



経済情報コーナー

食品展参加を香港進出の足がかりに！ ～「日本ふるさと名産食品展 in 香港」を開催して～

(財)自治体国際化協会交流支援部経済交流課主事 蒲池 理恵 (名古屋市派遣)

クレアでは、昨年度に引き続き「日本ふるさと名産食品展」を香港そごうにて開催しました。多くの参加企業の皆様に、有益なテストマーケティングの機会として、活用していただくことができました。自治体の販路開拓支援のヒントとなると思われる情報や、現地で得た生の声をご報告します。

■ ■ 一時は開催が危ぶまれるも、 ■ ■ 盛況のうちに終了

食品展開催前は折しも中国での反日ムードが高まりを見せていた時期であり、一部の参加企業から「食品展を開催しても大



多くの買い物客でにぎわう売り場

丈夫なのか」「スタッフを派遣しても安全か」と心配する声が聞かれました。結果的にはすべての参加企業にスタッフを派遣していただき、通常と変わらず食品展を開催することができました。買い物客からは「日本食が好き」との声も数多く聞かれ、気に入った商品をまとめ買いしていく姿も見受けられました。

■ ■ 食品展参加は ■ ■ テストマーケティングに最適！

食品展開催中はちょうど中国本土の国慶節の連休と重なっていたため、香港全土が中国大陸からの観光客でにぎわっており、売り上げの増加を期待していました。しかし、客の多くが試食には手を伸ばすものの、購入にはあまり結びつきませんでした。

食品展概要

開催日時	2012年10月1日(月)～9日(火)
開催時間	10:00～22:00 (1日～6日は22:30まで)
開催場所	中国・香港特別行政区 香港そごうコースズウェイベイ店
対象者	一般消費者
出展者数	23事業者 (13地方自治体)
出展内容	約150アイテム 【農水産物】りんご・梨・豚肉・サーモン・椎茸・なまこ・雑穀米など 【加工品】うどん・そば・茶・醤油・わさび・菓子・酒・ドレッシングなど
販売総額	約91万6千香港ドル (1香港ドル≒10円)
販売個数	約12,600個

結果、9日間で約91万香港ドルの売り上げとなり、昨年度(2012年2月1日～7日)の同展での7日間で約100万香港ドルの売り上げと比べると、やや低調に終わりました。

しかし、参加企業にアンケートを行ったところ、8割の企業が食品展への参加を「非常に有益/やや有益」と回答しており、その理由としては「目の前で消費者の生の声を聞くことができたこと」、「さまざまな企業とのネットワーク構築や商談が行えたこと」などが挙げられました。本食品展は、全国組織であるクレアの強みを活かし日本全国から企業を募集しているため、全国の企業同士の情報交換、連携を深める場としても活用していただけるのが特徴です。

また、同アンケートでは、20社中15社が、自社商品について「市場開拓の可能性が十分ある/多少ある」と回答しました。今後の香港市場開拓の計画について、「香港の消費者の嗜好に合った商品開発をする」、「パッケージを変更する」、「業務用を中心に販路開拓を行っていく」など、今後の

香港進出における有益なテストマーケティングの場となったことがうかがえます。

売上げが減少した要因は、今後さらに分析していく必要がありますが、「開催時期」、「日本食品の買い控え」、「中国の景気減速」など複数の要因が考えられます。ただ、香港そごうの担当者によると、同展は同時期の他の物産展に比べて好調だったという話もあり、今後開催時期も含めて検討していきたいと考えています。

■ 商談会を利用して ■ 香港進出への足がかりを！

食品展開催期間中に、香港日本人倶楽部にて商談会を開催しました。食品展参加企業のうち4社が参加し、香港側バイヤー10



和やかな雰囲気での商談

社と合計24コマの商談を行いました。本商談会では、バイヤーから見積もり請求のあった企業や、今後継続的に話を進めていくことになった企業など、参加企業は大きな手応えを感じていました。また、本商談会には参加せず食品展開催中に独自で商談を進めている企業の中にも、商談がまとまるなど、進出の足がかりをつかめたケースもいくつか見受けられました。

商談会概要

開催日程	2012年10月8日(月)
開催時間	13:00~19:00
開催場所	香港日本人倶楽部 18階「松の間」
日本側参加企業数	4社
香港側参加バイヤー数	10社
商談コマ数	24コマ
運営委託先	香港貿易發展局

■ 今後は東南アジアでの開催も ■ 視野に

今回の食品展は、前回に比べ売上げは少な

かったものの、商談が進み、今後の香港進出の足がかりとなった企業が増加しました。同じ場所で継続して食品展・商談会を開催することは非常に重要であることをあらためて感じ、今後も継続して支援を行っていきたいと考えています。また、来年度には東南アジアでの食品展も視野に入れており、地元企業の海外展開支援に取り組む自治体にとって、有益なテストマーケティングの機会を提供していきます。

ひとくちメモ

目指せ売上げアップ！ ～現地で感じた販売促進のコツ～

1. スタッフが自ら現地で販売する！

出展企業を決定する際、販売スタッフの派遣が可能な企業を優先しましたが、やはり企業のスタッフを派遣する効果は絶大であると感じました。現地マネキン（販売員）への商品説明、売り場の活気作り、日本食を期待して食品展を訪れた買い物客に感じさせる「本場感」など、スタッフ参加の可否は売上げに大きく影響していると感じました。

2. 手軽に食べられる商品が好まれる！

香港は外食が比較的安価にできるので外食率が高く、また夫婦共働きが多いため、簡単に調理ができてすぐに食べられるものが好まれる傾向にあります。果物はもちろんのこと、ゆでてつゆをかけるだけの「うどん」や何にでもかけるだけでおいしい「ドレッシング」など、食べ方や使い方がわかりやすい商品が好まれていました。パッケージに写真や絵などで調理方法がわかりやすく書いてあると説明もしやすく、購入も進んでいました。

3. 購買意欲を刺激する！

ディスプレイを豪華な装飾にしたり、「京都」や「富士山」などの日本ブランドを強調したりすることで、販売が伸びた例もありました。実際に商品を手にとれること、試食できること、サービス（2個買うと1個無料）があることなども販売促進につながっていました。

【出展に関するお問い合わせ先】

（財）自治体国際化協会経済交流課

TEL：03-5213-1726