

# 中小企業動向 トピックス

## 訪日外国人の消費動向

～期待される消費市場～

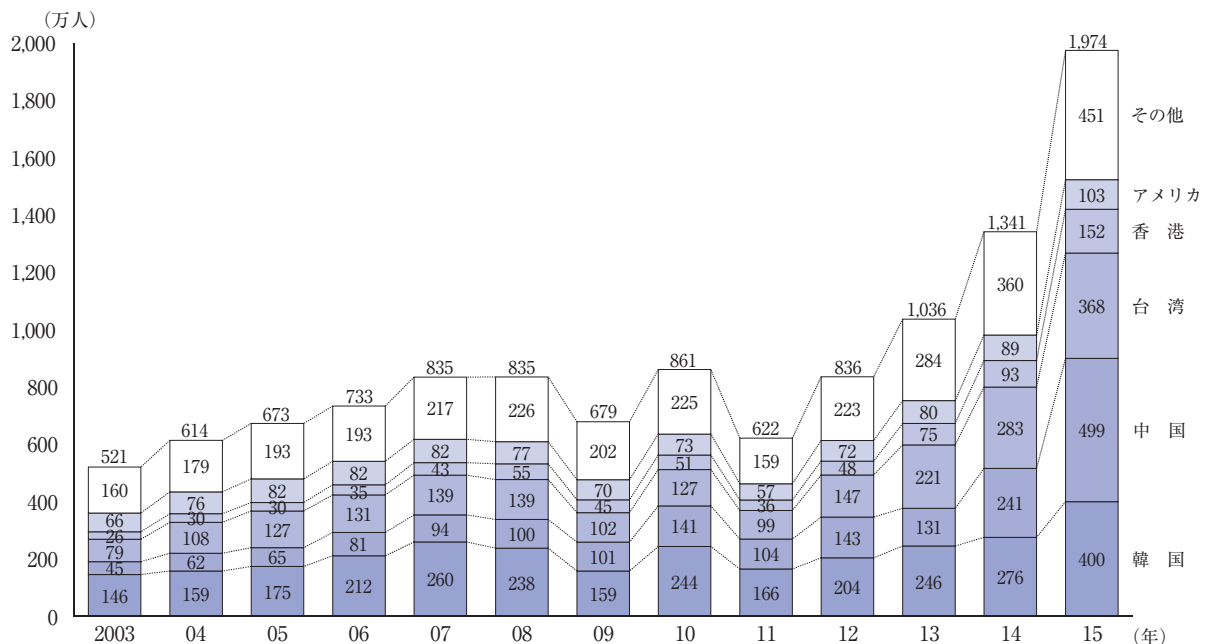
2015年に日本を訪れた外国人の数は、1,973万7千人となり、3年連続で過去最高を更新しました。宿泊費、飲食費、交通費、買物代など、訪日外国人が日本国内で消費した金額は、年間で初めて3兆円を突破し、旅行業、宿泊業、旅客運送業だけでなく製造業や小売業などにもインパクトをもたらしています。今回は、訪日外国人の消費動向の特徴を改めて確認してみましょう。

### 2015年の訪日外国人数は前年比47.1%増

日本政府観光局（JNTO）の推計によると、2015年の訪日外国人数は1,973万7千人となりました。これまで最高であった2014年（1,341万3千人）と比べて47.1%増加しました。この伸び率は、統計を取り始めた1964年以降で最大です（図表-1）。国別にみると、中国が最も多く、2014年と比べて2倍余りの499万人に達しました。次いで韓国が400万人、台湾が368万人、香港が152万人となり、いずれも2014年と比べて1.5倍ほどに増えています。アメリカは、初めて100万人を超え、「その他」の内訳となる東南アジアの6カ国<sup>1</sup>も2015年に初めて合計で200万人を超えました。

2014年と比べて2015年にアジア地域からの訪日外国人が増加した背景には、日本政府が2003年から継続しているビジット・ジャパン事業<sup>2</sup>の取り組みに加え、円安、ビザ要件の緩和（2014年9月以降）、免税制度の拡充（2014年10月）、クルーズ船の寄港増加や航空路線の拡大などが挙げられます。

図表-1 訪日外国人数の推移



資料：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数（総数）」（2003年～2015年）

（注）本ページの訪日外国人数は、上記統計における「訪日外客数」を用いている。2003年～2014年の数値は確定値、2015年の数値は暫定値。

<sup>1</sup> 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

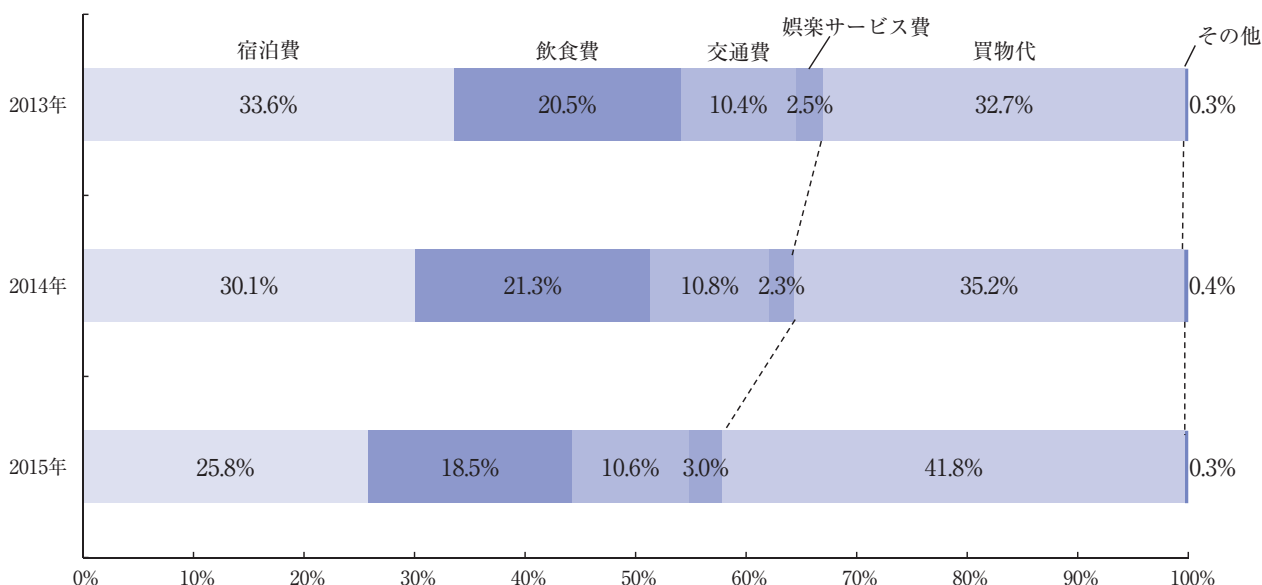
<sup>2</sup> 訪日外国人の増加を目的とした訪日プロモーション事業。韓国、台湾、中国、香港等計20カ国が対象。

## 日本での消費額は年間 3 兆円を突破

訪日外国人の増加に伴い、国内でその消費が拡大しています。日本政府観光局「訪日外国人消費動向調査」（以下「消費動向調査」）によると、訪日外国人が日本滞在中に支出した金額と、パッケージツアー参加費のうち日本国内向けに支払われた金額（宿泊・飲食・交通・娯楽サービス費など）を加算した消費額は、2015年に3兆4,771億円となり、初めて年間で3兆円を突破しました。2014年（2兆278億円）と比べて71.5%増加となります。国別にみると、最も多いのが中国です。金額は初めて1兆円を超え（1兆4,174億円）、消費額の総額の4割を占めました。2位は台湾（5,207億円）、3位は韓国（3,008億円）、4位は香港（2,627億円）、5位はアメリカ（1,814億円）の順で、上位5カ国で合計2兆6,830億円と総額の77.2%を占めています。

消費額のうち最も多い用途は買物代で、2015年は1兆4,539億円となり41.8%を占めます（図表-2）。2014年（35.2%）に比べて6.6ポイント拡大しています。一方、宿泊費は25.8%に縮小しました。要因の一つには、買物代の構成比が高い中国、台湾、香港などアジア地域からの訪日外国人が増えたことが挙げられます。買物代の金額を国別にみると、最も多いのは中国で8,088億円、次いで台湾が2,188億円、香港は1,100億円、韓国は888億円となっています。

図表-2 費目別にみる訪日外国人の消費額（構成比）



資料：日本政府観光局「訪日外国人消費動向調査」（2015年年間値（確報））

## 日本製の品質の高さが支持

日本滞在中に訪日外国人が購入した商品のうち、購入する割合の高い商品、満足度が高い商品はどのようなものでしょうか。2015年の傾向を消費動向調査（2015年 暦年1-12月期）の結果からみてみましょう。

購入する割合の高い商品は、「菓子類」（65.0%）、「その他食料品・飲料・酒・たばこ」（58.8%）、「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」（47.3%）、「化粧品・香水」（42.4%）、「服・かばん・靴」（40.6%）の順となっています。このうち、2014年と比べて購入率が10ポイント以上増えた商品は「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」（+15.5ポイント）と「化粧品・香水」（+10.5ポイント）です。

2015年に満足度が高かった商品は「服・かばん・靴」（19.3%）、「化粧品・香水」（12.2%）、「電気製品」（11.1%）、「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」（10.3%）、「菓子類」（10.0%）の順です。訪日外国人の買物代の金額が多い上位4カ国の傾向をみると、中国では「化粧品・香水」「電気製品」の満足度が高くなっています（図表-3）。台湾や香港では「服・かばん・靴」「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」「電気製品」が上位に入っています。一方、一番満足した商品の購入理由では「品質

が良い」「価格が手頃・自国より安い」「デザインが良い・かわいい・きれい」との回答が上位に挙げられ、製品の品質の良さが購入商品に対する満足感の一つの大きな要因になっています。訪日外国人に日本製品を販売するヒントは、ここにあるようです。

図表-3 一番満足した購入商品とその理由)

一番満足した購入商品 (自由回答、上位7項目)

(単位：%)

調査項目	回答割合				
	全体	中国	台湾	香港	韓国
服・かばん・靴	19.3	13.6	20.0	32.9	16.2
化粧品・香水	12.2	19.8	10.2	12.2	10.0
電気製品	11.1	19.7	17.0	6.0	2.4
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	10.3	11.2	18.9	8.9	14.5
菓子類	10.0	4.6	8.3	8.1	21.5
和服・民芸品	6.0	1.5	2.9	3.2	2.9
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	5.4	3.7	4.6	3.4	7.4

一番満足した購入商品の理由 (自由回答、上位5項目)

(単位：%)

調査項目	回答割合				
	全体	中国	台湾	香港	韓国
品質が良い	25.2	33.5	28.3	22.4	18.0
価格が手頃・自国より安い	18.0	21.2	20.6	21.1	19.1
デザインが良い・かわいい・きれい	14.8	11.6	14.0	20.9	14.0
日本製	9.9	16.9	12.7	10.5	4.1
美味しい	8.8	4.2	8.1	8.3	16.3

資料：日本政府観光局「訪日外国人消費動向調査」(2015年1-12月期(確報))

## 訪日外国人の需要を取り込む化粧品メーカーや小売店

国内における訪日外国人の消費拡大を背景に、製造業や小売業においても、その需要を取り込むようとする動きがみられます。

### 製造業

化粧品関連企業では、訪日外国人を中心に、今後も継続して消費量が増えるとみて化粧品を増産したり、多様なニーズに対応できるよう製造ラインを増やしたりする動きがみられます。また、大手化粧品メーカーでは、国内工場を新設する動きもみられます。

### 小売業

消費税免税の対象品目に食品類、飲料類、薬品類、化粧品類その他消耗品が加わった2014年10月にあわせて、百貨店、スーパー、家電量販店等の大手小売店では、免税カウンターの拡充、免税販売手続短縮のためのシステムの改善、無料公衆無線LANの導入など訪日外国人を受け入れる環境を充実させました。また、都内では2016年1月に空港型免税店がオープンしたほか、2017年には大阪や都内でも空港型免税店を新たに開業する計画が進められています。街中にある免税店は消費税のみを免税するのが一般的ですが、空港型では消費税に加え、関税、酒税、たばこ税も免除になるのが特徴で、街中よりも割安に買物ができます場合があります。

## 最近の施策

### 環境整備

観光庁は、訪日外国人の急増に伴う宿泊施設の不足への対策や、訪日外国人のニーズに合った環境整備を目的として、洋室への改修、Wi-Fiや洋式トイレの整備、接客やホームページの多言語化などにかかる費用を補助する事業（対象となる1旅館あたり100万円を上限に費用の半分を補助する）を2016年度に実施します。

（事業への公募は3月に実施済み）

### 免税制度の拡充

訪日外国人の消費拡大のため、2016年5月1日から訪日外国人向け消費税免税制度が拡充されました。ここでは、その一部をご紹介します。

#### (1) 免税対象金額の引き下げ

家電製品、着物・服、かばん、ガラス細工、陶磁器、寄木細工などの一般物品について、免税の対象となる最低購入金額が「10,000円超」から「5,000円以上」に引き下げられます。商品単価が2,000～3,000円程度の民芸品や伝統工芸品についても2～3個を購入すれば免税となるため、訪日外国人に各地でより多く買物をしてもらうことが期待されています。

また、食品類、飲料類、薬品類、化粧品類などの消耗品についても最低購入金額が「5,000円超」から「5,000円以上」となり一般物品の基準と統一されました。

#### (2) 海外直送手続きの簡素化

免税購入物品を免税店から海外の自宅や空港等へ直送する場合、訪日外国人はパスポートを提示するだけで免税を受けることが可能となります。より簡便に免税制度を利用でき、購入した物品を自分で持ち運ぶことなく旅行できることから、観光の行動範囲が広がったり、商品の大きさや量などを気にせず買い物をしやすくなったりすることで、日本国内での消費を喚起するねらいがあります。

#### (3) 免税手続きカウンター制度の利便性向上

2015年4月に創設された免税手続きカウンター制度では、免税カウンターで合算できる対象の店舗は商店街の組合員であることが要件となっていました。2016年度の税制改正により、商店街の組合員でない店舗もその対象に加わります。同制度を利用できる店舗が増えることで、地域ぐるみでの免税店化がさらに進むとみられます。

### 訪日外国人数の目標を改訂

政府は、2016年3月30日に「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」<sup>3</sup>を開き、訪日外国人の数を「2020年に4,000万人、30年に6,000万人」に増やすという新たな目標を決め、受け入れ環境の整備を急ぐ方針です。2015年の訪日外国人数が約1,974万人と、想定以上のペースで増えていることから、「2020年に2,000万人、30年に3,000万人」としてきた従来の目標を改めたものです。

中小企業においても、これらの施策を追い風に、日本各地で訪日外国人の消費を取り込む動きが進むことが期待されます。

（小峯淳子）

「中小企業動向トピックス」に関するご意見・ご要望等ございましたら、本支店窓口までお問い合わせください。

発行：日本政策金融公庫 総合研究所 ～ホームページ <http://www.jfc.go.jp/> ～

<sup>3</sup> 訪日外国人の拡大に向けた具体策を検討する関係閣僚と有識者による会議（議長・安倍晋三首相）。