

外国人観光客が開拓する関西の高額サービス市場 ～日本人相手には成立しなかった市場。高額求人への増加にも期待～

- 外資系企業の参入といえば、ファストファッションのH&Mやフォーエバー21をはじめ、北欧家具メーカーのイケア、米国スーパーのコストコといった低価格ブランドが頭に浮かぶ。所得の悪化で節約志向が強まる国内の消費市場では、ちょうどこれらのブランドが需要を満たす格好となり、消費者から高い支持を得ている。
- 一方、このほど大阪では3大ホテルグループの一つスターウッド・グループの最高級ブランド「セントレジス大阪」がオープンした。これが日本初進出となる。
- 外国人観光客向けビジネスの拡大には以前から期待が集まっており、その延長線上の動きと考えれば意外性も少ないが、これを外国人向け高額マーケットの胎動という視点でみると、全く別の見方ができる。
- このほかにもシンガポールに本社のあるフレイザーホスピタリティーが、日本初となる中長期滞在者向けのサービスアパート「フレイザーレジデンス南海大阪」をオープンしている。これも1ヶ月の宿泊料金が29～87万円と高額な施設であり、新たな市場が外国資本によって切り開かれたことになる。
- セントレジスやフレイザーレジデンスといった高額施設が軌道に乗ってくれば、宿泊客向けの各種高額サービスに対するニーズも当然高まってくる。飲食やエンターテイメントをはじめとするサービスについても、外国資本の参入が大いに期待される。
- これに伴って増えてくるのが高額求人であろう。外国人富裕客をもてなすには多くのスキルが要求されるため、それなりの給与を提示しなければ優秀な人材は集まらない。関西ではこういった求人が極めて少なかったため、結果として優秀な人材が関東へ流出する事態を招いていた。
- 賃金センサスをみると、ホテル・飲食業のモデル賃金（従業員規模10～99人）は東京と大阪で大きな格差がみられる。これは製造業での格差よりもはるかに大きい。今後、高額サービスがうまく成長してくれば、この東阪格差も徐々に縮まってくるのが期待される。

東京を100とした場合の大阪の平均賃金
(従業員規模10～99人の企業)



(出所)厚生労働省「賃金構造基本統計調査」