

第2章 インバウンド需要の取り込みに向けて

近年、日本を訪れる外国人旅行者は大きく増加している。そうした中で、中国人旅行者が商品を大量に購入する行為である「爆買い」が2015年に流行語大賞⁸に選出されるなど、海外から日本を訪れる外国人旅行者の消費（インバウンド需要）が我が国経済に与える影響が注目されている。人口減少による我が国の経済成長率の低下が懸念されている中、そうした国内での需要減を補うための新たな需要の創出の必要性が指摘されており、インバウンド需要はそうした新たな需要の一つとして期待されている。特に、人口減少のペースが速い地域経済にとっては、インバウンド需要により観光・宿泊業や外食業、小売業といった関連産業が売り上げや雇用を増加させると共に、街が異文化を交えて「賑わい」を取り戻すこととなり、地域の活性化にも大きく資するものと考えられる。

政府が取りまとめた「明日の日本を支える観光ビジョン - 世界が訪れたい日本へ -」（平成28年3月30日）においても、東京オリンピック・パラリンピック競技大会が開催される2020年に、訪日外国人旅行者数を4千万人、訪日外国人旅行者による国内消費額を8兆円（さらに、2030年には、訪日外国人旅行者数を6千万人、訪日外国人旅行者消費額を15兆円）とする目標が掲げられており、そのための各種施策が盛り込まれているところである。

しかし、以下でみるように、訪日外国人旅行者の訪問や消費はまだ我が国の一部に偏っている。インバウンド需要が我が国の地域経済を活性化させるためには、東京や大阪などの大都市や、富士山や京都といった代表的な観光地のみならず、全国各地に存在するまだ十分に知られていない「新たな魅力」（観光資源）に外国人旅行者を惹きつけ、実際に訪問してもらう「インバウンド需要のすそ野の拡大」が不可欠である。

本章では、その方策を探るため、我が国のインバウンド需要の現状を概観した上で、訪日外国人旅行者の訪問が少ない地域を訪れる旅行者の特性を分析するとともに、世界的な観光市場の動向についても考慮しながら、今後のインバウンド需要の拡大を展望する。

（1）インバウンド需要の拡大と地域差

インバウンド需要は近年急速に拡大しているが、地域ごとの状況はどのようになっているのだろうか。ここでは、インバウンド需要全体の動きと地域的な偏りを概観する。

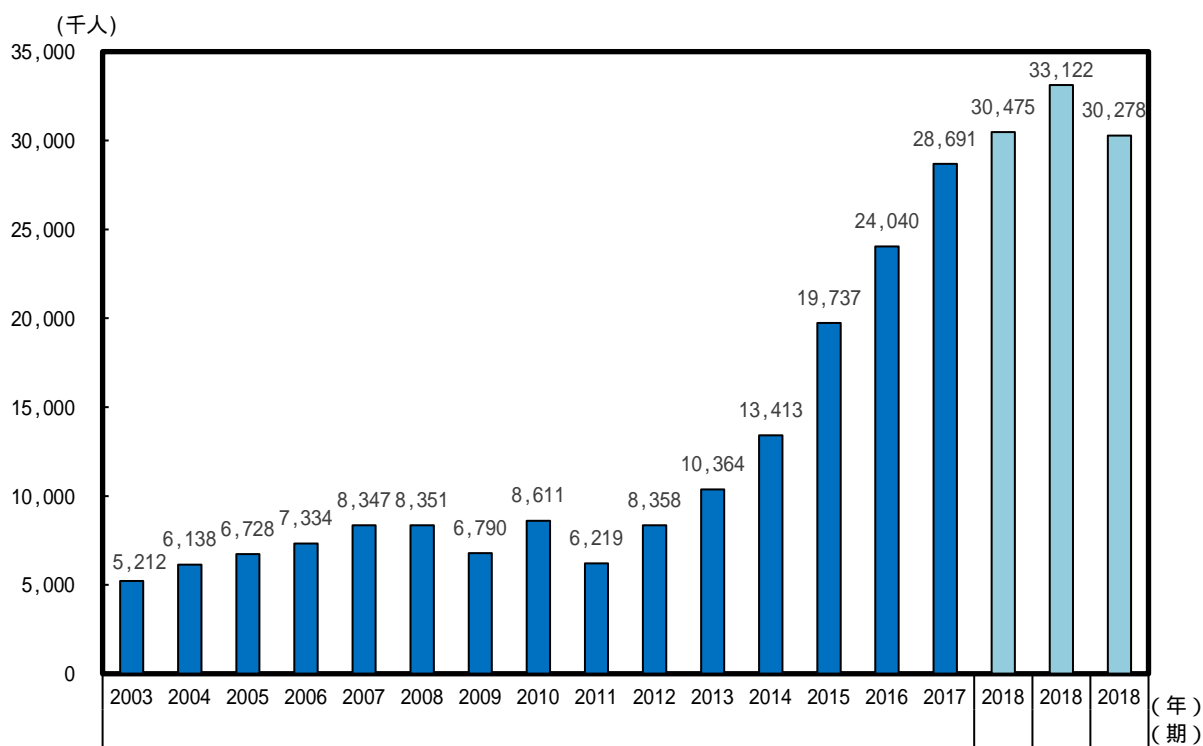
⁸ （株）自由国民社が主催する「ユーキャン新語・流行語大賞」において、2015年の年間大賞に選出された。

1) 拡大が続く我が国のインバウンド需要

(2017年の訪日外国人旅行者数は東日本大震災前の3倍以上に)

我が国のインバウンド需要は近年急速に拡大している。日本を訪れる外国人旅行者数をみると(第2-1-1図) 2003年には500万人台に留まっていたが、2007年には800万人台まで増加した。その後、世界的な経済不況に陥った2009年及び東日本大震災が発生した2011年に大きく落ち込んだこともあり、2012年までは1,000万人の壁が超えられなかったが、2013年には1,000万人、2016年には2,000万人を突破した。直近の2017年については、旅行者数は2,869万人(前年比19.3%増)となり、3千万人超過が目前となった。なお、2018年について四半期で見ると、年率ベースで3千万人を超えるペースで推移している。今回の景気回復局面が始まった2012年(835万人)と2017年の比較では約3.4倍となり、その規模は急速に拡大している。

第2-1-1図 訪日外国人旅行者数の推移



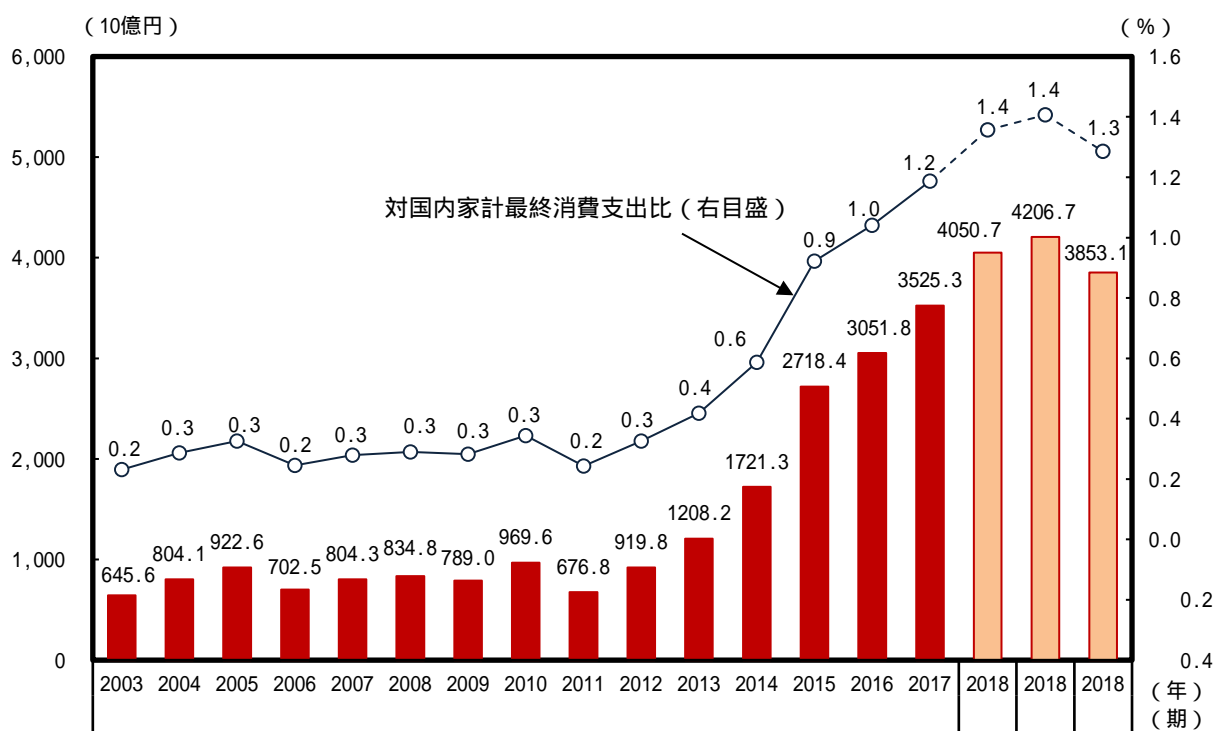
(備考) 1. 日本政府観光局「訪日外客数」より作成。
 2. 年次値、四半期値ともに月次値の累積値。2018年1月～7月は暫定値、同年8月及び9月は推計値。
 3. 2018年の四半期値は年率化している。

(我が国の消費の1%以上がインバウンド需要)

これに合わせて、日本国内における訪日外国人旅行者の消費も急増している。インバウンド消費をSNAベース(「非居住者家計の国内での直接購入」)で見ると(第2-1

- 2 図) 2012 年以降、前年比 30% 超の伸びが続き、中国人旅行者の「爆買い」が大きく話題となった 2015 年には、前年比 57.9% と高い伸びとなった。その後、前年比での伸び率は低下したが、直近の 2017 年には 3 兆 5,253 億円 (前年比 15.5% 増) となり、2012 年 (9,198 億円) との比較では約 3.8 倍の規模となっている。なお、2018 年の第 1 四半期～第 3 四半期については、年率ベースで 4 兆円前後の規模となっている。また、これらを国内家計最終消費支出との比率⁹ でみると、2012 年には 0.3% であったが 2017 年には 1.2% となっている。

第 2 - 1 - 2 図 訪日外国人旅行者の国内消費額 (SNA ベース) の推移

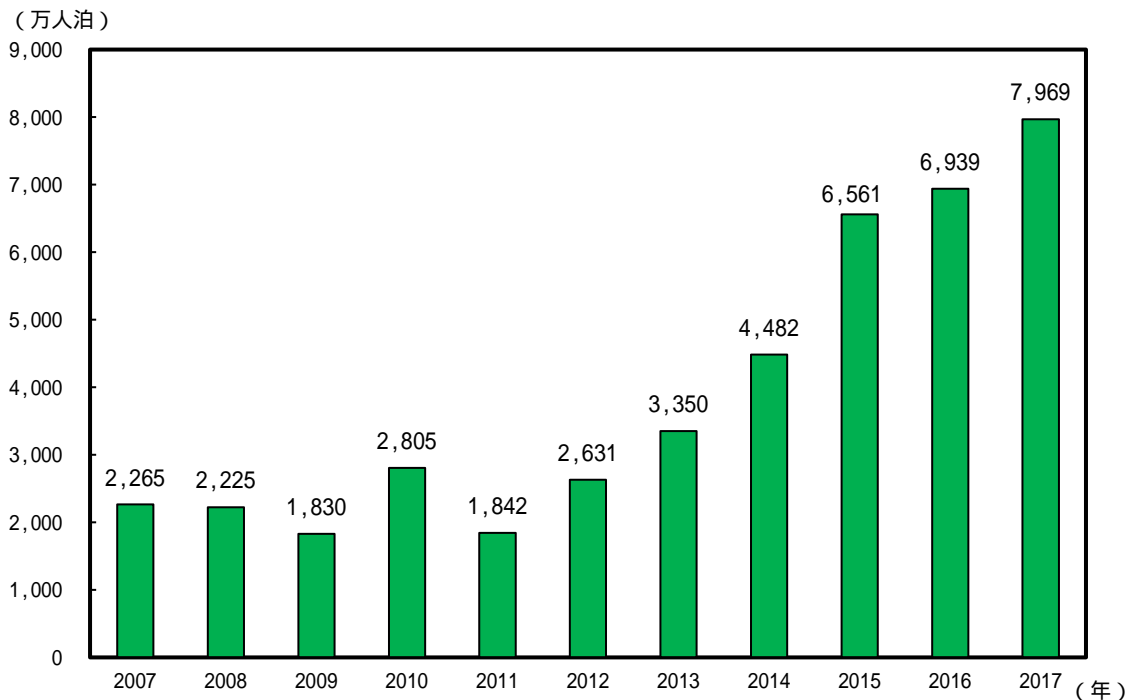


(備考) 1. 内閣府「2018 年 7-9 月期四半期別 GDP 速報 (1 次速報値)」より作成。
 2. 名目値。
 3. 2018 年第 1 四半期～第 3 四半期は、名目季節調整値を年率化した値。

また、訪日外国人旅行者の延べ宿泊者数についても、年々増加している (第 2 - 1 - 3 図)。2012 年以降、前年比 20% 超の伸びが続き、2015 年には前年比 46.4% と高い伸びとなった。2016 年以降は伸び率が低下したものの、直近の 2017 年には、7,969 万人泊 (前年比 14.8% 増) となり、2012 年 (2,631 万人泊) 時に比べて約 3.0 倍の規模となっている。

⁹ 国民経済計算 (SNA) において、訪日外国人旅行者が国内で行った消費 (「非居住者家計の国内での直接購入」) は、国内総生産 (GDP) の構成要素としては、財貨・サービスの輸出の一項目として計上され、民間最終消費支出からは控除されている。したがって、外国人旅行者の消費を我が国の消費需要を補うものとして示すため、「非居住者家計の国内での直接購入」が差し引かれる前の国内家計最終消費支出との比率としている。

第 2 - 1 - 3 図 訪日外国人旅行者の延べ宿泊者数の推移



(備考) 1. 観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成。

2. 調査対象について、2010年4～6月調査から、それまでの従業者数10人以上の宿泊施設から、従業者数9人以下の宿泊施設を加えて調査対象を拡充しており、時系列の比較には留意が必要である。なお、2010年については、1～3月期の従業者数9人以下の宿泊施設に係る参考値が公表されているため、これを加算している。

2) インバウンド需要の地域的偏り

このように、我が国のインバウンド需要は近年急速に拡大している。しかし、これを地域別にみると、その状況には大きな偏りがみられる。以下、2012年と2017年を比較する形でみてみよう。

(インバウンド需要は一部の地域に大きく偏っている)

訪日外国人旅行者数を2012年と2017年の地域別分布¹⁰でみると(第2-1-4図(1))、南関東及び近畿に圧倒的に偏った形となっていることが分かる。同様に都道府県別にみると(第2-1-4図(2))、分布は東京都、大阪府、千葉県、京都府に大きく偏っている。訪日外国人旅行者の消費額(以下、「旅行消費額」¹¹という。)についても(第2-1-4図(3))、やはり東京都、大阪府の占める割合が圧倒的に大きい。さ

¹⁰ 地域別(都道府県別)の外国人旅行者数については、同一旅行者が複数の地域(都道府県)を訪れた場合にも、それぞれの地域(都道府県)においてカウントされている。このため、地域別(都道府県別)での旅行者数の合計と、一国でみた場合の旅行者数の合計は一致しない。

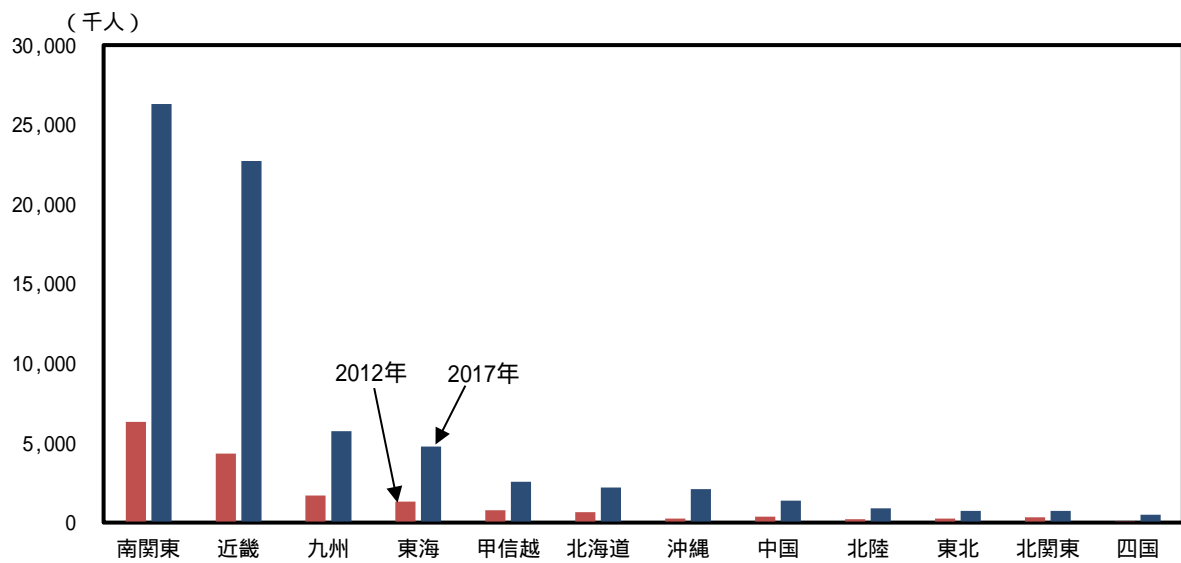
¹¹ ここでいう訪日外国人旅行者の「旅行消費額」は、「訪日外国人消費動向調査」(観光庁)の調査結果に基づく。具体的には、外国人旅行者が日本国内で支払った滞在中の支出に、旅行前に支出したパッケージツアー参加費のうち、宿泊料金や飲食費、交通費等の日本国内の収入分が加算された額をいう。

らに、訪日外国人旅行者の延べ宿泊者数をみても（第2 - 1 - 4図（4））やはり東京都、大阪府、北海道、京都府、沖縄県など少数の都道府県に偏っている。

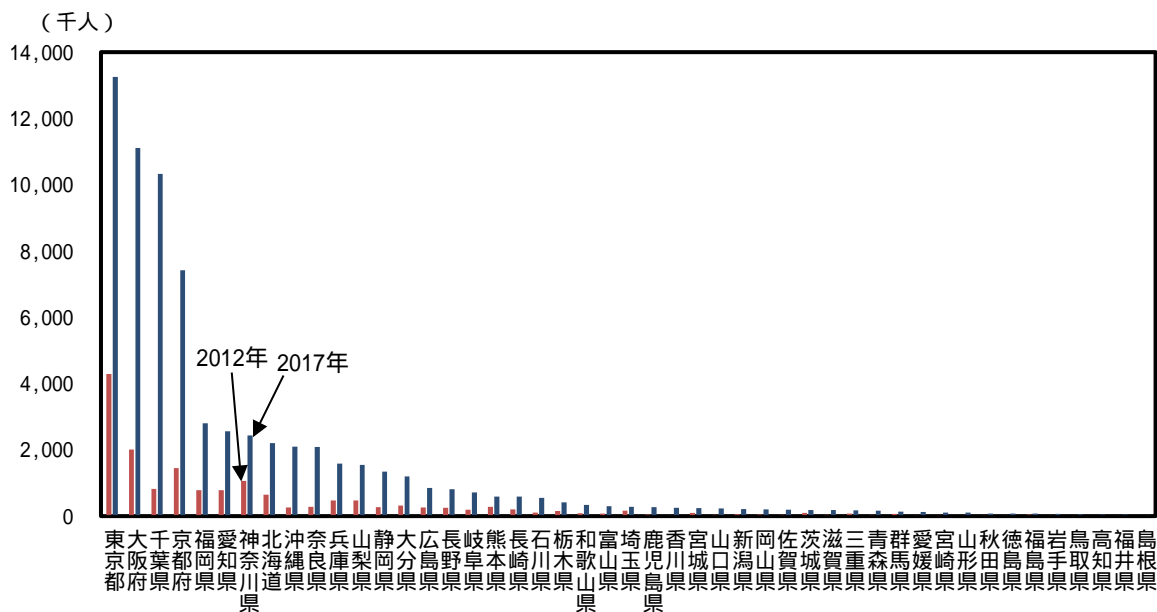
このように、旅行者数、消費額、延べ宿泊者数のいずれで見ても、インバウンド需要は関東や近畿の一部の都道府県に大きく偏っている。

第2 - 1 - 4図 地域・都道府県別インバウンド需要（水準）の推移

（1）旅行者数（地域別）



（2）旅行者数（都道府県別）



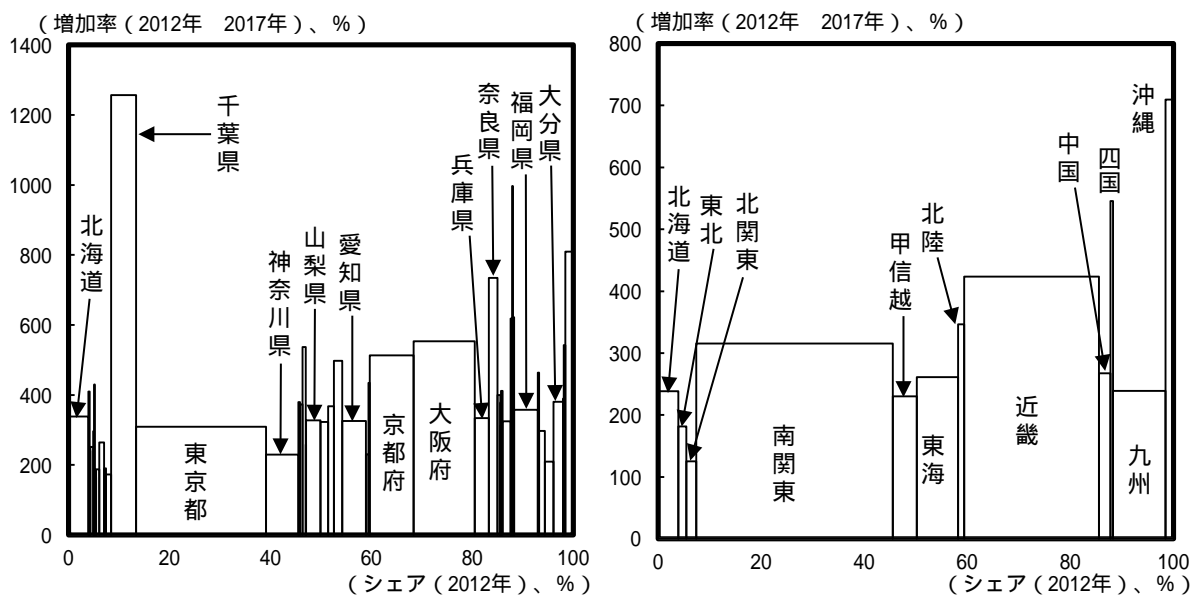
なっているが、これを横軸に2012年の都道府県別シェア、縦軸に伸び率（倍率）を取ったグラフ（スカイライン・グラフ）でみると（第2-1-5図（1））、東京都や大阪府、京都府、そして成田国際空港を擁する千葉県のシェア、伸び率が大きいことが分かる。このグラフの面積が日本全体の増加に対する寄与分を表すので、これら4都府県の旅行者数の寄与が非常に高いことを示している。

旅行消費額についても同様であり、地域別でみると伸び率では四国や沖縄などが高いものの、シェアは南関東や近畿が顕著に大きい（第2-1-5図（2））。この間の訪日外国人旅行者の消費の増加分の大半が南関東や近畿における消費の増加であり、四国や北陸は伸び率では高いものの、増加額は相対的に小さなものに留まっている。

延べ宿泊者数でも同様だが、北海道や九州、沖縄の増加分が旅行者数や旅行消費額に比べると相対的に大きくなっており、偏りの程度は旅行者数や旅行消費額に比して小さい（第2-1-5図（3））。

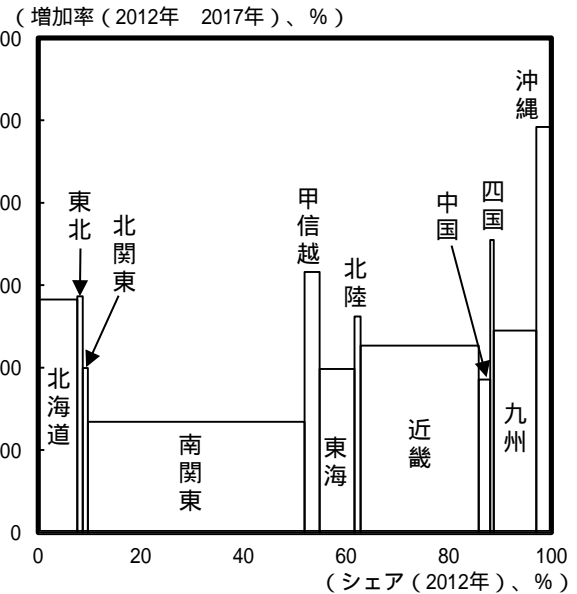
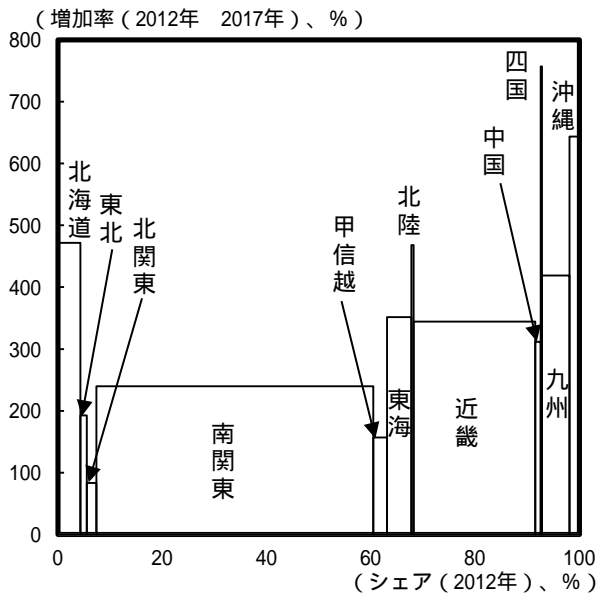
第2-1-5図 地域・都道府県別インバウンド需要（変化分）の推移

（1）旅行者数（都道府県・地域別）



(2) 旅行消費額 (地域別)

(3) 延べ宿泊者数 (地域別)



(備考) 日本政府観光局「訪日外客数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」、観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成。

以上のように、近年のインバウンド需要の急速な拡大に伴い、旅行者数、消費額、延べ宿泊者数のいずれにおいても増加率こそ各地域で高い伸びを示しているが、そもそも水準そのものに大きな偏りがみられ、大半の地域でインバウンド需要の恩恵を十分に取込みできていないことがわかる。

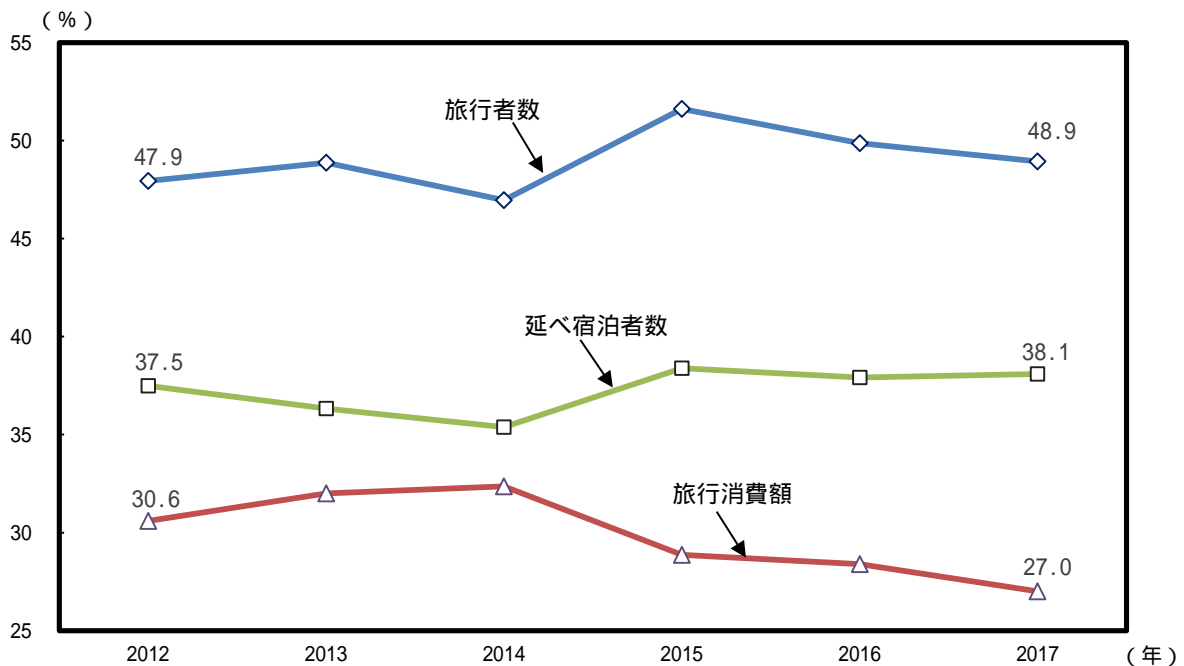
(延べ宿泊者数上位5都道府県で旅行者の5割、宿泊者数の6割、消費額の7割以上を占める)

先にみた地域間の偏りを更に詳しくみるため、2017年における外国人旅行者の延べ宿泊者数の上位を占める東京都、大阪府、北海道、京都府、沖縄県の5都道府県(以下、「成熟圏」という。)と、それ以外の42県(以下、「潜在成長圏」という。)に分けてみてもみよう。

旅行者数、旅行消費額、延べ宿泊者数について、潜在成長圏42県が全体に占める割合をみると(第2-1-6図)、いずれも半分を下回っており、合計しても上位5都道府県に及ばない。また、項目別にみると、直近の2017年において、旅行者数については、潜在成長圏のシェアは概ね半分となっているが、延べ宿泊者数で潜在成長圏のシェアは4割以下、旅行消費額については3割以下となっている。潜在成長圏において、旅行者数に比して延べ宿泊者数や旅行消費額のシェアが低いのは、成熟圏から日帰りで潜在成長圏を訪れたり、土産物等の買い物についても、潜在成長圏ではなく成熟圏で行う旅行者が多いことが考えられる。

2012年以降の変化をみると、特に消費額の潜在成長圏のシェアはやや低下傾向にある。旅行者数・延べ宿泊者数のシェアはほぼ横ばいであることから、これらについては、潜在成長圏において成熟圏並に伸びている一方、旅行消費額はそれに呼応した伸びにはなっていないことがわかる。

第2 - 1 - 6 図 全国に対する潜在成長圏のシェアの推移



- (備考) 1. 日本政府観光局「訪日外客数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」、観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成。
 2. 潜在成長圏とは、外国人旅行者の延べ宿泊者数の多い上位5都道府県(東京都、大阪府、北海道、京都府、沖縄県)(2017年)以外の42県。
 3. 滞在中に潜在成長圏を訪れたことがある外国人旅行者の人数、消費額、延べ宿泊者数の、全訪日外国人旅行者(47都道府県別の合計)のそれぞれに対する割合。

(2) インバウンド需要のすそ野の拡大に向けて

前節でみたように、インバウンド需要には地域によって大きな偏りが見られる。地域の活性化にインバウンド需要が資するためには、より多くの地域にその需要を呼び込んでいくことが不可欠である。以下では、現状において大都市や著名な観光地以外の地域を訪れた訪日外国人旅行者の特性を分析し、インバウンド需要のすそ野を拡大させるために必要な要因について考察する。

(ヨーロッパ人、中高年女性、訪日3回目以上の旅行者が潜在成長圏を訪れる傾向)

現在、どのような外国人旅行者が大都市や著名観光地以外を訪れているのだろうか。日本を出国する訪日外国人旅行者(乗り継ぎ旅行者、乗員、1年以上の滞在者等を除く)を対象に消費実態等を調査している「訪日外国人消費動向調査」(観光庁)の個票