

スマートライフ



①「鎌倉着物レンタル 藤」には、浴衣・着物姿で散策や記念撮影を楽しみたい外国人が訪れている（鎌倉市）
②レンタルのキャンピングカーで周遊旅行を楽しむ訪日客も増えている
＝キャンピングカー社提供

訪日客・旅行消費額は着々と増加



こんなところにも? インバウンド消費

爆買いブームが一服し、日韓関係の悪化も影を落とすインバウンド(訪日外国人)市場。だが、その裾野は着実に広がる。キャンピングカー、結婚、荷物預かり——。意外なところに隠れていた、ニッチなインバウンド需要の最前線を探った。

キャンピングカーで国内周遊／新郎新婦は外国人 体験型シフト 広がるニッチ市場

「訪日客の利用者数が2年間で10倍以上に増えた」。キャンピングカーのレンタル大手、キャンピングカー(東京・千代田)の板谷俊昭メディア部長は手応えを話す。2015年に同事業を始めた当初は日本人の利用が大半だったが、17年に9件、18年には80件と訪日客の利用が急増。今年8月中旬時点で既に140件を超える予約が入った。利用者の出身地は台湾や香港、フランス、ドイツ、オーストラリアなど様々。年齢層も30代夫婦や40代の子ども連れ、50～60代の団体客など幅広い。

移動・宿泊・食事 旅の自由度高く

なぜキャンピングカーの人気の高まっているのか。最大の理由は1台で移動から宿泊、食事まで完結できる利便性の高さだ。利用料金は平日で1日1万8360円から。1週間～10日ほど借りた場合、合計料金は20万～30万円程度。3人で利用すれば1日にかかる費用は1人当たり1万円程度で済む。

同社と連携してレンタルキャンピングカーの予約サイトを運営するCarstay(東京・新宿)の宮下晃樹社長は「バスや電車を利用してホテルを泊まり歩くより値ごろ感が大きい。旅程を臨機応変に組み立てられる利便性も支持されている」と話す。訪日リピーターも増える中、より自由度の高い旅を求めるニーズは大きいようだ。

「日本の伝統を感じられ、思い出深い結婚式になった」。昨年9月、世界遺産に登録される上賀茂神社(京都市)

インバウンドビジネスの裾野が広がっている

分野	企業名	取り組みの内容
ブライダル	ワタベウエディング(4696)	今年8月、北京に日本での結婚式の相談ができるサロンを新設。平日や仏滅などの稼働率上昇につなげる
	エスクリ(2196)	18年、台湾にアジアで自社初となる直営サロンを開設。インバウンド婚の相談など
キャンピングカー	エポラブルアジア(6191)	子会社のインバウンドプラットフォームが訪日客向けのレンタルを拡充
	Carstay	レンタル車両やテント泊ができる場所を予約できるウェブサイト運営
データ・IT活用	KDDI(9433)	子会社のWi2を通じ、訪日客向けに無料Wi-Fiを提供。訪問先や消費行動を分析
	楽天(4755)	子会社のVoyaginで、ツアーや相撲観戦チケットなどをオンライン予約
	Payke	小売店向けに翻訳アプリを提供。客が商品のバーコードをかざすと自動で翻訳。データ活用も
	ピースポーク	ホテル向けに観光案内のチャットボットを開発。訪日客の満足度向上に寄与
荷物預かり、配送	小田急(9007)	傘下のUDSが訪日客ビジネスをコンサル指南。ホテル運営も
	JR東(9020)、メルカリ(4385)	出資先のDecboが飲食店や小売店などで荷物預かりサービスを提供
	JTB	農産物の発送を代行。訪日客の検疫の手間省く
	オー・エス・エス	ホテルなどでの訪日客の忘れ物を海外に発送

で挙式した20代の米国人カップルはこう振り返る。バブル期に日本人の間で海外挙式が広がったように、日本で結婚式を挙げる「インバウンド婚」の人気も年々高まっている。

国内で少子・未婚化が進む中、ブライダル業界にとって、訪日客の挙式需要は「金の鉱脈」だ。ワタベウエディング(4696)が長野県・軽井沢で手掛ける、訪日客向けの結婚式・ウェディング写真撮影サービスの19年の利用件数は前年比で倍増した。同社は8月上旬、中国・北京に直営サロンを新設。中国人客の需要取り込みを狙う。

「訪日客はグループ会社運営のホテルに宿泊したり、高価な衣装をレンタルしたりすることも多く、単価上昇も期待できる」(同社)。日本人の挙式需要が少ない平日や冬などの閑散期や、仏滅などの日並びにも関係なく予約が入るため、施設や人手を有効活用できる利点もあるという。

着物レンタル 観光や記念撮影

体験型の「コト消費」が訪日客の間にも広がる中、伝統的な着物姿で日本

観光を楽しむ人も増殖中だ。

「本物志向の外国人の方が来てくれる」と話すのは「鎌倉着物レンタル 藤」(鎌倉市)を経営する内藤美穂さん(29)と夫の亮さん(32)。4年前の開業以来、SNSで同店を知った中国や香港などの訪日客から、毎月のように着物や浴衣のレンタル依頼が舞い込む。今月も中国人の女性5人連れが来店。着物姿で鶴岡八幡宮などの寺社巡りを楽しんだ。レンタル価格は3800～5500円で「着物姿の記念写真だけ撮影して帰る人も多い」という。

最近では、高校生が主人公の日本のマンガに影響を受け、女性訪日客を中心に「日本のかわいい制服姿で記念撮影したいとのニーズが高まっている」(亮さん)といい、近く高校生の制服レンタルにも乗り出す計画だ。

多様化する訪日客のデータを収集し、ビジネスにつなげる試みも広がる。KDDI(9433)子会社のワイヤ・アンド・ワイヤレス(Wi2)は全国20万カ所以上あるWi-Fiの接続ポイントを開放し、訪日客がインターネットに無料接続できるようにした。同社はこの利用情報を解析。顧客企業が、訪日客の居場所に近い店舗の広告を出したり、帰国後に化粧品を薦めたりといった活用ができるようにした。

ベンチャー企業のWAmazing(東京・港)も、スマホ通信のSIMカードを訪日客に無料配布。交通手段や消費行動のデータを収集・解析し、企業の販売促進につなげている。

足元では、日韓関係の悪化で訪日客の約4分の1を占める韓国人の訪日が鈍るなど逆風も吹く。だが中長期的にみれば、インバウンド市場にはまだ拡大余地がある。ニッチ市場に潜むインバウンド需要をいかに掘り起こすか。企業の知恵と工夫が試されている。