



High performance. Delivered.

**「平成29年度輸出戦略実行事業」
野菜の輸出拡大に向けた調査報告書**

2018年3月
アクセンチュア株式会社

背景

- 農林水産業・地域の活力創造本部において、2016年5月に「農林水産業の輸出力強化戦略」(以下「輸出力強化戦略」)が取り纏められ、官民一体となって実行していくことが求められている
- 日本産青果物に関しては、これまで果物を中心に輸出拡大への検討・取組が進めており、りんごをはじめとした主要品目を中心に十分な輸出成果を得られている
- 一方で、天候等の影響により年毎の生産量に差が生じたり、日本産の品質と遜色ない他国産果物の生産が加速化するなど、中長期的な視点で輸出拡大を検討する際には、果物だけに頼らない輸出モデルの検討が必要
- そのため、今まではながいも・かんしょを中心に議論が限定されていた野菜輸出に関して、輸出拡大の可能性のある品目や輸出先国の情報を収集・整理し、野菜輸出戦略を検討することが必要

目的

- 輸出品目として有望な野菜品目・輸出先国を特定した上で、特に大ロットでの輸出モデルの可能性を検討する
- 香港・台湾を中心に現地での野菜の流通状況・ニーズを深堀調査した上で、今後のプロモーション方針・取組方針への反映を進める

1. エグゼクティブサマリ
2. 香港市場調査結果
3. 台湾市場調査結果
4. 加工品輸出事例
5. 《参考資料》
 - ① 香港店舗別調査結果
 - ② 主要品目の輸出状況
 - ③ 主要国別野菜輸入状況

①【有望国】香港・台湾が野菜輸出の有望国（調査は香港中心に実施）

- 葉物野菜を中心に鮮度保持の難易度が高く、果物との混載も多いため、近距離かつ果物の主要輸出先で商流構築が進んでいる香港・台湾が有望
- ただし、香港は輸入に積極的(国内野菜消費の9割が中国産)であるのに対して、台湾は現地生産品で賄えない品目・時期に各国から輸入するスタンス

②【現状】日系小売・現地系小売（高級業態）中心の限定的な流通であり、「大ロットで輸出可能な野菜」の見極めが必要

- 果物ではりんご・いちごを中心に現地系小売(一般業態)の販路開拓が進んでいるが、野菜ではたまねぎが一部の現地系小売(一般業態)で見られる程度であり、販路開拓が道半ば
- 日本産野菜は現地の人々には中華料理の具材として、日本人は主に日本料理の具材として消費

③【有望品目】たまねぎ・かぼちゃ・大根・白菜が「大ロット低価格輸出」の可能性

- たまねぎ(生産量・味・見た目)、かぼちゃ(甘み・サイズ)、大根(見た目・鮮度)、白菜(鮮度)は、競合産品との価格差が比較的小さく、日本産の強みを生かした大ロット輸出の可能性はある
- たまねぎは、北海道を中心に生産量が多く、既に現時点で大ロット低価格輸出が可能
- かぼちゃは、果物として取り扱われることもあるほど甘みが強いため、簡単な試食メニューの提供で、日本産の良さを消費者に伝えることが可能
- なお、ミニトマト・つまもの野菜・京野菜等は、引き続き、日系小売や高級日本食店中心での「小ロット高付加価値輸出」が期待できる

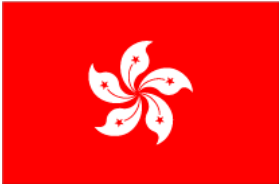
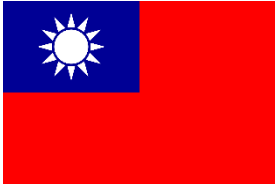
④【ターゲット】野菜の“品質・安全”に拘るアッパーミドル層以上

- 富裕層を中心に「高品質」・「安心・安全」を理由に日本産野菜を購入する層も存在しており、たまねぎ・かぼちゃ等は米国・豪州産との品質差をアッパーミドル層以上へ訴求することで需要拡大を図る
- 現地系小売(アッパー業態～一般業態)での取扱店舗の拡大、中～高価格帯の外食チェーン店(日系・日本食)での、日本産野菜使用に向けた働きかけを行う

⑤【プロモーション】メニューとセットでのプロモーション

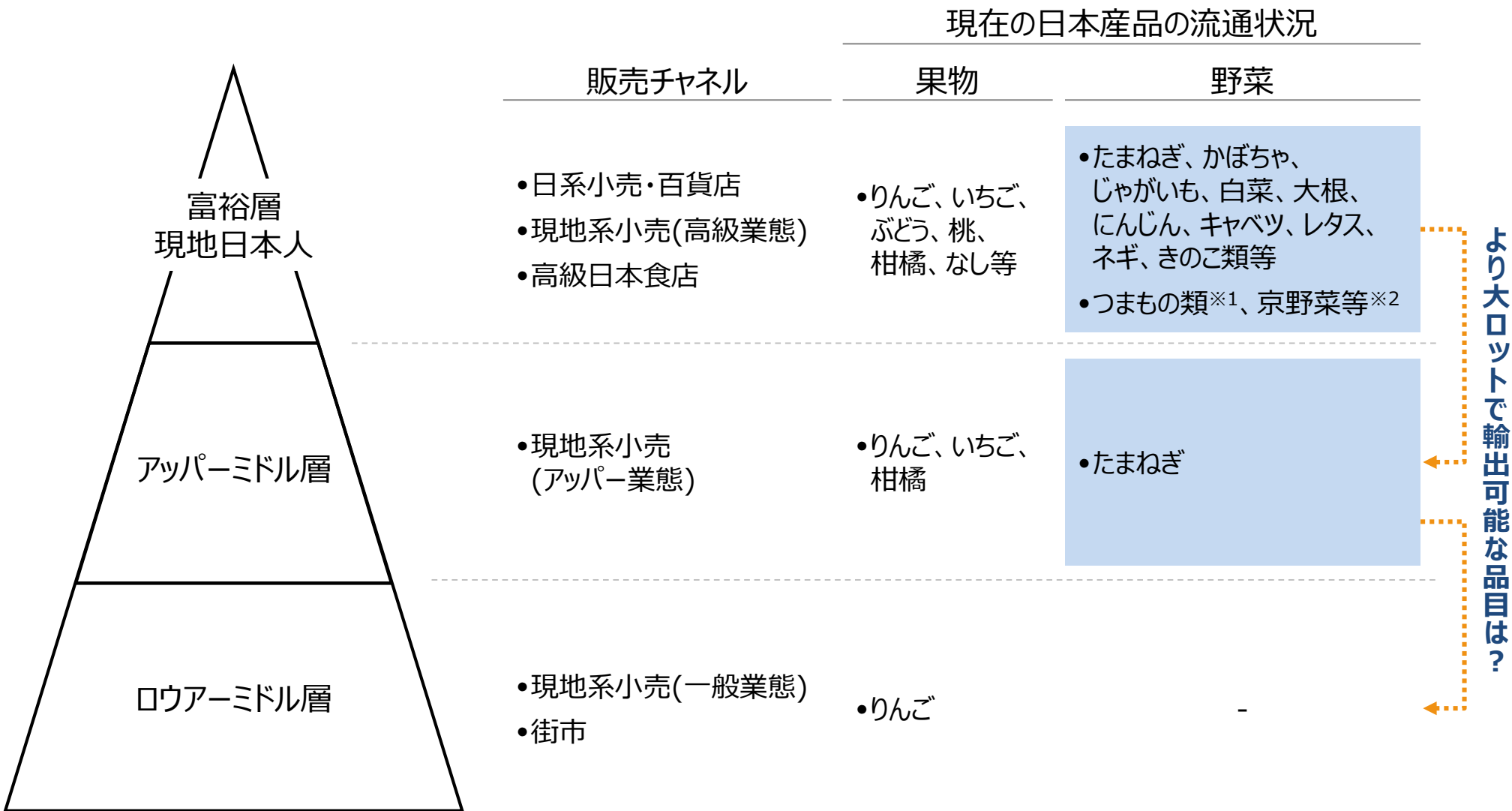
- 日本産野菜を使用した「本物の日本食」としてのメニュー提案
 - 例：じゃがいも・にんじん・たまねぎ→カレー、きのこ類→すきやき、天ぷら、かぼちゃ→味噌汁
- 日本産野菜を使うことで「ワンランク上の中華料理」になる等のアピール
 - 例：中華料理(“炒める”・“茹でる”・“スープ・火鍋”)
× ほうれん草、水菜、小松菜、ブロッコリー、長ネギなど
 - 中華料理として使いやすい野菜品目を、メニューとともに販売し、新たな野菜品目の取扱を拡大する

統計データ分析等から香港・台湾を野菜の輸出有望国と選定した上で、「大ロット輸出モデル」・「小ロット高付加価値輸出モデル」・「加工品輸出モデル」の可能性を検討。

調査対象国	輸出モデル	論点
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>香港</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>台湾</p>  </div> </div>	<p>大ロット輸出モデル</p>	<ul style="list-style-type: none"> 国内生産量が大きく、大ロット輸出・価格低減を実現し、現地中間層を狙う品目は何か？
<ul style="list-style-type: none"> 統計データ分析及び国内事業者ヒアリングを軸に、香港・台湾を輸出有望国と選定し、現地調査 <ul style="list-style-type: none"> 葉物野菜を中心に鮮度保持の難易度が高く、果物との混載も多いため、近距離かつ果物の主要輸出先でもある台湾・香港が有望 生産野菜の輸出先国として既に一定の輸出額があり、商流が構築されており、事業者の輸出意向も高い 	<p>小ロット高付加価値輸出モデル</p>	<ul style="list-style-type: none"> 国内生産量は少ないが、日本の独自性が高く、高付加価値品としての小ロット輸出・現地富裕層を狙う品目は何か？
	<p>加工品輸出モデル</p>	<ul style="list-style-type: none"> 日本で一次～高次の加工を行い、「日本ならではの」付加価値を加えた野菜加工品として輸出できる可能性・事例はないか？

↑ 検討優先度

既に輸出取組が進んでいる、「ながいも」・「かんしょ」は調査対象外とする。



※1：みょうが、しょうが、わさび、ゆず、大葉、花ほじそ、ペにたで、あかめ、むらめ等

※2：九条ネギ、水菜、賀茂ナス、しめじ、万願寺とうがらし、えだまめ（紫ずきん）、コカブ、エビモ等

国別の野菜輸出戦略（サマリ）

野菜市場概況

有望品目

輸出拡大の方向性（案）

香港

- 全体として野菜より果物が中心の市場
- 野菜は輸入に頼っており、中国産のシェアが圧倒的(約90%)
 - 米国産・豪州産が直接の競合
- 濃い味付けの中華料理の食材としての消費が多く、産地が意識されないケースも多い
 - 加熱調理が基本だが、近年サラダ等生食文化が少しずつ浸透
- 富裕層を中心に「高品質」・「安心・安全」を理由に日本産を購入する層も存在
 - 有機野菜に関するニーズも高まり

大口
ロット
輸出

- たまねぎ
- かぼちゃ
- じゃがいも
- 大根
- 白菜

小口
ロット
輸出

- つまもの類
- ミントマト
- 京野菜 等

- たまねぎ・かぼちゃ等は米国・豪州産との品質差をアップーミドル層へ訴求しつつ、大口輸出・価格低減を目指す
 - 中華料理だけでなく、日本食(カレー・味噌汁等)での食べ方も提案
 - 価格感度の下がる12月~1月が有望
- つまもの類・ミニトマト等独自性の高い品目は差別化要素の強調・多様な食べ方提案を通じて、高級小売/外食需要を開拓
 - 日本食、生食、中華料理等での多様な品目×多様な食べ方を提案

台湾

- 中国産の輸入が制限されている一方、野菜の現地生産が盛んで人気も高い
 - 他国産では日本産・米国産の安心・安全も広く認知されている
- 香港同様、中華料理の具材としての利用が多く、野菜の素材への関心は一般には低い
- 残留農薬の問題で通関のハードルが高く、農薬等の安全性を気にする消費者も多い
- 日本ブランドが浸透しており、日本発のキャラクター等の人気も高い
- 新商品が好まれる市場だが、ブームのサイクルも早い

大口
ロット
輸出

- たまねぎ
- 大根
- 白菜
- きのこと類(舞茸等)

小口
ロット
輸出

- つまもの類
- 京野菜 等

- 現地生産されていない品目・時期を狙って、米国産との品質差をアップーミドル層へ訴求し、大口輸出・価格低減を目指す
 - 日本食(カレー・味噌汁等)での食べ方提案・キャラクターでのPRも有効
- つまもの類・京野菜等独自性の高い品目は差別化要素の強調・多様な食べ方提案を通じて、高級小売/外食需要を開拓
 - 日本食、生食、中華料理等での多様な品目×多様な食べ方を提案

主要産地

日本産の強み

たまねぎ



- 北海道
- 兵庫県
(淡路島)

- 北海道を中心に生産量が多く、既に現時点で大ロット低価格輸出が可能
- 均一サイズの大玉たまねぎであり、土の付着が少なく、薄皮の色が透き通っていて美しい
- 新たまねぎは味の差別化が可能な上、台湾では10-3月に現地生産がない
- 甘く、柔らかいため、一般家庭での生食等に向く

かぼちゃ



- 北海道
- 宮崎県

- サイズが大きいため、見栄えが良く、中国産と比較して味(甘み)が良い
 - 果物として取り扱われることもあるほど甘みが強いため、簡単な試食メニューの提供で、日本産の良さを消費者に伝えることが可能(焼き芋のかぼちゃ版など)

大根



- 北海道
- 千葉県
- 青森県

- ひび割れが少なく、水分が保たれている
- 他国産のものはサイズがまばらである一方、日本産はサイズが均一
 - 太くて、水分量が多いため重量がある
- 個々の商品がラップに覆われており、高品質が訴求可能

白菜



- 長野県

- 他国産より鮮度が高くシャキシャキする触感を楽しめる
- 水分量が多く、みずみずしさを感じられる
 - その分見た目の変化が分かりやすいというデメリットもあり、ゴマが出ていない少し硬めの韓国産・中国産に流れてしまう消費者もいる

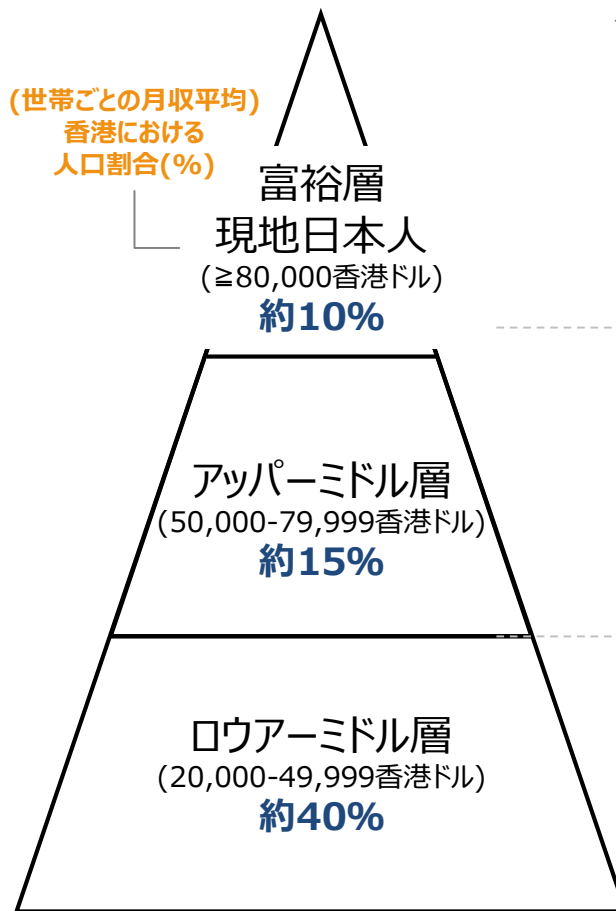
じゃがいも



- 北海道
- 長崎県

- 男爵・メークイーン等の品種が豊富
 - 多品種を供給できるため、味比べの実施など試食メニュー提案の幅が広がる

富裕層(人口の10%)・アッパーミドル層(15%)を中心に日本産野菜を消費。ロウアーミドル層にとっては、日本産野菜は気軽に手に取ることができる商品ではない。



野菜消費の特徴

- 手に入りにくい商品やオーガニック商品が取り揃えてある店舗を好む
- 金額が高くても高品質な野菜を求めており、鮮度を保つ空輸がポイント
- 葉物野菜やミニトマトなど、足が速く、高価格な日本産野菜も消費

- 品質とコストが見合うかどうか決め手
- 品質・味が差別化されている品目であれば、他国産との金額差が1.5倍程度だとしても「安全や品質を保証する代金」として手に取る
- かぼちゃ・根菜類を中心に日本産消費

- 中国産・韓国産・台湾産など価格が安い野菜を中心に消費
- 日本産野菜は高価格であるため、特別な存在であり、減多に購入しない
- 日本産たまねぎ・じゃがいもが大衆小売で販売されているが、棚面積はわずか

左記セグメントを対象とする主な小売店

現地系大手小売

日系小売

その他

A. S. Watson

- Great
- Gourmet
- Daily Farm
- Three Sixty
- Oliver's

- SOGO
- City Super

- Dah Chong Food Mart

A. S. Watson

- Fusion
- Taste
- International
- Daily Farm
- Marketplace

- AEON
- YATA
- UNY

- Wet Market

A. S. Watson

- PARKnSHOP
- Daily Farm
- Wellcome

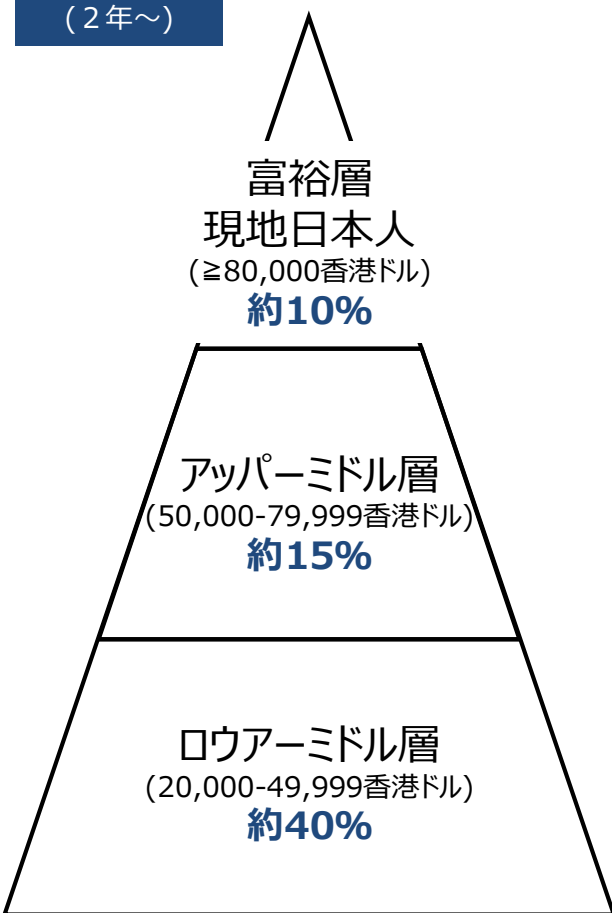
• -

- Wet Market

大ロット輸出モデルは他国産との価格差が小さく、品質で差別化可能な品目を中心に、小ロット輸出モデルは日本独自の高付加価値野菜を中心に輸出拡大を検討すべき。

短中期目標
(~2年)

中長期目標
(2年~)



大ロット輸出モデル

品目	ターゲット概要
----	---------

品質が高く価格差が小さい品目

- かぼちゃ
- たまねぎ
- じゃがいも
- 大根

• 他国産と比べて品質が良く、価格差も約1.5倍に収まっている品目

• 販売店舗数・販売量/店を拡大する

- 国内生産量を拡大して他国産との価格差をさらに縮める
- イベント時などに、ロウアーミドル層にも手にとってもらえる品目に育てる

小ロット高付加価値輸出モデル

品目	ターゲット概要
----	---------

**日本ならではの
高付加価値品目**

- ミニトマト
- つまもの類
- 葉物類 等

• 価格ではなく品質の高さを重視する富裕層を狙う

• 日本ならではの高付加価値品目を中心に輸出品目を増やす

- 特にこだわりを持つ層がターゲット
- 中華料理メニューに取り入れやすい品目×食べ方を紹介し、販売店舗数を増やす

• ミニトマト

• 葉物類 等

	大ロット輸出モデル	小ロット高付加価値輸出モデル
輸出対象品目の拡大	(大ロット輸出可能性のある品目は限定)	<ul style="list-style-type: none"> 日本食や中華料理へ使用可能な多様な日本産野菜の輸出可能性を探り、“多品目小ロット輸出”を目指す
生産・輸送体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> 地域商社等による産地の取り纏めを通じて、生産拡大・安定供給を目指す パッケージ・輸送方法の検討によるロス率の低下・コスト低減を図る 国内向け生産・流通を基本としつつ、必要に応じて皮が固い品種等の輸出向け生産の検討 	<ul style="list-style-type: none"> 独自性・ブランドを維持できる生産～輸送の一气通貫での体制を確立 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 高級ミニトマトがリパック時に傷が付いてしまったケースがある
販売チャネル拡大	<ul style="list-style-type: none"> 現地系小売(アッパー～一般業態)での取扱店舗の拡大を図る 中～高価格帯のチェーン店(日系・日本食)での使用に向けた働きかけ 	<ul style="list-style-type: none"> 高級小売/日本食店だけでなく、現地系小売(アッパー業態)での取扱店舗の拡大を図る 結婚式等のイベント需要の可能性を検討
販売量の拡大・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> 中華料理でなく、中間層に手の届く日本食(カレー・味噌汁)のメニューとセットでの食べ方提案 「見た目・サイズ」・「味」・「安心・安全」・「競合品と大差ない価格(1.5倍程度)」を訴求 	<ul style="list-style-type: none"> “本物の日本食”・“一段上の中華料理”での日本産野菜利用をPR <ul style="list-style-type: none"> ➢ インバウンドを期に日本食を再現したいと考える消費者層を狙う 「独自性」・「味」等を訴求

野菜単体ではなく、日本食/中華料理のメニューと組合わせて、それぞれの料理を“ワンランク上げる”ことが可能な点を訴求することが有望。

訴求コンセプト

メニューとセットでのプロモーション（案）

日本食

日本産野菜を使用した
“本物の日本食”

- 味噌汁 × かぼちゃ
- カレー × じゃがいも・にんじん・たまねぎ
- きのこと類 × すきやき・天ぷら
- 水産物(刺身等) × つまもの類
- 寿司/和牛 × わさび
- ラーメン × ネギ



→ かぼちゃの味噌汁
→ 過去日系事業者が試食イベントを実施し、好評



→ ロウワーミドル層向け小売でカレーが販売・人気



→ 香港では「出前一丁」の人気の高い

中華料理

日本産野菜を使用した
“ワンランク上の中華料理”

- 中華料理(“炒める”・“茹でる”・“スープ・火鍋”)
× ほうれん草、水菜、小松菜、ブロッコリー、長ネギなど
 - 日本産野菜を使うことで「ワンランク上の中華料理」になる等のアピール方法が可能
 - 中華料理として使いやすい野菜品目を、メニューとともに販売し、新たな野菜品目の取扱を拡大する

日本産野菜

現地産/他国産野菜

かぼちゃ



- 87円/100g
- 北海道産等
- 緑色で大玉のものを1/2または1/4にカットして販売
- 甘みの強さから、日本人駐在員のみならずローカルにも人気



- 63円/100g
- 豪州産
- 縦長のものや丸いものなど種類が多く、皮が白いものもある
- 甘味が少なく、スープ等に用いられることが多い

たまねぎ



- 210円/lb
- 北海道産等
- 均一サイズの大玉たまねぎがパックされており、品質の高さが伺える
- 日本産の新たまねぎは味の差別化が可能



- 110円/lb
- ニュージーランド産・中国産・韓国産等
- 大きさがまばらなものや、皮が向かっているものなど多様だが、見た目は日本産と大差なし

じゃがいも



- 300円/袋
- 北海道産等
- 泥付きのまま袋に入れられており、洗浄されているものよりかえて新鮮さを感じられる
- 男爵やメイクイーンなど多品種が陳列



- 560円/袋
- 豪州産
- 泥をきれいに取ったじゃがいもが大量に袋詰めされており、業務加工用に向いている

キャベツ



- 420円/個
- ひと玉丸ごと、もしくは1/2にカットした状態で販売。葉が緑色でつややか。みずみずしい様子が伝わる



- 335円/個
- 中国産
- 表面が白く、葉が固い印象を受ける形がいくつかある
- ラップにくるまず、そのまま棚に並べて販売することも

日本産野菜

現地産/他国産野菜

大根



- 182円/ HALFカット
- 一つずつラップにくるまれて冷蔵販売
- ひびわれておらず、カット断面を見ても水分が保たれていることが分かる
- 火鍋の具材として使用



- 100円/個
- 中国産・韓国産
- 大きさがまばらで、ひび割れているものも販売されている。パックはされておらず、みずみずしさが失われている

白菜



- 210円/個
- 1/4カットで販売されていることが多い。葉が詰まっていて、他国産のものより葉先まで水分が保たれている。スープや火鍋の具材となる



- 224円/個
- 韓国産・中国産
- 小さめサイズのものや、キムチ用と思われるスイカほどの大きさの白菜などが販売。葉先がしなびていて水分が失われている

トマト



- 690円/個
- 他国産より糖度が高く、カラフルなトマトが1パックに詰められている。サラダに入れて食べられることが多い
- 供給が不安定な点がネックとなっている



- 532円/個
- オランダ産・イスラエル産
- 房付きのものやクリスピーな触感のものなど、各国ごとに付加価値をつけて販売

きのこ



- 210円/パック
- 福岡県産
- 冷蔵と常温で販売
- 様々な野菜と共に、中華風の味付けのスープに入れることが多い



- 200円/個
- 台湾産
- ホクトの台湾工場生産されており、安定的な大量生産が進んでいる。スープや火鍋の材料にある

日本産野菜

現地産/他国産野菜

かぼちゃ



- 550円/個
- 北海道産等
- 横長で緑色で小玉のものが中心。主に日系駐在員が日本食を作る際に使用



- 100円/個
- 台湾産
- 日本産に比べ品種が多く、主に縦長のものが主流。甘味が少なく、薄味の煮浸しやスープ等に使用される

なす

《参考》現地産日本種なす



- 《参考》
- 150円/個
 - 台湾産（日本種）
 - 丸くて色が濃い。果肉は固めでハリがある。漬物等の食感を重視する料理に適する



- 110円/個
- 台湾産
- 細長く、ツヤがなく、色が薄い。果肉は柔らかく、ブヨブヨとしている。主に炒め物・揚げ物等に使用される

たまねぎ



- 150円/個
- 北海道・兵庫県産
- 土の付着が少なく、薄皮の色が透き通っていてきれい。甘くて、柔らかく一般家庭での生食等に向く



- 85円/個
- アメリカ産
- 薄皮にシミがあり、色が黒く全体的に汚れている。辛くて、硬めでチェーン店等での大量加工用に向く

じゃがいも

(台湾小売にて取扱確認できず)



- 50円/個
- 米国産
- 皮が色黒で表面がザラザラしている

日本産野菜

現地産/他国産野菜

トマト

(台湾へは輸出不可)



- 45円/個
- 台湾産
- 炒めもの等の現地料理に使用するため酸味の強いトマトが好まれる

ごぼう

(台湾小売にて取扱確認できず)



- 70円/本
- 台湾産
- 日本のものより2倍ほど太くて長い。味は甘く、鍋等に使用される。

にんじん



- 220円/本
- 日本産
- 太くて大きいものが中心で、カレーや鍋等に大きめに切って使用する



- 80円/個
- 台湾産
- 日本産より若干細い人参が中心。台湾産であってもパッケージに平仮名で「にんじん」と表記

乾燥しいたけ



- 2,000円/60g
- 北海道産 (原木栽培・高級品)
- 傘が大きく肉厚



- 1,000円/パック
- 台湾産
- 傘が小さいものが中心。鍋や炒め物等に使用される

日本産野菜

大根



- 330円/本
- 北海道産
- 一部店舗では、形がいびつで、乾燥していて筋が目立つものが販売されていた

長ねぎ



- 400円/本
- 日本産
- 現地産に比べ白い部分が長い。細切りにして薬味にするなどして使用される

《参考》
かんしょ



- 1,100円/kg
- 日本産
- 皮に傷がなく、紫色が強い。パッションフルーツと蒸したかんしょを混ぜて食すことがある

《参考》
ながいも



- 925円/本
- 日本産
- 太くて大きめの形のよいものが主に流通。火鍋の具材として使用

現地産/他国産野菜



- 260円/本
- 台湾産
- 形がいびつで太い大根が中心。スープ・鍋の具材として使用される



- 150円/本
- 台湾産
- 緑色の葉の部分が多い。炒め物や鍋、薬味として使用される



- 600円/kg
- 台湾産
- 収穫・流通過程において、皮に傷がついたものが販売されている。大きさは小さめのものが好まれる



- 270円/本
- 台湾産
- 細くて小さめのものが主に流通。日本産のものに比べ若干色が暗い

1. エグゼクティブサマリ
2. 香港市場調査結果
3. 台湾市場調査結果
4. 加工品輸出事例
5. 《参考資料》
 - ① 香港店舗別調査結果
 - ② 主要品目の輸出状況
 - ③ 主要国別野菜輸入状況

食糧の大半を輸入で賄っており、その大半が中国産。日本産シェアは大きくないが、多様な品目が輸出。有機野菜や植物工場での野菜栽培の開始が新たなトレンド。

香港の 野菜輸入状況

- 香港国内で使用する食糧の大半を輸入で賄っており、野菜に関してはその大半が中国産
 - 1位：中国(90%)、2位：米国、3位：オーストラリア、4位：日本

香港における 日本産野菜の 流通状況

- 日本からの生鮮野菜(ながいも・かんしょを除く)の輸出先国の第3位
 - 1位台湾、2位韓国 (出所：貿易統計)
 - 《参考》Global Trade Atlasによる各国輸入統計データによると、日本からの輸入金額は、1位香港、2位台湾、3位シンガポール※1
- 日本からの香港向け生鮮野菜輸出は、多様な品目の取り扱いがある
 - 台湾向け：13種類、韓国向け：1種類、香港向け：17種類 (2016年)
- 香港市場において、日本産のシェアはまだ小さく、伸びしろがある
 - 香港の野菜輸入に関しては、「キャベツ等(芽キャベツ除く)」の輸入に占める割合が大きいが、日本産は0.2%程度に留まる
- 植物検疫、残留農薬検査条件をほとんど設けておらず、日本からの輸出障壁は少ない市場

香港野菜市場 における 新たな傾向

- 新たな傾向として、有機野菜の取扱や植物工場での野菜栽培の開始が挙げられる
 - 富裕層を中心に、健康によい有機野菜のニーズが広まっている
 - 安心/安全に関する共通の定義がない点がネック。日本のJAS規格が香港では通用しない
 - 香港や中国沿岸部に植物工場が建設されており、有機野菜の販売も開始されている

出所：現地ヒアリング結果、公知情報

※1: 日本からの輸出時と各国での輸入時の金額計算や時期に大幅なずれがある可能性が高いため、参考データによって結果が異なる

中華料理の味付けで調理されることがほとんど。日本産野菜は、現地の人々は主に中華料理の具材として、日本人は主に日本料理の具材として消費。

香港における一般的な野菜消費シーン

- 現地の人々が家庭で野菜を消費する際は、**中華料理の味付けで、“炒める”・“茹でる”・“蒸す”・“火鍋・スープ”**の材料にすることがほとんど
- 外食も中華料理の具材としての使用が多く、味付けが濃いため、**野菜の素材の違いを気にする人が少なく、野菜の産地についても気にする人は全体的に少ない**
 - 「京野菜」など産地をアピールして販売することが難しい市場
- **生野菜を食べることは少なく、最近になってやっと浸透し始めている**
- 品目別の主な消費方法
 - きのこと：火鍋(主流)、オイスターソースで炒める
 - かぼちゃ：天ぷら、甘いスープ(かぼちゃをスライスして砂糖とともに煮込む)
 - 大根：肉とともに、こしょう、塩で炒める
 - キャベツ、白菜：肉とともに炒める
 - ミントマト：サラダ
 - かんしょ：オーブンで焼く、茹でる



現地人
40代女性

• (日本産しめじを手に取り) 冷蔵庫の余り物の野菜と共に、中華味のスープの具材として使用する

日本産野菜の消費シーン

- **日本産野菜の消費方法は消費者によって異なる**
 - 現地人：中華料理(スープや火鍋)の具材
 - 日本人：日本料理の具材
- 日本産野菜だからといって特別な食べ方はしない
 - 日本産を選ぶ理由は、品質の高さ、安全性等
- 生野菜文化が浸透中だが、**日本産がサラダの具材と考えられることは少ない**
 - **ただし、ミントマトを生で食べる消費者(リピーター)は増加傾向**



日本人
30代女性

• (現地系アッパーミドル層スーパーにおいて) かぼちゃやほうれん草は、やはり日本産の方が味が良いためスーパーで購入する。日本食の具材として使用する

家庭における野菜の消費量は多く、調理方法は“炒める”・“茹でる”が基本だが、スープにして食べるのも人気。味付は、オイスターソースやにんにく等中華料理の味付が主流。

“炒める”



- トマトとたまごの炒め物
 - トマト、ねぎ、にんにく

“茹でる”



- 茹でブロッコリー
オイスターソース添え
 - ブロッコリー

“スープ”



- トマトとじゃがいものスープ
 - トマト、じゃがいも



- イカといんげんの
カシューナッツ炒め
 - セロリ、きぬさや、唐辛子、にんにく、生姜



- 茹で芥蘭
 - 芥蘭



- トマトとじゃがいもの
スープ 牛肉入り
 - トマト、じゃがいも



- 豆豉鯪魚の油麦菜炒め
 - 油麦菜、にんにく



- 茹で芥蘭オイスターソースあえ
 - 芥蘭



- 具たくさんスープ
 - 青大根、とうもろこし、にんじん

外食においても野菜を使用するメニューが豊富。中華料理風の味付けで調理されることが多いが、フュージョン料理を提供する店では、多国籍な味付けで提供されることもある。



→ 海老ワンタン麺 \$30
→ 香港の料理として有名なワンタン麺の中に、小さく刻んだ葱や、チンゲン菜のような葉物野菜が2枚ほど添えられている



→ 火鍋
→ 大量の唐辛子と山椒と共に煮込んだ鍋。好きな具材を追加で注文可能

【火鍋追加 野菜メニュー】

- | | | |
|----------------|---------------|-----------------|
| • えのき \$18 | • 豆腐 \$18 | • 豆苗 \$18 |
| • 乾燥じゃがいも \$18 | • 冬瓜 \$18 | • 白菜 \$18 |
| • かんしょ \$18 | • カリフラワー \$18 | • 季節の野菜盛合せ \$28 |
| • レンコン \$18 | • にんじん \$18 | |



→ シーザーサラダ
→ タイのフュージョン料理店では、香港産の野菜を使用したサラダを提供。シャキシャキした野菜が使われており、新鮮さを感じる

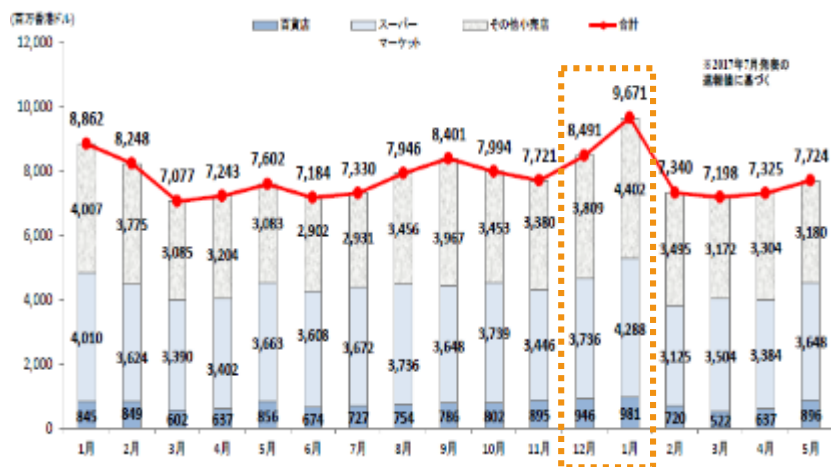


→ 魚米(現地外食店)
→ ベジタブルライス(写真左上)と呼ばれる、ごはんと高菜のような野菜を細かく刻んだものの混ぜ込みご飯

「①消費者の価格感度が下がる時期の見極め」・「②メニューとセットでのプロモーション」が有効であり、12月～1月にメニュー提案を通じた販促活動を行うことが有望。

①消費者の価格感度が下がる時期の見極め

月別食品売上高（香港）



- 12月(クリスマス)～1月(正月)には、消費者の価格感度が下がり、**外食・小売における食品消費が増加**する傾向
 - 中秋節(10月)や旧正月(2月)は、果物を中心としたギフト需要は伸びるが、家族で過ごすことが多いため、外食を中心に消費は下がる
- 結婚式などの特別なイベント時**には、価格感度が下がり、高価格なものに手を伸ばす消費者が増える傾向

出所：現地ヒアリング結果、ジェトロ資料

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

②メニューとセットでのプロモーション

中華料理

- 日本産野菜を使うことで「**ワンランク上の中華料理**」になる等のアピール方法が可能
- 中華料理として使いやすい野菜品目を、メニューとともに販売し、**新たな野菜品目の取扱を拡大**する
 - ほうれん草、水菜、小松菜、ブロッコリー、長ネギなど

日本料理

- 日本産野菜を使用した日本食メニュー(「**本物の日本食**」)を提案して、**小売店における取扱量を拡大**する
 - じゃがいも・にんじん・たまねぎ→カレー
 - きのこと類→すきやき、天ぷら
 - かぼちゃ→味噌汁



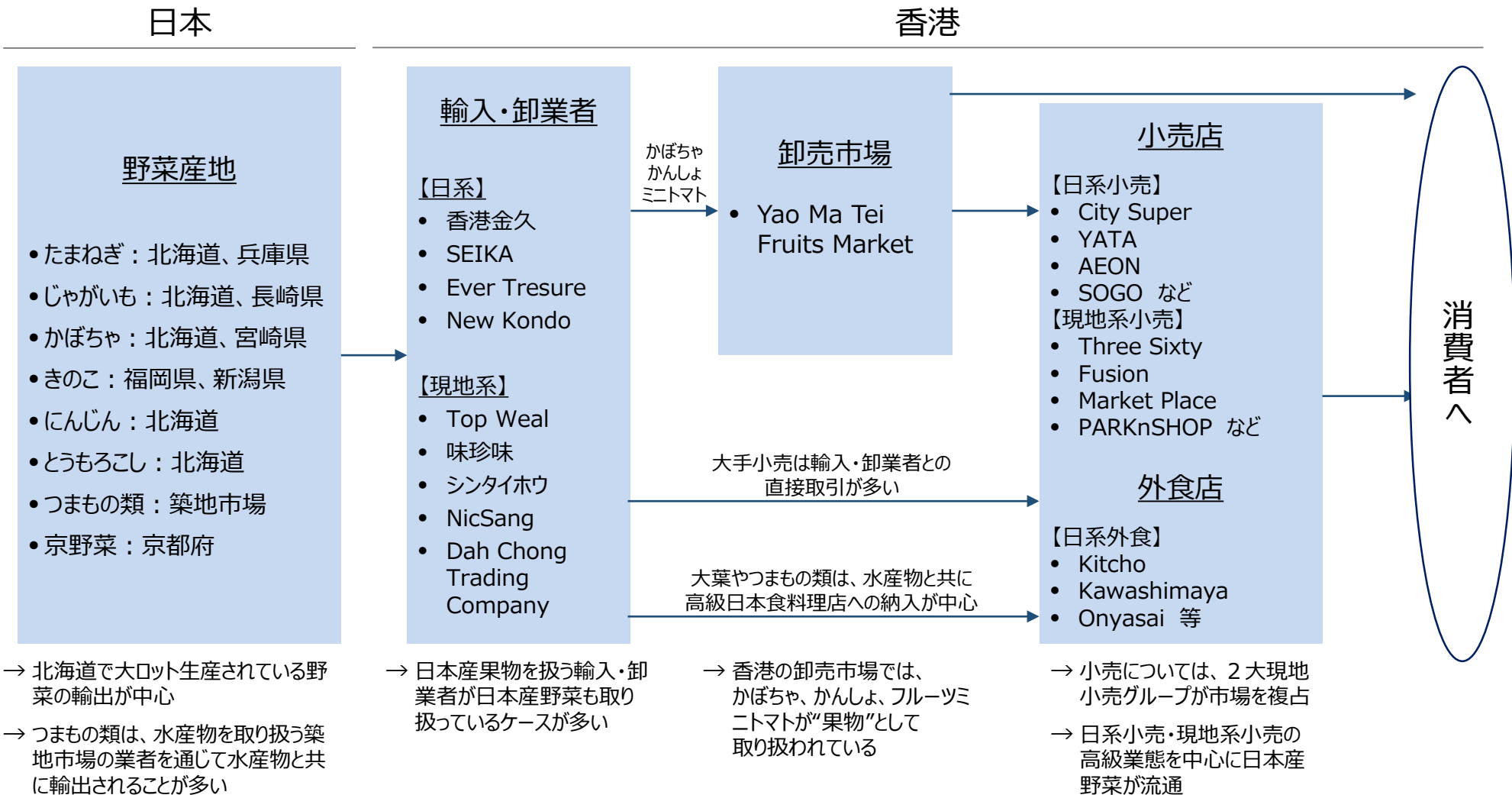
→ かぼちゃの味噌汁

→ 過去日系事業者が試食イベントを実施し、好評



→ ローワーミドル層向け小売でカレールーが販売・人気

北海道産を中心に多様な野菜が輸出されており、日系小売・現地系小売(高級業態)を中心に流通している。外食店での流通は一部の高級日本食店に限定。



アッパーミドル～富裕層を対象にした小売店で幅広い日本産野菜の取扱があるが、外食では高級店日本食料理店や一部の日系チェーンでの取扱に留まる。

	主な調査対象店舗	日本野菜の取扱状況
日系小売	<ul style="list-style-type: none"> 日系小売A 日系小売B 日系小売C 日系小売D 	<ul style="list-style-type: none"> 日系の全店舗で日本産野菜を販売。果物と共に店頭でのアピール商品となっている 富裕層向けの小売店では空輸による鮮度の高さをアピールポイントとして葉物野菜など多種多様な商品を取り扱う アッパーミドル層向けの小売店では、比較的日持ちのするかぼちゃやたまねぎ等の商品が中心
現地系小売	<ul style="list-style-type: none"> 現地系小売A 現地系小売B 現地系小売C 現地系小売D 	<ul style="list-style-type: none"> 富裕層～アッパーミドル層向けの小売店では、日持ちのする品目を中心に日本産の取り扱いがある ロウワーミドル層向けの小売店では、日本産野菜の販売は限定的 <ul style="list-style-type: none"> 一部店舗では、少ない棚面積で日本産たまねぎ・じゃがいもの販売が確認されており、販売可能性の実証段階にいるものと推測
日系外食	<ul style="list-style-type: none"> 日系外食A 日系外食B 日系外食C 日系外食D 	<ul style="list-style-type: none"> 高級日本食料理店では、根菜類からつまもの類まで、使用する野菜のほぼ100%を日本から仕入れており、季節毎の旬の日本産野菜を取り扱うことが価値 プレミアム感のある日本食チェーン店では、品質と価格のバランスを重視する。サラダなど生で食べる野菜については、品質・味のよい日本産を仕入れている 一般的な日本食チェーン店においては、コスト面から日本産野菜は滅多に使用しない
現地系外食	<ul style="list-style-type: none"> 現地系外食A 現地系外食B 	<ul style="list-style-type: none"> 高級中華料理店であっても、日本産野菜を使用することは稀 長年使用している中国産や香港産野菜を使用することで中華本来の味が出せると考えているシェフも存在 現地チェーン店においては、調理・加工する段階で野菜に火を通し、濃い味付けをすることが多いため、野菜自体の味よりも、価格や大量安定調達を重視する

香港の小売市場は、Daily Farm GroupとA.S.Watson Co.Ltd. の2社のグループ店舗による寡占状態であり、売上高の約80%程度を占めると推定。その他、中～高所得層向けの日系小売や百貨店、生鮮市場が追随している。

地場系大手小売



Daily Farm Group

- Three Sixty (1店舗)
- Oliver's the Delicatessen Central (1店舗)
- MarketPlace by Jasons(40店舗)
- Wellcome (280店舗)
- その他、7-eleven等



A.S.Watson Co.Ltd.

- great (1店舗)
- Gourmet (2店舗)
- Taste (14店舗)
- International (14店舗)
- fusion (51店舗)
- PARKnSHOP (209店舗)

日系小売・日系百貨店

- SOGO Hong Kong (2店舗)
- CitySuper (4店舗)
- AEON (18店舗)
- APITA/UNY/PIAGO (3店舗)
- YATA (10店舗)



その他

- Dah Chong Food Mart (54店舗)
- 街市 (公設市場)
(76箇所、2016年6月現在)

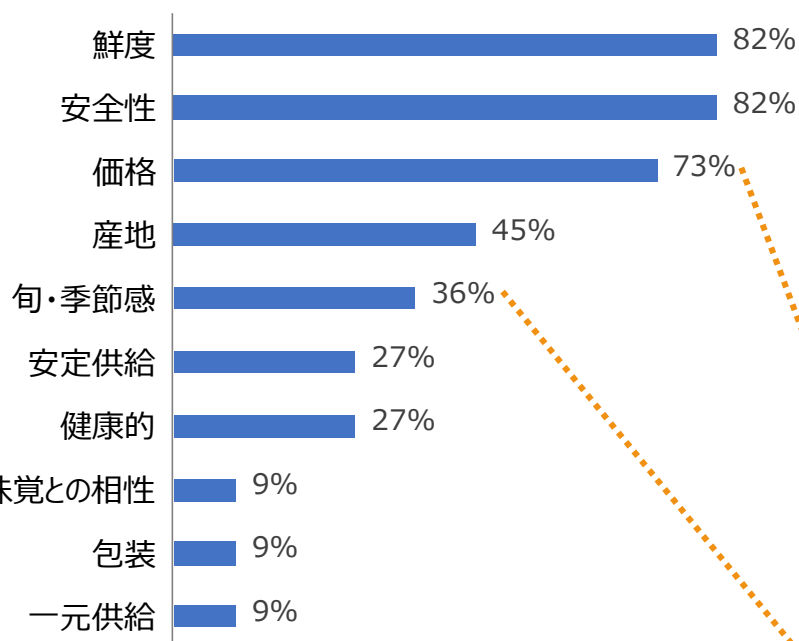
※店舗数は2017年12月時点での当社調べ

出所：JETRO「香港食品市場の現状とそのヒント」、各企業HP、各種ヒアリング

野菜調達時に重視する要素としては「鮮度」・「安全性」・「価格」が挙げられる。食材にこだわりを持つ小売・外食は多少高くても日本産野菜を取り扱うが、価格優先の外食店等については、信頼のおけるサプライヤーから中国産・香港産野菜を調達する傾向がある。

事業者コメント

調達時に重視する要素



(回答が得られた11社)

- 加熱調理する品目については中国産等の他国産品を使用しているが、**生で食べるサラダ用の野菜は鮮度が重要なため、品質の高い日本産を使用している**(日系高級外食)
- 各店舗が、各自で中国のサプライヤーに直接発注。翌日には店舗に届く仕組みとなっており、**鮮度が高い野菜が多い**(現地系中級外食)
- 日本産の原産地（県）には特にこだわりはないが、**放射能汚染の可能性のある5県については、野菜の取扱いはしていない**(現地系高級外食)
- 日本産は**健康・安全・鮮度が優れているため、取り扱っている**(現地系小売)
- **価格の高さは大きな検討事項ではある**(日系高級外食)
- 日本野菜取り扱いの課題は、**とにかく価格の高さ**である(日系高級外食)
- **日本の野菜は季節性の高いものが多い**。例えば、カボチャは1年のうち4か月しか提供されない。キャベツやセロリにも同様の傾向がある(現地系小売)
- **旬の野菜をベストな産地から輸入している**(日系小売)
- **季節によって一番品質のよい産地の野菜品目をサプライヤーから聞いて、取り扱う野菜を決める**(日系高級外食)

小売店を中心にヒアリング・現地視察を実施。小売店では幅広く日本産野菜の取扱があるものの、外食店での日本産野菜の取扱は限定的となっている。

		小売店	外食店・その他			
小売	日系	<ul style="list-style-type: none"> • 日系小売A (富裕層向け) • 日系小売E (富裕層向け)※ • 日系小売C (アッパーミドル層向け)※ • 日系小売B (アッパーミドル層向け) • 日系小売D (アッパーミドル層向け)※ 	日系外食・中食	<ul style="list-style-type: none"> 高級店 <ul style="list-style-type: none"> • 日系外食A • 日系外食B 中級店・チェーン店 <ul style="list-style-type: none"> • 日系外食D • 日系外食E • 日系外食F • 日系外食G 	<ul style="list-style-type: none"> • 日系外食C • 日系外食H※ • 日系外食I※ • 日系外食J※ 	
	現地系※	<ul style="list-style-type: none"> • 現地系小売E (富裕層向け) • 現地系小売F (富裕層向け) • 現地系小売A (富裕層向け) • 現地系小売G (富裕層向け) • 現地系小売B (アッパーミドル層向け) • 現地系小売H (アッパーミドル層向け) • 現地系小売I (アッパーミドル層向け) 	<ul style="list-style-type: none"> • 現地系小売J(アッパーミドル層向け) • 現地系小売C (中間層向け) • 現地系小売D (中間層向け) • 現地系小売K • 現地系小売L 	現地系外食	<ul style="list-style-type: none"> 高級店 <ul style="list-style-type: none"> • 現地系外食 C 中級店・チェーン店 <ul style="list-style-type: none"> • 現地系外食 A • 現地系外食 B 	
	その他	<ul style="list-style-type: none"> • その他小売A※ • ウェットマーケット(街市)※ 		その他	<ul style="list-style-type: none"> 輸入卸業者 <ul style="list-style-type: none"> • 日系卸売A • 日系卸売B • 日系卸売C • 現地系卸売A その他 <ul style="list-style-type: none"> • JETRO香港 • 日系事業者A • 日系事業者B 	

店舗別調査結果は「参考資料：香港店舗別調査結果」を参照。

1. エグゼクティブサマリ
2. 香港市場調査結果
3. 台湾市場調査結果
4. 加工品輸出事例
5. 《参考資料》
 - ① 香港店舗別調査結果
 - ② 主要品目の輸出状況
 - ③ 主要国別野菜輸入状況

野菜の流通概況

市場 基礎情報 (野菜の流通概況・ 嗜好性等)

- 現地産野菜（葉物野菜・きのこ・トマト等）を中心に市場・スーパーに流通
- 輸入野菜は日本産・アメリカ産が中心で、小売向けには根菜類（たまねぎ・人参・大根・長芋・かんしょ）や、かぼちゃ等が販売されており、外食向けにはシソや長ネギ等のつまものが少量ではあるが販売されている
 - 日本産・アメリカ産は「安心・安全」というイメージが同様に確立しており、台湾産と同様に好んで消費される
 - ✓ 価格が高いものの、安全性が高い野菜として、健康志向の強い富裕層・アッパーミドルでの消費の割合が高い
 - 中国産は安全性に不安を感じる点から、韓国産に関しては反韓感情から購入を敬遠する傾向がある
 - 日本産の輸入は台湾で生産されていない野菜（長芋・しそ・白ネギ）または収穫できない時期の穴埋め品（たまねぎ等）が中心
- 台湾の農業政策として、一次生産者保護が中心で植物検疫を通じて安価な中国産野菜の流入を禁止し、農産物の過当な価格競争を防いでいる
- ニッチ商品としては、「素食（ベジタリアンフード）」（冷凍野菜等）やオーガニック食品（葉物野菜等）が販売されており、大手スーパー等では専用の売場が設置されている
- 野菜の包装材の多くに「HACCP認証」のマークが記載されており、安全性を保証する認証として普及している
- 台湾の輸入検疫条件が厳しく、輸入を断られるケースもあるため、事業者としては一定のリスクを抱えることになる

日本産野菜 の需要・消費 動向

- 富裕層・アッパーミドル層・日本人駐在員を中心に、高級百貨店/スーパーで日本産野菜を購入し、スープや鍋（火鍋）にして消費するケースが一般的
 - 白菜、たまねぎ、キャベツ、ながいもなど、スープや鍋の具材として消費する傾向のある野菜ニーズが高い
 - 鍋等で味をつけて食するため、野菜自体の味の違いに関する関心は低い傾向にあるが、農薬等の安全性に関する関心度は高く、小売店でも「安心・安全」の表記が多数見られる
 - 新商品を好み、テレビ等で紹介されると、好奇心から購入し、まずは鍋に入れて食してみるといった消費行動をとる消費者が一定数存在（ホクトのきのこがテレビで紹介された際に、需要が一時的に高まった）
 - 輸入たまねぎ市場に関して、3～4年前までアメリカ産たまねぎがシェアを占めていたが、近年、安価で見つ目の良い日本産のたまねぎが台湾に流入し、小売を中心にシェアが逆転した
- 北海道ブランドが高品質と認知されており、産地表記を日本ではなく、敢えて「北海道」と表記している野菜も存在

野菜の流通概況

流通・販売 チャンネルの 動向

- 野菜は主に古くから存在する市場もしくはスーパーで販売されており、市場では現地産の安価な野菜が中心、スーパー等では現地産野菜に加え、日本産・アメリカ産等からの輸入野菜も存在
- 日本産は他国産に比べ見た目がよく、単価が高いことから、外資系・日系・現地系の高級スーパー・百貨店での流通が中心
 - 日本産はアメリカ産・現地産のものに比べ、選果の基準が厳しいため、汚れの付着や歪みが少なく見た目がよい。一部店舗においては、高価な日本産のりんごのみにフルーツキャップをかけて保護しているものを確認
 - 親しくなった小売店店員に日本産品の入荷があった際には連絡するようにと依頼する駐在員も一部存在
- 日本産野菜を使用する外食店は極めて限定的で、一部の高級店に留まっている
 - 百貨店（遠藤SOGO・新光三越・微風広場等）の地下等に立地するフードコート内の外食店（日系・現地系和食チェーン・現地系中華料理店・現地系寿司店）に日本産野菜の取扱状況を確認した所、日本産野菜の取扱は確認できなかった

競合状況

- 現地で流通している野菜の産地としては、台湾産、アメリカ産、韓国産、ベトナム産が多い
 - 現地産の野菜が収穫・流通している時期においては、安価で鮮度が高いため、人気が高い
 - アメリカ産の野菜（じゃがいも・たまねぎ等）は大量生産により価格が安い上、消費者にも安全性が高いと認知されているため人気
 - 韓国産のものは国民感情として反韓ムードがあるため、価格が安くとも敬遠する消費者が多い
- 中国産品の輸入は限定的で冷凍ブロッコリー等の一部の品目に限定されている
- 競合の韓国産・中国産と比べると、日本産は水分が多く柔らかい品質のため、ゴマが出やすい。見た目の変化が分かりやすいため、ゴマが出ていない少し硬めの韓国産・中国産に流れてしまう消費者も多い。

小売店においては、たまねぎ・にんじん等の日本産野菜の取扱を確認できたが、外食店においては、日本産野菜の取扱は確認できなかった。

		小売店	外食店		
小売	現地系	<ul style="list-style-type: none"> • 微風広場 (現地系スーパー/中間層～富裕層向け) • RT-Mart (現地系スーパー/中間層向け) • 全聯福利中心 (現地系スーパー/低所得～中間層向け) • 頂好 (24時間営業スーパー/一般消費者向け) • Hi-Life (現地系コンビニ) ※青果の取扱なし 	日系外食	高級店	<ul style="list-style-type: none"> • 麻布茶房 (甘味/和食)
	日系	<ul style="list-style-type: none"> • City Super (日系スーパー/中間層～富裕層向け) • 新光三越 (日系現地系合併百貨店/中間層～富裕層向け) • 全家Family mart (日系コンビニ) ※青果の取扱なし • セブンイレブン (日系コンビニ) ※青果の取扱なし 		中級店・チェーン店	<ul style="list-style-type: none"> • MOS BURGER • サイゼリヤ • らあめん花月 • 大戸屋 • 八坂丼屋 • 勝里 (カツ丼) • 牛角 • 定食 8 • モーモーパラダイス (すき焼き・しゃぶしゃぶ)
	外資系	<ul style="list-style-type: none"> • Costco (アメリカ系スーパー/中間層～富裕層向け) • カルフル (仏系スーパー/中間層～富裕層向け) • Jasons Market Place (香港系スーパー/中間層～富裕層向け) 		現地系外食・その他	高級店
				中級店・チェーン店	<ul style="list-style-type: none"> • 明德素食園 (ベジタリアンブュッフェ) • SUSHI EXPRESS (寿司) • 丸寿司 (寿司) • 名厨 (鍋料理)

小売店舗における野菜の流通概況 (1/2)

	日本産販売品目	全体的な野菜の販売状況・日本産販売状況
<p>Costco 内湖店 アメリカ系スーパー / 中間～富裕層</p>	<ul style="list-style-type: none"> 大根（産地未記載） かんしょ（熊本県産） 	<ul style="list-style-type: none"> 中間層・富裕層向け、週末のまとめ買い需要に対応した大袋や箱入りの青果を販売 葉物野菜（白菜・チンゲンサイ等）を中心に現地産の割合が高い。きのこに関しては、ホクトの現地生産品が多く販売されており、鍋用等として現地人に広く購入されている <ul style="list-style-type: none"> 人參や大根・かんしょ等の日持ちのする根菜類に関しては日本産の取扱あり セロリ・ブロッコリー・小さい人參等はアメリカ産の取扱あり パッケージの多くにISOやHACCP認証の記載あり 《参考》 現地の商社が不自然な日本語でパッケージングした日本産のみかんを販売
<p>RT-Mart 現地系スーパー / 中間層</p>	<p>《参考》</p> <ul style="list-style-type: none"> りんご（青森県産） 	<ul style="list-style-type: none"> 中間層向けのショッピングモール内に立地する現地系スーパーであり、現地産のものが中心。りんごに関しては一部日本産の取扱がある <ul style="list-style-type: none"> 他国産ではアメリカ産のものが多く、たまねぎ・じゃがいも・りんご・ザクロ等の取扱がある 青果は平積みで個包装されていないバラ売りが中心で、顧客が自分で袋に入れる、バーコードシールを貼るなどして購入する 視察当日は日本製のカレー・シチューのルーの試食販売を行っていたが、使用している野菜は現地産の人參・たまねぎ・じゃがいも
<p>微風広場 現地系スーパー / 中間～富裕層</p>	<ul style="list-style-type: none"> たまねぎ（北海道産） かんしょ（徳島県） 白ネギ（埼玉県） ながいも（北海道産） 	<ul style="list-style-type: none"> 中間層・富裕層向けの高級百貨店の地下に立地するスーパーで、当店の経営者の意向もあり多くの日本産の野菜を販売している <ul style="list-style-type: none"> 週末にはイベントブースが店内に設置され、電子調理器等を用いて温かい料理を試食提供し、日本産の新商品の認知・普及に努めている。視察時には兵庫県がイベントブースを設置して、淡路島のたまねぎ等をプロモーションしていた 日本の高級スーパーや百貨店と同様に、丁寧な個包装した野菜を商品棚に整列している <ul style="list-style-type: none"> 日本産の表記だけでなく、都道府県レベルでの産地表記を行っている
<p>Jasons Market Place 香港系スーパー / 中間～富裕層</p>	<ul style="list-style-type: none"> 大根（北海道産） たまねぎ（北海道産） 	<ul style="list-style-type: none"> 中間層・富裕層向けの各国の輸入品を扱う高級スーパーで、日本産・現地産野菜を販売しているが、日本産野菜に関しては主に日系駐在員が購入 <ul style="list-style-type: none"> 日本人の来店者が多いため、日本語が使えるスタッフを積極的に配置、日本人駐在員の中には日本産の仕入状況を問い合わせ、入荷のタイミングで来店するものもいる 健康志向の高い現地の富裕層向けに、有機野菜（じゃがいも等）の取扱あり

日本産販売品目

全体的な野菜の販売状況・日本産販売状況

City Super

日系スーパー
/中間～富裕層

- 大根 (産地未記載)
- 人参 (産地未記載)
- たまねぎ (産地未記載)
- ながいも (産地未記載)

- 台北中心部の太平洋SOGO (百貨店) の地下にある中間層・富裕層向けの高級スーパー
- 大根・長芋等の根菜類を中心に日本産野菜の取扱があるが、葉物野菜やトマトに関しては現地産のもののみ取扱を確認。その他、アメリカ産のじゃがいも等の取扱を確認
- 台湾産と日本産の間で大きな価格差があるが、同じ品目の野菜を横に並べて販売している
 - 長芋など、日本産が台湾産の3倍程度の価格になるものも一部存在

カルフル

仏系スーパー
/中間～富裕層

- 《参考》
- りんご(青森県産)
 - 梨 (長野県産)

- 郊外にある中間層・富裕層向けの仏資本の外資系スーパー。消費者は週末のまとめ買いに利用している。野菜は現地産が多いが、りんご・梨の日本産の取扱を確認
 - 菓子・調味料・コメに関しては多数の日本製品を確認。輸入品の中では日本製品の取扱が最も多く、ついでフランス製品のものが多い
 - 休日は行列ができるが、郊外に立地していることもあり平日は来客者が少ない
- 素食 (ベジタリアンフード) ・冷凍野菜コーナーで加工野菜が取り扱われているが、主に現地産のものを使用されている

頂好

現地系コンビニ
/中間～富裕層

- 《参考》
- りんご (青森県産)

- 台北市内に多数存在する大衆向けの24時間営業の現地系の生鮮品も扱うコンビニエンスストア。現地産葉物野菜や根菜・アメリカ産の柑橘等が中心で、りんごのみ日本産の取扱を確認
 - 菓子や調味料に関しては数多くの日本製品の取扱あり
 - 日本のコンビニと同様に一般のスーパーや量販店よりやや高めの価格設定
- 冷凍野菜に関して、枝豆やミックスベジタブルの取扱があったものの、いずれも台湾産・アメリカ産野菜のみ

全聯福利中心

現地系スーパー
/低所得～中間層

- 《参考》
- りんご (青森県産)

- 台北市内中心部に立地する大衆向けの低価格帯のスーパー。前身が地域生協であり、低価格での販売を強みとしている
 - 独身者や高齢者の利用者の割合が多い
- 現地産の葉物野菜・根菜の他、アメリカ産のりんご・ぶどう等が販売されている。りんごのみ日本産の取扱を確認
 - 菓子・調味料に関しては日本製商品の取扱を多数確認

主な日本産野菜

微風広場 (Breeze Super)

【概要】

- 台北の中心部に位置するショッピングモールの中にある中間層・富裕層をターゲットとしたスーパーマーケット
- 経営者の意向により、日本産野菜の取扱に積極的。週末には日本産品を紹介するイベントスペースで試食等が行われている
- 店内の陳列や商品の包装が日本の百貨店・高級スーパーと似ており、きれいに商品が展示されている
- たまねぎ等の一般的な野菜に加え、銀杏や和栗等のニッチな野菜を販売している



- 野菜の見た目の良さが訴求ポイントとなるため、日本産のものはいずれもきれいに選果・包装がなされており、傷や歪み・汚れのない野菜が多い
- 和栗や銀杏等の季節性のあるニッチ商品についても少量であるが取扱がある

主な現地産/他国産野菜



- 現地で一般的なメニューである火鍋用として、現地産野菜をセットにして販売している
- 鍋や炒め物用のきのこが人気で、ホクトの現地生産品がよく売れている
- 日本産のものに比べ、青い部分が長いネギが台湾産では一般的
- 白菜・キャベツは日本産と同様のものが現地生産されている

Jasons Market Place

【概要】

- 台北市内中心に複数ある中間層・富裕層向けの香港資本の外資系スーパー
- 日本産品・日本メーカー製品を積極的に取扱っており、日本人駐在員の利用が多いため、日本語が話せるスタッフを積極的に配置している
 - 日本産品の主な購入者は日本人駐在員

主な日本産野菜



- 大根に関しては日本産のもののみ取扱を確認



- たまねぎやかんしょ等の日持ちのする根菜類の取扱を確認



- 日本産のりんごに関しては、1個ずつフルーツキャップがかけられて、きれいに陳列されている

主な現地産/他国産野菜



- 葉物野菜やミニトマト等は現地生産品が中心である



- アメリカ産の青りんごは、平積みで、包装なしで販売されている

City Super

【概要】

- 台北の中心部に位置する百貨店の中にある中間層・富裕層をターゲットとしたスーパーマーケット
- 葉物野菜・きのこ類は現地生産品、根菜類（ながいも・たまねぎ・じゃがいも等）は日本産・アメリカ産のもの取扱が多い
- 価格が大きく異なる台湾産品と日本産/米国産品を並列して販売している
- ラップやトレイに入れて包装されているが、商品が山積みにして陳列されているものが多い

主な日本産野菜



- 日本産の大根・ながいもと現地産のきのこが同じ棚に並べられている



- 人参は日本で見かけるものと同様新鮮に見えるが、大根は乾燥気味で、筋張っている様子が伺える



- ながいも・たまねぎは日本で見かけるものと同様に傷や汚れがなく、きれいな状態で販売されている

主な現地産/他国産野菜



- 葉物野菜は台湾産のもののみ販売されている。サラダや炒め物等に使用される
- 鍋や炒め物用のきのこが人気で、他店同様にホクホクの現地生産品がよく売れている
- 少数ではあるが、現地産有機野菜が販売されている

Costco

【概要】

- 台北市郊外にある中間層・富裕層向けのアメリカ資本の外資系スーパーで、週末のまとめ買いに対応した大容量商品の販売が中心
- 青果に関しては現地生産を中心に、日本産・アメリカ産のものの取扱がある

- 輸入食品を多く扱う同点の特性上、消費者の食品に対する安全性への意識に応じて、HACCP等の認証に関する表記がされている商品が多い

主な日本産野菜



- 1,600円/kgと高価格であるため、贅沢品として時々購入する消費者が一定数存在



- 日本産の大根が販売されている。主に鍋等に利用される。同店では現地産の大根の取扱を確認できず



- 日本産のみかんが販売されているが、現地企業がパッケージを製造しているためか不自然な日本語が表記されている

主な現地産/他国産野菜



- 「にんじん」と平仮名で表示されたパッケージを採用しているが現地産の人参。安全性のアピールの一環として生産者の顔写真を掲載している



- 葉物野菜・豆類・きのこ類は現地生産品が中心で鍋・スープ用として多くの消費者が購入する



- 食品の安全性に関する関心は高く、HACCPや遺伝子組換え不使用、有機認証に関するロゴが掲載されているパッケージを多数確認

カルフル

【概要】

- 郊外にある中間層・富裕層向けのショッピングモール内に立地する仏資本の外資系スーパー
- 仏資本ではあるものの、他国産品では日本の商品の取扱のものが最も多く、日本産品・日本メーカー製品の積極的な取扱が確認できる
 - 日本産の青果の取扱は少なく、りんご・梨のみ取扱を確認
- 郊外に立地しており、近隣のショッピングモールと合わせて週末のまとめ買いでの利用が多い

主な日本産野菜



- 日本産のりんごは価格が高いが、他国産に比べ香りがよく、ワックスが使用されていないことから安心・安全であると評価が高い
 - 韓国産は香りが弱く、米国産はワックスがかかっているため、健康によくないと感じる消費者が一定数存在



- 長野県産の梨が販売されており、りんごほどではないものの売れている

主な現地産/他国産野菜



- 野菜に関しては、現地生産品の取扱が中心で海外産のもの取扱は確認できず

《参考》現地視察對象外食店舖



1. エグゼクティブサマリ
2. 香港市場調査結果
3. 台湾市場調査結果
4. 加工品輸出事例
5. 《参考資料》
 - ① 香港店舗別調査結果
 - ② 主要品目の輸出状況
 - ③ 主要国別野菜輸入状況

輸出先国

事業者名

取組概要

冷凍枝豆



- 米国、ロシア、ドバイ、香港、オーストラリア、カナダ、シンガポール、ハワイ、

- JA中札内村

- 加工処理向上を建設し、畑から収穫後3時間以内の冷凍加工により、枝豆の市場競争力を向上。「そのまま枝豆」ブランドで販売
- 組合長を先頭に10カ国以上で商談会、催事に参加
- 平成23年10月に「HACCP」の認証取得、「安全、安心、良食味」が認知され、安価な他国産との差別化が図られた

黒にんにく



- 米国、スイス、イギリス、フランス、香港、ベトナム、その他欧米・アジア各国

- 柏崎青果

- 「おいらせ黒にんにく」は熟成技術で差別化を図る
- 米国では「黒にんにく」を「AOMORO BLACK garlic」として販売、青森のブランド化に貢献
- 輸出成功のポイント
 - 商談・試食販売会や商品パンフレットの外国語版作成等 海外市場ニーズに敏感に反応
 - 生産者が自ら売り場に立つ“作り手の顔が見える”プロモーション販売が好評で、継続的な商談・取引に貢献
- 青森産黒にんにくブランドの認知度向上に向けて協議会等を立ち上げ、地域団体商標取得や黒にんにくサミットを開催
 - 今後、国際商標取得も目指す

黒ごぼう・黒ごぼう茶



- N/A

- 柏崎青果

- 青森県産ごぼうを自社独自の製造方法にて新しい機能性食品黒ごぼうを開発・商社を通じて輸出
- 機能性の研究には国立弘前大学との共同研究により、抗酸化作用食後の血糖値上昇抑制、アルコールによる肝障害の抑制などの健康機能が確認
- 海外販路拡大のため、JETROや八戸市が開催する海外見本市に積極出店、試食・レシピ紹介など自社製品の「食べ方」を現地紹介

	輸出先国	事業者名	取組概要
<p>熟成 黒にんにく</p> 	<ul style="list-style-type: none"> 台湾 	<ul style="list-style-type: none"> 天間林流通加工 	<ul style="list-style-type: none"> (一社)東京食料審査機構と連携、青森県庁の支援を得て通関書類を整備 イスラム圏向けハラール認証取得 農林水産省輸出促進ロゴマークの使用による日本品質のアピール
<p>冷凍 とろろいも</p> 	<ul style="list-style-type: none"> タイ、ベトナム、シンガポール等 	<ul style="list-style-type: none"> 仙波糖化工業 	<ul style="list-style-type: none"> 国内輸出業者、現地取引先との同行販売し販路拡大。 現地の大型展示会やテストマーケティングに積極参加し、一般市民やバイヤーに訴求 外食だけでなく、現地の加工食品メーカーにも積極的に提案 ベトナムで製造したカラメル製品や粉末飲料を提案中
<p>丹波黒大豆 加工品</p> 	<ul style="list-style-type: none"> 香港、台湾 	<ul style="list-style-type: none"> 小田垣商店 	<ul style="list-style-type: none"> 国内黒大豆の中でも最高級品種である兵庫県産「丹波黒」の海外市場開拓を目指す ジェトロ「一県一支援」プログラムを通じ、ジェトロと連携し、丹波黒マメの海外における認知度向上に向けたPRや国内外展示・商談会での海外バイヤーとの相談に積極的に取り組む。 ブランド構築に向けた表記統一「TAMBAGURO」

輸出先国

事業者名

取組概要

宮古島産 紫いもペースト



• 香港

• 沖縄製

- オンライン輸出通関制度を利用して宮古島から直接香港へ輸出
 - 現地情報に精通している人材を確保し、商社を通さず直接取引
- 宮古島市役所と連携し、宮古島産紫いものブランド化を図る
- 色見本を作成し、取引先と相互保有し、紫いもペーストの色合を確認ができる体制を構築
- 取引先担当者を宮古島に招聘し、ほ場の状況や栽培方法等についてきめ細かい説明を実施

切り干し大根

(写真なし)

• 米国、香港、EU各国

• 松本農園

- 熊本県物産振興協会農林水産物等輸出促進部会の主要メンバーとして海外展示会・商談会に積極的に出展
- ヨーロッパに切干大根を輸出。健康食品「ドライダイコン」として人気（この他香港や台湾の高級食料品スーパーに人参などを輸出）
- 生産情報公表 J A S 規格、グローバル G A P に準拠し、国際的に通用する高度な安全管理システムを導入した農産物であり、輸出拡大が期待

《参考》果物加工品の輸出事例

輸出先国

事業者名

取組概要

柑橘加工品 (ゆず酢等)



- アジア（中国・シンガポール）、EU、米国、豪州

- 有機農業
阪東食品

- かんきつ類（ユズ、スタチ、ユコウ）の生産から、加工、流通まで一貫して手掛け六次産業化を实践。
- 同社の有機栽培の果汁製品は、有機JAS認証を取得、有機JASの相互認証のある国を中心に海外展開を進め、海外事業の8割以上は欧州向け
- BtoBを中心としたビジネスを展開、欧州では高級ホテル、レストラン、パティスリーなどが取引先の主な顧客
- 欧州、特にフランスでは、生産者の顔が見えることは非常に重要であり、特に生産から流通までを一貫して行っていることは製品への強い信頼につながり、欧州でビジネスをする上では強み
- 海外ビジネスのきっかけは、2010年の香港および上海の展示会への出展
- EU向けゆずの園地登録やEU向け有機同等性証明、ハラル認証の取得の結果、他商品との差別化に成功

みかん ジュース



- 香港、シンガポール、ドイツ、ベルギー、オランダ、オーストラリア、スウェーデン

- 早和果樹園

- 総務省の地域経済循環創造事業交付金を利用し、みかん搾汁施設を建設。地元食品加工業者と連携した特殊搾汁技術加工の使用などの技術力がある
- 社員全員で試飲・試食販売を実施、多種多様な商品を次々と生み出す商品開発力がある

《参考》果物加工品の輸出事例

		輸出先国	事業者名	取組概要
りんご酢		<ul style="list-style-type: none"> 台湾 	<ul style="list-style-type: none"> カネショウ 	<ul style="list-style-type: none"> 津軽りんごを使用した独自製法による高い商品力。完熟津軽りんごの皮や芯まで丸ごと使用し低温長期発酵で、果汁のみを原料としたもの以上の風味とコクを実現 健康志向の高い地域で適切なパートナーをみつける 「機能性」の説明、「使い方の提案」等、商談時には自社製品を用いたレシピをバイヤーに提示・試食させ、バイヤーの関心を高める
あんぽ柿		<ul style="list-style-type: none"> 香港 	<ul style="list-style-type: none"> 生産者:個人(奈良県) スーパークーリングラボ 	<ul style="list-style-type: none"> 貿易会社の主力地域である香港で、市場の売れ行き調査を実施したところ好調 商品の売れ行きが好調であったことから、追加発注が決定 日本食品が浸透している香港では日本の伝統的な食品を受け入れる素地があることを確認
ぶどうジュース		<ul style="list-style-type: none"> 香港、台湾 	<ul style="list-style-type: none"> 大沢ファーム 	<ul style="list-style-type: none"> 県内有数のぶどうの産地である横手市大沢地区で、ぶどう栽培農家の担い手確保や冬場の雇用対策等のため、生食用ぶどうを用いた高級ジュースの加工を着想 横手市観光協会が香港で行った横手焼きそばフェアは失敗。代わりに水道水を飲む文化がなく食事の際には果物ジュースを飲む香港への輸出のチャンスを見越したぶどうジュースの開発を検討 商品開発では糖度23度以上の条件を設定。生食用のぶどうの糖度は17度程度のため、さらに熟してから収穫することで甘みを確保 旧学校給食センターを利用し加工場を整備してジュースを製造し、空港や百貨店等で販売するほか、香港や台湾などへ輸出を実施
ドライ柿		<ul style="list-style-type: none"> アラブ首長国連邦(ドバイ) 	<ul style="list-style-type: none"> 北御山生柿生産出荷組合 	<ul style="list-style-type: none"> 海外では珍しい果物である柿をドライ加工し、ドバイにある小売店や国際展示会にて海外バイヤーへ営業 皇族に贈答する献上柿であること、「無添加・砂糖不使用」をセールスポイントにPRを行う

出所：公知情報

冷凍野菜の品目別相手国別輸出実績（2016）

単位：kg、千円

品目	HSコード	相手国	数量	金額
冷凍ばれいしょ	'071010000'	台湾	500	243
		香港	300	219
冷凍えんどう	'071021000'	ヨルダン	3,000	1,500
冷凍ささげ又はいんげんまめ属の豆	'071022000'	タイ	2,181	893
		シンガポール	272	208
		アメリカ合衆国	260	231
その他の豆	'071029000'	香港	792	656
		シンガポール	135	340
		サウジアラビア	8,301	3,985
		アラブ首長国連邦	400	230
		オランダ	1,200	481
		スイス	2,000	900
		ロシア	4,890	2,550
ほうれん草、つるな及びやまほうれん草	'071030000'	アラブ首長国連邦	1,910	1,457
		アメリカ合衆国	320	313
スイートコーン	'071040000'	台湾	750	269
		香港	600	292
		シンガポール	336	201
		アラブ首長国連邦	10,509	6,224

冷凍野菜の品目別相手国別輸出実績（2016）

単位：kg、千円

品目	HSコード	相手国	数量	金額
その他の野菜	'071080000	中華人民共和国	7,050	445
		香港	8,567	10,718
		タイ	135	243
		シンガポール	4,434	2,413
		英国	200	477
		ポルトガル	150	366
		ロシア	504	873
		アメリカ合衆国	6,804	4,128
		オーストラリア	724	417
野菜を混合したもの	'071090000'	アメリカ合衆国	1,267	1,518
ばれいしょ 調製し又は保存に適する処理をしたその他の野菜（冷凍したものに限るものとし、食酢又は酢酸により調製し又は保存に適する処理をしたもの及び第20.06項の物品を除く。）	'200410000	大韓民国	2,759	998
		台湾	182,949	75,184
		香港	124,912	83,445
		シンガポール	7,402	2,505
		ブルネイ	660	312
		インドネシア	360	324
		フランス	624	256
		カナダ	18,530	6,682
		アメリカ合衆国	35,714	18,538

冷凍野菜の相手国別輸出額順位（2016）

単位：kg、千円

順位	相手国	数量	金額
1位	香港	315,888	189,945
2位	台湾	489,010	186,619
3位	アメリカ合衆国	282,623	127,616
4位	シンガポール	65,544	27,552
5位	英国	79,384	26,024
6位	大韓民国	43,134	23,158
7位	オーストラリア	43,330	21,690
8位	カナダ	42,660	14,220
9位	アラブ首長国連邦	12,929	8,192
10位	オランダ	8,006	7,745
11位	フランス	11,052	5,435
12位	ニュージーランド	12,262	4,699

1. エグゼクティブサマリ
2. 香港市場調査結果
3. 台湾市場調査結果
4. 加工品輸出事例
5. 《参考資料》
 - ① 香港店舗別調査結果
 - ② 主要品目の輸出状況
 - ③ 主要国別野菜輸入状況

小売店を中心にヒアリング・現地視察を実施。小売店では幅広く日本産野菜の取扱があるものの、外食店での日本産野菜の取扱は限定的となっている。

		小売店	外食店・その他			
小売	日系	<ul style="list-style-type: none"> • 日系小売A (富裕層向け) • 日系小売E (富裕層向け)※ • 日系小売C (アッパーミドル層向け)※ • 日系小売B (アッパーミドル層向け) • 日系小売D (アッパーミドル層向け)※ 	日系外食・中食	<ul style="list-style-type: none"> 高級店 <ul style="list-style-type: none"> • 日系外食A • 日系外食B 中級店・チェーン店 <ul style="list-style-type: none"> • 日系外食D • 日系外食E • 日系外食F • 日系外食G 	<ul style="list-style-type: none"> • 日系外食C • 日系外食H※ • 日系外食I※ • 日系外食J※ 	
	現地系※	<ul style="list-style-type: none"> • 現地系小売E (富裕層向け) • 現地系小売F (富裕層向け) • 現地系小売A (富裕層向け) • 現地系小売G (富裕層向け) • 現地系小売B (アッパーミドル層向け) • 現地系小売H (アッパーミドル層向け) • 現地系小売I (アッパーミドル層向け) 	<ul style="list-style-type: none"> • 現地系小売J (アッパーミドル層向け) • 現地系小売C (中間層向け) • 現地系小売D (中間層向け) • 現地系小売K • 現地系小売L 	現地系外食	<ul style="list-style-type: none"> 高級店 <ul style="list-style-type: none"> • 現地系外食 C 中級店・チェーン店 <ul style="list-style-type: none"> • 現地系外食 A • 現地系外食 B 	
	その他	<ul style="list-style-type: none"> • その他小売A※ • ウェットマーケット(街市)※ 		その他	<ul style="list-style-type: none"> 輸入卸業者 <ul style="list-style-type: none"> • 日系卸売A • 日系卸売B • 日系卸売C • 現地系卸売A その他 <ul style="list-style-type: none"> • JETRO香港 • 日系事業者A • 日系事業者B 	

※店舗視察・クイックヒアリングのみ

取扱野菜の原産国の第1位は日本であり、野菜全体の15%を占める。日本産野菜の90%は直接輸入。

日系小売A

【概要】

- 日系高級スーパー。香港に本社を置き、香港に4店舗を展開
- ターゲット顧客は、現地の富裕層、および現地日本人および外国人駐在員
- 野菜の売上は全体の5%。そのうち日本産野菜の占める割合は15%
- 取扱野菜の原産国は、1位日本、2位フランス、次いで、アメリカ、オーストラリア、イタリアと続く。中国産は少ない



→ モダンな店内には、世界各地からの青果が美しく陳列されている



→ トマト売り場には様々な国のものが並ぶ。特にチェリートマトは店の主要売れ筋商品

- 日本産チェリートマト 1パック49ドル
- オランダ産36ドル / 豪州産22ドル



→ きのこと類も充実。特にマッシュルームは店の主力商品になっている

- ポーランド産マッシュルーム12ドル/100g
- 日本産品も種類がかなり豊富で、日本語のパッケージのまま販売しているものも多い
- 日本産えのき13.5ドル / しめじ22ドル



→ フランス産紫キャベツ 92.9ドル

→ 日本産キャベツ 34.8ドル

(前頁の続き)



→ オーガニック商品の取扱も見られる

- アメリカ産オーガニックじゃがいも 26.2ドル



→ 生産者の情報を記載して、販売している野菜もある

- 香港産オーガニックヤングコーン
- 日本産水菜



→ 水産品売り場に生のわさび、おろし器、大葉を販売するクロスマーチャンドライジングを実施



→ 生のわさびとおろし器



→ 大葉 16ドル

主な取扱野菜

- キャベツ（日本産、フランス産）
- トマト（日本産、フランス産、オランダ産、豪州産）
- マッシュルーム（日本産、ポーランド産、オランダ産、NZ産）
- 人参（日本産・アメリカ産）
- レタス（日本産・アメリカ産、豪州産）
- たまねぎ（日本産、豪州産）
- じゃがいも（日本産、アメリカ産）
- かんしょ、白菜、大根、かぼちゃ、ワサビ、しそ、しょうが、ゆず、菊花、ピーマン、小松菜、里芋、ほうれん草
 - 有望品目は、かぼちゃ、たまねぎ、じゃがいも、かんしょが
 - 他国産と差別化できる日本産は、ミニトマト（主にサラダ用）、キャベツ、かぼちゃ、きのこ

調達スキーム

- 日本オフィスのスタッフが、取扱野菜のうち90%を日本国内で買い付け、香港へ直接輸送
- 週に4度仕入れており、空輸(福岡空港より)・船便ともにあるが、空輸で輸送し鮮度の高い野菜を販売している点をアピール要素としている
- 旬の野菜をベストな産地から輸入する方針
 - かんしょ：秋～冬、北海道産トウモロコシ：冬など

日本産の販売状況・主要購買層

- 主要な購買層は、店舗の顧客と同様で中高所得者層である。近年はターゲット層が富裕層だけでなく中間層にも広がってきている
- 為替の影響もあり、ここ数年日本産の取扱は増加傾向。現在は年間500トンの取扱いがある
- 以前は、日本からの輸出品は高級品のみだったが、近年、グレードがそれほど高くないものも輸出されてくるようになった
- 産地国別ではなく、品目別に野菜を陳列している

日本産の評価・イメージ

- 高級品で、味が良く、形もいと認識されている
 - ただしここ数年は、以前よりもプレミアム感は失われており、その分、消費者は日本産青果物の価格にも敏感になってきている
- 夏場の日本産野菜は、輸送時に品質が劣化することが多いため、他国からの輸入を増やしている
 - 特に白菜は、黒点ができることがあり、消費者から苦情がくる(日本産白菜は水分量が多いため)

今後の日本産取扱意向

- 現在は大手のサプライヤーが、香港でも周知の青果を提案してくるのみであり、このスキームのままでは新しい野菜品目の取引にはつながらない
 - 新しい品目の買い付けに関しては、日本オフィスのスタッフに頼りきりになっている
- 九州産の青果は香港では一般的になっている為、日本の中でも、まだ香港には馴染みのない東北エリア（秋田や新潟等）等にバイヤーを招致する機会があれば、新規取扱の可能性はある
- 日本産野菜の競合としては、米国やヨーロッパ諸国からの輸入品が挙げられる

輸出拡大への課題・提言

- 生産者が輸出に取り組める体制づくりをサポートすることで、新たな野菜品目の取引が始まる可能性がある
- 日本人スタッフを香港に送り、日本産野菜の食べ方等のデモを実施し消費者を育てることも重要
 - 近年、オンラインビジネスが台頭してきているため、実店舗で大規模なプロモーションを行っても、顧客がオンラインに流出するのではないかと懸念する小売が多い
- プロモーションイベントは有効だが、日本からのサポートが必要
- 新しい調理方法を学ぶことに興味を持つ人が多い
- 日本の野菜は、オーガニックの基準を満たしていないものが多いので、そこにはチャンスがある

葉物野菜を含む種類豊富な日本産野菜を取り扱う富裕層向け日系小売。他店舗では取扱のない野菜品目を取り扱っている点、空輸である点をアピールして販売を促進。

日系小売E

【概要】

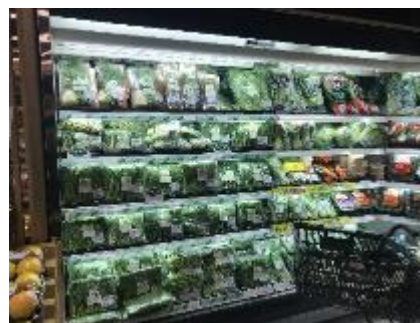
- 富裕層向けの日系百貨店
- 香港に2店舗を構えるが、生鮮食品を取り扱うのは一店舗のみ
- 地下に食料品コーナーがあり、日本産品を中心に販売
 - 野菜についても、日本産の取扱割合が高い

主な取扱野菜

- たまねぎ（日本産）
- かぼちゃ（日本産）
- にんじん（日本産、台湾産）
- キャベツ（日本産、韓国産）
- 白菜（日本産、韓国産）
- 大根（日本産）
- レタス（日本産）
- しめじ、しいたけ、エキ、エソギ（日本産）
- マッシュルーム（オランダ産）
- トマト（日本産、オランダ産、豪州産）
- ミントマト（日本産、オランダ産）
- きゅうり、豆苗、もやし、チンゲン菜、小松菜、水菜、九条ネギ、オクラ、ゴーヤ（日本産）
- 長ネギ（豪州産）
- カリフラワー（台湾産）
- ごぼう（産地不明）



- 生鮮野菜コーナーは面積が広く、陳列も美しい
- 冷蔵品として売られているものが多い



- 葉物野菜の取り扱い種類が豊富
- パッケージはしっかりしており鮮度が保たれている
- 日本産品も数多く陳列されている



- 野菜コーナーの入り口の目立つ場所で、日本産のかぼちゃが販売されている。52.8ドル
- ハーフカットではなく、1玉丸ごと販売されているため、日本産かぼちゃのニーズや1家庭での消費量が高いことが分かる

(前頁の続き)



→ 日本産の葉物野菜の取扱が豊富

➤ (左より)リーフレタス39.9ドル、チンゲン菜35ドル、小松菜38ドル、水菜40ドル、レタス47.3ドル



→ 足のはやいもやしも日本産を取り扱う

→ 1袋22ドル



→ 1パックにカラフルな日本産ミニトマトが詰められている

→ 他国産のトマトの取扱も豊富だが、カラフルなものとはなく目立っている



→ 日本産きゅうり 29.1ドル

→ 「空輸」と書かれており、鮮度をアピールしている



→ 日本産の葉物野菜とカラフルなミニトマトを詰め合わせてサラダセット

→ 1パック59.9ドル

→ 価格は高くても、珍しい商品を取り扱うことが提供価値となっている様子が見える

出所：現地視察、事業者ヒアリング

取扱野菜のうち60%が日本産。そのうち30%がかんしょ、25%がかぼちゃで占められる。40%を日本のサプライヤーから直接仕入れている。

日系小売B

【概要】

- 日系中間層向け小売チェーン。香港国内に7店舗のスーパーと、3店舗の百貨店がある
 - 百貨店内には生鮮スーパーあり
- ターゲット顧客は、アッパーミドル層の女性
- 取扱野菜のうち60%が日本産、20%が中国・香港産、20%がオーストラリア等他国産
 - オーガニック野菜は香港産を取り扱うことが多い
- 日本産野菜の取扱いのうち、30%がかんしょ、25%がかぼちゃで占める



→ 広い売り場に、様々な商品が並ぶ
大衆向けスーパー



→ 売り場の一部には有機野菜がまとめられたコーナーがある



→ くまもんPOPと日本語の表記。並んでいるのは主に九州産野菜
● 鹿児島産安納芋 29.8ドル



→ スペイン産ロメインレタスは2玉で49.8ドル

→ 欧米品は空輸で輸入するため輸送費が高く、店頭売価は日本産とほぼ同じ



→ 日本産キャベツ 11.2ドル

→ 日本産白菜 16.8ドル



→ 日本産が多く陳列されている棚には、輸出促進ロゴマークのセルフテープが使用されている

→ 中には韓国産等、他国産も含まれる

● 日本産大根 1本21.8ドル

● 北海道産とうもろこし 1本35ドル

(前頁の続き)



→ 店舗の野菜コーナーの一番目立つ場所に、日本産野菜が綺麗に陳列されている



→ 店舗には野菜コーナー担当スタッフが複数名配備されており、頻繁に野菜の並びを確認している

→ カラフルで綺麗



→ 賞味期限の近くなった野菜をカットし、ミックス野菜パックとして店舗で製造・販売している

→ サラダ文化が浸透し始めている



→ 一年のうち半年は、日本産のカボチャを取扱う

- 日本産カボチャ 17.1ドル

主な取扱野菜

- かんしょ（日本産）：主要品目
- かぼちゃ（日本産(北海道)、豪州産）：主要品目
 - 日本産は1年で6か月間しか取扱えない
- キャベツ・白菜（日本産）
- 大根（日本産）：主要品目
- たまねぎ（日本産、ニュージーランド産）
- じゃがいも（日本産、韓国産）
- 人参（日本産）
- レタス（日本産、スペイン産、タイ産）
- マッシュルーム（日本産）
- チェリートマト（日本産、オランダ産、スペイン産）
- しそ（ほんのわずか）（日本産）
- ゆず（夏のみ）（日本産）

調達スキーム

- 40%は日本のサプライヤーから直接調達
- 60%は香港のインポーター経由で仕入れている
- 週に一度の船便と、週に一度の空輸（主に果物）で仕入れを行っている
- 夏より冬の方が野菜の質が高いため取り扱い量が増える。価格の変動は供給量によって左右される

日本産の販売状況・主要購買層

- ここ数年は、年間4%程度毎年伸びている
 - 新種の開拓を行いプロモーションに力を入れていることが主な要因である（例：かんしょ等）
- 主要購買層は、店の購買層と同じくアッパーミドル層の女性

日本産の評価・イメージ

- 高級で、品質が高い
- 消費者からは、味が良く、形もいいと認識されている
- 香港人は生野菜（調理の必要のない野菜）を食する習慣があるが日本野菜は生で食べるイメージがない

今後の日本産取扱意向

- 取扱意向はある。同じ品目でも、ブランドや価格帯の違うものを取り揃えることにより、顧客への選択肢を増やしたい
- 現在、香港でニーズの高いサラダ用パック野菜（ロメインレタス、ほうれん草、サラダミックス等）はほぼヨーロッパ産か豪州産で、日本産がない

今後の取扱意向・課題等

輸出拡大への課題・提言

- 年に二度店頭でVIPプロモーションを行っている。価格を下げてトライアルを徹底的に促進。かんしょの好調もVIPプロモーションがスタートである
 - かぼちゃもVIPプロモーションを実施しており、キャベツや白菜は未済
- 日本産野菜をサラダ等生で食べる習慣を消費者に教育するとニーズが高まる可能性がある
- 日本産品のパッケージは、欧米産品と比較すると良くないので、改良の余地がある
- 新種の取扱い、新規プロモーション（XXX産オーガニック等、調理方法、栄養価の宣伝等）の実施
- 店頭でのデモンストレーションの実施（日本人と香港人がペアで実施するのが最適）
- サンプル品の提供（本製品10ケースに対して、3ケースほどサンプル品を添付）
- 店頭で産地の様子をビデオで流す
- 日本産品・レシピを中国語で作成。現在は香港国内で日本語を翻訳しているが、内容が正確ではないと想定している

アッパーミドル層を対象にした日系小売。日本産野菜を積極的に取り扱っており、京野菜の専用棚を設置するなど、新たな取り組みを積極的に実施。

日系小売C

【概要】

- アッパーミドル層向けの日系百貨店
- 店舗には日本人のみならず現地の人々も多数来店しており、日本産品が幅広く活用されている
- 日本産野菜を幅広く取り扱い、京野菜の販売コーナーを設置するなど新たな取り組みを積極的に実施

主な取扱野菜

- エリンギ、まいたけ、えのき、しめじ、しいたけ（日本産、韓国産、香港産）
- たまねぎ（日本産）
- にんじん（日本産、マレーシア産）
- かぼちゃ（日本産、中国産）
- じゃがいも（日本産）
- かんしょ（韓国産）
- キャベツ（中国産）
- レタス（中国産）
- ナス（中国産）
- 白菜（日本産）
- 大根（日本産）
- ほうれん草、小松菜（日本産）
- ごぼう、長ネギ、小ネギ、もやし、わさび、大葉、レトルトウモロコシ、ゴーヤ（日本産）
- 京野菜
- ライム（タイ産）
- トマト（中国産）
- ミントマト（オランダ産）



→野菜コーナーは充実しており、野菜品目ごとにきれいに陳列されている



→カット野菜については、日本産はなく米国など他国産が多い

出所：現地視察、事業者ヒアリング

(前頁の続き)



→ 店舗によっては、京野菜を取り扱うコーナーを設置

→ 珍しい種類の野菜品目を陳列



→ 京野菜のみならず、日本産野菜の取扱は豊富



→ 調理方法を紹介するカードも設置

→ 京壬生菜 44.9ドル、京水菜 34.9ドル



→ 火鍋用の野菜キットも販売

→ かぼちゃ、れんこん、唐辛子、葉物野菜

→ 1パック22ドル



→ ベビーリーフ(日本産)も23.9ドルで販売

→ 使用時をイメージさせる写真を掲載



→ 同じ品目でも多品種を取りそろえる

- (例)かんしょ
- 紫芋(沖縄県産38.9ドル)、鳴門金時(32.9ドル)、安納芋(鹿児島県産24.9ドル)、かんしょ(宮崎県産21.9ドル)、

富裕層をターゲットにした現地系小売店。有機野菜や珍しい野菜品目の取扱はもちろんのこと、ミニ植物工場を店舗に設置するなど消費者に先進的なサービスを提供。

現地系小売A

【概要】

- 富裕層をターゲットにした現地系小売。香港に1店舗のみ
- 多種多様な野菜品目を取りそろえており、日本産野菜も幅広く取り扱いがある
 - 1つの品目でも数十種類の品種を取り扱い、消費者に幅広い選択肢を提供
- 店舗内に消費者向けミニ植物工場を設置し、消費者が栽培過程を楽しめるサービスを提供
 - 安心・安全を重視する消費者にアピールポイントとなる

主な取扱野菜

- かぼちゃ（日本産、中国産）
- なす（オランダ産、中国産）
- 人参（豪州産、日本産、中国産、マレーシア産）
- しめじ（日本産、韓国産）
- 舞茸（台湾産）
- シイタケ（台湾産）
- 小松菜（日本産）
- えのき（韓国産、日本産）
- ジャガイモ（中国産、日本産）
- ほうれん草（日本産）
- きゅうり（日本産）
- 山芋（日本産）
- ネギ（日本産）
- 白菜（日本産）
- キャベツ（日本産、中国産）
- 大根（日本産、中国産）
- 豆苗（日本産）
- 袋入り葉物野菜（米国産、豪州産）
- トマト（イスラエル産、マレーシア産）



→ 美しく陳列された店内



→ 日本産、オーガニック、葉物野菜、トマト、きのこ等、テーマ・品目ごとに並べられている



→ 日本産品が比較的まとめられている冷蔵コーナー



→ 熊本産ほうれん草 23ドル



→ 福岡産小松菜 17ドル



→ 日本産白菜 59.9ドル



→ 日本産大根 15.9ドル

(前頁の続き)



→ 袋入り葉物野菜のコーナーがかなり広くとってあり、ニーズの高さがうかがえる

→ 袋入り野菜は、日本産はなし



→ 米国産ミックスリーフ 52.9ドル



→ 豪州産ミックスリーフ 42.9 / 35.9ドル



→ きのこのコーナーには、日本の鴨なべのつゆがクロスマーチャンドライジングされている



→ オーガニックコーナー



→ 各国のトマトを並べたコーナー。品揃えは圧巻

→ 根菜野菜のコーナーにも日本産が多く見られる



→ 店内には、鍋用野菜のパックも販売

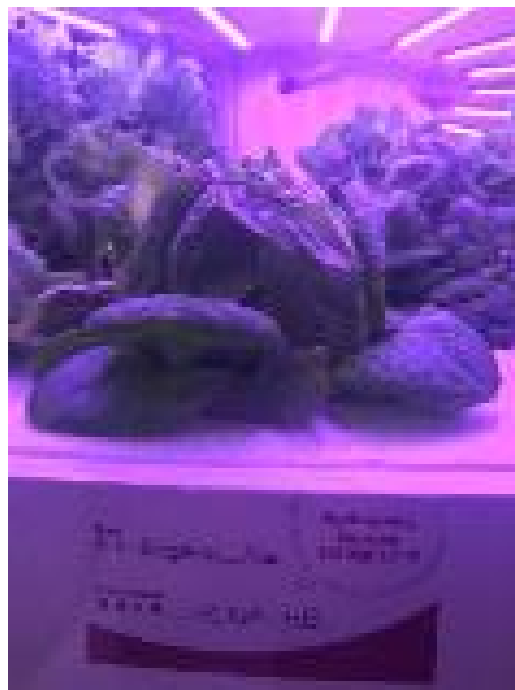


→ イスラエル産オーガニックトマト 35.9ドル

→ 中国産オーガニックかぼちゃ 39ドル

出所：現地視察、事業者ヒアリング

(前頁の続き)



→多店舗では見ないサービス事例として、店舗におけるミニ植物工場が挙げられる

- 消費者が葉物野菜を自分で栽培でき、来店するたびに栽培過程を確認することができるシステムとなっている
- 各野菜には、消費者の名前と、栽培を開始した日が記載

出所：現地視察、事業者ヒアリング

多種類の日本産野菜を取り扱うアッパーミドル層向け現地系小売。店舗によって取り扱いのある産地や陳列の丁寧さに差がある。

現地系小売B

【概要】

- アッパーミドル層向け小売店。香港に51店舗展開
- 日本産野菜の取扱も豊富
- 店舗により、同じ品目でも取り扱う産地が異なる
 - 比較的所得が高い地域では、同じ産地のものでも単価が高めの商品を取り扱う
 - 比較的所得が低い地域では、同じ産地のものでも単価が低めの商品を取り扱ったり、韓国産、中国産の取扱割合が多くなる印象

主な取扱野菜

- ジャがいも（日本産、豪州産、米国産、中国産）
- たまねぎ（日本産、中国産、韓国産）
- かぼちゃ（日本産、中国産、豪州産、韓国産）
- 白菜（日本産、韓国産、韓国産）
- キャベツ（日本産、中国産）
- にんじん（日本産、豪州産）
- トマト（日本産、ニュージーランド産、オランダ産、マレーシア産）
- 大根（日本産、韓国産）
- えりんぎ、しめじ、えのき（日本産、韓国産、台湾産）
- マッシュルーム（香港産、NZ産）
- ねぎ（日本産、中国産）
- ごぼう、ながいも、かんしょ、たろいも（日本産）
- 豆苗(中国産)
- オクラ、レタス、ブロッコリー（産地不明）



- 「Shiu Pong Farm」と書かれた緑色のラベルを付けた野菜が多数販売
- 「Shiu Pong Farm」は、韓国、日本、台湾、東南アジアから高品質の青果物を輸入している業者。有機野菜を積極的に取り扱っている



- 葉物野菜も多品目の取扱があり、需要が高いことが分かる
- しかし、葉物野菜コーナーにおける日本産品の販売はなし

- 一部、乱雑な陳列が目立つ
- 大根はサイズがまばらで、大きいものは乾燥しておりひび割れていた(中国産)
- えのきの販売コーナーは乱雑(中国産、韓国産)

(前頁の続き)



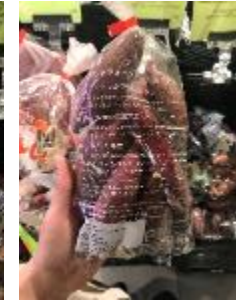
- 日本産野菜の冷蔵コーナーが5段分設置されている
- 「日本直送」という販促資材も設置されており、一目で日本産品であることがわかるようになっている
- 取扱品目も豊富



- 「日本産」というシールが商品ひとつひとつに貼られており、分かりやすい

→ 同じ小売ブランドでも、店舗によって取り扱う品種が異なる。

- (右側)比較的所得が高い地域の店舗
 - 日本産たまねぎ：2個入り 19.9ドル
- (左側)所得が低めの地域の店舗
 - 日本産たまねぎ：3個入り 23.9ドル



- 日本産の小さめサイズのかんしょを袋詰めにした、くしまあおいファームのかんしょも販売。一袋26.9ドル
- 中央・右写真のように、裏側の商品紹介は日本語のままのため情報が伝わりにくい



出所：現地視察、事業者ヒアリング

中国産や韓国産など、比較的価格の安い野菜を中心に扱うロウワーミドル層向け小売。今回の現地調査では、日本産野菜の取扱は確認できなかった。

現地系小売C

【概要】

ロウワーミドル層をメインターゲットにした小売。300店舗近く構える

➤ 住宅地近くの店舗では、取り扱いのある野菜品目が増える

• 中国産、韓国産豪州産、マレーシア産、タイ産の取扱が多く、価格優先の傾向が読み取れる

➤ 全体的に、野菜の鮮度が低めの印象

• 今回の現地調査では、日本産野菜の取扱は確認されていない

主な取扱野菜

- マッシュルーム（香港産、中国産、マレーシア産）
- 人参（マレーシア産、豪州産、中国産）
- トマト（マレーシア産、豪州産、中国産、イスラエル産、タイ産オーガニック）
- しめじ（韓国産）
- しいたけ（中国産）
- 舞茸
- えのき
- キャベツ（中国産）
- セロリ（中国産）
- カリフラワー
- 豆苗（中国産）
- 白菜（中国産、タイ産オーガニック）
- ネギ（中国産、）
- 日本長ネギ（タイ産オーガニック）
- レタス（ヨーロッパ産、中国産）



→ 大衆向けスーパー。野菜類は袋詰めされていないものも、販売している



→ 火鍋に合う野菜の付近には火鍋を連想させる販促資材を設置



→ 品揃えが豊富な人参
豪州産9.9ドル、中国産8.5ドル



→ マッシュルーム
マレーシア産
27.9ドル、中国産31.9ドル



→ トマトも品揃えが豊富
豪州産54ドル、中国産50.5ドル、タイ産オーガニック25.9ドル



→ 日本ネギがタイで栽培され、オーガニック野菜として売られている

アッパーミドル層向けの現地小売り。日持比較的日持ちのする野菜品目を中心に日本産野菜の取り扱いがある。

現地系小売J

【概要】

- アッパーミドル層向けの現地小売
- 根菜類を中心に日本産野菜の取扱がある
 - たまねぎ、じゃぶがいも、かぼちゃ、にんじん、キャベツ、白菜等
- ひとつひとつの野菜をラップで包むなど包装がしっかりしており、品質が保たれている

主な取扱野菜

- たまねぎ（日本産）
- じゃがいも（日本産、豪州産）
- かぼちゃ（日本産、豪州産）
- にんじん（マレーシア産、豪州産）
- キャベツ（日本産）
- 白菜（日本産、中国産）
- えりんぎ、しめじ（日本産、台湾産、韓国産）
- 小ネギ（日本産）
- 長ネギ（日本産）
- トマト（オランダ産、豪州産、ニュージーランド産、イスラエル産）
- ナス、パプリカ、ズッキーニ（産地不明）



→ 多様な野菜がきれいに陳列されており、商品を選びやすい



→ 同じ品目で異なる産地・品種のものをまとめて陳列しており、商品を比較して選択することができる

(前頁の続き)



→ 商品一つ一つがラップでくるまれており、高い鮮度が保たれている



→ 日本の商品には、日本の国旗がついていることも

→ 一目で日本産であることが分かる



→ 日本品種のマレーシア産にんじん38ドル



→ 店頭には日本産のお菓子やりんごジュースの販促棚が大々的に設置されている。「日本直送」の文字があえる



→ 入って右側に日本の果物コーナー。果物 8割、野菜 2 割の配分



→ 日本産かぼちゃ
ハーフカット32.8ドル



→ 豪州産かぼちゃ
ハーフカット20-30ドル



→ 日本産たまねぎ
100g 3.5ドル



→ 日本産キャベツ
ハーフカット22.4ドル



→ 日本産男爵芋
100g 3.5ドル

→ 価格の高めの男爵芋は冷蔵コーナーに、一般的なじゃがいもは常温コーナーに陳列



→ 日本産じゃがいも1袋 20ドル

- 店舗スタッフヒアリング(20代男性)より:「日本産の果物は、他国産との価格差がかなり大きいいため手を出しにくい。一方で日本産野菜は、プレミアムなイメージは強いが、果物とくらべて他国産との価格差が小さいため手に取りやすい。シャキシャキ感がありおいしい。肉などと共に炒めて食べることが多い」
- 消費者ヒアリング(30代日本人女性 2人):「香港の新界地域で栽培された野菜については、鮮度もよく安全性も高いと聞いているのでウェットマーケットで購入している。しかし、ほうれん草やかぼちゃについては、やはり日本産の品質が高いため、スーパーで購入している。家では日本食を作ることが多い」

出所: 現地視察、事業者ヒアリング 日本食を作ることが多い

ロウワーミドル層向け小売。日本産野菜の取扱は限定的で、比較的価格の低いたまねぎやじゃがいもの販売のみ確認された。

現地系小売C

【概要】

- ロウワーミドル層向け小売
- 店舗が地下や2階などにあり、道路から店内を見ることができない構造であることが多い
- どの店舗でも、お店に入っただけで青果物コーナーが設置されている
- 台湾産、韓国産、中国産が多い
 - 日本産野菜の取扱は限定的だが確認
- 陳列が乱雑だったり、野菜をそのままの状態(包装しないで)販売していることもある

主な取扱野菜

- たまねぎ (日本産中国産)
- じゃがいも (日本産、中国産)
- エノキ、エリンギ、しめじ(台湾産、韓国産)
- かぼちゃ (中国産)
- さつまいも (中国産)
- にんじん (中国産)
- キャベツ (中国産)
- 白菜 (中国産)
- ブロッコリー (産地不明)
- ナス (中国産)
- トマト (中国産など)
- とうもろこし (産地不明)
- パプリカ (産地不明)

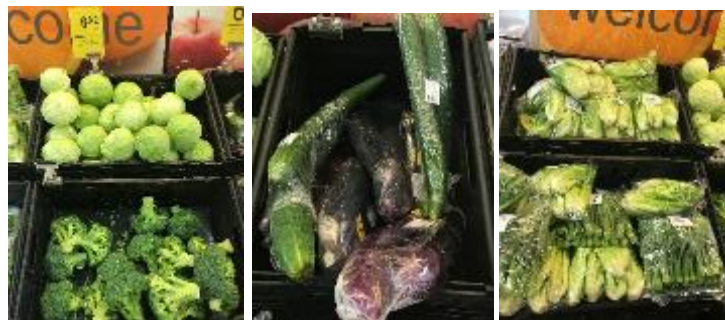


→ 日本産を取り扱う店舗は限られており、棚面積も小さく目立たない場所にある

- 日本産たまねぎ 23.9ドル
- 北海道産じゃがいも 22.9ドル



→ 火鍋用の具材になる野菜の近くには、火鍋用に適していることをアピールする販促資材が設置



→ 陳列やパッケージ方法は乱雑な印象を受ける

- 野菜を包装せずそのまま陳列、別品目が一緒になって陳列など



→ 一つのネットにサイズが大幅に異なるじゃがいもが入っている

有機野菜を中心に取り扱い、鮮度の高さや安全性を訴求ポイントとした小売店。高価格設定の品質のよい野菜を豊富に取り扱う。

現地系小売K

【概要】

- 有機野菜を中心に、健康をテーマにした商品を取り扱う小売店
 - 香港に11店舗を構える
- 駅の改札近くに構える店舗もあり、帰宅時に気軽に立ち寄ることができる
- 香港産の葉物野菜や豪州産のオーガニック商品を中心に取扱う
- 日本産野菜の取扱はなく、日本産米の小さなパックと岡山県産社員マスカットのみ販売

主な取扱野菜

- ほうれん草（産地不明）
- トマト（産地不明）
- ミニトマト(オランダ産)
- ゴーヤ（産地不明）
- いんげん（産地不明）
- 葉物野菜（香港産）
- かぼちゃ(豪州産)
- 白菜（産地不明）
- ズッキーニ（産地不明）
- にんじん（豪州産）
- ジャがいも（豪州産）
- カリフラワー（産地不明）
- かんしょ（産地不明）



- 駅の改札階(地下)に店舗がある場合も
- カラフルな野菜を店頭に並べているため目立つ
- 安全性が高いケールをPRするポスター



- 無農薬、栽培技術の高さをアピールしたポスター

- 人々の健康ニーズに特化した販売方法を実施

(前頁の続き)



→ 豪州産を中心に、質の高い野菜をきれいに並べて販売

- 多様なかんしょを並べて販売し、消費者に選択肢を提供
- 巨大なかぼちゃは1玉120ドル



→ 室内栽培された葉物野菜が冷蔵庫内にずらりと並ぶ

- 1袋どれでも35ドル
- ケールのみ1袋38ドル



主な取扱野菜

- 基本は、ハウス栽培以外のものは、日本南部生産のもの。可能な品目のみ、その他のエリアも取扱い
- かんしょ（日本産）10kg x 300ケース
 - 全体の取扱いの50%を占める
- しめじ、えのき（日本産：新潟）5kg x 100ケース
 - 基本は新潟県産のハウス栽培のみ。発注量が事前にわかるため、サプライヤーを絞ったほうが経済的
 - 通常は60%程度の店舗で販売
 - 冬季のみ100%の店で取扱う（鍋用）
- かぼちゃ（北海道、宮崎）10kg x 50～60ケース
- 人参（日本産）少量
- 大根（日本産）少量
- ジャガイモ（日本産）少量
- たまねぎ（日本産）少量
- 白菜（日本産）少量
- チェリートマト（日本産）少量
- キャベツ（日本産）

調達スキーム

- 毎週船便で1コンテナ分を仕入れている
- 全農から直接輸入をしている

日本産の販売状況・主要購買層

- 日本産は健康・安全・鮮度が優れているため、取り扱っている。ただし、ほうれん草やレタス等の葉野菜は船便輸送の際にその90%が傷んでしまうため、中国産を販売
- 日本の野菜は季節性の高いものが多い。例えば、カボチャは1年のうち4か月しか提供されない。キャベツやセロリにも同様の傾向がある
- きのこと類は、グリーンハウス栽培のため年間を通して供給される。ただし冬のほうが設備投資代が高くなるため、販売価格も高くなる傾向
- 冷蔵棚に、日本産青果物の棚を通年設置しているが、棚面積は小さい

- 大衆向け小売店で、顧客層は比較的高齢層の主婦
- 野菜の取扱いが一番多いのは中国で40%次いで、オランダ、オーストリア、日本

日本産の評価・イメージ

- 高級で、品質が高い
- 消費者からは、味が良いと認識されている

今後の日本産取扱意向

- 取扱を増やす意向はない
- ただし、きのこ類に関しては、なめこや舞茸等のより高価格の品目を取扱いを検討している
 - 市場でのニーズもあり、また現在扱っているきのこよりも日持ちがする。輸送に耐えらるためには、7～10日鮮度を保てる品目が必要

輸出拡大への課題・提言

- かんしょであれば「蒸す」「天ぷら」「炊き込みご飯」「焼き芋・スイートポテト」、きのこ類であれば「バターソテー」「ホイール焼き」「すき焼き」「炊き込みご飯」等、違った料理法をプロモーションする
- ジャガイモであればメークインと男爵の調理方法や味の違いをプロモーション
- プロモーションをする際は、レシピを日本語ではなく現地語で準備。プロモーターの事前教育をしっかりと実施すること
- 秋は野菜の供給量が増えるので、それを利用して収穫祭等のイベントを実施
- 同じ品目で価格帯の違うものを取り揃えて、幅広いニーズに応える
 - かんしょであれば、高：鹿児島産安納芋、中：徳島産金時、低：宮崎産
- 小容量で販売する。大容量だと価格が高くなりすぎる品目もある。
- 事前にパッケージに入れて輸出する。現地での手間の効率化、鮮度維持につながる

香港で有名な果物市場。ほぼ全ての店で、目玉商品として日本産果物を販売。かぼちゃかんしょも“果物”として売られている

その他小売A

【概要】

- 香港で有名な果物市場のひとつ
- ほぼ全ての店で、目玉商品として日本産が販売
- 野菜の中でも、かぼちゃかんしょなど、果物として扱われるものは取扱いがある
- 日本産は大半を大手輸入業者を通じて仕入れ
 - フルーツマーケットのニーズに供給が追いついていない状況が継続
 - 特にかんしょ等
- 特定の日系輸入業者から日本産を仕入れている店舗が多い



- 果物をはじめとして、かぼちゃかんしょも、日本産が店頭が一番目立つ位置に陳列され、フルーツマーケットを席巻している
- 至る所に「日本産」の表記
 - 日本産でない果物の段ボールにも「日本産」の表記がある
- 試食も日本産がほとんど（福岡産いちご、北海道産メロン、なし等）



- 左写真の日本産（北海道産）のかぼちゃは、他国産と比べて大きさが大きい。1玉35ドル
- 右写真は中国産。1玉12ドル



- 福岡産あまおう 2パックで110ドル
- 韓国産いちご 4パックで190ドル
 - 韓国産より日本産いちごのほうが遥かに高いが、数十パック購入する顧客が何人も



- かんしょは、サイズが小ぶりで袋詰めされたものが、働く女性に特に人気
- サイズが小さいと、米と共に炊飯器に入れて簡単に蒸かすことができる
- 朝食や昼食に1~2個食べることができ、時間のない人にも最適

肉屋・魚屋・八百屋等が一堂に会す市場で、多くの顧客で賑わいを見せている。日本産野菜の取扱いはなく、現地産・中国産が中心。

ウエットマーケット(街市)

【概要】

- 肉屋、魚屋、八百屋等が一堂に会す市場（街市：ガイシ）
- 多くの客で混雑している
 - 日本人駐在員も、香港の「新界」で生産された野菜であれば、安全性が高いとしてウエットマーケットで頻繁に購入
- 日本産野菜の取扱いはなし
 - 現地産・中国産が中心
 - ベトナム産日本品種のサツマイモは取扱いあり



→ 販売されている野菜は、特に新鮮なものではなく、特に葉物野菜はしなびているものも散見



→ 中国産・香港産の野菜にも関わらず「新鮮やさい」と日本語で書かれた紫いろのテープで巻かれた野菜

- 日本語表記があるだけで消費者アピールになるためか



→ 「新界」と書かれたプレートが並ぶ野菜売り場

- 香港の「新界」産は特に新鮮で安全であると評判

富裕層をターゲットにした日本食料理店であり、取扱野菜は100%日本産である。日本の輸出業者から、毎日小ロットずつ仕入れている。

日系外食A

【概要】

- 富裕層をターゲットにした、日系外食店。寿司と刺身で有名
- 顧客のほとんどはリピート客
- 取扱野菜は100%日本産
- 年間を通して取扱いの大きい野菜は、かぼちゃとワサビである
- 野菜が使用される主なメニューは、寿司のゆず・ワサビ、前菜、それ以外の一品料理に添えられる付け合わせ



→ すき焼きと稲庭うどん



→ 茶碗蒸しには、しいたけ、三つ葉が使用



→ 前菜には、冷やしトマト、枝豆、おひたし、漬け物等、野菜を使用したメニューが並ぶ



→ 長ネギ



→ 白菜



→ 寿司・刺身メニュー
寿司は、握り、創作寿司、巻物とかなり充実



→ しいたけ、人参



→ えのき



→ うどんには長ネギ



→ 焼き物、煮物、蒸し物、揚げ物、丼、麺類（うどん、そば）と、日本食をひと通り網羅している

主な取扱野菜

- 旬のものを扱うため、季節により変動するが、野菜は **全て日本産** を取扱
- ヒアリング時（11月）時点での主な取扱野菜
 - 春菊、銀杏、栗、ゆず、大根
- 【春】そら豆
- 【夏】長芋、オクラ、かんしょ、とうもろこし
- 【秋】きのこ、マツタケ
- 【通年】かぼちゃ、わさび、しょうが
- 【その他使用品目】たまねぎ、じゃがいも、にんじん、レタス、大葉、食用菊など

調達スキーム

- 毎日、日本の輸出業者から直接、小ロットで仕入れている

日本産の使用状況・使用メニュー

- 安定的に日本産を使用している
 - 寿司・刺身（ゆず・ワサビ）
 - 焼き鳥・鉄板焼き・ラーメン（付け合わせ野菜）
 - 天ぷら（カボチャは年間を通して、もっとも多く使用する野菜のひとつ）
 - 前菜類
- 顧客には、料理をサーブする際に日本産野菜であることを伝えている
- 福島産を除き、野菜の生産地については特にこだわりがない

日本産の評価・イメージ

- 味が良い。見た目が美しい
- ただし、店に来る顧客は、野菜にこだわっているわけではないため、特別な評価・イメージはない
 - 寿司や刺身にはこだわりがある
- 香港の消費者は野菜の味の違いに敏感ではないため、日本産か他国産かを区別できない・気にしていない

今後の日本産取扱意向

- 取り扱う品目については、日本のサプライヤー（輸出業者）のコメントを参考に決めている
 - 季節によって一番品質のよい産地の野菜品目を聞いて取り扱う野菜を決める
- 日本産品は、とにかく価格が高い。全体的に価格が下がれば、今後の取り扱いを増やす意向はある

輸出拡大への課題・提言

- -

関西に本店を持つ高級外食の香港店。使用する野菜はほぼ日本産で、一部希少な野菜はフランスから仕入れ。築地の輸出業者から毎日購入。月に40~50万円ほどの野菜仕入れ代金は、そのほとんどが輸送費である。

日系外食B

【概要】

- ミシュランで二つ星を獲得している高級和食店
- 顧客は富裕層・リピート客
 - 平日のランチタイムには、クライアントを連れた接待客が多い
- メニューはコース料理のみ
 - 夜は3種類。1,800ドル、2,800ドル、4,000ドル
 - 昼は1種類。680ドル



- メニューはおまかせコース料理のみで、内容は毎月変わる
- その季節の旬の素材を使用している



- 刺身には、しそ・ワサビが通年で使用される



- 焼き魚に添えられるしとう、ほうれん草、人参



- 銀杏やみょうが等も使用されている



- いくらと共に供されているのは山芋
- きゅうりや大根を使った漬物



- 野菜の炊き合わせには、人参、里芋、オクラ、大根



- 海老のうま煮に添えられているのは、しめじとゴーヤ

主な取扱野菜

- 基本的に**ほぼすべて日本産**だが、一部の希少なきのこやライム等はフランスから仕入れている
- 大根（1日1本。1本あたり300円）：主要品目
- わさび（月に20本。1本あたり2,000円）：主要品目
- ゆず（月に30～40個）：主要品目
- しそ、しょうが
- きのこと
- (少量ではあるが) たまねぎ、じゃがいも、にんじん、かぼちゃ、ミニトマト、食用菊
- 通年取扱野菜に加え、旬のものを各季節で多く取扱う。インタビュー時の11月はまつたけ

調達スキーム

- 築地の輸出業者から毎日直接購入している
- ひと月に40～50万円ほどの野菜を日本から仕入れるが、そのコストのほとんどが輸送代

日本産の使用状況・使用メニュー

- ここ数年で使用状況は大きく変動していない（年間480～600万円程度）
- 高級和食店に来店する顧客は、本物の和食を味わいたいと思っているので、現地の味に合うよう料理をアレンジすることはない

日本産の評価・イメージ

- あらゆる観点から優れていると感じるが、特に味、安全性に優れている
- 価格が高い点はネック。特にわさびの値段が高い

今後の日本産取扱意向

- 今後の取扱意向はある
- 毎月メニューが変わるので、シェフの考案するメニューによっては新規の取扱いの可能性は十分ある
- 価格の高さは大きな検討事項ではある

輸出拡大への課題・提言

- -

日系輸出事業者が経営する焼肉店で、取扱野菜のうち半分が日本産で、主に生野菜として提供。加工調理するものは、中国産等の他国産が多い。

日系外食C

【概要】

- 日系輸出事業者が経営する焼肉レストランで、香港では2店舗を展開する
- 顧客は、現地の中間層が中心である。75～80%が香港人、または現地に住む中国人。日本人は15%程度
 - 中間層の人々がイベントやお祝い事の時に来店することが多い
- 取扱う野菜の50%が日本産



- 日本らしい雰囲気のお店構え
- 店内はテーブル席の他、カウンター席もある



- 焼肉には、野菜が添えられる
- 葉物野菜は、日本産を使用

→ メニューにはしゃぶしゃぶもあり、しゃぶしゃぶには、野菜がふんだんに提供される



→ 店内には和牛マークの掲示



→ ナムル盛り合わせ 78ドル



出所：現地視察、事業者ヒアリング

<p>主な 取扱野菜</p>	<ul style="list-style-type: none"> 以下の野菜は日本産を使用している <ul style="list-style-type: none"> ➢ かぼちゃ（日本産） ➢ レタス等の葉物野菜（日本産） ➢ かんしょ（日本産） ➢ ししとう（日本産）
<p>調達 スキーム</p>	<ul style="list-style-type: none"> 特定の輸出業者を通じて、日本から輸入 ここ数年で円安が進んでいるはずだが、現地での野菜の販売価格に反映されていない。中間業者が儲けているのではない
<p>日本産の 使用状況・ 使用メニュー</p>	<ul style="list-style-type: none"> 加熱調理する品目については中国産等の他国産品を使用しているが、生で食べるサラダ用の野菜は日本産を使用している <ul style="list-style-type: none"> ➢ 香港では野菜を生で食べる文化が浸透しておらず、基本的には野菜は加熱調理して食べる ➢ 中華料理の味付けで、炒める・蒸す・火鍋の材料として野菜は使用されることがほとんど 野菜料理で一番人気は、日本風の味付けをしたきのこのホイル焼き

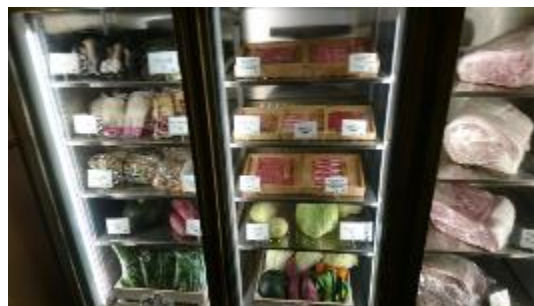
<p>日本産の 評価・ イメージ</p>	<ul style="list-style-type: none"> 安心・安全・プレミアム 日本産野菜の味は良いが、他国産との強い差別化要素であるとは言えない <ul style="list-style-type: none"> ➢ オランダ産ミニトマトなど、かなり高品質で味のよい他国産野菜が多く流通している
<p>今後の 日本産 取扱意向</p>	<ul style="list-style-type: none"> 今後の取扱意向はある 今後店舗を広げていく際には、取り扱う食材が高価格であるため、もう少し高価格帯店にシフトすることが現実的と考えている
<p>輸出拡大への 課題・ 提言</p>	<ul style="list-style-type: none"> 日本産野菜で今後有望なものは、日持ちのする長芋、かんしょ、カボチャ、乾燥きのこ等。価格が下がればレタスも可能性がある <ul style="list-style-type: none"> ➢ 日本の葉物野菜は甘み、シャキシャキ感共に優れている 日本産野菜の取扱いの障壁は、とにかく価格である <ul style="list-style-type: none"> ➢ 日本産は、他国産の1.5～2倍の価格 定期的に産地フェアを行っているが、対象品目は和牛、コメ、果物であり、日本産野菜はPR対象外 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 特定の都道府県産の野菜を小ロットで定期輸送してくれる輸入業者があまりいない 日系スーパーは高価格スーパーの位置づけであるため、日本産野菜を販売しているが、現地系スーパーでは取扱いがあったとしても主力商品ではないと考えられる 香港のスーパーで買い物をする消費者は、中～富裕層のみ。現地の人には、基本的には街市と呼ばれるローカルマーケットで購入している

焼肉やしゃぶしゃぶ等のチェーンを香港で展開。しゃぶしゃぶ店での野菜の取扱いの半分は日本産。葉物野菜、わさび、舞茸は空輸。それ以外は船便で輸入している。

現地系外食C

【概要】

- 日本料理、韓国料理の大衆チェーンを複数経営
 - 日本料理チェーンは、や焼き肉、しゃぶしゃぶを取扱う
 - しゃぶしゃぶ店はプレミアム業態の位置づけ
- しゃぶしゃぶ店では野菜取扱量のうち50%が日本産。それ以外に台湾産、タイ産も取扱う
- それ以外のチェーンはすべて中国産を使用
- 写真はしゃぶしゃぶ店のもの



→ 使用素材が顧客にも見えるよう、陳列されている



→ スープ、肉、野菜それぞれをお好みで選べる

→ 野菜は一皿の量も多く、美しく盛り付けられている



→ かんしょは福岡産金時

→ かぼちゃは他国産



→ 紅芯大根は他国産

→ キャベツは福岡産



→ しめじは福岡産

→ 舞茸は日本産
(産地不明)



→ えのき二種は福岡産



→ えりんぎは熊本産

→ 水菜も熊本産

→ 野菜は30種類ほどをメニューに取り揃える

→ 一皿30ドル前後のものが多い



主な
取扱野菜

- レタス（日本産、中国産）月に800キロ使用
- 大根（日本産）月に40～50キロ使用
- キャベツ（日本産）月に30キロ使用
- えのきだけ（日本産）
- 舞茸（日本産）
- なめこ（日本産）
- かんしょ（日本産）
- ワサビ（日本産）
- ほうれん草（日本産）
- 春菊（日本産）
- 水菜（日本産）

調達
スキーム

- レタス等の葉物野菜、ワサビ、舞茸は週に一度空輸便で仕入れ
- 大根やキャベツ等は3週間に1度船便で仕入れる
- コストと在庫リスクを考慮し、香港のインポーターから購入している

日本産の
使用状況・
使用メニュー

- 日本産の原産地（県）には特にこだわりはないが、放射能汚染の可能性のある5県については、野菜の取扱いはしていない
 - 一部、ブラウンえのきや金時等、特定の件でしか生産していないものもある
- 日本産のしょうがは、中国産しょうがと違う
- トマトはハウス栽培のものがすでに充実している
- 月間20～30万円ほど使用。今年は新店が増えたため50%増
- ほとんどはしゃぶしゃぶ用の野菜として使用。一部前菜

日本産の
評価・
イメージ

- 品質が良い、安全、供給が安定している
- プロモーション力がある
- 価格が高く、価格の変動も大きい
- 輸送中のダメージがある

今後の
日本産
取扱意向

- 今後も新店がオープンするので、取扱量は増える
- 珍しいものは新規取扱の可能性はあるが、日本産にこだわっているわけではない。料理の見た目に合った野菜であればいい

輸出拡大への
課題・
提言

- 夏はカレースープの鍋が人気で、カレースープには日本産より東南アジア産の野菜がよく合う
- ハロウィーンの時期にはかぼちゃ、春は“桜タイプ”の野菜（春菊とのこと）等はよく使われる
- 県によって旬が違うため野菜の味に差があるが、農水省は中立の立場を保つために、県別のプロモーションを避けている。旬の時期に旬の県のプロモーションをしてはどうか
- 展示会等では、県ごとに単品の品目プロモーションをしているが、県や品目を混ぜてプロモーションしてはどうか。例えば熊本県には水産がないが、熊本の野菜と他県の水産を組み合わせる等
- JAは、中間業者に金を払いすぎているため、末端市場で競争力がない
- 中国人シェフに日本料理を理解させる機会を作る。マインドセットから変える必要がある
- ヤーツアイ、蠶豆（加工した豆）、ジャガイモ等を使用しているが、日本の加工野菜は品質が安定

アッパーミドル層の女性をターゲットにした日本食店。取扱野菜は一部を除き、ほぼ日本産。2日に1度、香港のインポーター経由で輸入している。

日系外食G

【概要】

- 中高所得者の、特に女性をターゲットにした日系外食店
- 取扱野菜は、一部を除きほぼ日本産
 - だが野菜類は高いため、あまり多用はしない
- 日本産は高価格なことに加え、価格の変動が大きい品目がある。
- 品質が一定ではない品目が含まれることも問題視している

出所：現地視察、事業者ヒアリング



- 串焼きを中心に提供する居酒屋風和食店
- 鶏肉の串焼きは1本30ドル前後



- 野菜串も充実
- なす19ドル
- 銀杏28ドル
- ししとう25ドル
- サツマイモ25ドル
- ねぎ24ドル
- トウモロコシ22ドル
- マッシュルーム19ドル



→ 冷やしトマト 40ドル



→ オクラ



→ ししとう



→ 舞茸肉巻き



→ きのコバター焼き 64ドル



→ 沖縄産のゴーヤは、味が良く、品目としても珍しいため人気



→ 使用量の多い、かぼちゃ、かんしょは、天ぷらのメニューに

主な
取扱野菜

- 一部を除き、ほぼ日本産
 - ピーマン（緑・赤）：主要品目
 - かぼちゃ：主要品目
 - かんしょ：主要品目
 - ゴーヤ
 - たまねぎ
 - 大根
 - 舞茸
 - 銀杏
 - ゆず
 - 食用菊

調達
スキーム

- 主要品目については、二日に一度、香港のインポーター経由で日本から仕入れている

日本産の
使用状況・
使用メニュー

- 価格がかなり上昇しており、使用量は減っている
 - 食用菊は1つ1ドル程度だったものが、2-3ドルに上昇
 - ししとうは、2年間で、30ドルだったものが50ドルまで上昇した
- 沖縄のゴーヤは、非常に味が良く、珍しいので積極的に使いたい
- ゆずは、非常に香りが良く和食のソースを作るのに最適だが、現在は夏は入手できてない
- 本物のわさびは、高級日本食料理店しか取り扱う金銭的余裕はなく、大体がチューブわさびを使用している

日本産の
評価・
イメージ

- 味が良い。見た目が美しい

今後の
日本産
取扱意向

- ゴーヤやゆず等、取扱いを増やしたい品目もあるが、それ以外は基本的に取扱拡大の意向はない
 - 理由は、価格の変動が大きすぎることで、品質が一定ではない品目があるため

輸出拡大への
課題・
提言

- 日本産は、価格が高すぎるのに加え、いくつかの品目は価格の変更が大きすぎるものがあり、扱いにくい
- 中には品質が一定ではない品目（例：オクラ）があり、同じサプライヤーからのものでも、一部が腐ったものが納品されることがあり、取り扱いにくい

日本にも店舗を展開するテイクアウト専門の惣菜店。使用する野菜はほぼ香港産で、唯一使用している日本産野菜は、ほうれん草。

日系外食H

【概要】

- 日本にも店舗を持つサラダ専門店。今回の視察店舗は、日系小売に設置されている
- 様々な種類のサラダを量り売りで販売
- 日本のお店にも関わらず、使用する野菜はほぼ香港産
- 唯一使用している日本産野菜はほうれん草
 - 「日本産ほうれん草使用」というタグをつけてアピール
 - 日本産葉物はおいしく、アピール要素になる



- 様々な種類のサラダを量り売りで販売している
- 日本の店舗で提供されるものと、何ら変わらない印象



- 葉物野菜はシャキシャキ感があり新鮮な印象
- かぼちゃは、日本産よりも甘みが少なく感じる
- トマトは細長く、皮が固い



- 唯一使用している日本産野菜はほうれん草
 - 「日本産ほうれん草使用」というタグをつけてアピール
 - 日本産葉物はおいしく、アピールになる



- 100グラム単位でオーダーし、パックに詰めてもらえる
- 100g 40ドル前後

出所：現地視察、事業者ヒアリング

100%日本産米を使用したおにぎりを販売する惣菜店。日本産野菜を使用したカップサラダも販売。高級業態の小売店近くに店を構えていることが多い。

日系外食I

【概要】

- 100%日本産米を使用した多種多様なおにぎりを提供する惣菜店。全23店舗
 - 1つ15ドル前後で販売
- おにぎりのみならず、日本産野菜を使用したカップサラダや、日本の総菜を販売も実施
 - 健康志向の社会人に人気



→ 100%日本産米を使用したおにぎりを提供している点がアピールポイント



- 日本産野菜を使用したカップ野菜
 - 1カップ36ドル
 - ドレッシングをカップに入れ、シェイクして食べるスタイル
- とうもろこし、レタス、だいこん、にんじん、きゅうり等が入っている
- 1カップ46kcalとヘルシーな1品となっており、健康志向の社会人に人気

出所：現地視察、事業者ヒアリング

AEON近くのフードコートに店を構える惣菜店。日本の惣菜を調理・販売しており、米は日本産米を使用。野菜については100%香港産を使用しており、日本産の取扱はない。

日系外食J

【概要】

- おにぎりやひじきの煮物、サラダなど、日本の惣菜を提供。AEON近くのフードコートに店を構える
- 来店客は7：3の割合で現地の人々の来店が多い
- 野菜については長年香港産を使用している
 - 香港産野菜は品質・価格ともに申し分ない
 - 日本産の葉物野菜を使用すると、空輸のコストが高く、取り扱いに踏み切ることができない



- 店内で調理をし、その場でパック・販売を行う
- 日本人のみならず現地の人にも人気



- おにぎりなどに使用するコメは100%日本産米。冷えた時でも味が良いのは日本産米のみ
- クボタの香港工場で精米したものを1か月以内に使いきるようにしている



- 野菜はサラダにして提供することが多い
 - 生の野菜を食べる文化は、最近になって香港でも浸透し始めており、働く女性を中心に購入が広がっている
- 香港産を使用しており、品質・価格ともに申し分ない
- (左から)ミックスサラダ18ドル、コーンサラダ18ドル、シーザーサラダ23ドル

出所：現地視察、事業者ヒアリング

現地人向け大衆チェーンで、取扱野菜はすべて中国産。日本産野菜は価格の高さが障壁で、取扱いの意向はない。

日系外食A

【概要】

- 安くて手軽なカジュアル食を提供する大衆向けチェーンストア
- 取扱野菜はすべて中国産
 - 日本産野菜については、価格の高さがネックとなっており、現時点では取り扱いがない
- 野菜については、サラダ等ではなく、温かいメニューで提供するのが主



→ カウンター注文式の店内は、かなり広くフードコートのような雰囲気
→ 顧客は地元の香港人で、観光客の姿はほとんど見られない



→ メニューはどれも50ドル前後とリーズナブル



→ 使用されているや左派すべて中国産
→ 炒める・茹でる・蒸す等、野菜には火を通して食するのが一般的

野菜の取扱・販売状況

主な
取扱野菜

- 取扱野菜はすべて中国産

調達
スキーム

- 中国に5~6社のサプライヤー（輸出業者）があり、店舗のある地域ごとに取引サプライヤーがわかれている
- 各店舗が、各自でサプライヤーに直接発注。翌日には店舗に届く仕組み
- サプライヤーが、運送業務と野菜加工業務も請け負っており、店舗では開けてすぐ使用できるように、事前に野菜のカットを行っている

日本産の
使用状況・
使用メニュー

- 日本産の取扱いはなし

今後の取扱意向・課題等

日本産の
評価・
イメージ

- 品質は良いが、価格が高い

今後の
日本産
取扱意向

- 今後の取扱意向はない
- 日本産は中国産と比べて、運送費が圧倒的に高い。中国から香港の輸送は、頻繁かつ柔軟な仕組みが出来上がっている

輸出拡大への
課題・
提言

- 各店舗で使用する野菜の量は多くないため、最低発注量が100ドル程度まで下がれば、珍しい野菜等には輸出できる可能性があるかもしれない

中国系ファミリーレストラン。取扱野菜は中国産が一番多く、次いでアメリカ産。日本産の取扱いは考えていない。

現地系外食B

【概要】

- 中国系カジュアル外食店
- 主要顧客は中食者層と中国人、その他の海外旅行者
- 取扱野菜は中国産が一番多く、次いでアメリカ産



→ メニューの豊富さと、24時間営業スタイルで香港のファミレスと称される



→ 客単価は500～700円程度
→ 朝は、朝食メニューも提供されている



→ 料理には野菜もふんだんに使われている。そのほとんどが中国産である

主な
取扱野菜

取扱いはほぼ中国産。一部米国産も取扱い

- ブロッコリー
- 通菜
- 豆苗
- ケール
- パプリカ
- 大根
- 人参
- きのこと
- 冬瓜
- カボチャ
- オクラ
- ジャガイモ（米国産）

調達
スキーム

- 中国に農場を保有している香港のインポーター経由で、毎日仕入れている

日本産の
使用状況・
使用メニュー

- 日本産の取扱いはなし

今後の取扱意向・課題等

日本産の
評価・
イメージ

- 供給が不安定
- 価格が高い

今後の
日本産
取扱意向

- 今後の取扱意向はない
- 香港スタイルのレストランでは、中国産野菜を使用する。日本産野菜には、香港料理に合う野菜がない
- 品質の高い日本産を取扱う必要性は感じていない。価格が現在使用のものと同等になれば、可能性はある

輸出拡大への
課題・
提言

- ISO22000、QS9000を取得している農場で作られた野菜のみ取り扱う
- 仕入れ元は一元化させたいため、農場の規模の大きさと栽培野菜の種類の豊富さを重視する

主な取扱野菜・品目別状況

- 取扱野菜は100%日本産
- 2017年1-10月期の主な取扱野菜・量は下記
- かぼちゃ
 - 取扱量：10kg x 3,944ケース
 - 取扱額：70万香港ドル
 - 主な産地は北海道
- たまねぎ
 - 取扱量：20kg x 2,114ケース
 - 取扱額：53万香港ドル
 - 主な産地は淡路島・北海道
- じゃがいも
 - 取扱量：10kg x 1,283ケース
 - 取扱額：31万香港ドル
 - 主な産地は長崎県・北海道
- 大根・キャベツ・白菜は価格競争が激しく、積極的に扱っていない
- 《参考》かんしょ(鳴門金時)
 - 取扱量：5/10kg x 1,608ケース
 - 取扱額：37万香港ドル
 - 主な産地は徳島県
 - 鳴門金時は、京都の卸売市場を通じて、徳島県で生産されたものを扱っている
 - 鳴門金時は、2Sや3Sの小さいサイズ又は袋入りのものが小売で人気を得ている

販売チャネルの動向・主要購買層

- 取扱商品の大半は、香港のフルーツ専門の卸売市場か特定の日系小売に出荷している
- 外食等の業務用にも卸売を行っているが、市場は限定的と感じている
 - 輸送コストがかかる高価格の日本産野菜を使おうと考える店舗は限定的
- 今後は現地系小売の高級業態にアプローチし、将来的には大衆業態にも販路開拓していきたい
- ターゲットとなる顧客層は“上の下”～“下の上”
 - 下が肥えた消費者層は中華料理に日本産のたまねぎ・かぼちゃを使用
 - 最上位の富裕層等は有機等の需要が高い

日本産の評価・今後の取扱意向

- かぼちゃ、たまねぎは取扱を強化していきたい
 - かぼちゃは味で中国産と差別化が可能
 - 新玉ねぎは、輸出時期の点で差別化可能なと、サイズの大きさも日本産の強み
- 現状、たまねぎを含めて他国産との価格差があるため、価格低減が必要

輸出拡大への課題・提言

- じゃがいもに関しては、重金属(カドミウム)の含有がリスクになる可能性があると感じている
 - 果物は木の上に付くので検出されにくい
- 現地で継続的に取り組んでいる事業者の意見を汲んだ輸出促進が必要
 - 単発の展示会等は現地での過当競争を招く可能性がある

- アッパーミドルレストラン向け卸売業者
- 取扱商品の中で野菜が占める割合は小さいが、野菜はすべて日本産

野菜の取扱・販売状況

主な取扱野菜

- 取扱商品の中で野菜が占める割合はとても小さい
- 野菜はすべて日本産を取扱っている
 - かぼちゃ
 - 水菜
 - ごぼう
 - じゃがいも
 - かんしょ

調達スキーム

- 水菜は、他の魚等と一緒に福岡から航空便で週2回輸送
- その他の野菜は船便（冷蔵・常温とも）
- 取扱量の多いかぼちゃは香港のインポーターから購入。かぼちゃは温度管理をしっかりするため、他の野菜との混載はしない。そのため輸入量が少ないと、コンテナが埋まらないこともある

販売チャルの動向・主要購買層

- 外食店からはオーダーがあるごとに配送を行っている
- 外食店が野菜を購入する際に重視しているのは価格

今後の取扱意向・課題等

日本産の評価・イメージ

- 高級品
- 味が良く安全（化学肥料を使用していない）
- 価格が高いため、外食の中には取扱に大きな懸念を抱いているところもある
- 消費者は日本産と他国産の味の差を理解していない

今後の日本産取扱意向

- 取扱意向はある。特にキャベツと新たまねぎ
 - 新たまねぎは日本産の品質が高いと感じている
- なす等の季節性の高い商品も取扱に前向きである
- 日本産のきゅうりは品質が高い。モスバーガーで使用されているきゅうりは日本産ではないか

輸出拡大への課題・提言

- 新規の品目を扱うときの一番の懸念は、輸送中のトラブルである
- 価格が高いことが大きな懸念。特にレストランでは使用する野菜に品質にはそれほどこだわらない
- 香港で水耕栽培の工場を建てたらどうか？
 - 農薬も不要
 - 輸送費もかからない
- 日本産野菜の大々的なプロモーションの実施
 - 「健康」は香港でもトレンドである
 - 日本の野菜は安全であること、また生で食べられることをアピール
- 日本食の調理法の推進
 - 蒸す：かぼちゃやかんしょ
 - 炒める：カレーピーマンを塩と出汁で
 - 茹でる：大根や人参を昆布と一緒に

- 卸先は100%スーパーマーケット
- 日本産の取扱のうち10~20%が野菜。それ以外は果物である

取扱野菜は、ほぼすべて日本産

- かぼちゃ
- さつまいも（九州産）
- 人参
- 玉ねぎ
- ジャガイモ
- キャベツ
- ごぼう
- きのこと
- 大根

主な取扱野菜・品目別状況

- 週に1度、船便で輸入
- 一回あたり8kgのコンテナを600個
- 葉物野菜以外で航空便を使用するのは、かなり稀
- 福島産以外、日本国内の産地に特にこだわりはない
- 香港ではチェリートマトは、フルーツではなくサラダに使う野菜の位置づけ

販売チャネルの動向・主要購買層

- 主な卸先はYata、そごう、イオン
- 委託販売先にはWellcome, ParkShopがある

今後の取扱意向・課題等

日本産の評価・今後の取扱意向

- かぼちゃは中国産より味が良く、サイズも小さい
- 現在は、価格差が大きすぎる。せめて現在の価格の半額くらいになってほしい
- 日本産の葉物野菜は事前包装されていないものが多く、香港人には好まれない。消費者は、現地に住む日本人である。また、包装は卸売業者の手間にもなる
- 同じ日本産でも、価格の安い県のものを取扱いたい（価格が安い県のほうが、供給量も多い）
- 仕入れの時に、新種の野菜や魅力的な包装のもの等を探しているが、ほとんど見つからない
- ほうれん草や豆苗等の葉物野菜は、取扱の可能性はあるが、消費期限が短いため航空便を余儀なくされるのがネック
- 生鮮と同様の鮮度を保っているように見える加工食品なら、船便で輸入できるため可能性が高い。ただしその場合も、現在の価格の半分は最低ライン
- 香港人は、日本野菜も中国風に調理している

輸出拡大への課題・提言

- 米国産の葉物野菜は、鮮度をそれほど落とすことなく3週間の船便輸送に堪えることができる。日本産も葉物野菜を船便輸送するため、保存技術を学ぶべき
- 特に、人参と玉ねぎのパッケージには改善の余地がある。現在は簡易なビニール袋に、野菜名・産地名・価格が書いたシールが貼ってあるだけで、ブランディングが弱い
- 日本産より安い価格で、同等もしくはそれ以上の品質の野菜を出荷している国がたくさんある
 - ヨーロッパ産のトマト、チェリートマト、レタス
 - 豪州産の人参
 - 中国産のとうもろこし等

- 主に日本産の食材を一部使用したサービスを提供
- 香港においては1万人以上の会員が在籍

使用量の多い日本産野菜は以下の通り

- 水菜(現地で代用品を見つけるのが難しい)、小松菜、かぶ、しいたけ、かぼちゃ、京野菜
- メニューについては、2年に1度変更している
- 日本産野菜を使用する際は、日本産であることを全面的にアピールしている
 - 産地の景観、農地、野菜の収穫・加工方法等を紹介するビデオを流したり、パンフレット、レシピを提供
- 福岡、鹿児島、沖縄とは食材のスポンサーとして連携
- 小売と連携して実施する試食デモでは、日本産野菜をメニューと共に紹介
 - 焼きそば：たまねぎ、マッシュルーム、小松菜、にんじん
 - トマトラーメン：ナス、マッシュルーム、たまねぎ、水菜、カゴメのトマトソース
 - 野菜ラーメン：ナス、ほうれん草、たまねぎ、マッシュルーム

野菜の取扱・販売状況

主な取扱野菜・品目別状況

主要ターゲット層

- 香港においては1万人以上の会員がおり、そのうち93%は20-40歳の働く世代の女性が占めている
 - 会員の大半が訪日経験があり、日本文化に関する知識・興味を持つ人が会員になることが多い

今後の取扱意向・課題等

その他

日本産の評価・今後の取扱意向

- 日本産の野菜は、食感や味がとてもよい
 - 日本産のサツマイモはとて甘くて人気があり、おやつや朝食として消費されている。また、日本産のトマト、たまねぎ、じゃがいもや京野菜についても他国産と比べて味がよい
 - 一方で、白カブやほうれん草については、他国産との差異化ができていない
- 価格については、AEONやYATA, Marketplaceで販売されているものはリーズナブルになってきており、手が届きやすくなっている

日本産の評価・今後の取扱意向

- コスト、品質、鮮度などに加え、日本でしか取れない品目かどうか、野菜を選定するうえで重要
 - 水菜や小松菜については、日本ならではの品目なため有望
- 日本産のトマト、じゃがいも、玉ねぎ、にんじん、かぼちゃ等は、他国産と比べて味がよいため、中華料理の食材としてアピールできる可能性が高い
- 一方で、日本産の葉物野菜については、香港産や中国産の存在が大きいため、販売促進は難しいのではないかと
 - 香港の人々は1度も日本産の葉物野菜を使用することを考えたことがないと言えるほど、現地における日本産葉物野菜の存在感が薄い

香港の家庭における野菜調理方法

- 一般的な野菜の消費方法としては、野菜(かぼちゃやニンジン等)を豚肉やとり肉などと一緒に煮ることが多い
 - 日本の調味料：みりん、だし、醤油、味噌
 - 中華系の調味料：砂糖、塩、オイスターソース

- 加工会社への仕入れ業務を実施
- 主に飲茶加工品のための野菜を卸している

野菜の取扱・販売状況

主な取扱野菜・品目別状況

- 取扱野菜はほぼすべて中国産
 - 人参
 - たまねぎ
 - ポロネギ
 - キャベツ
 - かぼちゃ
 - レタス
- 一部オーガニック野菜の取扱いあり。価格は30～50%増になる。
- 生鮮野菜については1～2日に1度仕入れ
- 様々な農場と契約している中国のバイヤーから直接購入している
- 野菜の季節性は特段重視していない。加工品については年間を通して供給は安定している

販売チャネルの動向・主要購買層

- -

今後の取扱意向・課題等

日本産の評価・今後の取扱意向

- 現地の人は、日本産と他国産の味の違いはわかっていない
- 新しいメニューを検討する際、野菜以外では日本産の検討をすることがあるが、野菜は価格の差が大きすぎるため、検討事項にも挙がらない
- 日本産にしかない、ユニークな野菜があれば可能性はないわけではないが、かなり難しい
- 野菜は飲茶原料として使われており、加工された野菜の味の差はほとんどわからない
- 加工品の原料が「日本産」で、加工自体が香港であるなら、それはあまり価値がない
- 加工品に高級な野菜を使うポテンシャルはない

輸出拡大への課題・提言

- 日本産は、放射能の問題があることから、輸出検査に数日間時間がかかることがネックである
- 現在の輸入品は、何か問題が生じてても、それに即座に対応できる体制があるため、満足している
- 現在使用している中国産は、ほぼ1日でトラック配送可能だが、日本産を1日で輸送するには航空便しかないため難しい
- 日本からの輸送費だけで、中国産の野菜そのものの値段を上回るため、日本産の輸入は考えにくい

1. エグゼクティブサマリ
2. 香港市場調査結果
3. 台湾市場調査結果
4. 加工品輸出事例
5. 《参考資料》
 - ① 香港店舗別調査結果
 - ② 主要品目の輸出状況
 - ③ 主要国別野菜輸入状況

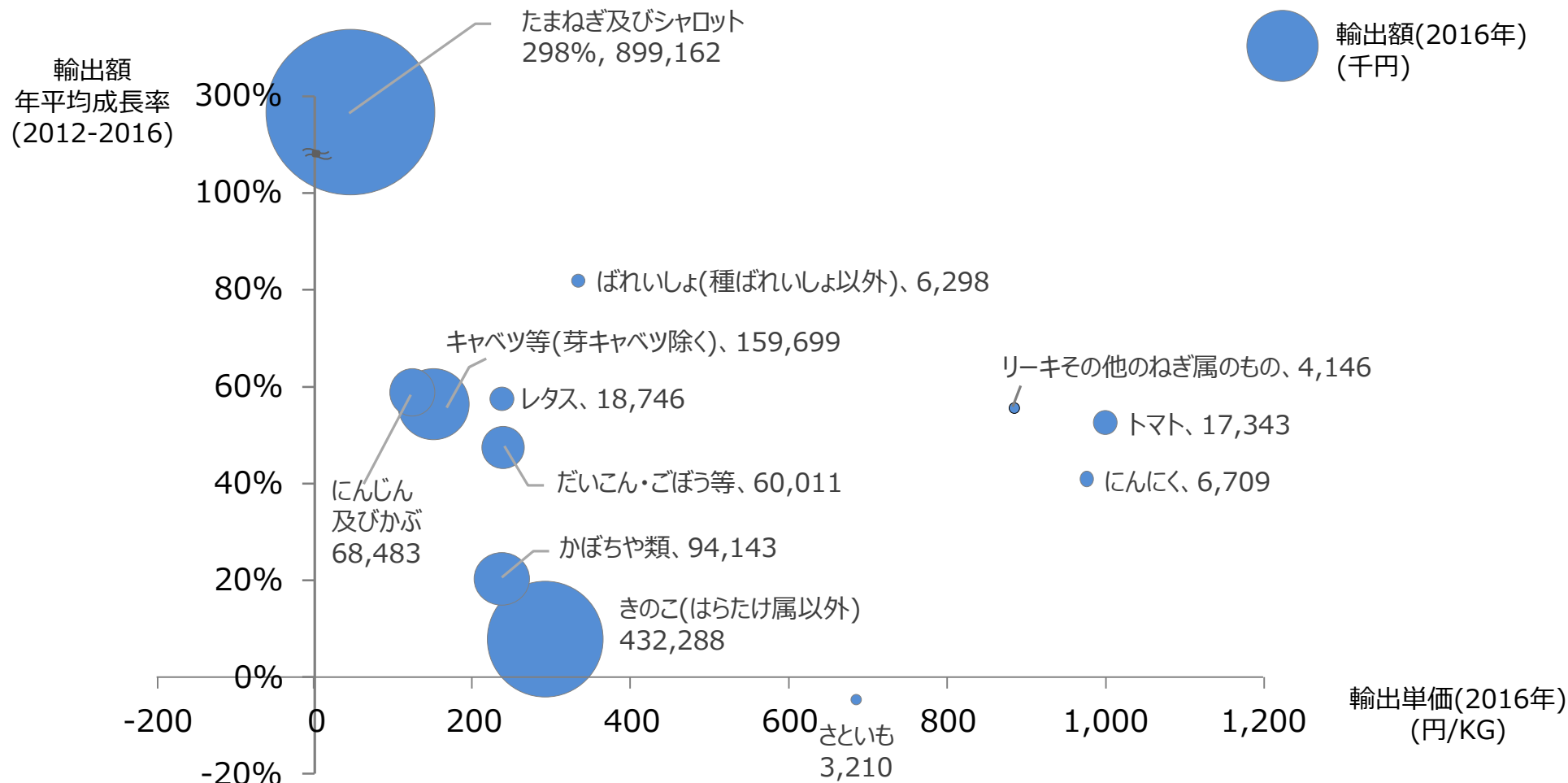
日本からの野菜輸出額上位30位に入る生鮮野菜(ながいも、かんしょ、品目定義が曖昧なものは除く)は以下の通り。大半の品目が香港向けに輸出されている。

日本からの野菜輸出額上位30位に入る生鮮野菜(2016年)※

品目名	輸出額(千円) (2012年)	輸出額(千円) (2016年)	年平均成長率 (2012年-2016年)	主な輸出先国
たまねぎ及びシャロット	3,584	899,162	298%	韓国、台湾、香港
きのこ(はらたけ属以外)	314,237	432,288	8%	台湾、香港、シンガポール
キャベツ等(芽キャベツ除く)	26,539	159,699	57%	香港、シンガポール、台湾
かぼちゃ類	44,637	94,143	21%	香港、ベトナム、シンガポール
にんじん及びかぶ	10,714	68,483	59%	台湾、香港、タイ
だいこん・ごぼう等	12,629	60,011	48%	香港、シンガポール、米国
レタス	3,024	18,746	58%	台湾、香港、シンガポール
トマト	3,173	17,343	53%	香港、ロシア、タイ
にんにく	1,693	6,709	41%	米国、香港、シンガポール
ばれいしょ (種ばれいしょ以外)	573	6,298	82%	香港、シンガポール
リーキ その他のねぎ属のもの	705	4,146	56%	シンガポール、台湾、香港
さといも	3,829	3,210	-4%	台湾、米国、インドネシア

前項データに単価情報を加えると、単価が安く大量に輸出されている品目や単価が高く少量輸出されている品目など品目によって大きな違いがあることが分かる。全体としては輸出額が伸びている品目が多く、輸出拡大には野菜の検討必要であるといえる。

日本からの野菜輸出額上位30位に入る生鮮野菜(2016年)※



たまねぎ及びシャロットについては、韓国、台湾への輸出が中心。豊作による国内販売価格調整のために、2015年からの輸出実績が大幅に増加している。

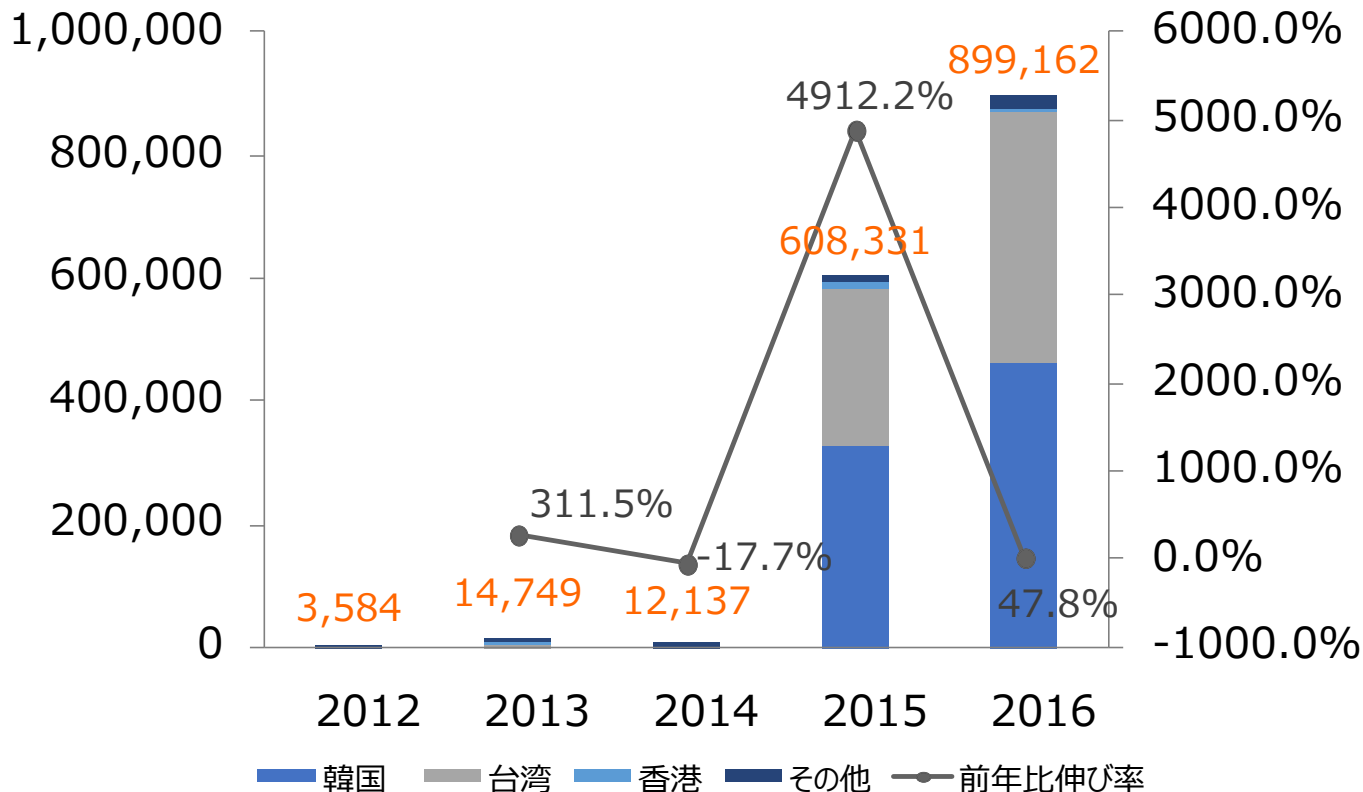
日本からの国別たまねぎ及びシャロット輸出額
(2012-2016年)

輸出に関する定性情報
(国内事業者ヒアリングより)

輸出額
(千円)

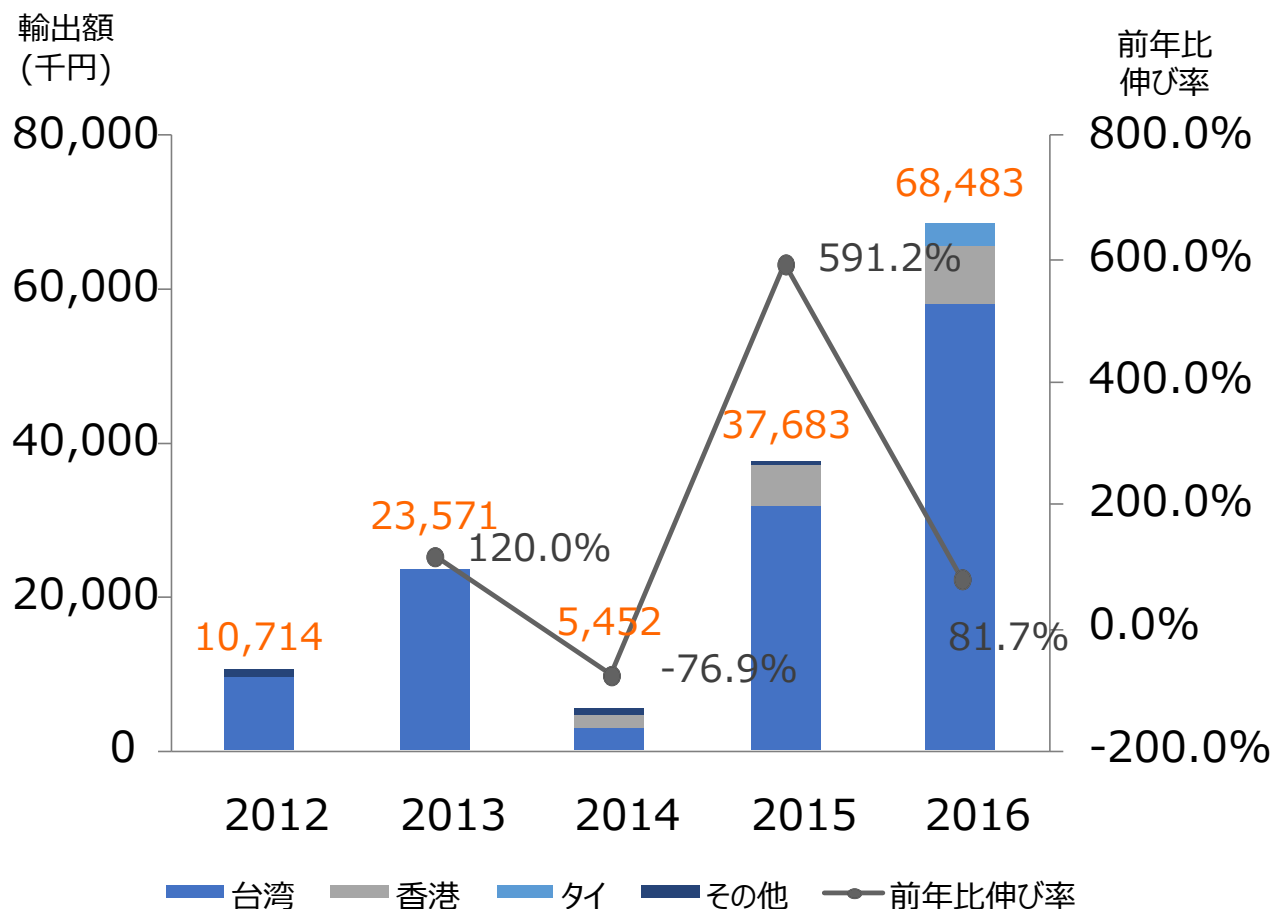
前年比
伸び率

- ホクレンが中心となって輸出を進めている
- 大量に収穫できた年に、国内販売価格調整のために輸出されることがほとんどである



にんじん及びかぶについては、台湾向けの輸出が中心。2014年を除けば輸出額は増加傾向にあり、生産量が多い品目であるため、国内販売価格調整のために輸出強化の検討余地がある。

日本からの国別にんじん及びかぶ輸出額
(2012-2016年)

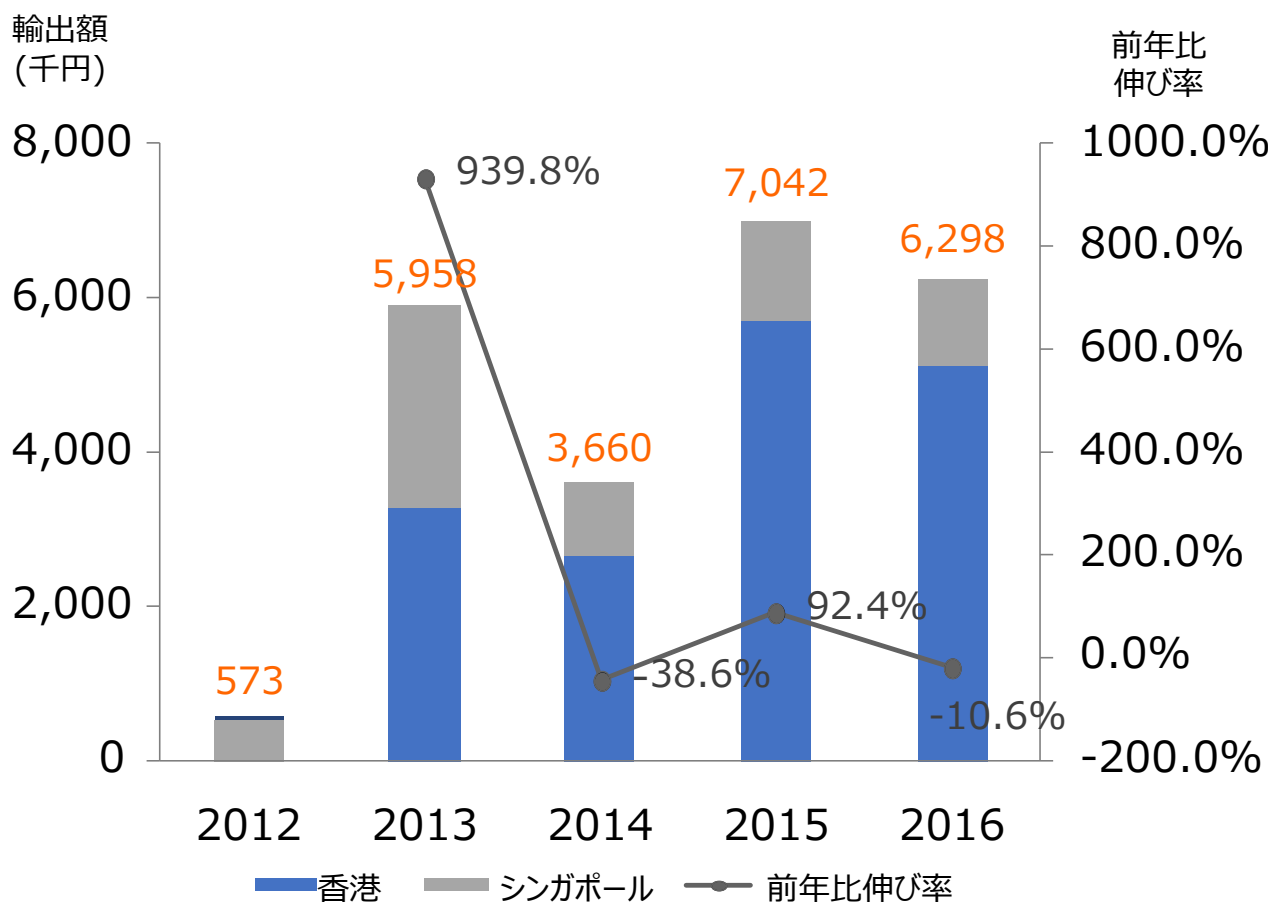


輸出に関する定性情報
(国内事業者ヒアリングより)

- にんじん
 - 生産量が多く、国内価格調整のためにも、輸出したいという強い意向を持つ業者も存在
 - 輸出に必要な包装設備(空気に触れないよう包装等)の準備も進んでいる

ばれいしょ(種ばれいしょ以外)については、香港、シンガポールへの輸出のみとなっている。 加工品としての輸出拡大を検討する事業者も多い。

日本からの国別ばれいしょ(種ばれいしょ以外)輸出額
(2012-2016年)

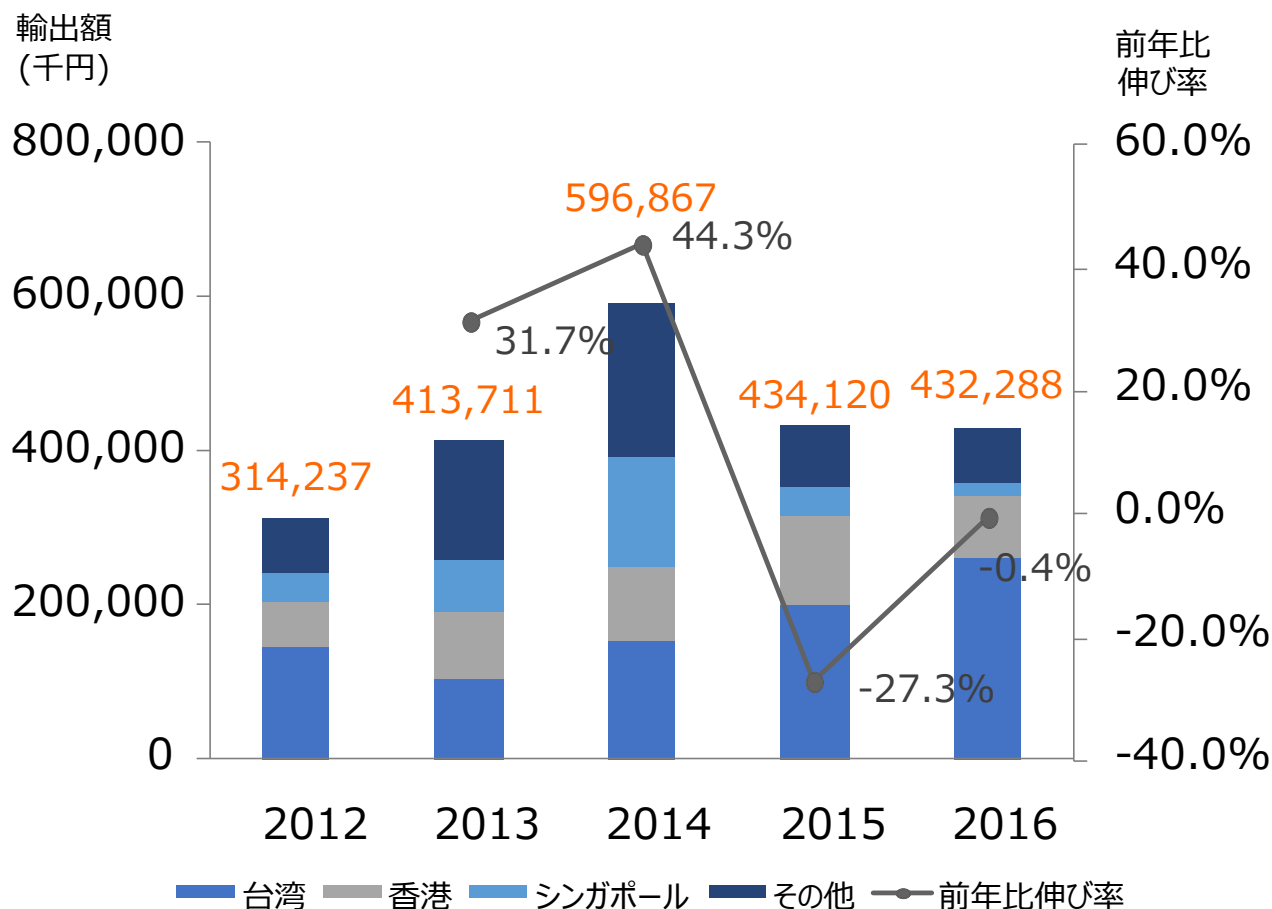


輸出に関する定性情報
(国内事業者ヒアリングより)

- 北海道での生産が多い
- 台湾向け輸出は検疫の関係で難しいが、シンガポールでは明治屋等を中心に少しずつ取扱いが伸びている
- 加工品の輸出可能性も検討している
 - カット・冷凍して、フライドポテトの手前の状態まで加工
 - フリーズドライ
 - 加熱殺菌して、真空保存されたレトルトタイプ。火が通っているため、常温保存も可能であり、そのものでも食べることができる

きのこ(はらたけ属以外)については、台湾、香港への輸出が中心。他品目と比べて比較的安定した高い輸出実績を出しているが、日本企業や現地企業の現地栽培が進んでいるため価格競争が進んでいるため、日本産としての強みを検討・整理する必要がある。

日本からの国別きのこ(はらたけ属以外)輸出額
(2012-2016年)

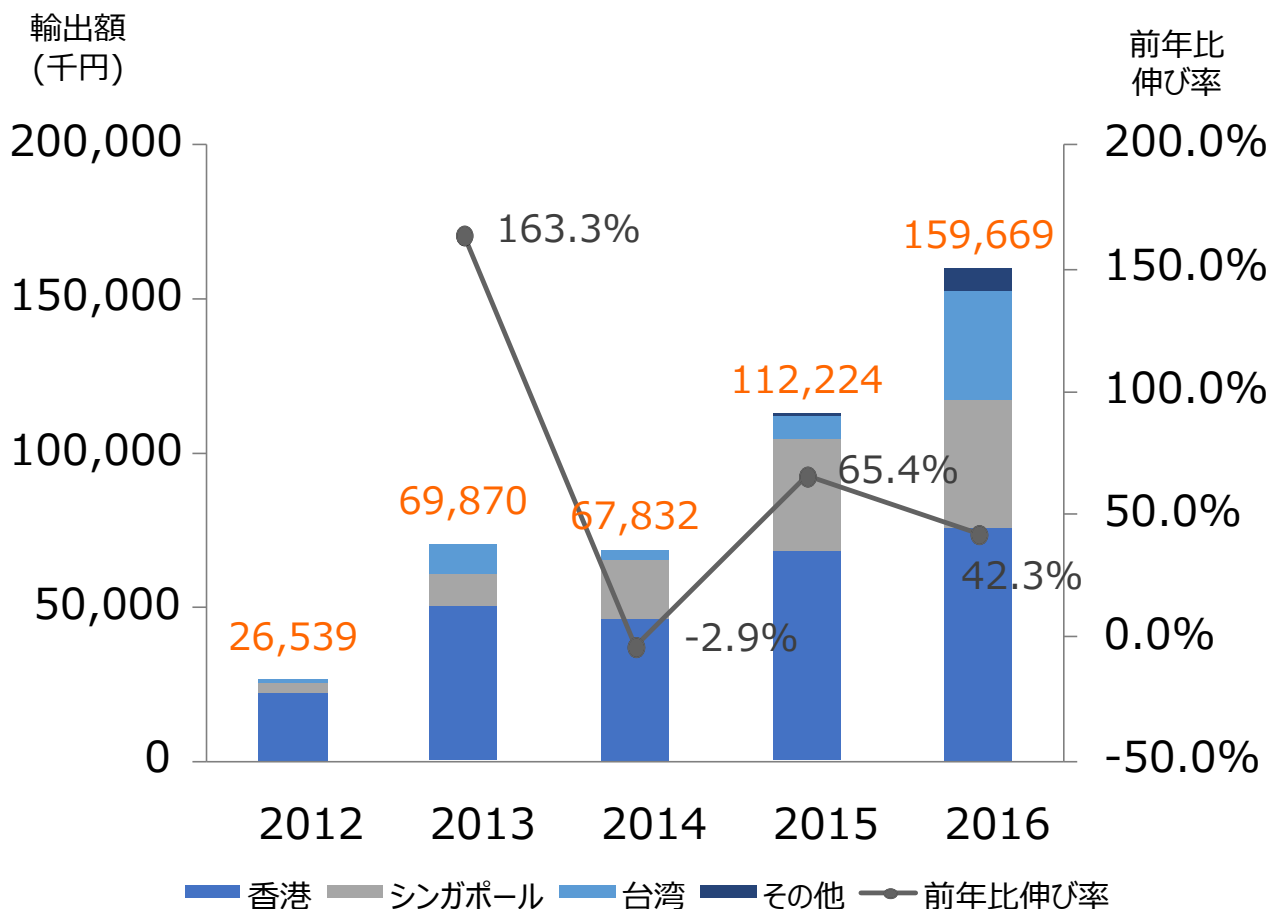


輸出に関する定性情報
(国内事業者ヒアリングより)

- まいたけ
 - 日本文化と共に売り出すために、バター炒めやてんぷら等の食べ方と共に紹介
- えのき
 - 工場生産が中心のため安定した生産が可能であり、コンテナ等で大量に輸送できる品目である
- 現地栽培も進んでおり、工場を建てて栽培・出荷をし、現地市場を席捲している日本企業も存在
 - 台湾市場では現地生産が進み、さらに品目としても味の差別化が難しいため、輸出を停止した事業者も存在

キャベツ等(芽キャベツ除く)については、香港、シンガポールへの輸出が中心。全体としては輸出額が増加傾向にあり、大半は加工用原料として活用されていると推測。

日本からの国別キャベツ等(芽キャベツ除く)輸出額
(2012-2016年)

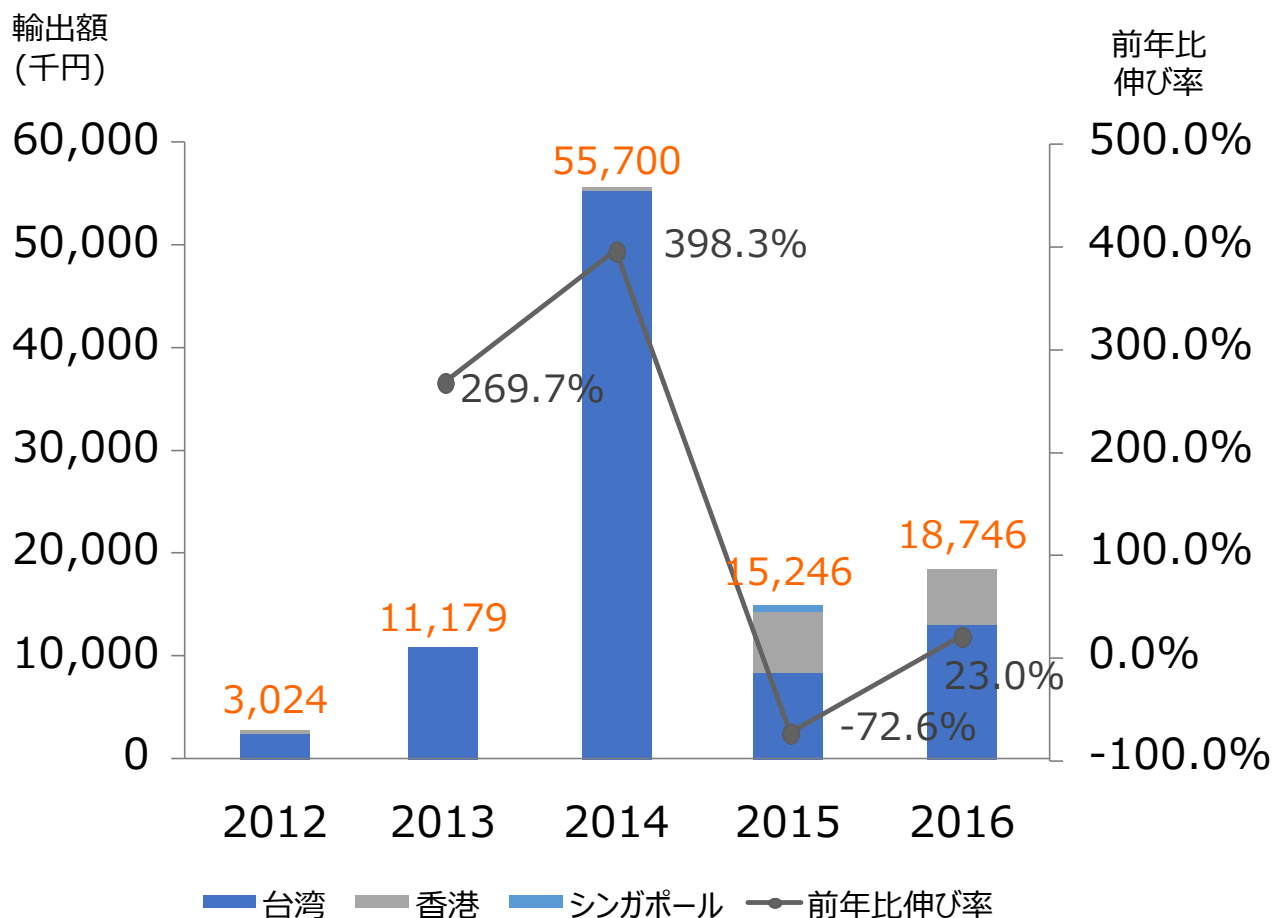


輸出に関する定性情報
(国内事業者ヒアリングより)

- サラダ用やハンバーガーチェーンで具材として使用されているのではないかと推測
- 葉物野菜は、輸送の点で香港・台湾以外は難しいのではないかと推測

レタスについては、台湾への輸出が中心であり、近年では香港への輸出が増加している。
台湾向けについては、需給ニーズが一致している夏季の輸出が多い。

日本からの国別レタス輸出額
(2012-2016年)

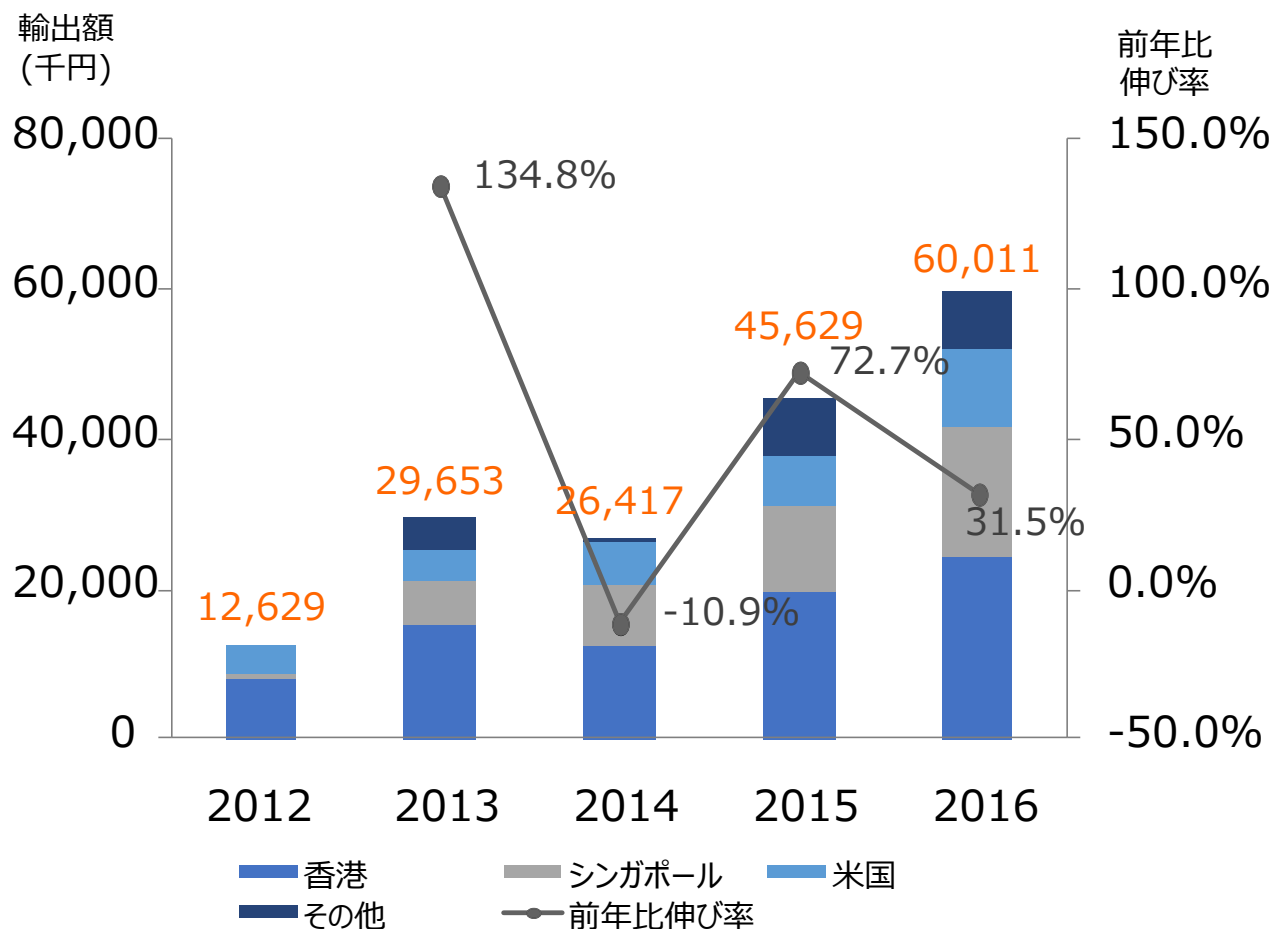


輸出に関する定性情報
(国内事業者ヒアリングより)

- レタスについては、台湾では気温が高すぎて収穫できない夏場に、日本からの輸出が伸びる傾向がある(日本では夏が収穫期)
- サラダ用やハンバーガーチェーンで具材として使用されているのではないかと
- 葉物野菜は、輸送の点で香港・台湾以外は難しいのではないかと

だいこん・ごぼう等については、香港、シンガポール、米国への輸出が中心。加工用の原料としての活用が中心であると推測。鮮度保持技術が向上すれば、欧米への輸出拡大も十分に考えられる。

日本からの国別だいこん・ごぼう等輸出額
(2012-2016年)

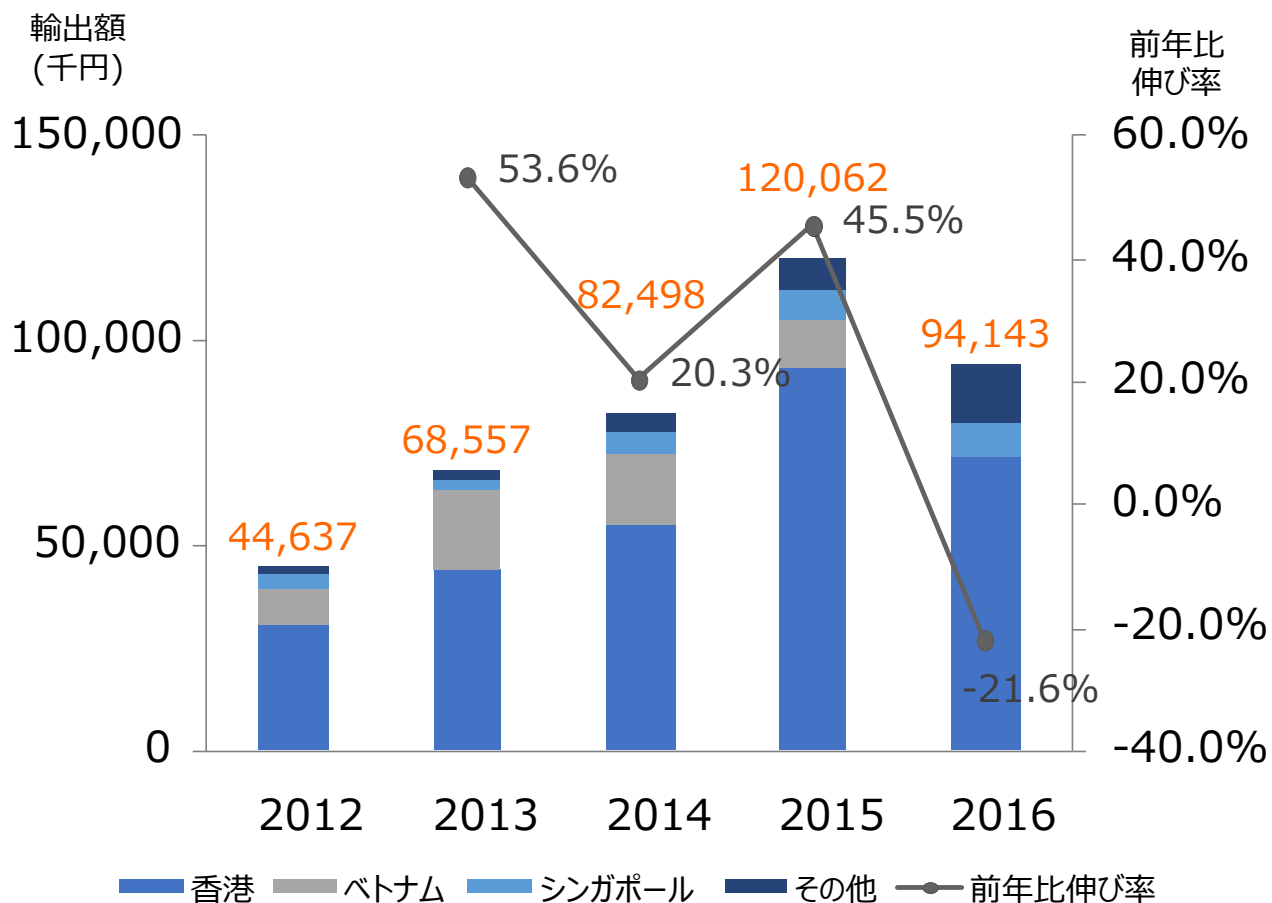


輸出に関する定性情報
(国内事業者ヒアリングより)

- だいこん
 - 他国産より大きく、ニーズが高い
 - 大根おろし、惣菜、業務用加工用原料として使用されていると推測
 - つまものとして需要あるかは調査が必要
 - 大根は3週間程度の鮮度保持が可能。予冷を含めたコールドチェーン整備が重要
 - 輸送に2週間かかるため、鮮度保持が課題で、貨物用サランラップを巻く等の工夫をしている

かぼちゃ類については、香港、ベトナム、シンガポールへの輸出が中心であり、輸出全体の7割が香港向けとなっている。近年の傾向としては、香港向けが減少傾向にある一方で、わずかではあるがシンガポール輸出は増加傾向にある。

日本からの国別かぼちゃ類輸出額
(2012-2016年)



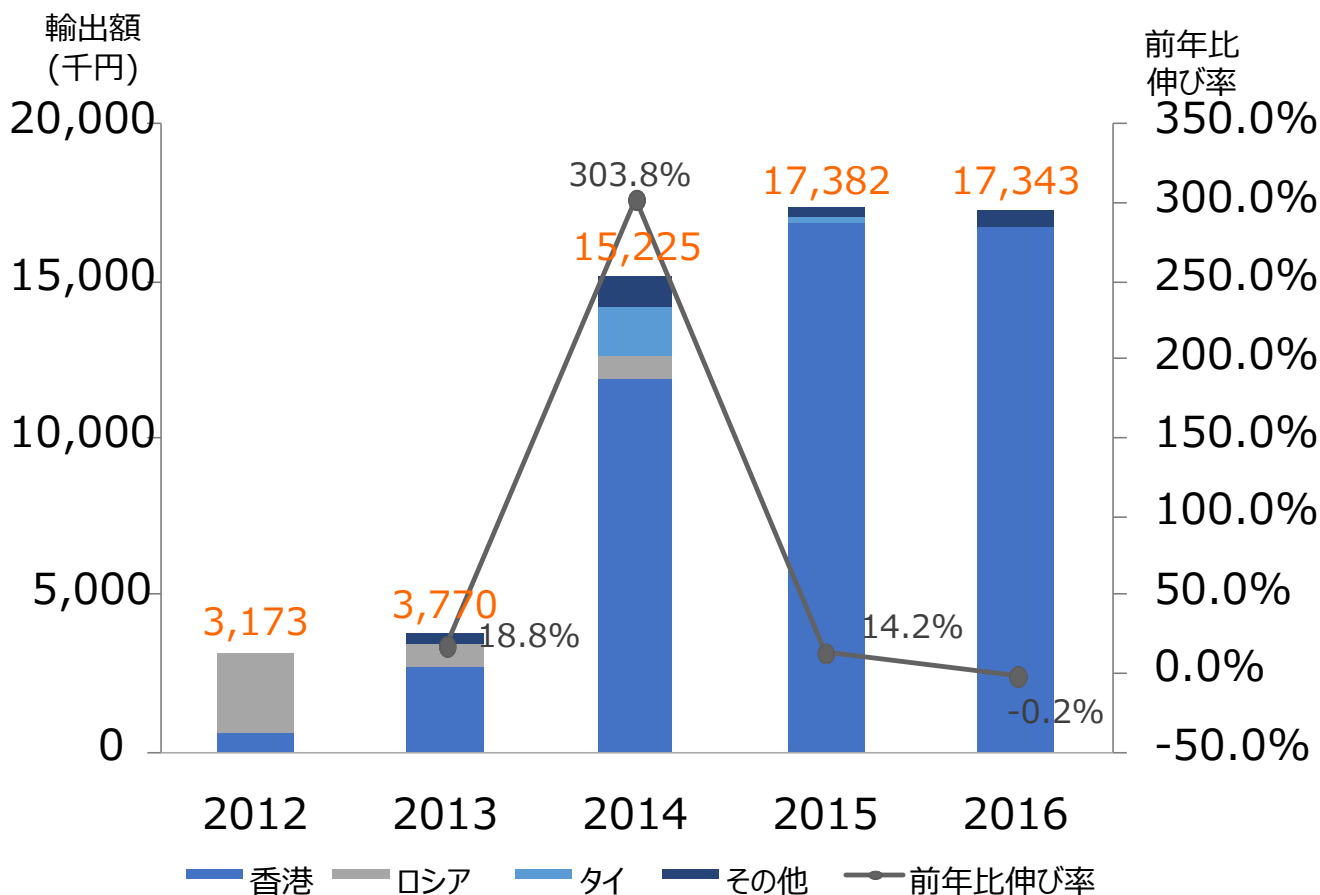
輸出に関する定性情報
(国内事業者ヒアリングより)

- かぼちゃ
 - かんしょのように焼き芋機で加工するといいいのではないか
 - かぼちゃは結露してしまうリスクがある

トマトについては、香港への輸出が中心であり、全体の9割が香港向けとなっている。国内事業者ヒアリングより、今後の輸出有望品目としてフルーツミニトマトが挙げられている。

日本からの国別トマト輸出額
(2012-2016年)

輸出に関する定性情報
(国内事業者ヒアリングより)



• フルーツミニトマト

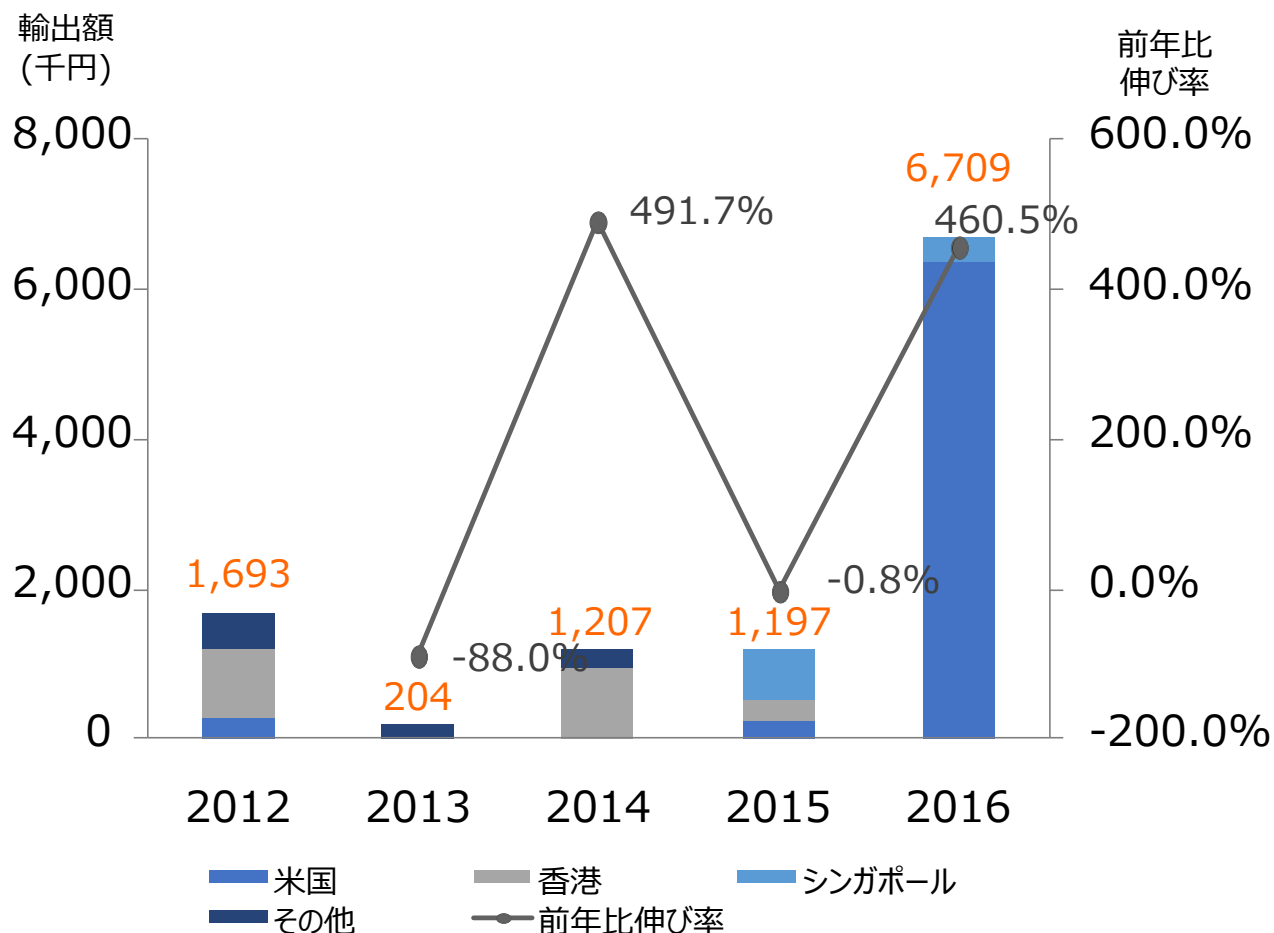
- 他国と比べて糖度が高く、カラフルなものが多いため、他国産との差異化も可能
- 贈答用として販売拡大できるのではないかと
- 他国でもミニトマトを生産しており、タイ産はよりクリスピーなもの、オランダは房付きのもの等、国によって異なるアピールポイントを有している
- 小売だけでなくレストランでも使用されている。現地産との味の違いが明確に分かる商品のため、現地からのニーズも高く有望商品となっている
- 日本のミニトマトは品質が高く種類も多いため輸出している業者は多いが、どこも少量の輸出実績しかない
- シンガポールでは、シンガポール人ではなく、駐在している欧米の人々などが購入している

その他有望品目として以下が挙げられる。HSコードで詳細なデータを把握することができない品目が多いため、追加ヒアリング等で情報を得る必要がある。

品目分類	品目・商品例	輸出品目として有望な理由 (国内事業者ヒアリングより)	輸出に関する課題 (国内事業者ヒアリングより)
その他生鮮野菜	つまもの野菜 <ul style="list-style-type: none"> 大葉 みょうが しょうが わさび ゆず エディブルフラワー 	<ul style="list-style-type: none"> 現時点では、主な販売ターゲット先は超高級日本食料理店に絞られるが、今後和食文化が成熟し「本物志向」が高まると、必ず日本産のつまもの類へのニーズが生まれるため、今から土台作りをするとよいのではないかと 現時点では日本産つまもの類の活用は定着していないが、将来的には購買力のある欧米諸国が主要ターゲット市場になると想定 	<ul style="list-style-type: none"> 生鮮水産物との輸出が基本であり、単独でのニーズ創出には至っていない 一度に大量に消費されるものではないため、船便輸送は現実的ではない わざわざ日本産を使う必要性はないと感じるシェフが多い
野菜加工品	冷凍 <ul style="list-style-type: none"> 冷凍焼き芋 冷凍じゃがいも 冷凍ねぎ 	<ul style="list-style-type: none"> 冷凍焼き芋については、味・品質ともに問題がなかった 賞味期限が長いと、少量ずつ使用・保存を繰り返すことができる 	<ul style="list-style-type: none"> 冷凍にすることにより品質が売りの日本産野菜の良さが薄れ、他国産との差別化が難しい
	レトルト <ul style="list-style-type: none"> スイートコーン じゃがいも 	<ul style="list-style-type: none"> 加熱殺菌して真空保存された状態に加工 火が通っているため、常温保存も可能であり、そのまま食べることもできる 	<ul style="list-style-type: none"> 現時点では、どの商品がどれだけニーズがあるのかを把握しきれていない
	乾燥 <ul style="list-style-type: none"> 乾燥きのこ 乾燥たまねぎ 	<ul style="list-style-type: none"> きのこ類を中心に日本からの輸出額が高い 現時点では詳細に把握はできていないが、大半がカップラーメンの具等の業務用としての活用が中心であると推測 	<ul style="list-style-type: none"> 現地に工場を建設し、現地で生産・販売を行う業者が多く、今後も拡大するのではないかと

にんにくについては、近年では米国向け輸出が中心となっている。過去5年間の輸出先国に大きなばらつきがある。

日本からの国別にんにく輸出額
(2012-2016年)

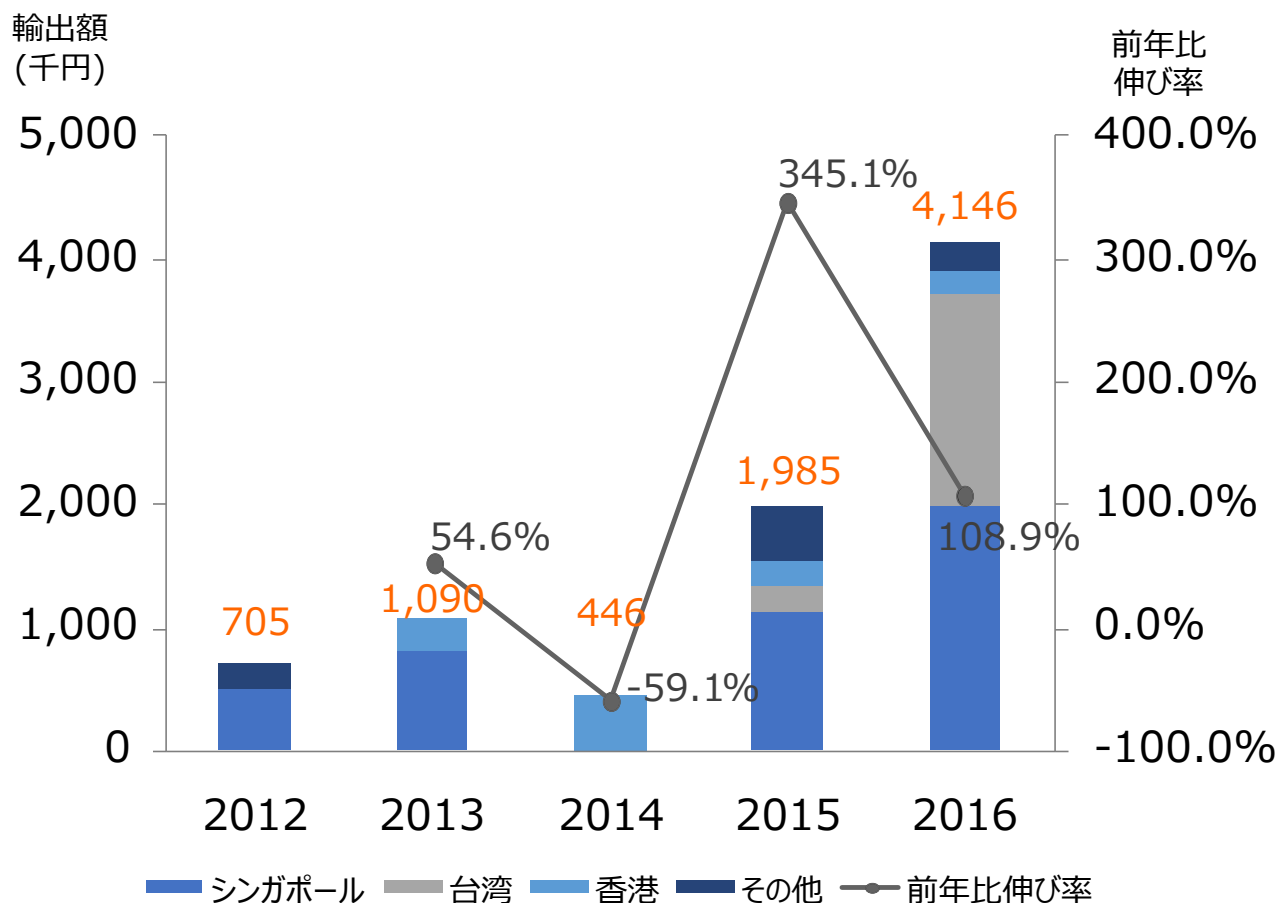


輸出に関する定性情報
(国内事業者ヒアリングより)

- (特になし)

リーキその他のねぎ属のものについては、シンガポールへの輸出が中心となっている。昨年は台湾向け輸出が急増している。

日本からの国別リーキその他のねぎ属のもの輸出額
(2012-2016年)

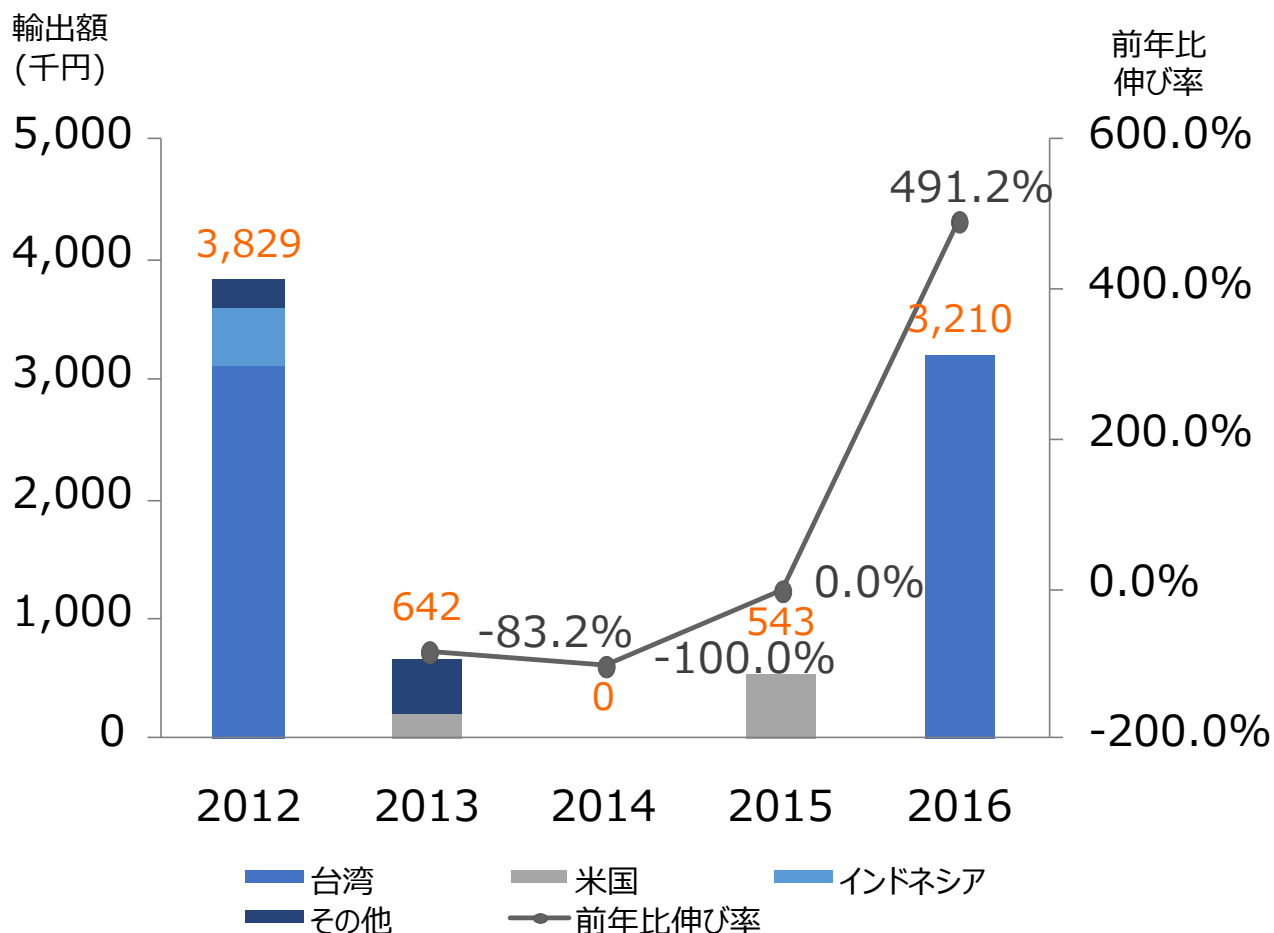


輸出に関する定性情報
(国内事業者ヒアリングより)

- (特になし)

さといもについては、輸出額・輸出先国ともに不安定な品目であるため、輸出拡大における有望品目とするのは難しいのではないか。

日本からの国別さといも輸出額
(2012-2016年)



輸出に関する定性情報
(国内事業者ヒアリングより)

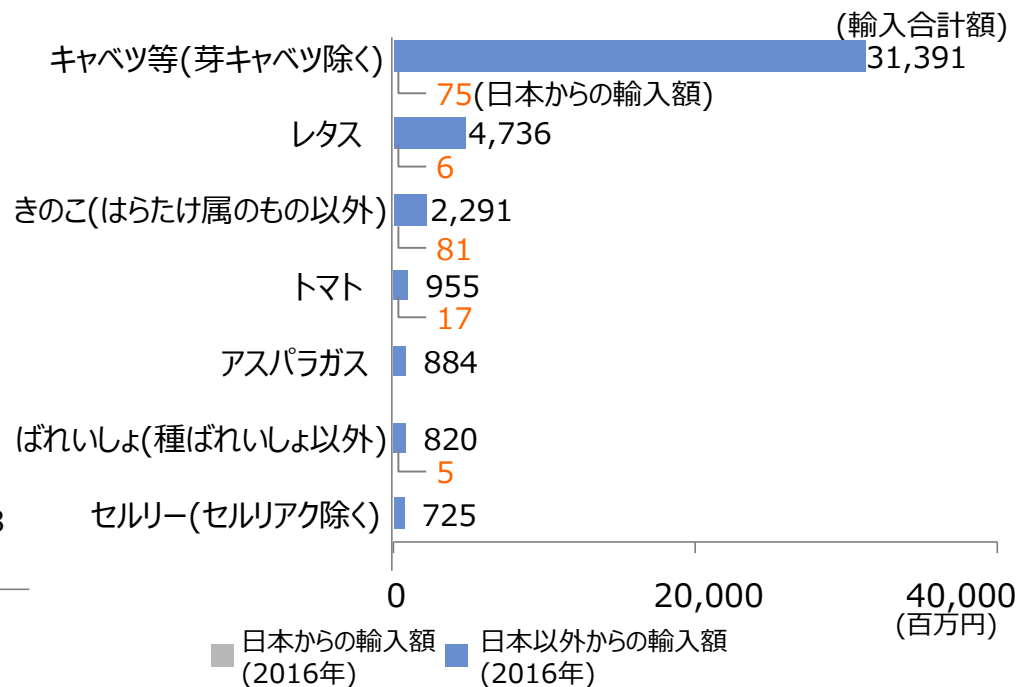
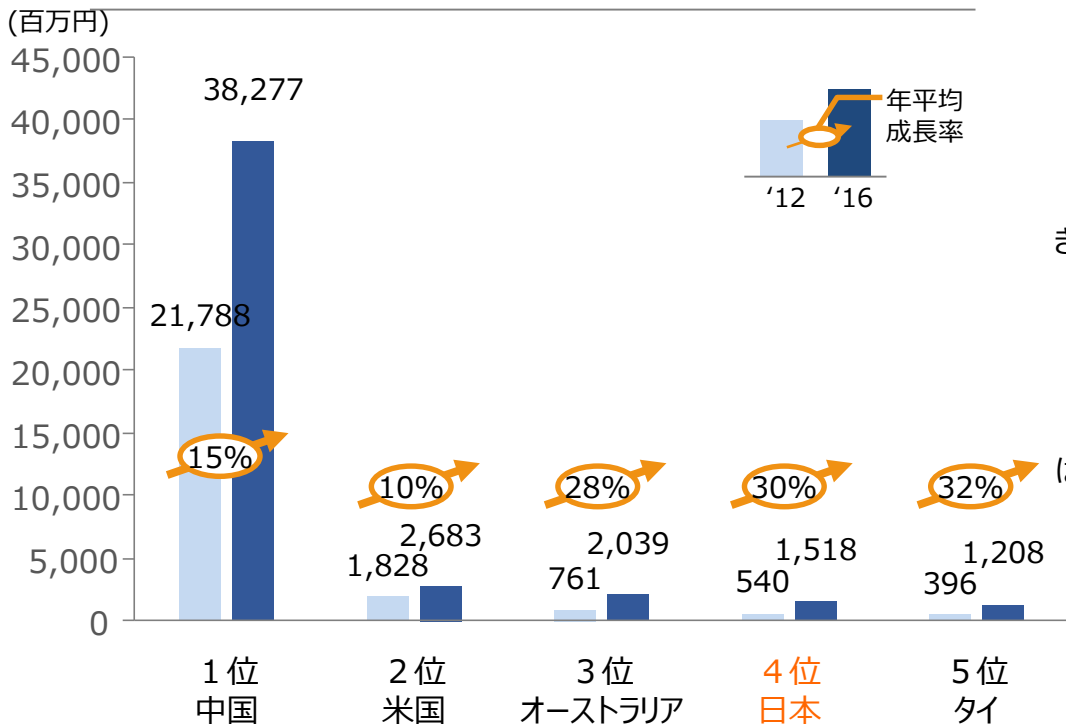
- (特になし)

1. エグゼクティブサマリ
2. 香港市場調査結果
3. 台湾市場調査結果
4. 加工品輸出事例
5. 《参考資料》
 - ① 香港店舗別調査結果
 - ② 主要品目の輸出状況
 - ③ 主要国別野菜輸入状況

香港における生鮮野菜(ながいも、かんしょ除く)の2016年輸入合計金額は499億円で、日本は輸入先国4位。主な輸入先国は中国、主な輸入品目はキャベツ等(芽キャベツ除く)。日本からは多様な品目を輸入しており、購買力も高く有望市場といえる。

香港における生鮮野菜輸入金額と成長率
(輸入先国上位5ヶ国)※2

香港における
輸入生鮮野菜の上位品目と日本からの輸入状況※2※3

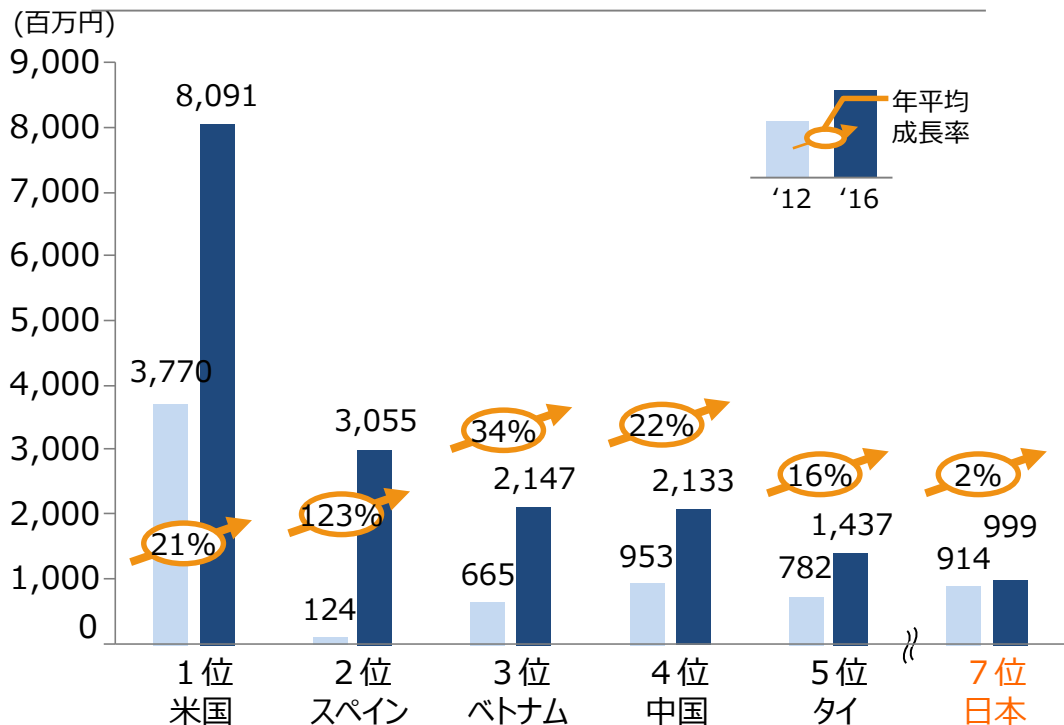


【国内事業者ヒアリング結果】

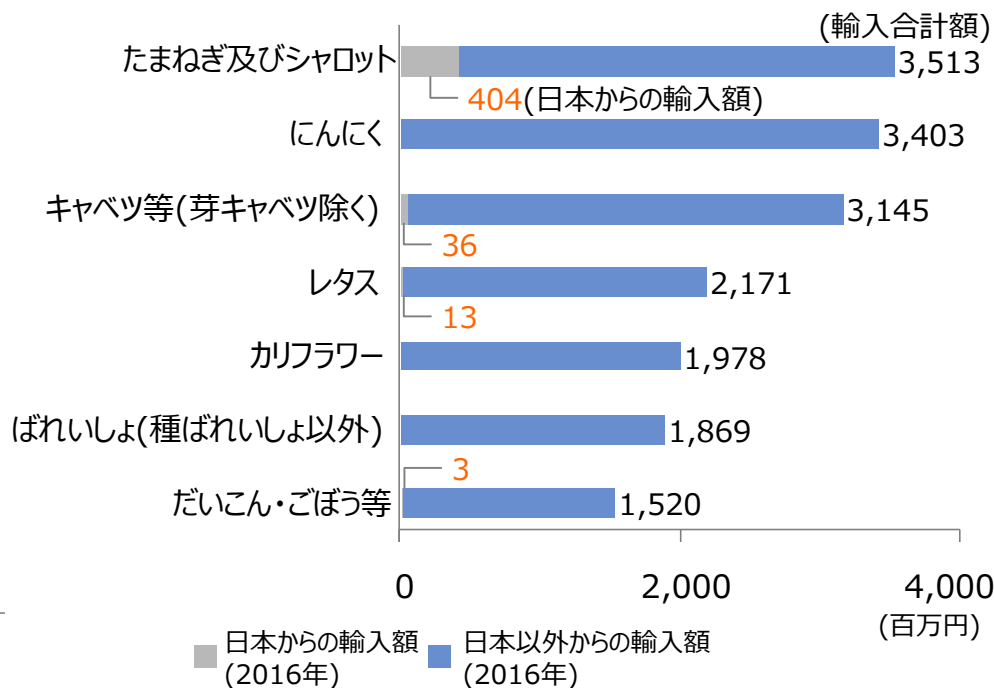
- 国内で流通している90%以上が中国産野菜。輸入によって食糧を賅っている国のため、日本産野菜のポテンシャルニーズは高い
- 現地物価が高いため、十分に期待できる市場である
- 香港は気温が高く、酸味を苦手とする食文化を有している

**台湾における生鮮野菜(ながいも、かんしょ除く)の2016年輸入合計金額は220億円
で、日本は輸入先国7位。主な輸入先国は米国、主な輸入品目はたまねぎ、にんにく、
キャベツ等となっている。検疫条件が厳しい市場であり、輸出可能品目が限られる。**

台湾における生鮮野菜輸入金額と成長率
(輸入先国上位5ヶ国と日本)※2



台湾における
輸入生鮮野菜の上位品目と日本からの輸入状況※2※3

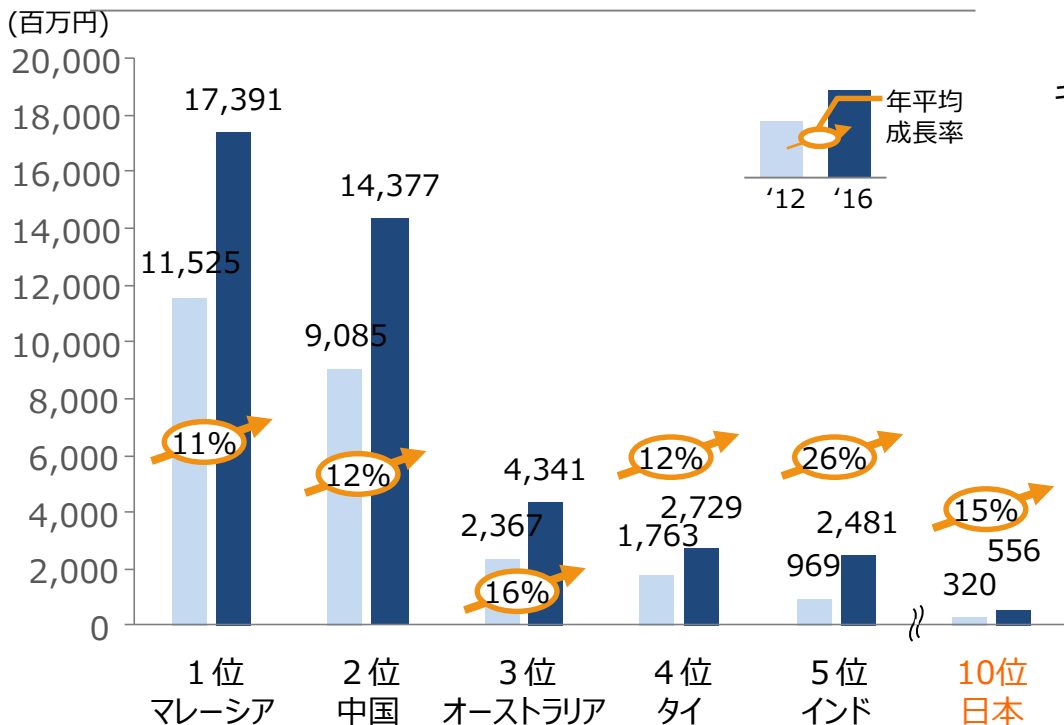


【国内事業者ヒアリング結果】

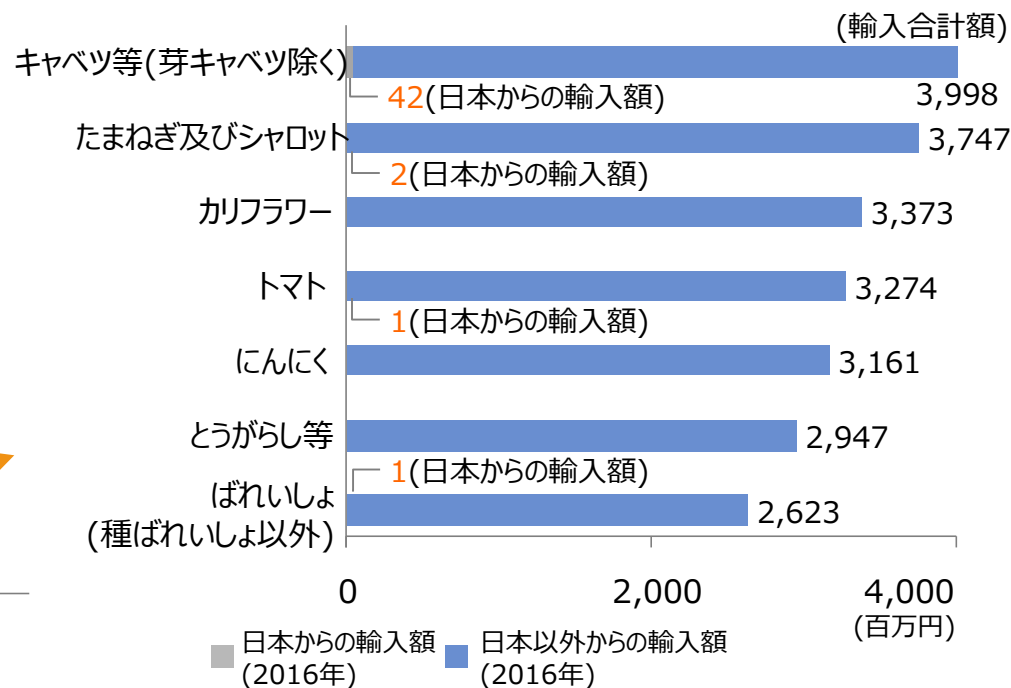
- 検疫条件が厳しい市場だが、日本からは、たまねぎおよびシャロット、キャベツ等(芽キャベツ除く)、レタスをはじめとする品目を輸出している
- レタスについては、台湾では気温が高すぎて収穫できない夏場に日本からの輸出が伸びる傾向がある(日本では夏が収穫期)
- 近隣の中国産野菜については、輸入実績があるものの積極的に輸入する姿勢はとっていない

シンガポールにおける生鮮野菜(ながいも、かんしょ除く)の2016年輸入合計金額は500億円で、日本は輸入先国10位。主な輸入先国はマレーシア、主な輸入品目はキャベツ等(芽キャベツ除く)。日本からは距離が遠く、各品目輸出量がまだ少ない。

シンガポールにおける生鮮野菜輸入金額と成長率
(輸入先国上位5ヶ国と日本)※2



シンガポールにおける
輸入生鮮野菜の上位品目と日本からの輸入状況※2※3

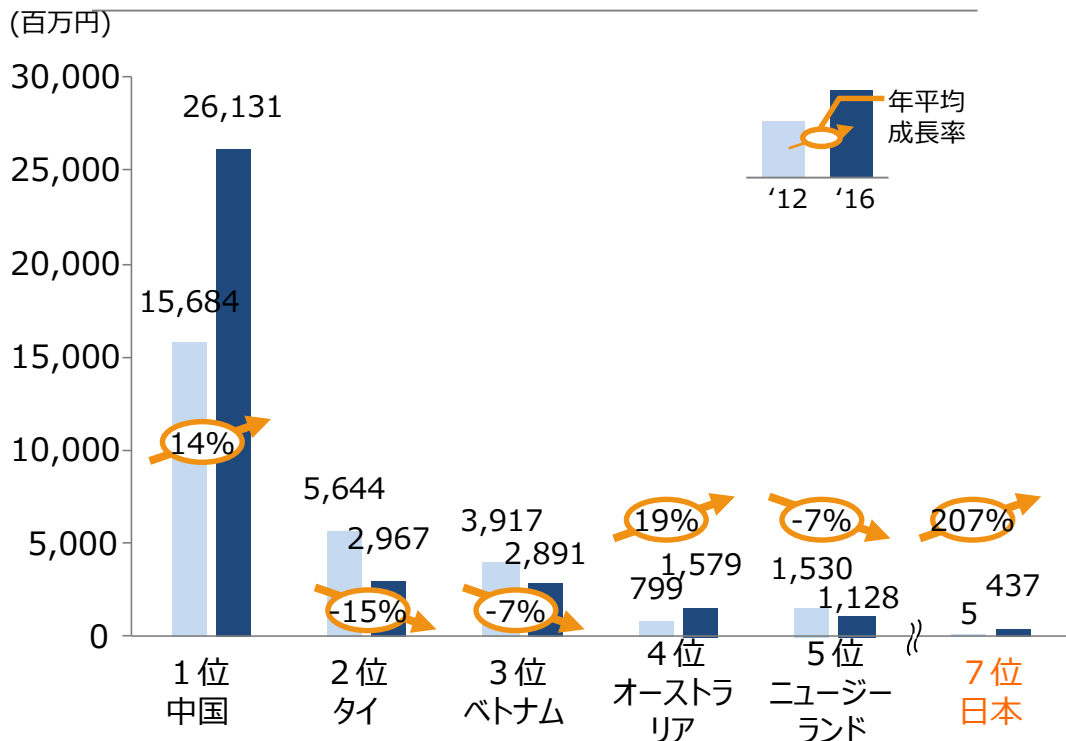


【国内事業者ヒアリング結果】

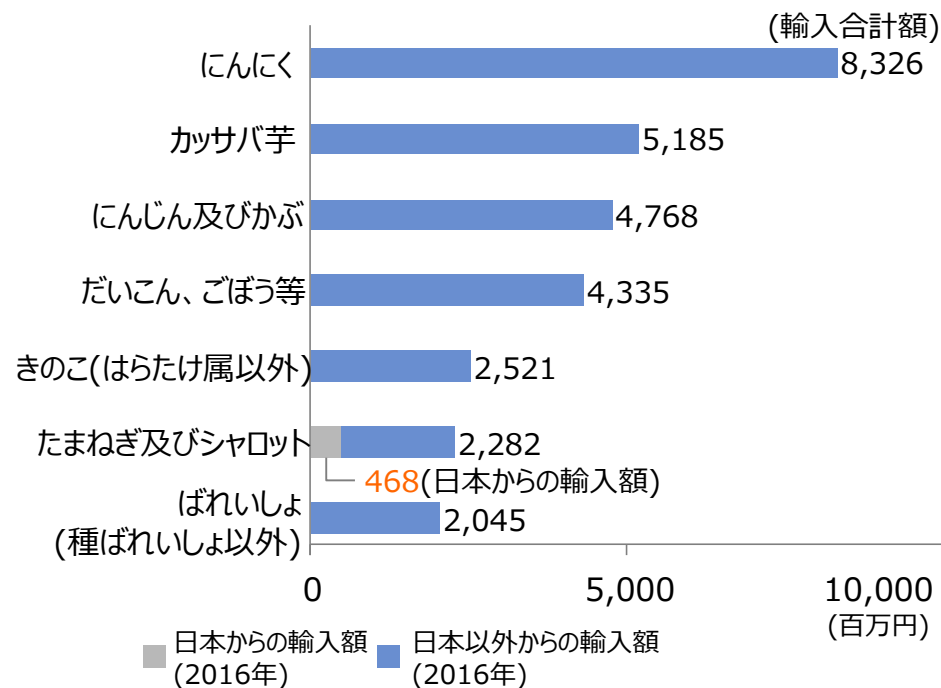
- 周年供給体制が確立している品目もあり、その他の商品についても多様な種類の野菜を出しているが、各品目の輸出量が少ない
- 隣国マレーシアで質の高い野菜が生産されており、そこから調達することができているため、一般的な品質レベルの野菜では日本からの輸出品を現地で購入してもらうことは難しいのではないかと

韓国における生鮮野菜(ながいも、かんしょ除く)の2016年輸入合計金額は371億円で、日本は輸入先国7位。主な輸入先国は中国、主な輸入品目はにんにく、カッサバ芋、となっている。日本からは、2016年にはたまねぎ及びシャロットのみ輸出している。

韓国における生鮮野菜輸入金額と成長率
(輸入先国上位5ヶ国と日本)※2



韓国における輸入生鮮野菜の上位品目と日本からの輸入状況※2※3



【国内事業者ヒアリング結果】
(特になし)

※1日本からの生鮮野菜(ながいも、かんしょ除く)の輸出先国上位4ヶ国を分析 ※2左図合計金額と右図上位品目についてはながいも、かんしょを除いた生鮮野菜が対象 ※3日本からの輸入額は、貿易統計の輸出額を引用