

国・地域名

マレーシア

<p>人口・経済発展状況等</p> <p>〔参考：日本〕 ●人口：1億2,563万人 (2020年1月推計値、「人口推移」総務省統計局) ●実質GDP成長率：-4.6% (2020年度、内閣府) ●1人あたりGDP(名目):4万146ドル (2020年4月、IMF)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 人口 3,275 万人 2021年、マレーシア統計局 実質GDP成長率 △5.6 % 2020年、マレーシア統計局 1人あたりのGDP 10,231 ドル 2020年、IMF推計値 為替レート 4.01 リンギ 対米ドル為替レート：マレーシア中央銀行 日本の直接投資額 1,936 億円 財務省 対外・対内直接投資フロー 令和2年（2020年） 進出日系企業数 1,544 社 2020年、外務省「海外進出日系企業拠点数調査」令和2年版 在留邦人 3万973 人 外務省「海外在留邦人数調査統計」令和3年版 訪日外客数 7.7 万人 2020年、日本政府観光局（JNTO） 日本食レストラン数 616 店 クランバレー首都圏（クアラルンプール市を含む）※2016年3月 	<p>市場規模（2020年、ユーロモニター）</p> <p>参考：〔日本〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ●生鮮食品：108,874.1百万ドル ●加工食品：198,140百万ドル ●アルコール飲料：71,307.1百万ドル ●ソフトドリンク：59,083.7百万ドル ●ホットドリンク：7262.3百万ドル ●健康ウェルネス飲食品(*)：55,403.5百万ドル ●外食フードサービス：158,206百万ドル ●小売・流通業(**)：275,617百万ドル 	<ul style="list-style-type: none"> ●生鮮食品 12,079.5 百万ドル ●加工食品 7,745.1 百万ドル ●アルコール飲料 2,814.5 百万ドル ●ソフトドリンク 1,526.9 百万ドル ●ホットドリンク 747.3 百万ドル 	<ul style="list-style-type: none"> ●健康ウェルネス飲食品 2,666.2 百万ドル (*左記カテゴリーと重複) ●外食フードサービス 8,701.0 百万ドル 小売・流通業 (**店舗型、食料雑貨店に限る、税抜き) ●小売・流通業 16,846.5 百万ドル <p>※小売額。ただし、生鮮食品は小売量を含む総量。ホットドリンクはコーヒー、茶など。</p>
<p>日本からの農林水産物輸出状況 (2020年農林水産物・食品の輸出実績、農林水産省)</p>	<p>12位 122億円 うち農産物91億円(74.6%)、林産物2億円(1.2%)、水産物29億円(24.1%)</p> <p>輸出額の多い品目： アルコール飲料、いわし、小麦粉、さば、牛肉</p>			
<p>味覚、嗜好上の特徴</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・食文化にも民族構成が色濃く反映（民族別比率（2020年統計局資料）：マレー系を中心とするブミブトラ69.6%、中華系22.6%、インド系6.8%、その他1.0%）イスラム教を信仰するマレー系は豚・アルコール飲料の摂取は禁忌。中華系は、日本でもなじみの深い飲茶や麻婆豆腐など、中国本土のものを基本とする食文化で、さらに地元食材や他文化から派生した料理も多々見られる。インド系は、ヒンドゥー教の影響で、菜食主義者が多い。 ・家禽肉（鶏肉等）は自給率が約98%で、全民族が問題なく食べることができるため肉類のなかでは消費量が最も多い。 ・18歳以上の肥満人口の割合は15.6%（日本4.3%）でASEANで最高。糖尿病など生活習慣病の増加が問題となっていることから、健康によい食品は有望。 ・甘いものや辛いもの、色彩が派手な食品が好まれる傾向がある。 			
<p>制度的制約</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・輸入ライセンスを必要とする品目・取得に制限がある品目：砂糖、小麦粉、牛乳、精米および玄米、米粉・米糠、ライスパーミセリ（米麺）、砂糖、サクカリンおよびサクカリン塩、ココナッツ、コーヒー豆、キャベツ ・輸入方法に条件が付される品目（農業省ほか管轄官庁指導下で輸入ライセンスの取得等が定められている品目）：肉類、同加工品、水産品、乳幼児用粉ミルク、卵類、同加工品、チーズ、ピーナッツ、バター、食品添加物、ミネラルウォーター、飲料水、蜂蜜 ・加工食品：調味料類、清涼飲料水、菓子（米菓除く）、レトルト食品、植物性油脂、麺類、健康食品、牛乳・乳製品、その他ムスリムを対象とする場合は、輸入規制ではないが、取引上バイヤー側からハラール認証が求められる場合がある ・乳製品：マレーシアへ輸出される乳製品の製造施設のDVS（獣医局）への事前登録が必要。2018年3月より輸入許可が厳格化された。 ・牛肉：2017年11月以降、マレーシアのハラール方式を取り入れた日本産牛肉輸出施設（2施設）で処理された日本産牛肉の輸出が可能となった。 ・青果物：2015年1月以降、一部の品目（みかん等かんきつ類）については農業省から輸入許可証（Import Permit）を取得することが追加で義務付けられた。 			
<p>商流・物流・商習慣</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・以前は、日本食品の取り扱いが日系大手の伊勢丹とイオンに限られていたが、最近は外国人が多く住む地域の地場系高級スーパーマーケットや、コンビニエンスストアでも日本食品コーナーが設けられるようになってきた。 ・ダイソーなどの100円ショップ、正直屋など、日本食品（調味料、菓子類）を低価格で販売する店も登場し、店舗数を着実に伸ばしている。2021年3月にはDonDonDonkiが新店。 ・日本からの食品は輸入業者を通して輸入され、その後、輸入業者から小売店やレストランに販売されるのが一般的である。青果物、加工食品、水産品、林産品等、すべての品目を一括して扱う輸入業者はおらず、専門分野別に輸入業者兼ディストリビューターが決まっている。 			
<p>Eコマースの概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・2020年のECの売上高は44.63億ドル。EC化率（EC売上額/小売額）2.7%。1人あたり年間平均購入額341ドル。 ・2019年には全人口に対して、135.4%に当たる4,460万人が携帯端末を契約。2020年のオンラインアクセスの98.7%はスマートフォンから行われている。インターネット利用者の90%はネットショッピングサイトを訪れた経験があり、うち82%はオンラインで商品を購入した経験を持つ。 ・Shopee（月間訪問者数：約3,700万人）、Lazada（月間訪問者数：約1,300万人）が主要ECプラットフォーム、月間訪問者数ベースで全体の約85%を占める。 ・2020年はロックダウンの影響等により、食品・グローサリーのEC購入利用率は55%に上昇。常温加工品（麺類・パスタ・小麦粉・米、等）（66%）、缶詰類（39%）、生鮮食品（35%）が購入上位品目となっている。 			
<p>外食・小売等の状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・最近オープンしている日本食レストランの傾向として「焼き鳥店」「ラーメン店」「ベーカリー」「とんかつ店」「うどん店」などの専門店が増加している。 ・日本のスイーツ専門店が増加しており、生クリームを使ったケーキ、抹茶アイスクリーム、チーズケーキを供する店舗が地場資本またはフランチャイズで展開している。 ・小売では、日本産食品は伊勢丹・ドンキ・Jaya Grocer・Village Grocer・B.I.G等の高級スーパーを中心に販売される他、近年は輸入業者が直接EC販売するケースも増えている。 ・コロナ禍でオンラインフードデリバリーの利用も増加。2020年の利用者数は約760万人、市場規模は21万140万ドル。2024年まで利用者数・市場規模ともに2倍になると予想されている。 ・オンラインフードデリバリーは、認知度の高いFoodpandaとGrabFoodが最もよく利用されている。 			
<p>日本食普及状況等</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ノンハラールの商品の販売が禁じられているわけではないため、ノンハラールの商品も輸入規制を満たせば輸出可能である。 ・アルコール飲料が日本からの輸出上位品目である。日本酒、梅酒を中心に人気。主に日本食レストランで提供され、中華系マレーシア人、日本人、外資系駐在員を中心に消費されている。味、飲み方についても理解が進んでいる。ただし、アルコール飲料の度数は食品法の規定の確認が必要。 ・焼き芋が定着しており、日本からのサツマイモが安定して輸入されている。サツマイモ単体での販売ではなく、焼き芋機も日本から輸入して店頭で実演販売を行う場合が多い。 ・品質の高い日本産青果物は人気が高く、富裕層を中心に浸透し始めている。果物では、もも、ぶどう、メロン、いちごなど、高級果実が人気。野菜では、ながいも、大根、かぼちゃ等を中心に人気が高いが、現地でも栽培されているトマトや葉物野菜などの一部品目は価格差が大きく、価格差以上に特徴・付加価値のある商品でなければ輸入のハードルが高い。 ・回転寿司チェーンの普及、日本食レストランの増加に伴い、水産物およびアルコール飲料の需要が増加。近年は、OMAKASE形式の高級寿司レストランが人気を博している。 ・【新型コロナウイルスの影響】消費者の間では自炊やフードデリバリーの需要が高まっている。小売店では保存食品（レトルト食品、インスタント麺、調味料等）、免疫力向上が期待される食品（納豆、乳酸菌飲料等）、嗜好性の高い食品（酒類、菓子、ケーキ等）などが売れている。 			