

# Sweets China 2004 –powered by ISM

## 1. 市場開放と食品業界

中国は 2001 年 12 月に WTO に加盟し、正式にメンバーとして仲間入りを果たしました。これにより、中国は主に 4 分野(流通・金融・自動車・通信)において市場開放を義務付けられています。特に流通分野における市場開放は外国の食品業界へ好影響を与えています。外資の目覚ましい進出により、中国国内の食品業界構造が変化し、また取り扱う品物の数が飛躍的に増加しています。これに伴い中国国民の嗜好も多様性に富み、菓子類に関しては、最近ではチョコレート製品を始め、米菓子を中心とした製品にも人気が集まっています。

## 2. 食文化の変遷と製菓産業

市場経済導入による所得の増大や、都市化の進行、大中家族から核家族への移行などによって、90年代後半から徐々に中国伝統の食文化に変化が見られます。輸入食品に関する大幅な規制緩和がなされました。以前は水分含有量が4%以下のガム類の輸入しか認められていませんでしたが、2002年に制定された規準により、様々な手法で製造されたおよそ500種類に及ぶ菓子製品の輸入が解禁となりました。

この最近の動向は、中国の市場トレンドを反映したWTOのコミットメントの結果と言えます。これに伴い、新たに中国市場への(直接)投資が加速しています。また菓子の消費量に目を向けると、世界の菓子製品の年間1人当たりの消費量が3.0kgであるのに対し、中国では0.8kgと10億人規模の市場における今後の大幅な伸びに期待が寄せられています。

## 3. 市場トレンドと「スイート・チャイナ」の利用価値

新制度の導入に合わせ、国際的な菓子会社による中国市場への新製品投入が期待されています。ケルン・メッセがこの市場動向に合わせ、毎年ドイツ・ケルンで開催している「ISM 国際菓子専門見本市」のサテライト・イベントとして「スイート・チャイナ」を2004年9月に上海にて開幕します。1922年より培ってきたメッセ開催のノウハウ、世界80カ国のケルン・メッセ代表部が保有するデータベース、そしてこれらの密な連携により、集客の徹底を図ります。これによって各国の食品・菓子業界の専門バイヤーを始め、ディーラー・小売業・卸など多くのチャンネルからの来場者との商談が期待できる、コミュニケーション・プラットフォームを提供します。また、アジアの他の地域からも多くのキーパーソンや専門業者、バイヤーが上海に集結します。このことは上海という経済都市における、あるいは中国国内でのブランド確立だけでなく、アジアの他のマーケットへのアプローチも可能にします。「スイート・チャイナ」への出展参加はブランドの確立と共にビジネス・パートナーを最も効率よく開拓するチャンスとなります。