

香港における日本産食品市場の現状と構造的優位性
－ 販路開拓の有望性を再確認する －

本レポートでは、信金中央金庫の海外駐在員等が最新のトピックスについて報告します。
「自社の商品を海外でも販売してみたい」とお考えの方に、まず検討いただきたい市場のひとつが香港です。なぜ香港が日本産食品の販路開拓先として有望なのか、実際のデータと実務面の情報をもとにわかりやすくご説明します。

はじめに

日本の農林水産物・食品輸出において、香港は長年にわたり重要な基幹市場の地位を占めています。その実績として、2005年から2020年まで16年連続で第1位の輸出先であったこと等が挙げられます。この安定した市場基盤は、世界有数の自由貿易体制を背景とした参入障壁の低さに加え、高い購買力や豊富な訪日経験に裏付けられた日本食への深い理解等の「構造的な強み」によって形成されてきました。

近年は、ALPS 処理水放出に伴い10都県産水産物が輸入停止措置下にあるものの、依然として輸出先第2位の規模を維持しています。加えて、香港政府がALPS 処理水放出以降に強化した放射性物質検査と透明性の高い情報公開が日本産食品の安全性を客観的に裏付け、消費者の信頼を支える基盤として機能しています。

本レポートでは、市場の構造的な強み、直近の動向および実務上の利便性の各側面から、香港における日本産食品市場の有望性を分析します。

1. 構造的な強み①:市場の開放性と自由貿易体制

香港が日本産食品の主要な輸出市場であり続ける背景には、自由貿易体制を基盤とする参入障壁の低さがあります。制度面での優位性に加え、合理的で透明性の高いビジネス環境が整っている点が香港市場の強みとなっています。

1-1. フリーポート(自由貿易港)政策による低い参入障壁と物流面の優位性

香港は、原則として食料品に対し輸入関税を課さない「フリーポート」(自由貿易港)政策を維持しています¹。関税コストが上乗せされないことは、品質へのこだわりから高単価帯に位置しがちな日本産食品にとって大きな利点となっており、現地の消費者へ適正な価格で商品を提供できる環境が整っています。

こうした自由貿易体制の実効性は、国際的な評価指標にも明確に表れています。IMD 世界競争力年鑑 2025 では「国際貿易(International trade)」サブファクターで第3位²、フレイザー研究所

¹ ただし、アルコール飲料(度数30%超)およびたばこ・炭化水素油・メチルアルコールの計4品目には物品税が課される。なお、アルコール度数30%以下の酒類やワインは非課税となる。

² IMD "World Competitiveness Yearbook 2025"(2025年6月公表)。69か国・地域対象。「International trade」サブファ

の経済自由度指数 2025 では 165 の国・地域中、総合第 1 位(国際貿易の自由度でも最高評価)³と位置づけられています。これらの指標は、香港における貿易の活発さと、輸出入に対する制度的障壁の低さを客観的に示しています。

また、地理的近接性も優位に働いています。羽田空港から香港国際空港まで直行便で約 5 時間、福岡空港からは約 4 時間と近く、日本産食品の付加価値である鮮度を保ったまま流通できる物流環境が整っています。

1-2. 透明性の高い規制環境とテストマーケティング拠点としての優位性

香港では、食品表示に関する法規制が法令・ガイドラインとして整備されています。加えて、IMD 世界競争力年鑑 2025 では、「ビジネス法制(Business legislation)」サブファクターで第 1 位と評価⁴されています。これは、企業活動を支える法規制が国際的に高く評価されていることを示す材料の一つです。

また、JETRO も香港について、規制や関税等の障壁が低いことを日本産食品輸出の大きな要因として挙げています⁵。こうした参入障壁の低さから、香港は本格的なグローバル展開に向けた足掛かりとなるテストマーケティング拠点として位置付けることができます。具体的には、商品の価格帯や市場適合性を低リスクで検証しやすく、香港での実績と消費者の反応は、台湾・シンガポール等アジア各市場への本格展開を判断する際の材料としても活用できます。

2. 構造的な強み②: 経済力と訪日経験に裏打ちされた需要基盤

小規模な市場でありながら香港向けに高い輸出額を維持できる背景には、所得水準と訪日経験の蓄積による日本産食品への理解・親近感の厚さがあります。

2-1. 高い所得水準と購買力

香港の人口は約 750 万人(2024 年末)と小規模ながら、1 人当たり名目 GDP は約 5.4 万米ドル(2024 年:IMF World Economic Outlook, October 2025)⁶であり、英国やフランスを上回る高水準にあります。日本の約 3.2 万米ドルと比較して約 1.7 倍に相当し、食品に対する消費余力は相対的に大きいと言えます。実際、2025 年の香港向け農林水産物・食品輸出額は 2,228 億円で、人口 1 人当たり換算すると約 3 万円(2,228 億円÷約 750 万人)に達しており、日本食への旺盛な需要が数値に表れています。

さらに、シティ香港(Citi Hong Kong)が 2025 年に公表した調査(Hong Kong Affluent Study 2025)によると、純資産 1,000 万香港ドル超(2億円超)かつ流動資産 100 万香港ドル以上(2,000 万円以上)の富裕層は約 39 万 5,000 人に上り、21~79 歳までの人口の約 7%を占めています。こうした富裕層は、高品質・高価格帯の日本産食品を受容しやすい層と考えられます。

2-2. 訪日頻度と需要基盤の形成

経済力に加えて、年間延べ訪日客数が人口の約 3 分の 1 に達する渡航需要の高さも特筆すべき点です。実際に日本を訪れて各地の食文化に触れることによって消費者の習熟度が高まり、それが帰国後の日本産食品や地方産品に対する安定的な需要基盤の形成につながっていると考えられます。

クーター順位。同年鑑は貿易額の GDP 比、経常収支等の統計指標と経営者アンケートにより各国の貿易活動の活発さを評価

³ Fraser Institute "Economic Freedom of the World: 2025 Annual Report". 165 の国・地域中、総合第 1 位。国際貿易の自由度で最高評価

⁴ IMD "World Competitiveness Yearbook 2025"(2025 年 6 月公表)。サブファクター「Business legislation」において世界第 1 位。同指標は法規制の予見可能性、規制環境の透明性等を評価

⁵ JETRO「香港 農林水産物・食品輸出支援プラットフォーム」(<https://www.jetro.go.jp/agriportal/platform/hk/>)

⁶ IMF "World Economic Outlook, October 2025". 日本の 1 人当たり名目 GDP も左記から取得。最新値は、同データベースにて確認のこと(<https://www.imf.org/en/Publications/WEO>)。

2025年の訪日香港人数は、約251.7万人(JNTO速報値)⁷で前年比6.2%減となったものの、第5位の規模を維持しています。減少の要因としては、一時的な渡航意欲の低下⁸や航空便の減便等が挙げられますが、12月には単月過去最高(29万1,100人)を記録する等、需要は底堅く推移しています。

図表1. 訪日香港人数の推移(2011年～2025年)

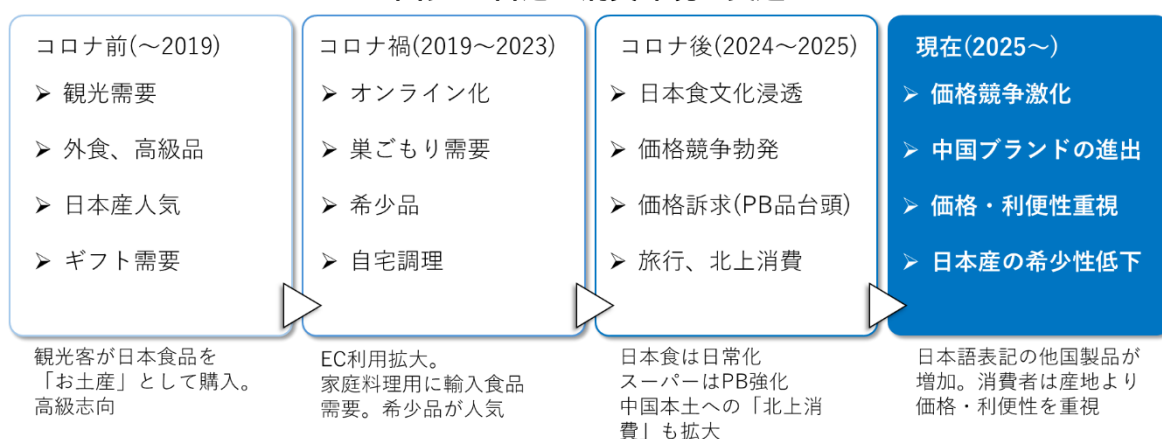


(備考) 日本政府観光局 (JNTO) 「訪日外客統計」を基に、信金中央金庫作成

2-3. 消費の二極化とコストパフォーマンス・利便性の重視

足元の香港市場では、高価格帯商品への需要が残る一方、生活コストの上昇等を背景に、消費者の間ではコストパフォーマンスや利便性を重視する選別消費が強まっています。結果として、贈答用等の高級品需要と、日常消費を支える「適正価格で高品質な実用品」への需要という、二極化した消費構造が生まれています。

図表2. 香港の消費環境の変遷



(備考) Hokkaido Marche Hong Kong 「香港リテール業界の最新動向と日本製品の成功戦略」より一部抜粋

⁷ 日本政府観光局(JNTO)「訪日外客統計」2025年速報値

⁸ 「7月に日本で大地震が発生する」との風説が SNS 上で拡散したとの複数報道

3. 構造的な強み③:日本食品輸出実績と直近の規制下におけるレジリエンス

冒頭で触れたとおり、香港は2005年から2020年まで16年連続で日本の農林水産物・食品輸出先第1位の座を維持してきました。2021~2023年は中国、2024年以降は米国が首位に浮上し、またALPS処理水放出に伴う輸入規制という逆風も経験しましたが、引き続き香港は第2位の座を維持しています。こうした実績は、香港市場における日本産食品への構造的な需要の深さを端的に示しています。

3-1. 順位動向と高い市場受容力

こうした実績を踏まえ、直近の順位動向と主要品目の動向を確認します。2025年の輸出実績では、米国が首位(2,762億円、前年比13.7%増)⁹、次いで香港(2,228億円、同0.8%増)、台湾(1,812億円、同6.4%増)、中国(1,799億円、同7.0%増)となりました。

香港向けの主な輸出品目は菓子類、果実、食肉等であり、このほか米、清涼飲料水、なまこ(調製)等の品目でも主要な輸出先に位置づけられています。

総額では米国に次ぐものの、前述のとおり、人口1人あたりに換算すると約3万円(2,228億円÷約750万人)に達します。これは、シンガポール(約9,200円)の約3.2倍、台湾(約7,800円)の約3.8倍に相当し、アジア主要市場の中でも香港市場の受容力の高さを示しています。¹⁰

3-2. 規制下での継続検査が裏付ける安全性への信頼

現在、香港市場は一部地域からの日本産食品に対して規制を設けています。2023年8月24日のALPS処理水海洋放出に伴い、10都県産の水産物(活魚、冷凍・冷蔵・乾燥またはその他の方法で保存された水産物、海塩、未加工または加工品された海藻を含む)に対する輸入停止措置が継続中です。

一方、香港政府は輸入される日本産食品に対して放射性物質検査を実施し、その結果を継続的に公表しています。2023年8月24日のALPS処理水海洋放出開始以降、香港の食品安全中心(CFS)は日本産食品に対する放射線検査を継続しており、2026年2月27日時点で累計207,467サンプルの検査がすべて合格しています(香港政府CFS日次レポート)¹¹。こうした継続的なモニタリング体制が「日本産食品の安全性」を客観的に裏付けており、市場全体において消費者の信頼を安定させるセーフティネットとして機能していると評価できます¹²。

4. 構造的な強み④:輸出実務における利便性

実務面においても、香港は国内取引に近い形態でのビジネス参入を可能にするインフラが整備されています。決済・通関・物流の各面で海外展開の障壁が相対的に低く、輸出未経験の事業者にとっても取り組みやすい市場です。

「国内渡し・国内決済」スキームの確立による低い参入ハードル

香港市場では日本人のディストリビューターが多数活躍しており、初回アプローチから商談まで日本語で完結できるケースが多く見られます。さらに、当該ディストリビューターの多くは日本国内に協力商社を有しています。

⁹ 農林水産省「農林水産物輸出入情報(2025年12月分)」(2026年2月公表)

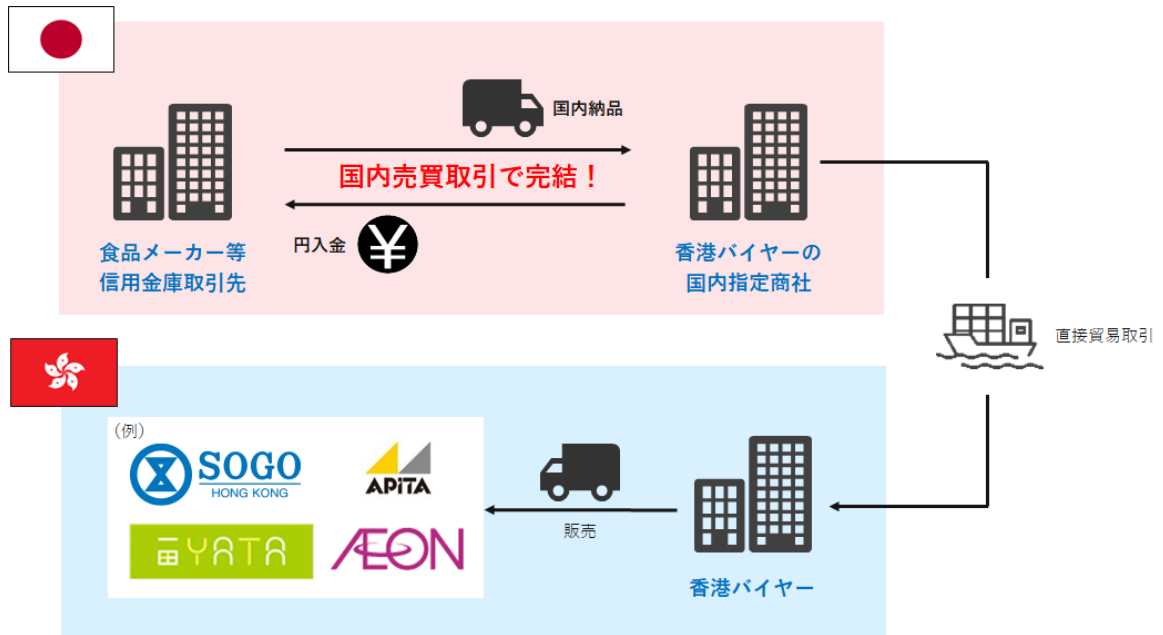
¹⁰ 輸出額は、農林水産省「農林水産物輸出入情報(2025年12月分)」(2026年2月公表)。人口は、香港政府統計処、シンガポール国家人口人材局、台湾内政部が公表しているデータをそれぞれ使用。なお、1人あたり額は試算値

¹¹ 香港政府食品安全中心(CFS)日次レポート(<https://www.cfs.gov.hk/>)。数値は日次更新のため、最新値は同ウェブサイトにて確認のこと。

¹² 香港政府は、検査実施・結果公表という事実行為を行う一方で、日本政府は規制撤廃を求め続けている事実も認識しておく必要がある。

そのため、事業者は自社で複雑な貿易手続きや為替リスクを抱える必要がありません。具体的には、商品は国内の協力商社が指定する倉庫（横浜、名古屋、大阪等）へ納品し、代金は日本円で決済される仕組みが確立されています。このスキームにより、実質的には日本国内での取引と遜色がなく、新規参入においても比較的取り組みやすい環境が整っています。

図表3 香港バイヤーの商流(イメージ)



(備考) 信金中央金庫作成

おわりに

香港市場は、20 年超の輸出実績が裏付ける構造的な需要基盤と、高所得層を中心とした厚い消費者層、そして整備された実務インフラを備えた重要市場です。規制対応を通じて積み上げられた安全・安心への信頼を土台に、底堅く持続的な需要が見込まれます。香港は、日本産食品にとって今後も安定的な輸出先の一つであり続けると言えます。

海外販路開拓のご相談はお気軽に

本レポートでご紹介した香港市場への販路開拓は、貿易実務の経験がない事業者様にとっても、既存の仕組みを活用することで比較的低いハードルから始めることができます。

以下のようなご相談を承っております。

- 「自社商品を海外(香港)に売り出したいが、何から始めればよいかわからない」
- 「香港で競合他社の商品の取扱状況(価格、陳列棚の状況等)を調査してもらいたい」
- 「展示会に出展したいので、香港の展示会の様子や準備事項・費用について教えてほしい」等

<編集・発行>

信金中央金庫 海外業務推進部 企画グループ

東京都中央区八重洲1丁目3番7号

Tel: 03(5202)7703

E-mail: s1000860@facetoface.ne.jp

<信用金庫使用欄>