



ペルー

住①:家電製品 (テレビ・冷蔵庫・洗濯機)

BOP/ボリュームゾーンビジネス実態調査レポート

- 調査日:2016年6月~2017年3月
- ペルー通貨ソル換算レート:1ドル=3.28ソル(2017年3月現在)

テレビ

近代的店舗



商品名 Smart TV LH573B
 製造国 メキシコ
 製造元 LG(韓国)
 サイズ 32インチ
 販売価格 799ソル

売れ筋要因

1,000ソルを割り込む低価格で高画質、モバイル機器対応も大きな魅力。32インチ型は集合住宅での視聴に適する



SamsungのLEDタイプ32インチ。799ソル。価格の訴求力は大きい。ポイントカードの特典もある。



SamsungのSmart TVの32インチ。スマートフォンなどモバイル端末とインターネットの普及でSmart TVに注目が集まっている



SamsungのHD LEDタイプの32インチ。中間層居住域のスーパーマートで特売

伝統的店舗



商品名 LC32W134
 製造国 中国
 製造元 AOC(中国)
 サイズ 32インチ
 販売価格680ソル

売れ筋要因

価格の安さ。クレジット払いもできるので低所得者にも手が届く



LGのLEDタイプの32インチ。600ソル。店員もSmart TVなどの多機能をアピールする。



PanasonicのVieraシリーズHD Smart TVの32インチは定価900ソルを下回る650ソル



家族の団らん演出するだけでなく、来客に対するステイタスシンボルとして外観も重視される

テレビ市場について

韓国のLGとSamsungが市場を牽引する。そこに日本のSonyとPanasonic、中国のHaierとAOC、オランダPhilipsが加わる。大手家電量販店Hiraokaは自社ブランドMirayの製品を展開する。



下位中所得層居住域の量販店に陳列されるSamsungの低価格商品



上位中所得層居住域のスーパーマーケットのTVコーナー



家電量販店Hiraokaの自社ブランドMirayの製品

デパートRipleyで販売されているテレビの機種別分類は、画面サイズは各種ほぼ均等にちらばり、画面タイプではフラット型が8割を占める。画質別ではUltra HD、Full HD、HD、Super HDの順、機能別ではSmart TVとベーシックが7:3の割合、価格帯では500ソル～1,500ソルの機種が全体の4割弱を占める。



下位中所得層が顧客の旧市街の家電販売店に陳列される商品



旧市街の家電販売店。店員が主だった機能について説明する

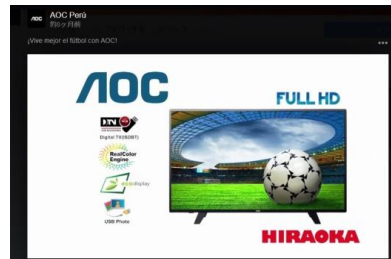


ビルの一室に商品が陳列されている店。テレビは電源入っていない

大手デパートやスーパーマーケットではオンラインショップにカタログ機能も持たせることで販促を図っている。オンラインで把握可能な価格動向を基準に伝統的店舗の価格が設定される構図がある。



大手デパートSaga Falabellaのオンラインショップ



家電量販店Hiraokaがネット上で公開しているカタログ



オンライン市場Mercado Libreではメーカー名から機種名で検索する

消費者インタビュー

■ 購入頻度

- 「最新型が出るので2年に2台のペースで買い換える。古いモデルは中古市場に」(高所得層、36歳男性)
- 「5年程度じゃないかなあ」(上位中所得層、30歳男性)
- 「少なくとも10年は使い続けたい」(下位中所得層、38歳女性)

■ 購入場所

- 「最新モデルを比較できるデパートか家電量販店」(高所得層、40歳男性)
- 「アフターサービスも期待できるデパートか家電量販店」(上位中所得層、42歳男性)
- 「新品なんて高くは買えないから、闇市で中古の出物を探すよ」(下位中所得層、38歳男性)

冷蔵庫

近代的店舗



商品名 RT22FARADSP
製造国 メキシコ
製造元 Samsung(韓国)
容量 234L
販売価格 1,099ソル

売れ筋要因

核家族化が進む中、集合住宅に暮らす平均的家族に適したサイズ。分割払いでも痛みの伴わない価格の手頃さも魅力。トレンドカラーのシルバー仕様で、ステイタスシンボルとして見栄えのする外観



スッキリした内部構造と、家庭によって異なるニーズに対応した使い勝手の良さもセールスポイント



販売員は匂い取りフィルターや対流ファンで他社との違いを訴える。顧客が機能にも注目している現れだろうか。



LGの254Lタイプ。サイズ的にはこの辺まで売れ筋。ステイタスとしての外観も重要な要素

伝統的店舗



商品名 RT25FARADSP
製造国 メキシコ
製造元 Samsung(韓国)
容量 261L
販売価格 920ソル

売れ筋要因

集合住宅や郊外地区の粗末な住宅に暮らす核家族に最適なサイズと手頃な価格。トレンドカラーのシルバー仕様で、ステイタスシンボルとして見栄えのする外観



販売員から機能の説明はなく、価格の安さ重視の姿勢が顕著



デパートやスーパーで使われる販促用のPOPやパンフレットもない



顧客の求めに応じて寸法を測る販売員。機能の説明はほとんどない

冷蔵庫市場について

Samsung、LG、Daewooの韓国勢3社のプレゼンスが大きい。この他、独Bosch、米GE系のMabe、米Whirlpool、スウェーデンのElectrolux、エクアドルのInduramaなどの外国勢、さらに国産のColdexなどが代表的ブランドである。



存在感を示すSamsungの製品群。
販売員の説明も丁寧だ



プレゼンスの大きいLGの製品。



家電量販店Hiraokaに並ぶEG系のMabeの製品

近代的店舗では、デパート、量販店、家電量販店、スーパーマーケットで販売されており、高額商品であるためクレジットがよく利用される。ポイントカードの特典も利用できる。

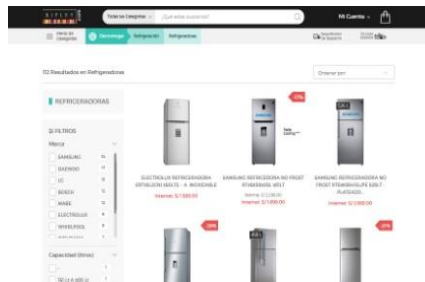


伝統的店舗として首都圏旧市街の家電専門店を選んだ。価格は交渉可能で、クレジット払いもできる。

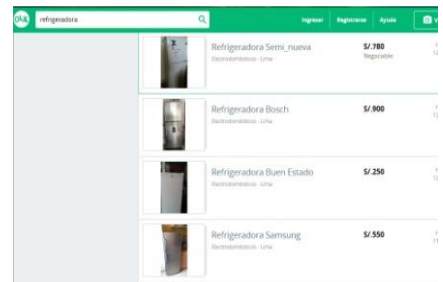
また、デパートはオンライン販売にも力を入れているほか、オンライン中古市場も出来上がっている。



デパートSaga FalabellanのオンラインショップでSamsungの冷蔵庫を検索してみる



デパートRipleyのオンラインショップの冷蔵庫のページ。メーカー、容量、価格帯で検索が可能



中古品のオンラインマーケットでオフアーされている中古の冷蔵庫

消費者インタビュー

購入頻度

- 「3年で1台程度ではないか」(高所得層、54歳女性)
- 「6～7年ぶりに買い換える」(上位中所得層、44歳女性)
- 「知り合いの富裕層から譲ってもらった」(下位中所得層、31歳男性)

購入場所

- 「アフターサービスもあって安心なデパートか家電量販店」(高所得層、32歳男性)
- 「品揃えがよく、アフターサービスも完備しているデパートか家電量販店」(上位中所得層、45歳男性)
- 「もし買うとしたら闇市で探すね」(下位中所得層、34歳男性)

洗濯機

近代的店舗



商品名 WA13J5750
LP/PE
製造国 メキシコ
製造元 Samsung(韓国)
容量 13kg
販売価格 1,149ソル

売れ筋要因

最新モデルの高機能商品をバーゲン特価で販売。核家族が週3回程度の利用で十分な容量。電気代や水道代の節約にもつながる環境や家計への配慮といった企業の設計コンセプト



販売員は熱心に多機能をアピールする。電気代や水道代の節約などもセールスポイント



容量がほぼ同じの廉価品とも比較しながらの販売員の説明には説得力がある



また、同じく韓国の他社製品を引き合いに環境保全などSamsung製品の強みにも言及

伝統的店舗



商品名 WA904UR
製造国 メキシコ
製造元 Samsung(韓国)
容量 9kg
販売価格 500ソル

売れ筋要因

節約志向が強い下位中所得層をターゲットに必要最小限な容量をアピール。定価800ソルを大きく下回るお買い得価格も大きな魅力



こちらも売れ筋として紹介されたLGのBasic T1265TP。定価1,000ソル前後のところ特価850ソルを提示した。スーパーでも値崩れを起こしており、たたき売りの様相



大家族向けにはコストパフォーマンス重視で勧めるWhirlpoolの13kgタイプ。750ソル



販売員から機能についての説明はなく、予算とサイズで顧客にあった商品を紹介する。商品のトレンドや刻々と替わる価格動向には敏感なようだ。

洗濯機市場について

主要メーカーは冷蔵庫とほぼ重なる。Samsung、LG、Daewooの韓国勢3社を筆頭に、独Bosch、米GE系のMabe、米Whirlpool、スウェーデンのElectrolux、エクアドルのInduramaなどの外国勢が占める。



上位中所得層から低所得層までが顧客の量販店で存在感を示す Samsungの商品群



同じくペルーの国内市場で大きなプレゼンスを持つLGの商品群



前2社に比べる存在感はやや薄いですが、多機種を投入しているDaewoo

近代的店舗では、メーカーが送り込んだ専門の販売員が、自社製品について懇切丁寧に各種機能や使い方のポイント等について説明してくれる。Samsungはその点も群を抜いていた。



旧市街の家電販売店の客引き。ビル2階の一室に案内される

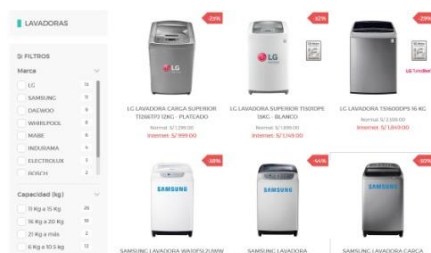


怪しい雰囲気 of 漂う店構え。各種クレジットカード対応らしい



室内に入ると所狭しと並ぶ家電が目飛び込んでくる

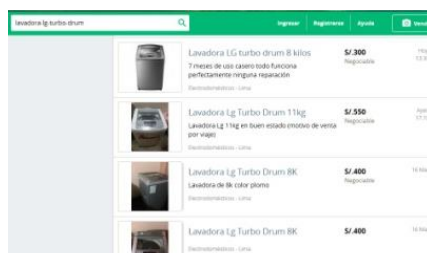
伝統的店舗は、価格最優先の姿勢が見て取れる。上3枚の画像は旧市街の家電販売店の様子。デパートのオンラインショップやオンラインマーケットも充実しており、価格動向は逐一把握できる。



デパートのオンラインショップ。店頭価格とは異なるディスカウント価格を提示している



オンラインショップ Peru de Shoppingのサイト



中古品売買サイトで出品される中古の洗濯機

消費者インタビュー

購入頻度

- 「1日に何回も洗濯するのでもたない。2年に1回程度で買い替え」(高所得層、37歳女性)
- 「5~6年に1回程度」(上位中所得層、43歳女性)
- 「そもそも高く買えないし、住んでいる地域は給水が不安定なので役に立たない」(下位中所得層、44歳女性)

購入場所

- 「品揃えがよく、アフターサービスもあるデパートか家電量販店」(高所得層、41歳男性)
- 「説明を聞きながら安心して品選べる家電量販店」(上位中所得層、50歳女性)

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。ジェットロでは、できる限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、ジェッ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。