

# 特集 MOVE KUMAMOTO 2025

## “国際定期便効果”で活気づくインバウンド

### 客単価増加 体験型観光にも客足

インバウンドによる買い物消費は県内でも活発だ。(株)鶴屋百貨店(中央区手取本町、福岡哲生社長)の免税品売上高は、24年3月～12月が前年同月比で約2倍の伸び。新型コロナウイルス禍前の19年比でも約1.5倍と勢い付く。特に売れ筋は円安を背景とした高級ブランド品で高額な財布やバッグ、日本製の化粧品などが好調に動いている。土産品では県産含む日本酒が人気だ。訪日客の客単価は平均で3万円程度、現在全売上高の1～2%を占めている。

同店では、やはり「直接便効果」を増加の主な要因と見る。訪日客は新型コロナウイルス禍が5類に移行した23年5月以降から増え始めたが、同年9月に就航した熊本と台湾を結ぶ国際定期便就航後から

## 鶴屋、免税品売上高が前年比2倍に コロナ前の1.5倍 ブランド品、化粧品に動き

九州運輸局が1月に発表した24年の外国人入国者数(速報値)が、初の400万人超えて過去最高となるなど県内でもインバウンド(訪日外国人客)が大幅に増加。商業施設や観光地ではかつてないインバウンド消費で活気づいている。鶴屋百貨店では24年3月～12月の免税品売上高が前年比2倍に、九州産交リテールが運営する桜馬場城彩苑(中央区二の丸)内店舗の24年度売上高は過去最高を見込むなど好調だ。各施設とも熊本と台湾、韓国などを結ぶ国際定期便の就航効果を主な要因に挙げ、客単価も増加しているという。モノを買うだけではない、体験型の「コト消費」にも訪日客の足は向く。宮本武蔵の武士道体験や菓子作りなど、さまざまなコンテンツに消費のすそ野は広がっているようだ。

の伸びが著しいという。国別の割合は台湾が4割、香港と中国が2割ずつ、韓国1割の順だ。昨年11月に熊本・ソウル間、12月には釜山との新たな定期便就航で計24便となった韓国からの来店が増えているのも最近の傾向。中国は福岡方面から訪れるケースが多いとみている。訪日客の大半がグループや家族連れだ。かつて熊本でも話題になった団体客による、いわゆる「爆買い」は見受けられないという。

TSMC進出効果も感じている。同社進出後は同社、もしくは関連の進出企業の経営者や社員とみられる来店客も目立っており、入江光彦業務部長が「高価なワインなどをお求めになるケースが多い。これは百貨店に対する信頼の表れだ」と話す。課題の一つには満足度を高めるブランドの投入を挙げる。

訪日客増には人員増で体制を強化する。同店は本館2階の免税カウンターで18年3月、中心商店街と連携し、インバウンドの免税手続きが一括してできるようにした。現在、中国語と英語、日本語などが話せる海外出身のスタッフが手続きに当たっているが、ことし3

月から3人を増員し訪日客増に対応する。売り場での接客も最低限の英語対応などで特に問題は無い状況だ。

訪日客向けの需要喚起策も打ち出す。旅前の集客対策としてインフルエンサープロモーションや、訪日観光客向けのショッピング情報サイトでの情報発信を実施。旅中の集客対策には、ことし1月末から2月上旬の「春節」で同店初の訪日旅行者限定キャッシュバックキャンペーンを予定、税込5万5千円以上の買い物で2千円の商品券を提供する。

## 消費



▲桜馬場城彩苑(中央区二の丸)にある土産品店「くまもと旬彩館・くまもと酒蔵」で県産酒を選ぶ台湾・台南からの家族連れ。同店では1万円程度の高額商品も訪日客に売れているという



▲友達屋製菓本舗(中央区細屋阿弥陀寺町)で和菓子作りを楽しむ韓国観光客。訪日客の体験型観光も増えている



▲入江光彦鶴屋百貨店広報担当部長が手にするのは同店と中心商店街の店舗情報などを掲載した外国語の子ラシ。街なか全体で集客の底上げを図る



▲鶴屋百貨店の酒売り場。同店でも県産酒含む日本酒は訪日客の人気商品の一つだ



▶月に約4千人の訪日客が訪れる中央区西唐人町のコーヒー販売店「珈琲回廊」。インスタグラムを効果的に使い集客につなげている

“国際定期便効果”で活気づくインバウンド消費



松原 靖  
九州産交リテール(株)  
社長

熊本・台北間の国際定期便が就航した23年9月以降、県内の観光地は台湾からの観光客でにぎわいを見せている。各地で飲食店や物販施設を運営する九州産交リテール(株)(中央区花畑町)も訪日客の旺盛な消費活動に支えられた、県内でも「国際定期便効果」を大きく受けている1社だろう。



▲台湾のツアー客らでにぎわいを見せる桜馬場城彩苑(中央区二の丸)のブッフエレストラン

同社は熊本空港や熊本駅、サービスエリア、サクラマチクマモトなどで観光客が利用する店舗を複数運営しているが、中でも著しい伸びを見せるのが、熊本城に近い桜馬場城彩苑(中央区二の丸)にある店舗だ。同社では

### 定期便効果で台湾ツアー客大幅増 城彩苑店舗売上が過去最高に 九州産交リテール

城彩苑内店舗の売り上げについて、24年度は前年度に続き、過去最高を見込んでいる。

城彩苑では土産品店「くまもと旬彩館」とレストラン、カフェを運営。1月の平日、正午過ぎのブッフエレストラン「ぎんなん」は台湾とタイのツアー客でにぎわいを見せていた。「昼時は平日もほとんどツアー客の予約が入っている」と松原

靖社長。予約次第では本社から社員の応援で対応している。同社によると、城彩苑全体の売り上げでインバウンドが占める割合は、くまもと旬彩館が約40%、ぎんなんは約60%と半分を超える。同社全体でのインバウンド比率約5%と比べると、相当な割合だ。

内訳で見ると、くまもと旬彩館40%のうちの55%、ぎんなんは60%のうち80%と大半を台湾が占める。それ以外に多いのが香港や中国、韓国、タイ、シンガポールなど。

物販では単価が高いのも特徴だ。平均的な客単価2200〜2300円に対し、インバウンドは6千〜7千円とほぼ3倍。中でも焼酎や日本酒などの高額な酒類が動いており、くまもと旬彩館内「くまもと酒蔵」では1万円

程度の球磨焼酎や梅酒が売れ筋だという。好調な客足の理由を松原社長は熊本城に近接していることと国際定期便の就航、もう一つは食事を含め、あらゆる土産品が一カ所に揃うワンストップ店の利便性を挙げている。その上で今後の課題は品揃えと指摘する。

### 「インスタ」奏功 珈琲回廊 コーヒーマン専門店に月4千人

「例えば台湾の方は比較的熊本の土産品を好ま

大型施設に加え、訪日客の足は個性的な専門店にも向いている。コーヒーマン 珈琲回廊(中央区西唐人町)は19年のオープンから6年、現在では月平均で約1万人が訪れる人気店となった。築120年の町屋を改装した店舗は、通称唐人町通りのランドマークとしても地域に溶け込んだ印象だ。

「インスタ」奏功 珈琲回廊。ガポールといった主にアジア諸国からの訪日客が連日訪れている。同店を運営するWii(同地、村井隆太社長)によると、1万人のうち平均4千人程度を訪日客が占めているという。購入単価も3千円程度と比較的高く、豆以外の関連商品が売れていくのが特徴だ。

また、訪日観光客に人気のショッピングや前述のキヤンペーン、鶴屋限定商品を告知するチラシを作成し、市内の観光・宿泊施設や空港で配布。このほか、県産品に関する試食付きセミナーを熊本市内のホテルで実施するな

### アミュ、免税対象店は80店に 免税カウンター利用大幅増

JR熊本駅の大型商業施設、アミュプラザくまもと(西区春日3丁目)もインバウンドの来店が増えている。施設を運営する(株)JR熊本シティ(同地、永田史朗社長)は昨年7月、駅ビル1階に免税手続きのためのカウンターを開設、増加に応じた。JR九州が展開する九州7つのアミュプラザで免税カウンターを置く



永田 史朗  
JR熊本シティ  
社長

どコンテンツ作りにも取り組む。入江広報担当は「当店だけでなく、中心市街地全体の魅力を発信し、買い物や飲食につなげた」と全体の活性化で街なか消費の底上げを見据える。

カウンターの利用は増傾向だ。直近では昨年12月の利用者が約2千人、売り上げが約4千万円。開設した昨年7月は対象店舗16店で利用者は185人、当初売り上げ約300万円からすると大幅な伸びに。9月時点で対象店舗数は69店舗に増え、ことし1月までに80店舗まで拡大。永田社長は「対象店舗



▲昨年7月に開設した駅ビル1階の免税カウンター。利用者を増やしている

▶熊本駅・肥後よか市場出入口に設置している外貨両替機

の増加が利用者数、売り上げを伸ばした主要要因。複数店舗で合算可能な買い物物の合計金額が5千円以上で免税となるため、特に商品単価が低い店舗にはメリットが大きいと思う」と現状を分析する。

利用者の国別には台湾が4割、中国が3割で全体の7割を占める。永田社長は23年9月に就航した台湾との国際定期便の影響も大きいとの見方だ。免税店売り上げの平均客単価が約2万円と比

較的高い点も評価、対象店舗は最終的に90店舗程度を見込んでいる。同社では免税カウンターの開設で可能になった国籍や売れ筋商品、客単価など様々なデータの収集、分析でインバウンド向けの営業施策を検討していく方針だが、当面の課題と位置付けるのが情報発信。SNSを主な情報収集手段とする訪日客が「アミュプラザくまもと」を目的地とするような「永田社長」情報発信の手法を今後検討していく考え。

TSMC進出を機に増加する台湾を中心とした県内在住の外国人にも目を向ける。来年度に向け、在住者と直接懇談する場を設け、ニーズを探るとともに、日本人向けの「JQカード」のような会員施策についても検討している。これは都市圏北東部に多い在住外国人の誘客に向けた施策の一つでもある。

“国際定期便効果”で活気づくインバウンド消費



▲訪日客に居合道を教える熊本武士道ツーリズム協議会会長の松永哲典さん(左端)。この日はスポーツ庁のモニターツアーでアメリカ人男性、インドネシアとフランスの女性の計3人が参加した。1月20日、中央区下通の武蔵館道場

ツアー造成も進める予定で、松永さんは「宮本武蔵の武士道精神や肥後象がんといった細川家に関わる熊本独自の文化を伝えていきたい。こうした機会が、国内外から1人でも多くの人を熊本に呼ぶきっかけになればと思

う。そして熊本を深く知ってもらい、結果的に地域経済の活性化に少しで

和菓子作り体験にも客足

も貢献できれば」と今後の活動に意欲を見せている。

古町地区の友達屋製菓本舗

友達が向られている。中央区紺屋阿弥陀寺町の(株)友達屋製菓本舗には現在、台湾や韓国、中国などから日本文化を感じようという月当たり10〜20人が訪れる。同社は戦後、長崎県島原市で創業した初代が、熊本市古町地区の唐人町通りにあった親戚を訪ね、熊本で再出発。およそ80年の歴史を持つ老舗菓子店だ。

「一業を継いで20年、外国の方向けに商売をするとは想定していなかったが、TSMC進出や定期便の就航で意識せざるを得ない状況にはなったと思う」と3代目の苑田直宏社長。環境の変化を感じながらも、今後は自然体で訪日客に接していくつもりだ。



▲友達屋製菓本舗の苑田直宏社長(中央)と父で会長の芳樹さん(左)、母・郁子さん。中央区紺屋阿弥陀寺町の店舗前で

の来店が増えており、同社ではその効果を感じている。海外客のほとんどがグループやカップルで、来店動機は検索サイトとSNSのインスタグラムが大半だ。同社の堀可奈子取締役広報担当は「オープン当初から海外を意識した情報発信に努めてきた。海外からの来店は想定通り」と打ち明ける。「和」を意識した写真に英文を添えるなど同店のインスタ画面は、外国人

の目を引くようなテキストで仕上がっており、フォロワー数は現在2万人を超える。同社の取り組みはSNSを戦略的に活用しインバウンド誘客に成功したケースとも言えるだろう。店舗展開も海外に目を向けており、23年は台湾と韓国にも出店。今後も「珈琲回廊」のブランドを海外の投資家にアピールしていきたい意向がある。同社は西唐人町のほ



▲珈琲回廊で買い物をするアジアからの観光客。台湾、韓国などから多く訪れる



▶珈琲回廊運営、(株)Will取締役の堀可奈子さん。「国内外から多くの方に来てほしい」と笑顔を見せる

“サムライ文化”プログラム、欧米から視線

熊本武士道ツーリズム協議会 広がる体験型消費

県内では体験型消費も広がりを見せつつある。1月下旬、中央区下通のビルの一室。黒い着物に身を包んだ3人の外国人が、居合道の型を身に付けてようと真剣な眼差しで日本刀と向き合っていた。模範の演武を見て、「尊敬の念を感じる」とアメリカ人男性。3人も初めて接したサムライ文化に感銘を受けた様子だった。剣豪宮本武蔵が開祖した武士道精神を学ぶ体験会を訪れる外国人が増えている。「二天一流を受け継ぐ第18代宗家の松

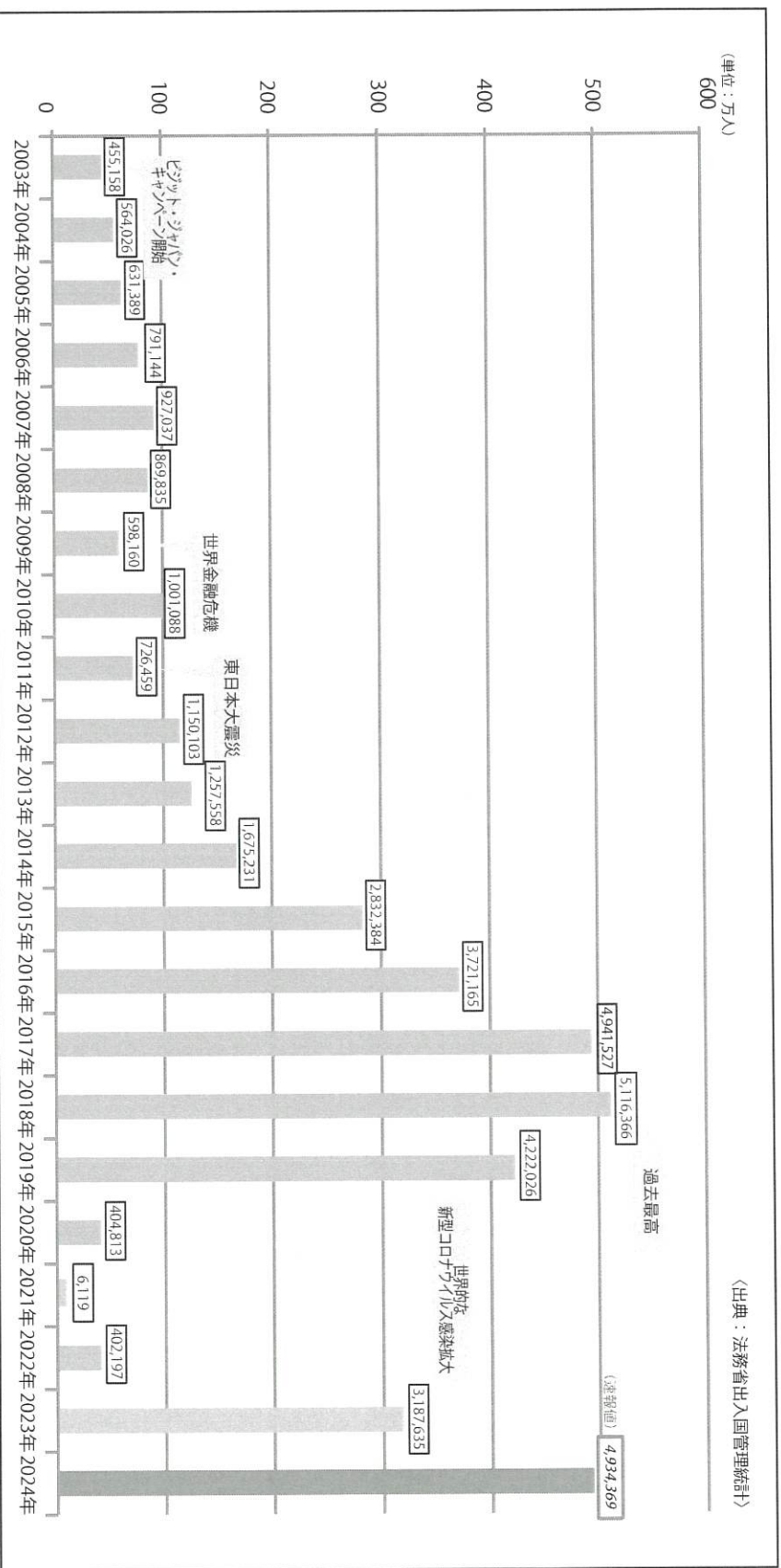
永哲典さん(株)武蔵ビル取締役の道場にはこれまで、フランスやドイツ、イギリス、アメリカなど欧米諸国を中心に200人を超える外国人が訪れている。全国600以上の外国人向け体験プログラムを取り扱う(株)地域ブランディング研究所(東京都)の予約サイトから申し込み、料金は90分で1人2万5900円。月に数件ずつの予約が入る状況だ。松永さんが会長を務め、2018年から活動を始めた熊本武士道ツーリズム協議会では国の事

業による新たな体験ツアー造成にも参画する。ことし1月にはスポーツ庁の「スポーツツーリズムコンテンツ創出事業」で7日間のモニターツアーが実施され、居合道体験のほか、座禅を体験する霊巖洞や島田美術館、宮本武蔵と縁のある八代市の松浜軒などを訪れている。冒頭の3人はこのツアーの参加者だ。体験指導は父で17代宗家の和典さん(株)武蔵ビル社長と対応に当たっている。今後は観光庁の事業で宮本武蔵の五輪書を巡る

か、県内では熊本空港や阿蘇・草千里、人吉市にも店舗を展開。現在県内外に直営4店舗とプロデュース店舗7店を手掛ける。今後の店舗展開の拠点と位置付けるのが、やはり西唐

人町の店舗。実際に現在のオーナーがここで味を確かめ、出店につながったケースもあり、同社では重要なアンテナショップとも位置付けている。そして同店の存在意義として掲げるのが、地域の活性化だ。地元出身の

村井社長のひと際強い思い入れでもある。堀取締役は「いかに熊本、古町地区に人を呼び、地域を豊かにしていくかが当社のミッション。今後も国内外の多くの方に来ていただける店づくりに努めたい」と力を込める。

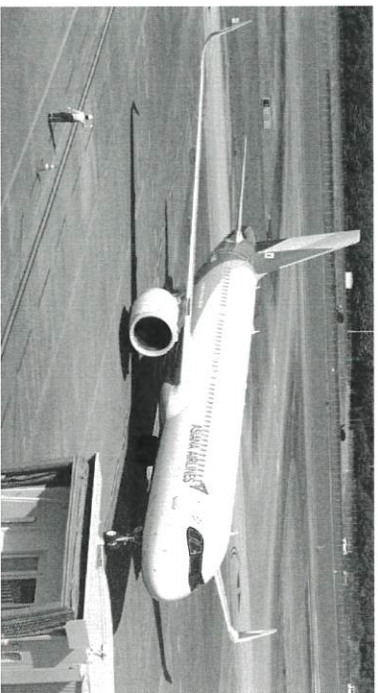


九州への外国人入国者数の推移

資料・九州運輸局

九州運輸局が1月に発表した24年の九州への外国人入国者数(速報値、光片は1月、日本を訪れた訪日客による消費額がクルーズ船除く)は、前年比36・7%増の426万525人で過去最高となった。400万人超えは初めて。国際定期便の就航などが主な要因で、空港別に見ると、熊本空港と福岡空港が過去最高だった。24年に国際定期便が計週40便となった熊本空港は前年比約2・5倍と大幅な伸びを見せている。

24年は訪日客の県内宿泊客数(9月観光庁速報値)でも前年同月比61・0%増の101万847人と過去最高に。新型コロナウイルス禍前の19年同月比でも48・7%増と九州では福岡に次ぐ大幅な伸びを示している。この要因には国際定期便就航と新型コロナウイルス禍の緩和、円安が影響しているとみられて



▲国際定期便の就航増で入国者数が大幅に増えた熊本空港(益城町)。写真は昨年11月に再開したアジア航空の機体



▲現在、県内観光地には八代港(八代市)に寄港するクルーズ船の乗船客も増えつつあるという。写真は23年9月、同港

## 「訪日客需要、戦略的価格設定が鍵」

九州運輸局が1月に発表した24年の九州への外国人入国者数(速報値、光片は1月、日本を訪れた訪日客による消費額がクルーズ船除く)は、前年比36・7%増の426万525人で過去最高となった。400万人超えは初めて。国際定期便の就航などが主な要因で、空港別に見ると、熊本空港と福岡空港が過去最高だった。24年に国際定期便が計週40便となった熊本空港は前年比約2・5倍と大幅な伸びを見せている。

観光消費額も増加。観光消費額は23年の観光消費統計では23年の観光消費額が前年比52・1%増の934億円で過去最高の934億円を刷新。24年の発表はまだだが、現在の入り込みの状況からすれば、さらに増えると思われる。インバウンドの消費が県経済に与える影響に

九州運輸局が1月に発表した24年の九州への外国人入国者数(速報値、光片は1月、日本を訪れた訪日客による消費額がクルーズ船除く)は、前年比36・7%増の426万525人で過去最高となった。400万人超えは初めて。国際定期便の就航などが主な要因で、空港別に見ると、熊本空港と福岡空港が過去最高だった。24年に国際定期便が計週40便となった熊本空港は前年比約2・5倍と大幅な伸びを見せている。

観光消費額も増加。観光消費額は23年の観光消費統計では23年の観光消費額が前年比52・1%増の934億円を刷新。24年の発表はまだだが、現在の入り込みの状況からすれば、さらに増えると思われる。インバウンドの消費が県経済に与える影響に

客需要に真剣に向き合う時が来ているようだ。