

香港

香港におけるギフト食品市場～月餅・お菓子・花き・青果物～

2022年11月発行

新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、変化を遂げる香港食品市場では、どのような食材が求められているのだろうか？今後、市場性の高い日本産農林水産・食品に着目し、新たな市場を作るため、私たちは何をすべきであるか考えたい。

◆香港のギフト市場◆

香港の食品市場を、香港の人口や香港内の店舗数、消費規模のみで判断すると、結果的に市場を見誤ることにつながる。

数字を追うだけで、本当の食品市場の姿を理解することは難しい。香港食品市場の底力は、例えてみれば樹木の幹の中に存在する年輪のようなものである。時代と共にどんどん変化し、その中に新しいものを生み、それが育まれ、上に伸びて枝葉が分かれるようにやがて市場に現れる。途中で嵐が吹いて木が倒れてもまた芽を生やす。これが香港市場のたくましさである。今回は、香港の食品ギフト市場を通して当地の食品市場の底力とビジネスチャンスについて共有していきたい。

香港は、結婚祝いや出産祝い、昇格祝い、退職祝い、長寿祝いなど、人生の節目にお祝いをすることが盛んな土地柄である。日本とは違って、お祝いとして純金の置物や宝飾品をプレゼントする習慣がある。さらに、香港のギフト市場がユニークなのはそこから再輸出の可能性が生まれるからだ。以下表のように、香港のギフト輸出の中で、ジュエリーおよび宝飾品は全体の41%と圧倒的にシェアが高い。日本産アコヤ真珠はこの市場で流通してきた。

表：香港のギフト用品・プレミアム製品の輸出内訳

カテゴリー	2019		2020		Jan-Sep 2021	
	シェア	伸び率	シェア	伸び率	シェア	伸び率
ジュエリーおよび宝飾品	36.1	11	38.7	-20	41.1	66
電池式非貴金属腕時計	16.2	-4	15.1	-31	13	25
車輪のあるおもちゃ、人形	10.9	-11	11.3	-23	10.5	33
ハンドメイドの絵画、画材等	9.1	76	6	-51	9.2	111
非電池式非貴金属腕時計	3.3	8	5.2	16	6.2	119
非電池式貴金属腕時計	5.6	6	5.5	-28	5.2	44
財布類	3.3	-8	3.4	-22	2.6	7
眼鏡ケース	3.4	-13	3.3	-27	2.3	-7

出所：香港統計局, 貿易統計

<https://research.hktdc.com/tc/article/MzExMTU3Mjgw>

宝飾品や高級腕時計のみならず、食品分野でもギフト用商品は活発に流通している。香港では、中秋節やクリスマス、春節といったギフトシーズンのみならず、誕生日会や食事会、御礼などでギフトを贈る習慣がある。また、日本のお中元やお歳暮のように、香港では個人が贈り合うだけでなく、法人として取引先や業界関係者の人々にギフトを贈る習慣もある。香港市場は飽和状態ではなく、後述のように、花きや月餅などのスイーツ、果物のギフトの分野においてまだまだ掘り起こすことのできる市場である。つまり、創意工夫次第では大きな可能性を内包しているのだ。

◆香港における日本産ギフト食品と花きのニーズ◆

香港でギフトとして流通している日本産食品は、干し貝柱や乾燥ナマコなどの乾物がまず挙げられる。また、ワイン全般がギフトとして流通している影響もあり、昨今では、日本酒やリキュール酒が贈られ始めるようになった。中国茶や紅茶をギフトとして贈る習慣があるため、日本茶も取り上げられるようになってきている。

日本産ギフトは食品のみではない。まだ市場は小さいが、日本産花きも福岡県や鹿児島県などの九州産や愛知県産などが普段用だけでなくギフト用としても流通している。

「香港フラワー（プラスチック製の造花）」に代表される造花のイメージが強い香港ではあるが、時代は変わり市民の暮らしが豊かになるにつれ生花が広く流通している。フローリストとしてセレブ向けのフラワーギフトを制作する傍ら、ジョルジオ・アルマーニに認められ、アルマーニ・フローリストの監修を務めているゲリー・クオック氏によると、昨今のフラワーギフト業界では、以下のポイントが挙げられる。

- 香港のフラワーギフトは、新型コロナ禍以前に比べてビジネスの勢いが弱くなっている。特に、出産祝いや結婚祝いに関しては大きな打撃を受けている。
- しかしながら、フラワーギフトに対するポテンシャルはまだ強い。従来はギフト用として日本産胡蝶蘭やシンビジウムが春節の時期に販売されてきたが、昨今では、春節のみならず、クリスマスや母の日など、他のイベントにも売り込むことが可能である。
- 具体的なアイテムとしては、菊は香港でも弔事に扱われる花だが、お祝い用に使用できる品種も日本産菊花には存在する。
- トレンドになりうる日本ならではのアイテムを発掘し、それらを軸にして売り込めば日本産花きの商機はある。

香港における 2021 年の切り花全体の輸入額は 1 億 4,533 万香港ドルであったが、新型コロナ発生以前の 2018 年は 3 億 3,660 万香港ドルであった。2021 年の輸入額を国別に見ると、日本から 830 万香港ドル輸入されている一方で、人気の高いオランダからは 7,000 万香港ドル輸入されている（出所：香港統計局、注：対象は SITC 29271）。大きなコスト

負担にならない物流方法を構築し、他国にはないアプローチを持って日本産花きを提供していけば、今後変化が期待できるセクターであると考えられる。

◆香港における日本産ギフト食品とそのニーズ◆

周知のとおり、日本産のお菓子はギフトとして香港で定着しているといえる。

中国本土と香港との人々の往来が盛んになった 2000 年代の初めに、イタリア産やベルギー産チョコレートと共に日本産のお土産用箱菓子が香港で盛んに流通するようになった。北海道のロイズコンフェクト（ROYCE'）社の商品が地場系高級スーパーマーケットの「city'super（シティ・スーパー）」で販売開始されたのは 2002 年で、前述の頃と一致する。江崎グリコのポッキーやコロンのギフトセット、日本各地の高速道路のサービスエリアで販売されている大福やクランチチョコなどの箱菓子が四洲集団の「お菓子ランド（零食物語）」等で流通するようになり、「白い恋人」等のギフトボックスが日系スーパーマーケットで人気を得てきた。ギフト商品コーナーを設けている「香港そごう」では、「ゴディバ」や「ヴェンキ」といったイタリアのチョコレート、「奇華（ケイワー）」や「栄華（ウエンワー）」といった香港系菓子店と共に「メリーチョコレート」や「堂島ロール」、「本高砂屋」、「源吉兆庵」といった洋菓子店、和菓子店が長年支持されている。また、「AEON」や「DON DON DONKI」といった日系量販店のみならず「ウエルカム（Wellcome）」や「パークン ショップ（PARKnSHOP）」といった地場系量販店の大型店、「759 阿信屋」や「優品 360」といったミニスーパーでも日本産箱菓子は定着している。日本産箱菓子は、クリスマスや春節のギフト用アイテムのほか、普段の手土産としても定着して久しい。

こうした影響もあり、たとえばチョコレート菓子（対象 HS コード：1806.31）の場合、2021 年の全体の輸入量が 2017 年のその約半分である 4,203 トンになったにも関わらず、日本からの輸入量は 2017 年の 406 トンと比べ 2021 年は 456 トンと増加している（出所：香港統計局）。また、洋菓子を含むその他菓子等（同 1905.90）の場合、2017 年に 6,981 万トンあった全体の輸入量は新型コロナ禍においても 2021 年には 7,498 万トンに伸びており、日本からの輸入量は 2017 年の 731 万トンから 2021 年には 1,143 万トンに伸びている。

しかしながらこれらは、後述する日本産果物のように、日本の業界関係者が戦略を持って輸出している商品と違ってプロダクトアウトされたものが香港で受け入れられてきた経緯があるため、今後戦略を立てればより需要が拡大する余地がある。



左上：香港らしさが人気のケーキ店

右上：源吉兆庵香港店

左下：ゴディバのギフトボックス

右下：8,800 香港ドルの立体ケーキ（いずれも筆者撮影）

◆中秋節ギフト商品としての月餅◆

2022 年は 8 月下旬から 9 月上旬にかけて、中秋節ギフト商戦が繰り広げられていた。その軸となるのは、中秋節に贈られる伝統的なお菓子・月餅（げっぺい）だ。スーパーマーケットや百貨店の食料品売り場では、さまざまな種類の月餅が販売され、にぎわいを見せている。

ところで、香港で製造された月餅は香港内だけで消費されているわけではない。「中国本土と香港の経済貿易緊密化協定（CEPA）」の対象品目として、関税なしで香港から中国本土に流通しており、その数量は年々増加している。甘さが控えめで健康志向を意識した香港スタイルの月餅は、香港が着地点というよりもむしろ広東省をはじめとした中国本土を目指しているように見受けられる。「ザ・ペニンシュラホテル」や「シャングリ・ラホテル」など香港の著名ホテルのブランド力も中国本土で受け入れられるポイントである。メイド・イン・ジャパンの食品が世界各地で「安心・安全」な食品として認知されている

のと同様に、メイド・イン・香港の月餅も中国本土では「安心・安全」、そして「贈って喜ばれる」ブランド力を持った商品として認知されている。新型コロナ禍で人の往来はままならないが、食品の往来は新型コロナ禍でも活発に行われているのだ。

その裏打ちになる数字が、ニュース等でいくつか挙げられている。たとえば、香港と陸続きである深セン口岸の税関で 2019 年 1 月から 8 月までに輸出された月餅は 11.98 万トン、金額にして 1.5 億米ドルであったと伝えられた（出所：香港の新聞・「香港商報」）。「on.cc」などの香港のネットニュースによると、中国本土の景気悪化の影響は大きいものの、高価な月餅が牽引し、2022 年の月餅の売上高は 243.8 億人民元であり、2015 年の売上高である 131.8 億人民元と比較すると実に 85%伸びている。

ちなみに、中国で流通している月餅は本土で消費されるだけではなく、人々の往来と共に世界各地にも輸出されている。上海松江地区の税関によると 2021 年 1 月～8 月に同地区から輸出された月餅は累計で 10 トン近くに達し、輸出金額は昨年同期比 22.3%伸びている。また、ニュースによると同じ期間に同税関からの月餅の輸出額は 671 万米ドル（約 5,220 万香港ドル）に達し、その伸びは前年同期比 95%に上る。つまり、中国本土からの月餅の輸出額は新型コロナ禍でも伸びている。蘇州稻香村集団海外事業部總監董克志によると、2022 年はすでに 20 以上のコンテナで 500 万個以上の月餅を輸出し、この数字は前年と比較し 70%伸びているとのことである。

では、香港で生産され流通している月餅とは、具体的にどのような製品なのだろうか？

伝統的な月餅は、広東省や香港では蓮の実餡に塩漬けされたアヒルの卵黄が満月に見立てて入っているものである。また、マンゴーなどのフルーツソース、あるいはチョコレートやカスタードクリームを米粉で包み、高速冷却した冰皮（びんぺい）月餅（スノー・ムーンケーキ）は、大班（たいぱん）を始め香港の多くの菓子メーカーによって製造され、香港内での販売量が最も多い。その他、複数のナッツがぎっしり詰まったヴィーガン月餅、ハーゲンダッツなどのアイスクリーム月餅、ゴディバのチョコレート月餅など、様々な月餅が香港では流通している。特に、昨今では、元ザ・ペニンシュラホテルのミシュラン 2 つ星シェフが考案し、現在も「インペリアル・パティスリー（皇玥）」にて展開している、外側は焼き月餅で中のカスタードクリームがフォンダショコラのようにとろりと溶け、しかも甘さが極めて控えめであるエッグカスタード月餅が人気である（写真参照）。今年はこのエッグカスタードクリーム系を軸に、「華麗園」¹や「望月」²などの人気店の洗練された月餅、塩レモンやヒマラヤ岩塩入りの月餅、キャビア入り的高级月餅などが展開されている。

ラグジュアリー高級ブランドの月餅のギフトセットが一部の顧客向けの限定ギフトとして贈られているのも、今年の傾向である。アルマーニの場合、「マンダリンオリエンタルホテル」の「文華（マンワー）」監修の伝統的な月餅に限定版のアルマーニ特製の皿が付

¹ URL : <https://www.wahlaiyuen.com.hk/collections/中秋食品>

² URL : <https://www.lalune.com>

いている。イタリアのジュエリーブランドである「ポメラート」の場合も同様に、「ザ・ペニンシュラホテル」のカスタード月餅にポメラート特製のギフトが付いている。ハイエンドな月餅のギフトセットは、従来の大型の籠盛よりもコンパクトであることも今年の傾向である。

月餅はカロリーが高く比較的甘さがしっかりあるため、購買を控える動きがここ数年の間にあったが、香港政府により香港市民に支給された電子消費券の影響もあり、今年の売れ行きは例年以上に好調だと業界の声を聞く。新型コロナ禍が大きく影響した 2020 年や 2021 年と比較すると、香港の月餅は 2019 年以前のように積極的に生産され、積極的に販売されているように映る。



左上：インペリアル・パティスリーの月餅
右上：シャングリ・ラホテルギフトボックス
左中段：マキシムの月餅
右中段：アルマーニの月餅ギフトセット
左下、右下：ポメラートの月餅ギフトセット（いずれも筆者撮影）

◆月餅市場に売り込むべき日本産食材◆

この月餅市場に対して、日本産のどのような食品が参入できるのだろうか？

まずは、冰皮月餅に似た日本の生クリーム大福が考えられる。しかしながらこのアイテムは、過去に香港で流通した時期があったが長くは続かなかった。だからと言って市場性が全くないとは言えず、市場を獲得するためには味や食感、大きさ、種類、パッケージも含めた創意工夫が必須であると考ええる。

次に月餅の原料が考えられる。現状、香港で製造される月餅は、伝統的な蓮の実餡を包んで焼いた月餅と、そこからスピノフしたエッグカスタード月餅、冷凍された冰皮月餅、およびその他の月餅に大別される。

冰皮月餅は規制が厳しい欧州やオーストラリアに向けて輸出することは難しいが、香港をはじめとするアジアの国々で人気を得ている。中でもマレーシア産ドリアン「猫山王」の入った冰皮月餅は人気が高い。また、香りが高く甘味も十分あるマンゴーが入ったものも人気が高い。香りが高く甘味も十分あるイチゴやリンゴ、日向夏などの日本産果物を使用した冰皮月餅は、以下の写真のように香港のお菓子ブランド「大班」等で生産され、販売されている。

エッグカスタード月餅に影響を受けた「流心系（とろりとろける系列）」と呼ばれる中の餡がとろりとろける月餅には、日本産抹茶が扱われる場合がある。この分野では、香港で人気のあるチョコレートやチーズ、黒胡麻などについて日本産の参入を日本側が検討する価値があると思われる。

香港のベーカリーの老舗・マキシムグループ（美心集団）傘下の「アロームベーカリー（東海堂）」では、日本から直送された原料を使い、中秋節にちなんだ可愛らしいさぎの形をした焼き月餅を販売している。過去にも日本産抹茶をはじめ、沖縄県や鹿児島県の紫芋や黄金色のさつまいもペースト、北海道の十勝あずき、宮崎県の鶏卵などが扱われてきた。今年は徳島県産和三盆を使用したカスタード月餅が販売されている。なお、月餅以外にもこうした提案は可能である。たとえば、とんかつ専門店「とん吉」では春節にギフトとしても贈られる大根餅に宮崎産の大根が使用されたり、甘いタイプの「年コウ」と呼ばれる春節の餅に沖縄産黒糖が使用されてきた。今後、これらの企業が関心を示すような提案をタイムリーに、そして積極的に行う必要があると考える。

積極的に提案をすれば売り手と買い手がお互いに新たな市場を築くことができるのが香港市場である。この分野の提案は無限大である。今後はブレンストーミングをして意見を互いに交わし、知恵をしばって新たなアイテムを提案する姿勢が肝要である。



左上：東海堂月餅の広告

右上：猫山王ドリアン月餅

左下：大班・日本産果物入冰皮カスタード月餅

◆ギフトとしての果物とその問題点◆

昨今の健康志向の高さから、中秋節商戦では月餅のみならず果物をギフトとして贈る動きが出てきた。

1本3千円のワインを贈るよりも1本1万円のワインを贈る方が香港では喜ばれる。より価値のあるものを贈れば、それだけ大事に思われていると評価される。これが香港である。品質が高く価値のある日本産果物を扱ったギフトはこの市場で愛され、知名度を得てきた。2022年の中秋節商戦でも、日本産果物を使用した果物ギフトがスーパーマーケットを始め、専門店でもオンラインショップでも展開されている。

日本産果物には、糖度の高さや食味の良さ、ジューシーさ、香りの良さ、といった他国産にはない魅力がある。しかしながら、イチゴやシャインマスカットだけではなく、梨やメロン、梅といった本来日本が得意とするアイテムに対し、韓国や中国をはじめ、南アメリカやオーストラリアといった競合の品質が向上し、市場での競争が激しいのも事実である。

実際のところ、香港の果物全体の輸入量の中で、チリ産が全体の24.9%、タイ産が全体の23.41%を占め、日本産果物の輸入量が占める割合は、例年に比べ増加した2021年です。

ら全体のわずか0.946%であり、その露出度とは相反し1%に満たない（出所：香港統計局。本レポート p.17「香港における果実類の輸入推移」参照）。しかしながら、見方を変えればまだまだ開拓の余地があると言える。

また、ギフト用果物は大きく以下の4つの問題点があるため、円安という追い風があり日本産果物に市場の人気もポテンシャルもありながらも、そのチャンスを生かしきれていないように映る。

① 市場が求める時期に提供できるアイテムの存在

香港のギフトシーズンの中で、中秋節、クリスマス、そして春節が最も果物の動く時期と言われている。ただし、中秋節と春節は旧暦であるため毎年時期が変動する。例えば中秋節の場合、2022年は9月10日であるため中秋節商戦に日本の東北地方を中心とした桃や山陰地方の和梨を提案することが可能であった。しかしながら9月末や10月初旬に中秋節が来る場合は、提案できる商品に限りがある。また、クリスマス商戦については、提案できるギフト商材はイチゴのみで、イチゴの場合、提案する品種もパッケージも例年ほとんど変化がないのが現状である。

② パッケージングの問題およびギフト製品にするための工夫

日本産果物は、多くの場合、日本国内の卸売市場で取引がなされ、香港に輸出される。そのため、一般的な段ボールで梱包された果物を、1) 香港に運んでからギフトセット用にリパックする香港バイヤーと、2) マンパワーや日本の包装のスタンダードを考慮し日本であらかじめ包装された果物ギフトセットを購入する香港バイヤーとに分かれる。特に、昨今はマンパワーの問題のため、2) を選択するバイヤーとの商談も多く、商談の際にギフトボックスを手配できないために商談を行っても成約に至らなかった場面を多々見ている。

後述するように、見栄えの良さや機能性、利便性を持った提案ができるか否かはビジネスパートナーになるチャンスに大きく影響する、と言っても過言ではない。贈って喜ばれることを重視する香港市場で、ギフト製品に関わるパッケージングはとても重要である。「傷みやすい商材なのに、日本的な配慮がなされていない」「中身は高級、しかしながらパッケージが伴っていない」ことにならないよう、パッケージングに関しては商談前にあらかじめ案を練っておくべきだと考える。



左上：香港でリパックされた果物ギフトセット

左下、右下：日本で包装された果物ギフトセット（いずれも筆者撮影）

なお、今年に入り人気を得た新疆ウイグル自治区で生産された良質なスイカ「8424」や糖度が13度以上あると話題のスイカ「女神」が香港市場でも人気を得ている。これらの商品は、1玉70香港ドル前後と買いやすい価格帯であるだけでなく、ギフトボックスとしてそのまま持参できる箱入りであることで高い評判を得ている。つまり、たったこれだけの工夫でスーパーマーケットのゴールデンゾーンに商品が置かれ、売り上げが大きく変わっていくのだ。



左：2022年香港で人気のギフト用スイカ

右：韓国産ギフト用シャインマスカット（いずれも筆者撮影）

同様に、韓国産シャインマスカットは、スーパーマーケットで買い物をする人たちを考慮し、重ねても商品にダメージを与えないギフトパッケージになっている。本来ならば日本の業界関係者が得意とするこうした手法は、香港においては海外産果物の方が先行しているように見える。韓国や台湾などの業界関係者が、新型コロナ禍でも香港内業界関係者と定期的に話し合い、補助金を活用してマーケティングを行なって市場のニーズを探り、その上で提案あるいは修正し、また市場に投げかけ、情報を活用し、市場のニーズに積極的に対応している、その成果とも言える。

③ 商機のある市場として香港を捉える

前述のように香港市場に日本産青果物のニーズがある一方、日本では香港市場が今後も参入できる市場であることが今ひとつ認知されておらず、香港市場に対し長期的な戦略を持って攻める業界関係者はまだ多くはないようである。それどころか、日本市場での相場が下落した際に海外との取引に目を向ける業界関係者がいまだに多いように見える。これは、産地から直接購買するよりも卸売市場から購入する方が数量が安定し価格も安価なため、果物の多くが卸売市場経由で売買されていることに起因しているからかもしれない。そして、香港市場が今後も参入できる市場であることが今ひとつ認知されていないからなのかもしれない。

④ タブーの商品と縁起の良い食品

香港や中国では「掛け時計」はご臨終を看取る意味があり、ギフトとしては控えられている。「扇子」や「傘」もその発音から「一家が散る＝バラバラになる」という意味を含むためギフトとしてはタブーである。その一方で、縁起の良い果物がギフト商品として選択されている。りんごは「平安」と発音が似ており、みかんなどの柑橘類は「吉」と同じ発音である。桃は長寿を意味する。梨はその発音から「離別の離」と同じ発音なので結婚

祝いには向かないが、「利益の利」とも同じ発音なのでビジネスに関わるお祝いには喜ばれる。縁起の良い食品をギフトとして選択し、縁起の良いものを選ばない習慣には留意をする必要がある。

◆日本産青果物が香港市場に受け入れられるために◆

食の街・香港では、「メイド・イン・ジャパンだから売れる」は一切通用しない。①食材そのものが良く、②ストーリー性があり、③工夫された仕掛けやマーケティングができ、④継続して変化に対応できる者だけが市場を獲得することができる。つまり、常に工夫と努力が必要であるが、真摯に向き合っていけば結果が出せる市場でもある。この傾向はコロナ禍であってもアフターコロナであっても続くであろう。一部は繰り返しになるが、少なくとも以下のアプローチが今後は必須である。

1 ギフト用商材に関する事前商談

中秋節商戦や春節商戦のように、市場がギフト用青果物を求める時期に集中してギフト用商品を提供することが肝要である。そのためには、収穫期ではなくそれ以前に香港バイヤーと大まかな方向性について商談し、その後、タイミングを見計らって細かい点について詰めていく必要がある。たとえば、9月初旬に出荷可能な和梨を売り込む場合、初夏から夏にかけて香港バイヤー（あるいは香港のパートナー）とギフト箱の規格や数量について事前に話し合っておけば、価格も数量も見通しがつき、市場価格に左右されず商品売り込むことも可能になる。中秋節は通常の時期とは違いギフト需要があるため、品質重視のギフトセットが動くシーズンである。卸売市場で流通する商品よりも優れた商材を提供するなど、香港バイヤーに納得され信頼を得る交渉がポイントになる。

また、中秋節商戦の場合、時期によっては北海道の赤肉メロンや鳥取の青梨などが対象となるであろうし、春節の場合はイチゴだけではなく、温室メロン、文旦を含む柑橘類、リンゴなどが対象となる。ギフト用果物としては大きいサイズが求められ、従来の商品と比較し自社商品の何が差別化できるのかが問われる。また、産地の素晴らしさや生産する上で工夫している点等、商品の背後にあるストーリー性を理解されるように商談の際に説明する必要がある。

春節やバレンタインデーに流通するイチゴも同様である。通常少量販売に向けてのイチゴとは違い、この時期は、男性が愛する女性に対し、あるいは親類や仲間に対して贈る大事なギフトの商品に変わる。香港では、この時期になると米国産や韓国産イチゴが多く流通するため、他国や同業他社と差別化できるような商品が求められる。

2 パッケージングの改良

パッケージングについて検討すべき事項について、以下に挙げる。

- ・中秋節や春節などのギフト商戦で、ギフトボックスは重要である。今日ではオンライン上でPRをする場面も多いため、その重要性はさらに大きい。
- ・イチゴなどのダメージを受けやすい商品に関しては、押し傷やカビが生えないようなホルトレパックなどを活用し、ギフト箱の規格や価格、発注の回数と数量などを事前に話しあっておくべきである。
- ・赤い色やリンゴのイラストを入れた一段のリンゴ用段ボール箱や、桃色で桃のイラストが入った一段の白桃用ダンボール箱、一房のぶどうが丸ごと入るぶどう用ギフトボックスなど、業界の一部では経費をかけてデザインから改良した箱を既に活用している。また、日本で流通しているギフト用ボックスをそのまま香港でも活用している場合もある。こうした取り組みはギフト商戦において必要なアイテムであるが、前述の新疆ウイグル自治区産スイカや韓国産シャインマスカットの事例のように、売り場での並べやすさ、そしてデリバリースタッフや顧客の持ち運びやすさを考慮した提案を参考にし、一歩踏み込んだパッケージングの提案をしていけば、ビジネスが拡大する可能性は格段に上がると考える。
- ・イタリアのチョコレート「フェレロ・ロシェ」³の場合、商品自体は全く同じであるが、季節に応じて変化に富んだラインナップを提案している。たとえば、クリスマスの時期にはベル型やピラミッド型のパッケージで売り出され、バレンタインデーの時期にはハート型の製品が売り出され、コンビニエンスストア向けには3個入りセット、一般的なギフト用には24個入りのギフトボックスで販売されている。日本の一部の果物流通業者も行なっている方法だが、今後大いに取り入れていきたい手法の一つである。

3 加工品との組み合わせ

現状、香港では複数（以下写真左上）あるいは単一（以下写真右上）の果物を1つの箱の中に入れたギフトセットが流通しているが、以下写真（左下）のような生果と加工品を組み合わせたギフトセットは他国産も含めまだ少ない。ジュースやリキュールなどの飲料をはじめ、ゼリーやソースなど香港市場にニーズのある加工品を含めた商品を含めたギフトセットを提案することで、ブランド力や食味の良さをより印象付け、購買意欲につながると考える。

³ URL : https://www.ferrero.co.jp/ferrero_rocher



左上、右上：果物のみのギフトボックス

左下：同じ産地の加工品を含めた果物ギフトボックス（いずれも筆者撮影）

時代は変わり消費者のニーズも変化している。特に新型コロナ禍で安心・安全が問われ、また、よりリーズナブルでないと売れないというスタンスで販売する売り手と、より刺激のある美味しいものを求めるエンドユーザーのギャップが生まれている。

- 変化に対応し、それぞれの産地や生産者の良さを伝えて各商品のファンを築いていくこと
- 商品が定着した段階で新商品の提案をすること
- 仮説を立てて段階に応じた商品の提案をし、販売する前にマーケットリサーチを行う。それにより市場が求めているものを理解した上でさらに戦略を練って販売し、その後何が問題でうまく販売できなかったのかうまく販売できたかを反省し、その経験を生かして売上を拡大していくこと

上記のアプローチが日本国内同様、香港向け食品ギフトの分野にも必要とされるポイントである。

例えば山梨県産白桃は、香りの強さと噛んだ時のジューシーな食感が現状喜ばれており、数量が集まるため 2022 年も香港市場の多くの小売店で流通していた。また、同じ山梨県

内でも産地が異なり、時期によって品種が異なるため、顧客が何度もリピートすることで2022年はさらに販売量を伸ばしてきた。白桃は中国産や韓国産をはじめ他国産も含めて競合も多く、似て非なるものも多い。箱の模倣品も問題になっている。しかしながら、中身の白桃は食味や香りなどで明らかに他国産と差別化できる。ただし、どの分野の小売店にどのような白桃をアプローチするとよりビジネスが拡大できるか、という「拡大する発想」の下、さらに一步踏み込んだ分析とアプローチを行う業界関係者はまだ少数のように見える。

現在は香港ドル・円相場が24年ぶりの円安傾向にあり、品質が良く他国産と差別化できるという強みがありながらも戦略を持ってマーケティングできていないために、そして、定期的な商談ができていないために、本来であればもっと売り込めるはずの商品の売り込みができておらず、機会ロスにすら感じている。

ところで、香港食品市場に対し、現状日本から最も輸出されている果物はリンゴである。これは、日本国内のリンゴの生産者団体が台湾や香港市場を売り込むべき市場と見なし、時間をかけて、そして戦略を持って対応してきた賜物でもある。その戦略は現在も続き、そして成果も続いている。同じことが他の果物にも可能なのではないだろうか。

表：香港におけるりんごの輸入推移

(単位：トン、1,000香港ドル)

	2017年		2018年		2019年		2020年		2021年		前年比		構成比	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
中国	86,139	485,523	90,606	565,048	73,255	484,478	83,022	599,646	91,972	704,117	10.78%	17.42%	55.68%	38.53%
ニュージーランド	14,633	180,984	21,091	278,317	36,601	504,846	26,688	361,242	28,344	450,042	6.20%	24.58%	17.16%	24.63%
日本	6,888	189,853	8,305	231,704	8,050	233,348	6,167	188,047	8,789	269,896	42.52%	43.53%	5.32%	14.77%
米国	39,262	372,370	26,703	263,660	26,379	286,730	20,411	206,606	16,332	203,207	-19.99%	-1.65%	9.89%	11.12%
南アフリカ	3,590	33,756	3,759	40,442	8,735	105,519	7,000	85,273	8,659	68,592	23.70%	-19.56%	5.24%	3.75%
チリ	5,872	61,141	8,796	80,896	25,858	248,697	10,203	108,642	5,688	66,785	-44.25%	-38.53%	3.44%	3.65%
フランス	3,382	35,884	3,330	33,938	3,917	38,359	2,350	24,222	2,451	27,067	4.31%	11.75%	1.48%	1.48%
台湾	321	3,010	465	8,474	972	10,257	719	8,267	1,071	10,905	48.83%	31.91%	0.65%	0.60%
オーストラリア	755	11,602	719	11,017	859	16,669	575	10,793	537	9,104	-6.65%	-15.65%	0.32%	0.50%
韓国	324	6,276	363	7,777	240	5,381	232	5,342	152	3,856	-34.33%	-27.82%	0.09%	0.21%
全体	164,360	1,411,447	166,484	1,548,962	188,640	1,974,646	160,537	1,631,743	165,178	1,827,528	2.89%	12.00%	100.00%	100.00%

対象HSコード：08081000 APPLES, FRESH

出所：香港統計局

参照1 ◆香港における青果物の輸入について◆

香港で消費される果物のほとんどは輸入に依存している。ギフト用果物もその例外ではない。

中国の南方に立地する香港では、チリや中国、タイやマレーシアなどのアジア近隣諸国からも鮮度の高い果物が日々輸入されている。

表：香港における果実類の輸入推移

(単位：トン、1,000香港ドル)

	2017年		2018年		2019年		2020年		2021年		前年比		構成比	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
チリ	217,886	4,813,780	331,584	8,215,519	433,975	10,816,648	362,850	9,741,314	459,094	14,454,758	26.52%	48.39%	24.90%	41.32%
タイ	383,914	3,124,634	350,376	3,531,237	405,191	4,452,099	443,640	6,338,299	431,495	7,098,990	-2.74%	12.00%	23.41%	20.29%
ペルー	46,478	734,463	43,821	721,429	59,447	995,774	59,339	1,119,876	82,581	1,920,852	39.17%	71.52%	4.48%	5.49%
オーストラリア	117,518	1,780,192	124,093	1,870,621	134,146	2,173,586	125,762	2,011,525	100,528	1,881,628	-20.06%	-6.46%	5.45%	5.38%
米国	203,499	3,179,398	181,283	2,764,489	144,402	2,184,529	133,310	1,964,904	106,769	1,708,246	-19.91%	-13.06%	5.79%	4.88%
中国	243,506	1,575,232	248,711	1,954,917	197,293	1,156,865	219,556	1,351,874	238,130	1,660,820	8.46%	22.85%	12.92%	4.75%
南アフリカ	182,105	1,689,881	179,580	1,544,844	162,111	1,481,042	146,169	1,314,273	140,475	1,243,184	-3.90%	-5.41%	7.62%	3.55%
日本	12,597	658,286	14,908	784,320	14,013	777,110	13,448	851,790	17,448	1,114,529	29.74%	30.85%	0.946%	3.19%
ニュージーランド	21,862	387,581	28,811	499,258	44,620	726,967	34,659	599,609	36,815	696,289	6.22%	16.12%	2.00%	1.99%
ベトナム	19,238	99,783	21,056	136,077	42,147	566,107	30,884	362,828	39,796	603,936	28.86%	66.45%	2.16%	1.73%
全体	1,688,925	20,572,038	1,772,030	24,724,310	1,942,470	28,700,752	1,805,806	28,630,815	1,843,493	34,983,006	2.09%	22.19%	100.00%	100.00%

SITC05711 - ORANGES, FRESH OR DRIED SITC05712 - MANDARINES, CLEMENTINES, WILKINGS AND SIMILAR CITRUS HYBRIDS, FRESH OR DRIED
 SITC05721 - LEMONS AND LIMES, FRESH OR DRIED SITC05722 - GRAPEFRUIT, FRESH OR DRIED SITC05729 - CITRUS FRUIT, N.E.S., FRESH OR DRIED
 SITC05730 - BANANAS, FRESH OR DRIED SITC05740 - APPLES, FRESH SITC05751 - GRAPES, FRESH SITC05752 - GRAPES, DRIED SITC05760 - FIGS, FRESH OR DRIED
 SITC05791 - MELONS AND PAPAW (PAPAYAS), FRESH SITC05792 - PEARS AND QUINCES, FRESH SITC05793 - APRICOTS, CHERRIES, PEACHES, PLUMS AND SLOES, FRESH
 SITC05794 - STRAWBERRIES, RASPBERRIES, BLACKBERRIES, MULBERRIES, LOGANBERRIES, CRANBERRIES, BILBERRIES, AND OTHER FRUITS OF THE GENUS VACCINIUM, FRESH
 SITC05795 - PINEAPPLES, FRESH OR DRIED SITC05796 - DATES, FRESH OR DRIED SITC05797 - AVOCADOS, GUAVAS, MANGOES AND MANGOSTEENS, FRESH OR DRIED
 SITC05798 - FRESH FRUIT, N.E.S.

出所：香港統計局

参照2 ◆日本産ギフト食品を扱う主なプレーヤーとヒアリングを行った企業◆

ギフトの小売流通に関して：

ギフト用青果物、ギフト用菓子、酒類は、香港では以下のスーパーマーケットで主に展開されているが、青果物の場合は「街市（がいし）」と呼ばれる香港内に71カ所ある公設市場の中にある専門店でも販売されている。また、ギフト用菓子については、日本産菓子を多く扱う輸入商社の直営店をはじめ、香港地場系のお菓子専門店、洋菓子店、オンラインで販売されている。ただし、贈る方法がオンラインであったとしても贈って喜ばれるアイテムを贈る側が見出しプレゼントするのが定着している香港では、日本で喜ばれているギフトカタログは逆に苦戦していると思われる。

<小売店>

香港 SOGO

所在地：555 Hennessy Road, Causeway Bay, Hong Kong

Tel: 852-2833-8338

URL: <http://www.sogo.com.hk/>

日本各地のギフト用青果物、ギフト用菓子、酒類を扱っている

YATA

所在地：Unit No. 901-910, 9/F., Tower 1 Grand Central Plaza, No.138 Shatin Rural
committee Road, Shatin, NT, Hong Kong

Tel: 852-2634-2070

URL: <http://www.yata.hk>

日本各地のギフト用青果物、ギフト用菓子、酒類を扱っている

AEON

所在地：Units 07-11, 26/F, CDW Building, 388 Castle Peak Road, Tsuen Wan, New
Territories, Hong Kong

Tel: 852-2565-3600

URL: <http://www.aeonstores.com.hk/>

Aeon Style では日本各地のギフト用青果物、ギフト用菓子、酒類を扱っている

Unicorn Stores (HK) Ltd.

所在地：Cityplaza 2, 18 Taikoo Shing Road, Quarry Bay, Hong Kong

Tel: 852-2885-0331

URL: <https://apitauny.com.hk/our-stores/apita-taikoo/?lang=ja>

Apita, UNY, 谷辰にて日本各地のギフト用青果物、ギフト用菓子、酒類を扱っている

City!Super

所在地：8/F., Wharf T & T Centre, Harbour City, 7 Canton Road, Tsim Sha Tsui,
Kowloon, Hong Kong

Tel: 852-2736-3866

URL: <http://www.citysuper.com.hk/>

日本各地のギフト用青果物、ギフト用菓子、酒類を扱っている

無印良品

所在地：Unit 1903-05, Miramar Tower, 132 Nathan Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon,
Hong Kong

Tel: 852-2694 9309

URL: <https://www.muji.com/hk/>

https://www.facebook.com/muji.hongkong/about/?ref=page_internal

一部店舗で日本各地のギフト用青果物およびジュース等青果物加工品、ギフト用菓子を扱っている

<菓子専門店>

A-1 ベーカリー

所在地：Unit 1701-1706, 17/F, New Commerce Centre, 19 On Sum Street, Siu Lek Yuen, Shatin, N.T., Hong Kong

Tel: 852-3143-8288

URL: https://www.a-1bakery.com.hk/zh_HK/

日本産果物を使用した洋菓子、ギフト用菓子を扱っている

零食物語

所在地：21/F Manhattan Place, 23 Wang Tai Road, Kowloon Bay, Hong Kong

Tel: 852-2219-5000

URL: <https://www.okashiland.com>

プリッツ、コロン、ポテトファームをはじめ日本産ギフト菓子を多数扱っている

アロームベーカリー（東海堂）

所在地：香港九龍長沙灣長順街 17 號美心集團中心 18 樓

Tel: 852-2739 1328

URL: <https://www.aromebakery.com.hk/tc>

京都宇治抹茶を使用した月餅、日本産果物を使用した洋菓子、ギフト用菓子を扱っている

大班麵包西餅有限公司

所在地：香港九龍新蒲崗六合街 8 號六合工業大廈 11 樓 A 室

Tel: 852-2328-8162

URL: https://www.taipan.com.hk/about_snowy.html

日本産青果物を使用した月餅を扱っている

<ヒアリングを行った企業>

Topweal Co., Ltd.

所在地：Unit 05, 13/F, Block A, Po Yip Building, 62-70 Texaco Road, Tsuen Wan, Hong Kong

Tel: 852-2646-2886

URL: <http://www.topweal.com>

Goldmal Ltd.

所在地： B2 Hong Kong SOGO, 555 Hennessy Road, Causeway Bay, Hong Kong

Tel: 852- 2518-7799

URL: https://www.facebook.com/aokifreshfruit?locale=ja_JP

新利欄（サンリーラン）

所在地：香港西環西區副食品市場 B44 舖

Tel: 852-2549-3753

URL: <https://www.sunleefood.com.hk>

北海道マルシェ香港

所在地：香港葵涌和宜合道 63 號, 麗晶中心 A 座, 23 樓 11-19 室

Tel: 852-2428-3101

URL: <https://www.milktop.com.hk/index.php?route=common/home>

宇田剛食品有限公司

所在地：香港長沙灣元州街 288 號 C 舖

Tel: 852-9135-1587

URL: <https://www.hafie.hk>

Gary Kwok Flowers & Design

所在地：Shop1706-1711, 17/F Hopewell Centre, 183 Queen's Road East, Wanchai,

Hong Kong

Tel: 852-8200-9226

URL: <https://www.garykwok.com>

とん吉 IFC 店

所在地：3013 3/F IFC Mall, 1 Harbour View Street, Central, Hong Kong

Tel: 852-2899-2922

URL: <https://www.facebook.com/TonkichiTonkatsu/>

参照 3 ◆香港のコロナ禍における飲食業及び食品小売業の影響◆

香港では新型コロナウイルスの影響が 2020 年 1 月から始まっている。2003 年に起きた SARS の経験を生かし、官民共に率先して新型コロナウイルス感染拡大予防対策を実行してきた。

2020 年の香港食品業界は、飲食店向けの厳しい営業規制により飲食業は大きな打撃を受けたが、食品小売業では、一時的に買いだめの需要があったため「置けば売れる」状況が続き、また、飲食のデリバリーサービスも活発であった。2021 年は飲食業のみならず食品小売業も打撃を受けた。2021 年 12 月には、飲食店を利用する際、香港政府が開発した新型コロナウイルスの感染者と接触した可能性を通知するスマートフォン向けのアプリ「安心出行（LeaveHomeSafe）」を使うことが香港市民に義務化された。

しかしながら、2021 年に行われた東京オリンピックでの香港選手の活躍をきっかけに状況は好転。規制措置が緩和されたこともあり、業界は息を吹き返す。その一方で、2022 年 1 月 7 日に変異ウイルスであるオミクロン株が流行しはじめたため、状況は再度悪化し、店内飲食が朝 5 時から夕方 6 時まで、1 テーブル当たり 2 名までの厳しい措置が導入され、飲食業は再び大打撃を受けた。その後、ワクチン接種が進み、オミクロン株の流行が落ち着いてきたため、2022 年 4 月後半以降、新型コロナウイルス対策の行動制限は再び緩和されてきている。

2022 年 9 月現在、飲食業に向けては主に以下のような新型コロナウイルス対策の制限が行われている。

● レストラン

店内飲食は朝 5 時から深夜 0 時まで、1 テーブル当たり 8 人まで、収容人数 100%、宴会人数 120 人まで。ただし、9 名以上でレストランを訪れる場合は、24 時間以内の迅速抗原検査（RAT）での陰性結果のスマホ写真（名前、検査日、検査時刻を記入）、または 48 時間以内の PCR 検査での陰性結果をスタッフに提示する必要がある。

● バー、パブ、ナイトクラブ

営業時間は朝 5 時から深夜 2 時まで、1 テーブル当たり 4 人まで、収容人数 75%まで。ライブパフォーマンスやダンスは禁止。

入店 24 時間以内に取得した迅速抗原検査（RAT）の陰性結果を提示する必要あり。

● カラオケ、パーティールーム

営業時間は朝 5 時から深夜 2 時まで、1 部屋当たり 8 人まで、収容人数 75%まで。

【免責条項】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、できる限り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。

執筆：農林水産物・食品 輸出支援プラットフォーム 香港

本レポートに関する問い合わせ先：

日本貿易振興機構（ジェトロ）

香港事務所

TEL：852-2526-4067

農林水産省「令和3年度輸出先国・地域における輸出支援体制強化委託事業」「令和4年度輸出重点品目についての輸出先国・地域におけるJETROの海外事務所を活用した商流構築や販売支援の強化委託事業」（受託者：JETRO）