



BOJ *Reports & Research Papers*

2016年6月
日本銀行大阪支店

関西におけるインバウンド需要の動向 ～「訪日外国人消費動向調査」の個票データを用いた分析～

本稿は、大阪支店営業課調査グループ吉野功一、三谷景一（現高松支店）、公文美貴、坂東嘉予、道勸麻美絵、森本菜穂が執筆しました。ホームページ(<http://www3.boj.or.jp/osaka/>)からもご覧いただけます。本稿で示された意見は執筆者に属し、必ずしも日本銀行の見解を示すものではありません。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 小野、吉野（TEL：(06) 6206-7751）

本稿のポイント

- 関空への外国人入国者数は、国際線就航便数の増加等を背景に全国を上回るペースで増加しており、国内で最も入国者数の多い成田国際空港に迫ってきている。また、16/1-3月をみると、中国を中心に入国者数は前年や前期と比べて大きく増加しており、中国を含めた新興国経済の減速や為替円高の影響は今のところ窺われない。
- 関空入国者の特徴についてみると、リピーターが約半数であるが、中国からの旅行者ではその比率が2～3割程度である。また、関空利用者が入国時と出国時に利用している港湾・空港をみると、約7割が入・出国時ともに関空を利用しており、関西を中心に観光している様子が窺われる。ただ、国籍別にみると、中国では関空以外の港湾・空港から入国または出国する比率が高く、ゴールデンルートを含め広域を周遊するケースが多いものと考えられる。
- 関空入国者の買い物支出総額をみると、訪日客数の増加から国籍を問わず増加を続けており、この面でも新興国経済の減速や円高の影響はみられていない。また、関空入国者の1人当たりの買い物目的の支出金額を国籍別にみると、圧倒的に中国が大きいですが、15年後半から足もとにかけて幾分低下している。この背景としては、①相対的に所得の低い層の訪日増加、②リピーターの増加、③中国当局による資本規制の強化などを受けて、購入商品が高額品から日用品にシフトしていることが挙げられる。また、訪日外国人客の支出対象をみると、サービス消費にも広がりつつある様子が窺われる。
- 今後も、訪日観光客数が増加する中で、インバウンド需要は引き続き好調に推移するとみられるが、インバウンド需要を一層取り込むためには、①国籍による観光特性の違いを踏まえた観光プロモーションや②支出対象のシフトや広がりといった需要構造の変化への柔軟な対応が求められる。また、訪日外国人の日本製日用品に対する満足度が高まる中で、アジア諸国の1人当たり所得増加に伴い、自国における継続的な購入ニーズが増えてくるとみられるため、当地企業がこうした輸出機会を活かしていくことも期待される。

1. はじめに

海外からわが国を訪れる外国人旅行者は増加している。日本政府観光局（JNTO）によると、2015年の訪日外国人客数は、前年比47%増の1,974万人で、3年連続で過去最高となった。特に関西では、関西国際空港（以下、関空）への外国人入国者数が、国際線就航便数の増加等を背景に全国を大きく上回るペースで増加しており、国内で入国者数が最も多い成田国際空港に迫ってきている（**図表1（1）～（3）**）。こうした訪日外国人客の増加を受けて、関西は国内の他の地域と比べて、インバウンド消費などの恩恵を強く受けているとみられる。一方、足もとでは平均購入単価の低下など、インバウンド消費の変化を指摘する声も聞かれている。

そこで本稿では、関西の訪日外国人数の増加の背景を確認したうえで、観光庁が訪日外

国人客に対して実施している「訪日外国人消費動向調査¹」の個票データを用いて、関西を訪れる訪日外国人客の訪日回数や旅行形態、支出額などの特徴を整理する。なお、本稿では、関西を訪れた回答者に焦点を当てるため、サンプルを関空への入国者等に限定した。

2. 訪日外国人数の動向と国籍別の特徴

2-1. 関空への外国人入国者～入国者数は引き続き増加～

関空への外国人入国者の特徴としては、アジアからの入国者数が国内で最も多く、全体に占める割合も9割と、全国よりも高いことが挙げられる（**図表1（4）、（5）**）。中でも中国（除く香港。以下同じ。）、韓国、台湾からの入国者のウェイトが大きい。他のアジア地域を含め増加傾向が続いている。また、足もとの16/1-3月をみると、中国からの入国者を中心に大きく増加しており（前年比+51%、前期比+14%）、中国を含めた新興国経済の減速や円高の影響は今のところ窺われていない。なお、15年前半に急増していた中国からの入国者は、15年後半にかけてやや減少したが、ここ数年の動向を見る限り、季節性が影響していると考えられる。すなわち、中国からの入国者は、4月の桜シーズンから7～8月にかけて増えた後、冬季にかけて減少する傾向がある。季節性を排除するため、前年同月比でみると、足もとまで増加傾向が続いている。

また、最近の中国からの入国者の特徴としては、関空と中国内陸部を結ぶ国際線の拡大や内陸部での所得増加等を背景に、内陸部からの入国者数が沿岸部を上回る勢いで増加していることが挙げられる²（**図表1（6）**）。

2-2. 関空への外国人入国者の訪日回数と旅行形態～中国のリピーター比率は低いものの徐々に上昇～

関空への外国人入国者の訪日回数をみると、約半数が複数回訪日経験のあるリピーターであるが、国籍別にみると、台湾ではその比率が8割、韓国では5～6割であるのに対し、中国では2～3割程度である（**図表2（1）**）。もっとも、リピーター比率の低い中国でも、昨年後半以降は、リピーターが徐々に増えつつある様子が窺われる（15/7-9月：22%→16/1-3月：35%）。これは、初訪日時の満足度の高さだけでなく、所得増加や関空と中国を結ぶ国際線就航便数の増加を受けた利便性向上も背景にあると考えられる。

次に、関空入国者の旅行形態を団体・個人旅行別みると、全体としては個人旅行が8割と非常に高くなっている（**図表2（2）**）。もっとも、国籍別にみると、韓国や台湾では、8～9割が個人旅行であるが、中国では、初訪日者が多いこともあって、団体ツアーを利用する割合が4～5割と相対的に高い。リピーターが徐々に増えつつある中でも、団体ツアー比率に大きな変化はなく、中国からの旅行者が団体ツアーを選好する傾向がみられる。

2-3. 関空利用者の入・出国時利用港湾・空港～約7割が入・出国時ともに関空を利用～

関空利用者が入国時と出国時に利用している港湾・空港をみると、約7割が入・出国時

¹ 観光庁が、四半期ごとに訪日外国人客の消費実態等の調査を目的にトランジット、乗員、1年以上の滞在者等を除く日本を出国する訪日外国人客に対し、全国18空港で行っている聞き取り調査。

² 詳細については、当レポート「中国経済の減速が関西経済に与える影響」（2015年12月25日公表）を参照。

ともに関空を利用している（**図表3（1）**）。国籍別にみると、韓国や台湾では、9割以上が入・出国ともに関空を利用しており、関西を中心に観光している様子が窺われる。一方、中国では、入・出国時とも関空を利用する比率が2～3割と相対的に低い。これは、**図表2（1）**でみた通り、初訪日の割合が7～8割と高く、例えば、成田や羽田経由で入国し、首都圏を観光した後、関西を訪れ、関空から出国するなど、所謂「ゴールデンルート³」と呼ばれるコース等を辿って日本を周遊する観光客が多いことを反映しているとみられる。もっとも、昨年後半以降は、リピーターが増加するに連れて、入・出国時とも関空を利用する割合が徐々に高まってきている。

3. 関空入国者の消費動向～高額品から日用品にシフトする中、平均支出額が減少～

以下では、関空入国者のインバウンド消費の動向をみていきたい。関空入国者の買い物目的の支出総額をみると、訪日客数の増加から、前年を上回って推移しており（16/1-3月は前年比+22%）、新興国経済の減速や円高の影響は窺われていない（**図表3（2）**）。次に、関空入国者の1人当たりの買い物目的の支出金額（以下、買い物代）を国籍別にみると、圧倒的に中国が大きく、16/1-3月では、約14万円と韓国の10倍程度も支出している（**図表4（1）**）。もっとも、中国の買い物代の変化を時系列でみると、15年前半にかけて増加した後、15年後半から足もとにかけて幾分低下している。この点、中国からの旅行者の購入商品を見ると、時計・カメラや電気製品など的高額品の購入割合が14/1-3月の38%から16/1-3月には24%まで低下している一方、化粧品や医薬品など日用品の割合が25%から45%まで高まっている（**図表4（2）**）。こうした購入品の変化が平均購入単価の低下に繋がっているものとみられる。

このような購入商品の変化の背景としては、①相対的に所得の低い層の訪日増加、②中国からのリピーターの増加、③中国当局による資本規制の強化が挙げられる。まず、15年から「訪日外国人消費動向調査」の調査対象となった年収データを用いて、中国からの関空入国者の年収構成をみると、10万元（約177万円）未満の所得層の比率が16/1-3月には2割程度まで高まっている（**図表4（3）**）。こうした相対的に所得の低い層の訪日増加は、インバウンド消費全体にとっては客数の増加を通じて押し上げ要因となる一方、平均購入単価については押し下げ要因となる。また、**図表2（1）**でみた通り、中国からの関空入国者の中で、リピーターの比率が徐々に増加していることも、高額品から日用品に購入商品が変化している背景にあると考えられる。さらに、中国当局による資本規制の強化も、日用品シフトに影響している可能性がある。例えば、昨年10月には銀聯カードによる海外での現金引出額を「年間10万元（約177万円）」に制限する規制が導入された。このほか、本年4月8日以降は、中国の観光客が海外で購入し本国に持ち込む商品の中で、特に高級腕時計や宝石など的高額品に係る税率が大きく引き上げられているため、高額品から日用品へのシフトが今後も続く可能性がある。

次に、「一番満足した購入商品」に関するアンケート結果をみると、時計などの割合が低下し、化粧品や医薬品などの割合が高まっており、日用品に対する評価が購入後も高いことが窺われる。（**図表4（4）**）。したがって、当面、日用品へのシフトが続く中で、購

³ 人気の高い東京周辺から、箱根、富士山、名古屋等を経由し関西を観光する（または逆）ルート。

入単価が押し下げられる可能性はあるものの、訪日外国人客の増加がインバウンド消費総額を下支えし続ける可能性が高い。また、化粧品や医薬品などは日本製品の質の高さから選好されており⁴、こうした商品の生産拠点が数多く立地する関西経済にとっては、インバウンド消費関連の小売業のみならず、製造業の生産や雇用等を押上げる効果も期待される。

4. サービス消費の拡大

訪日外国人客の支出金額を目的別にみると、依然として買い物代が圧倒的に高いものの、娯楽サービス⁵への支出が、14年から約4割増加している（**図表5（1）**）。このように、訪日外国人客による支出対象は、高額品から日用品にシフトしているだけでなく、サービス消費にも広がり始めており、供給サイドもこうした需要構造の変化に対応していくことが、インバウンド需要を取り込むうえで重要と考えられる。

5. まとめ

新興国経済が減速する中でも、関空への入国者数は増加を続けており、インバウンド需要は引き続き好調に推移するとみられる。関空入国者の買い物代の全国に占めるシェアをみると、徐々に上昇している（**図表5（2）**）。これは、当店で独自に集計・公表している百貨店免税売上高の全国シェアの動きとほぼ同様の動きであり、関西が「ショッピングの場」としての地位を高めていることが分かる。もっとも、中国当局は昨年後半から、海外旅行者の海外での商品購入に対する規制・税制改正等を行っており、その影響を注意深くみていく必要がある。

また、これまでみてきたように、韓国や台湾からの旅行者と中国からの旅行者では、訪日回数や旅行形態などの特性に違いがある。今後、インバウンド需要を一層取り込むためには、こうした国籍による特性の違いを踏まえた観光プロモーションによって入国者数の増加を図ることも必要であろう。さらに、これまでインバウンド需要を牽引してきた中国からの旅行者については、高額品から日用品やサービス消費へと支出対象が変化してきている。それに伴い、販売サイドも高額品を扱う百貨店などの免税売上に影響がみられている一方、スーパーなど日用品を扱う幅広い業態にインバウンド需要が浸透していくものと考えられる。リピーターや相対的に所得の低い旅行者が増える中で、インバウンド消費を一層伸ばしていくためには、こうした需要構造の変化に柔軟に対応することも求められる。また、訪日外国人の日本製日用品に対する満足度が高まる中で、アジア諸国の1人当たり所得増加に伴い、自国における継続的な購入ニーズが増えてくることも見込まれるため、当地企業がこうした輸出機会を活かしていくことも期待される⁶。

以上

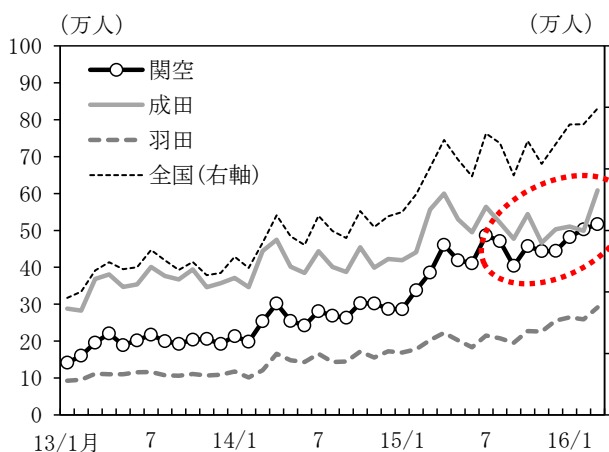
⁴ 当店レポート「関西の消費財輸出が増加している背景～「メイド・イン・ジャパン」の躍進～」(2016年6月17日公表)の図表4(2)を参照。

⁵ 娯楽サービスには、現地ツアー・観光ガイド、テーマパーク、水族館、舞台鑑賞、美術館・博物館などが含まれる。

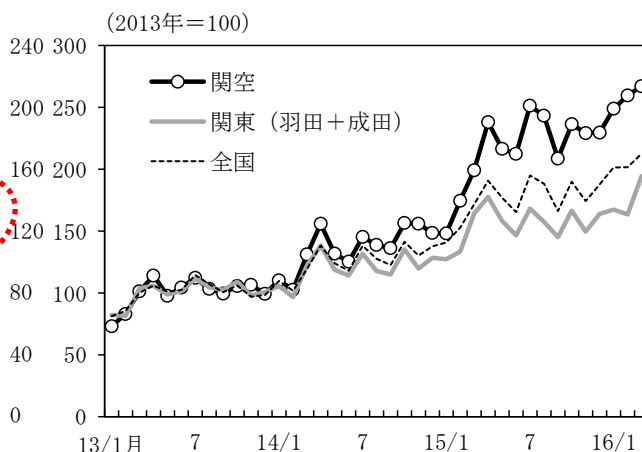
⁶ 当店レポート「関西の消費財輸出が増加している背景～「メイド・イン・ジャパン」の躍進～」(2016年6月17日公表)を参照。

(図表 1)

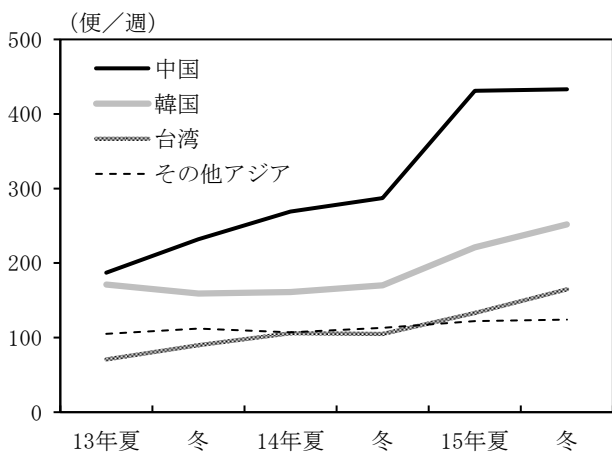
(1) 外国人入国者数



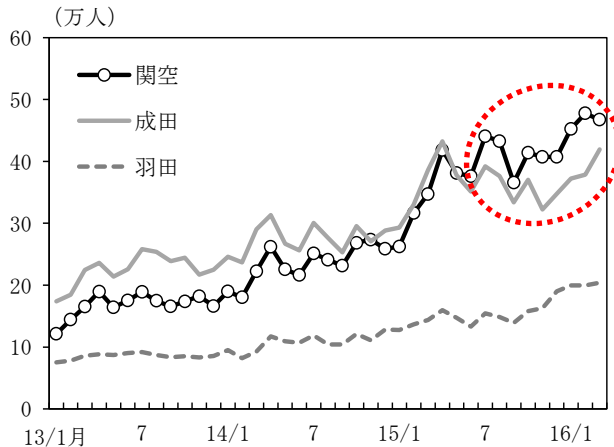
(2) 外国人入国者数の伸び
(2013年を100とした指数)



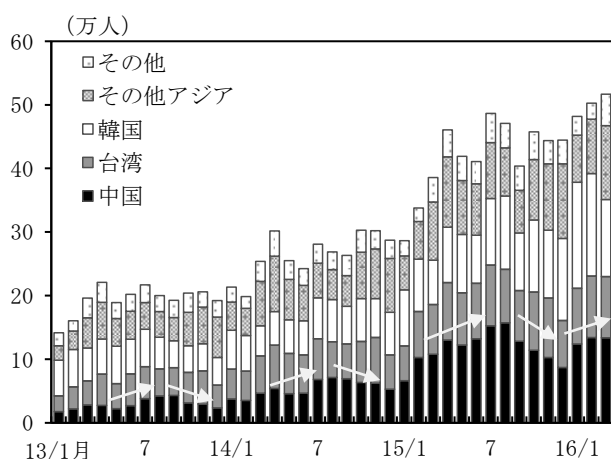
(3) 関西国際空港の国際線就航便数



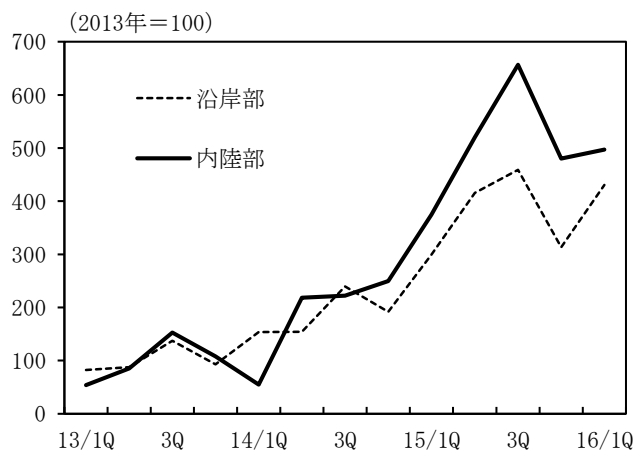
(4) アジアからの入国者数



(5) 関空への外国人入国者数 (国籍別)



(6) 中国の居住地別の関空入国者数
(2013年を100とした指数)



(注) (1)、(2)、(4)、(5) の直近は、16/3月 (確報)。

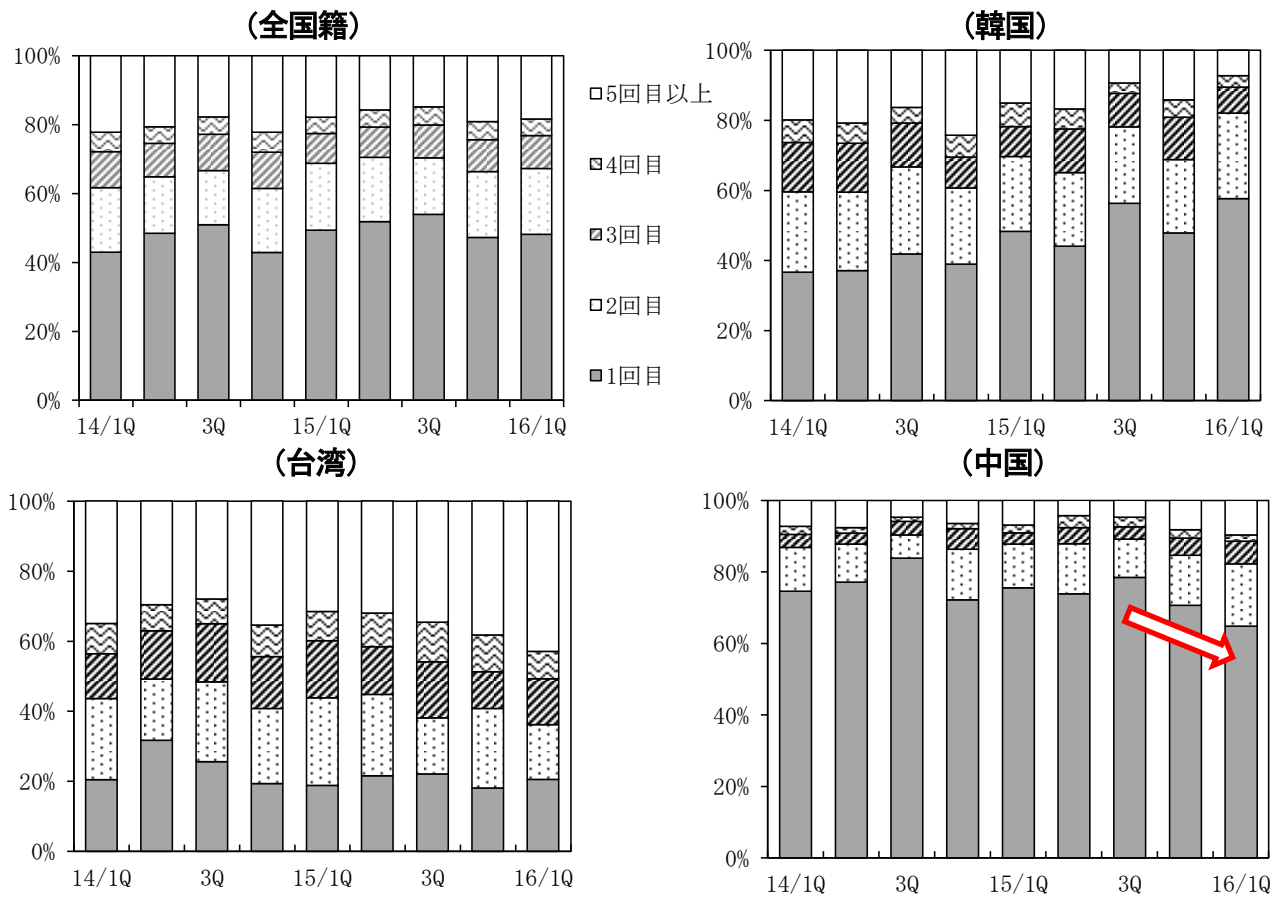
(3) の夏/冬期は、それぞれ3月末~10月末、10月末~3月末。なお、中国には、香港が含まれている。

(6) は、「訪日外国人消費動向調査」における関空入国者 (観光レジャー目的) の沿岸部・内陸部の比率と中国からの関空入国者数を用いて算出。なお、沿岸部は、「北京市、上海市、天津市、遼寧省、広東省、江蘇省、山東省、浙江省」の合計。内陸部は、その他の地域。

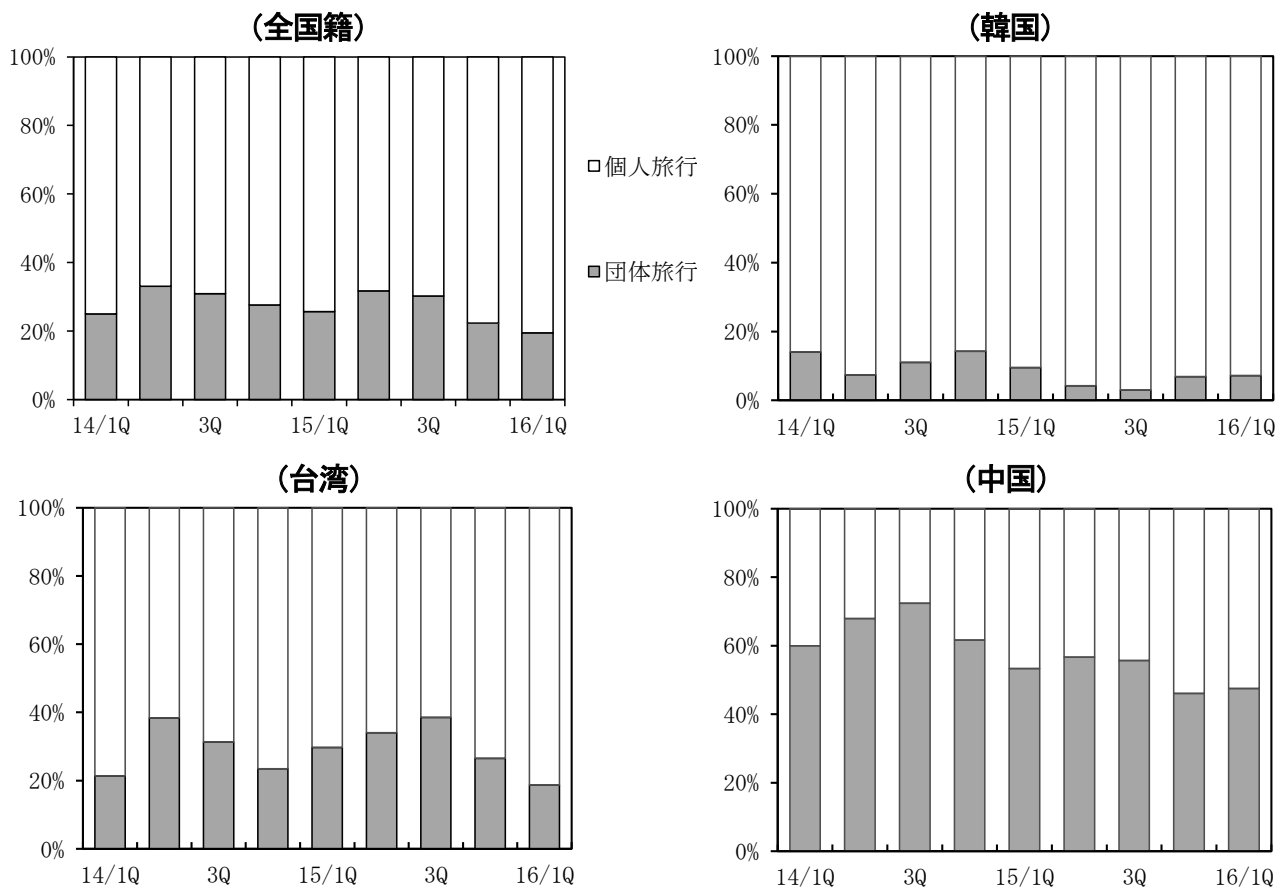
(資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」、法務省「出入国管理統計」

(図表2)

(1) 関空入国者の訪日回数



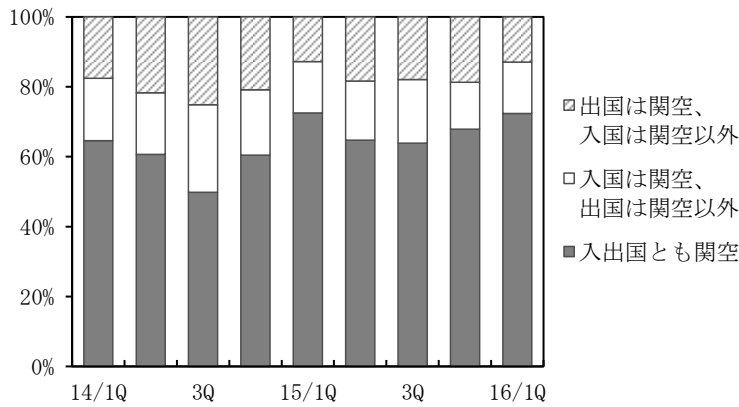
(2) 関空入国者の旅行形態



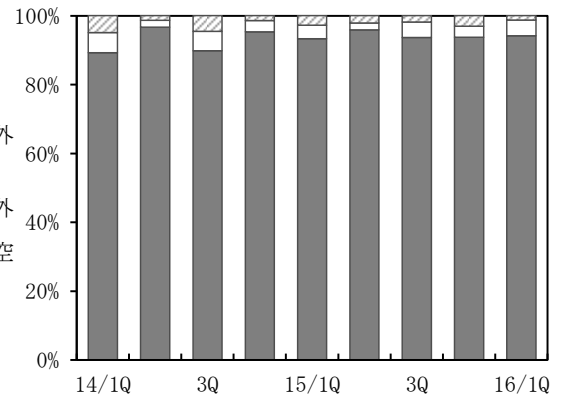
(注) (1) と (2) の「全国籍」は、各国の関空入国者数でウェイト付けして算出。
(資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」、法務省「出入国管理統計」

(図表3)

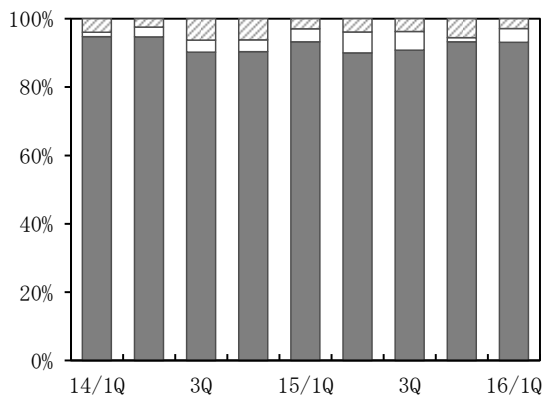
(1) 関空利用者の入・出国時の利用港湾・空港
(全国籍)



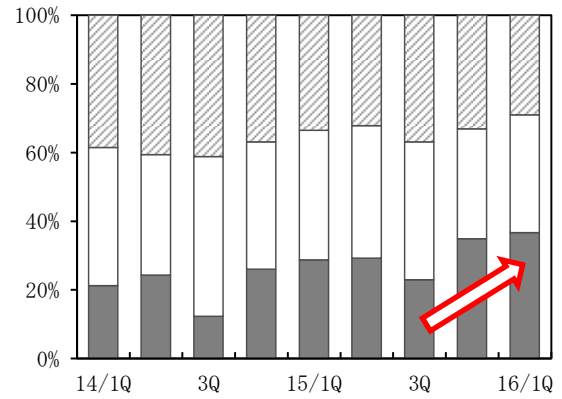
(韓国)



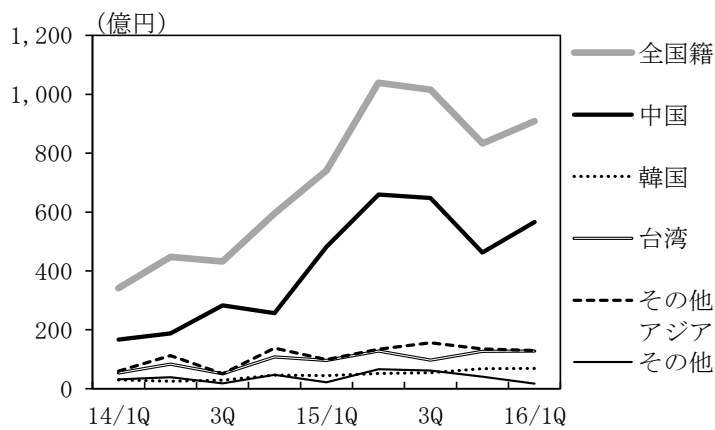
(台湾)



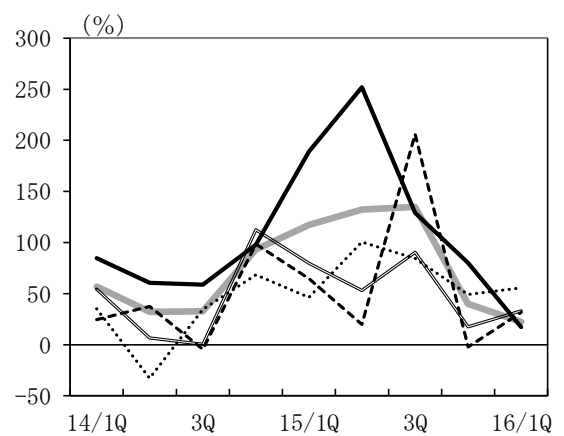
(中国)



(2) 関空入国者の買い物目的の支出総額
(水準)

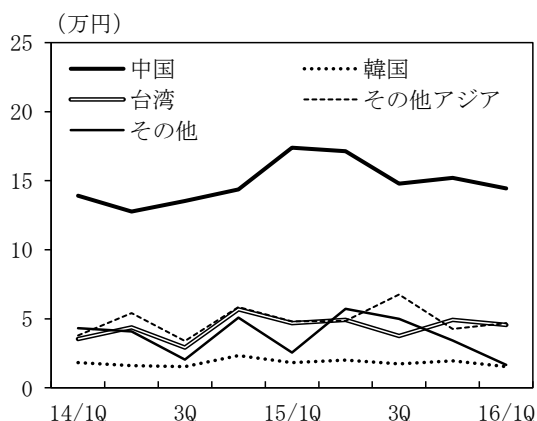


(前年比)

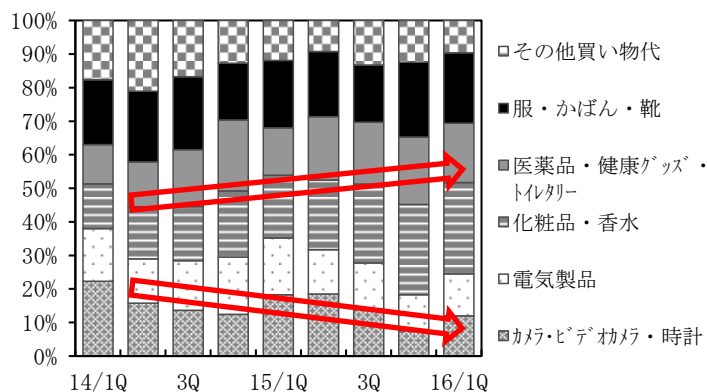
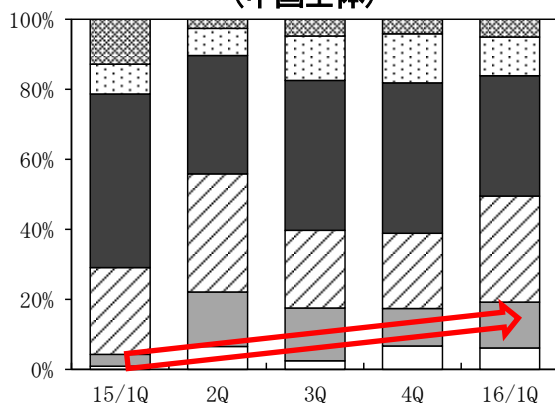


(注) (2) は、一人当たり支出金額(国籍別)と関空入国者数(国籍別)を掛けて算出。
(資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」、法務省「出入国管理統計」

(図表4)

(1) 関空入国者1人当たりの
買い物目的の支出金額

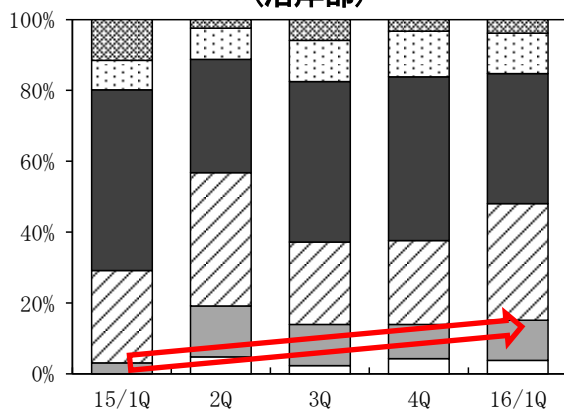
(2) 中国からの関空入国者の購入品目

(3) 中国からの関空入国者の年収構成
(中国全体)

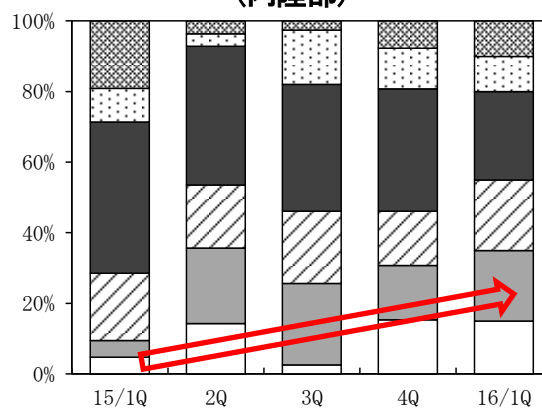
※ 円建ての年収は、16/1Qの調査期間中の平均レート1元=17.7円で換算。

100万元以上	(1,770万円以上)
50万元以上100万円未満	(885万円以上1,770万円未満)
20万元以上50万円未満	(354万円以上885万円未満)
10万元以上20万円未満	(177万円以上354万円未満)
5万元以上10万円未満	(89万円以上177万円未満)
5万円未満	(89万円未満)

(沿岸部)



(内陸部)



(4) 「一番満足した購入商品」に関するアンケート結果

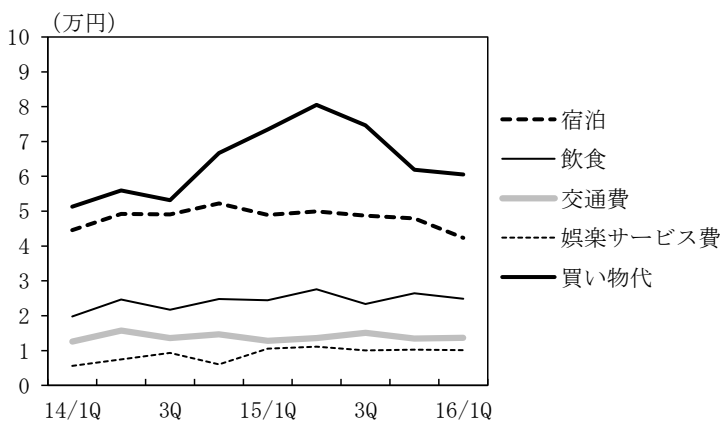
(%, %P)

	菓子類	その他食料品・飲料・酒・たばこ	カメラ・ビデオカメラ・時計	電気製品	化粧品・香水	医薬品・健康グッズ・トイレタリー	和服・民芸品	服・かばん・靴	マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	書籍・絵葉書・CD・DVD	生活雑貨
14/1Q	17.4	7.2	9.5	10.5	7.6	6.4	4.9	19.9	5.6	1.9	9.0
15/1Q	15.3	7.4	6.7	8.8	11.1	9.3	5.2	19.2	5.0	1.6	10.3
16/1Q	16.0	8.5	4.2	7.1	11.2	12.0	4.1	18.4	8.2	1.4	9.0
14/1Qから16/1Qの変化幅	▲ 1.4	1.3	▲ 5.4	▲ 3.5	3.6	5.6	▲ 0.8	▲ 1.5	2.6	▲ 0.5	0.1

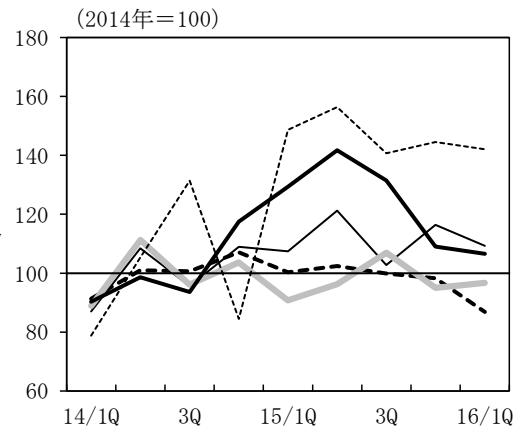
(注) (3) の沿岸部は、「北京市、上海市、天津市、遼寧省、広東省、江蘇省、山東省、浙江省」の合計。内陸部は、その他の地域。

(資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

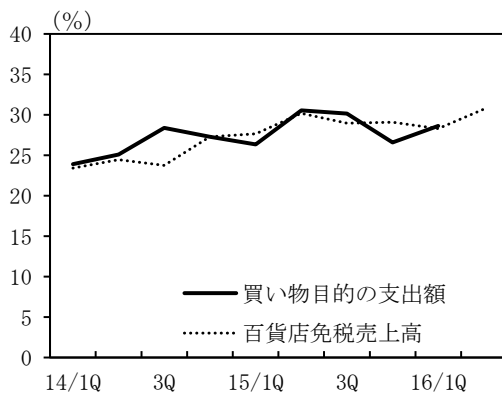
(1) 関空入国者1人当たりの目的別支出金額 (全国籍)
(水準)



(2014年を100とした指数)



(2) 関空入国者の買い物目的の支出金額と
関西の百貨店免税額の全国シェア



(注) (1) は、支出金額を各国の関空入国者数でウェイト付けして算出。

(2) の百貨店免税売上高の直近は、16/4月。

(資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本銀行大阪支店「百貨店免税売上（関西地域）」、法務省「出入国管理統計」