

## タンザニア

## 企業訪問調査レポート【5】：Vodacom Tanzania ～通信会社～

## ■ 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]（在日大使館）
- 人口[2013年8月]：約4,925万3,126人（世銀）
- 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[2013年]：332億8,500万ドル（2014年10月版 IMF Database）
- 1人当たり名目GDP[2013年]：719.26ドル（2014年10月版 IMF Database）
- 実質GDP成長率：7.2\*%（2014年10月版 IMF Database）\*：暫定値
- 為替レート[中央銀行 2014年11月版]：1ドル ≒ 1,598.60 タンザニア シリング（2013年 平均値）

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



■ 調査実施 : 2014年 10月

■ 分野 : 通信

■ 特徴 : タンザニアの通信業界を代表する企業であるVodacom Tanzania。Vodacom Group UKを親会社とする南アフリカVodacom Group Limitedの子会社であり、その65%をVodacom Group Limitedが、残り35%を事業パートナーであるMirambo Limitedが所有している。通信業界のパイオニアとして、高い通信性能を確立し、BOPビジネスモデルとして名高いM-PESA(後述)を行うなど、今や確固たる地位を築きつつある。今もなおシェアを拡大し続ける理由は、マーケットとなる人々の声に常に耳を傾け、通信会社としていかに彼らのニーズや彼らの抱える問題に関わっていくことができるか、それを探求し続ける姿勢に見られる。

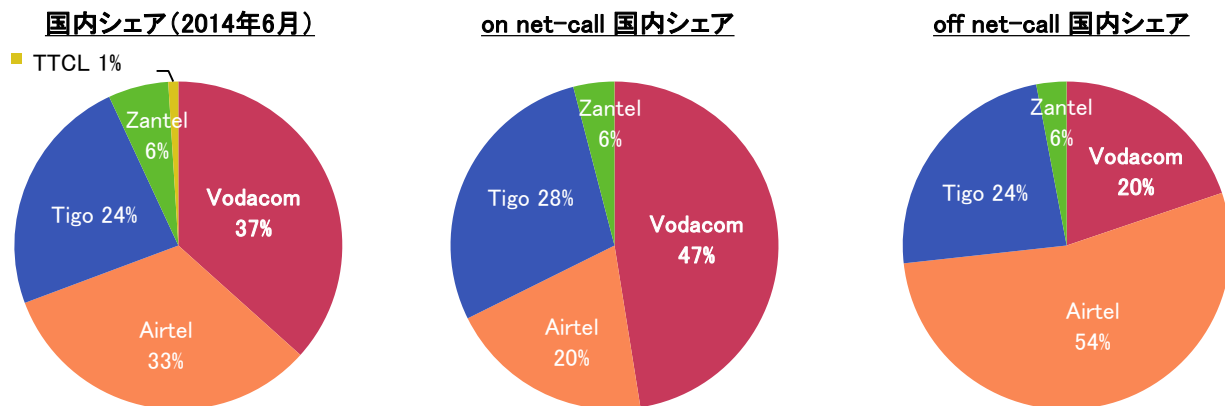
## 企業概要

- 社名 : Vodacom Tanzania
- 住所 : P. O. Box 2369 Building No. 2,Mlimani City Office Park,  
Sam Nujoma Road, Dar es salaam
- URL : www.vodacom.co.tz
- 主要拠点 : ダルエスサラーム(本社)をはじめとするタンザニア全土
- 設立年 : 1999年
- 従業員数 : 686人
- 社是 : Kazi ni kwako.(全てはあなた次第)



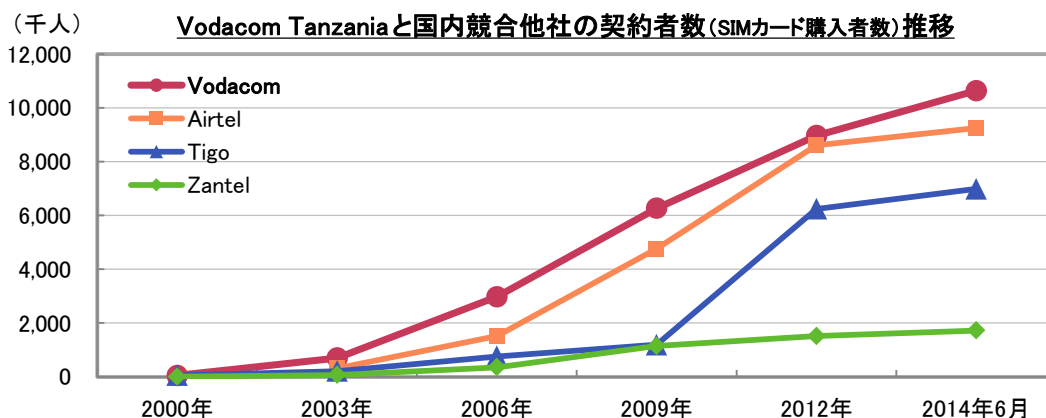
本社オフィス外観

国内シェア：内訳



Vodacom同士の通信サービスを強化していることもあり、通信会社同士の通信通話 (on-net call) において国内では、断トツのシェアを誇る。首都圏では競争が激しくAirtelに押され気味とのことだが、アルーシャやムワンザなどの大都市を含む北部では、他社の通信網が拡充されていないこともあり、Vodacom Tanzaniaのシェアが大きい。タンザニアでは、複数通信会社のSIMカードを所持している人が多いが、その中でSIMカード購入者数を毎年伸ばしている点は、大いに評価できると思われる。

契約者数の推移



回線のカバー状況



特徴的なサービス

①: Bundle サービス

Vodacom Tanzaniaの支払い方法はプリペイド方式であり、利用者はプリペイドカードを店頭で購入し、使用する。そのまま通信、通話をすることもできるが、ユーザーの多くはそれぞれの使用状況や予算にあったBundleサービスを利用することで、よりお得に通信、通話を楽しむことができる。

(例) Bundleサービスの一つ「CHEKA」を利用すると、Vodacom同士の24時間有効の15分の通話と100通のショートメッセージが、未使用時に比べ格安となる。



1,000シリング分のVodacom Tanzaniaのプリペイドカード



プリペイドカードが売られている店

②: Nipigie Tafu サービス

プリペイドカード分の金額使用後、Vodacom Tanzaniaから最大900シリング分のプリペイドを借りることができるサービス。一度借りると、次回プリペイドカードによってチャージするまで再度利用不可となる。チャージした際に借りた額+手数料が差し引かれる。(900シリングのサービス利用に対し、100シリングの手数料がかかる。1,000シリングのカード購入で返済が完了する。)



NipigieTafuのサービス画面

③: Huduma za Bure サービス

ユーザーはHuduma za Bureサービスと呼ばれる以下のサービスを無料で使用することができる。これらのサービスは、必ずしも現金が手元にあるとは限らない経済層のニーズに応えたサービスとして、多くの人々に利用されている。

サービス例(1)  
「Tafadhali Nipigie」

「電話をかけてください」という内容のSMSを、1日最大5通送ることができるサービス。



Tafadhali Nipigieのメッセージ画面

サービス例(2)  
「Niongezee Salio」

「プリペイドでチャージした金額(通話料)を送ってください(分けてください)」という内容のSMSを、1日最大5通送ることができるサービス。

サービス例(2)  
「Mnunulie mwingine」

自分が利用しているBundleサービスの利用権を相手に送るサービス。

BOP層が使用する携帯電話料金は1日あたり500~1,000シリングほどだが、常にその金額が手元にあるとは限らない。そのような場合であっても、必要時に相手とコンタクトをとることができる上記のサービスは、BOP層の関心を惹きつけ、実際の利用頻度も高い。タンザニアでは、地域によって各通信会社の電波状況が異なることや、同じ通信会社同士の場合の方が通信料金が安いいため、複数の通信会社のSIMカードを状況や相手によって使い分ける人が多い。そのため、ある程度のシェアを確立しているVodacom Tanzaniaが利用者拡大に向けてとる戦略として、他社間とのサービスよりVodacom同士のサービスを充実させること、マーケットの大半を占めるBOP層のニーズになかったサービスを充実させることの2点を重要視している。

### 特徴的なサービス：サービス構築の背景

Vodacom Tanzaniaの特徴的な各種サービスの多くは、企画チームメンバーの実体験を基に生み出される。例えば、大雨でプリペイドカードを購入できなかったメンバーの妻が、陣痛が始まったことを夫に報告するのに時間がかかったというエピソードは、チャージ金額がなくても、相手に電話をかけてくるように伝えることができるTafadhali Nipigieサービスのアイデア源となった。

参考にできる前例が少ない中で、常に最前線を走り続けるVodacom Tanzaniaにとって、メンバーの実体験からくるサービス案は、市場のニーズにあった提案をする一番の近道とのことである。

### 代表的なサービス：「M-PESA」

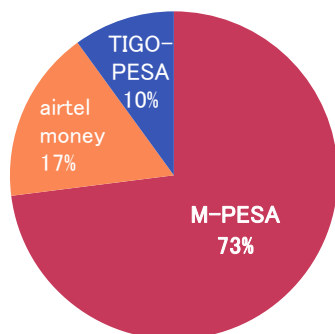
携帯電話を使い、相手にSMSを通して送金できるVodacom Tanzaniaを代表するサービスの一つ。現金のチャージとM-PESAからの現金引き出しは40,000店舗を超えるM-PESAの支店で行うことができる。登録者数は約550万人にのぼり、銀行口座を持たないBOP層の金融システムへのアクセスを可能にしたとして名高いが、現在では所得層に関係なく、タンザニアにてもっとも利用頻度の高い送金システムの一つとして、毎月、1兆2千億シリング（約805億円）以上が送金されている。



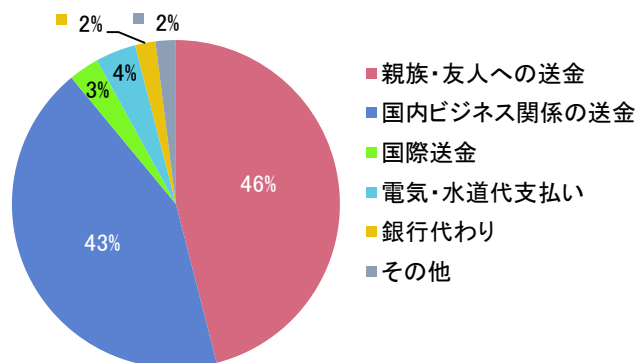
M-PESAの支店

(写真提供：Vodacom Tanzania)

#### 携帯電話送金システム：国内シェア



#### 携帯電話送金システム：利用目的



- 2007年にサービスを開始後、登録者数が2年後に28万人、7年後には550万人と急速に増加した。この数字はいかにM-PESAがタンザニアのBOP層のニーズに応えているかを物語っている。支店数、知名度共に申し分ないが、送金ミスをした時の対応や、一つ一つの支店の信頼性、また、回線不備により、送金に時差が生じることが今後の課題である。

### 新規サービス：「M-PAWA」

Vodacom Tanzaniaが2014年5月からCommercial Bank of Africa 社と共同で開始したサービス。

従来M-PESAは利用者の携帯電話同士を繋ぐ送金用の「パイプ」だったのに対し、M-PAWAでは携帯電話自体が「銀行」の役割を果たし、預金やローンを利用できる。手続きはいたってシンプルで、預金により毎月1～5%の利息がつく。また、日頃の携帯電話利用状況をもとにした審査通過後、1,000～500,000シリングのローンを組むことができる。

### マーケティング手法：広告・宣伝

ターゲットとしているBOP層の多くは、銀行口座を持たず、口座に貯金するという習慣がない。M-PESA開始時と同様に、キャンペーンスタッフがひとりひとり各地を回り、人々に直接宣伝している。この方法は一見遠回りのようにも見えるが、マーケティングディレクターのIsack氏は「タンザニア人にはおしゃべり好き、うわさ好き、世話焼き、新しいもの好き、という国民性があり、一人が何か有意義な情報を得ると、口コミですぐに広まる。まずはその初めの一人に熱心に語りかけることが大切。」と語る。

#### ● スワヒリ語のキャッチーな宣伝コピー

「Nipigie Tafu」や「Habari Ndio Hio」など、Vodacom Tanzaniaの各種サービスの名前や宣伝文句には、スワヒリ語の親しみやすい若者言葉を使うことが多いが、これらを多用することで、よりキャッチーで印象に残る宣伝ができるという。



各地に見られるVodacom Tanzaniaの広告看板

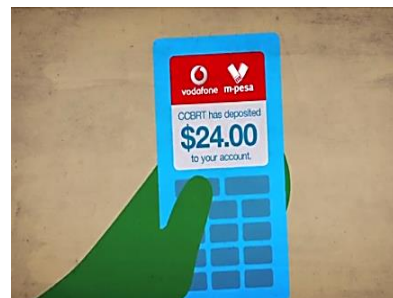
### 社会的活動の取り組み

#### ①: Vodacom Lady

Vodacom Ladyとはプリペイドカードを路上販売する女性職員のことを指す。この試みは2010年に、小売店の少ない街中で、プリペイドカードへのアクセスを確実にするだけでなく、女性の雇用を創出する目的で始まり、これまで2,000人規模の雇用創出を実現。Vodacom各種サービスについて簡単な教育を施すことは、学歴上、就業が困難な女性に労働機会を与えるだけでなく、Vodacom Tanzaniaのオフィスに人々が殺到することを防ぐ効果もあった。

#### ②: M-PESAを通じた産科ろう孔の防止

年間3,000人以上いるとされる産科ろう孔（不適切な出産時の処置でろう孔が生じ内臓器がつながる症状）の患者を減らすため、2009年からダルエスサラームのCCBRT病院と共同で行われた試み。地方の役人や村のリーダーにプログラムの概要が伝えられ、彼らは産科ろう孔の患者を発見すると、病院に連絡し、患者は電話で臨床を受ける。診断後、M-PESAを通してダルエスサラームまでの患者の交通費が支払われ（費用はCCBRT病院が負担）、後に発見者に患者1人当たり10,000シリングの支払いが行われる。M-PESAの宣伝もふまえて開始されたこの試みは、タンザニア全土で話題となり、2013年までに2,500人以上の産科ろう孔患者が手術を受け、回復した（手術費はVodacom Tanzaniaが負担）。



産科ろう孔プロジェクトのCMの一部

#### ③: 妊婦へのSMSサービス

登録者に対して無料で定期健診や妊娠中のアドバイスが書かれたSMSを送るサービス。登録者はそれぞれの妊娠周期に応じて、サービスの協力団体であるMinistry of Health & CDC FoundationからSMSを受信する。

### 日本（外資系企業）と取り組んでみたいこと

Vodacom Tanzania独自の統計では、スマートフォン利用者は2013年、携帯電話利用者全体の15%に達したとしている。その要因は主にMOP層の増加と安価なスマートフォンの普及だ。これを踏まえ、Vodacom Tanzaniaではスマートフォン利用者のためのBundleサービスの充実や、高速通信規格の確立を進めている。こうしたインターネットサービスや回線について、是非日本の通信企業や専門家からアドバイスを受けてみたいと話している。

Vodacom Tanzaniaは先駆者として他企業をリードしているものの、タンザニアの通信業界は、主に大都市ダルエスサラームで勢力を伸ばしつつあるAirtelや、安価なサービスが評判で若者ウケのいいTigo、また来年からベトナムの通信会社が進出するなど競合会社が多く、常に前進し続けることが求められる業界といえる。Isack氏は通信市場を「他の業界と比べ、アイデアの比重が大きい市場。そのため市場、とくにBOP層の動きに常に敏感でなければならない。」と認識した上で、「BOP層の動きに敏感だからこそ、彼らの抱える問題がよく見える。私たちはタンザニアの通信会社としてそれらを解決できないか探る義務があり、そうすることがシェア拡大に繋がる。」と語る。

リーディングカンパニーとして、市場の可能性や、タンザニアの企業として何をしていくべきかをしっかりと自覚している印象を受けた。また、Isack氏をはじめ社員の実体験や家族の生活をもとにしたアイデア発案や、実際に各地に足を運ぶなどして、一利用者として、市場を身近な目線から観察している姿勢に好感が持てる。



マーケティングディレクターのIsack氏



# 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。