

は し が き

2021年の香港のGDP成長率は、2019年からの2年連続のマイナス成長からようやく持ち直し、上半期には7.8%となりましたが、下半期、新型コロナウイルス変種株による世界的な影響を受けた輸出の減速もあり、6.4%となりました。香港政府はパンデミックによって落ち込んだ経済を回復させるための様々な政策を打ち出し、1人当たり5,000香港ドルの電子商品券の発行を行うなど、消費マインドの回復と合わせて、小売業、飲食サービス産業等の業績改善に寄与しました。

とはいえ、引続き厳しい入境規制を受け、国際ビジネス・観光都市として重要な往来は大きく落ち込んだままです。パンデミック後のビジネス往来・観光客の受け入れ再開に向けた取り組みが期待されます。

往来制限の継続や22年初頭の感染拡大・規制強化を受け、事業・人材の流出がみられ、香港欧州商工会議所の会員企業の49%が、全面的または部分的に香港事業の他国への移転を計画していると公表しました。当商工会議所会員企業においても、離職率の高まりや人材採用の困難に直面していると聞いています。

このような状況下、当商工会議所では2019年以降、在香港日本国総領事館とジェットロ香港と共に、共同アンケートを行ってきました。ともすれば政治情勢と国際ビジネスセンターとしての現状を混同してしまいがちな報道が流布する中、香港のビジネス環境の現状を正しく理解するための活動です。

今後こうしたアンケートや面談を通して、会員企業からの声に耳を傾け、香港政府、香港政府主催のIBC(International Business Committee)、ICAC(廉政公署)など香港の公的団体との関わりを深め、各地元団体、他国商工会議所等と益々密接に連携を深めて参ります。

加えて21年度施政報告を受け、本格化する大湾区発展計画への香港の関与の在り方や北部都市群計画等の香港域内の動向、また返還25周年や新政権発足を踏まえた情勢について昨年に引き続き、関係機関との「交流」、情勢・ビジネス環境の「発信」、各種情報の「共有」に努めて参ります。

また、今年7月からは従来の13の部会を、9つに統合しました。今後も会員企業に如何に役立つかという課題に引き続き真摯に取り組み、会員企業のビジネスに貢献する更に質の高い部会活動やセミナー活動の充実に注力する所存です。

本書は、会員はもとより広く各方面の方々にとっても必ずやお役に立つものと確信します。業務繁忙の中、ご尽力頂いた執筆者と関係各位に深く感謝を申し上げます。

2022年7月吉日

香港日本人商工会議所 会頭 飯田 剛司

| | |
|--------------------|----------|
| 繊維部会 | 金融部会 |
| 化学品部会 | 運輸保険部会 |
| 環境インフラ部会 | 観光サービス部会 |
| テクノロジー & イノベーション部会 | 企業支援部会 |
| 食品・消費財・小売流通部会 | |

目次

| | |
|-------------------|---------------|
| はしがき | 1 |
| 総論 | |
| 2021年の回顧と2022年の展望 | 大野 真太郎 KPMG 6 |

各論

第1章●繊維

| | |
|-----------------------------|---------|
| 中国繊維アパレル業界の 21年回顧と22年の展望 | 繊維部会 12 |
|-----------------------------|---------|

第2章●化学品

| | |
|--|----------|
| 2021年回顧と22年展望 中国化学業界、激変する経済環境変化 と巨大市場の動向 | 化学品部会 20 |
|--|----------|

第3章●建設重機

| | |
|-------------|----------------------------|
| 2021年の回顧と展望 | 山田 直樹 株式会社フジタ 国際事業部香港支店 26 |
|-------------|----------------------------|

第4章●精密機械

| | |
|---------------------------|--|
| 時計業界の回顧と展望 | 岡島 康雄 SEIKO Hong Kong Ltd. 33 |
| カメラ業界の回顧と展望 | 佐幸 周平 NIKON HONG KONG LTD. 43 |
| 複写機業界の 2021年回顧と2022年展望 | 長谷川 圭太 FUJIFILM Business Innovation Hong Kong Limited 48 |

第5章●電器電子ICT

| | |
|-------------------|---------------------------------|
| 香港におけるリテールDX | 田中 優希 Fujitsu Hong Kong Ltd. 51 |
| 世界及び香港における空港DXの展望 | 野村 隆志 NEC Hong Kong Ltd. 56 |

第6章●電子部品

| | |
|--------|-----------|
| 電子部品業界 | 電子部品部会 61 |
|--------|-----------|

第7章●農林水産食品

| | |
|-------|---|
| 食品の輸入 | 山崎 祐介 日本貿易振興機構（JETRO）香港事務所 66 田下 裕一 農林中央金庫香港駐在員事務所 |
|-------|---|

第8章 ● ライフ・コミュニケーション

| | | | |
|---------------------|------|--------------|----|
| 2021年度活動報告と2022年度展望 | 市川 猛 | 凸版印刷（香港）有限公司 | 73 |
|---------------------|------|--------------|----|

第9章 ● 金融

| | | | |
|------------|-------|--------|----|
| 香港経済の回顧と展望 | 仁田 敬三 | 三井住友銀行 | 77 |
|------------|-------|--------|----|

第10章 ● 運輸保険

| | | | |
|--------|------|---------------|----|
| 航空貨物業界 | 池谷 浩 | 日本貨物航空（株）香港支店 | 84 |
|--------|------|---------------|----|

損害保険業界

| | | | |
|-------------------|-------|------------------|----|
| 2021年の回顧と2022年の展望 | 上野 繁一 | 東京海上火災保険（香港）有限公司 | 87 |
|-------------------|-------|------------------|----|

コンテナ船事業

| | | | |
|-------------------|-------|--|----|
| 2021年の回顧と2022年の展望 | 木戸 貴文 | Ocean Network Express (East Asia) Ltd. | 90 |
|-------------------|-------|--|----|

第11章 ● 観光サービス

| | | | |
|------------------|---------------|--|----|
| 香港・マカオにおける旅行客の動向 | 小沼 英悟 増本 斉 | 日本政府観光局（JNTO）香港事務所長 JTB(HONG KONG)LIMITED 取締役社長 | 95 |
|------------------|---------------|--|----|

2021年のコロナ防疫影響とその

| | | | |
|-------|-------|----------|-----|
| 後について | 速水 孝治 | 日本航空株式会社 | 103 |
|-------|-------|----------|-----|

| | | | |
|------------------|-------|---------------------------------|-----|
| 広告・マーケティング業界について | 板屋 美幸 | Vector Group International Ltd. | 108 |
|------------------|-------|---------------------------------|-----|

第12章 ● 小売流通

| | | | |
|-----------------|------|--------------------------------------|-----|
| 香港ネット小売市場と今後の展望 | 菅原 功 | AEON Stores (Hong Kong) Co., Limited | 116 |
|-----------------|------|--------------------------------------|-----|

弊社から見た2021年の香港小売業界と

| | | | |
|-----------|-------|---------------|-----|
| コロナ収束後の展望 | 米川 健彦 | 株式会社 ホンコンワコール | 120 |
|-----------|-------|---------------|-----|

弊社から見た2021年

| | | | |
|--------------|--------|------------|-----|
| 香港パン業界の回顧と展望 | 日下部 嘉晃 | 香港山崎麵飽有限公司 | 124 |
|--------------|--------|------------|-----|

第13章 ● 中小企業

広東省における日系中小企業製造

| | | | |
|---------------|------|----------|-----|
| メーカーの問題と課題、対策 | 川副 哲 | 肇英実業有限公司 | 127 |
|---------------|------|----------|-----|

国際情勢緊迫化の香港ビジネス

～中国ビジネスの将来像を見直して

| | | | |
|--------------|-------|----------------------------|-----|
| 香港ビジネスに取り組む～ | 吉田 常誠 | 三菱UFJ銀行 香港法人営業部アドバイザー室長 | 131 |
|--------------|-------|----------------------------|-----|

総論

1 2021年の香港経済と世界情勢

① 2021年の香港経済の概要

2021年の香港経済は、前年までのマイナス成長を脱したものの、前年に引き続いて新型コロナウイルスの感染の拡大に大きく影響を受けた年であった。2020年の新型コロナウイルスの世界的な蔓延の後、中国や米国などを中心とする世界経済の回復の中で、2021年上半期は輸出を中心に香港の経済は比較的好調に推移し、GDP成長率7.8%となった。新型コロナウイルスの感染抑制のための厳しい入境規制を行った結果、観光客の数は激減したものの、香港域内での感染の抑制を達成するとともに、景気振興策によって消費関連業界の支援を実施した結果、個人消費及び小売額が2020年に比べて回復基調となった。2021年下半期は、新型コロナウイルス変異種による世界的な感染拡大を受けた輸出の減速もあり、GDP成長率5.2%と上半期と比較すると下回る結果となった。

表1 2021年の香港経済

単位：対前期比(%)、失業率は%

| | 2017年 | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| GDP | +3.8 | +2.8 | △1.7 | △6.5 | +6.4 |
| 個人消費 | +5.5 | +5.3 | △0.8 | △10.5 | +5.6 |
| 輸出 | +8.0 | +7.3 | △4.1 | △1.5 | +26.3 |
| 小売額 | +2.2 | +8.7 | △11.1 | △24.3 | +8.1 |
| 失業率 | 3.1 | 2.8 | 2.9 | 5.8 | 5.2 |

出所：政府統計處より(2021年は暫定値)

② 香港政府による経済政策の概要

2021年度予算において、香港政府はパンデミックによって落ち込んだ経済を回復させるための様々な政策を打ち出した。特に18歳以上の香港永住者を対象とした1人当たり5,000香港ドルの電子商品券の発行は、新型コロナウイルスの感染抑制の成功による消費マインドの回復と合わせて、特にパンデミックによる影響が顕著だった小売業、飲食サービス産業等の業績改善に寄与したと考えられる。

表2 業界別の域内個人消費の推移

単位：対前期比(%)

| | 2017年 | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 小売 | +2.2 | +8.7 | △11.1 | △24.3 | +8.1 |
| 飲食 | +5.0 | +6.0 | △5.9 | △29.4 | +16.8 |
| 観光 | +0.8 | +11.0 | △19.3 | △86.7 | △17.5 |

出所：政府統計處より(2021年は暫定値)

③ 世界における香港の地位の変化

2021年の香港の株式市場は、上半期においては中国の経済成長を受けた投資資金の流入や、米中関係の悪化から米国に上場している中国企業が香港市場へと重複上場する動きを受けて、時価総額が上昇していく動きが見られた。その後、中国の大手IT企業への規制や大手不動産会社の債務問題などもあり、2021年末の時価総額は2020年末の時価総額を下回る結果となった。2022年に入ってから新型コロナウイルスの感染拡大の影響やウクライナ情勢の影響もあり、市場の回復の動きは鈍い。しかしながら、引き続き中国企業の米国市場からの回帰の動きやパンデミック終息後に向けた資金調達の潜在的需要もあり、香港証券取引所は今後も世界の中で主要な市場としての地位を保っていくことが期待される。

また、新型コロナウイルス感染抑制のための厳しい規制を行っている結果、香港国際空港の旅客数も大きく落ち込んでいる。アジアで同じく旅客ハブ空港としての地位を目指すシンガポールなどが新型コロナウイルス対策に伴う規制を撤廃しつつあり、香港においてもパンデミック後の旅客回復に向けた取り組みが期待される。

貿易のハブとしての香港の地位についても、2021年は世界の主要港が取扱量を増加させている中、マイナス成長となっている。しかしながら、香港を含む珠江デルタ全体の港で棲み分けながらGBA全体での発展を模索している状況であると考えられる。

表3 主要株式市場別の時価総額の推移

単位：10億米ドル

| | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 | 前年比(%) |
|---------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------|
| ニューヨーク | 20,679 | 23,363 | 24,492 | 27,686 | +13.0 |
| ナスダック | 9,756 | 13,286 | 19,335 | 24,557 | +27.0 |
| 上海 | 3,919 | 5,037 | 6,499 | 8,154 | +25.5 |
| ユーロネクスト | 3,730 | 4,821 | 4,884 | 7,333 | +50.1 |
| 東京 | 5,296 | 6,044 | 6,347 | 6,544 | +3.1 |
| 深圳 | 2,405 | 3,454 | 4,900 | 6,219 | +26.9 |
| 香港 | 3,819 (5) | 4,595 (6) | 6,475 (4) | 5,434 (7) | △16.1 |
| ロンドン | 3,637 | 4,024 | 3,669 | 3,799 | +3.5 |

出所・注：国際取引所連合公表資料より カッコ内は香港の順位

表4 主要港のコンテナ取扱量の推移

単位：千標準コンテナ(TEU)

| | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 | 前年比(%) |
|--------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------|
| 上海 | 42,010 | 43,303 | 43,503 | 47,033 | +8 |
| シンガポール | 36,599 | 37,196 | 36,871 | 37,468 | +2 |
| 寧波/舟山 | 26,351 | 27,535 | 28,722 | 31,079 | +8 |
| 深圳 | 25,736 | 25,769 | 26,548 | 28,768 | +8 |
| 廣州 | 21,912 | 23,223 | 23,505 | 24,470 | +4 |
| 青島 | 19,315 | 21,012 | 22,008 | 23,714 | +8 |
| 釜山 | 21,663 | 21,992 | 21,824 | 22,690 | +4 |
| 天津 | 16,007 | 17,301 | 18,353 | 20,269 | +10 |
| 香港 | 19,596 (7) | 18,303 (8) | 17,969 (9) | 17,798 (9) | △1 |
| ロッテルダム | 14,510 | 14,821 | 14,349 | 15,300 | +7 |

出所・注：政府統計處より カッコ内は香港の順位

2 2022年の香港経済の展望

① 新型コロナウイルス感染第5波の状況

これまで新型コロナウイルスの感染拡大の抑制に成功してきた香港であるが、2021年12月末より、変異種オミクロン株及び、その亜種であるBA.2による感染が急拡大し、2022年2月から3月にかけて1日当たりの新規感染者数は連日過去最高を記録し、1日当たり7万人を超える新規感染者が確認された。高齢者のワクチン接種率が比較的低かったこともあり(2022年4月末時点において、80歳以上の1回目接種率は63%)、新型コロナウイルスによる死亡率が世界最悪級の水準となった時期もあった。2022年4月末までに第5波(2021年12月31日以降)での累計感染者数は119万人を超え、死者も9,000人を超えている。

第5波の感染拡大を受けて、厳格な感染拡大予防措置が取られており、飲食店の営業時間短縮やいわゆるワクチンパスポートの導入により、小売業、飲食業、不動産業などへの影響が懸念されている。

4月以降、新規感染者数は1日当たり3桁の人数まで減少し、段階的に規制の緩和が図られている。2022年の香港経済を展望する上では、更なるワクチン接種率の向上により、市民の行動や営業の規制に対する緩和による消費マインドの回復、観光客の受け入れ再開による景気回復が期待される。

表5 新型コロナウイルス感染状況

単位：千人

| | 2021年 | 2022年 | | | |
|----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 |
| 新規感染者数 | 0.2 | 1.5 | 261 | 881 | 46 |
| 累計感染者数 | 12 | 14 | 275 | 1,157 | 1,204 |
| ワクチン1回以上接種者 (接種率) | 4,876 (67.0%) | 5,360 (73.6%) | 6,165 (84.7%) | 6,519 (89.6%) | 6,633 (91.1%) |
| ワクチン2回以上接種者 (接種率) | 4,662 (64.0%) | 4,810 (66.1%) | 5,207 (71.5%) | 5,816 (79.9%) | 6,135 (84.3%) |
| ワクチン3回以上接種者 (接種率) | 387 (5.3%) | 954 (13.1%) | 1,741 (23.9%) | 2,791 (38.3%) | 3,208 (44.1%) |

出所・注：香港政府ウェブサイトより 感染者はPCR検査及び簡易抗原検査の陽性者合計、累計感染者は第1波からの累計人数、ワクチン接種者は各月末時点の累計人数、ワクチン接種率は分母を政府統計處の2021年12月推定値の3歳以上人口(728.0万人)として算出

② 2022年度予算の概況

香港政府は、2022年度の政府予算案において、前年に引き続き香港市民への電子商品券の発行を行い、新型コロナウイルス流行第5波において影響を受けている業界への支援を打ち出した。その他に2021年度に引き続き、法人所得税・給与所得税の一部減免や観光業の支援なども実施していく予定となっている。

また、重点投資分野として、「スマートシティ」、「地域開発とインフラ」、「社会福祉」、「住宅問題」を挙げ、重点投資を行うことで香港経済の発展を目指している。

③ 外国企業の動向

2022年1月から2月にかけて香港欧州商工会議所が会員企業向けに行った調査の結果、今後1年以内に全面的または部分的に香港オフィスの機能を他国に移転させることを計画している企業が49%にのぼったと公表されている。その理由としては、感染拡大抑止のための厳しい入境時の隔離措置によって、離職率の高まりや、人材採用に困難が生じていることが挙げられていた。2022年5月以降は非香港居住者の入港も許可されるなど、規制緩和の動きがみられており、外国企業の動向の変化が注視される。

多くの日本企業においても、域外からの人材の流入が少ない中、離職率の高まり、人材採用の困難、報酬引き上げの圧力にさらされている事例は多いものと考えられる。また、中国本土と自由に行き来できない現状から、中国市場へのゲートウェイとしての香港子会社の位置づけの見直しを迫られている企業も存在する。その一方、中国・香港子会社の経営の自立性を高め、香港市場への上場を通じて、ビジネスの更なる発展を目指すことへの注目も高まっており、今後の動向を見守る必要がある。

④ ポストコロナ時代の持続的な成長モデル

ポストコロナ時代の持続可能な成長に向け、企業は「デジタル化」「持続可能な社会」という課題への対応が求められている。コロナ禍においてデジタルテクノロジーの進化が加速し、あらゆるもののデジタル化が急速に進んでいる現在、デジタル技術の活用により新たな顧客体験の創出に成功した企業が誕生しやすくなっており、市場のディスラプション、つまりデジタル技術を活用することで業界を

破壊的に変革することが生じやすくなっている。これにより、既存の大手企業が競争に敗れて市場から退出せざるを得ない事例も散見される。また、デジタル技術の活用により劇的なコストの削減や、新たな企業文化や働き方を生み出す企業も生まれている。KPMGが2021年に行ったKPMG グローバルCEO調査2021においても、競争に破壊される前に自らが破壊者になると回答した日本のCEOは72%で、2019年の59%、2020年の61%から大きく増加している。

また、社会からこれまで以上にESG(環境(Environment)、社会(Social)、企業統治(Governance))への対応が求められるようになっており、同調査において、CEOの58%がESG課題に関する報告やその透明性の向上に対する投資家、規制当局、顧客などのステークホルダーからの要求が高まっていることを認識していると回答している。

香港においても、新型コロナウイルスの感染拡大を通じて、市民のデジタルテクノロジーに対する意識に変化を与えている。例えば、新型コロナ対策アプリの活用、電子商品券を活用した経済振興などによって、デジタル化が市民生活に浸透しつつあり、香港政府の目指すスマートシティの実現に向けて市民の意識が変わりつつある。今後、GBAも含めて消費者体験の変革に成功した企業が大きく成長すると考えられる。また、香港政府は2021年10月に気候変動に対する行動計画2050を公表し、気候変動対策とカーボンニュートラル達成のための目標を掲げており、今後の投資が見込まれる。

表6 コロナ禍でのデジタルテクノロジーへの意識の変化

| | 利用が増加したと回答した人の割合 | 今後も利用し続けると回答した人の割合 |
|----------------------------|------------------|--------------------|
| オンラインでの消費 | 70% | 65% |
| デジタル決済/e-ウォレット | 70% | 72% |
| 公共サービスや情報へのオンラインでのアクセス | 65% | 65% |
| 公共サービスの最新情報をモバイル端末で入手 | 64% | 66% |
| リモートワーク | 62% | 55% |
| リモート授業/オンライン学習 | 61% | 55% |
| フードデリバリー/オンラインでのテイクアウトオーダー | 60% | 54% |
| 健康アプリ/デバイスの利用 | 58% | 66% |

出所：KPMGによる調査より

各論

中国繊維アパレル産業の21年回顧と22年展望

繊維部会

2021年の中国繊維産業は、山あり谷ありだった。新型コロナウイルス禍からの欧米アパレル市場の回復と、ASEAN地域などからの“生産回帰”が追い風になった一方、原料高や海運コスト高騰、人民元高、国内でのゼロコロナ政策、電力供給制限、国内市場の成長鈍化など逆風も多かった。

繊維品の輸出は、欧米市場の回復と中国への生産回帰が、マスクや防護服等のコロナ特需反動減の影響を大きく上回り、2014年以来7年ぶりに過去最高を更新した。一方で、収益が悪化した企業も多かった。

21年半ばから新型コロナ禍で苦しむベトナムなどからの生産回帰が始まり、縫製工場や生地工場の稼働率が大幅に高まった。設備投資も活発化し、機械メーカーや部品メーカーが業績を伸ばした。しかし、9月になると石炭不足と政府の環境対策を背景に各地で電力供給制限が採られ、江蘇省蘇州市呉江区や浙江省紹興市の繊維産地の工場は「受注はあるが生産できない」状況に陥った。10月後半から電力供給制限は緩和されたが、供給制限を機に蒸気エネルギーなどが値上がりし、ただでさえ原料高で苦しむ工場の収益を圧迫した。

国内アパレル市場は21年前半、新型コロナ禍を受けた20年2、3月の都市封鎖や行動制限の反動が大きく表れた。衣料品の1～3月社会消費品小売総額は前年比54.2%と大幅増。特にネット通販専門ブランドが好調だった。ところが4月以降、前年同月比の上げ幅が徐々に減少し、8月からマイナスから転じた。

① 2021年の生産

国家統計局によると、2021年1～11月の繊維主要品目の生産量は、紡績糸が2605万ト（前年同期比10.1%増）、生地が357億疋（同8.5%増）で、ともに前年同期実績を上回った。アパレル市場の回復など、新型コロナ禍の反動が表れた。

一方、20年1～11月はコロナ特需で前年同期に比べ14.4%増えた不織布は、同1.5%減の561万トだった。主要品目のうち唯一、前年同期を割った。

化学繊維は6139万トで、同10.3%増えた。北京冬季五輪を機に国内スポーツ市場が成長していることや、世界的にストレッチ性のあるホームウェアなどの需要が拡大していること、また大手素材メーカーが川中投資を積極化していることが背景と見られる。

新型コロナ禍の影響で前年苦戦した衣類生産は、213億着で同8.5%増えた。

【表1】 2021年1～11月繊維製品生産量

| 品目 | 単位 | 生産量 | 前年同期比 増減% |
|--------|-----|-------|--------------|
| 紡績糸 | 万トン | 2,605 | 10.1 |
| 生地 | 億丸 | 357 | 8.5 |
| 不織布 | 万トン | 561 | -1.5 |
| タイヤコード | 万トン | 75 | 24.7 |
| 化学繊維 | 万トン | 6,139 | 10.3 |
| うち合繊繊維 | 万トン | 5,623 | 10.5 |
| 衣類 | 億着 | 213 | 8.5 |

出所：国家統計局など

対象企業：年間主要業務収入2000万元以上

② 2021年の国内消費

21年の社会消費小売総額は44兆823億円で、新型コロナ禍の影響を強く受けた20年上半期の反動により、前年比の名目増減率は12.5%増だった。一方、単月の上げ幅は4月から縮小が続き、12月は前年同月比1.7%増にとどまった。

うち、衣料品(衣類・靴・帽子・ニット品)の21年社会消費小売総額は1兆3842億円で、前年比12.7%増えた。前年同月比の上げ幅は、4月以降減少し、8月からマイナスに転じた。12月は2.3%減の1487億円で、5カ月連続で前年同月実績を下回った。

21年のネット通販小売額は、14.1%増の13兆884億円。物販のネット通販小売額は10兆8042億円で12%増えた。うち衣料品は8.3%増であった。

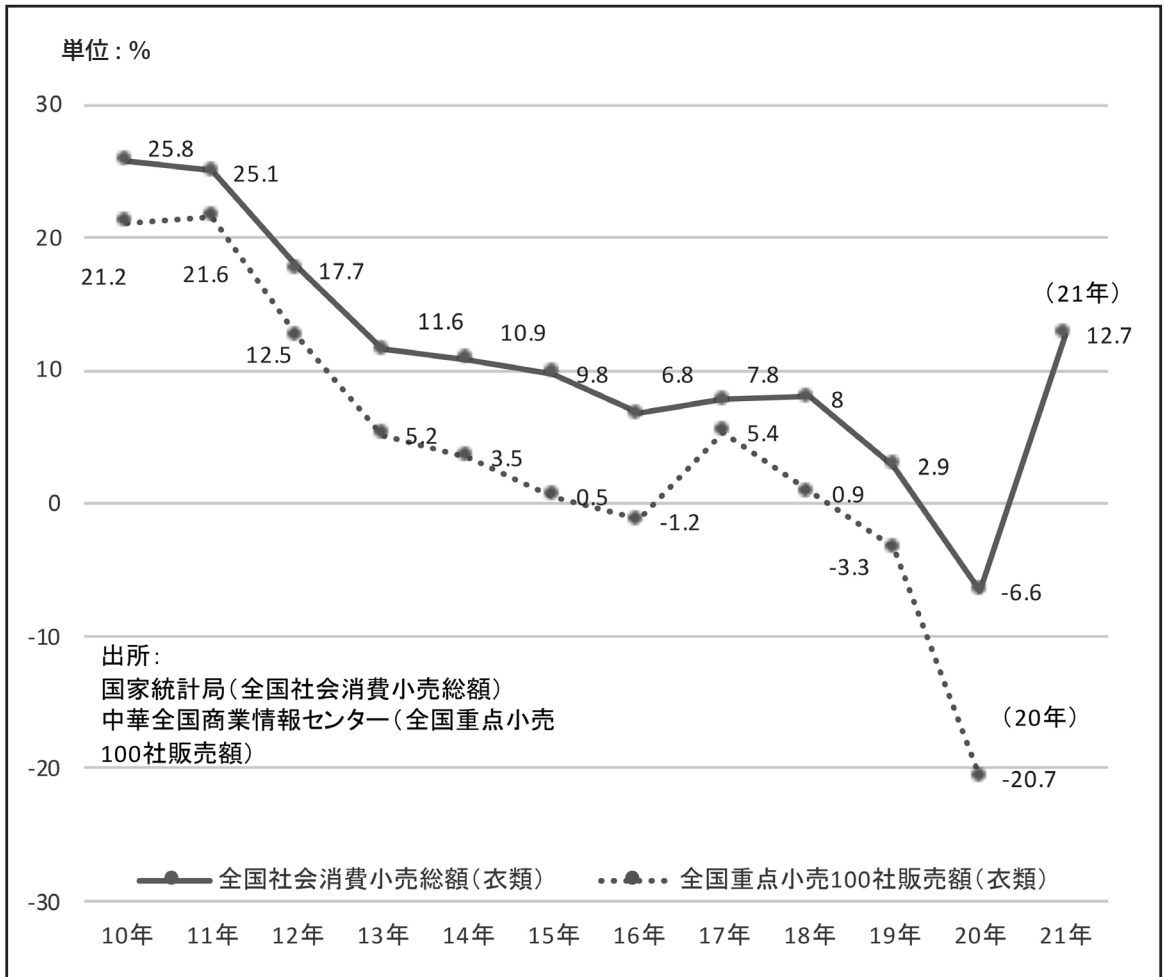
国内アパレル市場は新型コロナ禍後、販売チャネルのネットシフトが加速したことを受け、21年上半期はネット通販専門ブランドやネット通販に力を入れる実店舗型ブランドが売り上げを伸ばした。

下半期はアパレル市況が悪化したことと、ショート動画配信アプリ「抖音(ドウイン)」のライブコマースを使ったKOL(キーオピニオンリーダー)など新興プレイヤーの販売が増えた影響を受け、それまで好調だったネット通販専門ブランドの一部が失速した。

カテゴリー別でみると、高級ファッションブランドとスポーツブランドが総じて好調だった。新型コロナ禍で海外旅行に行けないことから、これまで海外で行われていた高級品消費が国内に回帰したことが、高級ブランドの好調の背景だ。スポーツブランドは、北京冬季五輪などを機にスポーツ人口が増えていることと、ビジネススタイルのカジュアル化が追い風になっている。

消費者としてZ世代(95年以降生まれ)の存在感が高まり、彼らが支持する国内デザイナーブランドを取り扱うセレクトショップの商業施設への出店が目立った。新型コロナ禍後のアウトドアブームで、アウトドアブランドも業績を伸ばした。

【図1】中国衣類販売額の対前年推移

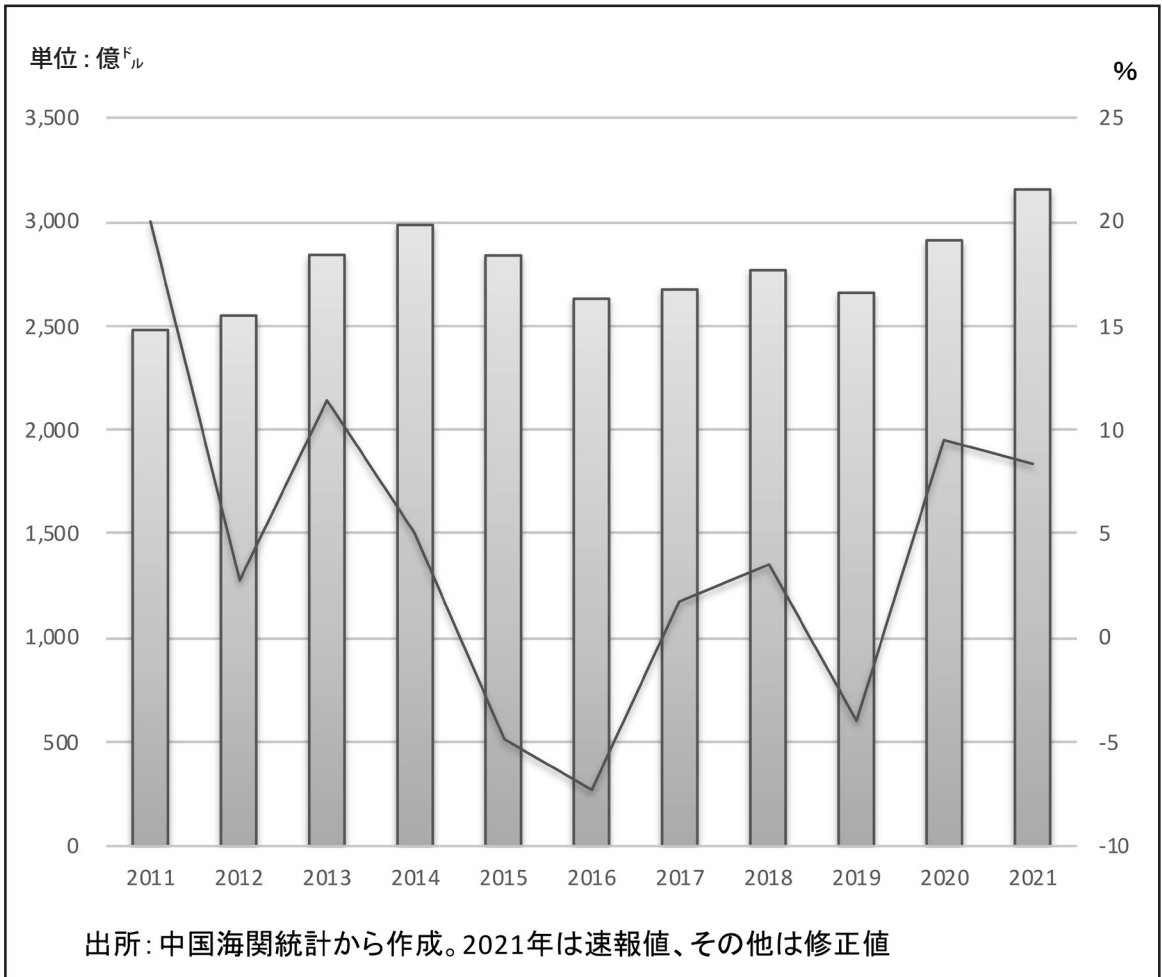


③ 2021年の貿易

中国海関総署によると、紡織品(紡績糸・生地・二次製品)と衣類(服飾雑貨含む)を合わせた21年繊維品輸出は、前年に比べ8.4%多い3155億ドルだった。新型コロナ禍前の19年実績も16.2%上回った。14年以來7年ぶりに過去最高を更新した。マスクなどの反動減があった紡織品は1452億ドルで5.6%減ったが、欧米市場の回復や中国への生産回帰があった衣類は1703億ドルで、24%増えた。

衣類の輸入は、3割増の123億ドルだった。新型コロナ禍の影響で海外旅行ができない中で、海外での高額品消費が国内に回帰したことを映した。

【図2】中国繊維品輸出の年間推移



【表2】2021年中国繊維品輸出入

輸出

| | 2021年1～12月(億ドル) | 前年比増減 (%) | 19年比増減 (%) |
|-----|-----------------|-----------|------------|
| 繊維品 | 1,452 | -5.6 | 20.8 |
| 衣類 | 1,703 | 24.0 | 12.5 |
| 合計 | 3,155 | 8.4 | 16.2 |

輸入

| | 2021年1～12月(億ドル) | 前年比増減 (%) | 19年比増減 (%) |
|-----|-----------------|-----------|------------|
| 繊維品 | 162 | 14.5 | 3.1 |
| 衣類 | 123 | 29.6 | 37.6 |
| 合計 | 285 | 20.5 | 16.3 |

注：繊維品は糸、生地、二次製品。衣類は服飾雑貨含む
出所：中国海関総署

中国紡織品進出口商会在まとめた繊維品の国・地域別輸出では、日本、ドイツ、英国向けは、前年に新型コロナウイルス禍でマスク需要が急伸した反動で前年実績を下回った。米国、韓国向けはアパレル市場の回復により増加した。新型コロナ禍で縫製工場の稼働率が下がっていたバングラデシュやベトナムは後半から稼働が回復し、同地向けの原材料輸出が増加した。

輸入は、イタリアとフランスからの衣類がそれぞれ前年に比べ6割以上の伸びとなり、中国での高級品消費の拡大を映した。ASEAN地域などからの中国への生産回帰や、欧米ブランドの新疆綿忌避の動きを背景に、インドとウズベキスタンからの紡織品も大幅に伸びた。

【表3】 2021年中国繊維輸出入(上位10カ国・地域)

輸出

| 順位 | 仕向地 | 億ドル | 前年比増減% | シェア% |
|----|----------|---------|--------|-------|
| | 全世界 | 3,227.1 | 9.0 | 100.0 |
| | ASEAN地域 | 496.6 | 25.0 | 15.4 |
| | 欧州連合(EU) | 485.1 | -10.0 | 15.0 |
| ① | 米国 | 580.9 | 5.0 | 18.0 |
| ② | 日本 | 203.9 | -6.9 | 6.3 |
| ③ | ベトナム | 177.4 | 18.4 | 5.5 |
| ④ | 韓国 | 104.0 | 11.2 | 3.2 |
| ⑤ | ドイツ | 97.5 | -17.9 | 3.0 |
| ⑥ | 英国 | 92.2 | -28.0 | 2.9 |
| ⑦ | バングラデシュ | 85.8 | 57.7 | 2.7 |
| ⑧ | ロシア | 72.6 | -5.0 | 2.3 |
| ⑨ | オーストラリア | 70.0 | 13.8 | 2.2 |
| ⑩ | マレーシア | 66.0 | 59.9 | 2.0 |

輸入

| 順位 | 仕向地 | 億ドル | 前年比増減% | シェア% |
|----|----------|-------|--------|-------|
| | 全世界 | 284.7 | 20.5 | 100.0 |
| | ASEAN地域 | 82.8 | 21.2 | 29.1 |
| | 欧州連合(EU) | 64.3 | 40.5 | 22.6 |
| ① | ベトナム | 53.6 | 28.3 | 18.8 |
| ② | イタリア | 38.4 | 55.4 | 13.5 |
| ③ | 日本 | 23.0 | 8.9 | 8.1 |
| ④ | 中国 | 20.6 | 3.6 | 7.2 |
| ⑤ | 台湾 | 18.6 | 19.3 | 6.5 |
| ⑥ | 韓国 | 14.0 | -1.89 | 4.9 |
| ⑦ | インド | 12.4 | 53.8 | 4.4 |
| ⑧ | パキスタン | 9.5 | 31.7 | 3.3 |
| ⑨ | インドネシア | 8.0 | 8.4 | 2.8 |
| ⑩ | マレーシア | 7.2 | 10.4 | 2.5 |

出所：中国紡織品進出口商会

④ 2021年の投資

21年の固定資産投資額(農家を除く)は54兆4547億円で製造業の投資がけん引し、前年に比べ4.9%増えた。うち、繊維業は11.9%、化繊は31.8%それぞれ増えた。ASEAN地域などから中国に生産が回帰する中で、川上、川中企業が積極投資をしたことを反映した。人件費の高騰や人手不足に悩まされる衣類・服飾は、4.1%増と伸び悩んだ。

【表4】 2021年繊維製造業の固定資産投資(農村部含まず)

| 業種 | 前年比増減(%) |
|--------|----------|
| 繊維業 | 11.9 |
| 衣類・服飾 | 4.1 |
| 化繊メーカー | 31.8 |

⑤ 2021年の香港輸出

香港紡織商会がまとめた紡織品(紡績糸と生地)と、衣類を合わせた香港の21年繊維品再輸出(輸入した外国貨物の再出荷)は、1072億香港ドルで前年に比べ2.9%増えた。11年以来10年ぶりにプラスだった。新型コロナウイルス禍の反動が表れた。ただし輸出額を見ると、10年前(11年)に比べて6割超も減っている。

主力の衣類再輸出は、660億香港ドルで前年に比べ4.9%増えた。米国などのアパレル市場の回復を反映した。紡織品は413億香港ドルで0.1%減った。マスクなどの防疫関係の反動減と見られる。

4大市場別の衣類再輸出は、米国が11.6%増の179億香港ドル、ASEAN地域が7.1%増の43億香港ドルとともにプラスだった半面、欧州連合と英国が7.4%減の127億香港ドル、中国大陸が0.3%減の97億香港ドルと、それぞれ前年を割った。

4大市場別の紡織品再輸出は、前年に2倍強伸びた米国が8億9千万香港ドルで56.2%減った。同様に前年2倍弱に増えた欧州連合と英国も9億香港ドルで、69%減だった。双方とも防疫関係が大幅に減ったことを映した。中国大陸とASEAN地域は、ともにプラスに転じた。

前年に欧米向けのマスクや防護服を拡大した地場輸出(香港製品の輸出)は、衣類、紡織品ともに前年を割った。

【表5】 2021年香港纖維品商品別輸出額

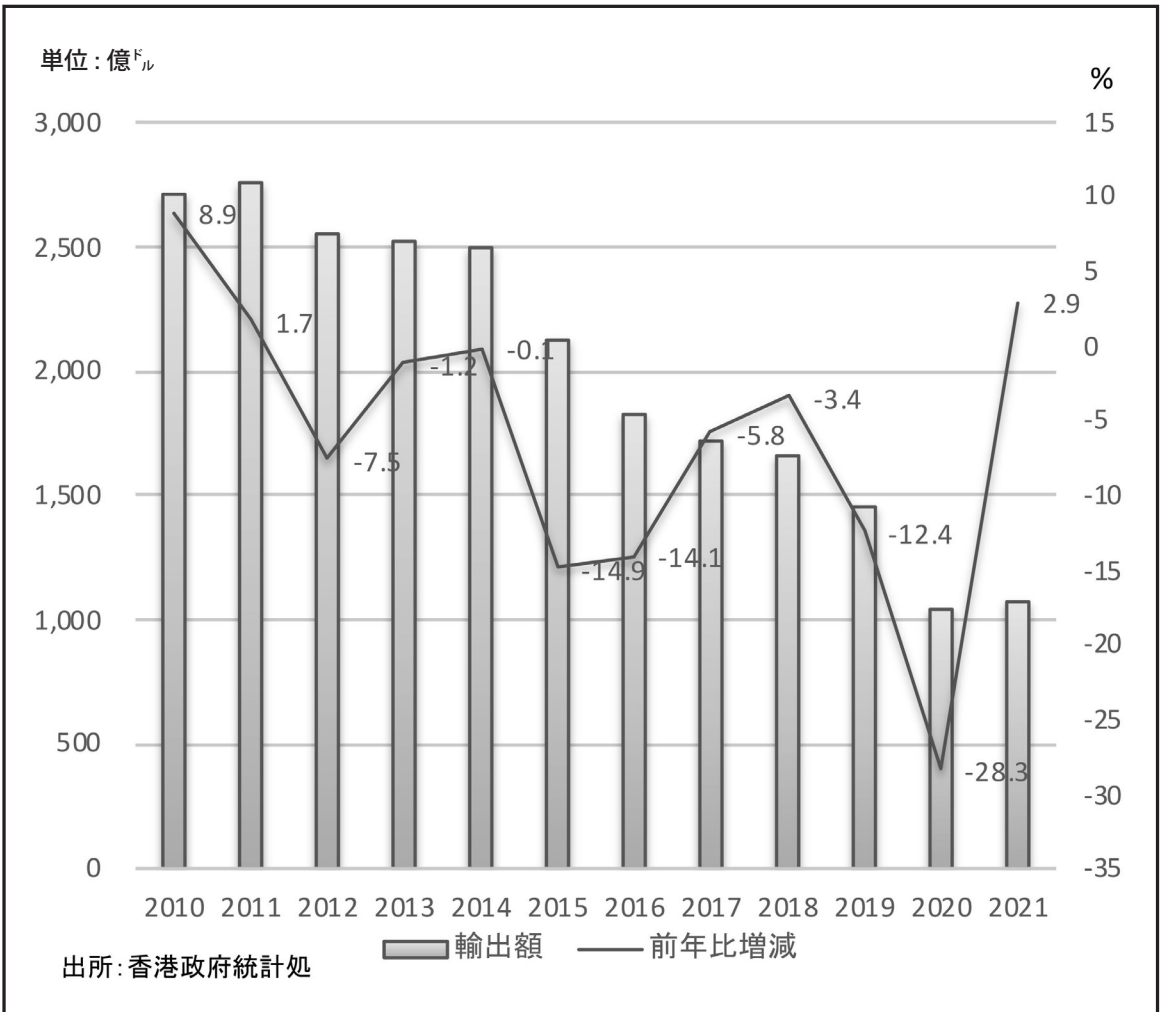
| | 纖維品(紡織品+衣類) | | 紡織品 | | 衣類 | |
|-----------------------|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 再輸出 | 地場輸出 | 再輸出 | 地場輸出 | 再輸出 | 地場輸出 |
| 輸出額(億 ^{ドル}) | 1072.3 | 16.1 | 412.7 | 8.7 | 660.1 | 7.4 |
| 前年比増減率(%) | 2.9 | -13.0 | -0.1 | -11.4 | 4.9 | -14.8 |

【表6】 2021年香港纖維品市場別輸出額(単位：億香港^{ドル})

| 国・地域 | 纖維品(紡織品+衣類) | | 紡織品 | | 衣類 | |
|-----------|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 再輸出 | 地場輸出 | 再輸出 | 地場輸出 | 再輸出 | 地場輸出 |
| 米国 | 187.8 | 5.0 | 8.9 | 0.2 | 178.9 | 4.8 |
| 前年比増減率(%) | 4.0 | -24.6 | -56.2 | -82.7 | 11.6 | -12.9 |
| 中国大陸 | 253.3 | 6.2 | 155.9 | 3.8 | 97.4 | 2.5 |
| 前年比増減率(%) | 1.4 | -8.7 | 2.5 | -1.0 | -0.3 | -18.3 |
| 欧州連合+英国 | 135.8 | 0.4 | 9.0 | 0.4 | 126.8 | 0.1 |
| 前年比増減率(%) | -18.2 | -48.8 | -69.0 | -51.9 | -7.4 | -14.3 |
| ASEAN地域 | 198.0 | 2.4 | 154.6 | 2.4 | 43.4 | 0.0 |
| 前年比増減率(%) | 14.7 | 3.8 | 17.0 | 4.3 | 7.1 | -33.3 |

出所：香港政府統計処(香港紡織商会まとめ)

【図3】 香港繊維品再輸出の年間推移



⑥ 2022年の展望

2022年は、欧米など世界各国がアフターコロナにシフトする中で、衣類の需要回復が引き続き期待できる半面、ASEAN地域の工場が復活し、中国から縫製を中心とした生産が再び同地域に移っている。そのため、22年の輸出は、2021年のような大幅な伸びは見込めないと考える。

国内アパレル市場は景気の鈍化を受け、昨年後半から振るわない。中国政府は経済安定を最優先にする方針で、2021年のような「政策不況」は繰り返さないと見られるが、好材料に乏しい。3月からは新型コロナウイルス感染症が各都市で再拡大し、中国最大の経済都市、上海は3月末から2カ月の間、都市封鎖した。メーカーから小売業、商社まで大打撃を受けた。当面、アパレル市況が大きく好転することはなさそうだ。

ただ、高級ブランドやスポーツ分野には引き続きチャンスがある。アウトドアなどの新しい市場の成長も続く。Z世代の消費者が牽引役となる、新たなマーケットの登場などにより、ファッションビジネスが拡大する可能性もあるだろう。

2021年回顧と22年展望 中国化学業界、 激変する経済環境変化と巨大市場の動向

化学品部会

2020年末に湖北省武漢市で発生した新型コロナウイルスによる世界初の、ウイルス拡散を封じ込めするための全面都市封鎖(武漢封鎖)に踏み切ったが、2021年の中国経済は、第1四半期に18.3%だったが、第2四半期は7.9%、第3四半期は4.9%、第4四半期は4%と減速した。そうした渦中、2021年3月に北京で、次期の中国経済成長や政策方針となる第13期全国人民代表大会(全人代)が行われ、21年から25年までの第14次5ヶ年計画(14・5計画)が、新型コロナウイルスによる都市封鎖という思い切った対応の中で始動した。新型コロナウイルスを徹底的に抑え込む、いわゆる「ゼロ・コロナ政策」を感染者が発生した省や都市レベルで採りながら、継続的な社会インフラ整備への投資や、一部では実経済を上回り、膨大な消費エンジンとなっている世界一と言えるネット・ウェブ経済など14億人の人口基盤を土台に消費余力を引き上げていく「内需経済拡大」が主体。これに海外からの中国に対する投資や、逆に海外市場へ中国企業が投資を行い、その投資効果を国内で循環させるという「双循環」経済体制を主眼に21年の中国経済は幕を開けた。

21年3月5日から北京で開催した全人代において、経済活動の効率化向上が重要指針の1つに示され、特に労働生産性の伸び率について、GDP(国内総生産)成長率を上回るようにする目標が掲げられ、各種工場やサービス産業などでの生産性効率のアップに政策主眼が置かれた。さらに、内需経済拡大を継続させるための安定度を高めるため、主に都市部における失業率を5.5%以内に抑制する事が明確に政府目標として示されている。

中国のGDP成長率は、驚異的な伸びを示していた2010年前後の二けた成長から、段階的かつ緩やかな軌道をこの10年でたどっている。2011年の9.6%から、12年から15年にかけて7%台、16年から19年までは6%台で推移した。2020年は新型コロナウイルス影響による海外経済往来の完全停止等の影響が色濃く、実質GDP成長率は2.3%と大きく落ち込んだ。しかし、2022年1月に発表された中国国家統計局による2021年の主要マクロ経済統計数値によれば、実質GDPは8.1%成長の高い数字を示し、2012年からの7%台成長から年を追うごとに下降線をたどっていた経済成長指標は、2021年にふたたび上昇機運の数字を示した格好だ。ただ、前年の2020年が新型コロナ影響による部分・局所的な経済活動停滞の影響も受けているため、中国の国家統計当局も21年の8.1%成長について「前年の大きな落ち込みによる反動的な要因」と異例のコメントも添えている。しかし、実態経済として、2020年の新型コロナウイルスによる影響を徹底した封じ込め政策で、その時は抑え込んだため、2020年半ばから2021年にかけて、世界各国が新型コロナの影響で経済活動に多大な影響で苦しむ中、当時、「中国は世界で独り勝ち」と称されるほど国内経済を主体にいち早くコロナを抑え込んだ形で順当に成長してきたのは事実。2021年はゼロ・コロナ政策により経済活動への影響を最小限に抑えた結果、中国国内の消費トレンドも大きく落ちる事なく成長に向けられた。これまで海外へ支出されていた中国の国民の消費先も、春節や国慶節などでの国内旅行や国内移動に関わる内需主導型の消費活動が大幅に

増加。中国のネット経済においても、様々な消費につながるキャンペーンが行われた。昨年の中国ECサイトによるタレントの実演販売で「1日で新型口紅が数十億円の販売」など実経済に匹敵する多大なネット経済効果もあり、これらが8.1%増という驚異的な2021年のGDP数字を実質的に支えてきたといっても言い過ぎではないだろう。

また、2021年の中国は前年からの国家目標となる製造強国に連動し、経済戦略の重要指標となる「イノベーション駆動型発展戦略」も全人代で掲げられた。科学技術の自立を国の発展の戦略的な支えとする事が改めて明示され、国家要求として企業や機関などの研究開発費(R&D)を年平均で7%以上とする目標を課し、特に次世代の半導体や農業技術、自動車、ファインケミカル、医薬、高度画像処理、AIやIoT関連などが引き続き、重点強化分野として取り上げられた。これらは中国に取って、戦略的産業の分野であり、同時に既存産業などもチェーン全体で捉えた効率化や生産性向上を促すように示されている。一方、中国経済の基盤や基礎力強化と同時に21年から新たに示されたのが「グリーン戦略」。21年3月の全人代でも、グリーン発展国家計画として、2030年までの気候変動対策において、中国としての国家的な目標数値が打ち出された。「2030年の温室効果ガス排出削減目標達成」方針として、二酸化炭素排出量、GDP(単位当たり)のエネルギー消費量について、それぞれ18%、13.5%引き下げることを国家目標とした。この政策に従い中国各地に点在する国家や省級開発区から相次ぎグリーン産業発展の計画やプランが打ち出される事になるほか、後述する水素産業発展への1つの大きなきっかけとなった事が、今後の中国における経済発展の方向を見る上で重要と言えよう。

2021年の中国エチレン生産量は驚異的な伸びを示した。中国化学産業において主要なベンチマークとなるエチレン生産量は、2020年実績の2,116万トンと比較し、2021年は709万トン増(表1)、前年比33.5%増と3千万トンの更なる大台へ近づいた形だ。2021年の中国化学産業動向をみる上で、このエチレン生産増は同国の内需経済、とりわけ各種化学材料や高機能プラスチックなど、1人当たりの樹脂消費量で見ても、数年前から数倍以上に膨れ上がっており、化学品の内需消費と、その規模も着実に増大しているのがエチレン生産量の伸び率からもうかがえる。

表1 中国のエチレン生産量推移

| | | | |
|-------|---|----------|----------------|
| 2015年 | → | 1,715万トン | |
| 2016年 | → | 1,781万トン | |
| 2017年 | → | 1,822万トン | |
| 2018年 | → | 1,841万トン | |
| 2019年 | → | 2,052万トン | 同年に2千万トンの大台を突破 |
| 2020年 | → | 2,116万トン | |
| 2021年 | → | 2,825万トン | |

参考) 2022年1月、中国石油・化学工業連合会(本部北京)によれば、

2022年は3千万トン超は確実な情勢という。

出典：中国石油・化学工業連合会(本部北京・CPCIF)まとめ

また、中国石油・化学工業連合会(CPCIF)の発表によれば、2021年における中国化学産業の利益総額は前年比126.8%増の1兆1600億元(約21兆872億円)を確保しており、数年前から同国の化学産業が取り組んできた、汎用品から高付加価値・競争力の高い化学品や化学材料への生産シフト政策が、利益面に反映されてきた。石油を含む石油・化学産業全ての売上総額は14兆4,500億元、そのうち化学産業のみの売上高は前年比31.1%増の8兆6,637億元と過去最高数字に達している。好調な2021年の中国化学産業においては、国内需要の順調な市場拡大に加えて世界的な資源・原燃料高による化学品の世界的な価格高騰による設備操業の拡大、利益面への効果も大きい。エチレンやプロピレンといった基礎化学品原料でみると、中国は2021年に利益で前年比約3倍の水準に跳ね上がっており、世界を覆っている原料高騰と市況タイトが中国産の化学品原料の値段も必然的に押し上げ、これが長期に続いた結果が過去最高数字の中国における化学工業の売上総額につながった。

中国内における化学工業全般の設備・生産系事業所の稼働率も年間を通じて約80%と高水準をマークしており、エチレンを含む基礎化学品の生産数量も前年比6.7%増と高く、エチレンは表1のとおり前年比33.5%増、無機化学品の代表格となるカ性ソーダも同5.2%増の3,891万トン記録している。また、中国は無機化学品においても、ベースとなる原料石や天然鉱石が価格高騰しており、無機化学品全般で、ほとんどの製品が価格上昇している。CPCIFによれば、アンモニア、尿素、カリ製品、化成肥料なども軒並み価格アップしており、基礎的な無機化学品や無機化学原料の価格高騰は、過去の10年間で最高水準に達したという。同様に国内向け出荷に加え、石油や化学品の輸出も2021年を通じて高い伸びを示しており、輸出入総額は過去最高額を記録した。特に化学肥料やベンゼン、エチレンといった基礎に近い化学品の輸出増が2021年の特徴で、化学肥料の輸出は前年比12.9%増の3,289万トン、ベンゼンは同41.1%増などが目立った。歴史的な原料全ての価格高騰は中国内における設備稼働率向上と同時に短期的な投資拡大も生んでおり、20年に1.2%と低調だった化学原料・化学製造業の投資伸び率は2021年に15.7%増と大幅に回復している。

また、中国の化学産業とならび重要な経済成長指標となる自動車生産においても、2021年は反転回復への動きが顕著となった(表2)。2021年からスタートした14・5計画の1年目で、中国自動車生産の趨勢も注目されていたが、2021年の自動車生産は前年比3.4%増の2,608万台と前年からは着実に伸長したほか、13年連続で自動車生産世界一の規模を更新した。また、特筆すべき動きの1つが中国から他国市場への自動車輸出の伸びだ。中国自動車工業協会によれば、上海汽車、奇瑞汽車など中国が国策で進める中国民族系自動車メーカーの他国市場向け輸出が2021年、初めて200万台を突破した。東南アジアのタイやインドネシアなどで、なかなか車両生産や他国輸出の数字が伸びないなか、中国メーカーの自動車輸出が着実に進展しており、欧州やアフリカ、第3国市場などで伸びている。さらに中国が進める新エネルギー車両(電気自動車等)も2025年の20%比率(中国の全自動車生産のうちの比率)、2030年に40%比率という目標が着実に進んでいる。

表2 中国自動車産業の推移

| | | | |
|-------|---|-----------|---------|
| 2016年 | → | 前年比14%増 | 2,600万台 |
| 2017年 | → | 前年比13.1%増 | 2,940万台 |
| 2018年 | → | 前年比5.4%減 | 2,781万台 |
| 2019年 | → | 前年比7.5%減 | 2,572万台 |
| 2020年 | → | 前年比2%弱減 | 2,523万台 |
| 2021年 | → | 前年比3.4%増 | 2,608万台 |

出典：2022年4月・中国自動車工業会速報

2022年展望

2022年、中国政府は年間経済成長率(GDP)の目標を5.5%と位置づけ、2022年の1月、2月、3月と中国各地の主要経済指標や民間の経済活動も安定的かつ好調な形でスタートを切った。2022年4月、中国国家統計局から2022年第1四半期(2022年1月-3月)の実質GDP成長率が発表されたが、前年同期比4.8%と、当初の国家予想だった5%には届かなかったものの、おおむね、中国の実態経済を反映した格好となった。産業全般の投資も前年同期比9.3%増、社会インフラ向け投資の伸びも8.5%増(同8.1%増)、となり、消費指数も3.3%増だった。消費指数のうち、飲食サービスや衣類等の売上は3月単月で前年同期比3.5%とマイナス成長となった。ただ、ECサイトによるウェブ消費は着実な拡大となっており、前年同期比8.8%増と実消費を含む全体の23%までネットを介した消費が上昇している。工業生産出荷も6.5%増だったが、3月単月で鋼材、原燃料、産業用機器などがマイナス成長となり、2021年までの勢いに陰りが見られ始めた。

2022年4月、人口約2,600万人の中国上海市に激震

中国の広州や西安など2022年3月まで散発的にコロナ発症者が見られ、それらを抑え込む「ゼロ・コロナ政策」が都市や省ごとに採られてきた。2022年3月下旬から中国上海市浦東新区で新型コロナウイルス(オミクロン)が急増し、中国国内で最多の感染者数に到達した事から中国北京中央政府は上海市へ「都市封鎖」を指示、事実上、習近平総書記の「ゼロ・コロナ政策」堅持と政策推進から、世界的な大都市の上海が物流を含め、完全なロックダウン下におかれた。ロックダウン時の様子は、当時のニュースやウェブに詳細が報道されており割愛するが、本原稿を執筆している2022年6月初頭段階、上海市は段階的なロックダウンの解除に移行している。今夏ごろには正常な都市活動に戻っている公算も大きい。4月から6月初頭まで、約2か月間にわたり封鎖された「世界の大都市」は中国の工業生産や自動車、電子・半導体、自動車など世界的な産業チェーンを持つ各分野の産業にも多大な影響をもたらし、はからずも上海市は、全世界のサプライチェーンと密接につながっている事がロックダウンで明白となり、上海経済は世界と連動している事を改めて知ることになった。

ロックダウンで部品や材料調達に支障が発生、日本国内のトヨタ自動車の主要工場が、軒並み生産停止や生産調整に追い込まれたほか、家具やゴミ袋のポリエチレン袋も一部の日本の都市は、ほぼ全量上海市を通じ輸入していたため、日本の国内店頭でゴミ袋が入荷されないという事態も引き起こした。

上海市は直轄都市として市総生産で約4兆元のGDP数値を持ち毎年、2から3%前後の伸び率で経済をけん引・拡大させてきた。2021年時点の中国全体のGDP生産額は約102兆元なため、いずれ上海市は中国全体GDPの約10%を占める方向性が見えており、名実共に巨大経済都市へ向かい始めていた。また、上海市の一人当たりGDPは約15万元と、中国全体平均の7万元から見ても突出しており、1人当たりのGDP生産額は平均中国の2倍という「高付加価値経済」の都市でもあった。

その矢先、習主席が堅持する「ゼロ・コロナ政策」により、上海の経済活動が2か月間にわたり完全ストップしたため、明らかな経済成長への影響が顕著になった。上海市の市統計局が4月下旬に発表した2022年の第1四半期(1月から3月)経済概況で、上海市の域内総生産(速報値)成長率は、前年同期比で3.1%と低水準にとどまり、前年同期で17.6%増を誇っていた高成長路線が明らかに停止した。特に上海市では、ゼロ・コロナ政策で2022年3月後半から経済活動への影響が顕著となりはじめた。需要統計でも、上海市の消費動向を示している社会消費品小売総額は前年同期比で3.8%減とマイナス成長。2021年同時期は48.9%増と消費経済も非常に好調だったため、大幅悪化と言える。新型コロナウイルスを抑え込むという「ゼロ・コロナ政策」の影響で上海市の3月の外食売上高は40%減、自動車販売も約40%減、衣類・繊維も30%減と消費もけん引していた上海市にとって、完全ロックダウンが続いた4月、5月も含めると、ある意味、経済優等生の上海市にとって「屈辱的な経済のマイナス数字」が第2四半期以降にも明らかになるだろう。

中国の化学産業を示すうえで重要な生産基地である金山区にある上海化学工業区をはじめ、上海第二化学工業区や周辺の加工園区を含めると大型の化学産業が上海市に立地している。「ゼロ・コロナ政策」により、こうした化学工場も軒並み生産停止、稼働縮小に追い込まれ上海市の大手日系化学企業によれば「1か月半程度の完全生産停止」状態が続いた工場もある。2022年5月中旬以降、上海市政府から「工場での人の出入りがなければ生産再開」という公示のもと、数週間にわたり全従業員や日本人総経理も含め、工場に寝泊まりして生産再開に注力する日系化学企業のニュースも記憶に新しい。詳細な数字は今後の発表待ちだが、中国の経済成長を示すベンチマークの1つである2022年の1月から6月までのエチレン生産量に、4月、5月の上海市のロックダウンによる数字的影響がどの程度であるかが注目されるところだ。上海市には上海化学工業区に上海石化という中国の七大石油精製基地で重要な一角を占めるセンター会社があり、この上海石化を中心にダウンストリーム企業が日系、欧米系を含めて集積している。この上海石化のエチレンを含む全体の設備操業状況が、中国の全体エチレン生産に少なからず影響を与える事になるだろう。中国北京のCPCIFは、2022年初頭、21年と比較し、本年の伸びは一定鈍化の見通しを示し上期成長率は低く、下期に挽回生産する「前低後高」としており、後半以降の挽回生産が2022年中国化学産業全体にとっても、キーの1つとなる。

また、今後の中国化学産業動向をみる上で重要となってくるのが、水素・カーボンニュートラルに関わる中国開発区の動き。中国各地でグリーン水素の製造・利用が本格化しており、今後、中国の化学産業における付加価値化を押し上げる潮流の1つになる可能性がある。石炭産地では規制を逆手にとりグリーン水素製造に乗り出す動きがあるほか、天津市では、水素ステーションの稼働普及も進んでいる。また、河北省も水素エネルギー産業発展計画をまとめたほか、中国の化学系最大手、中国石化も14・5計画中に中国トップの水素エネルギー企業を目指す方針を打ち出しており、各地で水素に関わる投資を活発化させている。このため、中国で化学系事業やビジネスを行う日系各社も、従来の環境や生分解性樹脂、高機能化学品やファインケミカルといった日系各社が強みを持つ化学分野に加えて、水素やグリーンエネルギー分野の動きも2022年は注目していく必要があると言えそうだ。基礎化学品分野のエチレン生産は、おそらく3千万トンを超え、自動車生産も大きな変動要素がなければ、

再び3千万台という自動車生産を行ってきた国で、どの国も達成していない未曾有の生産数量に到達する可能性もある。日本や欧米等の一般報道とは異なり、2022年も下期挽回型で経済発展を戻していく動きが強まりそうだ。

2021年の回顧と展望

山田 直樹

株式会社フジタ 国際事業部香港支店

1. 2021年の香港情勢

2021年も新型コロナウイルス感染の話題からは避けられない1年となった。久しく域内感染者ゼロを誇っていた香港であるが、2022年1月から始まった第5波による感染が急拡大しており、2022年3月には連日2万人の感染者と300人近い死者が出ていた。この死亡率は世界一位で、死者の95%が60歳以上とこのことから、高齢者のワクチン接種率の低さと高齢者施設でのクラスターが原因とみられている。香港政府は香港市民へのサポートとして2020年7月に10,000香港ドル、2021年8月に5,000香港ドルという給付金支給を行った。今年4月には再び10,000香港ドルの給付金が支給された。

香港がここ数年で大きく変貌を遂げた一つに、2020年6月30日に施行された国家安全維持法がある。この制定により、民主化運動は違法とみなされ、過去に遡って民主活動家は次々逮捕されることとなった。その状況下で実施された2021年12月19日の立法会議員選挙では、民主派議員の徹底した排除が原因となり、選挙当日は公共交通機関を無料とする投票キャンペーンを行ったにもかかわらず、投票率は30.2%となり中国返還後の過去7回の選挙で最低の投票率となった。国家安全維持法は香港市民の生活にも影響を与え始めた。施行から約1年半で海外移住者は20万人となった。2021年中・高生の学校退学者は4,500人に上っており、このほとんどは海外移住が目的とされている。また英国の特別ビザ申請には既に10万人以上が申し込んでおり、香港居民に保有が認められた海外在住英国国民パスポートの保有者とその扶養家族らに5年間の居住権を認め、更に1年滞在すれば市民権も申請可能という英国政府の緩和も発表されている。このことは建設業界のみならず、各界における人材不足を招く原因になっている。2021年になって技術者が海外に流出するという事態が目立つようになってきた。有能な技術者の流出、又は有資格者の流出は、それを補うための在港技術者の確保を難しくしている。長期にわたる海外からの来港者に対する隔離政策が起因して、海外から補充をすることも容易ではなく、これらはただコストアップに直結することとなっている。

明るいニュースとしては、東京オリンピックでの香港人選手の活躍がある。香港からは46人の選手が出場し、過去最高の6個のメダルを獲得した。フェンシングでは香港史上二人目となる金メダルを獲得したのは記憶に新しい。躍進の背景には2008年北京五輪後、香港政府はスポーツ事業に注力してきた点にある。香港体育学院(国家トレーニングセンターに相当)3億香港ドルを投入し新施設を建設、世界屈指の技術を導入して選手育成を図っている。

2. 2021年の経済動向

香港経済は、2019年の抗議活動に始まり、その翌年から始まったパンデミックが起因して過去2年間に深刻な景気後退を経験した。2021年は香港の対コロナ施策“ダイナミックゼロ”が功を奏し経済は回復基調となり、上半期は前年比7.8%の成長に転じた。第3四半期、第4四半期もそれぞれ5.5%、4.8%の堅調な伸びを見せ、2021年全体では6.4%の成長であり、2022年はコロナ第5波の影響はあるものの、2～3.5%程度の成長が予測される。未だ回復途上のインバウンド観光の早期復活も望まれている。

2021年は環境関連においても大きな発展があった。環境アクションプラン2050が発表され、脱炭素化に向けて多くの経済的プログラムが実行されつつある。各経済界は新たな商機を見出そうとこの流れに乗ることに精力を注いでいる。香港貿易発展局主催のEco Expo Asiaは今年で17回目を迎えるが、その規模は拡大しつつある。日本企業も積極的に参画を行っており、香港日本人商工会議所の環境委員会が発起人となり、商工会会員企業が環境エネルギーをテーマに出展を行った。日系建設会社も再生エネルギーへの取り組み、建設現場におけるリサイクル関連の取り組みを紹介した。

3. 2021年の建設業界

1961年に日本の建設会社が香港進出を果たして60年以上が経過するが、ここ数年の受注環境は最も厳しい状況にあると言えるだろう。新しい中国系ゼネコンの来港が増加、特に数百億円規模の大型プロジェクトでは、それら新参の中国系ゼネコンが台頭している。香港地場のゼネコンと古くから香港にいる中国系ゼネコンが新興勢力と対峙する構図となり、厳しい受注競争が繰り広げられている。このような状況下で受注を獲得するためには、コストの低減提案だけではなく、低利益入札を行わざるを得なくなっている。受注可能な入札時の工事益率は良くて1～3%、一般的にはゼロに近い数字での受注が殆どである。プロジェクトにおける利益確保は、受注決定後に契約、図面などの様々な根拠をもとに、発注者に対して不備、差異、合理性等を説明・交渉をする事で追加工事益を獲得していくというシビアな状況が続いている。

香港における建設投資総額に目を向けてみる。2007年から順調に増加を続けた建設投資総額が2017年にピークを迎えて以降、2020年までの3年間で約25%の下落となり、建設業界にとっては大変厳しい期間を過ごすことになった。大規模な反政府デモが発生し、そしてデモの鎮静化と同時に新型コロナの問題が発生したことで、長期にわたる政府業務の進捗への影響、公共事業そのものの需要滞りが主原因だったわけだが、2021年度になってからは徐々に景気の戻りを実感するようになっていた。実際に「資料1」のデータが裏付けるように、全項目について投資の増加がみられ、全体としては前年比+2.5%程度の増に転じている。建設マーケットへの活気は確実に戻りつつあり、それは継続すると考えられている。

土木関連工事では、2024/2025年にリニューアル開港が予定される香港国際空港の工事が急ピッチで進んだ。新滑走路に着陸する最初のフライト予定が早々と発表され、建設会社はこれを守るべく突貫体制で工事を行ってきた。空港に近接する東涌地区では、埋め立て造成工事がピークになっており、本年だけでも1,000億円近い工事発注が実行された。また地域環境の改善、土地のさらなる有効活用のために汚水処理場の新設・移設計画が実行され800億円近くが投資された。建築関連工事では、政府施設や、漢方医療を中心とした病院の建設で1,500億円以上が投じられた。また環境関連では食品、バイオマスなどのリサイクル施設、脱炭素化に向けたプロジェクトも多く発注されてきている。

4. 2022年の業界展望

香港の面積は東京23区の約2倍にあたる1,100㎓で、そのうち60%は山林が占めている。人口748万人と、建設投資の大部分が40%の平地・市街地エリアに集中している。公共工事の施工資格を持つ建設会社(※設備電気関連、昇降機、杭工事等の専門業種を除く)は400社程度で、建設業界に従事する労働者は10万人を超える。

政府発表の2021年施政方針演説では、暮らしの改善、住みよい街づくりが提言された。油麻地・旺角地区の再開発を加速し、また再開発可能エリアの計画調査を実施する。ここ数年の市街地計画の基本方針では、地下空間や地上空間の有効活用が示されている。地表面のスペースでは遊歩道や緑化計画を採用し、市民の憩いの場やアスリートの強化を図る場になっている。経済推進力というテーマでは、香港科技园、サイバーポート、エアポートシティにおいてより発展した開発計画を実施し、研究開発、科学技術発展、人材育成のプラットフォームとする。そのために100ヘクタール規模の新たな土地を造成し、鉄道を誘致する。これらの計画を実現するために、3兆3,000億円のインフラ投資予算が承認され、今後数年間で毎年1兆5,000億円規模の投資を実行するとしている。また高騰する住宅価格を背景とした市民の不満を解消するために、今後10年間で33万戸の公共住宅を供給する計画も発表されている。

見事な大判振る舞いであるが、現在の香港議会では民主派議員が存在しないために反対意見が出ることはないだろう。かつては立法議会において、民主派のフィリバスターによる法案の先延ばしが多々見られていたが、今後は法案の即時可決が順調に進んでいくと思われる。社会主義が垣間見える香港において、建設業界の今後10年はまさに追い風となっている状況ではないだろうか。

具体的な計画としては、香港地下鉄(MTR)が挙げられる。これは鉄道発展戦略2014で示されたもので、新線と既存線の延伸を含めた6路線で成り立っており、予算合計は1兆5,000億円を超えている。屯門、東涌、北部エリアの計画から入札が始まり、再来年から順次着工されるが、計画全体の完成は2030年以降とされている。2022年に入ってから、MTRは積極的にウェビナーを利用して自社の建設プロジェクトを業界各方面に対して幾度も情報発信を行ってきている。MTRのプロジェクトと言えば、2007年の「香港10大プロジェクト」において総額で1兆円を超える建設計画が実行されたが、これらは完成までに数多くの問題が噴出したことは記憶に新しい。プロジェクトの過度な集中と未熟な基本計画が原因とされているが、15年が経過して二度と同じ失敗は繰り返さないというMTRの強い決意を感じるような情報発信となっている。香港国際空港関連では、空港のリニューアル開港に伴って、空港の既存エリアや周辺エリアにおいて、巨大化する空港をサポートするための施設建設が次々と計画され、施工されている。このエリアだけでも今後3~4年間にわたって毎年1,000億円規模の建設計画が現実化している。

さらに次の10年では、香港の発展計画の主体は近接する中国・深圳との融合であり、それを具現化するための土地開発とインフラ開発である。香港の都市開発は北部都会区(Northern-Metropolis)と呼ばれる北部エリアに集中していく。800ヘクタール超の土地造成、深圳と香港を結ぶ鉄道、九龍から北部都会区へのアクセスを容易にする新鉄道、道路の計画である。この計画は次期政権にも引き継がれることが確実になっている。

巨大計画が目白押しであり、建設業界にとっては喜ばしい事であろう。しかし資料2を見てもわかるように当面は建設価格の高騰が続いていく事がうかがわれる。そしてそれはコスト優先市場の改革に至ることはないと考えられる。政府関係者の話によれば、日系建設会社の年間総受注金額は、20年ほど前は香港の建設受注総額の20%以上を占めていたが、昨今では僅か1%にまで低迷している。受注総額に

おける日系企業シェアの主な低下の理由は、中国系建設会社の台頭によるものとされている。香港建設市場における日系建設会社は、進出以降60年と長きにわたって業界をリードしてきたが、現在のコスト競争下においてのメインプレーヤーは中国系企業に代わっていることを裏付けている。

2022年5月8日には5年に一度の行政長官選挙が予定されている。新長官の就任予定日は返還記念日でもある7月1日。現長官の再出馬はなく、警察畑出身の李家超氏が立候補を届け出た。今回は中国政府の意向を汲んで立候補は一人に絞られているようで、マニフェストの発表もないまま選挙委員の半数以上の信任票を得ている。その結果、5月8日の投票を待たずして李氏の行政長官当選は確実となった。

政策が不透明な次期香港トップに香港市民は何を求めるのか、ここ香港で長く続く政治不安のトンネルから抜け出すための光を照らすことを切に願う。

資料1 香港の建設受注額推移

(単位：百万香港ドル)

| YEAR | QUARTER | ANALYSIS BY SECTOR | | | ANALYSIS BY PROJECT | |
|------|---------|--------------------|--------|---------|---------------------|------------|
| | | TOTAL | PUBLIC | PRIVATE | BUILDING | CIVIL ENG. |
| 2021 | 1st | 33,506 | 15,339 | 18,167 | 20,928 | 12,578 |
| | 2nd | 30,812 | 13,758 | 17,054 | 19,087 | 11,725 |
| | 3rd | 34,224 | 15,620 | 18,604 | 21,696 | 12,528 |
| | *4th | 36,451 | 16,343 | 20,108 | 23,919 | 12,532 |
| | Total | 134,992 | 61,059 | 73,933 | 85,630 | 49,362 |
| 2020 | 1st | 33,506 | 15,647 | 16,083 | 20,475 | 11,255 |
| | 2nd | 30,812 | 13,489 | 17,155 | 18,988 | 11,656 |
| | 3rd | 34,224 | 14,303 | 17,940 | 21,021 | 11,222 |
| | 4th | 36,451 | 17,685 | 19,400 | 23,489 | 13,596 |
| | Total | 131,701 | 61,123 | 70,578 | 83,973 | 47,729 |

* Provisional figure

出展：Hong Kong SAR Development Bureau

Gross value of construction works performed by main contractors

資料2 土木工事の建設工事金額指数

| Year | Quarter | Total |
|------|---------|-------|
| 2021 | 1st | 121 |
| | 2nd | 130 |
| | 3rd | 136 |
| | *4th | 118 |
| | 年平均 | 126 |
| 2020 | 1st | 113 |
| | 2nd | 110 |
| | 3rd | 110 |
| | 4th | 104 |
| | 年平均 | 110 |
| 2019 | 1st | 94 |
| | 2nd | 102 |
| | 3rd | 98 |
| | 4th | 103 |
| | 年平均 | 99 |

* Provisional figure

出展：Hong Kong Development Bureau

Civil Engineering Works Tender Price Index (CEWTPI)

基準値：2010年=100

資料3 建築工事の入札金額指数

| Year | Quarter | Total |
|------|---------|-------|
| 2021 | 1st | 1,631 |
| | 2nd | 1,620 |
| | 3rd | 1,640 |
| | 4th | N.A. |
| | 年平均 | 1,630 |
| 2020 | 1st | 1,641 |
| | 2nd | 1,623 |
| | 3rd | 1,618 |
| | 4th | 1,625 |
| | 年平均 | 1,627 |
| 2019 | 1st | 1,695 |
| | 2nd | 1,686 |
| | 3rd | 1,675 |
| | 4th | 1,652 |
| | 年平均 | 1,677 |

出展：Hong Kong Development Bureau

Building Works Tender Price Index (BWTPPI)

基準値：1970年=100

資料4 日系建設各社の2021年受注状況

| 業者名 | 受注工事名(日本語通称) | 受注額 (千 HK\$) |
|----------|-----------------------|-----------------|
| 五洋建設株式会社 | A社施設整備工事 | 39,800 |
| | 私立学校既存校舎改修工事 | 136,400 |
| | 大学メインエントランス改修工事 | 49,800 |
| | 大学宿舎新設工事 | 186,402 |
| 西松建設株式会社 | Y社内装工事 | 2,226 |
| | MTR雑件工事 | 18,116 |
| 株式会社フジタ | 香港国際空港C21W08 | 15,900 |
| | 香港空港P568 ミッドフィールド関連工事 | 9,200 |
| | 香港空港C3301 北滑走路誘導路関連工事 | 26,900 |
| | 香港空港C3310 北滑走路改修工事関連 | 28,900 |
| | マカオAPM プロジェクト追加工事 | 2,000 |

*各社提供による

*業者名はあいうえお順

資料5 日系建設各社の2021度手持ち工事状況-

| 業者名 | 手持ち工事名(日本語通称) |
|----------|-----------------------------|
| 五洋建設株式会社 | ヘブンオブホープ病院拡張工事 |
| | ツンムン総合リハビリ施設新築工事 |
| | トレジャリービルディング新築工事 |
| | 香港政府データセンター新築工事 |
| | MTR 1121工区海底トンネル建設工事 |
| | トンチョン- シウホウワン下水道工事 |
| | チュンカンオー水道管敷設工事 |
| | クイーンマリー病院ジェットファンルーバー設置工事 |
| | カイトック再開発4期工事 |
| | C社 サイロ建屋工事 |
| | 香港大学 教育関連施設新築工事 |
| | K社 総合施設新築工事 |
| | A社施設整備工事 |
| | 私立学校既存校舎改修工事 |
| | 大学メインエントランス改修工事 |
| | 大学宿舍新設工事 |
| 西松建設株式会社 | Y社内装工事 |
| | フーシャン建設工事 |
| | MTR雑件工事 |
| | 何文駅周辺 法面植栽工事 |
| | 香港地下鉄南港線 南風トンネル及び換気塔建設工事 |
| 株式会社フジタ | 香港国際空港P568 ミッドフィールドエプロン開発工事 |
| | 香港国際空港C3301 北滑走路誘導路工事 |
| | 香港国際空港T20S004 |
| | 香港国際空港T20S013 |
| | 香港国際空港C20W10 |
| | 香港国際空港C20W026 |
| | 香港国際空港C20W02 |
| | マカオAPM プロジェクト |

*各社提供による

*業者名はあいうえお順

第4章 ● 精密機械

時計業界の回顧と展望

岡島 康雄
SEIKO Hong Kong Ltd.

1. 腕時計

2021年の回顧

2021年の香港からの腕時計の輸出は、2020年に対して数量は16.2%、金額は30.4%増加した。2020年がCOVID-19の影響により、対2019年で数量30.1%減、金額23.4%減と大きく落ち込んでいたので、2021年は金額ベースで2019年並みに回復した状況である(数量は2019年比で81.2%)。

地場輸出・再輸出の内訳については、引き続き地場輸出の占める割合は非常に僅かであり、再輸出がほぼ100%を占めている。

機種別では、引き続きアナログクォーツ(以下AQ)の全体に占める割合が大きく、数量で80.4%、金額で61.7%であった。対2020年では、数量27.0%増、金額25.3%増となった。ただし、2020年は対2019年で数量32.5%減、金額31.3%減であったため、2019年の水準までには回復していない。

デジタルクォーツ(以下DQ)は、対2020年で数量15.9%減、金額2.9%減と、前年に続き、数量、金額とも減少となった。

コンビネーションクォーツ(以下CQ)は、前年の増加から一転し、数量で同26.3%、金額で同26.0%の減少となった。

メカニカルウォッチ(以下MW)は、数量で同24.3%増加し、加えて平均単価が同32.0%上昇したことから、金額では同64.0%の増加となった。(以上、表1参照)

表1. 過去3年間の腕時計(ウォッチ)機種別輸出実績(1-12月)

出所: Census and Statistics Department

A) アナログクォーツ (AQ) code:91021100

[単位] 数量:千個、金額:千HK\$, 平均単価:HK\$, %は前年からの増減

| | | | 地場輸出 | % | 再輸出 | % | 輸出総合計 | % |
|-------|------|-------|-----------|---------|------------|--------|------------|--------|
| | 数量 | 千個 | 58.0 | +89.0% | 149,563.0 | -6.8% | 149,621.0 | -6.8% |
| 2019年 | 金額 | 千HK\$ | 4,227 | -42.6% | 23,474,969 | -7.1% | 23,479,196 | -7.2% |
| | 平均単価 | HK\$ | HKD 72.9 | -69.6% | HKD 157.0 | -0.3% | HKD 156.9 | -0.4% |
| | 数量 | 千個 | 13.2 | -77.3% | 101,008.4 | -32.5% | 101,021.6 | -32.5% |
| 2020年 | 金額 | 千HK\$ | 2,452 | -42.0% | 16,120,792 | -31.3% | 16,123,244 | -31.3% |
| | 平均単価 | HK\$ | HKD 186.0 | +155.2% | HKD 159.6 | +1.7% | HKD 159.6 | +1.7% |
| | 数量 | 千個 | 5.5 | -58.2% | 128,261.9 | +27.0% | 128,267.4 | +27.0% |
| 2021年 | 金額 | 千HK\$ | 1,997 | -18.6% | 20,192,894 | +25.3% | 20,194,891 | +25.3% |
| | 平均単価 | HK\$ | HKD 361.6 | +94.4% | HKD 157.4 | -1.4% | HKD 157.4 | -1.4% |

B) デジタルクォーツ (DQ) code : 91021200

(単位) 数量：千個、金額：千 HK\$、平均単価：HK\$、%は前年からの増減

| | | | 地場輸出 | % | 再輸出 | % | 輸出総合計 | % |
|--------|------|--------|-----------|---|-----------|--------|-----------|--------|
| 2019 年 | 数量 | 千個 | 1.0 | - | 40,142.7 | +8.9% | 40,143.7 | +8.9% |
| | 金額 | 千 HK\$ | 387 | - | 3,541,186 | +11.4% | 3,541,573 | +11.4% |
| | 平均単価 | HK\$ | HKD 387.0 | - | HKD 88.2 | +2.3% | HKD 88.2 | +2.3% |
| 2020 年 | 数量 | 千個 | - | - | 29,033.3 | -27.7% | 29,033.3 | -27.7% |
| | 金額 | 千 HK\$ | - | - | 2,293,547 | -35.2% | 2,293,547 | -35.2% |
| | 平均単価 | HK\$ | - | - | HKD 79.0 | -10.4% | HKD 79.0 | -10.5% |
| 2021 年 | 数量 | 千個 | - | - | 24,407.6 | -15.9% | 24,407.6 | -15.9% |
| | 金額 | 千 HK\$ | - | - | 2,226,517 | -2.9% | 2,226,517 | -2.9% |
| | 平均単価 | HK\$ | - | - | HKD 91.2 | +15.5% | HKD 91.2 | +15.5% |

C) コンビネーションクォーツ (CQ) code : 91021900

(単位) 数量：千個、金額：千 HK\$、平均単価：HK\$、%は前年からの増減

| | | | 地場輸出 | % | 再輸出 | % | 輸出総合計 | % |
|--------|------|--------|------|---|-----------|--------|-----------|--------|
| 2019 年 | 数量 | 千個 | - | - | 3,322.0 | +9.4% | 3,322.0 | +9.4% |
| | 金額 | 千 HK\$ | - | - | 622,309 | +34.1% | 622,309 | +34.1% |
| | 平均単価 | HK\$ | - | - | HKD 187.3 | +22.6% | HKD 187.3 | +22.6% |
| 2020 年 | 数量 | 千個 | - | - | 4,332.3 | +30.4% | 4,332.3 | +30.4% |
| | 金額 | 千 HK\$ | - | - | 735,227 | +18.1% | 735,227 | +18.1% |
| | 平均単価 | HK\$ | - | - | HKD 169.7 | -9.4% | HKD 169.7 | -9.4% |
| 2021 年 | 数量 | 千個 | - | - | 3,194.0 | -26.3% | 3,194.0 | -26.3% |
| | 金額 | 千 HK\$ | - | - | 543,841 | -26.0% | 543,841 | -26.0% |
| | 平均単価 | HK\$ | - | - | HKD 170.3 | +0.3% | HKD 170.3 | +0.3% |

D) メカニカルウォッチ (MW) code : 91022100

(単位) 数量：千個、金額：千 HK\$、平均単価：HK\$、%は前年からの増減

| | | | 地場輸出 | % | 再輸出 | % | 輸出総合計 | % |
|--------|------|--------|------|---|-------------|--------|-------------|--------|
| 2019 年 | 数量 | 千個 | - | - | 3,515.0 | -1.1% | 3,515.0 | -1.1% |
| | 金額 | 千 HK\$ | - | - | 5,147,353 | +8.0% | 5,147,353 | +8.0% |
| | 平均単価 | HK\$ | - | - | HKD 1,464.4 | +9.2% | HKD 1,464.4 | +9.2% |
| 2020 年 | 数量 | 千個 | - | - | 2,993.4 | -14.8% | 2,993.4 | -14.8% |
| | 金額 | 千 HK\$ | - | - | 5,969,314 | +16.0% | 5,969,314 | +16.0% |
| | 平均単価 | HK\$ | - | - | HKD 1,994.2 | +36.2% | HKD 1,994.2 | +36.2% |
| 2021 年 | 数量 | 千個 | - | - | 3,719.9 | +24.3% | 3,719.9 | +24.3% |
| | 金額 | 千 HK\$ | - | - | 9,788,559 | +64.0% | 9,788,559 | +64.0% |
| | 平均単価 | HK\$ | - | - | HKD 2,631.4 | +32.0% | HKD 2,631.4 | +32.0% |

E) 一般ウォッチ合計 A) ~ D) の合計

[単位] 数量：千個、金額：千 HK\$、平均単価：HK\$、%は前年からの増減

| | | | 地場輸出 | % | 再輸出 | % | 輸出総合計 | % |
|-------|------|--------|-----------|---------|------------|--------|------------|--------|
| 2019年 | 数量 | 千個 | 59.0 | +92.2% | 196,542.7 | -3.7% | 196,601.7 | -3.6% |
| | 金額 | 千 HK\$ | 4,614 | -37.8% | 32,785,817 | -2.7% | 32,790,431 | -2.7% |
| | 平均単価 | HK\$ | HKD 78.2 | -67.6% | HKD 166.8 | +1.0% | HKD 166.8 | +1.0% |
| 2020年 | 数量 | 千個 | 13.2 | -77.7% | 137,367.4 | -30.1% | 137,380.5 | -30.1% |
| | 金額 | 千 HK\$ | 2,452.0 | -46.9% | 25,118,880 | -23.4% | 25,121,332 | -23.4% |
| | 平均単価 | HK\$ | HKD 185.8 | +137.8% | HKD 182.9 | +9.6% | HKD 182.9 | +9.6% |
| 2021年 | 数量 | 千個 | 5.5 | -58.2% | 159,583.4 | +16.2% | 159,588.9 | +16.2% |
| | 金額 | 千 HK\$ | 1,997.0 | -18.6% | 32,751,811 | +30.4% | 32,753,808 | +30.4% |
| | 平均単価 | HK\$ | HKD 361.6 | +94.7% | HKD 205.2 | +12.2% | HKD 205.2 | +12.2% |

F) 貴金属側ウォッチ Code : 91011100/1200/1900/2100/2900/9100/9900

[単位] 数量：千個、金額：千 HK\$、平均単価：HK\$、%は前年からの増減

| | | | 地場輸出 | % | 再輸出 | % | 輸出総合計 | % |
|-------|------|--------|------|---|--------------|--------|--------------|--------|
| 2019年 | 数量 | 千個 | - | - | 190.0 | -22.9% | 190.0 | -22.9% |
| | 金額 | 千 HK\$ | - | - | 10,942,457 | +6.9% | 10,942,457 | +6.9% |
| | 平均単価 | HK\$ | - | - | HKD 57,591.9 | +38.7% | HKD 57,591.9 | +38.7% |
| 2020年 | 数量 | 千個 | - | - | 167.1 | -12.0% | 167.1 | -12.1% |
| | 金額 | 千 HK\$ | - | - | 8,197,383 | -25.1% | 8,197,383 | -25.1% |
| | 平均単価 | HK\$ | - | - | HKD 49,051.5 | -14.8% | HKD 49,051.5 | -14.8% |
| 2021年 | 数量 | 千個 | - | - | 256.6 | +53.6% | 256.6 | +53.6% |
| | 金額 | 千 HK\$ | - | - | 10,822,491 | +32.0% | 10,822,491 | +32.0% |
| | 平均単価 | HK\$ | - | - | HKD 42,169.3 | -14.0% | HKD 42,169.3 | -14.0% |

輸出仕向地別実績では、AQは米国向けが数量、金額ともに最大であり、全体に占める割合は数量26.1%、金額23.3%となった。中国向けは数量では5位であるが、平均単価が高く、金額では2位となった。

DQも同様に、米国向けが数量、金額ともに最大となり、全体に占める割合は数量40.0%、金額19.5%であった。(以上、表2参照)

表 2. 腕時計（ウォッチ）仕向地別輸出実績（1-12 月）

出所：Census and Statistics Department

A) アナログクォーツ（AQ）code: 91021100

2021年

〔単位〕数量：千個、金額：千 HK\$、平均単価：HK\$

| 輸出地 | 数量 | 金額 | 平均単価 | 占有率 | |
|--------------------------|----------------|-------------------|------------------|---------------|---------------|
| | 千個 | 千 HK\$ | HK\$ | (数量) | (金額) |
| 1. USA | 33,463 | 4,710,672 | HKD 140.8 | 26.1% | 23.3% |
| 2. PHILIPPINES | 21,814 | 1,741,746 | HKD 79.8 | 17.0% | 8.6% |
| 3. GERMANY | 9,211 | 1,458,662 | HKD 158.4 | 7.2% | 7.2% |
| 4. JAPAN | 6,920 | 909,495 | HKD 131.4 | 5.4% | 4.5% |
| 5. THE MAINLAND OF CHINA | 5,450 | 3,792,868 | HKD 695.9 | 4.2% | 18.8% |
| 6. NETHERLANDS | 4,065 | 693,043 | HKD 170.5 | 3.2% | 3.4% |
| 7. MALAYSIA | 4,030 | 450,062 | HKD 111.7 | 3.1% | 2.2% |
| 8. UNITED KINGDOM | 3,491 | 363,017 | HKD 104.0 | 2.7% | 1.8% |
| 9. UNITED ARAB EMIRATES | 3,118 | 365,937 | HKD 117.4 | 2.4% | 1.8% |
| 10. TURKEY | 2,677 | 274,092 | HKD 102.4 | 2.1% | 1.4% |
| Sub Total | 94,239 | 14,759,594 | HKD 156.6 | 73.5% | 73.1% |
| Others | 34,028 | 5,435,297 | HKD 159.7 | 26.5% | 26.9% |
| TOTAL | 128,267 | 20,194,891 | HKD 157.4 | 100.0% | 100.0% |

2020年

〔単位〕数量：千個、金額：千 HK\$、平均単価：HK\$

| 輸出地 | 数量 | 金額 | 平均単価 | 占有率 | |
|--------------------------|----------------|-------------------|------------------|---------------|---------------|
| | 千個 | 千 HK\$ | HK\$ | (数量) | (金額) |
| 1. USA | 26,503 | 3,299,706 | HKD 124.5 | 26.2% | 20.5% |
| 2. PHILIPPINES | 10,216 | 828,971 | HKD 81.1 | 10.1% | 5.1% |
| 3. JAPAN | 7,863 | 1,317,845 | HKD 167.6 | 7.8% | 8.2% |
| 4. GERMANY | 7,477 | 1,174,748 | HKD 157.1 | 7.4% | 7.3% |
| 5. THE MAINLAND OF CHINA | 4,600 | 3,178,085 | HKD 690.8 | 4.6% | 19.7% |
| 6. UNITED KINGDOM | 3,672 | 351,474 | HKD 95.7 | 3.6% | 2.2% |
| 7. NETHERLANDS | 3,102 | 623,892 | HKD 201.1 | 3.1% | 3.9% |
| 8. ITALY | 2,976 | 459,340 | HKD 154.4 | 2.9% | 2.8% |
| 9. UNITED ARAB EMIRATES | 2,452 | 422,900 | HKD 172.5 | 2.4% | 2.6% |
| 10. FRANCE | 2,171 | 232,156 | HKD 106.9 | 2.1% | 1.4% |
| Sub Total | 71,032 | 11,889,117 | HKD 167.4 | 70.3% | 73.7% |
| Others | 29,989 | 4,234,127 | HKD 141.2 | 29.7% | 26.3% |
| TOTAL | 101,022 | 16,123,244 | HKD 159.6 | 100.0% | 100.0% |

B) デジタルクォーツ (DQ) code : 91021200

2021年

(単位) 数量：千個、金額：千 HK\$、平均単価：HK\$

| 輸出地 | 数量 | 金額 | 平均単価 | 占有率 | |
|--------------------------|---------------|------------------|------------------|---------------|---------------|
| | 千個 | 千 HK\$ | HK\$ | (数量) | (金額) |
| 1. USA | 9,755 | 434,225 | HKD 44.5 | 40.0% | 19.5% |
| 2. PARAGUAY | 1,402 | 23,956 | HKD 17.1 | 5.7% | 1.1% |
| 3. INDIA | 1,288 | 164,581 | HKD 127.8 | 5.3% | 7.4% |
| 4. THAILAND | 903 | 176,502 | HKD 195.4 | 3.7% | 7.9% |
| 5. SINGAPORE | 793 | 91,815 | HKD 115.8 | 3.2% | 4.1% |
| 6. VIET NAM | 659 | 124,743 | HKD 189.3 | 2.7% | 5.6% |
| 7. THE MAINLAND OF CHINA | 633 | 259,216 | HKD 409.4 | 2.6% | 11.6% |
| 8. UNITED ARAB EMIRATES | 597 | 67,076 | HKD 112.3 | 2.4% | 3.0% |
| 9. UNITED KINGDOM | 583 | 33,125 | HKD 56.9 | 2.4% | 1.5% |
| 10. TAIWAN | 496 | 86,660 | HKD 174.7 | 2.0% | 3.9% |
| Sub Total | 17,109 | 1,461,899 | HKD 85.4 | 70.1% | 65.7% |
| Others | 7,298 | 764,618 | HKD 104.8 | 29.9% | 34.3% |
| TOTAL | 24,408 | 2,226,517 | HKD 91.2 | 100.0% | 100.0% |

2020年

(単位) 数量：千個、金額：千 HK\$、平均単価：HK\$

| 輸出地 | 数量 | 金額 | 平均単価 | 占有率 | |
|--------------------|---------------|------------------|------------------|---------------|---------------|
| | 千個 | 千 HK\$ | HK\$ | (数量) | (金額) |
| 1. USA | 7,686 | 281,932 | HKD 36.7 | 26.5% | 12.3% |
| 2. PHILIPPINES | 5,314 | 398,249 | HKD 74.9 | 18.3% | 17.4% |
| 3. MALAYSIA | 2,399 | 181,502 | HKD 75.7 | 8.3% | 7.9% |
| 4. PARAGUAY | 1,290 | 19,364 | HKD 15.0 | 4.4% | 0.8% |
| 5. VIET NAM | 1,104 | 177,312 | HKD 160.6 | 3.8% | 7.7% |
| 6. INDONESIA | 924 | 76,088 | HKD 82.3 | 3.2% | 3.3% |
| 7. INDIA | 827 | 99,194 | HKD 119.9 | 2.8% | 4.3% |
| 8. THAILAND | 748 | 176,765 | HKD 236.4 | 2.6% | 7.7% |
| 9. BRAZIL | 733 | 30,730 | HKD 41.9 | 2.5% | 1.3% |
| 10. UNITED KINGDOM | 724 | 25,906 | HKD 35.8 | 2.5% | 1.1% |
| Sub Total | 21,749 | 1,467,042 | HKD 67.5 | 74.9% | 64.0% |
| Others | 7,284 | 826,505 | HKD 113.5 | 25.1% | 36.0% |
| TOTAL | 29,033 | 2,293,547 | HKD 79.0 | 100.0% | 100.0% |

D) メカニカルウォッチ (MW) code : 91022100

2021年

[単位] 数量：千個、金額：千 HK\$、平均単価：HK\$

| 輸出地 | 数量 | 金額 | 平均単価 | 占有率 | |
|--------------------------|--------------|------------------|--------------------|---------------|---------------|
| | 千個 | 千 HK\$ | HK\$ | (数量) | (金額) |
| 1. USA | 1,162 | 1,998,273 | HKD 1,719.6 | 31.2% | 20.4% |
| 2. THE MAINLAND OF CHINA | 451 | 1,996,373 | HKD 4,425.0 | 12.1% | 20.4% |
| 3. GERMANY | 385 | 168,603 | HKD 438.0 | 10.3% | 1.7% |
| 4. NETHERLANDS | 131 | 48,986 | HKD 372.8 | 3.5% | 0.5% |
| 5. PANAMA | 130 | 49,024 | HKD 378.0 | 3.5% | 0.5% |
| 6. ITALY | 127 | 198,819 | HKD 1,560.3 | 3.4% | 2.0% |
| 7. SINGAPORE | 127 | 133,331 | HKD 1,054.0 | 3.4% | 1.4% |
| 8. UNITED KINGDOM | 126 | 100,459 | HKD 795.6 | 3.4% | 1.0% |
| 9. JAPAN | 110 | 758,741 | HKD 6,926.4 | 2.9% | 7.8% |
| 10. MACAO | 98 | 2,891,885 | HKD 29,576.0 | 2.6% | 29.5% |
| Sub Total | 2,847 | 8,344,494 | HKD 2,931.2 | 76.5% | 85.2% |
| Others | 873 | 1,444,065 | HKD 1,653.9 | 23.5% | 14.8% |
| TOTAL | 3,720 | 9,788,559 | HKD 2,631.4 | 100.0% | 100.0% |

2020年

[単位] 数量：千個、金額：千 HK\$、平均単価：HK\$

| 輸出地 | 数量 | 金額 | 平均単価 | 占有率 | |
|--------------------------|--------------|------------------|--------------------|---------------|---------------|
| | 千個 | 千 HK\$ | HK\$ | (数量) | (金額) |
| 1. USA | 738 | 1,068,508 | HKD 1,448.1 | 24.7% | 17.9% |
| 2. THE MAINLAND OF CHINA | 532 | 2,321,550 | HKD 4,367.3 | 17.8% | 38.9% |
| 3. GERMANY | 249 | 117,846 | HKD 473.9 | 8.3% | 2.0% |
| 4. SINGAPORE | 167 | 122,927 | HKD 735.7 | 5.6% | 2.1% |
| 5. ITALY | 117 | 122,963 | HKD 1,052.6 | 3.9% | 2.1% |
| 6. NETHERLANDS | 104 | 48,699 | HKD 466.6 | 3.5% | 0.8% |
| 7. UNITED KINGDOM | 104 | 78,736 | HKD 757.0 | 3.5% | 1.3% |
| 8. PHILIPPINES | 103 | 40,622 | HKD 395.9 | 3.4% | 0.7% |
| 9. PANAMA | 93 | 34,510 | HKD 372.0 | 3.1% | 0.6% |
| 10. THAILAND | 85 | 46,749 | HKD 551.5 | 2.8% | 0.8% |
| Sub Total | 2,291 | 4,003,110 | HKD 1,747.7 | 76.5% | 67.1% |
| Others | 703 | 1,966,204 | HKD 2,797.6 | 23.5% | 32.9% |
| TOTAL | 2,994 | 5,969,314 | HKD 1,994.2 | 100.0% | 100.0% |

2022年の展望

2021年の世界経済は、多くの国・地域で前年のCOVID-19の影響による急激な落ち込みからの回復が見られた。時計業界においても同様に概ね市場が回復してきており、メカニカルウォッチを中心に平均単価が上昇する傾向も見られる。

流通ではオンラインが拡大した1年であった一方、材料費や輸送費の価格高騰が生じており、2022年は時計業界においても、COVID-19やウクライナ情勢による影響等が製造～販売の各プロセスにおけるリスク要因となることが懸念される。

2. クロック

2021年の回顧

2021年のクロック輸出数量は、輸出総合計で2020年を5.2%下回ったが、平均単価は30.1%上昇し、金額が23.4%増加した。2020年は前年に対し数量27.5%減、金額31.9%減であったが、2021年は数量では引き続き減少となったものの、金額が2020年を上回る結果になった。

機種別では、対2020年で、目覚まし時計は数量7.5%減、平均単価29.6%増、金額19.8%増となった。掛け時計は数量0.7%減となったが、平均単価が14.8%増となり、結果的に金額を14%押し上げることとなった。(以上、表3参照)

表3. 過去3年間のクロック機種別輸出実績（1－12月）

出所：Census and Statistics Department

A) 目覚まし時計 Code : 91051100/1900

[単位] 数量：千個、金額：千 HK\$、平均単価：HK\$、%は前年からの増減

| | | | 地場輸出 | % | 再輸出 | % | 輸出総合計 | % |
|-------|------|--------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|
| 2019年 | 数量 | 千個 | 3.7 | -11.5% | 6,474.6 | -17.2% | 6,478.3 | -17.2% |
| | 金額 | 千 HK\$ | 65 | -9.7% | 293,393 | -15.7% | 293,458 | -15.7% |
| | 平均単価 | HK\$ | HKD 17.8 | +2.0% | HKD 45.3 | +1.9% | HKD 45.3 | +1.9% |
| 2020年 | 数量 | 千個 | 3.3 | -10.9% | 4,627.2 | -28.5% | 4,630.4 | -28.5% |
| | 金額 | 千 HK\$ | 54 | -16.9% | 213,904 | -27.1% | 213,958 | -27.1% |
| | 平均単価 | HK\$ | HKD 16.6 | -6.8% | HKD 46.2 | +2.0% | HKD 46.2 | +2.0% |
| 2021年 | 数量 | 千個 | 0.8 | -75.3% | 4,280.6 | -7.5% | 4,281.4 | -7.5% |
| | 金額 | 千 HK\$ | 25 | -53.7% | 256,336 | +19.8% | 256,361 | +19.8% |
| | 平均単価 | HK\$ | HKD 30.7 | +84.8% | HKD 59.9 | +29.5% | HKD 59.9 | +29.6% |

B) 掛け時計 Code : 91052100/2900

(単位) 数量：千個、金額：千 HK\$、平均単価：HK\$、%は前年からの増減

| | | | 地場輸出 | % | 再輸出 | % | 輸出総合計 | % |
|--------|------|--------|------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
| 2019 年 | 数量 | 千個 | 0.0 | - | 2,141.2 | +17.9% | 2,141.2 | +17.9% |
| | 金額 | 千 HK\$ | 174 | -88.5% | 221,113 | -2.1% | 221,287 | -2.6% |
| | 平均単価 | HK\$ | - | - | HKD 103.3 | -16.9% | HKD 103.3 | -17.4% |
| 2020 年 | 数量 | 千個 | - | - | 1,438.8 | -32.8% | 1,438.8 | -32.8% |
| | 金額 | 千 HK\$ | - | - | 167,410 | -24.3% | 167,410 | -24.3% |
| | 平均単価 | HK\$ | - | - | HKD 116.4 | +12.7% | HKD 116.4 | +12.6% |
| 2021 年 | 数量 | 千個 | 0.0 | - | 1,429.4 | -0.7% | 1,429.4 | -0.7% |
| | 金額 | 千 HK\$ | 1 | - | 190,864 | +14.0% | 190,865 | +14.0% |
| | 平均単価 | HK\$ | - | - | HKD 133.5 | +14.8% | HKD 133.5 | +14.8% |

C) その他 Code : 91059100/9900

(単位) 数量：千個、金額：千 HK\$、平均単価：HK\$、%は前年からの増減

| | | | 地場輸出 | % | 再輸出 | % | 輸出総合計 | % |
|--------|------|--------|------|---|-----------|---------|-----------|---------|
| 2019 年 | 数量 | 千個 | - | - | 1,036.0 | -29.0% | 1,036.0 | -29.0% |
| | 金額 | 千 HK\$ | - | - | 199,577 | +44.7% | 199,577 | +44.7% |
| | 平均単価 | HK\$ | - | - | HKD 192.6 | +103.6% | HKD 192.6 | +103.6% |
| 2020 年 | 数量 | 千個 | - | - | 926.9 | -10.5% | 926.9 | -10.5% |
| | 金額 | 千 HK\$ | - | - | 104,794 | -47.5% | 104,794 | -47.5% |
| | 平均単価 | HK\$ | - | - | HKD 113.1 | -41.3% | 113.1 | -41.3% |
| 2021 年 | 数量 | 千個 | 0.0 | - | 923.9 | -0.3% | 923.9 | -0.3% |
| | 金額 | 千 HK\$ | 161 | - | 152,577 | +45.6% | 152,738 | +45.8% |
| | 平均単価 | HK\$ | - | - | HKD 165.1 | +46.1% | HKD 165.3 | +46.2% |

D) 総合計 < A) ~ C) の合計 >

(単位) 数量：千個、金額：千 HK\$、平均単価：HK\$、%は前年からの増減

| | | | 地場輸出 | % | 再輸出 | % | 輸出総合計 | % |
|--------|------|--------|-----------|----------|----------|--------|----------|--------|
| 2019 年 | 数量 | 千個 | 3.7 | -11.6% | 9,651.8 | -13.0% | 9,655.5 | -13.0% |
| | 金額 | 千 HK\$ | 239 | -84.9% | 714,083 | +0.3% | 714,322 | +0.2% |
| | 平均単価 | HK\$ | HKD 65.4 | -83.0% | HKD 74.0 | +15.4% | HKD 74.0 | +15.1% |
| 2020 年 | 数量 | 千個 | 3.3 | -11.0% | 6,992.8 | -27.5% | 6,996.1 | -27.5% |
| | 金額 | 千 HK\$ | 54 | -77.4% | 486,108 | -31.9% | 486,162 | -31.9% |
| | 平均単価 | HK\$ | HKD 16.6 | -74.6% | HKD 69.5 | -6.0% | HKD 69.5 | -6.1% |
| 2021 年 | 数量 | 千個 | 0.8 | -75.2% | 6,633.9 | -5.1% | 6,634.7 | -5.2% |
| | 金額 | 千 HK\$ | 187 | +246.3% | 599,777 | +23.4% | 599,964 | +23.4% |
| | 平均単価 | HK\$ | HKD 228.6 | +1277.1% | HKD 90.4 | +30.1% | HKD 90.4 | +30.1% |

掛け時計の輸出先では、数量での1位の日本は変わらず、2位は米国、3位はインドネシア、4位中国、5位オランダの順となった。金額でも1位の日本、2位の米国は変わらず、3位は中国となった。(以上、表4参照)

表 4. 掛け時計仕向地別輸出実績 (1 - 12月)

出所：Census and Statistics Department

掛け時計 code : 91052100/2900

2021年

[単位] 数量：千個、金額：千 HK\$、平均単価：HK\$

| 輸出地 | 数量 | 金額 | 平均単価 | 占有率 | |
|--------------------------|----------------|----------------|------------------|---------------|---------------|
| | 千個 | 千 HK\$ | HK\$ | (数量) | (金額) |
| 1. JAPAN | 624.8 | 84,255 | HKD 134.9 | 43.7% | 44.1% |
| 2. USA | 110.6 | 17,490 | HKD 158.1 | 7.7% | 9.2% |
| 3. INDONESIA | 87.1 | 3,673 | HKD 42.2 | 6.1% | 1.9% |
| 4. THE MAINLAND OF CHINA | 70.8 | 10,716 | HKD 151.4 | 5.0% | 5.6% |
| 5. NETHERLANDS | 68.2 | 7,018 | HKD 102.9 | 4.8% | 3.7% |
| 6. SAUDI ARABIA | 62.1 | 6,901 | HKD 111.1 | 4.3% | 3.6% |
| 7. GERMANY | 51.3 | 3,086 | HKD 60.2 | 3.6% | 1.6% |
| 8. DENMARK | 39.6 | 9,615 | HKD 243.1 | 2.8% | 5.0% |
| 9. AUSTRALIA | 38.5 | 4,837 | HKD 125.5 | 2.7% | 2.5% |
| 10. UNITED KINGDOM | 36.2 | 5,891 | HKD 162.9 | 2.5% | 3.1% |
| Sub Total | 1,189.1 | 153,482 | HKD 129.1 | 83.2% | 80.4% |
| Others | 240.3 | 37,383 | HKD 155.6 | 16.8% | 19.6% |
| TOTAL | 1,429.4 | 190,865 | HKD 133.5 | 100.0% | 100.0% |

2020年

[単位] 数量：千個、金額：千 HK\$、平均単価：HK\$

| 輸出地 | 数量 | 金額 | 平均単価 | 占有率 | |
|--------------------------|----------------|----------------|------------------|---------------|---------------|
| | 千個 | 千 HK\$ | HK\$ | (数量) | (金額) |
| 1. JAPAN | 742.7 | 84,183 | HKD 113.3 | 51.6% | 50.3% |
| 2. NETHERLANDS | 99.7 | 7,475 | HKD 75.0 | 6.9% | 4.5% |
| 3. USA | 70.3 | 9,300 | HKD 132.3 | 4.9% | 5.6% |
| 4. THE MAINLAND OF CHINA | 65.4 | 8,659 | HKD 132.3 | 4.5% | 5.2% |
| 5. INDONESIA | 52.2 | 2,313 | HKD 44.3 | 3.6% | 1.4% |
| 6. SAUDI ARABIA | 41.4 | 3,847 | HKD 92.9 | 2.9% | 2.3% |
| 7. UNITED KINGDOM | 41.4 | 5,495 | HKD 132.7 | 2.9% | 3.3% |
| 8. DENMARK | 33.0 | 7,787 | HKD 236.1 | 2.3% | 4.7% |
| 9. GERMANY | 27.6 | 1,925 | HKD 69.8 | 1.9% | 1.1% |
| 10. AUSTRIA | 27.0 | 2,007 | HKD 74.3 | 1.9% | 1.2% |
| Sub Total | 1,200.7 | 132,991 | HKD 110.8 | 83.5% | 79.4% |
| Others | 238.1 | 34,419 | HKD 144.6 | 16.5% | 20.6% |
| TOTAL | 1,438.8 | 167,410 | HKD 116.4 | 100.0% | 100.0% |

2022年の展望

クロック全体としては、2021年は2020年の反動で金額が増加したが、この数年の傾向である数量、金額での減少傾向は2022年も続くものと思われる。

COVID-19による経済状況の悪化で低価格商品の需要は引き続き増加傾向にあるが、一方でCOVID-19により変化していく生活環境にフィットする、機能、デザインの需要が高まるものと想定される。また流通面においては、オンライン販売等を中心とした対応の重要性が更に増すことが予想される。

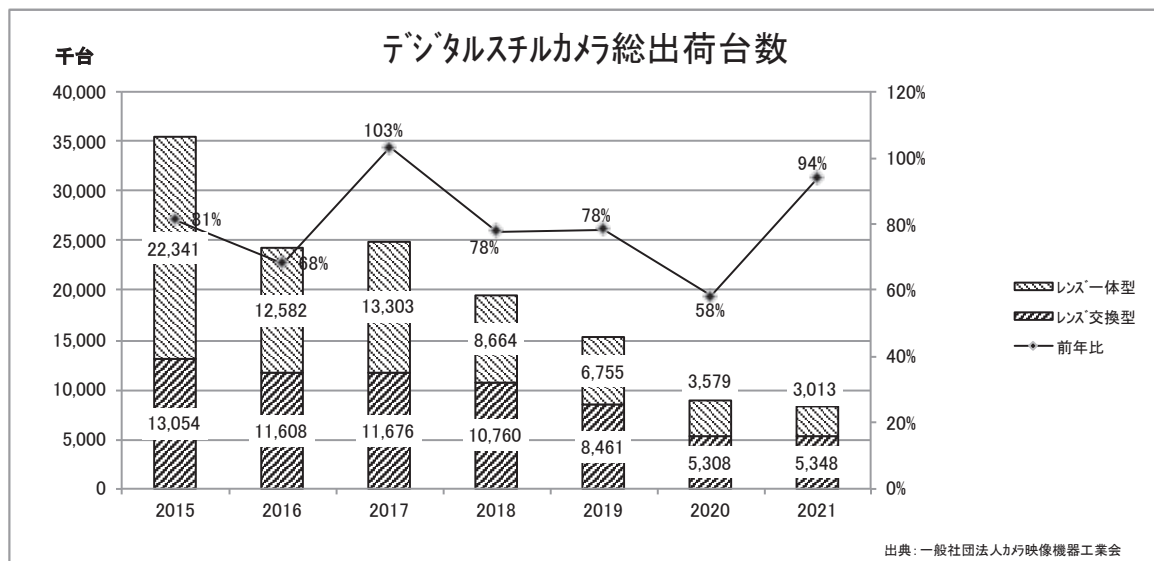
2021年回顧

1. 製品出荷動向

2020年に総出荷台数が前年比42%減とコロナ禍による深刻な影響を受けたデジタルカメラ業界にあって、2021年はコロナ感染抑制に伴い一定の市場回復が見込まれていた。事実、2021年上半期の総出荷台数は、前年比20%強の伸びを記録し、地域別では米州、欧州、アジアで同25%～35%増、日本、その他地域は回復の足取りがやや鈍かったものの、各々2.5%増、5.0%増となった。ところが、下半期に入ると一転して前年比約25%の減少に転じている。これはコロナ禍からの経済回復過程で半導体を中心とした原材料、部品の供給不足が表面化し、生産数が制約を受けたためである。この結果、2021年通年の総出荷台数は、過去3年間的大幅減からは改善を見せたものの、前期比約6%減と引き続き市場縮小が続いている。

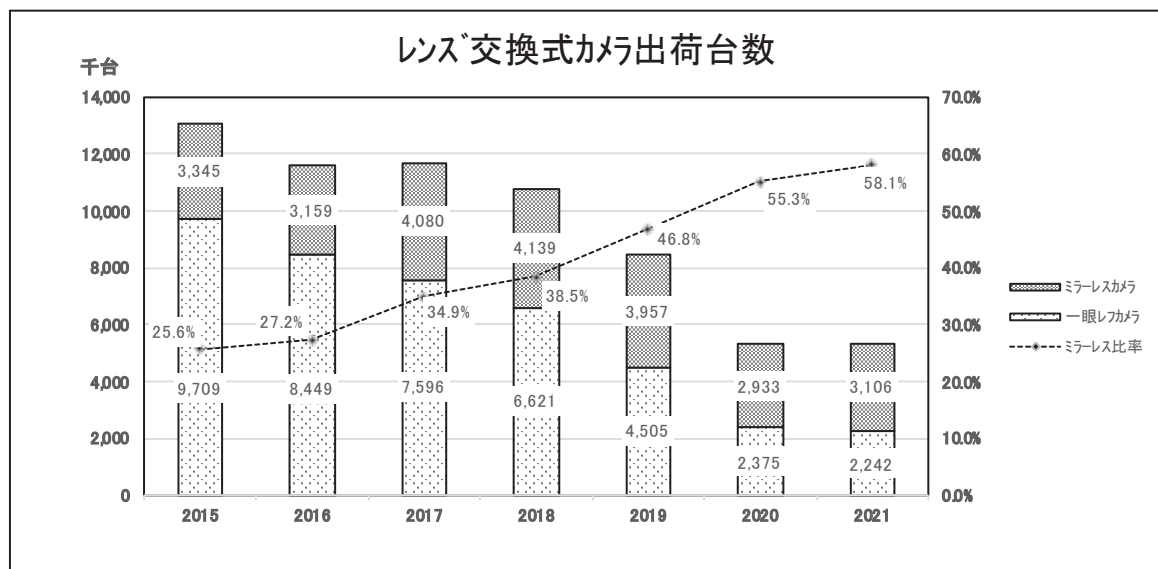
デジタルカメラのタイプ別に見ると、レンズ交換型カメラが前年実績をやや上回る約534万台の出荷を確保したのに対し、レンズ一体型カメラは前年比84%の約301万台に止まり、出荷台数減に歯止めが掛かっていない。2018年にレンズ交換型カメラの出荷台数がレンズ一体型カメラを逆転して以降、機能面でスマートフォンカメラに対して優位性の高いレンズ交換型カメラが市場の主流となる傾向が明確となっている。

図 1



比較的堅調な出荷実績を記録したレンズ交換型カメラの内訳を見ると、ミラーレスカメラが前年比5.9%増の約311万台であったのに対し、一眼レフカメラは同5.6%減の約224万台となっている。一眼レフカメラからミラーレスカメラへの需要シフトが進んだ結果、ミラーレスカメラ比率は昨年の約55%から58%へと上昇している。

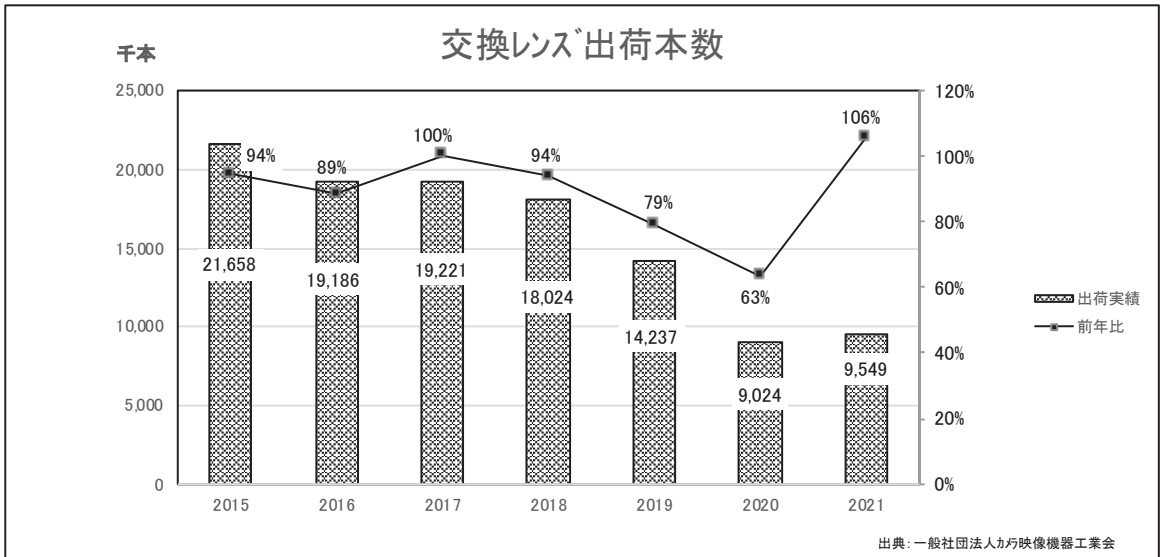
図 2



ミラーレスカメラ比率を地域別に見ると、日本78.7%、欧州46.8%、米州52.8%、アジア 67.4%、その他74.1%と、日本/アジア/その他でのミラーレスカメラシフトが進んでいる。アジアに関しては市場による差異が大きく、中国では73.1%と日本に迫るミラーレスカメラ比率となっている。更にミラーレスカメラの出荷台数を地域別に見ると、日本9.8%、欧州24.2%、米州25.8%、アジア 36.6%、その他3.6%となっており、アジアが一大市場を形成している。中国はその内の60%強を占めている。

次に交換レンズの出荷本数を見ると、前年比5.8%増の約955万本となっている。レンズ交換型カメラの出荷数に対する交換レンズの比率をこの5年間で見ても、2017年1.65、2018年1.68、2019年1.68、2020年1.70、2021年1.79と着実に高まっており、複数のレンズを所有するユーザーが増加しているのが窺われる。

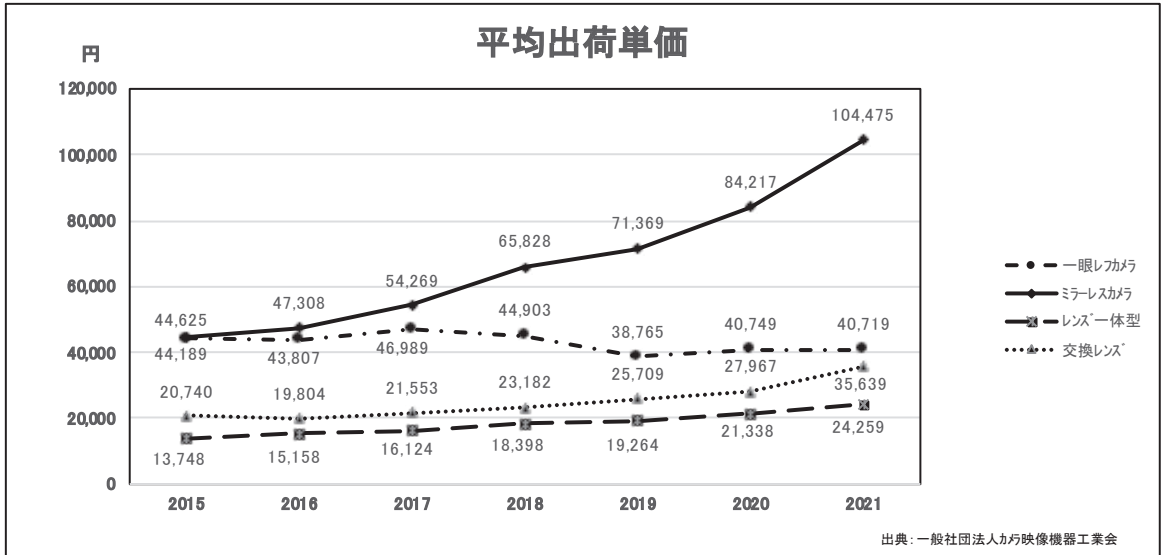
図 3



2. 出荷単価動向

平均出荷単価の推移を見ると、一眼レフカメラを除き出荷単価が上昇しており、2015年比で2.3倍を上回る上昇となっているミラーレスカメラが目玉を引く。フルサイズ画像センサーを搭載した高付加価値製品の機種が年々増加しているのに加え、昨年に限れば、電子部品供給不足により、下半期に入ると各企業が高価格製品の生産/出荷を優先させた事も、前年比24%という高い上昇率の一因になっていると推察される。ミラーレスカメラほど顕著ではないものの、交換レンズも2021年は前年比で約27%単価が上昇しており、この傾向は2022年以降も継続すると思われる。レンズ一体型カメラの単価も同様に上昇しているが、これは市場が大幅に縮小する中で、低価格製品を中心に生産中止となった機種が増えている影響が考えられる。唯一平均単価が低下している一眼レフカメラについては、需要がミラーレスカメラへシフトしている中で、新製品がほとんど市場に投入されず、高付加価値製品もミラーレスカメラへシフトしているのが、その要因として挙げられる。

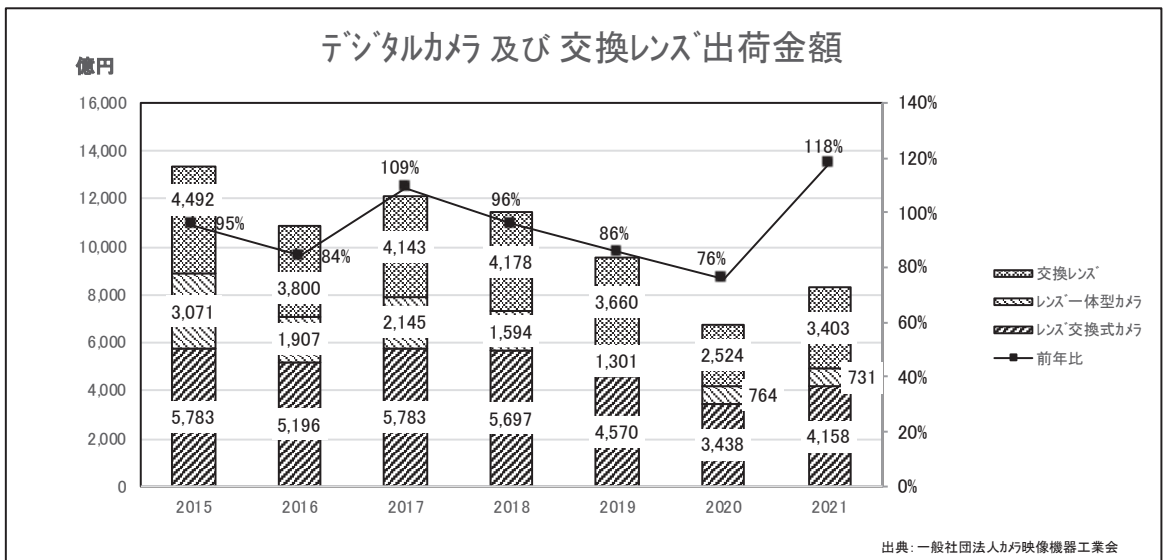
図 4



3. 市場規模動向

以上で述べた総出荷台数及び平均出荷単価を纏めたものが、デジタルカメラ及び交換レンズの出荷額推移となる。2017年以降4年連続で減少を続けてきた出荷金額が、出荷台数増と平均出荷単価が上昇したミラーレスカメラ及び交換レンズに支えられ、2021年は前年比増に転じている。とは言え、比較対象となる2020年がコロナ禍で大幅な市場縮小に見舞われた年であり、2019年との比較では10%強の減少となり、カメラ業界が依然として厳しい市場環境に置かれていると言える。

図 5



2022年展望

コロナ感染の収束と多くの主要国に於ける“With Corona”への政策転換は、経済活動の活性化、国を跨いだ往来の活発化をもたらし、観光需要の回復が市場拡大に繋がるカメラ業界にとって追い風になると考えられる。また、日常生活における動画による映像表現の一層の普及・多様化は、デジタルカメラを使用する機会の増加につながると推測される。そうした動向を踏まえると、2008年をピークに長らく規模縮小が続いてきたデジタルカメラ市場も下げ止まりが見込まれ、増加に転じる可能性もあると考えられる。但し、半導体や画像センサーなどをはじめとする部品・部材の供給不足による生産への影響、ウクライナ危機に端を発する諸物価の高騰が消費活動へ及ぼす影響といった不安定要素もあり、見通しを難しくしているのも事実である。

そうした中、従来からのハードウェアとしてのカメラ・レンズの高機能/高性能化、画像処理ソフトウェア・アプリケーション開発による映像表現の拡充に加え、画像解析技術を活用した製造工程等での品質検査やインフラ点検、コロナ禍で加速した遠隔コミュニケーション支援などを通じて業務領域の拡大が見込まれる。また、昨今目にすることが増えたメタバースに代表されるリアルとデジタルの仮想空間を自由に行き来する時代の到来を控え、映像技術を活用した新たなサービス展開の可能性が広がってきている。

(出典：一般社団法人カメラ映像機器工業会統計資料)

複写機業界の 2021年回顧と2022年展望

長谷川 圭太

FUJIFILM Business Innovation Hong Kong Limited

<2021年の回顧>

香港の2021年実質GDP成長率は6.4%、年末にオミクロン株感染者が急増するまでは、厳しい防疫措置で新規感染者数が抑えられていたこともあり、域内経済は回復基調にあった。

香港の複写機市場はIDC(International Data Corporation)の報告によると、2021年A3サイズ複写機販売台数(表1)は23,483台と前年比マイナス2.0%となった。2017年から急激な変化は無いものの販売総量は緩やかに下降、過去5年間のCAGR(年平均成長率)はマイナス4.7%であった。カラー機、モノクロ機別にCAGRを見ると、モノクロ機はマイナス13.6%とカラー機のマイナス3.0%に比べて落ち込みが激しい。全体販売台数におけるカラー複写機比率は2017年の81.4%から徐々に上昇し、2021年は87.4%を記録した。カラー出力枚数(分速)別に2021年販売実績を見ると、カラー1~10枚/分には各社参入しておらず、香港市場は0台。カラー11~20枚/分は2,189台で全体販売台数の9.3%を占め、CAGRはマイナス10.0%であった。カラー21~30枚/分は6,190台で全体販売台数の26.4%を占め、出力枚数別で2番目に多い。しかし、CAGRはマイナス6.1%であった。カラー31~44枚/分は3,853台で全体販売台数の16.4%を占め、CAGRはマイナス1.9%であった。カラー45~69枚/分は、7,724台で全体販売台数に占める割合が最も多く、32.9%であった。加えてCAGRは1.2%と成長を記録している。カラー70~90枚/分は578台と全体販売台数の2.5%に過ぎないが、CAGRは12.6%と全出力枚数(分速)別で最も伸びている。機械が高速になるにつれて成長率がプラスに転じていることから、香港市場では複写機業界各社がカラー化、高速化を顧客企業へ訴求することで販売台数の維持を図っていることが分かる。

<表1 A3サイズ複写機販売台数推移>

| A3 MFP HK Market Size | 2017年 | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 |
|-----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Color合計 | 23,163 | 21,790 | 21,869 | 19,966 | 20,534 |
| Color 1-10枚/分 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Color 11-20枚/分 | 3,331 | 3,005 | 2,903 | 2,698 | 2,189 |
| Color 21-30枚/分 | 7,951 | 6,631 | 6,553 | 6,243 | 6,190 |
| Color 31-44枚/分 | 4,156 | 4,023 | 3,970 | 3,620 | 3,853 |
| Color 45-69枚/分 | 7,365 | 7,657 | 8,126 | 7,047 | 7,724 |
| Color 70-90枚/分 | 360 | 474 | 317 | 358 | 578 |
| Mono合計 | 5,285 | 5,047 | 4,397 | 4,005 | 2,949 |
| Color + Mono合計 | 28,448 | 26,837 | 26,266 | 23,971 | 23,483 |
| Color比率 | 81.4% | 81.2% | 83.3% | 83.3% | 87.4% |

出展: IDC Asia Pacific

2021年A4サイズ複写機&プリンター販売台数(表2)は98,628台と前年比マイナス8.6%であった。A3サイズ複写機同様、2017年から5年間の実績を見るとCAGRはマイナス7.3%とA3サイズ複写機より下落幅が大きい。カラー機、モノクロ機別にCAGRを見ると、モノクロ機はマイナス6.8%、カラー機はマイナス8.8%とカラー機の落ち込みが激しい。全体販売数におけるカラー機比率は2017年から大きな変動はなく、25%前後で推移している。

<表2 A4 サイズ複写機&プリンター販売台数推移>

| A4 MFP /Printer HK Market Size | 2017年 | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 |
|--------------------------------|---------|---------|---------|---------|--------|
| Color | 35,854 | 27,111 | 24,729 | 26,439 | 24,760 |
| Mono | 97,962 | 88,888 | 83,034 | 81,457 | 73,868 |
| 合計 | 133,816 | 115,999 | 107,763 | 107,896 | 98,628 |
| Color比率 | 26.8% | 23.4% | 23.0% | 24.5% | 25.1% |

出展: IDC Asia Pacific

中国におけるA3サイズ複写機販売台数(表3)を見ると2018年には年間出荷台数が100万台(973千台)に迫る勢いであったが、その後は成長に陰りが見え、2021年は919千台に留まる(5年間のCAGR0.9%)。カラー機、モノクロ機別にCAGRを見ると、モノクロ機はマイナス2.5%であるが、カラー機は14.1%と成長していることが分かる。2021年のカラー化比率は27.5%、2017年の16.8%から5年間で10%以上の伸びを記録していることから付加価値のある機器を販売する事で更なる拡大を狙える余地は残している。

<表3 中国 A3 サイズ複写機販売台数推移>

| A3 MFP China Market Size | 2017年 | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 |
|--------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Color | 148,887 | 191,267 | 225,722 | 234,793 | 252,688 |
| Mono | 736,761 | 781,659 | 715,302 | 612,390 | 666,519 |
| 合計 | 885,648 | 972,926 | 941,024 | 847,183 | 919,207 |
| Color比率 | 16.8% | 19.7% | 24.0% | 27.7% | 27.5% |

出展: IDC Asia Pacific

また2021年複写機メーカー各社は世界的な物流混乱と半導体不足に直面し、製品の安定供給に向けた対策を迫られた。

＜2022年の展望＞

香港の2022年実質GDP成長率は当初2～3.5%の成長を見込んでいた。しかし、第一四半期(1月～3月)がCOVID-19第5波の影響を受け、マイナス4%成長となることを見込まれるため、2022年通年の予測を1～2%の成長へと下方修正した。一方で4月以降、第5波の影響も落ち着きつつあるため今後内需が活性化していくことを期待する。その後中国本土を始め、諸外国との国境が開かれることを前提に、更なる香港経済の活性化に期待したい。

過去2年間、COVID-19の影響で世界中の人々の働き方が大きく変わったことは確かである。香港においても度重なる感染拡大により、在宅勤務・テレワーク・リモートワーク等、各企業においてオフィスワークに依存しない働き方の導入が加速、複写機で紙を出力する需要は長期的に減少していくと見込まれている。更に世界的な物流混乱と半導体不足は2022年も継続しているため、製品供給の逼迫は続くことが予想される。そのような中、今後複写機業界をどう予測するかは難しくなっている。そのため業界各社は複写機以外の領域で新たなビジネスを模索していく必要がある。

第5章 ● 電器電子 ICT

香港におけるリテール DX

田中 優希

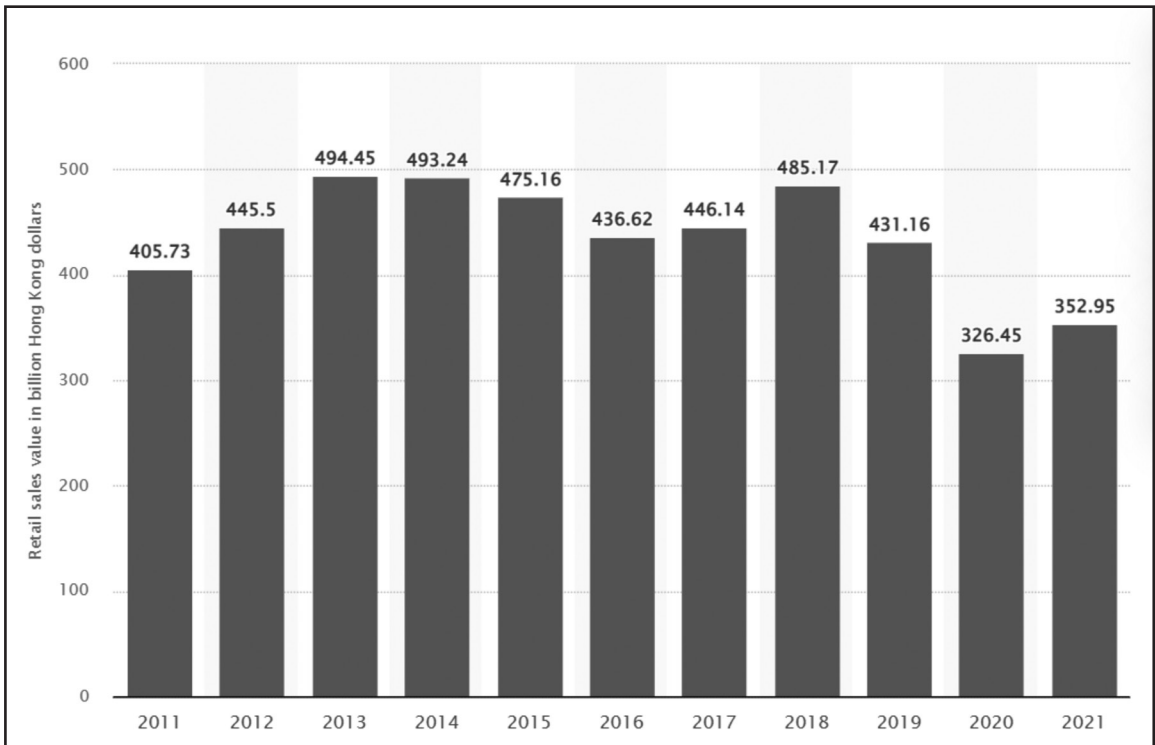
Fujitsu Hong Kong Limited

【2021年の回顧】

2021年は引き続き新型コロナウイルス感染症の影響を受け、多くの業種が深刻な影響を受けた一年となった。特に香港政府が打ち出した新型コロナウイルス感染症の対策として、飲食業を中心としたリテール業界は深刻な経済打撃を受けた。さらに、消費の大部分を輸入に頼る香港にとって、中国本土で繰り返し行われるロックダウンの影響も大きく、物流の滞りが生じ、消費者の生活に混乱が生じた。

一方で、コロナ渦で多くの業界が大きく落ち込んだ中、リテール業界は2021年にわずかに成長を遂げ、復活の兆しをみせている業種の一つである。

【香港のリテール市場規模の変遷】



※出典：Statista・Hong Kong: retail sales value 2021 | Statista

さらに特徴的であったのは、コロナ渦によって、消費者の消費行動は大きく変化し、香港におけるリテール業界のDX(デジタルトランスフォーメーション)が本格的に始まった一年であったという点である。以降、その傾向について具体的に記していきたい。

「DXの背景」

リテール業界におけるDXが加速している理由として、①業界における慢性的な人材不足と ②コロナ禍によるライフスタイルの変化が挙げられる。

慢性的な人材不足はリテール業界のみならず全業種に共通した課題である。2021年香港では、海外移住が加速し、約9万人近くの香港居民が海外移住し、香港国籍の人口は2021年6月末時点、前年比-1.2%となった。2020年6月に施行された、香港国家安全維持法が少なからず影響しているものと推察する。結果、昨今から続く高齢化も相まって、若手人材の獲得が大きな課題となり、人員不足・人権費の高騰が加速した。

ライフスタイルの変化は周知の通りである。コロナに伴う度重なる規制により、非接触型の接客スタイルが飛躍的に進んだ一年であったと言えるのではないか。

「店舗DXの導入」

食品スーパーや飲食店では、レジのセルフ化が進んだ。特に飲食店では、QRコードで読み込んだURLから顧客が自身で注文するオーダー方式の採用や、配膳や食器を下げる際にロボットを利用するなど、無人店舗の出店も導入された。以下の例では顧客がセルフキオスクからオーダーすると、注文情報が識別され、ロボットがドリンクを作り提供する仕組みを実現している。

【ロボットによる配膳自動化の例】



写真：尖沙咀に位置する高級ショッピングモールK11 Museaに出店しているドリンクショップROBOTEA (筆者撮影)

「OMO(Online Merges with Offline/ オフラインとオンラインの融合)」

更なる傾向として、オフライン市場とオンライン市場が融合していくOMOの動きが見えてきた。OMOは2017年頃にGoogle チャイナの前CEOである李開復氏が提唱した概念である。

香港では、落ち着きを見せていたコロナ感染者の急増により、一時食品スーパーから食料品や生活必需品が消えるなど、大きな混乱が生じた。そのため、リテール業界は生活必需品をはじめ、安定した供給を維持していくため、消費者の購入チャネルを多様化させる必要があった。その結果、オンラインにおける販売チャネルの増加と消費者行動の多様化によって、香港のオンライン市場は成長を遂げている。香港におけるオンライン市場は2021年度時点で255億米ドルと言われており、2025年には379.6億米ドルへ到達する見込み(※)である。

※出典：Statista eCommerce - Hong Kong | Statista Market Forecast

【2022年の展望】

「店舗DXの加速」

2022年は香港におけるコロナ規制の緩和も予想される。従来、香港は都市型の限られた地域であったため、必要性の観点から店舗のDXやオンライン化に若干の出遅れ感があったが、ライフスタイルの変更に伴い2021年度に導入されたDXが定着し、今後は更に加速していくと考える。

東アジア圏では、DX化の取り組みはコロナ前から始まっており、台湾や韓国では店舗DXが定着しているケースも少なくない。このような動きが香港にも波及するシナリオは十分に考えられる。

例として、弊社が東アジアで展開した顧客との共創プロジェクトについて紹介したい。

- ① 台湾：台湾ファミリーマート(コンビニ)との科技店舗(DX店舗) オープン店舗スタッフ負荷軽減と他コンビニとの差別化を目的とし、16のDXソリューションを導入した無人店舗をオープン。

FamilyMart

Store Experience

transparent display

Robopin

Digital signage

Stamp rally / Coupon interaction communication

FamilyMart and Fujitsu together considering and demonstration experiments in co-designing a future convenience stores experience for customers.

- ② 韓国：BGF Retail(韓国最大手コンビニ)無人店舗オープン人員不足や人件費の高騰などの課題に呼应し、「Tech Friendly」をテーマとして、無人店舗をオープン。利用者は、事前にアプリで登録した個人情報にて入退店し、一連のプロセスを無人で可能にした。



「顧客データ基盤の活用」

データ活用も2022年度の重要なキーワードである。前述の通り、2021年OMOを基軸としたオンラインを含む様々な販売チャンネルが台頭してきた。2022年はオンライン上に収集されたデータをいかに活用するかが重要なテーマであると言える。韓国や台湾など、リテール分野でのデータ活用が進んでいる地域においても有益な利活用は課題となっている。

例えば、様々な業種を展開しているリテールコングロマリットにおいては、各業種や会社間でデータ構造が異なっており、リアルタイムなデータ連携がなされていないといった課題を抱えるケースも多い。様々なチャンネルから収集されたデータをリアルタイムで連携させ、顧客の購買履歴を把握した上で、効率的なマーケティングおよびプロモーション活動を行うなど、顧客との適切なタッチポイントを増やしていくことが重要である。

「SDG s (持続可能な開発目標)への貢献」

2015年国連総会において提唱されたサステナビリティという考え方をベースとした17の目標から成るSDG sは、企業コンプライアンスを超え、戦略の中核におくべきテーマとなってきた。リテール業は、エネルギーや食料資源の需給、温暖化など、世界規模で環境悪化が懸念される課題と密接に関わりあっている。弊社は、イノベーションによって社会に信頼をもたらし、世界をより持続可能にしていくことを目的とした新たな事業ブランド「FUJITSU UVANCE」を立ち上げ、7つのKey Focus Areaとこれを支える5つのKey Technologyによるサステナブルな世界実現、SDGsへの貢献に取り組んでいる。リテール業界向けには、多様な購買体験を支え、環境負荷軽減と持続可能なサプライチェーン構築などを実現するソリューション・サービス群を「Consumer Experience」と定義し、業界のサステナブルな経営実現にICTから貢献していく。

Fujitsu Uvance

FUJITSU

7 Key Focus Areas to Create a Sustainable World

Vertical Areas

4 cross-industry areas to resolve issues in society



Sustainable Manufacturing



Consumer Experience



Healthy Living



Trusted Society

Horizontal Areas

3 technology platforms to support the cross-industry areas



Digital Shifts



Business Applications



Hybrid IT

Key Technology



Computing



Network



AI



Data & Security



Converging Technologies

© 2022 Fujitsu

世界及び香港における空港DXの展望

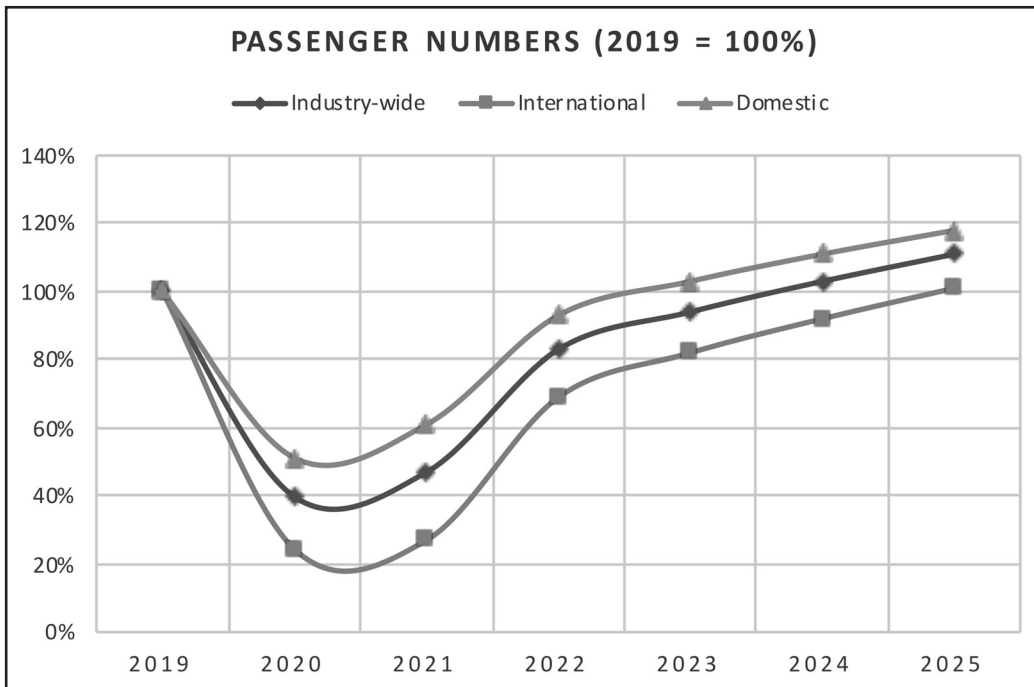
野村 隆志

NEC Hong Kong Ltd.

1. はじめに

2019年末から広がったコロナ禍の影響により、航空業界の様相が大きく変わった。度重なるロックダウン等の規制により、世界各国の空港が、厳格な検疫体制を敷いて旅客を出迎えている。IATA(国際航空運送協会)の発表によれば、予想旅客数はコロナ禍前の2019年と比べ、2022年は83%になるとの見通し。2021年の同47%に比べれば、回復の兆しは見えるものの、同水準までの回復は2024年夏を想定している(図1参照)。2022年の動向としては、北半球と欧州諸国における国境の入出国条件の緩和による空港利用者数の回復が見られる一方で、アジアパシフィック圏においては、中国をはじめとして厳格な規制緩和を解除する様相がまだ見られない為、回復はまだ途上だ。

図1：旅客数推移



Source: IATA Information

では、空港を取り巻く事業環境にはどのような影響があるのだろうか。コロナ禍以前より各国で推進されている諸々の空港業務デジタル化の中でも、安全・安心を目的とした価値提案に注目が集まっている。その核となるDX(注1)の展望に着目してみたい。

(注1)DX=Digital Transformationの略。データとデジタル技術を使って、作業の一部にとどまらず社会や暮らし全体がより便利になるよう大胆に変革していく取り組み。

2. 市場トレンド

<グローバル>

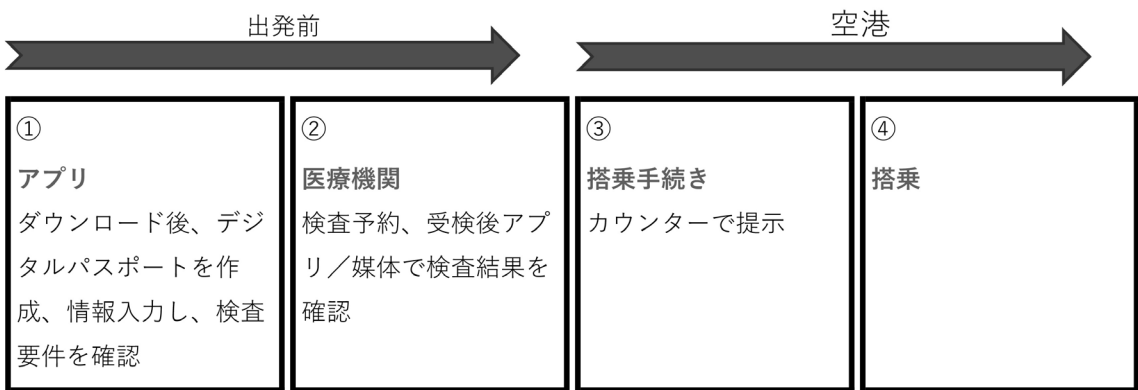
安全・安心をキーワードとしたDXの取り組みとして、主なトレンドは、ヘルスパスポートとコンタクトレス、そしてロボットの導入だ。

【ヘルスパスポート】

IATAやICAO(国際民間航空機関)などが推進するヘルスパスポートは、2021年中頃からEUをはじめとして導入が加速。仕組みとしては、指定のモバイルアプリをダウンロードし、各国規制に従いワクチン接種証明書やPCR検査レポート等をフライト情報と共にオンラインで提出し記録することで、スムーズな入出国を実現。ヘルスパスポートは、航空会社主導より、各国の規制による政府機関主導による導入検討の事例が多い。

IATAが主導するヘルスパスポートの仕組みであるトラベルパスは、各国異なる独自ルールによるコロナ対策において信頼性の担保が難しくなっていることに着目した情報基盤を構築するものである。各国の渡航要件や検査所／接種所等の定められた場所の見える化、検査機関や研究機関による結果／証明書の通知、そして各個人の検査／接種状況を登録、提示可能にするアプリの整備が主な取り組み内容となっている。2021年5月にANAが羽田-ホノルル・ニューヨーク線でIATAトラベルパスの実証実験を開始した(図2参照)。2022年5月現在、全世界で31のエアラインがサービスを検討／提供している。

図2：トラベルパスの基本手順



Source: ANA website

ヘルスパスポートは、他国間でシームレスに柔軟な運用を図るにはまだ課題はあるが、今後入出国の一气通貫の管理など、サービスが広がっていくことが期待される。

【コンタクトレス】

これまで人／モノと接触する機会が多かった空港において、徐々にデジタル化が進み、自動化システムが導入され、昨今ではコンタクトレスの需要が増えている。その代表例がゲートであり、コロナの影響により、一層その検討が加速している。歴史を辿ると、マニュアルオペレーションによる物理的なパスポート確認と搭乗券の半券による確認から、パスポートと搭乗券の自動読み取りシステムや本人確認用の指紋認証システムの導入に移行してきた。昨今、感染対策を目的としたコンタクトレス需要に適した顔、虹彩等の新たな生体を活用した認証技術が発展し、空港の安全・安心を担う新たな技術として注目を浴びてきた。コンタクトレスゲートを活用したシームレストラベルは、香港をはじめとして日本や米国でも導入されている。ではシームレストラベルとは何か。2021年7月に導入開始した成田空港の例を参考にご紹介したい。

成田空港では、顔認証技術を活用した新しい搭乗手続きとなる通称Face Expressのサービスを開始。搭乗手続きの流れは以下の通り。

Step1：自動チェックイン機でパスポート照合し、顔画像を登録

Step2：手荷物預け入れ、保安検査場、搭乗ゲートまで顔認証のみ(搭乗券やパスポートの提示不要)

取得した個人情報は、搭乗手続きのみに利用され、24時間以内に自動的に削除される仕組みが構築されている。各チェックポイントにおける待ち時間の短縮による密な環境の回避、人／モノの接触を最小限に抑えることが出来る為、コロナ禍の環境では今後も大きな需要が期待される。

このように、今後、世界各国でコンタクトレスを軸としたシームレストラベルの導入が加速すると期待されている。また中長期的には空港内での利用に留まらず、市内のホテルや娯楽施設などの空港外(オフエアポート)での効率的且つシームレスな本人確認を実現することでサービス向上に繋げる動きが出てくることが予想される。

【ロボット】

次に、ロボットの導入である。チャットボット機能が搭載された応対型の案内ロボットや清掃ロボットに加え、香港、羽田、シンガポールなど主要空港では2020年頃から自律走行型の消毒作業ロボットが空港内をせわしなく走り回る光景を目にするようになった。噴射タイプから紫外線照射タイプなど多岐にわたるデザインのロボットが新たな役割を担っている。

<香港>

このようにグローバルのトレンドとして、ヘルスポスポート、コンタクトレス、そしてロボットの動向について述べてきたが、アジアのハブ空港として重要となる香港においても多分に漏れず同様のトレンドを見せている。

香港国際空港(Hong Kong International Airport)は、国際旅客数が71百万人(2019年)で世界4位、貨物取り扱い量は、500万トン以上で堂々の世界1位だ。120の航空会社が乗り入れ、200箇所超の目的地を結ぶアジアの玄関口として、生活の重要なインフラを担っている。香港国際空港を管轄する香港機場管理局(Airport Authority Hong Kong)は、大きく次の3つのビジョンを掲げている。

- ・アジアパシフィック圏のハブ
- ・香港／粵港澳大湾区(通称GBA、注2参照)の新たなランドマーク
- ・香港とGBAの経済成長を担う重要な拠点

(注2) GBA=Greater Bay Area。香港、マカオ、広東省珠江デルタの九つ都市(広州、深圳、東莞、惠州、仏山、江門、中山、珠海、肇慶を含む)を統合したグレーターベイエリアを目指す地域発展計画。人口86百万人、東京ベイエリアに匹敵するGDP(約2兆米ドル)を誇る巨大ベイエリア

大きなビジョンを支えるインフラとして、現在、第三滑走路、第二ターミナルの拡張、そして隣接商業施設(SKYCITY)の開設等の建設ラッシュが続いており、コロナ禍の影響を感じさせない積極的な事業開発を進めている。その中で、具体的にどのようなDXの展開が期待されるのだろうか。同局が先進的なITインフラの導入によるDXの強化にむけ推進しているSmart Airport - Travel Experience Transformationについて触れてみたい。具体的には4つ挙げられている。

- a) Biometrics and Touchless Technologies
- b) HKIA Food Ordering Webpage
- c) “Check-in Anywhere” and Baggage Pick-up (expanding services at off-airport locations)
- d) Online Shopping and Home Delivery

グローバルのトレンド同様に、タッチレス(コンタクトレス)技術の活用は香港でも積極的に取り組んでいる。Single Token Journeyと称して、チェックインキオスクで手続きをした後、パスポート情報と搭乗券のデータがデジタルトークンとして記録され、バゲッジドロップからセキュリティチェックポイント、そして搭乗ゲートまで顔認証で通過することが出来る。2021年11月にAirports Council InternationalよりBest Innovation in Airport Passenger Related Processesを香港国際空港が受賞したことは記憶に新しい。また、今後の取り組みとして、空港外のホテルや交通機関等を結ぶオフエアポート連携の動きがあり、モバイルアプリケーションを活用したデータ連携を行うことで、さらなる利便性の向上が期待される。

モバイルアプリケーションを活用したサービスの事例として、ドバイ空港で2021年10月に開始されたサービスを紹介したい。搭乗者が、空港ターミナル内にあるレストランやリテールショップの商品を、チェックイン前にモバイル端末の専用アプリケーションを通じて事前に購入し、搭乗ゲート等の指定場所で受け取る仕組みである。旅客の新たな空港内のエクスペリエンス向上に寄与するとともに、密を避ける効果もあり、今後の新たな取り組みとして期待される。

香港では、旅客を対象としたSmart Airportの取り組みに加え、ビジョンで掲げるGBAに向けた取り組みとして、物流のハブ空港としても今後、大きな役割が期待されている。DHLのCentral Asia Hub

Expansionの2022年内の構築、Premium Logistics Centre等新たなアジアのe コマースハブとしてインフラ強化を図っている。また、中国本土の東莞市に香港国際空港のLogistics Parkの建設等を通じて手続きの時間短縮とコスト削減を図り、複合輸送を効率的に進める動きもある。このように旅客同様にシームレス、そして安全・安心を追求した施策が講じられている。

3. 今後の展望

2024年に旅客数がコロナ以前のレベルまで回復することが見込まれる中、空港業界は、効率化とともに、より安全・安心を意識した空港運営を目指し、着々とデジタルトランスフォーメーションを推進する動きを見せている。その中で香港はデジタルトランスフォーメーションを加速させ、2035年には2019年比で2倍近い旅客数の1.2億人、また、貨物取り扱い量においては1000万トンターゲットとしている。空港の価値を高め、アジアの玄関口としての地位確立を目指しつつ、空港運営のみの役割だけではなく、GBA等の周辺地域の経済成長を担う架け橋として大きなビジョンを掲げている。新たな未来へ羽ばたく香港の姿に今後も注目していきたい。

<参考文献>

- 「デジタル化」と「DX」は何が異なる？ それぞれの違いや目的を解説 | DX SQUARE (ipa.go.jp)
- DX= デジタルトランスフォーメーションってなに？ | サクサク経済Q&A | NHK
- 2022年の航空需要は19年の4割減と予測、国境制限緩和進まず国際線に回復遅れ | 訪日ラボ (honichi.com)
- 世界の航空需要の回復は2024年夏か、航空データ分析のシリウムが予測、レジャー需要の回復に向けてLCCに注目集まる | トラベルボイス(観光産業ニュース) (travelvoice.jp)
- IATA - Airline Industry Statistics Confirm 2020 Was Worst Year on Record
- World's Top 100 Airports 2021 | SKYTRAX (worldairportawards.com)
- IATA - Air Passenger Numbers to Recover in 2024
- Face Express(顔認証による新しい手続き) | 成田国際空港 - Narita Airport (narita-airport.jp)
- ACI reveals top 20 airports for passenger traffic, cargo, and aircraft movements - ACI World
- List of the busiest airports in Asia - Wikipedia
- List of busiest airports by passenger traffic - Wikipedia
- The top 10 busiest airports in the world revealed - ACI World
- 【徹底解説】IATA トラベルパスとは【海外旅行には必須？】 (takehilog.org)
- IATA - Travel Pass Initiative
- IATA Travel Pass - Airlines-Airports
- 粵港澳大湾区 - Wikipedia
- Technology Innovation Awards - ACI World
- Dubai Airports launches DXB&more mobile ordering service (futuretravelexperience.com)
- 2022/2/25 Hong Kong – Japan Business Collaboration under the New Normal講演

電子部品業界

電子部品部会

<2021年の回顧>

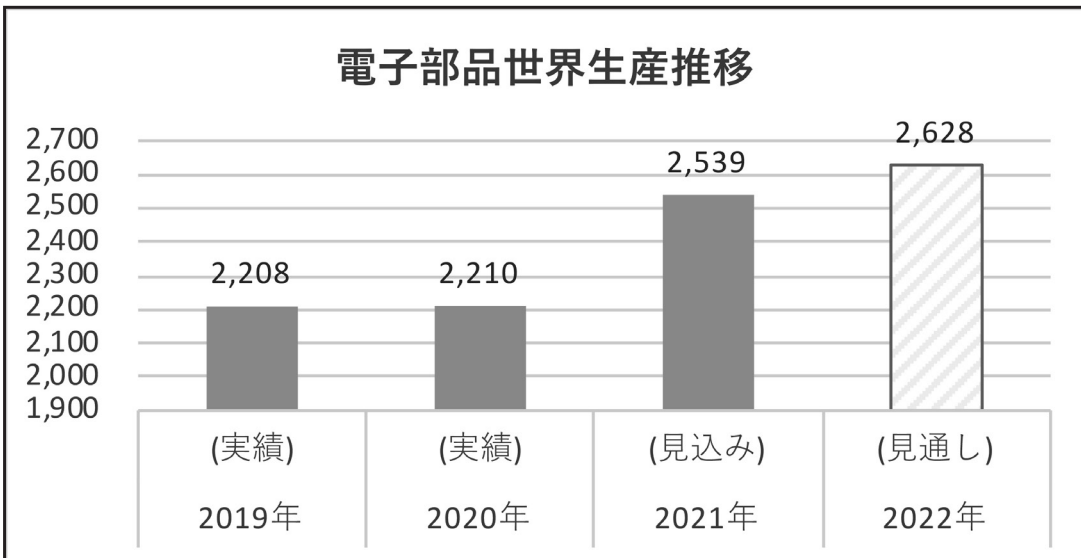
2021年の世界経済は、ワクチン接種など新型コロナウイルス感染症への対策が進み概ね回復傾向となった一方で、半導体不足をはじめとする一部部材の供給遅れによる生産への影響や、世界情勢によるサプライチェーンの混乱が影を落とした1年だった。加えて、電子機器の製造でも使用される銅や鉄などの素材価格の高騰など、収益を圧迫するようなマイナス面の影響も見受けられた。

JEITA(電子情報技術産業協会)によると、2021年の電子部品世界生産額は前年比15%増の27兆5,735億円(2,539億ドル)であり、そのうち日系企業の電子部品世界生産額は前年比14%増の9兆4,764億円、全体に占める割合は約34%であった。デジタル化の進展によるネットワーク拡充、巣ごもり需要によるスマホ・大画面テレビなどの買換え促進、FA(ファクトリーオートメーション)・工作機械などの受注増加、さらには、データ量の急増に伴うデータセンターの増強などを背景としたサーバ・半導体の増加などがプラスの成長要因となった。

図表1 電子部品世界生産推移

(単位: 億ドル)

| | 2019年 (実績) | 2020年 (実績) | 2021年 (見込み) | 2022年 (見通し) |
|------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| 世界生産(電子部品) | 2,208 | 2,210 | 2,539 | 2,628 |
| 前年比 | 97% | 100% | 115% | 104% |



(出所) 電子情報技術産業協会(JEITA) 「電子情報産業の世界生産見通し」

図表2. 日系企業の世界生産推移

(単位:億ドル)

| | 2019年 (実績) | 2020年 (実績) | 2021年 (見込み) | 2022年 (見通し) |
|---------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| 日系企業の世界生産 (電子部品) | 86,859 | 83,446 | 94,764 | 97,847 |
| 前年比 | 94% | 96% | 114% | 103% |

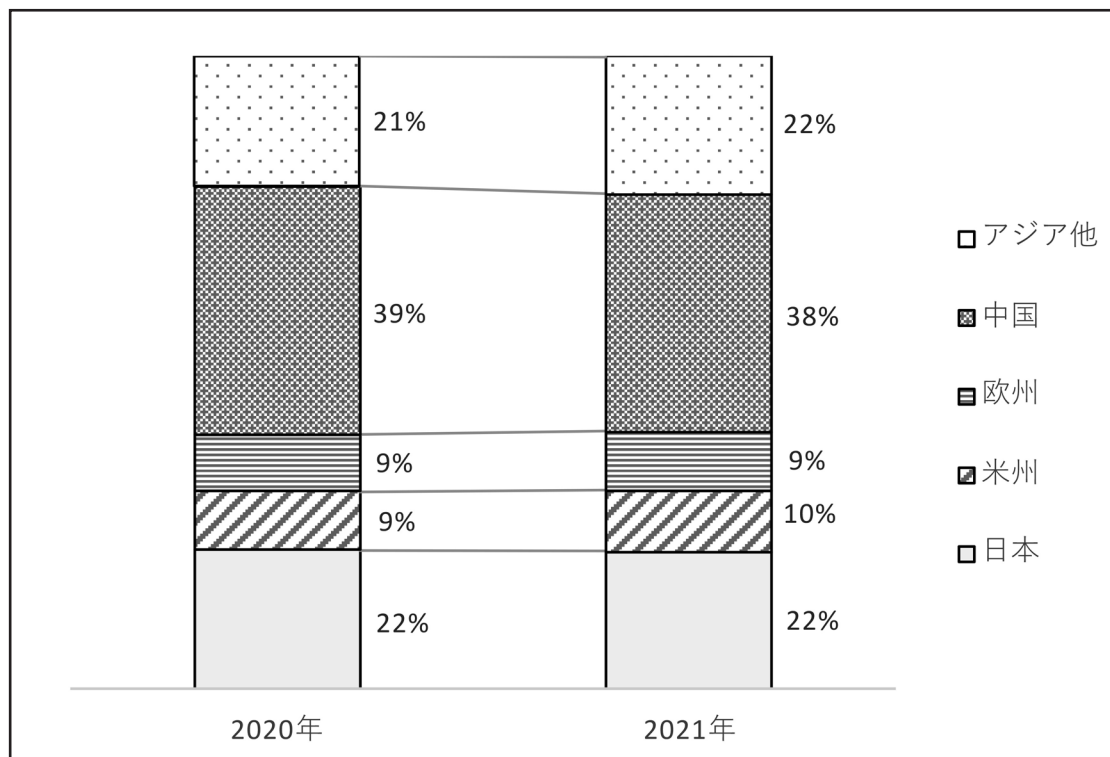
(出所) 電子情報技術産業協会(JEITA) 「電子情報産業の世界生産見通し」

中国においては、2021年の実質GDP(国内総生産)成長率は前年比8.1%の増加となり政府目標を上回る結果となった。四半期別にみると、2021年1Q：18.3%、2Q：7.9%、3Q：4.9%、4Q：4.0%となり、年初1Qの高水準とは対照的に年後半へ向けて伸び率が鈍化する形で推移した。

日系企業に目を向けると、電子部品グローバル出荷統計においては、地域別出荷金額で中国向けが全体の38%を占めるなど、まだまだ市場としての重要性を堅持していることがうかがえる。中国のグローバル企業の台頭により、日系の電子部品業界にとってはこれからも重要な地域であるものと推察する。

なお外国為替についても触れておくと、人民元の対米ドルにおいては、2021年後半にかけ元高方向に推移し年末には6.4を割る水準にまでなっていたが、執筆時点の2022年5月においては6.7を越えるなど、同年4月後半以降から急激な元安が進行している。

図表3 電子部品地域別出荷統計



(出所) 電子情報技術産業協会(JEITA) 「電子部品グローバル出荷統計(地域別)」

<市場別動向>

ここからは自動車市場及びスマートフォン市場について簡単に2021年の動向を振り返ってみたい。

1. 自動車市場

中国の自動車市場においては、車載向け半導体不足や原材料価格の上昇等による経済環境の悪化に伴い販売台数の大幅増加は見込みづらい状況となっていた。

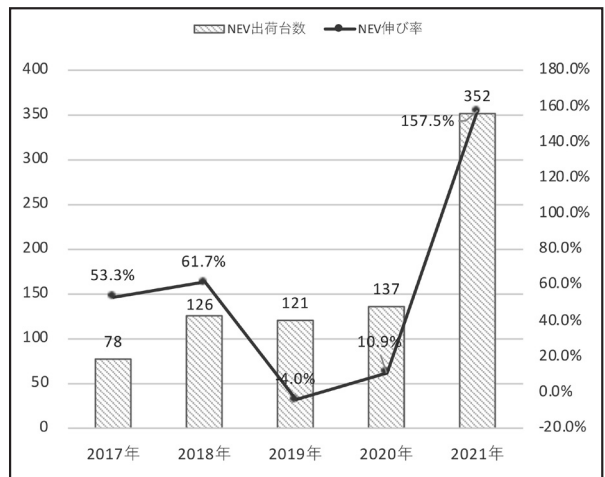
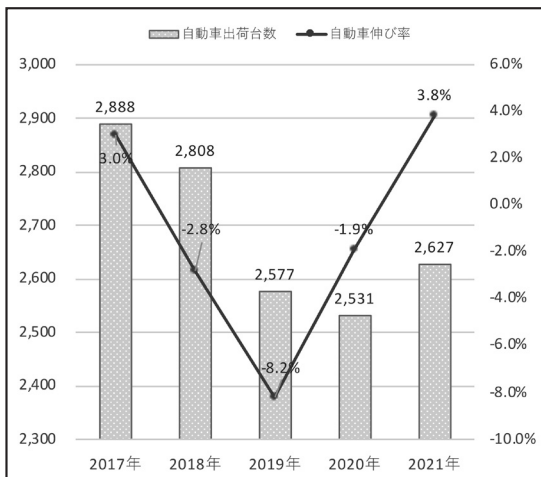
2021年の自動車出荷台数は前年比3.8%増加の2,627万台となり、2018年(2,808万台)・2019年(2,577万台)・2020年(2,531万台)の3年連続のマイナスから若干の回復となった。とりわけ新エネルギー車(NEV)については、モデル数の増加、技術水準の向上等に加え、次年度新エネルギー車購入補助金縮小による駆け込みなどの要因により好調を維持し、市場成長を支えた。出荷台数としては、2021年は352万台となり、前年2020年の137万台を大幅に上回る実績で、全体に占める割合も約13%に達している。

2022年の見通しについて、車載半導体の供給不足や原材料価格高騰が改善されれば、前年を超える販売台数を期待できるのではないと思われる。特にNEVについては2022年度での補助金終了がすでに発表されており、更なる駆け込み需要も見込まれる。逆に半導体不足が長期化していくと、自動車生産に対する下押し圧力が強まることになり、動向を注視する必要がある。

図表4 中国自動車出荷台数推移

(単位：万台)

| | 2017年 (実績) | 2018年 (実績) | 2019年 (実績) | 2020年 (実績) | 2021年 (実績) |
|-------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 出荷台数 | 2,888 | 2,808 | 2,577 | 2,531 | 2,627 |
| うちNEV | 78 | 126 | 121 | 137 | 352 |



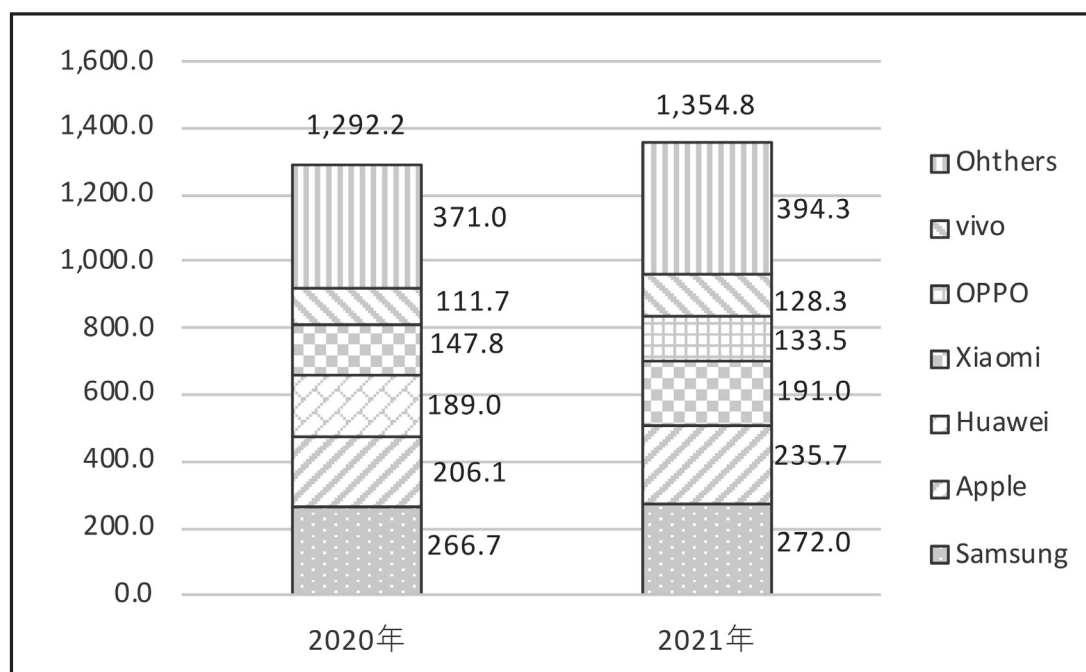
(出所) 中国汽車工業協会 (CAAM)

2. スマートフォン市場

ここ数年減少の一途をたどっていた世界スマートフォン出荷台数は、2021年度は前年比5.7%増の13億5,000万台となり、プラスに転じる結果となった。メーカー別にみると、1位はSamsungで、2020年同様首位をキープしている。2位はAppleでこちらも2020年から変化なく、Samsungを追隨する形となっている。しかしながら、市場環境としてはサプライチェーンや部品供給不足の問題が発生しており、その影響で2021年後半にかけて出荷台数も減少傾向となった。市場調査会社である米国IDCの発表によると、2022年1Qの世界出荷台数は314万台で前年同期比8.9%のマイナスとなっている。半導体等の部品不足や、新型コロナウイルス感染症による中国でのロックダウンの影響など、2022年に入っても市場にとってマイナスの影響が続いている。中国市場をみてみると、中国ではスマホ市場はすでに飽和状態になっている。四半期別の出荷台数を見ても減少が続いており、買い替え需要の長期化も相まって各メーカーの消耗戦を展開する形となっている。

図表5 世界スマートフォン出荷台数

(単位：百万台)



(出所) IDC資料より筆者作成

〈2022年の展望〉

2022年の世界経済は半導体等の部品供給不足からの回復と、コロナやロシア・ウクライナ問題によるサプライチェーンの混乱からの脱却ができるかが重要になると考える。部品供給について言えば、依然供給不足が続いており回復までにはまだ時間を要すると思われる。また、ワクチン接種が進んでいる欧米を中心にコロナ規制の緩和が進んでいるのとは対照的に、中国・香港ではコロナ規制が継続されており、生産の先行きに不透明感を与えている。さらには中国においても、3月末から始まった上海ロックダウン等の影響により工場生産やサプライチェーンにも影響が出ている。

日系電子部品業界において、中国は2022年も引き続き重要な市場であると考え。足許のロックダウンによるサプライチェーンの混乱や世界的な部品不足が不安要素とはなるものの、旺盛な需要を追い風にしたプラス成長となることに期待したい。ただし、ロシア・ウクライナ問題やコロナ変異株等、マイナス面の要因が拡大する可能性もあるため、今後の動向を注視していく必要がある。

電子部品業界にとっての2022年がよい1年となることを願ってやまない。

第7章 ● 農林水産食品

食品の輸入

山崎 裕介

日本貿易振興機構 (JETRO) 香港事務所

田下 裕一

農林中央金庫香港駐在員事務所

1 食品の輸入概要

2021年の香港における食品(食肉用家畜、飼料、アルコール飲料を含む。以下同じ)の輸入額は、1,996億3,154万HKドル(表1)、コロナウィルスの影響を大きく受けた前年との対比では8.5%の増加となった。品目別の構成比では、野菜・果実が24.7%と最大で、以下、割合の大きい順に肉類・同調整品20.9%、魚介類・同調整品13.8%、その他食品・加工食品9.0%、アルコール飲料8.0%、乳製品・鶏卵5.7%となっている。対前年比では、アルコール飲料(+27.0%)、魚介類・同調整品(+20.2%)が大きく増加した一方で、肉類・同調整品(-9.7%)、乳製品・鶏卵(-3.8%)、飼料(-1.0%)は減少した。

表1 香港における食品の輸入額

(単位：1,000香港ドル)

| | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 | | | |
|------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------|---------------|------|
| | | | | 前年比 | 構成比 | 主な輸入先 | |
| 野菜・果実 | 44,729,647 | 46,189,003 | 42,489,338 | 49,365,039 | 16.2% | 24.7% | チリ |
| 肉類・同調整品 | 56,799,073 | 47,558,243 | 46,289,741 | 41,816,376 | -9.7% | 20.9% | ブラジル |
| 魚介類・同調整品 | 30,220,122 | 26,957,421 | 22,968,578 | 27,601,519 | 20.2% | 13.8% | 中国 |
| その他食品・加工食品 | 16,121,244 | 15,394,458 | 15,268,240 | 17,956,477 | 17.6% | 9.0% | 中国 |
| アルコール飲料 | 18,725,090 | 14,858,147 | 12,535,051 | 15,920,786 | 27.0% | 8.0% | 中国 |
| 乳製品・鶏卵 | 16,726,102 | 16,819,073 | 11,824,894 | 11,374,629 | -3.8% | 5.7% | 中国 |
| 食肉用家畜 | 5,747,671 | 8,251,438 | 8,464,029 | 9,838,261 | 16.2% | 4.9% | 中国 |
| 穀物・同調整品 | 9,155,565 | 8,731,279 | 8,082,230 | 8,121,538 | 0.5% | 4.1% | 中国 |
| 水・清涼飲料水 | 7,390,532 | 7,381,978 | 6,714,586 | 7,394,450 | 10.1% | 3.7% | 中国 |
| コーヒー・茶・香辛料 | 6,785,791 | 6,667,687 | 5,630,185 | 6,244,072 | 10.9% | 3.1% | 中国 |
| 砂糖・同調整品・蜂蜜 | 2,841,779 | 2,742,682 | 1,996,218 | 2,211,342 | 10.8% | 1.1% | 中国 |
| 飼料 | 1,503,776 | 1,552,945 | 1,804,341 | 1,787,057 | -1.0% | 0.9% | 米国 |
| 合計 | 216,746,393 | 203,104,354 | 184,067,431 | 199,631,546 | 8.5% | 100.0% | - |

出典：Hong Kong Trade Development Council

2021年の香港における食品の主な輸入相手国・地域は、輸入額の多い順に中国、米国、チリ、日本、ブラジルで、上位5か国からの輸入額構成比は56.5%と全体の過半の割合を占める形となった。中国、米国の上位2カ国の順位はここ数年同じものの中国からの輸入額が前年対比+16.3%となったのに対し、米国は-11.2%と2021年も減少傾向が継続、1位、2位の差が拡大している。チリは前年の6位から3位へ、日本も5位から4位へ順位を上げた一方、ブラジルが3位から5位となった(表2)。以降タイ、

オーストラリア、フランス、ニュージーランド、オランダの順で、上位10か国の顔ぶれは前年から変化はない。主な輸入品目は、中国からは食品全般、米国からは肉類・同調整品、野菜・果実、チリからは穀物・同調整品、日本からは魚介類・同調整品、その他食品・加工食品となっている。

表2 香港における主な食品輸入相手国・地域

(単位：1,000香港ドル)

| | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 | | | |
|-----------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------|----------------|-------------|
| | | | | 前年比 | 構成比 | 主な輸出品 | |
| 中国 | 51,957,074 | 51,492,486 | 49,696,265 | 57,776,444 | 16.3% | 28.9% | 魚介類、果実・野菜 |
| 米国 | 33,615,820 | 26,102,029 | 16,662,685 | 14,799,195 | -11.2% | 7.4% | 肉類、果実・野菜 |
| チリ | 8,679,157 | 11,192,106 | 9,984,607 | 14,662,773 | 46.9% | 7.3% | 穀物・同調整品 |
| 日本 | 11,126,091 | 10,780,478 | 11,505,780 | 13,344,287 | 16.0% | 6.7% | 魚介類、その他の加工品 |
| ブラジル | 19,282,730 | 15,546,923 | 15,281,902 | 12,680,598 | -17.0% | 6.4% | 肉類・同調整品 |
| タイ | 8,939,857 | 10,064,188 | 12,259,628 | 12,557,859 | 2.4% | 6.3% | 果実・野菜 |
| オーストラリア | 9,071,143 | 8,930,897 | 7,799,865 | 8,601,687 | 10.3% | 4.3% | 果実・野菜、肉類 |
| フランス | 6,952,607 | 6,229,704 | 5,495,514 | 6,289,314 | 14.4% | 3.2% | アルコール |
| ニュージーランド | 4,141,227 | 4,789,514 | 3,950,499 | 4,418,158 | 11.8% | 2.2% | 乳製品・鶏卵 |
| オランダ | 7,853,811 | 6,154,189 | 4,858,312 | 4,078,768 | -16.0% | 2.0% | 肉類、乳製品・鶏卵 |
| その他 | 55,114,178 | 51,818,014 | 46,572,377 | 50,422,463 | 8.3% | 25.3% | - |
| 合計 | 216,746,393 | 203,104,354 | 184,067,431 | 199,631,546 | 8.5% | 100.00% | - |

出典：Hong Kong Trade Development Council

2 中国からの食品の輸入概要

香港における2021年の中国からの食品輸入額は、577億7,644万HKドルで、対前年比16.3%増加した(表3)。

品目別の構成比では、魚介類・同調整品が17.2%と最大で、以下、割合の大きい順に、野菜・果実16.6%、食肉用家畜15.2%、肉類・同調整品13.6%、水・清涼飲料水9.9%となっている。対前年比では上位12品目すべてで上昇、飼料(+41.4%)、乳製品・鶏卵(+31.9%)、魚介類・同調整品(+22.0%)、肉類・同調整品(+21.6%)等は20%を超える増加率となった。

表3 香港における中国からの食品品目別輸入額

(単位：1,000香港ドル)

| | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 | | |
|------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------|---------------|
| | | | | 前年比 | 構成比 | |
| 魚介類・同調製品 | 8,689,453 | 7,987,470 | 8,166,265 | 9,964,822 | 22.0% | 17.2% |
| 野菜・果実 | 7,969,284 | 7,431,364 | 8,658,813 | 9,572,366 | 10.6% | 16.6% |
| 食肉用家畜 | 4,556,589 | 7,178,062 | 7,418,881 | 8,780,079 | 18.3% | 15.2% |
| 肉類・同調製品 | 7,551,770 | 6,836,055 | 6,479,114 | 7,878,810 | 21.6% | 13.6% |
| 水・清涼飲料水 | 5,723,597 | 5,762,646 | 5,257,255 | 5,746,884 | 9.3% | 9.9% |
| その他食品・加工食品 | 4,206,055 | 4,399,884 | 4,640,819 | 5,419,720 | 16.8% | 9.4% |
| 乳製品・鶏卵 | 2,898,031 | 4,013,677 | 2,359,077 | 3,111,809 | 31.9% | 5.4% |
| コーヒー・茶・香辛料 | 1,784,914 | 2,398,780 | 2,420,302 | 2,590,643 | 7.0% | 4.5% |
| 穀物・同調製品 | 2,606,242 | 2,291,326 | 1,960,979 | 2,177,885 | 11.1% | 3.8% |
| アルコール飲料 | 5,193,233 | 2,507,646 | 1,776,427 | 1,829,496 | 3.0% | 3.2% |
| 砂糖・同調製品・蜂蜜 | 669,850 | 578,432 | 437,300 | 532,785 | 21.8% | 0.9% |
| 飼料 | 108,055 | 107,145 | 121,034 | 171,144 | 41.4% | 0.3% |
| 合計 | 51,957,073 | 51,492,487 | 49,696,266 | 57,776,443 | 16.3% | 100.0% |

出典：Hong Kong Trade Development Council

3 米国からの食品の輸入概要

香港における2021年の米国からの食品輸入額は、147億9,919万HKドルで、対前年比11.2%減少、3年前の2018年と比較すると56%減少した(表4)。

品目別の構成比では、肉類・同調整品が34.5%と最大で、以下、割合の大きい順に、野菜・果実27.3%、その他食品・加工食品16.5%、魚介類・同調整品5.0%、アルコール飲料4.7%となっている。対前年比では、その他食品・加工食品(+51.8%)、砂糖・同調整品・蜂蜜(+43.1%)等が増加したものの、構成比の高い肉類・同調整品(-29.6%)、野菜・果実(-8.9%)のほか、飼料(-34.2%)、穀物・同調整品(-25.4%)等が減少となった。

表4 香港における米国からの食品品目別輸入額

(単位：1,000香港ドル)

| | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 | | |
|------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------|---------------|
| | | | | 前年比 | 構成比 | |
| 肉類・同調製品 | 14,365,740 | 10,929,254 | 7,249,789 | 5,101,497 | -29.6% | 34.5% |
| 野菜・果実 | 12,290,631 | 8,998,342 | 4,431,701 | 4,036,692 | -8.9% | 27.3% |
| その他食品・加工食品 | 2,255,161 | 1,738,178 | 1,605,456 | 2,436,579 | 51.8% | 16.5% |
| 魚介類・同調製品 | 1,375,416 | 996,336 | 631,109 | 741,121 | 17.4% | 5.0% |
| アルコール飲料 | 906,394 | 1,118,115 | 720,070 | 694,153 | -3.6% | 4.7% |
| 乳製品・鶏卵 | 632,695 | 604,131 | 487,664 | 574,202 | 17.7% | 3.9% |
| 飼料 | 665,299 | 683,381 | 798,041 | 524,734 | -34.2% | 3.5% |
| コーヒー・茶・香辛料 | 407,813 | 324,088 | 209,364 | 227,610 | 8.7% | 1.5% |
| 穀物・同調製品 | 326,131 | 348,220 | 303,246 | 226,300 | -25.4% | 1.5% |
| 砂糖・同調製品・蜂蜜 | 175,045 | 158,604 | 80,024 | 114,504 | 43.1% | 0.8% |
| 水・清涼飲料水 | 200,538 | 186,015 | 127,741 | 96,134 | -24.7% | 0.6% |
| 食肉用家畜 | 14,959 | 17,366 | 18,481 | 25,667 | 38.9% | 0.2% |
| 合計 | 33,615,822 | 26,102,030 | 16,662,686 | 14,799,193 | -11.2% | 100.0% |

出典：Hong Kong Trade Development Council

4 チリからの食品の輸入概要

香港における2021年のチリからの食品輸入額は、146億6,277万HKドルで、対前年比+46.9%の増加となった(表5)。

品目別の構成比では、野菜・果実が98.6%と輸入額のほぼ全量を占めている。野菜・果実の輸入額が前年対比+48.3%と大幅な増加となったことを受けて、国別食品輸入額順位も前年の6位から3位へ上昇した。

表5 香港におけるチリからの食品品目別輸入額

(単位：1,000香港ドル)

| | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 | | |
|------------|------------------|-------------------|------------------|-------------------|--------------|---------------|
| | | | | 前年比 | 構成比 | |
| 野菜・果実 | 8,224,700 | 10,822,988 | 9,746,128 | 14,457,972 | 48.3% | 98.6% |
| 魚介類・同調製品 | 204,358 | 158,837 | 116,614 | 97,463 | -16.4% | 0.7% |
| アルコール飲料 | 144,634 | 127,614 | 75,054 | 74,569 | -0.6% | 0.5% |
| 肉類・同調製品 | 100,999 | 79,152 | 45,497 | 25,223 | -44.6% | 0.2% |
| 穀物・同調製品 | 437 | 131 | 73 | 5,324 | 7193.2% | 0.04% |
| コーヒー・茶・香辛料 | 1,997 | 2,409 | 1,235 | 2,217 | 79.5% | 0.02% |
| 砂糖・同調製品・蜂蜜 | 47 | 38 | 5 | 5 | 0.0% | 0.00003% |
| その他食品・加工食品 | 1,888 | 390 | 0 | 0 | N/A | 0.0% |
| 水・清涼飲料水 | 97 | 546 | 0 | 0 | N/A | 0.0% |
| 合計 | 8,679,157 | 11,192,105 | 9,984,606 | 14,662,773 | 46.9% | 100.0% |

出典：Hong Kong Trade Development Council

5 日本からの食品の輸入概要

香港における2021年の日本からの食品輸入額は、133億4,428万HKドルで、対前年比16.0%増加した(表6)。品目別の構成比では、魚介類・同調製品が29.6%と最大で、以下、割合の大きい順に、その他食品・加工食品17.7%、野菜・果実12.7%、穀物・同調整品11.6%となっている。対前年比では、すべての品目で増加。2020年に大幅な伸びを見せた鶏卵、砂糖・同調整品・蜂蜜を除き10%超の伸び率となった。

日本側から見ると、2021年の日本から香港への農林水産物・食品(アルコール飲料、たばこ、真珠を含む)の輸出額は2,190億円(日本から世界への農林水産物・食品輸出総額の17.7%)となり、対前年比6.0%増加した。輸出額順位は2位で、日本の農林水産物・食品の輸出相手国・地域として2005年から守り続けた1位の座を中国に明け渡した。香港向け品目別内訳を見ると、1位はアルコール飲料。以下金額の多い順に、真珠、なまこ(調整)、牛肉、たばこと続く。アルコール飲料が統計開始以来初のトップに、また牛肉が初の4位に食い込んだ。

2022年5月末現在、2011年3月の東日本大震災による東京電力福島第一原子力発電所事故に起因して、香港では未だ福島県からの野菜・果実、牛乳・乳飲料および粉ミルクは輸入停止措置が取られている。同じ輸入停止措置が取られていた、茨城、栃木、群馬および千葉の4県産については、2018年7月24日から、放射線量が国際基準の制限値を超えていないことを証明する「証明書」および「輸出事業証明書(初回のみ)」の添付があれば香港への輸入が可能となっている(なお、2021年4月1日から、福島、茨城、栃木、群馬及び千葉の5県から香港へ輸出される農水産品・食品に添付が必要だった放射性物質検査証明書は、日本での取得、香港政府への提出も全て電子化(Emailによる送付)に制度が簡素化・変更になった(貨物への添付不要)。※「証明書の電子化対象品目」は、食肉、家禽(かきん)卵、水産物→福島県、茨城県、栃木県、群馬県、千葉県。また、野菜、果物、牛乳・乳飲料・粉乳→茨城県、栃木県、群馬県、千葉県となっている)。

表6 香港における日本からの食品品目別輸入額

(単位：1,000香港ドル)

| | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 | | |
|------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------|---------------|
| | | | | 前年比 | 構成比 | |
| 魚介類・同調製品 | 4,337,215 | 3,937,976 | 3,543,490 | 3,949,938 | 11.5% | 29.6% |
| その他食品・加工食品 | 1,624,962 | 1,526,753 | 1,978,714 | 2,355,657 | 19.0% | 17.7% |
| 野菜・果実 | 1,230,645 | 1,296,907 | 1,450,063 | 1,697,391 | 17.1% | 12.7% |
| 穀物・同調整品 | 1,388,827 | 1,354,627 | 1,293,170 | 1,554,073 | 20.2% | 11.6% |
| 肉類・同調製品 | 555,682 | 604,732 | 757,409 | 909,803 | 20.1% | 6.8% |
| アルコール飲料 | 418,475 | 455,153 | 683,809 | 880,858 | 28.8% | 6.6% |
| 乳製品・鶏卵 | 358,216 | 418,280 | 683,274 | 720,891 | 5.5% | 5.4% |
| 砂糖・同調整品・蜂蜜 | 578,547 | 568,997 | 428,496 | 428,770 | 0.1% | 3.2% |
| 水・清涼飲料水 | 278,826 | 260,770 | 275,174 | 341,583 | 24.1% | 2.6% |
| コーヒー・茶・香辛料 | 266,030 | 267,541 | 264,312 | 327,628 | 24.0% | 2.5% |
| 飼料 | 78,670 | 79,999 | 136,739 | 160,130 | 17.1% | 1.2% |
| 食肉用家畜 | 9,996 | 8,742 | 11,129 | 17,565 | 57.8% | 0.1% |
| 合計 | 11,126,091 | 10,780,478 | 11,505,780 | 13,344,287 | 16.0% | 100.0% |

出典：Hong Kong Trade Development Council

6 競合国・地域(台湾・韓国)からの食品の輸入概要

台湾および韓国産の食品は、香港市場への浸透を継続し、多くの品目で日本の競合相手となっている。

香港における2021年の台湾からの食品輸入額は、32億1,042万HKドルで、対前年比15.2%の増加(表7)。品目別の構成比では、魚介類・同調整品が22.9%と最大で、以下、割合の大きい順に、その他食品・加工食品21.6%、野菜・果実16.7%、穀物・同調整品10.4%、水・清涼飲料水7.3%となっている。対前年比では、少額な品目を除き、野菜・果実(+22.0%)、魚介類・同調整品(+21.0%)が増加した。

香港における2021年の韓国からの食品輸入額は、31億2,072万HKドルで、対前年比9.4%増加した(表8)。韓国農水産食品流通公社(日本でいうJETRO)が定期的に香港のディストリビューターと連携し、農水産物のプロモーションをスーパー等で展開している。品目別の構成比では、その他食品・加工食品が22.2%と最大で、以下、割合の大きい順に、野菜・果実18.7%、魚介類・同調整品13.1%、砂糖・同調整品・蜂蜜11.6%、アルコール飲料10.6%、穀物・同調整品9.3%となっている。対前年比では、少額な品目を除き、砂糖・同調整品・蜂蜜(+36.1%)、その他食品・加工食品(+35.9%)、野菜・果実(+19.4%)等が増加したものの、魚介類・同調整品(-17.5%)等が減少した。

表7 香港における台湾からの食品品目別輸入額

(単位：1,000香港ドル)

| | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 | | |
|------------|------------------|------------------|------------------|------------------|--------------|---------------|
| | | | | 前年比 | 構成比 | |
| 魚介類・同調整品 | 769,354 | 663,756 | 608,169 | 735,917 | 21.0% | 22.9% |
| その他食品・加工食品 | 630,741 | 599,017 | 619,920 | 692,283 | 11.7% | 21.6% |
| 野菜・果実 | 406,190 | 437,265 | 438,055 | 534,587 | 22.0% | 16.7% |
| 穀物・同調整品 | 351,059 | 364,370 | 356,295 | 334,508 | -6.1% | 10.4% |
| 水・清涼飲料水 | 194,444 | 223,430 | 212,507 | 233,927 | 10.1% | 7.3% |
| 肉類・同調整品 | 101,630 | 128,153 | 219,099 | 209,771 | -4.3% | 6.5% |
| コーヒー・茶・香辛料 | 110,649 | 93,245 | 99,620 | 143,171 | 43.7% | 4.5% |
| 乳製品・鶏卵 | 120,064 | 115,320 | 84,341 | 102,617 | 21.7% | 3.2% |
| 飼料 | 44,620 | 33,450 | 38,620 | 81,153 | 110.1% | 2.5% |
| 砂糖・同調整品・蜂蜜 | 101,026 | 109,684 | 82,075 | 80,811 | -1.5% | 2.5% |
| アルコール飲料 | 59,461 | 21,486 | 23,121 | 57,249 | 147.6% | 1.8% |
| 食肉用家畜 | 3,401 | 5,315 | 6,195 | 4,432 | -28.5% | 0.1% |
| 合計 | 2,892,639 | 2,794,491 | 2,788,017 | 3,210,426 | 15.2% | 100.0% |

出典：Hong Kong Trade Development Council

表 8 香港における韓国からの食品品目別輸入額

(単位：1,000香港ドル)

| | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 | | |
|------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------|---------------|
| | | | | 前年比 | 構成比 | |
| その他食品・加工食品 | 563,932 | 438,431 | 510,086 | 693,421 | 35.9% | 22.2% |
| 野菜・果実 | 428,347 | 445,143 | 490,033 | 584,949 | 19.4% | 18.7% |
| 魚介類・同調製品 | 451,423 | 547,153 | 497,468 | 410,339 | -17.5% | 13.1% |
| 砂糖・同調製品・蜂蜜 | 331,015 | 289,531 | 266,125 | 362,302 | 36.1% | 11.6% |
| アルコール飲料 | 421,921 | 360,254 | 310,387 | 330,849 | 6.6% | 10.6% |
| 穀物・同調製品 | 185,525 | 200,220 | 272,882 | 291,214 | 6.7% | 9.3% |
| 肉類・同調製品 | 84,483 | 90,162 | 240,433 | 188,100 | -21.8% | 6.0% |
| 水・清涼飲料水 | 121,731 | 132,503 | 144,665 | 135,404 | -6.4% | 4.3% |
| 飼料 | 4,614 | 18,301 | 46,233 | 45,621 | -1.3% | 1.5% |
| 乳製品・鶏卵 | 49,068 | 44,231 | 51,999 | 42,525 | -18.2% | 1.4% |
| コーヒー・茶・香辛料 | 37,570 | 32,673 | 23,303 | 35,984 | 54.4% | 1.2% |
| 食肉用家畜 | 15 | 36 | 0 | 16 | N/A | 0.001% |
| 合計 | 2,679,644 | 2,598,638 | 2,853,614 | 3,120,724 | 9.4% | 100.0% |

出典：Hong Kong Trade Development Council

7 現状の分析と日本からの輸出に対する課題

2021年の日本食品の香港向けの輸出金額は中国に首位こそ明け渡したものの、一人当たりの日本食品の消費量は世界でもダントツ(2位のシンガポールと約4.6倍)であり、世界で最も日本食品が受け入れられている市場である。引き続きコロナの感染状況、またこれに起因する各種政策には留意が必要であるが、実質的に国外への旅行が難しい今コロナ禍においては、香港市民の中での日本食への渴望が一層高まっているように見受けられ、これがコロナ禍における日本食品需要の下支え材料になっているとも考えられる。

日本政府は2020年に食品輸出を一層強化する目的で農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略を策定、全世界で2025年までに2兆円、2030年までに5兆円という輸出額目標を設定しており、ここ香港においても畜産、青果、米、水産、加工品等でさらなる輸出拡大が期待されている。引き続き市場が求める食材・食品、「マーケットイン」の発想で、一層の輸出拡大に取組む必要があるであろう。またマーケット・裾野の拡大という意味において昨年10月に発表された北部都市圏発展計画は興味深い。同計画では香港の北部に200万～250万人の住宅開発が行われるとともに、香港と深圳にまたがり両地域を一体的に開発する壮大なもので、これにより香港の人口増加および将来的な大湾区との人や物の往来の活発化が見込まれ、香港市場の拡大に加え、香港を通じた大湾区への日本食品販売拡大の可能性も広がっていくであろう。

とはいえ今後の輸出拡大において最も重要なのは香港市民が日本の農水産物・食品を愛し続けることであることは言うまでもない。この意味においても2023年4月に予定されているALPS処理水(*)の海洋排出問題については、今年1年香港の日本産食品関係者が一体となって香港市民に正しい情報を発信し続けて、理解を得ていく必要がある。

(*)・・・ALPSとは多角種除去設備(advanced liquid processing system)と呼ばれる除去施設で、福島原発から排出された汚染水から浄化処理により大半の放射性物質を取り除き基準値以下に処理された水のこと。

第8章 ● ライフ・コミュニケーション

2021年度活動報告と2022年度展望

市川 猛
凸版印刷（香港）有限公司

ライフ・コミュニケーション部会は、他の部会の括りに属さない業界の企業でも、香港日本人商工会議所に気軽に参加いただきネットワークの拡大や情報共有をしていただく、という目的で運営している。それゆえに2021年度も様々な分野から講師を招き、講演を実施してきた。各回の内容を報告するとともに、2022年度の展望を記す。

2021年5月12日 第291回(ZOOMを使用してのオンライン開催)

演題：プリンストン発 アメリカ/日本/中国 今何が!?

講師：冷泉 彰彦氏／作家、ジャーナリスト、プリンストン日本語学校高等部ディレクター

参加者数：会員29名(29社) 講師・事務局3名 合計32名

長年に渡り米国の政治と社会をウォッチして来られた冷泉氏による、米国の歴史や伝統的対立点を踏まえた現政権の実施策の評価や今後の見通し予測は大変興味深かった。10か月経って、ロシア-ウクライナという新たな世界情勢が加わったが、改めて冷泉氏の見方を伺ってみたい。

2021年7月13日 第292回(ZOOMを使用してのオンライン開催)

演題：香港不動産資産の運用

講師：一倉 由布子氏／スターツ香港・広州総経理、スターツ香港

参加者数：会員30名(30社) 講師・事務局4名 合計34名

香港民主化デモ反政府デモ、コロナウイルス拡大などを背景に、香港で不動産資産を保有されている日系企業で、売却或いは運用すべきかを検討する際に、役立つ情報を提供することを目的に、スターツ香港/一倉社長に講演をお願いした。

香港の不動産相場は1999年から20年間で5回の相場下落時期があったが、回復後は下落前以上に持ち直すという歴史を繰り返している。2019年半ばから下落した家賃相場も翌20年4Q以降で落ち着き、商業用不動産に対する印紙税が2020年11月に減額されたことを受け、売買取引が活発化し始めた。

最近の日系企業の動向として、事業会社の所有不動産を売却することで設備投資資金を確保して本業を伸ばすという動きが加速しており、売却後もリースバックして利用し続けるという方向も広がっているとのこと。

不動産運用方法について、全て売却、一部売却、リースバックの場合に分けて、コストシュミレーション説明を受けた。香港の場合、保有不動産の立地や転居先の広さや単価でコストが異なる。香港の不動産需要は底堅いとする考えもあり、保有し続けることで資産価値増加の可能性も残されているという。

2021年9月14日 第293回

演題：DX デジタルトランスフォーメーションのイメージトレーニング

講師：大木 一泰氏／社長、電通エックス香港

会場参加者 部会員10名(10社) 他部会員6名(6社) 講師・事務局4名 合計20名(16社)

ZOOM参加者 合計34名(33社)

昨今デジタルトランスフォーメーション(DX)が流行りで、どの企業もDXに取り組もうとしている。一方で、言葉は知っているが実際は何なの？何をどう取り組んでいけばよいのかよくわからない、というのも実態である。そんな状況の中、DXを「デジトラのイメトレ」というタイトルで、平易な表現でわかりやすくご説明いただき、入門編として会員の皆さんにDXの気づきを与えることができた。

端的に言うとDXは、「ITを利用した3つの変革」で「デジタイゼーション/アナログをデジタルへ」「デジタルイゼーション/データ活用によるプロセス全般のデジタル化」「デジタルトランスフォーメーション/社会全体に影響を与えるデジタイゼーション」を推進していくことである。電通は世界各国の拠点で得意先にDXのサービスを提供する一方で、自社でもDXを活用しているため具体例も多く、イメージが湧きやすかった。香港においても企業間の垣根を越え、社会全体で取り組むべき共通課題であると認識している。

2021年11月9日 第294回

演題：OMRON Challenge for 大湾区(GBA) ver. 2.0

講師：山内 崇生氏／董事総経理、Omron Hong Kong Ltd.

会場参加者 部会員17名(16社) 他部会員3名(3社) 講師・事務局6名 合計26名(19社)

ZOOM参加者 合計17名(17社)

オムロンの香港およびGBAでの取り組みを紹介いただいた。オムロンと言うとヘルスケアの会社というイメージがあるが、事業内容は幅広く、エレクトロニクス関連事業から社会インフラ構築まで多岐にわたって展開している。特にスマートシティ構想への貢献に力を入れており、自社の強みを活かした事業展開がよく理解できた。

また、一社ではできないこともあり、香港の企業や政府関連のみならず、チームジャパンとして取り組んで行こうとの声かけもあり、今後より一層、会員同士のコラボレーションにも期待したい。

一方で、新型コロナの影響で中国大陸側に渡れず、スピード感をもってビジネスを進められないという、会員企業がもつ共通の課題もあった。早く新型コロナ感染症が収まり、国や地域を自由に行き来できる日がくることを願うばかりである。

オムロンの企業理念と合わせて、山内董事総経理はとても高い志とビジョンをお持ちで、熱気とモチベーションがよく伝わってくる講演であり、参加者は一様に刺激を受け、自分たちもこの香港の土地で頑張らねば、と意識を新たにされた。

2022年1月11日 第295回

演題：Perspective and Opportunity of Gerontechnology in Hong Kong, and its Adoption for the Coming 3 Years

講師：Grace Chan氏／Business Director、The Hong Kong Council of Social Service

Jessica Tan氏／Assistant Researcher、Our Hong Kong Foundation Limited

会場参加者 部会員11名(10社) 他部会員1名(1社) 講師・事務局6名 合計18名(11社)

ZOOM参加者合計15名(13社)

今回、ジェロンテクノロジーの世界を初めて知ったが、高齢化社会の問題を具体的に解決する試みとして、様々な関係者を統合するダイナミックな動きに感銘した。日本から学ぶ点として、ヒューマンタッチ優先の日本のサービスとテクノロジーの融合と発言していたが、まさにこれからのコラボレーション領域になると感じた。

2022年3月8日 第296回

演題：2022年日本企業の海外事業展開の動向と課題～2021年度海外事業展開調査報告

講師：春日 剛氏／ユニット長、国際協力銀行調査部第1ユニット、国際協力銀行

庭田うらら氏／係員、同上

森 健治郎氏／係員、同上

参加者数：会員53名(47社) 講師・事務局8名 合計61名

JBICに海外直接投資アンケート結果から報告を受けた。有望国は上位2カ国(中国・インド)に変動がなかったものの、今回の調査期間(2021年7月28日～9月30日)の関係から、ASEANでデルタ株の感染拡大と関連して東南アジア諸国が順位を下げる中、米国・台湾が順位を上げており注目の高さが伺えた。

事業戦略の注目ワードとして、米中摩擦、新型コロナ、半導体不足などが「ネガティブ」に票が振れたが、脱炭素に関してはポジティブに捉えている業種の方が多かったことは印象深い。

脅威を感じる外的ショックとして、「物流の途絶・ひっ迫」、「疫病(コロナ含む)」に回答する企業が多く、操業維持を脅かす要因に注目が集まったと分析。

テキストマイニングは、AIを活用して頻出されるトピックスやワードを分析する技術。世界と日本のメディアでは、注目度に違いがあったことが興味深い。脱炭素を例に挙げると、海外はより技術的な記事に関心が高まっていることから、世界は日本よりも一歩進んでいるとも判断できるとの分析であった。

JBICは、過去からコアとなる集計に加えて、個別テーマを別に設け、その時代に反映した各企業の意識調査を実行することで、各企業の海外事業を判断する上で、貴重な資料になっていると思う。

＜2022年度の展望＞

新型コロナウイルスの影響が続く中、香港を含めた中国圏はビジネスにおいてまだまだ厳しい状況にある。この一年で働き方が激変し、デジタル化が一気に加速した。以前の状態に戻ることはなく、ニューノーマルがどんどん形成されていくであろう。香港でも政府や企業もイノベーションやテクノロジーに力を入れている。各会員企業もいろいろ模索しながら香港ならびにGBAでのビジネス拡大に尽力している。

ライフ・コミュニケーション部会は、冒頭に述べたように様々な業界の企業が所属していることが一つの強みである。まだまだ厳しい局面が続くことが予想されるが、各々の企業が得意とする分野での技術や情報を連携することによって、この地でもビジネスを盛り上げていきたい。

香港経済の回顧と展望

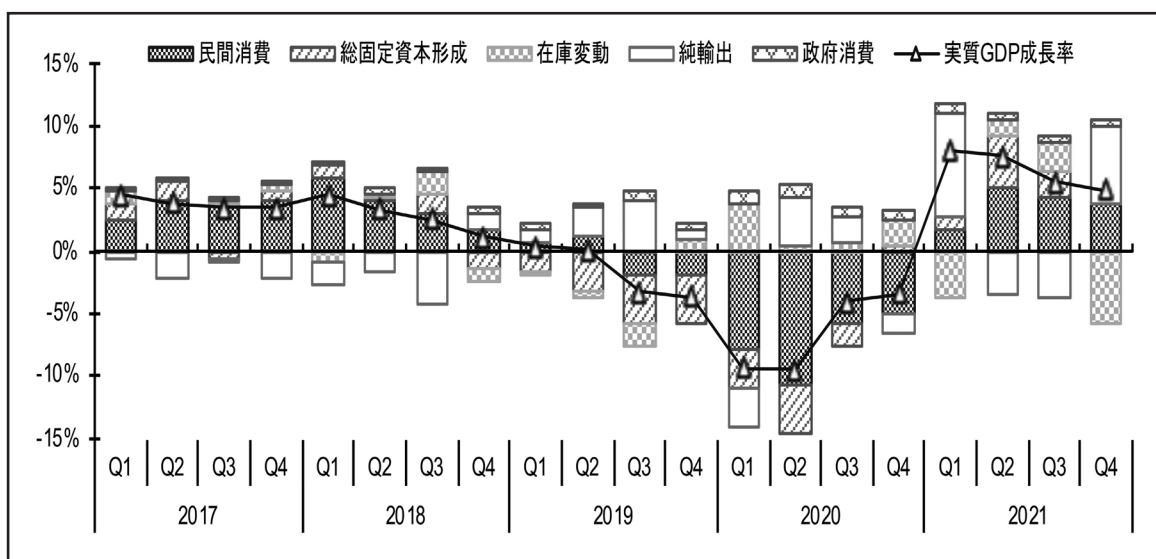
仁田 敬三
三井住友銀行

<2021年までの回顧>

1. GDPの動向

- 香港の実質GDP成長率(前年同期比)について、2017年は域内の個人消費や中国本土客を中心としたインバウンド消費の拡大等から、通年で+3.8%と高い成長率となった。しかし2018年以降は米中貿易摩擦に伴う貿易量の減少や消費者マインドの低下等から成長が鈍化(+2.8%)、また2019年は下期から逃亡犯条例改正案への反対に端を発した抗議デモの影響もあり、通年ベースで-1.7%と2009年の金融危機以来となるマイナス成長に転落。加えて2020年においては新型コロナウイルスの感染拡大に伴う個人消費低迷等も相俟って、通年ベースで統計開始(1961年)以来、最大の落ち幅となる-6.5%を記録した。
- 2021年は2018年の抗議活動以前の水準までは回復していないものの、前年の反動による個人消費の増加がけん引し、通年ベースで+6.4%と3年ぶりのプラス成長に転じた。

図表1 香港の実質GDP成長率及び需要項目別寄与度の推移

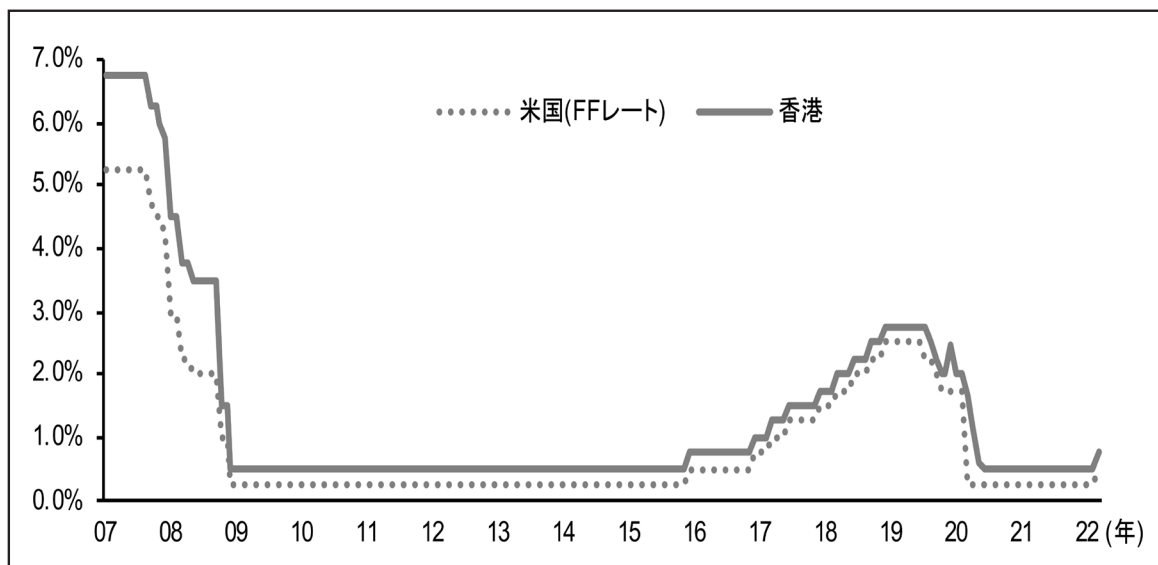


出所：Census and Statistics Department, HK

2. 為替・金利の動向

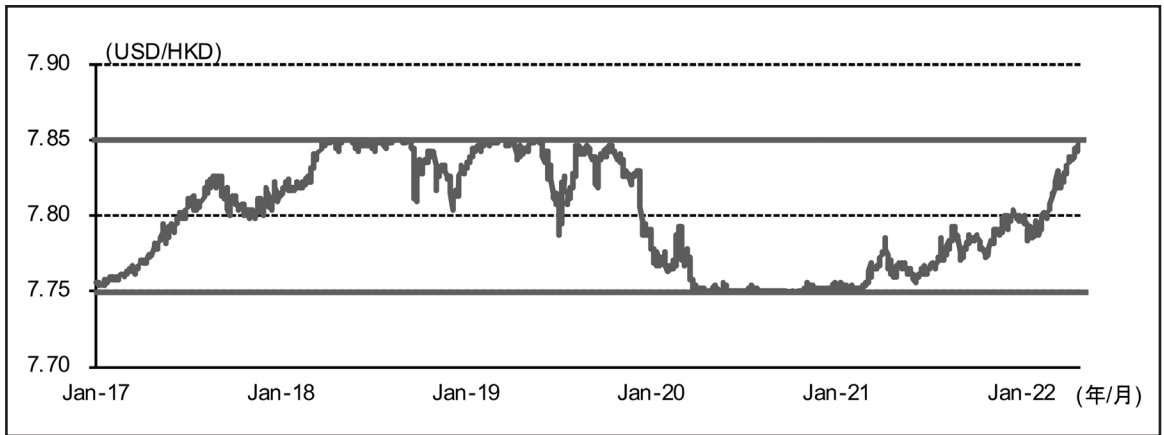
- 香港の為替政策では、1米ドル=7.8香港ドルを中心として1米ドル=7.75～7.85香港ドルの範囲内でのみ変動を許容する「目標相場圏制度」が採用されており、特定の範囲で米ドルとの交換を保証している。このため、香港ドルと米ドルの間には裁定が働き、香港の市場金利は米国の金利動向に左右される筋合いにある。
- 政策金利の推移をみれば、米連邦準備制度理事会(FRB)は、米国での景気回復を背景に2015年12月から徐々に引き上げていたが、米中貿易摩擦に伴う先行き不透明感の高まり等から2019年7月より利下げへと転換、さらに2020年3月には新型コロナウイルスの感染拡大を受けて緊急利下げに踏み切った。香港の政策金利もこれに歩調を合わせる形で変動を繰り返している(図表2)。
- 為替についてみると、2020年は上述のFRBの緊急利下げ実施や、中国大手ハイテク企業等による香港証券取引所での新規株式公開等を背景に、香港ドルを確保する動きが強まったため、金融管理局は香港ドル売り・米ドル買い介入を頻繁に実施することで、1米ドル=7.75香港ドルを維持した。2021年以降は、FRBの早期利上げ観測を背景に、金利差に着目したキャリートレードの増加等から、香港ドル安が進んでいる。

図表2 政策金利の推移(香港・米国)



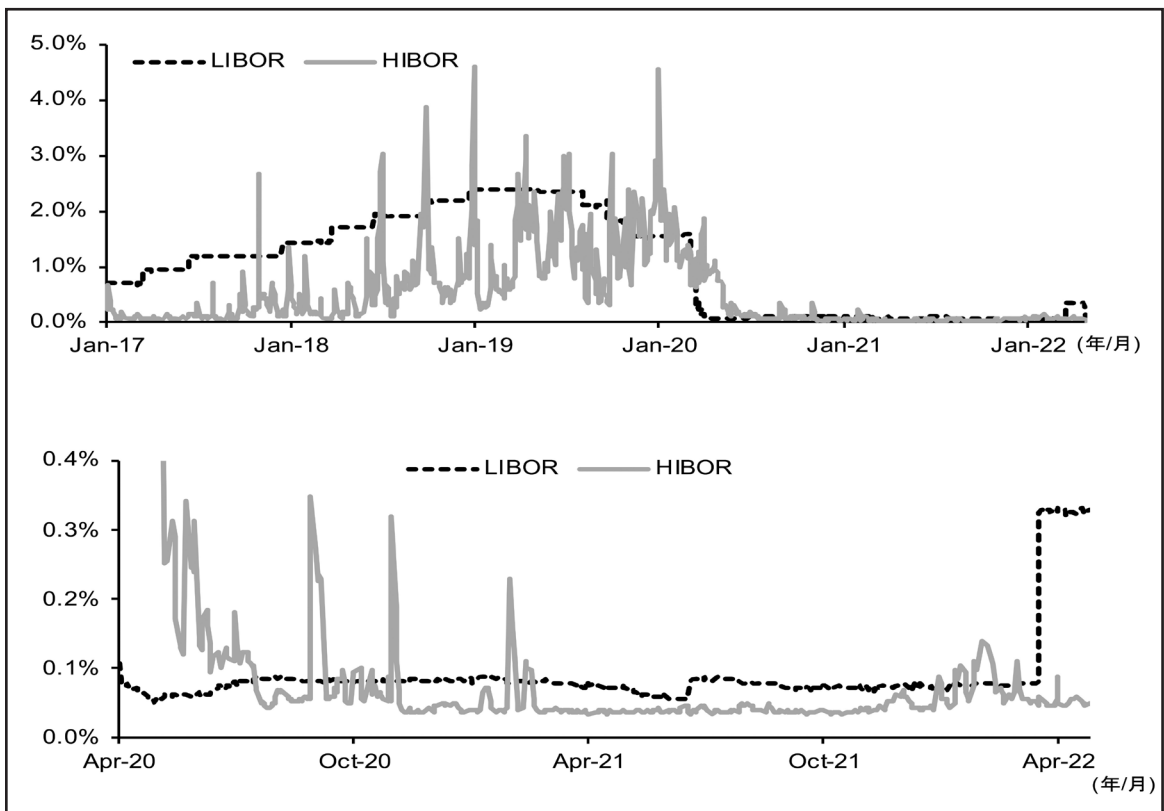
資料 : Bloomberg

図表3 香港ドル直物レートの推移



資料：Bloomberg

図表4 米ドル・香港ドルの調達金利の推移



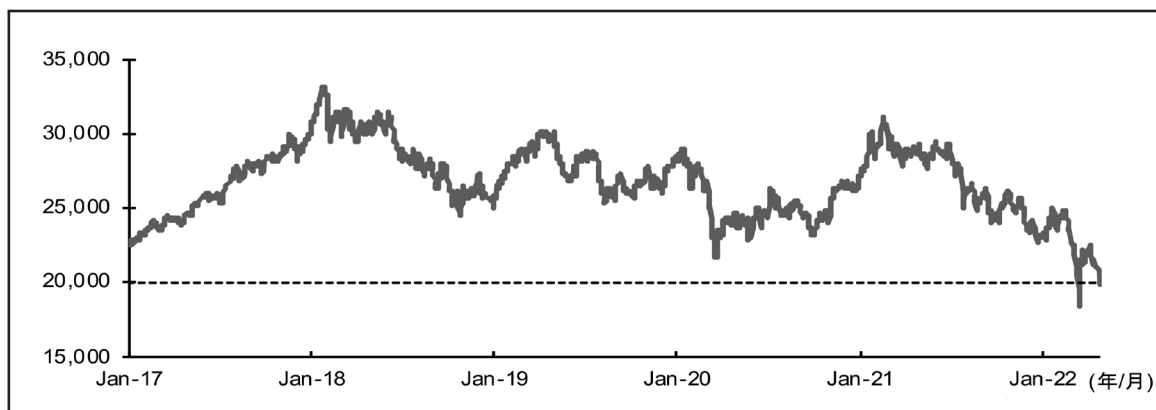
資料：Bloomberg

3. 株式市場の動向

(1) 株価指数の動向

- 中国経済の成長が進む中、香港証券取引所は中国市場へのゲートウェイとしての重要な役割を担っている。2021年以降の株価指数をみれば、中国当局が中国ハイテク企業を対象に集中的に取り締まりを行う意向を発表したことで、今後同企業に対する規制が一段と強化されるという懸念等から低下傾向にある。加えて、2022年3月には、中国にて新型コロナウイルスの感染再拡大に伴う一部地域でのロックダウン等もあり、6年ぶりとなる20,000割れを記録した(図表5)。

図表5 ハンセン指数の推移

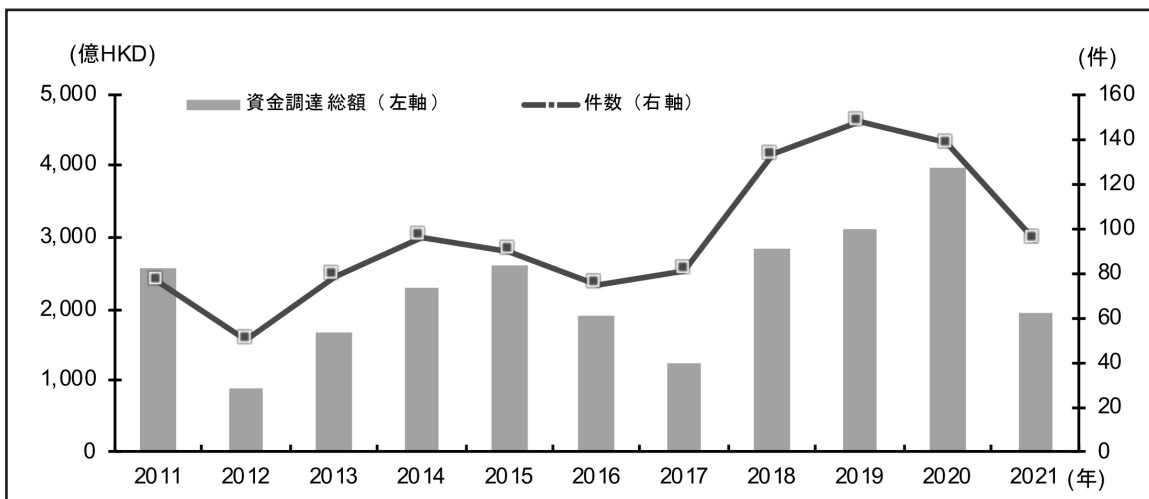


資料：Bloomberg

(2) 新規株式公開

- 2018年から2020年にかけて香港証券取引所での新規株式公開は、件数・調達金額ともに高水準にて推移した。その背景として、同取引所における上場規則改正(2018年)や米国における外国企業説明責任法の成立(2020年)等に伴い、バイオベンチャー企業や、米国上場の大手中国ハイテク企業等による上場が活発化したこと等が挙げられる。
- 2021年は、上述影響の一巡に加え、中国当局によるハイテク企業への規制強化等もあり、件数・調達金額ともに低下した。

図表6 金融機関の経営指標



資料：Hong Kong Exchanges and Clearing

4. 金融業界の動向

(1) 預金・貸出の動向

- 2021年の貸出残高(全金融機関合計)の動向をみれば、金額規模の大きい建設・不動産や個人向け住宅ローンの伸長等により、全体では前年比+4.4%の増加となった(図表7)。
- また銀行預金残高(全金融機関合計)は前年比+4.6%となった。このうち人民元預金残高は前年比+28.4%と増加している(図表8)。

図表7 貸出残高の推移

(10億HKD)

| | 2017年 | | 2018年 | | 2019年 | | 2020年 | | 2021年 | |
|------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| | | 前年比 | | 前年比 | | 前年比 | | 前年比 | | 前年比 |
| 貸出残高 | 6,019 | +16.1% | 6,320 | +5.0% | 6,787 | +7.4% | 6,932 | +2.1% | 7,236 | +4.4% |
| 建設・不動産 | 1,471 | +16.7% | 1,526 | +3.7% | 1,618 | +6.1% | 1,618 | +0.0% | 1,711 | +5.7% |
| 証券・ノンバンク | 908 | +48.7% | 924 | +1.7% | 971 | +5.1% | 993 | +2.2% | 967 | ▲2.7% |
| 卸・小売 | 409 | ▲0.8% | 390 | ▲4.7% | 376 | ▲3.5% | 349 | ▲7.3% | 326 | ▲6.7% |
| 運輸 | 342 | +16.0% | 332 | ▲2.9% | 327 | ▲1.6% | 350 | +7.1% | 330 | ▲5.7% |
| 製造業 | 293 | +18.8% | 300 | +2.2% | 301 | +0.6% | 306 | +1.7% | 317 | +3.5% |
| 情報技術 | 118 | +6.0% | 119 | +0.7% | 121 | +1.4% | 137 | +13.5% | 144 | +5.6% |
| ホテル・外食 | 95 | +8.5% | 110 | +15.4% | 132 | +19.9% | 125 | ▲5.5% | 115 | ▲7.8% |
| 電力・ガス | 108 | +16.1% | 103 | ▲4.8% | 128 | +24.5% | 118 | ▲7.9% | 120 | +1.7% |
| 個人 | 1,878 | +11.5% | 2,054 | +9.4% | 2,317 | +12.8% | 2,444 | +5.5% | 2,665 | +9.0% |
| うち住宅関連 | 1,259 | +8.1% | 1,398 | +11.0% | 1,544 | +10.5% | 1,674 | +8.4% | 1,841 | +10.0% |
| うちクレジットカード | 124 | +2.4% | 130 | +5.1% | 130 | +0.1% | 118 | ▲9.0% | 127 | +7.7% |
| その他 | 396 | +3.4% | 462 | +16.8% | 495 | +7.2% | 492 | ▲0.7% | 541 | +10.0% |

資料：HKMA

図表 8 預金残高の推移

(10億HKD)

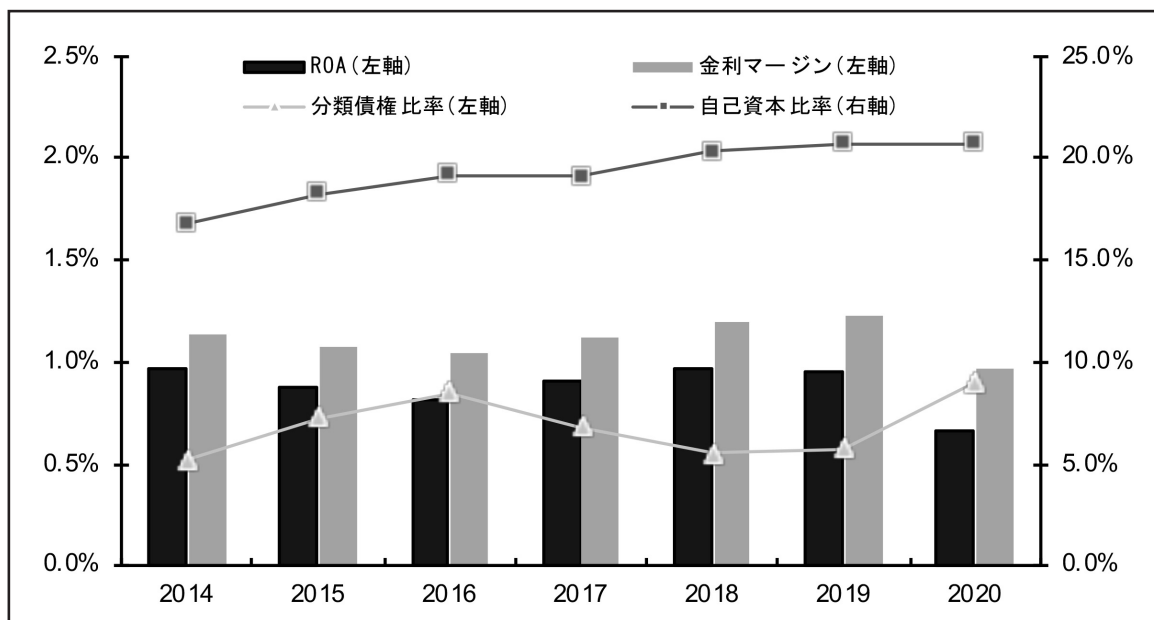
| | 2017年 | | 2018年 | | 2019年 | | 2020年 | | 2021年 | |
|--------------------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|
| | | 前年比 | | 前年比 | | 前年比 | | 前年比 | | 前年比 |
| 預金残高 | 12,752 | +8.7% | 13,386 | +5.0% | 13,772 | +2.9% | 14,514 | +5.4% | 15,186 | +4.6% |
| 香港ドル建て | 6,485 | +11.6% | 6,715 | +3.6% | 6,884 | +2.5% | 7,311 | +6.2% | 7,414 | +1.4% |
| 外貨建て | 6,268 | +5.9% | 6,671 | +6.4% | 6,887 | +3.2% | 7,202 | +4.6% | 7,772 | +7.9% |
| 外貨建て預金のうち 人民元預金 | 559 | +2.3% | 615 | +10.0% | 632 | +2.8% | 722 | +14.1% | 927 | +28.4% |

資料：HKMA

(2) 経営環境

- 香港金融機関の経営環境をみれば、近年は各行が利益を積み上げ自己資本比率を上昇させており、2020年末での金融機関全体の同比率は20.7%(バーゼルⅢにおけるTotal Capital Ratio)と、国際的な要求水準である8%(同)を大きく上回っている。また金融機関全体での分類債権の比率は、新型コロナウイルスの感染拡大の影響による企業の業績悪化により、0.9%(アジア通貨危機やITバブル崩壊後は10%程度)と悪化しているが、低水準であることから、金融システムの健全性が悪化する懸念は小さいものとみられている。
- 収益環境をみれば、世界大手金融機関による法人向け貸出競争が激化する中、2013年～2016年にかけて金利マージンおよびROA(総資産利益率)は下落。2017年以降は貸出債権が増加したほか、政策金利に合わせて最優遇貸出金利が引き上げられたことで収益性は改善傾向にあったが、2020年は新型コロナウイルスの感染拡大に伴う金利低下により、再び下落している(図表9)。

図表 9 金融機関の収益性・健全性



資料：HKMA

<2022年以降の展望>

1. 経済環境

- 2022年の香港経済についてみれば、中国経済の成長鈍化や米中貿易摩擦、新型コロナウイルス、等の様々なリスク要因が想定される。こうした中、香港政府も、経済面は楽観視できない状況が続くとの見方を示しているものの、下半期(7-12月)は、感染抑制に伴い中国本土との往来が正常化することによる復調を展望、2022年通年ベースのGDP成長率+2.0%～+3.5%とプラス成長を予測している。
- また同政府は中期的な見通しとして、広東省と香港、マカオの3地域で一体的な経済圏を目指す「グレーターベイエリア」構想が香港にビジネスチャンスをもたらすほか、育成に力を入れてきたイノベーション・技術産業が成長に貢献することから、2023-26年の実質GDP平均成長率は3%を維持すると予測している。

2. 金融業界

- 2022年における香港の銀行業界は、健全性は高い水準を維持するとみられるものの、与信先の業績悪化に伴う貸出債権の劣化や保有株式の価格低下等のリスクには留意を要する。また収益性についても、経済の不透明感を背景とした資金需要の伸び悩みや手数料収入の減少、銀行同士の競争激化による利ザヤ縮小、等が懸念される。

(注)本稿に記載の内容は、2022年4月時点の情報に基づき作成されており、その後の情勢次第で景気見通し等が大きく変わる可能性がある点にはご留意願います。

- 本資料は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。
- 本資料の情報を法律、規制、財務、投資(外国為替・証券等に関連した取引を含みますが、これに限定されません)、税務、会計の面でのアドバイスとみなすことはできません。
- 本資料は、作成日時時点で弊行が一般に信頼できるとされる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を弊行で保証する性格のものではありません。また、本資料の情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがありますので、ご了承ください。
- ご利用に際しては、お客さまご自身の判断にてお取扱いくださいますようお願い致します。本資料の一部または全部を、電子的または機械的手段を問わず、無断での複製または転送等することを禁じております。



SMBC is incorporated in Japan with limited liabilities.

航空貨物業界

池谷 浩

日本貨物航空（株）香港支店

<2021年の回顧>

【貨物概況】

2021年は前年同様新型コロナウイルスによるパンデミックの影響は残るものの、マイナス成長であった前年からは大幅に改善し、国際通貨基金(IMF)は同年の世界経済成長率を+6.1%と見通した。しかしながら、コロナ禍に伴う混乱や政策支援の規模が多様であったことを反映し、各国間や業種間で経済回復に差が生じ、なおも拡大しつつある面は考慮の必要がある。

香港の実質経済成長率は+6.4%と通年では3年ぶりのプラス成長となったが、これは、新型コロナウイルス流行の影響で大きく落ち込んだ20年の反動で個人消費が伸びたことが主要因となっている。航空貨物は、輸出は前年に引き続きコロナ感染対策関連貨物および巣籠り需要等が好調に推移し、一方、輸入においても日本産食品等生鮮貨物等が堅調であった。また、外的要因として、海上輸送における混乱に対応するための(海運貨物の)航空シフトも需要増を後押しする形となった。

香港国際空港の貨物取扱量は、2018年に5百万トンを突破したものの、その後は、域内での抗議活動やコロナ禍の影響もありマイナスで推移していたが、21年は既述の高需要に対応するための貨物専用便や旅客機による貨物輸送が積極的に展開されたことによる供給面での下支えもあり、498万トンとほぼ5百万に近い数値まで回復した。(資料1参照)

資料1 : Loaded and Unloaded Cargo at Hong Kong Airport (2011-2021)

(Units) 1,000ton

| Year | Export | % | Import | % | total | % |
|------|--------|------|--------|------|-------|------|
| 2011 | 2,496 | 94% | 1,442 | 98% | 3,938 | 95% |
| 2012 | 2,562 | 103% | 1,463 | 101% | 4,025 | 102% |
| 2013 | 2,639 | 103% | 1,488 | 102% | 4,127 | 103% |
| 2014 | 2,791 | 106% | 1,585 | 107% | 4,376 | 106% |
| 2015 | 2,784 | 100% | 1,596 | 101% | 4,380 | 100% |
| 2016 | 2,873 | 103% | 1,648 | 103% | 4,521 | 103% |
| 2017 | 3,214 | 112% | 1,724 | 105% | 4,937 | 109% |
| 2018 | 3,237 | 101% | 1,781 | 103% | 5,018 | 102% |
| 2019 | 3,097 | 96% | 1,607 | 90% | 4,704 | 94% |
| 2020 | 2,972 | 96% | 1,448 | 90% | 4,420 | 94% |
| 2021 | 3,351 | 113% | 1,636 | 113% | 4,986 | 113% |

Source: Airport Authority Hong Kong

この結果、前年に米国メンフィス空港に明け渡した航空貨物取扱量世界一位の座を一年で取り戻すことが出来た。(資料2参照)

資料 2 : Total Air Cargo Traffic 2021 (Preliminary)

| Rank 2021 | 2020 | 2019 | RANK 2021 | Cargo (1,000tons) | | |
|-----------|------|------|-------------------------------|-------------------|---------|---------|
| | | | Airport City / Country / Code | Loaded/Unloaded | vs 2020 | vs 2019 |
| 1 | 2 | 1 | Hong Kong, HK (HKG) | 5,025 | +12.5 | +4.5 |
| 2 | 1 | 2 | Memphis TN, US (MEM) | 4,480 | -2.9 | +3.6 |
| 3 | 3 | 3 | Shanghai, CN (PVG) | 3,982 | +8.0 | +9.6 |
| 4 | 4 | 6 | Anchorage AK, US (ANC) | 3,555 | +12.6 | +29.5 |
| 5 | 6 | 5 | Incheon, KR (ICN) | 3,329 | +18.0 | +20.4 |
| 6 | 5 | 4 | Louisville KY, US (SDF) | 3,052 | +4.6 | +9.4 |
| 7 | 7 | 9 | Taipei, TW (TPE) | 2,812 | +20.0 | +28.9 |
| 8 | 8 | 13 | Los Angeles CA, US (LAX) | 2,691 | +20.7 | +28.7 |
| 9 | 11 | 10 | Tokyo, JP (NRT) | 2,644 | +31.1 | +25.7 |
| 10 | 9 | 8 | DOHA, QA (DOH) | 2,620 | +20.5 | +18.2 |

Source : Airports Council International

【香港空港概況】

香港国際空港は滑走路2本による運用を継続しているが、前年同様、新型コロナ感染およびその防疫措置による影響により、21年の航空機の発着回数は14.5万回と前年をさらに10%下回り、2019年比で-66%のレベルとなった。(20年実績は16万回で対前年-62%)

香港政府としては、コロナ禍を乗り越え、将来アジア内および大湾区における物流ハブとしての地位をさらに高めていく方針として、第3滑走路建設も含めた空港エリア全体での開発計画を遅延なく進めており、同滑走路は22年後半には供用が開始され、その後、24年中には3本の滑走路による完全運用を目指している。また物流面では、香港空港当局が主導するプロジェクトとして、大湾区内の東莞市に航空貨物の通関、積み付け・解体等に一括して対応するロジスティクスパークが建設され、アフターコロナを見据え、香港空港を経由した海外へ(から)の直通ルートの提供が予定されており、また、香港空港内にアリババのプレミアムロジスティクスセンターも23年度開業予定で建設が進んでいる等、世界的な主要物流ゲートとしての地位の確立を推し進めている。

【大湾区内の空港動向】

大湾区内には香港国際空港の他に、広州空港、深圳空港、およびマカオ、珠海にも国際空港があるが、貨物取扱いは、フェデックスがハブ空港としている広州、UPSがハブとする深圳が年々拡大基調にあり、21年度の貨物取扱量は広州空港204万トン(前年比+16%)、深圳空港156万トン(同+12%)と堅調であり、中国国内においても上海に次ぐ2位、3位の地位を確保している。

上記香港空港の発展計画が進む一方、広州、深圳両空港も拡張計画を取り進めている。年間貨物取扱量に関しては、香港空港の比率が相対的に年々低下してきており(資料3参照)、今後は、大湾区内主要3空港(香港・広州・深圳)の相互発展に向けた連携体制も必要になってくるものと思われる。

資料3：Cargo and Mail Handled in CAN, SZX and HKG (2016-2021)

unit:1,000ton

| Year | CAN | | SZX | | CAN+SZX | | HKG | | HKG Share |
|------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|
| | Weight | Y-O-Y | Weight | Y-O-Y | Weight | Y-O-Y | Weight | Y-O-Y | |
| 2016 | 1,652,215 | 107% | 1,125,985 | 111% | 2,778,200 | 109% | 4,521,027 | 103% | 62% |
| 2017 | 1,780,423 | 108% | 1,159,019 | 103% | 2,939,442 | 106% | 4,937,429 | 109% | 63% |
| 2018 | 1,890,560 | 106% | 1,218,502 | 105% | 3,109,062 | 106% | 5,017,854 | 102% | 62% |
| 2019 | 1,919,927 | 102% | 1,283,386 | 105% | 3,203,313 | 103% | 4,703,590 | 94% | 59% |
| 2020 | 1,759,281 | 92% | 1,398,782 | 109% | 3,158,063 | 99% | 4,420,312 | 94% | 58% |
| 2021 | 2,044,909 | 116% | 1,568,275 | 112% | 3,613,184 | 114% | 4,986,258 | 113% | 58% |

Source:CAAC,AAHK

【2022年の展望】

国際通貨基金(IMF)の見通しによると、世界経済成長率は21年の+6.1%から減速し、22年、23年ともに3.6%となる見通しとなっている。減速の大きな要因として、ウクライナでの戦争がもたらす経済損失があげられており、その長期化によっては、さらなる成長率の低下も懸念されている。国際航空運送協会(IATA)では、ウクライナ情勢等を背景に22年3月の世界の航空貨物輸送量は前年同月比-5%となり、20年後半の水準まで戻っていると発表している。

香港の22年第1四半期実質経済成長率は-4%となり、5四半期ぶりのマイナス成長となったが、新型コロナウイルスの感染拡大による域外との物流の混乱が輸出を大きく引き下げ、また、防疫措置の強化によって幅広い経済活動が影響を受けたものと分析されている。これは、同空港の貨物取扱量も22年第1四半期も対前年同期比-9%と減少傾向となっていることから裏付けされている。

ウクライナ情報、また引き続き懸念される米中関係などが世界経済に与える影響が懸念される中、香港空港を中心とした航空貨物需要については、新型コロナ対策の強弱による供給面への影響にも左右されるものと考えられ、香港政府による新型コロナ防疫措置の今後の動向も注視が必要である。

損害保険業界 2021年の回顧と2022年の展望

上野 繁一

東京海上火災保険（香港）有限公司

<2021年の回顧>

2021年の香港は、5月末にコロナ「第4波」の収束を宣言するなど、早いタイミングで域内感染の抑制に成功した。これに伴い、飲食店の営業規制などの行動制限が段階的に緩和されるとともに、政府が8月から配布を開始した電子消費券が内需を刺激した。また、世界経済の需要回復による輸出の伸びにけん引されたことで、香港政府が発表した2021年の実質GDP成長率は、大きく落ち込んだ2020年から反動する形で、前年比6.4%増となった。

香港の損害保険市場は、こうした経済活動の回復の影響を受ける形で総収入保険料が前年を上回るようになったが、同時に医療保険の支払いが大きく増加し、保険引受利益は前年を下回る結果となった。

保険業監管局(Insurance Authority)発行の2021年統計実績(暫定値)に基づく年度分析は以下の通りである。

1. 収入保険料

2021年の香港損害保険市場の総収入保険料(Gross Premium)は、618.3億香港ドル、前年比3.3%増となった。保険種目別にみると、全体の約3割を占める傷害・医療保険(Accident & Health)がほぼ前年同水準の175.6億香港ドル、前年比▲0.8%減であった一方、財産(火災)保険(Property)が132.1億香港ドル、前年比9.0%増と安定した伸びを維持し、総収入保険料増の主要因となった。

2. 保険引受利益

保険業界の利益を示す2021年の保険引受利益(Underwriting Profit)は、19.6億香港ドルの黒字を確保するものの、前年比▲16.2%減となった。前年比での主な減益要因は、傷害・医療保険(Accident & Health)であった。

傷害・医療保険(Accident & Health)は、コロナの影響で2020年の保険金請求が抑制されたことに伴い、2021年には同分野の保険料レート(保障内容が更新前と同じ場合の1名あたり保険料)の押し下げとなった。一方、行動制限の段階的緩和等に伴って医療機関への受診が平常化され、2021年の保険金請求が大きく増加したことで、保険引受利益が約▲0.1億香港ドルの赤字、前年から約▲10.7億香港ドルの減益となった。

賠償責任保険(含む労災保険)(General Liability)で3.4億香港ドルの増益の要素もあったが、上記の傷害・医療保険の減益を相殺するには至らなかった。

3. 保険会社数

2021年12月末時点で、香港の生命保険・損害保険会社数は164社であり、前年同数であった。内訳は、損害保険専業が90社(前年比1社減)、生命保険専業が54社(前年比1社増)、生命保険・損害保険兼業が19社(前年比1社減)、特別目的保険会社が1社(前年比1社増)であった。日本の損害保険市場が約9.6兆円の元受正味保険料に対して54社の事業免許を有する損害保険会社で構成されていることと比較すると、618.3億香港ドル(9,300億円、1香港ドル=15円で換算)の収入保険料規模に109社が存在する香港の損害保険市場は依然として熾烈な競争環境下にあるといえる。

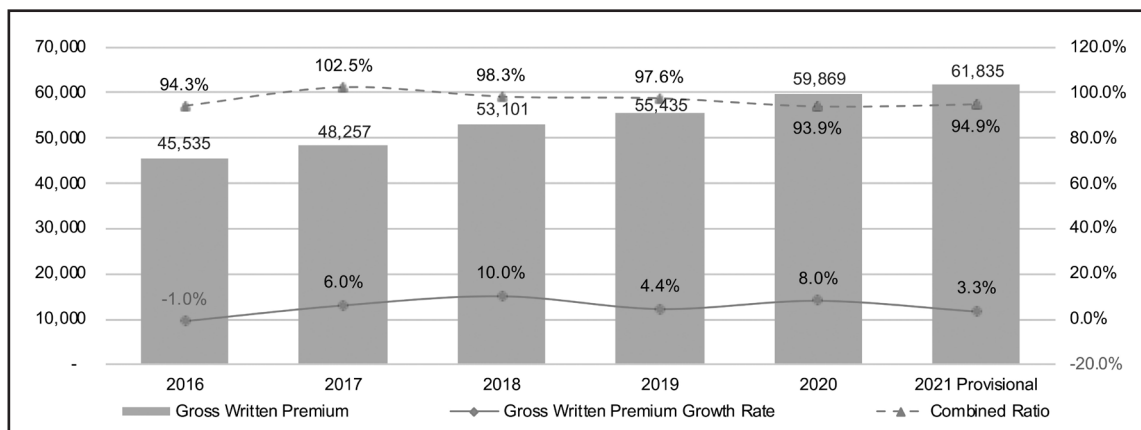
<2022年の展望>

香港の2022年第1四半期の実質GDP成長率は、コロナ「第5波」の影響で4.0%減であり、5 四半期ぶりのマイナス成長となった。2022年5月時点では、香港域内の「第5波」収束の兆しは見せつつあるものの、上海のロックダウンを始めとする中国本土のコロナ施策等の影響が、今後も損害保険業界におよぶことが想定され、引き続き注視していく必要がある。

また、香港域内では、過去3年間では限定的であった自然災害(特に大型台風)については、香港での保険引受利益に影響をおよぼす恒常的なリスクとして挙げられる。さらには、経済活動・日常生活が急激に平常化した場合、事故発生率が急増するリスクも見込まれており、今後の発生動向を注視していく必要がある。

なお、香港政府は、2022-2023年度の政府予算の中で、FinTech研修プログラムを新たに実施し、受講料の補助を行うこととしている。また、業界が独自に研修プログラムを実施する場合も補助金を支給することとしている。新たなデジタル技術を活用したInsure Tech推進と、大湾区構想を始めとする中国の諸政策と連動することで、さらなる市場規模の拡大が期待される。

【資料1】 総収入保険料及び増加率・コンパインドレシオの過年度推移



※ Combined Ratio=(Incurred Loss+ Expense)÷Earned Premium

データ出典 香港保険業監管局 Quarterly Release of Provisional Statistics for General Business
2021 Annual General Business Statistics 2020

【資料 2】 保険種目別収入保険料・損害率・保険引受利益

(HK\$ 百万)

| 保険種目 Class of Business | 総収入保険料 Gross Premiums | | | 構成比 Share(%) | | 損害率* Gross Loss Ratio | | 保険引受利益** Underwriting Profit/(Loss) | |
|--|--------------------------|----------|--------|-----------------|--------|--------------------------|-------|--|---------|
| | 2021 | 2020 | 対前年比 | 2021 | 2020 | 2021 | 2020 | 2021 | 2020 |
| 傷害・医療保険 Accident & Health | 17,558.2 | 17,707.2 | -0.8% | 28.4% | 29.6% | 77.0% | 64.5% | -5.4 | 1,060.4 |
| 自動車保険 Motor Vehicle, Damage & Liability | 5,420.6 | 6,204.3 | -12.6% | 8.8% | 10.4% | 62.3% | 54.1% | -45.3 | -140.9 |
| 航空機保険 Aircraft, Damage & Liability | 160.1 | 146.0 | 9.7% | 0.3% | 0.2% | 23.0% | 93.1% | 0.6 | -36.9 |
| 船舶保険 Ships, Damage & Liability | 3,011.1 | 2,764.5 | 8.9% | 4.9% | 4.6% | 53.3% | 53.0% | -101.4 | 24.8 |
| 貨物保険 Goods in Transit | 1,651.8 | 1,559.3 | 5.9% | 2.7% | 2.6% | 48.3% | 46.3% | 27.9 | 115.4 |
| 財産(火災)保険 Property Damage | 13,212.2 | 12,125.2 | 9.0% | 21.4% | 20.3% | 33.3% | 40.9% | 618.6 | 713.5 |
| 賠償責任保険 (含む労災保険) General Liability | 14,173.4 | 13,849.4 | 2.3% | 22.9% | 23.1% | 46.8% | 47.0% | 1,251.5 | 915.2 |
| 金銭損失保険 Pecuniary Loss | 5,870.0 | 4,696.1 | 25.0% | 9.5% | 7.8% | 11.2% | 30.4% | 157.8 | -191.8 |
| 特約再保険 Reinsurance | 777.4 | 817.4 | -4.9% | 1.3% | 1.4% | 51.0% | 92.3% | 53.4 | -123.9 |
| 合計 Total | 61,834.6 | 59,869.4 | 3.3% | 100.0% | 100.0% | 50.8% | 51.3% | 1,957.8 | 2,335.8 |

※損害率＝「支払保険金」÷「収入保険料」

※※保険引受利益＝「正味保険料」－（「正味コミッション」＋「正味支払保険金」＋「事業費」＋「未經過危険調整」）

データ出典 香港保險業監督局 Quarterly Release of Provisional Statistics for General Business 2021 Annual General Business Statistics 2020

コンテナ船事業 2021年の回顧と2022年の展望

木戸 貴文

Ocean Network Express (East Asia) Ltd.

2019年12月に中国で初めて報告されたコロナウイルスはすでに世界中で5億3千万人が感染、630万人もの死者を出し、現在も上海を含めた複数の都市のロックダウンが継続するなど、人々の生活に大きな影響を及ぼし続けている。消費者の意識がコトからモノに変化し、Eコマースの利用拡大によって物流需要が拡大、一方で感染の拡大は物流インフラの混乱を招き、現時点でも全世界のサプライチェーンの混乱は解消されていない。世界の物量の95%以上を扱う海運業からの視点でこれまでの回顧と22年度の予想を試してみた。

《20年、21年の回顧》

— コロナ発生から物流インフラの混乱までの経緯

20年半ばから21年を通して主要コンテナ船社が記録的な利益を計上しているが、その背景は旺盛なコンテナ輸送需要のもとでコンテナや船腹が不足し、需給がひっ迫したことによる運賃の異常な高騰が主因であるのは間違いない。一方で船社が意図的に船腹を抜き、アジアでの空コンテナ不足を誘発させた、など色々な指摘も聞かれた。実際には多くの複合要因があったわけだが、どのようなものだったのだろうか。

コロナの感染拡大により2020年1月の武漢閉鎖を皮切りにロックダウンは中国全土に広がり、世界の工場である中国が止まった。これにより主要なコンテナ航路の香港も含む中国出し需要は2020年2月に米国向けで前年同月比6割、欧州向けで7割もの減少となった為、船社は船を停めるなどで対応を行った。世界の物流における血流が一時的に止まったことを意味する。

その後は感染がアジア諸国から欧米も含めた世界規模で拡大。需要低迷の長期化が危惧されたが、予想に反して3月には中国での感染抑制による工場再開が一気に進んだ。急激な需要の回復は本船スペースとコンテナ不足を引き起こした。船社が一時的に船を停めていたことによって世界でも有数の輸入大国である中国向けなどの輸出実入りコンテナや、中国に回送すべき空コンテナの輸送が滞った。復活した中国出し輸出貨物を満杯に積んだ多くのコンテナ船が欧米を含む世界の主要港のコンテナターミナルに向かって行ったことで、ターミナルは溢れ、着岸待ちするコンテナ船が長い列を作った。

感染の拡大は港湾労働者やトラックドライバーの不足を招き主要港湾の混雑はさらに深刻化。カリフォルニア沖で100隻を超える大型コンテナ船が列を作り、荷役を完了して出航するまでに3週間以上も待たねばならない状況となった。アジア～北米西岸航路は通常6隻から7隻を投入しウィークリーサービスを行うが、その3割から4割の船が入港待ちで不稼働、つまり血流が止まった状態となった。船が動かねばアジアへの輸入貨物も回送すべき空コンテナも動かない。これがアジアでのコンテナ不足に拍車をかけた。

欧州諸港や南米、アジアの主要なハブ港であるシンガポールやプサンなどでも程度は異なるが同様の状況となり、最悪期には世界のコンテナ船の3割程度が不稼働となる危機的な状況に陥った。

船社は市場にある限りの本船を傭船し、修理中のものなどを除けば殆ど全ての本船を借りまくって投入。傭船料は船型によってはコロナ前の10倍にも高騰した。新造コンテナの発注も加速したが、ほぼ全量が中国の限られた工場で生産されていたこともあり、コンテナ価格も3～5倍に高騰し、納期も長期化した。

一 コトからモノへの消費の変化

コロナ禍で世界の多くの人々が在宅勤務を強いられた。各国政府の手厚い補助金などもあり、世界の消費がコトからモノに大きく変化した。いわゆる巣籠り需要だが、在宅勤務用の家具、事務機器や家電に加えてゲーム、DIY関連品、健康器具などはその一例。

(図表 1)

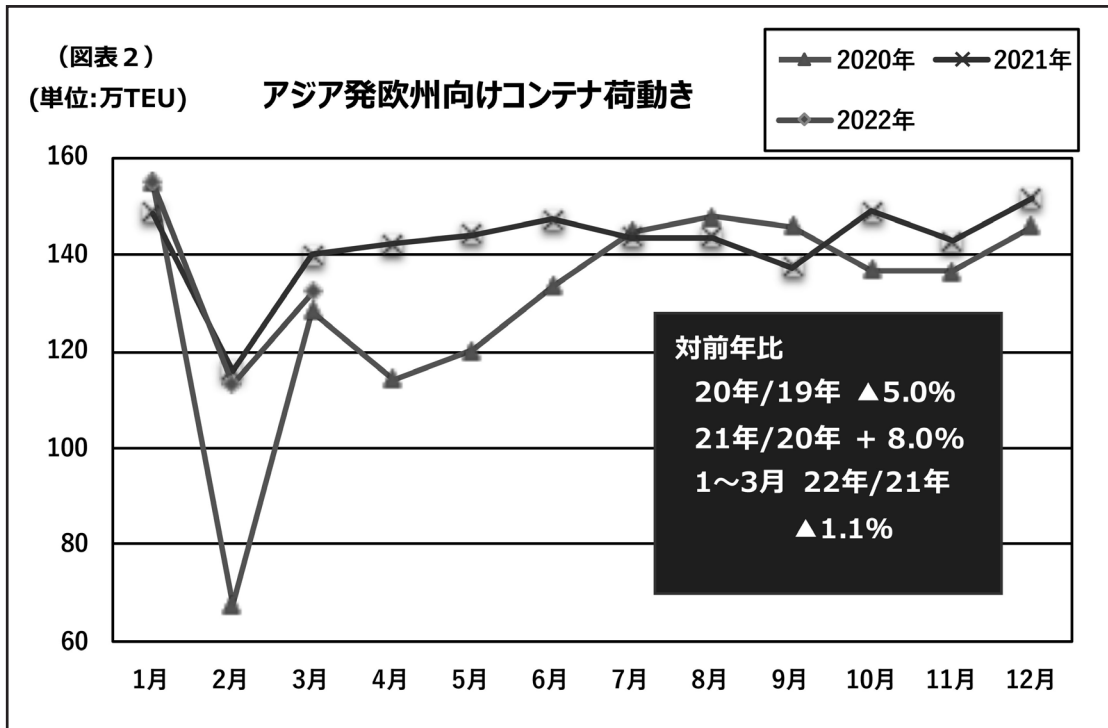
アジア出し米国向けコンテナ荷動き

(単位 TEU)

| 積み地 | 2021年通年 (1 - 12月) | 前年同期比 (%) |
|-----------|----------------------|--------------|
| 中国 | 12,440,933 | 21.6 |
| 韓国 | 1,956,014 | 7.1 |
| ベトナム | 1,567,813 | 21.8 |
| 台湾 | 1,076,760 | 14.4 |
| インド | 734,501 | 51.1 |
| シンガポール | 849,218 | 8.3 |
| タイ | 561,952 | 37.4 |
| 香港 | 600,550 | 7.8 |
| マレーシア | 315,073 | 40.6 |
| 日本 | 409,517 | ▲2.3 |
| 10カ国・地域合計 | 20,512,331 | 19.5 |

母船積地ベース、米国経由第三国向け含まず
出典：Descartes Datamyne

(図表 2)



出典：CTS社データを用いた海事プレス社作成資料

20年と21年の主要航路のコンテナ荷動きを一例に挙げるが、アジアから米国向け輸出(図表1)を見ると21年は実に2割近く荷動きが増加、アジアから欧州向け輸出(図表2)をみても1割以上の増加。過去の対前年成長率を見ると米国向けが20年4.0%、19年0.1%、18年8.0%、17年6.5%、欧州向けが20年▲5%、19年3.0%、18年2.2%、17年4.1%であったことを見れば、中国のロックダウン影響を受けた20年2月の大きな落ち込みを考慮しても、その後の荷動きは活況だったことがわかる。

一方で本船が遅延なく運航出来ていれば論理的にはスペースやコンテナ不足は相応に回避できたと考えられることから、港湾をはじめとする物流インフラの混乱が、それに伴う実稼働本船スペースの減少と結果としてのコンテナ不足を引き起こしたと考えて良いだろう。

《2022年の展望》

ワクチン接種が進み世界が日常生活を取り戻しつつある今、消費が再度モノからコトに回帰するのか、貨物輸送量増加の一端となったEコマース市場は拡大を続けるのか、混乱した物流インフラ問題はいつ沈静化するのか、一方でロシアによるウクライナ侵攻など地政学的リスク、それに伴う世界的な物価上昇、上海など主要拠点でのコロナリスク、など多くの不安要素が存在する。特に華南地区や今回の上海ロックダウンを経てサプライチェーンの見直しが進む可能性もある。

まず需要に関して、世界の経済活動はコロナ禍から順調に回復していることから一定量の成長が見込まれる。近年世界のコンテナ輸送需要はGDPと同レベルの成長となっているが、経済の基礎的条件は変わらないだろう。

次に供給だが、2022年度に竣工する新造コンテナ船は限定的でスペース増加率は4%強。船齢20年を超える老朽船は約9%あり、23年1月より導入される既存船への燃費効率規制や速度規制などを考えると貨物輸送需要の推移次第ではスクラップが進む可能性がある。後述の港湾インフラ状況によっては再度本船稼働率が低下する可能性もあるため、2022年度の船腹需給はタイトな状態で推移すると考えられる。

100隻を超える滞船があったロサンゼルス/ロングビーチ港も足元では30隻程度まで改善したが、依然として1週間程度の遅れがある。港湾ターミナルがスムーズに稼働するためにはコンテナの搬出入が円滑に行われる必要があるが、トラック不足や鉄道の混雑、港湾労働者数などで大きな影響を受ける。足許の好調な荷動きもあるが、短期的に正常化することは考えにくい。本年7月に期限を迎える米国西海岸港湾労働組合(ILWU)との契約更改が難航した場合、代替港として考えられる米国東岸諸港やカナダ西岸港も追加貨物を受け入れる余裕がなく、再度混乱に陥る可能性がある。昨年スエズ運河で大型コンテナ船が座礁し、滞留していた本船が一斉に動き出した為、欧州主要港が混乱状態になり長く混雑が続いたが、上海ロックダウン後に大きなリバウンド需要が発生すれば、これらは世界の主要港湾を再度混雑化させる要因にもなる。欧州主要港は各国によるロシア制裁で輸送が中断された大量のコンテナもあり、状況は悪化している。

港湾インフラの整備は環境問題などもあり、5年、10年あるいはさらに長期を要するが、既存の施設も平常化するためにはリセット、つまり一時的な需要の減少がなければ短期間に平常化することは難しい。血流である物流が円滑に流れていれば問題ないが、何らかの原因で停滞する、つまり血栓ができてしまうと、回復には相当程度の時間を要するという状況に変わりはない。

不確定要素は依然として多く残るものの、2022年のコンテナ船輸送における需給やそれに伴う運賃市況は足元から大きく崩れることは考えにくく、輸送の混乱が完全に解消するまでに至らないと考えられる。

《環境問題への業界としての対応》

1995年から2021年までのコンテナ貨物需要の平均増加率は6.4%、最近では5%前後とGDP並みに落ちついてきているが、成長産業である。増加する需要に即して船社は船隊整備を進めているが、10年前とは状況が大きく異なってきている。

2012年に16社あった東西基幹航路を含め、全世界でサービスを展開する船社は合従連衡や倒産を経て9社に減少。20,000TEU以上の超大型コンテナ船などを大量に投入しスケールメリットを享受できる者だけが生き残っている。各国の独占禁止法上、更なる合従連衡は難しく、また本船の大きさも

限界に近づいていることから、安定期に入ったといえる。各社は更なる成長をめざして総合ロジスティクス会社を目指すものなども出てきおり、分不相応な船腹量の拡大による独り勝ちを目指すものはいない。

一方で業界としての大きな課題が環境対策である。WSC(世界海運評議会)では2008年比較で温暖化ガス(GHG)総排出量を2030年までに40%、2050年までに70%削減することを業界の目標として定めたが、これを上回る目標(2050年ネットゼロ)を示した船社もあり、取り組みを加速させている。2008年比で40%削減といっても、運航船舶数や総運航船腹量も大きく増えているため、2008年当時の総量の40%減とて極めて厳しい目標である。

コンテナ船が前線で使用期間が20年程度、今日の発注で1年後に竣工するとすれば、その新造船は2043年時点でも現役で運航されているということになる。一方でネットゼロ船にはアンモニア、メタノール、メタン、水素など全く異なる燃料の使用が必要となるが、燃料タンク、内燃機関など本船建造の技術的な部分が確立されていない。またどの燃料がどの港で供給可能かという世界的なインフラ整備も含めて不確定要素が高いため、各社とも次世代コンテナ船の発注ができない状態にある。その間も老朽船腹の代替えが必要なため、LNG燃料船などで凌ぐ動きはあるが、大量発注は次世代燃料の技術確立を待つことになる。船価も相当程度高いものになり、多くの既存船の代替えを短期間で進める為に数千億円の投資が可能な財務状況である船社のみが生き残っていくことになる。

第11章 ● 観光サービス

香港・マカオにおける旅行客の動向

香港事務所長 小沼 英悟

日本政府観光局 (JNTO)

取締役社長 増本 斉

JTB (HONG KONG) LIMITED

COVID-19のパンデミックにより、2020年以降、香港・マカオの旅行業界は厳しい状況にある。2022年5月時点の情報に基づき、香港へのインバウンド(訪港旅行)全般についてはJTB香港の増本取締役社長が、訪日旅行を含む香港からのアウトバウンドと全体の総括についてはJNTO香港事務所の小沼所長がそれぞれ担当し、2021年の回顧と2022年の展望について執筆することとしたい。

I. 香港

<2021年の回顧>

【外国等からの訪港旅行】

- 2021年の訪港旅行者数(中国大陸、マカオ等からの旅行者を含む)は、前年比97.4%減の91,368人となり、前年に続いて激しい落ち込みとなった。(表1)
- 前年から始まったCOVID-19の感染状況悪化に対する入境制限が大きく影響し、前年比9割減の月が8月まで続くこととなったが、9月以降については微増に転じ始めた。しかしコロナ禍以前の実績には遠く及ばず、過去最悪の旅行者数を更新することとなった。
- 香港における入境制限は全ての国・地域に対して厳格に適用されたため、最大の訪港旅行者市場である中国大陸をはじめ、台湾、米国、日本、韓国といった主要国・地域からの旅行者数は全て前年比9割を超える落ち込みとなった。(表2)

表1 最近5ヵ年(2017年～2020年)の訪港旅行者数

| 年 | 訪港旅行者数(合計) | 前年比 | 訪港旅行者数(宿泊) | 前年比 |
|------|------------|--------|------------|--------|
| 2017 | 58,472,157 | 3.2% | 27,884,543 | 5.0% |
| 2018 | 65,147,555 | 11.4% | 29,262,701 | 4.9% |
| 2019 | 55,912,609 | ▲14.2% | 23,752,359 | ▲18.8% |
| 2020 | 3,568,875 | ▲93.6% | 1,359,365 | ▲94.3% |
| 2021 | 91,368 | ▲97.4% | 89,190 | ▲93.4% |

出典：香港政府観光局 (HKTB)

表 2 2020 年及び 2021 年の香港への主な国・地域別旅行者数

| 国・地域 | 人数(2020年) | 前年比 | 人数(2021年) | 前年比 |
|------|-----------|--------|-----------|--------|
| 中国大陸 | 2,706,398 | ▲93.8% | 65,721 | ▲97.6% |
| 台湾 | 105,140 | ▲93.2% | 2,547 | ▲97.6% |
| 米国 | 80,825 | ▲92.7% | 1,365 | ▲98.3% |
| 日本 | 50,320 | ▲95.3% | 346 | ▲99.3% |
| 韓国 | 39,922 | ▲96.2% | 626 | ▲98.4% |

出典：香港政府観光局（HKTB）

【日本人による訪港旅行】

- 年間での訪港日本人旅行者数については、中国への返還前の香港見納め需要により伸長した1996年の276万人が最高記録で、2013年以降は、約105万人～110万人くらいの間で推移してきたが、日本と香港を結ぶ航空座席供給量の増加や格安航空会社(LCC)の参入等による渡航コストの軽減等により、2016年以降、訪港日本人旅行者数が増加傾向にあった。
- しかし2019年には香港内における抗議活動の発生・激化と8月の香港国際空港閉鎖に伴う大規模なフライトキャンセルに発展した問題を契機に来港者が激減、そして2020年より蔓延が始まったCOVID-19が訪港日本人旅行者市場に壊滅的な影響をもたらすこととなった。
- 2021年は前年に続いて、居住資格を持たない日本からの旅行者入境が事実上不可能となり、年間で香港を訪れた日本人旅行者数は、前年比99.3%減の346人と香港への主な国・地域別旅行者数の中でも最も激しい落ち込みとなった。(表3)

表 3 最近 5 ヶ年（2017 年～ 2021 年）の香港への日本人旅行者数

| 年 | 訪港旅行者数(合計) | 前年比 |
|------|------------|--------|
| 2017 | 1,230,010 | 12.6% |
| 2018 | 1,287,773 | 4.7% |
| 2019 | 1,078,836 | ▲16.2% |
| 2020 | 50,320 | ▲95.3% |
| 2021 | 346 | ▲99.3% |

出典：香港政府観光局（HKTB）

【香港人による外国等への旅行】

- 香港政府統計処によると、空路による香港居住者の出境数は2015年に年間1千万人を突破し、それ以降も一貫して増加を続け、2019年は12,968,194人(前年比2.3%増)と史上最高を記録したが、2020年以降、COVID-19のパンデミックにより状況は大きく変化した。
- 香港政府が2020年3月中旬以降、香港人を含む全入境者を対象に、違反者への罰則を伴う強制検疫といった感染防止策を導入したことからビジネス、レジャーを問わず海外へ渡航する人が激減し、国際的な人の往来が強力に抑制されるようになった。
- 空路による香港居住者の出境数は、2020年は1,861,318人(前年比85.6%減)、2021年は390,139人(前年比79.0%減)で、低迷が続いた。
- 香港の航空・旅行業界には、香港人の旺盛なアウトバウンド需要に大きく依存している事業者も多いことから、その影響は甚大で、関係各社は無給休暇の取得奨励や厳しい人員削減を強いられる結果となった。
- 香港人向けに最新の海外旅行情報を発信してきた旅行雑誌についても、レジャー目的の海外旅行ができない中、香港内におけるアウトドア活動に適したスポットや新しい体験・レジャー施設を紹介する特集記事がしばしば掲載されている。
- 香港人の目的地別渡航者数については、各国・地域当局の受入統計に基づき把握しているが、COVID-19パンデミック前の2019年までの3か年で20万人以上の香港人の受入が確認できた主な渡航先(中国大陸・マカオを除く)における2021年の香港人旅行者数は以下の通りである(表4)。いずれの渡航先も2019年比で9割以上減となっている。

表4 主要渡航先別の香港人旅行者数

| 国・地域名 | 2017年 | 2018年 | 2019年 | 2021年※ |
|---------|-----------|-----------|-----------|--------|
| 日本 | 2,231,568 | 2,207,804 | 2,290,842 | 1,252 |
| 台湾 | 1,692,063 | 1,506,536 | 1,598,223 | 9,594 |
| タイ | 820,894 | 1,015,688 | 1,044,232 | 1,657 |
| 韓国 | 658,031 | 683,824 | 693,759 | 1,258 |
| シンガポール | 465,769 | 473,104 | 488,482 | 5,431 |
| オーストラリア | 282,100 | 308,700 | 315,200 | 3,100 |

出典：各国・地域当局の受入統計

※ 2021年の数値には、一部、暫定値を含むため、変更が生じる可能性がある。

【香港人による訪日旅行】

- 日本政府が2020年3月上旬にCOVID-19の流入・感染拡大防止を目的とした水際対策(日本到着後の検疫の強化や香港人に認めていた査証免除措置の停止等)を本格化させて以降、香港人はレジャー目的の訪日旅行ができない状態が続いた。
- 香港政府も2020年3月中旬より日本から香港への全入境者に対し、違反した場合に罰則を伴う強制検疫を開始したことで、ビジネスも含め、目的を問わず訪日旅行を行うことが非常に困難な状態が続いた。
- 2021年の訪日香港人数は1,252人(前年比99.6%減)で日本政府観光局による訪日外客数公表開始(1964年)以来、最低となった。(表5)

表5 最近5カ年（2017年～2021年）の香港人による訪日旅行者数

| 年 | 訪日香港人数 | 前年比 |
|------|-----------|--------|
| 2017 | 2,231,568 | 21.3% |
| 2018 | 2,207,804 | ▲1.1% |
| 2019 | 2,290,792 | 3.8% |
| 2020 | 346,020 | ▲84.9% |
| 2021 | 1,252 | ▲99.6% |

出典：日本政府観光局（JNTO）

<2022年の展望>

【外国等からの香港旅行】

- 2020年1月末から始まるCOVID-19の影響は、その感染拡大が始まってからすでに2年以上が経過しているにも拘らず未だに収束の糸口が見えない状況である。
- 2022年1月～3月の訪港旅行者数は11,490人、前年同期比30.5%減と厳しい状況が続いている。（表6）
- 日本からの2022年1月～3月の旅行者数はわずか30人、前年同期比では11.1%増となったが引き続きほぼ需要消滅に近い状況である。
- 2021年後半からは香港政府による厳しい感染対策の効果により新規感染者数は減少傾向にあったが、感染力の強いオミクロン変異株の発生により新規感染者数は急拡大し、2022年1月7日から厳しい行動制限が取られることになった。これにより一部の国・地域からの来港は事実上不可能となったこともあり、2021年9月より香港旅行者数は前年比を良化する月が続いていたが2022年2月からはまた前年比で悪化することとなった。
- 香港政府による感染対策の一層の厳格化やワクチン接種率の向上により、再び新規感染者数は減少傾向に転じ、2022年4月21日から段階的にコロナ関連の制約は緩和されることとなった。しかし香港への入境に際して一定の隔離期間が義務付けられていたりPCR検査証明書等が必要となるなど、香港旅行者に対する制約は未だに残っている。
- 一方、ワクチン接種を前提に海外旅行者の受入れを促進する「ウィズコロナ政策」適用により劇的に旅行市場の回復が見られる国・地域が多く散見されるようになってきた。しかし香港においては依然として「ゼロコロナ政策」適用により香港入境時の厳格な制限緩和の糸口が見られず、旅行市場の回復には引き続き時間を要することと思われる。
- 世界全体の旅行市場の回復時期の見通しについて、国連世界観光機関(UNWTO)の調査によれば6割以上が2024年以降と予想、当初の見通しより後ろ倒しとなっている。これはアジア太平洋の回復の遅れに起因するところが大きいですが、香港は残念ながらその代表格の一つである。香港における海外往来制限に関する劇的な緩和措置が取られない限り、2022年は旅行産業にとって引き続き非常に厳しい状況になるであろう。

表6 2022年1月～3月の訪港旅行者数

| 2022年 | 訪港旅行者数 (合計) | 前年比 | 訪港旅行者数 (宿泊) | 前年比 |
|--------|----------------|--------|----------------|--------|
| 1月 | 7,064 | 61.7% | 6,728 | 55.1% |
| 2月 | 2,626 | ▲52.2% | 2,372 | ▲55.6% |
| 3月 | 1,800 | ▲70.0% | 1,603 | ▲75.8% |
| 第一四半期計 | 11,490 | ▲30.5% | 10,703 | ▲34.3% |

出典：香港政府観光局（HKTB）

【香港人による訪日旅行】

- 空路による香港居住者の外国渡航者数は、2022年1月～3月においても151,130人、前年同期比ではプラス成長だがパンデミック前の2019年比では94.6%減と大きく抑制される状況が続いている。(表7)
- JNTOが2021年7月に第31回香港ブックフェアの会場で来場者1,804人を対象に実施したアンケート調査によるとCOVID-19収束後、半年以内に外国等への旅行を希望する香港人はアンケート回答者の67%、訪日旅行は62%で、香港人の間で日本を含む外国等への旅行意欲は高い。
- 2019年までの傾向において、日本以外で香港人の渡航者数が多いのは、台湾、タイ、韓国、シンガポール、オーストラリアの5か国・地域である。このうち、2022年5月下旬時点でタイ、シンガポール、韓国、オーストラリアの各国政府は、ワクチン接種等を条件として隔離無しでの観光客受入を再開済または再開を予定している。一方、日本政府は5月下旬に訪日観光再開に向けて必要な情報を収集するための「訪日観光実証事業」を開始、その上で、旅行会社や宿泊事業者等が留意すべき点をまとめた「ガイドライン」を策定し、それらを踏まえて観光客の入国再開について検討を進める予定である。
- イギリスの「Economist」紙の調査部門「Economist Intelligence Unit」が2022年3月に発表した「Asia's Travel-ready index 2022」によると、「渡航先のワクチン接種率」、「旅行のしやすさ」、「帰国後の検疫の必要性」の3つを基に算出した「アジア旅行準備完了指数」において日本は28か国・地域中22位に低迷している。日本のライバルである上述の5か国・地域の中で、台湾以外は全て日本より上位に位置しており、外国人旅行者の受入準備の面で日本への評価は高くない。
- 2022年の香港人の訪日旅行は、日本政府による厳しい水際対策が継続しているため、1～4月の累計で1,900人。前年同期比では増加だがパンデミック前の2019年比では99.7%減と厳しい状況が続いている。
- 香港人の訪日旅行は、真の日本ファンや高頻度リピーターによる底堅い需要があることから、レジャー目的の訪日が再開さえすれば、一定水準までは速やかに回復すると考えられる。ただし、訪日旅行を再始動するには、以下の2要件が必須であり、その後、本格的な再開・回復を図るには更に3つの要件が満たされていく必要がある。

＜訪日旅行の再始動に不可欠な2要件＞

- ①日本政府による香港人旅行者への検疫強化措置免除と査証(ビザ)免除措置再開
- ②香港政府による日本からの入境者に対する強制検疫措置の免除

＜本格的な訪日旅行の再開に求められる3要件＞

- ①香港と日本各地を結ぶ定期航空便の座席供給数の回復と地方航空路線網の復活
- ②日本各地から香港市場への訪日歓迎メッセージを発信できる社会的な合意形成
- ③日本の官民関係者による香港人旅行者誘致のためのプロモーション活動の本格的な再開

表7 2022年1月～3月における空路による香港居住者の出境数

| 2022年 | 空路出境者数 | 前年比 | 2019年比 |
|--------|---------|--------|--------|
| 1月 | 33,779 | 24.3% | ▲96.1% |
| 2月 | 52,906 | 212.8% | ▲94.5% |
| 3月 | 64,445 | 213.1% | ▲93.4% |
| 第一四半期計 | 151,130 | 133.7% | ▲94.6% |

出典：香港政府入境事務処

II. マカオ

＜2021年の回顧＞

【外国等からの訪澳旅行】

- 2021年にマカオ(澳門)を訪れた旅行者数(中国大陸・香港からの旅行者を含む)は、前年比30.7%増の771万人となった。(表1)。
- 旅行者の内訳を見てみると、国・地域別で最も多いのが全体の91.4%を占める中国大陸であるが、COVID-19の影響により大幅に旅行者数が減った2020年からの反動もあり、前年比48.2%増の705万人とマカオ来訪旅行者数回復の原動力となった。
- 中国大陸に次いで多い香港は58.9万人(前年比30.1%減)、続いて台湾は7.1万人(前年比31.9%減)、アメリカは171人(前年比98.7%減)、カナダは125人(前年比98.0%減)といずれも大きく落ち込み、マカオ来訪旅行市場の中国大陸依存が更に加速した一年となった。

表1 最近5か年(2017年～2021年)の訪澳旅行者数

| 年 | 訪澳旅行者数 | 前年比 |
|------|------------|--------|
| 2017 | 32,610,506 | 5.4% |
| 2018 | 35,803,663 | 9.8% |
| 2019 | 39,406,181 | 10.1% |
| 2020 | 5,896,848 | ▲85.0% |
| 2021 | 7,705,943 | 30.7% |

出典：マカオ政府観光局

表 2 2021 年のマカオへの国・地域別外国人旅行者数

| 順位 | 国・地域別 | 人数 | 前年比 |
|----|-------|-----------|--------|
| 1 | 中国大陸 | 7,045,058 | 48.2% |
| 2 | 香港 | 589,014 | ▲30.1% |
| 3 | 台湾 | 70,950 | ▲31.9% |
| 4 | アメリカ | 171 | ▲98.7% |
| 5 | カナダ | 125 | ▲98.0% |

出典：マカオ政府観光局

【日本人による訪澳旅行】

- 訪澳日本人旅行者数は、2016年から30万人を超えていたが、2019年の香港での抗議活動の影響により大きく減少、2020年はCOVID-19による甚大な被害により1.5万人となり、2021年においてはわずか64人、前年比99.6%減という更に激しい落ち込みとなった。

表 3 最近 5 か年（2017 年～ 2021 年）のマカオへの日本人旅行者数

| 年 | 日本人旅行者数 | 前年比 |
|------|---------|--------|
| 2017 | 328,990 | 9.4% |
| 2018 | 325,798 | ▲1.0% |
| 2019 | 295,783 | ▲9.2% |
| 2020 | 15,200 | ▲94.9% |
| 2021 | 64 | ▲99.6% |

出典：マカオ政府観光局

【マカオ人による訪日旅行】

- 2019年に訪日客数の史上最高記録を更新したマカオではあったが、COVID-19のパンデミックにより2020年3月以降、訪日客数は大幅に減少し、2021年通年では僅か54人（前年比99.6%減）にとどまった。

表 4 最近 5 か年（2017 年～ 2021 年）のマカオ人による訪日旅行者数

| 年 | 訪日マカオ人数 | 前年比 |
|------|---------|--------|
| 2017 | 115,304 | 16.0% |
| 2018 | 108,694 | ▲5.7% |
| 2019 | 121,197 | 11.5% |
| 2020 | 12,234 | ▲89.9% |
| 2021 | 54 | ▲99.6% |

出典：日本政府観光局（JNTO）

<2022年の展望>

【外国等からのマカオ旅行】

- 2022年も引き続きCOVID-19の影響を受けているが、2022年1月～3月の訪澳旅行者数は188万人で前年比8.0%増と着実に回復傾向にある。
- 香港と比較して訪澳旅行者数の落ち込みが激しくないのは、最大市場である中国大陸からの旅行者受け入れを行っているためであり、2022年1月～3月の中国大陸からの旅行者数は172万人で前年比9.9%増と増加傾向にある。
- 一方、中国大陸以外の国・地域からの入境は厳しく制限されており、香港からを含め、一般旅行者の入境は実質的に不可能である。2022年1月～3月の日本からの旅行者数はわずか34人に過ぎない。
- マカオは世界の中でもCOVID-19の感染抑制に成功した地域として評価されていることから、中国大陸からの旅行者以外を受け入れる姿勢を示していない。また中国大陸同様に厳しいゼロコロナ政策を適用していることから早期の海外往来制限緩和は期待できず、引き続き外国等からのマカオ旅行市場回復には時間を要するものと思われる。

【マカオ人による訪日旅行】

- 2022年に入ってから訪日マカオ人数は、1～2月の累計でわずか8人(前年比50%減)。依然として底這い状況にある。マカオと日本の間ではビジネス需要が殆どなく、その回復はレジャー旅行の再開まで待たなくてはならない。マカオからの訪日旅行は、香港よりも更に厳しい状況が当面は続くものと考えられる。
- マカオからの訪日旅行再開の要件については、日本・マカオ両政府による厳しい検疫措置と水際対策の撤廃にあることは香港と同様であるが、それに加えてマカオ―香港間の自由かつスムーズな往来も同時または先行して実現していく必要がある。

2021年のコロナ防疫影響とその後について

速水 孝治
日本航空株式会社

■2021年の回顧

ここ香港において、世界規模のコロナ感染拡大による観光・サービス業界においてこれまで経験したことのない「大きなうねり」が2020年から継続していた。この「大きなうねり」とは、人間がコントロールすることが難しい自然界でのウィルスの変異と、それを食い止めようとする人間側の抵抗である。2021年はこれらに大きく翻弄された1年であった。

「大きなうねり」の中身をみていこう。まずはウィルスの変異。2021年冒頭は、香港はコロナ感染をある程度抑え込むことに成功しており、感染は海外からの輸入症例が殆どであった。世界各地で発生した変異型ウィルスの中でも重症化リスクの高いデルタ株は感染拡大が起きても、香港は域内発生症例を半年以上に渡って制御することに成功していた。大きく潮目が変わったのはオミクロン株の出現であった。航空会社乗務員の検疫規則違反により、21年末にそれは香港域内に持ち込まれ、その感染力の強さから瞬く間に拡大した。政府はかねてより香港居民にワクチン接種を推奨していたが、域内感染が発生していなかったことから居民にその必要性が認識されず、接種率が高齢者を中心に低く、香港は人口百万あたりのコロナ関連死者数が世界一の水準になっていたのは皮肉な因果となった。

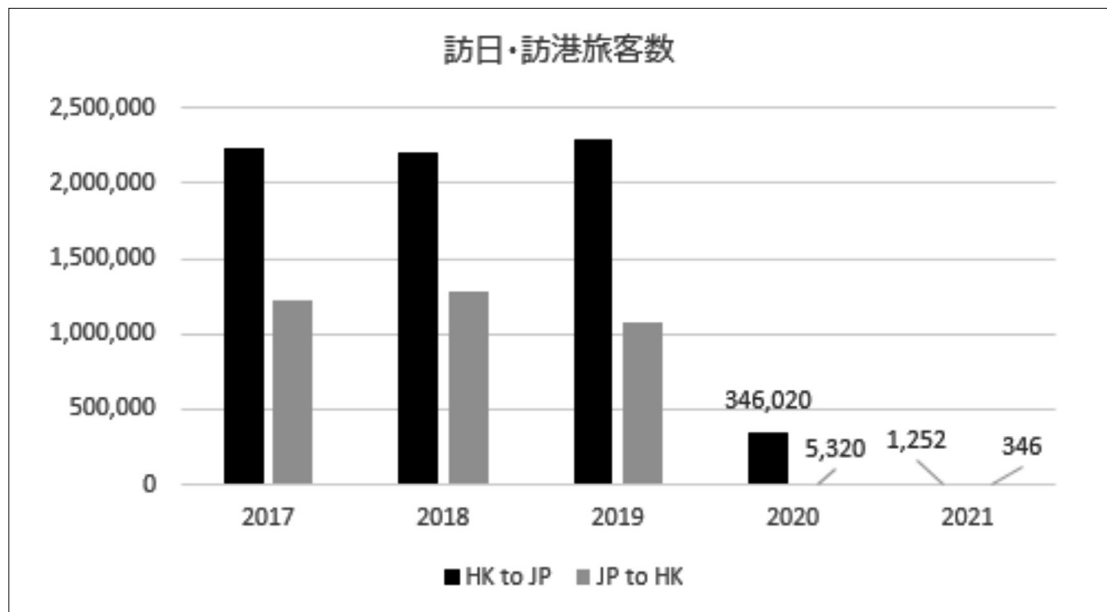
次にコロナを食い止めようとする人間の抵抗について見ていく。香港は域内症例を制御することに成功しており、海外からの輸入症例のコントロールに主眼を置くことになる。2020年の世界的な感染拡大により、香港空港発着の航空便は大きくその供給を減らしていたこと、香港居民以外の入境を認めていなかったことから、2021年は香港に到着する旅客数は非常に限定されたものとなっていく。それに拍車をかけたのが香港到着後の検疫隔離がある。コロナ発生当初は自宅も含めた14日間の隔離であったが、徐々にその強度を増し、政府が指定する検疫隔離ホテルでの21日間に渡る検疫期間が求められるようになっていく。2021年の殆どの期間がこの扱いとなり、世界各国から香港にきている駐在員の本国間の移動も止まる大きな要因となっていく。

また、輸入症例をコントロールするために、香港政府は航空会社に対し到着旅客の空港検疫検査の際に感染者が一定数発生した場合に、最大2週間の運航停止を課していく。潜伏期間が短く感染力の強いオミクロン株の出現により、香港に旅客便を就航させている殆どの航空会社が運航停止措置を受けることになった。また、オーストラリア、カナダ、フランス、インド、パキスタン、フィリピン、英国、および米国からの全ての香港への旅客便の乗り入れが禁止となり、旅客の動きにも大きな影響が出た。

これらの結果、観光・サービス業界は、香港への人流、香港からの人流が共に滞り、事業が過去に類を見ないほどに打撃を受け続けた。港日間の人流にフォーカスすると、「香港→日本」は2019年に過去最高の229万人を記録し、香港居民の30%弱が訪日しているという盛り上がりを見せていた

が、コロナ影響が通年化した2021年は1,252人となり、コロナ前対比で実質ゼロとなっている。更に「日本→香港」は以前からの漸減状態から、2021年は346人と大型機であるA380であれば1機で輸送できる数と散々たる状況に陥っている。(下記【参考1】 グラフ参照)

【参考1】



データソース：日本政府観光局/Hong Kong Tourism Board
最盛期に比べ訪日は0.05%、訪港は0.03%と実質ゼロレベルまで落ち込んでいる。

■2022年の展望

2021年度初時点で、コロナ禍がワクチン接種も進み、ある程度収束するという期待を抱いていたが、それが大きく裏切られることになった。2022年度こそはという思いは皆の共通するところであろう。その思いも込めて、次のように短期の展望をさせて頂く。

2022年は全世界的にコロナからのリカバリーフェーズであり旅行需要はある程度まで戻る。

既に欧米各国を中心に検疫規制がなくなっている国が出始めている中で日本と香港は大きく出遅れの懸念があり、港日間の需要は以下の動向に大きく左右されることが予想される。

- ・日本の海外からの観光客の受け入れの段階的開放と一日当たりの日本到着旅客数の制限
... 日本は海外からの観光客の受け入れを再開するとアナウンスをしたものの、最初の段階は団体旅客に限定した受け入れから開始となり、既に世界各国がコロナ前に入境規制を戻しつつある中、中途半端な形での再開となる。個人型旅行が認められると、香港人の訪日需要は間違いなく「爆発的」に盛り上がる事が予想される。執筆時は一日当たりの日本到着旅客数の制限が1万人

から2万人への拡大となるが、最盛期は訪日外国人だけで1日当たり8.7万人であり、まだまだ大きく制限がかかっている状況。

- ・香港入境の際の隔離期間(「ゼロコロナの堅持」のスタンス継続)

... 既に日本は香港からの到着旅客は隔離なしでの入境が認められているが、香港はまだ隔離が求められる。執筆時点では7日間まで到着時の隔離が短縮されているが、自宅隔離は認められず指定ホテルの滞在が必要。今後、ワクチン接種が進んでいることやオミクロン株の特性を考慮に入れ、2020年のコロナ発生当初に実施していた自宅隔離や、更なる期間の短縮がなされる等の規制緩和を期待したい。

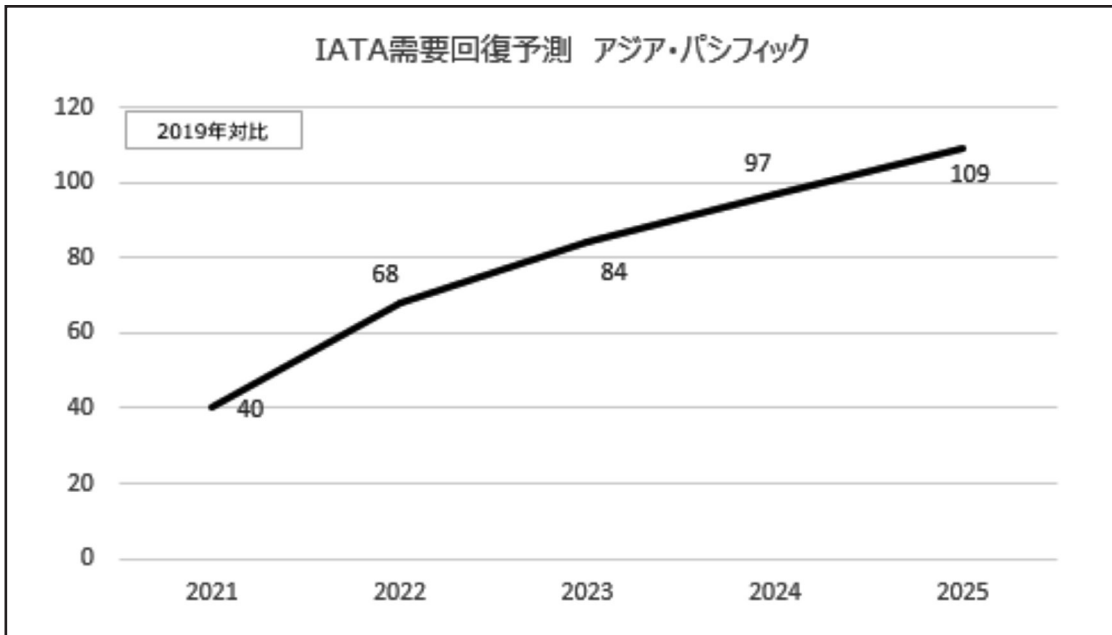
- ・「ゼロコロナの堅持」のレベル感

... 香港経済の安定化の観点からも、政府は香港-中国間の隔離無しでの往来を優先させる意向を持つも、現在の中国本土の検疫規則、入境規制のスタンスと香港のそれが大きくことなる。2022年5月の上海を始めとする中国本土の主要都市での感染事例発生とその対応を見ている限りでは、中国政府は、中国域内で接種されているワクチンの有効性の懸念もあるのか「ゼロコロナの堅持」を掲げ続けることを明言している。

- ・サプライヤー、特に航空会社がどこまで香港路線の供給を戻すことができるか

... 下記の【参考2】のグラフは、国際航空運送協会(IATA)が予測するアジア・パシフィックの需要回復予測の曲線である。アジアには今後経済発展を遂げる新興国も含まれるため、2025年にはコロナ前の水準を超えているとの見立てがなされている。前述の通り、各国との国境が再開された暁には香港人の旅行熱、特に日本に向かう需要は「爆発的」になることが想定されるが、業界の懸念として、ここ2年間の香港の強固な規制と、その間に大きく体力を削がれた航空会社がどれだけ香港への往来のフライトを戻すことができるかに依存すると考えている。

【参考 2】



データソース：IATA Figure

国際航空運送協会(IATA)は航空業界全体の旅客数について、アジア・パシフィック地区は2022年に68%まで回復すると予測している。

・新行政長官の就任直後の舵取り

… 日本はG7各国のスタンダードに同調していくことが容易に考えられるが、香港のスタンダードはどうしても中国が基準とならざるを得ず、中央政府の動向・意向を反映させるであろうと言われている香港新行政長官の一年目の舵取り如何によっては状況に大きな変化が見られない可能性がある。

以上が短期的な展望である。次に、中長期的な展望を述べたい。

非常に難しいところであるが、以下の要素が複雑に絡んで、その化学反応により大きく形が変わってくるのではないかと考えている。

- ・ 国際金融都市としてのポジション
- ・ 香港居民の減少
- ・ 大湾区(GBA)構想完成へ向けたプロセス

それぞれの項目を、まとめて言い換えると「一国二制度」がどのタイミングでどのように終息を迎え「一国一制度」における香港の自由度、香港の良さがどこまで残るのかということに尽きるのではないかと。

全世界的にコロナ後の成長が起き、再度グローバル化が進む場合、航空業界を始めとする観光やビジネスも含めた旅行マーケットにとって望ましい方向に進むものと考えている。それに際して、香港が「これまで通りの香港」であり続けることが出来るのであれば、「アジアのゲートウェイ」として地の利も活かし、これまで通り成長していくことが可能になる。

一方で、急速かつ急進的な「一国一制度」に向かうのであれば、香港の通貨はどうなるのか?その場合の国際金融都市としてのポジションは?香港居民の海外移住が更に加速することへの対応が課題になる。大湾区構想が構想通り進むのであれば、香港は中国の中の大湾区の一都市となり「これまで通りの香港」の良さが残らない。香港の都市としての魅力が薄れた結果として我々の業界は、香港のプライオリティを下げていかざるを得ない状況に追い込まれるのではないかと考えている。

2022年5月5日に新たに行政長官となるJohn Lee氏が、各国の商工会を招いてオンライン会議を開催した。(この時点では行政長官候補)その会議の冒頭で、氏から以下について明確に言及があったと認識している。

- 国際都市としての香港を維持することを最重視している
- 外国企業の自由な活躍とGBAへの進出に協力する
- 国際都市としてのキーワード(Easy Travel、Easy to trade、International Finance Centre、住み良い環境、東西を結ぶゲートウェイ)が重要

これらを重点項目とするスタンスは、我々が見聞きしていた氏のイメージと大きく乖離するものであるが、これが実現するのであれば、「これまで通りの香港」とまではいかないものの、香港が世界から大きく取り残されることは起きにくいと考える。その場合、我々の業界は依然として香港を「アジアのゲートウェイ」として維持し続け、香港の発展に寄与する形でビジネスを継続していくことになるであろう。

アルベルト・アインシュタインの言葉に「神はサイコロを振らない」というものがある。当時量子力学において結果は偶然に左右されるという学派を痛烈に批判し、そこには必ず物理の法則があり、決定されるべき数式がある、物理学に偶然なんて存在し得ないということを現わした言葉である。香港を物理学で語ることは出来ないが、物事には必ず原因があり、結果はそれに応じたものになるはずである。

新行政長官となるJohn Lee氏の今後の采配により帰結が定まる香港の未来は如何に。それにより我々の業界の展望も大きく変わってくるはずだ。望ましい方向に進むのか否か、中長期的な未来はひょっとすると数年の間に答が出る可能性がある。

広告・マーケティング業界について

板屋 美幸

Vector Group International Ltd.

業界全体の概況

2021年は、広告メディア・PR・業界にとっては、最も低迷した2020年からやや回復を見せた年となった。2020年はCOVID-19のパンデミックにより、人の流れが大きく制限され、小売業や飲食業を中心にビジネスも停滞、経済状況が大きく悪化したため広告出稿の量も大きく減少したが、2021年にはワクチン接種も開始され、感染を抑制し制限をかけながらも経済活動を推進することで、サービス業や飲食業が第一四半期から徐々に回復し始め、全体的には2020年と比べ3割程度回復することとなった。

〈21年の回顧〉

1. 広告についての総括

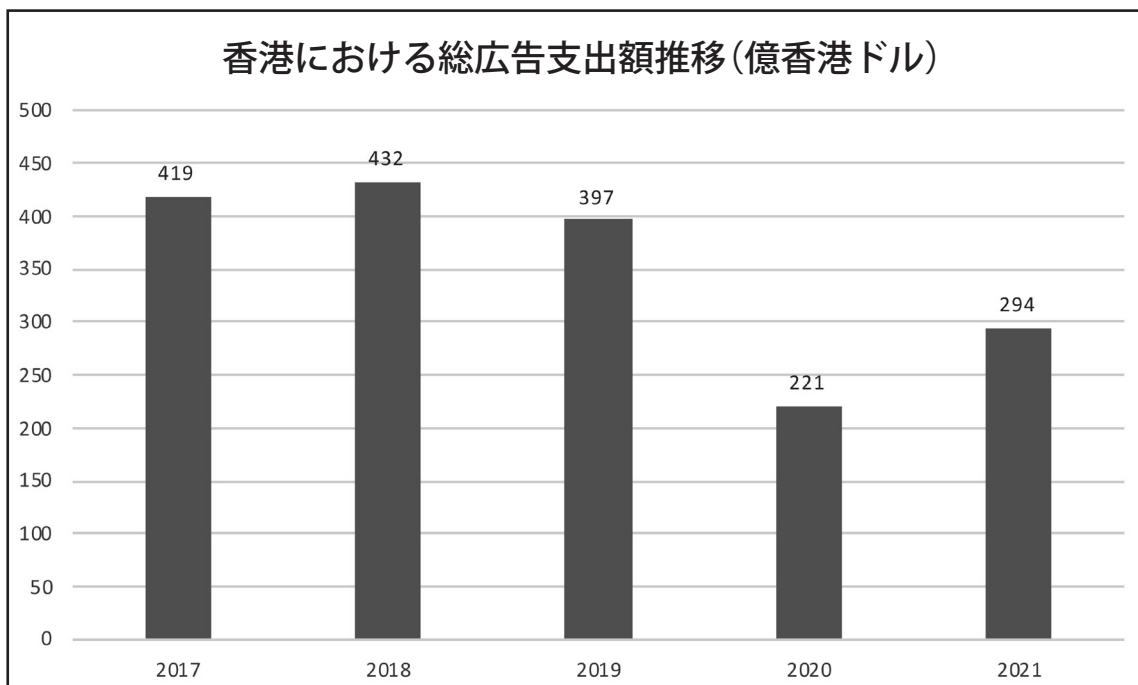
香港のデータ調査会社のadmanGoが発表したデータによると、2021年の香港の総広告予算は294億香港ドルで、前年の221億香港ドルと比較すると29%の増加となった。

また最も昨年比で伸びが大きかったのは、第二四半期(4-6月)となり、その増加率は39%となった。

これは2020年当初大きく混乱を見せたパンデミックの状況が一年の時間を経てある程度落ち着いて、感染コントロールしながらも経済活動を正常に回し始めたことで、広告主も広告投下やマーケティング活動を徐々に回復させていった結果と言えるだろう。

但し、過去5年の推移で見えていくと、依然として広告費は最盛期2018年と比べると7割弱とその差は歴然であり、今後の段階的な回復が期待される。

図表 1 2017-2021 年の香港における総広告支出額推移



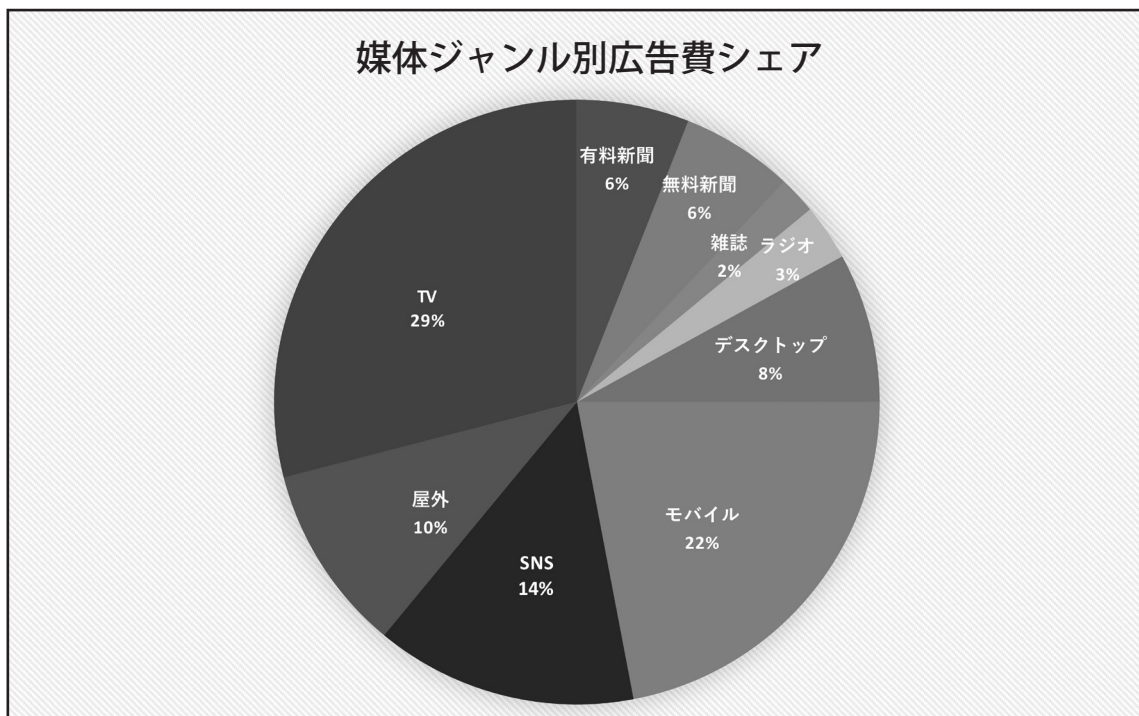
データ元：admanGo

2. 媒体別広告シェア比率

広告支出を媒体ジャンル比率で見えていくと、全体広告費に占めるモバイル広告の割合が22%、SNS広告の割合が14%と、インターネット広告がそれぞれTV広告に次いで大きなシェアを占めるジャンルとして存在感を増しているのがわかる。前年比の成長率で見ても、モバイル広告費は前年比50%の成長を遂げており、ソーシャルメディア(+42%)とデスクトップ(+32%)も含め、インターネット広告は昨年に引き続き目覚ましい成長を遂げている。

またそれとは対照的に、伝統メディア広告の割合は、昨年に引き続き減少傾向にあり、テレビ広告が29%にやや回復した以外は、新聞、雑誌、ラジオ、屋外広告はそれぞれ1～2%減少した。

図表2 媒体ジャンル別広告費シェア



データ元：admanGo

3. 業界別広告費ランキング

業界別の広告投下状況を見て見ると、昨年の状況と大きく違う点として挙げられるのは、全てのカテゴリーについて前年比プラス成長となっていることであった。業界の顔ぶれは変わらないが、全体的に経済自体が回復傾向にあることが窺える。

銀行・投資サービス業は前年比で57%増加し、昨年同様1位に輝いた。2021年も引き続き個人向け融資を中心とした融資事業が好調であったことが原因となった。特に、消費者金融サービスのプロミスファイナンスは、広告費を前年比40%増加させたということだ。

不動産カテゴリーの広告費も5位から3位に上昇、前年比29%増となった。住宅用不動産の需要が前年比30%の伸び率であったことが好調の要因であった。

また、化粧品・スキンケアカテゴリーは、前年比68%の成長を記録、成長率においてすべての業界の中で最も高く、昨年の10位から6位に大きく上昇した。また、パンデミックで大きく営業規制を受けた飲食業界が、8位から6位に上昇(増加率35%)した。これは、パンデミックの非常事態から規制緩和により日常は戻りつつあり、消費が回復していることが主な要因となっている。

図表 3 業界ジャンル別広告支出ランキング

| 順位 | 昨年順位 | 業界 | 前年比 |
|----|------|-------------|-------|
| 1 | 1 | 銀行・金融サービス | 57% ↑ |
| 2 | 2 | メディカル・ヘルスケア | 9% ↑ |
| 3 | 5 | 不動産 | 29% ↑ |
| 4 | 3 | 日用品・トイレタリー | 24% ↑ |
| 5 | 4 | 小売業 | 24% ↑ |
| 6 | 10 | コスメ・スキンケア | 68% ↑ |
| 7 | 7 | 飲料 | 30% ↑ |
| 8 | 9 | 飲食業 | 35% ↑ |
| 9 | 6 | 食品 | 17% ↑ |
| 10 | 8 | 保険 | 15% ↑ |

データ元：admanGo

4. 企業別広告費ランキング

企業別の広告投下量ランキングでは、COVID-19のパンデミック期間は、依然として衛生と健康が重要な懸念事項であるため、トイレタリー用品関連の企業P&Gが昨年に引き続き上位にランクインしている他、健康食品のカテゴリーのVita Green Health Productsは、広告費が前年比117%と大きく増加した。原因としては、主にテレビCMへの投下量が大きく伸びたことによるものであった。

また2020年も大きく成長したものの、TOP10にはランクインはしていなかったフードデリバリーから、Food Pandaが21年の5位にランクイン、広告費も144%アップとなった。これはパンデミックを通じて、飲食店に対して夜の営業規制などが行われたこともあり、デリバリーが日常的に利用されるサービスになったことが窺える。

図表 4 2021年の企業別広告費TOP10

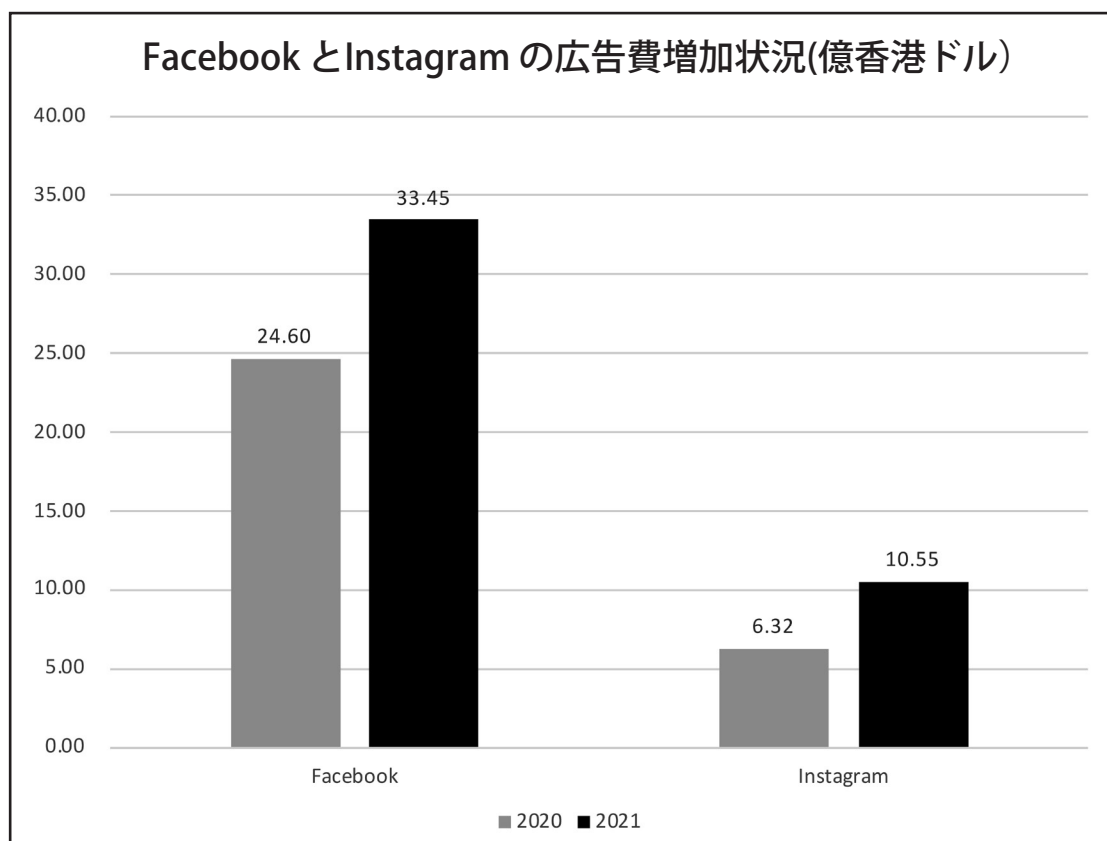
| 順位 | 業界 | 前年比 |
|----|----------------------------|--------|
| 1 | HSBC Group | 68% ↑ |
| 2 | P&G | 47% ↑ |
| 3 | Dairy Farm Group | 10% ↑ |
| 4 | Vita Green Health Products | 117% ↑ |
| 5 | Food Panda | 144% ↑ |
| 6 | Samsung | 19% ↑ |
| 7 | Heng Seng Bank Group | 3% ↑ |
| 8 | Nestle Group | 13% ↓ |
| 9 | GSK | 26% ↑ |
| 10 | Sony Group Corporation | 76% ↑ |

データ元：admanGo

5. 引き続き成長を続けるSNS マーケティング

パンデミックによりマーケティングのDX(デジタルトランスフォーメーション)が加速する中、ソーシャルメディアプラットフォームにおける広告投下量の増加が継続している。中でも、Instagram広告は2020年の6億3200万香港ドルから67%成長し10億5500万香港ドルに、Facebook は24億6000万香港ドルから36%増加の33億4500万香港ドルと、それぞれ過去最高の増加率を示した。これらのデータは、2021年に企業がソーシャルメディアのマーケティングへ急速に舵を切っていることを示している。

図表5 SNS Instagram と Facebook の広告費増加状況 (2020年と2021年)



データ元：admanGo

また、様々な広告投下手法の中でも、KOL (Key Opinion Leader)を活用したブランドのマーケティング手法の量は年々増加してきており、KOLの起用によるSNS上のブランドコンテンツ広告は前年比57%と大幅に成長し、2021年は8億7600万香港ドルに達した。

KOLを起用したSNS広告を業種カテゴリーで見ると、化粧品とスキンケアカテゴリーが前年比45%増とトップ製品カテゴリーであった。また、最も多くKOLを起用したブランドはSamsungであり、その後を、HSBCと資生堂が続いた。

図表 6 SNS において KOL の投稿が多いブランドランキング

| 順位 | ブランド名 |
|----|------------|
| 1 | Samsung |
| 2 | HSBC Group |
| 3 | SHISEIDO |

データ元：admanGo

6. SNSで多用されるタレントマーケティング

香港のSNS上で起用されるKOLにタレントを活用する傾向に拍車がかかっている。

2021年、SNS上で香港のアイドルグループMIRRORを起用したキャンペーンを見ない日はなかったと言っても過言ではないであろう。admanGoの調査によると、MIRRORのアンバサダー起用に関しては、大手4つのブランド(Samsung、McDonald's Hong Kong、Deliveroo Hong Kong、csl)がメンバー全員をアンバサダーとして起用している他、一部のメンバーの起用などで、合計180以上のブランドの広告に登場しているという。

2021年に広告売上高が最も高かったTOP10のKOLのランキングによると、10位の内MIRRORのメンバーはその半分の5位を占めており、中でも最も人気が高かったのは姜濤(Keung To)であった。姜濤は昨年、スキンケア、化粧品、銀行、ファストフードレストラン、食品、衣料品などをカバーする40社近くのコマーシャルに登場した。広告主は彼を指名しオファーを出すとされており、消費者は「姜濤を見たら買う」というほどの広告効果をもつKOLと言われている。

MIRRORは2020年に人気に火がついて以来、香港の音楽シーンに全く新しいイメージをもたらしただけでなく、その明るく多彩なキャラクターから広告主にも非常に人気があり、昨年、ViuTVなどに6億の広告収入をもたらすなど、広告業界に多大な経済効果をもたらしている。広告費が最も高い上位50ブランドの内、MIRRORと協力している13ブランドがあると言われている。

図表 7 2021 年 SNS で影響力のある KOL ランキング TOP10

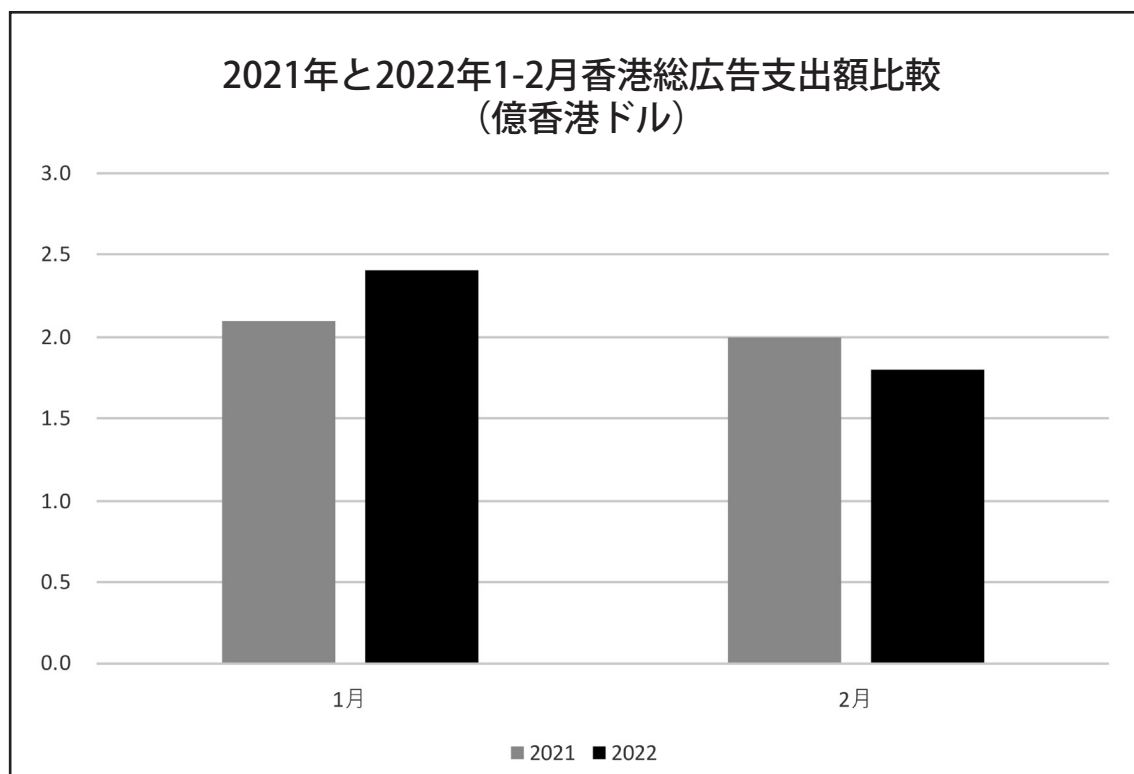
| 順位 | KOL | MIRROR メンバー |
|----|---------------------|-------------|
| 1 | 姜濤 (Keung To) | ★ |
| 2 | 小斯 | |
| 3 | 盧瀚霆 (Anson Lo) | ★ |
| 4 | 江熾生 (Anson Kong、AK) | ★ |
| 5 | 張敬軒 (Hins Cheung) | |
| 6 | 林芊妤 (Coffee Lam) | |
| 7 | 陳卓賢 (Ian Chan) | ★ |
| 8 | 陳琪 (June Chan) | |
| 9 | 呂爵安 (Edan Lui) | ★ |
| 10 | 孫慧雪 (Snow Suen) | |

データ元：admanGo

〈22年の市場動向〉

2022年1月以来、パンデミックの第5波は、香港で3か月近く続くこととなった。2022年1月から2月にかけての広告費は前年比3%の微増を記録した。2021年にパンデミックに見舞われていたのと同様に第5波に見舞われていたため、1月は前年比で15%増加となったものの、2月には前年比10%の減少が記録されることとなり、昨年とほぼ変わらない滑り出しとなった。

図表8 2021年と2022年1-2月香港総広告支出額比較



データ元：admanGo

オンラインプロモーションの新しい形を模索

香港広告主協会(HK2A)が、2021年12月上旬から2022年2月上旬にかけて実施した広告費予測調査によると、調査対象の広告主の47%が前年比29ポイント増の広告費増額を計画しているという結果となり、回答者の3割が広告費予算を2桁台で増やすつもりであると回答している。

また、インターネットなどのオンラインと非デジタルのオフラインの割合は、回答結果から分析するとそれぞれ58%と42%になるとされており、オンライン広告とオフライン広告の比率はほぼ6対4と、引き続きオンラインが主流となる見込みだ。

更に、オンライン広告の支出予算内訳を見ていくと、今年はKOLに支出する予定の広告主の割合に変化が見られ、2021年の調査ではKOLは2位だったのが4位に低下し、9%にとどまることとなった。その他の投下先として、上位3つはソーシャルメディア広告が15%、ディスプレイ広告が10%、動画

広告が9%となった。

オンラインの広告の投下方法に関しても、51%の広告主がアルゴリズムを活用したターゲット属性に対して正確に広告を表示するためのサービスを利用しており、より費用対効果に注目していることがわかっている。

上記の調査結果は、広告主たちはここ数年流行しているKOLによる広告効果に一定の効果があることは理解している一方で、タレントなどより知名度の高いKOL起用によるコスト上昇に悩みを抱えており、KOLを活用しつつも、他の費用対効果の高い広告手段を併用することで、適切なマーケティング予算の配分を模索している様子が窺える。

同調査でも、オンライン広告の目的の第一位はブランディングの効果(86%)に焦点を当てており、続いては新規顧客の獲得効果(69%)を上げていることから、ブランディング効果を期待して行う施策はKOLなどを活用し、新規顧客の獲得はビッグデータを活用してターゲットとする人々に対して広告を表示しECサイトなどへ誘導するなど、様々な広告手法を組み合わせ、新たなマーケティングの形を採用していく必要があると言えるだろう。

第12章 ● 小売流通

香港ネット小売市場と今後の展望

菅原 功

AEON Stores (Hong Kong) Co., Limited

1. 香港ネット小売市場の現状

香港におけるネット小売市場の状況は各国同様顕著な伸びを示している。売上で見ると2016年977億HKドルから、5年後の2021年には1,780億HKドルと年率11-15%の伸びとなり、5年間では82%の増加率となっている。同期間で小売における百貨店が△26.1%、スーパーマーケット2.2%、衣料・住居余暇商品△18.5%などと低迷している中での小売に占めるEコマースの割合も高くなっている。将来的には2022年9.1%、2023年8.3%、2024年7.5%の年率での伸びが想定されており、2024年には2,260億HKドル、21年対比で26%の伸びとなり、年率は徐々に低下はしているものの確実に成長が見込まれると想定されている。

(出典元: Global Data Banking and Payments Intelligence Center)

(出典元: Census and Statistics Department Hong Kong Special Administrative Region)

次に内訳をみると、全体では2021年1,733億HKドル、香港域内では286億HKドル、構成比では16.5%であるが、越境ECが83.5%を占めている。つまり海外からクロスボーダーで購入している人が多い。アメリカであればアマゾン、日本であれば楽天、中国であれば陶宝・天猫などの越境ECサイトを通じて購入している。購入商品としては衣料品が圧倒的に多く、次に家具、玩具・趣味用品、家電電化製品、化粧品などが上位となっており、食品などの必需品の構成比は低い状況である。(出典元: Source: Statista)

コロナ禍での消費行動はEコマースで大きな変化があった。第二波流行時の2020年3月には、グロッサリーなどの生活必需品が伸び、家具家電などの大型商品の買い控えが発生している。外出機会が少なくなりレジャー用品、化粧品などの需要が低下傾向となった。コロナ後のEコマース企業の売上の伸び率は22～32%伸長しており、前期が6～8%程度の伸びであったことから、率では3～4倍の伸び率となっている。例を挙げると、香港のEコマース企業の「HKTV Mall」では、コロナ前の2019年12月度のオーダー数が18,700件、売上金額は870万HKドルであったが、2020年12月はオーダー数36,300件、売上金額では1,840万HKドルとなっており、件数では1.94倍、金額では2.11倍と驚異的に伸びている。21年の12月では件数で41,400件、売上金額1,970万HKドルとなっており、それぞれ2.21倍、2.26倍となっている。これはコロナ禍の購買行動変化を、Eコマースがチャンスとして捉え、大きな伸長の原動力となっていることを表している。Eコマースの利用者も急増しており、2019年末では453千人であったものが2021年末には826千人と1.82倍となっており、20歳から74歳の年齢層の間では22.6%の人が利用している。利用者が増加した理由として当初は品揃えの構成が自社70%、出店企業30%であったが、出店企業の拡大により、今では自社32%、出展企業68%の割合となり、逆転したことによる品揃えの魅力が増したことも大きな理由となっている。ネット上で人気のあるBuzz Rankingのランキングによると、現在HKTV Mallが香港ナンバーワンのブランドランキングを獲得して

いることから、広く香港市民に対するEコマースを通じたブランディングに成功していることが分かる。4,500以上の協力企業パートナーと、品目数84万点以上の豊富な品揃えで他を圧倒していることが要因である。(出典元:HKTVMall)

因みに香港における人気ウェブサイトベスト3は、ウェブサイトを順位付けするグローバルなシステムであるALEXA RANKのページ閲覧回数と訪問客のデータによると、一位がHKTVMall、二位が豊潤(fortress)、三位が友和(yoho)となっている。

次に最近良く街で見かけるオンラインフードデリバリーについては、2019年売上6.11億米ドルに対して、2020年7.75億米ドル、2021年8.33億米ドルと2019年対比では36.3%の伸長をしている。2020年はコロナ規制が始まり、行動が制限されたことにより大幅に伸長している。2025年の推定では10.13億米ドル、2021年対比で21.6%の伸びを想定しており、今後も高い成長が見込める分野でもある。様々なお店が選べるマーケットプレイス型の共通プラットフォームのアプリケーション(APP)を利用する人が増えており、それが利用者増加の牽引にもなっている。因みに2021年の利用者構成比で見ると、レストラン専用APPは24%、共通プラットフォームAPPは76%である。(出典元: Statista)

又今後も利用したいと思う商品としては、食品84%、非食品97%で高い数値となっている。(出典元: KPMG)

Eコマースの月度別指数を見てみると、11月12月が10%超えとなっている。これはクリスマスなどのギフトシーズン時期と中国企業が行っているEコマース販促のW11(独身の日(ダブル11))、W12(ダブル12、双十二)などが数値を押し上げていると推測される。その他の月度は6%~8%の間であり、2021年度で見ると2月と4月が最も低い月度となっており、かなり月度によりバラツキがあることが分かる。又Eコマースを利用する人の動機は「買物が便利」「お金の節約」「品質に満足している」が三大要因である。食品では「便利69%」「節約60%」「品質56%」非食品ではそれぞれ69%、68%、61%となっている。コロナ禍では社会的距離を保て、衛生的で感染対策になるという声も多くなっている。(出典元:giniTransactionalData2019-2020)

2. 今後のEコマース

2022年以降のEコマースが成長していく原動力としては以下が挙げられる；

- ① サプライチェーンがコロナ禍で混乱をしているが、今後徐々に回復していくこと；
- ② 商品購入は今すぐ、支払いは後払いという買物スタイル、または分割払いでの支払いなど客の利便性の高いものにすること(分割手数料は企業が負担をするなど、客の利便性を更に追求していくと思われる)。
- ③ アジア太平洋地域、特に中国での伸長が今後も続くことが想定される中での、越境EC サイト等で、現地語使用による出品拡大。
- ④ デリバリーでは、クリック&コレクトスタイルが主流となり、店舗又はロッカーでの引き渡しが増すこと(香港の高いデリバリー料金が障害となっていることも影響していると思われる。実例として中国での配達企業・商品によっても違うが、遠距離であれば送料込みが通常であり、ネットスーパーなどの近距離の配達の場合は3元~6元程度であるが、香港では短距離の配達でも10~35HKドルと高額であることが大きいと思われる(1元約HK\$1.16HKドル))。

3. 今後の展望

小売業がデジタル化を目指していく場合重要な事は；

- ① 小売りのIT化。オフラインの小売業が第三のプラットフォームを通じて自社のデジタルプラットフォームを構築し、商品と機能のEコマース化の実現を図ること。
- ② オムニチャネル化で自社のプラットフォームの上で、幅広くネットユーザーにアクセスをして相互に融合し、客との接点を大事にしたカスタマージャーニーを実現し、オンラインとオフラインのシーンで相互に行うことが出来るようにすること。
- ③ スマート小売インターネットとIOT技術を使い、客の消費習慣を予測し、それを生産、流通、販売に結びつけて、客の個性化と多様性に対応をしていくこと、である。

どのような形で進めるのかはそれぞれの企業の戦略によるものではあるが、香港でEコマースを行う場合②のオムニチャネル化の実現が必要かと思われる。小商圏の特性上、オフラインとオンラインの融合は最も相性の良い形でもあると思われる。その場合、第三のプラットフォームで実施する場合と、自社のプラットフォームを利用する2つの方法があるが、第三者のプラットフォームを利用する場合は一定の客数の確保と配達などのインフラが整っており、直ぐ立ち上げをすることが出来る。ただし手数料は12～20%と、中国本土の2倍程度であり、利益率の高い商品は採算ベースに持っていくことが出来るが、利益率の低い食品などで採算を確保するには、商品そのものに特徴があり、強い競争力のある商品で無ければ厳しいのでは無いかと思われる。又Eコマースで最も大事な顧客が購入した商品情報履歴と顧客との紐づけ又はCRM(顧客管理)活動を行う為の顧客情報は、事前に第三者へ提供出来るのか良く確認しておく必要があるが、殆どの場合実現性が低いということも考慮しておいた方が良い。

自社プラットフォームで行う場合はUV(ユニークビジター。一意なサイト利用者)の確保と配達方法をどのようにするのが最大の課題である。リアル店舗を持つ企業であれば、店頭での顧客獲得などの地道な活動が必要であるしEコマースに誘導するための販促手段も計画的に実施をする必要がある。配達も高コストなため、クリック&コレクト型で実施する方が香港の市場には向いているようにも思える。商品情報と顧客情報とをリンクさせCRM活動に結びつけることが、自社プラットフォームの最大のメリットであるので、それを可能にするデジタル化とその専任人員の確保も当然必要となってくる。

APPを自社開発若しくはベンダーに業務委託する場合においても、決済インターフェースの構築をどのようにするのか、CRMシステムの導入に向けてどのような販促活動・顧客サービスを提供するのかを決定しておく必要がある。また今後、リアルとバーチャルの融合や、オムニチャネル化を進める上では、POS(Point of sales。販売時点情報管理)のクラウド化は必須であり、必要な投資となってくる。あとはマーチャンダイジング(MD) データとの連携、価格・在庫・商品企画などをリアルタイムでAPPと同期化を図るシステム構築も、品切れ防止、価格間違い防止策などの観点でも必要である。自社APPでの最大課題は会員登録であり、ネットリアル店舗他社APPからの乗り換え策など様々な打ち手を用意しておく必要もある。顧客情報などのデータの所有権・使用権なども、自社に帰属することを基本に進めていくことが必要である。また自社開発の場合、APP開発、データ中台、業務中台の開発等の初期費用が発生するので投資回収期間を長期で見ておく必要もある。

4, DX(デジタル・トランスフォーメーション)化への取り組み

香港のEコマースについて説明をしてきたが、DXに向けた取り組みと併せて実施することにより、顧客体験と生活価値向上、そして会社の経営改善に繋げていくことが更に重要である。最終的にはオンライン/オフラインを通じて、シームレスで快適な顧客体験を実現出来ることが核心的な価値である。例えば、データ分析によるMD販促の高度化、品揃え棚割りの最適化、プライシング・販促の最適化、機会ロス・廃棄ロスの最適化などの改善が期待できる。実店舗ではストレスフリーな買物環境を提供出来る無人レジ、スマホ決済、デジタルインフォメーションサービス、店舗後方の生産性向上の為にロボットの導入、IOTによる店舗・倉庫の省力化、自動発注などが考えられる。又迅速な判断や意思決定と現場改善に繋げる為の経営情報、店舗情報・商品情報がリアルタイムで、どこでも可視化されて提供できる経営アシスタントサービスなど、いずれにしても小売業におけるEコマースはDXに向けた一つのツールであり、それを通じたスマート店舗の実現こそを最終目標としていくべきである。

弊社から見た2021年の 香港小売業界とコロナ収束後の展望

米川 健彦

株式会社 ホンコンワコール

1. 2021年の香港経済と小売業

2021年の香港経済成長率は+6.4%と2年ぶりのプラスとなった。但し、民主化運動デモ(2019年)、新型コロナウイルス(2020年～)による落ち込みが始まる前の2018年との対比では△2.2%となっている。小売業は更に厳しく、小売額の昨年対比では+8.1%となったが、2018年対比では△27.3%と依然大きく落ち込んでいる。

新型コロナウイルス(以下、コロナ)の規制も2年目に入り、外出制限、集会制限、出入境制限などの措置により感染者増を抑制、個人消費伸び率、小売伸び率ともにプラスに転じ、香港域内経済の安定化に一定の効果が出たと思われる。但し、2020年から続く規制により、実質的な都市封鎖状態は続いており、観光客関連の経済効果は消失、また、飲食店の営業時間や人数制限などの影響もあり、個人消費も2018年対比では△6.2%となっている。

<表 1、2021年の香港経済と小売額>

単位：100万HK\$、%

| | 実質GDP成長率 | 個人消費 | 個人消費伸び率 | 失業率 | 小売 | 小売伸び率 |
|-------------|----------|-------------|---------|-----|-----------|-------|
| 2017年 | 3.8 | 1,889,394.0 | 5.5 | 3.0 | 446,137.0 | 2.2 |
| 2018年 | 2.8 | 1,989,349.0 | 5.3 | 2.8 | 485,168.0 | 8.7 |
| 2019年 | -1.7 | 1,973,438.0 | -0.8 | 3.3 | 431,160.0 | -11.1 |
| 2020年 | -6.5 | 1,766,907.0 | -10.5 | 6.5 | 326,451.0 | -24.3 |
| 2021年 | 6.4 | 1,866,264.0 | 5.6 | 3.9 | 352,948.0 | 8.1 |
| 2021年/2018年 | -2.2 | | -6.2 | | | -27.3 |

出所：香港政府統計処

小売業への継続的なダメージ

実質的な都市封鎖状態により中国本土客を中心とした観光客がほぼゼロになっていることもあり、Tsim Sha TsuiやCauseway Bayといった繁華街の週末の客数が減るとともに、飲食店の営業時間の制限(18時以降の営業禁止)により、平日でも商業施設では18時以降の客数が減少し、香港でよく見られた夕食(外食)前後にショッピングをする姿を殆ど見かけなくなった。政府の防疫措置により2021年各月の小売額は1月を除き前年同月比でプラスとなっているが、2019年比のマイナス分をカバー出来ていない訳ではない。

小売の現場では、販売員が感染すると売場を閉鎖し消毒、対象者を隔離し売場の再開に向け交代人員を調整するなどの負担が生じる。また、弊社のような下着販売の場合、様々なコロナ対策をしても試着を敬遠される人が多いなど、通常の接客が出来ないもどかしさを抱えての運営となっている。

<表 2、2021 年小売額の月別伸び率推移>

単位：%

| | 2020年 | 2021年 |
|-----|-------|-------|
| 1月 | -21.5 | -13.7 |
| 2月 | -44.0 | 30.0 |
| 3月 | -42.1 | 20.2 |
| 4月 | -36.1 | 12.1 |
| 5月 | -32.9 | 10.4 |
| 6月 | -24.7 | 5.8 |
| 7月 | -23.1 | 2.8 |
| 8月 | -13.1 | 11.9 |
| 9月 | -12.8 | 7.4 |
| 10月 | -8.7 | 12.0 |
| 11月 | -4.1 | 7.1 |
| 12月 | -13.3 | 6.1 |

出所：香港政府統計処

<表 3、中国からの観光客の伸びと小売額の推移>

単位：%

| | 小売伸び率 | 中国からの旅行者伸び率 | 中国からの旅行者シェア |
|-------|-------|-------------|-------------|
| 2017年 | 2.2 | 3.9 | 76.0 |
| 2018年 | 8.7 | 14.8 | 78.3 |
| 2019年 | -11.1 | -14.2 | 78.3 |
| 2020年 | -24.3 | -93.8 | 75.8 |
| 2021年 | 8.1 | -97.6 | 71.9 |

出所：香港政府統計処

小売額の業態別、カテゴリー別推移

業態別の推移では、地元客を主な顧客とするスーパーマーケットは、コロナの規制が厳しかった2020年に自宅で食事をする機会が増えたことにより大きく伸びた反動からか、外食が一部緩和された2021年はマイナスとなった。2018年対比では微増となっている。一方、観光客の影響が大きい百貨店は、2019年の抗議活動以降継続してマイナスとなっており、2018年対比でも2/3程度まで落ち込んでいる。

また、カテゴリー別(※ 弊社の業界と関連性の高そうなカテゴリーを抽出)では、2021年は、衣料品・靴、ジュエリー・時計、医薬品・化粧品3カテゴリーとも昨年よりプラスとなった。但し、2018年対比ではまだ大きく落ち込んでおり、特に大陸からの観光客の影響が大きいジュエリー・時計、医薬品・化粧品については、2018年対比で半分以下となっている。

<表4、小売の業態別伸び率>

単位：100万HK\$、%

| | 小売販売額 | 伸び率 | スーパーマーケット | 伸び率 | 百貨店 | 伸び率 |
|-------------|-----------|--------|-----------|-------|----------|--------|
| 2018年 | 485,168.0 | 8.7% | 52,971.0 | 1.2% | 53,257.0 | 9.5% |
| 2019年 | 431,160.0 | -11.1% | 53,325.0 | 0.7% | 46,353.0 | -13.0% |
| 2020年 | 326,451.0 | -24.3% | 58,494.0 | 9.7% | 35,939.0 | -22.5% |
| 2021年 | 352,948.0 | 8.1% | 53,588.0 | -8.4% | 34,752.0 | -3.3% |
| 2021年/2018年 | | -27.3% | | 1.2% | | -34.7% |

出所：香港政府統計処

<表5、小売のカテゴリー別伸び率>

単位：100万HK\$、%

| | 衣料品・靴 | 伸び率 | ジュエリー・時計 | 伸び率 | 医薬品・化粧品 | 伸び率 |
|-------------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|
| 2018年 | 62,305.0 | 6.7% | 85,329.0 | 13.7% | 49,526.0 | 14.3% |
| 2019年 | 53,518.0 | -14.1% | 66,209.0 | -22.4% | 43,003.0 | -13.2% |
| 2020年 | 31,537.0 | -41.1% | 30,456.0 | -54.0% | 21,511.0 | -50.0% |
| 2021年 | 38,241.0 | 21.3% | 38,775.0 | 27.3% | 22,160.0 | 3.0% |
| 2021年/2018年 | | -38.6% | | -54.6% | | -55.3% |

出所：香港政府統計処

欧米ブランドの動向

コロナ禍の2020年6月、ランジェリーや香水などで知られる米国のブランドVictoria's Secret(ヴィクトリアズシークレット)が、香港のコースウェイブーエリアの旗艦店を閉鎖した。Hennessy Roadを挟んで香港SOGOの向かいの一等地にあったので、ご存じの方も多いと思う。発表では、観光客の大幅な減少と新型コロナウイルスによる経済損失が原因としている。

Victoria's Secretにとってこの店舗は、香港エリアにおける最後の店舗だった。2018年7月にオープンし、4600平米を超えるといわれる巨大面積と繁華街の立地が大きな話題を呼んだ。その一方でテナント賃料は高額だったと推察される。今回のコロナでひとつの傾向としてあるのは、コロナ禍であっても家賃があまり下がらなかったことだ。2003年のSARSの際には、一時的にせよ家賃相場が大きく下がったのとは対照的である。香港では、他にもJ.CrewやFolli Folliなど、欧米ブランド店舗の閉店が相次いでいる。

2. 弊社から見たコロナ収束後の展望

世界的にWith コロナに舵を切る中、香港もいずれコロナの規制を緩和するであろうし、また本格的にコロナが収束に向かう日も来るであろう。現在、弊社では香港市場における新たな機会とリスクに関して、以下のように考えている。

オンライン購入の定着化

香港域内の主要なエリアであれば、どこに住んでいても近くに何らかの商業施設があり、買い物には不自由しないのが香港の特徴とされ、オンラインビジネスは定着しないと言われ続けてきたが、ラ

イフスタイルの変化に加え、コロナ禍の生活環境が後押しとなり、オンラインビジネスの存在感が大きくなってきている。

2021年のデータでは香港の小売全体に占めるオンライン小売のシェアはまだ8%程度であるが、今後拡大傾向にあるのは間違いないと見ている。食料品や生活雑貨を中心に売上を拡大してきたHKTV mallに加え、2017年から香港に進出してきている天猫mall、様々な商業施設が運営するオンラインモールなど、顧客にとっての選択肢も増えつつある。

香港のような買い物に便利な環境の場合、オンライン単独ではなく、実店舗との買いまわりを前提に環境整備を進めることが大切であると考えている。弊社も立ち上げを計画している自社サイトなどでオンラインでの購入環境を整えるとともに、CRM(顧客関係管理)を再構築し、顧客の購買動向に応じたパーソナルな販促活動をベースに、実店舗とオンラインの双方で買い回れる環境をつくっていかうと考えている。

<表 6、オンライン小売の小売額全体に占める構成比> 単位：100万HK\$、%

| | 小売全体 | オンライン小売 | オンライン構成比 |
|-------|---------|---------|----------|
| 2020年 | 326,451 | 20,586 | 6.3% |
| 2021年 | 352,948 | 28,627 | 8.1% |

出所：香港政府統計処

中国本土の新法(個人情報保護法)

11月22日に香港日本人商工会議所において、アンダーソン・毛利・友常法律事務所の若林先生によるセミナーを開催したが、2021年8月20日に中国大陸で初めての個人情報保護の特別法となる個人情報保護法が公布された(2021年11月1日施行)。専門外の為、ここでは法律の詳細に関する記載は避けるが、新法において地域としての香港(及びマカオ)は含まれないが、香港で買い物をする中国本土客は域外適用とみなされ、同法律の対象になる可能性が高い。域外適用となる場合、中国本土内に専門機関を設置(または代表を指定)し、個人情報に関する事務を処理させ、必要な情報を届け出なければならないなどの責任が生じる。その責任は個人情報を扱う店(またはブランド)側が負うことになる為、中国本土からの旅行客の個人情報をどう扱うかを慎重に見極める必要がある。

また、同セミナーでは、香港Nakamura & Associates代表の中村弁護士から香港の個人情報保護法についても説明があった。弊社においても、CRMを構築する際、中国本土の新法を確認の上、中国本土客の個人情報をどう扱うか、また香港の顧客情報についても改めて香港法(個人情報プライバシー条例)を確認した上で、進める必要があると考えている。

文末ではありますが、香港政府統計処のデータ分析に際し、株式会社三菱UFJ銀行様から多大なるサポートをいただきました。厚く御礼申し上げます。

弊社から見た2021年 香港パン業界の回顧と展望

日下部 嘉晃
香港山崎麵包有限公司

2021年の回顧

2021年の香港経済は、コロナ感染第4波の感染拡大の中スタートしたが、政府の感染防止対策により感染者数も減少し、防疫対策上の各種制限が緩和されてきたことにより個人消費を含む民間需要も次第に回復し、GDP成長率は前年同期比で、第1四半期+8.0%、第2四半期+7.5%、第3四半期+5.5%、第4四半期+4.8%とすべての四半期でプラス成長となり、通期で+6.4%増であった。

しかしながら、パン市場においては2020年の落ち込みが大きかったため、業績の改善を実感するには至らなかった(表1、2参照。「パン、パストリー、菓子、ビスケット」分類の9月度の指数が170.9と他の月より大きいのは例年のことであり、中秋節の月餅の売り上げが含まれるためと思われる)。2021年売り上げが低調に推移した主な原因は、コロナ防疫対策により市民の消費行動が影響を受け縮小したことである。自宅からのリモート勤務の推奨や学校での対面授業の禁止等により通勤・通学客が減少した。

MTR利用客数は2020年の実績を上回ってはいるが、逃亡犯条例反対デモが始まる2019年前半以前に比べると未だに100%を下回っている(表3参照)。香港経済全体ではGDP+6.4%と成長したが、一般消費経済は完全回復には至らなかった。

弊社直営店から見た2021年の香港パン市場

1. 店舗立地条件により、コロナ禍の影響に差異があった。

①ショッピングモール内店舗(インストアベーカリー)

レストランの営業規制や市民の行動自粛により入店客数が減少した。大陸からの来港客が無くなった。

②路面店舗

商業地区に位置する路面店は①と同様であったが、住宅地の近隣に位置する店舗は売り上げが伸長した。食料品の買い物を自宅の近くで済ませる人が多かったと考えられる。コロナ感染が増えた時期は、通常より好調な実績であった。しかし、コロナ感染の減少とともに元に戻った。

③駅構内店舗

通勤・通学客の減少により売り上げが減少した。特に朝食需要の逸失が大きく影響した。全店に共通していたのは、午後6時以降の入店客数の減少が顕著であった。利用者の消費行動に大きな変化が見られた。

2. 食事パン類、洋菓子製品が好調であった。

香港市民が自炊し、自宅で食事をする機会が増えたため、食パンなどの食事パン類の需要が伸びた。所謂、巣ごもり需要やプチ贅沢志向により洋菓子製品やチルドデザート類の販売が好調であった。日本市場でも同様な傾向が見られた。

3. お客様の健康志向の増大

2003年のSARS流行時も同様であったが、健康志向製品への要望が強く、それに対応した製品の販売が伸長した。

総括すると、コロナ感染の悪影響が大きく、香港パン市場にとり2021年は大変厳しい年であった。

2022年の展望

数年来の社会・経済の変革の中にある香港にとって最大の課題は、如何にコロナパンデミックを管理しつつ大陸との人の往来を再開し、海外渡航の正常化をして経済を回復させることにあると思う。

旧正月明け以降 「コロナ感染第5波」の爆発的拡大に見舞われ、第1四半期のGDP成長率は-4.0%であった。

しかし、4月以降コロナ感染防止対策が段階的に緩和され、専門家からは更なる緩和を求める意見もあり、明るい兆しが見える。その他の課題としては；

- ①コロナ感染による消費行動の変化が一部定着化することへの対応：遠隔勤務増加に対し、オンライン販売強化；
- ②人材の確保：一般的に若年層の労働集約型生産工場での勤務を敬遠する傾向への対策；従業員の高齢化への取り組み。自動機械化による省人化推進；および
- ③店舗賃貸市場への対応：コロナ終息後上昇傾向に戻ると予測される。

などが挙げられる。

将来的に、香港は新界北部地区開発や大湾区構想を通じて、広東省や深圳市との一体化が進んでいくものと予想される。しかし、その後も人口740万人を有する香港の将来性は、小売・製パン業にとっては確信の持てるものだと考える。

表1 2021年1月～2022年1月小売分類別売上額

単位：100万香港ドル

| | 2021 | | | | | | | | | | | | 2022 |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 |
| 小売総額 | 32,549 | 29,531 | 27,626 | 27,018 | 29,565 | 28,074 | 27,203 | 28,586 | 28,018 | 30,735 | 30,749 | 33,294 | 33,890 |
| 食品・酒類飲品及煙草 | 3,673 | 3,713 | 2,641 | 2,886 | 2,896 | 2,737 | 2,520 | 2,990 | 3,417 | 2,980 | 2,768 | 3,171 | 3,911 |
| パン、ペストリー、菓子、ビスケット | 863 | 871 | 678 | 722 | 713 | 668 | 729 | 893 | 1,405 | 785 | 702 | 800 | 1,051 |
| 新鮮或急凍魚類及禽畜肉類 | 1,402 | 1,664 | 1,035 | 1,049 | 956 | 915 | 753 | 826 | 860 | 798 | 854 | 1,052 | 1,209 |
| 新鮮果実、野菜 | 308 | 256 | 277 | 332 | 347 | 356 | 304 | 340 | 349 | 346 | 255 | 287 | 376 |

出所：香港統計処 Report on Monthly Survey of Retail Sales (Jan. 2022) Table 2 より抜粋

表2 2021年1月～2022年1月小売分類別指数

(2019年10月～2020年9月の平均=100)

| | 2021 | | | | | | | | | | | | 2022 |
|-----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 |
| 小売総額 | 116.6 | 105.7 | 98.9 | 96.7 | 105.9 | 100.5 | 97.4 | 102.4 | 100.3 | 110.1 | 110.1 | 119.2 | 121.4 |
| 対前年同月比増減 | (-13.7) | (+30.0) | (+20.2) | (+12.1) | (+10.4) | (+5.8) | (+2.8) | (+11.9) | (+7.4) | (+12.1) | (+7.1) | (+6.1) | (+4.1) |
| 食品・酒類飲品 及煙草 | 114.7 | 116.0 | 82.5 | 90.1 | 90.5 | 85.5 | 78.7 | 93.4 | 106.7 | 93.1 | 86.5 | 99.0 | 122.2 |
| 対前年同月比増減 | (-16.4) | (+8.0) | (-2.0) | (-3.6) | (+0.7) | (-1.6) | (-5.6) | (+1.0) | (+0.7) | (-1.7) | (-4.1) | (-3.0) | (+6.5) |
| パン、ペストリー、 菓子、ビスケット | 105.0 | 105.9 | 82.5 | 87.9 | 86.7 | 81.2 | 88.8 | 108.6 | 170.9 | 95.5 | 85.4 | 97.3 | 127.8 |
| 対前年同月比増減 | (-20.4) | (+12.3) | (-4.3) | (-2.3) | (+3.0) | (-5.8) | (-0.8) | (+21.7) | (+10.7) | (+1.2) | (-0.3) | (-1.3) | (+21.8) |
| 新鮮或急凍魚類 及禽畜肉類 | 129.1 | 153.2 | 95.3 | 96.6 | 88.0 | 84.3 | 69.4 | 76.1 | 79.2 | 73.5 | 78.7 | 96.9 | 111.4 |
| 対前年同月比増減 | (+11.8) | (-5.3) | (-4.8) | (-8.3) | (-4.9) | (-6.0) | (-15.6) | (-17.9) | (-14.5) | (-12.8) | (-14.5) | (-12.5) | (-13.8) |
| 新鮮果実、野菜 | 114.3 | 95.0 | 103.0 | 123.2 | 128.7 | 132.1 | 112.8 | 126.3 | 129.7 | 128.6 | 94.6 | 106.5 | 139.6 |
| 対前年同月比増減 | (+34.3) | (+25.5) | (+20.5) | (+13.6) | (+15.4) | (+14.0) | (+8.6) | (-2.4) | (+4.1) | (-1.8) | (+1.2) | (+2.1) | (+22.2) |

出所：香港統計処 Report on Monthly Survey of Retail Sales (Jan. 2022) Table 2 より抜粋

表3 2021年MTR利用客数（月間）

単位：千人

| | MTR | 対2018年 | 対2019年 | 対2020年 | バス、 輕鐵路 | 対2018年 | 対2019年 | 対2020年 |
|-----|---------|--------|--------|--------|------------|--------|--------|--------|
| 1月 | 93,236 | 65% | 63% | 80% | 12,789 | 64% | 63% | 87% |
| 2月 | 91,409 | 73% | 72% | 128% | 12,412 | 73% | 72% | 132% |
| 3月 | 114,487 | 80% | 79% | 136% | 15,420 | 78% | 77% | 140% |
| 4月 | 111,075 | 84% | 84% | 149% | 15,030 | 80% | 81% | 145% |
| 5月 | 117,755 | 85% | 83% | 121% | 16,573 | 82% | 82% | 129% |
| 6月 | 118,153 | 88% | 87% | 107% | 16,363 | 84% | 84% | 110% |
| 7月 | 125,666 | 90% | 91% | 138% | 16,869 | 85% | 89% | 134% |
| 8月 | 127,696 | 90% | 98% | 163% | 16,795 | 87% | 91% | 154% |
| 9月 | 129,596 | 95% | 102% | 128% | 17,788 | 92% | 97% | 132% |
| 10月 | 124,953 | 86% | 115% | 110% | 16,857 | 82% | 136% | 108% |
| 11月 | 131,602 | 90% | 119% | 115% | 17,514 | 87% | 155% | 113% |
| 12月 | 136,110 | 93% | 111% | 146% | 17,553 | 88% | 126% | 137% |

MTR ホームページより引用 www.mtr.com.hk/en/corporate/investor/patronage.php#search

広東省における日系中小企業製造メーカーの問題と課題、対策

川副 哲

肇英実業有限公司

(A) 広東省における日系中小企業製造業の問題と課題、その対策；

《問題と課題》

1. コロナ問題；

2020年1月から中国で急速に拡大したコロナ感染で、中国での生産は数カ月不可能となり、中国からアジアへ生産移管が加速。しかし、中国では2021年にはコロナ問題は落ち着き、逆にアジアで感染者が急増、生産に支障をきたす様になり、その為に再度中国に生産を移す企業が増えました。2022年になり香港で、一時5万人/日と急増。中国にも飛び火して、4月初めの時点で急増している状況が続いています。その為、香港と華南の間の物流網が大混乱、市を跨ぐ物流も規制が厳しく続いており、部材不足のために生産の継続難と、製品の納入に混乱が生じています。

2. 電力不足；

2021年5月ごろ、水力発電所の水不足で、計画停電が華南の各地で始まりました。その後、それがCO2問題で石炭火力発電を急激に縮小した為に生じている事が明確になり、計画停電ももっと大規模になってきました。同時に電気料金の値上げも続きました。今後は、原子力発電をさらに増やして行くと共に風力、水力と自然エネルギーを増やして行く計画です。太陽光発電機の生産能力は世界の75%を占めていると言われています。EV車の開発が急速に始まっており、蓄電池の技術力も相当なスピードで高まっています。

しかしながら実態は、まだまだ火力発電が主で、CO2規制を続けるには、火力発電を減らす必要があります。ここ暫くは、電気の供給は不安定となると同時に火力発電からの転換で、コストが急増し、電気代もそれにつれて毎年10%前後上がっていく事が予想されています。

3. アセアンから中国へ生産シフト、中国からアセアンへ生産シフト；

2021年は、ベトナム、インドネシア、フィリピンで、コロナ感染が急増。中国/香港は、抑え込みに成功。その為、アジアから中国に生産を戻す動きが広がりました。2021年の後半になり、アジアでもコロナ感染者が落ち着き始め、中国で人材雇用難、停電の問題があり、そして2022年は物流問題も大きな問題となり、中国からアセアンへ生産が移っています。ベトナムでも労働者不足、賃金の高騰が始まっており、付加価値の高い製品はベトナム、付加価値が低く労働集約的な生産はフィリピンなどへ移っています。

4. 物流問題；

中米貿易戦争、コロナ感染者の急増、それに加えロシアのウクライナ侵攻と、2022年3月には世界で物を運ぶコンテナ不足、人員不足で、全ての物流費が更に急騰、大混乱に陥っています。特に香港と華南の間の物流網の混乱が大きく、部材の納入が遅れ生産に支障をきたす会社、製品の納入が出来ない会社が大幅に増えています。

5. 人材雇用と賃金上昇；

中国は2020年からの10カ年計画で、GDPを倍増するとしています。内需を増やす事を目論んでおり、その為に、最低賃金の倍増も発表しています。社会保険の充実、安全・健康・環境の福利厚生も求められており、益々総労務費は高くなり、これから10年を待たずに、日本の総労務費と同じ水準になると予想されます。人口も減少の時代に入り、一人っ子政策を止めて人口増を目論んでいますが、これも達成できていません。若い人たちは、楽な、職場環境の良いサービス産業で働きたいという人が増えており、製造業ではこれからも雇用難が続いていくと予想されます。

6. 使用する工場の敷地に基づいた総合課税枠の設定；

蘇州工場で地元税務署から、使用している土地に対して1ムー (666m²)あたり100万円の税金の支払いが必要と2021年に通達がありました。深圳、惠州、中山では、2021年末までは正式な通達はありませんでしたが、最近惠州政府も同様の事をやる可能性が高いという事を言われた企業が出てきました。省スペースで付加価値の高い生産をやることが問われています。製造2025、2035、2049という事で、製造業の力を付けるために中国政府は支援をするとしており、2021年までは補助金などの給を沢山出してくれましたが、最近は企業の選別を始めており、優良企業には補助金や税額控除を増やし、実力のない企業は、撤退もやむなしと明確にし始めています。

《中国／華南で生き延び、発展する為の対策》

1. 人材の確保、人材開発、人材活性化；

これからは、少数精鋭の経営が求められます。

- 人件費の毎年の着実な上昇。雇用難/工員不足で、受注が増えても生産が出来ないという事も発生しています。
- 多能工、多工程持ち
- 自動化、IOT化
- マザー工場から遠隔管理、操作

2. 大きな需要の変化に対応する為の、自動化・スマート工場化；

最近の受注の変動は相当大きく、人手でやる作業は、人が管理する作業は、非常に難しくなっています。

- 生産自動機/ロボット、画像検査機、自動梱包、搬送、自動倉庫
- IOT、ビッグデータ、AI、中央で集中管理

3. 電気の購入量削減；

- 生産単位当たりの電気使用量削減
- 夜間の電気のフル活用
- 太陽光発電と蓄電池の導入

4. ニッチ市場でトップ企業；

顧客のニーズがあり、他社がやれない、やりたくないビジネスを常に模索する事。

- 小ロット；小ロットオーダーだけを集めた事業で、付加価値を高め、事業として成り立つ仕組みを作る。
- 廃材ゼロエミッション；分別、洗浄、再利用と言うプロセスがある為、過去はスクラップ業者に販売し、販売できて収入にもなるという事で対応してきましたが、最近では産業廃棄物として、費用を払う時代になってきました。(日本は既に15年前にそのような状況になっています。) 自社の廃材の排出を少なくすると共に、再利用できる仕組みの構築、お客様から排出される廃材の再利用をする事で、付加価値の高いビジネスとしてやっていけると考えています。

5. お客様の隣でサプライチェーンの構築；

ESG/SDGで、カーボンニュートラルが叫ばれる中で、物流によるCO2発生の削減も求められています。

同時に、今回の物流の問題で、BCP(供給責任)がますます重要になってきています。それらを回避する対策が必要で、これを構築できれば、大いなる差別化が出来ると考えています。

6. 中国政府、香港政府の補助金、税額控除のフル活用；

製造2025を進めている中国政府、香港での研究開発、製造業育成を目論んでいる香港政府は、様々な補助金、税額控除の恩典を出しています。その活用をやり易くする為に、コンサルタントの活用を促しています。是非日系企業も、活用する事をお勧めします。

(B) 中小企業部会から、企業支援部会へ；

2007年から部会として発足してから約15年経過致しました。その間、香港在住の日系中小企業支援、日本から進出を希望される企業支援、香港と貿易をやりたい日本の中小企業支援を目的にして、部会活動をやって参りました。

1. 香港の優位性の紹介；
2. 香港政府の支援策；各種補助金、税額控除、金融支援の紹介、人材開発など；
3. 香港政府機関の活用；政府機関を訪問し、何を活用できるか勉強をしました；
 - HongKong Trade Development Centre
 - Invest Hongkong
 - HongKong Productivity Council
 - Hongkong Vocational training centre

- Ecopark
 - Science Park
 - Cyber Park
4. 香港の主に製造業の企業家の集まりであるFederation of Hongkong Industryとのコラボレーション；
 5. Eco ExpoやFood Expoといった香港の展示会への参加；
 6. 日系大手企業と、日系中小企業のビジネスマッチング。

2022年7月からは、中小企業部会は、ライフコミュニケーション部会と一緒に、企業支援部会として、生まれ変わる事になりました。今後は、全ての商工会議所の会員企業に対し、お役に立てる支援活動が出来ればと願っています。

香港在住の日系中小企業の支援に関してはJCCI会員、非会員を問わず、引き続き、中小企業委員会で、支援活動を継続していく事と理解しています。

長年中小企業部会を支えて頂きました会員企業の皆様、事務局の皆様、この場をお借りして、厚くお礼申し上げます。

同時に、新たに発足する企業支援部会の機能を充実させ、皆様に喜んで頂ける活動が出来るためにも、引き続き、皆様のご支援を賜ればと願っております。

何卒宜しく願い申し上げます。

国際情勢緊迫化の香港ビジネス ～中国ビジネスの将来像を見直して 香港ビジネスに取り組む～

吉田 常誠

三菱UFJ銀行香港法人営業部アドバイザー室長

(本稿は2022年5月30日現在の状況に基づき執筆しました)

はじめに 香港ビジネスを考える構図の変化

2019年の逃亡犯条例デモ勃発以降、香港は時とともに遷り変わるさまざまな「香港情勢」に翻弄されてきた。デモが激しかった時期は治安が最大の関心事だった。デモ隊による空港占拠や地下鉄への「非協力行動」に日々やきもきさせられた。その後は国家安全維持法やそれに対する米国の制裁、一国二制度の持続性に焦点は移り、やがて米中間の制裁合戦の様相を呈してくるとともに、ビジネスハブとしての香港の「評判(レピュテーション)」が傷つくことを懸念するようになった。コロナ禍が長期化する中では、厳しい隔離政策が最大の懸念になった。「本土との往来再開を最優先」とする政府の説明を信じて待っては裏切られ、を繰り返す中で、忍耐力が徐々に擦り減っていった。「懸念」ではなく「実害」を伴うコロナ隔離政策により、香港に見切りをつける外国企業が散見されるようになった。

足元では、一国二制度に対する懸念はあまり聞かれなくなりつつある。終審法院における英国人判事の辞任もメディアではほぼ素通りであったし、李家超新行政長官の選出に際しても、「警察国家」といった表現は見られたが、メディアを賑わせたというほどではなかった。香港で起きるこうした出来事に対するメディアの関心の希薄化は明らかだ。

この要因として、メディアが懸念を煽った割に、経済活動に実害が生じるような制裁や報復が行われなかったことで、香港経済の堅牢性に関する理解が進んだということと言えるだろう。だがそれ以上に、外国メディアにおいて「香港情勢」というネタの新鮮さが失われたこと、上海ロックダウンやロシアのウクライナ侵攻と言う鮮度が高く緊急度の高い事象が頻発して、国際情勢としての香港問題の相対的な重要性が低下したことが最大の理由と言えるだろう。

本稿執筆時点では、香港政府は表向き「ダイナミック・ゼロコロナ戦略」を継続し、入境後のホテル隔離は少なくとも6月末までは続く模様である。しかし、香港域内における各種行動制限緩和や、ビザなし外国人の受け入れ再開といったことから判断すると、事実上、緩和の方向に舵を切っていると推察される。希望的観測も含め、7月1日の返還25周年記念式典の後、7～8月あたりで諸外国との往来の事実上の正常化(段階的な入境後の隔離の廃止あるいは短縮、自宅隔離の許容等)が行われることは十分考えられる。

香港における経営課題の上位に挙げられるようになった人材採用難についても、ビジネス上・キャリア上好条件を提供するロケーションにフットワークよく移っていくモビリティの高い層を惹きつけることは、往来正常化後の政財界の取り組み次第で十分可能だと思われる。

このように、香港固有の事情に根ざしたビジネス活動への逆境は、今後1年程度の間以最悪期を脱すると考えられ、香港ビジネスのあり方を検討するに当たっては、むしろ、香港を含む中華圏ビジネス全体の戦略を見直すことの方が必要になるだろう。

本稿では、中華圏ビジネスを見直す上での全体感となる視点を提供したい。

1. 中国経済の成長性について

上海ロックダウンは中国経済だけでなく世界経済全体に大きな影響を与えた。現在観測されている経済の落ち込みは生産や物流の混乱がもたらした短期的なショックと考えられ、早晩回復するものと考えられるが、中国ビジネスを考える上では中国経済の中長期的な成長性こそが最も重要であろう。ここでは簡単に全体像を整理しておきたい。

中国経済は以下のような積年の課題を抱えている。これらは経済成長の決定要因である就業者数、資本蓄積、労働生産性にいずれもマイナス方向に働くため、中長期的に中国経済の成長性がさらに低下していくことは不可避と考えられる。

<中国経済の課題>

- 予想より早い少子高齢化・人口減少の進展
- 過剰債務問題によりインフラ投資、不動産開発の持続性が低下
- 民間起業家の意欲停滞、外国企業の投資モメンタム停滞から生産性の伸びが鈍化

巨大な市場規模や中間所得層の拡大による市場としての魅力は残るとみられるが、市場のパイが拡大するペースは鈍化することは避けがたい。言うまでもなく輸出拠点としての設備投資は期待できないので、新規投資を呼び込む力は低下すると見ておくのが無難であろう。

今のところ、成長鈍化は緩やかに進展すると見てよいと思われるが、上海ロックダウンに見られたような、政策の混乱が頻発するとか、国内政治情勢の不安定化、米中摩擦の極端な先鋭化などが生じれば、想定外に成長鈍化が加速する恐れもある。引き続き注視していく必要がある。

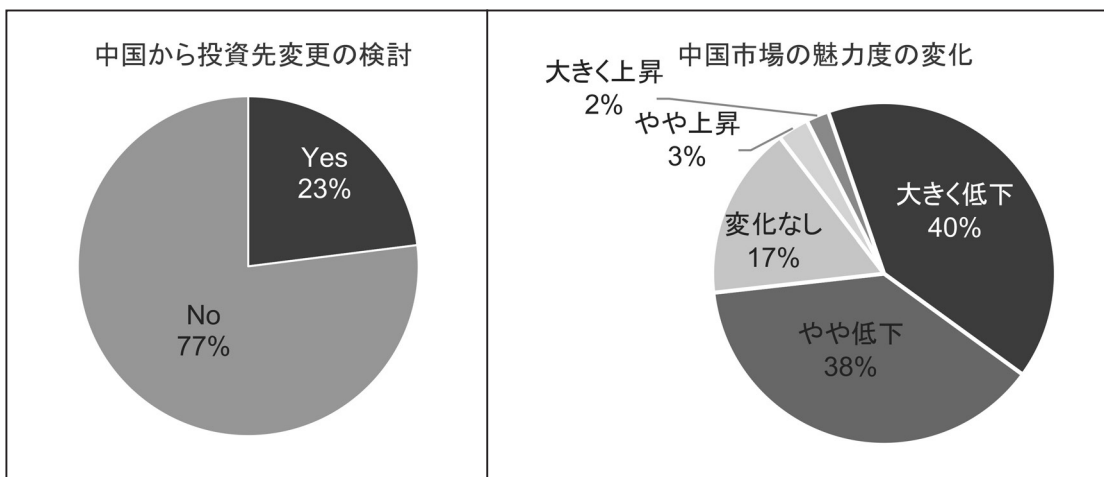
2. 欧米企業の中国投資姿勢の変化について

2021年末に行われた在中国の欧米企業団体によるアンケート調査によれば、多くの企業が中国内事業の維持・拡大を計画しており、前向きな姿勢が主流であったと言える。中国経済の成長鈍化は上海ロックダウン以前から多くの外国ビジネスにとっての共通認識であったから、その前提でもなお中国ビジネスに多くの企業が魅力を感じていたということになる。

上海でのロックダウンは外国企業の事業に極めて大きな影響を与えたが、その過程では当局の政策の混乱により、ビジネスだけでなく、駐在員や従業員の生活の安全が脅かされる事態にも発展した。柔軟に政策の軌道修正ができない権威主義体制の欠点が浮き彫りになり、ロシアのウクライナ侵攻という国際情勢の不安定化の時期に重なったことも相まって、中国ビジネスのカントリーリスクを強く意識させられる事態になった。

上海でのロックダウンを受けて5月に行われた在中国の欧米企業団体のアンケートによれば、小さな割合の企業が中国での投資を遅らせたり、他の地域にシフトしたりすると回答をしている。巷間言われているように、今後、中国のゼロコロナ政策からの転換を宣言するまでには長い時間がかか

るだろう。これは香港と異なり、コロナ感染履歴のある人の割合が低いこと、効果の低い中国産ワクチンしか導入されていないことから、オミクロン大流行により多くの感染者・死者が発生すると予想されるためである。そのため、上海で起きたような感染爆発とロックダウンを国内各地で繰り返す蓋然性は高い。欧米企業の中国投資方針の変化はそうしたリスクを意識したものだろう。



(出所) European Chamber Flash Survey “Covid-19 and the war in Ukraine: The Impact of European business in China”

しかし、前例のない局面で政府の対応が極端に振れたり、行き過ぎたりしても、失敗に学んで次回以降修正していくのが中国流である。今回、ゼロコロナ政策は習近平主席個人と強く結びつき、軌道修正が非常に難しいと考えられているものの、それでも今後の感染拡大では上海の反省を取り入れて、現実的な路線に修正されていこう。中国ビジネス経験の長い外国企業はそうしたことをよく分かっているし、年初の段階で中国市場を魅力的としていた要素の大部分はそのまま残っているのだから、上海ロックダウンの混乱のみを理由に中国ビジネスに見切りをつけて縮小・撤退モードに入る企業は限られるというのがメインシナリオだろう。

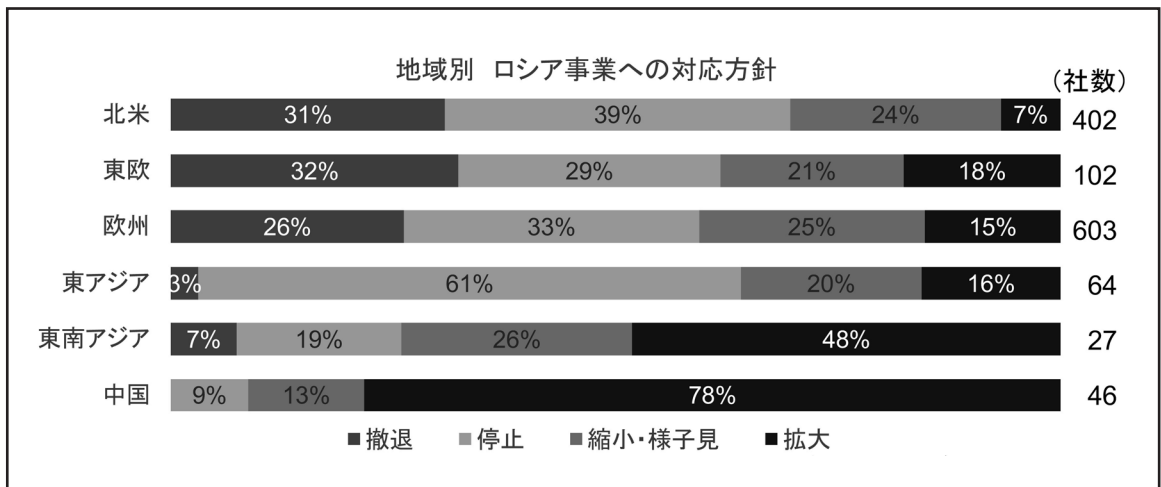
一方、リスクシナリオとしては、コロナ対策をめぐる混乱が共産党エリートの問題解決能力の高さに対する信頼、すなわち、政府が中国経済の課題を解決できるとの確信を揺るがせ、中国経済の中長期シナリオの修正につながる、というもので、英エコノミスト誌などはこうした論調を強めている。これが原因で、中国で予定していた新規投資を東南アジアにシフトさせたり、中国ビジネスのリスクを遮断するため地産地消型を目指す動きが生じたりすることは十分考えられよう。

なお、年初の段階と比較してトーンの変化は顕著であると言わざるを得ないが、欧米企業は駐在員家族の生活環境の悪化に敏感に反応する傾向があるので、こうしたネガティブ色の強い回答にもそれが表れている面もあろう。企業としての意思決定と完全に同じ方向とは限らないため、一度のアンケート結果を鵜呑みにせず、今後の動向を注意深く見る必要がある。

3. 米中デカップリングの可能性について

ロシアのウクライナ侵攻を受けた経済制裁や、フィンランド、スウェーデンのNATO(北大西洋条約機構)加盟申請を受けて、東西ブロック化(デカップリング)を懸念する声が強まっている。米国で行われた世論調査では、ロシアを敵と見るか、競争相手と見るかがウクライナ侵攻後大きく見方が変わったとされるし、欧米企業の中には、マクドナルドやスターバックスに代表されるように、ロシアから撤退を決めた著名企業も多い。米エール大学がロシアで事業を行う外国企業の対応方針を調べデータベース化して公開しており、こうした動きが企業に圧力をかけている面もあろう。メディアがこうした事象を取り上げるため、東西ブロック化の動きが着実に進展しているとの印象を与えている。

しかし、上記エール大学のデータベースを整理・分析してみると、世界がロシアからの撤退一色に染まっているとは言い難い。5月24日現在のデータによれば、北米、東欧、欧州(東欧を除く)の企業・団体では、多くの企業が撤退、あるいは事業の停止を選択しているのに対し、東南アジア、中国では事業拡大を選択している企業の方が優勢である(東南アジアではインドが57%の企業が拡大)。とりわけ、世界経済の2大成長ドライバーである中国、インドのロシア積極姿勢が際立つ。対ロシア経済制裁や国連での各種決議でも両国は欧米の動きから距離を置いている。中国・インド以外にも、東南アジアやアフリカ諸国などは、欧米とは明らかな温度差があるのが実態だ。



(注)情報は日々更新されているが、上記は2022年5月24日現在のデータに基づく
 (出所) Yale School of Management “Almost 1,000 Companies Have Curtailed Operations in Russia But Some Remains”

5月23日にはバイデン大統領の訪日に合わせて、米国主導の新たな経済枠組みとして「IPEF(インド・太平洋経済枠組み)」発足が発表された。現時点で判明している情報から判断すると、米国の国内政治事情からFTA(自由貿易協定)が敬遠される中、踏み込みの浅さは否めず、中国主導色の強いRCEP(東アジア地域包括的経済連携)にアジア主要国が軒並み参画する状況下でバランスを取る動きとしては力不足であると言わざるを得ない。

東南アジアの各国は、米国と中国の間で「中立」維持を希望し、どちらかの陣営に組み込まれることを嫌っている。IPEFに名を連ねることで米国のアジア関与を歓迎し、中国とのバランスを取ろうとしている。最近の国際会議の場における東南アジア各国首脳発言においても、「米中間で立場を明確にしない」という立場を明確にするようになっている。これは言わば中国の成長性に翳りが見える

中、成長ドライバーとして自分達の影響力の高まりを自覚している中での自信の表れとも言える。彼らのこうした立ち位置は、米中間の陣営固定化を阻むバランスーとして機能しよう。

こうしたことから、米中間で相互依存度を低減する動きが生じるとしても、現時点で東西ブロック化を現実的な問題として心配するのは時期尚早と考えられ、むしろ、外国企業の中国生産の一部東南アジアシフトや、中国企業の東南アジア進出など、中国・ASEANを跨ぐビジネス活動がさらに活発化する動きが目立つようになるのではないだろうか。

日本のメディアでは、東南アジアと緊密な日本が米中間のバランスーとなるよう動くべし、といった主張がよくなされるが、実際には軍事面の重要性が高まる現在の国際情勢下では、日本や韓国は明確に欧米陣営と認識されているし、単独でバランスーとして立ち回れるほどの力はないと見るのが現実的である。東南アジアが今後地域としての結束を強め、一つの統一された意志を示すことができれば、世界経済・国際情勢のキャスティングボートを握る存在として立場を強めていく蓋然性は高そうだ。

最後に 国際情勢変化への備えと香港ビジネス

こうした考察から、かつてシティグループ元CEOのチャック・プリンスが「音楽が鳴っている間は、踊り続けなければならない」と言ったように、多くの外国企業はリスク管理にこれまで以上に気を使いつつも、中国ビジネスに継続して取り組んでいくことになる。

地産地消型の中国ビジネスを目指すのが主流になりそうだが、それを中国だけで狭く捉えるのか、ASEANを含むアジア市場で広く捉えるのかは各社のサプライチェーンの実態に応じて決まるだろう。中国・ASEANを跨ぐアジア域内でサプライチェーンの分散化、柔軟・機動的な調達ネットワークの構築(サプライ・ウェブなどとも言われる)に取り組む企業も現れよう。各社のリスク感応度や中国ビジネスの成熟度などによって異なるリスク回避行動の違いを横目に見て気にしながら、自社の最適戦略を探る動きが続くとみられる。

翻って、そうした中での香港の位置付けはどのようなものになるだろうか。香港経済の将来性は、①中国経済の成長性に加えて、②中国における香港の重要性、③中国・ASEAN ビジネス交流の更なる活発化、という3つの要素の相互作用で決まると考えられる。このうち、①については既に述べたとおりである。②と③については足元の国際情勢でむしろ香港の重要性を高めることにつながっている。特に③については、上記アジア域内でのサプライチェーンの再構築において、部材の調達センター、財務センターとして香港を活用する意義は引き続き大きい。

企業によって目指す姿は異なるとしても、2022年の国際情勢の激変を契機に、中国ビジネスのあり方を再検討する企業は少なくないと考えられる。「中国の一部でありながら、中国とは異なる香港」をアジア全域でのリスク分散やサプライチェーンの再構築に組み入れて活用することをアピールする好機であると考えられるため、一度検討してみたいかがだろうか。

発行



香港日本人商工会議所

Unit 902, 9/F., Tower 535, 535 Jaffe Road,
Causeway Bay, Hong Kong
TEL: 2577 6129 FAX: 2577 0525
<https://www.hkjcci-new.com/>

本書の無断複製(コピー)・転載は著作権法に抵触しますので、
ご遠慮下さい。

Copyright® No part of this Publication may be reproduced
in any form without written permission from the Chamber.

版權所有。未經本會議所書面許可，本刊物任何部份一概不
得轉載。

Design & print : Rasterize Co., Ltd.

「本書は2022年5月～7月上旬に執筆編集されたものである」