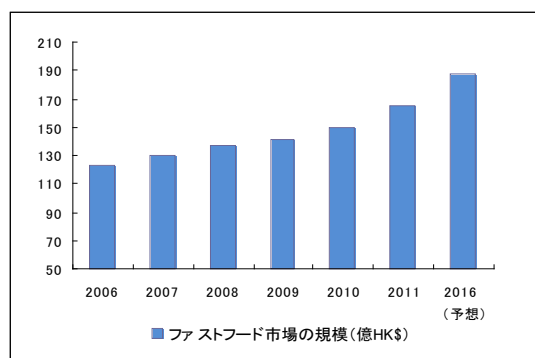


香港のファストフード事情について

香港駐在員事務所
秘書 Hau Siu Yun, June

女性の社会進出が進んでいる香港では夫婦共働きの家庭が多く、時間的な制約から外食の頻度が比較的高い地域特性があります。また、香港人の多くは1日に4~5回の食事をする習慣があることから、手軽に食べられるファストフードなどもよく利用しています。

イギリスの大手調査会社 Euromonitor が行った調査によると、香港のファストフード市場の規模は年々拡大しており、2011年時点では5年前の2006年と比べ1.35倍の164.6億HK\$（約2,140億円、1HK\$=13円）となっています。同社の予想では市場規模は今後さらに拡大し、2016年には186.9億HK\$（約2,430億円）に達する見通しです。



ファストフードと聞くと、ハンバーガーやフライドチキンといった欧米系の料理を想像する方が多いと思いますが、香港ではご飯におかずや野菜などがセットになったアジア系の料理が好まれています。2011年のファストフード市場における料理の種類別のシェアを見てみると、アジア系の料理が全体の約52%を占めています（Euromonitor調査）。これは、香港人の健康志向の高まりに伴い、油や化学調味料を多く使った欧米系のファストフードよりも、比較的健康に良いとされるアジア系料理のファストフードを好んで食べるようになったことが背景にあります。

香港には個人経営の小規模な店からチェーン店まで、様々なアジア系料理のファストフード店が存在します。中でも代表的なのが大手ファストフードチェーン店の「Maxim's」「Café de Coral」「Tsui Wah」「Fairwood」です。香港全域に展開するこれらのチェーン店では、主菜（焼きポークチョップ、酢豚、八宝菜、チャーシュー、ビーフカレーなど）にご飯と野菜が付いたセットメニューがHK\$35（約455円）程度で食べられ、注文してから5分程度で料理が出てきます。値段の割にボリュームもあり味も良く、店内も比較的清潔に保たれていることから、食事の時間帯になると行列ができています。



■Café de Coralのビーフカレーセット

一方、外資系では日系の飲食店も人気があります。牛丼の大手チェーン「YOSHINOYA」やアツアツの鉄板で自分でお肉を焼く「Pepper Lunch」などは、香港人のテイストにアレンジし

たメニューを比較的低価格で提供しており、大人から子供まで幅広く好まれています。また、九州の飲食店では「一蘭」、「一風堂」、「リンガーハット」など麺類を提供するお店の人气が高く、こちらも食事の時間帯になると行列を覚悟しなければなりません。



■一 蘭



■一風堂



■リンガーハット

このように、日本の飲食店にとっても進出先として魅力的な香港ですが、新規参入にあたっては注意すべき点がいくつかあります。一番気になるのが高騰する家賃です。香港は店舗家賃が非常に高く、大手不動産業者の調査によると一等地の年間賃料は東京の 5 倍程度となっています。また、人件費についても年々上昇しており、従業員の確保も容易ではありません。

しかし、安全、ヘルシー、美味しいとされる日本食は、健康志向の高まる香港で依然として高い人気を誇っています。年間約 4,000 万人もの中国本土の旅行客が訪れる香港にてブランドイメージを確立することで、中国本土での成功を目指す日本企業のチャレンジは続きそうです。

以上