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）
- ミニトマト（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

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

（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

→ 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

→ 京野菜のみならず、日本産野菜の取扱は豊富

→ 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)、

出所：現地視察、事業者ヒアリング

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

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

出所：現地視察、事業者ヒアリング

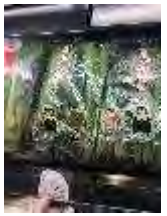
主な取扱野菜

- 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（台湾差）
- 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

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

（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ダ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

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

（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

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

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

出所：現地視察、事業者ヒアリング

主な取扱野菜

- じゃがいも（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、ﾆｭｰｼﾞｰﾗﾝﾄﾞ産、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)

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

（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

→ 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

→ 同じ小売りブランドでも、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

出所：現地視察、事業者ヒアリング

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

中国産や韓国産など、比較的価格の安い野菜を中心に取り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

出所：現地視察、事業者ヒアリング

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

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

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、じゃふがいも、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

出所：現地視察、事業者ヒアリング

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

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

（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青果物コーナー。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

→ 日本産じゃがいも1袋 20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

- 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

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

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、お店に入ってすぐに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で(包装しないで)販売していることもある

出所：現地視察、事業者ヒアリング

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

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

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）
- じゃがいも（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

出所：現地視察、事業者ヒアリング

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

（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

出所：現地視察、事業者ヒアリング

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

現地系小売店舗調査結果_現地系小売L

- 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

野菜の取扱・販売状況

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かかるため、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

今後の取扱意向・課題等

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

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

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。かぼちゃやかんしょも“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、かぼちゃやかんしょなど、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付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

出所：現地視察、事業者ヒアリング

→ 果物をはじめとして、かぼちゃやかんしょも、日本産が店頭の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）
  - ➢ 客が来るたびに小さく切って提供
  - ➢ なしを試食したところ、熟し加減もよく美味

→ 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

→ 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

→ 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

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

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。

ウェットマーケット(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ェ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

出所：現地視察、事業者ヒアリング

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

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

出所：現地視察、事業者ヒアリング

→ すき焼きと稲庭うどん

→ 長ネギ

→ 白菜

→ しいたけ、人参

→ えのき

→ うどんには長ネギ

→ 茶碗蒸しには、しいたけ、三つ葉が使用

→ 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

→ 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

→ 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

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

日系外食・中食店舗調査結果_日系外食A

野菜の取扱・販売状況

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

今後の取扱意向・課題等

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

- ー

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

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

出所：現地視察、事業者ヒアリング

→ 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

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

日系外食・中食店舗調査結果_日系外食B

野菜の取扱・販売状況

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 • (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

今後の取扱意向・課題等

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	• ー

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

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

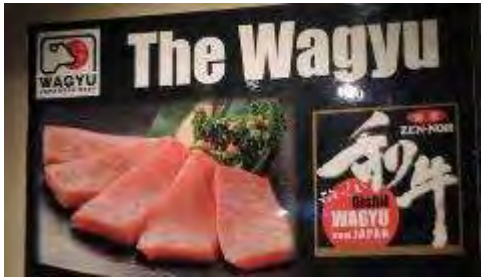
【概要】

- 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

出所：現地視察、事業者ヒアリング

→ 日本らしい雰囲気の店構え

→ 店内はテーブル席の他、カウンター席もある



→ 店内には和牛マークの掲示

→ 焼肉には、野菜が添えられる

→ 葉物野菜は、日本産を使用

→ ナムル盛り合わせ　78ドル

→ 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

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

日系外食・中食店舗調査結果_日系外食C

野菜の取扱・販売状況

主な取扱野菜

- 以下の野菜は日本産を使用している
  - 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）

調達スキーム

- 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か

日本産の使用状況・使用メニュー

- 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
  - 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

今後の取扱意向・課題等

日本産の評価・イメージ

- 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
  - 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

今後の日本産取扱意向

- 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

輸出拡大への課題・提言

- 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
  - 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
  - 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
  - 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

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

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

出所：現地視察、事業者ヒアリング

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

日系外食・中食店舗調査結果_現地系外食C

野菜の取扱・販売状況

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

今後の取扱意向・課題等

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
- ヤーツァイ、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

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

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

→ 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

→ きのこバター焼き　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

出所：現地視察、事業者ヒアリング

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

日系外食・中食店舗調査結果_日系外食G

野菜の取扱・販売状況

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

今後の取扱意向・課題等

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と、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

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

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

→ 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

→ 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

→ 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

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

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

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

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・価格ともには申し分ない
  - 日本産の葉物野菜を使用するとなると、空輸のコストが高く、取り扱いに踏み切るとこができない

→ 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

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

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、価格の高さがの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

出所：現地視察、事業者ヒアリング

©Accenture 2018. All Rights Reserved.