

中小企業のトレンド(第8回)

インバウンド市場急伸、口コミで“爆買い”を誘う

2016.02.24

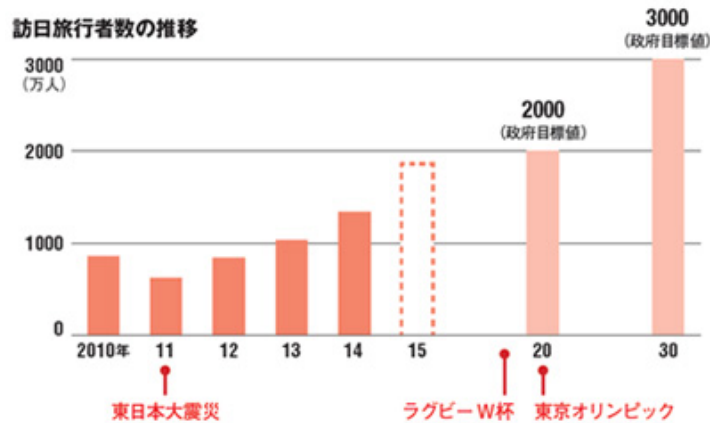
訪日旅行者が急増し、中国人による“爆買い”が注目を集めた2015年は、インバウンド元年といえる。中国人向けのSNSで口コミを戦略的に増やすなど、ユニークな手法で売り上げを伸ばす企業も出始めた。政府は、2030年までに訪日旅行者を3000万人にする目標を掲げる。

実質的なインバウンド元年となった2015年

観光バスで乗り付けた大勢の外国人旅行者が、ショッピングモールやドラッグストアに押し寄せ、医薬品や雑貨などを大量に買いまくる。いわゆる“爆買い”の光景は、東京や大阪だけでなく、地方都市でも珍しくなくなった。

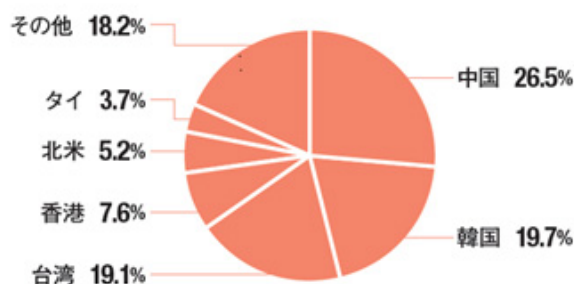
日本を訪問する外国人は東日本大震災後の2012年以降に急増し、14年には年間1341万人になった。15年は1～9月までの実績で、前年を上回る1449万人に達し、このままいけば2000万人の大台に迫る勢いだ。

実質的なインバウンド元年となった2015年



15年1～9月の訪日外国人のうち、最も多いのは中国からで26.5%、2位は韓国で19.7%、3位が台湾で19.1%と続く。15年に中国人向けのビザ発給要件が緩和されたほか、円安が進んだため、旅行先に日本を選ぶ中国人が急増したことが背景にある。

国・地域別訪日旅行者の割合 (2015年1～9月)



体験会に留学生を招待… 続きを読む