



香港

農水産物輸出は「産直」で

ジェトロ海外調査部中国北アジア課 根師 梓

日本産農林水産物・食品^{注1}にとって最大の輸出市場である香港では、近年、インターネット通販を利用して日本産農水産物^{注2}を購入する消費者が増えている。その背景には、コールドチェーン輸送により、日本の産地から香港の消費者に翌日配送できる物流環境の整備があった。

「産直」ニーズ高まる

農林水産省は、2020年までに日本産農林水産物・食品の輸出額を1兆円にする目標を掲げる。14年の輸出額は6,117億円、うち香港向けは全体の22%を占める。日本産農林水産物・食品にとって香港は最大の輸出市場であり^{注3}、小売店や飲食店で日本産農水産物を目にした口にした機会が多い。香港向け日本産農林水産物・食品のほとんどは農産物と水産物だが、野菜・果物、畜産品、調製品以外の水産物を含む生鮮食品の輸出は、約3割に上る。

こうした中、香港では「産地直送」を売りにした日本産農水産物のネット通販市場が拡大している（表）。水産物や果物の取り扱いが多いネット通販市場の拡大に伴い、産地から消費地まで、商品の鮮度や品質を保持するための高度な温度管理を駆使した物流（コールドチェーン）の必要性が高まっている。

従来、香港における日本産農水産物の販売先は、価格帯が比較的高い小売店が多く、購買層は富裕層に限られる傾向が強かった。小売店の場合、大口で輸入するため、収穫や水揚げから数日を経た商品が店頭に並ぶことが多く、必ずしも鮮度が良いとはいえなかった。ネット通販の場合、小売店よりも価格は高くなるが、ほとんどの商品が翌日に配送されるため、新鮮な日本産農水産物を購入することができる。こうしたネット通販による「産直」にメリットを感じる消費者が増えつつあり、購買層は中流上位層にまで広がっている。

「産直」のニーズは、個人消費者だけでなく飲食店でも高まっている。近年、観光で日本を訪れる香港人が増加したことに伴い、日本各地で“本物”を食べた消費者が香港でも“本物”を求めるケースが増えている。しかし、現地の日本料理店で扱われる水産物の大半は築地市場を経由して輸入されるため、店は変わっても産地は変わらない、ということが多い。こうした現状を踏まえ、本物志向の消費者をターゲットに、「産直」で差別化を図ろうとする飲食店も登場している。

「国際クール宅急便」の需要拡大

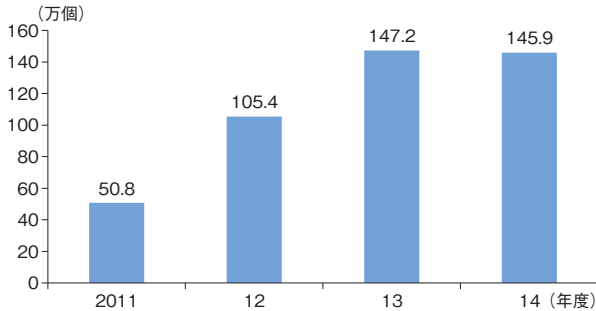
日本産農水産物の産地直送を可能にしているのが、ヤマト運輸の「国際クール宅急便」である。10年に香港に進出した同社は、日本の各産地から消費地香港まで、温度を一定に保った状態で生鮮食品を翌日配送するサービスを13年10月から開始している。このサービスを可能にしたのは、香港域内における「クール宅急便」の普及と「沖縄国際物流ハブ」の存在である。常温で輸送を手掛ける競合他社が多数存在する香港で、同社は11年から

表 香港における主な日本産生鮮食品の「産直」サイト

| 開設サイト | 通販サイト名 | 販売業者 | 開設年 | 主な生鮮食品の取扱品目 |
|-------------|-----------|---------------------|------|-----------------------------------|
| Oisix | Oisix | Oisix 香港 | 2009 | 野菜・果物、水産物、肉類、乳製品、卵など |
| | | Oisix 香港 | 2013 | 果物、水産物 |
| yahoo! 香港 | yahoo! 超市 | ヤマト運輸 | 2013 | 野菜・果物、水産物、豚肉 |
| | | 東瀛宅急便 | 2013 | 果物、水産物 |
| 楽天市場 | 品食日本 | 楽天 | 2013 | 水産物、牛肉 |
| | 新鮮直送 | イオンダイレクト | 2015 | 果物、水産物 |
| HKTV (香港電視) | HKTVmall | JAPAN PREMIUM STORE | 2012 | 野菜・果物、水産物、牛肉 |
| | | DORAYA MART | 2015 | 野菜・果物（主に「らでいっしゅぼーや」の野菜・果物セット）、水産物 |
| | | 大果欄 | 不明 | 野菜・果物 |
| | | 大街市 | 不明 | 水産物 |
| | | 豊洲水産 | 不明 | 水産物 |

資料：2015年11月12日時点の各ウェブサイトを基に作成

図 香港におけるヤマト運輸の宅急便取扱数量



注：常温輸送だけでなく低温輸送も含む
資料：ヤマト運輸へのヒアリングを基に作成

日本と同様の高品質な宅配サービスを展開、「クール宅急便」もその一つである。香港における同社の取扱数量は、11年度は約50万個だったのが、12年度には100万個を超え、13年度以降は140万個程度で推移している（図）。

加えて日本から香港までのコールドチェーン構築の要となっているのが「沖縄国際物流ハブ」である。「沖縄国際物流ハブ」は、那覇空港における深夜発着便の制限がなく、24時間体制で通関手続きが可能である。そのため、深夜便で持ち込まれた荷物であっても、通関手続きを経て、翌早朝の香港向け貨物専用機への積み込みに間に合わせることができるのだ。

香港では、ネット通販や飲食店での「産直」ニーズの高まりにより、「国際クール宅急便」の需要は拡大している。

日本の目標輸出額達成の鍵は

香港で高まる「産直」ニーズへの対応とさらなる日本産農水産物輸出拡大に向け、ヤマト運輸は青森、愛媛、宮崎、熊本の各県と地域連携協定を締結、各産地の輸送環境に合わせた効率的な輸出ルートの構築や新たな販路開拓を行っている。

同協定締結により、翌日配送できる範囲が拡大した。青森県の場合、一部の荷物に限ってはこれまでの北海道・東北地方域内から、東京、さらには香港まで拡大。「国際クール宅急便」を使って活ホタテやヒラメなどを香港の飲食店に販売できるようになった。熊本県では、ヤマト運輸が県産のイチゴを使ったショートケーキを香港で販売する提案を行った結果、ショートケーキだけでなく県産のイチゴもケーキ店で販売されるようになった。

さらに同社は、香港からの訪日観光客が日本国内の

農園で購入した野菜や果物を、「国際クール宅急便」のネットワークを生かして香港へ送るサービスも始めている。輸出に関する手続きは同社がサポートするため、輸出経験がない生産者や国内販売にしか目を向けていなかった生産者が海外の消費者と直接つながる手段ともなっている。

このような「国際クール宅急便」の活用は、①これまで海外とのつながりがなかった日本国内の産地が、海外の消費地と直接つながる、②鮮度保持機能を有する小口コールドチェーンにより、単価の高い生鮮食品の輸出がビジネスになる、③インバウンド需要を取り込むことで、生産者の視野が海外へと広がる——といった効果を期待できる。

香港向け日本産野菜・果物の輸出額は、「国際クール宅急便」開始前の12年には21億円だった。それが、13年は前年比66.7%増の35億円、さらに14年には同51.4%増の53億円へと急伸している。このことは、品質の高さが重視される野菜・果物や水産物といった生鮮食品では、鮮度こそが品質の決め手になることを示唆しているといえよう。

ヤマト運輸グローバル事業推進部の下築亮一係長は、「香港に限らず、海外では高くても『産直』に価値があると思う消費者が増えている。日本産農水産物を売り込める市場はまだある。生産者は、いいものは必ず高く買ってもらえるという意識をもって、前向きに輸出に取り組んでもらいたい」と語る。実際、同社は香港での成果を携え、15年からは台湾、シンガポールでも展開。将来的には他国・地域にも展開するとみられる。しかし中国の場合、現段階では規制という壁が立ちほだかる。

今後は、海外の消費者ニーズの変化に応じて、産地から消費地までの物流上の無駄を省くことによるリードタイムの短縮、コールドチェーン輸送の徹底による鮮度保持・向上などを図る必要がある。物流に付加価値をつけて、単価の高い農水産物の輸出を拡大させることが、日本産農水産物の輸出額目標達成に向けた近道となるだろう。

注1：農産物、林産物、水産物全てを対象とする。

注2：林産物を除く、農産物、水産物を対象とする。

注3：香港では2011年3月に発生した東日本大震災以降、5県（福島、茨城、群馬、栃木、千葉）産の野菜・果物、牛乳、乳製品などは輸入停止措置の対象。水産物は日本政府発行の放射性物質検査書があれば輸入できる。