

IMPLEMENTATION REPORT 2026.03.26

# 香港「下関フェア」 試食商談会 実施報告書

開催日：2026年3月26日（木）

会場：牛大人 観塘店（香港現地のレストラン）



ワックパートナーズ株式会社

## 01

### 山口県・下関市の魅力ある商品を香港へ訴求

下関市内の食品製造企業8社が、高い加工技術を基盤とした高付加価値な製品を香港の有力バイヤー11社に直接提案。66件の直接提案・商談を実現した。

## 02

### 実需直結型の商談構造を確立

商談会では着席型「ピッチ&テイスティング方式」を採用し、現地レストランチェーン・弁当チェーン・輸入商社等、購買力の高いローカル企業バイヤーとの密度の高いマッチングを実現した。

## 03

### 実商流構築へ向けた確かな手応え

見積依頼・輸出商流の構築協議が複数社で進行中。香港大手食品デリバリー企業「Foodpanda」への訪問商談も実施し、新たなデジタル販路の可能性も開拓した。

## 開催概要

Event Overview



イベント名	香港「下関フェア」試食商談会 (Hong Kong "Japan Shimonoseki City Fair" Tasting Business Meeting)
日時	2026年3月26日（木）15:00～17:00
会場	牛大人 觀塘店（Master Beef Kwun Tong shop）
主催	ワックパートナーズ（株） MKT ASUKAインターナショナル（合）
協力（日本）	西中国信用金庫、信金中央金庫
協力（香港）	Tak Moon Holdings Limited（会場店舗運営・輸入商社） Kyoto Japanese Food (HK) Co Limited（輸入商社）
参加事業者	山口県・下関市内 食品製造業の中小企業者 8社 （現地参加5社、商品のみ参加3社）
来場バイヤー	11社（大手火鍋チェーン、カフェレストラン、輸入商社等）

## 下関の技術的優位性

### 高度な食品加工技術

長年のフグ加工技術で培われた「高度な食品加工技術」と「衛生管理手法」が下関の食品製造業には息づいている。

その高度な技術・工程が水産加工・調味料・スイーツなど幅広い食品産業の技術基盤となっている。差別化された高付加価値製品の源泉である。

## なぜ香港市場か

### 1 市場規模

日本食品の輸入額で世界第2位※。1人当たりの日本食消費量は世界トップクラス的美食市場。

### 2 参入障壁の低さ

輸入規制・通関手続きが比較的シンプル。関税も低く、距離的にも比較的日本に近い。

### 3 高い購買力

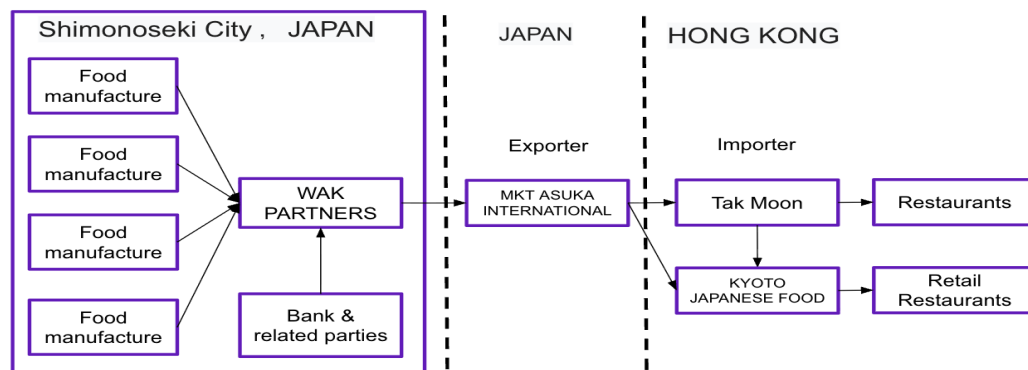
1人当たりGDPは日本の約1.5倍。高品質・高付加価値の日本食材に対する購買意欲が高い。

※出典: 農林水産省の統計資料「農林水産物・食品の輸出実績」2025年版より。  
1位は米国。

# 実施体制（商流）と参加者

Implementation Structure

## 【商流図】



## 商流の概要

- **ワック(地域商社)**：下関市内事業者の商品を取りまとめる川上側の地域商社として機能。商談会主催者。
- **MKT ASUKA(輸出商社)**：日本から香港への輸出実務と商流サポートを担う。商談会主催者。
- **Tak Moon Holdings / Kyoto Japanese Food(輸入商社)**：現地パートナーとして輸入・営業・配送網を担う。

## 参加事業者（山口県・下関市内8社）

### 【現地参加（5社）】

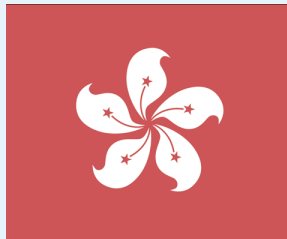
- ・ 有限会社橋本商店
- ・ ヤマカ醤油株式会社
- ・ フードテック株式会社
- ・ 有限会社マルイチ彦島醸造工場
- ・ 下関酒造株式会社

### 【商品のみ参加（商談代行（3社））】

- ・ 株式会社うお萬
- ・ 下関水陸物産株式会社
- ・ 有限会社菓子工房ルマン

金融機関連携：西中国信用金庫（地元中小企業の海外展開支援・ニーズ把握） / 信金中央金庫（当日来場・参加事業者サポート）

1



## ローカル市場への直接アプローチ

参加バイヤーの大部分は香港人経営のローカル企業。日系駐在員向け限定市場にとどまらない、香港の一般消費者が日常利用する「メインストリーム市場」へ下関ブランドを直接訴求する重要な接点とした。

2



## 実需直結型：飲食店・中食特化

火鍋チェーン・弁当チェーン等のプロシェフ・バイヤーに直接アプローチ。サプライヤーの初期コストを抑えながらも、プロの調理による価値向上と安定受注を実現する飲食・中食特化の構成とした。

3



## 物流・商流を担う輸入卸売企業の招聘

飲食店舗（川下）だけでなく、通関・配送網を担う輸入商社（川中）も一部招聘。店舗での採用検討と並行して、現地拠点への一括納品から個別配送までをカバーする実際の輸出商流構築の協議を同時進行した。

## 商談会詳細：実施内容と当日の進行

Event Format



プレゼンテーションの様子



フリータイム・個別商談の様子

商談会は「ピッチ&テイスティング方式」を採用。限られた時間の中で、各社がプレゼン（ピッチ）を行い、商品の魅力を漏れなく伝える。その後、個別に具体的な商談に結びつけるためのフリー商談時間を設置。

### STEP 1

#### 開会・オリエンテーション

- ・ 下関市の食材の魅力について説明。
- ・ 商談会の進行説明

### STEP 2

#### プレゼン（ピッチ）&試食セッション（現地参加5社）

- ・ 各社が順番にベストな状態の試食品を提供しながらプレゼンテーション
- ・ バイヤーが着席した状態で参加事業者が全バイヤーに直接アピール

### STEP 3

#### 代行プレゼンテーション（商品のみ参加3社）

- ・ ワックパートナーズ社が3社分の商品を代行してプレゼンテーション

### STEP 4

#### フリータイム・個別商談

- ・ 試食/プレゼンで高まった関心をそのままにバイヤーと事業者が自由に個別商談。活発な商談が実現。

## 商談会詳細：出品商品一覧

Products Exhibited

参加形態	企業名	主要出品商品
現地参加	有限会社橋本商店	フィッシュヌードル、フィッシュボール、 各種練り製品（おでん具材）
	フードテック株式会社	わらび粒、求肥シート
	下関酒造株式会社	日本酒
	ヤマカ醤油株式会社	出汁醤油、豆乳マヨ、醤油ゼリー ほか
	有限会社マルイチ彦島醸造工場	各種みそ、旨辛みそ
商品のみ参加 （代行商談）	株式会社 うお萬	アジフライ ほか
	下関水陸物産株式会社	うに醤油 ほか
	有限会社 菓子工房ルマン	宇部ダイヤ ほか

## 商談会詳細：試食提案の工夫

Tasting Presentation Highlights

商品単体での試食だけではなく、バイヤーへの訴求効果を高めるための工夫を施して試食提供（以下は抜粋）。

①



### フィッシュヌードル：実演で オペレーション訴求

卓上鍋にペーストを絞り出して麺状にする実演を目の前で行なった。バイヤー自身も調理を体験。厨房オペレーションの容易さをエンタメ性ととも訴求。

②



### 求肥シート：高付加価値 メニュー提案

バイヤーがアイスを求肥で包む体験を実施。専門技術不要で本格和スイーツが提供できる汎用性を訴求。

③



### 味噌：食べ比べで メニュー開発を促進

特徴の異なる3種の味噌を同時提供。プロのインスピレーションを直接刺激する食べ比べ（テイスティング）を実施。

④



### 事業者間コラボ： 橋本商店×ヤマカ醤油

練り物を出汁醤油の鍋仕立てで提供。「完成された料理」として見せることで複数商材への同時発注（クロスセル）を促進。

11

社

来場バイヤー数

66

件

直接提案・個別商談  
の合計件数

8

社

参加食品製造事業者数

来場バイヤー（抜粋）

● 牛大人（Tak Moon）

当商談会の協力会社であり、香港最大級の火鍋チェーン

● SENSORY ZERO

新進気鋭のスペシャルティコーヒーグループ。  
カフェのほか多数のレストランを運営。

● Sun Generation

香港の大手弁当チェーン

● Kyoto Japanese Food

当商談会の協力会社であり、日本食をメインに扱う現地の大手輸入商社

● その他 7社（飲食店、輸入卸等）

### 「フグの街・下関」ブランドへの認知と信頼を獲得

- 1 高度な食品加工技術を通じて、香港の有力バイヤーから「下関独自の商品」への評価と信頼を得た。単なる「日本食材」の枠を超え、下関ブランドという独自カテゴリーの形成に向けた一歩となった。

### プロの視点からのリアルな市場フィードバックを入手

- 2 現地レストランオーナー・シェフ・購買担当者との直接対話により、実際の厨房での使い勝手（オペレーション等）に関するリアルな声を収集。製品改良・販路拡大に向けた示唆を得た。

### 実商流構築に向けた協議が複数社で進行中

- 3 複数のバイヤーから価格提示依頼を受け、現在、具体的な輸出商流構築に向けた商談を継続中。ピッチ&テイasting方式による密度の高いマッチングが、効果的な商談進展を促進した。

## 関連商談：Foodpanda 訪問（商談会前日）

Related Meeting: Foodpanda



Foodpanda 香港本社訪問

### 商談の概要

#### 訪問先

Foodpanda

香港現地拠点（大手デリバリー・ECプラットフォーム）

#### 日時

2026年3月25日（商談会前日）

#### 目的

BtoB飲食店向け販路開拓（今回の商談会）と並行し、クイックコマース・デリバリー市場を通じた下関食材展開の可能性を模索して商談。

#### 成果

現地の巨大なデリバリー市場へ商品提案。滞在期間を有効活用した多角的な商談機会の創出を実現。

## 今後の展開（ロードマップ）

Next Steps & Roadmap

### PHASE 1

進行中

#### 商流の具体化（最優先）

各バイヤーからの要望に基づき、CIF価格を算出・提示。MOQ（最小発注ロット）とリードタイムを整理し、実受注へと繋げる。

### PHASE 2

準備中

#### 輸出コンプライアンス支援

香港の輸入規制（食品ラベル表示等）に関する技術的指導を継続。通関リスクを排除し、スムーズな商流確立を支援する。

### PHASE 3

計画中

#### プロモーションの継続

香港の協力店舗（牛大人等）において「下関メニューフェア」の実施を計画中。一般消費者の反応をフィードバックし、製品改良・販路拡大へ活用する。

### PHASE 4

検討中

#### デジタル販路の開拓

Foodpandaとの商談を起点に、クイックコマース・デリバリー市場を通じた下関食材の展開可能性を継続協議する。

本報告書に関するお問い合わせ

# 香港「下関フェア」試食商談会 実施報告書

ワックパートナーズ株式会社

住 所 〒751-0874 山口県下関市秋根新町1-12

メール [yaguchi@wakpartners.com](mailto:yaguchi@wakpartners.com)

2026年3月26日実施 本資料の無断転載・二次利用はご遠慮ください。