



2012年9月26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3

～Eコマースの将来性とソーシャルメディア～

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Eコマースの現状については、「最近では伸び悩んでいる」との調査報告があります。これはインターネットの利用率が都市部であまり伸びなかったことから、2011年のEコマース市場の成長率は「前年の3%から1%に減少した」というデータに基づくものです。一方、将来性を予感させる調査結果もあります。たとえばフィリピンでは、ネットユーザーの18~20%がWebショッピングなど、Eコマースに積極的にかかわっているというものです。

フィリピンのEコマース市場にとっては、2015年が一つの重要なポイントだと言われています。2015年には、フィリピン人の平均年齢が25歳となるからです。25歳という年齢層は、フィリピンの購買層の中心的な存在で、消費を牽引する世代なのです。

フィリピンの消費者は、日用品の値上がりに不満を示したり、低価格製品に関心を示す一方で、最近ではプレミアムな商品に関心を寄せる傾向があります。タブレットやスマートフォンなどの普及が進むにつれ、これらのユーザーをターゲットにした会員制のショッピングサイトが注目されています。その代表とも言えるのが、アパレルを中心とした世界ブランドを扱うReebonzです。

Reebonzはシンガポールのショッピングサイトですが、iPhoneを活用して、フィリピン市場でも世界ブランドの販売に力を入れています。このサイトをチェックすることによって、フィリピンの若者層の消費トレンドをつかむヒントにもなると言われているほどです。

Reebonzは、Facebookなどのソーシャルメディアの活用にも積極的です。フィリピンでもソーシャルメディアの利用率は急増しています。Facebookの利用者数は、現在2900万人を超え、世界第8位。しかも利用者数はネットユーザーとほぼ同数(98.68%)で、これは世界一です。今後ソーシャルメディアが、フィリピンにおけるマーケティングツールとして重要な地位を占めるようになるのは間違いないでしょう。

フィリピンの小売業界を捉えるうえにおいて、同国の人口増、特に購買層の中心となり得る若者層の消費動向には特に注意を払う必要があるようです。

News Release



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>

News Release

