

ミャンマー最大の日本展示会 Japan Festival 2014 レポート

JETRO ヤンゴン事務所が2月7日～10日、『Japan Festival 2014』をタマドホールで開催した。日系企業193社が出展、来場者は4日間で4万人近くに達し、ヤンゴン市民の日本製品人気を再確認させた。

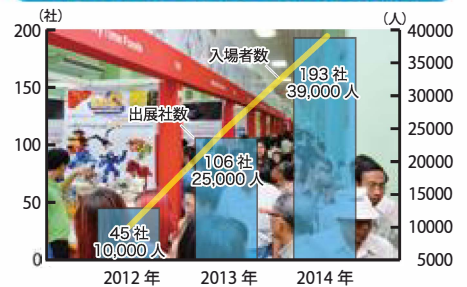
来場者3万9千人、 日本製品のファン層厚く

ミャンマーの民主化に伴い、2012年から毎年1回の開催で、今年で3度目を迎えた『Japan Festival』は連日大盛況だった。大手の家電、オフィス機器、車両・カー用品メーカーのほか、女性をターゲットにした美容・健康関連商品も数多く出展。その

他、食品や日用品など、多様な日本ブランドが一堂に会し、一部は即売された。

JETRO ヤンゴン事務所の高原正樹所長は「出展企業は業種に偏りなく、全体的に毎年増加している。ミャンマー関係者からも数多くの日本の製品に直接触れることのできる機会として、多くの評価を頂いている」と語る。

Japan Festival 過去3年間の実施推移



出所：JETRO ヤンゴン事務所

大手

大手も認知度向上に注力 高額製品予約と即決に驚き

日立的代理店は冷蔵庫と洗濯機を中心に展示、予約販売と即売を行った。掃除機が1日数十台売れたというから、まず驚く。昨年と同展示会での売上より2割増。日立は30年前からミャンマーで代理店販売を行っているが、東京から応援に駆けつけた担当者は「日本以外の国では企業ブランドが知られていないことを前提にPRを始めないといけない」と初心を忘れない。

三菱電機の代理販売店は今回、エアコン



と冷蔵庫を前面に展示。ミャンマーの冷蔵庫は1ドアが主流だが、あえて2ドアなどのハイグレード商品を並べ、高所得者層のニーズを探った。

屋外の会場では、大手の車関連メーカーが勢揃い。トヨタやスズキをはじめ、いすゞ、ホンダ、ヤマハ、日野などの車やバイク・トラックの実車が並べられた。トヨ

タでは3月販売予定の新車をお披露目し、ミャンマー人の反応を見る。いすゞのトラックに20～30台のまとめた予約が入るなど、日本ではなかなか想定されない事態もおきている。



食品

食品関係は大きな手応え キーワードはシティマート

食品・日用品のブースは、お手頃な“メイド・イン・ジャパン”の商品を買い求める地元客で賑わいをみせた。ミャンマーに4店舗を構えるDAISOのブースも、ミャンマー人でごったがえす。



ミャンマーには人口6000万人以上といわれる潜在的な消費ポテンシャルがあり、食の場合はその大きな「胃袋をつかもう」と各社工夫を重ねる。数カ所の食品販売代理店ブースでは「シティマートに置いてもらうために交渉中」と声を揃え、展示会を商機の1つとらえている。

ヤクルトは月に1回、シンガポール経由の船便で商品を輸入し、マーケットプレイス（シティマートの高級志向店舗）の店頭と並べている。33カ国で展開する“ヤクルト商品”だが、国際部の川崎秀樹事業開発部長は「ミャンマー人の9割方はブランド名を知らない。試飲してもらえると反応はよく、まとめ買いする人も。浸透には数年かかると思うが、将来的には工場を作



り、常に新しいものを提供したい」と語る。

既にシティマートでの販売を行っているキッコーマンは、今回も含めさまざまな展示会場入り口で店頭試食を行い、地元の人に味を覚えてもらうことで販売促進へつなげている。日本人社員がタイから出張し、現地スタッフのフォローを行うと同時に、「照り焼きソースの売れ行きがよい」などとミャンマー消費者のニーズを展示会で直接つかむ。

挑 戦

日本ブランドで新規開拓
売りはジャパングオリティ

昨年10月にヤンゴンで現地法人を設立したFLEX ART社は、販促ツールや商品展示台、展示ブースのコンセプトからデザイン、施工までを請け負っており、母体がマレーシアにある。展示デザイン・施工の会社に15年以上勤め、パートナーと共同でミャンマー事業を立ち上げ、既にミャンマーで日本大手メーカーのデザイン、施工

等を行っている北川龍之介共同代表は「モノづくりの現地クオリティに違いを感じている。まずは日系企業向けに日本レベルを示し続けたい。ブースを訪れる企業の関心は高い」とミャンマーでのニーズを改めて実感。現在は3月まで予約で埋まり、工



場を拡張する方向という。

流通大手の日通は、本格的にミャンマー市場に乗り込む考え。その理由は「必ず、物流における可能性。ASEAN諸国で唯一、中国とインドに隣接し、人口を考慮しても物流市場は計り知れない。ミャンマー支店の中田信彌支店長は「地球の人口の半分にあたる市場の中心にある国はミャンマー」と語る。またミャンマーの物流は「納期を守れない」「安全性に欠ける」現状もあるため、日本流の質の高いサービス展開に商機を見出している。

ユニーク

出展製品の多様化進む
若者や高齢者も視野に入れ

個性的な出展も今回目立った。豊かな生活と娯楽を求める若者をターゲットに、ブリクラの機械がミャンマーに初上陸した。輸入を手がけたのはJEP社。ヤンゴンで経営しているネイルサロンでの消費動向から、美や写真への嗜好を感じ、今回ブリクラ機械(写真シール機)のテストマーケティングに踏み切った。

撮影体験は1回5,000Ks(約500円)と一般消費者には高価格にも関わらず、地元若者は初めて見る機械での撮影に興味津々で人気を集めていた。日本語の操作の問題やメンテナンスのコスト、停電時の対策など、導入には課題も多いが、今後はショッピングモール等へのリースを検討し



ブース前にはデビュー予定のミャンマー女性アイドルグループも登場してPR

たいという。

京都西川の代理店販売を行うPann Kaba Myanmar Serviceは、日本の厚生労働省認可のベッドを展示販売。17~48万円する高額商品が売れているという。安達ジョン代表取締役は「マッサージや医療効果も実証されているため、高齢者に好評。病院から紹介を受けて買いに来る人もいる。富裕層は日本の技術のよさを知っている」と断言する。

一財産を築き、家も買った、車も買った、

では次に何にお金を使うのか。そんなミャンマー人の層が増えているのは紛れもない事実で、1台400万円もするパナソニックのホームエレベーターが売れる。今回の展示会で予約も数十件あったという。安全性やデザインを追求し、最新技術を駆使した日本製品は、お金持ちミャンマー人を魅了して止まない。

お役立ち 文房具や体温計など
日本より安く提供

日本製品を購入する場合、日本での価格よりミャンマーでの購入は高くなる印象だが、サクラ、トンボ、パイロットなどの正規の日本製筆記具を、格安で販売する地元企業がある。Fuji Sunflower Stationery社は、日本メーカーが輸出価格を低く設定し、それを大量に仕入れることで日本より安い価格で販売している。トンボのカラーサインペンは1本800Ks(80円)から、シチズンの電子体温計は2,000Ks(200円)。ペンやマーカー、ファイル類など、事務用品が揃うので在留邦人にもおすすめ。



☎ No.26, Kyuntaw Street, Sanchaung Township, Yangon
☎ 09-73204936 ☎ 9:30~17:00 日曜休

商品も文化も日本をPR
ビジネス発展を目指して

今回はホール裏に位置するナショナルシアター(国立劇場)で、ミャンマー日本外交関係樹立60周年を記念し、在ミャンマー日本国大使館が後援する『Japanese Entertainment Festival 2014』も実施され、日本のアニメや生の音楽などが紹介された。



展示会の規模は毎年拡大し続け、ヤンゴンでの会場選定に頭を悩ませる一面もある。前出のJETROヤンゴン事務所の高原正樹所長は「すべての要望に応えられていない。課題はあるが、日本製への信頼感が高く、毎回展示会へ足を運んでくれるミャンマー人リピーターも多い。ミャンマーにおける日本の経済活動にさらなる尽力をしたい」と、早くも来年の実施を見据えながら語る。ミャンマーの事業、販売促進を目指し、日本企業・日本製品販売店の挑戦は続く。

今回、誌面の都合上、一部企業のみを紹介のため、次号に「展示会その後」も含む掲載を予定。ご期待ください。