

本論文は

# 世界経済評論 2017年3/4月号

(2017年3月発行)

掲載の記事です



## 世界経済評論

# 定期購読のご案内

年間購読料

1,320円×6冊=7,920円

# 6,600円

税込

17%

送料無料

OFF



富士山マガジンサービス限定特典

※通巻682号以降

定期購読  
期間中

# デジタル版バックナンバー読み放題!!



## 世界経済評論 定期購読



# ☎0120-223-223

[24時間・年中無休]

お支払い方法

Webでお申込みの場合はクレジットカード・銀行振込・コンビニ払いからお選びいただけます。  
お電話でお申込みの場合は銀行振込・コンビニ払いのみとなります。

Fujisan.co.jp  
雑誌のオンライン書店

「中南米は遠い」というイメージを持つ方が多いのではなからうか。成田からブラジル・サンパウロまでは乗り継ぎ時間を含めて30時間弱かかる。地理的距離だけではない。公用語のスペイン語やポルトガル語は日本人にはあまり馴染みのない言語だ。情報も乏しく、中南米のイメージをクリアに描ける人は多くない。この「目に見えない」距離も日本を中南米から遠ざけている要因といえる。

ビジネスに目を向けてみよう。メキシコが航空機や医療機器の一大生産国であることをご存知だろうか。ブラジルが世界トップ水準の整形医療技術を誇ることはどうか。また、ブラジルの経済規模はインドに匹敵する。メキシコの経済はインドネシアを凌ぐ。「遠い」から無関心でいるのはあまりにも勿体ない市場ではないか。

そんな日本を横目に米国企業は中南米市場に攻勢をかける。米国の中南米全体との貿易額は国別でダントツ。直接投資額のシェアも約4分の1を占める。理由は明白だ。中南米地域とは地理的距離が近い。米国内に豊富なヒスパニック系人材も活用できる。彼らは出身国の言語だけでなく、文化や商習慣もよく理解している。

世界最大規模を誇る米国市場向けビジネスに積極的な日本企業は少なくないが、もう一步踏み込んで、米国を中南米ビジネスの拠点として利用するのはどうだろうか。米系企業が自国をベースに中南米ビジネスを展開しているのだから、日本企業も米国の現地法人などを通じて中南米市場にアプローチする、というわけだ。

米国には中南米ビジネスに最適な都市がある。フロリダ州南部に位置するマイアミがそれだ。マイアミ空港の年間国際便乗客数はニュー

ヨークのJFK空港に次いで全米2位、国際線のほとんどが中南米の都市行きだ。空輸量は全米トップ。ITや電気製品を乗せた飛行機が中南米諸国に向けて次々と飛びたっていく。マイアミにオフィスを置く多国籍企業約1,500社の4分の3にあたる企業が中南米ビジネスを展開している。これらの大手を中南米を専門とする法律事務所、会計事務所、コンサルティング会社などがサポートする。なにより、マイアミ人口の約6割を占める、スペイン語などを第一言語とするヒスパニック系人材を活用することができる。マイアミがしばしば「中南米の首都」と比喻される所以だ。

日本企業の中にもマイアミをベースに中南米ビジネスを展開する企業が見られる。

ある医療機器メーカーは中南米ビジネス経験豊富な日本人がマイアミオフィスから中南米に飛び回っている。ある一般機器メーカーは多様なヒスパニック系人材を採用、それぞれが出身国に売り込みをかけている。

そんなマイアミを久しぶりに訪問した。あいかわらず空港ではスペイン語ばかりが耳に入る。ロビーは中南米諸国から到着したばかりのビジネスマンや旅行者でごった返す。レンタカーで街に出た。キューバ移民経営の食堂、ミッション系の教会、サルサーバー——ここが米国であることを忘れてしまう。パートナーの中南米専門コンサルタントと夕食を共にした。多くの欧米企業を顧客にもつ彼は、商売は上々と笑みをこぼした。日系企業も負けていない。現地では日系企業向けに中南米について講演したが、以前に増して元気な印象を得た。ここでは中南米が「遠い」イメージは微塵も感じない。日系企業にとっても同様なようだ。

みずのりょう Executive Researcher/Consultant TWI  
Global Business (Division of Teruko Weinberg, Inc.)

## 「中南米の首都」 マイアミの活用術