

香港小売市場の変化

text by 滋賀銀行 香港支店 宮内 康誠

ヒト・モノ・カネが自由に行き来し、世界有数の金融・貿易の拠点として成長を続けてきた香港。しかし、2015年に入り、その経済を支えてきた小売業の減速感が強まっている。為替環境の変化、「爆買」を支えてきた中国本土からの越境者に対する査証(ビザ)規制、テナント料高騰など、香港経済のマイナス要因が嘆かれるが、消費の新しいトレンドも生まれている。香港の小売市場とその可能性をレポートする。



警察宿舎の趣を残すPMQには、公募で選ばれた香港発の新進ブランドやクリエイターが数多く入店。おしゃれなカフェやレストランもあり、1日中楽しめる

低迷する小売市場

香港生産力促進局や大手外資系金融機関による香港の中小企業ビジネス先行指数の調査で、香港の製造業、貿易・卸売業、小売業に対する今後の先行きを不安視しているという結果が発表された。2014年第4四半期からの推移では、今年の第1四半期から第2四半期にかけて小売業回復への期待を示していたが、現在では第3四半期以降の売上げが大幅に下落するのではないかという見方が強まっている。

その要因として、「本土からの旅行者数のさらなる減少」「不動産価格上昇に伴うテナント料の高騰」「中国本土における一部の輸入消費財の関税引き下げ」などが挙げられている。13年以降、各国通貨に対して円安が一気に進んだ結果、中国本土や香港のみならず、成長著しい東南アジア諸国の旅行者も香港より日本を買

中小企業ビジネス先行指数の推移			
項目	2014年4Q	2015年1Q	2015年2Q
総合ビジネス指数	47.9	50.1	49.0
製造業	48.3	48.7	46.4
貿易・卸売業	44.9	50.1	47.8
小売業	51.9	47.6	49.9

出典：HKPC ※数値は50が中立の基準値で、50よりは景気見通しの「楽観」、50未満は「悲観」を示す。

物の拠点として選ぶようになった。それに拍車を掛けるように香港の物価指数は毎年3～4%上昇。一方、日本では首都圏だけでなく地方でも免税の取扱い店舗を積極的に増やす等インバウンド戦略を強化しており、香港での購買メリットは急速に薄れている。

嗜好の変化

前述の調査では、これら外的要因以外にも香港の小売業に大きな影響を与えている内的要因があるとしている。それは、消費者が購入するモノが高級品から低価格品にシフトする“嗜好の変化”である。宝飾品やブランド品など「高級品ならなんでもそろっている」といわれる香港だが、いまや高級品は若い世代を中心に「どこにでもあるもの」という意識に変わりつつあり、“自分だけ”のモノ、“他人が持っていない”モノに対する需要が高まっている。また、安心・安全を求める消費者が増えたことで、日本製だけでなく他国の商品も品質が向上。買い手がコストパフォーマンスを重視する傾向も強くなっているようだ。

経済成長により「モノ」を見る目が養われ、さらなる付加価値を求める人々のニーズは日々変化している。

PMQとオンラインショッピング

このような状況の中、香港の小売業界の活性化になると注目される取り組みがある。一つ目は、新ランドマークとして注目を集めているPMQである。「Police Married Quarters」の頭文字をとったもので、1950年代から既婚者向けの警察宿舎として利用されていた建物だ。昨年、香港政府によってデザイナーやクリエイターたちが情報発信する複合商業施設として生まれ変わった。

建物内部はほとんど当時のまま残されており、ひと部屋の広さは約40平方メートル。デザイナーズアパレルの他、オリジナル雑貨やアクセサリーの販売店、レストラン、コーヒーショップ等さまざまなテナントが入居し、各店のオーナーは個性豊



デザイナーとのコミュニケーションを通して、自分だけのデザインをつくるアパレルショップ

かに部屋をデザインしている。また、デザイナーやオーナーは積極的に他の店舗と交流し、新しいデザインや商品を生み出している。今後は他国のデザイナーも受け入れる計画で、香港だけでなく海外も含めたデザイン・アートのプラットフォームとして、消費者の新しいニーズやトレンドをさらに創り出していくだろう。

もう一つ、小売業活性化に欠かせないのがオンラインショッピング市場の拡大だ。オフィスや家を出ればすぐに買い物ができる利便性から、香港では実店舗やアーケードでのウィンドーショッピングは一種の娯楽になっている。また、偽物やコピー商品が多く出回っているため、店頭購入に安心とステータスを感じる人も多く、これまでオンラインショッピング市場の成長は鈍かった。しかし、インターネットが身近な20代、30代の消費者によって、その価値観は見直



真空加工でさまざまな“モノ”の形を生地に型取ってデザインするバッグの店

されている。さらに日系の物流企業の進出により時間指定や再配達などのサービスも大きく改善されてきた。地元テレビ局がショッピングサイト運営を積極的に進めるなどの動きもあり、今後はオンラインショッピング市場が小売業を支える柱の一つに成長すると期待されている。

今後の可能性

実店舗のPMQとオンラインショッピングは全く異なる小売形態であるが、どちらも香港人に受け入れられ、消費者の新しい需要につながっている。商品のオリジナル性や唯一性を求める消費者の増加に伴い、PMQのように、たとえ知名度が高くなくともデザイナーや製作者が消費者と直接接することで、商品やサービスに新たな付加価値が生まれている。一方、オンラインショッピング市場の成長・拡大が、外国企業の香港市場への参入を後押しすることになれば、市場はさらに活性化されるだろう。

小売業は減速感が否めないが、不動産価格は依然上昇傾向が続いていることから購買力が低下したわけではないと思われる。モノがあふれる香港において、いかに新しい価値を消費者に提供できるかが、小売市場復活の一つのポイントになるだろう。

新しい商流を創造する

毎年恒例の香港最大級の国際総合食品見本市「Food Expo」が8月13～17日、香港コンベンション&エキシビジョンセンターで開催された。今年は外務省主催の「東日本の美味しい魅力展」も開かれ、温泉や県産品など東日本の観光地や食材の魅力をブースで紹介。初日には林芳正農林水産大臣が来場し、JETRO設置のジャパンパビリオンに出展する企業・団体のブース(出展数223社)を中心に訪問したほか、アイドルグループ「AKB48」のメンバーがイベントに参加して会場を盛り上げた。

毎年、継続的に参加して新しい商流を生み出す企業もあれば、市場調査を目的に初めて出展する企業もあるなど参加目的はさまざまだが、どのブースも多くの来場客でにぎわっていた。

同時に「International Tea Fair」も開催された(8月13～15日)。2度目の参加となるある企業では、昨年好評だった「緑茶」に加え、今年は「抹茶」「紅茶」「ほうじ茶」も持参品揃えを充実。話を伺うと、抹茶は香港ですでに根強い人気があるが、今回、特に来場客の関心が高かったのが「ほうじ茶」だったという。香港では、ほうじ茶は抹茶に比べ商品の流通量が少ない。そのため、試飲用のカップから漂う香ばしい匂いにつられた人が多かったとのこと。新しいもの好きの香港人バイヤーの心をつかんだようだ。次いで注目を集めたのが、緑茶葉から精製した「紅茶」。中国で一般的な「セイロンティー」に比べずっさりした味わいと、中国大陸からのバイヤーの評判も上々。出展者も手応えを感じたようだ。

エキスポ全体では、約1,200社が出展し、47万人以上が来場した。品質が良くおいしい食品を見つけようと、世界中から訪れたバイヤーや来場客で会場は熱気に満ちていた。香港のみならず、海外で新たにビジネス展開を検討される際には、まずは見本市参加などで現地の熱気を感じてみてはいかがだろうか。

「しがぎんアジア月報」9月号より
香港支店研修生 小野 康宏



20年以上の歴史があり、世界中から「食」関係者が集まるFood Expo