



エチオピア

市場・商品調査【3】：住宅・家電製品

- 調査実施日 : 2016年 12月24日～12月30日
- 調査場所〔アディスアベバ〕：〔住宅〕イエカ副都市CMC、サミット地区周辺 〔家電〕ピアッサ地区
〔温水器〕カサンチス地区 〔ソーラー発電システム〕リデタ地区

※本文中の人気商品の販売ブランド、価格、小売店情報などはすべて調査時点のものです。

■ エチオピア連邦民主共和国

Federal Democratic Republic of Ethiopia

— 基礎データ —

- 面積：109.7万平方キロメートル〔日本の約3倍〕
- 人口：9,410万人（2013年 IMF）
- 首都：アディスアベバ

〔基礎的経済指標〕

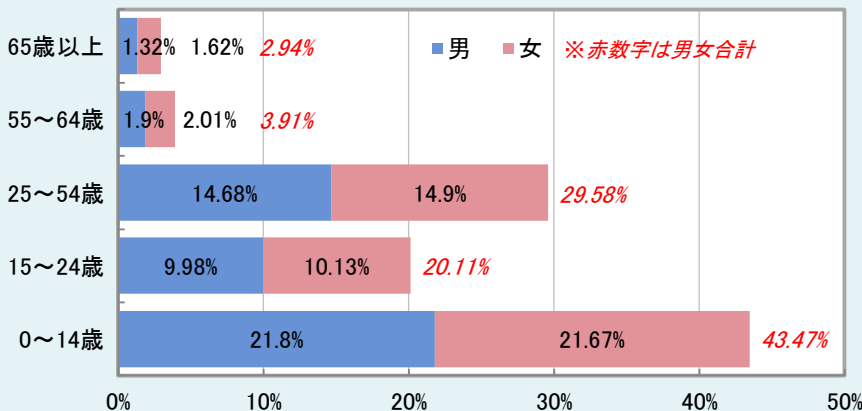
- GDP（名目）：547.98億ドル（2014年 世銀）
- 1人当たりGDP（名目）：568ドル（2014年 世銀）
- GDP成長率（実質）：9.9%（2014年 世銀）
- 消費者物価上昇率：7.4%（2014年 世銀）
- 為替レート：1ドル≒ 22.47 エチオピア・ブル（2016年12月20日時点、本文中は「ブル」と表記）

出所：JETROホームページ 国・地域別に見る「アフリカ エチオピア概況（2015年8月更新）」



■ —消費市場動向（参考資料）—

- 年齢別人口比率（2017年推定値）



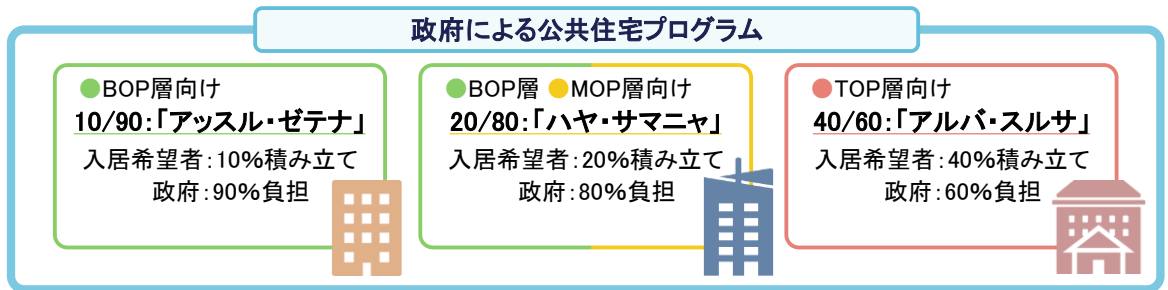
出所：CIA The World Factbook (<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/et.html>)

住宅市場概況

首都アディスアベバにおける住宅事情

首都アディスアベバは建設ラッシュのさなかにある。都市人口が増加し続ける中、住宅不足は深刻な問題である。現状市民の多くが「カバレ・ベット」という非常に安価な公共住宅に暮らしている。1975年に社会主義政権が国有化して以来、代々そこに住んでいた住民は恩恵を受けて市場価格からかけ離れた安さの賃料で暮らしている。一方、都市開発計画が進むにつれ、多くの「カバレ・ベット」が取り壊されている。取り壊しの対象となった物件の住民は移転を強いられる。首都圏では1ベッドルームなどの簡素な物件でも、賃料は月額1万円以上が相場となっており、市場価格に基づく賃料を支払うと生活が圧迫されてしまう住民が大多数である。

このような住宅問題を緩和すべく、エチオピア政府は2005年頃より低・中所得層を対象とした公共住宅プログラムを実施。郊外を中心に、エチオピア政府が開発・建設する「コンドミニアム」と呼ばれる集合住宅が急ピッチで建設されている。コンドミニアムに入居するに当たり、3～4年前から希望者には申し込み後、毎月の積み立てが義務付けられるようになった。所得層ごとに積立金額が定められており、一定の金額を積み立てれば、残りの金額は政府負担で入居できる。政府負担分は、入居後に返済していく。



所得層別の住宅状況

BOP層

MOP層

BOP層とMOP層の多くが公共集合住宅「コンドミニアム」の購入希望者となっている。一定の金額を積み立てた登録者を対象に抽選が行われ、当選者にコンドミニアム住宅が割り当てられ、入居することができるシステム。2016年12月現在、10/90(低所得層向け)は既に全て割り当てが完了しており、今後住居が割り当てられるのは、20/80および40/60の希望者である。

TOP層

所得の高い層をターゲットとした40/60スキームは、毎月の返済額が高めではあるがロケーションがよく(中心部の物件が多い)、資産価値もその分高くなる見込みのため、上位中所得層やTOP層に人気がある。また、民間のアパートや一戸建ても郊外を中心に建設が進んでいる。大手不動産会社が開発している物件も多数あるが、親族や友人同士などと共同で建設した物件も多数存在する(例:10世帯で資金を出し合い5階建てマンションを建設し、各部屋のオーナーとして管理する)。なお、TOP層に人気があるのは各不動産会社が開発・建設した高級マンションや一戸建である。

2016年12月現在、市内中心部のマンションは1m²当たり約2,000ドル、郊外に建設された高級マンションは1m²当たり1,000～1,200ドルで取引されている。

BOP向け賃貸物件

所在地	サミット地区周辺
間取り・面積	1ベッドルーム:31m ² ～、1ベッドルーム+リビング+キッチン:47m ²
家賃(1ヵ月)	2,500～3,300ブル
その他特徴・備考	郊外のサミット地区に建設されたコンドミニアム(公共集合住宅)の物件。 コンドミニアムは所有年数が5年に満たないと名義変更は認可されない。 コンドミニアムには「STUDIO」と呼ばれるワンルーム、1ベッドルーム、2ベッドルーム、3ベッドルームと様々なタイプの間取りがある。5階建てでエレベーターが無いいため、地上階に近いほど転売価値や賃料も高くなる。



BOP住宅の外観



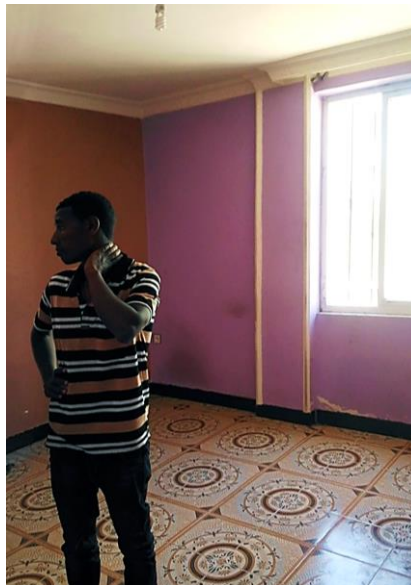
玄関(入口)



キッチン
(キッチンとリビングがある物件)



ベッドルーム



リビングルーム



トイレ・浴室(シャワー室)

賃貸物件の事例

MOP向け賃貸物件

所在地	サミット地区周辺
間取り:面積	3ベッドルーム+1リビング+キッチン:86~105m ²
家賃(1カ月)	4,500~5,500ブル
その他特徴・備考	郊外のサミット地区に建設されたコンドミニアムの物件。 同地区で既に建設が完了しているコンドミニアムはどの物件も似たような仕様であり、築5年が経過したところである。



MOP住宅の外観



通路



廊下

リビングルーム
(玄関を入ってすぐの所にある)

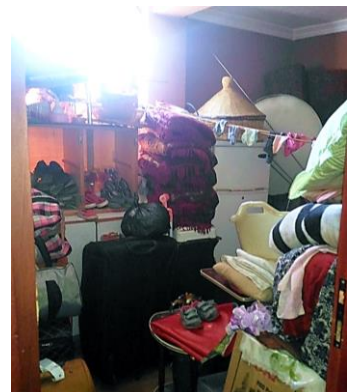
ベッドルーム



キッチン



トイレ・浴室(シャワー室)



ゲストルーム(兼物置)

住宅市場概況

賃貸物件の事例

TOPおよびMOP(上位中所得層)向け賃貸物件

所在地	サミット地区周辺
間取り:面積	3ベッドルーム+1リビング+キッチン:134~150m ²
家賃(1ヵ月)	8,500~10,000ブル
その他特徴・備考	公共住宅のコンドミニアムではなく、民間(不動産会社もしくは個人オーナー)が建設したアパートメント。こちらサミット地区周辺では5階建てのものが多く、エレベーターが無い。玄関を入るとき綺麗な物件も多いが、共用スペース(建物入口、階段、廊下等)の清掃やメンテナンスがあまり行き届いていない物件も多いようだ。



TOP・MOP(上位中所得層)住宅の外観



玄関と廊下



広々としたリビングルーム



ベッドルーム



トイレ・浴室(シャワー室)



ゲスト用トイレ



キッチン
湯沸かし器が設置されている。

販売物件の事例

TOP向け販売物件

所在地	サミット地区より約2km中心部寄りの地区
間取り:面積	3ベッドルーム:113~144m ² 、4ベッドルーム:133~164m ²
販売価格	1m ² 当たり:1000~1200ドル程度 3ベッドルーム:16万~19万ドル、4ベッドルーム:19万~23万ドル ※ただし、ドアの設置やフローリングなど、内装の仕上げは全て自己負担。
その他特徴・備考	“POLI LOTUS”は中国資本により開発・建設された、商業施設、娯楽施設と一体の複合型居住施設で、エチオピアでは画期的な事業である。移民や海外在住のエチオピア人が、将来への備えとして購入するケースが目立つが、国内の高所得層も購入に踏み切っているものと見られる。現在、住居タワーの建設が完了しており、今後商業施設(スーパーマーケット、ホテル、プール)やオフィスタワーの建設が予定されている。住宅は約6割が売却済み。



“POLI LOTUS” 完成予定図



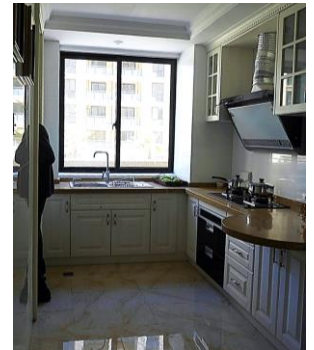
分譲住宅の模型。施設全体の模型図に加え、細部まで詳細に作られた部屋の模型が用意されている点が、エチオピアでは珍しい。



“POLI LOTUS” 住宅ゾーン内



住宅タワーが立ち並ぶ景観は、清潔感と落ち着いた色使いにより、アディスアベバの喧騒とは異なる雰囲気を出している。



キッチン(住宅タワー・モデルルーム)



リビング(住宅タワー・モデルルーム)



ベッドルーム(住宅タワー・モデルルーム)



浴室(住宅タワー・モデルルーム)

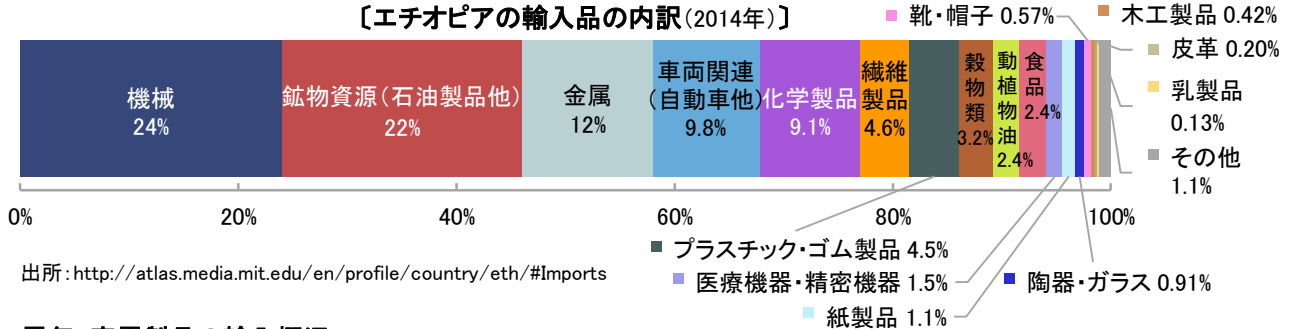
家電製品市場概況

輸入家電製品市場

国内で販売されている家電製品の大多数が海外からの輸入品である。携帯電話については、一部メーカーがエチオピア国内で組立・生産をしている。

エチオピアの輸入品全体に占める「機械」の割合は24%(2014年)で、家電製品はこの中に含まれている。

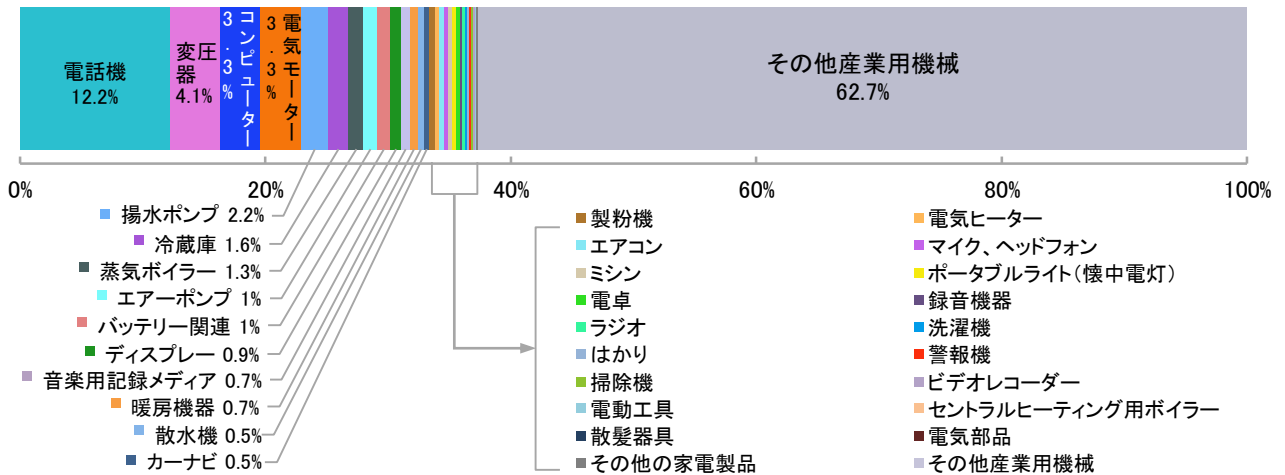
〔エチオピアの輸入品の内訳(2014年)〕



電気・家電製品の輸入概況

機械関連の輸入品のうち、最もシェアが大きいのが電話機、その他目立つのはコンピューター(パソコン)や冷蔵庫となっている。ただし、これには一般家庭用製品の他、産業用も含まれていると思われる。

〔エチオピア輸入品:機械関連の内訳(2014年)〕



家電製品メーカー

〔エチオピ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	フィンランド	Nokia
	オランダ	Philips
	ドイツ	Bosch
	フランス	WESTPOINT、Tefal
	イタリア	ARISTON
	アメリカ	Apple、Xerox、DELL、HP(Hewlett-Packard)
アジア	日本	日立、SONY、Panasonic、SHARP、Canon、KENWOOD、EPSON
	韓国	SAMSUNG、LG
	中国	Hisense、HUAWEI、Konka、Lenovo、Haier、ZTE
	シンガポール	AKIRA
	インド	NIMA
	トルコ	beko、Simfer
	UAE	NIKAI

家電製品市場概況

国産メーカー・ブランド

電気製品のうち国産化が進んでいるのは携帯電話である。“TANA”というエチオピア企業や、中国資本の“TECNO”、“Smadl”も国内で製造している。スマートフォンも生産されており、これらは欧米メーカー品よりも安い価格で流通しているため、これまでスマートフォンを保有できなかった層に人気がある。なお、中所得層以上には輸入品のSAMSUNGやiphoneが圧倒的に人気。

所得層別の家電の購入・所有傾向

エチオピアの一般的な世帯が所有しているのは、ラジオ(携帯電話を所有している場合はそちらで代用)、携帯電話、テレビ、インジェラ調理器、冷蔵庫。コンドミニアムの建設ラッシュの影響もあるせいか、近年、洗濯機の需要も増加傾向にあるものの、実際に洗濯機を所有できる世帯はまだ限られている。上記のアイテムの中で唯一輸入に頼っていないのはインジェラ調理器で、ローカルメーカーが多数存在している。

所得層別にみる家電製品の購入対象品と価格帯 〔調理用コンロ〕

所得層	品名	ブランド名	製造国	価格(ドル)
高所得層	オープン付きガス・電気コンロ	IGNIS	イタリア	980
	オープン付きガス・電気コンロ	beko 等	トルコ	890
中所得層	電気コンロ	(ノーブランド)	国産	22~25
低所得層	木炭コンロ	(ノーブランド)	国産	—



ハイパーマーケットにて販売されている調理用コンロ。イタリアのブランドで家電専門店よりもやや高めの価格。



調理家電専門店が密集しているピアッサ地区でよく販売されているメーカーbeko。オープンが大きいタイプで1年間の保証付き。(販売価格:2万ブル)



家電街で販売中の簡易電気コンロ。クリスマスセール中。(販売価格:580ブル。200ブル値下がりました。)



一般家庭には、こちらの国産タイプが根強い人気で、価格は500ブル前後。修理が可能で長年の使用が可能とされている。ガスよりも燃料費が節約できると信じられており、煮込み料理に重宝されている。

JETRO

所得層別の家電の購入・所有傾向

■ 所得層別にみる家電製品の購入対象品と価格帯

〔洗濯機〕

所得層	品名	ブランド名	製造国	価格(ドル)
高所得層	ドラム式全自動洗濯乾燥機	ARISTON	イタリア	1,090
高所得層 中所得層	全自動洗濯機	LG、SAMSUNG	韓国	(品切れ・入荷待ち)
	ドラム式全自動洗濯機(洗濯容量7kg)	SHARP	日本	670
	二槽式洗濯機(洗濯容量10kg)	WESTPOINT	フランス	428
低所得層	(桶で手洗い)	—	—	—



ドラム式全自動洗濯乾燥機
最も高級感のある家電販売チェーンGlorious(Sony、日立等の代理店)で1番値段が高く機能も優れた機種。1,000ドル以上するため庶民には手が届かないが、高所得層は購入しているとのこと。



ドラム式全自動洗濯機
LG代理店に展示されていたSHARPのドラム式洗濯機。展示品のみで入荷待ちとのことであった。LGの洗濯機は展示品も含め品切れで入荷待ちの状態であった。



二槽式洗濯機
洗濯機といえばLGが人気であるが、Westpointの製品は全体的に価格帯が低めのため、経済的な理由からこちらを購入する人も少なくない。

〔温水器(入浴時のシャワー用)〕

所得層	品名	ブランド名	製造国	価格(ドル)
高所得層 上位中所得層	蓄水式(80L)	ARISTON	イタリア	250
中所得層	シャワーヘッド式	LORENZETTI	ブラジル	53
下位中所得層 低所得層	(通常、冷水シャワー浴。乳幼児用に温水が必要な場合は鍋等でお湯を沸かす。)	—	—	—



高所得層向けの蓄水式温水器。温水シャワーは庶民のあこがれである。

(右写真)

比較的安価なシャワーヘッド式温水器。中国製品は壊れやすいとの認識があり、ブラジル製の方が壊れにくい感覚があるようだ。とはいえ、こちらでも故障しないよう気を付けて使用する必要があるとの声が聞かれた。



所得層別の家電の購入・所有傾向

〔セキュリティシステム〕

所得層	品名
高所得層	施錠+門番を雇う(月額: 25~100ドル)+有刺鉄線+番犬を飼う
中所得層	施錠+番犬を飼う
低所得層	施錠+敷地を共有している近所の人に留守を見てもらう等

高所得層であっても、セキュリティシステムを家に設置・導入するケースは極めてまれである。

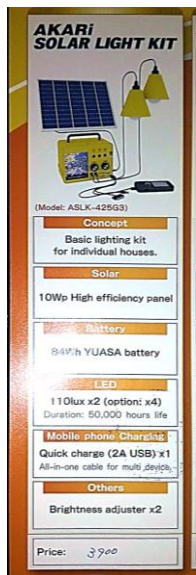
無電化地域における家電製品事情

■無電化地域における家電製品の使用状況と充電・蓄電方法の実情

- 電化されていない地域では、乾電池式のラジオや懐中電灯が重宝している。
- 近年では太陽光発電機能を使った各種商品(電灯、携帯電話充電器、ラジオ等)も多数出回っているが、普及率はまだ低い。

■太陽光発電関連製品の流通状況

中国製品が多数出回っているが、これといった特定の人気があるメーカー・ブランドは無い。
日本メーカーのYUASAはエチオピアの代理店(AUTO TRUCK)を通じて太陽光発電関連商品各種を販売している。日本メーカーということで購入する消費者もいるが、価格を理由に購入を控える消費者もいる。価格は流通している中国製品の2倍以上する。



YUASAが現在エチオピアで販売している最もスタンダードなセット「アカリ・ソーラーライトキット(価格: 3,900ブル)」。同様の中国製品では1,500ブルからある。



テレビや冷蔵庫等の電源対応の高級仕様のセット「アカリ・テレビキット(写真左・価格: 12,900ブル)」、「アカリ・ソーラーホームセット(写真右・価格: 26,800ブル)」。各10セットを試験的に輸入・販売したところ、すぐに売り切れたとのこと。



YUASAのソーラー式携帯電話充電装置。日本語の「もしもし」が商品名となっている。価格は6,300ブル。

家電製品市場概況

無電化地域における家電製品事情

■太陽光発電関連製品の流通状況



ソーラーで充電できる乾電池。



ソーラーで充電できるバリカン。電球とセットになっていて、無電化地域でも床屋を営むことができる。


家電製品に対する意識調査

BOP層

	年齢(歳)	28歳
	性別	女性
	職業	事務所の清掃員
	月収	2,500ブル
日本の家電製品に対する印象		値段が高そう
知っている日本の家電メーカー		特に知らない
最も頻繁に家電製品を購入する場所		人から中古品を買う
家電の購入に関して最も参考にする媒体		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

	年齢(歳)	31歳(既婚:夫・子供がいる)
	性別	女性
	職業	会社の庶務係
	月収	3,500ブル
日本の家電製品に対する印象		品質がよさそう
知っている日本の家電メーカー		思いつかない
最も頻繁に家電製品を購入する場所		マルカート市場
家電の購入に関して最も参考にする媒体		口コミ
家電製品を購入する際、最も気にするポイント		価格と耐久性

MOP層

	年齢(歳)	55歳(養子がいる)	性別	女性
	性別	女性		
	職業	薬剤師、不動産運用		
	月収	9,500ブル		
日本の家電製品に対する印象		価格は高いが質はよさそう		
知っている日本の家電メーカー		Panasonic(オーディオ機器等)		
最も頻繁に家電製品を購入する場所		マルカート市場、各メーカーの代理店		
家電の購入に関して最も参考にする媒体		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		価格と耐久性		

	年齢(歳)	30歳	性別	女性
	性別	女性		
	職業	私立学校教諭		
	世帯月収	16,000ブル		
日本の家電製品に対する印象		品質が保証されている		
知っている日本の家電メーカー		SONY、Panasonic、日立		
最も頻繁に家電製品を購入する場所		GLORIOUSやLGショップ等の代理店直営ショップ。価格が明示されているため価格交渉の必要がなく、取り扱い商品は正規品のため信頼できる。		
家電の購入に関して最も参考にする媒体		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		価格と耐久性		

TOP層

	年齢(歳)	32歳(既婚:夫と子供が3人)	性別	女性
	性別	女性		
	職業	中古車輸入販売		
	月収	90,000ブル		
日本の家電製品に対する印象		価格が高い、品質が良い		
知っている日本の家電メーカー		SONY、日立		
最も頻繁に家電製品を購入する場所		GLORIOUS。SONYはじめ日立の冷蔵庫等、確かな品を仕入れていることで定評がある。		
家電の購入に関して最も参考にする媒体		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		機能性とスタイル		

TOP層

	年齢(歳)	58歳
	性別	女性
	職業	衣料品輸入・販売
	月収	60,000ブル
日本の家電製品に対する印象		品質が良い、長持ちする
知っている日本の家電メーカー		SONY、日立、シャープ
最も頻繁に家電製品を購入する場所		アフターサービスの事も考えてLGショップ、サムソンショップ、GLORIOUS等
家電の購入に関して最も参考にする媒体		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		機能性と耐久性