

## 今回のテーマ

## 香港での日本産和牛の販売状況とトレンド

香港は、国際的な食文化の交差点であり、高級食材市場の中心地でもあります。特に、層の厚い富裕層の存在とグローバルな美食トレンドの影響を受け、プレミアムビーフには大きな需要があり、日本産和牛の需要も高まっています。日本産和牛は、その独特の霜降り質感と豊かな風味により、香港のファイン・ダイニングシーンを彩る存在となっています。2025年の日本から香港への牛肉輸出額は前年比12%増の95億円に達し、香港は日本産牛肉の主要輸出先の一つとして位置づけられています。香港での日本産和牛の販売状況、消費トレンドの変化や競合との比較、今後のトレンド予測など最新の情報を現地でご活躍されているお二方にインタビューしました。その内容を本レポートでお伝えします。



日本産和牛は香港で大人気（筆者撮影）

インタビュー先：Elite Fresh Food Co., Ltd  
副総経理 Jonathan Lam 氏  
取材日：2025年12月2日

オーストラリアで育ち、そこで培ったグローバルな視野を武器に、会計士としてコンサルティングの第一線で活躍してきました。香港に戻ったことを機に、Elite Fresh Food Co., Ltdで働き始め、現在は、戦略的な調達から顧客との深い信頼の構築、ロジスティクスまでを統括しています。日々、食の喜びを世界に届け、ビジネスをより鮮やかに彩ることに情熱を注いでいます。

Jonathan Lam氏  
(出所：Jonathan氏ご提供)

Eliteグループが経営するステーキの購入・食事ができるSuper Farm（筆者撮影）

インタビュー先：298 Nikuya Room  
料理長 小原 玄 氏  
取材日：2026年2月13日

広島県出身で、2012年に来港しました。中環（セントラル）にあり、香港でもトップクラスの高級焼肉レストランとして知られている298 Nikuya Room（298肉屋Room）の料理長を務め、店舗の顔ともいえる存在です。また、Gyoza AnD、Porkerなどの298グループ内の他店舗でもエグゼクティブシェフを務め、多角的に日本食を紹介しています。



小原玄氏（出所：小原玄氏Facebook※1）



298 Nikuya Room店内（出所：298 Kitchen Room Facebook※2）

※1 <https://www.facebook.com/photo/?fbid=3812223322228452&set=a.106244662826355>

※2 <https://www.facebook.com/photo/?fbid=382213913911295&set=a.382213863911300>

## 日本産和牛の販売状況：富裕層向けで高評価も、価格競争激しい

ドミニク：香港市場での日本産和牛の現在の販売状況はどうでしょうか？

**Jonathan氏**：香港は日本産和牛の主要市場で、需要が堅調です。新型コロナウイルス感染症の影響（以下コロナ禍）が収束した後の回復を背景に、消費者が再びレストランで焼肉、しゃぶしゃぶ、すき焼きを食べようになり、高級日本食レストランやファイン・ダイニングで日本産の和牛の採用が進んでいます。ただし、安価なオーストラリア産・米国産牛肉の輸入増加による激しい価格競争と、コスト上昇・インフレの影響による価格圧力のため、販売は必ずしも順調ではありません。

**小原氏**：香港市場における日本産和牛の需要は、コロナ禍後の回復基調にあり、売上高は2019年比で約90%程度まで回復していると推察されます。一方で、家賃・人件費の高騰をはじめとするコスト上昇が飲食店・小売業者の負担を増大させており、利益は若干減少傾向にあるのが現状です。また、香港現地における日本産和牛の価格が相対的に高止まりしているため、円安の影響もあり一部消費者は「日本に旅行して現地で消費する」方向へシフトする動きも見られます。

ドミニク：売上高の推移や、サーロイン、リブロースなど人気の部位の割合を教えてください。

**Jonathan氏**：コロナ禍以前から需要が高まってきており、2023年がピークとなりました。その後、コロナ禍が収束し海外に行けるようになり、香港より日本で食べたいという人が増えたことで売上低下に転じました。2025年は経済の低迷や生活コストの上昇により消費者が支出を抑制するようになったため、その影響で苦戦しました。人気の部位を割合で見ると、焼肉、しゃぶしゃぶ、すき焼きでよく使われている肩ロースが最大のシェアを占め、全体の37～40%となります。その次はサーロインで、全体の27～37%を占めています。ファイン・ダイニングレストランは安定した供給と品質の一貫性を重視していますので、いつも同じ品質が確保できるサーロインを好んで注文します。あとはリブロースの10%、ヒレ肉の8%となります。また、人気の産地から見ると、鹿児島、佐賀、飛騨、北海道などがあげられ、これらは香港市場のプレミアム志向にマッチしているといえます。

**小原氏**：コロナ禍以前は霜降り重視で、サーロイン、リブロース、ヒレが主流でした。脂の甘みやとろける食感が人気の中心でしたが、2023年頃から変化が見られ、赤身の需要が増加しています。上ミスジ、モモ、シンシン、ランプなど霜降り以外の楽しみ方が広がり、輸入でもロイン系の割合が減少し、赤身類が増加傾向にあります。



牛の臀部とすねの間の脂肪の少ない切り身のラウンドステーキ  
(出所：298 Nikuya Room Facebook※)

※ <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=2428082227228342&set=pb.100063680695553.-2207520000&type=3>

## 消費トレンドの変化：A5ランクの根強い人気と健康志向によるA4ランクの需要増加

ドミニク：香港の消費者における和牛の消費トレンドにどのような変化が見られますか？

**Jonathan氏**：近年、香港人の健康意識が大きく変化し、健康への関心が少しずつ高まっています。健康意識が高い消費者は、牛肉を「タンパク質源」や「スタミナ源」として積極的に評価し、消費を増やす一方で、脂肪過多や心血管疾患などの「健康マイナスイメージ」を懸念し、消費量や他選択肢へ変更する傾向が強くなります。一部のお客様は、以前は頻りに日本産和牛を召し上がっていましたが、現在は3週間おきや月1回のペースに抑えています。また、健康意識を重視する層では、霜降り度の高いA5ランク和牛ではなく、一個ランク下のA4ランク和牛を選ぶケースが増えています。さらに、常に新しいものを追求する香港人にとって、和牛の食べ方には変化がなく、新鮮味が減ってきているとの声もあります。

**小原氏**：香港では、高級志向は依然として強いものの、A5ランクのような最高級霜降り肉からA4ランクや中級部位へのシフトが進んでいます。従来、香港ではサーロイン、ヒレ、リブロースなど霜降りの美しいサシが入った上級部位が圧倒的に好まれていましたが、近年は赤身寄りの部位や脂が控えめなものへの関心が高まり、「脂っこい」というネガティブなイメージを持つ人も増えています。これは、日本旅行経験の増加により、日本産和牛の多様な美味しさを現地でも知った香港人が「霜降りだけではない」と認識を広げた結果です。日本人消費者が「安心感」や品質への信頼を重視するのに対し、香港ではこうした体験ベースの理解がトレンドを後押ししています。また、高級レストランや特別な記念日にはA5級のプレミアム日本産和牛が依然として人気で、ウニやフォアグラなどの高級食材と組み合わせたメニューが注目されています。  
(次ページに続く)



ウニやフォアグラなどの高級食材と組み合わせたメニューが人気  
(出所：298 Nikuya Room Facebook※1、2)

※1 <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=672413771557973&set=pb.100063680695553.-2207520000&type=3>  
 ※2 <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=3987909131245636&set=pb.100063680695553.-2207520000&type=3>

(前ページより) 日本でも流行するこうしたラグジュアリーな組み合わせが、香港の高所得層を中心に支持を集めています。さらに、SNSの影響は無視できません。中国本土からの観光客や地元若者を中心に、写真映えするビジュアル重視のメニューが人気です。霜降りの美しい断面や豪華な盛り付け、ウニ・フォアグラとの融合メニュー、高級焼肉・ステーキなどがインスタ映えしやすく、シェアされやすいようです。中国人消費者は特に「写真映え」志向が強く、香港の飲食シーンでもこれを反映し、ビジュアル優先のトレンドを生んでいます。

店舗においては、家族連れや若い世代から、プライベート感のある店内環境が好まれており、特別な記念日やお祝い事での利用が定着しています。米国市場ではA4が好まれる傾向がある一方、香港では依然としてA5の高級イメージが好まれています。価格競争や代替品の台頭でA4へのシフトも見られます。全体として、香港の和牛消費は「最高級」から「多様な楽しみ方」へ移行しつつあり、高級志向と現実的な選択のバランスを取るトレンドが続いています。将来的には、輸入量の拡大や現地ニーズへの適応がさらに進むでしょう。

## 海外産牛肉との比較：為替変動や景気低迷の影響により価格競争激化

ドミニク：競合のオーストラリア産牛肉や米国産牛肉との比較で、日本産和牛に影響を与えている要因は何でしょうか？

**Jonathan氏：**日本産和牛は、その独特の霜降りと風味で世界的に高い評価を得ていますが、近年オーストラリア産和牛や米国産牛肉との競合が激化しています。オーストラリア産和牛は霜降りのバリエーションが広く、米国産牛肉は価格の低さと供給の安定性が強みです。それに対し日本産和牛はプレミアム価格が最大の障壁となっており、低価格の競合品が販売を圧迫しています。

また、日本産和牛のサイズが大型であることが課題を生んでいます。日本産和牛の生体重は通常500kg～と米国産の約350-400kgと比べて大型で、脂身などにより歩留まりが悪くなるため廃棄量が増大します。高級店はA5和牛を高単価で提供できるため、歩留まり悪化によるロスメニュー価格に転嫁しやすいのですが、一方でカジュアル焼肉店・ステーキチェーンなどは客単価が低く、端材・脂肪の処理コストを吸収しにくい実態があります。

この問題を解決するため、購入形態を工夫しています。例えば、一頭丸ごと買うよりも、セミセットと呼ばれる部分購入をすることで廃棄を最小化できます。

なお、オーストラリア産和牛は霜降り度合いの幅が広く、日本産和牛の供給不足を補う役割を果たしており、このことも、日本産和牛の販売に影響を与えています。

このようなオーストラリア産和牛や米国産牛肉の強みが価格競争を激化させていますが、日本産和牛には依然として高い需要があります。これは、本物の日本食を求める消費者が支えていることにあります。

**小原氏：**香港の日本産和牛販売に影響を与えている主な要因として、競合するオーストラリア産和牛、米国産牛肉、韓国牛肉などの価格差、そして消費者嗜好の変化が複合的に絡み合っています。

まず、価格変動が最大の影響要因です。日本産和牛は、一時期の円安傾向を含む為替変動、高い飼育コスト、国内優先による輸出量の制限などにより、価格が不安定で高止まりしやすい傾向にあります。一方、オーストラリア産和牛は大規模生産と効率的なサプライチェーンにより価格が比較的安定しており、日本産A5ランクに匹敵する品質を同等またはやや低い価格で提供可能です。結果として、経済低迷やインフレ圧力の下にある香港の消費者や一部飲食店では、オーストラリア産和牛や米国産牛肉へのシフトが進んでいます。特に若年層向けの食べ放題や中低価格帯レストランでは、オーストラリア産和牛の採用が急増し、日本産の割合が低下しています。

一方で、香港在住の日本人シェフや店舗オーナーなどは、コストよりも日本産和牛の「溶けるような柔らかさ」や「満足感のある味わい」を重視しており、他国産への切り替えはほとんど見られません。高級志向の層では、日本産の「本物」イメージが依然として強く支持されています。

全体として、香港の和牛市場は「最高級・本物志向」の日本産が優位を保つなか、価格競争力と多様なニーズ対応でオーストラリア産和牛が急速にシェアを拡大し、加えて、韓国牛肉が韓国料理需要の増加をカバーする構図となっています。高級レストランや記念日需要では日本産が強い一方、中級・日常消費では競合品の台頭により日本産和牛の販売が圧迫されており、今後も価格の安定とマーケティング強化が鍵となるでしょう。

## 日本産和牛の売込みポイント：キーワードはストーリーと多様性/健康と高級感/インスタ映え

ドミニク：今後1-2年で、香港の日本産和牛市場のトレンドをどのように予測されますか？

**Jonathan氏**：今後1-2年、香港の日本産和牛は、全体的な経済の低迷が続く中、競合に圧力を受ける可能性はあるものの、安定した需要を維持すると見込んでいます。その際、中国本土からの観光客により需要のボリュームを支えるでしょう。

スーパーマーケットやリテール店といった小売セクターでは、岩手県産、鳥取県産といった香港では珍しい日本産和牛を紹介し、ブランドの物語性を前面に押し出したプロモーションを行うことで効果を発揮すると思います。

高級レストランでは、多様なカットのバリエーションが求められ、特に適正価格の部位を活用した焼肉メニューが人気を博すと予測されます。香港で販売される日本産和牛の種類が増える一方、消費者が産地の違いを十分に認識できていないという課題もあり、顧客の選択肢が広がっていくような教育的なアプローチが重要です。

プロモーション面では、JNTO（日本政府観光局）との連携や、JA・全農による積極的なキャンペーンが続き、顧客の供給者へのロイヤリティが強化されると思います。その際には、地域の文化や生産背景の共有といったストーリーを多角的に語る手法がとられ、顧客エンゲージメントが高められていくと思います。価格設定は市場の焦点となり、競争力維持の鍵となります。

最後に、業界全体のイノベーションが課題です。農家の高齢化が進み、後継者不足が深刻化する中、日本政府の支援策が生産性向上や新規参入を後押しする可能性があります。これにより、香港市場への供給安定化が図られ、長期的な成長基盤を築くでしょう。総じて、香港の日本産和牛市場は経済的不確実性の中で、ストーリーと多様性を武器に、堅調なトレンドを維持すると予測します。

**小原氏**：日本旅行経験者の増加により、現地で日本産和牛の多様な味わいを知った香港人が、従来のA5ランク極厚霜降り中心から赤身寄りやA4ランクへのシフトを加速させています。特に香港の中間層・若年層を中心に、「脂の甘み」よりも「ヘルシーで満足感のある赤身」の好みが強まっており、日本産和牛の輸入構成でも赤身類の割合が増加傾向にあります。

298グループ店舗では、美しい赤身のスライスやシンプルグリルといったインスタ映えを意識したメニューが人気を集めています。SNS投稿の増加に伴い、マーケティングにおいても「映える赤身と和牛」が重要なキーワードとなる可能性が高いと考えています。

また、香港市場における中国人観光客・越境消費の重要性が増しているため、中国本土の富裕層向けに日本産和牛を積極的に宣伝していくことが必要です。中国人向けの宣伝を強化し、WeChat・小紅書など中国本土で普及しているSNSを活用して赤身やA4級の「ヘルシー高級」イメージを強調することで、香港経由の試食・購入を促進できると考えています。



中国のSNSでの298 Nikuya Roomに関する投稿例（筆者撮影）

### 【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。