



KENYA

「勤労意欲が育たない」のだと言おう。
タンザニアなどで計画する給水事業では、毎日20リットルの衛生的な

水を、どの家庭でも月に2ドル(約200円)以下で入手できるようにするのが目標だ。現在の現地の賃金

相場に比べると、浄化装置の運用や浄化水の販売に携わる人材の所得は大幅に低くなる見込みだが、仕事に

対する熱意を持った若者らを育成することで、労働市場の改善にもつなげる考えだ。

ケニア、タンザニア等 パナソニック (無電化地域向けソーラーランタン)

無電化地域に照明と充電器、 そしてブランド届ける

5億9000万人が無電化地域に住むとされるアフリカ。そこにビジネスチャンスを見出そうとしているのがパナソニックだ。この秋にもアフリカ各国で「チャージ機能付きランタン」を投入する。太陽電池で発電したエネルギーをバッテリーに蓄電し、照明や携帯電話の充電器として活用できるというものだ。

電気がない世帯では一般的に、照明として「ケロシンランプ」と呼ばれる灯油ランプが使われている。明るさは十分とはいえず、煙による健康被害もある。子供への悪影響が指摘されており、火事の原因にもなる電気がないことが生活の安全を脅かしているのだ。

アフリカ各国では都市部のスーパ

ーなどで、中国製のランタンが1台10ドル前後からの低価格で売られている。ただそれらは壊れやすかったり、明るさが20〜30ルクス程度しかなかったりする。リビンクで使うには十分ではない。LEDを使うパナソニックの製品は照度



今秋の投入に向けアフリカ各国でユーザー調査を進めている

を100ルクス程度にまで高め、1台で部屋全体を明るくする。

また、現在出回っているランタンは、また太陽光発電パネルと照明ユニット部分が一体となったタイプが大抵。それを、別々にした「分離型」にする。パネル部分は屋根の上などに据え付けておき、ケーブルでつな

がった照明部は部屋の中に置いておける。日中に外においておく必要がある一体型では、盗難の恐れがあるためだ。また、分離型とすることで、照明ユニットの

小型軽量化が可能となり、部屋の中を持ち歩いたり、天井に吊り下げたり、天井に吊り下げることが容易になるというメリットもある。

パナソニックのランタンが狙うのは照明の市場だけではない。都市部はもちろん、農村にまで急速に普及が進む携帯電話の充電器としての機能を重視している。

電気がないエリアでは、近隣の商店などで数日に1度、1回数十円を

支払って携帯電話に充電してもらうことが一般的になっている。そのために片道数時間かける住人も多い。ソーラーランタンがあれば、自宅で携帯電話を充電でき、そうしたコストと手間が省ける。

家電普及前にブランド浸透狙う

需要は確実にある。価格は1台50ドル前後を目標としており、既存の中国製ランタンよりも割高だ。それでも、明るさに優れるために複数のランタンが必要でなくなったり、耐久性に優れるために長い間使えるというメリットがある。「灯油ランプでも燃料代として年間1万円程度必要となることを考えれば、1年程度で元がとれる」(エナジーデバイス事業部アジア大洋州チームの多田直之チームリーダー)と言おう。

ただ問題は、いかに各世帯に届けるか。パナソニックは、将来的には一部のスーパーなどの店頭販売を想定している。ただ、アフリカ多くの国では近代的な小売店が農村部にまで浸透しておらず、販路の確保

が難しい。そこで、ケロシンランプ

で普及させる方針だ。

無電化地域の世帯には家電製品は

席卷しており、日本企業にとって壁

の削減に動いているケニアなどの政

府や、国際機関、NPO（非営利団体）

そうしたBOP市場の開拓を進め

一切なく、「パナソニック」の知名度

府や、国際機関、NPO（非営利団体）

ることは、社会貢献に留まらないマ

はゼロ。乾電池は普及しているが、

ックを認知してもらおうことは、将来

との提携で、ランタンを農村部にま

ーケティング上の意味もある。

アフリカでは安価な中国製が市場を

に向けた先行投資でもある。