

GFP輸出促進に関する勉強会

香港における東北産農林水産・食品 のビジネスチャンスと留意点

2019年9月25日

日本貿易振興機構(JETRO)
仙台貿易情報センター
所長 伊藤 亮一

本日の内容

- 1.なぜ香港を目指すのか
- 2.香港市場の特徴と留意点
- 3.東北産農林水産・食品の売り方

1.なぜ香港を目指すのか

1-1.日本からの来訪者が多い香港

ジェットロ73海外事務所への来訪者数トップ10（2017年度）

▼来訪者数全体

順位	事務所名
1	バンコク
2	上海
3	ホーチミン
4	ハノイ
5	シンガポール
6	ヤンゴン
7	ジャカルタ
8	香港
9	ニューヨーク
10	北京

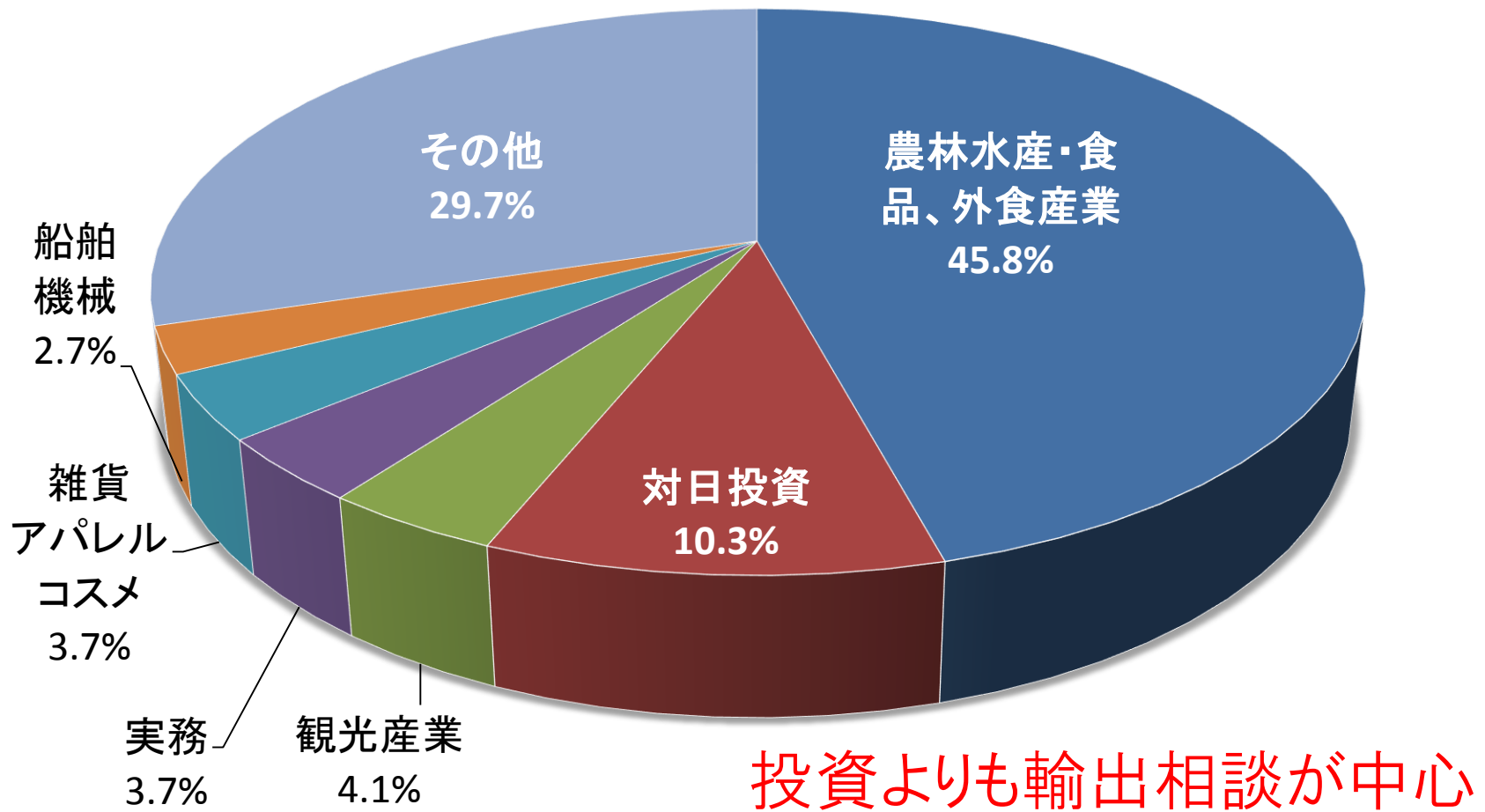
▼日本からの来訪者数

順位	事務所名	全訪問者に占める 日本からの訪問者の 割合
1	バンコク	50.7%
2	ホーチミン	52.8%
3	ハノイ	53.8%
4	ジャカルタ	67.3%
5	シンガポール	49.2%
6	ヤンゴン	53.4%
7	クアラルンプール	87.0%
8	香港	70.2%
9	上海	21.3%
10	マニラ	59.8%

※54カ国74事務所（2019年9月時点）

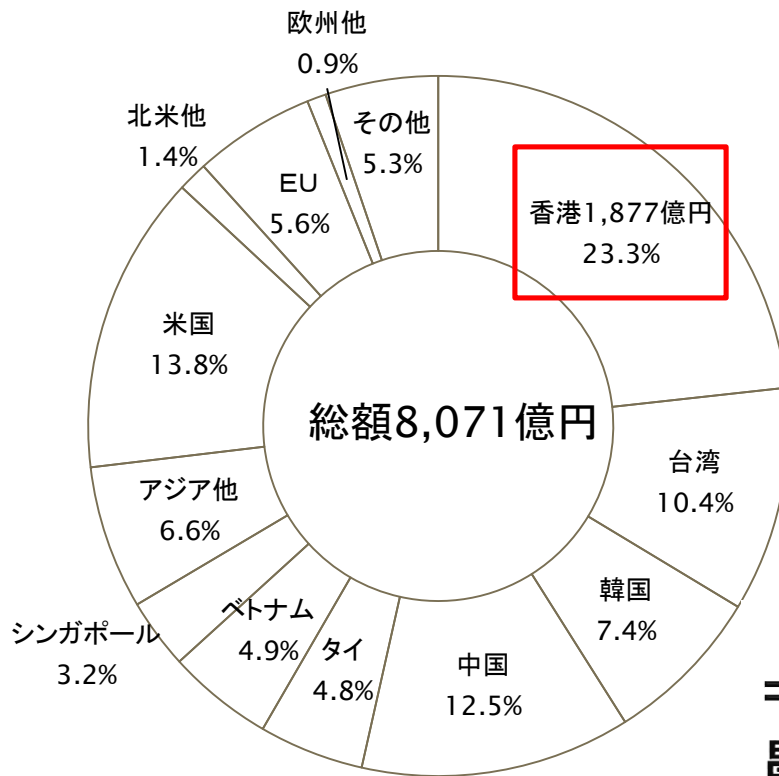
1-2. 農水・食品相談が圧倒的に多いジェトロ香港

(2016年度 合計1,432件)



1-3.日本の農林水産・食品の輸出先NO.1の香港

2017年の農林水産物等輸出実績



⇒香港は日本にとって 14年連続
農林水産物・食品の最大の輸出先

〔出所〕財務省「貿易統計」

1-4. 香港向けには自由に生鮮品を輸出できる

諸外国に植物等を輸出する場合の検疫条件一覧(早見表)

本表は平成29年1月16日現在の情報に基づくものです。

種 類		くだもの										やさい(果菜)							やさい(葉菜)				やさい(根菜)					コメ		緑茶(製茶)					
		カキ	キウイフルーツ	サクランボ	日本ナシ	西洋ナシ	ビワ	ブドウ	ウンシュウミカン	モモ	リンゴ	イチゴ	カボチャ	キュウリ	スイカ	トウガラシ	トマト	ピーマン	メロン	キャベツ	ネギ	ミョウガ	レタス	カンショ	ショウガ	ダイコン	タマネギ	ナガイモ	ニンジン		ワサビ	精米	玄米		
輸出相手国・地域																																			
アジア	韓国	Q	Q	Q	x ⁺¹	x ⁺¹	x ⁺¹	Q	Q ⁺¹⁰	x ⁺¹	x ⁺¹	Q	Q	x ⁺¹	x ⁺¹	x ⁺¹	Q	x ⁺¹	Q	Q	Q	Q	x ⁺¹	Q	Q	Q	Q ⁺³	Q	Q	Q	Q	Q	◎		
	台湾	Q	Q	Q	☆	☆	Q	Q	Q	☆	☆	Q	Q	Q	Q	x ⁺¹	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q ⁺¹⁴	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	◎	Q	◎		
	中国	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	PQ	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	PQ	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	☆	x ⁺¹	Q			
	香港	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	
	フィリピン	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	PQ	PQ	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	PQ	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	PQ	PQ	◎		
	ベトナム	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	☆	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	☆	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	Q	x ⁺²	Q		
	タイ	Q	Q	Q	Q	Q	x ⁺¹	Q	☆	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	x ⁺²	Q	
	シンガポール	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
	マレーシア	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	PQ	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
	インドネシア	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q ⁺⁹	Q	Q	Q	Q ⁺⁹	Q ⁺⁹	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q ⁺⁹	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q
	ブルネイ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ ⁺¹¹	
	インド	x ⁺²	x ⁺²	Q ⁺⁹	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	Q ⁺⁹	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	Q ⁺⁹	x ⁺²	x ⁺²	x ⁺²	Q ⁺⁹	Q ⁺⁹	Q		
スリランカ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	x ⁺¹	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	x ⁺¹	PQ	PQ	PQ	x ⁺¹	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ ⁺¹¹		
パキスタン	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ ⁺¹¹		

【本表について】

- ・ 諸外国に植物等を輸出する場合は、輸出相手国が定める輸入に関する植物検疫制度に従う必要があります。
- ・ 本表では、輸出相手国が公表している規則等を元にして各品目に求められている検疫条件を掲載しています。

【表中の記号について】

◎: 植物検疫証明書(注1)無しで輸出できます。

Q: 植物検疫証明書を添付すれば輸出できます。

P: 輸出相手国の「輸入許可証(注2)」を取得する必要があります。

☆: 二国間合意に基づく特別な検疫条件を満たしたもののみ輸出できます。

x: 輸出できません。

(注1: 植物検疫証明書は輸出検査に合格すると発給されます。)

(注2: 輸入許可証は輸出相手国より発給されます。)

【注釈】

- *1 輸出相手国が輸入を原則禁止。
- *2 輸出相手国の検疫条件が未設定又は不明。
- *3 北緯30度以南の南西諸島、小笠原諸島、大東諸島で生産されたものの輸出は不可。
- *9 消毒が必要。
- *10 九州及び南西諸島で生産されたものの輸出は不可。
- *11 植物検疫の対象とならない場合あり(輸入許可証及び植物検疫証明書が不要)。

植物の輸出相談窓口

横浜植物防疫所業務部輸出検疫担当 TEL 045-211-7155 / FAX 045-211-2171
名古屋植物防疫所輸出検疫担当 TEL 052-651-0114 / FAX 052-651-0115
神戸植物防疫所業務部輸出検疫担当 TEL 078-331-2384 / FAX 078-391-1757
門司植物防疫所輸出検疫担当 TEL 093-280-4319 / FAX 093-321-0481
那覇植物防疫事務所輸出及び国内検疫担当 TEL 098-868-1679 / FAX 098-861-5500

※注意事項・ご利用方法

1. 利用上の注意

当早見表に掲載されている検疫条件は正確な情報の提供に努めておりますが、元となる諸外国の検疫規則は変更されることがあり、実際の内容と異なっている場合があります。このため、実際の輸出に際しては、現地輸入者等の関係者を通じて輸出相手国の農業担当当局または植物検疫当局に確認するか、あるいは輸出相手国の在日大使館にお問い合わせいただくことをお勧めします。ご不明点等ありましたら、植物防疫所にお問い合わせください。

また、検疫条件は、各国の植物検疫上での要求であり、当早見表で輸入が可能となっている場合であっても、各国の他の法令やワシントン条約等により輸入が制限される場合があります。

2. 諸外国の輸入許可制度について

輸出相手国の輸入許可に関する照会・手続については、現地輸入者等の関係者を通じて輸出相手国の農業担当当局または植物検疫当局に確認するか、あるいは輸出相手国の在日大使館にお問い合わせください。

【出所】農林水産省HP「諸外国に植物等を輸入する場合の検疫条件一覧(早見表): 貨物編」

1-5. 地理的優位性を持つ香港

日本から4時間圏内はシンガポール・マレーシアにはない魅力



(出所) OpenStreetMap (<http://www.openstreetmap.org>)

1-6.相対的に安い香港の税金

一国二制度のもと、2047年まで中国本土とは異なる
独自のシステムを採用 ⇒ 低税率を実現

【香港と中国の税制度の違い】

	関税		法人税	所得税	消費税
	輸入	輸出			
香港	原則 0%		16.5%	2~17% (標準:15%)	0%
(中国本土)	平均9.8%	一部商品のみ	25.0%	5~45%	17%

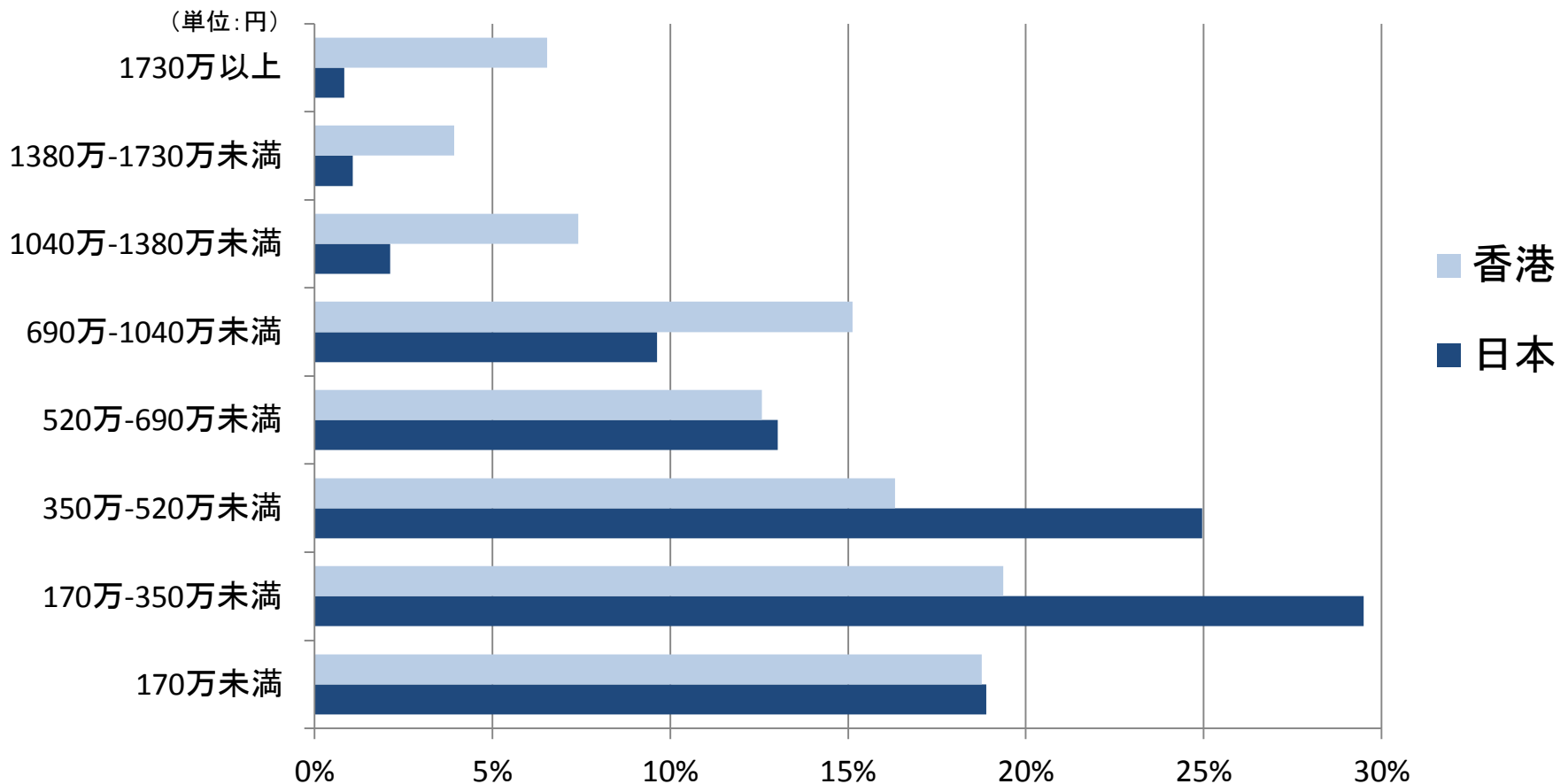
(参考)日本の法人実効税率は29.97%、所得税率は5~40%

しかし、競争の厳しい市場であることに留意

1-7. 香港人の高い所得水準

高所得者は香港が圧倒的に多い

香港と日本の給与レンジ別世帯比率



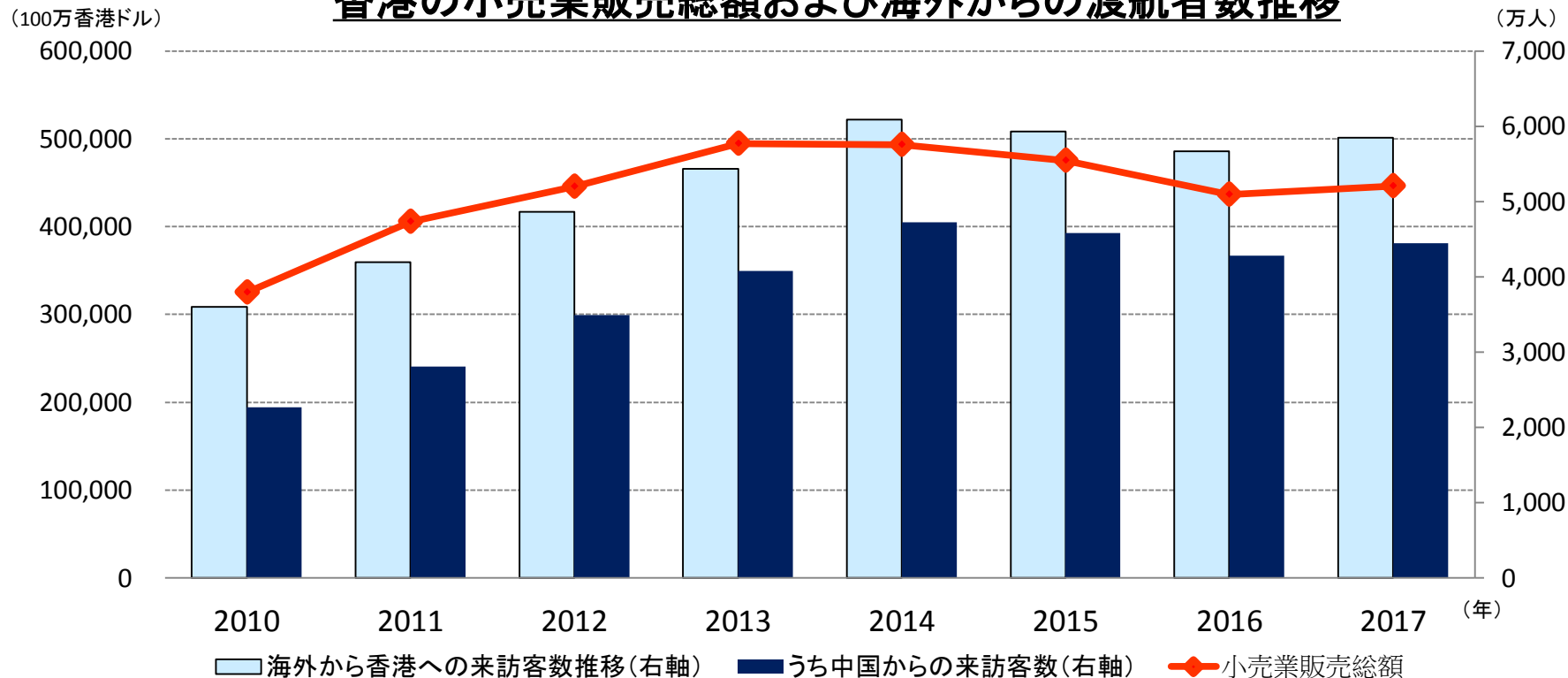
(注) 日本は2016年の民間給与調査から推計、香港は2017年

[出所] 日本: 国税庁 平成28年分 民間給与実態統計調査 2017年9月 香港: 香港統計局 General Household Survey

1-8. 香港の胃袋は香港人だけにあらず

4分の3を占める中国本土客が香港の小売に影響

香港の小売業販売総額および海外からの渡航者数推移



[出所] 香港特別行政区統計処統計より作成



中秋節前の風物詩(入場制限で並ぶ中国人(銅鑼灣SOGO))



銅鑼灣SOGOで買い物する中国人旅行者

1-9. マーケットは華南に広がる

広東・香港・マカオ大灣区計画の対象エリア

広東省内9都市、2つの特別行政区(香港、マカオ)から構成
総面積は約5万6,000平方キロメートル。
人口は約6,800万人。



[地図出典] 広東省国土資源庁ウェブサイト



1-10.訪日比率、リピート率の高い香港人旅行者

2018年の訪日外国人トップ5

		客数(万人)	人口比(%)
	世界総計	3, 119	---
1位	中 国	838	0. 6%
2位	韓 国	754	14. 7%
3位	台 湾	476	20. 1%
4位	香 港	221	29. 7%
5位	米 国	153	0. 5%

[出所]JNTO、国連

1-11. 香港人旅行者の特徴

1. 1人1泊当たりの支出額はアジア最大
2. 情報はネット以外にも旅行雑誌から
3. FIT(個人手配旅行)主体
4. 高いレンタカー利用率
5. 温泉以外では食に関心

アジア6カ国地域の消費額比較

	1泊当たりの支出額 (円/人/泊)
全体	17,271
香港	29,212
韓国	14,455
台湾	22,128
中国	22,349
タイ	13,574
シンガポール	20,820

[出所] 観光庁 訪日外国人消費動向
調査を元にJNTOが試算

2. 香港市場の特徴と留意点

2-1.物価(小売価格)の高い香港

日本人駐在員や日本人旅行者の懐に厳しい香港の物価



ラーメン一杯が約1,230円



日本米は2キロ約2,850円

2-2.価格交渉の行く方は二極化

香港は競争市場

様々な地方自治体が日参



買い手が強く、値下げ要求



日本産トマト 2個
HK\$40.30(約565円)



日本産あきたこまち2kg
HK\$203.50(約2,850円)



山口県産卵6個
HK\$18.50(約260円)

2-3.高く売るためには売り手の説明責任が必要

バイヤーやエンドユーザーにアピールできるストーリー

素材力



黒潮で育つ、東町漁協のふり。

無農薬・減農薬
素材の持つ甘み・旨み



フルーツ魚

製造力

徹底した衛生管理



HACCEPやISOの取得



美味しさを保持する
加工技術

鮮度を保持する包装技術

こだわり

匠の技



職人の熟練技



昔ながらの製造方法



精米技術

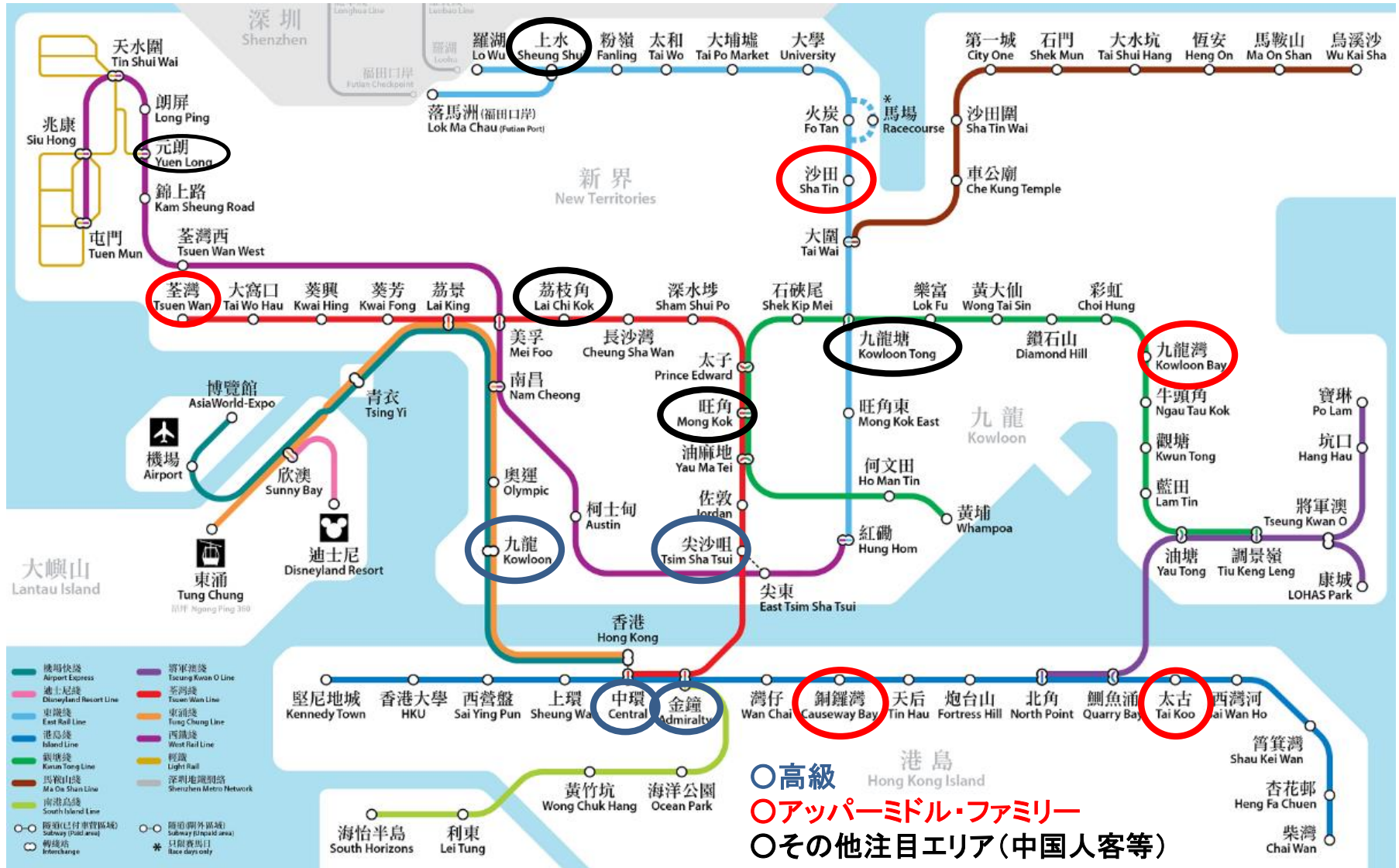
2-4. 魅力の裏に潜むその他の留意点

1. 自由に入れられる。障壁が低い
⇔ 消費者保護の意識が強い
2. 高い所得水準と購買力
⇔ 物価高(外食の進出は厳しい)→輸出に傾注
3. 中国を含めたマーケットの大きさ
⇔ 中国への再輸出には高い壁
4. インバウンドを通じた認知度向上
⇔ 日本側の供給体制が追いついていない

3.東北産農林水産・食品の売り方

3-1. 売り先を考える(1)

- 商品特性を考えたエリアか
- 商品の用途によっても売り先を変えた方がよい

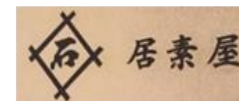


3-1. 売り先を考える(2)

●スーパー(小売)か、レストラン(業務店)か



日本食レストラン



なだ万



3-2. 外食志向の強い香港人なら業務店狙い

香港人は日本人よりも圧倒的に外食比率が高い
売り込むべきところはどこか？

	香港 ¹	日本 ^{2,3}
週平均外食回数	6.9回	1.2回
外食	3,695HKD	785HKD (11,301円)
外食を除く食費	2,164HKD	3,269HKD (47,075円)
合計	5,859HKD	4,054HKD (58,376円)

- 香港では統計局のデータはないが、民間による調査⁴で週に平均6.9回という結果があるほか、香港衛生署が2007年に2000人を対象に実施した調査によると、週に7回朝食を外食する割合が全体の18.5%、週に7回昼食を外食する割合も19.2%に上った。

香港における外食頻度調査

(単位：%)

頻度	朝食	昼食	夕食	平均
外食なし	44.1	27.1	47.2	39.5
週に1回	8.4	7.3	17.8	11.2
週に2-4回	18.1	20.6	28.8	22.5
週に5-6回	8	24.6	3.2	11.9
週に7回	18.5	19.2	2.7	13.5
未回答ほか	2.9	1.1	0.2	1.4

約5割が週に
2-7回外食

1. 香港は2009/10年の香港政府による「家計消費調査」にもとづく。
(2009/10 Household Expenditure Survey and the Rebasing of the Consumer Price Indices)

2. 日本は総務省統計局「家計調査報告(家計収支編)平成23年平均速報結果」の総世帯平均額にもとづく。

3. 日本の食費は2017年の為替レートで換算。(1HKD=14.3992円)

4. 香港聯合利華飲食策画がマーケティング会社に委託して2010年10～11月に実施した調査にもとづく(香港ポスト(2011年3月21日 No.2714))。

3-3.日本食料理店はNO.2のシェアを持つ

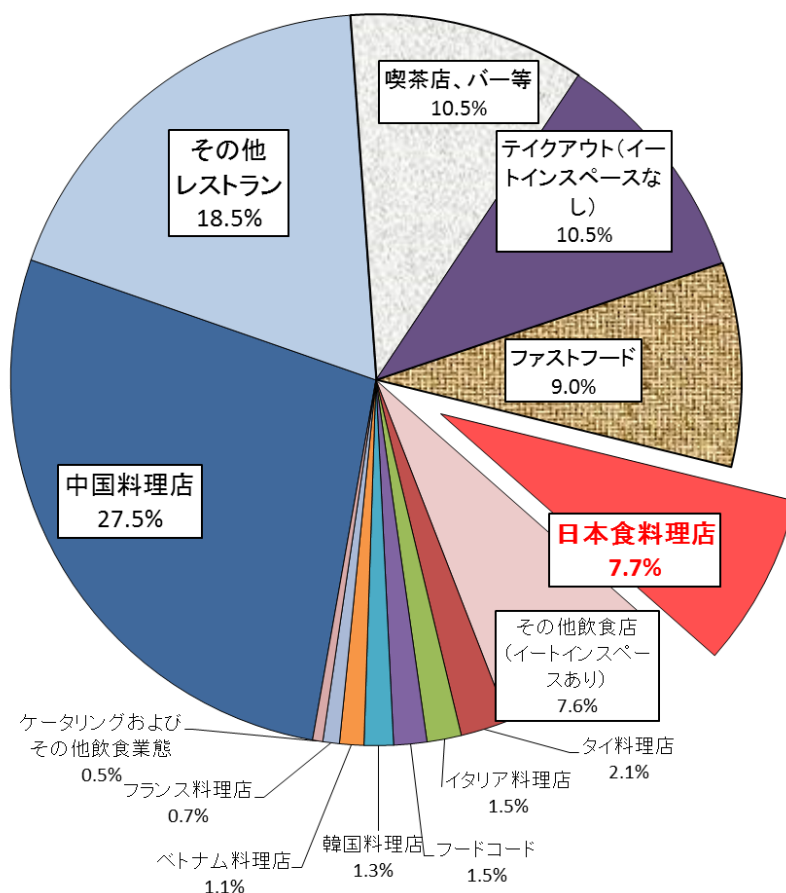
レストランの価格帯によって受け入れられる商品特性は異なる

2018年データ

飲食業種別	2016年	2017年	2018年	構成比	前年比
中国料理店	4,720	4,680	4,890	27.5%	4.5%
その他レストラン	2,950	3,020	3,290	18.5%	8.9%
喫茶店、バー等	1,710	1,720	1,860	10.5%	8.1%
テイクアウト（イートインスペースなし）	1,610	1,670	1,860	10.5%	11.4%
ファストフード	1,590	1,600	1,600	9.0%	0.0%
日本食料理店	1,280	1,310	1,360	7.7%	3.8%
その他飲食店（イートインスペースあり）	1,330	1,340	1,350	7.6%	0.7%
タイ料理店	340	350	380	2.1%	8.6%
イタリア料理店	260	270	270	1.5%	0.0%
フードコード	270	270	260	1.5%	-3.7%
韓国料理店	150	160	230	1.3%	43.8%
ベトナム料理店	160	170	190	1.1%	11.8%
フランス料理店	120	120	130	0.7%	8.3%
ケータリングおよびその他飲食業態	70	80	80	0.5%	0.0%
合計	16,560	16,760	17,750	100.0%	5.9%

注：中国料理店とは香港式喫茶店、広東、北京、四川、上海料理およびその他中華料理店を意味する。

2018年 飲食業種別シェア



[出所] 香港統計局(2019年4月29日現在)

"Number of establishments, persons engaged and vacancies (other than those in civil service) analyzed by industry sub-class"

3-4. 香港人の嗜好を研究する(1)

1. 香港人はONLY1がお好き

ラーメンのオーダーシート(注文票)

 請劃上○及填上座位號 Please mark ○ and seat no.				Seat No.																		
拉麵 R A M E N	1. 一虎 Ichitora \$88	2. 一虎特選(全配料) Ichitora Special \$128	3. 黑虎 Black Tora \$82																			
	4. 赤虎 Red Tora \$82	5. 白虎 White Tora \$78	赤虎特選 Red Special \$132	黑虎特選 Black Special \$132																		
	大廚推介 Chef's Choice おまかせ ☐ 或 or 您從下列選擇 Your choice from below																					
	<table border="1"> <tr> <td rowspan="2">麵的種類 Thickness</td> <td>幼麵 Thin</td> <td>Or</td> <td colspan="2">粗麵 Medium</td> </tr> <tr> <td colspan="4"></td> </tr> <tr> <td rowspan="2">麵的硬度 Hardness</td> <td>硬 Hard</td> <td>普通 Medium</td> <td colspan="2">軟 Soft</td> </tr> <tr> <td colspan="4"></td> </tr> </table>					麵的種類 Thickness	幼麵 Thin	Or	粗麵 Medium						麵的硬度 Hardness	硬 Hard	普通 Medium	軟 Soft				
麵的種類 Thickness	幼麵 Thin	Or	粗麵 Medium																			
麵的硬度 Hardness	硬 Hard	普通 Medium	軟 Soft																			
湯 Soup	香油 Oil	需要 Yes	少量 Less	不需要 No																		
圓有配料 T O P P I N G	青蔥 Green Onion	需要 Yes		不需要 No																		
	爽口木耳 Black Fungus	需要 Yes		不需要 No																		
另加麵條 Additional Noodle \$12			白飯 Rice \$12																			
A D D I T I O N A L 追 加	叉燒 BBQ Pork \$30 (3pcs)		糖心蛋 Half Boiled Egg \$10																			
	紫菜 Nori \$10	有味筍 Bamboo Shoot \$10	ワカメ Wakame \$8	爽口木耳 Black Fungus \$6																		
	煎餃子 Dumpling \$42		叉燒飯 BBQ Pork Bowl \$48																			
	可樂 Coke \$14		零糖可樂 Coke Zero \$14	玉泉忌廉 Cream Soda \$14	雪碧 Sprite \$14																	
D R I N K 飲 品	烏龍茶 Oolong Tea \$16		C.C. Lemon \$16	朝日啤酒(小) Asahi Beer \$30																		

 お好みに○を付け、右欄に席番を ご記入下さい 請劃上○及填上座位號 Please mark ○ and seat no.				Seat No.	
6. 海老虎 Ebi Tora \$92 特製辛ダレ 秘製辣醬 secret spicy sauce \$6 ☐		季節限定 SEASONAL レモンらーめん 檸檬拉麵 Lemon Ramen \$92			
ネギ 香葱 Green Onion	要る 需要 Yes	要らない 不需要 No	白ネギ 京蔥 White Onion	要る 需要 Yes	要らない 不需要 No
レタス 生菜 Lettuce	要る 需要 Yes	要らない 不需要 No	ネギ 香葱 Green Onion	要る 需要 Yes	要らない 不需要 No
おまかせ 大廚推介 Chef's Choice ☐ 又は or 以下からお選び下さい 您從下列選擇 Your choice from below					
麵の硬さ 麵的硬度 Noodle Hardness		硬 Hard	普通 Medium	軟 Soft	
A D D I T I O N A L 追 加	スペシャル 精選配料(糖心蛋・叉燒、海苔、有味筍、木耳) Special Topping \$52		替え玉 另加麵條 Additional Noodle \$12		
	メンマ 有味筍 Bamboo Shoot \$10	味付け玉子 糖心蛋 Half Boiled Egg \$10	のり 紫菜 Nori \$10		
	チャーシュー 叉燒 BBQ Pork \$30 (3pcs)	きくらげ 爽口木耳 Black Fungus \$6	ワカメ 海帶 Wakame \$8		
	その他の 其他 A La Carte	自慢の餃子 煎餃子 Dumpling \$42	チャーシュー丼 叉燒飯 BBQ Pork Bowl \$48	ライス 白飯 Rice \$12	
D R I N K 飲 品	コーラ 可樂 Coke \$14	ゼロ 零糖可樂 Coke Zero \$14	クリームソーダ 忌廉 Cream Soda \$14	スプライト 雪碧 Sprite \$14	
	烏龍茶 Oolong Tea \$16		C.C. Lemon \$16	ビール 朝日啤酒(小) Asahi Beer \$30	

2. 味付け・味覚

3-4.現地の嗜好・習慣を把握する(2)

3.ブランド信仰が強い

●山形県酒造組合の取組

- 2017年11月に『GI山形』日本酒の海外初お披露目会を香港で実施
- 酒造組合と13蔵が参加して、山形日本酒のブランディング戦略を展開



偽装商標農産物が流通



- ✓ 日本から流出した農産物が流通
- ✓ 日本の卸売市場から持ち込んだ農産物が流通

1. 1年間で消費が盛り上がる時期
2. 子ども需要に着目
3. キーワードを知る
「健康」「美容」「新しいもの」
4. 色