

速報

＜春節＞インバウンドニュース

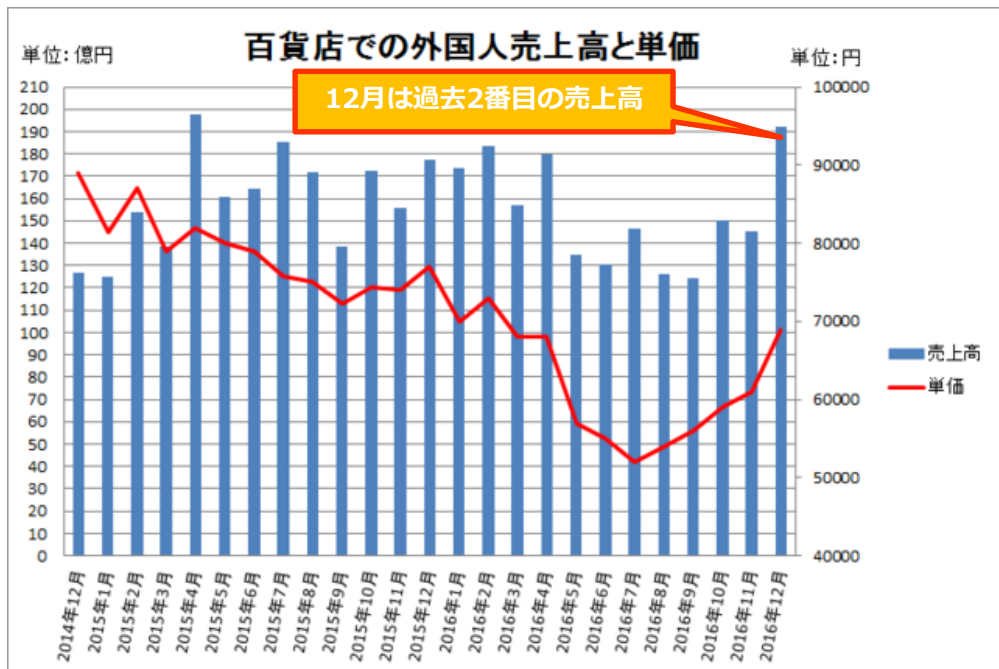
ついに「爆買い」復活か
訪日観光客の財布のヒモが緩みはじめた！

- インバウンド消費勢い再び
- 底打ちから上昇へ、2017年は「インバウンド関連」大復活の年か

【1年前と比べれば…】

いわゆる「爆買い」の減少によりやく歯止めがかかる気配が出てきた。国内消費は依然として厳しい状態が続いており、訪日外国人による国内消費が「頼みの綱」ともいえるが、2015年秋ごろから一服感が強まっていた。外国人観光客を目当てに改装や人員配置をした百貨店や家電量販店では、最近あまり「爆買い」の光景がみえず、中国からの観光客があふれかえっていた郊外のアウトレットモールも人影が少なくなっていた。それが再び増加に転じる気配が出てきたのだ。

日本百貨店協会がまとめた昨年12月の「外国人観光客の売上高・来店動向」によると、全国の百貨店で免税手続きして買い物した「免税総売上高」は192億4000万円と、**1年前の12月に比べて8.3%も増えている。**



対象店舗数が違うなど直接比較できない面もあるが、**実額ではピークだった2015年4月の197億5000万円に次ぐ額**になった。さらに**免税手続きをした客の人数も28万件と、昨年7月の27万9000人を上回って過去最多**となった。

日本を訪れる訪日外国人の増加が続いており、昨年12月は205万人と12月としては過去最高を更新した。2016年の年間の訪日外国人は初めて2000万人を突破、2403万9000人と2015年に比べて400万人以上も増加した。

訪日客数が増えているのだから、免税売り上げが増えるのは当然だろう、と思われるに違いない。実は、百貨店を訪れて免税手続きする客の数は減っていなかったのだが、ひとり当たりの売り上げ額、つまり客単価の下落が続いていた。

免税の範囲が大幅に拡大された2014年10月以降でみると、2014年12月には客単価が8万9000円に達していたが、その後ジワジワと低下。2015年秋以降はその傾向が鮮明になった。

当時は「爆買い」の効果が喧伝されていたタイミングだったが、単価の下落は爆買いブームが一服する兆しを示していたのだ。客単価は2016年3月に7万円を割り込むと、一気に下落に拍車がかかり、2016年7月には5万2000円にまで下がった。

その**客単価が昨年秋以降、急速に回復し始めている**のだ。9月には5万6000円、10月には5万9000円、11月には6万1000円になり、12月には6万9000円にまで戻ったのである。

ついに「爆買い」復活か 訪日観光客の財布のヒモが緩みはじめた！

一時は陰りが見られた関西での**インバウンド（訪日外国人）消費が、勢いを取り戻しつつある**。大阪市の百貨店では、今月の免税品売上高が前年同月の1.5倍に伸びた店も。高額品の「爆買い」は下火になったものの、客数増の効果と自分用の化粧品などを求めるリピーターの購買意欲が堅調だ。中国の旧正月・春節の大型連休（27日～2月2日）入りと、関西国際空港での格安航空会社（LCC）専用の第2ターミナルビル（国際線）運用開始を受けて、関係者はさらに弾みがつくことに期待を寄せる。

三菱UFJリサーチ&コンサルティングによると、2016年に近畿2府4県を訪れた訪日外国人数は過去最高の約1025万人（前年比約30%増）。インバウンド消費は9143億円と31%伸びた。塚田裕昭・主任研究員は「関西は大阪、京都だけでなく、奈良なども人気が出てリピーターが増えている。**昨年12月からインバウンド消費も伸びており、今後も高水準が続く**」と分析している。

底打ちから上昇へ、 2017年は「インバウンド関連」大復活の年か

—訪日客増加は止まらず、踊り場通過で月次売上也回復の兆し—

中国人訪日客による、いわゆる「爆買い終了」で売り叩かれたインバウンド関連銘柄だが、ここにきて見直し機運が台頭している。広い裾野を持つ関連銘柄だが、株価は既に回復色を鮮明にしているものもある。昨年は対前年比で高いハードルに苦しめられたが、年が変わり新しいステージへ突入するインバウンド関連銘柄、中国の春節による大型連休が接近するなか、再び注目が集まる可能性がある。

【迫る春節、再び注目局面へ】

時計やバッグ、指輪、毛皮などの高額商品にとどまらず化粧品や日用品、さらにレジャー関連などのコト消費に至るまで、中国人訪日客を中心とする訪日外国人の「爆買い」は、消費関連セクターに対するこれまでのマーケットの概念をポジティブに飛躍させる起爆剤となった。安倍政権の政策的なフォローの風も受け、インバウンド消費が株式市場の有力な物色テーマに浮上したのは必然の流れであったといってもよい。ところが、16年1-3月期以降は、急速にこの特需が剥落する格好となった。円安進行に歯止めがかかったことや、中国では折からの景気減速や関税強化の動きが追い打ちをかけた。

今年の春節による大型連休は1月27日から2月2日の7日間で、また多くの中国人観光客が日本を訪れることになる。とはいえ、インバウンド関連はテーマとして以前のような輝きを失い、あれほど市場の注目を集めた訪日外客数も手掛かり材料としてあまり機能しなくなった現実がある。しかし、**2017年はこのネガティブな流れに変化の兆しが出ている。**

【変化の兆しを見逃すな！】

市場関係者もこの変化について前向きな評価を示す。大手ネット証券のアナリストは「ここ最近の消費関連株の動向を見る限り既に悪材料出尽くし的なイメージが漂う。高額消費の代表である百貨店株は三越伊勢丹ホールディングスや高島屋などいずれも去年の年央を底に戻りに転じており、株式需給面からも上値に重さはない。そして、今後の見通しについては「**中国人観光客のインバウンド消費剥落は中国景気の減速よりも人民元安に伴う部分が大きかった。**自国の通貨が安ければ海外で買い物をするには不利となる。しかし最近では、中国当局は短期金利の引き上げや、海外への不動産投資などを抑制して人民元安に歯止めをかける政策で対処しており、やや強引な嫌いはあるものの足もとはその効果が確認できる状況だ。ドル円相場も金利差を背景に中期的にドル高・円安基調が継続するとすれば、ドルにリンクする人民元は円に対して上昇する理屈でインバウンド消費には有利となる。

【呪縛からの解放】

百貨店のほか、インバウンド消費の中核ともいわれたドンキホーテホールディングスや、ドラッグストアのマツモトキヨシホールディングス、ツルハホールディングスなども株価は底打ちから反攻態勢をとってきている。また資生堂は、既に爆買い剥落の呪縛から解き放たれ高値圏で推移している。

年が改まり、爆買いを背景にした「対前年比」という高いハードルの呪縛から解放されるインバウンド関連銘柄、いま新たなステージを迎えようとしている。インバウンド銘柄の逆襲は始まったばかりだ。

インバウンドに関連するプロモーションは弊社にお任せください

- 訪日予定観光客へのダイレクトプロモーション
- 訪日旅行予約サイト（FIT専門）を活用したプロモーション
- 各種インバウンド媒体への掲載
- サンプリング
- SNS（Weibo、Wechat）のアカウント開設・運用
- 有力SNSアカウントでの情報発信
- 中国本土でのリリース配信サービス、TVパブリシティ
- 制作物 など、ニーズに合わせた最適なご提案をさせていただきます。

<お問合せ先>

株式会社ブルズアイコミュニケーションズ

info@bullseyecom.co.jp TEL:03-3544-5615