

優和のミニかわら版

(この資料は全部お読みいただいても60秒です)

平成27年元旦考

平成27年(2015年)あけましておめでとうございます。今年も優和のミニかわら版をよろしくお読みいただきます。

ご承知の通り、日経新聞社が発表した昨年のヒット商品番付の東の横綱は、「インバウンド消費」でした。

昨年の訪日外国人は約1300万人と過去最高を更新する見通しです。これは対前年比25%の増加にあたります。また、免税対象品が化粧品や食料品にも広がったことから、訪日客の旅行消費額は9月までで1兆4千億円と対前年同期比で4割増加したとのこと。

日本ではここしばらく閉塞感が漂い、昨年アベノミクスによって一時は期待感が膨らんだものの、また消費税増税延期等で先行きの不安感が助長されているように思われます。

こうした不安感を打破して、国民の生活を明るい方向に導くためにはどのような施策があるか問われるわけですが、そのきっかけの一つがこのインバウンドにあると考えます。

私が外国に留学している日本人学生や外国人に「日本の良いところはなに？」と問いかけをしたところ、以下のような日本や日本人の良いところがたくさん返ってきました。

- ・勤勉さ
- ・ルールを守る
- ・時間に厳格
- ・安心で安全
- ・思いやりの気持ち
- ・サービスのよさ
- ・テクノロジー
- ・信頼感がある
- ・商品のパッケージ力
- ・地域の名産が多い
- ・繊細な味
- ・きれいで清潔
- 等々

日本人は感じていないかもしれませんが、このような日本の良いところを世界にアピールして日本のファンを獲得すれば、間違いなく日本の商品は売れ、日本の経済力はアップし、国民の生活も良くなると思います。

5年後の東京オリンピックを控え、世界一の高齢者社会としてのモデルとなり、日本の良さが世界に認められることによって日本が元気になっていく。そんな自信のきっかけの一年になることを願っています。