



ウズベキスタン

BOP層実態調査レポート

ウズベキスタン共和国 - 基礎データ -

面積	44万8,900平方キロメートル（日本の約1.2倍）
人口	3,158万人（2016年初、出所：国家統計委員会）
首都	タシケント 人口279万人（2016年初時点）
実質GDP成長率	8.10%（2014年）
名目GDP総額	626億ドル（2014年）
一人当たりの名目GDP	2,046ドル（2014年）
対米ドル為替レート	2,311.40 ウズベキスタン スム（2014年平均値）

出所：JETROホームページ 国・地域別情報「ウズベキスタン基本情報 概況」(2016年6月更新)

調査月日	2015年12月
調査対象	販売促進・広告
調査場所	タシケント市
換算レート	1米ドル≒2,810UZS (ウズベキスタン・スム。2015年7月現在)



1 ウズベキスタンにおける企業の販売促進活動

ウズベキスタンの日用消費財市場は、政府による自国メーカーの育成政策や輸入代替政策の推進を受け、国内メーカーが増加してきている。また、設立当初はあまり積極的なマーケティング活動は行っていなかった国内メーカーも外国メーカーによって導入されたマーケティング手法を習い、現在は販路拡大及びサービスの向上に向けたマーケティング活動にも力を入れている。

外国メーカーは、本社からの支援を受け、最新のマーケティング手法によって市場調査を行い、販促戦略を立て、マスメディア、特にロシアのテレビ広告などを駆使し、強力な販売促進活動をウズベキスタンで展開してきた。安さだけではなく品質も重視し、豊富な品揃えを求めはじめた消費者ニーズの変化を捉えることに成功した。こうした動きを踏まえ、国内メーカーも消費者ニーズの変化を踏まえ、商品の品質向上に向けた投資をするとともに、マーケティングの基本である4P(製品・価格・販売促進・販売ルート)や新たに4C(顧客にとっての価値・顧客の負担・入手の容易性・コミュニケーション)を重視したマーケティング手法の導入を急いでいる。

2 国内企業の販売促進活動

ウズベキスタン市場の国内外企業は、マスメディアによるATLと看板等のBTLを含めた広告、イベント開催、試飲・試食、抽選会・ギフト進呈等による広告や後述のマーケティング活動を行っている。

主な広告代理店（屋外看板等の広告、テレビ・ラジオのCMや新聞広告を行っている。）

- Orange media
- MediaLux
- A-Nika
- PASSTRANS MEDIA
- USSO Design
- All media
- Semenov
- URA
- JCDecaux
- Ledokol group
- Eva & Polly
- など



広告代理店の業務概要

テレビ、ラジオ、新聞・雑誌等マスメディアによるATLと、販促イベントの開催や口コミ等によるBTLの双方を行っている。テレビCM放送料金の例は以下のとおり。価格は交渉などによる。

	時間帯	分当たり放送料金(単位:米ドル)		
		Perviy canal	NTV, Russia1, Russia24	その他の局
朝	07.00-10.59	200	100	100
日中	11.00-16.59	100	50	50
夕方	17.00-18.59	300	150	100
	19.00-23.59	400	200	100
夜	24.00-07.00	50	50	50

※すべてロシアの放送局

広告

日用消費財企業の多くは、タシケント市内で消費者の目に最も触れる方法として、大型看板やその他の野外広告を行うことが多い。テレビ広告は、多額の費用を要するため、大企業に限られる。SMSは一時期程盛んではなく、現在はツイッターやFacebookを利用したSMM (Social Media Marketing)の利用が増えてきている。※ツイッターやFacebook以外にokやPotrebite! などウズベキスタン独特のものもある。

ok	学校同窓会のソーシャルネット。極めて多くの会員を有している。
Potrebite!	Potrebite!とは消費者の意。企業と消費者が広告や苦情、意見などを自由にやり取りする国内のソーシャルネット。企業の多くがこれに注目し、ネット上のコミュニケーションばかりでなくイベントや企業と消費者の意見交換会なども開催している。また企業が謝金を払って消費者に意見を聞くサイトも設けている。



Potrebite!のロゴ

イベント開催

家電製品や携帯電話、日用消費財などの販促に向けた企業のイベント開催が盛んである。各社とも、展示会・見本市、セミナー、国際ファッションショー、国内外の歌手やアーティスト等を招いたコンサートや芸術・文化イベントなどを積極的に開催している。Samsungは人気のロシア人歌手を度々招き、FAN(ポテトチップ/露)やKippers(紙おむつ/国産)、Mothercare(ベビー用品/英)もウズベキスタン歌手を起用した広告で売り上げを伸ばしている。

試食・試飲

チーズやソーセージ、ジュースといった飲・食料品については、試食や試飲が盛んに行われている。各メーカーはファッションモデルを起用して消費者を集め、大手スーパーマーケットや複合ショッピングモールで、マーケティング担当が商品説明や消費者の反応調査などを行っている。

抽選会、ギフト進呈等

俳優などによる賞品抽選会やギフト進呈なども多く行われている。Samsungでは携帯電話を買った客に電子レンジや冷蔵庫、乗用車、高級スーパーの商品券が当たるくじ引きを行い、Sharq Telecom(国内のインターネットプロバイダー)は料金の割引チケット、有名レストランでのディナー券、IT関連機器などギフト付きのセール、ペプシは、ハリウッド旅行が当たるビデオコンテストなどを行っている。



<FANのポスター>



<Kippersのポスター>



3 広告に対する法規制

ウズベキスタンにおいて企業の広告をはじめとする全ての販売促進活動は、1998年に施行された広告に関する法により規制されている。

酒類やタバコの広告、また肌の露出が高いような広告は禁じられている。屋外広告などの設置については、広告物の仕様を含めて前述のReklama Serviceに申請し、許可を受ける必要があり、情報を歪曲する恐れのある曖昧な表現や外国語のフレーズ、語呂合わせなどは使用を禁止される。

タシケントでは、2006年に市条例でTashkent Reklama Serviceが設置され、広告活動を管理している。野外看板やバス停等に設ける広告の場合は、設置場所その他についての許可を受けなければならない。

4 Eコマース

オンライン・ショップは遠隔地に人口が散在するウズベキスタンでは、企業にとってはコストと時間を大幅に節約出来、消費者は情報へのアクセスと買い物が格段に便利になる。政府は2004年に電子商取引法(2015年5月に改正)を制定し、その普及を促進している。

人気のあるオンライン・ショップサイトは以下のとおり。

- www.korzinka.uz/
- www.olx.uz
- www.esavdo.uz
- www.zor.uz
- www.madein.uz

5 マーケティング会社

国内の主なマーケティング会社

マーケティング会社

- ABN Tasmi Inform
- Defacto
- Moreinfo
- Orange Media
- “Expert-fikri
- Inter-Investment Consulting
- Ura Marketing
- UCS
- Indexinfo
- Avesta

など

業務概要

- ◆ 消費者その他に対する各視点からの市場調査
- ◆ 対象消費者・取引先の特定
- ◆ ブランド及び個々の商品の販売促進戦略立案・実施
- ◆ 顧客への勧誘電話・訪問
- ◆ マスメディアのモニター
- ◆ マーケティング活動評価 など



6 インタビュー

1) 国内メーカーの販売促進戦略例

～National Investment 社(衛生消毒剤メーカー)～

市場調査に長い時間を費やした結果、衛生消毒剤の市場可能性が高いことを把握した。しかし販売促進のためには、まず衛生消毒剤を使う文化を消費者に浸透させることから始めなければならなかった。そのため、初めから広告等を行うのではなく、まず商品を投入してみて消費者の反応を把握し、それに基づいて商品改良を行い、その後販売戦略を立案して本格的な販売を開始した。

販売促進活動は、市場にある程度自社商品が行き渡ってからスタートし、消費者と直接接触するイベント開催などには、積極的に若手職員を登用した。現在では、マスメディアを使ったATLとイベント等のBTLの全ての手法を採用しているが、特徴的なBTLとしては以下のような活動を行っている。

- ◆ 小中高校や専門学校、大学、子供のサマーキャンプなどに出向いての啓蒙活動
- ◆ 総合病院等での説明会
- ◆ 展示会やセミナー、会議等への参加
- ◆ 薬局やスーパーなど小売現場での販売促進活動
- ◆ KAMOLOTやClean hands プロジェクトなど青少年団体が開催するイベントへの参加



<サマーキャンプでの説明>



<売り場でのキャンペーン>

2) マーケティング企業

① ～ ABN-Tasmi Inform ～

外国企業などの総合マーケティング業務に15年以上の経験を持つマーケティング企業。マーケティングへの深い知見やPDCAサイクルによる実施、主な産業分野における効果的な調査実施、顧客の特性に沿った個別のマーケティング手法と効果評価方法等の提案などによって、定評がある。

活動領域	ウズベキスタン全土
業務内容	市場調査(街頭、電話、訪問、ネット等による)、BPTO(ブランド力から最適価格を決定)、テスト販売等
従業員数	90人



<ABN-Tasmi Informの顧客>



② ～ Orange media ～

マーケティングと広告を手がけており、タシケント、テルメズ(スルハンダリア州)、サマルカンド、ジザフ、フェルガナ、アンディジャンの各市をカバーしている。主な業務は以下のとおり。

マーケティング	市場調査・分析市場動向・今後の展望、当該市場内の相関、業界における各企業の位置、進出最適部分の特定、消費者嗜好、対象消費者の特定・その意見聴取など
広告	屋外看板、チラシ・ポスター等の製作、販売促進イベント開催。テレビ・ラジオ等マスメディアによるCM、ソーシャルネットワークを活用した販売促進など。約500ヶ所に看板等を設置している。



< Orange media の顧客 >



< 年末年始の連休に向け屋外看板設置中 >



< 看板製作作業風景 >

③ ～ JCDecaux UZ ～

フランスJCDecaux社と合併で設立された広告代理店。JCDecauxは世界の大手広告代理店の中では唯一大型看板等の屋外広告物設置や空港、バス停での広告などに特化した企業。タシケント市内の中心地や環状道路、バス停などに350以上の広告を設置しており、積極的な顧客開拓で同市における屋外広告のトップ企業となっている。



< ビル壁面と屋上の大型看板 >



< バス停 >

< 調査を終えて >

ウズベキスタンのマーケティング需要はこれまでの簡易なニーズ(広告物の作成や単純な市場調査)から、より高度な品質に関する調査や提案等に変わりつつある。

政府統計データ以外に独自に市場の実態に近いデータを収集できているか、情報管理体制を含め、信頼の置ける会社を選定する必要がある。



【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。