

開発の現場から

エチオピアでミシンを売る¹

福山豊和

ものづくり産業部

(独立行政法人) 日本貿易振興機構 (ジェトロ)

バラとコーヒーの国

私が勤務する日本貿易振興機構 (ジェトロ) は、主に日本の貿易振興のための事業を実施する政府系機関です。私にとってエチオピア事業は3度目で、過去2回はエチオピア産品の調達に関心がある日本企業の協力を得て、ODA事業としてエチオピア産の切花(バラ)とコーヒーの対日輸出支援事業を担当しました。その後、現在の所属部署に異動し、2015年10月にアディス・アベバで開催されたファッション展示会「Origin Africa 2015」に日本の工業用ミシンメーカー4社と共に参加しました²。本稿では、農業国から工業国へ移行するエチオピアに対して、どうアプローチしていくべきか、ジェトロの事業を行いながら考えたことを共有させていただきます。

私がエチオピアと最初の接点を持ったのは、約10年前。アフリカで栽培されるバラの対日輸出事業を担当した際でした。エチオピアは、東アフリカに位置し、国土の多くが標高の高い場所に位置しています。そこで栽培されるバラは、花が大輪で茎も太く、日持ちするという特長がありました。ただ、その頃の日本市場は、似た特徴を持つケニア産のバラがオランダの花弁市場経由で輸入されていた程度。エチオピア産バラの輸入は、ほぼゼロでしたが、UAEのエミレーツ航空が、日本やアフリカ路線を急拡大させている時期で、ドバイ経由でアフリカ産の切花を輸入すれば、日本市場で販売できるのではないかと模索しました。

具体的には、エチオピアの花弁生産者と日本の輸入商社を結び付け、テスト輸入を繰り返しました。輸入商社が、通関後のバラの状態を写真に撮り、梱包方法や日本市場に適した品種選び、出荷時期に関するアドバイスと共に生産者にフィードバック、改善を求めます。その上で販売できそうなものは、大田花卉市場で実際にせりにかけて、落札価格を共有します。指導によってせりに出せる本数が増加し、価格が輸出に係る諸経費を上回れば、商売ベースでの取引に移行してもらおうという仕組みです。この事業ではエチオピア産バラの対日輸出が現実的であると結論づけられ、実際にこの後、エチオピアからの輸出は一気に伸びました。

二つ目のエチオピア産品はコーヒーです。こちらは別の意味でゼロからの出発でした。エチオピアにとってコーヒー豆の生産は、全人口の約2割が従事し、外貨も稼ぐ最重要

¹ 本稿の内容は、筆者の個人的な見解であり、所属する組織の見解と異なることがあります。

² 展示会概要及び日本企業の出展については、ジェトロによる「見本市レポート」(<https://www.jetro.go.jp/j-messe/w-info/158639461fc6b0d0.html>)を参照下さい。

産業です。エチオピア産のコーヒーは、他国産とは異なる独特の風味を有しており、日本では「モカ」の名前で親しまれていました。しかし、残留農薬問題が発生し、一時期日本への輸入量はほぼゼロ近くまで落ち込みました。これに対し、ジェトロは、日本のコーヒー業界団体と連携。残留農薬に強い商社の方を専門家として派遣し、現地生産者団体と共に問題の所在を調査。現地では州政府や JICA と共に、予防策についての提言、啓蒙活動を実施しました。日本のコーヒー関係者に対しては、セミナー等を通じて、エチオピア政府による対策状況を発信しました。

日本からは、ミッション団も派遣しました。現地で残留農薬対策や強化された輸出体制を理解してもらうのが主な目的だったのですが、日本企業の関心の高い生産地（農協）も回りました。エチオピア産の中でも突出した風味を持つ豆の産地、イルガチェフエの農協を訪れた際、ミッション参加者が農家の方々に対し、口々に同農協で生産されるコーヒーへの熱い想いを語る姿は、私にとって忘れえぬ思い出になっています。



コーヒー豆収穫の様子



コーヒーを抽出するポット

日本のミシンは売れるのか？

2014年1月に部署異動があり、私の担当は日本の中小機械・機器メーカーの海外展開支援になりました。貿易の向きが（日本企業から見て）輸入から輸出に代わり、カバーする製品群は、工作機械、産業機械、包装機械、建設機械など機械・機器全般、主なターゲットは生産材として機械を使用する海外のメーカー及びそれら企業への納入する機械分野代理店となりました。日本の製造業の主な関心地域はアジアですので、「残念ながら今後数年はエチオピアに行くこともないだろう」、縫製機械のエチオピア市場開拓という事業の実施が決まったのは、そんなことを考えていた矢先でした。

私にとってのエチオピアは、アフリカの中でも貧しい内陸国の一つであり、コーヒーなど一次産品が経済を支えている農業国でした。ミシンの売り先である縫製業が発達しているイメージがすぐ湧きません。一般的にアフリカの人件費はアジアに比べて高く、織

縫製業といえ、エジプトやモーリシャスのような国で一部行われている程度のはず…。JICA がエチオピア企業の生産性向上のため地場工場における「カイゼン」の導入を支援しているのは知っていたので、一次産品から軽工業へのシフトを目指す途上国政府に付き合うのか？そんな穿った見方も一瞬頭をよぎりました。

しかし、本事業は現地政府の要望から始まる ODA 事業ではなく、海外展開に熱心な日本の業界団体のニーズに基づいています。エチオピアの何が日本のミシンメーカーを引きつけたのか。久しぶりにエチオピアの勉強をすると、色々とでてきます。エチオピア経済は過去数年にわたり極めて高い成長率を維持していること、エチオピア政府は国家戦略として軽工業の育成を掲げ、外資系縫製業の進出を歓迎していること、トルコ企業が大規模な投資をしていること、最近日本からもエチオピア産の高品質な羊の皮を使った製品を販売している企業 2 社が小規模ながら工場を設立したこと。同僚からは「エチオピアには、きれいな女性が多い」、「中国企業がビルも道路も鉄道も建設しているので、現地では中国語で喋りかけられる」なんて情報も。ちなみにこの二つのコメント、エチオピア出張者がよく聞く典型的なものです。

余談ですが、エチオピアは、過去に欧州列強による植民地支配を受けていないこともあり、独自の歴史や分野が残っており、そういったことに対して誇りを持っている人が多い国です。また、外資系小売業の進出には一定の制限が加えられており、世界的に有名なファストファッションブランドの店舗は見かけません。アディス・アベバで車を走らせていると、伝統的なデザインの服、普段用の服を売る店がやたらと目に付きます。「エチオピアには、きれいな女性が多い」には、着ている服にこだわりを持ち、自分ならではの価値観でおしゃれを楽しむ気質を持つ女性が多いことも表している、今では感じています。

話がそれてしまいましたが、出張前、私は日本製ミシンの可能性について、以下のとおり考えていました。

- ①エチオピアの人口は 9,000 万人超。高い経済成長が続く中、衣料品の国内需要は確実に伸びる。こういったニーズに対応する地場及び外資系縫製業は、有望な売り先となるだろう。
- ②中国企業と共に中国製品も急速に入り込んでいる。縫製工場では、値段の安い中国製ミシンが幅を利かせているに違いないので、これらと差別化しないと売れないだろう。
- ③現地企業が日本の高性能なミシンを導入すれば、世界的に高く評価される製品（例えば革靴やグローブ）を生産し、日本を含む海外に輸出できるようになるだろう。

ただ、その後、実際に「開発の現場」を訪れて、これらは一部事実であるが、大きな流れを捉えていないことに気が付きます。「どうやったら、日本製の高品質な工業用ミシンをエチオピア企業に売ることができるだろうか」その問い自体が間違っていたのです。



展示会「Origin Africa」の様子



展示会では各種ミシンの実演も目立った

インド企業に売る

まず、最も大きな誤解は、国内市場（エチオピア人消費者）向け製品を作るための工業用ミシンの需要は殆どないという点です。エチオピア政府は、国家の成長戦略として軽工業の育成を掲げており、縫製という新しい産業を外貨獲得の手段にしたいと考えています。ミシンはあくまで輸出品を作るための生産材です。若干の誇張はありますが、政府は「海外から機械を輸入するのは、できるだけ許可したくないが、輸出する製品を生産するには仕方がない」と考えているかのようです。

次に、エチオピアで縫製業を立ち上げた外国企業が近年力を入れているのは、「エチオピアで栽培された綿、エチオピアで飼育されている羊の柔らかい皮」、そういうエチオピアの原料を使った商品を開発して輸出するというアプローチではありません。もちろん、エチオピア政府は、この伝統的（かつ、私から見ればODA 事業的な）アプローチの重要性に疑問を挟んでいるわけではないのですが、今なぜエチオピアが注目されているかと言え、それはエチオピアの安い労働力（ミシン・オペレーターの月間給与が40～50米ドルというのは世界最低レベル）に外国企業がアクセスしやすくなったからです。エチオピア政府が縫製業をターゲットとした工業団地を開発し、積極的に外国企業を誘致している姿など数年前には想像ができませんでした。

そうであれば、日本のミシンメーカーが売り込む先は、既存のエチオピア企業ではなく、H&M や PVH（カルバン・クライン、トミー・フィガー等ブランドを所有）といった欧米系大手アパレルメーカーの製造委託に継続的に対応してきた実績を持ち、近年エチオピアに工場を設立したインドをはじめとする外資系企業です。H&M のような企業は、服の製造を中国、ベトナム、インド、バングラデシュといった人件費が安い新興国にシフトさせてきたわけですが、今エチオピアはミャンマー等と共に「最後のフロンティア」とも呼ばれており、アパレルメーカーの関心が集まっている国なのです。

こういった背景があるので、エチオピアの工場で使われているミシンは、最終的な顧客である欧米アパレルメーカーの設定した条件をクリアし、インドやバングラデシュなど

で実績を上げていたメーカーのものが使われることになります。つまり、最も使用されている工業用ミシンは日本の JUKI 製であり、値段がそれより安いからといって、JUKI やブラザー工業のミシンが中国製にすぐにとって代わられることはありません。海外での販売経験を積み重ねてきた他の日本メーカーにとっても十分にチャンスがあります。一方で、エチオピア人にとって縫製業はまだ新しく、ミシン・オペレーターが多くが工場に勤務するまでミシンに触ったこともない女性たち。難易度の高い作業が発注されてくるまでには、まだ時間がかかりそうですから、最先端の工業用ミシンが売れるのはもう少し各企業で人材育成が進んでからのようです。

エチオピアの展示会に出展するといっても、主な商談相手はエチオピア事業に参入しているトルコやインド企業など既存の取引先であり、エチオピアを訪問した際には彼らに自社のミシンをエチオピアの工場でも導入してくれるよう働きかければいい。今回「Origin Africa 2016」に出展した日本の工業用ミシンメーカー4社は、私より海外慣れしていますので、出張前からある程度分かっていたようです。これらメーカーからのエチオピア出張者は、シンガポールや香港、UAE、ドイツなど、アジアや中東地域を広く見ている駐在員ばかりでした。

援助からビジネスへ、貿易から投資へ、モノから人へ

エチオピアとのビジネスは少しずつ変わってきました。一昔前までは、日本は、農業国エチオピアのコーヒーやゴマを買う国でした。アフリカへのアプローチとしては、そのユニークな魅力（独特の風味を持つコーヒー、大輪のバラ、驚きの柔らかさの羊皮）を日本に届けるために知恵を絞れば良かったのです。しかし、エチオピアでシャツやジーンズを生産するという事は、エチオピアが世界的な衣料品のサプライチェーンに組み込まれることを意味します。国際競争は激しく、中国、インド、バングラデシュより安く、品質が安定した商品を、期日までに納入先に届けなければなりません。途上国援助の一環としての事業と比べるとスピード感が異なってきます。また、二カ国間の商売ではないので、より広域な視点からビジネスを組み立てる必要があるということです。

エチオピアが軽工業の国を目指す中、エチオピア政府の声も「エチオピアのものを買って欲しい」から「エチオピアに投資して欲しい」にシフトする中、今後日本はどう付き合えばよいのでしょうか。中国企業がインフラを整備し、トルコ、インド、台湾、韓国といった企業はエチオピアで縫製工場を設立しています。欧米は AGOA（米）のような貿易制度によって、自国企業がエチオピアの工場に対して発注しやすい体制を整えています。日本企業がエチオピアに投資するのは、簡単な判断ではありませんので、他国とも連携して何ができるかを考える時期に来ています。

一方、日本企業がエチオピア企業とビジネスを行う上で、追い風が吹いています。ドバイ経由でエチオピアのバラを輸入できないか考えたのが 10 年前でしたが、今では成田からアディス・アベバまで、エチオピア航空の直行便が就航しています。使われている

機材は、ボーイング 787 という最新型大型旅客機ですから乗り心地も良いですし、乗り継ぎがないので、「荷物が、ちゃんと出てくるかな」という心配もなくなりました。

また、ジェトロは、2016年3月末までに、ジェトロ・アディス・アベバ事務所を開設することを発表しています。これによってエチオピアに在留するエチオピアビジネスをつなぐ拠点ができることになります。今回の展示会で、私が事務所開設を案内するポスターを掲げて展示会場で立っていると、日本で学んだという人が何人も訪ねてきました。嬉しいことに、できれば日本企業で働きたいと考えているのです。

第5回アフリカ開発会議（TICAD V）に合わせて立ち上げられた「アフリカの若者のための産業人材育成イニシアティブ」によって、日本の大学で修士課程を終え、企業でインターンをして帰国するアフリカ人学生が今後確実に増えていきます。今後、人と情報の往来が増えることで、新たなビジネス機会が創出することを願ってやみません。



筆者（事務所開設を PR）



現地縫製工場の様子