



食事情

JETRO



バングラデシュ BOP層実態調査レポート



1. 消費者の購買行動

バングラデシュにおいて、生鮮食品(野菜、果物、魚、鶏肉、小麦、加工食品、出来合い製品など)は路上の小さな小売店、現地でカチャ・バザール(kacha bazaar)として知られている食品売り場、スーパーマーケットにて購入が可能である。購入場所は消費者の所得水準や商品の品質に応じて様々である。生鮮食品の購買行動に関して、下記の通り3段階の所得層に属する10人を選びインタビューを行ったところ、調査結果は以下の通りであった。

*バングラデシュ タカ換算レート 100タカ=95円(2012年5月末レート)

所得階層	月間所得/タカ	調査人数	主な購入場所
所得層1	10,000~15,000	3人	通常、果物は買わないが、たまに路上で購入。魚は魚市場内の小売店から購入する。加工食品は家の近くの露店から購入する。
所得層2	15,001~35,000	3人	野菜、果物、魚、肉等の商品はどこにでもあるので、必要なときに身近な店で購入する。時には小売店やスーパーマーケットなど、時々に応じて購入する。
所得層3	35,001~70,000	4人	上級スーパーマーケット(Agra, Nandan, Meena, bazaarなど)で購入。しかし魚や肉は現地の魚市場やスーパーマーケットで購入。

保存方法

生鮮食品の保存方法は様々である。野菜や果物は店頭に並んでもすぐに売り切れるため保存の措置がとられないケースもあるが、芋類、トマト、オレンジ、ぶどうなどの野菜や果物は保冷庫に保存される場合もある。

魚の場合は、一般的には三つの保存技術(氷づけ、冷蔵、冷凍)が使われるようだが、インタビューの結果から魚類の保存方法を観察してみると、一般的には氷付けが多く使われており、地方の売買人から小売業者まで継続してこの保存方法を取っているケースが多いようだ。

農作物については、卸売業者は農作物を集荷し、果物、野菜などの生鮮食品は保冷庫に入れられる。

小売業者は、商品を消費者にすぐ供給できるように倉庫にストックしている。商品は必要に応じて倉庫から出されるが、生鮮野菜は日々取引されるため、1日に売れる分の野菜を店頭に並べている。

なお、スーパーマーケットでは、果物や野菜は冷蔵庫で短期間保存される。



カルワンバザールにて

JETRO

Copy rights(C) 2012 JETRO. All rights reserved.



JETRO職員による

バングラデシュの小売事情

小売店の営業時間は通常8:00～20:00くらいだが、たまに22:00頃まで営業している店もある。24時間営業をしているのは、一部のドラッグストアくらいでコンビニは存在しない。またスーパーやドラッグストアは休日の金土も営業している。



富裕層向けデパート

デパートやショッピングセンターの数は多くなく富裕層を対象としている。ほとんどが女性向けの衣料品店。CDショップ、DVDショップ、スポーツ用品店、おもちゃ屋、宝石屋、携帯ショップなども入っている。地下にはAgoraなどのスーパーが入っている。

富裕層向けスーパーマーケット：アゴラ



外国食材なども豊富。食品から日用品まで幅広い品揃えであることが特徴。野菜、肉、魚はキレイに陳列されているが、鮮度など商品の品質は後述のローカルマーケットの方が良いといわれている。鮮魚コーナーが充実しており、生簞もある。日本と違い魚は切り身ではなく、丸ごと一匹売られている。大きなものは体長70センチ近くもあり、川魚が主に食されているという。牛乳1ℓが60タカ(≒円)、MOP層向けより10タカ程度高い。

輸入物が圧倒的に多いのはバングラデシュの人々にとって輸入商品のほうがブランドアピールがあるからだそうである。化粧品品の品揃えも豊富であったが、やはり殆どが輸入品であった。

スーパーで買い物をするのが富裕層のステータスとされており、その中でも最も高級なのはAgoraである。同社では、顧客囲い込み戦略で会員カード(プリペイドカード)を発行しており、客にとってはステータス・カードのような位置づけとされている。



またネットショップも開始、物流網はしっかりとしており、荷物は全国に確実に届いている。ただ、利用者は海外に住むバングラデシュ人がバングラデシュにいる親に物を送ったりするのに使われているようである。



JETRO職員による

バングラデシュの小売事情

MOP層向けローカルマーケット



街のいたるところに、生鮮食材や雑貨を扱ったローカルマーケットがある。上述のデパートやスーパーマーケットは一部の超富裕層が行くものであり、一般的な市民はローカルマーケットで買い物をすることが多い。

全ての商品がスーパーマーケットよりも安価であり、国内生産品が多かった。冷房や冷蔵庫は無く、肉・魚などは氷で冷やし、アイスクリームだけ冷凍庫に入れられていた。



BOP層向け線路上店

ダッカ市内の高級ホテルのすぐ横を走っている郊外へ向かう鉄道の線路の上にBOP層向け魚市場がある。近づいただけで、強い魚のにおいが漂う。線路脇にあるスラムの人々が線路上で魚を販売しているのである。アルミでできたお盆の上にむき出しで魚を乗せて線路にらべ販売している。

鉄道は1時間に1本程度だが、電車が通りかかると、電車が来ることを知らせる警笛が鳴り、人々はあわてることも急ぐこともなく、悠然と線路に載っているお盆をどかし始める。電車も何事もなかったように普通のスピードで近づいてくる。目の前を電車が通り過ぎる。遮断機もないため電車のすぐ横に人々が立っている。そして、電車が通り過ぎた後、何事もなかったように売り物を線路に戻し販売を始める。子供も多くいて、安全性に問題がないのかと心配になるが、慣れているので全く問題ないそうである。





3. 外食習慣

バングラデシュでは外食は一般的でない。しかし近年の繊維産業の発展に伴う所得水準の向上により、外食習慣も徐々に浸透し始めている。低所得の人々にとっては、外食は3ヶ月に一度程度であろう。彼らを選ぶのは安い中華レストラン(一人当たり200タカ程度)くらいである。

中間所得層は1ヶ月に一、二度、一人当たり400タカから500タカ程度払う。

高所得層はもっと頻繁に週一、二度外食し、一人当たり1,500から3,000タカを払う。多くのビジネスマンは彼らの海外からの顧客を、日本料理、イタリアン、韓国料理、タイや中華などのハイクラスの外国レストランに連れて行く。彼らはまた海外からの客を三つ星から五つ星のホテルのレストランに連れて行き、一人当たり2,000タカから3,000タカを払う。

スラムのレストランの様子



JETRO

【免責事項】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。