

欧米、中国、インド勢と

組む

ナイジェリア

西澤
(自動車の販売)

「印僑」と共に ナイジェリア攻略

日本企業で最も早くナイジェリアに進出したのが、中堅商社の西澤(大阪市)だ。1958年、ナイジェリアの商都ラゴスに事務所を開設し、61年には北部の都市カノで現地資本と毛布の製造工場を設立した。それ以来、同社はナイジェリア事業を経営の重要な柱に位置づけている。

西澤の富江文雄相談役は、「アフリカの市場は3構造。ビジネスを成功させるには、その中間層を狙うことが欠かせない」と話す。富江氏が言う「中間層」とは、現在の消費ブームを牽引している「中間所得層」を指しているのではない。インド系やレバノン系、中国系など、旧宗主国



西澤ナイジェリアの藤井秀二郎社長(右)と三菱自動車のディーラー、ケフルラム・ナイジェリアのラジュ・サウラニ・ディレクター(左)

の支配層だった白人でもなく、ピラミッド底辺の黒人でもない、経済力のある移民たちだ。西澤は当初から彼らをナイジェリア事業のパートナーとして位置づけてきた。

最初に設立した繊維工場も、レバノン系ユダヤ人の一族が8割を出資し、残りを西澤が負担した。当時は、ナイジェリアの独立直後。経済はまだ原油に依存しておらず、政府は5年間の所得税免除などで工業化を後押ししていた。日本から機械と製造技術を持ち込み、綿花は現地で調達。ナイジェリア北部は冬になると寒さが堪え、毛布の需要は旺盛だった。生産した毛布は、「印僑」と呼ばれ

る土着化したインド系移民の企業に販売した。日本人の駐在員は数年で入れ替わるが、彼らは現地に根を下ろし、日本人が入り込めない販路を持つていた。しかも、インド系企業は代金の支払いで信頼がおけた。

鉄鋼製品から自動車まで

「中間層」との取引は、ナイジェリアだけではなかった。ウガンダでは、昭和電工と共同で、インド系企業と電線工場を立ち上げている。

ウガンダの工場は、後に独裁者イディ・アミン大統領時代に接收されてしまうが、ナイジェリアでは現在も当時の取引先との関係が事業を支

えている。中国から安価な繊維製品が輸入されるようになると、ナイジェリアの繊維産業は壊滅状態に陥った。パートナー企業は繊維事業から撤退し、食料缶やビール瓶の王冠、ブリキなどの鉄製品の取引や加工工業に多角化していった。それに伴い、西澤も商材を変化させてきた。

自動車販売もその1つだ。西澤は三菱自動車の輸出代理店を手掛けているが、現地ディーラーはインド系企業だ。ケワルラム・チャンライ・グループという153年の歴史を持つインド財閥で、ナイジェリア市場には113年前に参入した。グループで多様な事業を手掛けており、そ

の1つが自動車販売。現在、ナイジェリアに8店舗を構えている。

ナイジェリアの新車販売は低迷している。リーマンショックが起きた2008年をピークに減少し、今も当時の水準に回復していない。それでも、自動車販売を担うケワルラム・ナイジェリアは、新店舗開設のための土地を取得したり、修理センターに設備投資したり、着実に事業を拡大している。

同社のディレクター、ラジュ・サウラニ氏は、「今のナイジェリアは、20年前のインドと同じ。私たちには、これからの発展の道筋がわかる。だから、将来を楽観視しており、今か

ら準備をしておく」と話す。

西澤は、鉄鋼製品や自動車などを中心に既存の事業を維持・拡大しながら、新たな商材の開拓にも力を注いでいく方針だ。中国製品との価格競争は激しく、必ずしも「メイド・イン・ジャパン」の商品が売れるわけではない。だが、取引先のパートナー企業が事業を多角化し、消費者の所得水準も上昇する中で、高品質な日本の商品に対する需要も高まる可能性もある。西澤ナイジェリアの藤井秀二郎社長は、「ナイジェリアは世界で一番競争の激しい市場の1つだが、ここで少しでも日本の存在感を高めていきたい」と話す。

