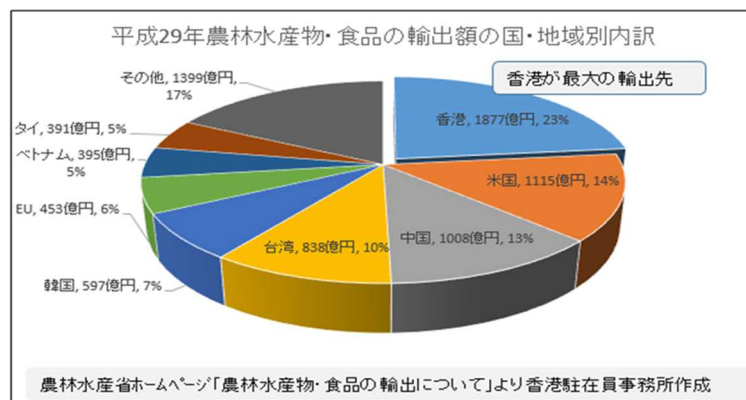


122 No. 2: 県産品の販売促進とインバウンドの活用

(平成 30 年 4 月)

農林水産省は 2 月、農林水産物・食品の輸出額が 5 年連続で増加し、2017 の輸出実績が対前年比 7.6% 増の 8,073 億円になったと発表した(速報)。19 年の目標は 1 兆円とし、予算額が増額された。今回は、香港への輸出拡大の可能性とそれに向けたインバウンド(訪日外国人客)の活用について当事務所が関わった活動を紹介したい。



旧正月(2月中旬)、香港を含む中華圏では、街中が真っ赤に染まりお祝いモードになる。食品スーパーでは、真っ赤なイチゴが店頭に並ぶ。日本産のイチゴは、競合の米国産、韓国産よりも高値の1パック3千円程度で販売される。

ただ、本県産のイチゴは無く、日本国内で競合する他県産のイチゴが堂々と並ぶ。東日本大震災に伴う原発事故の影響により、香港では本県産の農産物の大半が輸入規制の対象となっているからだ。食肉・水産物・加工食品は、検査証明書の提出やサンプル検査で輸入可能なのだが。

このままでは、本県産の農産物のブランド力の低下が懸念される。農水省は規制など阻害要因となる課題解決に取り組んでいるが、将来の「香港」での輸入規制の撤廃・緩和に備え、ブランド価値を維持向上する策はないものか。

2月に栃木県内にある観光業幹部らが香港の旅行会社を訪問し、インバウンド誘致を目的とした「栃木県内観光と宿泊をセットにした旅行プラン」を提案した。当事務所は栃木県香港事務所と連携し、旅行会社へのアポイント調整や同行訪問をした。観光で来日する香港人のうち8割以上がリピーターであり、大都市観光よりも地方の季節限定イベント、体験イベントを好んでいるようだ。旅行会社との対話で、インバウンド企画に向け多くのヒントを得た。「とちぎのイチゴ狩り」も有効な企画であることが分かった。インバウンド企画に絡め、香港からの旅行者に、栃木県を代表する県産品を県内で消費し、評価してもらう。

さらに、評価された農産品が「加工食品」に変われば、一定の要件を満たした上、香港市場で販売できる。

「現地香港市場への売込み」を諦めることなく、「日本での消費拡大」に目を向けることで、国内での販売強化、および将来の香港市場での販売に備えたブランド価値の維持・向上を図るべきだろう。

当事務所では、さまざまな活動を通じて、県産品の販路促進に向けた情報収集・発信に努めることで、県内事業者の活性化に向けた一助になりたい。

足利銀行香港駐在員事務所長 松田大輔