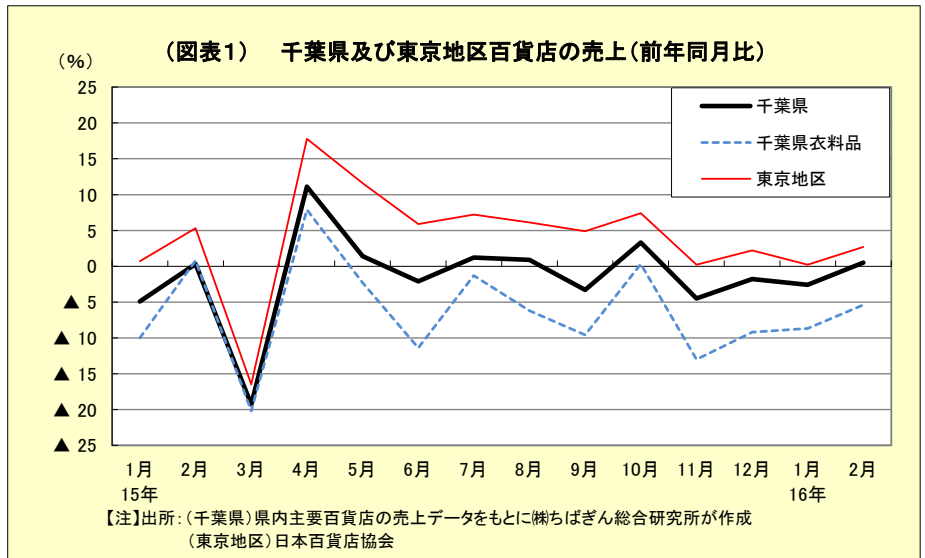


県内個人消費は、衣料品などのボリュームゾーンに弱さがみられ一進一退の動きが続いている。一方、年々増加する訪日客の消費傾向がモノからサービスに変化しつつあり、都心部のみならず地方部でもインバウンド需要拡大の恩恵を受けるチャンスが広がっている

最近の県内百貨店売上をみると(図表1)、2月に閏年要因から前年同月比+0.5%増と4か月ぶりの前年超えとなったものの、天候不順でコートなど季節物の動きが悪いほか中間層の消費意欲にも若干陰りがみられることから、全体としては一進一退の動きが続いている。一方、東京地区の百貨店に目を向けると、前年超えが2月まで11か月続くなど千葉県より勢いがある。この違いの最大の要因はインバウンド消費の多寡である。訪日外国人の人気の高い銀座の百貨店では、消費税だけでなく関税・酒税・たばこ税も免税となる「空港型免税店」を店内にオープンさせるなど、来日客の取込み策を強化したことも奏効している。



最近のインバウンド消費の特色について、訪日外国人1人当り費目別支出(観光庁訪日外国人消費動向調査、図表2)をみると、買物代が最も大きなウェイトを占めている傾向に

(図表2) 訪日外国人1人当たり費目別旅行支出

(単位:円/人)

	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代	その他	総額
2015年	45,465	32,528	18,634	5,359	73,662	518	176,167
2014年	45,471	32,140	16,259	3,464	53,278	564	151,174
2013年	45,955	28,013	14,278	3,366	44,691	390	136,693

前年比

(単位:%)

	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代	その他	総額
2015年	▲0.0	1.2	14.6	54.7	38.3	▲8.2	16.5
2014年	▲1.1	14.7	13.9	2.9	19.2	44.6	10.6

【出所】観光庁「訪日外国人消費動向調査」

変化はないものの、前年比伸び率では娯楽サービス費がこの1年で54.7%増と大幅拡大している。今後も訪日リピーターを中心に日本の四季や郷土料理・文化などを堪能したいという、モノからサービスへの消費ニーズ変化は更に強まることが予想され、現在は買い物の1割程度の規模に過ぎないサービス支出が今後は重みを増していくことが確実である。県内を訪れる外国人客は成田空港周辺やベイエリアに集中しており県内全域に行き渡っている訳ではないが、訪日客の少ない地域も「爆サービス買い」傾向の高まりをきっかけに、外国人を呼び込めるチャンスが広がっている。実際に県内企業へのヒアリングにおいても、南房総のレジャー施設では「人数は少ないものの徐々に外国人客が増えつつある」との声が聞かれる。また、鴨川地区ではメディカルツーリズムと合わせて温泉など日本文化の体験が好評を得ている事例もある。

2年続けて今秋も実施される成田から外房・南房への高速バス実証運行や地方創生加速化交付金などを上手に使いこなしつつ、外国語での案内看板やガイドツアーなど受入態勢の整備もいち早く進め、全国で繰り広げられるリピーター争奪戦に県内各地域の魅力を引き上げつつ、いかに勝ち残って訪日客増加の恩恵を県内隅々にまで行き渡らせるかが、千葉県にとっての喫緊の課題である。

(大村)