

【ニューヨーク＝平野麻理子】観光で日本を訪れる外国人が増えるなか、アジアだけでなく米国からの訪日客も増加している。2015年は前年比で2割近く増え、初めて100万人を超えた。買い物好きの中国人らとは異なり、米国人は観光や食事など日本の文化を楽しむ傾向が強く、旅行会社やホテルは需要開拓に力を入れている。

ニューヨーク市のグランドセントラル駅で10日、日本観光の魅力をPRする「ジャパンウィーク」が始まった。北海道新幹線の開業を26日に控え、北海道・東北方面の

訪日米国人の心つかめ

NYで「ジャパンウィーク」魅力PR

文化や食事 買い物より体験に的



海産物やお菓子を紹介。回転ずし台も設置された。12日までの3日間に20万人の来場を見込む。

日本政府観光局（JNTO）によると米国からの15年の訪日客は前年比16%増の103万3200

ニューヨークの会場に設置された回転ずし台（10日）

0人。観光目的の外国人の支出は米国人1人あたりの21万2746円と中国人の27万4693円より少ない。買い物に中国人が16万円以上使う一方、米国人は4万円以下だ。ただし米国人は宿泊費や交通費の支出が多く、「地方都市を訪れ、面白い体験に関心が高い」（JNTOの岩田賢二、ニューヨーク事務所長）。需要取り込みを狙う企業の動きも活発だ。エイチ・アイ・エス（HIS）は全米10拠点で訪日客の誘致活動を展開。格安パ

観光旅行では1日800便を超す全日本空輸（ANA）の国内線と3500超の宿泊施設を自由に組み合わせられる。福岡と札幌を巡る「ラーメン食べ比べの旅」と「ロア担当者も置いていた旅行プランも提案する。また米クレジットカード大手アメリカン・エキスプレスの上級会員（約100万人）向けの旅行手配サービスの指定ホテルに13年から加盟。会員から電話を受けるオペレーターに立地やサービス内容を理解してもらい、顧客獲得につなげる。

利用し、客単価が高い。帝国ホテルは15年に一部の客室を大幅に改装。欧米では親子が別々の部屋で眠るのが普通なため、隣接する部屋をドアでつなぎ、廊下に出なくても行き来できる仕様を増やした。着物姿のフ