

「サブサハラ・アフリカ主要国の消費市場」～要旨～

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外調査部 中東アフリカ課

1. 伸びる消費市場

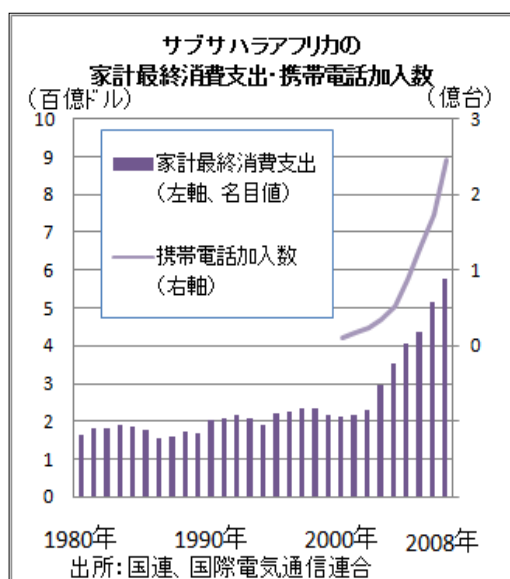
- ・2000年代に入り、サブサハラアフリカ（以下、アフリカ）が急激な経済成長を示す。
⇒これまで世界経済の成長に取り残されてきたアフリカが、プラス成長を継続。
（2009年、世界の大部分の地域はマイナス成長に陥ったが、アフリカはプラス成長。）
⇒成長を支えるのは、アフリカ内需の急拡大。（下図：家計最終消費支出の推移を参照。）

2. なぜ伸びているのか？

- ・購買層は、台頭する中間層。（定義は困難。世銀定義：年収4,000～17,000ドル、PPPベース）
⇒主に石油・ガス、金融、IT、製造業部門などに従事し安定した収入を得る。
⇒価格重視一辺倒ではなく、ブランド志向が強い。
（例）南アフリカ共和国で出現する黒人中間層「ブラック・ダイヤモンド」は好んで高級車を購入・使用する傾向が強い。
- ・一方で、低所得層にも手が届く価格帯の商品が出回り、購買層が広がっている。
⇒これまで低所得層に目を向けてこなかった企業が、彼らをターゲットにした商品を開発。
（例）携帯電話を媒体とした送金サービス、小分けパックした調味料、低価格の医療保険
（下図：携帯電話加入数の推移を参照。）

3. 将来性と課題

- ・アフリカ人口は若年層を中心に増加。今後、労働生産人口の割合の更なる高まりが期待できる。
- ・アフリカ消費市場には、既に欧米・中韓印企業が積極的に活動を展開している。
これから新たに進出しようとする日本企業は、これら先行企業との厳しい競争を強いられる。



写真：ケニアのスーパーマーケットに
並ぶ豊富な商品

<免責事項>

ジェトロは、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、一切の責任を負いません。これは、たとえ、ジェトロがかかる損害の可能性を知らされていても同様とします。