

# Bangladesh 企業訪問調査レポート[9]: Akij Food And Beverage Limited (AFBL)

～ 製造業（飲食料品）～

## ■ バングラデシュ人民共和国 — 基礎データ —

- 面積: 147,570平方キロメートル
- 人口: 1億5,360万人 (2012/13年度 バングラデシュ中央銀行)
- 首都: ダッカ/人口約1,188万人 (2011年 統計局推定値)
- 名目GDP総額: 1,738億1,800万ドル(2013年)
- 1人あたりのGDP(名目): 904ドル (2013年)
- 実質GDP成長率: 6.1% (2013年)
- 為替レート: 1ドル≒ 77.72 バングラデシュ タカ (2013年 平均値)

出所: JETROホームページ 国・地域別情報(J-FILE)「バングラデシュ概況(2015年2月更新)」



■ 調査日 : 2014年 7月27日

■ 分野 : 製造業(飲食料品)

■ 特徴 : AFBLはAkijiグループ傘下の大手飲食料品メーカーで、国内業界第2位。Akijiグループはバングラデシュの大手企業集団で、傘下に繊維、タバコ、セメント、陶磁器、印刷・包装、医薬品、消費財等のメーカーや医療、情報通信のサービス企業を抱えている。AFBLは、低所得層の需要にもマッチした、栄養ドリンクなどのソフト飲料やポテトチップスなどのスナック菓子を主に国内向けに生産しており、全生産量の21～30%を海外に輸出している。

品質向上のため、クロネスAG(ドイツ)、テトラパック、アルファ・ラバル(スウェーデン)、シパ(イタリア)、ハスキー(カナダ)等の食品加工機械や包装機械を導入しており、生産能力は、飲み物の場合、毎分1,900ボトル。炭酸飲料を400本/分、ジュースを300本/分生産している。

## 企業概要

- 社名 : Akij Food And Beverage Limited (AFBL)
- 本社住所 : 13/1/kapantopath, Dhaka-1205, Bangladesh
- 工場住所 : Krishnapura, Dhamrai, Dhaka.  
: ChapaiNawabganj, Rajshahi  
(2012年にマンゴーのペースト加工工程を新設)

■ URL : www.akijfood.com

■ 設立年 : 2006年

■ 社長 : Mr. Sk. Shamim Uddin

■ 従業員数 : 本社200人、工場3,000人、販売員約1,100人

■ 工場敷地 : [ダッカ工場]240,000m<sup>2</sup> [ラジシャヒ工場]51,800m<sup>2</sup>

■ 資本金 : 7,000万ドル(グループ傘下企業が出資)

■ 流通経路 : 自社の販売担当・流通部門、および既存の各地域の卸売業者・小売業者による

■ 輸出先 : 東南アジア、東アジア、中東、アフリカ、米国、ブータン

■ 社是 : 消費者・従業員・関係企業との調和を重視しつつ、社会のニーズを把握・発掘し、飲料・食品市場での地位を確立する。AFBLのスローガンは“人々の生活に質を”



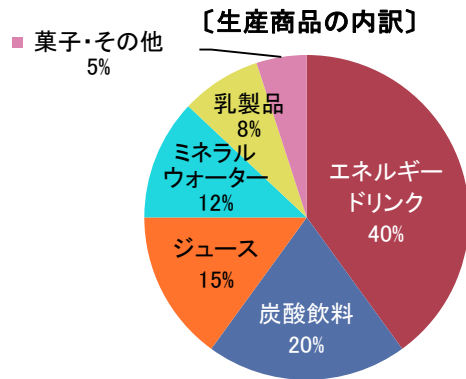
Dhamrai工場



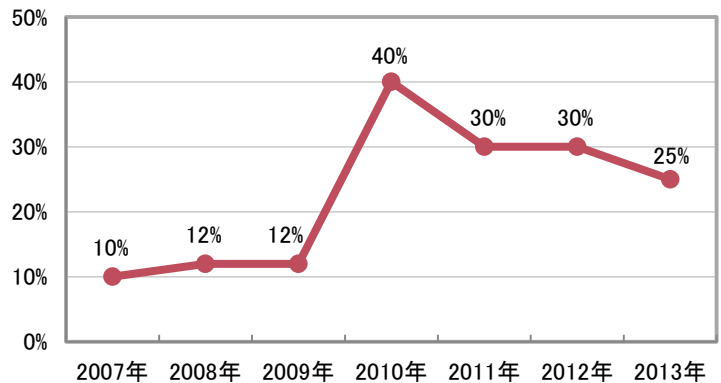
## ビジネスの概要 ①

## 主要な商品

AFBLはSpeed、Mojo、Lemuの3種類の商品生産からスタートした。現在は商品分野を広げ、それに伴い市場シェアも拡大しており、今後さらに品目を拡充していく計画である。



〔生産伸び率の推移:2007年～2013年〕



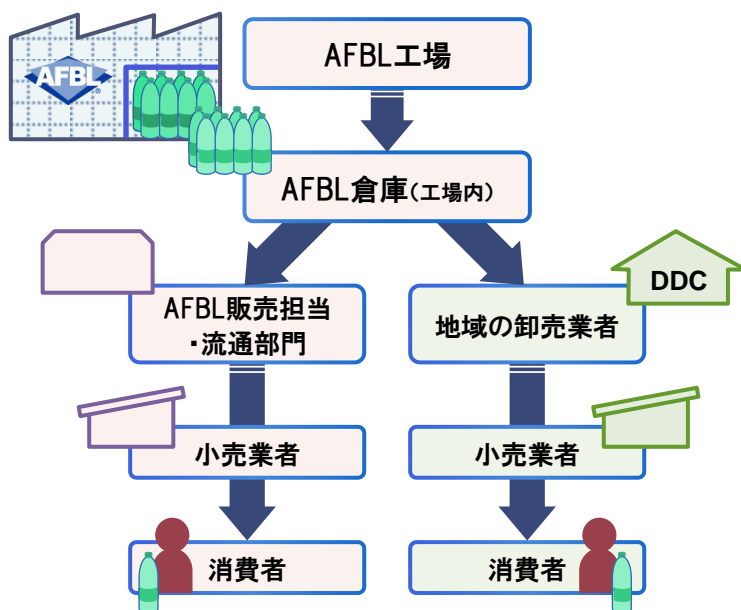
## 〔主要商品一覧〕

商品分野	商品名	パッケージ・サイズ展開	対象世代	原料供給元	価格帯 (タカ)	
エネルギー飲料	 Speed	250ml ペット/缶	10代 労働者	濃縮液: Frimenich社 (スイス)	25～35	
炭酸飲料	 MOJO	250ml / 500ml / 1.0L ペット	若年層 10代	濃縮液: Frimenich社 (スイス)	16～90	
	 Lemu (Cloudy Lemon)	250ml ペット/缶 500ml / 1.0L ペット	若年層 10代	濃縮液: Frimenich社 (スイス)	16～50	
	 Clemon (Clear Lemon)	250ml ペット/缶 500ml / 1.0L / 2.0L ペット	全世代	濃縮液: Frimenich社 (スイス)	16～90	
ジュース	 Frutika (Mango, Red grape, Green Mango)	250ml ペット 1.0L ペット/テトラパック	子供	赤ブドウ: ドイツ産 マンゴーおよび 青マンゴー: インド産	22～70	
ミネラル ウォーター	 Spa	500ml ペット 1.5L ペット	高所得層	国内産	15～25	
牛乳・乳製品	 Farm Fresh	UHT milk	1/2L テトラパック	高所得層 中所得層	国内産	40
		Pasteurized milk	200ml / 500ml / 1000ml ポリパック			20～80
		Mango and Chocolate milk	200ml ポリパック			20
		Clarified (Ghee)	200 / 450 / 900 g 入り			205～790
		Yogurt	100 / 500 g 入り			20～80
麦芽飲料	 Wild Brew	250ml 缶	高所得層	大麦: 国内産	50	
スナック菓子	 Cheese Puffs	22g 入り	全世代	国内産	12	
	 O' Potato	22g 入り	全世代	国内産	12	

## ビジネスの概要 ②

### 商品の流通経路

商品の販売は、AFBLの販売担当や流通部門が商品販売を行うとともに、当該地域の卸売業者などを統括して、消費者への販売に当たらせている。(AFBLではこれを“DDC[Dual Distribution Channel]”)と呼んでいる。)また、DDC以外にも全国に小売業者の流通拠点を配置しており、その数は665拠点にのぼる。



150台のトラックで商品を配送

地域	流通拠点数
ダッカ	230
チッタゴン	135
シレット	50
ロンプール	40
バリサル	80
クルナ	70
ラジシャヒ	60
合計:	665

### 販売実績

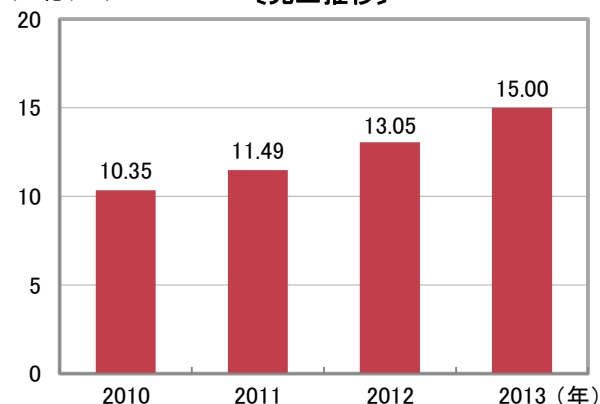
売上額の推移は右図のとおり。自社の販売担当・流通部門による直接の売り上げは、概ね全体の10%程度であり、DDCやその他の小売業者などによる売り上げが大半を占めている。



AFBL社の倉庫で出荷を待つ商品

(10億タカ)

### 【売上推移】

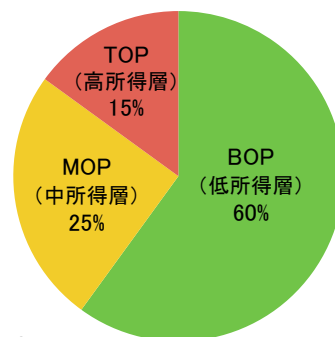


### 所得層別顧客構成

AFBLは顧客層を下表のとおり分類している。商品の販売対象が農村部であることもあり、低所得層(BOP)が最大の顧客層。特に若年層に焦点を当て販促を図っている。

分類	月額所得
■ BOP(低所得層)	20,000 タカ以下
■ MOP(中所得層)	20,000～40,000 タカ
■ TOP(高所得層)	40,000 タカ以上

### 【所得層別顧客比率】



JETRO

ビジネスの概要 ③

マーケティング

AFBLはマーケティング・販売に関し、以下の業務を行っている。

- 需要・販売予測
- 市場開発
- 情報収集・競合他社分析
- 商品開発
- 価格設定
- 販売店管理
- 商品梱包・発送
- 原材料調達



スーパーに並んだAFBLの商品

マーケティングにおいては新商品の開発・市場投入に当たるブランドチームが最も重要な役割を担っている。販売では、9人の地域別担当職員が国内全土に展開する1,100人の販売担当職員を統括している。これら販売担当員は販売代理店やその他小売店舗を拠点として業務に当たっている。

国内飲料品売り上げ順位

順位	炭酸飲料(コーラ系)	炭酸飲料	エネルギードリンク	ジュース	ミネラルウォーター
1st	Coke	7up	<b>Speed</b>	Frooto	Fresh
2nd	<b>Mojo</b>	Sprite	Tiger	<b>Frutika</b>	Mum
3rd	Pepsi	<b>Clemon</b>		Mangolee	<b>Spa</b>

各商品のメーカー・流通企業名

**Mojo / Clemon / Speed / Frutika / Spa** : AFBL

Fresh : Meghna Group of Industries

Coke / Sprite : Abdul Monem Limited

Mum : Partex Beverage Limited

Pepsi / 7up : Transcom Beverage

Frooto : Pran

Tiger : Globe Soft Drinks Ltd.

販売促進活動

[国内広告]

- テレビ
- 街頭看板
- 新聞・雑誌
- 配送車の車体広告



配送車の車体広告

[小売業者等への販促]

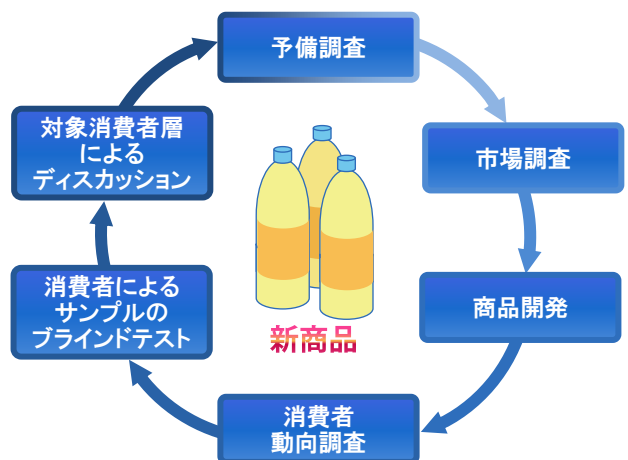
高額仕入れの見返りにサンプル提供やリベート、粗品進呈などを行っている。

[その他販売促進活動]

- 街頭でAFBLの商品を持っている通行人を対象にゲーム・ショーを行い、ギフトを贈呈。
- 1Lドリンク1本お買い上げ毎に250mlを1本無料提供 等。

新商品の市場投入過程

以下のプロセスを経て新商品を市場投入する。



### AFBLの強み

- 市場ニーズに合わせた迅速な商品開発
- 品質の高さ
- 自社の販売担当や流通部門に加え、DDCやその他、地域の小売業者も駆使した広範な流通網
- 高性能の食品加工・包装機械の導入と加工工程
- 透明包装も含めた、人目を引くパッケージのデザインや配色
- 農村部に広く浸透していること
- 消費者第一主義
- 手ごろな価格設定

### 社会貢献活動

- イスラム教の犠牲祭に合わせ、清掃キャンペーンを実施。
- 犠牲祭の期間中、貧しい人々に新しい服のプレゼントも行っている。
- その他、学校等多くの施設に寄付を実施。

### 日本（外資系）企業へ期待すること

スナックや乳製品の品揃え拡充を計画しており、新商品開発において協力を得たい。  
また、流通の効率を向上させるため高性能の配送車両を導入したい。



キャンペーンに向かうAFBL社の車列



# 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。