

当財団では、中部圏の社会・経済に関するタイムリーな話題を、平易かつ簡潔に解説するために中部社研経済レポートを発行しております。

No.8となる今回は、1月23日に発表したレポートを掲載いたします。

訪日中国人観光客の爆買いの動向と今後について

2015年に訪日中国人観光客の爆買いが顕著となり、2016年に縮小しました。そこで本レポートでは、訪日中国人観光客数や旅行消費額の動向と将来値について分析を行い、下記の内容をまとめました。

なお、今回のレポートに関して、9紙（日本経済新聞、朝日新聞、読売新聞（北陸版）、中日新聞、北國新聞、富山新聞、北陸中日新聞、北日本新聞、電気新聞）に掲載され、テレビ愛知に放映されました。

公益財団法人中部圏社会経済研究所経済分析・応用チーム研究員 星野 真

（要旨）

2015年に訪日中国人観光客の爆買いが顕著となり、2016年に縮小した。本レポートでは、訪日中国人観光客数や旅行消費額の動向と将来値を分析した。

1. 全国の中国人観光客数と1人当たり買物代の動向

- (1) 全国の中国人観光客が、2014年から急増。観光客のピーク月は7月～8月
- (2) 全国の2015年中国人観光客の35.7%が、個人旅行者
- (3) 当財団の試算によると、全国の中国人観光客のボリュームゾーンの月収は54,925円～146,463円。その半数は個人旅行が可能な都市部中所得層
- (4) 当財団の試算によると、全国の訪日中国人観光客の平均月収は中所得層が増加し2014年～2016年に低下。円換算から求めた平均月収は2014年122,015円から2015年は131,080円に上昇。爆買いが縮小した2016年は110,903円に低下。中国人観光客の購買力の低下には、①中所得層の増加に伴う中国人観光客平均所得の低下、②円高元安による円ベースの所得の低下が影響
- (5) 当財団の試算によると、中国の実効関税率は2016年4月に32.0%から44.6%に上昇し1人当たり買物代の減少に影響
- (6) 爆買い縮小期に入り、全国の訪日中国人観光客の消費は高額商品から日用品に移り、購入量も減少。百貨店・家電量販店・アウトレットモール・ファッション専門店から客足が離れ、ドラッグストア・コンビニエンスストアで買い物する客が増加
- (7) 爆買い縮小の理由は①中所得層の増加、②円高元安、③関税率上昇、④越境ECの利用拡大

2. 中部・東海・北陸の中国人観光客数と1人当たり旅行消費額の推計

- (1) 当財団の試算によると、2015年中国人観光客数は愛知県1,070,100人、岐阜県61,522人、三重県20,588人、静岡県577,842人、長野県51,845人、滋賀県19,446人、富山県17,908人、石川県27,252人、福井県4,701人
- (2) 当財団の試算によると、2020年の中国人延べ観光客数は、中部9県645万人、中部5県588万人、東海3県353万人、北陸3県26.6万人
- (3) 当財団の試算によると、2020年の中国人観光客1人当たり旅行消費額は、中部9県15,075円、中部5県15,704円、東海3県14,161円、北陸3県14,745円

月単位でみると7月～8月を上回るほどではない。

(2) 全国の2015年中国人観光客の35.7%が、個人旅行者

図2によると、訪日中国人（観光目的）の団体観光ビザ発給件数は2010年に653,441件（前年比34.0%増）だったのが、2011年から2013年は東日本大震災と沖縄県尖閣諸島「国有化」の影響を受けたため、2010年の水準を下回った。2014年に1,100,495件（同199.9%増）、2015年は1,957,498件（同77.9%増）に増えた。

一方、個人観光ビザ発給件数は2010年から増加が続き、2014年は417,401件（同150.2%増）、2015年は1,126,209件（同169.8%増）に達した。個人観光ビザ発給件数の比率は2015年の35.7%までに増えた。

個人旅行者数急増の背景には、個人観光ビザ発給の要件の年収引き下げと、中国経済の成長に伴う中国人の所得増加が存在する。2009年7月1日に初めて発給された個人観光ビザの年収要件は25万円（2009年為替レートで約342万円）、2010年7

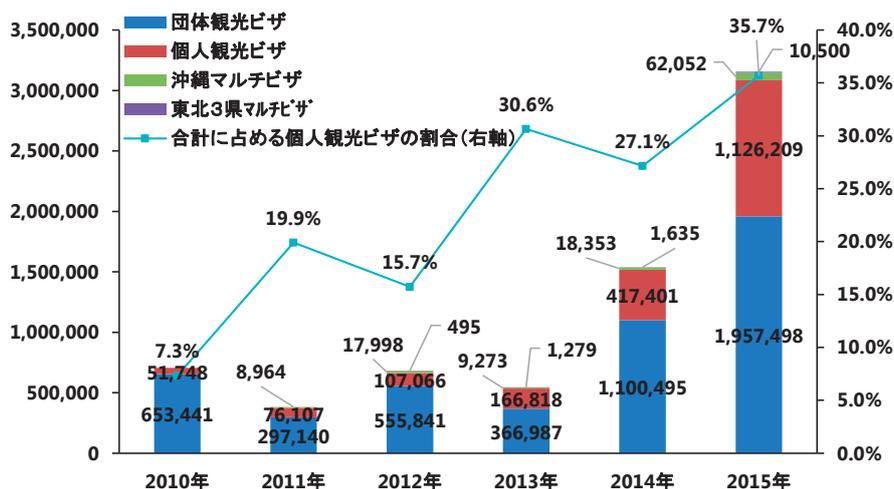
月1日には6万円に緩和された^(※2)。団体旅行者がゴールデンルート（東京～富士山～京都・大阪）や格安クルーズ船に集中することを考えると、客単価が高く自由に旅行できる個人旅行者の増加は、日本の地方に新たな旅行商機をもたらす可能性^(※3)がある。

(3) 全国の中国人観光客のボリュームゾーンの月収は54,925円～146,463円。その半数は個人旅行が可能な都市部中所得層

図3は、2014年から2015年における月収（税引前）別の訪日中国人観光客数の試算結果を示している。訪日中国人観光客のボリュームゾーンは、月収54,925円～146,463円（3,001円～8,000円）の人たちとなっている。2015年の訪日中国人観光客数423.7万人のうち60.0%の254.3万人を占め、2014年と比べ150.5万人増加（144.9%増）した。

ボリュームゾーンは北京市の都市世帯の中所得層に該当するが、この中所得層は団体旅行で訪日する階層と個人旅行で訪日できる階層に二分できる。二分した下位の月収54,925円～91,539円（3,001

図2 全国の訪日中国人（観光目的）のビザ発給件数

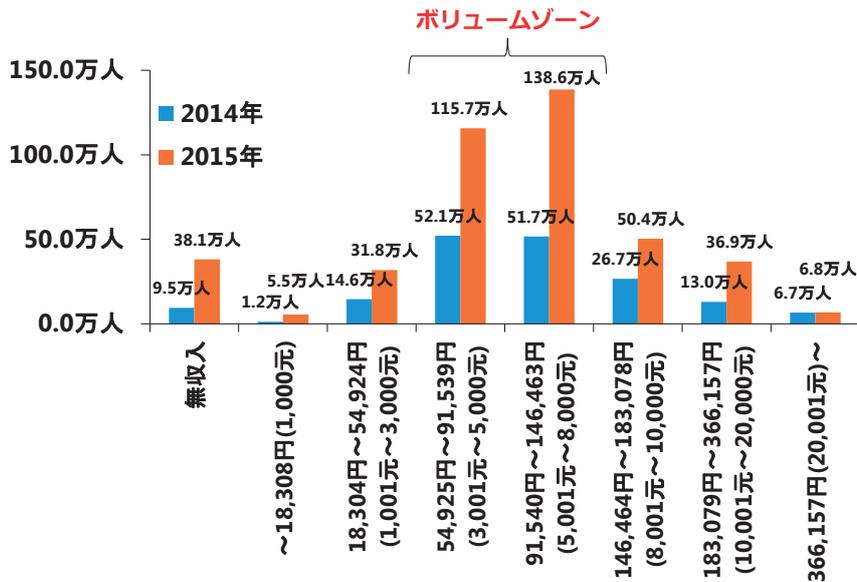


出所) 外務省「平成26年ビザ発給統計」、外務省「平成27年ビザ発給統計」より当財団作成。

(※2) 「外務省報道発表 中国人の訪日個人観光」2009年6月29日、「外務省報道発表 中国人への個人観光査証」2010年5月18日、「外務省報道発表 中国人個人観光ビザ発給要件緩和」2011年8月10日。2009年7月1日に「十分な経済力を有する者」に、2010年7月1日発給要件を「一定の職業上の地位及び経済力を有する者」、2011年9月1日に「一定の経済力を有する者」に緩和している。なお外務省の公式発表ではないが、十分な経済力とは年収25万円、一定の経済力とは年収6万円とされる（「国土交通省メールマガジン」2010年5月21日、第403号）。

(※3) 2016年7～9月期の訪日中国人の1人1回当たり旅行消費単価は、個人手配は257,854円、個人旅行向けバック商品を利用した場合は162,248円で、団体旅行者の109,668円より高い。なおバック商品の日本国内支出分、および日本の航空企業・船舶企業に支払われる運賃は含まない。回答者のうち観光目的の旅行者が79.9%を占めている（観光庁「訪日外国人消費動向調査 平成28年（2016年）7～9月期」）。

図3 全国の月収別訪日中国人観光客数（試算値）（2014年～2015年）



出所) 中国旅游研究院 (2016) 『中国出境旅游発展年度報告2016』 旅游教育出版社、日本政府観光局 (JNTO) 「訪日外客数」より当財団試算。
 注) 2014年の訪日中国人観光客1,753,572人、2015年4,237,920人を、訪日中国人観光客所得階層別比率に按分して求めた。月収は税引き前である。無収入とは主婦・学生などが含まれる。

元～5,000円)の所得階層は、2014年北京市の都市世帯を所得五分位で分類した所得最下位20% (平均月収(手取り)65,129円(3,782円))と所得中下位20% (93,670円(5,440円))に相当し、団体旅行で訪日する階層といえる。二分した上位の月収91,540円～146,463円(5,001元～8,000元)の階層は、所得中位20% (115,509円(6,708円))と所得上位20%平均月収144,236円(8,376円)に相当し、個人観光ビザ発給の年収要件6万円を考慮すると、個人旅行に手が届く階層といえる。

(4) 全国の中国人観光客の平均月収は中所得層が増加し2014年～2016年に低下。円換算から求めた平均月収は2014年122,015円から2015年は131,080円に上昇。爆買いが縮小した2016年は110,903円に低下
 所得階層別観光客比率を用いて、2014年から

2016年における訪日中国人観光客の平均月収を試算した。表2によると、2014年は7,086元、2015年は6,758元、2016年は6,692元であり、中国人観光客の平均月収は低下していることがわかる。格安団体旅行や個人観光ビザ発給要件の緩和により、これまで富裕層や高所得層に限られていた日本旅行が中所得層でも可能になった結果、中所得層の観光客が増加し、訪日中国人観光客全体の平均月収を押し下げたと考えられる。

しかし、為替レートを用いて平均月収を円で換算すると、2014年は122,015円、2015年は金融緩和により円安元高が進み131,080円に上昇した。2015年夏から中国製造業の不振と中国株暴落により円高元安が進んだため、2016年は110,513円に低下した。

円換算の平均月収の2015年の上昇と2016年の低下は、訪日客1人当たりの大量の消費行動「爆買

(※4) 北京市統計局・国家統計局編 (2015) 『北京統計年鑑2015』 中国統計出版社。

(※5) 試算方法は以下のとおりである。①2014年と2015年の平均月収は、図3の所得階層の中位値(1,001元～3,000元は1,500元。20,001元以上は25,000元)に、所得階層別比率(無収入を除外)を加重して平均月収(元)を求めた。

②「訪日外国人消費動向調査」(参考表4)より中国人の世帯年収の所得階層の中位値に所得階層別比率を加重して、2015年と2016年平均世帯年収(円)を求めた。その額を12で割り、さらに2014年北京市世帯当たり就業者数1.3人で割り、為替レートを用いて2015年と2016年の平均月収(元)を求めた。

③観光庁「訪日外国人消費動向調査」の所得階層は中国人に対して所得区分が高所得に偏っているため、②で求めた平均月収(元)は過大評価される。そこで②2015年平均月収(元)÷①2015年平均月収(元)=調整係数を求め、最後に②2016年平均月収(元)÷調整係数とした。

表2 全国の中国人観光客の平均月収（試算値）と1人当たり買物代

	2014年	2015年	2016年
平均月収（元）	7,086	6,758	6,692
平均月収（円）	122,015	131,080	110,513
為替（1元 = X円）	17.2201	19.3956	16.5139
1人当たり買物代（円）	140,398	171,870	125,799

出所) 中国旅游研究院 (2016)『中国出境旅游発展年度報告2016』旅游教育出版社、観光庁「訪日外国人消費動向調査」、中華人民共和国国家統計局編「中国経済景気月報」中国経済景気月報雑誌社、北京市統計局・国家統計局編 (2015)『北京統計年鑑2015』中国統計出版社より当財団試算。

注) 2015年価格で実質化した2014年平均月収は6,981元、2016年は6,512元。月別の為替レートを日数で加重平均した。1人当たり買物代は観光・レジャー目的の回答者の平均値である。パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分を含まない。2016年は1-3月期から7-9月期までの回答数で加重平均した。

い」の拡大と縮小に一致している。すなわち、2014年から2015年にかけて、円安元高が進行したため中国人の購買力が向上し、訪日中国人観光客の1人当たり買物代が171,870円に上昇した。2015年から2016年は平均月収の低下に円高元安が加わり購買力が低下したため、買物代が125,799円に低下した。

したがって、中国人観光客の購買力の低下には、①中所得層の増加に伴う中国人観光客平均所得の低下、および②円高元安による円ベースの所得の低下が影響したと考えられる。

(5) 中国の実効関税率は2016年4月に32.0%から44.6%に上昇し買物代を減少

2016年4月8日、中国政府は税関での海外購入持ち込み商品別輸入関税率を変更し、多くの品目で税率が上昇した。関税率引き上げには、海外で大量に購入した商品を中国国内に持ち込みインターネット通販などを通して転売する「担ぎ屋」が納める関税と、正規に輸入した業者が納める関税との格差を是正する目的と、中国国内の消費を促す目的があると考えられる。

図4は、当期の訪日中国人観光客の商品別消費額を、中国税関での海外購入持ち込み商品別輸入関税率に加重した実効関税率の試算結果を示しているが、この実効関税率は中国人観光客の実感に近いものである。^(※6)これによると、2014年から2015年にかけて関税率が比較的に高い商品が購入されたため上昇傾向となり、2016年1-3月期には32.0%になった。関税率が引き上げられた2016年4-6月期の実効関税率は44.6%（前期比12.6ポイント増）^(※7)となった。

この関税は海外での買物総額5,000元（84,715円。2016年4月為替レート1元=16.9431円で換算）を超過した分にかかる。観光庁の調査によると、関税の支払いを抑えるために、44.6%の訪日中国人旅行者が日本滞在中の買物支出を抑えたと^(※8)される。

つまり実効関税率の上昇により、中国人観光客にとって海外での買物の魅力が低下し、海外での購入額の上限が下がることとなった。

(※6) 実効関税率の「実効」とは、試算方法が実効為替レートに似ていることから「実効」と名付けた。試算方法は以下のとおりである。①観光庁「訪日外国人消費動向調査」（参考表4、2015年より参考表5）の買物代の品目別に「購入率×購入者単価」を行い、各期における買物額に占める品目別シェアを求める。

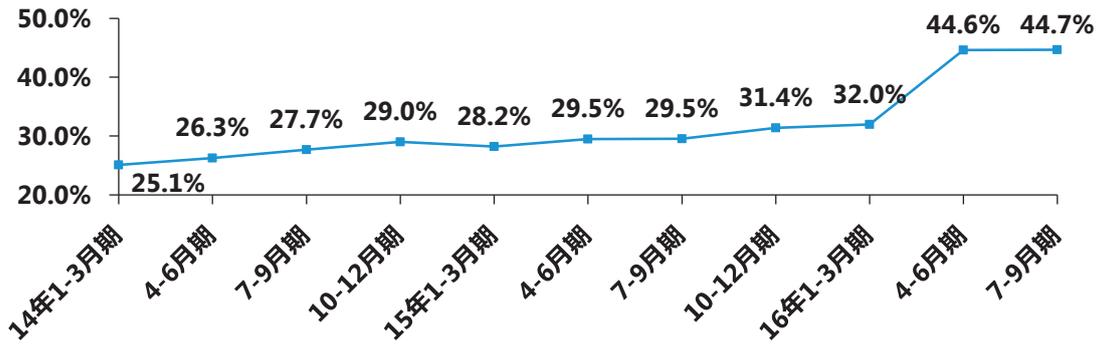
②中華人民共和国海関総署「海関総署公告2012年第15号 附件1 中華人民共和国進境物品帰類表」（2012年3月26日）、2016年4-7月期以降は、中華人民共和国海関総署「海関総署公告2016年第25号 附件1 中華人民共和国進境物品帰類表」（2016年4月6日）の品目別税率を、①の品目別に整理し、品目別平均税率を求める。例えば①「菓子類」は中国側分類「食品・飲料」の税率をそのまま適用した。①「その他食品・飲料・酒・たばこ」のように中国側分類が複数重なる場合は、「食品・飲料」「酒」「たばこ」の税率を単純平均した。

③「①買物額に占める品目別シェア×②品目別平均税率」を行い、品目別に合計し、各期別に実効関税率を求めた。

(※7) 2016年1-3月期の商品別消費額シェアを固定した2016年4-6月期の実効関税率は43.5%である。

(※8) アンケート調査は2016年11月に実施された（観光庁「訪日外国人消費動向調査 平成28年年間値速報」）。

図4 訪日中国人観光客の実効関税率（試算値）（2014年4－6月期～2016年7－9月期）



出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」(参考表4、2015年より参考表5)、中華人民共和国海関総署「海関総署公告2012年第15号 附件1 中華人民共和国進境物品帰類表」(2012年3月26日)、中華人民共和国海関総署「海関総署公告2016年第25号 附件1 中華人民共和国進境物品帰類表」(2016年4月6日)より当財団試算。

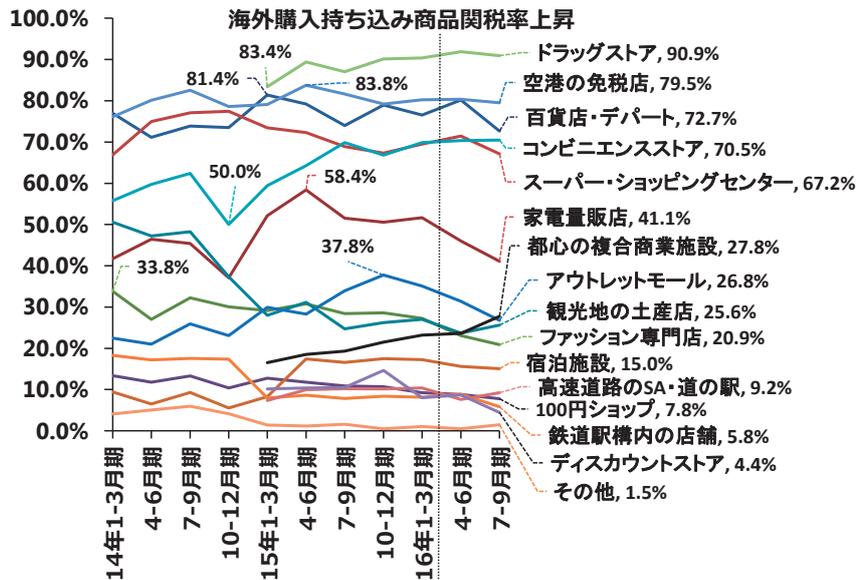
(6) 爆買い縮小期に入り、全国の訪日中国人観光客の消費は高額商品から日用品に移り、購入量も減少。百貨店・家電量販店・アウトレットモール・ファッション専門店から客足が離れ、ドラッグストア・コンビニエンスストアで買い物する客が増加

図5は、訪日中国人観光客の施設別購入率の変化を表している。2016年7－9月期でみると、中国人観光客の90.9%がドラッグストアで買い物をしている。ドラッグストアで、化粧品・香水と医薬品・健康グッズ・トイレタリーを中心に買い物

しているとみられる。ほかに、空港の免税店(79.5%)、百貨店・デパート(72.7%)、コンビニエンスストア(70.5%)、スーパー・ショッピングセンター(67.2%)での購入率が高い。

爆買い縮小期に入り、中国人の買物スポットが変化している。家電量販店の購入率はピーク時の58.4%から41.1%に落ち込んだ。アウトレットモールは37.8%から26.8%、ファッション専門店は33.8%から20.9%に低下した。一方、ドラッグストア、空港の免税店、コンビニエンスストアで買う観光客は相変わらず多い。次ページで述べるように、

図5 訪日中国人観光客の施設別購入率（2014年1－3月期～2016年7－9月期）



出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」(参考表3、2015年より参考表4)より当財団作成。

注) 複数回答の設問である。2015年以降の「スーパーマーケット」と「その他ショッピングセンター」は、「スーパー・ショッピングセンター」に合計した。「買物はしていない」は除外した。

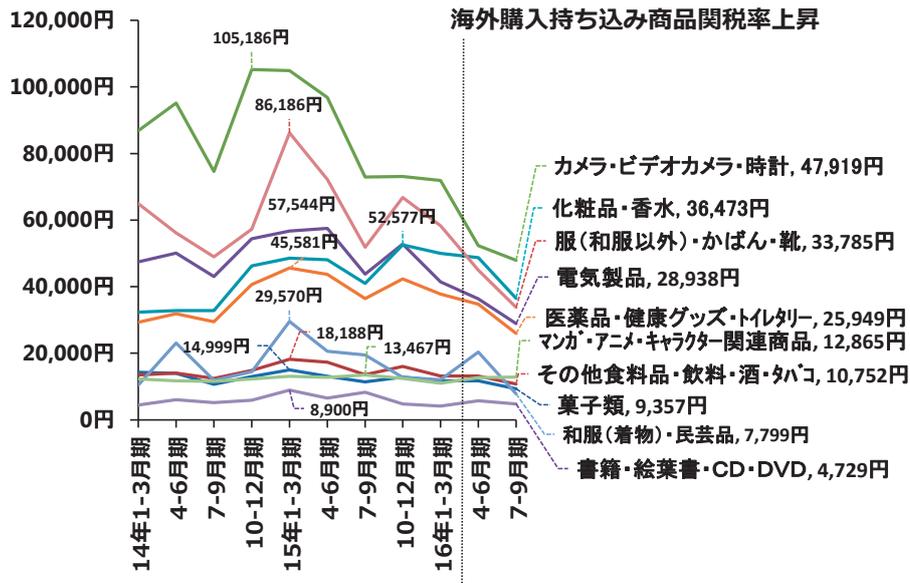
耐久消費財・高級ブランド品といった高額商品から、化粧品・健康グッズなど日用品へ消費が移っていることにより、買物スポットも変化している。

図6は、訪日中国人観光客の購入者1人当たり商品別消費額、すなわち商品別客単価を示している。最も客単価が高い商品分類はカメラ・ビデオ

カメラ・時計で、ピークとなる2014年10-12月期には105,186円であったが、2016年7-9月期には47,919円まで落ち込んだ。服・かばん・靴、化粧品、電気製品なども、2015年をピークに客単価を下げている。

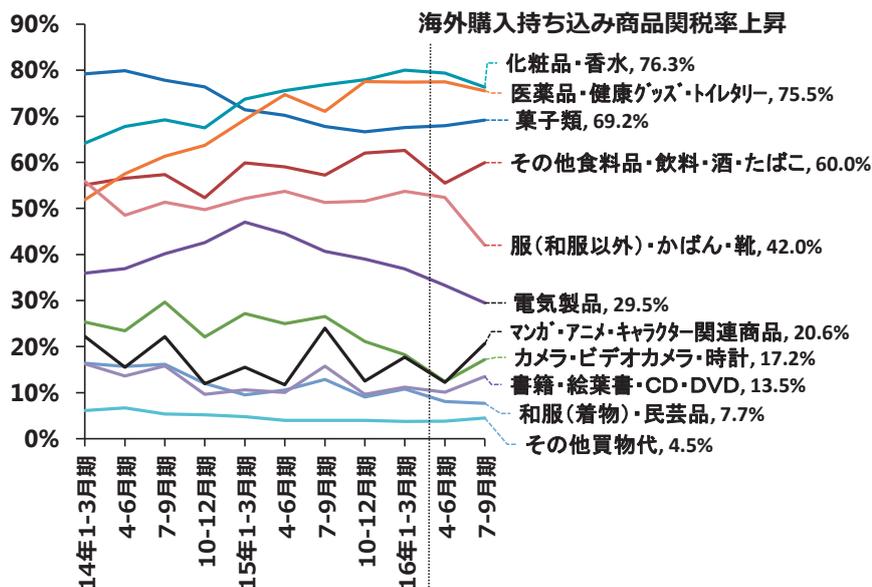
また前述の2016年4月の海外購入持ち込み商品

図6 全国訪日中国人観光客購入者1人当たり商品別消費額（2014年1-3月期～2016年7-9月期）



出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」(参考表4、2015年より参考表5 購入者単価)より当財団作成。
 注) その他買物代は除く。ピーク時と2016年7-9月期の金額を表示した。

図7 全国訪日中国人観光客の商品別購入者率（2014年1-3月期～2016年7-9月期）



出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」(参考表4、2015年より参考表5)より当財団作成。
 注) 購入者率は訪日外国人消費動向調査の中国籍回答者(観光・レジャー目的)が当該商品を購入した割合を示す。複数回答の設問である。

関税率上昇の影響を受け、多くの商品は客単価を下げている。

中国国内での越境EC（国際インターネット通販）の利用拡大による日本製品の購入増も訪日中国人観光客の購入者1人当たり消費額の減少に影響しているものとみられる。観光庁の調査によると、22.4%の回答者が越境ECの利用が原因で、日本での買物支出を抑えたとしており、商品別にみると10.8%の回答者が化粧品・香水、7.9%が電気製品の支出を控えている^(※9)という。

図7は、訪日中国人観光客のうち商品を日本滞在中に購入した人の割合を示している。電気製品・カメラなどを除くと2015年をピークとした購入者率の下降はみられない。関税率上昇以降に購入者率が上がった商品もあり、顕著な影響があるとはいえない。つまり、爆買い後も中国人観光客は日本で買物物を続けているが、高額商品を買控えた、あるいは購入量を減らしたため、客単価は下がったと考えられる。

2016年7-9月期において、購入者率が高い商品は、化粧品・香水(76.3%)と医薬品・健康グッズ・トイレタリー(75.5%)で、中国人観光客の4人に3人が日本で買っている計算になる。菓子類(69.2%)、その他食料品・飲料・酒・たばこ(60.0%)も高い。2014年1-3月期より化粧品・香水は12.2ポイント、医薬品・健康グッズ・トイレタリーは23.7ポイント上昇している。

電気製品は爆買いの拡大縮小と歩調を合わせ、2015年1-3月期に購入率が47.0%まで上昇した

が、2016年7-9月期には29.5%まで低下した。服(和服以外)・かばん・靴、カメラ・ビデオカメラ・時計も、購入率を下げている。

(7) 爆買い縮小の理由は①中所得層の増加、②円高元安、③関税率上昇、④越境ECの利用拡大

以上のように、中国人観光客の1人当たり買物代が低下したのは、①中所得層の増加に伴う中国人観光客平均所得の低下、②円高元安による円ベースの所得低下、③海外購入持ち込み商品関税率上昇、④越境ECの利用拡大が理由であり、高額商品を買控えたり、あるいは土産・親戚知人の代理購入・転売目的でまとめ買いする人が購入量を減らしたものと考えられる。

2. 中部・東海・北陸の中国人観光客数と1人当たり旅行消費額の推計

(1) 2015年中国人観光客数は愛知県1,070,100人、岐阜県61,522人、三重県20,588人、静岡県577,842人、長野県51,845人、滋賀県19,446人、富山県17,908人、石川県27,252人、福井県4,701人

全国の中国人観光客数に中国人観光客県別訪問率を乗じ、さらに県別中国人延べ宿泊者数などで補足して、2014年1-3月期から2016年7-9月期までの中部9県の中国人観光客数の試算を行った^(※10)(図8)。

(※9) アンケート調査は2016年11月に実施された。観光庁「訪日外国人消費動向調査 平成28年年間値速報」。

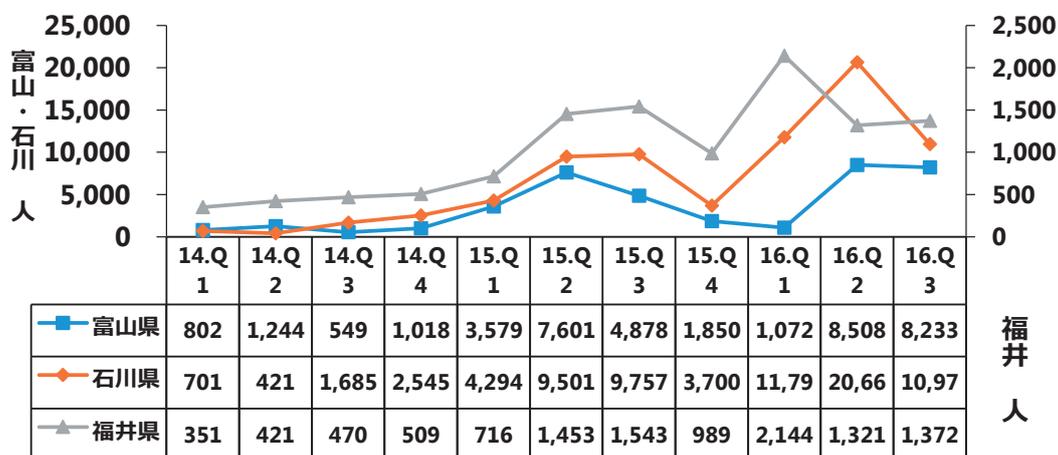
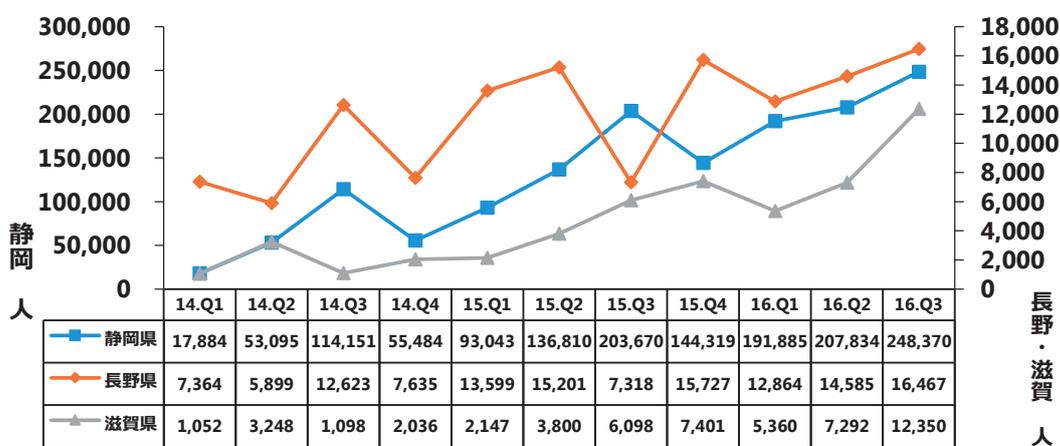
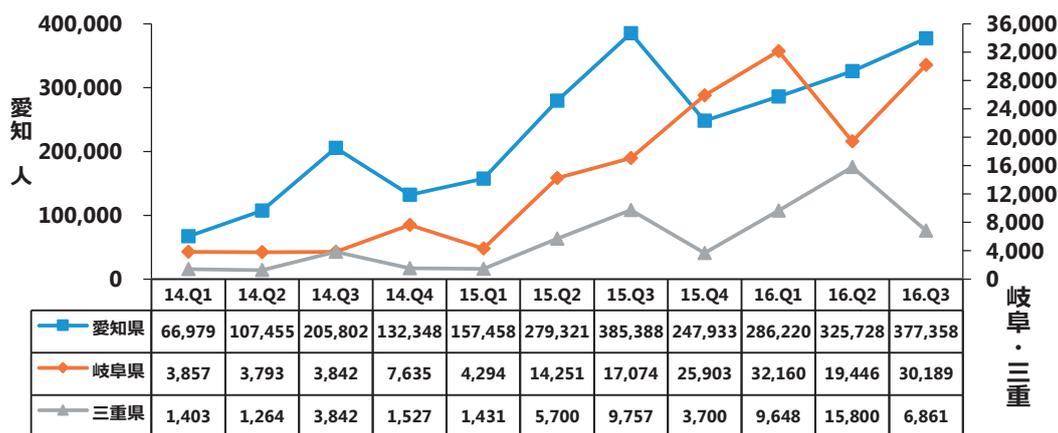
(※10) 試算方法は次のとおりである。

- ①都道府県別訪問率から都道府県別中国人観光客数(A)を求める。訪日中国人(観光客)(日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」)×都道府県別中国人観光客訪問率(観光庁「訪日外国人消費動向調査」付表2参考表6)=都道府県別中国人観光客数(A)。ただし中国人延べ宿泊者数が存在するにもかかわらず訪問率0%の県があるため、②~⑥で求める実宿泊者数補足値(C)で0を補足する。
- ②都道府県別中国人「従業員数10人以上の施設」延べ宿泊者数を、「全施設」延べ宿泊者数にする。都道府県別中国人延べ宿泊者数(従業員数10人以上の施設)×(都道府県別外国人延べ宿泊者数/都道府県別外国人延べ宿泊者数(従業員数10人以上の施設))=都道府県別中国人延べ宿泊者数(②③出所、観光庁「宿泊旅行統計調査」)
- ③都道府県別中国人延べ宿泊者数を、観光目的延べ宿泊者数にする。都道府県別中国人延べ宿泊者数×(都道府県別外国人延べ宿泊者数(観光目的の宿泊者が50%以上)÷都道府県別外国人延べ宿泊者数)=都道府県別中国人延べ宿泊者数(観光目的)
- ④都道府県別中国人延べ宿泊者数(観光目的)を、実宿泊者数にする。都道府県別中国人延べ宿泊者数(観光目的)÷(中国人観光客平均宿泊数÷中国人観光客平均訪問県数)=都道府県別中国人観光客実宿泊者数(B) ※平均訪問県数=「都道府県別中国人観光客訪問率」回答数47都道府県合計値÷回答者数全国値(④出所、観光庁「訪日外国人消費動向調査」)
- ⑤A=0の場合、都道府県別中国人観光客実宿泊者数(B)-都道府県別中国人観光客数(A)=都道府県別中国人観光客実宿泊者数補足値(C)
- ⑥都道府県別中国人観光客数(A)が0の県の数値を(C)で補足する。都道府県別中国人観光客数(A)+都道府県別中国人観光客実宿泊者数補足値(C)=都道府県別補足済中国人観光客数(D)
- ⑦Cを加えた結果、47都道府県合計値が増えてしまうため、増加分を補正する。都道府県別補足済中国人観光客数(D)÷(都道府県別補足済中国人観光客数(D)47都道府県合計値÷都道府県別中国人観光客数(A)47都道府県合計値)=都道府県別中国人観光客

愛知県は、2014年512,584人、2015年1,070,100人、2016年第1-3月期~7-9月期989,306人である。昇龍道の起点の1つである中部国際空港が位置し、さらにゴールデンルートと重なる愛知県は2015年に100万人を超えた。2015年の全国の訪日中国人観光客数が423万人であることから、

愛知県の中国人観光客数は決して小さな規模ではない。岐阜県は、2014年19,127人、2015年61,522人、2016年第1-3月期~7-9月期81,795人である。三重県は、2014年8,036人、2015年20,588人、2016年第1-3月期~7-9月期32,309人である。

図8 中部9県中国人観光客数（試算値）（2014年1-3月期~2016年7-9月期）



出所) 当財団推計。試算方法とデータの出所は注8を参照。

静岡県は、2014年240,614人、2015年577,842人、2016年第1－3月期～7－9月期648,089人である。ゴールデンルート（東京～富士山～京都・大阪）の静岡県は観光客が非常に多い。長野県は、2014年33,521人、2015年51,845人、2016年第1－3月期～7－9月期43,916人である。滋賀県は、2014年7,434人、2015年19,446人、2016年第1－3月期～7－9月期25,002人である。

富山県は、2014年3,613人、2015年17,908人、2016年第1－3月期～7－9月期17,813人である。石川県は、2014年5,352人、2015年27,252人、2016年第1－3月期～7－9月期43,432人である。福井県は、2014年1,751人、2015年4,701人、2016年第1－3月期～7－9月期4,837人である。北陸3県では、石川県の観光客数が比較的が多い。

（2）2020年の中国人延べ観光客数は、中部9県645万人、中部5県588万人、東海3県353万人、北陸3県26.6万人

中国都市部平均世帯年収と為替レートを用いて、2020年の中部9県、中部5県、東海3県、北陸3県の中国人延べ観光客数の将来値を推計した^(※11)。

図9が示すとおり、中部9県の中国人延べ観光客数は2016年で249万人である。中国経済の減速に伴い、2017年から2020年までに中国都市部平均世帯年収の増加率が足元の5.7%増から5.0%増まで減速する標準的なシナリオでは2020年に645万人（2016年比2.6倍）に達する。1県訪問すると1人と数える延べ観光客数であることから、中部9県を旅する中国人観光客が大幅に増加すること

がわかる。なお、2017年から2020年まで世帯年収増加率が3.0%ずつ増えていく下振れシナリオでは2020年は484万人（同1.9倍）である。そして2017年から2020年まで世帯年収が7.0%ずつ増えていく上振れシナリオでは2020年は775万人（同3.1倍）となる。中国経済の先行きが、中部9県の中国人延べ観光客数を大きく左右する。

中部5県の中国人延べ観光客数は2016年で235万人、2020年に5.7%増から5.0%増まで減速する標準的なシナリオでは588万人（同2.5倍）、世帯年収3.0%増の下振れシナリオでは444万人（同1.9倍）、世帯年収7.0%増の上振れシナリオでは705万人（同3.0倍）となる。中部9県とあまり差がみられないのは、中国人観光客が愛知県と静岡県に集中しているためである。

東海3県の中国人延べ観光客数は2016年で147万人、2020年に5.7%増から5.0%増まで減速する標準的なシナリオでは353万人（同2.4倍）、世帯年収3.0%増の下振れシナリオでは268万人（同1.8倍）、世帯年収7.0%増の上振れシナリオでは423万人（同2.9倍）となる。

北陸3県の中国人延べ観光客数は2016年で8.7万人、2020年に5.7%から5.0%増まで減速する標準的なシナリオでは26.6万人（同3.1倍）、世帯年収3.0%増の下振れシナリオでは19.2万人（同2.2倍）、世帯年収7.0%増の上振れシナリオでは32.7万人（同3.8倍）となる。北陸3県は伸びしろが大きい。

(※11) 推計方法は以下のとおりである。

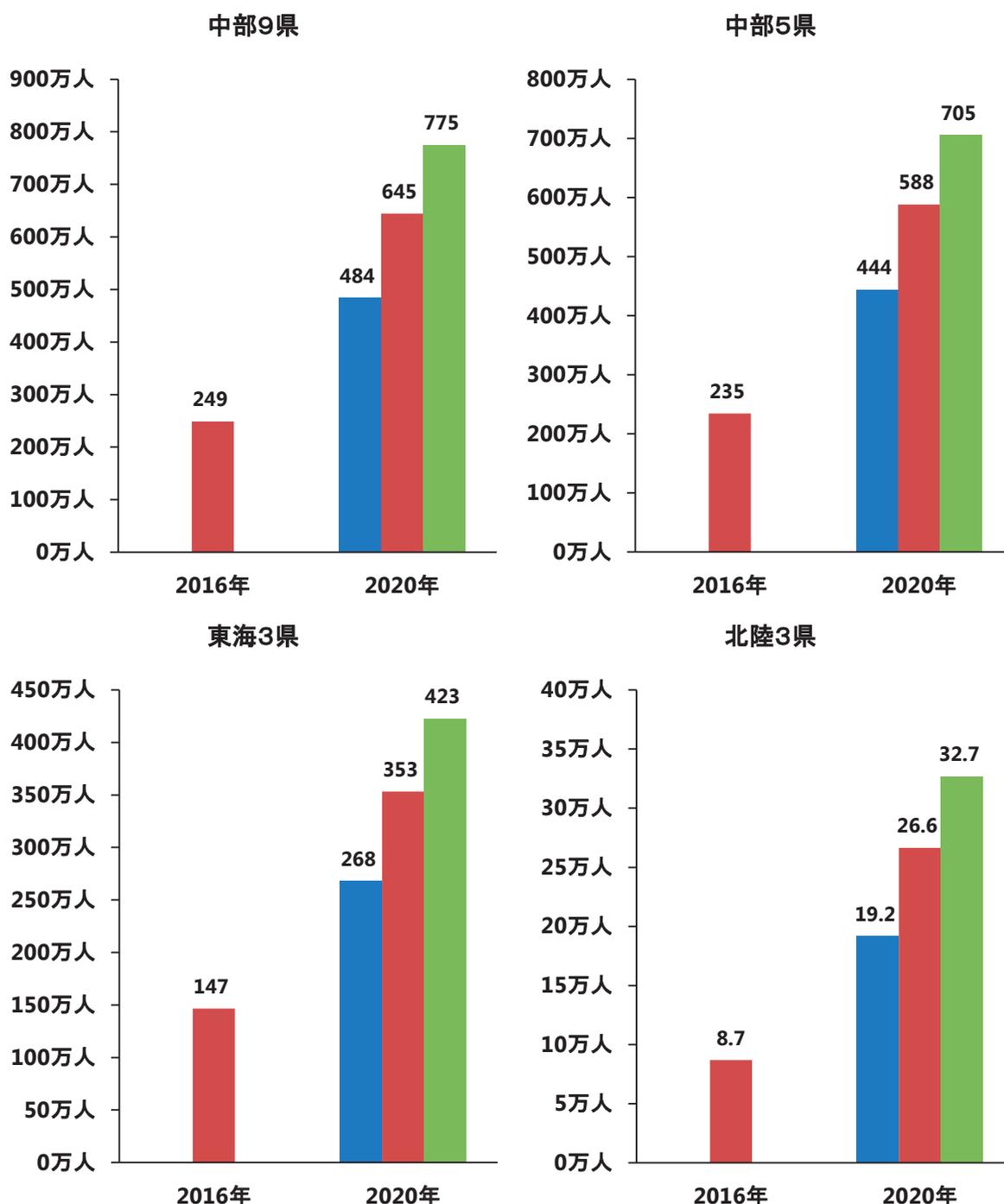
①2014年1－3月期から2016年7－9月期までの各県データのパネル分析を行った。被説明変数は中国人観光客数（図8で試算）、説明変数は、中国都市世帯実質可処分所得、為替レート（各県共通）である。経済が発展し一定の所得水準に達すると、海外旅行を楽しむ住民が増加する。円安になれば日本滞在費用が安く済むため、日本旅行を選択する消費者もいることから、この変数を選んだ。他の条件を一定としたとき、所得の増加は中国人観光客数を増加させる。

②中国都市世帯実質可処分所得は、中華人民共和国国家統計局中国経済景気観測中心編『中国経済景気月報』中国経済景気月報雑誌社、国家統計局住戸調査弁公室編（2012）『中国住戸調査年鑑2012』中国統計出版社、省別の統計年鑑を用いて、中国各省の都市住民1人当たり名目可処分所得・世帯人数・消費者物価指数から、省別の都市世帯実質可処分所得を作成した。

③観光庁「訪日外国人消費動向調査」第3表の中国人の中国居住地別都道府県別訪問率を用いて、居住地の都市世帯実質可処分所得を加重平均し、都道府県別の中国都市世帯実質可処分所得を作成した。東京以外は研修生・技能実習生が多いので、中国人観光客の居住地別都道府県別訪問率（全国値）を参考に、北京・上海・広東を優先的にカウント。

④2015年10－12月期～2016年7－9月期までの都市世帯実質可処分所得成長率（中国全国値）を幾何平均すると5.7%となる。陸暘・蔡ファン（2013）「調整人口政策对中国長期潜在増長率の影響」『労働経済研究』第1巻第1号、pp.35-50。が推計した2016年から2020年の潜在成長率のトレンドで補正し、2016年から2020年までに都市世帯実質可処分所得成長率が5.7%から5.0%まで減速すると仮定した。為替は2016年10～12月の加重平均1元＝15.96円とした

図9 中国人延べ観光客数（将来値）（2016年～2020年）



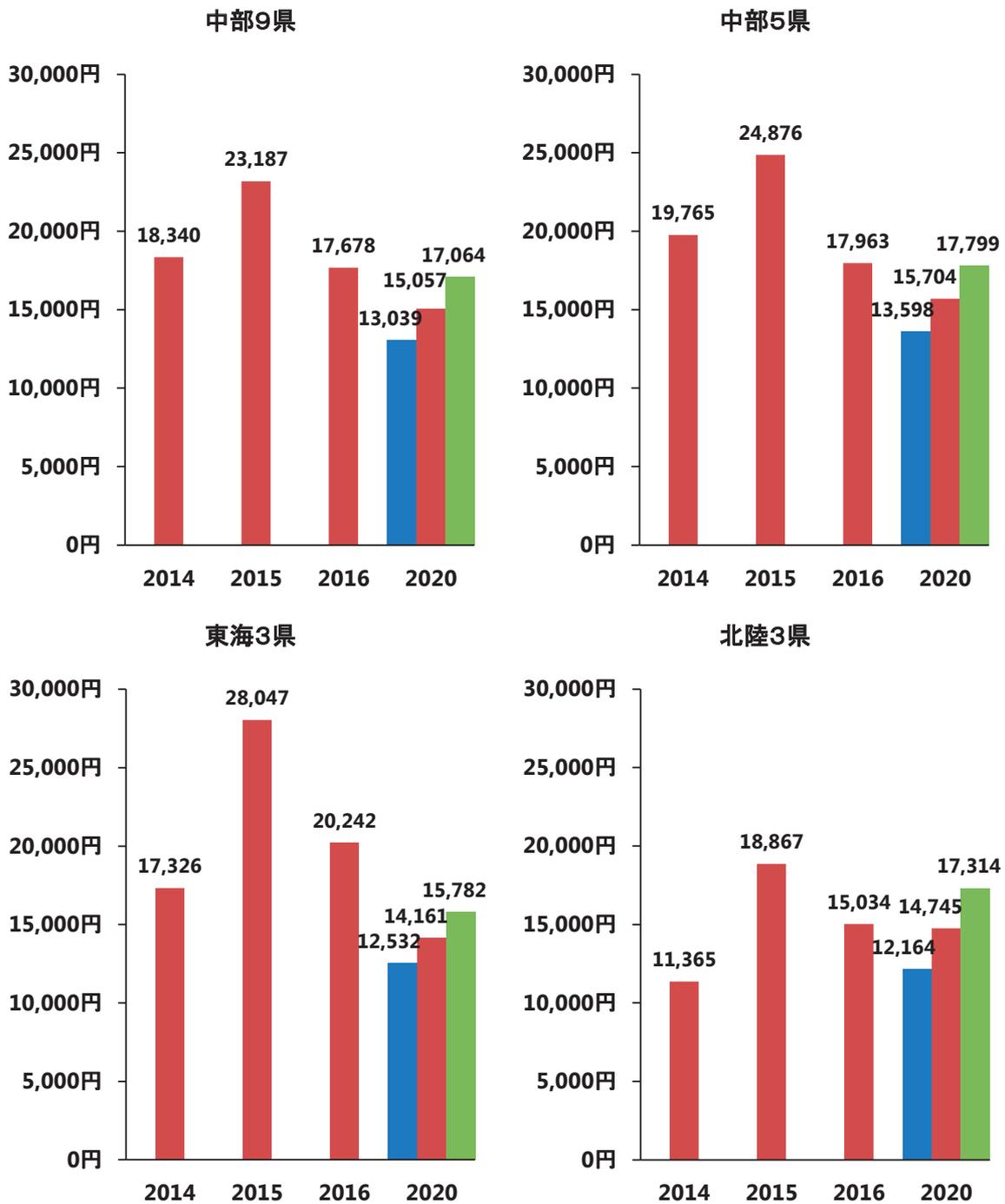
- 上振れシナリオ(世帯年収が毎年7%ずつ増加)
- 標準シナリオ(世帯年収が5.7%増, 5.5%増, 5.3%増, 5.2%増, 5.0%増と減速)
- 下振れシナリオ(世帯年収が毎年3%ずつ増加)

出所) 当財団推計。具体的な推計方法とデータの出所は注9を参照。
 注) 延べ観光客数は、1県訪問すると1人と数える。

(3) 2020年の中国人観光客1人当たり旅行消費額は、中部9県15,057円、中部5県15,704円、東海3県14,161円、北陸3県14,745円

中国人観光客の1人当たり買物代が低下した主な理由は、中所得層の増加に伴う中国人観光客平均所得の低下と円高元安であった。そこで円換算

図10 中国人観光客 1人当たり旅行消費額（将来値）（2015年～2020年）



- 円安シナリオ(2020年 1元=20円)
- 標準シナリオ(2020年 1元=15.96円)
- 円高シナリオ(2020年 1元=12円)

出所) 当財団推計。具体的な推計方法とデータの出所は注10を参照。

注) 旅行消費額には宿泊・飲食・交通・娯楽サービス・買物の各費用を含む。パックの日本国内支出や渡航費用は除く。

の中国人観光客平均世帯年収を用いて、2020年の中部9県、中部5県、東海3県、北陸3県の中国人観光客1人当たり旅行消費額（宿泊・飲食・交

通・娯楽サービス・買物代を含む）の将来値を推計した（図10）。日本に旅行する中所得層が今後4年間も増加し、中国人観光客の平均世帯年収は

低下していくと仮定している^(※12)。

中部9県の中国人観光客1人当たり旅行消費額は2016年で17,678円である。2016年10-12月期の為替レート（1元=15.96円）が2020年まで変化しない標準的なシナリオでは15,057円（2016年比▲14.8%）に低下する。円換算の中国人観光客の所得が低下しているため、旅行消費額も低下すると考えられる。2020年までに1元=20円（2015年6-7月のレート）になる円安元高シナリオでは17,064円（同▲3.5%）にとどまる。一方、1元=12円（2012年10-12月期のレート）になる円高元安シナリオでは、13,039円（同▲26.2%）とさらに落ち込む。為替レートの変化が中国人観光客の中部9県滞在中の消費に影響する。中部5県の中国人観光客1人当たり旅行消費額は2016年で17,963円、標準シナリオでは2020年に15,704円（同▲12.6%）、円安シナリオでは17,799円（同▲0.9%）、円高シナリオでは13,598円（同▲24.3%）となる。

東海3県では名古屋や中部国際空港で買い物をするため、2015年28,047円、2016年20,242円と、他地域と比べて爆買いピーク時の1人当たり旅行消費額が高い。しかしゴールデンルートと重なり団体旅行者が多いとみられる東海3県は、2020年までの4年間でさらに中所得層の観光客が増加し、中国人観光客の平均所得がより低くなるため、2020年には標準的なシナリオでは14,161円（同▲30.0%）、円安シナリオでは15,782円（同▲22.0%）、円高シナリオでは12,532円（同▲38.1%）と大幅に落ち込む。

北陸3県の1人当たり旅行消費額は、中国人観光客の買い物が少ないため、2016年15,034円と低い。しかしリピーターなど個人旅行者が多いため、中所得層がこれから増加しても、中国人観光客の

平均世帯年収の低下は緩やかなものになるため、2020年には標準シナリオで14,745円（同▲1.9%）と僅かに減少する。円安シナリオでは2016年を超える17,314円（同15.2%）、円高シナリオでは12,164円（同▲19.1%）となる。

（4）2020年の中国人観光客旅行消費額は、中部9県970億円、中部5県924億円、東海3県500億円、北陸3県39億円

表3は、2016年と2020年における中国人観光客旅行消費額を示している。図9で試算した中国人観光客数に、図10で試算した中国人観光客1人当たり旅行消費額を乗じて求めた。

中部9県の中国人観光客旅行消費額は2016年で440億円である。2020年は、図9の3つのシナリオ（下振れ、標準、上振れ）に図10のシナリオ（円高、標準、円安）を掛け合わせた9つのシナリオの試算結果を示している。標準×標準シナリオでは2020年に970億円（2016年比120.5%増）に増加する。円安×上振れシナリオでは1,323億円（同200.7%増）、円高×下振れシナリオでは631億円（同43.4%増）である。いずれのシナリオでも中国人観光客旅行消費額が増加する。

中部5県の中国人観光客旅行消費額は2016年で422億円、標準×標準シナリオでは2020年に924億円（同119.0%増）に増加する。円安×上振れシナリオでは1,256億円（同197.6%増）、円高×下振れシナリオでは604億円（同43.1%増）である。いずれのシナリオでも旅行消費額は増加する。

東海3県の中国人観光客旅行消費額は2016年で297億円、標準×標準シナリオでは2020年に500億円（同68.4%増）に増加する。円安×上振れシナリオでは667億円（同124.6%増）、円高×下振れ

(※12) 推計方法は以下のとおりである。

①2014年1-3月期から2016年7-9月期までの各県データのパネル分析を行った。被説明変数は中国人観光客1人当たり実質旅行消費額（観光庁「訪日外国人消費動向調査」第9表、15年から第8表）、説明変数は、円換算で求めた中国人観光客実質平均世帯年収である。ほかの条件を一定としたとき、世帯年収の増加は中国人観光客1人当たり旅行消費額を増加させる。
 ②中国人観光客一人当たり実質旅行消費額は、県別消費者物価指数で実質化（2011年4月基準）した。旅行消費額は2015年から定義が変わっているが、中部9県では1泊当たりと旅行1回当たりでは大きな違いがないと考えた。
 ③表2と同様に求めた月収を12倍し世帯人員数を用いて世帯年収に変えた。『中国出境旅游発展年度報告2016』から中国都市別の海外旅行者所得分布を用いて、都市別の世帯年収を作成。図9同様に、中国人の中国居住地別都道府県別訪問率を用いて、都市別世帯年収を加重平均し、都道府県別の中国人観光客実質平均世帯年収を作成した。
 ④中国人観光客実質平均世帯年収（全国値）は2015年に-6.1%、2016年に-5.5%であった。同様のトレンドで毎年0.6%ずつ上昇し、毎年増える中間層が徐々に減少し2020年までに-3.1%まで上昇すると仮定した。

表3 中国人観光客旅行消費額（将来値）（億円）

2016年

中部9県	中部5県	東海3県	北陸3県
440	422	297	13

中部9県（2020年）

観光客数	下振れ	標準	上振れ
1人当たり旅行消費額			
円高	631	840	1,011
標準	729	970	1,167
円安	826	1,100	1,323

中部5県（2020年）

観光客数	下振れ	標準	上振れ
1人当たり旅行消費額			
円高	604	800	959
標準	698	924	1,108
円安	791	1,047	1,256

東海3県（2020年）

観光客数	下振れ	標準	上振れ
1人当たり旅行消費額			
円高	336	443	530
標準	379	500	599
円安	423	557	667

北陸3県（2020年）

観光客数	下振れ	標準	上振れ
1人当たり旅行消費額			
円高	23	32	40
標準	28	39	48
円安	33	46	57

出所) 図9と図10の結果より当財団試算。

注) 上振れシナリオ（世帯年収が毎年7%ずつ増加）・標準シナリオ（世帯年収が5.7%増、5.5%増、5.3%増、5.2%増、5.0%増と減速）・下振れシナリオ（世帯年収が毎年3%ずつ増加）の中国人観光客数に、円安シナリオ（2020年1円=20円）・標準シナリオ（2020年1円=15.96円）・円高シナリオ（2020年1円=12円）の中国人観光客一人当たり旅行消費額を乗じて求めた。

シナリオでは336億円（同13.1%増）である。いずれのシナリオでも旅行消費額は増加する。中部9県の他地域と比べると中国人観光客は緩やかに増加し中国人観光客の平均所得は大きく低下するため、旅行消費額の伸びはそれほど高いものとはならない。

北陸3県の中国人観光客旅行消費額は2016年で13億円、標準×標準シナリオでは2020年に39億円

（同200.0%増）に増加する。円安×上振れシナリオでは57億円（同338.5%増）、円高×下振れシナリオでは23億円（同76.9%増）である。いずれのシナリオでも旅行消費額は増加する。北陸3県は、中国人観光客の伸び率は中部9県の中で高く、さらに中国人観光客の平均世帯年収も比較的に高いものになるため、旅行消費額の伸び率は高い。

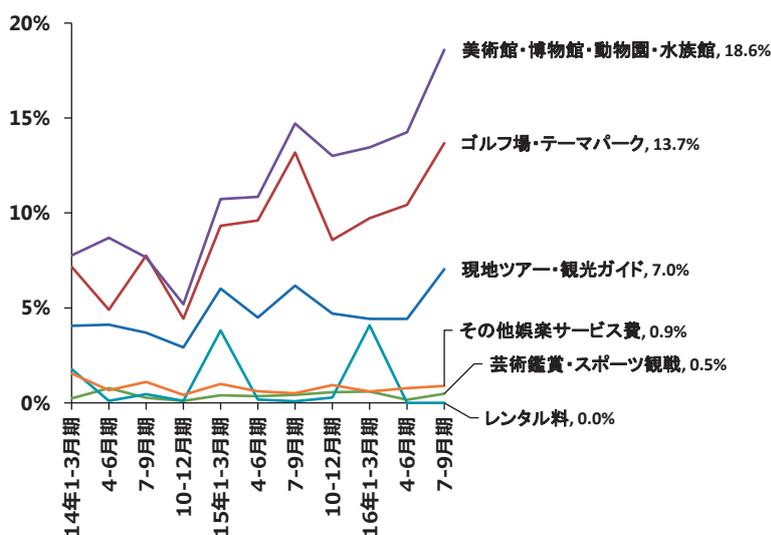
3. 全国の体験型消費の動向と中部9県の今後

- (1) 全国の訪日中国人観光客が美術館・博物館・動物園・水族館を訪問する割合が上昇しているものの、客単価は高くない
爆買い縮小期に入り中国人観光客1人当たり旅

行消費額や1人当たり買物代は低下している。中部9県でも、今後の1人当たり旅行消費額の低下が予測される。そこで買い物といったモノ消費から体験型消費といったコト消費が注目されている。

図11は訪日中国人観光客の日本滞在中消費内訳の娯楽サービス費目の購入者率を示しているが、美術館・博物館・動物園・水族館が爆買いピーク

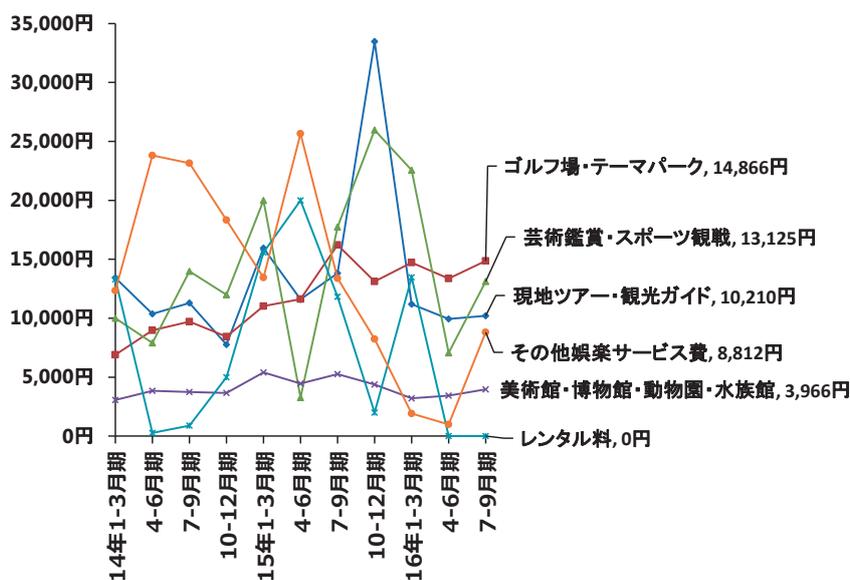
図11 訪日中国人観光客の娯楽サービス商品別購入者率（2014年1-3月期～2016年7-9月期）



出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」(参考表4、2015年より参考表5)より当財団作成。

注) 購入率は訪日外国人消費動向調査の中国籍回答者(観光・レジャー目的)が当該商品を購入した割合を示す。娯楽サービス費目を表している。

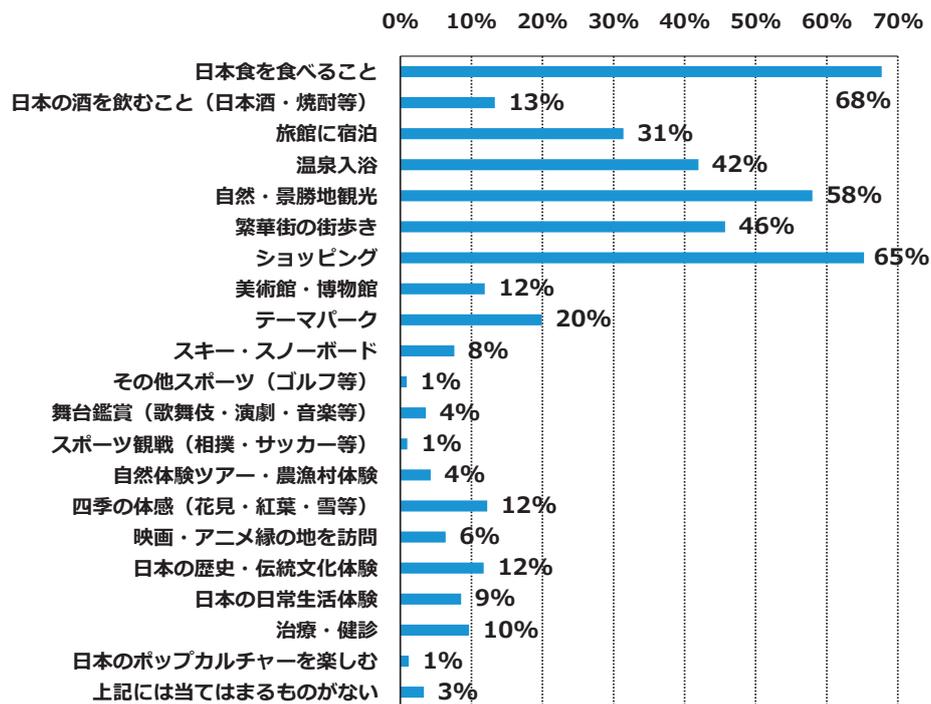
図12 訪日中国人観光客の娯楽サービス商品別客単価（2014年1-3月期～2016年7-9月期）



出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」(参考表4、2015年より参考表5 購入者単価)より当財団作成。

注) 購入者一人当たり消費額を意味する。娯楽サービス費目を表している。

図13 「訪日前に期待していたこと」と回答した中国人観光客の比率（2015年10-12月期～2016年7-9月期の平均）



出所）観光庁「訪日外国人消費動向調査」（参考表8）より当財団作成。
 注）複数回答の設問である。回答には季節性が存在するため、直近4四半期の回答数の加重平均とした。

期以後も購入者率を高め、2016年7-9月期は18.6%に上昇している。ゴルフ場・テーマパークは、ほとんどがテーマパークと思われるが、爆買いピーク時の水準の13.7%に回復している。

図12は、訪日中国人観光客の娯楽サービス費目の商品別客単価を示している。購入率が高い美術館・博物館・動物園・水族館は3,966円と客単価が低い。ゴルフ場・テーマパークは爆買い縮小期においても客単価を上昇させ、2016年7-9月期は14,866円となった。なお、ほかの費目は回答数が少ないため四半期によって変動が大きくなっている。

（2）訪日中国人観光客の需要を取りこぼしている体験型消費は、スキー、映画・アニメ聖地巡礼、治療健診

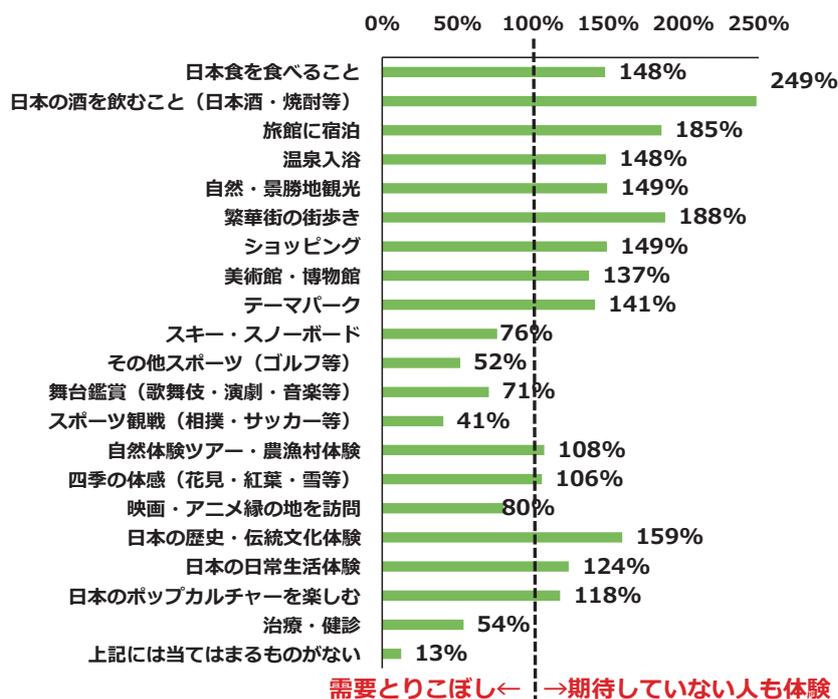
体験型消費の今後を考察する上で重要な視点は、中国人観光客が日本旅行に対して期待している点を逃さないことである。図13は、訪日前に期待していた体験に対する中国人観光客の比率を表している。最も高いのは「日本食を食べること」で68

%、ほかにショッピングが65%、自然・景勝地観光が58%、繁華街の街歩きが46%、温泉入浴が42%である。

図14は中国人観光客へのアンケート「今回したこと回答数」÷「訪日前に期待していたこと回答数」を行い、訪日前に期待していた体験を実際に体験できた比率を算出したものである。100%を下回る体験は中国人観光客の需要を取りこぼしていることになる。スキー・スノーボードが76%、その他スポーツ（ゴルフ等）が52%、舞台鑑賞（歌舞伎・演劇・音楽等）が71%、スポーツ観戦（相撲・サッカー等）が41%、映画・アニメ縁の地を訪問が80%、治療健診が54%である。このうち訪日前に期待していた人の比率（図13）が比較的に高いのは、スキー・スノーボード、映画・アニメ縁の地を訪問、治療健診である。

2016年12月2日より公開され中国でも大ヒットの映画「君の名は。」の聖地である岐阜県飛騨市など、中部9県には映画・アニメの聖地があり、スキー場も少なくない。富裕層が望む条件を整えれば、医療ツーリズムも増える可能性がある。

図14 中国人観光客が訪日前に期待していた体験を達成できた割合（2015年10-12月期～2016年7-9月期の平均）



出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」(参考表8)より当財団算出。

注) 「今回したこと回答数÷訪日前に期待していたこと回答数」として算出した。100%を上回ると訪日前に期待していなかった観光客を集客、100%を下回ると需要取りこぼしを意味する。四半期の回答数の加重平均である。

100%を上回る場合、期待していなかった人も体験したことになるが、150%前後にまで達している体験も多いことから、中部9県に強みのある自然体験や農業村体験、四季の体感はまだ伸びしろがある。具体的な取り組みとしては、世界遺産の白川郷では、合掌造り集落の田んぼでの衣装を着た田植え・稲刈りの体験型観光を検討するなど動きもみられる。^(※13)

図14の設問に挙げられている体験をした回答者の7～8割は「満足」と答えている。訪日前に期待をしている人はもちろん、期待していない人にも体験してもらうことが、中国人観光客に良い旅の思い出を残し、リピーター客の獲得につながるだろう。

(※13) 2016年10月8日白川郷観光協会より当財団聞き取り。