

日本の食品・飲料メーカーにおける ASEAN6・UAE・トルコ事業展開に関する 法人アンケート調査を実施（2017年）

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて、日本国内の食品、および飲料メーカーにおけるASEAN6（インドネシア、タイ、マレーシア、シンガポール、フィリピン、ベトナムの6カ国以下ASEAN6）・UAE・トルコでの事業展開状況に関する法人アンケート調査を実施した。

1. 調査期間: 2017年9月
2. 調査対象: 日本国内の食品・飲料メーカー（年間売上高70億円以上）125社
3. 調査方法: 電話ヒアリング形式

＜本アンケート調査について＞

本調査では、2017年9月に、日本国内の食品・飲料メーカー（年間売上高70億円以上）を対象に、ASEAN6・UAE・トルコへの事業展開に関するアンケート調査を実施した。調査項目は、当該8カ国への事業展開・進出状況、現状の問題点・課題、海外現地法人の設立方法などの他、ハラール認証取得状況、製品製造・原材料の調達状況などについて調査・分析を実施した。ここでは、そのうち当該8カ国での事業展開などの関心の有無やその理由、ハラール認証の取得状況について取り上げる。

【調査結果サマリー】

- ◆ ASEAN6・UAE・トルコに対して日本の食品・飲料メーカーが関心を持つ理由は、
経済発展や人口増加で有望なマーケットであること
日本の食品・飲料メーカー（年間売上高70億円以上）51社へのアンケート調査で、ASEAN6・UAE・トルコのうち、関心がある国として回答したのは、タイの43.1%（22社）が最も高く、シンガポールの33.3%（17社）、インドネシアとベトナムが31.4%（16社）で続いた。また、その理由は何れの国・地域においても、経済発展や人口増加で有望なマーケットであることが挙げられている。

- ◆ 日本の食品・飲料メーカーにおけるハラール認証取得率は19.2%と
2015年8月調査より6.4ポイント上昇
日本の食品・飲料メーカー（年間売上高70億円以上）125社へのアンケート調査で、ハラールの認証状況を尋ねたところ、「認証取得済み」企業は今回調査（2017年9月）で19.2%となり、前回調査（2015年8月）に比べて、取得率は6.4ポイントほど上昇した。

◆ 資料体裁

資料名: 「2017年版 ASEAN6・UAE・トルコ食品マーケットにおける
日系食品メーカーの進出・パートナーシップ戦略」
発刊日: 2017年12月6日
体裁: A4判 682頁
定価: 195,000円（税別）

◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地: 東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長: 水越 孝
設立: 1958年3月 年間レポート発刊: 約250タイトル URL: <https://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先（当社HPからも承っております <https://www.yano.co.jp/>）

（株）矢野経済研究所 マーケティング本部 広報チーム TEL: 03-5371-6912 E-mail: press@yano.co.jp

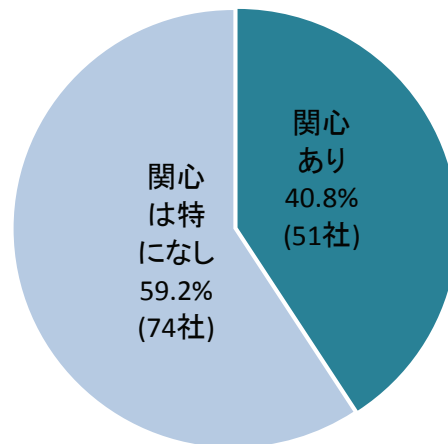
本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

【調査結果の概要】

1. ASEAN6・UAE・トルコで関心がある国とその理由

日本の食品・飲料メーカー(年間売上高 70 億円以上)に対して、海外への進出有無に関わらず、ASEAN6(インドネシア、タイ、マレーシア、シンガポール、フィリピン、ベトナムの 6 カ国 以下 ASEAN6)・UAE・トルコへの関心有無を尋ねたところ、40.8%(51 社)の企業は関心ありと回答した。このうち、関心がある国・地域の回答率(複数回答)は、タイの43.1%(22 社)が最も高く、次いでシンガポールの33.3%(17 社)、インドネシアとベトナムが31.4%(16 社)で続いた。

図 1. ASEAN6・UAE・トルコに対する関心の有無



矢野経済研究所作成

注1. 調査時期;2017年9月、調査(集計)対象;日本国内の食品・飲料メーカー(年間売上高70億円以上)125社、調査方法;電話ヒアリング形式、単数回答

表 1. ASEAN6・UAE・トルコで関心がある国・地域

国・地域	回答社数(社)	回答率
タイ	22	43.1%
シンガポール	17	33.3%
インドネシア	16	31.4%
ベトナム	16	31.4%
マレーシア	10	19.6%
UAE	6	11.8%
フィリピン	5	9.8%
トルコ	2	3.9%

矢野経済研究所作成

注2. 調査時期;2017年9月、調査(集計)対象;日本国内の食品・飲料メーカー(年間売上高70億円以上)125社のうち、ASEAN6・UAE・トルコに関心ありと回答した企業51社、調査方法;電話ヒアリング形式、複数回答

次に、当該各国に関心が有る理由を尋ねたところ、何れの国・地域においても、経済発展や人口増加で有望なマーケットであることが多く挙げられている。また、ASEAN6に関心がある企業では、日系企業が多く進出している、取引先が進出している、取引先に勧められている、製造コストが抑えられる、原材料調達にメリットがあることなど、回答が複数に分散している。一方で、UAE やトルコに関心を持つ企業は、回答が少ない上に、その理由は経済発展で有望なマーケットであることに集中している。(表2参照)

表 2. ASEAN6・UAE・トルコで関心がある国・地域とその理由

関心のある理由	タイ	シンガポール	インドネシア	ベトナム
経済発展で有望なマーケット	36.4%	35.3%	50.0%	68.8%
人口増加で有望なマーケット	22.7%	11.8%	68.8%	25.0%
日系企業が多く進出している	18.2%	11.8%	25.0%	37.5%
製造コストが抑えられる	9.1%	5.9%	18.8%	18.8%
原材料調達にメリットがある	4.5%	5.9%	18.8%	18.8%
取引先の勧め	9.1%	23.5%	6.3%	6.3%
取引先の進出	0.0%	11.8%	6.3%	6.3%
政治的に安定	0.0%	0.0%	6.3%	12.5%
治安が良い	4.5%	0.0%	6.3%	0.0%
インフラが整っている	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他	40.9%	41.2%	25.0%	18.8%
回答企業数	(n=22)	(n=17)	(n=16)	(n=16)
関心のある理由	マレーシア	UAE	フィリピン	トルコ
経済発展で有望なマーケット	50.0%	66.7%	20.0%	100.0%
人口増加で有望なマーケット	20.0%	0.0%	40.0%	0.0%
日系企業が多く進出している	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%
製造コストが抑えられる	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%
原材料調達にメリットがある	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%
取引先の勧め	10.0%	0.0%	20.0%	0.0%
取引先の進出	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%
政治的に安定	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
治安が良い	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
インフラが整っている	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他	30.0%	33.3%	40.0%	0.0%
回答企業数	(n=10)	(n=6)	(n=5)	(n=2)

矢野経済研究所作成

注3. 調査時期;2017年9月、調査(集計)対象;日本国内の食品・飲料メーカー(年間売上高70億円以上)125社で、ASEAN6・UAE・トルコに関心ありと回答した企業51社のうち、当該各国に関心ありとする企業(当該各国における回答企業数は表中のとおり)、調査方法;電話ヒアリング形式、複数回答

2. 日本の食品・飲料メーカーにおけるハラール認証取得状況

日本の食品・飲料メーカー(年間売上高70億円以上)125社のうち、ハラールの認証に関して、「認証取得済み」企業は今回調査(2017年9月)で19.2%となり、前回の調査(2015年8月)に比べて、取得率は6.4ポイント上昇した。また、「認証取得(申請)していないが、認定取得の予定・意向あり」は今回調査では5.6%となり、前回調査に比べ、6.4ポイントの減少となった。一方で、「認証取得(申請)していないし、今後において認証取得の予定・意向無し」と回答した企業は、今回調査で74.4%と前回の調査に比べて、30.8ポイントと大幅に上昇した。

表 3. 日本の食品・飲料メーカーにおけるハラール認証取得状況

認証取得状況	2015年8月調査 回答率(n=133)	2017年9月調査 回答率(n=125)
認証取得済み(自社・国内グループ会社・海外グループ会社)	12.8%	19.2%
認証取得予定・申請中(自社・国内グループ会社・海外グループ会社)	0.0%	0.0%
認証取得(申請)していないが、認証取得の予定・意向あり	12.0%	5.6%
認証取得(申請)していないし、今後において認証取得の予定・意向無し	43.6%	74.4%
わからない、なんとも言えない	31.6%	0.8%

矢野経済研究所作成

注4. 今回調査(2017年調査)時期;2017年9月、調査(集計)対象;日本国内の食品・飲料メーカー(年間売上高70億円以上を対象)125社、調査方法;電話ヒアリング形式、単数回答
前回調査(2015年調査)時期;2015年8月、調査(集計)対象;日本国内の食品・飲料メーカー(年間売上高70億円以上を対象)133社、調査方法;電話ヒアリング形式、単数回答

3. まとめ

本調査の結果から、日本の食品・飲料メーカー125社のうち、ASEAN6・UAE・トルコの8カ国への関心ありと回答したのは40.8% (51社)であった。但し、関心がある国・地域(複数回答)は、タイの43.1% (22社)が最も高く、シンガポールが33.3% (17社)、インドネシアとベトナムの31.4% (16社)となり、ASEAN6と比較するとUAE、トルコへの関心は低かった。関心がある理由は、何れの国・地域においても、経済発展や人口増加が多く挙げられており、ASEAN諸国は日本の食品・飲料メーカーの海外事業展開・進出(輸出を含む)の中核を占めていることが伺える。

また、ハラル認証取得状況は、今回調査(2017年9月)と前回調査(2015年8月)では回答企業に入れ替わりがあるものの、ハラル認証取得済みの企業が6.4ポイント上昇し、実際に認証を取得する動きが進展していることが明らかになった。