



東南アジア駐在コンサルタントの視点 ミャンマー市場の今

Deloitte Consulting Southeast Asia (DC SEA) おおつか やすゆき 大塚 泰之

今、ミャンマーが熱い。東南アジアでビジネスをされる方のみならず、グローバルな視点を持たれたビジネスマンであれば、ミャンマーへの関心度の高さに注意を払わずにはいられないだろう。

本稿では、筆者がミャンマーの最大都市ヤンゴンを訪れた際の、マーケットの雰囲気と今後の期待について、コンシューマービジネスを中心としてお伝えしたい。

先行者利益への高い期待感

東南アジアでコンシューマービジネスに携わる人

間として、ミャンマーの現状を一言で言うならば、「Now is the time」ということだ。

長らく鎖国及び経済制裁を受けていたミャンマーにおいては、他の東南アジア各国とは異なり、グローバルプレイヤーがまだ確固たる地位を確立していないカテゴリーが多い。

現地の飲料卸に確認した話では、「現在は、ミャンマー製品が売れているが、急速に外国からの商品、特にタイメーカーの製品が売れてきている。ただし、まだディストリビューター網を確立していない会社が多く、影響力はまだ限定的である」とのことだった。

図1 ミャンマーの有力コーラ飲料 (MAX)



著者撮影、2013年1月、ヤンゴン (以下同じ)

反対に言えば、そのディストリビューター網をいち早く構築した企業が、市場での影響力を持つことになるだろう。

グローバルプレイヤーがまさに今ミャンマーに再参入している状況、及び優秀な(かつ安全な)ディストリビューター候補は限定的であることを考えると、日本企業にとってミャンマーは「Now is the time」と言えるだろう。

圧倒的に多い、タイからの輸入品

ミャンマーのスーパーマーケット (SM) やババマストアで目にするのが、タイからの製品である。これは製造元がタイというだけではなく、タイ語で記載された商品が、ビルマ語に訳されることなく商

図2 タイからの輸入飲料【最近の人気商品】



品棚に多数並んでいるということである。

高級ブティック (アパレル店) では、値札までバー

図3 タイ語記載の商品が並ぶ洗剤売場



ツ表記（タイの通貨）の店が存在する。

理由としては、国内の産業が未熟なため、クオリティの高い商品は、隣国のタイから輸入せざるを得ない状況にあるためと思われる。

図4 タイ語表記の値札



一部の国で、日本語の表記が高級感や安心感を醸成しているのと同じように、ミャンマーではタイ語に高級感や安心感を持つのかもしれない（歴史的には複雑な背景があるため、一概には言えないが）。

ミャンマーへの参入を考える際に、いきなり現地製造工場を設立するのではなく、その入り口としてタイからの輸出というのは有力な選択肢の一つと言えるだろう。

ただし、気をつけなければならないのは、自社が意図してタイからミャンマーに商品を流していない場合でも、タイ国内のブローカーやホールセラーによって、知らないうちに密売されているケースも多々存在することである。すなわち、場合によって二重価格での展開が行われてしまうことがありえるということである。

Traditional Tradeの重要性はまだまだ高いが、Modern Tradeの影響は増すと考えられる

一方で、消費者との接点である小売業を見ると、現在はまだまだTraditional Tradeの重要性が高い。メーカーもそこは心得ており、パパマストアへマネキンスタッフを派遣するなど、Traditional Tradeにも販促活動を行っている状況である。

一方で、一部の店舗では、極端に洗練された店舗も出現している。また、大規模ショッピングセンター（SC）やハイパーマーケットもすでに展開されており、今後の経済状況・政治状況によっては、Modern Trade（MT）の市場での影響力が増大していくことも想定される。

ただし、感覚としては1970年代の日本の状況であり、MTとしてのチェーンオペレーションはこれから構築されると思われる（チェーン店舗の1社で棚卸を実施していたが、決められたフォーマット

もなく、裏紙にすべてを手書きで記入するオペレーションであった）。

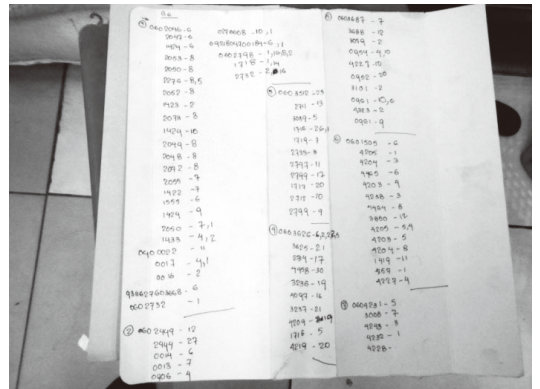
図5 パパマストアでの販促



図6 大型SCの様子



図7 棚卸表の様子



以上、本レポートでは限られた誌面ゆえ、お伝えしきれない部分もあるため、もしご関心・ご質問などある場合にはご連絡をいただければ幸いです。なお、本文中の意見や見解に関わる部分は私見であり、様々な論点や視点があることをお断りする。

以上

こちらの記事につきましては、トーマツのWebサイトにある「海外進出サポート情報」(<http://www.tohmatu.com/knowledge/overseas/>)でもご覧いただけます。
また、メールマガジンでの配信をご希望の方は、トーマツメールマガジンのWebサイト(<http://www.tohmatu.com/jp/mm/>)にある「コンシューマービジネスメールマガジン」にお申込下さい。

トーマツ メールマガジンのご案内

トーマツグループでは、専門性と総合力を活かしたナレッジやニュースをWebサイトに掲載するとともに、その更新情報を中心に「トーマツ メールマガジン」として無料で配信しています。www.tohmatu.com/mm/にアクセスし、トーマツ メールマガジンにご登録くださいますようお願い申し上げます。

トーマツ総合メールマガジン

監査・ファイナンシャル アドバイザリー・コンサルティング・税務の4つの分野のサービスに関連する内容を中心に、それぞれの分野の最新情報やセミナー情報などを配信しています。(毎月発行)

トーマツIFRSメールマガジン

IFRS/国際財務報告基準(国際会計基準)の最新動向、解説記事を定期的に配信しています。また、特に重要なIFRS関連情報が発表されたときには、即時に、当該情報やその解説記事を配信しています。(概ね毎週発行)

デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザリーメールマガジン

M&Aの実務の観点より、新聞や経済誌等とは異なる視点で、財務・会計・経営戦略・業界動向などの話題を中心に、タイムリーかつ実務に即して充実した情報を提供しています。M&Aに関する身近な情報ソースとしてご活用ください。(毎月発行)

コンシューマービジネスメールマガジン

日用消費財、小売などのコンシューマービジネス業界におけるトピックスを配信します。ASEANをはじめとする新興国における市場動向レポート、企業動向ニュースサマリー、業界特有の会計情報などを提供します。(毎月発行)

トーマツ チャイナニュース

中国ビジネスを展開している日本企業及び在中国の日系企業向けのニュースレターです。会計税務の専門的な立場より中国の会計税務投資情報についてタイムリーにわかりやすい解説を配信しています。(毎月発行)

ヒューマン キャピタル ニュースレター Initiative

組織・人事に関する国内外の最新動向、解説記事やセミナー情報を、ヒューマンキャピタル(HC)グローバル発行の内容も交えて配信します。企業の「人」「組織」にまつわる課題解決に向けて、是非ご活用ください。(毎月発行)

グロース エンタープライズサービス メールマガジン Next-

「成長企業」の創出に向けて、日本経済再生への戦略的視点を含めた政策提言と、成長企業が取り組むべき経営課題について、グロースエンタープライズサービスのコンサルタントが執筆した記事・インタビュー等を配信しています。(月2回発行)

■お問合せ先 トーマツ メールマガジン事務局 info_magazine_jp@tohmatu.co.jp