n.a.
その他	1,424.0	47.1
総計	12,057.6	58.9

各部門が  
家計支出に占める割合  
(%)

	全国	BOP
食料	52.2	68.2
住宅	3.1	2.6
水	n.a.	n.a.
エネルギー	n.a.	n.a.
家庭用品	8.4	7.1
保健医療	0.1	0.0
運輸	23.7	12.2
ICT	0.7	0.5
教育	n.a.	n.a.
その他	11.8	9.4
総計	100.0	100.0

## インド

国内総家庭市場 1兆4,219億2,170万ドル

人口 9億7,300万

世帯数 1億8,330万

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	31.5	3.2	67.6	89,836.0	6.3	72.4
BOP2500	68.3	7.0	53.4	159,043.6	11.2	62.4
BOP2000	147.0	15.1	37.4	264,285.7	18.6	45.4
BOP1500	309.0	31.8	19.8	394,937.0	27.8	28.2
BOP1000	349.0	35.9	8.2	288,957.9	20.3	13.8
BOP500	19.3	2.0	5.6	8,608.2	0.6	8.8
BOP 総計	924.1	95.0	22.0	1,205,668.5	84.8	31.1

### 部門別BOP支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部/農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>850,246.0</b>	<b>6,335.2</b>	<b>216,214.1</b>	<b>286,721.4</b>	<b>182,228.3</b>	<b>103,399.5</b>	<b>55,347.5</b>	26/74
一人当たり	920	328	620	928	1240	1514	1757	
一世帯当たり	4640	1772	3616	4610	5607	6229	6448	
<b>住宅</b>	<b>30,125.1</b>	<b>27.1</b>	<b>1,383.0</b>	<b>5,588.8</b>	<b>8,479.6</b>	<b>8,230.2</b>	<b>6,416.4</b>	100/0
一人当たり	33	1	4	18	58	121	204	
一世帯当たり	164	8	23	90	261	496	748	
<b>水</b>	<b>1,213.2</b>	<b>2.5</b>	<b>117.9</b>	<b>268.7</b>	<b>350.3</b>	<b>294.7</b>	<b>179.1</b>	69/31
一人当たり	1	0	0	1	2	4	6	
一世帯当たり	7	1	2	4	11	18	21	
<b>エネルギー</b>	<b>142,046.4</b>	<b>1,223.8</b>	<b>36,244.6</b>	<b>46,683.1</b>	<b>30,438.1</b>	<b>17,718.7</b>	<b>9,737.9</b>	30/70
一人当たり	154	63	104	151	207	259	309	
一世帯当たり	775	342	606	751	937	1067	1135	
<b>家庭用品</b>	<b>21,028.6</b>	<b>151.9</b>	<b>4,762.4</b>	<b>6,696.3</b>	<b>4,571.1</b>	<b>3,013.6</b>	<b>1,833.1</b>	29/71
一人当たり	23	8	14	22	31	44	58	
一世帯当たり	115	43	80	108	141	182	214	
<b>保健医療</b>	<b>35,112.5</b>	<b>145.2</b>	<b>6,664.4</b>	<b>11,395.3</b>	<b>8,580.7</b>	<b>5,403.0</b>	<b>2,923.9</b>	27/73
一人当たり	38	8	19	37	58	79	93	
一世帯当たり	192	41	111	183	264	325	341	
<b>運輸</b>	<b>24,844.2</b>	<b>85.2</b>	<b>3,250.2</b>	<b>6,600.6</b>	<b>6,256.7</b>	<b>5,162.7</b>	<b>3,488.8</b>	36/64
一人当たり	27	4	9	21	43	76	111	
一世帯当たり	136	24	54	106	193	311	406	
<b>ICT</b>	<b>7,767.5</b>	<b>9.4</b>	<b>355.3</b>	<b>1,283.9</b>	<b>2,042.9</b>	<b>2,396.1</b>	<b>1,679.9</b>	51/49
一人当たり	8	0	1	4	14	35	53	
一世帯当たり	42	3	6	21	63	144	196	
<b>教育</b>	<b>14,117.3</b>	<b>26.2</b>	<b>1,575.8</b>	<b>3,605.0</b>	<b>3,820.4</b>	<b>2,958.8</b>	<b>2,131.2</b>	50/50
一人当たり	15	1	5	12	26	43	68	
一世帯当たり	77	7	26	58	118	178	248	
<b>その他</b>	<b>79,167.6</b>	<b>601.7</b>	<b>18,390.2</b>	<b>26,093.9</b>	<b>17,517.7</b>	<b>10,466.1</b>	<b>6,098.0</b>	29/71
一人当たり	86	31	53	84	119	153	194	
一世帯当たり	432	168	308	420	539	630	710	
<b>総計</b>	<b>1,205,668.5</b>	<b>8,608.2</b>	<b>288,957.9</b>	<b>394,937.0</b>	<b>264,285.7</b>	<b>159,043.6</b>	<b>89,836.0</b>	29/71

備考：金額はすべて2005PPP建て

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	965,108.6	88.1
住宅	62,123.3	48.5
水	1,723.1	70.4
エネルギー	162,903.5	87.2
家庭用品	26,692.0	78.8
保健医療	41,178.1	85.3
運輸	35,022.0	70.9
ICT	14,758.8	52.6
教育	19,838.6	71.2
その他	92,573.7	85.5
総計	1,421,921.7	84.8

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	67.9	70.5
住宅	4.4	2.5
水	0.1	0.1
エネルギー	11.5	11.8
家庭用品	1.9	1.7
保健医療	2.9	2.9
運輸	2.5	2.1
ICT	1.0	0.6
教育	1.4	1.2
その他	6.5	6.6
総計	100.0	100.0

インドネシア共和国

国内総家庭市場 2,149 億 1,210 万ドル  
人口 2 億 860 万  
世帯数 5,210 万

BOP 区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	2.1	1.0	98.3	8,256.1	3.8	100.0
BOP2500	5.0	2.4	96.2	14,000.5	6.5	98.7
BOP2000	12.8	6.1	86.8	26,213.5	12.2	93.9
BOP1500	35.6	17.1	70.0	49,854.1	23.2	80.1
BOP1000	108.3	51.9	39.5	86,833.7	40.4	57.8
BOP500	42.9	20.6	17.4	19,481.6	9.1	32.8
BOP 総計	206.8	99.1	45.1	204,639.4	95.2	53.8

部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総 BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部 / 農村部 [BOP の比率 (%)]
食料	107,515.5	12,355.1	49,255.3	25,286.9	11,985.0	5,735.9	2,897.2	53/47
一人当たり	520	288	455	710	937	1141	1351	
一世帯当たり	2064	1353	1803	2575	3226	3879	4586	
住宅	20,082.6	1,194.7	6,628.2	4,984.2	3,281.5	2,197.1	1,797.0	73/27
一人当たり	97	28	61	140	257	437	838	
一世帯当たり	386	131	243	508	883	1486	2844	
水	739.4	13.2	182.8	225.0	155.6	98.7	64.0	90/10
一人当たり	4	0	2	6	12	20	30	
一世帯当たり	14	1	7	23	42	67	101	
エネルギー	12,683.0	1,244.4	5,427.0	3,015.4	1,586.7	872.0	537.5	57/43
一人当たり	61	29	50	85	124	173	251	
一世帯当たり	243	136	199	307	427	590	851	
家庭用品	15,722.0	1,470.0	6,735.3	3,768.0	2,030.8	1,075.9	642.0	55/45
一人当たり	76	34	62	106	159	214	299	
一世帯当たり	302	161	247	384	547	728	1016	
保健医療	4,074.8	294.4	1,612.4	1,044.5	578.7	364.5	180.2	62/38
一人当たり	20	7	15	29	45	72	84	
一世帯当たり	78	32	59	106	156	247	285	
運輸	8,395.7	252.8	2,685.8	2,577.8	1,563.8	833.1	482.3	67/33
一人当たり	41	6	25	72	122	166	225	
一世帯当たり	161	28	98	263	421	563	763	
ICT	2,139.2	4.5	173.7	491.2	598.8	497.4	373.6	93/7
一人当たり	10	0	2	14	47	99	174	
一世帯当たり	41	0	6	50	161	336	591	
教育	3,740.3	207.6	1,184.1	1,014.4	678.9	406.5	248.8	79/21
一人当たり	18	5	11	28	53	81	116	
一世帯当たり	72	23	43	103	183	275	394	
その他	29,547.2	2,444.8	12,949.1	7,446.6	3,753.7	1,919.4	1,033.5	55/45
一人当たり	143	57	120	209	293	382	482	
一世帯当たり	567	268	474	758	1010	1298	1636	
総計	204,639.4	19,481.6	86,833.7	49,854.1	26,213.5	14,000.5	8,256.1	58/42

備考: 金額はすべて 2005 PPP 建て

部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	110,619.9	97.2
住宅	22,410.6	89.6
水	813.1	90.9
エネルギー	13,391.9	94.7
家庭用品	16,688.3	94.2
保健医療	4,330.1	94.1
運輸	8,924.0	94.1
ICT	2,711.5	78.9
教育	4,065.3	92.0
その他	30,957.4	95.4
総計	214,912.1	95.2

各部門が  
家計支出に占める割合  
(%)

	全国	BOP
食料	51.5	52.5
住宅	10.4	9.8
水	0.4	0.4
エネルギー	6.2	6.2
家庭用品	7.8	7.7
保健医療	2.0	2.0
運輸	4.2	4.1
ICT	1.3	1.0
教育	1.9	1.8
その他	14.4	14.4
総計	100.0	100.0

## ジャマイカ

国内総家庭市場 49億3,090万ドル

人口 260万

世帯数 60万

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	0.1	3.6	58.5	305.5	6.2	58.7
BOP2500	0.1	5.6	48.3	392.3	8.0	48.4
BOP2000	0.3	10.8	47.8	583.0	11.8	48.1
BOP1500	0.5	18.4	44.2	710.5	14.4	44.5
BOP1000	0.8	29.5	43.0	680.0	13.8	42.1
BOP500	0.6	23.8	46.0	204.6	4.1	43.9
BOP 総計	2.4	91.7	45.5	2,875.8	58.3	46.7

### 部門別BOP支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>934.1</b>	<b>28.0</b>	<b>210.4</b>	<b>253.2</b>	<b>204.3</b>	<b>145.1</b>	<b>93.1</b>	31/69
一人当たり	391	45	274	527	724	989	1000	
一世帯当たり	1451	191	1151	1901	2257	2624	2639	
<b>住宅</b>	<b>92.5</b>	<b>2.2</b>	<b>20.0</b>	<b>20.5</b>	<b>25.3</b>	<b>13.3</b>	<b>11.1</b>	81/19
一人当たり	39	3	26	43	90	91	120	
一世帯当たり	144	15	110	154	280	241	315	
<b>水</b>	<b>67.3</b>	<b>5.0</b>	<b>17.2</b>	<b>16.1</b>	<b>13.4</b>	<b>9.7</b>	<b>5.9</b>	66/34
一人当たり	28	8	22	34	47	66	64	
一世帯当たり	105	34	94	121	148	175	168	
<b>エネルギー</b>	<b>224.5</b>	<b>25.2</b>	<b>66.2</b>	<b>58.0</b>	<b>38.4</b>	<b>23.2</b>	<b>13.4</b>	52/48
一人当たり	94	41	86	121	136	158	144	
一世帯当たり	349	172	362	436	425	420	380	
<b>家庭用品</b>	<b>204.8</b>	<b>19.9</b>	<b>57.8</b>	<b>49.8</b>	<b>40.6</b>	<b>21.6</b>	<b>15.1</b>	49/51
一人当たり	86	32	75	104	144	147	162	
一世帯当たり	318	136	316	374	448	391	427	
<b>保健医療</b>	<b>56.9</b>	<b>5.3</b>	<b>17.5</b>	<b>13.3</b>	<b>11.1</b>	<b>6.0</b>	<b>3.7</b>	43/57
一人当たり	24	9	23	28	39	41	40	
一世帯当たり	88	36	96	100	122	109	106	
<b>運輸</b>	<b>213.4</b>	<b>14.6</b>	<b>51.6</b>	<b>56.0</b>	<b>41.3</b>	<b>28.8</b>	<b>21.1</b>	55/45
一人当たり	89	24	67	117	146	196	227	
一世帯当たり	331	99	282	420	456	521	598	
<b>ICT</b>	<b>32.4</b>	<b>0.8</b>	<b>8.0</b>	<b>7.6</b>	<b>7.4</b>	<b>4.9</b>	<b>3.7</b>	67/33
一人当たり	14	1	10	16	26	33	40	
一世帯当たり	50	6	44	57	81	88	106	
<b>教育</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	n.a.
一人当たり								
一世帯当たり								
<b>その他</b>	<b>1,049.9</b>	<b>103.6</b>	<b>231.3</b>	<b>235.9</b>	<b>201.2</b>	<b>139.7</b>	<b>138.2</b>	53/47
一人当たり	439	167	301	491	714	953	1484	
一世帯当たり	1631	707	1265	1771	2223	2527	3915	
<b>総計</b>	<b>2,875.8</b>	<b>204.6</b>	<b>680.0</b>	<b>710.5</b>	<b>583.0</b>	<b>392.3</b>	<b>305.5</b>	47/53

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	1,136.7	82.2
住宅	105.0	88.1
水	82.1	81.9
エネルギー	245.7	91.3
家庭用品	228.6	89.6
保健医療	63.3	89.9
運輸	264.7	80.6
ICT	45.7	70.9
教育	n.a.	n.a.
その他	2,759.1	38.1
総計	4,930.9	58.3

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	23.1	32.5
住宅	2.1	3.2
水	1.7	2.3
エネルギー	5.0	7.8
家庭用品	4.6	7.1
保健医療	1.3	2.0
運輸	5.4	7.4
ICT	0.9	1.1
教育	n.a.	n.a.
その他	56.0	36.5
総計	100.0	100.0

備考：金額はすべて2005PPP建て



## カザフスタン共和国

国内総家庭市場 284億4,780万ドル

人口 1,540万

世帯数 370万

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	1.2	7.5	80.3	3,473.4	12.2	80.4
BOP2500	2.1	13.3	73.7	5,048.6	17.7	73.9
BOP2000	3.1	20.0	62.3	5,921.5	20.8	62.6
BOP1500	4.3	27.8	47.0	5,867.6	20.6	47.7
BOP1000	3.4	21.7	33.0	2,939.9	10.3	33.1
BOP500	0.2	1.5	35.6	105.2	0.4	34.9
BOP 総計	14.2	91.8	53.4	23,356.2	82.1	60.1

### 部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>13,641.2</b>	<b>71.8</b>	<b>1,897.0</b>	<b>3,570.2</b>	<b>3,391.3</b>	<b>2,799.2</b>	<b>1,911.8</b>	56/44
一人当たり	959	306	564	829	1092	1358	1649	
一世帯当たり	3687	1737	3147	3590	3746	4026	4154	
<b>住宅</b>	<b>95.3</b>	<b>0.2</b>	<b>5.8</b>	<b>19.5</b>	<b>27.9</b>	<b>25.0</b>	<b>17.0</b>	98/2
一人当たり	7	1	2	5	9	12	15	
一世帯当たり	26	5	10	20	31	36	37	
<b>水</b>	<b>178.4</b>	<b>1.2</b>	<b>21.6</b>	<b>47.0</b>	<b>46.5</b>	<b>38.3</b>	<b>23.8</b>	79/21
一人当たり	13	5	6	11	15	19	21	
一世帯当たり	48	28	36	47	51	55	52	
<b>エネルギー</b>	<b>2,149.7</b>	<b>9.4</b>	<b>260.7</b>	<b>521.4</b>	<b>548.3</b>	<b>479.4</b>	<b>330.6</b>	63/37
一人当たり	151	40	78	121	176	233	285	
一世帯当たり	581	227	433	524	606	689	718	
<b>家庭用品</b>	<b>2,699.3</b>	<b>9.3</b>	<b>324.3</b>	<b>683.0</b>	<b>691.8</b>	<b>594.4</b>	<b>396.5</b>	62/38
一人当たり	190	40	96	159	223	288	342	
一世帯当たり	730	226	538	687	764	855	862	
<b>保健医療</b>	<b>480.5</b>	<b>1.4</b>	<b>46.7</b>	<b>102.6</b>	<b>128.1</b>	<b>112.9</b>	<b>88.7</b>	69/31
一人当たり	34	6	14	24	41	55	77	
一世帯当たり	130	33	78	103	142	162	193	
<b>運輸</b>	<b>833.7</b>	<b>2.9</b>	<b>82.6</b>	<b>190.1</b>	<b>215.9</b>	<b>200.1</b>	<b>142.1</b>	72/28
一人当たり	59	12	25	44	70	97	123	
一世帯当たり	225	70	137	191	239	288	309	
<b>ICT</b>	<b>321.8</b>	<b>0.5</b>	<b>19.5</b>	<b>59.3</b>	<b>90.4</b>	<b>86.0</b>	<b>66.1</b>	78/22
一人当たり	23	2	6	14	29	42	57	
一世帯当たり	87	13	32	60	100	124	144	
<b>教育</b>	<b>397.3</b>	<b>0.8</b>	<b>30.7</b>	<b>96.1</b>	<b>115.2</b>	<b>94.9</b>	<b>59.5</b>	75/25
一人当たり	28	4	9	22	37	46	51	
一世帯当たり	107	20	51	97	127	137	129	
<b>その他</b>	<b>2,558.9</b>	<b>7.7</b>	<b>251.0</b>	<b>578.5</b>	<b>666.0</b>	<b>618.5</b>	<b>437.2</b>	64/36
一人当たり	180	33	75	134	214	300	377	
一世帯当たり	692	186	416	582	736	890	950	
<b>総計</b>	<b>23,356.2</b>	<b>105.2</b>	<b>2,939.9</b>	<b>5,867.6</b>	<b>5,921.5</b>	<b>5,048.6</b>	<b>3,473.4</b>	60/40

備考：金額はすべて2005PPP建て

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	16,324.5	83.6
住宅	118.8	80.2
水	215.4	82.8
エネルギー	2,616.4	82.2
家庭用品	3,304.3	81.7
保健医療	622.0	77.3
運輸	1,076.5	77.4
ICT	436.9	73.7
教育	469.9	84.6
その他	3,263.2	78.4
総計	28,447.8	82.1

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	57.4	58.4
住宅	0.4	0.4
水	0.8	0.8
エネルギー	9.2	9.2
家庭用品	11.6	11.6
保健医療	2.2	2.1
運輸	3.8	3.6
ICT	1.5	1.4
教育	1.7	1.7
その他	11.5	11.0
総計	100.0	100.0

## マケドニア旧ユーゴスラビア共和国

国内総家庭市場 69億370万ドル

人口 200万

世帯 30万

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	0.2	10.7	51.6	636.4	9.2	51.9
BOP2500	0.3	13.6	58.8	663.3	9.6	58.9
BOP2000	0.3	13.6	52.7	518.9	7.5	52.7
BOP1500	0.3	12.7	54.2	346.3	5.0	53.9
BOP1000	0.1	6.8	51.2	118.6	1.7	51.1
BOP500	0.0	0.8	55.2	7.0	0.1	54.2
BOP 総計	1.2	58.2	54.1	2,290.4	33.2	54.4

### 部門別BOP支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>1,332.0</b>	<b>5.5</b>	<b>87.1</b>	<b>236.5</b>	<b>308.2</b>	<b>361.7</b>	<b>333.1</b>	56/44
一人当たり	1132	349	633	922	1121	1316	1536	
一世帯当たり	5145	2025	3487	4453	5172	5519	6286	
<b>住宅</b>	<b>3.2</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.1</b>	<b>0.9</b>	<b>1.0</b>	<b>1.2</b>	69/31
一人当たり	3	1	0	0	3	4	6	
一世帯当たり	12	9	1	1	15	16	23	
<b>水</b>	<b>0.9</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.1</b>	<b>0.2</b>	<b>0.3</b>	<b>0.3</b>	82/18
一人当たり	1	0	0	0	1	1	1	
一世帯当たり	4	0	1	2	4	4	6	
<b>エネルギー</b>	<b>140.0</b>	<b>0.0</b>	<b>1.2</b>	<b>12.7</b>	<b>26.6</b>	<b>47.7</b>	<b>51.8</b>	54/46
一人当たり	119	2	8	50	97	174	239	
一世帯当たり	541	11	46	239	446	728	978	
<b>家庭用品</b>	<b>221.4</b>	<b>0.3</b>	<b>8.2</b>	<b>25.9</b>	<b>49.7</b>	<b>67.1</b>	<b>70.2</b>	49/51
一人当たり	188	18	60	101	181	244	324	
一世帯当たり	855	106	329	488	835	1024	1324	
<b>保健医療</b>	<b>64.9</b>	<b>0.1</b>	<b>3.3</b>	<b>8.6</b>	<b>16.6</b>	<b>17.8</b>	<b>18.5</b>	57/43
一人当たり	55	8	24	33	60	65	85	
一世帯当たり	251	44	133	161	278	272	349	
<b>運輸</b>	<b>111.4</b>	<b>0.1</b>	<b>1.9</b>	<b>8.1</b>	<b>24.2</b>	<b>38.1</b>	<b>39.0</b>	46/54
一人当たり	95	7	13	32	88	139	180	
一世帯当たり	430	40	74	153	406	581	737	
<b>ICT</b>	<b>86.7</b>	<b>0.0</b>	<b>0.7</b>	<b>7.1</b>	<b>17.0</b>	<b>30.3</b>	<b>31.5</b>	53/47
一人当たり	74	0	5	28	62	110	145	
一世帯当たり	335	0	27	133	286	463	595	
<b>教育</b>	<b>1.6</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.1</b>	<b>0.4</b>	<b>0.5</b>	<b>0.6</b>	84/16
一人当たり	1	0	0	0	1	2	3	
一世帯当たり	6	0	2	2	6	7	12	
<b>その他</b>	<b>328.2</b>	<b>0.9</b>	<b>16.1</b>	<b>47.2</b>	<b>75.2</b>	<b>98.7</b>	<b>90.2</b>	53/47
一人当たり	279	58	117	184	274	359	416	
一世帯当たり	1268	338	645	889	1262	1506	1701	
<b>総計</b>	<b>2,290.4</b>	<b>7.0</b>	<b>118.6</b>	<b>346.3</b>	<b>518.9</b>	<b>663.3</b>	<b>636.4</b>	54/46

備考：金額はすべて2005PPP建て

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	3,201.4	41.6
住宅	24.4	13.1
水	3.9	24.4
エネルギー	711.1	19.7
家庭用品	858.3	25.8
保健医療	171.2	37.9
運輸	494.7	22.5
ICT	406.1	21.3
教育	15.1	10.3
その他	1,017.5	32.3
総計	6,903.7	33.2

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	46.4	58.2
住宅	0.4	0.1
水	0.1	0.0
エネルギー	10.3	6.1
家庭用品	12.4	9.7
保健医療	2.5	2.8
運輸	7.2	4.9
ICT	5.9	3.8
教育	0.2	0.1
その他	14.7	14.3
総計	100.0	100.0

## マラウイ共和国

国内総家庭市場 75 億 6,000 万ドル

人口 1,220 万

世帯数 270 万

BOP 区分	人口					年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]			総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	0.1	0.6	68.5			191.5	2.5	68.4
BOP2500	0.1	0.8	61.1			219.9	2.9	61.2
BOP2000	0.3	2.1	54.0			445.1	5.9	54.1
BOP1500	0.8	6.6	30.5			1,005.2	13.3	31.0
BOP1000	3.7	30.0	13.8			2,600.7	34.4	14.9
BOP500	7.1	58.6	3.5			2,315.1	30.6	4.1
BOP 総計	12.0	98.6	10.3	人口	支出	6,777.4	89.6	19.2

### 部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総 BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部 / 農村部 [BOP の比率 (%)]
<b>食料</b>	<b>4,527.1</b>	<b>1,681.3</b>	<b>1,777.6</b>	<b>619.0</b>	<b>243.6</b>	<b>119.4</b>	<b>86.3</b>	16/84
一人当たり	376	235	486	765	968	1239	1272	
一世帯当たり	1706	1220	1950	2605	3164	3959	4273	
<b>住宅</b>	<b>546.5</b>	<b>204.4</b>	<b>197.1</b>	<b>75.2</b>	<b>38.8</b>	<b>16.2</b>	<b>14.8</b>	25/75
一人当たり	45	29	54	93	154	169	219	
一世帯当たり	206	148	216	316	504	539	735	
<b>水</b>	<b>29.9</b>	<b>3.5</b>	<b>9.4</b>	<b>6.7</b>	<b>5.1</b>	<b>2.5</b>	<b>2.7</b>	86/14
一人当たり	2	0	3	8	20	26	40	
一世帯当たり	11	3	10	28	66	83	135	
<b>エネルギー</b>	<b>228.8</b>	<b>49.6</b>	<b>80.6</b>	<b>46.9</b>	<b>26.9</b>	<b>13.1</b>	<b>11.8</b>	45/55
一人当たり	19	7	22	58	107	136	173	
一世帯当たり	86	36	88	197	349	434	582	
<b>家庭用品</b>	<b>762.6</b>	<b>217.6</b>	<b>290.1</b>	<b>129.4</b>	<b>66.8</b>	<b>29.5</b>	<b>29.0</b>	21/79
一人当たり	63	30	79	160	265	306	428	
一世帯当たり	287	158	318	545	868	979	1438	
<b>保健医療</b>	<b>52.1</b>	<b>24.5</b>	<b>18.9</b>	<b>5.9</b>	<b>1.6</b>	<b>0.8</b>	<b>0.5</b>	14/86
一人当たり	4	3	5	7	6	8	7	
一世帯当たり	20	18	21	25	21	25	24	
<b>運輸</b>	<b>333.4</b>	<b>47.3</b>	<b>114.8</b>	<b>73.2</b>	<b>37.5</b>	<b>26.7</b>	<b>34.0</b>	24/76
一人当たり	28	7	31	90	149	277	501	
一世帯当たり	126	34	126	308	487	885	1682	
<b>ICT</b>	<b>4.8</b>	<b>0.0</b>	<b>0.4</b>	<b>1.4</b>	<b>0.7</b>	<b>1.1</b>	<b>1.1</b>	55/45
一人当たり	0	0	0	2	3	12	16	
一世帯当たり	2	0	0	6	9	38	54	
<b>教育</b>	<b>48.8</b>	<b>14.5</b>	<b>13.5</b>	<b>7.1</b>	<b>7.6</b>	<b>3.1</b>	<b>3.0</b>	55/45
一人当たり	4	2	4	9	30	32	44	
一世帯当たり	18	11	15	30	99	102	149	
<b>その他</b>	<b>243.5</b>	<b>72.4</b>	<b>98.4</b>	<b>40.5</b>	<b>16.4</b>	<b>7.5</b>	<b>8.3</b>	15/85
一人当たり	20	10	27	50	65	77	123	
一世帯当たり	92	53	108	171	213	247	412	
<b>総計</b>	<b>6,777.4</b>	<b>2,315.1</b>	<b>2,600.7</b>	<b>1,005.2</b>	<b>445.1</b>	<b>219.9</b>	<b>191.5</b>	19/81

備考: 金額はすべて 2005 PPP 建て

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	4,795.1	94.4
住宅	580.2	94.2
水	37.6	79.5
エネルギー	264.5	86.5
家庭用品	890.0	85.7
保健医療	54.0	96.5
運輸	568.5	58.6
ICT	17.6	27.0
教育	58.0	84.1
その他	294.5	82.7
総計	7,560.0	89.6

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	63.4	66.8
住宅	7.7	8.1
水	0.5	0.4
エネルギー	3.5	3.4
家庭用品	11.8	11.3
保健医療	0.7	0.8
運輸	7.5	4.9
ICT	0.2	0.1
教育	0.8	0.7
その他	3.9	3.6
総計	100.0	100.0

## メキシコ合衆国

国内総家庭市場 3,186億380万ドル

人口 1億400万

世帯数 1,560万

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	9.7	9.3	85.1	28,896.1	9.1	85.0
BOP2500	13.2	12.7	83.3	32,204.2	10.1	83.4
BOP2000	17.3	16.6	75.1	32,785.3	10.3	75.2
BOP1500	16.9	16.3	65.7	23,044.6	7.2	66.0
BOP1000	12.4	11.9	47.9	10,387.8	3.3	49.1
BOP500	2.8	2.7	14.0	1,192.3	0.4	14.8
BOP 総計	72.4	69.6	68.7	128,510.4	40.3	75.1

人口

支出

### 部門別BOP支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>41,912.8</b>	<b>559.7</b>	<b>4,215.9</b>	<b>8,299.9</b>	<b>10,751.4</b>	<b>9,866.2</b>	<b>8,219.6</b>	72/28
一人当たり	579	198	340	491	621	747	845	
一世帯当たり	2684	1397	1871	2435	2756	3137	3281	
<b>住宅</b>	<b>19,995.7</b>	<b>225.3</b>	<b>1,780.8</b>	<b>3,600.0</b>	<b>5,063.4</b>	<b>4,936.0</b>	<b>4,390.3</b>	79/21
一人当たり	276	80	144	213	293	374	452	
一世帯当たり	1281	562	790	1056	1298	1570	1753	
<b>水</b>	<b>1,042.0</b>	<b>4.3</b>	<b>92.5</b>	<b>189.6</b>	<b>253.3</b>	<b>276.5</b>	<b>225.8</b>	86/14
一人当たり	14	2	7	11	15	21	23	
一世帯当たり	67	11	41	56	65	88	90	
<b>エネルギー</b>	<b>7,011.5</b>	<b>44.2</b>	<b>605.8</b>	<b>1,416.0</b>	<b>1,894.9</b>	<b>1,619.0</b>	<b>1,431.6</b>	76/24
一人当たり	97	16	49	84	110	123	147	
一世帯当たり	449	110	269	415	486	515	571	
<b>家庭用品</b>	<b>12,426.0</b>	<b>139.8</b>	<b>1,105.9</b>	<b>2,216.6</b>	<b>3,172.6</b>	<b>2,988.1</b>	<b>2,803.1</b>	72/28
一人当たり	172	49	89	131	183	226	288	
一世帯当たり	796	349	491	650	813	950	1119	
<b>保健医療</b>	<b>4,064.2</b>	<b>33.4</b>	<b>278.8</b>	<b>720.5</b>	<b>916.8</b>	<b>1,127.7</b>	<b>987.1</b>	69/31
一人当たり	56	12	22	43	53	85	102	
一世帯当たり	260	83	124	211	235	359	394	
<b>運輸</b>	<b>12,638.2</b>	<b>42.6</b>	<b>660.1</b>	<b>1,973.2</b>	<b>3,241.7</b>	<b>3,515.0</b>	<b>3,205.7</b>	77/23
一人当たり	175	15	53	117	187	266	330	
一世帯当たり	809	106	293	579	831	1118	1280	
<b>ICT</b>	<b>3,798.9</b>	<b>5.4</b>	<b>144.7</b>	<b>525.6</b>	<b>910.2</b>	<b>1,093.7</b>	<b>1,119.4</b>	80/20
一人当たり	53	2	12	31	53	83	115	
一世帯当たり	243	13	64	154	233	348	447	
<b>教育</b>	<b>5,869.8</b>	<b>36.3</b>	<b>431.4</b>	<b>1,100.1</b>	<b>1,412.8</b>	<b>1,577.8</b>	<b>1,311.4</b>	80/20
一人当たり	81	13	35	65	82	120	135	
一世帯当たり	376	91	191	323	362	502	524	
<b>その他</b>	<b>19,751.2</b>	<b>101.4</b>	<b>1,072.1</b>	<b>3,003.2</b>	<b>5,168.2</b>	<b>5,204.2</b>	<b>5,202.2</b>	75/25
一人当たり	273	36	86	178	299	394	535	
一世帯当たり	1265	253	476	881	1325	1655	2077	
総計	128,510.4	1,192.3	10,387.8	23,044.6	32,785.3	32,204.2	28,896.1	75/25

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	74,842.7	56.0
住宅	45,603.8	43.8
水	2,156.8	48.3
エネルギー	14,511.3	48.3
家庭用品	32,872.9	37.8
保健医療	10,582.0	38.4
運輸	39,960.6	31.6
ICT	12,861.1	29.5
教育	17,370.1	33.8
その他	67,842.4	29.1
総計	318,603.8	40.3

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	23.5	32.6
住宅	14.3	15.6
水	0.7	0.8
エネルギー	4.6	5.5
家庭用品	10.3	9.7
保健医療	3.3	3.2
運輸	12.5	9.8
ICT	4.0	3.0
教育	5.5	4.6
その他	21.3	15.4
総計	100.0	100.0

備考：金額はすべて2005PPP建て

## ネパール

国内総家庭市場 219億1,590万ドル

人口 2,360万

世帯数 430万

BOP区分	人口					年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]			総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	0.2	0.9	100.0			608.2	2.8	100.0
BOP2500	0.5	2.0	74.8			1,131.3	5.2	75.4
BOP2000	1.0	4.1	43.0			1,728.0	7.9	43.6
BOP1500	3.4	14.6	17.9			4,347.9	19.8	18.7
BOP1000	10.8	45.8	6.3			8,042.4	36.7	6.6
BOP500	7.1	29.9	3.0			2,854.3	13.0	3.1
BOP 総計	23.0	97.3	10.9	人口	支出	18,712.2	85.4	19.5

### 部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>11,012.0</b>	<b>1,993.2</b>	<b>5,151.4</b>	<b>2,431.8</b>	<b>806.5</b>	<b>439.6</b>	<b>189.5</b>	13/87
一人当たり	480	283	477	706	838	910	895	
一世帯当たり	2544	1802	2500	3147	3577	3791	3894	
<b>住宅</b>	<b>2,193.9</b>	<b>169.9</b>	<b>714.6</b>	<b>564.1</b>	<b>293.8</b>	<b>268.7</b>	<b>182.9</b>	39/61
一人当たり	96	24	66	164	305	556	864	
一世帯当たり	507	154	347	730	1303	2317	3759	
<b>水</b>	<b>22.1</b>	<b>1.0</b>	<b>4.2</b>	<b>4.8</b>	<b>3.9</b>	<b>4.3</b>	<b>3.9</b>	74/26
一人当たり	1	0	0	1	4	9	18	
一世帯当たり	5	1	2	6	17	37	81	
<b>エネルギー</b>	<b>551.8</b>	<b>50.9</b>	<b>167.1</b>	<b>147.4</b>	<b>87.2</b>	<b>61.8</b>	<b>37.3</b>	38/62
一人当たり	24	7	15	43	91	128	176	
一世帯当たり	127	46	81	191	387	533	767	
<b>家庭用品</b>	<b>1,491.0</b>	<b>241.1</b>	<b>672.9</b>	<b>343.3</b>	<b>125.5</b>	<b>72.1</b>	<b>36.1</b>	16/84
一人当たり	65	34	62	100	130	149	171	
一世帯当たり	344	218	327	444	557	621	743	
<b>保健医療</b>	<b>634.0</b>	<b>91.7</b>	<b>310.0</b>	<b>134.9</b>	<b>51.0</b>	<b>31.9</b>	<b>14.6</b>	17/83
一人当たり	28	13	29	39	53	66	69	
一世帯当たり	146	83	150	175	226	275	299	
<b>運輸</b>	<b>436.8</b>	<b>31.4</b>	<b>129.6</b>	<b>112.0</b>	<b>87.5</b>	<b>54.8</b>	<b>21.4</b>	23/77
一人当たり	19	4	12	33	91	113	101	
一世帯当たり	101	28	63	145	388	472	440	
<b>ICT</b>	<b>274.1</b>	<b>6.8</b>	<b>44.1</b>	<b>76.8</b>	<b>60.0</b>	<b>54.2</b>	<b>32.2</b>	48/52
一人当たり	12	1	4	22	62	112	152	
一世帯当たり	63	6	21	99	266	467	661	
<b>教育</b>	<b>771.7</b>	<b>52.0</b>	<b>245.2</b>	<b>235.5</b>	<b>101.2</b>	<b>80.0</b>	<b>57.9</b>	36/64
一人当たり	34	7	23	68	105	166	273	
一世帯当たり	178	47	119	305	449	690	1189	
<b>その他</b>	<b>1,324.7</b>	<b>216.3</b>	<b>603.2</b>	<b>297.3</b>	<b>111.5</b>	<b>63.8</b>	<b>32.5</b>	18/82
一人当たり	58	31	56	86	116	132	153	
一世帯当たり	306	196	293	385	495	550	668	
<b>総計</b>	<b>18,712.2</b>	<b>2,854.3</b>	<b>8,042.4</b>	<b>4,347.9</b>	<b>1,728.0</b>	<b>1,131.3</b>	<b>608.2</b>	20/80

備考：金額はすべて2005PPP建て

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	11,704.4	94.1
住宅	3,431.3	63.9
水	42.6	51.9
エネルギー	719.4	76.7
家庭用品	1,665.8	89.5
保健医療	675.5	93.9
運輸	697.7	62.6
ICT	480.5	57.0
教育	1,044.0	73.9
その他	1,454.7	91.1
総計	21,915.9	85.4

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	53.4	58.8
住宅	15.7	11.7
水	0.2	0.1
エネルギー	3.3	2.9
家庭用品	7.6	8.0
保健医療	3.1	3.4
運輸	3.2	2.3
ICT	2.2	1.5
教育	4.8	4.1
その他	6.6	7.1
総計	100.0	100.0



## ナイジェリア連邦共和国

国内総家庭市場 723 億 7,300 万ドル

人口 1 億 2,600 万

世帯数 2,650 万

BOP 区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	0.3	0.2	88.7	743.1	1.0	88.7
BOP2500	0.6	0.5	74.5	1,374.0	1.9	74.8
BOP2000	2.3	1.8	74.7	4,223.8	5.8	74.8
BOP1500	9.4	7.4	65.4	12,215.3	16.9	65.7
BOP1000	39.2	31.1	53.1	29,617.9	40.9	53.7
BOP500	74.4	59.0	35.3	23,682.8	32.7	37.1
BOP 総計	126.1	100.1	44.1	71,857.0	99.3	52.3

### 部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総 BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOP の比率 (%)]
<b>食料</b>	<b>37,336.3</b>	<b>12,620.6</b>	<b>15,863.8</b>	<b>6,097.5</b>	<b>1,899.7</b>	<b>594.3</b>	<b>260.4</b>	46/54
一人当たり	296	170	405	651	829	1030	1015	
一世帯当たり	1407	971	1707	1990	2239	2337	3287	
<b>住宅</b>	<b>8,070.2</b>	<b>3,401.9</b>	<b>3,062.7</b>	<b>1,097.0</b>	<b>342.6</b>	<b>104.1</b>	<b>61.9</b>	57/43
一人当たり	64	46	78	117	150	180	241	
一世帯当たり	304	262	330	358	404	409	781	
<b>水</b>	<b>591.5</b>	<b>185.4</b>	<b>259.2</b>	<b>101.0</b>	<b>33.7</b>	<b>7.7</b>	<b>4.5</b>	76/24
一人当たり	5	2	7	11	15	13	17	
一世帯当たり	22	14	28	33	40	30	56	
<b>エネルギー</b>	<b>5,091.2</b>	<b>1,823.7</b>	<b>2,063.5</b>	<b>808.8</b>	<b>264.4</b>	<b>85.1</b>	<b>45.7</b>	63/37
一人当たり	40	25	53	86	115	148	178	
一世帯当たり	192	140	222	264	312	335	577	
<b>家庭用品</b>	<b>6,767.4</b>	<b>2,170.6</b>	<b>2,716.1</b>	<b>1,182.1</b>	<b>451.5</b>	<b>158.4</b>	<b>88.7</b>	54/46
一人当たり	54	29	69	126	197	275	346	
一世帯当たり	255	167	292	386	532	623	1120	
<b>保健医療</b>	<b>4,099.7</b>	<b>1,178.5</b>	<b>1,691.5</b>	<b>759.2</b>	<b>288.7</b>	<b>124.7</b>	<b>57.1</b>	48/52
一人当たり	33	16	43	81	126	216	222	
一世帯当たり	154	91	182	248	340	491	721	
<b>運輸</b>	<b>4,159.6</b>	<b>717.5</b>	<b>1,558.4</b>	<b>1,035.4</b>	<b>536.5</b>	<b>173.5</b>	<b>138.3</b>	68/32
一人当たり	33	10	40	111	234	301	539	
一世帯当たり	157	55	168	338	632	682	1746	
<b>ICT</b>	<b>477.4</b>	<b>72.5</b>	<b>182.5</b>	<b>115.4</b>	<b>62.1</b>	<b>18.1</b>	<b>26.9</b>	77/23
一人当たり	4	1	5	12	27	31	105	
一世帯当たり	18	6	20	38	73	71	339	
<b>教育</b>	<b>1,423.0</b>	<b>499.6</b>	<b>599.9</b>	<b>227.9</b>	<b>81.5</b>	<b>7.1</b>	<b>7.0</b>	75/25
一人当たり	11	7	15	24	36	12	27	
一世帯当たり	54	38	65	74	96	28	88	
<b>その他</b>	<b>3,840.6</b>	<b>1,012.4</b>	<b>1,620.2</b>	<b>791.1</b>	<b>263.2</b>	<b>101.0</b>	<b>52.6</b>	60/40
一人当たり	30	14	41	84	115	175	205	
一世帯当たり	145	78	174	258	310	397	664	
<b>総計</b>	<b>71,857.0</b>	<b>23,682.8</b>	<b>29,617.9</b>	<b>12,215.3</b>	<b>4,223.8</b>	<b>1,374.0</b>	<b>743.1</b>	52/48

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	37,489.9	99.6
住宅	8,108.7	99.5
水	593.7	99.6
エネルギー	5,123.6	99.4
家庭用品	6,832.0	99.1
保健医療	4,182.6	98.0
運輸	4,240.9	98.1
ICT	488.7	97.7
教育	1,427.8	99.7
その他	3,885.1	98.9
総計	72,373.0	99.3

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	51.8	52.0
住宅	11.2	11.2
水	0.8	0.8
エネルギー	7.1	7.1
家庭用品	9.4	9.4
保健医療	5.8	5.7
運輸	5.9	5.8
ICT	0.7	0.7
教育	2.0	2.0
その他	5.4	5.3
総計	100.0	100.0

備考：金額はすべて 2005PPP 建て

## パキスタン・イスラム共和国

国内総家庭市場 989億9,780万ドル

人口 1億2,900万

世帯数 1,850万

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	0.4	0.3	98.0	1,287.0	1.3	98.1
BOP2500	1.1	0.9	90.8	2,824.8	2.9	91.0
BOP2000	3.0	2.3	74.8	5,705.7	5.8	75.0
BOP1500	12.6	9.8	50.0	16,634.0	16.8	50.6
BOP1000	67.5	52.3	28.7	52,092.4	52.6	29.9
BOP500	44.4	34.4	16.6	19,318.1	19.5	16.7
BOP 総計	129.1	100.0	28.5	97,862.1	98.9	36.1

### 部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>48,987.5</b>	<b>10,530.0</b>	<b>27,096.9</b>	<b>7,672.5</b>	<b>2,280.8</b>	<b>968.0</b>	<b>439.2</b>	30/70
一人当たり	380	237	401	609	763	847	1032	
一世帯当たり	2643	1996	2737	3175	3661	4397	4515	
<b>住宅</b>	<b>8,612.2</b>	<b>1,435.1</b>	<b>4,066.8</b>	<b>1,735.2</b>	<b>758.1</b>	<b>426.2</b>	<b>190.9</b>	64/36
一人当たり	67	32	60	138	254	373	449	
一世帯当たり	465	272	411	718	1217	1936	1962	
<b>水</b>	<b>223.7</b>	<b>23.0</b>	<b>99.9</b>	<b>51.0</b>	<b>27.7</b>	<b>14.0</b>	<b>8.1</b>	84/16
一人当たり	2	1	1	4	9	12	19	
一世帯当たり	12	4	10	21	44	64	84	
<b>エネルギー</b>	<b>7,954.6</b>	<b>1,660.4</b>	<b>4,342.1</b>	<b>1,298.8</b>	<b>406.6</b>	<b>172.2</b>	<b>74.6</b>	35/65
一人当たり	62	37	64	103	136	151	175	
一世帯当たり	429	315	439	537	653	782	767	
<b>家庭用品</b>	<b>11,792.7</b>	<b>2,434.3</b>	<b>6,274.4</b>	<b>1,955.3</b>	<b>648.7</b>	<b>346.2</b>	<b>133.7</b>	33/67
一人当たり	91	55	93	155	217	303	314	
一世帯当たり	636	461	634	809	1041	1573	1375	
<b>保健医療</b>	<b>3,655.2</b>	<b>769.3</b>	<b>2,043.8</b>	<b>564.8</b>	<b>186.5</b>	<b>65.7</b>	<b>25.1</b>	30/70
一人当たり	28	17	30	45	62	58	59	
一世帯当たり	197	146	206	234	299	299	258	
<b>運輸</b>	<b>4,039.3</b>	<b>473.2</b>	<b>1,914.8</b>	<b>899.7</b>	<b>379.1</b>	<b>230.2</b>	<b>142.3</b>	42/58
一人当たり	31	11	28	71	127	201	334	
一世帯当たり	218	90	193	372	609	1046	1463	
<b>ICT</b>	<b>1,030.3</b>	<b>17.7</b>	<b>306.4</b>	<b>300.9</b>	<b>201.0</b>	<b>129.7</b>	<b>74.7</b>	69/31
一人当たり	8	0	5	24	67	113	175	
一世帯当たり	56	3	31	124	323	589	768	
<b>教育</b>	<b>2,091.6</b>	<b>255.7</b>	<b>1,014.0</b>	<b>487.6</b>	<b>193.1</b>	<b>105.1</b>	<b>36.1</b>	61/39
一人当たり	16	6	15	39	65	92	85	
一世帯当たり	113	48	102	202	310	478	371	
<b>その他</b>	<b>9,475.0</b>	<b>1,719.4</b>	<b>4,933.4</b>	<b>1,668.3</b>	<b>624.1</b>	<b>367.5</b>	<b>162.2</b>	36/64
一人当たり	73	39	73	132	209	322	381	
一世帯当たり	511	326	498	690	1002	1669	1668	
<b>総計</b>	<b>97,862.1</b>	<b>19,318.1</b>	<b>52,092.4</b>	<b>16,634.0</b>	<b>5,705.7</b>	<b>2,824.8</b>	<b>1,287.0</b>	36/64

備考：金額はすべて2005PPP建て

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	49,363.6	99.2
住宅	8,745.1	98.5
水	229.6	97.4
エネルギー	8,022.2	99.2
家庭用品	11,908.8	99.0
保健医療	3,671.2	99.6
運輸	4,172.1	96.8
ICT	1,116.5	92.3
教育	2,124.8	98.4
その他	9,643.9	98.2
総計	98,997.8	98.9

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	49.9	50.1
住宅	8.8	8.8
水	0.2	0.2
エネルギー	8.1	8.1
家庭用品	12.0	12.1
保健医療	3.7	3.7
運輸	4.2	4.1
ICT	1.1	1.1
教育	2.1	2.1
その他	9.7	9.7
総計	100.0	100.0

## パラグアイ共和国

国内総家庭市場 193 億 160 万ドル

人口 580 万

世帯数 70 万

BOP 区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	0.6	9.5	75.4	1,719.4	8.9	75.5
BOP2500	0.4	6.9	58.7	1,023.3	5.3	59.2
BOP2000	0.7	11.7	44.9	1,329.6	6.9	45.5
BOP1500	0.7	12.0	25.4	980.3	5.1	26.2
BOP1000	0.9	16.4	9.7	795.3	4.1	10.7
BOP500	0.4	7.1	2.6	170.0	0.9	2.6
BOP 総計	3.7	63.7	33.5	6,018.0	31.2	47.5

### 部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総 BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOP の比率 (%)]
<b>食料</b>	<b>2,729.9</b>	<b>87.3</b>	<b>416.3</b>	<b>478.1</b>	<b>607.1</b>	<b>435.1</b>	<b>706.0</b>	44/56
一人当たり	742	213	440	687	897	1089	1279	
一世帯当たり	3948	1576	2733	3409	4724	4342	6148	
<b>住宅</b>	<b>1,113.0</b>	<b>39.2</b>	<b>154.9</b>	<b>191.1</b>	<b>247.8</b>	<b>178.4</b>	<b>301.5</b>	49/51
一人当たり	302	96	164	275	366	446	546	
一世帯当たり	1610	709	1017	1363	1928	1780	2626	
<b>水</b>	<b>38.5</b>	<b>0.2</b>	<b>1.3</b>	<b>3.8</b>	<b>9.4</b>	<b>8.1</b>	<b>15.6</b>	89/11
一人当たり	10	0	1	5	14	20	28	
一世帯当たり	56	3	9	27	74	81	136	
<b>エネルギー</b>	<b>179.3</b>	<b>2.1</b>	<b>13.3</b>	<b>30.2</b>	<b>43.3</b>	<b>38.9</b>	<b>51.5</b>	57/43
一人当たり	49	5	14	43	64	97	93	
一世帯当たり	259	38	87	216	337	389	448	
<b>家庭用品</b>	<b>492.2</b>	<b>19.5</b>	<b>77.6</b>	<b>81.1</b>	<b>99.8</b>	<b>74.7</b>	<b>139.5</b>	41/59
一人当たり	134	47	82	116	148	187	253	
一世帯当たり	712	352	510	578	777	746	1215	
<b>保健医療</b>	<b>236.9</b>	<b>5.7</b>	<b>32.8</b>	<b>31.3</b>	<b>54.4</b>	<b>44.5</b>	<b>68.2</b>	42/58
一人当たり	64	14	35	45	80	111	124	
一世帯当たり	343	103	216	223	423	444	594	
<b>運輸</b>	<b>360.5</b>	<b>3.9</b>	<b>28.9</b>	<b>45.3</b>	<b>97.6</b>	<b>64.1</b>	<b>120.7</b>	46/54
一人当たり	98	10	31	65	144	160	219	
一世帯当たり	521	71	190	323	760	639	1051	
<b>ICT</b>	<b>153.5</b>	<b>1.2</b>	<b>9.0</b>	<b>23.4</b>	<b>39.3</b>	<b>34.2</b>	<b>46.4</b>	61/39
一人当たり	42	3	10	34	58	86	84	
一世帯当たり	222	22	59	167	306	342	404	
<b>教育</b>	<b>21.9</b>	<b>0.2</b>	<b>1.6</b>	<b>2.3</b>	<b>4.5</b>	<b>3.7</b>	<b>9.6</b>	76/24
一人当たり	6	1	2	3	7	9	17	
一世帯当たり	32	4	11	16	35	37	83	
<b>その他</b>	<b>692.3</b>	<b>10.7</b>	<b>59.5</b>	<b>93.7</b>	<b>126.5</b>	<b>141.4</b>	<b>260.4</b>	55/45
一人当たり	188	26	63	135	187	354	472	
一世帯当たり	1001	194	391	668	984	1411	2268	
<b>総計</b>	<b>6,018.0</b>	<b>170.0</b>	<b>795.3</b>	<b>980.3</b>	<b>1,329.6</b>	<b>1,023.3</b>	<b>1,719.4</b>	47/53

備考：金額はすべて 2005PPP 建て

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	6,980.4	39.1
住宅	3,140.8	35.4
水	176.1	21.9
エネルギー	601.8	29.8
家庭用品	2,006.6	24.5
保健医療	569.3	41.6
運輸	1,856.6	19.4
ICT	618.8	24.8
教育	81.8	26.8
その他	3,269.3	21.2
総計	19,301.6	31.2

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	36.2	45.4
住宅	16.3	18.5
水	0.9	0.6
エネルギー	3.1	3.0
家庭用品	10.4	8.2
保健医療	2.9	3.9
運輸	9.6	6.0
ICT	3.2	2.6
教育	0.4	0.4
その他	16.9	11.5
総計	100.0	100.0

## ペルー共和国

国内総家庭市場 453億6,500万ドル

人口 2,730万

世帯数 540万

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	1.4	5.0	95.4	3,971.5	8.8	95.4
BOP2500	2.4	9.0	92.9	5,760.8	12.7	93.0
BOP2000	4.1	14.9	84.4	7,444.2	16.4	84.6
BOP1500	6.7	24.4	67.8	8,676.3	19.1	68.7
BOP1000	8.0	29.1	39.9	6,356.3	14.0	42.3
BOP500	2.2	8.0	22.1	887.6	2.0	22.2
BOP 総計	24.7	90.4	61.5	33,096.6	73.0	73.4

### 部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>16,403.0</b>	<b>522.9</b>	<b>3,771.4</b>	<b>4,560.4</b>	<b>3,494.8</b>	<b>2,480.6</b>	<b>1,572.9</b>	66/34
一人当たり	665	240	474	685	861	1013	1145	
一世帯当たり	3050	1406	2467	3086	3534	3928	4155	
<b>住宅</b>	<b>4,834.8</b>	<b>109.3</b>	<b>672.5</b>	<b>1,178.0</b>	<b>1,189.7</b>	<b>986.5</b>	<b>698.9</b>	85/15
一人当たり	196	50	85	177	293	403	509	
一世帯当たり	899	294	440	797	1203	1562	1846	
<b>水</b>	<b>487.6</b>	<b>5.4</b>	<b>59.5</b>	<b>126.1</b>	<b>125.4</b>	<b>101.0</b>	<b>70.2</b>	97/3
一人当たり	20	2	7	19	31	41	51	
一世帯当たり	91	14	39	85	127	160	185	
<b>エネルギー</b>	<b>1,989.0</b>	<b>37.3</b>	<b>297.0</b>	<b>530.3</b>	<b>493.0</b>	<b>382.4</b>	<b>249.1</b>	87/13
一人当たり	81	17	37	80	121	156	181	
一世帯当たり	370	100	194	359	499	605	658	
<b>家庭用品</b>	<b>3,403.2</b>	<b>112.0</b>	<b>716.3</b>	<b>883.0</b>	<b>731.8</b>	<b>554.1</b>	<b>405.9</b>	69/31
一人当たり	138	51	90	133	180	226	295	
一世帯当たり	633	301	469	598	740	877	1072	
<b>保健医療</b>	<b>1,745.3</b>	<b>37.4</b>	<b>288.0</b>	<b>439.7</b>	<b>411.5</b>	<b>330.4</b>	<b>238.3</b>	81/19
一人当たり	71	17	36	66	101	135	173	
一世帯当たり	325	101	188	298	416	523	630	
<b>運輸</b>	<b>971.6</b>	<b>18.3</b>	<b>137.7</b>	<b>224.5</b>	<b>232.7</b>	<b>190.8</b>	<b>167.6</b>	66/34
一人当たり	39	8	17	34	57	78	122	
一世帯当たり	181	49	90	152	235	302	443	
<b>ICT</b>	<b>577.5</b>	<b>1.2</b>	<b>18.1</b>	<b>86.7</b>	<b>147.6</b>	<b>179.1</b>	<b>144.8</b>	98/2
一人当たり	23	1	2	13	36	73	105	
一世帯当たり	107	3	12	59	149	284	382	
<b>教育</b>	<b>440.0</b>	<b>9.9</b>	<b>73.1</b>	<b>107.5</b>	<b>101.0</b>	<b>91.7</b>	<b>56.8</b>	86/14
一人当たり	18	5	9	16	25	37	41	
一世帯当たり	82	27	48	73	102	145	150	
<b>その他</b>	<b>2,244.6</b>	<b>34.0</b>	<b>322.8</b>	<b>540.0</b>	<b>516.6</b>	<b>464.2</b>	<b>367.1</b>	80/20
一人当たり	91	16	41	81	127	190	267	
一世帯当たり	417	91	211	365	522	735	970	
<b>総計</b>	<b>33,096.6</b>	<b>887.6</b>	<b>6,356.3</b>	<b>8,676.3</b>	<b>7,444.2</b>	<b>5,760.8</b>	<b>3,971.5</b>	73/27

備考：金額はすべて2005PPP建て

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	20,958.8	78.3
住宅	6,646.3	72.7
水	682.9	71.4
エネルギー	2,613.4	76.1
家庭用品	4,413.5	77.1
保健医療	2,273.9	76.8
運輸	1,921.6	50.6
ICT	1,254.0	46.1
教育	562.5	78.2
その他	4,038.0	55.6
総計	45,365.0	73.0

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	46.2	49.6
住宅	14.7	14.6
水	1.5	1.5
エネルギー	5.8	6.0
家庭用品	9.7	10.3
保健医療	5.0	5.3
運輸	4.2	2.9
ICT	2.8	1.7
教育	1.2	1.3
その他	8.9	6.8
総計	100.0	100.0

## ロシア連邦

国内総家庭市場 3,491 億 6,890 万ドル

人口 1 億 1,700 万

世帯数 2,540 万

BOP 区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	14.2	12.1	81.0	40,212.5	11.5	81.5
BOP2500	16.3	13.9	75.5	38,037.6	10.9	75.3
BOP2000	16.3	13.9	62.6	29,522.2	8.5	63.1
BOP1500	14.2	12.1	45.9	18,409.5	5.3	46.6
BOP1000	9.1	7.8	25.9	7,423.9	2.1	27.2
BOP500	1.7	1.5	12.4	679.6	0.2	12.3
BOP 総計	71.9	61.4	60.0	134,285.3	38.5	67.6

人口

支出

## 部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総 BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOP の比率 (%)]
<b>食料</b>	<b>56,052.5</b>	<b>303.8</b>	<b>3,417.1</b>	<b>8,166.1</b>	<b>12,435.2</b>	<b>15,846.0</b>	<b>15,884.3</b>	63/37
一人当たり	780	175	375	575	763	972	1119	
一世帯当たり	2209	647	1275	1741	2093	2592	2901	
<b>住宅</b>	<b>32,171.0</b>	<b>137.8</b>	<b>1,345.2</b>	<b>3,790.6</b>	<b>6,863.3</b>	<b>9,419.2</b>	<b>10,614.9</b>	81/19
一人当たり	448	79	148	267	421	578	748	
一世帯当たり	1268	294	502	808	1155	1541	1939	
<b>水</b>	<b>967.8</b>	<b>4.1</b>	<b>41.3</b>	<b>116.8</b>	<b>199.1</b>	<b>284.4</b>	<b>322.0</b>	81/19
一人当たり	13	2	5	8	12	17	23	
一世帯当たり	38	9	15	25	34	47	59	
<b>エネルギー</b>	<b>6,399.7</b>	<b>56.6</b>	<b>434.8</b>	<b>945.8</b>	<b>1,402.9</b>	<b>1,695.5</b>	<b>1,864.1</b>	66/34
一人当たり	89	33	48	67	86	104	131	
一世帯当たり	252	121	162	202	236	277	340	
<b>家庭用品</b>	<b>13,019.9</b>	<b>57.7</b>	<b>763.1</b>	<b>1,855.2</b>	<b>2,840.2</b>	<b>3,627.7</b>	<b>3,876.0</b>	63/37
一人当たり	181	33	84	131	174	223	273	
一世帯当たり	513	123	285	396	478	593	708	
<b>保健医療</b>	<b>9,134.2</b>	<b>48.7</b>	<b>524.2</b>	<b>1,322.4</b>	<b>2,207.7</b>	<b>2,560.8</b>	<b>2,470.4</b>	61/39
一人当たり	127	28	57	93	135	157	174	
一世帯当たり	360	104	196	282	372	419	451	
<b>運輸</b>	<b>3,567.8</b>	<b>15.8</b>	<b>254.6</b>	<b>563.1</b>	<b>795.5</b>	<b>936.1</b>	<b>1,002.8</b>	45/55
一人当たり	50	9	28	40	49	57	71	
一世帯当たり	141	34	95	120	134	153	183	
<b>ICT</b>	<b>1,356.6</b>	<b>4.7</b>	<b>58.0</b>	<b>158.5</b>	<b>281.5</b>	<b>403.8</b>	<b>450.1</b>	71/29
一人当たり	19	3	6	11	17	25	32	
一世帯当たり	53	10	22	34	47	66	82	
<b>教育</b>	<b>1,273.6</b>	<b>2.3</b>	<b>26.8</b>	<b>114.8</b>	<b>283.4</b>	<b>365.7</b>	<b>480.5</b>	91/9
一人当たり	18	1	3	8	17	22	34	
一世帯当たり	50	5	10	24	48	60	88	
<b>その他</b>	<b>10,342.2</b>	<b>48.2</b>	<b>558.8</b>	<b>1,376.2</b>	<b>2,213.3</b>	<b>2,898.3</b>	<b>3,247.4</b>	66/34
一人当たり	144	28	61	97	136	178	229	
一世帯当たり	408	103	209	293	373	474	593	
<b>総計</b>	<b>134,285.3</b>	<b>679.6</b>	<b>7,423.9</b>	<b>18,409.5</b>	<b>29,522.2</b>	<b>38,037.6</b>	<b>40,212.5</b>	68/32

備考：金額はすべて 2005 PPP 建て

## 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	135,248.6	41.4
住宅	94,699.9	34.0
水	2,488.9	38.9
エネルギー	14,537.2	44.0
家庭用品	34,546.9	37.7
保健医療	20,214.9	45.2
運輸	8,318.7	42.9
ICT	3,891.8	34.9
教育	3,647.0	34.9
その他	31,575.0	32.8
総計	349,168.9	38.5

各部門が  
家計支出に占める割合  
(%)

	全国	BOP
食料	38.7	41.7
住宅	27.1	24.0
水	0.7	0.7
エネルギー	4.2	4.8
家庭用品	9.9	9.7
保健医療	5.8	6.8
運輸	2.4	2.7
ICT	1.1	1.0
教育	1.0	0.9
その他	9.0	7.7
総計	100.0	100.0



## ルワンダ共和国

国内総家庭市場 69億6,120万ドル

人口 800万

世帯数 160万

BOP区分	人口					年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%) ]	都市部 [区分割合 (%) ]			総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%) ]	都市部 [区分割合 (%) ]
BOP3000	0.1	0.9	86.1			222.6	3.2	85.9
BOP2500	0.1	1.5	70.2			305.8	4.4	70.7
BOP2000	0.2	3.1	47.2			488.0	7.0	47.7
BOP1500	0.6	7.3	19.1			820.4	11.8	19.8
BOP1000	2.2	27.7	7.3			1,789.6	25.7	8.0
BOP500	4.5	56.1	1.3			1,451.3	20.8	1.8
BOP 総計	7.7	96.5	7.6	人口	支出	5,077.7	72.9	19.1

### 部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>2,961.1</b>	<b>941.3</b>	<b>1,147.6</b>	<b>447.8</b>	<b>220.8</b>	<b>125.3</b>	<b>78.2</b>	13/87
一人当たり	385	211	520	773	902	1074	1116	
一世帯当たり	1906	1097	2426	3387	4262	5340	5203	
<b>住宅</b>	<b>706.0</b>	<b>234.8</b>	<b>222.2</b>	<b>102.4</b>	<b>64.7</b>	<b>44.7</b>	<b>37.1</b>	26/74
一人当たり	92	53	101	177	264	383	530	
一世帯当たり	454	274	470	774	1249	1905	2470	
<b>水</b>	<b>36.3</b>	<b>0.0</b>	<b>0.4</b>	<b>1.0</b>	<b>7.1</b>	<b>12.1</b>	<b>15.7</b>	100/0
一人当たり	5	0	0	2	29	103	224	
一世帯当たり	23	0	1	7	138	514	1044	
<b>エネルギー</b>	<b>94.3</b>	<b>14.3</b>	<b>25.6</b>	<b>17.7</b>	<b>15.9</b>	<b>12.2</b>	<b>8.7</b>	49/51
一人当たり	12	3	12	30	65	104	125	
一世帯当たり	61	17	54	134	307	518	581	
<b>家庭用品</b>	<b>449.0</b>	<b>117.2</b>	<b>151.7</b>	<b>74.8</b>	<b>51.2</b>	<b>31.1</b>	<b>23.0</b>	23/77
一人当たり	58	26	69	129	209	266	328	
一世帯当たり	289	137	321	566	988	1325	1528	
<b>保健医療</b>	<b>156.2</b>	<b>11.2</b>	<b>30.4</b>	<b>46.6</b>	<b>35.4</b>	<b>16.8</b>	<b>15.7</b>	9/91
一人当たり	20	3	14	80	145	144	224	
一世帯当たり	101	13	64	353	683	718	1045	
<b>運輸</b>	<b>114.5</b>	<b>11.8</b>	<b>26.2</b>	<b>24.4</b>	<b>23.0</b>	<b>17.8</b>	<b>11.2</b>	49/51
一人当たり	15	3	12	42	94	153	160	
一世帯当たり	74	14	55	185	445	760	746	
<b>ICT</b>	<b>9.9</b>	<b>0.2</b>	<b>0.6</b>	<b>0.8</b>	<b>4.0</b>	<b>2.6</b>	<b>1.7</b>	74/26
一人当たり	1	0	0	1	16	23	24	
一世帯当たり	6	0	1	6	78	113	111	
<b>教育</b>	<b>22.2</b>	<b>4.9</b>	<b>4.6</b>	<b>3.3</b>	<b>5.4</b>	<b>2.4</b>	<b>1.5</b>	57/43
一人当たり	3	1	2	6	22	21	22	
一世帯当たり	14	6	10	25	105	104	103	
<b>その他</b>	<b>528.3</b>	<b>115.4</b>	<b>180.4</b>	<b>101.6</b>	<b>60.4</b>	<b>40.8</b>	<b>29.7</b>	23/77
一人当たり	69	26	82	175	247	350	424	
一世帯当たり	340	135	381	768	1165	1739	1978	
<b>総計</b>	<b>5,077.7</b>	<b>1,451.3</b>	<b>1,789.6</b>	<b>820.4</b>	<b>488.0</b>	<b>305.8</b>	<b>222.6</b>	19/81

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	3,367.7	87.9
住宅	969.4	72.8
水	265.8	13.6
エネルギー	148.3	63.6
家庭用品	583.2	77.0
保健医療	497.6	31.4
運輸	303.8	37.7
ICT	35.6	27.9
教育	32.1	69.2
その他	757.5	69.7
総計	6,961.2	72.9

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	48.4	58.3
住宅	13.9	13.9
水	3.8	0.7
エネルギー	2.1	1.9
家庭用品	8.4	8.8
保健医療	7.1	3.1
運輸	4.4	2.3
ICT	0.5	0.2
教育	0.5	0.4
その他	10.9	10.4
総計	100.0	100.0

備考：金額はすべて2005PPP建て

## シエラレオネ共和国

国内総家庭市場 49億4,040万ドル

人口 510万

世帯数 80万

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	0.1	1.6	100.0	246.4	5.0	100.0
BOP2500	0.2	3.8	94.2	449.6	9.1	94.2
BOP2000	0.4	7.3	76.4	679.9	13.8	76.7
BOP1500	0.8	16.1	52.9	1,059.0	21.4	54.0
BOP1000	2.2	44.5	37.6	1,734.1	35.1	38.8
BOP500	1.3	25.5	21.7	502.7	10.2	22.1
BOP 総計	5.0	98.8	42.1	4,671.8	94.6	54.5

人口

支出

## 部門別BOP支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>2,489.7</b>	<b>303.0</b>	<b>1,016.8</b>	<b>585.0</b>	<b>315.6</b>	<b>175.6</b>	<b>93.8</b>	45/55
一人当たり	499	235	453	718	854	922	1135	
一世帯当たり	3102	1633	2861	3926	4958	4963	6790	
<b>住宅</b>	<b>227.7</b>	<b>33.5</b>	<b>86.2</b>	<b>46.7</b>	<b>28.1</b>	<b>21.8</b>	<b>11.4</b>	62/38
一人当たり	46	26	38	57	76	115	138	
一世帯当たり	284	180	243	313	441	617	827	
<b>水</b>	<b>10.2</b>	<b>0.3</b>	<b>1.6</b>	<b>2.4</b>	<b>2.4</b>	<b>2.5</b>	<b>1.0</b>	94/6
一人当たり	2	0	1	3	6	13	13	
一世帯当たり	13	2	4	16	38	70	76	
<b>エネルギー</b>	<b>220.1</b>	<b>21.1</b>	<b>68.8</b>	<b>48.6</b>	<b>38.2</b>	<b>29.9</b>	<b>13.5</b>	69/31
一人当たり	44	16	31	60	103	157	163	
一世帯当たり	274	114	194	326	600	844	977	
<b>家庭用品</b>	<b>658.0</b>	<b>65.0</b>	<b>232.9</b>	<b>146.4</b>	<b>107.5</b>	<b>70.6</b>	<b>35.5</b>	62/38
一人当たり	132	51	104	180	291	371	430	
一世帯当たり	820	351	655	983	1688	1996	2572	
<b>保健医療</b>	<b>348.3</b>	<b>32.2</b>	<b>117.1</b>	<b>75.9</b>	<b>56.8</b>	<b>36.6</b>	<b>29.8</b>	66/34
一人当たり	70	25	52	93	154	192	360	
一世帯当たり	434	173	330	509	892	1035	2154	
<b>運輸</b>	<b>160.5</b>	<b>7.2</b>	<b>37.3</b>	<b>33.6</b>	<b>31.4</b>	<b>33.7</b>	<b>17.3</b>	75/25
一人当たり	32	6	17	41	85	177	209	
一世帯当たり	200	39	105	226	493	953	1251	
<b>ICT</b>	<b>37.3</b>	<b>1.0</b>	<b>4.2</b>	<b>6.1</b>	<b>7.6</b>	<b>9.4</b>	<b>8.9</b>	80/20
一人当たり	7	1	2	8	21	49	108	
一世帯当たり	46	6	12	41	119	265	643	
<b>教育</b>	<b>83.8</b>	<b>6.8</b>	<b>25.8</b>	<b>18.5</b>	<b>16.3</b>	<b>10.7</b>	<b>5.7</b>	81/19
一人当たり	17	5	11	23	44	56	70	
一世帯当たり	104	37	73	124	255	303	416	
<b>その他</b>	<b>436.2</b>	<b>32.7</b>	<b>143.4</b>	<b>95.8</b>	<b>76.1</b>	<b>58.8</b>	<b>29.4</b>	62/38
一人当たり	87	25	64	118	206	309	356	
一世帯当たり	543	176	404	643	1196	1662	2128	
<b>総計</b>	<b>4,671.8</b>	<b>502.7</b>	<b>1,734.1</b>	<b>1,059.0</b>	<b>679.9</b>	<b>449.6</b>	<b>246.4</b>	55/45

## 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	2,576.3	96.6
住宅	235.6	96.6
水	11.9	85.3
エネルギー	233.0	94.5
家庭用品	690.7	95.3
保健医療	365.8	95.2
運輸	236.2	68.0
ICT	43.9	84.9
教育	87.7	95.5
その他	459.4	94.9
総計	4,940.4	94.6

各部門が  
家計支出に占める割合  
(%)

	全国	BOP
食料	52.1	53.3
住宅	4.8	4.9
水	0.2	0.2
エネルギー	4.7	4.7
家庭用品	14.0	14.1
保健医療	7.4	7.5
運輸	4.8	3.4
ICT	0.9	0.8
教育	1.8	1.8
その他	9.3	9.3
総計	100.0	100.0

備考：金額はすべて2005PPP建て

## 南アフリカ共和国

国内総家庭市場 1,358億2,580万ドル

人口 4,260万

世帯数 680万

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	2.0	4.8	77.6	6,172.5	4.5	77.7
BOP2500	2.9	6.7	70.6	7,057.8	5.2	70.8
BOP2000	4.2	9.8	66.1	7,924.5	5.8	66.3
BOP1500	6.4	15.1	54.1	8,675.1	6.4	54.6
BOP1000	10.0	23.5	37.8	8,140.7	6.0	38.9
BOP500	6.2	14.5	20.1	2,364.3	1.7	20.6
BOP 総計	31.7	74.4	46.9	40,334.9	29.7	58.1

### 部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>17,358.5</b>	<b>1,265.6</b>	<b>4,036.8</b>	<b>3,891.2</b>	<b>3,245.4</b>	<b>2,705.4</b>	<b>2,214.1</b>	54/46
一人当たり	548	205	404	606	779	944	1080	
一世帯当たり	2548	1426	2222	2684	2909	3091	3315	
<b>住宅</b>	<b>4,440.4</b>	<b>305.7</b>	<b>867.5</b>	<b>922.9</b>	<b>845.3</b>	<b>771.2</b>	<b>727.8</b>	66/34
一人当たり	140	49	87	144	203	269	355	
一世帯当たり	652	344	477	637	758	881	1090	
<b>水</b>	<b>543.8</b>	<b>17.0</b>	<b>85.6</b>	<b>113.5</b>	<b>122.5</b>	<b>116.5</b>	<b>88.6</b>	86/14
一人当たり	17	3	9	18	29	41	43	
一世帯当たり	80	19	47	78	110	133	133	
<b>エネルギー</b>	<b>2,582.9</b>	<b>147.5</b>	<b>572.7</b>	<b>593.4</b>	<b>514.2</b>	<b>418.7</b>	<b>336.4</b>	61/39
一人当たり	82	24	57	92	123	146	164	
一世帯当たり	379	166	315	409	461	478	504	
<b>家庭用品</b>	<b>4,509.6</b>	<b>193.4</b>	<b>810.2</b>	<b>979.3</b>	<b>925.5</b>	<b>836.6</b>	<b>764.6</b>	56/44
一人当たり	142	31	81	153	222	292	373	
一世帯当たり	662	218	446	676	830	956	1145	
<b>保健医療</b>	<b>576.9</b>	<b>20.8</b>	<b>91.3</b>	<b>97.7</b>	<b>108.5</b>	<b>125.2</b>	<b>133.3</b>	58/42
一人当たり	18	3	9	15	26	44	65	
一世帯当たり	85	23	50	67	97	143	200	
<b>運輸</b>	<b>2,267.3</b>	<b>60.9</b>	<b>300.6</b>	<b>408.5</b>	<b>509.6</b>	<b>511.0</b>	<b>476.6</b>	64/36
一人当たり	72	10	30	64	122	178	233	
一世帯当たり	333	69	165	282	457	584	714	
<b>ICT</b>	<b>744.9</b>	<b>13.6</b>	<b>88.4</b>	<b>151.2</b>	<b>162.7</b>	<b>165.8</b>	<b>163.2</b>	68/32
一人当たり	24	2	9	24	39	58	80	
一世帯当たり	109	15	49	104	146	189	244	
<b>教育</b>	<b>895.2</b>	<b>53.8</b>	<b>152.4</b>	<b>166.3</b>	<b>174.3</b>	<b>183.7</b>	<b>164.8</b>	64/36
一人当たり	28	9	15	26	42	64	80	
一世帯当たり	131	61	84	115	156	210	247	
<b>その他</b>	<b>6,415.4</b>	<b>285.9</b>	<b>1,135.2</b>	<b>1,351.0</b>	<b>1,316.5</b>	<b>1,223.6</b>	<b>1,103.2</b>	59/41
一人当たり	203	46	114	210	316	427	538	
一世帯当たり	942	322	625	932	1180	1398	1652	
<b>総計</b>	<b>40,334.9</b>	<b>2,364.3</b>	<b>8,140.7</b>	<b>8,675.1</b>	<b>7,924.5</b>	<b>7,057.8</b>	<b>6,172.5</b>	58/42

備考：金額はすべて2005PPP建て

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	37,888.4	45.8
住宅	14,359.7	30.9
水	1,847.2	29.4
エネルギー	6,366.3	40.6
家庭用品	12,909.6	34.9
保健医療	6,749.8	8.5
運輸	16,663.5	13.6
ICT	5,412.3	13.8
教育	4,067.9	22.0
その他	29,561.1	21.7
総計	135,825.8	29.7

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	27.9	43.0
住宅	10.6	11.0
水	1.4	1.3
エネルギー	4.7	6.4
家庭用品	9.5	11.2
保健医療	5.0	1.4
運輸	12.3	5.6
ICT	4.0	1.8
教育	3.0	2.2
その他	21.8	15.9
総計	100.0	100.0

## スリランカ民主社会主義共和国

国内総家庭市場 235 億 1,990 万ドル

人口 1,690 万

世帯数 380 万

BOP 区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	0.6	3.5	29.6	1,783.6	7.6	29.7
BOP2500	1.1	6.5	23.0	2,630.3	11.2	23.3
BOP2000	2.1	12.5	19.1	3,932.7	16.7	19.2
BOP1500	4.3	25.7	13.4	5,752.7	24.5	13.6
BOP1000	6.8	40.3	6.1	5,601.4	23.8	6.4
BOP500	1.2	7.0	3.6	541.1	2.3	3.7
BOP 総計	16.1	95.5	11.6	20,241.8	86.1	15.1

人口

支出

## 部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総 BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOP の比率 (%)]
<b>食料</b>	<b>11,817.4</b>	<b>389.3</b>	<b>3,763.9</b>	<b>3,478.2</b>	<b>2,118.1</b>	<b>1,272.7</b>	<b>795.2</b>	13/87
一人当たり	732	329	552	801	1005	1165	1326	
一世帯当たり	3096	1720	2533	3220	3786	4263	4775	
<b>住宅</b>	<b>2,437.9</b>	<b>40.2</b>	<b>486.4</b>	<b>642.1</b>	<b>549.9</b>	<b>409.7</b>	<b>309.6</b>	23/77
一人当たり	151	34	71	148	261	375	516	
一世帯当たり	639	178	327	595	983	1372	1859	
<b>水</b>	<b>43.2</b>	<b>0.3</b>	<b>5.2</b>	<b>11.1</b>	<b>10.1</b>	<b>9.0</b>	<b>7.4</b>	54/46
一人当たり	3	0	1	3	5	8	12	
一世帯当たり	11	1	4	10	18	30	45	
<b>エネルギー</b>	<b>945.1</b>	<b>29.2</b>	<b>261.5</b>	<b>263.9</b>	<b>184.6</b>	<b>124.0</b>	<b>81.8</b>	19/81
一人当たり	59	25	38	61	88	114	136	
一世帯当たり	248	129	176	244	330	415	491	
<b>家庭用品</b>	<b>1,278.4</b>	<b>27.5</b>	<b>314.9</b>	<b>356.3</b>	<b>261.0</b>	<b>187.8</b>	<b>130.9</b>	13/87
一人当たり	79	23	46	82	124	172	218	
一世帯当たり	335	121	212	330	467	629	786	
<b>保健医療</b>	<b>499.3</b>	<b>6.6</b>	<b>115.3</b>	<b>154.5</b>	<b>104.2</b>	<b>72.6</b>	<b>46.1</b>	14/86
一人当たり	31	6	17	36	49	66	77	
一世帯当たり	131	29	78	143	186	243	277	
<b>運輸</b>	<b>1,004.1</b>	<b>9.6</b>	<b>163.9</b>	<b>255.8</b>	<b>235.2</b>	<b>191.6</b>	<b>148.0</b>	13/87
一人当たり	62	8	24	59	112	175	247	
一世帯当たり	263	42	110	237	420	642	889	
<b>ICT</b>	<b>262.5</b>	<b>0.0</b>	<b>9.3</b>	<b>40.8</b>	<b>69.5</b>	<b>77.3</b>	<b>65.6</b>	24/76
一人当たり	16	0	1	9	33	71	109	
一世帯当たり	69	0	6	38	124	259	394	
<b>教育</b>	<b>230.4</b>	<b>1.7</b>	<b>36.1</b>	<b>60.4</b>	<b>57.6</b>	<b>41.5</b>	<b>33.1</b>	20/80
一人当たり	14	1	5	14	27	38	55	
一世帯当たり	60	8	24	56	103	139	199	
<b>その他</b>	<b>1,723.5</b>	<b>36.6</b>	<b>444.8</b>	<b>489.6</b>	<b>342.5</b>	<b>244.2</b>	<b>165.7</b>	13/87
一人当たり	107	31	65	113	163	224	276	
一世帯当たり	452	162	299	453	612	818	995	
<b>総計</b>	<b>20,241.8</b>	<b>541.1</b>	<b>5,601.4</b>	<b>5,752.7</b>	<b>3,932.7</b>	<b>2,630.3</b>	<b>1,783.6</b>	15/85

## 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	12,993.8	90.9
住宅	3,042.1	80.1
水	58.5	73.8
エネルギー	1,079.1	87.6
家庭用品	1,559.2	82.0
保健医療	588.5	84.8
運輸	1,453.8	69.1
ICT	408.1	64.3
教育	293.1	78.6
その他	2,043.7	84.3
総計	23,519.9	86.1

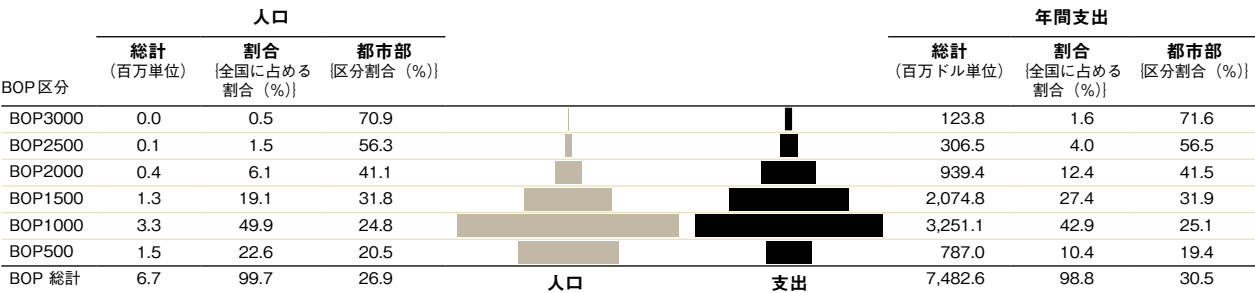
各部門が  
家計支出に占める割合  
(%)

	全国	BOP
食料	55.2	58.4
住宅	12.9	12.0
水	0.2	0.2
エネルギー	4.6	4.7
家庭用品	6.6	6.3
保健医療	2.5	2.5
運輸	6.2	5.0
ICT	1.7	1.3
教育	1.2	1.1
その他	8.7	8.5
総計	100.0	100.0

備考：金額はすべて 2005PPP 建て

タジキスタン共和国

国内総家庭市場 75 億 6,990 万ドル  
人口 670 万  
世帯数 100 万



部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総 BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOP の比率 (%)]
食料	4,409.5	478.4	1,953.6	1,200.8	534.8	171.4	70.4	30/70
一人当たり	663	318	587	941	1311	1661	2072	
一世帯当たり	4241	2587	3894	5292	6293	5791	6074	
住宅	830.0	101.5	380.8	209.8	89.2	34.3	14.3	38/62
一人当たり	125	67	114	164	219	332	422	
一世帯当たり	798	549	759	925	1050	1159	1237	
水	26.2	3.1	12.0	7.1	2.8	0.8	0.3	58/42
一人当たり	4	2	4	6	7	8	9	
一世帯当たり	25	17	24	31	33	28	25	
エネルギー	838.0	81.4	361.5	244.2	110.4	32.0	8.4	19/81
一人当たり	126	54	109	191	271	310	248	
一世帯当たり	806	440	720	1076	1300	1082	727	
家庭用品	645.2	74.4	272.5	183.3	79.5	24.4	11.1	32/68
一人当たり	97	49	82	144	195	236	327	
一世帯当たり	621	402	543	808	935	824	960	
保健医療	118.1	12.6	54.5	34.0	11.8	3.6	1.6	32/68
一人当たり	18	8	16	27	29	35	49	
一世帯当たり	114	68	109	150	139	123	142	
運輸	218.9	6.8	70.8	75.7	43.3	15.5	6.7	35/65
一人当たり	33	5	21	59	106	151	199	
一世帯当たり	211	37	141	334	509	525	582	
ICT	20.4	1.0	5.9	6.1	4.6	1.4	1.4	46/54
一人当たり	3	1	2	5	11	13	40	
一世帯当たり	20	5	12	27	55	47	118	
教育	37.3	2.6	14.4	11.5	5.4	2.7	0.6	51/49
一人当たり	6	2	4	9	13	27	19	
一世帯当たり	36	14	29	51	64	93	54	
その他	339.0	25.2	125.1	102.1	57.5	20.2	8.8	35/65
一人当たり	51	17	38	80	141	196	260	
一世帯当たり	326	137	249	450	676	682	761	
総計	7,482.6	787.0	3,251.1	2,074.8	939.4	306.5	123.8	30/70

備考：金額はすべて 2005PPP 建て

部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	4,464.5	98.8
住宅	838.2	99.0
水	26.6	98.8
エネルギー	841.0	99.6
家庭用品	651.1	99.1
保健医療	119.5	98.8
運輸	222.5	98.4
ICT	22.5	90.5
教育	37.8	98.7
その他	346.1	97.9
総計	7,569.9	98.8

各部門が  
家計支出に占める割合  
(%)

	全国	BOP
食料	59.0	58.9
住宅	11.1	11.1
水	0.4	0.4
エネルギー	11.1	11.2
家庭用品	8.6	8.6
保健医療	1.6	1.6
運輸	2.9	2.9
ICT	0.3	0.3
教育	0.5	0.5
その他	4.6	4.5
総計	100.0	100.0



## タイ王国

国内総家庭市場 1,638億3,250万ドル

人口 5,740万

世帯数 1,140万

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	4.8	8.4	42.7	15,223.7	9.3	42.9
BOP2500	6.8	11.8	30.9	17,504.8	10.7	31.1
BOP2000	9.7	16.8	18.6	19,404.4	11.8	18.9
BOP1500	12.9	22.5	11.4	18,547.1	11.3	11.6
BOP1000	8.7	15.1	6.6	8,120.8	5.0	6.8
BOP500	0.4	0.7	2.4	198.6	0.1	2.6
BOP 総計	43.3	75.4	18.5	78,999.3	48.2	23.2

### 部門別BOP支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>29,241.1</b>	<b>112.4</b>	<b>3,920.9</b>	<b>7,988.7</b>	<b>7,286.2</b>	<b>5,652.0</b>	<b>4,281.0</b>	19/81
一人当たり	676	265	453	619	754	833	886	
一世帯当たり	2571	1424	2092	2456	2711	2864	2842	
<b>住宅</b>	<b>12,565.7</b>	<b>28.1</b>	<b>1,288.6</b>	<b>2,871.9</b>	<b>3,076.1</b>	<b>2,734.5</b>	<b>2,566.6</b>	25/75
一人当たり	290	66	149	223	318	403	531	
一世帯当たり	1105	356	687	883	1145	1385	1704	
<b>水</b>	<b>850.4</b>	<b>2.7</b>	<b>86.5</b>	<b>185.7</b>	<b>199.5</b>	<b>192.1</b>	<b>183.9</b>	34/66
一人当たり	20	6	10	14	21	28	38	
一世帯当たり	75	34	46	57	74	97	122	
<b>エネルギー</b>	<b>3,391.8</b>	<b>7.8</b>	<b>369.0</b>	<b>834.5</b>	<b>834.5</b>	<b>733.9</b>	<b>612.1</b>	24/76
一人当たり	78	18	43	65	86	108	127	
一世帯当たり	298	99	197	257	310	372	406	
<b>家庭用品</b>	<b>4,347.5</b>	<b>8.8</b>	<b>376.1</b>	<b>1,020.0</b>	<b>1,145.9</b>	<b>958.0</b>	<b>838.7</b>	18/82
一人当たり	100	21	43	79	119	141	174	
一世帯当たり	382	111	201	314	426	485	557	
<b>保健医療</b>	<b>1,435.6</b>	<b>2.2</b>	<b>111.7</b>	<b>288.1</b>	<b>380.4</b>	<b>346.2</b>	<b>306.9</b>	22/78
一人当たり	33	5	13	22	39	51	64	
一世帯当たり	126	28	60	89	142	175	204	
<b>運輸</b>	<b>6,838.7</b>	<b>9.3</b>	<b>414.8</b>	<b>1,271.7</b>	<b>1,700.7</b>	<b>1,825.4</b>	<b>1,616.8</b>	21/79
一人当たり	158	22	48	99	176	269	335	
一世帯当たり	601	118	221	391	633	925	1073	
<b>ICT</b>	<b>2,225.4</b>	<b>0.2</b>	<b>42.5</b>	<b>230.2</b>	<b>485.4</b>	<b>700.9</b>	<b>766.3</b>	33/67
一人当たり	51	1	5	18	50	103	159	
一世帯当たり	196	3	23	71	181	355	509	
<b>教育</b>	<b>780.3</b>	<b>0.5</b>	<b>23.1</b>	<b>108.0</b>	<b>157.4</b>	<b>245.2</b>	<b>246.1</b>	35/65
一人当たり	18	1	3	8	16	36	51	
一世帯当たり	69	6	12	33	59	124	163	
<b>その他</b>	<b>17,322.8</b>	<b>26.6</b>	<b>1,487.7</b>	<b>3,748.2</b>	<b>4,138.5</b>	<b>4,116.6</b>	<b>3,805.2</b>	29/71
一人当たり	400	63	172	291	428	607	787	
一世帯当たり	1523	337	794	1152	1540	2086	2526	
<b>総計</b>	<b>78,999.3</b>	<b>198.6</b>	<b>8,120.8</b>	<b>18,547.1</b>	<b>19,404.4</b>	<b>17,504.8</b>	<b>15,223.7</b>	23/77

備考：金額はすべて2005PPP建て

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	43,615.4	67.0
住宅	26,618.7	47.2
水	1,692.7	50.2
エネルギー	6,107.5	55.5
家庭用品	10,093.6	43.1
保健医療	3,252.1	44.1
運輸	22,861.4	29.9
ICT	7,790.4	28.6
教育	3,028.6	25.8
その他	38,772.2	44.7
総計	163,832.5	48.2

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	26.6	37.0
住宅	16.2	15.9
水	1.0	1.1
エネルギー	3.7	4.3
家庭用品	6.2	5.5
保健医療	2.0	1.8
運輸	14.0	8.7
ICT	4.8	2.8
教育	1.8	1.0
その他	23.7	21.9
総計	100.0	100.0

ウガンダ共和国

国内総家庭市場 284 億 7,540 万ドル  
人口 2,610 万  
世帯数 470 万

BOP 区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	0.5	1.9	56.6	1,463.0	5.1	56.8
BOP2500	1.0	3.8	49.5	2,391.7	8.4	49.2
BOP2000	2.0	7.5	32.2	3,658.0	12.8	32.7
BOP1500	4.3	16.6	16.5	5,651.5	19.8	17.0
BOP1000	11.2	42.9	6.8	8,798.8	30.9	7.2
BOP500	6.4	24.4	2.8	2,545.6	8.9	2.9
BOP 総計	25.3	97.1	12.1	24,508.7	86.1	19.9

部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
食料	12,229.3	1,424.4	4,788.0	2,839.9	1,608.4	997.1	571.5	16/84
一人当たり	483	224	427	657	824	1000	1150	
一世帯当たり	2611	1414	2439	3191	3599	4296	3943	
住宅	1,737.8	229.7	607.8	363.7	258.8	170.3	107.4	29/71
一人当たり	69	36	54	84	133	171	216	
一世帯当たり	371	228	310	409	579	734	741	
水	917.2	131.0	388.6	195.1	109.2	56.6	36.7	15/85
一人当たり	36	21	35	45	56	57	74	
一世帯当たり	196	130	198	219	244	244	253	
エネルギー	1,599.2	220.4	615.1	342.6	204.4	132.6	84.1	21/79
一人当たり	63	35	55	79	105	133	169	
一世帯当たり	341	219	313	385	457	571	580	
家庭用品	2,459.5	228.2	868.5	600.9	378.2	244.5	139.2	18/82
一人当たり	97	36	78	139	194	245	280	
一世帯当たり	525	227	442	675	846	1054	960	
保健医療	898.0	95.3	344.1	231.7	123.2	60.2	43.5	18/82
一人当たり	35	15	31	54	63	60	87	
一世帯当たり	192	95	175	260	276	259	300	
運輸	1,289.5	54.5	338.7	314.4	286.3	158.0	137.6	19/81
一人当たり	51	9	30	73	147	159	277	
一世帯当たり	275	54	173	353	641	681	949	
ICT	328.2	3.8	31.2	53.7	74.3	100.3	64.8	45/55
一人当たり	13	1	3	12	38	101	130	
一世帯当たり	70	4	16	60	166	432	447	
教育	1,165.9	41.5	347.6	295.7	242.4	165.8	72.9	32/68
一人当たり	46	7	31	68	124	166	147	
一世帯当たり	249	41	177	332	543	714	503	
その他	1,884.1	116.8	469.2	413.8	372.7	306.2	205.4	29/71
一人当たり	74	18	42	96	191	307	413	
一世帯当たり	402	116	239	465	834	1319	1417	
総計	24,508.7	2,545.6	8,798.8	5,651.5	3,658.0	2,391.7	1,463.0	20/80

備考：金額はすべて2005PPP建て

部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	13,363.7	91.5
住宅	2,011.6	86.4
水	992.0	92.5
エネルギー	1,779.6	89.9
家庭用品	2,814.6	87.4
保健医療	976.9	91.9
運輸	1,935.1	66.6
ICT	636.3	51.6
教育	1,373.2	84.9
その他	2,592.5	72.7
総計	28,475.4	86.1

各部門が  
家計支出に占める割合  
(%)

	全国	BOP
食料	46.9	49.9
住宅	7.1	7.1
水	3.5	3.7
エネルギー	6.2	6.5
家庭用品	9.9	10.0
保健医療	3.4	3.7
運輸	6.8	5.3
ICT	2.2	1.3
教育	4.8	4.8
その他	9.1	7.7
総計	100.0	100.0

## ウクライナ

国内総家庭市場 1,513億4,610万ドル

人口 4,620万

世帯数 940万

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]	総計 (百万ドル単位)	割合 [全国に占める 割合 (%)]	都市部 [区分割合 (%)]
BOP3000	7.4	16.0	68.3	22,241.1	14.7	68.4
BOP2500	8.6	18.6	60.9	21,172.0	14.0	61.0
BOP2000	7.3	15.7	58.2	14,006.3	9.3	58.3
BOP1500	3.9	8.4	52.3	5,524.6	3.7	51.9
BOP1000	0.8	1.7	48.3	719.8	0.5	47.8
BOP500	0.1	0.1	54.3	23.9	0.0	44.4
BOP 総計	27.9	60.5	60.6	63,687.5	42.1	62.0

人口

支出

### 部門別BOP支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 [BOPの比率(%)]
<b>食料</b>	<b>44,792.5</b>	<b>18.8</b>	<b>549.8</b>	<b>4,107.1</b>	<b>10,092.1</b>	<b>14,819.6</b>	<b>15,205.1</b>	58/42
一人当たり	1603	340	709	1062	1392	1723	2059	
一世帯当たり	4749	1302	2703	3804	4342	5023	5318	
<b>住宅</b>	<b>1,246.0</b>	<b>0.0</b>	<b>12.8</b>	<b>89.0</b>	<b>251.0</b>	<b>437.6</b>	<b>455.6</b>	85/15
一人当たり	45	1	16	23	35	51	62	
一世帯当たり	132	2	63	82	108	148	159	
<b>水</b>	<b>557.7</b>	<b>0.6</b>	<b>6.2</b>	<b>53.8</b>	<b>119.9</b>	<b>197.3</b>	<b>179.8</b>	87/13
一人当たり	20	11	8	14	17	23	24	
一世帯当たり	59	44	31	50	52	67	63	
<b>エネルギー</b>	<b>4,794.0</b>	<b>1.2</b>	<b>55.1</b>	<b>442.5</b>	<b>1,072.4</b>	<b>1,586.9</b>	<b>1,635.9</b>	67/33
一人当たり	172	22	71	114	148	185	221	
一世帯当たり	508	84	271	410	461	538	572	
<b>家庭用品</b>	<b>4,206.3</b>	<b>0.9</b>	<b>36.0</b>	<b>297.0</b>	<b>886.8</b>	<b>1,435.9</b>	<b>1,549.7</b>	63/37
一人当たり	151	17	46	77	122	167	210	
一世帯当たり	446	66	177	275	382	487	542	
<b>保健医療</b>	<b>1,437.3</b>	<b>0.8</b>	<b>14.2</b>	<b>112.6</b>	<b>314.9</b>	<b>475.7</b>	<b>519.2</b>	66/34
一人当たり	51	15	18	29	43	55	70	
一世帯当たり	152	58	70	104	135	161	182	
<b>運輸</b>	<b>1,334.1</b>	<b>0.1</b>	<b>7.4</b>	<b>77.3</b>	<b>253.3</b>	<b>440.1</b>	<b>555.9</b>	69/31
一人当たり	48	1	10	20	35	51	75	
一世帯当たり	141	4	37	72	109	149	194	
<b>ICT</b>	<b>998.3</b>	<b>0.0</b>	<b>6.5</b>	<b>64.7</b>	<b>182.8</b>	<b>336.6</b>	<b>407.8</b>	79/21
一人当たり	36	0	8	17	25	39	55	
一世帯当たり	106	0	32	60	79	114	143	
<b>教育</b>	<b>510.0</b>	<b>0.0</b>	<b>4.2</b>	<b>29.5</b>	<b>83.9</b>	<b>179.8</b>	<b>212.5</b>	76/24
一人当たり	18	0	5	8	12	21	29	
一世帯当たり	54	0	21	27	36	61	74	
<b>その他</b>	<b>3,811.3</b>	<b>1.3</b>	<b>27.5</b>	<b>251.0</b>	<b>749.2</b>	<b>1,262.6</b>	<b>1,519.7</b>	75/25
一人当たり	136	24	35	65	103	147	206	
一世帯当たり	404	91	135	232	322	428	532	
<b>総計</b>	<b>63,687.5</b>	<b>23.9</b>	<b>719.8</b>	<b>5,524.6</b>	<b>14,006.3</b>	<b>21,172.0</b>	<b>22,241.1</b>	62/38

備考：金額はすべて2005PPP建て

### 部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	101,138.9	44.3
住宅	3,270.7	38.1
水	1,133.5	49.2
エネルギー	10,212.1	46.9
家庭用品	11,200.6	37.6
保健医療	3,612.4	39.8
運輸	4,551.6	29.3
ICT	3,299.0	30.3
教育	1,602.1	31.8
その他	11,325.2	33.7
総計	151,346.1	42.1

### 各部門が 家計支出に占める割合 (%)

	全国	BOP
食料	66.8	70.3
住宅	2.2	2.0
水	0.7	0.9
エネルギー	6.7	7.5
家庭用品	7.4	6.6
保健医療	2.4	2.3
運輸	3.0	2.1
ICT	2.2	1.6
教育	1.1	0.8
その他	7.5	6.0
総計	100.0	100.0

ウズベキスタン共和国

国内総家庭市場 231 億5,090万ドル  
人口 2,380万  
世帯数 470万

BOP区分	人口			年間支出		
	総計 (百万単位)	割合 {全国に占める割合 (%)}	都市部 {区分割合 (%)}	総計 (百万ドル単位)	割合 {全国に占める割合 (%)}	都市部 {区分割合 (%)}
BOP3000	0.1	0.5	88.9	444.7	1.9	88.9
BOP2500	0.3	1.2	90.5	876.7	3.8	90.6
BOP2000	0.7	3.1	76.5	1,707.4	7.4	76.8
BOP1500	2.7	11.4	66.9	4,419.8	19.1	67.1
BOP1000	11.6	48.7	32.6	10,891.6	47.0	33.6
BOP500	8.2	34.5	25.6	4,043.1	17.5	25.1
BOP 総計	23.7	99.5	36.5	22,383.4	96.7	45.3

部門別 BOP 支出

太字の数値は 百万ドル単位	総BOP	BOP 500	BOP 1000	BOP 1500	BOP 2000	BOP 2500	BOP 3000	都市部／農村部 {BOPの比率(%)}
食料	17,432.6	3,553.2	9,042.2	3,161.6	1,030.4	438.9	206.4	42/58
一人当たり	736	433	779	1167	1387	1508	1722	
一世帯当たり	3744	2683	3972	4545	4584	4658	5141	
住宅	188.0	28.7	68.4	47.3	23.5	10.1	10.0	59/41
一人当たり	8	3	6	17	32	35	83	
一世帯当たり	40	22	30	68	104	107	248	
水	21.4	2.3	8.0	6.9	2.8	1.1	0.3	89/11
一人当たり	1	0	1	3	4	4	2	
一世帯当たり	5	2	4	10	12	12	7	
エネルギー	184.4	26.3	76.0	50.0	19.1	9.3	3.7	66/34
一人当たり	8	3	7	18	26	32	31	
一世帯当たり	40	20	33	72	85	98	92	
家庭用品	2,287.5	220.4	851.3	568.7	309.7	214.4	123.0	45/55
一人当たり	97	27	73	210	417	737	1026	
一世帯当たり	491	166	374	817	1378	2276	3063	
保健医療	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
一人当たり								
一世帯当たり								
運輸	0.5	0.0	0.1	0.3	0.1	0.0	0.0	100/0
一人当たり	0	0	0	0	0	0	0	
一世帯当たり	0	0	0	0	0	0	0	
ICT	35.6	2.8	6.0	6.4	8.3	10.0	2.1	59/41
一人当たり	2	0	1	2	11	34	18	
一世帯当たり	8	2	3	9	37	106	53	
教育	32.6	3.4	11.8	11.7	3.3	1.6	0.8	86/14
一人当たり	1	0	1	4	4	5	7	
一世帯当たり	7	3	5	17	15	17	21	
その他	2,200.7	205.8	827.8	567.1	310.3	191.3	98.5	64/36
一人当たり	93	25	71	209	418	657	822	
一世帯当たり	473	155	364	815	1380	2030	2453	
総計	22,383.4	4,043.1	10,891.6	4,419.8	1,707.4	876.7	444.7	45/55

備考：金額はすべて2005PPP建て

部門別家計支出

	全国 (百万ドル単位)	BOP (%)
食料	17,667.8	98.7
住宅	205.1	91.6
水	21.8	98.1
エネルギー	193.7	95.2
家庭用品	2,623.6	87.2
保健医療	n.a.	n.a.
運輸	0.6	91.7
ICT	57.0	62.5
教育	33.2	98.3
その他	2,348.1	93.7
総計	23,150.9	96.7

各部門が  
家計支出に占める割合  
(%)

	全国	BOP
食料	76.3	77.9
住宅	0.9	0.8
水	0.1	0.1
エネルギー	0.8	0.8
家庭用品	11.3	10.2
保健医療	n.a.	n.a.
運輸	0.0	0.0
ICT	0.2	0.2
教育	0.1	0.1
その他	10.1	9.8
総計	100.0	100.0

世界銀行グループの民間セクター担当機関である**国際金融公社(International Finance Corporation : IFC)**は、開発途上国市場の開放と競争を促進しています。IFCは、持続可能な民間セクター企業およびその他のパートナーの、生産性ある雇用創出や基本的サービス提供を支援して、人々が貧困から抜け出し、生活を向上させる機会を持てるようにしようとしています。IFCは、その金融商品やサービスによって民間セクターを支援しています。2006年度までに、140にのぼる開発途上国の3,531の民間セクターへ560億ドルの投融資を行い、250億ドルの協調融資を組成してきました。さらに援助国の資金で10億ドル相当の技術支援およびアドバイザー・サービスも提供しています。これらを通じ、IFCは、小規模企業育成、インフラストラクチャー・セクターへの民間セクターの参加促進、ビジネス環境整備、資金調達支援、社会・環境持続可能性の確保に取り組んでいます。詳細な情報は[www.ifc.org](http://www.ifc.org)へアクセスしてください。

環境および国際開発問題のシンクタンクである**世界資源研究所 (World Resources Institute: WRI)**は、調査研究の領域を超え、地球環境を保護し人々の生活を守るための現実的な方策を提案します。

WRIは、新しい考えによる貧困削減の取り組みにビジネス・セクターの関与を促した最初の環境団体です。WRIの取り組みは、ビジネス・リーダーの市場、利益、貧困、環境についての考え方に影響を及ぼしています。

Development Through Enterprise (DTE) は、WRIの企業と革新という大きな目的を実現するためのプロジェクトの1つです。この目的には他に、New Ventures([www.newventures.org](http://www.newventures.org)) プロジェクトがあります。これは、社会・環境的恩恵をもたらす目覚ましい活動を行っている企業への資金移転を加速させ、持続可能な企業を支援するものです。

『THE NEXT 4 BILLION — 次なる40億人』は、Tomorrow's Market シリーズの1冊であり、WRIのDTEチームが著作した刊行物です。DTEは、市場機会を特定し、エマージング・エコノミー（新興経済）の十分サービスを受けていないコミュニティのニーズを満たすビジネス・モデルを確定することを通じて、持続的経済成長の触媒的役割を果たしています。企業、援助機関、ビジネス・スクール、その他パートナー機関・組織と直接関わることによってDTEは、知的資本を現場のイニシアティブへと変化させます。詳細な情報およびDTEのテーマ企業について議論する機会への参加は<http://www.NextBillion.net>へアクセスしてください。



### 刊行物の注文は

Hopkins Fulfillment Service  
P.O. Box 50370  
Baltimore, MD 21212-4370  
Phone: (410) 516-6956 または (1-800) 537-5487  
Fax: (410) 516-6998  
Email: [hpscustserv@press.jhu.edu](mailto:hpscustserv@press.jhu.edu)

世界資源研究所オンライン・ブックストア: [www.wristore.com](http://www.wristore.com)

Eurospan Group, c/o Turpin Distribution  
Phone: +44(0) 1767 604972  
Fax: +44(0) 1767 601640  
Email: [eurospan@turpin-distribution.com](mailto:eurospan@turpin-distribution.com)

Eurospan オンライン・ブックストア: [www.eurospangroup.com/bookstore](http://www.eurospangroup.com/bookstore)

報告書はオンライン上でもご覧頂けます。  
[www.wri.org/thenext4billion](http://www.wri.org/thenext4billion) へアクセス。

手頃な価格で生活の質を改善できる製品やサービスを探しているのは、貧困者であっても他の消費者であっても変わりありません。貧困者は、また膨大な種類の商品のとても重要な生産者であり分配者でもあります。低所得消費者や企業家のニーズに応じたサービスや製品を提供する賢明さを持った会社は 21 世紀の覇者となることでしょう。この重要な報告書「[THE NEXT 4 BILLION 一次なる 40 億人]」に示されている通り、住宅、保険、公共輸送、ICT の各分野で手頃な価格の解決策を提供する会社は、人間開発という領域においても極めて重要な貢献をすることになるでしょう。

米州開発銀行  
総裁  
Luis Albert Moreno

C.K. Prahalad と Stuart Hart の画期的な研究は、民間セクター企業に、ピラミッドの底辺 (base of the economic pyramid: BOP) 市場の重要性へ目を向けさせました。その重要性を今私たちは初めて具体的な数字で表すことができます—5 兆ドル、40 億人の市場です。貧困者の生活を改善する方策に取り組む民間セクター企業にとっての巨大な機会がそこにあります。

世界銀行および IFC 金融および民間セクター担当副総裁  
兼 IFC チーフ・エコノミスト  
Michael Klein

情報技術 (IT) とインターネットへのアクセスによって、世界の生産性、教育、科学の進歩のペースはますます加速しています。しかし、世界の人口の大半を占め、経済のピラミッドの中段そして底辺に位置する人々は、IT の恩恵を開花させ・実現する十分なサービスを得ることができません。IT 産業は、各地のコミュニティが、技術の恩恵を実現させる独創的なアプローチを評価・追求するのを支援することによって、また NGO や公共セクターと協力してピラミッドの中段そして底辺にいる顧客のニーズにとりわけ焦点を置いた新しいビジネスを創造することによって、格差を狭めることができるのです。

マイクロソフト・コーポレーション  
シニア・バイス・プレジデント  
Will Poole

民間セクターが、貧困者や、権利を奪われた人々のニーズ対策の上で重要かつ建設的な役割を担っていることは非常に明らかなことです。「[THE NEXT 4 BILLION 一次なる 40 億人]」は、これまで手に負えないと考えられてきた問題に、持続可能でスケールのあるソリューションをもたらすのに必要な実証的、市場ベースのアプローチの基礎となるでしょう。

ビザ・インターナショナル  
グローバル・ブランド／マーケティング  
エグゼクティブ・バイス・プレジデント  
John Elkins

