

平成20年度 愛知県委託

あいちの農産物輸出実践モデル事業

成果報告書

平成21年2月

豊橋田原広域農業推進会議

## 1. 組織概要

### 構成団体

豊橋市、田原市、豊橋農業協同組合、愛知みなみ農業協同組合  
(事務局：豊橋市産業部農政課)

### 役員

会長 白井良始(豊橋農業協同組合 代表理事組合長)  
副会長 菰田信幸(田原市 副市長)

### 事業内容

- ・IT農業の推進
- ・農産物輸出の推進
- ・食農教育の推進
- ・ファーマーズマーケットの整備推進

## 2. 背景

輸入農産物の増加による農産物価格の低迷、農業後継者の不足、遊休農地の増加といった農業が抱える課題に対応するためには、「守りの農業」から「攻めの農業」に転換する必要がある。

一方で、日本食の世界的なブームや東アジア諸国の経済発展に伴う所得の向上等により、高品質な日本産農産物の輸出機会が拡大している。

そのような中で、平成17年4月には、国が「農林水産物等輸出促進全国協議会」を、平成18年3月には、愛知県が「あいちの農産物輸出推進研究会」を発足するなど、官民挙げての輸出気運が盛り上がっている。青森のりんご、鳥取のなし、福岡のいちごなどをはじめとして、農産物輸出の取り組みは全国に広がっており、国は農林水産物等の輸出額を平成21年までに6,000億円、平成25年には1兆円規模とすることを目標としている。

## 3. 豊橋田原地域の農業の現状と農産物輸出への取組経過

豊橋田原地域は全国一の農業産地である。平成18年の農業産出額の全国市町村別順位を見ても、田原市が第1位(724億円)、豊橋市が第6位(474億円)となっている。しかし、他の地域同様、背景で述べたような課題を抱えており、対策が必要となっている。

そのような中で、平成 16 年 11 月、IT 農業研究会が JA 豊橋、JA 愛知みなみなどと協力して「東三河農産物輸出プロジェクト」を立ち上げ、JA 豊橋の次郎柿の試験輸出を行いました。また、JA 愛知みなみでは、独自に台湾への大葉の輸出が行われている。

平成 18 年 5 月には、農産物の海外輸出を進めることにより豊橋田原地域の農業の活性化を図るため、豊橋市、田原市、JA 豊橋、JA 愛知みなみおよび有識者等による「豊橋田原農産物輸出研究会」を組織し、翌 3 月には平成 19 年度から平成 23 年度までのおおむね 5 年を計画期間とする「豊橋田原農産物輸出推進計画」を策定した。

- |                        |  |
|------------------------|--|
| 平成 16 年 11 月           | 東三河農産物輸出プロジェクト立ち上げ<br>(IT 農業研究会内: JA 豊橋、JA 愛知みなみなど)                      |
| 平成 17 年 11 月           | 香港へ次郎柿をサンプル輸出<br>(東三河農産物輸出プロジェクト)  |
| 平成 18 年 5 月            | 豊橋田原農産物輸出研究会が発足し、翌年 3 月に「豊橋田原農産物輸出推進計画」を作成<br>(豊橋市、田原市、JA 豊橋、JA 愛知みなみなど) |
| 平成 18 年 10 月<br>~ 11 月 | タイへ次郎柿をサンプル輸出<br>(東三河農産物輸出プロジェクト)  |
| 平成 19 年 4 月            | 研究会等を豊橋田原広域農業推進会議へ統合<br>(豊橋市、田原市、JA 豊橋、JA 愛知みなみなど)                       |
| 平成 19 年 8 月            | 香港へアールスメロンをサンプル輸出  |
| 平成 19 年 9 月            | タイで海外見本市出展   |
| 平成 19 年 10 月<br>~ 11 月 | 東南アジア各国へ次郎柿をサンプル輸出   |

#### 4 . 農産物輸出に期待する効果

##### 海外で高く評価されることによる地域農産物のブランド化

輸出した農産物が海外で評価されるということは、日本での再評価やブランド化にもつながる。また、生産者が農業に取り組むうえでの大きなやりがいになると考えられる。

##### 輸出に取り組むことによる生産技術等の向上

輸出では、国内での販売と違い、輸出相手国の安全に対する基準や検疫上の規制への対応、長い輸送時間に耐えるための工夫などが必要だが、このような課題をクリアすることが生産者にとって様々な技術向上につながる。

##### 新しい販路の創出

国内市場ではさらなる需要拡大が難しい品目についても、海外に目を向け、販売先の選択肢を増やすことで、新しい販路の開拓につながると考えられる。

#### 5 . 受託内容

本委託事業においては、以下の内容について実施する。

香港において開催される海外見本市へ出展し、現地のバイヤーおよび消費者に対し当地域の農産物をPRする。

日系の百貨店、スーパーなどの常設店舗へ出品を行うとともに、販売店とタイアップした産地フェアを開催し、試食販売を実施する。

J A 愛知みなみからはアールスメロン、J A 豊橋からは次郎柿を出品し、現地の消費量が爆発的に伸びる中秋節に向けてプロモーション活動を行う。

見本市および店頭において活用しやすいデザイン・サイズに配慮した、販売促進資材を作成する。

見本市出展に際しては現地の輸入業者と連携し、ブースにおいて迅速な商談に繋げられる体制を整える。

## 6. 実施報告

### (1) 海外見本市への出展

#### ・見本市概要

見本市名：Asia Fruit Logistica 2008

- ・ 出品物を生鮮果実・野菜類に限定した専門見本市
- ・ 1993年からドイツ・ベルリンで開催されている生鮮果実・野菜の専門見本市を、アジアをターゲットとして昨年度からアジア地域で開催
- ・ 農林水産省の「平成20年度農林水産物等海外販路創出・拡大事業」により受託者である日本貿易振興機構（JETRO）により設置される、日本パビリオン内に出展

主催：Global Produce Events GmbH  
(a Messe Berlin and Fruitnet Ltd company)

会期：平成20年9月10日（水）～12日（金） 13:00～18:00

会場：香港コンベンション・エキシビション・センター  
(1 Expo Drive, Wan Chai, Hong Kong, China)

#### ・日本パビリオン概要

参加機関：日本貿易振興機構（JETRO）

出展者数：11企業・団体  
出展企業は別表1のとおり

出展物：ナシ、モモ、ブドウ、柿、みかん、メロン、レタス、キュウリ、カボチャ、トマト等  
日本産かつ香港で輸入・販売可能な生鮮果実及び野菜類

参加規模：16小間（出展企業ブース11小間、ジェトロ広報ブース5小間）

別表 1 出展企業リスト

No.	企業・団体名	地域	出品物
1	和歌山県農水産物・ 加工食品輸出推進協議会	和歌山	柿、あんぼ柿、みかん
2	豊橋田原広域農業推進会議	愛知	生鮮果実（メロン、柿、梨）
3	伊達みらい農業協同組合	福島	生鮮果実（桃、葡萄）
4	岡山県（農林水産部）	岡山	生鮮果実（ぶどう）
5	山梨県果実輸出促進協議会	山梨	県産果実（ブドウ、モモ等）
6	太平総研株式会社	佐賀	レタス（植物工場製品）、キュウリ（宮崎産）、カボチャ（宮崎産）
7	有限会社難波商店	岡山	生鮮果実（ニューピオーネ、マスカット、瀬戸ジャイアンツ、瀬戸内白桃）
8	奈良県農業協同組合	奈良	柿
9	トキタ種苗株式会社	埼玉	青果物（トマト）
10	千葉ブランド農水産物・ 食品輸出協議会	千葉	かぼちゃ、さつまいも他農産物
11	福岡県地域食品 輸出振興協議会	福岡	かき、なし、みかん、いちじく

・出展ブース概要

出品物：アールスメロン ... J A 愛知みなみ  
梨（豊水） ... J A 豊橋  
柿（次郎） ... J A 豊橋

基礎小間：2,970mm × 2,970mm

社名版

受付カウンター（鍵付キャビネット） 1台

イス 3脚

商談用丸テーブル 1台、

ゴミ箱 1つ

電源コンセント（220V） 1カ所

スポットライト 1灯

冷蔵庫（300L-24時間通電） 1台

追加備品：カウンター 2台

イス 1脚

電源コンセント（220V） 1カ所

冷蔵庫（300L-24時間通電） 1台

商談体制：豊橋田原広域農業推進会議

農産物輸出ワーキングリーダー 1名

農産物輸出ワーキングメンバー 1名

事務局 1名

輸入業者担当者 1名

通訳（別途手配） 1名 計5名

・海外貿易会議概要

主 旨：日本の生産者、流通・販売業者、政府関係者、学識経験者と  
香港のバイヤー、関連団体等が一同に会し、品目別に香港へ  
の市場開拓・輸出促進のための方策を検討する。

日 時：平成 20 年 9 月 11 日（木） 9:30～12:00

会 場：ルネッサンスハーバービューホテル香港  
(1 Harbour Road, Wan Chai, Hong Kong, China)

内 容：果実セッション  
日本側プレゼンテーション  
香港側プレゼンテーション  
意見交換  
野菜セッション  
日本側プレゼンテーション  
香港側プレゼンテーション  
意見交換

・現地市場視察概要

日 時：平成 20 年 9 月 12 日（金） 8:00～11:00

視 察 先：Western Wholesale Food Market  
(8 Fung Mat Road, Western District, Hong Kong, China)  
Jusco Kornhill 店  
(2 Kornhill Rd., Quarry Bay, Hong Kong, China)

・成果報告

【見本市出展】

ジャパン・パビリオン内の 1 ブースに出展。カウンターおよびテーブルに出品物のメロン、次郎柿、豊水梨をディスプレイし、適宜試食を実施した。

訪問者数は約 500 名。うち商談件数は 53 件。訪問者は香港のバイヤーと東南アジアのバイヤーが半々。即契約というようなことはないが、帰国後整理し具体化を目指す。

メロン、柿をはじめ新たに出品した梨についても食味の感想は良好で商品の認知度においても高い評価が得られた。

今回出品しなかったにも関わらず、四角いメロンについての問い合わせがあったため、国内で 1 万円から 1 万 5 千円で流通するカクメロの宣伝を行った。

日本の柿に求めるものは固さであるといわれたが、今回持参した次郎柿は熟成が進み 11 日には傷みが目立った。原因について今後研究する必要がある。

梨は鳥取県が 20 年前から「20 世紀梨」の販売を行っており日本梨は高品質であると広く定着している。そのような背景があるためか、梨のみを試食したヨーロッパのバイヤーもあった。

他ブースとの情報交換についても行った。福島県の桃は年間 68 トン出荷。船便で 7 日～10 日かかり傷みの割合は 7%。空輸便でも 1～3%は傷みが出るため、空輸よりも船便の方が採算性が高い。リスクはすべて生産者が負うとのこと。

## 【海外貿易会議】

果実セッション

日本側プレゼンテーション

「香港市場への取組みと今後の展望」

元全農鳥取県本部 園芸部長 横野栄樹 氏

鳥取県の梨輸出の現状と課題、今後の取組みについて。

(現状)

20年程前には鳥取県の20世紀梨は香港で年間1万tと大量に消費されていた。

当時、夏の果物の少ないこの時期に大変ジューシーでおいしく概観も美しい高品質の梨が好まれた結果であると考え。

しかしその後、中国本土において20世紀梨をはじめ、豊水、幸水などの梨が栽培されるようになりさらに韓国においても日本梨の植栽が進んできたため、1995年頃から鳥取の20世紀梨の輸出量は急激に減少した。

特に小玉の下級品は競争力を失うこととなり現在は、中秋節を中心に大玉の高級品を以前の1/10程(千t)出荷しているのみ。

(課題)

海上輸送となるため何度も積み替えを行い時間もかかるためその間の品質保持対策が必要。

国内中心の輸送体制ではダンボール箱が途中で潰れてしまう等のトラブルが発生するため、輸出向けの包装を行う必要がある。

また果実の品質も不適切な包装では損なわれてしまうため、鳥取県では生産者を中心に産地として積極的に改善を図ってきている。

果実の海外輸出には国内での輸出携帯とは大きく異なる配慮が必要だが、鳥取県以外の産地では依然国内の流通形態のまま輸出しているため、この認識と改善が課題であると考え。

香港の輸入会社や国内の輸出会社の声を良く聞く機会を大切にニーズに則した輸出体制を整えていくことが重要。

消費宣伝については、輸出障害が多くある中、香港の人々が知らない産地や果物も多くあると思うので、それらを知っていただく宣伝活動にも力を注いでいく必要があると思う。

また輸出価格への対策も必要です。香港市場は関税や検疫も無く非常にグローバルな市場であるため、競争も激しい。

日本も生産段階、輸出段階、輸入段階などにおいて、ロットを増やしたり、効率化を図る中で輸出コストの削減に努力し安定的な輸出ができるよう計画的に取り組んでいく必要がある。

(今後の取り組み)

鳥取県の梨についても古い品種については中国や米国等で生産輸出がなされている状況なので、20世紀梨を越すような食味のよい新しい品種の導入が大切と考える。

現在鳥取県では5品種の開発に取り組んでいるので試験的な輸出を経て輸出の拡大に繋げたい考え。

輸出の拡大には輸出に向けた体制整備が不可欠であるため、国内市場と変わらぬウェイトで輸出にも取り組んでいく

6年ぶりに復帰し香港市場を見る機会が合ったが、香港の人々の日本産農産物への嗜好が依然非常に高いことを再認識したところで、われわれの取り組み次第ではもっともっと大きな市場になると痛感した。

#### 香港側プレゼンテーション

「日本産地への期待」

Ms.Michiko Makino,Assistant Sales Manager &Dietician,  
Shin Tai Ho(H.K) Co.,Ltd.

Mr.Arthur Wong Wing Leung,Top Weal Limited

Ms.Annie Chan,Buyer,Fruit & Vegetable Department,  
City Super Ltd.

Mr.Gordon Kam,Department Manager,SOGO Hong Kong Co.,Ltd.

Ms.Monica Mok,Senior Section Manager,  
Business Planning Department,YATA LIMITED

Q： 香港で受け入れられる日本産果物はどんなものか。

A： 「何が香港で好まれているか」については、「イチゴ」、「りんご」、「桃」、「ブドウ」などで2007年には日本産のものがマーケットの60%を占めている。2006年に比べ売り上げでは42%上昇し、さらに2008年には前年度同期比で27%上昇している状況。

主に30歳から40歳の中間所得者層の購入が多く、彼らは一人当たり年間100から150香港ドルの果実を購入しているとのデータもある。

「なぜ日本産果実が好まれるか」については、安全、甘

くて美味、 中秋節など高価な贈り物をする習慣、 日本産果  
実の品質、 品揃えがいい。(YATA LIMITED)

Q : 香港で外国産果実との競争に打ち勝つため、 産地として改善  
すべき事柄について。

A : 香港は関税、 検疫がないため世界中からいろいろな農産物が  
集まっており、 そのため競争力大変重要となる。

日本産果実は、 安全性、 品数の豊富さ、 おいしさなど  
秀でているが、 絶対量が少なく高価になるデメリットがある。

米国産の桃は味や概観もあまりよくないが、 大量に入荷でき  
るため日本産の桃よりもトータルでの競争力が高い。

特に、 販売店としては苦情発生時に交換に応じられるだけの  
品揃えが欲しいと考えている。

また、 最終的には価格がものを言うため、 他国と 50%もの開き  
がある日本産果実の輸出コストの削減が大切であるとする。

(Top Weal Limited)

Q : 品質を保つためにどのようなところに注意し改善したらよ  
いか。また、 消費者にアピールするためにはどうしたらいいか。

A : 香港の市場は一種のステータスとして高品質な果実を求め  
る客層を中心に価格も含め非常にハイレベルになっている。

今後さらにマーケットで売り上げを伸ばすためには 傷みが  
発生しにくいパッケージ、 店頭で客の目を引くカラフルなパ  
ッケージ、 品種や農家の思い入れなど他のものとの違いを明  
確にする丁寧なラベル表示、 がポイント。

香港の目の肥えた消費者を満足させるためには、 安全性やお  
いしさなどを分かりやすく伝える、 きめ細かな情報開示が必要。

(City Super Ltd.)

Q : 現地業者と協力したプロモーションに必要な事柄について。

A : 日本産農産物すばらしさ、 おいしさを香港の消費者や販売他  
店に広く訴えていきたいと考えており、 日本産農産物が「どの  
ようにおいしいのか」や「日本ではどのくらい販売されている  
のか」「どれだけこだわって作られたのか」といった詳細な情報  
が必要となる。

これらの情報をなるべく早く提供していただくことで、 香港

の店舗を説得し、よりよいイベントを企画できる。

現況では早くてもフェアの1ヶ月前、場合によってはフェアが始まってから相談されるケースもあり十分な対応ができない。

遅くとも2ヶ月前までにフェアの開催計画や取り扱う品物の詳細な情報をいただきたい。

日本産の競争も激しいので早めの情報提供が非常に重要。

(Shin Tai Ho(H.K) Co.,Ltd.)

Q： 効果的なPRの方法について。

A： 香港の消費者に対し、「値段」と「品質の良さ」を比較していただき納得して購入してもらえる、丁寧な情報提供が大切。

「美しくおいしい果実を作るために、どのような努力をしてきたか」、「それによって価格も高価になっているんだ」そのような情報提供は消費者の満足度を高め、日本産果実の消費拡大につながる。

また、「おいしさ」を実感していただくためにはティスティングは非常に有効で効果的な方法である。

情報伝達方法としてはポスターやパンフレットが考えられるが、中国語でイラストの入った分かりやすいものにする必要があり、手渡すことができればベター。

パッケージについて、香港では中秋節等日本産の果実を高価な贈り物として購入する需要があるので、もらう側が「これは高価だ」とすぐ分かるような化粧箱の導入を検討して欲しい。

## 野菜セッション

### 日本側プレゼンテーション

#### 「香港市場への取組みと今後の展望」

ＪＡ全農輸出対策室 調査役 杉村靖 氏

福岡大同青果株式会社 営業輸出課 係長 方敏 氏

#### (ＪＡ全農)

野菜に限らず米や肉など品目横断的に輸出できるよう仕組みの整備に取り組んでいる。

これまで野菜など香港に輸出してきた中で出てきた課題としては輸出ルートを確立するため、輸出業者を決め一貫して取引を進めていくこと、輸出先のニーズに則した生産体制を作り上げる必要があること、分かりやすい輸出体制の整備。

価格面については輸出向け価格としての設定ができていないこともあり輸出の採算が取りにくく、輸出に疑問を感じる産地も多くなることも課題となっている。

輸送面については遠距離ということもあり効率化を図っていく必要がある。

また、輸出には時間がかかるため温度管理を徹底するなどのしっかりとした鮮度保持対策が必要となる。

具体的にはコールドチェーン化を導入し荷がどのような場所でものように扱われるかをしっかり把握することから始めなければならない。

今後の取組みとしては、野菜についてはまだまだ取扱量も少ない状況であるため今後も小ロットであったとしても継続した出荷に努め、ひとつずつ取扱量を増やしてゆく。

これにあわせ日本は南北に長い地形であることから産地の連携を図れば、周年に近いため形で同一品種の野菜を現地に供給することも可能となるので自然的な有利条件を産地と連携して進めていきたい。

そのため、生産者にも輸出の仕組みをしっかりと理解していただき協力の得られる出荷体制を整備していく。

今後は香港のニーズも互いに情報提示しあう中でしっかりと把握し輸出商品の確保に努めていく。

輸出を通じ国内農産物の生産基盤の拡充と農家の経営改善を進められるよう努力していく。

(福岡大同青果株式会社)

輸出を通じて感じた課題について、1点目は流通の問題で、スーパーの店頭には並ぶまでにはいろいろなルートが混在しており、多数の関係者の協力が必要となる。特に傷みやすい野菜の品質保持に関しては信頼できる関係者が互いに協力し合うことが大変重要。

信頼しあえるシステムを構築していくためには、産地側としても野菜の流通ルート全体を把握し、関係者と良く話し合い、マージンや品質に問題が生じた場合の責任の所在などを明確にしておく必要がある。

2点目として「正確な消費動向の把握」も大変重要な課題。これまで香港へ出荷される野菜や果物について産地の皆様は、品質などかなりの自信を持っておられるようですが、日本国内の常識をそのまま香港に持ち込むのではなく、香港の人々の立場になって、状況を見つめなおすことも大切。

3点目のコスト削減につきましては、ライバルとなるのは中国産の野菜。日本のものは高品質ですが、中国産に比べ5から10倍以上高価になっており、長期的に安定的な販売には結びつきにくい状況。

低価格の中国や野菜と競争していくためには、いかに低コストで高品質野菜を生産できるかが重要なポイント。生産者段階、流通段階で採算がとれ、コンスタントに出荷することのできる野菜の確保に向け、産地の皆様と協力して取り組んでいきたい。

## 香港側プレゼンテーション

「香港市場におけるマーケティングの留意点」

Mr.Go Yamanobe, Food and Beverage Manager,

WellMart Management(Hong Kong)Limited

Mr.Frankie Wu,Chairman,Aji-no-chinmi Co.(HK)Ltd.

Mr.Dennis Wu,Deputy General Manager,

Aji-no-chinmi Co.(HK)Ltd.

Ms.Looi Choy Har,Manager Business Dept.,

Dah Chong Hong(Japan)Ltd.

Mr.Katsuki Komura,Managing Director,

MRT Foods(Hong Kong)Co.,Ltd.

Q： 日本へどのような期待や要望があるのか。

A： 香港、マカオで4業態16の日本食レストランを経営。自社消

費用として乾物や冷蔵品、航空便品目などを月に1ないし2便自社輸入している。

香港ではお客様も含めレストラン関係者の間では日本産農産物というだけでひとつのブランドが出来上がっており、野菜、果物、肉、鮮魚、乾物などの区別なく好意的。

このような事情を背景に香港には現在800から1000店もの日本食レストランがあり、香港市場においてはどのレストランも自由に日本食材を入手できるようになっている。

食材の入手のしやすさとレストラン同士の厳しい競争もあるため、香港のレストラン関係者は食材の仕入れに当たり品質よりも価格を重視する傾向。

最近日本の産地からは品質などをの違いを重視した売込みが目立つようになってきたが、レストラン関係については現状と乖離している。日本産であればとくに日本国内の産地については意識していない状況。

品質については今後香港でもますます需要になってくる要素だが、それ以前に売り込みたいものが現在香港では幾ら位で販売されているのか、幾らくらいなら買かってもらえそうかといった現地のニーズや市場情報をしっかり把握していただき、継続して購入していただける商品の開発に努めて欲しい。

(WellMart)

A：日本から輸入される野菜は主として1000を超える日本食レストランで消費され、すしの食材としてレタスや食用菊などを思い浮かべることができる。

食用菊を利用するのは高級レストランに限られており、プラスチック製の菊の花で代用している店も多い。生の食用菊とプラスチック製の菊との違いを経営者に充分理解してもらう取り組みが必要。

世界的な日本食ブームを背景に今後中国本土にも日本食レストランが進展していくと思われる。中国の窓口でもある香港で日本食レストラン経営者の意識改革を促すことは、日本産農産物の輸出拡大に非常に重要である。

多くの国の農産物と競合する共通市場においては、価格が大変重要となる。大根やねぎについては米国産は日本産の1/5の価格となっている。

現在、香港では新婚旅行で日本に行くことがブームになっているが、この人たちは日本で本物の日本食を知り、さらに香港に戻って、そのすばらしさを周囲の人々に伝えている。このような動きは、日本が積極的に取り組んでいる宣伝よりよっぽど高い効果をあげている。

そもそも香港の人たちは日本産農産物の高品質なことは充分理解しているので、いま大切なことは、農産物の価格を国際価格に近づける努力である。

香港では韓国産農産物と米国産が競合しているが、遠距離から運ばれる米国産が安価で販売できるのは政府からの補助金が支払われているからである。このため韓国政府は USA 政府に異議を唱えている。現在の品質を維持した上で国際価格に近づけられるよう日本政府も積極的に生産者への助成をおこなう必要がある。(Aji-no-chinmi Co.(HK)Ltd.)

A : 香港における日本産果物の取扱はここ 2 年ほどで大きく伸びている。

香港であまり好まれないものとしては、生のトマトを食べる習慣がないので日本国内で流通している生食向けのものは好まれない。中国ではトマトは調理トマトが主流で砂糖を入れて卵とじにしたりスープに入れたりして食べている。ただし、ミニトマトは別で若い女性を中心におやつ感覚で 1 パックずつよく買われている。

たまねぎについては、牛肉料理の前処理として、刻んで牛肉を漬け込むことにより、硬めの中国の牛肉を柔らかくし味を良くする効果があることを試食販売で知っていただくことで、人気の上昇を図ることができた。直営スーパー 8 店舗で月 30 ケースの売り上げがある。

無理な展開は逆効果であると考えております、ゆっくりとしかし着実に拡大できるよう協力をお願いしたい。

(Dah Chong Hong(Japan)Ltd.)

A : 香港には東京、名古屋、大阪、九州から毎週のように青果物が輸入され日本産農産物同士の価格競争も大変厳しい状況。

香港のスーパーへの納品は毎週入札により決まるため、中国産とも競合する野菜に関しては、契約が成立しない場合もあり

非常に不安定な状況。

入荷に時間のかかる輸入品については早めに店舗側へ価格の提示を行っていく必要がある。出荷の2週間前に日本の市場に価格の提示をお願いしているが、なかなか正確な価格の提示がなされないため、1週間前に再度価格の確認を行っている。

香港でのスーパーとの取引では、落札したあとであっても実際に荷を入荷した時点で国内の他の産地から同じ品目が安価に輸入された場合、その価格まで値引きするよう求められる。

国内産地、中国産地などとの競合があり、価格差を輸入業者が負担する現状では安定した輸出は望めないし、日本の産地にとっても望ましい状況ではないと思うため、取引のある産地の皆様と協力して、単純に価格だけで判断されないだけの付加価値をつけた農産物の輸出ができるよう努力していきたい。

具体的には産地独特の品種や味の違いやパッケージの工夫、販売時期の限定など差別化を図る手段はいろいろと考えられるため、販売の拡大に向け、産地、輸入業者、香港販売店とが一体となって取り組めるよう機会の創出に協力いただきたい。

(MRT Foods(Hong Kong)Co.,Ltd.)

## 【現地視察】

Westean Wholesale Food Market

取扱品目：果実、野菜、鮮魚、たまご など

年間取扱高：570million 香港ドル

加入店舗数：511 店

香港の市場は果物と野菜で分かれており、本市場は両方を併せ持つ唯一の市場。

果物市場内では日本産の果物が見られたが、中国産の日本種の果物も多く見られた。

野菜市場には中国産の野菜が多く持ち込まれ、籠で出荷されているものが多い。籠は再利用されるとのこと。

Jusco Kornhill 店

改装したばかりの店舗で非常に綺麗。日本産の青果物を多く取り扱っており、青果物売り場入り口には日本の梨が大量に並ぶ。

中秋節直前ということもあり、くだものの詰め合わせなど贈答用のものが高値で販売されている。販売金額は別表2のとおり。

別表2 JUSCO における農産物の販売価格

(単位：円 1HK\$ = 15 円で換算)

品目	産地	価格	備考
20 世紀梨	鳥取	224	
幸水梨	鳥取	239	
赤肉メロン	北海道	1,485	中富良野
ミニトマト	福島	284	J A 会津いいで
オオバ	日本	165	
きゅうり	日本	242	
籠盛		3,270 ~ 5,970	
箱づめ		3,270	メロン、梨、りんご、巨峰
メロン	韓国	735	
柿(4 個)	中国	224	



1. 香港コンベンシ  
ョン・エキシビ  
ション・センター



2. オープニング・  
セレモニー



3. 日本パビリオン



4. ジェトロ広報

ブース

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



5. 展示状況

ジェトロ広報

ブースにて

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



6. 出展状況

本会ブース

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---







13. Western ·  
Wholesale ·  
Food ·  
Market



14. 市場内 (果物)



15. Jusco  
Korn  
hill店



## (2) 海外常設店舗への出品および試食販売

### ・常設店舗 一田百貨 (YATA)

設立：1990年

代表者：代表取締役社長 Mr. Daniel Chong

所在地：香港沙田新城市廣場三期二樓及部份三樓

営業時間：日曜日～木曜日 10:00～22:00

金曜日～土曜日、祝日前 10:00～22:30

資本会社：Sun Hung Kai Properties Ltd (現地資本会社)

店舗面積：約180,000sq.ft.

改装：2006年9月 - 2007年11月

店舗特徴：沙田地域における一番店。

平均客数：平日4～5万人 週末8～10万人

名称変更：2008年4月「西田 SEIYU」 「YATA 一田」に変更

### ・実施期間：平成20年7月23日(水)～27日(日)

### ・販売品目：(田原産)アールスメロン

(豊橋産)巨峰、みかん、ねぎ、ラディッシュ、玉ねぎ、  
ミニトマト

### ・成果報告

#### 【販売店周辺の状況】

今回の販売店は、香港郊外のベッドタウン沙田(Sha Tin)の中心にあった。沙田の人口は約69万人(香港全体の13%)でそのほとんどは分譲マンションの住民である。既にローン返済が終了している人が多く、経済的にも余裕ができ、贅沢品の購入が増加している。

この地域のマンション価格は200～300万HK\$日本円で3千万円～4千5百万円である。香港島付近では億単位であるとのこと。また、一戸建ては駐車場付きで700万HK\$、日本円で1億円以上にもなる。賃貸住宅の家賃は5,000～8,000HK\$、日本円で7万5千円～12万円。

自家用車は所有しておらず、バス、電車、地下鉄での移動が中心である。そのため、交通の便は良く、バス、鉄道、地下鉄とも10分おきぐらいで発車している。自家用車は高く、また駐車場料金も高いよう

で、豊かな人しか持てない。

また、この地域は香港でも中国大陸に近い位置にあり、中国本土からの人の出入りも多く、中国本土の富裕層が買い物に訪れる。ホテルの客のほとんどは中国人であった。

沙田は北京オリンピックの馬術会場になっており、街中にオリンピックのネオンサインや横断幕が掲げられ、活気に満ち溢れていた。

物価は日本とあまり大差はなく、交通費はバスが 15HK\$ (225 円)、電車や地下鉄が 8HK\$ (120 円)程度で移動が出来た。

食事は外食が多い。マンションが狭いため、自炊をあまりしない。

#### 【販売店の状況】

一田百貨は、沙田駅と直結しているためとても便利。

広大なショッピングモールの一部であり、改装したばかりでかなりきれい。一度内部に入ると全てが通路で繋がっており、外へ出なくてもすむ。外からは入りづらい建物である。外はかなり暑いため、内部の冷房はかなり効いている。

回転寿司、マクドナルド、お好み焼店等のファーストフード店もかなり多くあり、日本のデパートとほとんど変わらない状況である。一田に置いてある食料品等の7割は日本製。

客層は中流家庭。特にブランド品を身に着けた人は多くない。

食品売り場以外で「日本」と手書きで書かれた商札が多く見られる。午前中の客足は伸びない。午後は多くなる。

#### 【販売の状況】

初日に商品の状況確認、ブースの飾りつけ、商品の展示、ラベル付けを実施。農産物の着荷状態としては、海上輸送による果物類は鮮度等問題なし。しかし、航空輸送によるネギ、ラディッシュに一部劣化が見られた。試食販売員が1名付き、JA豊橋の法被をはおり販売を開始。販売場所は通常の果物陳列ケースと特別ブースの2箇所。販売金額は別表3のとおり。

午前中は客足が伸びないが、午後になり若干客が増え始める。メロン、巨峰を細かくカットして提供すると、客が一気に集まる。夕方以降はさらに客足が伸びる。

メロン、巨峰についてはほぼ完売。他の品目についてはいまひとつの反応。野菜類については梱包方法、輸送方法について研究が必要である。

別表3 一田百貨における農産物の販売価格

(単位：円 1HK\$ = 15 円で換算)

品目	産地		
	豊橋・田原	日本	韓国
メロン	1,770	1,725	899
みかん(4個)	449	870(5個)	870(8個)
巨峰	870	930(山梨)	270
ねぎ	390	270	-
ラディッシュ	189	-	-
たまねぎ(2玉)	120	-	-
ミニトマト	525	285	150
タカミメロン	-	720(愛知)	-
スイカ	-	4,620(田原)	2,070
キャベツ(1/2)	-	245	-
だいこん	-	237	-
かぼちゃ(1/2)	-	327	-
甘夏	-	300(熊本)	-
卵(6個)	-	293	-







7. 種無し巨峰

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



8. 温室みかん

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



9. 野菜コーナー

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



10. カクメロ

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



11. 試食販売

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



12. 試食販売

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



13. 試食準備

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## 7. 今後の方針

### 継続的なプロモーションの実施

農産物輸出を軌道に乗せるためには、継続的な PR 活動が欠かせない。したがって、来年度以降も海外見本市への出展および現地試食販売を継続的に実施していくことにより、現地輸入業者ならびに消費者に対する PR を強化していく。

### 鮮度保持技術の研究

農産物輸出にあたってはコスト削減の観点から海上輸送が望ましい。海上輸送の場合、長期に渡って鮮度を保持する必要があり、国内出荷とは異なる梱包方法などが必要になる。今後、サンプル輸送等を繰り返しながら、最適な梱包方法を探っていく。

また、海外においては贈答需要期が異なるため、国内における鮮度保持技術もあわせて研究していく必要がある。

### 輸出品目の拡大

当産地では、主要な出荷品目であるアールスメロンおよび次郎柿の輸出について重点的に取り組んできたが、今後は現地のニーズに応じてその他の品目の輸出にも取り組んでいく。