



JFOODO

# アジア6カ国・地域及び米国における農林水産物・ 食品8品目についての流通実態及び消費者調査

2022年7月

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

## 【免責事項】

本調査は、日本貿易振興機構（ジェトロ）日本食品海外プロモーションセンターの業務の一環として、イプソス株式会社に委託し、2021年12月から2022年3月にかけて実施したものです。本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。



# 2021年度 農林水産物・食品8品目 流通調査：鶏卵／シンガポール・香港



PRESENTED BY: Ipsos Strategy3  
March 2022

# プロジェクト背景・目的

## 背景

- 日本食品海外プロモーションセンター（以下、JFOODO）は、農林水産物・食品のブランド構築を推進する組織である。
- JFOODOは、輸出重点8品目について、選定したアジア各国・地域、及び米国での流通状況を評価したいと考えている。

## 目的

- 農林水産物・食品8品目の流通の実態を調査する。

## 留意点

- 本調査は、一部の現地業界関係者へのヒアリングを基に分析しているため、既存データ等と必ずしも一致しない可能性がある。





## 鶏卵：シンガポール

1

市場規模と成長性

2

販路の構造

3

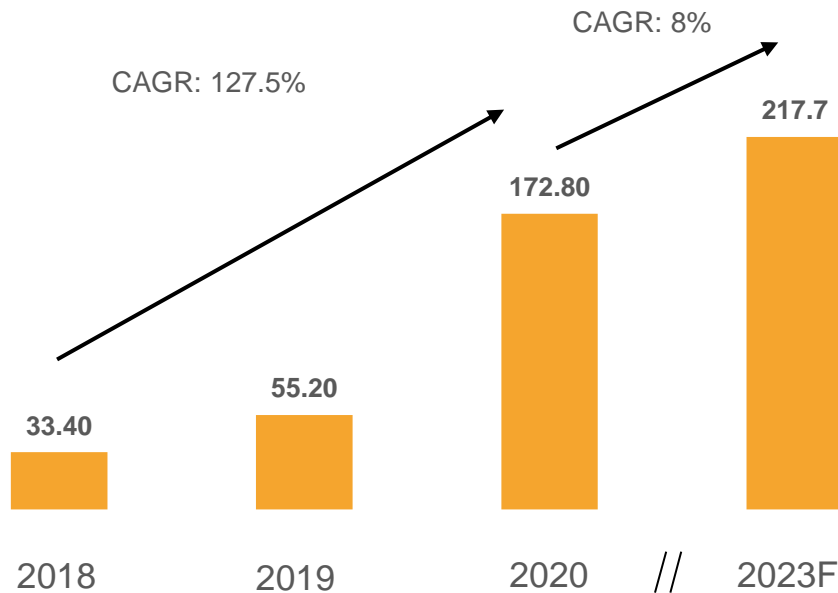
顧客ニーズの把握と  
競争・代替品のベンチマーキング

4

Appendix

# 近年、日本からの鶏卵輸入が拡大傾向。高品質の日本産鶏卵を好む消費者の増加が背景にある

日本からシンガポールへの鶏卵の輸入額  
(百万円)



\*シンガポールは日本から生鮮鶏卵 (HSコード040721) のみを輸入している

5 - 注: データは、クライアント提示のHSコードに基づく (鶏卵 HSコード 040721)  
出典: 専門関係者聞き取り調査; 通関データ; Ipsosによる分析

## 》》 ドライバー: コロナ禍で健康的な食生活や家庭内料理への関心が高まる

- **コロナ蔓延中、「心身の健康」「栄養のある食事」が新たな関心事に:** 厳格な生産・選別工程を経た日本産鶏卵は、より健康的かつ高品質であるとの一般認識から、コロナ禍による健康志向の高まりを受け、需要は増加傾向にある。
- **家庭用料理への関心:** コロナ禍のロックダウン中、家庭で鶏卵を使用する機会が拡大した。

## 》》 バリア: 鶏卵の輸入コスト上昇と市場の飽和

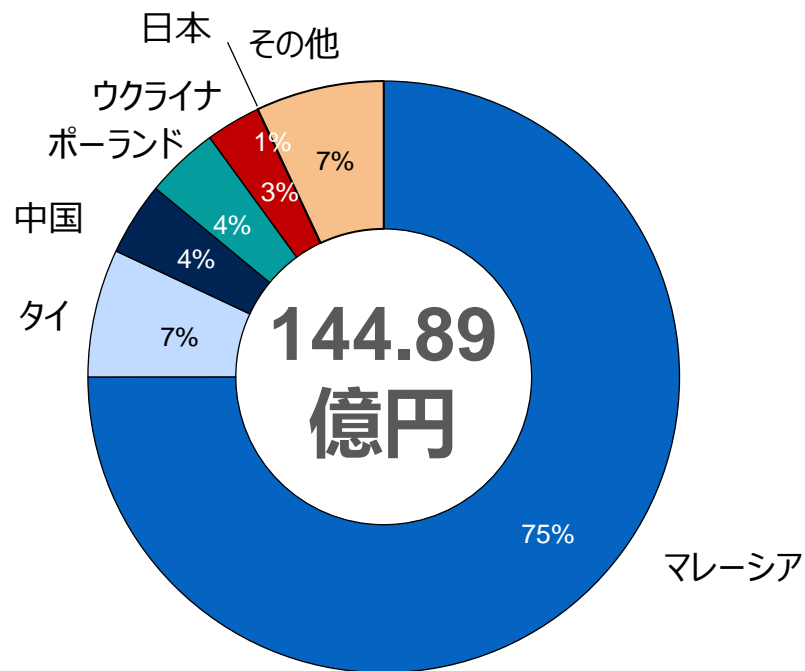
- **輸入コスト全体の上昇:** 鶏卵の価格は、世界的なインフレによる物価上昇に加え、物流コストの増大が主な原因となり値上がり傾向にある。日本産鶏卵は元の販売価格が他国産よりも高いことも相まって、輸入業者の購買意欲が削がれる状況
- **競争が激しい市場:** シンガポールの鶏卵市場は、地元産や東南アジア・中国からの輸入鶏卵など多くの原産国鶏卵が存在している。これらの鶏卵は、日本産と比べて安価で販売されており、地元の消費者に対して価格競争力を持つ。

## 》》 将来的な需要: 今後3年間で増加の見込み

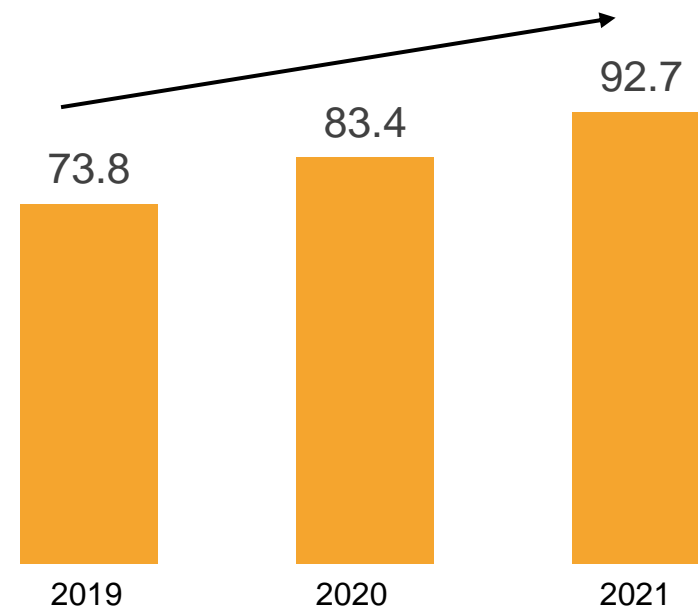
- 今後、日本人駐在員の渡星が増えるとの見通しや日本産鶏卵の長所・魅力が消費者に幅広く認知されていくだろうとの期待がある。日本産鶏卵の需要は、経済の回復に伴い、毎年数%程度増加すると予測される。

# マレーシアが主な鶏卵の輸入先。国内生産額は、食料自給率を引き上げる国家的な取り組みにより毎年成長している

2020年シンガポール生産国別鶏卵輸入額の内訳



シンガポールにおける鶏卵の国内生産額(億円)



国内の食料自給率を、現在の10%未満から「2030年」までに「30%」に引き上げる「30 by 30」を国家目標に掲げており、鶏卵の国内生産も右肩上がり成長している。

注1：鶏卵のHSコード:040721、040729、040790

注2：その他には、ニュージーランド、韓国、ベトナム、日本、オーストラリア、スペイン、デンマーク、台北（中国語）、オランダ、ブルネイ・ダルサラーム、インドネシア、米国などがある

出典：Singapore Food Statistics 2021, イプソスによる分析



## 鶏卵：シンガポール

1

市場規模・成長ポテンシャル

2

販路の構造

3

顧客ニーズの把握と  
競合・代替品のベンチマーキング

4

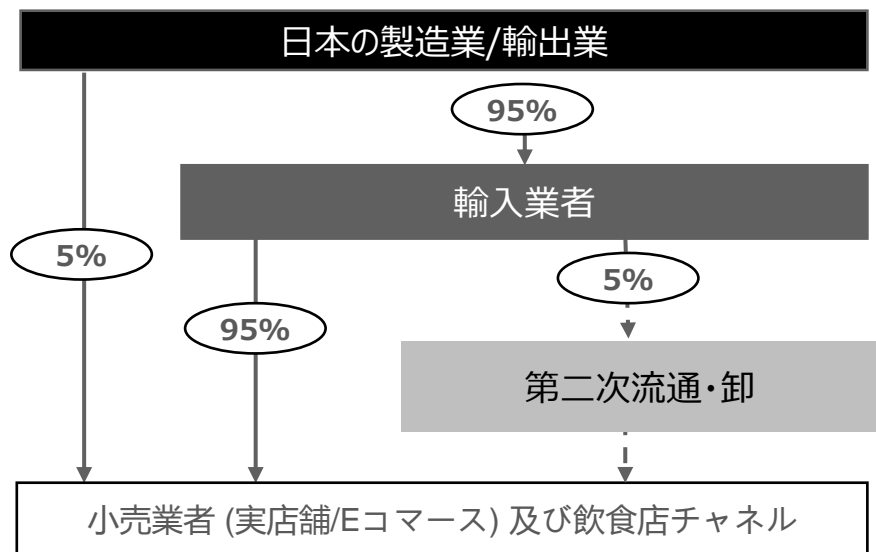
Appendix



# 主要チャネルの小売店・飲食店の事業拡大に伴い、日本産鶏卵の需要は伸びる見通し

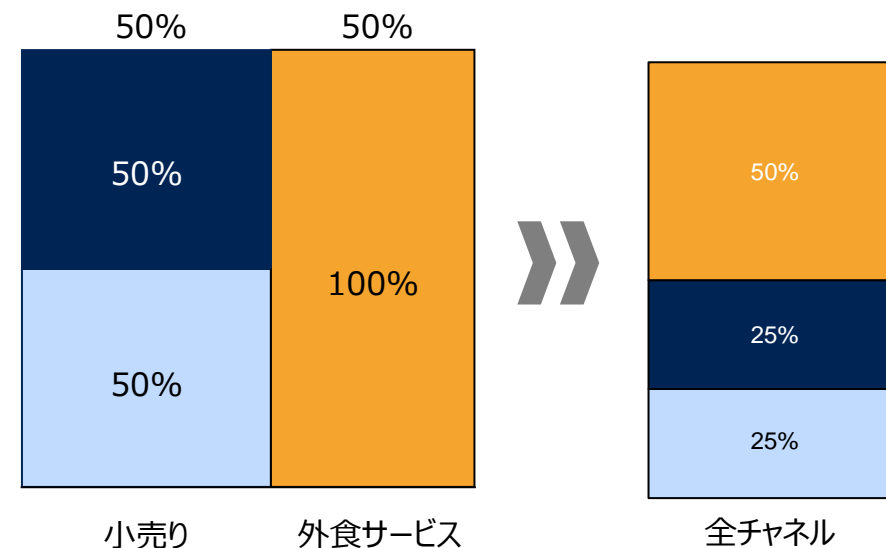
日本からシンガポールへ：鶏卵の流通経路 2021年（金額からの推計）

最終流通チャネルへの直販 vs 卸売業者



主要販売チャネル別 市場内訳（金額による内訳）

■ 輸入食品スーパー  
■ ハイパーマーケット  
■ 飲食店 (日本食・その他)



- 日本産鶏卵に対する小売チャネルと飲食店チャネルの需要は同程度。
- 通常、生産農場（採卵養鶏場）は、小売もしくは飲食店への直販を受け付けておらず、輸入業者を通すように指示。
- シンガポールにおける鶏卵全般の需要は通常、新年やクリスマスなど祝祭シーズンにピークとなる。
- シンガポールの日本産鶏卵の市場はニッチ市場。日本産鶏卵の購入顧客は、購入鶏卵について豊富な知識を有している。

## 今後の成長

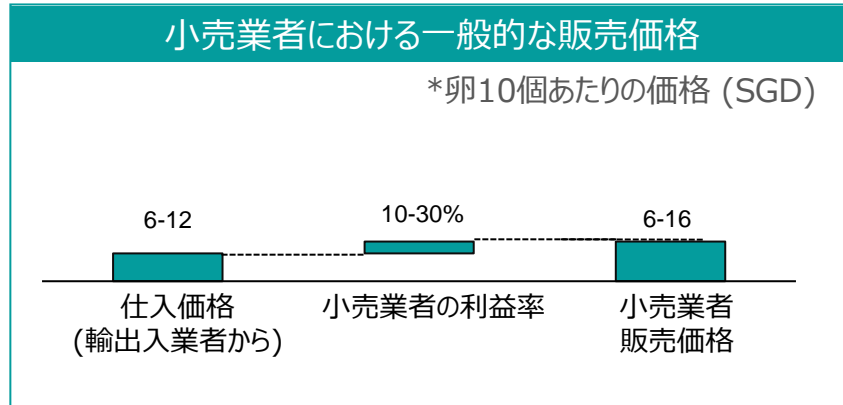
- 事業拡大による小売店舗数の増加、地元シンガポール人の日本食ブームに乗じた日本食レストラン数の増加から、今後数年の間、小売・飲食店の各チャネルは、お互い同程度の割合で需要を伸ばしていくと見込まれる。
- 日本製品を販売するオンラインストア（ECコマース）が増えていることから、卸売業者のビジネスも成長する可能性がある。



# 日本産鶏卵の小売業者の利益率は10%から30%程度

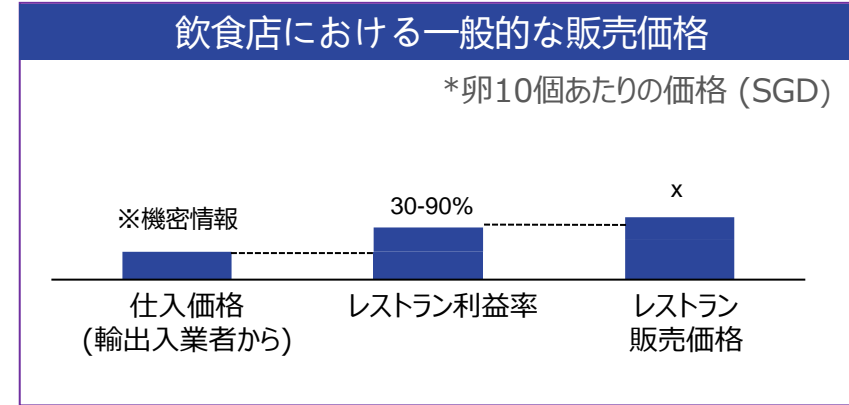


## 日本産輸入鶏卵の一般価格構造(単位:SGD)



### 小売業者

- 小売業者は一般に10%~30%の利益(マージン)を設定している。
- 小売業者によって購入価格(販売価格)が異なり、また少数ではあるが現地の輸入業者を経由せずに直接日本の生産者/サプライヤーから輸入することもあるため、購入価格(仕入れ価格)には大きな幅がある。
- 家庭での日常使用に適した6個入パックが最も購入されるパッケージ形態である。

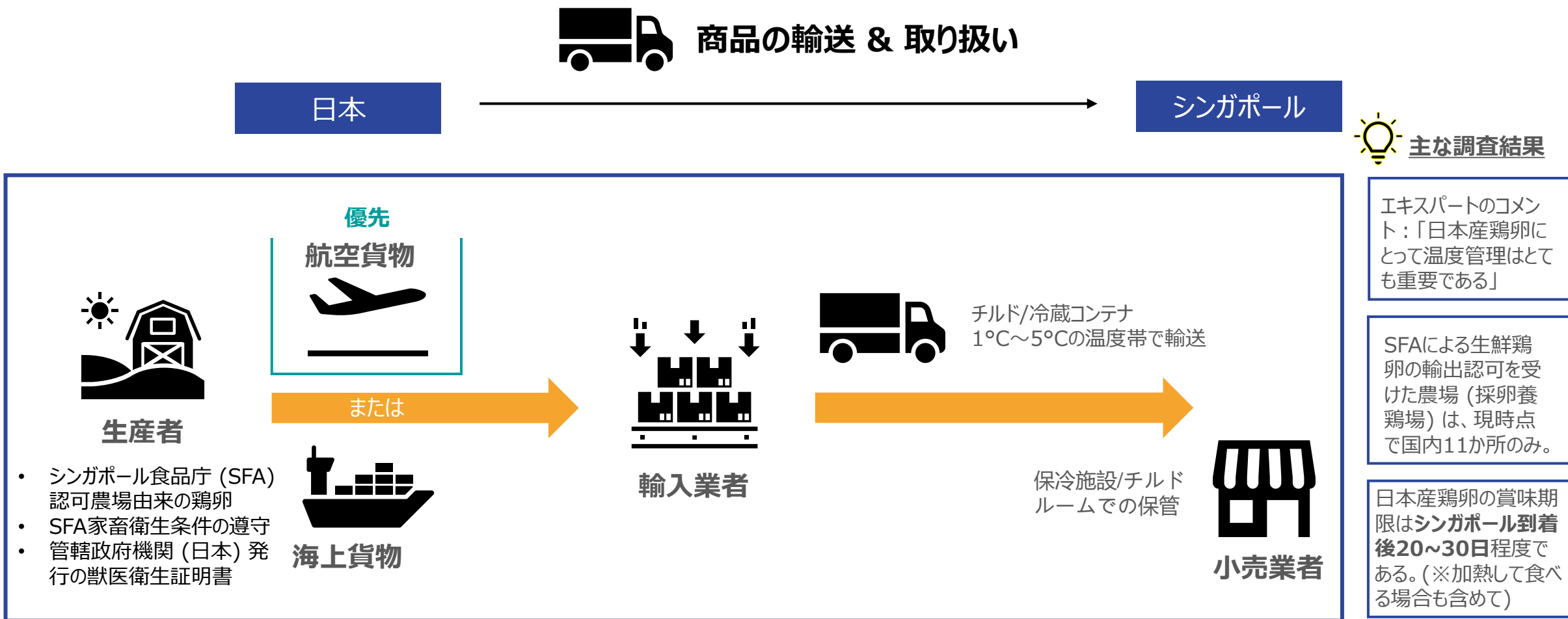


### レストラン

- 他の食材を組み合わせながら手間をかけて調理するプロセスが付加価値となるため、飲食店の利益(マージン)は小売より大きく、30%から場合によっては90%にまで上ることもある。提供価格は、料理の洗練度やその他使用食材のコストによって変わる。

※日本産鶏卵単品での提供は行われていないことから、鶏卵に特定して利益(マージン)を特定することは難しい。

# 日本産鶏卵の輸送は、空輸が主流 鮮度を維持するには、温度管理が重要な鍵に



# 日本産鶏卵を使った食事 シンガポールでメジャーな「親子丼」「すき焼き」



## 日本産鶏卵の消費方法

### 親子丼

#### 飲食店でのトレンド、自宅での食べ方

- 日本食レストランに必ずあるメニュー
- 短い調理時間・ヘルシーな食材が、会社員に人気の一品
- 玉ねぎ、鶏肉、卵をだし汁で煮た後、ご飯の上に乗せて食べる

調理時間が短いので、  
家庭でもレストランでも  
人気の一品



### 生食 (すき焼き)

#### 飲食店でのトレンド

- 政府の衛生基準に基づき飼育・生産段階がしっかりと管理されている日本産の鶏卵は、生食が可能なことで知られている
- 肉や野菜を卵に浸して食するという、すき焼き特有かつ定番の食べ方を顧客に実体験してもらおうと、すき焼きレストランの多くが溶き卵を提供

甘味もしくは塩味の効いた  
醤油ベースの割り下が  
生卵のソースと相まり、す  
き焼きならではの旨味、  
食感が味わえる





## 鶏卵：シンガポール

1

市場規模 & 成長可能性

2

販路の構造

3

顧客ニーズの把握と  
競合・代替品のベンチマーキング

4

Appendix



# 小売店やレストランで主流の日本産鶏卵は「ひなた」と「はなたまご」

シンガポールで取扱いのある  
主な日本産鶏卵

- 1 一般の卵
- 2 平飼い卵
- 3 放し飼い卵
- 4 オーガニック卵

## トレンド

- 生食が可能なことから、消費者は日本産鶏卵を好んで購入する傾向にある。
- 消費者の「ひなた(一般の卵)」「はなたまご(平飼い卵)」に対する需要は今後拡大すると見込まれている (小売店購入)

シンガポールにおける「ひなた」「はなたまご」の販路 (流通チャネル)



50%

小売



50%



飲食店

# 日本産鶏卵：その優れた品質が価格・知覚価値を決める重要な要素になっている

## 小売店・レストランが日本産鶏卵に求めること・期待すること

製品品質 ★	風味 & 味わい	<ul style="list-style-type: none"> <li>黄身・白身共にコクのある豊かな風味</li> <li>日本の鶏卵生産者は、生産過程での徹底した衛生・品質管理により、消費者から高い信頼を獲得。他国産の鶏卵よりも、ヘルシーかつ食の安心・安全性が確保されているとの認識が普及しており、健康志向層から求められている</li> </ul>
	生産管理の徹底	
物流・供給	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本産鶏卵の安定供給</li> <li>鮮度確保のためのリードタイム短縮</li> <li>現地での情報入手のしやすさ</li> </ul>	
価格	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本産鶏卵は、他国産よりも3倍近く高値</li> <li>競争力のある仕入れ価格は小売業者とレストランにとっては重要であり、継続的な購入にもつながる可能性も</li> </ul>	
マーケティング/プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>一般的に鶏卵は単価が低く日常的に消費される食材ゆえに、相対的にマーケティング・プロモーションの優先度は低い</li> </ul>	

★ 外国産と比較した日本産鶏卵の強み

## チャネル別重要度

小売店

飲食店



● 高優先度

● 中間優先度

● 低優先度

# 飼育・生産プロセスに定評のある日本産鶏卵、 他国産との品質比較で優位性を獲得

## 日本産鶏卵の評価

■ 主な強み

□ 他国産と比較して同程度  
もしくは著しい差が無い

■ 弱み・改善機会

### 品質

- 厳しく管理された生産プロセスにより、品質は他国産と比較して卓越している
- 生でも安心して食べられる
- 卵黄と卵白の濃厚な味わいが特徴

### 価格

- マレーシア産よりも大きな価格差がある
- 価格志向型の顧客/消費者には訴求力が低い（地元シンガポール人の大半は価格志向型）
- 日本産鶏卵を食したことのある消費者のうち、品質によるプレミアム価格を妥当とし、購入を厭わない層は少数派

### 物流・供給

- 到着までのリードタイムが長め
- 消費者に事前予約を求める小売業者もあるなど入手が難しく、「買いやすさ」が懸案事項

### マーケティング/プロモーション

- 鶏卵は基本食材で単価も低いので、日本産鶏卵も他国産の鶏卵も販促活動は稀である

# 商品の多様化、買いやすさ向上、市場プレゼンス強化など 現在の小さな市場規模を拡大していくためには、新たな取り組みが必要

## 製品 ポートフォリオ

### ブランド差別化 の取り組み

- 「日本産」ブランドを確立・差別化し、最大限に活用

- **包装・表示:** 日本産鶏卵の経験がない消費者は、他の産地の鶏卵との品質の違いを識別することができないため、日本産鶏卵のプレミアムを正当化することができていない。消費者の情報源となるパッケージは、原産地表示義務があるため、日本産であることが明示されているものの、さらに日本産だとわかるような表示により、差別化を図ることが重要。

## マーケティング 活動

### ポストコロナの トレンドを有効利用

### シンガポール市場 プレゼンスの拡大

- シンガポールの飲食産業との販促パートナーシップ

- **オフラインおよびオンラインでのパートナーシップ:** シンガポールでは、日本産鶏卵に関する情報発信（プロモーション）が一元化されておらず、購入可能な日本産鶏卵についての情報が顧客に十分に行き渡っていない。顧客の商品理解を促進する取り組みとして、日本食を提供する地元飲食企業と協働・連携し、食品見本市などの現地イベントやソーシャルメディアにて日本産鶏卵の魅力を紹介していくことも可能。またJFOODOは、飲食産業の成長が見込まれるポストコロナの動向と日本食人気の背景を好機と捉え、飲食店における市場拡大の可能性を模索すべきである。

- 現地イベントにおける対面でのコンタクトを展開

- **展示会・見本市:** 現地輸入業者や小売業者側からの営業活動はほとんど見込まれないことから、日本産鶏卵を取り扱う輸入業者や小売業者の開拓は難しい。そのような現地業者に対して呼びかけを行い、展示会や見本市への参加を促すことも可能。これにより商品紹介の機会を増やし、潜在的な取引先に詳細を案内することができる。

## サービス

### リードタイムの削減

- 求められるリードタイムの縮小

- 日本産鶏卵はシンガポールに到着後20~30日以内の消費が望ましいことから、リードタイムの長さは同商品を扱う輸入業者や小売業者が抱える大きな懸念事項のひとつとなっている。
- リードタイムが短ければ短いほど、消費者の手元に新鮮な鶏卵を届けることができる。



# シンガポールの消費者は一般的に、手頃な価格で手に入る他国産(特にマレーシア産)の鶏卵を選んでいる

## シンガポール産／他国産鶏卵(日本産を除く)の主な特徴

### マレーシア産

- 流通している鶏卵の中で最も安価で販売されている（日本産鶏卵より最大で約80%安価）
- マレーシアは長年に渡ってシンガポールの主要鶏卵輸入国であり、より安定したサプライチェーンが確立されている

### シンガポール産

- 日本産よりも安価で販売されている
- 地元のサプライヤーとのタイムリーなコミュニケーション
- 輸入鶏卵よりも短納期
- 政府によって鶏卵の現地生産強化を推進

## 日本産鶏卵のUSP(ユニーク・セリング・ポイント)と課題

### 日本産

#### USP

- (日本産全般に言えることだが)徹底した食品生産管理プロセスにより、地元消費者からの信頼が高い
- より濃厚でまろやかな味わいの黄身と白身を有する

#### 現在の課題

- 入手しにくさ：配荷量が少ないため、消費者は、受取日の何日も前に事前発注をしなければならない状況
- 納期までのリードタイムが長い
- 価格が安い基本食材のため、相対的にプロモーションの優先順位が下がる



## 鶏卵：シンガポール

1

市場規模・成長可能性

2

販路の構造

3

顧客ニーズの把握と  
競合・代替品のベンチマーキング

4

Appendix

# 小売店向け鶏卵の商品テスト・購入決定は、購買・調達部門やマーチャンダイジング部門が主に管轄

## 鶏卵の調達・購入サイクル (シンガポールの事例)



### 購買・調達部 / マーチャンダイジング部 :

- 鶏卵の種類、産地、販売したい品種、関連する仕入先の情報収集・洗い出し
- サンプルの試食を実施し、セールスポイントや品質・規格などを明確化
- サプライヤの資格や認証/認可を確認し、品質や供給能力、飼育生産基準の遵守状況などを評価・検討
- 購買 (マーチャンダイズ) チームが購入の可否を決定

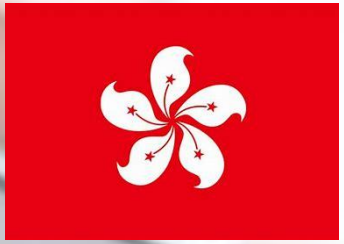
### 品質管理部:

品質・サプライチェーン上の規定遵守状況进行评估

*\*安全性が保証された最良の商品を消費者に提供すべく、各企業は定期的に品質検査を実施*

*\*企業は、各ブランドの売上状況をモニタリングし、追加発注もしくは契約の終了などをビジネス戦略的な見地から判断*

購買・調達部門、マーチャンダイジング部門による発注



## 鶏卵：香港

1

市場規模 & 成長可能性

2

販路の構造

3

顧客ニーズの把握と  
競合・代替品のベンチマーキング

4

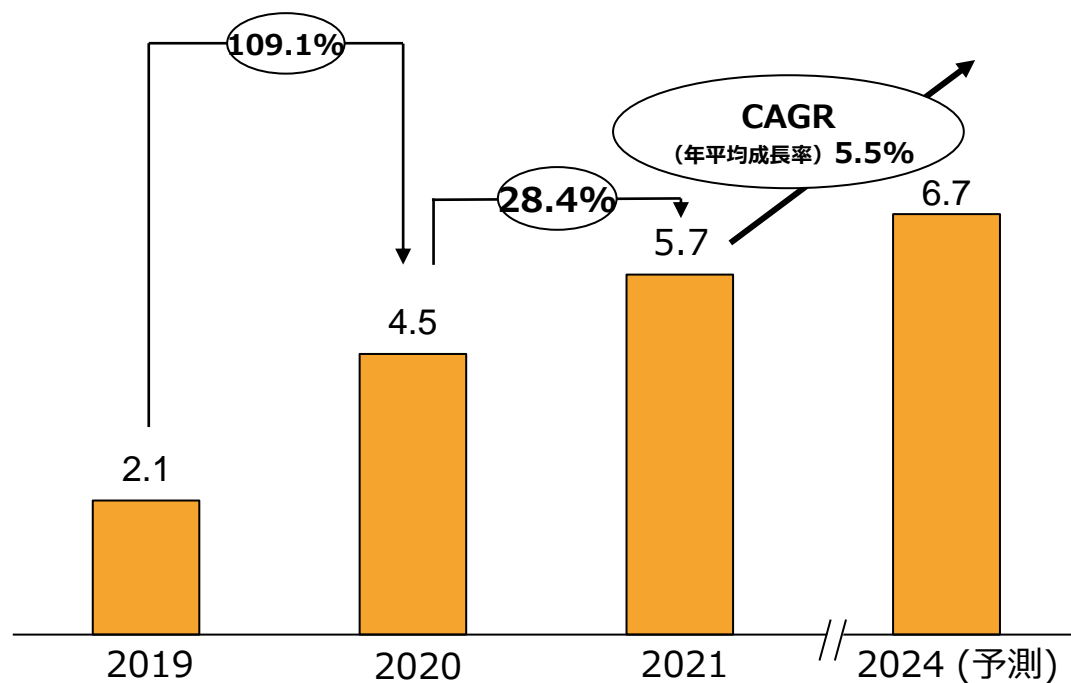
Appendix



# 香港の日本産鶏卵輸入額は、現地での強い需要により過去2年間で上昇。今後3年間は緩やかに伸長する見込み

## 日本産鶏卵の輸入額

単位: 10億円



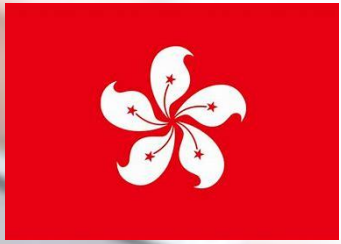
## 過去2年間で日本産鶏卵の輸入額は上昇

香港における日本産鶏卵の輸入額は、2020年のコロナの発生、コロナ禍によるサプライチェーン・物流の混乱および輸送コストの上昇などのマイナス要因があったものの、2019年から2021年にかけて堅調な伸びを示した。

**現地での根強い需要:** 鶏卵をはじめとする日本産の食品は、他国産に比べて高品質かつ高栄養であるという認識が現地消費者の間で定着している。コロナ禍による外食規制や健康志向の高まりから、現地で自炊傾向が強まり、日本産鶏卵の消費量が増えたことも需要の増加を後押しした。

## 将来的な需要:

- コロナの沈静に伴う輸送コストおよび外食業ビジネスの安定いより、日本産鶏卵の輸入額は今後も成長を続けていくと予想される。
- ただし、鳥インフルエンザの発生に伴う輸出制限により同鶏卵の供給が不安定になるリスクや、日本産鶏卵を需要する市場自体がまだ小さいこと考慮すると、その伸びは緩やかなものに留まると考えられる。



## 鶏卵：香港

1

市場規模 & 成長可能性

2

販路の構造

3

顧客ニーズの把握と  
競合・代替品のベンチマーキング

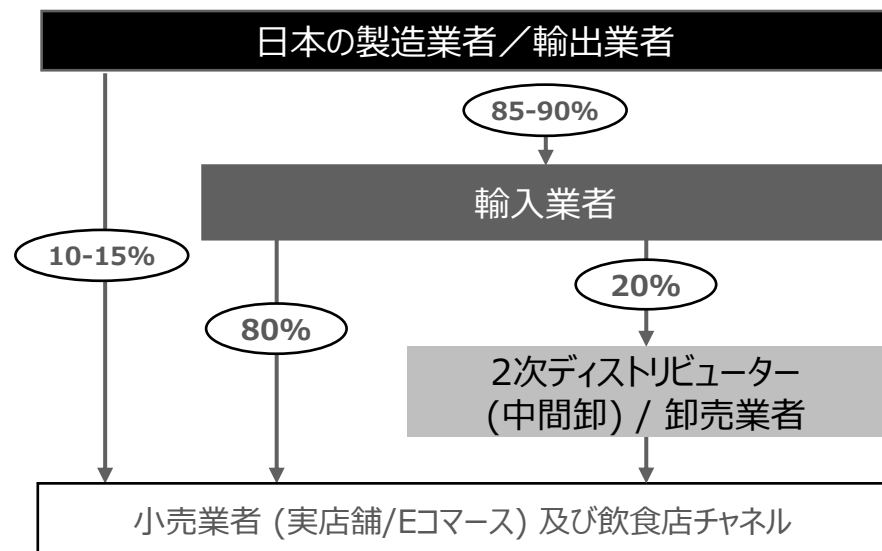
4

Appendix

# 輸入業者から小売業者への販売ルートが主である 最終流通チャネルのトップ3は、ハイパー/スーパーマーケット、デパート食品売り場、 Eコマースプラットフォーム (オンラインストア)

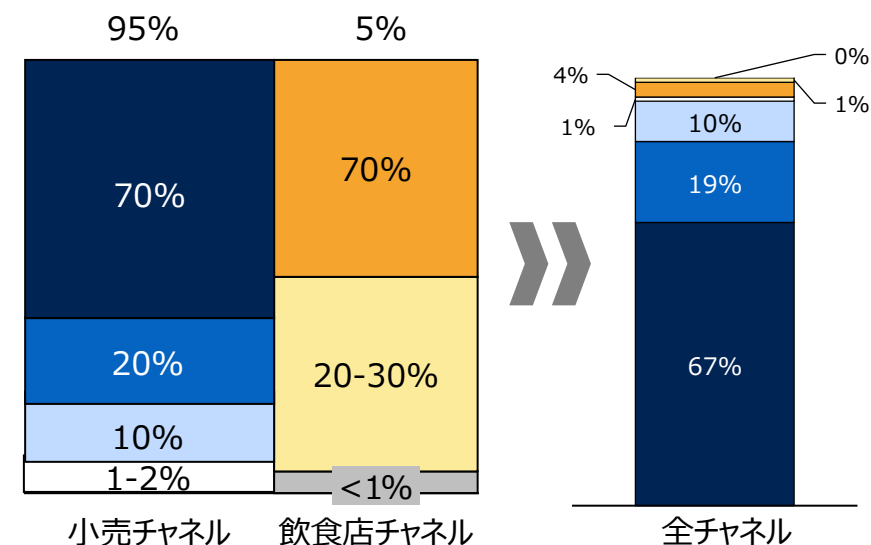
## 日本産輸入鶏卵の流通の流れ 2021年 (売上高からの概算)

### 最終流通チャネルへの直販 vs 卸売業者



### 主要販売チャネル別 市場内訳 (金額による内訳)

- ハイパー/スーパーマーケット
- デパートメントストアの食品売り場
- Eコマースプラットフォーム (オンラインストア)
- 小規模店 (家族経営など)
- 日本食飲食店
- 非日本食飲食店
- その他の飲食店



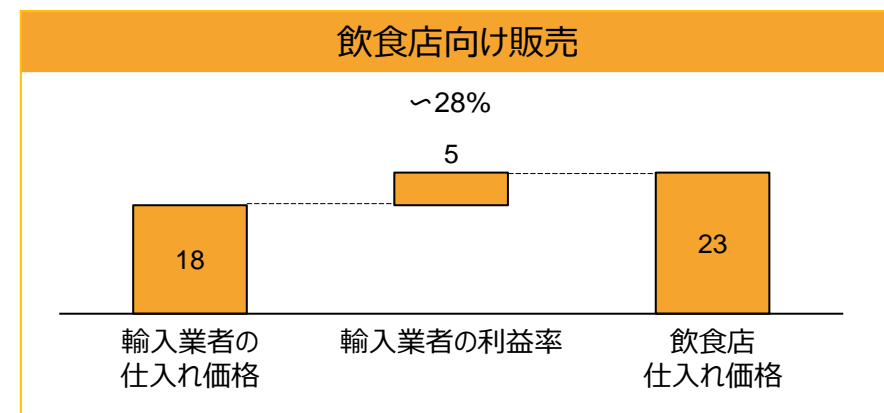
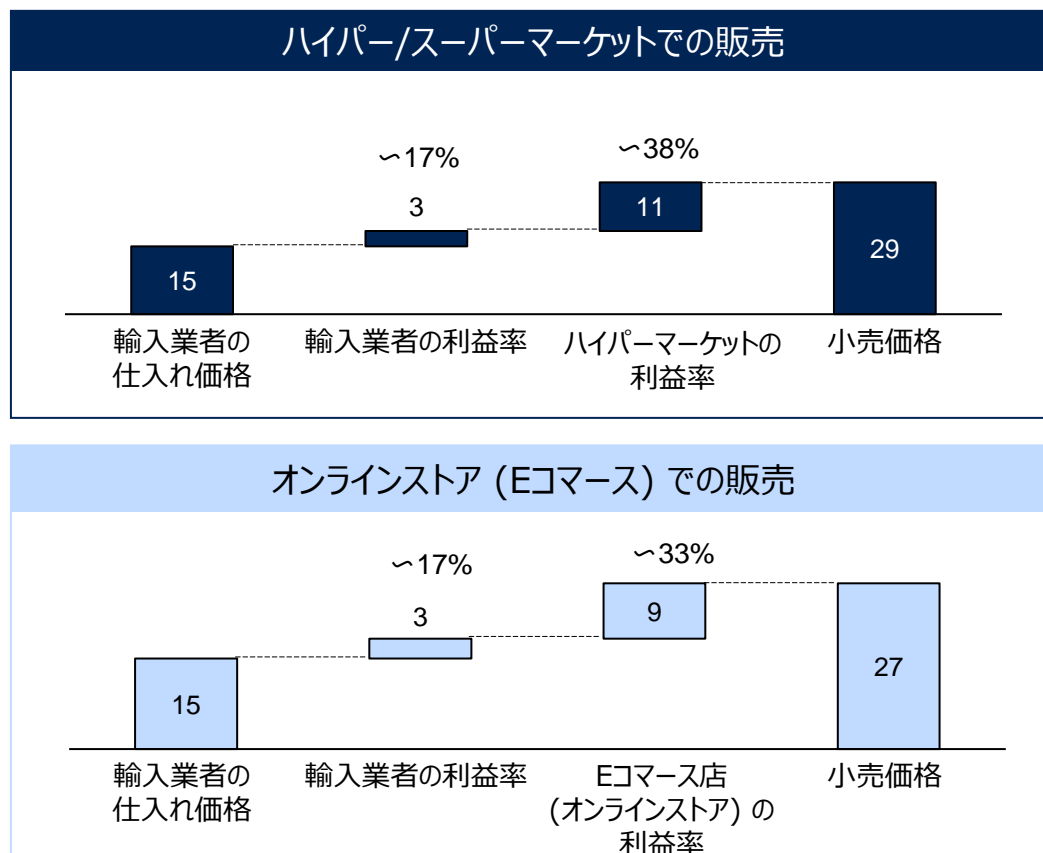
- 日本の鶏卵業者/輸出業者は、香港における日本産鶏卵の流通を主に輸入業者に委ねている。
- 小売チャネルにおける日本産鶏卵の主な販売先は、現地のスーパーマーケットチェーン (ParknShop、Wellcomeなど)、日本食品スーパーマーケットチェーン (YATA、AEONなど)、輸入食品店 (759 Store、Best Mart 360など) などの、ハイパー/スーパーマーケットである。
- 飲食店チャネルでは、日本産鶏卵は日本食レストランを中心に販売されている。また、西洋料理、台湾料理、フュージョン料理を提供する高級レストラン (非日本食飲食店) も飲食店チャネルにおける最終顧客に含まれる。ただし、食材コストの問題や日本産鶏卵の業務用調達が難しいため、全流通チャネルにおける飲食店チャネルのシェアは今後も小さい状況が続くと予想される。
- ハイパー/スーパーマーケット、デパートメントストアの食品売り場、Eコマースプラットフォーム (オンライン) は今後も最終流通チャネルのトップ3であり続けると予想される。

# 輸入業者・小売業者にとって日本産鶏卵は利益率が高く、 輸入業者が15～30%、小売業者が30～40%程である

## 日本産鶏卵の価格構造 (単位：香港ドル HKD)

□ 売れ筋商品を例とする

例：新紀元卵  
「赤玉」10個  
入り



# 香港市場の日本産鶏卵：販売急増の時期（ピークシーズン）はなし



ピークシーズン



売上が目立って急増する時期はない



輸送・保管方法

日本から香港の輸入業者へ  
輸送

4℃の冷蔵コンテナで出荷 / 主に空輸

香港の輸入業者から  
小売業者/飲食店への輸送

コールドチェーン陸上輸送（トラック輸送、4℃）

小売業者/飲食店での保管

4℃で冷蔵保管



# 日本産鶏卵は、一般家庭の様々な料理で使用されている

タイミング/シーン	朝食	朝食、昼食	朝食・昼食・夕食	
料理名	ゆで卵	卵の炒め物	目玉焼き	
料理の説明	一日の始まりに、温かくて歯ごたえがよく、よい香りのゆで卵がぴったり	塩コショウの味付け なめらかでソフトな食感	ぱりぱりの卵白に、液体のような温かい卵黄	
卵の加熱レベル	半熟、固ゆで	半熟、完全に加熱	半熟、完全に加熱	
調理方法	1.6～12分煮る（加熱レベルを調整する）	1. 卵を黄色に混ぜる 2. 卵液を温める	1. フライパンで卵を割る 2. 卵の縁がカリッとするまで加熱する	
タイミング/シーン	昼食・夕食	昼食・夕食	夕食	
料理名	卵の蒸し物	卵の炒め物と、トッピング	鍋料理	
料理の説明	温かい感覚と、噛み応えのある中身 塩味なのでご飯に合う	なめらかな卵と新鮮なトッピング 歯ごたえがありご飯に合う	調理したての素材をコーティングする、 滑らかな食べ心地	
卵の加熱レベル	完全に加熱	完全に加熱	生食	
調理方法	1. 卵数個をかき混ぜる 2. トッピングを混ぜる 3. 完全に火が通るまで蒸す	1. 卵をかき混ぜる 2. トッピングを炒める 3. 卵液をトッピングに加える	1. 沸騰したスープで材料を煮る 2. 生卵をかき混ぜて、食材を浸す	
料理名	ミルク蒸しプリン	クッキー	ケーキ	クレームブリュレ
料理の説明	温めても冷やしても、ミルクと卵の風味が強く、 滑らかな口当たり	サクサクとした食感に甘いトッ ピング	ふくらみのある口当たりで、軽 い甘みと卵の香りがある	表面をカリッとキャラメリゼし、 滑らかで冷たいカスタードを 使用
卵の加熱レベル	完全に加熱			
調理方法	1. 卵白／卵黄を牛乳／他の材料と混ぜる 2. 蒸し焼きにする	1. 卵白／卵黄を他の材料と混ぜる 2. 焼く／冷やす		

# 日本産鶏卵の使用方法：現地パティスリーや香港スタイルカフェでは「混ぜて焼くだけ」が基本のシンプルな調理法でデザートを提供



飲食店チャンネル：日本産鶏卵を使ったデザートの調理方法

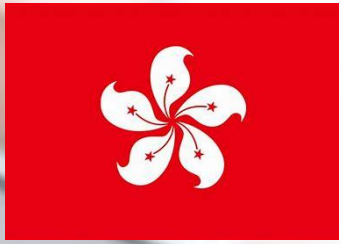
現地  
パティスリー  
&  
香港スタイル  
カフェ 茶餐廳  
(Cha Chaan  
Teng)

## 日本風カステラプリンケーキ

- カスタードプリン：
  1. 卵、牛乳、砂糖を混ぜる
  2. 1で混ぜたものを濾す
- カステラ生地：
  1. \*リボン状になるまで卵と砂糖を混ぜる
  2. 1で混ぜたものにふるいにかけて小麦粉を数回に分けて加えてよく混ぜる
- カaramelソース、カスタードプリン、カステラ生地を容器に入れ、ウォーターバスで焼く（150℃）

## 日本風ロールケーキ

- 卵黄、砂糖、牛乳、油、香料（あれば）を混ぜる
- 卵白と砂糖を混ぜてメレンゲを作る
- 上記の卵黄の混合物に小麦粉をかけ、メレンゲと混ぜ合わせる
- 176℃で焼く
- ケーキの生地にクリームやその他のフィリングをのせ、巻いてロールケーキに仕上げる



## 鶏卵：香港

1

市場規模 & 成長可能性

2

販路の構造

3

顧客ニーズの把握と  
競合・代替品のベンチマーキング

4

Appendix

# 流通業者が日本産鶏卵の取り扱いで重視することは、主に「価格」「ブランドイメージ」「パッケージの品質」

現地流通業者が日本産鶏卵に求めること・期待すること

要件

輸入業者/卸売業者

チャネル別の重要度

小売業者

飲食店

要件	輸入業者/卸売業者	小売業者	飲食店
<p>価格</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>平均輸入価格: <b>鶏卵10個あたり15香港ドル</b></li> <li>小売業者の平均利益率: <b>60%</b></li> </ul>	●	●	●
<p>ブランドイメージ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>プロモーション・マーケティング活動</b> (SNSマーケティング、販促活動など)</li> </ul>	●	●	●
<p>パッケージの品質</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>パッケージの品質</b> (製品破損を防ぐことのできる丈夫な包装材)</li> <li><b>パッケージ情報の見やすさ</b> (日本語だけでなく、中国語および/もしくは英語で食品ラベル情報が表示されているか)</li> </ul>	●	●	●
<p>食材の品質</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>食の安全性</b> (ホルモン剤不使用、自然養鶏など)</li> </ul>	●	●	●
<p>味</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>黄身と白身: 食感や質感・バランス等</b></li> </ul>	●	●	●

● 高優先度    ● 中優先度    ● 低優先度

# 「品質」や「味」で優位性を誇る日本産ブランド 課題は、「価格競争力の低さ」と「包装の質」

## 日本産鶏卵の評価

■ 主な強み

□ 他国産と比較して同程度  
もしくは著しい差が無い

■ 弱み・改善機会

### 品質

- 高品質、食の安全性、栄養成分が豊富、鮮度のよさ、などから他国産と比較してプレミアム商品であると認識されている

### 味

- 風味のよさ、鮮やかで光沢のある濃厚な卵黄で知られている。料理に使われた場合、食欲をそそる美しい見た目や繊細かつ洗練された味が得られる

### 価格

- 日本産鶏卵は、ハイパー/スーパーマーケットやオンラインショップ（Eコマース）で頻繁に価格プロモーションが行われており、他国産との価格差が徐々に小さくなってきているが、それでもなお価格競争力に劣る
  - 中国本土/タイ/マレーシア：日本産鶏卵より30～40%安価
  - US：日本産鶏卵より3～5%安価

### パッケージの品質

- 日本産鶏卵のほとんどのブランド（商品）では、商品ラベルが中国語もしくは英語で記載されていないのが一般にみられる実態であり、販売チャネルや一般消費者が日本産鶏卵のベネフィットなどの情報を知るためのハードルが高くなっている。
- パッケージの材質に輸送時の衝撃や振動に耐える厚さや頑丈性がなく、他国産と比較して、商品の破損頻度は多い

### ブランドイメージ

- 小売・レストランでのSNSマーケティング、(レストランの)メニュー上でのブランド名記載といったマーケティング活動が頻繁に実施されており、各商品の特徴・違いについては、消費者の認識がかなり高まっている



# 新紀元卵 (Shin Kigen)・桜たまご (Cheer – Sakura)・蘭皇が、品質と味の点でコストパフォーマンスに優れ、売れ筋商品となっている

日本産鶏卵の売れ筋商品

安全性や飼育環境に留意

	商品仕様	独自のセールスポイント (USP)
<b>Shin Kigen (新紀元卵)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>10個入り</li> <li>小売価格*: 431-463円 (27-29香港ドル)</li> <li>褐色卵</li> <li>主にハイパー/スーパーマーケット、Eコマースプラットフォームで販売、飲食店での使用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本産の中では比較的競争力のある価格</li> <li>強い風味</li> <li>栄養成分が豊富</li> <li>鮮やかな卵黄</li> </ul>
<b>Cheer-Sakura (桜たまご)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>10個入り</li> <li>小売価格*: 479-543円 (30-34香港ドル)</li> <li>褐色卵</li> <li>主にハイパー/スーパーマーケット、Eコマースプラットフォームで販売</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ホルモン剤・抗生物質不使用</li> <li>天然原料を使用した飼料</li> <li>自然な風味</li> </ul>
<b>蘭皇</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>10個入り</li> <li>小売価格*: 767-926円 (48-58香港ドル)</li> <li>褐色卵</li> <li>主にハイパー/スーパーマーケット、Eコマースプラットフォームで販売、高級飲食店での使用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>高いブランド認知度</li> <li>無菌で生食用に適している</li> <li>光沢がある鮮やかな卵黄</li> <li>強い風味</li> </ul>

31 - 注:スーパー/ハイパーマーケットでの小売価格  
出典: 専門関係者聞き取り調査; 通関データ; Ipsosによる分析

# 顧客によるフィードバック： 求められるのは、商品の多様化とマーケティング・プロモーションの強化

## 商品の ポートフォリオ

最終チャネルの需要に  
対応する多様な商品の  
提示

### 平飼い/屋外放し飼い卵の投入：

- 高まる健康志向と動物福祉(アニマルウェルフェア)の意識を背景に、平飼い/屋外放し飼い卵を香港市場に投入し、潜在的需要の獲得を促進する。

### パッケージ：

- 日本側のサプライヤと連携し、使用言語や適切な材質など、パッケージを最終流通チャネルのニーズや選好に合わせていく。

## マーケティング 活動

オンライン/オフラインの  
マーケティングや  
プロモーションの強化と  
多様化

### ハイパー/スーパーマーケットでの価格プロモーション：

- PARKnSHOP やウェルカム (Wellcome) といったハイパー/スーパーマーケットにおけるプロモーション活動 (「一点購入すると一点無料」、割引や季節ごとのセールなど)。顧客ベースの拡大に寄与。

### 広告：

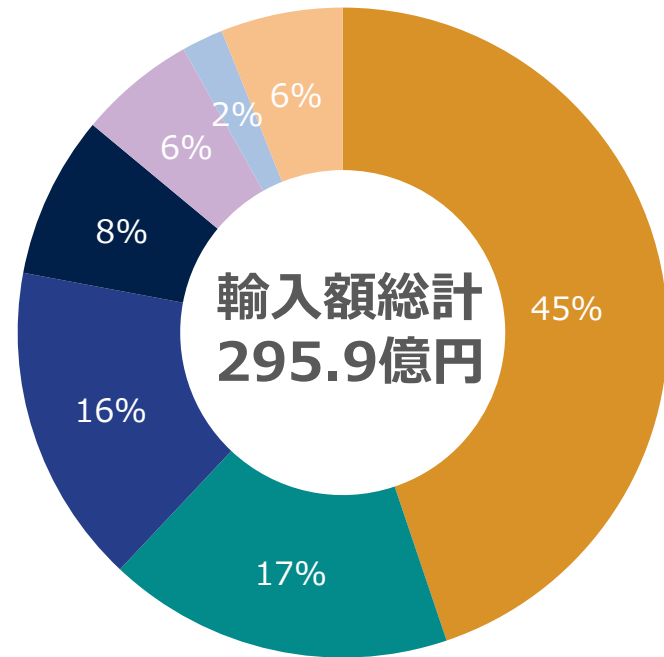
- 新紀元卵 (Shin Kigen) 等マスマーケットを対象とした商品は、バス広告によるブランドの知名度向上を図る。

### SNSマーケティング：

- InstagramやFacebookといったSNSに独自のセールスポイントや調理方法を投稿。消費者に対する商品紹介や口コミの促進につなげる。

# 消費者が他産地の鶏卵に切り替える要因は「価格」「情報の得やすさ」

2020年香港における生産国別鶏卵輸入額の内訳



■ 中国本土    ■ 日本    ■ 米国    ■ マレーシア  
■ タイ    ■ ウクライナ    ■ その他

他国産の商品へ切り替える主な要因



中国本土

US

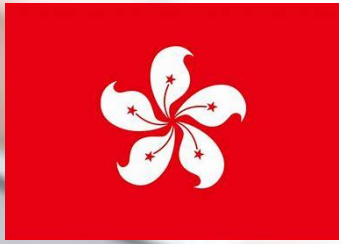
東南アジア諸国

## 低価格

- 中国本土/タイ/マレーシア産：日本産鶏卵より30～40% 価格が安い
- 米国産：日本産鶏卵より3～5% 価格が安い

## 情報の得やすさ

- 食品ラベルやその他のパッケージ情報は、現地の消費者に広く理解されている英語または/および中国語で記載されており、栄養に関する情報や重要な価値が十分に伝えられている



## 鶏卵：香港

1

市場規模 & 成長可能性

2

販路の構造

3

顧客ニーズの把握と  
競合・代替品のベンチマーキング

4

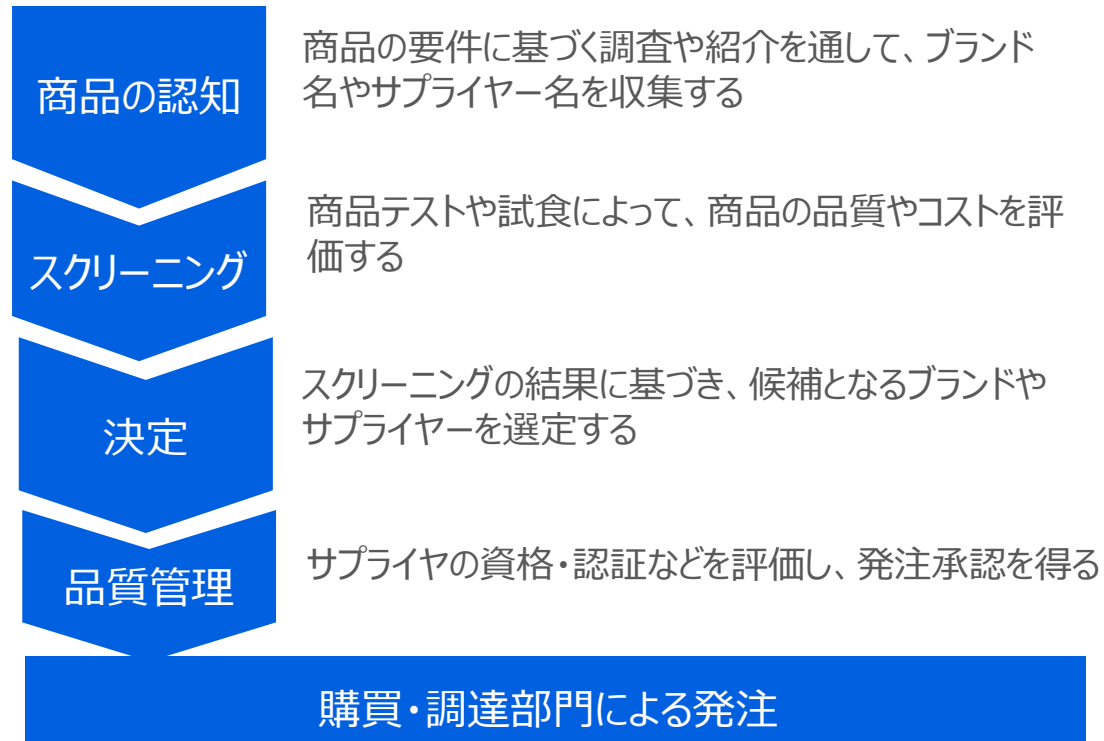
Appendix

# 小売業者：日本産鶏卵サプライヤー選定に大きな影響力を持つのは、 購買・調達部門 / マーチャンダイジング部門



## 小売：日本産鶏卵の購入決定プロセス (香港の事例)

### 購買・調達部門/マーチャンダイジング部門



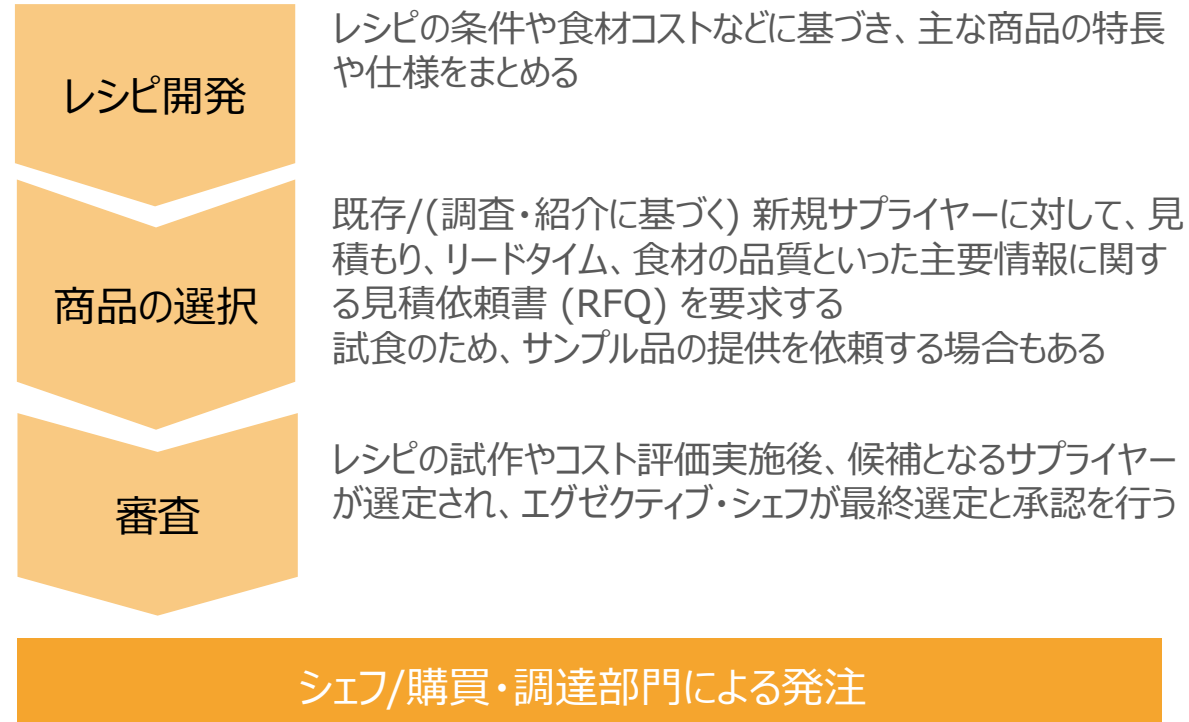


# 飲食店：日本産鶏卵サプライヤー選定に大きな影響力を持つのは、 シェフ / 購買・調達部門



## 飲食店：日本産鶏卵の購入決定プロセス (香港の事例)

### シェフ/購買・調達部門





**Thank  
you**

