

パキスタン

食品分野に見る市場の潜在力

ジェトロ海外調査部アジア大洋州課 小野澤 麻衣

2億人に迫る人口、増える中間層、農業大国——そんなパキスタンの優位性を見据え、欧米系食品加工企業が相次いで拡張投資に取り組む。消費市場で特に注目すべきは潜在性の大きい食品分野。市場開拓に当たっては、中長期的な視点に立って、同国の魅力と現状を正確に把握することが重要だろう。

2億人市場を狙って拡張投資

パキスタンの食品市場の潜在性に着目してビジネスを展開する外国企業がある。

その代表例がネスレ。1988年から乳製品や飲料などの生産、販売を手掛けており、国内4カ所に生産拠点を持つ。2012年には1億400万ドルを投じて、パンジャブ州に粉ミルク工場を完成させた。その後も投資を拡張しており、5,000万~6,000万ドルを追加投資する予定。

高品質かつ安全な原料を安定的に調達するため、同社は現地生産者との密接な関係を構築している。例えば生乳原料の調達には、19世紀の同社創業以来の実績を誇る牛乳生産者の地区支援システムを採用。現状20万戸の農家と提携し、牛乳回収センターの設置、品質・安全管理方法の導入、マイクロファイナンス（無担保小口融資）の提供——などを通じて各地区を支援しながら、安定的な生乳原料確保に努める。

食品市場と並んで飲料市場も拡大基調にある。既進出の外資系包装企業によると、同国の年間飲料消費量は約380億リットル（12年）、うち14.8%を占めるソフトドリンク消費は今後も増えるという。

96年に飲料市場に進出したコカ・コーラは現在、国内に6工場を擁し、従業員は約5,900人。若年層の増加による需要増を見込んでいる。同社は、13年からの2年間で2億4,800万ドルを追加投資し、さらに

国内2カ所にボトリング工場を増設するとしている。05~10年に2億5,000万ドルを投じて工場の近代化を図っており、今回の投資は事業拡大を目的としたもの。工場新設に加え、冷蔵庫を一括購入して小売店に貸与するなど、小売店の販売力を強化する。さらに物流コスト引き下げも図る。小売店への配達は事前に発注した店にのみ行い、発注しなかった小売店には出向かないことを通じて物流コストの30%改善を目指す。

パキスタンの炭酸飲料市場（年間約20億リットル）における同社のシェアは30%（12年）。とはいえ、1位のペプシコ（65%）には大差をつけられている。現在パキスタンの主要都市で大々的なPRを展開中で、今回の投資を通じて先行するペプシコを追い上げる。

世界有数の農業大国

これらの事例から見てくるパキスタン食品・飲料市場の魅力は何か。第1に人口。約1億8,000万人という人口は世界第6位。しかも人口の72%を35歳以下が占めており、36年後の50年になっても、その割合は50%を維持すると予測される。コカ・コーラの事例は、まさに拡大する若年層のニーズを先取りしたビジネス展開といえよう。

第2に、堅調な経済成長に伴う中間層の存在。中間層は全人口の4割、7,000万人にも上る。12/13年度（12年7月~13年6月）の名目GDP（国内総生産）は3,170億ドル、成長率は3.6%とリーマン・ショック後、3~4%程度を維持している。1人当たりGDP1,296ドル（12年）というのは、インド（1,492ドル）、ベトナム（1,528ドル）に迫る水準だ。07年（909ドル）の水準からは4割増。成長の要因として挙げられるのは、貿易、投資といった対外経済活動の活性化。12/13年度の直接投資受け入れ額（国際収

支ベース)は、14億6,000万ドルと前年比77%増。

これら若年層および中間層が、消費拡大の原動力になると考えられる。ジェットロ「BOP層／ボリュームゾーン実態調査」^{注1}によれば、調査対象とした同国の中間層（世帯収入約290～370ドル／月）の家庭における主要支出に占める食費の割合は平均2割強。中間層の増加に伴い食品市場も大きく拡大することになる。

第3は、世界有数の農業大国であること。現地で原材料を調達できる点は、食品加工企業にとって有利な条件となる。日本の2倍の国土（約80万平方キロ）のうち、パンジャブ州、シンド州の平原地帯が主な農業地帯で全国土の約3割を占める。約1割の日本に比べれば可能性は大きい。11年の生産量はサトウキビが5,500万トン、小麦は2,500万トン規模に達した。特に北部地域は一大穀倉地帯でもあることから、前出のネスレやユニリーバなど食品加工の外資企業が1950年ごろから生産拠点を置き、拡張投資を続ける。畜産業も盛んで、IFCN（International Farm Comparison Network）によると11年の生乳生産量は3,560万トン、世界第3位。だが、うち製品として加工されたのは110万トンにすぎない。

中長期的視点に立って

課題は何か。最大の問題は治安面。「テロや暴動は無差別的に行われるものではなく、宗教や民族、政党といった派閥の争いが主なため、危険とされるエリアに近づかなければ、まず問題ない」。そう語る現地日本人駐在員は、自衛手段を講じることで対応可能であることを示唆する。ラホールや首都イスラマバードでは相対的に治安が良く、通常生活において問題は少ない。重要なのは、現状をできる限り正確に把握することだ。

次に恒常的な電力不足。停電が頻発するのは盗電、送電ロスに加え、料金の未払い・未回収が多く電力

会社が燃料購入不能状態に陥っていることにある。政府が投入した5,000億円規模の資金によってこれまでの不払い金が解消され、状況は一時的に改善したものの、今後さらに根本的な解決策が求められる。

その他、不安定な為替、税制手続きの煩雑さなど、途上国に共通する課題も指摘されている。

そんなパキスタンにあって、13年6月に発足したナワーズ・シャリフ新政権は、治安対策強化や投資環境改善に積極的に取り組み始めた。既進出企業からの期待も大きい。

ジェットロが13年10～11月に実施した進出日系企業へのアンケート調査^{注2}によると、パキスタンで「13年の営業利益見込みが黒字」と回答した企業は74.1%、「今後1～2年の事業展開の方向性は拡大する」との回答は81.5%、両項目とも全調査対象19カ国・地域中第2位と、強い事業拡大志向が示された。

同国は、小売業、卸売業を含めたほぼ全てのビジネス分野（例外は農業分野）で原則外資100%の出資を認めている。アジア諸国ではめずらしい。人口の9割超がイスラム教徒というところから、ハラール食品製造にはノウハウの蓄積がある。自国の認証機関をも有する。日本から見ると、中東市場の最東端に位置するとも言い得る同国。ハラール食品の中東地域への輸出拠点として活用するという可能性もあろう。

市場開拓に求められるのは、中長期的な視点だ。治安が悪いという既存イメージだけに抑えられているのは、その影にある商機を逸するかもしれない。日本人にはさほど知られていないが、パキスタンは非常に日本びいきだ。日本製品への信頼度も高い。だが日本の同国に対する周知度、関心度はさほど高くない。これこそ同国の対日感情が「世界一の片思い」といわれるゆえんなのだろう。

市場開拓に求められるのは、中長期的な視点だ。治安が悪いという既存イメージだけに抑えられているのは、その影にある商機を逸するかもしれない。日本人にはさほど知られていないが、パキスタンは非常に日本びいきだ。日本製品への信頼度も高い。だが日本の同国に対する周知度、関心度はさほど高くない。これこそ同国の対日感情が「世界一の片思い」といわれるゆえんなのだろう。

注1：ジェットロが各家庭を訪問し、住・食・暮らしぶり（家族構成、職業、世帯支出入内訳、住居、食事）などについて聞き取りしてまとめたもの（2013年度実施）。

注2：ジェットロ「在アジア・オセアニア日系企業実態調査（2013年度）」



大きな看板でPR展開中 (コカ・コーラ)