

## タンザニア

## 企業実態調査レポート【1】: CANA POWER CENTRE

～ ソーラー発電システムの販売／設置 会社 ～

## ■ タンザニア連合共和国 — 基礎データ —

- 面積: 94万 7,300平方 キロメートル[日本の約2.5倍] (CIA)
- 人口[2013年8月]: 約4,627万7,000人 (2013年10月版 IMF Database)
- 首都: ドドマ[法律上の首都] / 人口208万3,588人 (2012年 国家統計局)  
実質的な首都機能はダルエスサラーム / 人口436万4,541人 (2012年 国家統計局)
- 名目GDP[2012年]: 282億4,700万ドル (2013年10月版 IMF Database)  
1人あたり名目GDP[2012年]: 628.71ドル (2013年10月版 IMF Database)
- 実質GDP成長率: 7.0\*% (2013年10月版 IMF Database) \*: 暫定値
- 為替レート[2013年9月中央銀行調整済]: 1ドル ≙ 1,571.7 タンザニア シリング (2012年平均)

出所: JETROホームページ 国・地域別情報(J-FILE)「タンザニア概況(2013年12月)」



■ 調査日: 2014年 6～8月

■ 分野: ソーラー発電システム(販売／設置)

■ 特徴: ソーラー発電システムへの確かな知識と技術を自負し、ごく小規模の会社ながら徐々に販路を広げ、業績を伸ばしている。

店舗での小売りをはじめ、地方の小売店への卸売り、自宅やNGOなどへのソーラー発電システムの販売・設置を行っている。



ソーラーパネル

## 企業概要

- 社名: CANA POWER CENTRE
- 住所: P.O.Box41484, 255 Msimbazi Street, Mbagala Stand, Kaliakoo, Dar es Salaam Tanzania
- URL: <http://www.canapower.co.tz/>
- 国内外主要拠点: 店舗兼事務所が1軒。国内地方に提携店が多数。
- 設立年: 2007年
- 従業員数: 代表2名+職員2名(職業訓練校を出た技術者: 主にソーラー設置時担当)の計4名
- 敷地面積(店舗兼事務所): 約6㎡ / 家賃は1ヶ月約100万シリング
- 主要取扱製品: ソーラー発電関連製品・・・コントローラー、インバーター、バッテリー、バッテリー液、冷蔵庫、ウォーターポンプ、ウォーターヒーター、テレビ、パワーバックアップ、ミニソーラーシステムセット、電灯、懐中電灯、携帯電話チャージャー、LED電球など。
- 主要販売先(輸出含む): 小売、地方の商店、NGOや教会、一般家庭などへのソーラーシステム設置など。
- 社是: 太陽光発電で環境保全をしながら、生活を豊かにする。



店舗兼事務所の外観

### 主要取扱製品

- ・中国製が約9割を占めている。
- ・インド製バッテリー、パネル等。
- ・ケニア製バッテリー、バッテリー液等。
- ・アメリカに本社があるd.light\*のソーラーランタンも取り扱う。
- ・日本製商品は3年前まで取り扱っていたが、価格面で今は取り扱っていない。
- ・輸入代理店より直接輸入している。  
主な取引先は「Steps Solar」「Energy Master」「Pro Solar」  
「Chloride Exide」「Davis & Shirliff」など
- ・市場には非正規品も多く、それらの価格は安いが寿命も短い。



店舗兼事務所の戸棚



インド製のバッテリー



ドイツのライセンス製品とされている  
中国製50Wソーラーパネル



中国製のDCチャージャーなど



d.light\*製のソーラーランタン



ソーラーライト(販売価格は15,000シリング)



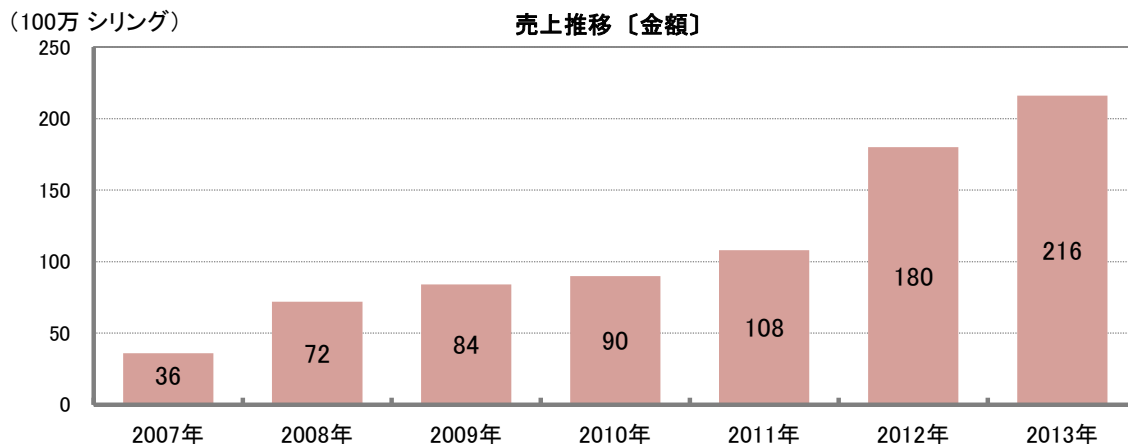
賑わいを見せる土曜日の店先

\*: 米スタンフォード大学の教育プログラム「Entrepreneurial Design for Extreme Affordability」から生まれた「d.light design」は、世界初のソーラーデスクランプ「d.light S1」を開発。社会的企業としてそのソーラーランタンを途上国に販売している。

出所: 「d.light design」ホームページより

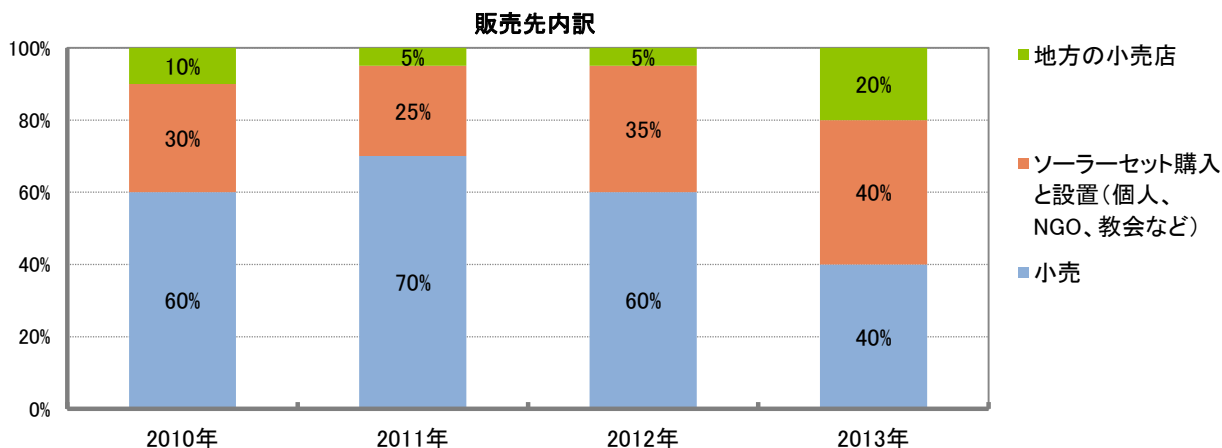


売上推移

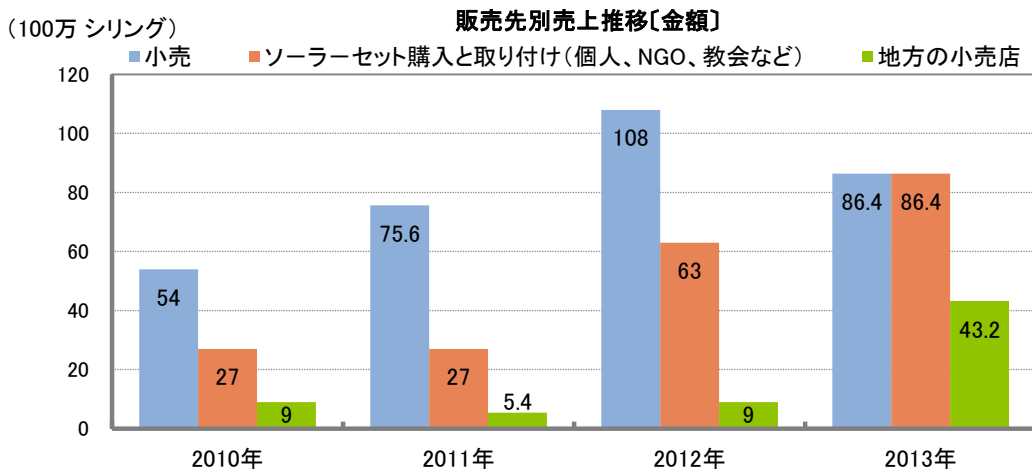


2012年に大きく売上げが増えていることに対し代表者に聞いたところ、2011年の半ばまで同じカリアコー地区でも裏通りにあった店舗兼オフィスを入通りの多い現在の場所に移転し、露出度が増えたことによる売上げ増加が挙げられた。2013年の伸びも丁寧な応対としっかりした技術的なアドバイスが定評を得てきたからではないだろうかと自負している。

販売先内訳



販売先別売上推移



販売先の特徴

1. ダルエスサラームの店舗での小売

- ・平均顧客数: 毎日約50人以上
- ・人気商品: ミニソーラー発電セット  
LED電球4つの灯りと携帯電話の充電ができる、ソーラーパネル10W、コントローラー、バッテリー、ワイヤー、チャージャーシステムのセット。  
価格: 13万シリング(仕入れ値10万シリング)  
→電気代が節約になり、寿命も通常の電球より長いのでLED電球を使用。
- ・その他、主な販売商品と価格  
LED電球: 5,000 シリング～  
ソーラー電灯: 15,000 シリング～  
ソーラーの携帯チャージャー兼電灯: 50,000 シリング～

【ある一日の様子】

7月26日(土)の午前10時半から11時半の間には小売客がひっきりなしに訪れていた。LED電球(4,000シリング～)や携帯チャージャーなどの購入者が多かったが、自宅に取り付けるというソーラーパネルセットの購入者が2組いた。

1組は80Wのソーラーパネル1枚、コントローラー、バッテリー、ワイヤー、2WのLEDランプ8個のセット(合計:42万シリング)を購入。設置料は別に10万シリングかかる。この顧客は空港の先にあるChanika地区に住んでいるが、まだ電気がきていないので、ソーラーセットを購入したようだ。

Cana Power代表の1人セールスダイレクターのMbulumiさんによると、ここ1年ほど、毎日少なくとも5組(店は日曜定休)は、こういったソーラーセットの購入があるという。設置も請け負った場合、1年間は保証期間として、正しい使用にもかかわらず問題が起きた場合には、メンテナンスを無料(交通費は別)で請け負っている。

タンザニアの電力会社TANESCOの電気は料金が高いうえに当てにならない(停電や電圧変動が多い)から、これからはソーラーの時代で、この店はアフターケアも含めて信頼できると言っている客もいた。

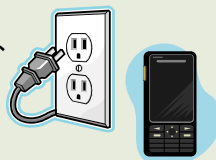
【タンザニア国内の電力と携帯電話事情】

ダルエスサラーム地区で電気の使える世帯は64.4%で、タンザニア全土では21.3%。つまり、4分の1の家庭しか電力による灯りを使っていない状況にある。

タンザニアの電力会社TANESCOの電気は料金が高いうえに停電や電圧変動が多く、供給が不安定。

携帯電話の普及率は、タンザニア全土で63.9%の世帯に達しており、ダルエスサラーム地区においては、80%を超えると考えられる。

(2012年・タンザニア国勢調査より)



店舗兼事務所の中には所狭しと商品が並んでいる



LED電球



ソーラー発電によるテレビのデモ点灯



パネルとともに小物も売れる



80Wパネルとともにバッテリーやコントローラー、LED電球を購入していく

## 2. ソーラー発電セット販売と設置

### ・主な顧客:

個人宅が多いが、教会、NGOなどの建物に設置することもある。  
自宅に電気がきていないダルエスサラーム市内や郊外の注文が多い。  
灯りと携帯電話のチャージとテレビ用の電力が欲しいという要望が多い。



一般家庭へのソーラーパネル設置作業



完成

### 〔設置先事例〕

写真はダルエスサラームのミコチェニ地区(街中心から7kmほど)の一軒家の個人住宅に120Wのソーラーパネル(1枚276,000シリング。中国製)を10枚取りつけたときのもの。  
この地区はTANESCOの電気はあるが不安定なので、ソーラー発電電気と併用して使うということだそうだ。  
この地区の一軒家の家賃は約月100万シリング以上という中級の上クラスの住宅街で、外国人も住んでいる。

## 3. 地方の小売店

### ・卸し先:

ルクワ、ムベヤ、ンジョンベ、イリングなどの地方都市の会社や商店に商品を卸している。  
地方の商店の顧客には農民が多いため、その年の農作物の出来具合が商品の売りに響く。2011年には地方での売りが落ちたこともあるが、最近では順調で、各地方でほぼ月一度は注文があり、ロコミなどにより新規の顧客も増えている。

### ・販売方法／支払方法:

顧客が出向いてくることもあるが、多くの場合は、メールや携帯メッセージなどで注文を受け、配送会社に委託して注文品を発送している。  
ムベヤ方面はChawe、ムトワラ方面はNjima などそれぞれの地方によって運送会社があるので、そこに委託している。  
支払いはMペサ(携帯電話を利用した決済、送金サービス)などで行われている。

### ・価格にかかる特徴:

自社での小売より低価格で販売している。

<例>

「バッテリー」

ダルエスサラームの店頭では16,000シリングで販売

→ 地方には14,500シリングで卸す



Mペサの代理店

マーケティング手法

■ 広告・宣伝

2012年、2013年と自社宣伝チラシを2,000部ずつ作り、地方への長距離バスのシートに置くなどして配布。そのチラシを見たという人々 (Mbulumiさんが記憶しているだけで20名ほど) から電話で問い合わせがあり、商売に結び付くこともあったので効果を感じている。

また2014年は自社のソーラー設置光景の写真が載っているカレンダーを1,000部製作し、顧客などに配った。口コミでの広がりも多い。

HP制作を委託した会社がなくなったため、しばらく閉鎖していたHPは、別の会社に委託してこの7月より再開した。

次は自社のロゴとホームページのURLの入ったTシャツを200枚ほど作製し、顧客中心に配ろうかと考えている。



店舗のすぐそばのMbagalaバス停



顧客に配布した、3枚組み  
2014年カレンダー

社会的活動

将来的には農村でのソーラー発電に関する啓蒙活動、孤児院へのソーラーパネル設置などの活動を考えている。

日本、もしくは外資系企業と取り組んでみたいこと

小さな会社ではあるが、顧客をつかみはじめしており、これからのマーケット拡大に自信を持っている。

日本、もしくは外資系のソーラー関連企業の代理店となることは十分可能であり、よりよい製品をタンザニアの人々に紹介したいと考えている。

一般の人々に対しては、地元の新聞やラジオで日本製品の良さを明確に宣伝していくことにより認知度が広がり、需要が増えることが考えられる。

## 企業としての特徴

### 顧客の個別ニーズへの柔軟な対応等による厚い信頼

店頭には、代表2人のうちどちらかがいて、顧客の質問に対して丁寧に対応している。タンザニアでは家庭でのソーラー発電はすべてオフグリッドタイプになり、ソーラーパネル1枚とバッテリー1個などという組み合わせの需要が多い。それは他のソーラー店でも可能であろうが、それ以上の組み合わせの需要を技術的に満たすことができる店は少ないと思われ、同社の強みとなっている。ソーラーシステム設置後1年間は、正しい使用にもかかわらず問題が起きた場合には、メンテナンスに無料で応じている(交通費は別)のも特徴である。

### 確かな技術と知識

代表2人は、この会社を始める前に、ケニア系の太陽光発電製品のChloride Exideのタンザニア支社で10年間働き、南アフリカからきた専門家にトレーニングも受けていた。その時に培った技術と知識があるため、顧客たちから信頼を得ているのだと言う。その技術と知識の確かさが一番大きなセールスポイントだそうだ。

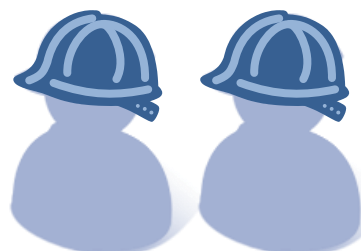
### 組織



— 代表者 — Technical Director  
Abraham Mahali さん



— 代表者 — Sales Director  
Recharad Mbulumi さん



職員(非常勤の技術者)  
2名

### 自社販売店の周辺情報

店舗兼事務所はタンザニアの最大の都市ダルエスサラームのカリアコーにある。カリアコー地区は、中央卸売市場などがあるダルエスサラーム最大の商業地域である。店舗のある場所はソーラー発電関連製品取り扱いの同じような規模の15店舗ほど並んでいる。乗合バスが多数発着するバス停のすぐそばにあるので、人の往来は激しい。



立ち並ぶソーラー関連製品取扱店

### タンザニアにおける太陽光発電関連市場の可能性

BOP層では、電線が近くまで来ても、予算の関係で電気がひけない例もあるが、電気の来ていない農村部では、富裕層はソーラーパネルを屋根に備え付け、自宅テレビやステレオなどまで楽しんでいる例もある。BOP層にも手が届く、灯りや携帯電話の充電ができるソーラーキットなどの需要はこれからも高いと予想され、タンザニアではあらゆる階層において今後も伸びていくに違いない分野である。

#### ■ Cana Powerの経営戦略

ソーラー製品の販売と設置を手掛ける会社はタンザニアにもいくつかあるが、タンザニア政府の仕事を請け負っているような大手では、家庭のソーラー設置の見積もりなどにケースバイケースで対応することができないところもある。

Cana Powerは、その知識と技術によって、小規模な顧客から大きな規模のソーラー設置まで、それぞれの細かいニーズにも臨機応変に対応していくことが可能と思われる。ソーラー設置の場合はアフターサービスも請け負っている。また地方とのつながりが強い点も強みとなっている。

#### ■ 今後の課題・改善点

代表者2人の知識と技術でここまでできた会社であり、実際のパネル取り付け作業以外の事業運営のほとんどを2人でやっている。(設置作業も総監督はMahali氏である)

店舗兼事務所でインタビュー中もLED電灯やソーラー電灯などを求める客が次々と訪れ、Mahali氏のスマートフォンには、ムベヤからの注文メールが入っていた。

規模がさらに大きくなり、代表者2人の手が回らなくなった際の体制作りをしていくことが、これからの課題とされる。

#### ■ 現地進出のための展望

日本製のソーラー製品の宣伝を海外で積極的に行い、当地のバイク市場などのように、本物の日本製品は多少高くても、品質や耐久性の面では安心であるという意識がタンザニアの消費者たちへ定着していくならば、これから入り込んでいける余地がでてくるのではないだろうか。



# 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、ジェトロ及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。