ジェトロ・プノンペン事務所
2023 年 2 月 14 日作成

ベビー用品専門店、首都を中心に拡大（カンボジア・プノンペン発）

カンボジア国民の平均年齢は 27 歳と、非常に若い労働人口であふれており、同国では、コロナ禍前から引き続きベビー用品専門店の出店が相次いでいる。今回は、2023 年 1 月 31 日時点で 9 店舗のベビー用品専門店を出店している KEONIMOL - BABY & KIDS 社マネージャーの Wilson Khim 氏にベビー用品に関する販売状況や需要について話を聞いた。（2023 年 1 月 25 日）



KEONIMOL - BABY & KIDS 社 Wilson Khim マネージャー（本人提供）

〈ファミリービジネスから 9 つのベビー用品専門店展開〉

質問:
まずは貴社の事業内容について

答え:
私たちは、20 年以上前からファミリービジネス(個人事業)として小売業を営んできた。そして 2000 年に会社を設立し、現在首都プノンペンに 9 つのベビー用品専門店を展開し

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

ている。店舗はプノンペンのみで、他州には進出していない。従業員数は約 40 人、売上は 1 店舗 1 日あたり約 1,000~2,000 ドルだ。ベビー用品専門店に関しては、近いうちに更に 2 店舗開店予定で、好調だ。お客様層は年間世帯所得 5,000 ドル以上の中間層やアッパーミドルがメインとなる。

ベビー用品の専門店以外にも KLG CAMBODIA という代理店機能を持った会社も営んでおり、自社で商品の輸入販売が可能となっている。そのため、可能性があると思った商品は自社で取り扱いができる。顧客サービス、ソーシャルメディア上での PR、リードタイムを縮小するための一定の在庫、フレキシブルな支払条件などの工夫によりお客様からの信頼を得て事業を営んでいる。

〈日本商品の信頼性はいずれも高い〉

質問:
貴社での主な取り扱い商品、日本製製品の取り扱いについて

答え:
ベビーミルクやおむつ、離乳食、ベビー服など一通りのベビー用品を取り扱っている。日本の商品は、ピジョン、和光堂の商品がメインとなる。特に和光堂の商品はプロモーション活動を積極的に行っており、カンボジアでも代表的な日本製品として認識されている。上記のブランドは、信頼性が高く品質も良く、カンボジア市場に受け入れられやすい価格帯の商品を揃えることができる。また、私たちはカンボジアに在庫を持っていることもメリットだ。国内に在庫があると、リードタイムが短く、お客様のニーズに迅速に対応できる。取り扱っている商品全体の中で、日本商品が占める割合は約 20～30％だ。隣国のタイや韓国、フランスの製品なども取り扱っている。

質問:
最近の売れ筋は

答え:
粉ミルク、乳児用牛乳、乳児用飲料水、おむつなど、子どもの成長のため日常的に必要な製品がやはり売れている。コロナ禍の影響で、カンボジア経済は低迷しており、当社も売上が落ちるかと思ったがベビー用品の需要は相変わらず高く、影響がなかった。そのため、新たに 2 店舗の開店を予定している。また、Facebook 上に子どもを持つ母親たちの情報交換グループがあり、そこで紹介された商品は人気が出る。口コミが大切だと感じる。

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.



お店の外観(KEONIMOL - BABY & KIDS 社提供)

<母親向け商品のニーズ増加>

質問:
　今後のニーズは

答え:
　新生児、幼児向けの日常的に必要なミルクやおむつなどは引き続きニーズが高い。新商品でも、品質や価格が合えば可能性は高い。粉ミルクは小売価格で大缶 1 缶 20~30 ドル、おむつは 1 袋 70 枚入り程度で 8.50~20.50 ドルで販売できれば可能性はある。また、最近は母親向けの商品もニーズがある。例えば産後サプリメントや妊娠線予防クリームなど。日本の商品は品質が良いと認識されているので、価格が合えばカンボジア市場で可能性があるのでは。

質問:
　日本の中小企業へのアドバイス

答え:
　自社商品をカンボジアで販路拡大したい場合は、マーケティング活動が最も大切となる。できれば、マーケティングの会社をカンボジアに設立し、自分たちでマーケティングを実施した方が商品についての理解があるため、仕事がやりやすいと思う。現地語での商品説明資料の準備や、認知度向上のためのイベント開催などが効果的である。一般的に、1,000 ドルの商品を販売したいなら、3 倍の 3,000 ドルをマーケティングのために費用を費やすなどの投資が必要となる。マーケティング活動を実施せずに、製品が売れることはほとんどない。また、現在、ベビー用品以外を取り扱う企業でも、カンボジアで会社や自社ブランドを立ち上げるといいかもしれない。

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

以上

〇作成：ジェトロ・プノンペン事務所

【レポートの利用についての注意・免責事項】
本レポートは、日本貿易振興機構（ジェトロ）プノンペン事務所が委託先FORVAL(CAMBODIA)CO.,LTD.に作成委託し、2023 年 1 月に入手した情報に基づき作成したものです。掲載した情報は作成委託先の判断によるものですが、一般的な情報・解釈がこのとおりであることを保証するものではありません。本レポートはあくまでも参考情報の提供を目的としており、提供した情報の正確性、完全性、目的適合性、最新性及び有用性の確認は、読者の責任と判断で行うものとし、ジェトロおよび FORVAL(CAMBODIA)CO.,LTD.は一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロおよびFORVAL(CAMBODIA)CO.,LTD.が係る損害の可能性を知らされていても同様とします。

【レポートの内容に関するお問い合わせ先】
ジェトロ・ビジネス展開支援課　BDA@jetro.go.jp
（2023 年 4 月 1 日以降はジェトロ・海外展開支援部戦略企画課個別支援班　ODA@jetro.go.jp）

◆「海外発トレンドレポート」読後アンケートにご協力ください◆
本レポートは皆様の海外ビジネスにお役に立ちましたでしょうか？
今後の参考のため、**役立ち度アンケート**にご協力頂けましたら幸いです。
（所要時間：約1分）

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.