

寧波市日本食品消費動向調査

2013年3月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

農林水産・食品部

上海事務所

【免責事項】

ジェトロは、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、派生的、特別の、付随的、あるいは懲罰的損害及び利益の喪失については、それが契約、不法行為、無過失責任、あるいはその他の原因に基づき生じたか否かにかかわらず、一切の責任を負いません。これは、たとえば、ジェトロがかかる損害の可能性を知らされていても同様とします。

アンケート返送先 FAX : 03-3582-7378
e-mail : AFC@jetro. go. jp
日本貿易振興機構 農林水産・食品調査課宛

● ジェトロアンケート ●
調査タイトル：寧波市日本食品消費動向調査

寧波市日本食品消費動向調査報告書をお読みいただいた後、是非アンケートにご協力をお願い致します。今後の調査テーマ選定などの参考にさせていただきます。

■質問1：今回、本報告書で提供させていただきました「寧波市日本食品消費動向調査」について、どのように思われましたでしょうか？（○をひとつ）

4：役に立った 3：まあ役に立った 2：あまり役に立たなかった 1：役に立たなかった

■質問2：本調査をご覧になり、実際にビジネスにつながった例がありましたらご記入ください。

--

■質問3：今後のジェトロの調査テーマについてご希望等がございましたら、ご記入願います。

--

■ご所属をご記入ください。

【必須】 <input type="checkbox"/> 大企業 <input type="checkbox"/> 中小企業 <input type="checkbox"/> その他	御社・団体名（任意）	
	部署名（任意）	
	※質問3をお答えいただいた方は、ジェトロからお話をお伺いする場合がございますので、ご連絡差し上げてもよろしい場合、以下の欄もご記入ください。（任意）	
	ふりがな	
	お名前	
	お電話番号	メールアドレス

※ご提供頂いたお客様の情報については、ジェトロ個人情報保護方針（<http://www.jetro.go.jp/privacy/>）に基づき、適正に管理運用させていただきます。また、上記のアンケートにご記載いただいた内容については、ジェトロの事業活動の評価及び業務改善、事業フォローアップのために利用いたします。

～ご協力有難うございました～

寧波市日本食消費動向調査

目 次

1. 日本食品輸入の現状	6
調査対象都市における日本産農林水産物・食品の輸入の状況	
2. 消費者の食文化や食全般のトレンド	10
(1) 現地消費者の食に対する意識	
(2) 食全般のトレンド	
(3) 日本食品、日本食レストランのトレンド	
(4) 輸入食品の購入者、外食店舗の利用者の実態	
3. 小売の現状	18
(1) 日本産食品を取扱う主要な小売店・百貨店	
(2) 日本産食品の主な流通ルート・取扱業者	
(3) 日本産および日系企業現地生産品の小売（外資、日系、地場）での販売動向	
(4) 売れ筋商品、売上が急増している商品	
(5) 競合品、売れ筋商品の成功事例分析	
(6) 日本食品との類似商品	
4. 外食産業の現状	27
(1) 日本の外食産業の進出状況	
(2) 現地で人気の日本食レストラン	
(3) 現地で浸透している外国レストランまたは外食チェーンの成功要因分析	
5. 業務用日本食品の現状	28
(1) 業務用日本食材	
(2) 調査都市における日本食材の主要な流通ルート、輸入・卸売業者	

1. 日本食品輸入の現状

1. 寧波市の基本概要

寧波市（ねいはし、ニンポーし、中国語:宁波市、英語:Ningbo）は、中華人民共和国浙江省に位置する副省級市。沿海部の港湾都市として商工業が発達しているが、同時に古い歴史を誇り国務院から国家歴史文化名城に指定されている。市は海曙、江東、江北、鎮海、北侖、鄞州の六区と象山、寧海の二県、余姚、慈溪、奉化の県クラスの三市を管轄している。寧波市統計局の 2011 データによると※1、市内総面積は 9,816 平方キロメートルで、戸籍人口 576 万 4,000 人。また市中心部はおよそ 2,461 平方キロメートルにわたり、中心部人口はおよそ 224 万 7,400 人と報告されている。

なお市内南西部には寧波欒社（れきしゃ）国際空港があり、アジア各地やヨーロッパとの往来があるものの、日本との直行便は 2012 年 12 月時点でまだ就航していない。また寧波港はアジア全体におけるコンテナ取扱量で上位十港に入る貿易の街としても有名。2008 年には杭州湾を縦断して上海と寧波を結ぶ杭州湾海上大橋が完成した。全長 3 万 5,673m と海上橋としては世界最長を誇る。そのため、現在では上海市内から寧波市中心部まで、車を使って約 3 時間、電車を使うと陸路を迂回するため 4 時間程度かかる。鉄道は寧波駅（現在改修中のため寧波東駅に機能移転中）のほか、現在地下鉄（寧波軌道交通）が工事中であり、2014 年に 1 号線が開通予定とされている。

※1 <http://www.nbstats.gov.cn/read/20120507/27111.aspx>

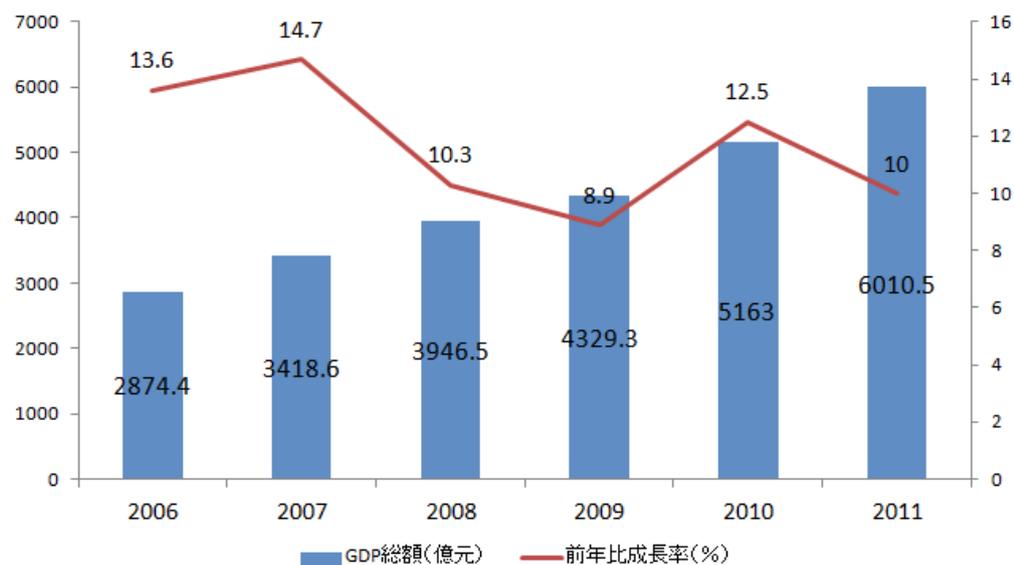


百度图片（Baidu map）より作成

寧波基本情報 (2011年)	
市内常住人口	576万4,000人
名目GDP総額	6,010億5,000万元
実質GDP成長率	10%
一人当たり実質GDP	12,213USD
可処分所得	3,4058元
消費者物価指数上昇率	5.3%

寧波市統計局データをもとに作成

寧波市のGDP推移 (2006-2011)



寧波市統計局データをもとに報告者が作成

<アジア主要港の2012年1-10月取扱高>

港	取扱高 (万TEU)	前年 同期比
上海	2692.32	101.80%
シンガポール	2643.9	106.50%
香港	1943.2	95.60%
深せん	1919.18	102%
釜山	1420.25	105.90%
寧波	1367.63	110.20%
青島	1208.73	111.10%
広州	1199.07	103.30%
天津新港	1024.73	106.80%
高雄	820.42	102.68%

Marine net 2012/12/10 より

2. 寧波市内における日本食品の現状

現状、寧波市における日本食品市場関連の公式データは報告されていない。輸入食品全体としては、寧波市税関の統計データによると、2012年1月から11月までの輸入食品総額は3,983万USドルとし、前年同期比で6.2%増と報告している。また商品別ではワインや粉ミルク、オリーブオイル、米、コーヒーなどの割合が高い※1。

日本食品の市場状況については、現状、市内小売ルートおよび業務ルート双方における流通量は極めて限定的と考えられる。近年、寧波市内では日本料理をコンセプトとするレストランも徐々に増えてきているが、現状は中国人の嗜好に合わせた「和風テイスト」の店作りが主流とみられる(※2)。また小売店向けの輸入日本食品においても、市内流通量はごく一部に限られている。これら商品の輸入地は寧波港ではなく、大半が上海や深センで一旦輸入され、国内輸送で寧波に入ってきたものと考えられる。

なお、本調査の一環で2012年11月25日から12月5日にかけて実施した「寧波一般消費者アンケート」によれば、100人中90人が日常生活で輸入食品を購入していると回答し(参照1)、うち8割強が日本食品も購入していると回答した(参照2)。また購入頻度としては、輸入食品では「3週間に1回」が最も多く、さらに日本食品の購入頻度は「月に1回未満」が最多になるなど、いまだ輸入食品が日常食として根付いていない現状がうかがえる。(参照3,4)。

※1 http://japanese.ningbo.gov.cn/art/2012/12/14/art_230_611658.html

※2 下記、市内日本料理屋のメニュー一例。欧米式や中華の盛り付けが取り入れられている。



◆寧波一般消費者アンケート

対象：1ヶ月の世帯収入が4000元以上の寧波市民

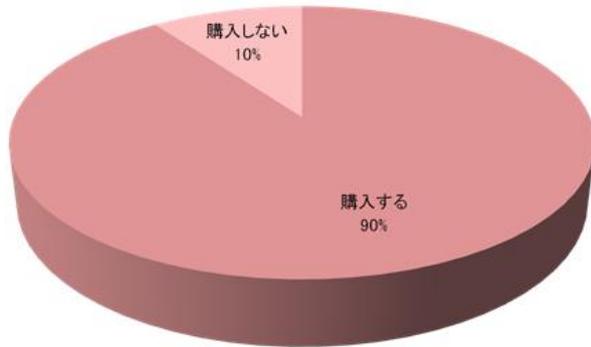
アンケート数：男女100名

世代：20代～50代

実施時期：2012年11月25日～12月5日

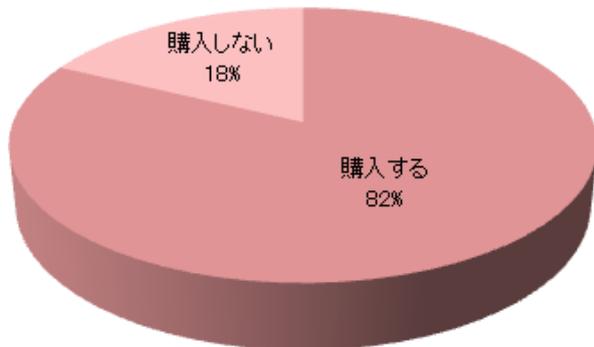
※本レポート内のアンケート結果は、すべて上海恒輝市場諮詢有限公司の調査による。

【参照 1】 普段、輸入食品を購入しますか？ (n=100)



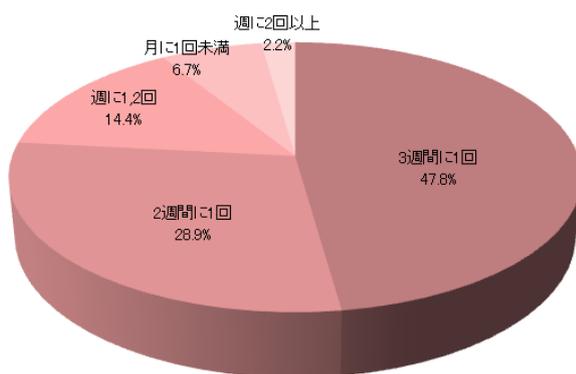
No.	購入状況	人数	割合
1	購入する	90	90%
2	購入しない	10	10%

【参照 2】 普段、日本食品を購入しますか？ (n=90)



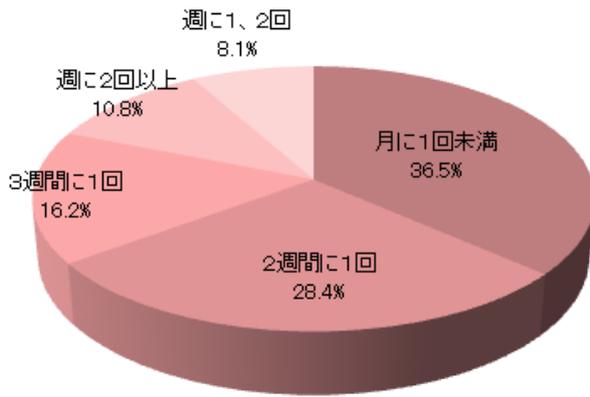
No.	購入状況	人数	割合
1	購入する	74	82%
2	購入しない	16	18%

【参照 3】 輸入食品の購入頻度はどのくらいですか？ (n=90)



No.	購入頻度	人数	割合
1	3週間に1回	43	47.8%
2	2週間に1回	26	28.9%
3	週に1,2回	13	14.4%
4	月に1回未満	6	6.7%
5	週に2回以上	2	2.2%

【参照 4】日本食品の購入頻度はどのくらいですか？ (n=74)



No.	購入頻度	人数	割合
1	月に1回未満	27	36.5%
2	2週間に1回	21	28.4%
3	3週間に1回	12	16.2%
4	週に2回以上	8	10.8%
5	週に1、2回	6	8.1%

2. 消費者の食文化や食全般のトレンド

(1) 現地消費者の食に対する意識

寧波市は沿岸部で水産業が盛んなため、海産品を使った料理が多いのが特徴。また上海料理等に見られる濃い味付けとは対照的に、素材そのままもしくは塩味で食べる文化が浸透していることから、寧波料理は日本人の間でも人気が高い。一方で、かつての寧波料理は塩味がきついことも多く、「しょっぱい料理」というイメージを持たれていた時期もあったが、近年は健康志向の高まりをうけ、過度に塩気を加える料理は少なくなっている。

第一食品網の報道によると(※1)、海魚が好きな寧波市民の間で、特に人気が高いのは「タチウオ」、「フウセイ」、「マナガツオ」の3種としている。また同報道によると2011年の寧波市における海産品消費量は25万トン以上にのぼり、前年比で約8万トン増という高い伸びを見せているという。

※1 http://spzx.foods1.com/show_1406355.htm

〈寧波市人気魚ランキング〉

順位	魚の種類	
1	带鱼	タチウオ
2	黄鱼	フウセイ
3	鲳鱼	マナガツオ
4	海蟹外	カニ
5	海鳗	アナゴ
6	虾	エビ(淡水)
7	海虾	エビ(海水)
8	鱿鱼	イカ
9	青鱼	アオウオ
10	梅鱼	日本語不明

第一食品網の報道を元に作成

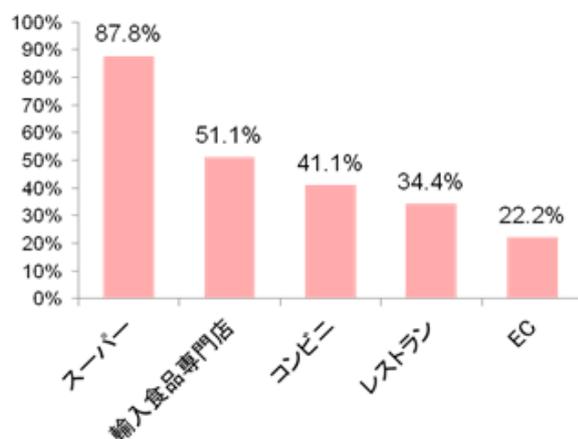
(2) 食全般のトレンド

【ポイント①】寧波港における輸入食品の増加

寧波港における海外食品の輸入量が増加傾向にある。特にフランス、スペイン、チリ等から輸入されるワインは、寧波市としても重点商品と位置づけており、中国国内での拡販強化を進めている。前述の寧波市税関の統計データによれば、2012年1月から11月までのワイン輸入量が716万9,000リットル、およそ3,849万USドルとしている。上記期間における主要国別の輸入量としては、フランス(370万3,000リットル)、スペイン(123万リットル)、チリ(68万6,000リットル)。なおビールにおいてもドイツなど欧州を中心とする輸入が増加傾向にあり、全体で20万5,000万リットル、うちドイツからが90%以上を占めていると報告している。その他輸入が伸びている商材としては、粉ミルク、オリーブオイル、米、コーヒーなどが挙げられる。

「寧波一般消費者アンケート」によると、輸入食品の購入場所は「スーパーマーケット」が9割近くを占めトップ(参照5)、商品の種類としては「菓子類」が7割近くを占める結果となった(参照6)。また輸入食品の購入動機としては「美味しさ」がトップとなっているが、「安全安心」が2位につけるなど、食の安全意識の高まりが見て取れる結果となった(参照7)。

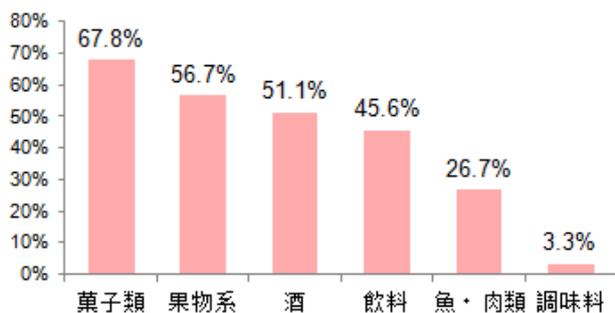
【参照5】輸入食品はどこで購入しますか？ (n=90、複数回答可)



No	購入場所	人数	割合
1	スーパー	79	87.8%
2	輸入食品専門店	46	51.1%
3	コンビニ	37	41.1%
4	レストラン	31	34.4%
5	EC	20	22.2%

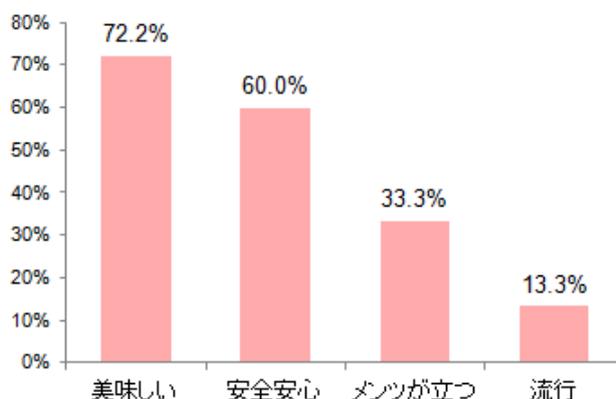
※EC:電子商取引

【参照6】普段購入する輸入食品はどういったものですか？ (n=90、複数回答可)



No	商品	人数	割合
1	菓子類	61	67.8%
2	果物系	51	56.7%
3	酒	46	51.1%
4	飲料	41	45.6%
5	魚・肉類	24	26.7%
6	調味料	3	3.3%

【参照 7】 輸入食品を購入する理由はなんですか？ (n=90、複数回答可)



No.	理由	人数	割合
1	美味しい	65	72.2%
2	安全安心	54	60.0%
3	メンツが立つ	30	33.3%
4	流行	12	13.3%

【ポイント②】 保税販売スキームの推奨

寧波市は 2012 年 3 月、寧波港の利用促進事業の一環として「寧波保税區輸入食品館」をオープンさせた。ここでは輸入食品の保税品（輸入通関前の税金の支払いなどを行っていない段階の商品）の展示ができるほか、実際に即売も可能としている。

寧波市貿易局関係者によれば、寧波港はこれまで輸出を中心に発展を遂げてきたが、今後は輸入港としても対外的にアピールをしていきたいと話している。その一環として、寧波は市政府主導で

スピーディな輸入通関作業を実現し、また個別案件に対する臨機応変な対応、税金面での優遇なども一部検討しているという。

<食品における保税販売の課題>

一般的に、輸入食品における保税販売のメリットは下記2点と考えられる。

① 売り先が決まっていない段階でも、コストを抑えて現地で在庫保管できること

② 売れ残った商品は税金を支払うことなく送り返す、もしくは破棄できること

しかし、食品については賞味期限があるため、「常時在庫として置いておくこと」がメリットになりづらい。賞味期限が長期（もしくは半永久）である酒類等であれば同スキームを活用するメリットはあるが、日本からの商材として多い「一般加工食品」や「水産品」などは保税販売の強みを生かすににくい面もあるといえる。

また物流会社関係者の話によれば、日本と寧波を結ぶコンテナ船は上海などと比べて本数が少ないため、輸送運賃が高くなるケースが多い。そうした場合、まず輸送運賃が安い上海港に商品を送り、そこから陸路（トラック等）にて寧波に配送したほうが総合的に見て安くなる場合もあるという。この点で、寧波港における「通関コスト」や「通関スピード」に今後どのくらい強みを出せるかがポイントになると考えられる。



寧波市貿易局が管理する寧波保税区輸入食品館

(3) 日本食品、日本食レストランのトレンド

【ポイント①】日本企業が作る現地生産品の増加

寧波市内における日本からの輸入食品はいまだ限定的と言える。一方で、一部の日本企業については中国にて生産工場をもち（もしくは外部委託工場に生産を依頼し）、低価格での「日本ブランド食品」を展開している。パッケージには日本語と中国語を混ぜた表記を採用し、日本ブランドと

しての高品質・安全性をアピールするものが多い。「寧波一般消費者アンケート」において、「普段日本食品を購入しますか？」との問いに8割強が「購入する」と答えた背景には、おそらく現地生産品と輸入品の区別がついていない消費者が多かったことが考えられる。

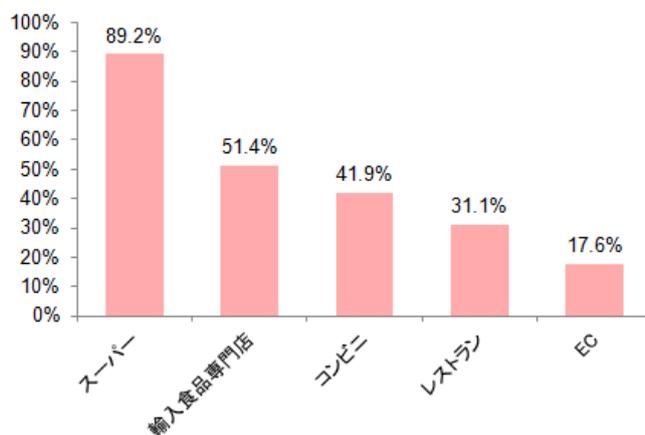
【ポイント②】台湾、韓国商品の擬似日本食化

中国においても、日本産食品の「高品質・安全・美味しい」というイメージは深く浸透している。そのため、「実際は日本で作られたものではないが、パッケージ等を工夫して“日本ブランドっぽさ”をイメージさせる戦略」が一部の商品で採用されている。こうした戦略を用いるのは、中国国内企業のほか、台湾や韓国の食品メーカーに多く見られる。同品の特徴は、日本語表記で、なおかつあたかも日本商品と思わせるかのようなパッケージ（日本的な桜や和服、富士山などを）を採用している点が挙げられる。日本語表記のなかには間違った表現も散見されるが、日本語がわからない中国人にとっては誤認してしまうケースも少なくない。



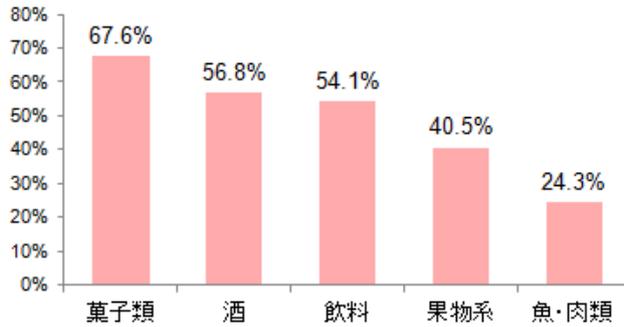
台湾メーカーが製造した菓子。日本語で表記されている

【参照 8】日本食品をどこで購入しますか？（n=74、複数回答可）



No	購入場所	人数	割合
1	スーパー	66	89.2%
2	輸入食品専門店	38	51.4%
3	コンビニ	31	41.9%
4	レストラン	23	31.1%
5	EC	13	17.6%

【参照 9】どんな日本食品を購入しますか？（n=74、複数回答可）



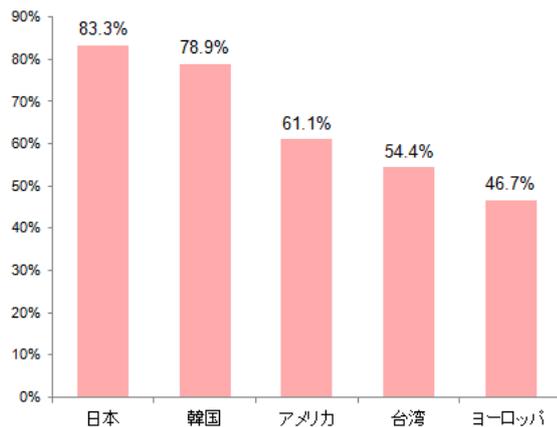
No.	商品	人数	割合
1	菓子類	50	67.6%
2	酒	42	56.8%
3	飲料	40	54.1%
4	果物系	30	40.5%
5	魚・肉類	18	24.3%

(4) 輸入食品の購入者、外食店舗の利用者の実態

1. 小売系商材の実態

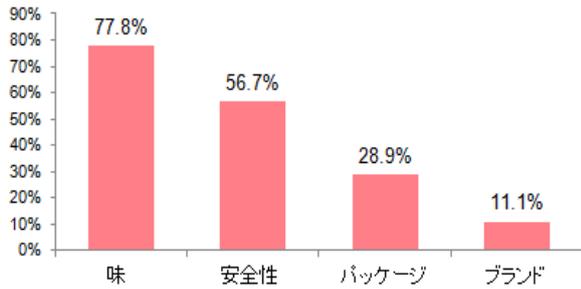
「寧波一般消費者アンケート」によると、購入する輸入食品の原産地としては「日本」が8割強を占めトップという結果だった（参照 10）。ただし前述の理由により、消費者が誤認しているケースも一定量想定されるため、実際はもう少し比率が落ちる可能性がある。また輸入食品を購入する際のポイントとしては「味」がトップになっているが、次点に「安全性」がランクされていることから、寧波市民の食の安全意識の高まりが見て取れる。またブランド志向が強いとされる中国人だが、同アンケートにおいてはそれほど重視されていないことも明らかとなった（4位、11.1%）。考えられる背景としては、輸入食品についてはまだそれほど中国人消費者に知見がないため、ブランドで選ぶほどの複数の選択肢を持ちあわせていないこと等が挙げられる。（参照 11）。

【参照 10】 購入する輸入食品の原産地はどこですか？（n=90、複数回答可）



No.	原産地	人数	割合
1	日本	75	83.3%
2	韓国	71	78.9%
3	アメリカ	55	61.1%
4	台湾	49	54.4%
5	ヨーロッパ	42	46.7%

【参照 11】 輸入食品を購入する際のポイントは？（n=90、複数回答可）

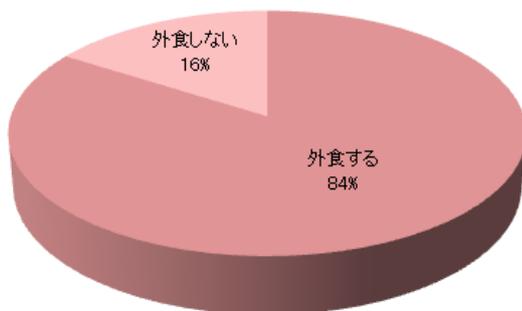


No.	ポイント	人数	割合
1	味	70	77.8%
2	安全性	51	56.7%
3	パッケージ	26	28.9%
4	ブランド	10	11.1%

2. 外食市場における日本食品の実態

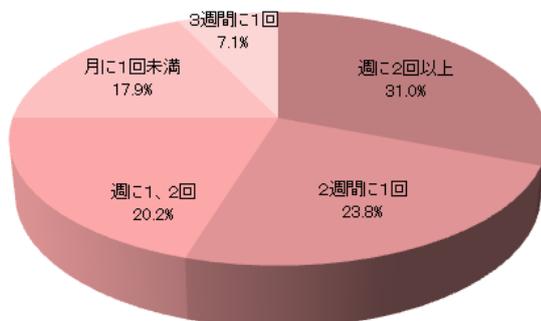
「寧波一般消費者アンケート」によると、大部分の寧波市民が普段外食をすることがわかった（参照 12）。また業態別で見ると、中華料理に続いてファーストフードの人気が高いことも特徴（参照 14）。市内にはマクドナルドやケンタッキーなどが多数展開していることから、若者を中心に外資系ファーストフードはかなり浸透していることが伺える。なお日本料理店の訪問については、アンケート回答者の半分以上は「普段行く事はない」と回答したものの、行くと回答した 44 人のうち半数近く（19 人）は「1 週間に 1 回以上行く」という結果が出た。

【参照 12】 普段、外食には行きますか？（n=100）



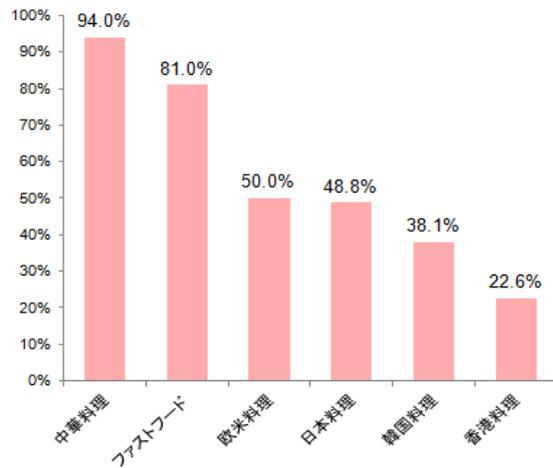
No.	外食状況	人数	割合
1	外食する	84	84%
2	外食しない	16	16%

【参照 13】 外食する頻度はどのくらいですか？（n=84）



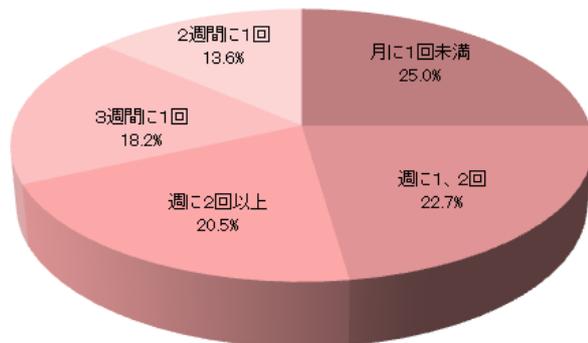
No.	外食頻度	人数	割合
1	週に2回以上	26	31.0%
2	2週間に1回	20	23.8%
3	週に1、2回	17	20.2%
4	月に1回未満	15	17.9%
5	3週間に1回	6	7.1%

【参照 14】よく外食に行くレストランの業態は？（n=84、複数回答あり）



No.	業態	人数	割合
1	中華料理	79	94.0%
2	ファストフード	68	81.0%
3	欧米料理	42	50.0%
4	日本料理	41	48.8%
5	韓国料理	32	38.1%
6	香港料理	19	22.6%

【参照 16】日本料理店を訪問する頻度は？（n=44）



No.	外食頻度	人数	割合
1	月に1回未満	11	25.0%
2	週に1,2回	10	22.7%
3	週に2回以上	9	20.5%
4	3週間に1回	8	18.2%
5	2週間に1回	6	13.6%

3. 小売の現状

(1) 日本産食品を取扱う主要な小売店・百貨店

1. 概要

寧波市内では、高級スーパーや大型スーパーの増加にともない輸入食品コーナーも拡張されつつある。市内で日本企業が運営する店舗としては、かつて日本の食品メーカーが小売店舗を市内に展開していたが現在は閉店されている。現時点では中国系の高級スーパーもしくは外資系スーパーの一部スペースにおいて、日本食品（現地生産品、輸入品）が陳列されている。

【寧波で日本食品を扱っている主な店舗】

1. Ole (オーレ)



写真は報告者撮影

店舗名	寧波和義大道 Ole 店
住所	和義大道 88 号和義大道购物中心 B1 层 07B-09 号
URL	http://www.crvole.com.cn/ole/
主な日本商品	飲料、菓子、調味料、加工食品
客層	中流層以上、主婦層が中心

2. 世紀联華超市



写真は調査会社撮影

店舗名	世紀联華超市
住所	江東区中興路 138 号
URL	http://www.lhok.com.cn/
主な日本商品	飲料、菓子、調味料、加工食品
客層	中流層以上、主婦層が中心

3. 三江购物



報告者撮影

店舗名	三江购物
住所	江東区曙光路 92 号
URL	http://home.sanjiang.com/
主な日本商品	飲料、菓子
客層	大衆層向け、主婦層が中心

4. 麦德龍商場



報告者撮影

店舗名	麦德龍商場 (METRO)
住所	鄞州区麦德龍路 1 号
URL	http://www.metro.com.cn/public/home-cn
主な日本商品	調味料、酒
客層	業務用向け、大衆層

(2) 日本産食品の主な流通ルート・取り扱い業者

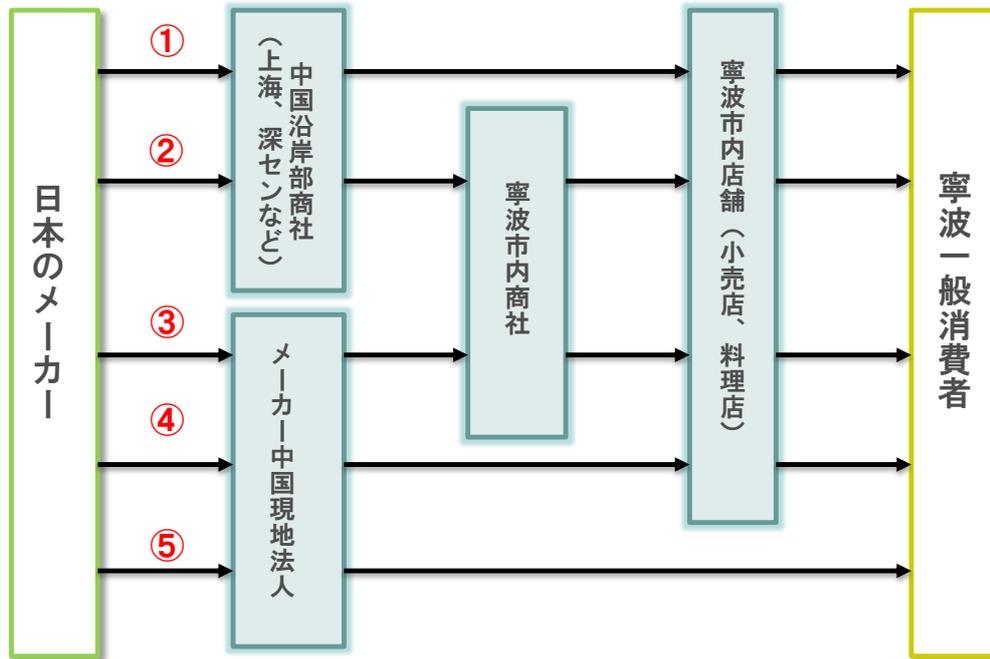
➤ 概要

日系の取り扱い業者は極めて限定的で、中国系の中間業者を中心に一部商品が寧波市内に流入している。商流としては、「寧波港に日本の食品はほとんど入ってきていない」（寧波市貿易局担当者）というように、大部分は別都市（主に上海や深セン）などから陸路で持ち込まれているものが主流と考えられる。そのため、取り扱い業者も貿易商社というよりは国内問屋業務に特化している会社が多いと考えられる。

【寧波を拠点とする日本食品取り扱い業者】

業者名	住所	主な商品
宁波食惠冷凍食品批發有限公司	北侖区迎賓路	水産品
宁波海曙好梅國際貿易有限公司	中山西路 2 号	日本梅、菓子等
浙江華鑫进出口有限公司	中山西路 117 号	健康食品等

➤ 一般的な食品流通パターン



◆ ケース①：沿岸部商社→寧波市内店舗型

上海や深センなど主要沿岸都市に拠点を置く貿易商社（中国国内総代理に近いポジションが多い）が商品を輸入し、そこから直接寧波市内の店舗に納品するケース

◆ ケース②：沿岸部商社→寧波市内商社→店舗型

上海や深センなど主要沿岸都市に拠点を置く貿易商社（中国国内総代理に近いポジションが多い）が商品を輸入し、そこからさらに寧波市内の商社（2次問屋）に商品を流して小売店や料理店に商品を納めるケース

※寧波市場においてはこのケースが最も多い

◆ ケース③：現地法人→寧波市内商社→店舗型

日本のメーカー自身が中国に現地法人を構え、自社商品の輸出入貿易および国内一次問屋的な機能を併せもつケース（ただし小売店舗と直取引はしないため、現地商社（問屋）を通して商品を流す）

◆ ケース④：現地法人→杭州市内店舗型

日本のメーカー自身が中国に現地法人を構え、自社商品の輸出入貿易および国内一次問屋的な機能を併せもつケース（小売店と直取引も行うが、商流によっては商社（問屋）を挟む場合もあり）

◆ ケース⑤：現地法人→一般消費者型

日本メーカーの中国現地法人が貿易・販売をすべて兼ねるケース（ネット通販など）

(3) 日本産および日系企業現地生産品の小売（外資、日系、地場）での販売動向

前述のとおり、寧波市内には外資系もしくは地場スーパーにて日本産食品が一部入ってきている。外資系のMETRO（ドイツ）等は大衆向けの低価格層向け店舗となっているため、日本産商品は極めて限定的となっている。

【地場スーパーの日本商品例】

- ・ 店舗例：世紀联華超市、三江购物等
- ・ 商品例：菓子（チョコレート、スナック等）、日本酒、調味料、ジュース等

【外資系（香港含む）スーパーの日本商品例】

- ・ 店舗例：Ole、METRO 等
- ・ 商品例：調味料、日本酒、焼酎、コーヒー、菓子等

(4) 売れ筋商品、売上が急増している商品

小売店関係者へヒアリングによると、現状寧波市内で売上が大きく伸びている日本食品はそれほど見当たらない。一方で現地生産の低価格菓子や酒、調味料は一定のターゲット層（菓子は子供・若者層、日本酒は日本料理店ルート向け）には着実な需要があり、今後も堅調に推移していくと思われる。なお日本食品以外では欧州ワインが数多く入っており人気も高い。

1. 日本酒

日本から輸入した日本酒や焼酎も一部あるが、多くは「中国国内もしくは韓国等などで製造された安価な酒」が好まれている。特に寧波市内のスーパーでは、韓国ロツテが、マッコリ等に加えて中国向けの低価格な日本酒を製造・販売している。



寧波市内スーパー（報告者撮影）

2. 欧州ワイン

寧波市政府が輸入促進策の一環として重点商材に挙げているのがワインである。現在フランス、イタリアなどヨーロッパやチリなどからワインを大量に輸入し、市内小売店やレストランなどに展開している。そのため、寧波市内の一部高級中華料理店では食前酒から赤ワインを提供する店も増えており、ワイン文化が中流層にも浸透しつつあることが伺える。



寧波市内スーパー（報告者撮影）

（5）競合品、売れ筋商品の成功事例分析

現地スーパーマーケット担当者へ売れ筋商品のヒアリングをしたところ、各社が共通して挙げたブランドを本レポートでは紹介する。

・ 費列罗巧克力（FERRERO ROCHER）



会社名：費列罗贸易(上海)有限公司

会社 URL：<http://www.ferrero.com.cn/>

商品画像は HP より抜粋

価格：8 個入りで 40 元前後、24 個入りギフトサイズで 110 元前後

(詳細)

イタリアの大手食品会社「フェレロ」の中国現地法人が販売するチョコレート菓子。日本でも人気の高い商品だが、中国でもここ数年で急激に人気が高まっている商品の1つ。高級感のあるパッケージ（中国人が特に好む金色が商品カラー）と、イタリア産でありながら過度に高額ではない価格帯、また“イタリア産チョコレート”のイメージの良さも手伝って若者や富裕層を中心に人気が高まった。誕生日や祝祭日などのギフト用としても好まれている。同品は原産国がイタリアと表記されていることから、商品のみイタリアから取り寄せ、包装・パッケージングなどは中国にて行なっていると考えられる（そのため文字表記は商品名以外すべて中国語）。

(6) 日本製品の類似商品

日本製品の類似商品は、主に中国国内企業、韓国、台湾の企業が製造するものが多い。かつては品質が著しく悪く、悪質な業者が“消費者誤認”を目的に販売するケースが多かったが、最近は味も品質もそれなりに良い商品が多い傾向がみられる。一方で、日本語表記については日本人の目で見れば違和感のあるものが多い。下記は店頭でよく見られた代表的な日本類似商品例。

1. HAITAI エドパック



画像参照：<http://www.360buy.com/product/604885.html>、陳列写真は報告者撮影

原産国：韓国

香港・マカオ総代理：江戸貿易公司

会社HP：不明

規格：172g／袋（24.6g×7）

小売価格：15～17 元前後

（特徴）

商品名に大きくカタカナ日本語を使っているほか、説明文にも「ふっくらサクッとした食感と絶妙な風味で、誰もが楽しめる美味しさ。ヘルシーな魚脂使用（原文どおり）」と若干違和感のある日本語を表記している。比較的シンプルなデザインで派手な色を多用していない点から、中国本土以外の会社が製造していることが伺える。またパッケージ裏面には、中国語で「香港市場使用」という文字が入っていることから、韓国で生産した商品をバルクで香港に輸入し、現地で包装・パッケージングをしているものと考えられる。

2. 自然派シリーズ



画像参照：<http://search.lingshi.com/?k=%D7%D4%C8%BB%C5%C9>、陳列写真は報告者撮影

メーカー名：深セン市自然派商贸发展有限公司

メーカーHP：<http://www.naturalisbest.com/>

規格：50g／袋

小売価格：9～11 元前後

（特徴）

日本のつまみをモチーフにしたと思われるパッケージ。日本語表記が多く、日本人が見ても一見、

日本メーカー産と思えるほどパッケージのクオリティは高い。ブランドのキャッチコピーに「やっぱり、自然はおいしい」を掲げているほか、商品名の下部分には「素材も厳選し味多彩。行楽のお友に、おつまみにご利用下さい。(原文どおり)」と記載してある。

なお、パッケージ裏面に記載されている諸注意や保存方法なども日本語と中国語が併記されており、中国人消費者の中にはこの商品を日本産と誤認する可能性は十分あるだろうと想像できる。

4. 外食産業の現状

(1) 日本の外食産業の進出状況

寧波市場においては、日本の外食企業はほとんど進出していない。市内に日本料理店は増えてきているが、いずれも中国人（香港・台湾含む）オーナーの店と思われ、味付けも中国人好みのいわゆる「日式（日本食風）」の料理が中心。料理店関係者へのヒアリングによると、寧波市内の日本料理店の数はおよそ 150 店舗程度とし、その約 3 分の 1 は海曙区、江東区に集中しているという。一方で、所得が向上し富裕層が増えていくなかで高級日本料理店も増加傾向にあり、今後は輸入日本産食品の新規販路としては十分魅力的と考えられる。

(2) 現地で人気の日本食レストラン例

店舗名	人気メニュー	客単価
上井精緻料理	刺身、天ぷら	200～300 元
将太の寿司	寿司	30～50 元前後
京都日本料理	刺身、サンマ焼き、炒飯	100～150 元
秋田家	鍋、鍋焼きうどん	150～200 元
真牛鉄板焼	牛肉ステーキ	100～150 元

▶ ピックアップ：「将太の寿司」



※調査会社撮影

寧波市内にあるカジュアル寿司店「将太の寿司」は、90 年代に人気を博した日本のマンガ・ドラマのタイトルと同名である。寿司料理をファストフード的な感覚で提供することをモットーとしており、手作り寿司を低価格で提供するとして人気が高い。また同店はグルーポンに代表される団

体購入割引を積極的に活用し、若者や家族連れの間で話題になっている。

(3) 現地で浸透している外国レストランまたは外食チェーンの成功要因分析

➤ 向阳渔港（向陽漁港）



運営会社：浙江向阳渔港集团股份有限公司

会社 URL：<http://www.xyyg.com/cn/index.php>（写真・画像は会社 HP より抜粋）

1999年にオープン後、寧波市内に10店舗以上を展開する人気寧波料理店。近海の海でとれた新鮮な魚をつかった海鮮料理が特徴。中華料理にありがちな濃い味付けだけではなく、さっぱりとして塩味ベースの味付けが寧波人に特に人気が高い（刺身風に食べられることから日本人からも評判が良い）。同社は他店に先駆け、電話やインターネットによる宅配サービスも実施している。またレストラン事業だけでなく、学校や工場向けの食材提供なども行うほか、現地旅行会社と提携し、寧波旅行ツアーコースに同店を活用するなどして、「売上げアップ」と「(地元の名店としての)知名度アップ」に成功している。

5. 業務用日本食品の現状

(1) 業務用日本食材

寧波市内の日本料理店にヒアリングを行ったところ、大半が中華料理の具材を日本式にアレンジして活用している店が多いことがわかった。また刺身用の魚などにおいても、「寧波市は近海で取れた新鮮な魚が容易に手に入るため、日本料理用として新たなルートから仕入れる必要がない」という声も聞かれた。なお、寧波は業務用日本食材の調達ルートが限られていることから、日本料理には必須とされる「だし」や「めんつゆ」のような食材を仕入れない料理店も珍しくなく、例えば味噌汁であっても「ただ味噌を溶かしたスープ」でしかない店も多いのが現状といえる。

一方で、中国人にとっては「日本料理店で飲む酒は必ず日本酒」というイメージが非常に強いいため、日本酒のニーズは極めて高い。そのため、寧波市で日本食材を扱う業者としても日本酒問屋が

中心になっている。

(2) 調査都市における日本食材の主要な流通ルート、輸入・卸売業者

業者名	住所	主な商品
宁波市江北金沃进出口有限公司	大慶北路 564 弄 5 号	水産品、酒
宁波市金橋进出口貿易有限公司	中山西路念九巷 6 号	調味料、酒
上海好唯加食品限公司	上海市中山北路 588 号	日本酒、焼酎

※上海好唯加食品は上海に拠点を置く食品メーカーだが、日本の大手酒類専門商社および関連団体の総代理店をつとめている。そのため、上記団体の日本酒を上海港へ一括して輸入し、上海をはじめ全国へ販売網を広げている。

【総評】

杭州市日本食消費動向調査報告書の総評と一部重複するが、華東地域の主要都市（上海、蘇州、杭州、寧波）が比較的近距离にあることから、食のトレンドや消費者嗜好性は極めて類似していることが本調査で明らかとなった。寧波は上海からは車で 3 時間ほどの距離（電車では迂回するため 4 時間程度）になるが、杭州からは 1～1.5 時間程度の近距离であり市場特性は極めて近い。杭州市場レポートで紹介した「張君雅小妹妹シリーズ」や「Dove（徳芙）」などは寧波市内の小売店でも同様に人気が高く、双方の小売店の見栄え・風景としては大きな違いはなかったという印象を受けた。

市内料理店を見渡すと、同じ浙江省の杭州と比べて、日本料理店の店舗数・味のクオリティは若干低いと感じられる。寧波は海が近い地理的要因もあり生食文化が比較的根付いており、日本向けの生食料理（寿司、刺身など）は今後寧波でも人気を呼ぶ可能性は十分考えられる。また今後店舗数が増えていくことで、各店舗の味のクオリティも求められてくることから、それに伴い日本産の高品質食材に対する需要も高まることが予想される。

また本調査レポートの執筆にあたり、寧波市貿易局など市政府担当者にヒアリングを行ったが、彼らが総じて語っていたのが「政府主導で寧波港の輸入比率を高めているので、日本産食品の売り込みは大いに歓迎」という点だった。さらに保税センターや大型展示会場でのイベントは引き続き積極的に行うことを明言しており、海外商品を持ち込みたい外国企業にとってすれば今後ビジネスがしやすい市場環境になっていくことが予想される。現時点では欧米からのワインやコーヒー豆、オリーブオイルなどが輸入食品の中心ではあるが、今後日本企業の新たな販路開拓先の 1 つとしては極めて有望な市場と考えられる。

以上

2012 年度

寧波市日本食品消費動向調査

発行 2013 年 3 月

発行所 日本貿易振興機構（ジェトロ）

農林水産・食品部 農林水産・食品調査課

東京都港区赤坂 1-12-32

電話 03（3582）5186

©JETRO（無断転載を禁じます）