

## カザフスタン

## 企業訪問調査レポート【5】 Mechta Market LLP

～ 小売業（家電製品量販店）～

## ■ カザフスタン共和国※ — 基礎データ —

- 面積：272万 4,900平方キロメートル〔日本の7倍〕
- 人口：1,716万人（2014年1月1日現在）
- 首都：アスタナ／人口約81万人
- 名目GDP：2,319億ドル（2013年）
- 1人あたり名目GDP：1万3,612ドル（2013年）
- 実質GDP成長率：6.0%（2013年 カザフ国民経済省国家統計委員会）
- 為替レート：1ドル ≒ 183.80 テンゲ（2015年1月16日）

出所：JETROホームページ 国・地域別情報（J-FILE）「カザフスタン概況（2015年1月更新）」

※1991年12月 国名を「カザフスタン共和国」に変更し、共和国独立宣言を行った。



■ 調査日：2014年 12月3日

■ 分野：小売業（家電製品量販店）

■ 特徴：1992年、現在のアスタナ市内に店舗を開き、10台のコンピューターを売り始めた。その後、当時世界で普及しつつあったファクシミリやコピー機などのオフィス機器等に品目を広げていき、現在では国内での認知度が90%以上の総合家電量販店に成長している。

## 企業概要

- 社名：Mechta Market LLP
- 住所：14 Amman st., Almatinskyi district, Astana 010000
- URL：<http://mechta.kz>
- 主な支店（直営販売店）：国内に23店舗あり、各店舗は法人格を有する子会社の形をとっている。
  - アスタナ市内に5店舗
  - パプロダール、アクタウ、ジャナオゼン市に各2店舗
  - アルマトイ、カラガンダ、コスタナイ、コクシェタウ、ペトロパブロフスク、セメイ、オラル、ウスチーカメノゴルスク、シムケント、エキバストウス市等に各1店舗
 また上記店舗の他、オンライン販売も行っている。
- 店舗の規模：大型スーパー（3,000m<sup>2</sup>）から小型店舗（1,000～1,500m<sup>2</sup>）まで様々な規模で展開。
- 設立年：1992年 7月
- 従業員数：1,800人
- 社是：商品の品質とサービスの向上を目指し、便利で楽しいショッピングを顧客に提供する。  
スローガンは「全ての商品に高品質を」



## ビジネスの概要 ①

### 主な取り扱い商品

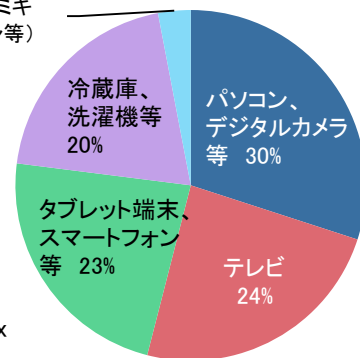
3,000~7,000品目の家電製品を扱っており、全て品質保証とアフターサービス付きの一流ブランド商品である。主な品目は右図のとおり。

### 主な取り扱いブランド

● Samsung ● LG ● Sony ● Philips ● Panasonic ● JVC  
 ● Electrolux ● Braun ● Gorenje ● Hotpoint ● Ariston ● Hansa  
 ● Indesit ● Atlant ● Biryusa ● De luxe, Darin ● Moulinex  
 ● Rowenta ● Tefal ● Hama ● HTC ● Iore ● Tenda ● Thermex  
 PCソフトウェア(ロシアから輸入): ● カスペルスキー ● Dr.Web

### 【主な取り扱い商品の内訳】

■ 小物家電  
 (ジューサー、ミキサー、アイロン等)  
 3%



### 商品の流通

主要倉庫はアスタナとアルマトイにあり、取り扱い商品の多くが韓国や中国製ということから、輸入貨物は主に中国国境に近いアルマトイから入ってくる。国内の輸送手段はトラック(西部地域へのみ鉄道を利用)で、近距離輸送は自社車両で行い、長距離輸送は外部の運送会社に委託している。

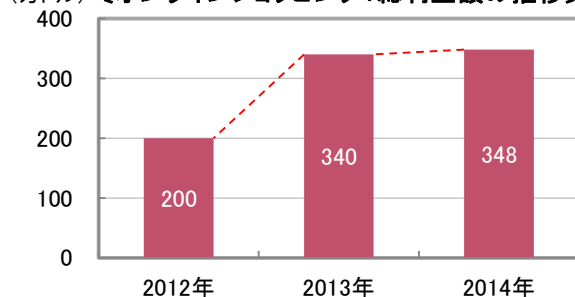
### 売り上げ実績

カザフスタンの家電市場規模は4,000億テングで、そのうちMechtaのシェアは8%を占めており、2013年の総売り上げ額は300億テング。売り上げの38%は卸し売りなどの企業への販売に支えられており、同社にとって重要な顧客となっている。

#### ■ オンラインショッピング

2011年に開始、2012年には登録者数が1万人を超え、その後も順調に売り上げを伸ばしている。需要は年々高まっており、店舗を置いている地域を中心に、さらに拡大していく予定。

### 【オンラインショッピング:総利益額の推移】



### 売り場作りと商品陳列

客の7割前後が、何を購入するかは実際に商品を見て決め、品揃えの豊富さに刺激されて衝動買いすることから、以下をはじめとした販売効果と購買意欲を高めるための売り場作りの工夫している。

- 商品説明、購入アシスタントとして5名以上の売り場係員を配置。
- よく売れる陳列場所は「目の高さ→下→上」の順というセオリーを踏まえ、売りたい(高額)商品、放っておいても売れる(安価)商品等の陳列に気を配っている。
- デジタルカメラの横にケースや充電器等の付属品を置く、洗濯機の上に洗剤を並べるといった、ストーリー性を持たせた商品展示。
- 商品の豊富さを印象付けて人目を引くため、カゴに入れたたくさんのカラフルなラベルのCDを空きスペースに置くことで、空の棚が目立つ連時代の売り場を見て育った客に対し、新鮮な印象を与えている。
- 片付ける暇がないほど商品が飛ぶように売れていると印象付け、購買意欲をさらに刺激するため、意図的に商品を陳列棚に並べず、ダンボールの蓋を開けたまま置いておく。



目線を意識した、小物家電コーナーの陳列棚



LEDテレビを梱包箱のまま陳列



洗濯機の上に洗濯洗剤を置いて展示

## ビジネスの概要 ②

### 売れ筋動向

最新製品の流入により、家電市場の売れ筋商品が大きく変わりつつある。これまで売れ行きよかったデジタルカメラは、撮影機能付きスマートフォンやタブレット端末に代わり、ビデオカメラもハイビジョンが主流に。パソコンもデスクトップからノート型へ、テレビも液晶から有機LEDディスプレイに移り始めている。経営陣は、今後数年間はこれらの多機能、小型、高品質の製品が家電市場をリードするとみている。

テレビや冷蔵庫、洗濯機などはある程度普及したため、大きな伸びは見込めないが利益率が高く、依然としてMechtaの収益を支えている。

最近の人気商品として、鍋、圧力釜、オーブン、熱風グリルなどの多機能を備えたマルチクッカーが、主婦層に爆発的な人気を集めている。売れ筋商品は主にSamsung、LGなどの韓国製品。中国製は安さで人気はあるが、品質が低いため、販売促進の対象ではない。



スマートフォンの広告



マルチクッカーの広告

### カスタマーサービス

#### 商品券

贈答用を中心に広く普及している。Mechta商品券は3,000、5,000、10,000、15,000テンゲの4種あり、有効期限は6か月。商品券で買った商品の返品は、新しい商品券を発行し対応している。

A gift card advertisement for Mechta. It shows four gift cards with different denominations: 3,000, 5,000, 10,000, and 15,000. The cards feature various designs, including strawberries, apples, and watermelons. The text reads: "ПОДАРОЧНЫЕ КАРТЫ" and "Теперь ваши близкие и друзья смогут сами выбрать себе подарок." The Mechta logo and website address are also visible.

#### MMS (Mechta Mobile Service) カード

携帯電話やスマートフォン、タブレット端末などモバイル製品向けのサービス。モバイル製品の購入時に1年間有効のMMSカードが発行され、製品が壊れた際、MMSカードと該当製品を売り場へ持っていくと、同額分の買い物ができるシステム。壊れた携帯電話を新しいもの買い換える場合は、電話帳などのデータ移行サービスやポイント還元サービスもある。



#### 割賦販売とクレジット

Mechtaでは、良い商品を安い価格で提供するため、代金の精算方法に「無利息割賦販売」を導入した。このシステムは、Mechtaが銀行 (Kaspi Bank、Home Credit Bank、Eurasian Bank、Nur Bank、Alfa Bank) と提携し、店舗内でクレジットカードを発行。顧客はそのクレジットカードを利用して買い物をする。商品代金は分割払い等で提携銀行に支払い、その際の利息分をMechtaが負担する仕組みとなっている。

【例】24,000テンゲの商品を購入した場合：

→顧客は銀行に月々2,000テンゲを12回の分割払いをして、利息分はMechtaが銀行に支払う。

これまで銀行のローンやクレジットカードを利用する際、法外な利息や手数料を取られるという認識が強かったため、このシステム導入は極めて強いインパクトを顧客に与えた。Mechtaは余計な手間がかかり、利幅も圧縮されるが、消費者の利便性を考え、商いを地道に続けることが、最終的には販売の拡大と利益に繋がるとしている。

## ビジネスの概要 ③

### 広告・販促活動

#### ■ 広告

テレビ等のメディア媒体を使用したコマーシャル、屋外看板、パンフレット配布、ポスター掲示など。



#### ■ テスト販売

マーケティング調査会社と提携し顧客ニーズに沿った売れ筋商品を把握するため、最新商品のテスト販売を行っている。

#### ■ 販売促進キャンペーン

30万部のミニコミ紙を発行し、割引セール、粗品進呈、最新製品限定販売などのイベントを毎週開催している。インターネットやFacebook、TwitterなどのSNSも積極的に活用し、ネット上のカラオケ大会やオーディオブックの著者当てクイズなどを発信している。

### 人事関連

#### ■ 従業員の待遇

福利厚生として、年金掛け金の雇用主支払いや、年に24日間の有給休暇などがある。

売り場店員の基本給は平均で月4万テンゲと低く、不足分をボーナスで補うことになっているが、売上達成計画の達成実績によるボーナス額に店員たちは不満を持っている。そのため離職するものも多く、出来高給与制によるインセンティブは十分に機能しているとは言えない。

#### ■ 従業員の教育・育成

従業員の多くが高等教育を受けているものの、近代的な小売業に関する専門知識や経験を持つ者は少ない。日々新製品が登場するため、顧客への適切な商品説明とアドバイスが益々重要となっていることから、人材育成に力を注ぎ始めている。

<研修> 採用後から管理職まで、職員の全職制に渡って段階ごとに研修が行われる。

- 中間管理職: 候補者を社内から募り、必要な知識・技能を身に付ける。
- 売場店員: 採用後1ヵ月間売場での実地研修を行う。

<成果>

- 2012年から2年間で小売店舗数を3倍に拡充。
- 遅延のない確実な配送。
- 所得層ごとの特性を踏まえた価格と支払い方法の設定。

「我が社が販売している商品は他社でも扱っており、また、インターネットでも買える現在、消費者は安くてよりサービスの良い店を選ぶ。一番適した商品を選べるようにアドバイスするなど、消費者の立場に立って対応できる人材を育成することが、市場で打ち勝つ鍵となる」と、同社幹部は語る。



## ビジネスの概要 ④

### 社会貢献活動

2014年12月13日の独立記念日に合わせたカラガンダ市の新店舗の開店イベントの際、沢山の子供を抱える母子家庭の母親達にテレビや冷蔵庫などの商品券をプレゼントした。品揃えが豊富で、手軽な割賦販売も行っているなど、Mechtaの評判はカラガンダ市でも知れ渡っており、沢山の市民が詰め掛けた。



カラガンダ新店舗オープンの様子



新店舗の開店イベントでプレゼントを受け取る母親たち

### 編集後記

#### カザフスタンにおける家電市場概況

ドイツの市場調査会社によれば、カザフスタンの家電市場は過去3年間で世界のトップ3に入る急成長を見せ、デジタル製品のシェアは5年前の25%から2014年には48%に拡大している。今後3年間は、農村部を中心とするインターネットの普及などに支えられ、着実な伸びを見せると予測している。

しかし、カザフスタンの小売店と家電供給量は飽和状態であり、同業者間の競争が激しく、突出して高収益を上げている企業は見受けられない。外国企業の新規市場参入も難しいが、ルーブル切り下げによりロシア・メーカーの参入拡大は考えられる。また、ロシアへのショッピング・ツアーが人気で、経営陣は対策に苦慮しているものの、今のところ有効な対策は立てられていない。

#### 【競合他社との比較】

社名	Mechta	Sulpak	Technodom	White Wind LLP
設立年	1992年	1992年	1992年	2000年
店舗数	23	75	75	42
従業員数	1,800人	4,500人	4,000人	700人
総売り場面積	28,000m <sup>2</sup>	105,000m <sup>2</sup>	74,000m <sup>2</sup>	各店舗 50～500 m <sup>2</sup>
インターネット販売開始年	2011年	2009年	2014年	2007年
売り上げ(年)	300億テンゲ	744億テンゲ	7億3,000万ドル	N.A.



# JETRO

【免責事項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるかぎり正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。