

最近の訪日外国人増加の背景とわが国経済への影響

調査統計局 米良有加、倉知善行、尾崎直子

Bank of Japan Review

2013年11月

わが国を訪れる外国人数は、このところ大きく増加しており、なかでもアジアからの訪日客の伸びが大きい。この背景をみると、震災直後の落ち込みからの回復、為替相場動向に加え、アジアにおける中間所得者層の増加、LCC就航やビザ発給要件の緩和といった要因が複合的に影響しているとみられる。こうした訪日外国人数の増加によるわが国経済への影響は、全体としてみればなお限定的であるが、日本での消費動向の特徴を踏まえると、一部の消費関連の業種に対しては、相応のプラス効果を与えるようになってきているとみられる。今後は、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催も契機としつつ、訪日外国人数のさらなる増加や消費喚起に向けた取り組みが進められることによって、わが国経済により大きなプラス効果をもたらしていくことが期待される。

はじめに

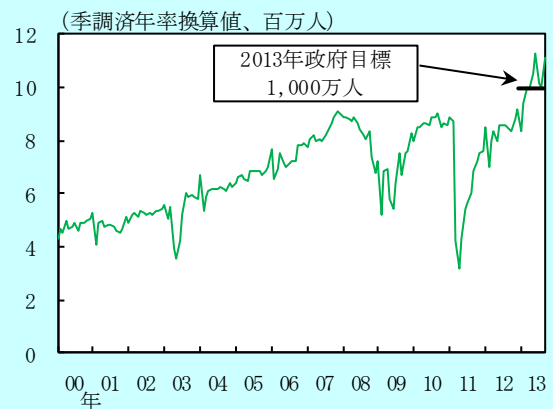
2000年以降の訪日外国人数の動向をみると、リーマン・ショックまで着実な増加傾向をたどった後、リーマン・ショックと東日本大震災直後の大幅な落ち込みを経て、このところ大きく増加している。とりわけ2012年後半以降、訪日外国人数の増加ペースは高まっており、同年末には季節調整値でみて震災前の水準を概ね回復したうえ、2013年上半期には、上半期として過去最高の495万人（年率換算で1,000万人弱）に達した¹（図表1）。

2013年上半期の訪日外国人数の動きを国・地域別にみると、どの地域からの訪日人数も増加傾向にあるが、なかでも、東アジア（とりわけ韓国、台湾および香港）や東南アジア（とりわけタイやインドネシア）からの訪日人数がはっきりと増加している点が特徴的である（図表2）。

本稿では、まず、①最近の訪日外国人の増加の背景について、主にアジアに焦点を当てつつ、簡潔に整理する。次に、②訪日外国人の消費動向の特徴点について、国や地域毎の違いを踏まえて、やや詳しく検証する。さらに、③こうした訪日外国人の増加やその消費動向がわが国経済に与える影響について、定量的なインパクトを試算する。

最後に、④訪日外国人のさらなる増加や消費喚起に向けた今後の課題について、若干の考察を行う。

【図表1】訪日外国人数



（注）X-12-ARIMAによる季節調整値。
（資料）日本政府観光局（JNTO）

訪日外国人増加の背景

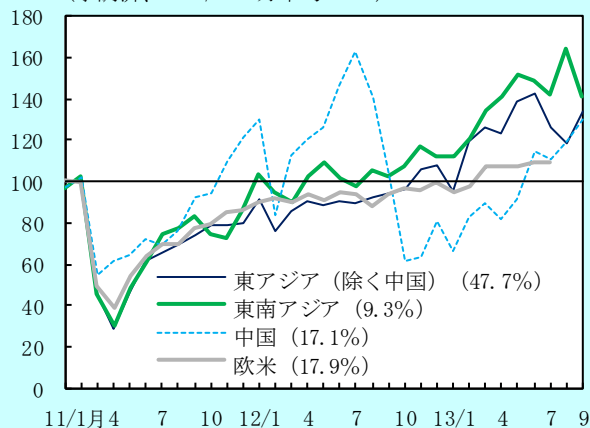
このところの訪日外国人増加の背景には、以下で述べる5つの要因が複合的に影響していると考えられる。

どの国・地域についても共通の要因として、第1に、やや長い目で見た、東日本大震災直後の大幅な落ち込みからの回復という点が挙げられる（前掲図表2）。さらに、第2の共通要因として、足もとでは、円の各国通貨に対する減価が追加的

なプラス要因として作用しているとみられる（図表3）。

【図表2】地域別訪日外国人数

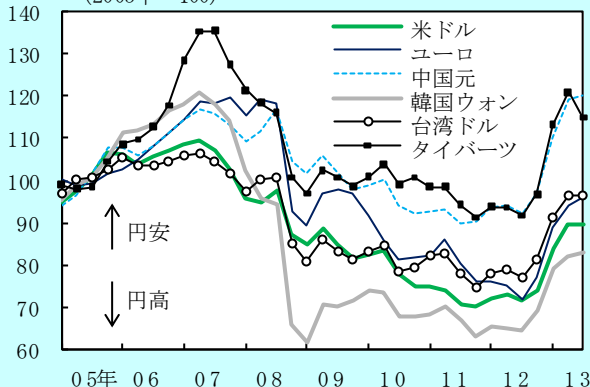
(季調済、2011/1~2月平均=100)



- (注) 1. () 内は、2012年の訪日外国人数合計に占める各国・地域のウェイト。
 2. 東アジア (除く中国) は、韓国、台湾、香港。東南アジアは、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。
 3. X-12-ARIMAによる季節調整値。
 (資料) 日本政府観光局 (JNTO)

【図表3】円の名目為替レート

(2005年=100)

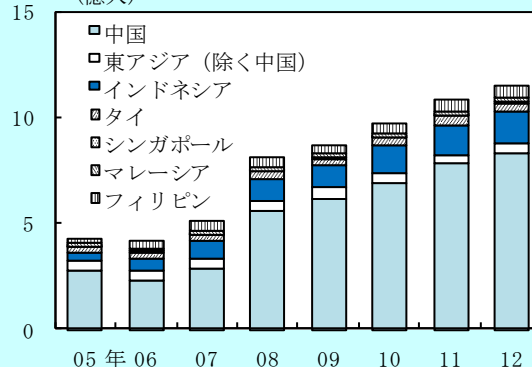


(資料) Bloomberg

もっとも、国・地域別の動きをみると（前掲図表2）、欧米については足もとでようやく震災前の水準を回復したに過ぎない一方で、東アジアや東南アジアでは既に震災前の水準を大きく上回っており、こうした地域については上記の共通要因以外の背景も重要と考えられる。この点、第3の要因として、近年、アジアでは、中間所得者層の増加に伴い潜在的な旅行需要が拡大していることが、訪日人数の趨勢的な押し上げ要因として働いていると考えられる²（図表4）。

【図表4】アジア新興国の中間所得者層

(億人)

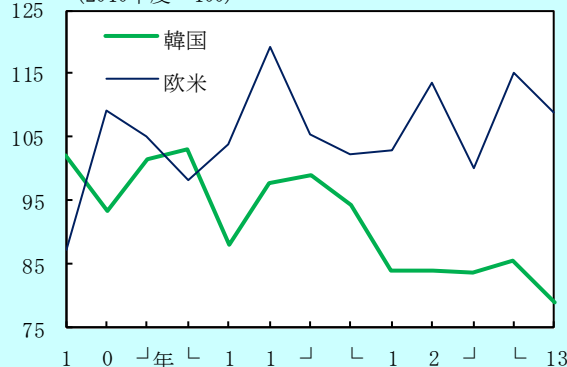


(注) 中間所得層は、年間可処分所得 5,000~35,000 ドルと定義。各国・地域の人口に、全世界に占める中間所得層の世帯比率を乗じて推計。東アジア (除く中国) は、韓国、台湾、香港。
 (資料) Euromonitor International、IMF

第4に、より個別的な要因として、主に東アジアを中心とした LCC (Low Cost Carrier、格安航空会社) 就航の増加の影響も考えられる。LCCの就航により、これまでに比べ当該国とわが国の間のフライトの座席供給量が増加したことに加え、訪日に際して必要となる航空運賃も低下していることが、需要を喚起している可能性がある³（図表5）。

【図表5】各国と日本間の航空運賃

(2010年度=100)



(注) 各国通貨建て。欧米 (米国、英国、フランス、ドイツ) の値は、それぞれの単純平均により算出。
 (資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」、Bloomberg

最後に、第5の要因として、アジア地域を中心に、ビザ発給要件の緩和やビザ免除措置が講じられたことによる効果が考えられる。例えば、足もと、タイからの訪日人数が大きく伸びていることには、2012年6月に行われた数次ビザの発給開始が影響している可能性があると考えられる（図表6）。さらに、2013年7月から、タイ、マレーシア、フィリピン、ベトナム、インドネシアといった東南アジアの国々に対しても、ビザの免除や発給要件緩和措置が採られており、こうした要因の需要喚起効

果が足もと一段と高まっているとみられる。

【図表 6】アジア地域へのビザ発給緩和・免除措置

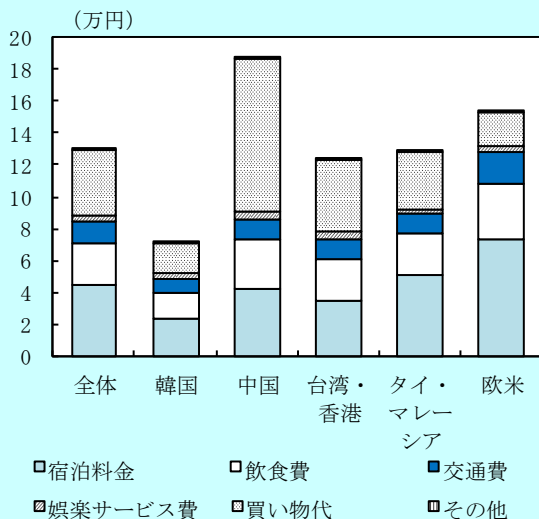
タイ	
12/6月～	短期滞在数次ビザの発給開始
13/7月～	短期滞在目的のビザ免除
マレーシア	
12/9月～	短期滞在数次ビザの発給開始
13/7月～	短期滞在目的のビザ免除
フィリピン	
13/7月～	短期滞在数次ビザの発給開始
ベトナム	
13/7月～	短期滞在数次ビザの発給開始
インドネシア	
12/9月～	短期滞在数次ビザの発給開始
13/7月～	短期滞在数次ビザの滞在期間延長

(資料) 外務省

訪日外国人の消費動向の特徴点

次に、訪日外国人の消費動向についてみると、全体の平均では、日本滞在中の一人当たり消費額は 13.0 万円となっている（図表 7）。もっとも、国・地域別にみると、総額および内訳費目の双方について、差はかなり大きい。例えば、中国は買い物物が他国・地域対比多く、全体の支出額も 18.8 万円と高めとなっている⁴。

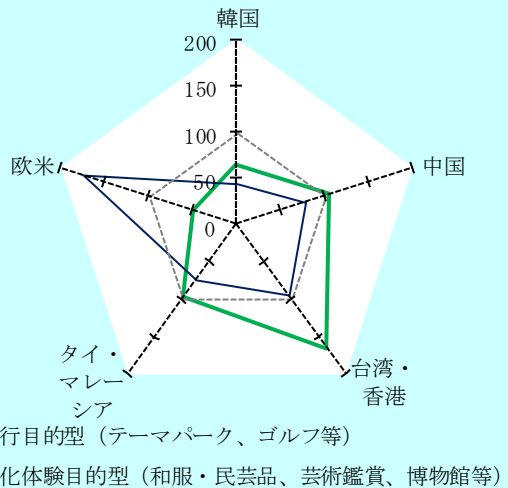
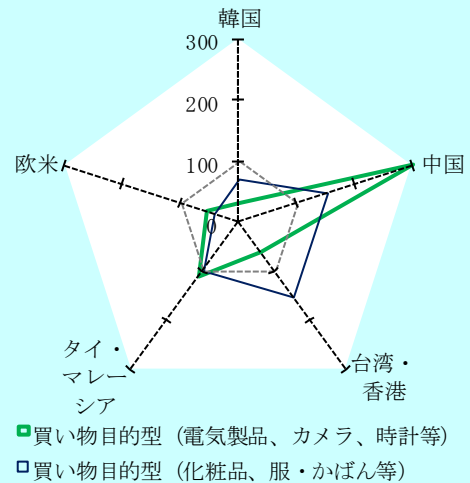
【図表 7】訪日外国人の一人当たり消費額



(注) 2012 年調査の値。台湾・香港、タイ・マレーシア、欧米（米国、英国、フランス、ドイツ）の値は、それぞれの単純平均により算出。
(資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

国・地域別の消費動向の傾向的な違いは、訪日旅行の主目的の違いを反映している面もあるとみられる。買い物、娯楽サービスなどの消費品目について、当該財・サービスを購入した訪日外国人の割合を国・地域ごとに整理すると、支出の目的に応じて、大まかに、①買い物目的型、②遊行目的型、③文化体験目的型の 3 つのタイプに分類することができる（図表 8）。

【図表 8】訪日外国人の消費動向



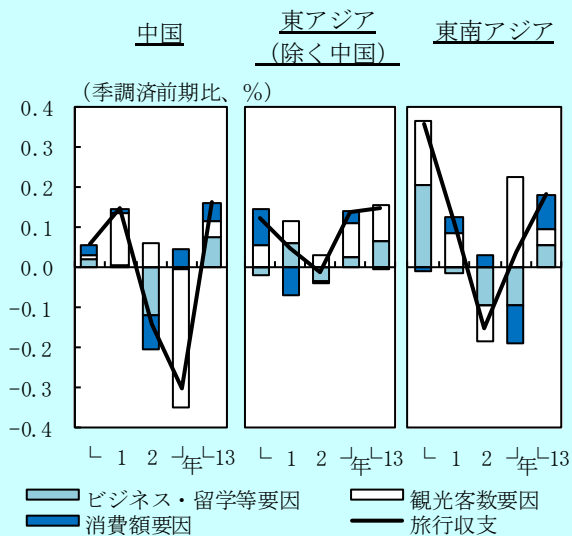
(注) 2012 年調査の値。全体平均=100 として作成。台湾・香港、タイ・マレーシア、欧米（米国、英国、フランス、ドイツ）は、それぞれの単純平均により算出。
(資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

すなわち、全体的な傾向値としては、①中国を中心とした東アジアは、家電量販店等での電気製品の購入や、百貨店等での化粧品の購入、さらには服・かばんといったファッション関連を含めて、買物を目的とした訪日客が多い。とりわけ、中国からの訪日客の家電製品購入志向は突出しており、そのことが、前述した消費額に占める買い

物代の大きさにつながっていると考えられる。加えて、②アジア地域からの訪日客はテーマパークやゴルフ場など、アミューズメント施設での遊覧にも関心が高い。一方、③欧米からの訪日客は、和服・民芸品の購入や文化財の鑑賞など、「和」の文化体験を重視する傾向があるように窺われる。

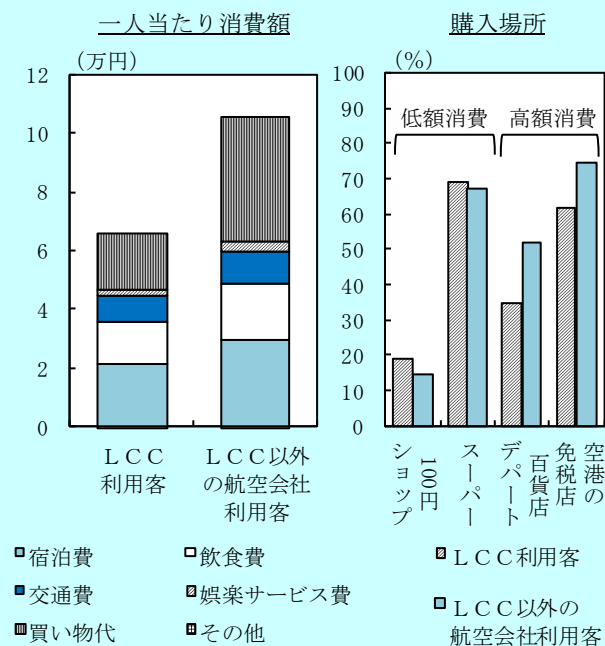
さらに、国・地域別の特徴がどのように変化してきたかを確認するために、旅行収支の受取（訪日外国人のわが国における財貨、サービスの消費額）を訪日人数と一人当たり消費額に要因分解すると（図表 9）、中国や東南アジアは、訪日人数、一人当たり消費額ともに、本年入り以降、回復傾向にある。一方、中国以外の東アジアでは、訪日人数は増加しているが、一人当たり消費額は伸び悩んでいる。これには、同地域からの LCC 利用客の増加が一因となっている可能性がある。LCC 利用客は、航空運賃だけでなく、滞在中の消費も含めて低額志向とみられる（図表 10）。

【図表 9】地域別旅行収支（受取）



(注) 1. 地域別旅行収支は、X-12-ARIMA による季節調整値。
2. 東アジア（除く中国）は、韓国、台湾、香港の合計。東南アジアは、タイ、マレーシアの合計。
3. ビジネス・留学者等の支出額には、商用、留学、研修、外交・公用目的の訪日客の支出額、および季調誤差等が含まれる。
(資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」、財務省・日本銀行「国際収支状況」、日本政府観光局 (JNTO)

【図表 10】LCC 利用客の消費動向

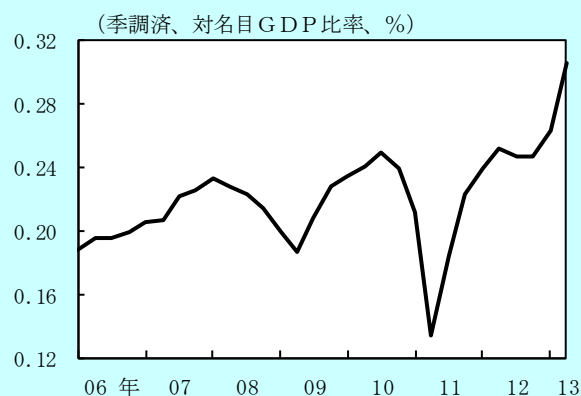


(注) 1. 2013 年 1~3 月期調査の値。韓国・台湾の計数を加重平均して作成。
2. 一人当たり消費額には、パッケージプラン参加費のうち、日本に支払われた分を含まない。
(資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

訪日外国人増加による経済的インパクト

次に、訪日外国人数の増加がもたらすマクロ的な経済効果を確認する。旅行収支全体の受取が名目 GDP に占める割合をみると、震災直後をボトムに上昇を続けているとはいえ、直近でも依然 0.3%程度と、他国対比でも低位に止まっている（図表 11、後掲図表 14）。

【図表 11】旅行収支（受取）の対名目 GDP 比率

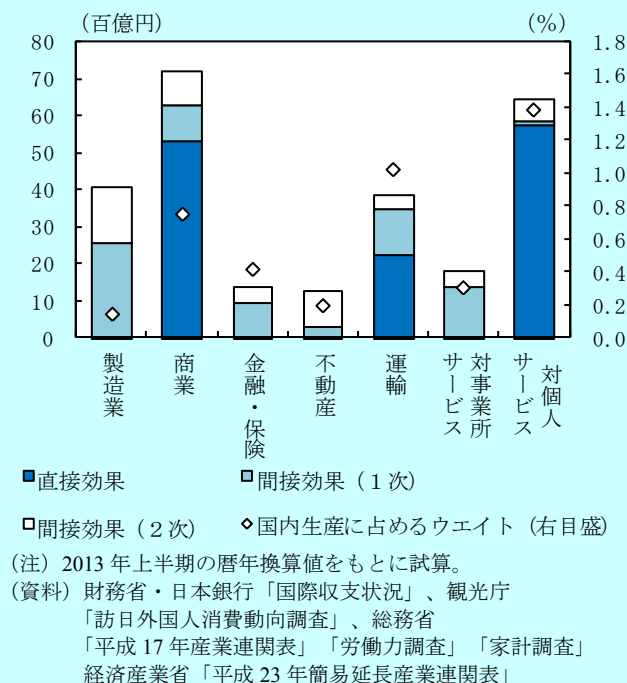


(資料) 内閣府「国民経済計算」、財務省・日本銀行「国際収支状況」

訪日外国人による消費額が、わが国の生産・雇用を押し上げる効果を、2013 年上半期までのデータをもとに産業連関表等を用いて評価すると、誘

発生産額は約 3 兆円（うち粗付加価値額が約 1.6 兆円<名目 GDP 対比 0.3%程度>）、誘発雇用者数は 20 万人強（雇用者総数対比 0.3%程度）との結果になる⁵（図表 12）。

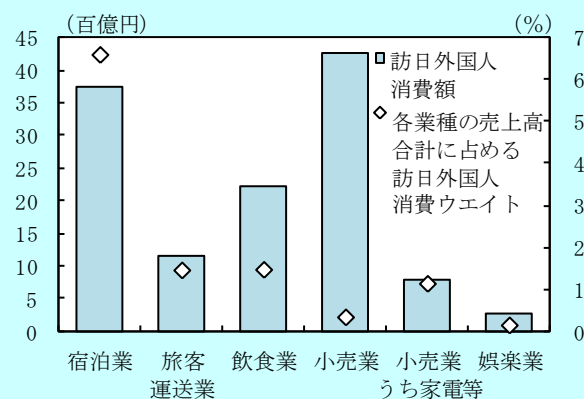
【図表 12】訪日外国人消費の経済波及効果



このように、このところの訪日外国人数の増加がわが国経済に与えるインパクトは、マクロ全体で見れば、なお限定的といえる。ただし、業種や分野によっては、相応のプラス効果を及ぼすようになってきているとも考えられる。

例えば、消費関連の業種別に、訪日外国人のわが国における消費額とそれが業界の売上高合計に占めるウェイトを試算してみると、宿泊業では訪日外国人消費ウェイトが 6~7%にまで達している⁶（図表 13）。また、飲食業、旅客運送業へのインパクトも相対的には大きい。実際、対個人サービス、特にホテル業の業況が足もと改善している点には、訪日外国人の増加も影響している可能性が高く、企業からの聞き取り調査でもそうした声が聞かれている。前述した産業連関表を用いた経済波及効果の試算結果でも、部門別には、対個人サービスを筆頭に、運輸、商業への効果が大きい姿が確認される（前掲図表 12）。なお、定量的には大きくないが、製造業を含む幅広い業種への波及がみられる点も見逃せない。

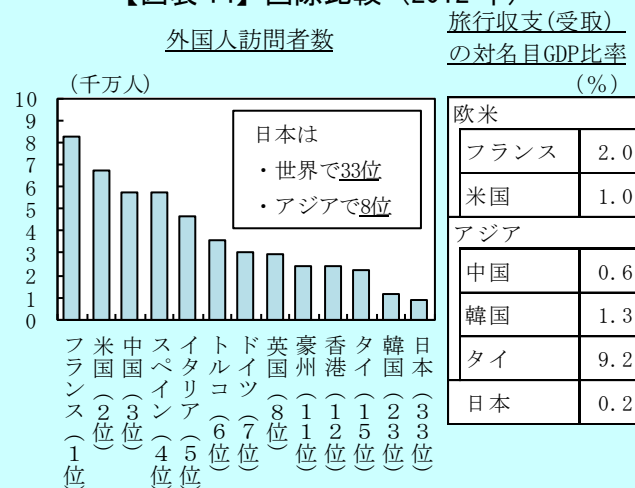
【図表 13】訪日外国人の業種別国内消費額



おわりに

以上のように、本稿では、訪日外国人数がこのところ大きく増加していること、また、その背景として、震災直後の落ち込みからの回復、為替相場動向に加え、アジアにおける中間所得者層の増加、LCC 就航やビザ発行要件の緩和といった要因が複合的に作用していること、を確認した。もっとも、外国人訪問者数の水準を他国と比較すると、わが国は低位に止まっており、今後、訪日外国人数が一段と増加する余地は大きいと考えられる（図表 14）。

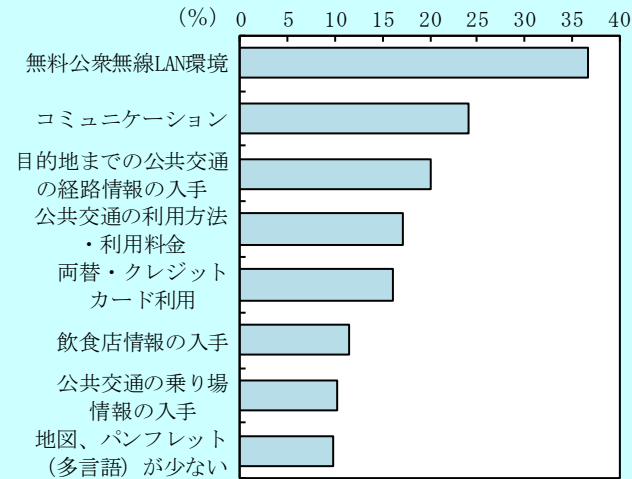
【図表 14】国際比較（2012 年）



この点、アンケート調査で、訪日外国人が旅行中に不便と感じた点は何であったか探してみると、各種インフラの未整備など、今後の取り組み次第で改善できる点が多い（図表 15）。2020 年の

東京オリンピック開催決定により、観光・ビジネス旅行先としての日本に注目が集まる中、官民一体となった海外での PR 活動に加え、訪日外国人のニーズにマッチした環境整備がこれまで以上に進展すれば、訪日人数の一段の増加が期待できる⁷。

【図表 15】 訪日外国人が旅行中困ったこと



(資料) 外国人観光案内所のあり方に関する WG 「外国人旅行者に対するアンケート調査結果 (2011 年)」

また、わが国経済に対する影響という点では、訪日人数の増加に向けた取り組みだけでなく、訪日外国人一人当たりの消費額を拡大する取り組みも重要である。既に民間企業では、訪日外国人の消費喚起を企図した様々な取り組みが進められているが (図表 16)、今後、こうした動きが、訪日外国人数の増加に向けた政府の施策とともに、わが国経済により大きなプラス効果をもたらしていくことが期待される。

【図表 16】 民間企業による取り組みの例

買い物目的型	・アジアを中心とした店舗の顧客に対し、日本でのショッピング時に優待を受けられるカードを発行。さらにカードの利用情報を蓄積・分析し、サービス、商品、販促施策に反映 (百貨店)。
	・免税手続きの IT システム化による、訪日外国人に対する消費税還付手続きの迅速化 (百貨店)。
遊行目的型	・豚肉やアルコール等の禁忌食材を利用しない「ハラール」に対応した食事を提供し、ビザ緩和などによるタイ、インドネシアといったイスラム教国からの集客を図る (観光施設)。
文化体験目的型	・「日本ならではの」体験 (すし握り、アニメの聖地巡礼) を集めた着地型ツアーを提供。

(資料) 日本銀行 「地域経済報告-さくらレポート-(2012 年 10 月)」、各種報道情報等

¹ 政府は、「日本再興戦略 -JAPAN is BACK-」(平成 25 年 6 月 14 日閣議決定)の中で、2013 年に訪日外国人人数 1,000 万人、2030 年に 3,000 万人超を目指すことを掲げている。

² UNWTO (2013) では、国境を越えた旅行の大半は同一地域圏内で発生する傾向が確認されており (詳細は、United Nations World Tourism Organization, *UNWTO Tourism Highlights, 2013* を参照)、わが国はアジアからの需要を取り込むにあたって、地理的には優位な立場にあると考えられる。

³ このほか、座席供給量の増加には、オープンスカイ協定 (従来、政府間の協議で決定されてきた国際線の航空路線数や便数、航空会社が自由に設定できるように定めた二国間協定) の締結先の増加といった要因も影響していると考えられる。

⁴ こうした一人当たり消費額の違いには、当該国・地域からわが国までの距離とそれを受けた滞在日数の差も影響していると考えられる。実際、欧米からの観光客は平均滞在日数が長めである一方、距離の近いアジア地域、とりわけ韓国からの観光客は、日数が短い。また、欧米からの観光客は一人当たり消費額に占める宿泊料金の割合が高いことなど、国・地域別にみた内訳費目の違いも、こうした滞在日数の違いにより、ある程度は説明可能である。もともと、滞在 1 日当たりの消費額でみても、中国は高い一方で韓国は低いなど、国・地域別の消費動向の違いは必ずしも滞在日数の長短だけで説明できるわけではない。

⁵ 試算にあたっては、平成 17 年産業連関表を使用。誘発生産額は、①訪日外国人による最終財・サービスの消費額 (直接効果)、②最終財・サービスの提供にあたって生じる関連産業の生産増加額 (間接効果<1 次>)、③生産増加による所得増を通じた消費の増加額 (間接効果<2 次>) の合計。誘発雇用者数は、常用雇用、臨時・日雇の合計。

⁶ 業種別にみた訪日外国人の国内消費額は、「国際収支状況」の旅行収支 (受取) を、「訪日外国人消費動向調査」における旅行消費額の内訳構成比により案分して試算。渡航時の国際旅客運賃は含まない。

⁷ 例えば、2020 年のオリンピック開催地となった東京都では、既に 2013~15 年を対象としたアクションプランを策定しており、訪日外国人数の増加に向けて「アジアにおける PR」や「国際会議誘致の促進」、「無料の公衆無線 LAN の整備」などの施策が掲げられている。詳細は、東京都、「『2020 年の東京』へのアクションプログラム 2013」を参照。

日銀レビュー・シリーズは、最近の金融経済の話題を、金融経済に関心を有する幅広い読者層を対象として、平易かつ簡潔に解説するために、日本銀行が編集・発行しているものです。ただし、レポート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。

内容に関するご質問等に関しましては、日本銀行調査統計局景気動向グループ (代表 03-3279-1111) までお知らせ下さい。なお、日銀レビュー・シリーズおよび日本銀行ワーキングペーパー・シリーズは、<http://www.boj.or.jp> で入手できます。