

1. はじめに

香港は、日本の農林水産物等の最大輸出先であり、昨年(2009年)の我が国の農林水産物等輸送額のうち香港向けが22%を占めています。

また今年についても年初からの5ヵ月間で、日本から香港へ輸出された食料品や飲料品は、昨年同時期と比べて40%以上も増加しており、香港の日本食品関連市場が着実に成長していることが窺えます。このような状況下、去る8月12日より5日間、アジア最大級の食品フェアと言われる「香港フードエキスポ2010(美食博覧)」が開催され、日本からも過去最多となる100社近い企業・団体が出展されました。

今回はこのフードエキスポの様態と、香港の地場スーパーで同時期に開催されていた日本食フェアの様態をご紹介します、香港における食品関連販売プロモーションの手法や在り方などについてレポート致します。

2. 香港フードエキスポについて

「香港フードエキスポ」は香港貿易発展局(以下、HKTD C)主催による、香港では毎年恒例のイベントで、今年で21回目を迎えました。当会場では商談等を目的とするバイヤーや業界関係者が入場可能なトレード・ホールと、商品購入が目的の一般来場者が入場可能なパブリック・ホールの2つのエリアに分けられています。

トレード・ホールには有力なバイヤーが来場することもあって、今年は22ヵ国・地域から約740社あまりの企業や団体が出展参加しました。(昨年実績：出展社数607社・団体)

日本からも、昨年の2倍以上の企業・団体が参加され、サンプル等を手に、バイヤーへ積極的に自社商品をアピールされていました。



バイヤーとの商談風景



パビリオンでのPR風景

トレード・ホール内には九州パビリオンが設けられ、福岡・大分・鹿児島・沖縄の10企業・団体が参加されていたほか、熊本・宮崎は例年参加の常連ということで、別途パビリオンが設置されていました。

日本からの出展社数が増加している要因をHKTD Cの東京事務所マーケティング部担当者に尋ねたところ、①HKTD Cが本展示会の日本での広報活動に注力したこと ②自治体やジェトロならびに地域金融機関等が、海外展開を検討する企業への支援体制を強化していること ③日本国内の需要が低迷する中、中国市場をはじめとする海外市場進出を睨み、アジア地区のゲートウェイである香港を活用する意識が

高まっていること 等の回答がありました。

2009年の中国本土から香港への旅行者数は年間約1,800万人にも達していることから、香港で日本の食材や料理に触れた旅行者によって、中国本土に早いスピードで広まるチャンスが期待出来るのも、香港を活用する大きな魅力のひとつになっていると思われます。本会場でも多数の中国人を目にしましたが、聞くところでは、中国本土からこの時期、香港へのツアー日程には、本エキスポ見学が組み込まれており、多くの中国人旅行者が、パブリックホールで販売されている各国の食料品をお土産というよりは、むしろスーパーで食材を買い込んでいるかのように購入する姿が見られました。

3. 香港地場スーパーでの日本食フェア

次に香港地場スーパーマーケットで開催されていた日本食フェアの様態をご紹介します。ご承知のとおり、香港では日本食関連食材の品揃えは非常に充実しており、当地で生活する日本人は不自由なく日本の食材を手に入れることが可能です。値段は日本で購入するよりも当然割高(日本の1.5倍程度)ですが、最近は特に円高の影響もあり、更に割高に感じられます。しかしながら日本食は香港人にも人気が高く、定期的にこのような日本食フェアが開催されてい



日本の酒類も販売

ます。前述のフードエキスポ等を活用する日本食のプロモーション手法もありますが、近年ではスーパーの催事等を活用した販売の機会も増加しています。この場合、直接スーパー側と交渉を行う場合と、スーパーとサプライヤーとの間に存在する卸売業者を通じて催事を行うケースがあり、商品在庫についても委託販売形式やバイヤー買取形式等様々な方法があるようです。通常、スーパーの店舗内で写真等の撮影を行うことは店側より禁止されていますが、今回は店側立会いのもとで撮影許可を頂き、日本の食材が販売されている模様を取材することが出来ました。

取材当日、ちょうど日本の製菓会社が自社商品の実演販売を行っていました。機材を日本か



地場スーパーでの日本食コーナー



日本食フェアにおける実演販売風景

ら持ち込み、煎餅を顧客の面前で焼いて試食をさせる手法です。

香港人は試食を好み、気に入った場合は、その商品が多少高くても購入するという傾向もあることから、香港で食品の販売を行う場合はこの試食販売がかなり有効なようです。

実演販売を行っていた日本企業の社長様にお話を伺うことが出来ました。その社長によると、「当社の商品は主に米粉を使用した煎餅やおかき類で、品質を落とすことなくこの市場で勝負したいのですが、100%日本国産米を使用すると、販売価格はどうしても高くなってしまい、中国産等の米粉を主原料とする同様の商品と比較すると、価格競争で負けてしまうのは当然です。価格面で対抗する為、主原料を安いものに替えても、海外で販売する意味がありません。とにかく品質に拘って、付加価値をつけることで、海外のお客様にも受け入れて頂く努力をしたいのです。但し、味については日本で受け入れられている味が海外でそのまま受け入れられるとは限りません。やはりその国や地域の人々が好む味を見出すことが重要な課題であり、今後も試行錯誤を重ねながらじっくり取り組んでいこうと考えています。」とのことでした。日本で売れるのだから、海外でも売れるはずだといった考え方では、なかなか海外で成功するのは難しいと、改めて感じさせられました。

4. スーパーの食品売り場で感じたこと

スーパーの食品売り場で最近よく目にするのが、商品パッケージに日本語で表記されたものが増えていることです。日本で製造されたものであれば当然ですが、その日本語表記された食品を手にとって見てみると、驚くことに中国製やタイ製の商品だったりします。ある食品メーカーの人に聞いたところ、日本語表記を加えた

方が売れ行きは良くなるとの回答でした。裏を返せば、それだけ日本の食品に対する信頼度・人気度が高いと言えるでしょう。

また香港の人が食品を購入する際の特徴として、パッケージの裏面をよく見えています。何を見ているかということ消費期限・添加物の表記です。近年では健康志向も高まっており、また今年7月からは食品栄養表示法も施行されたことで、原材料だけでなく栄養成分や食品添加物に対する関心も高まっています。

5. 最後に

今回の取材を通じて感じたことは、日本企業の海外販路拡大への関心が非常に高いということです。とはいえ、ここ香港では食料品関連の販路拡大を行うことは決して容易ではありません。なぜならば、香港には世界各国から様々な食料品等が入ってくることから、ある意味飽和状態となっています。その為、経常的な取引に結びつけるには、付加価値を高めることや、香港人受けするような工夫が必要となります。香港のバイヤーからも、最近「日本の食材への人気は間違いないが、香港で商品を売り込む為には、まずは催事等を活用したマーケティングを地道に行ってもらって、顧客の嗜好や反応を見るのが一番である。ただし、昨今の円高で、サプライヤーとバイヤーとの間で価格交渉が難航するケースも増えてきており、価格設定も大事な要素。」とよく耳にします。よって、労力は要しますが、今回ご紹介した国際的な展示商談会やフェアでの催事販売等を活用しながら自社商品をアピールすることが、成功への近道であると考えられます。

(香港駐在員事務所 末松 尚樹)

大連編

清本鐵工株式会社 ~ 大連清本鐵工有限公司 ~

大連清本鐵工有限公司は、宮崎県延岡市に本社、佐賀県武雄市に支社を構える清本鐵工株式会社の100%子会社として1997年4月に設立されました。主要製品は、アンカー(錨)、船尾部品等の船舶用部品、風力発電用部品等の鑄鋼製品です。月間生産能力950トン、敷地面積51,000㎡、建物面積16,531㎡の工場を備えており、従業員数は235名です。

大連進出のきっかけは、重工業が盛んで鋼材の品質が高い割に、日本より人件費は安いというメリットから、華北地区への進出を検討していたところ、外注先の現地企業から会社の売却話があり、M & Aによって進出しました。

但し進出当初は、従業員や機械設備が足りないうえ、電気や水道といったインフラの整備も不十分だった為、停電等のトラブルが頻発し生産上のネックとなっていました。地元政府との話し合いを重ねた結果、環境も改善されて増産が可能となり、工場も増築しています。

受注面でも、当初は親会社からの受注が殆どでしたが、製品の品質が高いことから中国企業からの受注も増え、09年度は受注総額の40%を中国企業が占めています。03年12月には、ISO9001の認証も取得し、当社が強みとする品質面での一層の差別化も図られています。

また、鑄鋼技術、日本語、仕事への取組姿勢等の習得を目的に、98年より毎年10名の研修生を日本へ派遣しており、従業員の約半数が日本での勤務経験を有しています。

現在、特に注力していることは、従業員の労務管理です。日本語が話せる従業員が多いとはいえ、習慣が異なる為、日本での管理手法が通用しないことがあります。例えば「同僚に仕事を教える」ことは、「自分の仕事が奪われる」と考える文化の為、指導することを「仕事」として指示する必要があります。また、日本人が一方的に中国人従業員を管理する体制では、従業



当社外観

員のモチベーションが低下する可能性も高いことから、中国人同士が管理する体制を採用しています。他にも、社員旅行やバドミントン大会、納涼会等のイベントを実施し、従業員の相互親睦を図っています。

当社の主要顧客である造船業界は、今後需要が減少する等の見方もあって、先行きに不透明感が漂っていることから、造船以外の分野を強化すべく、風力発電用部品にも進出しました。環境に対する意識の高まりもあって、風力発電用部品の成長は著しく、業績も順調に推移しています。

今後は、鑄鋼品の中でも高い品質が要求される特殊鋼分野での地位を確立することで、「日本と中国の友好と発展に貢献する」という当社の目標を実現するとともに、更なる成長が期待されます。

(大連駐在員事務所 宮城 正志)

PROFILE

現地法人名 / **大連清本鐵工有限公司**

住 所 / 大連市金州区二十里堡街道

T E L / +86 411 8738 1305

F A X / +86 411 8738 1306

親会社名 / **清本鐵工株式会社**

住 所 / 宮崎県延岡市土々呂町 6 1633

T E L / 0982 24 1111

F A X / 0982 24 1155