

## 香港・台湾農水産物輸出商談ミッションに食肉事業者3社が参加

独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ）主催の「香港・台湾農水産物・食品輸出ミッション」による商談会が2月27日、香港の日航ホテル香港で行われた。日本から35社が参加し、食肉事業者も3社が出展し、来場した香港・マカオの食品関係者と活発な商談が行われた。

香港は、地理的にアジアの中心に位置し、人・物が集積する拠点。日本からの農林水産・食品輸出は6年連続で香港が世界1位を維持している。さらに、4860万人の観光客が訪れ、中国人が72%を占めておりアジア情報発信の拠点になっている。

しかし、香港の食品市場における日本食品は「安心・安全神話」の崩壊と持続的な円高もあって他の国・地域に押されがち。台湾産巨峰や米国産純粋豚豚などが市場に広がってきている。

香港での牛肉市場の国別シェアをみると、重量ベースでブラジル34.8%、米国27.9%、カナダ11.22%、オーストラリア7.04%、中国8.51%、日本0.15%、その他8.51%（2011年度実績）となっており、まだまだ日本の伸びしろが期待できる。

商談会に参加した食肉企業は飯島畜産、いわて門崎丑牧場、ミートコンパニオンの3社で、現地の輸入商社、卸事業者、外食・量販バイヤーが56社、100人以上が訪れた。ミ-



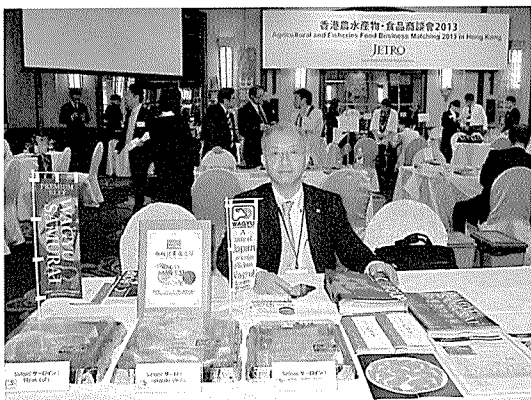
和牛統一マークを添付した小売商品を展示したミートコンパニオンのブース

トコンパニオンのブースでは、ブロック肉から切り分け展示商品を作るなど積極的な展示。飯島畜産では食肉加工品の試食が積極的に行われ、いわて門崎丑牧場は和牛の生産現場が説明されていた。

日本からの和牛の輸出は、食肉事業者が実際に現地のリサーチをしていることは非常に少なく、商社任せになっているケースが多く、ロースやヒレなどの部位に偏重しているのが現状。

ミートコンパニオンの植村光一郎常務執行役は、今回の出展目的について、現地のリサーチとニーズの把握に重点を置いた、としている。「数年前は、100g当たり250香港ドルほどの和牛の高級部位しか並んでいなかった売り場に、和牛のウデや肩ロースの商品アイテムが100～150香港ドルで並ぶようになっており、現地に足を運びリサーチやニーズの把握をしない限りこれ以上の販売量や、偏った部位偏重は解消できない」と指摘。

そのうえで植村常務は、「日本の食文化を含めた商品提案も必要になっており、日本以外の和牛の進出対策も重要になってくる」という。そのために、来場したバイヤーに対して、来日して実際に食文化に触れるよう勧め、持参した松阪牛の老舗「和田金」のパンフレットを渡すなど自社の商品紹介に止まらず和牛全体のアピールを行っていた。



活発な商談が行われた香港における商談会。中央はミートコンパニオンの植村常務