

# 日本における中国人観光客の消費現状及び今後の展望

遼寧社会科学院東北亜研究所副研究員

ERINA 招聘外国人研究員

秦兵

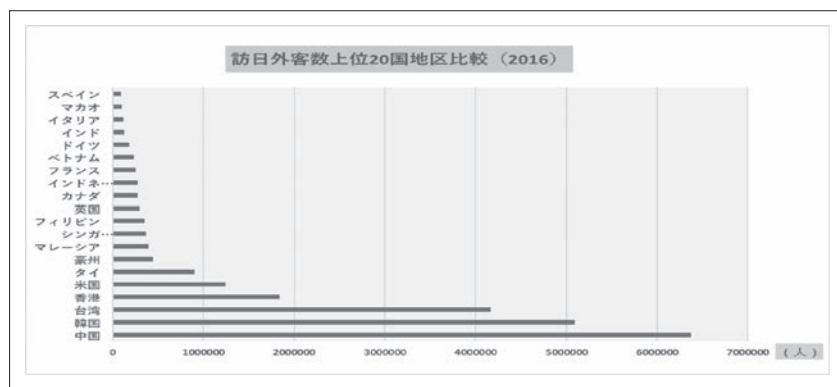
## はじめに

日本が観光立国戦略を確立して以来、政府の各省庁が協調しながら、あらゆる政策と措置が行われた。その後、外国人観光客数は急速に拡大した。2007年から2016年の9年間で、訪日外国人観光客は約3倍に増え、2016年には、2020年の外国人観光客を年間2000万人誘致する

という予定目標を達成した。その2016年の訪日外国人観光客数の中で、中国大陸の出身者は最も多く、その次に韓国が続いている（図1）。2020年の東京オリンピックが近づくにつれて、訪日外国人観光客は、さらに増加することが見込まれる。以上のことから日本の観光立国戦略は、この国の経済成長モデルや主導産業の新しい展開に重要な役割を果たしている<sup>1</sup>。

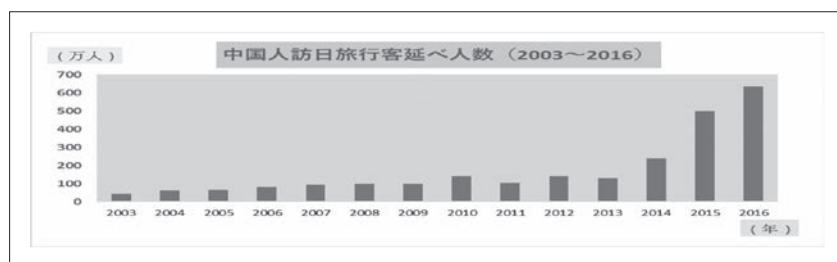
近年、釣魚島事件の影響で中国における反日感情が高まっているが、逆に、日本を訪れる中国人観光客は毎年増え続けている。2013年に日本を訪問した中国人観光客は131万人だったものが、2014年には240万人、2015年には499万人と急速に増加している。さらに、2016年に637万人を超えた（図2）。中国人観光客の巨額な消費は日本企業の業績を改善させ、多くの業績不振にあえぐ企業に貢献した。またこの膨大な消費額は日本の生産を促進し、日本経済や各産業の発展を大いに促進した。時間がたつにつれて、中国人観光客の消費方式も変わり、徐々に商品消費からサービス消費に変化した。この変化も日本の各産業の発展にある程度の影響が出るのが予想される。

図1 訪日外客数上位20国、地区比較（2016年）



出所：日本政府観光局（JNTO）公表資料より筆者作成

図2 中国人訪日旅行者延べ人数（2003～2016）



出所：日本政府観光局（JNTO）公表資料より筆者作成

図3 中国人訪日人数と中日為替レート比較（2003～2016）



出所：日本政府観光局（JNTO）公表資料；Principal Global Indicators 資料より筆者作成

## 1. 中国人訪日観光客が増加した要因

### (1) 人民元に対する日本円が下落

安倍政権によるアベノミクスとよばれる一連の経済政策が日本で実施されて以来、日本円は急速に下落し、それに伴い、人民元に対する為替レートも大幅に下がった。2012年12月26日、安倍氏が再び日本首相になった時、人民元に対する為替レートは100円対7.24元であったが、この数値は2016年12月30日には、5.97円に下落した。日本円の下落は、日本における中国人旅行者の消費にとって有意に働く。潜在的な中国人旅行者は、現在こそ日本への旅行にとって有利な機会であると認識している。以上のことから日本円の下落は中国人訪日観光客増加の要因の一つであると言える（図3）。

### (2) 訪日旅行の交通手段の改善

新しいチャーター便の開通や大型ク

<sup>1</sup> 詳細は凌（2013）

ルーズ船など、交通手段の選択肢が増え、中国人旅行者にとっての利便性が増した。中日両国間の航空ルートには、両国の大規模航空会社だけでなく、新しい中国の低価航空会社も続々と参入して日本ルートを開拓し、中国人訪日観光客に、より多くの価格選択肢を提供している。中日両国間に運航するクルーズ船も輸送量の優位性を発揮し、多くの中国人購買者を日本に運んだ。

### (3) 日本政府による訪日旅行者増加のための様々な政策の実施

安倍政権はビザ政策を緩和し、2014年10月の買い物客に対する新たな免税政策の実施と、消費税免税範囲の大幅な拡大により、中国人訪日旅行者の増加に繋がった。また、日本の旅行産業は中国の旅行者に中国語サービスと有用な支払い方法を提供し、中国人訪日客の旅行と買い物の障害を大幅に取り除いた。さらに日本政府は2017年5月8日に、中国人観光客訪日の増加を目的として、中国人訪日ビザの申請条件を緩和し、マルチビザに必要な経済条件を下げることや、訪日一次ビザの申請資料を簡略化するなどの一連の政策を取った。こうした政策により増加した訪日旅行者の目的地として、名古屋、福岡など地方都市が目立った。日本政府がビザ政策を緩めるにつれて、中国人訪日旅行者の数は大きく増加することが見込まれる。2017年には、800万人という新しい目標を超えることが予想される<sup>2</sup>。

### (4) 日本政府観光局が日本の旅行資源を強力に推奨

訪日海外旅行者の増加を管轄する政府機関である日本政府観光局は、日本の観光資源の宣伝や、日本の観光業に関する環境の最適化に責任を負う。日本政府観光局は海外に13ヶ所の事務所を設置し、その内、中国には北京、上海と香港の3ヶ所に事務所を設置している。このことから、中国の旅行消費市場を日本の旅行業界がいかに重視しているかを測る

ことができる。日本政府観光局と旅行会社が共に広告で販売促進を図ることや、それにより潜在的な旅行者に記念品を贈るといったような宣伝活動を行っている。また、積極的に中国で開かれる各種の旅行博覧会に参加し、辛抱強く疑問に回答する。このような努力によって、中国の潜在的旅行消費市場の開発、中国人訪日旅行予備軍を育てるなど、中国人旅行者の掘り起こしを行っている。

### (5) 中国の SNS の作用

日本政府観光局北京事務所の手段として、中国の SNS を利用した訪日旅行先に関する情報等の発信がある。例えば、微博、微信などである。また、多くの日本から帰ってきた中国観光客は微博、微信などを使って、自分の日本の旅の過程を公表する。これらの見聞と日本に関する印象は SNS によって広く拡散し、発信され、日本の観光資源の幅広い紹介と宣伝に有用である。日本における観光のイメージアップには、中国の SNS が大きく作用した。

### (6) 日本文化の吸引力が訪日旅行を後押し

近年、多くの日本ブランドが中国で大きく広がっている。その内、無印良品、ユニクロのような流行ブランドが代表する生活スタイルはしだいに中国の若者と中流階層家庭に歓迎され、受け入れられている。日本のテレビドラマ、アニメなどの創作物や IT 製品も多くの若者を刺激し、“原産国”である日本を見学するために日本へと向かう。したがって、中国における日本文化熱も中国人旅行者をひきつけ、中国人の訪日消費を促す大事な要因である。

### (7) 中国に対する旅行観光戦略が奏功

日本政府は2003年から、訪日観光客を吸引する“Visit Japan”プロジェクトを実施に移し、その取り組みにより毎年1000万人を受け入れることを目標とした。この目標は既に2013年に実現し、その内中国

人観光客は143万人に達した。中国は、既に世界に注目される最大の旅行者の送り出し国となった。今、日本を訪問するために、日本の各地で、積極的に旅行の宣伝と紹介を行い、中国や他の国の観光客を呼び込んでいる。旅行業も日本経済と日本の地方経済を支える重要な産業の一つとなっている。

## 2. 中国人訪日観光客の消費傾向の変化

### (1) 2016年以前の中国人訪日観光客消費傾向と主要な特徴

日本政府の統計によれば<sup>3</sup>、2016年までに中国人訪日観光客の「爆買い」金額は、大幅にその他の国々の消費額を超えていた。中国人訪日観光客の多くは小売消費を目的とし、カメラ、腕時計、電子製品、ブランド品の鞆のような高額商品に対する支出が多く、2014年の一人当たり平均消費は、約23万1753円であった。その後、円高になり、さらに中国の関税制度が厳しくなり、中国人訪日観光客の消費趨勢は変わった。以前のような金の時計やブランド鞆の購入から、オムツや化粧品などへと変化した。また、トイレットリーに消費が集まったり、炊飯器やストッキングが売れ切れるまで買われたりしており、親戚や知人の口コミによる情報に基づく電器、薬品などの日用品が訪日買い物旅行での必須の購入品になっている。訪日客による贅沢品の売り上げが下落する中で、中国人訪日観光客による日用品への支出は、いまだに旺盛である。

### (2) 2016年以後の中国人訪日観光客の新しい変化、特徴

2016年以後、中国人訪日観光客の思考や、消費行動と旅行への需要対象が変化した。中国人訪日観光客の変化は、主に以下の4点に集約される。

#### 1) 中国人訪日観光客の一人当たりの平均消費金額の減少

最近の日本観光庁の訪日外国人旅行

<sup>2</sup> 人民網、日本頻道

URL <http://japan.people.com.cn/n1/2017/0518/c35421-29283267.html> (2017年6月30日確認)

<sup>3</sup> 日本政府観光庁 (2014)

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryu/toukei/syouthityousa.html>

客消費調査の結果によると、2016年第3四半期の中国人訪日観光客の一人当たりの消費金額は10万1964円であり、3四半期連続で減少している。2015年の上半期には、中国人訪日観光客の一人当たりの平均消費金額が17万6975円であった。中国人訪日観光客の一人当たりの平均消費金額は減少しているが、訪日旅行者の総人数が増加しているため、消費総額自体は未だに増加している。

## 2) 中国人による「爆買い」バブルの終焉

日本百貨店協会の統計によると、2016年5月の全国百貨店売上高は4629億円と、既存店ベースで前年同月比5.1%減少した。マイナスは3カ月連続である。免税品売上高が2カ月連続で前年割れし、中国人観光客らによる「爆買い」の減速傾向が一段と鮮明になった<sup>4</sup>。2015年に中国人訪日観光客の多くは日本の百貨店で高級鞆と腕時計などのブランド品を買い、また、電器店で炊飯器などを買う傾向にあった。しかし、2016年にはブランド品を買うより、化粧品、医薬品、日用品、食品を買う傾向に変化し、訪日観光客の購買対象が贅沢品から、生活必需品へと変わっている。

## 3) 「購買消費」から「体験消費」への変化

日本観光庁の訪日外国人の消費動向によると、2017年1-3月期の訪日旅行者の満足度に関する調査結果において、今回の日本滞在中にしたことの満足度を尋ねた結果、「満足した」と回答した人の割合は「日本食を食べること」(92.2%)、「スキー・スノーボード」(91.2%)、「テーマパーク」(90.3%)、「日本の日常生活体験」(90.1%)、「自然・景勝地観光」(89.4%)の順で多かった。ショッピング(87.3%)は、13位である<sup>5</sup>(図4)。よく知られているように、中国訪日観光客の嗜好は北海道の景色の鑑賞と箱根などの温泉体験であり、中国人訪日観光客の関心は既に「購買」以外にまで拡散している。中国人訪日観光客はいつそう

日本式「美」と「癒し」を体験することを好み、旅行先の日本で美容室なども訪れるようになった。日本の旅行会社JTBの統計によれば、2016年で中国人訪日観光客の旅行目的地を見ると、地域の分散化がはっきりしている<sup>6</sup>。JTBの旅行予約ネットでは、世界遺産白川郷が位置する岐阜県と長野県は、春節における最盛期の宿泊予約人数が2015年の3倍に増加している。商品消費以外を求め、多くの中国人訪日観光客が地方都市に旅行体験に行きたいという変化を表している。中国人訪日観光客の動機は、単純な購買消費から旅行観光、日本式サービスなどの体験消費領域に広がり、当地での特有の文化と日本風情の体験へと変化しているのである。

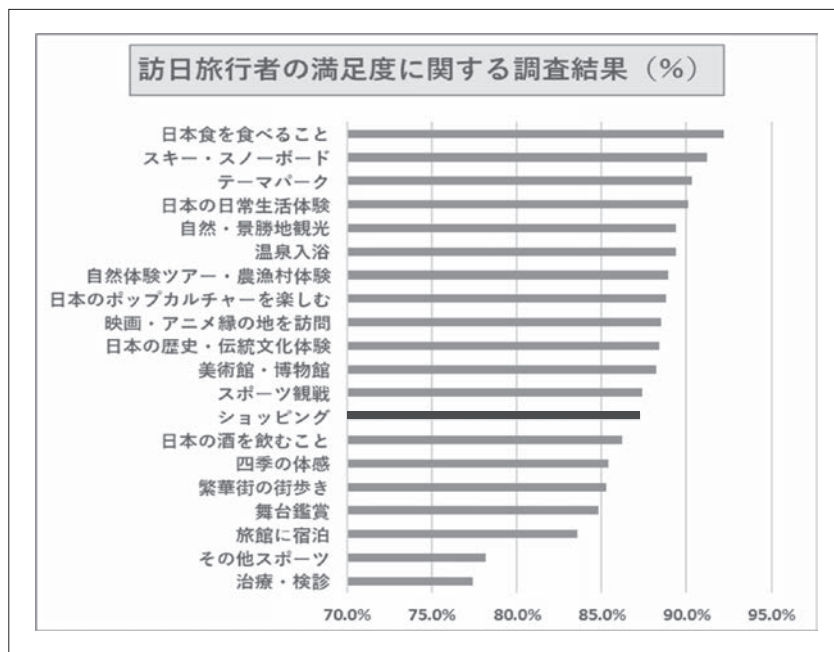
## 4) 「購買消費」から医療旅行への拡大

2010年に日本政府は医療ビザを増設し、医療旅行の開拓を図っている。例えば、岡山県は医療旅行を打ち出し、岡山一大連の往復航空便を利用する5日間の日程で、岡山市で癌PETの検査を行う以外、東京、大阪と神戸などの都市を觀

光する。費用総額は人民元で4万9800元になる。この旅行には通訳者が付き、現場で通訳をする。また、診断報告書及びCD映像資料は中国語に翻訳され、2週間以内に受け取ることができる。この過程の中で、参加者は岡山市で健康診断を受ける以外、金閣寺、大阪城と兵庫県買い物スポット等を訪れ、有馬温泉に宿泊する<sup>7</sup>。現在、日本で診断を受ける訪日富裕層は不断增加しており、医療ビザを申請する人さえも現れ、毎年複数回の訪日で体の検査と診断を受ける。医療目的の訪日外国人は、医療保険を申請できず、全額を自己負担しなければならないが、それを考慮しても、中国人富裕層はアヒルが群れをなして、えさに集まってくるかのように訪れている。彼らは、旅行を楽しみながら、検査や診察を受けられることを一挙両得であると考えている。

日本観光庁は中国人訪日観光客の「爆買い」が減少している理由を以下のようにまとめる。①2015年までは、多くの中国人富裕層が初めて日本を訪問した。しかし、

図4 訪日旅行者の満足度に関する調査結果(2017年1-3月期)



出所：日本観光庁のデータより筆者作成

<sup>4</sup> 時事通信(2016年6月20日)

URL <https://news.yahoo.co.jp/pickup/6204930> 2017年6月30日確認

<sup>5</sup> 日本政府観光庁(2017)

<sup>6</sup> 日本経済新聞、産業聚焦

URL <https://cn.nikkei.com/industry/tradingretail/18286-20160217.html> (2017年6月29日確認)

<sup>7</sup> 宋(2011)

2016年に入り、多くの富裕階層のリピーターが日本を訪問し、中所得水準の観光客も増加した。このような変化に伴い、高額商品から日用品への興味が大きくなった。②2016年4月から、中国人観光客が中国に戻る際、より高い関税がかかるようになった。これにより、一層の高関税の贅沢品の消費減少を招き、購買対象が生活日用品へ変わった。③円高が進行した。2015年に比べ、2016年には日本円が人民元に対して、急速に円高方向に振れるという変化が現れた。中国外貨取引情報センターによると、2017年4月30日の人民元為替レートは100円対6.20円である。円高により、中国人訪日観光客の旅行購買が影響を受けた。

また、2015年に日本は中国人の旅行先の国で第1位に選ばれたが、2016年にはタイと韓国が順位を上げ、日本は3位に低下した。中国経済発展の形勢が弱くなったことを背景に、円高と元安によって、日本に旅行するコストが高くなったことが挙げられる。中国人訪日旅行者は、ある程度他の国に分散している。しかし、中国人観光客の消費額はいまだ持続的に拡大し、2016年に1兆4754億円に達した(図5)。2016年の訪日旅行者の消費額を見ると、中国が首位を占め、2位は台湾、3位は韓国、それに続く4位と5位はそれぞれ香港とアメリカである。以上の5か国の日本における消費は、全ての国・地域合計の76.5%を占める<sup>8</sup>。

### 3. 中国人訪日観光客の日本経済に対する影響

2015年に日本を訪問した中国人観光客は約500万人であり、その前の年より107%増加し、中国人観光客が日本の最大の顧客になった<sup>9</sup>。2015年時点において中国観光客による日本での消費は旺盛であり、外国人旅行者の消費額に占める中国人観光客の割合は大きいと考えられる。近年、日本は消費税負担と人口減少などの原因で、国内市場の低迷を経験している。中国人訪日観光客の急激な増加は、こうした日本国内市場に活気を与えて、日本の関連企業に莫大な利益をもたらした。中国人訪日観光客は、日本の各産業に積極的な影響を与えていると言える。

#### (1) 中国人訪日観光客の日本の旅行業、小売業に対する影響

JR 東日本、東海、西日本という日本の3大鉄道会社は、2015年3月の決算で揃って史上最高益を達成した<sup>10</sup>。全日空(ANA)と日本航空(JAL)グループが発表した2016年3月期(2015年4月1日～2016年3月31日)連結決算によれば、ANAは国際線事業の拡大で大幅躍進し、JALではコスト圧縮で2ケタ増益した。JALでは成田/ダラス・フォートワース線のほか、羽田/上海(浦東)・広州線、羽田/北京線など羽田発着の中国線を拡充すると決めた<sup>11</sup>。

日本観光のピーク期には、日本のホテルの中で、中国人が多くて問題が生じるほどにまでなった。今でも日本の主要な旅行

都市のホテルの稼働率は高水準を保っている。日本の百貨店や商店も門前雀羅を張る状況から絶え間なく人の波が続くまでになり、利益が大幅に増えた。日本の旅行業、小売業は中国人訪日観光客に強力に支えられていると言っても過言ではない。

#### (2) 中国人訪日観光客の日本の家電業界に対する影響

中国人訪日観光客が買う人気商品の一つは日本の家電製品であり、購買力は絶えず持続している。従って、日本のソニー、東芝、パナソニックなどの電機メーカーは中国人訪日観光客の動きから、商機が見えてきた。今、これらの有名な電機メーカーは新たな戦略を実行し、中国の顧客の需要に対応するために家電製品の生産を拡大している。中国人訪日観光客が日本の家電製品を購入する新たな顧客になってきた。

#### (3) 中国人訪日観光客の日本の医薬品に対する影響

2016年以後、中国人訪日観光客が購入する商品が変化し、日本の医薬品が需要の高い商品の一つになった。その中でも、日本の小林製薬の風邪薬、痛み止め薬などが特に人気がある。小林製薬は中国人消費者の特徴を掴み、商品の包装を漢字とイラストで示した包装に変え、実際に業績を伸ばし、2016年の第2四半期から第4四半期までの売り上げは前年同期の3倍になった。今、日本の医薬品において、中国人訪日観光客も新しい主要な購買者になったのである。

#### (4) 中国人訪日観光客の日本の化粧品、日用品業に対する影響

今までは、日本の高齢化によって、化粧品業界が苦境に陥り、既に国内市場が縮小する状況が現れている。しかし、中国人訪日観光客がこの状況を変えてきた。中国人訪日観光客の巨額の購買需要で、日本の最大の化粧品メーカー資生堂が日

図5 中国人訪日観光客消費額変化(2010～2016)



出所: 日本政府観光庁統計資料より筆者作成

<sup>8</sup> 日本政府観光庁 (2016)

<sup>9</sup> 日本政府観光庁「2015年 過去最高の1,973万7千人!! 45年ぶりに訪日外客数と出国日本人数が逆転。」(平成28年1月28日、プレスリリース)

<sup>10</sup> 日本経済新聞 (2015年10月30日) <http://www.nikkei.com/article/DGXLZ093483580Q5A031C1D1TD000/>

<sup>11</sup> トラベルボイス観光産業ニュース (2016年5月6日) <https://www.travelvoice.jp/20160506-66269>

本国内で新しい工場を作ると宣言した。目標として2020年に生産を開始するとしたが、これは資生堂が37年ぶりに日本国内に新たな工場を設置することになる<sup>12</sup>。また、化粧品メーカーコーセーは、中国人観光客の購買需要に対応するために、60億円を投じて、群馬工場の高級化粧品の生産量を増やし、生産能力を8割増加させた<sup>13</sup>。さらに、花王は既に日本国内の2つの生産ラインをオムツ生産専用切り替え、将来的には2~3年の間に、毎年300億円を投資して、国内外のオムツ工場を充実させる<sup>14</sup>。ライオンも国内の工場で、中高級の歯ブラシを増産することを決定した<sup>15</sup>。最近、日本のコンドームも中国人がよく購買し、日本相模ゴム工業、岡本などの業績が不振となる中、中国人訪日観光客が日本のコンドーム企業を復調させた。中国人訪日観光客の巨額の消費は、日本化粧品と日用品業界が拡大再生産する主要な源泉である。

### (5) 中国人訪日観光客の日本の医療産業に対する影響

訪日医療旅行の中国富裕層旅行者数の持続的増加は、日本医療産業の振興に貢献し、さらに、その影響がますます拡大している。ANAは、しだいに増加する中国富裕層医療旅行者に対して、「日本身体検査旅行セットメニュー」を開始した。

サービス内容は日本最高級の医療設備での検査、高級ホテルでの宿泊、航空券の手配などに加え、中日両国空港での旅行者の送迎までである<sup>16</sup>。日本の発達した医療水準と緻密なサービスが、ますます中国の富裕層を惹きつけ、日本を訪れるという傾向は今後も持続するだろう。また、健康診断、検査などの医療業務から、整形などの領域まで拡大する可能性もある。

### むすび

内閣府は、2015年12月28日に「日本経済2015~2016」（経済白書）を発表した。訪日外国観光客、特に中国人観光客の激増は日本の国内消費を動かし、日本社会に対して、今後より大きい影響を与えると指摘した<sup>17</sup>。今、依然として日本の内需が不振である中で、中国人訪日観光客の巨大な購買力によって、日本の国内市場が蘇り、多くの産業と企業が救済された。中国人訪日旅行者による購買対象が日本製化粧品、薬品という日用品へ移行し、一度衰退して海外に移転しようとした日本国内の生産ラインは「爆買い」で救済され、復活の形勢が見えてきた。日本における中国人訪日観光客は日本の製造業、旅行、小売りと飲食など多くの産業に役立ち、医療産業さえも恩恵を受け、アベノミクスと観光立国を標榜する日本にとつ

て、強心剤を打ったと言える。今では、贅沢品を買う中国訪日観光客が少なくなり、中国人の「爆買い」現象自体が徐々に商品消費からサービス消費へと変化し始めている。このような消費の変化に対応して、観光振興のためにサービス消費と地方観光の発展を促進するように、適切な措置を取るべきである。

サービス消費と地方観光の促進では、日本文化、日本式、先端技術と特色体験をキーワードにし、旅行者の痒い所まで手が届くおもてなしをすることにより、必ず観光振興の目的を達成することができるだろう。また、あらゆるツールで宣伝や紹介をし、各種のコースを組み、言語や文化の違いなどの観光の障害を除きながら、思いやりの気持ちで工夫すべきである。

中国人観光客の訪日は、日本に対する理解を深め、日本文化に触れるとともに国内では体感できない国際感覚を身につけることで、中日関係にまで良い影響を与えることが予想される。また、中国人訪日観光客は、日本で買い物し、見聞を広げ、中国のあらゆる分野での産業構造の改善に繋がると考えられる。観光という文化産業の交流を通じて、互いに利益を与え、共に果実を得る精神に基づき、中日友好関係はさらに良くなるはずである。

### 参考文献

- 侯珺然 (2016) 『日本経済藍皮書』「北京:社会科学文献出版社」
- 宋魁 (2011) 「東北亜区域旅遊合作的新態勢与新構想」, 『東北亜論壇』, (1) pp27-33.
- 凌強 (2013) 「日本観光立国戦略の新発展及特点」, 『現代日本経済』, (4) pp77-85
- 日本政府観光局 (2014) 『訪日外国人消費動向調査:平成26年年次報告書』
- (2016) 『訪日外国人消費動向調査:平成28年の年間値の推計(暦年)』
- (2017) 『訪日外国人消費動向調査:平成29年1月~3月期』
- URL <http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>
- 日本政府観光局 (2016) プレスリリース
- 内閣府 (2015) 「日本経済2015~2016-日本経済潜在力の発揮に向けて」(内閣府 Web サイト)
- URL <http://www5.cao.go.jp/keizai3/2015/1228nk/keizai2015-2016pdf.html>

<sup>12</sup> 日本経済新聞 (2016年2月3日) [http://www.nikkei.com/article/DGXLASDZ02HTH\\_S6A200C1MM8000/](http://www.nikkei.com/article/DGXLASDZ02HTH_S6A200C1MM8000/)

<sup>13</sup> Maker news メーカーニュース (2017年3月20日)

<http://makernews.biz/201703027213-13/>

<sup>14</sup> 財経新聞 (2016年2月12日) <http://www.zaikei.co.jp/article/20160212/292977.html>

<sup>15</sup> 日本経済新聞 (2016年1月6日) [http://www.nikkei.com/article/DGXLASDZ25HJW\\_V00C16A1TI5000/](http://www.nikkei.com/article/DGXLASDZ25HJW_V00C16A1TI5000/)

<sup>16</sup> 日本経済新聞 (2017年1月12日)

[http://www.nikkei.com/article/DGXLRS433136\\_S7A110C1000000/](http://www.nikkei.com/article/DGXLRS433136_S7A110C1000000/)

<sup>17</sup> 侯 (2016) 53ページ