

インドの消費経済を牽引するミドルリッチ層

——主要3都市の生活者比較

中国に次ぐアジア最大の市場として注目を集めるインド。ミドルリッチ層とよばれる世帯年収25万ルピー以上の人々が、インドの消費経済を牽引しているといわれています。

2007年にNRIが行った「インドの生活者意識・行動調査」から、デリー、ムンバイ、チェンナイの3都市におけるインド・

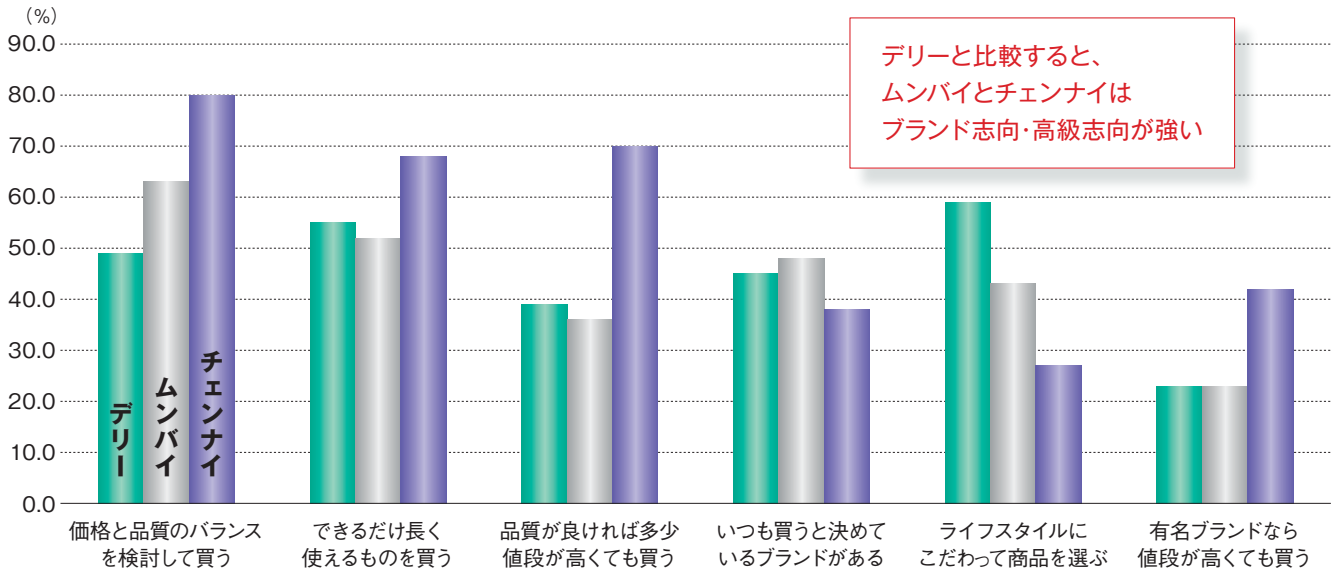
ミドルリッチ層の消費意識が見えてきました。

商品・サービスを購入するときの意識や考え方については、価格と品質のバランスと耐久性が重要なポイントとなっています。3都市を相対比較すると、デリーのミドルリッチ層は「見た目などの外見重視」、ムンバイは「ブランドを意識」、チェン

ナイは「品質の良いものには支出を惜しまない」という特徴が挙げられます。

また、ムンバイの人々は新しい商品やサービスの購入に積極的であることがうかがえます。理由として、ムンバイには貿易活動が活発なグローバル企業が多く、海外との接触が高いことなどが考えられます。

インド3都市ミドルリッチ層の消費意識 (複数回答)



新しい商品やサービスを利用する際の考え方 (単一回答)

