

アジア・太平洋研究センター主催、国際開発学会東海支部共催講演会

日 時：2023年2月27日（月）

場 所：南山大学 オンライン講演会

テーマ：フィリピンのサリサリストア：零細小売業の実態と人々の暮らし

報告者：舟橋 豊子（立命館大学准教授）

グローバルマーケティング、フィリピンの地域経済と流通等の分野で精力的に研究を進められ、2011年以降、200を超えるサリサリストア〔フィリピン全土で広く見られる零細小売店（パパ・ママストア）〕を調査されてきた立命館大学の舟橋先生から、最近出版されたご著書に所収されているご研究内容と関連し、「零細小売業の実態と人々の暮らし」に関わる以下のお話を伺った。

まず、フィリピンの概況に関しては、同国では農村部を中心に貧困が未だ深刻な状況にあり、農業者の31.6%、漁業者の26.2%が貧困家計（2018年）であり、教育面では、学齢期（6歳～24歳）人口のうち24.2%が学校に通っていない（2020年）点が指摘される。

次に、フィリピンの小売市場に関し、2000年代の少し前から近代的小売業（スーパーマーケット、コンビニエンスストア等）が増えてきたものの、特に食料品・日用雑貨に関しては、サリサリストアを中心とする伝統的小売業の比重が高く、店舗数で見ると、2021年時点で伝統的小売事業者が全土で約90万店あり、全店舗数の7割を占めている。

サリサリストアの重要性が未だ高い背景として、フィリピンでは道路インフラが整っておらず、特に農漁村部や山岳地帯では交通の便が少なく移動が不便であるため、日用品・食料品の調達場所として不可欠の存在である点が挙げられる。また、



「図表1 零細小売業 サリサリストア」

B	製造会社→小売(サリサリストア)→最終消費者	●	●
B'	製造会社→小売(量販店→サリサリストア)→最終消費者	●	●
C	製造会社→販売代理店→小売(サリサリストア)→最終消費者		●
C'	製造会社→販売代理店→小売(量販店→サリサリストア)→最終消費者		●
D	製造会社→卸売/販売会社→小売(サリサリストア)→最終消費者	●	●
D'	製造会社→卸売/販売会社→小売(量販店→サリサリストア)→最終消費者	●	●
D''	製造会社→卸売/販売会社→小売(市場→サリサリストア)→最終消費者		●

「図表2 サリサリストアを介する流通経路」

人々の交流の場所として重要である一方、店員や関連業者の雇用創出、掛け売りが可能である点など、相互扶助的な役割を果たしている点も注目される。さらに、海外労働で稼いだ資金を元手として、フィリピン国内で事業を始める際、サリサリストアが手軽な選択肢になっているとも言われる。

一方、近年、ネスレ、ユニリーバ、P&G等、主に食品・日用品を扱う多国籍企業と関連し、世界人口の過半を占めるBOP層（低所得者階層）をターゲットとするBOPビジネスへの注目が高まっているが、特にフィリピンの場合、以下で確認されるように、彼ら多国籍企業が消費者への浸透を図るうえで、「サリサリストアへと至るネットワークを構築すること」が重要な戦略となると推察される。

すなわち、近年フィリピンでは、ネスレやユニリーバ、サンミゲル、ヤクルトといった企業が、サリサリストアを有効に活用しながら事業を拡大しているが、彼らが成果を上げている要因を探ってみると、①CEOを含む経営層・管理職層でも、現地人材の登用が進んでいる、②現地の状況に応じて多様な流通経路を活かし、販売・運搬を行っている、③現地のニーズに対応しつつ、価格を下げるための商品開発上の工夫を行っている、④栄養不良や水不足と言ったフィリピンの社会課題に適応した商品開発を行っている、⑤実験農場を設け、農家やコーヒー業者・学生などに研修を実施している、⑥地域の環境改善の取組みを社会貢献活動として行っているなど、彼らが多様な形で地域に密着した取り組みを進めてきた点が確認された。

【参考文献】

舟橋豊子 (2021) 『フィリピンのサリサリストア 流通構造と人々の暮らし』五絃舎。
(文責：林 尚志)