

2013 年度  
クアラルンプールへの柿輸出 FS 調査

2014 年 3 月  
日本貿易振興機構（ジェトロ）  
大阪本部 事業推進課

**【免責条項】**

本報告書で提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。  
ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本報告書で提供した  
内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロは一  
切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

2014/03/31

ジェトロ大阪本部 事業推進課

## クアラルンプールへの柿輸出 FS 調査

### 1. 目的

今後有望な柿輸出先と考えられるクアラルンプール（マレーシア）の市場可能性を明らかにする。

### 2. 日程

2014年2月26日～3月5日（うち2月26日・3月5日は移動日）

### 3. 場所

クアラルンプール市内およびクアラルンプール近郊

### 4. 調査手法

文献・WEB調査

国内外関係者へのヒアリング

現地視察

### 5. 調査結果概要

マレーシアは成長著しい ASEAN 諸国のうちでも比較的高所得を誇る国であり、中でもクアラルンプールは家計所得が年間 15%近くで成長してきたマレーシア国内で最も裕福な州であり、中華系を中心に約 125 万人の高級日本産果物の潜在的顧客層が存在する有望市場である。

柿については、圧倒的なシェア（2012年産で約9割）を誇る韓国産を始め、日本を含むいくつかの国がマレーシアへの輸出を行っている。日本産柿の差別化ポイントは「日本産」というイメージや大きさ等にある。マレーシアのバイヤー達の日本産柿の評価も概ね良好であり、輸送時の品質劣化の対策や販売戦略次第で今後の輸出拡大の可能性は十分にある。

## 目次

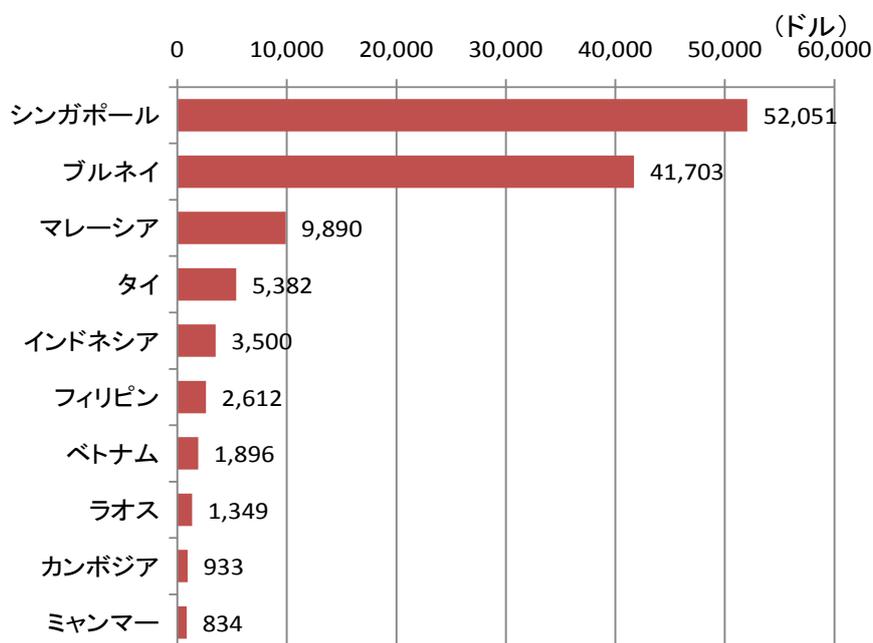
1. マレーシア基礎情報.....	5
2. マレーシア果物輸入市場の現状.....	9
3. 日本産柿の現状と課題.....	15
4. まとめ.....	18

## 1. マレーシア基礎情報<sup>1</sup>

まずマレーシアに関する基礎情報を確認する。マレーシアはアブドゥル・ハリム・ムアザム・シャー第14代国王の下、上院・下院の二院制を採用しており、ナジブ・ラザク首相が2009年4月より就任している。ナジブ首相は、「1 (one) Malaysia」をスローガンに掲げ、民族融和と行政改革を前面に打ち出すとともに、市場志向的な「新経済モデル」の提示や2020年までの先進国入りに向けたロードマップに相当する「政府変革プログラム」「経済変革プログラム」等を発表し、各民族・階層からの与党連合への広範な支持回復を図っている。

経済面では、2013年の国内総生産（GDP）の実質成長率は4.7%となっている。前年の5.6%からは減速しているが、堅調な内需に支えられ比較的安定した成長を保っている。（13年通年の民間消費は前年比7.6%増、政府支出は同6.3%増となっている。）<sup>2</sup>後に詳細を報告するが、国民の所得水準はASEAN諸国内では相対的に高く、2012年時点では下図の通りASEAN内でシンガポール・ブルネイに次ぐ一人当たり名目GDP水準を誇っている。

図1：ASEAN各国の一人当たり名目GDP（2012年）



出所：外務省「各国・地域情報」

<sup>1</sup> 外務省「マレーシア基礎情報」

(<http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/malaysia/data.html#01>)

<sup>2</sup> マレーシア中央銀行「Monthly Statistical Bulletin Feb 2014」実質化の基準年は2005年。

クアラルンプールの人口は2013年時点で約170万人に達しており、民族ごとの内訳（構成割合）は、マレー系72万4千人（42%）、中華系66万6千人（38.6%）、インド系16万1千人（9.4%）、その他の民族1万6千人（0.9%）、外国人15万7千人（9.1%）となっている。国内の他地域よりも中華系人口の割合が多いことがわかる。（表1参照）

表1：マレーシアおよびクアラルンプールの人口（2013年推定値）

		合計	マレー系	中華系	インド系	その他	外国人
全国	(人数、千人)	29,948	18,582	6,555	1,965	259	2,587
	(%)	100	62.0	21.9	6.6	0.9	8.6
クアラルンプール	(人数、千人)	1,725	724	666	161	16	157
	(%)	100	42.0	38.6	9.4	0.9	9.1

出所：Department of Statistics, Malaysia（2013）

マレーシア国内の人口について、Department of Statistics, Malaysia（2010a）は、2011年～2025年間の平均人口成長率を次の通り予測している。これによると、長期的にはマレー系市場の拡大傾向がより大きいことがわかる。

表2：2025年までの人口推計

	人口(単位は千人)		2011～2025年の平均年間人口成長率(%)
	2010年	2025年(推計)	
全国	28,589	34,294	1.15
マレー系	17,677	22,281	1.56
中華系	6,430	6,962	0.53
インド系	1,925	2,168	0.80
その他	232	347	2.73
外国人	2,325	2,536	0.58

出所：Department of Statistics, Malaysia（2010a）「POPULATION PROJECTIONS MALAYSIA 2010-2040」

株式会社JTB西日本（2013）「平成24年度農林水産省輸出拡大サポート事業のうちマッチング対策 マレーシア商談会 実施報告書」では、現地バイヤーからの声を取り上げている。メインターゲットとなりうる中華系民族については、「豚肉の消費が一番多い。ハラルは関係なく、共働きの多いため外食が盛んである。」としている。同じくマレー系については「家で料理をする。ノンハラルは一切購入しない<sup>3</sup>。麺類を好むが、温かいものに限る。」、インド系については「牛肉は駄目だが、ノンハラルで問題ない。外食は少なく、お米が主食である。」とのことである。

<sup>3</sup> マレー系についてはイスラム教ハラル食品バイヤーによる回答。

った。

2009年および2012年のマレーシアおよび各州の平均月間家計所得は表3の通り。  
クアラルンプールはマレーシア国内において最も家計所得が高く、2009年からの  
成長率も最も大きい。

表3：平均月間家計所得（2009年および2012年）

	平均月間家計所得(単位はRM)		平均年間成長率(%)
	2009年	2012年	
全国	4,025	5,000	7.2
クアラルンプール	5,488	8,586	14.9
プトラジャヤ	6,747	8,101	6.1
セランゴール	5,962	7,023	5.5
ラブワン	4,407	6,317	12.0
ペナン	4,407	5,055	4.6
マラッカ	4,184	4,759	4.3
ジョホール	3,835	4,658	6.5
ヌグリ・スンビラン	3,540	4,576	8.6
サラワク	3,581	4,293	6.0
サバ	3,102	4,013	8.6
トレンガヌ	3,017	3,967	9.1
パハン	3,279	3,745	4.4
ペラ	2,809	3,548	7.8
ペルリス	2,617	3,538	10.1
ケダ	2,667	3,425	8.3
クランタン	2,536	3,168	7.4

出所：Department of Statistics, Malaysia（2013）「Findings of The Household Income Survey (HIS) 2012」

注：2009年の円/リングレートは1RM = 約27円、2012年の円/リングレートは1RM = 約28円（出所：UN data「Monthly Bulletin of Statistics Online」）

さらに、表4を見ると、中華系・インド系・マレー系の順に所得が高く、中～高所得層の所得の伸びについてはインド系が最も勢いがあることが分かる。

表 4：民族ごと・所得階層ごとの平均月間家計所得（2009 年および 2012 年）

		平均月間家計所得(単位はRM)		平均年間成長率(%)
		2009年	2012年	
全国	平均	4,025	5,000	7.2
	高所得層	9,987	12,159	6.8
	中所得層	3,631	4,573	8.0
	低所得層	1,440	1,847	8.7
マレー系	平均	3,624	4,457	6.9
	高所得層	8,976	10,666	5.9
	中所得層	3,272	4,123	8.0
	低所得層	1,300	1,686	9.1
中華系	平均	5,011	6,366	8.0
	高所得層	12,152	15,254	7.9
	中所得層	4,560	5,836	8.6
	低所得層	1,897	2,455	9.0
インド系	平均	3,999	5,233	9.0
	高所得層	9,774	13,127	10.3
	中所得層	3,569	4,589	8.7
	低所得層	1,547	1,937	7.8

出所：Department of Statistics, Malaysia（2013）「Findings of The Household Income Survey (HIS) 2012」

注：2009年の円/リンギレートは1RM = 約27円、2012年の円/リンギレートは1RM = 約28円（出所：UN data「Monthly Bulletin of Statistics Online」）。家計数で見たときの月間家計所得上位20%以内の家計を高所得層、21%～60%の家計を中所得層、61%～100%を低所得層と定義。

表4より、中所得層を月間家計所得4,000RM以上、高所得層を月間家計所得10,000RM以上と定義すると、表5よりクアラルンプール市内における中～高所得層の割合はおよそ72.8%と考えられる。

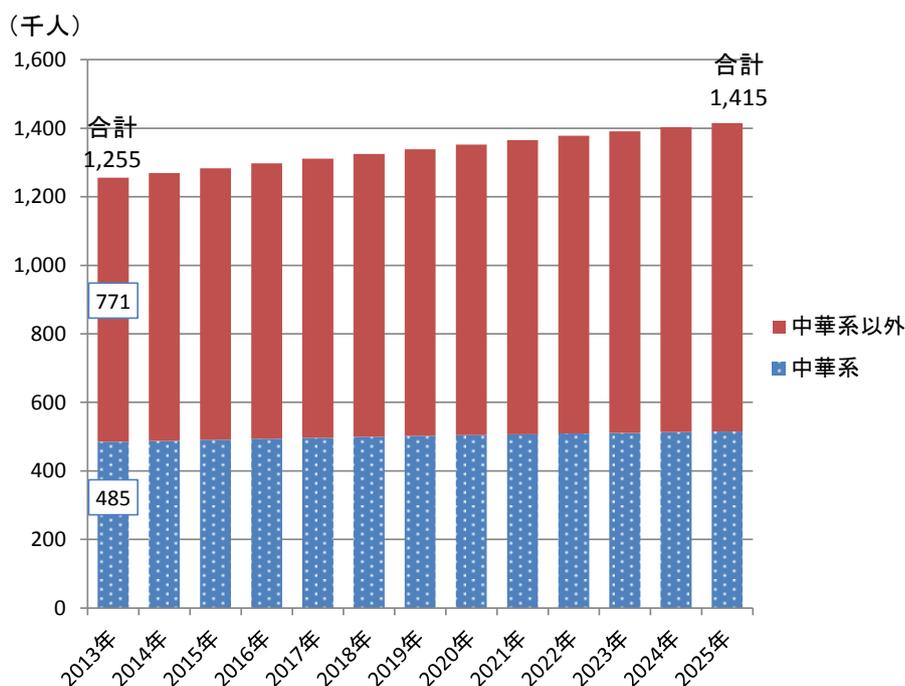
表 5：クアラルンプールにおける月間家計所得階層別構成割合（2012 年）

月間家計所得階層(単位はRM)		構成割合(%)
合計		100.0
999以下		1.2
1,000	- 1,999	5.0
2,000	- 2,999	6.6
3,000	- 3,999	14.4
4,000	- 4,999	13.6
5,000	- 5,999	10.7
6,000	- 6,999	9.5
7,000	- 7,999	6.8
8,000	- 9,999	9.0
10,000以上		23.2

出所：Department of Statistics, Malaysia（2013）「Household Income And Basic Amenities Survey Report 2012」

これより、仮に日本産柿輸出のターゲットをクアラルンプール市内中～高所得層とした場合、その規模は図2のように推計できる。ターゲットの規模は全体でおよそ125万人、中でも購買力の高いの中華系に絞ると約50万人とわかる。

図2：クアラルンプール市内 中～高所得層の推計



出所：Department of Statistics, Malaysia (2013)、Department of Statistics, Malaysia (2010a)「POPULATION PROJECTIONS MALAYSIA 2010-2040」、Department of Statistics, Malaysia (2010b)「Population Distribution by Local Authority Areas and Mukims」よりジェトロ作成。

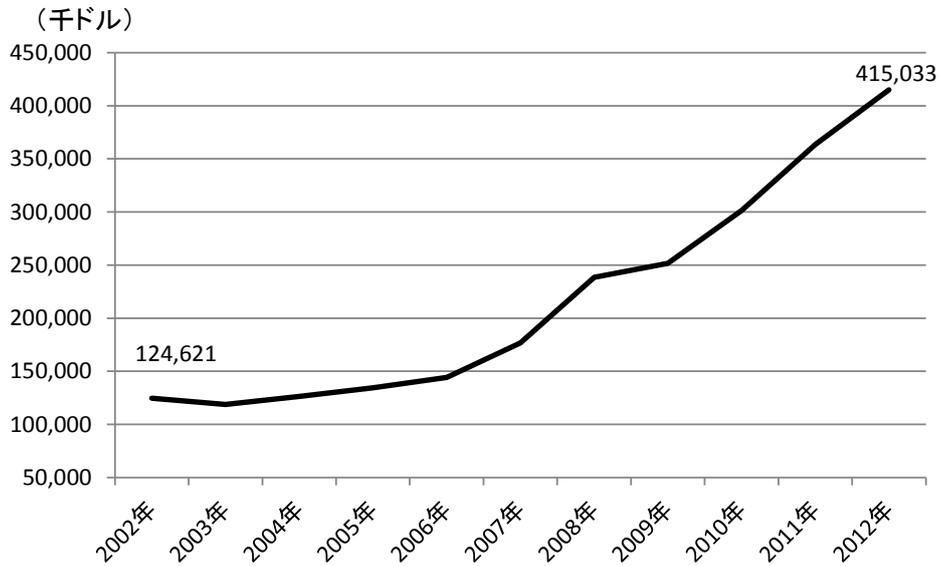
注：表1を元に、Department of Statistics, Malaysia (2010a)より入手可能な2025年までの各民族別人口成長率、表5より得られるクアラルンプール市内の中～高所得層の割合(72.8%)から推計。

## 2. マレーシア果物輸入市場の現状

まずは、マレーシアにおいて果物の市場が拡大していることを示す。下図の通り、マレーシアにおける果物の輸入は年々増加しており、2012年の輸入果物市場規模は4億1,500万ドル(約360億円<sup>4</sup>)に至っている。今後の経済発展の度合いによっては、これまで以上の勢いで市場が拡大していく可能性がある。

<sup>4</sup> 2012年の為替レート(1ドル86.55円)で計算。

図3：マレーシアにおける果物輸入金額の推移

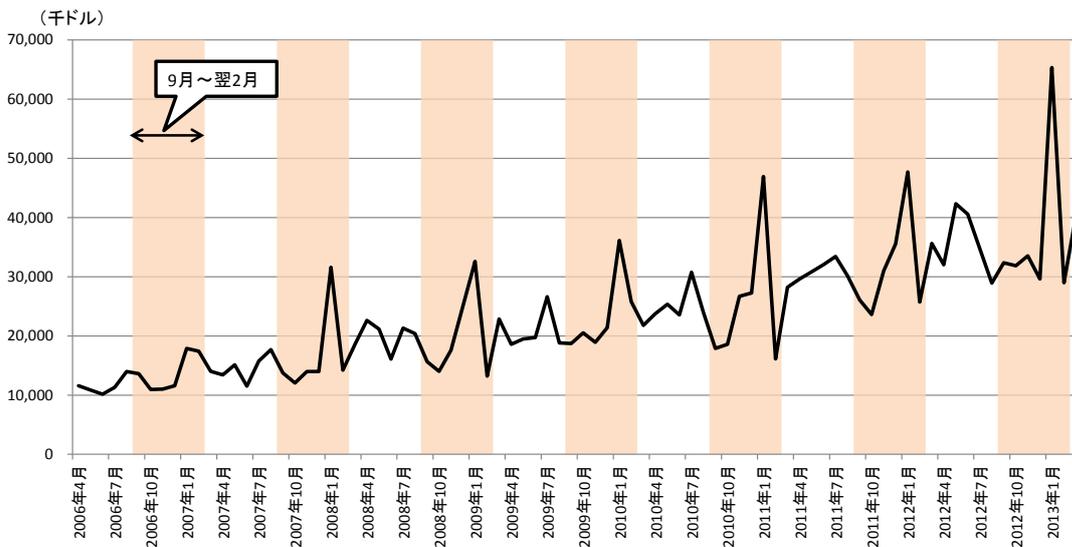


出所：Global Trade Atlas よりジェトロ作成

注：HS コード 08 を使用。

月次の果物輸入金額の推移は図4のようになっている。これによると、毎年1月に輸入金額が突出していることがわかる。これは旧正月による需要と考えられる。日本産柿のシーズンである9月～翌1月には、毎年大きな果物需要が生じていることがわかる。

図4：マレーシアにおける近年の果物輸入金額の推移（月次）

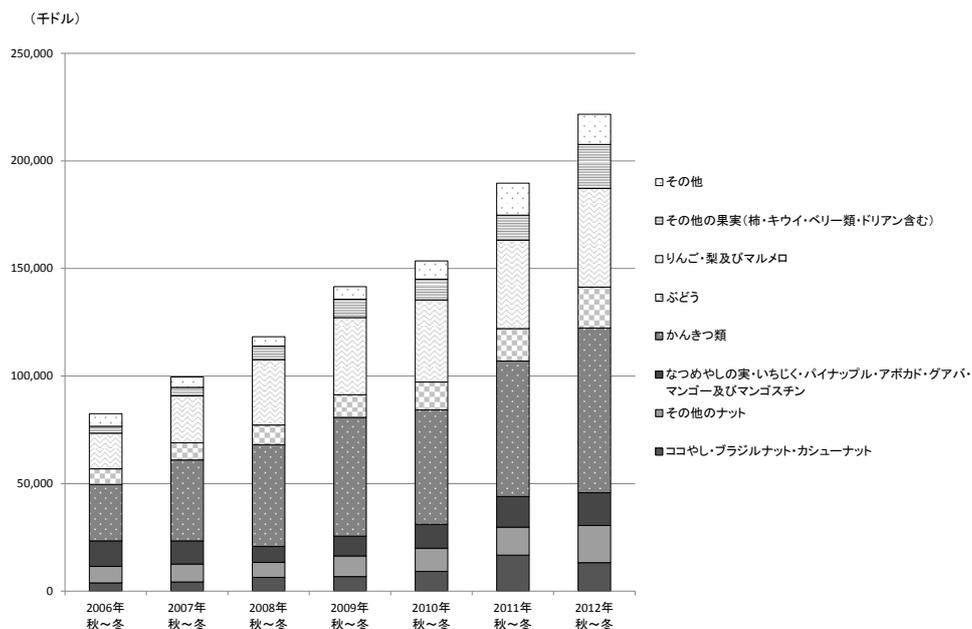


出所：Global Trade Atlas よりジェトロ作成

注：HSコード08を使用。

秋～冬に輸入される果物の大まかな内訳は図5の通りとなっている。りんごや梨、かんきつ類の輸入がその割合を年々拡大している。柿を含む「その他の果実」も近年輸入金額が増えている。

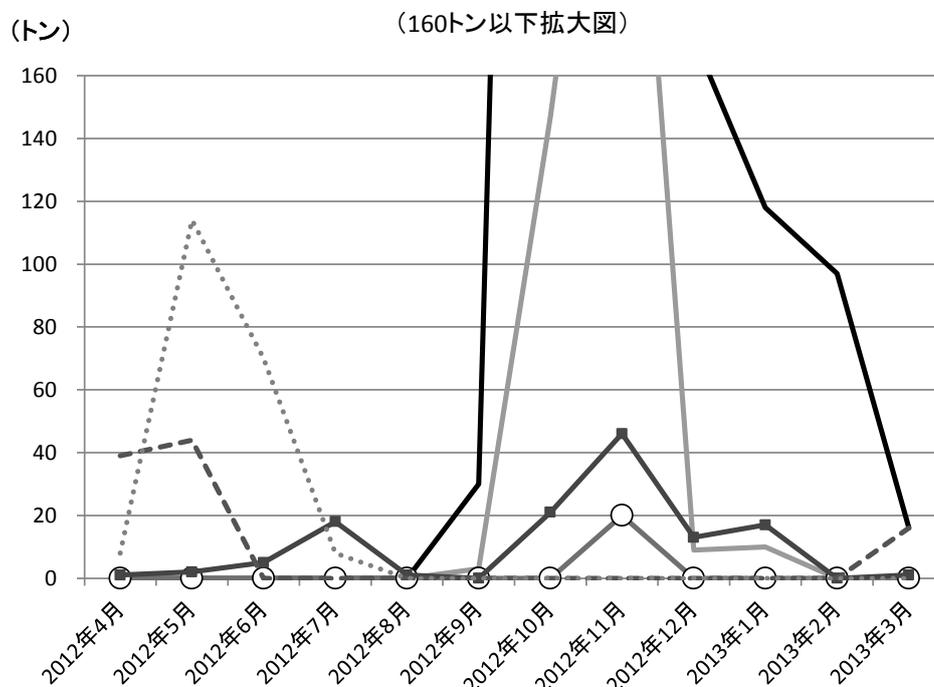
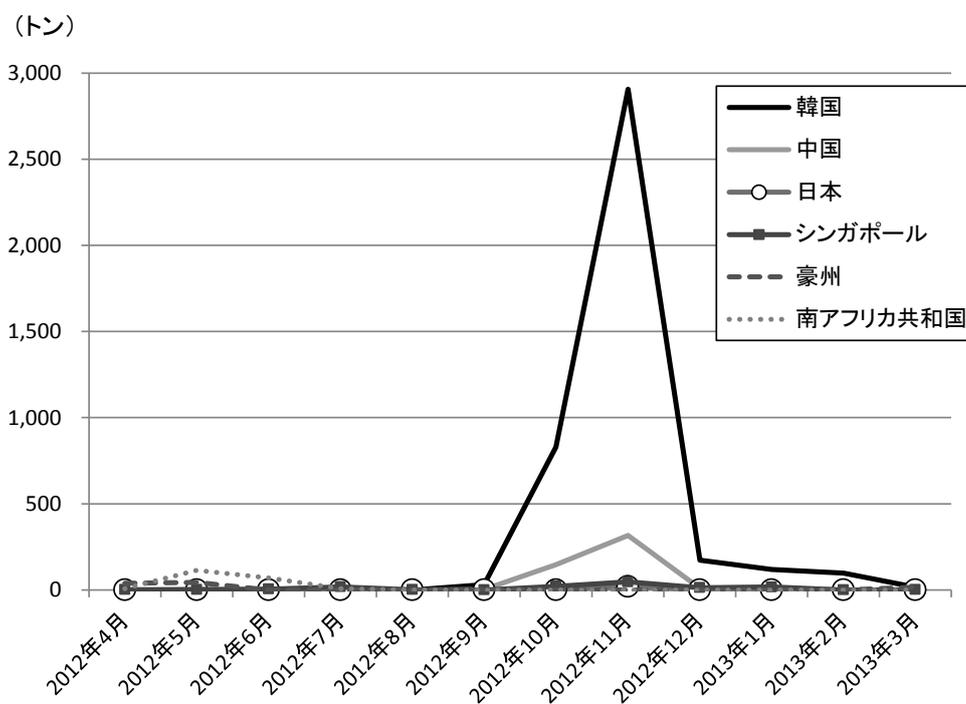
図5：秋～冬（9月～翌2月）における果物輸入の動向



出所：Global Trade Atlas よりジェトロ作成

このような状況の中、各国の柿のマレーシアへの輸出は図6のような状況になっている。

図 6：対マレーシア柿輸出主要国の輸出概況（2012 年度）



出所：Global Trade Atlas よりジェトロ作成。

注：HS 081070 を使用。

これを見ると、韓国産柿・中国産柿が市場のほとんどを占め、日本産柿は同時期における柿および果物への需要を捉えきれていない現状が伺える。実際、2012年9月～2013年3月までのマレーシアへの柿輸出量は、図中の国々の合計で4,790トンに上るが、内訳を見ると韓国が87.1%、中国が10.1%を占め、日本産のシェアは0.4%に過ぎない。

このような状況にある輸入柿が、それぞれ実際にどこでどのように売られているのか。2013年11月末および2014年2～3月にジェトロが実施した現地スーパー視察における各国の柿の販売状況は次の表6の通りである。

表6：クアラルンプール市内主要スーパーにおける柿の販売状況

販売店舗	産地	価格(RM)	容量	1個当たり単価(RM)	情報取得日
日系小売店A	日本	27.90	1個	27.90	2013年11月30日
外資系小売店A	日本	23.90	1個	23.90	2013年11月30日
現地系小売店A	日本	14.90	1個	14.90	2013年11月30日
外資系小売店A	韓国	5.99	1個	5.99	2013年11月30日
外資系小売店A	韓国	10.99	2個	5.50	2013年11月30日
日系小売店B	日本	4.49	1個	4.49	2013年11月30日
日系小売店C	不明	2.50	1個	2.50	2013年11月30日
外資系小売店B	韓国	2.29	1個	2.29	2013年11月30日
現地系小売店A	韓国	10.99	5個	2.20	2013年11月30日
日系小売店C	不明	9.90	5個	1.98	2013年11月30日
現地系小売店B	韓国	7.90	4個	1.98	2013年11月30日
日系小売店A	韓国	1.90	1個	1.90	2013年11月30日
現地系小売店A	キプロス	14.90	8個	1.86	2013年11月30日
現地系小売店C	韓国	1.60	1個	1.60	2013年11月30日
日系小売店A	韓国	7.90	5個	1.58	2013年11月30日
現地系小売店C	韓国	7.40	5個	1.48	2013年11月30日
日系小売店D	不明	1.20	1個	1.20	2013年11月30日
日系小売店A	スペイン	21.50	9個	2.39	2014年3月3日
外資系小売店C	イスラエル	16.99	8個	2.12	2014年2月27日
現地系小売店D	南アフリカ共和国	16.90	8個	2.11	2014年3月1日
現地系小売店E	イスラエル	13.90	8個	1.74	2014年3月2日
現地系小売店D	南アフリカ共和国	14.90	10個	1.49	2014年3月2日

注：2013年11月30日（土）の為替レートは1RM（マレーシアリング）=約32円。2014年2月末～3月上旬の為替レートは1RM=約31円。

視察時に確認できた上記表7中の他国産柿のうち、9割弱の柿が1個当たり6RM以下の価格で販売されていることがわかる。一方で日本産については一部を除き、

1個当たり約15RM以上となっていた。

また、日本産を除く他国産の柿は必ずしも完全な外観ではなく、一部緑がかったものがあったり、黒ずみや表面の傷などが見られるものもある。大きさは、小さいものから大きいものまで様々。日本産の一部のものを除き、硬さは保たれており、鮮度管理は行き届いているものと見られる。図7は他国産柿の一例。

図7：クアラルンプールで販売される他国産柿の例（キプロス産柿）



折りたたみのダンボール箱をビニルでパッキング。8個入りで14.9RM。ダンボールは柔らかくなっており一部ダメージがあったが、柿自体はすべて表面もきれいで硬さもしっかりしていた。各スーパーで販売されていた日本産柿よりも小さい。食感はシャキッとした硬さ。適度な水気があるが、咀嚼しているとやや粉っぽさも感じる。味については、十分な甘みがあり、美味（担当者所感）。

写真：ジェトロ撮影

他国産柿の販促状況であるが、果物売場の入り口付近にバラ積みで陳列されている以外、目立った販促キャンペーンなどはなかった。一方で日本産柿はそれぞれポスターや柿の説明文などを掲載するといった工夫を行っており、ある日系小売店においては試食販売員（1名）をつけた販促が行われていた。

先述の通り輸入柿を販売しているスーパーマーケットを始めとして、クアラルンプール市内および近郊には現地資本系スーパー・外資系（日本含む）スーパーが

数多く展開している。これに対し、それぞれ青果物等を輸入している卸売業者が存在し、これらが相互に取引を行い輸入青果物の棚が構成されている。ヒアリングの結果、一般的には、日本の産地から直接果物を輸入する小売店はなく、いずれかの卸売業者を介して果物を輸入しているということがわかった。

### 3. 日本産柿の現状と課題

ここまでで確認したようなマレーシア市場において、現状で日本産柿はどのような評価を得ているのか。

最初に挙げられるのが、日本産食品全般に対して確立されつつある「安心」「安全」のイメージである。ジェトロセンサー（2013年11月号）では、マレーシアにおいて「日本食は安全性が高く健康に良い」との認識が広く共有されていると指摘している。

また、株式会社エヌケービー（2011）「平成22年度農山漁村6次産業化対策事業輸出総合支援事業の内マッチング対策 マレーシア日本産食品輸出マッチング商談会 事業実施報告書」では、商談会に参加した現地バイヤーへのアンケート結果を掲載している。これによると、日本食材について、以下のように「美味」「健康」「見た目が良い」「高品質」「安全」といったイメージが醸成されていることがわかる。

表7：マレーシアバイヤーの日本食材に対するイメージ

質問項目	回答割合(%)	
	良い	普通
味に関して	80	20
健康志向	89.1	10.9
見た目	79.7	20.3
品質	89.1	10.9
安全性	76.1	23.9
価格	高価 65.6	普通 34.4
嗜好性	ある 47.6	普通 52.4

出所：株式会社エヌケービー（2011）「平成22年度農山漁村6次産業化対策事業輸出総合支援事業の内マッチング対策 マレーシア日本産食品輸出マッチング商談会 事業実施報告書」より作成

今回の FS 調査では小売・レストラン・卸売業者へのヒアリングを行ったが、日本産柿への印象・評価は概ね上記の通りで、大きさや香り、食感が日本産柿の差別化ポイントだ、という意見もあった。

バイヤーだけではなく、株式会社 JTB 西日本（2012）「農林水産省補助事業 平成 23 年度輸出増進サポート事業のうち販売拠点構築対策 マレーシア（クアラルンプール） 実施報告書」ではクアラルンプール市内消費者から、日本産食品へのイメージとして、表 8 のような回答を得ている。

表 8：クアラルンプール市内消費者の日本産食品へのイメージ①

1. 回答例(順不同)		
自然	高価	手軽
平均	良い	本物
健康的	普通	油っぽくない
美味しい	特別	低脂肪
新鮮	すばらしい	安全
高品質	薄味	清潔
かわいい		シンプル
2. アンケート総数		
300名(男性43名、女性243名、無回答14名)		
3. アンケート実施期間		
2012年1月29日(日)～3月11日(日)		
4. アンケート実施箇所		
SHOJIKIYA Gardens Mall店		

出所：株式会社 JTB 西日本（2012）「農林水産省補助事業 平成 23 年度輸出増進サポート事業のうち販売拠点構築対策 マレーシア（クアラルンプール） 実施報告書」より作成

同様に、上記のアンケートの翌年に行われた株式会社 JTB 西日本（2013）「農林水産省補助事業 平成 24 年度輸出増進サポート事業のうち販売拠点構築対策 マレーシア（クアラルンプール） 実施報告書」においても、表 9 のような消費者アンケートの結果を得ている。

表 9：クアラルンプール市内消費者の日本産食品へのイメージ②

1. 回答例(括弧内は回答数。複数回答あり。)

健康的(50)  
 良い(38)  
 味が良い(36)  
 とても良い(16)  
 新鮮な(14)  
 良い品質(14)  
 衛生的な(8)  
 高品質(2)  
 安全(2)

2. アンケート総数

152名

3. アンケート実施期間

2012年9月8日(土)～16日(日)

4. アンケート実施箇所

Jasons Food Hall, Bangsar Shopping Centre店

出所：株式会社 JTB 西日本（2013）「農林水産省補助事業 平成 24 年度輸出倍増サポート事業のうち販売拠点構築対策 マレーシア（クアラルンプール） 実施報告書」より作成

以上のように、マレーシアでは日本産食品に対して「美味」「健康」「見た目が良い」「高品質」「安全」といったイメージが醸成されている。これは柿に限ったイメージではないが、日本産柿にも共通の強みと考えられる。今回ヒアリングを行ったある卸売業者からは、病院向けに日本産果物の販促キャンペーンを行った際、数ある果物の中で柿が一番早く売れた、という意見もあり、日本産柿への健康・安全といったイメージが確認できる。さらに、ある卸売業者からは「マレーシア人にとっては柿＝日本原産の果物、というイメージが強い」という意見もあり、日本産柿を今後売り込んでいく可能性は少なくないように感じられた。

一方で日本産柿に共通する弱みとして、海外市場における価格の高さが挙げられる。先に述べた表 7・表 8 のアンケートにおいても、マレーシア国民は日本産食品に対して「価格が高い」というイメージを抱いている。実際に表 6 の現地視察の結果を見ても、多くの日本産柿が圧倒的な高価格で販売されている状況である。今回ヒアリングを行った各バイヤー達からも、あまりに高すぎてはさすがに販売は難しいという意見が多かった。空便で輸入する場合はどうしても高くなってしまっているので、船便で輸入された柿との違いや付加価値をアピールするなど、何らかの工夫が必要となるのでは、とのことであった。

物流面でも、マレーシアへの柿輸出の競合国に比べ相対的に遠い距離を輸送する必要が発生するという弱点が挙げられる。

船便の場合、東京・大阪・神戸といった国内主要港からクアラルンプールの主要港であるポートケラン港まで最短7日間、平均約11日間の日数がかかる<sup>5</sup>。さらに通関には本船到着後2～3日が通常の所要時間と言われており<sup>6</sup>、日本産の柿がクアラルンプールの消費者に届くのは早くとも収穫の9～10日後ということになる。その場合、品種や輸送方法にもよるが、高価な鮮度保持剤などの使用が必要となり、単価を押し上げる要因となる。

航空便の場合、約6時間でのクアラルンプール到着となり、その後通関に通常1日かかると言われている<sup>7</sup>。鮮度維持の観点では申し分ないが、その分輸送費が高騰してしまう。

実際に、ヒアリングを行ったバイヤーで、特に日本産柿を過去に取り扱ったことのあるバイヤーからは、商品の軟化対策の重要性を強く強調された。上記のような鮮度保持剤の使用の他に、収穫時期を早めることや、個別に真空包装するなどの対策が必要ではないか、という提案もなされた。

#### 4. まとめ

マレーシアは成長著しいASEAN諸国のうちでも比較的高所得を誇る国であり、中でもクアラルンプールは家計所得が年間15%近くで成長してきたマレーシア国内で最も裕福な州であることを確認した。クアラルンプールには、中華系を中心に約125万人の一定の購買力を持った家計が存在しており、彼らは高級日本産果物の潜在的顧客と考えることができる。

柿については、圧倒的なシェア（2012年産で約9割）を誇る韓国産を始め、日本を含むいくつかの国がマレーシアへの輸出を行っており、他産の柿は概ね日本産柿よりも安価で販売されていることを確認した。このような環境の中、日本産柿が他産柿に対して差別化をアピールできるポイントは「日本産」というイメージや大きさ等にあることをヒアリングから確認した。マレーシアのバイヤー達の日本産柿の評価は概ね良好であり、輸送時の品質劣化の対策や販売戦略次第で今後の輸出拡大の可能性は十分にある。

以上

---

<sup>5</sup> Shipper Access (<http://www.shippingaccess.com/>) を使用。条件として、それぞれ仕出港に①東京②大阪③神戸を選択し、2014年1月23日発、キャリアーは指定せずに検索。

<sup>6</sup> 農林水産省（2007）「平成18年度農林水産物貿易円滑化推進事業 海外貿易情報収集等基本調査・収集活動 我が国の農林水産物・食品輸出マニュアル ―マレーシア編―」

<sup>7</sup> 同上。

2013年度 クアラルンプールへの柿輸出 FS 調査

2014年3月作成

---

作成者 ジェトロ（日本貿易振興機構）大阪本部事業推進課  
〒541-0052 大阪府中央区安土町2丁目3-13  
大阪国際ビルディング 29階  
Tel. 06-4705-8602

---