

平成30年度 道市連携海外展開推進事業
ASEANマーケット開拓プロジェクト「フィリピン」

事業報告書

北海道・札幌市 海外拠点連携協議会

(1) フィリピン市場の概況

1. 一般情報	2P
2. 年齢別人口	
3. 都市別人口	3P
4. フィリピン人の外国旅行者と訪日客数（宿泊客延数）の推移	
5. 基礎的経済指標（3ヶ年統計）	4P
6. 実質経済成長率	
7. 貿易相手国・地域	5P
8. 農林水産物・食品の輸出額の推移	
9. 世帯当たり年間収支階層別平均額	6P
10. フィリピン消費者の味覚、嗜好上の特徴	
11. 制度的制約	
12. 小売市場	7P
13. フィリピンにおけるコンビニのシェア（2015年末時点）	

(2) ASEAN マーケット開拓プロジェクト（フィリピン）の実施

1. 事業目的	8P
2. 対象国	
3. 事業対象	
4. シーズ集の作成	9P
5. フィリピンバイヤー道内招聘商談会の開催	10P
6. Hokkaido Food Tasting Fair 2019 の開催	11P~12P
7. バイヤー向け試食商談会の実施	13P
8. 北海道ブランドの発信	14P

(3) Hokkaido Food Tasting Fair 2019 来場者アンケートの結果

1-1~5. 「北海道観光アンケート」の実施概要と調査内容	15P~19P
2. Hokkaido Food Tasting Fair 2019 におけるバイヤーアンケート結果	20P

(4) フィリピンへの輸出に関する事項について

1. 製品登録証明書の取得にかかる FDA への製品登録申請	21P
--------------------------------	-----

(5) 分析・結論

1. 事業分析	22P
2. 結論	23P

(1) フィリピン市場の概況

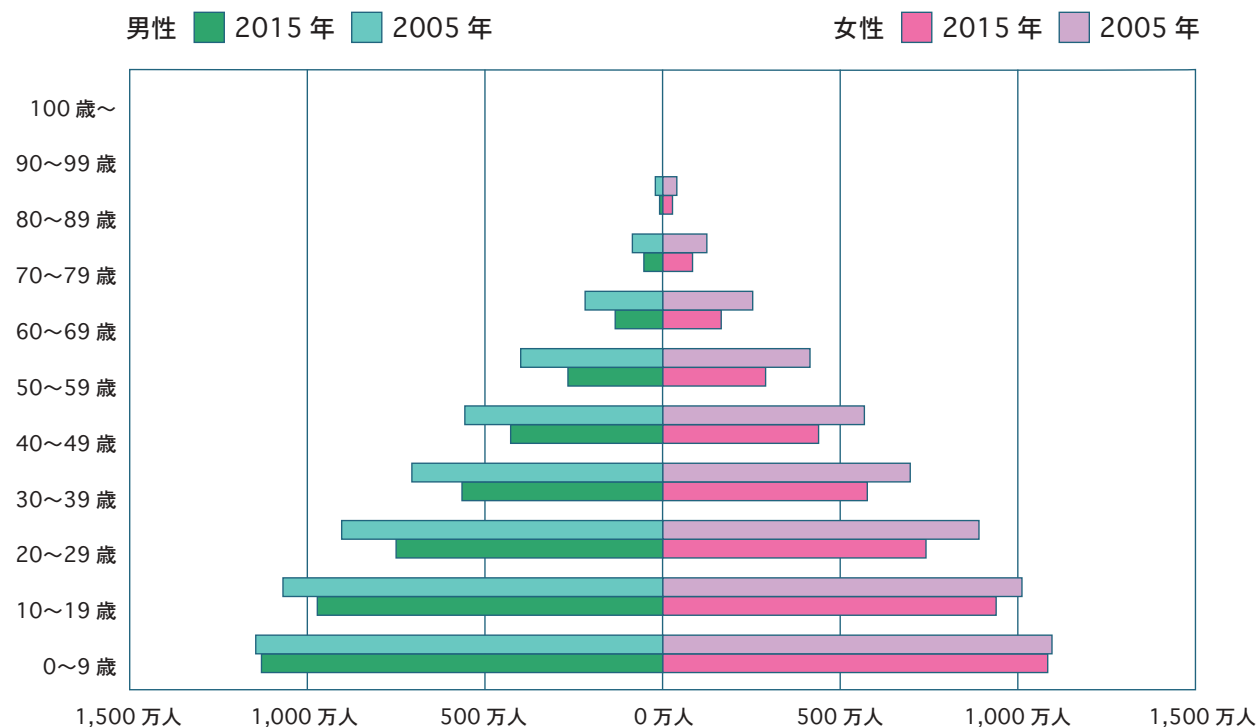
1 一般情報



面積	299,404 平方キロメートル (日本の約 8 割)。7,109 の島々
首都	マニラ (首都人口 1,780,148 人 ルソン島) ※1
人口	1 億 530 万人
言語	国語はフィリピノ語。公用語はフィリピノ語及び英語。
民族	マレー系 (95%)、中国系 (1.5%) 他
在留邦人数	1 万 6,570 人
宗教	ASEAN 唯一のキリスト教国。国民の 83% がカトリック。その他のキリスト教が 10%。イスラム教は 5%。
政体	立憲共和国、大統領制 (ドゥテルテ政権)、上下二院制
通貨	フィリピン・ペソ (Piso ng Pilipinas) 1 ペソ = 2.12 円
時差	1 時間

◎出典：外務省ホームページ (※1) ◎出展：2017 年 国際通貨基金 (IMF) ◎出典：国際連合 2015 年 ◎通貨は 2019 年 3 月 18 日現在

2 年齢別人口



◎出典：JNTO 訪日旅行データハンドブック 2018 年

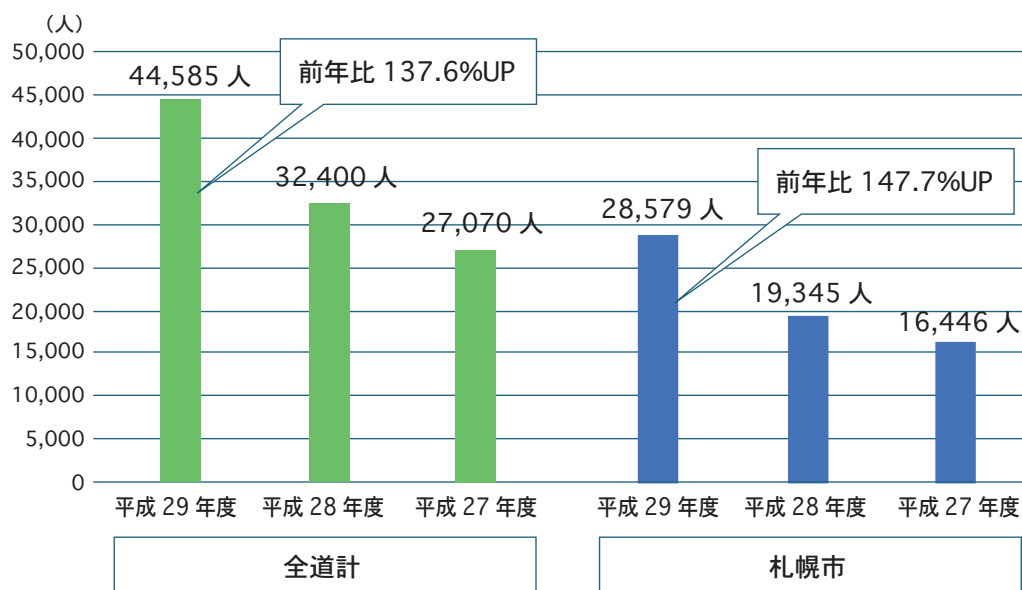
(1) フィリピン市場の概況

3 都市別人口

都市名	所在州	人口	都市名	所在州	人口
ケソンシティ (マニラ近郊)	ルソン島	2,936,116 人	ジェネラルサントス	ミンダナオ島	594,446 人
マニラ	ルソン島	1,780,148 人	ラスピニャス (マニラ近郊)	ルソン島	588,894 人
ダバオ	ミンダナオ島	1,632,991 人	マカティ (マニラ近郊)	ルソン島	582,602 人
カロオカン (マニラ近郊)	ルソン島	1,583,978 人	バコロド	ネグロス島	561,875 人
セブ	セブ島	922,611 人	ムンティルパ (マニラ近郊)	ルソン島	504,509 人
サンボアング	ミンダナオ島	861,799 人	マリキナ (マニラ近郊)	ルソン島	450,741 人
タギグ (マニラ近郊)	ルソン島	804,915 人	イロイロ	パナイ島	447,992 人
パシッグ (マニラ近郊)	ルソン島	755,300 人	パサイ (マニラ近郊)	ルソン島	416,522 人
カガヤンデオロ	ミンダナオ島	675,950 人	アンヘレス	ルソン島	411,634 人
パラニャーケ (マニラ近郊)	ルソン島	665,822 人	ラプラプ (セブ近郊)	マクタン島	408,112 人
ヴァレンズエラ (マニラ近郊)	ルソン島	620,422 人			

◎出典：国際連合（2015 年）

4 フィリピン人の外国旅行者と訪日客数（宿泊客延数）の推移



年々増加傾向にあるフィリピン人観光客。今後、フィリピン航空の直行便による観光客増加が期待できる。フィリピン人にとって北海道は人気の観光地となりつつある。

◎出展：北海道観光入込客数報告書

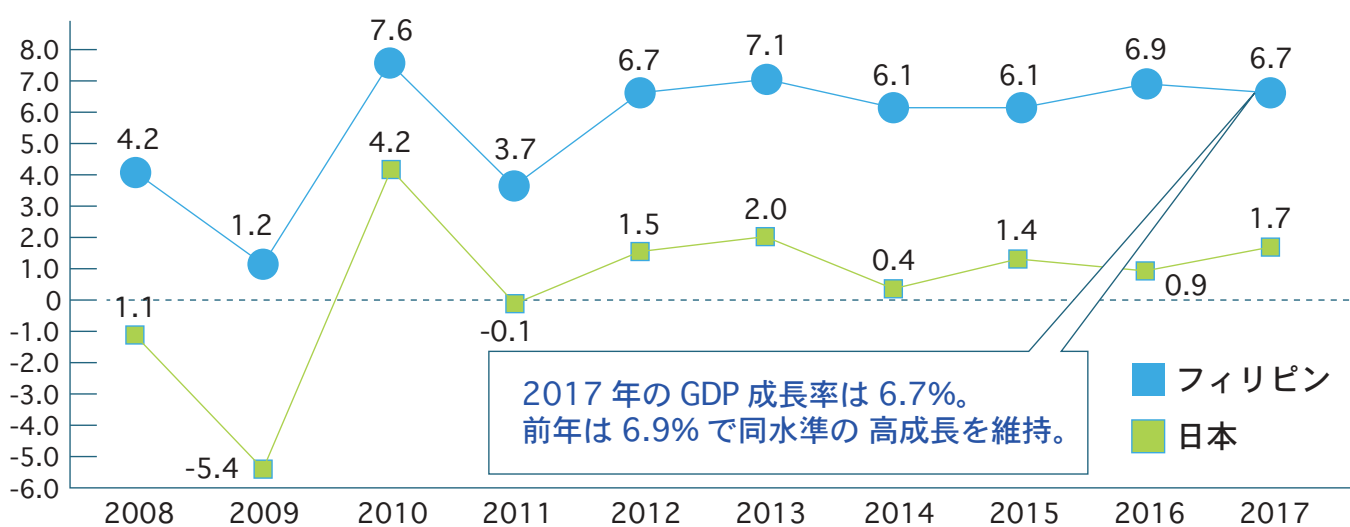
(1) フィリピン市場の概況

5 基礎的経済指標 (3ヶ年統計)

項目	2015年	2016年	2017年
実質 GDP 成長率	6.1 (%)	6.9 (%)	6.7 (%)
名目 GDP 総額	293 (10億ドル)	305 (10億ドル)	314 (10億ドル)
一人当たりの名目 GDP	2,863 (ドル)	2,924 (ドル)	2,976 (ドル)
消費者物価上昇率	1.4 (%)	2.2 (%)	2.9 (%)
失業率	6.3 (%)	5.5 (%)	5.7 (%)
輸出額	58,827 (100万ドル)	57,406 (100万ドル)	68,713 (100万ドル)
対日輸出額	11,647 (100万ドル)	11,614 (100万ドル)	10,230 (100万ドル)
輸入額	71,067 (100万ドル)	84,108 (100万ドル)	96,093 (100万ドル)
対日輸入額	6,369 (100万ドル)	9,540 (100万ドル)	10,555 (100万ドル)
経常収支 (国際収支ベース)	7,266 (100万ドル)	△1,199 (100万ドル)	△2,163 (100万ドル)
貿易収支 (国際収支ベース、財)	△12,240 (100万ドル)	△26,702 (100万ドル)	△27,380 (100万ドル)

◎出典：日本貿易振興機構 (JETRO)

6 実質経済成長率

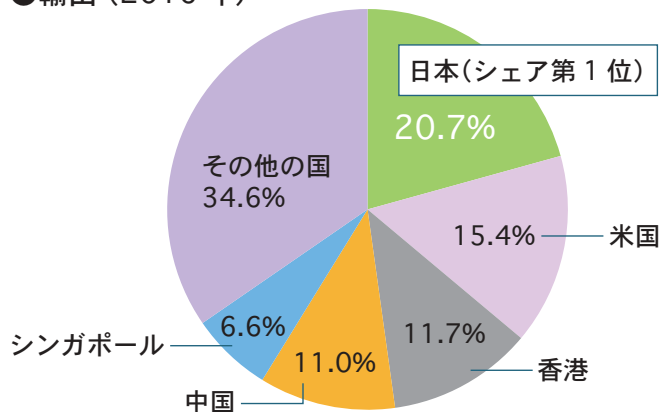


◎出典：国際通貨基金 (IMF) 2017年

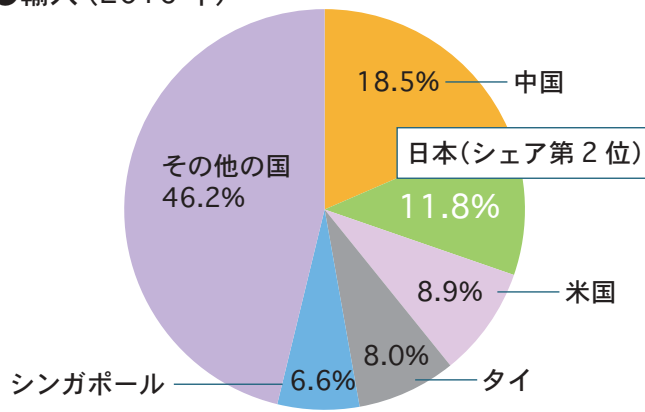
(1) フィリピン市場の概況

7 貿易相手国・地域

●輸出 (2016年)



●輸入 (2016年)



◎出典：外務省ホームページ (フィリピン国家統計局)

8 農林水産物・食品の輸出額の推移

	品目	輸出金額 (2016年)	対前年増減率	現状
1	合板	43 億円	145.8%	日本の住宅メーカーが現地の関連工場に輸出。
2	さば	11 億円	▲30.1%	加工原料用としての輸出が多く外食店等向けについても一定の需要。
3	製材	7.6 億円	8.7%	日本の住宅メーカーが現地の関連工場に輸出。
4	ソース混合 調味料	5.4 億円	14.7%	日本食の普及に伴い輸出が増加。
5	菓子 (米菓を除く)	4.5 億円	0.4%	チョコレートなどが人気。
6	スープブロス	3.6 億円	51.1%	日本食の普及に伴い輸出が増加。
7	播種用の種	3.1 億円	19.6%	にんじん、たまねぎ、タイサイ等を輸出。
8	いわし	2.3 億円	182.2%	加工原料用としての輸出が多く外食店等向けについても一定の需要。
9	即席めん	2.1 億円	22.3%	日本の大手メーカーが現地メーカーとの合併事業により製造・販売。
10	パーティクルボード	2.0 億円	63.3%	日本の住宅メーカーが現地の関連工場に輸出

<その他の品目の状況>

	品目	輸出金額 (2015年)	増加率	現状
1	牛肉	1 億円	24,930.4%	主要都市には富裕層も見られ、人口増加、経済成長により、需要拡大が見込まれる
2	果物	0.2 億円	332.4%	輸出が解禁されれば、富裕層向けの贈答用として可能性。
3	水産物	23 億円	12.2%	現状は加工原料用の輸出が多い。
4	調味料	18.1%	14.7%	日本食も広まってきており、醤油や味噌などの調味料も可能性。
5	乳製品	0.01 億円	▲2.8%	輸出実績はわずかだが、北海道などのアイスクリームなどの認知度も高まっている。
6	コメ	0.04 億円	528.9%	輸出が増加しており、今後も拡大が期待される。

◎出典：農林水産省

(1) フィリピン市場の概況

9 世帯当たり年間収支階層別平均額

各年の世帯収支 \ 所得階層		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	平均
2012年	年間所得	69	92	108	130	130	153	182	286	381	715	235
	年間支出	73	91	102	121	121	139	161	237	302	503	193
	貯蓄	-4	1	6	9	9	15	22	32	79	213	42
2016年	年間所得	86	114	133	156	156	182	218	259	320	786	267
	年間支出	89	110	122	140	140	161	189	217	260	534	215
	貯蓄	-3	4	11	16	16	22	29	42	60	252	52

©JETRO2017 マニラレポート (出典: 統計局家計調査 (FIES) 各年版および統計局発表)

10 フィリピン消費者の味覚、嗜好上の特徴

1	コメが主食。コメに合う煮物や炒め物等の料理が食卓の中心で、味付けは基本的に濃いものが好まれる。
2	薬味として酸味、辛味を利用するが多い。
3	家庭料理はスペイン料理の影響が強く、ファーストフードはアメリカの影響が強い。
4	家庭料理ではスペイン料理の影響が強く、ファーストフードでは若者を中心にアメリカの食文化の影響が濃い。
5	インスタントラーメンなど乾麺は、間食として食べられている。
6	ラーメン、カレー、トンカツ等の日本食の人気は高まっているが、ターゲットとなる富裕層はメトロマニラに集中。
7	健康ブームの影響で、味噌など日本の伝統的な調味料がフィリピン人にも受け入れられ始めた。

11 制度的制約

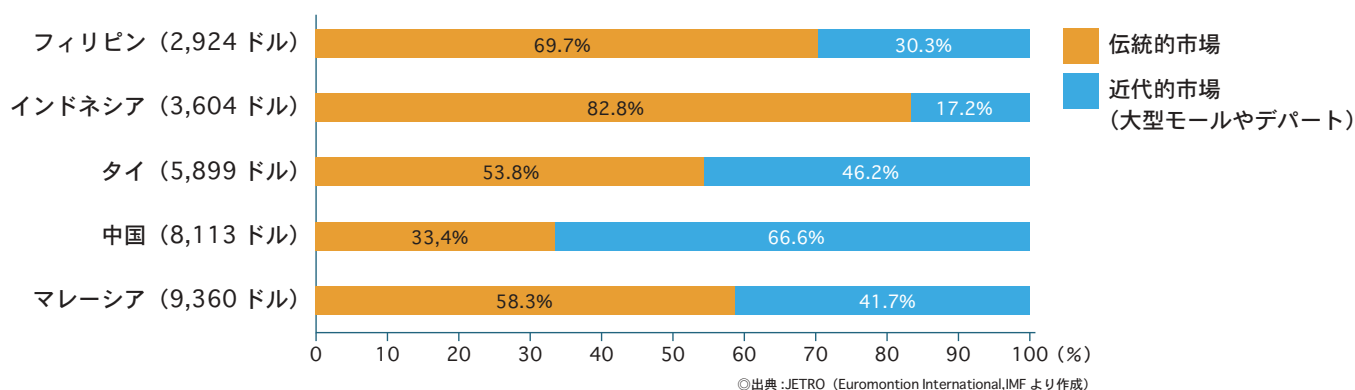
<動物検疫>	牛肉は輸出可能。2018年6月現在、11カ所の食肉取扱施設が認定。食肉衛生証明書が必要。
<植物検疫>	精米、玄米、りんご、なしが輸出可能(輸入許可証を取得し、植物検疫証明書を添付)。
<原発関連規制>	<ul style="list-style-type: none"> ◎福島、茨城(2県): 牛肉、野菜・果実、植物、種苗等は指定検査機関作成の放射性物質検査報告書が必要。 ◎2県以外: 上記品目は産地証明書が必要。 ◎福島: ヤマメ、イカナゴ、ウグイ、アユは輸入停止、それ以外の水産物は指定検査機関作成の放射性物質検査報告書が必要。・茨城、栃木、群馬(3県)水産物は指定検査機関作成の放射性物質検査報告書が必要。 ◎福島および3県以外: 水産物は産地証明書が必要。

(1) フィリピン市場の概況

12 小売市場

小売店の形態は、近代的市場として、デパート、スーパーマーケット、コンビニエンスストアなど近代的なものから、伝統的市場のパレンケ、タリパバ、サリサリストアなど従来型のものに二分される。近代的市場は大手グループが複数の形態で広域の市場をカバーしてビジネス展開をしており、著名なところでは「グリーンベルト」「グロリエッタ」「ランドマーク」「SM メガモール」「ロビンソン」、そしてコンビニエンスストアなどがある。

●伝統的市場と近代的市場での販売比率（2016年）



13 フィリピンにおけるコンビニのシェア（2015年末時点）

コンビニエンスストア企業名		店舗数	シェア (%)	<店舗当たり平均客数> 2015年 917人/日 <客単価> 2015年 55ペソ
セブンイレブン	7-Eleven	1,602	50	
マーキュリードラッグ	Mercury Drug	816	25	
ミニストップ	MINISTOP	532	16	
ファミリーマート	Family Mart	114	4	
サンミゲルフードアベニュー	San Miguel Food Avenue	86	3	
アルファミート	Alfamart	81	2	
ローソン	Lawson	7	0	
サークルK	Circle K	4	0	
合計	Total	3,235	100	

◎JETRO2017 マニラレポート（出典：フィリピンセブンコーポレーションのSEC報告書）◎注：ローソンは2015年10月時点の情報。

(2) ASEAN マーケット開拓プロジェクト(フィリピン)の実施

1 事業目的

急速に成長が進み、マニラ・北海道間の直行便の就航開始により、今後の人的・物的交流が活性化すると予想されるフィリピンを対象国とし、北海道と札幌市が連携し、現地メディア等を活用した効果的なプロモーションを実施することで、フィリピンへの商流構築や活性化を図り、北海道産品の販路を開拓する。

2 対象国

フィリピン共和国(マニラ首都圏)

3 事業対象

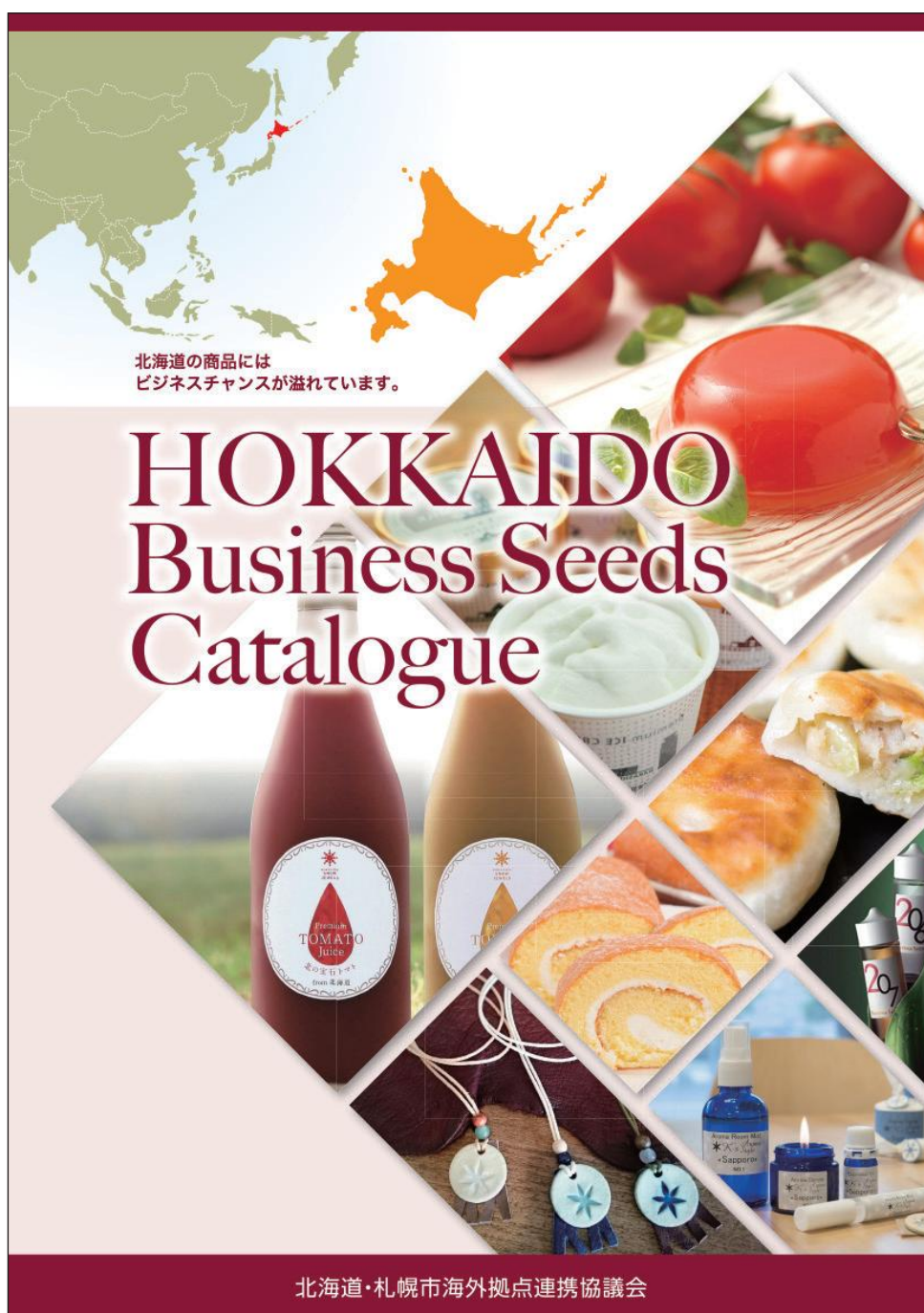
対象商品	北海道産の食品、化粧品、工芸品、家具等。
対象企業	道内に本社を有し上記商品を取り扱う企業。

(2) ASEAN マーケット開拓プロジェクト(フィリピン)の実施

4. 事業内容

シーズ集の作成

掲載企業数	43 社 86 商品
ページ数	32 ページ
制作仕様	A4 版、ファイリングタイプ



(2) ASEAN マーケット開拓プロジェクト(フィリピン)の実施

5. 事業内容

フィリピンバイヤー道内招聘商談会の開催

フィリピンバイヤーを北海道に招聘し、北海道内企業との商談会を開催するとともに、企業を訪問して視察や商談を実施。

日程	2018年10月23日(火)~25日(金)
招聘バイヤー	3社(輸入商社1社、フィリピン国内卸2社)



商談道内企業数	16社(視察先7社を含む)	商談件数	37件
---------	---------------	------	-----

(2) ASEAN マーケット開拓プロジェクト(フィリピン)の実施

6. 事業内容

Hokkaido Food Tasting Fair 2019 の開催

高級住宅街・ビジネス街にある大型ショッピングモールにて、北海道産品のマーケティング調査と北海道の観光 PR を実施。

日程	2019年3月1日(金)～3日(日)
会場	グロリエッタ内「アクティビティセンター パームドライブ グランドフロア グロリエッタ 2」(フィリピン・マカティ市)

内容①	6社11商品の道産品の試食マーケティング		
内容②	北海道観光 PR	来場者数	7,262名

<試食マーケティングの様子>



(2) ASEAN マーケット開拓プロジェクト(フィリピン)の実施

6. 事業内容

Hokkaido Food Tasting Fair 2019 の開催

<北海道観光コーナーの様子>



その他のイベントコーナー

<Kita Kita PR コーナー>



<道航空局 PR コーナー>



<サッポロビール PR コーナー>



<フィリピン航空 PR コーナー>



<H.I.S 旅行相談コーナー>



(2) ASEAN マーケット開拓プロジェクト(フィリピン)の実施

7. 事業内容

バイヤー向け試食会の実施

Hokkaido Food Tasting Fair 2019 の開催にあわせて現地バイヤーを招聘し、北海道産品の試食商談を実施。

日程 2019年3月1日(金)

会場 「Hokkaido Food Tasting Fair 2019」会場内

来場バイヤー数 10社

<会場の様子>

