



巻頭言

食を絡めたインバウンドによる地域経済活性化

農林水産省 前食料産業局長
新井ゆたか

P 1

特集

特産品を活用した インバウンドの経済効果向上

① 特産品ブランドを活用した

外国人旅行者の誘客（香港市場における取組）

地域への経済効果を考えると、滞在中の消費促進と滞在前後の消費促進、これらを循環させていくことが重要だ。アジアのハブ・香港は特産品の先進的な輸出先。多くの自治体がさまざまな取組を進めている。

観光経済研究部 主任研究員
柿島あかね

P 4

② 自治体アンテナショップの
インバウンドにおける役割

海外向けの情報発信は試行錯誤中だが外国人客受け入れ態勢は整備されつつある。海外向けメディアからの取材や、自治体アンテナショップという日本独自のスタイルを研究目的とした来日も増加中だ。

一般財団法人地域活性化センター
広報室長
畠田千鶴

P 16

③ クルーズ客による
特産品の購買促進に向けて

クルーズ客に対してはカスタマイズした消費税免税制度がある。さらに商店街で適切なサポートがあると消費の機会損失を防げる。重要なのは各関係者の参画に向けた機運を醸成することだ。

観光経済研究部 主任研究員
外山昌樹

P 22

4	訪日外国人による越境ECでの観光土産の リピート購買(連鎖消費)の可能性について	桃山学院大学 経営学部経営学科教授 辻本法子	P 26
---	---	------------------------------	---------

「連鎖消費」は、観光土産の「買い手」が行う場合と、「受け手」が行う場合の2パターンがある。そして増加するリピーターへの対応こそが地域産品の消費拡大の鍵だ。

5	特産品のリピート購買 促進に向けた越境ECの活用事例	観光経済研究部 研究員 武智玖海人	P 33
---	-------------------------------	----------------------	---------

消費者と販売者がオンラインで直取引できる場「プラットフォーム」が拡充してきている。活用する「販売者」と運営する「プラットフォーム」、双方の視点から2つの事例を見てみよう。

視座	先進事例から見えてきた 特産品活用のポイント	外山昌樹	P 38
----	---------------------------	------	---------

インバウンドの経済効果を高めるためには①訪日外国人旅行者を増やし②消費単価を上げ、③域内調達率を高めることが重要。特産品の活用はこの3要素すべてに関わっている。

【連載】観光を学ぶということ…②	立教大学 舩谷ゼミ	立教大学 観光学部 交流文化学科 教授	P 41
------------------	-----------	------------------------	---------

【連載】わたしの1冊・第14回	『余の尊敬する人物』	公益財団法人 高速道路調査会 理事長 杉山武彦	P 44
-----------------	------------	-------------------------------	---------

【コラム】ロンドンとパリの古書店と旅行案内書	Historical Archive on Tourism Thomas Cook Archivesを訪問	旅の図書館館長 福永香織	P 45
------------------------	--	-----------------	---------

【新刊紹介】『実践風景計画学』	『由布院モデル』	関西学院大学文学部 教授 荒山正彦	P 48
-----------------	----------	----------------------	---------

【新刊紹介】『実践風景計画学』	『由布院モデル』	選 東京大学 水内佑輔 旅の図書館 大隅一志	P 51
-----------------	----------	---------------------------	---------

特集関連の蔵書リスト	選 大隅一志		P 52
------------	--------	--	---------