



香港の概況および 百農社の取組みについて

2026/4/9

HYAKUNOUSHA INTERNATIONAL LIMITED

百農社國際有限公司

香港の概要

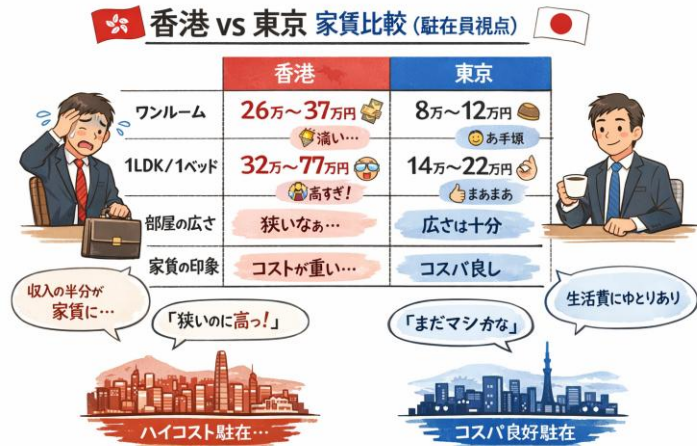
香港の特徴

- ▶ 総人口 751万人(2025年末)
- ▶ 公用語 広東語がメイン、英語も可
- ▶ 面積 1,115km²(60%が山地)
- ▶ 人口密度 6,800人/km²
- ▶ 観光客 約5,000万人
- ▶ 治安 良い(とされている)
- ▶ 経済状況 名目GDP-約4,282億USDドル
一人当たり 54,244USDドル

日本との比較

- ▶ 総人口 約1.2億人(2025年末)
- ▶ 公用語 日本語
- ▶ 面積 378,000km²
- ▶ 人口密度 6,444人/km²(東京23区)
- ▶ 観光客 約4,268万人
- ▶ 治安 良い(とされている)
- ▶ 経済状況 名目GDP-約4兆262億USDドル
一人当たり 33,785USDドル

香港の概要②



- ▶ 狭い居住可能エリアを反映して、土地代は世界一と称されるほど、貸借料が高い
- ▶ 平均的には5%~15%、場所によっては30%の更新料
- ▶ 日本と違い法律の関与が小さく、エリアによってはオーナーの市況によってオーナーの強さが反映されやすい

参入しやすい土地柄があるものの、現地参入後に定着させるには工夫が必要

▶ 香港における食シーンの推移・推計

時期区分	内食	外食	中食	出典元
コロナ前 (~2019)	38%	55%	7%	C&SD 家計調査
コロナ禍 (2020-2021)	58%	35%	7%	C&SD 食肆統計
コロナ後 (2023-2025)	48%	45%	7%	C&SD

- ▶ 様々な出典を基にした、推計値であり参考値になりますが、感覚的にも内食化傾向は進んでいると感じます
- ▶ また、昨今の不景気を反映して、北上消費(深圳での消費)や家庭内消費は伸長していると推察します



百農社國際有限公司 について

創業理念 百年先の「農」を創る



会社概要

- ・創業年 2010年に香港で創業
- ・会社拠点 本社: 香港 / 子会社: 百農社ジャパン(日本)、百農社USA(アメリカ)、百農社深圳(中国)
- ・店舗数 150店舗
- ・自動販売機 160台設置
- ・従業員数 1,000名(日本人6名)
- ・お米は全て日本産米を使用。環境に配慮したお米を使用しています
(秋耕の実施/メタンガス低減、LPコート肥料・ネオニコチノイドの使用制限)
- ・北海道、山形、青森、新潟、宮城、長野等の生産者と直取引をしています



百農社のブランド展開

「華御結(はなむすび)」と「OMUSUBI」の2ブランドを展開



- ・2010年の香港創業時から続く日本産米のおむすび専門店
- ・子供からご年配まで、毎日約80,000人がご来店されています
- ・ロゴは「さくら」と「富士山」をモチーフとしています
- ・146店舗を展開中



- ・2022年、クリエイティブディレクターの佐藤可士和氏に協力を仰ぎ、世界展開を目指して設立した上位ブランドです
- ・“高品質”及び“環境対応”をコンセプトとしており、より環境に配慮したお米を使用しています
- ・4店舗を展開中



百農社品質の原点

自社工場での徹底した品質・衛生管理

- ・ 現工場は2018年に香港のTsuen Wanエリアにて設立されました
150店舗＋自動販売機のおむすびを一括で製造しています
- ・ 今後200店舗まで対応可能な生産能力を持っています
- ・ 香港NO.1の衛生管理を目指し、安全安心で高品質の商品作りを追求しています
- ・ 工場で働く従業員に配慮した環境作りを意識しています



取り組み① 香港での食育活動

- ・地元の小学生を対象に食育活動を実施しています
- ・お米がどのように育つのかをお伝えしながら、おむすびを作るワークショップを行っています
- ・毎年1,000名以上の学生にご参加頂いています
- ・食育活動を通じて地元社会への貢献を行っています



取り組み② おもてなし研修会

- ・従業員教育に力を入れており、2週間に一度、本社のトレーニングセンターにおいて、「おもてなし研修会」という従業員教育を実施
- ・全店舗のリーダー(150名)を参集し、企業理念やお客様からの要望などを共有しています



百農社と生産者との取組み

- ・ 私たちに”取引先”の生産者はありません。全員が”取組み先”の生産者です
取組み先とは、長期的な視点に経ち、お互いの課題を日々共有し、切磋しあう関係です
私たちと生産者はパートナーであり、日本の農業を本気で変えていく、熱意とビジョンを持った同志です
- ・ 2026年より、取組み先の生産者と一緒に農業法人を設立し、おむすびで使用のお米の一部を、
自社の田んぼで生産いたします
- ・ 輸出産地のロールモデルとして、日本の農業を世界の舞台へと前進させます



まとめ

▶ 訪日観光客の内訳

ランク	国・地域	訪日客数
1位	韓国	約 880万人
2位	中国	約 700万人
3位	台湾	約 630万人
4位	アメリカ	約 270万人
5位	香港	約 252万人

2025年訪日観光客(JNTO)

- ・香港においては、750万人の人口に対して、去年は252万人の訪日を誇り、3人に1人が訪日している計算
- ・香港で事業展開を行い、感じる点は、日本において“本物”を体験しています
- ・食文化はもちろん、日本の伝統的な文化の本物に触れている方が多いと感じます

- ・いかに、お客様の口に入る最後まで、日本で体験した本物を再現できるか、それが成功するカギだと考えます
- ・その日本産米・食品がどのような物語があるのか？(百農社で言えば、生産者の栽培ストーリーを直に店舗スタッフへ伝えていきます)など、本物志向は強いです
- ・メーカー・サプライヤー様であれば輸出して完了、ではなく現地のディストリビューターを通じて、どのように流通して、最終的な製品まで食べ方、調理方法に至るまで、情報提供を行うなど、ラストワンマイルが廉価品との差別化を図ることができるかもしれません
- ・日本食品、日本産米のブランドロイヤリティをどのように位置付けるか、重要なポイントだと感じます