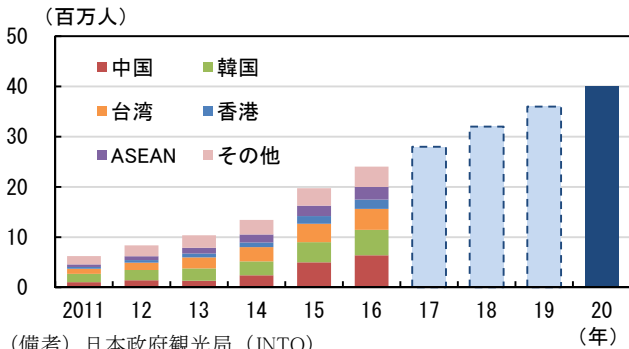


2016年のインバウンドの動向

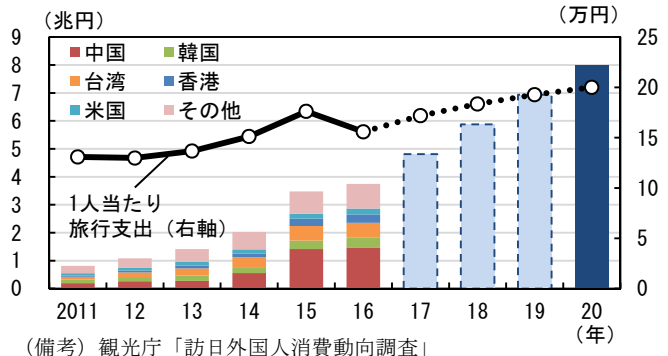
1. 全体動向

- 政府は、2016年3月に、観光先進国の実現に向けて「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定した。そこでは新たな目標として、2020年に訪日外国人旅行者数を4,000万人、訪日外国人旅行消費額を8兆円にすることが掲げられている。
- 2016年の訪日外国人数は、熊本地震による影響も見られたものの、前年比21.8%（430万人）増の2,404万人となり、初めて2,000万人を上回った。国別では、中国が637万人、韓国が509万人と2カ国で全体の47.7%を占めている。2020年に4,000万人を達成するためには、これからの4年間で年平均400万人の増加が必要となる（図表1-1）。2016年4月以降は前年同月比の伸び率が鈍化していることから、今後もプロモーション活動の強化や新規市場の開拓に力を入れていく必要がある。
- 2016年のインバウンド消費は、前年比7.8%（2,705億円）増の3兆7,476億円となった。1人当たり旅行支出が前年に比べ約2万円減少したことから、訪日外国人数の増加率に比べて小幅な伸びにとどまった。2020年に8兆円を達成するためには、これからの4年間で年平均1兆円以上の増加が必要になる（図表1-2）。
- インバウンド支出の費目別構成比を見ると、買物代は38.1%と3年連続で最大となったが、2015年の41.8%に比べてシェアは低下した（図表1-3）。中国人の1人当たり買物代が、昨年比べて約3万9千円減少していることが要因である。訪日中国人を対象にした観光庁の調査によると、関税引き上げと越境EC利用により買い物支出を抑えたという回答が、それぞれ44.6%、22.4%となり、買い物支出額に与えた影響は総額で2,000億円にのぼると試算されている。
- 2016年のインバウンド消費約3.7兆円による経済波及効果を試算すると、生産誘発額は約8.3兆円、付加価値誘発額は約4.2兆円（対名目GDP比率で約0.79%に相当）となった（図表1-4）。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が2兆円を上回ったほか、買物代が含まれる商業や交通費が含まれる運輸・郵便で大きな波及効果がみられる。
- 本稿では、2016年のインバウンド消費と宿泊者数の動向を分析し、政府目標の達成に向けた課題と今後の取り組みについて考察していく。

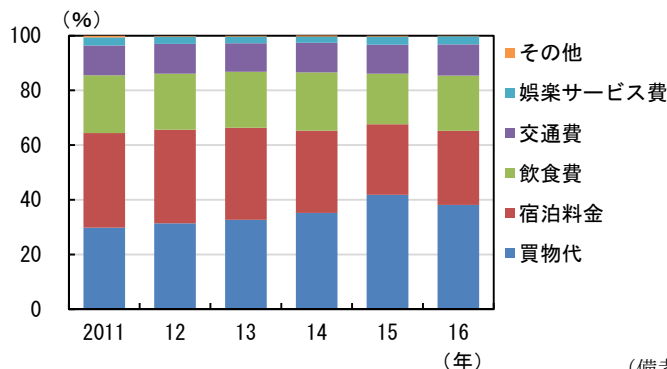
図表1-1 訪日外国人数の推移



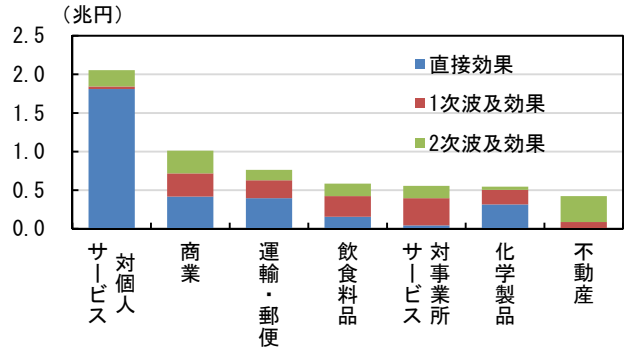
図表1-2 インバウンド消費の推移



図表1-3 費目別構成比の推移



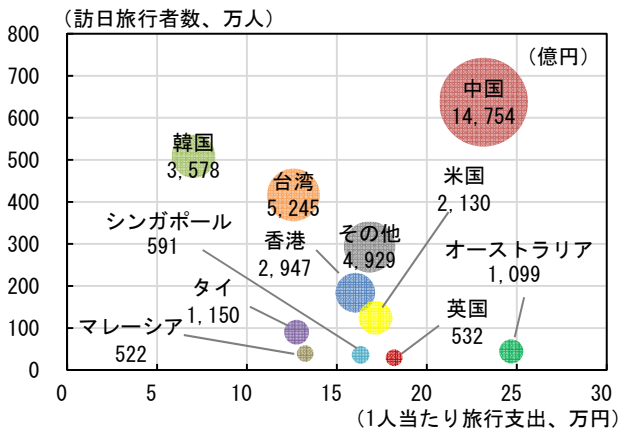
図表1-4 インバウンド消費の生産誘発額



2. インバウンド消費の動向

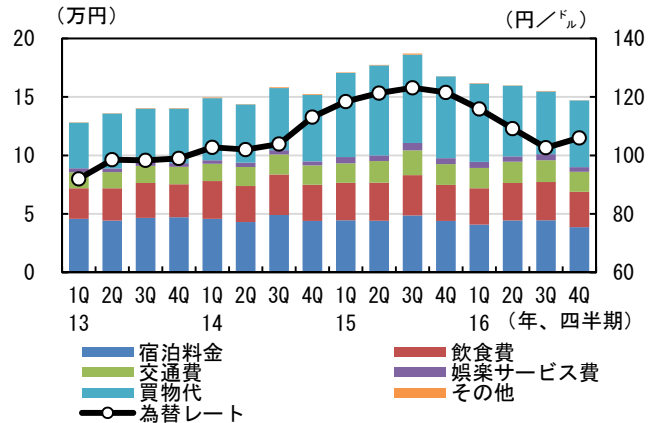
- まず、インバウンド消費の動向を見ていく。2016年の国籍・地域別旅行消費額の上位10カ国は2015年と同じ結果となった。国籍・地域別に見ると、総額では中国が1兆4,754億円で昨年に続き最大となったが、1人当たり旅行支出ではオーストラリアが24万6,866円で最大となった(図表2-1)。費目別の内訳では、中国が買物代で突出しているのに対し、オーストラリアは宿泊料金と娯楽サービス費が調査対象国の中で最大になっている。
- 訪日外国人の1人当たり旅行支出と為替レート(円/ドル)の推移をみると、円安になるほど支出額が増える傾向が見られる。2016年は円高傾向が続いたことから1人当たり旅行支出も減少となった。費目別に見ると、宿泊料金、飲食費、交通費の合計は概ね10万円弱で推移しており、大きな増減は見られない。一方、買物代は3.9万円から7.7万円まで約3.8万円の幅があり、訪日外国人は為替レートの変動を、買物代で調整していることが伺える(図表2-2)。
- インバウンド消費の前年比の推移を、単価効果(ドルベース)、為替効果、人数効果に分解すると、2016年は為替効果がインバウンド収入の伸びを抑制したことがわかる。一方で、単価効果(ドルベース)をみると、2014年から3年間で大きな増減は見られなかった(図表2-3)。
- 爆買いが下火になったと言われる中国について同様の分析を試みた。増減幅は訪日外国人全体に比べて大きいものの、2016年は人数効果が2015年より小さくなり、為替効果が減少に寄与したことから総消費額が伸び悩んだという傾向は変わらなかった。また、4月に実施された携行品輸入に係る関税(行郵税、後述)引き上げの影響もあり、単価効果(人民元ベース)も減少に寄与した(図表2-4)。

図表2-1 国籍・地域別旅行支出額



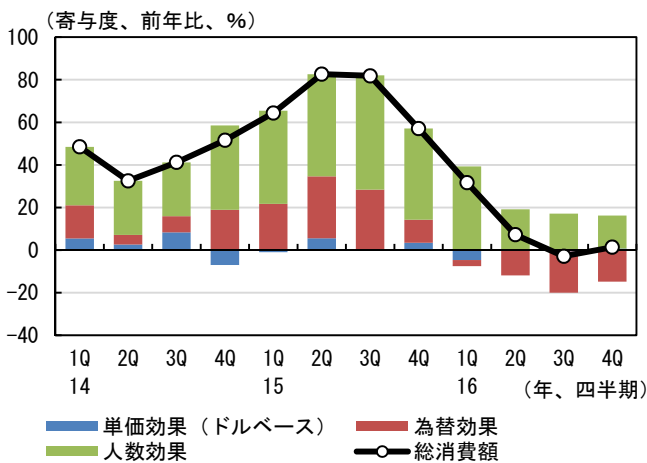
(備考) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図表2-2 1人当たり旅行支出の推移



(備考) 1. 観光庁「訪日外国人消費動向調査」
2. 為替レートは各調査期間平均

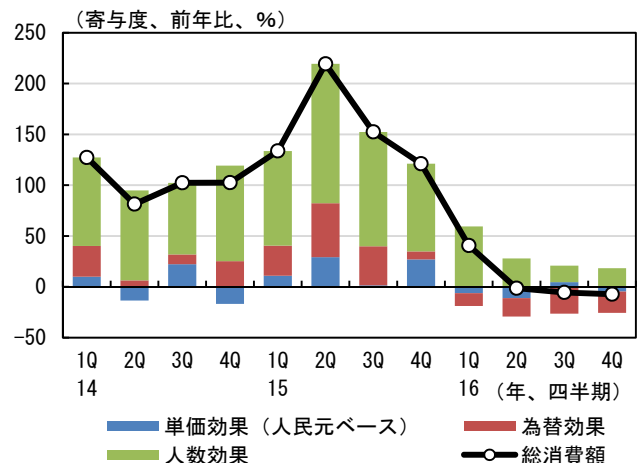
図表2-3 インバウンド消費増減の要因分解



(備考) 図表2-3、2-4

- 観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局(JNTO)
- 為替レートは各調査期間平均

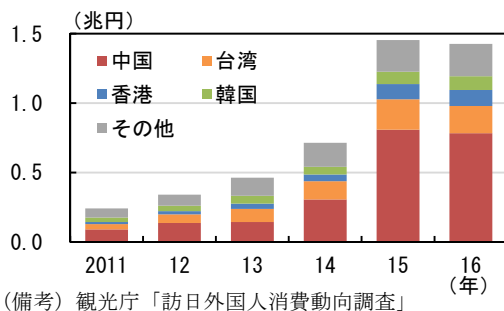
図表2-4 インバウンド消費増減の要因分解(中国)



3. 買物消費の動向

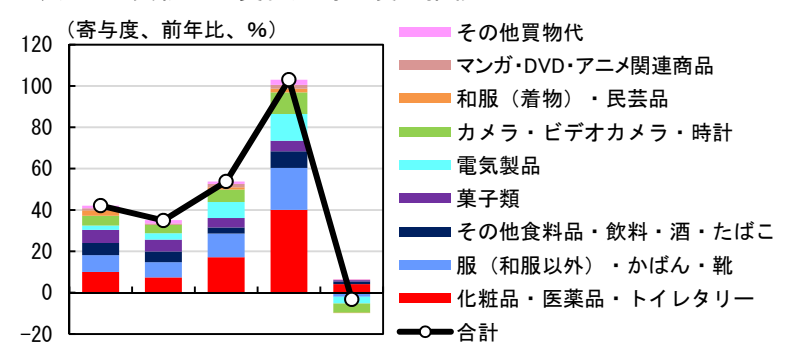
- インバウンド消費のうち、最も構成比の高い買物代の動向を見ると、2016年は全体では前年比1.9% (278億円) 減の1兆4,261億円となった。国別では中国が7,832億円で、54.9%を占める (図表3-1)。
- 費目別支出額を試算すると、2014年、2015年は全費目で増加していたが、2016年は「服 (和服以外)・かばん・靴」「電気製品」「カメラ・ビデオカメラ・時計」「和服 (着物)・民芸品」の消費額が減少に転じた。一方で、「化粧品・医薬品・トイレタリー」は前年比13.2% (620億円) 増と、買物代総額が減少する中でも堅調な増加を見せた (図表3-2)。また、購入品目の変化は百貨店の免税売上高でも確認できる。一般物品 (家電製品、時計・宝飾品等) の売上高が約300億円減少したのに対し、消耗品 (化粧品、食料品等) の売上高は約200億円増加した (図表3-3)。
- 中国の買物代の減少要因として、2016年4月に実施された行郵税の改正が挙げられる。税率が4段階から3段階に整理され全体的に引き上げられるとともに、税関検査も強化された。一方で、免税対象金額は、従来の5,000元に加え、免税店での購入額3,000元を合わせた8,000元に拡大された。2016年の平均為替レートは16.38円/元であり、円換算した免税対象金額は約13万円となる。2016年の中国人1人当たり買物額は約12万9千円となったが、この免税対象金額が目安となったと推測される (図表3-4)。
- 行郵税と同時に、越境ECに係る税制も改正された。改正前行郵税の免税対象となっていた低価格品は増税となるが、高税率の行郵税がかかっていた高額品は減税になるケースが多い。越境ECの利用環境が変化したことも、中国の買物代が減少した要因と考えられる (図表3-5)。
- 免税対象金額の上限があることから、今後も中国人観光客の1人当たり買物代は現状の水準程度で推移すると見込まれる。2020年に8兆円の旅行消費額を達成するためには、1人当たり旅行支出の増加が不可欠であり、コト消費の拡大や富裕層の誘致などに一層力を入れていく必要がある。

図表3-1 買物代の推移



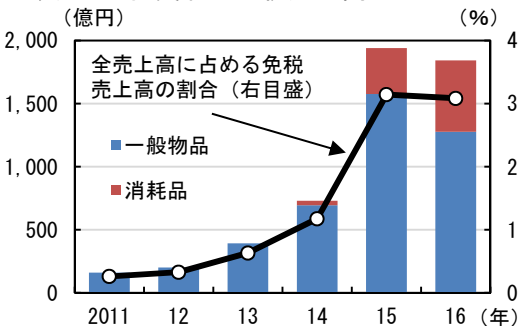
(備考) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図表3-2 買物代の費目別寄与度の推移



(備考) 1. 観光庁「訪日外国人消費動向調査」により日本政策投資銀行試算
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試算
3. 2013年調査時の費目に整理

図表3-3 百貨店の免税売上高



(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. 消耗品は14年10月から免税対象に追加
3. 年によって調査対象店舗数が異なることに留意

図表3-5 越境EC税制改正の前後比較

	改正前	改正後
購入限度額	1回当たり1,000元 (年間上限2万円)	1回当たり2,000元 (年間上限2万円)
税目	行郵税 税額50元以下は免税	増値税 (基本17%) 消費税 (3%~45%) うち70%を課税

(備考) 各種資料により作成

図表3-4 行郵税改正の前後比較

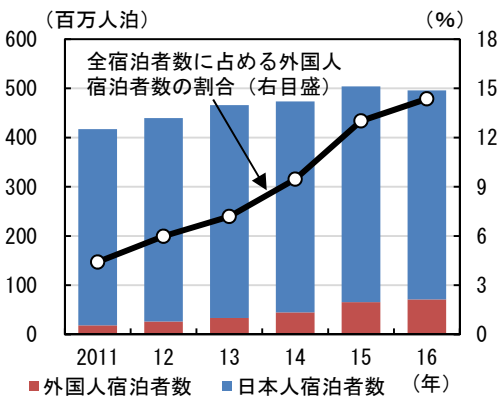
改正前			改正後		
税号	品名	税率	税号	品名	税率
1	書籍、出版物、教育用フィルム、スライド、録音テープ、映像テープ、金銀製品、パソコン、ビデオカメラ、デジタルカメラ、その他のIT機器、カメラ、食品、飲料、税号2,3,4に含まれないもの	10%	1	書籍、出版物、教育用映像資料、パソコン、ビデオカメラ、デジタルカメラ、その他のIT機器、食品、飲料、金銀、家具、玩具、ゲーム製品、その他娯楽用品	15%
2	紡績品及びその製品、テレビカメラ、その他の電気製品、自転車、腕時計、置時計	20%	2	スポーツ用品、釣り用品、紡績品及びその製品、テレビカメラ、その他の電気製品、自転車、税号1,3に含まれないもの	30%
3	ゴルフ用品、高級腕時計	30%	3	タバコ、酒、高級アクセサリ及び宝飾品、ゴルフ用品、高級腕時計、化粧品	60%
4	タバコ、酒、化粧品	50%			

(備考) 各種資料により作成

4. 宿泊者数の動向

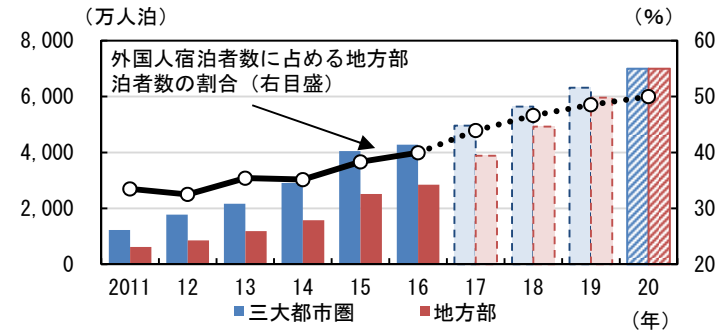
- 次に、訪日外国人数の増加に伴う宿泊者数の動向を見ていく。2016年の外国人延べ宿泊者数は、前年比8.5%（560万人泊）増の7,122万人泊となった。日本人延べ宿泊者数が減少したこともあり、全宿泊者数に占める外国人宿泊者数の割合も前年の13.0%から14.4%に上昇した（図表4-1）。
- 「明日の日本を支える観光ビジョン」では、観光を地方創生につなげていくために、地方部への外国人旅行者の訪問を増大させ、2020年には地方部比率を50%にするとともに、7,000万人泊を目指すとしている。2016年は三大都市圏（埼玉、東京、千葉、神奈川、愛知、京都、大阪、兵庫の8都府県）が4,276万人泊、地方部が2,845万人泊となり、地方部比率は38.3%から40.0%に上昇した（図表4-2）。
- 地方別（運輸局別）に外国人延べ宿泊者数の伸びを見ると、2016年は熊本地震の影響を受けた九州に加え、ゴールデンルートと言われる関東、中部、近畿の伸び率が低くなった。実数としては依然として三大都市圏への宿泊者が多くを占めているが、地方部は高い伸びを見せており、リピーターを中心に地方部宿泊者は今後も増加が期待される（図表4-3）。
- 月別の延べ宿泊者数を見ると、日本人は7月から8月の夏期休暇期間、3月の春期休暇期間、5月のゴールデンウィークに集中しており、繁閑の差が大きい。外国人は、夏期に加え、中国の春節や韓国の旧正月にあたる1月から2月、桜シーズンの4月などが多くなっており、日本人宿泊者数の落ち込みを補完していることが分かる。今後、外国人宿泊者数の割合が増加すると予想される中、宿泊者数の平準化に向けた効果的な外国人誘致の取り組みが重要になる（図表4-4）。

図表4-1 延べ宿泊者数の推移



（備考）観光庁「宿泊旅行統計調査」

図表4-2 外国人延べ宿泊者数の地方部割合

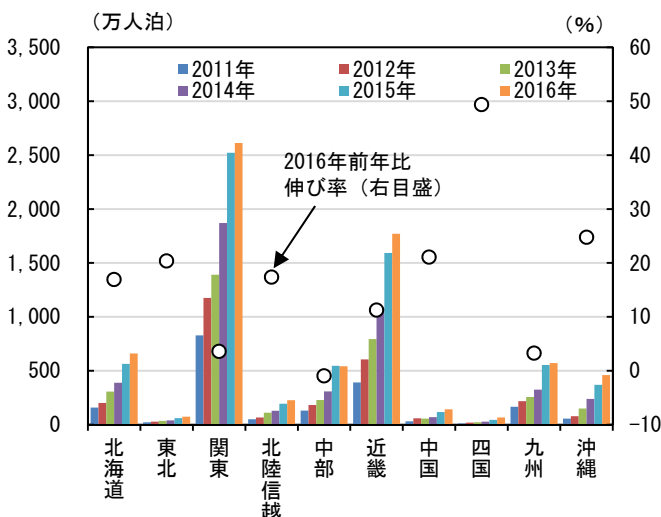


（備考）1. 観光庁「宿泊旅行統計調査」

2. 2016年は12月の総数を1月から11月までの合計に応じて案分して合算

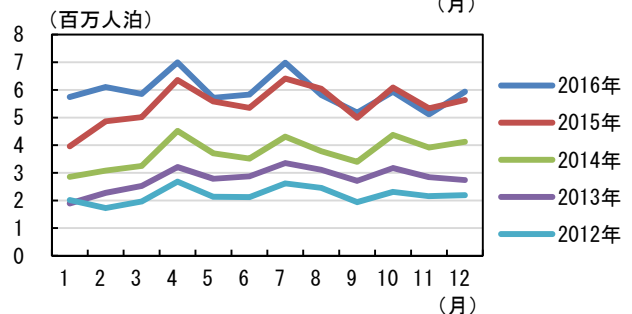
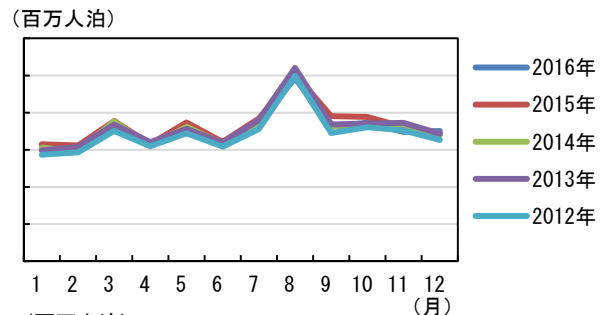
図表4-4 日本人（上図）と外国人（下図）の月別延べ宿泊者数

図表4-3 地方別外国人延べ宿泊者数



（備考）1. 観光庁「宿泊旅行統計調査」

2. 2016年は12月の総数を1月から11月までの合計に応じて案分して合算

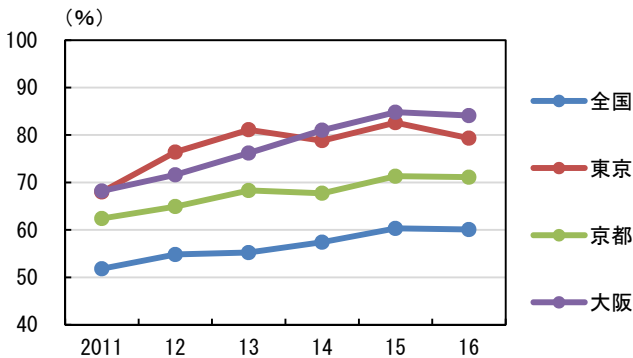


（備考）観光庁「宿泊旅行統計調査」

5. 宿泊業における人手不足の現状

- 訪日外国人数が順調に増加した一方で、2016年の宿泊施設の客室稼働率は前年比で横ばい傾向となった(図表5-1)。ホテルの新規開業が相次いだこと、客室単価の上昇により国内需要が減少したこと、宿泊施設を利用しないクルーズ船による訪日客が増加していることなどが背景に挙げられる。また一般的に、客室稼働率が80%を超えると満室になる日が出てくると言われており、東京や大阪では稼働率が上限に達しているとも考えられる。さらに、2016年1月に東京都大田区で、10月には大阪府で、国家戦略特区として民泊条例が施行されたが、その他の簡易宿所を活用した民泊等の拡大も背景にあると推察される。
- ホテルの客室数はこれまでも一貫して増加してきたが、好調な需要を受けて、今後も多くの新規開業が計画されている(図表5-2)。客室稼働率の高い都市部を中心に、大部分は宿泊主体型のビジネスホテルとなっているが、地方では客室数を抑えたラグジュアリーホテルも計画されており、差別化や宿泊単価の向上が期待される。
- 宿泊施設の新規供給が旺盛である一方、従業員の人手不足が問題となっている。宿泊業の職業別就業者数は「接客・給仕」と「飲食物調理」で60%超を占めており、また半数以上が非正規従業員という構造になっている(図表5-3、5-4)。それぞれの有効求人倍率は、2010年以降上昇を続けており、全職業の平均を大きく上回る状況となっている(図表5-5、5-6)。従業員の人手不足がボトルネックとなり、受入環境の悪化や宿泊予約を停止する事例も発生しており、今後の新規開業施設の増加に向けて、観光人材の育成やITの活用による労働生産性の向上等が課題となる。また、外国人客の誘致に加え、宿泊需要の8割以上を占める日本人の休暇取得分散化等を進めることにより、一年を通じた客室稼働率を平準化させ、正規従業員の比率を上げることも必要であろう。

図表5-1 客室稼働率



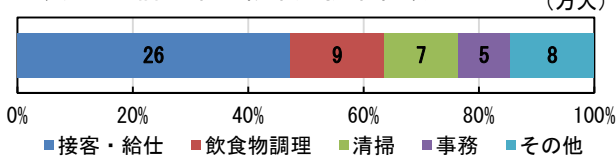
(備考) 1. 観光庁「宿泊旅行統計調査」
2. 2016年は1月から11月までの平均

図表5-2 ホテル新規開業予定客室数

開業時期	全国	東京	大阪	京都
2015年末 既存客室数	846,332	100,122	59,284	23,935
2016年	16,146	4,471	916	464
2017年	29,639	4,680	4,035	1,354
2018年	18,002	5,753	1,002	619
2019年	10,315	3,187	1,417	70
2020年以降	4,527	1,209	-	-
未定	6,892	592	300	306

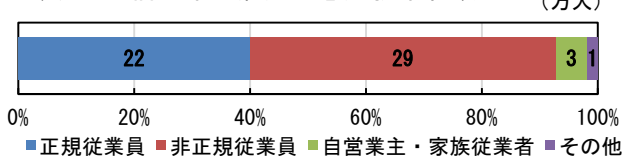
(備考) オータパブリケーションズ「週刊ホテルレストラン」
(2016年6月3日号、2016年12月2日号)、
厚生労働省「衛生行政報告例」により作成

図表5-3 宿泊業の職業別就業者数

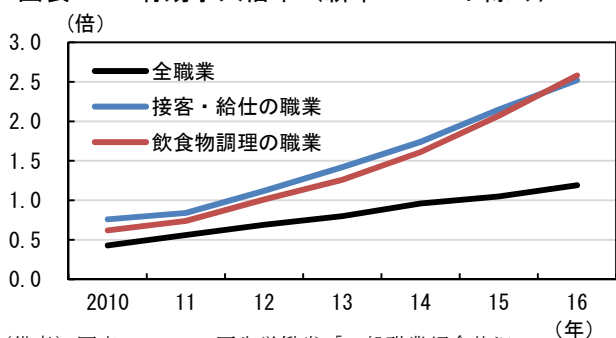


(備考) 図表5-3、5-4 総務省統計局「労働力調査」

図表5-4 宿泊業の雇用形態別就業者数

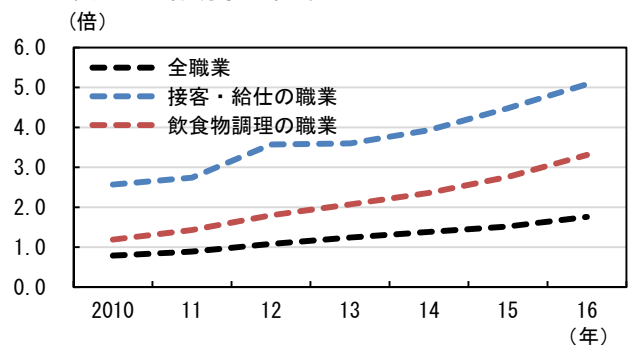


図表5-5 有効求人倍率 (新卒・パート除く)



(備考) 図表5-5、5-6 厚生労働省「一般職業紹介状況」

図表5-6 有効求人倍率 (パート)



6. 国・地域別の訪日旅行シーズン

- 訪日外国人を効果的に誘致するための手掛かりとして、訪日者数上位の国について、過去の月別訪日外国人人数、月別外国人延べ宿泊者数を基に、2017年の国・地域別訪日旅行シーズンを示した。アジア地域の旧正月（春節）やキリスト教の祝日であるイースターなど、年によって移動する祝日があるため、訪日旅行のハイシーズンもそれに合わせて移動する（図表6-1）。訪日外国人人数がますます増加する中、ハイシーズンには宿泊施設や交通機関の混雑が予想されるため、観光業界以外にとっても訪日外国人の動向を意識する場面が増えていくと予想される。
- 現状では中国の買い物消費が集中することから、春節や国慶節が注目されがちである。しかし、多くの国・地域において、訪日旅行のハイシーズンは、家族で旅行ができる学校の長期休暇の時期にあたっている。新たな訪日需要を開拓していく上で、どの時期に、どの国・地域の、どのような顧客層をターゲットにアプローチをしていくかを、それぞれの地域の観光資源などに応じて考えていくことが重要である。たとえば、日本人宿泊者数が少ない1月は、韓国やオーストラリアをターゲットにすることが効果的である。また、9月は学校の新学期にあたる国・地域が多いことから訪日客が少ない月となっており、家族連れをターゲットにするのは難しいと言えよう。

図表6-1 2017年 国・地域別の訪日旅行シーズン

国・地域	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
日本	冬期休暇		春期休暇		ゴールデンウィーク			夏期休暇	お盆			冬期休暇
中国 (6,373,000人)		春節 冬期休暇					夏期休暇			国慶節		
韓国 (5,090,300人)	冬期休暇	旧正月 春期休暇					夏期休暇			秋夕		冬期休暇
台湾 (4,167,400人)		春節 春節休暇		児童節・清明節			夏期休暇			国慶節		
香港 (1,839,200人)		春節 旧正月休暇		イースター 復活節休暇			夏期休暇					クリスマス クリスマス休暇
米国 (1,242,700人)		冬期休暇		復活祭休暇		夏期休暇						クリスマス クリスマス休暇
タイ (901,400人)			旧正月 夏期休暇							中期休暇		クリスマス クリスマス休暇
オーストラリア (445,200人)	夏期休暇			イースター 秋期休暇			冬期休暇		春期休暇			クリスマス 夏期休暇
マレーシア (394,200人)		旧正月	1学期中間休暇			1学期末休暇	ハラヤ・ブアサ		2学期中間休暇			クリスマス 学年末休暇
シンガポール (361,800人)		春節	1学期後の休暇	イースター		2学期後の休暇			3学期後の休暇			クリスマス 4学期後の休暇
フィリピン (347,800人)	クリスマス休暇			イースター 夏期休暇								クリスマス クリスマス休暇
英国 (292,500人)		ハーフターム		イースター 復活祭休暇		ハーフターム		夏期休暇		ハーフターム		クリスマス クリスマス休暇
カナダ (273,100人)			春期休暇	イースター			夏期休暇					クリスマス クリスマス休暇
インドネシア (271,000人)	年末年始休暇			イースター ラマダン休暇		Idul Fitri ハラル・年度替わり休暇						年末年始休暇
フランス (253,400人)	クリスマス休暇	冬期休暇		イースター 春期休暇			夏期休暇			諸聖人休暇		クリスマス休暇

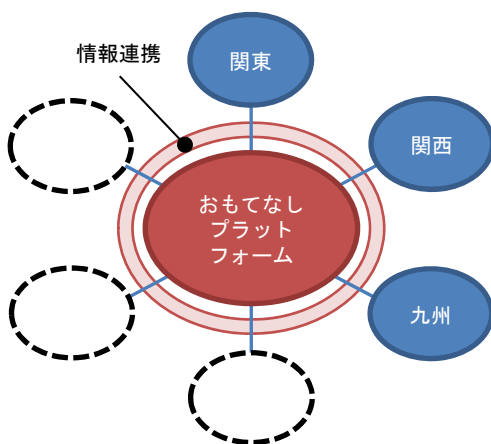
● 主な連続休暇 ↔ 学校の長期休暇 ■ ハイシーズン ■ 準ハイシーズン

- (備考) 1. 観光庁「宿泊旅行統計調査」、日本政府観光局 (JNTO)により日本政策投資銀行作成
 2. 国名の下の () 内は、2016年の訪日者数
 3. フランスの冬期休暇、春期休暇は、全土を3つのゾーンに分けて休校期間を配分

7. 課題解決に向けた新たな取り組み

- 生産性向上、人手不足の解消、コト消費の拡大に向け、国、民間で新たな取り組みが進められている。
- 経済産業省は、様々なサービス事業者同士が連携して質の高いサービスを提供する仕組みとして、ITを活用した「おもてなしプラットフォーム」の構築に取り組んでいる（図表7-1）。2020年の社会実装を目指し、2016年10月から関東、関西、九州で実証実験を開始した。
- 実証実験では、生体認証を利用した決済サービスの導入に向けた取り組みが進められている。鎌倉では、海の家に生体認証サービスを導入したことで、現金やクレジットカードをロッカーに預けたまま、手ぶらでマリンスポーツを楽しむことができる。また、湯河原や箱根の宿泊施設では、チェックイン時にパスポートの提出を省略することが可能となっている（図表7-2）。これらの取り組みにより、宿泊業や小売業等のサービス向上、マーケティング強化、生産性向上が期待される。
- また、宿泊施設や労働力の不足、コト消費への関心の高まりから、空港や大都市を中心に、独自のコンセプトを掲げる体験型カプセルホテルが増加している（図表7-3）。一般のビジネスホテルと比較して宿泊料金も安く、訪日外国人の需要も伸びているという。訪日外国人の関心がモノからコトへと変化する中、画一的なビジネスホテルだけでなく、個性的な宿泊体験の重要性も増していこう。

図表7-1 おもてなしプラットフォーム



(備考) 図表7-1, 7-2
経済産業省資料により日本政策投資銀行作成

図表7-2 実証実験の概要

	関東（湯河原・箱根・鎌倉）	関西（大阪）	九州（福岡）
実証概要	生体認証（指紋）を利用した決済サービス	生体認証（手のひら）を利用した決済サービス、LED光源を利用したスマートフォンへの情報提供	既存の訪日外国人向けスマートフォンアプリと連携することで収集される業種横断的な情報の活用
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊施設で、パスポートの提示や記帳をすることなく、チェックインや決済を行う。 ・現金等を持たずにビーチを楽しむことができる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ショッピングセンターで、手のひらをかざすだけで決済を行う。 ・日本語の看板等にスマートフォンをかざすことで、事前に登録した母国語での情報が入手できる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・スマートフォンの位置情報を活用した観光情報やクーポンの提供を行う。 ・各種ログデータやSNSの投稿内容を分析し、観光ニーズを把握する。
			

図表7-3 増加する体験型カプセルホテル

施設名	所在地・開業年月	コンセプト
FIRST CABIN	東京（2017年2月） 大阪（2017年3月）ほか	飛行機のファーストクラスをイメージしたコンパクトホテル。
BOOK AND BED TOKYO	東京（2015年11月） 京都（2016年12月）	本棚の中で、本を読みながら寝られる「泊まれる本屋」。
&AND HOSTEL	福岡（2016年8月）	最先端のIoTデバイス開発を行なっている各社の協力の下、10種類のIoTデバイスを組み込んだ客室やダイニングカフェを設置。
コミカブ	京都（2017年2月）	カプセルホテル形式の宿泊施設をメインとした店舗。数万冊のコミックを取り揃えたコミック融合型リラクゼーションスペース。
Train Hostel 北斗星	東京（2016年12月）	2段ベッド等のパーツを再利用し、寝台列車「北斗星」を再現。

(備考) 各種資料により日本政策投資銀行作成

©Development Bank of Japan Inc. 2017

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。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引用・転載・複製する際には、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 産業調査部
Tel: 03-3244-1840