

2014年8月21日

グローバルレポート

太平洋同盟－米州版ASEANに注目

コンサルティング・国際事業本部 国際本部 グローバルコンサルティング部 コンサルタント 島村哲生

2011年4月にメキシコ、コロンビア、チリ、ペルーを加盟国、パナマ、コスタリカを加盟前提のオブザーバー国として発足した太平洋同盟。14年2月までに8回の首脳会議が開かれ、貿易品目の92%の関税即時撤廃の議定書が署名されている。

中南米市場はブラジルの影響が大きく、外資系企業の投資もこれまではブラジルがメイン。足元はメキシコの製造業、特に自動車産業への投資が進んでいるものの、それ以外の南米諸国は影が薄かった。しかし、太平洋同盟は加盟4カ国の貿易総額が中南米全体の46%にあたり、メキシコをゲートウェイとした南米市場攻略も見えてきた。

太平洋同盟は大消費市場である米国、主要新興市場であるブラジルに挟まれ、地理的な優位性がある。語弊があるかもしれないが、アジアで言えば、中国・インドに挟まれる東南アジア諸国連合諸国(ASEAN)に似ている。加えて1億超の人口を抱え、相対的に電機産業が育っているメキシコ、金融に強いチリ、成長性のあるコロンビア、日系移民の多いペルーなど、各国の特徴を生かした投資戦略が検討できることも魅力の一つ。今や各国で製造業やその周辺産業を呼び込もうと経済特区を活用した企業誘致が行われている。

すでにカナダの消費財メーカー、ドレルは同地域で育児用品やベビー用品、自転車・電動3輪メーカーなどとの提携・買収を繰り返している。またドバイの投資会社アブラージュは南米、特にメキシコやチリなどの消費市場をターゲットに外食チェーンやレジャー関連、薬局チェーンを傘下に収めている。複数国で展開する企業にアプローチしている事例が目立つ。

太平洋同盟は、日系の投資が進展したASEANとは太平洋を挟む関係にある。大消費市場と隣接するといった共通点からも、過去の経験を参考にしたエリア戦略が生かせる可能性が高い。ただし、スペイン語圏である上、域内での情報の流れが速いこともあり、自社単独でビジネスを育てるだけでなく、他社が進めるように、現地企業とのアライアンスを活用した面展開の可能性を検討することが重要だろう。

(『日刊工業新聞』新興国マーケット⑤ 2014年8月21日付より転載)

－ ご利用に際して－

- 本資料は、信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一した見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要です。当社までご連絡下さい。