



ケニア 企業訪問調査レポート【10】:

NAKUMATT HOLDINGS LIMITED (NAKUMATT)

～小売業(スーパーマーケット)～

■ ケニア共和国 — 基礎データ —

- 面積: 591,958平方キロメートル〔日本の約1.5倍〕
- 人口: 約4,180万人 (2013年 推計値 ケニア国家統計局)
- 首都: ナイロビ／人口約314万人 (2009年 ケニア国家統計局)
- 名目GDP総額: 552億 4,100万ドル (2013年)
- 1人あたりのGDP(名目): 1,016ドル (2013年)
- 実質GDP成長率: 5.7% (2013年)
- 為替レート: 1ドル≒ 86.12 ケニア 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)「ケニア概況(2015年1月更新)」



■ 調査実施日: 2015年 3月4日

■ 分野: 小売業(スーパーマーケット)

■ 特徴: NAKUMATT(ナクマツ)はケニアの他、近隣諸国に52の支店を持ち、総来店者数が1日で25万人の東アフリカを代表する最大手スーパーマーケット。主に地元の高所得層や中間層を対象としており、高級スーパーマーケットとして認識されている。小売業界における長年の経験と、より良いサービスを追及する姿勢で、家族そろって楽しめる全国展開の大型スーパーマーケットとして、豊富な品揃え、消費者に好ましい品質、価格、サービスを特徴に、消費者の生活を豊かにする商品を提供し、その地位を築いている。品質管理に関するISO9001をケニアおよびウガンダ、ルワンダ、タンザニアで取得している他、東アフリカのスーパーマーケットトップ30にランクされるなど、数々の賞も受賞している。

企業概要

- 社名: NAKUMATT HOLDINGS LIMITED (NAKUMATT)
- 所在地: Gr Flr Oginga Odinga Rd, 2805-40100, Kisumu, Kenya
P.O Box 78355 - 00507 Nairobi
(Mombasa Road沿い、The Panari Sky Centre裏)
- URL: www.nakumatt.co.ke
- 店舗: 52店舗(国内: 38、ウガンダ: 8、タンザニア: 4、ルワンダ: 2)
東アフリカ地域では、高級ショッピングモールへも出店している。
この他、2015年3月時点で南スーダンへの新規出店を計画中有りなど、販売網の拡充を精力的に進めている。
- 設立年: 1987年
- 代表者: Mr. Atul Ahah
- 従業員数: 7,500人
- 売り場面積: 約186,000m²(全支店合計)
- 社は: “You Need it, We’ve Got it.”(顧客が必要とする、すべての商品を提供する)
- 従業員への福利厚生: 国の医療保険、社会保険に加入。店舗内のカフェテリアでの食事が無料。

You need it, We've got it.



ビジネスの概要 ①

主な取り扱い商品

食品から、化粧品、電化製品に至るまで、幅広い品揃えが特徴。多岐に渡る商品を一店舗で購入できる。最少在庫管理単位(Store Keeping Unit:SKU)は、約20万点に上る。主な取り扱い商品は以下の通り。

- 国産品:
 - 生鮮食品
 - 食用油類
 - シリアル
 - 菓子、コーヒー・茶
 - 石鹸・洗剤
 - その他日用品
 - 農業用機材
 - 園芸用品
- 輸入品:
 - 家具
 - 家電製品
 - 海外ブランドの食品
 - 海外ブランドの日用品
 - 海外ブランドの衣料品

外国人客に対しても快適と感じる、バラエティに富んだ品揃えと豊富な在庫がNAKUMATTの最大の強みであり、他のスーパーと差別化されている。



青果売り場

自社ブランド

NAKUMATTは“NAKUMATT BLUE LABEL”と“NAKUMATT SELECT”の、2つの自社ブランドを展開している。



上記プライベートブランド商品は、競合商品と比較し価格を抑えているため、販売対象層として中・高所得層に加え、BOPの上層の需要も視野に捉えている。

商品の輸入元・流通

納入前の在庫を保管する大規模な倉庫と、十分な数の配送用車両を保持している。大規模自社倉庫を所有することで大量に仕入れコストを低減させることができ、最終価格の低下に繋がっている。

- 主な輸入元:
 - 中国
 - イタリア
 - アラブ首長国連邦
 - 英国
 - 米国
 - マレーシア
 - インドネシア
 - エジプト
 - トルコ
 - 南アフリカ
 - 豪州
 - モーリシャス など
- 主な流通経路: 自社店舗(52店舗)で直接小売販売する以外に、他の小売業者等にも卸売を行っている。



NAKUMATT Galleria店

売上

- 2014年 : 5億5,000万ドル
- 2015年目標 : 6億2,500万ドル

ポイント機能付きクレジット・カード

VISAおよびMasterCardと提携して会員専用のクレジット・カードを発行し(会員数100万人)、使用時に特典を設けている。会員向けには、NAKUMATTの特選商品を販売している。

なお、このクレジットカードには買い物でポイントをためることが出来る機能が付いており、そのポイントはNAKUMATTのみで使用できるため、固定客の獲得に繋がっている。また本カードには顧客が定額をデポジットし、店舗の端末に接触すると決済が可能な機能(非接触決済サービス)も付いており、支払いの簡便化が図られている。

ビジネスの概要 ②

マーケティング：広告・宣伝・広報活動

チラシ配布や訪問による販売促進に加え、テレビ・ラジオ・新聞・雑誌での宣伝や、街角のごみ箱や壁面・看板などへの広告掲載、配送車両へのブランドロゴのプリント、インターネットでの情報発信、事業・イベントの後援など、様々な媒体やツールを用いて広報活動を行っている。また、すべての店舗で自社や商品のブランディングを行っている。

広告・宣伝・イメージ戦略にかなり力を入れており、子どもの新学期を迎えた父兄やバレンタイン・デーの際の若いカップル向けなど、特定の時期や顧客を対象に集中的に予算を投入している。



バレンタイン・デー期間の特設コーナー
(左)NAKUMATT Village店、(右)NAKUMATT Junction店

バレンタイン・デー用POPの設置
(NAKUMATT MEGA店)

競合他社

NAKUMATTは、ナイロビに拠点を持つスーパーマーケットBig5の一角を成す。Big5はNAKUMATTの他、TUSKYS、naivas、UCHUMI、UKWALAで構成されているが、NAKUMATTが最大手である。またWoolworths(豪)以外はすべてケニア資本のスーパーマーケットである。

■大規模スーパーマーケット

- TUSKYS Supermarkets
- naivas Supermarket
- Woolworths
- UCHUMI Supermarkets
- Mathai SUPERMARKETS



■中規模スーパーマーケット

- EASTMATT
- UKWALA SUPERMARKET
- Magunandu
- Clean shelf
- 個人商店 など



社会貢献活動

- 衛生関係：鉱山試掘抗埋め戻し事業への支援。給水車による給水。
- 医療関係：癌への意識向上プロジェクトをFaraja Trust(刑務所服役者への職業訓練などを行うNGO)と共同で行い、無料で検査が受けられるキャンペーンを展開。
- 防災関係：災害時に国立防災調整センターやケニア赤十字に救援物資を提供。

日本(外資系)企業へ期待すること

ケニアにおいて、積極的に商品を販売したい企業があれば、マーケティングの面でも支援しつつ、パートナーになりたい。

また、NAKUMATTは“Think Green, Go Blueプロジェクト”として環境保護キャンペーンを実施しており、再利用可能なショッピングバックの普及、ポリ袋の削減を目指している。日本企業からは、これらのノウハウや環境保護に関する知見を得たいとしている。

小売市場の概況

ケニアの小売業界は中間所得層の拡大に支えられ、2010年は前年比8%、2011年は同7.3%、2012年は同6.4%の伸びを見せ、2012年には同国GDPの12.9%を占めるにいたっている。2013年上半年以降は6.5%程度の成長率が継続しており、市場は活況を呈している。

アフリカ開発銀行では、ケニアの中間所得層が2016年までに全人口の44%を占めると予測していることから、業界は、これら中間所得層の消費が経済を支える活力となり、同国の小売業界の将来は明るいとしている。業界のサプライチェーンに連なる数千の小規模・個人小売店の存在も、拡大する市場のニーズを反映している。アフリカの小売業界において南アフリカに次ぐ規模となるケニアの小売業界は、今後さらにその存在意義を増していく可能性がある。

対象顧客

他社に先駆けて地方部の顧客を取り込むべく、急速に地方への拡大を進めている。また、拡大する中間所得層の購買力をテコに精力的な販売拡大を行っているが、販売対象層として中・高所得層と共に、価格を抑えたプライベートブランド商品を導入してBOPの上層の需要も視野に捉えている。

課題

- 急速に力をつけつつある同業他社との競合
- ケニア小売市場の活況に着目した、大手の国際小売企業の進出

小売市場進出に当たっての留意点

- NAKUMATTは、売上と販売網の広がりから、域内でも最大規模の小売チェーンであり、企業が消費需要の旺盛なケニアの小売市場に参入するに当たり、理想的な卸先の一つである。NAKUMATTは現地調査会社の調査においても、サービス面において顧客満足度第1位となっており、競合のTUSKYS、naivas、UCHUMI、UKWALAを上回る評価を得ている。また、サプライヤーへの支払い状態も良く、ケニア国内外の様々な企業と取引をしている。
- ケニア小売市場への進出にあたり、外貨規制は特にない。
- ケニアの消費者のニーズは高度化しており、ポイントカードシステム、1店舗で全てが揃う“one stop shop”、24時間営業(NAKUMATT、TUSKYS、naivasが実施)、オンラインショッピング(NAKUMATT、UCHUMI、naivasが実施)などのサービスは、既に提供されている。



NAKUMATT Village店



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。