

ケニアにおける即席めん事業開発 フィージビリティ・スタディ

2016年6月27日（月）
日清食品ホールディングス（株）

ケニア合併事業について



JOMO KENYATTA UNIVERSITY OF AGRICULTURE AND TECHNOLOGY
Setting Trends in Higher Education, Research and Innovation

合併パートナー

- 1981年 Jomo Kenyatta College of Agriculture and Technology (JKCAT) として日本政府の支援のもとナイロビ郊外に開校。
- 1994年までに14学部からなる理工系を中心とした総合大学に発展しJomo Kenyatta University of Agriculture and Technology (JKUAT)に改名、ナイロビ大学と並ぶケニア有数の大学として発展中。傘下にFood Technology Centerを持ちヨーグルト、ジュースなどの開発・生産も行っている。

合併会社の変遷

- 2008年 弊社設立50年記念CSR事業の第一弾として、2010年までの2年間にJKUATラボ製チキンラーメン63千食を学校給食として無償提供。
- 2013年1月 JKUAT-NISSIN FOODS設立
- 2013年10月 弊社インド工場から輸入販売形態で事業開始

JICA支援プログラム

「ソルガムを利用した低コスト保存食現地製造販売事業自立化支援準備調査」



Step 1
ケニア市場に適した
商品開発

現地消費者に受け入れられ、競合他社と差別化された、「売れる」商品の開発。



Step 2
BoP層向け
マーケティング

最大人口セグメントでインスタントヌードルの需要喚起、販売数量を担保。

Step 3
現地調達 + 生産

現地生産が可能な販売数量達成した際に、原材料現地調達 + 生産を行い、商品コストを下げ更にインスタントヌードルの需要を拡大。

Step1: ケニア市場に適した商品開発



①Nyama Choma



②Chicken



③Masala



④Tomato & Onion



Nyama Choma : スワヒリ語で Nyama は肉、Chomaは焼くという意味。焼肉のこと。



ソルガム : 日本名「もちろし or たかきび」。イネ科の一年草の穀物。アフリカ原産。

これまでの成果

ケニアで馴染みがあり、健康食品とされるソルガム粉（アフリカ原産のもろこし、たかきび）使用、現地で好まれる4フレーバー商品を開発、一般流通にて販売中。

今後の課題

商品の「品質」と「味」は高く評価される一方、現地消費者に重視されるのは価格、麺重（ボリューム）であり、この期待に応える商品開発を継続検討する必要あり。

Step2 : BoP層向けマーケティング



ブランディングした大型車を小売店舗前に設置し、集客。



ポスターを貼り
消費者の興味を喚起



人通りの多い場所に
試食場所を確保

これまでの成果

ケニア最大消費市場であるナイロビと主要地方都市のBOP販路にて、インスタントヌードルの需要訴求のため、試食イベントの企画と専門の営業スタッフを配置。

今後の課題

BoP向け販促活動は人手と時間を要するため「費用対効果」の詳細な検証が必要。また「費用対効果」改善のため継続的に効率の高い活動方法を検討する必要あり。

Step2 : その他マーケティング施策



小中学校を対象に大規模な試食提案 を実施

これまでの成果

学校給食メニューの一つのオプションとしてインスタントヌードルを提案。学童向けに喫食機会の増加を計り、インスタントヌードルの需要喚起を行う。

今後の課題

学校給食食材の商物流システムが確立しておらず個別交渉が必要で人手と時間を要する。パートナーであるJKUATのサポートで効率的なオペレーションモデルを開発する必要あり。

ケニア事業成功の為に

ケニア特有の問題ではなく新興国ビジネス共通ではあるが・・・

	現状・課題	検討ポイント
マネジメント一般	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 現地商慣習や住環境への適応ハードルは高い。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 現地企業との連携。 ▶ 現地スタッフの育成。
事業計画	<ul style="list-style-type: none"> ▶ インスタントヌードルの浸透度は低く、啓蒙に時間と費用を要する。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 市場参入前に詳細な市場調査を行い、現実的な長期事業計画策定が必要。
商物流	<ul style="list-style-type: none"> ▶ サプライチェーンの透明性が低くモノの流れの把握が容易ではない。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 最終顧客までの販売・在庫状況が把握できる販路での事業展開。
商品	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 小規模店舗（パパママストア）が主力のため在庫回転しない商品は扱わない。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 現地消費者に受け入れられ、競争力のある商品開発が必要。



Asante sana.
ありがとうございました。
Thank you very much.