

AEON MALL Phnom Penh 30JUNE OPEN



River Side

本日の発表内容

- 1 何故 AEONは カンボジアに出店したか？
- 2 カンボジア(プノンペン)の小売マーケット
- 3 プノンペン中間所得層の生活実態(スライド)
- 4 最近の消費市場変化(成長市場)
- 5 AEONMALL Phnom Penh SCツアー(スライド)
- 6 開店時来店客調査結果(スライド)

1 何故カンボジアに出店を決めたのか？ (進出の理由)

- 1 **平和**であること（政治と国民生活が安定し、大きな紛争がない事）
- 2 安定的な経済成長と若い中間所得層の今後の増加が見込める事
- 3 国家 国民が親日的 友好的である事
- 4 海外からの投資に対しオープン政策（規制が少ない事）
- 5 小売競争環境面ではホワイトゾーン
- 6 （エリア戦略上）将来的なタイーベトナム物流網の中間に位置する
- 7 アセアンシフト経営戦略

過去の進出決定にあたって困難性と現在の改善状況

1 社会インフラ未整備（電気 道路 法整備）

現在（電気供給改善 電気代の引き下げ 道路改善）

2 流通インフラ未整備（卸売業者代理店、3温度帯物流倉庫なし）

（自前の直接商品調達ルート 直輸入 物流商流の確立体制）

現在（代理店の増加 日系物流業者進出 通関の合理化）

3 人材資源の不足（経験者の不足 管理者層の不足）

（自社養成 教育訓練コスト 優秀な管理職の確保）

現在（外資企業増加に管理者経験者 留学生増加）

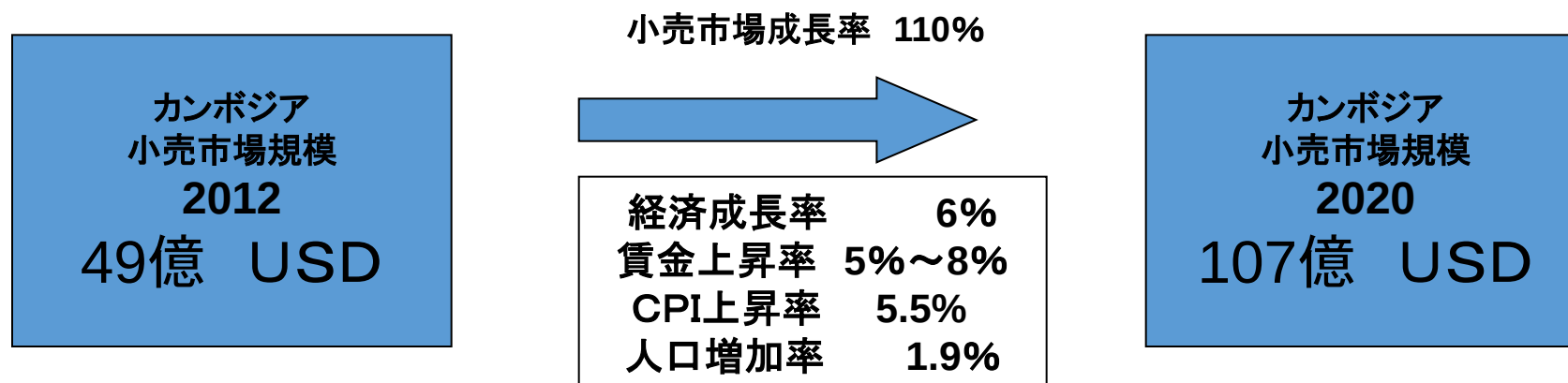
4 不徹底な法運用 法遵守（密輸 汚職）

現在 国挙げての撲滅体制（汚職防止委員会 CDC, 関税Japanデスク）

5 日本人生活インフラ（教育 生活用品 他）

現在 文科省認可日本人学校 日本のSC スーパー

2 カンボジア小売市場成長見通し



		2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
人口 (万人)	国全体	1,450	1,480	1,510	1,540	1,570	1,600	1,630	1,660	1,700
1人当GDP	国全体	980	1,050	1,120	1,200	1,280	1,370	1,460	1,560	1,670
US\$	プノンベン	2,250	2,411	2,571	2,755	2,939	3,145	3,352	3,582	3,834
	シェムリアップ	1,800	1,929	2,057	2,204	2,351	2,516	2,682	2,865	3,067
	コンボンチャム	1,500	1,607	1,714	1,837	1,959	2,097	2,235	2,388	2,556
小売市場規模推定 億\$	国全体	49.00	54.00	60.00	66.00	73.00	80.00	88.00	97.00	107.00
	プノンベン	30.00	33.00	36.00	40.00	44.00	48.00	53.00	60.00	65.00
出店地域		プノンベン首都集中出店 タイミングを見て地方へ								

※ 小売市場規模=09年政府パイロット調査より推計

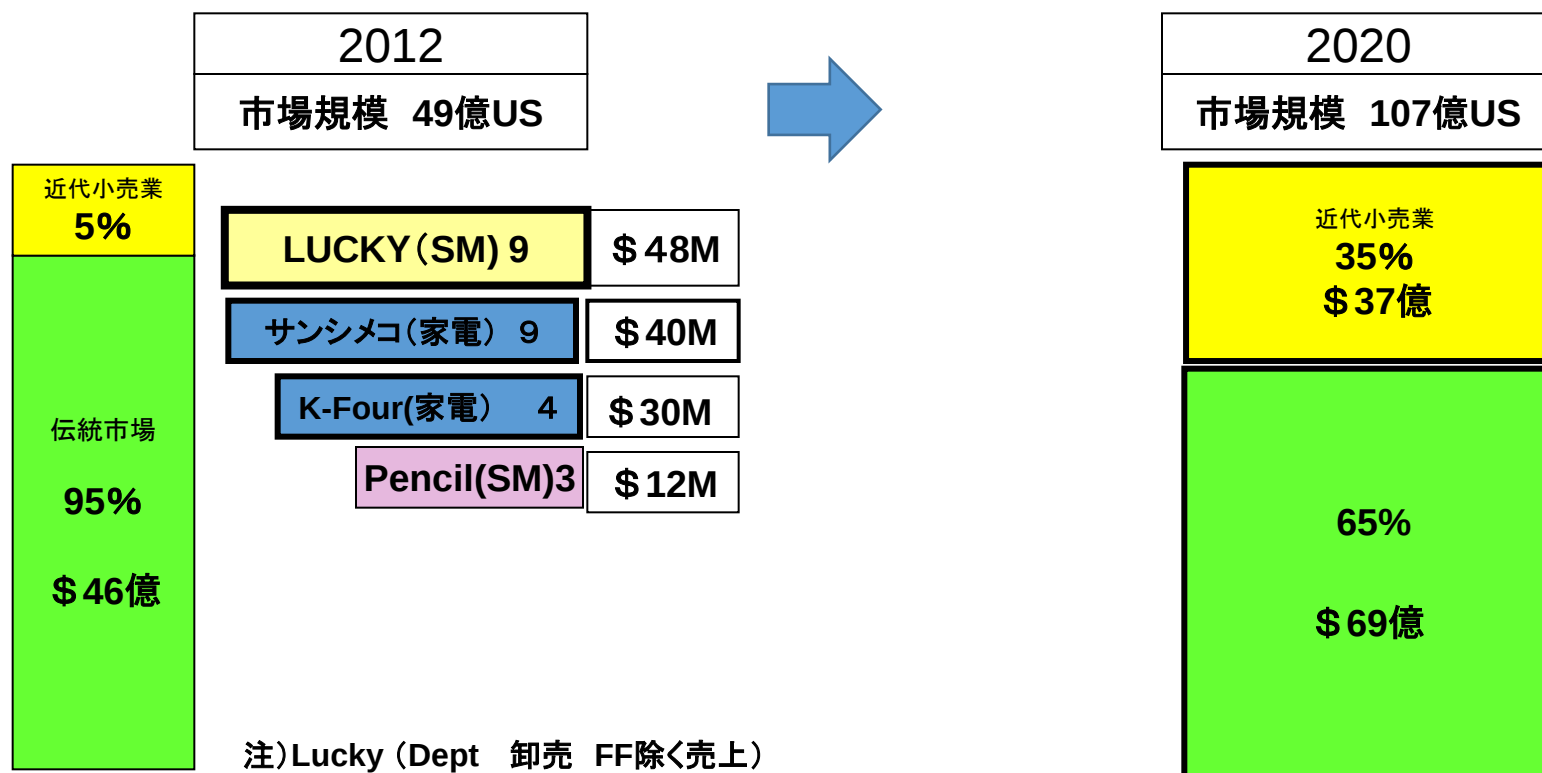
1、カンボジア市場成長



		2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
人口（万人）	国全体	1,450	1,480	1,510	1,540	1,570	1,600	1,630	1,660	1,700
1人当GDP	国全体	980	1,050	1,120	1,200	1,280	1,370	1,460	1,560	1,670
US\$	プノンペン	2,250	2,411	2,571	2,755	2,939	3,145	3,352	3,582	3,834
	シェムリアップ	1,800	1,929	2,057	2,204	2,351	2,516	2,682	2,865	3,067
	コンボンチャム	1,500	1,607	1,714	1,837	1,959	2,097	2,235	2,388	2,556
小売市場規模推定 億\$	国全体	49.00	54.00	60.00	66.00	73.00	80.00	88.00	97.00	107.00
	プノンペン	30.00	33.00	36.00	40.00	44.00	48.00	53.00	60.00	65.00
出店地域		プノンペン首都集中出店 タイミングを見て地方へ								

※ 小売市場規模＝09年政府パイロット調査より推計

競争環境(マーケットプレイヤー)

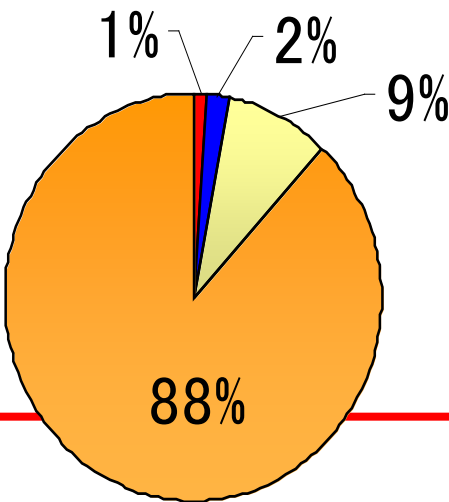


【所得】マーケット世帯収入（月額）自社調査

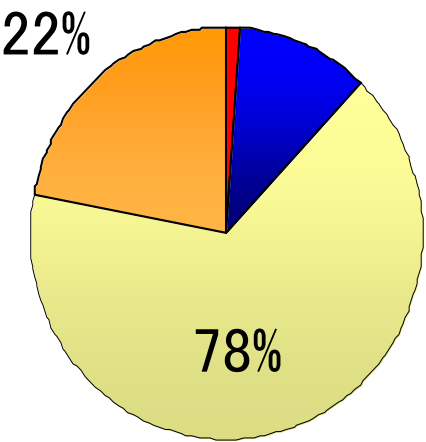
2012 1500 SAMPLE

平均世帯所得		
2009 政府都市計画省DATA		
首都	\$ 9100	US
地方都市	\$ 3700	US
地方農村部	\$ 1680	US

カンボジア全国



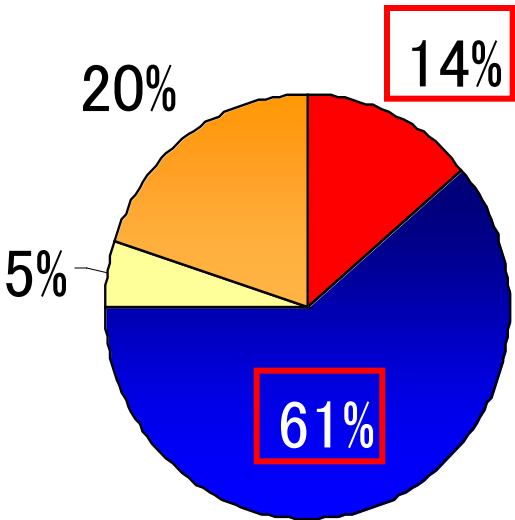
店舗 5km 商圈



首都プノンペン市

5km 商圈世帯収入
\$ 400 以上 78%
1km 商圈世帯収入
\$ 800 以上 75%

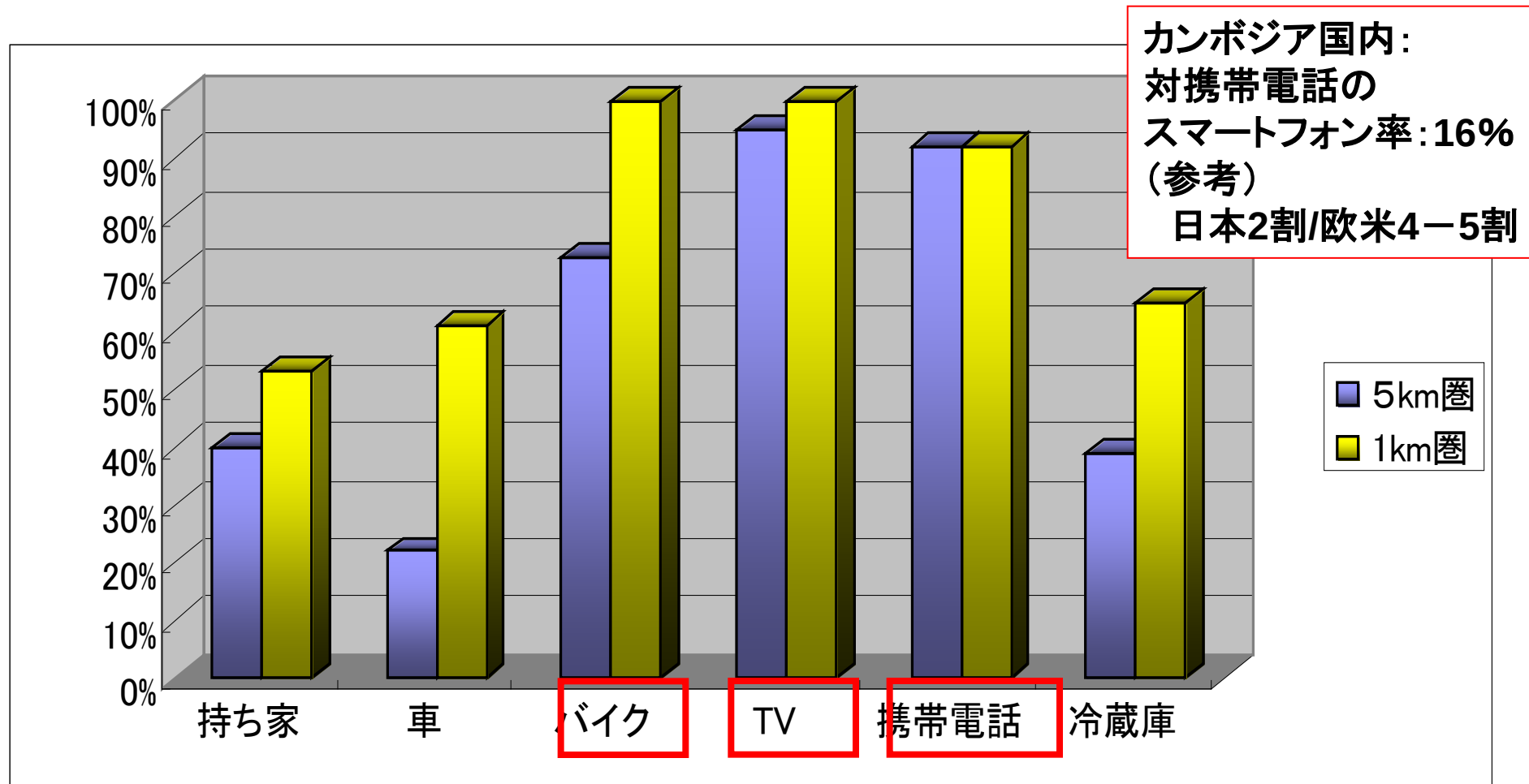
店舗 1km 商圈



	一世帯当り消費支出 US \$		5 k m圏 年間市場規模 千US \$
	5 k m圏	1 k m圏	
食品	202	277	340,876
衣料	71	165	118,910
家事用品	52	118	87,201
H B C	56	94	95,128
外食	94	226	158,547
娯楽	85	291	142,692
教育費	105	183	177,101
合計	665	1,354	1,120,456

対象：月間世帯収入 \$ 400以上の5km圏140,556世帯（1世帯＝平均4.7人）で算出

5 km、1 km商圈内における各アイテムの保有率



バイク、テレビ、携帯電話については5km/1km商圈共に保有率が70%以上、
車や冷蔵庫については、5km商圈と足元1km商圈で30ポイント以上の差がある。

カンボジア 車台数 25万台	カンボジア バイク台数 140万台
プノンペン 車台数 17万台	プノンペン バイク台数 90万台
(2010年対比 免許取得 130%増)	

Phnom Penh Market (5 Groth Market category) (市場環境)5つの成長マーケット



食生活の
洋風化進展
即食文化
Snack & Dessert
核家族中食需要

Out Eating Delica

FF & restaurant
Increased 115%/y
(shop)

BABY & KIDS

90000p
New Bone
PP City

第2次ベビーブーム
新生児用品一番化
ギフト 市場創造
安全な日本ベビーフード

HBC

化粧品 国内販売額
13億円(118%)
スキンケア美白の関心
国内初の日本ブランド
Budget コスメ拡大

Target
Customer
25-35 y
family

Electric Appliance

Increase of
EA chain Store

共働き主婦対象の
家事 調理家電普及率
の上昇
Smart Phone
年400万台増
(普及率40%)

Car & Moto

30000 Car
increase/y in PP
Ladies Driver
Fashionable Moto

女性ドライバー
小型車の急増
共働き核家族 夕刻対応



開店 2014年6月30日 工事着工 2012年10月

- ①敷地面積 68,461㎡ イオンモール自社物件
- ②建築面積 24,359㎡
- ③延床面積 100,413㎡ 地上5層 (売場3層一部5層)
- ④売場面積 46,313㎡ (GLA 56,450㎡)
- 核店舗(イオンGMS) 17,551㎡(後方除く)
- (テナント専門店) (28,762㎡) 180テナント
- テナント物販 13,962㎡
- テナント非物販 14,880㎡
- (娯楽施設) 映画館 アイススケートリンク カラオケ
- ボーリング ゲームセンター TVスタジオ
- ⑤駐車台数 車 1400台
- バイク 1000台

開店後 状況

- 1 SC 入店客数 月平均120万人超を継続
- 2 来店手段 週平均 車40% バイク60%
週末は駐車場パンク状態(立体駐車場増築工事中)
- 3 主たる客層 外国人20% 中間所得層富裕層 80%
年代では20台 New Family中間所得層および富裕層家族
- 4 ピーク時間 平日17:30—21時 週末 13:00—22:00
- 4 好調 飲食レストラン 娯楽施設 外資新規参入物販テナント
- 5 評価 今のプノンペンの情報発信スポット デートコース
週末の時間消費と買物の楽しみ 清潔安全安心
(不満) 道路渋滞 週末の駐車場混雑

ご清聴ありがとうございました

プノンペンにお越しの節は
是非お立ち寄りください
イオンカンボジア