

中東情勢分析

イラクの消費財市場

デュニア・フロンティア・コンサルタンツ

I. イラクの消費財市場

要点

- イラクの消費財市場は、製造企業と現地の小売業者にとって非常に大きな潜在性が期待できる。
- イラクの商業関係者と消費者は、日本や欧米諸国の企業によって製造された日用消費財を渴望している。

2003年にフセイン政権が打倒され、それ以来、イラクの消費者たちは何十年間も抱き続けてきたエアコン、テレビ、冷蔵庫、携帯電話というありふれた消費財への欲求を自由に満たせるようになった。治安の改善が継続し、イラクへの外国投資が年々増えるにつれて、全国的に経済活動が活発化している。2003年以降、最近では2007年から続くインフレ率低下が幾分追い風になって、イラクは建設、エネルギー、小売の各セクターで急速な成長を示している⁽¹⁾。2009年1月以降、イラク中央銀行は為替レートを1ドルあたり1,170ディナールに維持することにより、さらに経済を安定させている。高い失業率がイラク政権の強化および安定化に対して困難な障壁のまま存在し続ける一方で、耐久財と非耐久財の双方に対する消費者需要は2003年以降爆発的に伸びている⁽²⁾。

1. 粗悪品への拒否反応

要点

- 現在まで、イラク市場に出回っている消費財は中国、シリアまたはトルコ製が多数を占めている。
- イラクの消費者は、日本や欧米諸国の市場から高品質の消費財が参入してくることを望んでいる。

2003年以降、イラクは年率4.5～8%の経済成長を達成し、消費財需要が急増しているにもかかわらず、2009年の間に多くの消費財に対する需要に陰りが見え始め、2008年の水準から30%も低下した。イラクの小売業者や商人たち、卸売業者は当初この需要の変化に当惑したものの、

「イラク人が購入しているのは粗悪品であり、国際的に有名なブランド企業のより品質の高い製品が欲しい」という消費者の意図が伝わってきたのである。バグダッドで店舗を構える者に尋ねたところ、「故障しても点検や修理を受けられない中国製の模倣品ではなくオリジナル製品を入手するため、欧米や日本の企業と取引したいと願っている」と語った。

1.1 選択肢の不足

イラクの一般消費者は、耐久財・非耐久財の購入の際に選択の幅が限られている現状に不満を持っている。概して、家電やその他の製品はその製造元である企業から直接購入するほうが好まれており、商標が表示されている商品が粗悪な模倣品であることも少なくない。インタビュー調査で、「常に日本製品を買いたい、今は非常に値段が高い。ブランド名が明記されていても模倣品の可能性がある」という回答があった。

2. 先発者優位の原則

要点

- 2003年以降、家電やその他の製品の入手可能性は飛躍的に向上している。
- 中国および韓国の電子・電化製品のメーカーが、イラク市場に精力的に参入している。
- イラン、トルコ、シリア、レバノンおよびヨルダンの中東企業は、イラクの消費者をターゲットとして精力的に活動している。
- イラク全域でブランド模倣品の販売が普及している（例えば、日本製ではない粗悪な家電製品に日本メーカーの偽造された企業ロゴがついている）。

市場に早く参入する企業は、先発者利益を享受できる。まさにイラクも然りである。消費者たちは制裁、戦争、独裁政権、治安への懸念によって高級品を入手する機会が奪われてきた。過去3年間で治安状況が改善する中で、韓国と中国の企業は精力的にイラク市場を開拓している。中東以外からイラクに進出して積極的に家庭用電子・電化製品を売り込んでいる既存企業の一例は、下記のとおりである。

- サムスン（韓国）
 - サムスン社はイラクに1億5,000万ドル以上の投資を行っている
(<http://www.aknews.com/en/aknews/2/149080/>)
- LG（韓国）
 - LG (http://www.lg.com/levant_en/)
- コンカ（中国）

- ハイセンス・ケロン（中国）
- Kerona（中国）
- Sonya（中国）

3. イラクは有名な消費財ブランドを積極的に誘致

要点

- エルビル、バグダッド、バスラで定期的に見本市が開催されているが、今、欧米企業の多くや、外国市場全体から多彩な業種を引き寄せているのはエルビルの見本市のみである。

イラクは依然として外国からの投資を誘致し、高品質の消費財を引き寄せようと躍起になっている。新製品をイラク市場に投入する最も効率的な方法のひとつは、クルド自治政府（KRG）の首都エルビルとバグダッド、バスラで定期的開催される多数の見本市や消費財展示会に参加することである。2011年2月から10月にかけてバグダッドでは、国際常設展示場で少なくとも6回の見本市の開催予定がある。またエルビルでも2011年3月から10月にかけて、さまざまなセクターをテーマとした見本市が少なくとも6回開催されることになっている。しかしながら、バグダッドとバスラの見本市はこれまで欧米諸国や日本の企業をほとんど誘致できていない。その主な理由は、これらの企業のオーナーや経営者が治安上の懸念を抱いているためである。

バスラでは2010年6月25日から29日にかけて、バスラ国際日用消費財展示会が開催されたが、参加したのは主として中東およびアラブ諸国の企業であった。2010年11月上旬に10日間の日程で開催された第37回バグダッド国際見本市には700以上の企業が参加したが、参加は12カ国にとどまり、ほとんどが中東およびアラブ諸国からであった⁽³⁾。エルビルの見本市は、バグダッドやバスラの展示会と比べると欧米企業の誘致に成功している。2010年10月に開催されたエルビル国際見本市（EIF）には、22カ国から850以上の企業が参加した。エルビル国際見本市に参加した企業の一部を国別に見ると、下記のとおりである。

- トルコ：76社（KRG自治区で操業中のトルコ企業は600社以上）
- イラン：53社
- ヨルダン：44社
- ドイツ：41社
- フランス：19社
- UAE：16社
- オーストリア：13社

- チェコ共和国：11社
- 英国：9社
- 中国：5社（中国企業はKRG自治区以南の市場をさらに精力的に開拓している）
- 米国：2社

上記以外では、ブラジル、ポーランド、スペイン、韓国（LG）、クウェートの企業がEIFに参加した。

見本市では、イラクの人々が外国企業の代表者たちに会い、その製品を直接調べることができる。また、今回の調査のために行ったインタビューでは、外国企業から直接製品を購入したいという欲求が共通のテーマとして浮かび上がってきた。バグダッドで聞かれた意見を、以下に紹介する。

「個人的意見としては、企業にバグダッドに来てもらって、顧客たちに商品を直接売ってほしい。それが無理ならば、現地法人を介しながら〔顧客に販売する〕よりも、イラクの〔公式〕代理店との共同事業を勧めたい。我々イラク人はいつだって代理店と連携してやっていく」

4.2で後述するとおり、イラクの消費者には、日本企業が直接自社製品を販売するためにイラクの公式代理店を雇う方式のほうがよい。なぜなら、商社というものは販売用に購入したり、輸入したりする国際財の価格を必ず吊り上げるからである。バグダッドのある顧客によれば、イラクの人々にとって、商社はおしなべて「最も安価で最悪の品物」を輸入していると思わざるを得ないのだという。さらに、「輸入業者は利益のみを追求していて、顧客のことを考えていない」と語った。

4. イラクでの事業展開

要点

- イラクで日本企業が自社製品の販売および流通を行うためには、現地法人を設立するか、現地のパートナー企業を活用すればよい。

法的には、「イラクにおいて」事業行うことと、「イラクを相手に」事業を行うことが区別される。日本企業がイラク全域で製品を流通させ、イラク現地で営業活動を行い、またはイラク政府機関と関係を築きたいと考える場合、それは「イラクにおいて」事業を行うことになり、イラクに現地法人を設立しなければならない。しかしながら、日本企業がイラク国内に恒久的な施設を設けることなく、単にイラクの事業体に財またはサービスを提供したいと考える場合、

それは「イラクを相手に」事業を行うことになり、イラク国内に現地法人を設立する必要はない（この取引は貿易とみなされる）。

日本企業がイラクで現地法人を設立する場合、以下の4通りの方法がある。

(1) 有限責任会社（LLC）

- a. 外国企業による100%所有が許される
- b. 要件
 - 1. 外国株主に関する領事手続き
 - 2. アラビア語の社名
 - 3. 賃貸借契約
 - 4. 定款
 - 5. 委任状
- c. クルド自治政府（KRG）下の有限責任会社には、アラビア語またはクルド語の社名および法人設立前の賃貸借契約は必要ない。エルビルおよびスレイマニヤの会社登記所が、有限責任会社設立の手続きを提供する。

(2) 外国企業の支店

- a. 日本企業がイラク政府またはイラク政府と契約を交わした外国企業との署名済み契約書を有している場合は、この方法をとらなければならない。
- b. 支店は自ら契約を交わすことができる
- c. 要件
 - 1. イラク政府との署名済み契約書の写し
- d. クルド自治政府（KRG）地域内で支店を設立する場合には、イラク政府との契約は不要。KRG関係省庁は外国企業にとって交渉がやりやすいことが一般的に知られている。
 - 1. KRG自治区にのみ設立する場合、イラクの他の地域で営業活動を行うことは許されない。

(3) 駐在員代表事務所（TRO）

- a. イラクで将来的に商業活動を行うことは許されないが、マーケティング、販売促進および代理行為を行うことができる。
- b. 日本企業がイラクで既存の契約を有していない場合には、この方法をとるべきである。これにより銀行口座を開設し、入札に参加し、事務所を設置し、従業員を雇うことが可能になる。
- c. TROは、イラク政府と契約を交わし、支店に移行するための手段として利用されることが多い。

(4) 共同出資会社

イラクで事業体を設立するには、イラク法、関係省庁、イラク現地の慣習・文化を理解する有能な法律チームが必要である。デュニア社は JCCME に対する追加的支援として、イラクの企業法および復興法に関する環境を理解する有能で、信用のある法律事務所をいくつか推薦することができる。

4.1 現地パートナー企業の活用

2003 年以降、イラク市場に外国製品を輸入することを目的として無数の商社がイラクとその周辺で設立されている。もし日本企業がイラクの消費者に自社製品を流通させるにあたって現地エージェントまたは現地企業を活用したいのであれば、ありとあらゆる市場で商社として活動している多数のイラク企業から選べばよいだろう。イラクの商社が業種の異なる複数の企業のエージェントを務め、1 社または複数の国際的な大企業のイラクにおける独占代理店であると主張することがよくある⁽⁴⁾⁽⁵⁾。例えば、Saleel Al-Ghazal Trading Company Ltd. はサムスン製エアコンのイラクにおける公式販売代理店であると主張し、一方では Al Sard Group がイラクでサムスン、コンカ、日立、パナソニック、ケロン、Kerona および Sonya の製品を販売する権利を主張している。こうした主張の正当性については、代理店との面談や厳正なパートナー調査手続きを通じて、またイラクの法慣習に詳しい弁護士チームを雇っておくことにより常に確認しておかなければならない。しかしながら、イラクの商社を活用することは、日本製品を直接イラクで販売する方法として有効な選択肢のひとつである。

国際的なブランド企業がイラクに製品を輸出する手段としてイラクの商社を傘下に入れる最大の理由は、イラク全域の治安リスクが高いと認識しているからである。この認識は過去、特に 2005 年から 2007 年にかけて治安が悪化した時期には妥当であったが、イラクにおけるテロ犯罪発生件数は 2006～2007 年のピーク時から 90%減少している。比較のために、世界各都市における人口 10 万人あたりの殺人発生件数を示す⁽⁶⁾。

- ニューヨーク (米国) : 6.2
- モスクワ (ロシア) : 9.6
- サンパウロ (ブラジル) : 14
- ボゴタ (コロンビア) : 22.7
- ワシントン DC (米国) : 32
- バグダッド (イラク) : 40～48
- ケープタウン (南アフリカ共和国) : 62

- 近年サッカーW杯を開催し成功させた
- 南ア全体の殺人発生件数は人口 10 万人あたり 34.1
- シウダードフアレス（メキシコ）：130
- カラカス（ベネズエラ）：約 200

治安が最悪だった頃（2005～2007年）、闇市場での買い物に人気があったが、今ではイラク人の大多数が、偽ブランド品でないことが確かめられる製品を購入できる正規の家電販売店のほうを好んでいる。

4.2 輸入における注意点と利点

イラク暫定統治機構（CPA）命令第 38 号に基づき、イラクに輸入される物品には 5%の復興税がかかる。それ以外の関税、課徴金、輸入税や追加税はトラック 1 台につき 30 ドルの車両入国検査料を除いてすべて停止されている。輸入関税がかからないことは、明らかに、イラクの消費者に高品質で、手頃な価格の製品を提供できるという利点である。しかしながら、日本製品を流通させるためにイラクの商社を利用すれば、必然的に製品価格が上昇する。商社が「安く買って、高く売る」という原則にこだわるからである。

5. 好まれる商品と問題点

要点

- 低所得、失業率の高さ、治安上の懸念、インフレ、粗悪な偽ブランド品、多くのブランド製品の高値が原因となって、多くのイラク人には多くの高品質消費財を購入することが困難である。
- 大多数のイラク人は、消費財を製造する企業から直接その製品を購入したいと思っている。現在、正規品なのか、偽ブランド名がつけられた模倣品なのかを見分けることが難しくなっているためである。

イラクの消費者は一般的に、電子・電化製品や日用品を販売するビジネスは儲けが多いと考えている。それは品質のよい製品の価格がとても高いと思っているからである。卸売業者たちにインタビュー調査を試みたところ、この見解が確かめられた。ある卸売業者は、「イラクでは家電製品の取引が非常に儲かっている。政府省庁からの要請があるし、イラク国民 [の所得] が豊かになっているから」と述べた。

イラク全土を移動すると、バグダッドの非常に裕福な地域からジーカール県の極端に貧困に苦しむ地域に至るまで、携帯電話がほとんどあらゆる場所に普及していることに気づく。イラ

ク人は、世界中でよく見かけられる多くの消費財を使うことを熱望している。イラク南部の極貧地域では今なお失業率が 60%にも達し、所得は国際的水準からすれば依然としてかなり低いにもかかわらず、携帯電話産業は目覚ましい成長を遂げている。同様に、イラクのインターネット利用者数も 2003 年に通信機器の自由化が実施された結果、2002 年の約 2 万 5,000 人から 2010 年には 32 万 5,000 人に急増した。

5.1 保管におけるセキュリティ上の問題

イラクの卸売業者には、高品質の国際的ブランド製品をイラクの消費者に届けたいという意欲がある。しかしながら、大量の電子・電化製品を保管することには依然として消極的である。保管するにも民間警備会社を雇って製品を守る必要があるためだ。ある卸売業者はインタビューに答えて、「卸売業者にとっての大きな問題は治安だ。そのため、イラクでは商品を大量に輸入したり保管したりすることはできない。防護と警備を施す必要が出てくるわけだから」と述べた。

保管施設の場所も極めて重要である。各都市の中でも地域によってテロや強盗の発生率が異なるためだ。例えば、バグダッドのマンスール地区は大使館や企業に人気の高い場所になって、以前グリーンゾーンと呼ばれていた地域よりも安全である。

5.2 所得対消費財価格

イラクに新興中流階級が誕生しているが、イラクにおける月間所得を見ると、日雇い労働者の日給 12 ドルから管理職経験のある上級技師の月給 7,000 ドルまでさまざまである。一般的に言えば、中流階級の賃金はひと月あたり 500 ドルから 1,800 ドル程度と思われる⁽⁷⁾⁽⁸⁾⁽⁹⁾。

消費者の意見と購買力を見極めるため、バグダッド中から店舗をいくつか選び、数名の店主と顧客に対してインタビュー調査を行った。多くの電気製品の価格が高くて、現在の収入では購入できないと訴える消費者が多かった。ある回答者は以下のように述べた。

「ほとんどのイラク人は電気製品を持っていないし、給与に比べると価格が非常に高いので買うことができない。しかし今、従業員たちは 1~2 カ月ごとに家庭のニーズに応えられる電気製品を買えるようになった」

5.3 好まれる製品と市場

現在イラクの町や住宅街には大小さまざまな商店や市場があり、そこに行けばイラクの人々はさまざまな消費財を購入することができる。こうした商店の多くは家電販売店でイラクの地元商社が運営している。また、各種家電販売店が中古品を低価格で販売している。中古品販売

店について、イラク人のある顧客は以下のように述べた。

「貧しい人が買いに行くのは中古品 [販売店] という場合が多い。[正規のブランド品であれば] 中古品は信頼できるし、中古であっても新品の模倣品に比べればずっとよい」

低所得と失業を除けば、イラクの一般消費者は、望んでいる高品質の製品を購入するにあたって最大の障壁となっているのは、治安上の懸念（事実上、治安上の懸念がまったくない、KRG 自治区を除く）と偽ブランドで品質も良くない模倣品であるという点で意見が一致している。バグダッドの商店の買い物客のひとり、バグダッドにある [ブランド] 企業と直接取引し、オリジナル製品を [その企業から] 買いたいと思っている」と述べた。イラクの卸売業者は概してこの意見と同じであり、ある業者は「個人的には、合法的な店や企業と取引するほうがよい」と語った。

また、平均的なイラク人が携帯電話以外でいちばん欲しいものは、快適な家庭生活を送るために最も役に立つ製品である。例えば、冷蔵庫、洗濯機、天井ファン、冷水器、エアコンなどである。インタビューでは、「特に国際的なブランド企業の製品であれば、大きな需要がある」という回答があった。輸入企業のオーナーはこれと同じ意見で、「たしかに、今日のイラク人は良質の製品を求め、頻繁に古い家電を新品に買い換えている。それに電気機器を必要とする政府機関も多い」と述べた。

5.3.1 電気事情

消費財市場はまた、それらの製品が公共用電力生産基盤にかける莫大な電力需要の負荷によって深刻な影響を受けている。イラクの発電量は 2003 年以前の水準をおよそ 50% 上回っているが、イラク国民の生活は今なお有効な供給量を大きく上回る電力需要によって大きな影響を受けている。依然として小型発電機が全国的に日常生活に欠かせないものであり、今でも数百万人の国民が暑い夏の数ヶ月を 1 日 1~4 時間しかもたない電力で乗り切っている。

5.4 日本製品の支持

イラク人は日本の製品、工業技術、機械を非常に高く評価している。日本製品に対する最大の不満は、通常、他に出回っているブランド（偽ブランドを含む）の大半より価格が高い点である。ある顧客はインタビューで、「常に日本製品のほうがよいわけだが、今はとても値段が高いし、ブランド [名] が明記されていてもオリジナルではなく、偽ブランドの可能性があると語った。他にも同じ意見があり、「イラク人は日本製品を好む。それ [日本製品] よりも良い製品を見たり使ったりしたことがないからだ。しかし、現在の問題点は、[偽造ブランドのせい

で] 日本製と中国製の区別がつかないことと、日本製品ということがわかったとしても値段がとて高いことである」と述べた。

韓国企業の LG はイラク市場に進出し、バグダッドに支店を設立している。ある顧客はインタビューで「たしかに日本製品を好んでいるが、だからこそ大半のイラク人は、良質のオリジナル製品を手に入れるためにバグダッドにある LG 支店で買い物をするわけだ」と述べた。LG と同じく、シーメンスもまたバグダッドに、インタビューに答えた輸入企業のオーナーによれば「あらゆる種類の電気製品を扱っている」支店を設立している。そのオーナーは、「バグダッドに支店を置けば、顧客が良質の製品を見分けられるようになる」と述べた。

中国製品の人気は、中国製が他の多くの製品より安いという事実によってのみ続いてきたと言えるだろう。また、イラクで販売されている消費財の多くは日本製と表示されているが、実際には中国やシリア、トルコといった中東諸国で製造された模倣品である。ある卸売業者は以下のように語った。

「世界中で日本製品が好まれるのは間違いないが、今、イラクには見かけは日本製でも本物ではない偽造ブランド品が大量に出回っている。だからこそイラク人はそうした商品を信用せず、オリジナルを製造する企業から直接購入したいと思っている」

インタビューを行った消費者および卸売業者の多くがまた、イラク市場がさまざまな商品に対する消費者需要についてこられた大きな理由として、中国が大量の（粗悪な）製品を定期的にイラク市場に供給可能であったからこそである、という点で同感していた。

6. 結 論

要点

- イラク市場に日本企業が進出する機は熟している。高品質の製品がイラクの消費者に人気があるためである。

イラクで日本製品を販売する際に最大な障壁となるのは治安問題であるが、治安情勢は安定化し、もはや治安上の懸念は日本の消費財製造企業が積極的にイラク市場に進出する妨げにはならないと考えられる。その上、イラクの消費者たちはイラク市場に氾濫する電子・電化製品の偽ブランド品に不満を抱いており、日本企業が提供可能な高品質の製品を切望している。

イラク市場に進出する道はいくつかあるが、バグダッドにおける LG の事例のような直接的なアプローチが、イラクの消費者の要求に直接応える手段として強く推奨される。しかし、現地法人の設立には、イラク政府の非常に複雑な官僚機構と交渉していく上で十分頼りになって、

有能かつ経験豊富なイラクにおける法務パートナーが必要となるだろう。イラクに現地法人を設立しない場合、現地の代理店または商社を活用し、再販売を通じて自社製品をイラクの消費者に提供する（但し価格は高くなる）ことを選択することもできる。

投資戦略を効率的に計画・実行するには、イラクの治安情勢を地域や地区のレベルで詳細に理解しなければならない。欧州、アジア、中東、米国および南米に本拠を置く数多くの国際的企業は、治安リスクを効率的に管理しながら投資を成功させ、健全な利益を得ている。実行犯の身元や、狙われやすいターゲット、特定のターゲットを攻撃する動機などを時間をかけて理解すれば、企業の経営者はプロジェクトや投資を計画し、成功に導くことができる。他の多くの市場と同じく、イラクにおいても先発者優位の原則は成功するための重要なポイントである。過去1年間、イラクでのプロジェクトや投資計画を発表する中東以外の企業数が大幅に増えている。より重要な点としては、国際的な石油会社および石油・天然ガスサービス企業がイラク全域のプロジェクトについて契約を締結し続けていることが挙げられる。つまり、これらの企業はイラクの中長期的な治安環境を楽観視していることが示されている。

(注)

- (1) イラクの消費者価格インフレ率は、2003年の70%から2010年の4.2%まで大きく変動している。2008年以降、消費者価格インフレ率は4.2%から6.8%の範囲にとどまっており、2007年の64.8%を大幅に下回っている。
- (2) 対イラク国連制裁が解除され、社会および物資に対する厳しい統制がなくなったことも、消費者需要の伸びに貢献した。
- (3) バグダッド国際見本市には、イランからも32社以上の企業が参加した。
- (4) イラクには、取り扱い製品の幅が極めて広い商社がある。例えば、Al Shammery Groupは石油・天然ガス関連機器をイラクに輸入しているほか、ヤマハの楽器を消費者向けに販売している。
- (5) 大手の国際的企業の独占的代理店であるという主張は、大半が偽りである。
- (6) バグダッドの殺人事件はイラクの他の都市の殺人事件と傾向が異なっている。すなわち、バグダッド市民は大規模な爆破テロの犠牲になることが多いが、他の都市の殺人事件は通常、単独の事件である。しかし、バグダッドにおける犯罪の力学、つまり主な実行犯の身元、主なターゲットの所在地、実行犯が特定のターゲットを選ぶ理由などを理解すれば、外国企業はイラクにおける治安リスクを有効に管理することができる。治安リスクが存在するにもかかわらず、多くの国際的石油会社（シェル、エニ、エクソン、石油資源開発など）や石油・天然ガスサービス会社（ウェザーフォード、シュルンベルジェなど）が引き続きイラクで契約を締結し、大規模な石油・天然ガス事業に従事しているのは、これらの企業がリスクを評

値し、理解しているからである。

- (7) 実務経験の少ない（3年未満）技術者に民間企業が提示する平均的な月給は、現在 1,200～1,800 ドルである。
- (8) トップレベルの技術者は、2,500～5,000 ドルの月給を期待できると言われている。現地の人事担当者によれば、この平均的な給与は過去 2 年間でほぼ倍増した。一方では管理職経験のあるシニアレベルの技術者が 5,000～7,000 ドルの月給を受け取っているケースもある。
- (9) イラクにおける日雇い労働者の現行賃金は 1 日あたり 12 ドルで、熟練工（溶接工、電気技師など）の現行賃金は 1 日あたり 20 ドルである。イラク政府が決定する公式な最低賃金はひと月あたり 170 ドルである。

（この報告は、競輪の補助金を受けて作成されたものです）