



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

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 Fuzetea x 2 キリン x 1 サントリー x 1	Vita x 2 Tao Ti x 1
	低糖					
	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>\$9.9</p> <p>Sangaria - Genmai Tea, Barley Tea</p>	 <p>\$7.9</p> <p>Sangaria - Genmai Tea, Barley 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		

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

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



HKTV Mall

士多  
ZSTORE.com



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

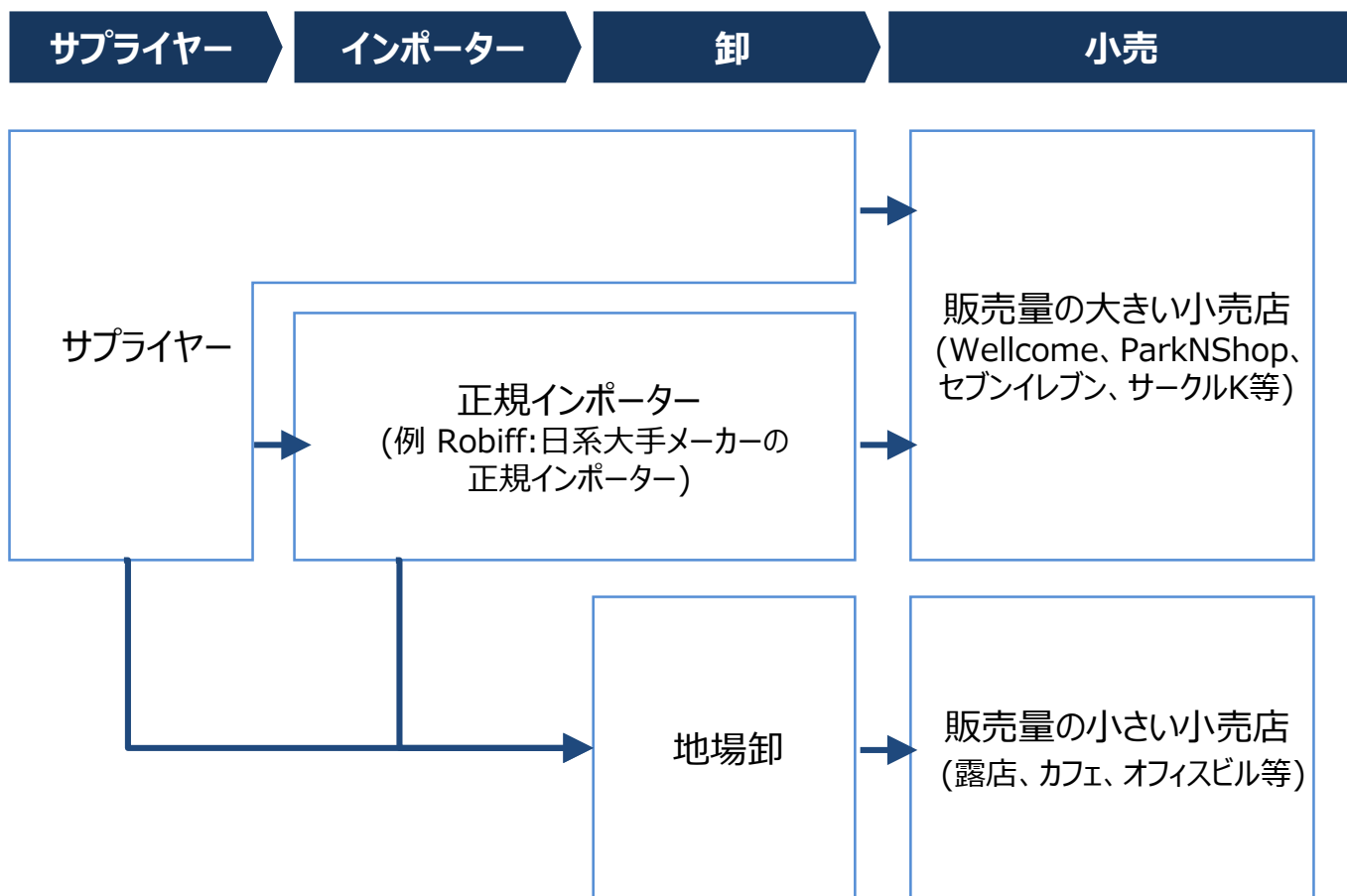


オフィスビル

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><b>健康意識</b> (糖度への意識) の高まり</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> </ul> <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><b>安全意識の高まりに伴う</b> 産地への こだわり</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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></li> <li>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></li> </ul> <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"> <li>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></li> <li><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></li> <li>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></li> </ul>
	<p>Robiff</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li><u>最も国内で売れているウーロン茶ブランド</u></li> <li>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></li> </ul>
	<p>Coca Cola</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li><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</li> <li>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)</li> </ul>
	<p>Vita</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li><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</li> <li>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</li> </ul>
Others	<p>Yeo's Master Kong</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>

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ている。

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 (他), 伊藤園 x 1 (日)		Uni x 1 (他), キリン x 2 (日), Vita x 1 (他), Coca Cola x 2 (他)	Vita x 3 (他), Nestea x 2 (他), NesTea x 1 (他), Fuzetea x 1 (他)	Vita x 2 (他), Tao Ti x 1 (他)
	低糖				Vita x 1 (他), キリン x 1 (日), Fuzetea x 2 (他), サントリー x 1 (日)	
	ノンシュガー	Tao Ti x 2 (他), Vita x 1 (他), ATH x 3 (他), 伊藤園 x 2 (日), キリン x 2 (日), サントリー x 1 (日), ダイドー x 2 (日)	Tao Ti x 3 (他), ATH x 3 (他), Robiff x 1 (他), Gold pak x 1 (日)			Tao Ti x 3 (他), Vita x 3 (他), 伊藤園 x 3 (日), Karada x 2 (日), サントリー x 1 (日), キリン x 1 (日), サンガリア x 2 (日)
	機能	Tao Ti x 1 (他)	Tao Ti x 1 (他), サントリー x 1 (日)			ATH x 1 (他), サンガリア x 1 (日)


















\*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


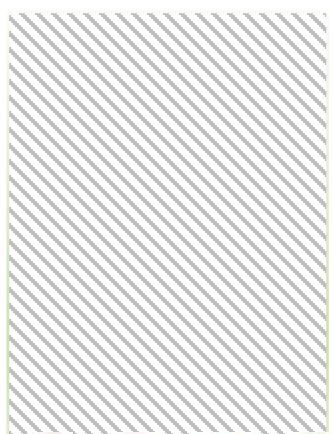




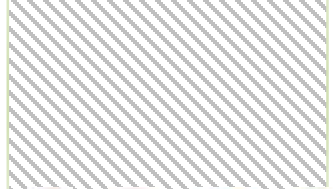
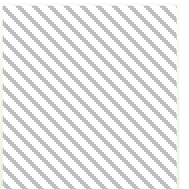



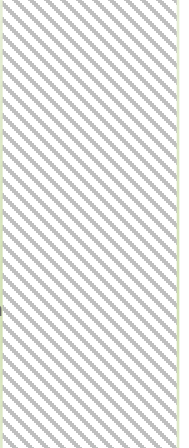
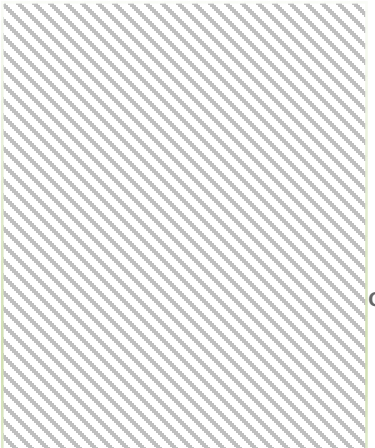








# 香港市場には多種多様の茶系飲料が存在し、既に多くのセグメントに日系ブランドが販売されている。(2/2)

	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>\$7.9</p> <p>Sangaria - Genmai Tea, Barley Tea</p>  <p>\$9.9</p> <p>Sangaria - Functional 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</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 Tea</p>			 <p>ATH - Puer 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**

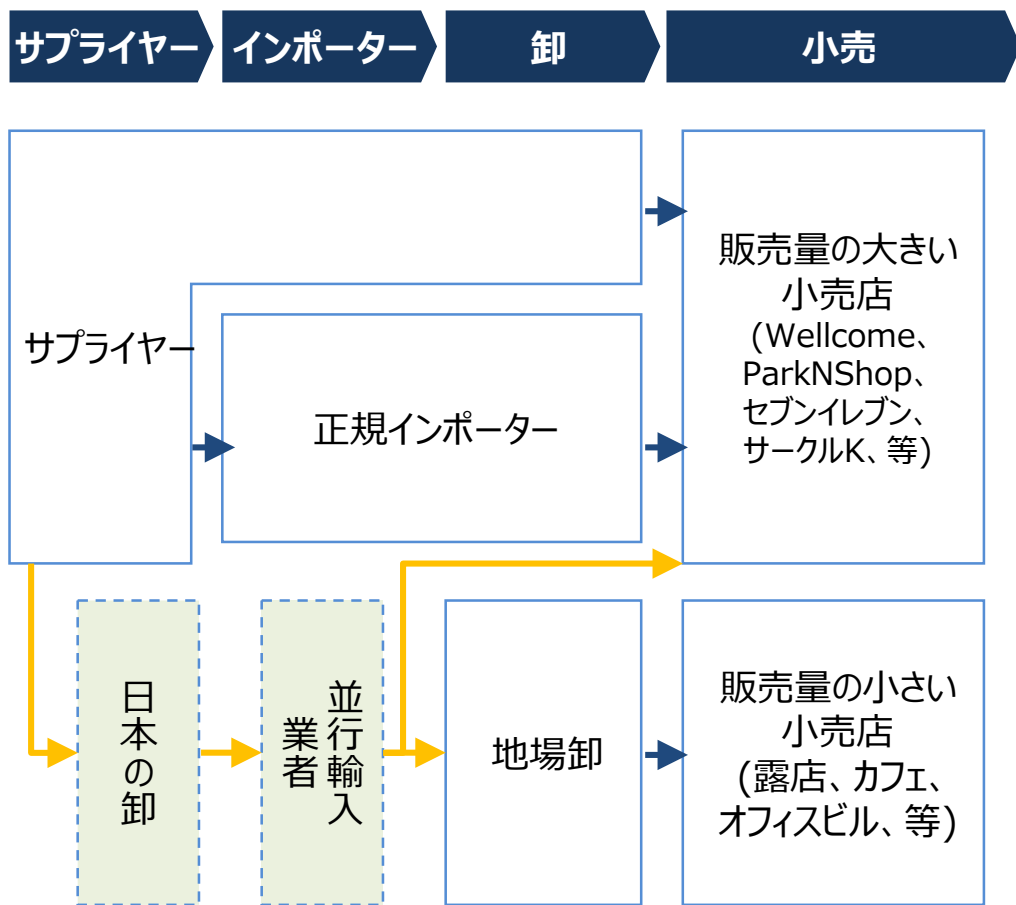
現地系輸入・卸売業者、調達ディレクター

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	日本製品の価格 (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。

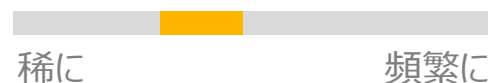
大学生 (20) 男性



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、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)”


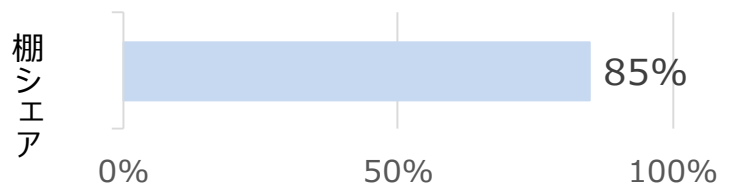
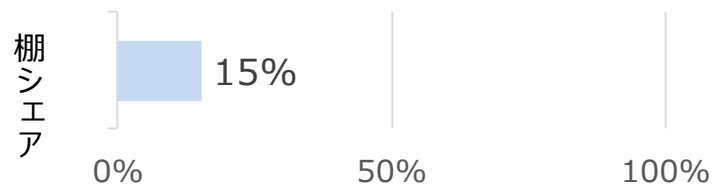
- 平均よりも高い
- **小売で見つけるのが困難**
- 他ブランドよりも糖度が少ない (甘さ控えめ)

“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”

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

マス向けの現地系スーパーでは、価格の安い主要4ブランドの取扱いが8割以上と非常に多く、日系ブランドの取扱いは少ない。ファミリー層に向けて、日常的に飲める糖度の少ない茶系飲料の取扱いが多い。

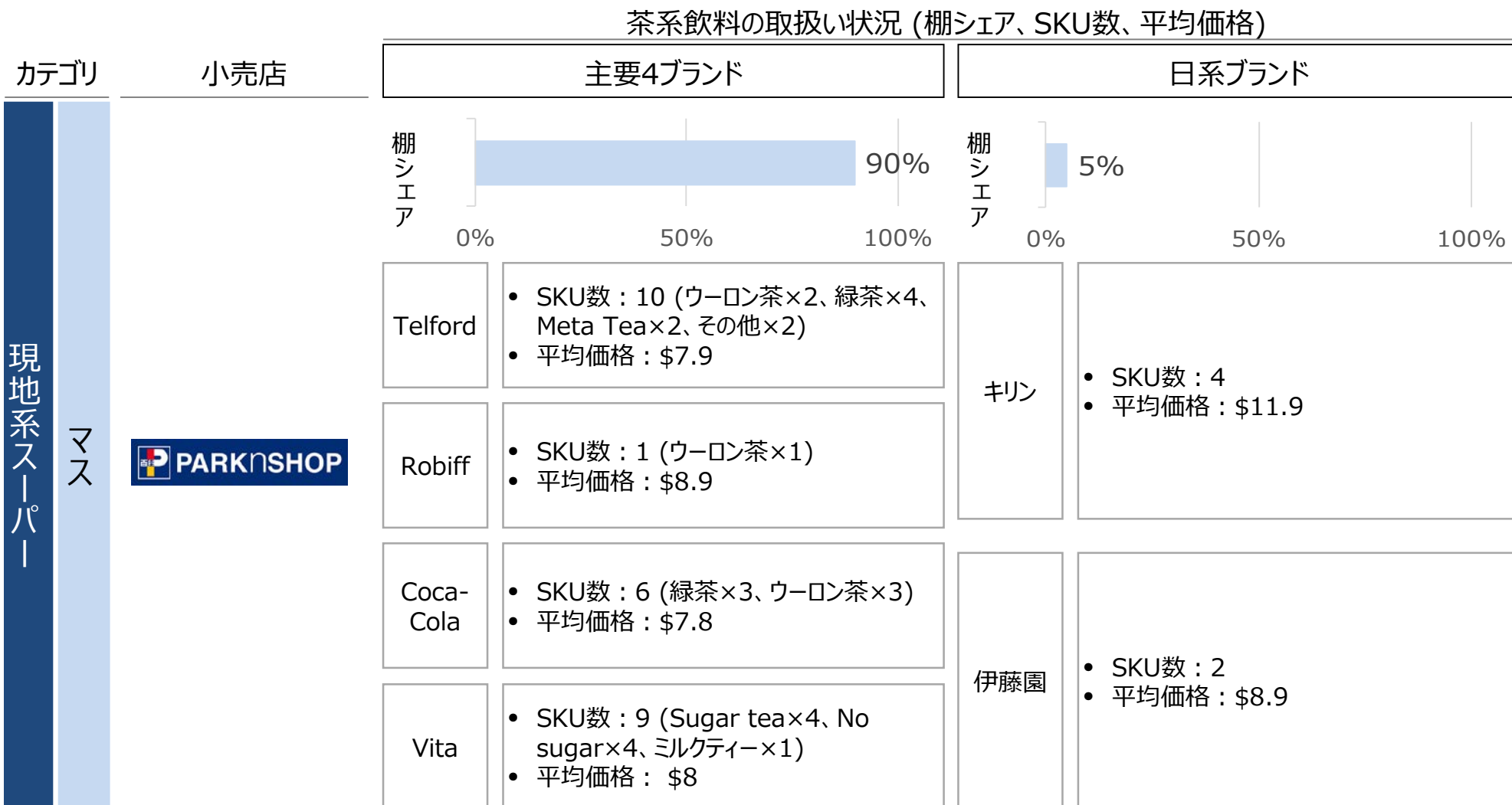
茶系飲料の取扱い状況（棚シェア、SKU数、平均価格）

カテゴリ	小売店	茶系飲料の取扱い状況（棚シェア、SKU数、平均価格）			
		主要4ブランド	日系ブランド		
現地系スーパー マス		<p>棚シェア</p>  <p>85%</p>	<p>棚シェア</p>  <p>15%</p>		
		Telford	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：13（ウーロン茶×3、緑茶×4、Meta Tea×2、その他×3）</li> <li>平均価格：\$7.9</li> </ul>	キリン	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：6</li> <li>平均価格：\$12.9</li> </ul>
		Robiff	<ul style="list-style-type: none"> <li>-（取扱いなし）</li> </ul>	伊藤園	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：3</li> <li>平均価格：\$14</li> </ul>
		Coca-Cola	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：7（プーアール茶×1、緑茶×3、ウーロン茶×3）</li> <li>平均価格：\$7.8</li> </ul>	サンガリア	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：3</li> <li>平均価格：\$9</li> </ul>
		Vita	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：8（Sugar tea×4、No sugar×4、ミルクティー×1）</li> <li>平均価格：\$8.3</li> </ul>	ゴールドパック	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：1</li> <li>平均価格：\$9.9</li> </ul>
				サントリー	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：3</li> <li>平均価格：\$14</li> </ul>

日系ブランドの取扱いボリュームは少ないものの、多品種の日系ブランド商品を取扱う。  
取扱っている日系ブランド商品はすべて日本産品である点も特徴的。

カテゴリ	小売店	日系ブランドの商品状況			
現地系スーパー マス		キリン	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Namacha Green Tea</b> COO: Japan; \$11.9</li> <li>• <b>Namacha Green Tea (Decaf)</b> COO: Japan; \$11.9</li> <li>• <b>Pungency Milk Tea</b> COO: Japan; \$13.9</li> <li>• <b>G.Koucha Milk Tea</b> COO: Japan; \$12.9</li> <li>• <b>Lemon Tea</b> COO: Japan; \$12.9</li> <li>• <b>Straight Tea (1.5L)</b> COO: Japan; \$20.9</li> </ul>	サンガリア	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Light Barley Tea</b> COO: Japan; \$7.9</li> <li>• <b>Functional Tea</b> COO: Japan; \$9.9</li> <li>• <b>Genmai Tea</b> COO: Japan; \$7.9</li> </ul>
		伊藤園	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Barley Mug Tea</b> COO: Japan; \$11.9</li> <li>• <b>Kuromame Genmai Tea</b> COO: Japan; \$17</li> <li>• <b>Tea's Tea Peach Green Tea</b> COO: Japan; \$11.9</li> </ul>	その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Gold Pak North Alp Oolong Tea</b> COO: Japan; \$9.9</li> <li>• <b>Karada Meguru Blend Tea Original / Jasmine</b> COO: Japan; \$11.9</li> <li>• <b>Karada Meguru Blend Tea Jasmine</b> COO: Japan; \$11.9</li> <li>• <b>Suntory Gorgeous Cold Tea</b> COO: Japan; \$12.9</li> <li>• <b>Suntory Black Oolong Tea</b> COO: Japan; \$16.9</li> <li>• <b>Suntory Genmai Tea (2L)</b> COO: Japan; \$22.9</li> </ul>

## ParKNShopではWellcome以上に日系ブランドの取扱が少なく、5%程度に留まる。



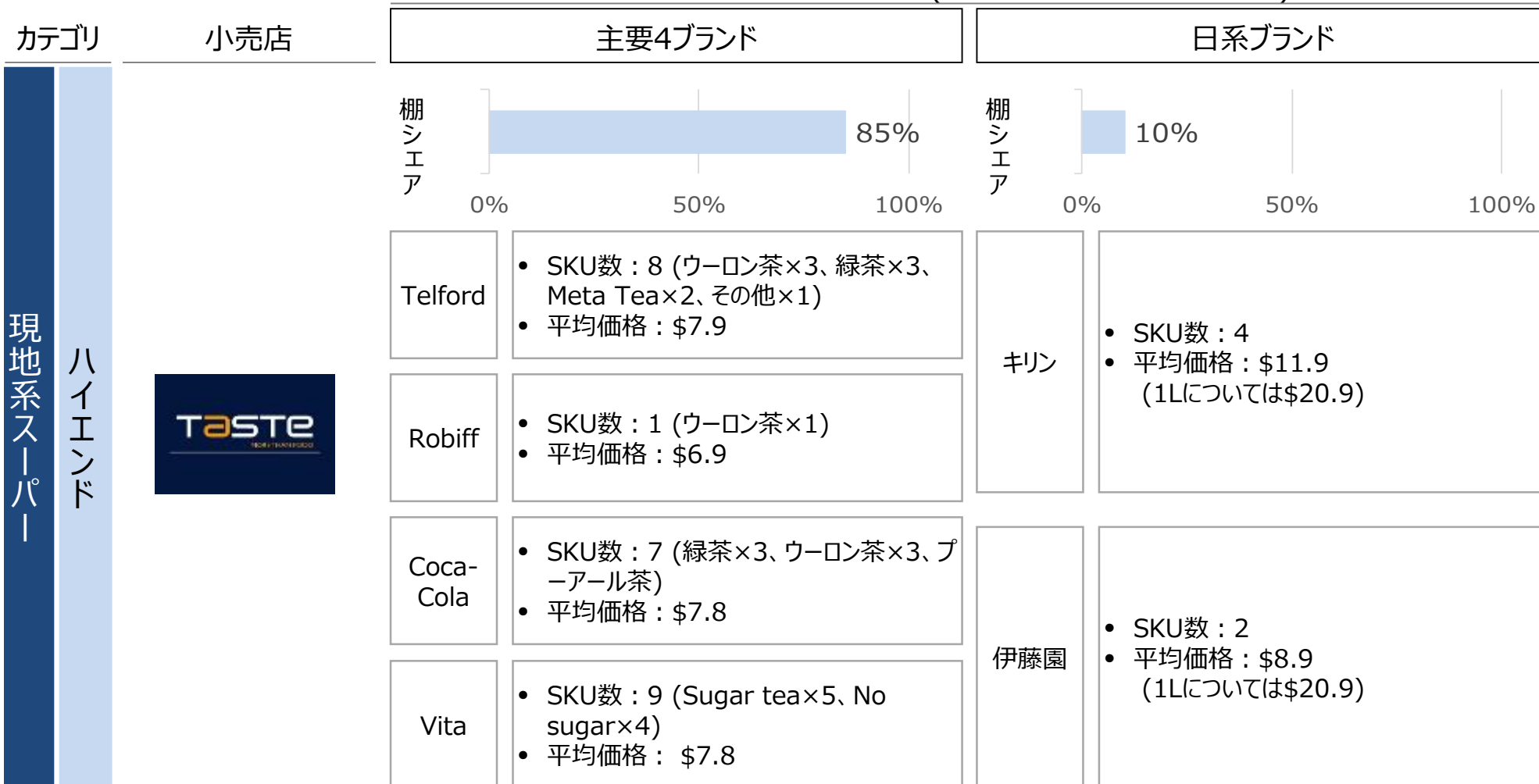


加えて、伊藤園の商品は中国産のものも多く、日本産品は麒麟製品が中心。

カテゴリ	小売店	日系ブランドの商品状況		
現地系スーパー マス		麒麟	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Namacha Green Tea</b> COO: Japan; \$11.9</li> <li>• <b>Namacha Green Tea (2L)</b> COO: Japan; \$20.9</li> <li>• <b>G.Koucha Milk Tea (2L)</b> COO: Japan; \$18.9</li> <li>• <b>Lemon Tea</b> COO: Japan; \$11.9</li> <li>• <b>Lemon Tea (2L)</b> COO: Japan; \$18.9</li> <li>• <b>Straight Tea (2L)</b> COO: Japan; \$18.9</li> </ul>	サンガリア • N/A
		伊藤園	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Green Tea</b> COO: Mainland; \$8.9</li> <li>• <b>Green Tea (1L)</b> COO: Japan; \$20.9</li> <li>• <b>Strong Green Tea</b> COO: Mainland; \$8.9</li> </ul>	

地場のハイエンドスーパーでもマス向けスーパー同様に日系ブランドの取扱い量は10%程度と少ない。主要4ブランドの取扱いについてもマススーパーと大きな違いはない。

茶系飲料の取扱い状況（棚シェア、SKU数、平均価格）


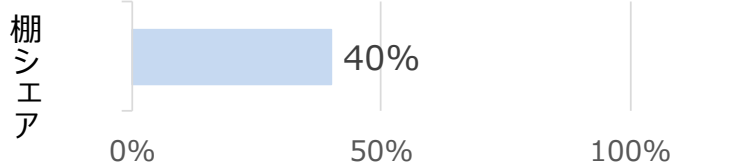
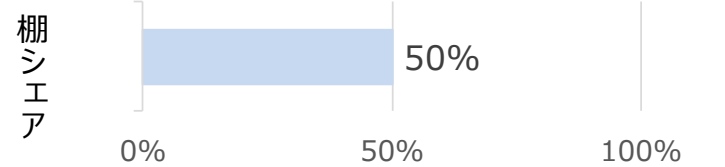


地場のハイエンドスーパーでは、家庭用サイズ（1.5L）の日本産飲料の取扱いが多い。

カテゴリ	小売店	日系ブランドの商品状況
現地系スーパー ハイエンド		キリン <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Namacha Green Tea</b> COO: Japan; \$11.9</li> <li>• <b>Milk Tea (1.5L)</b> COO: Japan; \$20.9</li> <li>• <b>Straight Tea (1.5L)</b> COO: Japan; \$20.9</li> <li>• <b>Lemon Tea (1.5L)</b> COO: Japan; \$20.9</li> <li>• <b>Straight Tea (1.5L)</b> COO: Japan; \$20.9</li> <li>• <b>Lemon Tea</b> COO: Japan; \$11.9</li> </ul>
		伊藤園 <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Green Tea</b> COO: Japan; \$8.9</li> <li>• <b>Rich Green Tea</b> COO: Japan; \$8.9</li> <li>• <b>Green Tea (1L)</b> COO: Japan; \$20.9</li> </ul>
		サンガリア • N/A

イオンでは、日系ブランドの取扱い量が50%程度と非常に多い。ブランドの種類も豊富でイオンでしか手に入らない日系ブランドも多数取り揃える。

茶系飲料の取扱い状況 (棚シェア、SKU数、平均価格)

カテゴリ	小売店	茶系飲料の取扱い状況 (棚シェア、SKU数、平均価格)		
		主要4ブランド	日系ブランド	
現 地 系 ス ー パ ー  ハ イ エ ン ド		<p>棚シェア</p>  <p>40%</p>	<p>棚シェア</p>  <p>50%</p>	
		Telford	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：11 (ウーロン茶×3、緑茶×3、Meta Tea×2、その他×3)</li> <li>平均価格：\$7.9</li> </ul>	<p>キリン</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：5</li> <li>平均価格：\$12.9</li> </ul>
		Robiff	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：1 (ウーロン茶×1)</li> <li>平均価格：\$8.9</li> </ul>	<p>伊藤園</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：3</li> <li>平均価格：\$14</li> </ul>
		Coca-Cola	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：6 (緑茶×3、ウーロン茶×2、プーアル茶×1)</li> <li>平均価格：\$7.5</li> </ul>	<p>TopValu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：13</li> <li>平均価格：\$10</li> </ul> <p>サントリー</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：5</li> <li>平均価格：\$13</li> </ul>
Vita	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：7 (Sugar tea×3、No sugar×4)</li> <li>平均価格：\$7.9</li> </ul>	<p>Dydo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：2</li> <li>平均価格：\$12.5</li> </ul> <p>アサヒ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：3</li> <li>平均価格：\$17</li> </ul> <p>ポッカ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：1</li> <li>平均価格：\$12.9</li> </ul> <p>日本 コカ・コーラ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：1 (爽健美茶)</li> <li>平均価格：\$12.9</li> </ul>		

## イオンでは自社プライベートブランドのTopValuに加え、様々な日本産茶系飲料を取り揃えている。(1/2)

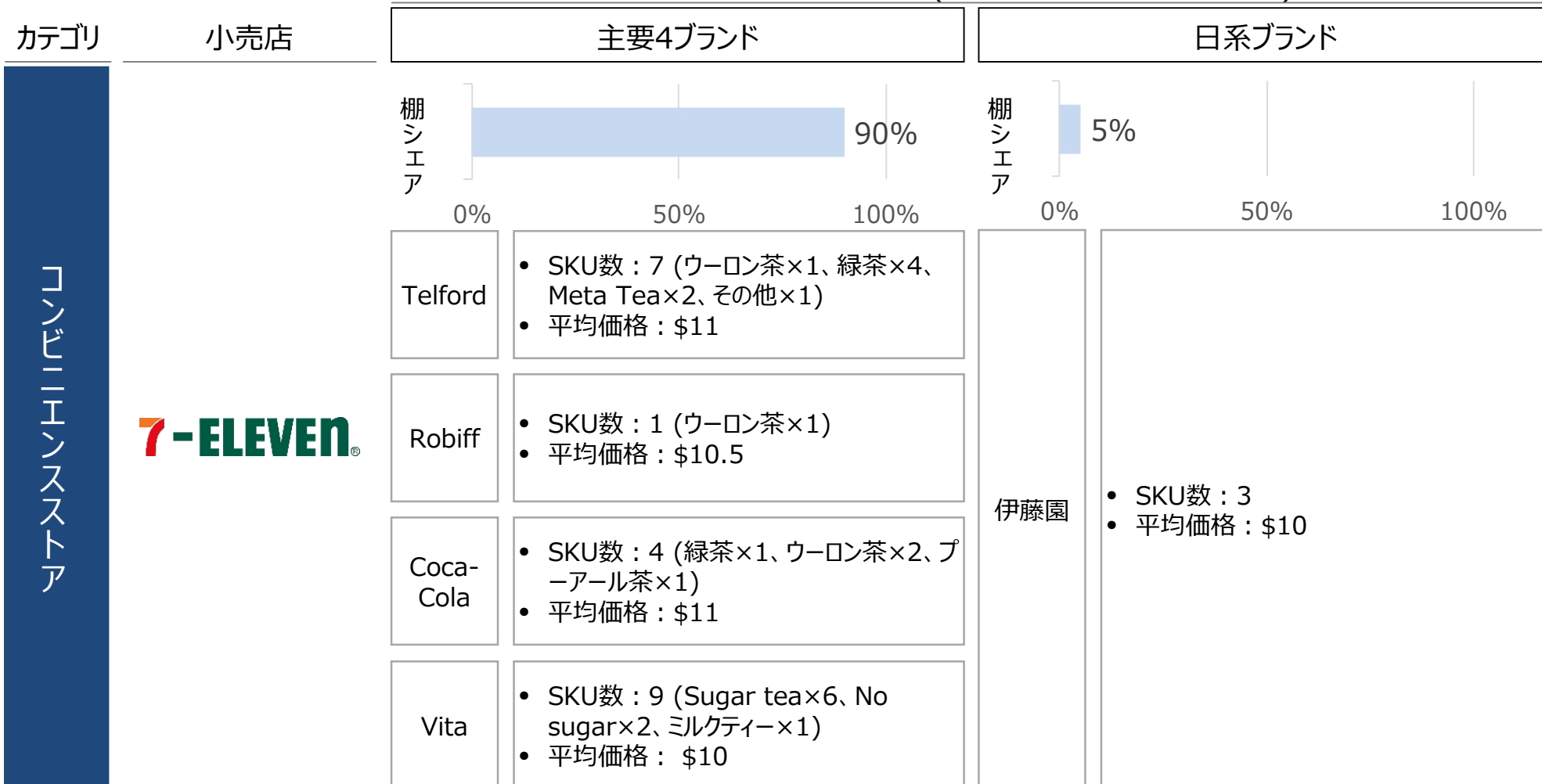
カテゴリ	小売店	日系ブランドの商品状況	
日系スーパー		キリン <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Namacha Green Tea</b> COO: Japan; \$12.9</li> <li>• <b>Namacha Green Tea Decaf</b> COO: Japan; \$12.9</li> <li>• <b>Straight Tea</b> COO: Japan; \$12.9</li> <li>• <b>Straight Tea (no sugar)</b> COO: Japan; \$12.9</li> <li>• <b>Lemon Tea</b> COO: Japan; \$14.9</li> </ul>	その他 <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>TopValu Green Tea</b> COO: Japan; \$6.9</li> <li>• <b>TopValu BP Oolong Tea</b> COO: Japan; \$6.9</li> <li>• <b>TV Baby Barley tea</b> COO: Japan; \$12.9</li> <li>• <b>TV Baby Baked tea</b> COO: Japan; \$12.9</li> <li>• <b>TopValu Lemon tea</b> COO: Japan; \$8.9</li> <li>• <b>TopValu Straight Tea</b> COO: Japan; \$8.9</li> <li>• <b>TopValu GE Organic Baked Tea</b> COO: Japan; \$9.9</li> <li>• <b>TopValu GE Organic Green Tea</b> COO: Japan; \$9.9</li> <li>• <b>TopValu Organic Black Oolong Tea</b> COO: Japan; \$9.9</li> <li>• <b>TopValu 8+ Mixed Tea</b> COO: Japan; \$10.9</li> <li>• <b>TopValu GE Organic Genmai Tea</b> COO: Japan; \$9.9</li> <li>• <b>TopValu Semen Coicis Barley Tea</b> COO: Japan; \$7.9</li> <li>• <b>TopValu Jasmine Tea</b> COO: Japan; \$7.9</li> </ul>
		伊藤園 <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Roobibos Tea</b> COO: Japan; \$12.9</li> <li>• <b>Green Tea</b> COO: Japan; \$15.9</li> <li>• <b>Barley Tea</b> COO: Japan; \$15.9</li> </ul>	
		サンガリア <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Iced Green Tea</b> COO: Japan; \$6.9</li> <li>• <b>Barley Tea</b> COO: Japan; \$7.9</li> </ul>	

## イオンでは自社プライベートブランドのTopValuに加え、様々な日本産茶系飲料を取り揃えている。(2/2)

カテゴリ	小売店	日系ブランドの商品状況	
日系スーパー		その他	その他
		<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Suntory Green Tea</b> COO: Japan; \$12.9</li><li>• <b>Suntory Rich Green Tea</b> COO: Japan; \$12.9</li><li>• <b>Suntory Genmai Tea</b> COO: Japan; \$12.9</li><li>• <b>Suntory Special Green Tea</b> COO: Japan; \$19.9</li><li>• <b>Suntory Oolong Tea</b> COO: Japan; \$12.9</li><li>• <b>Dydo Rose Tea</b> COO: Japan; \$12.5</li><li>• <b>Dydo Jasmine Tea</b> COO: Japan; \$12.5</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Sokenbicha</b> COO: Japan; \$12.9</li><li>• <b>Tsumugi Oolon Tea</b> COO: Japan; \$15.9</li><li>• <b>Asahi Black Bean Black Tea</b> COO: Japan; \$18.9</li><li>• <b>Asahi 16 Tea (1L)</b> COO: Japan; \$28.9</li><li>• <b>Asahi 16 Tea</b> COO: Japan; \$15.9</li><li>• <b>Pokka Sapporo Barley Tea</b> COO: Japan; \$12.9</li><li>• <b>Pokka Sapporo Oolong Tea</b> COO: Japan; \$12.9</li></ul>

## セブンイレブンでは現地系スーパー以上に日系ブランドの品揃えが少なく5%程度。唯一、取り扱っている日系ブランドも中国産で低価格のもの。(1/2)

茶系飲料の取扱い状況 (棚シェア、SKU数、平均価格)




セブンイレブンでは現地系スーパーよりも日系ブランドの品揃えが少なく5%程度。唯一、取り扱っている日系ブランドも中国産で比較的低価格の商品。(2/2)

カテゴリ	小売店	日系ブランドの商品状況	
コンビニエンスストア	7-ELEVEN®	キリン	• N/A
		伊藤園	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Green Tea</b> COO: Mainland; \$10</li><li>• <b>Rich Green Tea</b> COO: Mainland; \$10</li><li>• <b>Genmai Tea</b> COO: Mainland; \$10</li></ul>
		サンガリア	• N/A



## サークルKでもセブンイレブン同様に、日系ブランドの取扱い量が少ない上に、日本製品の取扱いは限定的。(1/2)

茶系飲料の取扱い状況 (棚シェア、SKU数、平均価格)


カテゴリ	小売店	主要4ブランド	日系ブランド		
「コンビニエンスストア		<p>棚シェア</p> <p>0% 50% 100%</p>	<p>棚シェア</p> <p>0% 50% 100%</p>		
		Telford	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：5 (ウーロン茶×1、緑茶×1、Meta Tea×2、その他×1)</li> <li>平均価格：\$11</li> </ul>	伊藤園	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：2</li> <li>平均価格：\$9.5</li> </ul>
		Robiff	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：1 (ウーロン茶×1)</li> <li>平均価格：\$10.8</li> </ul>		
		Coca-Cola	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：7 (緑茶×3、ウーロン茶×3、プーアール茶×1)</li> <li>平均価格：\$10 (3つ買うと1つ\$5.8)</li> </ul>	日本 コカ・コーラ	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：2 (からだめぐり茶)</li> <li>平均価格：\$14.9</li> </ul>
		Vita	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：9 (Sugar tea×4、No sugar×4、ミルクティー×1)</li> <li>平均価格：\$8</li> </ul>		

## サークルKでもセブンイレブン同様に、日系ブランドの取扱い量が少ない上に、日本製品の取り扱いが限定的。(2/2)

カテゴリ	小売店	日系ブランドの商品状況	
コンビニエンスストア		キリン <ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A</li> </ul>	サンガリア <ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A</li> </ul>
		伊藤園 <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Green Tea</b> COO: Mainland; \$9.5</li> <li>• <b>Rich Green Tea</b> COO: Mainland; \$9.5</li> </ul>	その他 <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Karada Megurich (Original)</b> COO: Japan; \$14.9</li> <li>• <b>Karada Megurich (Jasmine)</b> COO: Japan; \$14.9</li> </ul>

## 輸入品を中心に取り揃えるスペシャリティストア759Storeでは、日系問わず様々な輸入品を取扱う。日系ブランドは棚の10%程度を占める。

茶系飲料の取扱い状況（棚シェア、SKU数、平均価格）

カテゴリ	小売店	主要4ブランド		日系ブランド	
		棚シェア	SKU数	棚シェア	SKU数
その他 スペシャリティストア		0%	-	10%	1
		0%	-	10%	1
		0%	-	10%	3
		0%	-	10%	1
		Telford	-	キリン	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：1</li> <li>平均価格：\$12.9</li> </ul>
		Robiff	-	サントリー	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：1</li> <li>平均価格：\$12.5</li> </ul>
		Coca-Cola	-	ダイドー	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：3</li> <li>平均価格：\$11</li> </ul>
		Vita	-	日本 コカ・コーラ	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU数：1（ベリーミルクティ）</li> <li>平均価格：\$13.9</li> </ul>

## キリンをはじめ、サントリー、ダイドーの日本産飲料を取りそろえている。

カテゴリ	小売店	日系ブランドの商品状況		
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">その他</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">スペシャリティストア</p>		<p>キリン</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Green &amp; Red Apple Tea Soda</b> COO: Japan; \$12.9</li> </ul>	<p>その他</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Dydo Extra Rich tea – Peach red rose</b> COO: Japan; \$11.9</li> <li>• <b>Dydo Green Tea</b> COO: Japan; \$10.5</li> <li>• <b>Dydo Fried Barley Tea</b> COO: Japan; \$10.9</li> <li>• <b>Green Tea</b> COO: Japan; \$8.9</li> <li>• <b>Rich Green Tea</b> COO: Japan; \$8.9</li> <li>• <b>Green Tea (1L)</b> COO: Japan; \$20.9</li> </ul>
		<p>その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Coca Cola Berry Milk Tea</b> COO: Japan; \$13.9</li> <li>• <b>Suntory Lipton Lemon Tea</b> COO: Japan; \$12.5</li> </ul>	

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

ヒアリング項目

ヒアリング内容

基礎情報

チャンネル

- **コンビニエンスストア (1位はセブンイレブン、2位はサークルK) での売上が茶系ペットボトル市場の50%を占める**
- **スーパーマーケット (主にWellcome、ParkNShop) が30%**
- **その他 (HKTV Mall/Z Store等のオンラインチャンネル、mom-and-pop storeと呼ばれる零細個人商店) が20%**
  - オンラインチャンネルは近年急速に成長している。当社のオンライン売り上げは昨年から3倍に増えるほど成長

商品

- 市場全体で**毎年13.2億HKD (≒190億円)**の茶系ペットボトル売上がある
- 主に**4つのカテゴリ**に分類される
  - Sugar Tea (砂糖入り)
  - Low sugar tea (100mlあたり5g以下の砂糖)
  - Non-sugar (無糖)
  - Functional tea (機能性飲料、脂肪燃焼効果のある成分等が加わった製品)

顧客トレンド

- 顧客は年々健康意識が高まっており、**機能性飲料がここ数年で非常に人気** (反対に砂糖入り飲料は人気下がっている)
  - 競合他社も近年機能性茶系飲料を発表
  - ミルクティーは砂糖が多く、香港では人気下がりがつつある

主要プレーヤー

- 茶系ペットボトル市場全体 (売上順) : #1 Vitasoy; #2 Telford; #3 Robiff (最も売れているウーロン茶、日系大手メーカーのディストリビューターでもある) ; #4 Coca Cola
- ノンシュガー茶系ペットボトル市場 (売上順) : #1 Telford; #2 Robiff; #3 Coca Cola (Authentic Tea House series) ; #4 Vitasoy (4つ新たなノンシュガー商品を販売)
- シュガー茶系ペットボトル市場 (売上順) : #1 Vitasoy (レモンティーが圧倒的なプレゼンスを発揮)

流通

- インポーターとディストリビューターは同じケースがほとんどであり、ディストリビューターは主要小売へ商品を販売する
- 零細個人商店やボリュームの少ない小売店については卸売りが介在する

ヒアリング項目	ヒアリング内容
チャンネル	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 現地系スーパーマーケットでは当社製品の取り扱い量が多い (WellcomeやParkNShop)</li> <li>• ハイエンドスーパーマーケット (TasteやMarketplace) や日系スーパーマーケット (Yata、AEON、CitySuper) は、よりインポートブランドの取扱いが多くなっており、地場ブランドの取扱い量は少ない</li> </ul>
顧客	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 茶系ペットボトル飲料の主要ターゲットは、<b>18～40歳までの若～中年層 (大学生から社会人まで)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 45歳以上の中高年層は、自宅で茶系飲料を自ら淹れて飲む傾向が強く、主要ターゲットではない</li> </ul> </li> <li>• <b>観光客と地元住民でターゲティングは分けていない</b></li> </ul>
商品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>機能性飲料シリーズが現在のベストセラー</b></li> <li>• 競合の類似商品が強すぎるカテゴリーの商品は、販売中止を検討している</li> <li>• <b>日本の緑茶と中国・香港の緑茶は味が異なり、消費者もそれを認知し始めている。</b></li> </ul>
生産	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ノンシュガー商品は主に中国で生産</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 広東省の茶葉を使用</li> </ul> </li> <li>• シュガー商品は台湾で生産</li> </ul>
プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>• プロモーションには非常に注力しており、莫大なプロモーション予算を持っている             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ <b>プロモーション予算がないと、小売店を説得するのが難しい</b></li> <li>➢ <b>テレビCMを多用している</b></li> </ul> </li> </ul>

自社

ヒアリング項目	ヒアリング内容
ブランド	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>伊藤園は、価格が中国・地場ブランドと最も近く日系ブランドの中でも最も売れているブランド</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 伊藤園は日本で生産していたものを中国に移転</li> </ul> </li> <li>● <b>ミルクティーについてはキリンが最も有名</b></li> </ul>
価格差	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>日本産の茶系飲料は中国産に比べて1.5倍程度高額</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 日本産は\$15-16⇨215~230円（ディスカウント時：\$12⇨172円）</li> <li>➢ 中国産は\$10-11⇨144~158円（ディスカウント時：\$7~7.5⇨100~108円）</li> </ul> </li> </ul>
顧客	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 香港の消費者の中には<b>産地にこだわる消費者が一定数存在し</b>、日本産へのニーズが高い</li> <li>● 加えて、<b>日系ブランドと中国・地場ブランドの商品は同じ緑茶やミルクティー、レモンティーでも味・価格が異なるため</b>、違った嗜好を持つ消費者に選ばれている             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ <b>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</b></li> </ul> </li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 小売で新商品を置いてもらう際、まず3カ月間程度商品を棚に置いて売上を見るトライアル期間を経て、商品の取扱いボリュームが決まる             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 売上が期待以下だった場合は、SKU数が減らされたり取扱い店舗の数が少なくなる</li> </ul> </li> <li>● <b>プロモーション予算及び綿密なプロモーション戦略は小売の決断を後押しする上でも非常に重要</b></li> <li>● コンビニエンスストアでは期間限定品が非常に人気であり、コンビニに来店する顧客は新しいものを試したいと思っている人が多いことを表している</li> </ul>



# ヒアリング結果：現地系小売グループB、元アシスタントカテゴリマネージャー

ヒアリング項目	ヒアリング内容
チャンネル/ 立地	<ul style="list-style-type: none"> <li>当グループは自社で複数のチャンネルを展開しており、所得階級に合わせて立地を選択している               <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ スーパーマーケット (マス向け)：主に住宅地の近く立地</li> <li>➤ スーパーマーケット (ハイエンド向け)：商業地域や高級住宅地の近くに立地</li> <li>➤ コンビニエンスストア：香港中に存在</li> </ul> </li> </ul>
商品	<ul style="list-style-type: none"> <li>茶系ペットボトル飲料の取扱い状況               <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ マス向けスーパーマーケットでは10-20%が輸入品</li> <li>➤ ハイエンドスーパーマーケットでは30-40%が輸入品</li> <li>➤ コンビニエンスストアでは50%がローカル品、50%が輸入品 (近年日本からの輸入比率が高まっている)</li> </ul> </li> </ul>
調達	<ul style="list-style-type: none"> <li>スーパーマーケット及びコンビニエンスストアでそれぞれ一人づつRTD (すぐ飲めるドリンク) 商品のバイヤーが本社に存在し、調達を行っている</li> </ul>
顧客	<ul style="list-style-type: none"> <li>チャンネルによって消費行動は異なる               <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <u>スーパーマーケットでは家族用消費が多く</u>、ペットボトルは複数本の購入が多い</li> <li>➤ <u>コンビニエンスストアでは個人消費が多く</u>、20-30代の若年層がペットボトル飲料を購入</li> </ul> </li> <li>近年は<u>健康意識の高まりもあって、ジュースや甘い飲料の人気は下がっている</u>。その反面、ノンシュガーをはじめとする茶系飲料は伸びている</li> <li><u>産地を気にする消費者は近年増えている</u>。特にスーパーマーケットでは気にする顧客が多い</li> </ul>

自社

ヒアリング項目	ヒアリング内容
プレーヤー	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vitaはスーパーマーケット業態におけるレモンティーでの売上1位ブランド</li> <li>Telfordはノンシュガー茶系飲料における売上1位ブランド</li> <li><b>伊藤園の緑茶は非常に有名</b></li> </ul>
商品/味	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>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、現地消費者はその差をわかっている</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 日本の茶系飲料は甘さが控えめ</li> <li>➢ 日本の茶系飲料は女性受けがよい (Telfordのお茶は甘すぎるという声を聞いたことがある)</li> </ul> </li> <li><b>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</b></li> </ul>
価格	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本産の茶系飲料はコンビニエンスストアにて\$13-15、中国産は\$7-8と<b>価格ギャップは大きい</b></li> </ul>
プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>スーパーマーケットではロイヤリティカードを利用したプロモーション戦略が非常に有用             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 200万人の会員がおり、購入履歴等に基づいたターゲティングが可能</li> </ul> </li> <li>コンビニエンスストアでは季節や期間によってテーマを持ったプロモーションを行うことが多い             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 例えば日本がテーマだった場合は、店内の装飾や商品をそのテーマに合わせて作りこむ</li> </ul> </li> </ul>

基礎情報

ヒアリング項目	ヒアリング内容
市場参入 ボトルネック	<ul style="list-style-type: none"> <li>香港で小売に商品を置いてもらうには商品登録料が発生し、それが非常に高額</li> <li><b>消費期限は、店頭到着時に1年残っているとベスト、最低でも5カ月は必要</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 輸入品は店舗納品の時点で、すでに2-3カ月経過している</li> </ul> </li> <li>ブランドは市場における認知を広げるための<b>プロモーション計画を事前に用意する必要がある</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 3年程度が目安</li> </ul> </li> <li>チャンネル別の優先事項           <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ スーパーマーケット：消費期限、マージン（30-40%のマージンを求める）</li> <li>➤ コンビニエンスストア：プロモーション計画、商品の独占契約、マージン（50%のマージンを求める）</li> </ul> </li> </ul>
市場参入の ポイント	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>商品の新陳代謝は非常に重要</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Telfordは毎年2-3の新商品を発売し、消費者に飽きさせないような商品戦略を行っている</li> </ul> </li> <li><b>テレビプロモーション</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ マス向けの認知を高めるためのテレビCMは非常に有効</li> </ul> </li> </ul>
並行輸入品	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>スーパーマーケットはメーカーからの直取引を好む</b>（間にマージンを抜かれないため）、次に正規ディストリビューターからの調達（安定した調達、品質保証）最後に並行輸入業者（品質の再確認が必要であり手間）</li> <li>並行輸入業者は正規品よりも安い価格で仕入れており、<b>正規品よりも70%程度安い</b></li> <li>ただし主要な小売は並行輸入業者に対して、不安定供給と品質の再確認が必要等の手間の面から不満を感じており、好んで使っていない</li> </ul>

その他

	ヒアリング項目	ヒアリング内容
基礎情報	商品	<ul style="list-style-type: none"> <li>主に仕入れている日系ブランドは<b>キリン、サントリー、サンガリア、ダイドー、アサヒ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>伊藤園 (の緑茶) については、日本製と中国製のパッケージが酷似しているにもかかわらず価格差が大きく、売りにくいと判断したため、取扱っていない</li> <li>日系ブランドの限定商品は非常に取扱いが多い</li> <li>家族よりも個人の消費者をターゲットにしているため主に500mLを取扱う</li> </ul> </li> </ul>
	仕入れ	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>複数の並行輸入品業者から仕入れており、商品の供給は不安定であり予測も難しい</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>週によって仕入れ可能なブランドが変わる</li> </ul> </li> <li>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</li> <li>週に数回仕入れを行い、1回あたり数個のカーゴで複数の食品を仕入れている</li> </ul>
	顧客	<ul style="list-style-type: none"> <li>20代～40代、<b>輸入品や新しい商品を買う為に来店するような顧客がターゲット</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>多くの場合、<b>日本への旅行中に商品を知り、香港でも買いたいという理由で来店する人が多い</b></li> <li>中には旅先で見つけた新しい商品のリクエストをしてくる顧客もいる</li> </ul> </li> <li>日本からの輸入品目当ての顧客が主で、中国製についてはあまり売れない                     <ul style="list-style-type: none"> <li>過去にVitaを低価格で販売したが売れなかった</li> </ul> </li> <li>香港には日本の茶系飲料好きな人が多い                     <ul style="list-style-type: none"> <li><b>日本の茶系飲料の需要はまだ満たされていない</b></li> </ul> </li> <li>当ストアに置いている商品にはすべて生産国が記されており、<b>顧客は基本「日本産」であることを要求している</b></li> </ul>
	その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>台湾の茶系飲料は、日本の物よりも甘く (例：緑茶)、日本のものに比べると人気が高い</li> <li>小売 (特にコンビニエンスストア) マージンは、販売価格の安い中国産のほうが高い</li> <li>当ストアではすべての商品のマージンが同程度なるように、販売価格が調整されている</li> </ul>

## ヒアリング項目

## ヒアリング内容

### 基礎情報

#### 商品

- 当社が取扱う商品は主に、**Tao Ti, Robiff, Authentic Tea House, 伊藤園の4種**
- 健康への意識増が、**低糖・ノンシュガーの茶系飲料の近年の売上増と連動**している
  - 特にRobiffのノンシュガー系飲料は急速に伸びている
- カテゴリー別の売上情報
  - ウーロン茶：#1 Robiff; #2 Authentic Tea House (大紅袍) ; #3 Tao Ti
  - 低糖緑茶：#1 Tao Ti; #2 Master Kong (Tao Tiと比較したら少ない)
  - ノンシュガー緑茶：#1 Itoen; #2 Vita (2017年の夏に新商品発売)
- その他
  - マレーシアやベトナムなどの東南アジアブランドの飲料は、香港人の嗜好に合わない(甘すぎる上に、人工的な味がしすぎる)ため、売上・流通ボリュームは小さい
  - 茶系飲料は冬に売上が増える(夏はエネルギー系飲料や水の売上が増える)

#### 価格

- 消費者は価格に敏感なので、中国製、その他輸入品商品の価格は大概同じような価格設定になっている(機能性飲料は多少高い)
  - 伊藤園の中国製の商品の小売価格は7ドル,日本製の輸入品は12ドル
- **小売マージンは中国産は30-40%、その他輸入品は60-70%**

#### チャネル

- 当社は**オフィスビル**や**零細店舗 (通称：パパママストア)** 向けに商品を卸している
  - オフィスビルは、ジュース系飲料よりも茶系飲料を好む傾向がある
  - 零細店舗は名の通ったブランド (例 Coca Cola, Vita, Tao Ti, Robiff) を好む傾向が強い
- これらのチャネルはコンビニエンスストア同様に、**新たな商品を試してみたいというニーズが存在する。**

#### 消費者

- 消費者の購買要因は**ブランドと価格**が主であり、**茶系飲料については\$7-8の価格帯が最も受け入れられている価格帯**
- 多くはないが、**一部の消費者はペットボトルの裏のラベルを見てから購入する**

ヒアリング項目

ヒアリング内容

日系ブランド

販売状況/  
機会

- 伊藤園の緑茶は近年売上を伸ばしている
  - 中国産と日本産は味が異なり、中国産の方が売上は大きい
- 香港での成長ポテンシャルが高い茶系飲料は、**ウーロン茶、プーアール茶、ストレートティー、レモンティー**
  - ウーロン茶についてはRobiffが好調だが、Authentic Tea Houseの大紅袍, Tao TiのMeta Oolong・Clear Oolong・Jasmine Oolongの売上が伸び悩んでいる
  - プーアール茶については現在Authentic Tea Houseの消茶が好調で、競合も出てきていない状況
  - **ストレートティーやレモンティーはキリンが出しているが、ボリュームが足りていない**
- 日系ブランドの回転は早く、消費者にとって新たな商品と触れる楽しみを生むものの、継続性に欠ける
- 新商品はリスクが高く、卸はあまり多くの取扱量は扱わない

その他

- 伊藤園は、中国の旧正月のみ広告を出し、その他の期間は出していない
- インポーターは新商品を選定する際以下のような項目を検討する
  - 競合はどのような商品か？
  - どの程度の価格であれば優位性があるか？
  - 味は市場で評価されるのか？
  - ミニマムの売上ボリュームはどの程度か？

	ヒアリング項目	ヒアリング内容
基礎情報	商品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 当社が扱うすべての飲料について（主に日本からの輸入を扱う）、<b>主要なディストリビューターとなっている</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ ポッカサッポロフード&amp;ビバレッジ（緑茶、ウーロン茶、ストレートティー、麦茶、等）</li> <li>➢ サンガリア（緑茶、ウーロン茶、玄米茶、麦茶）</li> <li>➢ 富永貿易</li> </ul> </li> </ul>
	チャネル	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 主に<b>スーパーマーケット (Wellcome)、コンビニエンスストア (セブンイレブン)</b> に卸している           <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ オーナー型店舗にも商品を卸すことがある</li> <li>➢ “日本からの輸入茶系飲料はハイエンドのスーパーだけでなく、WellcomeやParkNShopといったマス向けスーパーでも最近では置いている”</li> </ul> </li> <li>• 現地系小売店の中には、比較的インポーターやサプライヤーの意見に耳を傾け企業もあれば、自社の調達チームが独自で判断する企業もある</li> </ul>
	消費者	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 日系ブランドのほうが高いが、<b>ラグジュアリー品・高級品としては見られていない</b></li> <li>• 全体として、日本製の輸入茶系飲料の売上は伸びている。<b>最も売れているのは緑茶、次いでウーロン茶</b></li> <li>• 香港では<b>機能系飲料</b>や<b>低糖飲料</b>が好まれ始めている</li> </ul>
	日系ブランド	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 日系ブランドの強み           <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 日系ブランドは期間限定商品を作ることが多く、消費者の“楽しみ”を作り上げる。その結果、主力製品の売上も伸びる</li> </ul> </li> <li>• 日系ブランドの弱み           <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 価格が高い</li> <li>➢ プロモーションよりも商品力に力を入れている（ディストリビューターへの広告費の補助が出ない）</li> </ul> </li> <li>• 日系ブランドの成長機会           <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 日本の機能性飲料は足りていない状況なので、<b>機能性飲料は“勝ち商品”となる可能性が高い</b></li> </ul> </li> </ul>

## ヒアリング項目

## ヒアリング内容

### 流通

#### 独占的 ディストリビューター

- 当社は日本政府・日本大使館、JETRO等との関係が強く、その関係性を使用し複数ブランドの独占権を結ぶことに成功
  - 日系ブランドはこのような関係性を非常に重視する傾向が強い、と感じている
- 独占的ディストリビューターを持つことのメリット
  - 日本のサプライヤーから原材料についての情報をすべて把握し、香港の規制に沿うか確認
  - マーケティングを行うリソースを保有
  - その他法規制に対応（ラベル、等）
  - 倉庫を提供し、小売からの注文に素早く対応
- ディストリビューターが独占権を結ぶ際の検討項目
  - 香港の市場に受け入れられるのか？
  - 価格は適正価格で販売することが出来るか？（ディストリビューター、小売へのマージンを乗せても）
  - サプライヤーは小売店ニーズを満たすのに必要十分な量を提供できるか？（1週間に1カーゴを提供するのが基本要求）
  - 並行輸入品がブランドにとって問題となるか？（並行輸入品と比べ、調達コストの価格優位性はあるのか？）
    - ◇ 多くの場合、並行輸入品の出所である日本の卸売りは、スペシャルディスカウントをもらっており、非常に安い価格で仕入れることが可能
- ディストリビューターを選ぶ際には、既に類似製品を輸入しているディストリビューターが“シナジー効果”もあるため望ましい
  - テーマのあるフェアやプロモーションを行う際（例：緑茶フェア）に、小売はワンストップですべての商品SKUが揃うことを好む
  - 新たな商品を提案する機会も多くなる

#### 並行輸入品

- 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で溢れかえっている
  - 独占的ディストリビュ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
- 並行輸出品業者は、
  - 香港の規制遵守意識が低い（原材料、放射線）
    - ◇ ただし、茶系飲料の場合、原材料面で規制されるものは少ない
    - ◇ 政府は輸入量の多いディストリビューターに放射線チェックのスタッフを派遣し、製品は検査されないことが多い
  - 価格破壊を起こす
    - ◇ 消費者が並行輸入品の価格に慣れてしまうと、正規品は売れなくなってしまう



## ヒアリング項目

## ヒアリング内容

### 基礎情報

#### 商品

- 1年前より日本から茶系飲料を輸入している
  - キリン (ミルクティー、レモンティー、ストレートティー)
  - サントリー (機能性緑茶、黒烏龍茶)
  - サンガリア
  - 伊藤園
- 当初、小売からのリクエストがあったのが日本から輸入したきっかけで、今では毎週仕入れている
- 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
- 現在、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・並行輸入品が存在**

#### 小売

- 主に**コンビニエンスストア (セブンイレブン)、スーパー (Wellcome)** へ仕入れている
- **小売は新しい商品を仕入れる際にパッケージを重視する。**パッケージが魅力的なほど、仕入れるボリュームも増える
- 小売は、事前に並行輸入業者が用意した食品ラベルを確認し、承認された後ペットボトルに貼られる

#### 顧客トレンド

- 日系茶系飲料は全体的に好調であり、トレンドとなりつつある
  - 日本のミルクティーやレモンティーは需要が安定している。一方で、**日本の緑茶は徐々に伸びている。**
  - **緑茶はミルクティーやレモンティーよりも“香港人にとっては新しい商品”**
- 新たな価値 (例：健康に寄与する) を持った商品のほうが今の香港では流行する

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

# Wellcomeで取り扱うRTD茶飲料の80%は、主要4社(Big4)で占められる。一方で、日本ブランドの棚占有率は15%以下である。(1/2)

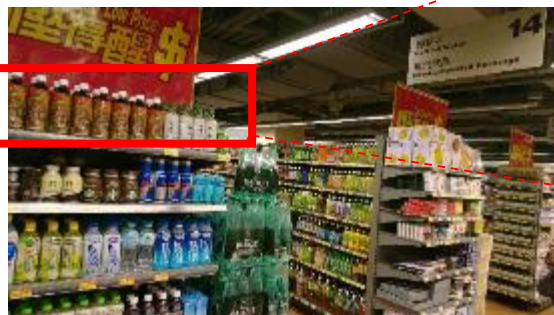
## 概要

- 対象店舗は、中国人、欧米駐在員が多く住む中高所得層エリアにある大規模店舗
- 店舗内装から品揃えまで、欧米のスーパーとよく似ている
- 平均的な店と比べ、商品価格は全般的に高めである



→ 該当店舗は、Wellcomeブランドの高級業態であり、通常のスーパーマーケットより売り場面積も広い

→ 冷蔵棚に陳列されている茶飲料は多くはないが、すべて日本からの輸入ブランドである(キリン、伊藤園、サントリー等)  
→ これ以外はすべて常温棚に陳列

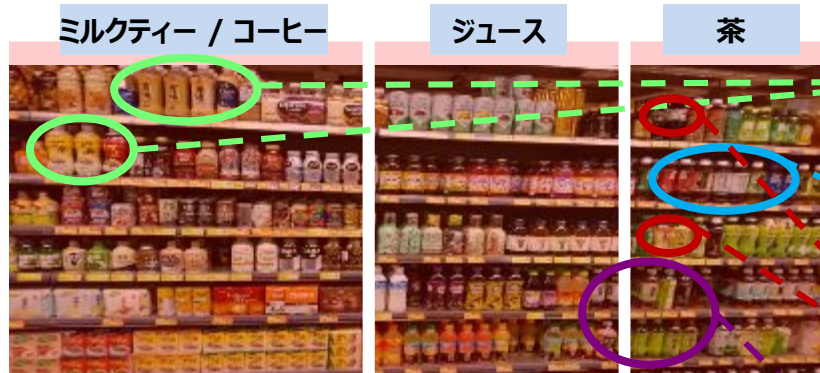


→ RTD茶飲料の棚の横に、値引き商品が陳列されている目玉商品棚がある



→ 茶飲料はキリンとゴールドパックのみがディスプレイされており、両方共に日本からの商品である  
→ それ以外で目玉商品棚に陳列されているのは、エナジードリンクとコーヒー

# Wellcomeで取り扱うRTD茶飲料の80%は、主要4社(Big4)で占められる。一方で、日本ブランドの棚占有率は15%以下である。(2/2)



→ 飲料棚は主に「ミルクティー/コーヒー」「ジュース」「茶」の3つのセクションに分かれている



→ 特売棚: Authentic Tea House (2本買ったら1本無料)

→ Vita Tea (2本買うとディスカウント価格)



→ ミルクティーは他の茶飲料と比べて、取扱商品数・ブランド数が少なく、主なブランドは麒麟、Vita、Tenwow、United

→ Authentic Tea Houseからは、ウーロン茶、プーアール茶、緑茶等、様々な味の茶飲料が陳列されている

→ 日本からの輸入茶が棚に占める割合はかなり小さく、陳列ブランドは麒麟、伊藤園、サンガリア、サントリーである

→ 棚で最大占有率を持っているのはTao Ti で、緑茶、数種類のウーロン茶等、多種多様な茶飲料が揃う

→ Vitaの加糖レモンティーと無糖ティーが、棚の一部を大きくとっている

→ 2Lの大容量ボトルが、棚の最下段に置かれており、ブランドはAuthentic Tea House、麒麟、伊藤園、サントリー

# ParkNShopで取り扱うRTD茶飲料の90%は、主要4社(Big4)で占められる。 一方で日本ブランドの棚占有率は5%以下である。(1/2)

## 概要

- 対象店舗はかなり小規模の店舗で、近隣は中所得者層の住む商業地区である
- 店舗内装は現地系スーパーそのもので、顧客には比較的高齢者が多い
- 品ぞろえは、現地中国人向けになっている



→ この店舗は、多くの人が居住し、商業活動も活発な昔からの地域にある



→ Vitaの加糖・無糖のすべてのSKUが棚に並んでおり、その中には日式的「北川半兵衛商店」やフレーバー緑茶もある

→ 日式緑茶はすべて日本産ではない

→ Vitaの無糖茶のパッケージには「火鍋にぴったり」の宣伝文句が書かれている



Robiff



→ **Authentic Tea House**

陳列SKUは、緑茶3種類とウーロン茶2種類

→ 新商品のプーアル茶は、取り扱いされていない



Tao Ti

## ParkNShopで取り扱うRTD茶飲料の90%は、主要4社(Big4)で占められる。 一方で日本ブランドの棚占有率は5%以下である。(2/2)



→ Robiffのウーロン茶は、1SKUしかないにも関わらず、かなりのスペースをとっている



→ Tao Ti ブランドからは、緑茶、数種類のフレーバー緑茶、数種類のウーロン茶、玄米茶、北川半兵衛商店等、かなりの種類のSKUが陳列されている



→ Tao Ti の緑茶、二種のウーロン茶は1.5リットルの大容量も取り扱いがある



→ 日本ブランドの茶飲料は、伊藤園の500mLボトルを除き、キリンのレモンティー、ミルクティー、ストレートティー、生茶と、伊藤園の1Lボトルは日本からの輸入品である

→ ストレートティーとミルクティーは1.5Lの大容量のみの取り扱いで、500mLはなかった

→ レモンティーは、500mL、1.5Lともに取り扱いあり



## Tasteで取り扱うRTD茶飲料の85%は、主要4社(Big4)で占められる。一方で、日本ブランドの棚占有率は10%以下である。(1/2)

### 概要

- 対象店舗は平均サイズの店舗
- 近隣は中所得者層の居住地区で、近くにはMTRの駅がある
- 店舗内装は欧米系スーパーマーケットに似ているが、品ぞろえは現地顧客を意識したものになっている



→ 対象店舗は、中所得世帯向けで、店舗内装はかなりモダンなデザインになっている

→ 無糖茶は、Vitaの4 SKUで、緑茶、玄米茶、ジャスミンティー、菊花茶である



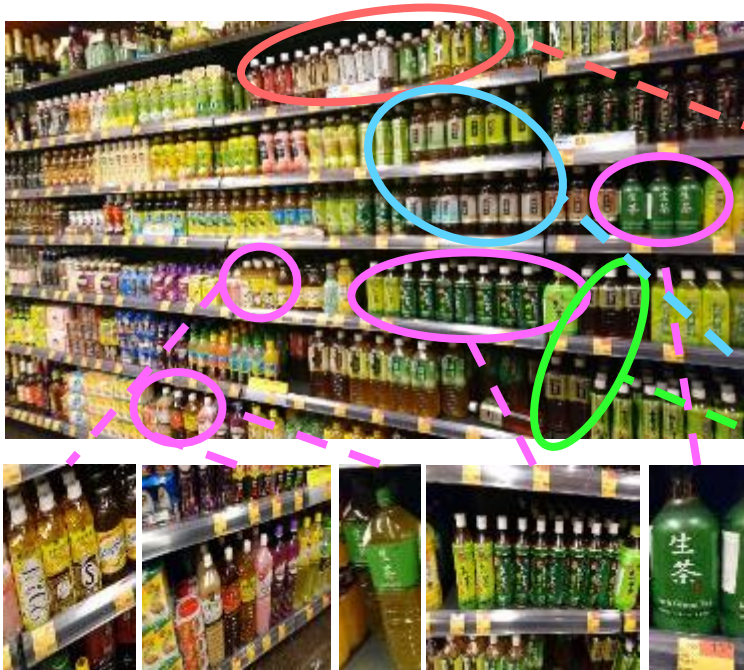
→ Vitaの無糖茶が「2本買ったら、1本無料」になっており、ファミリー層の取り込みを狙っているようだった



→ Vitaの無糖と加糖シリーズは近くに陳列されている

- Vitaの加糖のフレーバーには、レモン、ハニーレモン、菊花茶、またそれほど一般的ではないが桃茶等がある
- ミルクティーフレーバの代わりに、Vitaのコーヒーが陳列されている

# Tasteで取り扱うRTD茶飲料の85%は、主要4社(Big4)で占められる。一方で、日本ブランドの棚占有率は10%以下である。(2/2)



→ Authentic Tea Houseの取り扱いは、緑茶3種類、ウーロン茶3種類とプーアル茶である



→ Tao Tiブランドからは、無糖緑茶を含め数種類の茶の取り扱いあり

→ Tao Tiの機能ラインであるMeta Teaからは、ウーロン茶3種類と緑茶2種類が陳列

→ 新製品の北川半兵衛商店も配荷されている



→ Authentic Tea HouseやTao Ti等のその他主要ブランドからも大容量パックが並べられている



→ Robiffのウーロン茶は、500mLと1.5Lの両方とも配荷されている

→ 日本産茶飲料の500mLサイズは、伊藤園の玄米茶、緑茶と、キリンの生茶、レモンティー

→ キリンのミルクティーとストレートティーは1.5Lのみの取り扱い

→ キリン生茶にも1.5Lの取扱いがある



# サークルKで取り扱うRTD茶飲料の85%は、主要4社(Big4)で占められる。 一方で、日本ブランドの棚占有率は10%以下である。(1/2)

## 概要

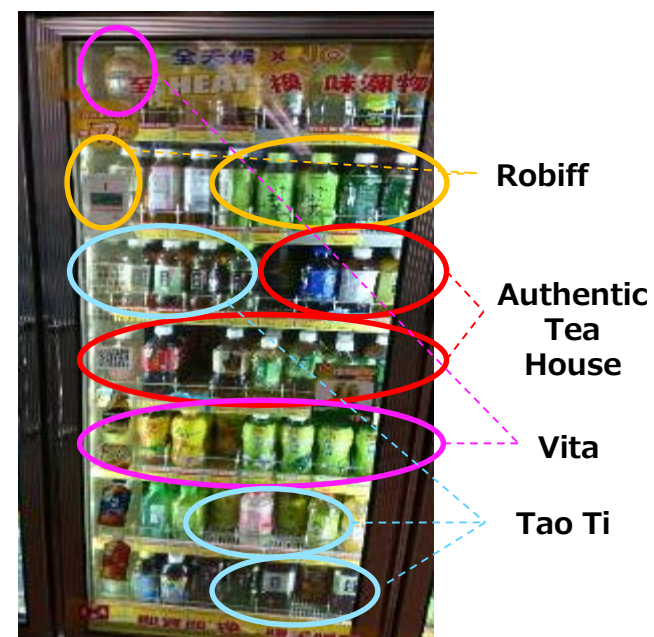
- 香港の2大コンビニエンスストアのうちのひとつ
- 多くの店舗や飲食店が立ち並び、多くの人が行き交うコースウェイに位置している
- 水以外の飲料はすべて冷蔵ケースに陳列されている



→ 対象店舗は、コンビニの標準サイズ店舗



→ 茶飲料棚は、大きく4つのセクションに分かれている



→ すべての飲料は店舗の奥の冷蔵ケースに入れられており、主要カテゴリーごとに陳列されている

## サークルKで取り扱うRTD茶飲料の85%は、主要4社(Big4)で占められる。 一方で、日本ブランドの棚占有率は10%以下である。(2/2)



→ Vitaは、加糖・無糖共に取り扱いあり



→ Tao Tiからの取扱いは、Meta Teaシリーズの緑茶とウーロン茶でそれぞれ500mLと900mLが配荷されている



→ 海外の茶ブランドはまとめて陳列されており、その中には伊藤園、北川半兵衛商店、Robiff等も含まれている

→ からだ巡り茶(14.9ドル)が日本からの輸入茶であることが、唯一ラベルに明記されたブランドであり、伊藤園やRobiffは製造国が記されていない(おそらく中国で、価格は9.5ドル)

→ 海外ブランドの中ではRobiffのみ、900mLの大容量が棚の最下段に並べられている



→ Vitaの主要フレーバー以外に、桃茶も取扱いがある

→ 桃茶は日式的茶として販売されているが、製造国は日本ではない



→ Authentic Tea Houseの主要SKUはすべて取り扱いあり Dahhongpao、high mountain tea、cloudy green tea、Yinhao green teaの4 SKUは、500mLと920mLが配荷されている。500サイズを通常1本10ドルを3本で17.5ドルにするディスカウントあり



→ ミルクティーの棚占有率はかなり低く、VitaとUnitedのみの取扱いしかない

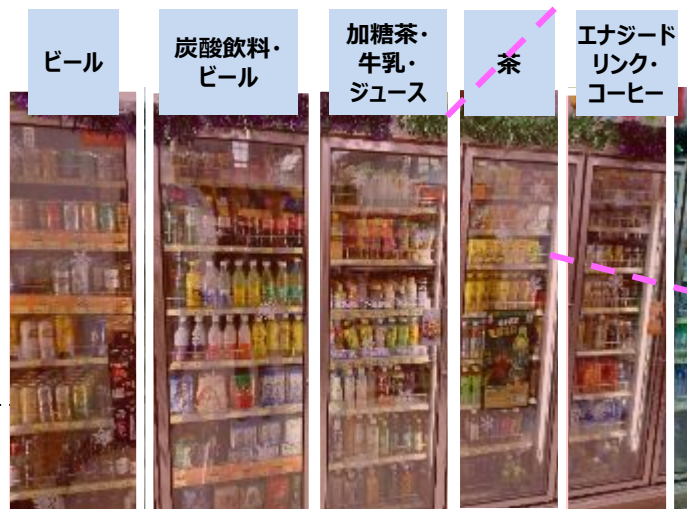
# セブンイレブンで取り扱うRTD茶飲料の90%は、主要4社(Big4)で占められる。一方で、日本ブランドの棚占有率は5%以下である。(1/2)

## 概要

- 香港の2大コンビニエンスストアのうちのひとつ
- 多くの店舗や飲食店が立ち並び、多くの人が行き交う尖沙咀地区に位置している
- このエリアには様々なサイズのセブンイレブンが乱立している(100メートル四方に一店舗程度)
- 水以外の飲料はすべて冷蔵ケースに陳列されている



→ 対象店舗は、該当地区の中でもかなり大型店舗



→ すべての飲料は店舗の奥の冷蔵ケースに入れられており、主要カテゴリーごとに陳列されている



→ 茶飲料は冷蔵ケースの中でコーナー化されている

Vita



伊藤園

Tao Ti

Robiff  
Authentic  
Tea  
House

## セブンイレブンで取り扱うRTD茶飲料の90%は、主要4社(Big4)で占められる。一方で、日本ブランドの棚占有率は5%以下である。(2/2)

- RobiffとTao Tiのウーロン茶と緑茶のみ、大容量が販売されている
- 陳列位置は棚の最下段



- Tao Tiと伊藤園の商品が、一緒に陳列されている
- Tao Tiの加糖フレーバーからは、レモン緑茶やアップル緑茶が陳列されている



- Vitaは、主要SKU以外に、フルーツフレーバーティーの取り扱いがある。桃や梨のフレーバーは、日式緑茶を意識しているようだが、輸入品ではなさそうである
- アップルジャスミンティーは欠品中
- Vitaのミルクティーの配荷がある

→ Vitaの人気加糖フレーバーはすべて配荷されているが、無糖は棚の目に入りにくい隅に並べられていた



- Authentic Tea Houseの取り扱いSKUは、プーアル茶、緑茶、二種類のウーロン茶である
- Tao Tiは Meta teaシリーズとウーロン茶の取扱いがある

- 伊藤園ブランドからは三種類(玄米茶、緑茶、濃い茶)の取り扱いがあり、すべて輸入品ではない
- Tao Tiの珍しいフレーバー(ライチ)の取り扱いがあるが、輸入ではない

→ Tao Tiの北川半兵衛商店は、Tao Tiブランドとしてではなく、伊藤園のようなその他の茶と一緒に陳列をされている

出所: 現地店舗視察結果

《参考》One-Off品 (期間限定品)

香港のコンビニエンスストアでは集客の一環としてOne-Off品 (期間限定品) を一定期間販売する。日系ブランドの販売も多い。(1/2)

**有新嘢 So New!**

推出新品的週口瓶  
 NESCAFÉ Chubbyman  
 Apple Espresso  
 Cappuccino  
 \$7.5/件

先占力嘅  
 粟米甜筒  
 OREVER 6合裝  
 威化餅卷  
 \$17/件

獨家發售  
 SLICE POP  
 \$27/件

獨家發售  
 \$14.5/件

\$15/件

\$15/件

獨家發售  
 \$198/件

\$25/件

\$70/件

\$15/件

**有新嘢 So New!**

獨家新登場  
 Pringles  
 \$8/件

期間限定  
 \$15/件

獨家發售  
 \$15/件

獨家發售  
 \$13.5/件

獨家發售  
 \$18/件

獨家發售  
 \$11/件

獨家發售  
 \$9.9/件

獨家發售  
 \$11.5/件

獨家發售  
 \$13/件

**有新嘢 So New!**

獨家發售  
 KitKat CHUNGY  
 \$9.5/件

獨家發售  
 \$15/件

獨家發售  
 \$18/件

獨家發售  
 \$11.5/件

獨家發售  
 \$15/件

獨家發售  
 \$9/件

獨家發售  
 \$18/件

獨家發售  
 \$49/件

獨家發售  
 \$90/件

獨家發售  
 \$20/件

獨家發售  
 \$9.9/件

香港のコンビニエンスストアでは集客の一環としてOne-Off品 (期間限定品) を一定期間販売する。日系ブランドの販売も多い。(2/2)

**有新嘢 So New!**

**SOMERSBY** 樽裝米芯清啤 蔬菜酒樽裝 \$32/2樽

**Häagen-Dazs** yuzu citrus & cream Häagen-Dazs 依呀軒-柚橘柚子 \$60/3杯

水標川 \$18.9/樽

綠梅 \$15/樽

檸檬 \$15/樽

檸檬 \$12.5/樽

檸檬 \$10.5/樽

檸檬 \$25/樽

檸檬 \$12/樽

檸檬 \$15/樽

檸檬 \$12.5/樽

檸檬 \$10.5/樽

檸檬 \$25/樽

**有新嘢 So New!**

伊藤漢米子母粉 蘇打/葡萄/荔枝茶 500毫升 \$15/樽

PEACH \$14.9/樽

ゆみかん \$10/樽

生クリーム \$10.5/樽

檸檬 \$17.5/樽

檸檬 \$13/樽

檸檬 \$10.5/樽

檸檬 \$19.9/樽

檸檬 \$18/樽

檸檬 \$17.5/樽

檸檬 \$20/樽

Häagen-Dazs 依呀軒-柚橘柚子 \$269/樽

# イオンで取り扱うRTD茶飲料の40%は、主要4社(Big4)で占められる。 一方で、日本ブランドの棚占有率は50%である。(1/2)

## 概要

- 対象店舗は中高所得者層の住む人口密集地域にある超大型店
- RTD茶飲料を含めて、すべての食品カテゴリーで日本商品が際立っている
- 右の写真は、飲料通路であるが、品ぞろえは包括的であり、現地の主要ブランドはもちろん、他の店舗では見られない日本ブランドの取り扱いも多くある



→ 対象のイオン店舗は、中高所得者層の住む人口密集地域にある

Authentic Tea House



→ ATHからは、プーアル茶、3種の緑茶と3種のウーロン茶の取り扱い

Tao Ti



→ Tao Tiの品ぞろえもかなり幅広かったが、1SKUは欠品中だった

Vita



→ Vitaの加糖と無糖は、別のセクションに陳列されていた

日本からの輸入品



Robiff



キリン

FuzeTea

→ RTD飲料の棚はかなり広く、相当数のSKUが取り揃えられており、その品ぞろえは平均的なスーパーマーケットで見られるようなBig4や日本ブランドにとどまらない



# イオンで取り扱うRTD茶飲料の40%は、主要4社(Big4)で占められる。 一方で、日本ブランドの棚占有率は50%である。(2/2)



→ AEONのPBであるトップバリュシリーズも、ウーロン茶、緑茶、レモンティー、ストレートティー、麦茶等、13SKU配荷されている



→ 麦茶やゼロカフェイン茶等、普段は見られない伊藤園のSKUも陳列  
→ 緑茶も日本からの輸入品



→ キリンの定番品は、レモンティー、ストレートティー、生茶の配荷はあったがミルクティーはなかった  
→ イラスト付きパッケージの午後の紅茶(無糖)等、普段は見られないSKUも陳列されていた



→ サンガリアは、よくある麦茶の他に、他のスーパーでは見られない冷たい緑茶等も取扱いがあった  
→ 日本からの輸入品である



→ 日本産ブランドは、他にも様々なものを取り扱い  
アサヒ：黒豆黒茶、十六茶  
コカ・コーラ：爽健美茶、つむぎ烏龍茶  
ポッカサッポロ：麦茶、烏龍茶  
ダイドー：ローズヒップティー、ジャスミンティー



→ サントリーの商品も、よくある黒烏龍茶だけでなく、伊右衛門、濃いめ伊右衛門、特茶、玄米茶など、幅広く品揃えされている



→ すべて日本からの輸入品である



# 759 Storeでは、輸入品が飲料の品ぞろえの90%を占め、現地の大手4社 (Big4) の影はない。日本からの茶飲料以外に、台湾と韓国からの輸入品も取り扱われている。(1/2)

## 概要

- 対象店舗は、平均的規模で、低中所得者層の高齢者が多い古くからの地区にある
- 759の通常店舗では、飲料よりもスナックフードの占有スペースが大きいですが、対象店舗の冷蔵ケースは他店よりも大きく、茶の品揃えも多い



→ 対象店舗は、高齢者の多い古くからの地区にある



→ 茶飲料のうち、およそ50%を日本ブランドが占めている



→ 冷蔵ケースの脇に、段ボール積みで日本産・中国産のブランドが陳列されている



→ 冷蔵ケースの中は、ほとんどがビールか炭酸飲料で、茶飲料の占める割合はほんのわずかである



→ 韓国産茶飲料



→ 台湾産茶飲料

# 759 Storeでは、輸入品が飲料の品ぞろえの90%を占め、現地の大手4社 (Big4) の影はない。日本からの茶飲料以外に、台湾と韓国からの輸入品も取り扱われている。(2/2)



- キリンのアップルティーソーダは、ボトル毎に違うイラストが描かれている
- プライスカードには、商品の生産国が明記されている



- 陳列されている多くの日本ブランドSKUは、他店では見られないもの
- 写真は、サントリーリプトンティー、ガイドー麦茶、ガイドー緑茶、ガイドーピーチティー、コカ・コーラジャパン紅茶花伝ストロベリーショコラロイヤルミルクティー、神戸居留地ウーロン茶、神戸居留地レモンティー
- ガイドーは759 Storeと直接取引があるため、取り扱い量がとても多い(並行輸入ではない)
- 日本からの輸入品はすべて裏面に食品表示ラベルが貼ってある
- 日本茶の平均価格は12ドル

→ Master Kongのストレートティーは店舗内唯一の中国ブランド



- 韓国茶はHaitaiのカシア黒豆茶、Woongjinの麦茶、コーン茶、Kwangdongのコーンシルク茶
- 韓国品の平均価格は9ドル



- 台湾茶ブランドはKuangChuanの緑茶、パッションフルーツフレーバー、ハニージャスミンティー等
- 台湾品の平均価格は8.5ドル

商品リスト : Wellcome – Discovery Bay店 – 2017年12月17日時点

Brand	Product Item	Tea Type	Manufacturer	Importer / Distributor	Manufacturing country	Price
Vita	Chrysanthemum Tea 500mL	Sugar	Vitasoy International Ltd	Vitasoy International Ltd	(China)	\$ 8.00
	Lemon Tea 500mL	Sugar	Vitasoy International Ltd	Vitasoy International Ltd	(China)	\$ 8.00
	Chrysanthemum Tea 500mL	Non Sugar	Vitasoy International Ltd	Vitasoy International Ltd	(China)	\$ 6.60
	Jasmine Tea 500mL	Non Sugar	Vitasoy International Ltd	Vitasoy International Ltd	(China)	\$ 6.90
	Green Tea 500mL	Non Sugar	Vitasoy International Ltd	Vitasoy International Ltd	(China)	\$ 6.90
	Genmai Tea 500mL	Non Sugar	Vitasoy International Ltd	Vitasoy International Ltd	(China)	\$ 6.90
	Peach Tea 500mL	Sugar	Vitasoy International Ltd	Vitasoy International Ltd	(China)	\$ 8.00
	Milk Tea 500mL	Sugar	Vitasoy International Ltd	Vitasoy International Ltd	Hong Kong	\$ 8.30
Nestea	Lemon Tea 480mL	Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Ltd	(China)	\$ 7.90
	Ice Rush Lemon Tea 480 mL	Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Ltd	(China)	\$ 7.90
	Honey Pear Tea 480mL	Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Ltd	(China)	\$ 7.90
Fuzetea	Original Lemon tea 500mL	Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Ltd	(China)	\$ 7.90
	Half Sugar 500mL	Low Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Ltd	(China)	\$ 7.90
	Low Sugar 500mL	Low Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Ltd	(China)	\$ 7.90
Itamachi	Oolong Tea 800mL	Non Sugar	N/A	Kwai hong (HK) Ltd	Taiwan	\$ 7.90
Sangaria	Light Barley Tea 500mL	Non Sugar	Japan Sangaria Beverage Co. Ltd	Jagger International Co. Ltd	Japan	\$ 7.90
	Functional Tea 500mL	Functional	Japan Sangaria Beverage Co. Ltd	Jagger International Co. Ltd	Japan	\$ 9.90
	Genmai Tea 500mL	Non Sugar	Japan Sangaria Beverage Co. Ltd	Jagger International Co. Ltd	Japan	\$ 7.90
Kirin	Namacha 525mL	Non Sugar	Kirin Beverage Co Ltd.	Man Tung Trading Co Ltd.	Japan	\$ 11.90
	Namacha Decaf 430mL	Non Sugar	Kirin Beverage Co Ltd.	N/A	Japan	\$ 11.90
	Milk Tea 500mL	Sugar	Kirin Beverage Co Ltd.	Man Tung Trading Co Ltd.	Japan	\$ 12.50
	Milk Tea (the Pungency) 500mL	Sugar	Kirin Beverage Co Ltd.	N/A	Japan	\$ 13.90
	Lemon Tea 500mL	Sugar	Kirin Beverage Co Ltd.	N/A	Japan	\$ 12.90
	Gogo Milk Tea 1.5L	Sugar	Kirin Beverage Co Ltd.	N/A	Japan	\$ 19.90
	Lemon Tea 1.5L	Sugar	Kirin Beverage Co Ltd.	N/A	Japan	\$ 19.90
	Namacha Rich Green Tea 2L	Non Sugar	Kirin Beverage Co Ltd.	N/A	Japan	\$ 22.90
Gold Pak	Oolong Tea 500mL	Non Sugar	Gold Pak	the Dairy Farm Company Ltd	Japan	\$ 9.90

商品リスト : Wellcome – Discovery Bay店 – 2017年12月17日時点

Brand	Product Item	Tea Type	Manufacturer	Importer / Distributor	Manufacturing country	Price
Authentic Tea House	Cloudy Oolong 500mL	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 7.80
	Oolong Tea 500mL	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 7.80
	Dahhongpao Oolong Tea 500mL	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 7.80
	Jasmine Green Tea 500mL	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 7.80
	Pu Er Tea 500mL	Functional	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 7.80
	Cloudy Green Tea 500mL	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 7.80
	Longjing Green Tea 500mL	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 7.80
	Cloudy Green Tea 1.2L	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 13.90
	Oolong Tea 1.2L	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 13.90
	Jasmine Green Tea 1.2L	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 13.90
Dahhongpao Oolong Tea 1.2L	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 13.90	
Tao Ti	Supreme Oolong Jasmine Tea 500mL	Non Sugar	N/A	Telford Co Ltd	China	\$ 7.90
	Supreme Genmai Tea 500mL	Non Sugar	N/A	Telford Co Ltd	China	\$ 7.90
	Kitagawa Japanese Green Tea 500mL	Non Sugar	N/A	Telford Co Ltd	China	\$ 7.90
	Supreme Meta Tea 500mL	Functional	N/A	Telford Co Ltd	China	\$ 7.90
	Supreme Meta Green Tea 500mL	Functional	N/A	Telford Co Ltd	China	\$ 7.90
	Supreme Clear Oolong Tea 500mL	Non Sugar	N/A	Telford Co Ltd	China	\$ 7.90
	Supreme 18 Tea 500mL	Non Sugar	N/A	Telford Co Ltd	China	\$ 7.90
	Supreme White Tea 500mL	Non Sugar	N/A	Telford Co Ltd	China	\$ 7.90
	Supreme Green Tea 500mL	Non Sugar	N/A	Telford Co Ltd	China	\$ 7.90
	Honey Green Tea 500mL	Sugar	N/A	Telford Co Ltd	Taiwan	\$ 7.90
	Apple Green Tea	Sugar	N/A	Telford Co Ltd	Taiwan	\$ 7.90
Lemon Green Tea	Sugar	N/A	Telford Co Ltd	Taiwan	\$ 7.90	
Itoen	Uromame Tea (Black Bean Genmai) 500mL	Non Sugar	Itoen Co Ltd	Shin Tai Ho (HK) Co Ltd	Japan	\$ 17.00
	Chanoma Green Tea 2L	Non Sugar	Itoen Co Ltd	N/A	Japan	\$ 19.90
	Golden Oolong Tea 2L	Non Sugar	Itoen Co Ltd	N/A	Japan	\$ 22.90
	Tea's tea authentic	Sugar	Itoen Co Ltd	N/A	Japan	\$ 11.90
Xian Lu	Jasmine Green Tea 500mL	Non Sugar	Pt. Sinar Sosro	Chi Sing Trading Co. Ltd.	Indonesia	\$ 5.50
Tenwow	Honey Pear Tea 500mL	Sugar	N/A	南浦 International Ltd	China	\$ 5.90
	Honey Citron Tea 500mL	Sugar	N/A	南浦 International Ltd	China	\$ 5.90
United	Milk Tea 500mL	Sugar	Guangzhou United Enterprise Co Ltd	N/A	China	\$ 8.90
Pokka	Jasmine Green Tea 500mL	Non Sugar	Pokka corporation Ltd (Singapore)	Hong Kong Oriental Force Ltd	Singapore	\$ 7.50
	Milk Tea 500mL	Sugar	Pokka corporation Ltd (Singapore)	Hong Kong Oriental Force Ltd	Singapore	\$ 7.90
	Oolong Tea 500 mL	Non Sugar	Pokka corporation Ltd (Singapore)	Hong Kong Oriental Force Ltd	Singapore	\$ 7.50
Suntory	Lemon Genmai Tea 2L	Non Sugar	Suntory Foods Ltd	N/A	Japan	\$ 22.90
	Gorgeous Cold Tea 500mL	Non Sugar	Suntory Foods Ltd	Man Tung Co Ltd	Japan	\$ 12.90
Coca-Cola Japan	Blend Tea Original 410 mL	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola	Japan	\$ 11.90
	Blend Tea Jasmine 410 mL	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola	Japan	\$ 11.90

商品リスト : Circle K – Causeway Bay店 – 2017年12月17日時点

Brand	Product Item	Tea Type	Manufacturer	Importer / Distributor	Manufacturing country	Price
Nestea	Lemon Tea 480mL	Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Ltd	(China)	\$ 9.50
	Ice Rush Lemon Tea 480 mL	Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Ltd	(China)	\$ 9.50
	Honey Pear Tea 480mL	Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Ltd	(China)	\$ 9.50
Fuzetea	Original Lemon tea 500mL	Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Ltd	(China)	\$ 8.50
	Half Sugar 500mL	Low Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Ltd	(China)	\$ 8.50
	Low Sugar 500mL	Low Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Ltd	(China)	\$ 8.50
Tao Ti	Supreme Oolong Tea 500mL	Non Sugar	N/A	Telford Co Ltd	China	\$ 11.00
	Supreme Genmai Tea 500mL	Non Sugar	N/A	Telford Co Ltd	China	\$ 10.50
	Kitagawa Japanese Green Tea 500mL	Non Sugar	N/A	Telford Co Ltd	China	\$ 9.50
	Supreme Meta Tea 500mL	Functional	N/A	Telford Co Ltd	China	\$ 11.00
	Supreme Meta Green Tea 500mL	Functional	N/A	Telford Co Ltd	China	\$ 11.00
	Supreme Meta Tea 900mL	Functional	N/A	Telford Co Ltd	China	\$ 14.50
	Supreme Meta Green Tea 900mL	Functional	N/A	Telford Co Ltd	China	\$ 14.50
	Supreme Green Tea 500mL	Non Sugar	N/A	Telford Co Ltd	China	\$ 9.50
	Honey Green Tea 500mL	Sugar	N/A	Telford Co Ltd	Taiwan	\$ 10.50
	Apple Green Tea 500mL	Sugar	N/A	Telford Co Ltd	Taiwan	\$ 10.50
	Lemon Green Tea 500mL	Sugar	N/A	Telford Co Ltd	Taiwan	\$ 10.50
Supreme Oolong Tea 900mL	Non Sugar	N/A	Telford Co Ltd	China	\$ 14.50	
United	Milk Tea 500mL	Sugar	Guangzhou United Enterprise Co Ltd	N/A	China	\$ 11.00
Robiff	Oolong Tea 900mL	Non Sugar	N/A	(Robiff Co Ltd)	China	\$ 15.90
	Oolong Tea 500mL	Non Sugar	N/A	(Robiff Co Ltd)	China	\$ 10.80
Itamachi	Oolong Tea 800mL	Non Sugar	N/A	Kwai hong (HK) Ltd	Taiwan	\$ 9.00
Vita	Chrysanthemum Tea 500mL	Sugar	Vitasoy International Ltd	Vitasoy International Ltd	(China)	\$ 9.50
	Lemon Tea 500mL	Sugar	Vitasoy International Ltd	Vitasoy International Ltd	(China)	\$ 9.50
	Honey Lemon Tea 500mL	Sugar	Vitasoy International Ltd	Vitasoy International Ltd	(China)	\$ 9.50
	Chrysanthemum Tea 500mL	Non Sugar	Vitasoy International Ltd	Vitasoy International Ltd	(China)	\$ 7.00
	Jasmine Tea 500mL	Non Sugar	Vitasoy International Ltd	Vitasoy International Ltd	(China)	\$ 7.00
	Green Tea 500mL	Non Sugar	Vitasoy International Ltd	Vitasoy International Ltd	(China)	\$ 7.00
	Genmai Tea 500mL	Non Sugar	Vitasoy International Ltd	Vitasoy International Ltd	(China)	\$ 7.00
	Peach Tea 500mL	Sugar	Vitasoy International Ltd	Vitasoy International Ltd	(China)	\$ 8.50
	Milk Tea 500mL	Sugar	Vitasoy International Ltd	Vitasoy International Ltd	Hong Kong	\$ 7.00

商品リスト : Circle K – Causeway Bay店 – 2017年12月17日時点

Brand	Product Item	Tea Type	Manufacturer	Importer / Distributor	Manufacturing country	Price
Itoen	Green Tea 500mL	Non Sugar	Itoen Co Ltd	Robiff Co Ltd	(China)	\$ 9.50
	Rich Green Tea 500mL	Non Sugar	Itoen Co Ltd	Robiff Co Ltd	(China)	\$ 9.50
Coca-Cola Japan	Blend Tea Original 410 mL	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola	Japan	\$ 14.90
	Blend Tea Jasmine 410 mL	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola	Japan	\$ 14.90
Authentic Tea House	Cloudy Oolong 500mL	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 10.00
	Oolong Tea 500mL	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 10.00
	Dahhongpao Oolong Tea 500mL	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 10.00
	Jasmine Green Tea 500mL	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 10.00
	Pu Er Tea 500mL	Functional	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 10.00
	Cloudy Green Tea 500mL	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 10.00
	Longjing Green Tea 500mL	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 10.00
	Cloudy Green Tea 920mL	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 14.00
	Oolong Tea 920mL	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 14.00
	Jasmine Green Tea 920mL	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 14.00
Dahhongpao Oolong Tea 920mL	Non Sugar	N/A	Swire Coca Cola HK Limited	(China)	\$ 14.00	

## 緑茶飲料

## 紅茶飲料

日系メーカー  
日本製



- 生茶
- 145円
- 多くの百貨店・高級スーパーで販売
- 日本製緑茶では1番人気



- 綾鷹
- 240円
- 一部百貨店・高級スーパーで販売
- 価格が高いとの意見があった



- 午後の紅茶 MILKティー
- 165円
- 百貨店・高級スーパーを中心に販売
- ミルクティーの人気が高い



- 紅茶花伝
- 350円
- 百貨店・高級スーパーを中心に販売

日系メーカー  
現地製



- おーいお茶
- 90~110円
- 百貨店・スーパーで販売



- 爽健美茶
- 90~110円
- 百貨店・スーパー・コンビニで販売



- TEAS' TEA
- 165円
- 百貨店・高級スーパーを中心に販売

現地系メーカー  
現地製



- 原萃
- 70~90円
- 小売全般
- 現地トップシェアの緑茶飲料



- 茶裏王
- 70~90円
- 小売全般
- 現地で人気の緑茶飲料



- 午後時光 MILKティー
- 百貨店・高級スーパー
- ミルクと紅茶の味が薄く、日本製のミルクティーを好む消費者も一定数存在



- 午後時光 アールグレイ MILKティー
- 百貨店・高級スーパー
- ミルクと紅茶の味が薄い

## 飲料の流通概況

### 市場 基礎情報 (飲料の流通概況・ 嗜好性等)

#### 市場全体

- 日本製飲料（ペットボトル・缶）は主に中間層～富裕層向けのスーパー・百貨店で販売されており、自宅や職場等で消費される。現地製のペットボトル飲料500mlが110円/本であるのに対して、日本製は150～300円/本と高価であり、購入者は中間～富裕層が中心

#### 緑茶市場

- 近年、健康志向の高まりに応じて、砂糖入り緑茶のシェアが減少し、低糖・無糖の緑茶飲料のシェアが増加。
- 日本で一般的に販売されている緑茶は「日式」緑茶としてペットボトルでコンビニ・外資系スーパー・百貨店で販売されている。コンビニ・大衆向け現地系スーパーでは日本製の茶系飲料の取り扱いは少ない

#### 紅茶市場

- 甘みを好む嗜好性から、紅茶と牛乳の濃厚な味わいのミルクティーが人気
  - 現地製品の中にはパッケージと商品名を日本製品に似せたものがあるが、紅茶と牛乳の味が薄い砂糖水のような味

#### その他

- 健康志向は高まっているが、機能性飲料の需要は確認できず。現時点、市場に流通しておらず認知度も低いものと考えられる
- 飲料以外の品目にも共通する事項として、キャラクター付き商品の人気が高い

### 日本製飲料 の需要・消費 動向

- 大手メーカー製の製品が中心でPBブランドや中小メーカーの商品の流通は確認できなかった
- 現地製品と比べて分かりやすい味の差がある商品で、価格が現地の1.5倍程度までの商品の需要が高い
  - 「生茶」や「午後の紅茶」は現地製と比べて味の違いが分かりやすく、かつ手の届く価格であるため需要が高い
  - 一方で、「紅茶花伝」・「伊右衛門」は価格が500mlで370円程度と高価なため需要が限られる
- 清涼飲料としては、甘みの強い飲料を好む傾向があり、ミルクティーや果汁飲料（桃のネクター）が人気。日本でブームとなった甘酒に関しても、認知度が高まるにしたがって、人気が高まりつつある

### 流通・販売 チャネルの 動向

- 日本製飲料は中間～富裕層向けのスーパー・百貨店が中心で、コンビニや現地系の大衆向けスーパー等での取扱いは少ない
  - コンビニや現地系スーパーにおいて、現地製に比べ価格の高い日本製の菓子の取り扱いがあることから、飲料に関しても同様に参入が可能なのではないか。飲料の方が菓子に比べ価格感度が高い、流通・販売チャネルが未整備等の課題が想定される



## 中間～富裕層向けのスーパー、百貨店において、日本製の飲料の取扱を確認できた。

小売	現地系	<ul style="list-style-type: none"><li>• 微風広場（現地系スーパー/中間層～富裕層向け）</li><li>• RT-Mart（現地系スーパー/中間層向け）※取扱確認できず</li><li>• 全聯福利中心（現地系スーパー/低所得～中間層向け）※取扱確認できず</li><li>• 頂好（24時間営業スーパー/一般消費者向け）※取扱確認できず</li><li>• Hi-Life（現地系コンビニ）※取扱確認できず</li></ul>
	日系	<ul style="list-style-type: none"><li>• SOGO（日系現地系合併百貨店/中間層～富裕層向け）</li><li>• 全家Family mart（日系コンビニ）※取扱確認できず</li><li>• セブンイレブン（日系コンビニ）※取扱確認できず</li></ul>
	外資系	<ul style="list-style-type: none"><li>• Costco（アメリカ系スーパー/中間層～富裕層向け）</li><li>• City Super（香港系スーパー/中間層～富裕層向け）</li><li>• Jasons Market Place（香港系スーパー/中間層～富裕層向け）</li></ul>

# 主な小売店舗における飲料の流通概況（台湾）

## 日本製飲料

## 全体的な飲料の販売状況・日本製品販売状況

	日本製飲料	全体的な飲料の販売状況・日本製品販売状況
<p><b>Costco 内湖店</b> アメリカ系スーパー / 中間～富裕層</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 午後の紅茶 ミルクティー</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 茶系飲料の取り扱いは多数あり、いずれも段ボール入りの大容量商品として販売されている             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 現地系メーカー製の緑茶に関しては、シェア1位の商品のみ</li> </ul> </li> <li>• 日系大手茶飲料メーカーの「おーいお茶（通常・濃い）」・「Tea's tea」は現地製の商品が販売されている</li> <li>• 日本製の飲料としては、日系大手飲料メーカーの「午後の紅茶」（ミルクティー）の2L入りが発売されていた。ストレートティー・レモンティーと比較し、ミルクティーの需要が高いことを反映した商品ラインナップと推察される</li> </ul>
<p><b>微風広場</b> 現地系スーパー / 中間～富裕層</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 午後の紅茶（ストレート・ミルク・レモン）</li> <li>• 生茶</li> <li>• 伊右衛門</li> <li>• ラムボトル（ラムネ飲料）</li> <li>• メロンソーダ 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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製品を販売している             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 日本製の飲料の値段が現地製の約1.5倍であることから価格を元に日本製かどうかのおよその判別が可能であるが、当店では日本製と他国製日系ブランドの商品を同じ棚に並べて販売しており、日本製であることを特段訴求していない</li> </ul> </li> <li>• 特に午後の紅茶のミルクティーが人気で、500ml、1.5Lの売れ行きがよいが、他店での取り扱いが少ない1.5L製品については、価格が割安でありファミリー層を中心に人気が高い</li> </ul>
<p><b>City Super</b> 香港系スーパー / 中間～富裕層向け</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 午後の紅茶（ストレート・ミルク・レモン）</li> <li>• 生茶</li> <li>• ミネラル麦茶</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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。日本製の商品を数多く取り扱う</li> <li>• 「午後の紅茶」の模倣品である現地製の「午后時光」も販売されているが、「午後の紅茶」の方が味が濃くて美味しいとの理由で、所得に余裕のある中間層～富裕層は日本製品を購入する傾向がある</li> <li>• 緑茶では手頃な価格の現地製品と日本製品の生茶が人気</li> </ul>
<p><b>SOGO</b> 日系百貨店 / 中間～富裕層向け</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 午後の紅茶（ミルク）</li> <li>• 生茶</li> <li>• 紅茶花伝（ストレート・レモン）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 日本人駐在員が多く訪れることもあり、日本製品の取り扱いが多い高級スーパーであり、飲料についても、日本製商品の取り扱いがある</li> <li>• ペットボトル飲料の棚にはミルクティーを一行に並べたコーナーがあり、現地製・日本製の商品を一緒に並べて販売している。現地製のものが約110円、日本製のものが185円と価格差があるものの、日本製の商品の味を好んで購入する消費者が一定数存在</li> <li>• 日本でブームとなった甘酒について、健康的とのイメージから人気が高まりつつある</li> </ul>

## 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
- 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

## 主な日本製飲料



- 午後の紅茶（ミルクティー）の1.5L入りのケース。甘みの強いミルクティは若年層（10代後半～20代前半）の人気が高いとのことだが、同店での販売はファミリー層をターゲットにしたもの。

## 主な現地製/他国製飲料



- 現地系メーカートップシェアの緑茶飲料と現地製のおーいお茶。現地製の緑茶は多数存在するものの、同店で取り扱いがあるのはこの2種類のみ
- 日本製の抹茶を使用した緑茶飲料

## 主な日本製飲料

### 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
- 他店に比べ、日本製飲料の品ぞろえが多い



- 日本製の飲料で人気が高いのは午後の紅茶。その他にはサンガリアの炭酸飲料が販売されている
- 瓶入り的高级果汁飲料（りんご・かんきつ）が販売されている。特別な日やちょっとしたぜいたく品として購入する

## 主な現地製/他国製飲料



- 現地のトップシェアの緑茶飲料
- 現地製の爽健美茶。日本で人気商品であることがパッケージに示されている。

## 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

## 主な日本製飲料



- 1.5Lのミルクティ・ストレートティーが販売されている。目立つ場所ではないもののよく売れるとのこと



- 日本でブームとなった甘酒等も販売されている。

## 主な現地製/他国製飲料



- 大手飲料メーカーの「午後の紅茶」を想起させる商品名とパッケージのミルクティー。味・ミルク感が薄いため、あまり好まないとの意見もあった。

## SOGO

### 【概要】

- 台北の中心地に立地する日系の高級百貨店
- 日本製の商品を多数取り扱っており、特に飲料に関しては他店と比較し、ラインナップが豊富で、期間限定商品等も取り扱う

## 主な日本製菓子



- 売れ筋の紅茶飲料。ミルクティーの人気の高い。特にディズニーの絵が描かれた商品は人気が高く、よく売れている



- 日本製の緑茶は独特の旨味があり、人気の高い。しかし、「伊右衛門」・「綾鷹」は価格と認知度が低く、「生茶」最も人気が高い



- 「桃のネクター」の人気の高い。濃厚なのだごしと強い甘みが現地人の甘みを好む嗜好に合致

## 主な現地製/他国製菓子



- 日系大手飲料メーカーの現地製の「おーいお茶」。古くから販売されており、誰にとっても馴染みのある商品として広く認知されている