

# フィリピンにおけるサービス産業基礎調査

2011年3月

日本貿易振興機構(ジェトロ)

マニラ事務所

## 目次

1. はじめに.....	3
1-1 目的.....	3
1-2 調査対象および手法 .....	3
2. 流通・小売.....	4
2-1 概要・構造.....	4
2-2 市場規模・将来性.....	6
2-3 市場シェア .....	11
2-4 外資に対する規制.....	13
3. 外食.....	15
3-1 概要・構造.....	15
3-2 市場規模・将来性.....	16
3-3 市場シェア .....	19
3-4 外資に対する規制.....	21
4. 対面型サービス（理容・美容・マッサージ等） .....	22
4.1 概要・構造.....	22
4.2 市場規模・将来性 .....	22
4.3 市場シェア .....	25
4.4 外資に対する規制.....	26
5. 教育.....	27
5-1 概要・構造.....	27
5-2 市場規模・将来性.....	28
5-3 市場シェア .....	29
5-4 外資に対する規制.....	30
6. 運送.....	31
6-1 概要・構造.....	31
6-2 市場規模・将来性.....	31
6-3 市場シェア .....	36
6-4 外資に対する規制.....	37

7. 建設.....	38
7-1 概要・構造.....	38
7-2 市場規模・将来性（主要エリア毎の現状と成長性含む）.....	39
7-3 市場シェア.....	41
7-4 外資に対する規制.....	42

## 1. はじめに

### 1-1 目的

近年、日本のサービス産業の海外展開が加速化しており、海外進出を検討する企業数は増加傾向にある。海外進出にあたり、日本企業には進出先候補国における鮮度の高い業種情報の収集・分析が求められる。

本調査では、フィリピンにおけるサービス産業の基礎的情報を収集し、フィリピン進出意欲のある日本企業へ提供することを目的とする。

### 1-2 調査対象および手法

本調査では、以下の業種を対象とする。

- (1) 流通・小売
- (2) 外食
- (3) 対面型サービス（理容・美容・マッサージ等）
- (4) 教育
- (5) 運送
- (6) 建設

本調査は、株式会社 野村総合研究所 マニラ支店に委託して実施した。本報告書に記載されている情報は、各業種の関連機関・企業の公開情報および各種調査報告書に基づいている。調査実施時期は、2011年1月中旬～3月中旬である。

## 2. 流通・小売

### 2-1 概要・構造

フィリピンの小売業界は少数の大規模近代小売業（スーパーやハイパー等）と多数の零細事業者（サリサリ・ストア等）から成る。2009年におけるフィリピンの全登録事業者数は約78万社<sup>1</sup>であり、その内99.6%が零細中小企業である（図表1）。小売・流通業は、登録事業者の約半数（約38万6千社）であり、その内、零細事業者が約95%を占め<sup>2</sup>、大規模事業者数はわずか0.08%（292社）にすぎない（図表2）<sup>3</sup>。

小売市場を食品日用雑貨とそれ以外（医薬品、家電、通信機器、書籍等）に分けると、市場内訳は前者が約55%、後者が約45%である。食品日用雑貨で見た小売業態別の売上シェアは、サリサリ・ストア等の零細小売店が約7割を占め、次いでスーパーマーケットが18%、小規模店（コンビニエンス・ストア含む）が6%、専門店が5%、ハイパーマーケットが2%である（図表3）。近年、近代的小売業の代表であるSM（シューマート）グループによる積極的なハイパーおよびスーパーマーケットの展開が地方都市にまで及んでいるものの、コミュニティに根付いたサリサリ・ストアの存在はまだ無視できない。

流通構造については、フィリピンでは全国にまたがる卸の機能がなく、地域に限定された卸が少数存在するのみである。そのため、小売はメーカーから直接仕入れるか、ディストリビューターを通してメーカーから仕入れるのが主流である。なお、大手メーカーの場合、自社で全国網の流通機能を備えている。そして、大手メーカーは小売に対して圧倒的な価格・納期交渉力を持つ<sup>4</sup>。収益構造については、フィリピンの売上上位1000社に入る大手卸・小売の平均粗利率で見ると約15%、利益率は約2%である（図表4）。スーパーおよびハイパーマーケットでは、回転率の早い商品は粗利率5~7%、遅い商品は8~12%、とメーカーからの卸価格と小売間でのコスト競合とのせめぎあいになっている現状が伺える<sup>5</sup>。

---

<sup>1</sup> 出所：貿易産業省

([http://www.dti.gov.ph/uploads/DownloadableFiles/2009\\_MSME\\_Stats\\_Industry.pdf](http://www.dti.gov.ph/uploads/DownloadableFiles/2009_MSME_Stats_Industry.pdf))

<sup>2</sup> ただし、貿易産業省に事業所登録していない事業者を含めると、サリサリ・ストアだけで全国に60万店ほどあるとも言われている。

<sup>3</sup> なお、フィリピンにおける売上上位1000社の内、小売・卸業者は計248社あり、そのうち小売が109社、卸が139社である。出所：Business World Top1000 Companies, 2010

<sup>4</sup> 象徴的な例として、2009年に外資メーカーColgate-Palmoliveが大手小売SMとの取引を中止し、フィリピンでのNo.1歯磨き粉ブランドColgateやシャンプー等がSMの棚から姿を消した。理由はメーカー側の要求する請求手続きにSMが難色を示したためと言われている。

<sup>5</sup> Philippine Amalgamated Supermarkets Association, President (Mr. Steven T. Cua)へのインタビューより

図表 1. 登録事業者規模別内訳 (2009 年)

	貿易産業省による定義 a) もしくはb)		事業者数(社)	割合(%)
	a) 土地を除く純資産総額	b) 従業員数		
零細	300万ペソ以下	9人以下	710,822	91.1%
小規模	300万ペソを超え、1,500万ペソ以下	10人以上99人以下	63,529	8.1%
中規模	1,500万ペソを超え、1億ペソ以下	100人以上199人以下	3006	0.4%
大規模	1億ペソ以上	200人以上	3080	0.4%
計			780,437	100%

出所：貿易産業省 (www.dti.gov.ph)

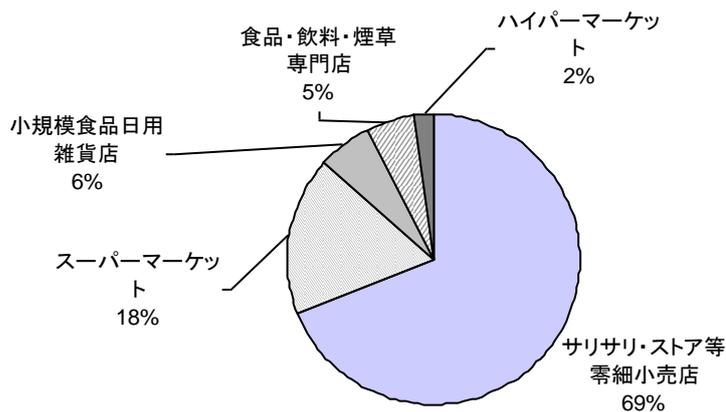
図表 2. 小売・流通業における規模別事業者数 (2009 年)

	事業者数(社)	割合(%)
零細	366,280	94.9%
小規模	18,872	4.9%
中規模	458	0.12%
大規模	292	0.08%
計	385,902	100%

出所：貿易産業省

図表 3. 食品日用雑貨業態別売上シェア (2009 年)

食品日用雑貨業態別売上シェア(2009年)



出所：Euromonitor International : Country Market Insight, January 2010

図表 4. 売上上位 1000 社に入る食品日用雑貨卸・小売の売上・利益増加率および利益率

卸/小売	事業者数	2009年対前年比 売上増加率(%)	2009年対前年比 利益増加率(%)	平均粗利率		2009年 利益率
				2009年	2008年	
卸	12社	12.0%	24.6%	10.6%	9.8%	1.9%
小売	コンビニエンスストア	3社	23.6%	17.6%	13.7%	1.3%
	スーパーマーケット	15社	12.4%	25.4%	13.8%	2.5%
	デパートメントストア	25社	12.1%	34.8%	21.7%	1.9%
小売平均		16.0%	25.9%	16.4%	16.4%	1.9%
卸・小売平均		15.0%	25.6%	15.0%	14.7%	1.9%

出所：Business World Top1000 Companies, 2010 より NRI 作成

## 2-2 市場規模・将来性

### (1) 人口推移

2007 年国勢調査に基づく人口は約 8,860 万人であり、2000 年からの人口増加率は年平均約 2%である<sup>6</sup>。国連による 2015 年までの人口増加率も年平均約 2%とされており、それに基づく 2013 年には人口が 1 億人を超える（図表 5）。人口の過半数（約 56%）はルソン島に居住しており、その内、カラバルゾン地域(Region IV-A)<sup>7</sup>が約 1,180 万人(全国の 13.3%)、マニラ首都圏 (NCR) が約 1,160 万人 (全国の 13.1%) と高い。カラバルゾン地域は日系企業が集積する工業団地のあるカビテ、ラグナ、バタンガスを含む地域であり、近年、大手開発事業者が住居用地域開発を積極的に手がけてきたこともあり、2000 年から 2007 年における人口増加率は年平均 3.7%と全国平均を 1 ポイント以上上回る（図表 6）。カラバルゾン、マニラ首都圏に次いで人口が多いのが、セブ、そしてアンヘレス市を含むパンパンガである。セブ市とアンヘレス市は、フィリピンで近年成長を遂げてきた BPO（ビジネス・プロセス・アウトソーシング）産業においてもマニラ首都圏に次ぐ進出地として、既に多国籍企業がそれぞれ数千人規模を雇用している地方都市でもある。なお、BPO 業界団体である BPA/P (The Business Processing Association of the Philippines)は、マニラ首都圏とセブの次の進出候補地 10 都市（'10 Next Wave Cities'）として、ルソン島のメトロ・ラグナ (Sta. Rosa)、メトロ・カビテ (Bacoor、Imus、Dasmarinas)、リパ市（バタンガス内）、マロロス市（ブラカン内）、バギオ市（ベンゲット）、ビサヤ島のバコロド市、イロイロ市、ドゥマゲッティ市、そしてミンダナオ島のダバオ市とカガヤン・デ・オロ市を挙げている<sup>8</sup>。これら BPO 産業の発展に伴い、小売（特にコンビニエンスストア）・飲食といった関連産業の発達も見込まれる。

フィリピン国家統計局の 2009 年家計収入・支出調査によると、最大の消費圏はマニラ首都圏であり全国消費の 24%を占め、次いで高いのがカラバルゾン (16%)、パンパンガ等を

<sup>6</sup> 出所：国家統計局 (<http://www.census.gov.ph>)

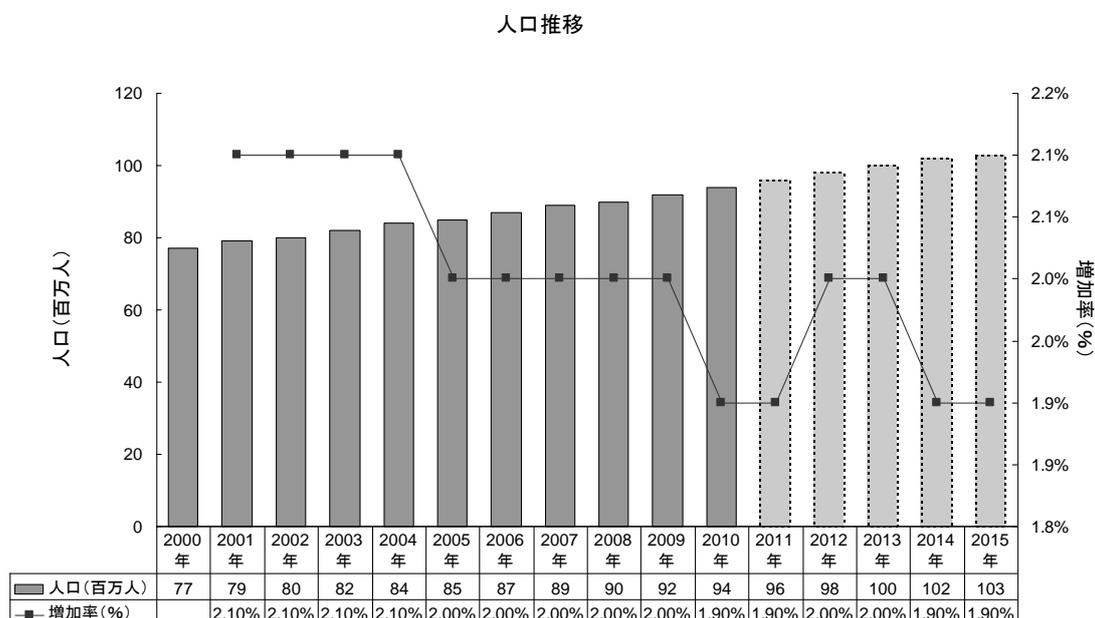
<sup>7</sup> カラバルゾン (CALABARZON) は、カビテ、ラグナ、バタンガス、リザール、ケソン州を含む。

<sup>8</sup> 出所：The Business Processing Association of the Philippines (BPA/P)(<http://www.bpap.org>)

含む中央ルソン（13%）、セブを含む中央ビサヤ（6%）である（図表7）。

2009年における全国世帯数は約1,850万戸であり、平均世帯人数は約5人である<sup>9</sup>。全世帯における平均年間世帯収入は約21万ペソ、年間世帯支出は約18万ペソ、年間世帯貯蓄は約3万ペソであり、2006年から年平均それぞれ6%、7%、6%の増加率である（図表8）。一方、世帯収入上位10%の世帯における平均世帯年収は約73万ペソ、平均世帯年間支出は約54万ペソであり、これらの層における年収は全体平均の約3.5倍である。地域別に見ると、平均世帯年収が最も高いのはマニラ首都圏の約36万ペソ、次いでカラバルゾン（約25万ペソ）、アンヘレスやターラックを含む中央ルソン（約22万ペソ）、バギオ市等を含むコルディリエラ特別自治区（約22万ペソ）、ルソン島北部のイロコス（約19万ペソ）、セブ市等を含む中央ビサヤ（約18万ペソ）となっている。世帯収入上位10%の層で見ると、マニラ首都圏の平均世帯年収は約115万ペソ（月平均約9万6千ペソ）、平均世帯年間支出は約90万ペソ（月平均約7万5千ペソ）であり、収入に対する支出の割合は79%と全国平均の73%と比べ高い。一方、ルソン島北部の地域（Region I, II, CAR）では収入に対する支出の割合が60～65%と平均より低く、より「儉約家」であるという文化が数値にも表れている。

図表5. 人口推移



注：2008年から2010年は国家統計局による推計、2011年以降は国連による推計。

出所：国家統計局および国連人口統計

<sup>9</sup> 出所：国家統計局 (<http://www.census.gov.ph>)

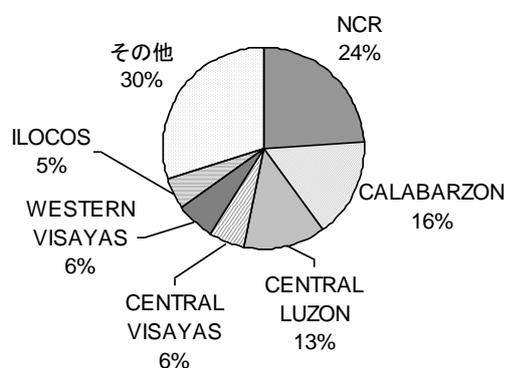
図表 6. 主要地域における人口推移

主要地域	人口(人)			全国に占める割合(%) (2007年)	2000-07年 年平均増加率 (%)
	1995年	2000年	2007年		
フィリピン全国	68,616,536	76,506,928	88,566,732	100%	2.3%
カラバルゾン	7,750,204	9,320,629	11,757,755	13.3%	3.7%
マニラ首都圏	9,454,040	9,932,560	11,566,325	13.1%	2.3%
セブ(セブ市含む)	2,960,411	3,360,380	3,849,810	4.3%	2.1%
パンパンガ(アンヘレス市含む)	2,124,368	2,424,540	2,757,518	3.1%	2.0%
ダバオ市	1,006,840	1,147,116	1,366,153	1.5%	2.7%

出所：国家統計局

図表 7. 家計支出地域別割合

家計支出地域別割合



出所：国家統計局家計収入・支出調査 2006年

図表 8. 地域別平均世帯収入・支出・貯蓄

	地域 (2009年平均世帯年間収入の多い順)	2009年 人口(千人)	2009年 世帯数 (千世帯)	2009年					2006年～2009年 年平均増減率		
				平均世帯 年間収入 (千ペソ)	平均世帯 年間支出 (千ペソ)	平均世帯 年間貯蓄 (千ペソ)	世帯収入 上位10% における 平均世帯 年間収入 (千ペソ)	世帯収入 上位10% における 平均世帯 年間支出 (千ペソ)	平均世帯 年間収入	平均世帯 年間支出	平均世帯 年間貯蓄
1	National Capital Region マニラ首都圏	11,566	2,461	356	309	47	1,148	904	5%	7%	-4%
2	Region IVA - CALABARZON バタンガス、カビテ、ラグナ等	11,758	2,406	249	213	36	799	567	6%	5%	19%
3	Region III -Central Luzon ブラカン、アンヘレス市、ターラック等を含む	9,709	2,028	221	189	32	640	470	4%	4%	6%
4	Cordillera Administrative Region バギオ市等を含む	1,521	322	219	174	44	760	493	5%	5%	2%
5	Region I -Ilocos Region	4,547	1,005	186	152	35	626	392	10%	8%	28%
6	Region VII -Central Visayas セブ市等を含む	6,401	1,374	184	152	32	658	470	9%	8%	17%
7	Region II -Cagayan Valley	3,051	653	181	141	40	669	410	9%	6%	20%
8	Region XI -Davao Region ダバオ市等を含む	4,159	884	166	142	24	561	410	8%	8%	9%
9	Region X -Northern Mindanao カガヤン・デ・オロ市等を含む	3,952	839	165	139	26	627	452	5%	6%	1%
10	Region VIII -Eastern Visayas	3,915	865	160	128	32	665	403	9%	8%	15%
11	Region VI -Western Visayas イロイロ市、パコロド市を含む	6,844	1,452	159	143	16	542	425	7%	8%	5%
12	Region XII -SOCCSKSARGEN ジェネラル・サントス市等を含む	3,831	801	154	132	22	568	409	12%	13%	7%
13	Region V -Bicol Region	5,106	1,070	152	137	15	535	404	7%	8%	0%
14	CARAGA	2,293	470	149	125	23	590	399	9%	8%	9%
15	Region IX -Zamboanga Peninsula	3,230	662	144	116	28	567	385	5%	6%	1%
16	Region IVB -MIMAROPA ミンドロ、パラワン等	2,560	590	141	121	21	463	341	10%	10%	10%
17	Autonomous Region of Muslim Mindanao	4,121	572	113	98	15	311	214	9%	10%	2%
	フィリピン全国	88,567	18,452	206	176	31	728	535	6%	7%	6%

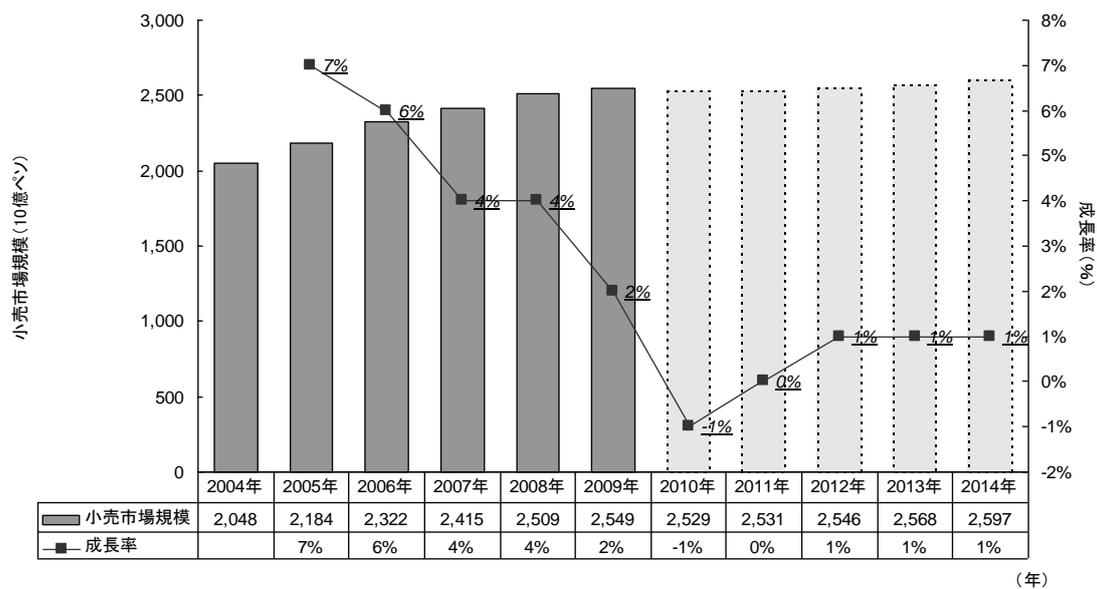
出所：国家統計局

## (2) 小売市場規模

ユーロモニター・インターナショナルによる2009年の小売市場規模は、約2兆5,500億ペソであり、GDPの約33%にあたる。2004年から5年間の小売業年平均成長率は4.5%である。ただし、大企業に限ってみると、フィリピンにおける売上上位1000社に入る卸・小売の2009年対前年比の売上増加率は平均15%、同利益増加率は平均25.6%とGDP成長率を大きく上回る。前述のとおり、食品日用雑貨における売上シェアではサリサリ・ストア等零細小売店が約7割(2009年において69%)で、スーパーおよびハイパーマーケットが2割を占める。2010年から2014年にかけての予測では、サリサリ・ストアの割合が69%から67%に微減し、スーパーおよびハイパーマーケットの割合が21%から22%に微増する。サリサリ・ストアは消費者からすると、各コミュニティで自宅から徒歩圏内にあり、何よりツゲが利くという一般庶民にとって最大の利点がある。また、近年GDPの約1割を占めるフィリピン人海外労働者(OFW: Overseas Filipino Workers)が海外で稼いだお金を資金としてフィリピン国内で事業を始める最も手軽な形態がサリサリ・ストアであると

言われている。業界団体および食品日用雑貨卸によると、新規サリサリ・ストアは後を絶えず、現在のところ近代小売の積極展開による大打撃を受けている印象はなく、顧客の層によって棲み分けられているようである。

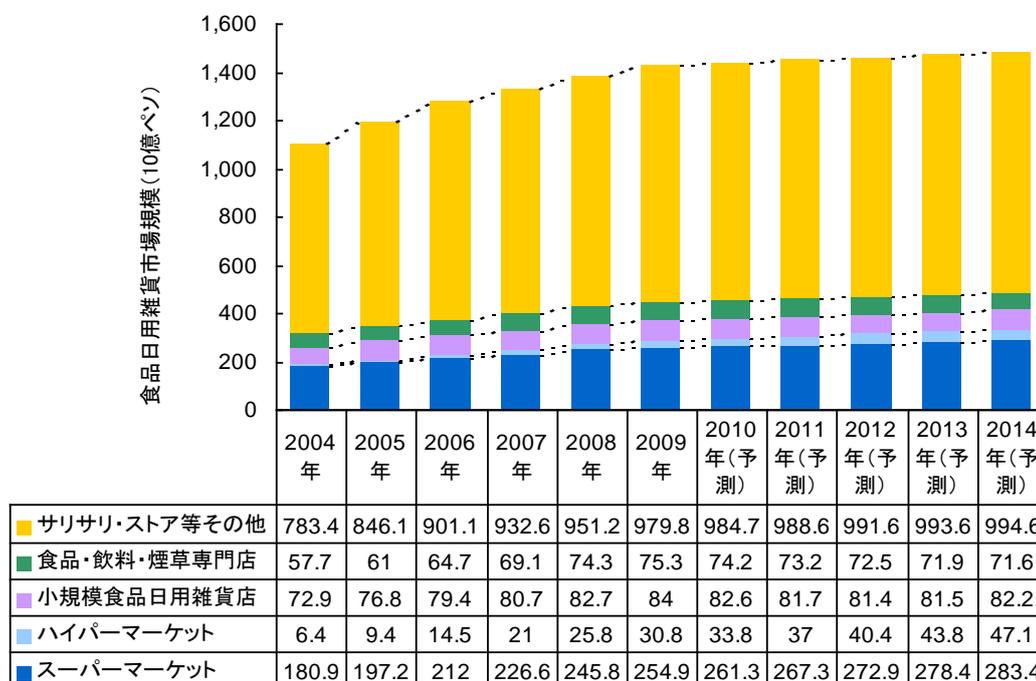
図表 9. 小売市場規模および成長率推移



注：2010年～2014年は予測

出所：Euromonitor International : Country Market Insight, January 2010

図表 10. 食品日用雑貨業態別市場推移



注：コンビニエンス・ストアは「小規模食品日用雑貨店」に含まれる。

出所：Euromonitor International : Country Market Insight, January 2010

### 2-3 市場シェア

小売業において最大の市場シェアを占めるのは、近代小売業のスーパーマーケットやハイパーマーケット、また大型モールを有する **SM Investment Corp** であるが、その割合は2009年において約5%にとどまる。市場シェアの9割弱はサリサリ・ストアを含む小規模・零細事業者によって占められている。過去4年間の市場シェア推移を見ると、小規模・零細事業者の割合は毎年約1%（約1ポイント）ずつ減少してきており、近代小売業の全国積極的展開の影響を僅かではあるが受けていると言える。

なお、2000年に成立した小売自由化法により、条件付きで外資の小売市場参入が可能となったが、現在まで外資100%で参入している例はない。外資小売業が参入している例では、地場の有力企業との合弁か、ライセンス契約となっている。図表12に挙げた企業では、台湾の統一超商<sup>10</sup>と地場企業による合弁の **Philippine Seven Corp**、アメリカのエースハードウェアと香港のワトソンが地場の **SM** グループと合弁でそれぞれ **Ace Hardware Philippines**,

<sup>10</sup> 台湾の小売流通業大手、統一超商（President Chain Store Corp.）の100%子会社であるマレーシア企業 President Chain Store (Labuan) Holdings, Ltd.が株の56.59%を保有（2009年12月末時点）。出所：SEC提出Annual Report, 2010 April

Inc、Watson's Personal Care Stores Philippines Inc.がある。その他、日系で地場企業との合弁により進出している例としては、Mini Stop（三菱商事とロビンソンズ・グループによる共同事業とミニストップによるフランチャイズ契約）、サイゼン<sup>11</sup>（大創産業とロビンソンズ・リテイル・グループによるフランチャイズ契約）、MUJI（無印良品とルスタンズ・グループのライセンス契約）等が挙げられる。

図表 1 1. 小売市場シェア推移

(単位: %)

	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
SM Investments Corp	1.8	3.5	3.9	4.3	4.9
Mercury Drug Corp	2.5	2.6	3.0	3.1	3.0
Rustan Group of Cos	1.1	1.2	1.2	1.2	1.1
Puregold Price Club Inc	0.5	0.6	0.7	0.8	0.8
Robinsons Retail Group	0.5	0.6	0.6	0.6	0.7
Avon Cosmetics Inc	0.5	0.5	0.5	0.5	0.6
Watson's Personal Care Store Philippines Inc	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4
Monterey Foods Corp	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4
Star Appliance Center Inc	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
Homeworld Shopping Corp	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3
Abenson Inc	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Philippine Seven Corp	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
PSMT Phils Inc	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Amazon.com Inc	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Ace Hardware Philippines Inc	0.1	0.2	0.1	0.1	0.2
Goldilocks Bake Shop Inc	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2
National Book Store Inc	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Automatic Appliances Inc	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2
Rose Pharmacy Inc	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2
Fuller Life Direct Selling Philippines, Inc	-	0.1	0.1	0.1	0.1
Supervalve Inc	1.1	-	-	-	-
Super Shopping Market Inc	0.3	-	-	-	-
その他	89.2	88.3	87.2	86.3	85.5
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

出所：Euromonitor International：Country Market Insight, January 2010

<sup>11</sup> 通称、85 ペソショップ（85 ペソ均一）。2009年4月に1号店出店。

図表 1 2. 主な小売プレーヤーの業態および店舗数

企業名	財閥	業態	店舗名	店舗数	備考	
SM Investments Corp	シー財閥	デパート	SM Department Store	37	2010年6月末時点。現在はいずれも数店舗ずつ増加している。	
		スーパーマーケット	SM Supermarkets	27		
		ハイパーマーケット	Super SM	20		
		ディスカウント・ストア	SaveMore	31		
		キャッシュ&キャリアー	Makro	9		既存のMakroはSM/ハイパーに立替えられつつある。
		モール	SM Center/ SM City	40		
Robinsons Retail Group	ゴコンウェイ財閥 (JG Summit Holdings, Inc.)	スーパーマーケット	Robinsons Supermarket	51	2009年末時点	
		デパート	Robinsons Department Store	28		
		コンビニエンスストア	Mini Stop	332	2010年末時点。三菱商事、ミニストップ株式会社との共同事業であるロビンソンズ・コンビニエンス・ストアーズ(RCSI)とミニストップ株式会社とのフランチャイズ契約	
		専門店	Handyman Do It Best Center, Robinsons Appliances, Toys R Us, Saizen, True Value等		Saizenは大創産業とのフランチャイズ契約	
Rustan Group of Companies	タントコ財閥	スーパーマーケット	Rustan's Supermarket	22	2009年末時点	
		ハイパーマーケット	Shopwise	4		
		専門店	海外有名ブランド、MUJI等			子会社Store Specialist Inc.が無印良品とライセンス契約
Philippine Seven Corp		コンビニエンスストア	7-Eleven	520	2010年9月末時点。台湾統一超商との合併	
Ayala Land, Inc.	アヤラ財閥	モール	Glorietta, Greenbelt, Trinoma, Ayala Center Cebu等	16	2009年末時点	

出所：各社年次報告書およびホームページから NRI 作成

## 2-4 外資に対する規制

1991年外国投資法（共和国法第7042号、1996年改正）に基づく2010年2月発効の第8次ネガティブリストでは、「払込資本金が250万米ドル以下の小売業」は外資参入禁止とされている。1954年の小売業国民化法により、外資企業によるフィリピンの小売市場への参入が禁止されてきた。しかし、2000年に共和国法8762号、通称「小売自由化法（The Retail Trade Liberalization Act of 2000）」が制定され、外資による小売市場参入が条件付きで可能となった。同法第5条によると、以下の条件を満たせば、外国資本100%での参入が許可されている。

- フィリピンペソでの払込資本金が250万米ドル以上で、一店舗当たりの投資額がフィリピンペソで83万米ドル相当以上であること。

ただし、以下の条件を満たす必要がある。

- ・ 外資比率が80%以上の場合、営業開始後8年以内に、最低30%の株式を国内株式市場にて公開する。（第7条）
- ・ 親会社の純資産が2億米ドル以上である。（第8条(a)）
- ・ 世界で5箇所以上の直営若しくはフランチャイズ店を有するか、資本金が25万米ドル以上の店舗を1店舗以上有する（第8条(b)）
- ・ 5年間の小売業実績を有する（第8条(c)）
- ・ 親会社の登記国がフィリピン資本の小売業参入を認めている（第8条(d)）

- ▶ 高級品若しくは贅沢品に特化した企業で、一店舗当たりのフィリピンペソでの払込資本金が 25 万米ドル以上であること。

ただし、以下の条件を満たす必要がある。

- ・ 親会社の純資産が 5,000 万米ドル以上である。(第 8 条)

なお、同法の第 3 条において、「高級品若しくは贅沢品」とは、生活維持に必要がなく、主に高所得者層からの需要であるものと定義付けられている。例として、宝石やブランドまたはデザイナーズ衣類および靴、アパレル、レジャー・スポーツ用品、電気製品およびその他身の回り品が挙げられている<sup>12</sup>。

---

<sup>12</sup> 小売自由化法の施行細則 6 条において、「高級品若しくは贅沢品」の一覧は、国家経済開発庁 (NEDA) の Inter-Agency Committee on Tariff and Related Matters で毎年更新されると規定されている。

### 3. 外食

#### 3-1 概要・構造

貿易産業省による 2009 年の登録事業者数統計では、ホテル・レストラン事業者は約 9 万 7 千社と全業種の約 1 割を占める<sup>13</sup>。規模別では、零細事業者が約 95%、小規模事業者が約 5%、中規模事業者が 0.12%、大規模事業者が 0.08%という構成である（図表 1 5）。

また、ユーロモニター・インターナショナルによると、全国の外食店舗数は 2009 年において約 8 万店あり、そのうち独立系の店舗が 8 割、チェーン系店舗が 2 割を占める。全売上に対しては、独立店舗が 63%、チェーン店舗が 37%である。つまり、チェーン店舗における店舗あたりの売上は独立店舗に比べて、約 2.5 倍高いということになる。形態別の市場シェアは、フルサービス・レストランおよびファーストフードがそれぞれ 26%、カフェおよびバーが 25%、キオスク（小規模店舗（ドーナツ、ワッフル、ホットドッグ、ドリンク、アイスクリーム等））が 21%、宅配および持ち帰り専門店が 3%である。形態別の売上額と店舗数から、店舗あたり売上額はファーストフードが最も高く（約 1,740 万ペソ／店舗／年）、最も低いキオスク（約 200 万ペソ／店舗／年）の 9 倍近い。全体で平均すると店舗あたり年間売上額は約 440 万ペソである（図表 1 6）。

図表 1 5. ホテル・レストランの登録事業者数

	事業者数(社)	割合(%)
零細	87,730	94.9%
小規模	9,403	4.9%
中規模	165	0.12%
大規模	64	0.08%
計	97,362	100%

出所：貿易産業省

図表 1 6. 形態別売上額、店舗数および店舗あたり売上（2009 年）

	売上額 (百万ペソ)	割合	店舗数 (店)	割合	店舗あたり売上 (千ペソ)
フル・サービス・レストラン	90,463	26%	18,291	23%	4,946
ファーストフード	88,987	26%	5,123	6%	17,370
カフェ、バー	85,500	25%	16,005	20%	5,342
キオスク	73,290	21%	36,923	46%	1,985
宅配、持ち帰り専門店	10,590	3%	1,916	2%	5,527
その他	n.a.	n.a.	1,383	2%	-
全体	348,830	100%	79,641	100%	4,380

出所：Euromonitor International

<sup>13</sup> なお、国家統計調整委員会が実施している年次業種別調査(Annual Survey of Philippine Business and Industry)では、ホテル・レストラン事業者数に占める各割合はホテルが 19%、レストラン 81%。

### 3-2 市場規模・将来性

ユーロモニターによると、2009年における外食市場は約3,500億ペソであり、過去5年間の平均成長率は約7.4%である。2005年では12%だった成長率が年々減少し2009年は3%であった。2010年以降の成長率予測は約1%/年と低く、人口増加に比して外食市場の伸び率は低くとどまると見られている（図表17）<sup>14</sup>。消費者による選別の目はより厳しくなってきたと言える。

国家統計調整委員会による家計支出調査結果をみると、家計支出に占める外食の割合は2006年において全国平均5.8%、マニラ首都圏平均8.7%である（図表19）<sup>15</sup>。地域別に見ると、全国の家計における外食支出の35%はマニラ首都圏で占められている。次いで割合が高いのがカラバルゾン（22%）、そして中央ルソン（14%）である（図表20）。

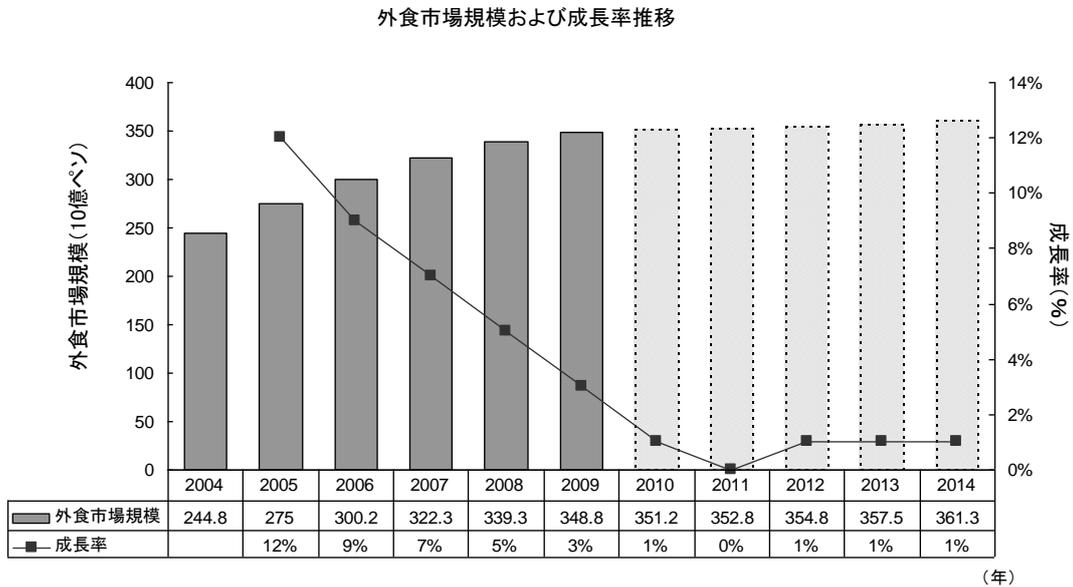
全国における外食の内訳とその割合を見ると、「学校での食事」（23%）、「勤務中の食事」（46%）、「左記以外の食事（主にレストラン）」（7%）、そして「スナック（メリエンダ）」（23%）と、労働者による昼食を含む勤務中の食事が最も高い（図表21）。マニラ首都圏では特にこの割合が他地域に比べ高く、55%である（図表21）。なお、2003年から2006年にかけて、学校および勤務中の食事の割合が増え（各4%増）、その分スナック（メリエンダ）の割合が減少している。

マニラ首都圏以外における今後の可能性としては、前述したBPO産業における今後の進出候補地である10都市（ルソン島のメトロ・ラグナ（Sta. Rosa）、メトロ・カビテ（Bacoor、Imus、Dasmarinas）、リパ市（バタンガス内）、マロロス市（ブラカン内）、バギオ市（ベンゲット）、ビサヤ島のバコロド市、イロイロ市、ドゥマゲッティ市、そしてミンダナオ島のダバオ市とカガヤン・デ・オロ市）のポテンシャルが挙げられるが、主要なチェーン店は既に進出しているため、新規進出の場合は価格優位性や新奇性といった厳しい競争を強いられることになると思われる。

<sup>14</sup> 国内外食産業の伸び率鈍化への対応は、外食チェーン最大手のジョリビー・フーズの積極的な海外進出等にも見てとれる（別途、後述）。

<sup>15</sup> 2000年5.0%、2003年5.4%

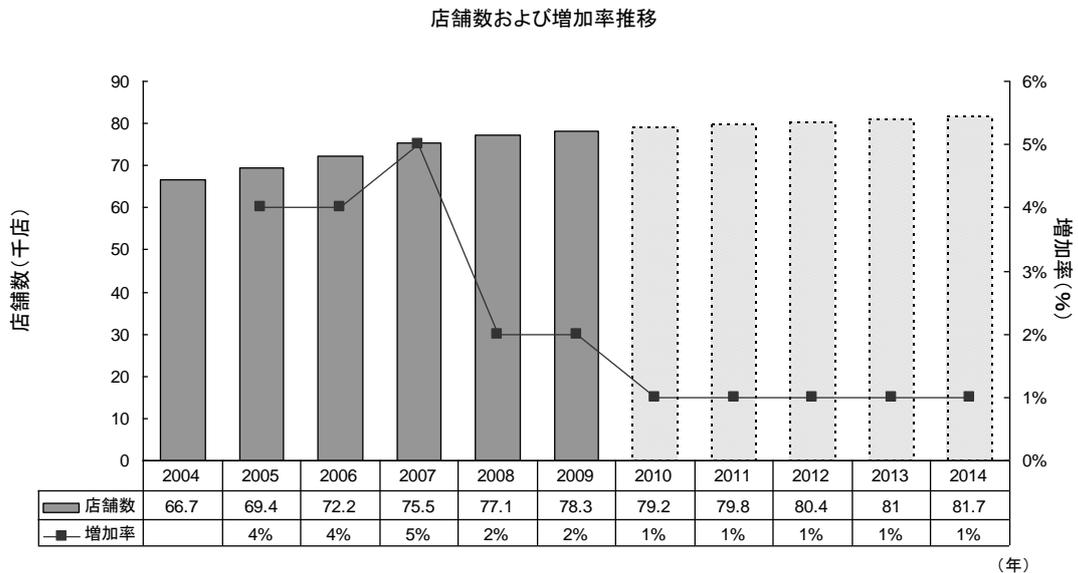
図表 1 7. 外食市場規模および成長率推移



注：2010 年以降は予測

出所：Euromonitor International：Country Market Insight 2010

図表 1 8. 外食店舗数および増加率推移



注：2010 年以降は予測

出所：Euromonitor International：Country Market Insight 2010

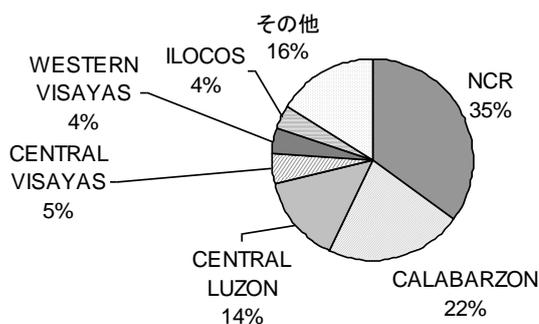
図表 19. 家計支出に占める外食の割合 (2006 年)

	全所得層	年間世帯所得別				
		4万ペソ未満	4万ペソ以上 6万ペソ未満	6万ペソ以上 10万ペソ未満	10万ペソ以上 25万ペソ未満	25万ペソ以上
フィリピン全体	5.8%	1.1%	2.2%	3.5%	6.2%	6.7%
NCR	8.7%	3.6%	3.3%	6.1%	8.6%	8.8%
CAR	3.4%	0.5%	0.9%	1.9%	3.1%	4.4%
ILOCOS	4.6%	1.5%	2.8%	3.6%	5.3%	4.7%
CAGAYAN VALLEY	3.7%	1.0%	2.1%	3.2%	4.2%	4.1%
CENTRAL LUZON	6.5%	0.8%	3.6%	5.1%	7.1%	6.4%
CALABARZON	7.8%	2.4%	4.4%	6.5%	8.1%	7.9%
MIMAROPA	3.1%	1.1%	2.5%	2.9%	3.4%	3.3%
BICOL	3.2%	0.9%	1.4%	2.4%	4.0%	3.7%
WESTERN VISAYAS	3.8%	1.0%	2.2%	3.0%	4.3%	4.4%
CENTRAL VISAYAS	4.6%	1.0%	2.1%	3.6%	5.6%	4.9%
EASTERN VISAYAS	1.9%	0.5%	0.6%	1.4%	2.1%	2.8%
ZAMBOANGA PENINSULA	3.1%	1.1%	1.5%	2.2%	3.3%	4.1%
NORTHERN MINDANAO	3.1%	1.1%	2.1%	2.9%	3.5%	3.2%
DAVAO	3.5%	1.2%	1.9%	2.4%	3.9%	4.2%
SOCOSKISARGEN	3.4%	1.3%	2.4%	2.9%	4.1%	3.9%
CARAGA	2.1%	0.7%	1.3%	2.1%	2.5%	2.3%
ARMM	3.0%	1.2%	1.9%	2.8%	3.4%	6.0%

出所：国家統計調整委員会 2006 年

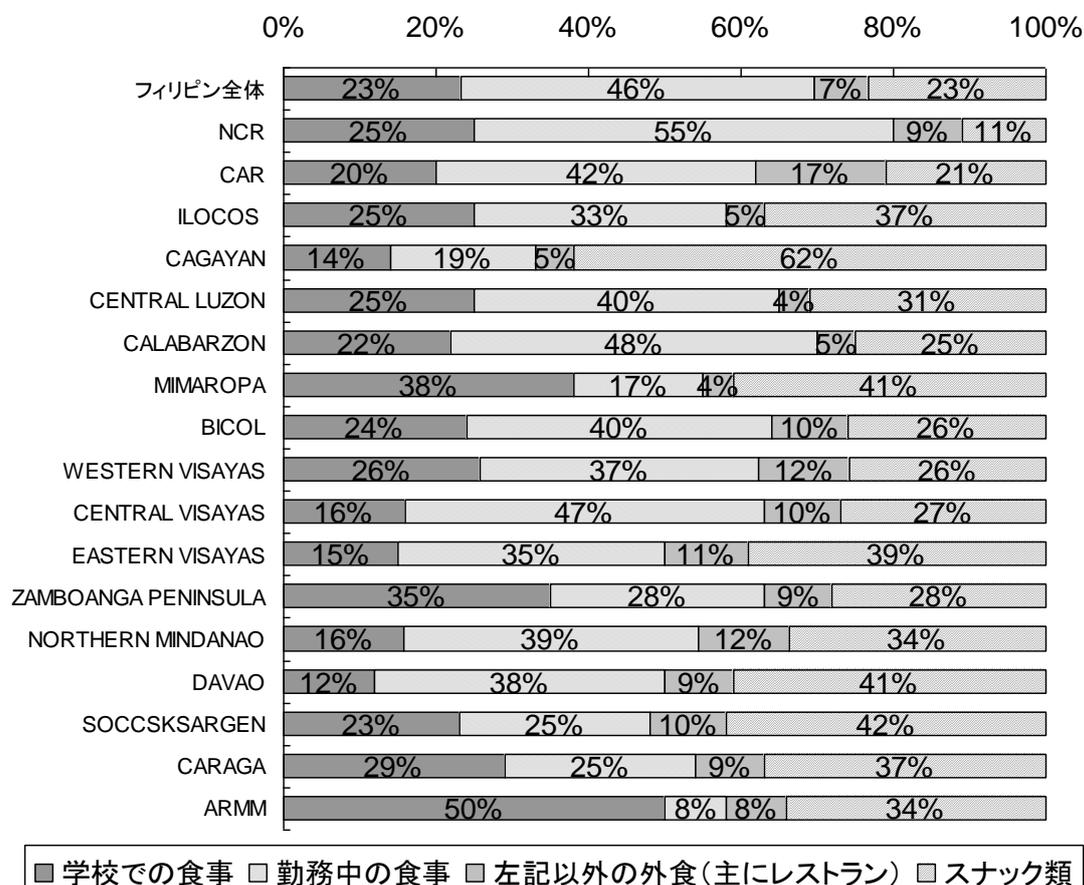
図表 20. 全家計外食支出における地域別割合 (2006 年)

家計外食支出地域別割合



出所：国家統計調整委員会 2006 年

図表 2 1. 地域別に見た外食の内訳 (2006 年)



出所：国家統計調整委員会 2006 年

### 3-3 市場シェア

チェーン系で見た企業別の売上シェアは、地場の Jollibee Foods Corp が約 4 割と圧倒的に高く、2 位以下はシェア 10% 以下である (図表 2 2)。また、ブランド別の市場シェアは、Jollibee (ジョリビー) が約 3 割と高く、次いで McDonald's、Chowking (チャウキン)、Greenwich (グリーンウィッチ) とマクドナルドを除き、ジョリビー・グループで占められている (図表 2 3)。チェーン系では、売上の約 7 割が地場系で、残り 3 割が外国企業と地場企業のライセンスおよびフランチャイズ契約である。日系では、ミスタードーナツを運営する日本ダスキンが地場とのフランチャイズ契約を有しており、チェーン系外食の 2.6% の売上シェアを占める。日系チェーン店では、他に吉野家が 2001 年より地場の食品大手企業 Century Pacific Group<sup>16</sup>とのフランチャイズ契約により、現在マニラ首都圏に 5 店舗出店している。

<sup>16</sup> 主要製品は 'Century TUNA' で知られるツナ缶。

図表 2 2. 2009 年チェーン系外食企業における売上シェア

順位	企業名	売上シェア (%)
1	Jollibee Foods Corp	39.5%
2	Mc Donalds Corp	9.8%
3	Yum! Brands Inc	4.6%
4	Duskin Co Ltd	2.7%
5	Starbucks Corp	2.4%
6	Mang Inasal Phils Inc	1.9%
7	Burger Machine Inc	1.9%
8	Max's Inc	1.5%
9	Dunkin Brands Inc	1.4%
10	Goldilocks Bakeshop Inc	1.3%
11	Pancake House Inc	1.3%
12	Waffle Time Inc	1.1%
13	Seven & I Holdings Co Ltd	1.1%
14	Yellow Cab Pizza Co	1.1%
15	その他	28.4%
	計	100.0%

出所：Euromonitor International 2010

図表 2 3. チェーン系ブランド別売上シェア

ブランド(店舗)名	企業名	資本/契約形態	2009年 店舗数(店)	2009年 売上シェア
Jollibee	Jollibee Foods Corp、他フランチャイ ジー	地場	683	27.0%
McDonald's	Golden Arches Dev. Corp、他フラン チャイジー	米マクドナルド社とGolden Arches Dev. Corpのライセンス契約	293	9.6%
Chowking	Jollibee Foods Corp、他フランチャイ ジー	地場	493	7.8%
Greenwich	Jollibee Foods Corp、他フランチャイ ジー	地場	128	3.9%
Mister Donut	Ramcar Group of Companies	日本ダスキンとのフランチャイズ契約	1,620	2.6%
KFC	Ramcar Group of Companies	米KFCとのフランチャイズ契約	166	2.5%
Starbucks	Rustan Coffee Corp	米スターバックスとのライセンス契約	155	2.4%
Pizza Hut	Philippine Pizza Inc.	米ピザハットとのフランチャイズ契約	153	2.1%
Mang Inasal	Jollibee Foods Corp	地場	214	1.9%
Burger Machine	Burger Machine Inc.	地場	816	1.9%
Max's	Max's Restaurant Inc.	地場	125	1.5%
Dunkin' Donuts	Golden Donuts Inc.、他フランチャイ ジー	米ダンキンドーナツとのフランチャイズ 契約	500	1.4%
Goldilocks	Goldilocks Bake Shop Inc.	地場	138	1.3%
Waffle Time	Waffle Time Inc.	地場	415	1.1%
7-Eleven	Philippine Seven Corp	台湾統一超商と地場企業の合併	398	1.1%
Yellow Cab Pizza	Yellow Cab Pizza Co	地場	76	1.1%
Kenny Rogers Roasters	Roasters Philippines Inc	米Nathan's Famous Incとのフラン チャイズ契約	39	1.0%
Ang Lechon Manok ni Sr. Pedro	Anakciano Inc.	地場	270	1.0%
その他			8,276	28.8%

出所：Euromonitor International 2010、各社ホームページおよび決算報告書を基に NRI 作成

### 3-4 外資に対する規制

レストランビジネスは小売業に分類され、ネガティブリスト A の外資参入禁止分野の「払込資本金が 250 万米ドル未満の小売業」に該当する（本レポートの小売をご参照）。ただし、ホテル内に立地する場合は、外国人資本によるレストランビジネスが許可される。ホテルの資本に一部でもフィリピン資本が入っている場合には、その相手が 1%以上の資本を持つことが要求される。つまり、払込資本金 250 万米ドル以上、もしくは 100%外資のホテル内であれば、100%外資によるレストランビジネスが許可されるということになる。

## 4. 対面型サービス（理容・美容・マッサージ等）

### 4-1 概要・構造

理容・美容・マッサージといった対面型サービスは、全国チェーン展開をしている少数の大手と独立系の零細・小規模事業者が乱立した構造になっている。このような対面サービス業で特徴的なのは、顧客層およびサービス提供側の質の違いによって約 10 倍の価格差があるということである。例えば美容院におけるヘアカットではチェーン店で 130 ペソという所から独立系の 1,500 ペソまで、またマッサージは 1 時間あたり 250 ペソからホテル内スパにおける約 3,000 ペソまでと大きな幅がある。

フィリピンでは美容院でヘア以外のマニキュア・ペディキュアサービスも提供されている場合がほとんどである。また、マッサージやフェイシャル・ボディトリートメントを行っている美容院もある。ネイル・サービスの専門店はまだ少なく、California Nails & Day Spa（米国 California Advanced Nail and Skincare の加盟店、全 9 店舗）や Tips 'N Toes Nail Salon（全 12 店舗）がチェーン展開を行っている。このようなネイル専門の大手チェーン店ではネイルアートのサービスも行っているが、美容院内ではマニキュアやペディキュアのみでネイルアートまで行っているところは稀である。なお、マニキュアやペディキュアは店舗を持たず、個人が出張サービスを行っている場合も多い。

マッサージは、大きく店舗型と出張サービス型（無店舗）に分かれ、前者は店舗でマッサージ以外にフェイシャル・ボディトリートメント等も行っていることが多い。一方、フェイシャル・ボディトリートメントを主軸としている大手の美容クリニックでは、専属の医師が施術を行っている。また、大手の美容クリニックでは自社ブランド商品も開発・販売している。

### 4-2 市場規模・将来性

国家統計調整委員会による 2009 年の家計支出調査によると、家計における「パーソナルケア」の支出は全家計支出の 3.8%<sup>17</sup>であり（図表 2 4）、その内、「理容、美容および関連サービス」は 15.6%<sup>18</sup>を占める（図表 2 5）。つまり、「理容、美容および関連サービス」の世帯支出額合計は約 190 億ペソということになる<sup>19</sup>。ただし、これはフィリピン人世帯の家計支出に基づくものであり、外国人旅行者による美容サービス関連の支出は含まれていない。フィリピンは外国人旅行者にとって自国の 3 分の 1 から 10 分の 1 でスパ等の美容関連サービスを受けられることから、スパ天国としての知名度も徐々に上がってきている。ユーロモニターによると、外国人旅行者も含むスパの売上は 2009 年において約 34 億ペソである（図表 2 6）。その内、約 6 割がホテルおよびリゾート地におけるスパである。同調査

<sup>17</sup> 2006 年におけるパーソナルケアの割合は 3.7%。

<sup>18</sup> パーソナルケア内訳は 2006 年データに基づく。

<sup>19</sup> 2006 年のパーソナルケア内訳を 2009 年支出額に乘じ算出。

によるとホテル・リゾートスパ店舗数は2006年の35店舗から2007年には85店舗と急増し、2008年には90店舗であったが東アジアからの旅行客の減少に伴い閉鎖をよぎなくされた事業者が出たため2009年には81店舗へと減少した（図表27）。

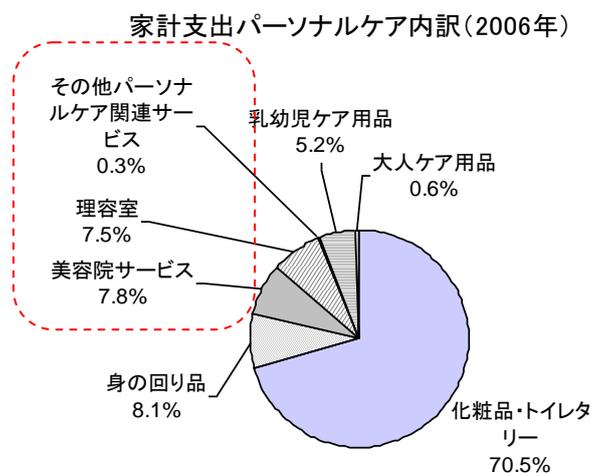
今後の成長率に関する統計データはないものの、美容業界の大手は所得の増加に伴うポテンシャルを認識している。地域としてはマニラ首都圏が主流ではあるものの、今後、セブやダバオといった地方都市へのさらなる展開も検討されている。

図表24. 家計支出構成比および消費額合計

	全世帯		世帯収入上位70%	
	割合	消費額計(百万ペソ)	割合	消費額(百万ペソ)
食品	42.6%	1,379,814	40.5%	1,169,235
アルコール飲料	0.7%	22,673	0.6%	17,322
煙草	0.8%	25,912	0.7%	20,209
燃料・電気・水道	7.1%	229,969	7.1%	204,977
交通・通信	7.7%	249,403	8.2%	236,734
日用品・雑貨	2.3%	74,497	2.4%	69,288
<b>パーソナルケア</b>	<b>3.8%</b>	<b>123,082</b>	<b>3.8%</b>	<b>109,706</b>
衣料・靴	2.2%	71,258	2.2%	63,514
教育	4.3%	139,277	4.6%	132,802
娯楽	0.4%	12,956	0.4%	11,548
医療	2.9%	93,931	3.0%	86,610
家具・家庭用品	2.9%	93,931	3.1%	89,497
家賃	12.8%	414,592	13.2%	381,084
特別な行事	2.7%	87,453	2.9%	83,723
贈り物・寄付	1.4%	45,346	1.5%	43,305
その他	5.4%	174,906	5.8%	167,446
合計	100.0%	3,239,000	100.0%	2,887,000

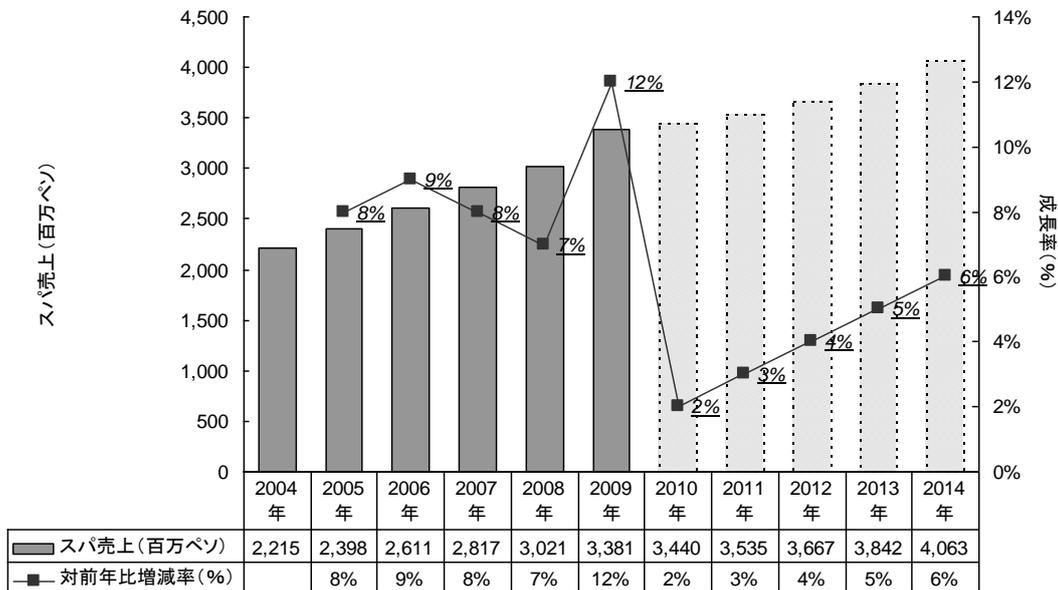
出所：国家統計調整委員会による2009年家計収入・支出調査より

図表25. 家計支出パーソナルケア内訳



出所：国家統計調整委員会による2006年家計収入・支出調査より

図表 2 6. スパ売上推移



出所：Euromonitor International, 'Health & Wellness Tourism –Philippines', 2010

図表 2 7. ホテル・リゾート地におけるスパ店舗数推移

	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
ホテル・リゾートスパ店舗数(店)	28	31	35	85	90	81
対前年比増減率(%)		11%	13%	143%	6%	-10%

出所：Euromonitor International, 'Health & Wellness Tourism -Philippines', 2010

図表 2 8. 国内および海外観光客によるスパ目的観光回数および観光客数推移

国内／海外観光客	目的別	2005年		2006年		2007年		2008年		2009年	
		旅行回数(千回)	割合(%)								
国内観光客	スパ目的	779	7%	826	6%	850	5%	704	4%	563	3%
	スパ以外の目的	10,921	93%	12,981	94%	15,363	95%	17,534	96%	19,541	97%
	全体	11,700	100%	13,806	100%	16,213	100%	18,238	100%	20,103	100%
外国人観光客		旅行者(千人)	割合(%)								
	スパ目的	394	16%	573	20%	840	27%	956	30%	923	29%
	スパ以外の目的	2,084	84%	2,266	80%	2,252	73%	2,183	70%	2,275	71%
	全体	2,478	100%	2,838	100%	3,092	100%	3,139	100%	3,198	100%

出所：Euromonitor International, 'Health & Wellness Tourism –Philippines', 2010

### 4-3 市場シェア

#### ①美容院

美容院の市場シェアの多くを占めるのが、全国チェーン展開をしている **Reyes Hair Company (RHC)**や **David's Salon's Inc.**で、どちらもフランチャイズによって全国約 200 店舗まで拡大させている（図表 29）。前者は地場企業、後者は英国人がフィリピン人との共同事業として始めたものである。その他、主に大型モールに入り全国で 50 店舗ほど展開している地場系企業も数社存在する。外国資本が入っている美容院では韓国人が在比韓国人をターゲット顧客として始めた **Tony & Jackey Hair Salon** が全国に 18 店舗を有する。日系（登記上はフィリピン資本）では、マニラ首都圏マカティ市内に **AKIRA**。や **J-Hair** といった日本人スタイリストが専属の美容院があるが、店舗数はそれぞれ 1 店舗ずつのみであり規模としてはまだ小さい。価格は、**Reyes Haircutters** といった低・中間層をターゲットとしたところではヘアカットが 50 ペソから 200 ペソまで（スタイリストの技術により価格に差がある）であるが、日本人スタイリスト専属の美容院ではヘアカットが 1,500 ペソと大きな幅がある。

図表 29. 主な美容院の店舗数および価格帯

	店舗名	組織名	設立年	店舗数	主な顧客層	ヘアカット価格	マニキュア・ペディキュア価格
地場系	Reyes Haircutters	Reyes Hair Company International Inc.	1991年	200以上	低～中間	P50～P200	各P79
	Going Straight	Going Straight Salon Inc.	1993年	41	中間	P130	マ:P110 ペ:P140
	Ricky Reyes Hair Salon	Reyes Hair Company International Inc.	1991年	44	中間～上位	P200	フットスパとマ・ペ いずれかを合わせてP470
	Ystilo Salon	Ystilo Salon Corp	1999年	27	中間	P200-250	マ:P130 ペ:P150
	Bench Fix Salon	Suyen Corporation	1983年	58	中間	P250	各P120
	Salon de Manila	Salon de Manila	1995年	6	上位	P550～600	マ:P280 ペ:P320
欧米系	David's Salon	David's Salon's Inc. (フィリピン人との共同事業)	1989年	186	中間～上位	P130～P700	マ:P170 ペ:P200
韓国系	Tony & Jackey Hair Salon	Tony & Jackey Beauty Salon Corp (比60%・韓国40%出資)	2001年	18	上位	P300～500	マ:P250 ペ:P200
日系	AKIRA。	AKIRA-SON Hair & Make-Up Studio(法的には比100%出資)	2010年	1	上位	P400～P1,500	N.A.
	J-Hair	Hair Art & Make up BOY(本社大阪)	1999年	1	上位	P1,000～1,200	N.A.

出所：各社ホームページおよびウェブサイト情報から NRI 作成

#### ②マッサージ

チェーン系および独立系のマッサージ店はほとんどが地場である。一方、ホテル内に併設されているスパは外国資本が入っている場合がある。価格は 1 時間あたりチェーン系に

における 250 ペソからホテル内における 3,300 ペソまでと 10 倍以上の差が見られる。

図表 30. 主なスパの価格帯

	店舗名	価格 (マッサージ1時間あたり)
チェーン系	Ton-Ton Thai Massage	P250～
	Big Apple	P290～
	California Nails & Day Spa	P500～
	The SPA	P1,100(個室) (共同部屋の場合、P820)
ホテル内	New World, Marahai Spa	P2,000～
	The Peninsula Spa	P2,100～
	Shangri-la, CHI, The Spa	P2,600～
	Mandarin	P3,000～
	Dusit Devarana Spa	P3,300～
出張マッサージ (無店舗型)		P250～

出所：各社ホームページ等より作成

#### 4-4 外資に対する規制

マッサージ・クリニックや理容・美容関連サービスは、ネガティブリスト B に含まれており、公共の保健及び道徳に影響を及ぼす危険性があることから、外資 40%以下に制限されている。なお、フィリピンでは政府の発行するマッサージ資格保有者のみがマッサージ・サービスを行ってよいことになっている（大統領令 856 号第 13 章）。

## 5. 教育

### 5-1 概要・構造

貿易産業省によると 2009 年における私立の教育機関は約 1 万 4 千社であり、その内、従業員数が 10 人未満の零細事業者が約半数（約 7,600 社）、小規模事業者が約 4 割（約 6,000 社）、中規模が 2%（280 社）、大規模が 1%（211 社）である（図表 3 1）。また、国家統計局による業種別調査によると、従業員数 20 人以上の事業者全体のうち、「大人向け・その他の教育（語学学校、カルチャークラス、塾や予備校等）」の事業者数は 2.2%である（図表 3 2）。

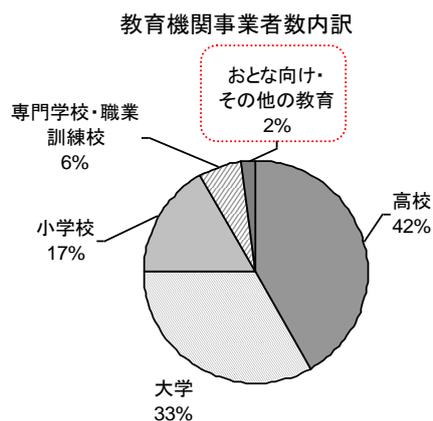
学習塾や予備校はそれほど普及しておらず、日本のような全国展開する大手企業は存在しない。語学学校は在比外国人（主に韓国人）を対象とした英語学校、フィリピン人社会人向けのビジネス文書やプレゼンテーションスキル向上のための英語教室などがある。

図表 3 1. 私立教育機関規模別事業者数（2009 年）

	事業者数(社)	割合(%)
零細	7,619	54%
小規模	6,095	43%
中規模	280	2%
大規模	211	1%
計	14,205	100%

出所：貿易産業省

図表 3 2. 教育機関事業者数内訳（2008 年）



出所：国家統計局，“2008 Annual Survey of Philippine Business and Industry”

## 5-2 市場規模・将来性

前述の国家統計局による業種別調査によると、従業員数 20 人以上の教育機関事業者全体における 2008 年の売上は約 985 億ペソであり、その内「大人向け・その他の教育」は 2% にあたる約 20 億ペソである。

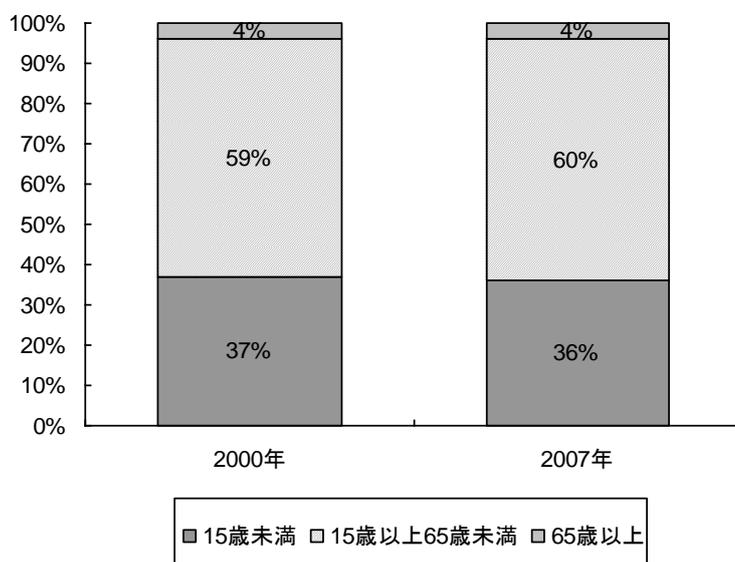
教育サービスの内容によって対象とする年齢層も異なってくると考えられるが、人口の年齢別構成比を見ると、フィリピン全体では 5 歳未満が 12%、5 歳以上 15 歳未満が 24%、15 歳以上 20 歳未満が 11%、20 歳以上 60 歳未満が 47%、そして 60 歳以上が 6% と約半数が 20 歳未満で占められている（図表 3 3）。マニラ首都圏のみで見ると、20 歳未満の割合が若干低く、労働人口の割合が高い。人口構成比の傾向を 2000 年と 2007 年で比較すると、15 歳未満が 37% から 36% へ、15 歳以上 65 歳未満が 59% から 60% へと労働人口層が微増しているが、大きな変化は見られない（図表 3 4）。次に、フィリピンの教育制度に組み込まれている初等教育、中等教育、そして高等教育における就学率の状況を見ると、フィリピン全国ではそれぞれ約 90%、87%、そして 36%（ただし高等教育の対象年齢は 16 歳から 24 歳となっており、大学院も含まれているため就学率は低くなっている）である。地域差は就学率の高いマニラ首都圏と地方都市のダバオでも 8 ポイント弱ある。教育サービスにおける市場の一つの見方として、対象年齢人口に就学率を乗じた人口（学校に通えている層）の 1 割（学校教育以外の教育サービスへの支払いが可能な世帯を上位 1 割と想定）を目安とすることができよう。

図表 3 3. 人口年齢構成比（2007 年）

	フィリピン全国		マニラ首都圏	
	人口数(千人)	割合(%)	人口数(千人)	割合(%)
1歳未満	2,070	2%	258	2%
1歳以上5歳未満	8,504	10%	979	9%
5歳以上15歳未満	20,816	24%	2,271	20%
15歳以上20歳未満	9,281	11%	1,150	10%
20歳以上40歳未満	26,917	30%	4,193	36%
40歳以上60歳未満	15,219	17%	2,065	18%
60歳以上	5,499	6%	575	5%

出所：国家統計局

図表 3 4. 人口年齢層構成比較 (2000 年および 2007 年)



出所：国家統計局

図表 3 5. 地域別就学人口および就業率 (2003 年)

	6歳～24歳の人口(千人)	6歳～11歳	12歳～15歳	16歳～24歳
		(初等教育)	(中等教育)	(高等教育)
フィリピン全国	34,295	90.2%	87.3%	33.5%
マニラ首都圏	4,195	95.9%	92.6%	34.5%
中央ルソン(パンパンガ等)	3,713	92.2%	86.8%	29.1%
カラバルゾン	4,361	93.8%	89.2%	29.7%
中央ビサヤ(セブ)	2,523	88.4%	85.2%	33.3%
ダバオ	1,668	88.1%	85.3%	33.1%

注：初等教育は6歳から6年間、ただし私立では7年間の所もある。中等教育は12歳から4年間、高等教育(大学)は16歳から専攻によって4年制と5年制(工学部等)がある。

出所：国家統計局

### 5-3 市場シェア

「大人向け・その他の教育」(語学学校、カルチャークラス、塾や予備校等)における知名度の高い教育機関の一つとして KUMON (公文) が挙げられる。KUMON の 2008 年の市場シェアは約 11% である。KUMON に類似した塾として、韓国系の E・nopi<sup>20</sup> があるが規模はまだ小さい。また英語の語学学校でも韓国系の存在が目立つ。その他、バレエやダンス、

<sup>20</sup> <http://www.enopi.com/>

空手、合気道等の教室はローカルの零細・小規模事業者が行っており、全国展開している事業者はいない。

#### 5-4 外資に対する規制

外国投資法によるネガティブリストにおいて、フィリピンの教育制度に組み込まれた教育機関の所有、設立および運営は、外資が 40%以下に制限されている（リスト A の 20）。また、ネガティブリスト B において、以下の場合には外資が 40%以下に制限されている。

- ・ 払込資本金額 20 万米ドル未満の国内市場向け企業
- ・ 先端技術（DOST による定義）を有するか、50 人以上を直接雇用し、払込資本金額 10 万米ドル未満の国内市場向け企業

（リスト B の 6&7）

## 6. 運送

### 6-1 概要・構造

国家統計局による 2008 年業種別調査によると、運送<sup>21</sup>事業者は 517 社あり、規模別に見ると従業員 20 人未満の事業者が 95% (371 社) を占める (図表 3 6)。業界のトップは大手外資系企業および地場大手の子会社で占められている。

図表 3 6. 運送業事業者数および売上額

従業員規模	事業者数	
	事業者数(社)	割合(%)
20人未満	371	95%
20人以上	146	5%
計	517	100%

出所：国家統計局 ‘2008 Annual Survey of the Philippine Business and Industry’

### 6-2 市場規模・将来性

国家統計局による 2008 年業種別調査では、運送事業者における売上合計は約 270 億ペソであった。(図表 3 7)。従業員数 20 人以上の企業 (事業者数では全体の 5%) が全体売上の 8 割以上を占めている。

運送業の市場を決定する重要な要因が貿易額である。2010 年の貿易額は輸出が約 514 億米ドル、輸入が約 545 億米ドルであり、過去 10 年の増加率は年平均で輸出が 4%、輸入が 6%である (図表 3 8)。ビジネス・モニター・インターナショナルによると、今後 5 年間の貿易額増加率は年平均 8.1% (輸出 8%、輸入 8.2%) である<sup>22</sup>。2010 年における輸出品目の割合では、電子製品が 6 割を占め、次いで衣料品 (3%)、ココナッツ・オイル (2%)、木工製品・家具 (2%)、車両・船向け配線 (2%) となっている (図表 3 9)。輸入品目では、電子機器・部品が 34%を占め、鉱物性燃料 (17%)、輸送機器 (6%)、産業機械 (5%)、穀物類 (4%) と続く (図表 4 0)。また、輸出先相手国は日本が 16%と最も高く、次いで米国 (16%)、シンガポール (14%)、中国 (11%) である (図表 4 1)。輸入相手国も上位 4 カ国は輸出相手国と同じである (図表 4 2)。

海運貨物の量で見ると、2009 年における国内貨物と国際貨物の割合はほぼ同等であるが、2010 年から 2015 年にかけての予測成長率は国際海運貨物が年平均 7.2%と国内海運貨物の 2.1%に比べ高い。海運貨物量の多い主要港別に見ると、セブ港、マニラ国際貨物港、ダバオ港、カガヤン・デ・オロ港の順に高く、2010 年から 2015 年にかけての推計増加率はセ

<sup>21</sup> いわゆるフレイト・フォワードナー、乙仲業者。

<sup>22</sup> 出所：“PHILIPPINES FREIGHT TRANSPORT REPORT Q1 2011”, Business Monitor International

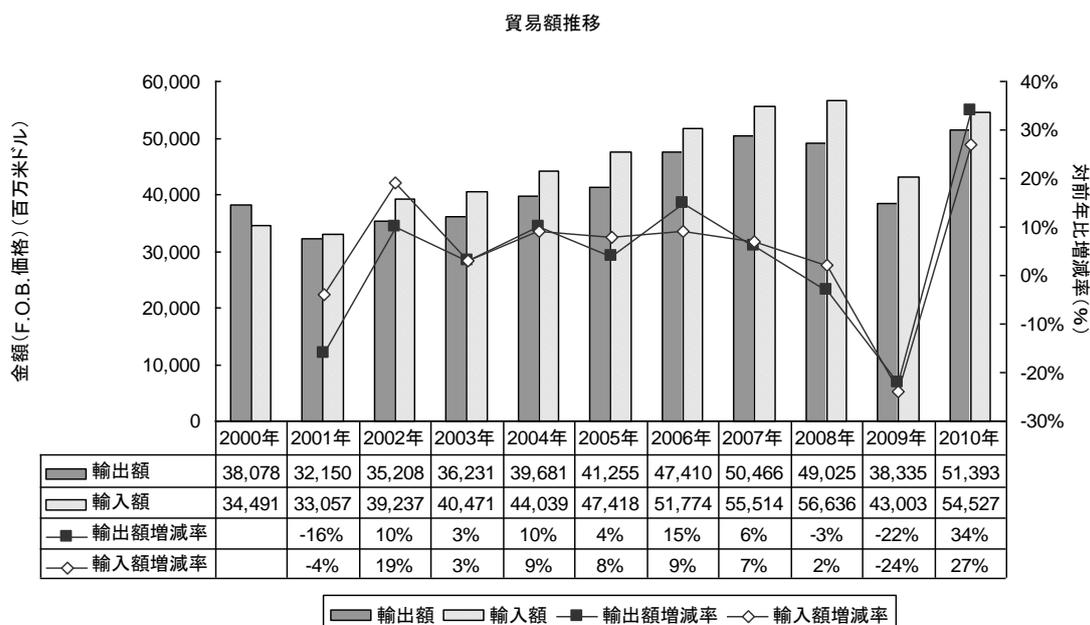
ブ港が年平均 15.8%と最も高く、次いでカガヤン・デ・オロが 11.3%、マニラが 5.5%、ダバオが 4.4%である（図表 4 4）。

図表 3 7. 運送業売上規模

従業員規模	売上	
	売上額(千ペソ)	割合(%)
20人未満	4,434,462	16%
20人以上	22,458,509	84%
計	26,892,971	100%

出所：国家統計局 “2008 Annual Survey of the Philippine Business and Industry”

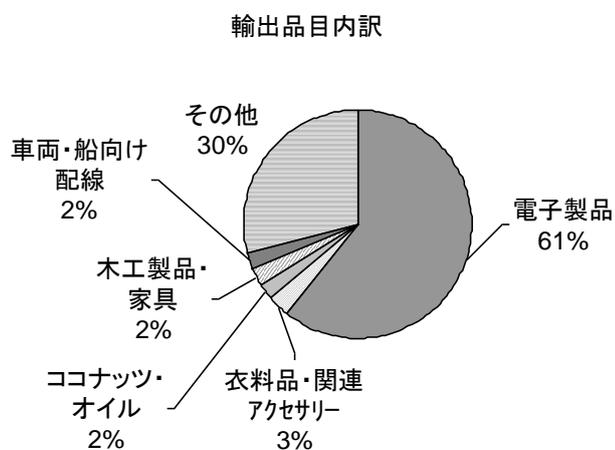
図表 3 8. 貿易額推移



注：2010年輸入額は推計値。2010年12月分の輸入額が未公表のため、各月の対前年増減率の平均を基に12月分を算出した。

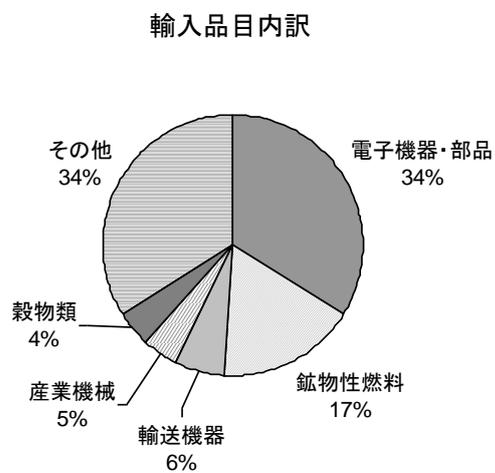
出所：国家統計局

図表 3 9 . 輸出品目割合 (2010 年)



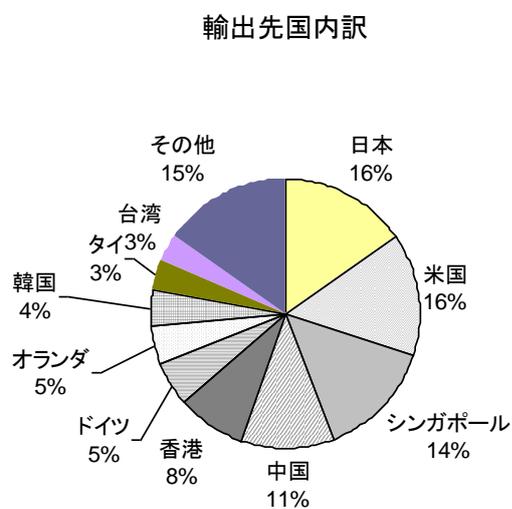
出所：国家統計局

図表 4 0 . 輸入品目別割合 (2010 年)



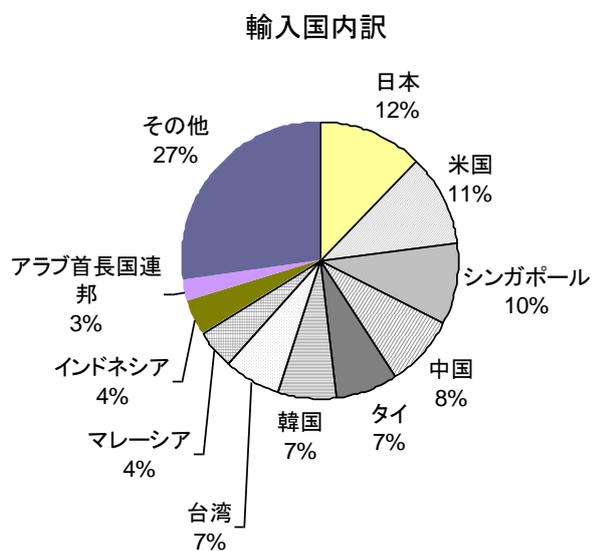
出所：国家統計局

図表 4 1 . 輸出相手国割合 (2010 年)



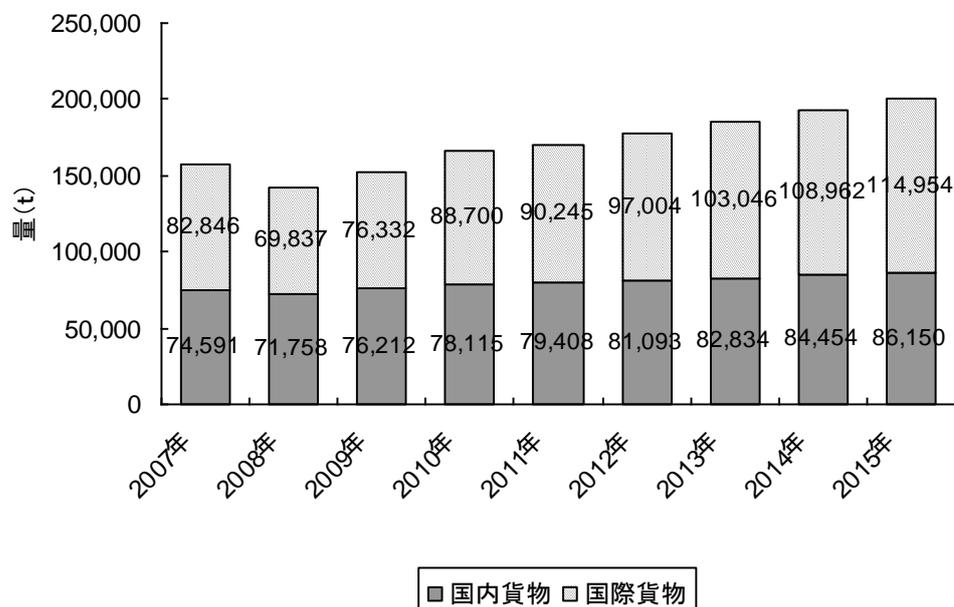
出所：国家統計局

図表 4 2 . 輸入国別割合 (2010 年)



出所：国家統計局

図表 4 3 . 海運貨物量推移

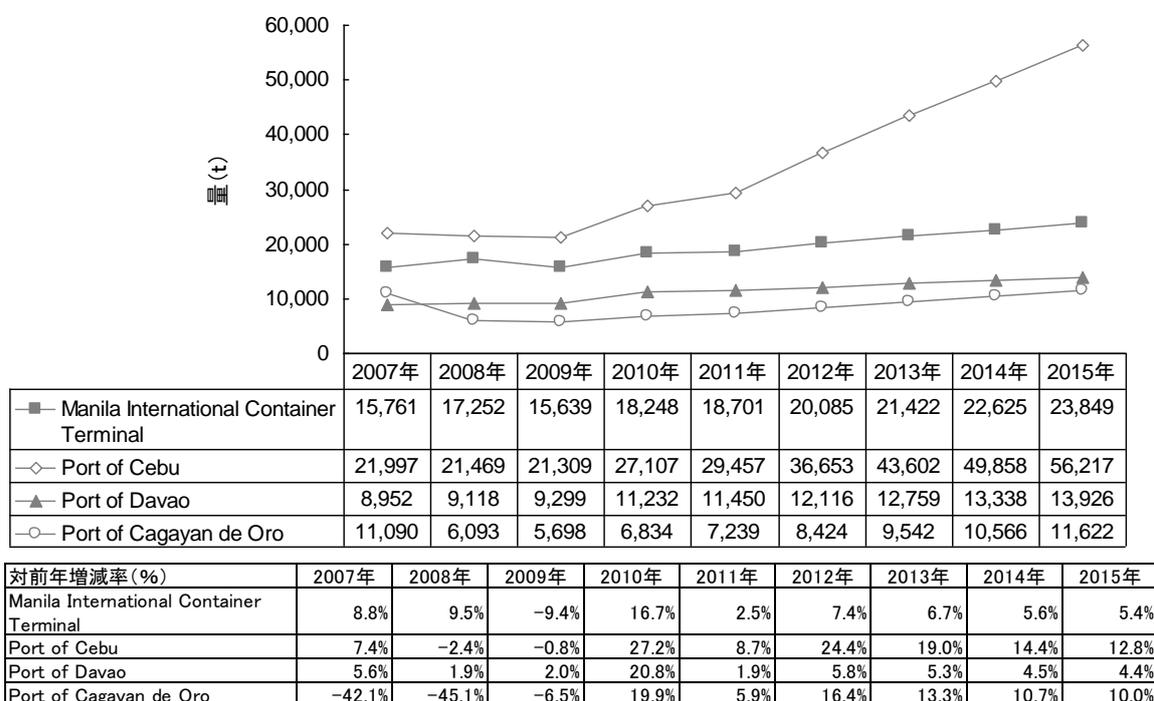


	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
国内海運貨物	量(t)	74,591	71,758	76,212	78,115	79,408	82,834	84,454	86,150
	増減率(%)	2.4%	-3.8%	6.2%	2.5%	1.7%	2.1%	2.2%	2.0%
国際海運貨物	量(t)	82,846	69,837	76,332	88,700	90,245	97,004	103,046	108,962
	増減率(%)	1.7%	-15.7%	9.3%	16.2%	1.7%	7.5%	6.2%	5.7%
全体海運貨物	量(t)	157,438	141,594	152,544	166,816	169,653	178,097	185,881	193,416
	増減率(%)	2.0%	-10.1%	7.7%	9.4%	1.7%	5.0%	4.4%	4.1%

注：2010年以降は推計値

出所：出所：Business Monitor International 2010

図表 4 4 . 主要港別海運貨物量推移



注：2010 年以降は推計値

出所：Business Monitor International 2010

### 6-3 市場シェア

2008 年の売上シェアでは、Fedex<sup>23</sup>（米国）がトップで 15%を占め、次いで Schenker（ドイツ）（8%）、DHL Express（ドイツ）（8%）と外資系企業が占める（図表 4 5）。4 番目は地場の大手企業アボイティスグループ<sup>24</sup>で'2 GO'のブランドで知られる Aboitiz One（6%）であり、5 番目が日通（日系でトップ、シェア 4%）である。6 番目の Zoom In Package も地場アボイティスグループの子会社である。

<sup>23</sup> フィリピン支店。

<sup>24</sup> 元々は船舶業だったが、現在は電力等インフラがメイン。

図表 4 5. フィリピン全業種売上上位 1000 社に入る運送業者の 2009 年売上および利益

		売上		利益			粗利率(%)		売上シェア (2008年)
		2009年売上 (百万ペソ)	対前年比 増減率(%)	2009年純利益 (百万ペソ)	対前年比 増減率(%)	利益率 (%)	2009年	2008年	
1	Federal Express Corp.	3,646	(10.2)	(1,699)	114.8	(0.5)	(18.0)	(7.9)	15%
2	Schenker Philippines, Inc.	2,750	23.0	76	196.4	0.03	14.5	20.4	8%
3	DHL Express (Philippines) Corp.	2,185	(2.6)	(25)	40.7	(0.01)	19.0	23.6	8%
4	Aboitiz One, Inc.	1,663	3.5	188	48.7	0.1	19.7	24.0	6%
5	Nippon Express Philippines Corp.	1,155	(0.5)	73	67.9	0.1	32.3	28.4	4%
6	Zoom In Packages, Inc.	1,092	(9.7)	17	(91.0)	0.02	18.2	28.7	4%
7	Panalpina World Transport (Philippines), Inc.	1,080	(18.6)	38	(58.8)	0.03	15.2	15.4	5%
	Total/Average	13,570	(1.9)	(1,332)	272.4	(0.1)	9.0	13.9	51%

注：売上シェアは 2008 年国家統計局による業種全体の売上を基に算出。

出所：Business World Top1000 Company 2011 より NRI 作成

#### 6-4 外資に対する規制

ネガティブリスト B において、以下の場合は外資が 40%以下に制限されている。

- ・ 払込資本金額 20 万米ドル未満の国内市場向け企業
- ・ 先端技術 (DOST による定義) を有するか、50 人以上を直接雇用し、払込資本金額 10 万米ドル未満の国内市場向け企業

(リスト B の 6&7)

また、税関貨物取扱者 (Customs Brokerage) はネガティブリストに入っており、外国資本の参入や外国人の就業は認められていない (共和国法第 9280 号、通称 2004 年通関業者法、2009 年改正共和国法第 9853 号)。

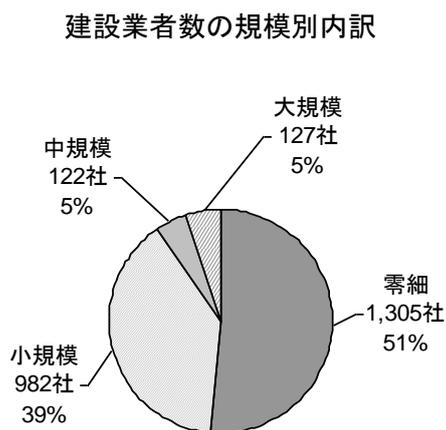
## 7. 建設

### 7-1 概要・構造

2009年における建設業登録事業社数は約2,500社であり、その内、零細が51%、小規模が39%、中規模と大規模がそれぞれ5%と、他の業種に比べ中規模および大規模事業者の割合が高い(図表48)。なお、フィリピンにおける2009年売上上位1000社の内、建設業者は29社含まれている<sup>25</sup>。建設業に携わる従業員数は2009年において約180万人であり、これは総労働人口の約3.2%にあたる。

民間建設における住居用と非住居用の割合は、着工数では住居用が88%、受注額では住居用は61%である<sup>26</sup>(図表49)。

図表48. 建設業者の規模別内訳



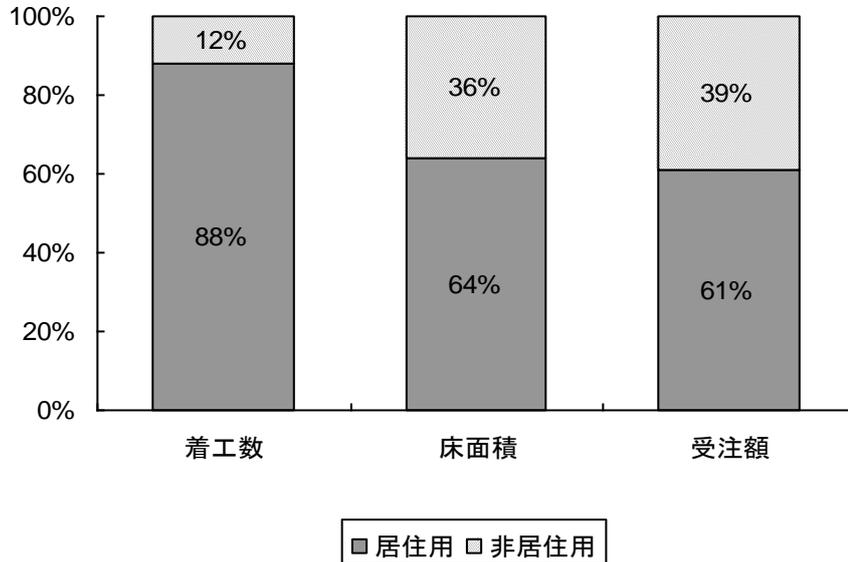
出所：貿易産業省

図表49. 着工数・床面積・受注額の住居用および非住居用割合

<sup>25</sup> Business World, Top1000 Companies 2010

<sup>26</sup> 国家統計局 2009年民間建物建設統計より

着工数・床面積・受注額の住居用および非住居用割合



出所：国家統計局 民間建物建設統計 (<http://www.census.gov.ph/data/sectordata>)

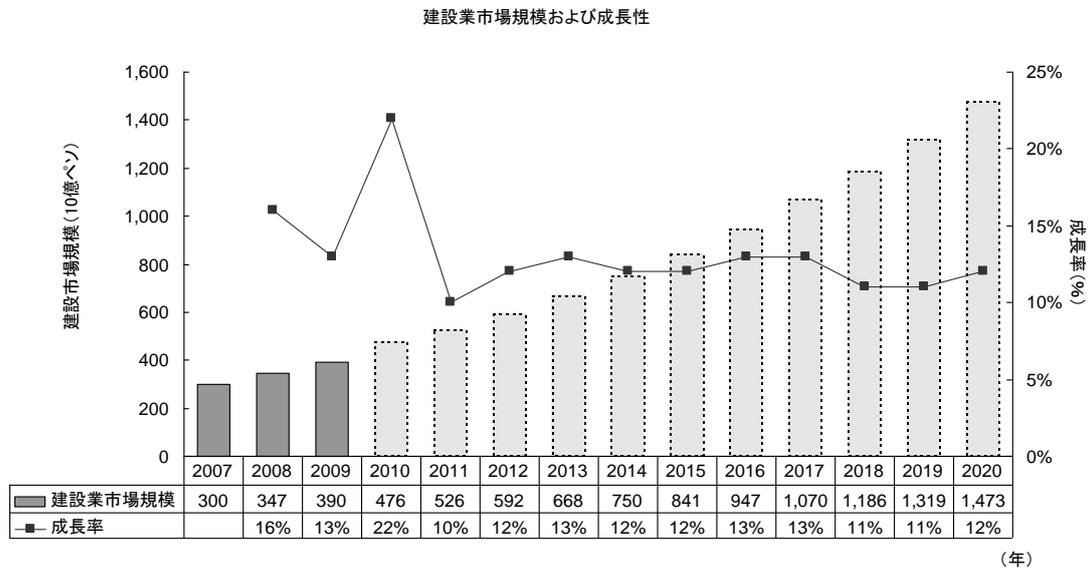
## 7-2 市場規模・将来性（主要エリア毎の現状と成長性含む）

ビジネス・モニター・インターナショナルによると、2009年における建設業の市場規模は約3,900億ペソであり、これはGDPの約5.1%に値する(図表50)。2008年および2009年における成長率はそれぞれ16%、13%であり、2011年から2020年までの成長率は年平均12%とされている。また、国家統計調整委員会による2010年第1～3四半期の平均で見ても、建設業はGDPの5.6%を占め、2009年は13%、2010年は5.7%の成長率を遂げている<sup>27</sup>。特に、民間建設は住居用と非住居用を合わせて、前年同期の47%増と高い成長率を達成した(図表51)。

民間建設では、地域別に見るとマニラ首都圏に次いで、セブ、パンパンガ、南ダバオ、そしてカラバルゾン地域に集中している(図表52)。

<sup>27</sup>建設産業庁，“CONSTRUCTION INDUSTRY PERFORMANCE HIGHLIGHTS 1<sup>ST</sup> to 3<sup>rd</sup> Quarter 2010”

図表 5 0 . 建設業市場規模および成長性



出所 : Business Monitor International 2010

図表 5 1 . 民間建設着工数・床面積および受注額推移

		2008年	2009年	2009年		2010年	
				増減率 (%)	(第1~3四半期計)	増減率 (%)	(第1~3四半期計)
住居用	着工数(件)	71,466	95,940	34%	63,237	-12%	
	床面積(m <sup>2</sup> )	9,305,281	9,848,587	6%	8,418,160	17%	
	受注額(千ペソ)	69,043,529	77,953,845	13%	71,093,913	30%	
	単位面積当たりの建設コスト(ペソ)	7,420	7,915	7%	8,445	11%	
非住居用	着工数(件)	10,718	12,583	17%	9,136	-8%	
	床面積(m <sup>2</sup> )	6,310,071	5,648,505	-10%	6,693,375	55%	
	受注額(千ペソ)	50,718,179	48,895,257	-4%	60,809,260	71%	
	単位面積当たりの建設コスト(ペソ)	8,038	8,656	8%	9,085	10%	
合計	着工数(件)	82,184	108,523	32%	72,373	-11%	
	床面積(m <sup>2</sup> )	15,615,352	15,497,092	-1%	15,111,535	32%	
	受注額(千ペソ)	119,761,708	126,849,102	6%	131,903,173	47%	

出所 : 国家統計局 民間建物建設統計 (<http://www.census.gov.ph/data/sectordata>)

図表 5 2 . 主要地域別着工数・床面積・受注額

	2009年			2010年第1~3四半期計			対2009年第1~3四半期増減		
	着工数	床面積(m <sup>2</sup> )	受注額(千ペソ)	着工数	床面積(m <sup>2</sup> )	受注額(千ペソ)	着工数	床面積(m <sup>2</sup> )	受注額(千ペソ)
マニラ首都圏	13,397	4,655,455	52,626,709	9,691	3,263,187	34,546,433	11%	93%	110%
セブ	7,368	1,119,253	9,353,396	4,824	761,655	6,229,580	-35%	-15%	-16%
パンパンガ	16,929	1,017,435	7,298,273	15,403	882,162	6,044,812	-66%	-31%	-13%
南ダバオ	4,635	734,609	7,060,296	3,232	560,571	5,603,515	-13%	-19%	-28%
カビテ	10,918	774,862	5,786,255	7,168	524,698	3,959,457	22%	54%	72%
ラグナ	10,370	715,712	5,226,055	7,845	533,874	3,773,918	-23%	45%	59%
リサール	3,569	550,142	4,595,199	2,763	413,713	3,477,018	40%	51%	39%
バタンガス	5,018	565,830	4,208,217	3,792	413,285	3,137,502	0%	20%	9%

出所 : 国家統計局 民間建物建設統計 (<http://www.census.gov.ph/data/sectordata>)

### 7-3 市場シェア

2009年の売上シェアを見ると、上位29社でシェアの23%を占めており、その内、外資系企業が4社（韓国、マレーシア、シンガポール、ベルギー）である。地場の大手ではD.M.Consunji, Inc.がシェア2.2%と最も高く、次いでMakati Development Corp（アヤラグループ）が2.1%、EEI Corp1.1%と続く。

図表53. 売上上位企業における2009年売上、利益および市場シェア

順位	企業名	国籍	2009年売上		粗利益率(%)		2009年純利益		2009年純利益率	2009年市場シェア(%)
			(百万ペソ)	対前年比(%)	2009年	2008年	(百万ペソ)	対前年比(%)		
1	Hanjin Heavy Industries and Construction Co., Ltd.	韓国	15,832	-39.0	48	16	7,033	169	44%	4.1%
2	D.M. Consunji, Inc.	フィリピン	8,562	49.7	16	17	848	68	10%	2.2%
3	Makati Development Corp.	フィリピン	8,295	-19.7	6	6	269	-16	3%	2.1%
4	Scad Services (S) Pte. Ltd.	シンガポール	7,292	21.5	26	13	1,537	305	21%	1.9%
5	EEI Corp.	フィリピン	4,367	-29.6	19	12	197	6	5%	1.1%
6	DDT Konstract, Inc.	フィリピン	3,914	44.5	7	7	51	16	1%	1.0%
7	MTD Construction (Philippines), Inc.	マレーシア	3,231	-2.4	3	7	76	-35	2%	0.8%
8	Cavdeal-Cavite Ideal Int'l Construction & Development Corp.	フィリピン	2,823	77.2	-9	6	-292	-	-10%	0.7%
9	Hilmarc's Construction Corp.	フィリピン	2,637	30.3	12	9	157	446	6%	0.7%
10	Baggerwerken Decloedt En Zoon - Philippine Branch Office	ベルギー	2,549	-	19	-	127	-	5%	0.7%
11	New San Jose Builders, Inc.	フィリピン	2,511	36.4	14	13	18	31	1%	0.6%
12	Atlantic, Gulf and Pacific Co. of Manila, Inc.	フィリピン	2,268	44.6	23	19	400	127	18%	0.6%
13	Ciriaco Corp.	フィリピン	2,160	206.5	12	15	117	278	5%	0.6%
14	E.C. De Luna Construction Corp.	フィリピン	2,127	235.2	17	20	101	413	5%	0.5%
15	Megawide Construction Corp.	フィリピン	1,972	91.5	10	8	71	398	4%	0.5%
16	Monolith Construction & Development Corp.	フィリピン	1,903	-45.3	16	14	46	-64	2%	0.5%
17	Ulticon Builders, Inc.	フィリピン	1,471	214.5	15	12	86	361	6%	0.4%
18	Datem, Inc.	フィリピン	1,354	13.9	5	6	31	5	2%	0.3%
19	F. F. Cruz and Co., Inc.	フィリピン	1,350	-47.8	0	1	9	-28	1%	0.3%
20	Metro Pacific Tollways Development Corp.	フィリピン	1,345	4.0	83	97	1,303	4	97%	0.3%
21	Hi-Tone Construction and Development Corp.	フィリピン	1,323	-9.4	7	6	49	6	4%	0.3%
22	C-E Construction Corp.	フィリピン	1,245	29.6	5	8	17	52	1%	0.3%
23	Sunwest Construction and Development Corp.	フィリピン	1,244	-48.9	13	7	41	-50	3%	0.3%
24	First Balfour, Inc.	フィリピン	1,207	76.7	3	12	-63	-	-5%	0.3%
25	J.V. Angeles Construction Corp.	フィリピン	1,154	1.2	23	14	98	227	8%	0.3%
26	L.R. Tiqui Builders, Inc.	フィリピン	1,119	-3.0	7	6	51	25	5%	0.3%
27	New Kanlaon Construction, Inc.	フィリピン	1,114	53.7	6	17	1	-81	0%	0.3%
28	Aboitiz Construction Group, Inc.	フィリピン	1,109	-27.8	17	12	54	-29	5%	0.3%
29	Readycon Trading & Construction Corp.	フィリピン	1,107	27.2	30	26	48	145	4%	0.3%

出所：Business World Top1000 Company 2011、および各社ホームページからNRI作成

#### 7-4 外資に対する規制

1991年外国投資法に基づく第8次ネガティブリストにおいて、以下に該当する場合は、外資が25%以下に制限されている。

・国内で資金供与される公共事業の建設および修理契約（CA541号<sup>28</sup>第1条、LOI630<sup>29</sup>）。ただし、以下の場合を除く。

- a) BOT法（共和国法第7718号）に基づくインフラ開発プロジェクト
- b) 外国の資金供与・援助を受け、国際競争入札を条件とするプロジェクト（共和国法第7718号第2条（a）項）

・防衛関連施設の建設契約（CA541号第1条）

なお、民間工事に関しては、1998年にネガティブリストから外されたため、外資に対する規制はない。しかし、運用上は、建設業免許法（共和国法第4566号）の施行および建設産業庁（Construction Industry Authority of the Philippines: CIAP）<sup>30</sup>決議において、一般建設業許可発行の要件が外資40%未満の国内法人に限られている。

建設業許可は、建設産業庁の下部組織であるフィリピン建設業許可委員会（Philippine Contractors Accreditation Board : PCAB）が発行しており、許可にはRegular LicenseとSpecial Licenseの2種類がある。Regular Licenseは外資40%以下の国内法人に発行され、Special Licenseは外資40%を超える企業を対象とし、国際入札案件のような個別事業ごとに発行される。どちらも更新は年に1度行う必要がある。Regular Licenseは、工事の種類別に規模（資本金、技術力等）に応じた認可（全7ランク）が発行される。

なお、2010年における許可発行数はRegular Licenseが5,090件、Special Licenseが23件であった（2009年はRegular Licenseが5,116件、Special Licenseが21件）<sup>31</sup>。また、2010年第1～第3四半期にかけて発行されたSpecial License21件の事業者は、日本が最も多く10件、次いで中国4件、韓国3件、そしてタイ、オーストラリア、マレーシア等が1件ずつである<sup>32</sup>。

以上

---

<sup>28</sup> Commonwealth Act No.541

<sup>29</sup> Letter of Instructions No.630

<sup>30</sup> 貿易産業省の下部組織

<sup>31</sup> 出所：建設産業庁

<sup>32</sup> 建設産業庁, “CONSTRUCTION INDUSTRY PERFORMANCE HIGHLIGHTS 1<sup>ST</sup> to 3<sup>RD</sup> Quarter 2010”

本報告書に関する問い合わせ先：  
日本貿易振興機構(ジェトロ)  
サービス産業課

〒107-6006  
東京都港区赤坂 1-12-32  
TEL:03-3582-5238  
FAX:03-5572-7044  
Email: CIE@jetro.go.jp

**【免責条項】**

ジェトロは、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロがかかる損害の可能性を知らされていても同様とします。

非売品  
不許複製  
禁無断転載