



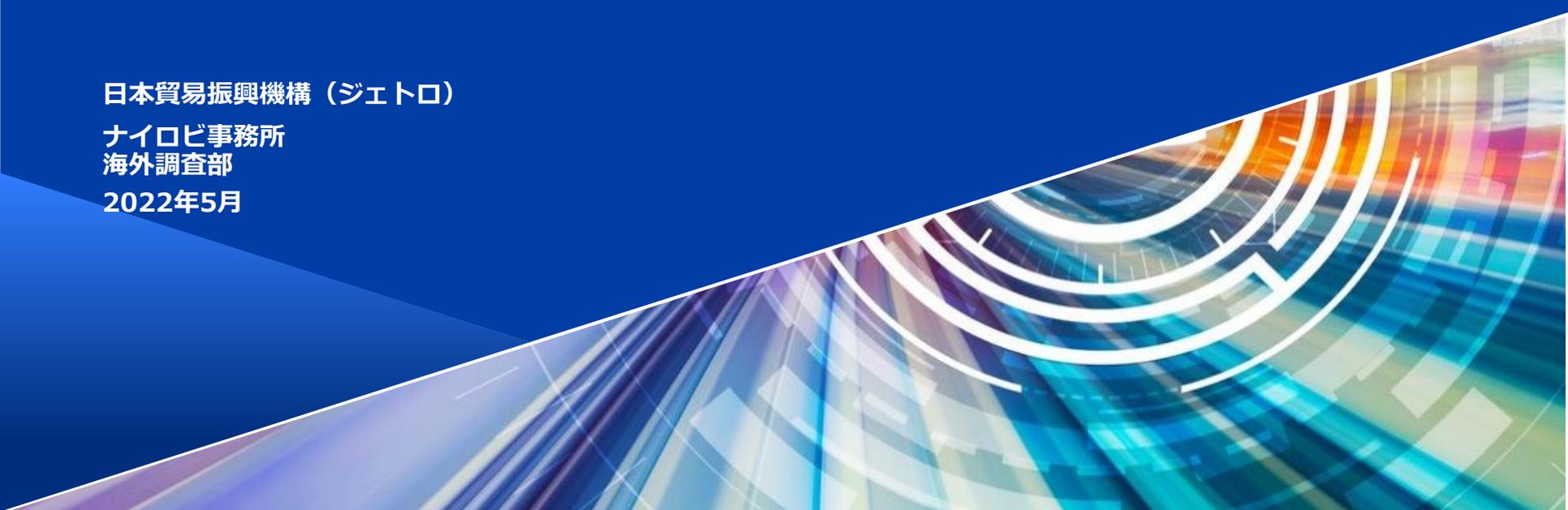
JETRO

③ケニアのEコマース市場

日本貿易振興機構（ジェトロ）

ナイロビ事務所
海外調査部

2022年5月



I. ケニアの主要統計（2019年）	3
II. ケニアのEコマース市場.....	4
III. セグメント別のEコマース支出.....	5
IV. Eコマース市場の成長要因.....	6
V. 主なEコマース企業.....	7
VI. Eコマースの利用状況.....	8
VII. Eコマースでの決済方法.....	9

I . | ケニアの主要統計（2019年）

- 人口の約4割がインターネットを利用している。
- 約5,300万人の人口に対し、2019年にオンラインで消費財を購入した総人数は1,520万人。

ケニアの主要統計

指標	2019年
人口	4,760万人
GDP	992億ドル
インターネット利用者数	2,280万人（普及率43%、前年比3.2%増）
オンライン消費財購入の総人数	1,520万人
オンライン消費財購入市場の規模	6億4,000万ドル
オンラインの消費財購入客 1人当たりの平均年間収益	42ドル
1人当たりGDPに占めるオンライン消費財 ARPU（1人当たり売上額）	2.5%

II. ケニアのEコマース市場

- ケニアはアフリカのEコマース市場でシェアは6%、第3位。
- 新型コロナウイルスの感染拡大により、必要性和安全性の観点からオンラインショッピングの利用が増えた。

市場規模、年間成長率

- ケニアはアフリカ3位のEコマース市場で、市場シェアは6%を占める。2020年の収益は10億ドルと推計される。年間成長率は16.4%と予測され、2025年までに市場規模は23億ドルに達すると予測されている。
- オンライン買い物客の総数は1,560万人で、2025年には3,210万人に達すると予測されている。
- 2019年末時点で約60のマーケットプレイス※1があり、アフリカで8位である。

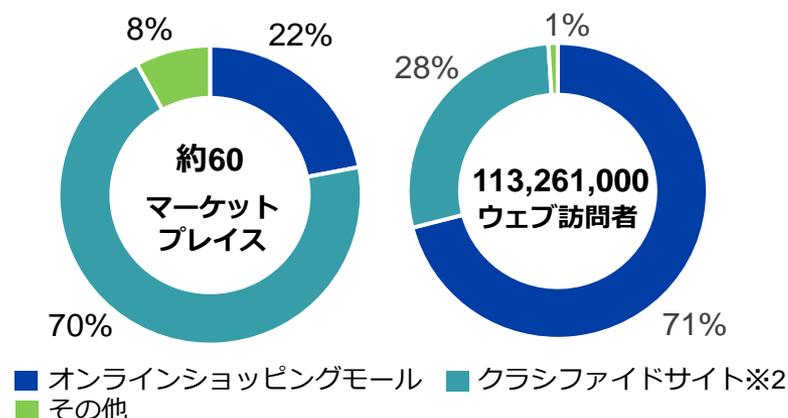
人気商品

- 最も人気がある商品は、衣料品、靴、家電製品、パーソナルケア。
- 新型コロナウイルスの感染拡大は、必要性和安全性からEコマースのプラットフォームを利用することで、オンラインショッピングを後押しすることとなった。

※1 マーケットプレイス：インターネット上で商品を売買する取引市場。
 ※2 クラシファイドサイト：短い広告文を掲載したウェブサイトサービス。

(出所) International Trade Centre, 2020; Statista, 2020; Kazeem, 2020

ケニアの マーケットプレイス数とウェブ訪問者数（2019年）



ケニアのマーケットプレイスのウェブ訪問者総数 (2017~2019年)

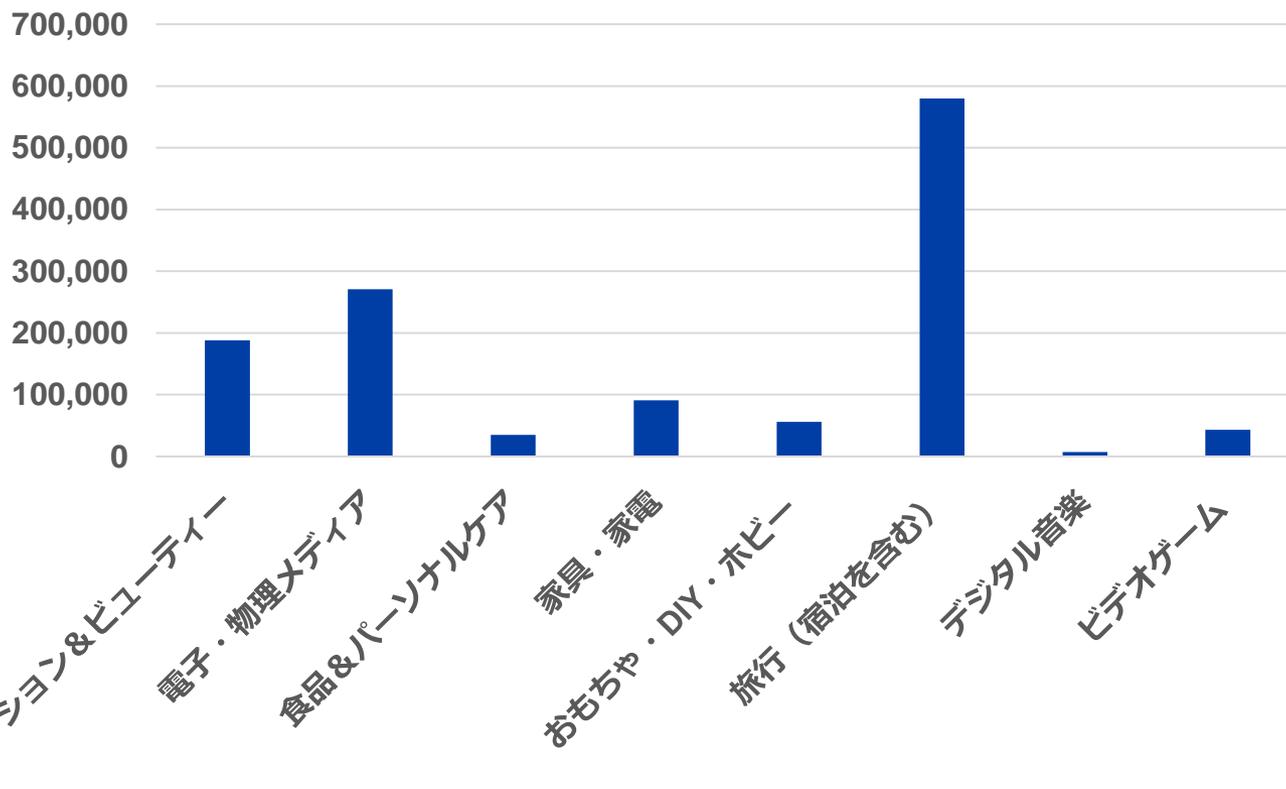


Ⅲ. | セグメント別のEコマース支出

- 支出額は「旅行」分野が最大で、「電子・物理メディア」「ファッション・ビューティー」が続く。
- 前年比成長率は、「食品・パーソナルケア」が最も高い。

セグメント別のEコマース支出

単位：百万ドル



前年比成長率

ファッション&ビューティー

87%

電子・物理メディア

60%

食品&パーソナルケア

88%

家具・家電

61%

おもちゃ・DIY・ホビー

55%

旅行 (宿泊を含む)

13%

デジタル音楽

14%

ビデオゲーム

25%

IV. | Eコマース市場の成長要因

- インターネットに精通した若年層の人口が成長の原動力となっている。

若年人口の増加

- ケニアの人口の年齢中央値は20.1歳で、2025年には20.5歳になると予測されている。
- 15～24歳は、2065年までに1,800万人に達すると予測されている。

インターネットの普及率

- ケニアのインターネット環境は、他のアフリカ諸国と比較しても普及が進んでおり、インターネット利用者は2,280万人、普及率は43%である。

スマートフォンの利用状況

- ケニアのスマートフォン利用率は、アフリカ諸国の中で比較的高い。
- 16～64歳のインターネット利用者の88%がスマートフォン端末を所有しており、モバイルインターネット利用者の96%（2,220万人）がスマートフォンを使ってインターネットにアクセスしている。

決済

- ケニアではデビットカードやクレジットカードの普及率が低く、モバイルマネープラットフォームを通じて決済の課題を改善している。
- Eコマースの決済方法として最も人気があるのはM-Pesaで、その他にAirtel Money、T-Kash、Equitelなどのモバイルマネープラットフォームもある。
- 一方で、ケニアではEコマースの支払い手段として現金もいまだに好まれている。

V. | 主なEコマース企業

- ケニアの主なEコマース企業として以下4社の概要を紹介。
- マーケットプレイス「Jumia」へのアクセスが最も多い。「Jiji」「Kilimall」が続く。

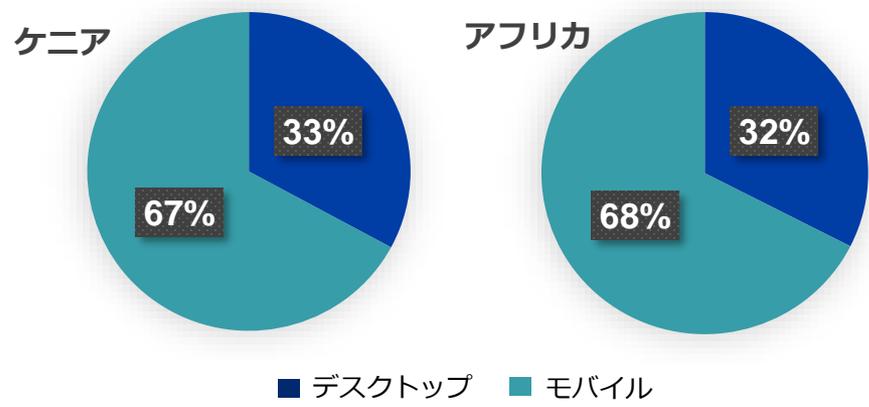
会社名	所在地	主な事業内容	ウェブサイト
Cheki Kenya (autochek)	14 Riverside Drive	<ul style="list-style-type: none"> オンラインマーケットプレイス。幅広い車種の販売を行っている。 	https://www.cheki.co.ke/
Jiji Kenya	Westlands Ave, Groganville Estate	<ul style="list-style-type: none"> オンラインマーケティングプラットフォーム。以前はOLXケニアとして知られ、「Jiji」がアフリカのOLX事業を買収したのを機にリブランドした。 顧客が製品を購入または販売することができるオンラインショッピングプラットフォームを提供している。幅広い商品（電子機器、自動車、家具など）を取り扱う。 	https://jiji.co.ke/
Jumia Kenya	4th Floor, Kaka House, Maua Close off Parklands Road	<ul style="list-style-type: none"> Eコマースプラットフォーム。配送サービス付きで幅広い商品を取り揃えたオンラインマーケットプレイスを提供。 電子機器、家電製品、衣類、家庭用品、ジュエリーなどを取り扱う。 子会社の「Jumia Foods」を通じたフードデリバリーサービスも提供。 	https://www.jumia.co.ke/
Kilimall International	Derby Court, House #4, Opposite Total Station, Near Rocky Driving School, Ngong Road	<ul style="list-style-type: none"> オンライン小売企業。電話、パソコン、衣料品、靴、家電製品、書籍、ヘルスケア、ベビー用品、パーソナルケア用品などを提供している。 	https://www.kilimall.co.ke/

ウェブ訪問者数

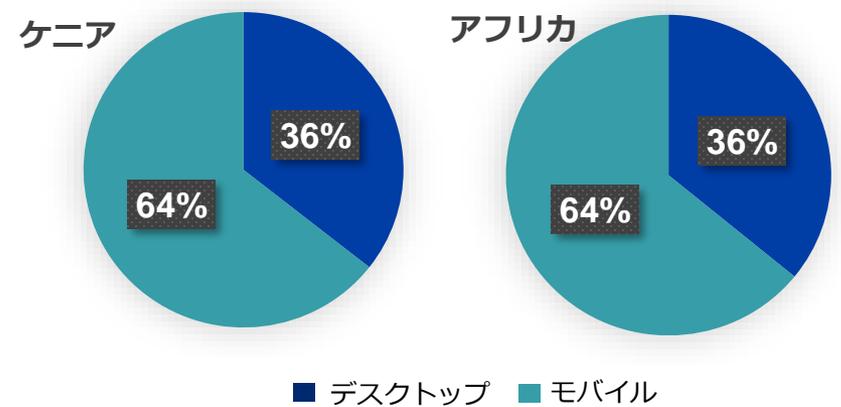
- Jumiaは2019年のウェブ訪問者数が6,368万2,000人で、ケニアのトップ。
- Jijiはウェブ訪問者数が1,028万8,000人で2位、Kilimallは1,025万5,000人で3位となっている。

VI. | Eコマースの利用状況

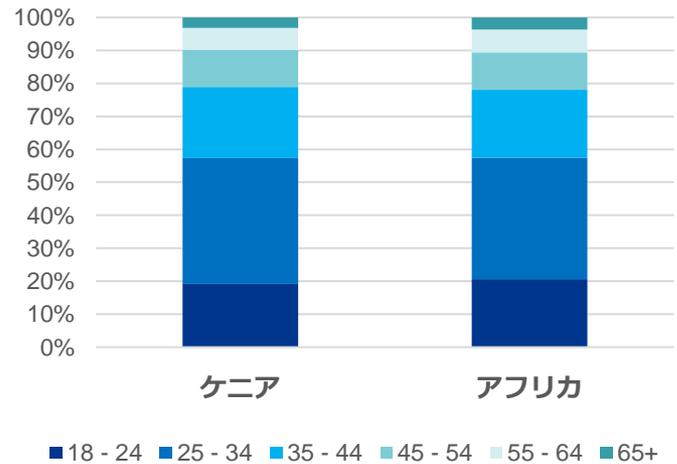
デバイス別マーケットプレイス訪問者数 (2019年)



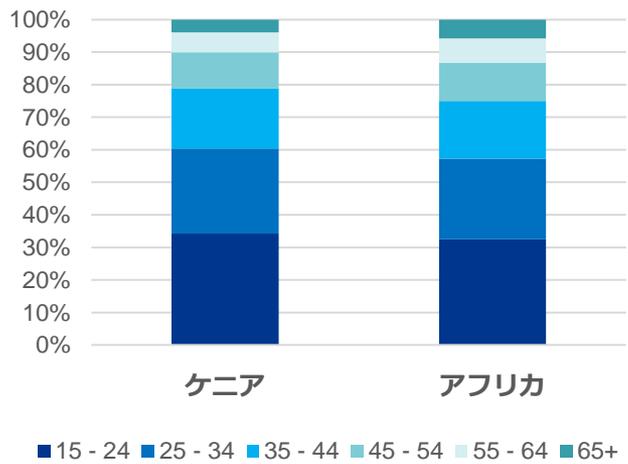
インターネットアクセスのデスクトップとモバイルデバイスの比率



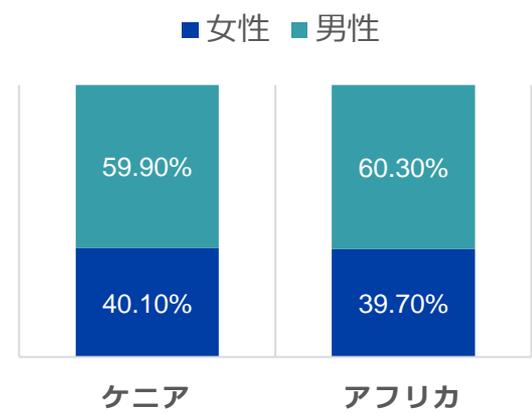
マーケットプレイスの年齢別ウェブ訪問者数 (2019年)



年齢別総人口 (2018年)



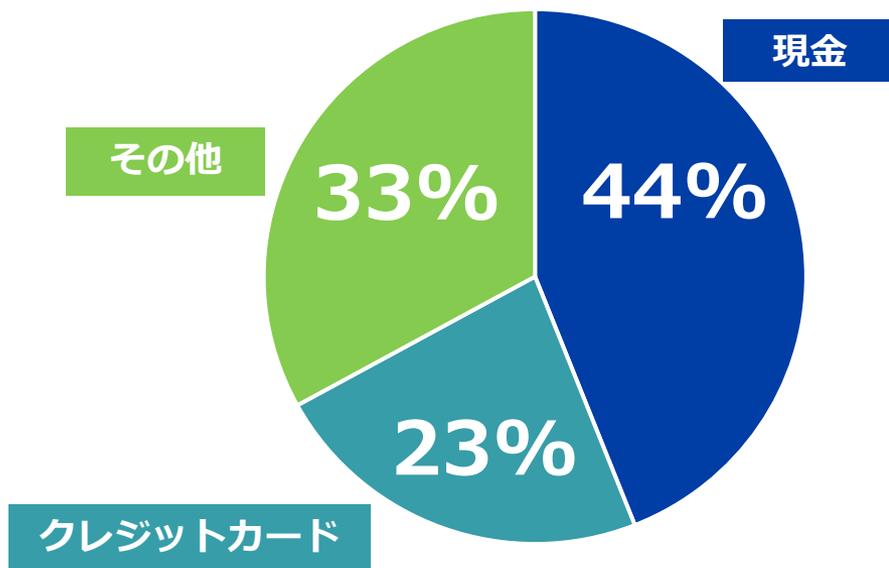
マーケットプレイスのウェブ訪問者 男女別比率 (2019年)



Ⅶ. | Eコマースでの決済方法

- モバイルマネー口座保有率が73%と高いが、Eコマースの決済方法としては「現金」が最も利用されている。
- ケニアの人口の約3割が、オンラインでの購入や支払いを行っている。

Eコマースでの決済方法内訳（2020年）



ケニアの金融関連データ

指標	比率
クレジットカード保有率（2020年）	5.7% 女性：3.5% 男性：8.1%
金融機関口座の保有率（2021年）	44%
モバイルマネー口座の保有率（2021年）	81%
オンラインでの購入や支払いを行う比率（2020年）	26% 女性：20% 男性：33%

レポートをご覧いただいた後、 アンケートにご協力ください。

(所要時間：約1分)

<https://www.jetro.go.jp/form5/pub/ora2/20220006>



レポートに関するお問い合わせ先

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外調査部中東アフリカ課



03-3582-5180



ORH@jetro.go.jp



〒107-6006
東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル6階

■ 免責条項

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下さい。ジェトロでは、できるだけ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、ジェトロは一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

禁無断転載