

成長著しいアセアン主要6カ国の加工食品市場を調査

——2014年予測（2012年比）——

アセアン主要6カ国の主要加工食品市場は4兆1,001億円（17.4%増）

インドネシア（23.5%増）が市場拡大を牽引、ベトナム（31.2%増）も大幅に拡大

総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済（東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 阿部 界 03-3664-5811）は、2013年1月から3月にかけて、成長著しく経済力の強化が進むアセアン主要6カ国（インドネシア、タイ、フィリピン、ベトナム、マレーシア、ミャンマー）を対象に、菓子、アルコール飲料、めん類、ステーブル、調味料、乳油製品、チルド・フローゼンデザート、清涼飲料の主要8カテゴリー34品目の加工食品市場を調査分析し、その結果を「アセアン諸国における食品市場実態調査 2013」にまとめた。

この報告書では、成長著しいアセアン主要6カ国における主要加工食品の市場構造と品目別の食習慣を把握し、各国の主要加工食品市場の現状と将来性を明らかにした。

<調査結果の概要>

アセアン主要6カ国主要加工食品市場規模推移（円換算値）

	2013年見込	2012年比	2014年予測	2012年比
インドネシア	1兆 598億円	111.3%	1兆1,759億円	123.5%
タイ	1兆 39億円	106.4%	1兆 636億円	112.7%
フィリピン	9,517億円	106.0%	1兆 105億円	112.6%
ベトナム	3,463億円	114.4%	3,969億円	131.2%
マレーシア	2,455億円	106.1%	2,612億円	112.9%
ミャンマー	1,776億円	108.0%	1,920億円	116.8%
6カ国合計	3兆7,847億円	108.4%	4兆1,001億円	117.4%

*各国の市場は億円単位で四捨五入しているため合計が一致しない場合がある

2013年の対象6カ国の主要加工食品市場合計は3兆7,847億円が見込まれる。インドネシアが2012年比111.3%増、ベトナムが同14.4%増、ミャンマーが同8.0%増、他3カ国も6%台の伸長となる見込みである。2014年も引き続き好調を維持し、6カ国合計で同17.4%増の4兆1,001億円が予測される。

品目別にみると、菓子は、インドネシア、フィリピンでの売上げが大きい。フィリピンでは、政府がビスケットを低年齢層の栄養不良を改善する健康面に優れた食品として奨励しており、需要が拡大している。

アルコール飲料は、タイ、フィリピンで主要加工食品売上に占める構成比が高い。タイはビール類からウイスキーへの需要シフト、フィリピンでは他国に比べてワインの消費量が多いなど、各国によって特色がある。一方、インドネシアやマレーシアでは宗教上の理由からアルコール飲料市場は小規模に留まっている。

めん類は、スナックめん、即席めんが大半を占めている。なかでも袋タイプのスナックめんは朝食での消費量が多い。インドネシアではスナックめんが中間所得層に支持されており、人口の増加に伴い拡大が期待される。

ステーブルは、パンの構成比が高い。近年は時短ニーズが高まっており、パンは調理時間が短くて済むため朝食や昼食、間食で食されるようになっており、市場が拡大している。

調味料は、食用油が高い構成比を占めているが、それぞれの国で特有の調味料のニーズも高い。タイでは、魚醤（ナンプラー）、中華風しょうゆ、唐辛子を使用した各種ソース、など多様な調味料が製造・消費されている。また、インドネシアではケチャップマニス、ケチャップアシンなども多く使われている。

乳油製品は、アセアン諸国での浸透度は低いものの、フィリピン、インドネシアではパン食の浸透などによりマ

ーガリンの需要が拡大している。また、プロセス・ナチュラルチーズの販売額は、フィリピン以外では小さい。

チルド・フローズンデザートは、アセアン諸国の中には低温設備が未整備な状況も多く見られるが、低温設備が整う量販店やCVSなどの近代式店舗の増加とともに実績は年々高まっており、10%を超える成長が続くと予測される。

清涼飲料は、6カ国合計で2013年には1.2兆円を超える見込みで、主要加工食品市場において高い構成比を占めている。インドネシアではミネラルウォーター類、タイでは炭酸飲料、ベトナムでは牛乳など、国によって主流となる清涼飲料は異なる。

<注目国の動向>

■インドネシア

インドネシアは、人口の多さと近年の高い経済成長による内需拡大のため、主要加工食品市場も年率10%を超えて拡大している。2013年は8カテゴリー合計で2012年比11.3%増の1兆598億円が見込まれる。また、食品メーカーによっては、小容量サイズで低所得者層でも購入できる価格の加工商品の販売も進められている。

8カテゴリーの構成比を見ると、清涼飲料が36%、菓子が26%と高い。一方で乳油製品やアルコール飲料の占める割合が低い。

清涼飲料は、好調な経済とCVSやミニマーケットの店舗数増加に伴い販売機会が拡大し、二桁成長が続いている。なかでもミネラルウォーター類は、水道水の直接飲用が適さない生活環境で生活必需品となっており、人口増加とともに市場が拡大している。

菓子は、ビスケット・クッキー・クラッカー、チョコレート、キャンディ類の人气が高く、年代、性別に関わらず消費量が多い。一方、ガムは売り場でもキャンディ類に圧倒されており、市場規模はまだ小さい。

アルコール飲料は、イスラム教徒が人口の8割以上を占めており、宗教上の理由でアルコールを飲まない層が一定数存在し、特に女性の飲酒率は低く、売上は低調である。

食品ブランドの販売構成比は、外国ブランド34%と国内ブランド66%となっている。清涼飲料やアルコール飲料など、外国ブランドが上位を占める品目もあるが、菓子やめん類、調味料は国内ブランドの構成比が高い。また、地理的条件を活かして、大手国内メーカーは周辺国への輸出を強化している。

■ベトナム

ベトナムは、人口約9,200万人の内30代未満が約5割を占めており、食品の消費も旺盛で、加工食品市場は拡大傾向にある。2013年は8カテゴリーの合計で2012年比14.4%増の3,463億円が見込まれる。構成比としては、調味料が約3割、清涼飲料が2割強を占めている。

調味料は、食用油が市場の半分を占めており、家庭での油料理の増加に伴い需要はさらに増大している。しょうゆ、トマトケチャップ、マヨネーズ類も販売されているが市場はまだ小さい。

清涼飲料は、牛乳が25%を超える高い構成比を占めている。他には果実飲料、炭酸飲料、ミネラルウォーター類の消費量が多い。

食品ブランドの販売構成比は、外国ブランド28%と国内ブランド72%と国内メーカー比率が圧倒的に高い。調味料やめん類、アルコール飲料をはじめ幅広い品目で日系企業が進出している。

■ミャンマー

ミャンマーの主要加工食品市場は2013年に2012年比8%増の1,776億円となる見込みである。

清涼飲料が市場の3割強を占めている。その内50%弱がミネラルウォーター類である。地方では井戸水や雨水を飲用水としている国民も多く、国民所得が増加するに伴い更なる伸長が期待される。

菓子も、2割を超える高い構成比を占めている。国内商品が主流のスナック菓子の売上が大きい。次に構成比の高いビスケット・クッキー・クラッカーはマレーシアからの輸入品が中心である。

ミャンマーは、国内の食品加工技術が近隣諸国に比べると低いため、アルコール飲料、清涼飲料、調味料などを除き、多くの品目で輸入品が主体となっている。

食品ブランドの販売構成比は外国ブランド65%、国内ブランド35%となっている。また、菓子、アルコール飲料、めん類、清涼飲料の多くは輸入規制品（または過去の輸入規制品）であるものの、外資系企業がライセンスを与えて国内製造を行っているケースも多くなっている。

<調査対象>

調査対象国

インドネシア、タイ、フィリピン、ベトナム、マレーシア、ミャンマー

調査対象品目

カテゴリー	品目
菓子	ビスケット・クッキー・クラッカー、チョコレート、ガム、スナック菓子、ナッツ類、キャンディ類
アルコール飲料	ビール、ワイン、ウイスキー・ブランデー・スピリッツ
めん類	パスタ、スナックめん・即席めん、乾めん・ビーフン
ステープル	パン、シリアルフーズ、栄養バランス食
調味料	食用油、しょうゆ、トマトケチャップ、マヨネーズ・ドレッシング類、その他調味料
乳油製品	バター、マーガリン・ファットスプレッド、プロセス・ナチュラルチーズ
チルド・フローズンデザート	アイスクリーム、ヨーグルト
清涼飲料	果実飲料、希釈・粉末飲料、炭酸飲料、茶系・紅茶飲料、コーヒー、機能性飲料、ミネラルウォーター類、乳酸菌飲料、牛乳

<調査方法>

調査対象国の通関統計、政府機関公表の生産・販売統計、政府機関政府系機関実施の各種調査資料、各国業界団体公表資料、提携する海外調査機関の調査資料、調査対象地域の市場に参入している欧米、アジア、日本企業のIRレポートの入手、並びに主要企業のホームページ検索と、現地主要小売店でのフェイス観測調査等の実施。弊社専門調査員による主要対象企業および関連企業・団体などへのヒアリングサーベイによる情報収集の実施。

<調査期間> 2013年1月～3月

資料タイトル	: 「アセアン諸国における食品市場実態調査2013」
体裁	: A4判 307頁
価格	: 書籍版 140,000円 (税込み147,000円) PDF/データ版 150,000円 (税込み157,500円) 書籍版・PDF/データ版セット 160,000円 (税込168,000円)
調査・編集	: 富士経済 東京マーケティング本部 第一統括部 第一部 TEL:03-3664-5821 FAX:03-3661-9514
発行所	: 株式会社 富士経済 〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町12-5 小伝馬町YSビル TEL:03-3664-5811 (代) FAX:03-3661-0165 e-mail:info@fuji-keizai.co.jp この情報はホームページでもご覧いただけます。 URL : http://www.group.fuji-keizai.co.jp/ https://www.fuji-keizai.co.jp/