

自動車を超える観光産業を掴め ～ 15兆円市場のヒント ～



株式会社U S Pジャパン
一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会
新津研一

2019年3月

目次

1. 2019年1月と春節の訪日市場
2. 中国市場の状況
3. 2019年の訪日市場
4. 15兆円市場に拡大できるか？

新津研一(にいつけんいち)

株式会社USPジャパン代表取締役
ジャパンショッピングツーリズム協会代表理事

長野県佐久市出身、48歳。
伊勢丹にて19年勤務、イセタン羽田ストアなど新規事業を手がける。
2012年4月同社を退職し、USPジャパンを設立。
免税制度改正など訪日事業を手がけるとともに、民間企業のマーケティング・ブランディング支援を行う。

観光立国推進協議会委員・幹事
オリンピック・パラリンピック多言語協議会委員・議長
プレミアムフライデー推進協議会委員

著書:外国人観光客が「笑顔で来店」するしくみ(商業界)
●連絡先 niitsu@usp.co.jp 03-3235-0029

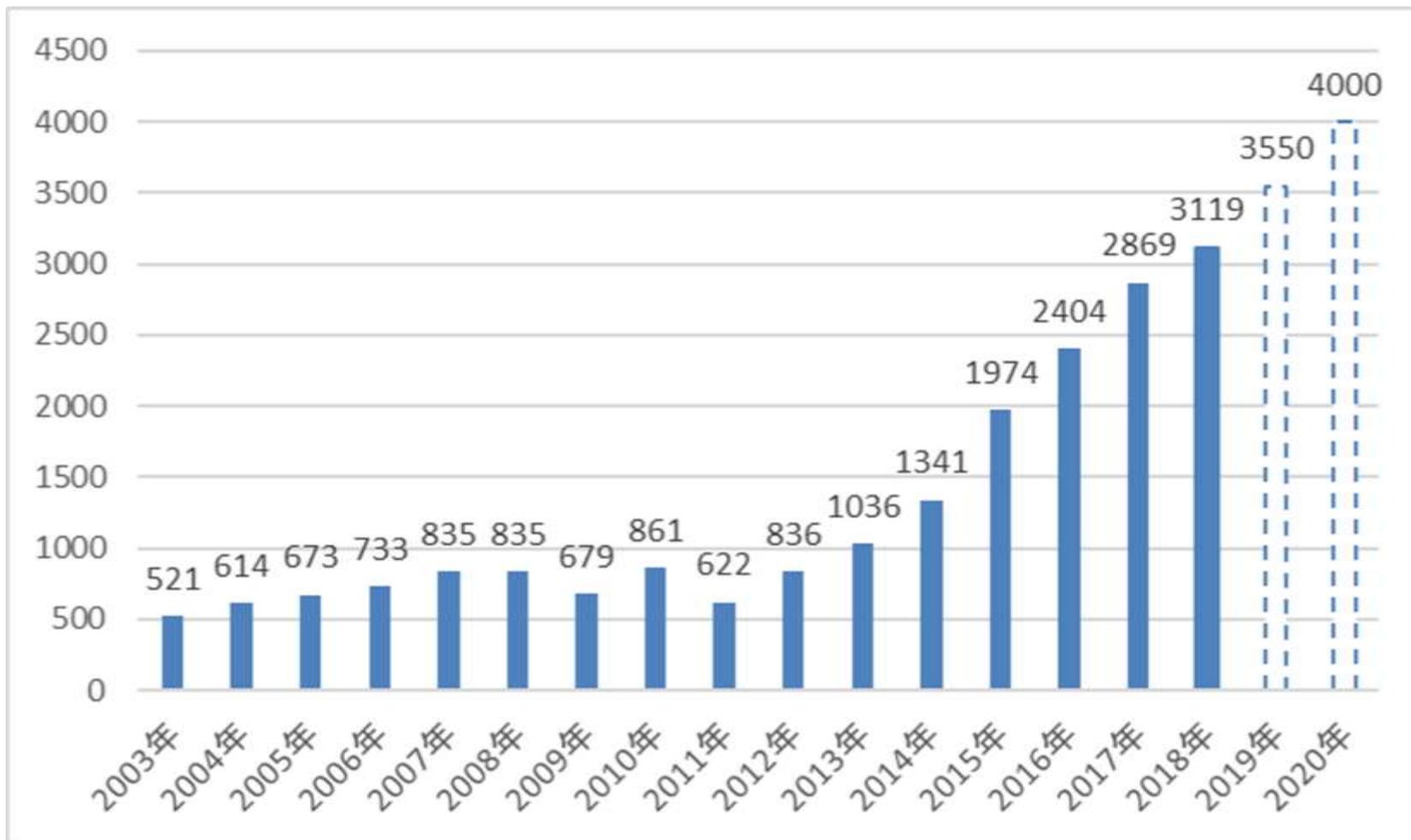
ジャパンショッピングツーリズム協会(略称:JSTO)

2013年設立、会長 田川博己(JTB会長)、専務理事 新津研一
日本の小売、観光、金融、情報、メディア、ITCなど150社の有力企業、
500店舗以上の小売店が参画。
日本唯一最大のショッピングツーリズム推進の非営利団体

1. 日本のショッピング情報、魅力を世界に発信するプロモーション事業
2. インバウンドノウハウ提供など事業者支援事業 を全国で展開。

●連絡先:03-6435-9116 support@jsto.or.jp
●公式ウェブサイト http://www.jsto.or.jp

災害影響あれど、2018年は8.7%増。
2019年も2桁増の維持濃厚。



中国、韓国がメイン市場になり、台湾・韓国は高次安定。
 米国・タイ→100万人超市場に。30－50万人市場は多方面、多数。

	訪日客数(単位：千人)			旅行消費額(※参考)		一人あたり単価 (※参考)	
	2013年	2018年	2013:2018	単位：億円	伸率	単位：円	伸率
全国籍・地域	10,364	31,192	301.0%	45,064	2.0%	152,594	-0.9%
中国	1,314	8,380	637.5%	15,370	-9.3%	223,640	-2.9%
韓国	2,456	7,539	306.9%	5,842	14.0%	77,559	8.0%
台湾	2,211	4,757	215.2%	5,839	1.7%	128,069	0.8%
香港	746	2,208	296.0%	3,355	-1.8%	154,460	0.9%
米国	799	1,527	191.0%	2,890	15.5%	191,352	5.1%
タイ	454	1,132	249.5%	1,405	111.6%	124,300	-1.8%
オーストラリア	245	552	225.7%	1,315	120.3%	242,050	7.2%
フィリピン	108	504	465.2%	590	29.4%	121,765	7.1%
マレーシア	177	468	265.1%	639	32.6%	137,618	1.4%
シンガポール	189	437	230.9%	745	31.6%	171,039	4.1%
インドネシア	137	397	290.2%	558	163.2%	141,467	9.3%
ベトナム	84	389	460.5%	734	9.7%	189,427	3.4%
英国	192	334	174.1%	716	101.7%	219,783	2.0%
カナダ	153	331	216.7%	597	4.6%	184,134	2.6%
フランス	155	305	196.9%	656	172.2%	215,733	1.5%
ドイツ	122	215	176.6%	409	92.9%	191,783	5.3%
インド	75	154	205.1%	247	60.4%	161,351	2.5%
イタリア	67	150	223.1%	335	-39.0%	224,268	17.1%
スペイン	61	119	196.7%	281	-74.9%	236,996	11.5%
ロシア	44	95	213.7%	177	-92.4%	188,530	-5.4%

出典：観光庁、日本政府観光局

※参考：消費額は調査方法変更（クルーズ客を反映）により前年対比は参考値

1月の東京・大阪の売上大幅減を経て、春節期間は一旦回復するも、その要因・今後の動向については、引き続き注視の必要性あり。

免税販売額前年増減（主要エリア別）

エリア	1月	春節期間
札幌	+13.0%	▲ 7.8%
東京	▲10.8%	▲ 0.9%
名古屋	▲22.7%	+ 0.3%
京都	+ 4.4%	+12.9%
大阪	▲16.6%	+12.6%
福岡	+20.9%	+20.4%
上記6大都市計	▲10.1%	+ 5.4%

※春節期間

本年：2月2日～11日

前年：2月13日～22日

西高東低の傾向が続く。福岡は、韓国市場堅調。

免税件数・単価前年増減（主要エリア別）

エリア	件数		単価	
	1月	春節期間	1月	春節期間
札幌	+23.1%	▲ 5.6%	▲ 8.2%	▲ 2.3%
東京	▲ 3.3%	+ 1.0%	▲ 7.8%	▲ 1.9%
名古屋	▲10.9%	+ 9.2%	▲13.3%	▲ 8.2%
京都	+ 6.9%	+10.2%	▲ 2.3%	+ 2.5%
大阪	▲5.7%	+ 8.1%	▲11.5%	+ 4.1%
福岡	+33.7%	+32.0%	▲ 9.6%	▲ 8.8%
上記 6大都市計	+ 0.1%	+ 5.8%	▲10.1%	▲ 0.4%

※春節期間

本年：2月2日～11日

前年：2月13日～22日

1月は、高額品、化粧品のパイプが低迷。

免税販売額前年増減（消耗品・一般品別）

商品区分	1月	春節期間
一般物品	▲13.3%	+ 2.3%
消耗品	▲ 6.8%	+12.4%
上記計	▲10.1%	+ 5.4%

※春節期間

本年：2月2日～11日

前年：2月13日～22日

1月は、中国人ゲストによる高額品、化粧品の購買が低迷。
春節は、FITによる通常の購買傾向が復活。

免税販売額前年増減（購入者の主要国籍別）

国籍	1月	春節期間
CHINA	▲11.6%	+ 0.6%
KOREA	▲ 6.6%	+10.9%
HONG KONG	▲17.1%	▲ 1.0%
TAIWAN	▲27.4%	+ 5.7%

免税件数・単価前年増減（購入者の主要国籍別）

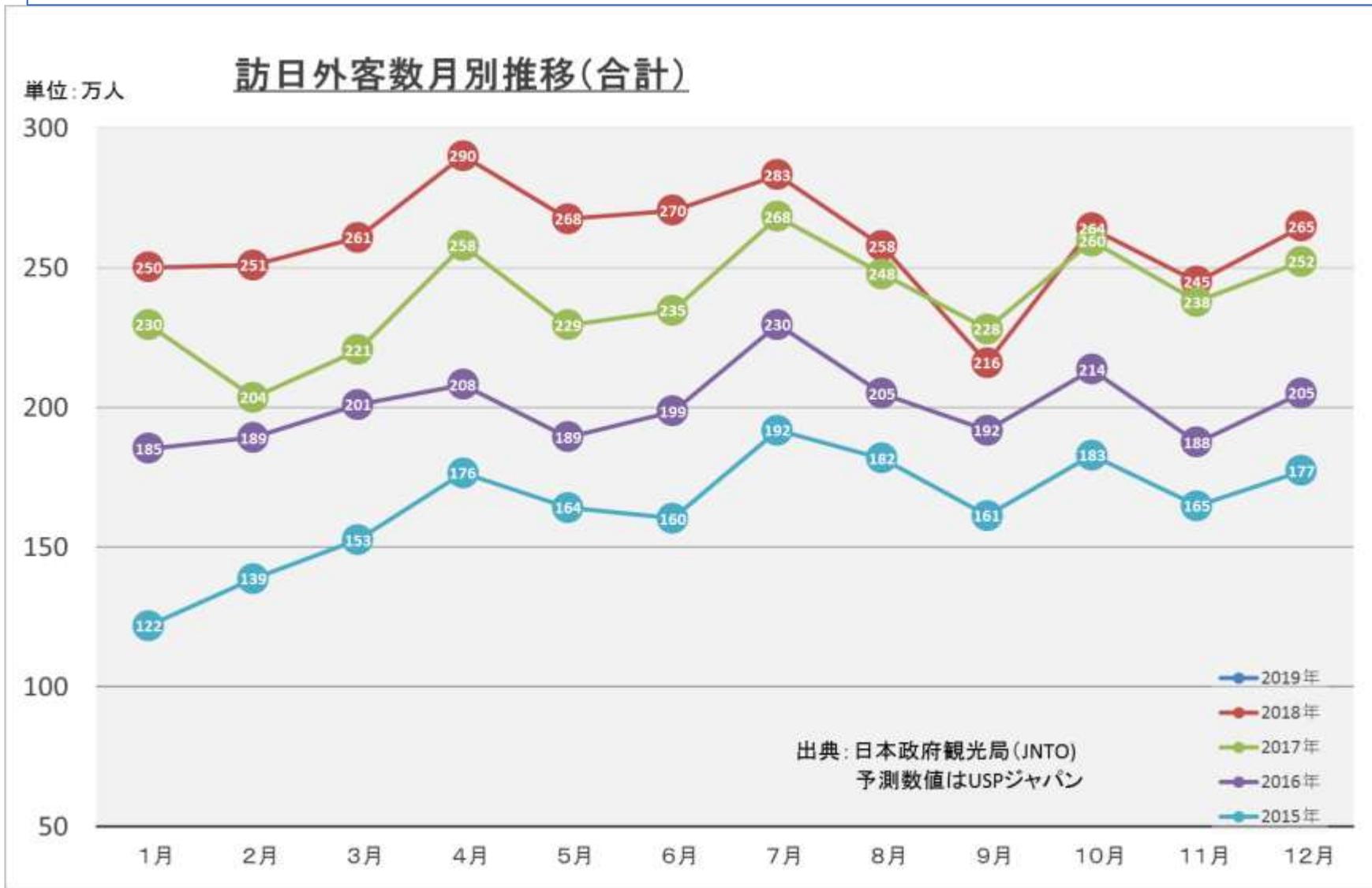
エリア	件数		単価	
	1月	春節期間	1月	春節期間
CHINA	▲ 2.3%	+ 0.3%	▲10.5%	+ 0.2%
KOREA	▲ 7.8%	+ 7.1%	+ 1.3%	+ 3.6%
HONG KONG	▲10.8%	▲ 6.6%	▲ 7.0%	+ 6.0%
TAIWAN	▲ 8.5%	+10.5%	▲20.6%	▲ 4.4%

※春節期間

本年：2月2日～11日

前年：2月13日～22日

災害影響あれど、2018年は8.7%増。
2019年も2桁増の維持濃厚。





2. 中国市場の状況

①電子商取引法の影響

②ビッグバイヤーの影響

③中国市場のトピックス（ビザ、航空路線）

中国電子商取引法の概要	
規制対象	電子商取引(EC)運営者(電子モールなどのプラットフォーム、その出店企業、独立した通販サイト)
サイト運営の前提	登録が必要。営業許可証などの情報はトップページの目立つ位置に掲載
販売方法の規制	ニセの口コミ情報の掲載、「抱き合わせ販売」への同意を初期設定することは禁止
配送責任	遅配、その他運送トラブルの責任は原則、EC運営者にある
個人情報の扱い	利用者の情報の照会、訂正、削除手続きを明示し、利用者から申請があったら対応する
プラットフォームの義務	出店企業の登録・納税状況を確認し、情報を当局に報告する。違反店舗には注意喚起する義務。重大な違反には業務停止と10万～50万元の制裁金の併科
	出店企業が知的財産権を侵害したことを知りながら、必要な措置を講じなかった場合には、責任を負う。重大な違反には50万～200万元の制裁金
紛争解決の手段	消費者団体や業界団体などによる調停、仲裁、訴訟などで解決できる
	プラットフォームはオンライン紛争処理(ODR)による紛争解決規則を制定できる

・大手ECモール出店個人（いわゆる個人バイヤー）

↓
軒並み撤退

↓
ミニブログ（Weibo）内の商売へ

↓
監視、アカウント閉鎖との噂

↓
噂だった。でも、メッセージ内、個人取引内へ
しかし、下記事情で旨味が減り廃業も

・大手ECモールへの出店企業（メーカー）

↓
契機に直接中国ECでの販売を検討、実施あり
（ランコムなど世界レベルのブランドも）

・大手ECモールへの出店企業（卸売）

↓
当初物流が混乱（ルート、通関）
一部事業者は値引いて在庫処分

↓
数量も単価も低下。総扱い高が激減
上記メーカー進出により旨味が低減

※参考

日本国内価格：中国EC価格 = 1 : 1.5～2倍

中国電子商取引法導入により代購業者（個人、中小）に影響。
12月20日以降1月まで影響あり。春節は回復ながら今後も注視。



代購ビッグバイヤーに頼る小売店は危険ながら、
インバウンド消費、輸出消費は、正常なビジネスに変化すると予測。

一人あたり年間免税販売額別 来店回数別 **売上高・人数シェア（2018年）**

上段：人数 下段：売上高	10回以上	9－4回	3－2回	1回	計
100万円以上	0%	0%	0%	0%	1%
	0%	4%	2%	6%	12%
50万円～100万円未満	0%	0%	0%	1%	2%
	0%	3%	4%	9%	15%
10万円～50万円未満	0%	1%	6%	11%	17%
	0%	2%	8%	31%	41%
10万円未満	0%	0%	2%	78%	80%
	0%	0%	1%	30%	31%
計	0%	1%	5%	93%	100%
	0%	9%	15%	76%	100%

※特定百貨店店舗実績／2018年1月1日～12月31日



3. 2019年の訪日市場

- ① 出国税を財源とした国による訪日観光の推進
- ② 10月の消費税増税を契機とした
民間企業による訪日ゲスト向けプロモーションの強化
- ③ ラグビーワールドカップを契機にスタートする、
事業者、地方公共団体などの訪日対応の本格化

引き続き中国人ゲストは増加が確実。
日中の関係改善を背景に、ビザ緩和、新航路就航が後押し。

・訪日ビザ取得経験者の取得を簡素化

過去3年以内に2回以上
個人観光ビザを取得



提出書類を簡素化
(経済力証明書類不要に)

・学生向けビザの緩和
ビザ申請簡素化対象校
75校→1243校
(中国国内の一般学部全大学生約3000万人分)

・1月のビザ取得者数 61%増

【北京・時事通信】

中国航空各社の日本路線が2月から急拡大する。中国民用航空局が23日までに公表した資料によると、年初3週間に開設認可を受けた日本行き直行便は少なくとも46路線に上った。いずれも2～3月の就航を予定。

開設される路線の中国側の発着地は、各地域の拠点都市が中心。日本側は大阪と名古屋、札幌で大半を占める。

出国税500億円は、①ストレスフリー環境の整備 ②情報発信 ③地域の観光資源整備による満足度向上に投入

	金額	執行官庁
①ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備	70.6億円	法務省
	30.1億円	財務省
	123億円	観光庁
②我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化	51.5億円	観光庁
③地域固有の文化、自然等を活用した観光資源の整備等による地域での体験滞在の満足度向上	100億円	文化庁
	50.8億円	環境省
	59億円	観光庁
	15億円	宮内庁

1. ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備

- ・円滑な出入国・通関等の環境整備
- ・FAST TRAVELの推進
- ・公共交通利用環境の革新等
- ・ICT等を活用した多言語対応等による観光地の「まちあるき」の満足度向上
- ・旅行安全情報共有プラットフォームを通じた旅行者の安全の確保



自動チェックイン機



顔認証ゲートの導入



多言語音声ガイドの整備

2. 我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化

- ・ICT等の活用等による先進的プロモーションの実施



グローバルキャンペーン等の先進的プロモーション

3. 地域固有の文化、自然等を活用した観光資源の整備等による地域での体験滞在の満足度向上

- ・インフラを始めとした地域資源を活用したコンテンツの造成等
- ・最先端観光コンテンツ インキュベーター事業
- ・地域観光資源の多言語解説整備支援事業
- ・文化資源（文化財等）を活用したインバウンドのための環境整備
- ・国立公園のインバウンドに向けた環境整備



首都圏外郭放水路の一般見学



日本博を契機とした観光コンテンツの拡充

※ 上記のほか、三の丸尚蔵館の整備 15億円（宮内庁）についても、国際観光旅客税財源を充当

消費増税は小売業と訪日ゲストを活性化させる

免税店数の推移



↑ 増税
↑ 免税制度

优惠券 为方您购物，请印刷后来店购买

免税 8% OFF + 优惠折扣 5% OFF

未含税价格的 不含税价格的

● 适用店铺 适用条件
● 适用范围 有效期(截止6个月以内)
● 注意事项 符合免税条件的商品均适用本券。
付款之前请提交本券。本券和其他优惠券不能同时使用
优惠内容随时会有变更，在旅行期间可多次使用

2 973895 075812

2020年を前に訪日対応の問い合わせが増加。
訪日ゲスト増加を目の当たりにして、2019年後半は更に加速

<2019年>

9月20日～11月2日 ラグビーワールドカップ
20カ国 48試合 全国12会場

<2020年>

7月24日～8月9日、25日～9月6日 オリンピック・パラリンピック
33競技、207カ国 1.2万人参加予定 東京周辺

<2021年>

5月14日～5月30日 ワールド・マスターズ・ゲームズ
52競技、2万人（うち海外1万人）参加予定、関西周辺

<2025年>

5月3日～11月3日 万国博覧会
2800万人来場想定、大阪

＜臨時免税店制度（クルーズ船対応免税販売の発展）＞
新たな免税制度改正により、競技会場周辺での免税販売も可能に

出店時

臨時免税店の届出

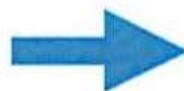


届出
(前日まで)



納税地
所轄税務署

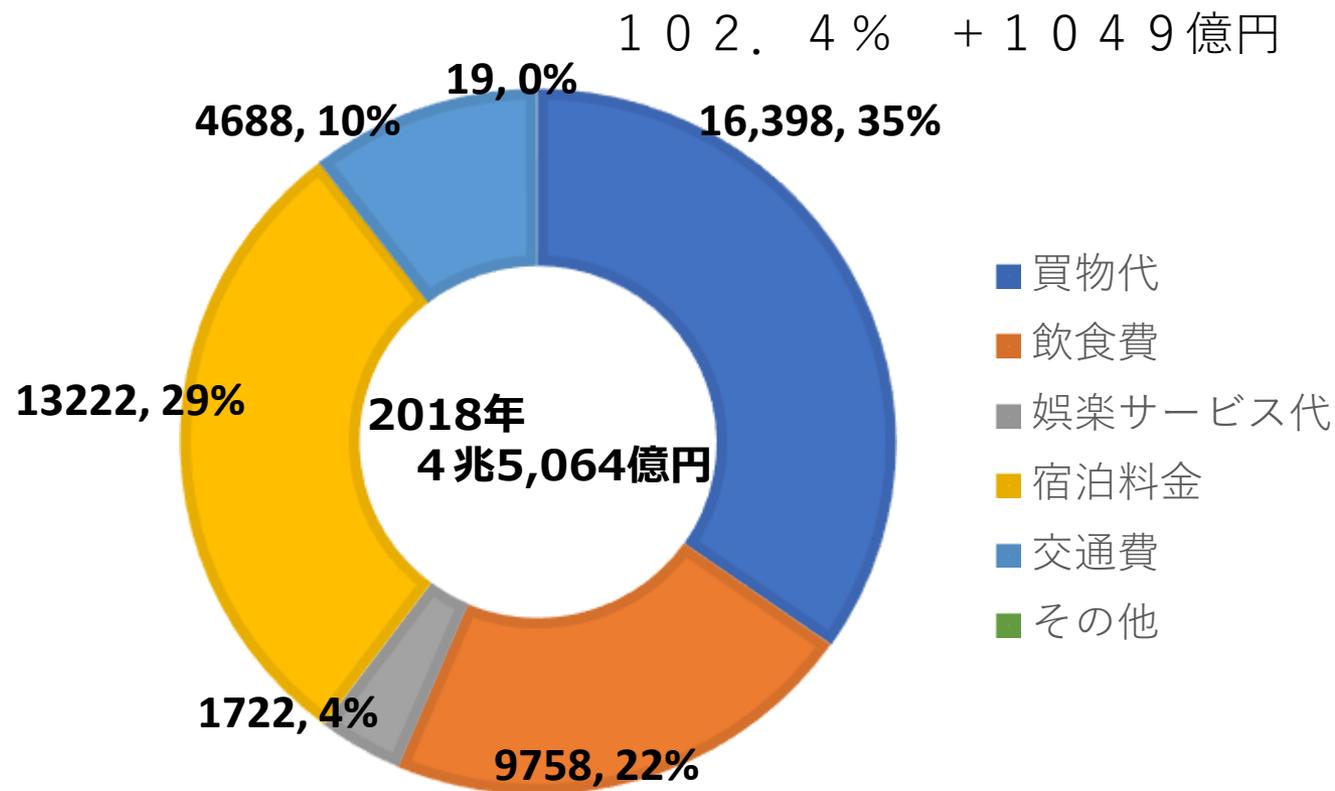
出店
(7月以内)



A large red circle is partially visible on the left side of the slide, overlapping the edge.

4. 15兆円に拡大できるか？

地域活性化、各企業業績にインバウンド市場が大きな影響を及ぼす。
 2.4%、1,050億円の増加（※8.7%、4,000億円増）



観光庁：外国人旅行者消費動向調査（単位：億円）

買物消費だけが、4.5%、744億円減少。百貨店は増加

【図表2】訪日外国人旅行消費額の費目別構成比



注) 2018年1-3月期より、サービス消費をより詳細に把握するため「娯楽サービス費」に「温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション」「マッサージ・医療費」等の費目を追加し「娯楽等サービス費」としたため、前年同期と単純比較はできない。

百貨店免税取扱高（単位：億円）

2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	前年比	前年差
730	1,944	1,844	2,704	3,397	25.6%	693

百貨店が取り組む5つの領域

領域	具体的取組み
マーケティング調査	免税売上、顧客動向の集約 対応レベルの定点観測
受入環境整備	対応マニュアル作成 多言語対応ツール開発 最新ソリューション情報収集 免税対応用度の作成・調達
販売促進	ガイドブック、プロモーションビデオ作成 ノベルティグッズ作成 旅行博覧会・海外セールス タイアップキャンペーン
政策提言	免税制度改正提言、改善提言 政府施策の最新情報共有
商品・資源開発	人気商品情報集約 DMO、観光団体との連携キャンペーン

観光立国とはなにか？

観光立国推進基本法

国会

平成18年12月13日成立 平成19年1月1日施行

日本の明日を支える観光ビジョン

明日の日本を支える観光ビジョン構想会議

平成28年3月30日

観光ビジョン実現プログラム2016、2017、2018

観光立国推進閣僚会議

平成28年5月（以降各年度5月）

※組織体

明日の日本を支える観光ビジョン構想会議

（議長：首相、実務：内閣官房、国土交通省協力、参加：主要大臣、有識者）

明日の日本を支える観光ビジョン構造会議ワーキング・グループ

（座長：内閣官房長官、実務：内閣官房、国土交通省協力、参加：主要省審議官、長官）

観光戦略実行推進会議（平成29年までは2タスクフォース）

（議長：内閣官房長官、実務：内閣官房、国土交通省協力、参加：全国務大臣）

議員立法により衆参両院にて全会一致で可決成立

観光立国推進基本法の概要

観光基本法(昭和38年)を全面改正。平成18年12月13日成立、平成19年1月1日施行。

題名

観光立国の実現を国家戦略として位置づけ、その実現の推進を内容とするものであることにかんがみ、題名を「観光基本法」から「観光立国推進基本法」に改正。

前文

少子高齢社会の到来や本格的な国際交流の進展を視野に、観光立国の実現を「21世紀の我が国経済社会の発展のために不可欠な重要課題」と位置付け。

目的

観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、もって国民経済の発展、国民生活の安定向上及び国際相互理解の増進に寄与すること

基本理念

観光立国の実現を進める上での

- ① 豊かな国民生活を実現するための「住んでよし、訪れてよしの国づくり」の認識の重要性
- ② 国民の観光旅行の促進の重要性
- ③ 国際的視点に立つことの重要性
- ④ 関係者相互の連携の確保の必要性を規定

関係者の責務等

- ① 国の責務
観光立国の実現に関する施策を総合的に策定、実施する。
- ② 地方公共団体の責務
地域の特性を活かした施策を策定し実施。
また、広域的な連携協力を図る。
- ③ 住民の責務
観光立国の重要性を理解し、魅力ある観光地の形成への積極的な役割を担う
- ④ 観光事業者の責務
観光立国の実現に主体的な取り組みよう努める。

「観光立国推進基本計画」の作成

- ① 観光立国の実現に関する施策についての基本的な方針
 - ② 観光立国の実現に関する目標
 - ③ 観光立国の実現に関し、政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策
 - ④ その他、必要な事項
- を盛り込んだ、閣議決定による観光立国推進基本計画を策定。
(国土交通大臣がとりまとめを担当)

「明日の日本を支える観光ビジョン」 -世界が訪れたいくなる日本へ- 概要

平成28年3月30日策定

これまでの議論を踏まえた課題

- 我が国の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にも分かりやすく伝えていくことが必要。
- 観光の力で、地域の雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革していくことが必要。
- CIQや宿泊施設、通信・交通・決済など、受入環境整備を早急に進めることが必要。
- 高齢者や障がい者なども含めた、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築いていくことが必要。

「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」

視点1
「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」

- 「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放
 - ・ 赤坂や京都の迎賓館などを大胆に公開・開放
- 「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ
 - ・ 2020年までに、文化財を核とする観光拠点を全国で200整備、わかりやすい多言語解説など1000事業を展開し、集中的に支援強化
- 「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ
 - ・ 2020年を目標に、全国5箇所の公園について民間の力も活かし、体験・活用型の空間へと集中改善
- おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ
 - ・ 2020年を目標に、原則として全都府県・全国の半数の市区町村で「景観計画」を策定

視点2
「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」

- 古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ
 - ・ 60年以上経過した規制・制度の抜本見直し、人材の経営人材育成、民泊の整備、宿泊業の生産性向上など、総合パッケージで推進・支援
- あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現
 - ・ 欧州・米国・豪州や富裕層などをターゲットにしたプロモーション、戦略的なビザ緩和などを実施
 - ・ MICE誘致・開催の支援体制を抜本的に改善
 - ・ 首都圏におけるビジネス以外の受入環境改善
- 疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化
 - ・ 2020年までに、世界水準DMOを全国100形成
 - ・ 観光地再生・活性化ファンド、規制緩和などを駆使し、民間の力を最大限活用した安定的・継続的な「観光まちづくり」を実現

視点3
「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」

- ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現
 - ・ 世界最高水準の技術活用により、出入国審査の風景を一変
 - ・ ストレスな通信・交通利用環境を実現
 - ・ キャッシュレス観光を実現
- 「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現
 - ・ 「ネットワーキング」を訪日後でも購入可能化
 - ・ 新幹線開業や空港コンテナ運送等と連動した、観光地へのアクセス交通充実の実現
- 「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現
 - ・ 2020年までに、年次有給休暇取得率70%へ向上
 - ・ 家族が休暇をとりやすい制度の導入、休暇取得の分散化による観光需要の平準化

私たちは、お客さまと向き合っているか？



RANKING.....	CCクリームランキング
COSMETICS	
RANKING.....	人気ショット動画アプリランキング
APPS	
RANKING.....	ハンドバックランキング
SHOPPING	
RANKING.....	温泉ランキング
TRAVEL	
RANKING.....	人気の整形メニュー
BEAUTY	
RANKING.....	今話題の屋上カフェ
LIFE	



中国女子が憧れる 『2019年の4大旬顔』は “媚びない”個性主張スタイル

1. 清楚ベースのセクシー系「初恋脸(チューリエンリエン)」
2. 凛としたエレガント系「高級脸(ガोजーリエン)」
3. ピュアな少女系「少女脸(シャオニューリエン)」
4. 神秘的なアンニュイ系「灰世脸(イエンシーリエン)」

4. 灰世脸 神秘的なアンニュイ系

灰世脸とは笑わない表情という意味。気だるさと落ち着きを備えつつ色っぽく神秘的なオーラを纏う旬顔。ファッションは個性的な世界観を持つ人が多い傾向にあります。日本人女優で言うと、小松菜奈さんのイメージでしょうか。

灰世脸ブームでこれが売れている！灰世脸のポイントとなるのは、アンニュイな目元。ミステリアスな雰囲気を出す、グレイッシュな色味やラメ感のあるカラーのアイシャドウパレットがタオバオで売上を伸ばしています。



私たちは、お客さまと向き合っているか？

訪日ゲスト

新しいお客さま