

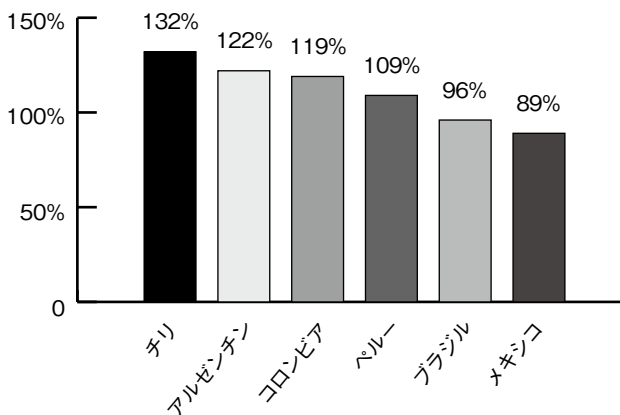
ラテンアメリカにおける 日本発のスタートアップ企業の進出課題と可能性

中山 充 (BVC 代表、ラテンアメリカ進出協議会 代表)

はじめに —ラテンアメリカ市場の概要

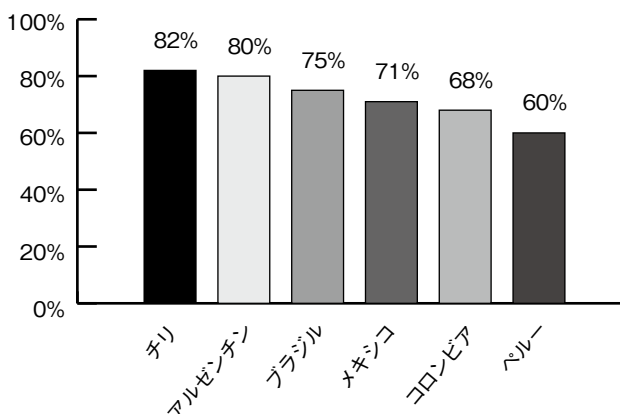
ラテンアメリカ市場は、弊社の事業領域であるベンチャーキャピタル市場が成長しており、海外のベンチャーキャピタルからも注目を集める市場になってきている。メキシコも含めると6億人を超える市場で、まだ人口も伸びている中、従来からの社会的な課題をテクノロジーを使って解決したり、スマートフォンの普及率の高さやインターネット利用率の増加が消費行動を変えるなどして、ビジネスチャンスを生み出している。例えば地域別に見たオンラインショッピングはラテンアメリカが世界で一番伸びている地域だといわれている。日本のスタートアップ企業にとってラテンアメリカ市場は大きな可能性を秘めた市場と考えられる。

図1：人口に対する携帯電話番号比率（2021年）



出所：Datareportal.com

図2：インターネット利用者比率（2021年）



出所：Datareportal.com

日本発スタートアップのラテンアメリカへの進出状況

一方、日本のスタートアップはラテンアメリカ市場での存在感はあまりなく、スタートアップ側からもラテンアメリカについての関心が全くないのがこれまでの状況であった。しかしながら、近年の政府の方針もあり、徐々に世界進出の重要性が理解されてくる中で弊社でもラテンアメリカ市場への進出機会を模索するスタートアップから相談を受ける頻度が直近の3～4年で増加している。



写真1：日本の起業家の視察アテンド (BVC 提供、以下同様)

ラテンアメリカ市場における日本のスタートアップ進出の切り口

こうして相談を受ける中で、現実的にラテンアメリカに進出できそうな日本発スタートアップの共通点としては、もともとグローバル展開を視野に入れて活動されているものやソリューションの言語依存が少ないものだと感じている。こうしたスタートアップが活躍できそうな領域として以下のような切り口が考えられる。

- ・ハードウェアを軸にしたソリューション：IT系のスタートアップというとデジタルでオンライン上で解決するものを創造しやすいが、海外進出する上では言語依存性の問題が大きな障壁となる。物理的にものを持って行って動かすことで内容が理解できる「モノ」があるというのは海外進出するうえでわかりやすい強みとなる。

- ・当初からグローバルを対象にしたソリューション：衛星による画像やデータを活用したソリューションも日本から数多く出てきている。こうしたソリューションは市場の考え方が最初からグローバルで、日本という小さな地域を見ているビジネスの可能性が限られているため、本当の意味でグローバルを考えている起業家が多く、当然ラテンアメリカも重要な対象地域になってくる。
- ・インフラ整備への貢献：インフラとなると政府向けのサービスとなり、マネタイズまでの時間軸を考えると現地のスタートアップが参入しづらい分野になる。一方で日本はラテンアメリカと比べると公的な領域でも新たなソリューションが使われていることが増えてきている。日本で得た事業ノウハウや先進的な技術やソリューションを基にラテンアメリカ市場に参入するというシナリオは現実的である。
- ・現地スタートアップと補完関係のある領域：ラテンアメリカ現地のスタートアップも自社ですべてのソリューションをゼロから開発しているわけではなく、様々な既存のソリューションを組み合わせるサービスを提供している。ラテンアメリカで伸びているフィンテックやオンラインショッピングの分野などで、特にバックエンドで日本のソリューションが使われるケースも十分に考えられる。

ラテンアメリカに進出するという文脈で、有望な分野をセクターとして聞かれることは多いが、あまり産業分野にこだわらず、参入シナリオという切り口で考える方が実際に現地での事業体制の検討には役立つことが多いのではないかと考えられる。



写真2：Agtech分野のブラジル進出企業の現地視察

ラテンアメリカ進出における課題と対策

ラテンアメリカに限らず海外市場への進出には、日本のスタートアップにとって様々な課題も存在する。以下では、ラテンアメリカ進出における主な課題とその対策について説明したい。

・言語と文化の違い

ラテンアメリカ市場では、スペイン語やポルトガル語をはじめとする言語の違いや、ビジネス文化の違いが大きな障壁となる。これらの違いを克服するためには、間に入る現地をよく知るコンサルタントや現地スタッフの採用を通じて、相互理解を深めていくことが重要となる。

・法律・規制環境の理解

特に規制と関連する事業分野では各国の法律・規制環境を理解し、適切なプロセスを経て申請業務を行うことが求められる。ラテンアメリカは他の先進国と近い枠組みで法規制が整備されていることが多いが、日本の法規制が他の先進国の法規制と乖離があることも多い。特に日本以外での経験がない場合は理解に時間がかかる可能性もある。また、特に規制の厳しいヘルスケアや環境関連などは当然ながら現地の専門家やコンサルタントのアドバイスを受ける必要がある。

・ローカルパートナーの重要性

現地市場のニーズや競合状況を把握し、具体的な販売やアフターサービスを提供していくには、ローカルパートナーとの連携が不可欠となる。実際にはひとまず現地法人を設立することから始めたり、売り先となる顧客候補の開拓から始めてしまう例も多いが、私はラテンアメリカ進出の最初の一步はローカルパートナー探しにある、と考えている。

・現地での人材採用

ローカルパートナー候補が複数出てきたり、現地での販売実績が出てきた場合には現地での人材獲得が欠かせない。日本企業は一般的に日本からの駐在員を派遣しがちだが、もともと現地に経験のある方が見つからない場合はなかなか本来の力を発揮できずに苦しまれるケースも多い。現地人材を採用してリーダーシップを発揮させることで、日本との文化のギャップを埋めるとともに、組織内でのコミュニケーションが円滑になり、より現地に即した運営が可能となる。



写真3：ブラジル南部でのスタートアップイベントの様子

ラテンアメリカ市場に取り組む日本のスタートアップの支援プログラム

ラテンアメリカ市場に取り組む日本発スタートアップにとって、現地企業との連携は市場開拓の初期においては極めて重要な要素となる。

例えば、日本貿易振興機構（JETRO）とブラジルの公的機関 APEX（輸出投資振興局）による「Scale Up in Brazil」プログラムや国際協力機構（JICA）と IDB Lab の「TSUBASA 事業」は、日本発スタートアップのラテンアメリカ市場での活動をサポートしている代表的な取り組みである。

「Scale Up in Brazil」は、海外のスタートアップ企業をブラジル市場に導入することを目的としたアクセラレーションプログラムである。このプログラムでは、ブラジル市場でのビジネス展開に必要な知識やノウハウを提供し、現地企業や投資家とのネットワーク構築をサポートしている。また、ブラジルにおける法律や規制の理解、現地での人材確保や育成、市場調査や顧客開拓に関する支援も行われており、日本発スタートアップがブラジル市場で成功するための基盤を整えている。これまでイスラエルのスタートアップが対象であったが、2022 年から日本とシンガポールのスタートアップも対象となり、下記の日本のスタートアップが参加している。

- ・ Ac-Planta（アクプランタ）
- ・ Axelspace（アクセルスペース）
- ・ Credit Engine（クレジットエンジン）
- ・ dreamstock
- ・ Melody International
（メロディ・インターナショナル）
- ・ Sagri（サグリ）

JICA の「TSUBASA 事業」は、JICA と IDB Lab により行われているプログラムである。IDB Lab は中南米・カリブ地域の社会課題を解決すべく、日本のソリューションと現地ステークホルダーとの協業機会の

開拓を中心に行っている。JICA、IDB Lab の中南米・カリブ地域での幅広いネットワークを活用することで、中南米・カリブという広い地域の中から、ニーズの合う提携パートナーを探索でき、またその探索過程で現地の課題や市場環境についての理解を深めることができる。

2021 年度から始まった本プログラムは、2022 年度に第二年度が実施され、2023 年以降も継続的なプログラム運営が予定されている。こうした多年度プログラムであることで、中南米・カリブという日本から縁遠い地域での事業開拓を試みる日本のスタートアップ関係者での横のつながりができ、企業間での情報交換なども通じて、中南米・カリブへの進出に関して多角的に情報が得られることも魅力となる。

ここで紹介したのは弊社が運営に一部携わったこともあるプログラムで、あくまで一例にすぎない。その他にも様々な形で日本とラテンアメリカ地域を繋ぐプログラムが様々な機関から提供されている。日本側からの参加企業数も限定的なのがラテンアメリカ地域の特徴でもあり、一部のプログラムでは他地域のプログラムよりも希望企業の通過率は比較的高いとも考えられる。

もちろん企業側のソリューションの実用段階や対象課題とプログラムの目的との整合性が取れているなどの必要はあるが、最初のアクセスとしては活用しやすいものも多数存在する。こうしたプログラムできっかけを経て自社での市場開拓に繋がっている例も少しずつ出てきている。



写真4：2023年8月にコロンビアで開催されたスタートアップフォーラムイベントのバナー

まとめ

ラテンアメリカ市場は、人口増加をベースとした経済成長、都市化の進行によるインフラ整備の必要性増加、技術革新とデジタルトランスフォーメーションなど、様々な要素が複合した、大きな可能性が秘められている市場である。アメリカのIT企業等にとってはアメリカに次ぐ重要な市場として当然進出すべき先と考えられている。

地理的に遠い日本からは見過ごされがちな市場ではあるものの、直近の5年間で少しずつではあるものの日本のスタートアップからのアプローチも増えてきた。また、そうした動きを支援する各種プログラムも質量ともに強化されてきたことで、ほとんどリスクなくアプローチできる環境もかなり整ってきているとい

う印象を持っている。物理的な距離や言語・文化も含めて、様々な乗り越えるべき課題はあるものの、取り組むべき価値のある大きな市場である。

海外進出がスタートアップの領域でも取りざたされているが、海外と言いながらアメリカとアジアを中心に語られることが多い昨今、ラテンアメリカ市場にチャレンジする日本のスタートアップが増え、具体的な成功事例が出てくることでラテンアメリカ地域の重要性が日本にもより広く認知され、それを受けてチャレンジするスタートアップが増えるという好循環が今後さらに強まることを期待している。

(なかやま みつる B Venture Capital 代表、
ラテンアメリカ進出協議会 代表)

ラテンアメリカ参考図書案内



『アマゾン五〇〇年 —植民と開発をめぐる相剋』

丸山 浩明 岩波書店 (岩波新書)
2023年8月 272頁 1,060円+税 ISBN978-4-00-431985-6

今、地球環境問題の観点からも注目されているアマゾンについては多くの紹介書が出ているが、本書は西欧人による「発見」以前の原初の風景から説き起こし、列強の植民地争奪の時代、ポルトガルの覇権、近代における米国の関与の始まりと南欧移民の流入、第一次、第二次ゴムブームの到来、世界市場で英国がゴムの独占を図りアマゾンの天然ゴム種を持ち出し東南アジアでプランテーション化した策動、日本移民の入植と米国のアマゾン介入、そして現代のアマゾン開発の諸試みと森林破壊、先住民迫害、開発と環境保護の相剋の歴史を追い、現在の課題に至るまでをコンパクトに網羅した解説書。

アマゾンの森林が大規模に燃やされ先住民のジェノサイドが行われている等のニュースが扇情的に報じられ国際問題化しているが、アマゾン地域の多くはブラジルの掌中にあり領土の主権、開発の必要性の言い分があって常に開発推進派と環境保護派の対立がある。日本人の移住地建設が戦略物資だったゴムの確保も絡んだ米国の思惑の影響を受けたことも言及するなど、アマゾンで様々な勢力が行ってきた歴史をも概観し、つかみ所のない茫洋たるアマゾンを理解し、その未来を考える基礎知識を得る上で時宜を得た書である。

(桜井 敏浩)