



急増する訪日外国人旅行者と信用金庫の対応 ～ インバウンド消費取込みによる販路開拓支援 ～

井上 有弘

ポイント

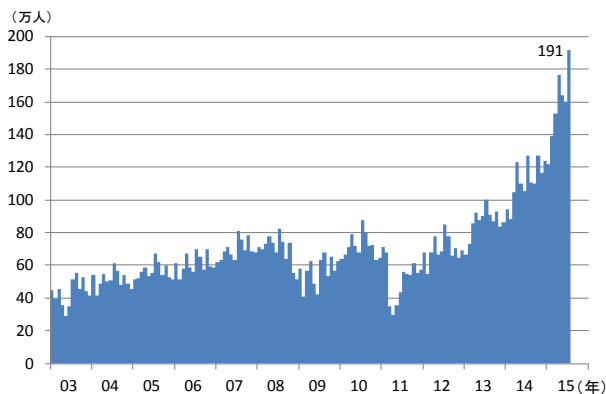
- 7月の訪日外国人旅行者（訪日客）数は、前年同月比 51.0%増加し、191 万人となった。1月からの累計では1,105 万人となり、年間「2,000 万人時代」が視野に入ってきた。
- 2015 年1～7月の訪日客の内訳を国・地域別にみると、中国が前年同期比で 113.8%増と倍増して 275 万人となった。構成比では、中国が 24.9%と約 4分の1を占めている。
- 訪日客の旅行消費額は、2015 年4～6月には前年同期比 82.5%増の 8,887 億円と、四半期として過去最高額となった。なかでも中国の旅行消費額は、前年同期比で 3 倍強に拡大した。
- 訪日客の消費急増をもたらした一因に、消費税免税制度の拡大がある。訪日客が免税店で地場産品などを購入した場合にも、一定の条件を満たせば消費税負担がなくなることとなった。
- 一部の信用金庫では取引先向けにインバウンド消費に関する情報提供を始めている。特に人口減少が進む地域における地方創生に向けては、訪日客による交流人口の拡大、免税店の拡充などによるインバウンド消費の取込みが選択肢のひとつとなるといえるだろう。

1. 過去最高となる訪日客

8月19日に日本政府観光局が発表した2015年7月の訪日外国人旅行者（訪日客）数は、前年同月比 51.0%増加し、単月で過去最高となる 191 万人となった(図表1)。

1月から7か月間の累計では 1,105 万人と、昨年より 3 か月早く 1,000 万人を上回った。7月までの伸びが今後も続いた場合、2015 年の訪日客数は、2,000 万人に迫ることが見込まれる。政府は、東京オリンピック・パラリンピックが開催される 2020 年に向けて訪日客数 2,000 万人を目指すとしていたが、前倒しで「2000 万人時代」の実現が視野に入ってきた。

(図表1) 訪日外国人旅行者数(月間)の推移

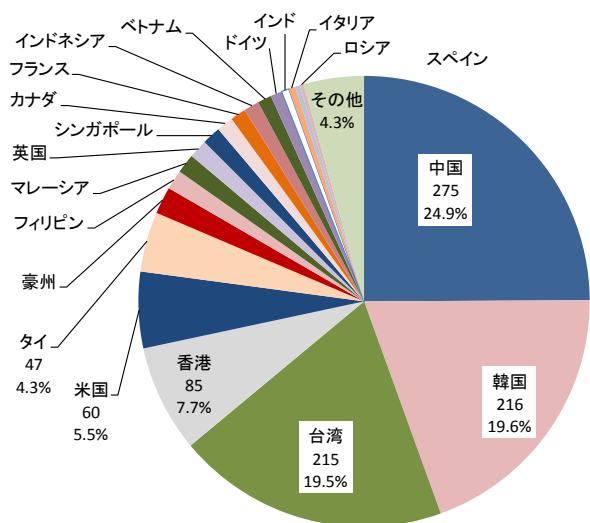


(備考) 日本政府観光局 (J N T O) 資料より作成

2. 中国からの旅行者が倍増

2015 年1～7月の訪日客の内訳を国・地域別にみると、中国が前年同期比で 113.8%増と倍増して 275 万人となった。構成比では、中国が 24.9%と約 4分の1を占め、韓国 (19.6%)、台湾 (19.5%)、香港 (7.7%)、米国 (5.5%) が続いている(図表2)。

(図表2) 訪日外国人旅行者の内訳
(2015 年1～7月の累計 1,105 万人の内訳)
(単位: 万人、%)



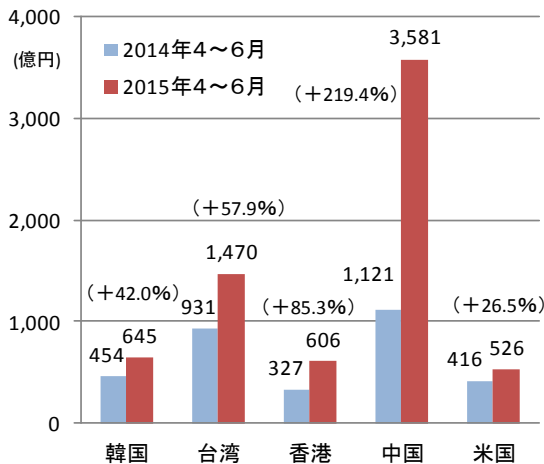
(備考) 日本政府観光局 (J N T O) 資料より作成

3. 中国からの旅行消費額は3倍増

「インバウンド消費」¹として注目される訪日客による買物、宿泊、飲食などの旅行消費額は、2014年には前年比43.1%増の2兆278億円と年間で過去最高となっていた。2015年に入ってから、1～3月に7,066億円（前年同期比64.4%増）、4～6月には、8,887億円（同82.5%増）とさらに伸び率を高め、四半期としても過去最高額となっている。

訪日客が多い国・地域の旅行消費額の伸びをみると、中国が高い伸びを示している（図表3）。旅行者数の伸びに1人当たり支出額の伸びが加わり、2015年4～6月の中国の旅行消費額は、3,581億円と前年同期（1,121億円）に比べて3倍強に拡大している。

（図表3）旅行消費額の伸び



（備考）1. 日本政府観光局（JNTO）資料より作成
2. () 内は、前年同期比増加率

4. 消費税免税制度の拡大が一因

中国などからの訪日客の消費急増をもたらした一因に、消費税免税制度の拡大がある。消費税免税制度とは、「消費税免税店（輸出物品販売場）を営む事業者が、外国人旅行者等の非居住者に対して物品を一定の方法で販売する場合に、消費税が免除される制度」である。この制度により、免税店で金額など一定の条件を満たした場合には、訪日客は消費税負担なしで物品を購入することができる。

従来は、家電製品やバッグ、衣料品等が対象だったが、2014年10月から消耗品（食料品、飲料品、医薬品、化粧品等）も対象となり、すべての品目が免税対象となった（図表4）。これにより、訪日客が免税店で食料品や化粧品、地場産品などを購入した場合にも、一定の条件を満たせば消費税負担がなくなることとなった。

（図表4）免税対象品目拡大の概要



（備考）観光庁資料より作成

さらに、2015年4月からは、商店街や物産センター、ショッピングセンター等が「一括カウンター」に免税手続を委託できるようになった。商店街等の個店にとっては、外国語対応への不安や免税手続の煩雑さが解消されるため、インバウンド消費による地域活性化への活用が期待されている。

5. 信用金庫による対応

以上のような訪日客の急増や制度変更を受けて、一部の信用金庫では取引先向けにインバウンド消費に関する情報提供を始めている。例えば、消費税免税制度の拡大に関する説明会、ウェブ・サイト等の多言語化対応に関するセミナーなどである。こうした取組みは、観光立国を目指す国の施策²にも合致し、取引先に対する新たな販路開拓支援策ともなるものである。このため、支援に際しては、地方自治体等による補助・助成制度の活用も想定される。

足元で中国景気の減速や元安が懸念材料とはなるものの、特に人口減少が進む地域における地方創生に向けては、訪日客による交流人口の拡大、免税店の拡充によるインバウンド消費の取込みが選択肢のひとつとなるといえるだろう。

以上

¹インバウンド(inbound)消費とは、海外から訪日した外国人の日本での消費のこと。

²観光立国推進閣僚会議「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」(2015年6月)等を参照