

やまぎん アジアニュース

●釜山支店Tel010-82-51-462-3281 ●青島支店Tel010-86-532-85766222 ●大連支店Tel010-86-411-83705288
●香港駐在員事務所Tel010-852-2521-7194



【香港駐在員事務所】

香港向け農林水産物・食品輸出の現状について

1. はじめに

先日、香港でのミーティングに参加した際、これまで日系企業の進出や販路拡大の支援を行ってきた企業担当者の方から「現在、我々の香港における業務の一丁目一番地は、日本の農林水産物やその加工品の販路拡大なのです。」と伺いました。

ご存知の方も多いと思いますが、香港は日本の農林水産物の輸出先として平成28年まで12年連続で世界1位でした。同年の農林水産省の統計資料によれば、日本から海外への農林水産物・食品の輸出総額は7,502億円で、その内香港向けは1,853億円と全体の24.7%を占め、ダントツの1位でした。ちなみにベスト5は、2位米国(1,045億円(13.9%))、3位台湾(931億円(12.4%))、4位中国本土(899億円(12.0%))、5位韓国(511億円(6.8%))です。

過去の推移を見ても、平成23年の香港向け輸出総額が1,111億円ですから、5年間でおおよそ7割増となっています。



2. 香港向け農林水産物・食品輸出の現状

但し、香港に暮らしている実感として、日本の食品が香港に溢れかえっているかといえば、そうではありません。お菓子などは街中のコンビニエンスストア等で目にしますが、多くの日本の食品は百貨店や高級スーパー、日本食レストランが中心です。聞くところによれば、香港が海外から輸入する食品全体のうち、日本からの輸入は未だ5%程度のシェアでしかないそうです。まだまだ伸び代があると感じると同時に、これからは少し伸び悩むのではないかと感じています。



平成 25 年頃は、北海道や沖縄県の物産展が盛んに催されていました。その後、鹿児島県や熊本県、京都府などが力を入れ、後は競い合うように日本各地の物産展が開催されて現在に至っています。ここ数年の輸出額の伸びは、香港市場への参加プレイヤーが増えたことによるところが大きいと思われませんが、既に多くの食品において日本の各産地の間でエンドユーザーの取り合いが見受けられ、そのことが今後の伸び悩みを感じる要因の 1 つと言えます。

個々の商品でみた場合、香港のエンドユーザーからすると、日本の商品は「安全、安心、美味しい」という一定の認識があります。その反面、日本のどこの産地であるかはあまり気にしていないようです。例えば、香港では中秋節の贈り物として、縁起が良いとされる桃が用いられることがあり、日本産の桃も多く輸入されています。2~3 年前は山梨県と岡山県のものが中心でしたが、最近はその他の産地から輸入されているものも増え、連れられて価格帯も広がってきました。海外産の桃と比べて日本産の桃は、甘さやジューシーさが比較にならないほど上回っていると言えますが、香港のエンドユーザーにおいては、山梨県産や岡山県産と、その他の産地の桃を比べてもさほどの違いを感じないようです。香港の知人に、日本の食品で金額に大きな違いがない場合、何を基準に選んでいるか尋ねたところ、強いて挙げれば「評判」だと言われました。具体的には友人から美味しいと薦められたり、雑誌で採り上げられていたりしたことが判断基準になっているようです。

3. 今後の課題

香港のエンドユーザーには、日本の食品に対し「安全、安心、美味しい」という認識がありますが、同時に「高額」という認識があることは間違いありません。日本の食品の価格がもう少し安くならなければ、これ以上の普及は難しいという声もありますが、一概にそうとも言えないようです。確かに、一般家庭の食卓に日常的に日本の食品が並ぶことは理想ではあります。しかし、中国本土をはじめ諸外国から安価な食品も輸入されている香港において、そのような食品と競うことは革新的な運送技術の発明でもない限り採算面からも現実的ではありません。



香港はアジアでも有数のビジネスセンターであると同時に観光地でもあるため、他の国・地域と比べ購買力のある人がたくさん集まっています。現状、日本の食品の香港におけるシェアが 5%程度しかないことを考えれば、他の国・地域の高額商品を購入している人達に日本の食品を購入してもらえる余地は十分にあると思います。今後も香港市場へは日本からの参加プレイヤーが増えると思いますが、日本の食品を好む香港のエンドユーザーのパイが増えなければ日本のプレイヤーどうしで取り合いになり伸び悩むことは明白です。従ってそのパイ自体を増やすことが必要不可欠の課題であると思われます。

そのためには、今は他の国・地域の高額商品を購入している購買力のある人達に、アクションを起こさなければなりません。既に日本酒の業界では始められており、昨年ぐらい

から中華やフレンチ、イタリアンといった日本食以外のコース料理を用い、これまでならワインなどが供されるところを、食前酒やコース中の料理にそれぞれマッチする日本酒が提案されるといった催事が増えています。また、そのような折には料理にも日本の食材が随所に取り入れられて紹介されています。

今後は国内でのインバウンド（訪日旅行）の対応もますます重要になってくると思います。日本の食文化を知り、そして好きになってもらい、帰国後は情報の発信源となってもらうなければなりません。

4. 終わりに

山口県の名産といえば「フグ」とよく言われますが、現状、香港には規制があり残念ながらフグを輸出することはできません。しかしこの度、香港で主に海外旅行・食事・エンターテインメントの記事を掲載している地場有力情報誌「Umagazine」（週刊誌、毎週10万部発行、購読層は20～30代女性中心）に、フグをメインテーマとした山口県と福岡県のインバウンド取材をしてもらいました。目的は、香港のエンドユーザーに山口県に来てフグを食し、その食文化と安全性を知ってもらい、最終的には香港内でもフグを食べたいとの声を挙げてもらうことです。予定では4月に香港で記事が掲載される予定であり、機会があれば紹介させていただきたいと思います。

山口銀行香港駐在員事務所では、香港・華南地区に向けた輸出のお手伝いをしております。輸出をご検討されている方は、是非お声かけください。

【参照】

・農林水産省

「平成28年農林水産物・食品の輸出実績（国・地域別）」