

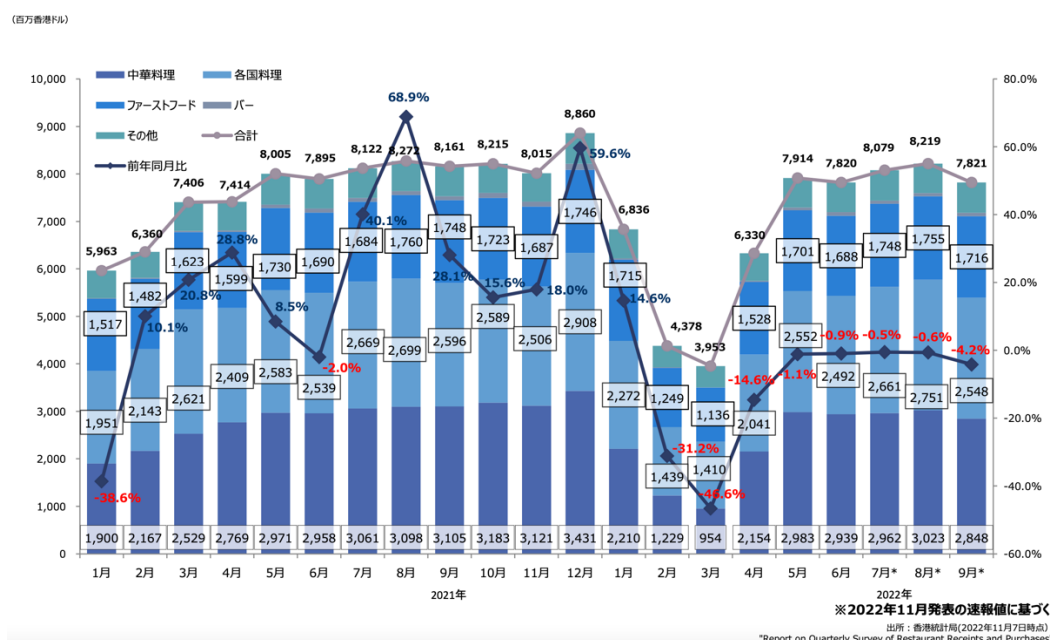
香港  
KAIZENを試み市場に挑戦する  
～日本産水産物を例として～  
2023年3月発行

新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け変化する香港の食品市場では、どのような食材が求められているのだろうか？ コロナ禍以前に戻ろうとするのではなく、これまで以上の市場になるよう、香港食品市場は「KAIZEN」を試みている。この市場で活用される可能性の高い日本産水産物には何があり、私たちが今後何をKAIZENすべきかを考えていきたい。

◆ 変化する外食産業 ◆

香港の食品市場とりわけ外食産業は、この3年近く新型コロナウイルス対策の影響を大きく受け、まるで生き物のように大きく変化してきた。日本と同様に、香港の外食産業も2020年以降、新型コロナの影響を強く受け低迷を続けてきた。生き残りをかけて小売向けレトルトパックのスープや調味料を製造した飲食店もあり、テイクアウト重視に踏み切った飲食店もあれば長期にわたり休業してきた飲食店もあった。

図1 香港における飲食店の業種別月別売上高



(出所) 香港統計局資料を基にジェトロ香港作成 (2022年11月7日現在)

2021 年秋には新型コロナウイルス感染者ゼロの日が 2 カ月近く続いたにも関わらず、飲食店は 18 時から翌朝 5 時までの営業を行えないという時間制限があった。この制限令は同年 11 月に一旦緩和されたものの、オミクロン株の流行に伴い、2022 年 1 月 7 日から 4 月 20 日にかけて、それまで施行されていたカテゴリー別の措置ではなく、1 テーブル当たり 2 名までの制限がかかるとともに、20 時から翌朝 5 時までの店内飲食がすべての飲食店で禁止された。そのため、通常であれば香港で最も外食が盛んな時期である 2 月、3 月は飲食店の売上が大幅に下落した（図 1 参照）。香港のシンボルでもあった「ジャンボ水上レストラン」や創業 100 年近く続いた飲茶の老舗「蓮香楼」などが閉店を余儀なくされたのは記憶に新しいところである。

ところが、新型コロナウイルス感染者数は拡大しつつも「回復する病気」と見なされるようになり、香港も「with コロナ時代」を迎えた。2022 年 4 月 21 日以降は 1 テーブル当たり 4 名まで、そして営業時間も 22 時までと飲食店の制限令が緩和され、5 月 5 日以降は 1 テーブル当たり 8 名まで、その後 12 名までに変更され、営業時間も 24 時までに緩和されていく。これは中華料理店においていわゆる円卓を囲めるようになったということである。1 つの宴会場で 240 名までの宴会が行えるようになったため、ホテルや宴会施設を伴う飲食店では披露宴や企業のパーティーが行われるようになった。それに伴い飲食店の売り上げも増加していった。長期間の休業を余儀なくされてきた中華料理店の多くが営業を再開したのもこの頃からである。5 月 19 日以降はバーやナイトクラブの営業も再開が許可された。この頃から従来のような活気のある香港の飲食店に戻りつつある。（上記図 1 参照）

#### ◆ 外食とテイクアウトの現状 ◆

2022 年 11 月 3 日以降、香港の外食産業においてまた新たな KAIZEN が実施されている。新型コロナウイルス対策の制限令がさらに緩和され、24 時間営業が許可されるようになった。前述のように、それまでは飲食店の営業時間は朝 5 時から 24 時まで、バーの営業時間は朝 5 時から深夜 2 時までであったが、11 月 3 日以降は、11 月 4 日から 6 日まで香港ラグビーセブンズ、11 月 21 日から FIFA ワールドカップなどの大規模なスポーツイベントが開催された。冬至やクリスマスなどの宴会シーズンにおいても、この時間制限の撤廃は追い風となった。

しかしながら、この 3 年近く新型コロナウイルスの影響を受けてきたせいであろうか、エリアや業態にもよるが、日本料理店や中華料理店では、夜 9 時半あたりになると飲食店の店内で飲食をする人々の姿は消え、店舗側もスタッフの残業代を考慮して夜 10 時頃を目処に閉店する店が少なくない。その一方で、夕方仕事帰りの時間帯になると、飲食店でテイクアウトしたと思われる袋を両手に抱えて家路へと向かうサラリーマンの姿をよく見かける。これが、「with コロナ時代」の香港の現状である。

さて、外食産業には、細かく見ると、飲食店の店内で飲食をする「堂食（とんしゅく）：イートイン」と、飲食店でテイクアウトをする「外賣（おいまい）：テイクアウト」がある。今後、これらのセクターはどのように **KAIZEN** していくのであろうか？あるいは今後、どちらかがリードしていくのであろうか？

#### ◆ 堂食（イートイン）について ◆

まず、「堂食（イートイン）」を見てみよう。

昔から「食は広州にあり」という言葉があるが、今や食は香港にこそあると言えるのではないか。世界中から豊富な食材と料理人が集まり、そこから生まれる美食を楽しむ客層が存在するのが香港の大きな特徴であり、「美食天堂」（美食天国）、「美食之都」（美食の都）とも言われるゆえんである。

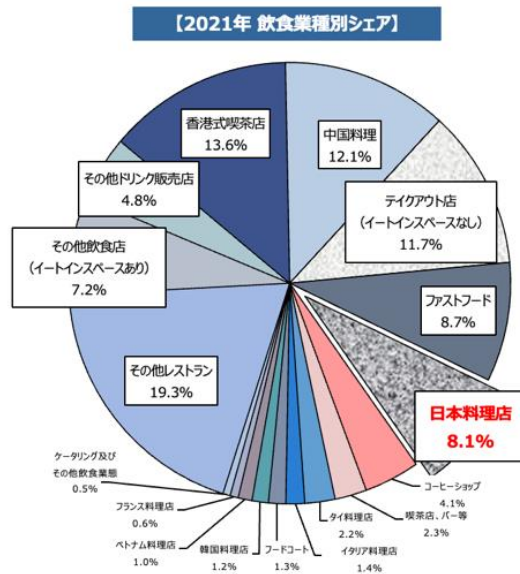
香港では従来、飲食店全体のうち中国料理店の売上高が約 1/3 の割合を占め、圧倒的なシェアを誇ってきたが、新型コロナウイルスの影響を受けてシェアが低下してきている。2022年6月時点の月別売上高では全体の約 20% 近くを保っているものの、店舗数では2021年には全体の 12.1% と大きく減少している（表1 および図2 参照）。

表1 香港における飲食店の業種別店舗数

飲食業種別	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	構成比	前年比
香港式喫茶店	2,450	2,510	2,530	2,330	2,270	13.6%	-2.6%
中国料理	2,230	2,380	2,400	2,140	2,030	12.1%	-5.1%
テイクアウト店 (イートインスペースなし)	1,670	1,860	1,950	1,850	1,950	11.7%	5.4%
ファストフード	1,600	1,600	1,530	1,440	1,460	8.7%	1.4%
<b>日本料理店</b>	<b>1,310</b>	<b>1,360</b>	<b>1,400</b>	<b>1,330</b>	<b>1,350</b>	<b>8.1%</b>	<b>1.5%</b>
コーヒーショップ	530	650	600	620	680	4.1%	9.7%
喫茶店、バー等	550	450	590	480	390	2.3%	-18.8%
タイ料理店	350	380	390	370	370	2.2%	0.0%
イタリア料理店	270	270	260	220	230	1.4%	4.5%
フードコート	270	260	230	200	210	1.3%	5.0%
韓国料理店	160	230	240	200	200	1.2%	0.0%
ベトナム料理店	170	190	200	180	170	1.0%	-5.6%
フランス料理店	120	130	120	110	100	0.6%	-9.1%
ケータリング及び その他飲食業態	80	80	90	90	90	0.5%	0.0%
その他レストラン	3,020	3,290	3,460	3,240	3,220	19.3%	-0.6%
その他飲食店 (イートインスペースあり)	1,340	1,350	1,340	1,240	1,200	7.2%	-3.2%
その他ドリンク販売店	640	760	780	770	800	4.8%	3.9%
合計	16,760	17,750	18,110	16,810	16,720	100.0%	-0.5%

（出所）香港統計局資料を基にジェトロ香港作成（2022年8月3日現在）

図2 香港における飲食店の業種別シェア



(出所) 香港統計局資料を基にジェトロ香港作成 (2022年8月3日現在)

◆日本料理店では◆

その一方で、香港における日本料理店は店舗数が激減することなく、シェアを維持している。「韓流」を熱狂的な韓国ファンが支えているように、香港には日本の文化やグルメファンの「日本通」が存在し、新型コロナウイルスの影響で彼らが日本に渡航できなかったことが大きく影響している。

ミシュランの3つ星を取得し、大間のマグロや北海道産のバフン雲丹など日本にいても手に入れるのが難しい高級商材を提供する「すし志魂」<sup>1</sup>に代表されるように、日本並みにレベルの高い「おまかせ料理」を提供する割烹スタイルの日本料理店は、コロナ禍において日本通の香港人たちから強く支持されてきた。従来は、ビジネス上の会食で主に活用されてきたこれらの高級店の客層は、今日では若年化しており、プライベートの時間を楽しむために食事するケースが増えてきている。ちなみに、深圳と取引のある香港業界関係者によれば、香港での流行の影響もあり、深圳でも「おまかせ日本料理」は人気があり、特に地元のセレブに支持されているとのことである。新型コロナウイルスの影響で自由な人の往来にはまだ時間がかかるが、モノと食文化の往来は盛んに行われていると言えよう。

では、香港の日本料理店で日本産水産物はどのように活用されているのだろうか？

一枚板の清潔なカウンターでおまかせ天ぷら料理を提供する「天海」<sup>2</sup>では、新型コロナウイルスの発生後 KAIZEN を何度も試み、東京の一部の飲食店同様、ディナーの時間帯を2部制に変更している。予約時にデポジットを払ってもらうためキャンセルも少なく、結

<sup>1</sup> URL : <https://sushi-shikon.com/?lang=zh-hant>

<sup>2</sup> URL : <https://www.jpfoods.com>

果仕入れも安定しているという。海老やキスなどの季節の新鮮な魚介類を揚げたての天ぷらで提供し、オプションでウニの入った天むすなども提供することで一人当たりの売上単価を上げる工夫をしている。素材だけではなく油の鮮度にもこだわる日本人の料理長による料理には定評があり、地元のインフルエンサー達の支持も厚く、数カ月先まで予約できないこともある。

伝統的な日本料理を提供する「なお膳」<sup>3</sup>では、日本から空輸された鮮度の高い旬の魚を使っている。同じ顧客に二度は同じ献立で提供しないほど、刺身や焼き物、煮付け等のレシピも経験も豊富な料理長が丁寧に調理するため、リピーター客が多く数カ月先まで予約できないことが多い。こうした店舗では味付けまでしっかりと加工された加工品よりも、たとえば水煮鮑などのように加工度の低い食材や、まだ香港では知られていない食材が求められている。



左：なお膳のお造り、中央：鮎の塩焼き、右：土鍋ご飯（いずれも筆者撮影）

マンダリンオリエンタルホテル内の高級居酒屋「オーブリー（The Aubrey）」<sup>4</sup>でも、日本産食品の取り扱いが多い。豊洲から毎日空輸されるホタテやウニ、寿司や刺身のネタも日本産のこだわりのある商材が扱われている。また、香港で人気のある日本産ウイスキーや日本酒のみならず焼酎を豊富に揃え、独自の焼酎カクテルを提案するなど、他店との差別化を図っている。



左：オーブリーのウニチャーハン、右：バーコーナー  
（いずれも筆者撮影）

<sup>3</sup> URL: <https://www.facebook.com/naozenhk/>

<sup>4</sup> URL: <https://www.mandarinoriental.com/ja/hong-kong/victoria-harbour/dine/the-aubrey>



ところで、香港における日本料理店は、上述したような会食に活用されるような高級店だけではなく、顧客一人当たりの単価よりも顧客の回転率で成り立つ寿司専門店や定食屋なども人気があるが、それに甘んじることなく **KAIZEN** され、レベルも高い。

たとえば、香港内に 7 店舗あるとんかつ専門店の「とん吉」<sup>5</sup>の場合、鹿児島産をはじめとする九州産豚肉を使用したとんかつ同様、広島産の牡蠣や北海道産のホタテを使用したフライなども定評がある。また、最近リニューアルオープンしたコースウエイバイ店では、これまでの定食屋のイメージを変え、豊洲などから空輸された日本産鮮魚に特化した寿司や刺身が食べられるカウンターを設けるなどの **KAIZEN** を行っている。



左：とん吉のシーフードフライ定食、中央：寿司、右：刺身の盛り合わせ  
（いずれも筆者撮影）

またこの 3 年近く、「天海」のような天ぷら専門店も「とん吉」のようなとんかつ専門店もテイクアウト用弁当を提供し **KAIZEN** を試みてきた。従来の堂食で楽しめる「できたて」とは違う「冷めても美味しい」あるいは「温め直しても美味しい」を実現するため、作り方を工夫してきた。ところが、2022 年 10 月 11 日以降、香港の人々が日本へ自由に渡航できるようになってから、日本通の人々の来店数が相対的に減少し、日本料理店は新たな向かい風に直面している。これまで人気店だった日本料理店の中には苦戦を強いられている店も少なくない。これらの店舗では新たな **KAIZEN** が必要な時期に来ていると考えられるが、そこでのキーワードとなるのが、堂食のさらなる充実である。

「新型コロナウイルスの影響を大きく受けていた時期には売上の 4 割以上がテイクアウトであったが、揚げたてのフライ定食を求めていた人々の流れは堂食での消費に変わってきている。とはいえ、時間の都合や健康上の理由で堂食できない人もいるため、最近はテイクアウトの売上が全体の 2 割近くにまでなっている。」と、とん吉の担当マネージャーは語っている。

<sup>5</sup> URL: <https://tonkichi.com.hk>

◆外賣（テイクアウト）専門店では◆

新型コロナウイルスの影響で「おうちごはん」が定着したこともあり、「外賣（テイクアウト）」専門店は依然人気がある。香港版ぐるなびと呼ばれる「OpenRice」<sup>6</sup>では、レストラン検索のバナーと並んで「外賣」のバナーがあるほど外賣は定着している。新型コロナウイルスが拡大し始めた2020年頃は、「フードパンダ」<sup>7</sup>や「デリバリー」<sup>8</sup>などのデリバリーサービスが一世風靡したが、ここ1、2年は飲食店でのテイクアウトの方が人気がある。飲食店でのテイクアウトにはお得な割引があり、しかも「OpenRice」などのアプリを使用すれば、注文した商品のピックアップ時間を指定し、できたてを待たずに購入できる。前述の飲食店の中にはこれらのサービスに加盟し、独自で外賣を行っているところもある。



左：日本料理「一遊」のテイクアウトコーナー  
中央：「米線陣」のテイクアウトコーナー  
右：路面店でテイクアウトする人々の行列（いずれも筆者撮影）

また、スーパーマーケットでのテイクアウトも盛んに行われている。たとえば、AEON Style<sup>9</sup>や Don Don Donki<sup>10</sup>のように自社でテイクアウトコーナーを設けているスーパーマーケットもあれば、香港 SOGO<sup>11</sup>や YATA<sup>12</sup>、APITA<sup>13</sup>のようにスーパーマーケットの売り場にテイクアウト専門店がテナントとして入っている場合もある。



<sup>6</sup> URL: <https://www.openrice.com/zh/hongkong>  
<sup>7</sup> URL: <https://www.foodpanda.hk/>  
<sup>8</sup> URL: <https://deliveroo.hk/en/>  
<sup>9</sup> URL: <https://www.aeoncity.com.hk>  
<sup>10</sup> URL: <https://www.dondondonki.com/hk/>  
<sup>11</sup> URL: <https://www.sogo.com.hk/tc/catalog/freshmart>  
<sup>12</sup> URL: <https://www.yata.hk>  
<sup>13</sup> URL: <https://apitauny.com.hk/?lang=ja>



AEON スタイル テイクアウトコーナーの様子（いずれも筆者撮影）



香港 SOGO テイクアウトコーナーの様子（いずれも筆者撮影）

いずれのテイクアウトコーナーにも水産物は欠かせない。たとえば、AEON Style の場合、香港人に支持されているできたての惣菜コーナーやお弁当コーナーと共に寿司刺身コーナーがある。そこでは、従来から人気があるサーモンやホタテだけではなく、昨今人気のマグロやカツオなどの赤身やハマチなどに加え、旬の魚が販売されている。Don Don Donki では、日本米コーナー「安田精米」で精米したてのお米で作られたおにぎりを販売し、鮮選寿司のテイクアウトコーナーでは安価な商材と共に金目鯛のお造りを販売している。香港 SOGO 内の串焼横丁<sup>14</sup>では、一昔前にジェトロ商談会で成約した岩手県企業の鶏肉と共に、香港で人気のある銀鱈西京焼き定食や鯖塩焼き定食を提供している。

ボリュームがあり安価で、数種類の惣菜から2、3アイテムが選べる中華弁当等が活況を見せる一方で、小売店舗の日本食コーナーでは、すぐに食べられる寿司やおにぎりなどのアイテムに特に人気がある。おにぎりや寿司に関しては、①飲食店のテイクアウトや②スーパーマーケット内のテイクアウトコーナーと並んで、③テイクアウト専門店も支持され、店舗を増やしている。



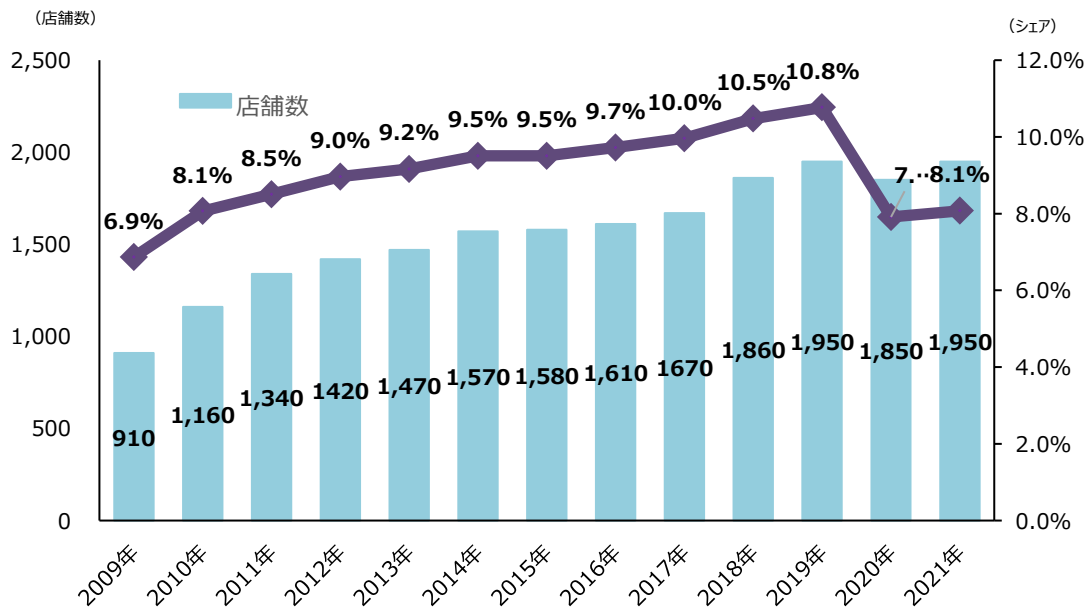
<sup>14</sup> URL: <https://www.openrice.com/zh/hongkong/r-串焼横丁-銅鑼灣-日本菜-串焼-r567929>





左上：華御結のおにぎり、右上：争鮮の寿司  
左下：寿司造の寿司、中央下：寿司造の白子、右下：寿司造の熟成縹鮭のおにぎり  
（いずれも筆者撮影）

図3 香港におけるテイクアウト店およびシェア推移



出所：香港統計局資料を基にジェトロ香港作成(2022年4月19日現在)

香港の地場系スーパーマーケットでテイクアウト寿司・刺身専門店「嵐<sup>15</sup>」を30店舗以上運営し、独自で路面店「寿司造<sup>16</sup>」も運営する Top Weal 社は、香港のテイクアウト市場全体でより安価なアイテムが追求される中、これまでのテイクアウト店になかったマグロや白身の熟成、白子などの高級食材を扱っている。20年以上香港の日本料理店で修行を重ねてきた料理長のアイデアを活かし、シャリにも徹底した KAIZEN を行ってきており、香港人に支持されている。「香港人が日本に渡航して本物に触れるようになってから、市場は変わってきている。大トロだけではなく美味しい赤身のマグロ、クリーミーで甘味の強い牡蠣などの商材は今後も市場性があると思う。」と Top Weal 社の代表は語っている。

<sup>15</sup> URL: <https://www.facebook.com/people/嵐壽司-香港/100064009719646/>

<sup>16</sup> URL: <https://www.facebook.com/sushidukuri/>

テイクアウト寿司・刺身専門店の草分け的存在の「中村屋<sup>17</sup>」も「良質なネタを提供している店」として日本通の香港の人々から支持されている。当店の代表は「テイクアウト寿司・刺身専門店は新型コロナウイルスの影響を受けて店舗が増え、競争が激しくなっている。しかし、本物を提供できる店もあればそうでない店もあり、本物が提供できなければ香港では自然に淘汰されてしまう。」と語っている。

では、このように競争が激しい中、様々な KAIZEN を図り成長を目指す香港市場で、今後どのような水産物が求められるのだろうか？

#### ◆日本産水産物の問題点とその KAIZEN◆

香港において日本産水産物は長年定着しているアイテムである。昨今では、円安の追い風も得て輸出拡大につながっているように見える。しかしながら、輸入するプレーヤーと輸出するプレーヤーの間に以下の問題点があるため、本来であればより大きく発展できたはずのこの好機を生かしきれておらず、本格的な拡大につながっていないのではないかと懸念している。

##### ① 市場が求めている商材と日本から提供される商材のギャップ

たとえば、冷凍ホタテの貝柱の場合、中華料理店や高級スーパーマーケットでは L サイズや 2L サイズなど、より大きなサイズが求められている。一方で、寿司専門店やテイクアウト専門店ではコスト面から 5S サイズが求められている。ところが日本国内でもこのサイズのニーズは高く、日本国内への流通を優先し、余剰があれば輸出にと考えるケースが後を絶たない。そのため商談は行われるものの、需要と供給のバランスが取れず、実際は成約できないケースを何度も経験している。

また、外食でも小売でも活メのホタテのニーズはあるものの、それらのニーズの高い秋から冬の間は活メのホタテは提供できず、一方でニーズが落ちてくる春に出荷が可能になるなど需要と供給のズレが生じている。

そのため、同じホタテでも市場が何を求めているか（それに加え今後どのようなホタテにニーズがあるのか）を理解した上での提案が必須となる。

##### ② 価格差

香港の食品市場では、「価値」が購買に対する重要な鍵を握る。言い換えれば、市場が価値のあるものであると認めれば然るべき対価が払われ、流通は拡大できる。たとえば、ウニは香港では日本食のみならず中華料理にも西洋料理でも扱われ、小売用としても人気がある商材であり、今後もニーズの高い商材であると思料する。特に、日本から輸出される板ウニは人気があるが、同じ規格の板ウニでも、チリ産などの外国産ウニと日本産ウニでは価格が大きく違う。なぜ外国産と日本産では価格が違うのか、日本産ウニのどのような点に価値があるのか、相手が理解し納得できる点を説明する必要がある。

<sup>17</sup> URL: <https://www.facebook.com/sushinakamurahk/>

### ③ 地球温暖化

地球温暖化と共にこれまで獲れてきた水産物が減少し、これまでになかった水産物が獲れる現象が日本で起きている。たとえば、これまで北海道などで大量に水揚げされてきた秋刀魚は年々水揚げ量が減少し、2022年は三陸の鯖の水揚げ量も減少していると聞いている。また、近年香港でも人気のあるブリ・ハマチに関しては、九州産養殖ブリ・ハマチの供給量不足により高騰した一方、他地域で水揚げされる天然ブリは水揚げ量が不安定なため、養殖ブリ・ハマチの供給量不足をカバーできていないと業界関係者は言う。つまり、香港市場でニーズがあるものについて、市場のニーズを満たす量が供給できていないのが実情であると思われる。

その一方で、従来フィリピンや台湾で水揚げされてきたハタが、地球温暖化の影響等もあり瀬戸内等で養殖されるようになってきている。脂の乗ったハタは香港では蒸し魚の材料として人気があるため、刺身用ではなく蒸し魚用として提案可能なのか仮説を立て、提案する必要がある。また、三陸沖などでもこれまで獲れなかった脂の乗った太刀魚などが獲れるようになってきたとの話もある。こうした魚も現地に見合った食べ方の仮説を立て、提案する必要がある。

### ④ 風評被害

2011年の東日本大震災以降、香港では、福島県、茨城県、群馬県、栃木県、千葉県の水産物や畜産物、鶏卵等に関して輸入規制が継続しており、香港に輸出する際に放射性物質検査証明書が必要となる品目がある。上記産地にいまだに抵抗があるエンドユーザーやバイヤーが存在しているのが事実であり、香港におけるこの問題は根が深い。また、2023年以降はALPS処理水の海洋放出をひかえ、この風評被害に関する問題は太平洋側の東北地方や上記産地のみならず、日本産食品全体にも影響していく可能性も否定はできない。特に上記地域の水産物や畜産物、鶏卵等に関しては香港のバイヤーや消費者へのリスクコミュニケーションを図り、安全・安心だと納得を得られるよう、これまで以上に相手が理解できる形での説明とKAIZENが求められるであろう。

#### ◆日本産水産物が香港市場に受け入れられるために◆

香港では、「メイド・イン・ジャパンだから売れる」は一切通用しない。①食材そのものが分かりやすく扱いやすく、②買い手が納得できるコストパフォーマンス性（安価という意味ではなく価値があるという意味）があり、③工夫された仕掛けやマーケティングができ、④継続して変化に対応できる商材が市場を獲得することができる。つまり、市場の変化に対応し、その変化の度にKAIZENすることがこの市場では求められる。言い換えれば「これで市場を得た」と安堵せず常に真摯に向き合っていけば結果が出せる市場なのである。そのためには以下の取り組みが必須となる。

### ① 市場のニーズを把握し対応する

バイヤーが求める商材が外食用なのかテイクアウト用なのかを掴み、求められるシーズン、品質、サイズ、食味を理解した上でバイヤーに提案する必要がある。たとえば、おにぎり用の魚の切り身の場合、ボリューム感があるように見せるためにどのようなカットの商材を提案するとコストパフォーマンスが良いと判断されるのかを考え、価格に見合った商品価値を伝えるなど。

### ② 他国産と差別化できる価値のある商材を提案する

日本産牡蠣は冷凍品が輸出される場合が多い。同様に、韓国産牡蠣も冷凍品が輸出される場合が多く、価格は日本産冷凍牡蠣の相場の半値以下である。韓国産牡蠣は最初の頃は殻の破片が残っていたり品質に問題があったものの、KAIZEN が行われることで品質は年々向上し、食味は日本産冷凍牡蠣に近づいている。また、香港の有力バイヤーとの間でマーケティングや販売の取り組みも積極的に行われている。そのため、日本産牡蠣は他国産にはない産地の良さや加工技術の良さを香港市場で伝えていく必要がある。単に商品を輸出するだけではなく、冷凍品の保存方法やドリップの出にくい解凍方法を料理人やエンドユーザー向けに動画などで分かりやすく伝え、必要な場合はフォローアップを行う。例を挙げれば、岩手県産や宮城県産の冷凍殻付牡蠣の中には冷凍方法に工夫をしているため、流水解凍によって簡単に殻を開けることができ、旨味を保った生食として食することができるものがある。この方法を動画にして料理人や取り扱い業者に伝えるのは必須である。

### ③ 時代に合った仕掛けやマーケティング

景気が後退している局面ではあるが、香港の食品市場で求められているものは空腹を満たすものだけではなく、生活をより豊かにするものが求められている。どのような食べ方の提案が市場で受け入れられるのかを工夫し、時間の流れと共に変化するニーズに対応する必要がある。たとえば、水産物の場合、より優れたものを購入する満足を得ていただくため、それぞれの産地の良さや美味しく食べてもらえるベストシーズンを PR することも効果的であろう。また、健康志向が求められる局面では、その商材が優れている栄養価について PR することや、ヘルシーさを伝えることも有効である。食することでより豊かさを感じるような取り組みが今後この市場では求められている。



**参照 1 ◆香港における水産物の輸入について◆**

香港で消費される食品のほとんどは輸入に依存している。水産物もその例外ではない。香港に輸入されている日本産水産物は、中国（99 億香港ドル）に次いで2 番目に多い。2021 年に日本から輸入された水産物輸入額は、39 億 4,993 万香港ドルで、新型コロナウイルスの影響を受けながらも前年比 11.47%の伸びを見せている（出所：香港統計局）。中でも、新型コロナウイルス発生後、飲食店やテイクアウトコーナーで取り扱いの増えたマグロ（生鮮および冷凍）や、アジ、サバ、ブリ、ハマチ、タイなどが伸びている。

**参照 2◆日本産水産物を扱う主なプレーヤー◆**

**<テイクアウトを行う飲食店>**

**とん吉ワールドトレードセンター店**

所在地：Shop1302, 13/F World Trade Centre, 280 Gloucester Road, Causeway Bay, Hong Kong

Tel: 852-2310-8806

URL: <https://tonkichi.com.hk>

**一遊 ワンチャイ店**

所在地：Shop320-321, Hopewell Centre, 183 Queen's Road East, Hong Kong

Tel: 852-2861-2023

URL: <https://www.kingparrot.com/restaurants.php?id=24>

**大戸屋ミッドタウン店 / なお膳**

所在地：5F/,Soundwill Plaza II-Midtown,1-29 Tang Lung Street,Causeway Bay, Hong Kong

Tel: 852-2573-8333

URL: <https://www.instagram.com/ootoya.hk/?hl=ja>

**千両 タイムズスクエア店**

所在地：Shop B222, B2/F, Times Square, Causeway Bay, Hong Kong

Tel: 852-2506-9366

URL: <https://www.sen-ryo.com.hk/tc/>

**杉玉 by Sushiro**

所在地：Shop B&C, G/F The Hennessy, 256 Hennessy Road, Hong Kong

Tel: 852-2286-0898

URL: <https://www.facebook.com/sugidamahongkong/>

<テイクアウトを行わない飲食店>

すし志魂

所在地：7/F The Landmark Mandarin Oriental Hong Kong, 15 Queen's Road Central, Hong Kong

Tel: 852-2643-6800

URL: <https://www.mandarinoriental.com/ja/hong-kong/the-landmark/dine/sushi-shikon>

オーブリー

所在地：25/F Mandarin Oriental Hong Kong, 5 Connaught Road Central, Hong Kong

Tel: 852-2825-4001

URL: <https://www.mandarinoriental.co.jp/hong-kong/victoria-harbour/fine-dining/bars/the-aubrey>

<日本産食材を扱うテイクアウト専門店>

中村屋（寿司・刺身テイクアウト専門店）

所在地：G/F Golden Court, 48 Electric Road, Hong Kong

Tel: 852-2780-6733

URL: <https://www.facebook.com/sushinakamurahk/>

**OMUSUBI 香港 SOGO 店（おにぎりテイクアウト専門店）**

所在地：B2F, Hong Kong SOGO, 550 Hennessy Road, Causeway Bay, Hong Kong

Tel: 852-2831-8802

URL: <https://www.omusubi.store/zh-hk/>

寿司造ワンチャイ店（寿司・刺身テイクアウト専門店）

所在地：Shop 2, G/F, 112 Johnston Road, Wan Chai, Wan Chai, Hong Kong

Tel: 852-6689-7833

URL: <https://www.facebook.com/sushidukuri/>

串焼横丁（焼き鳥・弁当専門店）

所在地：B2F, Hong Kong SOGO, 550 Hennessy Road, Causeway Bay, Hong Kong

Tel: 852-2831-8803

URL: <https://www.openrice.com/zh/hongkong/r-串焼横丁-銅鑼灣-日本菜-串焼-r567929>

### <小売店>

香港におけるスーパーマーケットとテイクアウトコーナーに関して：

日本産食品を多く取り扱う香港のスーパーマーケットでは、食品や日用品の取り扱いだけではなく、自社のテイクアウトコーナーおよびテナントとしてのテイクアウト店が幅広く出店している。

#### **AEON Style**

所在地：Units 07-11, 26/F, CDW Building, 388 Castle Peak Road, Tsuen Wan, New Territories, Hong Kong

Tel: 852-2565-3600

URL: <http://www.aeonstores.com.hk/>

#### **APITA (Unicorn Stores)**

所在地：Cityplaza 2, 18 Taikoo Shing Road, Quarry Bay, Hong Kong

Tel: 852- 2885-0331

URL: <https://apitauny.com.hk/?lang=ja>

#### **Don Don Donki (PPIH)**

所在地：21/F, Mira Place Tower A, 132 Nathan Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong

Tel: 852-3904-1481

URL: <https://www.dondondonki.com/hk/>

#### **香港 SOGO**

所在地：555 Hennessy Road, Causeway Bay, Hong Kong

Tel: 852-2833-8338

URL: <http://www.sogo.com.hk/>

#### **YATA**

所在地：Unit No. 901-910, 9/F., Tower 1 Grand Central Plaza, No.138 Shatin Rural committee Road, Shatin, NT, Hong Kong

Tel: 852-2634-2070

URL: <http://www.yata.hk>

#### **Wellcome**

所在地：11/F Devon House, Taikoo Place, 979 King's Road, Quarry Bay, Hong Kong

Tel: 852-2299-1888

URL: <https://www.dairyfarmgroup.com/en-US/Home>

<食品輸入商社>

**Eliza International Co., Ltd**

所在地：Unit 907, Eight Commercial Tower, No.8 Sun Yip Street, Chaiwan, Hong Kong

Tel: 852- 3703-3660

**近藤貿易**

所在地：21/F, Manhattan Place, 23 Wang Tai Road, Kowloon Bay, Hong Kong

Tel: 852- 2219-5200

URL: [https://www.newkondo.com.hk/about\\_us.php](https://www.newkondo.com.hk/about_us.php)

**四洲集団**

所在地：21/F, Manhattan Place, 23 Wang Tai Road, Kowloon Bay, Hong Kong

Tel: 852- 2219-5000

URL: <http://www.fourseasgroup.com.hk/hk/>

**Go Go Foods Co., Ltd.**

所在地：Unit 1-3 2/F, Chai Wan Industrial City, Phase 1, No. 60, Wing Tai Road, Chai Wan, Hong Kong

Tel: 852- 2515-2200

URL: <https://gogofoods.com.hk/company>

**日健日本食品**

所在地：G/F, Kim Fat Mansion, 11B, Main Street East, Shau Kei Wan, Hong Kong

Tel: 852- 2568-8118

URL: <https://www.nikkens-jf.com>

**新華日本食品**

所在地：Sun Wah Centre, 215-239 Wu Shan Road, Tuen Mun, NT, Hong Kong

Tel: 852-2404 3988

URL: <http://www.swjf.hk/>

**Zen Foods Co., Ltd.**

所在地：11/F., Sandoz Centre, 178-182 Texaco Road, Tsuen Wan, New Territories,



Tel: 852-2592-7911

URL: <http://zenfoods.com.hk/>

### 参照 3 ◆新型コロナ禍における香港の飲食業および食品小売業への影響◆

香港では 2003 年に起きた SARS の経験を生かし、官民共に率先して新型コロナウイルス感染拡大予防対策を実行してきた。

2020 年の香港外食産業は、飲食店向けの厳しい営業規制により大きな打撃を受けたが、食品小売業では、一時的に買いだめの需要があったため「置けば売れる」状況が続き、また、飲食のデリバリーサービスも活発であった。2021 年は外食産業のみならず食品小売業も打撃を受けた。2021 年 12 月には、飲食店を利用する際、香港政府が開発した新型コロナウイルスの感染者と接触した可能性を通知するスマートフォン向けのアプリ「安心出行 (LeaveHomeSafe)」を使うことが香港市民に義務化された。

しかしながら、東京オリンピックでの香港選手の活躍をきっかけに状況は好転。規制措置が緩和されたこともあり、業界は息を吹き返す。その一方で、2022 年 1 月 7 日に変異ウイルスであるオミクロン株が流行し始めたため、状況は再度悪化し、店内飲食が朝 5 時から夕方 6 時まで、1 テーブル当たり 2 名までの厳しい措置が導入され、外食産業は再び大打撃を受けた。その後、ワクチン接種が進み、オミクロン株の流行が落ち着いてきたため、2022 年 4 月後半以降、行動制限は徐々に緩和され、2022 年 11 月 3 日には 24 時間営業が可能に、2022 年 12 月 29 日にはマスク着用義務を除く、飲食店などでの人数制限などソーシャルディスタンス措置が撤廃された。

彦坂 久美子（ひこさかくみこ）

愛知県名古屋市生まれ。

【レポート執筆者】



日本経済学専攻、経済学士。1990年より香港在住。日系証券会社にてインベスターリレーションズを担当。2009年よりジェトロ香港にて農林水産食品に関わるアドバイザーとなり、日本における食品業界と香港における食品業界との橋渡しを勤める。

見本市や日本国内向けセミナーのみならず、バイヤーからの鮮度の高いニーズを把握した上で、日本の農林水産食品生産者や食品取り扱い企業を中心に業界関係者との面談やビジネスマッチングを日々行う。成約案件は、北の北海道から南の沖縄に至るギフト用菓子、青果物、米菓、日本酒、東日本大震災直後の北関東のスイーツ、三陸の牡蠣をはじめとした東北の水産品、畜産品、加工品、健康食品をはじめ多数。

2020年以降は「動画で知る海外食品ビジネス」等の香港における情報発信やオンラインでの個別商談を精力的に行ない、With コロナ時代の現在も変化するニーズに対応している。

【免責条項】本報告書は、日本貿易振興機構（ジェトロ）香港事務所が執筆者に作成委託し、発行時点に入手した情報に基づくものであり、その後の規制改正や情勢の変化などによって変わる場合があります。掲載した情報・コメントは作成委託先の判断によるものですが、一般的な情報・解釈がこのとおりであることを保証するものではありません。また、本報告書はあくまでも参考情報の提供を目的としており、本報告書にてご提供する情報に基づいて行為をされる場合には、必ず個別の事案に沿った具体的な助言を別途お求めください。

ジェトロおよび執筆者は、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、派生的、特別の、付随的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、それが契約、不法行為、無過失責任、あるいはその他の原因に基づき生じたか否かにかかわらず、一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロおよび執筆者が係る損害の可能性を知らされていても同様とします。

本レポートに関する問い合わせ先：

日本貿易振興機構（ジェトロ）

香港事務所

TEL：852-2526-4067

農林水産省「令和3年度輸出先国・地域における輸出支援体制強化委託事業」「令和4年度輸出重点品目についての輸出先国・地域におけるJETROの海外事務所を活用した商流構築や販売支援の強化委託事業」（受託者：JETRO）