

アジア・オセアニア 豆知識



インターネットの普及で「消費のデジタル化」が進むインド！

インド政府が推進する「デジタル・インド計画」等を背景に、インドではインターネットの普及が急速に進んでおり、オンラインショッピングなどの「消費のデジタル化」が進展しています。インドは2025年までに世界3位の消費大国へと成長する見通しであり、インターネット環境が整備されつつある中、インドの巨大消費市場に影響を与える「消費のデジタル化」に注目が集まります。

インターネットの普及が急速に進むインド

2014年5月に成立したモディ政権が掲げる公約のひとつに「デジタル・インド計画」があります。この政策で焦点を当てている分野のひとつに「すべての国民に対するデジタルインフラの提供（高速インターネットの整備等）」があり、政府は段階的に計画を遂行しています。（出所：総務省）

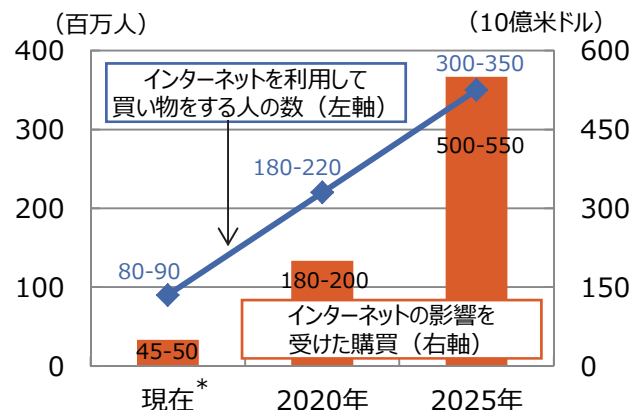
こうした政策の後押しやインド経済の成長等を背景に、**インドのインターネット普及率は急速に上昇**しています。2010年には約8%だったインターネット普及率は、2016年には約25%に上昇しました。**2025年には普及率は55%超まで上昇し、インターネット利用者は約8億5,000万人に到達**すると予測されています。

インドの巨大消費市場に多大な影響を与える消費のデジタル化

インターネットの普及を受け、インドでは「消費のデジタル化」が進んでいます。インターネットを利用して買い物をする人の数は過去3年間で7倍に増えており、今後もその人数は増加する見込みです。また、購入の前後にインターネットで商品について調べるなどインターネットの影響を受けた購買は、2016年から2025年までに10倍以上に拡大する見通しであり、「消費のデジタル化」がインドの消費に与える影響力は今後高まっていくと考えられます。

インドは2025年までに世界3位の消費大国となると推計されており、**インドの巨大な消費市場に影響を与える「消費のデジタル化」に注目が集まります。**

＜インターネットを利用して買い物をする人の数とインターネットの影響を受けた購買＞



* 現在は、インターネットを利用して買い物をする人の数は2015年、インターネットの影響を受けた購買は2016年。

（出所） ポストン コンサルティング グループの資料を基に三井住友アセットマネジメント作成

■ 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。