

研究員 の眼

訪日外国人消費額の政府目標 は達成できるのか

～MICE 関連のインバウンド拡大がカギ～

経済研究部 研究員 藤原 光汰

TEL : (03)3512-1838 E-mail : kfujiwara@nli-research.co.jp

1—インバウンドの動向

日本を訪れる外国人の数は年々増加している。日本政府観光局（JNTO）によると、2018年の訪日外国人数は前年比8.7%増の3,119万人となった。2017年まで6年連続の2桁増が続いていたため、伸び率は鈍化したものの、3,000万人を初めて突破し、アベノミクス開始前の2012年から6年間で約3.7倍に増加した。

政府は、2013年に発表した日本再興戦略において、2030年に訪日外国人数を3,000万人、訪日外国人消費額を4.7兆円に引き上げるという目標を掲げていた。2014年に、2020年の訪日外国人数を2,000万人にするとの目標を追記したが、2015年に訪日外国人数が1,974万人となり、2020年の目標の早期前倒し達成が確実となったことを受けて、2016年の日本再興戦略において2020年に4,000万人、2030年に6,000万人に目標が更新された。加えて、訪日外国人消費額は2020年に8兆円、2030年に15兆円と目標が引き上げられた。

2018年の実績をもとに、政府の目標数値に到達するためには年間で何%の増加が必要とされるのか試算した（図表1）。

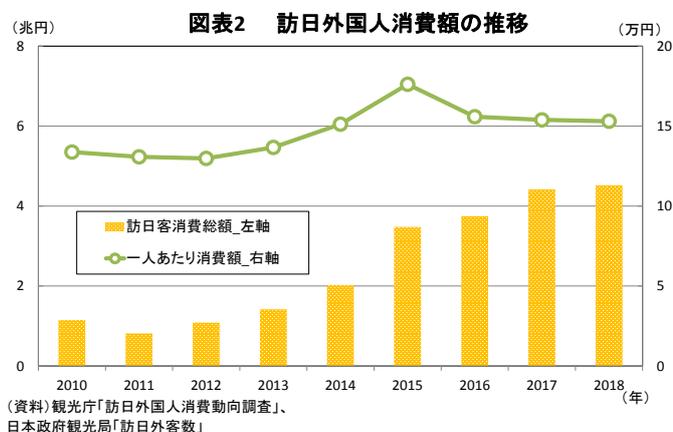
（図表1） 訪日外国人に関する実績と政府目標

	2018年 (実績)	伸び率 (3年平均)	2020年 (目標)	達成に必要な 伸び率 (年平均)	2030年 (目標)	達成に必要な 伸び率 (年平均)
訪日外国人数	3,119万人	16.6%	4,000万人	13.2%	6,000万人	5.6%
訪日外国人消費額	4.5兆円	9.3%	8兆円	33.3%	15兆円	10.6%

（資料）観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局「訪日外客数」より作成
2018年の伸び率は直近3年間の増加率を平均した値

訪日外国人数について、近年はやや伸び悩んでいるものの、東京オリンピックが開催されることを考慮すれば、2020年の目標達成は十分に可能性があると考えられる。一方で、訪日外国人消費額は、目標への伸び率と直近3年間の年間増加率の平均との乖離が大きく、2020年および2030年ともに達成に向けたハードルが高くなっている。

訪日外国人消費額の目標達成が厳しくなっている原因として、訪日外国人一人当たりの消費額の伸び悩みがあげられる¹。観光庁の訪日外国人消費動向調査によると、一人当たりの消費額は2012年から2015年にかけて大幅に増加したが、中国人観光客の爆買いおよび円安の一巡によって頭打ちとなっている（図表2）。訪日外国人数は増加傾向が続いているが、一人当たりの消費額が伸びていないため、全体の消費額は伸び悩んでいる。



訪日外国人消費額は「一人当たりの消費額×訪日外国人数」で表される。2020年、2030年の訪日外国人数が政府目標を実現したと仮定したとき、訪日外国人消費額の目標を達成するためには、一人当たりの消費額を2018年の15.3万円から2020年に20万円、2030年に25万円に引き上げる必要がある。

2—消費額の大きいMICE

一人当たりの消費額を引き上げる方策として、MICEに重点を置くことが挙げられる。MICEとは、Meeting（企業等の会議）、Incentive travel（報奨・研修旅行）、Convention（国際会議）、Exhibition（展示会・見本市）の頭文字をとった造語であり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称をいう²。MICEの特徴として、訪日外国人数の増加や関連産業間のシナジーによる経済波及効果の大きさなどを挙げることができるが、注目したいのはMICE関連で日本を訪れる外国人の一人当たりの消費額の大きさである。2018年のMICE国際競争力強化委員会（観光庁）において公表された「我が国のMICE国際競争力の強化に向けて（提言）」によると、2016年のMICE関連の訪日外国人消費額は1,500億円と示されている。また、同じく観光庁の「2017年MICEの経済波及効果算出等事業」によると、2016年のMICEによる訪日外国人数は57万人と推計されている。ここから、MICE関連の訪日外国人の一人当たりの消費額は26.3万円と導かれ、これは全体の訪日外国人の一人当たりの消費額より7割高い水準である。

¹ 2018年の訪日外国人一人当たりの消費額は15.3万円である

² 観光庁HPより引用

2016年の実績をもとにすると、全体のうちMICE関連の訪日外国人の割合は2.4%、訪日外国人消費額は4.1%であった(図表3)。MICE関連の訪日外国人の割合が増加すれば、全体の訪日外国人一人当たりの消費額の平均が引き上がり、訪日外国人消費額の政府目標に対して迫ることができる。

(図表3) 2016年の訪日外国人に関する実績およびMICE関連の訪日外国人の実績と全体に占める割合

	2016年 (実績)	うちMICE	割合
一人当たりの消費額	15.6万円	26.3万円	-
訪日外国人数	2,404万人	57万人	(2.4%)
訪日外国人消費額	3.7兆円	1500億円	(4.1%)

(資料) 日本政府観光局「訪日外客数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」「我が国のMICE国際競争力強化に向けて」「2017年MICEの経済波及効果算出事業等」より作成
MICE関連の実績との比較のため、全体の実績は2016年のものを引用した

日本において MICE の注目度が高まってからまだ歴史は浅いが、1970年代から MICE を率先して国の重要分野と捉え、現在では世界有数の MICE 開催拠点として知られるシンガポール³を例にとると、シンガポールを訪れる外国人のうち MICE への参加を目的とした外国人の割合は2015年から2017年の平均で5.7%となっている⁴。同じアジアの国として、日本でも積極的な MICE の誘致を行うことにより、シンガポールと同水準まで MICE 関連の訪日外国人の割合を引き上げることができるはずである。これが実現した場合、2016年の実績をもとにすると、MICE は訪日外国人消費額の1割弱を占める分野となる。

3—今後の MICE への期待

2020年のオリンピック終了後には観光目的の訪日外国人数が頭打ちとなることが考えられる。今後も訪日外国人数の伸び率を維持するためには、ビジネス目的での訪日外国人の呼び込みが必要となることが想定される。したがって訪日外国人数の維持という観点からも、今後はより一層 MICE の重要度が高まるだろう。

MICE の誘致強化に際し、地方部の役割が大きくなると考えられる。三大都市圏⁵で開催される国際会議や展示会は、地方部と比べ大型のものが多くという点が一つの特徴である。一方で、そのような大型イベントを開催できる施設は数に限りがある上、MICE のみならず他のイベントにも広く使用されており、既に稼働率が高い状態にある。そのため、今後 MICE の開催件数を増やすためには、三大都市圏よりも地方部での開催に主眼を置くことが重要である。

実際に、2008年と2017年に日本で開催された国際会議について三大都市圏と地方部に分けて比較すると⁶、開催件数の伸び率(年平均)は三大都市圏が4.9%、地方部が5.8%であり、外国人参加者数の伸び率(年平均)は三大都市圏が5.3%、地方部が7.7%であった(図表4)。いずれも地方部の伸び率が三大都市圏よりも高くなっている。さらに、三大都市圏と地方部の伸び率の差をみると、外

³ 杉本興運「シンガポールにおける観光と MICE の発展」(2017年)

⁴ Singapore Tourism Board「Annual Report on Tourism Statistics」(2015~2017年)

⁵ 三大都市圏とは、埼玉、東京、千葉、神奈川、愛知、京都、大阪、兵庫の8都府県。それ以外の39道県を地方部とした

⁶ 日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」より

国人参加者の伸び率の差が開催件数の差よりも大きくなっており、地方部では国際会議への外国人の参加率が三大都市圏以上に上昇していることがわかる。

地方部へのさらなる MICE 誘致に向けては、官民が一体となって密に協調する体制の強化が求められる。観光庁などの機関が資金面等の取り組みを強化するだけでなく、地元の協力やモチベーションアップが

欠かせない。地元の再活性化を目指した商店街の協力を得て国際学会の開催に繋げた福岡市は、まさに官民一体となって MICE 誘致に取り組んだ模範である⁷。このような成功モデルを例に挙げて、観光庁は MICE 誘致のメリットを広く普及させ、地域の企業や個人等の民間を後押しすることが重要だ。

2019 年の G20 関係閣僚会合は、大阪サミットを除けば、8 つのうち 7 つが地方部での開催である。閣僚会合の開催地について、政府は「地方創生の観点から声をあげた地区を中心に選定」（菅義偉官房長官）したとしている。地方開催には、日本の地方部の魅力を世界に発信するだけでなく、地方部の民間に対して今後の MICE 誘致への契機につなげたい想いも含まれている。

また、カジノの可及的速やかなオープンは MICE の誘致に直結するため、誘致強化の役割を担っているテーマである。特定複合観光施設区域整備法（IR 整備法）が 2018 年 7 月に可決されたが、この法案の指す IR（Integrated Resort：複合リゾート）とは、カジノの他ホテルやショッピング施設だけでなく、国際会議場や展示場などの MICE 関連施設も含まれている。

つまり、日本でのカジノの開始はすなわち新しい大型 MICE 施設の誕生を意味している。カジノの集客力による効果もあり、MICE の開催件数および訪日外国人数は増加することが確実視される。さらに、カジノの誕生によるナイトライフの充実で、一人当たりの消費額は一層増加することが見込まれる。長くカジノでの賭博行為が禁止されていた日本にとっては、今後の観光産業を盛り上げるための格好の起爆剤となる。

「我が国の MICE 国際競争力の強化に向けて（提言）」では、MICE 関連の訪日外国人消費額の目標として、2020 年に 3,000 億円、2030 年に 8,000 億円と設定されている。2016 年の実績から目標達成へ必要な伸び率（年平均）は、それぞれ 18.9%、12.7%であり、これは全体の訪日外国人消費額が政府目標の達成に必要な伸び率とあまり変わらない。今後は、観光目的よりもビジネス目的の訪日外国人の拡大が重要になることを考えると、MICE 関連の訪日外国人消費額はこれ以上のペースで伸びる余地があるだろう。政府目標に向けて、MICE が大きなカギを握っているといえる。

（図表4）国際会議の件数と外国人参加者の推移

		2008年	2017年	伸び率 (年平均)
開催件数	三大都市圏	1388件	2126件	4.9%
	地方部	720件	1199件	5.8%
外国人 参加人数	三大都市圏	8万人	13万人	5.3%
	地方部	3万人	6万人	7.7%

（資料）日本政府観光局（JNTO）「国際会議統計」

⁷ 筒井義信とチームみらい「未来がみえた！10人のメンバーがみた地域初「チーム力」」（2016年）

（お願い）本誌記載のデータは各種の情報源から入手・加工したものであり、その正確性と安全性を保証するものではありません。また、本誌は情報提供が目的であり、記載の意見や予測は、いかなる契約の締結や解約を勧誘するものではありません。