

今日のキーワード 高成長を背景に拡大するアジアの『eコマース』市場

拡大する世界の『eコマース』市場の中でも、最も大きな市場規模となっているのはアジアです。しかし、インターネットの普及はまだ過渡期にあり、中国やインドといった人口大国でインターネットの普及が進むことで、アジアの『eコマース』市場は一段と大きくなると考えられます。比較的高い経済成長が続くと見込まれるアジアでは、中間所得層を中心とする購買力の上昇が『eコマース』市場の拡大をさらに後押しすると期待されます。

ポイント1

世界全体の約4割を占めるアジアの『eコマース』市場

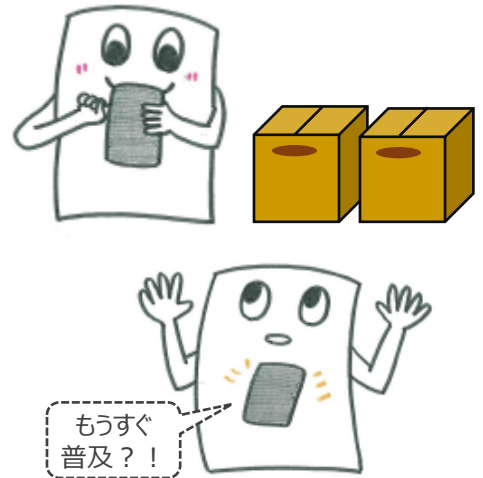
2022年には、2017年比で約1.8倍に成長すると期待される

- 世界の『eコマース』の市場を地域別に見ると、アジアは世界全体の約4割を占める最も大きな市場となります。国際市場調査会社のユーロモニター・インターナショナルによれば、2017年現在、アジアの『eコマース』市場の規模は約5,534億米ドルとなっています。これが、2022年には約9,855億米ドルと、現在の約1.8倍に成長すると期待されています。

ポイント2

インターネットの普及はまだこれから 日米欧に比べて未だ低水準

- 一方インターネットの普及率（2016年現在）は、日欧の約9割、米国の76.2%という普及率の高さに比べて、アジアは低水準となっています。
- 例えば、世界の『eコマース』市場の3割以上を占め、世界最大の市場規模である中国では、インターネットの普及率は53.2%と、ようやく半数を超えたところです。また、インドでは29.5%とアジアの中でもさらに低水準で、今後ますます普及が進むと見られます。
- 中国やインドは、人口規模が世界第一位と第二位の人口大国です。こうした国々で、今後インターネットの普及率が拡大すると、『eコマース』市場の規模は一段と大きくなると考えられます。



今後の展開

消費意欲の高まりがアジアの『eコマース』市場拡大の追い風に

- 国際通貨基金（IMF）が発表した最新の世界経済見通しによると、2018年の世界全体の成長率は前年比+3.9%と予想されています。このうち、新興アジアではインドなどがけん引することで同+6.5%と、他地域に比べて高い成長が見込まれています。また、より良い暮らしへのニーズが高まり、様々な消費が拡大すると考えられる中間所得層（購買力平価ベースの年間所得水準が5千米ドル超、3万米ドル以下）の6割以上をアジアが占めています。今後もアジアでは中間所得層の増加が見込まれています。こうした購買力の上昇がアジアの『eコマース』市場拡大の追い風となると期待されます。

ここも チェック!

2018年5月21日 『eコマース』の拡大で刺激される消費活動
2018年4月18日 IMFの世界経済見通し（2018年4月）

■当資料は、情報提供を目的として、三井住友アセットマネジメントが作成したものです。特定の投資信託、生命保険、株式、債券等の売買を推奨・勧誘するものではありません。■当資料に基づいて取られた投資行動の結果については、当社は責任を負いません。■当資料の内容は作成基準日現在のものであり、将来予告なく変更されることがあります。■当資料に市場環境等についてのデータ・分析等が含まれる場合、それらは過去の実績及び将来の予想であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。■当資料は当社が信頼性が高いと判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。■当資料にインデックス・統計資料等が記載される場合、それらの知的所有権その他の一切の権利は、その発行者および許諾者に帰属します。■当資料に掲載されている写真がある場合、写真はイメージであり、本文とは関係ない場合があります。