

バングラデシュ

企業訪問調査レポート【1】：OSMOSIA Water Technology

～ 浄水装置の輸入・販売会社 ～

■ 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人当たり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8日

■ 対象企業 : 浄水機・資材の輸入・販売、浄水資材用活性炭の生産・輸出

■ 特徴 : 浄水機・資材の専門企業。米国、欧州、日本、タイ、中国等から国際規格に合致した最新技術による濾過効率が高く長寿命の機器を輸入し、バングラデシュ国内に紹介するとともに(国産製の販売含む)、濾過用の椰子殻活性炭を生産し、日本に輸出している。



OSMOSIA社の椰子殻活性炭工場

企業概要

- 社名 : OSMOSIA Water Technology
- 住所 : 234/D, New Elephant Road (Katabon turn), 1st Floor, Dhaka-1205.
- URL : <http://www.osmosia water.com>
- 主要拠点 : 2カ所
チッタゴン事務所：314, SK. Mujib Road (1st Floor), Agrabad C/A, Chittagong)
クルナ事務所：140, B K Ray Road (1st floor), KDA Avenue, Shakhpara, Khulna
- 設立年 : 2002年
- 従業員数 : 103人(設立時は18人)
- 敷地面積(本社) : 本社フロア186m²
- 主要取扱機器(輸入) : 飲料水処理機・資材(逆浸透膜浄水機器、逆浸透膜)
- 主な出荷先流通企業 : D-Watertech Ltd., Toptech Enterprise, Utopia Theme World & Technology, Ashora Associate, Green Dot Limited.
- 製造製品(輸出) : 椰子殻活性炭(需要の多い日本に輸出)
- 社是 : 人々の生活環境を改善して生活の質を高めるため、高品質、長寿命の機器とサービスを顧客に安価で提供し、社のブランドイメージと社会の評価を高める。



ショールームの入口

浄水機器輸入元企業

主な輸入元: グルンドフォス(デンマーク)、CNP(中国)、FILMTEC(米国)、Clack(米国)
 その他: 東レ、GE、ダウケミカル、パルサーフィーダー(米国)等



● 取り扱い製品例: 逆浸透膜浄水機器



[普及機]
 浄水量: 600L / 時



[普及機]
 浄水量: 10,000L / 時



[普及機]
 浄水量: 250~ 20,000L / 時



[高級機]
 浄水量: 1,000L / 時



[高級機]
 浄水量: 50,000~ 300,000 L / 時



[家庭用モデル]
 浄水量: 50/75/100 ガロン / 日
 タンク容量: 8~12 L



[家庭用モデル] の部品

倉庫内部



浄水機器用資材



部品・付属品の保管棚



家庭用製品が置かれた棚

● 取り扱い製品例：逆浸透膜(カートリッジ)



● 取り扱い製品例：浄化フィルター・カートリッジ



PPフィルターと
ポストカーボンフィルター(右)

GTOカーボンフィルター

レジンフィルターとGACボックス
カーボンフィルター(右2本)

セラミックフィルター

活性炭の生産と輸出

OSMOSIA社は、浄水機器の輸入販売企業であると同時に、椰子殻およびマングローブ活性炭の製造・輸出分野においてもバングラデシュ国内でトップクラスの企業。バングラデシュ国内で椰子殻やマングローブ材が安価・豊富に入手できることに着目し、2002年にバングラデシュ南部バリサル地区に生産工場を設け、濾過用資材として日本に輸出している。

現在は伝統的製法を用いて生産しているが、将来的には最新の生産技術を導入して生産効率と品質を高めるべく、OSMOSIA社に関心を持つ日本企業があれば合弁をはかりたいとしている。日本市場では活性炭が有望で、特に2011年3月の東日本大震災以降、供給が需要を満たしていないため、機会があれば、日本企業と組んでバングラデシュからの対日輸出を拡大したいと、会長は語る。



OSMOSIA社 活性炭工場の専用ホームページ
<http://www.coconutshellcarbon.com/>



椰子殻



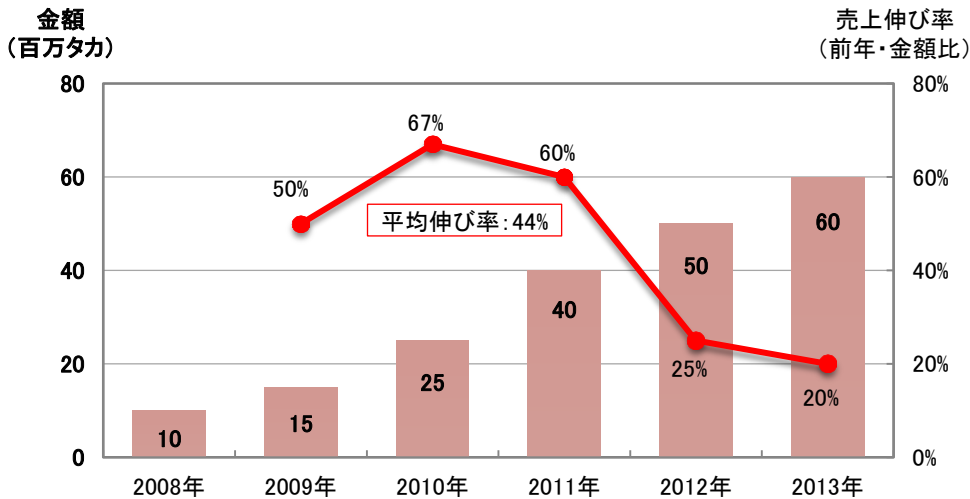
椰子殻活性炭(チップ状と顆粒状)



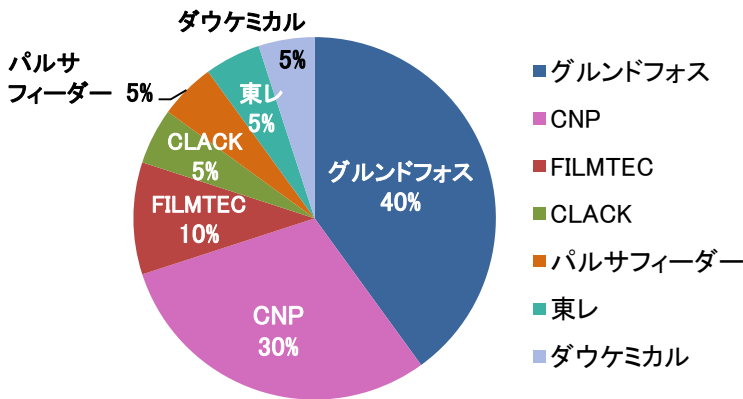
ビジネスの概要 ③

OSMOSIA社の国内マーケット・シェアは60%で、同分野の国内市場をリードしている。

売上額推移 (単位：百万タカ/年)



メーカー別販売比率



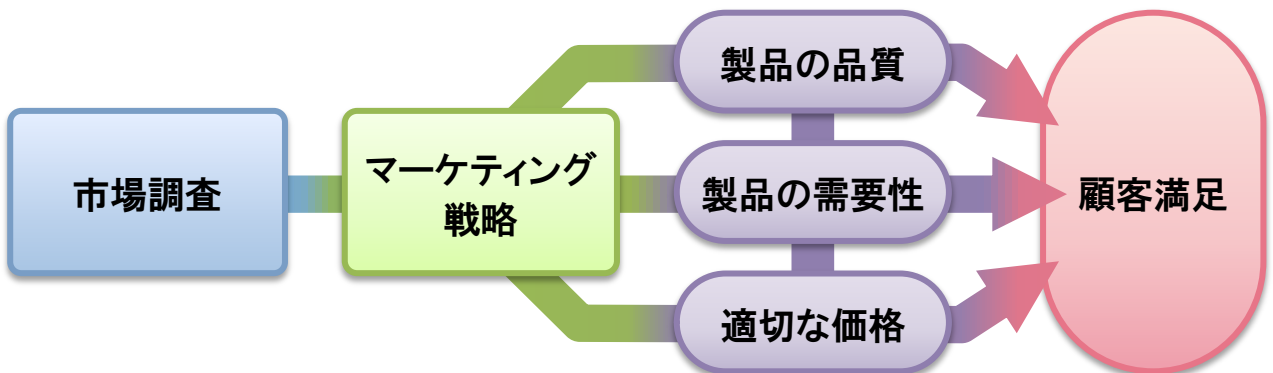
● 販売代金決済方法

輸入製品：顧客から発注と共に代金全額の70%以上の払い込みを確認した後、輸入手続きを行う。

国内製品：購入希望機器を提示し、顧客の確認を受けた後、販売契約が成立し、機器を発送する。

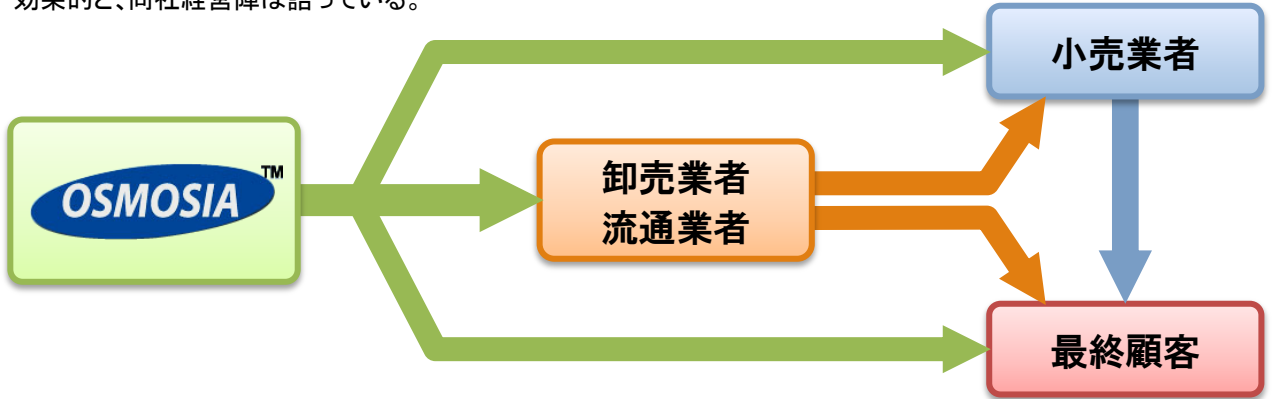
宣伝販売戦略

全ての製品について、輸入に先立ち市場の実地調査を行い、個々の製品ごとに需要、設定すべき価格、対象顧客を把握するようにしている。

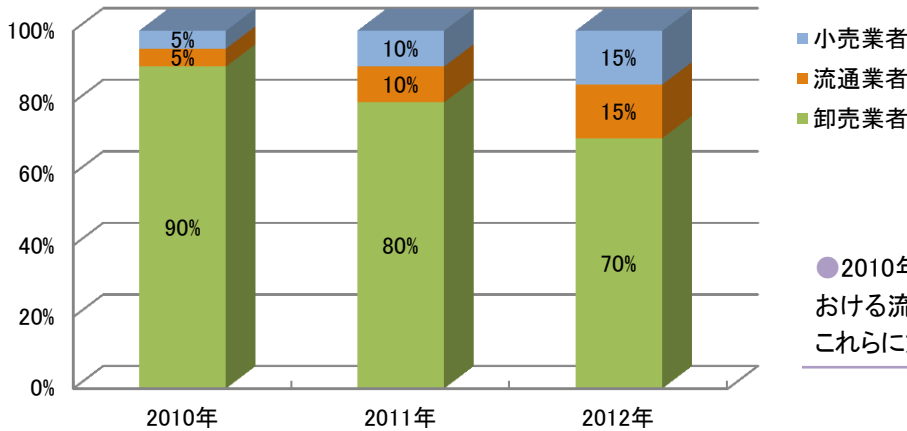


流通経路

OSMOSIA社は、卸売業者および小売業者に製品を卸すと共に、数量によっては最終顧客からの注文にも応じて販売する。また、バングラデシュ国内のほとんどの地域に、信頼のおける流通業者を有している。ダッカ市内の小売業者は、同社から製品を購入してダッカ内外の顧客に販売し、卸売業者は購入した製品を小売業者および最終顧客に販売している。こうした伝統的、典型的な流通構造が、バングラデシュの市場においては効果的と、同社経営陣は語っている。



〔流通経路別売上比率〕

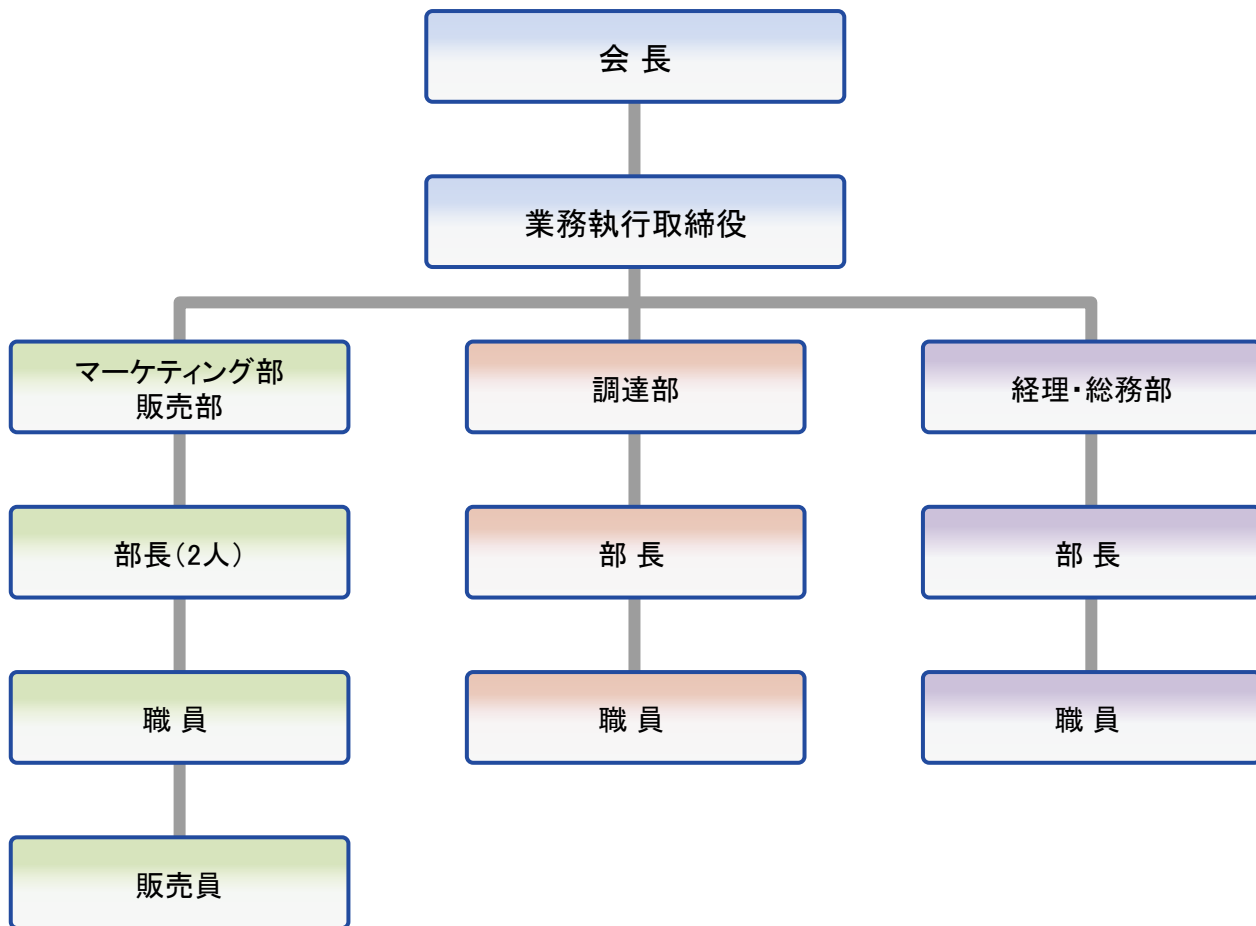


● 2010年から2012年までの国内における流通・小売業者数の増加に伴い、これらに対する売り上げも伸びている。

国内の流通網

バングラデシュ国内64県のうち、同社の流通網は43県をカバーしている。

管区庁所在地名	管内:カバー県数/全県数	管内:カバー郡数/全郡数
ダッカ	14 / 17	50 / 122
チッタゴン	6 / 11	20 / 99
シレット	4 / 4	10 / 38
ラングプール	2 / 8	10 / 58
バリサル	6 / 6	15 / 40
クルナ	5 / 10	20 / 61
ラジシャヒ	5 / 8	10 / 66
合計:	42 / 64	135 / 484



職位	人数
会長	1
業務執行取締役	1
本社部長	4
地域別マーケティング部長	11
職員	31
補助職員	18
支店販売員(2カ所)	37
合計:	103

競合他社とOSMOSIA社の強み

競合している企業は以下の各社。

- Apec Water Technology
- Ashora Water Technology
- HRG engineering Limited
- A plus Bangladesh
- Water Fine treatment and Filters
- SK Corporation
- Water win

市場調査やメディア等を駆使しての啓蒙・PR活動等に加え、以下の取り組みに他社に倍して力を注ぐことにより、シェアを保っている。

- ウェブサイトによる製品の詳細説明
- 高品質の製品と適切な価格設定
- 流通業、卸、小売の各業者との友好関係を保ち(時には粗品進呈)、全国をカバーする強力な流通網を維持。

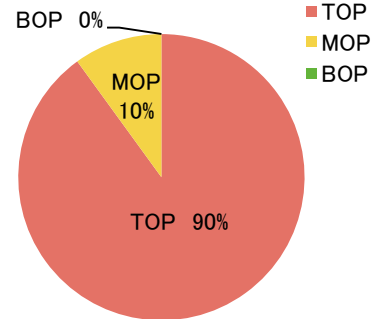


OSMOSIA社のホームページ

現状の課題

現状では、上・中流層を除き、バングラデシュのほとんどの人々が浄水技術やその重要性を認識していない。従って、現在浄水機器を利用する人口は、都市部を中心として全体の10%にとどまっており、需要が限られている。顧客の認識不足がネックとなり、高品質の製品であっても、競争力のある価格設定が極めて難しく、顧客への啓蒙活動が一番の課題となっている。

顧客の階層別比率(%)



将来の展望

現状での製品販売は、上・中流層の顧客に限られているが、浄水は全ての人々にとって無くてはならないものであることから、低所得層、そして個人、家庭および種々の職場の職員を含む全ての人々を、同社では顧客対象と考えている。

同社では、市場における現状のシェアを、最新技術を誇り品質認知度の高い日本製品の取り扱い拡大等によって、数年のうちに90%に高めたいとしている。浄水技術やその重要性を認識している人口の割合が全体の10%という現時点での市場規模の小ささは、逆に言えば、それ以外の90%が今後顧客となり得る将来の需要であり、人々が浄水の必要性を認識するに従って、5年後には50%に急増するものと同社経営陣は信じている。人々の意識を高める取り組みとしては、テレビや新聞広告に加え、パンフレットやフェース・トゥー・フェースの説明会とニーズの吸い上げ、流通業者・顧客等対象の機器デモなど、人口の多いBOP層をも意識した啓蒙活動を行っている。また将来的には、安価な労働力を生かし、BOP層の所得に合った低価格の浄水機器など、輸入のみでなく自社生産も行っていきたいとしている。



【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、できるだけ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、ジェトロ及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。