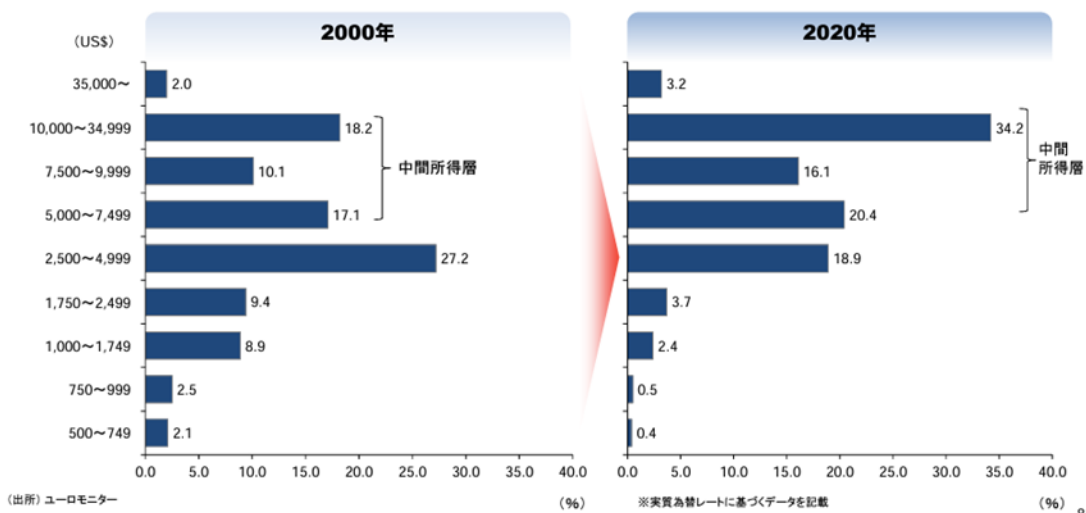


フィリピンの経済成長と個人消費について (フィリピン日本商工会議所)

フィリピン日本商工会議所は、1973 年 11 月に設立された非営利の団体で、会員は主にマニラに進出してきた日系企業により構成される。会員数はコロナ前と同水準の 689 社 (2025 年 1 月時点) まで回復し、今後さらなる増加を見込んでいる。過去と異なる点は、製造拠点としての進出ではなく、フィリピン人の消費をターゲットとした日系企業の進出や出店数の増加である。

フィリピン経済の大きな特徴の 1 つは個人消費である。以下の図のとおり過去 20 年に渡り、人々の所得は拡大し、消費も大きく拡大した。近年はドル高もあり、米国等に出稼ぎに出ているフィリピン人からの送金額も GDP の約 1 割を占め、旺盛な消費を支えている。特にクリスマス時期の消費は最高潮に達し、ショッピングモール付近は大渋滞となり、貯金がなくなるまで買いまくる様子は圧巻である。実際、衣料品大手のユニクロの進出店舗数は東南アジア最多 (76 店舗) となっており、人口や所得の高いインドネシアやタイより店舗が多い事実は、いかにフィリピン人の消費が旺盛かを物語っている (しかもユニクロは日本の約 3 倍の値段で同じ商品を販売している)。ニトリや JINS などの大手ブランドからラーメン屋にいたるまでフィリピンの消費者向けに進出や店舗拡大が進んでおり、従来の製造拠点としてではなく、消費市場としてフィリピンが再評価されつつある。

世帯所得分布



近年はモノの消費から徐々に観光などのサービスへの消費へのシフトも見られる。実際、訪日フィリピン人数は 2024 年には 80 万人を超え、過去最多となった。日本の商品・サービスに対する信頼も厚く、何度も日本へ旅行に行く富裕層も多い。彼らは帰国時に多くの日本の化粧品やカップラーメンなどを満載したスーツケースと共にフィリピンへ帰るのだが、かつての中国人による爆買いを想起させる。現地

に駐在している身として、今後の消費地としてのフィリピンのポテンシャルはまだまだ高いと感じる今日この頃である。

フィリピン日本商工会議所

<https://jccipi.com.ph/>

(フィリピン日本商工会議所 事務局長 矢田 久俊)