

International Development Center of Japan
IDCJ 国際開発センター

中東・北アフリカ市場のビジネスハブへ ～日本企業のヨルダン投資を促進～

(株)国際開発センターは2016年4月、ヨルダン・ハシェミット王国（以下、ヨルダン）の王宮府（The Royal Hashemite Court）より、日本からヨルダンへの投資促進業務の委託を受けて、「ヨルダン・日本投資事務所」（Jordan-Japan Investment Initiative）を発足させました。10月27日には、ヨルダン国王の来日に合わせ、サイドイベントとして「ヨルダン・日本ビジネスフォーラム」を東京で開催。当日は、ヨルダン人と日本人合わせて100人以上が参加しました。

今回の業務にあたり、以下の2点をヨルダンへの投資促進に向けた基本方針としました。

1. 目標市場はヨルダン国内市場ではなく、MENA（中東・北アフリカ）市場

2. MENA市場のビジネスハブとしてヨルダンを活用する

ヨルダンは中東に位置しますが、産油国ではありません。最近では原油価格の下落により、産油国も原油依存からの脱却を目指し、MENA市場でのビジネスハブというコンセプトで海外からの投資促進活動を行っています。このような状況ではヨルダンをどのように差別化するかということが重要です。具体的な言い方をすれば、「なぜドバイではなくヨルダンなのか？」ということです。

投資促進にあたっては「ビジネスハブ」という言葉がよく使われますが、ヨルダンでは、優遇税制や大規模施設をつくって海外企業を誘致する、単なる「場所貸し」的なハブは目指していません。ヨルダンの場合、「MENA市場の言語、習慣、文化、宗教を理解して

いるヨルダン人やヨルダン企業と共にMENA市場を攻略する」、そして「成長が期待できるMENAを目標市場とし、ローカライズ・研究開発・供給の拠点としてヨルダンを活用する」ということです。

「ヨルダンではヨルダン人が働いている」——これは一見、当たり前のことのようにですが、MENA地域にはこれが当てはまらない国々が多くあります。ヨルダンにはMENA市場の言語、習慣、文化、宗教を理解したヨルダン人が働いています。これがヨルダンをMENA地域で差別化する最大の要素です。ヨルダンは原油などの天然資源に恵まれないため、人材こそが最大の資源であるという考え方が根底にあり、36もの大学があります。また、毎年約5,000人のICT関連エンジニアを輩出しており、ヨルダン最大の輸出産業は人材とも言われています。

今回の取り組みでは、1. アニメ・ゲーム、2. 化粧品・スキンケアスタジオ・Spaビジネス、3. ICT、4. 製薬、5. 病院で 사용되는設備、の5つを重点業種としました。いずれもヨルダンが比較優位を持ち、MENA市場の中で勝てる可能性がある業種です。

例えば、ヨルダンにはMENA市場のアニメ・ゲーム業界に既に進出実績のある企業が数社あり、これらの企業が制作したゲームが中東地域でナンバーワンのダウンロード数を誇ることもしばしばです。また、病院に関しても、ヨルダンはメディカルツーリズムで高い評価を受けており、世界銀行が発表した2013年のメディカルツーリズムランキングでは、ヨルダンはアラブ地域においてナンバーワン、世界でもトップ5にランクインしています。ヨルダンの病院はMENA地域の言語、習慣、文化、宗教をよく理解しているため、患者にとっても、欧米の病院に行くより安心感があるためです。今後、ヨルダンのメディカルツーリズムをさらに強くするために、ハード・ソフト面でどのような貢献ができるか、という観点からビジネスを考えていけば、日本企業にも大いにチャンスがあると思います。

MENA地域の人口は2000年から20年の間に53.5%増加し、2020年には4億7,000万人を超えると予測されています。この人口増加率はASEAN地域をも大きく上回っており、消費が活発な若年層の割合も高いです。今後、成長が期待されるMENA市場を攻略する際には、ヨルダン企業との協業を一つの選択肢として検討していただければ幸いです。

（文責：国際開発センター 経済社会開発部 主任研究員 中山和也）



2016年10月に東京で開催されたヨルダン・日本ビジネスフォーラムの様子