



ぶぎん海外駐在員通信 ⑥

香港における日本食について

武蔵野銀行市場国際部 海外進出支援室（千葉銀行香港支店 出向）

大澤 直紀

武蔵野銀行は国際業務を推進する目的で、シンガポール、バンコク、香港に行員を駐在・派遣しています。

本連載は現地行員によるリレーエッセイとして毎回、現地の生活事情やトピックスをお伝えします。

はじめに

香港は、中華人民共和国の南部にある特別行政区で、アジアの中心に位置し世界的な金融都市として知られています。150年以上にわたってイギリスの植民地支配を受け、1997年に中国に返還されました。

いわゆる都市国家であり人口約753万人、総面積は1,106km²と東京都の約半分ほどの広さで、人口密度世界第4位の国です。香港は、大部分が山岳地帯であるため、住宅の開発が困難な地域が多く存在しています。そのため、宅地化可能な面積はとても狭く、建物は上に建設していく他ないことから、とにかく狭いエリアに高層ビルが密集しています。下の階は綺麗なビルでも上の方はボロボロなどという日本ではありえない光景が日常的な街並みとなっています。

気候は亜熱帯性気候に属し、緩やかながらも四季の移り変わりがあります。一般に春から夏は季節風と熱帯低気圧の影響で高温多湿が続きますが、35度を超えることはほとんどありません。言語は中国語の1つである広東語が公用語となっており、長くイギリスの植民地であったことから英語も通

じるため、多種多様な人種が生活しており活気があります。

香港の優位性

そんな特徴のある香港ですが、企業にとってさまざまなメリットを享受できる国です。ビジネス環境においての特徴は、①アジアで最も低い法人税制、②外貨規制がなく自由な金融市場、③関税のかかる物品が少ないフリーポート、④マルチリンガルで優秀な人材が多い、⑤法人の設立が比較的容易、⑥国際基準の商慣習ならびに法制度、⑦アジア各国へのアクセスの良さ、などが挙げられます。

カナダのシンクタンクであるフレーザー・インスティテュートが発表した「世界経済自由度 年次報告書 2024年版」で、香港が165の国々の中で最も経済的自由度の高い国に選ばれました。1996年に同報告書が公表されて以来、香港は2023年を除き首位をキープしていることから、その経済的な自由さが伺えます。

香港域外企業が香港に設置している拠点数は2023年の調査で合計9,039社、そのうち日本企業は1,403社ほどあります。これはフィリピン、台湾に続く数字であり、香港の人口や総面積を考えると非常に多いと感じます。

農林水産省が2024年1月に発表した「農林水産物輸出情報」によると、2023年の香港向け農林水産物・食品の輸出額は前年比13.4%増加の2,365億円で過去最高額となっており、中国に続く2位となっています。また、輸出先の上位10カ国・地域のうち、韓国に続き前年比の増加幅が大きくなっています。（図表1）



図表1：日本の農林水産物・食品輸出額（2023年国・地域別）

順位	2023年1月－12月（累計）						
	輸出先	輸出額 （億円）	金額構成比 （%）	前年同期比 （%）	輸出額内訳（億円）		
					農産物	林産物	水産物
1	中国	2,371	17.5	▲14.8	1,488	273	610
2	香港	2,365	17.4	13.4	1,334	14	1,016
3	米国	2,062	15.2	6.4	1,383	67	613
4	台湾	1,532	11.3	2.9	1,161	41	330
5	韓国	761	5.6	14.1	497	35	228
6	ベトナム	697	5.1	▲3.8	452	7	238
7	シンガポール	548	4.0	▲1.1	453	6	88
8	タイ	511	3.8	0.9	257	10	245
9	オーストラリア	310	2.3	6.2	267	3	40
10	フィリピン	306	2.3	▲2.6	151	118	37
—	EU	724	5.3	6.4	618	19	87

農林水産省公表資料より作成

このような香港の優位性を活かし、様々な日系企業の進出や輸出によって、香港では日本産の物が日常的に溢れています。その中でも特に「日本食」は私のような駐在員のみならず、香港人に大変な人気があります。本レポートでは、香港における日本食についてご紹介させていただきます。

香港人にとっての食

香港の公用語である広東語では、「食得是福」ということわざがあります。この言葉には「食べることは福につながり幸せである」という意味が込められています。みんなで円卓を囲み、会話をしながら食事をすることで良好な人間関係の構築ができると考えています。香港人は私たち日本人と同じで一日三食を基本としていますが、夕食を一番しっかり食べる人が多いようです。基本的にお店での食事は量が多く食べきれないこともありますが、余った食事を持ち帰ることもできます。

香港では、外食産業が家庭の台所にとって替わるほど発達しています。朝早くからお粥屋、飲茶屋、茶餐厅（チャーチャンテン、喫茶、軽食を兼ねた店）がオープンしており、夜遅い時間まで手軽に外食ができる環境です。このような環境に加え、香港では共働きの家庭が多く、家で自炊をする習慣がありません。物価の高さから、自炊よりも外

食の方が安いケースがあり、多くの香港人は外食で済ませることが多いようです。（写真1）

さらに特徴的なのは、香港人はほとんどお酒を飲まないということです。日本のように仕事終わりに上司や同僚と一杯という文化は存在せず、外食時には炭酸飲料やお茶を飲んでいることが多い印象があります。蘭桂坊（ランカイフォン）という西洋風のバーやレストランが集まる繁華街で飲み歩いているのは基本的に欧米人ばかりです。香港人は人前で酔うことをあまり好まず、どちらかというと家で飲むことが多いようです。これらのことから香港人の食事は「お酒」を中心にするのではなく、あくまでも「食事」を中心と考え、コミュ



写真1：香港の代表的な食事である飲茶

図表 2：業態別飲食店舗数

飲食業種別	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	構成比
香港式喫茶店	2,510	2,530	2,330	2,270	2,340	13.7%
中国料理 ※	2,380	2,400	2,140	2,030	2,060	12.0%
テイクアウト店	1,860	1,950	1,850	1,950	2,070	12.1%
ファストフード	1,600	1,530	1,440	1,460	1,510	8.8%
日本料理店	1,360	1,400	1,330	1,350	1,400	8.2%
コーヒーショップ	650	600	620	680	660	3.9%
喫茶店、バー等	450	590	480	390	410	2.4%
タイ料理店	380	390	370	370	370	2.2%
イタリア料理店	270	260	220	230	230	1.3%
フードコート	260	230	200	210	220	1.3%
韓国料理店	230	240	200	200	210	1.2%
ベトナム料理店	190	200	180	170	170	1.0%
フランス料理店	130	120	110	100	100	0.6%
その他飲食店	5,480	5,670	5,340	5,310	5,390	31.3%
合計	17,750	18,110	16,810	16,720	17,140	100.0%

※中国料理は広東、北京、四川、上海料理及びその他中華料理店を含む。

香港統計局公表資料より作成

ニケーションの場と捉えている国民性だということがわかります。

日本食の普及

前述のとおり、香港は外食産業に優れた国ですが、今や至る所で日本食を見かけるようになりました。2022年時点の香港政府統計では香港内にある1万7,140軒の飲食店のうち、日本食レストランは1,400軒となっています。(図表2)

美食の都と呼ばれる香港で、中華を除く外国料理の中で最大のシェアを誇っており、日本食は外国料理の代表としての地位を確立しました。本章では日本食が香港でどのようにして普及したのかを説明していきます。

香港に日本食が進出し始めたのは、1960年頃とされています。日本が戦後から復興しつつあり、日本のビジネスが海外に展開し始めた時期です。この頃から日本人が香港に駐在し始めましたが、その多くは経営幹部ばかりでした。1960年頃に日本料理店が初オープンしましたが、食事代は高く主に経営幹部による利用や接待で使われていたため、サラリーマンには手が出ず、顧客も市場もまだまだ限定的でした。それと同時期に大丸百貨

店がアジア進出第1号店をオープンしました。店内には日本料理店とコーヒーショップが設けられ、メニューはすき焼き、天ぷらなど代表的な日本食があり、小売り店舗では取扱う商品の6割が日本製品という中流～高級路線の百貨店でした。しかしこの出店を機に、日本人が香港人を招いて食事をしたことで、香港人も徐々に日本食に対して興味を持ち始め、自分たちでも利用をするようになったとされています。また、スーパーマーケット形式で日本の食材、調味料などを販売したことで日本食を目にできる貴重な場所となりましたが、依然として高価であったため、庶民には簡単に手が届かない存在でした。

その後、徐々に日本食が浸透し始め、香港人による香港人のための日本料理店、いわゆる日式料理店ができ始めたことで、1970年代では5軒のみでしたが、1983年には30軒を超えるまでになったのです。1980年代後半にはヤオハンやジャスコなど日本のスーパーマーケットが進出したことで、より手頃な価格で一般の香港人や日本人駐在員が日本食を買えるようになりました。

1990年代初めにはバブル崩壊により、日本経済が不安定であったことから成長の機会を海外に



求め、多くのチェーン店が香港へ進出しました。そこから手頃な値段で食べられるチェーン店の展開で、幅広い層が日本食を食べる機会が広がりました。そして、ラーメンや寿司などがブームを巻き起こし、2000年代初めには香港人にとって日本食は日常的な食べ物となり、今日に至っています。このような歴史的背景で日本食は浸透し進化を遂げ、2024年度のみシュラン3つ星レストランに全7店舗中、日本食が2店舗選ばれています。

日系企業の動向

前述のとおり、香港ではすでに日本食文化が根付いていますが、日系企業の進出は2019年以降も相次いでいます。(図表3)

牛丼では、1991年に進出して30年以上を迎える「吉野家」、2019年に進出した「すき家」に続き、2024年8月には「松屋」が進出したことで日本の大手牛丼メーカーの御三家が揃いました。「松屋」は同業2社が進出している中でも、2021年に香港メディアが行った「香港に進出してほしい世界の飲食店トップ10」で1位を獲得しており、香港市民にとって待望の進出でもありました。

回転寿司では、「スシロー」、「はま寿司」、「元気寿司」などを中心に数多く出店しています。「スシ



写真2：連日賑わう日本食レストランの様子

ロー」は居酒屋業態の店舗もあり、近年では年間10店舗程度のペースで出店しています。2024年9月には「スシロー」32号店がオープンしており、将来的には50店舗を目指すといわれているほどの人気ぶりです。

2008年に進出した「サイゼリヤ」は2024年10月末時点で58店舗まで拡大しています。2024年8月期の決算では親会社に25億700万円の配当を行ったと公表しており、いずれも好調な業績が伺えます。また、埼玉県発祥の「がってん寿司」、「焼肉ホルモンたけ田」も2024年に初進出しており、連日地元の人々を中心に賑わっています。(写真2)

図表3：日系企業の進出動向(2019年10月以降)

出店時期	ブランド	業態	店舗数※
2019年1月	スシロー	回転ずし	32店舗
2019年12月	すき家	牛丼	13店舗
2021年1月	焼肉 LIKE	焼肉	17店舗
2021年2月	牛カツ京都勝牛	カツ	2店舗
2021年6月	東京チカラめし	牛丼	2店舗
2022年10月	コメダ珈琲	カフェ	4店舗
2023年6月	はま寿司	回転ずし	1店舗
2024年7月	焼肉ホルモンたけ田	焼肉	1店舗
2024年8月	松屋	牛丼	1店舗
2024年9月	がってん寿司	回転ずし	1店舗
2024年10月	肉肉大米	ハンバーグ	1店舗
2024年10月	ミスタードーナツ	カフェ	1店舗

各HP、NNAより作成



日本食をアピールするために

香港では更に日本食を浸透させることができるイベントが頻繁に開催されているのでご紹介します。アジア最大級の総合食品見本市「Food Expo Pro 2024」が2024年8月に開催され、26カ国・地域から700社を超える企業が出展しました。そのうち、日本からは約200社が出展し、海外勢として最多の出店数となりました。60カ国・地域から約2万500人のバイヤーを含む関係者が訪れ、総来場者数は50万人を超え、1人当たりの消費額は1,615香港ドル(約3万2,000円)と大盛況でした。ジャパンパビリオンも設けられ、青森県、岐阜県、滋賀県などの自治体をはじめ全国から出展しており、積極的な日本食の展開を狙っていました。(写真3)

香港人は重要なインバウンド

香港人が日常的に日本食を堪能し、食材や調理方法などの知識を深めるにつれ、日本食への期待はどんどん高まっています。そのため本場の味を堪能しようと、実は多くの香港人が毎年訪日しています。2023年の訪日客数は211万4,402人となっており、韓国、中国、台湾に続き第4位の訪日客数となっています。香港の人口が約753万人であることを考えると、約3分の1の香港人が訪日していることになります。(図表4)

図表4：香港人の訪日客数

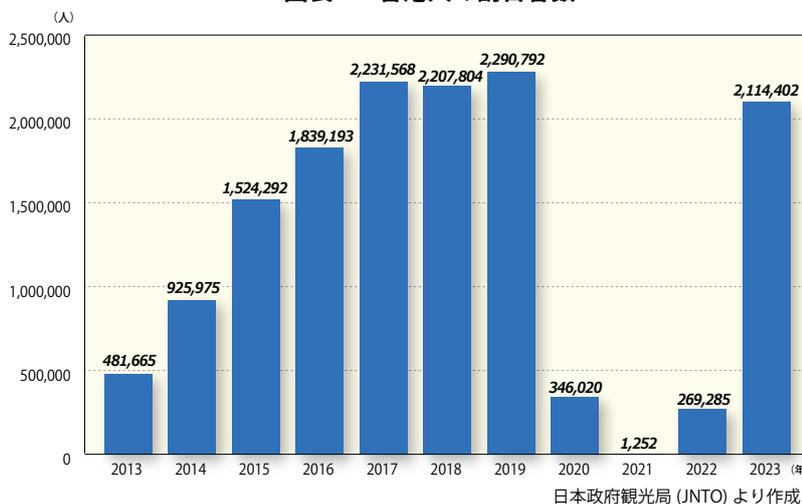


写真3：「Food Expo Pro 2024」ジャパンパビリオンの様子

加えて、2023年のインバウンド消費額は伸び続けており、ピークである2019年の3,525億円を大きく超え、4,795億円と大幅に増加しました。一人当たりの消費額で計算すると、約22万6,778円で、アジア地域の訪日客では中国、シンガポール、インドに次ぐ消費額となっています。訪日香港人の大半がリピーターであり、東京、大阪以外の地方へ旅行することも多いそうです。私の職場の香港人スタッフは、休暇を取ると大抵日本に旅行へ行くことが多く、様々な県のお土産を買ってきてくれます。これらのことから香港人の多くは、本当に日本が好きの人々だということがわかります。

終わりに

本レポートでは、香港における日本食について詳述しました。これだけ日本食が溢れていても、その人気は衰える気配がありません。様々な報道がなされている香港ですが、日本食においては更なる需要が期待でき、企業にとってまだまだビジネスチャンスがある環境です。一方で、すでに日本食の激戦国となっているため、新規進出や輸出を検討される場合はしっかりと市場調査が必要になると思います。その際はぜひ、武蔵野銀行市場国際部海外進出支援室までご相談いただければ幸いです。今後も日本食市場の動向には注目していき、適切な情報発信を続けていきます。