

令和4年度
中国黒龍江省における道産食品販路拡大事業委託業務
実施報告書【概要版】

1 中国バイヤー（企業）に対する道産食品サンプルの提供及びアンケート調査

①事業概要

実施内容

中国黒龍江省ハルビン市で開催される「第32回ハルビン国際経済貿易商談会」に来訪が見込まれていた中国バイヤー企業5社に対し道産食品のサンプル提供ならびにアンケート調査を実施し道内企業へフィードバックを実施。

「第32回ハルビン国際経済貿易商談会」は当初、2022年6月15日～19日の期間で開催予定であったが新型コロナウイルス感染症の感染拡大により2022年5月中旬に開催を同年12月22日～26日へ延期、さらに同様の理由により12月上旬に商談会事務局から2022年度内の開催中止が発表された。

対象企業

輸入食品の取扱があり開催が予定されていた「第32回ハルビン国際経済貿易商談会」にも参加を予定していた中国国内バイヤー企業5社を選定

1. 江蘇省南通市の商社
輸入食品の卸売 主に菓子類、調味料
2. 広東省広州市の小売
日本料理飲食店および小売店 主に調味料、酒、米
3. 四川省成都市の食品協会
卸売および小売等 輸入食料品全般
4. 天津市の商社
輸入食品の卸売 主に飲料、アルコール、調味料
5. 黒龍江省ハルビン市の小売
百貨店等小売 輸入食料品全般

実施内容

道産食品のリスト（商品名、パッケージ画像、商品説明、想定卸値、サイズ）からバイヤーの業態やジャンル等を考慮の上、サンプル選択。該当商品をそれぞれ複数点納品し各担当部門にて試飲、試食会を実施。（調味料などは実演調理の上で試食）

各商品ごとの意見をバイヤーにヒアリングし、その集計結果を道内企業へフィードバック。

1 中国バイヤー（企業）に対する道産食品サンプルの提供及びアンケート調査

②中国バイヤー企業への調査と企業へのフィードバック

卸売、小売（店舗・EC）など様々な分野で輸入食品を取扱う中国バイヤー企業に対して商品の試食などを踏まえながら調査を実施した。
（下記のサンプル品に対する代表的な意見は抜粋）

中国バイヤー企業
1.江蘇省南通市の商社
主な販路
OLAY（スーパーマーケットチェーン）、久光、丸悅、泉屋 など小売
調査品目数と主な商品種類
33品目 菓子、調味料、乾麺、酒
サンプル品に対する代表的な意見
独特の風味で面白く味も美味しい。ただ輸入品にしては価格に対して内容量が少ないので結果として割高に感じる。
サンプル品の中で取扱を検討する商品およびその理由
ビスケット2種類 （味、ボリューム、パッケージ、内容量ともに良いと考えている。一方で3種類では商品比較が難しいと感じる）
サンプル品以外で取扱を希望する商品（商品名や具体例等）
チョコレート菓子（ブランド力が強いもの）

中国バイヤー企業
3.四川省成都市の食品協会
主な販路
四川省内イトーヨーカ堂等小売、興怡商貿等 輸入食品卸
調査品目数と主な商品種類
26品目 菓子、調味料、水、冷凍品
サンプル品に対する代表的な意見
人を選ぶ味。他のわさび風味の商品と比べて風味が強く中国人には不向きと考える。
サンプル品の中で取扱を検討する商品およびその理由
ビスケット、たまごボーロ （いずれも比較的安価で消費者受けしやすい）
サンプル品以外で取扱を希望する商品（商品名や具体例等）
チョコレート菓子（単価が低めのもの）、北海道産品という印象が強いもの

中国バイヤー企業
2.広東省広州市の小売
主な販路
自社飲食店での使用目的、店舗内販売ブースでの小売
調査品目数と主な商品種類
25品目 菓子、調味料、乾麺、酒、冷凍品
サンプル品に対する代表的な意見
美味しくて価格も抑えめで良い。店頭販売を考えた時にパッケージが大きすぎるのが難点で販売スペースが限られてくるので重ねて並べにくい。
サンプル品の中で取扱を検討する商品およびその理由
該当なし（全体的に他の日本産品と比べ高い）
サンプル品以外で取扱を希望する商品（商品名や具体例等）
冷凍たまご焼、かまぼこ（カニ、ホタテ風味）

中国バイヤー企業
4.天津市の商社
主な販路
EC展開している小売やプラットフォーム（京東等）
調査品目数と主な商品種類
12品目 調味料、インスタント麺、水、酒
サンプル品に対する代表的な意見
価格が20~30%割高。味は好評。この価格であればもう少し高級感のあるパッケージへの改善が必要。
サンプル品の中で取扱を検討する商品およびその理由
醤油（価格要検討）
サンプル品以外で取扱を希望する商品（商品名や具体例等）
瓶包装でない調味料類（仕入値ベース15元前後） 高級ブランドウイスキー（一定量数まとめた納品が可能であれば）

中国バイヤー企業
5.黒龍江省ハルビン市の小売
主な販路
自社運営店舗およびECでの小売
調査品目数と主な商品種類
38品目 菓子、調味料、乾麺、米、酒、冷凍品
サンプル品の中で取扱を検討する商品およびその理由
美味しいが味が独特でパッケージからはわかりにくい。店頭表示の方法などを注意しないと酸味がある。塩味などベーシックなものの方が良いように感じるが、ナショナルブランドなどの他の日本メーカーやEUからの輸入品との比較を考えると難しい。
サンプル品の中で取扱を検討する商品およびその理由
ビスケット、すき焼き割りした、インスタント麺 （いずれも単価が低く販売しやすい）
サンプル品以外で取扱を希望する商品（商品名や具体例等）
チョコレート菓子 試食提供できる調味料

2 小売店及び運営するECサイトにおけるテスト販売

①事業概要

実施期間

2023年2月24日-3月8日
 ※2月6日の商品順次到着後から随時販売を実施
 ※テスト販売以降の在庫品も継続して販売を実施

実施場所

店頭販売：中国黒龍江省ハルビン市
 松雷百貨店南崗店 地下1階食品販売フロア
 EC販売：松雷百貨店公式ECサイト 松雷松鼠超市

実施方法

2023年2月24日-3月8日を北海道物産フェア「ニーハオ北海道」とし、小売店及び公式ECサイト内で北海道産品販売。小売店及び公式ECサイトはフェアにあわせた装飾、レイアウトにし、期間中に店頭では試飲や試食、ECでは商品のライブコマースも行い、また期間中には消費者へのアンケート調査も実施した。

小売店実施風景



ECサイト実施画像



2 小売店及び運営するECサイトにおけるテスト販売

②実施成果と分析

- 出展企業数及び品目数
 テスト販売品目：17企業 80品目
 試食提供：8企業 17品目

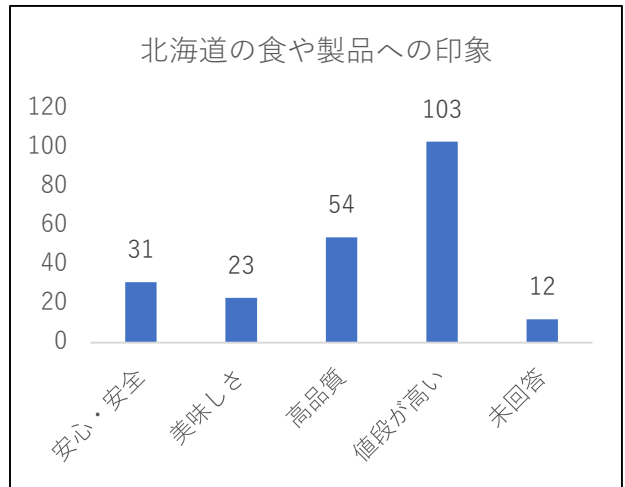
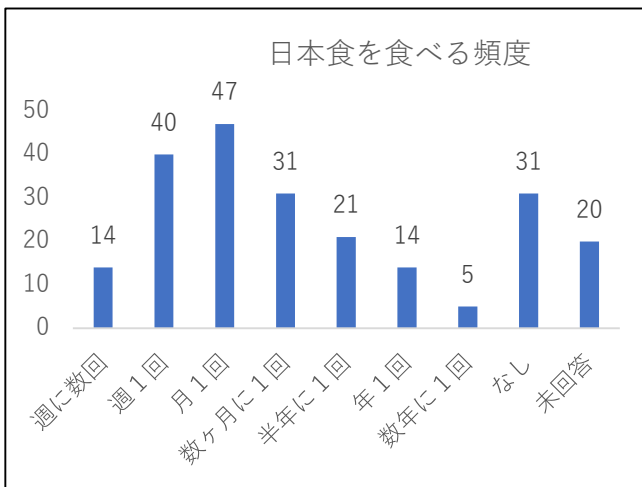
- 売上実績 ※為替レート：19.29円=1元
 合計販売額：392,794円（20,362.6元）
 販売数量：512点
 店頭売上 82% 322,088円（16,697.2元）
 EC売上 12% 70,705円（3,665.4元）

販売、試食の実施風景



- 消費者アンケート（一部抜粋） 223件収集

年齢構成 10歳代:6 20歳代:28 30歳代:33 40歳代:41
 50歳代:46 60歳代:31 70歳代:12 未回答:26
 男女別 男性:82 女性:126 未回答:15
 居住地 ハルビン市内:174 ハルビン市外:33 未回答:16



2 小売店及び運営するECサイトにおけるテスト販売

③小売店担当者へのヒアリング

松雷百貨店 食品売り場部門責任者の声

- 新型コロナウイルス感染症影響における消費者動向や小売店への影響など
 - 2023年1月上旬頃の新型コロナウイルス感染症に対する措置の緩和が行われ、現状では来店客数は戻りつつあるものの、客層は変化。
 - 消費者動向は同一商品でもより手軽な料金の商品を求めるなど、節約、儉約志向が強くなっているように感じる。ECにおいても同様。
 - これまで以上に価格に対する関心度が強くなっており、似たような商品で価格に違いがある場合、高価格帯の商品は付加価値などをうまく伝えられるようにしなければいけない。
- 今回の出展商品についての評価
 - 試食や試飲に対する来店客の反応は良好だが、日本酒については一般的に好まれるアルコール類に比べ度数が低いということもあり、販売面では厳しいと思われる。
 - また、消費者は価格に対する関心が強い傾向にあるため、調味料や菓子類でも国内流通製品と比べて時に少量の割に価格が高い商品など、単価の高い輸入品に関しては苦戦する。
- 北海道産品の販売促進のために必要だと考えることや商品への意見
 - 今後、物産フェア開催の際には、試食以外に、例えばたい焼きやたこ焼きなどの実演販売などもトライアルできれば、フードコートなどのメニューに採用され継続販売される可能性がある。
 - 従来の北海道産品のPRの他、新たな商品も試していくことが、結果として消費者の印象により残るものになると考える。



事業実施による考察

●新型コロナウイルス感染症による影響

- ・ 長く続いた新型コロナウイルス感染症の影響による景気低迷を受けてか、消費者動向は節約志向が非常に高くなっている。
- ・ これまでは安心安全に関心が高かったため、比較的単価の高くなる輸入品に関しても一定のインセンティブがあったものの、昨今の価格重視の傾向においては輸入品かつ、一件あたりが決して大口にならない商品に関しては価格優位性がはたらかない。

●地方都市部において重点化すべき販売品目

- ・ バイヤーからは消費者動向が節約志向にみられるといった意見が多い。今回のテスト販売においては、購入商品の多くが単価の低い商品であり、比較的安価な商品の掘り起こしが、地方都市での道産品販路拡大に重要な視点となると考える。
- ・ 各道産品は小ロットで輸出されるためコスト高になり、単価が上昇している。商社間の連携による共同購入や大口販路との抱き合わせなど、既存商品の単価を下げられるような枠組みや企業努力も販路拡大へ向けた重要な視点である。
- ・ 価格とも関連するが、地域性にそぐわない品物も売れにくく、それが顕著に現れたのが日本酒だった。販路拡大を目指すエリアの地域性にあった品目を調査・分析するとともに、消費者へのPRも毎年一施設ではなく、物産展キャラバンのように定期的な実施も効果的ではないかと考える。

地方都市部での販路拡大に向けたキーワード

■比較的安価な商品の掘り起こし

- ⇒ 商社間連携による共同購入
大口販路との抱き合わせ

単価引き下げ
可能性を模索

■地域性に合った品目展開

- ⇒ 地域性調査・分析(現地嗜好)

地域ニーズ 把握

■PR機会の増大

- ⇒ 物産展キャラバン等の定期実施

新規顧客取込