

「爆買い」中国人、春節で“猛威”

中国の旧正月「春節」に合わせ、多くの中国人観光客が日本を訪れた。「爆買い」とも言われる購買力で、銀座などにはぎわう一方、一部では混乱も。スマホを手に情報武装した訪日客を、どう誘導するか。課題も浮き彫りになった。

中国の旧正月「春節」の連休が始まった2月18日からの約1週間、日本列島を中国マネーが席卷した。

外国人観光客が普段から押し寄せる東京・銀座。三越伊勢丹ホールディングスの三越銀座店では、去年の春節連休と比べて3倍を超える売り上げを記録した。中2階の常設免税カウンターに加えて、臨時カウンターを9階の催し物フロアに設置して対応。大丸と松坂屋を展開するJ.フロントリテイリングも、旗艦8店舗の売り上げが昨年同期比で約4倍に達した。

昨年10月に免税対象となった化粧品や医薬品の販売では、ドラッグストアが攻勢をかけた。マツモトキヨシは昨年10月時点で37店だった免税対応店舗を80店に拡大した。

金融ではセブン銀行が、中国語や英語などで広告を大量に展開した。JRや東京メトロなど主要23路線で、同社のATMで円を引き出せることを宣伝。利用件数は前年同期比で約7割伸びた。

急増した中国人客の影響は、一部では悲鳴も聞こえてくるほどだった。

ホテルの値段が急騰したことで、大学の受験生が影響を受けた。春節が受



「爆買い」をする中国人訪日客(上)と、イオンが配信した割引クーポン(右、画像はイメージ)

験シーズンと重なったことで、東京や京都などで宿泊予約を取りにくくなったからだ。ビジネスホテルの「アパホテル」では、宿泊料金が一時、ダブルで1泊3万8000円にまで跳ね上がった。

銀座では、大量の中国人客に通行人が眉をひそめる場面もあった。中国人に人気の免税店「ラオックス」などがツアー客の集合場所となっていたことで、周辺道路に大型バスが停車し混雑の一因となったからだ。

スマホ活用が明暗を分ける

こうした中国人の「爆買い」の特色は、スマートフォンで情報武装をしている点にある。商品写真を店員に見せるほ

か、訪日客専用の割引クーポンを入手するためだ。

イオンモール成田では、総合スーパーのイオンの店内で中国人同士がクーポンの存在を教え合っていた。同社は中国語や英語など4カ国語で、スマホ向けに5%割引のクーポンを配信。こうした取り組みで、免税対象品の売り上げが昨年同期を約10%上回った。

現在はツアー客が主流だが、今後は個人旅行者が増える。そうなれば、ツアー

に組み込まれた店に飽き足らず、SNS(交流サイト)などで広まる口コミ情報を頼りに店を選ぶようになる。

中国人訪日客の誘致を支援するフレンドリージャパン(東京都渋谷区)の近藤剛社長は、「お得な情報はスマホで即座に広がる。店舗へ誘導するクーポン券などを使って、いかに情報を発信するかが明暗を分ける」と予測する。

今年、訪日外国人は1500万人に達するとも言われる。中国人は国籍別の消費額で最大のお客様。「春節への本格対応は今年が初めて」(イオン)という企業が多く、「爆買い」争奪戦は、これから本格化する。(インバウンド取材班) ㊟