

訪日外国人の旅行消費に変化の兆し

◆好調に推移する訪日外国人の旅行消費

2015年の訪日外国人の旅行消費額は前年比約7割増の約3.5兆円と年間で初めて3兆円を突破した。もともと、中国人旅行客に代表される高級ブランドや家電製品などの「爆買い」の動きは一段落しつつある。

16年4月に観光庁が発表した16年1-3月期の消費動向も好調で訪日外国人数の大幅な増加により前年比約3割増の9,305億円と過去最高を記録した。しかし、1人当たりの消費額は約16万2千円と円高の影響もあり、前年同期比5.4%減とマイナスに転じた。品目別では買物代が41.4%と最も多く宿泊料金が25.3%、飲食費が19.1%と続く。前年同期比では飲食費、交通費、娯楽サービス費の構成比が拡大していて宿泊料金、買物代の構成比が縮小している。

◆モノ消費からコト消費への変化する訪日外国人の旅行消費

買物などモノを購入するという消費に代わり、訪日外国人の関心が高まっているのは、日本ならではの文化や自然を体験するといったサービスを楽しむコト消費だ。16年3月の訪日外国人客数は単月で初めて200万人を超えたが、その要因は桜の花見を楽しむという体験、コトを求める訪日外国人の急増だ。

この他にも着物の着付けをしてもらって京都や浅草などの街中を散策したり、道場で武術を体験するというサービスも人気だ。伝統文化だけでなく、四季を体感したり、温泉のニホンザルといった動物など日本ならではの自然に親しむ体験の人気も高まっている。また、海外でも人気のちびまる子ちゃんなどの漫画・アニメ関連の施設への来訪者も増えていて、コト消費の裾野は広がっている。

政府は20年までの訪日外国人を4,000万人、消費額を8兆円とする新たな目標を掲げた。同時に目標達成のために10の改革案を提示している。その中には赤坂迎賓館などの公的施設や湯西川ダムなどのインフラ設備を一般に公開・開放したり、国立公園を民間の力を活かして「ナショナルパーク」として体験・活用型の空間にするという案もある。訪日外国人の関心がコト消費へと変化するなか、官民協働で取り組む多様な体験型サービスの提供にも注目だ。

【新井佳美】