

アフリカ諸言語で チャンスを掴み取る



ご存じですか

アフリカには10億人にものぼる未開拓の顧客が存在します。大陸の人口増大に伴い、現地語でのオンラインサービスの需要も高まっています。これは、新しい市場の開拓とローカライゼーションにおける大きなチャンスであることに疑いの余地はありません。

CSA RESEARCH の調査結果

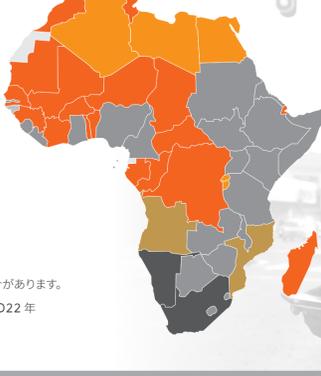
アフリカの2,000以上の言語のうち、主要な企業が対応しているのは **わずか22言語**

最もサポートが多いのはヨーロッパ言語とアラビア語

アフリカ現地語の話者は十分なサービスを受けられておらず、問題は今後増大する一方です。

主要なヨーロッパ言語

- 英語
- フランス語
- ポルトガル語
- スペイン語
- アフリカンス語と英語
- フランス語と英語
- フランス語とポルトガル語



注: これらの言語の話者の割合はさまざまで、国によっては非常に低い場合があります。

出典: CSA Research, 「Africa: Localization's Newest Frontier」, 2022年

- ヨーロッパ言語のみ | 33%
- ヨーロッパ言語と現地語 | 25%
- ヨーロッパ言語とアラビア語 | 11%
- アラビア語のみ | 17.5%
- 現地語のみ | 13.5%



各ドットはアフリカのeGDPの0.5%

出典: CSA Research, 「Africa: Localization's Newest Frontier」, 2022年

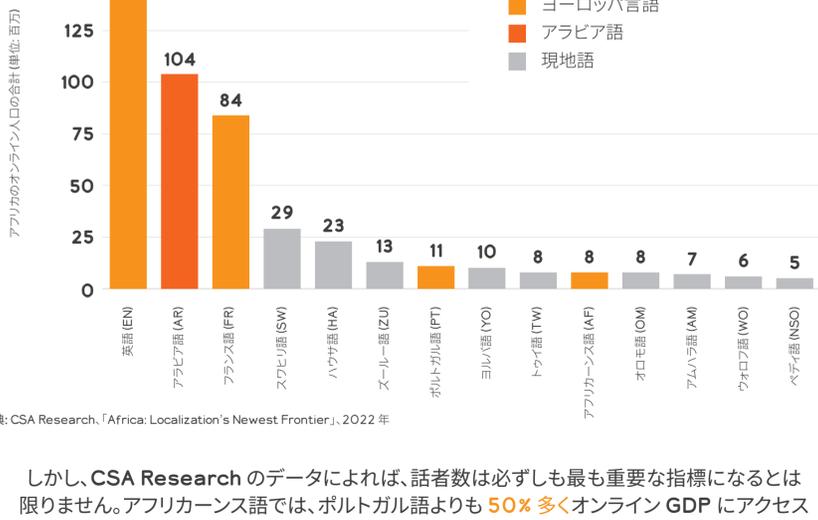
69% のアフリカのeGDPはヨーロッパ言語でアクセス可能

31% のアフリカのeGDPはヨーロッパ言語ではアクセス不能



オンライン人口順の上位言語

現在は、ヨーロッパ言語とアラビア語が、話者数でも地理的なリーチでも大きな役割を果たしています。



出典: CSA Research, 「Africa: Localization's Newest Frontier」, 2022年

しかし、CSA Researchのデータによれば、話者数は必ずしも最も重要な指標になるとは限りません。アフリカンス語では、ポルトガル語よりも**50%多く**オンラインGDPにアクセスできますが、話者数の点ではポルトガル語のほうが**40%多くな**っています。



アフリカの経済的購買力

IFCとGoogleの調査によると、アフリカの総支出は2020年に1,000億米ドルを超えました。この数字は2050年までに6倍になると予想されています。

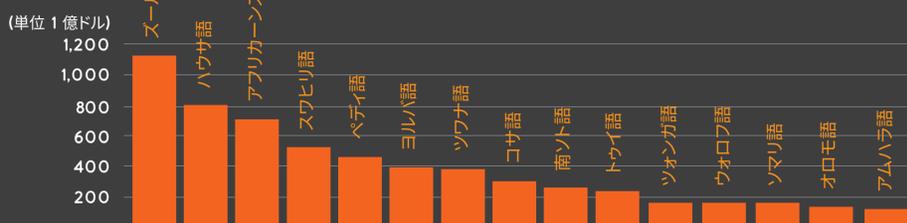
1,150億ドル
2020年

1,800億ドル
2021年

7,120億ドル
2050年

サハラ以南アフリカの経済的購買力

言語別eGDP



出典: Google, 国際金融公社 (IFC), 「E-Economy Africa 2020」

国別eGDP

国	eGDP (米ドル)	言語
南アフリカ	3,013億ドル	アフリカンス語、北ソト語 (ベティ語)、南ソト語、コサ語、ズールー語
ナイジェリア	2,316億ドル	フラ語、フルフルディ語、イボ語、ヨルバ語
ガーナ	396億ドル	アカン語、エウェ語、ガ語、ハウサ語
エチオピア	387億ドル	アムハラ語、オロモ語
ケニア	351億ドル	スワヒリ語
タンザニア	228億ドル	スワヒリ語
カメルーン	212億ドル	フラ語、フルフルディ語、ハウサ語

言語戦略を開発する際には、まずナイジェリア、南アフリカ、ケニアを対象とすることが合理的です。

インターネットとデバイスの浸透

サハラ以南のアフリカで好まれているデバイスはスマートフォンです。コートジボワール、スーダン、セネガルでは、タブレットが1位または僅差で2位の好まれるデバイスとなっています。

しかし、ほとんどのスマートフォンは1日のデータ量に制限があるため、大量のデータを使用しないコンテンツの制作がカギとなります。



最も一般的なユーザー アクティビティ

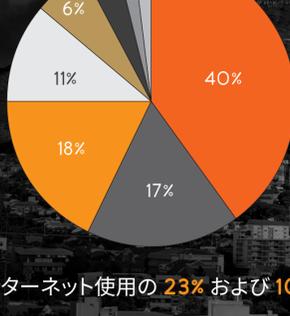
87%
インスタント
メッセージング
とチャット

87%
ソーシャル
メディアに
アクセス

71%
ソーシャル
メディアで
動画視聴

よく使用される ソーシャルメディアプラットフォーム (サハラ以南アフリカ)

- 40% FACEBOOK
- 18% YOUTUBE
- 17% INSTAGRAM
- 11% TWITTER
- 6% SNAPCHAT
- 4% MUSICAL.LY
- 2% NAIRALAND
- 2% NAIJAFORUM.COM



オンラインショッピングや商品検索は、それぞれインターネット使用の**23%**および**10%**に過ぎませんでした。

ソーシャルメディアプラットフォームでは、それぞれのプラットフォームの広告機能を活用できるため、投資収益が大きくなります。

出典: Kantar TNS, 「Connected Life」(2017 ~ 18年)

ローカライゼーションとデジタルマーケティングの3つのベストプラクティス

- 影響力を考慮してローカライズを行いましょう。
- 現地の技術面および文化面での多様性を考慮しましょう。現地の起業家と連携してソリューションを構築することも検討してください。
- Wi-Fiがない人でもコンテンツにアクセスできるように、軽量のフォーマットを使用しましょう。WhatsAppを使った対話やMessengerボットの作成でメッセージングを効率化できないか検討してください。

年齢の中央値が20歳前後で人口の40%が15歳未満であるアフリカには、インターネットにアクセスして母語でコンテンツを見たいと考えている膨大な数の消費者が存在します。これらの状況を考えると、アフリカ現地語の価値は急速に高まるはずで

アフリカ市場への
ローカライゼーション戦略策定をお考えですか

お問い合わせ