

訪日外国人の消費動向を探る

レポート Report



2014年の訪日外国人は1341万人となり、過去最高になりました。また、一人当たりの旅行支出も円高や免税の拡充などが後押しして151,174円となり、こちらも過去最高を記録しています。

近年、「訪日外国人消費動向調査」（観光庁）が詳細に行われるようになり、国・地域別の特徴や詳しい消費動向が把握できるようになりました。そこで、ここでは14年の訪日外国人の消費動向調査結果を中心に、訪日外国人の消費の特徴を探り、北海道を訪問する外国人の現状を紹介します。

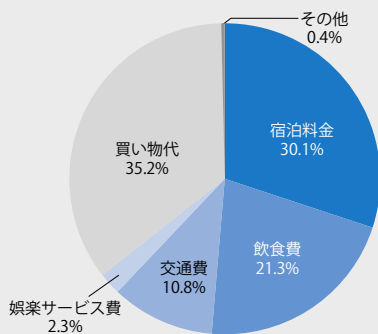
訪日外国人の旺盛な消費意欲を地域活性化に

訪日外国人旅行者は、1回の旅行当たりの支出額が高いことで知られています。単純に外国人と日本人の旅行を比較することはできませんが、外国人の一人1回当たりの旅行支出は、日本人の国内宿泊旅行の一人1回当たりの支出額の2.6倍にもなります。

訪日外国人の支出割合を見てみると買い物代が35.2%と最も高く、次いで宿泊料金30.1%、飲食費21.3%となっています（表1）。買い物代と飲食費に5割以上の支出をしていることから、今後は地域を訪れる外国人の高い消費意欲を地元でしっかりと受け止め、地域経済の活性化に生かしていくことが、地域にとって大切なテーマになることがわかります。

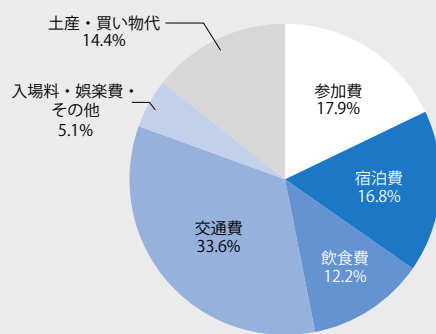
参考までに、日本人の支出割合を見てみると、パッケージツアーなどに含まれる費用が参加費としてカウントされているため、単純に比較はできませんが、交通費が33.6%と最も高い割合を示しています（表2）。参加費には宿泊費や交通費が含まれていると想定されるため、これを勘案しても訪日外国人の買い物への意欲の高さがわかります。

表1 訪日外国人の旅行支出割合



※ 「訪日外国人消費動向調査」（2014年）
 ※ パッケージツアーの内訳分を含む

表2 日本人の旅行支出割合



※ 「旅行・観光消費動向調査」（2014年）
 ※ 国内の宿泊旅行、旅行中の旅行消費額より算出

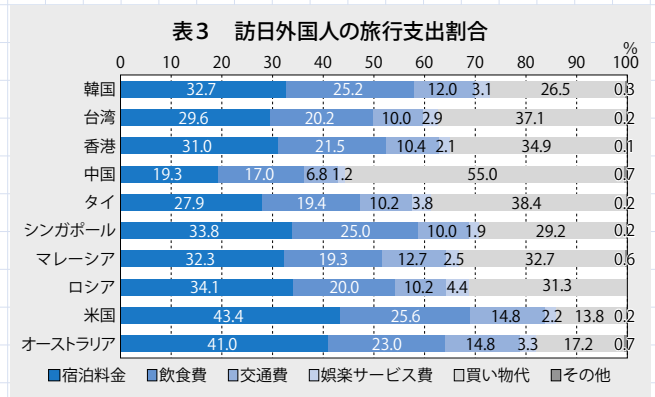
中国からの客は買い物代に5割以上

次に国・地域別に支出割合を見ていきます。北海道への来道者数が多い10の国・地域別の旅行支出の割合を示したものが表3です。買い物代の割合が高い中国(55.0%)、宿泊料金の割合が高い米国(43.4%)やオーストラリア(41.0%)、飲食費の割合が高い米国(25.6%)、韓国(25.2%)などの特徴があります。

さらに、国・地域別の購入率から買い物ベスト5の費目を挙げてみます(表4)。一般的に菓子類とその他食料品・飲料・酒・たばこが上位となっており、特にアジア圏の訪日客はこれらの費目はほとんどの国・地域で5割を超えています。一方、ロシア、米国からの訪日客は、最も購入率の高い費目でも5割を切っています。アジア圏からの訪日客に対しては、滞在中に地域の中で買い物をしてもらう仕掛けや工夫をすることで、消費を高めていくことが可能になるといえるでしょう。

また、台湾からの訪日客は医薬品・健康グッズ・トイ

レタリー^{※1}が61.3%、中国からの訪日客は化粧品・香水が62.8%と高いことが特徴といえます。香港、マレーシア、中国、シンガポール、タイ、台湾からの訪日客は、服(和服以外)・かばん・靴の購入率も4割を超える高さになっています。和服(着物)・民芸品などの日本らしさを伝える費目は、米国26.4%、オーストラリア25.5%、ロシア22.4%などが高く、米国とオーストラリアでは書籍・絵葉書・CD/DVDもベスト5に入っています。



※ 「訪日外国人消費動向調査」(2014年)

表4 国・地域別の買い物ベスト5

順位	韓国		台湾		香港		中国		タイ	
	費目	購入率(%)	費目	購入率(%)	費目	購入率(%)	費目	購入率(%)	費目	購入率(%)
1位	菓子類	70.2	菓子類	75.3	菓子類	64.2	菓子類	76.5	菓子類	72.9
2位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	51.3	医薬品・健康グッズ・トイレタリー	61.3	服(和服以外)・かばん・靴	59.5	化粧品・香水	62.8	化粧品・香水	49.7
3位	化粧品・香水	24.7	その他食料品・飲料・酒・たばこ	53.1	その他食料品・飲料・酒・たばこ	51.2	その他食料品・飲料・酒・たばこ	54.9	その他食料品・飲料・酒・たばこ	44.9
4位	服(和服以外)・かばん・靴	24.2	服(和服以外)・かばん・靴	43.3	医薬品・健康グッズ・トイレタリー	43.2	医薬品・健康グッズ・トイレタリー	50.2	服(和服以外)・かばん・靴	43.6
5位	医薬品・健康グッズ・トイレタリー	19.2	化粧品・香水	31.9	化粧品・香水	37.0	服(和服以外)・かばん・靴	44.5	医薬品・健康グッズ・トイレタリー	14.5
	シンガポール		マレーシア		ロシア		米国		オーストラリア	
	費目	購入率(%)	費目	購入率(%)	費目	購入率(%)	費目	購入率(%)	費目	購入率(%)
1位	菓子類	73.2	その他食料品・飲料・酒・たばこ	52.7	菓子類	48.2	その他食料品・飲料・酒・たばこ	46.3	その他食料品・飲料・酒・たばこ	52.0
2位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	54.0	菓子類	48.2	その他食料品・飲料・酒・たばこ	47.2	菓子類	32.1	菓子類	42.9
3位	服(和服以外)・かばん・靴	43.7	服(和服以外)・かばん・靴	47.3	服(和服以外)・かばん・靴	39.2	和服(着物)・民芸品	26.4	服(和服以外)・かばん・靴	39.8
4位	化粧品・香水	23.6	化粧品・香水	25.3	化粧品・香水	31.1	服(和服以外)・かばん・靴	20.0	和服(着物)・民芸品	25.5
5位	医薬品・健康グッズ・トイレタリー	16.4	和服(着物)・民芸品	19.3	和服(着物)・民芸品	22.4	書籍・絵葉書・CD/DVD	16.3	書籍・絵葉書・CD/DVD	16.1

※ 「訪日外国人消費動向調査」(2014年)

※1 トイレタリー

電気製品でない美顔用具や石鹸・合成洗剤、柔軟仕上げ剤、ティッシュペーパー、トレットペーパーなどの紙製衛生用品など。

参考までにFIT（個人手配）率を国・地域別に見てみると、米国90.3%、オーストラリア85.3%、シンガポール80.8%といずれも高く、最も低い台湾でも45.9%となっています（表5）。北海道では、地方への移動手段となる二次交通^{※2}が充実していないため、FIT客は道央圏の訪問が中心になっていると推察されますが、今後は拡大していくと考えられ、FITへの対応が求められます。

台湾での北海道人気と支出額の高いオーストラリア

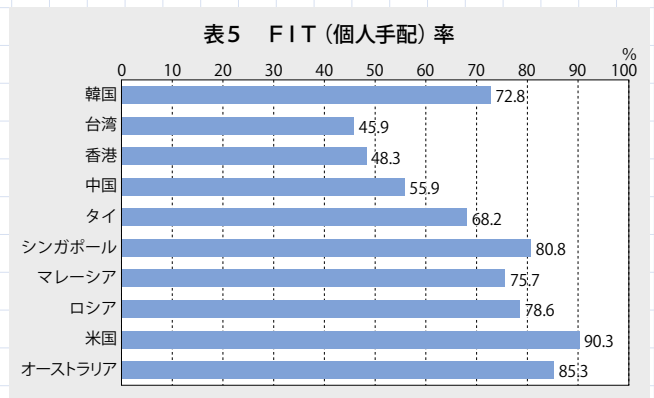
次に北海道を訪れる外国人の状況を探っていきます。1997年度から2013年度までの来道者数は表6のとおりとなっており、近年の急激な伸びが目立ちます。その要因は円安やLCC（格安航空会社）の台頭などが考えられます。

訪日客を国・地域別に見ていくと、北海道では台湾が33.1%と高いことが一つの特徴です（表7）。台湾では北海道があこがれの地となっており、この20年ほどで台湾からの旅行者の増加傾向が続いており、この人気はしばらく続くだろうと見られています（地域事例1参照）。

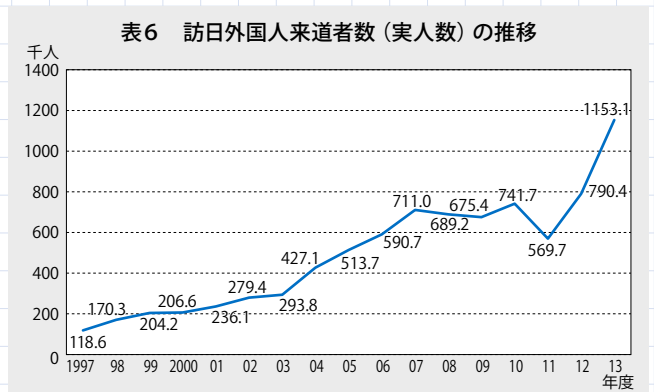
次に国・地域別の旅行支出額を見ていきましょう（表8）。新千歳空港を出発した訪日外国人を北海道旅行者として仮定して全体と比較してみると、オーストラリアからの訪日客が269,702円と全体よりも高く、タイやシンガポールからの客も全体より北海道旅行者の支出額が高くなっています。北海道では、ニセコエリアに多くのオーストラリア人が長期滞在でスキーを楽しむために来道しています（地域事例2参照）。オーストラリアからの来道者の支出額が高いことは、それを裏付けるデータといえるでしょう。

菓子類、民芸品などが人気

ここからは主に北海道で宿泊した訪日外国人の買い物について探っていきます。費目別の購入率を見ると、北海道で宿泊した外国人はほとんどの費目で全体の購入率



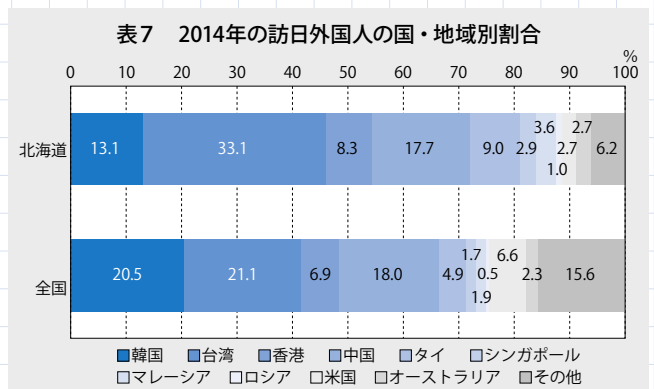
※ 「訪日外国人消費動向調査」（2014年）



※ 北海道経済部観光局調べ

※ 調査対象市町村数は1997年度及び98年度は202市町村、99～2005年度は全212市町村、06～09年度は全180市町村、10年度～は全179市町村

※ 2010年度から新算定方式により調査

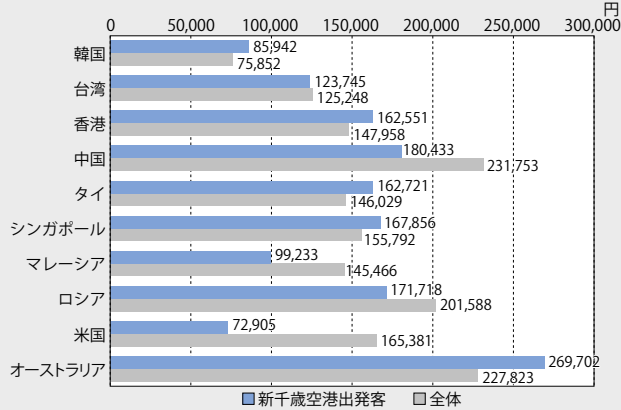


※ 「訪日外国人消費動向調査」及び「北海道観光入込客数調査」より算出

※2 二次交通

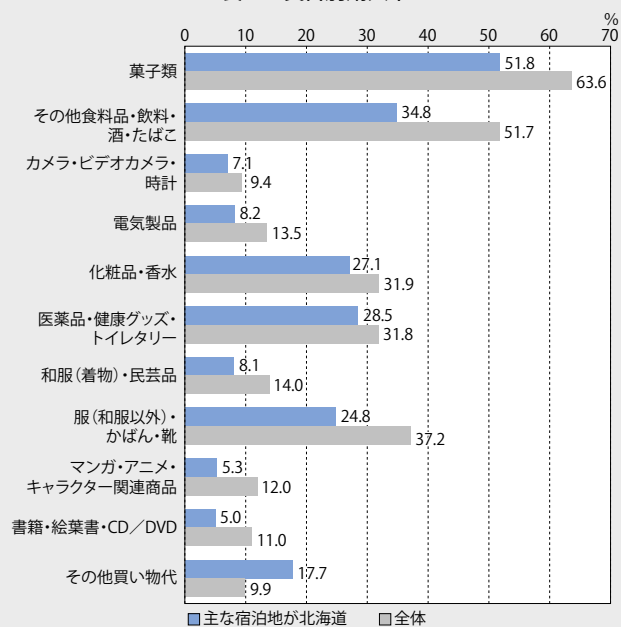
複数の交通機関を使用する場合の2種類目の交通機関のことで、観光については空港や鉄道の駅から観光目的地までの交通のことを指す。

表8 訪日外国人一人当たりの旅行支出額



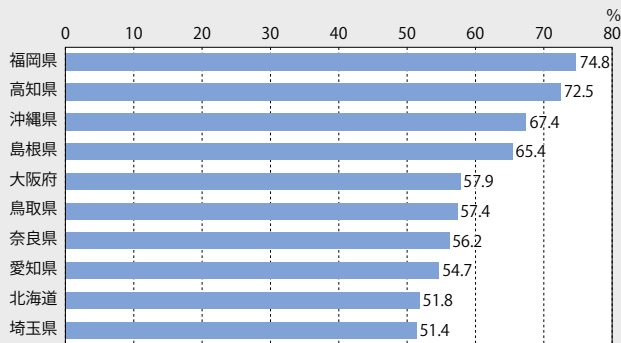
※ 「訪日外国人消費動向調査」(2014年)

表9 費目別購入率



※ 「訪日外国人消費動向調査」(2014年)

表10 主な宿泊地別で見た菓子類の購入率ベスト10

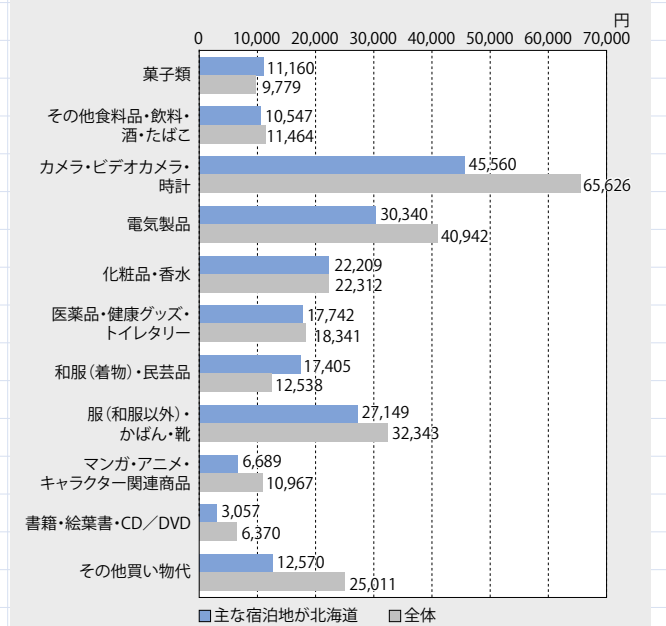


※ 「訪日外国人消費動向調査」(2014年)

よりも低くなっています(表9)。北海道で最も購入率の高い菓子類について、主な宿泊地別(都道府県別)の購入率(表10)を見てみると、北海道は9番目に高くなっています。

費目別の購入者単価(表11)では、菓子類と和服(着物)・民芸品の単価が全体よりも高く、北海道のスイーツ、北海道らしい民芸品などの付加価値が認められていると考えられます。主な宿泊地別の菓子類の購入者単価を調べてみると北海道は47都道府県のうち第9位、同じく和服(着物)・民芸品は第8位となっています。和服(着物)・民芸品などは購入意欲をそそる商品があれば、高くても購入してもらえる可能性があります。菓子類は販売価格を高くするには限界があるように思いますが、高付加価値の工芸品などは消費単価を高めることにつながっていくと考えられ、質が高く、地域の特性を生かしたクラフト製品などに磨きをかけていくことが期待されます。例え

表11 費目別購入者単価



※ 「訪日外国人消費動向調査」(2014年)

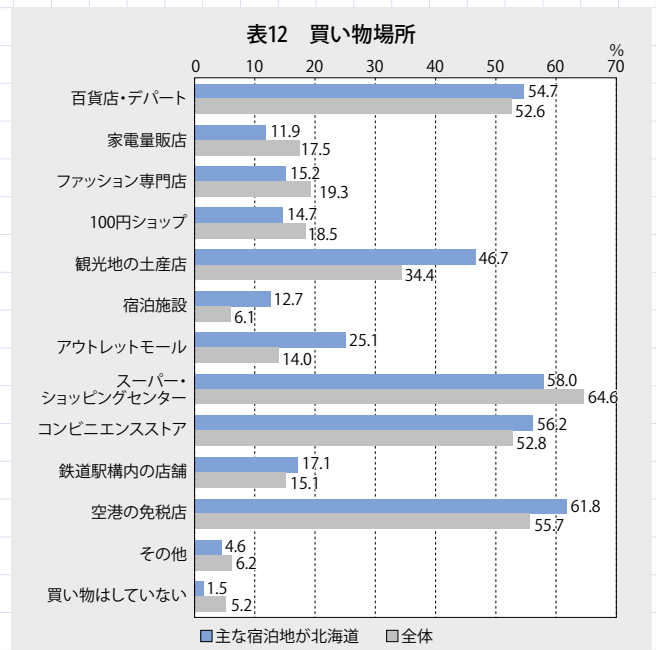
ば、札幌には札幌スタイル^{※3}に認証されているエゾ鹿革のバッグなどがあります。こうした商品を積極的に外国人客にアピールしていくことも大切でしょう。

一方、北海道での買い物場所は全体と比べて観光地の土産店、アウトレットモール、宿泊施設、空港の免税店などでの割合が高くなっています（表12）。二人に一人は観光地の土産店で、四人に一人は千歳市や北広島市にあるアウトレットモールを利用していると推察され、北海道の地域特性を表しているように思います。

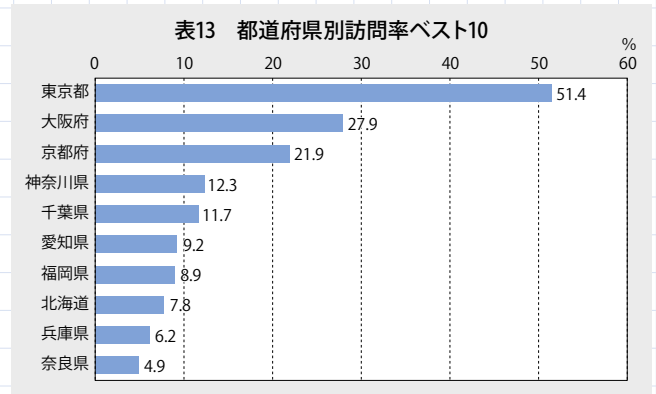
おわりに

2014年の訪日外国人消費動向調査では、都道府県別の訪問率で北海道は7.8%、全国8位となっています（表13）。東京都は51.4%と圧倒的な訪問率で、次いで大阪府27.9%、京都府21.9%と続きますが、日本の旅行先として北海道は一定の訪問率を維持しているようです。

今後、訪日外国人が満足するおもてなしを提供していくためには、北海道民自らが海外旅行を経験し、北海道の魅力を改めて認識することも大切なことだと思います。しかし、残念ながら北海道のパスポート発行率は47都道府県のうち37位（表14）と下位になっており、海外旅行の経験者の割合は低いと推察されます。海外からの航空便を定着させるためにも、道民が海外旅行を体験し、その経験を活かした観光地としての魅力づくりが期待されます。



※ 「訪日外国人消費動向調査」(2014年)



※ 「訪日外国人消費動向調査」(2014年)

表14 都道府県別パスポート発行率ベスト5と北海道

順位	都道府県	人口当たり旅券発行率 (%)
1	東京都	5.1
2	神奈川県	4.5
3	千葉県	4.0
4	奈良県	3.8
5	愛知県	3.8
37	北海道	2.0

※ 「国勢調査」及び「旅券統計」より算出 (2010年)

※3 札幌スタイル

札幌の風土を暮らしの中に活かしながら、生活や気持ちを豊かにする楽しさ、暖かさ、新しさや美しさなどを持った製品を発掘し、札幌市が認証しているもの。札幌市内の企業などが、主に北海道内の資源を活用して企画、販売する札幌発のコンセプトを持った製品や製品ブランドを認証しており、ファッション小物やインテリア雑貨、クラフトなどが認証されている。