

中国の個人消費が日本の流通業界の戦略及び

財務パフォーマンスに与える影響

1170465 日浦 亮祐

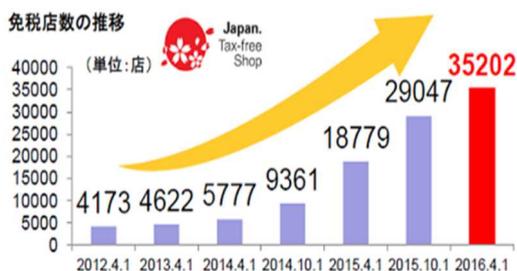
高知工科大学マネジメント学部マネジメント学科

「免税店数の推移」より 2016年5月28日

第1章 はじめに

1-1 概要

近年の日本ではグローバル化の進行、観光振興策などの影響により、外国人観光客を見かけることも珍しくなくなっている。その中でも中国人観光客による高額な買い物は、ニュースでも取り上げられるほどであり、今や中国人観光客一人当たりの平均買い物代金は10万円以上となっている。また、2015年の中国人観光客は累計で約500万人訪日している(観光庁, 2015年)。これは訪日外客総数のじつに4分の1を占めるものであり、2016年も2015年を上回るペースとなっている。さらに中国人観光客の個人消費は薬品や家電だけではなく日本の不動産にも向けられつつある。これだけ見ても、外国人観光客、特に中国人観光客による個人消費が日本経済に与えるインパクトは大きいものであるということが言える。これらの外国人観光客の増加に伴い、ドラッグストアや百貨店などの流通業界は免税店を数多く出店し、2014年10月から2016年4月までの間に日本の免税店は約4倍増加している(図1参照)。



(図1) 出典 観光庁 2016年4月1日現在

これだけに目を向けると外国人観光客の増加によって日本の流通業界は潤いを見せているようにも見えるが、外国人観光客の個人消費による売上の増加は今後持続的に期待できるものではない。むしろこのような現象は、不確実性が高いものと考えられる。現在、日本の流通業界を取り巻く環境は競争が激化しており、増えすぎた店舗数と少子高齢化の進行によって日本人による国内消費の増加は期待できない状況にある。そういった状況で外国人観光客の存在は短期的な企業成長のために重要である。しかし、先に述べた通り中国人観光客の高額な個人消費は持続的に継続するとは言えない。例えば中国政府による国外での購入商品への関税の引き上げなどの影響はすでに中国人観光客の高級商品購入の動向に影響を及ぼしている。したがって、中国人の個人消費に頼った流通業界の免税店数の拡大や中国人観光客をターゲットとした戦略は長期的に視点に立てば、企業の財務パフォーマンスにネガティブな影響を与えると考えられることもでき、リスクを伴うものであると予想される。これらを踏まえ本研究では、中国人観光客の個人消費による経済効果がどの程度のものであるか、中国人観光客に対する流通業界の戦略と財務パフォーマンスへの影響がどのようなものであるかを明らかにすることを第1の目的としている。また流通業界と日本政府が外国人観光客に対し、長期的視点からどういった戦略を採用すべきかを提案する。

本研究における基本的な問いは、「日本国内での日本人の個人消費の増加が望まれない現状において、流通業界は国外

からの消費に頼らざるを得ない状況になっており、国と企業が共同し外国人観光客を取り入れることが重要ではないか」というものである。また本研究では、この研究課題に基づいて仮説を導出し、定量的な分析と過去の事例によってこれを実証する。本研究の実証結果から、「必ず終焉を迎える中国人の個人消費に頼るのではなく、中国人観光客以外の外国人観光客を増やすことを政府と企業の協力により観光政策を進めていく必要がある」ことが示された。これにより日本における外国人の消費に係る不確実性が低減されると考えられる。

1-2 目的

本研究では、中国人観光客による個人消費の企業財務へのインパクトを実証的に分析し、この結果から政府及び流通業界の今後の動向に対する提言を示すことを第1の目的とする。そして内需の増加を期待できない流通業界が外国人観光客をターゲットとして戦略を組み立てる際のリスクを低減させるための改善策を提案することを第2の目的とする。

第2章 背景

2-1 中国人観光客の増加

近年になって中国そのもののGDPの上昇に伴って中国の家計が潤い、その結果高所得者層がより高い生活の質を求め、高品質な日本製品を求めようになった。これが中国人観光客の増加を招いている主たる要因であろう。しかし、2016年を迎えた現時点においては中国の成長は鈍化している。それにもかかわらず中国人観光客の数は現在のところは大きく減少していない。つまり中国経済とは別の要因が関係している可能性もあるといえるのである。別の要因として考えられる要素としては中国人が中国製の製品に対して不信感を抱いていることが関係していると考えられる。中国で売られている

様々な商品は偽物や不良品が多いという現状がある。例えば日本製の商品だと謳って中国で販売されているものは偽物であるというケースがあるといわれている。そうであるならば、中国で売られている高額品の多くに対して不信感が高まり、これに反比例し日本の製品に対する信頼は高まる。そして、日本に訪し、日本製の製品を可能な限り購入し帰国するという構図が出来上がるのである。

2-2 日本側の対応

外国人観光客の増加に伴って、日本の企業も免税取引のできる店舗を増やしている。また、政府も2014年10月1日から免税対象となる商品の範囲を拡大し、外国人観光客を積極的に取り入れようとする動きをしている。さらに、2013年度には194ヘクタール（東京ドーム40倍）の日本の森林が買収されるなど、今やその対象は不動産にまで広がっている。マンションや商業ビル、一戸建てなどを購入する中国人も増えているといわれており、これらのほとんどが投資目的である。こうした現状をみれば、中国人観光客が日本経済に与える影響がいかに大きいかが理解できるだろう。特にドラッグストアや百貨店を中心とした流通業界では免税の増加に対応するため免税店の増設に注力している。しかし、先に述べたように、観光客の消費行動は不確実性を内包したものであることから長期的成長要因として捉えることには危険を伴う。何らかの要因で外国人消費が減退すれば免税店として増設した店舗はサンクコスト（埋没コスト）となり、企業にとって大きな損失となりうる可能性がある。

第3章 問題点

3-1 過去の事例から見る問題点

これまで述べてきたように、外国人観光客の増加、特に中国国人観光客の増加に伴い、日本の流通業界では免税店を増設し中国人観光客の取入れに積極的である。実は、これと類似した動きが過去にあった。それはいわゆる「地デジ特需」の時である。2013年からスタートした地上デジタル放送の開始により、テレビメーカーや国は産業振興計画としてテレビの買い替え需要を意識し、2009年にスタートした「家電エコポイント事業」をきっかけに2010年まで需要が急増した。しかしアナログ放送の終了に伴い2011年、2012年に需要は壊滅的に急減したというものである（図2参照）。

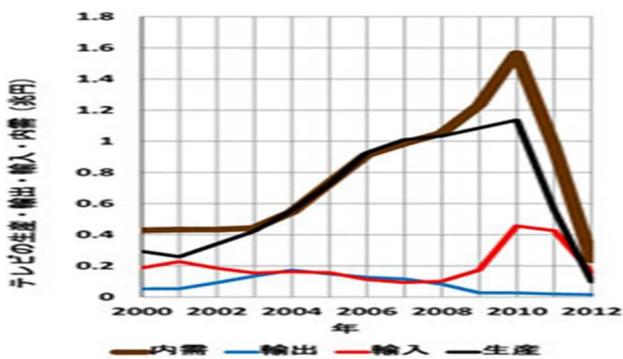


図2 日経テクノロジー わかっていたはずの「地デジ特需」終了 より 2014年1月9日

アナログ放送及び政府によるエコポイント事業の終了時期は既成事実であり、テレビの需要が短期的に下がることはわかっていたはずだが、多くの家電メーカーはテレビ事業への投資を拡大し続けた。そしてアナログ放送終了とともに需要は急降下し、例えば当時亀山モデルで有名だったシャープは工場を増設していたことも災いし、大赤字を計上した。この一連の流れと現状は酷似していないだろうか。むしろ規模としてはより大きなものであると考えることもできる。

3-2 流通業界を取り巻く環境から見る問題点

流通業界を取り巻く環境は国内だけで見れば間違いなく厳しいものとなっていくことが予想される。少子高齢化の進行

に加え、すでに飽和状態ともいえる店舗数などにより国内における成長が厳しいといえる。このような状況において、外国人観光客の消費に傾斜していく現状も理解できる。しかし、頼みの綱ともいえる外国人観光客による個人消費は不確実性が高く、持続的な成長が保証されているものではない。

3-3 仮説

これまでの議論から以下の仮説が導出される。

実証仮説

「中国人の個人消費は特別需要であり、今後中国人の個人消費が終了したときに日本の流通業界は衰退する。」

3-4 実証方法

本研究では、流通業界の特に免税店を多く持つラオックス、マツモトキヨシ、百貨店全店を取り上げる。なお使用するデータとしては、ラオックス、マツモトキヨシは外部顧客に対する売上、百貨店全店に関しては免税売上をもとに2010年度から2015年度までの年平均成長率（CAGR）を用いて分析する。CAGRがプラス値であれば企業の成長は順調であり、マイナス値であれば成長が芳しくないといえる。また、新規設備投資がどのぐらい行われているのかを調べるために近年の成長率の伸び率が高いラオックスの減価償却費の推移について、2010年度から2015年度まで検証することとする。

第4章 結果



図3 外国人観光客の推移と流通業界のCAGR推移(筆者作成)

図3は、対象企業の5年分のCAGRと外国人観光客をグラフ化したものである(図3参照)。外国人観光客の増加とともに各企業とも順調な伸びを見せているといえる。しかし2014年度から2015年度にかけて、百貨店全店のCAGRが下降しているのが分かる。これは中国側が免税品に関税をかけたことが原因として考えられる。百貨店のみ大きな影響を受けている背景としては百貨店の免税売上を占めていた高級品が関税により売れなくなってしまったことがある。中国側からの政策による影響だけでこのように大きな影響を受けてしまうのである。このような中国の政策を企業側で統制することは不可能にちかい。さらに、ラオックスの減価償却費は2010年度に56,385,000円だったのに対し、2015年度は521,827,000円となり10倍近く増加している。仮に観光客数が5年前の水準まで減少してしまうと免税店の増設分がサンクコストになる可能性が高い。

第5章 まとめ

5-1 考察

本研究の結果から、中国人観光客の個人消費により日本の流通業界は戦略、財務パフォーマンスともに大きく影響を受けていることが理解できた。しかしこのことは、今後中国人観光客が撤退してしまったときに急速に衰退してしまう可能性が高いことを意味する。これらは本研究の検証結果も支持するものである。「地デジ特需」の時にも見られたが、企業は目の前に需要があるうちはその需要を逃さないようにしようとして努力し、それが短期的になくなることが分かっているにもかかわらず供給し続けてしまう傾向にある。そして供給間に合わせるために工場や店舗数を増設することでこれらに対する投資が将来的にサンクコストになる。つまり将来リスクを十分考慮し、現状起きている事象が特別な需要であるとの認識を早めるとともに、当該特需の先の戦略を持つ必要があるのである。

5-2 改善策

本研究の結果と考察を踏まえ、以下のことを提案する。

1. ① 政府主導で、中国人観光客以外の観光客の増加を図る。
(例: 東京オリンピックを成功させ、魅力をアピール) → 中国だけでなく複数の他の国の観光客の増加により観光客の急減の防止
2. ② 持続性の観点からの観光地のアピール(例 神社) → 遠い距離を超えてでも欧米の人々が訪れたいと思うような観光名所の構築
3. ③ 流通業界におけるグローバル対応 → 外国人への配慮
(例えば多言語化への対応力等) を持った接客など

④ 外国人観光客が利用できるインターネット環境の充足化
→訪日している外国人観光客が SNS などによって外国人か
ら見た日本の良さを即座に発信できる。

5-3 結論と今後の課題

本研究では、中国人の個人消費が日本の流通業界に与える
影響が大きなものであることが示された。中国人を中心とし
た特需は、流通業界にとってバブルの要素を持った危険な特
別需要であると考えられる。こうした爆発的な個人消費を一
過性のもとのとらえ、中国人観光客の囲い込みではなく、他
国の観光客の増加に努めるなど長期的にみていくことが必要
となるのではないかと考える。これが本研究の結果から導か
れるインプリケーションである。一方、本研究では外国人観
光客による土地購入がもたらす影響については考察していな
い。これについては今後の研究課題である。

第6章 参考文献 引用

- 東洋経済 株価下落でも「中国爆買い団」が減らないワケ さ
かい もとみ 2015年10月2日
<http://toyokeizai.net/articles/-/86559?page=3>
- 日本政府観光局 (JNTO) 訪日外客統計の集計・発表 2016
年
http://www.into.go.jp/jpn/statistics/data_info_listing/index.html?tab=block2
- 観光庁 訪日外国人消費動向調査 2016年
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/svouhityousa.html>
- クローズアップ現代 東京買う中国マネー～不動産爆買いと
“投資移民”～ 2015年12月2日

<http://www.nhk.or.jp/gendai/articles/3742/1.html>

● livedoor'NEWS 年収50万の中国人が「爆買い」できる謎…
理由は本業以外の収入 2015年3月14日

<http://news.livedoor.com/article/detail/9887885/>

● 日経テクノロジー 分かってはいたはずの「地デジ特需」終了
2014年1月9日

<http://techon.nikkeibp.co.jp/article/COLUMN/20131121/317792/?rt=nocnt>

● ラオックス 短期決算 2010年

http://www.laox.co.jp/ir/upload_file/library_02/10_tanshin-4.pdf

● ラオックス 短期決算 2011年

http://www.laox.co.jp/ir/upload_file/library_02/11_tanshin-4.pdf

● ラオックス 短期決算 2012年

http://www.laox.co.jp/ir/upload_file/library_02/12_tanshin-4.pdf

● ラオックス 短期決算 2013年

http://www.laox.co.jp/ir/upload_file/library_02/13_tanshin-4.pdf

● ラオックス 短期決算 2014年

http://www.laox.co.jp/ir/upload_file/library_02/14_tanshin-4.pdf

● ラオックス 短期決算 2015年

http://www.laox.co.jp/ir/upload_file/library_02/tansin2015.pdf

- Business Journal すさまじい勢いの中国人「爆買い」が、すさまじい勢いで消滅後の惨状 2015年10月6日

http://biz-journal.jp/2015/10/post_11818_2.html

- 産経ニュース 日本製化粧品が飛ぶように売れるワケ…「中国製は偽物がばかり」「安全性に不安」と一度に27万円分購入も 2016年3月13日

<http://www.sankei.com/premium/news/160313/prm1603130022-n3.html>

- 楽待 不動産投資新聞 どうなる日本の土地！？購入しまくっている中国人投資家の実態とは！？2014年8月16日

<http://www.rakumachi.jp/news/archives/58463>

- 中央日報 円安の影響…外国人の日本不動産取得、昨年1兆円に迫る 2015年1月13日

<http://japanese.joins.com/article/218/195218.html>