

はじめに

香港では、食料の大半を世界各国からの輸入に頼っています。香港における輸入相手国としての日本の割合は高く(第5位)、スーパーマーケットでも日本の食品は何でも揃うといっているほど、充実しています。香港の人口約700万人のうち、日本人が占める割合は0.3%超の約2万4,000人程度に過ぎないので、日本の食品のターゲットは日本人だけにとどまらないようです。

本稿では、香港における日本の食品に対するイメージやマーケット事情を探りながら、香港への食品輸出とその販売戦略などについてレポートします。

1. 日本の食品に対する香港人のイメージと購買者について

香港は、長い間イギリスの植民地であったため、他国の食文化を受け入れることには比較的寛容な面があるようです。通りには世界各国の飲食店が軒を連ねており、「香港人は舌が肥えている」という表現をすることもあります。香港人の特徴としては、①価格にシビアだが良いものには金を出す、②流行りだすと一気に広がって行く、③新しいもの好き、④一方で冷めやすい、などが挙げられます。この中で①と②は香港人が日本の食品を購入する大きな原動力になっているようです。というのも、日本の食品は香港内の輸入食品の中でも割高です。日本人である私は、自然と日系のスーパーマーケットに赴き日本の食品に目を向けることが多いのですが、値段を見て購入をためらってしまうほど高価です(例えば牛乳1ℓが360円など)。しかし、中国農産品の農薬問題や食品関連事件を背景に、「日本の食品は質に優れ、安全性が高い」ということが香港内に浸透しており、特に富裕層と中間層から絶大なる信頼と人気を得て

います。

2. 日本から香港への農産物(食品)輸出状況について

では、どんな食材が日本から香港に輸出されているのでしょうか。香港は日本の農林水産物や食品の輸出先として、アメリカをおさえ第一位(2008年)となっています。その中でも水産調製品(缶詰や瓶詰めなど)・加工食品・水産物(調製品以外)・畜産品・穀粉等が中心となっています。(表1参照)

しかし、表2からもわかるように、日本から輸出されているものの上位にある「乾燥なまこ」や「アワビ」などは日本で一般的に消費されているものではなく、中華料理の具材として

表1 2008年 農林水産物輸出額内訳
(日本から香港へ)

(単位: 億円、%)

	金額	構成比
水産調製品	302	38.0
加工食品	151	19.0
水産物(調製品以外)	102	12.8
畜産品	91	11.4
穀粉・米等	71	8.9
野菜・果実等	22	2.8
林産物	2	0.3
その他	54	6.8
総額	795	100.0

(出所) 農林水産省「農林水産物・食品の輸出についてのヒント集」

表2 2008年 農林水産物上位輸出品目
(日本から香港へ) (単位: 億円)

輸出品目	金額
①乾燥なまこ(調製品)	132
②貝柱(調製品)	60
③小麦粉	46
④粉乳	33
⑤菓子(米菓除く)	32
⑥植木等	30
⑦アワビ(調製品)	26
⑧豚の皮	24
⑨ソース混合調味料	21
⑩ホタテ貝	16

(出所) 農林水産省「農林水産物・食品の輸出についてのヒント集」

使われているものです。日本の食材を使用しているレストランなどでは、「日本産使用」と店側が日本産であることを強くアピールしています。

3. 香港への輸出に際しての注意事項について

香港は自由貿易政策を取っていて、輸入品には関税を課していませんが、酒類(アルコール度数30%超)・たばこ・燃料類など一部のものには物品税が課せられます。輸入時の通関で行われる検疫は、無作為による抽出で行われており、食品には、日本の当局が発行する衛生証明書や検疫証明書を添付するようになっています。また、食品を輸入する者は輸入から14日以内に

必要事項を記入した輸入申告書を税務局長に提出することになっています。

食品添加物等については、特に注意が必要となってきます。食品に含まれる化学物質の含有量や食品添加物など日本では認められていても、香港では規制されている場合があります。ここでいくつか輸出に際し注意したい品目を、参考資料としてご紹介します(表3)。

なお、輸出に関する詳細については農林水産省の海外貿易制度等調査報告書をご覧ください。

4. 香港での食品販売戦略について

それでは、日本の食品を新たに売り込むため

表3 香港へ輸出時の注意事項(食品関連)

品 目	注意事項
米・米加工品	米は備蓄品目の対象であるため、在庫保有者登録とそれに伴う手続きが必要。香港輸入業者は輸入前にライセンス取得が必要。日本の基準値と異なり、シリアル製品のカドミウム・クロム含有量はそれぞれ0.1ppm及び1ppmを超えてはならない。その他注意事項あり
牛乳・乳製品	牛乳・乳飲料・冷凍菓子・粉乳に関する制度が、複数の法律によって規制されている。(詳細省略) 牛乳・乳飲料・冷凍菓子については、輸入の際に香港食物環境衛生署(以下FEHD)からの事前許可が必要で、店舗にて販売する際にも許可証の取得が求められる。輸入業者は各々の当該商品の香港への到着に対して、少なくとも48時間前にFEHDに報告が必要。その他にも原産国の管轄権を有する保健当局によって発行された衛生証明書(化学物質分析に関する証明、細菌検査に関する証明)が必要なる。その他注意事項あり
食肉・食肉加工品・その他畜産品	日本におけるBSE発生に伴い、日本の輸出業者は農林水産省動物検疫所所長宛てに書類を提出し、動物検疫受検が必要。この際、厚生労働省が認定した認定施設を管轄とする地方自治体から発行された衛生証明書の添付が必要。 食肉・食肉加工品及び畜産品に関して、香港への冷凍・チルドの牛肉・豚肉・鶏肉の輸入については輸入の際にFEHDからの輸入ライセンスを取得しなければならない。また検疫証明書や食品衛生証明書等を添付する必要があり、この検疫証明書を取得するには、輸出国において肉骨粉で飼育されていないことを示す証明書が必要。 食肉加工品(ハム・ベーコン等)の保存料・抗酸化剤については、使用してよい保存料及びその最大濃度等が食品保存料規則によって定められている。その他注意事項あり 【香港に輸出可能な日本産牛肉の主な条件】 ①脳・脊髄等の危険特定部位を衛生的に取り除いたもの ②月齢30ヶ月未満の牛 ③骨なし肉 ④HACCP導入施設での処理 【2008年1月現在、香港政府が求める条件を満たす厚生労働省が認可した日本サイドの施設】 ・南九州畜産興業株式会社 末吉と畜場(鹿児島県) ・サンキョーミート株式会社 有明ミート工場(鹿児島県) ・株式会社ミヤチク 高崎工場(宮崎県) ・株式会社群馬県食品卸売市場(群馬県) 以上4箇所
水産物・水産加工品	FEHDは香港に輸入する際、当該水産物及び水産加工品が食品に適していると証明できる原産国の保健当局によって発行された衛生証明書を用意することを強く奨励しており、提示されない場合は当該貨物が検査またはサンプル抽出の対象となるので注意。(検査された商品は6時間以内にリリースされる) FEHDは水銀・カドミウム及びヒ素の各金属類について、重金属全体の最大濃度を含む検査を行っており、また生鮮海産物には使用が認められていないホウ酸と二酸化硫黄を含む防腐剤の監視(ホウ酸の濃度は1,000ppm以下)をしている。この他にシガテラ魚中毒に関する基準や商品梱包に関する所要条件を設けている。(詳細省略) その他注意事項あり
加工食品	食品添加物の規制には注意が必要。(甘味料・着色料・保存料等) 日本で使用可能な人工甘味料(ステビア・甘草) 食品添加物(クチナシ色素・紅花色素・紅麹色素等)は香港での使用が認められていない。その他注意事項あり

出所：農林水産省「海外貿易制度等調査報告書(香港編)」

には、香港マーケットをどのように活用すればよいのでしょうか。一般的には海外へ商品を輸出する場合、かかるコスト等も勘案し、大きな取引を想定しがちですが、ここ香港の場合はマーケットが成熟していることや人口が限られていることから、すぐに大きな成果を求めるのは難しいといえます。香港マーケットで販路拡大を狙うには、まずその食品の認知度を高めることが重要といえます。

日系スーパーマーケットなどでは、食品売り場の一角を利用した催事販売などがよく行われており、ブランドアピールには効果的といえます。特に目にするのは単独での販売ではなく、「県単位での食品フェア」であったり、「九州の名産品を扱う食品市」といった形態が多いです。

そのほか、香港では、アジア最大級の食の見本市である「香港フードエキスポ」や「HOF EX(香港国際食品・飲料展)」などが開催されています。今年の8月13日から5日間の日程で開催された「香港フードエキスポ」には、日本を含む24ヵ国・地域から600社以上が参加し、世界各国のサプライヤー・バイヤー・一般の買い物客で大変な賑わいでした。日本ブースには約40社が参加していましたが、九州からは熊本県・宮崎県からの団体が、商談を目的として球磨焼酎や宮崎牛など、様々な地元産品のアピールを積極的に展開しているのが印象的でした。また3日間の日程で併せて開催されていた「香港国際茶展」には、福岡県のお茶ブランドである「八女茶」のブースもありました。

以上のような国際展示会を活用することは、ブランドイメージを高める上でも有効であると考えられます。

5. おわりに

香港で「モノ」を販売するには、何度も申し上げたとおり認知度を高めることが重要です。定着すれば自然と口コミで広がり、一気に売上が伸びるのも香港マーケットの魅力といえます。



香港フードエキスポ出展の様子(開催期間中35万人来場)



香港国際茶展出展の様子(開催期間中8万人超来場)

また、「香港発」の流行は中国本土に広がる傾向があり、大きな可能性も秘めています。

しかし、そこに行き着くまでには企業の地道な販売努力が不可欠です。さらに、日本で売られているものがそのまま香港で売れるとは限りません。特に食品はただ安全で高品質だから売れるものではなく、現地の人々の味覚とマッチして始めて支持されるものです。現地のマーケティング調査を行う意味でも、催事販売や展示会出展によりデータ収集を行うことは、成功への近道といえます。当事務所では、お取引先の皆様の海外進出のお手伝いをしていますので、香港をはじめ東南アジア向けの販路拡大に関心のある方は、ぜひお取引店を通じてお気軽にお問い合わせください。

(香港駐在員事務所 末松 尚樹)