

# あしぎん香港レポート

2017年7月号

- 【調査レポート】香港における訪日旅行者の取り込み . . . . . 1
- 【トピックス】香港における統括会社 . . . . . 5
- 【アセアンレポート】タイの概況 . . . . . 6
- 【ニュース一覧】 . . . . . 7
- 【香港コラム】香港人のブランド志向 . . . . . 8

足利銀行香港駐在員事務所  
SUITE 1601, 16/F, TOWER2, THE GATEWAY,  
HARBOUR CITY, TSIM SHA TSUI, KOWLOON,  
HONG KONG  
TEL:+852-2251-9475  
FAX:+852-2251-9476

本レポートの内容につきましては、弊行の信頼し得る先からの情報に基づいて作成しておりますが、その正確性、信頼性を保証するものではありません。具体的に法律上、会計上、税務上の助言を必要とされる場合は、それぞれの専門家にご相談下さいませようお願い致します。



足利銀行



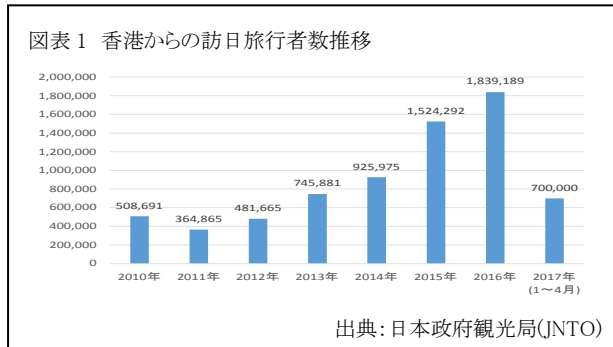
## 【調査レポート】

### －香港における訪日旅行者の取り込み－

#### 1. はじめに

2016年の訪日旅行者数(日本を訪れた外国人の数)は約2千4百万人となり、過去最高を記録しました。2017年もここまで、過去最高を上回る水準で推移している中、日本の各自治体などでは、インバウンド誘致に力を入れています。その中でも、ここ香港をメインターゲットとしている自治体などが多いのですが、人口7百万人程度の香港に、なぜこれほどまでに力を入れているのか、その理由について本稿でお伝えいたします。

#### 2. 香港で訪日旅行を推進する理由



まずは、香港からの訪日旅行者数の推移を見ていきたいと思えます。図表1のとおり、ここ数年堅調な伸びを見せており、昨年(2016年)は、前年比20.7%増の約184万人が日本を訪れており、過去最高を記録し、2014年に比べると約2倍の数となっております。2017年についても、4月までの実績となりますが、

前年同月比23.9%増となっており、2016年に記録した過去最高の訪日旅行者数を更新することが確実な情勢となっております。

次は、訪日旅行者数を中国など他国・地域と香港を人口比で比較していきたいと思えます。各国の訪日旅行者数を人口で割った場合、中国で217人に1人、韓国で10人に1人、台湾で6人に1人となっております。それに対し香港は、4人に1人となっており、実に人口の25%が1年に1回は日本へ旅行に行っている計算となります。

更に、香港からの訪日旅行者の特徴としては、リピート率の高さと一泊当たりの旅行中支出の大きさが上げられると思えます。まず、リピート率の高さという点について見ていきます。図表2のとおり、訪日旅行にきた香港人の8割超が、2回目以上の訪日であり、中でも、4-9

図表2 訪日回数

	1回目	2回目	3回目	4-9回目	10回目以上
香港	18.9%	13.0%	13.6%	<b>32.4%</b>	<b>22.1%</b>
全体	40.7%	17.4%	9.6%	18.9%	13.3%
中国	59.0%	16.6%	6.9%	11.0%	6.5%
韓国	33.0%	20.3%	11.0%	18.9%	16.8%
台湾	18.8%	17.5%	12.6%	30.9%	20.2%

出典: 観光庁『訪日外国人の消費動向 平成28年年次報告書』

回目と10回目以上を合計した割合が訪日香港人全体の半数超を占めています。中国や韓国では、訪日回数が1回目や2回目の割合が高くなっていることに対し、いかに香港人が日本へ旅行しているかを理解してもらえたかと思えます。

図表3 訪日旅行中支出

	一泊当たり
香港	21,459円
全体	12,851円
中国	16,092円
韓国	13,629円
台湾	12,527円

出典：観光庁『訪日外国人の消費動向  
平成28年年次報告書』

次に、一泊当たりの旅行中支出の大きさについて見ていきます。旅行中支出とは、宿泊料金や飲食費、交通費、娯楽サービス費、買物代など日本滞在中に支払った全ての旅行消費支出であり、その金額を滞在日数で割ったものが、一泊当たりの旅行中支出となります。図表3のとおり、訪日旅行者全体では一泊あたりの支出が約1万3千円となっており、また、“爆買い”というキーワードでその購買力の高さがニュースでも取り上げられていた中国人でも約1万6千円となっており、約2万1千円を支出する香港人はそれらを大きく上回っています。

この金額は、訪日旅行者全体でもトップの金額であり、香港人の購買力の高さには目を見張るものがあります。また、香港人の旅行中支出の費目内訳を見てみると、買い物代が4割弱を占めており、中国人の“爆買い”に隠れているが、香港人による買い物も無視できない存在となっています。

まとめとして、①訪日旅行者数の伸び(=マーケットの拡大)、②訪日旅行者数の人口比率が高い(=セールスの効果が期待できる)、③訪日リピート率が高い(=リピーターの獲得が期待できる)、④訪日旅行中支出が大きい(=訪日時における地域経済への波及効果が大きい)といった理由を背景に、多くの自治体などが、ここ香港にこぞってセールスへ訪れているのです。

### 3. 香港における訪日旅行者の取り込みセールス

これまで述べてきたように、訪日旅行を推進する上で、香港は非常に有望な市場であると言えるでしょう。そのような市場に対し、日本各地の観光地やホテル等はそのようなアプローチを行っているのか。先日まで当地で開催されていた、国際観光旅行展での栃木県内企業・団体の取り組みをご紹介します。

まずは、旅行展の概要や日本・海外からの出展者等をご紹介します。

#### 【国際観光旅行展】

名称	International Travel Expo
開催場所	Hong Kong Convention & Exhibition Centre
開催期間	2017年6月15日(木)～18日(日) 15・16日 旅行代理店等の旅行業界向け/17・18日 一般消費者向け
出展者	53の国・地域より、455社・団体が出展 その内、日本からの出展者は49社・団体
来場者	15・16日の業界日は、12千人超 17・18日の一般消費者日は、87千人超

出展風景



次に、栃木県内企業・団体の取組みをご紹介します。

【栃木県】

国際観光旅行展では栃木県がブース出展を行い、そのブース内にて、栃木県内のホテル・旅館をはじめとした8つの企業・団体が出展を行いました。各企業・団体共に、繁体字(香港の一般的な字体表記)で作成されたガイドブックやパンフレット等を作成し、来場客へ積極的にPRを行ったほか、旅行展での出展に留まらず、当地の旅行代理店への訪問も行いました。本旅行展を通じ、栃木県内のホテル・旅館や栃木県内を巡る観光モデルプラン、いちごの収穫時期・場所等、具体的な問い合わせが幾度とあり、香港における訪日旅行への関心度の高さが伺えました。

(栃木県ブースの出展状況)



日光東照宮や那須どうぶつ王国のアルパカの写真をブース内に配置し、観光資源をPR

#### 4. まとめ

日本政府が「2020年までに訪日旅行者数を2,000万人にする。」とした目標を大幅に前倒して達成するなど、訪日旅行者数は順調に伸びています。また、昨年、訪日旅行者によって消費された金額は3兆7,476億円と、とても大きな数字となっており、日本経済にとって大変重要になってきています。

訪日旅行者の増加によるインバウンド消費の拡大は、幅広い産業への波及効果が期待でき、経済の活性化につながるものです。当行が営業エリアとしている北関東には、豊かな自然、四季折々の風景、美味しい食材など多くの観光資源があります。これらの観光資源を有効に活用していくことで、北関東への訪日旅行者の更なる増加が期待できます。特に、香港人は日本が大好きなので、香港事務所としても旅行展等などで積極的に北関東をアピールし、インバウンド誘致に繋げていきたいと思えます。

## 【トピックス】

### －香港における統括会社－

#### 1. はじめに

香港は低い法人税率等多くのメリットを享受できることから、統括会社の設置場所として注目されています。そこで本稿では香港に統括会社を設立するメリットについてご紹介いたします。

#### 2. 統括会社とは

統括会社とは、グループ企業に対して、「持株機能」、「金融サポート機能」、「販売・マーケティング・調達・物流・人事・法務・広報等の各種サービス」の提供を行う会社を指します。つまり、拠点間のネットワークを効率的に管理し、業務の最適化を図るためのコントロール機能を持った統括拠点となります。また、管轄する域内の意思決定を早め、税務コストや管理コストを最小限に抑えるといった、財務・金融機能としての役割も担うことで、グループ全体での利益を最大化するための重要な拠点となっています。

#### 3. 香港が統括会社の設置場所となる理由

香港は、①優位性の高い各種税制②中国やアセアン諸国等との利便性の良い交通アクセス③外資規制が無い、自由な投資環境④整備された法制度など、統括拠点として必要な条件を整えています。

また、香港と比較して統括会社の設置場所として有力な候補地となっているのがシンガポールです。シンガポールにおいても税制上のメリットをはじめ、統括会社の設置場所として魅力的な優遇措置を備えており、双方とも魅力的なメリットを享受できます。しかし、香港とシンガポールを比較して考えると、世界で一番多い人口を抱え、GDP が世界 2 位である中国を重視するのであれば、CEPA(中国・香港間の経済貿易緊密化協定/投資優遇措置等あり)や中国と隣接する立地から、香港が選択される傾向にあります。

図表【香港、日本、シンガポールの各種税率比較】

国・地域	香港	日本	シンガポール
法人税(企業所得税)	16.5%	約40%	17%
個人所得税	2～7%	5～40%	0～20%
配当課税	0%	あり	0%
関税	0%(※)	あり	0%(※)
消費税(付加価値税)	0%	8%	7%

※一部製品は例外

#### 4. まとめ

以上のように、香港に統括会社を設けることは海外進出企業、とりわけ中国へ進出している企業にとって魅力的なメリットがあります。巨大市場である中国との関係が密接で、香港ならではの優先的措置も多いことから、引き続き香港統括会社の利用価値は高いものと思われます。



## 【アセアンレポート】

### －タイの概況－

#### 1. はじめに

当行では、アセアン地域に進出、または、進出を検討しているお客さまの支援を目的として、業務提携先のタイのカシコン銀行にトレーニーを派遣しています。当地域は、6億人を超える人口や急速な経済成長を背景に、目覚ましい発展を続けています。特にタイでは、自動車などの製造拠点としてのみならず、飲食店や小売店などの進出も相次ぎ、成長著しい当地域の中心を担っています。そこで本稿では、当地域の中で特に経済規模の大きい、タイの概況をお伝えいたします。

#### 2. タイの概況

国	タイ	日本
国土面積	51万km <sup>2</sup>	37万km <sup>2</sup>
人口	6,676万人	12,708万人
名目GDP総額	3,738億ドル	45,962億ドル
一人当たり名目GDP	5,445ドル	36,156ドル
実質GDP成長率	0.9%	▲0.03%
消費者物価上昇率	1.9%	2.7%
失業率	0.8%	3.6%

ジェットロHP、統計局HPより作成

タイの名目GDP総額は、アセアン地域においてインドネシアに次いで第2位、一人当たり名目GDPでは、シンガポールとマレーシアに次いで第3位となっています。また、タイの経済的な特徴としては、他のアセアン地域の国々と比較して失業率が極端に低いことが挙げられます。

#### 3. 富裕層と中間層の増加

タイの実質GDP成長率は、2010年以降、毎年プラスで推移しています。この堅調な経済成長の背景の一つに、富裕層(年間可処分所得が35千ドル超)と中間層(同5千ドル超35千ドル以下)の増加が挙げられます。現在、バンコク市内のBTS(高架鉄道)の主要駅近くには、高級デパートや巨大ショッピングモールが建ち並び、休日には多くの観光客に混じってタイ人が買い物を楽しんでいます。また、タイでは高級とされる日本食レストランやコーヒーチェーン店なども多くのタイ人で賑わっています。このように、タイ国内における購買力の向上が、タイの経済成長を後押ししているものと考えられます。

#### 4. まとめ

現在、このような富裕層や中間層の旺盛な消費意欲を取り込もうと、多くの日系飲食店や小売店がタイへ進出しています。タイは、2020年には人口の8割以上が中間層以上になると言われており、引き続き日系企業にとって魅力的なマーケットとして位置付けられていくものと思われます。

## 【ニュース一覧】

### 〈香港〉

- ・経済
  - －5月の日経・香港 PMI、50.5 に低下(6/6)
- ・金融
  - －元建て定期預金金利の引き上げ相次ぐ(6/5)
- ・不動産
  - －4月の民間住宅価格指数、前月比 2.1%上昇し過去最高を更新(6/2)
  - －広東ロードの路面店賃貸料、72%値下げ(6/7)
- ・観光
  - －1～5月の香港への旅客数、3.2%増(6/19)
- ・労務
  - －3～5月の失業率、3.2%で3期連続の横ばい(6/21)
- ・その他
  - －香港港の1～3月の貨物取扱量、18.9%増(6/7)
  - －駐在員生活費、アジア太平洋でトップ(6/9)

### 〈広東省〉

- ・経済
  - －5月の広東省製造業 PMI、50.9(6/2)
  - －広州市、1～4月の固定資産投資、前年同月比 6.1%増に減速(6/2)
  - －深圳市、ドローン産業で世界シェア 7 割(6/14)
  - －1～5月の広東省貿易総額、14.2%増(6/15)
- ・不動産
  - －深圳市、5月の新築住宅成約単価、8ヵ月連続で下落(6/5)
  - －広州市、5月の中古住宅成約件数、前月比 24.8%減(6/6)
  - －広州市、新築住宅在庫消化期間 5.8ヵ月に延びる(6/12)
- ・労務
  - －深圳市、最低賃金改定時に、失業保険給付額なども引き上げ(6/6)
  - －2016年の広東省平均賃金、実質 7.3%増(6/12)
- ・その他
  - －広州市、室内・公共場所を全面禁煙(6/2)
  - －深圳市、地下鉄に女性専用車両導入(6/9)

(出所:各種新聞報道等)



## 【香港コラム】

### －香港人のブランド志向－

先日、香港内の有名レストランで、香港人の特徴を象徴するような事件が起こり、話題となりました。

ある有名レストランで高級食材を使用したメニューを注文したが、出てきた料理には高級食材が入っておらず、レストラン側が安価な別の食材を使用していた、というものです。この事件は新聞のトップニュースでも取上げられ、注目度は高いものでした。

事件の詳細は、葵興(KWAI HING/新界地区に位置する)にある有名レストランが、新メニューとして“アワビ炒飯”をHKD108(日本円で約 1,500 円)で売り出し、メニューでは本物のアワビ入りと記載して販売していたのですが、実際はアワビの親戚のような“螺”(ツブ貝)という食材を使用して料理を提供していました(当食材はアワビの 1/3 程度の価格)。いわゆる食品を偽装し、利益率を高めていたものです。今回、このことが公となり、商品説明条例に違反し、顧客を騙す行為を行ったとして、レストラン側にはHKD5,000(日本円で約 70,000 円)の罰金が課されました。

結局、レストラン側は今後絶対本物のアワビを使用し、食品偽装はしないとマスコミの前で公言し、営業活動は継続することとなりました。

今回、香港のレストランでの出来事を取り上げましたが、話の中にあつたアワビ炒飯、香港人は本当にアワビが好きなのでしょうか。聞くところによると実際そうではなく、香港人は高級なものが好きということでした。栄養価値や食感、味などはあまり関係なく、とにかく値段が高いものが好きだということです。知人の香港人に聞くと、HKD88(日本円で約 1,200 円)を出して、小粒のアワビ炒飯でも高級食材を食べられれば満足するということでした。一種のブランド志向ということなのかもしれません。

このあたりの感覚は香港人特有のものなののでしょうか。思い返してみると私自身を含め、日本人にも同じような傾向があるように思います。日本人の多くはブランド物や高級な料理を好み、高い対価を支払います。ここにブランド物の実用性や料理の質に対する重要性は見られないように感じます。つまりは、上述にありますように香港人の話と同様に値段が高いものが好きというブランド志向は、日本人にも当てはまるということではないのでしょうか。改めて考えてみると、ある程度経済が発展した国においては、共通の考え方なのかもしれません。