

香港における現地情報

2024年7月18日

弁護士法人琉球法律事務所（日本）

Fred Kan & Co. 律師事務所（香港）

弁護士・香港ソリシター 絹川恭久

筆者は現在、日本の法律事務所と香港の法律事務所の双方に所属し、主に沖縄を拠点としつつ、双方の弁護士資格を持つ者として日本と香港の双方が関わる企業・個人の法律実務を扱っている。新型コロナ収束後の2023年3月以降各種渡航制限が撤廃されたため、2〜3か月に一度程度の頻度で香港に渡航することになっている。本稿を書いている2024年7月時点も香港に滞在しており、現地で日系企業顧客や日系飲食店、小売店を訪問するなどして状況視察、情報収集をしたので、その報告をさせていただきたいと思う。

【香港人・中国人消費者の動向】

2024年7月時点で香港に滞在して感じる景況感は、一言で言うと『バブル崩壊後の日本のデフレ社会っぽい』という感じである。香港では過去数十年来初めて不動産価格が下落していると言われ、明らかに投機意欲は減退している。また、香港人や香港に渡航してくる大陸側の中国人の行動を見ると、コロナ以前と異なり、ブランド品や高額品であれば「何でも、たくさん」購入する『爆買い』といわれるような消費行動をしなくなっている。むしろ、値段に見合った品質のものを相当な価格で、とか、余計なブランド価値よりも実質的な価値のあるものを購入する、「モノ消費」より「コト消費」といった感じである。具体的エピソードを以下に紹介する。

筆者自身も興味を持って香港内の飲食店を涉猟してみたが、日本食料理や、日系の居酒屋、日本酒バーなどは、平日にもかかわらず毎晩盛況であり、ほぼ満席の店が多かった。筆者が日ごろからなじみにしている比較的リーズナブルな日本食居酒屋（客単価 200-300 香港ドル程度）も、平日夜にもかかわらずほぼ満席であった。見たところ、日本人駐在員よりも香港人の家族連れ又は仕事帰りのグループが多かった。

また最近オープンした日系飲食店としては、比較的オフィスが多い湾仔エリアの和食店「Sumito（炭兎）」（客単価 400-500 香港ドル程度）は、客席数約 80 席の大箱店舗にもかかわらず、1 週間先まで満席でディナーの予約が取れないとのことであった。また、東京、京都、福岡のほか、台湾でもブランド展開している「挽肉と米」という飲食店が香港のビジネス中心エリアの IFC ショッピングモール内に最近出店し、話題となっていた。

オンラインで入店予約もできるが、平日ランチ時間帯は予約なしのウォークインで入店しようとするとも1時間以上の待ち時間であった。日本でも同じスタイルだが、ご飯とハンバーグのセットランチ一択でトッピングの有無のみを選択できるメニュー形態である。客席は半ば一人ずつ独立して皿や調味料が入った引き出しがセットされており、顧客は食事に集中することができる。ご飯はおかわり無料で、みそ汁や



トッピングなどもついて、サービス料込みで150香港ドル程度である。円安で日本円換算では3000円相当となる



ものの、香港人の感覚で「ランチ150香港ドル」というのは、日本人にとっての1500円程度の感覚である。東京丸の内中心部でいうと、ご飯おかわり付きで満腹食べれるおいしいランチが1500円というのはかなりリーズナブルといえよう。メニューや調理のオペレーションをシンプル化することで良質のハンバーグ定食をリーズナブルな価格で提供できていることが繁盛の要因かもしれない。

また、7月の夏休みシーズン前後という季節でもあるため家族旅行客も多かったが、ビクトリア湾沿いのプロムナードでは、欧米人や日本人よりも、やはり大陸側中国人（香港人が話す広東語ではなく、北京語を話しているので判別ができる）の家族旅行客が多い印象である。しかし、中国人旅行客の観光スタイルは、コロナ前とはだいぶ様変わりしている。以前は商業地区チムシャツイにあるショッピングモール、ハーバー・シティにあるGucciやPradaなどのブランドショップの入り口前に大きなスーツケースを持った中国人観光客が行列していたものだ。しかし今はそのようなブランド店前には行列はみじんもない。他方で、ビクトリア湾沿いの Avenue of



Stars という、香港人映画スターの手形や銅像が並んでいる写真スポットエリアには、昼間の暑い時間にもかかわらず観光客が多数行き来していた。現在、新型コロナや昨今の政治情勢から減ってしまった観光客を回復させようと、香港政府は観光資源の支援に積極的である。上記エリアでは、ドラえもんなど、藤子プロのキャラクターを香港映画スターと一緒に並べて観光客向けに写真素材を提供しており、その前で楽しそうに写真を撮る中国人の姿が多かった。その他にも、近辺の商業施設には、『日本グルメ横丁』という日本食専門のフ

ードコートや、「Anime Tokyo」という、鉄腕アトムから、ガンダム、呪術廻戦まで時代もジャンルも幅広いサブカルコンテンツを扱う店舗がオープンするなどしていた。中国人旅行者も、「衣食足りて」「モノ消費」より「コト消費」に移行したということであろうか。



このように、実質的な利用価値があるわけではない西洋製の「ブランド商標」のついた贅沢品の人気は以前ほどではなく、「実質本位」というか、おいしくてリーズナブルな日本食や、ソフトで親しみやすい日本のサブカルコンテンツが、アジア、特に中華圏では人気が根強いようだ。

話は変わるが、日本政府の統計によると、香港人の今年（2024年）前半の訪日観光者数は、コロナ前の2019年の水準を15%程度上回っているとのことであり、コロナ前の状況を

すでに回復しているとのことである。観光庁の統計では、香港人の日本国内での平均滞在日数も2019年から1.1泊程度伸びているとのことであり、やはり香港人の日本人気はやはり根強いものがある。

これらを総合すると、前回レポートで記載した香港人の北上消費（香港人が中国側（深センなど）に日帰りで渡航して日用品を消費すること）のトレンドなどと併せ、香港人・中国人が『より実質的な価値があるもの』を『より良い価格で』購入したいという消費行動を示していることが分かる。バブル崩壊後アベノミクス迄日本人の行動規範であった『より良いものをより安く』求める行動パターンを示している。世界は物価高、インフレ、人件費高騰の傾向を示しており、その点は香港でも変わらない。しかし消費者マインドは、逆に『高かろう、良かろう』のインフレ促進に待ったをかけ、むしろ財布のひもをきつく絞っているようだ。これは、日系企業が今後香港に進出する際のヒントとなるかもしれない。

【円安下での香港・海外進出一考】

そのような中、筆者と付き合いがある香港在住の日本人の方々にもお話を伺った。写真は右から、福岡出身で香港で日本酒バー「まさか」(写真はその店舗内)を経営する釜谷将史氏、生鮮日本食品を香港向けに越境通販しているオイシックス・ラ・大地の香港拠点長で福岡ご出身の山本成信氏、筆者、元香港福岡県事務所長で現在福岡の産品や中小企業を応援するコンサル会社を香港で経営する渡辺大輔氏、現香港福岡県事務所長の山本



大祐氏である。真ん中の筆者は一応福岡 ABC 登録アドバイザーでもあるため、図らずも福岡県関係者同士の集まりとなったが、上記のような認識は彼らとも大いに共有するところである。日本国内の酒造所でも外国人消費者を強く意識して飲みやすい日本酒を製造するメーカーも出てきており、釜谷氏の「まさか」ではそのような日本酒を香港でも提供して香港人や香港在住の欧米人に親しんでもらっている。このような「日本酒の海外進出」は最近のトレンドである。また、オイシックスの山本成信氏によると、香港市場向けの越境通販は、コロナによる外出制限と宅食需要増加のため一気に拡大したとのことであるが、移り変わりの早い香港人消費者の志向に対応するため、飽きられないよう今後も新しい商品展開が必要とのことである。渡辺大輔氏や山本大祐氏によると、アジア、中華圏に近い生産地である九州の農水産物を香港の消費者に提供するためには、鮮度を保ったまま輸送するための航空便を利用したり、他方で冷凍品についてはコンテナ輸送の空きスペースを利用してコストを抑えるなど、物流会社との連携は欠かせないとのことである。そのような、日本の生産者、物流企業、香港内の日本人、香港人、日系企業、日本食飲店などのエンドユーザー間の有機的な連携を実現するには、やはり人的ネットワークの構築が欠かせないとのことだ。そのような一貫もあって、年に複数回、香港福岡県人会などで異業種に携わる日本人同士や香港人との交流を促進するソフト面でのサポートに力を入れているとのことである。

また、上記のような食品業界以外でも、例えば日本国内で取引されるトレーディングカードが香港内でもプレミア価格で取引されるため、例えばポケモンカードなどの希少品が香港市場で販売するために輸出されたり、日本で限定販売された高級時計を下取りし、それを香港人・中国人・その他アジア地域向けに販売するために香港に輸出するなど中古ブランド品販売企業が香港進出を加速しているといった状況がある。円安もあって、日本国内で安価で調達した商材を、香港において外貨建てで販売することで、為替差益も併せて利益を上げることができる。それらの新手的輸出産業が興隆する背景にはやはり、一定アルコール度数

以上の酒類以外には原則として関税がかからない、自由貿易地域の香港だからこそその制度的背景があることは見逃せない。

思えば、中国の華南地域で製造し、香港の販売商社を通じて欧米や日本に電気製品や工業製品を輸出する、という従来型の日系製造業は2010年代以降、中国から東南アジアにその製造拠点をシフトした。このため、従来型日系製造業の香港・華南地域での進出は下火となって久しいものの、上記のように以前では中々考えられなかった企業や輸出製品の香港・海外進出も起こりつつあり、このような新たな傾向を把握することでは重要である。

【まとめ】

以上の通り、世界は物価高、インフレ、人件費高騰が起こっており、香港でも同様の状況があることには変わりない。だからといって円安の現在は海外進出を控えるべきかといえば、筆者はそれは違うのではないかと思う。前述したようなインフレ下の『消費者のデフレマインド』、香港・中華圏の日本製サブカルコンテンツ人気、円安を利用した為替差益を取りに行くための新たな輸出商材など、現下の状況を逆手に取って海外進出から利益を上げている企業は少なくない。筆者自身、日本国内にいてはなかなか体感できない現地の情勢を、わずか数日の滞在ですら感じることができるため、定期的な香港渡航はいい自己啓発となっている。日本からは見えない香港、ひいては中国の状況を的確にとらえるためには定期的に渡航し、さらには現地で活躍する日本人たちと交流するなどして現地の最新情報を把握しておくことが望ましいといえよう。

以 上