



ケニア

市場・商品調査【3】：住宅・家電製品

- 調査実施日：2017年1月
- 調査場所：ナイロビ、モンバサ、キスム

※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。

■ ケニア共和国 Republic of Kenya

— 基礎データ —

- 面積：58万2,646平方キロメートル〔日本の約1.5倍〕
- 人口：4,540万人（2016年推計値 ケニア国家統計局）
- 首都：ナイロビ〔人口約390万人〕（2015年 国連）

〔基礎的経済指標〕

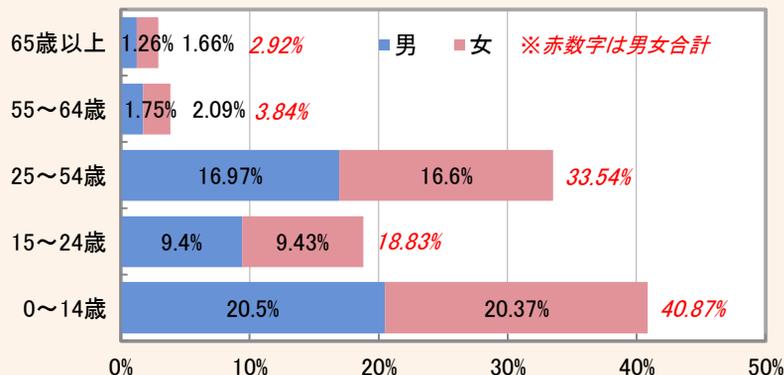
- 名目GDP総額：634億ドル（2015年 推定値）
- 1人当たりの名目GDP：1,434ドル（2015年 推定値）
- 実質GDP成長率：5.65%（2015年 推定値）
- 消費者物価上昇率：6.58%（2015年 推定値）
- 為替レート：1ドル≒ 98.18 ケニア・シリング（2015年 期中平均値、本文中は「シリング」と表記）

出所：JETROホームページ 国・地域別に見る「アフリカ ケニア概況（2017年7月更新）」



■ —消費市場動向（参考資料）—

● 年齢別人口比率（2016年）



- 人口増加率：1.81%（2016年 推定値）

- 総従属人口指数*1：80.9%
（年少人口*2 75.8%、老年人口*3 5.1%）

- 扶養指数：19.7%（2015年 推計値）

*1：年少人口指数と老年人口指数の合計。
*2：15～64歳人口に対する15歳未満人口の比率。
*3：15～64歳人口に対する65歳以上人口の比率。

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

● ケニアにおける所得層の分類

月収	低所得層 (BOP層)	下位中所得層 (MOP層)	上位中所得層 (MOP層)	高所得層 (TOP層)
ケニアシリング	～20,000	20,000～40,000	40,000～100,000	100,000～
ドル	～200	200～400	400～1,000	1,000～

出所：Nicky Consulting調べ（ケニア国家統計局の数値およびPewGlobalのデータに基づく）

一般概況

人口と経済概況

ケニアの人口は、圧倒的に若年層が多い。人口の約25%は都市部に居住しており、さらにそのうちの60%がインフォーマルな住居(スラム)生活者である。

国民の消費行動は、消費に向けられる可処分所得を決定する所得レベルによって大きく影響される。国内人口の大多数を低・中所得層が占め、高所得層は少数である。

住宅市場

住宅・不動産市場概況

住宅・不動産業は、ケニアのGDP(2015年)において8.1%を占めている。これには、全ての土地関連の取引、建設ならびに関連サービスが含まれる。経済の中で最速で成長している産業部門のひとつだが、これは中所得層の人口急増および、そこから波及する長期にわたる住宅不足に起因している。また、下記の点がその他の要因として考えられる。

- 政府(中央政府および道路や鉄道開発等を管轄する行政機関)によって行われるインフラ整備や都市計画への持続的な投資
- 政府の金融政策
- 多くの周辺諸国と比べて比較的安定した政治
- ケニア北部での石油等天然資源の発見などがけん引する経済見通し

「Cytonn Real Estate Markets Review - 2016」によると、低・中所得層向け住宅は、ケニアへの投資家にとって最大のビジネスチャンスであるが、国内の多くの中心市街地においては商業スペース(非居住地区)の過剰供給がみられるとしている。

〔国内主要都市における竣工済み(不動産登記済み)建築物数の推移〕



出所:ケニア国家統計局(KNBS)2016年データ総覧

※2015年は推定値。不動産登記がされていない建物は含まれない。なお、首都ナイロビにおいても相当数の建築物が未登記となっている。

〔住宅用建築の床面積の内訳(2014年)〕

ケニア国内の住宅の総床面積
(2,892,000m²)



出所:ケニア国家統計局(KNBS)2016年データ総覧

※データ取得可能な正規建築を対象としている。

住宅供給の概況

■ 公共住宅

ケニアの公共住宅は、1967年に議会制定法で設立された国営住宅公社(NHC: National Housing Corporation)を通じて供給される。NHCの担当事業は、住宅ローン、賃貸および農村住宅融資制度(85億シリング=約8,500万ドルの資金)を通じた補助対象住宅の供給、政府の住宅政策や住宅計画の実施である。同公社のウェブサイト情報によれば、全国で43,000戸を直接開発しており、そのうちの6%に住宅ローンが提供され、賃貸住宅:20%、テナント:29%、用地およびサービス:41%、その他:4%となっている。

ケニアの公共住宅は、公務員向けのもの、一般市民を対象とした政府住宅プログラム(例:ナイロビのLang'ataやPumwani地区のスラム改善プログラム)がある。

〔一般市民向け政府住宅プログラム実施地区〕

都市名	政府住宅プログラム実施地区	都市名	政府住宅プログラム実施地区
ナイロビ	Ayany, Olympic, Onyonka, Kyuna, Uhuru Gardens, Kibera Highrise, Jonathan Ngeno, Lang'ata NHC Phase 1.2.3.4.5, Nairobi West, Madaraka Sector A.B.C.D, Kileleshwa	ウンエリ	Pembe Tatu
モンバサ	Magongo/Changamwe	エルドレット	Elgon View, Kapsoya
キスム	Milimani, Kisumu USAID, Okore, Mamboleo	キテール	Milimani
ナクル	Section 58	キシイ	Nyanchwa
シカ	Section 9, Kiboko	カカメガ	Amalemba

いくつかの都市部の地方政府も、一般市民向けに住宅を提供している。その好例がナイロビ・シティカウンシルで、増加を続けるナイロビ住民に対し、Kariakor, Shauri Moyo, Kaloleni, Kayole等の地域で住宅を提供した。州政府は、リストにあげた既存の古い住宅団地にて10万戸の新規住宅を建設する方向で、関係者と開発パートナーをとりまとめつつある。パイロット・プロジェクトでは、約14,000戸が開発される予定である。

■ 民間住宅

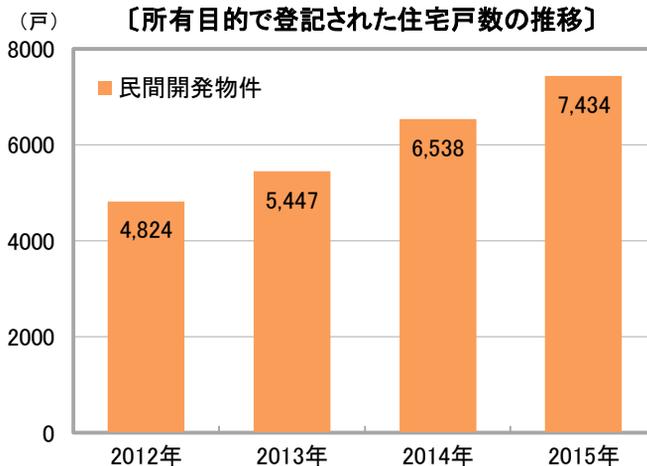
民間の不動産関連企業は自己使用や販売目的、または賃貸目的で物件を開発する。

スラム改善プログラムをはじめとする公・民連携での住宅開発をする機会はあるものの、民間のデベロッパーは多くの場合、戸建てプロジェクトか複合住宅開発にかかわっている。また、コミュニティ開発(ゲート付きコミュニティの開発など)も行っている。

住宅融資

ケニアにおける住宅の所有方法は、現金購入、自前での住宅建設、住宅ローンを活用しての購入と様々である。ケニア市場への住宅ローンの浸透度は依然として低く、現時点ではGDPの4.3%となっている。中央銀行の報告書によれば、ケニアにおける住宅ローン件数は22,013件(2014年12月現在。前年比10%増)と推定されている。住宅ローンの平均金額は、2013年の690万シリングから、2014年には750万シリングに増大した。

〔所有目的で登記された住宅戸数の推移〕



出所:ケニア国家統計局(KNBS)2016年データ総覧

ケニアにおける近年の住宅トレンド

中所得層人口の増加は、全国的に住宅市場の成長を加速させてきた。都市部と農村部の双方で住宅への投資の拡大がみられる。

- 国内の多くの地域で、準恒久的住宅から恒久的住宅に移行する動きがある。農村部におけるこの流れは緩やかではあるが確かなものであり、資金は、都市部で就業する人々(出稼ぎ労働者等)によるケースが多い。
- 近年の住宅所有者は革新的であり、新しい建築材や技術を取り入れ、伝統的なデザインや従来の工法を打破している。
- ケニアの住宅市場に対するグローバル企業の関心が高まっている。外国在住のケニア人も同市場の重要なプレイヤーである。
- 住宅開発は、密度の高い都市中心部から地区外に移るケースが増えてきている。
- 都市中心部(特にナイロビ)における民間の居住用建物として、従来の5~6階建てのものから40階建てなどの非常に高層な建築物への関心が高まっている。

ケニアの住宅が直面する課題

- 土地取得や住宅の建築、あるいは建売住宅の購入にかかるコストは、経済成長に伴う需要の増大により上昇し続けている。国内人口の約8割を占める中・低所得層の人々にとって、手に届かないレベルである。
- 近年、土地や土地取引に関する不正や犯罪行為の件数は増加しており、これらが投資家に対し警戒感を与えたり、損害が生じたりしている。
- 地方当局が定める多くの規則や時間のかかる事務手続きが、時には予定以上のコスト負担になっている。
- 市街中心地の一等地と目される地区は開発スペースが限られており、土地の価格が高騰している。
(例: 2017年時点でナイロビのUpper Hillでは、土地の価格が1エーカー当たり約5.1億シリング=510万ドルに大きく跳ね上がった。)
- 都市部の中心地は需要が高いため、高額な賄賂により規則や検査を不正に逃れようとするデベロッパーが存在する。
- 低所得者向けの住宅建設において不正な工事等が行われ、後々悪影響を及ぼす事態に陥っている。国内数カ所で地盤沈下や建物の崩壊が起こっており、人的被害や所有財産の損失等が発生している。

住宅市場参入への留意点

- 3大都市(ナイロビ・モンバサ・キスム)およびその他の都市(エルドレットやナクル)のMOP層をターゲットとして、手頃な住宅を提供することにビジネス機会がある。
- 多くのケニア人は、住宅の所有を望んでいるが、手軽な融資へのアクセスを欠いている。
- 品質の高い建築技術の提供が求められている。

ナイロビにおける所得層別住宅例

所在地(地域住民の所得属性)	Westlands地区(高所得層居住地域)
家の造り	恒久的建築物
部屋数	5部屋(浴室数:4)
使用建築材	石材、クレイタイル、スチール、ガラス
インフラ関連設備状況	水道、電気、下水システム、インターネット接続、個人用駐車場
所有状況	個人の所有地
月額家賃(概算)	1,000~2,000ドル

高所得層向け:販売中(40万ドル)の戸建て住宅



所在地(地域住民の所得属性)	Githurai地区(中~低所得層居住地域)
家の造り	半恒久的および恒久的建築物
部屋数	2~3(最大)寝室 (ダブルベッド寝室、寝室・居間兼用部屋)
使用建築材	石材、トタン、スチール(格子用)、ガラス
インフラ関連設備状況	未整備(アクセス道路、上下水道、電気等)、多くの建物に駐車スペースは無し
月額家賃(概算)	20~200ドル(所在地、建造物、築年数、環境設備環境、規模/部屋数により価格が変動)
備考・その他	計画性のない開発

中~低所得層向け:共同住宅/アパート



ナイロビにおける所得層別住宅例

所在地(ナイロビ CBDからの距離)	Kinoo地区 (22.3km)
竣工年	2015年
アパートの戸数	41戸 (1戸:1~3寝室、寝室居間兼用部屋)
駐車可能台数	合計10台分の共用駐車場 (特定のスペースは無し、車を所有しない入居者有り)
調査対象物件の規模	柱脚:約50㎡
調査対象物件の部屋数	4部屋 (寝室:1、リビング・寝室兼用部屋、台所、浴室・トイレ)
使用建築材	屋根:波形鋼板、壁:石材・コンクリート、 床:クレイタイル、ドア:木材・スチール、 窓:ガラス、格子:スチール
インフラ関連設備状況	水:井戸 電気:引かれている(国の電力供給網)
月額家賃(概算)	15,000シリング(約150ドル)
外国人入居者	有り(ウガンダ人が1人)
セキュリティ	・境界壁 ・有人のセキュリティゲート ・玄関にCCTVカメラ(監視・防犯カメラ) ・各戸別の施錠

中所得層(MOP)向け:アパート



アパートの正面外観



各戸の玄関



寝室(床はタイル貼り)



TOP層向け住宅よりコンパクトなりビングルーム

コンパクトな造りの台所
(コンセント付き)

全面タイル貼りのトイレ・浴室



アパートの地上階にある駐車スペース

ナイロビにおける所得層別住宅例

所在地(ナイロビ CBDからの距離)	Githurai地区(16km)
竣工年	2010年
アパートの戸数	10戸(1戸:1~3寝室、寝室居間兼用部屋)
駐車可能台数	駐車場は無し
調査対象物件の規模	約20㎡
調査対象物件の部屋数	1部屋(浴室・トイレは共用)
使用建築材	屋根:波形鋼板、壁:石材・コンクリート、 床:コンクリート、ドア:スチール、 窓:ガラス、格子:スチール
インフラ関連設備状況	水道(共用):引かれている(ナイロビ市上下水道公社) 電気:引かれている(国の電力供給網)
月額家賃(概算)	3,000シリング(約30ドル)
外国人入居者	無し
セキュリティ	・鉄製門扉 ・南京錠

低所得層(BOP)向け:アパート



アパートの正面外観と青い鉄製の門扉



狭くて粗末な造りの敷地内



1部屋で寝室、居間、台所を兼ねている



リビングスペース



共用の縦穴式トイレ



共用の浴場



アパートの周辺
(下位中所得層~低所得層の居住地域)

家電製品市場

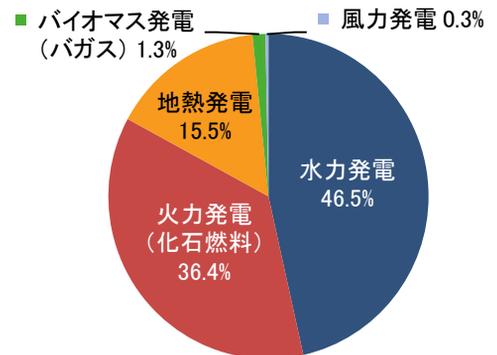
電力需給概況

ケニア電力電灯会社(KPLC)2016年の報告書では、電力のアクセス率は約55%へと改善され、合計4,890,373世帯が電力供給網へ接続している。しかしながら、農村部に住む60%以上の世帯が依然として無電化地域に住んでいる。

ただし、今後、公立学校を対象とした電化プログラムも計画されており、変化が見られるものと期待されている。2015年に、ケニア地方電化庁が合計21,487校の公立小学校(グリッド接続:17,809校、太陽光発電:3,678校)への電力供給を実施。これまでに、703,190世帯が農村電化計画(REP)のもとグリッド接続され、農村部の学校において成果を上げている。

〔ケニアにおける主な発電方法の内訳〕

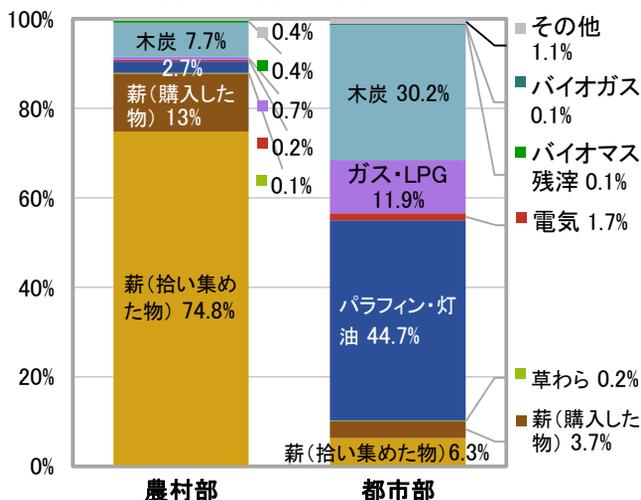
(総発電量:1,797Mw)



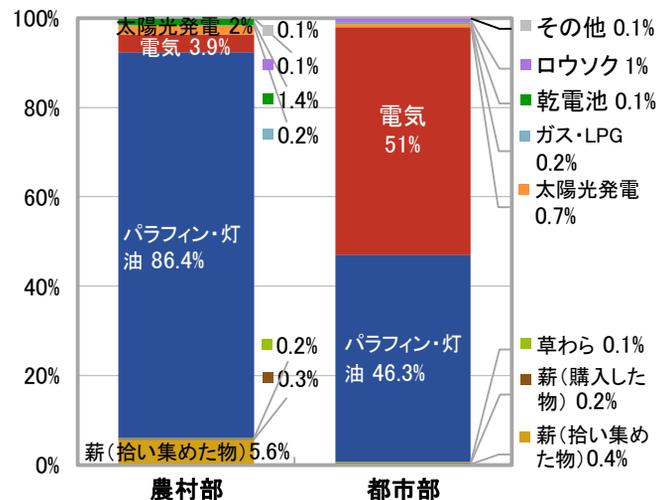
出所:エネルギー規制委員会
(Energy Regulatory Commission) 2015年

エネルギー消費概況

〔調理に使用する燃料〕



〔照明に使用するエネルギー源〕



出所:ケニア公共政策調査分析院(Analysis of Electricity Consumption by Households in Kenya)2014年

家電製品市場概況

ケニアにおける家電製品の購入および使用は、以下の要素に大きく左右される。

- 世帯の可処分所得を決定する所得水準
- 電力供給網への接続状況、またはアクセス性
- 製品の機能性
- 品質、品質保証、予備品や修理対応
- 入手しやすさ、購入後の配送対応や運送手段

特に電力供給環境は、家電製品を入手しようとする世帯にとって大きな要素である。

家庭内の各種需要品の価格帯別ターゲット層

製品名	メーカー(ブランド)名	販売価格	ターゲット層		
洗濯機	LG	500ドル～	MOP層	TOP層	
	SAMSUNG	500ドル～	MOP層	TOP層	
	HotPoint	170ドル～	MOP層		
エアコン、ヒーター	Ramtons(ファンヒーター)	20ドル～	BOP層	MOP層	
	Ramtons(エアコン)	180ドル～	MOP層		
	Armco	400ドル～	MOP層		
	SAMSUNG	500ドル～	MOP層	TOP層	
セキュリティ対策	CCTV systems (installation)	—	MOP層	TOP層	
	火災報知器、侵入者警報機	—	MOP層		
	手動の施錠、南京錠	—	BOP層	MOP層	TOP層
ガス調理器具	Hotpoint	170ドル～	MOP層		
	Mika	250ドル～	MOP層		
	Simfer	210ドル～	MOP層		
	Ariston	500ドル～	MOP層	TOP層	

※セキュリティ対策として、MOP層・TOP層では警備員を、BOP層では番犬を利用するケースも多い。

無電化地域における電気製品事情

経済成長により益々増大する電力需要を充たすため、年々発電量を引き上げているにもかかわらず、国内の大半は依然として国の電力供給網に接続されておらず無電化地域である。電力供給の多くが都市部に集中しており、農村部の多くの地域は、無電化(オフグリッド)状態のままとなっている。また、都市部にあってもスラムをはじめとする低所得層の居住地域は、電力供給網に含まれていないことが多い。このような無電化地域の世帯においては、薪、灯油などの伝統的なエネルギー源に頼ってきた。しかしながら近年は、太陽光発電関連機器が以下の理由により普及してきている。

- 灯油ランプなどの従来のエネルギー源の使用による健康と安全上の問題についての意識の向上。
- 国内の携帯電話の普及率が人口の80%以上(出所:ケニア通信庁 2015年)に達している。このことは、携帯電話の端末本体や関連製品に付随する高い電力需要があり、さらに充電のニーズがあることを意味する。
- 無償の初等教育や補助金付きの中等教育制度により、就学率と進学率はここ10年間でそれぞれ顕著に増加している。親たちは、読書をするための十分な照明を次第に求めるようになってきている。
- 低電力需要世帯において、電力供給網への接続とその後の電気料金の支払いと、太陽光発電機器導入時の初期費用とその後の維持費を比べると、太陽光発電導入の方が費用が安い。
- 国内外の機関からの、家庭レベルまで推進してきた熱心な啓発活動と多くの支援により、クリーン・エネルギーの利用に関する意識が顕著に向上した。

以上のことから、ライト付きの太陽光発電による携帯電話充電機器が人気製品となっている。ただし、すでに安価な中国からの輸入品で溢れているのが現状である。

ケニアで人気の太陽光発電機器

<p>製品名</p>	<p>M-KOPA 家庭用ソーラーシステム</p>
<p>製品概要</p>	<p>この商品には携帯電話による製品代金支払いの仕組みがあり、最大1年の分割払いオプションを利用して購入することができる。購入者は頭金に相当する3,500シリング(約35ドル)を現金で支払い、その後、1日当たり50シリング(約0.5ドル)を1年かけて、携帯電話会社が提供するモバイル送金サービス(サファリコムのみ-pesa)を通じて支払う。支払い残金は携帯電話で確認することができる。分割払いを希望しない場合は、販売価格17,500シリング(約175ドル)を一括払いで購入できるプランも用意されている。しかしながら、主力市場となっている農村世帯やBOP世帯には分割払いプランの方が圧倒的に人気がある。2012年に導入されて以来、275,000台近く販売された。機器本体は米国のd.light社製で、ケニア全土に展開されている60カ所以上のM-KOPA社直営店、および直販エージェントを通じて販売されている。なお、ウガンダやタンザニアにおいても販売されている。</p>
<p>特徴</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 出力8Wの高品質ソーラーパネル ● ケーブルとスイッチ付きLED電球×2個 ● 充電式ポータブルLEDトーチ×1個 ● 5種類の携帯電話充電用端子付き ● 充電式ラジオ×1個 ● 2年間の製品保証 ● 1年以内の分割払い ● 2016年の半ばより、16インチのデジタルテレビの電源に対応 <div data-bbox="968 614 1356 1004" data-label="Image"> </div> <p style="text-align: center;">太陽光発電ユニット一式</p>



ソーラーパネル



ライトのスイッチ



5種類の携帯電話充電用端子

ケニアで人気の太陽光発電機器

■ d.light社の製品

d.lightの製品は、顧客の嗜好あるいはエネルギー需要に合わせて様々な顧客をターゲットとしている。単一機能(充電または照明のみ)や複合機能の製品があり、いずれも様々な特徴を有している。

製品名	d.light D20	価格	10,500シリング (105ドル)
製品概要	D20には、スイッチ付きLED吊りランプが2個とポータブルLEDランタン(3部屋同時に照らすにはこの3個のLEDライトでカバー可能)がセットに含まれている。D20は、使用する部屋の状況に合わせた様々な照度設定ができるのが特徴的で、1回の充電で最大15時間明るい光を点灯できる。システムの電源オフ状態で使用できる蓄電機能付ポータブルLEDランタンが付属している。		
特徴	<ul style="list-style-type: none"> ● 無料交換保障(2年間) ● 簡単な自己設置: メンテナンスフリー ● 照明4個までアップグレード可能 (蓄電機能付ポータブルLEDランタン付属) ● 5年間以上の使用を想定した照明と電力供給設計 ● ライトごとに輝度と電力を調整する壁面スイッチ ● 多機種の携帯電話やスマートフォンと低電力USB機器の充電に対応 ● ライトは1回の充電で最大15時間点灯 ● 押しやすい格子状の壁面スイッチ ● 充電インジケータ ● バッテリー交換不要 ● ソーラーパネル用ケーブル付属(長さ6メートル) ● ソーラー/AC両用充電、フル充電の所要時間: 8時間 		



製品名	d.light S300	価格	3,400シリング (34ドル)
特徴	<ul style="list-style-type: none"> ● ユーザーによる効果的な電力管理を可能にするスマートバッテリーインジケータ ● 様々な作業に合わせて4段階の輝度調整が可能 ● 特許取得のスピード充電技術 ● タフでがっしりしたデザイン ● 電圧ノイズや低電圧からの保護 		



ケニアで人気の太陽光発電機器

製品名	One Degree Solar Bright Box	価格	9,500シリング(95ドル)
製品概要	LED電球(電球用ポートは4口)点灯の他、携帯電話、ラジオ、タブレット等一度に複数のUSB機器を充電できるオールインワンの太陽光発電システム。 本体バッテリーがフル充電の場合、電球2個で8時間、1個で16時間の点灯が可能。アルミ製ハンドルで持ち運びに便利。(出所: One Degree Solarホームページ http://onedegreesolar.com/BrightboxPlus.html)		
特徴	<ul style="list-style-type: none"> ● 本体仕様: 内蔵型バッテリー(7AH/12V AGM SLAバッテリー)、電球用ポート×4、充電用USB端子×2、光る電源ボタン、充電インジケータライト、アルミ製ハンドル ● メタルフレーム付き耐水仕様の5W多結晶性ソーラーパネル(10mロングケーブル付属) ● 各種携帯電話やタブレット対応の充電用USBケーブル ● 各種ラジオ充電用ケーブル ● 高輝度LED電球×2個(独立型スイッチとロングケーブル付属) ● 取扱説明書、品質保証(2年間) ● SMS・電話・Eメールを通じたテクニカルサポートサービス 		



■人気の高い中国ブランド

多くの中国ブランド製品は、主に販売店(JUA ENERGY等のブランド製品の場合)や独立のディストリビューターを通じて流通している。

製品名	JUA ENERGY HOME MATE H1	価格	8,000シリング(80ドル)
特徴	<ul style="list-style-type: none"> ● 長寿命 ● 付属のLEDライト: 高輝度(130ルーメン)、360度屈折技術、照明到達範囲が30%増 ● マーケットを主導するバッテリー技術 ● 無償保証(2年間) ● 充電用USB端子とケーブル ● LED電球はフル充電下で6~18時間点灯 		



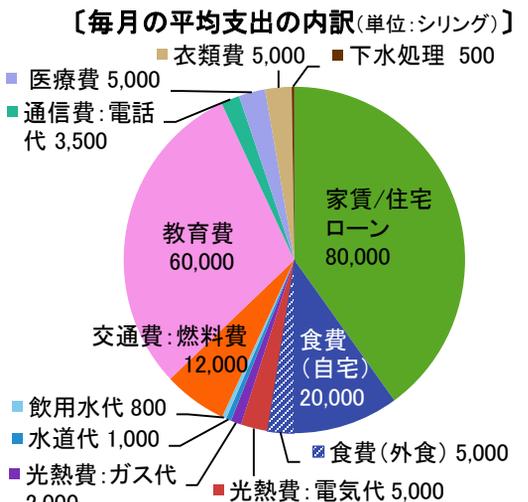
製品名	GD LITE GD-8006A	価格	2,500シリング(25ドル)
特徴	<ul style="list-style-type: none"> ● 充電式密閉形鉛酸蓄電池(6V/4AH)内蔵 ● AC220-240V、50/60Hz、充電時間: 13時間 ● LED電球2個付属(電球用ポートは4口) ● フル充電下でLED電球2個の場合10時間点灯 ● 携帯電話充電用USB端子とケーブル 		



所得層別の家電製品に関する実態調査

◆ナイロビ在住の様々な所得層における家電製品についての実態調査。回答者は、TOP層、MOP層、BOP層から選出。

TOP層(高所得層)

調査年月日	2017年1月10日	<p>〔毎月の平均支出の内訳(単位:シリング)〕</p> 
性別	女性	
家族構成	両親、息子2人、娘2人	
職業	公務員(人事担当)	
平均月収	240,000シリング	
居住地区	South B地区	
日本の家電製品に対する意識	品質:良い 機能性:良い 入手しやすさ(アクセス性):良い 価格(値頃感):まあまあ 修理:所有する日本製品を修理したことがない	
知っている日本の家電製品ブランド	JVC、日立、東芝、Panasonic	

■家電製品の購入状況

大手スーパーマーケット(特にNakumattやNaivas)で電化製品を購入している。各家電製品は、それぞれの耐用年数が経った後に買い替えるが、必要に迫られて早いタイミングで買い替える物もある。おおむね、家電製品は2~10年で買い替えている。

購入商品選択の際は、以前使用していて得られたブランドに対する印象や、友人や家族からの情報、主要メディアで流される商品についてのプロモーションや宣伝に影響される。メーカー/ブランド名、機能性、使い勝手の良さ、品質保証の有無、ならびに自宅の近隣で購入できるかどうかが考慮される最も重要な要素である。なお、販売価格やアフターサービスについて重要視するかどうかは、どちらとも言えないようだ。

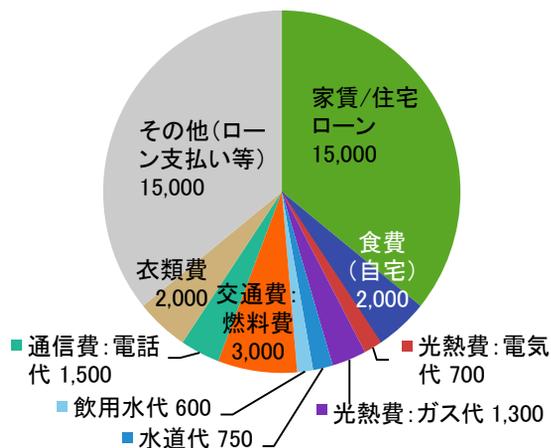
■所有する家電製品

					
品名	ラジオ(オーディオシステム)	テレビ(32インチ)	電子レンジ	トースター	アイロン
メーカー	SONY	SAMSUNG	SAMSUNG	Ramtons	Philips
購入価格	250ドル	240ドル	100ドル	45ドル	35ドル
購入場所	Nakumatt	Nakumatt	Nakumatt	Nakumatt	Nakumatt
選択理由	以前使用して良かったブランド、多機能、音質の良さ	ブランド、品質	信頼できるブランド	信頼できるブランド	信頼できるブランド
					
品名	冷蔵庫	洗濯機	給水器	ガスレンジ	
メーカー	日立	SAMSUNG	N/A	Ariston	
購入価格	500ドル	620ドル	100ドル	500ドル	
購入場所	Naivas Hazina	Nakumatt	Naivas Hazina	Nakumatt	
選択理由	以前使用して良かった、サイズが良い	友人たちからのアドバイス、ブランド、品質が良い	以前使用して良かった、品質が良い	以前使用して良かったブランド	

MOP層(中所得層)

調査年月日	2017年1月9日
性別	女性
職業	営業事務
平均月収	44,000シリング
居住地区	Kinoo地区
■日本の家電製品に対する意識	品質:良い 機能性:良い 入手しやすさ(アクセス性):良い 価格(値頃感):良い 修理:まあまあ
■知っている日本の家電製品ブランド	SONY、サンヨー、Panasonic、シャープ

【毎月の平均支出の内訳(単位:シリング)】



■家電製品の購入状況

家電製品を正規販売店(特に、HotPoint、Housewife's Paradise ICEA、Alyassin Electronics Luthuli、Victoria Courts Westlands)で購入する。ニーズに応じて購入したり、アップグレードしたい時に購入し、予め決められた行動計画がある訳ではない。ただし、家計が許せば、最長で5年以内には家電製品を買い替えたい。以前、国内のディストリビューター企業にて就業経験があることから、家電製品の選択は産業知識に基づく。主要メディアの広告や雑誌からも情報を得ている。購入を決断する際は、価格、ブランド、原産国、機能性、使い勝手の良さ、アフターサービス、品質保証、販売店が自宅から近いことが非常に重要な要素だと考えている。

■所有する家電製品

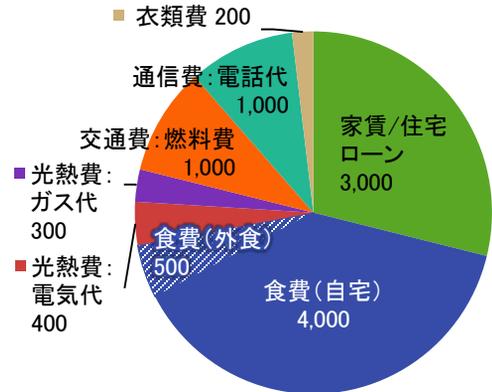
品名	電子レンジ	トースター	ミキサー	
メーカー	SAMSUNG	Ramtons	Moulinex	
購入価格	110ドル	15ドル	35ドル	
購入場所	Victoria Courts	Naivas Westlands	Thika Rd Mall	
選択理由	ブランド、良好な品質、手入れのしやすさ	価格、品質、ブランド	価格、品質、ブランド	
品名	冷蔵庫(1ドア型)	アイロン	ノートパソコン	テレビ
メーカー	SAMSUNG	Philips	HP	SAMSUNG
購入価格	350ドル	15ドル	35ドル	230ドル
購入場所	Housewife's Paradise	Naivas Westlands	Ebrahim's	Alyassin Electronics
選択理由	価格、品質、ブランド	価格、品質、ブランド	価格、品質、ブランド	価格、品質、ブランド
				ホームシアター
				SONY
				120ドル
				Alyassin Electronics
				価格、品質、ブランド
				価格、品質、ブランド

所得層別の家電製品に関する実態調査

BOP層(低所得層)

調査年月日	2017年1月5日
性別	男性
職業	日雇い労働者
平均月収	20,000シリング
居住地区	Kawangware地区
■日本の家電製品に対する意識	品質:非常に良い 機能性:非常に良い 入手しやすさ(アクセス性):良い 価格(値頃感):新品の場合、中国製品と比べると非常に高い 修理:良い
■知っている日本の家電製品ブランド	SONY、Panasonic

〔毎月の平均支出の内訳(単位:シリング)〕



■家電製品の購入状況

家電製品は基本的に、中古品の販売店で購入する。アイロン以外は、新品を買ったことがない。購入の機会があり、さらにお金が払える時にだけ購入する。減多に家電製品を買うことはない。商品選択の判断において最も重要な点は価格であり、その他入手の容易さに基づいている。使用年数や機能性、メーカーで選ぶこともある。原産国は、さほど重要ではない。使い勝手の良さやアフターサービス、自宅から販売店までの距離(家からの近さ)も、購入の決断に対しあまり重要な要素ではない。

■所有する家電製品

				
品名	テレビ	DVDプレーヤー	オーディオシステム	アイロン
メーカー	LG	LG	SONY	SCARLETT
購入価格	70ドル	25ドル	80ドル	0.7ドル
購入場所	N/A	N/A	Electronics Technician	キオスク
選択理由	価格、ブランド	価格、ブランド	ブランド、機能性	価格、ブランド、機能性

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。