



日本政策投資銀行

2014年3月
株式会社日本政策投資銀行
関西支店

大阪における百貨店の観光拠点化 ～インバウンドによる商圈拡大に向けて～

<要旨>

1. 2013年の全国百貨店販売額は16年ぶりの増加となり、大阪の百貨店も3年連続の増加となった。一方で、大阪市内の百貨店はその集積からオーバーストアと言われており、各百貨店大阪店舗が2013年度販売額計画を途中で下方修正するなど、勝者なき競争の様相を呈している。2014年4月には消費税増税も控えており、大阪の百貨店を取り巻く環境が厳しさを増す中、当行が2013年2月のレポート『大阪における百貨店業界の展望～ハフモデルによる売上予測～』において提言した、インバウンド需要取込について分析を行いたい。
2. 訪日外国人旅行者の動向を見ると、円安やビザ要件緩和などの要因により、2013年の訪日外国人旅行者数は全国で過去最多の1,036万人となった。当行が訪日外国人旅行者を対象に行ったアンケート調査によると、訪日に際し体験したいことという質問に対し、「洋服やファッション雑貨のショッピング」「食品や飲料のショッピング」との回答がそれぞれ50%超あり、彼らのショッピングに対する興味関心の高さが示唆された。百貨店の免税売上高も訪日外国人旅行者の増加とともに伸びており、彼らが実際に百貨店で買い物をし、販売額に占める存在感を増していることが分かる。消費税増税による売上高の反動減が見込まれる中、増税の影響を受けない免税売上高の確保は、今後ますます重要になるだろう。
3. 訪日外国人旅行者に「行ってみたい日本の観光地」について確認すると、「百貨店（デバ地下）」との回答が57%あり、訪日外国人旅行者が百貨店を観光地として認識していることが分かった。一方、外貨両替・クレジットカードを利用できる場所の少なさや免税制度の使い勝手の悪さが、小売業のインバウンド需要取込みの機会損失になっていることも示唆された。
4. 百貨店は外貨両替とクレジットカード機能の利用が可能であり、かつ免税対象店となっていることから、訪日外国人旅行者の買い物意欲を喚起する場であることが分かる。この点を活かし、百貨店が、観光情報と観光に必要なインフラを提供する「観光拠点機能」を担うことはできないだろうか。訪日外国人旅行者の39%が、観光案内所について鉄道駅内またはその周辺への立地を希望しており、駅に直結している大阪市内の百貨店が観光案内機能を有することで、訪日外国人旅行者のニーズを満たせる可能性は高い。大阪における日本一の百貨店集積を活かすためにも、エリア内の各店舗及び行政との連携により、観光案内所の店内設置、無線LAN環境の無料化などのインフラ整備を行い、大阪の百貨店が小売業におけるインバウンド需要取り込みのモデルを作ることが期待される。

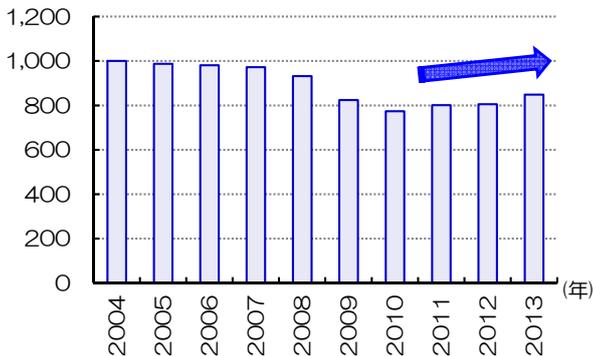
以上

(お問い合わせ先) 株式会社日本政策投資銀行 関西支店企画調査課 福盛田真義
TEL : 06-4706-6455、E-mail : ksinfo@dbj.jp

1. 大阪百貨店業界の現状

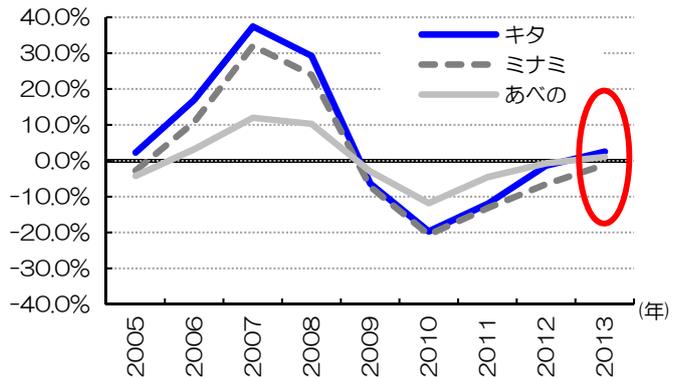
- ・日本政策投資銀行関西支店では、2013年2月にレポート『大阪における百貨店業界の展望～ハフモデルによる地区別売上予測～』（以下「2013年レポート」）を公表し、大阪における百貨店の集積とオーバーストア問題についてその現状と課題を論じたが、その後、百貨店業界を取り巻く環境は変化している。
- ・全国の百貨店の売上高は、2013年に16年ぶりの前年比増に転じることとなった。景気への期待感から高額消費が伸びた結果と言え、大阪の百貨店も3年連続の前年比売上高増となっている（図表1）。
- ・一般的に新規開業する商業施設周辺の地価は上がる傾向にあるが、2013年にグランフロント大阪が新規開業した梅田地区、2014年にあべのハルカス近鉄本店が全面開業した阿倍野地区での2013年の地価は、2008年以来的上昇に転じている（図表2）。商業施設増床は、足下の経済環境に好影響を与えているようである。
- ・一方で売上高目標の下方修正や床面積の減少など、大阪における百貨店業界では、パイの奪い合いによる「勝者なき競争」の様相が継続している（図表3）。2014年4月には消費税増税も控えており、前回増税が行われた1997年当時の百貨店販売額の反動減を鑑みるに、大阪の百貨店業界を取り巻く環境は厳しさを増していくと言えよう（図表4）。

（図表1）大阪百貨店業界販売額推移
（十億円）



（出所）日本百貨店協会「百貨店売上高」より日本政策投資銀行作成

（図表2）大阪市内地価の増減率推移



（備考）増減率は商業地時価（単位価格×地積）の加重平均に基づき計算。
（出所）国土交通省「地価公示」より日本政策投資銀行作成

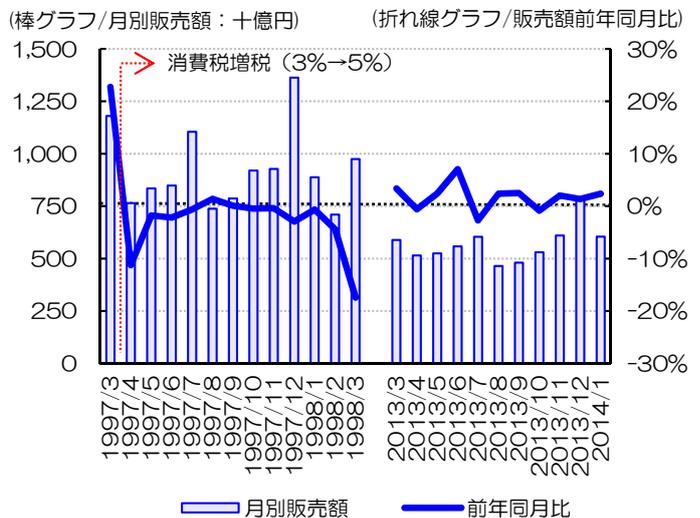
（図表3）大阪市内百貨店の状況
（単位：億円）

	当初目標 売上高 (A)	2013年度 売上高計画 (B)	B/A (B-A)
阪急うめだ本店	2,130	1,880	88% (▲250)
大丸梅田店	670	623	93% (▲47)
JR大阪 三越伊勢丹	550	305	55% (▲247)
大丸心斎橋店	965	818	85% (▲147)
高島屋大阪店	1,349	1,212	90% (▲137)
あべのハルカス 近鉄本店	1,040	923	89% (▲117)

（備考）2010年以降増床あるいは開業した百貨店に限る。当初売上高目標は増床初年度の目標値。あべのハルカス近鉄本店については2013年度実績。

（出所）各社公表資料より日本政策投資銀行作成

（図表4）1997年増税時の百貨店販売額月額推移

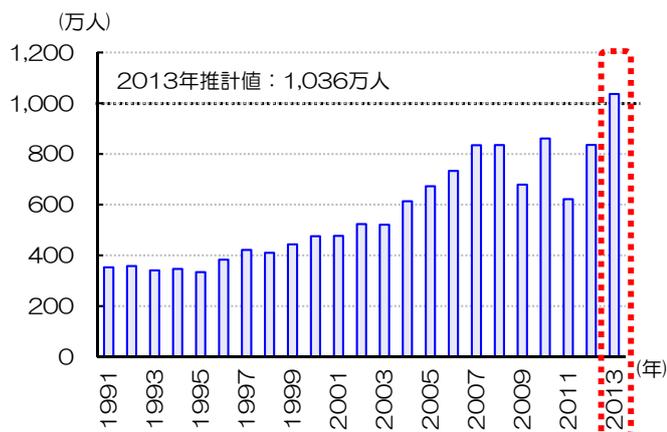


（出所）経済産業省「商業動態統計調査」より日本政策投資銀行作成

2. 訪日外国人旅行者の潜在需要

- ・大阪における百貨店業界を取り巻く環境が厳しさを増す中、当行が2013年レポートにおいて述べた、訪日外国人の取り込みによりパイを拡大する戦略について分析を行いたい。
- ・円安とビザ要件緩和などの要因もあり、2013年の訪日外国人旅行者数は過去最多を更新し、1,000万人を達成した。政府の「ビジット・ジャパン・キャンペーン」では、2030年に3,000万人の訪日外国人旅行者達成を目標に掲げており、今後も訪日外国人旅行者の増加が見込まれる（図表5）。2012年からLCCが就航している関西国際空港でも、外国人旅行者が前年比29%増の464万人となり、関西への玄関口を担う大阪にも、相応の外国人旅行者が訪れていることが分かる（図表6）。
- ・当行が2013年10月にアジア8地域を対象に実施した「アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査」では、日本旅行希望者の55%が「洋服やファッション雑貨のショッピング」に興味があると回答しており、足下増えている訪日外国人旅行者は、今後の小売市場における潜在顧客であることが示唆されている（図表7）。
- ・百貨店の免税売上高推移を見ると、2013年以降大きく増加しており、彼らが実際に百貨店でも買い物をし、売上高に占める存在感を増していることが分かる（図表8）。国内消費で消費税増税後の反動減が見込まれる中、増税の影響を受けない免税売上高の確保は、今後ますます重要になるだろう。

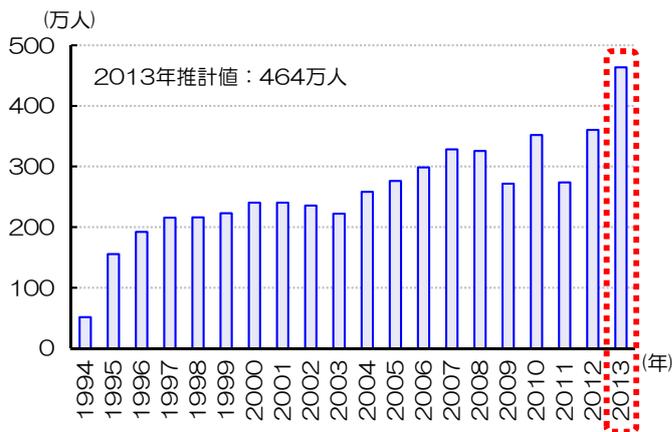
（図表5）訪日外国人旅行者数推移



（備考）2013年は推計値。

（出所）日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」より日本政策投資銀行作成

（図表6）関西国際空港利用外国人旅客数推移



（備考）2013年は推計値。

（出所）新関西国際空港（株）「数字で見る関西国際空港」より日本政策投資銀行作成

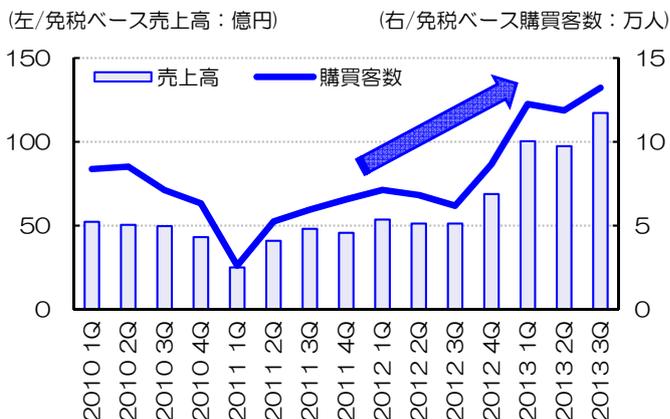
（図表7）「日本旅行で将来体験したいこと」調査

日本旅行で将来体験したいこと （ショッピング関連）	各項目への 回答者割合
洋服やファッション雑貨 のショッピング	55%
食品や飲料 のショッピング	54%
最新のファッション や流行の見物	40%

（備考）回答者数2,067人（複数回答可）。日本旅行希望者のみを対象とした。

（出所）日本政策投資銀行「アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査」

（図表8）外国人観光客の免税売上高推移（全国）



（出所）日本百貨店協会「外国人観光客の売上高・来店動向」より日本政策投資銀行作成

3. 訪日外国人旅行者の動向

- ・ 訪日外国人旅行者は日本での買い物に対して、どのような選好を持っているのであろうか。前述の当行調査「アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査」に基づき、分析を行う。
- ・ 前項では訪日外国人旅行者が日本での買い物に関心があることを示したが、訪日経験者に日本で買い物をした場所を聞いてみると、百貨店との回答が49%に上った（図表9）。さらに、日本旅行希望者を対象とした「行ってみたい日本の観光地イメージ」調査では、百貨店（デパ地下）が57%と高い数値を示した（図表10）。アジアにおいて、日本の百貨店が観光地として相応の認知度を誇っていることが分かる。
- ・ 次に、ショッピングについて、訪日外国人旅行者の買い物の妨げになっている事柄がないかを分析すると、外貨両替、カード決済、免税制度等が利用しやすいと消費が喚起される可能性が示唆された（図表11、12）。これらインフラの未整備や認知度不足により、小売店のインバウンド需要取り込みの機会損失が生じていると言えよう。

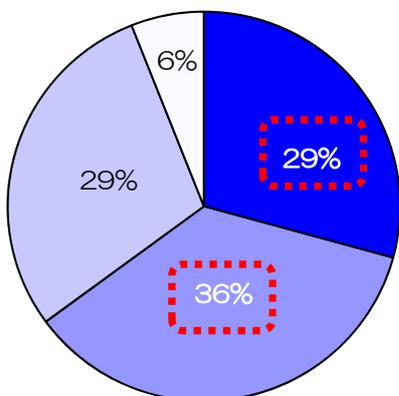
（図表9）日本で買い物をした場所

	全体	韓国	中国	台湾	香港
サンプル数	1,798	298	272	324	370
ショッピングモール	56%	37%	63%	43%	68%
観光地の土産物屋	55%	46%	50%	60%	54%
百貨店	49%	28%	45%	40%	70%
空港	47%	47%	50%	55%	51%
スーパーマーケット	46%	23%	36%	40%	74%

（備考）複数回答可。訪日経験者のみを対象とした。

（出所）日本政策投資銀行「アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査」

（図表11）日本で外貨両替やクレジットカードやキャッシュカードを利用できる場所が、もし今より多かったら



- もっと多くのお金を使ったと思う
- ▣ おそらくもっと多くのお金を使ったと思う
- お金を使う額は変わらないと思う
- 分からない

（備考）サンプル数1,798人。訪日経験者のみを対象とした。

（出所）日本政策投資銀行「アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査」

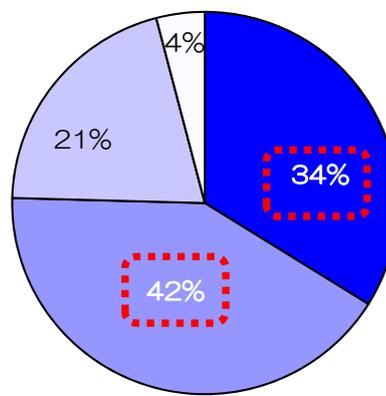
（図表10）行ってみたい日本の観光地イメージ
（百貨店[デパ地下]）



（備考）サンプル数2,067人（複数回答可）。日本旅行希望者のみを対象とした。

（出所）日本政策投資銀行「アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査」

（図表12）日本の免税制度が、もし今よりわかりやすく、使い勝手が良かったら



- もっと多くの買い物をしたと思う
- ▣ おそらくもっと多くの買い物をしたと思う
- 買い物をする額は変わらないと思う
- 分からない

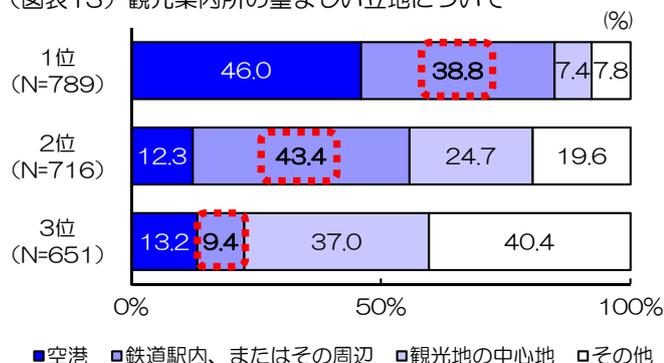
（備考）サンプル数1,798人。訪日経験者のみを対象とした。

（出所）日本政策投資銀行「アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査」

4. 訪日外国人旅行者を取り込むために～百貨店の観光拠点化～

- ・以上の訪日外国人旅行者の買い物動向を見ると、百貨店は外貨両替機能、クレジットカード機能、キャッシュカード機能を有し、かつ免税対象店となっていることから、訪日外国人旅行者にとって買い物意欲を喚起する空間を提供していることが分かる。
- ・このインフラを活かし、増加が見込まれる訪日外国人旅行者をさらに呼び込むための施策として、百貨店各社が観光案内所や外貨両替機能を整備し、観光情報と観光に必要なインフラを提供するエリアの「観光拠点機能」を担うことはできないだろうか。
- ・観光庁が外国人観光案内所を訪問した外国人旅行者を対象に実施した調査によると、観光案内所の望ましい立地について「鉄道駅内、またはその周辺」との回答が多く見られた。大阪市内の百貨店各店は駅前立地を基本としており、百貨店内に観光案内所機能を持たせることで、訪日外国人旅行者のニーズを満たせる可能性は高い。関西国際空港から大阪市内を訪れた訪日外国人旅行者が「最初に足を運ぶ場＝観光拠点」として大阪の百貨店を認知してもらうことで、インバウンド需要を取り込むことができ、また、エリア内の各施設が協力しあえば「日本一の百貨店集積地区」という特色も活かすことができると考えられる。
- ・訪日外国人旅行者に買い物をしてもらうために、百貨店各社には彼らが不便に思っていることを改善した空間を提供し、訪問しやすい環境を整える必要がある（図表14）。エリア内の各店舗及び行政との連携により、現在有料の無線LAN環境を無料化する、外貨両替機能を充実させる、免税対象品目の拡充・免税システムの簡素化、などの対応を行い、大阪の百貨店が小売業におけるインバウンド需要取り込みのモデルを作ることが期待される。

（図表13）観光案内所の望ましい立地について



（備考）1位～3位までそれぞれの場所を選択する回答方式

（出所）国土交通省観光庁「外国人観光案内所を訪問した外国人旅行者アンケート調査結果について」より日本政策投資銀行作成

（図表14）訪日外国人旅行者が旅行中困ったことについて

無料公衆無線LAN環境	36.7%
コミュニケーション	24.0%
目的地までの公共交通の経路情報の入手	20.0%
公共交通の利用方法（乗り方）、利用料金	17.1%
両替・クレジットカード利用	16.1%
飲食店情報の入手	11.5%
公共交通の乗り場情報の入手	10.2%

（出所）国土交通省観光庁「外国人観光案内所を訪問した外国人旅行者アンケート調査結果について」より日本政策投資銀行作成

（図表15）百貨店の観光拠点化に必要なインフラ整備案

期待されるインフラ	現状	改善案
観光情報発信機能	観光案内所未整備	観光案内所の設置等
無料公衆無線LAN環境	カード会員向け、或いは有料サービス（一部店舗で無料化）	無料wi-fiの解放
多言語対応	中国語・英語対応のスタッフを置くも人数不足	案内板の多言語表記、多言語対応スタッフの充実
外貨両替機能	一部店舗に設置	全店舗設置
免税制度システム簡素化	品目制限、日本独自の免税手続	対象品目の拡大、手続きの簡素化

（備考）免税制度については2014年10月以降、免税対象品目の拡大と手続きの簡素化が実施される予定。

（出所）ヒアリングより日本政策投資銀行作成



当レポートの分析内容・意見に関わる箇所は、筆者個人に帰するものであり、株式会社日本政策投資銀行の公式見解ではございません。

本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要ですので、当行までご連絡下さい。著作権法の定めに従い、転載・複製する際は、必ず、出所:日本政策投資銀行と明記して下さい。

(お問い合わせ先)

株式会社日本政策投資銀行 関西支店 企画調査課

〒541-0042

大阪市中央区今橋4-1-1 淀屋橋三井ビルディング13F

Tel : 06-4706-6455

E-mail : kinfo@dbj.jp

HP : <http://www.dbj.jp/co/info/branchnews/kansai/index.html>