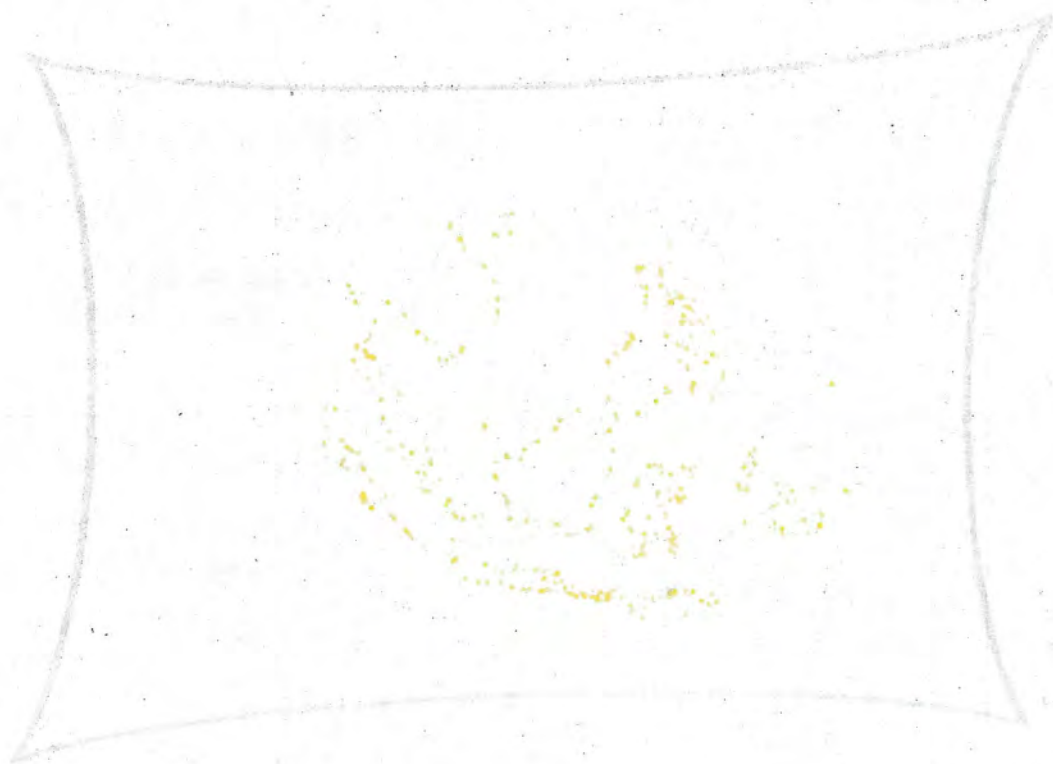


埼玉県議会 ASEAN 友好議員連盟

マレーシア・タイ視察報告書



2023年11月7日～11月11日

クアラルンプール・バンコク

視察行程表

	月日(曜)	地名	時間	交通機関	行程
1	11月7日 (火)	東京(成田)発	11:20	航空機	成田空港発(日本航空JL723便)
		クアラルンプール着	18:25		マレーシア・クアラルンプール空港着 (クアラルンプール泊)
2	11月8日 (水)	クアラルンプール	10:00~11:30 13:00~14:00 15:00~17:00	専用車	【視察】伊勢丹クアラルンプール訪問 【視察】在マレーシア日本国大使館 【視察】県産品販路拡大イベント (現地バイヤー向け試飲・試食会) (クアラルンプール泊)
3	11月9日 (木)	クアラルンプール	9:30~10:30	専用車	【視察】ジェトロクアラルンプール事務所
		バンコク	14:50 16:05	航空機	マレーシア・クアラルンプール空港発 (マレーシア航空MH782便) バンコク・スワンナプーム空港着 (バンコク泊)
4	11月10日 (金)	バンコク	10:00~11:00 13:30~15:00 17:00~19:00	専用車	【視察】ジェトロバンコク事務所 【視察】泰日協会学校バンコク日本人学校 【視察】埼玉県タイネットワーク交流会 (バンコク泊)
5	11月11日 (土)	バンコク			
		バンコク発 東京(成田)着	8:05 15:55	航空機	バンコク・スワンナプーム空港発(日本航空JL708便) 成田空港着

伊勢丹クアラ Lumpur

【日 付】

2023年11月8日(水)

【目 的】

マレーシア現地での日本食品の小売事情について説明を受け、店舗・売場において実際の商品の購買状況を視察し、県内企業の現地進出や県産品の海外での販売を支援するための参考とする。

【対 応 者】

浅子堅一郎・伊勢丹KLCC店 General Manager

正道 匡・伊勢丹KLCC店 Division Manager

相川 幸司・伊勢丹KLCC店 General Manager

【内 容】

(1) マレーシア概観

マレーシアは面積約33万K²(日本の約87%)、人口3,265万人(日本の約26%)、マレー系64.7%、華人系21.1%、インド系6.1%その他外国人含む8.1%で多民族国家・多宗教国家である。1.12%の人口増となっており、人口構成比で見ると14歳以下23.2%、15歳から64歳69.5%、65歳以上が7.3%、年齢中央値30.4歳と大変若い人口構成となっており町でも若者が多いことに驚きを感じた。



マレーシアにおける進出日系企業数は2021年1,601社、在留邦人数は2022年24,545人となっておりタイ・ベトナム・インドネシアに次いで日系企業の進出が多い国である。

1981年マハティール前首相が提唱した「東方政策」により日本との友好が

図られ現在に至り、クアラルンプールはじめ各都市でオフィス、マンションを中心に建設ラッシュとなっている。これから益々発展を遂げる国だと感じたところであり、県内の海外に進出しようという企業にマレーシアは魅力的である。

(2) 伊勢丹KLCC店の現場視察について

3名の伊勢丹関係者のご案内でKLCC店の食品フロアの現地視察から入りました。このお店は1998年5月2号店としてペトロナスタワーの直下に位置し、マレーシア国内店舗の60%売り上げを稼ぎ出している。



今現在食品フロア半分が改装中でありましたが、店内を隈なく視察をさせて頂きました。入り口には野菜と果物が占め、その奥にデリカ・日本産果物、魚類、寿司等日本の商品の品ぞろえが多くあったこと、ハラル商品、ノンハラル商品コーナーと多民族国家ゆえの品揃えをしていた。

日本の生鮮・野菜果物・食品・酒類等はほぼ揃えており、客層は高所得者を中心に品ぞろえがされている部分とデリカ等は低額に抑えた金額で販売をしていた。現場で感じたこととして市場調査がされており現場に反映されたお店であると感じた。多民族・多宗教国家並びに客層をしっかり調査した上での店づくりであった。それが出来るのもお会いした3名の伊勢丹KLCC幹部の方々のご努力とやる気を感じ、だからこそマレーシアで成功している事例であると感じた。

(3) 伊勢丹KLCC店の日本食品の小売事情について

この店の食品フロアは地下1階にあり面積約2,000㎡、全館売上の35%のシェアを確保している。特徴として日本MD、催事、独自ショップを展開し日本フェア、食パンフェア等展開しお客様のニーズを捉えている。

説明によるとオフィスワーカーの中食ニーズが高まりデリカ・スイーツのトレンドが高まっていること。日本MDの取扱状況としてフルーツ、野菜、鮮魚、和牛、デイリー、デリカを扱い日本からの輸入が25%、マレーシア国

内より 75%の売上です。

安心安全・健康的という理由から、コロナ後も伸長しており益々日本の食品、食材が望まれている。埼玉県としてもマレーシアとの経済交流や埼玉県が得意とする日本食品の販路拡大は有効であると考えている。

【ま と め】

今回伊勢丹KLCC店を現場視察含め、幹部職員3名からの説明、質疑を通して、日本食品の購買意欲が高まっていることや人口増、富裕層が多くなってきている点等を鑑みると、埼玉県として大いにマレーシアで埼玉ブランド食品の販売を拡大できるのではないかと感じた。



その為にもジェトロ埼玉や県の担当部署、バイヤー等が一体となって海外展開の市場調査、現地での法律、税制関係等しっかり調査した上で海外の販路を見つけていくことが必要であると感じた。

最後に現地伊勢丹幹部職員（対応者）から埼玉産を販売していくには、1：「地道で、継続的なプロモーションの開催」、2：「他の地域以上の価格の優位性」、3：「催事を単独ではなく、エリアでの開催も検討」という話を頂きました。この3つの提言を埼玉県及び埼玉県産品に反映させていきたい。

在マレーシア日本国大使館

【日 付】

2023年11月8日(水)

【目 的】

マレーシアの政治経済事情や日本とマレーシアの経済関係について現状を調査し、本県がマレーシアとの経済交流を進めるうえでの課題等を把握しつつ、県内企業の現地進出を支援するための政策形成の参考とする。



【対 応 者】

元山和久・一等書記官

細見昌史・参事官（経済部長）

【内 容】

(1) マレーシア概観

面積約 33 万 m² (日本の 9 割)、2021 年で人口約 3275 万人 (日本の 1/4) である。マレー系約 70%、華人系約 22%、インド系約 7% の多民族国家で、国語はマレー語であるが英語も通じる。

立憲君主制・下院上院の二院制の連邦議会である。

1957 年 8 月 31 日に外交関係樹立。1981 年に当時のマハティール首相が提唱した、日本の労働倫理や道徳、経営能力等を学ぶことで国の経済や社会発展を目指す東方政策、頻繁な要人往来、活発な貿易や投資等により極めて良好な二国間関係である。2015 年に戦略的パートナーシップに格上げし、政権は交代しても親日姿勢は継続されている。

東方政策により、これまで 2.6 万人超が来日 (政府職員が多い)。東方政策と日本企業進出による技術移転、JICA の技術協力でマレーシアの高成長が達成されている。また、筑波大学分校が政府間の覚書署名を 2023 年 3 月 14 日に済ま

せ、2024年9月の開校に向けて協議中である。

(2) マレーシア内政

1957年の独立以来、マレー系 UMNO (アムノ) が中心になり長期政権を維持してきたが、2018年総選挙でマハティールが多民族の野党連合を率いて史上初の政権交代を実現した。

2020年3月、総選挙を経ずに、UMNO 及び PAS (マレー系のイスラム保守派政党) と組んだムヒディンによる PN 政権が発足。その後、2021年8月のイスマイル・サブリ首相就任によって、UMNO が首班政党に回帰。2022年11月の総選挙の結果、国民戦線 (BN) が大幅に議席を減らした一方、国民連合 (PN) が躍進。野党であった希望連盟 (PH) が最大の議席を維持したが、いずれの政党連合も単独過半数には至らず、国王が仲介した結果、希望連盟 (PH) が国民戦線 (BN) 及び地方政党等を巻き込み、2022年11月にアンワルを第10代首相とする連立政権が樹立された。

(3) マレーシア外交

全体方針としては、ASEAN 重視と大国 (特に米中) 間における等間隔 (非同盟) 外交を基調とする全方位外交を志向。アンワル首相は8月10日の外交演説において、ASEAN 主導の包摂的なメカニズムの重要性を強調した。

対米関係としては、基本的に良好。対中関係では、経済面において密な関係であるが、南シナ海での中国の強圧的な領土主張には当事者として強く警戒している。要人往来が活発、2022年国連人権理事会の新疆ウイグルの人権状況に関する決議には棄権。ウクライナ情勢については、国連総会決議に関し5本に賛成、2本に棄権の状況で、独自の経済制裁には否定的である。核軍縮については、核兵器禁止条例 (TPNW) 締結国として核兵器使用に強く反対している。イスラム関連についてはイスラム恐怖症やパレスチナ自治区への攻撃に敏感に反応している。

(4) マレーシア経済

コロナ前は平均5%程度の経済成長でコロナによる打撃はあったものの2022年は力強く回復している。2023年は成長が鈍化し、第2四半期の成長率は2.9%、第4四半期3.2%。原因として、世界的インフレとリンギットがドルに対し弱いことが挙げられる。

2025年までの高所得国入りを目標としており、外国企業による投資への期待が高い。輸出の4割弱を電機・電子関連が占め、コロナ禍で電気・電子のサプラ

イチェーンの一角としての重要性が認識された。また、ゴム手袋の世界シェアの約65%を占めている。

アンワル政権の経済基本政策として、国内経済対策、とりわけ物価高騰に苦しむ低所得者への支援が重要課題となっている。2024年の予算案は、社会的弱者や中小企業を保護するためにより積極的を絞ったアプローチ、高負荷価値産業の育成及び外国投資誘致のためのインセンティブ拡充、国内企業のグリーン対応、E&E や再エネ分野の成長等に関する支援枠組みの設置等が挙げられ、社会的弱者への配慮と包摂的・発展的な成長のバランスをとったものとなっている。また、開発支出として900億リンギット（約2.8兆円）を計上。アンワル首相は財政再建の必要性を強調し、政府支出の効率化及び汚職撲滅を進める決意を示している。

マレーシア MADANI（マダニ）経済政策は7月24日に発表されたアンワル政権経済政策で、MADANIはアンワル政権の政策理念で持続可能性、繁栄、イノベーション、尊重、信頼、思いやりを意味するマレー語の頭文字を組み合わせた造語である。国際競争力の強化と投資受け入れ体制の整備などを通じて、GDP規模で2022年に世界37位だったマレーシア経済を年率5.5%以上の成長を実現することで、今後10年以内に30位以内に引き上げることを目標としている。

新たなエネルギー政策としてエネルギートランジションロードマップ NETRを8月29日に公表、また、MADANI経済政策を実行するための産業振興政策との位置づけである新産業マスタープラン2030（NIMP2030）を9月2日に公表した。日本とマレーシアの経済関係としては長年LNGを日本に安定供給している。約1600社の日系企業が進出しており、約半数が電気・電子を中心とする製造業である。日系企業の課題は、外国人労働者の採用凍結や労働力不足である。

【ま と め】

県内企業のマレーシア進出や協業に向けた連携など県内企業がマレーシアでの販路開拓や現地進出しやすい環境づくりには両行政のほか、JETRO、そして大使館も両国の懸け橋として大きな役割を果たす。

また、この40年でイスラムが浸透し、宗教により敏感になっている。その影響として、マレーシアの大きなイベントである盆踊りを宗教大臣が「盆踊りは仏教イベントである」と発言し、物議をかもしたという話を伺った。多民族国家ゆえ、進出企業も配慮すべき点であると考ええる。

今回の視察で、マレーシアの政治経済事情や日本とマレーシアの関係を調査し、本県がマレーシアとの交流を進めるうえでの現状や課題等を確認することができた。県内企業の現地進出をさらにサポートするための政策形成につなげていきたいと思う。



マレーシア・販路開拓イベント

【日 付】

2023年11月8日(水)

【目 的】

現地バイヤー(輸入販売者・小売店バイヤー・レストラン経営者など)を対象とした、日本酒をはじめとする県産アルコール飲料や県産食品の試飲・試食会

【出 展 者】

日本酒	★横田酒造・★松岡醸造・小江戸鏡山酒造・小山本家酒造 ・麻原酒造
ウイスキー	ベンチャーウイスキー
ジン	マツザキ
ビール	★協同商事
ワイン	兎田ワイナリー
麺類	★桃太郎食品・★岩崎食品・★ナガホリ・三上製麺・つむぎや
菓子	★旭製菓・★紋蔵庵・川越開運堂・ホンダ製菓
お茶	新井園・首都圏アグリファーム
その他	★相生産業・★喜京屋・弓削田醤油・磯屋・タケバヤシ (★は、現地へ渡航して出展)

【内 容】

マレーシアに今回初訪問となるが、日本貿易振興機構(ジェトロ)の共催のもとマレーシアの食品関連事業者を対象として、埼玉県産の食品やアルコールなどの魅力を伝える埼玉県の酒と食の魅力発見展示会イベント(試飲・飲食会)が行われました。初めに、埼玉県大野元裕知事より本会の主旨をはじめ埼玉県のPRを含めた英語での挨拶が始まり、県議会マレーシア・タイ視察訪問団諸井真英団長、マレーシア日本国大使館特命全権大使高橋克彦さんよりそれぞれ挨拶があった。

イベント会場では今回参加した県内企業33社のうち、10社による自社ブースの設置、そのほか現地に参加できなかった企業のサンプル展示が16社あり、輸入販売会社・小売店バイヤー・レストラン事業者など100名以上の多くの参加がみられた。埼玉県内の企業が新たな販路開拓に向けた試飲・飲食会が始まり、アルコールにおいては小川町松岡醸造、行田市横田酒造の日本酒の蔵元2社をはじめ川越市の地ビールブースなどがありました。食品においても麺類のラーメン・うどん・そば、製菓においてもせんべい・クッキーなど加工食品そして焼き肉のたれ・唐揚げ粉など調味料、緑茶とあり各ブースにて色々な話をさせていただき改めて皆さんの意欲が感じられた。



さらに現地進出企業も2社あり、麺類の桃太郎食品さんでは、ラーメン・中華麺・フィットチーネ、その他の部類では相生産業さんの和風プリンのもと・唐揚げ粉・のりなどのブースでは、現地に進出してからの苦労があったという印象深いお話をはじめ、それぞれの思いを伺うこともできましたし、酒類系の日本酒・梅酒・柚木酒・ワインなどが現地バイヤーの方々には人気があり、特に柑橘系が一番人気で多くの来場者の方々が人だかりであった。また、川越市のやきとり屋さんの調味料で焼き肉のたれなど現地の方にとっても興味がわくものであった。



【ま と め】

今回のイベントを通して感じたことは、今回のイベントが関心の高いものであり、マレーシア国内において翌朝の DAILY NNA や時事速報そして MALAYSIA BIZ NAVI など多くの報道各社紙面にて発信されていた。。マレーシアなど温暖の地域では、なぜか甘みのあるものが好まれていることなどが知ることができ、飲食に対する考え方も理解した。

