

水産食品&切り花 中国（大連・上海）市場 調査報告

1．大連・上海の水産食品調査

(1)調査対象.....	1
(2)大連・上海の高級マーケット現況.....	2
(3)主要消費者層（主要購買者）.....	2
(4)水産加工食品の販売状況.....	3
(5)日本の水産加工食品の中国市場進出の可能性.....	4
(6)日本の水産加工食品の輸入フロー.....	6

2．大連・上海の切り花市場調査

(1)調査対象.....	7
(2)切り花市場の概況.....	8
(3)販売量の多い主要品種.....	8
(4)切り花の販売状況.....	9
(5)日本切り花の中国市場進出の可能性.....	10
(6)日本の切り花の輸入フロー.....	12

（別添）水産熟食進入中国流程、切花進口中国流程

2004年8月

株式会社 旭リサーチセンター

1.大連・上海の水産食品調査

(1)調査対象

水産加工食品：魚肉と澱粉などを混ぜ、各種の味で調理し油で揚げた水産加工食品。



(2)大連・上海の高級マーケット現況

大連

商店名	住所	年間 売上高	経営 形態	主要顧客層 (注)(%)
大連カルフル(家楽福) 黄河店	大連市沙河口区 至誠街 124 号	3~4 億元	合資	5 : 15 : 80
Hymall 都会量販 大連中山店	大連市沙河口区 中山路 552 号	2~3 億元	合資	5 : 15 : 80
ウォルマート大連 オリンピック店	大連市西崗区 オリンピック広場	3~4 億元	合資	5 : 15 : 80
大連華聯総合マーケット 有限公司(金三角店)	大連市甘井子区 華東路 18 号	1.5~2 億元	国営	5 : 15 : 80
大商集団 New-Mart ショ ッピング休閑広場青泥店	大連市中山区 青山街 1 号	3~5 億元	独資	5 : 20 : 75

(注) 高所得層：中所得層：低所得層の比率。高所得層 = 月収 3,000 元以上、中所得層 = 月収 1,000 ~ 3,000 元、低所得層 = 月収 1,000 元以下。

上海

商店名	住所	年間 売上高	経営 形態	主要顧客層 (注)(%)
上海聯華超市有限公司 (徐匯店)	徐匯区田林路 1 号	2.8 億元	国営	20 : 40 : 40
METRO ショッピングセンター 有限公司(上海梅隴店)	顧戴路 80 号	6 億元	独資	30 : 30 : 40
上海 Lotus 超市有限公司 (松江店)	松江区栄楽路	4~6 億元	独資	10 : 40 : 50
カルフル(閔行店)	閔行区瀆閔路 7388 号	5 億元	独資	20 : 40 : 40
上海農工商超市有限公司	金沙江路 1865 号	3~5 億元	株式 会社	10 : 40 : 50

(注) 高所得層：中所得層：低所得層の比率。高所得層 = 月収 8,000 元以上、中所得層 = 5,000 ~ 8,000 元、低所得層 = 5,000 元以下。

(3)主要消費階層(主要購買者)

大連：中・高所得層の消費者が記念日や休日に購入するが、低所得層が購買者となることもある。主として火鍋の食材として食べる。

上海：中・高所得者を中心に、低収入者も火鍋料理の食材として食べる。主として火鍋の食材として、ときに家庭でスープ等の食材としても食べることもある。

(4)水産加工食品の販売状況

大連

人気のある販売商品	品質	国産/輸入	価格	備考
エビ団子	個別包装	国産	12元/500g	この3種類はよく販売されており、水産加工食品の60%以上を占める。
魚餅	個別包装	国産	5元/500g	
貝団子	個別包装	国産	12元/500g	
イカ団子	個別包装	国産	12元/500g	水産加工食品の40%以下を占める。
カニ団子	個別包装	国産	17.6元/500g	
大エビ団子	個別包装	国産	12元/500g	
チクワ	個別包装	国産	17.6元/500g	
チクワ焼き	個別包装	国産	17.6元/500g	
生エビ団子	一般の透明ビニール袋包装	国産	4.8元/150g/袋	
魚団子	一般の透明ビニール袋包装	国産	4.35元/150g/袋	

上海

人気のある販売商品	品質	国産/輸入	価格	備考
海霸王エビ団子	ビニール包装、破れにくい、見栄え良い	国産	6.5元/250g/包	この3種類で全体の50%。
海霸王エビギョウザ	ビニール包装、プラスチック箱入り、変形しにくい	国産	5.3元/105g/箱	
龍鳳チクワ	ビニール包装、破れにくい、見栄え良い	国産	4.8元/100g/包	
海霸王冷凍カニ身	ビニール包装、全ての冷凍カニ肉ごとに全てビニールで個別包装	国産	4元/100g/包 15元/500g/包	
海霸王魚ギョウザ	ビニール包装、プラスチック箱入り、変形しにくい	国産	5.8元/115g/箱	
海霸王タラ団子	ビニール包装、破れにくい、見栄え良い	国産	7.2元/250g/包	
龍鳳魚ギョウザ	ビニール包装、プラスチック箱入り、変形しにくい	国産	5.3元/112g/包	
龍鳳黄金包カニ身ボール	ビニール包装、破れにくい、見栄え良い	国産	5.5元/150g/包	
龍鳳魚美容	ビニール包装、破れにくい、見栄え良い	国産	6元/180g/包	
龍鳳イカ団子	ビニール包装、破れにくい、見栄え良い	国産	5.2元/108g/包	
龍鳳黄金包スルメ	ビニール包装、破れにくい、見栄え良い	国産	5.6元/150g/包	

(5)日本の水産加工商品の中国市場進出の可能性

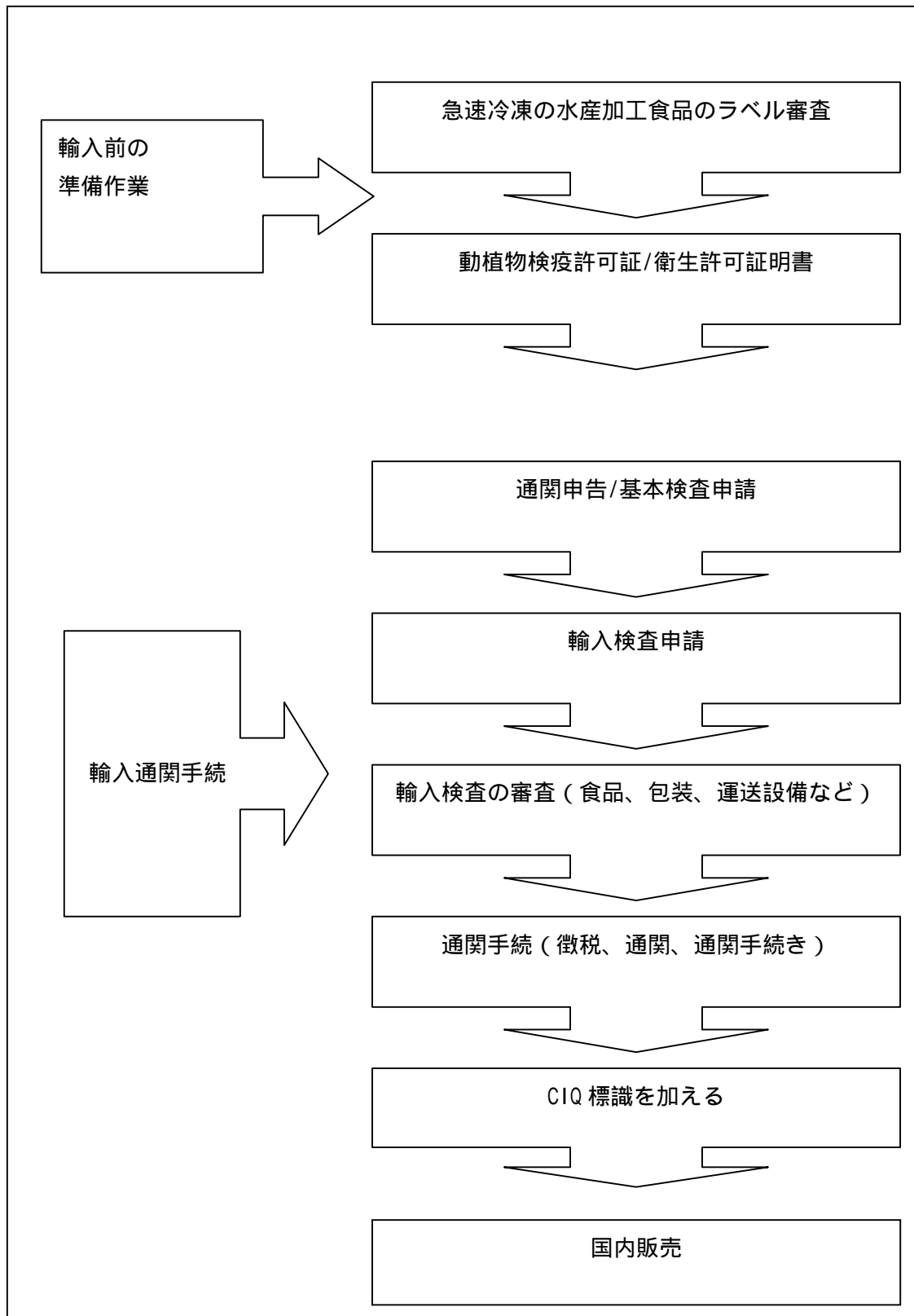
大連

訪問商店	日本の水産加工食品に対する見解		
	肯定的	否定的	不明
大連 カルフル 黄河店	0	2 (販売員：品物をどうやって日本から運搬するのか？日本産を搬入するには運賃が高すぎる)	0
大商集団 New-Mart ショッピング 休閒広場 青泥店	0	1 (販売員：大連の消費レベルはまだ低い。日本からの輸入商品を購入する人は少ないだろう)	0
大連 華聯総合 マーケット 有限公司 金三角店	0	0	1 (販売員：家に韓国産の魚餅があるが、国産でも普通の魚餅より美味しい” “日本からの輸入品の市場進出可能性に対しては一言では言えず、全て消費者にかかっている”)
Wal-Mart 大連オリン ピック店	(この水産加工食品は全て計量済みで包装して冷凍保存してあるため、販売員がおらず顧客が買いにくるかどうかはわからなかった)		
Hymall 都会量販 大連中山店	0	1 (販売員：国産の品質も良く、買う人も少ないので、輸入する必要はない)	0

上海

訪問商店	日本水産加工食品に対する見解		
	肯定的	否定的	不明
上海 聯華超市 有限公司 徐匯店	0	1 (販売員：本店は日本産の水産品を販売したことがないが、販売価格が国産より高いのでなかなか買えず、知名度も海霸王には勝てないと思う)	0
METRO ショッピングセンター 有限公司 上海梅隴店	3 (営業販売員2人、顧客1人：冬に販売したことがあるが、商標は覚えていない。販売量は良好で、口に合うが量が少なく、日本製加工食品が中国市場に進出するには必ず新しいタイプで、味は国産品種より特別でなければならず、新鮮な味が販売ポイントだ。)	1 (消費者：高すぎて、国産は種類が多く輸入品を販売する必要はなく、衛生面でも安心できない)	1
上海 Lotus 超市 有限公司 松江店	1 (従業員：本マーケットは開業してまもないため、水産品の好況を経験したことがないが、今年の冬は日本の輸入水産加工食品を販売する予定で、豊かな商品で種類が多様なので、日本水産に対する消費者の関心を集め、購買が進むだろう。)	0	1
カルフルー 関行店	0	2 (従業員、販売員：以前は山積されていたが、それほど売れ行きは良くなかった。輸入業務部の話では輸入品は全て本社が責任を持ち、販売量は海霸王、龍鳳などの知名度の高い商標よりずっと落ちる。その原因は日本商品の知名度が低く質において安心ができていないためだ)	0
上海 農工商超市 有限公司	1 (販売員：販売したことがあるかどうか覚えていない。営業販売員によれば消費者が日本の水産加工食品の状況に対して質問したことがあった。中国市場は潜在力があるが、味、包装、品質に神経を使わなければならない、価格も高すぎてはいけない)	0	0

(6)日本の水産加工食品の輸入フロー（概略）



2 . 大連、上海の切り花市場調査

(1)調査対象

切り花 cut flowers : 生きている植物を切り、生け花や観賞及び花芸園設計用としての枝・葉・花・実の総称である。下の写真を参照。



(2)切り花市場の概況

大連

切り花生産会社	主として昆明及び大連現地の切り花農家
1級卸市場	徳博の生花集散地卸が市場60% 西子の花店卸兼小売が20%を占有 裕景商店街の生花集散地の卸が20%を占有
小売市場	切り花の専門販売店の60%を占有 デパートの5%を占有 大型マーケットの3%占有 迎賓館とホテルが7%占有 露店が5%占有 生花果物店と生花贈答品店が10%占有 礼式会社が10%占有
市場総規模	年間消費量150万本、金額は約5000万元

上海

切り花生産会社	主として昆明及び上海周辺地域の切り花農家
1級卸市場	上海精文の観賞用植物市が80%占有 漕安路の観賞用植物市場、新穎の観賞用植物市場、紅橋観賞用植物市場の三箇所で合計10%を占有 上海市以外の周辺市場で上海への直接卸進入が10%を占有
小売市場	卸市場での小売兼一般小売が10%占有 個人商人、小売店、生花専門販売店が合計70%を占有 マーケットなどが20%占有
市場総規模	上海の精文観賞用植物市場（上海市観賞用植物協会常設地）管理者のミスター李（T:021-64153739）の見解では、2003年に上海市の切り花市場規模は5～6億本、金額は25～30億元に達するとされる。

(3)販売量の多い主要品種

大連

大連市場で販売量の多い切り花品種はバラ、カーネーション、ガーベラ、サンデリアナ（名前が良いのでよく売れ、病院の見舞い用として買われることが多い）。

上海

上海精文観賞用植物市場（上海市観賞用植物協会常設地）管理者ミスター李（Tel:021-64153739）の見解では、上海は文化都市であり、新しく珍しい観賞用植物はいい値段で販売されている。そのため、上海でよく販売される切り花の品種は頻繁に変わる。現在よく販売されている品種は、相変わらず多くの市民から愛されている「大衆的な商品」で、例えばユリ、バラ、カーネーション、ガーベラなどである。

(4)切り花の販売状況

大連

切り花品種	市場小売価格 (元/本)	品質	備考
バラ	3(昆明生産) 2(大連生産)	花茎はだいたい0.5CM	この5種類の 販売量が多い。 市場全体の60% 以上。
カーネーション	2(昆明生産)	花茎はだいたい0.3CM	
ガーベラ	2(昆明生産) 0.3(大連生産)	花茎はだいたい0.3CM	
サンデリアナ	3	花茎はだいたい1.0CM	
ユリ	6(昆明生産) 5(大連生産) 5(香水ユリ) 1(シベリアユリ)	花茎はだいたい0.5CM	
グラジョウラス	3(昆明生産)	花茎はだいたい0.8CM	市場全体の40% 以下。
クジャクヤシ	一束3元 (卸価、小売なし)	花茎はだいたい0.2CM	
傘尾花	一束6元 (卸価、小売なし)	花茎はだいたい0.2CM	
吉祥鳥花	1(大連生産)	花茎はだいたい0.3CM	

注)春にチューリップを販売するが値段は約8-10元/本で、最近の高温で保存が難しいため輸入をしていない。

上海

切り花品種	市場小売価格(元/本)	品質(高さ:cm)	備考
カーネーション	0.5-1	40	市場全体の約 60%
ガーベラ	0.5-1	40	
ピンクユリ	8	60	
白ユリ	1.5	60	
黄ユリ	2.5	60	
火ユリ	8	60	
白バラ	2	40	
赤バラ	2	40	
アンセリウム(輸入)	12	70-80	市場総量の40% を占有
アンセリウム(国産)	4.5	70-80	
チューリップ	2.5	40-50	
その他			

(5)日本切り花の中国市場進出の可能性

大連

訪問商店	日本切り花に対する見解		
	肯定的	否定的	不明
真心花店	0	1 (店主：日本の花を販売する余裕がない。中国には進出しないう方がいいと思う。進出したらきっと損害を被るだろう。日本の花はもともと種類も少なく、航空輸入をすると単価に送料がプラスされ、国産より高くなるため、買う人はいないだろう)	0
曉蘭花店	0	1 (店主：今ある生花品種で充分で、生け花にいつも使うものはこの数種類の花と葉で多様な色で区分するので、別に今のままでも単純だとは感じない。大多数の購買者はプレゼント用で価格は安いほど喜ぶので、高価の花を輸入する必要はない。家庭で装飾用に使われる花は大部分露店で買うもので(露店は店舗の賃貸料及び税金などの支出がないため比較的安い)、露店に日本の花を輸入しろと言ったら死んでも反対するだろう)	0
西子 生花市場	0	2 (店主 1：“現在の生花市場は儲からず利潤も低いのに、日本の花を輸入するなら投資資金が多くかかるので危険だ。商品が生花なので、売れなかつたら捨てるしかないのも、もし輸入されても価格が高くて一般市民が買わない場合はかなりの損害になるだろう” 店主 2：“現在、生花を取り扱うとき、安定しない危険な金儲けをしようとは思っていない。新しい品種を取り入れるのは危険で少量の取引は無駄な苦勞だ。何の計画もなしに大量輸入して売れなかつたら大損害を被るので、そんな危険を甘受してまでやりたくはない”)	0
徳博 生花集散地	0	2 (店主 2 人：“現在生花市場は競争が熾烈で利益も少なく、人が思うほど金になる仕事でもない” “日本の花が輸入されたら、きっと昆明商品より高いだろうし、誰を相手に売ればいいだろうか？どの店でも安い品は買い入れ、高いものは買わない” “全て単価を考慮するので、単価が高い場合、慎重に考える”)	0

上海

訪問商店	日本の切り花に対する見解		
	肯定的	否定的	不明
東亜花店	1（販売責任者：付近の旅館内に日本顧客及び団体がいるので販売が上手くいき、未来の市場としてもとても大きい）	0	0
豊達花店	1（責任者：いいと思う）	0	0
富貴花店	0	0	1（従業員：販売経験なく、よく分からない）
虹口花店	0	0	1（販売員：販売経験なく、よく分からない）
花田花店	1（従業員：一部日本の切り花品種は国産と似ている、バラ など。店主は日本切り花を選ばなかったが、それは国産バラと日本バラは品格と色及び光沢において基本的に大きな差はないためだ。もし品種が日本特有のもので、国内にない品種なら、日本の切り花を選択する余地はあるので、その品種の切り花は比較的可能性があると思う。）		
新新花店			1（店主：販売経験なく、よく分からない）
提籃花木商店	1（従業員：本店の販売状況は比較的良好で、現在購買する市民が多く、これからも市民からの要求があればいつでも提供するつもりで、日本の切り花市場は比較的良好だと見ている）		
麗藝花店	0	1（販売員：価格が高すぎる）	0
聯誼花園	0	1（販売員：価格が高すぎる）	0
飛磊鮮花店	0	0	1（従業員：販売経験なく、よく分からない）
上海精文観賞用植物市場（上海市観賞用植物協会常設地）	1（管理人 ミスター李：021-64153739/021-56617570-2015、ミス揚：必ず市場はあるもので、日本の切り花が品質面で良く、上海は上海派の文化都市として珍しいものを求めるので、珍しい切り花であれば消費者に受け入れられやすい。上海の切り花市場はとても大きく、現在の市場の潜在力は日本の切り花の消費能力を備えている。このような消費者には上海にある日本人だけではなく、上海に住む現地人も含まれる。日本からの輸入切り花は、当然販売営業員の営業販売技術にかかっている。）		

電話インタビュー（中国観賞用植物協会：010-84238543）

（ ）販売ターゲットは誰か？

現在、中国観賞用植物の輸入が輸出より多く、輸入品は主として墓参りと盆栽花に集中している。中国と世界最高品種には差があるが、大衆向け商品の切り花は基本的に国内市場を満足させている。日本切り花の大連・上海での販売については可能性がないわけではないが、品種の独特さと広告マーケティングの作業展開がどのように行われるかにかかっている。例えば、日本でバラ、カーネーションなどの一般品種を輸入しても、多分販路は円滑でないだろう。

日本の切り花が中国で消費される場合、対象は必ず高収入者ではなければならない。

（ ）中国現地の生花生産者が直接日本から輸入・販売できるかについて

現在、中国青島、烟台と日本は気候が似ている地域なので、日本の会社が切り花生産基地とし、その地域で栽培生産を行っている。中国の生花生産者は主として墓参り用花を輸入し、関連の輸入会社を通じて行われる。中国の生花生産者が日本から切り花を輸入したい場合は、生産者も会社法人となれば輸入する権利がある。

(6)日本の切り花の輸入フロー（概略）

