

アラブ首長国連邦

富裕層の消費力に照準を

ジェトロ海外調査部主査 小野 充人

アラブ首長国連邦（UAE）は、1人当たりのGDPが3万6,000ドル（2015年）を超える富裕国である。しかし、人口958万人（IMF：15年、推計）の9割近くを外国人労働者が占めるため、その国内消費額は統計に表れるほど大きくはない。本稿では、ドバイ首長国における世帯別の支出・収入調査を基にUAEの消費構造を明らかにし、高所得者層をターゲットとしたマーケティングを提案する。

国内消費けん引役は？

中国の「HURUN Global Rich List（2017）」によると、2017年現在、ビリオネア（10億ドル長者）は世界に2,257人いる。うちUAE居住者は21人で、これはビリオネアが居住する68カ国中第19位（日本は42人で第10位）だ。UAEでは人口に占める超富裕者の比率が高い。しかし、それは、居住者の平均所得が見かけほど大きくはないことを意味する。

ドバイ首長国の支出・収入調査を基にUAEの人口

構成を逆算すると、自国民人口は9.7%、外国人人口が90.3%となる。アブダビ首長国では自国民比率が2割弱とドバイより高い。ドバイの数値で一般化できるかという問題はあるが、UAEにおける自国民人口は1割強と推定されているところから、ドバイ首長国の数値で代用しても大きな問題は生じないと考えられる。

所得分布を見ると、1割を占める自国民に代表される富裕層と9割を占める外国人労働者に大別できる。外国人労働者は、さらにその4割を占めるマネージャークラスの高所得階層および中間層、1割強を占める低所得者層、3割を占める建設労働者などに分かれる。

最も裕福なのは自国民世帯。平均収入は86万6,890ディルハム（約2,601万円。以下、DH。1DH＝約30円）で、うち100万DH以上が28.58%と最大比率を占め、次いで40万～50万DHの収入層が11.16%を占める（表、図）。一方、外国人世帯の平均収入は33万7,392DHで、うち100万DH以上は2.8%を占めるにすぎず、最貧層10万～20万DH（26.7%）、次いで20万～30

万DH（21.98%）、30万～40万DH（13.97%）と、この3カテゴリーで6割強を占める。平均収入が66万DH（約2,000万円）を超える世帯数は8.6%にとどまる。

仮に世帯所得が66万DHを超えるケースを高所得層と定義すると、人口の11%を占める自国民の上位5割の所得世帯、そして人口の43%を占める外国人世帯の上位9%程度が高所得世帯であるといえよう。つまり、全世界帯の1割弱が高所得世帯であるということだ。

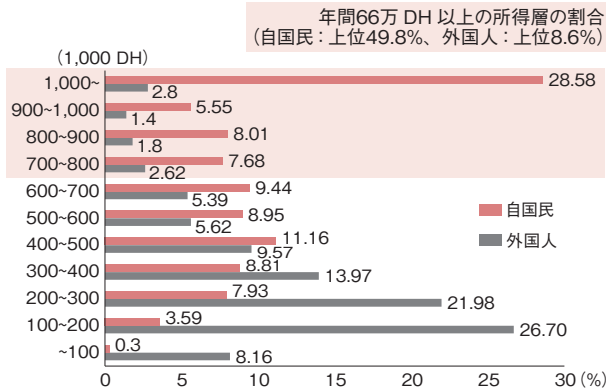
UAEにおける世帯別支出構造内

表 世帯別1人当たり年平均所得

	平均		労働キャンプ		集合世帯		外国人世帯		自国民世帯	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比
世帯所得	269,181		29,215		199,501		337,392		866,890	
平均世帯人数（人）	3.8		1.0		4.0		3.6		6.6	
1人当たり収入	70,456		29,215		49,939		94,717		130,794	
1人当たり支出	42,987		22,526		32,324		56,967		65,032	
差（貯蓄）	27,469		6,689		17,615		37,750		65,762	
貯蓄率	39.0		22.9		35.3		39.9		50.3	
貯蓄率（含む送金）	49.1		61.1		56.0		44.5		50.9	
主要支出内訳	支出金額	構成比	支出金額	構成比	支出金額	構成比	支出金額	構成比	支出金額	構成比
食糧・飲料	5,069	11.8	1,672	7.4	4,291	13.3	6,874	12.1	9,448	14.5
非食糧・飲料	24,877	57.9	6,077	27.0	15,487	47.9	40,168	70.5	33,553	51.6
衣料・靴	682	1.6	89	0.4	412	1.3	1,013	1.8	1,586	2.4
光熱費	9,718	22.6	1,147	5.1	7,663	23.7	17,894	31.4	4,734	7.3
交通費	3,484	8.1	380	1.7	1,946	6.0	5,461	9.6	7,348	11.3
通信費	2,132	5.0	1,123	5.0	1,744	5.4	2,693	4.7	3,574	5.5
レストラン・ホテル	2,392	5.6	2,555	11.3	2,345	7.3	2,349	4.1	2,125	3.3
家賃	5,895	13.7	3,613	16.0	2,183	6.8	5,482	9.6	21,203	32.6
消費支出計	35,842	83.4	11,363	50.4	21,961	67.9	52,524	92.2	64,204	98.7
送金	7,146	16.6	11,163	49.6	10,363	32.1	4,444	7.8	828	1.3
合計	42,987	100.0	22,526	100.0	32,324	100.0	56,967	100.0	65,032	100.0
ウエイト		0.473		0.31835		0.15418		0.43109		0.09652

注：①ウエイトは平均支出額などから逆算して求めた。②世帯所得、1人当たり収入の平均は、加重平均値で求めた。③1人当たり収入と支出の差額を貯蓄額と定義した
 資料：ドバイ統計センター「世帯別支出・収入調査 2014/2015」を基に作成

図 世帯別所得分布



訳で目に付くのは、貯蓄率の高さだ。特に労働キャンプや集合世帯^注の住人は、本国に残した家族への送金が目的で就労する出稼ぎ労働者が多く、彼らの貯蓄率（送金を含む）は5~6割と高く消費性向は低い。消費支出水準がもともと低いため、国内消費に貢献する度合いも低い。よって、UAEにおける消費をけん引するのは、人口の4割強を占める、家族を連れて出稼ぎに来ている外国人世帯、および1割弱を占めるにすぎないながら高所得で消費支出比率が高い自国民世帯である。上記した両者の1人当たり消費支出額は、それぞれ5万2,524DH、6万4,204DHとかなり大きい。

UAEにおいては旅行者による購買需要も無視できない。特に、ドバイでは国際展示会、スポーツイベント、国際会議、ショッピングフェスティバル……などで旅行者の買い物需要を喚起している。世界旅行ツーリズム協議会によれば、外国人旅行客がUAEで支出した金額は、15年には897億DH（2兆9,600億円）に上る。

UAE人口の過半を占める労働者およびUAE近隣の後背市場の所得水準は低く、消費財の購入に際して品質よりも価格に敏感に感応する購買層が多い。そのため、高品質をうたう日本製品は途上国製品との値引き競争に巻き込まれて苦戦する傾向がある。一方、富裕層が消費する財は、価格に左右されにくいブランド品が多い。実際、UAEで販売される欧州のブランド品は、伝統的に高価格を維持し価格競争とは一線を画している。

アラブでは、「日本製品は壊れず品質が良い」という評価が確立しており、「日本」自体がブランド化している。近年、日本製品の中には、希少性や高品質を武器に成功を収める商品も出始めている。例えば和牛。食生活が欧米に近い中東地域では和牛への関心が高く、和牛のUAE向け輸出額は、16年には前年比1.6倍の

伸びを見せている。とりわけ日本産和牛は、高価格にもかかわらず中東地域での消費が伸びているのだ。

焼き菓子のヨックモックやモロゾフ、チョコレート菓子のロイズも、UAEに進出しており、最近では洋菓子のシャトレゼが進出するなど、日本の洗練された味が現地アラブ人たちを魅了している。

有望な医療ツーリズム

市場は財だけではない。サービスにも目を向けたい。英国観光庁によると、UAEからの1訪問当たりの観光支出額は1,404ポンド（約26万円）である。UAEの場合は訪問目的の5割を「知人・縁戚者の訪問」が占め、出稼ぎ英国人の帰省も含むため、一般的な旅行者とは区別されるべきかもしれないが、典型的な観光旅行者が多いサウジアラビアの場合、1訪問当たりの支出額が3,769ポンド（約70万円）と大きい。同観光庁は観光誘致キャンペーン（Visit Britain）を実施し成功を収めた。背景には、湾岸アラブ人にとっては英国が、伝統的に好ましい“ブランド”訪問先であることがある。

UAEは医療ツーリズムを振興しており、海外からの患者の呼び込みに努めている。しかし、同国は伝統的には患者の出し手であることから、米国や欧州、近年はアジア諸国へと患者を送り込んでいる。いまだ医療ツーリズム誘致をUAEで展開していない日本にとっては、高度先進医療技術や先端医療機器の利用を売り込むことで、UAEからの患者誘致も可能であると考えられる。

アラブの社会では、概してブランド品が嗜好されるが、実際の購入に当たっては、知人による口コミ・評価などが与える影響が大きい。前述のヨックモックはUAE進出前、米国で商品を知ってファンになった自国民から出店要請が数件あったという。これは「おいしい」「高品質」という製品評価・口コミがブランドを形成し、中東ビジネスにつながった事例と考えられる。「日本」という高品質ブランドイメージを活用し、口コミなどによる評価を通じて、個別のブランドを確立することが、成功への鍵となろう。その意味で、UAEでの日本製品の浸透体験は、今後アラブ市場を開拓する上で一つのヒントともなり得るのではあるまいか。

注：シェアハウス、寮・宿舍、病院・養老ホームなどの居住者世帯。