2018 年7月 JETRO ドバイ

UAE のレディース・ファッション市場の概況

1. はじめに—イスラム市場、モデスト・ファッションと UAE

世界人口の約 25%はイスラム教を信仰している人々「ムスリム」であり、概して人口増加率が高く、若年層も厚いことから、ムスリムを面で捉えたマーケット分析・ビジネス展開が注目されている。トムソン・ロイターがこうした「イスラム市場」についてまとめた報告(Global Islamic Economy Report 2016-17)によると、2015年「イスラム市場」の内のファッション市場規模は 2,430億ドル。2021年の市場規模は2015年から51%増の3,680億米ドルまで拡大するとしており、2015年時点のアメリカ(4060億ドル)や中国(3440億ドル)に匹敵する市場となると予想されている。アラブ首長国連邦(UAE)はここで言及されている「イスラム市場」において、1位のトルコ(257億ドル)について2位(206億ドル)のファッション市場規模を有する。



図「イスラム市場」を構成する各国のファッション市場規模

出所: Global Islamic Economy Report より作成

ただ、「イスラム市場」と一括りにされているが、人々のファッションに対する考え方は勿論多種多様である。本稿で解説するレディース・ファッションについて概観すると、サウジアラビアや UAE 等の湾岸諸国では、外出時に「ヒジャブ」等と呼ばれるスカーフと、「アバヤ」と呼ばれる黒い薄手の生地で作られた上着を伝統的に着用する。イランでは頭から体をまとめて覆う「チャドル」の着用が推奨されている。これに対し、トルコ、インドネシアなどはカラフルなスカーフをまとい、外出時でもアバヤを羽織らない女性が多い。しかしながら、共通して言えることは、「露出を控え」、「体の線を強調しない」という点にあり、そうした"控えめな"スタイルを踏襲しながら新しいイメージを打ち出す"モデスト・ファッション(Modest Fashion)でという考え方が浸透してきている。アバヤの従来のイメージである「色は黒・体全体を覆う」ものばかりでなく、肌の露出を控えつつもファッション性の高い既製服が様々なブランドにより各地で展開されている。2016年からは日

本でもモデスト・ファッションをテーマにしたショーが開催されており、ムスリム以外にもネックライン・スカートの丈に配慮するといった露出が少ない点が好みの人々らに受け入れられているほか、「隠す」ことがむしろ「クール」だという捉え方もされてきている。上述のロイターの調査によると、2015年「イスラム・ファッション市場」全体の内のモデスト・ファッション市場規模は 440億ドルであり、全体の 18%に相当する。UAE は全体市場規模でこそトルコの後塵を拝しているが、モデスト・ファッションの流通量や認知度等から算出された指標では他国を大きく引き離して1位となっており、UAEの存在感が確認できる。ムスリム人口は中東地域のみならず、欧州に約2500万人、ロシアに940万人、アメリカに350万人と広範囲に広がっており、そうした世界中のムスリム女性や、彼女たちに影響力のあるファッションリーダー達がUAEで展開されるトレンドに熱い視線を送っている。

2. UAE 市場概要―存在感のあるドバイのファッション市場とそのトレンド

UAE には 200 以上の国籍の人々が居住していると言われているほどグローバルな国家であり、人口約1000万人の内、男女比率が7:3、UAE 自国民は約10%にすぎず、残りの約90%が出稼ぎ外国人となっている。単身での出稼ぎ居住が多いために男性、しかも所得水準が低いうえ収入のほとんどを自国にいる家族に送金しているような単純労働者層も厚いことや、平均年齢が33.5歳と若いこと等もマーケティング上、留意する必要がある。日本の高価格帯商品の売り先となる購買層を大まかに捉えれば、約1割のUAE人(年収平均約2,600万円※2017年ジェトロ調べ)に加え、所得の相対的に高い、約3割の家族を帯同する外国籍居住者(年収平均約1,000万円)と考えられよう。あわせて、ドバイだけで年間約1,500万人(2017年:宿泊を伴う海外からの来訪者数)の観光客層もターゲットとなろう。マスターカードの調べによると、2016年に観光客がドバイで消費した金額は約3兆円にも上っており、世界的にみても有数の観光消費都市である。サウジアラビア等の近隣諸国から週末を利用してショッピングに訪れる人々も多く、購買意欲は高い。

UAE のリテール・セクター全体を俯瞰すると、7つの首長国からなる UAE の中でドバイが、かつカテゴリー別でみると本稿で解説しているファッション分野が、マーケットを牽引している。ドバイ商工会議所は、2017 年のドバイのリテール・セクターの規模は 350 億ドルに達し、UAE 全体の 67%を占めており、2021 年には 25%増の 438 億ドルに達すると発表している。UAE のショッピングモールの約半数(60モール)がドバイに所在しており、前述の通り居住者のみならず、外国からも多くの観光客がショッピングに訪れている。また、UAE メディアのガルフ・ニュースによると、2016 年のドバイのリテール・セクター全体のカテゴリー別売り上げ1位がファッション分野で総額 115 億ドル、その内訳は 73%が衣服、18%が靴、9%がスポーツウエアーであった。2位がパーソナル・アクセサリー(腕時計がメイン)で 42 億ドルと続いており、ファッション分野への消費性向の高さが推察できる。

UAE のファッション市場には世界中のラグジュアリー・ブランドが進出しており、熾烈な競争が展開されている。トレンドとしては、前項で解説したイスラム・ファッション/モデスト・ファッションの展開が顕著になってきた

ことがまずあげられる。 筆者の感覚としてはここ 1 – 2 年前まで欧米系のモデルやファッションをそのまま打ち 出しているケースが目立っていたが、昨今写真のようなムスリム女性のイメージを全面に出したブランド広

告が目につくようになっている。世界最大規模のショッピングモールであるドバイ・モールを歩くと、「ドルチェ&ガッバーナ」(アバヤをデザインしたことで話題になった)、「オスカー・デ・ラ・レンタ」、「DKNY」といったハイブランドから、「H&M」、「ZARA」、「MANGO」といったファストファッション、スポーツチェーンにいたるまで、様々なブランド/デザイナー/カテゴリーによる現地女性をターゲットにしたイメージ展開が確認できるだろう。





写真 UAEのモールでみられる有名ブランドの広告例

また、高級ブランドだけでなく、ミドルレンジの層が厚くなってきていることもひとつのトレンドだ。UAEには、日本未上陸のものも含めて、世界中のブランドが集結しているような状況だ。英国の「ハーヴィー・ニコルズ」、米国の「ブルーミングデールズ」、フランスの「ギャラリー・ラファイエット」などの海外の高級百貨店もモールへ進出している。ユーロモニターの推計によると、UAEの高額所得層が高級嗜好品に消費する金額は2017年には80億ドルに達しており、カテゴリー別で高級車(29億ドル)に次いで、高級ブランドの服・靴(16億ドル)が続いている。さらに2015年の高級皮革製品(財布・バッグ・アクセサリー等)の小売販売額は4.13億ドルで対前年比14%の伸び率、2020年にはおよそ2倍の8億ドルに達する見込みであるとしており、一定規模の高級品市場があることは間違いない。一方で、ミドルレンジでは後述するような中東地場系のブランドに加え、「Splash」、「Shoe Mart」などインド系の企業がUAEに進出。また中央ヨーロッパを拠点としている靴・バッグ製造販売大手「CCC」が2019年に一号店をオープン、2023年までには60店舗に拡大させると発表するなど、新規出店が相次いでいる。

3. UAE 女性のファッション事情

ここからは UAE 人女性(自国民)に主にフォーカスし、そのファッション事情を解説する。UAE の解放的なイメージとは裏腹に、彼女たちはアラブ人女性と聞いてまず想像するような黒いアバヤをまとい、黒い「シャイラ」というスカーフ(ヒジャブと比べ、髪や首の一部が露出するかたち)を被って外出することが現在でも一般的である。そのような事情から、ファッションとは縁がないような印象を受けるかもしれないが、UAE 経済誌エミレーツ・ビジネスの記事によると、UAE 女性は収入の43%をファッションの購入に費やしているという。親族や友人たちとの結婚式や各種パーティー、宗教的な行事などで頻繁に外出する機会があり、女性同士になるとアバヤやスカーフを外すこともあって、最新の流行やファッションチェックには余念がない。特に結婚式に出席する際など、招待客がほとんど知り合いということも多く、(他人と/前回と)同じドレスを着ることにためらいがあるようだ。通常は「ラフな格好でもアバヤを羽織れば、どこへ行ってもきちんと見えて便利」という女性も多くいる反面、社交の場ではやはり気を使うものだ。特に断食月(ラマダン)は、イフター

ルと呼ばれる日没後の断食明け食事会に招待しあうなど社交的にも忙しい月となっている。また、断食明けのイードと呼ばれる祝日には、新調した服を着て挨拶に回るという習慣があり、断食月明けの前から衣服の販売が伸びると言われている。

また、女性の社会的自立が謳われるなかで、湾岸諸国の女性の価値観は激変期を迎えている。若い女性を中心として、「周りの目があるので一応はアバヤを着なければならない」という声も多く、その現れか前方を開けて羽織るようなアバヤ着用スタイルが UAE で昨今流行している。モデスト・ファッションの拡がりは自国民の子女が多く通う UAE 大学のキャンパスなどを視察すると明らかで、様々な色・形のアバヤを着た女性、また、身体全体を覆う洋服をアバヤとみなして着ている女性まで幅広いスタイルがみられる。

UAE の女性たちは、実に様々なファッションを楽しんでいる。以下、カテゴリーごとに UAE のレディース・ファッション事情を簡単に紹介したい。

- ① 洋服・ファストファッション:かつてUAE人女性がアバヤの下に身に着けているのは伝統的なドレスが一般的であったが、現在の主流は実は洋服だ。「ZARA」や「H&M」などファストファッションを好む若い女性も多く、世界的なトレンドと変わらない。中東で数多くの高級ブランド品の代理店となっている Chalhoub グループによる UAE を含む湾岸諸国のアラブ人を対象とした調査では、78%が「最新のトレンドに合わせることは重要である」と回答している。彼女たちは海外旅行をする際など、肌の露出は少ないにせよ長めの上着にジーンズなどを着用していて、スカーフを着用していなければムスリムとはわからない。例えばドバイ・モールには、「The Village」というコンセプトエリアに「Denim District」があり、デニム商品の人気を示している。また、UAE 大手ファッション通販サイト「Namshi」には様々な洋服が紹介されているが、20-30代のアラブ人女性を中心に月間1,500万のアクセスがあるといい、トレンドを図る指標でもあるようだ。同サイトには「Kimono」のカテゴリーも存在し、「Kimono」はラッピングスタイル・ガウンスタイルとして認知され、人気を集めている。
- ② 伝統的な衣服:アバヤをはじめとした伝統衣服は UAE 人女性の必須アイテムだ。モールなどで見かける彼女たちが身に着けているアバヤをみると、黒地にレースやビーズ、刺繍などを袖や裾に取り入れていたり、異なる素材や色を組み合わせていたりなど、差別化を意識した装いとなっていることがわかるだろう。通常は黒地だが、セレクトショップなどで気に入った色のものを選ぶこともある。





素材や色の組み合わせが違うアバヤとそれを身にまとう女性

アバヤの価格帯は数千円の安価なものから 100 万円を超える高価なものまで幅広い。各モールに 概ねアバヤを販売する店舗が入居するほか、ネット販売も発達している。 生地を購入してテイラーで



仕立てることも一般的だ。UAE人家庭のヴィラ(戸建住宅)が多く立ち並ぶミルディフ(Mirdif)エリアに、アバヤを専門で取扱う「アバヤ・モール」まである。同モールでは大変な種類のアバヤが取り扱われており、伝統衣装に欠かせない宝飾品や香水などの店舗も併設されている。また、アバヤや次項のドレスをあわせて扱う高級ブティックが海沿いの高級エリア・ジュメイラ(Jumeirah)に多く集まっており、UAE人女性から購入場所として支持が高い。「Mauzan」などの路面店のほか「サンセット・モール」にはブティックが多数入居している。

オーソドックスなアバヤ

③ パーティー用ドレス: UAE 人女性は、パーティーに着るドレスを高級ブティックで購入するか、オートクチュール系店舗でデザイン・特注する場合が多い。「ジャラベーヤ」と呼ばれる丈の長い伝統的なドレスもあるが、TPO に合わせ様々な装いをしている。チェーン展開する高級ブティックの例としては、イブニングドレスだけでも 45 ブランドを扱う「ETOILE」があり、ドバイ・モール、モール・オブ・ジ・エミレーツ、WAFI モールといった主要モー





高級デパート内の売り場 人気のセレクトショップ

ルに店舗を持つ。子供服・ジュエリー店を含め 7 店舗を展開するセレクトショップの「Sause」では、上品なカクテルドレス、イブニング・ガウンなども販売されている。

④ 靴・バッグ: UAE 人女性はアバヤを着ていても他人から見える位置にある靴やバッグには非常に気を使っている。パーティーなど外出時は中に着ている服装に合わせてコーディネートするため、多くの種類を揃えていることも多いようだ。服飾関係者の話によれば、UAE 人女性は購買力が高く、高級ブランドを好んで購入する傾向がある一方、教養のある若い層を中心として素材やデザインをよくみて気に入れば無名のブランドでも受け入れる傾向にあるという。



ドバイ・モールには、「Level Shoe District というエリアがあり、「ルイ・ヴィトン」、

「トッズ」、「クリスチャン・ルブタン」を始め、350 ブランドが約 9,000 平米の広さの中に入居している。 最近の傾向としては、デザインと履きやすさを両立したものが人気で、ミュールタイプや刺繍やビーズなどの入ったおしゃれなスリッパ型等が好評という。







左)「Level Shoe District」のエントランス

右) 最近人気だという履きやすいタイプの靴の例

年配女性を中心にアバヤの下に、白いジョギングシューズやスポーツタイプの靴を履いている人もよく見かけるようになった。



特殊レザー商品の例(15 万円くらいから)

バッグに関しては、世界的にメジャーな高級ブランドに加えて、イラン人とスウェーデン人のハーフでドバイベースに活躍するデザイナーズブランド「Amanda Navai」、2016年ドバイ創業の「Lanej」など地域発ブランドも多く展開している。米国育ちのサウジアラビア人女性が手掛ける「Hanuxe」、UAE人女性若手起業家が経営する「Chique la Boutique」など、富裕層家系の子女が立ち上げたデザイナーズブランドやファッションハウスなども注目されている。そうした現地ブ

ランドは、自国でデザインをし、イタリアないしはタイでバッグを製造している形態が多いようだ。また、素材について、パイソンやリザード、クロコダイル、オーストリッチといった革を使用したバッグもよく見かけるようになった。欧米ブランドではそうした特殊レザー品は非常に高価だが、地域発ブランド製品は比較的安価な値段となっている。こうした地域発ブランドはソーシャルネットワーキングサイトや著名ファッション・ブロガーによる情報発信に力を入れている。

最後に、総括するとUAEは自国民女性の人口規模だけで考えるとさほど大きな市場ではないかもしれないが、その購買力や湾岸諸国、ムスリム市場への拡がり・発信力という意味で魅力的な市場である。以上でみてきたような市場構造・特性をとらえながら、どのセグメントにどういったかたちで展開するか予めイメージし、UAEへの商品展開を挑みたい。

以上

◇あわせて参照ください:

・通商弘報「急成長するオンラインショッピング市場 – 日本から出品可能な国内 EC サイトも – 」(2017 年 10 月)
https://www.jetro.go.jp/biznews/2017/10/94e1314c43e67847.html

・アブダビ・ドバイスタイル(2015年 12月)

https://www.jetro.go.jp/world/reports/2015/02/8a510d662cfc29f9.html

UAEにおけるレディース・ファッション市場の状況 (2018年7月作成)

UAEプラットフォーム・コーディネーター: GEN EVENTS LLC 日本貿易振興機構(ジェトロ)ドバイ事務所

35th Floor, #3503 - #3506, The One Tower, Barsha Heights, TECOM, Dubai, U.A.E.

【おことわり】本資料は「UAE 中小企業海外展開現地支援プラットフォーム事業」の一環として作成したものです。提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご利用下さい。ジェトロではできるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本資料で提供した内容に関連して不利益等を被るような事態が生じたとしても、一切の責任を負いかねますので、予めご了承下さい。