

表 インドのEコマース(電子商取引)および消費者向けインターネットサービスに対するベンチャーキャピタル(VC)、プライベートエクイティ(PE)による投資額

(単位:100万米ドル)

セクター	2018年		2019年		2020年(注1)	
	投資額	案件数	投資額	案件数	投資額	案件数
エドテック(注2)	742	18	325	28	1,833	59
ハイパーローカル(注3)	1,637	15	617	23	1,642	30
フィンテック	348	23	1,391	68	982	63
ソーシャルコマース(注4)	200	14	481	41	565	53
物流テック	78	10	984	24	463	23
オンラインクラシファイドサービス(注5)	236	11	426	34	417	18
消費者向けEコマース	1,002	32	1,241	45	360	36
ゲーム	104	4	114	10	346	10
ウォレット/オンライン決済	564	8	1,275	15	334	21
モビリティ	387	16	883	35	252	20
ヘルステック	260	22	537	31	236	34
法人向けEコマース	540	16	923	22	138	22
旅行・ホスピタリティ	1,026	8	1,152	19	131	10
アグリテック	41	1	156	14	49	17
その他	229	16	163	20	435	28
計	6,652	196	10,341	401	8,183	444

(注1)2020年は、Jio Platforms、Reliance Retailへ投資(総額173億ドル)を除く。

(注2)「テック」は技術(Technology)の略語で、それぞれの掛け合わせを意味する。「エドテック」は教育(Edcation)と、「フィンテック」は金融(Finance)と、「ヘルステック」は健康・医療分野(Health)と、「アグリテック」は農業分野(Agriculture)との掛け合わせ。

(注3)「ハイパーローカル」は、「超地元密着型」の意味。ハイパーローカル配達サービスが代表的で、近隣の店を利用するなどして、商品の調達、消費者までの配達を同一地域内で行う。

(注4)「ソーシャルコマース」とは、SNSなどとECサイトを組み合わせた販売促進を行う販売モデルのこと。

(注5)「クラシファイドサービス」とは、目的・地域によって分類(Classified)された広告の意味で、新聞の「三行広告」のような一覧形式で情報を掲載するサービスのこと。

(出所)VCA「インド・トレンドブック 2021(Eコマースおよび消費者向けインターネットサービスセクター)」