



# インド

## 市場・商品調査【9】：文房具

■ 調査実施日：2016年 1月11日 ■ 調査場所：ウッタル・プラデシュ州 ガージャーバード

※本文中の人気商品の販売ブランド、価格、小売店情報、関税率などはすべて調査時点のものです。

### ■ インド — 基礎データ\*1 —

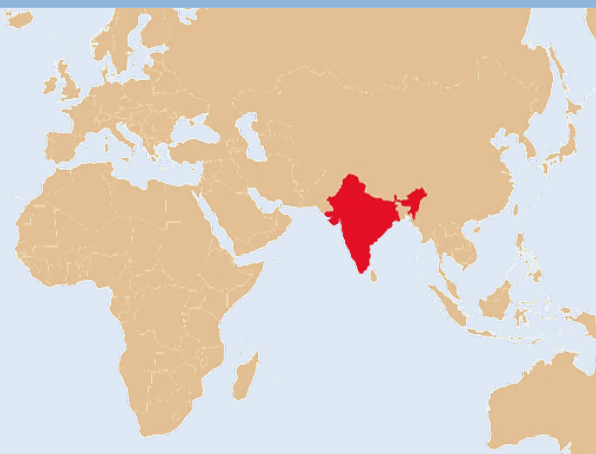
- 面積：328万7,263平方キロメートル〔日本の約8.8倍〕
- 人口：12億1,019万人（2011年 センサス※）
- 首都：デリー／人口1,675万人（2011年 センサス※）

※センサスは10年ごとに発表

#### 〔基礎的経済指標〕

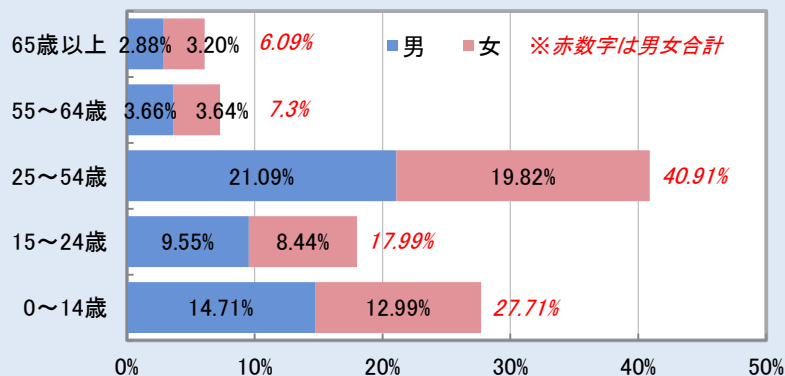
- 実質GDP成長率：7.2%（2014年 2011年基準）
- 名目GDP総額：124兆8,820億ルピー（2014年 2011年基準）
- 1人当たりの名目GDP：1,612ドル（2014年）
- 消費者物価上昇率：5.9%（2014年）
- 為替レート：1ドル≒ 61.15 インド・ルピー（2014年 平均値）

出所：JETROホームページ 国・地域別に見る「アジア インド概況（2016年8月更新）」



### ■ — 消費市場動向（参考資料） —

- 年齢別人口比率（2016年）



イメージ

出所：CIA The World Factbook (<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/in.html>)

## 概況

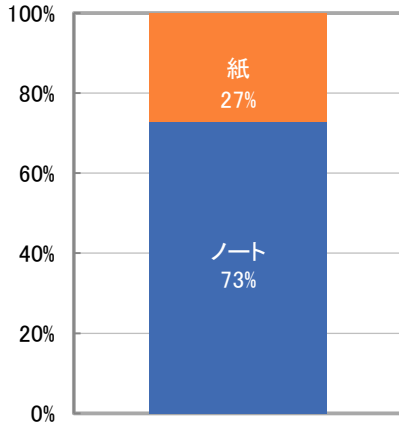
**はじめに** ※便宜上、文房具とは紙、オフィス用品、筆記用具等の幅広い品目を指す。

インドの文房具産業は組織化されていない企業が大半を占めるが、現在、業界には組織化された企業が多数参入しつつある。インドにおける文房具需要の激増の結果、同業界は今や組織的な成長の兆候が見てとれる。この需要は、インドへの多くの外国ブランドの参入に起因している。

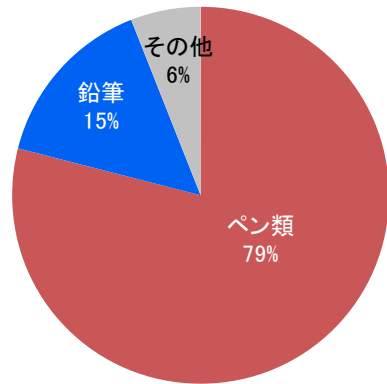
インドの文房具産業は、大きく教育文房具とオフィス文房具とに分けられる。Faber Castle、Kores、Maped等の国際的なブランドがインド市場に登場したことで、市場は品質と価格の両面で競争が激化することとなった。

インドの文房具市場には全ての階層、すなわちBOP層、中所得層ならびに高所得層のそれぞれの所得層を対象とした商品が揃っている。学生人口の増加は、政府のプロアクティブな政策と相まって、学生用の文房具を推進する結果となっている。

〔ノートと紙のマーケットシェア〕



〔筆記用具のマーケットシェア〕

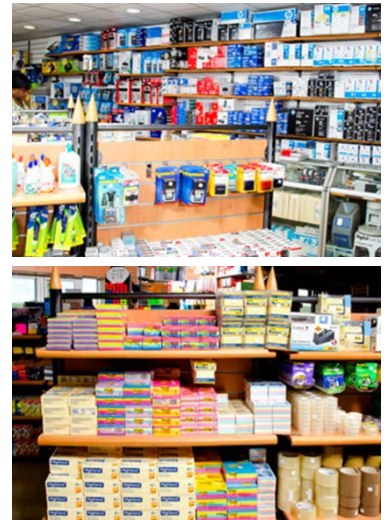


出所: Gyan Research & Analytics

## インドの文房具市場

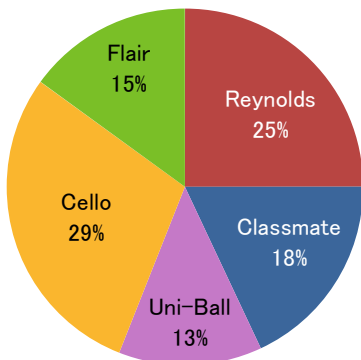
### ■特徴

- インドの文房具市場は、学生用文房具56%、オフィス用文房具44%という構成比で、合計では1,500億ルピーを上回る規模である。
- 学生用の文房具市場の主要アイテムはノートと紙(51%)で、これに筆記用具(25%)が続く。
- 文房具市場の85%は、組織化されていない企業に押さえられているが、最近では、中国からの安価な輸入品が市場を席捲しつつある。
- 大きな教育費(=中所得層の支出総額の8%)がインドにおける文房具支出の増加に繋がっている。文房具支出は、中所得層の支出総額の4.3%に相当する。
- 外国ブランドの参入が、組織化された分野での成長を推進している。組織化された市場は年10~15%成長し、他方で組織化されていない市場は同じく約30%成長していると推定される。
- 安価な製品から品質の高い製品へのシフトが見受けられる。特に、企業のオフィスや、都市部および準都市部の学生の間で見られる傾向である。



インドの文房具店

〔ペン類のブランド別マーケットシェア〕



出所: 各企業の年次報告書などより  
Gyan Research & Analytics 作成

〔各種文房具の人気ブランド〕

品名	ブランド名
ペン類	Reynolds、Cello
鉛筆	Camlin、Faber Castell
消しゴム	Apsara、Nataraj
ノート	Classmates、Paperkraft
ホッチキス/ステープラー	Kangaro、Dolphin
ハサミ	Maped

出所: Gyan Research and Analytics 独自調査

## 販売店舗形態とその特徴

### ■ スーパーストア(スーパーマーケット)

インドの人々は、鉛筆、消しゴムといった学校やオフィス用の文房具を含め、生活必需品をスーパーストアで購入するのが一般的である。スーパーストアは、Tier 1やTier 2の都市に所在している。スーパーストアは、集中管理システムを備え、多数の店舗を持っている。

最近、スーパーストアの中には、他のアイテムを文房具と一緒に販売し、それが顧客にとって便利なことから、人気を高めているものもある。

#### 〔店舗の主な特徴〕

- 従業員教育が行き届いており、店員のマナーがよい
- 販売員が制服をきちんと着用している
- 店舗内での販促活動が盛んで、店舗装飾が施されている
- エアコンが効いている
- 十分な駐車スペースがある
- コンピュータ化された会計システムが整っている
- セルフ販売(販売員による販促活動が少ない)

### ■ 文房具専門のチェーン店

支店を持ち、中央管理システムで運営されている。業態コンセプトとしては、インドでは発生期にある。

“STAPLES”と“Office DEPOT”の2社がインドでのプレゼンスを確立した。

#### 〔店舗の主な特徴〕

- 従業員の態度がよく、トレーニングが行き届いている
- 店舗が様々な商品の様々な販促活動に取り組んでいる
- 店内の設備が整っている

### ■ オンラインショップ

消費者はペン、テープ、消しゴム、マーカー、蛍光ペンを含む様々な文房具を購入している。オンラインのショップとしてはAmazon、Flipkart、Snapdeal等がある。インドにおいてオンラインショッピングは、今日、都市部で最も人気が高い。

#### 〔店舗の主な特徴〕

- オンラインでの商品販売
- 宅配サービス
- オンライン決済(カード、電子マネー)
- キャッシュオンデリバリー・サービス(代金引換払い)

### ■ 百貨店等

Reynolds、Kangaroo、Cello、Nataraj等様々なブランドのペン、鉛筆、ファイル、ホッチキスといった文房具を提供している。通常目抜き通りの繁華街に所在している。主に中所得層および高所得層が利用している。

#### 〔店舗の主な特徴〕

- 従業員の態度がよく、トレーニングが行き届いている
- 限られたスペースで設備が整った店内



インドのスーパーストア



文房具専門チェーン店“STAPLES”



文房具専門チェーン店“Office DEPOT”



オンラインショップ “Flipkart.com”



“Reynolds”のペン

販売店舗形態とその特徴 つづき

■ コンビニエンスストア/地元の商店

基本的に、コンビニエンスストアは全国の住宅街にある。様々な日用品が販売されており、その中に文房具も取り扱われている。

〔店舗の主な特徴〕

- インドの都市部および農村部の住宅地に所在する
- 店のオーナー自身が販売員である
- 対面販売(オーナーによる販促活動が多い)



インドのコンビニエンスストア店内の商品棚

※文房具の購入店舗について、都市部および農村部の双方で人気が高いのは、地元の店である。

〔文房具のカテゴリー別人気ブランド〕

文房具カテゴリー名	ブランド名	
ノート、紙	Classmate、Paperkraft、colour crew、Blue Bird、Navneet、BILT、JK Paper、TNPL、Scotch、Classic Diaries	
文房具カテゴリー名	ブランド名	取り扱い品名
筆記用具	Cello	ペン
	Luxor	ボールペン、スケッチペン、マーカー、蛍光ペン
	Reynolds	ペン、蛍光ペン、マーカー、修正液、インクペン
	Pierre Cardin	ペン
	Rotomac	ボールペン、ゲルペン、スケッチペン
	Frasun	ペン、カラーペン、マーカーペン
	BIC	修正液、修正テープ
	BENZ	ローラーペン
	Montex	ペン
	Parker	ペン
	Add Gel	ゲルペン
	Camlin	クレヨン、鉛筆、スケッチペン、インクペン、マーカー、クレヨン、オイルパステル、消しゴム
	Faber Castell	ペン、鉛筆、マーカー、蛍光ペン、クレヨン、スケッチペン、消しゴム
	Zebra	万年筆、ボールペン、クレヨン、スケッチペン
	Bambalio	修正液
	Nataraj and Apasara	消しゴム、鉛筆削り
	Classmate	消しゴム、鉛筆削り
	LINC	ペン、消しゴム
Maped	クレヨン、スケッチペン、色鉛筆、消しゴム	
パソコン周辺機器・用品	hp LASERJET	トナー
	SanDisk	フロッピーディスク
	COSMO	フロッピーディスク
	Maxell	CDカバー/CDケース



## 【文房具のカテゴリー別人気ブランド —つづき—】

文房具カテゴリー名	ブランド名	取り扱い品名
その他	Maped	ハサミ、定規
	Kangaro	ホッチキス／ステープラー、穴あけパンチ
	Duct tape	デコ・テープ
	Scotch	スティック糊
	FEVI STIK	糊
	Fevicol	糊
	Craft Glue	工作用ボンド
	Kangaro	ホッチキスの針

出所: Gyan Research and Analytics 独自店頭調査

### 所得層別の商品・ブランド志向

顧客の志向は主に商品のサイズ、形状、価格、入手しやすさ、ならびに評判に左右される。全ての所得層の人々に共通して使用される文房具もあれば、特定の人々に好まれるものもある。

### 販売上位の商品およびブランド

#### ■ 売れ筋商品になるためのポイント

- 高い商品需要
- 高い顧客満足度
- 製品の効用

#### ■ 売れ筋ブランドになるためのポイント

- テレビによるブランド・プロモーション
- 競合できる価格
- 効果的な流通経路
- 学校や大学でのプロモーション
- イベントのスポンサリング
- 宣伝・広告

→テレビ、ラジオ、屋外広告、屋内広告ならびに印刷媒体を通じたクロスメディア広告を展開し、Cello、Classmate、Kangaroなどのように高いブランド認知を確保すること。

### 【販売上位の商品およびブランド】

	ノートおよび紙	筆記用具	パソコン周辺機器・用品	その他
人気商品	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日記</li> <li>・便箋</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ペン</li> <li>・スケッチペン</li> <li>・マーカー</li> <li>・蛍光ペン</li> <li>・修正液</li> <li>・ボールペン</li> <li>・鉛筆削り</li> <li>・消しゴム</li> <li>・クレヨン</li> <li>・オイルパステル</li> <li>・鉛筆</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・トナー</li> <li>・フロッピーディスク</li> <li>・CDカバー／CDケース</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ハサミ</li> <li>・定規</li> <li>・ホッチキス／ステープラー</li> <li>・ホッチキスの針</li> <li>・穴あけパンチ</li> <li>・糊</li> </ul>
人気ブランド	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Classmate</li> <li>・Paperkraft</li> <li>・colour crew</li> <li>・Blue Bird</li> <li>・Navneet</li> <li>・BILT</li> <li>・JK Paper</li> <li>・TNPL</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Cello</li> <li>・Luxor</li> <li>・LINC</li> <li>・Nataraj and Apasara</li> <li>・Camlin</li> <li>・Pierre Cardin</li> <li>・Reynolds</li> <li>・Faber Castell</li> <li>・Add Gel</li> <li>・Classmate</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・hp</li> <li>・LASERJET</li> <li>・SanDisk</li> <li>・COSMO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Kangaro</li> <li>・FEVI STIK</li> <li>・Fevicol</li> </ul>

出所: Gyan Research and Analytics 独自店頭調査

JETRO

所得層別の人気ブランド・商品

所得層		人気ブランド名(商品名)
全所得層		<ul style="list-style-type: none"> <li>・Cello(ペン) ・Montex(ペン) ・LINC(ペン、消しゴム)</li> <li>・Nataraj and Apasara(消しゴム、鉛筆削り) ・SanDisk(フロッピーディスク) ・Fevicol(糊)</li> </ul>
高所得層		<ul style="list-style-type: none"> <li>・SanDisk(フロッピーディスク) ・COSMO(フロッピーディスク) ・Maxell(CDカバー/CDケース)</li> <li>・Classmate ・Paperkraft ・colour crew ・Blue Bird ・ITC ・Navneet ・TNPL ・Scotch</li> <li>・LINC(ペン、消しゴム) ・Kangaro(ホッチキスの針) ・Parker(ペン) ・Pierre Cardin(ペン)</li> </ul>
高所得層	中所得層	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Classmate ・Paperkraft ・colour crew ・Blue Bird ・ITC ・Navneet ・TNPL ・Scotch</li> <li>・LINC(ペン、消しゴム) ・Kangaro(ホッチキス、穴あけパンチ) ・Duct tape(デコテープ)</li> <li>・Scotch(ステイック糊) ・FEVI STIK(糊) ・Fevicol(糊) ・Craft Glue(工作用ボンド)</li> <li>・Kangaro(ホッチキスの針) ・Nataraj and Apasara(消しゴム、鉛筆削り)</li> <li>・Classmate(消しゴム、鉛筆削り) ・Parker(ペン) ・Pierre Cardin(ペン)</li> <li>・Rotomac(ボールペン、ゲルペン、スケッチペン) ・Frasun(ペン、カラーペン、マーカーペン)</li> <li>・Camlin(クレヨン、鉛筆、スケッチペン、インクペン、マーカー、オイルパステル、消しゴム)</li> <li>・SanDisk(フロッピーディスク) ・COSMO(フロッピーディスク) ・Maxell(CDカバー/CDケース)</li> </ul>
中所得層	低所得層(BOP層)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Zebra(万年筆、ボールペン、クレヨン、スケッチペン) ・Bambalio(修正液)</li> <li>・Nataraj and Apasara(消しゴム、鉛筆削り) ・Classmate(消しゴム、鉛筆削り)</li> <li>・LINC(ペン、消しゴム) ・Maped(クレヨン、スケッチペン、色鉛筆、消しゴム)</li> <li>・hp LASERJET(トナー) ・SanDisk(フロッピーディスク) ・FEVI STIK(糊) ・Fevicol(糊)</li> <li>・Craft Glue(工作用ボンド) ・Kangaro(ホッチキスの針)</li> <li>・Kangaro(ホッチキス、穴あけパンチ) ・Cello(ペン)</li> <li>・Luxor(ボールペン、スケッチペン、マーカー、蛍光ペン)</li> <li>・Reynolds(ペン、蛍光ペン、マーカー、修正液、インクペン)</li> <li>・Pierre Cardin(ペン) ・Rotomac(ボールペン、ゲルペン、スケッチペン)</li> <li>・Frasun pen(カラーペン、マーカーペン)</li> <li>・Classmate ・Paperkraft ・colour crew ・Navneet ・Classic Diaries</li> </ul>
低所得層(BOP層)		<ul style="list-style-type: none"> <li>・Nataraj and Apasara(消しゴム、鉛筆削り) ・Cello(ペン) ・Montex(ペン) ・Fevicol(糊)</li> <li>・Zebra(万年筆、ボールペン、クレヨン、スケッチペン)</li> </ul>

出所: Gyan Research and Analytics 独自店頭調査

メーカーの特徴と所在地

企業名: 生産品	工場所在地	流通	顧客ターゲット層	広告・宣伝媒体、販促戦略	外国企業との提携/資本関係
Reynolds : ペン類	タミル・ナドゥ州 カンチープラム	自社 流通	全所得層	テレビ、屋外広告、 印刷媒体	Reynoldsブランドのペン類は、チェンナイに拠点を置くG.M. Pens International Pvt. Ltdの独占的ライセンス契約の下、インド国内で製造されている。
Montex : ペン類	マハラシュトラ州 ムンバイ	自社 流通	全所得層	テレビ、屋外広告、 印刷媒体	インド企業。外資は入っていない。
Cello : ペン類	マハラシュトラ州 ムンバイ	自社 流通	全所得層	テレビ、印刷媒体	インド企業。外資は入っていない。
Apsara and Nataraj : 消しゴム、鉛筆、鉛筆削り	マハラシュトラ州 ムンバイ	自社 流通	全所得層	テレビ、屋外広告、 学校でのポスター掲示	インド企業。外資は入っていない。

## インドの文房具市場 ーつづきー

### メーカーの特徴と所在地 ーつづきー

企業名:生産品	工場所在地	流通	顧客ターゲット層	広告・宣伝媒体、販促戦略	外国企業との提携/資本関係
Kokuyo Camlin :画材、教材、 ホビー用品、 オフィス文房具、 法人用ギフト	マハラシュトラ州 ムンバイ	自社 流通	高所得層	テレビ、印刷媒体、 ポスター、芸術コンペの スポンサリング	2011年、コクヨS&Tがインドの大手老舗 文具メーカーCamlin株式の過半を取得。 インド子会社Kokuyo Camlin Limitedを 設立。
			中所得層		
ITC classmate :ノート、紙	西ベンガル州 コルカタ	自社 流通	高所得層	テレビ、印刷媒体、 学校や大学でのイベント のスポンサリング	外資は入っていない。
			中所得層		
Navneet :ノート、紙	マハラシュトラ州 ムンバイ	自社 流通	中所得層	テレビ、印刷媒体	外資は入っていない。
			低所得層		

出所: Gyan Research and Analytics 独自調査

### インドにおける文房具市場の課題

- 市場の85%以上が組織化されていない
- 競争の激しい市場である
- 中国からの安価な製品が市場に入ってきている

### 流通

#### ■ 投資・輸入に関する情報

- FDI(外国直接投資): SSI(小規模産業)品目を除き、外資100%の直接投資が認められている。

#### ■ インドにおける文房具の有力ディストリビューター(例)

##### ● Parin Enterprises

1995年に設立され、学校用とオフィス用双方の各種文房具を取り扱う企業として定評がある。短い納期で顧客に商品を届けることで知られている。また、革新的な文房具を色々取り揃え、最新技術をうまく使い分けている。

**PARIN ENTERPRISES**

##### ● Saya Stationeries

2000年に設立され、各種文房具を取り扱う。正確なマーケティング・テクニックと、顧客との誠実な関係の構築で定評がある。文房具市場において、膨大な慈善事業を行っている。



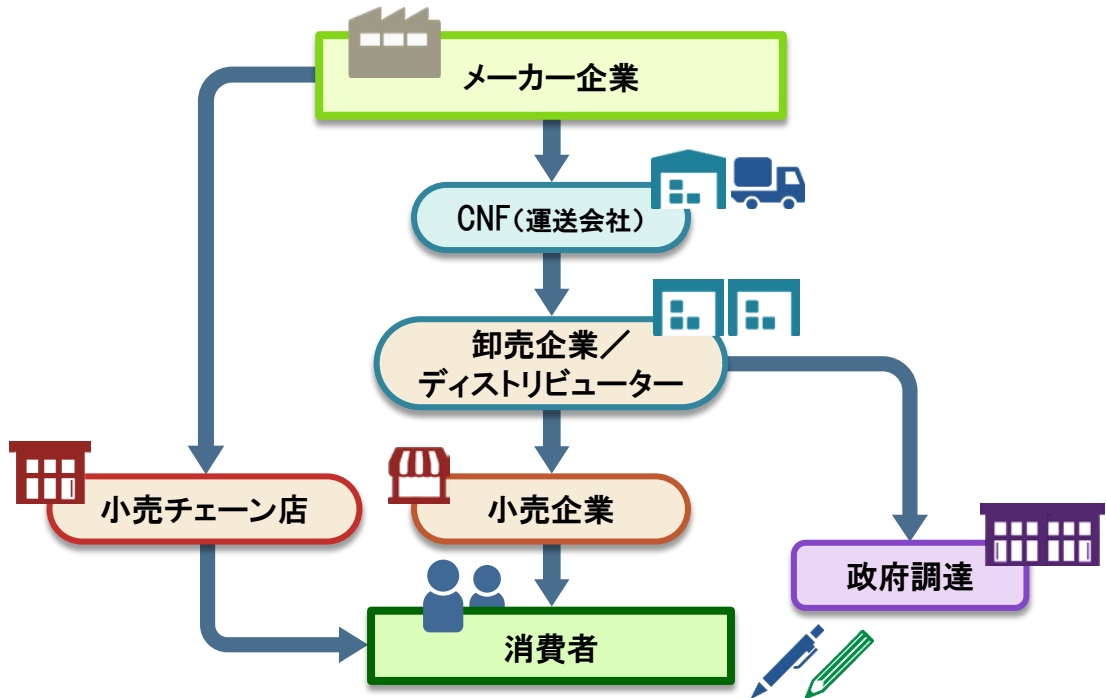
#### ■ インドにおける有力な文房具店

	Staples	Office Depot	Jay Stationery Superstore
支店数	10(ディストリビューションセンター)	1	3
概要	<p>本社は米国。インド、イタリア、オーストラリア、ブラジル、中国、フィンランド、フランス、ドイツ等で操業するオフィス文房具チェーン店。約2,900点の製品を提供し、環境に配慮した原材料を使用した自社ブランドの製品展開を進めている。2007年に同社のカード所有者に対する無料オンライン配信を含む“Staples Rewards”プログラムを導入。インド国内に10カ所のディストリビューション・センターを有する。</p>	<p>オフィス用および学校用の文房具店。本社は米国。インドでは、Reliance retailとの合併会社。ベンガルールに1店舗を有する。小売販売の規模拡大を計画中。59カ国で事業展開し、2,200店舗で6万6,000人の社員を擁する。オーストラリア、ベルギー、フランス、ドイツ、アイルランド、イタリア、オランダ、スペイン、スウェーデン等で事業を展開している。</p>	<p>あらゆる種類の学校用文房具の卸売り・貿易会社。ハイデラバード、チェンナイ、ベンガルール、シンガポールに支店を持つ。</p>

出所: Gyan Research and Analytics 独自調査

**JETRO**

流通経路



〔HSコードと関税例〕

HSコード:	39261019	96089990
品目例:	筆箱、ファイル、鉛筆ケース、 エキスパンディングファイル 等	ペンの部品、ボールペン、ペン・スタンド、 筆記用具 等
基本関税	10.0%	10.0%
教育目的税	3.0%	3.0%
相殺関税 (CVD)	12.5%	12.5%
追加相殺関税	4.0%	4.0%

出所: Zaubo

商品サイズと品質戦略

農村部の消費者は、バックになったものよりバラ売りのアイテムを購入することを好む傾向にある。企業が決定する文房具の商品サイズの多くは、顧客の予算に基づいている。

文房具市場でシェアを占めている企業は、研究開発および消費者からのフィードバックを通じて、首尾一貫した品質を維持している。



ワゴンと棚に陳列されている文房具  
(インドのショッピングモール内)



文房具売り場  
(インドのショッピングモール内)





### 仕入れ条件(例)

- **買い注文時の全額払い**

小売企業は、買い注文と同時に代金の全額を支払う必要がある。これは、需要の高い商品に対してディストリビューターが求める条件である。

- **買い注文時の一部払い**

商品購入時にディストリビューターが行う一部払い。大量で定期的な取引についてディストリビューターによって適用される条件である。

- **納品後払い**

小売企業は、ディストリビューターから商品を受け取った後に支払いをすることができる。

- **販売後払い**

小売企業は、特定商品を顧客に販売した後に支払いをすることができる。

- **その他**

組織化されていない分野で、かつ、ブランド・イメージが低い商品については、支払いを商品入手後15日、30日、45日以内とすることができる。