

訪日中国人観光客の旅行とインバウンド消費の動向

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2017-04-21 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 黄, 愛珍 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.14945/00010049

訪日中国人観光客の旅行とインバウンド消費の動向

黄 愛 珍

はじめに

「観光立国」の実現に向け、日本政府が「ビジット・ジャパン・キャンペーン」¹を開始した2003年から、訪日外客数が顕著に伸びており、2015年に1,974万人と過去最高を更新した。7割以上が東アジア4カ国（中国、韓国、台湾、香港）からの訪日客で占めている。なかでも、特に中国人観光客²の増加が著しく、2015年は韓国、台湾を抜いて第1位となった。また、観光客数だけではなく、旅行消費額も第1位であり、日本にとっては最大の観光市場国となっている。

国内旅行の伸び悩みが予想されるなか、海外旅行客の取り組みによる需要創出の重要性が一層増す見込みである。しかし、2016年になってから、訪日外客数は依然として好調な増加傾向を示す一方、百貨店にある免税店の売上高の減少などによるインバウンド消費の減少が報道され、一部のメディアからは「爆買いはすでに終焉」という声がささやかれ始めている。近年急増している訪日中国人観光客の旅行動向がますます注目される。

本稿は、Iで訪日中国人観光客の増加とその背後にある主な要因及び今後の展望について考察したうえで、IIで訪日中国人観光客の旅行動態、IIIで訪日中国人観光客のインバウンド消費の動向について考察する。

I 訪日中国人観光客の旅行動向

本節において、日本政府観光局（以下JNTOと略）の統計データを用いて、訪日中国人観光客の動向を概観し、訪日中国人旅行客における中国人観光客のプレゼンス、また訪日中国人観光客の増加の要因及び今後の展望について考察する。

1.1 訪日中国人観光客の増加

JNTOによると、2015年の訪日外客数は過去最高の1,974万人を超え、45年ぶりに日本人の出国観光客数を上回った。訪日外客数の約72%が東アジア4カ国（中国、韓国、台湾、香港）から来ている。国・地域別でみると、これまで最も多いのは韓国だったが、2014年は第1位が台湾（283万人）、第2位が韓国（276万人）、第3位が中国（241万人）と順位が入れ替わり、台湾が韓国を抜いて初めて第1位になった。2015年、中国人の訪日客数は499万人で過去最高を記録し、2014年（約241万人）に比べ107%も急増し、韓国（400万人）と台湾（368万人）を抜いてトップの位置を獲得した（図1）。訪日外国人旅行客における中国人旅行客の存在感が高まってきている。

¹ ビジット・ジャパン・キャンペーンは、外国人観光客の訪日を飛躍的に拡大することを目的とした国、地方公共団体及び民間が共同して取り組む、国を挙げての戦略的なキャンペーンである。

² 本稿において旅行客と観光客を区別して使っている。旅行客のうち、観光・レジャー目的の旅行客を観光客という。

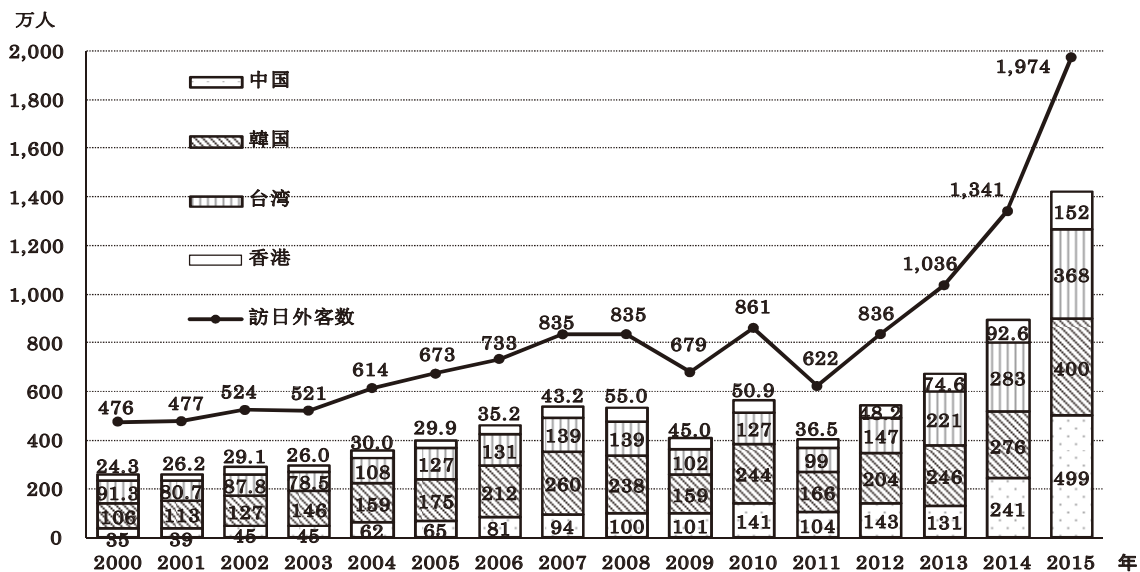


図1 訪日外客数の推移
出所：JNTOのデータより作成

旅行目的別にみると、2015年訪日中国人旅行者499万人のうち、観光客が424万人（構成比85%）、商用客が33万人（同7%）、その他客が42万人（同8%）となっており、観光客の割合が非常に高い。近年訪日中国人観光客の増加が特に著しい。2014年の観光客数は175万人（前年比149%）、2015年は424万人（同142%）と2年連続で約2.5倍の大幅増加となった。これは他の国・地域に比べても類をみないほどの増加となった（図2）。中国人観光客の存在が今後ますます注目される。

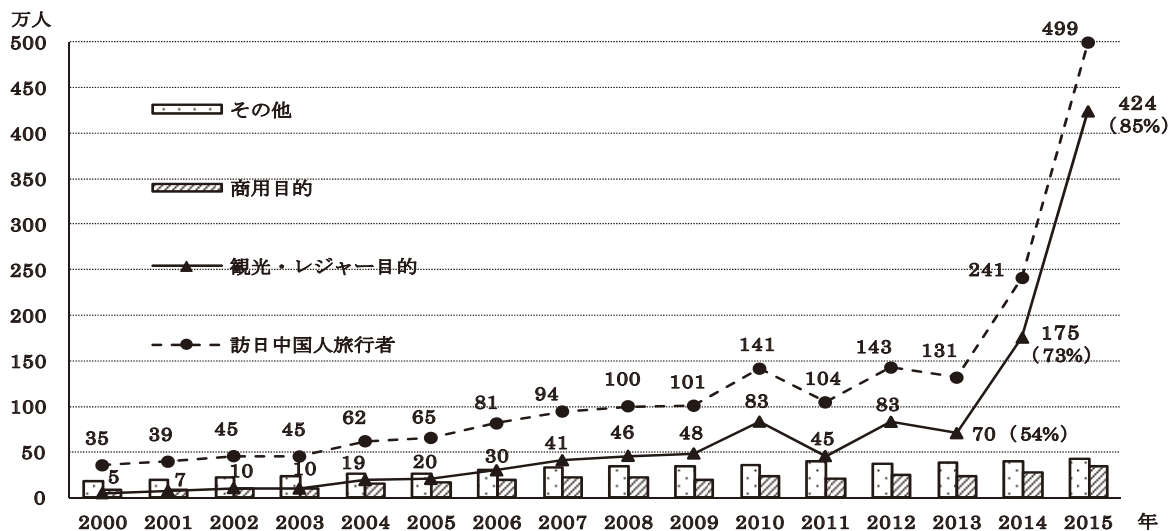


図2 訪日中国人旅行者数の推移

注：2007年以降の観光・レジャー目的観光客数の数値には一時上陸客（通過客）が含まれる
出所：JNTOのデータより作成

2000年から2015年までの旅行者数の推移をみると、商用客とその他客はほぼ横ばいであり大きな変動が見られない。これに対して観光客は中国人旅行者全体の変化とほぼ同じ方向で動いていることが見て取れる（図2）。訪日中国人旅行者の動向を知るために、観光客の動向を分析することが重要である。

以下、訪日中国人観光客に焦点を当て、中国人の訪日旅行（私費）が解禁された2000年以降の観光客の動向とその背景にある要因について考察する。

2000年、日本政府は中国人に対して団体観光ビザを解禁して以来、訪日中国人観光客は総じて増加している。2000年時点では訪日中国人旅行者総数35万人のうち、観光客は5万人で、全体のわずか13%しかいない。その後、順調に伸びていて、2008年に訪日中国人旅行者数が初めて100万人を突破、観光客数も46万人に増加し、全体に占める割合も46%と大幅に伸びている。

2008年秋のリーマン・ショック以降の世界経済の低迷、急激な円高の進行、そして2009年SARS（新型インフルエンザ）の流行等の影響で、2009年の訪日外国人旅行者数は対前年比19%減で679万人までに落ち込むなかでも、訪日中国人旅行者と観光客ともにわずかではあるが増加している。

2009年、日本政府は中国人に対して、個人観光ビザの発給を開始し、それに伴って、訪日観光客は急速に伸び始めた。2011年3月に東日本大震災と福島第一原子力発電所事故が起き、2012年9月に日本政府による尖閣諸島（中国名：釣魚島）の国有化閣議決定をきっかけに日中関係の悪化等の影響で、2011年と2013年の訪日中国人観光客は大きく減少した。しかし、2014年と2015年は訪日中国人観光客が急速に伸びている。

このように、訪日中国人観光客は、政治問題や自然災害の影響を受けながらも、全体として増加し続けていることが見て取れる。特に最近2年の増加が極めて著しい。

1.2 訪日中国人観光客の増加の要因

2000年以降の訪日中国人観光客の増加の背後にある主な要因としては、観光ビザの解禁・緩和、所得増加による中国人海外旅行需要の増加、訪日旅行プロモーション等のインバウンド政策による訪日旅行需要の拡大、円安による割安感の増加、航空路線の拡大、燃油サーチャージの値下がりによる航空運賃の低下など様々な要因が取り上げられる。そのうち特に重要なのはやはり観光ビザの解禁とその後のビザ発行要件の大幅緩和である。

現在、中国人観光客が急増しているが、中国人の海外旅行は中国政府によって規制されていて、渡航先も観光客が自由に選択できず、海外旅行目的地（Approved Destination Status：ADS）として、中国政府（國務院）の審査を受けて認められた国・地域に限定される。中国人が日本に旅行するためには、中国政府の出国許可（日本をADSとして認定されること）と日本側の入国許可（ビザの発行）が必要である。

中国人の海外旅行は1983年の香港・マカオへの親族訪問の解禁に始まった。その後、1988年にタイ、1990年にシンガポールとマレーシア、1992年にフィリピンの各国に対しても親族訪問が認められた³。1997年に中国政府によって「中国人私費海外旅行管理に関する暫定条例」（中国語：《中国公民自费出国旅遊管理暫行弁法》）という私費海外旅行に関する法規が施行された。この条例より、中国政府に承認された海外旅行目的地（ADS）への私費団体旅行が正式に解禁された。

1999年1月に中国政府の日本への団体観光旅行の解禁を受け、2000年に日本はADSとして認定され⁴、団体観光ビザの解禁を皮切りに、中国人の訪日観光が可能となった。

表1は中国人の訪日観光ビザが順次緩和されてきている状況を示したものである。

³ 海外親族訪問は、親族が招待し、観光客の身元保証人となることや招待側の費用負担（旅行資金など）が義務付けられていた。海外旅行の手続きは政府指定の旅行会社を通じて行われ、海外観光客数は政府によって管理されていた。

⁴ 承認されたADSは、1998年に韓国、1999年にオーストラリア、ニュージーランド、そして、2000年に日本、ベトナム、カンボジア、ミャンマー、ブルネーと次第に拡大し、2002年にアジア・太平洋州を中心とする19カ国・地域から2010年の欧米主要国を含む世界6大州の110カ国・地域に急増した。

表1 訪日中国人観光ビザの緩和措置の経過

実施年月日	ビザ緩和措置	主な内容
2000/9/1	団体観光ビザの発給開始	対象者：2直轄市1省（北京市・上海市・広東省）の住民限定 対象団体：4～40名の団体、添乗員同行 ビザの申請受付公館：在中国日本大使館のみ
2003/2/6	団体観光ビザの緩和	ビザの申請受付公館の拡大：在上海総領事館受付開始
2003/12/1		ビザの申請受付公館の拡大：在広州総領事館受付開始
2004/4/5	修学旅行生のビザ手数料免除開始	対象者：30日以内滞在予定の修学旅行生（引率教職員を含む）のみ
2004/9/1	修学旅行生のビザ免除	対象者：30日以内滞在予定の修学旅行生（引率教職員を含む）のみ
2004/9/15	団体観光ビザの緩和	対象地域：1直轄市4省(天津市・江蘇省・浙江省・山東省・遼寧省)を追加
2005/7/1	団体観光ビザの緩和	対象地域：中国全土へ拡大
2008/3/3	家族観光ビザの発給開始	対象者：中国全土の十分な経済力（年収25万元以上）を有する者とその家族、2～4名の少人数家族旅行。添乗員同行
2009/7/1	個人観光ビザの発給開始（試行期間1年）	対象地域：北京市、上海市、広州省 対象者：十分な経済力を有する者とその家族(添乗員不要)
2010/7/1	個人観光ビザの緩和	対象地域：中国全土へ拡大。 対象者：一定の職業上の地位及び経済力を有する者とその家族
2011/9/1	個人観光ビザの緩和	対象者：一定の経済力を有する者とその家族。 1回の滞在期間：15日から30日に延長
2011/7/1	個人観光マルチビザ（沖縄数次ビザ）の発給開始	対象者：初回訪日時に沖縄県に訪れる十分の経済力を有する者とその家族 ビザの有効期限：3年、1回の滞在期間：90日
2012/7/1	個人観光マルチビザ（東北三県数次ビザ）の発給開始	対象者：初回訪日時に岩手県・宮城県・福島県のいずれかの県に1泊以上する十分な経済力を有する者とその家族 最長有効期限：3年、1回の滞在期間：90日
2015/1/19	個人観光マルチビザ（沖縄・東北三県数次ビザ）の緩和	1回の滞在期間：90日から30日に縮小 対象者：①十分な経済力（年収25万元から20万元へ）を有する者とその家族。②一定の経済力を有する過去3年以内に日本への短期滞在での渡航歴があるものとその家族。家族のみの渡航も可能。
	個人観光マルチビザ（相当な高所得者向け）の導入	対象者：相当の高所得を有する者とその家族。家族のみの渡航も可能 訪問地要件の撤廃 最長有効期間：3年から5年に延長、1回の滞在期間：90日
2015/3/17	クルーズ船乗客のビザ免除	対象：船舶代理店などによって申請が行われ、日本の法務大臣が許可した指定船舶限定
2016/10/17	個人観光ビザの緩和（学生向け）	対象者：中国教育部直属大学に所属する学部生・院生及びその卒業後3年以内の卒業生
		申請手続きの簡素化・経済要件緩和：経済力が確認できる書類を、中国教育部直属大学の発行する在学証明書又は卒業証明書に代えることが可能

出所：観光庁・外務省HP等資料より作成

(1) 団体観光ビザの解禁・緩和

2000年6月に日中両政府間で実施要領が合意され、中国人の訪日団体観光旅行は同年9月より、2直轄市1省（北京市・上海市・広東省）の住民を対象に、訪日団体観光ビザの発給が試験的に開始された⁵。

2003年より、北京市にある在中国日本大使館のほか、在上海総領事館と在広州総領事館においてもビザ申請の受理が可能となった。

2004年9月には中国の修学旅行生に対するビザの免除が実施され、また訪日団体観光ビザの発給対象地域として、新たに1直轄市4省（天津市・江蘇省・浙江省・山東省・遼寧省）が追加され、2005年7月より中国全土に拡大された。そして2008年3月には2～4名の少人数家族を対象に、家族観光ビザの発給が開始された。

⁵ 中国人の訪日観光ビザは、本人が直接申請することができない。必ず指定された中国の旅行会社を通じて在中国日本大使館・総領事館にビザの代理申請を行う。その際に日本側の指定された旅行会社が作成した招聘保証書が必要となる。

こうして、訪日団体観光ビザの順次緩和⁶により、中国人観光ビザの発行数及び訪日中国人観光客数が大幅に増加している（図2，図3）。2008年の観光ビザ発給数は約35万人に達し、2002年（約4万人）に比べ約9倍増、2008年の観光客（約46万人）も2000年（約5万人）の約9倍増となった。それに伴って、訪日中国人旅行者に占める観光客の割合は2000年の13%から46%に大きく拡大した。

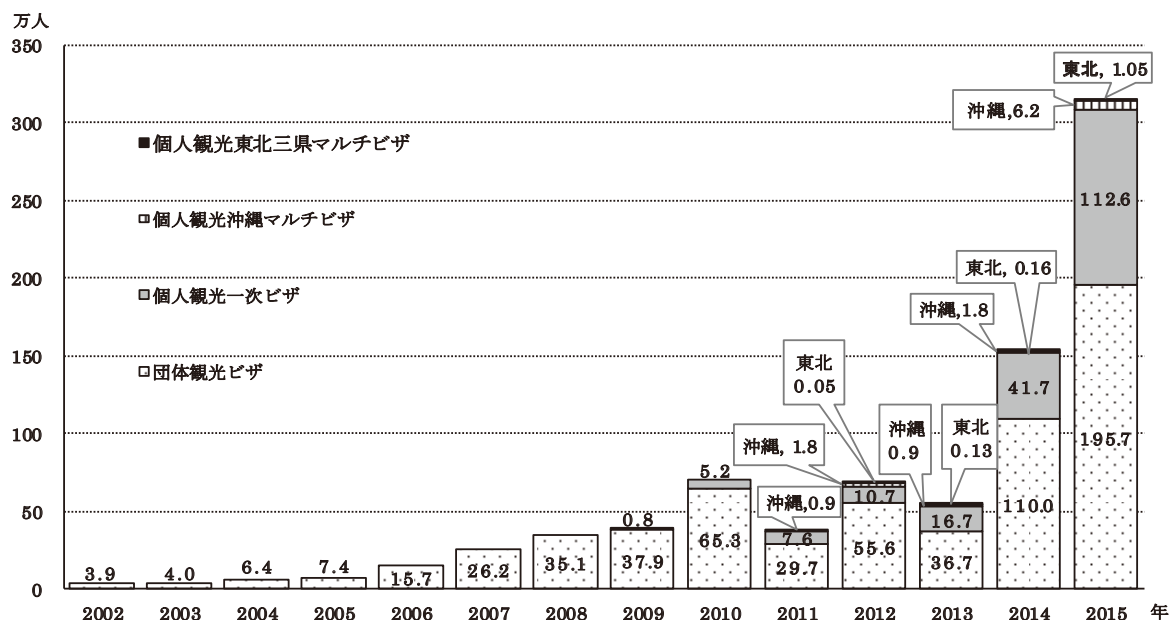


図3 中国人に対する観光ビザ発行数の推移
出所：外務省HPより作成

(2) 個人観光ビザの解禁・緩和

2009年7月に、中国人に対して個人観光ビザの発給が開始された。開始からの1年間は試行期間として、北京市、上海市、広東省の3地域限定で、十分な経済力（目安として年収25万元以上）を有するものとその家族を対象に解禁された。

2010年7月に対象地域を中国全土に拡大し、対象者のビザ発給の経済要件は「十分な経済力」から「一定の経済力」（目安として年収6万円～10万元以上⁷）に緩和され、2011年9月にはこれまで要求してきた「一定の職業上の地位⁸」という要件も撤廃され、1回の滞在期間も15日から30日に延長された。

2011年より個人観光マルチビザ（有効期限3年、1回の滞在期間90日）が解禁された。2011年7月より沖縄数次ビザ、2012年7月より東北三県（岩手県・宮城県・福島県）数次ビザの発給がそれぞれ開始された。

2015年1月19日より、個人観光マルチビザ（沖縄・東北三県数次ビザ）の緩和が行われた。これまでは十分な経済力を有するものとその家族（2親等以内）に対して、初回訪日時に沖縄または東北三県のいずれかの県に1泊以上する者に限りマルチビザが発行されていたが、新たに十分な経済力を持っていない場合（一定の経済力を有するものを対象に）でも、過去3年間に日本への渡航歴があればマルチビザの取得が可能となった。また今回のビザ緩和により、家族のみの訪日観光も可能となった⁹。さらに、

⁶ 日本政府が不法滞在等への懸念から慎重姿勢だったこともあり、2009年7月の個人ビザの解禁まで9年もかかった。

⁷ これにより、個人観光の対象者は従来と比べて10倍くらい、1600万世帯くらいが対象になると言われる（外務大臣会見記録より）。

⁸ 官公庁や大企業の管理職を指す。

⁹ これまで本人と一緒にない家族のみの訪日観光が認められていなかった。

相当な高所得者（目安として50万元以上）に向け、新たに個人観光マルチビザ（有効期間5年，1回の滞在期間90日）の発給を開始した。これまでの個人観光マルチビザ（沖縄・東北三県数次ビザ）との違いは，初回訪問地要件が撤廃されたことである。

2015年3月17日より，日本の法務大臣が許可した指定船舶限定に，クルーズ乗船客のビザ免除を開始し，2016年10月より，中国教育部直属大学に所属する学部生・院生及びその卒業後3年以内の卒業生を対象に，学生向けの個人観光ビザの緩和が行われた。申請手続きの簡素化とともに，経済力が確認できる書類を在学証明書又は卒業証明書に代えることが可能となった。

こうして，2009年から個人観光ビザの解禁とその後の一連のビザ緩和によって，個人観光ビザの発行数の急増とともに個人観光客が急速に伸びている（図2，図3）。2009年（6か月間）には7,688人に個人観光ビザが発行されたが，2010年には5万1,748人に急増した。それに伴って，2010年の観光客数は83万人に達し，2009年（48万人）に比べ約84％と大幅な増加となった。

また，2011年に東日本大震災・福島第一原子力発電所事故の影響より団体観光ビザの発給は前年比55％の減少となったのに対して，個人観光ビザの発給数（7万6,107人）は前年比47％の増加となった。2012年の尖閣諸島の国有化問題による日中関係悪化の影響で，2013年の団体観光ビザの発給が34％減少した時でも，個人観光ビザ（16万6,818人）は56％も増加した。このように，個人観光ビザの発給は団体観光ビザに比べて，政治的要因や自然災害などの影響をあまり受けず，個人観光ビザの解禁された2009年以降一貫して増加していることが特徴的である。

今後訪日中国人観光客を誘致する際に，戦略的に政治的要因や自然災害などの影響をあまり受けない個人観光客を重点的に誘致していくことが重要である。

これまで見てきたように，観光ビザの緩和は観光ビザ発行数の拡大と訪日中国人観光客の増加に大きく寄与したことがわかった。しかし，2014年と2015年における訪日中国人観光客の急増の背景には，個人観光マルチビザの緩和やクルーズ船乗客のビザ免除のほか，急激的な円安の進行という為替レートの影響が無視できない。

2012年以降，アベノミクスの「3本の矢」の一つである大胆な金融緩和政策の実施に伴って，為替レートが急速に円安に進行した。2011年に1元（人民币）あたり12.3円の為替レートは，2013年には15.8円／元，2014年には17.2円／元，2015年には19.4円／元と急速に円安が進んだ（図4）。これにより，中国人観光客が急増するようになったと考えられる。

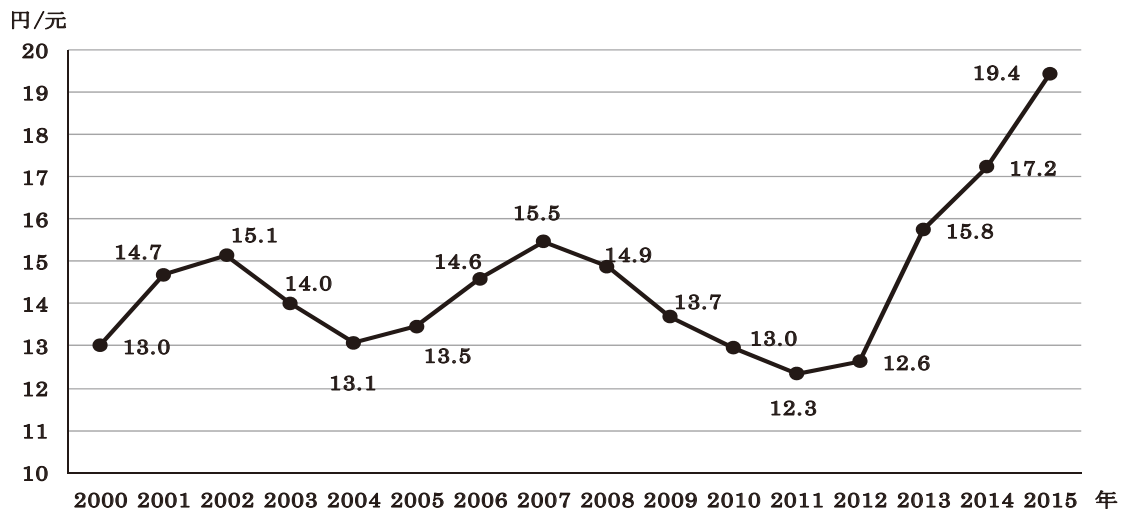


図4 為替レートの変遷（人民币対円）
出所：IMFデータより作成

1.3 訪日中国人観光客の今後の展望

中国人の海外旅行に関する規制の緩和と、経済発展による所得の向上によって、中国人の海外旅行客数は急速に増加し、2015年には1億1,700万人に達した（図5）。2000年の海外旅行客数は1,048万人で、初めて1,000万人を超え、2010年には5,739万人に達し、2000年に比べ約5.5倍の増加となった。そして2014年についに1億人に達し、1億728万人に増加し、2010年からわずか4年で約2倍増となった。

『中国旅遊発展報告（2016）』によると、中国人の海外旅行客数が2020年には6億人、2050年には26億人に達すると予測され、今後、中国人の海外旅行がさらに拡大していくと推測される¹⁰。

2015年の訪日中国人観光客は424万人に達し、訪日外客総数に占める割合は21%となっており、訪日外客のうち、5人に1人が中国人観光客であり、中国人観光客の多さが目立つ。しかし、2015年中国人の海外旅行客数（1億1,700万人）のうち、日本への観光客の割合はわずか3.6%となっている。現在韓国や台湾の海外観光客数に占める訪日客の割合が20%前後であることから考えると、今後、訪日中国人観光客が増加し続ける余地が十分あると予測できる。

中国という市場は人口が多い分、潜在的な需要が拡大していくと、日本だけでなく、世界各国からみて、魅力的な旅行市場として注目されている。中国の観光客をいかに取り込むか、世界各国がその市場を狙って、競争がますます激しくなることが予想される。

日本の各地域において今後地域経済の発展と成長に大いに影響を与えるものとして訪日中国人観光客に期待がかかる。今後、訪日中国人観光客の獲得のため、官民一体となって、より一層創意工夫したPR、より一層のビザ緩和が求められる。

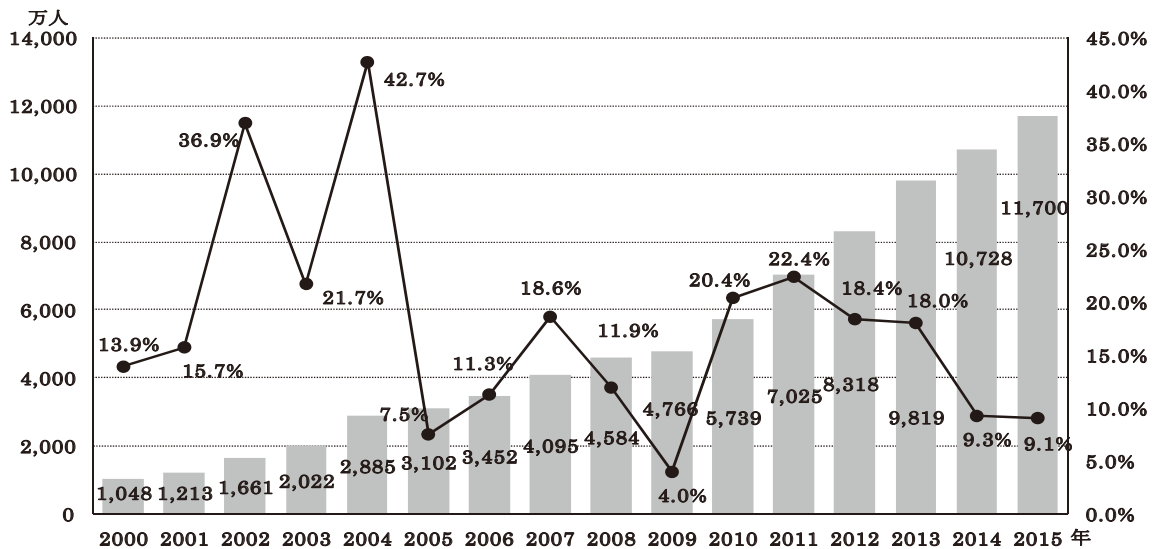


図5 中国人の海外旅行客数と伸び率の推移
出所：JNTO『日本の国際観光統計』各年より作成

II 訪日中国人観光客の旅行動態

中国人観光客を誘致するためには、訪日中国人観光客の旅行行動の特徴を知ることが大事である。個人観光ビザが解禁された2009年以降、中国人観光客は大幅に増加している。以下JNTOの調査データを利用して、2010年から2015年まで中国人観光客の行動がどう変化しているのかを概観する。

¹⁰ <http://www.ctnews.com.cn/zglyb/images/2016-05/18/02/ZGLYB2016051802.pdf>

(1) 初訪問の観光客とリピーターともに増加

図6を見ればわかるように、訪日中国人観光客のうち初めて日本に来る者の割合が7割を超え非常に多いことがわかる。初訪問の割合は2010年から2013年にかけて徐々に低下している一方、リピーターの割合が増加している。これは2011年以降の個人観光マルチビザの解禁・緩和によるものだと考えられる。しかし、2014年以降、初訪問の割合がわずかではあるが増加している。特に沿海都市部からのリピーターが増えている一方、ビザ発行の経済要件の緩和に伴って、富裕層から中間層へと訪日観光客層が拡大したことや、クルーズ乗船客のビザ免除や円安による割安感が増し、訪日観光がより身近なものとなり、地方都市や農村部から初めて日本へ来る団体観光客が大幅に増加していると推測できる。

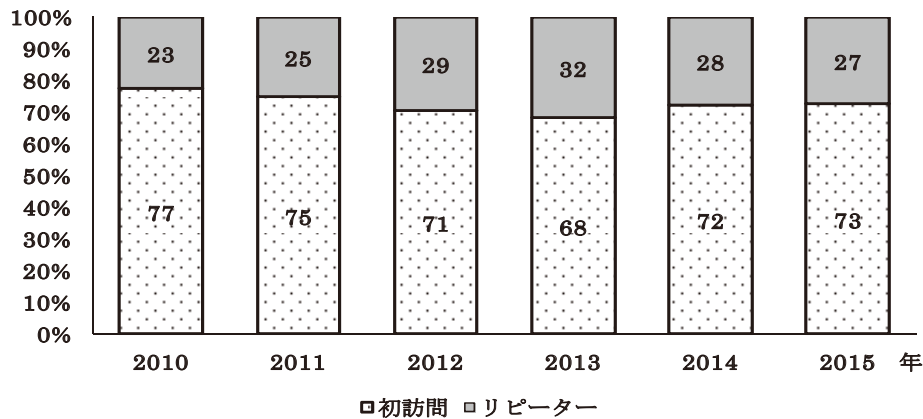


図6 訪問回数
出所：JNTOのデータより作成

(2) 個人観光客が増加

旅行形態としては、個人旅行の観光客が年々増えている。2010年個人旅行の観光客の割合は24%で、2015年には45%に増加している一方、団体ツアーに参加した観光客の割合は2010年の76%から2015年の55%に減少している（図7）。JNTOの最新データによると2016年訪日中国人観光客のうち個人旅行形態の割合が6割に増加している。自由な個人観光を好む中国人が多いなか、個人観光ビザの大幅の緩和とともに個人旅行の観光客が増加したと考えられる。中国の旅行会社（携程）の発表によると、中国人の海外観光旅行のうち個人旅行の割合は70%を占めている。今後訪日観光客のうち個人旅行の観光客がさらに増加していくと予想される。

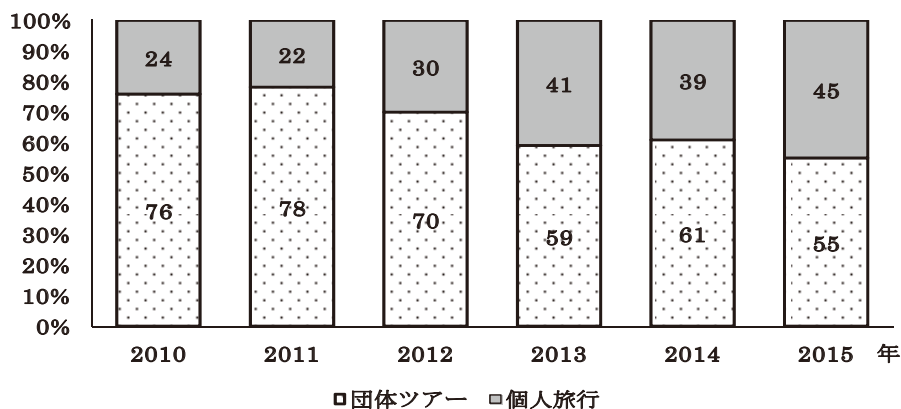


図7 旅行形態
出所：JNTOのデータより作成

(3) 滞在日数：4～6日が最も多いが、7～13日が増加傾向

団体ツアーのゴールデンルートが5泊6日のコースが主流であるため、中国人観光客の旅行滞在日数は4～6日が最も多い。一方、個人観光のリピーターが増えることによって、ゆっくりのんびりと日本の旅を楽しみたい個人観光客のニーズが拡大していると予想され、7～13日の割合が年々増加している。今後個人旅行のリピーター観光客が増えることによって、滞在日数は7～13日の中長期旅行が増え、日本の地方都市に中国人観光客の訪問が増加すると予想される。

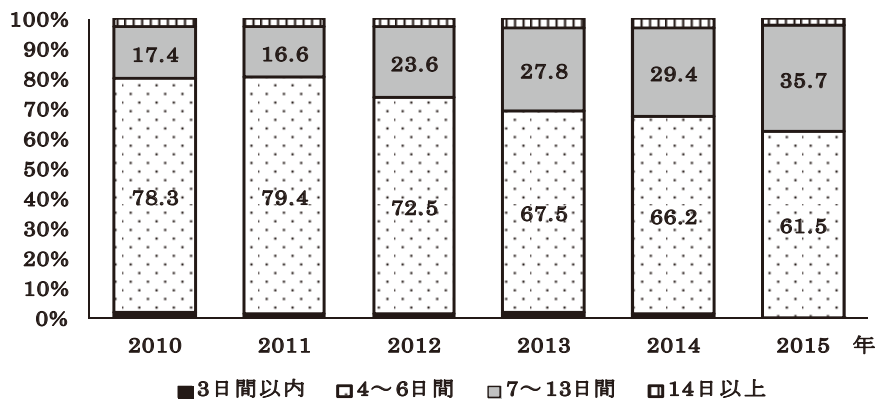


図8 滞在日数

出所：JNTOのデータより作成

(4) リピーターの個人観光客の旅行消費額が高い

旅行形態別に中国人観光客の1人あたり旅行消費額をみると、2013年を除いて、2010年から2015年までのすべての年において、個人旅行観光客が団体ツアー観光客より1人あたり旅行消費額が高い。個人観光のほうが時間に縛られずゆっくり買い物ができるからである。また初訪問の観光客よりもリピーターのほうが1人あたり旅行消費額が高い。今後、地域経済の活性化という観点からも個人観光リピーターの観光客に焦点を当てて誘致活動をしていくことが重要になってくる。

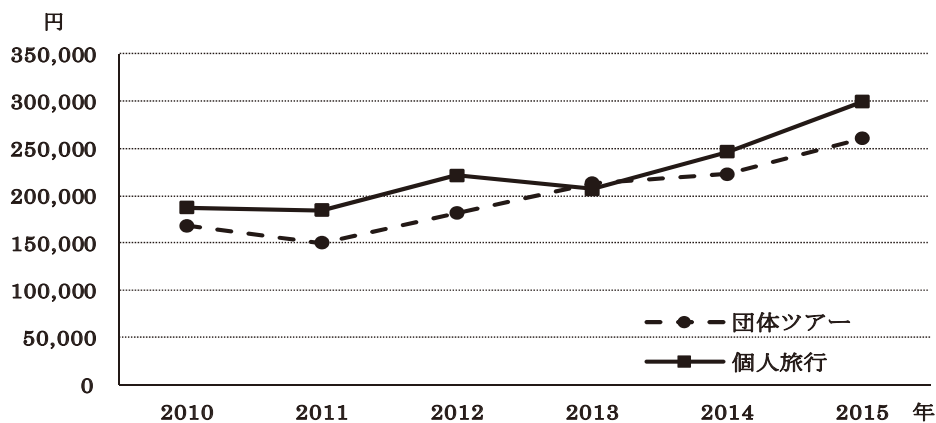


図9 旅行形態別の1人あたり旅行消費額

出所：JNTOのデータより作成

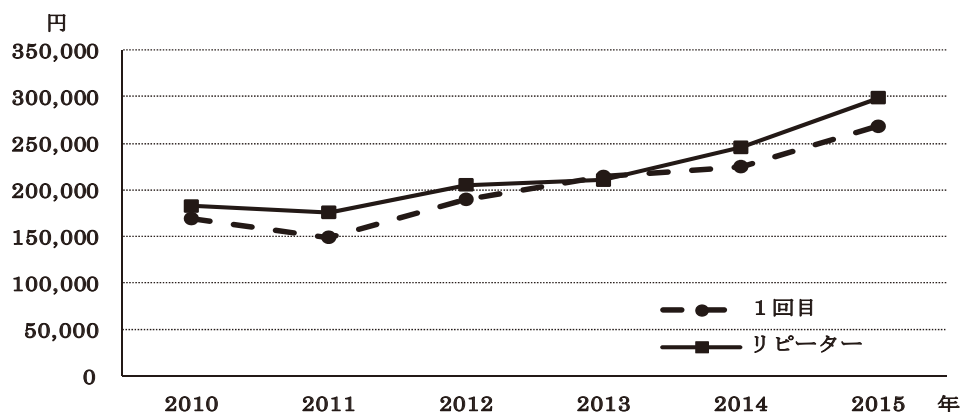


図10 訪日回数別の1人あたり旅行消費額
出所：JNTOのデータより作成

Ⅲ 訪日中国人観光客のインバウンド消費

3.1 インバウンド消費の増加

観光庁の統計¹¹によると、2015年の訪日外客数（1,974万人）は、2014年（1,341万人）に比べ47.1%と大きく伸びたことに加え、1人あたり旅行消費額は17万6,167円に達し、2014年（15万1,174円）より16.5%増加したことにより、2015年の訪日外客全体の旅行消費額は3兆4,771億円と推計¹²され、前年（2兆278億円）に比べ71.5%と大幅に増加している。訪日外客のインバウンド消費は順調に拡大している。特に訪日中国人旅行客のインバウンド消費の増加が顕著である。2015年の訪日中国人旅行客全体の旅行消費額は1兆4,174億円で、訪日外客の旅行消費総額の41%を占め、2014年（5,583億円）に比べ2.5倍も増加した。

消費品目別にみると、中国の買物代が8,088億円（中国人の旅行消費額の57%）と突出して高い。2位の台湾（2,188億円）、3位の香港（1,100億円）と大きな差を開いていることがわかる。訪日外客全体の買物代（14,539億円）のうち、半分以上が中国人によるものとなっている。中国人の購買力は類をみないほど高いことがうかがえる。

また訪日中国人旅行客全体の消費総額の約83%が訪日中国人観光客の旅行消費額である。中国人観光客の購買意欲の高さや、観光客数の急激な増加から、今後も中国観光客の消費動向がますます注目される。

3.2 中国人観光客のインバウンド消費の動向

2015年中国人観光客の旅行消費額は1兆1,780億円に上り、1人あたり旅行消費額は27.8万円であり、両方とも他の国・地域に比べ突出して高い。図12に示してあるように、中国人観光客の1人あたり旅行消費額は為替レートの変動に連動していて、2012以降急激な円安の進行によって、年々増加している。旅行消費額の推移をみると、2011年は東日本大震災や円高の影響で中国人観光客の減少に加えて、円高による1人あたり旅行消費額の減少により、中国人観光客の旅行消費額が大きく減少した。2012年は観光客数と1人あたり旅行消費額ともに増加したため、観光客の旅行消費額も増加しているが、2013年は2012年の尖閣諸島の国有化問題の影響で日中関係が悪化したことにより中国人観光客数が大きく減少したため、1人あたり旅行消費額が増えているものの、観光客の旅行消費額は減少に転じた。2014年以降

¹¹ 観光庁『訪日外国人消費動向調査』2015年（確報値）

¹² 訪日外国人1人あたりの旅行中消費額（パッケージツアー費用のうち日本国内の分を含む）と訪日外客数をかけて求める。

は、2014年10月からの消費税免税制度拡充のほか、円安進行による訪日旅行の割安感の浸透、ビザの緩和などにより、中国人観光客数と1人あたり旅行消費額ともに大きく伸びた結果、観光客の旅行消費額はこれまで類を見ないほど急速に伸びている。

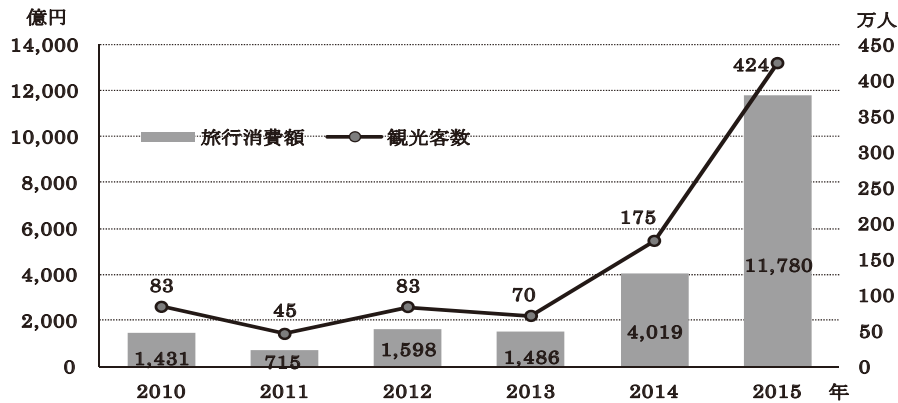


図11 訪日中国人観光客の旅行消費額と観光客数
出所：JNTOのデータより作成

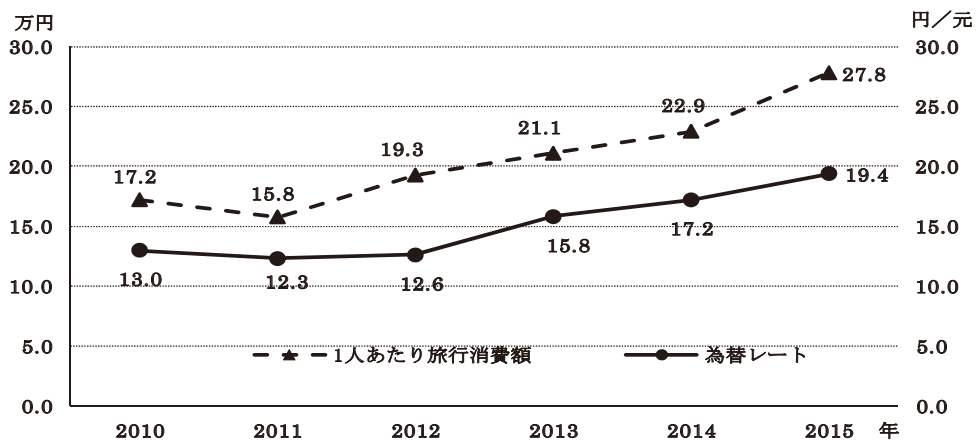


図12 訪日中国観光客の1人あたり旅行消費額と為替レート
出所：JNTOのデータより作成

しかし、2016年に入ると、中国人観光客の旅行消費額に陰りが見え始め、一部のメディアから「爆買いの終焉」とささやかれ始めている。以下、中国人観光客の旅行消費額の変調とその要因について考察してみよう。

中国人観光客数の前年同期比をみると、2016年1～3月期は83.5%、2016年4～6月期は29.3%、2016年7～9月期は20.0%と伸び率が低下しているものの、観光客数は依然として増加している。一方、1人あたり旅行消費額の前年同期比は、2016年1～3月期は-11.9%、2016年4～6月期は-19.3%、2016年7～9月期は-20.2%となっており、3期ともに減少し、しかもその減少率が拡大していることが表2から読み取れる。その結果、中国人観光客の旅行消費額(=1人あたり旅行消費額×観光客数)は減少傾向に転じており、2016年1～3月期は中国人観光客の大幅な増加より、前年同期比61.6%の増加となったが、2016年4～6月期は前年同期比4.3%増に止まり、2016年7～9月期になると、中国人観光客の旅行消費額は前年同期比4.2%の減少となった。このように、中国人観光客の旅行消費額の減少は1人あたりの旅行消費額の減少によってもたらされた。

表2 2016年の訪日中国人観光客数及び消費額

	1人あたり旅行消費額 (円/人)					
	2016年1～3月期		2016年4～6月期		2016年7～9月期	
	消費額	前年同期比	消費額	前年同期比	消費額	前年同期比
中国	264,212	-11.9%	226,124	-19.3%	213,436	-20.2%
台湾	121,592	-8.3%	120,895	-17.8%	115,173	-13.6%
韓国	69,300	-1.5%	63,258	-10.2%	65,217	-7.5%
香港	178,791	5.4%	150,713	-3.5%	144,351	-25.3%
米国	159,242	-5.8%	218,759	4.5%	173,149	-4.0%

	観光客数 (万人)					
	2016年1～3月期		2016年4～6月期		2016年7～9月期	
	訪日客数	前年同期比	訪日客数	前年同期比	訪日客数	前年同期比
中国	111	83.5%	120	29.3%	154	20.0%
台湾	84	27.7%	97	12.9%	89	10.3%
韓国	115	58.9%	70	17.5%	106	36.7%
香港	39	40.8%	38	10.8%	43	14.6%
米国	7	37.0%	17	53.2%	13	50.6%

	旅行消費額 (億円)					
	2016年1～3月期		2016年4～6月期		2016年7～9月期	
	旅行消費額	前年同期比	旅行消費額	前年同期比	旅行消費額	前年同期比
中国	2,932	61.6%	2,706	4.3%	3,275	-4.2%
台湾	1,019	17.2%	1,173	-7.1%	1,027	-4.8%
韓国	796	56.5%	445	5.5%	692	26.5%
香港	697	48.4%	574	6.9%	614	-14.4%
米国	117	28.1%	366	60.5%	217	45.0%

注) : 訪日旅行者数について、2016年7月は暫定値、同8～9月は推計値を利用
出所 : 国土交通省観光庁『訪日外国人消費動向調査』より作成

次に2016年に入ってから中国人観光客の1人あたり旅行消費額の減少の要因について考察してみよう。為替レートの影響や中国人観光客の消費形態の多様化などが考えられる。

表3は2016年7～9月期における旅行消費額上位5カ国（中国、台湾、韓国、香港、米国）の1人あたり旅行消費額（日本円ベースと現地通貨ベース）を示したものである。日本円ベースの1人あたり旅行消費額でみたとき、前年同期に比べて、中国-20.2%、台湾-13.6%、韓国-7.5%、香港-25.3%、米国-4.0%とすべての国において減少しているが、為替レートの影響を除いた現地通貨ベースのデータでみると、香港を除いてすべての国の1人あたり旅行消費額が前年同期に比べて増加している。このことから、1人あたり旅行消費額の減少、ひいては旅行消費額の減少は中国人観光客の消費意欲の減少や爆買いの終焉によるものといった中国人観光客に限った問題であるとはいいがたい。その背景にある各国の共通要因としては円高にあると考えられる。人民元対円の為替レートでみると、2016年1～3月期は前年同期比-9%、2016年4～6月期は-16%、2016年7～9月期は-21%と円高の度合いが増している。急激な円高で観光客にとって買物の割高感が増し、商品の購買意欲を抑制する効果が働いたと考えられる。

表3 訪日中国人観光客の1人あたり旅行消費額（2016年7～9月期）

	日本円ベース		現地通貨ベース		為替レート	
	消費額	前年同期比	消費額	前年同期比		前年同期比
中国	213,436 円	-20.2%	13,850 人民元	2.2%	15.4 円/人民元	-21.9%
台湾	115,173 円	-13.6%	35,547 ニュー台湾ドル	2.7%	3.2 円/ニュー台湾ドル	-15.9%
韓国	65,217 円	-7.5%	724,633 ウォン	6.0%	0.1 円/ウォン	-12.7%
香港	144,351 円	-25.3%	10,911 香港ドル	-10.3%	13.2 円/香港ドル	-16.7%
米国	173,149 円	-4.0%	1,687 米ドル	15.1%	102.7 円/米ドル	-16.6%

注)：現地通貨ベースの額は、IMFやFRB公表の為替レートのデータに基づく調査期間平均対円レートにて換算
出所：国土交通省観光庁『訪日外国人消費動向調査』より作成

表4は、1人あたり旅行消費額が大きく落ち込み、観光客の旅行消費額も減少に転じた2016年7～9月期の中国人観光客の旅行消費額を前年同期と比べたものを示してある。表4によると、為替レートの影響を除いた中国人民幣元ベースで見たとき、2016年7～9月期の観光客数、1人あたり旅行消費額と観光客の旅行消費額とともにすべての項目について増加していることがわかる。また、2016年7～9月の1人あたり旅行消費額（人民幣元ベース）のうち、買い物代は6,616人民幣元で、前年同期（7,283人民幣元）より9.2%の減少となっている一方、宿泊料金は同20.3%増、飲食費は同26.2%増と顕著に増加していることが表から読み取れる。訪日中国人観光客のうち、リピーターの増加に伴い、中国人観光客の旅行消費は「モノ消費」から「コト消費」へシフトしていることがうかがえる。

以上の分析から、2016年以降の中国人観光客の旅行消費額の減少は中国人観光客の消費意欲の減少でもなく、爆買いの終焉を意味するものでもない。為替レートの影響が大きいといえる。

表4 2016年7～9月期の訪日中国人観光客数及び消費額（現地通貨ベース）

	訪日観光客数 (万人)	旅行消費額 (億人民幣元)	1人あたり旅行消費額* (人民幣元)						
			総額	買い物代	宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽費	その他
2015年7～9月期	128	173	14,238	7,283	2,752	2,302	1,315	472	115
2016年7～9月期	154	213	14,783	6,616	3,311	2,905	1,471	408	72
前年同期比	20.0%	22.6%	3.8%	-9.2%	20.3%	26.2%	11.9%	-13.5%	-37.8%

注)：現地通貨ベースの額は、IMFやFRB公表の為替レートのデータに基づく調査期間平均対円レートにて換算

★1人あたり旅行消費額は、訪日中国人旅行者全体の平均額となっている。

出所：国土交通省観光庁『訪日外国人消費動向調査平成28年7～9月期の調査結果（速報）』より作成

3.3 中国の新しい関税政策とインバウンド消費

2016年4月8日、中国の財政部は「越境EC¹³小売輸入税」に関する新しい関税政策を実施した。この新しい関税政策が中国人観光客の消費抑制（爆買いの終焉へ）に影響しているのではないかと懸念されている。本節では新関税政策の内容を解説し、新関税政策が訪日中国人観光客の旅行消費に影響を与えたのかについて考察する。

(1) 新しい関税政策導入の背景

最近、日本では「爆買い」と呼ばれる中国人観光客の消費行動が注目されているなか、中国では海外の商品を購入するといわれる海淘¹⁴が急増している。中国人が海外の商品を購入するには、①海外旅行者による直接購入（爆買い）、②ソーシャルバイヤーからの「代理購入¹⁵」③日本のECサイトから直接

¹³ 越境EC (Electronic Commerce：電子商取引) とはインターネット通販サイトを通じた国際的な電子商取引を指す。

¹⁴ 海淘は海外から商品を購入することの総称

¹⁵ 代購：そのほとんどはソーシャルバイヤーとよばれる在日中国人が日本で商品を買ひ、SNSやCtoCサイトを通じて販売する。

購入（転送サービス¹⁶）④「越境EC」という4つのルートがある。

海外から商品を輸入して中国で販売する（BtoB）の場合は、輸入された商品は一般貨物として扱われ、関税、増値税（付加価値税）、消費税（化粧品、高級時計など高価なものにかかる）の3種類の税が課せられる。一方、海外旅行者のように個人が海外で買ってスーツケースで持ち帰ったものや海外からの個人輸入郵送品（海外から郵送したもの）といった「個人携帯輸入物品¹⁷」については、行郵税が課されることになっている。上記4つのルートで購入した海外からの輸入商品はすべてこの行郵税が適用されていた。

従前の行郵税は、関税総額50元以下の輸入商品については免税となり、50元を超えた場合は、商品によって10%、20%、30%、50%の4種類の税率で課税されていた。一般貨物商品より関税率がかなり低くだけでなく、増値税と消費税も非課税となっているので、税制上かなり優遇されているといえる。

最近、EMS（国際スピード郵便）を利用した並行輸入（代理購入や海外転送）や越境ECが増加する一方で、税収があまり上がらない。また越境ECの取引は一般貿易とあまり変わっていないのに、行郵税を徴収しても全体的な税負担が、国内販売されている一般貿易輸入貨物や国産貨物の税負担レベルよりも低くと不公平な競争であると指摘されている。これにより、越境EC小売輸入商品に対して貨物として扱い、関税、増値税と消費税を徴収するという今回の新しい関税政策の実施に踏み切った¹⁸。

(2) 新しい関税政策の変更点

2016年4月8日に実施された「越境EC小売輸入税」に関する新しい関税政策によって、越境ECに掛かる関税はどう変わったのか。

まず、これまで適用されていた行郵税は廃止された。行郵税が適用されていた時、納税額50元までは免税となっている低価格商品は免税の撤廃により実質上増税となるため、若干消費が落ち込む可能性がある。

次に、改正前の個人年間購入上限額の2万元はそのまま、1回あたりの購入上限額はこれまでの1,000元から2,000元に引き上げられた。上記限度額内の輸入商品については、関税はかからないが、増値税や消費税は一般貿易で課される増値税や消費税の30%減額した税率が適用される¹⁹。1回の購入上限額（2,000元）、あるいは年間購入上限額（2万元）を超えた輸入貨物は、一般貿易と同じ、関税、増値税と消費税が全額課税されることになる。これにより、増税となる商品もあれば、減税となる商品もある。一律増税になったわけではない。アパレル、電化製品、化粧品類の中でも高級商品は、実質減税となるため、さらなる流通量の拡大が予想される。

また、従来に行郵税については税率の調整が行われた。納税額50元までの免税措置はそのままだが、適用税率は従前の4段階課税（10%、20%、30%、50%）から3段階課税（15%、30%、60%）に引き上げられた。

(3) 新しい関税政策とインバウンド消費

2016年4月8日に実施された「越境EC小売輸入税」に関する新しい関税政策は越境ECに対して実施されたもので、海外旅行者による直接購入（爆買い）やソーシャルバイヤーからの「代理購入」、日本のECサイトから直接購入（転送サービス）については依然として行郵税が適用される。そういう意味で、「越境EC小売輸入税」に関する新しい関税政策は訪日中国人観光客のインバウンド消費には直接影響がないといえる。

¹⁶ 日本の多くのECサイトは多言語対応をしておらず、海外発送のオペレーションができていない実情から生まれたのは「海外転送」サービスである。日本のECサイトから転送会社の倉庫住所に商品を送り、代理発送してもらうサービスである。

¹⁷ 自己私用や合理的な数量ではないと判断された場合は貨物としての扱いになる。

¹⁸ あまり急な政策変更のため、業界から猶予期間を設けるよう強く要求したことをうけ、中国政府は2016年5月24日に新政策について1年間の猶予期間を設けることを発表した。

¹⁹ 保税モデルの場合である。越境ECは保税モデルと直郵モデルの2つのモデルがある。

訪日中国人観光客の購買行動に直接的に影響があるのは行郵税の税率調整である。中国人観光客が日本で買ったものをスーツケースで持ち帰るとき、空港で通関の際に検査に引っ掛かり課税になった場合は行郵税が適用されるからである。

訪日中国人観光客が日本で購入した個人私用物品（合理的数量）については合計金額が5,000人民元までは免税となっており、超えた部分に対して行郵税が適用される。今回の税率調整によって、食料飲料、一部の電子製品、家具等は10%から15%へ、衣類関係は20%から30%へ、一部のたばこ、お酒、化粧品等は50%から60%へ税率が引き上げられた。この税率の引き上げによって、観光客の消費行動に大きな影響はないと考えられる。大幅な税率調整ではないし、これまでと同じく5,000人民元まで免除である。しかも基本的には自己申告なので、毎回スーツケースをあけられ検査することではないので、新政策の実施に伴い通関する際の検査が厳しくなるといううわさによって、一時的には多少商品の購入を控える観光客はいるかもしれない。税率以外は海外旅行客の荷物についての管理基準は基本的に今までと変わらないので、長期的に考えるとあまり影響はないと考えられる。

おわりに

訪日中国人観光客は、政治問題や自然災害の影響を受けながらも、全体として増加し続けている。特に最近2年、訪日中国人観光客の人数と旅行消費額ともに急速に伸びている。2000年から観光ビザの解禁とその後のビザ発行要件の大幅緩和は訪日中国人観光客の増加に大きく寄与した。また2014以降観光客急増の要因としては急激な円安の進行も無視できない。

中国人の旅行消費額は為替レートと連動して動いており、円高の時は減少し、円安のときは増加する傾向にある。2014年、2015年の円安によって、日本製品がより安く購入でき、「爆買い」現象が起き、それは一時的現象ではなく、中国人観光客の合理的な行動の結果といえよう。また2016年に入ってから旅行消費の減少は、消費意欲の減少でもなく、爆買いの終焉を意味するものでもない。円高の影響で商品価格の上昇に基づく合理的な行動の結果であると考えられる。

中国人の海外旅行に関する規制の緩和と、経済発展による所得の向上によって、今後中国人の海外旅行はさらに拡大していくと推測される。中国という旅行市場は人口が多い分、潜在的な需要が拡大していくと、日本だけでなく、世界各国からみて、魅力的な旅行市場として注目されている。中国の観光客をいかに取り込むか、世界各国がその市場を狙って、競争がますます激しくなることが予想される。そういうなか、今後、中国人観光客の獲得のため、官民一体になって、より一層創意工夫したPR、より一層のビザ緩和が求められる。

日本の各地域において今後地域経済の発展と成長に大いに影響を与えるものとして訪日中国人観光客に期待がかかる。リピーターの個人観光客は初訪日の団体ツアー客より1人あたり旅行消費額が高い。今後、地域経済の活性化という観点からもリピーターの個人観光客に焦点を当てて誘致活動をしていくことが重要になってくる。

参考文献

1. 清水伊織（2007）「中国人の訪日旅行の形態とその変化—観光からツーリズムへ—」『地地理学論集』No82
2. 姚峰, 李瑶, 李艶紅（2015）, 「訪日中国人観光客旅行先選択の影響要因分析」, 『研究年報』, 香川大学経済学部, No.55, pp.27-50。
3. 姚峰, 李瑶, 李珊（2016）「日本地域別中国人観光客旅行先選択の影響要因分析」香川大学経済論叢第89巻第2号

4. 金玉実 (2009), 「日本における中国人観光客行動の空間的特徴」, 『地理学評論』, No.82 (4), pp.332-345。
5. 戴二彪 (2011), 「訪日中国人観光客の旅行先分布構造と影響要因」, 『北九州発アジア情報』, 国際東アジア研究センター, No.23 (1), pp.1-12。
6. 雅瓊 (2016), 「中国観光客の訪日行動と日中両国の観光政策」, 『北海商科大学論集』, 第4巻第5巻合併号, pp.98-120。
7. 守屋邦彦 (2014) 「インバウンド観光推進の意義と今後の取り組み」『日本政策金融公庫論集』 第22号
8. 経済産業省委託調査『平成27年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備事業（訪日外国人の消費促進のための観光関連サービス産業等の在り方に関する調査研究）』 矢野研究所
9. 日本政府観光局『JNTO日本の国際観光統計2014年』 国際観光サービスセンター発行
10. 日本政府観光局『JNTO日本の国際観光統計2013年』 国際観光サービスセンター発行
11. 日本政府観光局『JNTO訪日外客消費動向調査2005』 国際観光サービスセンター発行
12. 観光庁『訪日外国人消費動向調査』 各年
13. 外務省ホームページ
14. 中国旅遊研究院ホームページ