

【海外拠点】山口銀行青島支店、山口銀行大連支店、山口銀行香港駐在員事務所  
【現地駐在】HD 銀行(ベトナム・ホーチミン)



### 【香港駐在員事務所】

## 「海外展開は“段階的に”：輸出・テスト販売から始める成長戦略」

### 1. はじめに

香港は「美食の街」として知られ、広東料理を中心に英国統治時代の影響を受けた西洋文化が融合しています。飲茶やローストダースといった伝統料理に加え、香港式お粥やワンタン麺は庶民の味として根付いています。一方で、アフタヌーンティーやカフェ文化は「東西の交差点」としての香港を象徴しています。

香港特別行政区政府統計処によれば、日本食レストランは約 1,480 店舗にのぼり、広東料理に次ぐシェアを誇ります。近年は大手チェーンだけでなく、福岡発の「大地のうどん」(2026年1月オープン)や「博多やりうどん」(2025年10月オープン)など地方の人気店も進出しています。

日本発のスイーツ・ベーカリーでも「シャトレゼ」など大手ブランドの多店舗展開のみならず、「Mr. CHEESECAKE」がポップアップストアでの販売を展開したのち 2025 年 11 月にオープンするなど、日本でも話題の専門店も数多く進出しています。また、福岡市のベーカリー「MOROPAIN (モロパン)」も昨年 1 月に海外初となる店舗をオープンしたほか、北海道帯広市の「Tokachi-Milky (十勝ミルクィー)」なども人気エリアに常設店を構えるなど、地方ブランドの出店も目立っています。

日本食の人気、食材輸入の容易さ、専門店の多様化が香港市場を支えており、日本食は今後も大きな可能性を秘めています。

【店舗提供】



「大地のうどん」香港1号店

【筆者撮影】



日本発の人気スイーツ店

## 2. 日本発ライフスタイルブランドの多角化

香港の日本食市場は一過性のブームを超え、飲食からライフスタイル全般へと広がっています。主要商業施設（Mira Place、K11 MUSEA、Times Square など）では、日本食レストランを核に、コスメ、アパレル、ライフスタイル、アニメといったカテゴリーが融合し、複合的な「日本体験」を提供しています。

〈コスメ、ドラッグストア〉

「@cosme」や「マツモトキヨシ」などが大型旗艦店を展開。日本限定アイテムを即座に提供するなど、香港の美容トレンドを牽引しています。

〈アパレル、ライフスタイル〉

「ユニクロ」、「GU」などに加え「ニトリ」が進出。さらに「無印良品」、「3COINS」など幅広いブランドが生活ニーズに応えています。

〈アニメ、ポップカルチャー〉

「アニメイト」をはじめ、フィギュアやカード専門店が集まるエリアはファンの聖地となっています。また「ちいかわ」や「サンリオ」といった人気キャラクターのコンセプトカフェなどは飲食と物販を融合し、強力な集客力を発揮しています。

このように、香港市場は単なる消費の場から、日本文化と暮らしをトータルで体験できる「ショーケース」としての重要性を高めています。

【筆者撮影】



渋谷 109 系レディースブランド店



アニメグッズ専門店

## 3. グローバル戦略は国内ビジネスの延長線

### ① 未経験でも「小さく、賢く」広げる海外市場

海外進出は「未知の冒険」ではなく、国内ビジネスの延長として捉えることでリスクを抑え、確実な一歩を踏み出せます。最大の壁は「現地の感覚がわからない」ことですが、展示会やポップアップを通じた段階的な接点が解決策となります。

#### 【展示会：市場理解とパートナー探し】

- ・バイヤーからの直接評価で商品のローカライズや価格設定を検証
- ・ブランド理念に共感する代理店や運営パートナーと出会える場

#### 【ポップアップストア：熱量を「数字」と「体験」に変える】

- ・イベントスペースを短期利用し、リスクを抑えつつ認知度を拡大
- ・消費者の反応を直接観察し、行列や SNS の反響を本格進出のエビデンスに

## ②スモールスタートがもたらす安心感

最初から大きな投資や本格展開をせず、小規模で試しながら始めることで、国内の物産展や催事出店に近い感覚で挑戦できます。

- ・撤退のしやすさ：結果が芳しくなくても分析し、次に活かせる
- ・国内リソースの活用：販促ツールを転用し、日本での姿をそのまま見せられる
- ・確信を持って次へ：展示会で現地市場を、ポップアップで消費者を掴むことで「一か八かの賭け」から「確かな手応えに基づいた投資」へ
- ・成功パターンの移植：国内で培った専門性やサービスを現地文化に合わせてローカライズすることが進出の本質

【筆者撮影】



ポップアップストア



栃木県フェア@ショッピングモール

展示会での出会い、ポップアップでの熱狂、こうした積み重ねは、国内での新店舗出店や新商品の開発と同じプロセスです。海外進出は特別な挑戦ではなく、「まだ出会っていない顧客」に国内ビジネスを丁寧に広げていく延長線上にあります。

山口フィナンシャルグループでは、この「日常の延長にあるグローバル展開」にご関心をお持ちのお客様をサポートしています。ぜひお気軽にお取引店までお問い合わせください。

(山口銀行香港駐在員事務所 中川 喜代志)

## 【参考文献】

- ・香港政府統計處 HP

[https://www.censtatd.gov.hk/tc/web\\_table.html?id=215-16010](https://www.censtatd.gov.hk/tc/web_table.html?id=215-16010)

- ・香港経済新聞

<https://hongkong.keizai.biz/headline/2771/>

<https://hongkong.keizai.biz/headline/2703/>

<https://hongkong.keizai.biz/headline/2579/>

<https://hongkong.keizai.biz/headline/2491/>

<https://hongkong.keizai.biz/headline/2633/>