

## 県内のインバウンドは劇的に増加 個人消費のけん引役となるか

text by しがぎん経済文化センター 吉川友

政府は成長戦略の一つの柱として「観光立国推進」をテーマに掲げ、各種の施策を行ってきた。ビザ発給要件の緩和などの施策に、LCC(格安航空会社)の就航数増加や円安などの要因も加わり訪日外国人は大幅に増加している。2020年に2,000万人と掲げた政府目標も前倒して達成するほどの勢いだ。また、訪日外国人の増加は消費の面で大きな効果をもたらしている。14年のインバウンド消費は2兆円を超え、消費増税や円安による物価上昇の影響から本格的な回復に至っていない個人消費の下支えになっている側面もある。そこで今回は、訪日外国人の増加を如実にあらわす「宿泊旅行統計調査」や各種の個人消費関連指標を通し、インバウンドの増加が個人消費にどのような影響を及ぼしているか、全国、近隣府県との比較も交えて検証したい。

### 2014年外国人延べ宿泊者数の前年比は全国2位 15年に入り勢いはさらに加速

観光庁が発表している「宿泊旅行統計調査」によると2014年、滋賀県の延べ宿泊者数は462万8,730人となった。前年比は+13.6%と、全国第5位の高い伸び率だ。

特筆すべきは外国人延べ宿泊者数の増加だ。全体の宿泊者数に占める割合はまだまだ少ないものの、増加率は目を見張るものがある。図1は外国人延べ宿泊者数の推移を表したもののだが、5年前の10年の外国人延べ宿泊者数は11万9,060人、11年は震災の影響もあり減少したものの以降は着実に増加し、14年には23万750人と10年からほぼ倍増した。

前年比をみると、11年を除き二ケタ増を維持し、直近の14年は+75.0%と全国(同+33.8%)の倍以上だった。これは山梨県(同+91.3%)に次いで全国第2位であり、近隣府県でもダントツの水準だ。

15年の外国人延べ宿泊者数および前年比を月ごとにみると(表1)、今年に入って勢いはさらに加速。昨年を上回るペースで増加し、1~8月の累計は28万5,340人と、14年の年間累計(23万750人)をすでに上回った。

表1 2015年外国人延べ宿泊者数・前年比の推移

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	1-8月累計
延べ宿泊者数(人)	13,760	19,690	36,400	51,660	47,710	37,130	38,410	40,580	285,340
前年比(%)	+63.6	+60.3	+72.8	+27.3	+121.4	+121.7	+132.5	+172.9	+87.7

延べ宿泊者数、インバウンド増加の恩恵を受けているのは宿泊施設、小売業といわれている。続いて宿泊施設、小売業関連の統計を検証していきたい。

### 宿泊施設の客室稼働率は大きく向上 足元では予約が難しいとされる8割超えの水準に

「宿泊旅行統計調査」では宿泊施設を旅館、ビジネスホテル、リゾートホテルなど全6区分に分類している。ここでは、訪日外国人が選好し、インバウンド増加の恩恵を受けているとみられる「リゾートホテル」「ビジネスホテル」「シティホテル」の客室稼働率についてみてみたい。

県内の直近5年間の稼働率をみると「リゾートホテル」「ビジネスホテル」は12年を、「シティホテル」では11年を底として、延べ宿泊者数の増加に伴って上昇。14年は「シティホテル」(72.0%)、「ビジネスホテル」(64.2%)、「リゾートホテル」(53.1%)となった。今年に

入り、1~3月は季節的要因により低下したものの、以降は3区分とも概ね14年の年間平均稼働率を超える水準で推移している(図2)。前述の表1で示した通り、外国人宿泊者数の増加率が100%を超えている5月以降、稼働率も大きく向上。足元の8月では「シティホテル」(84.7%)、「ビジネスホテル」(80.7%)、「リゾートホテル」(78.4%)となった。稼働率は月平均であり、8割前後の水準は、休前日、休日の予約がまば取れない状況であると推察される。

このような県内の宿泊者数の増加は、京都、大阪の宿泊施設不足により県内に流入しているのが一因と考えられる。

表2は京都、大阪の客室稼働率(3区分)を表したもののだが、京都の「リゾートホテル」を除き、14年の累計でも80%を超え、今年に入ってから90%を超える水準も見受けられる。足元の8月においてはほぼ90%を超え、京都、大阪に宿泊できない旅行者が県内へ流入しているという流れを裏付けるものである。

表2 客室稼働率の推移(3区分)(京都府、大阪府)(%)

		2014年	15年1-3月	4月	5月	6月	7月	8月
京都府	リゾート	55.6	47.1	51.4	58.6	52.0	45.5	69.0
	ビジネス	81.2	78.7	87.1	83.1	80.7	87.2	87.5
	シティ	82.3	76.5	93.4	88.9	84.8	86.1	90.3
大阪府	リゾート	85.8	93.6	96.1	88.3	84.9	95.3	96.1
	ビジネス	83.2	85.3	89.1	85.4	86.8	90.5	93.4
	シティ	85.5	83.8	92.0	86.9	85.8	89.8	92.1

### 家電、医薬品で「爆買い」効果 一部商品では二ケタ増も

アジア圏からの訪日旅行者は、欧米からの旅行者に比較して相対的に「買い物」にける費用が高い。その中でも、突出して高いのは中国からの訪日客で、先般発表された観光庁「訪日外国人消費動向調査(15年7-9月期/速報)」において、滞在期間中の中国人1人当たりの買い物支出額は14万3,620円だった。これは、全体平均(7万5,535円)のほぼ倍で、中国人の高い購買欲がうかがえる。

訪日中国人の買い物の中心は「高級品」「家電」「医薬品」が中心といわれている。そこで、経済産業省が発表している「商業動態統計」から、その中でも特に「爆買い」の影響が大きいとされる「家具大型専門店販売」「ドラッグストア販売」についてみてみたい。なお、前述の通り、県内のインバウンドの増加は京都、大阪と密接に結びついていることより、各指標についても検証していきたい。

「家電大型専門店販売」(図3)をみると、6月を除きプラスを維持し、滋賀県の8月は前年比+10.6%と二ケタ増となった。京都

(同+12.4%増)、大阪(同+12.7%)とも好調を維持し、3府県とも全国(同+6.7%)を大きく上回った。

商品分類別(都道府県別は非公開)の直近8月をみると、全7分類のうち5分類でマイナスとなるなか、「生活家電」「その他」が二ケタ増の高い伸びで全体をプラスへ押し上げた。「生活家電」「その他」には訪日中国人の三種の神器のうち「炊飯器」「温水洗浄便座」が含まれており「爆買い」の効果が推察される。

続いて「ドラッグストア販売」(図4)をみると、4月以降一貫して高い伸びをみせ、県内の8月は、再び二ケタ増の+12.6%となった。

商品分類別(都道府県別は非公開)にみると、全9分類がプラスとなっている。その中でも高い伸びをみせたのは、紙オムツに代表される「ベビー用品」が属する「ヘルスケア用品」、化粧品が属する「ビューティケア」が二ケタ増を維持している。両商品とも訪日中国人が購入する定番商品となっており、ここでもインバウンド消費の効果が推察される。

これまでみた「家電大型専門店販売」「ドラッグストア販売」とも、東京に次ぐ「爆買い」の代表格とされる大阪が最も大きい伸びをみせていることから、インバウンド消費が確実に個人消費を押し上げる要因になっていることがわかる。

### インバウンドの効果に期待

訪日外国人が全国的に増えるなか、滋賀県は全国でも有数の伸びを記録している。滋賀県を訪れる旅行者に占める外国人の割合は都市圏との比較ではまだまだ低く、今後も伸びる余地は十分にある。しかしながら、現在は、立地的なことから京都、大阪の受け皿として増加している側面もあり、宿泊だけを県内で行う訪日外国人も多いとされる。今後は、宿泊で訪れる外国人旅行者の滞在時間を伸ばし、いかに消費につなげていくかが課題である。

長らく増加を続けてきた県内の人口もいよいよ減少局面に入ったとされ、今後、域内での消費は頭打ちが予想される。域外から消費を呼び込むことが重要であり、一つの方策としてインバウンドの効果は非常に大きいとみられる。

滋賀県は京都、大阪へのアクセスの良さに加え、琵琶湖に代表される豊かな自然環境や歴史的な文化遺産などの観光資源が豊富で、訪日外国人を取り込む素地は十分にある。地域ブランドを高め、発信することで、さらにインバウンドが増加し、それが新たな雇用の創出や消費の喚起につながる好循環が生まれることを期待したい。

