



BOJ *Reports & Research Papers*

2014年10月

日本銀行大阪支店

訪日外国人客による消費が近畿の個人消費にもたらす効果について

本稿における「近畿」は、大阪府、京都府、兵庫県、滋賀県、奈良県、和歌山県の2府4県。

本稿は、大阪支店営業課調査グループ 園田章、清水俊太郎、難波愛子、濱口真妃、道勸麻美絵、公平周次郎が執筆しました。ホームページ(<http://www3.boj.or.jp/osaka/>)からもご覧いただけます。本稿の内容について、商用目的で転載・複製を行う場合は、予め日本銀行大阪支店までご相談ください。転載・複製を行う場合は、出所を明記してください。

【照会先】

日本銀行大阪支店営業課調査グループ こうだいら 公平、山田 (TEL: (06) 6206-7751)

本稿のポイント

- 近年、海外からわが国を訪れる訪日外国人客が増加傾向にある。近畿は、外国人入国者数が、全国・関東を上回るペースで増加。外国人宿泊者の割合も、全国より高めで推移しており、相対的にインバウンド需要の効果を強く受けている可能性が高い¹。
- 訪日外国人客の増加は、訪日ビザの発給要件の緩和・免除措置の拡大や為替円安などが背景にある。また、関西国際空港²が、日本最大の格安航空会社（LCC）乗り入れ空港として高い機能度を発揮していることも、一因となっている。
- 近畿を訪れる訪日外国人客の特徴をみると、大阪を中心に「買い物」を好む「東アジア」や「東南アジア」方面からの観光客が目立つ。こうした訪日外国人客による消費の効果を試算すると、足もと消費増税の影響がみられている中で、百貨店や家電量販店などの売上に一定の下支え効果を発揮していることが示唆される。
- 先行きも、LCC発着便数の増加や訪日ビザの緩和が見込まれているほか、免税対象品目の拡大に伴う効果も期待されており、訪日外国人客による関連需要は堅調に推移する可能性が高い。
- 近年、大阪を中心に、大型商業施設の開業・改装や大型テーマパークの新エリア開業が続いたほか、大阪以外でも、観光イベントの開催を控えているなど、国内外からの観光客増加に期待が高まっている。
- 一方、増加する訪日外国人客に対して、「宿泊施設や駐車場が不足している」、「多言語や食文化・食習慣への対応が遅れ気味」といった指摘もあり、インバウンド需要の一段の拡大に対応していくためには、これらの課題を改善していくことが必要である。

1. 訪日外国人客の増加

近年、海外からわが国を訪れる「訪日外国人客」は増加傾向にある。観光庁によると、2013年に訪日外国人客数が初めて1,000万人を突破し、2014年4月には旅行収支が大阪万博開催期間中の1970年7月以来、44年ぶりに黒字になった。特に近畿では、2012年以降、外国人入国者数が全国・関東を上回るペースで増加しているほか、総宿泊者数に占める外国人宿泊者の割合も、全国対比ほぼ一貫して高めで推移するなど、国内のその他の地域に比べて、訪日外国人客増加に伴う関連需要の恩恵を強く受けている可能性が高い（**図表1**）。

—— 近畿は、世界遺産や国宝・重要文化財が多く集積しているほか、商業施設やテーマパークが充実しており、訪日外国人客向けツアーの定番コース（通称：ゴールデンルート）に組み込まれるケースが多い。

¹ 近畿の非製造業では、急増している訪日外国人客の需要を取り込むだけでなく、海外展開についても積極的に取り組んでいる。その点については、当店レポート「近畿企業の海外進出動向について～存在感を増す非製造業の海外進出を中心に～」を参照。

² 2012年10月にLCC専用施設である第2ターミナルビルを開業。2013年12月には、更なるLCC就航に向けた第3ターミナルを整備することを発表（2016年下期の供用開始を予定）。

2. 訪日外国人客が増加している背景

訪日外国人客が増加している背景については、東アジアや東南アジア諸国に対する訪日ビザの発給要件の緩和・免除措置の拡大に加え、為替円安によって日本向け旅行が割安になったことなどが影響している。また、わが国に発着する格安航空会社（LCC）を始めとした国際線旅客便数の増加も、訪日外国人客の増加を後押ししている。特に関西国際空港は、LCC国際線旅客便数で国内他空港を大きく上回るなど、日本最大のLCC乗り入れ空港として、高い機能度を発揮している（**図表2**）。

3. 訪日外国人客の消費動向の特徴

近畿を訪れる訪日外国人客の特徴をみると、大阪を中心に「東アジア」や「東南アジア」方面からの観光客が目立つ（**図表3**）。こうしたアジア諸国からの観光客は、旅行期間中の「買い物」に対する消費支出がその他の国・地域に比べて高い（**図表3、4**）。

こうした訪日外国人客による消費支出が、近畿の百貨店、家電量販店、ドラッグストアの売上高にもたらす効果を、入国者数や購入率・平均消費単価などを用いてラフに試算すると、消費税率引き上げの影響がみられている中で、一定の下支え効果を発揮していることが分かる（**図表5**）。例えば、2012年度から2014年度³の百貨店売上高における訪日外国人客の売上高の割合は、年々上昇している（2012年度：2.7%→2013年度：2.8%→2014年度：3.6%）。

4. 先行きの見通し

先行きについては、LCC国際線旅客便数の増便や訪日ビザ発給緩和・免除措置の拡大が見込まれるなど、訪日外国人客による関連需要は堅調に推移する可能性が高い。また、2014年10月から訪日外国人客向けの免税対象品目が全品目に拡大⁴されたことなども考慮すると、わが国の個人消費において、訪日外国人客による消費支出が引き続き下支え効果を発揮していく可能性が高い。

ここ数年、大阪を中心に大型商業施設の開業・改装が相次いだほか、今夏に大型テーマパークの新エリアが開業するなど、観光地としての近畿の魅力は高まっている。また、大阪以外の地域においても、観光に関連する行事・イベントの開催を控えている⁵ことから、今後、近畿への内外観光客の増加に期待が高まっている。

一方で、増加する訪日外国人客に対して、「ホテルなどの宿泊施設や大型観光バス用の駐車場が不足している」、「多言語対応や食文化・食習慣への対応⁶が遅れ気味」といった指摘も聞かれており、インバウンド需要の一段の拡大に対応していくためには、これらの課題を改善していく必要がある。

以上

³ 2014年度は14年4-8月実績。

⁴ 2014年10月より、訪日外国人客の消費免税対象品目が、現在の家電、装飾品、衣類、靴、かばんなどに加え、全ての品目に拡大されたほか、免税手続きが簡素化された。

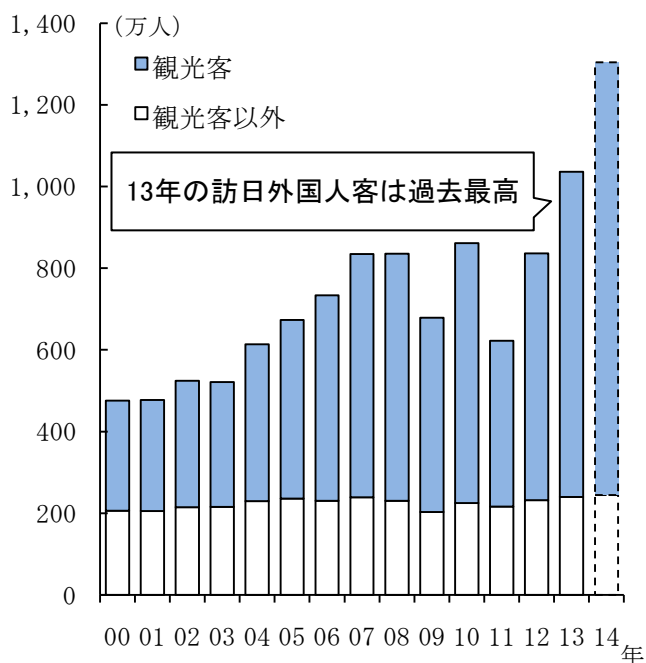
⁵ 和歌山県では、2014年に「紀伊山地の霊場と参詣道」世界遺産登録10周年、2015年に高野山開創1200年記念大法全、奈良県では、2015～16年に春日大社式年造替（20年に一度執り行われる社殿の修築事業）などが予定されている。

⁶ イスラム教の戒律で禁じられた食品およびその加工・調理方法を巡る「ハラール対応」などが該当。

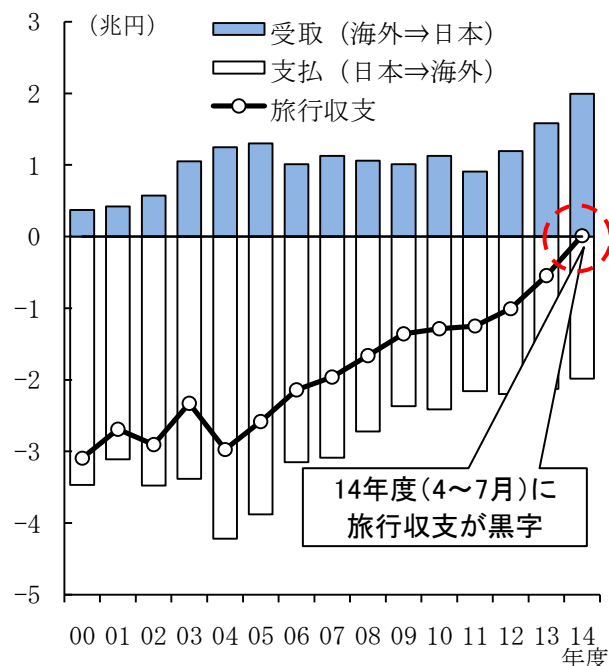
訪日外国人客の増加

全国と比べ強めとみられる近畿のインバウンド需要

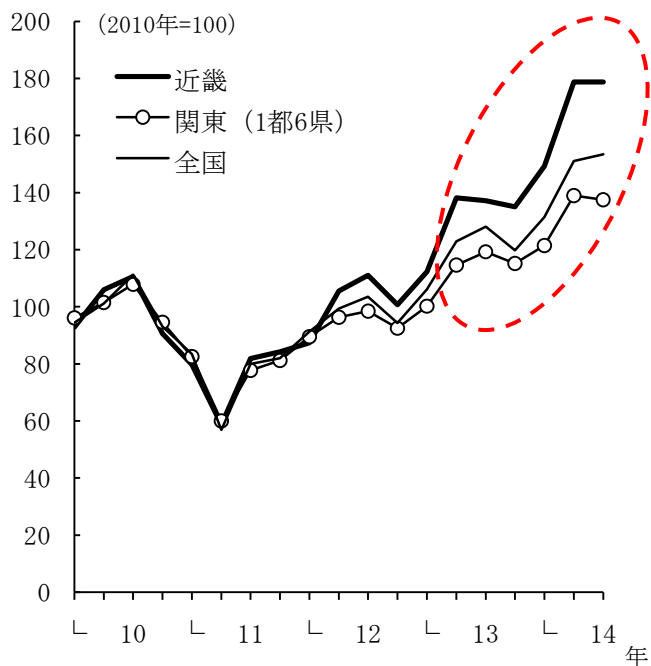
(1) 訪日外国人客数 (全国)



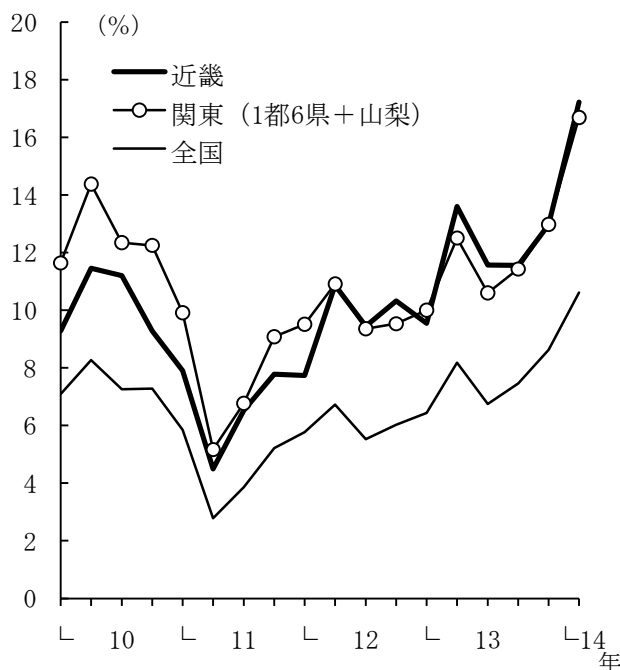
(2) 旅行収支 (全国)



(3) 入国者数



(4) 総宿泊者に占める外国人宿泊者の割合



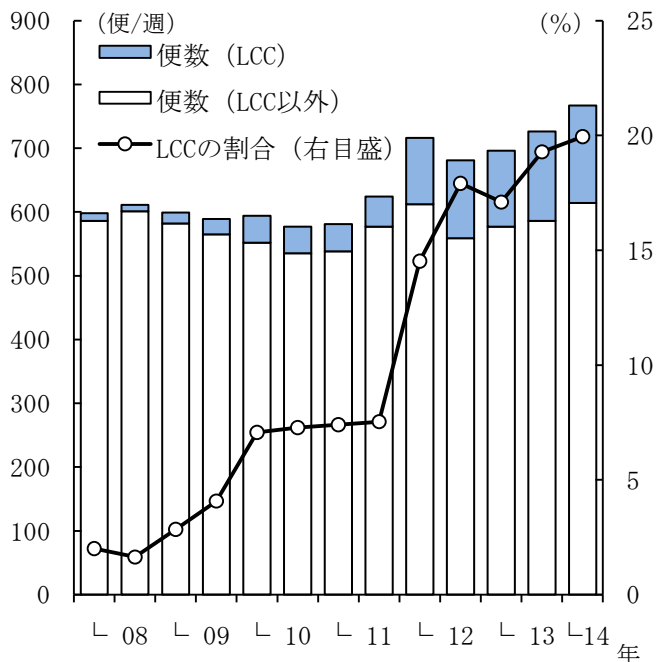
- (注) 1. (1) の14年は、14年1-8月実績 (観光客は同1-6月実績) の前年比を用いて算出。
 2. (2) のうち14年度は、14年4-7月実績を年率換算した値。
 3. (3) のうち近畿は、関西空港と大阪・神戸港、関東は羽田・成田空港の外国人入国者数の合算。
 4. (3) の14年7-9月は、14年7-8月実績の前年比を用いて算出。
 5. (4) の宿泊者数は、延べ宿泊者数 (泊数ベース)。

(資料) 日本政府観光局「訪日外客数」、財務省・日本銀行「国際収支統計」、法務省「出入国管理統計」、観光庁「宿泊旅行統計調査」

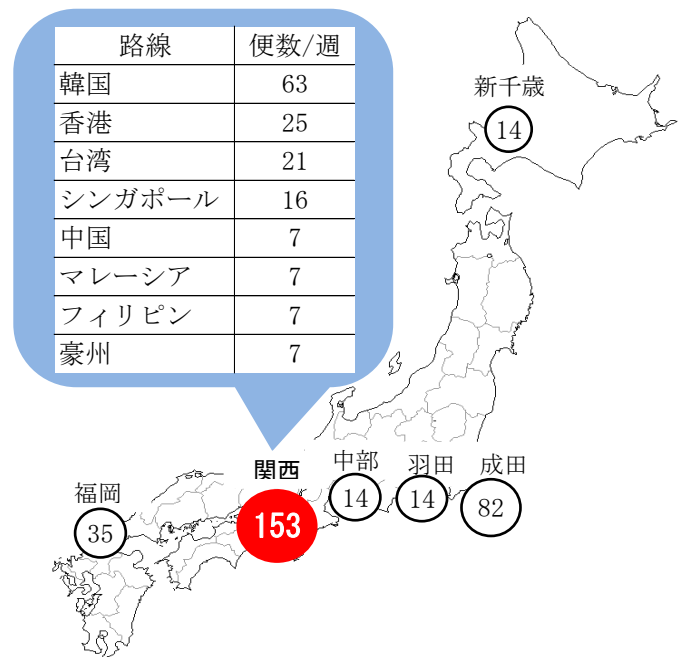
訪日外国人客が増加している背景

LCCの国際線旅客便数で全国トップを誇る関西国際空港

(1) 関西国際空港の国際線旅客便数



(2) 主要空港別のLCC国際線旅客便数 (週当り)



(3) 関西国際空港の路線別国際線旅客便数

(便/週、%)

路線	11年夏実績	14年夏計画	増減
中国 (32.9)	183	252	+69
韓国 (21.0)	136	161	+25
台湾 (13.2)	31	101	+70
他アジア (15.1)	80	116	+36
欧州 (5.2)	38	40	+2
アメリカ (4.0)	38	31	▲7
その他 (8.6)	75	66	▲9
合計 (100.0)	581	767	+186
LCC (19.9)	43	153	+110
LCC以外 (80.1)	538	614	+76

(4) 00年以降の主なビザ発給緩和・免除措置

時期	国・地域	ビザ発給・緩和免除措置
00/9月	中国	団体観光ビザ 発給開始 (一部地域)
04/4月	香港	ビザ 免除
05/3月	韓国	ビザ 暫定免除 (06/3月に免除)
	台湾	ビザ 暫定免除 (06/9月に免除)
05/7月	中国	団体観光ビザ 発給地域拡大 (全地域)
09/7月	中国	個人観光ビザ 発給開始 (一部地域)
10/7月	中国	個人観光ビザ 発給地域拡大 (全地域)
13/7月	タイ	ビザ 免除
	マレーシア	ビザ 免除
	インドネシア	数次ビザ 滞在時間延長
	フィリピン	数次ビザ 発給開始
	ベトナム	数次ビザ 発給開始
13/10月	UAE	数次ビザ 発給開始
13/11月	カンボジア	数次ビザ 発給開始
	ラオス	数次ビザ 発給開始
14/1月	ミャンマー	数次ビザ 発給開始

(注) 1. (1)のうち14年夏期は、計画ベース(13年冬期以前は実績ベース)。

2. (2)のうち関西国際・成田空港は、14年夏期計画。それ以外は13年冬期計画(14/1月時点)。

3. (3)の()内は、14年夏期計画における路線別シェア。

(資料) 新関西国際空港株「関西国際空港の国際定期便運航計画について」、各空港ホームページ、国土交通省「平成25年度観光の状況、平成26年度観光施策」

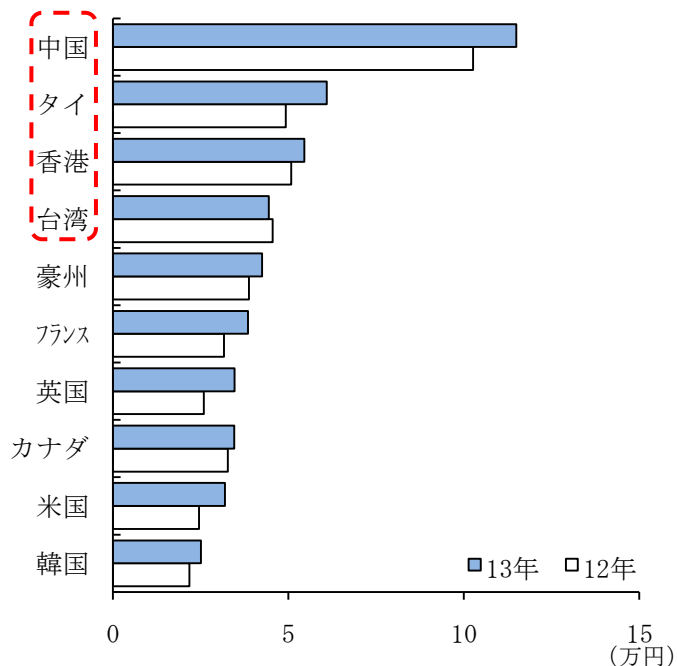
主要国籍別の消費行動の特徴①（訪問率等）

近畿は、買い物への支出割合が高いアジアからの観光客に人気

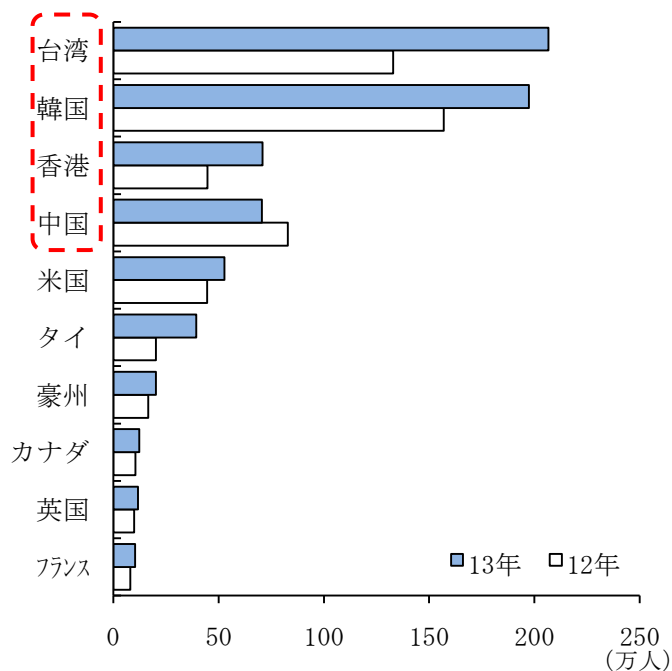
(1) 買い物への支出割合と訪問率（13年）

国・地域 [支出割合]	訪問率（観光・レジャー目的）						
	東京 (1位)	大阪 (2位)	京都 (3位)	兵庫 (12位)	奈良 (13位)	和歌山 (20位)	滋賀 (31位)
中国 [38.6]	68.0	61.9	44.2	8.0	7.4	1.9	0.6
台湾 [33.9]	35.0	24.2	21.0	8.9	6.2	1.4	0.7
タイ [28.9]	63.1	33.1	23.1	4.3	7.3	1.0	0.3
香港 [25.9]	38.4	25.3	15.0	5.4	3.8	5.1	0.3
韓国 [19.5]	17.9	26.9	13.0	7.0	4.6	0.4	0.1
豪州 [18.3]	79.0	28.7	46.0	3.3	5.6	2.8	0.3
英国 [16.8]	86.7	23.5	42.2	1.9	5.7	4.8	0.0
カナダ [15.4]	84.0	27.3	47.9	3.4	8.3	3.3	0.0
フランス [15.1]	83.4	25.9	55.3	4.2	12.0	5.2	1.3
米国 [14.1]	80.4	18.5	43.0	3.0	7.2	1.5	0.9

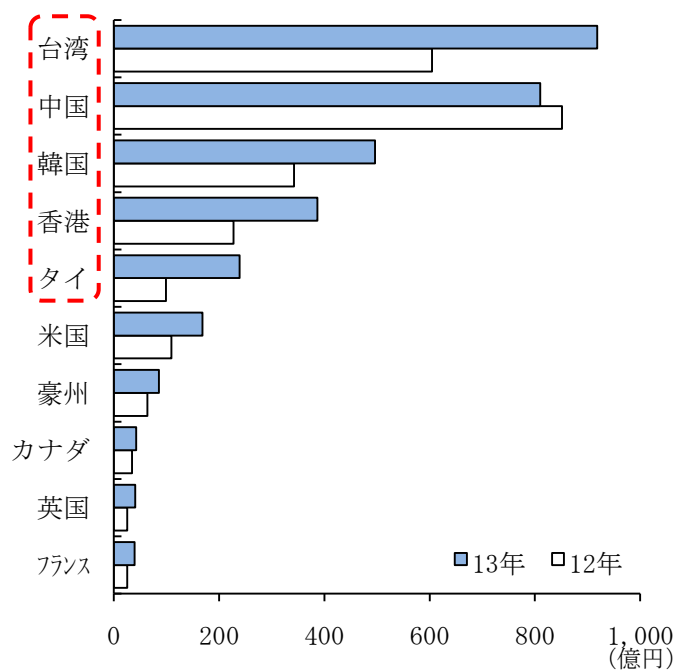
(2) 平均消費単価（買い物目的、全国）



(3) 訪日外国人客数（観光客、全国）



(4) 消費支出総額（買い物目的、全国）



(注) 1. (1) []内の支出割合は、訪日期間中に消費した金額に占める買い物の割合。
 2. (1) の訪問率は、全回答者数に占める当該都道府県を訪問した回答者数の割合。
 3. (1) のシャドーは、近畿内で訪問率がトップとなった府県。
 4. (1) の () 内は、訪日外国人客全体の順位。
 5. (4) は買い物の平均消費単価に訪日外客数（うち観光客）を掛け合わせて算出。

(資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局「訪日外客数」

主要国籍別の消費行動の特徴② (購入率)

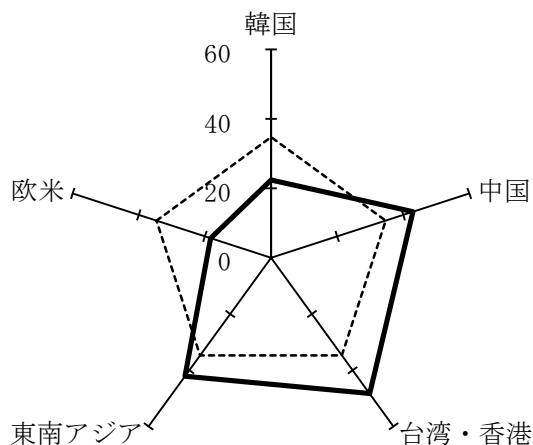
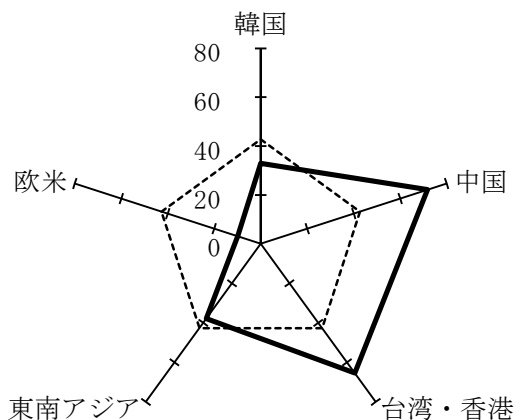
アジアからの訪日外国人客(観光客)の購入率は幅広い品目で高い

(1) 化粧品、医薬品、トイレタリー

(2) 服、かばん、靴

(%)

(%)

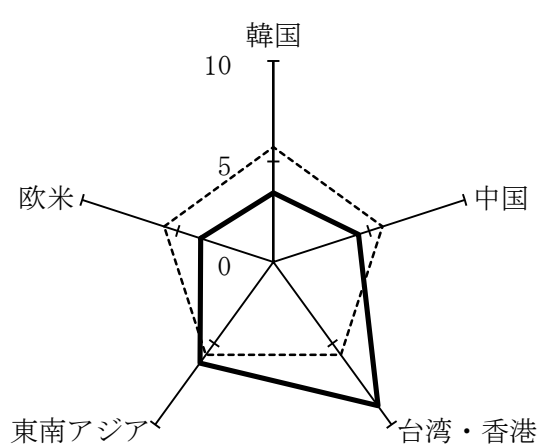
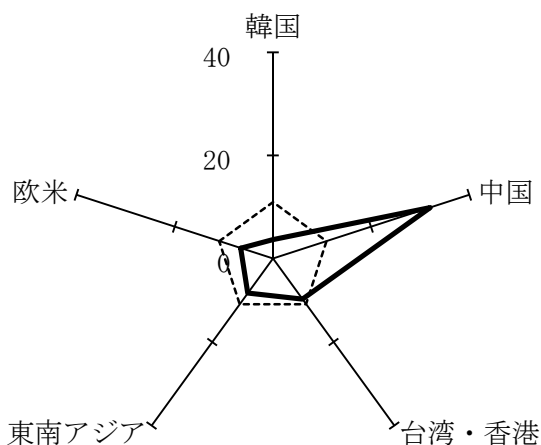


(3) 電気製品

(4) ゴルフ場・テーマパーク

(%)

(%)



(注) 1. 購入率は、当該品目を購入した各国・地域別にみた訪日外国人客数の割合(13年、全国ベース)。点線は全体の平均値。

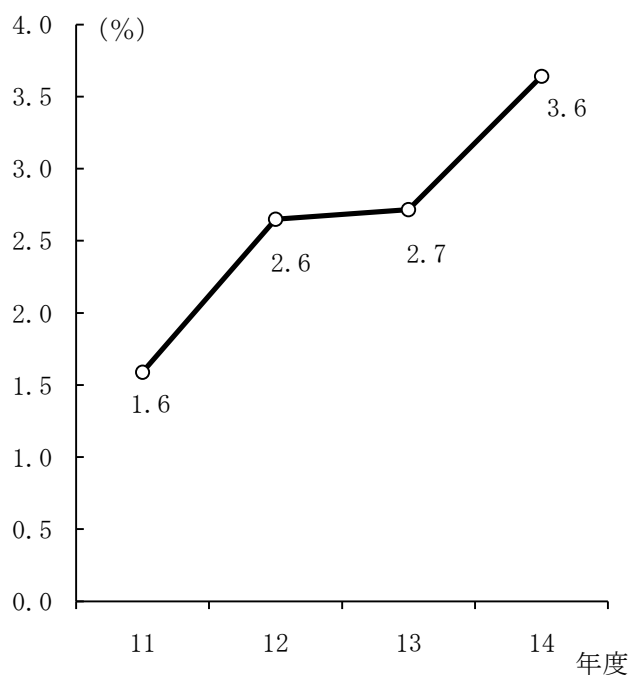
2. 「東南アジア」はタイ・マレーシア・シンガポール。「欧米」は米国・英国・ドイツ・フランス。

(資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

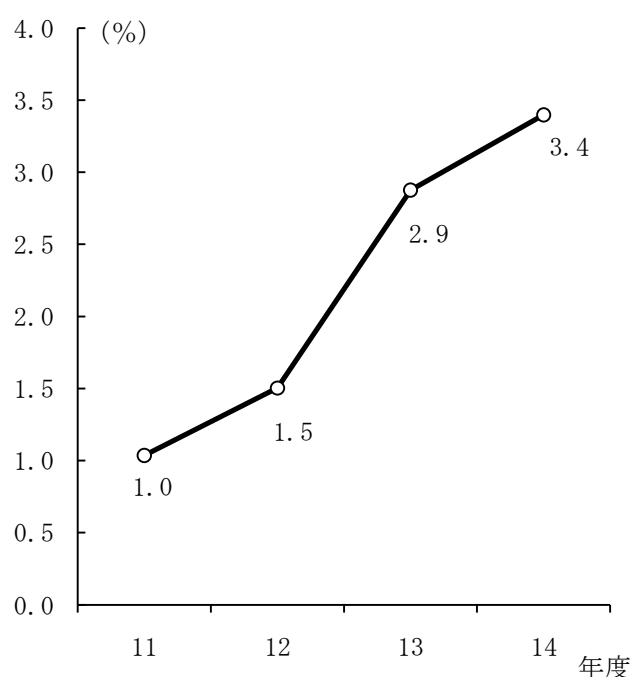
訪日外国人客の消費がもたらす下支え効果

増税後の反動がみられる中で、下支え効果を発揮するインバウンド需要

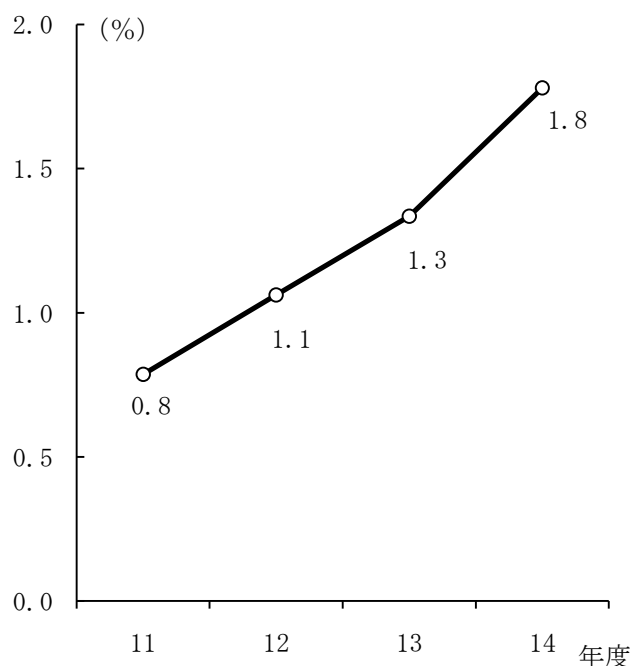
(1) 百貨店売上高に占める訪日外国人客の売上高の割合（試算、近畿）



(2) 家電量販店売上高に占める訪日外国人客の売上高の割合（試算、近畿）



(3) ドラッグストア売上高に占める訪日外国人客の売上高の割合（試算、近畿）



- (注) 1. 各業態の「訪日外国人客による売上高」の試算に用いた訪日外国人消費動向調査の購入率・平均消費単価は以下の通り。「化粧品・香水、服・かばん・靴＝百貨店」、「カメラ・ビデオカメラ・電気製品＝家電量販店」、「医薬品・健康グッズ・トイレタリー＝ドラッグストア」。
2. 各業態の売上高の14年度は4-8月、購入率・平均消費単価は13年7-9月の値を用いて試算。

(資料) 法務省「出入国管理統計」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」、経済産業省「専門量販店販売統計調査」、「商業販売統計」