

# 2016 年度「輸出環境調査（果物・香港）」

2017 年 3 月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

香港事務所

農林水産・食品部 農林産品支援課

【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ください。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、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

## はじめに

ジェトロは、農林水産業の輸出力強化戦略に基づき、平成 32（2020）年までに農林水産物・食品の輸出額 1 兆円水準を目指すという政府目標の前倒し達成に向けて、取り組みを進めている。

日本産農林産品は、輸出先国の市場等において安価な他国産と競合するケースが多く、こうした競合国産に対抗して輸出を拡大するためには、その動向も注視して必要な対策に取り組む必要があるが、こうした競合国の取組みについて、品目によっては必ずしも十分な情報が得られていない場合がある。

このため、輸出重点国等の市場で日本産と競合する他国産を対象に、当該国産品の生産、輸出の動向や輸出戦略、政府の支援策等に関する情報を収集し、競合国産に対抗できる有効な対策に関する輸出団体や国内事業者等のニーズに応えることを目的とした。

本調査結果が日本産農林水産物・食品の輸出拡大の一助となれば幸いである。

2017 年 3 月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

香港事務所

農林水産・食品部 農林産品支援課

## 調査概要

### 1. 調査目的

日本産のいちご、ぶどうが香港市場で競合しているものとして、韓国産のイチゴ、ブドウの販売動向等を把握することを目的とした。また、日本産が真に競合している品目を明らかにするため、他国産の果物についても調査を実施した。

本調査は、香港市場における日本産農産品の競合国産品の販売・流通状況を把握することで、今後の輸出促進のための基礎資料とする。

### 2. 調査対象先

#### 1) 調査対象国

香港

#### 2) 調査対象品目

- ① いちご
- ② ぶどう

#### 3) 調査対象先

- ① 輸入業者
- ② 小売店バイヤー
- ③ 主要食品小売店
- ④ 食品市場関係者、有識者

### 3. 調査項目

#### 1) 韓国産および日本産のいちご・ぶどうの販売動向

- ・ 調査対象品目の販売ルート
- ・ 購買層
- ・ 購入目的
- ・ 韓国産と日本産との店頭での価格差

#### 2) 韓国産いちご・ぶどうの最新情勢

- ・ 品質の変化
- ・ 新規品種の有無
- ・ 購買層の変化
- ・ 韓国産の強み

- 3) 日本産いちご・ぶどうとの競合調査
  - ・日本産いちご・ぶどうとの真の競合相手
  - ・購買目的別の競合品の有無

4. 調査方法

食品輸入業および小売業関係者への直接面接取材および電話調査を実施した。

5. 調査期間

2017年1月13日～2月17日

## 目次

エグゼクティブサマリー .....	1
<b>1. 韓国産および日本産イチゴ・ブドウの販売動向.....</b>	<b>3</b>
1) 販売ルート .....	3
2) 購買層と購入目的 .....	4
3) 店頭価格の比較.....	5
<b>2. 韓国産イチゴ・ブドウの最新情勢.....</b>	<b>7</b>
1) 取り扱い品種と品質の変化.....	7
2) 購買層の変化.....	10
3) 韓国産の強み.....	11
<b>3. 日本産イチゴ・ブドウの市場環境.....</b>	<b>13</b>
1) 日本産イチゴ・ブドウの競合となる果物.....	13
2) 購買目的別にみる競合商品.....	14
3) 日本産イチゴ・ブドウの位置づけ.....	16
<b>参考資料.....</b>	<b>18</b>
産地別・商品ブランド別のイチゴの店頭価格（2017年1月） .....	18
産地別・商品ブランド別のブドウの店頭価格（2016年9月） .....	20
産地別・商品ブランド別のブドウの店頭価格（2017年1月） .....	21

## エグゼクティブサマリー

日本産および韓国産のいちご、ぶどうは、百貨店系スーパー、高級スーパー、総合スーパー、個人商店、街市（ウェットマーケット）、果物専門店や路面店等で広く販売されている。消費者の購入目的としては、中秋節（旧暦の十五夜を祝う節句）や旧正月にはギフト需要もあるが、高級スーパーや果物専門店に関わらず、いちごもぶどうも年間を通して自宅用の購入がほとんどである。

小売店舗での店頭価格帯は、日本産のいちごは、千円台前半からブランド品種で約6,000 円の商品があり、韓国産いちごは約 700 円前後から、粒の大きい 2 千円台のものもある。

日本産ぶどうは、900 円の巨峰や、8,700 円の化粧箱入りシャインマスカットが販売され、韓国産は、645 円（巨峰）～1,620 円（シャインマスカット）となっている。

図表 1 日本産と韓国産のいちご・ぶどうの価格帯

小売店頭価格	日本産	韓国産
いちご（1 パック当たり）	1320～5820 円	675～2685 円
ぶどう（1 房当たり）	900～8700 円	645～1620 円

※為替レート 1 香港ドル（HKD）=15 円で算出

（出所）店頭調査を基に作成

韓国産の果物は、香港をはじめ、近年は東南アジアへ輸出され始めており、他のアジア諸国においても存在感を増しつつある。

特に韓国産のいちごは、見た目や品質、味が年々向上している。酸味と甘みのバランスがあり、また、日本産イチゴに比べ価格が安く、加えて韓国ドラマや K ポップに親しみのある香港人消費者にとって、韓国のイメージが比較的良好いため受け入れられている。

香港市場ではマスカット種の人気が高まっているが、韓国産マスカットは、グリーンのカラーやサイズが日本産とそん色がなく価格も安い。また、2 年前から韓国産のシャインマスカットが香港で徐々に流通するようになってきており、まだ外皮の厚みがあり皮ごと食すには適さないようであるが、これも改良されていく可能性が高い。

韓国産の強みとしては、①幅広い商品価格帯、②品質と価格の安定性、③棚もちが良い点、④国家レベルでの販促活動、がある。

価格帯について、いちごは、中国や米国産と同程度の価格のものから日本産に近い高価格のものまで商品のラインナップがある。また、品質と価格の安定性についても、流

通における韓国産の強みのひとつとなっている。

さらに、政府機関である韓国農水産食品流通公社（aT Center）による販促活動が活発であり、国家レベルでのプロモーションが韓国産の大きなアドバンテージとなっている。

一方、日本産のいちごとぶどうは、糖度などの高い品質のほか、品種の豊富さが強みであるといえる。日本産は都道府県別に異なった品種の商品を提供しているが、韓国産の商品の種類が多くはない。日本の優位性をさらに生かしていくとともに、それぞれの品種に対する一般の香港人消費者の認知度は高くないため、産地を横断した PR 活動が必要であるといえる。

図表 2 韓国産いちご・ぶどうの強み

① 幅広い商品価格帯	中国や米国産と同程度の価格のものから日本産に近い高価格のものまで商品を揃えつつある
② 品質と価格の安定性	クオリティは一定水準を保ち、価格変動が少ない
③ 棚もちが良い	商品の廃棄や、小売店から輸入卸業者への返品比率が低い
④ 国家レベルでの販促活動	保管費用の補助や補助金の支出、海外市場情報の提供、販売促進など様々な輸出支援を積極的に行っている

(出所) 取材を基に作成



## 1. 韓国産および日本産いちご・ぶどうブドウの販売動向

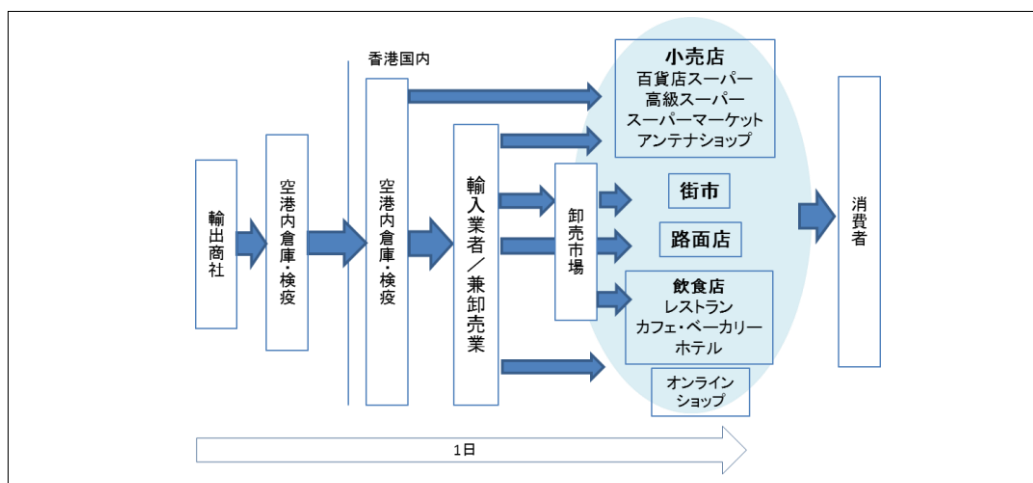
### 1) 販売ルート

香港国内における、日本産および韓国産果物の取り扱い企業については、輸入業者が卸業を兼ねる場合が多いが、一部卸売業者も存在している。また、一部の小売企業は自社による直接輸入も行っている。

日本産果物の人気の高まりに伴い、日本産果物を取り扱う輸入業者数は増加傾向にあり、関係者によれば現在は地場と日系を含め 20 社以上あるという。一方で、韓国産果物の輸入業者は日本産と比べて少なく、7~8 社程度といわれている。これは、韓国産果物は利幅が少ないことが理由とされる。ある地場業者によると、輸入卸売業者のマージンは、日本産果物がおおよそ 20~30%、韓国産は 1%以下であるという。

いちごとぶどうの輸入は、日本産、韓国産とも主に空輸である（一部、船便輸送を試みている輸入業者もある）。空港内の検疫は 2 時間程度で完了し、オーダーから 1 日で小売店へ届く。

図表 3 いちご・ぶどうの輸入販売ルート（空輸）



(資料) 取材を基に NNA グローバルリサーチ作成

関係者への聞き取りによれば、韓国では、果物の品目によってそれぞれ協会があり、協会が価格を設定している。韓国内の各産地からのいちごやぶどうを、輸出業者が同品種で集荷しパッキングしている。

販売チャネルとしては、スーパーマーケットや果物専門店などの小売店、街市といわれる公設のウェットマーケット、路面店、レストランなどの飲食店、オンラインショップがある。日本産、韓国産ともにいずれも流通しているが、百貨店が運営するスーパーでは、いちごやぶどうは日本産の販売が中心である。また近年は、あまおうやシャインマスカットといった日本産ブランドが、街市においても販売されている。

街市の果物店の多くは、九龍（<sup>キンマール</sup>油麻地）の果物卸売市場で仕入れを行っている。加えて、果物卸売市場では一般客向けに小売を行う店舗もあり、現地消費者は、卸売市場でもいちごなどの日本産果物が入手可能となっている。卸売市場における一般向け販売では、韓国産のいちごは利幅が少ないため、日本産と比較すると積極的には取り扱われていないようである。

これまでは老舗輸入卸業者が日本産ブランド品種の代理販売を行っていたが、日本側からの働きかけにより今日では販路拡大が進んだ。消費者にとっては手軽に日本産果物が購入可能になりつつある一方で、輸入業者や小売店における価格競争が激しくなっているのが現状である。

### 写真 1 果物卸売市場の様子



(撮影) NNA

### 2) 購買層と購入目的

日本産および韓国産のいちご、ぶどうは、百貨店系スーパー、高級スーパー、総合スーパー、個人商店、街市（ウェットマーケット）、果物専門店や路面店等でいずれも販売されている。購買層については、百貨店スーパーや高級スーパーではアッパー層が多く、総合スーパーや街市ではミドル層が客層の中心となっているが、アッパー層もミドル層も、その時々によって購入場所や果物の産地を使い分けているようである。あるスーパーマーケットでは、週末と平日とで客層が異なり、週末は家族連れや親子連れが多く、こだわりのものを食べるという傾向があるため日本産品の販売が伸びるといえる。平日はオフィス帰りの客や主婦、高齢者が多く、米国産や韓国産などの値段の手頃な商品が売れているようである。

購入目的としては、中秋節（旧暦の十五夜を祝う節句）や旧正月にはギフト需要もあるが、高級スーパー、果物専門店に関わらず、年間を通して、いちごもぶどうも自宅用の購入がほとんどである。

また、クリスマスシーズンには、いちごの販売が好調である。日本産は、ケーキなどスイーツのデコレーション用ではなく、そのまま食べるために購入されることが多い。

加工用には米国産が人気であるといい、「ケーキは米国産のいちごがレシピなどでも推奨されているし、小さくて形が良く揃っている。あまおうは形が合わない。そのまま食べる方が美味しくて良い」との意見も聞かれた。

ぶどうも自宅用が中心であるが、9～10月の中秋節は、日本の御中元のようなギフト需要があり、日本産ぶどうもギフトの選択肢のひとつとなっている。様々な種類の果物を詰め合わせたギフト用のフルーツバスケットでは、日本産を中心に扱う日系スーパーでも、価格調整のために韓国産の果物も取り入れられている。

### 3) 店頭価格の比較

韓国産と日本産の、いちご、ぶどうの小売店別店頭価格は以下の通りである。小ぶりのサイズをパックしたセール用商品で20HKD（約300円）程度の韓国産いちごがある一方で、大粒のものでは、日本産と価格差がほとんどない商品もある。韓国産イチゴの上位ブランドではソルヒャン（雪香、Sul Hyang）が販売されており、これは粒の大きい品種となっている。1パックあたり114.5HKD（約1720円）ほどで販売されているものもあり、700gと内容量は多いものの、日本のあまおうとほぼ同じ価格帯となっていた。中位品種である韓国のメヒャン（Mae Hyang）は、一般的な米国産いちごと同価格帯となっている。

巨峰についても、韓国産と日本産とで大きな価格差があるわけではなく、10～20HKD程度の価格差である。シャインマスカットは、韓国産のものが日本産の50%～20%程度の価格となっている。

他方、韓国産以外の国の商品と店頭価格を比較すると、米国産のいちごが1パック（454g）およそ50～59HKD、中国産が16～30HKDであり、韓国産いちごの価格帯は、中国産と競合する安価なものから、米国産と同程度のものまで、幅広いレンジとなっている（産地別・商品ブランド別の価格表は巻末の参考資料を参照）。

図表 4 日本産・韓国産イチゴの店頭価格帯

いちご（1パック当たり）	日本産（あまおう）		韓国産（ソルヒャン）
百貨店・高級スーパー	福岡	108～128HKD	NA
一般スーパー	福岡	94.5～109HKD	114.5～179HKD
街市・果物専門店	福岡	60～88HKD	NA
いちご（1パック当たり）	日本産（さがほのか）		韓国産（メヒャン）
百貨店・高級スーパー	佐賀	115HKD	49.9～59.9HKD
一般スーパー	佐賀	99HKD	19.9～56HKD
街市・果物専門店	佐賀	88HKD	45～68HKD

※シーズン中の価格（2017年1月時点）

（出所）店頭取材を基に作成

図表 5 日本産・韓国産ブドウの店頭価格帯

巨峰（1パック当たり）	日本産		韓国産
百貨店・高級スーパー	長野	59.9～78HKD	42.9HKD
一般スーパー	長野	78～98HKD	78HKD
街市・果物専門店	岡山産ピオーネ	268HKD	NA
シャインマスカット（1パック当たり）	日本産		韓国産
百貨店・高級スーパー	長野・岡山	250～498HKD	108HKD
一般スーパー	長野	178HKD	98HKD
街市・果物専門店	長野	280～320HKD	NA

※シーズン中の価格（2016年9月）

（出所）店頭取材を基に作成

写真 2 紫苑（左）とシャインマスカット晴王（右）



（撮影）JETRO

写真 3 卸売市場（左）と街市店頭（右）



（撮影）NNA

## 2. 韓国産いちご・ぶどうの最新情勢

韓国産の果物は、いちごやぶどうのほか、メロン、桃、りんご、梨、みかんなどが香港に輸入されている。近年は、特に梨やいちごが改良されて取扱量が増えつつあり、また、さつまいもなどの生鮮野菜も韓国産の品質が良くなっているという。

韓国産のいちごは、見た目や品質、味が年々向上している。パッケージも工夫がなされ、価格のレンジも幅広いことから、香港をはじめ、他のアジア諸国においても存在感を増してきている。

ぶどうについては、韓国産シャインマスカットが2016年に東南アジアへ輸出され始め、香港でも、日本産シャインマスカットとほとんど変わらないような色つやのものが流通している。

商品力の向上に加えて、プロモーションにおいても政府主導で力が入れられており、韓国産食品の強みとなっている。韓国政府農林部の外郭団体で、食品・農林水産物の輸出支援を担う韓国農水産食品流通公社（aTセンター）は、「韓国グルメ展（Kフードフェア）」を開催し、現地消費者に向けて青果やキムチなどの食料品をPRしている。また、韓国では海外共同物流センターが設けられており、政府による保管費用の補助もある。このような補助金の支出や海外市場情報の提供、販売促進など様々な輸出支援が、マーケットでの競争力強化につながっている。

### 1) 取り扱い品種と品質の変化

#### ① いちご

韓国産いちごは、香港をはじめ、シンガポールやマレーシア、タイなどの20カ国に輸出されている。2015年には中国へ、2016年はベトナムへの輸出も始まった。韓国のいちごは、肥料や農薬の使用を最小限に抑えるために、オートメーション技術を導入した農場で生産され、国際的な農業生産工程管理（GAP）基準に沿ったものとなっている。日本から中国へのいちご輸出は規制されているが、韓国は検疫交渉により中国へ輸出可能となったこともあり、韓国産いちごの生産量は徐々に増えてきている。

香港市場に流通している主な品種は、メヒャン（Mae Hyang）とソルヒャン（Sul Hyang）である。日本産いちごは都道府県別に異なった品種の商品を提供しているが、韓国産の商品の種類は多くない。しかしながら、適度な酸味と甘さ、水分があり、味や品質の改良が続けられている。粒の大きいソルヒャンは、韓国産のブランドとしてパッケージも工夫され、ギフト用に用意されている商品もある。

小売関係者によれば、韓国産いちごは、見た目や品質、味が年々向上しているという。味は酸味と甘みのバランスがあり、「味は薄いですが質もかたちも一定の米産と、甘みがあり粒の大きい日本産の間」とも評される。加えて、日本産いちごに比べ価格が安く、

また、韓国ドラマや K ポップに親しみのある香港人消費者にとって、韓国のイメージは比較的良いため、日本産のシェアをじわじわ奪っている印象を感じるという。「日本産と韓国産は、相対的に同じように消費者に捉えられているのではないか」との意見もあった。

香港消費者には、いちごは大きければ大きいほど好まれている。そのため、日本では流通が少ない DX サイズが好まれる。一方で、韓国産のものは、DX サイズはまだ出しておらず、細かいグレードも韓国産にはないという。現在は、品質と価格、数量がセグメントとなっている。しかし、今後はサイズについても、韓国産が改良されていく可能性が大いにある。

図表 6 韓国産いちごの品質に関する関係者の見解

高級スーパー	・日本産とあまり変わらない値段の商品もあるが、品質が良くない。日本産の流通が少ない時期に代替として仕入れている
一般スーパー	・見た目の品質と味が年々向上している ・日本産いちごに比べて価格が安いいため、日本産のシェアをじわじわ奪っている印象を感じる。日本人にとってみれば、日本産と韓国産の味の違いはわかるが、香港人にとってみれば、韓国産のイメージも比較的良く、日本産と韓国産は相対的に同じような印象を持っているのではないか
街市	・日本産と色が似ている。日本産よりも酸味が少ない
地場輸入業者	・品質や食感の良さ、甘さがあり、値段も手頃 ・韓国も新しい品種が出てくるだろう。甘さも改良されている ・韓国はスタンダードといえる。味が安定している。クオリティもそこそこで値段も手頃

(出所) 取材を基に作成

写真 4 メヒャン (Mae Hyang)



(撮影) NNA

写真 5 雪香 (Sul Hyang)



(撮影) NNA

## ② ぶどう

近年、香港市場ではマスカット種の人気が高まってきている。特に、種なしで皮ごと食べられる日本産のシャインマスカットは、高級スーパーなどで 400～500HKD（約 6,000～7,500 円）ほどの価格帯であるにも関わらず、主に自家用に購入され販売は好調となっている。

韓国産ぶどうの品種は、主に巨峰（種あり・種なし）、マスカットが輸出されている。巨峰の流通量の方が多いが、高級スーパーのバイヤーも街市関係者も、韓国産巨峰への評価はあまり高くはない。

一方で、マスカットは、グリーンカラーやサイズが日本産とそん色なく、価格も安い为消费者に受け入れられているようである。また、輸入業関係者によれば、2年前から韓国産のシャインマスカットが香港で徐々に流通するようになってきたという。昨年頃から、韓国産ぶどうの取り扱いが増えつつある。日本産ほどは甘さがなく皮もまだ厚いため、ある輸入業者は、試食の段階で当初は韓国産シャインマスカットの取り扱いを見送っていたが、年々改良されてきているため今年から輸入を始めるというところもあった。韓国ではまだシャインマスカット種の樹木が若いものの、成長した数年後には、品質や粒のサイズなどがより良くなるだろうといわれている。

図表 7 韓国産ぶどうの品質に関する関係者の見解

高級スーパー	・韓国産の巨峰を 8 月に取り扱うが、あまり甘くない
一般スーパー	・韓国産の品種は 6 割が巨峰、3 割がシャインマスカット。シャインマスカットは見た目が日本産と似ているが少し粒が小さい
街市	・韓国産巨峰を取り扱っていたが、アルコール臭がするという客もいて売れ行きはよくなかった ・マスカットの色や香りが日本と似ている、日本産より価格が安いので良い。日本産が 1 パック 200HKD だと韓国産は 100HKD 程度。しかし日本産のほうがフレッシュで美味しい

<p>地場輸入業者</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・昨年から韓国産ぶどうの取り扱いが増えている。2年前はまだ韓国産のシャインマスカットの物量は少なかった。試食したがいまいちだったので、以前は仕入れなかった。今年は輸入を決めた。韓国のシャインマスカットの樹木はまだ若いですが、2年後くらいには品質や大きさなどがより良くなるだろう</li> <li>・韓国も新しい品種が出てくるだろう。甘さも改良されている</li> </ul>
---------------	--

(出所) 取材を基に作成

## 写真 6 韓国産シャインマスカット



(撮影) JETRO

### 2) 購買層の変化

地場輸入卸売業者によれば、韓国産のいちごは5年ほど前から香港市場において流通が増えてきており、品質や食感の良さ、甘さがあり、値段も手頃でパッケージも良いとされ、中間所得層を中心に受け入れられているという。

果物をギフトとして贈る際には、日本産は高級フルーツとして捉えられているため、アッパー層やアッパーミドル層の消費者には日本産が選ばれている。いちごやりんごなど複数の種類を詰め合わせたフルーツバスケットは、日本産のみで取り揃えると価格が高くなってしまうため、韓国産や台湾産の果物を詰め合わせることで、スーパー側で価格の調整が行われている。しかし、日本産果物は必ず入れるようにしているといい、日本産果物がブランドとして消費者に捉えられていることがわかる。また、高級スーパーにおいては、「日本産や米国産の流通が少ない時期に代替として仕入れる程度」であるといい、韓国産いちごやぶどうは、日本産果物のターゲット層（アッパーミドル～アッパー層）においてまだ脅威とはいえない。

しかしながら、今後、韓国産のいちごの大きさや、シャインマスカットの品質の改良が行われ、高級ギフトとしても魅力的な商品が販売されるようになることが予想される。引き続き韓国産のマーケティングを注視する必要があるだろう。



写真 7 韓国産いちごのギフト商品



(撮影) NNA

### 3) 韓国産の強み

韓国産いちごやぶどうは、幅広い価格帯が強みであるといえる。特にいちごは、中国や米国産と同程度の価格のものから、日本産に近い高価格のものまで商品のラインナップがある。小ぶりのいちごを少量パックした安価な商品を揃える一方、大粒サイズのギフト用商品も用意しており、輸出する段階でパッキングの工夫を行っている。最近、シャインマスカットの輸出が始まったことから、100HKD（約1,500円）を超えるぶどうの高価格帯商品も市場投入され、消費者の選択肢を増やしている。

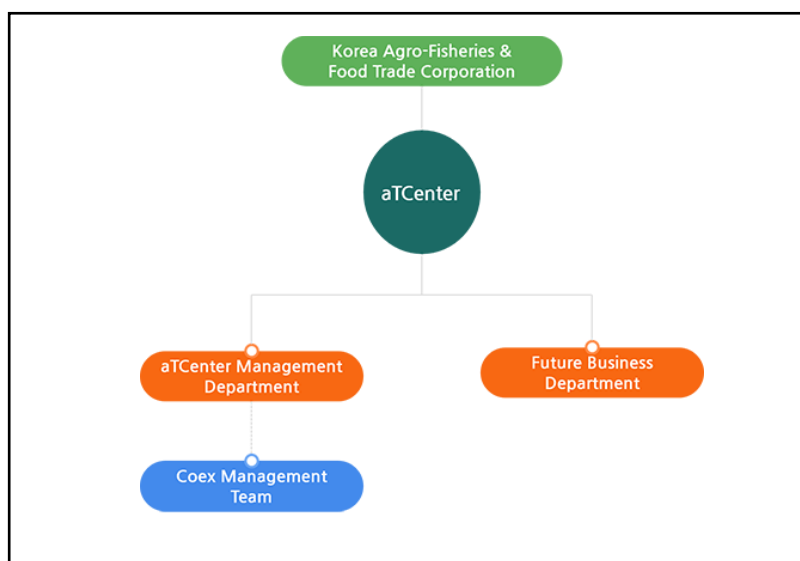
また、品質と価格の安定性についても、流通における韓国産の強みのひとつとなっている。地場輸入業者によれば、「韓国産いちごはスタンダード。韓国産果物の場合はこの商品も味が一定、クオリティがそこそこで値段も手頃で変動が少ない」点が魅力であるという。韓国では、果物ごとに設立されている協会が価格を決定しており、価格決定は1シーズンに4~5回程度とのことである。日本産は市場の値動きにより、輸出業者が価格を見積もって輸入業者と取引をするが、見積価格は通常1週間、場合によっては1日単位で変動することもある。それに比べて韓国産商品は価格の変動が少なく、業者としては扱いやすい。

さらに韓国産は、日本産よりも実が硬いため、棚もちがすることもポイントとなっている。例えばいちごであれば、日本産は通常2~3日程度であるところ、韓国産は5~7日店頭で陳列可能であるという。また、商品の品質劣化による廃棄や、小売店から輸入卸業者への返品比率は10%以下であり、業者によっては20%あるという日本産に比べて低い比率で抑えられている。

他方、韓国産食品全般の特徴として、国家レベルで積極的な輸出支援や国際市場マーケティングが行われている点も強みとして挙げられる。食品・農林水産物の輸出支援を担うaTセンターにはマーケティング予算が配分されており、販促活動が非常に活発に行われている。aTセンターがスーパーでマネキンによる試食販売イベントなどを積極的に支援しており、政府主導のプロモーションが韓国産品の大きなアドバンテージとな

っている。また、ここ数年はターミナル駅などで韓国フェアを開催しており、香港でも人気の韓国人俳優や歌手を起用してエンターテインメント性を打ち出しつつ、農産品の食べ方や栄養価などの周知を図る総合的な PR を実施している。このほか、公共交通機関のモニターなどにおいて、いちごや梨、えのきなど農水産品の広告 PR を積極的に打ち出している。旧正月前などの繁忙期ではなく、あまり消費が活発でない閑散期にプロモーションを実施することで、効果的な販促を試みているようである。

図表 8 韓国農水産食品流通公社 (aT センター) 組織図



(出所) aT Center

### 3. 日本産いちご・ぶどうの市場環境

#### 1) 日本産いちご・ぶどうの競合となる果物

##### ① いちごの競合

いちごの流通が増える時期（12～3月）は、旬であるりんごやみかんが香港市場において定番となっているが、近年はいちごもポピュラーになりつつあり、日本産、韓国産、米国産に関わらず、シーズン中は人気があるという。米国産のいちごは安価であり、甘くはないが歯ごたえがあり日持ちがするため、一定の評価がある。

いちごのシーズンは、タスマニア（オーストラリア）産やチリ産、ニュージーランド産のチェリーのシーズンと重なり、チェリーの販売も好調である。加えて、チリ産やペルー産のブルーベリーも旬の時期で、価格が10～25HKD（約150～375円）と手頃であることから、日常に食べるフルーツとして好まれている。また、季節が反対であるオーストラリアからはマンゴーが出荷され、購買時の選択肢のひとつとなっている。加えて、通年販売されているニュージーランド産のキウイフルーツも定番の果物である。

図表 9 冬季に販売される日常用の果物

果物の種類	産地	数量	価格	果物の種類	産地	数量	価格
りんご (王林) 	日本	1個	10HKD	文旦(柚) 	中国	1個	19.9HKD
オレンジ 	スペイン	700g	39.9HKD	ブルーベリー 	チリ	125g	15.9HKD

(出所) 取材を基に作成

写真 8 タスマニア産のギフト用いちごとチェリー



(撮影) NNA

## ② ぶどうの競合

巨峰は、韓国、中国、台湾が一般的な輸入国となっている。韓国産のほか、台湾産の巨峰も広く販売されているが、「消費者は味を知っている」（地場輸入業者）ため、販売ターゲットのセグメントが異なり、日本産巨峰の脅威とはいえない。

ぶどうの旬（7～10月）は、日本産桃もシーズンであり人気である。岡山県産や和歌山県産の大振りのもので1個120HKD（約1,800円）ほどの価格であるが、桃も自宅用がほとんどであり売れ行きは好調という。

また、日本産メロンも夏の時期（5～7月）に静岡、北海道、熊本県産のものが入荷され、人気商品となっている。台湾産のマンゴーなどのトロピカルフルーツは通年で販売され、日常食として親しまれており、日本産果物とは販売戦略が異なる。

## 2) 購買目的別にみる競合商品

果物は基本的に自宅用として購入されることが多く、平日は日頃食べるパイナップルやバナナ、キウイなどを購入し、家族一緒に過ごす週末は、日本産果物などの少し贅沢なものを購入するという傾向もあるという。贈答シーズンは、秋の中秋節と冬の旧正月であるが、香港では日本の中元や御歳暮ほど盛んではない。ただし、旧正月前は、普段よりも良いものを食べる習慣があるため、日本産果物が購入されることはある。また、香港人には「日本産＝高価、美味しい」というイメージがあるため、ギフトでフルーツを贈る際には日本産が選ばれている。

### ① 旧正月（冬）の贈答

旧正月のギフトとしては、大きいサイズのりんごの世界一や王林が人気であり、黄色やオレンジ色は縁起が良いとされることから、みかんやオレンジが好まれる。小売関係者によれば、いちごはまだギフトとしては根付いておらず、やはり自宅用としての購入が多いようである。一方で、ニュージーランド産のいちごは、近年はギフトボックスに入った粒の大きい高価格帯商品を投入している。また、イスラエル産やトルコ産のいちじくもギフト用として輸入されており、1箱12個入りのものが200～300HKD（約3,000～4,500円）と安価ではないが売れ行きは順調であるという。

### ② 中秋節（秋）の贈答

日本産ぶどうのシーズン中に重なる中秋節は梨が定番のギフトであり、フルーツバスケットには韓国産の梨が詰め合わされることも多い。中秋節は毎年変動するが、時期が合えば日本産桃もギフトとして購入される。

写真 9 旧正月用のりんご



(撮影) NNA

写真 10 旧正月シーズンのギフト用商品



(撮影) NNA

写真 11 イスラエル産いちじく



(撮影) NNA

写真 12 路面青果店での販売の様子



(撮影) NNA

### 3) 日本産いちご・ぶどうの位置づけ

日本産と韓国産のいちごおよびぶどうの強みと弱みを比較してみると、韓国産にはない日本産いちごの強みとしては「品種の豊富さ」が挙げられる。日本産の場合は、産地も国内それぞれから出荷され、産地や品種によって味や大きさなどの特徴が異なっている。ただし、まだそれぞれの品種に対する一般の香港人消費者の認知度は低く、その時期に流通している品種やブランドのものを、たまたま購入し口にしていているといった現状である。そのため、各品種の特徴や入荷シーズンなどを啓蒙するような、産地を横断した PR 活動が必要であるといえる。輸入業者からは、「日本産のいちごは、参入時は積極的に試食イベントなどを開催していたが今はあまりプロモーションを行っていない。日本産果物の品質自体は年々更に改良されていると思うが、韓国産果物の存在感が増しつつある香港市場の状況に対し、危機感を持つべき」という意見もあった。

ぶどうについては、前章でも述べたように、現在シャインマスカットの人気が高まってきており、日本産は売れ行き好調となっている。生産が始まって間もない韓国産シャインマスカットは外皮が日本産のもの比べて厚く食感があまり良くないため、日本産はブランドの優位性が保たれている。しかし今後は韓国産の品質が改良されていく可能性がある。また、一般消費者には巨峰とマスカットの区別はあるが、シャインマスカット自体の認知度が高いとはいえないため、韓国産シャインマスカットとの差別化を意識する必要があるだろう。

図表 10 日本産・韓国産いちごとぶどうの特徴

いちご	韓国産	日本産	ぶどう	韓国産	日本産
糖度の高さ	△	○	糖度の高さ	△	○
適度な酸味	△	○	適度な酸味	○	○
食感の良さ	△	○	食感の良さ	△	○
日持ちの良さ	○	△	外皮の薄さ	×	○
見た目の良さ	○	○	見た目の良さ	○	○
粒の大きさ	△	○	粒の大きさ	△	○
形の均一性	△	○	形の均一性	△	○
品種の豊富さ	×	○	品種の豊富さ	×	○
パッケージ	○	○	パッケージ	○	○
価格	○	△	価格	△	△
認知度	△	△	認知度	×	△
プロモーション	○	△	プロモーション	△	○

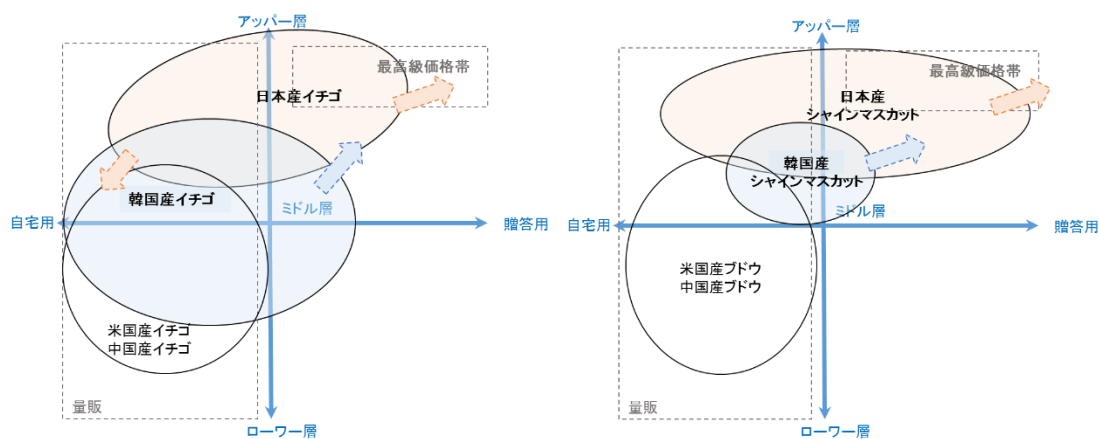
(出所) 取材を基に作成

いちごおよびぶどうの販売について、日本産と韓国産とではマーケティング戦略が異なる。日本産いちごとぶどうは、香港市場において高価格帯商品となり、そのなかでも最高級のポジショニングとなる。

価格帯が広い韓国産いちごは、米国産の購買層から日本産の購買層であるアッパーミドル層まで、広くカバーしているといえる。そして今後は、安価な商品も維持しつつ、高価格帯商品の拡充も予想される。他方、日本産いちごは、ギフト商品としての定番化をはかる戦略と、昨今の「あまおう」の販路拡大のように、値下げによる量販化の二つが考えられる。量販を目指しターゲットとする顧客層を拡げるか、高価格帯商品としてイメージを保つか、各ブランドは今後のポジショニングについて戦略を立てる必要があるといえる。またその場合、日本産であることがひとつのブランドとなっているため、高級感のあるパッケージなど、商品の差別化をはかるような工夫をしなければならない。

ぶどうについては、シャインマスカットで分析してみると、日本産は高級ギフトとして評価されており、かつアッパーミドル層以上には特別な日の自家用として購入されている。これまでは年内に販売が終了していたが、長期貯蔵と輸送の技術向上により冬季も香港で販売可能となっており、旧正月時期のギフトも視野に供給の幅が広がっている。韓国産シャインマスカットも今後、贈答用として品質と生産量が向上する可能性があるため、日本ブランドのさらなる認知度アップと、ギフト商品の拡充が今後の課題であると考えられる。

図表 11 日本産いちごイチゴとシャインマスカットのポジショニング（主顧客層とオケージョン）



(出所) 取材を基に NNA グローバルリサーチ作成

## 参考資料

産地別・商品ブランド別のいちごの店頭価格（2017年1月）

	商品ブランド名	原産国(産地)	価格(HKD)	数量	販売店顧客層
日本産	あまおう	福岡	158	1 パック	アッパー
	あまおう	福岡	228	2 パック	アッパーミドル
	あまおう	福岡	108	1 パック	アッパーミドル
	あまおう	福岡	128	1 パック	アッパーミドル
	あまおう	福岡	129	1 パック	アッパーミドル
	あまおう	福岡	128	1 パック	アッパーミドル
	あまおう	福岡	189	2 パック	ローワ—ミドル
	あまおう	福岡	138	2 パック	ローワ—ミドル
	あまおう	福岡	60	1 パック	ローワ—ミドル
	あまおう	福岡	88	1 パック	ローワ—ミドル
	あまおう	福岡	120	2 パック	ローワ—ミドル
	ゆうべに	熊本	125	1 パック	アッパーミドル
	ゆうべに	熊本	139	1 パック	アッパーミドル
	ゆうべに	熊本	148	2 パック	ローワ—ミドル
	ひのしずく	熊本	138	1 パック	アッパーミドル
	ひのしずく	熊本	139	1 パック	アッパーミドル
	ひのしずく	熊本	140	2 パック	ローワ—ミドル
	ゆめのか	長崎	129	1 パック	アッパーミドル
	ゆめのか	長崎	88	1 パック	アッパーミドル
	しろいちご	鹿児島	238	1 箱	アッパーミドル
	しろいちご	鹿児島	128	1 パック	アッパーミドル
	さがほのか	佐賀	88	1 パック	アッパーミドル
	さがほのか	佐賀	115	1 パック	アッパーミドル
	さがほのか	佐賀	99	1 パック	アッパーミドル
	淡雪	福岡	298	1 パック	アッパーミドル
	淡雪	佐賀	188	1 パック	アッパーミドル
	淡雪	佐賀	380	2 パック	ローワ—ミドル
	紅ほっぺ	静岡	188	1 パック	アッパー
	紅ほっぺ	静岡	89	1 パック	アッパーミドル
	天使の実	佐賀	388	1 パック	アッパー
もういっこ	宮城	828	1 箱	アッパー	



	もういっこ	宮城	159	1 パック	アッパーミドル
	雪うさぎ	佐賀	698	1 箱	アッパー
	おおきみ	佐賀	208	1 パック	アッパー
韓国産	Korean MaeHyang Strawberry	韓国	149	1 箱	アッパーミドル
	MaeHyang Strawberry	韓国	59.9	330g	アッパーミドル
	Berry Licious	韓国	49	350g	アッパーミドル
	Berry Licious	韓国	56	330g	アッパーミドル
	Sulhyang Strawberry	韓国	179	700g	アッパーミドル
	Sulhyang Strawberry	韓国	229	450g×2	アッパーミドル
	Handeul	韓国	21.9	250g	アッパーミドル
	Handeul	韓国	35.6	250g×2	ローワ—ミドル
	Korean Premium Strawberry	韓国	33.8	250g×2	ローワ—ミドル
	Shiu Pong Farm	韓国	59.9	1 パック	アッパーミドル
	Berry Licious	韓国	56	330g	アッパーミドル
	Berry Licious	韓国	45	330g	ローワ—ミドル
	Berry Licious	韓国	50	330g	ローワ—ミドル
	Berry Licious	韓国	45	330g	ローワ—ミドル
	Joy Farm	韓国	45	1 パック	ローワ—ミドル
	Joy Farm	韓国	68	1 パック	ローワ—ミドル
	Morning Farm	韓国	27.9	250g	アッパーミドル
	Korean strawberry	韓国	48	330g	アッパーミドル
米国産	Driscoll's	米国	56.9	454g	アッパーミドル
	Driscoll's	米国	42.9	250g	アッパーミドル
	Driscoll's	米国	59	454g	アッパーミドル
	Driscoll's	米国	54.9	454g	ローワ—ミドル
	Ventura Country	米国	50	454g	ローワ—ミドル
中国産	いちご	中国	30	1 山	ローワ—ミドル
	いちご	中国	20	1 パック	ローワ—ミドル
	いちご	中国	16	1 パック	ローワ—ミドル
その他	Strawberrie Delica	ニュージーランド	85.9	454g	アッパーミドル
	Tasemar Tradition and Taste	タスマニア	109	1 箱	アッパーミドル
	Strawberry	エジプト	15	1 パック	ローワ—ミドル

(出所) 店頭取材を基に作成

## 産地別・商品ブランド別のぶどうの店頭価格（2016年9月）

商品ブランド名	原産国(産地)	価格(HKD)	数量	販売店顧客層
シャインマスカット	岡山	498	1箱(1300g程度)	アッパーミドル
シャインマスカット	長野	250	600g程度	アッパーミドル
シャインマスカット	長野	178	450g	アッパーミドル
シャインマスカット	岡山	580	1箱	ローワーミドル
シャインマスカット	長野	320	1房	ローワーミドル
シャインマスカット	長野	298	1房	ローワーミドル
シャインマスカット	長野	280	1房	ローワーミドル
シャインマスカット	韓国	108	600g	アッパーミドル
シャインマスカット	韓国	98	600g	ローワーミドル
ピオーネ	日本	250	658g	アッパーミドル
ピオーネ	山梨	69	400g	ローワーミドル
ピオーネ	岡山	268	1房	ローワーミドル
巨峰	長野	59.9	400g	アッパーミドル
巨峰	長野	98	400g	アッパーミドル
巨峰(長野パープル)	長野	78	1房	アッパーミドル
巨峰	長野	78	500g	ローワーミドル
巨峰	韓国	42.9	450g	アッパーミドル
巨峰	韓国	78	600g	アッパーミドル
巨峰	台湾	54.9	500g	アッパーミドル
巨峰	台湾	59.9	1房	アッパーミドル
ニューベリーA	広島	98	600g	アッパーミドル

(出所) 店頭取材を基に作成

産地別・商品ブランド別のぶどうの店頭価格（2017年1月）

商品ブランド名	原産国(産地)	価格(HKD)	数量	販売店顧客層
シャインマスカット	長野	337.2	562g	アッパー
シャインマスカット	長野	262.8	584g	アッパーミドル
シャインマスカット	長野	328	1房	アッパーミドル
シャインマスカット	日本	300	1房	ローワーミドル
シャインマスカット	日本	250	1房	ローワーミドル
シャインマスカット	日本	200	1房	ローワーミドル
スチューベン	青森	99.9	1房	アッパーミドル
巨峰	台湾	59.9	1房	アッパーミドル
Kyoho Grape	台湾	54.9	1房	ローワーミドル
Royalty	台湾	20	1袋	ローワーミドル
種無し紅ぶどう	米国	35.8	650g	アッパーミドル
Grapefully Natural White	南アフリカ	23.9	500g	アッパーミドル
Red Grape Seedless	中国	11.8	454g	ローワーミドル
Seedless Green Grape	NA	44.7	456g	アッパーミドル
Seedless Red Grape	NA	58.5	542g	アッパーミドル
Red Glode Grape	NA	16	416g	アッパーミドル
マスカット	NA	28	2房	ローワーミドル
種無しマスカット	NA	15	1袋	ローワーミドル
種無しマスカット	NA	20	1山	ローワーミドル

(出所) 店頭取材を基に作成

2016 年度「輸出環境調査（果物・香港）」

2017 年 3 月作成

---

日本貿易振興機構（ジェトロ）農林水産・食品部 農林産品支援課  
〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32  
Tel. 03-3582-8348

---

禁無断転載