

# 外国人の心をつつショッピング “ジャパン・ショッピング・フェスティバル”



**Japan. Shopping!**

Japan Shopping Tourism Organization



2014年1月23日

株式会社USPジャパン 代表取締役社長  
一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会 専務理事・事務局長  
新津 研一

# 本日のポイント & 当社団の概要

## ■本日のポイント

1. ショッピングツーリズムとは
2. ジャパン・ショッピング・フェスティバルとは
3. おもてなし事業者支援の必要性
4. 3つのオールジャパン

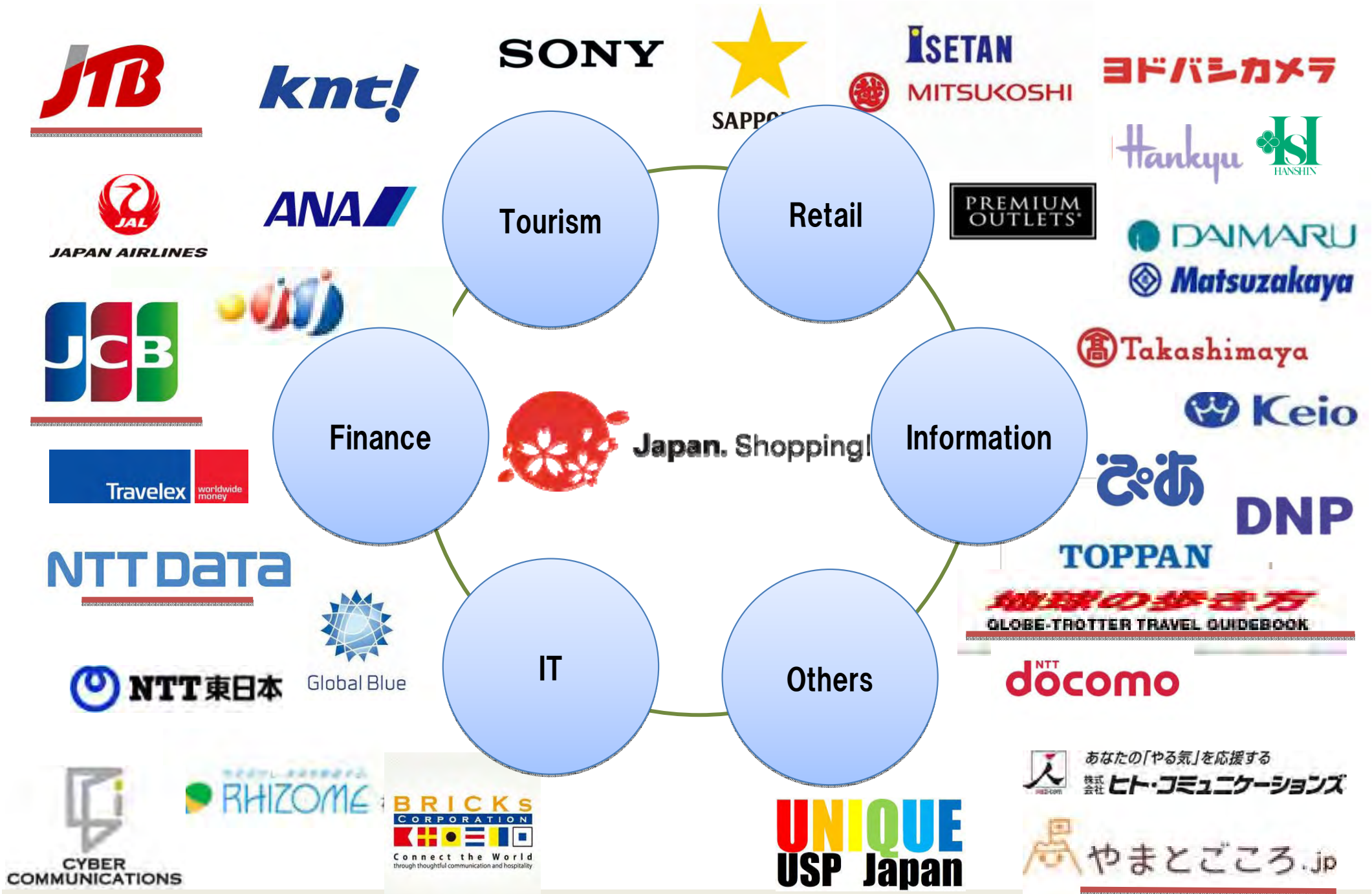
## ■当社団の概要

- ・名称 一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会
- ・設立 2013年9月
- ・代表理事 田川博己(株式会社ジェイティービー代表取締役社長)
- ・専務理事/事務局長 新津研一(株式会社USPジャパン代表取締役社長)
- ・理事企業 JTB、JCB、NTTデータ、ダイヤモンド・ビッグ社(地球の歩き方)、USPジャパン、やまところ百貨店(三越伊勢丹、大丸松坂屋、阪急阪神百貨店、高島屋、京王百貨店)
- ・会員企業 小売業(ヨドバシカメラ、三菱地所サイモン)  
メーカー(ソニーマーケティング、サッポロビール)  
金融サービス(J&J事業創造、グローバルブルーTFS、トラベレックス)  
旅行運輸(近畿日本ツーリスト、日本航空、全日本空輸)  
情報通信(大日本印刷、サイバーコミュニケーションズ、ぴあ、NTT東日本、リゾーム、凸版印刷、NTTドコモ)  
人材・言語・コンサルティング(ヒトコミュニケーションズ、ブリックス)
- ・所在地 〒141-0021 東京都品川区上大崎2-24-9 アイケイビル4F
- ・連絡先 TEL 03-6417-4025  
URL <http://www.jsto.or.jp>  
メール [info@jsto.or.jp](mailto:info@jsto.or.jp)

## ■新津研一(にいつ けんいち) [k.niitsu@jsto.or.jp](mailto:k.niitsu@jsto.or.jp)

- ・長野県佐久市出身、東京都文京区在住、43歳。横浜国立大学経営学部卒、IFIビジネススクール(ファッション産業人材育成機構)卒
- ・2012年3月、三越伊勢丹退職、同年5月、USPジャパンを設立。代表取締役社長。
- ・日本百貨店協会外国人観光客誘致委員会アドバイザー、観光庁ビジットジャパンプラス2013メンバー、免税制度協議会WG座長
- ・一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会 専務理事/事務局長

# JSTO members



# 1. ショッピングツーリズムとは

---

## ■ 日本の魅力とショッピング

### <観光庁 新プロモーション方針> “「日本人」を切り口に再構築”

#### 日本を旅行することでしか得られない3つの価値

- 価値1 日本人の神秘的で不思議な「気質」にふれることができる。
- 価値2 日本人が細部までこだわり抜いた「作品」に出会える。
- 価値3 日本人の普段の「生活」にあるちょっとしたことを体験できる。

# 1. ショッピングツーリズムとは

## ■ 日本の魅力とショッピング

### 1. 日本の伝統的な工芸品や生産者との触れ合いの体験

- 日本が誇る名品とその販売
- ショッピングを通じて日本の魅力を体験
  - ・物産展、産地訪問、工房体験、実演販売など



### 2. 品揃えと店舗環境

- 驚きと発見の商品、売場のエンターテインメント
  - ・ドラッグストア、100円ショップ、福袋など
- 日本人のこだわり、目利きを感じる品揃え
  - ・セレクトショップ、専門店、百貨店、キュレーターのような販売員など

### 3. 日本人のこころやスマートさを感じるおもてなし、サービス

- 無料ラッピング、コンシェルジュサービスなど
- 宅配、ITツールによる多言語対応などのサービス

ショッピングツーリズム

||

単なる消費にとどまらない、日本の魅力が凝縮された有力な観光コンテンツ

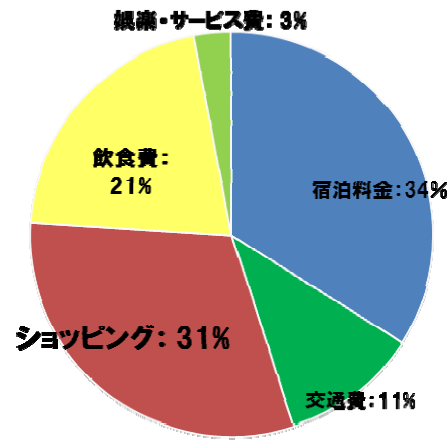
# 1. ショッピングツーリズムとは

## ■急成長する日本のショッピングツーリズム

### 訪日ゲストの活動

日本食を食べる	95.0%
ショッピング	76.8%
繁華街の街歩き	64.2%
景勝地観光	58.5%
旅館に宿泊	51.9%

### 外国人旅行者の消費額内訳



### 受け入れ体制の課題

- 受け入れ店舗数
- 言語対応
- 免税制度
- 決済対応

出典: H24訪日外国人消費動向調査

### 訪日外国人観光客数とショッピング売上高

	2011年	2012年	2013年
訪日客数	621万人	837万人	1000万人?
ショッピング売上高	約2800億円	約3500億円	約4200億円?

# 1. ショッピングツーリズムとは

## ■ 世界一のショッピングデスティネーション

ビジョン

**日本の魅力(こだわり・おもてなし・くらし)が凝縮された**

**ショッピングツーリズムを通じ、**

**世界一のショッピングデスティネーションを目指す。**



# 1. ショッピングツーリズムとは

KOREA GRAND SALE 2012  
Jan.9~Feb.29

DUBAI SHOPPING FESTIVAL  
Jan 03 - Feb 03 2013

AMAZING THAILAND GRAND SALE  
15 JUNE - 15 AUGUST  
2013

THE GREAT SINGAPORE SALE  
31 MAY - 28 JUL 2013  
MasterCard The Official Card

Japan. Shopping!



# 1. ショッピングツーリズムとは

---



DUBAI SHOPPING FESTIVAL  
Jan 03 - Feb 03 2013

# 1. ショッピングツーリズムとは

## ■ 世界一のショッピングデスティネーション

・シンガポール

・ドバイ

・マレーシア

・タイ

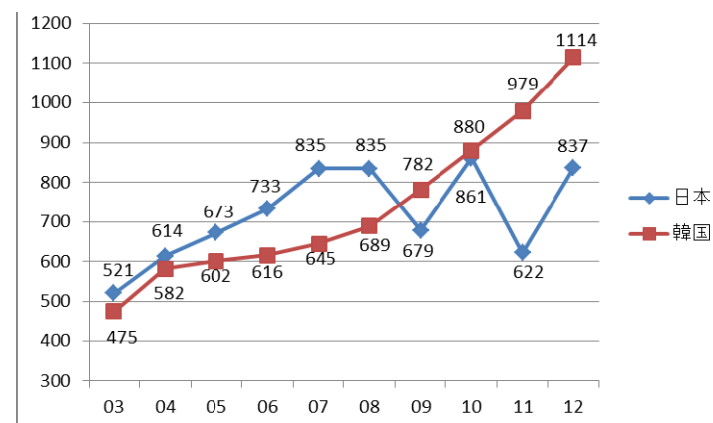


・韓国



● 外国人訪問客数推移（韓国・日本比較）

単位：万人



## ジャパンショッピングツーリズム協会

### PR事業

- ショッピングを軸とした訪日観光プロモーションを実施
- ショッピングだけでなく、農水産物や伝統工芸品・工業製品の生産地や生産者等、日本の様々なコンテンツの魅力を発信
- 複数年継続して進化し続けることを前提としたプロモーションの展開

### おもてなし事業者支援

- 訪日観光に興味を持つおもてなし事業者の数の増加、質の向上
- 官公庁・民間企業・地方自治体におけるインバウンドノウハウを蓄積するプラットフォームの構築
- 国内でのインバウンド事例の表彰制度を導入し、インバウンド対応の啓蒙活動を展開



## オールジャパン

1. 官公庁・地方自治体⇔民間企業が連携する
2. 民間企業が競合関係、業種・業態を超えて連携する
3. 北海道から沖縄まで、大都市から地方都市までエリアを超えて連携する

### 3. おもてなし事業者支援の必要性

#### ジャパンショッピングツーリズム協会

#### PR事業

- ショッピングを軸とした訪日観光プロモーションを実施
- ショッピングだけでなく、農水産物や伝統工芸品・工業製品の生産地や生産者等、日本の様々なコンテンツの魅力を発信
- 複数年継続して進化し続けることを前提としたプロモーションの展開

#### おもてなし事業者支援

- 訪日観光に興味を持つおもてなし事業者の数の増加、質の向上
- 官公庁・民間企業・地方自治体におけるインバウンドノウハウを蓄積するプラットフォームの構築
- 国内でのインバウンド事例の表彰制度を導入し、インバウンド対応の啓蒙活動を展開

#### オールジャパン

1. 官公庁・地方自治体⇄民間企業が連携する
2. 民間企業が競合関係、業種・業態を超えて連携する
3. 北海道から沖縄まで、大都市から地方都市までエリアを超えて連携する

## 2. ジャパン・ショッピング・フェスティバルとは



12月～2月の3か月間にわたり  
3都市・200施設  
15000店舗で初めて開催



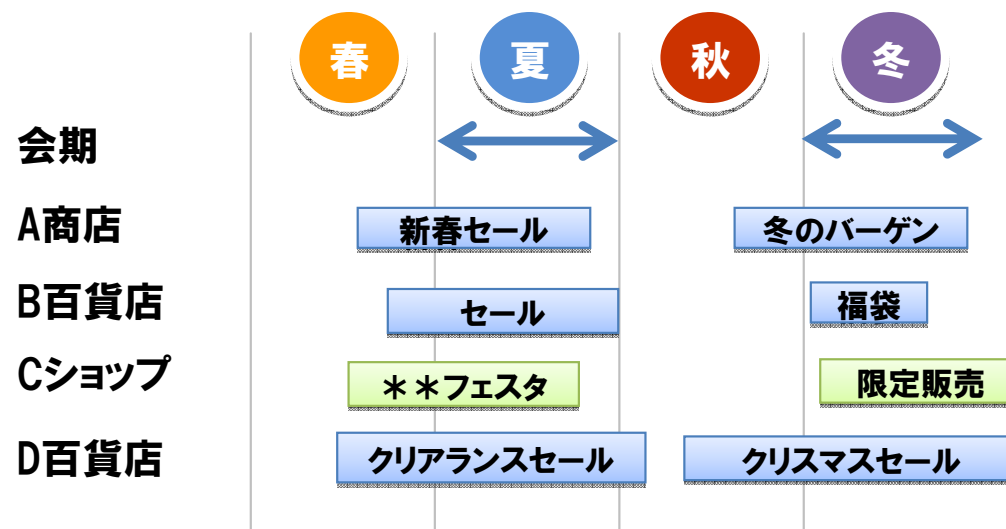
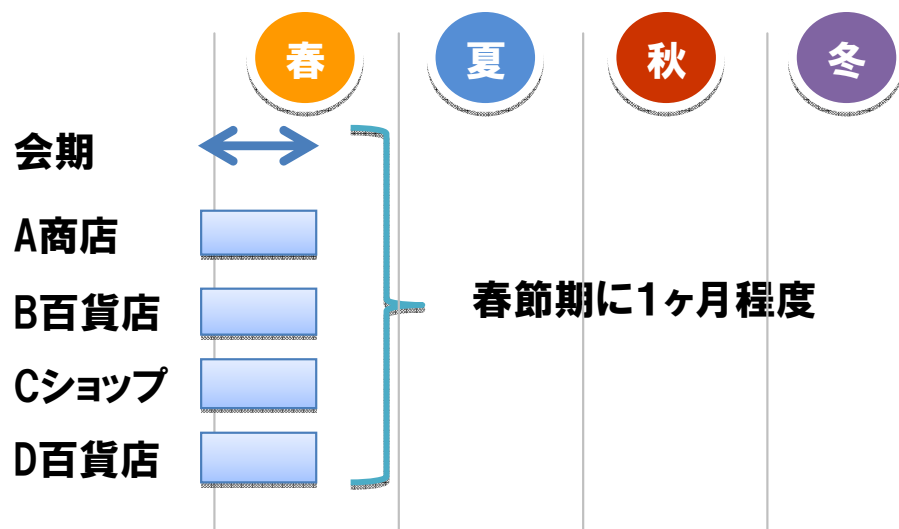
## 2. ジャパン・ショッピング・フェスティバルとは ■従来のキャンペーンとの違い

1. 各おもてなし事業者の有する**既存の魅力的なコンテンツ**をそのまま活用する。
2. **毎年、同じタイトル、同じ期間**で、日本全国で実施する。
3. **民間企業**(おもてなし事業者、ショッピングツーリズム協会)が**費用負担**して実施する。

	従来のVJキャンペーン
運営主体	国・地方自治体
期間	単年度
エリア	地域毎
コンテンツ	外国人向けに新規コンテンツ作成 例:5%クーポン、粗品進呈など
実施期間	不定期・春節など



	今後 (JSTO)
運営主体	民間
期間	同一キャンペーン名で複数年継続
エリア	同一キャンペーン名で全国统一
コンテンツ	既存のショッピングの魅力を活用 + JSTO主催イベント 例:福袋、バーゲンセール最大70%オフ、限定品販売、体験イベントなど
実施期間	固定(夏:7月~8月/冬:12月~2月)





## 2. ジャパン・ショッピング・フェスティバルとは ■概要

### ●実施期間

2013年12月1日(日)～2014年2月28日(金)3か月間

### ●開催場所

東京(関東)、関西、福岡 170施設12000ショップ以上

### ●主催

一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会、観光庁

### ・共催

TOKYO GRAND SHOPPING WEEK実行委員会

KANSAI MEGA SALE (近畿運輸局、大阪市、大阪観光局、

大阪商工会議所、新関西国際空港(株)、大阪市商店会総連盟、神戸市、堺市)

FUKUOKA WELCOME CAMPAIN実行事務局

### ・特別協力

日本政府観光局(JNTO)

### ・後援

東京商工会議所、東京観光財団、福岡市、

日本百貨店協会、日本ショッピングセンター協会、

日本観光振興協会、日本インバウンドメディアコンソーシアム

### ●実施内容

①参加おもてなし事業者から情報集約した公式WEBサイト、アプリを通じた情報提供

②フェスティバル開催および、上記WEBサイト、アプリのPR、宣伝活動

③イベント、抽選会、アプリなどを通じたおもてなし事業者への集客、送客

④おもてなしノウハウセミナー開催やマーケティングデータ提供による事業者支援



## 2. ジャパン・ショッピング・フェスティバルとは ■参加施設例



## 2. ジャパン・ショッピング・フェスティバルとは ■情報発信

# 情報発信

www.GoJSF.com

ジャパンショッピングフェスティバル(JSF)  
ホームページ



Japan Shopping Festival 2013  
from 1st December 2013 to 28th February 2014

TOKYO  
> GO TO AREA INFORMATION

OSAKA  
> GO TO AREA INFORMATION

FUKUOKA  
> GO TO AREA INFORMATION

Japan Prize!

INFORMATION | SEARCH AREA | EVENTS & NEWS | SHOP GUIDE | EDITOR'S CHOICE | FOLLOW JSF

### 訪日ゲスト限定情報

1st October, 2013 to 31st March, 2014  
【Gotemba Premium Outlets】Welcome to Premium Outlets Campaign

Area : TOKYO  
Category : Special

Receive a limited edition "Spec" And you will receive limited pri... cannot receive pri...



### 編集部おすすめ情報

Free People: Flagship Store in Harajuku Opens  
12th November, 2013



On Oct 25, WORLD opened the first flagship store in Asia of Free People, which is managed by Urban Outfitters in the US, in Harajuku, Tokyo (Address: 6-16-23 Jingumae, Shibuya-ku, Tokyo). A showroom of the brand also opened next to the store. The store consists of the store space on the 1F (265 square meters) and event space on the 2F (182 square meters). From 2013 SS, WORLD obtained the exclusive rights to market the brand. The company held pop-ups at department stores including Tokyo Shibuya and Isetan Jiyu, and the company operated OPAQUE. On the same day, a shop also opened on the 1F of Lumina East Shinjuku (75 square meters).



### イベント情報

1st October, 2013 to 18th June, 2014  
2013 Marunouchi Illumination



#### Event Data

About 240 roadside trees along the Marunouchinaka Rd for about 1.2km will be lighted by about 1,040,000 LE original color "champagne gold." Also, this kind of LED bulb is originally developed by the Marunouchi illuminat and which reduces 65% of the power consumption per ball comparing with the usual one.

Period	1st October, 2013 to 18th June, 2014
URL	http://www.marunouchi.com/event-detail/1502

### セール情報

26th November to 3rd December, 2013  
【Sogo Yokohama】Jewelry and Accessory SALE



#### Event Data

Period	26th November to 3rd December, 2013
Address	2-18-1, Takashima Nishi, Yokohama-shi Kanagawa 6F Promotional hall

### 店舗情報

Ginza Mitsukoshi



#### Shop Data

Address : 4-9-16, Ginza, Chiyoda-ku, Tokyo  
TEL : +81-3-2662-1111  
URL : http://www.mitsukoshi.co.jp/shop/EG/ligid/department  
Operator Hours (Weekdays) : 10:30 - 20:00  
Closed : 1st January  
Access (Nearest Station) : 1 minute walk from Ginza Station



各種SNS



コミュニケーション  
アプリ



## 2. ジャパン・ショッピング・フェスティバルとは ■ イベント

# Special EVENT

**Japan Prize Application**

**Q1 Name or nickname**  
氏名/ニックネーム

**Q2 Email address**  
Eメール アドレス

**Q3 Country of residence**  
居住国

**Q4 Sex**  
性別

**Q5 Age**  
年齢

**Q6 Please circle where you obtained this pamphlet.**

Shop or Store  
百貨店 専門店

Other



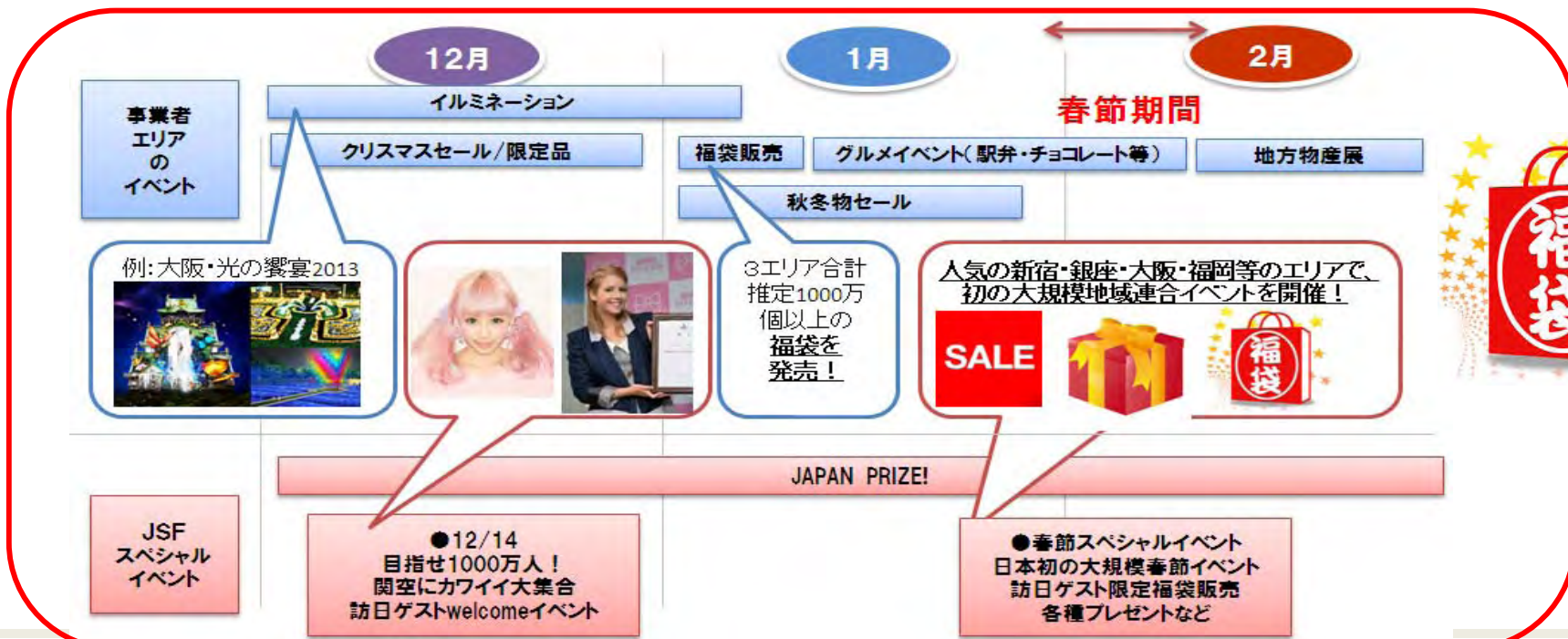
**日本製品**



**ファッションイベント**  
バックステージツアー付き航空券



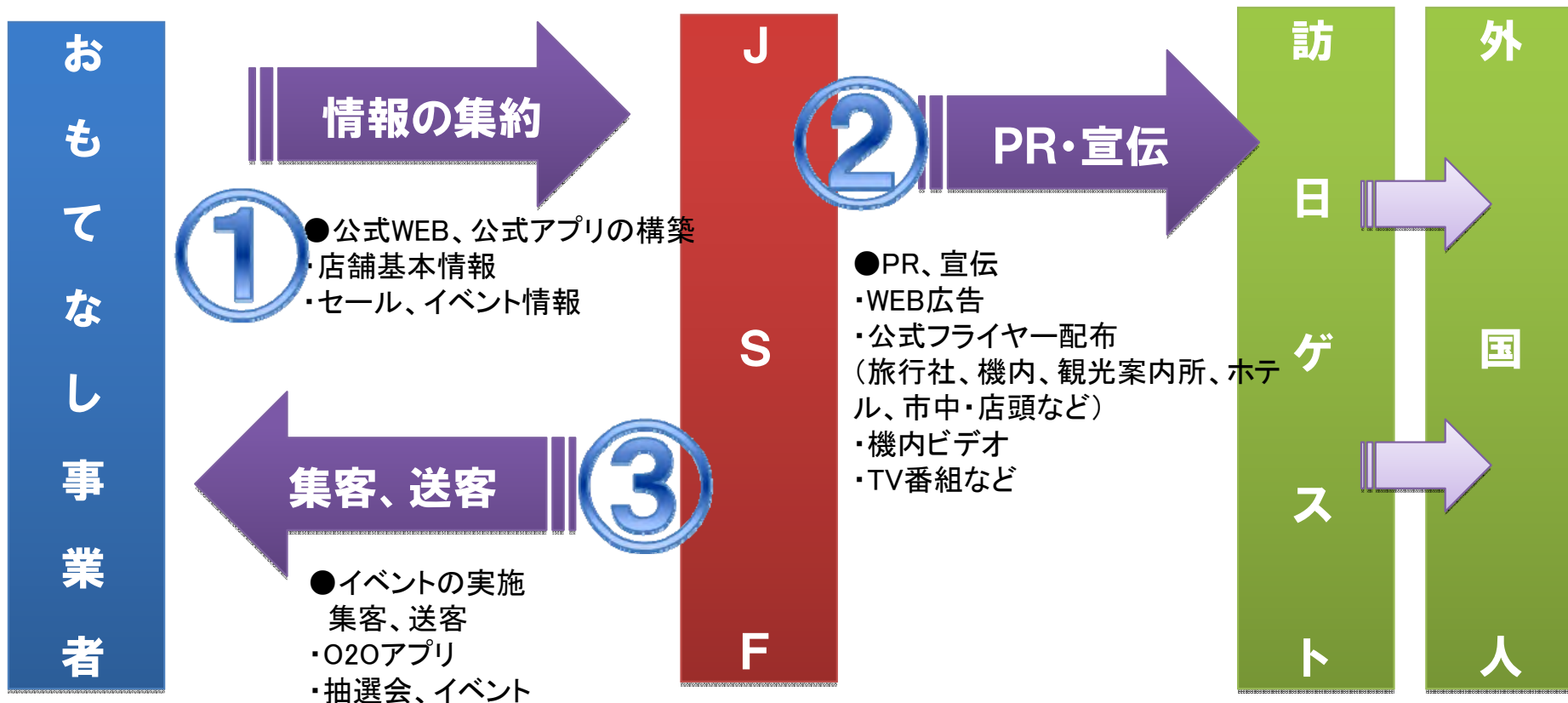
©TOKYO GIRLS COLLECTION 2013 AW



# 1. ジャパン・ショッピング・フェスティバル概要(イメージ)

魅力ある商品の提供  
おもてなしの実施

情報の集約・PR  
送客につながる仕掛け  
ノウハウ・マーケティング  
データの収集



### 3. おもてなし事業者支援の必要性

#### ジャパンショッピングツーリズム協会

#### PR事業

- ショッピングを軸とした訪日観光プロモーションを実施
- ショッピングだけでなく、農水産物や伝統工芸品・工業製品の生産地や生産者等、日本の様々なコンテンツの魅力を発信
- 複数年継続して進化し続けることを前提としたプロモーションの展開



#### おもてなし事業者支援

- 訪日観光に興味を持つおもてなし事業者の数の増加、質の向上
- 官公庁・民間企業・地方自治体におけるインバウンドノウハウを蓄積するプラットフォームの構築
- 国内でのインバウンド事例の表彰制度を導入し、インバウンド対応の啓蒙活動を展開

#### オールジャパン

1. 官公庁・地方自治体⇔民間企業が連携する
2. 民間企業が競合関係、業種・業態を超えて連携する
3. 北海道から沖縄まで、大都市から地方都市までエリアを超えて連携する

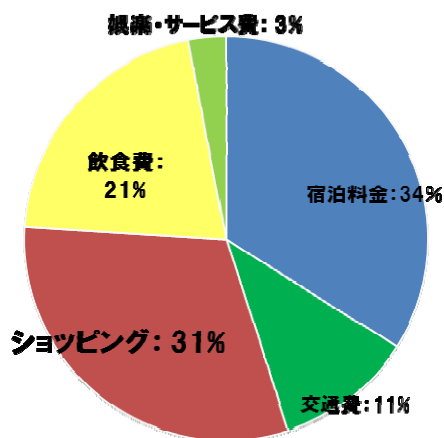


### 3. おもてなし事業者支援

#### 訪日ゲストの活動

日本食を食べる	95.0%
ショッピング	76.8%
繁華街の街歩き	64.2%
景勝地観光	58.5%
旅館に宿泊	51.9%

#### 外国人旅行者の消費額内訳



出典:H24訪日外国人消費動向調査

#### 外国人旅行者受け入れ体制不足の例

##### ■対応店舗数

一例として。国内小売店舗数約100万店に対して、免税店舗数はわずか4,000店。  
外国人受け入れに積極的な店舗は少ない。

##### ■受け入れ体制のレベル

###### ■言語対応

接客などに不安を感じ、  
外国人旅行者受け入れに非積極的。

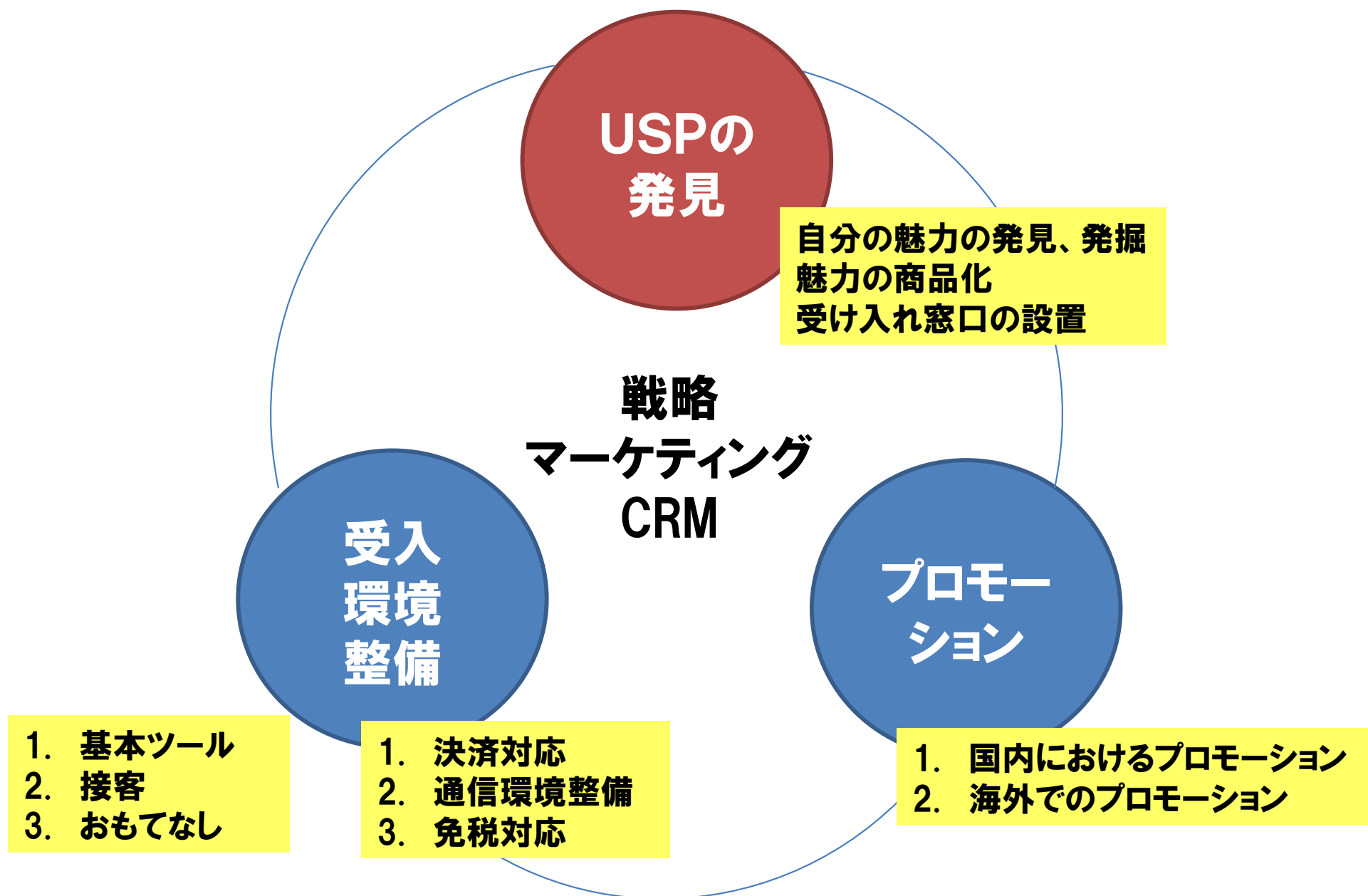
###### ■免税

外国人旅行者に人気の「菓子・食品」「化粧品」「医薬品」などが免税対象外。  
外国人旅行者に対して、告知・認知が不足。  
→法改正

###### ■決済

日本円を引き出せるATMに限りがあり、  
全ての店でクレジットカードが使えるわけではない。  
→金融機関の動向

### 3. 私たちが取り組まなければならない3つの課題 ■全体像





その先へ

2020

2014  
Summer  
Festival

Chinese New Year 2014  
Special Events

迎春



お気軽にお問合せください。  
新津 研一 070-6572-2129  
[niitsu@usp.co.jp](mailto:niitsu@usp.co.jp) 03-3235-0029 (株式会社USPジャパン)  
[k.niitsu@jsto.or.jp](mailto:k.niitsu@jsto.or.jp) 03-6417-4025 (ジャパンショッピングツーリズム協会)