

現場レポート（香港）

令和3年度輸出先国・地域における現地の体制強化委託事業

食品市場に関する事業者等の要望や課題にかかるヒアリング調査

2023年3月

本レポートは香港における日本産食品の安定供給体制を担っている事業者へのヒアリングを実施した結果を踏まえ、日本の事業者等にも関連すると思われる情報を抜粋し、発言者の許可を得て報告するものである。

今回は香港政府が進めている「減塩減糖」運動に関係していると思われる日系メーカー（麺、パン、飲料水）4社に本件をテーマにヒアリングを実施した。「減塩減糖」に関する過去の経緯を把握し、当地日系メーカーや食品・飲料水の輸出事業者として何らかの対応が必要となる可能性があるので記載する。

また2022年度中に42社を訪問した結果について総括を行った。

内容についてはヒアリング結果の引用もあるため、未確認の情報が含まれており、ご利用される方のご判断・責任において必ず最新の情報をご確認ありたい。

【執筆者】輸入促進アドバイザー（F&B）柳生政一

本レポートに関する問い合わせ先：農林水産物・食品 輸出支援プラットフォーム 香港

Email：hkgevent@jetro.go.jp TEL：852-2526-4067

本委託事業に関する問い合わせ先：農林水産省国際地域課

TEL：03-3502-8058

現地で挙げられた課題と過去のまとめ

【目次】

1. 減塩減糖に関する動き	4
2. 過去取り上げた課題のまとめ	
1) 主な品目	
(1) 牛肉	5
(2) 鶏卵	5
(3) 野菜・果物	5
(4) 米	5
(5) 水産物	6
(6) 日本酒	6
2) 日本商品全般	
(1) 新たな商品が求められている	6
(2) キッチンで調理に手間をかけない加工品の需要	7
3) その他	
(1) 物流関連	7
(2) 輸入規制	8
3. 最近の国際見本市	
(1) 真珠	8
(2) 食品及び飲料	9

訪問先一覧(4 社)

食品製造事業者 計4 社

日系 4 社

AK 社：麺の製造を主に行い香港と中国で展開。

AL 社：パンの製造を行い香港で展開。

AM 社：パンの製造を行い香港で展開。

AN 社：飲料水の製造を行い香港で展開。

1. 減塩減糖に関する動き

今回は、本年1月に香港日本人商工会議所の食品・消費財・小売流通部会で提起された、香港政府が進めている「減塩減糖」運動について、関係していると思われる日系メーカー（麺、パン、飲料水）4社に対してヒアリングを実施した。

本テーマについては、一部対応済みであるとするメーカーもあるものの、今後当地日系企業や日本からの輸入食品・飲料について何らかの対応が必要となる可能性があるので、常に留意しておくべき課題であるとする。

AK社（日系 小麦粉などを使用した食品製造を行い香港と中国で展開）は、政府によるルールメイキングのプロセスに積極的に参画するとともに、「減塩」対策に億円単位の費用を投じて自主的に対応を行った。同社は規制強化の話が出る前に対策を実行する必要性を説く。

AL社（日系 小麦粉などを使用した食品製造を行い香港で展開）は、日本における考え方では、パンの「糖」の問題は、「糖質」（即ちでん粉）の問題と捉えている。15年ほど前、日本で低糖パンが発売され一定のニーズはあったが、伸びなかった。何をもって食パンを「低糖」とするかは、パンの栄養表示がない為比較が難しい。ご飯（米）も同様に糖質問題につながり得る。先方はこういった考え方を前提としていたため、パンの業界における「減糖」の問題が存在するかどうかの質問に対しては、問題意識を共有するにいたらなかった。

AM社（日系 小麦粉などを使用した食品製造を行い香港で展開）は、香港政府だったか消費者団体だったか記憶は不明瞭としながら、「減塩」について聞き取り調査への協力要請があり同社の工場関係者が協力した。3、4回会議も開かれたが「減塩」の件は立ち消えになった。パン製造には、塩は必ず必要であり、無塩パンは作れない。「減塩」パンも塩分を10-20%カットするだけで味に影響してしまうので難しいとのこと。

AN社（日系 飲料水の製造を行い香港で展開）は、2009年に消費者団体からコカ・コーラとともに「減糖」されていない製品を販売している企業として会社名を公表された。同社の売上はその影響を受けて一時的に落ち込んだ。2011年には、対策として「減糖」タイプの商品の販売も開始し、消費者が選択できるようにしたので、対応済みとの立場である。ただし、「減糖」していない従来型の商品の方が、圧倒的に売り上げが多いのが現実とのことである。

2. 過去取り上げた課題のまとめ

これまで 42 社の日系及び非日系事業者にヒアリングし報告をしてきたが、特に強調したい項目を以下の通りまとめた。

1) 主な品目

(1) 牛肉

1. 和牛が食材として普通に使われ始めており、安定供給体制の構築と輸出に対応出来る処理施設を増やすことに対して、現地から期待が寄せられている。

2. 香港の料理店全体が抱える人手不足（かつ人件費の高騰）や高い家賃に鑑みると、調理現場ではできるだけ手間を省きたいというニーズがある。香港側の望む規格に可能な限り調整して出荷できないかという要望もある。

なお、安定供給体制の構築については、豚肉や鶏肉のカテゴリーでも牛肉と同様の要望が出ている。

(2) 鶏卵

日本産の鶏卵は、中国産より 20%高いが品質が安定しているとの高い評価を得ているが、香港での需要の増加に応じられる安定供給体制が求められている。

(3) 野菜・果物

野菜の輸出拡大については、外国産との価格差という大きなハードルが存在する。果物について、香港人はシーズンを通して食べたいという希望がある。日本列島の西から東へと産地をリレーするとともに、価格競争力ある効率的な国内物流の手配を行える能力が輸出業者に期待されている。

(4) 米

香港市場では日本米がおにぎりを含め浸透しつつあるが、さらに需要を開拓するには、日本米の価値を消費者に認めてもらうことが肝要である。美味しいお米の炊き方の実演や食育など地道な活動の継続が必要である。

（５）水産物

温暖化の影響を受けて日本産水産物の品質の劣化が目立つとの指摘があった。例えば、マグロの小型化（即ちトロが取れる部分が少ない）、ウニ、ホタテ、ハマチ、イカ等を例にとって、供給不足による値段の高騰が指摘されている。ホテル業界からは、環境に配慮した持続可能な（Sustainable）な食材を供給することが求められている。温暖化の影響を踏まえると、長期的な課題ながら、例えば、魚を乱獲するのではなく、持続的に採り続けることが可能な体制の構築が益々重要になってくると考えられる。

（６）日本酒：

香港で日本酒を取り扱う事業者が行うプロモーションへ日本側から助言することは、日本酒の販売拡大のために重要である。例えば、日本酒の特徴、酒蔵の歴史、酒蔵の人々の人柄、ドラマの撮影にも使われたことなどを上手く伝えられると販売拡大に期待が持てるのではない。また、20代前半の給料が高い仕事を持つ人（金融、不動産業界等）には、日本酒を飲むことがかっこ良いと受け止められている。このような20代の層を狙った普及活動も大切ではないか。

2）日本商品全般

（１）新たな商品が求められている

香港の消費者は、既に日本の商品に慣れ親しんでいて、既存の商品についてはプレミアム感が減少している。このため、さらにエキサイティングでユニークな商品が求められており、日本側からの新しい商品の紹介に期待が寄せられている。自治体のフェアに対しても同様の指摘が続出している。即ち、日本側サプライヤーの売りたいアイテムと香港側バイヤーの買いたいアイテムとの間にギャップがあり、マッチングが難しい状況にあると考えられる。

（２）キッチンで調理に手間をかけない加工食品の需要

人材確保の困難さは、レストラン業界のみならず食品を扱う業界全体の課題となっている。新たに参入する人材が少なく、質と量の双方で人材獲得難との厳しい状況が共有された。

キッチンでの調理に手間がかからない加工食品が求められている。例えば、品質の良い冷凍ピザ、加工しているホタテ。冷凍されたデザートも良いとのことである。

3) その他

(1) 物流関連

現地の複数のディストリビューターより最近ヒアリングした内容を以下にまとめた。

コロナ禍の物流に関連する問題は沈静化してきたが、日本国内と輸出の物流に関して取り組むべき課題が多い。どのような商品であろうと他国の商品と競合し勝ち抜くために重要なのはやはり価格である。品目ごとに最適な物流ルートや方法を検証するとともに、物流コストの節減に関係企業のみならず自治体や品目団体がともに知恵を出しあうことが必要ではないか。

- 1 日本側：・国内の輸出港（空港）への配送コストを如何に下げるかまで考えが及んでいない。
・小口輸送の国内物流網の整備は喫緊の課題である。
- 2 航空便：水産物の輸送に関しては、地方から日本国内の大市場へ、例えば東京との間では市場便のネットワークが出来ていると良く聞く。このため東京に日本各地の商品が集まり豊富な品揃えができていう利点があることを忘れてはいけない。しかし、地方から直接香港に出すルートもある。福岡を例にとると、福岡の水産物は東京へ半日かけて陸送してから輸出する場合もあるが、福岡から香港なら空輸で2時間半であり、香港の消費者が食べ終わる頃に東京にトラックが着く計算となる。このため、香港へは福岡からより新鮮なものが提供できる。他方、かつては福岡からの朝10時頃に出発する午前便が香港に飛んでいたが現在はない。このため、早朝のセリで調達したものを香港に送れず、即日配送ができない。香港の航空会社が午前便を飛ばすためには前日から夜間駐機をする必要があるが、例えばそのための経費を負担することで午前便を戻せないか。地方空港の物流を強化するという意味で各省の垣根を超えた工夫が必要ではないか。

- 3 海上輸送：・沖縄経由の輸出には補助金があるが、沖縄経由で送るには3週間はかかる。即ち香港に着いてからの賞味期限が短くなる。物流コストについて現状維持しながら、輸送期間が短い方法を模索している。
 - ・コンテナのスペースは、必ずしも1社のニーズだけで埋められるとは限らないので、常温、冷蔵、冷凍といった温度管理帯ごとに、空いたスペースを他社と融通し合うことが出来ないか。
- 4 香港内の保管：香港内の保冷倉庫が不足している。オールジャパンで香港に物流拠点を設けられないか。香港に複数温度帯に対応した共同の冷凍・冷蔵倉庫を設けることで、香港から3時間半内で大阪からシンガポールまでアジア全域がカバーされるという立地の利点に加え、冷凍・冷蔵倉庫のメンテナンスができる人材がいることという香港の優位性を活かすことができる。

（2）輸入規制

トランス脂肪酸（Trans Fat）入りの食品が2023年12月1日から香港で使用禁止になる。広く日本製のお菓子、マーガリンなどに含有されており、影響範囲は広い。トランス脂肪酸の主原料となる部分水素添加油脂（PHO）を含む食品の輸入・販売等の禁止等や水素添加油を使用した製品については、シンガポールやタイなどでは既に同油脂を含む食品製造、輸入、販売が禁止されている。上述の使用禁止には、留意をお願いしたい。

3. 最近の国際見本市

（1）真珠

アジア最大と言われる「ダイヤモンド、宝石、真珠ショー」と「ジュエリーショー」の2つの見本市が、3月1日から5日まで、香港島の香港コンベンション&エキシビションセンターで同時開催された。香港ではマスク装着義務が解除された直後に開催された国際見本市となった。36の国や地域から2,500社以上が出展し、70の国や地域から6万人を超えるバイヤーが訪れた。日本の真珠販売業者は、70社が出展しているとの報道もされていた。日本からの出展者は、多数のバイヤー（以下の写真を参照）との商談でどこのブースも込み合っていた。中国のバイヤーも香港への入境制限がなくなり、商談がしやすい環境が戻った。日本の真珠輸出が本年は伸びると実感できる見本市であったと言える。出展者にインタビューして

みると、この数年のあこや貝の壊死や養殖業者の減少から真珠の供給が減少していて、将来的には販売業者数が激減するかもしれないとの発言があった。



写真： 香港貿易發展局提供

（２）食品及び飲料

香港貿易發展局によれば、従来の B2B 食品総合見本市が、「Food Expo PRO 2023」との新たな呼び方となり、2023 年 8 月 17 日（木）から 19 日（土）まで香港コンベンション&エキシビションセンターで開催されるとのことである。

出展のカテゴリーは、

- ・食品及び飲料 ならびに
 - ・食品包装、食品ラベル、食品安全、食品物流に関する各種製品及び関連サービス、食品加工機械及び関連サービス、フードテック、ハラルフード
- がある。

バイヤーとの各種マッチング（対面形式、オンライン商談、B2B 電子商取引サイト）も実施される。

以上