



# ウズベキスタン

## BOP/ボリュームゾーンビジネス実態調査レポート

- 調査日：2016年12月
- 都市名：タシケント
- 為替レート：1USD=3203.70 ウズベキスタンスム(UZS) (2016年12月19日)

### 1 概要

#### 小売商品の売上高に占める国産TVおよびオーディオ製品の割合（小売売上高の総計100%から）

| 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 |
|-------|-------|-------|-------|
| 0.1%  | 0.1%  | 0.1%  | 0.1%  |

#### 小売商品の売上高に占める電気製品の割合（小売り売上高の総計100%から）

| 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 |
|-------|-------|-------|-------|
| 0.4%  | 0.4%  | 0.5%  | 0.6%  |

（データ出典：State Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan ウズベキスタン共和国国家統計委員会）

#### 国民の基本的な家電用品の所持レベル（100家庭当たりの台数）

|             |      |
|-------------|------|
| TV          | 145台 |
| 洗濯機         | 85台  |
| 冷蔵庫         | 100台 |
| パーソナルコンピュータ | 47台  |
| エアコン        | 31台  |
| 掃除機         | 45台  |

### 2 主要なバザールおよび販売店

#### 1 Abu-Sakhiyバザール

タシケント市郊外にある最大の小売店バザール。家電用品をはじめ様々な商品の販売店数は200店を超える。

家電用品のほか、陶磁器／ガラス製品、服飾品、家庭用品といった商品群毎にスペースが複数あり、ほぼ全てのタイプの家電用品が販売されている。

（冷蔵庫、電子レンジ、ガスおよび電気ストーブ、オーブン、ミキサー、フードプロセッサー、食器洗い機、炊飯器、コーヒーマシン、コーヒー豆挽機、オイルおよび電気ヒーター、TV、DVDプレーヤー、衛星TVセット、携帯電話とアクセサリ、オーディオ、エアコン、ファン、掃除機、監視カメラ装置、写真・ビデオレコーダー、ラジオ、ヘッドライヤー、パーソナルコンピュータ、供給パーツ等）。

このバザールは価格と品質の良さからあらゆる客層に人気がある。また卸売り／バイヤーに対し、特別な値引きやその他利点があることから、小規模業者の商品仕入れ先にもなっている。

商品回転率は高く、消費者のニーズに非常に敏感である。商品の大部分は中国やアラブ首長国連邦からの輸入品であるが、韓国、ロシア製も多い。



## 2 Fleshkaバザール

タシケント市の中心に位置し、店舗数は約80店舗。取扱い商品はほぼAbu-Sakhiyバザールと同じだが、若干質の高い、プレミアムブランド商品を提供している。ノートパソコンやTV(スマートTV)、オーディオセット、ソフトウェアなど、海外メーカー(欧州、韓国)が揃う中、ロシアブランドの存在感も高い。



## 3 Media Park

地場企業「Artel」が運営する小売チェーン。

Artelなどの国産品だけでなく、海外の高級ブランドも扱い、顧客に対して相談および情報提供を行っている。

Abu-Sakhiyバザール、Fleshkaバザールは現金取引が主流であるのに対し、Media Parkはカード支払いを受け付けている。

ローンも提供しており、ロイヤリティープログラム等の特徴もある。

現時点でタシケント市内に3カ所(拡張中)、コーカンド市(Fergana valley)に1カ所、商品数(SKU)は15,000で、3,000~7,000平方メートルの店舗を有している。

オフィシャルウェブサイト [www.mediapark.uz](http://www.mediapark.uz)。



## 4 Credit-Asia

小売店のネットワーク(7店舗)

家電用品、家具や衣服を含む多数の商品を販売。様々なローンパッケージを用意している。オフィシャルウェブサイト [www.creditasia.uz](http://www.creditasia.uz)

## 5 Technomart

小売店のネットワーク(6店舗)。

家庭用品および電化製品を取扱い、分割払いを用意している。全ての商品にはメーカー保証が付いている。オフィシャルウェブサイト [www.technomart.uz](http://www.technomart.uz)

## 6 Home market

生活必需品、家電用品、およびその他の商品(照明、ツール、オフィス・家庭用家具、ドア、建築資材、床材、壁紙、ペンキ、タイル、生活雑貨、衛生用品、衣料、カーペット、文房具、他)を販売している。

オフィシャルウェブサイト [www.hm.uz](http://www.hm.uz)

家電用品市場はタシケント中心から、地方都市に広がりつつあるが(小売りチェーン“Media Park”のように)、それでも地方の消費者の大部分は、タシケント市内で購入している。

## 3 e-コマース

複数のe-コマースウェブサイトがある：

支払方法はカード、国内銀行等が扱うウェブの支払システム(www.click.uz、www.websum.uz、www.paycom.uz、www.woy-wo.uz、等)、または配達時の現金払いである。

e-コマース市場は発展中だが、価格交渉も可能な実店舗(Abu-Sakhlyバザール、Fleshkaバザールなど)に比べると商品の価格が高くなることもあり、まだ一般的ではない。

www.mediapark.uz

www.technomart.uz

http://home24.uz/krupnaya-bitovaya-texnika

www.elbit.uz/about/howto/

http://ferre.uz/

http://uzbekmarket.uz/

http://arba.uz/

http://texnostar.uz/

http://hm.uz/

http://indesit.uz/

## 4 メーカーまたは小売店が提供するアフターサービス 修理・保守

小売店が提供する全ての商品(Samsung、LG、Indesit、Bosch、Siemens、Ariston等)には保証書が付いており、販売後のアフターサービスは、Samsung、LG、Haierといった各メーカーが行っている。市場参入に積極的な海外メーカー各社は、購入後サポートに力を入れている。

また、Artel、Roison等の地場ブランドは、独自のサービスセンターを有している。

その他、修理・保守を専門に行う会社も、Teleservice([www.tservice.uz](http://www.tservice.uz))をはじめ多数存在する。

多くの場合、小売店はサポートのない製品(無名の低品質ブランド)については1ヶ月の保証を提供している。

## 5 主要な国産ブランドと輸入ブランド

### 主な国産ブランド

1. Artel (<http://artel.uz/en/>)
  2. Roison Electronics ([www.roison-electronics.uz](http://www.roison-electronics.uz))
  3. Sino
  4. Zenith Electronics など
- ※ SumusungはArtelと共同製造を開始した。

### 主な輸入ブランド

1. Samsung (韓国)
2. LG (韓国)
3. Midea (中国)
4. GREE (エアコン・中国)
5. Haier (中国)
6. Chigo (エアコン・中国)
7. Redmond (ロシア)
8. Gefest (ベラルーシ)
9. Emerald (中国)
10. Polaris (ロシア)

## 6 政府の政策

- 国内メーカーを育成する方針で、組み立て用の部品の輸入関税を抑えるなどの政策をとっている。
- 輸入電化製品には、関税をかけている。
- 家電用品のエネルギー表示と証明

ウズベキスタンは2016年1月1日より家電用品のラベルなどでエネルギー効率分類に関する表示について必須条件を定めている。(2015年4月9日付け大臣命令(Decree of the Cabinet of Ministers)#86に基づく)

分類:“A”、“B”、“C”、“D”、“E”、“F”、“G”(“A”分類はエネルギー効率が最も高く“G”分類は最も低い)

法令ではエネルギー効率分類“G”の家電用品を2017年1月1日から、分類“F”は2018年1月1日からの、分類“E”については2019年1月1日からの輸入と販売の段階的な禁止を定めている。

対象:エアコン、換気扇付き装置、サーモメータ付き装置類、空調システム、冷蔵庫、冷凍庫類、家庭用血洗い機、家庭用またはランドリー用洗濯機類、電気ボイラー類、建物および地面用加熱装置、電子レンジ、オーブン、電子オーブン、調理器具類、モニター、TV受信機、カラーまたはモノクロビデオおよび撮像装置、ランプ、電球、蛍光灯、アーク灯類等

- 輸入品のユーザーマニュアルやその他文書はウズベキスタン語で書かれていなければならない。
- 既製輸入品に対するその他の取り決めでは、税関登録から12ヶ月間小売りはできず、税関への適切な登録および関税の支払いを確認する。  
対象:TVまたはTV受信機、冷蔵庫、家庭用冷蔵-冷凍庫、冷蔵庫、エアコン、アイロン等

- 国营団体“Uzeltechsanoat”設立  
＜主な業務＞

- 1) 電気技術分野の統一国家技術政策の実行
- 2) 国際的なベストプラクティスを取り入れた電子、電気機器産業の持続的発展戦略の立案
- 3) 市場調査、自国および外国市場において競争力のある新製品開発の支援、世界市場への拡販
- 4) 資源およびエネルギー節約技術の実行、部品製造分野の開発、企業の近代化と技術的設備の更新、外国投資の呼び込みを図る参加企業への支援
- 5) 参加企業への情報サービス、開発支援、トレーニングおよび再訓練等の提供  
<http://uzeltexsanoat.uz/en/>

## 7 店舗へのインタビュー

### Fleshkaバザール内の個人商店: ビジネス概要

卸売り業者から商品(輸入品含む)を入手している。

アラブ首長国連邦、中国、およびロシアから商品を輸入する地元企業は数多くある。かつては、店主や個人が海外から商品を持ち帰ったり、またはバルク輸入を行っていたが、今日では多くの店が輸入業者から商品を仕入れ、販売している。

顧客は低価格と保証サービス期間に敏感であり、1年以上の保証期間を好む。充実したサービスを提供しているのはSamusungとLGだと思う。2社は広告宣伝にも大変力を入れている。

### 主要輸入先

アラブ首長国連邦、中国、ロシア、韓国



**主な売れ筋商品： (\*参考価格:価格は製品の規格、各店舗の値付けにより異なることがある)**

**テレビ**

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| 1) Samsung                    | 32インチ - 1,632,000 UZS<br>42インチ - 2,400,000 UZS<br>55インチ - 4,420,000 UZS |
| 2) LG                         | 32インチ - 1,890,000 UZS<br>42インチ - 2,350,000 UZS<br>55インチ - 4,820,000 UZS |
| 3) Shivaki<br>(ARTEL Group傘下) | 32インチ - 1,598,000 UZS<br>43インチ - 2,108,000 UZS<br>55インチ - 4,182,000 UZS |



**電子レンジ**

|            |                         |
|------------|-------------------------|
| 1) Samsung | 612,000 - 1,258,000 UZS |
| 2) LG      | 816,000 - 1,190,000 UZS |
| 3) Artel   | 612,000 - 1,190,000 UZS |



**冷蔵庫**

|                              |                           |
|------------------------------|---------------------------|
| 1) Samsung small fridges     | 1,360,000 - 1,600,000 UZS |
| Samsung large two chamber    | 4,284,000 - 5,100,000 UZS |
| 2) Artel regular size fridge | 1,560,000 - 1,870,000 UZS |
| Artel large two chamber      | 2,720,000 - 2,468,000 UZS |



**エアコン**

|            |                       |
|------------|-----------------------|
| 1) Haier   | 2.9 - 6.0 million UZS |
| 2) Samsung | 4 - 4.5 million UZS   |
| 3) Artel   | 2.3 - 3.6 million UZS |

**掃除機**

|            |                           |
|------------|---------------------------|
| 1) Samsung | 650,000 - 1 million UZS   |
| 2) LG      | 750,000 - 1.9 million UZS |
| 3) Artel   | 560,000 - 920,000 UZS     |
| 4) BOSCH   | 1.5 - 4.2 million UZS     |



**肉挽き器**

|              |                           |
|--------------|---------------------------|
| 1) Polaris   | 590,000 - 730,000 UZS     |
| 2) Panasonic | 800,000 - 2.1 million UZS |
| 3) Braun     | 1.5 million UZS           |
| 4) Kenwood   | 2.5 million UZS           |



**マルチクッカー**

|              |                         |
|--------------|-------------------------|
| 1) Polaris   | 570,000 - 1 million UZS |
| 2) Panasonic | 1.2 - 1.8 million UZS   |

**アイロン**

|            |                       |
|------------|-----------------------|
| 1) Philips | 380,000 - 950,000 UZS |
| 2) Tefal   | 550,000 - 700,000 UZS |

**電子ケトル**

|            |                                     |
|------------|-------------------------------------|
| 1) Polaris | 250,000 - 800,000 UZS<br>(4L/タイマー付) |
| 2) Vitek   | 200,000 UZS                         |

## 消費者の重要な購買要因

ブランド製品を購入する際、経済的に余裕がある場合：

- 1)ブランドと製造国
- 2)価格
- 3)保証と販売後サービス

購入資金に限度がある場合：

- 1)価格
- 2)製造国
- 3)販売後サービス

## 8 コーディネーターによる分析

- 政府の国産電化製品の生産拡大に向けた方針に後押しされた国産メーカーは、製品の幅を広げている。例えば国産メーカーは、組み立て部品の輸入で関税の優遇を受けている。政府の政策を背景に、代表的な国産メーカー「Artel」では、ほぼ全ての家電用品を低価格で製造・販売している。
- 長期展望に立ち、日本メーカーはいくつかの潜在的パートナー（例えばArtelのような）と組んで市場に参入することを検討すべきである。しかし資金回収については考慮する必要があるだろう。
- “日本製”“Made in Japan”はまだ影響力のある要素だが、その影響力は大きく低下してきている。その理由は：
  - 韓国メーカーが積極的なメディア広告、アフターサービスの充実、低価格設定などにより、市場第一位の地位を確立した。
  - 大量の低価格中国製品の流入および品質改良された中国メーカーの販売が増加した。
- 日本製品を購入する金銭的余裕がある消費者は、かなり限られていると考えられる。個人および商業部門両方の市場に、日本メーカーの商品/品質およびサービスをより深く浸透させる必要がある。韓国メーカーと国内メーカーのArtelグループの企業は、大々的なメディア戦略をとっており、既に国内で広く認知されている。
- ウズベキスタンの市場は、合理的な価格で、より洗練された革新的な製品、例えば高エネルギー効率の家電用品、ロボット技術等を必要としている。

