

フィリピンでFMCGがトラディショナルトレードにおいて+26%の高成長 -サリサリストアの重要性-

GfK/NIQ Japanは、アジア太平洋地域の第二四半期FMCG(日用消費財)小売市場のトレンドを紹介する「APAC FMCG Regional Retail Report_Q2 2024」を発表した。

アジア太平洋地域（APAC）のFMCG小売市場のトレンド

アジア太平洋地域（APAC）のFMCG小売市場では、インフレ圧力の中で、消費者はコストパフォーマンスを重視し、ディスカウントストア、トラディショナルトレード、Eコマースへのシフトが進んでいる。以下は、APAC地域の現在の市場動向に関する主要なトレンドである。

インフレの影響

価格の上昇により、消費者は手頃な選択肢を求めるようになり、ディスカウントストアの利用や越境ショッピングの成長が見られている。

チャネルのダイナミクス

スーパーマーケットやハイパーマーケットが含まれるモダントレードやEコマースは、多くの国においてFMCG小売市場の重要な成長ドライバーであるが、特にフィリピンではサリサリストアと呼ばれるトラディショナルトレードも依然として成長している。

フィリピン市場の成長

フィリピンのFMCG小売市場は、前年同期比で+13%の成長を記録した。このような売上における成長は全てのチャネルで見られたが、サリサリストアやパパママショップが含まれるトラディショナルトレードはモダントレードを上回り、FMCG小売市場全体で+26%の成長を示した（モダントレードは+8%）。

図 1：チャネルパフォーマンス：フィリピンFMCG市場計

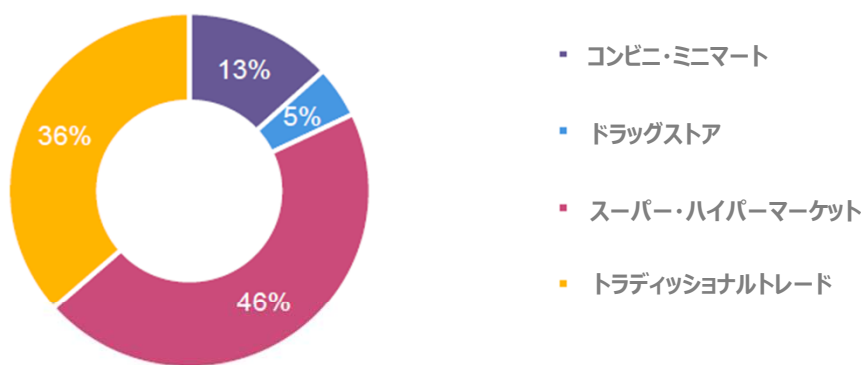
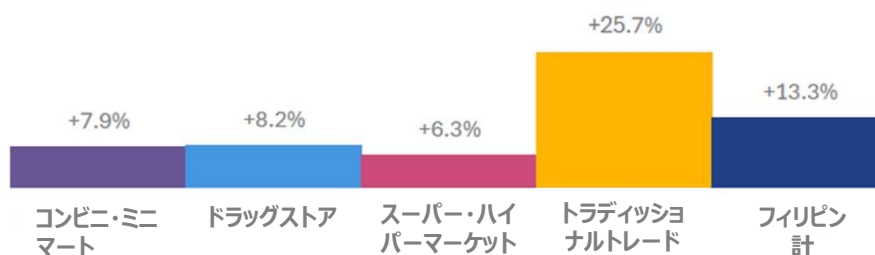


図 2：チャネル成長率



フィリピンにおけるサリサリストアの役割

サリサリストア*¹は、都市部と農村部のどちらのコミュニティにおいても命綱となっており、基本的なニーズを最小の小分けパック（ティンギ）で提供するコミュニティの重要な一部である。

サリサリストアを含むトラディショナルトレードは、フィリピン全体の売上金額の約3分の1を占めており、売上金額と販売量ともに積極的に成長している。サリサリストアにおける消費者層はSEC D・E層*²が多く、消費者1人当たりの訪問頻度が減少しているにもかかわらず、販売金額の増加も観察されており、これは価格の上昇がチャネル成長を促進したと推察できる。

*²SEC:各市場におけるSocial Economic ClassはAを最高として5段階に分けられている。



*¹サリサリストアの一例

図3：チャネル別一人当たりの販売動向

