

カンボジアとタイにおける県産食品の海外販路開拓

■カンボジアでの日本食品フェア

11 月下旬、カンボジアの首都プノンペンのイオンモールで開催された食品催事「Japan Fair」において、本県産品のプロモーションを行いました。

カンボジアは国民の平均年齢が約 26 歳で、30 歳未満が人口の約 7 割を占めるといった ASEAN の中でもとりわけ平均年齢が若い国です。ASEAN への加盟は 1999 年と最も遅く、後発の国という印象ですが、近年の経済成長は著しく、2011 年からコロナ前の 2019 年にかけては、年率約 7%と高い GDP 成長率を記録しています。近年も GDP 成長率は 5%を超えるなど、今後も安定した経済成長が見込まれており、2029 年にも後発開発途上国(LDC)を卒業する見通しとなっています。

カンボジアの日本食市場に関しては、イオンが唯一の日系スーパーとして 2014 年に進出し、店舗数はこの 10 年間で 19 店舗（イオンモール 3 店舗、マックスバリュ 16 店舗）にまで拡大しました。イオンの進出により日本食を容易に購入できるようになり、現地の方の間では「イオン前、イオン後」という言葉が知られているほど、日本食市場に大きな変化をもたらしたと言われています。また、日本食レストランも年々増加しており、大手飲食チェーン店なども数多く出店しているほか、最近では単価が一人 300US ドルを超えるような高級和食レストラン（いわゆる「おまかせ」レストラン）が人気を集めています。新規の出店が増える一方、徐々に淘汰されるお店も出てきており、日本食の普及が進むとともに競争が激しくなっているようです。私も現地でいくつかの日本食レストランに足を運びましたが、どの店も日本で食べるのと遜色ないくらい料理のクオリティが高く、とても驚きました。

「Japan Fair」では、ゼリーやキャンディなどの菓子類、みそやしょうゆなどの調味料、お茶やラムネといった飲料など、幅広い商品が集められ、日本のおいしい食品を目当てに多くのお客様が来場されました。本県からはカニカマやおでんなどが出品され、試食や商品を使った巻き寿司体験イベントを行うとともに、本県の観光パンフレットも配布しました。お客様からは、ローカルの商品のクオリティとは味が全く違いとても美味しいと、味に対して高い評価をいただき、試食には行列ができるほどでした。

カンボジアは周辺のタイやベトナムなどに比べると市場としての注目度は低いですが、こうした市場に早くから取り組んでいくことは重要であり、今後も県内企業のニーズに応じて、販路開拓のサポートを行っていきたいと思います。



Japan Fair の様子



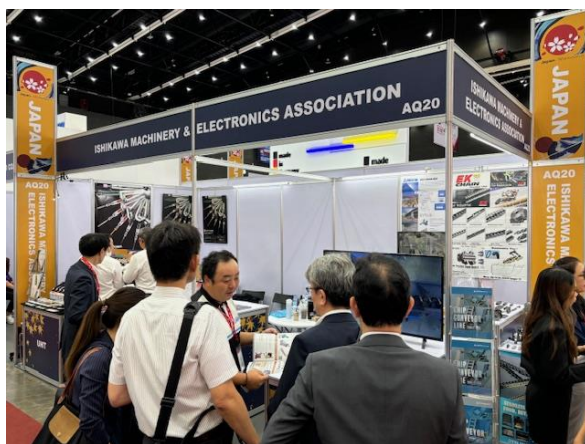
試食するお客様

■タイ・AEC 部会の開催と METALEX への出展

11 月下旬に、石川県鉄工機電協会のタイ・AEC ビジネス促進部会が 1 年ぶりにタイで開催され、私も参加いたしました。同部会は、タイをはじめとする ASEAN に進出する会員企業を中心としたメンバーでネットワーキング等を行う場として毎年開催されております。今回は 20 名が参加し、「我が社の新たな取り組み」をテーマにプレゼンを行うなど、各社の近況や課題等について活発な情報交換を行いました。特にタイにおける中国企業の進出加速等による製造業への影響、ローカル人材の確保・定着といった点が話題に上がることが多く、こうした点にどのように対応していくかが、各社の喫緊の課題となっているようでした。

部会の翌日には、東南アジア最大の機械分野の展示会「METALEX」が開催され、空圧機器製造や荷役運搬機器製造など、AEC 部会に参加した企業のうち 4 社が、鉄工機電協会が設置した石川県ブース内に出展いたしました。会場には昨年を上回る 101,937 人が来場し、参加した各企業は、バイヤーなどと積極的に商談を行ってまいりました。

タイの市場は、中国企業の進出加速の影響等もあり、とりわけ製造業のビジネス環境は厳しい状況にあると言われておりますが、こうしたネットワーキングや展示会出展などを通じて、微力ながら県内企業の皆様のご支援に引き続き取り組んでいきたいと思っております。



石川県ブース