



タンザニア

市場・商品調査【3】：住宅・家電製品

- 調査実施日：2016年9月～11月
- 調査場所：ダルエスサラーム州キノンドーニ県ムリマニシティ、イララ県カリアコーモロゴロ州ウランガ県イテテ地区 (Itete, Ulanga, Morogoro)

※本文中の物件情報、価格などはすべて調査時点のものです。

■ タンザニア連合共和国 United Republic of Tanzania

— 基礎データ —

- 面積：94万 5,000平方 キロメートル[日本の約2.5倍] (IMF)
- 人口：約4,768万人 (2015年 IMF)
- 首都：ドドマ(法律上の首都。国会議事堂がある。) 政府官庁があり、事実上の首都機能と経済面での中心はダルエスサラーム。

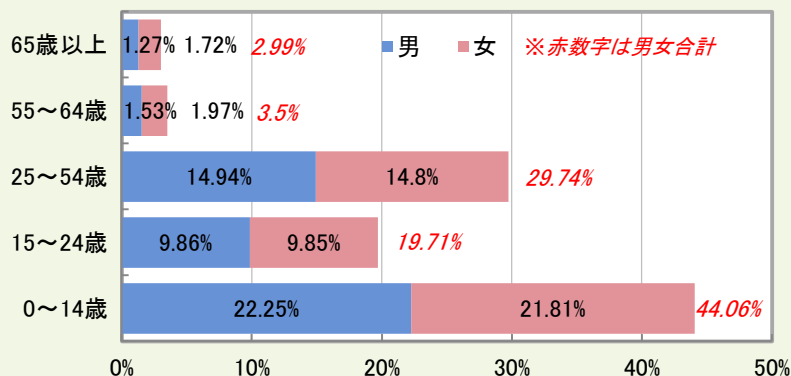
[基礎的経済指標]

- GDP(名目)：456.34億ドル (2015年 IMF)
- 1人当たりGDP(名目)：1,612ドル (2015年 IMF)
- 経済成長率(実質)：7.0% (2015年 IMF)
- 消費者物価上昇率：5.6% (2015年 IMF)
- 為替レート：1ドル≒ 1,991.4 タンザニア・シリング (2015年 期中平均 IMF)

出所：JETROホームページ 国・地域別に見る「アフリカ タンザニア概況(2017年1月更新)」

■ —消費市場動向(参考資料)—

- 年齢別人口比率(2016年)



出所：CIA The World Factbook (<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/tz.html>)



ダルエスサラーム

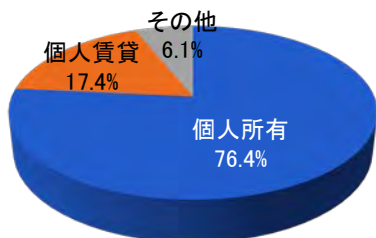
住宅市場概況

ダルエスサラームにおける住宅事情

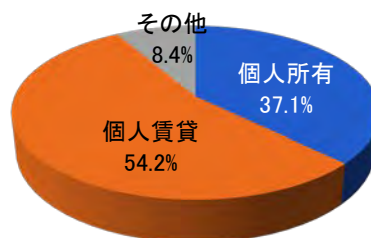
■ 土地の保有状況

個人で土地を所有している割合が、タンザニア本土全体では76.4%、ダルエスサラームでは37.1%となっている。対照的に、個人で土地や住居を賃借している割合がタンザニア本土全体では17.4%、ダルエスサラームでは54.2%となっている。ダルエスサラームにおいては、地方から来て、部屋や家を賃借しているケースが多いことが推測される。

〔土地保有の割合〕
(ザンジバルを除くタンザニア本土全体)



〔土地保有の割合〕
(ダルエスサラーム)



出所: Household Budget Survey Main Report, 2011/12

■ 交通インフラ整備と土地開発政策

ダルエスサラームでは、今年の5月に運行開始された高速バス(DART)の沿線に、マンションやビルなどが多く建設されている。しかしながら、政府は、現在名目上の首都であるドドマに、2020年までに実際に政府機関を移していくと発表している。政府機関の移管に伴い人の移動も生まれる事が予想され、その動きの中で、ダルエスサラームの住宅事情もこれから数年で大きく変わっていく可能性がある。



建設中マンション(マンゼセ地区)



建設中マンション(ミコチェニ地区)



建設中マンション(ムササニ地区)

所得層別の住宅状況

BOP層で地方からダルエスサラームに出てきている人々は、長屋(玄関を共有し、廊下を挟んで部屋が区分されている集合住宅)の部屋を借りて住んでいることが多い。家族・兄弟または友人で部屋をシェアして住むといった場合もある。長屋1部屋の家賃の相場は1ヵ月約25,000~70,000シリングで、トイレ、水道は共同のことが多い。なお、アパートの家賃の相場は1ヵ月約300ドルで、BOP層家庭が借りるには難しいと言える。

MOP層以上は一軒家やアパートに住んでおり、特にTOP層になると外壁に囲まれた守衛付きの家、アパート、マンションに住んでいるのが一般的。20年ほど前までは、高所得層やビジネスのため駐在の外国人の多くは、ダルエスサラーム郊外の一軒家に住み、守衛、庭師などを雇い生活しているケースがほとんどであった。しかし、ここ4、5年ほどで、街中や街中のごく近くに10~20階建て程度の高層高級マンションがいくつかできている。セキュリティのよさや渋滞を避けることができ、また、個人で人(守衛や庭師など)を雇わずに済むため、マンション暮らしを選ぶTOP層や外国人が増えている。

賃貸物件の事例

BOP層向け賃貸物件

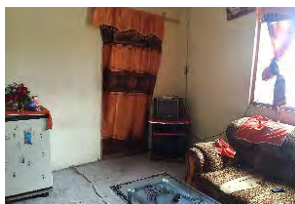
所在地	ダルエスサラーム州キノンドーニ県マゴメニ・マクティ地区 Magomeni Makuti, Kinondoni, Dar es Salaam			
築年数・部屋数・間取り・面積	30年以上	2部屋	リビング、寝室	約30m ²
家賃(1ヵ月)	100,000シリング(1部屋1ヵ月で50,000シリング)			
備考	<ul style="list-style-type: none"> ・1階建て長屋の全5部屋。 ・炊事場、トイレ、シャワー室は家の中庭(敷地内だが屋外)にあり、共同で使用。 ・七輪、ガスコンロ、冷蔵庫等は共有ではなく、各家庭で所有。 ・電気代は各家庭で使用した分を払う。 ・水道は通っておらず、トイレやシャワー用の水は各家庭で生活用水をバケツ単位で近所より購入している。 			



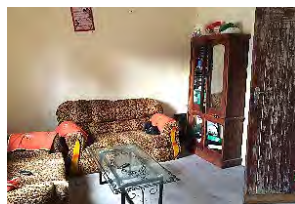
長屋の外観(入口)



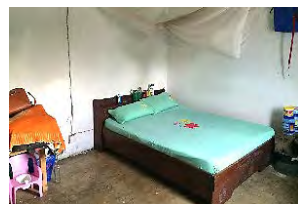
長屋の廊下



リビング



リビング



寝室



寝室に積み上げられた、生活用水が入ったバケツ



中庭



共用の炊事場



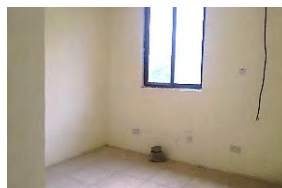
共用のトイレとシャワー室

MOP層向け賃貸物件

所在地	ダルエスサラーム州キノンドーニ県コチェニB地区 Mikocheeni B, Kinondoni, Dar es Salaam			
築年数・間取り・面積・家賃(1ヵ月)	築6年	2LDK(トイレ・シャワー室が2ヵ所)	約70m ²	500ドル
備考	<ul style="list-style-type: none"> ・一軒家のようなタイプの賃貸物件。1階に管理人家族が住み、2階に2LDKの物件が2つある。 ・2階は入居者が決まると、管理人の負担で入居者の要望に応じた改装が可能。 ・守衛が常駐。 			

賃貸住宅の外観
(2階が賃貸部分)

LDKのスペース



寝室



廊下

(右)寝室の
トイレ・シャワー室(右)共用の
トイレ・シャワー室

住宅市場概況

賃貸物件の事例

TOP層向け賃貸物件

所在地	ダルエスサラーム州キノンドーニ県コチェニB地区 Mikocheni B, Kinondoni, Dar es Salaam	
築年数	築7年	
間取り・面積	3LDK(3ベッドルームのうち1部屋はトイレ・シャワー付き)	約66m ²
家賃(1ヵ月)	1,400ドル	
備考	・2階建てのアパートで、部屋数は全6室。 ・テレビ、冷蔵庫、オープン付きガスコンロ、電子レンジ、洗濯機、各部屋にエアコンが設置済み。 ・大使館やビジネス関係で駐在の外国人がよく住んでいる。 ・守衛が常駐。	



TOP層向け賃貸アパートの外門



TOP層向け賃貸アパートの外観



各部屋の玄関



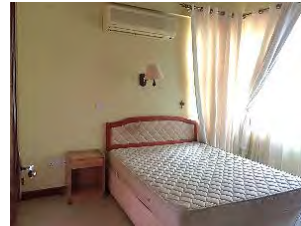
リビング



ダイニング



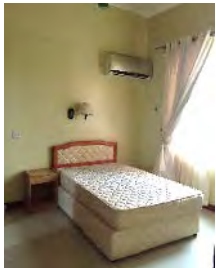
キッチン



マスタールーム



マスタールームの
トイレ・浴室



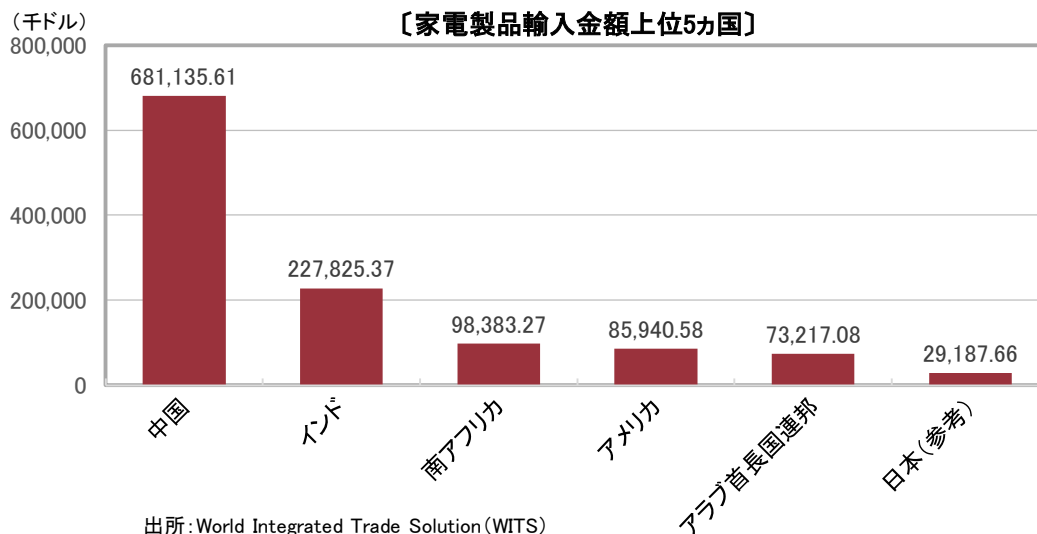
寝室



共用のトイレ・シャワー室

家電製品市場概況

家電製品の輸入市場



■ 家電製品メーカー

〔タンザニアで販売されている海外家電製品メーカー〕

地域	国名	メーカー名
欧米	オランダ	Philips
	フランス	Westpoint
	イギリス	Kenwood
	イタリア	Indesit
	スウェーデン	Electrolux
	フィンランド	Nokia
	オーストラリア	TCL
	カナダ	Ashton
	アメリカ	Apple、Microsoft、DELL、Compaq
アジア	日本	日立、Panasonic、SONY、東芝、SHARP、Canon、三菱電機、Pioneer
	韓国	SAMSUNG、LG、Hisense
	中国	Delta、Tecno、itel、HUAWEI、lenovo、
	台湾	acer、HTC
	インド	Orient、Pigeon、
	トルコ	beko
	アラブ首長国連邦	TRONIC、Nikai、ZEC
	パキスタン	BOSS
アフリカ	ケニア	Von Hotpoint
	ナイジェリア	Bruhm(ナイジェリア・SOMOTEXの家電部門)
	南アフリカ	Defy、KIC

なお、タンザニア国内において、家電製品を製造するメーカーは現在のところ見受けられない。

家電製品市場概況

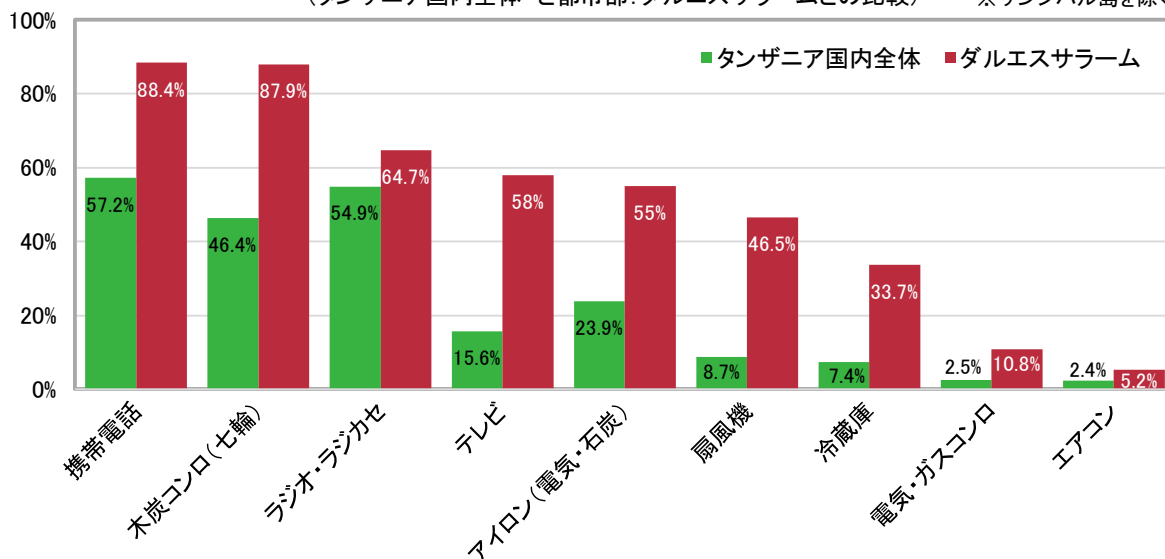
家電製品の購入および所有傾向

テレビは多くの家庭が所有しているが、BOP層ではブラウン管テレビにチューナーを取り付けて視聴している家庭も多い(薄型テレビにおいてもチューナーは必要で、毎月チューナーの会社に一定金額を支払わないとテレビ放送を見ることができない)。家族と離れ、1人暮らしをしているケースで20インチ以下の薄型テレビを所有している者もあり、親や親戚から中古品を譲り受けていることが多い。若年層の場合、部屋にある家電製品はテレビとオーディオだけということも少なくない。

また、冷蔵庫はBOP層においても所有している家庭はあるようで、冷蔵庫の中古市場も存在する。洗濯機の必要度は比較的低く、TOP層ではお手伝いさんが手洗いで洗濯をするため、洗濯機は必要ないという家庭もある。アイロンは、各家庭のほとんどが所有していると思われる。ジュースを作るためのミキサーの需要も高い。MOP層以上になると中古品ではなく、なるべく新品を購入し、より良いものを長く使いたいという傾向にあるようだ。

〔主な家電製品の所有世帯割合〕

(タンザニア国内全体※と都市部: ダルエスサラームとの比較) ※ザンジバル島を除く



出所: Household Budget Survey Main Report, 2011/12

〔主な家電製品の実勢価格〕

品名	メーカー名	仕様	価格(ドル)	購入層	
調理用コンロ	Westpoint	オープン付きガスコンロ	約350	TOP層	MOP層
	Von Hotpoint	ポータブルガスコンロ	約50	MOP層	
	インド製	ポータブルガスコンロ	約15	BOP層	
洗濯機	LG	ドラム式全自動洗濯機(7kg)	約800	TOP層	MOP層
	SAMSUNG	縦型全自動洗濯機(6kg)	約330	MOP層	
	Westpoint	縦型二槽式洗濯機(11kg)	約250	MOP層	
空調機器	LG	エアコン	約1,000	TOP層	
	Panasonic	シーリングファン	約55	MOP層	
	Orient	壁掛け扇風機	約30	MOP層	BOP層
セキュリティシステム	KK Security	ホームセキュリティシステム	約125/月	TOP層	
	—	監視カメラ	約55	TOP層	MOP層
	—	鍵、チェーンによる施錠	—	MOP層	BOP層



オープン付きガスコンロ (Westpoint)



ガスコンロ (Von Hotpoint)



インド製ガスコンロ



ドラム式洗濯機 (LG)



縦型全自動洗濯機 (SAMSUNG)



ドラム式洗濯機 (LG)



エアコン (LG)



シーリングファン
(Panasonic)



壁掛け扇風機 (Orient)



セキュリティ会社 (KK Security)



監視カメラ

無電化地域における家電製品事情

■ 国内の電化率

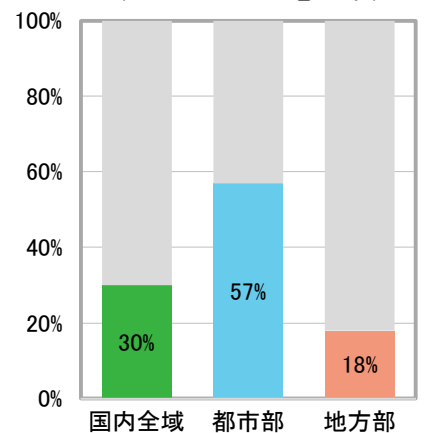
タンザニアの電化率は国内全域で30%で、電気アクセスできない人口は3,600万人と推定される(調査時点)。

■ 無電化地域における電化製品の使用状況および充電、蓄電方法

無電化地域においても、多くの世帯が携帯電話を所有している。自家発電設備を持たない携帯電話所有者は、キオスクや自家発電がある家、電気が通っている近隣の家等に依頼し、1回分のフル充電につき200~300シリングを支払い充電している。富裕層では、自宅にソーラーパネルを取り付け、太陽光発電でテレビやステレオ、冷蔵庫等を使用している例もある。都市部のダルエスサラームにおいても無電化の世帯が存在する。電化されている世帯でも、頻繁に起きる停電の際の予備電源として太陽光発電が必要とされており、電化の進んだ都市部でも自家発電設備の需要は少なくないと言える。

なお、タンザニアの市場に出回っている太陽光発電関連製品は、中国製のものが多い。比較的安価なこれらの製品に対し、品質や機能性で差別化を図ることが必要である。

〔タンザニアの電化率〕



家電製品市場概況

無電化地域における家電製品事情

■ 無電化地域の具体例

〔調査地：モロゴロ州ウランガ県イテテ地区 (Morogoro, Ulanga, Itete)〕

太陽光発電を利用した小規模なソーラーパネルを設置している世帯がいくつかある。無電化地域に住む住民たちの多くは携帯電話を所有しており、太陽光発電の主な用途としては、携帯電話の充電、電球・電灯への電気供給となっている。



小型のソーラーパネルを屋根に設置している家(モロゴロ州)



小型のソーラーパネル



屋内においてあるバッテリー

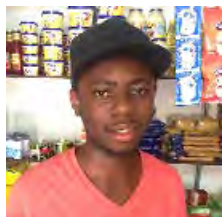
〔太陽光発電関連製品(例)〕

商品画像				
品名	ソーラーパネル(10W)	ソーラーバッテリー (12V/50AH)	バッテリー液	ソーラーキット (ソーラーパネル、発電機、 LEDライト2個、FMラジオ)
メーカー名	SUNNIX	STEPS	Chloride	Pro Solar
メーカー国	中国	タンザニア	ケニア	タンザニア
製造国	中国	中国	ケニア	中国
価格(シリング)	10,000	165,000	2,500	150,000

商品画像		
品名	ソーラーTV(15型)	ソーラーDVDプレイヤー
メーカー名	Sundar	Aborder
メーカー国	タンザニア	中国
製造国	中国	中国
価格(シリング)	150,000	50,000

BOP層

	年齢	35歳
	性別	男性
	職業	古着販売
	月収	約80,000シリング
日本の家電製品への印象		日本の家電は、値段は少し高いが、すぐに壊れないで長持ちする印象。
知っている日本の家電メーカー		TOSHIBA(東芝)、SONY、National(ナショナル:現Panasonic)
最も頻繁に家電製品を購入する場所		電気店
家電製品の購入に関して最も参考にする媒体		テレビ、ラジオ
家電製品を購入する際、最も気にするポイント		価格、品質

	年齢	22歳
	性別	男性
	職業	キオスク販売
	月収	約90,000シリング
日本の家電製品への印象		他の国の製品と比べて、日本の製品は品質が良い印象。
知っている日本の家電メーカー		HITACHI(日立)、TOSHIBA(東芝)、SANYO
最も頻繁に家電製品を購入する場所		電気店、スーパー、ショッピングモール
家電製品の購入に関して最も参考にする媒体		インターネット(SNS含む)、店頭でのPR
家電製品を購入する際、最も気にするポイント		価格、品質、デザイン

MOP層

	年齢	32歳
	性別	女性
	職業	オフィス勤務
	月収	約550,000シリング
日本の家電製品への印象		他製品と比べてクオリティーがよく、長持ちする印象。
知っている日本の家電メーカー		TOSHIBA(東芝)、Panasonic、HITACHI(日立)、National(ナショナル:現Panasonic)
最も頻繁に家電製品を購入する場所		電気店
家電製品の購入に関して最も参考にする媒体		インターネット(SNS含む)、店頭でのPR
家電製品を購入する際、最も気にするポイント		品質、ブランド

MOP層

	年齢	26歳
	性別	女性
	職業	携帯電話ショップ店員
	月収	約650,000シリング
日本の家電製品への印象		良い製品で、頑丈。また、仕事を効率よくしてくれる。
知っている日本の家電メーカー		SONY、Panasonic
最も頻繁に家電製品を購入する場所		ショッピングモール
家電製品の購入に関して最も参考にする媒体		インターネット(SNS含む)、友人知人の口コミ
家電製品を購入する際、最も気にするポイント		価格、使い心地

TOP層

	年齢	42歳
	性別	男性
	職業	地方行政官
	月収	約4,000,000シリング
日本の家電製品への印象		日本メーカーの製品は良いイメージ。
知っている日本の家電メーカー		SONY、HITACHI(日立)
最も頻繁に家電製品を購入する場所		スーパーマーケット、ショッピングモール
家電製品の購入に関して最も参考にする媒体		インターネット(SNS含む)
家電製品を購入する際、最も気にするポイント		品質、価格、使い心地

	年齢	55歳
	性別	男性
	職業	旅行会社社長
	月収	約10,000,000シリング
日本の家電製品への印象		品質が良く、長持ちする。品質が良いが価格も悪くない(高すぎない)印象。
知っている日本の家電メーカー		TOSHIBA(東芝)、SONY、Pioneer、AKAI
最も頻繁に家電製品を購入する場所		電気店
家電製品の購入に関して最も参考にする媒体		テレビ、インターネット(SNS含む)
家電製品を購入する際、最も気にするポイント		生産国



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。