

香港マーケット開拓推奨 資料

at HONG KONG

※本資料は（株）WORLD RESULT が制作した内部資料となります。
ネットを含め転載などはお遠慮くださいませ。



魅力的な国でありエリア 香港について①

【基本情報】

香港は人口 740 万人ほど。

面積は約 1,000 km²

香港 / 人口

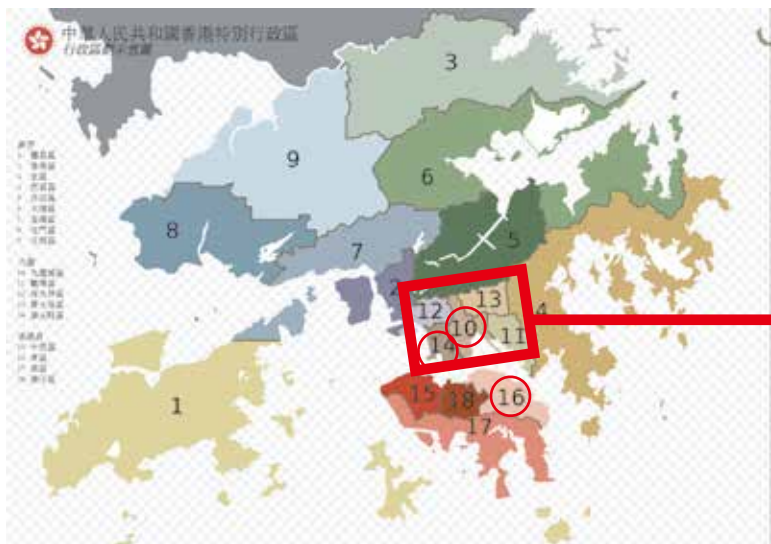
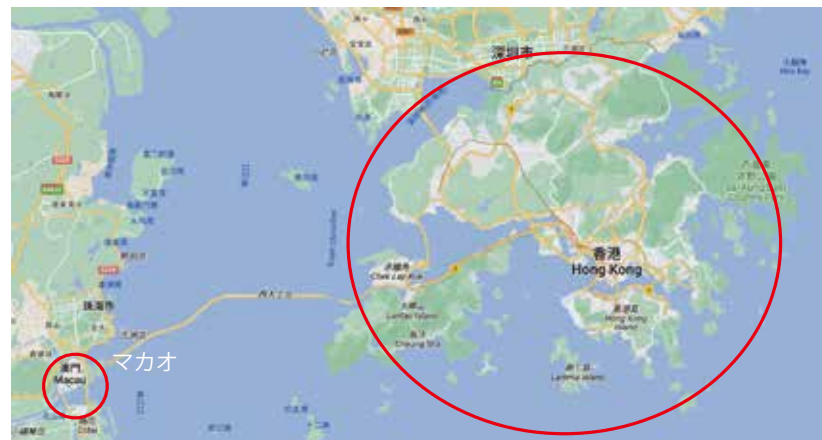
741.3万 (2021年)

香港 / 面積

1,114 km²

香港は中国本土の南に位置し、陸続きで本土の深センにアクセスが可能。貿易拠点として古くから利用され、世界各国の人が住むなど多国籍な人種でマーケットとしては世界各国の文化を見ることができる。

マカオは香港から直接アクセスできる国であり、香港で成功されている経営者の多くはマカオ、そして深センを含め3カ国でビジネスを展開している



山手線内側の面積は約 65 km²

新界 (編集)

番号	行政区	人口	面積 (km ²)
1	離島区	137,122	176.42
2	葵青区	523,300	23.34
3	北区	280,730	136.53
4	西貢区	406,442	136.32
5	沙田区	607,544	69.27
6	大埔区	293,542	148.18
7	荃湾区	288,728	62.62
8	屯門区	502,235	84.64
9	元朗区	534,192	138.56

九龍 (編集)

番号	行政区	人口	面積 (km ²)
10	九龍城区	587,690	10.02
11	觀塘区	423,521	11.27
12	深水埗区	365,540	9.36
13	黃大仙区	362,501	9.30
14	油尖旺区	280,548	6.99

58,769 人 / km²

40,078 人 / km²

香港島 (編集)

番号	行政区	人口	面積 (km ²)
15	中西区	250,064	12.50
16	東区	587,690	18.71
17	南区	275,162	39.40
18	灣仔区	155,196	9.92

31,427 人 / km²

2,019,800 人 約 45 km²

赤丸の主要エリアの人口数は約 130 万人

香港全土から 700 万人の人口を考えるとさほど多く無い気もするが、中心地と言われる九龍、香港島、新界のエリアは人口が密集しており 45 km² に 200 万人近くが生活をしている。

日本の山手線沿線の内側は面積が約 63 km² 人口は約 120 万人とも言われています。香港主要エリア (赤丸地区) の面積は約 36 km² で約 120 万人の人口。なので、山手線の内側面積が半分で約 120 万人が生活している。

人口密度が非常に高いエリアであり、そしてマーケットとしては小さいエリアであるが東京中心地と変わらない人口数があると考えられる。

東京を圧縮し狭いが巨大なマーケット



魅力的な国でありエリア 香港について②

▶ 世界で最も生活費が高い都市 トップ10 

順位	都市	WCOL 指数
1	シンガポール	100
1	ニューヨーク (アメリカ)	100
3	テルアヴィヴ (イスラエル)	99
4	香港	98
4	ロサンゼルス (アメリカ)	98
6	チューリッヒ (スイス)	94
7	ジュネーブ (スイス)	91
8	サンフランシスコ (アメリカ)	85
9	パリ (フランス)	84
10	コペンハーゲン (デンマーク)	83
10	シドニー (オーストラリア)	83

出典: EIU WCOL指数=ニューヨーク(100)を基準とした世界の生活費

物を販売する上で、生活費を指標とする（そこに住む者の生活費が高いほど、販売されている物他、家賃など高め高い=給与所得が高い）

2022年の生活費が最も高いシンガポールを100とした数値が左記のグラフ。香港は第4位となる。ちなみに日本の東京は14位となっています。



現地の物価感覚として
実際に23年5月に渡航した際ですがアイスコーヒー1杯35hkd(600円)、ローカルの路地にある肉まん屋さん※普通の日本人なら食べないような衛生面1個12hkd(200円) 飯に中国上海とかであっても1個3元程度51円程



ローカルエリアの飲食店看板



市場の汚い飲食店舗

ローカル食から知る現地独自の指標と物価感覚

アジアで食を求める際に最も安いのは市場。衛生面は悪いが物は新鮮だ。ローカルエリアの食についての価格=そこに住む最低給与でも生活できる所得として一番低い層が日常生活する上での単価が分かる。



←の食堂で名物の朝飯
これ1個で39hkd (670円)

実際に現地で最も安い食事などを含め、色々歩いたが、結果的には1食600円以上はする。パン1個でも300円前後、おにぎりも同様。コンビニのジュースも1本200円前後であり

基本的に食品の価格は高い。

感覚ですが日本の3倍ほど物価が高い印象

魅力的な国でありエリア 香港について③



巻き寿司：1,500 円前後 / パック



かつやのカツ丼：1,200 円前後 / 杯



日本の果物・野菜特設販売

日本の食品、料理は人気が高い！その理由は？？

日本の商品や料理ですが街中の至る所で目にします。特に大手メーカーブランドは料理名になるほど（出前一丁＝インスタント面）それほど人気が高く、そして高価である。それでも求められる理由ですが現地のバイヤーなどの聞き取りから総合すると

安心・高品質・本物という言葉をよく聞きます。

「香港から近い国の中で商品をしっかり作り生産し、品質にこだわり安心を掲げれる国は日本しかない。」

という言葉聞いて納得しました。

お隣の中国、そして韓国や台湾、ベトナムにフィリピンなど東南アジアとアジアの中で品質にこだわりを持って物を生産する国は日本しかない。

こうした背景とそして食にうるさい香港人を納得させる食は日本には沢山ある。

生産において高い品質と信頼がある日本

東京を圧縮し狭いが巨大なマーケット

感覚ですが日本の3倍ほど物価が高い印象

生産において高い品質と信頼がある日本

中国の様な巨大なマーケットであり
世界各国の人々が暮らしており異文化も根付く
世界トップクラスの高所得者達が住み
尚且つ大きくない商圈

+

輸入について規制は少なく、なんでも貿易が可能
(危険物や麻薬とかを除く)

=

日本の地方中小企業に対し
手が出しやすい輸出先！

- ・輸出規制が無い※1
- ・品質や価格の幅がある
(商流を組める)

※2 放射能関係及び細かい規制
点はジェットロさんで確認も可能





これまで数多のメーカーが香港で展示会などを通じてチャレンジ。しかし、継続して販売されている商品は少なく限られたスーパーマーケットに残る。

その課題は何かを現地の飲食オーナーや食品小売バイヤーを含め色々とヒアリングをしながら一つの仮説を立てさせていただきました。

現地の商文化を理解する事

消化仕入れ方式が基本

現地に営業を委任する事

香港窓口を1本化

継続した販促を行う事

商品認知とPRの実施

消化仕入れ方式が基本

売れるかどうか分からない商品を基本は買取しない。中国も同じ文化でしたが香港も同じ文化でした。なぜなら、リスクを取りたく無いから。この買取文化である日本と消化仕入れ方式の中国（香港）の商文化の違いから現地で出店しても販売まで行けないメーカーが大半だと考えます。

香港窓口を1本化

一番が損をするビジネスの仕組み。最初に仕入れて販売した際、もし売れてしまいヒット商品の予感。しかし、最初に仕入れた企業が総代理権を持たない場合、購買企業は直接メーカーと取引を行います。その為、基本的に総代理権を持たない場合、商社関係との取引は難しく、結果的には宣伝や販促もメーカー自費となり維持できない。

商品認知とPRの実施

販売まで漕ぎ着け、尚且つ総代理権も譲ったけど輸出量が増えない・・・。遂には全く売れなくなった。という事象も多いです。なぜか？よほど食品に興味を持ち、尚且つ自社でデザインなどを手掛けPRや販売を積極的に行う現地企業がある事が稀です。その為、メーカー自身で香港へ出向き試食活動やPRなどを行い販売量を増やす努力が必要です。

消化仕入れ方式
(委託販売)

総代理権利の付与
(期間、条件付き)

販促 PR の維持継続
(SNS を含める)

商談までの時間と金

販売実績と認知度

営業代行香港支社

お客様窓口

宣伝協力

仮に買取で商談を行う上で決まるまでの期間は
大体6ヶ月程。渡航回数は3回以上
※弊社上海スーパー時の経験感覚

商談しても決まらない。と販売されないが
条件を飲む事で販売は即可能となる。

総代理を預ける＝メーカーと同じ立ち位置で営
業戦略を元に販路拡大をしてくれる。

メーカーと同じ立ち位置である以上、トラブル
の発生時には対応をしてくれる。

総代理＝その国での注文窓口となる為、積極的な
商品 PR を現地企業が実施をする。

総代理権利を持つ企業

≡ 現地の支社

この条件を承諾する事で得れる事

【仮に香港の展示会に出て、買取の取引までを時間とコストで概算すると】



4日間いる場合：2名として

渡航費：往復20万円 (@2名：10万円/名)
宿泊費：16万円 (@2名2室：12万円/名 (3泊4日))
出展費：80万円 (@ブース代と内装)※フードエキスポ
通訳費：20万円 (@1名 (ビジネスレベル5日間))

以降、商談で渡航 (3回として) 展示会費を抜いた場合

渡航費：往復20万円 (@2名：10万円/名)
宿泊費：16万円 (@2名2室：12万円/名 (3泊4日))
通訳費：20万円 (@1名 (ビジネスレベル5日間))

食事代などを抜いて
最低経費で概算として
3泊4日で136万円程

食事代などを抜いて
最低経費で概算として
1回56万円程 × 3回
=168万円

香港販路開拓費用概算
約300万円

香港販路開拓の予算がある！既に香港のつてがある！場合は自社での開拓時には時間もコストも必要です。

マーケットは大きく魅力もある 現地の商文化を理解する？しない？

ゼロから進める力があるメーカー様を除き、もし最小限のコストで最大限のメリットを得るためには
いくつかの条件を承諾し、その見返りに得れる時間と金。

海外（香港）への販路開拓はそう簡単では無い。が、条件次第では十分な可能性をひめている。

あなたの企業は予算をしっかりと持ち自社のスタイルで販路開拓へ望まれますか。
それとも現地の商文化を承諾しチャレンジをしてみますか？

チャレンジがしたい企業様は
お気軽に弊社へお問い合わせくださいませ。
最低限の力で最高のパフォーマンスをご案内いたします。

