

今回のテーマ

香港の日本料理店業界の売上げ状況と課題

香港特別行政区政府統計処によると、2024年時点で日本料理店は1,480店舗あり、中華料理以外では第1位です（2位はタイ料理店の390店舗）。香港の日本料理店の数は、2020年に新型コロナ禍の影響で前年減となりましたが、2021年以降は回復に転じ、2024年には1,480店舗に達しています。

日本食の人気、日本食材の輸入の容易さ、専門店の多様化がこの成長を支えており、香港は日本食市場として引き続き大きな可能性を秘めています。本レポートでは、飲食店オーナーへのインタビューに基づき、香港の日本料理店業界の売上状況やその課題をお伝えします。



筆者撮影

インタビュー先：居酒屋金城 オーナー 金城雅洋氏
取材日：2025年9月11日

沖縄県出身の日本人で、香港で長年の飲食業界経験を持つ料理人です。金城さんは13年前に香港に移住し、中環の串焼き店「雪村」で料理長を務めるなど、豊富な経験を積んできました。「いつかは自分の店を持ちたい」という夢を実現し、2017年7月1日に中環のSOHOエリアに「居酒屋 金城」をオープンしました。

インタビュー先：狸屋台屋 オーナー David Lee氏
取材日：2025年9月11日

香港人で、日本料理に対する情熱を持ち、本格的な日本食文化を香港に広めることを目指しています。温かみのある雰囲気やスタッフの丁寧なサービスが称賛されており、地元住民や家族連れに愛されています。Davidさんは地域密着型の経営を行い、10年以上にわたり安定した人気を維持しています。

金城雅洋氏
(筆者撮影)

居酒屋金城（筆者撮影）

David Lee氏
(筆者撮影)

狸屋台屋（筆者撮影）

最近の売上変化とその要因

金城氏：当店の売上は月によって波があり安定しない状態が続いています。例えば、2025年7月から8月の夏休みシーズンは休暇で海外旅行に出かける傾向が昨年より強まり、特に富裕層のお客様の来店が減少した結果、客単価が前年同時期に比べて低下しました。

一方で、当店の強みである常連客の存在が、売上の大幅な落ち込みを防いでくれています。地元のお客様を中心に、週末のディナータイムには家族連れが、平日夜の仕事帰りにはサラリーマン層が定期的に訪れ、安定した需要を支えています。特に、沖縄の家庭的な雰囲気再現した店内や、スタッフの温かい接客が常連客に支持されており、リピート率は高い水準を維持しています。

しかし、常連客の来店頻度だけでは、夏期の閑散期や全体の売上減少を完全にカバーすることは難しく、全体の売上は減少傾向にあり、利益率も下がっています。

利益率低下の背景には、外部要因も大きく影響しています。まず、物価の上昇が顕著で、沖縄料理に欠かせない食材の仕入れ価格は国際的な物流コストの増加に伴い上昇しており、これが利益率の圧迫につながっています。

さらに、香港の外食市場は競争は激化しており、近隣に新しくオープンした韓国料理店がお客さんの一部を取り込んでいることも影響しています。

一方で、新たな顧客層として韓国人観光客の来店が増加している点は明るい材料です。

David氏：当店は、地元のお客様や観光客に愛されています。2025年度に入り、売上は全体的に回復傾向にありますが、依然として売上には波があり、正確な予測が難しい状況が続いています。

例えば、2025年7月の売上は、前月（6月）に比べて、落ち込みを記録しました。要因として、香港の猛暑が外食需要に影響を及ぼした可能性が考えられます。

7月は梅雨明け後の高温多湿な気候が続き、気温が35℃を超える日も多く、特にランチタイムの来店数が減少傾向にありました。オフィス街に近い当店の立地では、ビジネス客がランチタイムに軽食やテイクアウトを優先する傾向が強まり、店内飲食の予約が減少しました。また、地元のお客様の間では、夏季休暇を利用した海外旅行が増加し、香港を離れる家族連れや若年層が多かったことも、売上低迷の一因と考えられます。

一方、8月は状況が一変し、過去最高の売上を記録しました。この急上昇は、夏休みシーズンが終盤にさしかかり、地元のお客様が旅行から戻り、家族や友人との外食を楽しむ機会が再び増えたためだと考えられます。

香港の飲食業界全体のトレンド

David氏：近年、香港の日本料理店業界は、全体として、売上の減少傾向に直面しています。この原因は、経済の低迷に加えて、消費者行動の変化や競争環境の変動による影響が大きいと考えられます。

さらに、高コストな生活環境、不動産価格の高騰といった香港特有の要因が加わり、消費者は外食支出を抑え、コストパフォーマンスの高い選択肢を求める傾向も強まっています。

香港の飲食店が提供するサービスも課題の一つです。一部の飲食店では、スタッフのトレーニング不足や入れ替わりの速さによりサービスの品質にバラつきが見られます。

これにより、顧客満足度が低下し、リピート率が減少している可能性があります。

香港の飲食店は高い賃料や人件費を反映した高い価格設定に対し、提供される料理やサービスの品質が消費者の期待を満たしていない場合があります。この価格と価値の不均衡の課題が指摘されています。

このような背景から、消費者が、中国本土の深圳や日本など、香港以外の地域で食事を選ぶ傾向が強まっています。

深圳は香港に比べて物価が安く、特に飲食においては同じ品質の料理をより低価格で楽しめる店舗が多くあります。また、深圳は香港からも近く、高速鉄道やバスなどで、日帰りの移動が容易となりました。これにより、週末や休日に深圳で外食する消費者が増加しています。

一方、富裕層は単なる飲食ではない「高品質な食体験」を享受するため日本へ行きます。

日本は、高品質な食材、独自の食文化（懐石料理、寿司、和牛など）、洗練されたサービスなどで広く知られており、香港の富裕層にとって魅力的な旅行先となっています。



深圳や日本への顧客流出は日本食業界全体の売上に影響している（筆者撮影）

金城氏：香港の日本食レストラン全体で、売上の低下傾向が見られます。これは、経済の低迷や消費者支出の抑制による影響が大きいと考えられます。特に、香港の外出市場における競争が激化する中、日本食レストランは他の選択肢との差別化に苦戦している可能性があります。

また、客単価が減少している背景には、消費者が価格に敏感になっている点が挙げられます。不景気や生活コストの上昇により、顧客は高額なメニューを避け、より手頃な価格の選択肢を求める傾向が強まっています。

食材や運営コストの上昇もレストランの経営を圧迫しています。特に、海鮮、和牛、野菜など日本からの輸入食材に依存する日本食業界では、為替レートの影響や輸送コストの増加に伴う価格上昇が消費動向に影響を与えている可能性があります。

最近香港の外出市場では、韓国料理の人気の急速に高まっています。韓国料理店は、比較的手頃な価格でトレンド感のあるメニュー、例えば韓国焼肉、ビビンバ、チキンなどで、特に若年層に支持されています。

このトレンドは、日本料理店にとって競争圧力を高める要因となっており、客足が韓国料理店に流れるケースが増加しています。



最近では香港で韓国料理店が増えてきた（筆者撮影）

香港のお客様の嗜好と特徴

金城氏：当店(居酒屋金城)は常連のお客様が多く、長年にわたり変わらない料理を好んで注文する傾向があります。特に刺身は非常に人気が高く、多くのお客様が注文する定番メニューとなっています。このような定番メニューの人気は、店の安定した品質と信頼感を反映していると言えるでしょう。

注文の流れとしては、まず刺身を前菜として楽しみ、次に焼き鳥やチャンプルーといったメイン料理に移り、最後にご飯ものや麺類で締めるというパターンが一般的です。この一連の流れは、お客様が食事を楽しむリズムとして定着しているようです。

一方で、香港人のお客様には特有の傾向が見られます。彼らは比較的飽きやすい傾向があり、常に新しい味や体験を求める傾向が強いです。そのため、季節ごとの旬の食材を活用したメニューや、時期に応じた限定メニューを提供することが重要です。旬の食材を取り入れることで、香港人のお客様の好奇心や新鮮さを求めるニーズに応え、店の魅力をさらに高めることができると考えています。

David氏：当店(狸屋台屋)のお客様の多くは地元香港人が中心で、南蛮チキンやだし巻き玉子といった定番の日本食を楽しむスタイルが定着しています。

また、食事の追加注文が頻繁に見られる点も特徴的です。この追加注文は、単なるメニューの選択にとどまらず、スタッフとお客様の会話が重要な鍵となっています。スタッフとの会話やおすそめを通じて自然に追加注文が発生し、これがお客様の満足度を大きく高めています。



狸屋台屋は食材にこだわっている
(出所：狸屋台屋FB※)



居酒屋金城の人気メニュー（筆者撮影）

次に、「味」に対する追求として、若い頃の記憶を呼び起こすような懐かしい味わいが求められています。料理そのものの味だけでなく、店の雰囲気、サービス、環境、そして食材全体が「味」を構成する要素として捉えられています。これらの要素が融合することで、お客様は単なる食事ではなく、総合的な体験を期待し、楽しんでいます。

食材へのこだわりも、お客様の評価に大きく影響しています。当店ではさまざまな食材にこだわりを持っており、例えば海藻を使用した料理では、羅臼昆布や利尻昆布など高品質なものを厳選しています。これらの食材を仕入れることで、新鮮さや独自の風味を追求し、人気メニューの基盤を築いています。このような食材の選定は、お客様の健康志向や本格的な味わいを求めるニーズに応え、店の差別化につながっています。

全体として、当店では、伝統的な味の追求と人情味あふれるサービスが融合し、食材へのこだわりがそれを支える形で評価が形成されています。これにより、常連客を中心にリピート率が高く、多様なニーズを持つ香港のお客様にも対応できる強みを持っています。

※ <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=747769694024396&set=pb.100063741163584.-2207520000&type=3>



今後日本食業界の売上やトレンドに対する影響要因

金城氏：まず、大きな要因として経済環境の影響が挙げられます。景気動向やインフレ、消費者の購買力の変化は、日本料理店の客足や売上に直結する可能性がある。

次に、オンライン発信です。SNSやオンライン広告を活用したマーケティングが不可欠となり、伝統的な口コミ中心の集客からオンラインを活用した宣伝にシフトしないと、競争力の低下が懸念されます。オンライン発信による若い世代や観光客の取り込みが、売上向上の鍵となります。

また、家賃や人件費などのコスト上昇の影響も大きいです。物価高騰や労働市場の逼迫により運営コストが増大し、メニュー価格の見直しや効率化が求められ、業界全体の収益性に影響を与えるでしょう。これらのコスト上昇は、店舗の存続や新メニューの開発トレンドにも影響します。

David氏：近隣地域（深圳）との競争が強まっています。香港のレストランがサービスの品質で劣ると、お客様は価格の高い香港ではなく、深圳を選ぶ可能性が高まります。

香港の飲食業界全体として、サービス競争力の向上が求められています。特に香港の日本料理店は、日本の優れたサービススタイルを取り入れる努力が必要であり、単なる模倣ではなく、地元のニーズに応じた柔軟な対応が求められます。

また、飲食業界では家賃や人件費の上昇が続き、業界全体の収益性が低下しています。日本料理店は、食材の輸入依存度が高いため、為替変動や輸入規制による追加の負担も課題となっています。

【レポート執筆者】



日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）
海外フィールドマーケット（香港）

チャン・ドミニク・ゲリー（Dominic Gary Chan）

2003年～2007年日本での留学・就職経験後、香港駐在日本人向けのフリーペーパーや訪日観光のフリーペーパーの発行と運営を行う。現在は、日系の旅行代理店に在籍し、主に日系企業の宣伝サポートや販路拡大の支援、自治体による香港人向け情報発信のサポート等を行っている。
香港の日本語情報誌（食品業界を含む）の営業および編集長兼社長としての経験から、現地飲食関係に幅広いネットワークを持つ。

【免責事項】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。