



バングラデシュ

BOP層実態調査レポート

バングラデシュ人民共和国 People's Republic of Bangladesh

基礎データ

面積	14万7,570平方キロメートル
人口	1億5,360万人(2012/13年度、出所:バングラデシュ中央銀行)
首都	ダッカ 人口1,188万人(2011年、統計局推定値)
実質GDP成長率	6.11(%)
名目GDP総額	185.42(10億ドル)
1人当たりの名目GDP	1,171.90(ドル)
為替レート	1ドル≒77.64 バングラデシュ タカ ※2014年平均値

出所:JETROホームページ 国・地域別に見る「アジア バングラデシュ概況(2016年6月更新)」

■ 調査月日:2015年 12月

■ 調査場所:ダッカ市

◆ はじめに

インターネット等を通じ、企業間あるいは企業と消費者の間で商品やサービスを取り引きするeコマースは、現在バングラデシュにおいても普及しつつある。普及の背景には、携帯電話の接続範囲が拡大し接続スピードも速くなっていること、さらにスマートフォンの普及も後押ししている。インターネットの接続料金は、2006～2007年に毎秒1MB当たり75,000～127,000タカだったものが、2015年には同2,280タカに値下がりにしている。加えて、送金や公共料金の支払い、納税、買い手から売り手への代金口座振替などについて、中央銀行が2009年からオンライン決済を認めており、こうしたことがeコマースの発展を加速している。

出所:カナダ科学教育センター刊 International Business Research; Vol. 8; No. 7; 2015

◆ eコマース市場概観

2000年に就職サイトの“Bdjobs.com”が開設され、2001年と2002年にニュース閲覧サイトの“Prothom-alo.com”と“TheDailyStar.net”が相次いで登場した。初期の段階で国内に登場したポータルは、これらサイトのように商取引を目的としたものではなかった。eコマースが始まったのは、オンラインのマーケットプレースを提供する“CellBazaar.com”や、オンラインで注文を受けギフトのデリバリーサービスを行う“UpoharBd.com”などが登場した2011～2012年の時期である。2011～2012年になると、“Ekhanei.com(CellBazaar.comの後身)”に対し“Bikroy.com”など数社がライバルとして登場して競争が始まるとともに、本格的なeコマースの時代を迎えた。バングラデシュeコマース協会によれば、商品やサービスのオンライン取引のために、Facebookに約6,000ページ、その他のサイトが700あるとのことである。eコマース市場規模は調査会社により数値が異なるが、Keystone Quarterly Review(バングラデシュの調査コンサルティング会社)によれば、この5年間で25%、16～20億タカの拡大を見せている。そのスピードは今後さらに加速して毎月30%伸び、数年後には現在の規模から72%成長するものと、業界関係者は予測している。一方Light Castle Partners社によれば、eコマース市場は5,000万ドル規模であるが、依然として小売総額の1.9%を占める規模となっている。

出所:カナダ科学教育センター刊 International Business Research; Vol. 8; No. 7; 2015
Light Castle Partners “Bangladesh Digital Delta”

携帯電話加入数:
1億3,300万人

2G受信範囲:
94%(2014年)

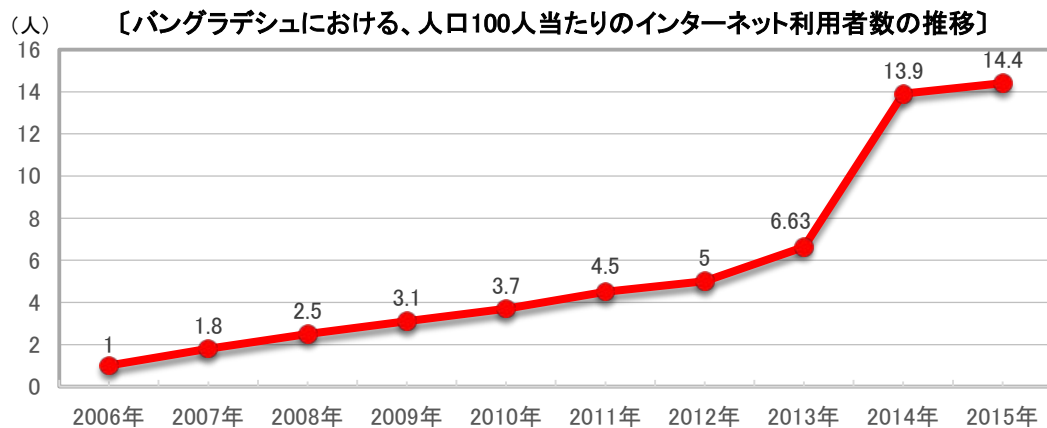
携帯電話加入数成長率:
11%(2014～2015年)

インターネット加入数:
5,390万人(2015年11月)

携帯電話からの
インターネットアクセス:95.7%

インターネット加入数成長率:
25.5%(2014～2015年)

出所:BTRC(バングラデシュ電気通信規制委員会)



出所: 国際電気通信連合 (ITU) 「世界の通信/ICT指標データベース」および世界銀行予測値
 “World Bank Open Data” <http://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.P2?locations=BD>

季節別の売上げの特徴

バングラデシュのオンラインショッピングで購入されている主な商品は、紳士服、時計、宝飾品・身辺細貨、カジュアルシューズ、電子製品等である。通年、1～3月には紳士服がよく売れ、その他の季節には時計類が一番売れ行きがよい。また、以下のような国の祝日や宗教上の祭日には、新しい服で着飾るため、男女を問わず衣料品の売れ行きがよくなる。

- Pahela Falgun (春の始まり: 2月13日)
- バレンタイン・デー (2月14日)
- ベンガル語国語化運動記念日 (2月21日)
- 独立記念日 (3月26日)
- Eid (イスラム教の断食明け祭り〔7月〕と犠牲祭〔9月〕。月齢によって毎年日が異なる。)
- Durga Puja (ヒンドゥー教のドゥルガ神祭り: 10月11日)

女性の場合、オンラインで服を買う例ははまだ一般的でないが、指輪やネックレス、イヤリングといった宝飾品や、ハンドバッグ、ストッキングなどの身辺細貨は、季節を問わずオンラインショッピングでよく売れている。その他、カジュアルシューズは主に4～6月と10～12月、電子製品は7～9月にオンラインショッピングでの売れ行きがよい。

◆ 主なeコマースサイト

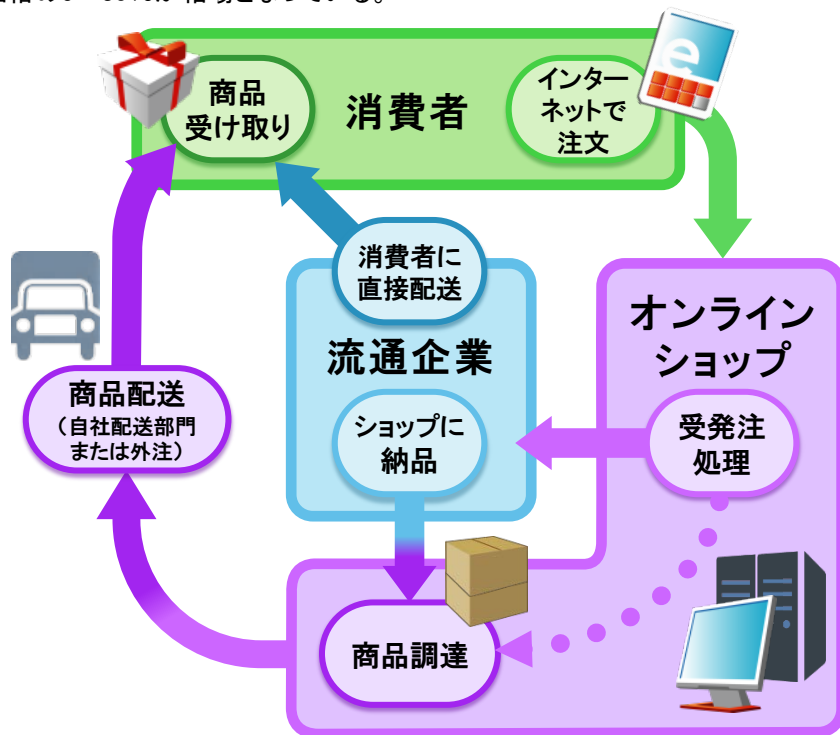
バングラデシュのオンラインショッピングは、個人間の売買をFacebook上で行う「Fコマース*1」が盛んである。BtoCのインターネット・ショッピング・サイトとして主なものは下図のとおり。このうち、Amazonやebayは、通常海外にいる知人に頼んで送ってもらわないと手に入らないような、他のサイトでは扱っていない商品を購入できることから人気が高い。

取り扱い商品	一般消費財	〔特定商品に特化〕	〔マーケット・プレイス提供サイト〕
商品例	衣料品、履物、携帯電話・タブレット端末等、コンピューター、宝飾品、時計、白物・黒物家電、美容健康用品、書籍・ビデオ等、スポーツ・アウトドア用品、幼児・子供用品、飲食料品 等	*1: 料理デリバリー *2: 不動産 *3: 自動車 等	
サイト名	Kaymu.com.bd Bikroy.com Amazon.com Rokomari.com ebay.com bagdoom.com	Ajkerdeal.com Esho.com iferi.com Bipony.com.bd Daraz.com.bd	foodpanda.com.bd*1 Ekhanei.com Hungrynaki.com*1 chaldal.com*1 (他、一般消費財) lamudi.com.bd*2 carmudi.com.bd*3

*1: 3ページ「一般の人々の間 (CtoC) でのオンラインショッピング」参照

オンラインショッピングの流れ

オンラインショッピングサイトを運営する企業は、消費者から注文を受けた商品を外部の流通企業から調達するが、卸売りなどの流通企業がショップからの委託を受けて消費者に直接配送する形式と、一旦ショップに納品してショップから配送する形式の2つがある。AjkerdealやKaymuなどは流通企業に消費者への配送まで委託している。また、ショップから配送する場合、オンラインショップ企業が配送部門を持っていて自社で行う形式と、外部の運送会社へ委託する形式がある。Bagdoomは外部への委託形式をとっている。運送会社への配送委託料は品物にもよるが通常商品価格の5～30%が相場となっている。



返品・代金払い戻し条件

多くの場合、オンラインショッピングで注文し配送された商品が、下記の返品条件に該当する場合、受け取り時、あるいは受け取り後24時間(48時間の場合もある)以内であれば、返品および代金の払い戻しを受けることができる。なお、商品返品の際の送料は基本的に商品購入者の負担となり、返品条件に該当し返品した場合であっても払い戻し請求をしなければ、商品代金の払い戻しを受けることができない。

〔購入商品の返品および代金の払い戻し条件〕

- 違う商品が配送された場合
- 商品に欠陥がある
- 壊れている、あるいは傷がある
- 品質に満足できない
- サイトに明記されていた仕様や説明等と異なる場合
- サイズ等が合わない
- 代替商品の再配送を望まない、あるいはショップ側が代替商品を用意できない場合

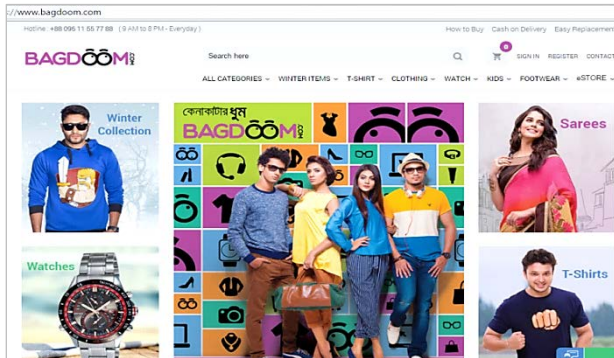
出所：“bagdoom.com”、“Ajkerdeal.com”、“Arong”へのインタビューより。

一般の人々の間(CtoC)でのオンラインショッピング

バングラデシュにおいても、日本のハンドメイド商品の販売サイトのように、一般の個人同士の間でのインターネット上の売買が盛んである。これらは主にFacebook上で行われているため、「Fコマース」と呼ばれている。気に入ったものを見つけた場合、Facebookの該当ページにある電話番号等で注文し、通常、売り手自身が買い手の指定する場所に品物を配送する。配送料は品物の重さと距離によるが、おおむねダッカ市内の場合40～60タカ、ダッカ市外地域の場合75～120タカ程度であり、ダッカ市内では24時間以内、その他の地域では72時間程度で届けられている。カナダ科学教育センターの調査によれば、女性が開設しているショップサイトはFacebookに多く、男性によるショップはKaymuやBikroy、Daraz、Rokomariなどその他のサイトに多い。Facebookは写真やコメントが魅力的で女性の購買意欲をそそるため、女性のサイト開設者に人気がある。

販売促進活動

FコマースはFacebookのドメイン内で広告を載せる以外、主に口コミに頼っている。一方ウェブサイトによるeコマースは、デジタルメディア・マーケティング戦略を駆使して携帯電話やEメール、ソーシャルメディアなどで広告を行うほか、それらより広がりには限られるが、街頭看板やテレビCMなどの伝統的手法の広告も行っている。ダッカやチッタゴン、シレットなどの大都市では、eコマースのプロモーション・フェアが開催されている。ダッカでは2014年に4回目のフェアが開かれ、直近では2015年6月にチッタゴンで開催された。これらのフェアは“Computer Jagat(1991年国内で最初に設立されたオンライン雑誌)”とBangladesh eコマース協会、情報省情報通信技術局などが共催するもので、eコマース企業や利用者はもとより、コンピューターやソフトのメーカー・販売会社、銀行、政府関係機関、大学、旅行会社などが多数参加している。会場にはeコマース企業等のブースが並んで商品等の展示やディスカウントセールなどが行われる。また、eコマース市場に外資を誘致するため、Bangladesh輸出促進局の後援で2013年9月に「第1回 英国・Bangladesh eコマースフェア」が、また、2015年11月には第2回目の同フェアがロンドンで開催された。



bagdoom.com (<https://www.bagdoom.com/>)
旧称“Akhoni.com”から最近社名変更した。



Bikroy.comの立て看板(ダッカ市内)。アパート入居者募集の広告として、最近建設されたアパートの入り口に立てられている。

◆ ローカル企業等のオンラインショップ

店舗を構えている既存の小売企業などが、オンラインショップを開設している例もある。

Aarong (<http://www.aarong.com/>)

Aarongは1978年に創業したファッション用品小売りの大手企業。同社は現在、ダッカやチッタゴン、クルナ等に15店舗を展開しているが、2014年7月からオンラインショップを開設したことにより、店舗のない地域でも同社商品を購入できるようになっている。

Aarongのオンラインショップにおける代金支払い方法は、VISAやMaster、bKash(モバイルマネー)など、国内外のクレジットカードやその他の電子決済方法や代引きを受け付けており、3~4日以内に商品が配送される通常配送と、48時間以内のスピード配送の2種類がある。配送料金は商品の種類等によるが、通常80~160タカで、注文した商品が今日の段階にあるか確認することができる。商品およびそのサイズやカラーの間違いや損傷を受けている場合、品質に問題がある場合等は全ての返品、返金に応じるなど、返品・代金払い戻し条件も明確である。



Aarongのオンラインショッピングサイト

オンラインショップのマーケティングとしては、デジタルメディア・マーケティングと伝統的な広告手法を両用しており、新聞広告や街頭看板と共に、FacebookやTwitter、Pinterest、Youtube、Linkedin、Google Plusなどを利用している。

e-freshstore.comは国内の大手企業集団“Meghan Group of Industries”が立ち上げたオンラインショップで、傘下企業が製造する“Fresh”ブランドの食品全てを扱っている。同ショップはダッカ等の都市部よりもその他の全地域を対象を拡大する計画である。

代金の支払いは代引きの他、利用者の便を図り、配達人がカードリーダーを携行し各種カード払いを受け付けている。商品代金と配送料金は別建てで、商品が損傷を受けている場合のみ3日以内に申し出ることを条件に商品交換に依っている。

〔取り扱い品目〕

- 小麦粉
- 豆類製品
- 精製塩
- コンデンスミルク
- 芥子油
- 香辛料
- 粉ミルク
- 大豆油
- 紅茶 など
- 飲料水
- 精製糖



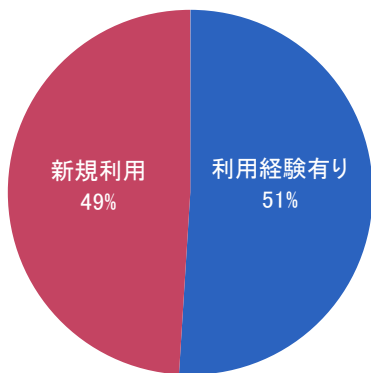
◆ eコマースに関する参考データ

- eコマースの利用が多い世代は25～34歳。
- インターネットショッピング利用者の16%は、これまでの経験で商品の品質や配送に問題がなかったためひいきにしているサイトがあり、常にそこを利用している。
- その他の84%は他のサイトも調べて価格や特典を比較し、最終的に決めている傾向にある。
- 毎週土曜日はインターネットショッピングの利用が多い。
- よく利用されている時間帯は午前11時から午後4時までの間。
- 発注の実行ボタンを押してから発注確認までに要する時間は1～10分。
- eコマース利用者のほとんどは大都市に集中している。

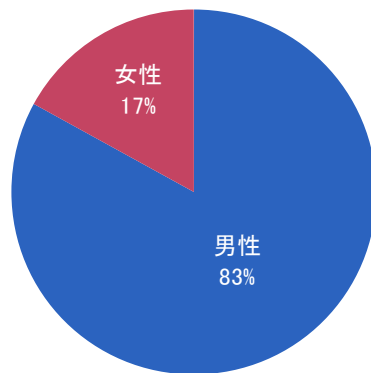
◆ バングラデシュ国内におけるインターネットユーザー数：4,080万人

◆ インターネット浸透率：25%

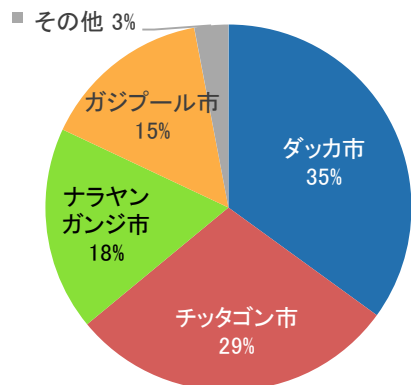
〔eコマース利用者の利用歴〕



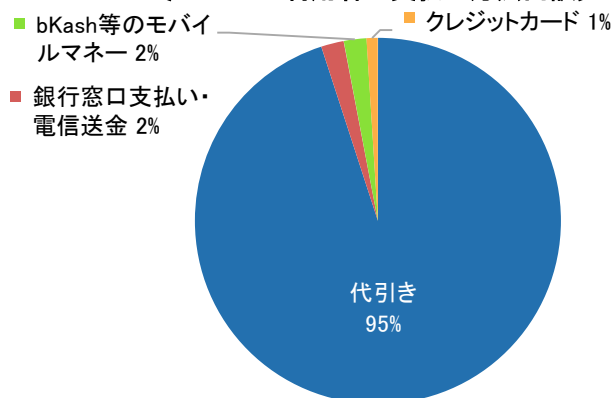
〔eコマース利用者の内訳：男女比〕



〔eコマース利用者の内訳：地域（都市）別〕



〔eコマース利用者の支払い方法内訳〕





市場参入にあたっての留意点

- バングラデシュにおいてeコマースが小売市場に占める比率は、インドの1.5%、中国の8.5%に並び、今後も加速されることが期待されている。

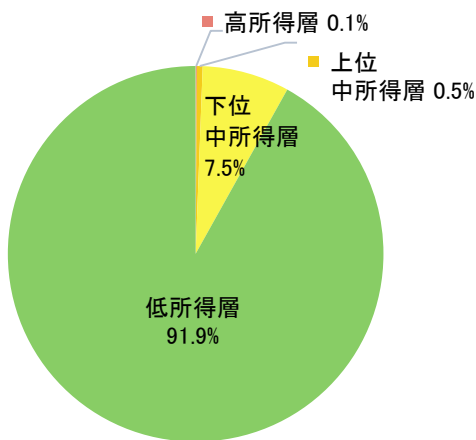
代金の支払いや商品配送システムなど、最新のノウハウを備えた日本企業が進出すれば成功の可能性は高く、国内のeコマース発展にも大きく貢献するものと思われる。

望ましい進出方法としては、国内の既存大・中規模企業との合弁や買収等が考えられる。

出所：平成26年度 商取引適正化・製品安全に係る事業（アジア小売市場の実態調査）

— 参考資料 —

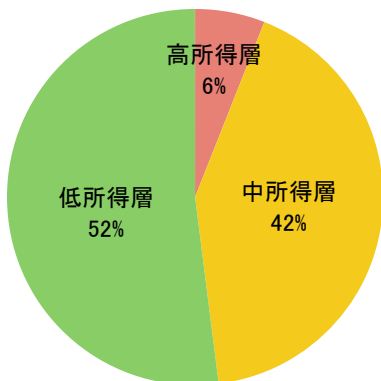
■ 所得層区分



出所：通商白書より引用した所得区分

所得層区分	年収
高所得層	35,000ドル以上
上位中所得層	15,000ドル以上～35,000ドル以下
下位低所得層	5,000ドル以上～15,000ドル以下
低所得層	5,000ドル未満

■ バングラデシュ政府（統計局）による所得層区分



出所：バングラデシュ統計局 2010年 “Household Income and Expenditure Survey(HIES)”

所得層区分	月収
高所得層	40,000タカ以上
中所得層	10,000以上～40,000タカ以下
低所得層	10,000タカ未満

JETRO

【免責事項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるかぎり正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。