



国際化の最前線から



日本に住んでいる外国人に目を向けよう

株式会社 MATCHA 代表取締役社長 青木 優

訪日外国人市場は、COVID-19により大きな影響を受けている。前年対比で-99.9%となり、訪日客で溢れていた浅草も海外の人の声が聞こえなくなった状況だ。私たちが運営している訪日向けメディア MATCHA にも大きな影響が出ている。

MATCHA は昨年1月まで月間340万人のアクセスがあった。国内最大級の訪日メディアとなり、訪日客がこれから伸びるであろう4月に向けてプロダクトの進化を目指していた。そこでCOVID-19に直面し、一気に計画が崩れてしまった。

では、COVID-19が起きて、インバウンドに向けた事業を辞めるかということそうではない。むしろ長期スパンでこの市場と向き合ういい機会になっている。私は、社内外で常々10年スパンでインバウンド市場を捉えるべきだという話をしている。

今、訪日外国人が来ることができない状況だが、今後の日本の成長を考えていくとインバウンドの戦略的重要性はゆるがない。では、地域や企業としてインバウンドに向けて取り組むとしたらどうすべきか？ 私は日本に住んでいる外国人に目を向けるべきだと考えている。

地域としてインバウンド向けに本気で取り組みたいと思うなら、今日本に住んでいる外国人が、日本に住んで良かったと思える国にしよう。

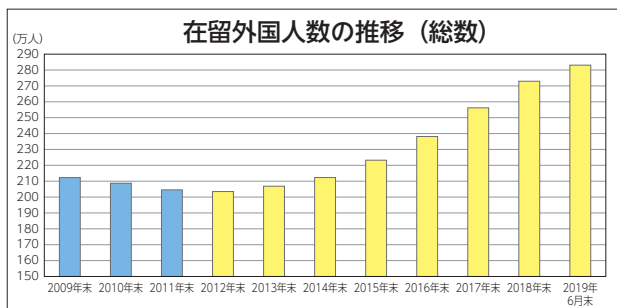
日本に住んでいる外国人は、日本人約1億2,000万人に対して約280万人。もし、日本に住んでいる外国人が「日本は外国人に優しくない。日本は、日本の観光は魅力的ではない。」と言ったらどうなるか？ おそらくインバウンドの戻りはかなり遅くなるだろう。仮に、私たちが海外に住んでいる外国人だとしたら、このような国に観光に訪れることはしないだろう。

逆もしかりだ。住んでいる外国人一人ひとりに、「日本は安全になったよ。そして、以前よりもより観光が魅力的になったよ」そう言ってもらうことが、未来のインバウンドにつながる。

先日、MATCHAでは在日外国人向けの特集ページ「Living in Japan」をリリースした。言語は英語、中国語繁体字、タイ語、日本語の4言語。本取り組みが日本に住んでいる外国人の一助になればと思う。



Living in Japan



法務省 出入国在留管理庁のデータ参照
http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukannri04_00083.html

プロフィール

青木 優 (あおき ゆう)
1989年、東京生まれ。明治大学国際日本学部卒。株式会社 MATCHA 代表取締役社長。内閣府クールジャパン・地域プロデューサー。学生時代に世界一周の旅をし、2012年ドーハ国際ブックフェアのプロデュース業務に従事する。デジタルエージェンシー augment5 inc. に勤めた後、独立。2014年2月より訪日外国人向け WEB メディア「MATCHA」の運営を開始。「MATCHA」は現在10言語、世界180か国以上からアクセスがあり、さまざまな企業や自治体と連携し海外への情報発信を行っている。