



今日のキーワード アジアでみられる『消費トレンド』

経済発展が著しいアジアでは、金融・インフラ環境の改善に伴い、ITを活用した様々な商品やサービスが生まれ、普及しつつあります。また、中間層が増加したことで、物質的な豊かさだけでなく、消費やサービスによる満足感を追求する動きもみられます。アジアに関する調査機関「TNCアジアトレンドラボ」による各国の流行ランキングを通じて、最新のアジアの『消費トレンド』を探ります。「出典：TNCアジアトレンドラボ」

ポイント1 利便性の高いサービスに加え、娯楽や健康関連消費も拡大

- 「TNCアジアトレンドラボ」は、アジア7カ国（インドネシア、タイ、マレーシア、フィリピン、ベトナム、シンガポール、インド）の流行に関する自主調査を行い、各国のトレンドランキング・ベスト5を毎年公表しています。
- 2018年の各国のランキングをみると、新たな価値を提供した商品やサービスが消費者の支持を集めました。アプリを利用した配車・配送サービスや電子決済の利用拡大など、利便性の高いサービスがランクインしています。また、生活水準の向上を背景に、動画配信サービスやヘルシーな伝統料理の人気化など、娯楽関連消費や健康・ダイエットのニーズの高まりもみられます。

ポイント2 各国のヒット商品の特徴

- インドネシアは、1位がアジア競技大会で高まる「スポーツ熱」、2位が「eスポーツ」と、上位2つがスポーツ関連となりました。特に「eスポーツ」は、競技人口が増え、コミュニティも拡大するなか、モバイル仕様のゲームも増えるなど、人気が高まっているようです。
- タイは、1位が日本発祥のご当地アイドル「BNK48」、2位が好きな時に見たい番組が見られる「LINE TV」です。インターネットやSNSの利用頻度の高いタイで、親しみと信頼のある日本ブランドが支持されているようです。
- インドは、1位が「フードデリバリー市場」、2位が若者がけん引する「ビール市場」です。フードデリバリーサービスでの伝統料理の提供や、オリジナルのクラフトビールが人気化するなど、サービスにインド流のアレンジを加えたことが受けているようです。



今後の展開 ITの活用で新たな商品、サービスが普及

- アジアは先進国に比べ技術的に遅れてきた部分がある反面、ITを活用した新たな商品やサービスが一気に普及する余地があるとみられます。また、生活水準の向上を背景にした、娯楽関連や健康ブームの高まりも『消費トレンド』として続きそうです。

* 個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。

こども
チェック! 2019年5月24日 インド総選挙、与党が圧勝
2019年5月22日 アジア・オセアニアのリート市場（2019年5月）

■当資料は、情報提供を目的として、三井住友DS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。