

バングラデシュ

BOP層実態調査レポート

バングラデシュ人民共和国 People's Republic of Bangladesh

基礎データ

面積	14万7,570平方キロメートル
人口	1億5,360万人(2012/13年度、出所:バングラデシュ中央銀行)
首都	ダッカ 人口1,188万人(2011年、統計局推定値)
実質GDP成長率	6.11(%)
名目GDP総額	185.42(10億ドル)
1人当たりの名目GDP	1,171.90(ドル)
為替レート	1ドル≒77.64 バングラデシュ タカ ※2014年平均値

出所:JETROホームページ 国・地域別に見る「アジア バングラデシュ概況(2016年6月更新)」

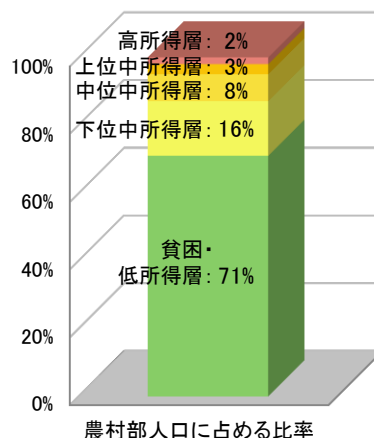
■ 調査月日	2015年 8月
■ 調査場所	バングラデシュ、タンガイル県

◆ はじめに

バングラデシュでは国内人口の71%(2015年 世銀)が農村部に住んでいる。農村部における小売業は伝統的かつ極めて多様であり、組織化されておらず、販売商品や販促方法、季節ごと地域ごとの品揃えも都市部に比べ異なっている。

農村部の所得層別人口

所得層※	土地の所有面積 (1/100エーカー)	農村部人口に 占める比率
高所得層	7.5~	2%
上位中所得層	5~7.49	3%
中位中所得層	2.5~4.99	8%
下位中所得層	1.1~2.49	16%
低所得層	0.5~1	71%
貧困層	0~0.49	



農村部の総人口は都市部に比べ圧倒的に多く、国内全体の貧困層の71%が農村部に在住している。

※所得層の区分けはダッカ大学の分類に基づく。
バングラデシュの公式区分けはレポート末尾参考資料参照。

出所:ダッカ大学「台頭するバングラデシュの中所得層と市場2012年」

◆ 農村部の小売市場構造

農村部の主な小売業には、Tong Dokan、露天商、日用品小売店、Kacha Bazar、Haatなどがある。タンガイル県はバングラデシュの伝統的な市場の様相を最も色濃く残しており、バングラデシュ統計局の2011年調査によれば、Haatなどの伝統的な市場が457ヵ所存在している。

Tong Dokan

極めて小さな店で、国内の至る所に見受けられる。主に茶やパン、ビスケット、野菜、豆類などを売っており、時折バナナなどの果物も並べられる。こうした店は住民たちの集会場にもなっており、日用品を買いながら政治談議や自分の仕事の話などに一時花を咲かせる。あるいは、することのない人々が買い物もせず、単におしゃべりのために集まり、店が閉まるまで終日座り込んでいる風景も見られる。



露天商

店舗を持たず道端に籠や台を置いて、主に果物や野菜などの食品を売っている。集落のどこでも見受けられるが、特にバス停や小さな市場の近くに多い。



果物売り



菓子売り

道端の日用品小売店

道端や市場の中にあり全国で見受けられ、主に米や豆類、香辛料、食用油、加工食品などを売っており、肉や魚、野菜といった生鮮食品以外のものが大抵揃う。冷蔵庫を備えて乳製品や野菜などを扱っている店もあるが、商品の種類は少ない。



大学通りにある小売店(タンガイル県)

Kacha Bazar

農民や零細商人が店を出しており、店舗や仮設店舗を持つものは多くない。扱い商品は生鮮野菜や鶏肉、牛肉、羊肉、魚などであり、住民は肉類などをこうした店で購入している。毎日営業、あるいは週に2日程度店を開いており、地主と商店主などで構成する市場管理組合が管理している。立場の弱い女性商人などに対しては組合がサポートすることもある。



Gopalpur市場(タンガイル県)



Gopalpur市場の店舗(タンガイル県)

Haat

バングラデシュで最も歴史が古く、商品の売買に限らず各地域社会や文化の交流も兼ねたプラットフォームで、常設や仮設の店舗は無い。売られているものは牛、山羊、ニワトリなどの家畜家禽類や、魚、野菜、米、香辛料などの作物、衣類など。農民が作物を売る場であると共に、種子や肥料、飼料、除草剤などの販売、作物の加工請負や農機具のレンタル、融資相談なども行われ、農民にとって情報交換も兼ねた重要な場となっている。Haatの土地の多くは国有地で、政府が毎年貸し出しているものであるが、kacha bazarと同じ場所で開かれる場合もある。

管理は、Haatの場を利用する農民や販売業者などから自薦他薦で選ばれた人々で構成するHaat管理委員会(HMC:Haat Management Committee)が行っており、週に1~2日間開かれるのが一般的。



Vengula村のHaat (タンガイル県)



Vengula村Haatの管理委員会事務所 (タンガイル県)



Vengula村Haatの魚売り

卸売業者から5,200BDTで仕入れ、6,000タカで売っている。他にHaatでの営業料として日に50タカを支払っている。(タンガイル県)



Vengula村Haatの肉屋

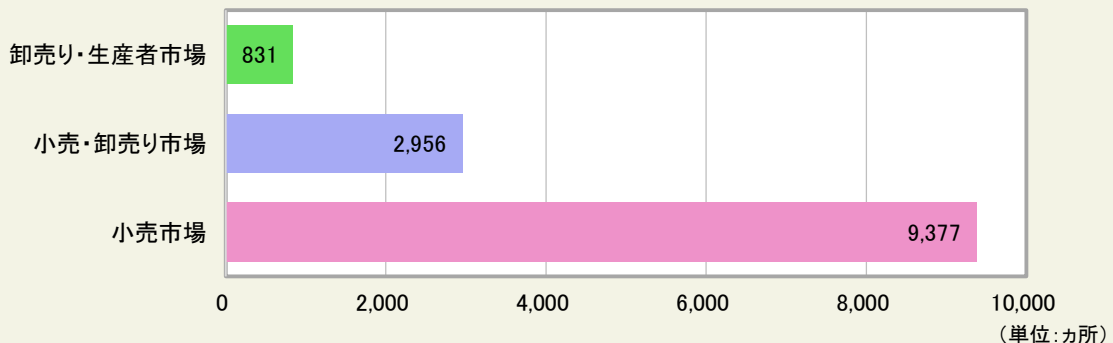
30,000タカで生きた牛を仕入れ、食肉処理の後32,000タカで売っている。この店の場合、営業料は100タカ/日。(タンガイル県)

■いまだ伝統的な農村部における小売業

バングラデシュの農村部では、小売業は全て伝統的業態と思われる。最近、全国の各都市やその近郊に近代的なスーパーマーケットが出来つつあるが、その数は極めて限られている。

農産物流通局(DAM: Department of Agriculture Marketing)関係者によれば、2000年に13,164カ所であったKacha BazarとHaatが、現在では15,000カ所に増加しており、その内の893カ所が組合や委員会によって運営管理され、秩序ある市場となっているとのこと。しかしながら全国的に見れば、限られた種類の商品を売る店や道端の零細商店など、登録されていない小売業者が数多い。

〔全国の市場数〕



◆ 小売業の抱える問題点

- 仕入れなどについては特に問題はないが、雨季になると足下が悪いため客足が途絶え、店舗を持たない小売商人は売り上げが落ちる。
- 市場によってはトイレや井戸、委員会の事務所が無く、住民の不法占拠で家を建てられスペースを奪われている市場もある。
- 毎年、あるいは半年に1回税金を払う必要がある店を含め、今回調査した店のほとんどが付加価値税を納税していない。
- 市場やHaatで商売をする場合、営業料を払うのは当然ながら、生鮮食品などを扱っている場合は、組合や委員会に売り物を上納しなければならない。
- ほとんどのHaat管理委員会は、営業料の徴収対象リストがなく、市場の維持管理が不備で、調整能力に欠ける。加えて、土地の政治家が介入しその影響力の下にあるため、適切に機能していない。

国営のGovernment Haat-Bazarはバングラデシュ固有の市場であり、昔、農民が作物を販売できる場所はHaatしかなく、Haatが地方の商売、ひいては国の商売全体を取り仕切っていたといえる。それほど伝統的なものだけに、環境やインフラ、法整備と取り締まりが適切に行われるべきであるが、その土地土地の取り締まり当局や地方政府がサポートしなければ、Haat管理委員会は適切な対応を行えないと思われる。

なお、Haatには個人経営のものとして政府管轄のもの(Government Haat-Bazar)の2種類があり、Government Haatは3割程度を占める。

◆ 商品の価格帯

農村で売られている商品は、常設市場や店舗を構える店では65%が食品などの日用品で、30%が健康・化粧品類。Haatや露天市場では食品のみが売られている。

店舗の種類	商品名	価格(タカ)	単位
Tong Dokan	国産茶	4~5	杯
	国産ビスケット	3~13	袋
	パン	5~10	個
	ケーキ	5~10	個
	バナナ	3~5	房
	国産ポテトチップ	5~10	袋
Kacha Bazar, Haat, 露天商	国産米	25~35	Kg
	鶏肉	220~250	1切れ
	ブロイラーの鶏肉	130	Kg
	ジャガイモ	22~25	Kg
	果物(りんご、オレンジ、ブドウ、マンゴーなど)	50~400	Kg
Grocery shop、道端の店、コンビニエンスストア	飲料水	15~30	本
	外国産ビスケット“Energy”(ナビスコ)	38	袋
	国産米	25	Kg
	シャンプー“Sunsilk”等外資系商品	145	個
	ジャガイモ	25	Kg
スーパーマーケット (Shwapno)	国産飲料水“Mum”	16	本
	国産ビスケット“Goldmark”	50	袋
	国産米	51	Kg
	シャンプー	180	個
	ジャガイモ	28	Kg

◆ 一般消費者へのインタビュー

小売店や市場を訪れた各所得層15名の来客にインタビューしたところ、全ての人が食料品など日用品を道端の店や市場で買っており、最近品質に気をつけるようになったとのことであった。

所得層	買い物をする店舗	購入品と購入場所	1か月の買い物支出(タカ)
高所得層	道端の店、市場、スーパーマーケット	農村部における高所得層の人口は、中・低所得層に比べ少ない。 毎日の食品は主に近くの店や市場で購入するが、服や靴、化粧品などは、品質を重視して近くの町やその郊外のスーパーマーケットなどを利用している。	食品:15,000 化粧品類:1,500 衣料品:3,000~5,000
中所得層	道端の店、市場、Haatなど	中所得層は日用品を近くの店や市場、Haatなどで購入している。	食品:7,000~11,000 化粧品類:500~2,000 衣料品:1,500~3,000
低所得層	道端の店、市場、Haatなど	低所得層は、まず価格、次いで品質、品揃えの豊富さの順に重視する。食品や化粧品類は市場やHaatで買い、衣料品や靴は家計の許す範囲でスーパーマーケットなども利用している。	食品:6,000 化粧品類:250~500 衣料品:1,000~1,500

低所得層は、化粧品など家計上やむを得ず近くの店や市場で購入しているものの、全ての所得層の人々が、服や靴、化粧品等は道端の店や市場では品揃えや品質が悪いので、出来れば近くの町まで出向き、スーパーマーケットなどで購入したいと語っていた。

■ 店舗における商品陳列の違い

一般的にスーパーマーケット以外の店舗は、ディスプレイにコストを掛けていない。



大手スーパーマーケット“Shwapno”
(タンガイル県)



Shwapno店内陳列風景



道端の店。整理して陳列している時もあれば、客の視線を考えず棚に積んであるだけの時もある。

◆ 商品の仕入れ方法

店舗の種類	支払い方法	仕入れ先	収益/日(タカ)	マージン
市場、Haatの店舗※	入荷時支払い	メーカー、卸売業者	250~1,000	5~25%
道端の店※	入荷時支払い	メーカー、卸売業者	300~700	10~30%
スーパーマーケット (Shwapno)	入荷時支払い	メーカー、卸売業者	2,500~3,000	15~20%

※市場・Haatの店は7店舗の平均、道端の店は3店舗の平均。

◆ 日本製品に対するイメージ

日本製品の品質に対しては、農村部においてもイメージが良い。日本製の腕時計や家電製品を所有しており、将来自動車などを買いたいと言う人も少なくない。小売業者としては、日本製品は高く、将来マーケティングできる価格で仕入れることが可能であれば、販売が大きく伸びるだろうとしている。バングラデシュにおいて、日本製家電製品は既によく知られているが、最近では美容関連製品の認知度が上がってきている。

◆ 輸入品

輸入品のビスケットやシリアルなどが売れ筋商品となっており、豊富な品揃えが市場に出回っている。輸入種類の需要も伸びているが、国内メーカーが生産に乗り出している。化粧品についても、国産品が少ないこともあり輸入品が伸びている。食品やいくつかの化粧品について外国メーカーが市場参入する際には、バングラデシュ規格検査機関（BSTI: Bangladesh Standards and Testing Institution）の認証を受けなければならない。ハラルの認証は必須ではないが、特に農村部ではハラル認証があったほうが消費者に受け入れられやすい。なお、BSTI認証はハラル商品であることの証明にはならない。



ハラルマーク
(JAKIM発行)



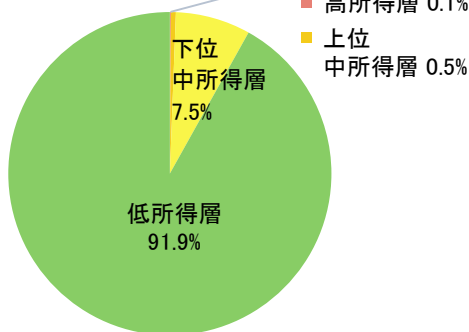
バングラデシュ基準
検査機関(BSTI)の
認証ラベル

◆ バングラデシュへの輸出方法と問題点

輸入業者や流通業者を通じて輸出するのが一般的。小売業者に直接当たっても、輸入業者等を介在させるように言われ、小売業者がL/C(信用状)開設して直接輸入することはまれである。ブランド物の食品や化粧品は、小包郵送で輸出する方法が増えてきているが、統計データは無いものの海外で購入して手荷物で商品を持ち込む化粧品小売業者も少なくなく、問題となりつつある。また、高い輸入関税を逃れようと、インボイスにアンダーバリューの価格を記入するケースや、税率の低い他のHSコードの商品として通関しようと試みるケースなどの問題もあるという。

— 参考資料 —

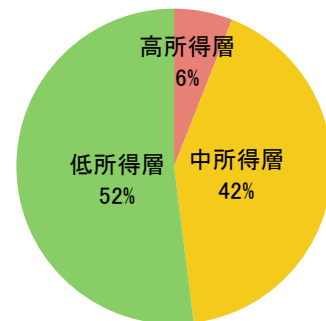
■ 所得層区分



所得層区分	年収
高所得層	35,000ドル以上
上位中所得層	15,000ドル以上～35,000ドル以下
下位低所得層	5,000ドル以上～15,000ドル以下
低所得層	5,000ドル未満

出所: 通商白書より引用した所得区分

■ バングラデシュ政府(統計局)による所得層区分



所得層区分	月収
高所得層	40,000タカ以上
中所得層	10,000以上～40,000タカ以下
低所得層	10,000タカ未満

出所: バングラデシュ統計局
2010年 "Household Income and Expenditure Survey(HIES)"

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、できるかぎり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、ジェトロおよ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。