

7-2 海外展開支援事業

滋賀大学 社会連携研究センター 特任教授 近兼 敏

1. はじめに

人口減少と高齢化によって国内市場は縮小の一途にある。このために地域住民の売上に頼っていた小規模企業の中にも海外市場に目を向ける企業が出てきたが、国内と異なる商習慣の中で海外での販路開拓や貿易に関する知識などハードルは高く、海外に出て行く費用負担も小さいと言えない。

このため農林水産物・食品（以下、食品）を製造する小規模企業でも低コスト、低リスクで海外での新たな販路の開拓が出来ないかと考え、関税がない食品が多く輸入制限が少ないことに加え輸送日数が短いことなどから、輸出経験がなくても取組みやすい香港をターゲットに、2015 年、2016 年と香港での食品商談会やワークショップを実施してきた。その中で他の国内食品との競合や香港の外食率の高さなど販売するための幾つかの課題が見えてきた。

本稿では、2016 年度「滋賀大学 香港食品商談・視察ミッション」での「商談会」と新たな取組みである「マーケティングカフェ in 香港」を紹介すると共に、最初に、香港の住居や食事について人口で 90%を超える中国系香港人（華人）家庭の訪問調査¹も合わせて報告する。

2. 香港の食

香港の面積は 1,104 km²で、滋賀県（4,017 km²）から琵琶湖（670 km²）を除いた面積の 3 分の 1 程度で、人口は約 730 万人、人口密度は 1 km²当り 6,600 人で日本の約 20 倍になるが、人の住める場所は全体の 25~30%で、実際の人口密度は約 26,000 人程度だと思われる。つまり米原市（250.5 km²）よりやや広い地域に 730 万人が住んでいるようなもので、住居は狭く、家賃は高く、高層住宅が聳えることになっている。

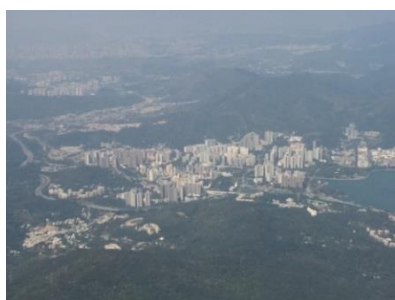
レストランは客席を確保するためにバックヤードが狭く、商社の担当者がワイン数本、果物数個というように小ロットを毎日配達している。² 家庭のキッチンも狭く、キッチンのない賃貸マンションもある。また共働きで勤務時間も長いことや外食の方が安くすむという理由から外食率は 60-70%と高く、家庭での料理時間は 30 分でも長いと言われるぐらい家庭での食事は簡単にすませることが多いと思われる。

この香港で消費される、あるいは香港を経由して輸出される日本の食品は 2015 年 1,794 億円と前年比 33.5%増、11 年連続で輸出額が世界で一番多く全体の 24.1%を占めている。このために香港のスーパーマーケットには日本の食品が満ち溢れ、CITYSUPER など香港の高級スーパーでは毎日のように新鮮な日本の食品が並べられている。しかし、これは日本の食品が多すぎて、食品は特徴がないと販売しにくいということにも繋がる。ただ、年間に 5 人に 1 人が日本を訪れる香港人には、北海道、沖縄は観光地として人気があり、北海道でカニを食べたから香港のスーパーで北海道のカニが販売されると高くても買うと言ったインバウンドの波及効果も見られるが、滋賀、琵琶湖の知名度は数%で観光に来る香港人も少ないために、こうした恩恵にあずかることはない。

¹ 2017 年 2 月 香港島、九龍、新界の 3 地区の家庭を 8 軒訪問、調査を行った。

² こうした配達を行い、香港という狭い地域のためか、日本から輸出する場合は、香港の商社 1 社と独占的に取引することが求められる場合が多い。

新たな動きとして、最近、香港で菓子材料が売れ、料理教室に行く人が増えている。香港のガス会社 TOWNGAS の料理教室では、「お弁当のコース」や「親子でいなりずしを作るコース」もある。また日本の料理教室である ABC Cooking Studio も 2013 年 11 月に香港に進出し、現在、2 教室になった。まだ外食率は高いが、年収 2,080 万円超の高所得世帯は 4.7% もある。この世帯のキッチン幅広く、家で料理して食べるが増加していると思われる。こうした家庭向けの食品をどう提案・紹介出来るかが、新たな食品の販売に繋がると考えられる。



高層住宅群



ABC Cooking Studio

3. 香港の住宅

香港の住宅は、開発の遅かった新界地区の住宅価格が「20 年前と比べて 10 倍以上値上がりした」と調査した家で聞いたが、不動産価格はまだ上昇しており、家賃が数十万円～百万円台の賃貸物件も珍しくない。

九龍の藍田にある地区は 25 階建ぐらいの高層住宅が約 40 棟建ち、ワンフロアが 8 世帯に分かれているが、香港平均世帯数の 3 人世帯としてもこの地区に日本の小都市並みの約 24 千人が住んでいることになり、隣接して市場やスーパーマーケット等の商業施設がある。(写真 1、2) 住宅の広さは 50～60 m²で、リビング、2 ベッドルーム、キッチン、トイレがあり親子と一緒に住んでいる場合が多く、賃料が高い為に結婚後も親と同居するケースも少なくないと言われている。



(写真 1) 団地の建物地図



(写真 2) フロアの案内

子供や高齢者がいる世帯ではフィリピンやインドネシア人のメイド⁴が加わるが、専用の部屋はなく高齢者と同じ部屋からリビングのソファに寝る場合がほとんどである。高層住宅の場合はキッチンが小さな部屋で、一人がやっと調理できる広さしかなく、シンクが 1 つ、炊飯器、電子レンジ、冷蔵庫、洗濯機等が置かれている。食器専用の棚はなく、金属か陶器の白色でボール状のもので、20～30 個程度しかない。(写真 3)

³ 香港での面積は廊下など共有部分も含めて表示されるので、実際の室内の広さは日本より狭くなる。

⁴ 月 6 万円程度の給与、年 1 度の国までの飛行機チケット代負担等の条件なので、社会制度をカバーするために雇用している。



(写真3)

調理には、主にガスが使われるが、ガスレンジは日本に比べて強い火を使うためかバーナー（写真4）が大きく、日本では魚を焼く中央部は蒸し料理用（写真5）になっているなど中華料理に適している。こうしたキッチン設備から、香港の家庭では日本と比べて調理できる料理は限られてくると思われる。

香港での食事は、最初に体にいいスープを飲み、この器を使ってご飯を入れ、副食を分けずに大きな器からそれぞれが取ることになる。机の上に薄いナイロンカバーをかけ、そこに食べられないエビのガラなどを置く。例えば、魚の干物は日本でよく食べられるが、干物をどうして焼くのか、どう分けるのか、小骨になっていないためにどう加工するのかなどを考えないと香港の食卓に干物は出ない。従って、日本の食品を販売する時には、香港のキッチン設備、調理方法、食事の仕方を理解した上で、調理方法や食べ方も含めて提案する必要がある。（写真6）



(写真4)



(写真5)



(写真6)

4. 香港の市場

香港で有名な観光地であるタイムズスクエアの裏にも、人々が買物をする市場（写真7）があるが、香港の各団地にもこうした新鮮な豚肉、魚、野菜を扱う市場があり、ほとんどの人達が毎日新鮮な食材を買い、ここで売っていない牛肉や加工食品などの食材をスーパーマーケットなどで購入している。（写真8）

香港の日系スーパーはイオン、ユニーが、高級スーパーとしては CitySuper、TASTE などがあり、地元のスーパーとしては Wellcome、Parknshop が親しまれているが、Parknshop でも高所得世帯向けの高級スーパー Fusion（写真9）と中所得世帯向けの Parknshop（写真10）を分けて経営している。これは1,000万円以上の高所得世帯が約20%を占めるが、200万円以下の低所得世帯も20%いるなど貧富の差も大きいからだと思われ、収入によって購入するスーパーが違おうと共に、地域格差も見られる。

香港で食品を販売する場合は、Citysuper Japan などスーパーや香港商社の日本法人が窓口になって、東京や福岡に集めて輸出する場合もある。この方法は国内の配送、決済となり、小規模企業にも対応しやすい。高級寿司店には北海道などから毎日のように空輸で直接送ることも少なくなく、ヨーロッパからも空輸されている。船での輸出は、東京か福岡から送られる場合が多く、港に遠い地域では単価の低い食品は配送コストの上乗せによって、関東、九州に比べて価格的には不利にならざるを得ない。



(写真7)



(写真8)



(写真9)



(写真10)

5. 香港で売るために

香港では、毎年8月に食品の展示会である香港フードエキスポ、10月にお酒の展示会である香港ワイン&スピリッツフェアが開催され、香港、中国、アセアンなどのバイヤーが来ることから多くの日本企業も出展している。しかし、香港に新たな販路を求める日本企業の中には、香港など現地の生活を知らないまま出展している企業も少なくない。2016年7月にイオンストアーズ香港は旗艦店「イオン コーンヒル店」の改装を行い、九州などから新鮮な鮮魚を毎日空輸、魚沼産コシヒカリを玄米のまま送り、香港で精米し鮮度と美味しさをキープするなど日本食品の改善を行った。ただ、香港人の多くは世界のコメ生産量の80%以上を占めるインディカ米（タイ米）を食べている。日本人にとって粘りが少なく独特の匂いがあるタイ米には人気がないことから、この改善は香港に住む日本人をターゲットにした販売方法と言えるかもしれない。

このように、香港に住む日本人⁵を対象にするか、香港人向けか、家庭向けかレストラン向けかなど、誰をターゲットにするか、その特徴は何か、どう調理するかも含めて提案できれば、香港で販売出来る可能性がある。但し、香港で売れ続ける食品を輸出する食品メーカーは年1回程度は香港のスーパーなどの売場に立ち、スーパーや商社の担当者と意見交換を行っている。日本国内でも同様だが、こうした努力なしに、商社だけに任せていると、次々と新しい食品が販売されて短期的な販売に終わるかもしれない。



⁵ 2015年現在 26,869人

滋賀大学 香港食品商談・視察ミッション

2015（平成 27）年に引き続き、2016（平成 28）年 11 月 9～12 日まで、現地集合・解散型で実施した「滋賀大学 香港食品商談・視察ミッション」には滋賀県内企業 5 社が参加した。

市場調査は、香港で日本の食品が、どれぐらいの価格でどのように販売されているかを調べるために、京都銀行香港駐在員事務所蔵田雅喜所長の案内で、7 月に改装オープンしたイオンコーンヒル店、同時期に開店した西灣河（Sai Wan Ho）で日本の食品を棚貸で紹介・販売する「香港 道の駅」や SOGO 百貨店、ローカルスーパー等の視察を行った。

「香港国際ワイン&スピリッツフェア」は、出展企業 1067 社 来場者数 19,418 人（2016 年度）というジェトロも出展する展示会で、日本企業の出展ブースは他国に比べても多いことから、今回は、香港貿易発展局⁶の協力を得て、同局の案内で展示会場での説明を受けながらの視察となり、視察後に、国際課長の Andrew Tsui 氏から、香港の貿易の状況と香港貿易発展局の取組みについて説明を受けた。

香港日本人倶楽部で開催した滋賀大学香港食品商談会には、滋賀県内企業 5 社が参加し他に 3 社の商品を紹介した。香港の商社に連絡し準備を進めたが他のイベントが重なった結果、参加商社は前年より少ない 4 社となった。商談会では一部契約に繋がっているが、商談会後も参加した企業の商品の販売の可能性を知る為に、香港の商社、レストラン関係者とレストラン向けに試験販売の検討を進めている。

□ 期間：2016 年 11 月 9 日（水）～12 日（土）

□ 訪問国：香港

□ プログラム

(1) 11 月 9 日（水） 市場調査

① セントラル シティスーパー視察

② 香港 道の駅 Shop GB17, G/F, 45 Tai Hong Street, Lei King Wan, Soho East, Sai Wan Ho,



イオン香港⁷ コーンヒル店



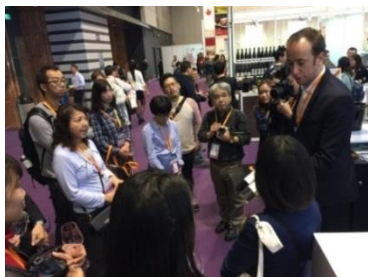
香港道の駅

⁶香港貿易発展局は 1966 年に香港の対外貿易・経済関係促進を目的として、香港政府によって設立された特殊法人。世界 40 以上の主要経済都市に事務所を有し、香港の経済経営資源情報からアジア・太平洋地域における事業拠点として活用方法などを広く提供すると共に、香港の製品・サービスの紹介、中小企業を対象としたビジネスの支援活動があり、年間 30 以上の展示会を香港国際コンベンション&エキシビジョン・センターで開催している。東京、大阪に事務所がある。

⁷永旺(香港)百貨有限公司

(2) 11月10日（木）市場調査

- ① 香港イオン等のスーパー、SOGO百貨店視察
- ② 香港国際ワイン&スピリッツフェア（会期：11月10日～12日） 視察
会場：香港国際コンベンション&エキシビジョン・センター
- ③ Andrew Tsui 香港貿易発展局国際課長 会場：香港貿易発展局本部



ワイン&スピリッツ展示会場での説明



香港貿易発展局 Tsui 課長の説明

(3) 11月11日（金） 滋賀大学香港食品商談会

◆ 開催時間 13:00 ～17:00

◆ 会場 香港日本人倶楽部 松の間

Unit 902, 9/F, Tower 535, 535 Jaffe Road, Causeway bay, Hong Kong.

◆ プログラム

- ・ 挨拶 在香港日本国総領事館 高木領事
- ・ 企業のプレゼンテーション
ブルーベリーフィールド・野洲化学工業・奥村佃煮・比良里山クラブ・武久商店
(商品出展企業) 淡海酢・市川農場・木村水産
- ・ 参加商社等 香港イオン・味珍味・日本郵船 他

在香港日本国領事館高木領事の挨拶のあと、参加各社が企業紹介と商品の紹介を行い、個別に商談、試食を行った。プレゼンテーション、商談については、本学の学部生2名（マレーシア留学生1名）と香港理工大学で日本語を学ぶ大学院生3名が通訳を行った。



高木領事の挨拶



プレゼンテーション



商談



琵琶ます、鮒ずしの試食

マーケティング・カフェ in 香港

- 日時： 2016年11月12日（土）午前9時30分～12時
- 会場： 香港城市大学専上学院（Community College of City University）1614教室
- 参加企業：奥村佃煮、比良里山クラブ、武久商店
- 協力： 香港城市大学専上学院

香港の人達が、滋賀の食品にどんな感想を持ち、どうすれば購入するかを考えるために、香港城市大学専上学院高橋リタ先生の協力によって、同学で日本語を学ぶ学生を対象に「マーケティング・カフェ in 香港」を開催した。香港城市大学専上学院で日本語を学ぶ1、2年生を対象に10人を募集したが、日本の企業の話や商品に興味を持った60人が参加する大きなワークショップとなった。

在香港日本国総領事館後藤領事の挨拶に続いて、学生に向けて、滋賀県議会駒井議員から「滋賀」の説明があり、その後、「琵琶の魚とふなずし」を奥村佃煮、「紫蘇ジュース」を比良里山クラブ、滋賀の日本茶を武久商店が、それぞれ企業紹介と商品紹介を行った。その後、参加学生が4グループに分かれて、順番に各企業の商品の試食や試飲を行い、意見を交換した。

昨年、香港の日本料理店経営者から香港では難しいと言われた「鮒ずし」は、香港の学生にとっては馴染みのある味らしく全員が食べていた。学生は企業からの質問に答えるだけでなく、積極的に質問やパッケージなどの提案がされた。加えて、参加学生にそれぞれの企業や商品に対してのアンケートも実施した。こうしたワークショップはすぐに販売に繋がるわけではないが、日本人の嗜好とは異なるために、香港人の嗜好、考えなどの情報を得られたことは非常に良かったという参加企業の感想があった。



後藤領事の挨拶



滋賀の紹介 駒井滋賀県会議員



武久商店さん



奥村佃煮さん





比良里山クラブさん

6. まとめ

「2016 年度 滋賀大学香港食品商談・視察ミッション」を終え、いくつかの課題は出てきたが、香港城市大学専上学院でのワークショップなど、滋賀の食品を紹介する上では新たな事業も実施することが出来た。

日本の商品を紹介するためには、やはり香港に住む人たちが手に取ってくれるための商品提案を行うと共に、年に1度は香港を訪れ継続してPRすると共に、その変化を知る必要性を感じた。

本学も香港の大学や商社などとのネットワークができた事で、大量の商品を販売する支援は難しいが、小規模企業にあった取引の支援のために、試飲会やレストラン向けテスト販売は、香港の商社、大学の協力が得られることになった。

2017（平成 29）年度は、食品の支援に加えて、伝統産業と香港理工大学デザインスクールとの香港向け製品の共同製作のためのプロジェクトも動き出す。これは、香港のデザインで日本の伝統技法を使った食器・インテリアを、香港のレストランやセレクトショップ向けに販売する今までにないプロジェクトである。

この海外支援事業は本学の学生だけでなく、香港の学生も積極的に参加しているが、日本と香港の学生が協力して企業をサポートできる仕組みは、これからグローバルなビジネスに関わりたいと思っている学生にとって実践的な場であると考えている。

本事業は、ビジネスの支援として、この香港での事業終了後も、継続することの重要性も分かっているのので、今も、企業の商品を香港に紹介している。ただ、PC メールに加えて、LINE や FACEBOOK といった連絡手段も増えている。年に1度は香港に行く必要はあるかもしれないが、簡単な商談は SNS で済ませられる時代になってきたということで、配送も代金決済も簡単になってくると思われる。

最後に、2016 年度「滋賀大学香港食品商談会」「マーケティング・カフェ in 香港」は、在香港日本国総領事館、京都銀行香港駐在員事務所、香港城市大学専上学院、香港理工大学、香港貿易発展局など関係者の多大な協力を得て実施できたことに感謝したい。