

京都市香港情報拠点レポート(2019年6月・7月分)

1 統計

○訪日旅行者数(香港)

- ・2019年6月 209,000人(2018年6月 205,549人)(伸率 1.7%)
- ・2019年7月 216,800人(2018年7月 226,755人)(伸率 -4.4%)

※出典「日本政府観光局(JNTO)」

○京都市内ホテル対象宿泊延べ人数(香港)

- ・2019年6月 9,324人(2018年6月 8,570人)(伸率 8.8%)

対象施設数:57ホテル

- ・2019年7月 8,647人(2018年7月 9,680人)(伸率 -10.7%)

対象施設数:58ホテル

2 市場動向

■観光市場トレンド

<香港人の夏休み旅行が減少か 東南アジア方面で顕著>

香港の旅行会社によると、夏休みに香港から海外を訪れる団体旅行の申し込み件数が前年同期比で5%程度落ち込んでいる。中でも東南アジアを目的地とする近距離ツアーの需要が落ちているという。減少の背景には、中国本土への容疑者引き渡しを可能にする「逃亡犯条例」改正を巡る抗議デモが香港市民の消費意欲を弱めていることがあると指摘されている。

香港経済日報などが伝えた。日本ツアーを主力とする香港の大手旅行会社、東瀛遊旅行社(EGTツアーズ)のケン国全(スティーブ・ヒュン、ケン)執行取締役は、過去1カ月間に同社の団体ツアー予約件数が前年同期から5%減ったと明らかにした。

ケン執行取締役は、直近の香港市民の気持ちの落ち込みと、デモが経済に影響を及ぼすとの懸念から「消費意欲が減退していることが予約件数の減少に関係している」と指摘。主に東南アジアなどの近距離ツアーで需要が減退していると説明した。多くの旅行業者が、夏休み向けに確保していた航空チケットを5~10%値引きして販売しているという。

ただ、4~5月に予約の受け付けを始めた欧州行きなどの遠距離ツアーや、高価格帯の団体旅行には大きな影響は出ていないと明らかにした。

地場同業の縦横遊控股(WWPKGホールディングス)の袁振寧最高経営責任者(CEO)も「米中貿易摩擦やデモなどが旅行意欲をそいでいる」と指摘。団体ツアーの申し込み件数は全体的に減少傾向にあるという。

一方、香港と本土を結ぶ高速鉄道「広深港高鉄」を利用した団体旅行は依然として好調のようだ。旅行代理店大手の香港中国旅行社の幹部は、6月の広深港高鉄の団体ツアーの予約状況に大きな変化はないと説明した。

今月7日には広深港高鉄の香港側駅である西九龍駅周辺でデモが行われたが、香港政府当局の対策に従い旅程はスムーズに進んだと説明。今後については「今月半ばから月末までが予約のピークと見ており、状況を注視する必要がある」との認識を示した。

10日付星島日報によると、海外から香港を訪れる旅行者は、6月はプラスで推移したものの、前年同月比の伸び率は1桁台にとどまるとの見方が出ている。

このうち本土客の伸び率は2桁を維持するとみられているが、その他の海外客が1桁台になるとみられている。

香港の旅行業界は、旅客数の伸び率について、6月に複数回にわたって行われたデモの影響で鈍化するものの、深刻なレベルには至らないと予測。ただ、「8月に香港を訪れる団体ツアーとホテル予約の動きが鈍い」として、同月の香港訪問客の落ち込みを懸念している。

観光業界団体の香港旅遊業議會(TIC)によると、香港を訪れた本土客の団体数は7月1週目は1日平均で160団体だった。1~5月は約220団体だったが、6月は約190団体と減っており、TICは「直近のデモと関連がある」と分析している。

政府商務・経済発展局の邱騰華(エドワード・ヤウ)局長は9日、地元メディアに対して、香港訪問団体ツアーの申し込み者数とホテル稼働率が5~10%下がっていることを明らかにした。ただ、「デモが香港の旅行業界に与える影響はそれほど大きくない」との認識を表明した。引き続き、条例改正に反対する抗議者と警察との衝突が起こらないか注視していくとしている。【7月11日 NNA】

<訪日観光ビジネスに商機 異業種から参入 新興企業もPR>

訪日旅行人気の高まりを受け、日本で異業種や新興企業による観光ビジネスへの参入が相次いでいる。香港でこのほど開かれた国際観光見本市「第33回香港国際旅行展示会(ITE 2019)」では、出展企業が自社のリゾート施設や訪日客向けの託児サービスなどをアピール。香港からの旅行者取り込みと需要の掘り起こしを図った。

人材サービス大手パソナグループは同観光見本市に初めて単独でブースを出し、兵庫県の淡路島北部で運営する総合リゾート施設「コート・デ・ソレイユ(夕陽海岸)」を売り込んだ。

コート・デ・ソレイユは全7施設で構成し、このうちメイン施設の一つである「ニジゲンノモリ」は、アニメ・漫画など二次元の世界を自然の中で楽しめる日本最大規模のアニメテーマパーク。人気アニメ・漫画の「クレヨンしんちゃん」、「火の鳥」のほか、4月には「NARUTO(ナルト)」の新エリアをオープンした。

パソナは2008年、淡路島での就農支援を皮切りに、都市部人材を誘致する地方創生プロジェクトに着手。就農支援事業の農園で採れた農産物を提供するレストランの開業に始まり、その後周辺にホテルやテーマパークなどを整備してコート・デ・ソレイユに発展させた。パソナ傘下でニジゲンノモリの運営会社(兵庫県淡路市)のグローバル事業開発担当、戸崎悦子氏によると、コート・デ・ソレイユは現在、知名度を高める段階にあるものの、訪日客の来場は増えている。今年のゴールデンウィーク期間(4月27日~5月6日)に、コート・デ・ソレイユ内のハローキティがテーマのレストランを訪れた来場客の3割を外国人が占め、香港人も多く訪れた。

今後はコート・デ・ソレイユ全体の外国人客の割合を3割に引き上げることを目標に、海外からの誘客を強化する。香港からの旅行者増に向けては、パッケージツアーなど香港の旅行会社との提携を進める計画だ。戸崎氏は「世界にネットワークを持つパソナグループの強みを生かして、海外

の旅行者を広く呼び込みたい」と意気込みを語った。

訪日客のニッチな需要を取り込もうと新事業を立ち上げた企業も出展した。

沖縄で託児サービスなどを展開するティーアールピージャパン(沖縄県糸満市)は、ベビーシッターなどの子どもの世話代行サービスをインバウンド客向けに提供する事業「ワールドキッズ」を展開している。事業開始から1年ほどだが、18年全体で100件の利用があったという。

現在同社には登録制で150人がシッターとして在籍。多言語話者が登録者の半数、保育士や看護師などの有資格者も半数を占め、英語対応のシッターは前日の予約でも派遣可能だという。

沖縄を訪れる香港人の中ではダイビングなどマリナクティビティーが人気だが、小さい子どもを連れて行けない場合が多い。ティーアールピージャパンの山田達也社長によると、香港人富裕層の中には子どもの世話をさせるためにメイドを伴って旅行する人もいるといい、メイド文化が根付く香港人に受け入れられやすいサービスとみて売り込んだ。

16年に創業したスタートアップ企業、WAmazing(東京都港区)は、訪日客向け専用の宿泊、アクティビティー予約のプラットフォームを運営する。

中でも注力しているのが、香港、台湾の訪日客に人気の高いスノーアクティビティーの関連サービス。日本国内のスキー場263カ所と直接契約を結んでおり、18~19年のスノーシーズン中に同社のプラットフォームを利用してスキー場を訪れた訪日客の数は1万4,000人に達した。

今年5月には、シリーズBラウンドで東京急行電鉄(東急電鉄)などから9億3,000万円を資金調達した。数カ月内にも、訪日客向けの電子商取引(EC)サイトの開設など新たなサービスを始める予定だ。

WAmazingのマーケティングプランナー、米山真平氏は「香港市場の拡大を目指し提携パートナーを模索するとともに、さらなるサービス開発に努めていきたい」と意気込んだ。

【6月19日 NNA】

■観光市場トピックス

【インバウンド関係】

<6月の訪日香港人1.7%増 20万人を突破>

日本政府観光局(JNTO)が17日に発表した6月の訪日香港人は、前年同月比1.7%増の20万9,000人(推計値、以下同じ)だった。前月のマイナスからプラスに転じ、6月として過去最高を記録した。単月では今年初めて20万人を突破した。

香港は、航空座席供給量の増加によって、前年同月を上回った。

1~6月の合計は前年同期比1.1%減の109万7,900人だった。訪日人数ベースでは、中国、韓国、台湾に次いで4番目の多さ。

6月の全体の訪日外国人は6.5%増の288万人で、6月として過去最高を記録した。東アジア市場では全市場で前年同月を超過。特に中国で2桁増となったことが全体に寄与した。

1~6月は4.6%増の1,663万3,600人だった。【7月18日 NNA】

<5月の訪日香港人0.8%減 再びマイナスに>

日本政府観光局(JNTO)が19日に発表した5月の訪日香港人は、前年同月比0.8%減の18万9,000人(推計値、以下同じ)だった。前月のプラスから、わずかながら再びマイナスに転じた。

増便などにより航空座席供給量は増加したものの、日本国内の観光地混雑などゴールデンウイ

ークによる影響や、安価に楽しめる旅行先として台湾やタイなどが好評だったこともあり、前年同月割れとなった。

1～5月の合計は前年同期比 1.8%減の 88 万 8,800 人だった。訪日人数ベースでは、中国、韓国、台湾に次いで4番目の多さ。

5月の全体の訪日外国人は 3.7%増の 277 万 3,100 人で、5月として過去最高を記録した。東アジア市場を中心に訪日旅行商品が高騰するなどしたが、新規就航や増便による航空座席供給量の増加、訪日旅行プロモーションの効果で、プラス成長となった。特に欧米・オーストラリア市場では全てが前年同月を上回った。1～5月は 4.2%増の 1,375 万 3,600 人だった。

【6月20日 NNA】

【旅行消費全般】

<JNTOが新テーマで誘客 全世代に照準 プロモ映像も刷新>

日本政府観光局(JNTO)は 17 日、香港人の訪日旅行をより一層促すための新しいプロモーションを開始した。

訪日リピート率が高い香港市場で、ターゲットをこれまでの若い女性からあらゆる世代に広げる。新しいプロモーション映像を公開するなどし、「また日本に行きたい」と思わせる戦略を展開していく。

新たなプロモーションのテーマは「日本 総有再去的理由(日本にはいつももう一度訪れる理由がある)」で、同日、特別サイト< <https://welcome2japan.hk/alwaysareason> >と新しいプロモーション映像を公開した。

プロモーション映像は、前回とキャスティングも変更。ロケ地は今注目されている四国・中国地方を第1弾に選んだ。第2弾は東北を予定している。東北エリアについては、今秋に日本の航空大手 2 社とタイアップして、日本国内線を乗り継ぐことで楽しめる旅を仕掛ける計画という。

香港島・湾仔で開幕した香港最大の書籍・文具の見本市「第 30 回香港ブックフェア(香港書展)」でジャパンパビリオンを設置。この新しいテーマを踏まえ、ブースでは、さまざまな世代が楽しめる交流サイト(SNS)向けの写真スポットなどを用意した。

JNTOが新たなプロモーションに乗り出した背景には、香港人の訪日リピート率が高いことがある。JNTOによると、18年の香港の人口当たりの訪日客数割合は 29.5%に上り、香港同様に成熟市場である台湾(20.1%)やマカオ(16.7%)、韓国(14.6%)などを大きく上回った。直近1年間で2回以上訪日している人の割合も香港は 60.8%だった。このほかの市場は台湾が 50.5%、韓国が 47.6%、タイが 44.6%などとなっている。

JNTO香港事務所の葉丸裕所長は、「これほど成熟したマーケットに対するアプローチの方法をずっと考えていた。今後は、日本を香港の人にとって一生涯にわたって愛され続けられるような目的地にしていく」と説明。小さな子どもからシニアまで、「家族やカップル、友達同士、一人旅、全てのセグメントから日本を選んでもらう」とテーマを解説した。

ジャパンパビリオンでは、家族などをターゲットに据える和歌山県がPRを行った。これまでにはツアー客が多かったが、フルーツピッキングやドルフィンスイムなどのアクティビティ、温泉などの個人旅行者を意識したパネルや資料を置いた。県担当者は「レンタカーでまわる家族層と、白浜の高級宿泊施設を利用するようなラグジュアリー層をターゲットにしている」と説明。「特にヨーロッパからの旅行者に人気がある」という高野山での宿坊体験ステイも香港市場向けに売り込みたいと語った。

JNTO はこれまで若い女性をターゲットに地方ならではの魅力を楽しんでもらう「ゆるたび」をテーマに誘客してきた。薬丸所長は「初めての訪問客や訪日経験の浅い人は大阪や東京、北海道、沖縄へ行っていたが、その一方で地方への訪日も伸ばすことができた」と述べ、プロモーションを通じて一定の成果があったと評価した。

薬丸所長は今年のこれまでの香港人訪日客の動向について、「(約3人に1人が訪日するような市場で)さらに2桁増を目指すことは難しいが、(18年通年の)220万人の市場規模は維持できている」と振り返った。今年初めは日本で発生したインフルエンザやはしかの流行が香港で大々的に報じられたこともあり、一部の子連れの家族層で需要が減退したとみられるが、シニア層は堅調だったという。

6月は、香港から中国本土への容疑者引き渡しを可能にする「逃亡犯条例」改正案を巡って社会不安が広がり、一部では夏のレジャー消費に影響が出るとの懸念も聞かれている。

ジャパンパビリオン出展者のうち、和歌山県の担当者は「デモの影響がどこまで及ぶかは分からないが、引き続きPRしていく」とコメント。一方、兵庫県の担当者は「早く落ち着いてほしい。(ブックフェアでは)パンフレットに手を伸ばす人も多く、反応はいい」と述べた。薬丸所長は、「今後の情勢を見ないと何とも言えないが、全ての世代をターゲットにバランスを取りながら日本をPRしていく」と方針を語っている。

【7月18日 NNA】

<Airbnb 日本の宿泊物件数が過去最高に>

住宅宿泊事業法施行に伴い、Airbnbの宿泊物件数が、一時は8割近く減った。昨年一年では、6万から1.38万軒に減り、予約したくても部屋がなく、できなかった。それが一年後、Airbnbの宿泊物件数は7.3万軒に増え、過去最高数となった。

住宅宿泊事業法では、民泊事業者は届け出や、衛生面や安全面の措置への加入が必要となったほか、営業できる期間も1年に180日と制限された。この法律に従い、Airbnbは未登記ホストを削除し、物件数が激減した。このため、Airbnbは「2020日本計画」と銘打ち、3000万米ドル以上を投資し、日本各地でホスト研修を行い、民泊事業者の届け出をサポートした。結果、5月末までに、Airbnbの日本の宿泊物件数は5万軒となり、ほかに2.3万のホテルや旅館の部屋を確保した。

Airbnbは「日本は宿泊物件数の増加が最も早い場所で、東京・大阪・京都などの有名観光地ではない、旅行客の少ないところでは、多くの空き家が利用できる。千葉県松戸市は、今夏の予約数が最も増えたところだ」と語った。

【6月7日 明報】

<「キャッシュレス」優先が7割 ビザ調べ>

香港で現金を使わない「キャッシュレス決済」を優先する人の割合が7割に達していることが、米クレジットカード大手ビザの調査で分かった。キャッシュレス決済の対応店舗拡大を受け、持ち歩く現金の減少も顕著となっている。13日付香港経済日報などが伝えた。

調査は5月、香港とマカオ、台湾の消費者1,250人を対象に、キャッシュレス決済の利用習慣などを尋ねた。香港では支払い時に「まずキャッシュレスを利用する」と答えた人の割合は71%に上り、マカオ(26%)や台湾(59%)を大きく上回った。

40%は「2年前に比べ持ち歩く現金が減った」と回答。現金の代わりに、ICカードやスマートフォ

ンアプリなどの「非接触型決済」(64%)や「クレジットカード・デビットカード」(62%)を利用する人が増えたことが主因だ。

一方で、現金志向も根強く、53%がキャッシュレス社会の実現には「少なくとも7年」かかると考えていた。

実店舗を持たずに個人や企業に向けて全方位的な金融サービスを提供する「仮想銀行(バーチャルバンク)」が香港で早ければ年内にも開業することに関し、ビザの香港・マカオ担当者は、「仮想銀と協力の機会を探りたい」と述べた。

【6月14日 NNA】

【自治体・商業施設関連】

<日本勢が出展に意欲 8月の香港食品見本市>

香港貿易発展局(HKTDC)は3日、8月に香港で開くアジア最大級の食品見本市「フード・エキスポ 2019」の記者発表会を東京で行い、日本貿易振興機構(ジェトロ)が設けるジャパンパビリオンに出展する日本企業が食材をPRした。

ジビエ料理のレストランを運営するキサラエフアールカンパニーズ(岐阜県)は、ジビエのソーセージなどを展示した。初出展した昨年のフード・エキスポではレストランなどから問い合わせがあり、手応えを感じたといい「新しいものが好きな香港人にアピールしたい」と意気込んだ。

香港向けに和牛を輸出している鹿児島県食肉輸出促進協議会や、香港で既に店を構えている杉養蜂園(熊本県)などもブースを設けた。

HKTDCによると、香港は日本の農林水産物・食品の輸出先として国・地域別で14年連続首位となっている。一方で、香港の食品輸入額全体に占める日本の割合は6%にとどまっており、HKTDC日本首席代表の朱耀昌(サイラス・チュー)氏は「大きな成長余地がある」と強調した。

ジャパンパビリオンにはこれまでに約100社・団体の出展が決まっており、農水産品や加工食品を出品する予定。フード・エキスポには20カ国・地域から出展者が集まる予定で、海外勢では日本が最多となる見込み。

フード・エキスポ 2019は香港島・湾仔の香港コンベンション&エキシビションセンター(HKCEC)で開かれ、日程はバイヤー向けのトレード・ホールが15~17日、一般消費者向けのパブリック・ホールが18~19日となっている。

【7月4日 NNA】

<日本酒普及で香港社に出資 クールジャパン>

日本の官民ファンドであるクールジャパン機構は18日、香港とマカオを含む中国でワイン卸売事業を展開する香港社に約22億円を出資したと発表した。中国で日本酒の流通を拡大するのが目的。

ワイン卸売りのEMWの持ち株会社であるトリオの発行済み株式を取得した。クールジャパン機構は今後、日本の蔵元に中国進出の足がかりとなる流通・販売プラットフォームを提供する。各銘柄の魅力やストーリーを伝える啓発やマーケティングもEMWの現経営陣と共同推進するなどして、中国市場での日本酒のプレゼンス向上と輸出拡大へ貢献していく方針だ。

中国への日本酒輸出額は2014年に6億9,000万円だったが、18年には35億9,000万円と5倍以上拡大した。ただ、多くの蔵元は現地パートナーを見つけることが難しい状況で、継続的に販

売・マーケティングを行う拠点や人材不足から、中国進出に踏みとどまっているのが現状という。

一方、EMWはワインの次の主力商材を模索していたほか、日本酒に関するネットワークや知識、デジタルマーケティングのノウハウを求めている。

EMWは2003年の設立で、従業員は150人以上。現在香港のほか、北京、上海、深セン、成都、マカオの6カ所に拠点を置く。世界15カ国の80ワイナリーと独占販売契約を結び、中国の150以上の都市に、高級ホテルやレストランを中心とした3,500以上の販売チャンネルを持つ。テイスティングイベントや教育プログラムなど中国でのワインの啓発やマーケティングにも強みを持つ。【6月19日 NNA】

<JA全農、香港でECサイト 果物・野菜など100品目販売へ>

全国農業協同組合連合会(JA全農)の香港現地法人、全農インターナショナル香港(全農国際香港)は、香港の消費者向けに日本産農畜産物を販売する電子商取引(EC)サイトを立ち上げた。JAグループとして海外消費者向けに農産物を販売するECサイトを設立するのは初めて。果物を中心に野菜や加工品など100品目を扱う計画だ。

6日からECサイト< <https://jashop.hk> >の運営を始めた。まずは香港の消費者から人気の高い果物を中心に取り扱い、8品目で販売をスタートした。9日時点では、山梨県産のシャインマスカットを1房(約500グラム)450HKドル(約6,200円)、静岡県産クラウンメロンを1玉260HKドル、モモ4~6玉を280HKドル、和歌山県産の南高梅(約1キログラム)を168HKドルで販売している。価格は市場の状況に応じて変動する。

今後は野菜やコメ、牛肉、ドリンク、加工品などの取り扱いも増やし、商品は100品目程度まで増やしたい考え。作物はJA側が生産者から買い取り、香港の消費者に販売する形を採る。

消費者が商品を注文してから受け取るまでにかかる期間は、即日から7日間程度を見込んでいる。販売目標額は非公表。

全農国際香港がECサイトの運営に乗り出した背景には、香港の消費者に商品を直接販売することを通じて、消費者の要望を知り、日本の生産者に伝えることで作物の品質改善などにつなげたい狙いがある。

全農国際香港の金築道弘マネジングディレクター(MD)は「日ごろはバイヤーと商談することが多いが、実際に消費者の声を聴き、生産者に伝えることで、香港の消費者の好みに合った作物を作ることにつなげていきたい」と説明する。

【6月10日 NNA】

■その他トピックス

【日本⇄香港航空路線就航情報等】

●ピーチは2019年6月28日(金)から、那覇/香港線を1年8カ月ぶりに再開した。

那覇/香港線の運航は、国内の航空会社として唯一の定期便となり、ピーチとして2018年4月の那覇/高雄線に次ぎ5路線目となる。

機材はいずれの路線もA320-200を使用しており、運賃は、那覇/香港線が片道6,980円から、那覇/台北線が片道4,780円から販売されている。

●キャセイドラゴンが、10月末から新潟/香港線に季節定期便として就航する。季節新潟県と新潟市は2019年7月31日(水)、誘致に取り組んできた新潟/香港線が季節便として就航すると発表した。この路線は、香港ドラゴン航空がチャーター便を運航した実績がある。運航期間は2019年10月30日(水)から2020年3月28日(土)まで、水、土の週2便を計画している。

●香港の格安航空会社(LCC)、香港エクスプレスは2019年7月19日(金)、下地島/香港線に就航した。運航は、火、金、日の週3便で、機材はA320を使用。同路線は現在、香港エクスプレスの単独路線となっている。

【香港→→日本定期便数(2019年7月25日～31日)】

出発空港	便数	就航航空会社
新千歳(札幌)	週16便	キャセイパシフィック航空、香港航空
関西(大阪)	週126便	ピーチ、キャセイパシフィック航空、香港エクスプレス、エア・インディア ジェットスター・ジャパン、香港航空、全日空
成田(東京)	週118便	キャセイパシフィック航空、ジェットスター・ジャパン、香港エクスプレス 全日空、日本航空、香港航空
羽田(東京)	週56便	香港エクスプレス、全日空、キャセイパシフィック航空、日本航空、キャセイ ドラゴン航空
中部(名古屋)	週35便	香港エクスプレス、キャセイパシフィック航空、全日空
小松	週2便	キャセイパシフィック航空
広島	週3便	香港エクスプレス
岡山	週3便	香港航空
米子	週3便	香港航空
高松	週4便	香港エクスプレス
福岡	週35便	香港エクスプレス、キャセイドラゴン航空
鹿児島	週12便	香港航空、香港エクスプレス
那覇	週33便	香港航空、キャセイドラゴン航空、ピーチ
石垣	週7便	香港エクスプレス