

# アフターコロナに向けた今後の取り組みと新しい日本食の可能性

2022年3月

日本食品海外プロモーションセンター(JFOODO)

香港海外フィールドマーケター Chan Dominic Gary

コロナウイルスはまだ世界中で拡散されていますが、アフターコロナに向けた今後の取り組みを考え始めるべきでしょう。香港人は日本のことが大好きですので、日本食や日本産食品は香港で当たり前のように売られています。競争も非常に激しいです。うまくプロモーションしていかないと沢山の商品の中に埋もれてしまう可能性もあります。近年の香港における日本食の変化により、プロモーションの仕方や注意点も変わってきたと思います。

## 1) アフターコロナに向けた今後の取り組み

### 1. 小売とのタイアップを強化

新型コロナウイルス感染症に対して、香港政府が一時期レストラン店内飲食の禁止や終日営業禁止という対応措置も発令しました。香港市民は外食できないため、自炊することが増えてきましたし、また友達を呼んで自宅でホームパーティーをすることも多くなってきました。

自炊やホームパーティーの時は、スーパーや小売の店で食材やお酒を買わなければいけませんので、日本の食材や日本酒を宣伝する時は、現地の小売やスーパーとタイアップするのは良い方法です。タイアップ方法も様々です。よく利用されるのはプロモーターを使って、消費者に商品の特徴を説明したり、試食させたりすることですが、新型コロナウイルス感染症流行のため試食ができない現在でも、プロモーターの力を借りて商品の良さを伝えることが一番効果的だと思います。

もう一つの方法として、レシピ動画を利用することです。香港人が自炊する時、Facebook や YouTubeなどでレシピ動画を見て料理を学ぶこともあり、自社商品を単に販売するだけではなく、うまく調理できるコツや新しい料理の仕方を動画で紹介するのもいいアイデアではないでしょうか。

レシピ動画はインフルエンサーから情報発信することはもちろん問題ないですが、日本の農家や漁師自ら食材を紹介するのがより効果的でしょう。消費者としても商品や食材を作る人の顔が見えたら、さらに安心して消費できます。

### 2. 安全性を強調する

香港人は今まで食材の産地や栄養価はあまり気にしていませんでしたが、10年位前から健康意識が高くなってきました。買い物する時、パッケージの裏側にあるラベルを確認しながら、栄養価の高いものを選びます。また、産地のこともしっかりチェックした上で、自分が一番信頼する国の商品を購入します。日本食材に関しては、2011年3月11日の東日本大震災以来、香港政府は一時期日本産の一部の食品に対して輸入停止措置を実施し、香港人も食材の安全性を心配して日本産食材を購入しなくなりました。

その後香港政府が輸入解禁し、日本の公的機関が発行する放射性物質検査証明書を提出すれば輸入可能になりました。

それから香港の消費者も警戒心を解き、再び日本産の食品を購入し始めました。しかし、日本政府がアルプス処理水を海洋投棄することを発表してから、また香港人が日本食に対する警戒心を持つようになってきました。もう日本産の食材、特に水産物は食べないと強調する香港人も少なくありません。これから日本産の食品を香港に輸入して販売する時、まずは日本の公的機関が発行する証明書を売り場でしっかり見せ、日本産の食品が安全であることをより強調すると、消費者も安心して購入できるでしょう。

## 2)新しい日本食の可能性

### 1. 泡盛、焼酎に対するイメージ

日本では随分前から焼酎や泡盛が流行っていて、年配の方だけではなく、若い人も飲むようになりました。日本で流行っている物事は香港でもヒットするという事例がありましたが、泡盛と焼酎はまだ例外のままです。以前香港で焼酎バーを開設したり、レストランと小売店で泡盛フェアを開催したりしましたが、それぞれのお酒がもっと売れる効果まではなかったように思います。

理由はいくつか考えられますが、まずは焼酎や泡盛の味や香りに香港人が慣れていないのが一番大きな原因でしょう。香港人はクセが強いものをあまり好まず、日本酒を選ぶ時も飲みやすいものを選びます。水のような味わいをコンセプトとして造られている白滝酒造の「上善如水」はクセがなく、初心者やお酒がそんなに強くない人でも飲めるので、香港で高い人気を獲得しているのでしょう。

また、アルコール度数が高いのも香港人が焼酎や泡盛を避ける原因の一つです。香港人の中では、お酒が好きな人はたくさんいますが、強い人はそんなに多くなく、よく飲むのは赤・白ワインや日本酒で、どちらもアルコール度数が強くないお酒です。それに対して、焼酎や泡盛のアルコール度数は少なくとも25度を超えますので、今まで飲んだことがない消費者はなかなか手にしません。

泡盛や焼酎を香港で流行らせるためには、まずは一番飲みやすく、味や香りのクセが少ないお酒から提案すると良いでしょう。香港人はまだ焼酎や泡盛に詳しくないので、それぞれのお酒はどのような料理にマッチングできるか、どのようなシチュエーションで飲んだら良いかという視点から紹介するのも良い方法でしょう。

### 2. 日本酒がもっと売れる方法(限定品、地酒)

現在香港で人気がある「上善如水」、「十四代」や「獺祭」などの日本酒はだんだん値段が高くなってきており、香港人は習慣として常に新しいものを探し続けますので、珍しい地酒やまだメジャーではない日本酒のニーズがあります。日本酒がもっと売れる方法としては、限定品や各地方の地酒を提供することが考えられます。

香港人は限定という言葉に弱いので、今まで香港で売られていないもの、本数が限定されているもの、または日本で非常に人気があるお酒をプロモーションすると、香港でヒットする可能性も十分あるでしょう。

また、日本酒を和食レストランに置いて販売するのは当たり前ですので、これからの日本酒の販売拡大に繋げることは難しいです。ほとんどの和食レストランで日本酒を販売しており、販売量はもう横ばいになっているので、いくら素晴らしいお酒があっても、売上は伸びにくいと考えられます。

逆に和食以外の、他の料理とペアリングできることを香港人に紹介し、新しい切り口を作ってはいかがでしょうか。消費者だけでなく、卸業者やレストランの経営者も興味があります。例えば、日本酒はグルタミン酸を含んで、ステーキはイボニン酸を含んでいます。「うまみの相乗効果」があるため、組み合わせるとさらにうまみを感じられます。また、日本酒の方が魚介類とマッチングし、料理のうまみが増幅しやすいということをしっかり宣伝すると、日本酒の売上も伸びていくでしょう。

### 3. これまで予想できなかった品目が成功できることもある

香港では、これまで予想できなかった品目が最近成功できていることもあります。

日本産たまごはその一つです。日本の農林水産省が発表した農林水産物・食品の輸出額で、2020年輸出が増えたもので、鶏卵だけが2倍にまで輸出が増えています。しかも輸出先の9割を占めるのは香港でした。「日本の卵は生で食べられるくらい安全」というイメージがあり、香港で日本産鶏卵に特化したお店なども続々登場しました。また新型コロナウイルス感染症による香港政府の政策で店内飲食禁止の時間が早まったことで、外出せずに家の中での生活がメインとなったのも追い風となり、消費が伸びたものと見られます。

### 4. 日本の地方で流行っている料理や食材

いつも新しい物事を追求する香港人にとって、これまでに知っている日本産食材や和食料理だけではもう満足できないでしょう。新しい切り口として、日本の地方で流行っている料理と食材を紹介するアイデアがあります。

香港人はよく日本に旅行しており、コロナ渦以前では一年のうち何回も日本に行く香港人もいました。しかし、香港人の観光客がよく訪ねるところはやはり東京、大阪、京都、福岡、北海道や沖縄などの場所で、東北地方や四国地方などに行ったことがある香港人はまだ少ないです。香港人は自慢することも好きなので、日本で流行っている料理、香港に進出していない食材、もしくは地元の人しか知らない食べ方は香港人の興味を惹くことができます。

例えば本年度 JFOODO 日本産コメプロモーションの中で、日本産米の魅力を発揮する4つのレシピの中の「宇和島鯛めし」は一つのいい例です。宇和島鯛めしは愛媛県の郷土料理の一つですが、この料理を知っている香港人はまだ少なく、さらに香港人が好きな海鮮丼からあまり離れていないので、ちょっとしたプロモーションをかけると、すぐヒットになる可能性があります。

### 5. 日本産しかないもの、他の国が真似できないもの

香港で販売されている食材、もしくは食べられる食材はほとんど中国や海外から輸入しているものです。消費者も世界各地からの食材を選ぶことに慣れてきました。日本の食材はどうすれば他の国の商品や食材に勝てるでしょうか。

それは日本産しかないもの、または他の国が真似できないことです。水産物で見ると、香港で購入できるウニ、マグロやタイなどは日本産も他国産もあります。消費者は好みや消費力により、自分に合うものを選びます。そこで日本産の特徴をしっかりと宣伝することにより、消費者の目を奪うことができるでしょう。

例えば北海道産のウニとロシア産のウニは一般人から見ると、見た目では全く見分けがつかないかもしれませんが、北海道産ウニの鮮度が抜群ということはアピールポイントです。マグロの場合、インドネシア、フィリピン、メキシコでもマグロを捕りますが、日本で捕られるマグロの味が一番美味しいということも、香港人が知りたい情報だと思います。

このようなポイントをしっかりとアピールし、他の国との差別化を図った効果的なプロモーションを行いましょう。

以上

**【免責事項】**本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。