



High performance. Delivered.

**「平成29年度輸出戦略実行事業」
香港における茶系飲料調査報告書**

2018年3月
アクセンチュア株式会社

背景

- 加工食品の輸出額目標(5,000億円)の達成に向けて、有望な輸出先国及びターゲットとなる販売チャネル・消費者層を見極めた上で、輸出を促進していく必要がある
- 昨年度は、統計分析を踏まえて、米国・香港・中国・豪州を有望輸出先候補として抽出し、文献調査・現地調査を実施した
- 特に香港に関しては、茶系飲料の飲用頻度が高い上、健康志向が高く、日本製に価値を感じる消費者も多く、事業者の輸出意向も高い有望市場であることを確認した
- ただし、昨年度調査は品目横断で実施しており、「香港×茶系飲料」にフォーカスした詳細な市場情報の把握には至っていない

目的

- 香港への茶系飲料の輸出拡大に向けて、現地での茶系飲料の流通状況・競合品の状況・日本製品の需要等を把握し、輸出のポテンシャル・課題等を明らかにすることで、事業者の輸出促進に向けた示唆を得る

1. エグゼクティブサマリ
2. 香港茶系飲料市場に関する理解
 - ① チャネル及び主要小売
 - ② 流通構造
 - ③ 競合及び主要商品
 - ④ 顧客セグメント及びトレンド
3. 日系ブランドの現状・評価
4. 茶系飲料の取扱い状況
 - ① スーパー
 - ② コンビニエンスストア
5. 事業者ヒアリング結果
6. 参考資料
 - ① 現地小売店舗視察結果
 - ② 現地小売における商品リスト
 - ③ 台湾における市場概況

- 現状、香港では緑茶・ミルクティー・レモンティーを中心に日系メーカー/ブランドの茶系飲料を取り扱っている小売は多く、伊藤園・キリンをはじめとする日系ブランドの認知度は高い
 - 日系小売に関しては、日系メーカー（日本製品）の占める棚の割合が5割に近い状況
 - 現地系大手小売のWellcome、ParkNSHop等やセブンイレブン、サークルK等のコンビニエンスストアでも日系メーカー商品の取り扱いが一部見られるが、マス向け店舗で価格を重視する背景もあり、中国での製造品も散見される
 - 価格が高い点（中国製と比べて1.5倍程度）や安定供給が難しい点から日本製品の取扱量は少なく、総じて、日系メーカー商品の棚専有率は1割程度
- 日系メーカー/ブランドの茶系飲料は“味”・“健康イメージ”・“安全性”といった点で差別化が出来ており、価格が多少高くても購入する消費者に支持されている
 - 日系メーカーの緑茶は“日式緑茶”とラベリングされ、他国メーカーの緑茶とは明確に味が異なるが、現地メーカー（Telford等）で“日式緑茶”として近い味の商品を販売するケースも出てきている
 - レモンティー・ミルクティーについては“味の深み”・“控えめな甘さ”が評価されている
- 既に支持されている商品の輸出拡大に加えて、健康志向を背景に市場拡大している「機能性茶系飲料(カテキン強化等)」や「競合品の少ない茶系飲料(玄米茶等)」を健康志向の高い顧客に訴求することが有望
 - 日系小売・輸入品に特化した小売に加え、現地系小売(ハイエンド)・オンラインストアも有望なチャネル
 - コンビニエンスストアについては、期間限定品から入り、比較的富裕層の顧客が多い立地を選択する必要がある
- また、日系大手メーカーの並行品の流通も多く、大手小売を中心に、正規品の取扱ニーズも高いため、並行品を正規品に置き換える取組も重要ではないか
 - 並行輸入業者は供給が不安定であり、品質の再確認も必要な点から正規品を望む声も確認

輸出拡大に向けた方向性

根拠となる調査結果

有望商品

- 健康意識の高まりで今後の成長が期待される機能性茶系飲料
 - 中国（台湾）産商品とは価格の面では優位性を発揮できないため、“健康”面での優位性を狙う
- 既に市場に受け入れられている商品のさらなる輸出拡大
 - 日本のミルクティー・レモンティーや「おーいお茶」「生茶」をはじめとする日式緑茶は味での差別化が出来ており、消費者も認知している
 - ただし、日式緑茶については現地ブランドの競合品も徐々に増えつつあり、麦茶・玄米茶等、競合の少ない茶系飲料の展開は一案

ターゲット

- 健康や安全面に対する意識の高い消費者（ファミリー層や所得水準の高い個人）
 - 特に糖度を気にする消費者が非常に多い

販売チャネル

- 家族向け消費の多いスーパーやオンラインチャネル
 - Wellcome、ParkNSHop等の現地系スーパー
 - HKTV Mall、Z Store等のオンラインストア
- コンビニエンスストアについては、期間限定品から入り、比較的富裕層の顧客が多い立地を選択する必要がある
- 現地日系小売や輸入品ストア（スペシャリティストア）
 - 現地系小売への足掛かりとしても有望
- 既に日系ブランド商品を（並行輸入業者経由で）仕入れている大手小売

プロモーション

- TVCM等のマス向けプロモーション
 - 小売店（特に大手）はプロモーションへの注力度を重視しており、プロモーションへの注力は必須

- 価格が多少高くても健康面や安全面を考慮し、日本産品を選ぶ消費者が存在
- 現在、健康意識の高まりに伴い機能性茶系飲料の人気の高まっている
- オンラインチャネルは急速に普及しつつある（ペットボトル飲料は箱買いされることが多い）
- “健康イメージ”・“安心感”・“味の深み”を訴求していくことが有効
 - 日本産茶系飲料は甘さが控えめで健康というイメージ
 - 日系ブランドのミルクティーやレモンティーは味の深みが評価されている
- 一部並行輸入業者経由で輸入品を仕入れている小売が存在。大手小売を中心に正規品を輸入したいニーズあり



香港における茶系飲料（ペットボトル飲料）市場の基礎情報

主要チャネル/ 流通

- 香港市場には主に5つのチャネルが存在するが、中でもコンビニエンスストア、次いでスーパーマーケットが消費量の大きなチャネル
- 流通構造は販売量の大小によって異なり、販売量の多い小売向けにはサプライヤー/正規インポーターが直接商品を仕入れる。販売量の少ない小売向けには地場卸が商品の仕入れを行う

消費者/ 顧客トレンド

- ボトル飲料等の買ってすぐ飲める飲料（RTD飲料）の主要消費者は若～中年層（18-40歳）
- チャネルによって購買行動が異なり、スーパーでは家族向け、コンビニでは個人向け消費が多い
- 近年は健康に対する意識の高まりから、機能性飲料やノンシュガー飲料が好まれる傾向にある
- また、安全に対する意識も高まっており、産地を確認し購入する消費者も一定数存在する

主要 プレイヤー

- 香港茶系飲料市場には4社の主要プレイヤー（Telford、Robiff、Coca-Cola、Vita）が市場で高いプレゼンスを発揮しており、それぞれ異なる商品セグメントで強みを持つ

日系ブランドの 現状

- 香港市場には多種多様な茶系飲料が存在し、既に多くのセグメントで日系ブランド商品が販売されている
- 特にキリン・伊藤園は事業者・消費者ともに認知が高く、既に香港市場で高いプレゼンスを発揮
- キリン・伊藤園の商品は消費者から味や糖度の少なさが高い評価を得ている。ただし、小売（特に現地系）で見つけるのが困難というイメージもあり、安定供給できていない状況も見られる
- 日系ブランドの日本製品は、他ブランドの中国製品よりも5割程度高額。日系ブランドの中国製品は同額程度
- 日系ブランドの茶系飲料は、同じ緑茶やレモンティー、ミルクティーのカテゴリーでも、中華系ブランドの茶系飲料とは“異なる味”として市場に認識されている
 - ただし、現地メーカー（Telford等）が“日式緑茶”として近い味の商品販売するケースも出てきている

主要チャネルであるコンビニ・スーパーでの日系ブランドの取り扱いは1割程度（日系小売を除く）。取り扱いの多い日系ブランドとして伊藤園・キリンが挙げられる。

チャネル		日系ブランドの 棚専有率	内日本産品	主な取扱日系ブランド
カテゴリ	店舗名			
コンビニエンス ストア	セブンイレブン	5%	<ul style="list-style-type: none"> 日系ブランドでも中国産の商品のみの取扱い 	<ul style="list-style-type: none"> 伊藤園（緑茶、玄米茶）
	Circle K	10%	<ul style="list-style-type: none"> 大半は中国産 一部日本産（4種中1種） 	<ul style="list-style-type: none"> 伊藤園（緑茶） 日本コカ・コーラ（からだ巡茶）
スーパー (地場系_マス)	Wellcome	15%	<ul style="list-style-type: none"> 日系ブランドの商品は全て日本産品 	<ul style="list-style-type: none"> キリン（緑茶、ミルクティー、レモンティー等） 伊藤園（麦茶、玄米茶等） サンガリア（麦茶、玄米茶等）
	ParkNShop	5%	<ul style="list-style-type: none"> 日系ブランドの商品はほぼ全て日本産品（9種中8種9） 	<ul style="list-style-type: none"> キリン（緑茶、ミルクティー、レモンティー等） 伊藤園（緑茶）
スーパー (地場系_ハイエンド)	Taste	10%	<ul style="list-style-type: none"> 日系ブランドの商品は全て日本産品 	<ul style="list-style-type: none"> キリン（緑茶、ミルクティー、レモンティー等） 伊藤園（緑茶）
スーパー (日系)	AEON	50%	<ul style="list-style-type: none"> 日系ブランドの商品は全て日本産品 	<ul style="list-style-type: none"> キリン、伊藤園、サンガリア、トップバリュー、サントリー等
スペシャルティ ストア	759 Store	10%	<ul style="list-style-type: none"> 日系ブランドの商品は全て日本産品 	<ul style="list-style-type: none"> キリン、サントリー、ダイドー等

小売での取扱量は少ないものの、既に香港には多種の日系ブランドの茶系ペットボトル飲料が販売されている。

		茶の種類				
		緑茶	ウーロン茶	ミルクティー	レモンティー	その他
糖度・機能	砂糖入り	Tao Ti x 3 伊藤園 x 1		Uni x 1 Vita x 1 キリン x 2 Coca Cola x 2	Vita x 3 Nestea x 2 NesTea x 1 Fuzetea x 1	Vita x 2 Tao Ti x 1
	低糖				Vita x 1 Fuzetea x 2 キリン x 1 サントリー x 1	
	ノンシュガー	Tao Ti x 2 Vita x 1 ATH x 3 伊藤園 x 2 キリン x 2 サントリー x 1 ダイドー x 2	Tao Ti x 3 ATH x 3 Robiff x 1 Gold pak x 1			Tao Ti x 3 Vita x 3 伊藤園 x 3 Karada x 2 サントリー x 1 キリン x 1 サンガリア x 2
	機能	Tao Ti x 1	Tao Ti x 1 サントリー x 1			ATH x 1 サンガリア x 1

*日系小売で販売されている商品は除く

**砂糖入り：100mLあたり5g以上の砂糖を含む商品、低糖：100mLあたり0.5g～5g未満の砂糖を含む商品

ノンシュガー：100mLあたり0.5g未満の砂糖を含む商品、機能：健康効果のある飲料

(前頁の続き)

	緑茶	ウーロン茶	ミルクティー	レモンティー	その他
砂糖入り	 <p>\$11.9</p> <p>Itoen - Peach Green Tea</p>		 <p>\$12.9 \$13.9</p> <p>Kirin - milk tea</p>		
低糖				 <p>\$12.9 \$12.5</p> <p>Kirin - Suntory lemon lemon</p>	
ノンシュガー	 <p>\$8.9</p> <p>Itoen - Green (Rich) Tea</p>  <p>\$12.9</p> <p>Suntory</p>  <p>\$11.9</p> <p>Kirin Namacha</p>  <p>\$10.5</p> <p>Dydo Green Tea</p>	 <p>\$9.9</p> <p>Gold Pak Oolong</p>			 <p>\$22.9</p> <p>Suntory - Genmai Tea (2L)</p>  <p>\$11.9</p> <p>Itoen - Barley Mug Tea</p>  <p>\$11.9</p> <p>Itoen - K.Genmai Tea</p>  <p>\$10</p> <p>Itoen - Genmai Tea</p>
機能		 <p>\$16.9</p> <p>Suntory - Black Oolong</p>		 <p>\$12.9</p> <p>Kirin - Straight Tea</p>  <p>\$11.9</p> <p>Karada - Genmai Tea</p>  <p>\$7.9</p> <p>Sangaria - Genmai Tea, Barley Tea</p>  <p>\$9.9</p> <p>Sangaria - Functional tea</p>	

視察店舗 (Wellcome Discovery Bay店) では、日系ブランドの日本産品は他ブランドの中国産商品よりも5割程度高い価格で販売されている。

Wellcome Discovery Bay : 2017/12/17時点

種類	ブランド	産地 () 内は推定	商品名	価格	平均価格	日本産品の価格 (対その他産地)
緑茶	Authentic Tea House	(China)	Cloudy Green Tea 500mL	\$ 7.80	\$ 7.77	153%
	Authentic Tea House	(China)	Longjing Green Tea 500mL	\$ 7.80		
	Vita	(China)	Green Tea 500mL	\$ 6.90		
	Telford	China	Kitagawa Japanese Green Tea 500mL	\$ 7.90		
	Telford	China	Supreme Meta Green Tea 500mL	\$ 7.90		
	Telford	China	Supreme Green Tea 500mL	\$ 7.90		
	Telford	Taiwan	Honey Green Tea 500mL	\$ 7.90		
	Telford	Taiwan	Apple Green Tea	\$ 7.90		
	Telford	Taiwan	Lemon Green Tea	\$ 7.90		
	キリン	Japan	Namacha 525mL	\$ 11.90	\$11.90	
キリン	Japan	Namacha Decaf 430mL	\$ 11.90			
ウーロン茶	Authentic Tea House	(China)	Cloudy Oolong 500mL	\$ 7.80	\$ 7.83	127%
	Authentic Tea House	(China)	Oolong Tea 500mL	\$ 7.80		
	Authentic Tea House	(China)	Dahhongpao Oolong Tea 500mL	\$ 7.80		
	Telford	China	Supreme Clear Oolong Tea 500mL	\$ 7.90		
	ゴールドバック	Japan	Oolong Tea 500mL	\$ 9.90	\$ 9.90	
ミルクティー	Vita	Hong Kong	Milk Tea 500mL	\$ 8.30	\$ 8.30	159%
	キリン	Japan	Milk Tea 500mL	\$ 12.50	\$13.20	
	キリン	Japan	Milk Tea (the Pungency) 500mL	\$ 13.90		
レモンティー	Vita	(China)	Lemon Tea 500mL	\$ 8.00	\$ 8.00	161%
	キリン	Japan	Lemon Tea 500mL	\$ 12.90	\$12.90	
玄米茶	Vita	(China)	Genmai Tea 500mL	\$ 6.90	\$ 7.40	168%
	Telford	China	Supreme Genmai Tea 500mL	\$ 7.90		
	伊藤園	Japan	Kuromame Tea (Black Bean Genmai) 500mL	\$ 17.00	\$12.45	
	サンガリア	Japan	Genmai Tea 500mL	\$ 7.90		

《参考：比較対象》台湾における茶系飲料市場概況

- スーパー・百貨店において、日系大手メーカーの日本製飲料の販売を確認。ペットボトルの緑茶・紅茶飲料の人気が高い。現地製の茶系飲料（500mlペットボトル）が70～110円程度であるのに対して、日本製は150～300円程度と**価格差が存在するが、中間層以上の消費者が150～180円の価格帯**の商品を中心に消費している。
 - 日本製飲料は総じて味・香り等の品質が高いと認識されているが、多くの大手メーカーの飲料は**現地価格の2～3倍程度**の価格で販売されていることもあり、購入層は限定的。一方、**キリン製の飲料は現地価格の1.5倍程度**の価格に収まっており中間層～富裕層を中心に人気が高い。
 - 緑茶飲料に関しては、味・色の差別化が難しく、現地製品に比べて価格が高いものの、**旨味を強調した日本製品は人気**で、特に「生茶」が人気。「伊右衛門」、「綾鷹」がそれに次ぐ人気。
 - 紅茶飲料に関しては、**甘みを好む嗜好性から、ミルクティーが人気**で、特に「午後の紅茶」の人気が高い。現地製のミルクティーも販売されているものの、ミルク・紅茶の味が薄く、砂糖水のような味の商品が多いことから、**濃厚な味わい**の日本製のミルクティーが人気。
 - なお、コンビニ・現地系のマス向けスーパーでの日本製飲料の販売は確認できなかった。
- 従来、砂糖入り緑茶が人気であったが、近年の健康志向の高まりによって、**無糖・低糖の商品の人気**が高まっている。
- 日本から茶葉を輸入し、現地で飲料として加工する事業者が増加傾向にあり、鹿児島から輸入した茶を使用したペットボトル飲料の販売を確認。
- 近年、**「日式」と記載する商品が増加**した結果、「日式」と記載することによるブランド力の向上効果は薄れつつあるが、“**本物の日本製品**”に関しては依然として**高いブランドイメージ**が認知されている。
 - 一方で、禁輸されていた地域からの商品が輸出されていたことを記憶している消費者が多く、日本製の持つ「安心・安全」といったブランドの毀損を懸念する声もあった。

1. エグゼクティブサマリ

2. 香港茶系飲料市場に関する理解

- ① チャネル及び主要小売
- ② 流通構造
- ③ 競合及び主要商品
- ④ 顧客セグメント及びトレンド

3. 日系ブランドの現状・評価

4. 茶系飲料の取扱い状況

- ① スーパー
- ② コンビニエンスストア

5. 事業者ヒアリング結果

6. 参考資料

- ① 現地小売店舗視察結果
- ② 現地小売における商品リスト
- ③ 台湾における市場概況

香港市場には主に5つのチャネルが存在。中でもコンビニエンスストア、次いでスーパーマーケットが消費量の大きなチャネル。近年はオンラインチャネルが急速に成長している。

主要チャネル	市場シェア*	主要店舗名	特徴
コンビニエンスストア	50%	<ul style="list-style-type: none"> セブンイレブン サークルK 	<ul style="list-style-type: none"> 個人での飲食を目的とした少量購買が多く、試し買いや衝動買いの傾向が強い 新商品や季節限定商品の導入に積極的
スーパー	30%	<ul style="list-style-type: none"> Wellcome ParkNShop 	<ul style="list-style-type: none"> 家族での自宅飲食を目的とした顧客が主で、バルク等大きなボリュームの購買が多い 低糖やノンシュガー等の飲料が好まれる
オンライン小売	10%	<ul style="list-style-type: none"> HKTVMall Z Store 	<ul style="list-style-type: none"> ここ2-3年で急速に伸びている (“ある飲料メーカーのオンラインチャネル売上は2-3年で3倍に成長している”) バルク等の大きなボリュームでの購買が多い
スペシャリティストア	5%	<ul style="list-style-type: none"> 759 Store Bestmart 360 	<ul style="list-style-type: none"> 輸入品に特化している業態で、菓子の品ぞろえが多いのも特徴 若年層の顧客が主
その他	5%	<ul style="list-style-type: none"> - 	<ul style="list-style-type: none"> 露店、オフィスビル内の商店、カフェ等 仕入ボリュームが少ないため、卸売を介して茶系飲料を仕入れる

スーパーマーケットについてはWellcome (Dairy Farm Group) 及び ParkNShop (A.S. Watson) がマス向け2強小売ブランド。コンビニエンスストアについてはセブンイレブン及びサークルKが全店舗数の大半を占める。

現地系小売



Daily Farm Group

Wellcome (282店舗)
MarketPlace by Jasons (43 店舗)
ThreeSixty (2店舗)
Oliver's the Delicatessen Central (1店舗) 等

A.S. Watson Co.Ltd.

Park'n Shop(210店舗)
Taste (16 店舗)
Great (1店舗)
Gourmet (1店舗)
fusion Park'n Shop (54店舗)

日系小売

AEON (18店舗)

APITA/UNY/PIAGO (3店舗)

YATA Department Store (3店舗) ; Supermarket (7店舗)

SOGO Hong Kong (1店舗)



その他スーパーマーケット・百貨店

CitySuper (4店舗)



コンビニエンスストア



7-Eleven (921店舗)



Circle-K (348店舗)



VanGo (48店舗)

オンライン小売はHKTV MallとZ-Store、スペシャリティストアは759StoreとBestmart360が、香港で展開されている主要サイト/ブランド。

オンライン小売



HKTV Mall



Z-Store

スペシャリティストア



759 Store (219店舗)



Bestmart360 (71店舗)

その他



露店

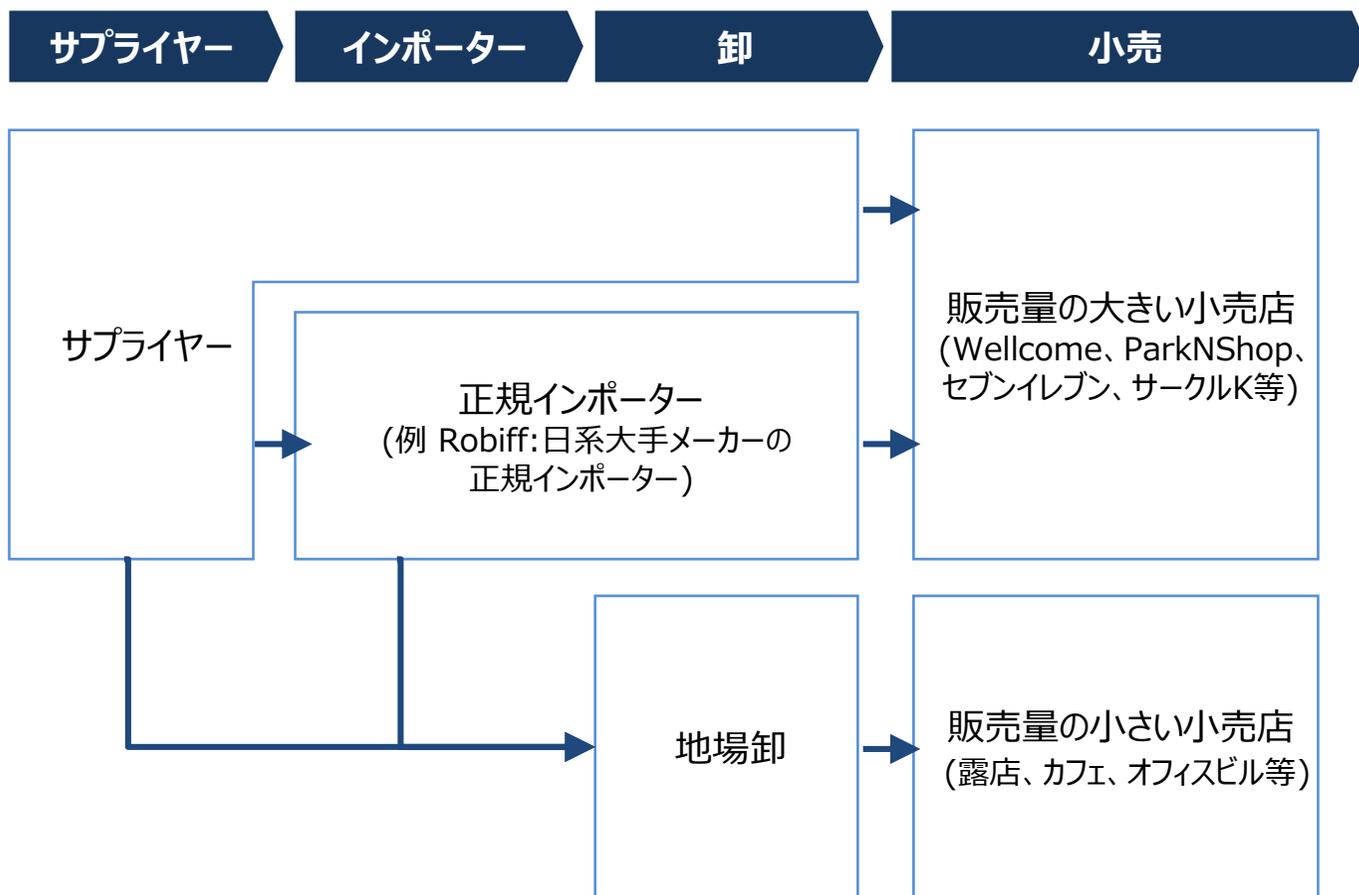


オフィスビル

流通構造は販売量の大小によって異なり、販売量の多い小売向けにはサプライヤー/正規インポーターが直接商品を仕入れる。販売量の少ない小売向けには地場卸が商品の仕入れを行う。

流通構造

特記事項



- 地場系のサプライヤーの中には自社でインポーター機能を持つプレーヤーも存在(Telford等)
- WellcomeやParkNSHop、セブンイレブン、サークルK等販売量の大きい小売については、地場卸が介することなく、商品の仕入れが直接サプライヤー/正規インポーターと行われる
- 販売量の少ない露店やカフェ、オフィスビル等については地場卸が取引を行う

ボトル飲料等の買ってすぐ飲める飲料 (RTD飲料) の主要消費者は若～中年層 (18-40歳)。チャネルによって購買行動が異なる。

主要消費者

- ペットボトルの茶系飲料市場は**若～中年層 (18-40歳)**によってけん引されている

18から40歳までの消費者を香港市場では主なターゲットとして見ている

現地系飲料メーカー
ビジネスデベロップメントオフィサー

- **45歳以上は、自宅で自ら茶を淹れる人が多く**、ターゲットになりにくい

香港や中華圏では自宅で茶を飲む文化があり、45歳以上となると、自宅で茶を淹れて飲む人が多い

現地系飲料メーカー
ビジネスデベロップメントオフィサー

主要チャネル別購買行動

コンビニエンスストア

- 個人による消費が多く、学生から若い社会人 (20-30代) の消費が多い
- **単発的な購買が主で新しい商品の試し買いも多い**

スーパー

- **家庭用消費が多く、大きなサイズや複数本の購入が多い**
- 健康に対する意識の高い消費者 (母親) が多く、**糖度の低い商品が好まれる**

オンライン小売

- オンラインでは、持ち運ぶ手間がないため、**複数本の購入が主**

近年は健康に対する意識の高まりから、機能性飲料やノンシュガー飲料が好まれる傾向にある。また、安全に対する意識も高まっており、産地を確認し購入する消費者も一定数存在する。

顧客トレンド	内容	イメージ・写真
<p>健康意識 (糖度への意識) の高まり</p>	<ul style="list-style-type: none"> 健康に対する意識 (特に糖度に対する意識) が高まり、茶系飲料市場全体の押し上げにつながっている 茶系飲料の中でも<u>ノンシュガー</u>や健康効果につながる<u>機能性飲料</u>が特に好調 <div data-bbox="393 635 1533 785" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p>最近Meta Teaシリーズという機能系飲料の売上げが最も大きい。砂糖入り茶系飲料に注力していたVitaも最近ノンシュガー、低糖茶系飲料を発売した</p> </div> <p style="text-align: right;">現地系飲料メーカー、ビジネスデベロップメントオフィサー</p>	<p>Meta Teaシリーズ↓</p> 
<p>安全意識の高まりに伴う産地へのこだわり</p>	<ul style="list-style-type: none"> 中国等では、食品の安全に対する問題が頻発しており、<u>飲食品の産地に対して気を遣う消費者が増えている</u> 日本産品は「安心」というイメージがあり、<u>日本産品の茶系飲料をこだわって買っている消費者も存在する</u> <div data-bbox="393 1106 1533 1256" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p>小売、特に健康意識の高い顧客の多いスーパーでは、商品の後ろのラベルを見て産地を確認してから茶系飲料を買う消費者が一定数存在する。このような消費者は中国産よりも日本産のものを好んで買う。</p> </div> <p style="text-align: right;">現地系飲料メーカー、ビジネスデベロップメントオフィサー</p>	<p>輸入品の裏には、産地が記されたラベルが貼られている↓</p> 

香港茶系飲料市場には4社の主要プレイヤー (Telford、Robiff、Coca-Cola、Vita) が市場で高いプレゼンスを発揮。それぞれ異なる商品セグメントで強みを持つ。

	主要プレイヤー	特徴
BIG4	<p>Telford</p> 	<ul style="list-style-type: none"> 展開しているTao Tiシリーズはプロモーション力があり、<u>香港人にとって非常になじみのあるブランド</u> <u>ノンシュガー商品について圧倒的な強さを持つ</u>。近年は<u>機能性飲料Meta Teaシリーズが好調</u> 近年は<u>北川半兵衛商店と連携して“日式緑茶” (中国産) を販売開始</u>
	<p>Robiff</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <u>最も国内で売れているウーロン茶ブランド</u> Robiffは自社からはウーロン茶のみを販売。<u>日系大手メーカーの緑茶の正規インポーター/ディストリビューターでもある</u>
	<p>Coca Cola</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <u>Authentic Tea Houseブランドを展開</u>しており、緑茶、ウーロン茶、レモンティー、プーアル茶と多種類の茶系飲料を展開 緑茶、ウーロン茶、レモンティーについては競合も多く売上は伸びていないものの、<u>プーアル茶は競合が少なく比較的売上が伸びている</u> (ヒアリングより)
	<p>Vita</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <u>砂糖入り茶 (特にレモンティー) についてはブランドの認知が高く</u>、他のブランドの追随を許していない 低糖、ノンシュガーシリーズについては最近発売されたが、まだ市場での地位は確立していない
Others	<p>Yeo's Master Kong</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Yeo's (シンガポール) やMaster Kong (中国) も砂糖入り茶を香港で展開しているが、シェアは低く、小売でのプレゼンスは低い

Tao Ti Tea Series



Green Tea (w/Honey)

Lemon Green Tea (w/Honey)

Apple Green Tea

Uni-President Drinks



Laichi Tea

Milk Tea (Assam Flavor)

Green Tea

Kitagawahan
bee Syouten



Japanese Green Tea

ヒアリング情報 (抜粋)

ノンシュガー商品は主に中国で生産。シュガーティー (Honey Green Tea等) は台湾で生産

機能性飲料のMeta Teaの売上が好調

プロモーション予算が莫大にあり、テレビCMや小売店でのプロモーションに注力

現地系飲料メーカー
ビジネスデベロップメントオフィサー

Tao Ti Supreme Tea Series (No Sugar)



Supreme Green Tea

Supreme Genmaicha

Supreme Meta Green Tea

Supreme White Tea

Supreme Meta Tea

Supreme Clear Oolong

Supreme Oolong Tea

Supreme Oolong Tea (Jasmine)

Supreme 18 Tea

Sugar Tea Series



Lemon Tea



Honey
Lemon Tea



Chrysanthemum
Tea



Pear Tea



Peach Tea

Sugar Tea Series



Chrysanthemum
Tea



Scented
Tea



Genmai
Tea



Green
Tea

Milk Tea Series



Milk
Tea

ヒアリング情報 (抜粋)

Vitaのレモンティーブランドは非常に強く、競合に比べて一歩抜きんでいる。

ただし、日本製のレモンティーに比べて甘く、日本製を買うような顧客とは嗜好が異なる

現地系飲料メーカー
ビジネスデベロップメントオフィサー

Authentic Tea House (ATH) Green Tea Series



Lemon Tea



Longjing Tea



Baihoo

Authentic Tea House (ATH) Black Tea Series



Puer Tea

Nestea Series



Ice Crush
Lemon Tea



Lemon Tea

Authentic Tea House (ATH) Oolong Tea Series



Dahhongpao



Baihoo
Oolong



Oolong

Fuzetea Lemon Tea Series



Original



Half sugar



Low sugar

1. エグゼクティブサマリ
2. 香港茶系飲料市場に関する理解
 - ① チャネル及び主要小売
 - ② 流通構造
 - ③ 競合及び主要商品
 - ④ 顧客セグメント及びトレンド
3. 日系ブランドの現状・評価
4. 茶系飲料の取扱い状況
 - ① スーパー
 - ② コンビニエンスストア
5. 事業者ヒアリング結果
6. 参考資料
 - ① 現地小売店舗視察結果
 - ② 現地小売における商品リスト
 - ③ 台湾における市場概況

香港市場には多種多様な茶系飲料が存在し、既に多くのセグメントに日系ブランドが販売されている。(1/2)

		茶の種類				
		緑茶	ウーロン茶	ミルクティー	レモンティー	その他
糖度・機能	砂糖入り	Tao Ti x 3 伊藤園 x 1		Uni x 1 Vita x 1 キリン x 2 Coca Cola x 2	Vita x 3 Nestea x 2 NesTea x 1 Fuzetea x 1	Vita x 2 Tao Ti x 1
	低糖				Vita x 1 Fuzetea x 2 キリン x 1 サントリー x 1	
	ノンシュガー	Tao Ti x 2 Vita x 1 ATH x 3 伊藤園 x 2 キリン x 2 サントリー x 1 ダイドー x 2	Tao Ti x 3 ATH x 3 Robiff x 1 Gold pak x 1			Tao Ti x 3 Vita x 3 伊藤園 x 3 Karada x 2 サントリー x 1 キリン x 1 サンガリア x 2
	機能	Tao Ti x 1	Tao Ti x 1 サントリー x 1			ATH x 1 サンガリア x 1

*日系小売で販売されている商品は除く

**砂糖入り：100mLあたり5g以上の砂糖を含む商品、低糖：100mLあたり0.5g～5g未満の砂糖を含む商品

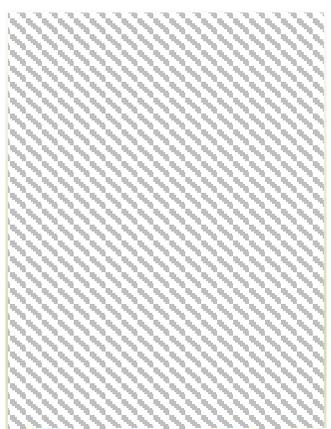
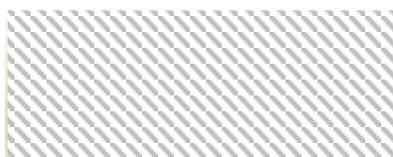
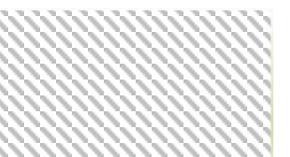
ノンシュガー：100mLあたり0.5g未満の砂糖を含む商品、機能：健康効果のある飲料

香港市場には多種多様な茶系飲料が存在し、既に多くのセグメントに日系ブランドが販売されている。(2/2)

	緑茶	ウーロン茶	ミルクティー	レモンティー	その他
砂糖入り	 <p>\$11.9</p> <p>Itoen - Peach Green Tea</p>		 <p>\$12.9 \$13.9</p> <p>Kirin - milk tea</p>		
低糖				 <p>\$12.9 \$12.5</p> <p>Kirin - Suntory lemon lemon</p>	
ノンシュガー	 <p>\$8.9</p> <p>Itoen - Green (Rich) Tea</p>  <p>\$12.9</p> <p>Suntory</p>  <p>\$11.9</p> <p>Kirin Namacha</p>  <p>\$10.5</p> <p>Dydo Green Tea</p>	 <p>\$9.9</p> <p>Gold Pak Oolong</p>			 <p>\$22.9</p> <p>Suntory - Genmai Tea (2L)</p>  <p>\$11.9</p> <p>Itoen - Barley Mug Tea</p>  <p>\$11.9</p> <p>Itoen - K.Genmai Tea</p>  <p>\$10</p> <p>Itoen - Genmai Tea</p>
機能		 <p>\$16.9</p> <p>Suntory - Black Oolong</p>		 <p>\$12.9</p> <p>Kirin - Straight Tea</p>  <p>\$11.9</p> <p>Karada - Genmai Tea</p>  <p>\$9.9</p> <p>Sangaria - Functional tea</p>	 <p>\$7.9</p> <p>Sangaria - Genmai Tea, Barley Tea</p>

《参考》 主要な競合商品

茶の種類

	緑茶	ウーロン茶	ミルクティー	レモンティー	その他
砂糖入り	 <p>Tao Ti - Green Tea Tao Ti - Lemon Green Tea Tao Ti - Apple Green Tea</p>		 <p>Uni - Milk Tea Vita - Milk Tea</p>	 <p>Nestea - Ice Crush Lemon Tea Nestea - Lemon Tea Fuzetea - Original Tea Vita - Lemon Tea Vita - Honey Lemon Tea Vita - Lemon Tea</p>	 <p>Tao Ti - Laichi Tea Vita - Pear Tea Vita - Peach Tea</p>
低糖			 <p>Fuzetea - Half sugar Low sugar</p>		
ノンシュガー	 <p>Vita - Green Tea Tao Ti - Supreme Green Tea ATH - Lemon Tea ATH - Longjing Tea ATH - Baihoo Tea</p>	 <p>Tao Ti - Supreme Clear Oolong Tea Tao Ti - Supreme Oolong Tea Tao Ti - Supreme Oolong Tea (Limonine) Robiff Oolong Tea</p>		 <p>Tao Ti - Supreme Genmaicha Tao Ti - Supreme 18 Tea Tao Ti - Supreme White Tea</p>	
機能	 <p>Tao Ti - Supreme Meta Green Tea</p>	 <p>Tao Ti - Supreme Meta Oolong Tea</p>		 <p>ATH - Puer Tea</p>	 <p>Vita - Chrysanthemum Tea Vita - Scented Tea Vita - Genmai Tea</p>

特に伊藤園・キリンの商品は事業者・消費者ともに認知が高く、香港市場で高いプレゼンスを発揮している。

事業者・消費者コメント

伊藤園の緑茶は緑茶ブランドの中でもベストセラー。産地は日本から中国に切り替わっているがそれでも売り上げは好調と聞いている。キリンは午後の紅茶のミルクティーがとても有名

現地系飲料メーカー、ビジネスデベロップメントオフィサー

伊藤園の緑茶は人気があり有名

現地系小売グループ、元カテゴリーマネージャー

日本のペットボトル飲料で知ってるのは、ミルクティーを出してるキリン、緑茶の伊藤園

現地消費者



香港市場には正規インポーターのいない日系ブランドの並行輸入品が数多く流通しており、大手小売でも購入可能。小売は日系ブランド商品を並行輸入業者を通じて調達。

並行輸入品の例

- 正規インポーターの日系大手メーカーの日本産商品が大手小売の店頭で購入可能



並行輸入品の状況

ある小売店が積極的に並行輸入品を取扱ったことで
並行輸入品は香港に溢れかえっている

現地系輸入・卸売業者、調達ディレクター

正規インポーターのいない商品について、**小売は並行輸入品業者のリストを持っており、そこから調達を行う**

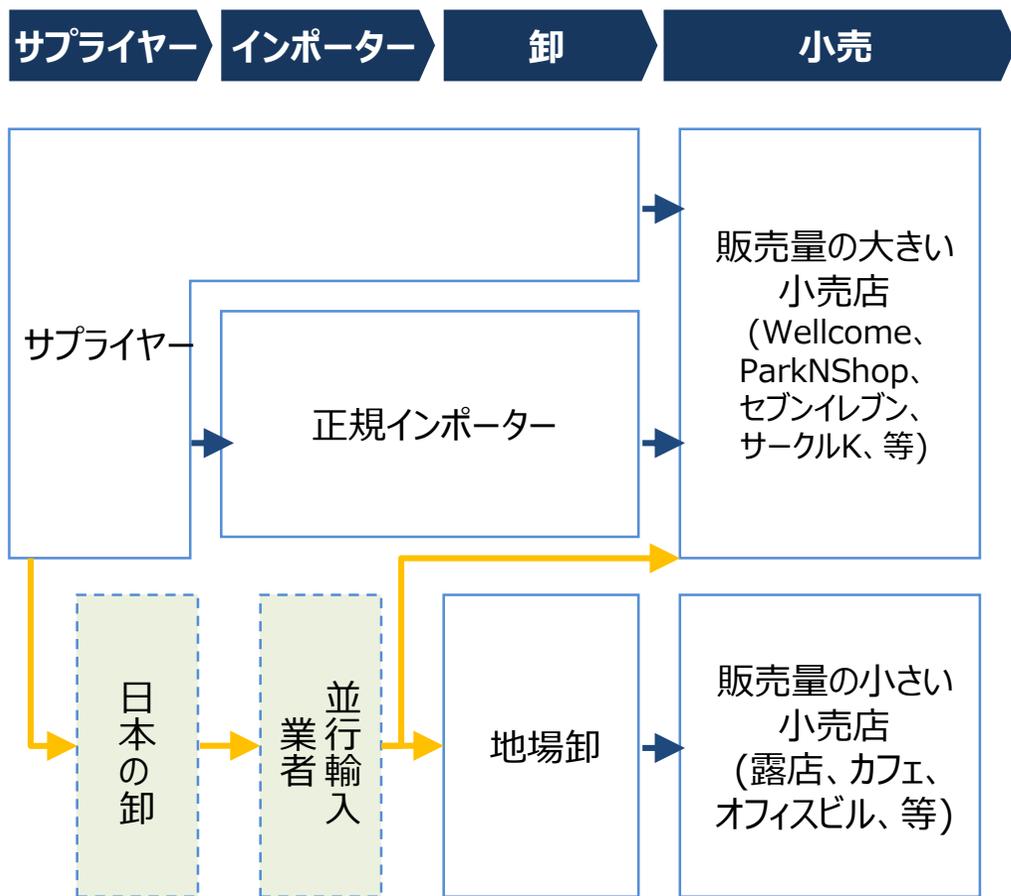
現地系輸入・卸売業者、調達ディレクター

並行輸入品業者の連絡先は**食品エキスポ**を通じて手に入れる

現地系スペシャリティストア、飲料調達マネージャー

大手小売のWellcome、ParkNShop、セブンイレブン、サークルK等も並行輸入品業者から日系ブランド商品を仕入れるケースも存在する模様。

並行輸入品の流通構造



並行輸入業者コメント

小売からのリクエストで日本から輸入したことをきっかけに
今では毎週仕入れている

現地系輸入業者、調達マネージャー

日本の食品エキスポに参加し、新しいSKUを試し、
小売に提案する活動を行っている

現地系輸入業者、調達マネージャー

日本から香港への輸入は簡単のため、香港には多くの並
行輸入業者・並行輸入品がある

現地系輸入業者、調達マネージャー

小売店は仕入れ価格の安い並行輸入品に満足しておらず、安定供給・品質が保証されている正規ディストリビューターによる正規品を望んでいる。

小売店

並行輸入品に対するコメント

現地系 小売グループ

- スーパーが最も好むのは直接生産者から仕入れるルート (第三者にマージンを抜かれない)、次に正規ディストリビューターから仕入れるルート (安定供給、品質保証がある)、最後の選択肢として並行輸入業者

並行輸入品の場合、小売が品質やラベリングを再度確認しないといけないのが手間

- 並行輸入業者は調達コストが安く正規輸入品よりも3割程度安く仕入れられる。ただし、**供給が不安定で信頼できない**、**品質の二重確認が必要**な点から、正規ディストリビューターのほうが好ましい

現地系 スペシャリティストア

- 759ストアは複数の並行輸入品業者から仕入れている
- 商品の供給が不安定であり予測も難しく、困っている**

週替わりで仕入れられる商品が変わるので、在庫が安定しない

視察店舗 (Wellcome Discovery Bay店) では、日系ブランドの日本産商品は他ブランドの中国産商品よりも5割程度高額で販売されており、価格ギャップは小さくない。

Wellcome Discovery Bay、2017/12/17時点

種類	ブランド	産地 () 内は推定	商品名	価格	平均価格	日本産品の価格 (対その他産地)
緑茶	Authentic Tea House	(China)	Cloudy Green Tea 500mL	\$ 7.80	\$ 7.77	153%
	Authentic Tea House	(China)	Longjing Green Tea 500mL	\$ 7.80		
	Vita	(China)	Green Tea 500mL	\$ 6.90		
	Telford	China	Kitagawa Japanese Green Tea 500mL	\$ 7.90		
	Telford	China	Supreme Meta Green Tea 500mL	\$ 7.90		
	Telford	China	Supreme Green Tea 500mL	\$ 7.90		
	Telford	Taiwan	Honey Green Tea 500mL	\$ 7.90		
	Telford	Taiwan	Apple Green Tea	\$ 7.90		
	Telford	Taiwan	Lemon Green Tea	\$ 7.90		
	キリン	Japan	Namacha 525mL	\$ 11.90	\$11.90	
キリン	Japan	Namacha Decaf 430mL	\$ 11.90			
ウーロン茶	Authentic Tea House	(China)	Cloudy Oolong 500mL	\$ 7.80	\$ 7.83	127%
	Authentic Tea House	(China)	Oolong Tea 500mL	\$ 7.80		
	Authentic Tea House	(China)	Dahhongpao Oolong Tea 500mL	\$ 7.80		
	Telford	China	Supreme Clear Oolong Tea 500mL	\$ 7.90		
	ゴールドパック	Japan	Oolong Tea 500mL	\$ 9.90	\$ 9.90	
ミルクティー	Vita	Hong Kong	Milk Tea 500mL	\$ 8.30	\$ 8.30	159%
	キリン	Japan	Milk Tea 500mL	\$ 12.50	\$13.20	
	キリン	Japan	Milk Tea (the Pungency) 500mL	\$ 13.90		
レモンティー	Vita	(China)	Lemon Tea 500mL	\$ 8.00	\$ 8.00	161%
	キリン	Japan	Lemon Tea 500mL	\$ 12.90	\$12.90	
玄米茶	Vita	(China)	Genmai Tea 500mL	\$ 6.90	\$ 7.40	168%
	Telford	China	Supreme Genmai Tea 500mL	\$ 7.90		
	伊藤園	Japan	Kuromame Tea (Black Bean Genmai) 500mL	\$ 17.00	\$12.45	
	サンガリア	Japan	Genmai Tea 500mL	\$ 7.90		

日系ブランドの茶系飲料は中華系ブランドとは“異なる味”として市場に認識されている。緑茶については“日式緑茶”という分類があるほど味が異なる。加えて、日系ブランドは“安全”というイメージを持つ消費者も存在。

日系ブランドに対する意見

日本と中国ブランドの茶系飲料では明確な味の違いがあり、
現地消費者は違いを分かっている。
日本の茶系飲料は甘さが控えめで女性受けがよい。
Telfordのお茶は甘すぎるという声を聞いたことがある

日本ブランドの品質は中国ブランドよりも“なんとなく”信頼性があり、市場でもそのように考えている消費者は多い

現地系小売グループ、元アシスタントカテゴリマネージャー

日式緑茶についてのコメント

日本と中国の緑茶はどちらも同じ茶葉でできている。
ただし、収穫の時期と乾燥プロセスが異なる。
日本では蒸気を使って乾燥させるのに対して、中国
では釜で炒める。
収穫については日本では春過ぎから秋まで収穫する
のに対して、中国では早春にしか収穫されない

日本の緑茶は中国の緑茶に比べて茶葉の香りが強く、より生感が強い

現地系飲料メーカー、ビジネスデベロップメントオフィサー

地場ブランドTelfordは日式緑茶のニーズに応えるため、新たに“北川半兵衛商店”と連携した緑茶商品の取り扱いを開始。

Telfordの日式緑茶商品



Kitagawahanbee Syouten

Japanese Green Tea

24x500mL

TA3JPZ



消費者は中国の緑茶と日本の緑茶の違いを理解しているので、Telfordも新しく日式緑茶のSKUを加えた。

元々は日本で作っていたのだが、今は中国で生産している。

現地系飲料メーカー、ビジネスデベロップメントオフィサー

香港におけるRTD飲料の主要消費者である若～中年層にヒアリングを実施。所得・ペットボトル飲料の購入頻度は以下の通り。

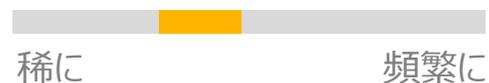
大学生 (20) 男性



所得水準



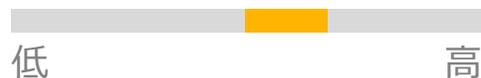
ペットボトル飲料の購入頻度



会社員 (28) 男性



所得水準



ペットボトル飲料の購入頻度



会社員 (45) 女性



所得水準



ペットボトル飲料の購入頻度



年齢が高い消費者の方が糖度・健康に対する意識が高く、糖度の低い商品を好む傾向がある。

大学生 (20) 男性

会社員 (28) 男性

会社員 (45) 女性

主な
購買チャンネル

コンビニエンスストア

コンビニエンスストア

コンビニエンスストア

茶系飲料の
選定基準

- 価格、次いで味が選定基準になる

”お金もそこまであるわけではないので、高すぎるものには手を出さない。ただ、味が良ければ少しくらいなら出してもいいかなと思う”

- 価格、味が選定基準になる
- あまり甘いものは買わないようにしている

”高すぎない商品の中で味を重視している”
”新しいものに対してもオープンな姿勢で積極的に試してみる”

- ブランド、機能性、低い糖度、安全性、産地

”絶対に糖度は低くないといけない。あと健康面への影響や安全性についても頭の片隅で考えるようにしており、安心だとおもえるブランドを選ぶようにしている”

よく飲む商品

- **キリン** : ミルクティー
- Vita : レモンティー

- Robiff : ウーロン茶
- Vita : レモンティー
- Tao Ti (Telford) : 緑茶

- **伊藤園** : 緑茶
- Tao Ti (Telford) : ウーロン茶
- **キリン** : レモンティー

麒麟・伊藤園は広く認知されており、味や糖度の少なさが高い評価を得ている。ただし、小売で見つけるのが困難というイメージもあり、継続供給できていない状況が見られる。

大学生 (20) 男性

会社員 (28) 男性

会社員 (45) 女性

想起する
日系ブランド・
商品

- 麒麟：午後の紅茶 (ストレートティー)
- 麒麟：午後の紅茶 (ミルクティー)
- 伊藤園：おーいお茶

- 麒麟：午後の紅茶 (ストレートティー)
- 麒麟：生茶
- 伊藤園：おーいお茶

- 麒麟：午後の紅茶 (ストレートティー)
- 麒麟：午後の紅茶 (レモンティー)
- 伊藤園：おーいお茶
- サントリー：N.A.

日系ブランドに
対するイメージ

- 味が良い
 - ミルクティーは他社より甘く、それが好き
- 高いが、まだ許容できる範囲
- **小売で見つけるのが困難**

“はじめて飲んだのはセブンイレブンのキャンペーン時に飲んだ麒麟のミルクティー”
“他社のミルクティーは味が薄いですが、麒麟のミルクティーは深みがあって、\$1-2高くても買う”

- 平均よりも高い
- 味が全く違う (良い)
- **バラエティが少ない**

“日系の商品と他ブランドの商品の味の違いは容易にわかる”
“ただ、高いので、安売りされているときにまとめて買うようにしている (SOGOでのセール等)”

- 平均よりも高い
- **小売で見つけるのが困難**
- 他ブランドよりも糖度が少ない (甘さ控えめ)

“麒麟のレモンティーは甘さが控えめですごく好き。ただ、コンビニで見つけるのが大変で、あまり買えない”
“もしもっと置いている機会が増えれば、もっと買っている”