



2012 年 9 月 24 日
WIP ジャパン株式会社

フィリピンの消費動向を左右する“主要エレメント” その2

～ データが示す“期待される小売業界” ～

グローバルビジネス支援サービスを提供する WIP(ウィップ)ジャパン株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役:上田輝彦ジェームズ、以下、WIP ジャパン)では、海外進出や海外向け E コマースに必須の多言語マーケティング・サービスを提供。世界 89 か国・414 都市という日本最大級の自社ネットワークをフルに活用して、多くのお客様の海外進出を支援するとともに、幅広い分野の調査にも携わっています。

フィリピンの小売業界を後押しするエレメントとして、「人口増」「海外からの送金」が指摘されています。たとえば、2012 年のスーパーマーケット部門の売上高は 130 億 7000 万ドルと見られています。これは小売市場の 41% に相当する額です。人口増と海外からの送金のほかに、外資企業進出に備えての国内投資や、マニラなどの都市部での可処分所得の増大がスーパーマーケット部門の成長要因になりそうです。

問題となるのは、フィリピンでは食品類の消費額が低レベルであることに加え、地方では旧態依然とした購買習慣が支配しているため、都会的なスーパーマーケットでの利用がなかなか浸透しないことです。しかし、フィリピン人の食習慣の変化が地方にまで及び始めていることは無視できません。たとえば若者を中心に広がりつつあるファストフード・ブームです。これは、トッピングなどで食べ物を楽しむという新たな食習慣の導入です。

都市部と地方の格差は、家電製品の普及にも現われています。この部門の 2012 年の売上高は 47 億 2000 万ドル(推定)ですが、2016 年には約 27% 増の 60 億ドルになると予測されています。この大幅な伸びの背景には、皮肉なことに都市部と地方の格差があります。つまり地方における家電普及率の低さが、今後の市場拡大の要因となるからです。たとえば現在、フィリピン全体におけるパソコンの普及率は 10% 未満で、液晶テレビは 1% にも満たない状況ですが、これは地方市場の今後の可能性を表しているとも言えます。

フィリピンの車の所有率は、ASEAN でも所有率が特に低いと言われているインドネシアの 13% をはるかに下回ると見られています。しかしフィリピンでは、車の所有者が増える傾向にあり、車市場の急成長が期待されているのも事実です。フィリピンにおける販売台数は、2012 年の 18 万台から、4 年後には 25 万台超と予想されています。車の所有率がアップすると、大型スーパーの郊外店や地方進出が加速されると見られ、フィリピンの消費動向にも新たな変化が生じそうです。

さて、E コマースも小売部門の一つですが、フィリピンの E コマースの実態はどうでしょうか。E コマース市場についての調査に着手するには、まずインターネットに関するデータのチェックが不可欠です。「ネットユーザーは 3000 万人」と言われているフィリピンですが、インターネットに関しては、実はなかなか正確なデータが得られないのが実情です。次回 その3 では、そうした点を踏まえながら、多角的にフィリピンの E コマース市場について見てみましょう。



WIP ジャパン株式会社について:

2000年に設立されたWIP ジャパン株式会社は、海外リサーチ・マーケティングコンサルティングや多言語翻訳などのグローバルビジネス支援(Global Business Support:GBS)サービスを提供しています。顧客には、多言語で様々な情報を発信・伝達・入手する必要のある約 4 千社以上の企業、政府組織、研究機関が含まれます。

<http://japan.wipgroup.com>