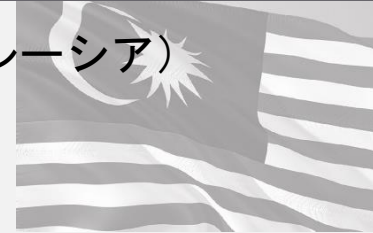
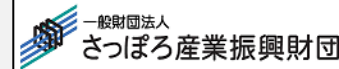


# 現地レポート



## ～ マレーシアにおける水産品市場情報 ～

マレーシアには約1,500店舗の日本食レストランがあり、また、寿司の持ち帰り専門店もマレーシア全土に広まっており、日本食や日本産食品の人気はとて高く、馴染み深いものとなっています。

写真右のEmpire Sushi（現地系）は寿司の持ち帰り専門店の人気チェーン店の1つで、マレーシア全土に52店舗を展開しており、コロナ禍でも連日マレーシア人客で賑わっています。

今回、マレーシアの大手水産品輸入卸売業者4社に聞き取りを行い、水産品市場について調査しました。

### 1. ニーズの高い日本産水産品及び他国競合品

	ウニ	マグロ	牡蠣	ホタテ	サーモン	サバ
日本産産地及び商品名 価格	北海道産ウニ MYR280.00 (約7,300円) /1パック ※小売価格	日本産マグロ刺身 MYR100.00 (約2,600円) /1パック ※小売価格	宮城県産生食用冷凍牡蠣 MYR500.00 (約13,000円) /kg ※卸売価格	宮城県産・青森県産冷凍ホタテ貝柱 刺身用 MYR135.00 (約3,500円) /kg ※卸売価格	北海道産鮭 MYR160.00 (約4,140円) /kg ※卸売価格	日本産サバ MYR9.00 (約230円) /100g ※小売価格
他国競合品産地及び商品名 価格	競合品なし	競合品なし	カナダ産冷凍牡蠣 MYR85.00 (約2,200円) /kg ※卸売価格	スコットランド産冷凍ホタテ貝 MYR70.00 (約1,810円) /kg ※卸売価格	ノルウェー産サーモン MYR129.00 (約3,340円) /kg ※卸売価格	近海産・中国産サバ MYR3.00 (約80円) /100g ※小売価格

### < 輸入卸売業者ヒアリング結果 >

- \* ウニやマグロの刺身はeコマースで販売され消費者からの人気が高く、ベストセラーとなっている。
- \* 牡蠣やホタテ貝は主にレストラン等飲食店からの需要が高く、飲食店の持ち帰り専用メニューとして提供。需要が伸びている高単価のウニも有望品目と見ている。
- \* 最有望品目は需要が拡大しているマグロ、次いでホタテ、イカ。
- \* マレーシアの消費者が、日本スタイルの寿司を日本やシンガポールで経験するようになり、生魚に対する拒否感が薄れてきている。
- \* マレーシア人に人気が高いサバ、エビ、イカ、イワシ、マグロ、淡水魚は主に中国や東南アジア諸国から輸入。サバは消費量・輸入量共に多いが、近海産・中国産との価格競争が激しく、高付加価値品としては売りにくい。
- \* 近年では、アメリカやノルウェーが主に輸出している高単価のサーモン、タラ、貝類の消費が増えている。



## 2. 水産品マーケティング情報（マレーシア大手水産品輸入卸売業者）

	JG社（日系）	PK社（現地系）	SJ社（現地系）	Sr社（日系）
ターゲット購買層	レストラン スーパー	レストラン ホテル エンドユーザー（消費者）	レストラン スーパー エンドユーザー（消費者）	ロックダウン中の現在はオンラインでエンドユーザー（消費者）への販売がメイン ※平時は業務用がメイン
既存取扱い北海道産水産品	ウニ	ホタテ	アブラボウズ 鮭	ウニ 鮭
商談のポイント・重視する点	手頃な値段で最高品質の食材を得られるか	競争力のある価格の提案	価格、鮮度、現地食文化との融合性	適切な価格の提案
今後取扱いたい商品	味や品質が良い高級品	他の水産品輸入業者が未だ取り扱っていないユニークな商品	普段食べ慣れた地元料理とは異なった、目新しくユニークな食材	マレーシアでは未だ販売されていない新商品 但し手頃な値段の物
日本の水産業者への要望	迅速及び柔軟な対応を希望	1年を通して継続的に取引が可能である事	使用する部位、客への提供方法、香辛料との組み合わせやスタイル、使用できる魚の種類等の提案を希望	継続的で密なコミュニケーションを希望

## &lt; ヒアリング内容総括及び必要な対応 &gt;

- \* 商談では価格の重要度が高く、いかに魅力的で競争力のある見積りを提示出来るかが商談成立のカギとなっている。
- \* エンドユーザー（消費者）向けの販売を行っている輸入卸売業者は、未だマレーシアでは販売されていない商品・食材を求める傾向にある。
- \* 日本の水産品を日本食だけではなく、多民族国家であるマレーシアのパラエティーに富んだ食文化に適應させるべく、様々な料理法を提案していく必要がある（中華料理、マレー料理、インド料理、その他西洋料理等でも日本の水産品を使用してもらう）。
- \* マレーシアの商習慣では、対面でのコミュニケーションを重視する傾向にあるが、コロナ禍で対面でのやり取りが難しい今は、メールやオンラインを活用して継続的なコミュニケーションを行っていく必要がある。
- \* マレーシアでの市場動向を把握し、市場に合った商品選定を行う必要がある。（マレーシア向けに、現地で好まれる激辛味の商品開発等も視野に入れる）。

【著者紹介】 ASIA INFONET (M) SDN. BHD. (<https://www.asiainfonet.com/japanese-food/>)

日本産食品のマレーシアへの輸出を希望される企業様へ商談のアレンジ及びテストマーケティングといったマレーシアでの食品業界への商流構築のサポートを行っております。お気軽にお問い合わせ下さい。

【発行者】一般財団法人さっぽろ産業振興財団 販路拡大支援部 URL:<https://sec.or.jp/hanrokakudai/international/adviser/malaysia/>

マレーシアへの食品販路拡大に関する支援をご希望の方は、上記HPで詳細をご確認の上、利用申込書をお送りください。

※ この情報はアドバイザーの独自調査によるものです。当財団はこの情報を用いて行う判断の一切について責任を負うものではありませんのでご了承の上ご活用ください。