

ケニア

企業訪問調査レポート[2]: SARACEN MEDIA LTD.

～ 広告代理店 ～

■ ケニア共和国 — 基礎データ —

- 面積: 591,958平方キロメートル [日本の約1.5倍]
- 人口: 約4,180万人 (2013年 推計値 ケニア国家統計局)
- 首都: ナイロビ / 人口約314万人 (2009年 ケニア国家統計局)
- 名目GDP総額: 552億 4,100万ドル (2013年)
- 1人あたりのGDP(名目): 1,016ドル (2013年)
- 実質GDP成長率: 5.7% (2013年)
- 為替レート: 1ドル ≒ 86.12 ケニア シリング (2013年 平均値)

出所: JETROホームページ 国・地域別情報(J-FILE)「ケニア概況(2015年1月更新)」



- 調査実施日: 2014年 9月29日
- 分野: 広告業 (テレビ、ラジオ、看板、チラシ、デジタル広告等)
- 特徴: 東アフリカ最大の広告代理店の一つ。

企業概要

- 社名: SARACEN MEDIA LTD.
- 本社住所: Kabarsiran Avenue, Lavington, Nairobi, Kenya
- URL: www.saracen-media.co.ke
- 主要拠点: 本社(ナイロビ)
カンパラ支店(ウガンダ)
ダルエスサラーム支店(タンザニア)
- 設立年: 2002年
- 従業員数: 本社 30人
カンパラ支店 9人
ダルエスサラーム支店 6人
- 主な顧客: [日系]化学メーカー
[外資系]化粧品メーカー、クレジット会社、情報・通信機器メーカー、食品メーカー、銀行
[ケニア国内]航空会社、通信会社
- 社是: 顧客の利益を生む革新的で卓越した広告戦略の提供

Saracen | 

SARACEN MEDIA社のロゴマーク



ホームページ

- 顧客のニーズと最終目標に合わせて、マーケティング戦略の立案から実施までを一括サポート。顧客にとって最大の効果を得られる投資額の設定を念頭において戦略を立案し、最適な広告媒体の提案を行う。デジタル広告も展開し、迅速な情報更新が求められるソーシャル・メディアでの広告にも対応している。
- 9年間国内の中学校スポーツ協会のスポンサーを務めてきた。

Saracen Media社の経営理念

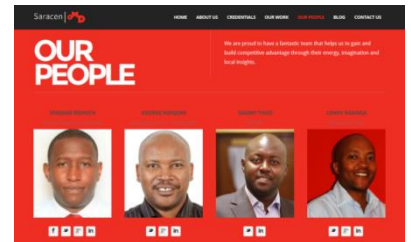
Saracen Media社は、多国籍広告企業で働いていた創業者たちがその経験を活かし、世界トップクラスの広告会社と互角に競争できるケニア資本の広告会社を作りたいという夢のもとに設立された。

初めは創業者の資金で事業を始めた小規模企業だったが、創業以来、顧客がSaracen Media社に支払った全ての金額が、目に見える広告効果に変換されるよう注力してきた。その結果、マーケティングへの投資は単に顧客にとって“費やされるだけの資金”ではなく、“投資効果のある資金”として捉えられるようになった。

業界の変化は急速であるが、人材こそが強みであることを信じ、立ち止まることなく革新を続けていく。

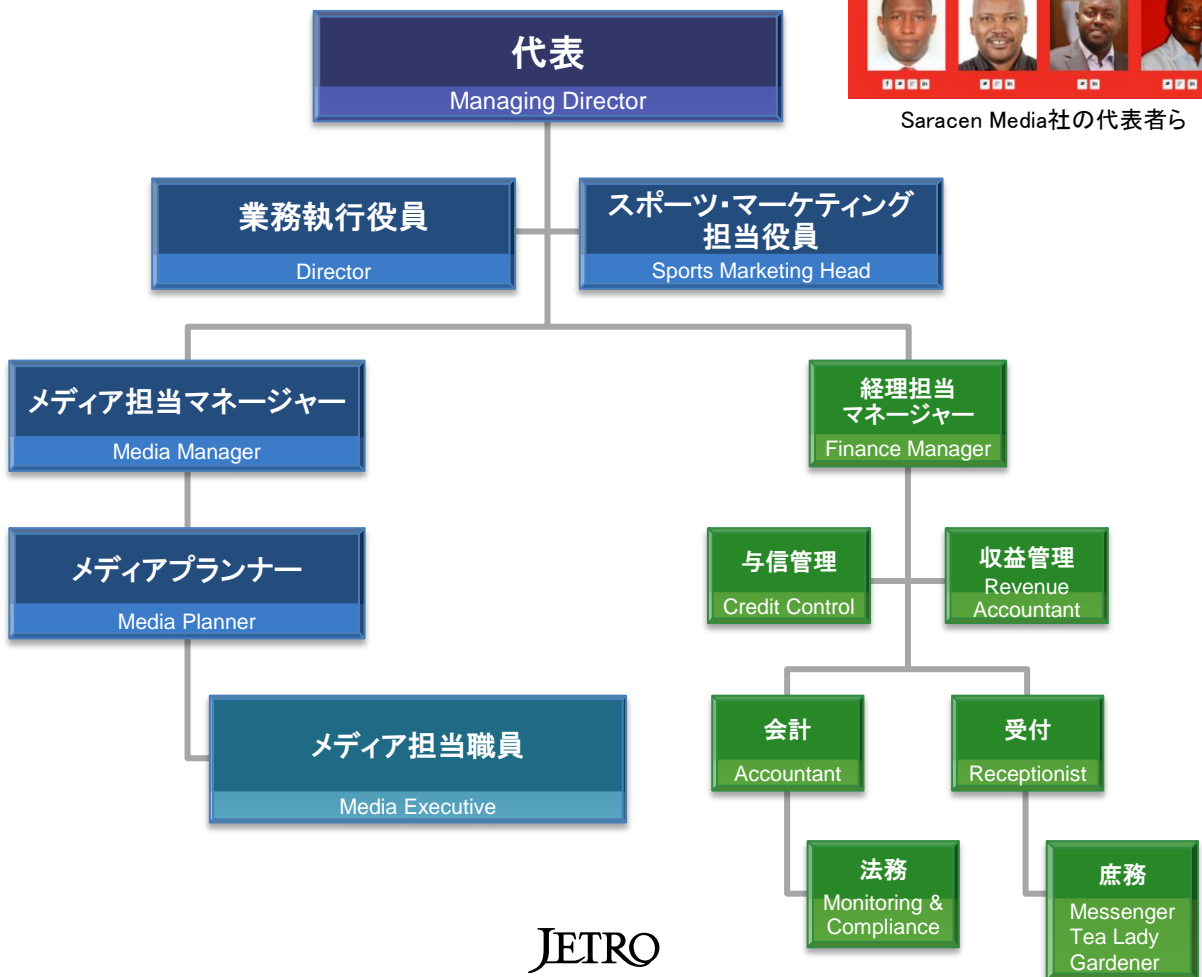
労務・人事

- 従業員に対し医療保険、年金制度を整えており、勤務成績に応じてボーナスが支給される。
- 医療保険制度に加入しており、年間で従業員1人当たり入院費を合計250万シリング、通院費を10万シリングまで負担することが可能。
- 人材派遣も活用している。
- 従業員の採用条件は大卒以上で、調査における仮説・方法論の設定、結果の解釈力、他文化への適応能力を有し、ワード、パワーポイント、表計算等のパソコン操作が出来ることとしている。

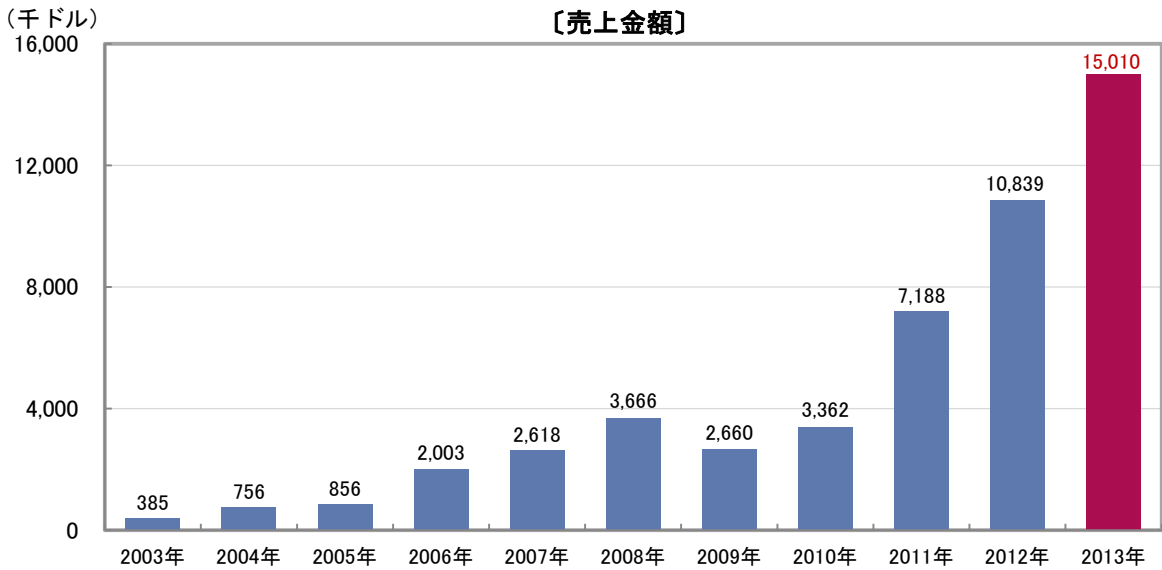


Saracen Media社の代表者ら

組織図（本社：正職員のみ）



売上推移



広告実績



- 住友化学製オリセット®ネット (マラリア防止蚊帳)の広告看板(12×10 m) ナイロビやモンバサの主要幹線道路 7カ所に設置。



- リグレーの広告トラック



- ショッピングモールへのニベア出店広告・装飾



- テレビ番組での商品露出(プロダクトプレイスメント) 写真はテレビショーでのニベア製品の宣伝を行っている様子。テレビコマーシャルは民間放送のKTNや NTV、CitizenTVなどで行う。

ビジネスの概要 ②

ケニアにおける広告業界概況

ケニアは比較的堅調な経済に支えられ、東アフリカ地域の中でも成長が著しく、同国の広告・メディアコンテンツ市場は1,000億ケニア・シリング以上と推定される。そのため内外の投資家が大きな関心を寄せている。今後、合併や買収等が進み、さらなる発展を遂げるものとみられる。

■競合他社

Scangroup(ケニア)およびMCL Saatchi & Saatchi(ベルギー)など。広告業界は現在、アフリカにおいて最も活況を呈している業種であり、国内外の多数の企業がパイの奪い合いをしている。

■Saracen Media社における戦略

Saracen Media社はテレビやラジオ局の放送枠を確保し、また、屋内外の看板や印刷物、ネット広告などを提案している。高水準で国際的な能力と手法を備えており、企業のマーケティング戦略において効果的な“種まき”のツールとなっている。

日本企業に対する期待

日本の顧客企業を通じて日本企業の技術や品質の高さを認識しており、高く評価している。生活必需品、医薬品、化粧品、金融商品、工業製品、また、社会啓発などの分野の広告事業において経験と実績が豊富にあり、日本企業とのビジネスを拡大したい。



Saracen Media社の社会貢献活動

- ナイロビ国立公園に木を植える“The Green Line initiative”に参加。
- 孤児保護施設を支援。

編集後記

直面している課題

顧客企業はより大手の広告会社を好む傾向にあり、中小規模の広告会社が成長のチャンスを逃している。

ケニア進出を計画する日本企業の留意点

- ケニアにおける広告は決して安価ではなく、効果を期待できる広告を行うためには、相応の資金準備が必要。
- 多国籍企業や国内大手企業の参入によって、業界の動向は急速にグローバル水準に発展しつつある。
- 潜在需要の発掘には、テレビとラジオが広告手段として最も効果的であり、次いで印刷媒体が効果的と考えられる。
- BOP層では80%近くがラジオを聞いている反面、テレビの視聴率は15%に過ぎない。そのため、BOP層に対する広告としては、マスメディアの中でも特にラジオによる広告と、幹線道路の看板や村々での商品実演などによる広告を組み合わせたのが効果的である。ラジオによる広告ではスワヒリ語とそれ以外のローカル言語の放送局を使用するのが効果的。チラシや実演などによる広告を行う場所としては、BOP層もよく訪れ、キオスクよりやや大きいことから、広告スペースもある、“Duka(ドッカ)”と呼ばれる小規模店舗がよいと考えられる。
- 効果的な広告を打つためには、市場を熟知し関係各方面と密接にコンタクトを取っている広告代理店を利用することが望ましい。



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。