

2014年3月5日

博報堂、海外の低所得層(BOP層)を独自の手法で調査し、 マーケティング活動をサポートするプログラム HAKUHODO DIVE を提供開始

株式会社博報堂（東京都港区、代表取締役社長：戸田裕一）の社内専門組織「博報堂ダイバーシティデザイン※1」は、海外の低所得層(BOP層)の生活を独自の手法で調査し、結果を踏まえてマーケティング活動をサポートするプログラム「HAKUHODO DIVE」の提供を開始いたします。

低所得層(BOP層※2)向けのマーケティングは、生活改善という社会的意義があるとともに、企業の海外ビジネス拡大にも重要なため、注目を集めております。しかし、この層を対象とした調査がまだ少なく、彼らの日常が把握しにくいという課題があります。このため、この層を理解するための調査と、結果を踏まえたマーケティング活動をサポートするサービスが求められておりました。

この度のプログラム「HAKUHODO DIVE」ではインドネシア・ベトナム・インド・ミャンマーなど各国で、主に二つの調査を行います。生活実態や価値観を探る調査では、写真や色彩・イラストなどを使う調査票を用い、文字を読めない方もいるこの層を効率的に調査します。また、彼らが利用する販売チャネルを理解するため、居住エリアに隣接した既存の小売店や体験調査を行うオリジナル店舗「TECH KIOSK」にて販売体験調査を行います。この「TECH KIOSK」は、世界の低所得層向けに活動する NPO 法人コペルニク※3と当社が共同で開発し、この度インドネシアのバリ島にフラッグシップ店舗を開設いたしました。今後、各国での販売体験調査を、展開していく予定です。これらの調査で得た低所得層への理解を、効果的なマーケティング活動に反映いたします。

このたび、インドネシアの「TECH KIOSK」での販売体験調査を含め、本プログラムの調査部分を4泊5日でご体験いただくツアーをクライアント企業向けにご準備し、参加希望される企業を募集いたします（第一回は9月に実施予定）。

博報堂は今後も、クライアント企業の多様なニーズにお応えするパートナーとして、様々なソリューションサービスを提供してまいります。

※1 博報堂ダイバーシティデザイン

博報堂ダイバーシティデザインは、大学との共同研究や教育事業をベースに、多様性（ダイバーシティ）に配慮した調査、研究活動、グラフィック制作、商品開発やサービス／コミュニケーションの展開、新規事業開発などをサポートする、博報堂社内の専門組織です。

※2 BOP 層

BOP(Base of the Pyramid)とは、世界の所得別人口構成の中で収入が低い所得層を指す言葉ですが、世界人口の約72%の約40億人がここに該当し、そのビジネス規模は、約5兆ドル市場ともいわれています。

※3 米国NPO法人コペルニクについて

2010年に、中村俊裕氏とエヴァ・ヴォイコフスカ氏が設立。革新的なテクノロジーを途上国の人々へ届けるために、フィランソロピー（非営利）とビジネスの両方の手法を活動に取り入れています。ウェブ上で集めた寄付金を、テクノロジーを届ける資金として使い、現地パートナーが製品（テクノロジー）を販売すると、売上金から現地パートナーの活動費を引いた額がコペルニクへ返済される、という仕組みで、低所得層（BOP層）の生活を改善する取り組みを続けています。日本では、一般社団法人コペルニク・ジャパンとして登録されています。

本件に関するお問合せ：博報堂 広報室 西尾・尾高（TEL：03-6441-6161）
<http://www.hakuhodo.co.jp/>