

「停滞する消費と広がる文化需要の香港経済」

大阪生まれ、本籍地は広島。幼少期を大阪や長野で過ごし、その後アメリカ・ワシントン州に留学。日本および香港の監査法人にて、上場企業や外資系企業の監査業務に従事した後、2014年に香港で KYI Accounting & Consulting Limited を設立。



＜停滞する消費：香港経済の現状＞

近年の香港経済は、パンデミック後の段階的な回復が見られる一方で、消費全体は依然として弱含んでいます。2024年第2四半期の実質 GDP 成長率は約+1.5%と控えめで、小売売上も前年同月比で横ばいからマイナスの月が続き、市民の節約志向が続いています。訪港観光客数は年間 3,400 万人超と回復傾向にありますが、かつての「爆買い型」ではなく節約型に変化しており、消費押し上げ効果は限定的です。

＜停滞する消費の原因① 高額不動産＞

経済の重しとなっているのが、長年続く不動産価格の高止まりです。たとえば、香港島セントラル地区のグレード A オフィスの売買価格は、過去データで 1㎡あたり HK\$ 820,864（約 1,880 万円）に達していた時期があり、いまま世界的に突出した高水準です。こうした高額不動産は企業・個人双方の負担となり、幅広い分野で消費を抑制する要因になっています。

＜停滞する消費の原因② 北上消費＞

さらに近年、香港の内需を弱めている重要な現象が「北上消費」です。これは、物価が香港より低い深圳・広東省側へ、市民が食事や買い物、娯楽のために“北上”して消費を行う現象のこと。高速鉄道で 14 分というアクセスの良さも相まって、週末には深圳へ向かう香港住民が大幅に増加しています。結果として、香港内で消費されるはずだった支出が中国本土側に流れ、香港の小売・飲食・サービス業の回復を抑える要因となっています。

＜広がる文化需要① アートイベント＞

こうした逆風のなかで、例外的に力強さを見せているのが文化・体験型消費です。香港では音楽ライブやアートイベントが増加しており、若者を中心に街の活気を取り戻しています。11月15日には日本の人気アーティスト Yuuri のコンサートが香港で開催され大盛況。さらに 12月3日には「ゆず」のコンサートが予定されており、発売直後から注目度が高まっています。

国際的な欧米や中華系アーティストだけでなく、日本人アーティストの公演も増えており、香港の新しい消費を牽引する存在となっています。

＜広がる文化需要② LABUBU＞

また、香港上場企業 Pop Mart（泡泡瑪特）も文化消費を象徴する存在です。世界的に人気の「LABUBU（ラブブ）シリーズ」は香港でも高い人気を誇り、先日筆者が九龍（Kowloon）にある 3 店舗を訪れた際には、いずれの店舗も完売で棚が空の状態でした。SNS 上では二次流通も盛んで、香港の若年層を中心に“アートトイ文化”が確実に定着しています。



＜今後の展望＞

このように、香港では消費全体が停滞する一方で、文化・エンタメ・アートを中心とした体験型消費が例外的に強い動きを見せています。北上消費による内需流出が続くなか、文化消費は香港の街に新たな活気をもたらす存在として、今後も重要性を増していくと見られます。

※ 深圳の魅力について、掲載しきれなかった情報を Facebook に投稿しています。ぜひご覧ください。

