

観光立国への道
～モノ消費から体験型観光などコト消費へ～

【ポイント】

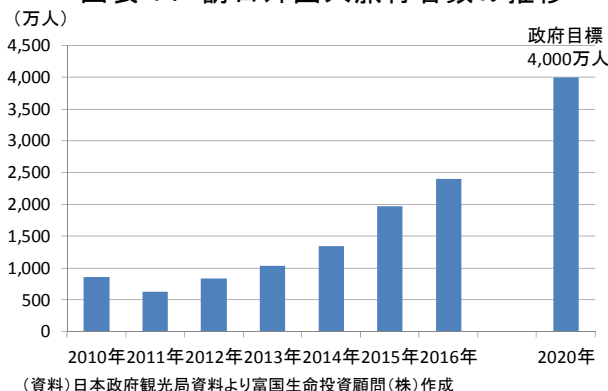
1. 訪日外国人数は順調な拡大が続く一方で、消費についてはけん引してきた中国人旅行者によるショッピングの減少などから伸びが鈍化している。
2. 「訪日で期待すること」に関する調査では、依然として「日本食を食べること」が多いものの、「ショッピング」よりも「自然・景勝地観光」の回答が上回るなどモノ消費から体験型観光などコト消費へのシフトがみられる。
3. 政府は「明日の日本を支える観光ビジョン」の中で、観光産業の革新や観光資源の魅力を活かした地方創生などの各種施策を全方位的に打ち出している。こうした中で官民が一体となり市場を整備・創造していくことが重要といえよう。

1. 訪日外国人数は順調に拡大

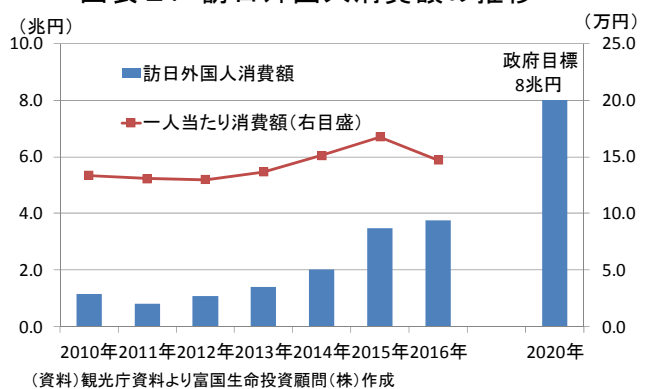
訪日外国人数の順調な拡大が続いている。東日本大震災があった 2011 年は前年比で▲28%と大きく落ち込んだが、その後は 2012 年+34%、2013 年+24%、2014 年+29%、2015 年+47%と急拡大。そして、2016 年は年初から円高が進行したにもかかわらず、前年比+22%の 2,403 万人となった（図表 1）。2016 年の実績を国別でみると、最大規模である中国が同+28%の 637 万人、これに続く規模の韓国が同+27%の 509 万人と大きく増加し、それぞれ 600 万人、500 万人の大台を突破した。この 2 地域に 3 位の台湾、4 位の香港を加えた東アジア 4 カ国は同+23%となり、引き続き拡大をけん引している。また、現時点で公表されている欧米豪 9 カ国についても同+18%となり、遠方からの訪日外国人数も堅調な伸びとなっていることは、今後のビジネスの展開においても注目に値しよう。

こうした継続的な伸びの理由としては、世界景気の回復といったマクロ要因に加え、ビザの緩和や航空路線の拡充、クルーズ船の寄港数の増加、積極的なプロモーション活動などミクロ的な取組みの効果が挙げられる。

図表 1. 訪日外国人旅行者数の推移



図表 2. 訪日外国人消費額の推移



2. 訪日外国人消費は伸び鈍化

一方で、2016 年の訪日外国人消費については、前年比+8%の 3 兆 7,476 億円とプラス

を維持しながらも伸びが鈍化している（図表 2）。中期トレンドで見ると 2011 年が前年比で▲29%、2012 年+33%、2013 年+31%、2014 年+43%、2015 年+71%、2016 年+8% であり、2016 年は急速にブレーキがかかっている。一人当たりの消費額については、2013 年以降増加が続いていたが、2016 年は一転して前年比▲12%となった。

訪日外国人消費の伸び鈍化の主な理由としては、①円高進行による影響、②中国人旅行者の消費行動変化、の 2 つが挙げられる。

観光庁による「訪日外国人消費動向調査」では、2016 年 10～12 月期訪日外国人一人当たりの旅行支出は前年比▲12%だったが、ドルベースで全国籍・地域を換算すると同+1% となっており、プラスが維持されている（図表 3）。また、上位 5 カ国を現地通貨ベースで換算すると、中国が前年比で▲4%と減少した以外は、韓国が+13%、台湾が微増、香港が+18%、米国が+12%と増加しており、円高の影響が大きいことがわかる。

図表 3. 円ベース及び現地通貨ベースの訪日外国人一人当たり旅行支出

	中国		韓国		台湾		香港		米国		全国籍・地域	
	円	人民元	円	ウォン	円	台湾ドル	円	香港ドル	円	USDドル	円	USDドル
2016年10-12月期	214,136	13,736	71,750	777,352	127,033	37,987	167,637	12,267	166,329	1,569	147,175	1,388
前年比	-22%	-4%	-2%	13%	-10%	0%	3%	18%	-2%	12%	-12%	1%

(資料)観光庁資料より富国生命投資顧問(株)作成

中国の減少については、爆買い現象といわれた反動減が考えられることに加え、昨年 4 月から実施されている中国での携行品輸入にかかわる関税引上げ、中国国内での越境 EC の利用による影響も大きいと推測される。同調査によると、関税引上げについては約 45%、越境 EC については約 22%の中国人旅行者が日本滞在中の買い物を抑制した理由として回答している。この影響は昨年 4 月以降の 9 ヶ月で総額 2,000 億円程度と試算されており、2016 年の訪日外国人消費支出を 5%強も押し下げた計算になる。

3. モノ消費からコト消費へ需要がシフト

2015 年までは中国人旅行者を中心としたショッピングが訪日外国人消費の拡大をけん引してきたが、中国での関税引上げや越境 EC の影響などを考えると、大きな増加が見込みにくい状況にある。また、訪日外国人の消費行動についても、買い物を主な目的として日本に来るというスタイルから、体験型観光を楽しむことを目的とするといったスタイルへ変化しており、いわゆる「モノ消費からコト消費へ」の傾向がみられる。

訪日外国人消費動向調査では、「訪日前に日本滞在中の行動で期待していたこと」は、①日本食を食べること、②ショッピング、③自然・景勝地観光、に対して、「次回日本を訪れた時にしたいこと」は、①日本食を食べること、②自然・景勝地観光、③ショッピング、となっており、ショッピングの順位が下がっている。また、「今回の日本滞在中にしたことの満足度」では、①四季の体感と日本の日常生活体験、②自然体験ツアー・農漁村体験、③温泉入浴、となり、自然・文化などを体験する観光に関することが上位となっている。

図表 4 の 2016 年費目別旅行支出の前年比をみると、総額+8%に対して宿泊料金+13%、飲食費+18%、交通費+17%、娯楽サービス費+7%、買い物代▲2%となっている（一人当たりでは、総額▲12%、宿泊料金▲7%、飲食費▲3%、交通費▲4%、娯楽サービス費▲12%、買い物代▲19%）。総額ベースでは、買い物代の減少に対して娯楽サービス費が増加しており、僅かではあるがショッピングよりも自然・景勝地観光などのコト消費に予算を費やす傾向がみられる。宿泊料金、飲食費、交通費は、必要経費的な要素が強く、円

高が進む中でも一人当たりの経費としては減少率が低かったとの見方もできる一方で、自然・景勝地観光を目的とした来訪者の増加により減少が食い止められた可能性がある。

観光や文化体験などは訪日外国人からのニーズは高く、こうした場やサービスを訪日外国人が受け入れやすい環境を整えて提供することにより、ショッピングに陰りがみられる中で、一人当たりの消費を底上げすることが期待される。

図表 4. 費目別旅行支出

		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買い物代	その他	総額
2015年	支出総額(億円)	8,974	6,420	3,678	1,058	14,539	102	34,771
	一人当たり支出(万円)	4.5	3.3	1.9	0.5	7.4	0.1	17.6
	費目別構成比	26%	18%	11%	3%	42%	0%	100%
2016年	支出総額(億円)	10,140	7,574	4,288	1,136	14,261	77	37,476
	一人当たり支出(万円)	4.2	3.2	1.8	0.5	5.9	0.0	15.6
	費目別構成比	27%	20%	11%	3%	38%	0%	100%
前年比	支出総額	13%	18%	17%	7%	-2%	-25%	8%
	一人当たり支出	-7%	-3%	-4%	-12%	-19%	-38%	-12%

(資料)観光庁資料より富国生命投資顧問(株)作成

4. 観光立国への実現に向けて相次ぐ施策を展開

政府は、すでに環境整備のために様々な施策を打ち出している。2016年3月に発表した「明日の日本を支える観光ビジョン」では、3つの視点として、①観光資源の魅力を極め地方創生の礎に、②観光産業を革新し国際競争力を高め我が国の基幹産業に、③すべての旅行者がストレスなく快適に観光を満喫できる環境に、を掲げている。

視点1は、魅力ある公的施設・文化財の活用に加え、国立公園のブランド化、景観の優れた観光資産の整備、活用などである。また、広域観光周遊ルートの世界水準への改善といった大きなテーマから、地方の商店街などにおける観光需要の獲得、外国人受け入れ可能な伝統工芸品の産地を育成することなどの幅広い課題も取り上げている。

視点2は、観光に関する規制・制度を総合的に見直すことで、新しい市場を育成するとともに、既存の温泉街や地方都市を未来発想の経営で再生・活性化することを目指している。具体的には、ビザの戦略的な緩和、民泊サービスへの対応、観光振興のための戦略設定などを行う組織であるDMO(Destination Management/Marketing Organization)による観光地の活性化などである。

視点3は、様々な交通インフラ整備に加え、ソフトインフラの改善による快適な旅行の実現などである。最先端の入出国審査の実現、クルーズ船の受け入れ拡大、キャッシュレス・通信環境の整備、多言語対応による情報発信、宿泊施設や観光バス乗降場の整備促進など施策は幅広い。

政府が掲げているビジョンの骨子と施策の一部を紹介したが、観光立国への実現に向けて、実行できることは全方的に取り組もうとする内容であり評価できる。より重要なのは、こうした施策を通じて行政と民間が連携し、訪日外国人のニーズを捉えた観光の環境を整え、観光立国としての魅力を高めていくことであろう。すでに、官民が連携してクルーズ船専用港を整備し訪日外国人の受け入れ体制を強化する動きや、飲食情報サイト運営を行う企業が観光都市と‘食と観光を通じた連携協定’を結び、訪日外国人の受け入れを推進するなど施策を活かした取り組みが始まっている。

政府が目標として掲げる2020年訪日外国人数4,000万人、訪日外国人消費額8兆円のハードルは高いものの、こうした取り組みを継続的に実施することにより、観光立国として前進していくことが予想される。

(富国生命投資顧問(株) ストラテジスト 山崎 総一)