

インバウンド市場攻略のポイントとは ～北東アジアを軸に東南アジアへ～

日本政府観光局（JNTO）が7月18日に発表した2018年上期の訪日外国人観光客数の推計によると、1～6月の訪日外国人観光客数は前年同期比15.6%増の1589万9000人となり、上半期として過去最高を記録した。また、主要20カ国全てで過去最高を更新している。

訪日客の増加が化粧品市場拡大の原動力となっているのは間違いなく、化粧品卸商社の井田両国堂では、前期売上高（2017年11月期）が前期比2ケタ増の1503億円となる中、「増収分のうち6～7割はインバウンドによるもの」（井田隆雄社長）と捉えている。つまり、市場成長の大部分はインバウンド需要に支えられているといっても過言ではない。

特に、上位4カ国（中国、韓国、台湾、香港）からの訪日観光客が1168万9200人と全体の73.5%を占めており、伸び率も16.3%増と全体よりも高い水準で推移している。

インバウンド需要の取り込みという観点では、この4カ国からの訪日客に対して積極的にアプローチしていくことが重要といえる。「訪日前」「訪日中」「訪日後」の各シーンに応じた販促策を講じることはもちろん、特に訪日前にWebを中心とする仕掛けを通じ、商品・ブランドとの接点を増やしていくことが重要になっている。

期待が高まっているアセアン諸国からの訪日客数は、主要6カ国（タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム）合算で172万6600人（構成比10.8%）となっており、伸び率は15.9%増と全体の伸

2018年1～6月 訪日外客数（JNTO 推計値、人数(万人)）

国・地域	2017年 1～6月	2018年 1～6月	伸び率(%)
北東アジア（4カ国）	1004.92	1168.92	116.3%
アセアン諸国（6カ国）	148.94	172.66	115.9%

2018年7月 訪日外客数（JNTO 推計値、人数(万人)）

国・地域	2017年 7月	2018年 7月	伸び率(%)
北東アジア（4カ国）	210.60	217.44	103.2%
アセアン諸国（6カ国）	17.05	20.79	121.8%

びと同様のペースで推移している。

上位4カ国からの訪日客へのアプローチが十分にできていない企業にとっては優先順位が低いといえるが、既にインバウンドの取り込みで上位4カ国の攻略に成功している企業にとっては、将来の成長の芽をつくるためにも先行して育成すべき対象になっている。

こうした中、6月18日に発生した大阪府北部地震は、増加の一途をたどる訪日客数にブレーキをかける形となった。2月以降、訪日客数は5カ月連続で2ケタ成長を記録していたが、7月については地震の影響で韓国（5.6%減）・香港（3.3%減）からの訪日客が減り、全体でも今年に入って最低となる5.6%の伸び（283万2000人）にとどまった。

地震の影響を受けた7月は、上位4カ国の伸び率が3.2%増（構成比76.7%、217万4400人）となる中、アセアン主要6カ国の伸び率が21.8%増（構成比7.3%、20万7900人）となっている。

リスクヘッジという観点では、北東アジアだけでなく、東南アジアにも目を向けなければならないのかもしれない。❶