

香港市場販路開拓セミナーを開催 ～食品・酒類・農林水産物の輸出拡大に向けて～

令和7年10月7日、ホテルメトロポリタン秋田において「香港市場販路開拓セミナー」を開催した。

セミナーでは、日本食品の香港市場における展開可能性や現地流通の最新動向が紹介され、参加者からも高い関心が寄せられた。



HKTDC東京事務所長
伊東正裕氏

■香港市場の魅力と日本食品の可能性

はじめに、香港貿易發展局（HKTDC）東京事務所長の伊東正裕氏が登壇し、「香港における日本食品の市場性と広域経済圏への波及効果」と題して講演した。香港市場の特徴や、そこから広がるアジア経済圏での日本食品の可能性などについて解説があった。

■香港最大手マキシムグループが講演

続いて、香港「マキシムグループ（美心集團）」の日本支社（MX Supply Chain）サプライチェーン・マネージャーのケルビン・シャム氏が登壇し、「香港フードビジネスにおける日本食品の動向と展望」をテーマに講演した。

マキシムグループは1956年の創業以来、80以上のブランドを展開し、香港・マカオ・中国本土・東南アジアで2,000店舗以上を運営する香港最大の外食企業グループである。講演では、日本食品ビジネスの新たなチャンスや、現地消費者の嗜好の変化についても紹介された。



マキシムグループ日本支社
サプライチェーンマネージャー
ケルビン シャム氏

■県内食品メーカーによるパネルディスカッション

また、県内を代表する食品メーカー、小玉醸造株式会社 代表取締役社長 小玉真一郎氏、林泉堂株式会社 代表取締役 林博樹氏、株式会社無限堂 代表取締役社長 阿部勇太氏をゲストに迎え、伊東所長の進行でパネルディスカッションを行った。

それぞれの企業が取り組む海外展開や、現地市場へのアプローチ方法などについて、事例を交えて紹介された。（パネルディスカッションの詳細は次頁以降に掲載）

■参加者交流会の開催

セミナー終了後には、秋田県産の食材や日本酒を提供した交流会を開催し、登壇者・参加者間で活発な意見交換が行われるなど、終始盛況のうちに終了した。



左から JETRO秋田 梅津所長、ケルビン氏
協会 水澤専務理事、林泉堂 林社長、
協会 大島副会長



左から 無限堂 阿部社長、小玉醸造 小玉社長
県食のあきた推進課 佐藤課長、
小玉醸造 小玉取締役海外流通室長、
秋田商工会議所 浅野理事



地酒コーナー
太山山（小玉醸造）、爛漫（秋田銘醸）



十文字ラーメン（林泉堂）試食コーナー

■訪問：視察を通じて秋田の魅力を確認

香港側関係者の滞在中には、秋田市民市場や秋田県産品プラザを訪問したほか、秋田市河辺のりんご園の視察や、株式会社無限堂を訪問。見学や試食を通じて県産食品への理解を深めていただいた。また、きりたんぼやスープ製品の取り扱い、現地寿司チェーンでの日本酒フェアの開催、秋田産品の採用などに関心が寄せられ、今後に期待している。



秋田市民市場を視察



秋田県産品プラザを視察



りんご園の視察
一休農園 島田代表（右）

県内食品メーカーによるパネルディスカッション

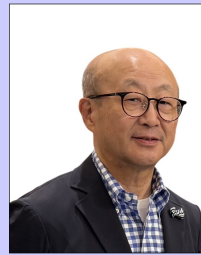
香港市場販路開拓セミナーの講演終了後、貿易促進協会員の3社が登壇しパネルディスカッションを開催した。

【パネリスト】

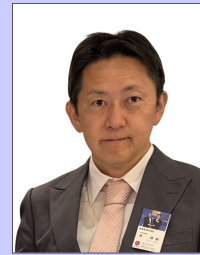
小玉醸造株式会社 代表取締役社長 小玉 真一郎 氏
林泉堂株式会社 代表取締役 林 博樹 氏
株式会社無限堂 代表取締役社長 阿部 勇太 氏

【モデレーター】

香港貿易発展局 東京事務所長 伊東 正裕 氏



小玉 真一郎 氏



林 博樹 氏



阿部 勇太 氏

伊東 ここからはパネリストの方々から様々な事例を紹介いただきます。最初に会社の紹介、海外取引を始めたきっかけ、なぜ香港を選んだのかなどをお話しいただきたい。

「会社紹介、輸出のきっかけ、香港を選んだ理由」

小玉 酒、味噌、醤油の製造販売業。日本酒の清酒太平山に加えリキュール、スピリッツ(クラフトジン)など酒類を輸出している。2000年から輸出を始めて25年になる。輸出のきっかけは米国向けであったが、まもなく香港への輸出も始まった。主にスーパーマーケットでの販売や飲食店での需要に対応しながら積極的に試飲販売を行い太平山ブランドの浸透に努めている。香港市場はGDPが高く、所得の高い層が多いことから魅力的な市場と感じている。今後も取り組みを進めていきたいと考えている。

林 香港は検討中の市場であるが、世界各国に商品展開をしているので紹介する。当社の主な商品としては「ラーメン」、B級グルメの「横手やきそば」などがあり、最近では「手延べ」の製法で作る「稲庭ラーメン」がヒットしている。秋田駅ビルの3Fに直営店があり当社の看板商品を食べることが出来る。戦前は穀物問屋を営んでいたが戦後アイスクリーム製造を経てオイルショックを契機に製麺業に参入した。新しいことに取り組む気風があり、ケータリングカーやトレーラー型の移動販売車は秋田県内での認可第一号。郵便局のメール便で食品発送したのは当社が日本初、運賃率が下がった事で競争力が高まり、通販業界で袋麺の販売数量が秋田県が全国1位となった原動力となりました。企業理念として「世界中に笑顔の輪を広げよう」をモットーに国内のみならず世界に出せる商品を今後も作りたい。

阿部 稲庭うどん、稲庭そうめんの製造販売に加え、冷凍稲庭うどんも製造販売している。大手メーカー商品の「稲庭風」とは異なり、正式に稲庭うどんと名乗れる冷凍麺である。更に、秋田市内で飲食店を3店舗運営している。輸出のきっかけは、創業者が中国のパートナー企業と取引を始めたこと。コロナ禍最中から、様々な営業活動を行い、輸出販路拡大に努めている。香港とは6~7年前に現地企業と取引を開始した。昨年現地を訪問し企業訪問や市場調査をしたが、実際に行ってみるとパワフルで活気があり、且つ、高所得者が多いこと等、魅力的なマーケットであり、今後も輸出拡大に取り組んでいきたい。

「最近のトピックス、各社が力を入れていることについて」

小玉 先日まで、ロサンゼルスとサンフランシスコに出張していた。現地のディストリビューターと共に営業するのだが、現地のレストランに対しては720mlのボトルを350ドルで販売しているが、レストランの顧客に対しては1,000ドルで販売されていた。最近ではさらに円安が進み為替は1ドル150円を超えているが、そうすると1本15万円ほどの価格になるわけで、その価格帯だとどこのレストランでも販売できるわけではなく、限られたレストランでの扱いとなる。最近現地では、あらかじめシェフが決めたメニューが次々と出てくる「おまかせ」タイプのレストランが多くできていて、そこでの客単価は600ドルほどだが、これに1,000ドルのお酒を注文すると1,600ドル(24万円)払うことになるという、少し極端な例ではあるが、そのようなレストランに絞った営業展開をしてきた。もちろん当社の蔵出し価格も高い製品になっている。広く浅く販売する手法はマンパワー的にも手が回らない。できるだけ付加価値を付けた製品を絞った顧客に対して深い浸透を心掛けた海外市場展開にしていきたい。

林 ハラル認証について日本の製麺会社で当社が取得第1号です。きっかけは秋田市と中国の蘭州市が友好都市であり、その経済ミッションに参加したことである。蘭州市は中華麵発祥の地で、日本のラーメンのルーツに近いことから交流をはじめた。中国にはイスラム教徒が多く世界人口も多いことから今後の販路につながるのではないかと考え、インドネシアやマレーシアに単身乗り込んで、ハラル食品としての作り方を学び進めた。当時、仙北市が実施していたムスリムツーリズムとも連携し、ケータリングカーを活用した試食の機会を増やししながらハラルラーメンの開発を進めた結果、製麺会社として日本で初めてハラル認証を取得した。FOODEXでプロモーションを行った際に、ミートフリーラーメンのシリーズも出展したところ、ハワイを含む北米での商談につながり、東経連が主催する「東北フェア」に7~8年続けて出店している。秋田からは当社だけの出店だったが関心のある企業があれば参加してはどうか、いい販売チャレンジの機会だと考えている。ハラル認証については、継続して認証を取得していない。購入する側がマークを求める場合は取得するが、マークを外しても買う場合もあ

合もある。マークの有無にかかわらず商売はできるというのが私の実感である。

阿部 エンドユーザーへの直接訪問を心掛けている。現地での調理方法や食べ方、実際の価格はどうなっているのかなど、行ってみなければわからないことが多い。現地の和食の料理人も、稲庭うどんの調理方法を理解していない場合がある。例えば、冷水で締めない、ゆで時間が長すぎる等。コロナ後は一層現地へ出向いており、日本式はもちろん洋風やアジア風などの食べ方をレシピとともに提案している。現地の実際の価格帯や食文化などを理解しないと深い提案が出来ないと実感している。

伊東 お話を聞いていると、各社とも現地に深く入り込んでいるのがよくわかります。次は、海外でビジネスを進めてこられてのご苦労や失敗談などを、差し支えない範囲でご紹介ください。

「苦労話、失敗談」

阿部 稲庭うどんの商談をする際、なぜ麺なのに値段が高いのか？という問いが投げかけられることが多い。多くの国々において麺食文化はあるが、麺自体は安い食材だと認識されていることが散見される。稲庭うどんは国内でも高いのに、輸出されるとさらに値段が高いものになる。価値を理解してもらうには、食べてもらうことが一番であると考えている。現地では朝は10時前から夜は21時～22頃まで各社店舗等を訪問し、商談をこなしていく。ある商談先で、当該店舗のオーナーから「そんなに美味しいものなら、お客さんの生の反応を見たい」ということになった。実際に厨房で調理し提供したところ、お客様から「美味しい」と評価して頂けた時は、非常に嬉しかった。

林 結構大きい失敗あります（会場笑）。2004年中国本土で開催されたレストランショーに出展、大変好評であったことから、北京郊外に製麺工場を立ち上げ、IT系企業向けの社内食堂を運営している会社「こだわりの麺」を供給していた。2009年の北京オリンピックに向けてレストランを立ち上げたかったが、不動産市況も好調で物件の調達が出来ず中国からは撤退した。同時期に外モンゴルの方からウランバートルでラーメン店をやりたいという話が持ち込まれ、国際教養大学からも支援要請があったので、日本から漫画本やWi-Fiを持ち込み、ウォシュレットトイレも設置し、ラーメンや日本の居酒屋料理を提供する店舗を始めた。横手やきそばなども提供したところ、ニュース番組で「世界の果てに横手やきそば」などと取り上げられバズったことがあった。予算とヒューマンリソースがあればまだまだ継続できたと思うが、当時の当社の状況では現地に社員を駐在させることもできず結局撤退した。製麺機械などは現地に売却したが、白鵬関の飲食事業に麺を供給するなど現在でも活躍しているようだ。

小玉 越境ECなのだが、当社の国内の取引先が越境ECを始めることになったが、当社のどの商品をサイトに掲載するのかわからないまま始まってしまい、販売価格などが既存の取引先の価格と異なり、しかもどこでも買えるという状況になっ



たため、相当なクレームが寄せられたことがある。当社としては既存の取引先との関係を大事にしたかったため、しかるべき交渉を越境EC側と行ったが、相当の時間がかかったのと、未だにギクシャクした感じが残っている。越境ECは商品がどこに行くのかわからないので慎重な取り組みを進めていただきたいと思います。

伊東 チャネル政策は難しいですね。最後のテーマは今後の輸出事業の展望などをお聞かせいただきたいと思います。

「輸出事業の展望」

小玉 昨年からブラジル向けの取引をようやく始めることができた。ブラジルのカンピーナスに日本酒を醸造する会社があって、小玉醸造では1976年頃から現地の職員を受け入れて技術指導を行ってきた経緯がある。ブラジルは歴史的にも日系人が多く、日本食レストランも多くあるため、いつか太平山をブラジルで販売したいと思っていたがようやく端緒についたので、今後も少しでも前に進めていきたいと考えている。

林 当社はEU HACCPの規格に準拠しためんつゆを自社製造可能なため、欧州向けの輸出が出来る。去年はモナコ、ワルシャワ、パリ、ウィーンでのプロモーションを行い今年はオーストラリアを訪問している。香港とは今回接点を持てたので是非プロモーションしたい。コロナ禍で通販についての県からの支援事業があったが、当社は予算を動画制作に向けた。流行っているラーメン店を実食し味を家庭で再現するという企画だが、世界のラーメンマニアが家で食べられるようなフードキットを作れないかと考えている。ユーチューバーなど情報発信者のプロモーションが認知度を向上させ販売に繋がるような他社とは違う切り口で攻めていきたい。

阿部 今後も現地を訪問しお客様に丁寧に接していきたい。年内も複数国を訪問する予定がある。輸出案件はすぐには決まらないので根気よく楽しみながら取り組みたい。

伊東 聞くと行くとは違いがある。パネリストの3社は社長自らが海外へ乗り込み、コミットされているのは共通点であり大事なことである。香港の事業者がよく言うことであるが、足繫く通ってくる人がかわいい、このことは営業の原点であると思います。今日はありがとうございました。

■お知らせ

「輸出拡大のためのスキルアップセミナー」開催のお知らせ

全4回

海外市場への進出を目指す県内酒類事業者を対象に、国際物流、新たな販路、最新の海外市場の動向、先駆的な取組事例などを紹介するセミナーを開催し、輸出に向けた事業者の活動を支援します。

対象：秋田県内の酒類メーカー、卸・小売事業者、行政等支援機関 等

主催：(一社)秋田県貿易促進協会(秋田県食のあきた推進課委託事業)

協力：秋田県酒造組合

詳細はこちら



<http://www.a-trade.or.jp/part-article/115293995>

講演1：日本酒の魅力を世界へ届けるための 国際物流事情を学ぶ

日時：11/20(木) 15:00～16:00(会場/Zoom)

会場：秋田市にぎわい交流館Au 研修室1

講師：郵船ロジスティクス(株) SCS事業部

事業推進課 課長 神園 耕太 氏

海外市場へ進出を目指す酒蔵メーカーの皆様へ、日本酒等酒類輸出に不可欠な国際物流の基礎を学ぶ講座を開講します。安全輸送、品質保持の工夫など、顧客へおいしいお酒を届けるための物流基礎知識について案内いたします。グローバル展開に向けた第一歩を、物流の視点からサポートします。

講演2：国内外の新たな販路に挑む

日時：11/20(木) 16:00～17:00(会場/Zoom)

会場：秋田市にぎわい交流館Au 研修室1

講師：T-Across River(株)

代表取締役社長 富士川 純 氏

大手商社を定年退職後仙台市で起業。食品流通・食品原料販売の豊富な経験と海外駐在の実績を武器に、秋田や東北の製品の販路拡大や輸出に取り組んでいます。今後の国内外に向けた新たな販路や取引を紹介し、共に取り組む事業者に呼びかけます。

講演3：酒類の海外市場動向を学ぶ

日時：11/27(木) 15:00～17:00(会場受講のみ)

会場：ホテルメトロポリタン秋田

講師：(株)SAKEマーケティングハウス

代表取締役 松崎 晴雄 氏

百貨店バイヤーを経験後、酒類ジャーナリスト・コンサルタントとして独立。海外輸出サポート、商品開発、販促方法の提案などの実績多数。各県の清酒鑑評会審査員、原産地呼称管理委員会審査委員のほか、国際的な日本酒コンペティションの審査員も多数務めています。日本酒輸出協会会長。※セミナーとは別に酒質や販路について講師との個別面談の時間を設けます(要事前申込)

講演4：南部美人の挑戦

—世界で評価される日本酒の今—

日時：12/22(月) 15:00～17:00(会場受講のみ)

会場：ホテルメトロポリタン秋田

講師：(株)南部美人 五代目蔵元

代表取締役社長 久慈 浩介 氏

全国でもいち早く世界に向けた販路の拡大を進め、輸出先は世界66カ国を超えています。創業以来「品質一筋」の家訓を守り、南部杜氏の技術を受け継ぐ造り手は、今や世界ブランドを確立。日本酒輸出のパイオニアならではの信念や苦労話、今後の展開などをお話しいたします。岩手県酒造組合会長。



【お申込み方法】

左のQRコードから参加申込フォームへ進み、必要事項を記入の上、お申込みください。

申込締切：11月14日(金)

お問合せは下記まで、電話またはEmailにてご連絡ください。(担当：佐々木、佐藤)

<https://forms.gle/C5KNLp-mGMWYtXgfo7>

秋田の貿易ビジネスをサポートします

ATPA

一般社団法人 秋田県貿易促進協会

〒010-0923

秋田県秋田市旭北錦町1-47 秋田県商工会館6階

電話 018(896) 7366 FAX 018(896) 7367 Email info@a-trade.or.jp ホームページ <http://a-trade.or.jp/>