



アジア6カ国・地域及び米国における農林水産物・食品8品目についての 流通実態及び消費者調査

2022年7月

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

【免責事項】

本調査は、日本貿易振興機構（ジェトロ）日本食品海外プロモーションセンターの業務の一環として、イブソス株式会社に委託し、2021年12月から2022年3月にかけて実施したものです。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。



2021年度 農林水産物・食品8品目 流通調査：豚肉 / 香港



PRESENTED BY: Ipsos Strategy3
March 2022



プロジェクトの背景と目的

調査背景

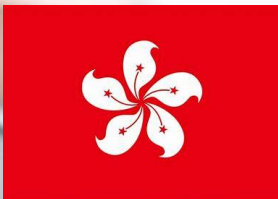
- 日本食品海外プロモーションセンター（以下、JFOODO）は、農林水産物・食品のブランド構築を推進する組織である。
- JFOODOは、輸出重点8品目について、選定したアジア各国・地域、及び米国での流通状況を評価したいと考えている。

調査目的

- 農林水産物・食品8品目の流通の実態を調査する。

留意点

- 本調査は、一部の現地業界関係者へのヒアリングを基に分析しているため、既存データ等と必ずしも一致しない可能性がある。



豚肉：香港

1

市場規模と成長性

2

販路の構造

3

消費者ニーズの理解と
競合・代替品ベンチマーキング

4

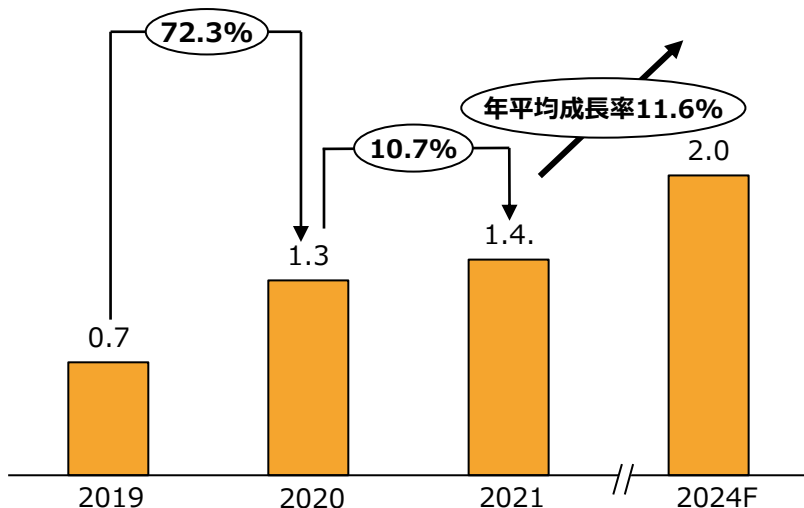
Appendix

日本からの豚肉輸入額は、国内需要が好調であったことを主因に、過去2年間で顕著に増加し、今後3年間も緩やかに増加すると見込まれている

過去2年間は大幅増

日本から輸入される豚肉の輸入額

単位: 10億円

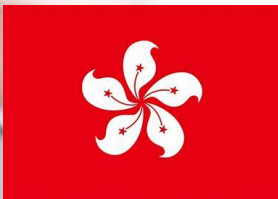


2020年の新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の大流行にもかかわらず、香港における日本からの豚肉の輸入額は2019年から2021年にかけて堅調な伸びを示した。これは主に、香港の豚肉の主な輸入先の一つである中国本土におけるアフリカ豚熱の発生と、日本からの輸入豚肉に対する強い国内需要に起因するものであった。

- **中国本土でアフリカ豚熱の発生:**中国本土から輸入される豚肉の供給不足、価格高騰、食の安全への懸念が生じ、日本を含む他の産地からの輸入豚肉に需要がシフトしている。
- **強い国内需要:**日本から輸入される豚肉は、香港の消費者の間で、厳しい生産基準や食品安全基準に合致した優れた品質であることが知られている。また、牛肉から、豚肉や鶏肉に移行する消費者が増えており、食生活の変化により需要がさらに高まっている。

将来的な需要:今後3年間で緩やかに増加する見込み

- 日本産豚肉は、北海道フェスティバルなどのスーパーマーケットや外食企業のマーケティング施策に組み込まれており、今後もポジティブな見通しが続くと思われる。
- コロナ禍における規制の緩和、サプライチェーンの混乱解消が期待されており、日本産豚肉を含む輸入品のさらなる成長が期待される。



豚肉：香港

1

市場規模と成長性

2

販路の構造

3

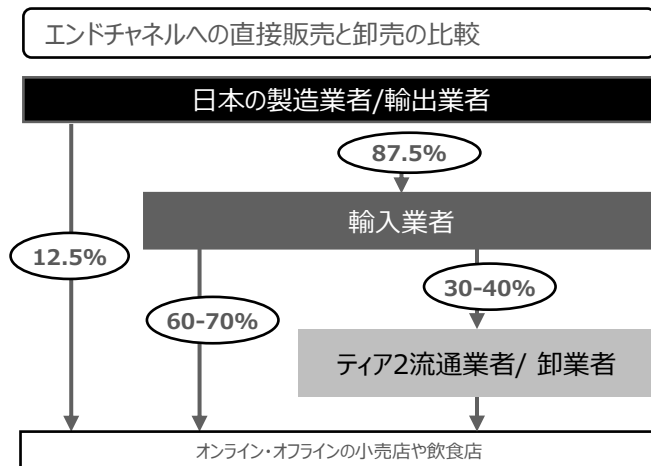
消費者ニーズの理解と
競合・代替品ベンチマーキング

4

Appendix

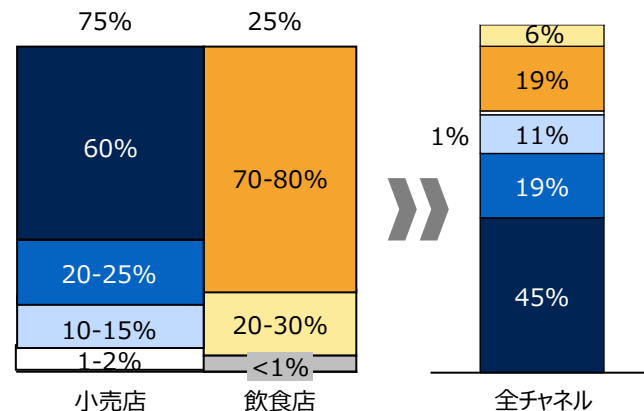
日本産豚肉の主な流通経路は、香港の輸入業者から小売業者への販売が多く、ハイパー/スーパーマーケット、デパートの食品売り場、日本食レストランが、エンドチャンネルのトップ3

2021年日本からの輸入豚肉の流通フロー（販売金額で推計）



主要販売チャンネル別 市場内訳（金額による内訳）

- ハイパー/スーパーマーケット
- デパートの食品売り場
- エコマースプラットフォーム
- 家族経営の食料品店
- 日本食レストラン
- 日本食以外のレストラン
- その他のレストラン

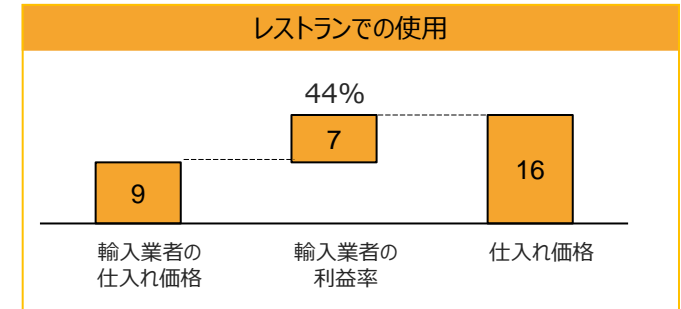
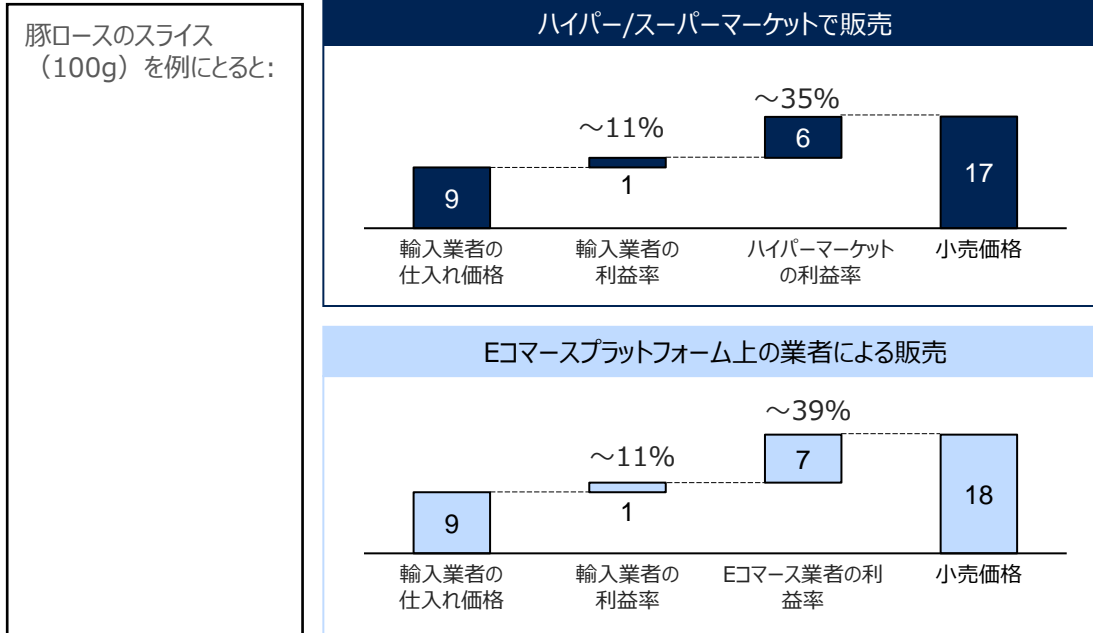


- 日本の製造業者/輸出業者は、日本産豚肉の香港での流通を、輸入業者に委ねている。
- 小売店チャンネル：日本産豚肉は主に地元のスーパーマーケットチェーン（例： PARKnSHOPによるFusion、PARKnSHOPによるInternational、City'superなど）や日本輸入食品スーパーマーケットチェーン（例：YATA、AEON）および日本輸入食品店（例：DON DONKI）などが含まれるハイパー/スーパーマーケットなどの比較的高価格帯の商品を取り扱う店舗に流通している。
- 飲食店チャンネル：日本産豚肉は主に日本食レストランに流通している。高級洋食店やフュージョン系レストランも外食チャンネルのエンドカスタマーとして認識されているが、食材コストへの懸念や業務用輸入豚肉の調達が困難なことから、その市場シェアは今後も比較的小さいままだと予想される。
- ハイパー/スーパーマーケット、デパートの食品売り場、日本食レストランは、今後もエンドチャンネルのトップ3とであると予想される。

日本産豚肉は、輸入業者と小売業者の双方にとって利益率が高いと認識されており、一般的にそれぞれ10~40%、35~39%の粗利益を達成している

日本産豚肉の価格構成 (単位: 香港ドル)

□ ベストセラーを例に挙げると



香港市場における日本からの輸入豚肉の販売は冬場が最も多い



販売がピークとなるタイミング

冬場（12月～2月）：
日本の鍋料理による消費が増えるため



輸送・保管方法

日本から香港の輸入業者
への輸送

-18℃の冷凍コンテナで輸送（主に空輸）

香港の輸入業者から
小売店/レストラン
への輸送

トラックによるコールドチェーン陸上輸送（-18℃）

小売店/レストラン
での保管

-18℃の冷凍庫で保管

排骨は多くの家庭で調理され、香港の代表的な豚肉家庭料理である 次いで「豚しゃぶ」「とんかつ」「焗猪扒飯」と続き、日本料理である豚しゃぶ、 とんかつが上位に挙げられた



一般家庭における豚肉調理例

- 排骨 (パイコー)
- 豚しゃぶ
- とんかつ
- 焗猪扒飯 (ゴッツィーパーファン)
- 青椒肉絲 (チンジャオロース)



排骨を使った料理の例

<p>豉汁排骨 スペアリブの蒸し煮 黒豆とチリペッパー添え</p>	<p>生炒排骨 サワースペアリブ</p>
	

By stu spivack pai gui, CC BY-SA 2.0,
<https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=2313136>

By Spare ribs with Chinese barbecue sauce.jpg:
SpaceMonkeyderivative work: Adrignola (talk) – Spare ribs with Chinese barbecue sauce.jpg, Public Domain,
<https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=10448132>

日本からの輸入豚肉は、焼く、揚げるなどの方法で調理されている



外食産業における豚肉の調理手順

日本食 フュージョン レストラン

カツサンド（日本の豚カツレツサンドイッチ）

- 豚肉にパン粉をつける
- パン粉をつけた豚肉を揚げる
- カツの上にトンカツソースを塗る
- レタスをのせ、パン2枚でサンドする
- 自家製ピクルスを添えて提供

フュージョン カフェ& ワインバー

日本産豚肉を使ったリゾット

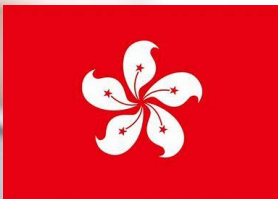
- 料理のベースとなるリゾットを用意
- 薄切りの日本産豚肉を漬け込み、オーブンかフライパンで焼く
- リゾットの上に調理した豚肉をのせる
- 豚肉のスライスをガスバーナーで炙り、提供する前に追加で焦げ目をつけてカリッとさせる

日本食レストラン・ 和カフェ

日本産豚肉を使った丼もの

- 米をどんぶりに盛る
- 焼いて味付けした豚肉をその上にのせる

インタビューを行った外食産業での使用例



豚肉：香港

1

市場規模と成長性

2

販路の構造

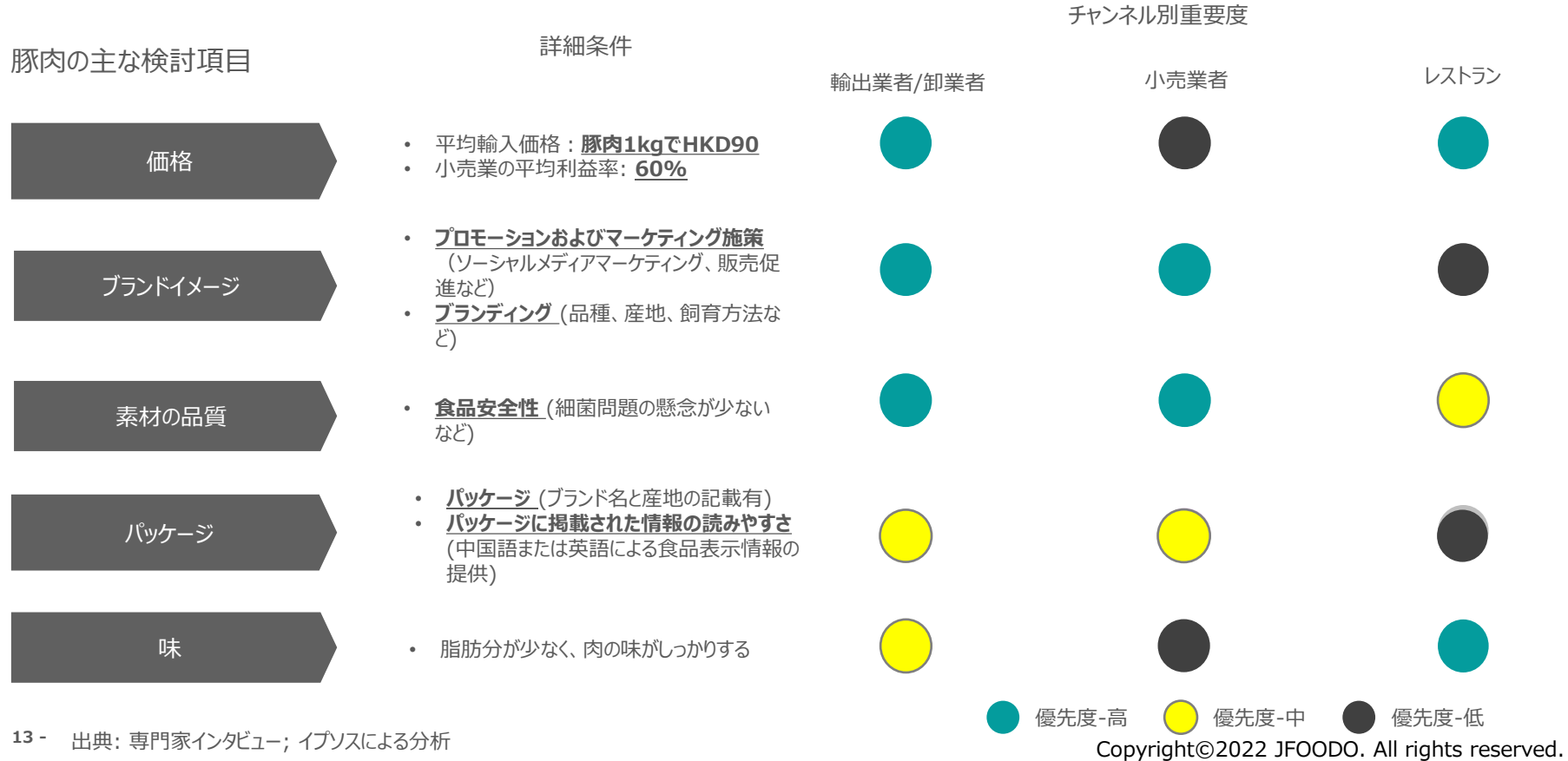
3

消費者ニーズの理解と
競合・代替品ベンチマーキング

4

Appendix

日本産豚肉のチャンネル別重要度は、素材の品質、価格、ブランドイメージが上位にあげられている



日本産豚肉は品質や味に優れているが、ブランディングが不十分 パッケージでも魅力の訴求に至っていない

日本からの輸入豚肉のパフォーマンス評価

日本品の主な特徴

他の産地と大きな差のない中立的なパフォーマンス

日本品の弱み/改善点

素材の品質

- 他の産地のものと比べて、安定した品質が保証され、細菌問題の懸念が少なく、栄養価が高い、比較的高級な商品であると認識されている。

味

- 沖縄アグー豚や三元豚など独自の食感や風味があるため、香港のレストランではフュージョン料理から和食までの様々な料理の選択肢として認識されている。また、日本からの輸入豚肉は、他の産地の豚肉に比べて、肉を柔らかくするなどの食材の下処理に手間がかからないため、好まれる場合もある。

サプライヤー/仕入れ先のサービス

- 通常、小売業者には包装・再包装のサービスは提供されていない。輸入業者や小売業者が自らパッケージのデザインを行うことが多く、食品表示情報、栄養成分表示、ブランドロゴ、産地などの必須事項が十分に伝えられていないことが多い。
- 通常、日本のサプライヤーは少量の取引にも対応してくれる。一方、米国など他国のサプライヤーは、単価が安い、大量ロットでの取引を求めていることが多い。

ブランドイメージ

- マーケティング施策や格付けシステムが認知されていない、もしくは重要視されていないことは、日本からの輸入豚肉のさまざまな産地の特徴の違いに対する消費者の認知度や知識が相対的に低くなっている要因の一つとなっている。

価格

- 日本からの輸入豚肉の価格は、スペインやデンマークより15%以上高い。

アグー豚、鹿児島産豚肉、十勝産三元豚は、 その風味からベストセラーとなっている

日本からの輸入豚肉のベストセラー

詳細

独自の特徴・セールスポイント

アグー豚

- 150-200g
- 小売価格*: 1,102～1,630円 (69～102香港ドル)
- 豚ロース肉、豚バラ肉
- 主に大型スーパー/スーパーマーケット、Eコマースで販売され、飲食店で使用されている。

- 濃厚で強い豚肉の風味
- 品種に対する消費者の認知度が比較的高い。

鹿児島産 豚肉

- 150-200g
- 小売価格*: 926～1,581円 (58～99香港ドル)
- 豚ロース肉、豚バラ肉、豚の三枚肉（わき腹肉）、豚肩ロース、豚チャックテンダー（和名トウガラシ）
- 主に大型スーパー/スーパーマーケット、Eコマースで販売され、飲食店で使用されている。

- 比較的供給がしやすく、入手しやすい。
- 低価格帯

十勝産 三元豚

- 200g
- 小売価格*: 1,111～1,765円 (68～108香港ドル)
- 豚ローススライス、ミンチパティ、豚肩ロース、豚の三枚肉（わき腹肉）
- 主に大型スーパー/スーパーマーケット、Eコマースで販売され、飲食店で使用されている。

- 肉汁が多くジューシーさがあり、トンカツに最適な食材

15 - 注：小売価格はスーパー/大型スーパーにおける価格である。
出典：専門家インタビュー；カスタムデータ；イブソスによる分析

流通業者によるフィードバック：多様な商品の導入、オンライン/オフラインのマーケティング施策やプロモーションを強化する必要がある

商品 ポートフォリオ

エンドチャネルの需要に
合わせた多様な商品の
種類の導入

- **日本からの輸入豚肉のブランディングを産地別・品種別に強化：**
 - 日本産和牛とは異なり、現在、香港で販売されている日本産豚肉の多くには、ブランドや格付けに関する情報が十分に認知されていない、もしくは重要視されていない。鹿児島産、北海道産といった産地別の分類が一般的であり、消費者間で産地別の商品特徴は明確に差別化されていない。潜在的な需要を取り込むためには、様々な産地や品種のネーミングやプロモーションを通じてブランディングを強化することが必要である。
- **包装/パッケージ：**
 - 言語や素材の好みなど、香港市場のエンドチャネルのニーズに合わせたパッケージ作りを、日本のサプライヤーとコミュニケーションを取りながら進めていくことが推奨されている。
 - パッケージにマスコットやアニメのキャラクターなどを活用することで、消費者の注目を集め、ブランドの認知度を高めることが必要である。

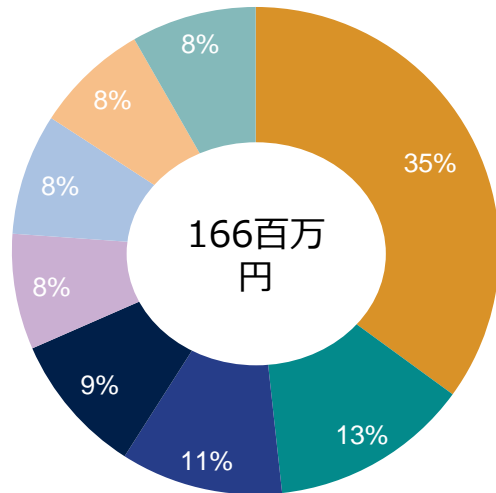
マーケティング 施策

オンライン/オフラインの
マーケティング施策や
プロモーションの強化・
多様化

- **SNSマーケティング：**
 - インスタグラムやフェイスブックなどのSNSで日本の特定の産地の豚肉の独自のセールスポイントを伝え、調理方法を共有するフィードを投稿することで、消費者を啓蒙し、口コミを活性化することが必要である。
 - KOL(キーオピニオンリーダー)をブランドのプロモーションに活用し、消費者に事実情報を伝える前に認知度を向上させる。
- **飲食店とのコラボ：**
 - トンカツや生姜焼きなど、日本からの輸入豚肉を主な食材として使用する料理を推進することが必要である。

供給が安定していること、特徴・セールスポイントに対する消費者の認知が高いこと、低価格帯であることなどが、原産国を切り替える主なきっかけ

2020年香港における、産地別豚肉の輸入金額のシェア



■ ブラジル ■ ドイツ ■ タイ
 ■ オランダ ■ ポーランド ■ スペイン
 ■ 中国本土* ■ 米国

*生体の輸入金額は除く

切り替えの主なきっかけ(日本産以外)

ブラジル

スペイン

米国

低価格

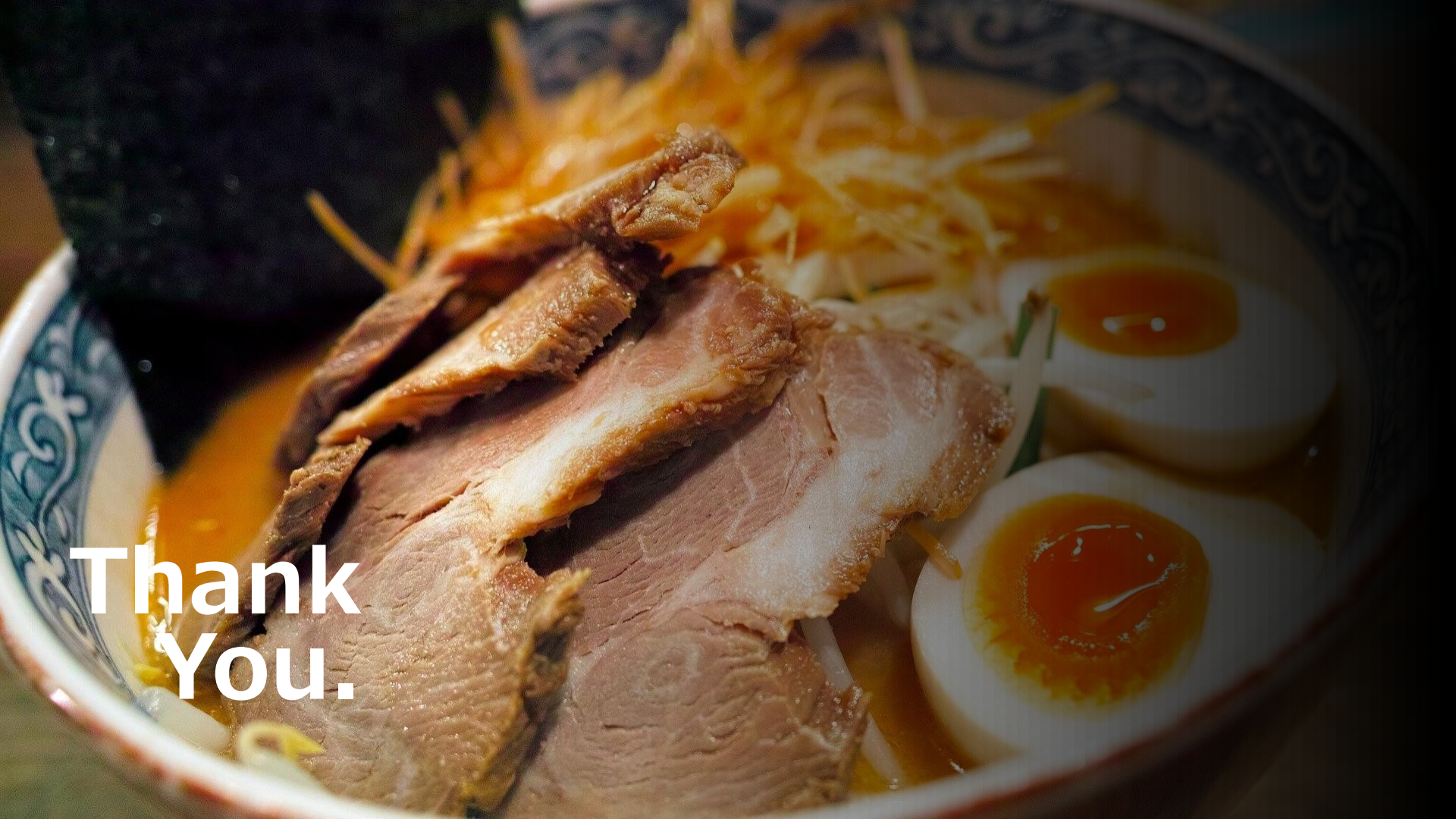
- ブラジル：日本産輸入豚肉より40～50%安い
- スペイン：日本産輸入豚肉より30～40%安い
- 米国：日本産輸入豚肉より40～50%安い

供給の安定性が高い

- 国内向け需要を軸に生産している日本と異なり、輸出を前提とした大規模かつ集約畜産方法で、供給が容易で安定している。

独自のセールスポイントに対する消費者の認知度の高さ

- スペイン：FOODEXPOや展示会、スペイン料理店とスペイン産輸入豚肉のサプライヤーとのコラボレーションが一般的になっており、スペイン産豚肉の認知度向上と消費者の知識向上に貢献している。



Thank
You.

