



2012 年 9 月 20 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 1

～消費に回される「海外労働者からの送金」～

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 개국・411 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しています。

フィリピンの消費動向に大きな影響を与えるエレメントの一つに「人口増」があります。人口増は、消費総額を押し上げる一方、物流などの商業的インフラの促進につながります。フィリピンの小売業界の総売上高は、2012 年の 318 億 8,000 万ドルから、2016 年には 357 億 8,000 万ドルになると予測されています。

もう一つ、消費動向を左右するエレメントに「賃金収入」があります。しかし、フィリピンの賃金は低レベルを維持したままで、2011 年の国民一人当たりの平均年収は 1,924 ドルという低水準でした。これを補うのが、OFW (フィリピン人海外労働者) からの送金です。2010 年の送金総額は 188 億ドルを記録しています。

2011 年 3 月の中東地域からの送金総額は 16 億ドルで、全体の 15.7 % を占めています。このところの中東地域の政情不安は、フィリピンへの送金額にも影響を及ぼす可能性があります。アラブ諸国の中でもサウジアラビアなど、比較的安定した国からの送金が多いために、OFW による送金は今後とも増え続けると見られています。一方、フィリピンの都市部では、ダブルインカム世帯や中間層、専門職に就いている若者層などが小売部門の売り上げを後押ししています。

フィリピン市場にとって重要なことは、OFW からの送金の大部分が消費に回されているという事実です。さらに重要なことは、今後の消費を支える年齢層 (20～40 歳) の割合が高いということです。さらに、消費の中心的存在である「アクティブ購買層」の割合も、05 年の 60.9% から 2015 年までには 63% へと伸びると予想されています。

フィリピンでは、都市部の人口推移にも注意を払う必要があります。都市部の人口は、05 年には全人口の 62.6% を占めていましたが、2015 年までには 70% 近く達する見込みです。フィリピンの小売総売上高の約半分は、マニラを中心とした都市部に集中しています。人口増加、そして消費という小売業界を支える両輪が、特にフィリピンでは一極集中という形で都市部に象徴されています。

次回—その 2 では、フィリピンのスーパーマーケット業界などの小売業界の動向を、フィリピンならではの背景やデータとともに見てみましょう。



■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>