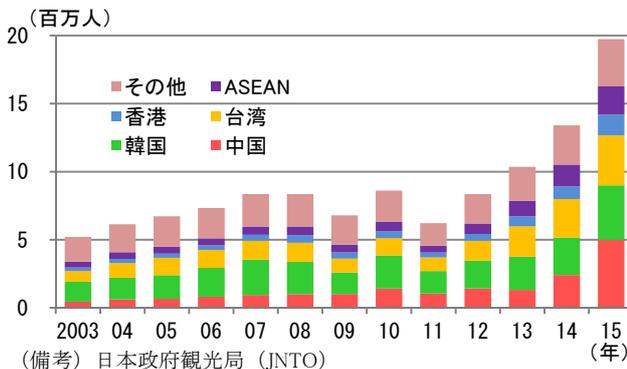


## 訪日外国人旅行者とインバウンド消費の動向

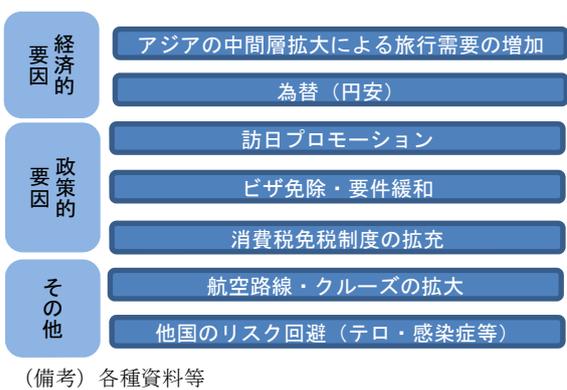
### 1. 全体動向

- ・2015年の訪日外国人数は、前年比47.1%増の1,973.7万人となり過去最高を更新した。地域別にみると、アジア圏からが8割を占めており、中国が前年比107.3%増の499万人となった（図表1-1）。
- ・足元の急激な増加の背景としては、アジアの中間層拡大による旅行需要の増加、円安傾向といった経済的要因や、2003年から開始されたビジット・ジャパン事業による訪日プロモーション、近年の東南アジア・中国に対するビザ免除・要件緩和、2014年10月の消費税免税制度の拡充といった政策の効果が挙げられる。これらに、LCCを含む航空路線・クルーズの拡大や、他国でのテロ・感染症等のリスク回避といった要因が相まって増加に繋がったものとみられる（図表1-2）。
- ・訪日外国人数の増加に伴い、2015年のインバウンド消費は、前年比71.5%増の3兆4,771億円となった。増加の牽引役となったのは中国で、消費額は1兆4,174億円となり、消費額全体に占める割合は40%に達している。インバウンド消費の費目別構成比をみると、2013年までは宿泊料金の比率が最も高かったものの、2014年に買物代が宿泊料金を逆転し、2015年は買物代の比率が拡大している。これは、他の国・地域と比較して、一人当たり消費額で買物代が突出して高い、中国の旅行者数が大幅に増加したことが要因である（図表1-3）。
- ・インバウンド消費約3.5兆円による経済波及効果を試算すると、生産誘発額は約7.6兆円、付加価値誘発額は約3.9兆円（対名目GDP比率で約0.77%に相当）となった。部門別では、宿泊業や飲食サービスが含まれる対個人サービスを中心に、商業、運輸・郵便への効果が大きくなっている。また、食料品や訪日外国人に人気の化粧品や医薬品が含まれる化学製品など製造業にも波及がみられる（図表1-4）。インバウンド消費は、現時点では日本人を含めた国内旅行消費額全体の10%程度であるが、直接、訪日外国人と接していない業種を含む幅広い業種に波及がみられ、長期的には人口減少による国内消費の減退を補完するものとして、さらなる拡大が期待される。
- ・本稿では、訪日外国人旅行者とインバウンド消費の動向について、急増する「中国人旅行者」と、インバウンド消費の費目別構成比が高い「買い物」と「宿泊」に着目し、概観する。

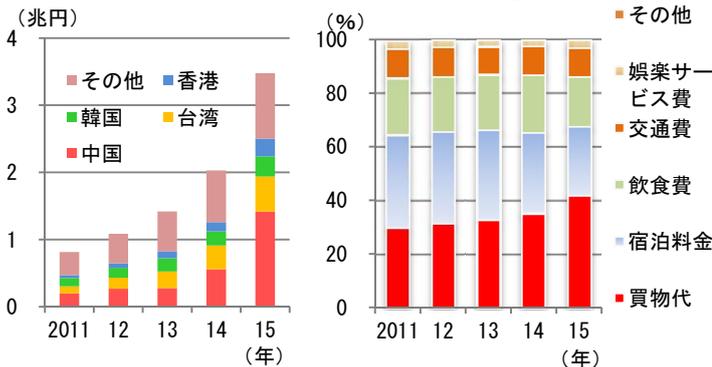
図表1-1 訪日外国人数の推移



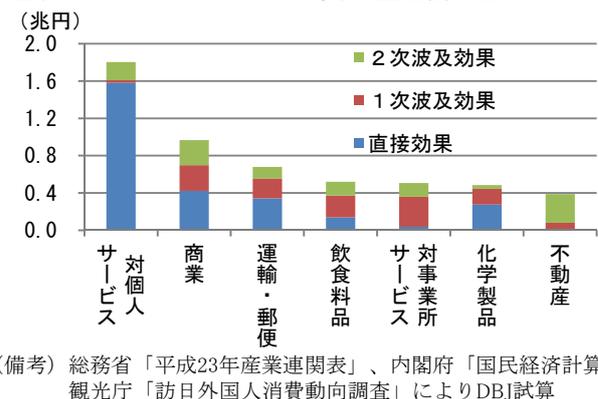
図表1-2 訪日外国人増加の要因



図表1-3 インバウンド消費（左図）と費目別構成比（右図）の推移



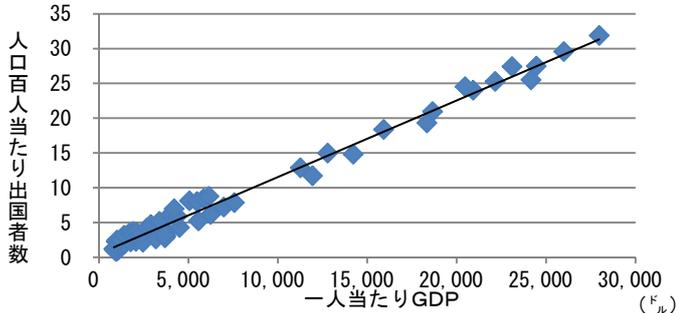
図表1-4 インバウンド消費の生産誘発額



## 2. 中国人旅行者の動向と今後の見通し

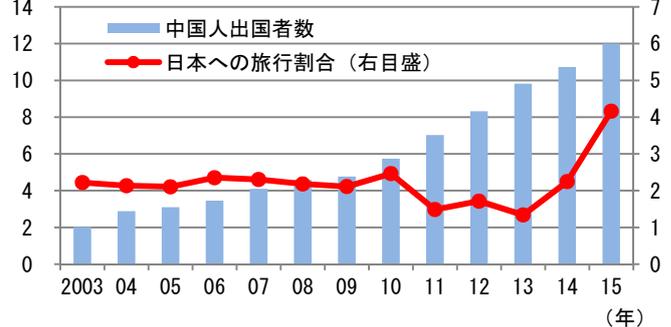
- ・アジア諸国では、一人当たりGDPが高いほど人口当たり出国者数が多い傾向がみられ、中国では近年、出国者数の大幅な増加が続いている（図表2-1、2-2）。中国人出国者数に占める日本への旅行割合は、2011年以降、東日本大震災等の影響で一時的に落ち込んでいたが、2014年は2%台まで回復し、2015年は4%台まで上昇したとみられる。韓国や台湾の出国者数に占める日本への旅行割合が20%程度であることに鑑みると、今後も上昇する余地は十分にあると考えられる（図表2-2）。
- ・中国の消費額・旅行者数・一人当たり消費額について、2013年以降の推移をみると、消費額の増加に大きく寄与したのは、旅行者数の増加である。一方、一人当たり消費額は、日本円ベースでみると増加しているものの、人民元ベースでみるとそこまで大きく増加していない。中国人旅行者の実質的な旅行消費額（日本旅行の予算）は、大きく変動していないとみられる（図表2-3）。
- ・中国人旅行者数と為替レートの推移をみると、円安が進むにつれて旅行者数が増加する傾向がみられる。ただし、2014年後半から旅行者数が急増しているが、この要因としては為替だけでなく、先にも述べた日本への旅行割合の回復や、2014年10月の消費税免税制度拡充、2015年1月のビザ緩和・導入といった政策の効果も影響したと考えられる（図表2-4）。
- ・2016年1月の中国人旅行者数は、前年同月比110%増の47.5万人となり、今のところ好調を維持しているが、足元、中国では株価下落や円安が進んでおり、短期的な変動が起こる懸念がある。しかし、中長期的には、中国経済の成長によって一人当たりGDPが上昇し、出国者数の増加が見込まれ、そのなかで、日本への旅行割合を維持・拡大することができれば、中国人旅行者数は増加基調で推移すると考えられる。

図表2-1 アジア諸国の一人当たりGDPと人口当たり出国者数



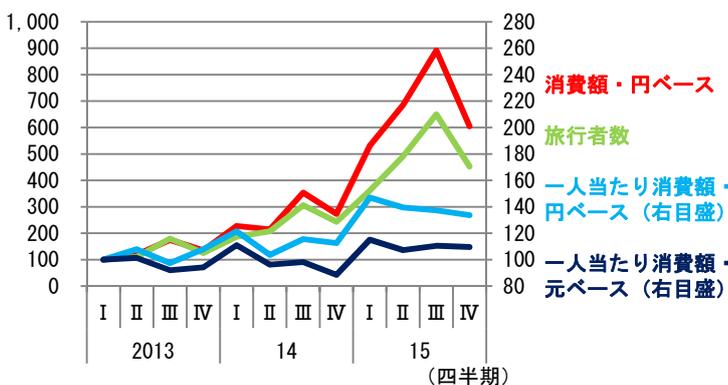
(備考) 1. 世界銀行“World Development Indicators”、IMF“World Economic Outlook Database (October 2015)”、中国国家统计局、韓国観光公社によりDBJ試算  
2. 継続的にデータが取得できる中国、韓国、タイ、フィリピン、インドネシアの2000年以降の毎年の値を採用

図表2-2 中国人出国者数と日本への旅行割合



(備考) 1. 日本政府観光局 (JNTO)、中国国家统计局、中国旅行研究院  
2. 中国人出国者数は、香港、マカオ行きを含む  
3. 2015年は推計値

図表2-3 中国の消費額・旅行者数・一人当たり消費額の推移 (2013年第1四半期=100)



(備考) 1. 日本政府観光局 (JNTO)、観光庁「訪日外国人消費動向調査」、Bloomberg  
2. 為替レートは各四半期末時点

図表2-4 中国人旅行者数・為替レートの推移

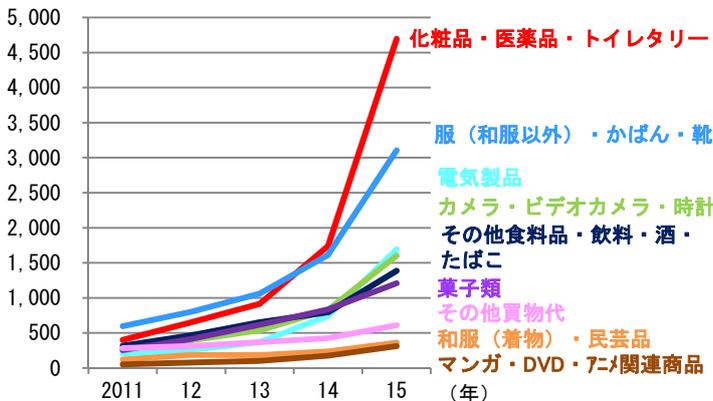


(備考) 1. 日本政府観光局 (JNTO)、Bloomberg  
2. 為替レートは各四半期末時点

### 3. 買い物消費の動向と今後のビジネス展開

- ・インバウンド消費で最も構成比の高い買物代の費目別支出額を試算すると、「化粧品・医薬品・トイレタリー」の消費額が急増している(図表3-1)。これは、日本製品の人気に加え、2014年10月に改正された消費税免税制度で消耗品が免税対象品目に含まれたことも追い風になったと考えられる。
- ・買い物消費の増加は、百貨店の免税売上高でも確認することができ、2015年は前年比162.4%増の約1,944億円となった(図表3-2)。こうした中、小売業界では訪日外国人の旺盛な消費需要を掴むべく、消費税だけでなく、関税、酒税、たばこ税が免税となる空港型免税店の出店が予定されている(図表3-3)。
- ・買い物消費を長期的に持続させていくためには、免税による価格差だけでなく、日本商品の魅力・認知向上によってファンやリピーターをつくっていくことが必要であろう。そのため、国内各社では、訪日時の販売だけでなく、帰国後や訪日前の販売も見据えた取組が進められている。例えば、小売企業においては、越境ECを活用した日本食材のお取り寄せサービスや、日本商品を百貨店海外店舗や海外ECサイトを活用することで、海外事業者・消費者へと繋ぐサービスを展開している。また、旅行企業においては、日本食の輸出販売と生産地への訪日旅行をセットで提供する取組が開始されている。さらに、物流企業においては、越境ECを後押しする物流サービスの展開が進んでいる(図表3-4)。
- ・アジア諸国を中心に旅行市場の拡大が想定される中、旺盛な旅行需要を取り込む手段の1つとして、訪日時の購入だけで終わらず、日本商品のさらなる認知・評判の広がりによって消費需要を喚起し、帰国後の購入や訪日旅行の動機づけに繋げるビジネスが今後も展開されていくとみられる。これによって、インバウンド購入サイクルが構築されれば、国内における買い物消費の持続にも繋がっていくと考えられる(図表3-5)。

図表3-1 買物代の費目別支出額 (億円)



(備考) 1. 観光庁「訪日外国人消費動向調査」によりDBJ試算  
2. 上記調査の費目別購入率及び単価に訪日外国人数を乗じて算出  
3. 2013年調査時の費目に整理

図表3-2 百貨店の免税売上高 (億円)



(備考) 1. 日本百貨店協会「全国百貨店売上高概況」、「外国人観光客の売上高・来店動向」  
2. 年によって調査対象店舗数が異なることに留意

図表3-3 空港型免税店の出店事例

会社	出店時期	出店事例
三越伊勢丹	2016年1月	日本空港ビルデング、NAAリテイリングと共同で、三越銀座店8Fに免税フロアを展開
	2016年4月	福岡空港ビルデング、西日本鉄道と共同で、福岡三越9Fに免税フロアを展開
ロッテグループ	2016年3月	2016年3月31日に開業する東急プラザ銀座に出店
	2017年春	新関西国際空港、関西エアポートエージェンシーと共同で、ビックカメラなんば店に出店

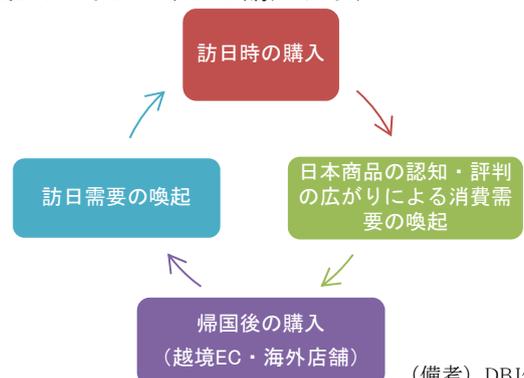
(備考) 各社公表資料

図表3-4 国内各社の取組事例

業種	会社	時期	取組事例
小売	高島屋	2015年3月	トランスコスモスと合弁会社を設立。ASEAN諸国・中国向けに、日本企業と海外企業・海外消費者を繋ぐプラットフォームを提供
	三越伊勢丹	2016年1月	ヤマト運輸、ANA Cargoと共同で、伊勢丹シンガポールに越境ECサイトを新設して、日本の旬な農水産品などの食材をシンガポールの消費者に届ける「お取り寄せ」モデルを開始
旅行	JTB商事	2015年10月	海外居住者向け多言語ECサイトを開設し、日本国内の土産品に加え、訪日外国人に人気の高い工芸品や日用雑貨品を販売。サイト上で商品の購入予約をし、国内免税店舗で受取・購入が出来る仕組みも展開予定
	JTB西日本	2015年11月	イオンダイレクトの海外ECサイトで日本食農産品品の輸出販売を開始。合わせて生産地への訪日観光の誘因となる旅行商品の造成・販売を展開
物流	ヤマト	2014年3月	インターネット販売を行う日本の通販事業者から、中国の消費者に向け個人輸入の商品を配送するサービスを開始
	日本通運	2015年10月	中国のECサイトに出店する国内事業者向けのドア・ツー・ドアサービスを開始

(備考) 各社公表資料

図表3-5 インバウンド購入サイクル

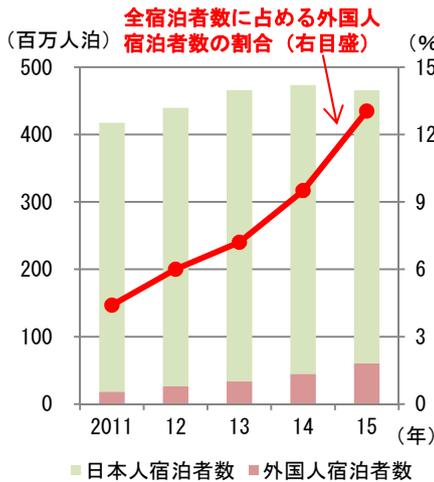


(備考) DBJ作成

## 4. 宿泊の動向

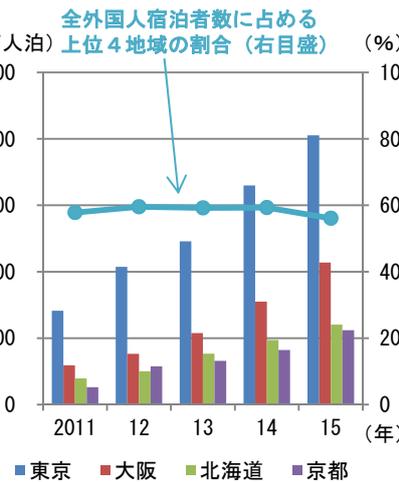
- ・続いて、インバウンド消費で買物代の次に構成比が高い宿泊の動向についてみていくこととする。
- ・2014年の外国人宿泊者数は、前年比33.8%増の4,482万人泊となった。これは全宿泊者数の9.5%に相当し、2011年の4.4%から大きく上昇している。2015年は1月から11月までの合計で6,073万人泊、全宿泊者数の13%に達しており、年間ではさらに増加する見込みである(図表4-1)。
- ・外国人宿泊者の宿泊地域をみると、2011年以降いずれの年も東京・大阪・北海道・京都(以下、上位4地域と言う。)で全外国人宿泊者数の半数以上を占めている(図表4-2)。2015年は上位4地域の割合が減少しているものの、依然として半数を超えており、宿泊地域に偏りがみられる。
- ・宿泊施設数及び客室数の動向をみると、上位4地域では大型ホテルの増加によってホテル客室数が増加傾向にあるが、一方で旅館客室数の減少が続いており、宿泊施設全体の客室数はほぼ横ばいで推移している(図表4-3)。
- ・このような中で、宿泊施設の客室稼働率が上昇しており、2014年は日本人宿泊者数の減少によって一部に落ち込みがみられたものの、2015年は1月から11月までの平均で、東京や大阪では80%を超えている(図表4-4)。さらに、宿泊料金も上昇を続けており、2015年上半期で東京は2013年上半期比26.3%増、大阪は同45.9%増となっている(図表4-5)。上位4地域に人気集中している現状では、宿泊施設の不足や宿泊料金の上昇が、訪日外国人受入のボトルネックになることが懸念される。

図表4-1 延べ宿泊者数

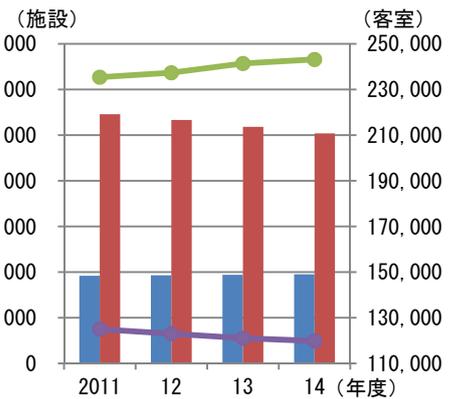


(備考) 図表4-1、4-2  
1. 観光庁「宿泊旅行統計調査」  
2. 2015年は1月から11月までの合計

図表4-2 外国人延べ宿泊者数

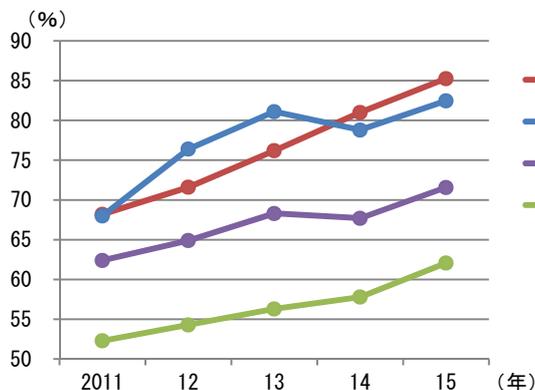


図表4-3 宿泊施設数・客室数 (上位4地域)



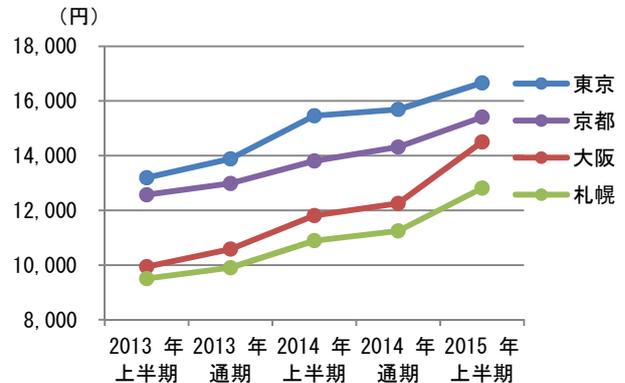
(備考) 厚生労働省「衛生行政報告例」

図表4-4 客室稼働率



(備考) 1. 観光庁「宿泊旅行統計調査」  
2. 全ての宿泊施設  
3. 2015年は1月から11月までの平均

図表4-5 宿泊料金



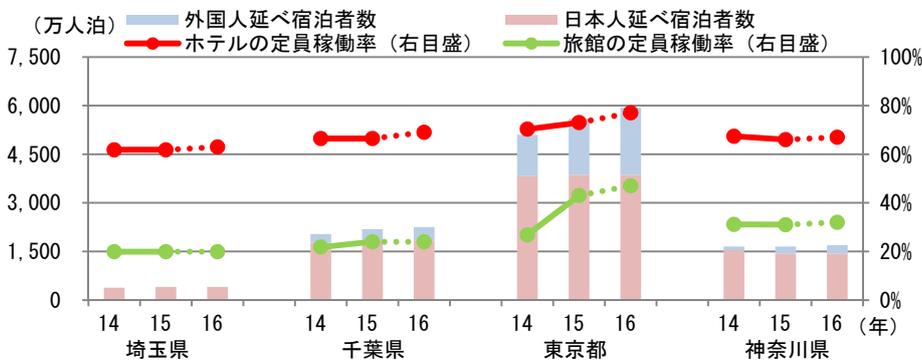
(備考) 1. Hotels.com™「Hotel Price Index」  
2. 日本人旅行者および外国人旅行者が日本の施設で支払った一泊一室当たりの平均宿泊料金

### 5. 宿泊の動向と今後の方向性

- ・JTBの「2016年の旅行動向見通し」によると、2016年の訪日外国人数は、前年比19%増の2,350万人と推計されている。この見通しを基に、2016年の東京と周辺3県の宿泊需給を試算した(図表5-1)。なお、本試算においては、定員稼働率で試算しているが、一般的に定員稼働率よりも客室稼働率が高い傾向(実際に、2014年実績をみると約10%ポイント高い)があり、定員稼働率でみて80%を超えると、ほぼ満室状態と考えられる。
- ・試算の結果、東京では定員稼働率が上昇し、ホテルで77%と引き続き高水準となる一方、旅館は47%で余裕がみられた。周辺3県については、旅館の定員稼働率が引き続き低水準となった。東京のホテルが逼迫する傾向は変わらないため、訪日外国人増加による宿泊需要を周辺3県まで分散させることが求められる。また、1都3県の旅館は、収容人数がホテルに比べると圧倒的に少ないものの、稼働率の上昇を図ることができれば、宿泊施設の分散にも繋がると考えられる。なお、長期的な需給については、日本人の人口減少による宿泊需要の減少や、東京で多数計画されているホテルの新・増設による収容人数増加の可能性も考慮する必要がある。
- ・当行と(公財)日本交通公社が実施した「アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査<sup>※</sup>」によると、将来日本旅行をする際に泊まりたい宿泊施設は、日本旅館の割合が64%~74%と高いものの、直近の日本旅行で利用した宿泊施設で日本旅館の割合は47%となっており、実態との差がみられた(図表5-2)。旅館の宿泊需要は十分にあるものの、現状は取りこぼしがあると推察される。日本の宿泊施設に求めることとしては、「通信環境の整備」や「言語対応」等が挙げられ、また、今後の増加が見込まれる個人観光客は、インターネット経由で宿泊施設を予約する割合が高い。これらの改善・対応等によって、旅館の稼働率を上げる余地はあると考えられる。
- ・なお、同調査では将来泊まりたい宿泊施設として、「現地の人から借りる家・アパート」を回答した割合が22%~32%に達しており、民泊のニーズも相応にある。民泊は、宿泊施設分散の一助となるだけでなく、古民家等を活用することで、地方へ誘客する観光資源にもなるであろう(図表5-3)。

※調査対象は、韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシアの8地域

図表5-1 1都3県の宿泊需給試算



**【試算方法】**  
 ①宿泊旅行統計調査の延べ宿泊者数(2015年は1月から11月までの合計を年換算)と定員稼働率(2015年は1月から11月までの平均)から逆算して収容人数を試算  
 ②2016年試算は、日本人宿泊者数・収容人数は2015年見込を据え置き、外国人宿泊者数は2015年見込にJTB「2016年の旅行動向見通し」の訪日外国人の伸び率を乗じて算出

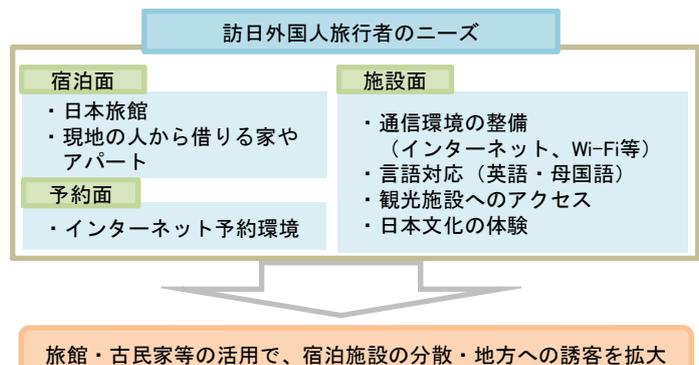
(備考) 1. 観光庁「宿泊旅行統計調査」、JTB「2016年の旅行動向見通し(2015年12月16日)」によりDBJ試算  
 2. 2014年は実績、2015年は見込、2016年は試算

図表5-2 アジア8地域・訪日外国人旅行者の希望する宿泊施設と実際に泊まった宿泊施設

訪日経験→	泊まりたい宿泊施設		泊まった宿泊施設
	なし	あり	
日本旅館	74%	64%	47%
豪華で快適な高級ホテル(西洋式)	18%	44%	39%
安価で基本的な設備のみが備わっているホテル(西洋式)	39%	35%	35%
ユースホステル・ゲストハウス	21%	14%	11%
現地の人から借りる家・アパート	32%	22%	12%
その他	0%	0%	1%

(備考) 1. DBJ・JTBF「アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査(平成27年版)」  
 2. 回答はあてはまるもの全て

図表5-3 訪日外国人増加に向けた対応の方向性



(備考) DBJ作成

【産業調査部 高瀬 裕介】

- ・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。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：日本政策投資銀行と明記して下さい。
- ・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。

お問い合わせ先 株式会社日本政策投資銀行 産業調査部  
Tel: 03-3244-1840  
E-mail: report@dbj.jp