

2021年8月20日

プレスリリース

フード・エキスポ閉幕
～5つの同時開催イベント併せ 37万人以上が来場～



香港貿易發展局が主催する『フード・エキスポ』、同時開催の『香港インターナショナル・ワイン&スピリッツ・フェア（特別版）』、『香港インターナショナル・ティー・フェア』、『ホーム・デライト・エキスポ』、『ビューティー&ウェルネス・エキスポ』および香港貿易發展局と近代化中医薬国際協会が共同主催の開催した『現代漢方&ヘルスケア国際会議』が8月16日に成功裏に幕を閉じました。フェアには合計900以上の企業・団体が出展し、延べ37万人以上の来場者でにぎわいました。

香港貿易發展局のベンジャミン・チャウ上席副総裁は「パンデミックの影響により、イベント会場内での飲食物のサンプル提供が禁止されていたにもかかわらず、本展示会には合計37万人の方々が来場し、香港での購買意欲と電子消費券の使用意欲が示された場となりました。また、多くの団体パビリオンが現地法人や代表者を介して参加し、ビジネスチャンスをつかむことができた事実も心強く、香港が重要な貿易プラットフォームであることを再認識できました」と述べました。

電子消費券の効果 売り上げ向上

会期中、1,400人以上の来場に対して、電子決済に関するインタビューを実施しました。その結果、44%が

1,000香港ドル（約1万4000円）以上を消費、一人当たりの平均消費額は1,273香港ドル（約1万8000円）に達するなど、積極的な消費意欲が報告されました。また、出展者の85%が少なくとも電子消費券での支払いに対応したことから、来場者の約80%が電子決済で購入し、回答者の半数以上が消費券を利用していることが分かりました。この結果を鑑みると、香港および展示会での電子決済サービスの普及が進んでいることが分かります。今年のフード・エキスポに初めてパビリオンを設けた企業団体のブースでは、約20社の食品会社がアルコール飲料、缶詰、スナック、フルーツなどの自社製品をプロモーションしました。「電子消費券は消費の活性化に役立ったと実感しています。実際に、当社の販売実績は予想を上回るものでした。来年の展示会でも参加拡大する予定です」と、ディレクターのマイケル・リー氏は語ります。

常に賑わう日本食品と日本製品

長年にわたり食通に愛されてきた「パブリックホール」と「グルメゾーン」を中心に、世界中のこだわりの食品や飲料が幅広く紹介されました。パブリックホールのプレミアムフードゾーンには、Nissin（日清食品）のブース設けられ、グルメゾーンでは、バラエティに富んだ日本酒や日本産の果物が紹介されました。特に、日本食品や製品を取り扱ったブースは、常に多くの来場者で賑わいました。コロナ前は、香港の全人口の約1/3が日本を訪れるほどの「日本好き」で知られる香港人が、日本産の果実、食品を購入されました。その中でも、山梨県の最高級白桃「大頭領」が人気を博しました。

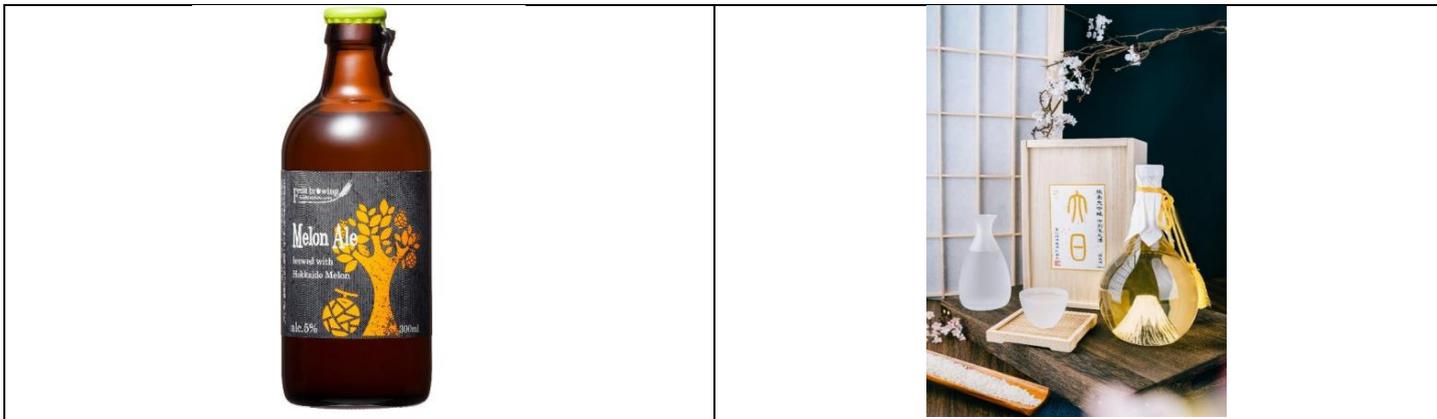
日本製品を取り扱うブースの様子：





特別展示: 多くの来場者を魅了、売上伸ばす

香港インターナショナル・ワイン&スピリッツ・フェア（特別版）では、北海道産のフルーツビール、幻の米、雄町の米と富士山の伏流水で仕込んだ名酒「富士錦 純米大吟醸」の限定富士山デザインボトルが紹介されました。また、素晴らしい料理とワインのペアリングのモットーを念頭に、フード・エキスポとフェアを併催したことで、売り上げの成果が向上したと語る出展者が多くみられました。Everrise International Trading社のディレクターのジョン・リー氏は次のように述べています。「より多くのお客様に興味を持っていただくために、フェア期間中に、後日、店舗でのお買い物の際にご利用いただける割引券を提供しました。目を引くブースには多くのお客様にお越しいただき、会場での売上高は100万香港ドルを見込んでいます」



ホーム・デライト・エキスポに出展したSmartech International Marketing 社（香港）のビンゴ・レオン氏は、長年にわたってこのエキスポに参加してきたことで、同社ブランドや新製品を消費者に効果的にプロモーションすることができたと述べています。「ベストセラーはハンディタイプの掃除機、ロボット型の掃除機、除湿機でした。今回の結果には大変満足しており、5日間の展示会で50万香港ドル（約702万円）の売上を見込んでいます」

2016年の「ビューティー & ウェルネス・エキスポ」デビュー以来、毎年、出展しているBeauty Sensation 社（香港）マーケティングディレクターのキン氏は、今年のイベントの販売実績に強い自信を示しました。「この展示会は、既存のお客様と新規のお客様の両方に、オーストラリアのスキンケア製品のブランド認知度を高め、プロモーションを行うための効果的なプラットフォームです」と述べました。「今年は、特に多くの方々が当社のオーガニックスキンケア製品に興味を示していただき、会場での売上高は100万香港ドル（約1400万）を超えることを期待しています」と述べています。

世界中が注目 香港は貿易の最重要プラットフォーム

渡航制限が続く中、今回のフード・エキスポでは、中国本土から農業省貿易促進センター、山東省、広西チワン族自治区、重慶市など、多くの団体パビリオンが現地の代表者を介して参加し、日本、韓国、ポーランドと一緒に、それぞれの国の名産品を現地のお客様に提供しました。香港貿易発展局は、現地での購買活動に加えて、約200件のバーチャル・ビジネス・マッチング・ミーティングを開催し、世界中のバイヤーとつながりを持ち、新たな取引を行うことを可能にしました。

在香港ポーランド共和国総領事館のブランカ・ゴレビョフスカ副領事は、フード・エキスポをきっかけに、現地の輸入業者とつながり、さらなる協力関係を模索することができたと述べています。「このエキスポは、食品の宣伝と市場テストマーケティングに最適な場所です。ビジネスの発展につながるバーチャルなビジネスマッチングの場を提供してくれた香港貿易発展局に心から感謝しています」と語っています。

出展者やバイヤーのコメント詳細は、<https://bit.ly/3g4N8Xc> をご覧ください。

写真ダウンロード：<https://bit.ly/3AKzJLX>



8月12日～8月16日の会期中、37万人以上の来場者を迎えました。



フード・エキスポのグルメゾーンでは、洗練された高級食品が多数展示され、著名なスターシェフ達が「減塩・減糖」レシピの調理デモンストレーションを披露しました。



香港インターナショナル・ワイン&スピリッツ・フェア（特別版）では、新旧のワイン、日本酒、ウイスキー、クラフトビールなどが幅広く紹介されました。トークセッションでは、MWMワインスクール公認講師（アンティ・ファン氏）をお招きし、「異なる生産地の高品質なワインを選ぶ基準」について語っていただきました。



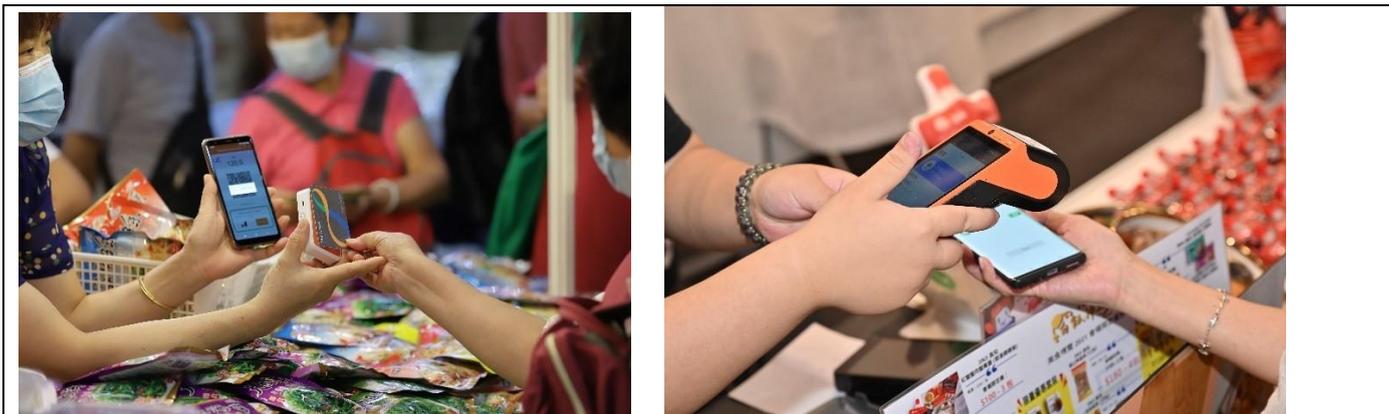
香港インターナショナル・ティー・フェアでは、さまざまな高品質の特別な紅茶や洗練されたなティーウェアが展示されました。



ホーム・デライツ・エキスポでは、あらゆる種類の家電製品、キッチン用品、家庭用品が販売されました。日本ブランドのTIGER（香港現地法人）もブースを出展し、炊飯器や水筒などが紹介されました。



ビューティー & ウェルネス・エキスポでは、健康と美容に関する様々な製品が紹介され、ヘルシー・健康志向の広がりにより、オーガニック化粧品は特に人気を博しました。



来場者の約8割が電子決済で商品を購入し、半数以上が電子消費券を利用しました。



イベント期間中は、スターシェフによる調理デモンストレーション、「Buy-more-win-more くじ」などのエキサイティングなイベントが開催されました。



今年の「現代漢方 & ヘルスケア国際会議」は、オフラインとオンラインのハイブリッド形式で行われました。米国イェール大学の教授や、オランダ、中国本土、香港の専門家が参加したこの会議では、「新型コロナウイルス感染症および関連疾患の予防と治療のための統合医療」の討議が行われました。

【公式サイト】

フード・エキスポ

hkfoodexpo.hktdc.com

香港インターナショナル・ワイン&スピリッツ・フェア（特別版）

hkwinefairaugust2021.hktdc.com

香港インターナショナル・ティー・フェア

[hkteaair.hktdc.com](http://hkteafair.hktdc.com)

ホーム・デライツ・エキスポ

homedelights.hktdc.com

ビューティー&ウェルネス・エキスポ

hkbeautyexpo.hktdc.com

現代漢方&ヘルスケア製品展示会・国際会議

icmcm.hktdc.com

《メディアからのお問い合わせ窓口》

本件に関するお問い合わせや取材のご依頼は下記までご連絡ください。

香港貿易發展局

東京事務所 広報担当 村瀬（むらせ）

電話: (03)5210-5854 Email: emi.murase@hktdc.org

【主催者について】

香港貿易發展局 (HKTDC) は1966年に設立された公的機関であり、香港の貿易の促進、支援、発展を担っています。香港貿易發展局は中国本土の13カ所を含めて世界50カ所に事務所を設置し、香港が双方向でのグローバルな投資とビジネスの拠点となるよう尽力しています。香港貿易發展局は中小企業を主な対象に、中国本土および国際市場におけるビジネスチャンスを創出するため、展示会、国際会議、ビジネス使節などを運営・実施しています。香港貿易發展局はまた、最新の市場分析や製品情報を、貿易関連の、調査レポート、デジタルニュースなどのチャネルを通じて提供しています。

詳しい情報は公式サイト：www.hktdc.com/aboutus（英語）、www.hktdc.com/Japan（日本語）をご覧ください。

香港貿易發展局は、日本では1971年に東京事務所、1981年に大阪事務所を設立しました。



フェイスブックを通じて日本語での情報発信も行っています。