

北海道経済部経済企画局 御中

---

## 中国における道産品販路拡大事業委託業務

---

概要報告書

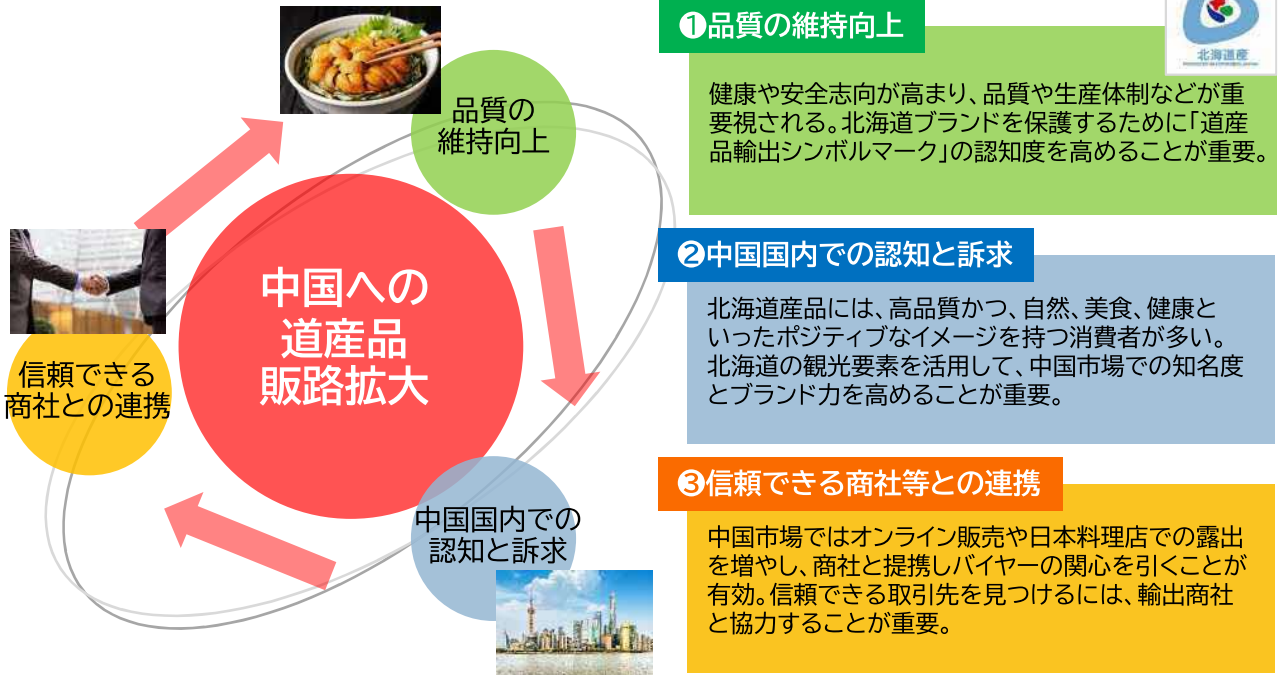
2023年2月28日



株式会社JTB 北海道事業部

## ■中国輸出に取り組む道内企業に向けて

中国市場における道産品のターゲットは、高品質・高価格の商品を購入できる中国の高所得層や中産階級などの消費者層と想定できる。特に、美容、健康、安全に対する関心が高く、加えて若年層も重要なターゲットとなるため、道産品の輸出拡大に向けては、①品質維持向上、②中国国内での認知と訴求、③信頼できる商社との連携がポイントである。



### ①品質の維持向上

健康や安全志向が高まり、品質や生産体制などが重要視される。北海道ブランドを保護するために「道産品輸出シンボルマーク」の認知度を高めることが重要。

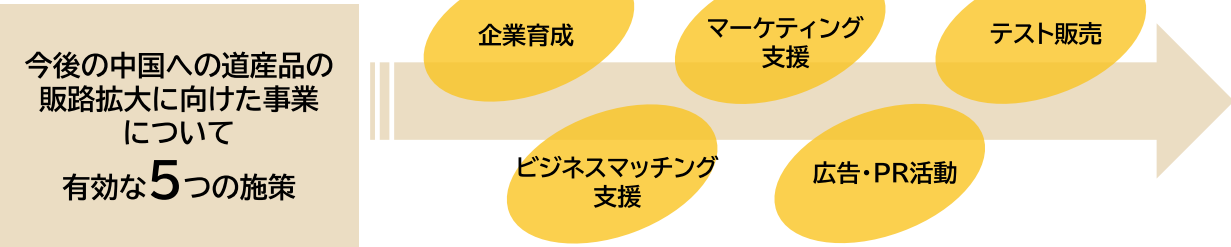
### ②中国国内での認知と訴求






北海道産品には、高品質かつ、自然、美食、健康といったポジティブなイメージを持つ消費者が多い。北海道の観光要素を活用して、中国市場での知名度とブランド力を高めることが重要。

### ③信頼できる商社等との連携

中国市場ではオンライン販売や日本料理店での露出を増やし、商社と提携しバイヤーの関心を引くことが有効。信頼できる取引先を見つけるには、輸出商社と協力することが重要。

## ■北海道に向けて



企業育成	ビジネスマッチング支援	マーケティング支援	広告・PR活動	テスト販売
<p>企業の検討段階に応じ、市場動向、トレンド、リスク対応等のセミナー、先進事例紹介、相談窓口、商社とのマッチング、越境ECへの取組等。</p> 	<p>中国国内での展示会・商談会への出展支援、現地バイヤーとのマッチング等。</p> 	<p>中国国内でのテストマーケティング、モニター。バイヤーとの意見交換会の設定。中国国内でのオンラインPR活動。オンライン調査や日本国内での訪日中国人を対象としたモニター調査。</p> 	<p>中国メディアへの北海道産品のイメージ向上に関する記事提供、オンライン・SNSプラットフォームでのプロモーション。広告告知等。</p> 	<p>中国国内での北海道フェアの開催によるテスト販売など。実際の販売による店舗へのPR及び道内企業への消費者の反応のフィードバック。</p> 

## ■事業目的

北海道の認知度が高く、市場規模が14億人ある中国市場をターゲットに、道産品の輸出額増加を目指すため、道内企業が中国市場に理解を深め、中国バイヤーや消費者にPRや商談を通じて北海道及び道産品の知名度を高め、上海市を含む都市部での販路拡大につなげることを目的とする。

業務内容	(1)中国向け輸出講座の開催	中国輸出に関する知識を習得する講座の開催
	講座Ⅰ 令和4年(2022年)8月30日(火) 14:00~16:30 講座Ⅱ 令和4年(2022年)9月14日(水) 14:00~15:30 講座Ⅲ 令和4年(2022年)10月18日(火) 14:00~15:30 講座Ⅳ 令和4年(2022年)11月15日(火) 14:00~15:30 講座Ⅴ 令和5年(2023年)1月17日(火) 14:00~16:20	
	(2)展示商談会の出展	中国国内で実施される国家規模展示商談会にて北海道ブースを出展し、道産品のPRや商談の実施。
	●北海道食品商談会 2022年12月21日(水)	
	(3)テスト販売の実施	<p>華北地域の都市の小売店舗等における道産品テスト販売 華北地域において、1店舗以上の小売店での道産品のテスト販売の実施。 ※追加提案を行う場合は、2店舗目以降の店舗については華北地域に限定しない。</p> <p>上海市及び華北地域都市の飲食店等における道産品を活用したメニューのテスト販売 上海市及び華北地域の各地域1店舗以上の飲食店での道産品を活用したメニュー提供によるテスト販売の実施。 ※追加提案を行う場合は、3店舗目以降の店舗については上海市及び華北地域に限定しない。</p>
	華北地域の都市の小売店舗等における道産品テスト販売	
	●天津海信広場(天津) 2023年2月4日~2月10日	
	●【上海JapanBRAND店】三井ショッピングパーク ららぽーと上海金橋(上海) 2023年2月4日~2月5日	
	上海市及び華北地域都市の飲食店等における道産品を活用したメニューのテスト販売	
	●サントリー-JAPANESE DINING & BAR旗艦店(上海) 2023年1月30日~2月12日	
●吾自慢・二番煮×果GAL(天津) 2023年1月30日~2月12日		



中国における道産品の定着のために必要な中国向け輸出に関する知識を習得する講座を実施。コロナ禍で変化した中国国内状況のアップデートや、道内先進企業の事例紹介など、輸出を検討している企業、及びすでに取り組みを行っている企業にとっても有用な内容とした。計5回実施した。

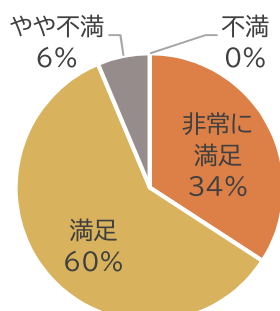
講座内容	講座Ⅰ	<情報編①> 中国現場最前線！～現場から見た中国経済と貿易事情～ ◆第一部 中国マクロ経済の現況 ◆第二部 中国小売・飲食業界を現場から紹介(上海市) ◆第三部 海南島の離島免税の新政策
	講座Ⅱ	<情報編②> 中国における北海道ブランドとは？
	講座Ⅲ	<法則編> 中国輸出に関連する各種規制の概要及び日本政府の取組 ～農林水産物・食品の輸出拡大～
	講座Ⅳ	<スキルアップ編①> 輸出商社や現地バイヤー目線での中国輸出戦略
	講座Ⅴ	<スキルアップ編②> 中国輸出に関するリスク対策 ～信用調査・製造物責任・知的財産対策～
受講者対象	道内の商社やメーカー、団体(自治体含む) 合計30～50社・団体	
実施時期回数	講座Ⅰ 令和4年(2022年)8月30日(火) 14:00～16:30 講座Ⅱ 令和4年(2022年)9月14日(水) 14:00～15:30 講座Ⅲ 令和4年(2022年)10月18日(火) 14:00～15:30 講座Ⅳ 令和4年(2022年)11月15日(火) 14:00～15:30 講座Ⅴ 令和5年(2023年)1月17日(火) 14:00～16:20	<b>5回実施</b>
実施場所	札幌市内の会議室	
実施形式	会場(リアル開催)とオンライン開催(ZOOM)を併用	

### 中国向け輸出講座のアンケート結果

講座参加者のアンケート結果によると、実施した5講座の内容に対し、約94%が「満足」と回答、84%は「来年度もその講座を継続したい」との回答があった。

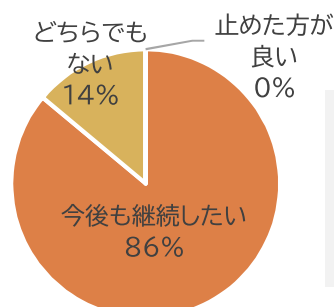
#### ●5講座まとめ アンケート調査(一部抜粋)

Q.全体の満足度を教えてください。



5講座全体の満足度は94%の参加者が満足。

Q.来年度同様の講座の継続意向について。



講座参加者のうち、84%は来年度もその講座を継続したいとの意思表示あり。

## 北海道食品商談会の開催

中国全土からバイヤーが参加する国家規模の展示商談会「SIAL China 2022」において、ジャパンパビリオンへの北海道ブースの出展を予定していたが、新型コロナウイルス感染状況により開催出来なくなった為、別途上海にて道主催による「北海道食品商談会」を開催した。

展示商談会名	北海道食品商談会			
主催	北海道庁			
会期	2022年12月21日(水)			
実施内容	実施内容 I	オンラインPR・プロモーションイベント 2022年12月21日(水)13:00~15:00 現地時間		
	実施内容 II	商談会 2022年12月21日(水)		
会場	中国・上海江南造船ビル4F(上海市黄浦区鲁班路600号) マルチメディア会議室			
参加企業	株式会社ニトリパブリック (Nitori Public Co., Ltd.)			
	株式会社北海道開発グループ (株式会社北海道开发集团)		Hokkaido Development Group Inc. 北海道開発グループ	
	株式会社ビューネットコーポレーション (璞优(上海)商贸有限公司)			
	株式会社フォレストリ (上海令由雪輸出入有限公司)			
	上海大菱食品有限公司 (SHANGHAI DALINGFOOD CO.,LTD.)	 上海大菱食品有限公司 SHANGHAI DALING FOOD CO., LTD.		
	国分北海道株式会社 (深圳市一番食品有限公司)	 国分北海道株式会社		
	コンチネンタル貿易株式会社 (北國秀品(天津)国際貿易有限公司)			
	JTB代理取扱			
出品物	中国で販売可能な日本北海道産の生鮮品、または北海道産原料を使用した加工品及び北海道で生産された他国産原料を使用した加工品。			

※参加企業名は次頁以降、日本語表記へ統一

北海道の企業が参加・出品する機会を増やし、北海道産品のアピールを広く行うために、専門的な知識を持った商社と協力した。展示会では、多数の商品を収集し、中国のバイヤー向けに北海道・道産品のブランドイメージ向上を図った。

### ● オンライン商談風景 ※株式会社フォレストリ



### ● リアル商談風景



### ● 商談会後の関心商品まとめ

会社名	会社数	延べ商品数
① 国分北海道株式会社	17	17
② 株式会社フォレストリ	30	45
③ 株式会社北海道開発グループ	16	26
④ コンチネンタル貿易株式会社	14	16
⑤ 上海大菱食品有限公司	27	45
⑥ 株式会社ニトリパブリック	28	60
⑦ 株式会社ビューネットコーポレーション	13	13
⑧ JTB代理取扱	16	26
<b>合計</b>	<b>161</b>	<b>248</b>

集客力の高い大型店舗で出展し、幅広い層に露出

華北エリア及び浦東エリアで、より集客力あるショッピングモール、ハイエンド、ミドルアッパー層が通うモールを選定した。モールとの調整で地下1階の食品フロアでテスト販売ブースを設け、北海道のPRと合わせて道産品のテスト販売を1週間以上実施した。展示商談会で実施できなかったオンラインヒアリング調査も合わせて実施した。

地区	都市名	実施店舗		実施時期
華北 エリア	天津	天津海信広場		2023年 2月4日～2月10日 
		テスト販売品目	30社 104品目	
		試食提供	24社 90品目	
浦東 地区 エリア	上海	【上海JapanBRAND店】 三井ショッピングパーク ららぽーと上海金橋		2023年 2月4日～2月5日 
		テスト販売品目	40社 135品目	
		試食提供	33社 114品目	

●天津海信広場 実施風景



●【上海JapanBRAND店】三井ショッピングパーク ららぽーと上海金橋 実施風景



販売ブースでは、POPやポスター、リーフレット、動画などを使用して道産品のイメージアップを図り、同時に道産品輸出用シンボルマークの認知向上を目指した。現地市場での価格相場を調査するため、オンラインリサーチツアーを実施し、試食や試飲を行うヒアリングも実施。バイヤーに声をかけ、出展品のブースへ誘導し、オンライン商談を実施した。また、現地対応サポートを行い、生産者の声や状況に応じて商談を支援した。

### 天津 天津海信広場

#### ●出展企業数及び品目数

テスト販売品目	30社	104品目
試食提供	24社	90品目

#### ●販売、試食の実施風景



#### ●売上実績

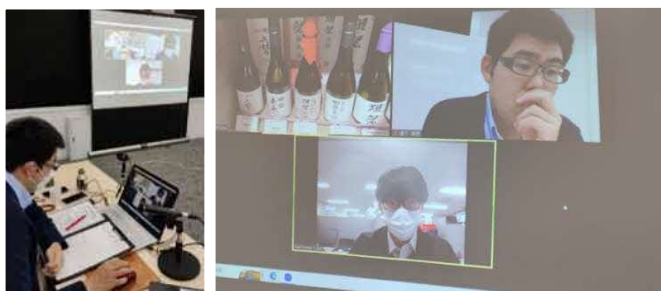
販売合計額(円)	2,138,300
販売合計額(元)	106,915

為替レート:1元≒20人民元

#### ●リサーチツアー実施風景〈中国側〉



#### ●オンラインヒアリング実施風景(2月6日実施分)



### 上海 三井ショッピングパーク ららぽーと上海金橋

#### ●出展企業数及び品目数

テスト販売品目	40社	135品目
試食提供	33社	114品目

#### ●販売、試食の実施風景



#### ●売上実績

販売合計額(円)	1,217,020
販売合計額(元)	60,851

為替レート:1元≒20人民元



**現地で人気の和食店の中でも、ハイクラスな客層の店舗で実施**

上海市・華北エリアにあるそれぞれの和食店の中でも、特に人気があり、食材に気を遣う中流以上の客層がある店舗でテスト販売を実施した。来店消費者に本物の北海道高級食材の「旨味・美味しさ」を体験していただき、北海道食材のファン・リピーターになっていただくことで、店舗に道産食材を扱うことが集客にも繋がることを理解してもらい、継続的な取引を実現させることを目的とした。

都市名	実施店舗	実施時期
上海	サントリーJAPANESE DINING & BAR旗艦店	2023年 1月30日～2月12日
	使用材料	道産品: 21品目、製造会社: 12社、 食事: 調味料9、水産品3、農産品2、菓子類1 飲料: 日本酒3、ワイン2、果実酒1
	料金設定	夕: 1,280元(約25,600円)/名 昼: 260元(約5,200円)/名
天津	吾自慢・二番煮×果GAL	2023年 1月30日～2月12日
	使用材料	道産品: 23品目、製造会社: 14社 食事: 調味料5、水産品7、農産品5、菓子類1 飲料: 日本酒3、果実酒2
	料金設定	260元(約5,200円)/名



●サントリーJAPANESE DINING & BAR旗艦店 実施風景



●吾自慢・二番煮×果GAL 実施風景



北海道産品のイメージアップを図るため、飲食店では展示スペースを確保し、道産品輸出用シンボルマークを取得した商品を使用するなどPR活動を行った。テスト販売期間後には、顧客のフィードバックを収集し、継続販売に向けた商談をオンラインで実施した。天津及び上海の飲食店では、北海道産品の継続取引に繋がった。

## 上海 サントリー-JAPANESE DINING & BAR旗艦店

### ●店頭でのPR



### ●継続取引企業数及び販売数量

企業数	3社
販売数量	112

### ●売上実績

販売合計額(円)	613,900
販売合計額(元)	30,695

為替レート: 1元 ≒ 20人民元

商談ツール: WeChat



## 天津 吾自慢・二番煮×果GAL

### ●販売日報の様子(一部抜粋)



### ●継続取引企業数及び販売数量

企業数	2社
販売数量	74

### ●売上実績

販売合計額(円)	227,992
販売合計額(元)	11,399.6

為替レート: 1元 ≒ 20人民元

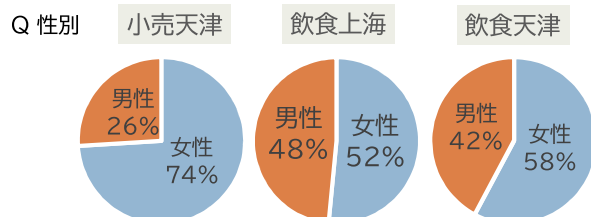
商談ツール: WeChat



## ■ 小売店舗アンケート及び飲食店舗注文者アンケートから得られた消費者の嗜好

テスト販売店舗	地区	都市名	実施店舗	回答者	実施時期
小売店舗	華北エリア	天津	天津海信広場	331名	2023年 2月4日～2月10日
飲食店舗	上海 南京西路 エリア	上海	サントリー-JAPANESE DINING & BAR 旗艦店	33名	2023年 1月30日～2月12日
	華北エリア	天津	吾自慢・二番煮×果GAL	109名	2023年 1月30日～2月12日

### ●参加者へのヒアリングまとめ(一部抜粋)



Q 年齢

年齢	小売天津	飲食上海	飲食天津
20-30	18%	15%	32%
30-40	29%	34%	37%
40-50	22%	33%	15%
50-60	11%	18%	11%
60以上	20%	0%	5%

Q 職業

職業	小売天津	飲食上海	飲食天津
学生	10%	3%	6%
会社員	40%	37%	62%
会社経営層	14%	24%	18%
定年退職	27%	3%	6%
その他	9%	33%	8%

Q レストランにあると魅力的だと思う北海道の産品は何ですか

産品	小売天津	構成比
米		11%
農産品・農産加工品 (納豆、小麦粉、乾麺など)		17%
日本酒		10%
その他酒類(ワイン・果実酒、ビールなど)		12%
水産品・水産加工品 (ほたて、えび、魚など)		6%
スイーツ		16%
加工食品 (冷凍コロッケ、インスタントスープなど)		6%
調味料(醤油、味噌、味付けソースなど)		12%
日用品、工芸品 (ガラス食器、木工品、化粧品など)		7%
その他		3%

Q 北海道の何に魅力を感じますか。

魅力	小売天津	飲食上海	飲食天津
美食	24%	43%	30%
観光	35%	24%	35%
自然	31%	33%	30%
文化	6%	0%	5%
その他	4%	0%	0%

Q【飲食】今回、注文した北海道メニューを注文した理由を教えてください。※複数選択可

理由	飲食上海	飲食天津
北海道の食材を使っているから	83%	51%
日本の食材を使っているから	5%	42%
北海道に関係なくメニューがおいしそうに見えたから	6%	5%
北海道に関係なくメニューが健康的に見えたから	3%	1%
北海道に関係なくメニューの価格が魅力的だったから	0%	0%
その他	3%	1%

Q レストランにあると魅力的だと思う北海道の産品は何ですか

産品	飲食店上海	飲食天津
農産品・農産加工品 (納豆、小麦粉、乾麺、麩など)	27%	13%
酒類・飲料水 (日本酒、ワイン・果実酒、ビール)	20%	29%
水産品・水産加工品	27%	25%
加工食品 (菓子類、ジャム、果実酢、コーヒー)	5%	4%
調味料・インスタントスープ・ふりかけ	5%	14%
道産米	9%	14%
その他	7%	1%

### ■ まとめ

小売、飲食店舗ともに利用者の多くは、女性が占める割合が高く、年齢層は30～40代が最も多いことがわかった。利用者の職業は会社員が多くを占め、次いで、会社経営層が多かった。経済的に余裕のある層に需要があることがわかる。北海道の魅力は、美食、観光、自然であり、価格よりも味や品質、安心・安全に注視される。上海と天津の小売店では農産品、スイーツ、その他の酒類が人気だった。飲食店では、農産品、水産品、酒類が魅力があるとわかった。道産品や日本食についてのブランド力と信頼や人気から、北海道食品を使ったメニューはお店の魅力となると答えた方が上海、天津とも9割を超えた。