

## 目次

Contents

### 特集

インバウンドは「コト」づくりへ

#### Part 1

「モノ」から「コト」の消費へ

～新たなニーズと求められるサービス～ … 3

#### Part 2

インバウンド「コト」消費の  
拡大に向けて …… 7

江戸東京博物館  
道頓堀ホテル  
経済産業省

イベント・レポート …… 8

SPRING シンポジウム 2016  
in 札幌

SPRING シンポジウム 2016  
in 仙台

#### Report JCSI

群雄割拠の航空業界に見る  
競争に勝ち抜く！  
特徴作りの必要性 …… 12

生産性分析レポート …… 14

SPRING 活動報告 …… 15

インフォメーション …… 16



## Spring View Point

### インバウンドは 「コト」づくりへ

会員の皆様には、日頃よりご支援を賜り、誠にありがとうございます。

日本では新しい年が明けましたが、旧暦では今月の28日に旧正月を迎えます。前後する1月最終週から2月の初旬にかけて、アジアの多くの国々では大型連休となり、昨年の旧正月には特に中国や台湾等から多くの外国人旅行者が訪日し、日本製品を「爆買い」した様子は記憶に新しいところです。

このような訪日外国人による旅行は「インバウンド」と呼ばれ、その数はいよいよ2千万人を超えました。この訪日外国人旅行者による国内消費は、観光産業のみならず、関連産業にとっても大きなビジネスチャンスとなっています。しかし、継続的に日本に来ていただくためには、「モノ」だけでは難しい状況が様々なところで指摘されています。

そこで、今号の特集では、「モノ」にかわる日本の魅力として、「コト」づくりの重要性について取り上げます。「コト」とはすなわち体験、経験といったサービス提供に深く関わるようになります。

SPRINGでは、今までも全国各地で取り組まれている「コト」づくりに関連したベストプラクティスを紹介してきました。今回は「インバウンド」分析の第一人者の方より、現状について解説いただくとともに、今後に向けての取り組みや課題等についてもご紹介いただきます。観光産業のみならず、様々な業態に関わる方々にぜひ参考にしていただければ幸いです。本年も皆様に役立つ会報を目指してまいります。

## 特集

## インバウンドは「コト」づくりへ

## Part 1

SPRING フォーラム 2016  
講演より黒須 宏志氏  
(JTB 総合研究所 主席研究員)

## 「モノ」から

## 「コト」の消費へ

## 「新たなニーズと求められるサービス」

東京オリンピック・パリンピック開催を控え、これからますます拡大が予想されるインバウンド。政府は訪日外国人旅行者数を2020年には4000万人に増やす目標を設定する一方で、爆買いブームはピークを過ぎ、今後は「モノ」から「コト」の消費へシフトチェンジすると言われる。そうした中、私たちサービス産業のめざすべき方向はどのようなものだろうか。JTB総合研究所 主席研究員の黒須宏志氏に解説いただいた。

訪日外国人旅行者の増加に伴い  
訪れる人のタイプが変わってきた

日本政府観光局の発表によりますと、2016年の訪日外国人旅行者数は2000万人を突破しました。3年前の2013年に初めて1000万人を超えたことを考えると、急激な増加といえます。この間、「爆買い」現象を筆頭に、中国人を中心としたインバウンド消費の拡大がありました。日用品とはいえ高額な商品も多く、10万円を超える炊飯器が飛ぶように売れる様子は私たち日本人を驚かせたのと同時に、インバウンドは国内経済の重要なポジションを占めることを印象づけました。

ところが2016年に入り、この動きに変化が見られます。2015

年には新語・流行語大賞にも選ばれたほどの勢いを見せた「爆買い」が、すっかり鳴りを潜めるようになったのです。為替の円高傾向や、中国の関税引き上げによる影響もあるでしょう。しかし一方で、日本を訪れる旅行者層に変化が生じていることを見逃してはいけません。

政府は2013年にタイ、マレーシアに対し観光ビザを免除したのをはじめ、ASEAN諸国を対象に観光ビザの緩和を進めました。これらの国々は、近年、経済成長を遂げています。自国通貨の価値が上がり、旅行先として日本が選択肢に入るようになりつつありますが、日本を訪れる人たちには特徴があります。若い人が多く、ツアーは使わずに個人旅行で楽しむ、移動はLCC、宿泊はビジネスホテルや民泊を使って費用を抑え

る——爆買いをけん引してきた中国の富裕層とは異なっています。また欧米からの旅行者と違い、滞在期間が短いという傾向もあります。訪日旅行者数の伸びには、アジア各国からの新たな旅行者の増加が大きく関与しているのです。

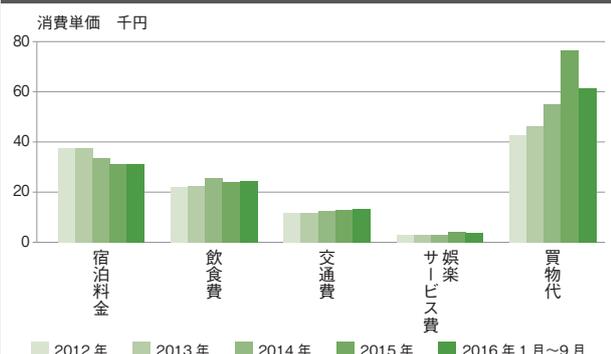
旅行者から生活者への転換が  
リピーター獲得につながる

日本を訪れる旅行者が変われば、お金の使い方も変わってきます。2016年の1人当たり旅行支出額は、10月までの段階で15万円台半ばから16万円台前半を推移し、2015年より約15%少ない状態です。爆買いバブルがはじけ、消費が落ち着いたと見ることができそうです。とはいえ、日本人が国内旅行で使う

金額は1回3万円から4万円と言われていきますから、影響力は今なお相対的なものです。

では旅行中、旅行者は何にお金を使うのか。平均支出(図1)を見る

図1 部門別にみた消費単価



データ：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、2016年1月~9月の平均値は同データに基づきJTB総合研究所が算出