



第11回マレーシア国際飲食品展  
2010年7月22～24日  
PWTC プトラ・ワールド・トレード・  
センター, クアラルンプール・マレ  
ーシア



## 情報誌

何故、マレーシアか？

- ① マレーシアにおける飲食品の高消費
  - ▶ 2830万人もの若い人口からなるマレーシアでは一人当たりの所得が7700米ドルであって、東南アジアでは最も発展した国であり、61%の市民が中高級の所得グループに属しています。
  - ▶ トータル消費支出額の25%が飲食品に対する消費であり、マレーシアでの一人当たり飲食品の消費は2012年には地域的に目覚しく479米ドルに到達すると予想されています。
- ② 主な食料品供給源としての輸入
  - ▶ マレーシアでの食料品加工セクターの輸出実績は過去十年間で2倍になりましたが、国としては限られた国内農業生産と多くの食料品に対する上昇する需要により輸入食料品へ高度に依存し、特に中間製品に依存しています。
  - ▶ 正味、食料品輸入国としてマレーシアの食料品輸入は2008年には空前の高さの350億マレーシア・リングギットに達しました。
- ③ 食品需要と輸入のはつらつとした成長
  - ▶ 2000年以来、マレーシアにおける食料品消費と輸入は年々、絶間の無い成長を記録しております。2009年のビジネス監視インターナショナルによる予想によりますとマレーシアにおける食料品消費は2013年までにたくましい22.7%の成長を続け、同じ期間でのソフト・ドリンク販売も32.9%増加すると予想されています。
  - ▶ 経済不況時には食料品セクターはその持続可能な需要により最も安全な賭けを意味いたします。
- ④ 食品サービス産業からの力強い推進力
  - ▶ 急速に拡大するマレーシアの食料品サービス市場は外国からの観光客と同様、国内の消費者によって推進されています。
  - ▶ 消費者の外食習慣を明らかにするためのニールセン・カンパニーによって実施された地球規模の調査によるとマレーシア人の67%は少なくとも週に一回はレストランで食事をします。更にツーリズム産業は毎年2000万人以上の観光客をマレーシアに引き付けています。
- ⑤ 良好に組織され、拡大する小売食料品セクター
  - ▶ マレーシアにはカールフルやデイリー・ファーム（コールド・ストレージ、ジャイアント）のような国際的小売業を含む、ダイナミックな大規模食料品雑貨小売セクターがあります。
  - ▶ 経済成長が下降していく衝撃にも拘らず、小売メジャーによって拡張計画が確認されてきました。近代的な小売販売店を通して飲食品の販売額は2013年までに36.9%増加すると予想されています。
- ⑥ 食料品の輸入自由化
  - ▶ 本質的な消費者製品の価格上昇を軽減するための手段としてマレーシア政府は2009年の食料品の広範囲にわたる輸入税の廃止、低減、免除を発表しました。
  - ▶ その上、マレーシアとFTAにサインした相手国からの輸入は輸入税が免除されるか、優遇関税レートが適用されます。

## 7 世界ハラル食料品市場への踏み台

- ▶ マレーシアは“国際的ハラル食品のハブ”としてその地位を戦略的にし、マレーシアにて製造または加工されるハラル製品の信用度と市場受入れ度を向上させる、世界的に認識されたハラル食料品標準と証明を有しています。
- ▶ 外資系企業は地球的規模のハラル食料品市場を毎年5470億米ドル以上の価値にしているこの国を踏み台として利用することによってマレーシア人の食料品加工産業と協調することができます。

## 8 アセアン市場とそれ以外への入り口

- ▶ 世界のトップ20内の貿易国として、そしてアセアン内貿易のリーディング貢献国として国内パートナーの広範なビジネスネット・ワークを通して5億7500万人の人口を持つアセアン市場に入り込むためマレーシアはまた、あなたの理想的なプラットフォームでもあります。
- ▶ その上、マレーシアはまた、オーストラリア、チリ、中国、EU、インド、日本、韓国、ニュージーランド、パキスタン、米国、イスラム会議国のような他の貿易相手国と互恵的、地域的自由貿易協定（FTA）の設立に積極的に関わっております。

## 市場の大きさ？

### 1 2008年マレーシアへの農業食料品の主な輸入国

国	市場シェア%
インドネシア	20.92
タイ	11.09
インド	9.18
オーストラリア	8.01
中国	6.89
米国	5.85
その他	38.06

## 何故MIFB 2010？

### 1 MIFB 2010について

タイトル名: MIFB-マレーシア国際飲食品展 (MIFB – Malaysia International Food & Beverage Trade Fair)  
性質: 年次特別国際展覧会



- ▶ マレーシアで最も大規模で11年目も長く続いている飲食品展であり、食料品産業（農業食料品、加工食料品、食料品サービスへの食料品機械）の全範囲をカバーするものです。
- ▶ 政府セクターからの強いサポートによる食料品産業のための公的イベントです。
- ▶ UFI（展覧会産業の地球規模の協会）、MATRADE（マレーシア外国貿易発展協会）とマレーシア国内取引推進エージェンシーによって認定された真の国際トレード展です。
- ▶ リーディング・ブランド、最新の製品、ニュー・テクノロジーを特徴付ける、時の趨勢に沿ったショーケース。

- ▶ ターゲットのバイヤーやトレーダーを魅力付ける“市場はあなたにやって来る”戦略によって導かれる強いビジネスプログラム。
- ▶ 広範なメディア取材と販売促進活動。

## 2 時と場所

日付、時間：2010年7月22日、23日

午前10時半～午後6時：トレード・ビジター

2009年 7月24日

午前10時半～午後5時：トレード・ビジターと一般ビジター

場所：クアラルンプール・プトラ・ワールド・トレード・センター、ホール1, 2



## 3 主催者と組織支持団体



## 4 展覧会プロフィール

- 飲み物
- 生化学製品
- 缶詰製品
- 菓子類、ビスケット、ケーキ類
- コンビニ食品
- 保存肉
- 乳製品
- 調整食品
- 健康食品
- 食品原料
- 食品機械
- 食品工学
- 新鮮、半保存シーフード
- 冷凍食品
- 果物、野菜
- 食料雑貨製品
- ハラル食品
- 園芸
- 有機製品
- 保存製品
- 農業と食料品販売委員会
- プロ組織
- トレード協会
- その他すべての食料品と製品に関する食料品



## 5 8つのテーマ焦点



バザー



丘と谷



海と海峡



ハラル食料品ハブ



ベーカリー通り



スターとスパイク



食料品ビジネス



ライフ・スタイル食料品

## 同時ショー



Food Future 2010

最新の食品機械、加工と梱包方法、料理設備専用のショーケース)



6 3日間を締めくくるイベント



The 6th Malaysia International  
Agro-Bio Business Conference 2010

The Green Food Technology  
and its Opportunities



各国焦点プレゼン  
テーション



スポンサー付きバイヤー・  
プログラムとビジネス・マ  
ッチング



料理革命



バイヤーセラー・  
ネットワーキング・  
カクテル

7 トレード・ビジターズ

- 仕出し、宴会業者
- 食料品・農業コン  
サルタント
- 食料品配達業者と  
エージェント
- 食料品輸入・輸出  
業者
- 食料品問屋と小売業者
- ホテル経営者とレスト  
ラン経営者
- 政策メーカー
- スーパーマーケッ  
トとハイパーマー  
ケット

国際的促進活動の広大な範囲を持つことによって全世界から最も可能性の高いトレード・ビジターの出席を促すことになるでしょう。

- ▶ 他のリーディング国際食料品展でのロードショウとプロモーション。
- ▶ 海外の代表事務所、政府の商業領事館、国際トレード・プロモーション団体を通してのプロモーション。
- ▶ 直接の招待
- ▶ 国内、海外でのメジャー新聞、産業出版物における宣伝とメディア・キャンペーン。
- ▶ 記者会見、テレビ、ラジオ・インタビューのような包括的 PR 活動。
- ▶ 官報の最新情報
- ▶ ウェブサイト [www.mifb.com.my](http://www.mifb.com.my) に最新情報提示。



ショウ統計とビジター分  
析

1 博覧会統計

項目	年		
	2008	2009	2010 (目標)
展示者			
-会社数	285	329	400
-ブース数	390	507	600
-国/地域別数	25	29 (a)	30
トレード・ビジター			
-ビジター数	13,872	16,832	18,000
-国/地域別数	43	55 (b)	60

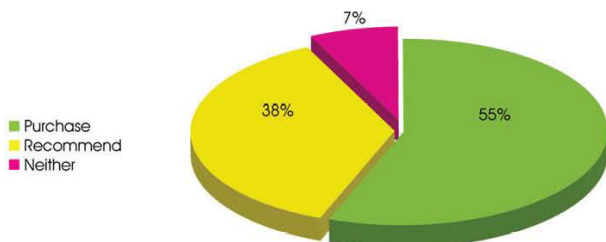
1対1マッチング -セッション数)	803	835	850
ビジネス取引 (MYR)	105 百万	95 百万	-

- (a) 米国、バングラデシュ、ベルギー、チリ、中国、チェコ、インド、インドネシア、イラン、韓国、マレーシア、ナンビア、ニュージーランド、フィリピン、ポーランド、ルーマニア、サウジアラビア、シンガポール、南アフリカ、スリランカ、シリア、台湾、タンザニア、タイ、チュニジア、トルコ、英国、ヴェネズエラ、ヴェトナム。
- (b) アルジェリア、オーストラリア、バーレーン、バングラデシュ、ベルギー、ボツワナ、ブルネイ、中国、エジプト、フィジー、フランス、ドイツ、ガーナ、香港、インド、インドネシア、イラン、イラク、イタリア、日本、ケニヤ、韓国、クウェート、レバノン、マラウィ、マレーシア、モルジブ、モーリシャス、ナンビア、オランダ、ニュージーランド、ナイジェリア、パキスタン、パレスチナ、フィリピン、カタール、ルーマニア、サウジアラビア、シンガポール、スロバキア、スリランカ、スウェーデン、シリア、台湾、タンザニア、タイ、トルコ、アラブ首長国連邦、英国、米国、ヴェネズエラ、ヴェトナム。

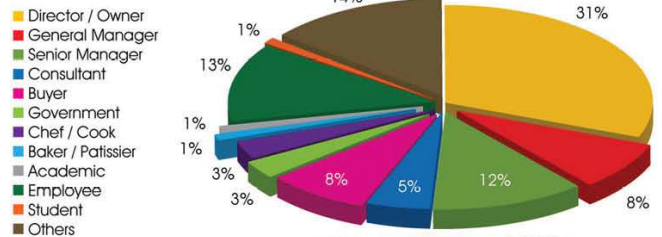
### MIFB 2009 国別パビリオン

- マレーシア農業省
- 中国農業省
- タイ輸出促進部
- トルコ輸出促進センター
- 台湾、台中政府
- 中国厦門貿易開発局

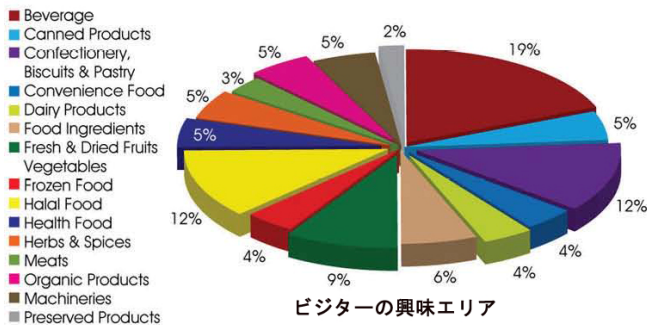
## ② ビジター分析



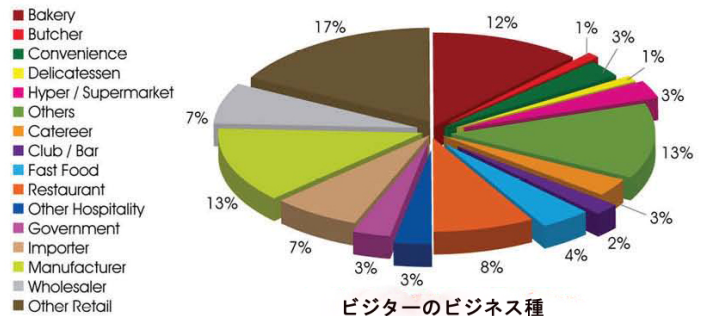
製品購入におけるビジターの影響力



ビジターの分類



ビジターの興味エリア



ビジターのビジネス種

## 参加方法？

<p><b>① 標準殻ブースとコーナーブース</b>  <b>投資コスト：ブース当り MYR7,800 &amp; MYR8,300 / US\$2,300 &amp; US\$2,450</b>          ブースサイズ：9平方メートル(3m x 3m)で展示者の名前とブース No のついた看板、釘止めしたカーペット、2 スポットライト、1 インフォメーション机、2 椅子が付属。</p> <p>その他の補足的便益:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ イベント前の最新ニュースでの会社のハイライト</li> <li>▪ ショー名簿録に会社名表示</li> <li>▪ 1対1 ビジネス・マッチングのアレンジ</li> <li>▪ バイヤー・セラー・ネットワーキング・カクテルへの参加</li> <li>▪ 展覧会中のステージ・プレゼンテーション</li> <li>▪ フィールド・ビジット (グループ参加者のみ) のアレンジ</li> </ul>	<p><b>② 裸スペース</b>  <b>投資コスト：1平方メートル当り MYR830 / US\$250</b>          これは最小サイズ18平方メートル(3m x 6m)のスペースのみレンタルします。展示者は設計、建設、必要物設置に対して責任を持ちますが、電気設備の必要条件・設置についてはすべて公的契約者によってなされる必要があります。</p> <p>その他の補足的便益:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ イベント前の最新ニュースでの会社のハイライト</li> <li>▪ ショー名簿録に会社名表示</li> <li>▪ 1対1 ビジネス・マッチングのアレンジ</li> <li>▪ ビジネス・ネットワーキング・カクテルへの参加</li> <li>▪ 展覧会中のステージ・プレゼンテーション</li> <li>▪ フィールド・ビジット (グループ参加者のみ) のアレンジ</li> </ul>
--	--

もしあなたの特定の要望に特化した“特殊参加とプロモーション”が必要であればディスカッションのために我々とコンタクト下さい。

## コンタクトの仕方

<p>主催者/プロジェクト秘書：</p> <p><b>Expomal 国際私設会社 (Expomal International Sdn Bhd)</b>  <b>www.expomal.com</b></p> <p>住所: 7-2, Subang Business Centre, Jalan USJ 9/5Q, Subang Jaya, 47620 Selangor, Malaysia          電話: +603 80246500          ファックス: +603 80248740          連絡先: Ms Anrose Tan          e-メール: overseas@expomal.com</p>
---