

ダイヤモンドは輝くか?

間近で見た黒人市場の実像

海外調査部主任調査研究員 大木 博巳

拡大する中間層

南アフリカ共和国（以下、南ア）は、人口が5,050万人（2010年）、GDPは3,640億ドル。人口でアフリカ第3位、GDPで第1位である。1人当たり可処分所得は約4,000ドル（約3万ランド）に達する。南アは平均で見れば「中間層」の国といえよう。

南ア経済は二分法で論じられてきた。豊かな白人層の生活水準は先進国富裕層のそれに匹敵する一方で、人口の8割を占める黒人層の大部分は途上国の低所得層の水準という二極化が進んでいる。所得分配の不平等性を示すジニ係数は63（08年）と世界で最も格差が大きい。09年の家計所得を十等分した最下位10%の層の収入が327ドルに対し、最上位の10%は5万9,089ドルという具合だ。

ところが、ケープタウンを本拠とするコンサルタント会社E20が実施した都市部における生活水準の意識調査では意外な結果が出ている。4割が自分は中間層に属していると回答。しかも、人口の8割を占める黒人層でも、36%が中間層、9%が上位中間層、3%が富裕層と回答している（表1）。この調査では、自分が中間層であるかどうかは、主

表1 南アにおける都市部の生活水準意識調査結果 (単位: %)

質問	あなたは自分をどのクラスにいますか?		
	全体	白人	黒人
低所得層	39	17	46
中間層	40	45	36
上位中間層	12	23	9
富裕層	4	10	3
分からない	5	5	6

出所: E20「Middle Class Muddle」

観的な判断に任せている。前記ジニ係数にみる所得分配の実態と生活意識に乖離が見られるのだ。

南アの所得別階層について、E20は次のような分析をしている。1日の所得が1人当たり20ランド（購買力平価1ドル=5ランドとして4ドル）を下回る人を低所得層（いわゆるBOP層）として、その数は10年で950万人（16歳以上、以下同様）。うち5ランド以下は90万人、10~20ランドが560万人と推計。BOP層は、

05年には人口の41%を占めていたが、10年には29%へと減少している（表2）。南ア経済が03~07年に5%成長を続けたことが、BOP層減少の主因だろう。

E20は、1日の所得が20ランド以上140ランド未満の層を中間層と定義するが、この層は1,730万人（10年）、90%が非白人だ。140ランド以上の富裕層（上位中間層）は、630万人である。E20のいう中間層人口が占める割合は、05年の45%から10年には52%に拡大。とりわけ20~80ランドの所得層の拡大が目立つ（表2）。

20ランド以上の層の人口は、10年には2,360万人へと、03年の1,610万人から急増している。うち、20~80ランドの層では、黒人（1,220万人）が白人（160万人）を圧倒する。富裕層は、白人が290万人、黒人が270万人。

表2 南アの所得別人口構成比（16歳以上）

(単位: %)

1日当たり所得	富裕層	中間層		BOP層		
	140ランド以上	80ランド以上 140ランド未満	20ランド以上 80ランド未満	10ランド以上 20ランド未満	5ランド以上 10ランド未満	5ランド未満
2005年	9	11	34	21	15	5
2007年	10	11	37	20	12	4
2008年	12	14	38	18	10	3
2010年	12	12	40	17	9	3

出所: E20「Middle Class Muddle」

03年～10年に富裕層に仲間入りした人種別伸び率を見ると、黒人の21%に対して白人は2.9%と黒人層の勢いが目立つ。

E20の中間層の定義(20ランド以上140ランド未満)には、富裕層に近い層やBOPに近い層がかなり含まれる。世界銀行は、中間層のうち25%は富裕層(上位中間層)とみる一方で、アフリカ開発銀行ではその割合を5%程度とみる。所得別による中間層の区分には、研究機関によって幅があるのが現状だ。

生活水準にみる中間層

南アの中間層市場をみるもう一つの視点に、企業のマーケティング・セグメントで使われるLSM(Living Standards Measure)という生活水準を区分けした指標がある。この指標は、携帯電話や自動車、洗濯機、冷蔵庫、乾燥機、掃除機などの所有状況、自宅にDVDが観られるか、お湯が出るかなどの住居環境など29項目にわたる生活水準(財の所有とサービスへのアクセス)に関するアンケート結果に基づき、対象者の生活水準を10に区分けしたものである。毎年、南アの研究機関SAARF(South African Advertising Research Foundation)が発表している。

LSM1は、農村部に住み、電話・テレビがなく、家もない一番貧しい家庭。LSM10は日本の一般家庭以上の豊かな生活を楽しんでいる家庭である。LSM2は都市に移り住んでバラックに住んでいるような人々、LSM3は携帯電話の他に家財道具を持っている家庭、LSM4は政府の住宅補助金政策により住宅

を支給されてバラック生活から解放された家庭である。この住宅は、政府アフリカ民族会議が1994年に選挙公約として発表した「復興開発計画(RDP)」にちなんでRDP住宅と呼ばれている。2000年から10年までの南アの住宅建設戸数300万戸のうち、225万戸がRDP住宅だ。政府から住宅が支給されるかどうかは、黒人層の生活水準向上に大きく影響する。

LSM5やLSM6はオーディオやテレビなどの家電製品を所有できる家庭、LSM7になると銀行ローンを組める家庭、LSM8、9はコンピューターや自動車を所有している。

E20の推定では、LSM1～2(16歳以上、以下同様)は全体の9.1%、LSM3～5は38.4%、LSM6～7が29.4%、LSM8～10が23.1%である。従来、南アの消費市場といえば、LSM8～10を指していた。大手スーパーマーケットをはじめとして企業がマーケティングの対象とした市場はLSM8～10だった。ところが、2000年代に入り、スーパーマーケットのマーケティング戦略に大きな変化が出てきた。LSM4～7を顧客とする戦略への転換だ。大手スーパーマーケットのPick n Payは、伝統的に黒人地域とされてきた地域により多くの資源を投入。LSM4～7市場における活動を拡大する戦略を打ち出している。LSM4の家庭の月収入(中央値)は1,940ランド、LSM7では1万619ランド、1日当たりでは64ランドから353ランド、1世帯が4人家族とすれば、1人当たり15ランドから90ランドとなる。先に述べたE20の

中間層は、LSM4～7の層であり、人口的には南ア市場の多数を占めるボリュームゾーンといえよう。

ボリュームゾーン市場の特徴

E20によれば、南アにおける中間層の消費支出規模は、2,823億ランド。全体の35%を占める。これは、富裕層(280ランド以上)の消費支出額2,930億ドルにほぼ匹敵する。前述したように中間層の幅は広い。その中にはBOPに近い層から富裕層に近い層も含まれる。

中間層とはいかなる層か。その特徴を列挙すれば、①非白人が全体の90%を占める、②若年層が多い、③必需品に対する大量の需要がある、などである。銀行口座を持つ中間層は、中間層全体の56%(10年)にすぎず、クレジットカードは持てる人もいれば、持てない人もいる。

表3は、中間層の消費をBOPに近い層と富裕層に近い層、およびBOP層の主な消費支出項目と構成比をみたものである。これらのデータから南アのボリュームゾーン市場の特徴は三つのグループに分けることができる。

第1に富裕層に近い層の消費支出構造である。住居(家賃、光熱費など)、食料品、交通費、保険・金融、家具と続いている。食料品の占める割合は13%と先進国並みに低い。支出に占める必需品の割合も低い。富裕層に近い層の生活は、車を保有して通勤や買い物に利用している。交通費のシェアが高いのは、ローンやガソリン代などがかさんでいるためと思われる。ただ車といっても新車ではなく、中古車で我慢している状況だ。

中間層の上位になると銀行から住宅や車のローンを借り入れることができる。例えば、銀行から住宅ローンを借りるには、月収が5,000ランド（ネッド銀行）程度は必要となる。住宅ローンの期間は20年間、15万ランド程度の住宅で3ベッドルームの広い家が購入できる。自動車ローンは、月収4,500ランド（スタンダード銀行）程度で借りることができる。クレジットカードは、月収2,000ランド以上（ABSA銀行クラシッククレジットカード）あれば所有できる。薄型テレビ、電子レンジ、オーブンはクレジットカードで分割払いにより購入している。週末には、家族で映画を見に行き、帰りにはマクドナルドやKFCで食事をするのが平均的なライフスタイルである。

第2に、低所得層に近い層の消費支出。食料品、住居、衣服、家具、教育の順である。食料支出が全体の28%と高く、また住居費の負担も重く、生活に余裕は感じられない。交通手段として、自家用車を所有することは難しく、主に公共交通機関を利用している。家族の健康よりは教育にお金が必要となっている。カード類は、小売業が発行するストアカードを所有している。国内最大の小売業エドガーズ（Edgars）のストアカードの場合、月収が750ランドあれば入手できる。エドガーズは国内に900以上の小売店舗を構え、「Jet」「ABC」「Sales House」などの衣料・雑貨ブランドを展開している。

最後に、BOP層。食料品、衣服、交通、家具、光熱費で支出の7割近くを占める。いずれも生活必需品

表3 南アの中間層（最上位、最下位）、BOP層の消費支出・構成比

中間層		BOP層
最上位	最下位	
住居(26%)	食料品(28%)	食料品(35%)
食料品(13%)	住居(18%)	衣服(9%)
交通(9%)	衣服(8%)	交通(9%)
保険・金融(7%)	家具(8%)	家具(9%)
家具(6%)	教育(6%)	光熱費(6%)
健康(6%)	交通(5%)	社会保証(5%)
移転所得(6%)	移転所得(4%)	通信(3%)
衣服(5%)	社会保証(4%)	保険・金融(3%)
娯楽(5%)	保険・金融(3%)	所得移転(3%)
教育(5%)	通信(3%)	水など住居関連経費(3%)

出所：E20(調査時点は05/06年)

である。食品は、野菜、パン、鶏肉、小麦粉、砂糖、食用油が主要品目で、チョコレートなどのお菓子はめったに買わない。必需品の中で大きな買い物は家具であろう。ヨハネスブルク南西にある旧黒人居住区ソウエト（SOWETO）のショッピングモールには、例外なく家具専門店が店舗を構え、月賦販売を行っている。

主な家具専門店は、「Morkels」「House and Home」「Russelles」「Lewis」などだ。BOP層の唯一のぜいたくが高級オーディオ機器である。ソニーの高級オーディオ「ムゴンゴ（MGONGO）」は、安くても7,000ランドの高額商品だが、黒人市場では売れ筋商品だ。

ブラックダイヤモンドとは

ケープタウン大学ユニリーバ研究所は、月収6,000ランド以上を稼ぐ黒人を「ブラックダイヤモンド」と命名するとともに、この層は黒人消費者2,430万人（08年）のうち12%の300万人に上ると推計した。ブラックダイヤモンドは、①高等教育を受けている、②流行を作

り出す影響力がある、③物欲が強く、ブランド志向、④アフリカ文化を好む、などの特徴を持ち、黒人消費市場の牽引役となっている。

南アの調査会社TNSリサーチサーベイは、ブラックダイヤモンドに関し、

次のようなデータ（06年）を挙げている注。

- ・58%は旧黒人居住区（タウンシップ）の家に住む
- ・70%は5人以上の世帯
- ・86%はラボラ（Labola：結婚時に新郎が新婦の家族にお金または家畜を渡す慣習）を信じる
- ・75%は先祖に感謝するために動物を殺すことを信じる
- ・84%のブラックダイヤモンドの子どもは英語を流ちょうに話す
- ・72%は子どもの服装、話し方、教育は富を表すものであると信じる
- ・46%は正式なクレジットにアクセスがある
- ・50%は借金に困っている
- ・87%は医療扶助の必要性を感じ、26%は既に保持している

ブラックダイヤモンドは、自身が富裕層にも貧困層にも含まれないと感じているという。年齢、職業、教育、居住地区が異なる人々が混在しているため、一つのマーケティングアプローチで全体をカバーすることが難しい。

タウンシップ (旧黒人居住区) でみる消費

以上のように南アのボリュームゾーン市場は黒人層である。黒人層の消費の実態を見るには、タウンシップに行かねばならない。タウンシップとは、アパートメント時代に強制移住させられたかつての旧黒人居住区。今でも黒人の生活の場となっている。そこでは、ブラックダイヤモンドをはじめ中間層の上位と下位、BOP層などありとあらゆる所得層の黒人世帯が混在している。ブラックダイヤモンドも、都市郊外の住宅地に移り住む一方で、タウンシップにとどまる数も多い。

南アの消費の41% (ユーロモニター調べ) は農村部とタウンシップの住人によるものであるにもかかわらず、タウンシップの住人は、消費生活に関しては不便を余儀なくさせられていた。買い物をするには、タウンシップから遠く離れた町の中心にあるスーパーマーケットまでタクシーで乗り付けなければならず、大きな荷物を抱えて家に戻るのは大仕事であった。その状況を変えたのが、タウンシップ内におけるショッピングセンターの建設である。南アのタウンシップには、11年で160のショッピングセンター (床面積で平均2万平方メートル) が営業している。これらショッピングセンターの建設は、タウンシップに住む人たちの生活習慣を変えたといわれている。

黒人家庭を訪問して

南アの代表的なタウンシップは、ヨハネスブルクのソウェト

(SOWETO) である。東京の山手線管内ほどの広さに、100万~150万人の黒人が住んでいるとされるが、実際は300万~350万人とも400~500万人ともいわれている。農村部からの出稼ぎ労働者の流入や近隣諸国からの不法移民の流入により正確な数は把握できない。

ソウェトには、ヨハネスブルクのビジネス街、サントンシティーの欧米系多国籍企業に就職し、毎日通勤する人が暮らす一方で、不法占拠した土地にバラックを建てその日暮らしをする人もいる。

11年9月、筆者はソウェトの2軒の黒人家庭を訪問する機会を得た。1軒は比較的裕福な世帯 (中間層)。自宅を所有し商売 (居酒屋) をしている。もう1軒は、不法居住者が多数流入してスラム化している地域にあるBOP層の家庭である。

前者の中間層の家庭は、4ベッドルーム (当初は2ベッドルーム)、リビング、ダイニング・キッチン、それにガレージがある家だった。リビングには、パソコン、応接セット、家具がそろい、台所もシステムキッチンが備え付けられていた。またガレージを利用して、そこで居酒屋を開業していた。世帯主 (女性) はストックフェル (頼母子講) の元締めをしており、地域の住民の取りまとめ役だった。ストックフェルとは、数十人からなる自助グループで、メンバーは定期的にお金を拠出して資金を貯めてグループのメンバーに貸し出す仕組みである。全国ストックフェル協会によると、南ア全体で約80万人のストックフェルが825万人の会員を抱えている。資金規模



ソウェト (オーランド地区) の中間層が住む住宅 (右) は月4億ランドに上る。ストックフェルと提携して分割払いで物品を販売する企業もある。

もう一つの家庭は、最下層の人たちが住むといわれているクリップタウン (石の町という意味) に住む家族である。家は、2ベッドルームとキッチン、家具はタンスとベッド、まき・石炭ストーブに中古テレビがある程度という簡素な住まいである。電気はプリペイドで支払うため、お金がなければ盗電 (見つかると罰金3,000ランド)、あるいは中古のバッテリー (50~100ランド) を購入して近くのバッテリーセンターでチャージする。トイレは共同 (用心のため各自が鍵を持っている) で市が管理し、水も無料で提供されている。この家庭では老母が娘と3人の孫と暮らしている。収入は、老母の年金 (月1,000ランド程度) と3人の孫の子ども手当 (月250ランド)、それに娘と孫たちのアルバイト代 (床掃除、工事現場、チラシ配りなど) である。娘は学歴がないので安定した職に就くことができないという。年金支給額は地方より都市部の方が大きいため、地方から都市に移り住む人が多い。この老母も娘の一人がエイズで死亡したことで孫たちの世話をするため、田舎にある家を売り払ってソウェトに移り住んだ。



ソウエトのスラム地域(クリップタウン)

ソウエトの事情に詳しい人の話では、借家の家賃は月300～500ランド(水、電気、ごみ収集代金込み)。スラム街でよく見かけるブリキの家を建てる費用(部材代)が2,500ランド、土地の賃貸料が月300ランドは必要となる。

増える非黒人経営の商店

ソウエトを見て歩くと、商業的な活気は感じられず、静かな住宅街が一带に延々と広がっている。タウンシップでの生活は、「スパザショップ」(「スパザ」はズールー語で「隠れた」という意味)と呼ばれる零細小売店が支えてきた。スパザショップでは、牛乳、パン、パラフィン(灯油)、石炭、たばこ、卵、小分けされた日用雑貨品を買うことができる。スパザショップや露天商は、全国約75万軒(04年)、300億ランド(同)の年間売り上げ規模に達している。在南ア日本企業がソウエトにあるスパザショップを一軒一軒回って調べたところ、スパザショップの経営者の80%がパキスタン人だったと話していた。彼らは、黒人居住者から住居の一部を間借り(家賃は1,000ランド)して、ビジネスを行っている。ソウエトにおける商業活動は、インド人や中国人が食料品店などを構えて行われてきたが、最近では近隣諸国から流入してきた外

国人が参入しているようである。

前述のソウエトの事情通によれば、パキスタン人と称しているソマリア人が多いという。南アではソマリア人はしばしば、いじめの対象となり、襲われることもあるという。パキスタン人やバングラデシュ人、中国人が経営する商店は、武装強盗の対象になっても、いじめにはあっていない。他のアフリカ諸国でもソマリア人の商店はあちこちで襲われている。襲われていない商店は、ナイジェリア人が経営する店である。ナイジェリア人が「強いアフリカ人」というイメージを持たれているのに対して、ソマリア人は「弱いアフリカ人」を代表しているというのが事情通の見方である。従って、ソマリア人やエチオピア人は、見た目がさほど変わらないパキスタン人やインド人と見せかけて自営しているという説である。

また最近、スパザショップの経営で不思議な点は、地元の黒人の経営者が少なくなったことだという。アパートヘイト下では黒人居住区での商業活動は禁止されていたが、1980年代になって、政府は1人2軒までのスパザショップなどの経営を黒人に許した。ところが、昨今では外国人がスパザショップの経営に参入し始めている。タウンシップの黒人は、スパザショップを自分で経営するよりも、人に貸して得られる賃貸収入を選択しているようだ。

アメリカンスタイルで参入する大手小売企業

ソウエトの消費市場に南アの大手小売企業が、本格的に参入し始めたのは2000年代前半。2004年頃

にPick n Payなどのスーパーマーケットの幹部が、盛んにソウエトを訪問し始め、05年以降、大規模なショッピングモールが開業した。現在、94年に開業したドブソンビルショッピングセンターを加え、6つのショッピングモールが営業している。

このうち最大規模のマポニャモール(07年開業)には、百貨店ウォールワースと大型スーパーマーケットPick n Payをはさんで170の店舗が立ち並んでいる。その姿は米国のショッピングモールそのものである。月曜日の昼間という時間帯だったが、モール内はかなりの人でにぎわっていた。その99%は黒人の中間層である。建物が似ているだけでなく、スーパーでの買い物の仕方も、大型ショッピングカートに大量の食品を詰め込む(バルク買い)、自家用車に詰め込むというスタイル自体はアメリカンスタイルそのものである。米国の南カリフォルニアにいるような錯覚を覚えたほどだ。

同じソウエトのジャブラニモール(06年開業)では、状況が違った。日が暮れて夕食の準備の買い物客でにぎわうBOP層向けスーパー、ケンプリッジでは焼きたてのパンを求めて人々が列をなしていた。店内は狭く、また暗かった。買い物客は両手で持てる程度の単品買いの客が多



黒人中間層の買い物スポット、ソウエトのマポニャモール



低所得層向けのジャブラニモール、隣の敷地にケンブリッジが営業する

く、パン、食用油、鶏肉などの必需品が売れ筋である。価格も特別に安くはない。BOP層は、野菜や果実は市場、タバコやアルコールは専門店、その他はチェーンストアで買い物をするのが一般的である。

南アでは、富裕層からBOP層まで、買い物は月1回のバルク買いが普通である。しかも、低所得層になるほどその傾向が強い。BOP層は給料が入ると1カ月分の食料を買い込むようだ。月に1回で買物が済めば、交通費を節約できるからだ。各種の支払いに追われても、まず食料だけは確保しておこうとする行動かもしれない。富裕層は月2回～毎週、買い物に行く習慣があるようである。

課題は教育格差の是正

米ニューズウィーク誌(09年11月11日号)は、新興国の経済運営を次のように表現した。「新興市場と呼ばれる国々を観察していると、次のようなパターンの政治の動きにしばしば遭遇する。大統領選挙で左寄りの候補が出馬して、人気取りのために富の再分配と手厚い社会保障を国民に公約する。投資家は大きな不安に陥るが、そんな大統領候補もひとたびトップの座に納まると、公約よりも慎重でまともな経済運

営を行う——」。01年に就任したルーラ大統領時代のブラジルしかり、09年に就任したズマ大統領の南アも、当初はこの台本通りだった。ブ

ラジルも南アも資源価格の高騰という追い風を受けた。南アは03～07年にかけて年5%近い経済成長を記録した。ニューズウィーク誌によれば、この間の経済成長の背景には、黒人中間層の出現をきっかけに「借金してでも消費する」という風潮が一時的に広まったことがあった。

前出のケープタウン大学ユニリーバ研究所によれば、リーマンショック後の成長鈍化にもかかわらず、ブラックダイヤモンドの数は減少しておらず、10年には300万人を超えたという。この層は景気変動にも耐性があり、安定してきているという見方だ。ブラックダイヤモンド層の消費もマスブランド商品から国際的なプレミアム製品へと高級品にシフトしてきている。高級車、化粧品、衣料品など彼らのステータスにふさわしい製品を選んでいる。また、アルコール飲料の消費も高級ビールやワインの消費が伸びている。

しかし、リーマンショックを境に南アの成長は確実に鈍化し、失業問題が重くのしかかる。失業率はおよそ25%に達し、国から生活保護などを受けている国民の数は、就業者の数を上回る。2,000万人の労働人口のうち、正規雇用が980万人、非正規が230万人、失業者が660万人、うち420万人が30

表4 南アの所得別買い物頻度

(単位：%)

	1日あたり収入(単位:ランド)				
	280以上	140以上 280未満	80以上 140未満	20以上 80未満	20以下
月に1回(バルク買い)	63	65	64	71	79
月に2回	17	17	19	18	15
週に1回	14	14	13	9	4
ほとんど毎日	5	4	4	2	2
その他	1	0	0	0	0

出所：E20(調査時点は05/06年)

歳以下の若い世代である。こうした深刻な雇用問題を抱えて、新たに中間層の仲間入りができる人々がいるのだろうかという疑問が起る。

BOP層や中間層でも下位にいる人々はどうか。BOP層の収入は、年金と家族手当、それに賃金を収入源としているが、BOP層世帯の67%は政府の支援に頼っており、生活基盤は脆弱である。仕事をして賃金を得ている世帯は半数にすぎない。景気が良くなれば、仕事に就く機会は拡大するが、南アの失業問題の根底には教育の問題が横たわる。より高い収入を得るには、技能などの専門性が要求される。しかし、BOP層では進学率が低いことに加えて、タウンシップの教師の質が低下していると指摘されている。

政府は、黒人が多く通う学校への助成金を増やし、アフーマティブ・アクション(黒人の入学優遇措置)によって、白人と黒人との教育格差を埋めようとしているが、思い通りには進んでいないようだ。あるエコノミストが指摘するように「黒人は、アパートヘイトが撤廃された翌日には白人専用ビーチに入ることができたが、教育はそういうわけにいかない」というのが実情といえそうだ。Js

注：http://www.tnsresearchsurveys.co.za/our-expertise/black-diamond.html