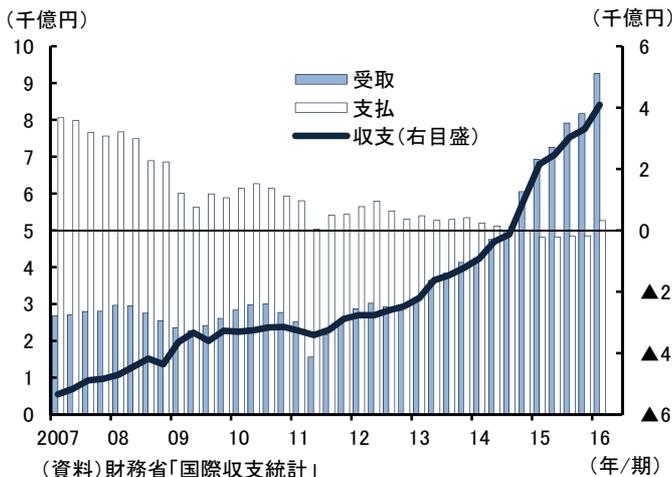


## インバウンド需要の変調

～ 旅行収支黒字の拡大に向け、一段の環境整備が不可欠 ～

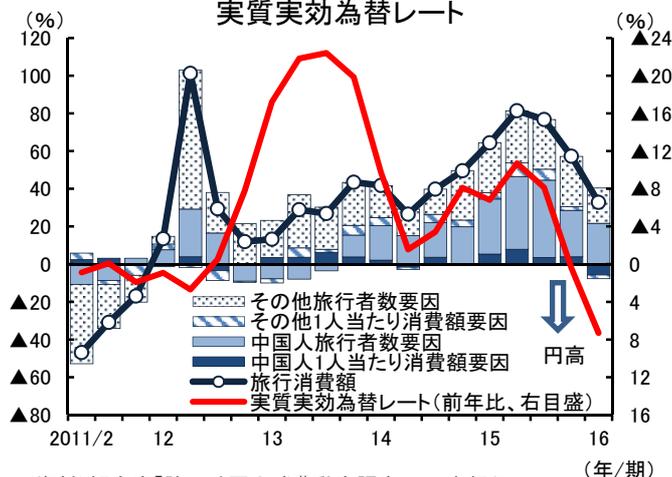
- (1) アベノミクス始動以降、国際収支統計における旅行収支は改善が持続。2014年10～12月期には季節調整ベースで赤字が解消し、2016年1～3月期は+4,089億円と、黒字幅は過去最大にまで拡大（図表1）。既往円安や、海外情勢の不安定化、可処分所得の伸び悩み、消費者マインドの低迷長期化、などを受けて国内家計の海外での直接購入（支払）の低迷が続く一方、中国・アジア新興国での所得増加、ビザ支給要件緩和や訪日プロモーションなどの政策支援、LCC（格安航空会社）の就航増、などによるインバウンド需要（受取）の増加が背景。
- (2) もっとも、堅調に推移してきたインバウンド需要には足許で変調の兆しも。景気ウォッチャー調査におけるコメントをみると、インバウンド需要は、総じてみれば引き続き景気の下支えとして作用しているものの、年初以降の円高などもあり、一部で変調や、先行き懸念を指摘する声も（図表2）。
- (3) 実際、訪日外客数は、増加基調が持続しているものの、伸びが鈍化しているほか、1人1回当たりの旅行消費額も減少に転じており、訪日外国人旅行消費額は昨年後半以降、増勢が鈍化（図表3）。そこで、1人当たりの旅行消費額が大きく、かつ、客数が大幅に増加し、これまでインバウンド需要全体をけん引してきた中国からの訪日客の旅行消費額の動向について、以下で詳しく検討。

(図表1) 旅行収支(季調値)



(資料)財務省「国際収支統計」  
(注)受取、支払の季調値は日本総研作成。

(図表3) 訪日外国人旅行消費額(前年比)と  
実質実効為替レート



(資料)観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本銀行

(図表2) インバウンドの変調・懸念コメント  
(2016年2～4月)

2月	インバウンド需要は相変わらず増加しているが、 <b>10月ごろから伸びが鈍化</b> しており、店舗全体の売上をカバーするには力不足となっている。(南関東、百貨店) インバウンドについては、春節期間中は前年の20%増で推移しているが、 <b>平常日の買物が減少し、単価もダウン</b> しているなど、購買行動に変化が出てきている。(近畿、百貨店) 爆買い消費の恩恵により、来客数や買上点数は増えたが、 <b>そろそろ終息に向かっている感がある</b> 。(近畿、家電量販店) 中国の春節の影響も前年ほどはなく、 <b>爆買いも一服感</b> がある。(九州、ショッピングセンター) インバウンド客は <b>買回りに関しては、以前よりもかなり慎重</b> になっており、購入が少なくなっている感がある。(沖縄、一般小売店)
3月	このところ <b>外国人観光客が急に減少</b> している。(北海道、観光型ホテル) インバウンド売上も、従来は好調であった高級時計や宝飾品の動きに、 <b>以前ほどの勢いがなくな</b> ってきている。(近畿、百貨店) 訪日観光客の数は相変わらず好調だが、 <b>消費単価が想像よりも伸びていない</b> 。(九州、都市型ホテル)
4月	<b>アジアからの団体旅行が低調</b> に推移している。(北海道、観光型ホテル) 海外からのインバウンド客は地元の <b>航空路線の減便の影響もありやや減少</b> 。(北陸、テーマパーク) インバウンド需要については、 <b>熊本地震以降、ツアーのキャンセルが出ている</b> とのことで、震災以降の免税売上が前年比で半分程度に落ち込んでいる。(九州、百貨店)

(資料)内閣府「景気ウォッチャー調査」  
(注)「景気判断理由(現状)」の、インバウンド需要の変調、懸念に関するコメントを抜粋。

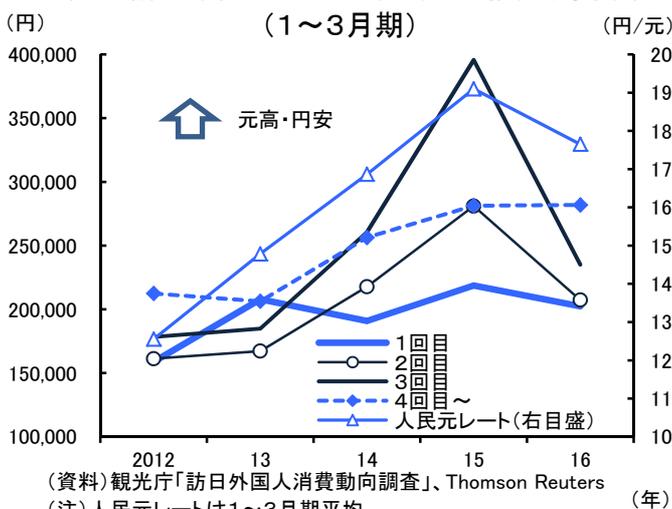
(4) 訪日中国人の旅行消費単価を来訪回数別にみると、1回目が総じて横ばいで推移する一方、アベノミクス始動後の円安下で、リピーターの消費額が大きく増加(図表4)。もっとも、円高が進行した2016年は、高所得層と思われる4回目以上の訪日客の消費額は高水準を維持しているものの、2~3回目のリピーターの消費額は、円高による購買力の低下などを受け、大きく減少。また、来訪回数別のシェアをみると、消費単価が底堅く推移する4回目以上の訪日客のシェアが低下しており、全体の旅行消費額の伸びの鈍化に作用(図表5)。

(5) 費目別にみると、カメラ・時計や電気製品などの高額品への支出金額、購入率は足許で減少している一方、比較的安価な化粧品・医薬品・トイレタリーが、2014年10月の免税制度拡大で免税対象となったこともあり、購入金額、購入率が上昇(図表6)。また、モノからコトへの消費行動の変化の兆しもみられ、ゴルフ場・テーマパークなどサービス消費が増加傾向。円高の進行や中国人消費者のマインド悪化、中国当局が国外での消費に対し規制を強める姿勢を明確化していることなどを背景に、いわゆる「爆買い」と称される、家電製品、高級品の大量購入は一巡しつつある一方、消耗品や、対個人向けサービスへの支出は堅調持続。ちなみに、訪日外国人の購入頻度が高いインバウンド関連品目では輸出が増加しており※、帰国後に商品のリピーターとなって、母国での購入が増加している模様。今後は、こうした消費行動の変化を踏まえたインバウンド需要の取り込みが一段と重要に。

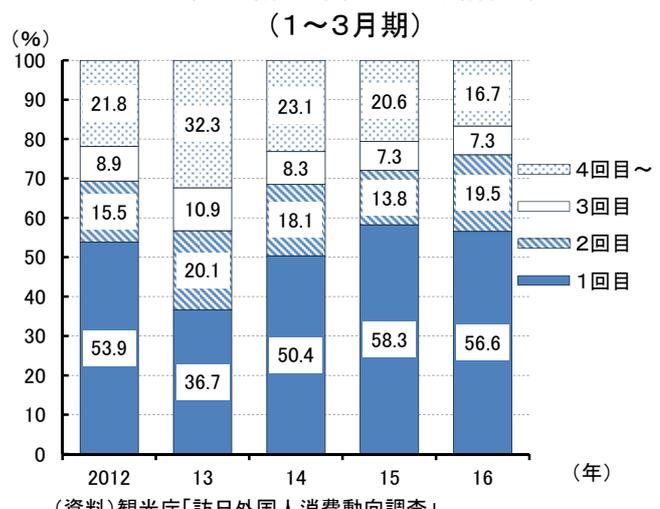
※2016年5月23日発行、日本総研リサーチ・アイNo. 2016-007「貿易収支は当面、均衡～小幅黒字で推移」(図表8)参照。

(7) 加えて、当面、円高地合い、中国経済の減速などの経済環境が続くとみられるなか、インバウンド需要の増勢維持には中国以外の地域からの訪日需要喚起も重要。そのために、一段の環境整備が不可欠。たとえば、客室稼働率が歴史的な高水準にあるなか、宿泊料の高騰が持続しており、宿泊施設の拡充や民泊の活性化が不可欠の状況(図表7)。

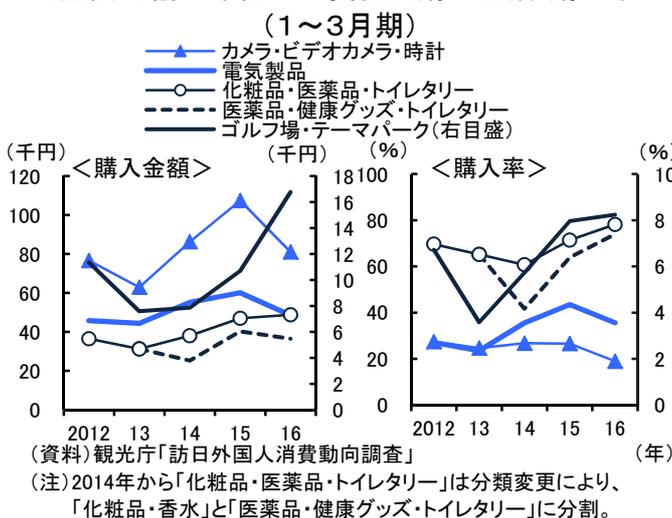
(図表4) 訪日中国人の1人1回あたり旅行消費単価



(図表5) 訪日中国人の来訪回数



(図表6) 訪日中国人の費目別購入金額・購入率



(図表7) 客室稼働率とCPI宿泊料(季調値)

