

プラネット特別セミナー

インバウンド研究会の活動報告と 今後のチャレンジ

2019年3月13日

イノベーション推進部 森田一翔

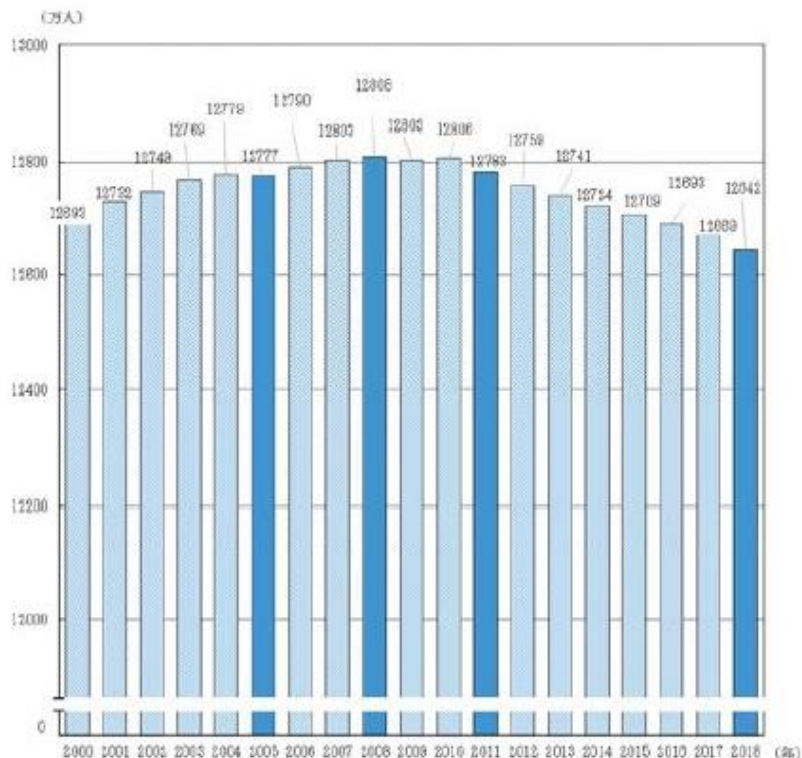


1. インバウンド研究会とは
2. 第2期研究会の活動報告
3. 今後のチャレンジ

1. インバウンド研究会とは
2. 第2期研究会の活動報告
3. 今後のチャレンジ

1. インバウンド研究会とは

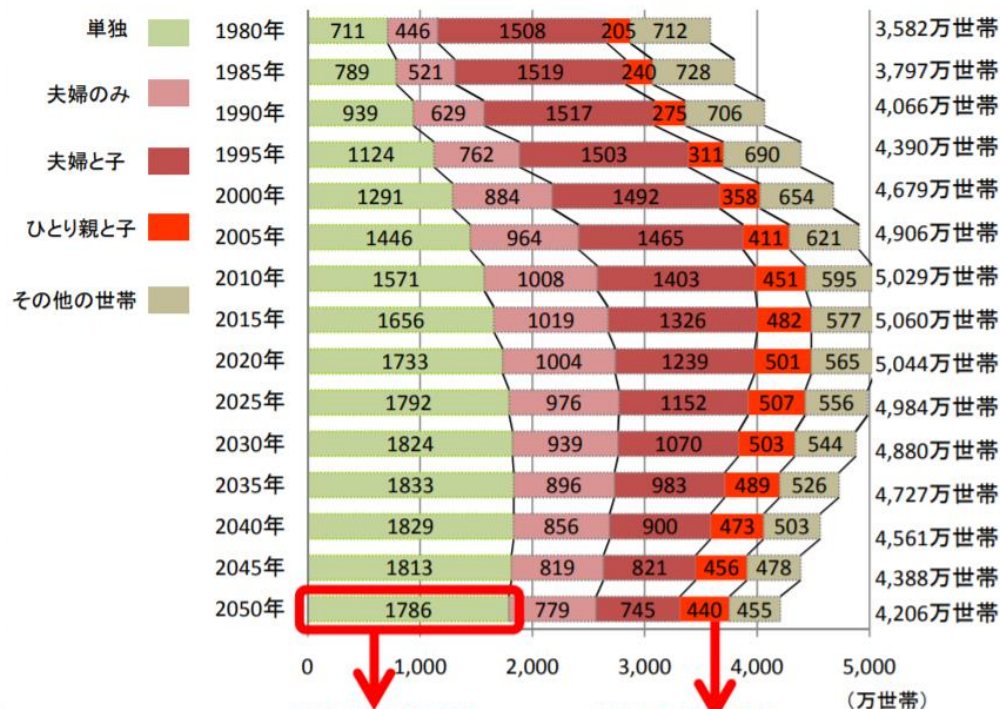
日本の総人口の推移



出典：総務省統計局

2011年から日本の人口は減少

日本の世帯数の推移



約4割が単身世帯

夫婦と子は少数派

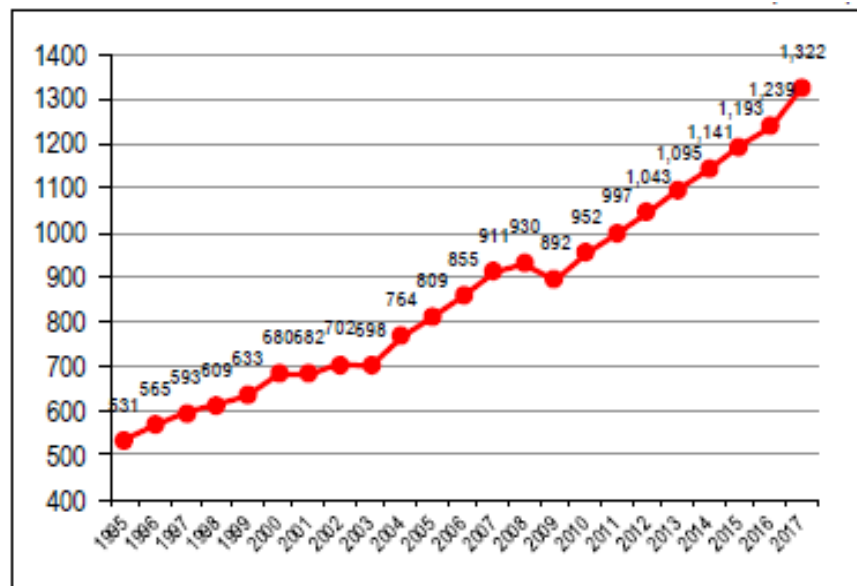
出典：国土交通省国土計画局

2020年には、世帯数も減少に転じると予測される

1. インバウンド研究会とは

世界の海外旅行者数の推移

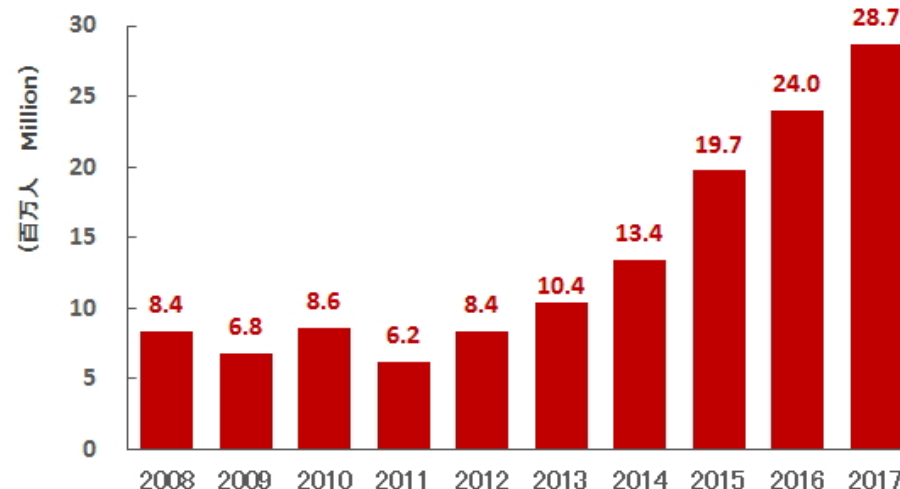
(百万人)



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

世界全体で、海外旅行者数が増加し続けている

訪日外国人客数の推移



出典: 日本政府観光局 Source: Japan National Tourism Organization

訪日外国人は2020年には、4,000万人を超えると予測される

1. インバウンド研究会とは

2016年より一般消費財業界のメーカー様、卸売業様と共に運営している研究会です。

研究会の特徴

1. 訪日外国人の実態を調査
2. 様々な企業が共同で活動
3. 業界全体の活性化が目的



1. インバウンド研究会とは

第1期研究会（2016年-2017年）

- 座学による最新知識の習得
- 外国人を招いての意見交換会
- “MOSHI MOSHI NIPPON FESTIVAL”に出展

第2期研究会（2017年-2018年）

- おせっかい in Tokyo
- MISSION: Ryoma
- ドラッグストア店頭でのアンケート調査

当日のみ

コーディネーター



一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会 代表理事/事務局長
株式会社USPジャパン 代表取締役社長

新津 研一 氏

1. インバウンド研究会とは
- 2. 第2期研究会の活動報告**
3. 今後のチャレンジ

2. 第2期研究会の活動報告

おせっかい in Tokyo

ボランティア団体：おせっかいジャパン

ポイント1

助けを求めている訪日ゲストは多数。
多くの日本人が、役立ちたいと感じている。

ポイント2

控えめな人が多い日本人は、
おせっかいくらいがちょうどいい。

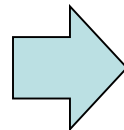
ポイント3

留学生と日本人のパートナーシップ
が相互の理解を進める。

当日のみ

駅周辺の出口案内、切符の買い方などは、
恒例のおせっかいポイント

当日のみ



実際にチャレンジ

2. 第2期研究会の活動報告

MISSION:Ryoma

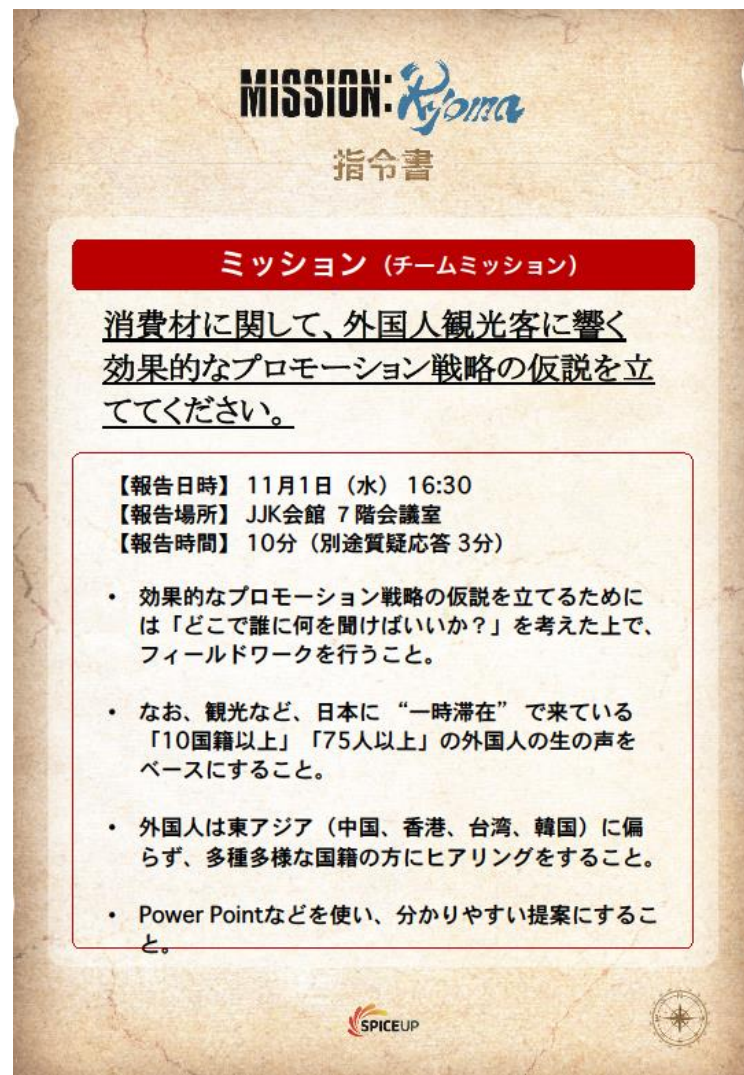
インバウンドPR戦略の仮説を立てる

指令書 → 10国籍、75人以上 × 4チーム

結果、20国籍以上、300人以上にコンタクト

当日のみ

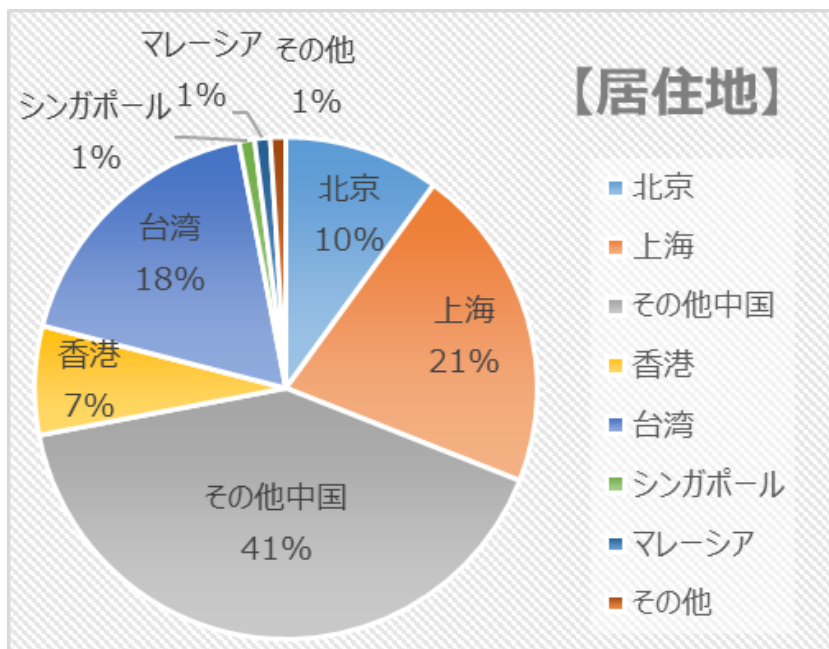
【仮説】 非計画購買が多いのでは？



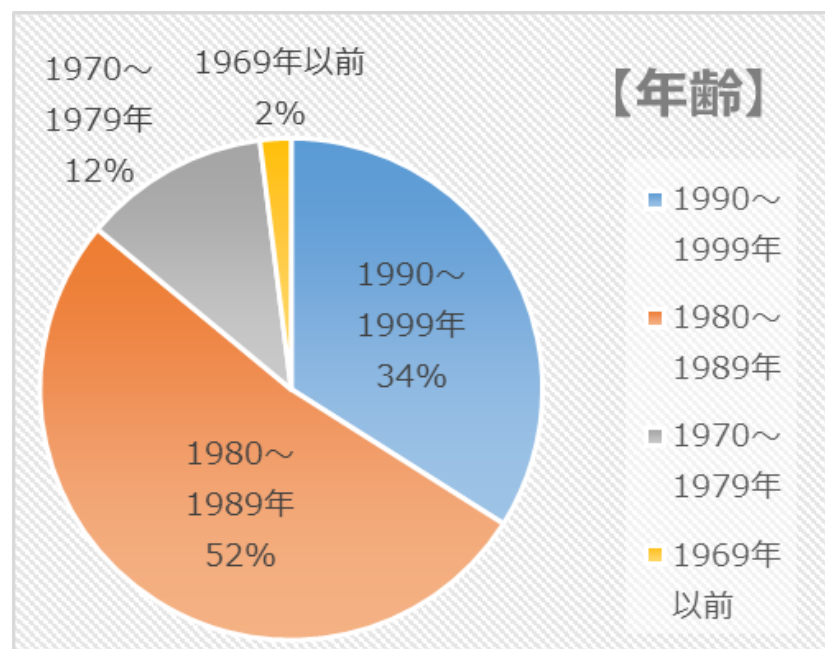
2. 第2期研究会の活動報告

ドラッグストア店頭でのアンケート調査

中国人を中心に245名（女性）に店頭でアンケートを行い購入アイテム合計約5,000点について、購入に至るまでの意識を調査しました。



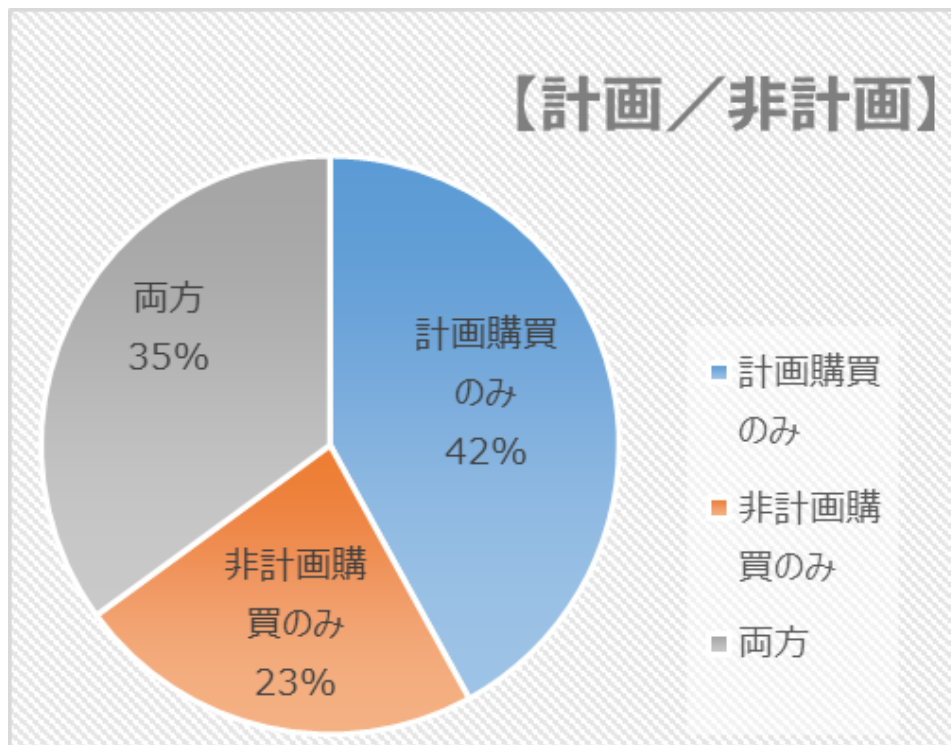
単独の都市では上海、台湾、北京が上位だが、その他中国も多い



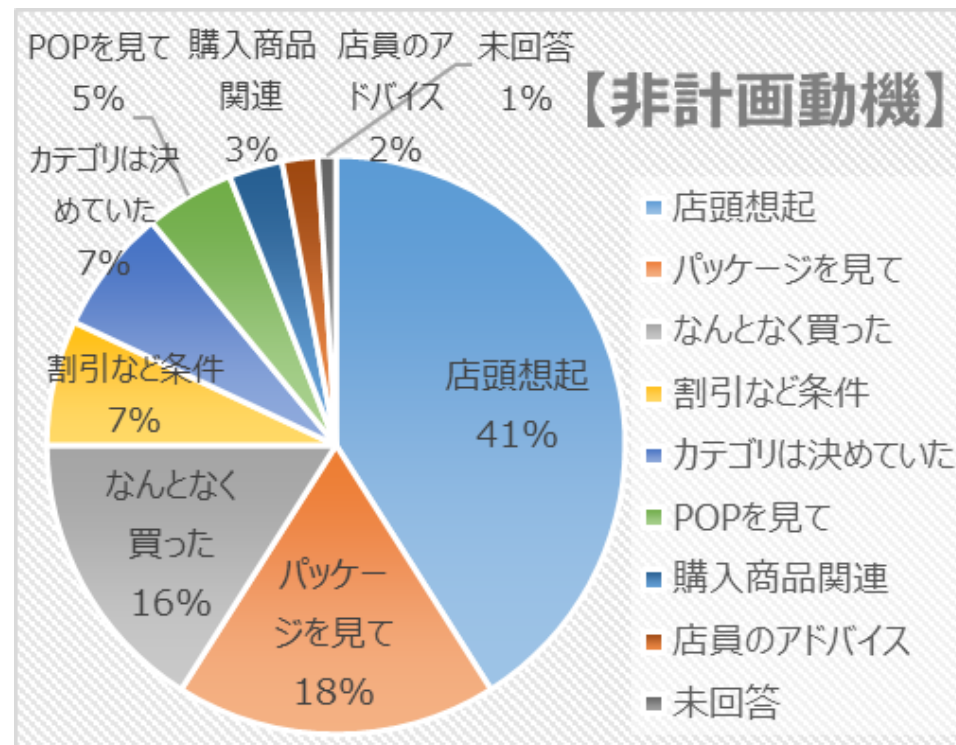
80年代、90年代生まれ（19歳～38歳）の方をメインにアンケート実施

2. 第2期研究会の活動報告

ドラッグストア店頭でのアンケート調査



58%の方が非計画購買を行っている。



店頭想起がトップ。特に、既にユーザーで店頭で商品の事を思い出す人が多い。

1. インバウンド研究会とは
2. 第2期研究会の活動報告
- 3. 今後のチャレンジ**

3. 今後のチャレンジ

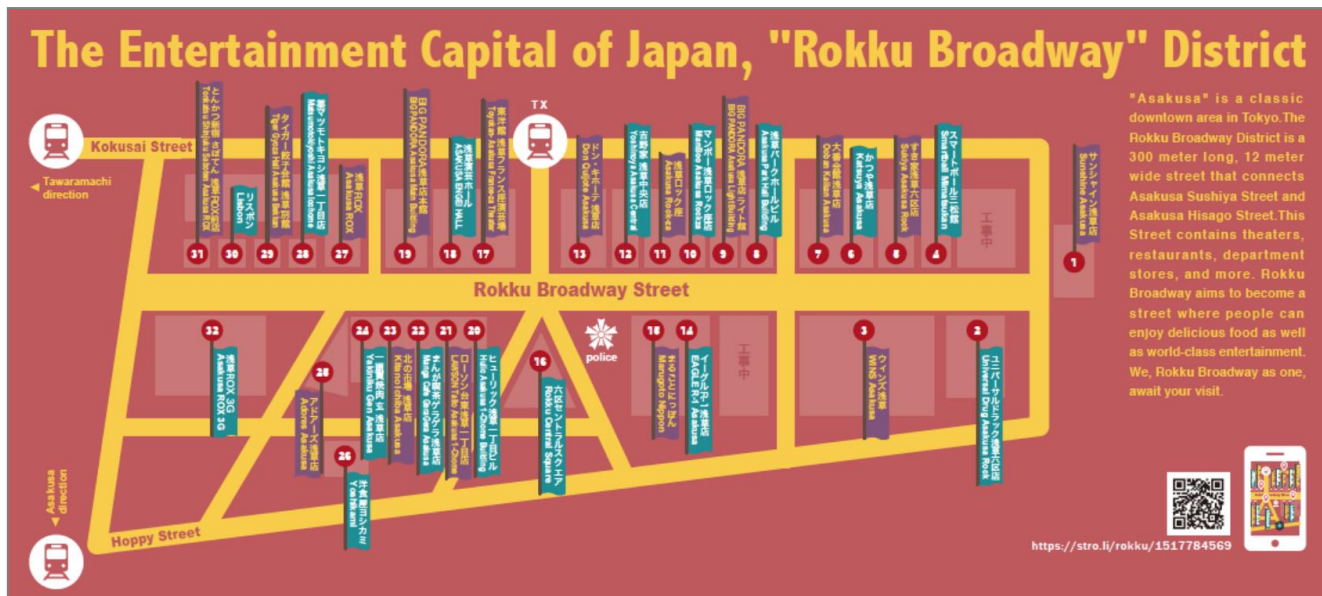
第3期インバウンド研究会（2019年4月-7月）

(1) 街頭フィールド調査

実際に訪日外国人と接触し、実態を知る。

※浅草の「六区ブロードウェイ商店街」を予定

当日のみ



街には多くの外国人が訪れている
(黒門市場、2019年2月8日)

3. 今後のチャレンジ

第3期インバウンド研究会（2019年4月-7月）

（2）ソーシャルバイヤーとの交流

- SNS上で代理購入
“信用”の高い相手から買うという文化
- 電子商取引法（電商法）の影響
2019年1月に施行、納税と許可証が必要

ソーシャルバイヤーと意見交換する機会を設ける

最新のインバウンド実態の把握



当日のみ

中国の人気アプリ「小紅書（RED）」

2015年より訪日経験のある外国人を対象に、 訪日中の買い物意識と行動について調査し、レポートを発行しています。



2015年
中国人を対象に調査
○中国でのアンケート
○茨城空港でのインタビュー
○グループインタビュー(上海)

2016年
中国人を対象に調査
○中国でのアンケート
○グループインタビュー(上海)
○クルーズ船内でのインタビュー

2017年
中国・韓国・台湾・香港・タイ・
ベトナムを対象に調査
○6カ国・地域のアンケート
○グループインタビュー
(バンコク、ホーチミン)

2018年
中国・韓国・台湾・香港を
対象に調査
○4カ国・地域でのアンケート
○グループインタビュー
(上海、台北、香港)



「インバウンド消費を拡大させる意識と行動2018」 p.26より

Q19.滞在中の「医薬品・化粧品・日用品・衛生用品等」への消費金額はいくらですか？

●中国

医薬品・化粧品・日用品・衛生用品等	回答数(人)	¥5,000未満	¥5,000～10,000	¥10,000～¥25,000	¥25,000～¥50,000	¥50,000～¥80,000	¥80,000～¥160,000	¥160,000～¥320,000	¥320,000～¥480,000	¥480,000～¥800,000	¥800,000以上
全体	308	7.8	8.4	16.2	20.5	16.9	14.6	9.7	4.2	0.3	
1～2回	192	10.4	10.9	16.1	22.9	15.6	13.0	6.3	2.6	0.0	
5回以上	35	0.0	8.6	17.1	8.6	5.7	25.7	22.9	8.6	2.9	

●韓国

医薬品・化粧品・日用品・衛生用品等	回答数(人)	¥5,000未満	¥5,000～10,000	¥10,000～¥25,000	¥25,000～¥50,000	¥50,000～¥80,000	¥80,000～¥160,000	¥160,000～¥320,000	¥320,000～¥480,000	¥480,000～¥800,000	¥800,000以上
全体	358	18.7	27.7	27.4	11.7	5.6	2.8	1.7	0.3	0.3	
1～2回	159	22.6	32.1	24.5	10.7	4.4	0.6	0.6	0.0	0.0	
5回以上	79	16.5	21.5	26.6	13.9	6.3	6.3	3.8	1.3	0.0	

中国の方は、訪日回数が増加すると消費金額も増加する傾向が強い

● 第3期インバウンド研究会、参加企業様募集中！！

2019年4月-7月（毎月1回、全4回）で活動予定

▶ お申込み（無料）は、下記Webページより受付中です！
<https://www.planet-van.co.jp/entry>

プラネットインバウンド研究会とは

インバウンド研究会は、低成長期の日本において数少ない成長領域である「インバウンド」に注目して始めました。各企業様が訪日外国人の実態を知ること、効果的なマーケティング施策を立案できるようサポートします。多くの企業様にご参加いただき、流通業界全体を活性化の一助となれば幸いです。
 株式会社プラネット 代表取締役社長 田上正勝

第1期研究会（2016年-2017年）を振り返って

「日本女子の美の秘密」をテーマに、キャリアばかみやみゆが出演する外国人向けイベントにブース出展し、参加企業の商品約40点についてゲスト約800名からアンケート回答を得ました。美容部員による外国人への化粧品デモは特に人気がありました。



第2期研究会（2017年-2018年）を振り返って

<都内ドラッグストア店頭にて下記調査を実施>
 中国人を中心に245名に店頭でアンケートを行い、購入アイテム合計約5,000点について購入に至るまでの意識を調査しました。
 ①非計画購買における購買理由について
 ②商品・ブランド情報を伝えるために効果的な店頭プロモーションについて



参加卸 インバウンド担当者の声

実際に外国人に接して、商品を手にとってもらい感想を聞いた体験は貴重でした。数字や頭でとらえていたイメージが大きく変わり、実感を体感できました。

参加メーカー マーケティング担当者の声

非計画購買60%という数字は、想像を超えていました。卸先への営業方法も変わってくるはず。店頭PMDIに対しても実態を掴んでいるので大きなアドバンテージとなります。

▶ お申込み（無料）は、下記Webページより受付中です！
<https://www.planet-van.co.jp/entry>

コーディネーターのご紹介




一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会 代表理事/事務局長
 株式会社LSPジャパン 代表取締役社長

新津 研一 氏

1993年伊勢丹（現三越伊勢丹）入社後、2年間の売場経験を控へ、17年間スタッフ業務に従事、富岡本部職階担当として、店舗運営、営業戦略、新規事業開発まで幅広く担当、同社退職後、USPジャパンを創業。訪日観光ショッピングツーリズムを提唱し、免税制度改正、ジャパンショッピングツーリズム協会設立などを手掛ける。
 観光立国推進協議会幹事、日本各都府県観光インバウンド推進委員会アドバイザー、2020年オリムピック（オリンピック）大会に向けた多言語対応協議会委員、小売プロシクトチーム議長、著書「外国人観光客が笑顔で来店するしくみ」（商業界）



 株式会社プラネット インバウンドチーム（志賀野、森田）

TEL : 03-5962-0811 E-mail : inbound@planet-van.co.jp
 〒105-0013 東京都港区浜松町1-31 文化放送メディアプラスビル 3階



インバウンド研究会では**訪日外国人の実態**を調査します。

共同で活動する事によって、様々な知見が得られます。

多くの企業様と共に、**流通業界全体**を元気にしたいと考えています。

ご清聴ありがとうございました

