

ヴィジャイ・マハジャン著「アフリカ - 動きだす9億人市場 - 」

英治出版 2009年7月20日刊を読む

1. 「この新たな時代の幕開けは、明白な真実にもとづいている。アフリカの最も貴重な資源は、石油でもなくダイヤモンドでもなく、アフリカの人々の才能と独創性なのだ」
2. アフリカの真の富は、9億人を超える消費者と、無数の起業家やビジネスリーダーなのだ。彼らはアフリカ勃興の推進力となっている。彼らは事業を興し、経済を立て直し、社会を築いている。長い目で見れば、彼らこそが、石油や鉱物よりもはるかにすばらしい機会を提供しうる、隠れた天然資源なのだ。
3. 私は政治学者ではない。経済学者でもない。私はマーケティング学を専門とする教授であり、私の関心は市場機会にある。アフリカ大陸は、世界で最も急激に成長している市場の一つだ。彼らは日々の食糧を必要としている。住居を必要としている。子供のために教育を必要としている。洗濯するための洗剤を必要としている。携帯電話や家のトタン屋根、テレビ、音楽、コンピュータ、映画、自転車、化粧品、薬、車、起業するためのローンを求めている。結婚式や誕生日、祭日には宴を開き、葬式では死者を悼むのだ。
4. アフリカ市場に何があるのか、どのような構造なのか、そしてその可能性について、私はできる限り多くのことを学ぼうと努めてきた。アフリカを学ぶ人の中には、アフリカを政治的視点から見る人もいれば経済分析をする人もおり、複雑な歴史を検証する人、医療や社会的弱者に目を向ける人もいる。少数ながら、アフリカでのビジネスについて語り始めた人もいる。私が焦点を当てているのは消費市場だ。アフリカ市場とは何なのか。そこにはどんな機会があるのか。企業はアフリカにおける機会をどのように認識し、活かしているのか。
5. 毎年、多くの観光客がゾウ、ライオン、サイといった大型の野生動物<sup>ゲーム</sup>を見るためにアフリカを訪れる。だが、私の目的は違う種類の大きな獲物<sup>ゲーム</sup>にあった。市場機会を見出して利益をあげている企業の成功要因、そして成功できなかった企業からの教訓だ。
6. ケニアでコカ・コーラのCEOは、「市場を歩くこと」の大切さを教えてくれた。ジンバブエでは、ユニリーバの重役たちとの会議の席で「消費者サファリ」という言葉を耳にした。消費者の家庭を訪問して一日を共に過ごし、彼らがどのように商品を消費するのかを理解する取り組みを、ユニリーバではそう呼んでいるのだ。旅に出てから何年も経ってようやく私は自分の冒険が何なのかを説明する言葉に出会った。私は「消費者サファリ」に出ていたのだ。

7. アフリカにおける市場の風景は、その大自然の風景とまったく同様にすばらしく、驚くべきものだ。アフリカには、中国やインドと同規模の大きな機会がある。読者をこのサファリの旅へと招待したい。私のアフリカに対する見方が変わったように、読者の見方も変わるだろう。これからの世界における市場機会 - そして将来の富 - についての見方も。

[ コメント ]

社団法人経済同友会に 2009 年度からアフリカ委員会が発足。私も、委員の一人として参加させて頂いている。委員会では様々な方々からヒアリングを重ねているが、私も少しずつアフリカに関する本を読み基本的な知識を積み重ねようと思う。本書は、アフリカでの企業活動のあり方を示すものとして、わかりやすく、また、極めて有益と考える。

- 2009 年 9 月 26 日 林明夫記 -