

家電量販店などの小売り各社が2月中旬の春節（旧正月）休暇で日本を訪れる中国人観光客に照準を合わせ、買い物需要の取り込みに躍起になっている。ビックカメラは中国の空港などで割引券を配布。高島屋は中華圏向けにインターネットで買い物情報を発信する。日本の消費低迷が長引くなか、各社は「春節商戦」に一段と力を入れる。

空港・駅で割引券

今年の春節休暇は13日から21日まで。昨年7月に中国の富裕層向けに個人旅行観光査証（ビザ）が解禁



春節を前に装飾された家電量販店（東京・秋葉原のヨドバシカメラ）

家電・百貨店に「春節商戦」

されてから初の春節で「休暇中の中国人旅行者の消費は昨年以上に」なる」（日本政府観光局JNTO）と

「日本」のクーポン配布会社と提携。券を持参した中国人は購入額の13%（消費税の免税5%を含む）を割引く。

約50カ所です。日本と同社店舗で使える割引券を配布する。中国のクーポン配布会社と提携。券を持参した中国人は購入額の13%（消費税の免税5%を含む）を割引く。平均客単価が4万5千円と日本人を上回る。2009年12月は中国版デビットカード「銀聯（ぎんれん）」



中国人観光客取り込み

カード」の決済件数が前年同月の2倍に達した。売り上げをさらに伸ばすため「日本に向かう前の段階で中国人の需要を喚起する」（堀越雄常務）。

ヨドバシカメラは今年10日ごろから月末まで中国語を話す店員が買い物に付き添うサービスを提供。予約制で東京・秋葉原など数店で実施する。購入商品を中国に配送するための専用カウンターも一部に設ける。

専用ブース特設

百貨店も春節商戦に熱い視線を注ぐ。高島屋は中華圏からの買い物客の誘致に

向け、シンガポールや台湾のグループ店舗のサイトで情報発信を強化。新宿店東京・渋谷）では飲食街の割引クーポンを配る。松屋は東京・銀座の本店入り口に中国人客向けのサービスを案内する看板を新設。資生堂も松屋内の店で15日から22日まで中国人客向けの専用ブースを特設する。

一方、宝飾専門店のミキモト（東京・中央）は銀座本店1〜4階の売り場にある主要商品を1階のコナリーにまとめて展示し、中国人客が短時間で効率よく買い物できるようにする。JNTOによると、09年

の中国からの訪日客は約101万人。世界的な金融危機や新型インフルエンザの影響で前年比ほぼ横ばいにとどまったが、買い物やサービスなどの消費は急増している。

三井住友カードによれば、日本での銀聯カードの決済額は昨年1年間で約200億円と前年比89%増えた。三越銀座店では、前年の銀聯カードの決済金額が前年比8割増え、件数は倍増したという。日本の小売り各社にとって中国人旅行者の買い物需要をどう囲い込むかが重みを増している。