

2017年2月8日 全6頁

インバウンド：「爆買い」その後

日本経済中期予測（2017年2月）5章

経済調査部

エコノミスト 笠原 滝平

[要約]

- 政府はインバウンドに関して野心的な目標を掲げたが、インバウンド消費は為替変動に大きな影響を受けるため目標達成の不確実性が高い。今後は、地方の魅力を発信し、体験型消費を促すことで、リピーターを中心に安定的なサービス消費の獲得を目指すべき。

① 引き続き盛況なインバウンド消費

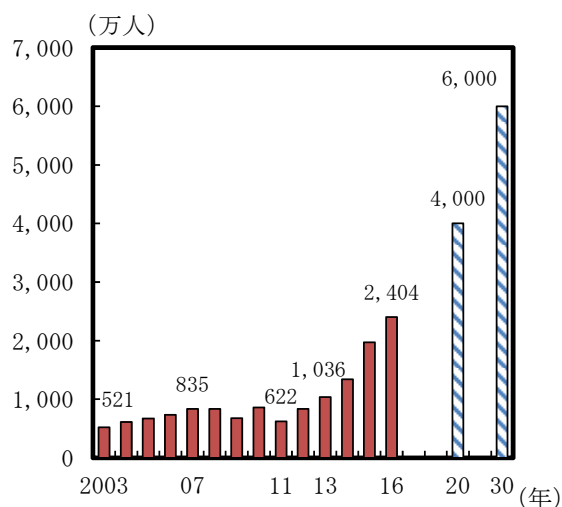
2011年以降、製造業の海外移転や原油輸入数量の増加、原油価格の上昇などに伴って貿易赤字が続いていたが、2016年の貿易収支は、+6兆8,347億円となり6年ぶりに黒字に転化した。しかし、黒字転化の要因は輸入の減少幅が大きかったことである。海外需要との関係が強い輸出数量は前年比+0.3%とほぼ横ばいとなっており、貿易黒字になったものの日本の輸出競争力が高まったとは考えづらい。さらに、2017年1月に米国で誕生したトランプ政権は、現在のところ自国の貿易赤字の縮小に力を入れ、対米黒字が続く日本の産業もやり玉に挙げられている。

このように、財輸出の回復は依然として緩慢、且つ政治リスクにもさらされている中、わが国の新たな外貨獲得手段としてサービス輸出、特にインバウンドの重要度は高まっているだろう。2016年の訪日外客数(推計値)は2,404万人と年間で初めて2,000万人を超えた(図表5-1)。また、訪日外客による旅行中消費を表す訪日外国人消費額(速報値)(いわゆるインバウンド消費)は3兆7,476億円と、過去最高を記録した(図表5-2)。近年のインバウンド消費の拡大を背景に、経常収支におけるサービス輸出の一部をなす旅行収支も2015年に半世紀ぶりの黒字へと転化し、2016年も11月までの累積ですでに2015年の年間値を上回っている。

こうしたインバウンド消費の拡大は、円安方向で推移した為替相場や戦略的なビザ発給要件の緩和、免税制度の拡充、航空ネットワークの拡大などが要因として挙げられる。さらに、日本政府は「明日の日本を支える観光ビジョン」(2016年3月)を策定し、訪日外客数の目標を2020年4,000万人、2030年6,000万人、インバウンド消費の目標を2020年8兆円、2030年15兆円と設定した。訪日外客数の目標設定の高さ、実現のための方策などは、紙幅の関係で脚注

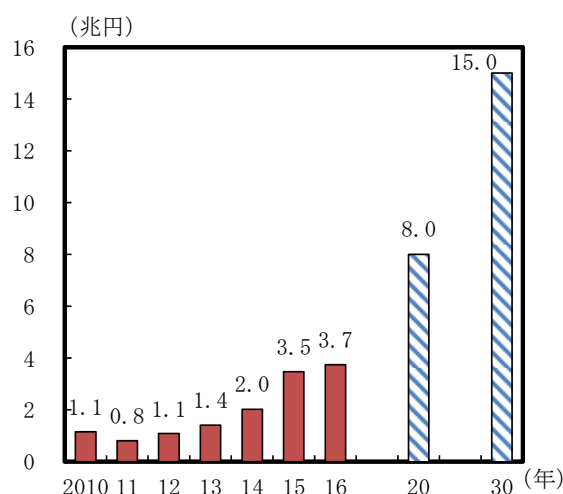
の拙著に譲ることとし、今回はインバウンド消費の将来についての考察を行う。

図表 5-1 訪日外客数の推移



(注) 2020年、30年は政府目標値。
(出所) 日本政府観光局資料より大和総研作成

図表 5-2 訪日外国人消費額の推移



(注) 2020年、30年は政府目標値。
(出所) 観光庁資料より大和総研作成

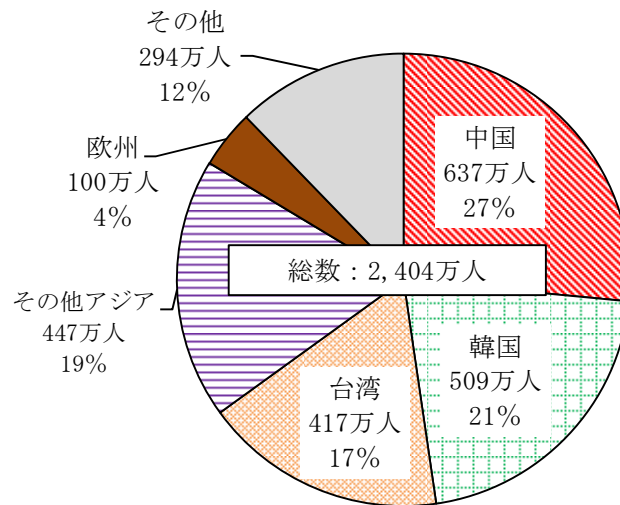
② インバウンド消費の現状

将来の目標の前に、インバウンド消費の現状を簡単に確認する。まず、訪日外客数を国・地域別に分けると、中国からの旅行者数が637万人で全体の27%を占め、他にも韓国(21%)や台湾(17%)などアジア諸国からのインバウンドが多い(図表5-3)。また、前年からの増加率に関してもインドネシアが32.1%、中国が27.6%、韓国が27.2%と、21.8%の伸びであった全体に対してアジア諸国の伸びが大きい。これは、成長市場であるアジアに近接している日本がその恩恵を享受していると捉えられる。また、島国であることから訪日旅行のアクセス手段としては空路が最も多いが、最近ではクルーズ船による訪日外客数の増加も顕著であり、2016年のクルーズ船による訪日外客数は前年比+78.5%で199.2万人となった。クルーズ船にも、2020年に500万人という目標が掲げられており、法律や港湾の整備などの対応が予定されている。

インバウンド消費を構成比で確認すると、国・地域別では訪日外客数と同様、中国を筆頭にアジアのシェアが高い。費目別では、買物代が38.1%、宿泊料金が27.1%、飲食費が20.2%、交通費が11.4%、娯楽サービス費が3.0%であり、買物代が最も多い。しかし、前年からの伸び率で確認すると、訪日外客数は前年比+21.8%であるのに対し、インバウンド消費は同+7.8%と小幅な伸びに留まっている。国・地域別で見ると、シェアの最も大きい中国からの旅行者の消費額は同+4.1%と全体の伸びを下回っている。また、費目別で見ると、シェアの最も大きい買物代は同▲1.9%と減少している。

¹ 笠原滝平[2017]「観光における日本とアジアの関わり」『月刊資本市場 2017年1月号』(2017年1月10日)

図表 5-3 2016 年の国・地域別訪日外客数

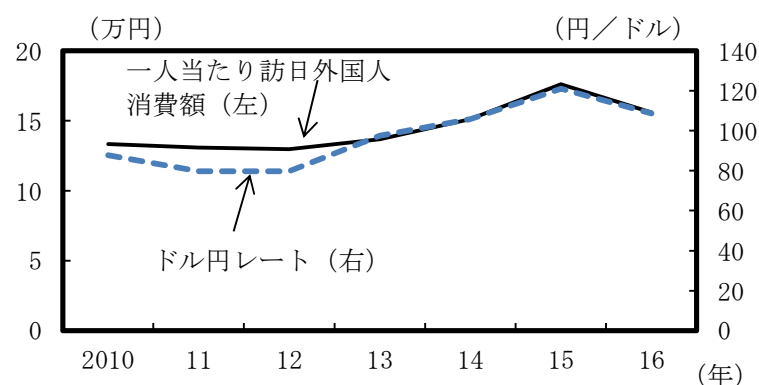


(備考) 日本政府観光局による推計値。その他アジアは香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インドの合計。欧州は英国、フランス、ドイツ、イタリア、ロシア、スペインの合計

(出所) 日本政府観光局資料より大和総研作成

インバウンド消費を人数（訪日外客数）×単価（一人当たりインバウンド消費）に分解すると、一人当たりインバウンド消費は前年比▲11.5%と大幅に減少していることが確認できる。その要因としてまず考えられるのは、為替変動である。2016年の日本円は米国ドルに対して前年比で10.8%、人民元に対して17.1%、韓国ウォンに対して13.6%の円高になった。訪日外国人の予算を自国の通貨で決めているとすれば、円高になった分、日本で使う日本円が減ることになる（図表5-4）。他にも、観光庁の調査によれば、2016年4月から中国政府が実施している関税引き上げの影響、中国国内での越境ECの利用などが一定程度、日本国内での消費を抑制した。

図表 5-4 一人当たり訪日外国人消費額とドル円レート



(備考) 本来、一人当たり消費額は各国の消費額とそれぞれの通貨が対応するが、ここでは擬似的にドル円レートを用いた。

(出所) 日本政府観光局、FRB 資料より大和総研作成

③ インバウンド消費の目標達成にはより高いハードルがある

このように、現在のインバウンド消費は、一人当たりインバウンド消費の減少を訪日外客数の増加でカバーする格好となっている。しかし、政府のインバウンド消費額の目標を達成するためには一人当たり消費額を増やす必要があるだろう。2020年の目標はインバウンド消費額が8兆円、訪日外客数が4,000万人であることから一人当たり消費額は20万円となる。2030年に関しては、インバウンド消費が15兆円、訪日外客数が6,000万人であることから一人当たり消費額は25万円となる。

2016年の一人当たり消費額が15.6万円であるから、2020年は2016年比で+28%、2030年は+60%の増加が求められる。さらに、上で見てきたように訪日外国人の予算はおおむね現地通貨ベースで決まっているとすると、為替相場変動の影響を大きく受ける。弊社の中期予測モデルを用いて10年先までの日本経済の予測を行うと、ドル円レートの予測は2020年度が108円、2026年度が100円となっている²（2030年度まで予測していないため擬似的に最も時期が近い予測値を用いた）。

なお、弊社の中期予測モデルでは購買力平価をベースに為替レートの推計を行っている。2026年度まで日本の消費者物価指数の上昇率が2%を超えず、米国との物価差が残存することを想定しているため、緩やかに円高が進む予測となっている。

この為替レートを用いてそれぞれの年の一人当たり消費をドル建てでみると、2016年は約1,400ドルであったが、政府目標を達成するには2020年で約1,850ドル、2030年では約2,500ドルが必要となる。つまり、ドル建てで見た一人当たり消費額が2020年に向けて2016年比で3割、2030年に向けて同7割以上の増加が求められる。為替相場を誘導することが難しいことから、インバウンド消費の目標達成のためには、訪日外国人旅行者の予算拡大を促す必要があるだろう。

④ 地方の魅力を発信することで体験型のサービス支出を促す

ここまで、インバウンド消費の目標は、為替の見通しを加えるとより達成が難しくなることを見てきた。それではどうすれば為替レートに頼らず、訪日外国人の消費を増やすことができるのだろうか。そのヒントに一人当たり消費額の買物代の減少があると考えている。

訪日外客数は2013年以降、ビザの発給要件の緩和などによって増加ペースが加速した。ビザの発給要件の緩和は訪日旅行の門戸を開くため、初めて日本を訪れる旅行者の増加が想定される。実際、訪日外客のリピーター比率³は2013年以降一貫して低下が続いてきた。「爆買い」が話題になった2015年頃には、炊飯器など電化製品を購入して帰る中国人などが報道されたように、訪日旅行の魅力の一つに買物があったと考えられる。しかし、炊飯器などの耐久消費財は

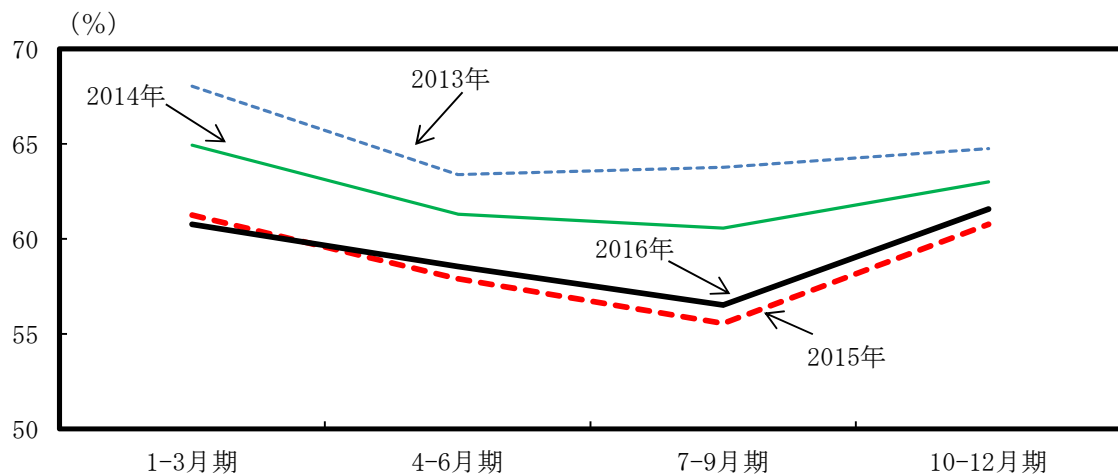
² ここでの議論は暦年を念頭に置いているが、弊社の中期予測モデルは年度で予測を行っているため、為替レートは年度の値を用いた。

³ ここでは訪日回数が2回以上の旅行者の割合をリピーター比率としている。

その名のとおりに耐久性がある財であり、短期間で何度も買い替える必要はない。

買物代が減少した2016年はわずかながらリピーター比率の上昇が見られた年であり、リピーターの増加に伴ってこうした耐久性のある財の買い控えが生じた可能性がある（図表5-5）。買物代が減る一方で、宿泊料金や飲食費、娯楽サービス費は前年から増加した。これらサービス支出は、その場で消費するため、リピーターでも安定した消費が期待できるのではないか。今後、インバウンド消費の政府目標を達成するためにはリピーターの増加が不可欠であり、リピーターの消費動向が一人当たり消費額に与える影響は高まっていくとみられる。魅力的な新製品を開発することや、需要の開拓により買物代を増やすことも重要だが、加えて地方観光の視点も取り入れたい。現在は東京と大阪を結ぶいわゆる「ゴールデンルート」に近接したエリアへの訪問が多いが、それ以外の地域への観光が一人当たり消費額のカギを握るだろう。景勝地訪問など体験型の観光は、地域の固有性が高く、代替性が低いと考えられる。また、宿泊施設や飲食店なども多様化が進んでおり、訪れれば新たな発見があるだろう。インバウンド消費の目標達成のためには、為替相場の変動に一喜一憂せず、粘り強く効果的に地方の魅力を発信し、体験型のサービス支出を促すことが重要だ。

図表 5-5 訪日外客のリピーター比率



(注) 訪日外客数のうち、日本への来訪回数が2回以上の旅行者の割合。

(出所) 観光庁資料より大和総研作成

【経済構造分析レポート】

- ・ 近藤智也・溝端幹雄・石橋未来・笠原滝平・山口茜・廣野洋太「日本経済中期予測（2017年2月）—非連続的な世界の変化を前に、日本は何をすべきか？」2017年2月6日
- ・ No. 55 溝端幹雄「日本のビジネス環境ランキングを上げるには何をすべきか？—行政手続きの数・時間が3分の1、費用半減で3位は射程圏内に」2016年12月27日
- ・ No. 54 石橋未来「オバマケアはどう変わるか？—米国医療制度の転換となるか、トランプ氏の本気度が問われる」2016年12月5日
- ・ No. 53 石橋未来「財政依存度が高まる米国医療保険制度—高齢化や高額処方薬が影響する大統領選後のオバマケア」2016年11月1日
- ・ No. 52 廣野洋太・溝端幹雄「現役世代の将来不安と消費—満たされなかった貯蓄動機が個人消費の回復を阻む」2016年10月31日
- ・ No. 51 近藤智也・溝端幹雄・石橋未来・山口茜「都市と地方のこれからを考える—多様な働き方を実現するために」2016年9月23日
- ・ No. 50 笠原滝平「一括りにしてはいけないインバウンド—外国人旅行者の季節性、地域性等に配慮した適切な対応が求められる」2016年9月8日
- ・ No. 49 笠原滝平「高付加価値化がもたらす輸出構造の変化—日本の輸出構造は量から質へ稼ぎ方が変化」2016年8月31日
- ・ No. 48 石橋未来「2025年までに必要な介護施設—大都市近郊や地方都市での整備が急務」2016年8月25日
- ・ No. 47 溝端幹雄「地方の所得格差と分配問題を考える—地域間格差縮小の主役は企業、家計への波及は道半ば」2016年8月5日
- ・ No. 46 石橋未来「待機児童問題が解消しない理由—海外との比較で見る日本の保育政策の課題」2016年7月8日
- ・ No. 45 山口茜「高齢者は都市が好き？—高齢者移住の現状」2016年6月30日
- ・ No. 44 溝端幹雄「所得分配の現状と成長戦略への示唆—若年世代の所得格差の是正が持続的成長のカギ」2016年5月11日
- ・ No. 43 山口茜「労働市場から消えた25~44歳男性—地域間で広がる格差、抱える問題はそれぞれ異なる」2016年4月8日

その他のレポートも含め、弊社ウェブサイトにてご覧頂けます。

URL : <http://www.dir.co.jp/>