

(公財) 大阪産業局 ビジネスサポートデスク (インド)

南インド通信 11 月号: 「デジタル・インド」の市場に挑む

ベンガルールよりナマスカーラ!

2015 年からインド政府が掲げる「デジタル・インド」政策の下、当地においては近年、日本でいう「IT 活用」や「DX (デジタル・トランスフォーメーション)」が急速に普及している。元来、IT 大国としても知られるインド、「コロナ禍」ではなく「コロナ益」として、一層のデジタル化が進んだ印象もある。

モディ首相が夜 8 時の記者会見で、4 時間後の翌日 0 時から高額紙幣 (日本では 1 万円札や 5 千円札に相当) の廃止を宣言して全国が大混乱したのはちょうど 5 年前の 2016 年 11 月。当時既に、街角の屋台でも QR コードを使ったスマホ決済が使えるようになっていたが、クレジットカードはもちろん、銀行口座すら持っていない (持てない) 国民もそれなりの割合ではいたはずだ。それでも 2021 年 11 月現在、日常的な支払いのほぼ全てがデジタルでできるようになっている。

ここ 1 年半ほどの社会的混乱・行動制限を通じて、いわゆる中間層以上は「スマホで注文・決済して、数十分で自宅に届けてもらう」買い物スタイルを覚えた。今や、この方法で買えないものはいくらい、あらゆる商材についてサービス、アプリが登場し、日々、改善・進化を繰り返している。もはや、目当ての商品を探していくつも商店を周ったり、「明日には入る予定だから」と言われながら棚に在庫が並ぶのを数週間も待ち続けたり、という買い物行動はなくなった。

消費者の行動がこれだけ変わっているのだから、商品を仕入れる事業者側の態度も当然に変わる。仕入れ易く、回転が速く、大量に捌ける商品を求めるのは、経済発展の著しい巨大市場で商売を営む者にとって当然の前提だ。

そんなインド市場を目指す大阪企業は、どんな提案をもってどんな相手にアプローチすべきか、「OSAKA Expo Online」 (www.yamato.llc/OSAKA) を通じて挑戦する企画を続けている。

以上

◎過去に掲載されたレポートは、以下のサイトをご覧ください。

https://www.obda.or.jp/events/ibo_events_all/overseas-from-india