

アフリカ委員会、広島でのビジネスセミナーに参加 地方にアフリカ進出企業の声を届ける

6月3日、広島市で「TICAD 7 アフリカビジネス SDGsセミナー」が開催された。これは、地方の中堅・中小企業に対し、アフリカ市場の可能性と魅力を語り、アフリカへの関心を高めることを目的とした催しで、経済同友会アフリカ委員会の横井靖彦委員長がプレゼンテーションを行った。



企業関係者に向けて アフリカ進出を後押し

「最後のフロンティア」と称されるアフリカ市場は、日本企業にとっても魅力的な存在だ。8月に横浜で開催される第7回アフリカ開発会議(TICAD 7)でも、日・アフリカ間の貿易・投資促進が重要なテーマとなっている。

TICAD 7が近づく中で開催された「TICAD 7 アフリカビジネス SDGsセミナー」(ジェトロ広島・JICA・国連開発計画(UNDP)主催、中小企業基盤整備機構中国本部共催)では、すでに現地でビジネスを展開する企業の声を交えながら、アフリカでのビジネスについてさまざまな角度から考察が行われた。本セミナーにアフリカ委員会の横井委員長が参加し、「アフリカ進出のすすめ」と題してプレゼンテーション

横井 靖彦 委員長

豊田通商 シニアエグゼクティブアドバイザー

1954年愛知県生まれ。77年名古屋大学卒業後、トヨタ自動車販売(現トヨタ自動車)入社。2001年トヨタ自動車海外企画部計画室長、06年常務役員レクサス国内営業部担当、07年豪亜・中近東業務部担当、09年豊田通商専務取締役、12年取締役副社長、17年取締役 副社長執行役員などを経て、19年6月より現職。2012年7月経済同友会入会。18年度より幹事。17年度よりアフリカ委員会委員長。



を行った。その概要を紹介する。

チャンスとリスク、 どちらにより重きを置くか

最初に横井委員長は、ケニアのナイロビ、コートジボワールのアビジャンなどの都市を例に、アフリカが急速に近代化していることを紹介。「2050年には全世界の4人に1人がアフリカ人になる。20歳以下の若者がアフリカの過半数を占めることを考え併せると、実に魅力的な市場といえる」と指摘した。多くの国で、都市部を除いてはインフラ整備は遅れているが、「『無い』からこそ、一足飛びで先端技術が普及する。例えば通信インフラがなかったことで逆に携帯電話が急速に普及した」ことを紹介。先端技術を活かしたサービスの成功事例として、モバイルマネーサービス、ドローンによる血液輸送サービスを挙げた。

その一方、実際に企業が進出する際の不安や迷いは小さくない。「電気・水道などのインフラ不足、貧困、感染症、治安、法律や制度、さらには、アフリカに対する知識不足による多くの不安があり、現状ではチャンスよりもリスクの方が大きく見え、アフリカ進出を時期尚早と考える日本企業が多い」と述べた。その上で「数十年前、多くの日本の企業がリスクを取ってアジアでチャンスを広げた。アフリカも安心して進出できるようになってからでは遅

いのではないかと警鐘を鳴らし、チャンスとリスク、どちらにより重きを置くか、参加者に投げ掛けた。

アフリカ委員会の思い 進出企業30社にインタビュー

横井委員長は、「アフリカの活力を日本の成長の糧にしていきたい。同時に、日本企業が進出することによって、アフリカの変革を促進し、経済価値以上のものを伝えられる。特に人材育成に対する姿勢などにアフリカ各国は期待を寄せている。さらに、アフリカの健全で自律的な成長は、世界全体の重要課題である。こうした意識の下、日本企業の『背中を押す』ことで、変化のうねりを起こしたい」とアフリカ委員会の思いを語った。

そして、こうした考えから実施したアフリカに進出する日本企業30社へのインタビューについて、その内容を紹介した。早期進出の価値は大きいこと、経験を蓄積させ、長い目で事業展開に取り組む重要性、日本流のビジネスは通用するということが、トップの思いが会社全体の決定、動きに大きく影響すること、そして、現地パートナーや日本の政府機関や国際機関との連携が有効であることなど、インタビューから得られた気づきを紹介した。すでに進出している企業は、試行錯誤を重ねる過程で徐々にリスクへの対処方法を身に付けていると指摘した。

見えてきた課題解決への道筋 不安や課題を三つに分類

最後に、アフリカに対するさまざまな不安や課題は三つに分類できることを紹介した。①貧困、衛生など、いわゆる世界が一緒になって解決を目指していく必要があるもの。②法律や制度の不備、腐敗や汚職といったビジネス環境に関するもの。これらはアフリカ各国に改善を促すべきものである。③アフリカを知らないというハンディキャップや、人材確保、資金などに関するもの。これらは日本の官民が一緒になって努力して克服できる。

こうした課題について、「①については、SDGsによってアフリカの課題は世界全体の共通課題になった。2030年に向けて、今後多くの成果が出るのではないかと。②については、2063年を目指して『Agenda 2063』を発表するなど、アフリカ自身が改革宣言をし、現実にビジネス環境が大きく改善している国もある。日本の官民でもそうしたビジネス環境の改善を後押しする枠組みが作られている。③については、まずはアフリカに関するさまざまな情報を積極的に収集すること。その中で公的機関の活用が一助となる」と語った。

そして、最後に「アフリカの魅力をポジティブに捉えて、積極的に挑戦する企業が一社でも増えることを願う」とプレゼンテーションを締めくくった。

JETRO、JICA、UNDP 三機関一体の支援体制

横井委員長のスピーチの後、JETRO、JICA、UNDPの各関係者より、日本企業に対する具体的な支援スキームと、企業との連携事例が紹介された。従来は各機関が個別に、独立して企業支援を行っていたが、今後は三機関が一体となって、それぞれの強みを活かしながらアフリカ進出をサポートする。三機関は、広島以外の都市でも、アフリカに関するセミナーを開催し、TICAD 7に向けた機運醸成に取り組む。アフリカ委員会もこれに鋭意協力する。

報告書概要(2月27日発表)

アフリカ進出のすすめ ～進出企業30社の声～

経済同友会では、日本企業のアフリカ進出を後押しするために、すでにアフリカに進出している日本企業の経営者・実務者から生の声を聞き集め、そのエッセンスをアフリカに関心を持つ人々に届けることとした。リスクを恐れず、思い切った決断を下し、日々アフリカに向き合う当事者たちの生きた知見や思いに勝る説得材料はないと考えたからである。30社へのインタビューは、新鮮な気付きや驚き、深い洞察に満ちた内容となった。

I. なぜアフリカ? きっかけ・決め手はどこに?

- ・社長の「アフリカ進出は可能だ」と証明したい意気込み、「日本の中小企業のロールモデルになる」という思いから進出を決断。
- ・社長は「やるぞ」と言っていて、アフリカ市場の将来性に大きな期待を寄せている。社内でも極めて関心が高い。

II. 将来を見据え、今、進出

- ・経験を蓄積させるために、まずは現地での生産・販売も小規模で始める。実際にアフリカでプレーすることを重視している。
- ・アフリカは進出してみないと分からない部分が多い。段階を分けて小さくスタートし、様子を見ながら発展させていく方針。
- ・一度定着したブランドから乗り換えさせるのは生半可なことではない。レイトカマーが後から市場に自前入り込むのは非常に難しい。
- ・有望なパートナーとなり得る地元企業は各業界に数社しかない。他に先んじて進出したことで現地最大手の企業と提携できた。

III. 進出の鍵はパートナーシップ

- ・県や中小企業庁、JICA、JETROなど、できるだけ外部リソースを活用した。アフリカは相対的に未発達であるが故にそれらを活用しやすい。
- ・買収によって、アフリカ全体をカバーできた。さらに、アフリカでのネットワークが広がり、優良企業と出会えるようになった。
- ・顧客や工場の管理は現地に任せ、われわれは、自身が得意とする製造技術・ノウハウを提供することでシナジーを生み出す。

IV. 最大の障壁「人材」を乗り越える

- ・青年海外協力隊出身者を採用し、この方々に先導されて、社員が新興国に入り込み、なじんでいく。
- ・「現地の知恵を最大限活用する」が社風。現地をよく知り、ネットワークを持つ地元人材が中心となりアフリカビジネスを運営している。

V. 現地に寄り添う「日本流」は通用する

- ・「上から目線」にならずに消費者にもしっかり寄り添えるのは、日本ならではの強み。愚直さ、誠実さも評価されている。
- ・顧客が求めること(製品販売→保守→サービス…)に誠実に応えることでビジネスは「次の展開」につながる。

業種別インタビュー企業数(社)

| | | | |
|---------|---|-------|---|
| 食品 | 4 | 電機・精密 | 3 |
| 建設/資材 | 3 | 教育 | 2 |
| 素材/化学 | 3 | 商社/卸売 | 2 |
| 医薬品 | 1 | 小売 | 1 |
| 自動車/輸送機 | 2 | 金融 | 3 |
| 機械 | 2 | その他* | 4 |

*非公開希望の企業

アフリカ進出のすすめ

