

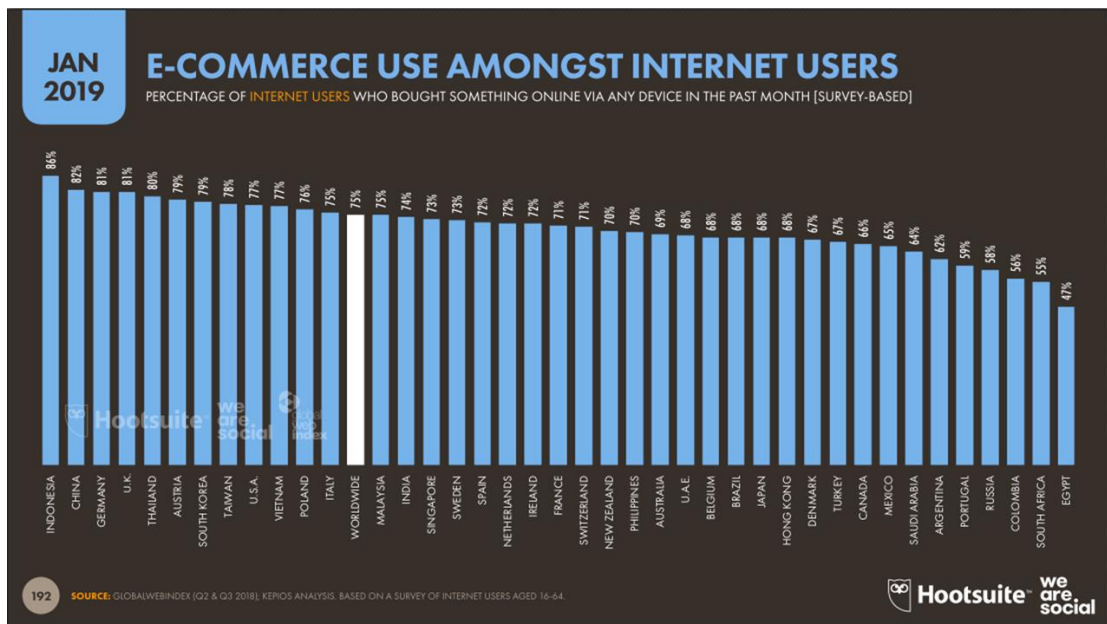
インドネシアがオンラインショッピング利用率世界一

Digital 2019 WeAreSocial から見る東南アジア市場

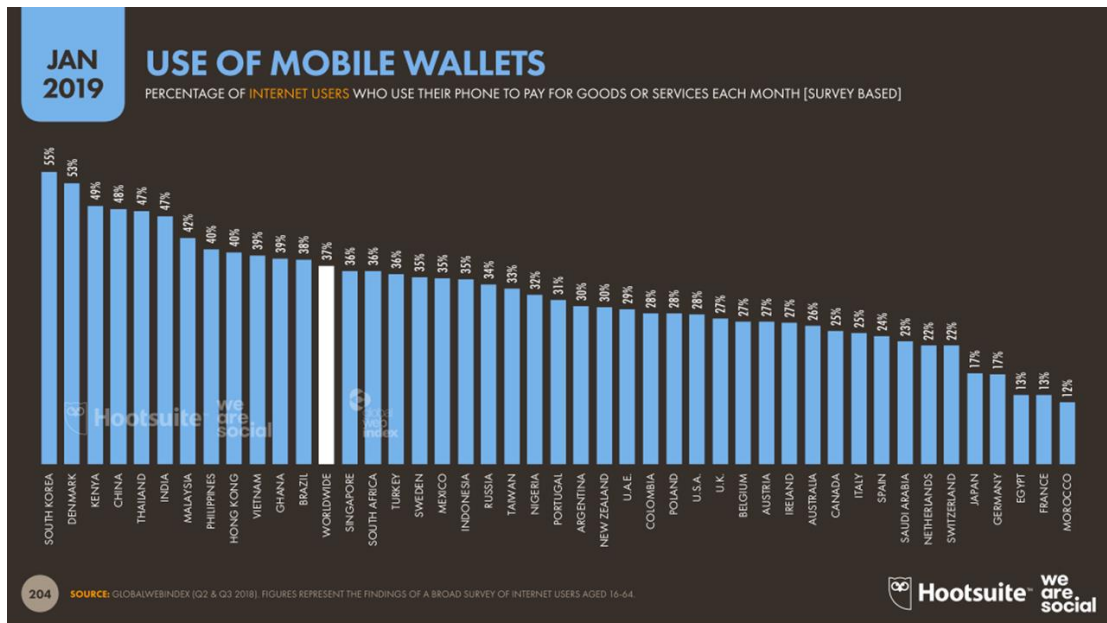
グローバルマーケティング会社 WeAreSocial と SNS 管理システムの Hootsuite が共同で毎年発行しているグローバルインターネットレポート「Digital 2019」がリリースされました。今年には北朝鮮のデータまで掲載されています。同レポートによると東南アジア諸国は、まだ比較的低いネット普及率にもかかわらず、オンラインショッピングの大きな市場であることが示されています。インドネシアはeコマース利用率、モバイルコマース利用率ともに中国を抜き、インターネットユーザーのうち86%が、ネットで購入し、ほとんどの人はモバイル機器を使用しています。世界のeコマースは平均75%で、モバイルからの購入は55%。世界のeコマース市場における消費財売上高は、昨年1.79兆米ドル(約200兆円)に達しました。ファッション、美容、電化製品、趣味や生活用品などが売上のメイン商材です。

オンラインショッピングが興隆する東南アジアですが、ではユーザーはどうやって支払いを行うのでしょうか。東南アジアでは、使い慣れたモバイル機器への信頼感が高まり、自身の銀行口座をリンクするユーザーが増えてきています。モバイルバンキングユーザー比率の世界平均は41%ですが、タイでは74%にのぼります。アジア市場ではその他マレーシアが66%、シンガポール64%と高い比率です。おサイフケータイの利用も増えています。世界のおサイフケータイユーザー比率上位10位以内には、タイが47%で5位、マレーシアとフィリピンが7位と8位、ベトナムが10位に位置しています。

少し前までは、東南アジアでは、シンガポールなど一部を除いてクレジットカード普及率が低く、銀行口座さえ持っていない人が多いため、オンラインショッピングの支払いは、代引きが主流だったと記憶しています。東南アジア市場も中国と同様、カード決済を飛び越して、モバイル決済が普及してきているようです。



出典元: WeAreSocial



出典元: WeAreSocial

※1 Digital 2019 WeAreSocial <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>

※2 THE BUSINESS TIMES <https://www.businesstimes.com.sg/asean-business/indonesians-are-the-worlds-top-online-shoppers>