

2021年3月25日発行 3月版

訪日市場レポート

UNIQUE
USP Japan

2021.3 USPジャパン インバウンドレポート 目次

【市況（実績・データ）】

月次実績

- ・ 2月 訪日外客数 日本政府観光局（JNTO）・ 訪日外客統計
- ・ 2月 地域別訪日市場の概況 日本政府観光局（JNTO）・ 訪日外客統計
- ・ 令和2年1～12月 都道府県別外国人宿泊者数 観光庁・ 宿泊旅行統計調査
- ・ 2月 百貨店売上高・ 来店動向 日本百貨店協会

【市況（報道発表・トピックス・ニュース・コラム）】

報道発表

- ・ 主要旅行業者の旅行取扱状況速報（令和3年1月分） 観光庁
- ・ 新型コロナウイルス感染症対策等を伝えるピクトグラムを制作 日本政府観光局

助成金情報

- ・ 令和3年度「食文化ストーリー」創出・発信モデル事業 文化庁
- ・ 「地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業」（第1次）公募について 観光庁

ニュース/コラム

- ・ 「サステイナブル・ツーリズム」コロナ後の観光振興に必要不可欠なこと：先行事例を紹介 訪日ラボ
- ・ オーストラリア発コンシャストラベル（心地よく環境にも配慮した旅） オーストラリア観光局
- ・ JNTO「with-コロナ時代のプロモーション戦略」を講演 2-1・2-2 JNTO
- ・ 1時間待ちはザラ！ドンキ台北1号店が超フィーバーのワケ ライブドアニュース
- ・ 東京五輪海外客見送りで経済的な損失多大 日本経済新聞
- ・ 訪日外国人向けハウツー動画「初めてのパチンコ」が話題に Net IB News
- ・ データが描く現代女性 自分のために消費する中国人女性たち 人民網日本語版
- ・ 海南省海口の「免税城」の雄姿現る！—中国 人民網日本語版

【市況（実績・データ）】 月次

2021年 2月 訪日外客数 日本政府観光局(JNTO)訪日外客統計 -3/17・JNTO発表一

URL https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/210317_monthly.pdf

国・地域	Country/Area	総数 Total			総数 Total		
		2020年 2月	2021年 2月	伸率(%)	2020年 1月~2月	2021年 1月~2月	伸率(%)
総数	Grand Total	1,085,147	7,400	-99.3	3,746,169	53,900	-98.6
韓国	South Korea	143,896	900	-99.4	460,708	3,400	-99.3
中国	China	87,220	1,700	-98.1	1,012,010	11,900	-98.8
台湾	Taiwan	220,420	400	-99.8	681,659	1,000	-99.9
香港	Hong Kong	115,613	40	-100.0	334,971	240	-99.9
タイ	Thailand	97,957	90	-99.9	210,491	790	-99.6
シンガポール	Singapore	19,551	50	-99.7	49,731	140	-99.7
マレーシア	Malaysia	26,589	70	-99.7	71,418	270	-99.6
インドネシア	Indonesia	24,691	200	-99.2	62,231	1,100	-98.2
フィリピン	Philippines	39,728	200	-99.5	93,316	1,200	-98.7
ベトナム	Vietnam	39,905	200	-99.5	90,329	20,200	-77.6
インド	India	6,582	600	-90.9	20,466	1,500	-92.7
豪州	Australia	48,522	30	-99.9	133,836	130	-99.9
米国	U.S.A.	73,373	400	-99.5	190,716	1,600	-99.2
カナダ	Canada	17,601	20	-99.9	46,532	120	-99.7
メキシコ	Mexico	2,968	20	-99.3	7,609	80	-98.9
英国	United Kingdom	18,645	70	-99.6	42,965	370	-99.1
フランス	France	17,123	80	-99.5	33,604	680	-98.0
ドイツ	Germany	10,937	50	-99.5	22,126	450	-98.0
イタリア	Italy	4,718	30	-99.4	11,639	230	-98.0
ロシア	Russia	6,702	90	-98.7	15,101	290	-98.1
スペイン	Spain	4,329	40	-99.1	9,486	240	-97.5
中東地域	Middle East	2,086	30	-98.6	6,351	130	-98.0
その他	Others	55,991	2,090	-96.3	138,874	7,840	-94.4

出典：日本政府観光局(JNTO)

2021年2月の訪日外客数は、7,400人（前年同月比 99.3%減）となり、17か月連続で前年同月を下回った。

7月下旬以降、観光目的の入国は認められないものの段階的にビジネス目的の入国が再開されていたが、12月下旬以降、日本における新規入国の一時停止や検疫の強化等の措置が取られ、1月中旬には全ての対象国・地域とのビジネストラック・レジデンストラックの運用が停止されたことにより、訪日外客数は前月に比べてさらに減少した（注2021年1月の訪日外客数は46,500人）。

2月は、前年同月比**99.3%減の7,400人**

ビジネス・レジデンストラックの運用が停止されたことにより、訪日外客数は前月に比べてさらに減少した。

【市況（実績・データ）】月次

2月 地域別訪日市場概況 日本政府観光局(JNTO) 訪日外客統計 -3/17・JNTO発表一

URL https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/210317_monthly.pdf

国・地域	Country/Area	総数 Total		
		2020年 2月	2021年 2月	伸率(%)
総数	Grand Total	1,085,147	7,400	-99.3
韓国	South Korea	143,896	900	-99.4
中国	China	87,220	1,700	-98.1
台湾	Taiwan	220,420	400	-99.8
香港	Hong Kong	115,613	40	-100.0
タイ	Thailand	97,957	90	-99.9
シンガポール	Singapore	19,551	50	-99.7
マレーシア	Malaysia	26,589	70	-99.7
インドネシア	Indonesia	24,691	200	-99.2
フィリピン	Philippines	39,728	200	-99.5
ベトナム	Vietnam	39,905	200	-99.5
インド	India	6,582	600	-90.9
豪州	Australia	48,522	30	-99.9
米国	U.S.A.	73,373	400	-99.5
カナダ	Canada	17,601	20	-99.9
メキシコ	Mexico	2,968	20	-99.3
英国	United Kingdom	18,645	70	-99.6
フランス	France	17,123	80	-99.5
ドイツ	Germany	10,937	50	-99.5
イタリア	Italy	4,718	30	-99.4
ロシア	Russia	6,702	90	-98.7
スペイン	Spain	4,329	40	-99.1
中東地域	Middle East	2,086	30	-98.6
その他	Others	55,991	2,090	-96.3

出典：日本政府観光局(JNTO)

中国は、前年同月比98.1%減の1,700人であった。

国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、2020年11月30日から「レジデンストラック」及び「ビジネストラック」が運用されていたが、2021年1月14日以降、緊急事態解除宣言が発せられるまでの間、運用が停止されている。

韓国は、前年同月比99.4%減の900人であった。

海外旅行の中止、延期を国民に要請する特別旅行注意報が2021年3月17日まで延長されている。自国民の日本からの入国については、入国後1日以内のPCR検査の受検及び原則14日間の自宅又は施設での隔離等が義務づけられている。

米国は、前年同月比99.5%減の400人であった。米国政府により、日本への渡航はレベル3の「渡航の再検討」とされている。

3月現在、緊急事態宣言解除までビジネス・レジデンストラックは全て停止

【市況（実績・データ）】月次

令和2年1～12月 都道府県別外国人宿泊者数 観光庁・宿泊旅行統計調査

— 2/26・観光庁発表 —

URL <https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/content/001388426.pdf>

一延べ宿泊者一

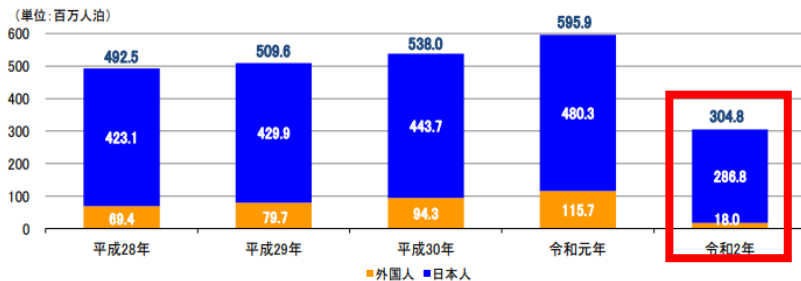
(万人泊)

	全体	日本人	外国人
令和2年1月～12月	30,480	28,677	1,803
(前年比)	-48.9%	-40.3%	-84.4%

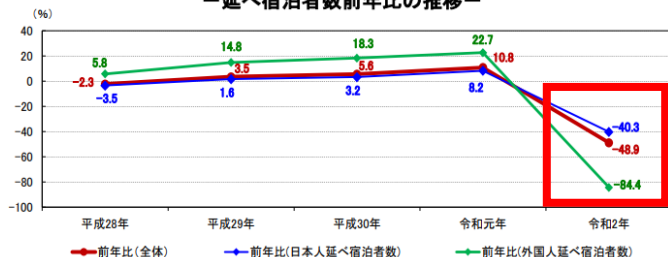
令和2年1月～12月（速報値） 国籍別外国人延べ宿泊者数

順位	国籍（出身地）	合計		前年比
		(万人泊)	シェア	
第1位	中国	4,078,680	26.3%	-86.3%
第2位	台湾	2,144,530	13.8%	-84.1%
第3位	アメリカ	1,287,000	8.3%	-82.3%
第4位	香港	1,171,760	7.6%	-83.2%
第5位	韓国	855,840	5.5%	-91.2%
第6位	オーストラリア	723,930	4.7%	-76.4%
第7位	タイ	700,960	4.5%	-80.5%
第8位	フィリピン	339,410	2.2%	-70.9%
第9位	シンガポール	332,830	2.1%	-86.4%
第10位	インドネシア	307,600	2.0%	-77.6%
第11位	ベトナム	259,250	1.7%	-66.3%
第12位	英国	247,150	1.6%	-88.2%
第13位	マレーシア	227,190	1.5%	-83.3%
第14位	フランス	189,040	1.2%	-87.9%
第15位	カナダ	164,230	1.1%	-85.5%
第16位	ドイツ	163,210	1.1%	-85.8%
第17位	インド	93,770	0.6%	-84.5%
第18位	ロシア	88,670	0.6%	-81.0%
第19位	イタリア	81,460	0.5%	-91.3%
第20位	スペイン	63,250	0.4%	-92.6%
	その他	1,666,770	10.8%	-82.1%
合計		15,504,160	100.0%	-84.7%

一年別・延べ宿泊者数推移（H28～R2）



一延べ宿泊者数前年比の推移



外国人宿泊者、年間の宿泊者数は1,803万人泊、前年同月比マイナス84.4%であった。

- ① 【年間】 外国人宿泊者数は、1位が中国、2位が台湾、3位がアメリカ。
- ② 【年間】 上位5か国が全体の61.5%を占める。

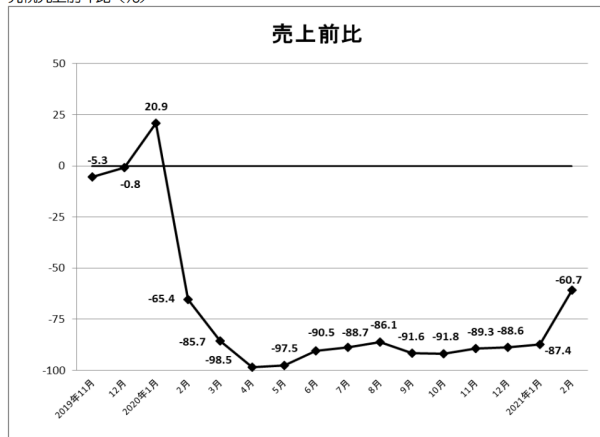
【市況（実績・データ）】 月次

2月 全国百貨店売上高・来店動向

— 3/24 ・ 日本百貨店協会発表 —

URL https://www.depart.or.jp/press_release_other/cat/

免税売上前年比 (%)

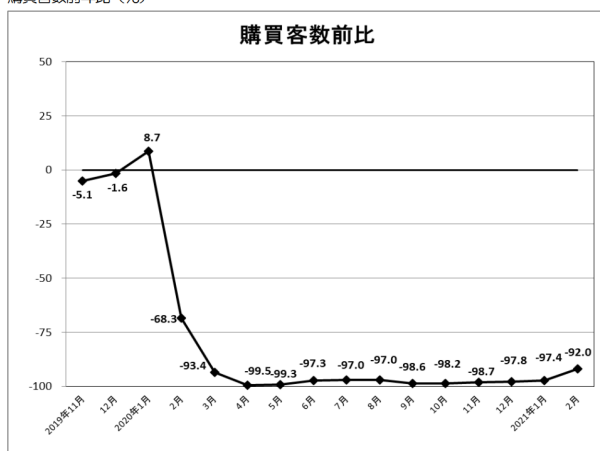


今月の免税売上動向

	実 額	前年同月比
① 免税総売上高	約43億3千万円	-60.7%
② 一般物品売上高	約31億4千万円	-54.7%
③ 消耗品売上高 (化粧品、食料品等)	約11億9千万円	-70.9%
④ 購買客数	約1万人	-92.0%
⑤ 一人あたりの購買単価	約403,000円	390.8%

出典：百貨店協会 2020年12月の免税売上高・来店動向【速報】

購買客数前年比 (%)



2月の商況は、入国制限緩和の一時停止継続の影響から、免税総売上高は約43億3千万円（前年比60.7%減）、購買客数は約1万人（同92.0%減）と売上、客数共に13か月連続のマイナスとなった。なお、前々年（2019年）比では免税総売上高は86.4%減、購買客数は97.5%減と厳しい状況が続いている。

売上高・購買客数ともに13か月連続でマイナス

- ①人気商品の順位は、1位：化粧品、2位：ハイエンドブランド、3位：婦人服飾雑貨
- ②免税手続来店国別順位は、1位：中国本土、2位：台湾、3位：香港

【市況】 報道発表

主要旅行業者の旅行取扱状況速報（令和3年1月分）

— 3/12・観光庁 —

URL <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001389581.pdf>

1. 総取扱額

区 分	取扱額（千円）	前年同月取扱額（千円）	前年同月比（％）
海外旅行	4,271,324	122,638,649	3.5
外国人旅行（※）	276,061	14,465,277	1.9
国内旅行	34,298,703	171,138,161	20.0
合 計	38,846,088	308,242,087	12.6

※日本の旅行会社によるインバウンド向けの旅行取扱いを指します。

2. 旅行商品ブランド（募集型企画旅行）の取扱状況

区 分	取 扱 額			取 扱 人 数		
	取扱額（千円）	前年同月 取扱額（千円）	前年 同月比 （％）	取扱人数 （人）	前年同月 取扱人数 （人）	前年 同月比 （％）
海外旅行	1,692	27,340,921	0.0	24	117,521	0.0
外国人旅行	0	330,096	0.0	0	33,903	0.0
国内旅行	9,126,697	62,608,527	14.6	290,731	2,111,595	13.8
合 計	9,128,389	90,279,544	10.1	290,755	2,263,019	12.8

新型コロナウイルスの感染拡大による旅行の延期や中止の影響等により、総取扱額は海外旅行、外国人旅行、国内旅行各部門で前年同月と比べ大幅に減少した。

Go To トラベル事業の一時停止等の影響を受け、回復基調は鈍化

- ①【海外旅行】総取扱額は対前年同月比 3.5%となった。
- ②【外国人旅行】総取扱額は対前年同月比 1.9%となった。
- ③【国内旅行】総取扱額は対前年同月比 20.0%となった。

【市況】 報道発表

新型コロナウイルス感染症対策等を伝えるピクトグラムを制作 — 2/26・日本政府観光局—

URL <https://www.jnto.go.jp/jpn/news/topics/20210226.pdf>



公式フォーマット

<https://www.jnto.go.jp/jpn/downloads/Official Format COVID19.zip>

個別のピクトグラム：

<https://www.jnto.go.jp/jpn/downloads/pictogram COVID19.zip>

日本政府観光局（JNTO）は、観光関連事業者等が実施している新型コロナウイルス感染症対策および訪日旅行中の緊急時対応をわかりやすく伝えるための情報発信素材として、ピクトグラムを制作・発表した。

【ピクトグラム概要】

■（1）新型コロナウイルス感染症対策、（2）外国人旅行者向け緊急時対応等の情報を分かりやすく伝える。（ピクトグラムを15言語で制作）

■英語をネイティブライターが書き起こし、その後英語から各言語翻訳。

■ピクトグラムは、旅行者に必要な情報を分かりやすく伝え、安心感を与えることを目的にデザイン。「家紋」をデザインコンセプトに据えて、日本らしさと分かりやすさを担保。

■ピクトグラムは、JNTO 海外事務所が現地目線で文化・宗教的な観点でネガティブチェックを行うとともに、伝わりやすさを確認。

JNTOが地方自治体や観光事業者も広く利用可能なコロナ禍のピクトグラムを発表！

- ① ウェブサイトや SNS への掲載、海外向けセミナーや見本市等の機会を活用。
- ② コロナ禍における将来の訪日旅行の不安払拭に向けた情報発信を強化。

【報道発表】助成金

令和3年度「食文化ストーリー」創出・発信モデル事業

— 3/10・文化庁 —

URL https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkazai/joseishien/syokubunka_story/92857701.html

【概要】

食文化の継承・振興に取り組むモデル地域等「食文化ストーリー」の構築・発信等を支援する

【助成額】

補助事業額の上限は 1,000 万円

令和3年度文化芸術振興費補助金

「食文化ストーリー」創出・発信モデル事業

募集案内



【事業の概要】

特色ある食文化の継承・振興に取り組むモデル地域等に対し、その文化的価値を伝える「食文化ストーリー」の構築・発信等を支援することにより、文化振興とともに地域活性化に資することを目的とする事業を助成するものです。

【応募期間】

3/10～4/9（金）

（電子ファイルは 17 時必着）

【事業の対象者】

地方公共団体及び法人格を有する者若しくはその他文化庁長官が適当と認める団体

【助成額】

補助金の額

予算の範囲内において定額となります。

（補助事業額の上限は 1,000 万円とします。ただし、事業内容により必要と判断する場合は、この限りではありません。）

【助成対象事業】

- （1）調査研究事業
- （2）保護継承事業
- （3）発信等事業

【報道発表】助成金

「地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業」

(第1次) 公募について

— 2/24・観光庁 —

URL https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics08_000174.html

【概要】

観光需要の回復や地域経済の活性化に向けた域内連携促進の方向性について検証する事業

【助成額】

支援対象経費の上限は1件あたり1,500万円(税込)

【事業の概要】

観光地域づくり法人、観光協会、交通事業、漁業、農業、地場産業等の観光関連事業者や地方公共団体など、地域に根ざした様々な関係者が連携して観光資源を磨き上げる実証事業を公募・支援し、これらの実証事業の実施を通じ、観光需要の回復や地域経済の活性化に向けた域内連携促進の方向性について検証する事業の公募を開始しました。

【応募期間】

2/24～3/31日(水) 14:00必着

【事業の対象者】

実施主体(提案者)は、当該地域に根ざした団体(観光地域づくり法人、観光協会、当該地域に拠点を有する民間企業、地方公共団体等)。

【支援額】

支援対象経費の上限は1件あたり1,500万円(税込)とし、選定件数や提案内容に応じて金額を決定します。

【助成対象事業】

- ① 観光資源の磨き上げ
- ② 情報発信のための素材やツールの作成
- ③ 事業効果の検証に必要となるアンケート等の実施
- ④ 新型コロナウイルス感染症対策



【市況】 コラム

「サステイナブル・ツーリズム」 コロナ後の観光振興に必要なこと：先行事例を紹介

— 3/12・訪日ラボー

URL <https://honichi.com/news/2021/03/12/sustainabletourism/>



南アフリカの宿泊施設！Xaus Lodge

大賞 鳥羽市エコツーリズム推進協議会
自然を大切に 文化を大切に 観光を楽しむ



応募の概要
三重県鳥羽市において、エコツーリズム推進協議会の開催、エコツアーの実施と管理、エコツーリズム関連のイベントやフィールドワーク等の普及啓発活動を開催している。



講評
鳥羽の自然と、海女に代表される伝統文化などの、地域における環境文化の継承と持続的活用を図っている。「環境」と「連携」の仕組みを地域へ取り入れながら、多様な主体との連携強化や関係構築が、長年を通じて市民一帯とエコツーリズムを推進してきた点が評価された。

第16回エコツーリズム大賞

【SDGsを意識したツーリズムとは？】

新型コロナウイルスの影響により感染防止が求められるため、大勢の観光客を呼び込むことは、しばらくは難しいでしょう。

そのような状況下でSDGs（持続可能な開発目標）のゴールを達成するために、どのような旅行スタイルを推進すべきでしょうか。

【レスポンスブル・ツーリズム】

観光客や関係者など、全員が観光地に与える影響を考慮しながら責任ある行動をすることで、持続可能な観光を実現する考え方です。

南アフリカの！Xaus Lodgeでは、シャワーの代わりに「ドライバス」というジェルを使って体を洗う案内をするなど、水資源や電気の滞在中の使い方を、旅行者にも協力を求める形で提案しています。

【エコツーリズム】

自然や歴史文化など観光地特有の魅力を観光客に積極的に伝えることで、持続可能性を促そうとする観光スタイルのことです。

「第16回エコツーリズム大賞」が、環境省により2月25日に発表され、鳥羽市の自然や海女などの伝統文化を守るエコツーリズムの活動で「鳥羽市エコツーリズム推進協議会」が大賞を受賞しました。

ポストコロナで問われる、「SDG's 17の目標に合致したツーリズム」

○ 2019年までのツーリズムの課題「観光公害」「オーバーツーリズム」の解決が次のフェーズの第一歩。

【市況】 コラム

オーストラリア発コンシャストラベル（心地よく環境にも配慮した旅）

— 3/9・オーストラリア政府観光局—

URL <https://www.australia.com/ja-jp/things-to-do/sustainable-travel/sustainable-holiday-ideas.html>



アボリジニとの交流と保護・支援



グレートバリアリーフの自然と生態系の持続支援

オーストラリア政府観光局では日本語公式ウェブサイトにて、いま注目されている新しい旅のスタイル・コンシャストラベルの特設ページを開設しました。

豊かな自然と独自の生態系が魅力のオーストラリアでは、先住民文化をはじめ、自然環境や野生動物の保護活動をはじめとしたサステナブルな旅を楽しみながら学ぶことができます。

その中のアクティビティ関連7つのアイデアを提案します。

1. キンバリーで先住民アボリジニが所有するエコロッジを支援する
2. レディー・エリオット島の持続を支援する
3. フィリップ島で野生動物サファリを堪能する
4. クイーンズランド州で給水塔の壁画を見るドライブを計画する
5. イースト・ギプスランドで山火事からの復旧を支援する
6. アデレードで持続可能な都市の休息を楽しむ
7. ロード・ハウ島で成功している環境保護を称える

今注目のコンシャストラベルオーストラリア版から 訪日観光のアイデアを探る

- ① 心地よく環境にも配慮した旅のアイデアは、日本のインバウンドの課題解決に重要。
- ② 上記のアイデアは、豊富な海洋リソースの活用やドライブツーリズムの推進、文化遺産の保護や個性ある地方都市での滞在など、類似環境を生かすヒントが。

【市況】 ニュース

JNTO 「with-コロナ時代のプロモーション戦略」を講演 2-1 — 3/12・観光経済新聞—

URL <https://www.kankokeizai.com/jnto>



会場の東京ビッグサイト



コロナ禍でも 訪日の魅力は
まったく毀損していない

日本政府観光局（JNTO）は2月18日、東京ビッグサイトで開かれたインバウンドマーケットEXPOでセミナー「with-コロナ時代の訪日プロモーション戦略」を実施し、金子正志理事が講演した。

金子理事は「JNTOが実施した各種調査で、旅行先としての日本の人気度は上位をキープしていることが分かった。ただ、人気があるからといって、顧客が早期に戻ってくるとは限らない」と指摘。

「感染拡大国との印象を払拭するためには、感染縮小に向けた実績値を正しく迅速に発信するのが近道。感染症対策は当然の前提とした上での魅力の訴求が求められる」と話した。

風評被害を防止し、相手国における日本の見方を踏まえて個別に対策を取る必要があるとした。

訪日再開にあたっては、「（コロナ禍の前後で）変わるものと、変わらないものを見極めることが大事」と強調。

具体的に変わるものとしては、（1）万全の感染症対策が求められる（2）旅行のハードルが上がり、特別な目的が重要になる（3）否応なしのオンライン化—を挙げた。

一方、変わらないものには、（1）日本の観光の魅力（2）旅行需要の本質—を挙げた。

「むやみに焦らず、日本の魅力に自信を持って冷静に対応すればよい。旅行は行くのが一番。安易にバーチャルに流れるわけではない」と語った。



セミナーで講演するJNTOの金子理事

また「with-コロナ時代に向けた観光地域づくりには、感染防止策の徹底と情報提供が欠かせない。従来の観光・アクセス情報等に加えて、衛生対応情報、混雑状況情報、事前予約の可否と予約方法等の情報を地域から発信することで、旅行者と地域の負担軽減を実現することができる。混雑の解消による需要の平準化は、受け入れ態勢の質的向上、オーバーツーリズムの回避につながる」などと指南した。

政府目標である「2030年に訪日外国人旅行者数6千万人、訪日外国人旅行消費額15兆円」については、「2020年の4千万人、8兆円も高い目標だった。引き続き実現に向けて努力する」とした。

目標の達成に向けては、「新規顧客の開拓と併せ、近隣諸国の主要顧客である『リピーター』への訴求がますます重要になってくる。定番頼りではなく、新たな『地域の魅力』発信で受け入れ容量を拡大する必要がある」と指摘。

さらに「これからは『単価を上げる』ことへの注力が一層重要になる。（地方での）長期滞在、充実した体験型（アクティビティ）の定着は有効だ。質の高い商品・サービスの提供による富裕層向け旅行の促進も引き続き欠かせない」と述べた。

訪日再開にあたって、コロナで「変わるもの」と「変わらないもの」を見極めることが大事

- ① 変わるものは、「万全の感染症対策」「旅行の特別な目的が必要」「オンライン化」
- ② 変わらないものは、「日本の観光の魅力」「旅行需要の本質」
- ③ 観光地域づくりのために「感染防止の徹底と情報提供」で需要の平準化も可能になる
- ④ 政府目標「2030年訪日6千万人、旅行消費額15兆円」は、引き続き実現に向けて努力

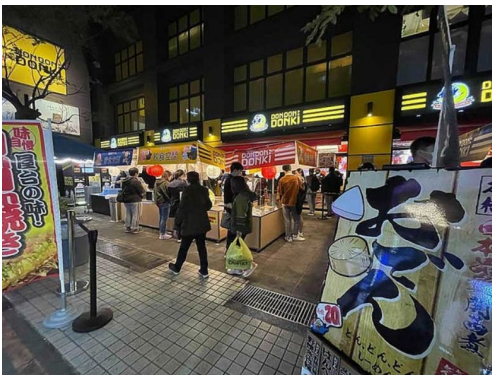
【市況】 ニュース

1時間待ちはザラ！ドンキ台北1号店が超フィーバーのワケ — 3/4・ライブドアニュース—

URL <https://news.livedoor.com/article/detail/19791066/>



親日家が多い台湾に、驚安の殿堂「ドン・キホーテ」が初進出。首都・台北にできた1号店「DONDON:DONKI」は、“日本ロス”状態の台湾人が日本を“疑似旅行”できるスポットとして、とんでもないにぎわいだ。



台北ドンキは、渋谷や原宿のような若者向け繁華街・西門町にあり、1月19日のオープンからだいふたつが、いまだ客の長い列ができています。

「1時間待ちはザラ。24時間営業だし、夜中なら…と思って行っても、待たないと入れない」とは日系企業に勤める地元男性。

日本のモノしか置かないというのが最大の売りで、値段は高めだが、これまで台湾で買えなかった日本製品も揃う。

男性はこのドンキ人気をこう分析する。

「デパートに並ぶ高級品はともかく、小物や雑貨は日本製が一番。そんな商品がたくさん並ぶドンキなら、まるで日本にいて買い物している気分を味わえる。店のつくりは日本と同じで、外まで聞こえるドンキのテーマソングも日本語バージョンだしね。コロナで海外旅行できない今、台湾人は日本を恋しがってる。だから人が集まるんだと思う」

訪日台湾人の数は一昨年は489万人、コロナ禍で昨年は69万人まで落ちただけに、“日本ロス”ぶりはハンパないのだろう。

今まで日本でだけ買える特別な存在が台湾についに来た！

- ① 1月19日に台北市西門町にオープン、24時間営業で売場は3フロア。
- ② 日本から直送した農水産物や生活用品などのほか、店の入り口前に多くの屋台が。

【市況】 ニュース

東京五輪海外客見送りで経済的な損失多大

— 3/11・日本経済新聞—

URL <https://www.nikkei.com/article/DGKKZO69868700R10C21A3EA1000/?unlock=1>



オリパラ時のインバウンドは消失へ

新型コロナウイルスの世界的な感染拡大により今夏の東京五輪・パラリンピックで海外からの一般観客の受け入れが見送られる方向になった。

チケット減収分は公費で補填する可能性がある。

東京大会は当初1000万枚超のチケットを販売予定で海外向けは90万枚程度が販売済みだった。

大会組織委員会が見積もったチケット収入は900億円。

過去は全体の1～2割が海外販売分で、単純計算で100億円規模の減収となる恐れがある。

組織委の大会収支が赤字の場合は国際オリンピック委員会（IOC）と開催都市契約を結ぶ東京都が負担、不足時は国が補填する。

4月に決める観客数の上限によっては減収幅が膨らむ。

英国風パブを運営するハブの担当者は「復活のチャンスだったのに」とこぼす。

2019年のラグビーワールドカップ日本大会の期間中は訪日客効果で既存店売上高が前期比20%以上伸びたため、東京五輪も多くの来客を見込んでいた。

大手ホテルチェーン幹部は「試合だけ見て帰るといふ訪日客はほとんどいない。観光需要を見込んでいたホテルは多い。期待していたので残念だ」と話す。

海外分チケット90万枚分のマイナスだけで単純計算100億円規模の減収

- ① 東京オリパラの海外客見送りは、直接・間接併せて多くの負の影響が予想される。
- ② コロナ禍で、将来を悲観した『あきらめ型』の廃業が多い中、海外客の受け入れ断念でこうした傾向に拍車がかかる事態が懸念されるとの声も。

【市況】 ニュース

訪日外国人向けハウツー動画「初めてのパチンコ」が話題に — 3/4・Net IB News—

URL <https://www.data-max.co.jp/article/40445>



チャンスメイトは3日、YouTube公式チャンネルで主に訪日外国人（インバウンド）向けのハウツー動画「初めてのパチンコ」を公開した。

動画は日本語、英語、中国語、韓国語、ベトナム語、タイ語、ロシア語、イタリア語の8カ国語に対応。

日本とイタリアで活躍する女性コスプレイヤーのユリコ・タイガーさんが登場していることや、ファッションモデルの青木美沙子さんの“ゴスロリでパチンコ”という見た目のインパクトもあり、話題となっている。

同社では以前から、「訪日外国人数が右肩上がりに上昇しているなかで、パチンコ業界も真剣にインバウンド需要について考える必要がある」との問題意識をもっており、コロナ禍でも可能な世界に向けた広報活動として、YouTube動画の制作を決定。

また、「インバウンド需要獲得に向けて動いているメーカーやホール運営企業はまだ少なく、対応する言語も英語、韓国語、中国語にとどまっていた、そもそも日本人でも初心者にとって難しいパチンコを普及させるためには、業界が1つになって解決策を見出す必要性がある」と訴える。

さらに、「当社の動画を視聴して少しでも日本独自の娯楽であるパチンコの魅力が伝わり、『おもしろそう』と見ていただければと考えています」と期待を寄せる。

ジャパンカルチャー「パチンコ」も日本のオールジャパンの訪日誘客参戦！

- ① 日本独自の文化の一つパチンコ業界がインバウンドへの問題意識から動画を公開。
- ② 各地のパチンコ店が、エリア集客のエンタメ・コト消費の領域を担えるか注目。

【市況】 ニュース

データが描く現代女性 自分のために消費する中国人女性たち — 3/10・人民網日本語版 —

URL <http://j.people.com.cn/n3/2021/0310/c94476-9827286.html>



90後（ジョーリンホウ）



今もっとも勢いのある拼多多

ECプラットフォームの拼多多が8日、女性の消費の新しいトレンドを描き出した。

それによると、拼多多の受注のうち、90後（1990年代生まれ）と00後（2000年代生まれ）の女性が半分以上を占め、女性は今や次世代消費者の中心となっている。

「自分のため」の支出が大幅に増加しており、レディースファッション、化粧品などの受注量の増加率が他の商品を大幅に上回った。

国潮（中国伝統の要素を取り入れたおしゃれな国産品のトレンド）を体験し、国産品を購入するのが、女性の消費の新しいトレンドだ。

同報告によると、衣類・服飾品・靴類・帽子類、化粧品・スキンケア製品、ベビー・子ども用品が引き続き女性の消費の主流だ。バストアップブラ、化粧水、しわ改善アイクリームなどは増加率が高い。

女性向けインターネットプラットフォームの美柚も、「若いお母さんたち」の消費習慣を明らかにしたが、それによると、現在、中国の

出産する予定の女性は20-35歳に集中している。この層の7割以上は服飾品関連の支出が最も多く、以下、スキンケア製品、家具・インテリア製品、化粧品が並んだ。

購買力ランキングをみると、買い物好きは広東省、江蘇省、浙江省と続いた。

また女性が誰のために買い物をするかについての優先度ランキングをみると、トップは自分のためで、以下、子どものため、夫・彼氏のため、ペットのため。

データが裏付ける90後（1990年代生まれ）と00後（2000年代生まれ）の女性の購買パワー

- ① 多くの若者が職場や社会に進出するにつれ、90後と00後の女性は次世代消費の中心に。
- ② 去年の拼多多の受注のうち、90後と00後の女性によるものが51%、後者は前年比161%。

【市況】 ニュース

海南省海口の「免税城」の雄姿現る！—中国

— 3/8・人民網日本語版 —

URL <https://www.recordchina.co.jp/b873146-s6-c20-d0189.html>



建設中の海南省「海口国際免税城」



とどまることを知らない海南島免税店

現在建設が進められている海南省「海口国際免税城（シティー）」プロジェクトの免税商業センターは、地上部分鉄骨構造主体の天井部分を覆う作業をすでに終えている。

完成後は、海口の新たなランドマークとなり、国際観光消費センターの新しい「顔」となるとみられている。

同プロジェクトは、敷地総面積約45ヘクタール、建築総面積92万6000平方メートル、投資予定額128億6千萬元（約2140億円）。

免税商業センターとオフィスビル、サービスアパートメント、住宅、スターランクホテル、ショッピングストリートなどの大型国際免税総合建築群で構成される計画。

2024年末に竣工、運用開始の見込みで、完成後は、営業面積が三亜免税城の約2倍に相当するアジア最大の免税ショッピングセンターとなる。

免税ショッピングは海南旅行における欠かせない目的の一つとなっており、海南省でゆったりとバカンスを楽しみ、免税品を買うことは、多くの観光客にとって「必ず押さえておきたい観光コース」になりつつあるようだ。

どこまで続く「免税アイランド」の勢い、一日平均売上1万2千元を超えても右肩上がり！

- ① 昨年7月から1人当たりの年間買物上限額を3万元から10万元に引き上げた効果。
- ② 2020年は前年比127%増の327億元（約5221億円）に達し、省内総額の16%に。