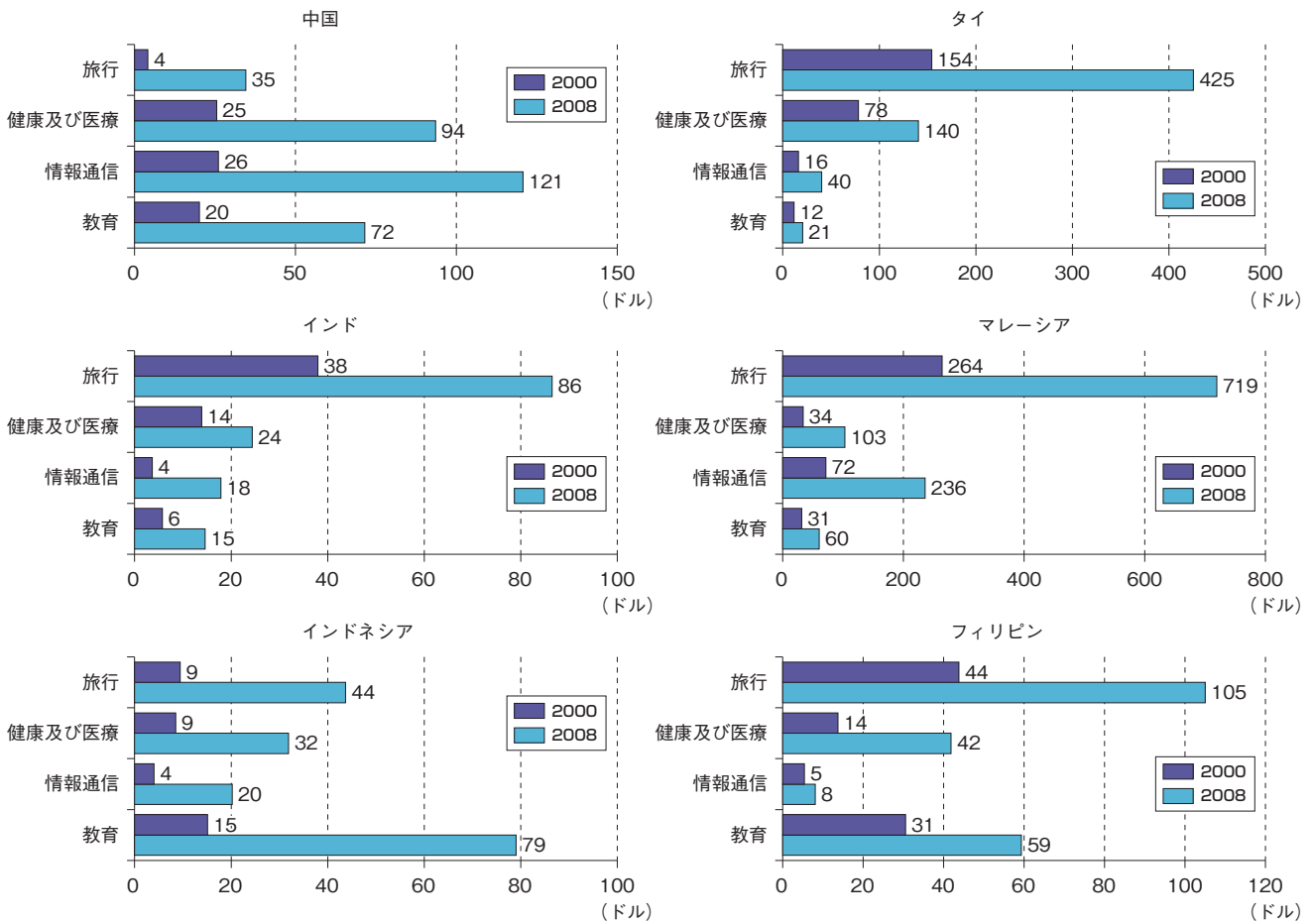


第2-3-2-10図 アジア各国の一人当たりサービス関連支出



資料：Euromonitor Internationalから作成。

### 3 多様化するアジアの販売形態

#### (1) 小規模小売店販売が主流であるアジア消費市場

アジア新興国では、物流網や流通システムの整備が先進国と比べて遅れていることもあり、大規模な小売チェーンよりも小規模な小売店を通じた消費財の販売が多い。

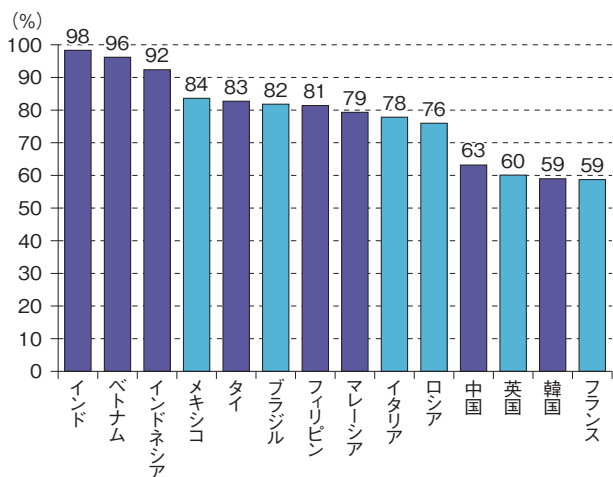
消費財売上全体に占める小規模小売店を通じた販売の割合は、インドやベトナム、インドネシアでは9割を超えている（第2-3-3-1図）、中国においても、3級都市や4級都市<sup>4</sup>といった小規模な都市においては、独立系スーパーマーケットや、家族経営による零細小

売店、ローカルな飲食店等が数多く見受けられる。こうした地域は、多くの消費財について急速に需要が高まっているものの日系企業の投資において軽視されがちである。例えば、マッキンゼーによる調査<sup>5</sup>では、日系企業のテレビのブランドの認知度は、1級都市では35%であったが、2級以下の都市では低い（第2-3-3-2図）。一方、中国企業は、より小規模な都市でもニーズにあった商品を販売し、高い認知度を得ている。

4 中国は、人口や経済規模などにより都市を1級から5級に分類している。1級都市は直轄市、特別行政区などを指し、北京、上海、香港等が含まれる。3級都市は、沿海都市・経済が発達して収入が高い都市を指し桂林等が含まれ、4級都市は人口100万都市・重点経済都市を指し、洛陽等が含まれる。

5 ブライアン・ソーズバーク、金田修、李翔、ゴードン・オール（2009）「中国の消費者市場で成功を収めるために」McKinsey Asia Consumer and Retail.

第2-3-3-1図 各国の消費財売上高のうち、小規模小売店を通じた販売の割合



備考：消費財売上高のうち、hypermarkets,supermarkets,departmentstores 以外の小売店を通じた販売の割合。  
資料：Euromonitor International2010から作成。

(2) アジア消費市場で拡大するオンライン・ショッピング

アジア消費市場の拡大は、インターネットの普及等によって、オンライン・ショッピングの拡大という現象にも現れている。

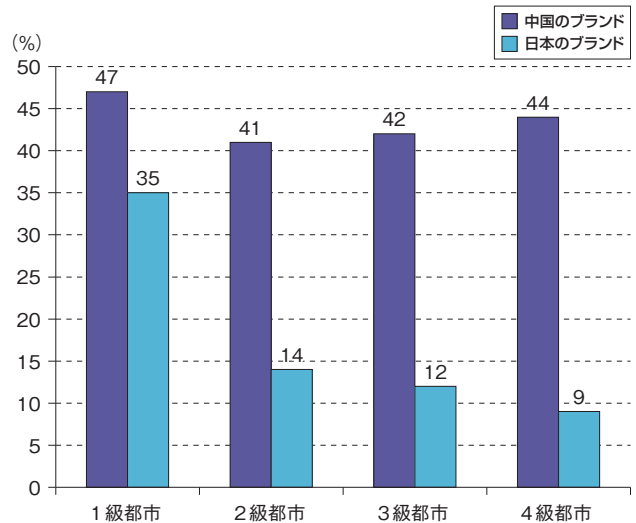
インターネットの利用人口は、既に中国が世界最大となっており、インドについては普及率は低いものの世界第4位となっている（第2-3-3-3表）。中国のB to C電子商取引市場は、毎年約2倍のペースで急拡大するなど（第2-3-3-4図）、インターネットの普及の進展により、世界のオンライン・ショッピングは、中国、インドがけん引していくと考えられる。また、アジア新興国でも所得水準の向上とインターネットの普及率の上昇につれて、オンライン・ショッピングの更なる成長が実現すると考えられる。

中国やインドでは、オンライン・ショッピングを利用するのは、それぞれの国内で所得の高い層に限られている。しかし、所得に占めるオンライン・ショッピングの利用額の割合をみると、中国で10.9%、インドで9.4%と他のアジア国・地域と比較して高く、利用者がオンライン・ショッピングを積極的に活用する傾向がみられる（第2-3-3-5表）。

こうした中で、ネット通販業者をはじめとしたビジネスのアジア新興国への展開を図る日系企業も増えている（第2-3-3-6表）。

例えば、2010年1月、楽天は、中国の検索エンジン最大手の百度（バイドゥ）と提携し、中国でのネット

第2-3-3-2図 中国における日中テレビメーカーのブランド認知度（思い浮かべるテレビブランド上位3つまで）



備考：1級都市n=475、2級都市n=1680、3級都市n=2191、4級都市n=2051  
資料：「McKinsey Asia Consumer and Retail」から作成。  
原出所：Insights Chinaによる消費者調査（2009年）。

通販事業に参入すると発表している。楽天の海外への事業展開は、2008年の台湾、2009年のタイに次いで3例目となっており、アジアへの展開が中心となっている。

一方、アジア新興国では、未成熟なオンライン決済システムや配送ネットワークの整備の遅れといった制約条件が存在し、消費者にとっては、利用するオンライン・ショッピングのセキュリティに対する不安や、手軽

第2-3-3-3表 インターネット利用人口世界ランキング（2009年9月末現在）

順位	国名	インターネット利用人口	人口普及率
1	中国	3億8,400万人	26.90%
2	米国	2億2,772万人	74.10%
3	日本	9,598万人	75.50%
4	インド	8,100万人	7%
5	ブラジル	6,751万人	34%
6	ドイツ	5,423万人	65.90%
7	英国	4,668万人	76.40%
8	ロシア	4,525万人	32.30%
9	フランス	4,310万人	69.30%
10	韓国	3,748万人	77.30%
11	イラン	3,220万人	48.50%
12	イタリア	3,003万人	51.70%
13	インドネシア	3,000万人	12.50%
14	スペイン	2,909万人	71.80%
15	メキシコ	2,760万人	24.80%
16	トルコ	2,650万人	34.50%
17	カナダ	2,509万人	74.90%
18	フィリピン	2,400万人	24.50%
19	ベトナム	2,196万人	24.80%
20	ポーランド	2,002万人	52%

備考：中国の数値は、2009年末現在のもの。  
資料：Internet World Statsから作成。