

専務理事訪問記

第7回 ミャンマー・ハノイ・カンボジア最新流通視察会報告

訪問先 ヤンゴン（ミャンマー） 編

訪問日 2014年2月16日（日）～24日（月）9日間

発展著しいヤンゴン

日本小売業協会会員ら18名で編成した視察団(団長:協会岡部専務理事)は成田からANAの直行便で2015年2月16日、ミャンマーの最大都市ヤンゴンに向かった。

767-300の新型機種で7時間のフライトであった。東京とは2時間30分の時差である。

ヤンゴン国際空港は新装になっており免税品店などもだいぶ充実している。しかし、イミグレーション(入国審査)は少し時間がかかる。

当夜は結団式を兼ねて宿泊場所のパークロイヤルホテルで、夕食懇親会を開催、ミャンマーの地元ビールやワインを賞味した。おいしいと大変好評である。

明けて17日、ヤンゴンの中心部にあるセドナホテルに向かい、JETROを訪問。山口アドバイザーからミャンマーの魅力をうかがう。

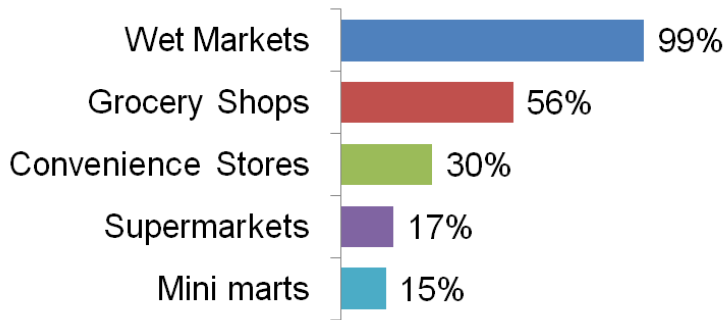
さて、ミャンマーは6000万人の人口を擁し、しかも人口構造が若い。資源にも恵まれ東南アジアと南西アジアの間にあり、地政学的にも重要である。大乘仏教の国で親日的である。首都はネピドーで、こちらは政治行政都市に特化している。一方ヤンゴンは、貿易の9割が集中する港もありミャンマー経済の中心地である。ヤンゴン在住約700万人。



ヤンゴンの最新ショッピングセンター

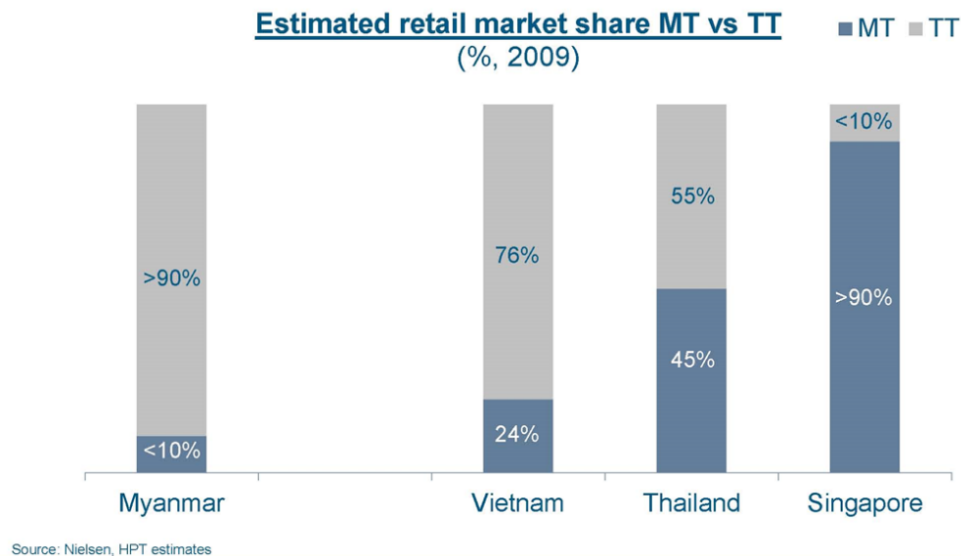
意欲的なミャンマー小売業協会

ミャンマー小売業協会は2012年の10月に設立された。会長はシティーマートなど、8ブランドをもって多くのスーパーマーケット等をヤンゴンなどで展開するウイン・ウイン・ティンさん。この協会、設立間もないが、組織も事業活動も意欲的である。観光地で有名なマンダレイにも協会の支部ができた。これからさらに活動は広がるであろう。そして、協会の会員の関心分野は、販売促進・顧客満足・情報化などの戦略で日本と共通するところも多い。



さて上記のグラフは、ヤンゴンの人々がどこで買い物をするかということを示したものだが、路上の市場での買い物が99%。日常生活でこれらの市場がいかに密接にかかわっているかわかる。しかし、例えば、コンビニエンスストアも30%で、年々その存在感を高めていることもわかる。ミャンマーの人々の消費生活は変わってきている。

Modern trade gaining market share



ミャンマーに近代的な小売店舗がどのくらいあるかということだが、ミャンマー協会の説明ではその比率は10%である。右隣のヴェトナムの24%と比べると、まだこれからという感がある。しかし、これからの数年は劇的な発展を見ることであろう。

- Myanmar Retail is behind Neighbors
- Most Retailers are in Traditional Retail
- Modern Retail still in early years
- Few using retail related technology
 - Bar-coding, POS, Stock Management Systems
- Weak Supporting Industries
 - Supply Chain, Distribution, Logistics
 - Difficulty in supporting stores outside Yangon
- High Real Estate Prices

ミャンマー小売業協会においても上記のような課題を認識している。特にサポーターティングインダストリーの育成について強調している。つまり、サプライチェーン、物流などが課題であり、ヤンゴン以外の地方都市への小売業の展開に必要であると指摘している。

食料の加工産業は有望

丸紅ヤンゴン支店の食料担当の松井さんからもミャンマーの現状について話を聞いた。ミャンマー経済は民主化後、順調に拡大しており、GDP ひとりあたりでは2014年の推計で955ドルになった。ASEAN 諸国のなかでは、人件費は相対的に低く、これから工業団地などの整備が進むと、製造業の投資も急増すると思われる。

都市部を中心にミャンマーの食生活も豊かになってきており、日本の食料関係の投資先としても魅力がある。



前頁の写真右のような公設市場は「ゼー」と呼ばれる。

コメはミャンマーの人々の主食であるとともに、輸出品である。また、豆類も豊富で有力な輸出品である。

ミャンマーの水産物輸出は**375千トン、497百万ドル**。うち、エビ(Prawn)の輸出が**17.4千トン、56.3百万ドル**。エビの仕向け先としては、日本が**4,452トン**で第1位、これにシンガポール、マレーシア、中国が続く。エビの養殖は自家発電のための燃料代が嵩み競争力に欠けるため、あまり行われていない。

麺は米食に並ぶミャンマー人の主食の一つであり、MT、TT双方で大きな売場を占める。

市場規模は**3億食**とも**4億食**とも(世界ラーメン協会は**2012年3億食**)。

ミャンマーでは、農業が**GDPの約4割**を占め、全人口の約**6割**が農村に居住し、また 就業人口のおよそ**6割**が農業に従事している。

したがって、農業生産がミャンマーの特徴であり、対日輸出をねらった食料品の委託加工先としても有望であろう。



物流の課題は多い

日本通運の南アジア・オセアニア日本通運ミャンマー支店の小谷さんから話を伺った。

ミャンマーの物流はタイのバンコクからミャンマー国境からの内陸ルート、海運ルートがある。

2010年のデータによると国際輸送の**95.3%**が海運で、国内輸送の**71%**は逆に陸運である。また輸出入貨物の**99%**がヤンゴン国際空港である。日本との接続状況では最短ルートがシンガポール港トランジットでヤンゴン港へ到着し、税関検査を経て**50日**程度かかる。平均航海日数は**25日**だが、税関検査などの留め置かれる日数が長い。

同社では、泰麺陸路輸送商品の準備も進めており発着一貫door to doorサービスを開始する予定。

日系SPA(製販一貫)ハニーズを訪問

ミンガラドン工業団地で日本向けにカジュアルパンツを月に**20万**着縫製加工しているハニーズを訪問した。この工場は**2012年**の**5月**に操業開始したものだが、現在**1000人**の労働者が働いている。主に女性である。年齢は**20歳**前後。勤務時間は朝の**8時**から午後**7時**まで**10時間**労働である。週**60時間**労働であり、月**100ドル**の賃金である。停電には自家発電装置で対応している。以前に比べると停電は少なくなったという。生地は中国から持ち込まれる。上海のハニーズが品質管理や生産管理を行っているという。日本人は**4人**駐在している。生産性は中国に追いつかないが、対日輸出では繊維製品の特恵関税がメリットにある。

結びに(MRA のデータから)

ミャンマー小売業協会は発足して2年程度だが、大変に活動的である。

会員数は154件。ミャンマー全土には小売店が231,000店あり、小売販売額は132億ドルと推計される。近代的な小売は10億ドル。

ミャンマーの世帯数は11百万。ミャンマーの家族構成は平均4.3人。

所得階層的には富裕層と思われる層は全国平均で、2%、準富裕層は13%。中流的な層は25%と所得分布はまだ分かれている。

小売の形態ではフランチャイズチェーンも出始めている。

中流層の買い物傾向は町の伝統的な市場が95%と圧倒的だが、チェーンストアやスーパーでも、17%が買い物をしている。富裕層になるとその比率は40%と高くなる。

ヤンゴンのマーケットプレイスなどは富裕層の買い物の場所である。

ミャンマーの小売業は経済成長や人口構成、都市の発展から見て成長の可能性は高く、チェーンストアや新規業態、ネット販売も伸長するであろう。

物流などのサプライチェーンの構築が急務である。

(以上)