

インドにおけるアイスクリームの売り上げ促進

ユニリーバのアイスクリームの売り上げは世界全体の27%を占めています。

牽引ブランドはマグナム、ウォールズ、ベン&ジェリーズ、Carte d'Or、コルネットです。

従来、ユニリーバのアイスクリームの最大市場は先進諸国でしたが、近年におけるアイスクリームの売上伸張の背景には新興国の目覚ましい成長があります。インドとタイでのアイスクリームの売り上げは過去5年間で倍増し、インドネシアでは3倍の伸びとなりました。また驚異的な経済成長を遂げた中国は、世界で購入されているアイスクリームの3分の1の消費国となっています。その成長の原動力は主に都市化の進行、中産階級の増加、可処分所得と外食機会の増加で、またこれらの要因により高級ブランドの売り上げが激増しました。

現在インドにおいては、次の小売販路を経由したルートがアイスクリームの主な販売経路となっています。

現代的商取引 - 比較的規模の大きい小売チェーンの経路。店舗レイアウトが標準化されており品揃えも多様、今日的なショッピング体験ができる場。全国展開か地方限定かを問わず、ユニリーバはこのような店舗と関係を維持。インドにおけるユニリーバの全商取引に占める割合は約10%。

一般商取引 - 家族経営の店舗を全国的に幅広く網羅しており、インドにおけるユニリーバの売り上げの最大部分を占める。各店舗がユニリーバの顧客であり、当社の地域担当がサービスを提供。

農村市場 - 包装製品の1人当たり消費率が低い広大な地方に点在する市場。しかし世界の人口のほぼ8人に1人（9,100万人）がインドの村に暮らし、10年後には農村世帯の平均消費は都市世帯の現在の消費に追いつくとの試算がある。

またアイスクリーム市場内では、パーラーや各ブランドショップ、売り歩き（露店を含む）も売り上げに貢献しています。

エネルギーに関する課題：

インドをはじめ新興諸国におけるアイスクリームの売り上げ促進の取り組みは、整備された道路網や、安定した電力インフラを必要とする点で、ユニリーバに多くの課題を突き付けました。

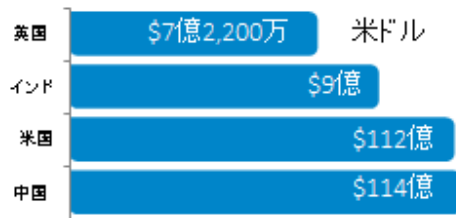
インドの「エコノミック・タイムズ」紙の最近の報道によると、同国では農村部を中心に、今も3億人を超える人々が電気のない生活を送っています。送電網に電気を送れば良いのでしょうか。そうとも言えません。インドの大都市周辺のスラムや農村部では道路脇に電柱が立っていて電線も見えますが、実際のところ、電気を使っているのは一部の世帯だけです。

インドの電力不足問題について、供給側に主な原因があるわけではありません。しかし電力供給のシステムやインフラの発展は遅れています。インドの電力供給と送電・変電のシステムは複雑です。グルگرامの例を見てみましょう。ハリヤナ州のグルグラムでは、同市の電力の約30%を州営の電力会社、約45%を民間の電力会社が供給しています。残りはビジネスパークや個人住宅の発電設備が供給しています。電力の供給者が違うと送電ラインも異なります。

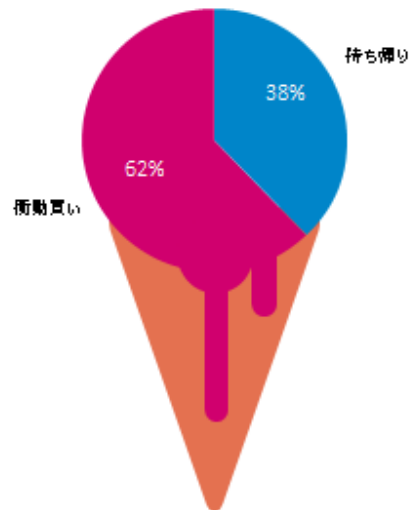
インド計画委員会の推計によると、経済成長率が2031年まで8%で推移した場合、インドのエネルギー供給は3~4倍、電力供給は5~6倍に増やす必要があります。これを実現するために、インドは新たな再生可能エネルギー政策の制定を進めています。インド政府は、太陽光発電を現在の8.1ギガワットから2022年までに100ギガワットに拡大する計画を発表しました。政府は工業ソーラーパークの発電量を現在の3倍の4万メガワットにすることで合意しています。中央政府は800億ルピー（1ルピーが約1.52円）を投資して50カ所のソーラーパークを追加する予定であり、そのうちのいくつかはすでに運用を開始しています。

アイスクリームの売上統計

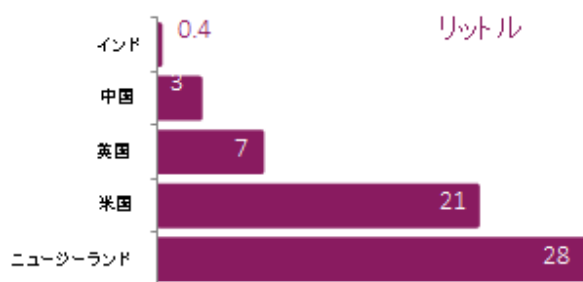
2014年のアイスクリーム売上高



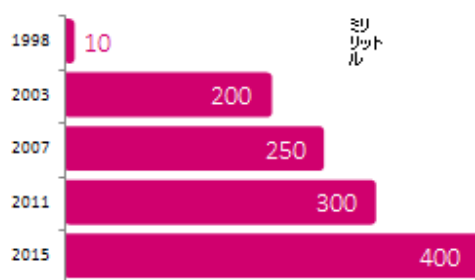
2013年インドにおけるアイスクリームの小売構成



1人当たり年間アイスクリーム消費



インドの1人当たり年間アイスクリーム消費



2013年冷蔵庫普及率

