

# パキスタンの e コマース市場調査

2017 年 3 月

独立行政法人 日本貿易振興機構  
ビジネス展開支援部 途上国ビジネス開発課 BOP 班

【免責条項】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、できるだけ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、ジェトロ及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。

## はじめに

eコマースとは、マーケットへのアクセス、サービスの提供、決済(理想的には現金支払いに代わる決済)などを含む、オンラインで行われる商業活動を促進するあらゆるものを指す。eコマースは、実態的、伝統的な経済に比べ、商品やサービスの市場参入余地が大きい。インターネットアクセスと電子決済のシステムは、eコマースにとっては不可欠な要件である。パキスタンは、eコマースの成長が著しい近隣諸国に比べると、eコマースの環境整備は出遅れていると考えられている。しかし、成長速度は遅いもののインターネットユーザーの数は増えており、オンラインショッピングも普及し始めている。

今後数年にわたり、買い物の仕方を大きく変える原動力になると考えられる要因はいくつかある。最近のモバイル事業者の投資は、ブロードバンド/インターネットサービスプロバイダーの拡大とスマートフォンの価格低下をもたらし、オンラインマーケットへのアクセスは、既に容易になっている。モバイルマネーも電子決済の範囲を拡大するソリューションとなっており、パキスタンにおけるeコマース環境の発展を支えている。こうした事象は、初めてeコマースを経験する利用者にも安心感を与え、口コミによる利用拡大を生み出すと考えられる。

市場の将来性を見込み、既に大口の外国人投資家は独自の方法にて、パキスタンでオンラインストアを立ち上げている。例えば、ドイツをベースにするRocket Internetが支援するdaraz.pkやkaymu.pkといったオンラインストア、南アフリカのメガメディアグループNaspersが設立したolx.com.pkのようなクラシファイドサイト(クラシファイドサイトとは企業や個人に広告環境を無料で提供するサイトを言い、サイトでは自動車、土地、家具、衣服、エレクトロニクスなど様々な選択カテゴリーを提供している)などである。また、homeshopping.pk、shophive.com、symbios.pkといったパキスタン企業も登場しており、成功へと力を注いでいる。

eコマースの潜在能力をフルに引き出すためには、政府と民間部門の両方が共にこの産業の成長を妨げる可能性がある障害を特定し、解決する必要がある。本調査は、日本貿易振興機構が現地調査機関Evaluation Grid (Pvt.) Ltd.社とともに、eコマースの市場規模から先行企業の動き、オンラインストアの利用者の実態、流通・決済方法、政府の規制や取り組みについてまとめたものである。eコマースに関心のある方々の参考となれば幸いである。

2017年3月

日本貿易振興機構

ビジネス展開支援部途上国ビジネス開発課 BOP 班

<https://www.jetro.go.jp/themetop/bop/>

## 目次

1. eコマースの市場規模.....	1
2. eコマース市場参入企業事例 .....	4
3. ウェブベースの証券取引および商品取引.....	9
4. 利用者の声 .....	10
5. eコマース運営企業の声 .....	13
6. 流通方法 .....	15
7. 支払方法 .....	16
8. インターネット/eバンキング .....	17
9. 政府の規制・監督、関税/税、および支援.....	18
10. eコマース市場の課題と潜在性 .....	20

## 1. eコマースの市場規模

Pakistan Telecommunication Authority (パキスタン電気通信局)の統計によると、第3世代(3G)およびLTEモバイルへの申し込み総数は2,953万件まで伸びている。

パキスタンは今インターネット時代へと移行しつつあり、その浸透率は17.8%と推定されており、大きな成長の可能性を有している。今後、より多くの国民がインターネットにアクセスすると考えられている。

インターネットの浸透率上昇と連動し、全人口の67%を超える人が携帯電話にアクセスしていると推定されている。近年はスマートフォンの波が押し寄せており、その使用も日に日に増えている。インターネットが可能なスマートフォンはインターネットへのアクセスを劇的に容易にし、あらゆる人々に対し、オンラインビジネスへのアクセスを容易にしている。

表 1. パキスタンにおけるインターネット利用者数の推移

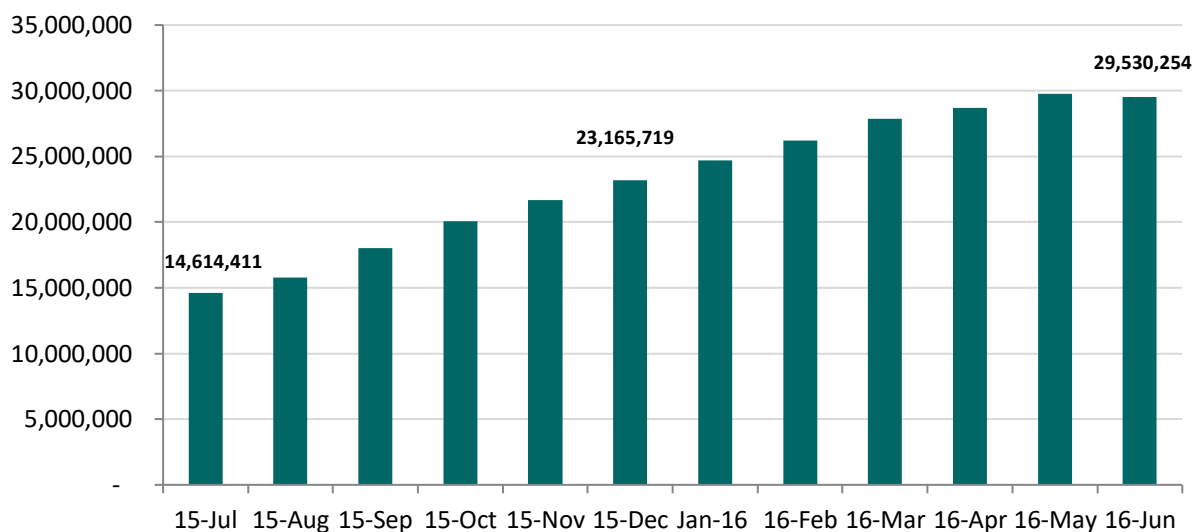
年	インターネットユーザー**	浸透率 (人口に占める%)	総人口	1年間のインターネットユーザー数 の変化(%)	1年間のインターネットユーザー 数の変化
2016*	34,342,400	17.80%	192,826,502	9.70%	3,024,054
2015*	31,318,346	16.60%	188,924,874	22.60%	5,782,235
2014	25,536,111	13.80%	185,044,286	29.30%	5,786,113
2013	19,749,998	10.90%	181,192,646	11.80%	2,081,730
2012	17,668,268	10%	177,392,252	13%	2,038,000
2011	15,630,268	9%	173,669,648	14.90%	2,026,755
2010	13,603,513	8%	170,043,918	8.90%	1,114,440

(出所) <http://www.internetlivestats.com/internet-users/pakistan>

\* 2016年7月1日時点の推定

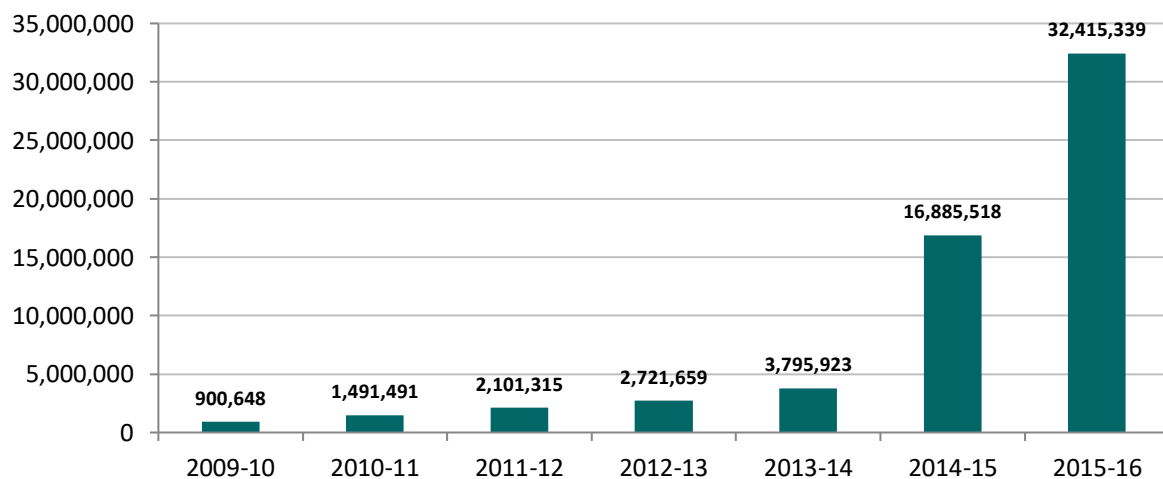
\*\*インターネットユーザー＝自宅ですぐれかのタイプおよび接続を介してインターネットにアクセスできる個人

図 1. パキスタンにおける 3G/4G 加入者の月別統計



(出所)PTA 産業報告書

図 2. パキスタンにおけるブロードバンド加入者



(出所)PTA 産業報告書(2016年4月)

(註1) 3G/4G は、携帯電話やタブレットを使ったインターネット接続サービス  
データカードが利用でき、SIM 利用可能装置で SIM を使用しサービスを利用

(註2) ブロードバンドはモデムを使用し、有線接続するインターネット接続サービス

## ■ e コマース市場規模の推定

パキスタンの e コマース市場規模に関しては、複数の推定値がある。本業界の関係者の中には、次のような推定値がある：

- 「現在のパキスタンの e コマース市場の規模は、1 億ドルであるが、今後 5 年間で 100 億ドル規模の産業になるだろう」  
(出所)パキスタン Telenor 社 副 CEO Irfan Warab Khan  
2016 年 5 月 15 日付、www.morenews.pk
- 「過去数年にわたる成長(現在、オンライン上での購買は、3,000 万ドルを超えている)は、今後さらに拡大が期待されており、パキスタンの e コマース市場規模は、2017 年までに 6 億ドルに達すると予測される」  
(出所)2016 年 3 月 9 日付、Business Recorder ウェブサイト
- 「2016 年 6 月時点の Facebook 加入者は、27,000,000 名。浸透率は 14%」  
(出所)<http://www.internetworldstats.com/asia.htm>

市場規模の拡大が予測される一方、現状のオンラインショッピングや Facebook 等のソーシャルメディアサイト上で事業運営されているものの決済方法の主は、代金引換(COD)である。こうしたこともあり、当局側が e コマース市場規模の全体像を把握することが難しい点もある。

インターネットおよび Facebook のようなソーシャルメディアサイトへのアクセスの増加に伴い、マーケティングのトレンドも急激に変化しており、意見形成の方法も変わりつつある。こうした変化は、買い物だけではなく、求職方法、土地・財産、レンタル業務などその他の e コマースの活動領域にも大きな影響を及ぼすだろう。

パキスタンでは Facebook は、新規の小規模事業者がオンラインで製品／サービスの売り込み、受注をする為の一般的な手段にもなっている。こうした小規模事業は、学生や主婦およびフリーランスによって運営され、その事業はソーシャルメディアを介してのみ行われているケースもある。確立された事業も Facebook 上に多く存在しており、彼らは、利用者に対し、適時、新製品やプロモーションを提供している。

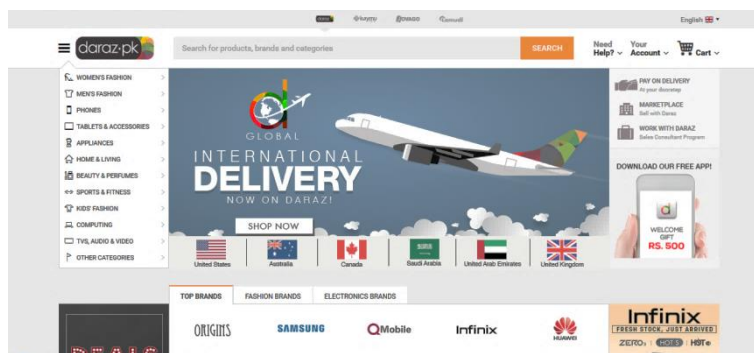
- 小規模／新規事業の例：
  - <https://www.facebook.com/EMAANSCAKES>
  - <https://www.facebook.com/SSRS.Photography>
  - <https://www.facebook.com/kapraywali>
- 既存事業の例：
  - <https://www.facebook.com/darazpk>
  - <https://www.facebook.com/shophive>
  - <https://www.facebook.com/symbios.pk>

## 2. eコマース市場参入企業事例

パキスタンで人気を集めているオンラインサイトには、以下のようなサイトがある。  
※複数の利用者への調査、発行されている記事などから選定(出所同)。

### ■ Daraz.pk (Rocket Internet、ドイツ) (B2B & B2C)

2012年にパキスタンでオンラインファッション事業として開始。その後、ビジネスモデルを一般商品に拡大し、エレクトロニクス、家庭用品、ファッションやその他、複数の分野の高品質ブランドを取り扱うオンライン小売サイトとして展開している。



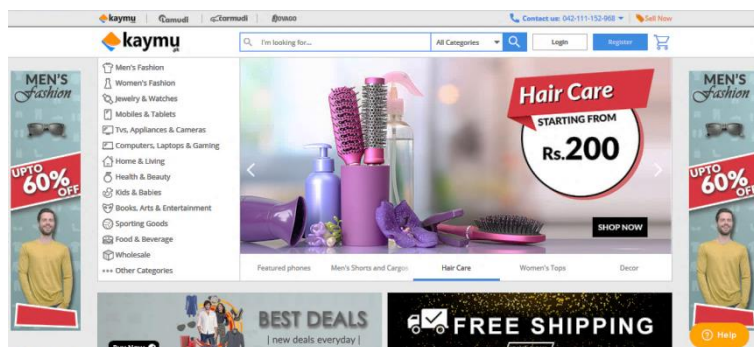
#### 月当たりのヒット数:

2016年5月: 7,600,000  
2016年6月: 5,450,000  
2016年7月: 6,000,000  
パキスタンからのヒット数: 96.06%  
ソーシャルサイトからの照会: 10.43%  
Facebookの照会: 86.73%

2016年7月時点のデータ

### ■ Kaymu.pk (Rocket Internet、ドイツ) (B2B & B2C)

2012年に始まったメーカーや輸入会社が様々な製品を提供するオンライン小売サイト。消費者は、中古、新品を問わずスマートフォン、コンピュータ、ファッショングッズ、衣服、家庭用品等を購入することができる。



#### 月当たりのヒット数:

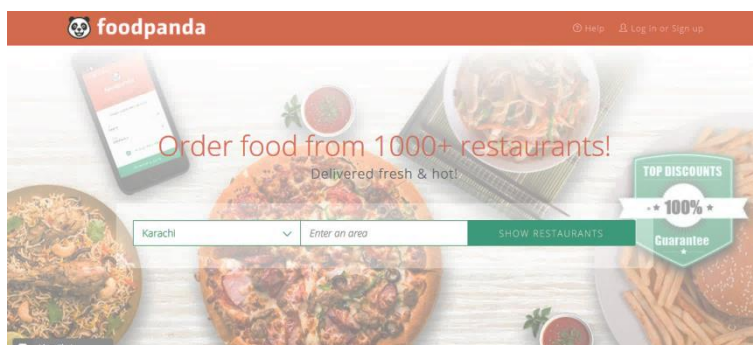
2016年5月: 1,250,000  
2016年6月: 1,450,000  
2016年7月: 1,600,000  
パキスタンからのヒット数: 89.67%  
ソーシャルサイトからの照会: 8.16%  
Facebookの照会: 93.02%

2016年7月時点のデータ



## ■ Foodpanda.pk (Rocket Internet、ドイツ) (B2B & B2C)

2012年より開始した、パキスタンで利用できるオンラインフード宅配サービス。同社のウェブサイトとモバイルアプリは、利用者の所在地に基づきオプション(特定エリアへ配達を行っているレストラン)を見つけ、利用できるレストランリストを提供している。消費者はそのウェブサイト/アプリを使用し、リストにある食事の配達を注文することができる。



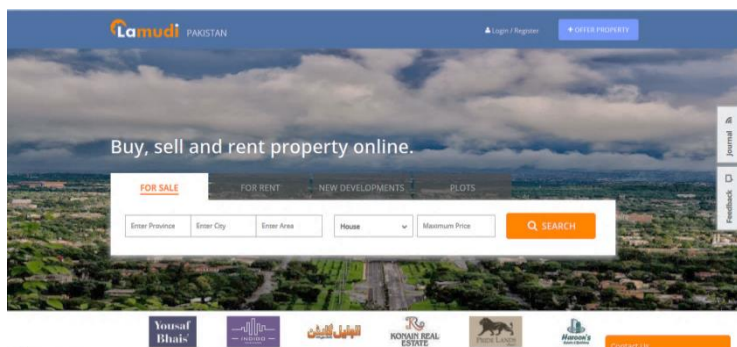
### 月当たりのヒット数:

2016年5月: 180,000  
 2016年6月: 130,000  
 2016年7月: 210,000  
 パキスタンからのヒット数: 94.89%  
 ソーシャルサイトからの照会: 3.83%  
 Facebookの照会: 91.95%

2016年7月時点のデータ

## ■ Lamudi.pk (Rocket Internet、ドイツ) (B2B & B2C)

2013年10月に開始したパキスタン全土をカバーする不動産に特化したポータルサイト。住宅市場に対し、売り主、買い主、家主、借借人がオンラインで簡単に不動産物件を見つけること/掲載することができるプラットフォームを提供している。



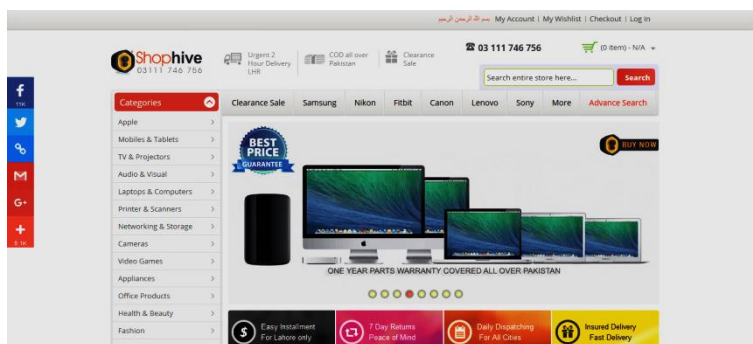
### 月当たりのヒット数:

2016年5月: 200,000  
 2016年6月: 170,000  
 2016年7月: 180,000  
 パキスタンからのヒット数: 82.13%  
 ソーシャルサイトからの照会: 5.43%  
 Facebookの照会: 97.57%

2016年7月時点のデータ

## ■ Shophive.pk (B2B & B2C)

2006年に開始したテクノロジーとライフスタイル関連も含む様々な製品を扱うオンライン小売サイト。同社は、輸入企業やメーカーなどの事業者が登録を行うことで、オンラインで製品が販売できるビジネス機会の提供も行っている。



### 月当たりのヒット数:

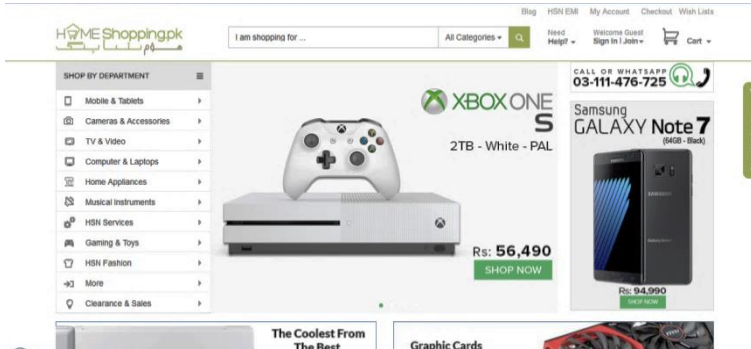
2016年5月: 520,000  
 2016年6月: 560,000  
 2016年7月: 610,000  
 パキスタンからのヒット数: 94.26%  
 ソーシャルサイトからの照会: 2.83%  
 Facebookの照会: 89.68%

2016年7月時点のデータ



## ■ Homeshopping.pk (B2C)

6年前よりオンラインポータルを運営しており、会社の名称がオンラインポータルの名称となっている。同社は、カラチ、ラホール、イスラマバードを含む主要都市で実店舗も運営している。



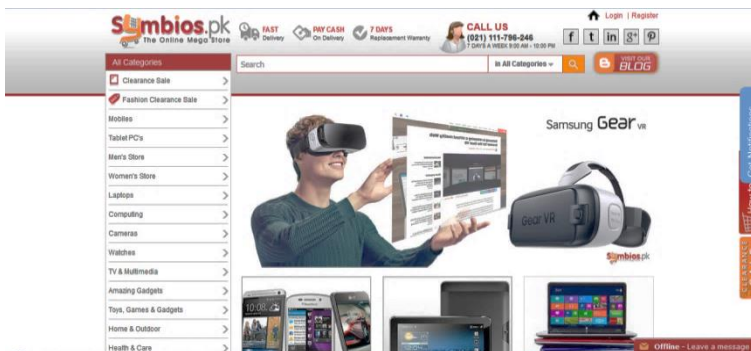
### 月当たりのヒット数:

2016年5月: 810,000  
 2016年6月: 850,000  
 2016年7月: 820,000  
 パキスタンからのヒット数: 91.99%  
 ソーシャルサイトからの照会: 1.11%  
 Facebookの照会: 68.66%

2016年7月時点のデータ

## ■ Symbios.pk (B2C)

パキスタンにおけるオンライン小売サイトのパイオニアの1つ。テクノロジーとライフスタイル製品を含む様々な製品を扱っており、FATA(註)を含むパキスタン全土の都市をカバーしている。(註)FATA: 連邦直轄部族地域とは、Khyber-Pakhtunkhwa および Baluchistan と州境を接するパキスタン北西部にある半自治的部族地域のことである。



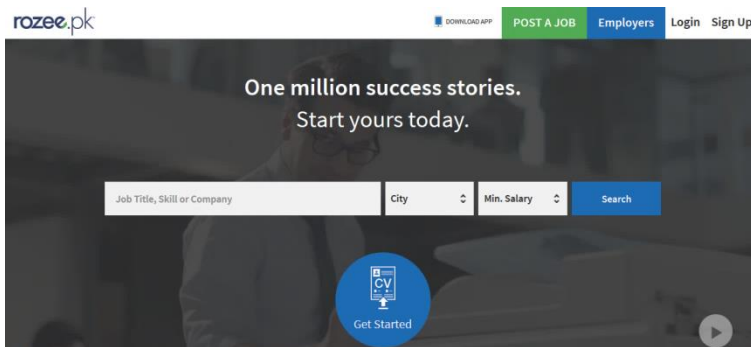
### 月当たりのヒット数:

2016年5月: 510,000  
 2016年6月: 480,000  
 2016年7月: 540,000  
 パキスタンからのヒット数: 91.69%  
 ソーシャルサイトからの照会: 3.71%  
 Facebookの照会: 97.46%

2016年7月時点のデータ

## ■ Rozee.pk (B2B & B2C)

2007年にパキスタンに設立された、本社をラホールに置き、サウジアラビアにもオフィスを持つ会社 Naseeb-Networks Inc.が運営。ROZEEはオンライン上で、求職者と職業を結びつけるサイト。求職者用と雇用主用、双方に専用のサイトがあり、サービス提供を行っている。



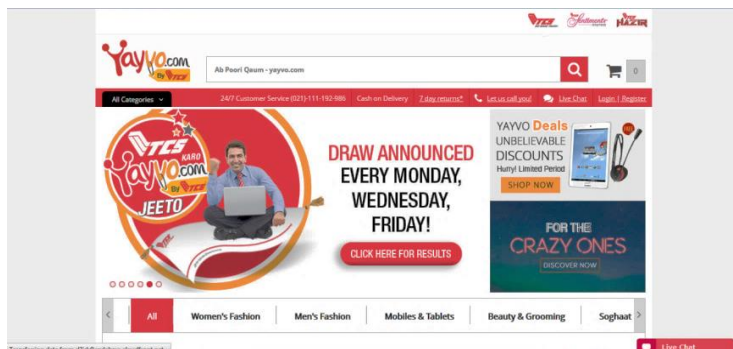
### 月当たりのヒット数:

2016年5月: 1,750,000  
 2016年6月: 1,500,000  
 2016年7月: 1,400,000  
 パキスタンからのヒット数: 94.21%  
 ソーシャルサイトからの照会: 4.48%  
 Facebookの照会: 76.44%

2016年7月時点のデータ

## ■ Yayvo.com (B2B & B2C)

E-COM は TSC(Private) Limited(1983 年から宅配便事業にも参入している)の独立会社であり、オンライン小売サイトを全国展開している Yayvo.com や Sentiments Express といった事業を手がけている。エレクトロニクス、携帯電話、美容関連およびライフスタイル製品等を販売している。Yayvo は事業者が登録して、製品をオンラインで販売する事業も行っている。



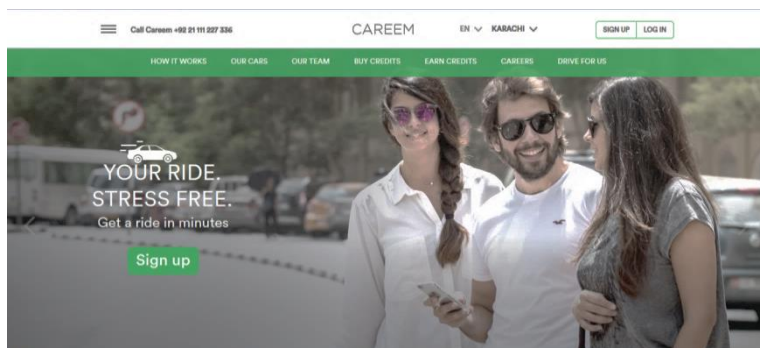
### 月当たりのヒット数:

2016 年 5 月: 300,000  
2016 年 6 月: 380,000  
2016 年 7 月: 300,000  
パキスタンからのヒット数: 96.12%  
ソーシャルサイトからの照会: 10.43%  
Facebook の照会: 96.97%

2016 年 7 月時点のデータ

## ■ Careem.com (B2C)

タクシーを予約、追跡、支払することができるモバイルアプリの提供を開始。パキスタンでは 2015 年後半に事業を開始し、ドバイからリヤド、モロッコからドーハ、カラチからラホールまでの地域の 26 都市、そして現在はイスラマバードでサービスを提供している。同社は 2012 年にドバイを拠点に事業を開始した会社で、カラチにも事務所を開設している。



### 月当たりのヒット数:

2016 年 5 月: 250,000  
2016 年 6 月: 300,000  
2016 年 7 月: 350,000  
パキスタンからのヒット数: 34.28%  
ソーシャルサイトからの照会: 5.13%  
Facebook の照会: 76.11%

2016 年 7 月時点のデータ

## ■ Pakwheels.com (B2B B2C & C2C)

2003 年に開始したパキスタン最大の自動車業界サイト。車を購入する人と車を売る販売店/代理店をつなぐ。本サイトはパキスタンの車愛好家のオンラインコミュニティにもなっている。



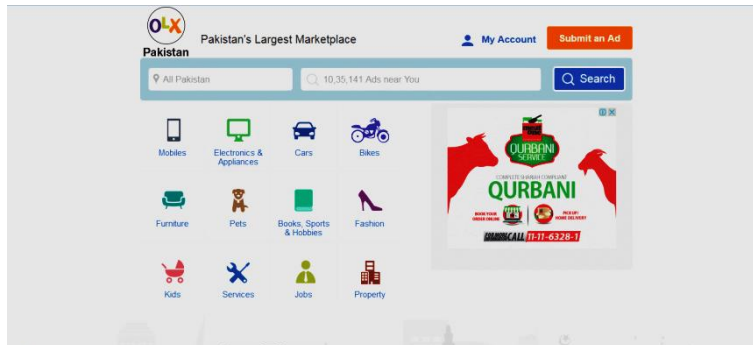
### 月当たりのヒット数:

2016 年 5 月: 2,300,000  
2016 年 6 月: 2,300,000  
2016 年 7 月: 2,700,000  
パキスタンからのヒット数: 84.04%  
ソーシャルサイトからの照会: 11.11%  
Facebook の照会: 95.33%

2016 年 7 月時点のデータ

## ■ Olx.com.pk (B2B B2C & C2C)

OLX は世界規模のオンライン小売およびオークションサイトである。彼らは 100 弱の国々で実績を有している。各国にて、独自のドメインを持っている。パキスタンでは olx.com.pk の下で運営されており、個人や事業者が、オンラインで製品およびサービスの販売を行っている。



### 月当たりのヒット数:

2016 年 5 月: 4,700,000  
 2016 年 6 月: 4,350,000  
 2016 年 7 月: 5,300,000  
 パキスタンからのヒット数: 93.33%  
 ソーシャルサイトからの照会: 3.11%  
 Facebook の照会: 73%

2016 年 7 月時点のデータ

## ■ Tradekey.com.pk (B2B)

サウジアラビアを拠点とする企業で B2B ビジネス開発ソリューションおよび展示会を活用したマーケティングサービス、バイヤー向けのコンサルテーション、マネージメントソリューションを提供している。同社は、Tradekey.com というウェブサイトと共に 2005 年に設立され、世界中で輸入会社と輸出会社、バイヤーとサプライヤーを結びつけている。Tradekey.com.pk はパキスタン市場向けの同様のソリューションを提供する会社として 2013 年に設立された。



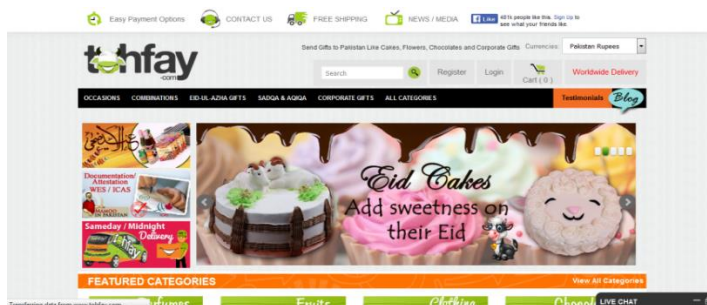
### 月当たりのヒット数:

2016 年 5 月: 130,000  
 2016 年 6 月: 120,000  
 2016 年 7 月: 95,000  
 パキスタンからのヒット数: 89.92%  
 ソーシャルサイトからの照会: NA  
 Facebook の照会: NA  
 NA: データなし

2016 年 7 月時点のデータ

## ■ Tohfay.com (B2C)

2001 年に開始したパキスタンをベースにしたオンラインギフトサービスポータル。コンセプトは、海外在住のパキスタン人には、パキスタン国内にいる親しい人へ特別な日に贈り物を贈るための手段として、またパキスタン国内在住の人々へはケータリングサービスを提供することを目的にしている。ギフトは、花、ケーキからエレクトロニクス、家庭用品まで数多くの選択肢を提供している。



### 月当たりのヒット数:

2016 年 5 月: 110,000  
 2016 年 6 月: 65,000  
 2016 年 7 月: 60,000  
 パキスタンからのヒット数: 74.84%  
 ソーシャルサイトからの照会: 13.3%  
 Facebook の照会: 100%

2016 年 7 月時点のデータ



### 3. ウェブベースの証券取引および商品取引

#### ■ パキスタン証券取引所 (PSX) [www.psx.com.pk](http://www.psx.com.pk)

オンライン株取引は、以前、カラチ証券取引所 (KSE)、ラホール証券取引所 (LSE)、イスラマバード証券取引所 (ISE) とパキスタン国内 3 カ所のマーケットで行うことができた。

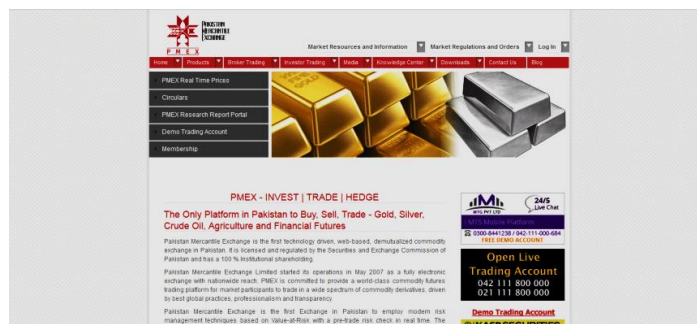
2016 年 1 月 11 日に上記 3 証券取引所が合弁し、パキスタン証券取引所 (PSX) が誕生。カラチ、ラホールおよびイスラマバードに取引事務所を構えるパキスタンの主要証券取引所になった。2016 年 6 月 15 日時点で、PSX には 577 社が上場しており、証券取引の投資家には 1,886 人の外国機関投資家と 883 人の国内機関投資家と約 22 万人の個人投資家がいる。さらに約 400 の株式仲介会社と 21 の資産管理会社が PSX の会員である。



#### ■ パキスタン商品取引所 (PMEX) [www.pmem.com.pk](http://www.pmem.com.pk)

パキスタン商品取引所 (PMEX) は、2007 年 5 月に運営を開始した、技術主導型、ウェブベースの、株式化された商品取引所であり、取引は全国ベースに展開され、かつ完全に電子化されている。パキスタン証券取引委員会からライセンスを受け、規制されている。

株主には National Bank of Pakistan、Pakistan Stock Exchange Limited、LSE Financial Service Limited、ISE Towers REIT Management Company Limited、Pak Kuwait Investment Company (Pvt) Limited、および Zarai Taraqiati Bank Ltd が含まれており、取引される商品には、レッドチリ、綿、金、銀、原油、ヤシ油、米、糖、小麦が含まれている。

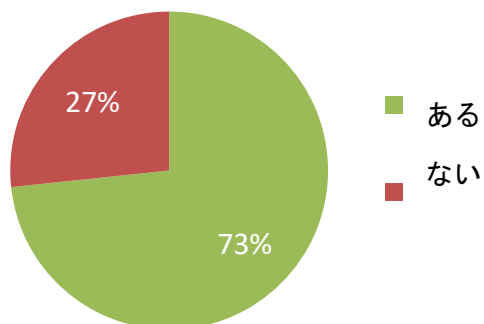


## 4. 利用者の声

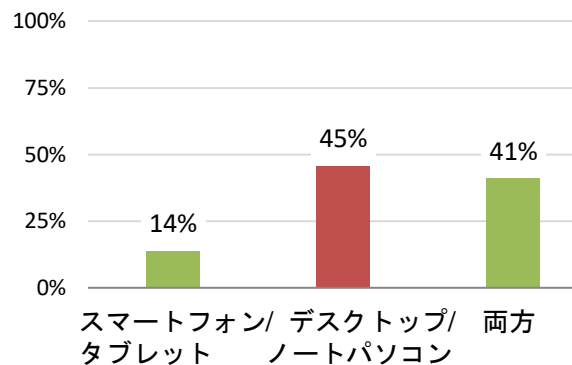
無作為に選んだ消費者に対し、オンライン上での買い物の経験と行動についてインタビューを行った結果は以下のとおり。

※インタビュー総数：201人、都市：カラチ、ラホール、イスラマバード

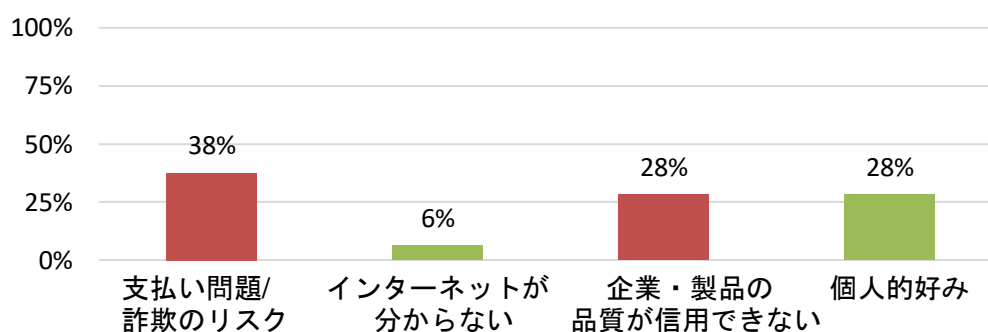
Q1. オンラインショッピングをしたことはあるか？



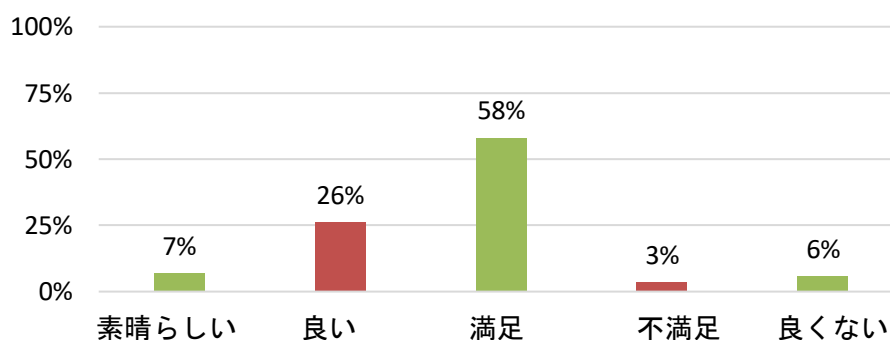
Q2. オンラインショッピングで一番よく使用する機器は何か？



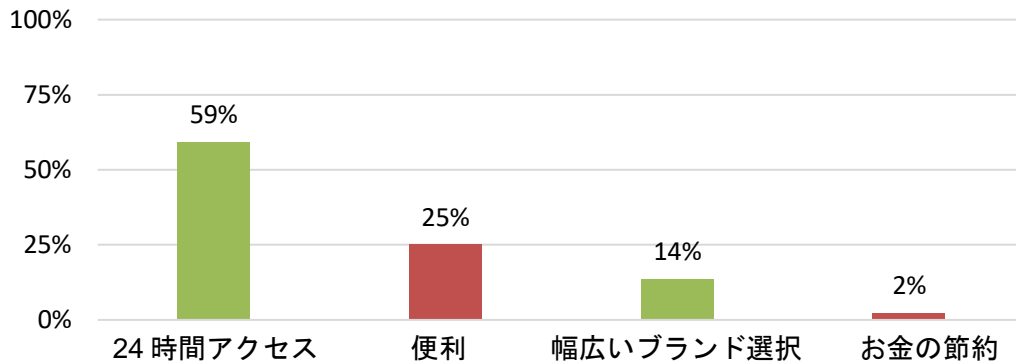
Q3. オンラインショップをしない理由は？



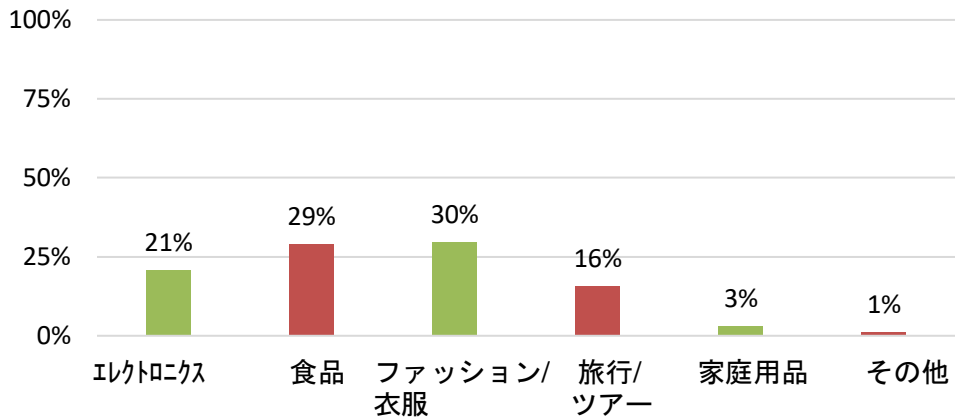
Q4. オンラインショップを利用した全体的な印象は？



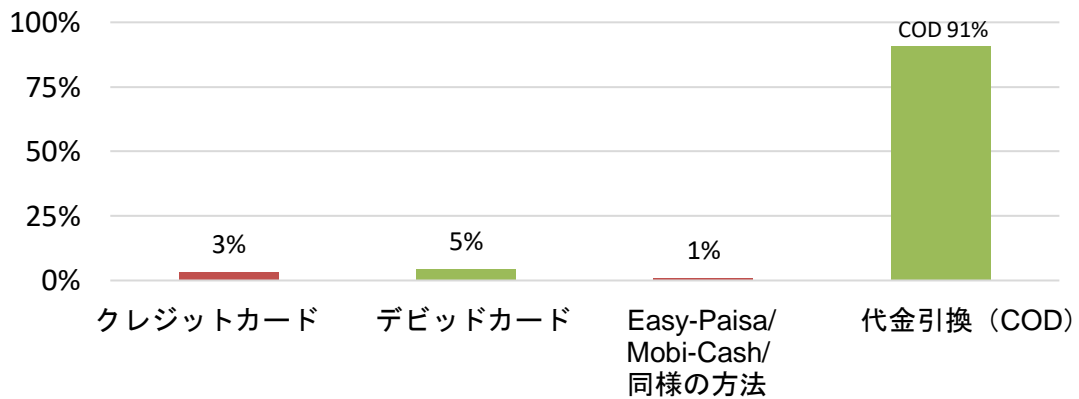
### Q5. オンラインショップの最も良いところは？



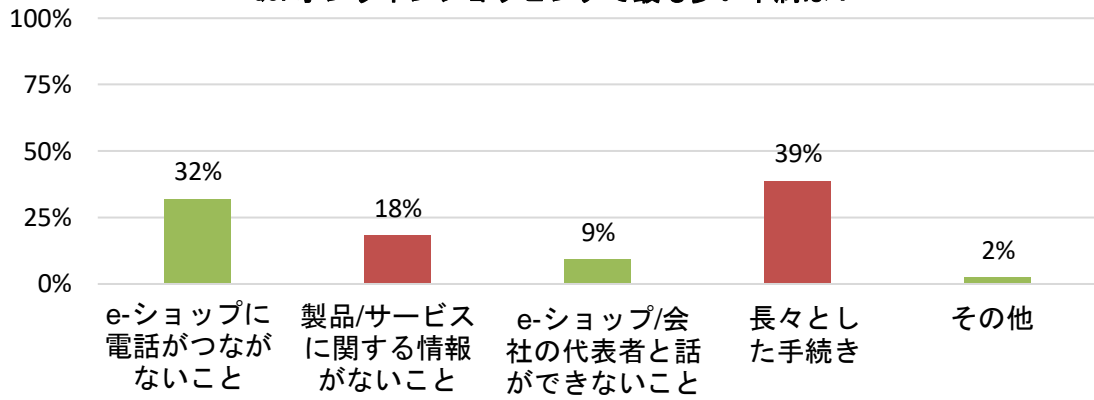
### Q6. 利用するオンラインショッピングの種類は？



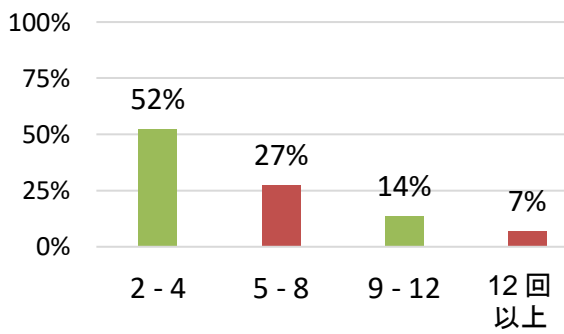
### Q7. オンラインショッピングの支払方法は？



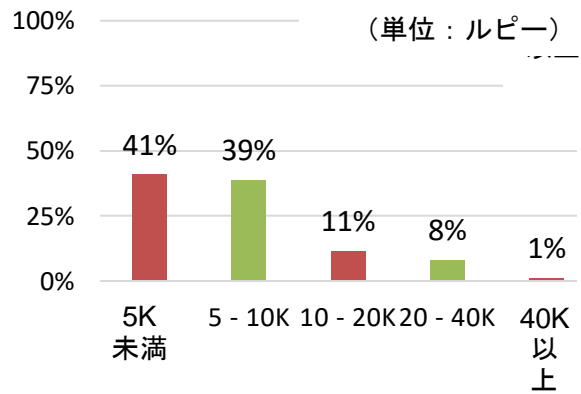
Q8. オンラインショッピングで最も多い不満は？



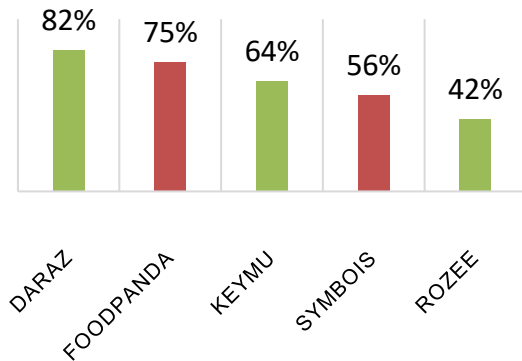
Q9. 昨年1年間のオンラインショッピング利用回数は？



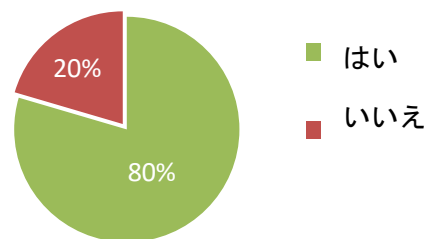
Q10. オンラインショッピングでの年間平均購買額は？



Q11. 消費者が利用する上位5サイト



Q12. オンラインサイトの数は増えると思うか？

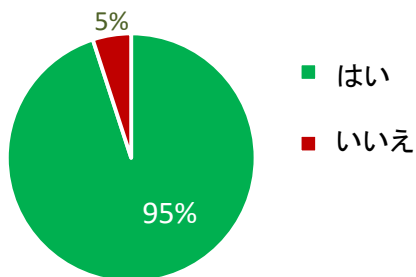




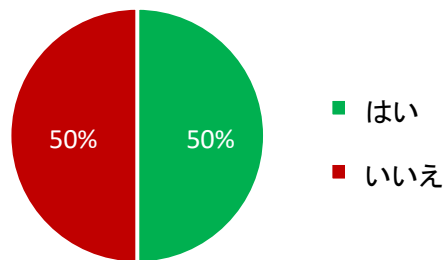
## 5. eコマース運営企業の声

市場慣行および全体状況を把握するため、6社のeコマース運営会社へのインタビューを行った結果は以下のとおり(n=6)。

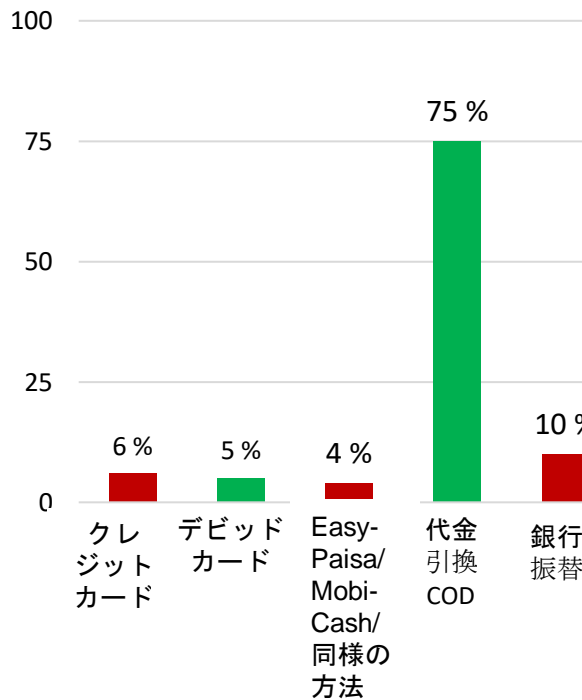
Q1. パキスタンのeコマース産業を促進するためには監督当局が必要だと思うか？



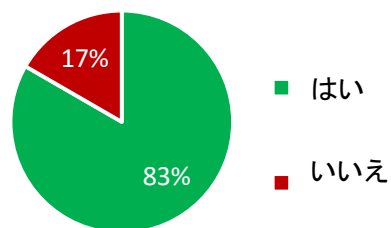
Q2. 配送会社のサービスに満足しているか？



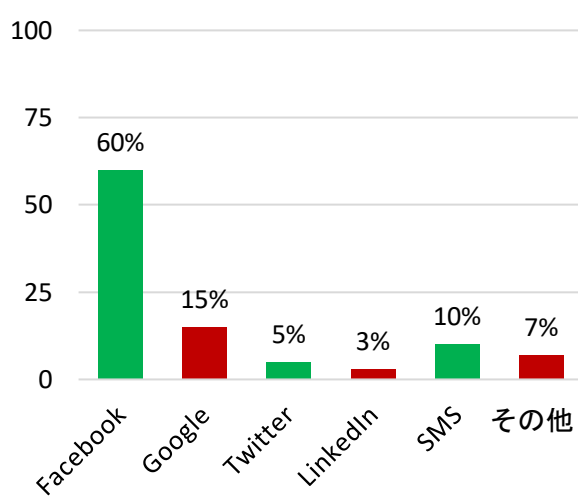
Q3. 消費者の支払方法は？



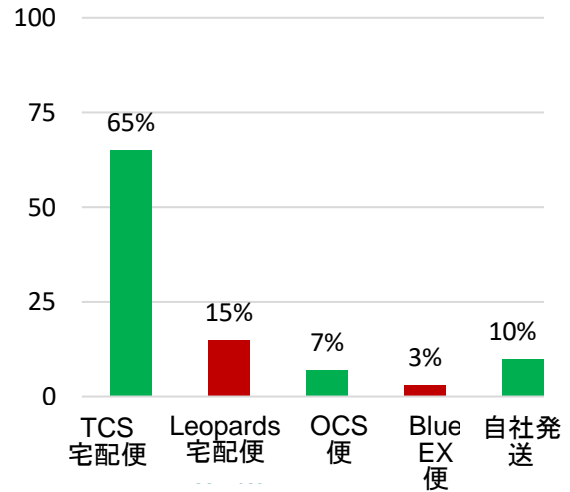
Q4. もっと効率的な支払方法が利用できるべきだと思うか？



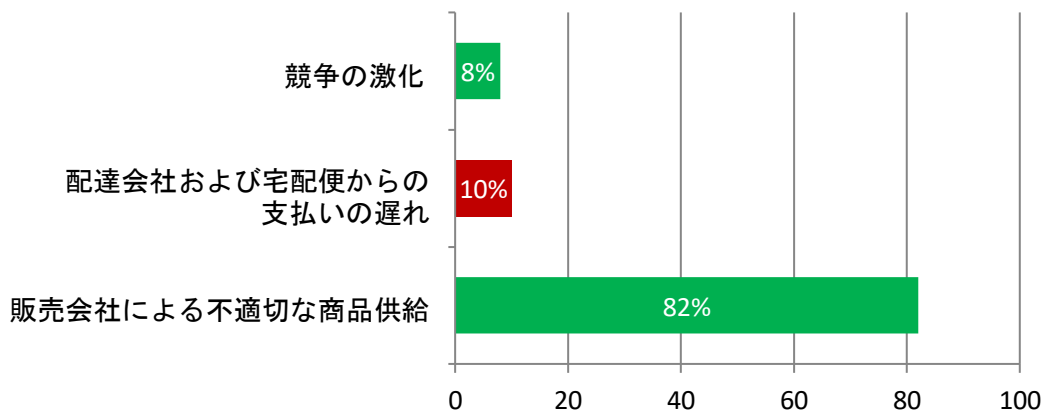
Q5. マーケティングおよび宣伝に使用するチャンネルは？



Q6. 発送に利用しているサービスは？



Q7. e コマース事業に関して最も多く見られる不満は？



## 6. 流通方法

パキスタンの e コマース運営会社の多くは、消費者への商品配送については、宅配便・輸送会社のような第三者に大きく依存している。数社、自社の配送車両を保有している運営会社もあるが、限定的である。

現地報道(Tribune.com.pk、the encouraging future of e-commerce in Pakistan)によると、TSC や Leopard といった大手だけでなく、その他の宅配・輸送会社も全国 150 都市で一般配送と代金引換(COD)サービスを行っている。また、全荷物の 35%はカラチ、ラホール、イスラマバードなどの都市部ではなく、地方部に配送されている。買い物の選択肢が限られている地方部では、急速にオンラインショッピングへと移行しはじめており、こうした層は、まだ開拓されていない潜在性のある層として期待されている。最近こうした層を取り込むために食料品や日用品などに特化したオンラインストア、例えば、Aaramshop.pk、Pakistangrocery.com や Chasevaluecenter.com が立ち上げられている。

こうした流れは、新興ビジネスであるオンライン事業に十分な成長機会を与えるだけでなく、関連する配送事業にとっても拡大および成長の可能性をもたらしている。

### ■ 主な配送会社

【名称】	【URL】
TCS Express & Logistics (国内／国際)	<a href="http://www.tcscouriers.com">www.tcscouriers.com</a>
Leopard Courier (国内)	<a href="http://www.leopardscourier.com">www.leopardscourier.com</a>
OCS (国内)	<a href="http://www.ocs.com.pk">www.ocs.com.pk</a>
Blue-Ex (国内)	<a href="http://www.blue-ex.com">www.blue-ex.com</a>
DHL (国際)	<a href="http://www.dhl.com">www.dhl.com</a>
FedEx (国際)	<a href="http://www.fedex.com">www.fedex.com</a>

## 7. 支払方法

パキスタンでの支払い方法には以下があるが、最も利用されている支払方法は、以前として代金引換である。

### ■ 代金引換(COD)

オンラインサイトなどの利用者の多くは、代金引換(COD)モデルを選択している。

前述のとおり、e コマース運営会社の多くは、消費者への商品発送を宅配便・輸送会社に委託しており、同輸送会社が e コマース運営会社に代わり、消費者が支払う現金を集金している。一般的には、輸送会社が代金引換(COD)で受け取った現金での支払いは週ベースで決済され、e コマース運営会社には、銀行送金または小切手の形で支払われる。輸送会社から e コマース運営会社への支払いは、サービス／配送手数料を差し引いた金額となっている。

### ■ EasyPaiza/MobiCash

オンラインサイトの中には、少額の支払いに、EasyPaiza/MobiCash のような支払い方法を準備している。同支払いの主な流れは以下のとおり；

1. 消費者は、オンライン小売サイトを訪れ、商品を選び買い物かごに入れる
2. チェックアウト時に EasyPaiza/MobiCash での支払いを選択する
3. 消費者は、SMS または email から携帯に送られるトークン(代用貨幣)/バウチャー番号を入手する
4. 消費者は、最寄りの認定 EasyPaiza/MobiCash 小売店に行き、トークン/バウチャー番号を示し、支払う
5. 上記認定小売店は消費者から支払いを受け取る
6. 消費者は SMS または email で支払い確認を受ける

### ■ クレジットカード

パキスタンの多くのオンラインサイトは、クレジットカード決済も選択肢として提供している。

### ■ Bank/Wire Transfer(銀行/電信振込み):

e コマース運営会社の中で、銀行/電信振込み後に製品・サービスを発送・提供する企業は非常に少ない。この支払方法は、旅行/ツアー業界で広く利用されている。

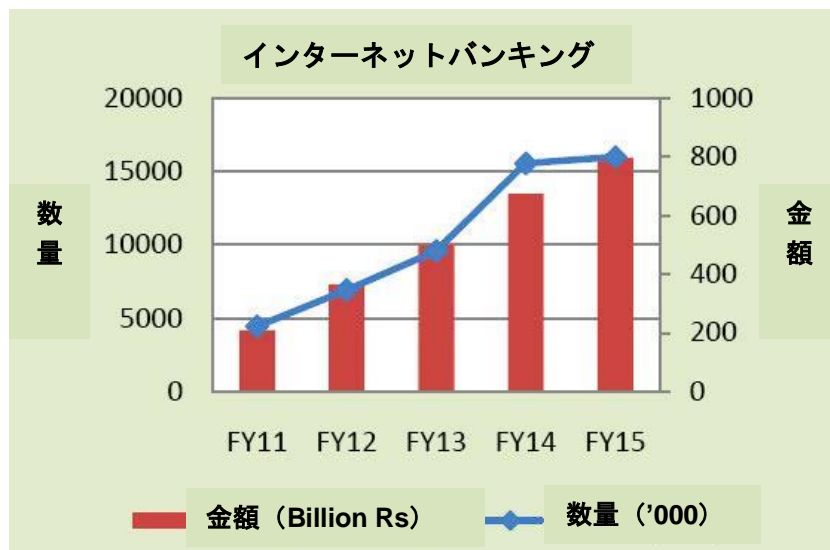
銀行送金の支払いを希望する利用者は、オンラインサイトのチェックアウト時に「Net Payment」を選択し、ドロップダウンメニューから銀行を選び、ログイン画面に入り、口座を選択し、暗証番号を入力し、取引を確認することができる。購入が確認されると利用者に email/SMS 通知が送られる。

## 8. インターネット/eバンキング

パキスタン国立銀行によれば、過去数年間、パキスタンではリテールバンキングの取引が大きな流れに直面しており、2014/15 年度中の ATM カードを利用したリテールバンキングの取引金額は、全体の 64%を占めている。リアルタイムオンラインバンキング（銀行のコアシステムが行う取引）は、同全取引の 24%を占め、POS 取引（POS を使った店頭販売取引）は、同全取引の 7%、インターネットバンキング（ウェブサイトを通じたインターネット取引）は同全取引の 4%に増加した（リテールバンキングとは銀行の顧客が行った取引を意味する）。

過去 5 年間にわたり、e バンキング取引は著しく成長している。2010/11 年度から 2014/15 年度にかけ、e バンキング取引件数は 100%の増加、すなわち 2 億 3,500 万件から 4 億 7,000 万件に増加し、e バンキング取引額は 22 兆 1,000 億パキスタンルピーから 35 兆 8,000 億パキスタンルピーへと 62%増加した。

2014/15 年度中のインターネットバンキングの取引件数は 2013/14 年度に比べ 3%増加し、取引額は、18%増加し 7,980 億パキスタンルピーに達した。インターネットバンキング利用者の数は 2013/14 年度に比べ 23%増加し、180 万人を超えた。



デビットカードの数は 2014/15 年度末の時点で 2,500 万枚を超え、プラスチックカード総数の 91%を占めている。クレジットカードの数は 2014/15 年度末の時点で 140 万枚である。パキスタンでは、オンライン取引においてデビットカードやクレジットカードを介した電子集金が可能なマーチャントアカウントへのアクセスが大いに増えている。

## 9. 政府の規制・監督、関税／税、および支援

パキスタン国内および外国事業者に対する e コマースの開設および運営に関する政府の規制および特別な要件は主に次の通りである。

### ■ 法的要件

- パキスタン証券取引委員会、連邦歳入庁、事業／貿易審議会又は機関への登録
- パキスタン知的財産機構 (IPO-Pakistan) への商標／著作権の登録
- パキスタン国内でのフリーダイヤル番号を得るためのパキスタン電気通信局からの許可
- パキスタン国内への外国為替に関するパキスタン国立銀行への登録／認可およびマーチャントアカウントの開設

### ■ e コマース活動に関する法律／規則

#### ➤ Electronic Transactions Ordinance, 2002 (電子取引法, 2002)

パキスタン国内における電子的な文書、記録、情報、通信、および取引に関する法律。この法律は e コマースに関係する次の重要分野について取り扱っている。

- 電子文書の認識
- 電子通信
- ウェブサイトとデジタル署名証明プロバイダー
- 印紙税
- 認証および証明書
- 裁判権
- 犯罪

#### ➤ UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce (1996)

##### (電子取引に関する UNCITRAL モデル法 (1996))

国連国際商取引法委員会 (UNCITRAL) は、通信および情報ストレージの近代的手法を用いた取引の円滑化を目的に電子取引モデル法を採択した。

e コマースに関する法律は様々存在するが、その活動を具体的に対象とする法律は少ない。上述の他には、以下のような法律がある。

- Electronic Data Protection Act 2005 (電子データ保護法 2005)
- The revised Electronic Crimes Act 2004 (改定版電子犯罪法 2004)
- Intellectual Property Organization of Pakistan Act, 2012 (パキスタン知的財産機構法, 2012) 等

## ■ eコマース／情報技術支援・確立を目的とした機関・政策

### ➤ 投資委員会 (Board of Investments: BOI)

投資委員会はパキスタンへの国内および外国投資を呼び寄せ、促進し、加速させる任務を持つ。

### ➤ 投資政策 2013

上記により、投資家は以下が認められている；

- 外国資本の最低金額を定めない投資
- 外国資本 100%の株式保有
- Foreign Private Investment (Promotion & Protection) Act 1976(外国民間投資(促進および保護)法 1976)および Foreign Exchange Manual 2002 of the State Bank of Pakistan (パキスタン国立銀行の外国為替マニュアル 2002)が定める要件を満たした場合の投資実施国通貨での利益、配当並びに他の資金の本国への返還

なお、外国投資家からの投資を保護する為にパキスタンは日本を含む様々な国と二国間投資協定を結んでいる。

また、外国投資はパキスタンでは次の法律によって保護されている。

- Foreign Private Investment (Promotion & Protection) Act 1976 (外国民間投資(促進および保護)法 1976);
- Protection of Economic Reforms Act, 1992(経済改革保護法,1992)



## 10.e コマース市場の課題と潜在性

パキスタンはeコマースが成功する基本的条件を備えている。しかし、依然として現金ベースの決済が主であることや地域に合わせたあらゆる支払方法を可能とするオンラインプラットフォームが不足しており、課題も多いのが現状である。

パキスタンの都市部に住む人々の多くは、程度の差はあるものの Daraz、OLX といった大手 eコマース運営会社や他の運営会社がテレビ、ラジオ、ビルボードによる宣伝キャンペーンを展開していることもあり、eコマースの存在を知っている。しかし、パキスタンの多くの人々は、実際に出かけずにインターネットを通じて自宅から商品を注文し、支払うことができるという考え方にたどり着くにはまだ長い時間を要するだろう。eコマース運営会社や製品品質に対する信頼性の低さや詐欺行為への恐れは、利用者の増加を妨げている。しかしながら、産業が成長するためにはこうしたこと全てを変える必要があり、成長の為に、既存のeコマース運営会社が個々の取引において消費者の信頼を獲得することが必要である。オンライン小売サイトを利用している人の大多数は、注文した商品の支払いには代金引換(COD)を選んでいる。商品が届いてから支払うことの方が安心できるからである。eコマース運営会社も支払方法として代金引換(COD)を提供することで、消費者の利用を促進している。

※Labels G & A(Pvt.) Ltd 社 [www.labelsestore.com](http://www.labelsestore.com)

取締役 Assad. Ullah Khan 氏とのインタビューからの抜粋

eコマース産業の発展には、政策および手続きを整備し、実行すると同時に、消費者とサービスプロバイダーの両者を保護する監督官庁が必要である。企業関連にはSECP(註1)が、電子メディア関連にはPEMRA(註2)があるように、eコマース事業を監督する機関が必要である。更に、消費者の多くがオンラインでの購入を行っていない理由は、掲載されている製品の情報が不十分であるからであり、オンライン事業者は消費者から信頼を獲得する必要がある。こうした障害を乗り越えて初めてパキスタンは新興のeコマースのホットスポットの一つになることができるであろう。

(註1)SECP

パキスタン証券取引委員会(Securities and Exchange Commission of Pakistan)は、パキスタン国内への投資を促し、経済成長と繁栄に寄与することを目的とした、法原則に基づく近代的で効率的な法人組織および資本市場の開発を目的とするパキスタンの金融規制機関。

(註2)PERMA

パキスタン電子メディア監督局(Pakistan Electronic Regulatory Authority)は、マスメディア文化、印刷および電子メディアの確立を目的とするチャンネルライセンスの発行をする憲法に基づき設立された政府の独立機関。PEMRAの主たる目的は、民間の電子マスメディア産業の育成と監督並びに情報、教育、エンターテインメントの規格の改善である。

eコマース産業が抱える課題は多いが、国内事業者やRocket Internetなどの外国資本家は、パキスタンで成長中のeコマース産業でシェアを獲得すべく、既に参入している。

また、パキスタンでは、依然として実店舗や市場(青空市場等)で買い物をする消費者が多数であり、e コマース産業は発展段階にある。e コマース事業での成功は、簡単ではないが明確な戦略を持つことで現存する課題を克服し、優位性を獲得できる潜在性を有している産業であると考えられる。例えば、具体的には、以下の点に留意した戦略を立てることが考えられる。

#### ➤ 信頼の獲得

インターネットにアクセスできる潜在的な消費者の多くは、オンラインショッピングを躊躇していることも多い。このため、e コマース運営会社は、特に初回利用時に、消費者との接点において、消費者の期待を超えることが重要である。製品品質への懸念を払しょくするためには、e コマース運営会社は品質保証を提供すべきである。また、注文された通りの商品が、間違えずに、時間通りに配達されることを確実に実行しなければならない。発送後、直ちにSMS を通じ、利用者にその旨を通知すること、万一、注文が予定通り実行されない場合にも、直ちに利用者に顧客に通知し、信頼を獲得していく必要がある。

#### ➤ 宅配・配送会社との協力を通じた流通網の確保

地域事情を知り、大規模配送網を有する、信頼できる流通会社と協力関係を結ぶことは、事業を運営する上で重要な要素である。さらに、代金引換の高額商品に対しては、自社配送車両の保有も検討すべきである。

#### ➤ 利用者にとり、簡単かつ支援体制が整っていること

ウェブサイトおよびアプリケーションデザインにおける最優先事項としては、サポート機能が簡単に利用でき、チェックアウトの手順は簡単かつ安全である必要がある。インターネットの接続速度が遅く、チェックアウトに問題が生じた場合には、24/7 on call support 等を使用し、発注と手順についてサポートする必要があるだろう。さらには、パキスタンの主な e コマース運営会社が一般的に行っているように、オンラインでの注文を受けた際には、同運営会社のサポート/オペレーションスタッフから利用者へ電話し、注文確認をする必要があるだろう。

#### ➤ 顧客の行動と購買パターンを知ること

例えば、パキスタンには年 2 回、大きな買い物の季節、すなわち Eid al Fitr(イド・アルフィットル)と Eid al Adha(イド・アルアドハ)がある。準備は何日も前から始まる。Dawn のウェブサイトに掲載された記事(2016 年 7 月 11 日付、“Dynamics of Eid spending”)によれば、同年のイド・アルフィットル期間中の売上予想は 9,000 億パキスタンルピーであった。小売企業は、宣伝を繰り返し、イド前(pre-Eid)の買い物を数十億ルピーのビジネスにしようとしていた。この季節にはパーソナルケア商品から携帯電話、さらに新車やアクセサリまで、ありとあらゆる物の需要が増大する。一般の店舗同様にオンラインビジネスでも独立記念日やパキスタンの日を含む様々なイベントで特別セールを行っている。最近ではアメリカ発の小売コンセプト、ブラックフライデーが新たなトレンドとしてパキスタンでも始まり、e コマース運営会社の daraz.pk は、15 年 11 月の 2 日間に「最大 50%の値引き」を打ち出して、大成功だったと述べている。