

変わる企業の世界(フォーラム)

| | |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 著者 | 堀坂 浩太郎 |
| 権利 | Copyrights 日本貿易振興機構(ジェトロ)アジア 経済研究所 / Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization (IDE-JETRO) http://www.ide.go.jp |
| 雑誌名 | ラテンアメリカレポート |
| 巻 | 15 |
| 号 | 2 |
| ページ | 1-1 |
| 発行年 | 1998-06-20 |
| 出版者 | アジア経済研究所 |
| URL | http://doi.org/10.20561/00029546 |

メルセデス・ベンツといえば超高級乗用車の代名詞だ。しかしラテンアメリカの庶民にとっては、その「3点星」のトレードマークはむしろ“生活の足”としてのイメージの方が強いのではないだろうか。

私にとってもまず思い浮かぶのが、プエノスアイレスやサンチアゴのセントロ（都心部）を、轟音をたてて石造りの町並みを震わせながら疾駆するメルセデスの小型バスであったり、どこまでもどこまでも波のように褶曲するブラジルの国道を、尺取り虫のようにゆっくり進むトラックの列であったりする。もっとも債務危機のさなか、外貨繰りの面から考えれば絶対に輸入することが不可能なはずのベンツが、メタリックな鈍い光をはなちながら、ずらりと並んでいたメキシコの避寒地クエルナバカの光景も思い出される。

メガ企業の誕生として、世界の企業家たちを震撼とさせたドイツの老舗ダイムラー・ベンツ社と米ビッグスリーのひとつクライスラー社との合併は、ラテンアメリカではどのように受け止められたのであろうか。

この巨大合併を伝える『ニューズウィーク』誌は、「今われわれが目撃しているのはグローバルイゼーションを超えた現実——『グローバルティ』の世界である」と喝破している。すなわち「グローバルティとは、国境という概念が意味をもたなくなった状態のことだ」というのである。

確かに、ダイムラー・クライスラー社の誕生計画が伝えられた数日後の日本の新聞は、ダイムラー・ベンツによる日本のトラック・メーカー日産ディーゼル工業の買収計画を報じた。さらにその翌日には、同じくベンツが日産自動車から小型商用車の生産技術を導入してブラジルで「ダットサン」を生産するとのニュースも伝えられた。たちまちのうちに、欧・米・日、そしてラテンアメリカを結び付けていく企業のすさまじい活力をみせつけられた思いであった。

その一角のラテンアメリカだが、グローバルティを志向する企業にとって「おいしい」草刈り場となっているようにも見受けられる。商業活動に国境をつくってきた高関税や外資規制の壁が低くなり、市場統合によってこれまで分断されてきたマーケットが一体化しつつある。経済ナショナリズムの守護神的な存在であった国営企業も、民営化の波のなかでその大半が姿を消した。そもそも言語にしる、宗教や文化的な面にしる、(アジアやヨーロッパに比べて)同質性の高い世界である。民族企業も、国境を越えて活動の領域を広げつつある。

国境を歯牙にかけなくなった企業にどう対処するのか。

ラテンアメリカでは、経済における国家の役割を産業のクリエイター（創造者）からレギュレーター（監視者）に換えようとの議論がかまびすしい。しかし、こうした機能が働くためには、公明正大な政治の確立が不可欠であろう。本号の特集であるラテンアメリカの政治は、急速に変わりつつあるこの地域の企業社会の行方を考えるうえでも重要な要件のひとつとなっている。