

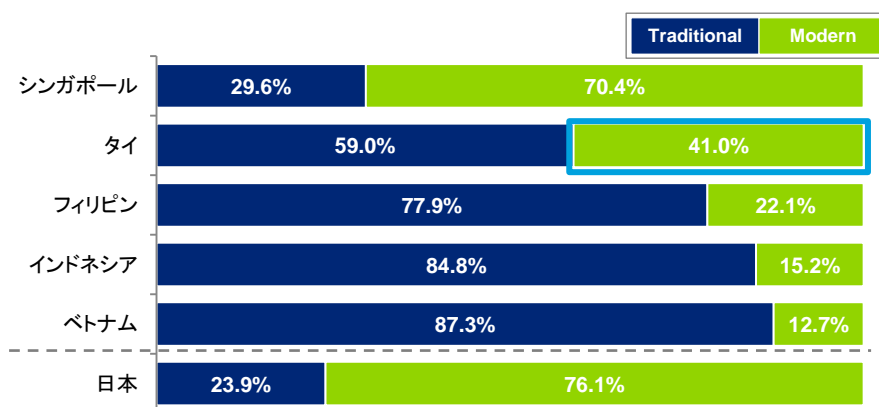
タイ小売市場の新興業態

著者:タイ駐在、大塚 泰之 Deloitte Consulting Southeast Asia (DC SEA)、マネジャー

タイの小売市場は今、国としての高い成長および各個人の所得水準の高まりを背景に、一般的な発展途上国の小売市場の姿から、成熟した小売市場の姿へとシフトしつつある。もはやタイの小売市場は、発展途上の市場にありがちな「安ければ売れる」市場ではない。今回は、筆者がバンコクでの生活を通じて勢いを感じる、成熟化の波をうまく捉えた注目企業・業態についてお伝えしたい。

モダントレード(MT)の存在感

一般的に東南アジアではトラディショナルトレード(TT)の比率が高い国が多いが、タイにおいてはすでに4割超がモダントレード(MT)となっている(店頭売上規模ベース)。



出所: Euromonitor International

図1 各国Traditional TradeとModern Tradeの比率

MTの有カストアといえば、CP ALLが運営するセブンイレブンがその筆頭にくる。7,000店舗以上をタイ国内に展開し、セブンイレブンの中でも日本・米国に次ぎ世界第3位の店舗数となっている。また、TESCOおよびBig Cに代表されるハイパーマーケットも、コンビニエンスストア(CVS)同様に市場での存在感を示している。TESCOは大型のハイパーマーケットだけでも150店舗以上、Big Cについても約100店舗の大型ハイパーマーケットを展開している。

新業態の旗手、Home Pro

CVSやハイパーマーケットのような食品や日用品を中心とするいわゆるグロサリーストアの成長とともに、最近のタイではカテゴリ特化型の新たな業態が成長しつつある。その代表格が、「Home Product Center Public Company Limited」(HPCPC)が運営する“Home Pro”だ。Home Proは、日本のホームセンターに近い形態の店舗で、バンコクを中心に50店舗以上を展開している。

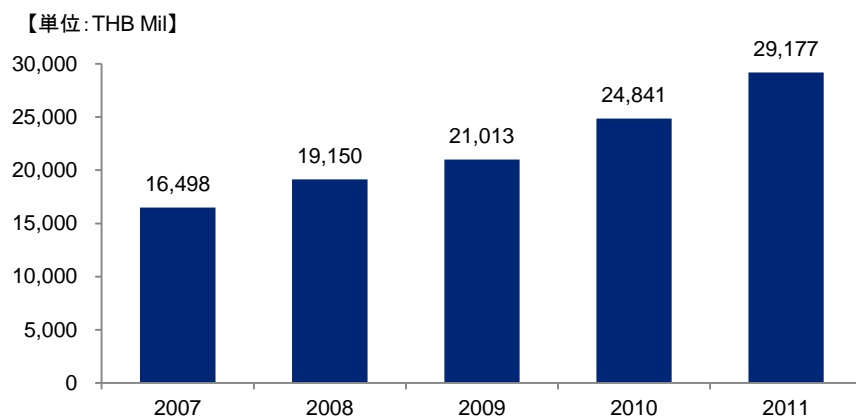


図2 Home Product Center Public Company売上高推移

上記のグラフの通りHPCPCの売上高は、2007年から2011年の5年間で約2倍にまで拡大しており、安定的な高成長を続けている。2011年には洪水の影響がありさらに売上高を延ばす要因になったといわれているものの、それ以前から安定的に高い成長を実現している。

Home Proは、「家」に関わるあらゆる商材を取り揃えており、取扱商品の幅と量はハイパーマーケットよりもかなり多い。日本のホームセンター(HC)と比較しても、品揃えの幅は多く、かつ品質面でも高い品質の商品を取り揃えている。

写真は、水洗金具のコーナーだが、日本の大型HCにも勝る売り場が作られている。



写真1 Home Proのより専門的な売り場

脚注: 筆者撮影、以下同じ

カテゴリー特化型業態の可能性

また、Home Pro以外にも、カテゴリーに特化した専門業態はすでに多く存在しており、MDおよび店舗管理のレベルもかなり高い店舗が増えてきているのが現状である。家具専門店のIndex Living Mallでは、日本のTokyo interiorのような店舗を複数展開しており、品揃えもさることながら、売り場の見せ方という点でも質が高く、「見ていて楽しい売り場」を実現している。



写真2 Index Living Mallの見える売場

その他、日本でもおなじみのToys“R”Usや家電量販店のPower Buy等、カテゴリー特化型の専門店がこれから急速に伸びる気配を見せている。Central Groupが運営する家電量販店のPower Buyは、すでに80店舗以上をタイ国内に展開しており、専門店としての存在感を強めている。Power Buyでは、同一商品についてはすべての店舗において同価格で販売されており、中央集権的な管理のもとに完全なチェーンストアとして運営がなされている。

すでに一定のチェーンオペレーションが確立していることを踏まえると、日本において、20年前に町の電気屋さんやGMSで大量に販売されていた家電製品が、いまや家電量販店に完全にシフトした状況が、これからタイに到来するとしてもまったく不思議ではない。

カテゴリー特化型業態の拡大の背景

カテゴリー特化型店舗が延びてきた背景としては、2つの理由が挙げられる。

1つは、個人の平均所得が増えるに従って、食や生活用品等の必需品以外にお金を使うことができ、こだわり品や希少性の高い商品を期待する消費者が増えてきたことに起因すると考えられる。

もう1つは、既存の業態が、そのような消費者のニーズに対応しきれないという背景である。すでに国中に展開されているハイパーマーケットのような大型量販店では、安価での販売を実現するために、カテゴリー内のSKU数を限定し大量仕入れを行っている。当然、カテゴリー内の品揃え数を限定しているため、こだわりや希少性を求める顧客のニーズに応えるのは、構造的に困難である。

従い、カテゴリー特化型業態の伸張は、これまでタイ市場で優勢を保ってきた他の業態にも影響を及ぼすことが想定されるため、今後数年間は、このようなカテゴリー特化型の新業態の動向に注目すべきである。

なお本文中の意見や見解に関わる部分は私見であり、様々な論点や視点があることをお断りしておく。

トーマツグループでは、専門性と総合力を活かしたナレッジや最新情報を、Webサイトやニュースレターに掲載し、その情報を、「トーマツ メールマガジン」として無料で皆さまにお届けしています。

今回ご紹介した記事は、トーマツ コンシューマービジネスメールマガジンにてご紹介した記事です。同メールマガジンでは、消費財、小売などのコンシューマービジネス業界におけるトピックスを配信します。

ご登録をご希望の方は、トーマツグループ Webサイト(下記ご参照)からお申込みください。バックナンバーもこちらよりご覧になれます。

ナレッジ > トーマツメールマガジン www.tohmatsumail.com/mm

トーマツメールマガジン

メールマガジン一覧

- トーマツ総合メールマガジン
- トーマツIFRSメールマガジン
- デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザーメールマガジン
- コンシューマービジネスメールマガジン
- ライフサイエンス ニュースレター
- テクノロジー・メディア・テレコム メールマガジン
- トーマツ チャイナ ニュース
- ヒューマン キャピタル ニュースレター
- グロース エンタープライズサービス メールマガジン

配信お申し込み

すでにセミナーにお申込されている方はQRコードからお申し込みください

デロイトトーマツ コンサルティング株式会社
 コンシューマービジネスグループ
 〒100-6390 東京都千代田区丸の内2-4-1 丸の内ビルディング
 Tel 03-5220-8600 Fax 03-5220-8601
 Email: DTC_CB@tohmatsumail.com
www.tohmatsumail.com/dtc

デロイト トーマツ コンサルティング(DTC)は国際的なビジネスプロフェッショナルのネットワークであるDeloitte(デロイト)のメンバーで、有限責任監査法人トーマツのグループ会社です。DTCはデロイトの一員として日本におけるコンサルティングサービスを担い、デロイトおよびトーマツグループで有する監査・税務・コンサルティング・ファイナンシャル アドバイザリーの総合力と国際力を活かし、日本国内のみならず海外においても、企業経営におけるあらゆる組織・機能に対応したサービスとあらゆる業界に対応したサービスで、戦略立案からその導入・実現に至るまでを一貫して支援する、マネジメントコンサルティングファームです。1,500名規模のコンサルタントが、国内では東京・名古屋・大阪・福岡を拠点に活動し、海外ではデロイトの各国現地事務所と連携して、世界中のリージョン、エリアに最適なサービスを提供できる体制を有しています。

Deloitte(デロイト)は、監査、税務、コンサルティングおよびファイナンシャル アドバイザリーサービスを、さまざまな業種にわたる上場・非上場のクライアントに提供しています。全世界150を超える国・地域のメンバーファームのネットワークを通じ、デロイトは、高度に複合化されたビジネスに取り組むクライアントに向けて、深い洞察に基づき、世界最高水準の陣容をもって高品質なサービスを提供しています。デロイトの約200,000名を超える人材は、“standard of excellence”となることを目指しています。

Deloitte(デロイト)とは、英国の法令に基づく保証有限責任会社であるデロイト トウシュ トーマツ リミテッド(“DTTL”)ならびにそのネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびその関係会社のひとつまたは複数指します。DTTLおよび各メンバーファームはそれぞれ法的に独立した別個の組織体です。DTTL(または“Deloitte Global”)はクライアントへのサービス提供を行いません。DTTLおよびそのメンバーファームについての詳細はwww.tohmatsumail.com/deloitte/をご覧ください。

本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、その性質上、特定の個人や事業体に具体的に適用される個別の事情に対応するものではありません。また、本資料の作成または発行後に、関連する制度その他の適用の前提となる状況について、変動を生じる可能性もあります。個別の事案に適用するためには、当該時点で有効とされる内容により結論等を異なる可能性があることをご留意いただき、本資料の記載のみに依拠して意思決定・行動をされることなく、適用に関する具体的事案をもとに適切な専門家にご相談ください。