

重い腰を上げ始めた日本企業



空から見たダカール

日本企業がようやくアフリカを視野に入れ始めた。筆者は、日本企業がアフリカでビジネスを開始する際の事業開発や、開始した後の経営の支援を行う仕事をしている。

我々が会社を立ち上げた2012年には、まだアフリカは「様子見」と位置付けている企業が多かった。しかし昨年後半あたりからだろうか、「アフリカで事業を行うか否か」ではなく、「アフリカ事業をいつ・どう行うか」が企業の関心ごとになってきたことを肌身で感じている。

当社は、東アフリカのケニア（ナイロビ）と西アフリカのセネガル（ダカール）に拠点を持っており、南アフリカ（ヨハネスブルグ）の拠点も近々開設する。アフリカと日本を行ったり来たりしており、1年の半分はアフリカにいる。今この原稿を書いているのもダカールだ。ダカールには、政治の安定と治安の良さを背景に、拠点を置いている企業や国際機関が多い。美しい海岸線が続き、米食・魚食もする（セネガルのタコやイカは日本に輸入されている）おだやかな性格の人々が住むこの国は、おそらく日本の人々が抱くアフリカのイメージとは遠いものであろう。アフリカの現状は日本ではあまりにも知られておらず、また想像されているよりずっと多様である。

アフリカのビジネスチャンス

消費地としての可能性

アフリカの可能性のひとつは豊富な資源である。特に2000年以降、中国起源の世界的な資源不足により、その魅力が増した。他方、近年アフリカがビジネスセクターから注目を浴びているの

アフリカビジネスパートナーズ

チーフコンサルタント 梅本優香里

は、市場・消費地としての可能性である。

マッキンゼーが“Lions on the move～アフリカ経済の前進



『エコノミスト』表紙
2000年(左)／2013年(右)

と可能性～”というレポートを出したのが2010年である。英『エコノミスト』誌は、2000年5月号の表紙でアフリカを“*The hopeless continent* (救いのない大陸)”と表現したが、13年3月号では“*A hopeful continent* (希望の大陸)”と表現し、アフリカへの認識の転換を明確に示した。

消費地としての可能性が認識され始めた背景には、21世紀に入ってからの紛争の終結、政治の安定化がある。これが資源以外をもターゲットとする海外からの直接投資を誘引し、内需を拡大させた。もともと多くの人口と豊かなリソースを抱えた地域で政治が安定化してきたのだから、世界中の企業が放っておかなかった。今やアフリカには、人口100万人以上の都市が約50ある。300万人以上の都市は17だ。流れ込む資金は都市住民を中間所得者化し、都市型の消費行動が普及した。携帯電話を使い、自動車に乗り、レストランで食事し、おしゃれに金をかけ、スーパーマーケットで買い物をする人たちだ。

今、ヨハネスブルグやカイロだけでなく、ナイジェリアのラゴスやケニアのナイロビにはショッピングモールが複数できており、アップル、カルティエといったブランド品や欧米の高級化粧品、ファッションが売られ、ケンタッキーフライドチキ