

Bangladesh

企業訪問調査レポート[4]： R.B.グループ (WALTON)

～ 家電製品・オートバイの製造、販売、輸出 ～

Bangladesh人民共和国 — 基礎データ —

- 面積：147,570平方キロメートル
- 人口：1億5,360万人（2012/13年度 バングラデシュ中央銀行）
- 首都：ダッカ／人口約1,188万人（2011年 統計局推定値）
- 名目GDP総額：1,738億1,800万ドル（2013年）
- 1人あたりのGDP（名目）：904ドル（2013年）
- 実質GDP成長率：6.1%（2013年）
- 為替レート：1ドル⇄ 77.72 バングラデシュ タカ（2013年 平均値）

出所：JETROホームページ 国・地域別情報（J-FILE）「Bangladesh概況（2015年2月更新）」



■ 調査日：2014年9月3日

■ 分野：家電製品・オートバイの製造、販売、輸出

■ 特徴：R.B.グループ（ブランド名：WALTON）は、Bangladesh屈指の企業集団であり、家電製品とオートバイを製造するWalton Hi-Tec Bangladesh Ltd.（WHIL）や、製品の流通販売・輸出を行うWalton Plazaなどの傘下企業を有する。特に冷蔵庫と冷凍庫の国内市場において大きなシェアを持っており、消費者の心を巧みに捉えたことが、同社製品の品質向上に繋がり、消費者は親しみを込めてWALTONの商品を“Made in Bangladesh”と呼ぶまでになった。

企業概要

- 社名：R.B.グループ（ブランド名：WALTON）
- 本社住所：Jiban Bima Bhaban (Level-3), 10, Dilkusha C/A, Dhaka-1000, Bangladesh
- 工場所在地：Gazipur 県 Kaliakoir 地区 Chandra
- URL：http://waltonbd.com/
- 設立年：R.B.グループは1977年設立
WALTONブランドは2006年設立（2008年操業開始）
- 代表者：〔R.B.グループ〕S.M. Shamsul Alam
〔WHIL〕S.M. Ashraful Alam
- 従業員数：グループ全体で22,584人（うち正社員15,342人）
WHILには、このうち約9,000人（すべて正社員）
- 工場敷地：54万m²（建屋面積：27万m²）
- 生産部門：11部門
- 販売店数：2,567店
- 製品流通：主に同グループが経営する直営店のWALTON Plazaや
特約販売店、販売代理店
- 輸出先：ミャンマー、ネパール、スーダン、クエート、カタール、アラブ首長国連邦など17カ国



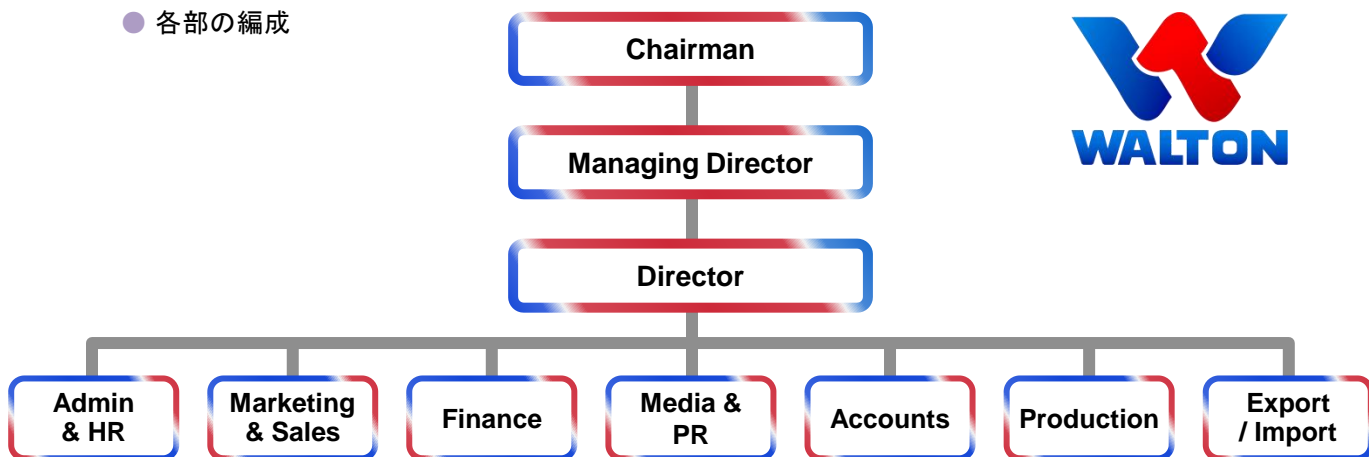
本社が入住する
JIBON BIMA BHABANビル

企業概要 —つづき—

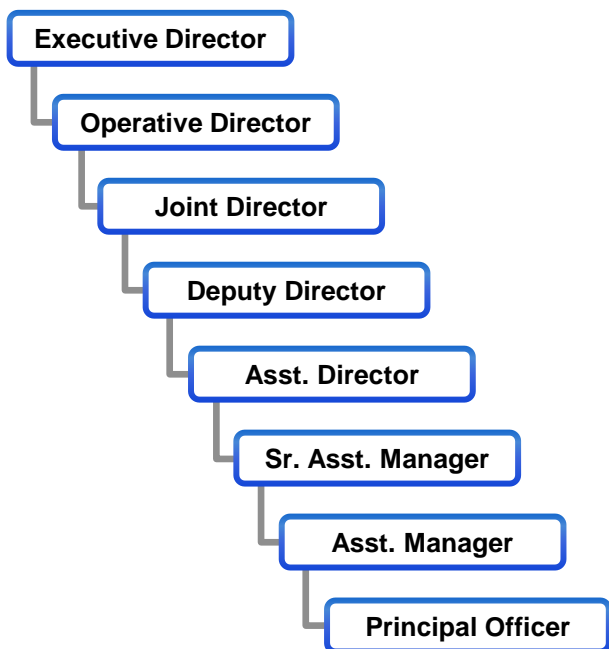
- 社是 : ●革新、技術、そして消費者を活気づける商品を通じて、より良い世界を創造する。
 - 優れた製品を作る誇りを持って、商品を提供するグローバルリーダーであることを自覚する。
 - 新技術と競争力を高める専門性によって業績をさらに積み上げ、“Made in Bangladesh”こそが信頼の印であることを世に示す。
 - 誰にでも開かれた胸躍る未来を創造する。
- 重視する点 : チームワークと技術革新、研究開発、消費者に焦点を据えた誠実さ
- 職場の標語 : 力を合わせて働こう、“NO”と言うな、創造性を発揮しよう

組織図

- 各部の編成



- 各部の職制



- WALTONの傘下企業

Walton Hi-Tech Industries Limited (WHIL)
: 冷蔵庫・冷凍庫・エアコン・オートバイ・携帯電話

Walton Micro-Tech Corporation
: テレビ・各種家庭用電化製品

Walton Electrocomp Limited : 未稼働

Walton Corporation Limited : 未稼働

R.B. Technologies Limited : 未稼働

Dream Park International : 各種家庭用電化製品の輸入

Walton Plaza : WALTON製品の流通販売(直営店)

Sky Route Media Limited : オンラインニュース配信

JETRO




ビジネスの概要 ①

WALTONブランドの製品ラインアップ

| 製品名 | 詳細 |
|-------------|---|
| 冷蔵庫、冷凍庫 | |
| テレビ、ビデオ | スマートテレビ、LEDテレビ、ブラウン管テレビ、DVDプレーヤー |
| 携帯電話 | スマートフォン、フィーチャーフォン、iPad、付属品 |
| オートバイ | 7車種: Xplore、Fusion、Ranger、Stylex、Cruize、Prizm、LEO |
| エアコン | |
| 発電機 | ディーゼル発電機、ガソリン発電機 |
| その他家庭用電化製品等 | 洗濯機、電子オーブン、ミシン、ミキサー、ガスコンロ、電気ポット、電気圧力釜、電気炊飯器、扇風機、アイロン、IHクッキング・ヒーター、ヘアドライヤー、秤、IPS、フードプロセッサー |

主な製品の価格

| 製品名 | 冷蔵庫 | LEDテレビ | スマートフォン | オートバイ |
|-----|--|--|--|--|
| |  |  |  |  |
| 価格 | 19,000 ~ 42,000 タカ | 11,000 ~ 120,000 タカ | 2,150 ~ 29,000 タカ | 70,000 ~ 129,000 タカ |

| 製品名 | 電子オーブン | 電気炊飯器 | エアコン | ミキサー |
|-----|---|---|--|---|
| |  |  |  |  |
| 価格 | 6,000 ~ 15,000 タカ | 2,000 ~ 3,500 タカ | 34,000 ~ 62,000 タカ | 1,800 ~ 3,200 タカ |

生産能力

WALTONはバングラデシュで初めてオートバイの生産を手掛けた。家電製品の輸入販売からスタートし、組み立て業を経て自社生産を始め、ISO-18001(2007年)、ISO-14001(2004年)、ISO-9001(2008年)を取得するにいたっている。

同社およびグループ傘下の企業は、600人を超える国内外の技術者を有する研究開発部門を持つ。

WHILが自社生産ないし一部分の生産を行っている製品の年間生産能力は以下の通り。

- 冷蔵庫・冷凍庫：200万台
- テレビ(ブラウン管式、液晶、LED)：100万台
- エアコン：30万台
- オートバイ：30万台

オートバイのエンジン、エアコンや冷蔵庫のコンプレッサー、液晶、LEDパネルなどは未だ輸入に頼っている。国内にはそれら部品のメーカーもあるが、WALTONの品質基準に適合していない。



オートバイの生産ライン



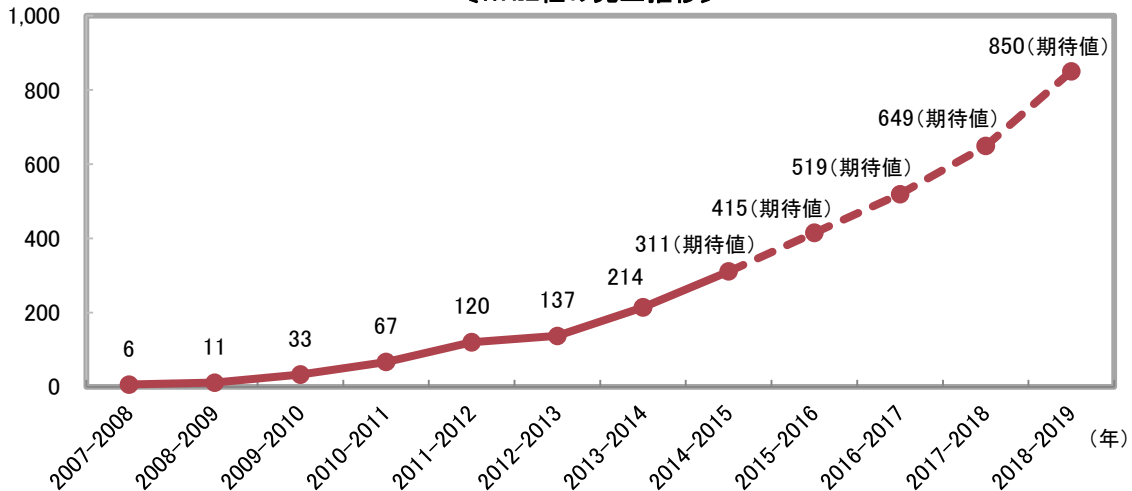
(左)WHIL社におけるISO関連の認定シンボル

売上推移

WALTONでは2019年までに年間売り上げを8億5千万ドルに伸ばしたいとしている。

(単位:百万ドル)

〔WHIL社の売上推移〕



グループ全体の売上上位5製品

〔主要製品〕

| 順位 | 品名 |
|----|---------|
| 1 | 冷蔵庫・冷凍庫 |
| 2 | テレビ |
| 3 | スマートフォン |
| 4 | エアコン |
| 5 | オートバイ |

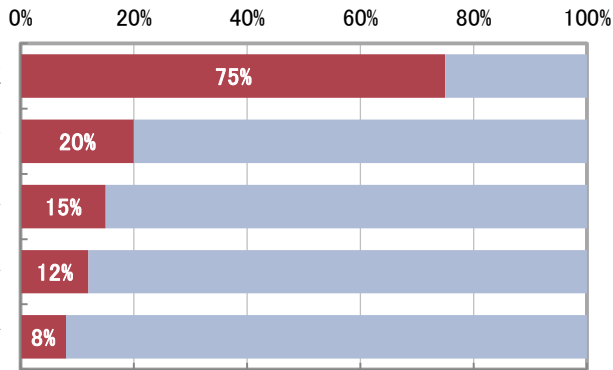
〔その他家庭用電化製品等〕

| 順位 | 品名 |
|----|-------------|
| 1 | 電子オーブン |
| 2 | ミキサー |
| 3 | アイロン |
| 4 | IHクッキングヒーター |
| 5 | 電気炊飯器 |

ビジネスの概要 ③

売上推移 一つづきー

■ 主要製品の国内市場シェア

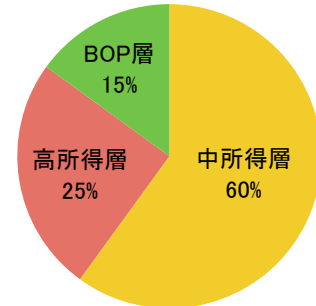


〔競合他社〕

家電製品のライバルは、LG、SAMSUNG、SHARPで、LGとSAMSUNGが今後最大の競争相手になるものと見ている。オートバイに関しては、GILERA・ランナー（イタリア）、TVS（インド）、YAMAHA（日本）、Bajaj（インド）、Hero（インド）が主な競争相手となっている。

■ 所得層別の顧客比率

WALTONの顧客は、大半が中間所得層に属するが、BOP層の所得が上がることによって、今後の潜在的な市場性は大きいものとみられる。



- 高所得層(月額) : 40,000 タカ以上
- 中間所得層(月額) : 10,000 ~ 39,999 タカ
- BOP層(月額) : 10,000 タカ未満

新製品の開発過程



■ 最近の製品開発

● 超薄型スマートフォン

128.1gの超薄型スマートフォンの開発に成功した。本体は中国で組み立て、本体は中国で組み立て、ソフトは自社生産。

● エアフライヤー

油を使わず揚げ物を調理できるエアフライヤーを、間もなく市場投入する予定。同製品は、脂分を80%カットでき、極めて短時間に調理ができる。

これら新製品は、開発・設計は自社で行っているが、製造・組み立ては中国に依存している。



超薄型スマートフォン
「Promo X3」

販売促進活動

WALTONではテレビ広告を第一の手段とし、その他以下の広告を行っている。

- 広告板
- オンライン広告
- 新聞
- 雑誌
- ポスター

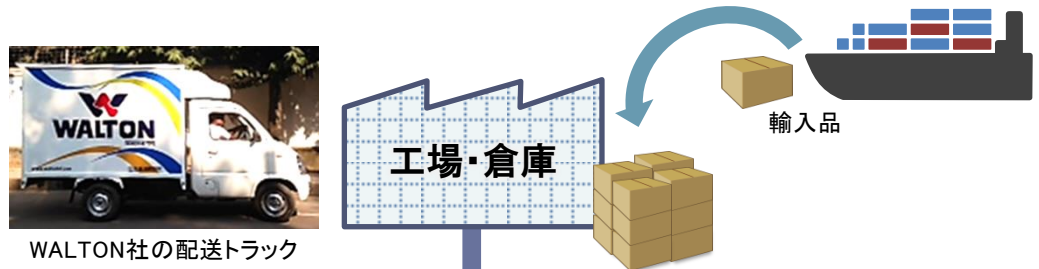


バングラデシュ国内の大手通信サービスプロバイダーGrameenphone と提携し、GrameenのユーザーがWALTON Plaza(直営店)に来店した場合は最大で10%の割引を行っている。また、中小企業向け民間銀行のBRAC Bankと提携し、WALTON製品購入の際分割払い制度を設けている。

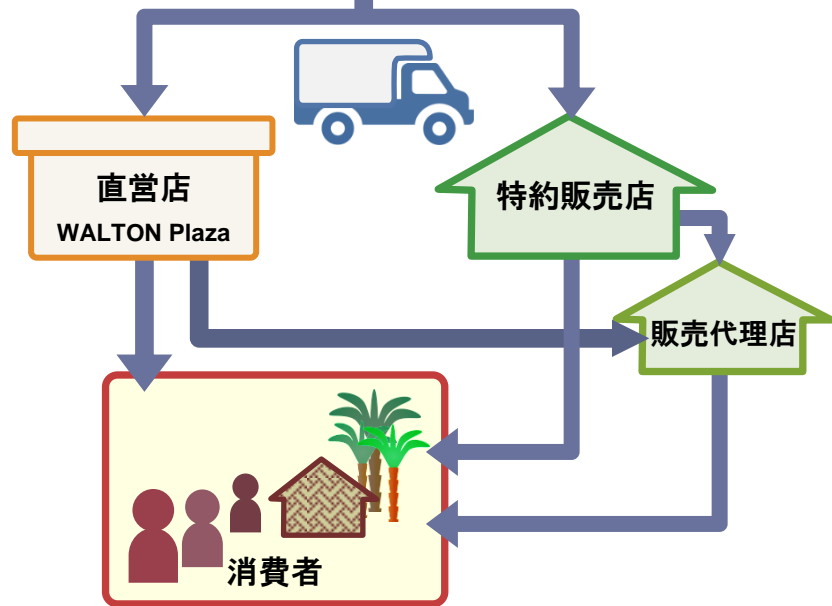
ビジネスの概要 ④

流通・配送

工場から出荷された製品は、直接WALTON Plazaや特約販売店などに配送される。WALTON Plazaは200カ所あり、特約販売店と販売代理店は全国に合わせて3,000カ所以上に上る。倉庫は工場内にあり、輸入品も合わせて保管し、自社の配送網とその他を通じて供給している。



WALTON Plaza
 バングラデシュ全土に200カ所の直営店WALTON Plazaを設けている。



WALTONの強み

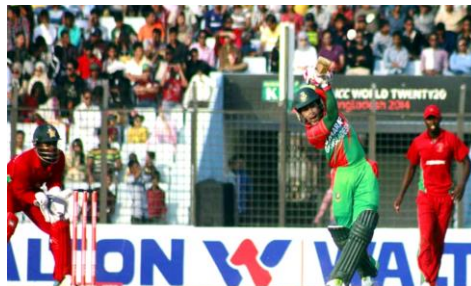
WALTONの強みは「価格競争力」「品質の良さ」「充実した顧客サービス」にある。

価格や品質については、例えば冷蔵庫や冷凍庫など、品質を保ちつつ多様な価格帯のモデルを揃えるなど、BOP層から高所得層までの所得層にも受け入れられ、誰でも品質と価格に満足できる品揃えとなっている。顧客サービスについては、中央サービスセンターに加え、各地方にサービスセンターを設けて技術者を配置し、故障等への対応やアフターサービスを行っている。各WALTON Plazaもサービスセンターの機能を有している。

| 品名 | 保証期間 |
|---------|------|
| 冷蔵庫・冷凍庫 | 5年間 |
| テレビ | 2年間 |
| 携帯電話 | 1年間 |
| エアコン | 3年間 |
| その他家電製品 | 1年間 |
| オートバイ | 3年間 |

社会貢献

社会貢献の一環として各村でクリケット等のスポーツ大会を実施している。また、WALTONはクリケットのナショナルチームのスポンサーでもある。



日本（外資系）企業へ期待すること

- WALTONはパナソニックと新日鉄住金から素材を輸入しているが、効率向上と環境対応のための製品設計と開発の必要性を感じており、自社の分析手法等にはいまだ問題がある。従って、品質に定評のある日本企業と提携し、技術・ノウハウの支援を受けたいと望んでいる。
- 2012年にマレーシアの自動車メーカーと提携し、自動車工場を設立する計画があったが、契約条件が合わず実現には至らなかった。なお、既に海外メーカーのOEM生産を手掛けており、これをさらに拡大していきたいとしている。

こうした案件について、日本をはじめとする外国企業との提携を期待している。



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。